

## 1) 企業情報

### マルアラ 株式会社 及川商店

所在地：宮城県本吉郡南三陸町志津川字大森町 48 番地

創業年：1974 年（1986 年会社設立）

従業員：35 名

URL：http://www.maruara.jp/

代表者：代表取締役 及川 吉則



マルアラ株式会社及川商店 本社社屋

### ●創業の歴史

ワカメやホヤなどの養殖の生産者として 1974 年に創業。当時の南三陸町では水産物の商流がなかったため、現在の宮城県北部の登米市や岩手県内陸南部の水沢市に、自自行商を行っていた。その後、水沢市の中央卸売市場との取引がはじまり、岩手県の盛岡市、宮城県の仙台市の卸売市場へと商流を広げていく。

1986 年に法人化。現社長の及川吉則氏が 6 次産業化を始め、加工品の製造販売に専念、現在に至っている。

昨年、震災で流出した本社工場を再建した。



2017年4月にオープンした「ハマレ歌津」内にある直営店舗

### ●モノづくりの考え方・製造のこだわり

南三陸町は自然環境に恵まれ、2015 年に FSC 森林認証・ASC 海の認証を受けており、ダブルでの認証は世界唯一の地域。また、2018 年にラムサール条約にも登録され、地球環境に配慮し、水産資源を守り育てるサステナブルな生産を地域全体で取り組んでいる。南三陸町は、森が育むミネラルや栄養分を豊富に含んだ水が、川や水田を通して海に注ぎ、カキやホタテなどの水産物が豊かに育つ環境が整っている。マルアラ株式会社及川商店は、この素晴らしい環境で育った南三陸町産の水産物を使用し、「おいしい素材をおいしいままで届ける」ことをコンセプトに、多様な加工機械・加工技術を駆使して素材を活かした、無添加で体に優しい商品を提供している。

\*サステナブルとは、持続可能であること。特に、地球環境を保全しつつ持続が可能な産業や開発などについていう。



「おいしい素材をおいしいままで届ける」ための加工技術を施せる「深締包装機」。軟質・硬質フィルムの真空包装、MAP 包装、ガス充填包装などができる



南三陸町産の高品質食材を使用した「南三陸 CAN シリーズ（牡蠣、鯖、銀鮭など）」

## 2) エントリー商材

### ●「南三陸 CAN シリーズ 銀サケのオリーブオイル漬」

南三陸町で旬の時期に水揚げされた水産物を、鮮度と美味しさを保ったまま缶詰にした商品。素材の種類は、銀鮭のほか、牡蠣、ほや、ほたて、鯖、ムール貝などがシリーズ化されている。「銀サケのオリーブオイル漬」は、旬の時期に水揚げされたものをその日のうちに、急速凍結。美味しさを閉じ込めた素材を加工し缶詰にしている。無添加、無着色で健康に配慮した商品として昨年から販売している。

品名	銀サケのオリーブオイル漬
原材料	銀サケ、オリーブ油
内容量	100g
賞味期限	2年
保存方法	常温
予定小売価格	500円（税別）



※写真の商品は170g入り

### ●商品開発の歴史や特性、商品に込めた思い

南三陸町は、銀鮭の養殖発祥の地であり、全国の生産量の90%を宮城県が占めている。また、ラムサール条約の登録以前から、地球環境を守り、未来においても水産物を食べ続けていくことができるように、獲り過ぎず、自然を傷つけない方法で魚介類を育てている。東日本大震災後は、魚介類自体の減少や漁師の後継者不足により原料が不足している状況。限りある水産資源を大切に販売していきたい、という思いを込めて商品の開発・販売を行っている。



南三陸町で養殖された銀鮭を使った「銀サケのオリーブオイル漬」



「ハマレ歌津」にある直営店舗

### 3) 現状と課題、今後の方向性について

#### ● 応募の動機

良い商品ができたと思っているが、デザインの面で苦慮している。各方面に相談してデザインを検討してきたが、量販店向けの他社商品との差別化が難しい。ターゲット向けのデザインが描けず、パッケージが決まらない事で販路拡大ができないという状況に陥っている。今回の事業にて、ターゲットへ商品価値が伝わるデザインをご提案いただきたい。

#### ● 販売している上での課題と解決に向けて

東日本大震災後は、水産物自体の減少、漁師の高齢化や後継者不足により生産量に限りがあり、以前のように大量生産・販売を行えない状況が課題としてある。そのため、南三陸町の水産物のブランド力も弱まっており、量販店などにおいて他社商品と価格の面や訴求力の面で勝てない状態にある。また、仮のデザインを自社で作成したシールに印刷して使用しているが、素材や製法の価値を表現するデザインになっていない。展示商談会に出展しても、現在の商品状態では商談が決まらないという状況にある。

今後の方向性としては、限りある良質な水産物を大切に売っていくために、量販店以外の販路を求めていきたい。

「南三陸 CAN シリーズ」を、南三陸町を代表とする商品へと成長させ、地域と共に新たな時代に向けた持続可能な産業モデルを構築していきたいと考えている。

#### ● 今後取引したい販路と顧客層

現在は試験的に直営店や道の駅で販売。東日本大震災後は観光に訪れる方々が増えており、そういった方々にお買い上げいただいている。これまで南三陸町含め沿岸部は、日持ちのしない冷蔵・冷凍の水産加工品のお土産が多かったため、常温・日持ちのニーズに応える形で缶詰商品の製造・販売に至った。

今後の販路として広げていきたいのが、百貨店やセレクトショップ、健康をコンセプトにした専門店。自然環境や商品のストーリー性、自身や家族の健康、サステナブルシーフード、ロハス、スローフードなどにこだわりある消費者をターゲットとして販売を広げていきたい。

### 4) 現在のパッケージについて

#### ● 現在の包材とデザインの課題

現在展開しているのは 170g の缶詰であるが、今回お願したいものは、今後販売していく 100g の商品。現在はシンプルすぎるデザインで、商品の価値が伝わっていないと感じている。自社でプリントアウトしたラベルを 1 枚 1 枚手で貼って出荷しており、オペレーションの面でも課題がある。



左：販売中の 170g 缶、右：今回提案いただく 100g 缶



100g 缶

## 5) 新パッケージについて

### ●新たなデザインに求める要素と変更の範囲

#### 【新たなデザインに求める要素】

- ・ 昨年工場が復旧。新たな船出、新たな方向性を示した企業イメージを刷新するような独自性のあるデザインを希望。
- ・ 地域と共に新たな時代に向けた産業モデルの第1歩となるように「南三陸町」というブランドを高め、百貨店やセレクトショップ、お土産品として選んでいただけるような、思いと価値が伝わるデザインを希望。量販店で売られている缶詰とデザインにおいて差別化したい。
- ・ 南三陸町のストーリー性をデザインで表現されているとなおよい。
- ・ 今回のデザインを基本デザインとしてシリーズで展開していく。

#### 【包材】

- ・ 今回の100g入りの缶詰は販売前商材。100g入り缶のサイズは、高さ30mm、直径75mm。
- ・ 高級感が出るように、缶詰が入る箱、スリーブ（缶詰を内包する筒状の箱）などにデザインをしていただきたい（缶詰自体にもデザインしていただくことは可能）。

#### 【商品名】

- ・ 現在のブランド名は「南三陸 CAN シリーズ」。商品名は「銀サケのオリーブオイル漬」。ブランド名と商品名をご提案いただきたい（提案は必須ではない）。

#### 【商品ロゴ】

- ・ 現在の「南三陸 CAN シリーズ（銀サケのオリーブオイル漬）」の商品ロゴはないため、ご提案いただきたい（提案は必須ではない）。

#### 【企業ロゴ】

- ・ 現在、企業ロゴはないためご提案いただきたい（提案は必須ではない）。
- ・ 企業ロゴは、商品へ使用してもしなくてもよい（使用する際は、ご提案いただいたものを使用）。

#### 【取り入れたい要素】

- ①企業イメージの刷新
- ②地域性（地域らしさの強調）
- ③独自性（同業他社商品にはない目新しさ）
- ④高級品化（付加価値を高め販路開拓）

### ●メッセージ

東日本大震災から8年が過ぎ、やっと本社工場を復旧することができました。

また、震災後は地域と共に新たな時代に向けた持続可能な産業モデルを構築するために尽力して参りました。今回の事業では、その産業モデルを推進するための商品デザインをお願いしたいと思っております。

この事業に大いなる期待を持っておりますので、デザインのご提案を心よりお待ちしております。



代表取締役 及川 吉則氏