

「おいしい東北パッケージデザイン展2016」ヒアリングシート

対象商品	① イカメンチ揚げ			
企業情報	企業・団体名	株式会社 丸石沼田商店 (まるいしぬまたしょうてん)		
	所在地	青森県青森市	従業員数	19名
	URL	<a href="http://www.www/m-numata.jp/">http://www.www/m-numata.jp/</a>		
企業理念	創業の経緯	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1918（大正7）年に現在の青森市で初代・沼田磯吉が創業。当初は宮城県石巻市で焼きちくわを製造していたが、当時の主原料である「アブラツノザメ」が枯渇し、原料を求めて青森へ移転した。</li> <li>・陸奥湾は資源豊富で、八甲田山の雪溶け水が冷たく、川底で原料保管も可能であったため、焼きちくわの大量生産が可能となった。その後、青森産の焼きちくわの品質と味が全国で受け、東京、名古屋、和歌山、遠くは満州まで塩漬けにされ販売された。</li> </ul>		
	モノづくりの考え方	御影石の石臼と桜の木の臼によってすり上げる伝統製法の「石臼すり」で仕上げている。これにより、魚肉繊維がきめ細かくなり独自のもっちりした食感になる。また原料は一定基準以上のゲル強度を持つすり身のみを使用し、食感の良い製品を作り上げている。		
生産地の特徴	青森県は日本海、津軽海峡、太平洋と三方を打射に囲まれた海の恵みが豊かな土地。ホタテ貝、サバ、イカをはじめホヤ、カスベ、つぶ貝等も豊富に採れる。八甲田山のぶな原生林に浸透して湧き出した良質で豊かな水資源や、りんご、ゴボウ、ニンニクなど全国第1位の出荷量を誇る農産物もあり、これらを生かした商品がたくさん作られている。			
東日本大震災後	特になし			



対象商品情報	品名	イカメンチ揚げ（いかめんちあげ）	商品分類	水産加工品
	参考小売価格	198円（100g/税込）～298円（150g/税込）	内容量	100gまたは150g（検討中）
	賞味期限	30日	保存方法	冷蔵
	原材料名	魚肉、イカ身・ゲソ、ゴボウ、ニンジン、小麦、砂糖、食塩、馬鈴薯澱粉、醸造調味料、調味料（アミノ酸等）、キシロース		
	商品コンセプト	イカメンチ揚げは、弘前や鰯ヶ沢を中心とする津軽地区の郷土料理。小麦粉にゲソ、ゴボウ、ニンジン、玉ネギなどを入れて揚げ、各家庭の味がある。小麦粉の代わりに魚肉を使用し、メインとなるゲソや野菜類は青森県産のものを使用した。酒のさかかに、手軽なスナックに提案したい。		
	ターゲット	これまでの購買層は地元客が中心だったが、市販品化して、より多くの観光客に提案したい。青森の郷土料理を幅広く味わって周知してほしいと考えている。		
	現在の販路	青森市内の観光物産店や各所で開催される青森フェアなど		
	商品特性	青森の郷土料理「イカメンチ揚げ」を、小麦粉ではなく魚肉で作り上げた商品。県産のゲソ、ゴボウ、ニンジンをつんだりに練り込み、地域色豊かに、食感豊かに仕上げた一品。酒のさかかに、手軽なおやつに、ご飯のおかずにも最適の商品。		
	商品写真			

デザイン要件			
商品名の変更	商品ロゴの変更	包装容器の変更	社名ロゴ記載の必要
○	○	×（透明な真空パック袋は必須）	ブランドロゴ ○（社名ロゴは不要）
パッケージデザイン改善にあたり留意いただきたいこと、また優先したいこと	<ul style="list-style-type: none"> <li>●1個当たりの大きさは直径3～4cm程度、重量は18～30g程度（手づくりのため大きさにばらつきあり）。</li> <li>●冷蔵保存商品のため、透明な真空パック袋に入れる必要あり。なお、現在は業務用として卸しているため、市販用の真空パック袋の種類は未定。</li> <li>●社名ロゴは不要だが、ブランドロゴ「さんじるし」はどこかに入れてほしい。</li> </ul>		
新たなパッケージデザインにもっとも望むこと2つ	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 青森県産の素材にこだわって製造しており、青森という地域性にはこだわりたい。</li> <li>(2) 観光客が思わず手に取り、買って帰りたくなるようなデザイン。</li> </ol>		
この事業を通じて解決したい課題	大正時代から原料や製法にこだわってきたこともあり、これまでの自社製品は、古くからのパッケージデザインを変えられずにきたが、本事業をきっかけにデザインの重要性を学び、新たな商品開発にも乗り出せればと思っている。		

「おいしい東北パッケージデザイン展2016」ヒアリングシート

対象商品	② 南部せんべい詰め合わせ			
企業情報	企業・団体名	有限会社 志賀煎餅 (しがせんべい)		
	所在地	岩手県二戸市	従業員数	20名
	URL	<a href="http://www.nanbusenbei.com/">http://www.nanbusenbei.com/</a>		
企業理念	創業の経緯	志賀煎餅は、1925（大正15）年に和菓子店として創業。創業当時は近隣の家庭からそれぞれの畑で採れた小麦が持ち込まれ、それをお菓子に加工して工賃を受け取っていた。中でも日持ちのする南部せんべいが好まれるようになり、戦後間もない1945年、志賀さんと息子の善一が南部せんべい専門店に転向して以来、代々南部せんべい一筋、昔ながらのおいしさを届けている。		
	モノづくりの考え方	<ul style="list-style-type: none"> <li>・3代目・中村義雄があらゆる粉を吟味し、最も南部せんべいに合う味わいの「南部小麦」を使うと決めてから、「南部小麦」100%の南部せんべいを作り続けている。「南部小麦」はほんのり黄味がかっていてきれいに焼き上げるのが難しく、含まれる水分量も毎回違うため生地の高さの調整も簡単ではない。常に新鮮な粉でおいしい南部せんべいを作るのにも苦労を重ねてきた。たくさんの方の困難がありながらも、お客さまや職人たちと共に、志賀煎餅ならではの味を作り上げてきた。</li> <li>・地産地消を心がけ、食の喜びと身体に良いおいしいものをお客様に届けることを使命とし、発展していきたい。</li> </ul>		
生産地の特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>・折爪岳、稲庭岳が座し、馬淵川、安比川が合流する自然豊かなエリア。折爪岳は4月下旬頃から東北最大級100万匹のヒメボタルが幻想的に舞うことでも知られる。</li> <li>・漆の生産量は日本一。浄法寺漆器をはじめ数々の伝統工芸品があり、県内外へ出荷されている。</li> <li>・短角牛、りんご、サクランボ、ブルーベリーなどの果物、地酒などの生産も盛ん。</li> </ul>			
東日本大震災後	特になし			
<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>				

対象商品情報	品名	南部せんべい詰め合わせ (なんぶせんべいつめあわせ)	商品分類	菓子類
	参考小売価格	1,188円 (税込)	内容量	7種16枚 (ムギおに上胡麻/ムギおに落花生/ムギおにいか/ムギおにりんご/ムギおに上胡桃うす焼/ムギおに胡麻バターうす焼/ムギおにアーモンドバターうす焼)
	賞味期限	90日	保存方法	高温多湿を避け常温にて保存
	原材料名	上ゴマ煎餅 (小麦粉、胡麻、食塩、膨張剤 [重曹]) / 落花生煎餅 (小麦粉 [岩手県産]、落花生、砂糖、食塩、膨張剤 [重曹]) / いか煎餅 (小麦粉 [岩手県産]、いか、黒胡麻、マーガリン、水飴、砂糖、食塩、醸造酒、一味唐辛子、膨張剤 [重曹]、ソルビトール、調味料 [アミノ酸等]、pH調整剤、酒精、保存料 [ステビア]) ※原材料の一部に大豆、乳を含む) / りんご煎餅 (小麦粉 [岩手県産]、りんご [青森県産]、マーガリン、胡麻、水飴、砂糖、植物油、食塩、膨張剤 [重曹]、プルラン、香料、酸化防止剤 [V. C]) ※原材料の一部に大豆・乳を含む) / うす焼き上くるみ煎餅 (小麦粉、くるみ、胡麻、食塩) / うす焼きゴマバター煎餅 (小麦粉、バター、マーガリン、胡麻、砂糖、食塩) / うす焼きアーモンドバター煎餅 (小麦粉、アーモンド、砂糖、マーガリン、バター、食塩)		
	商品コンセプト	岩手県産南部小麦の特徴を生かした生地、生地以外の原料も極力国産にこだわり、酒のあてにもおやつにもなる風味豊かな南部せんべい。		
	ターゲット	若い世代に販売したい。		
	現在の販路	岩手県を中心とした東北地方と関東地方のスーパー、小売。岩手県内の病院の売店など。首都圏のキタノエースや紀ノ国屋、百貨店なども商談を行っている。		
	商品特性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・岩手県産の小麦である南部小麦を100%使用。南部小麦は通常の小麦よりも水分量等の調整が難しく、全自動機械での大量生産には不向きな品種である。そのため、熟練工の存在は非常に重要で、経験を積んだ職人の勤が製品作りに欠かせないものとなっている。</li> <li>・南部小麦を原料として使用することで、噛めば噛むほど小麦本来のうまみを感じられる商品となっている。</li> </ul>		
商品写真	 <p>※募集要項に掲載した商品写真と異なりますが、内袋のデザインおよび内容量に変更ありません。</p>			

デザイン要件			
商品名の変更	商品ロゴの変更	包装容器の変更	社名ロゴ記載の必要
○	○	内袋 × 外箱 ○	×
パッケージデザイン改善にあたり留意いただきたいこと、また優先したいこと	<ul style="list-style-type: none"> <li>●内袋 (横約12cm×縦約14.5cm) は変更不可。</li> <li>●包装紙等を使用しなくても外箱のみで完成するようなパッケージを希望</li> </ul>		
新たなパッケージデザインにもっとも望むこと2つ	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 企業イメージ：岩手県産の南部小麦を使用するなど原料にこだわった製品作りを行っているが、そのイメージがなかなか伝わっていないため、パッケージで表現したい。</li> <li>(2) 高級品化：古くて新しい上質なお土産ということを表現したい。</li> </ol>		
この事業を通じて解決したい課題	岩手県産の食材にこだわり、長年蓄積された熟練の技を生かした南部せんべいを作り続けているが、そのことがお客様になかなか伝わっていないと感じている。本事業を通じてこの現状を打破できればと考えている。		

「おいしい東北パッケージデザイン展2016」ヒアリングシート

対象商品	<b>③ ポケット ドライ ライス (ポケドラ) (仮) ※商品名 (仮称) が変更になりました。</b>			
企業情報	企業・団体名	株式会社 水沢米菓 (みずさわべいか)		
	所在地	岩手県奥州市	従業員数	20名
	URL	http://www.senya.co.jp		
企業理念	創業の経緯	1951年創業、1963年に米菓生地製造を開始、1986年よりOEMを主とした米菓製品製造に加え、自社ブランド「せんや」の販売を開始。東日本大震災をきっかけに「アルファ化米」の開発・製造に着手。OEMのほか自社のブランド開発を行っている。		
	モノづくりの考え方	<ul style="list-style-type: none"> <li>・米菓を製造・販売し続けてきた企業として「日本人にもっとお米を食べ続けてほしい」という思いが根底にあるが、日本では一人当たりの米の消費量は減少し続けているのが現状。お米から作り上げた商品を市場に広めることで、米の消費拡大および雇用拡大に寄与することが使命である。</li> <li>・高品質な米菓生地の製造には、米の状態を把握し、その都度調整しながら適切な加工を施すことが必要であり、高度な技術が要求される。この米菓技術を応用し、新たな「アルファ化米」事業の商品開発に挑戦中。</li> </ul>		
生産地の特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>・奥州市は、西側を奥羽山脈、東側を北上山地に挟まれた北上盆地の南部に位置する。胆沢川によって形成された日本最大級の胆沢扇状地、北上川が形成した河岸段丘などによって構成される盆地地帯。</li> <li>・岩手県一の米の生産地であり、岩手県における米収穫量の約20%を生産する「米どころ」。前沢牛、江刺りんごなどの生産も盛んな岩手県屈指の農業地帯。</li> <li>・東北の歴史の中心地であり、奥州藤原氏に起源を持つ南部鉄器や岩谷堂筆筒、秀衡塗などの伝統産業も盛んな地。</li> </ul>			
東日本大震災後	岩手県内陸部にありながらも工場の床には大きな亀裂が生じ、大規模な改修工事が必要となった。			
<div style="display: flex; justify-content: space-around;">    </div>				



対象商品情報	品名	ポケットドライライス（ポケドラ）（仮） ※商品名（仮称）が変更になりました。	商品分類	農産加工品
	参考小売価格	388円（税込）	内容量	60g×2袋
	賞味期限	2年	保存方法	常温
	原材料名	米（岩手県産ひとめぼれ）		
	商品コンセプト	<p>・東日本大震災時の食料不足を経験したことから、長年培ってきた高い米菓製造技術を生かした保存食を作れないか、特に米菓生地（煎餅を焼く前の団子を型取りし乾燥させた物）の製造技術がアルファ化米開発に応用できるのではないか、米菓も日本伝統の菓子であり保存食なのだから、この技術に応用すれば米菓製造会社ならではのアルファ化米が作れるのではないか、という思いから開発に着手した。</p> <p>・アルファ化米は東日本大震災でとても注目されたが、まだまだ知らない、使い方が分からない、食べたことがないという人が大勢いる。この商品を通じ多くの人に知っていただき、非常食の枠を超え、日常生活のさまざまな場面で活用してほしい。そのためには家庭で手軽に楽しく使え、料理のアイデアをくすぐるような商品にしたいと考えている。</p> <p>・いつでも、どこでも、アイデアしたい。サッと、バラッと簡単ライス。</p> <p>※「アルファ化米」とは、一度炊いたり蒸すなどして米の澱粉をアルファ化（糊化）させたのち、乾燥処理によってその状態を固定させた乾燥米飯。長期保存が可能で、水やお湯を注ぐだけで食べられる状態に復元する。</p>		
	ターゲット	<p>・主婦、単身一人暮らし</p> <p>・非常食の枠を超えて、日常のさまざまな料理に使っていただきたい。例えば、鍋後の雑炊、パエリア、チャーハン、おはぎなど。</p>		
	現在の販路	現在は、レトルトと組み合わせた即席カップ釜めしとして、特産品・お土産物として地元のスーパーなどで販売中。お客様から自分でアレンジして使いたいという要望が多数あり、そのニーズに応えるための商品を作りたい。今後は全国の量販店での展開を考えている。		
商品特性	炊飯器不要・簡単調理（レンジ5分・鍋料理5分・お湯15～20分・水45～60分）・短時間調理・長期保存・軽量という特性を持っているため、手軽に鍋・アウトドア・パーティー・旅行などのさまざまな場面で応用可能。			
商品写真				

デザイン要件			
商品名の変更	商品ロゴの変更	包装容器の変更	社名ロゴ記載の必要
○	○	内装 × 外箱 ○	×
パッケージデザイン改善にあたり留意いただきたいこと、また優先したいこと	<p>●内袋（アルミ）は変更不可。外箱、外袋などは特に制約はなく、自由な発想で応募いただきたい。</p> <p>●コンパクトでシンプル、手軽に持ち運べ、スムーズに包装作業できる形状を希望。</p> <p>●現在アルファ化米は主に災害・備蓄用で、知らない人が大勢いるが、その枠を超え日常のさまざまなシチュエーションで使っていただきたい。消費者の心の中にあるアイデアをくすぐるような、インパクトがあり楽しくワクワクするようなデザインをお願いしたい。</p> <p>●楽しくインパクトがあり、「コンパクト」「乾燥」「ご飯」など商品の特徴を連想させるような商品名を希望。</p>		
新たなパッケージデザインにもっとも望むこと2つ	<p>(1) 独自性：インパクトがあり、料理のアイデアをかき立て、心をくすぐるような楽しいデザイン。</p> <p>(2) 機能性：手軽に使える使い勝手のよい日常向けの商品を目指しているため、手軽で使い勝手のよいパッケージデザイン。</p>		
この事業を通じて解決したい課題	アルファ化米を、災害・備蓄の枠を超えて日常で活用していただくきっかけにしたい。		

「おいしい東北パッケージデザイン展2016」ヒアリングシート

対象商品	④ 酪農家の手作りヨーグルト			
企業情報	企業・団体名	株式会社 ゼルコバドリーム		
	所在地	宮城県刈田郡	従業員数	5名
	URL	<a href="http://www.zelkova-dream.jp/">http://www.zelkova-dream.jp/</a>		
企業理念	創業の経緯	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1962年に先代が1頭の乳牛を導入したところから始まり、1997年に牛舎を新築、酪農専業となり、2014年1月に法人化、2016年に製造販売部門を新設し乳製品の製造販売を開始。現在は乳牛130頭を飼育。</li> <li>・製造担当者は前職で酪農組合職員として働いていたが、30歳で一念発起し、家業の酪農に携わることを決意。自社の生乳を使ったヨーグルトの製造に挑戦している。</li> <li>・社名の「ゼルコバ」は宮城県の県木である「樺」の英語名。樺は蔵王にたくさん自生しており、牧場内にも樺の木が植えられている。</li> <li>・将来的にカフェをオープン予定。自社のヨーグルトを使用したデザートを提供したいと思っている。</li> </ul>		
	モノづくりの考え方	<p>乳牛の快適性を追求した「トータルカウコンフォート」という飼養管理（「カウコンフォート」という飼育方法に、「トータル」という言葉を代表が名付け、独自の飼育方法を考案）を基本に、衛生管理を徹底した生乳生産を行っている。そこで生産された生乳の一部を使用し、生乳に合う乳酸菌を約1年かけて選定、試行錯誤の末、低温長時間発酵でふわっと濃厚な食感で、マイルドな酸味のヨーグルトを製造。コンセプトは、牛の顔、人の顔が見える製品作り。</p>		
生産地の特徴	蔵王は自然豊かで、米、果樹、野菜など農産物の豊かな産地であるとともに、“蔵王の御釜”、温泉、冬にはスキーなど、東北有数の観光地である。			
東日本大震災後	当初は、停電に断水、飼料の供給もストップし、10日以上生乳を廃棄した。牛たちが元の調子を取り戻すまでに1年近くかかった。この時の生乳廃棄の体験が、乳製品製造を始めるきっかけの一つとなった。			



対象商品情報	品名	酪農家の手作りヨーグルト (らくのうかのてづくりよーぐると)	商品分類	乳製品
	参考小売価格	650円(税込)	内容量	450g
	賞味期限	14日	保存方法	要冷蔵(10℃以下)
	原材料名	生乳		
	商品コンセプト	健康な牛から搾って30分も経たない生乳を工房に運び、ヨーグルトを製造する。低温で長時間じっくり、手間はかかるが、新鮮な生乳が原料だからこそできる牛乳の風味を残したヨーグルト。ヨーグルトが苦手という方でもおいしく食べられる。		
	ターゲット	<ul style="list-style-type: none"> <li>健康志向の60~70代の男女、食にこだわりを持つ方</li> <li>健康志向、身体に気を使う人</li> <li>地元の人のお土産需要として</li> </ul>		
	現在の販路	Atreyu蔵王本店(自社店舗)、道の駅「村田」、JA仙台 農産直売所 たなばたけ、蔵王酪農センター、秋保ワイナリー		
	商品特性	<ul style="list-style-type: none"> <li>なめらかさを求めて、均質化という工程を加えている。また、低温で長時間発酵させることで、ふわっとした食感と、生乳の風味を残した濃厚な味わいに仕上がる。酸味もマイルド。</li> <li>購入者からお腹の調子を整えてくれる効果があるという声が寄せられている。</li> </ul>		
	商品写真			

デザイン要件			
商品名の変更	商品ロゴの変更	包装容器の変更	社名ロゴ記載の必要
○	○	×	×
パッケージデザイン改善にあたり留意いただきたいこと、また優先したいこと	<ul style="list-style-type: none"> <li>●商品名については特に制約はなく、自由な発想での応募を期待したい。</li> <li>●充填機の関係で包装容器の変更は不可。</li> <li>●持ち帰ったり、人にあげたいという方も多いため、ギフト箱の提案も希望。</li> <li>●フランスの田舎(プロヴァンス地方)を感じさせるような落ち着いたイメージを想定しているが、将来的には若い方にも購入してほしい。</li> </ul>		
新たなパッケージデザインにもっとも望むこと2つ	<p>(1) 地域性の提案：現在、商品名のキャッチコピーとして「from Miyagi Zao」と蔵王の地名を入れているが、入れるべきかどうか迷っている。あまりにも「蔵王」という言葉を入れている商品が多く、差別化できないという悩みもあるため。</p> <p>(2) 同業他社にはない独自性：製品に対するこだわりと他にない味わいをパッケージで表現したい。</p>		
この事業を通じて解決したい課題	パッケージと製品の中身にギャップがあり、こだわって製造している製品をうまく表現できていないように思うため、そのギャップを埋めたい。		



「おいしい東北パッケージデザイン展2016」ヒアリングシート

対象商品	⑤ 漁師赤間謹製 しおがまの藻塩 宮城の香り藻塩9種類			
企業情報	企業・団体名	株式会社 シーフーズあかま		
	所在地	宮城県塩竈市	従業員数	15名
	URL	<a href="http://www.kaisounomori.jp/shop/index08.html">http://www.kaisounomori.jp/shop/index08.html</a>		
企業理念	創業の経緯	戦後、初代・赤間廣治が南方から引き揚げ、故郷松島で海苔養殖を始めて以来半世紀。2代目・廣志が松島で初めて昆布、ワカメの養殖に成功するなど、漁師赤間は松島湾を海の畑とし、海藻専門の漁師として親子三代、歩んできた。		
	モノづくりの考え方	1989年の創業より、湾の恵みと食を通して地域の環境と人々の健康へ寄与することを目的とし、海藻の機能性や地域性を生かした独創的な商品開発を行っている。		
生産地の特徴	<p>日本三景のひとつ松島湾内に位置する塩竈市は平安時代から奈良時代より港湾として栄えた。江戸中期、仙台下町での遊郭営業が禁止されたため、塩竈に遊郭が移り、花街としても賑わった。奥州一之宮「塩竈神社」の末社「御釜神社」にはいにしえより塩作りが神事として伝承されており、近代ではかつて東洋一の市場と称された水揚げ港、塩竈魚市場や松島湾での養殖業、日本一の練り製品の生産量を誇る。</p> <p>＊海の日には塩竈みなと祭花火大会を開催。人口当たりの寿司屋が日本で一番多いと言われている。</p>			
東日本大震災後	海辺より少し離れた場所に工場があるため、直接大きな被害はなかったものの、周辺の被害企業や家屋を支援する側に回り、工場再開が多少遅れた。			
				

対象商品情報	品名	漁師赤間謹製 しおがまの藻塩 宮城の香り藻塩9種類 (りょうしあかまぎんせい しおがまのもしお みやぎのかおりもしお9しゅるい)	商品分類	調味料
	参考小売価格	各626円(税込)	内容量	30g×9種(淡藻塩、大河原の梅しそ、蔵王東麓バジル、蔵王山麓ゆず、気仙沼くわ茶、スモーク、黒藻塩、桃生の抹茶、色麻町のえごま胡麻塩)
	賞味期限	なし	保存方法	高温多湿を避けた常温
	原材料名	海水、アカモク、果実、ハーブなど		
	商品コンセプト	本商品は、宮城の復興、浜の再生を形にするべく、3代目赤間俊介(2016年2月に社長就任)が、「しおがまの藻塩」を「海と里をつなぐ香り塩」として渾身の思いで開発した。香り付けとなっている9種類の原料もほとんどを県内産で調達している。		
	ターゲット	ヘルシーでおいしい振り塩として健康志向の女性におすすめ。酒のアテとしても楽しめる。		
	現在の販路	松島～仙台に至る地域のお土産品店、首都圏の物産展への出店、宮城県内や首都圏の飲食店などに卸している。		
	商品特性	現在7種類、今年度中に9種類となる香り藻塩は、いずれもいにしえより由来する本物の産地食材を使用し、全品、無着色・無香料で海水、アカモクと果実、ハーブ以外は使用していない、天然素材だけの無添加製法である。調味塩ではなく、そのまま味わえる仕上げ用の香り塩として謹製。		
	商品写真			

デザイン要件			
商品名の変更	商品ロゴの変更	包装容器の変更	社名ロゴ記載の必要
○	○	○	×
パッケージデザイン改善にあたり留意いただきたいこと、また優先したいこと	<ul style="list-style-type: none"> <li>●既に販売されている30g入は、割高感があるため、容量を半分程度に減らし、買いやすく使いやすい形状にしたい(10~15g入で280円程度を希望)。</li> <li>●容器は透明で中身を見せたいし、9種類すべてをセットにしてギフトにしたり、容器をそのまま食卓に置いてもおしゃれという提案がほしい。</li> </ul>		
新たなパッケージデザインにもっとも望むこと2つ	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 昨今、塩はブームなので、さまざまなパッケージの商品があるが、できるだけ独自性を訴求したい。</li> <li>(2) 高品質に見えるが、値ごろ感があるというバランスがほしい。</li> </ol>		
この事業を通じて解決したい課題	デザインの重要性を従業員に理解してもらいたい。このような事業に参加することで地域の魅力を再発見し、やりがいを持って仕事に取り組んでもらえたらよい。		

「おいしい東北パッケージデザイン展2016」ヒアリングシート

対象商品	⑥ 伊達茶（煎茶・玄米茶）		
企業情報	企業・団体名	株式会社 矢部園茶舗（やべえんちゃほ）	
	所在地	宮城県塩竈市	従業員数 16名
	URL	<a href="http://www.yabe-en.com/top/index.html">http://www.yabe-en.com/top/index.html</a>	
企業理念	創業の経緯	1934年、静岡県相良町で茶農家をしていた祖父が祖母と2人、塩竈の地へ移転し、日本茶を伝え始めた。以来、宮城県内の茶畑の開発を含め、本物の日本茶作りやお茶を通じたライフスタイルの提案を行っている。	
	モノづくりの考え方	塩竈で商いをして80余年、生産農家と対話しながら、日本茶の可能性を伝え続けている。日本人として一服の美味しいお茶をいただく至福の時、本物の日本茶のうま味や香り、その先に見える精神文化を子供たちにもしっかりと伝えていきたい。	
生産地の特徴	自社農園がある宮城県登米市桃生（ものう）地区は、日本最北限のお茶の産地。西日本とは異なるお茶の香りと味を楽しんでほしい。		
東日本大震災後	津波で本店は1階の天井まで波にのまれ、復旧には時間を要した。多くの方々からの支援を受け、店舗はその後、リニューアルして今に至っている。		



対象商品情報	品名	伊達茶（煎茶・玄米茶） （だてちゃ せんちゃ・げんまいちゃ）	商品分類	飲料
	参考小売価格	煎茶・玄米茶セット＝2,160円（税込） 煎茶（70g）＝1,080円（税込） 玄米茶（100g）＝864円（税込）	内容量	煎茶（70g）、玄米茶（100g）
	賞味期限	半年	保存方法	常温（直射日光、高温・多湿を避けること）
	原材料名	煎茶は桃生産100%、玄米茶は桃生産のお茶に東松島産の希少品種「かぐや姫」という品種米をブレンド。		
	商品コンセプト	宮城県にお茶の産地があること自体、あまり知られていない。最北限の産地であるため、独特のふくよかな香気を放つお茶をもっと多くの方々に楽しんでもらいたい。また、日本茶を飲む（愉しむ）という古来からある日常の習慣、そして愉しさを、今また活性化させたい。		
	ターゲット	今、世界中から日本茶は注目されている。日本国内では特に女性を中心に日本茶の魅力を伝えていきたい。日本茶は「カッコ可愛い」嗜好品であることを！		
	現在の販路	塩竈本店および仙台市泉中央にあるアリオ（ショッピングセンター）内の店舗、一部ウェブサイトやSNSによる発信販売。		
	商品特性	香りと味に強さがあり、土と気候、そして生産者の育て方により、西日本のお茶とは異なる独特なふくよかな味わいがある。		
	商品写真			

デザイン要件			
商品名の変更	商品ロゴの変更	包装容器の変更	社名ロゴ記載の必要
×	○	△（アルミ袋の使用は必須）	×
パッケージデザイン改善にあたり留意いただきたいこと、また優先したいこと	<ul style="list-style-type: none"> <li>●内容量は30～100gの範囲で変更可能。</li> <li>●お茶は品質劣化を防ぐためにどうしても内袋としてアルミ袋が必要だが、それ以外は自由に提案してほしい。</li> <li>●「伊達茶」は今後も訴求したい商品名なので変更したくない。</li> <li>●それぞれ個売りも可能だが、2種類をギフトセットにもできるよう配慮いただきたい。</li> </ul>		
新たなパッケージデザインにもっとも望むこと2つ	<p>(1) 他のお茶の産地との違い（独自性）も訴求したい。</p> <p>(2) 塩竈発の日本茶であるという、地方のかっこよさを出したい（おいしいティーバッグという商品形態もありと考える）。</p>		
この事業を通じて解決したい課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・塩竈市の震災復興は今、社長のライフワークである。日本最北限のお茶を提供する店が塩竈にあるということ、塩竈の認知度を高めたい。</li> <li>・日本茶の良さを、特に若い人を中心に今の日本に普及させたい。</li> </ul>		

「おいしい東北パッケージデザイン展2016」ヒアリングシート

対象商品	⑦ プレミアム生もろこし（金粉入り）			
企業情報	企業・団体名	株式会社 唐土庵いさみや（もろこしあんいさみや）		
	所在地	秋田県仙北市	従業員数	35名
	URL	<a href="http://www.morokosian.jp/">http://www.morokosian.jp/</a>		
企業理念	創業の経緯	1957年、秋田の伝統菓子もろこしを、優れた歴史文化と美しい武家屋敷の並ぶ角館の銘菓として送り出したいと考え創業。当時、もろこしはこの菓子屋でも見られる地元の駄菓子で、銘菓にしようという試みは画期的だった。その後、どうすれば食べやすくなるかをテーマに「生もろこし」を開発。発想の転換を大切にしつつ、もろこし一筋で取り組んでいる。		
	モノづくりの考え方	菓子作りの信条は、徹底して良い原料を使うこと。高品質な小豆の最もおいしいと言われる芯の部分を粉にするという、まさに「小豆の吟醸」のような素材を使い、少量でもおいしい和菓子が食べたいというお客様に応える努力をしている。		
生産地の特徴	武家屋敷の並ぶ角館市は、1年を通じて「みちのく小京都」と呼ばれる美しい街並みを誇る。特に桜の咲く春は多くの観光客が訪れるとともに、緑陰の夏、紅葉の秋、雪深い冬と四季折々に楽しめる観光地として知られている。			
東日本大震災後	特になし			
				



対象商品情報	品名	プレミアム生もろこし（金粉入り） （ぶれみあむなまもろこし きんぶんいり）	商品分類	菓子類
	参考小売価格	1,780円（税込）	内容量	5個入×5袋
	賞味期限	30日	保存方法	常温
	原材料名	あずき粉（北海道十勝産）、上白糖、和三盆糖、他		
	商品コンセプト	ワンランク上のグレードの高い「生もろこし」がほしいとの女性のお客様の声に応え、さらに素材にこだわって作った究極の一品であるため、現在は数量限定販売。上質なお茶と共に至福のティータイムを経験していただきたい。		
	ターゲット	ご年配の女性で、本商品の価値を理解してくださる方。 手土産にしても自慢できる、極上の和菓子を求めている女性層。		
	現在の販路	直営店のみ（限定販売）		
	商品特性	前述の極上の小豆（の芯を粉にしたもの）に加え、和三盆、桜の葉を少し入れ、上質な甘さと香り高い塩味をうっすらと感じられる今までにない「生もろこし」。		
商品写真				


デザイン要件			
商品名の変更	商品ロゴの変更	包装容器の変更	社名ロゴ記載の必要
○	○	△（黒いプラスチックの専用容器〔トレー〕は必須）	○
パッケージデザイン改善にあたり留意いただきたいこと、また優先したいこと	<ul style="list-style-type: none"> <li>●既存の商品は5個入×5パックの容量で販売しているが、個包装を希望されるお客様が多いため、基本は個包装で、希望のパック数を土産用にできるように販売方法を検討している。</li> <li>●ただし、1パックの桜の花びら型は特注の型を使用しており、これを変えることは難しい。黒いプラスチックの専用容器（トレー）は必ず使用してほしい。</li> </ul>		
新たなパッケージデザインにもっとも望むこと2つ	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 角館の銘菓であることは変わらないが、特に地域性にこだわってはいない。</li> <li>(2) むしろ、同業他社の商品には見られない独自性や高級和菓子としての品格を望む。</li> </ol>		
この事業を通じて解決したい課題	今後も角館でしか購入できない高級なギフト菓子として、直営店での限定販売を予定している。		

「おいしい東北パッケージデザイン展2016」ヒアリングシート

対象商品	<b>⑧ サクランボパスタ</b>		
企業情報	企業・団体名	有限会社 玉谷製麺所 (たまやせいめんじょ)	
	所在地	山形県西村山郡西川町	従業員数 25名
	URL	<a href="http://www.tamayaseimen.co.jp/">http://www.tamayaseimen.co.jp/</a>	
企業理念	創業の経緯	1949年、地場の小麦農家の委託加工から「うどん屋」として創業。現在、そば・うどん・麦切り・ラーメン・パスタと多岐にわたる麺を製造している。 自社製粉所の挽き立てのそば粉を使用。山形月山の風土と農産物を生かし、山形の伝承麺を伝えることを大切に考え、日々進化する製麺所としてチャレンジし続けている。	
	モノづくりの考え方	ソバの実から仕入れ、自社の石臼で製粉し、そばのおいしさと安心をお客様へお届けするよう日々取り組んでる。素材の良さを最大限に引き出し、「おいしい」と言われることを一番の喜びとして、お客様の声に耳を傾けながら、食卓から広がる喜びを生み出す「麺」作りを心がけている。	
生産地の特徴	山形県の中央に位置する月山の山麓、西川町にある製麺会社。 山形は食の宝庫。サクランボやだだちゃ豆など、この地域でしかできない農作物が多く、また、地域の食文化がしっかり守られ、受け継がれている点も特徴。		
東日本大震災後	大きな影響はなかったものの、お客様の不安を取り除くため、素材を明確にし放射能検査等をしっかりと行っている。 新たな挑戦として、雪深い月山の地をイメージした「雪結晶パスタ」など、世界に先がけて「ここでしかできないモノづくり」をしている。		



既存商品の「雪結晶パスタ」と「サクランボパスタ」

対象商品情報	品名	サクランボパスタ	商品分類	麺類
	参考小売価格	486円（税込）	内容量	100g（予定）
	賞味期限	製造後 約12ヶ月	保存方法	常温
	原材料名	デュラム小麦のセモリナ、さくらんぼ（佐藤錦、紅さやか）、食塩（以上、予定）		
	商品コンセプト	<ul style="list-style-type: none"> <li>・山形を象徴するパスタ。サクランボがない時期にも買える「さくらんぼ」のお土産として、山形への憧れを広く持ってもらいたいという想いから製造。</li> <li>・日本だけではなく、海外の方にも持ち帰って「かわいいね。山形！」と言われる商品にしたい。</li> </ul>		
	ターゲット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・山形県に来る、山形に興味を持つ20～60代女性。</li> <li>・さくらんぼのおいしさを知るインバウンドの方々。</li> <li>・「カワイイ」が好きな方々。</li> </ul>		
	現在の販路	既存商品は、山形の道の駅、山形空港、山形駅、百貨店		
	商品特性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・山形のブランドサクランボ「佐藤錦」を使用。イタリア製の完全オリジナルの金型を使用し「サクランボ」の形状を実現させた。ゆでた後まで愛らしいサクランボの形と色が楽しめる商品。</li> <li>・サラダやお弁当、またフルーツポンチやぜんざいに入れてスイーツパスタに。</li> <li>・規格外のサクランボを山形県の農家から買い取ることで、産地活性にもつながる商品。</li> <li>・サクランボの種類を変え、シリーズ化も検討。</li> </ul>		
	商品写真	 <p>新規商品の「サクランボパスタ」 （完成イメージCG）</p>		

デザイン要件			
商品名の変更	商品ロゴの変更	包装容器の変更	社名ロゴ記載の必要
×	○	○	×
パッケージデザイン改善にあたり留意いただきたいこと、また優先したいこと	<ul style="list-style-type: none"> <li>●自動包装機にかけられるPP袋（内径100mm～110mm）を必ず使用し、できれば透明なものを希望。</li> <li>●包装時の作業性も考慮してほしい。</li> <li>●一瞬にして膚になってしまうようなデザインを希望。</li> <li>●山形県を代表するお土産品にしたい。全国展開・海外展開もできるようなデザインを希望。</li> </ul>		
新たなパッケージデザインにもっとも望むこと2つ	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 地域性の提案：日本の技術力の高さ、山形県また月山の山麓、西川町生まれであることを伝えたい。</li> <li>(2) 独自性：同業他社にはまねできない、弊社しかできないモノツクリをPRしたい。</li> </ol>		
この事業を通じて解決したい課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新規開発商品。山形の新たなお土産のカテゴリーとして新規販路開拓を望んでいる。国際空港（成田・羽田等）や海外の方の目につく商業施設、雑貨店などを狙いたい。</li> <li>・独自技術をアピールできるような商品作りのきっかけにしたい。</li> </ul>		

「おいしい東北パッケージデザイン展2016」ヒアリングシート

対象商品	⑨ ハーブ酒 (仮)		
企業情報	企業・団体名	笹正宗酒造 株式会社 (ささまさむねしゅぞう)	
	所在地	福島県喜多方市	従業員数 12名
	URL	<a href="http://www.sasamasamune.com">http://www.sasamasamune.com</a>	
企業理念	創業の経緯	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1818 (文政元) 年、豊かな農地と酒造りに欠かせない良質な水に恵まれた、清明の地・会津喜多方に蔵を構え、創業。岩田社長が7代目となる。</li> <li>・酒どころ福島の中でも、会津が注目されている背景に、蔵元同士が優れた技術を共有し、若い世代を巻き込みながら力を合わせて切磋琢磨している状況がある。</li> <li>・全国新酒鑑評会3年連続金賞受賞。岩田社長の息子・悠二郎氏も「インターナショナル・ワイン・チャレンジ (IWC) 2015」SAKE部門で金メダル受賞。</li> </ul>	
	モノづくりの考え方	社是「ほんものを造る」 社訓「信用は無形の財産」	
生産地の特徴	福島・山形・新潟に跨る霊峰飯豊山を抱き、清らかな水、おいしい米の産地で、四季の季節が美しい風土に恵まれた土地。日本三大ラーメンの一つとして知られる喜多方ラーメン発祥の街。現在も130軒ほどのラーメン屋が立ち並ぶ。また古くから醤油、味噌、清酒の醸造業が盛んに行われており、醸造蔵が多く使われていたことから、今も蔵のある風景が楽しめる「蔵の街」として知られている。		
東日本大震災後	大きな揺れにより、蔵に大きな被害を受けた。また、福島県の原因事故による風評被害の影響も少なくない。		



対象商品情報	品名	ハーブ酒（仮）（はーぶしゅ）	商品分類	酒類
	参考小売価格	3,240円（税込）	内容量	720ml
	賞味期限	1年	保存方法	直射日光を避けて保存
	原材料名	米（福島県産）、米麴、ハーブ（オリジナルブレンド／一部輸入品を含む）		
	商品コンセプト	国内でのハーブ生産に積極的に取り組んでいる団体よりハーブの提供を受けながら、日本酒にハーブを独自にブレンドした、見た目にも美しく、香りも味わいも女性に好まれるリキュール各種を新たな日本酒世代に向けて提案していきたい。本事業への参加は、その第一歩としたい。		
	ターゲット	ハーブの持つ優雅でナチュラルなイメージに惹かれる女性たち		
	現在の販路	既存商品は、日本全国と一部海外（香港）		
	商品特性	主にミントを使い、数種のハーブを独自にブレンド。エレガントなひとときへと誘うハーブが香る女性向きのリキュール。		
	商品写真	 <p>新規商品のため、写真の瓶はサンプル</p>		

デザイン要件			
商品名の変更	商品ロゴの変更	包装容器の変更	社名ロゴ記載の必要
○	○	○	×
パッケージデザイン改善にあたり留意いただきたいこと、また優先したいこと	<p>●全く新しい商材としてのデザインを求める。パッケージや瓶も斬新な瓶を使用することも可能なので、新しい感覚のデザインを求める。</p> <p>(1) 瓶スペック：720ml瓶／色は特に指定なし／ワイン瓶を使用する場合はPPキャップ（コルクは不可）</p> <p>(2) 外箱の提案も可</p> <p>(3) キャッチコピーの提案も可</p> <p>(4) ジュースではなくアルコールであることが見ただけで分かるようなデザイン</p> <p>(5) 海外の方からも受け入れられるようなデザイン（特に「和」を強調する必要はない）</p> <p>(6) 今後ハーブのブレンドを変えてシリーズ化する可能性あり</p>		
新たなパッケージデザインにもっとも望むこと2つ	<p>(1) 独自性：日本酒を使ったハーブ酒は初の試み。</p> <p>(2) 高級商品化：日本酒にハーブの付加価値をつける。海外での販売を予定。</p>		
この事業を通じて解決したい課題	この商品をきっかけに、いずれは地元のハーブを使ったハーブ酒を製造し、6次産業化にも取り組んでいきたい。		



「おいしい東北パッケージデザイン展2016」ヒアリングシート

対象商品	⑩ 純つばき油			
企業情報	企業・団体名	椿屋本舗 合同会社 (つばきやほんぽ)		
	所在地	宮城県気仙沼市	従業員数	3名
	URL	<a href="http://tsubakiya.moo.jp/">http://tsubakiya.moo.jp/</a>		
企業理念	創業の経緯	<ul style="list-style-type: none"> <li>・かつては生産地として栄えた大島の荒廃農地の再生と産物加工の工業化。</li> <li>・大島の荒廃農地再生を目的として気仙沼市が策定した「フルーツアイランド構想」に参入するつもりでいたが、実家の山に群生する椿を発見し、果樹栽培ではなく、椿の栽培と加工を行うことを決心。2011年に気仙沼から大島へ移住。震災を経て、多くのボランティアの方々からの後押しもあり、本格的に椿栽培と加工に取り組む。</li> </ul>		
	モノづくりの考え方	<ul style="list-style-type: none"> <li>・原材料の有用性（化粧品としても食品としても使用可能）を100%引き出す6次産業化を目指す。</li> <li>・大島という素晴らしい自然を持つ地域の再びの活性化。</li> <li>・昔から生産されてきた椿油を、大島の特産品として全国へ販売していきたい。最終的には世界の椿油としてジャパンブランドを目指す。</li> </ul>		
生産地の特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>・宮城県北部の気仙沼湾に位置する離島。2020年に気仙沼と大島をつなぐ架橋が完成予定。東北地方においては比較的温暖な気候で、半農半漁の島。</li> <li>・南三陸の中でも知名度の高い観光地。気仙沼港からフェリーで25分。島の東側には、環境省の「快水浴場100選」の2位に選ばれた遠浅の美しい小田の浜海水浴場がある。</li> </ul>			
東日本大震災後	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1896（明治29）年の三陸大津波の教訓から実家を高台に移していたため、家を失うことはなかった。</li> <li>・大島は、山火事が起こり被害が甚大。今でも山の中腹には被害の跡が見られる。</li> <li>・漁船を失うなど、それまで携わっていた水産加工業は大きな打撃を受けたが、ボランティアの方々に椿油を知られるきっかけにもなり、椿産業に自信を持つことができた。名古屋の名城大学とは震災ボランティアがきっかけで現在も交流が続いている。</li> </ul>			
				

対象商品情報	品名	純つばき油（じゅんつばきあぶら）	商品分類	日用品
	参考小売価格	1,512円（税込）	内容量	70ml
	賞味期限	1年	保存方法	冷暗所に保存
	原材料名	ヤブ椿の種子		
	商品コンセプト	ヤブ椿抽出油（椿油）は日本国内でしか生産されていない最も良質な植物油であり、化粧品としてのみならず、いづれは食用油としても使える油として、世界に誇るジャパンブランドを目指したい。		
	ターゲット	健康に関心のある方、高価でも体に良いものを求める方。 気仙沼の大島産（国産）の椿油の良さを理解して下さる方。		
	現在の販路	仙台・盛岡のデパート、お土産品店、道の駅、ネット直販		
	商品特性	オレイン酸含有量が85%で、人体皮質に蓄積されるオレイン酸（42%）に作用して潤いを保つ。 生活習慣病の予防が期待される経口用の開発も進んでいる。		
	商品写真			

デザイン要件			
商品名の変更	商品ロゴの変更	包装容器の変更	社名ロゴ記載の必要
○	○	○	×
パッケージデザイン改善にあたり留意いただきたいこと、また優先したいこと	<ul style="list-style-type: none"> <li>●商品名、商品ロゴ、会社名などに制約はなし。自由なデザインを期待する。</li> <li>●包装容器に関しては、酸化や劣化は特に問題になったことがないため、色の付いた遮光瓶でなくてもよい。むしろ、椿油の色の美しさがわかる容器がよい。</li> </ul>		
新たなパッケージデザインにもっとも望むこと2つ	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 地域性の提案：全国の方に気仙沼大島の椿油を知ってもらいたい。</li> <li>(2) 同業他社にはない独自性：ジャパンブランドとしての販売を考慮したラベルを希望。</li> </ol>		
この事業を通じて解決したい課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・若い後継者に事業継承をしたい。</li> <li>・大島だけでなく、高齢化で原料を持って余している全国の椿産地と協力しながら、伝統ある椿油の知名度アップを目指す。最終的にはジャパンブランドとして海外でも販売をしたい。</li> </ul>		