

な(=お前)が本気だば、

わい(=俺)もやる!

～一人の徳師の想いと、20人の仲間から生まれたコラボ商品～



佐井村

×

三浦酒造(株)

×

シャープ(株)

青森県佐井村



佐井湊 津軽海峡

SAIMINATO × HOUHAI  
HIRAME-KASUZUKE

青森県佐井村

ヒラメの  
豊盃  
粕漬け

青森県佐井村で

水揚げされた

天然のヒラメを、

弘前市三浦酒造の

銘酒豊盃の酒粕で

じっくり漬けた

贅沢な粕漬けです。

青森県の強み＝印象

→ おいしい日本酒

豊盃(三浦酒造)

田酒(西田酒造)

八仙(八戸酒造) など...

三浦酒造とは？

- ・昭和5年創業の年間生産量400石の家族中心の酒蔵
- ・代表銘柄「豊盃」
- ・契約栽培する「豊盃米」を使用し、年間生産量も限られている
- ・酒粕の流通量も少ない。



豊盃

三浦酒造 青森県弘前市

三浦酒造は、津軽の名峰・岩木山の麓、青森県弘前市に蔵を構える老舗。岩木山の伏流水と、契約栽培の良質な酒造好適米を使用し、代表的な銘柄である「豊盃」や「ん」、「純米しぼりたて」などは全国的に高い評価を得ています。昨年より、佐井村の商品開発にご協力頂いております。



## ～津軽海峡佐井湊 ヒラメの豊盃粕漬け プレゼント～

SHARP「無線LAN対応ヘルシオ (AX-XP1WF-R)」をお買い上げいただいた先着 100名様に、青森県佐井村の「津軽海峡佐井湊 ヒラメの豊盃粕漬け」などをプレゼント！無線LAN対応ヘルシオで美味しく調理してお召し上がりください！



佐井湊  
津軽海峡



HEALSIO  
ヘルシオ  
AX-XP1WF-R



ヒラメの  
豊盃  
粕漬け



塩うに

みなさん、「佐井村」ってご存知ですか？ 私たち佐井村は、本州最北端・青森県の中で、津軽海峡に接する下北半島の西海岸に位置し、その土地柄から多くの住民が漁業を生業とする、人口2,200人余りの小さな村です。

このキャンペーンは、シャープ株式会社様が製造販売する「無線LAN対応ヘルシオ」とのコラボレーションにより、佐井村の食材をさらに美味しく味わって頂くという企画です。佐井村の新鮮かつ栄養豊富な食材は、ヘルシーな食生活を実践している皆さんにこそ食べて頂きたいということで、今回は特別に、「無線LAN対応ヘルシオ」購入特典として佐井村の限定食材詰め合わせセットを、先着 100名様にプレゼントいたしますので、ぜひご応募ください！

### 応募方法

無線LAN対応ヘルシオ対応スマホアプリ

**ココロポ〜ド**

<https://cboard.cloudlabs.sharp.co.jp/fsns/static/info/>

の案内に従ってご応募ください。

※詳細は  で検索！

プレゼントの内容 (2品セット)

津軽海峡佐井湊「ヒラメの豊盃粕漬け」-----1パック×2ヶ  
塩うに (冷凍) ----- 60g×1本

応募の際は、無線LAN対応ヘルシオ以外に

①常時接続のブロードバンド回線 ②無線LANアクセスポイント ③スマホもしくはタブレット ④ココロポ〜ドアプリ が必要です。

お問い合わせ／佐井村総合戦略課 TEL 0175-38-2111 (代表) 担当：東出

## なぜ、家電メーカーなのか？

- ・食品を扱う業種で特産品などの地場産品が参入していない空白域＝「第3の販路」

## 無線LAN対応「ヘルシオ」とは？

- ・04年の発売後、累積販売台数 100万台突破
- ・ウォーターオープン機能が特徴
- ・1台10万円台の製品
- ・健康志向に関心のある層が購入

# ヒラメの 豊盃 粕漬け

「などが本気だば、わいもやる。」

皆様にお伝えしたい

商品を生んだ一人の漁師の思い

青森県佐井村



漁師・和田彦さん。佐井村の新しい特産品「ヒラメの豊盃粕漬け」の誕生は、彼を抜きに語ることはできません。

「佐井村は、いろんな海の幸、山の幸がある。そして、その幸を捕るために漁師は命を懸けて漁に出る。しかし、今の時代、消費者の魚離れから値段も安い。みんなと同じことをしては、ダメだ。」

漁師として現場の第一線で活躍しながら、地域のために動こうとする和田さんの思いは、仲間を心をつかみ、動かしました。



佐井村ならではの付加価値をつけ、差別化した商品売らなければならぬ。そして、佐井村の知名度は低いので、ネームバリューがあって、かつ佐井村の取り組みを理解してくれる企業との連携も必要である。和田さんは、村の仲間、役場などを引っ張って、自ら動きまわった。

協力していただいた企業の一つが、シャープ株式会社様（大阪市）です。商品の開発にあたって、村民皆でヘルシオを使った試作を重ね、和田さんは大阪に自ら足を運び、思いを伝えました。名酒「豊盃」を製造販売する三浦酒造株式会社様（弘前市）も取り組みを理解していただき、コラボレーションが実現しました。

大変残念ながら、和田さんは今年の1月、操業中の不慮の事故により、大好きな海でお亡くなりになりました。商品がお客様の目に触れることを見ることは、叶いませんでした。しかし、彼の熱い思いは、この商品の中に生き続けていると考えています。

「などが本気だば、わいもやる。」（おまえたちが本気であれば、自分も協力する。）

和田さんはこう言って、私たちを鼓舞しました。やるからには、みんなに笑われないような仕事をする。如何に結果が出せるかだ。彼が訴え続けたことを、これからも心に刻み、おいしい魚を皆様にお届けしたいと思います。



佐井村総合戦略課

担当：東出 隆広

青森県下北郡佐井村佐井字糠森 20

電話 0175-38-2111

## 一人の漁師の思い...

村には、いろんな海の幸・山の幸がある。しかし、知名度がないため、中々、販路が開拓できない。そして、その幸を捕るために漁師は命を懸けて海にでる。しかし、今の時代、消費者の魚離れから値段も安い。みんなと同じことをしてはダメだ。いかに付加価値を付けた商品を開発し、売れるかだ。そのためには、佐井村だけでは弱い。ネームバリューのある企業との連携が必要だ。

**などが本気だば、わいもやる。**

**やるからには、みんなに笑われないような仕事をする。如何に結果が出せるかだ。**

【一参考資料一】

わ  
【重点戦略プロジェクト あおい環経済戦略ビジョン】

日時：平成27年 7月15日(水)

場所：内閣府本府 1F講堂

【佐井村特産品開発支援事業】

「第3の販路」に向けた商品開発

と販路開拓モデル事業



佐井村総合戦略課

企画政策係長 東出隆広

■ 従来の特産品の販路とは？

佐井村の特産品

■ 甘塩うに



■ 醤油いくら



■ 帆立ソフト



■ 鮭とば



など...

販路



スーパー、デパ地下、生協など



他地域の類似品も含め  
地域産品が飽和状態



売れ行き伸び悩み  
価格競争による収益低下

■ 特産品販売で必要な要件とは？

《 必要な要件 》

- ① 連携基盤の整備 (連携主体の多様性、域外主体との連携)
- ② 商品・サービス開発 (高付加価値化、多角化、生産プロセスの効率化)
- ③ 販路開拓 (販路の拡充、既存販路先の安定化、新規販路先の開拓、輸出)
- ④ 情報発信 (自社媒体の工夫、外部媒体・外部機関の活用)

環境が整った  
としても…  売れない

知 名 度  
認知度の不足

## ■ 第3の販路とは？

食品を売ることによってメリットを享受できる“業界”はないか？

ホームベーカリー＋専用パンミックス、炊飯器＋米のように調理器具専用の食品というジャンルは、まだまだ参入の余地があると思われる。

家電製品メーカーとの連携

シャープ  
株式会社

食品以外のネットワークを持つ企業に提案できないか？

大手企業のCSRや地域応援が盛んに行われており、従業員満足度を高めるに福利厚生事業を手厚くする企業は増えている。  
(①CSR、②地域応援、③福利厚生の3点に注目)

大手IT企業の社内イントラ網の活用

光通信  
株式会社

## ■ 具体的な取り組み

シャープ株式会社(家電製品メーカー)との連携

ウォーターオーブン「HeaLslo(ヘルシオ)」の活用

- ・04年の発売後、累積販売台数100万台突破
- ・ウォーターオーブン機能が特徴
- ・1台10万円台の製品
- ・健康志向に関心のある層が購入



佐井村の戦略

シャープ株式会社と  
連携したというメディア  
バリューが欲しい



佐井村の知名度向上

商品の認知度向上



販路  
拡大

シャープ株式会社(家電製品メーカー)との連携

■ 開発メニューの検討

- 漁業者が望む付加価値をつけてほしい魚種とは？
- 地元で加工できる商品として考えられるものとは？
- 他地域にはない特徴、オリジナリティーとは？



魚価の変動があるが安定供給できる対象魚。

夏場のヒラメ(冬期の1/3)  
正月明けの鱈(年末の1/3)  
鯛 など...

青森県の強み=印象  
→ おいしい日本酒

豊盃(三浦酒造)  
田酒(西田酒造)  
八仙(八戸酒造) など...

# 【第3の販路に向けた商品開発と販路開拓事業】

シャープ株式会社(家電製品メーカー)との連携

## ■ 開発メニューの検討

魚価の変動があるが安定供給できる対象魚。

夏場のヒラメ(冬期の1/3)  
正月明けの鱈(年末の1/3)  
鯛 など・・・

青森県の強み=印象  
→ おいしい日本酒

豊盃(三浦酒造)  
田酒(西田酒造)  
八仙(八戸酒造) など・・・



## ■ 具体的な取り組み

### 光通信株式会社(大手IT企業)との連携

#### 社内イントラネット網の活用

- ・ 設立: 1998年(昭和63年)
- ・ 業種: 情報・通信業
- ・ 従業員: 単独508人(平均年齢31.8歳)  
グループ全体6,303人



### 佐井村の戦略

既存商品に対する  
反応、SNS等による  
情報発信に期待



佐井村の知名度向上

商品の認知度向上



販路  
拡大

光通信株式会社(大手IT企業)との連携

■ 即売会の開催

地域のPRも含め、既存商品の即売会を光通信本社ビルで開催。



即売会の結果

- ・236セット販売
- ・リピーターの出現
- ・うに、いくらへの購入希望者あり
- ・定期的な開催要望有

## ■ 今後の課題と展望

### シャープ株式会社(家電製品メーカー)との連携

- ① ヒラメの粕漬けにあった焼き方(プログラム)メニューの組み入れ
- ② ヘルシオ新機種に沿ったプログラムの作成
- ③ 商品の販促の具体的な検討(通信販売 or 大手流通 etc...)

### 光通信株式会社(大手IT企業)との連携

- ① 村特産品の販売サイトを社内で紹介し、個人ごとに取り扱える形態の確立
- ② オフィスグリコのような形態での展開の可能性の模索
- ③ 顧客情報の収集から佐井村からの情報提供による佐井村ファンの獲得

佐井村の知名度向上

商品の認知度向上