

6次産業化チャレンジ支援事業における 商品開発支援

支援機関 愛媛6次産業化サポートセンター 支援内容 新商品開発 支援区分 6次産業化

東宇和農業協同組合 明浜選果場

事業者 概要

社名／東宇和農業協同組合 明浜選果場
代表者名／明浜柑橘生産者協議会 委員長 中村 正治
業種／柑橘販売、加工品製造・販売
所在地／西予市明浜町俵津8-427
資本金／135,523,000円
設立／平成11年9月1日
従業員数／32名



新パッケージ
「アケハマ12°C」200ml瓶

支援に至る経緯

平成27年9月、東宇和農業協同組合明浜選果場の明浜柑橘生産者協議会内に加工部会（以下、「相談者」という）が発足。「明浜の知名度向上と農家への還元」というテーマで、光センサー選果機で選果した生果を使ったジュース製品のOEM生産加工に取り組んだ。

その後、ジュースの販促のため県の相談窓口を経由し、関東や関西の商談会、百貨店で試飲販売に参加。結果、百貨店のバイヤーやお客様から「味は良いものの、現状の720ml瓶は重いので手持ちサイズの200ml～300mlにならないか」という要望があった。

相談者はパッケージの改善に取り組む目的で県事業の「6次産業化チャレンジ支援事業」へ応募したところ採択となり、新パッケージの開発の支援が始まった。

支援内容

相談者は北海道から関東・近畿方面へ生果の販路を持っており、その販売先にジュースを置いてもらうルートはあるため、720ml瓶の可能性を模索しながら小瓶対応も同時に行うこととなった。新パッケージデザインの検討のために、改めて「このジュースはどういった商品なのか」を明確にし、商品開発を進めていった。

- (1) 商品特徴の確認……みかんの栽培環境、ジュースの味（糖度）の特徴の明確化
- (2) コンセプトづくり……小瓶を購入するユーザーの特徴や属性、購入のきっかけや購入場所の確認
- (3) ターゲット設定……ペルソナ設定、カスタマージャーニーマップの作成
- (4) 競合商品等との比較……他社・他県のみかんジュースと味やデザイン、販売方法を比較
- (5) 容量・価格の決定……新容量瓶の確保、瓶詰め会社との交渉、価格決定
- (6) 新パッケージデザインの決定……デザイナーへの提案方法の助言、コンセプトデザイン及びパッケージデザインの決定、リーフレットやパネル等販促ツールの作成
- (7) 販促戦略……大阪インターナショナルギフトショー出展時のブース演出の確認、営業トークレッスン、フォロー営業の確認

支援の効果

(1) 販路拡大

- ①新パッケージに興味を示してくれる女性が多い。大阪インターナショナルギフトショーや関東で商談が成立した、女性をターゲットとする雑貨店などから定期的な発注が続いている。
- ②全農が運営する産地直送通販サイト「JAタウン」での掲載が始まったところ、商品を見た豪華客船クルーズの運営会社から客室用常備飲料としての引き合いがあり、取引が始まった。
- ③生果の販売先である百貨店などの中に、旧パッケージ（720ml）のほか新パッケージ（200ml）を置いてくれるところもあり、徐々に販売数は伸びている。
- ④東京のアンテナショップ「せとうち旬彩館」において、期間限定で新パッケージ商品が特設展示され、現在も取引は継続中である。

(2) 旧パッケージとの相乗効果

新パッケージは200ml瓶のほか720ml瓶版も制作。また、200ml×6本入り、720ml×3本入りのギフトボックスも作った。これらの商品発送準備が間に合わない場合は、旧パッケージを扱う県内のスーパーや関東の百貨店などをお客様に紹介している。新パッケージ商品が存在することで、旧パッケージの販売にも良い影響が出ており、全体の販売数は徐々に伸びている。

今後の展開

天候の影響で糖度12度の原料が十分に確保できない年もあり、見込み契約をなかなか積極的には進められないのが現状ではあるが、年間500本程度の取引先を2～3社確保するなど分散した契約を新たに取っていききたい。



事業者の声

6次産業化プランナーのご支援の結果、デザイナーも私たちの商品背景を深く理解してくれてネーミングを一緒に考えてくれたのですが、明浜という地名が分かり糖度12度の意味も説明しやすい「アケハマ12℃」という商品名にして本当によかったと思います。

支援の中で何度も会議を繰り返し、営業トークもしっかり練習したことで、部会メンバーみんなで同じことを説明できるようになり自信がつかしました。



加工部会長 稲葉 一也

支援者の声

支援前、相談者は「商品の質には絶対の自信をもっているが、誰にどういう売り方をすればいいのかわからない」と行き詰まっておられました。

今回、ペルソナを「40歳。都心部に暮らす子育てをしながら働く女性」に設定し、この商品との接点や購入する動機など具体的に考えていただきました。コンセプトが明確になったことで、デザイナーにもどんな商品を作りたいかが的確に伝わった結果、女性たちが思わず手取る素敵な商品が完成しました。商品を通して、明浜ファンが増えていくことを願っています。



アドバイザー
竹森 まりえ