

ふるさと名物商品・旅行券事業の全国企画について
☆事業者説明資料☆

※スライドの読み順は、左上→右上→左下→右下です。

- 1 『DIME』・『大人の逸品』(小学館)／『Hot-Dog PRESS』『おとなの週末』(講談社)
／『CJ MART』(メディコム・トイ)
／『プレゼントデータバンク(PDB)』&『空電プレミアム』(NTTマーケティングアクト)
／パナソニック地域活性化プロジェクト
- 2 (株)ローソン
- 3 クックパッド(株)
- 4 (株)アサツーディ・ケイ／(株)光文社
- 5 (株)博報堂／(株)マガジンハウス
- 6 女性セブン(小学館)
- 7 (株)電通・(株)47CLUB
- 8 (株)ジャパンエフエムネットワーク
- 9 (株)ゲイン
- 10 AATJ(株)
- 11 (株)イード
- 12 アイランド(株)
- 13 (株)リクルートライフスタイル
- 14 NTT東日本(株)
- 15 (株)JTB
- 17 楽天(株)
- 18 ヤフー(株)

DIME 大人の逸品

『ジモLOVE』マーケティング

コンテンツ×メディア×コミュニケーションテクノロジー
の掛け算で地域経済をサポート!!

おとなの週末



PDB & 空電プレミアム
Present Data Bank for Media

DIME・ビーパル・サライのマガジンインマガジン+DM会員マガジンとして**毎号約60万部**を発行している『大人の逸品』は日本の逸品を多数紹介しています。

DIME

<http://dime.jp/magazine/>



大人の逸品

<http://www.pal-shop.jp/>

**雑誌三誌・ネット4媒体を中心に
年間売上15億を達成**

男性が望むものをセレクト&クリエイト

詳細な商品情報+グッズ欲喚起の魅惑の言葉で購買へ

『大人の逸品』 の特徴

- 人気のライフスタイルマガジン
DIME・サライ・BE-PALと完全連携
- 掲載商品が買える。
- 男性に特化した記事と商品。
- **オリジナル商品を開発し、人気商品に育て上げる**アイデアとノウハウを蓄積している。これまでも自治体、大手アパレル、人気靴メーカーなどの商品をコンサル。
- 商品情報も写真も、雑誌品質で、顧客の満足度と安心感が高い。
- 手に入りにくい職人の小物などを安心して購入可能。



特集の例

Made in NIPPON 特集

作り手の心に触れてみよう。

手にするだけで感じとれる日本心の匠/技を知って買う。

ニホンホンモノモノガタリ

ニホンホンモノモノガタリ【壹】

東北で発見した「ハイブランドが頭を下げる」
世界一の繊細ストール



ニホンホンモノモノガタリ【貳】

藪打ち侍必携

「土佐の刀」で武者震い

ニホンホンモノモノガタリ【参】

金を仕舞う。ただそれだけの為に魂を削る
「財布イノベーションのエジソン」



ニホンホンモノモノガタリ【四】

持てば感じる氏の魂 池波正太郎味のペン

Gourmet

人生は短すぎる。

だから本気で食べよう。

三菱岩崎家の
小さく大きい
正直者が夢を
見る甘いスポンジ



和歌山の海は
旨いのか？
鯛に南高梅を
喰わせ育て
梅干しに入れる
酔狂者の踊る熟慮



Fashion

ちょっと違うが楽しい嬉しい自己満足
セミオーダーメイドで買う逸品

- オーダーメイド子羊革手袋
- 花文字の銀製バッジとストラップ
- 武蔵野彫り

Hot Dog PRESS

No. 10
27th, Nov
2014

Cover Story

能年玲奈

interview
「海月なワタシ」

HDP's VIEW
吉呑みで
センベロ
してみた!

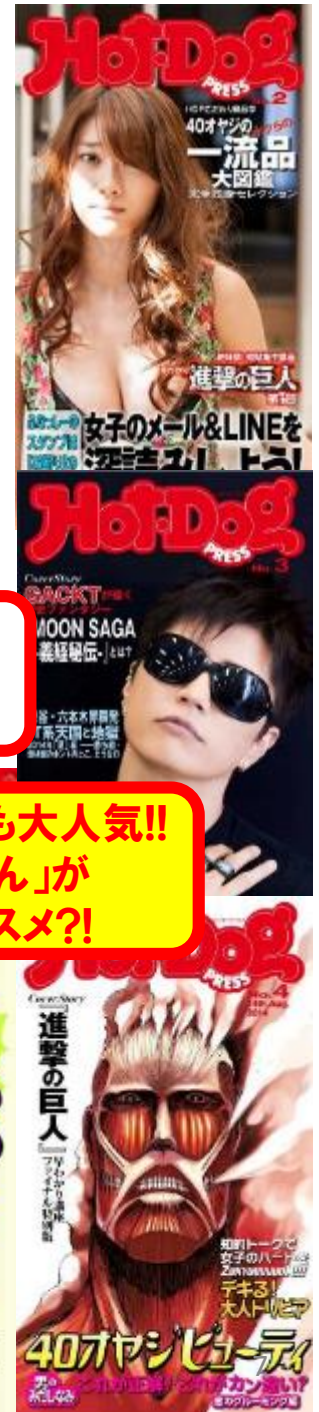
40オヤの絶対ハズさない
プレゼント大作戦!

対上司、対部下、対女性社員
メンタル秘技を伝授! 職場モテ!
心理テクニク

ドコモdマガジン
(会員数120万人)
TOPクラス電子マガジン!!
月間680万PV!!
“40オヤジ”の為の
「一流品」「トレンド」情報
が大人気!!

地方名産品情報をここで
プッシュ!!

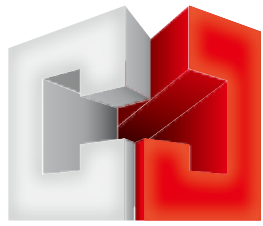
LINEスタンプでも大人気!!
「ザキヤマくん」が
地方をおススメ?!



平均年収775万円・グルメと旅が大好きな 首都圏シニアの愛読マガジン (80,000部) &Eコマース

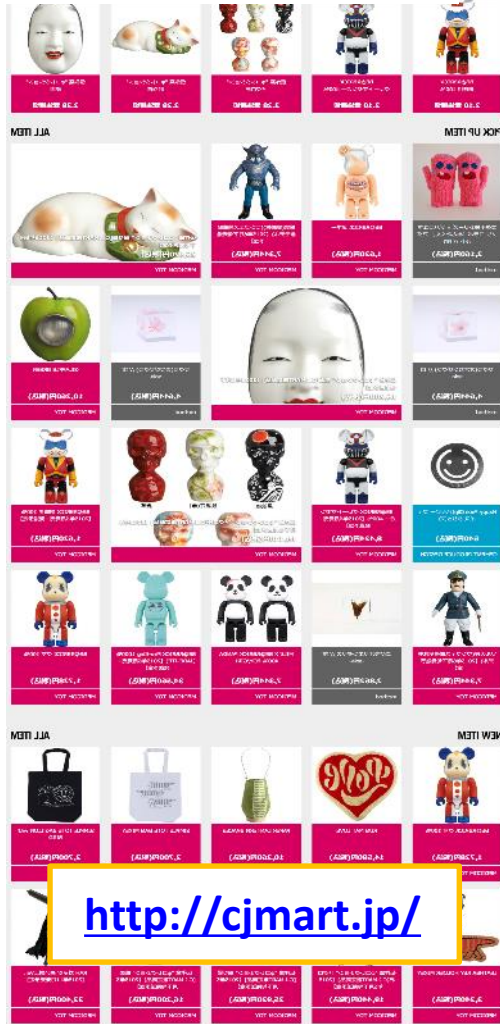


<http://www.otoshu.com/>



C J MART

Powered by MEDICOM TOY



POP & ART好きな日本&世界のマーケットへ
地元の優れたプロダクト & 技術をお届ける!!

クールジャパンのセレクトEショップ

地元の優れた技術 × キャラクターの
コラボプロデュースも!!

化猫怪獣ネゴラ (ガラモンカラー)
12,960円(税込)
2015年3月下旬発送予定



有田焼窯元“伝作窯”

×
女流墨絵師“こなつ”

×
円谷プロダクション
(ウルトラマン)

「クリエイター」や「キャラクター」との
コラボによる、「地元の技」の
新たなビジネスプロダクトの誕生!!
をプロデュース致します!!

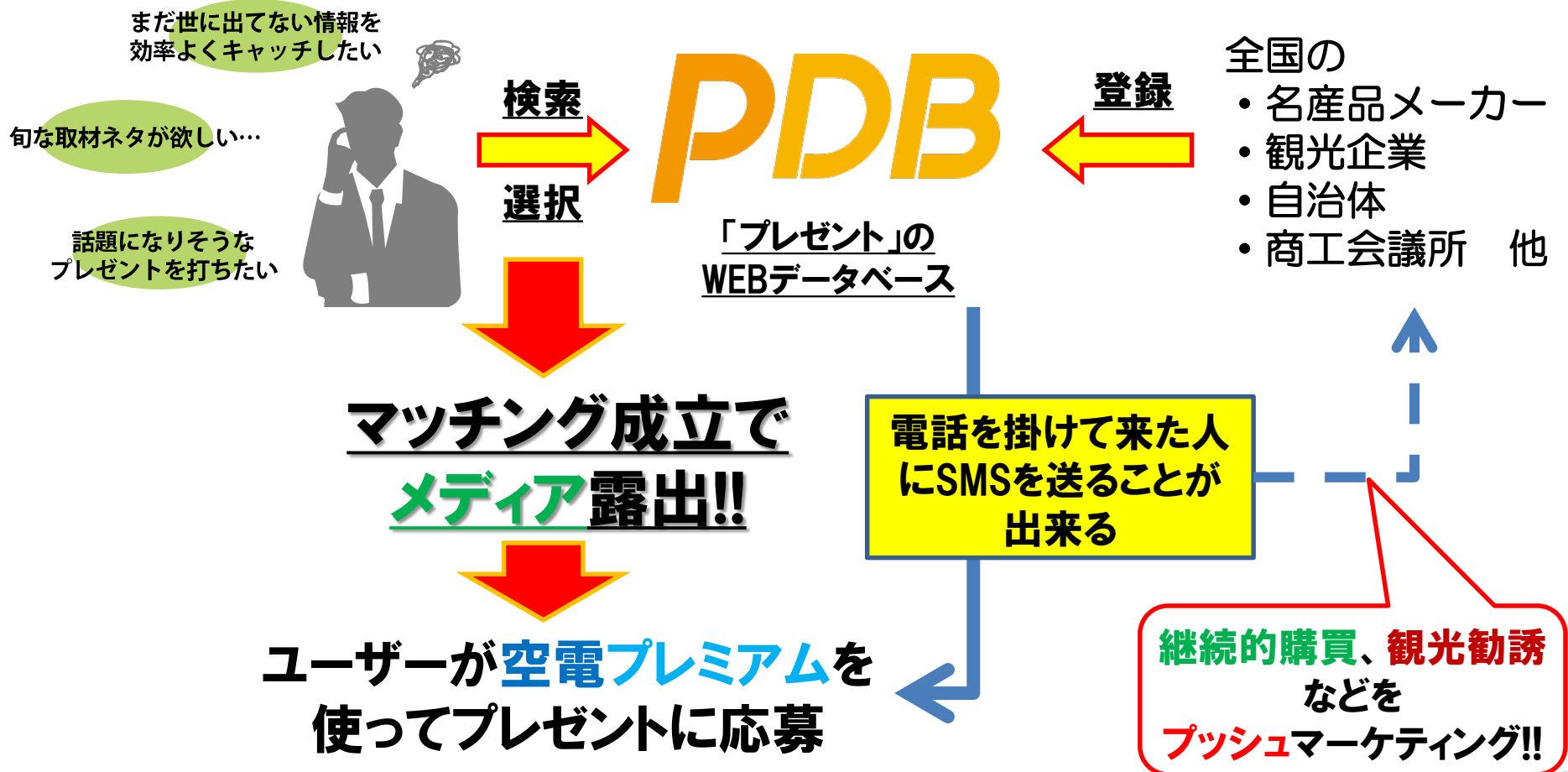
<http://cjmart.jp/>

PADB & 空電プレミアム

Present Data Bank for Media

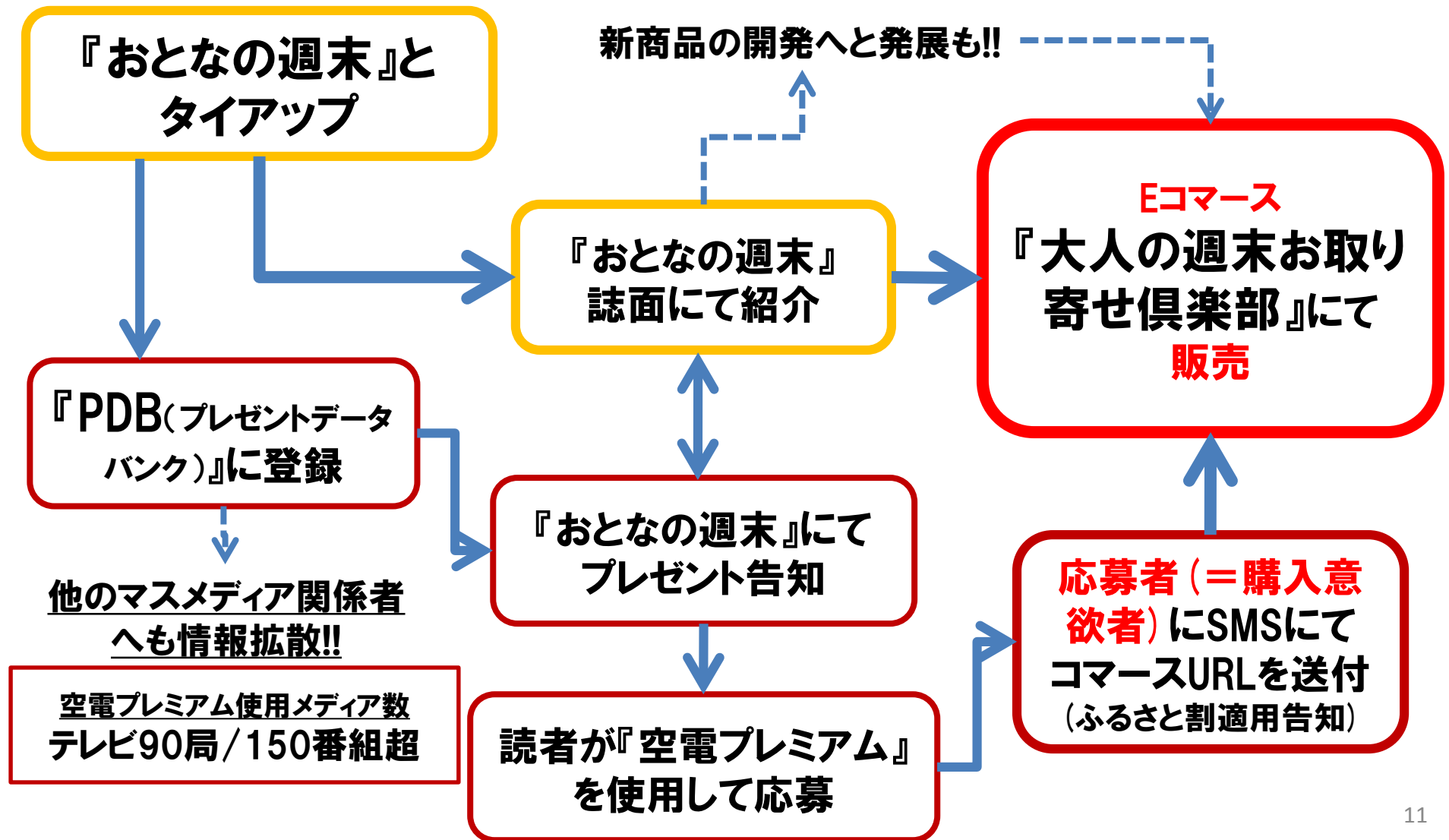
By NTTマーケティングアクト

地域産業⇒メディア⇒マーケット（視聴者・リスナー・読者）を『プレゼント』が繋ぐ!!メディア専用の『プレゼントデータバンク』



コンテンツ×メディア×コミュニケーションテクノロジーの例

地域Aの企業/自治体が商品Bを...



ジモLOVEマーケティングとは？

**“ジモトを愛する＝ジモLOVE”をコンセプトに、
地域のバリューをオモシロ可視化!!**

“コンテンツ”×“メディア”×“コミュニケーションテクノロジー”
を組み合わせることにより、

**商品単体の紹介に終わらず、
その裏にある潜在価値や
ストーリーまでを描くことにより、
地域のバリューの可視化と体験チャンスの拡大
までをデザイン&実行する**

**パナソニック地域活性化プロジェクトが展開する
マーケティングアクションブランド。**

CATV等地域テレビや全国ジャパンFMネットワークとの連携も計画中！

ジモLOVEマーケティングパートナー窓口一覧

●「DIME」「大人の逸品」(小学館)

担当:大人の逸品 廣田 晋 tel03-3230-5905 fax 03-5275-5880 hirotank@mail.shogakukan.co.jp

●「Hot-Dog PRESS」(講談社)

担当:第四編集局アミューズメント出版部 伊藤 穰 tel 03-5395-4519 fax 03-5395-3826

yut-ito@stf.kodansha.co.jp

●「おとなの週末」(講談社)

担当:おとなの週末編集部 金城良幸 tel03-5395-3806 fax03-5395-399

y-kaneshiro@kodansha.co.jp

●「CJ MART」(メディコム・トイ)

担当:広報宣伝部 君島 裕喜 tel 03-3460-3933 info@cjmart.jp kimishima@medicomtoy.co.jp

●「PDB(プレゼントデータバンク)」&「空電プレミアム」(NTTマーケティングアクト)

担当:首都圏営業本部 太田 吉保 tel03-6262-1382 fax03-6262-1389

yoshiyasu.oota@nttact.co.jp

●「ジモLOVEマーケティング全般」(パナソニック地域活性化プロジェクト)

担当:パナソニック 全社CTO室 (地域活性化担当) 柳沼 裕忠 tel 03-3574-5649

yaginuma.hirotada@jp.panasonic.com



**ご当地カードに関わる取組および
ふるさと名物商品の全国企画について**

2015年2月13日



店舗数: 約12,000店(47都道府県)

うち、99%が地元の加盟店オーナー

オーナー数: 約6,000名

クルー数: 約20万人

Ponta会員: 約6,500万人

豊富なプロモーション実績: コストに対して2~5倍の消費を喚起



Loppi(ロッピー): 年間1,000万枚以上の金券発行

ふるさと商品: ふるさとのうまいシリーズで

2012年以来、地方を応援

ふるさとのうまいシリーズを3年前から展開し地方製品の消費を効果的に喚起しています。



九州・沖縄エリア

長崎 卓袱魚煮	佐賀 おしほ	福岡 うなぎ
熊本 真鯛 醤油漬	宮崎 照り ぶり	大分 ぶり
郷土 おしほ	沖縄 豚軟骨	鹿児島 おしほ

近畿・中国エリア

鳥取 かまぼこ	滋賀 近江牛
広島 豚塩焼	京都 西京焼

北海道・東北・関東エリア

秋田 おしほ	青森 おしほ	北海道 おしほ
山形 やまがた すき煮	宮城 宮城 すき煮	岩手 おしほ
東京 深め川	埼玉 おしほ	福島 おしほ

四国エリア

愛媛 鯛	香川 おしほ
高知 おしほ	徳島 おしほ

北陸・東海エリア

岐阜 おしほ	新潟 酒粕漬
和歌山 おしほ	愛知 おしほ
	静岡 おしほ

1商品の展開期間：
2週間
1商品当たりの売上：
3～5億円
値引による売上増効果：
2～5倍



人気の「ふるさとのうまい」とのタイアップにより、簡単で効果の高い消費喚起が見込めます。

“ふるさとのうまい”タイアップ

ふるさと商品の取り寄せ販売

店頭販促

おにぎり



値引き

ポイント

お弁当



値引き

ポイント



12,000店への
カタログ設置



2月限定 お届け

3月限定 お届け



店頭幕やのぼりで
ふるさと訴求

ローソン店頭イメージ

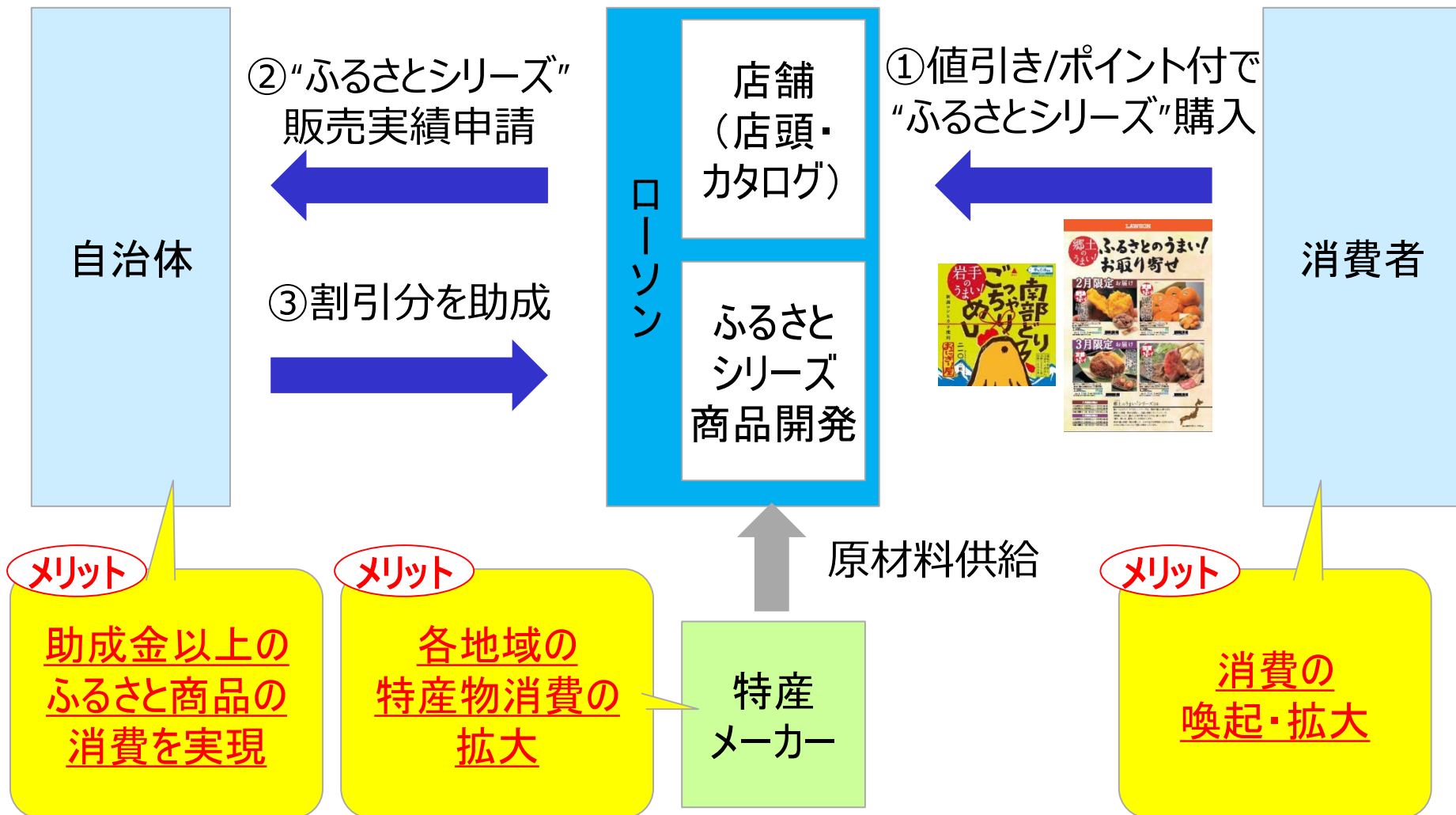


人気シリーズの
タイアップ値引きで
更に販売喚起

ふるさと商品を
店頭で簡単に
取り寄せ

全国でのふるさと
商品のアピール

ふるさと名物商品の消費の流れ



ローソン店舗でもプレミアム付商品券の取り扱い・発行をご提案します。

プレミアム付商品券の取り扱い・発行



- ✓ 事務手数料削減可能
- ✓ プレミアム商品券の発行コスト削減
- ✓ 1,000円単位で発行が可能

ローソンでのプレミアム付き商品券取り扱いも可能です。

Pontaポイントを用いたプレミアム付商品券の取組を進めていきます。

商品券を発行せず、ローソンのポイントだけで消費を喚起する方法も提供可能です。



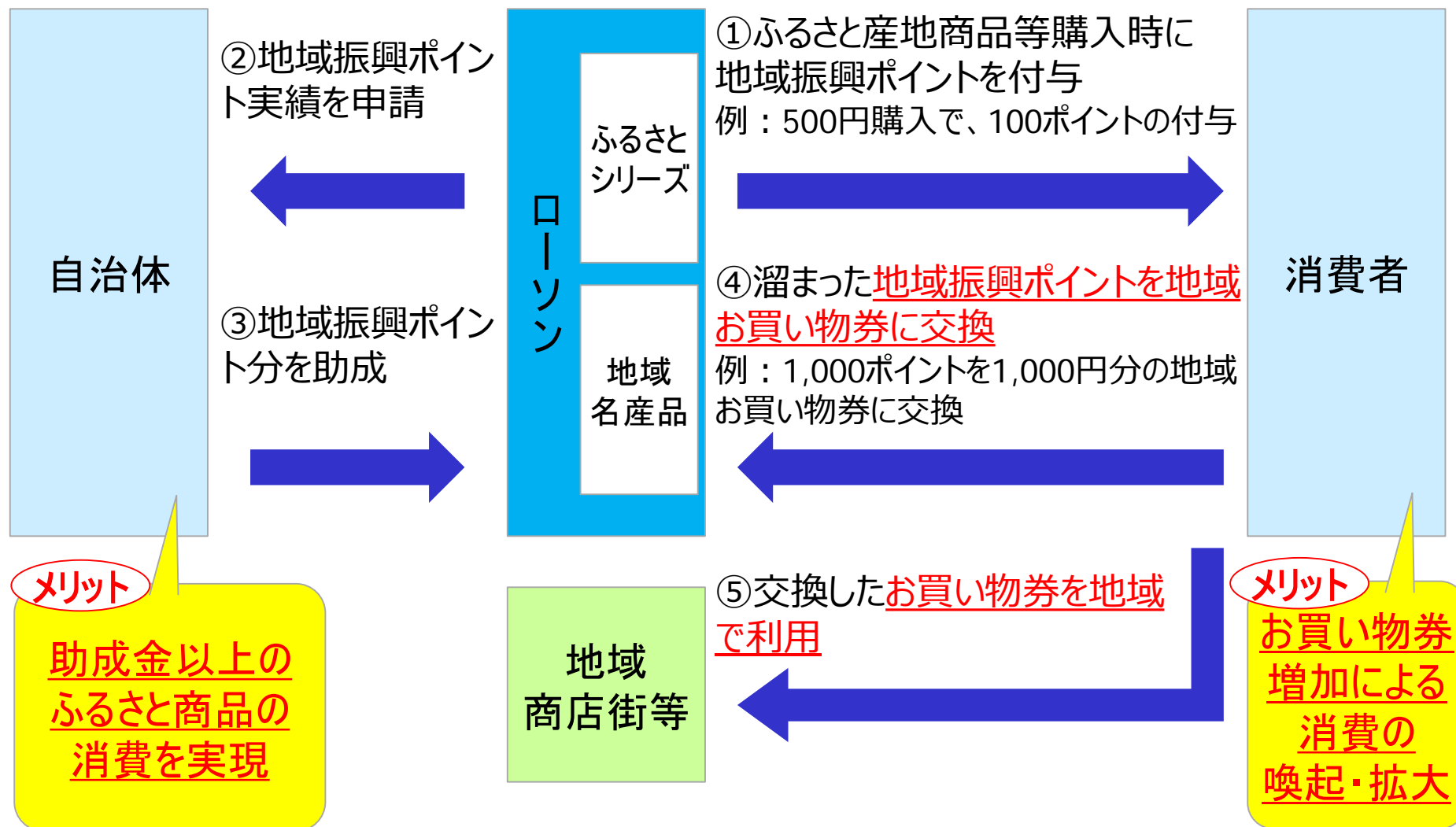
代わりに

Ponta
地域振興ポイント(仮)

次のような
メリットを提供

- 小口消費を喚起できる
- ボーナスポイントの発行コストが安い
- 費用対効果の出る商品群に絞れる
- 貯まったポイントの利用で商品券を発行し、更に消費を喚起
- 誰がどこで使用したのか分析・活用できる

ご当地カード(地域振興ポイント(仮))の消費の流れ



企業理念:

私たちは
“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。



私たちは“みんなと暮らすマチ”を
幸せにします。

目利きJAPAN
説明会資料

2015年2月13日

目利きJAPAN

目利きJAPANとは？

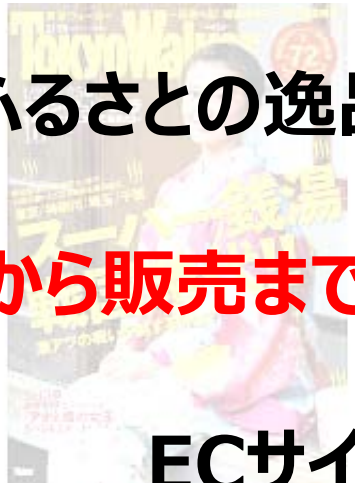
目利きJAPAN!!

さまざまな人気雑誌の**編集部**が、

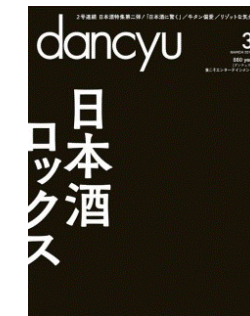
あなたのふるさとの逸品や旅行を**目利き**して、

紹介から販売までワンストップで行う

ECサイトです。



参画予定の雑誌



各雑誌の特徴と商品販売力

和食STYLE (光文社)



139,184部



188,500部



207,259部



351,919部



276,475部



92,725部



107,597部



89,909部

女性誌：情報発信力の高い、所得の高い女性読者が中心
 Gainer：流行感度の高い30代ビジネスマン【代表的なブームの仕掛け】
 Mart 食べるラー油
 VERY コラボ自転車、自動車
 美ST 美魔女など



各誌の和食コンテンツを集約するWEBサイト

各雑誌の特徴と商品販売力

マガジンハウス



190,052部

90,848部

246,688部



565,033pv/月
264,262uu/月



感性豊かな編集力で
モノ、ファッション、食、カルチャーなどを捉え、
トレンドウォッチャー必携の雑誌群。

コロカルとはLOCALに特化したWEBマガジン、
地域情報、トラベル、お取り寄せなど
独自のトーンで紹介
各雑誌×コロカルなどのお取り寄せなどの展開
も好評



目利きJAPAN

各雑誌の特徴と商品販売力

KADOKAWA



東京・関西・東海・横浜・福岡・北海道WALKER
計約387,000部

WALKER PLUS
1億2000万PV/月
1500万UU/月

全国47都道府県に在住する
地域在住の編集長ネットワークを活用して
地元目線で各地域発の情報発信を行う
お出かけ情報や、地域ならではの紹介コンテンツも
豊富



各雑誌の特徴と商品販売力

小学館/プレジデント社



シニア層に圧倒的な支持を持つ
地方を応援する雑誌

旅、グルメ、特産物など
地方発の発掘ものも多く
お取り寄せ通販も好調

171,250部



30代.40代.50代の食通層が中心。日本のグルメ雑誌の草分け的な存在。地域や季節限定など、ここでしか手に入らないもの、味わえないものなど、食に対して高感度な読者が多い

106,125部

全国各地から通年で3000品以上の美味しい食の逸品をご紹介
日本の季節の移り変わりに合わせて、旬の極上素材を信頼できる生産者から直送
ダンチュウ編集部厳選した全国の食に関するお取り寄せサイトでの展開が可能



光文社和食STYLE STORYの展開イメージ

誌面展開イメージ

WEB展開イメージ



小学館サライの展開イメージ

誌面展開イメージ



日本酒普及のアンバサダー「酒サムライ」と行く酒蔵ツアーや、目利きした日本酒や肴やグッズなどを誌面紹介・販売



酒類による「お酒」の別名

① 30℃	— 徳利
② 15℃	— 徳利
③ 30℃	— 徳利
④ 30℃	— 徳利
⑤ 40℃	— 徳利
⑥ 45℃	— 徳利
⑦ 50℃	— 徳利
⑧ 55℃以上	— 徳利

酒類による「お酒」の別名

酒類による「お酒」の別名

酒類による「お酒」の別名

酒類による「お酒」の別名



酒類による「お酒」の別名

酒類による「お酒」の別名

佳き酒は、燗で「層旨くなる」
青森 竹原酒造場を巡る



特設ECサイトへ

目利きJAPAN事務局

- 各出版社の雑誌とECサイトをまとめた事務局なので、
様々なお問合せの対応や事務連絡がラクラク！
- 大手広告会社の博報堂とADKの共同事務局なので、
ブランディングやプロモーションの相談ができる！
※別途、料金が発生する場合がございます。
- **ふるさと旅行券の取り扱い**ご相談も可。
- 内閣府地域活性伝導師
「榎田 竜路氏」プロデュースのECサイトも。

**目利きジャパン事務局デスクに、
お気軽にお問合せください！**

ADK目利きジャパン事務局 電話：03-5280-5042

目利きJAPAN

ふるさと創生
ふるさと名物商品 マガジンハウスプロモーションプラン



マガジンハウス クロスメディア事業局 コロカル編集部

コロカルcolocal.jp

「コロカル」はマガジンハウスが発行するウェブマガジンです。

日本の“地域（ローカル）”をテーマに、食、観光、物産、カルチャー、アート、地域活性などテーマ別に連載コンテンツを展開するほか、毎日、地域のイベントやトピックスを告知するニュースも配信しています。

また、国のプロジェクトとして、農林水産省「平成25年度日本の食を広げるプロジェクト委託事業（日本の食文化の理解促進ツール普及事業）」にてガイドブック「和食」、食による地域活性ガイド「日本食文化ナビ」NOTE及び「日本食文化ナビ」BOOK制作。林野庁「木材利用ポイント事業（地域材利用に関する広報事業）」にて、コロカル「木のある暮らし」制作、エコプロダクツ展ブース出展およびトークイベントプロデュース等の実績があります。

いま、日本のローカルにはたくさんの魅力があります。カルチャー、デザイン、アート、ライフスタイル、食、お店、宿、自然、人、言葉etc…。

多くの人が気づき始めた、

ローカルは楽しい！
ローカルはカッコいい！
ローカルは進化している！

という視点を、集合的なかたちにして日々発信すること。それがこのウェブマガジン「コロカル」です。

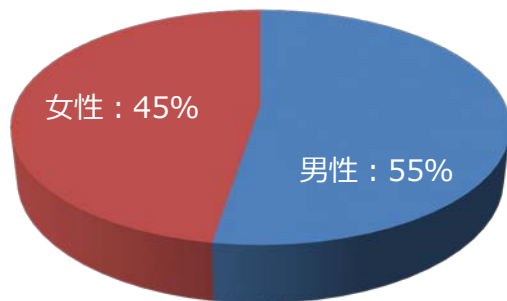
The screenshot shows the homepage of colocal.jp. At the top, there's a search bar and a '検索' button. The main navigation bar includes 'Menu', 'Area Magazine', 'Topics', 'Mag Gallery', and 'Mail'. The central banner features a camel in a desert landscape with the text 'colocal TRAVEL' and '鳥取' (Tottori). Below the banner, there are several featured articles with small images and titles, such as 'コロカルとソトコトのコラボレーションブースも！', '大森伊知子さんディレクションのおしゃれなきもの「ショップルネゾフ」が開幕で展覧会先会', and 'クリスマスの京都水辺館に登場！京の景山をイメージした「オオサンショウウオぬいぐるみツアー」'.

サイトユーザー特性

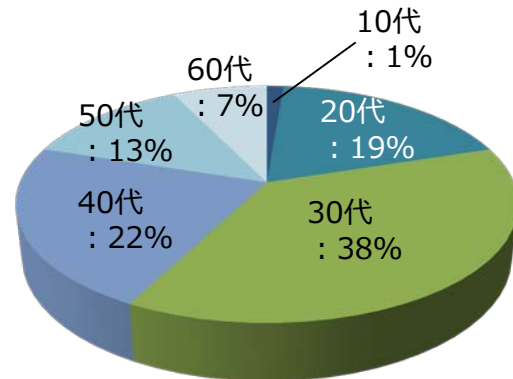
- 月間ユニークユーザー 373,912UU
- 月間ページビュー 873,651PV

算出：2015/1/12～2015/2/11

■ コロカル 閲覧者男女比率



■ コロカル 閲覧者年代別



※会員データより

<SNS関係>



いいね！ 56,972人 (2015/2現在)



フォロワー 6,062人 (2015/2現在)

■ 外部配信先



今後、配信予定



ECサイト展開

「コロカル」と連携した、日本のローカルの良品を扱う
通販サイト「コロカル商店」ringbell.colocal.jp/



コロカル商店とは？

カタログ事業通販事業の大手であるリンベル(株)とマガジンハウスの共同事業で運営する通販サイト

日本の地域産品(工芸品、日常雑貨、調理道具、食材、スイーツ)など、現在約450商品取り扱っております。

地域の食品、工芸品の販路拡大を希望する生産者の販売機会を創出。

生産者や販売店は、リンベルと口座契約を締結する必要があります。

ECによる販路拡大を希望する生産者に対して、コロカル編集部、リンベル担当者が対応いたします。

地域特集などのタイアップもお受けすることも可能です。

雑誌連動展開

30代～50代の、暮らし、食、デザインに関心の高い読者を持つマガジンハウスの人気雑誌で、通販プロモーションを展開。



- 創刊 1977年（昭和52年）4月
- 発売日 毎月10・25日
- 判型 L判・中とじ
- 平均発行部数 236,688部（2013.10～2014.9：印刷証明付・日本雑誌協会届出部数）
- 最高発行部数 309,000部
- 実売部数 121,356部（2014.1～2014.6：ABC公査部数）

●雑誌概要 料理、おしゃれ、美容、家事……丁寧に行うところはとことん丁寧に、手を抜いたほうが合理的ならばそれもためらわない。暮らしの楽しみ方を知っている、あるいは、そうありたいと思っている女性に支えられています。こうした知的好奇心の高い読者に編集部が触発され、さらに面白く役立つ誌面を目指す——そんな化学反応も楽しい雑誌です。

マガジンハウス EC販売×プロモーションプラン1

クロワッサン×コロカル商店 ふるさと名物商品カタログBOOK IN BOOK

人気雑誌クロワッサン6月25日発売号 特集「発酵食品でつくる常備菜」
挟み込み別冊「クロワッサン×コロカル商店 ふるさと名品お取り寄せ」(仮)
16p~24p程度

自治体向けに1p・1/2pの広告枠を用意。こちらに商品を掲載、紹介。
+コロカル商店で販売(自治体ECサイト、他ECサイトへのリンクも検討いたします)

商品のストーリーや魅力を丁寧に解説する記事を制作します。

料金 お問い合わせください。

※商品取り扱いに関しては、料率や品質管理の確認がございます。



マガジンハウス EC販売×プロモーションプラン2

書店販売MOOK 「コロカルMOOK ○○県(都道府県)のいいものカタログ」

都道府県別に、ふるさと名物商品・旅行券関連施設、その他地域の魅力を取り上げる書店販売のMOOK(A4判100ページ程度)を制作。

クーポンブックとして、雑誌にクーポンがつき、それを利用して、ふるさと名物商品が購入できる仕掛けも検討いたします。

部数は10000部程度を予定。

料金 お問い合わせください。



参考事例
Hanako okayama
2009年 30000部発行



colocal

コロカル



コロカル商店

マガジンハウス × RING BELL.

お問い合わせ先
株式会社マガジンハウス クロスメディア事業局
コロカル編集部 担当:塚原／榎本

お問い合わせフォーム: <https://colocal.jp/contact/>

お電話でのお問い合わせ: 03-3545-7049

ファックス: 03-3546-0663

住所: 〒104-8003

東京都中央区銀座3-13-10

女性週刊誌のブームを起こす力を 地方産品を盛り上げるムーブメントに

小学館：女性セブン編集部

観光圏ごとに、1エリア1冊のムックの企画を進行しています。

【記事内容例】

- ◆地元っ子に愛される味を作り続ける匠10人インタビュー
- ◆あのタレント、料理研究家のお取り寄せ図鑑
- ◆エリアで違う「県民性」大研究（言葉遣い、食べ物、男女の気質etc）
- ◆時もと出身有名人が案内する「私の好きな場所」

「ふるさと割」がお得であり、こんな商品がある！等の企画をプラスする事を検討中です。



ムック発行時には「女性セブン」「週刊ポスト」「SAPIO」及びニュースサイト「NEWS ポストセブン」で取上げて拡散する事も可能です！

女性週刊誌は実用記事の人気が高い！

長年の発行実績により、**信憑性のあるコンテンツ（実用記事）**を発信し、
読者がそのコンテンツを読んで**体験、実感**しているからこそであり、
全国の女性（主婦層）から圧倒的な**支持と信頼**を得ているから他ならない。

その中でも特に昨年から読者の間でも地方情報への関心が明らかに高まっている。

食

観光地

物産

工芸

女性セブンは全国誌。読者の関心の高まりは、
実際に全国から情報を収集し、読者ニーズに応える取材をしてきたから！

11月27日発売号 「アンテナショップ記事」

各都道府県のアンテナショップで人気の物産を取材した記事です。読者3000人アンケートで「面白かった記事」の一位になりました。



買うなら やっぱり午前中

ここはどこ? カフェ?

年5500万円 売れる味!

ゆるキャラの 次はこれ!

各県がPRにしのぎを削ってるから **お得** **美味** が集まってます

全国 アンテナショップ

売り切れ御免

くまモンなど都道府県のゆるキャラに続いて、最近、地元PRのためのアンテナショップが熱い! 「アンテナショップ界のくまモン」を目指して力を入れる各店の、売れ筋ベスト3や地元出身者のおすすめなど、珠玉の逸品を集めました。

飲み比べが 500円で!

届け 番外視 野菜が安い

アツアツ買い食い がたまらない!

アンテナショップ巡り手帖

「アンテナショップ」の魅力を伝えるための手帖。各都道府県のアンテナショップで人気の物産を紹介し、その魅力や食べ方、購入方法を詳しく解説している。写真とテキストが豊富で、読者にわかりやすい構成となっている。

最新「ショップ」高支持率の理由

「アンテナショップ」の支持率がなぜ高まっているのか、その理由を詳しく解説している。地域産品の魅力、新鮮な食材、丁寧な接客などが、消費者の心を掴んでいることが明らかになっている。

8月7日発売号 「こぴっと山梨へ」

地元の人がおすすめスポット、食べ物、工芸品などを現地取材によって紹介しました。夏の合併特大号で大型企画が並ぶ中、読者の関心を集め、その後、同様の記事を作ってほしいという他地域からのご要望をいただきました。



ブームの火付け役！それは女性週刊誌

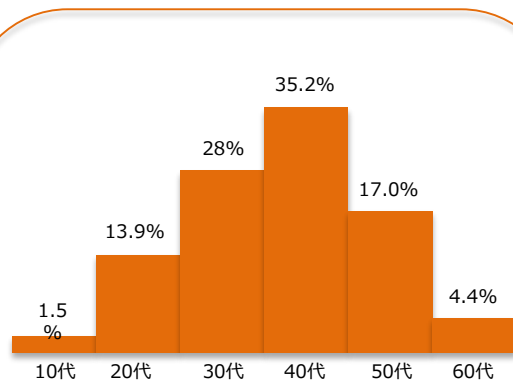
長年ニーズを探りブームを起こすきっかけを発信している女性セブンの媒体概要

平均発行部数
40万部

回読率
部数×4.2人

実用記事を取っておくと
回答した読者 (s-10000)
87.3%

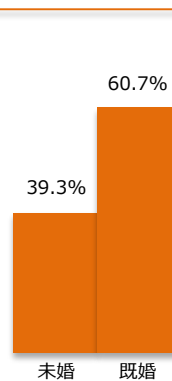
- 読者層 -



中心読者層は30、40代

20代～50代以上の幅広い
女性に愛読されている

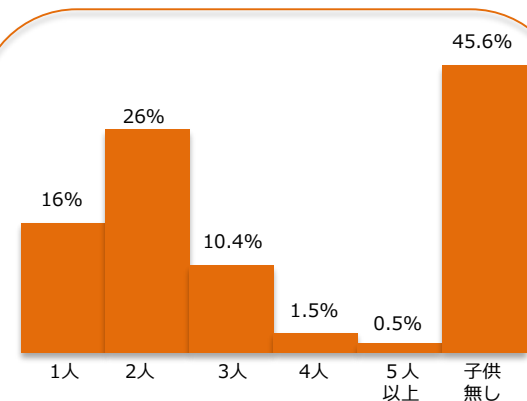
- 既婚未婚 -



約6割が主婦

食の安全、教育、健康・・・
家庭の為の情報に関心が高い

- 子供の数 -



子供を持つ母

ママ友ネットワークを持ち
口コミ力が強い

情報サイトや情報番組のネタ元は女性週刊誌

様々な情報サイト、キュレーションマガジン、情報番組があるが、その中身を創りだしているのは出版社。その中でも女性週刊誌がネタ元になる事は過去含め変わらない。

女性セブン発売
木曜日



テレビ局企画会議
水曜夕方



女性週刊誌には最新のトレンドや視聴者のニーズがあるから、情報番組の企画会議には欠かせない。

情報番組にて
ネタの取上げ



女性セブン発売
木曜日



情報配信



この記事今日のトピックスに！ニーズが分かっている女性週刊誌の情報はいつもリリース性が高い

情報ポータル
キュレーションマガジンでの
ネタの取上げ



視聴、利用数の多い流行メディアの配信ネタの多くも情報誌。ニーズ、流行は女性週刊誌が生み出してきた

ブームを起こすには女性の気持ちを理解した上での徹底した取材が必要です

表面的な情報をまとめるだけではブームにはなりません。
読んだ人を、共感させることで口コミになり、行動を起こされることでブームが生まれます。
下記はその記事コンテンツの制作までの流れになります。

1

商品について、特徴、強み、アピールポイント、どのようにしてその商品が作られているか等を、担当者、生産者にお会いし、開発の想いも理解するお話をうかがわせていただきます。

2

編集部からどう記事を構成、組み合わせをする事が最適かをご提案

3

細やかな取材・撮影をし、記事を制作。その後ポイントの確認や伝えたい事が伝えられているか等のチェック。ご相談を繰り返しながら完成させます。

「女性セブン」強みであるブームを起こすテクニックの一部

注目を集め気持ちをつかむ為に、女性セブンは多くのノウハウを持っています。
下記にそのテクニックの一部を紹介させていただきます。

例1

旬のタレントや俳優などの名前に乗っかる

話題のタレントや俳優などが実践、使用、体験しているという事を独自の情報収集力で適正な情報として記事化。それによりブームに拍車を掛けます。

例2

売り切れ、品薄、行列などのコピーで人気である事の印象付け

ズバリ、消費者が弱いコピーを付ける事で、付加価値は大きく上がります。

例3

人物に取材して、あたたかみのある共感できる記事とする

どんな人が作っているのか。先代にはどんな風に怒られながら習ったのか。
本人たちはどうやって食べているのか・・・血の通ったストーリーで気持ちをつかみます。



うまいもん
プロデューサー
UMAIMON PRODUCER

2015年2月13日
概要説明資料

umaimon-p.nifty.com



ついに完成！ <<くまもとスムージー>>



ついに完成！

くまもとスムージーで
きました

- ・くまもとスムージーにこめた作り手の想い
- ・青いトマト酢、パッケージとネーミングまもなく！
- ・胚芽米PJ、賞品が当たるクイズキャンペーン
- ・たもぎ茸PJ、実験をしたそうです。
- ・ちぎりだんご麺、業務用は完成しました！

産地産地より

- ・群馬県のマスコット「ぐんまちゃん」の和菓子

最近の活動報告



02/09 スマル水産株式会社
文化放送にラジオ生出演します！



02/09 スマル水産株式会社
さかなボン入り「ニンニクみそ」を作ってみました



02/08 NPO法人黒部まちづくり協
議会
餃子小僧さん！

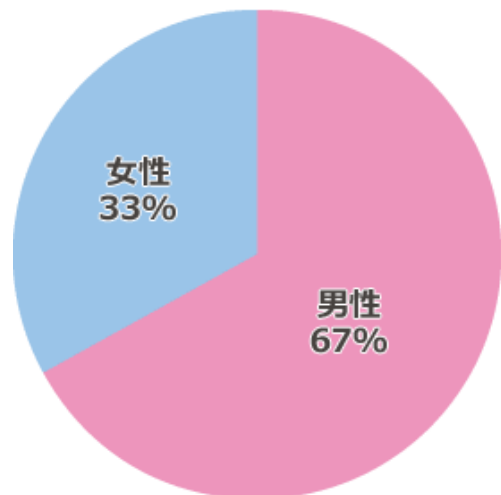
@nifty × dentsu 共同事業

全国65,000人のプロデューサー

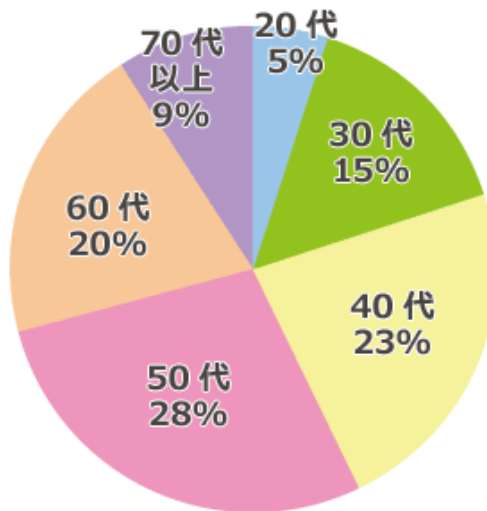


うまPプロデューサーは、全国約65,000人。
食に対して感度の高い、地方を応援したい方、
年齢が高く、可処分所得が高く、活発な方が多い。
商品づくりに関わることが出来ることが喜び。

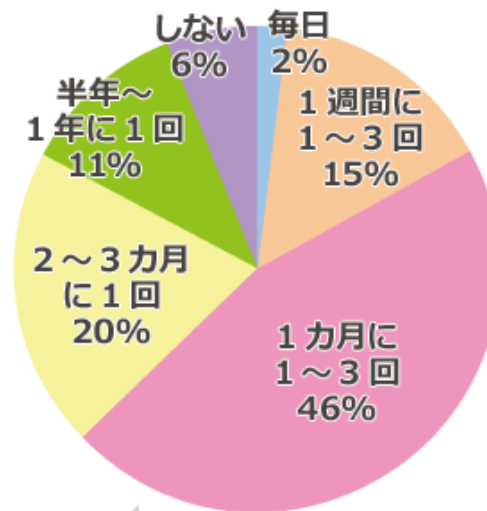
性別



年齢



ネット購入



1カ月に1回以上買い物をする人が約6割を占めています。
インターネットでの買い物経験者が9割以上です。



いいものを適正な価格、へ。

⇒消費者に適正価値を認めてもらう

消費者による見立て＝価値再発見
消費者との対話＝信頼関係づくり



全国65000人のうまPプロデューサー



質問
感想
意見
支持



商品と活動についての
愛着、岩盤ファン化、商品購入

うまPを活用した商品の適正価値再発見フロー

【うまPの目指す手法】
いいものを安く、から、
いいものを適正価格へ。

自社と商品の
長所の棚卸し

自分たちが考える自らの長所の整理
(既存の商談シートをベースに)

商品紹介原稿の作成

誠実な返答
更なる質問(傾聴)

対話の実現
外部目線の獲得

対話の内容を整理
(オリジナルの発見シートを活用)

今後の
商品開発に

今後のコミュニ
ケーションに

商談シートのグレードアップ
(バイヤーセールスへの活用)

GO!!ボタン数の活用
(簡易求評モジュール)

うまいもんプロデューサー
うまP上に
商品情報を掲載

活動報告更新



うまP各種モジュールの
活用

GO!!ボタン
(アンケート)

うまPナイト
サンプリング

ニュース配信 @nifty



さらなるうまPの活用も(Pとの関係深化)

うまPに「商品発掘コーナー」が新設


うまいもんを **発掘** しよう

プロデューサー様におすすめの「うまいもん」がございます。気になるものを👍して応援してください！

<p>わかさきの肉やかき揚げ</p>  <p>2014/11/21 総務食品 秋田</p> <p>佃煮で「旬」を表現！食文化としての佃煮を復権させたい！</p> <p>調味料</p> <p>3人</p>	<p>稲庭うどん</p>  <p>2014/11/21 総務食品 秋田</p> <p>伝統の製法で作る稲庭うどん。伝統と革新のジレンマを超え、新商品を開発したい！</p> <p>調味料</p> <p>0人</p>	<p>熊本県産の旬の野菜を軸にした商品「ベジタブル・ウィーク」...</p>  <p>2014/11/21 食品売り場 熊本</p> <p>野菜についての実態調査</p> <p>野菜</p> <p>23人</p>	<p>日本人の個性を呼び覚ます香り！神話に登場するミカンの原産地「...</p>  <p>2014/11/21 九州商工会議所 三重</p> <p>やまとたちばなを体験しよう！ワークショップ無事終了しました。</p> <p>フルーツ スイーツ 菓子</p> <p>あなたと3223人</p>
--	---	---	---

うまいもんを **発掘** しよう

※2月19日オープン予定

 **グ〜ボタンの獲得**
プロデューサーとの対話

うまいもんを **開発** しよう

プロデューサー様にアイデアを求めている開発プロジェクトはこちらです。👍して応援してください！

<p>日本人の個性を呼び覚ます香り！神話に登場するミカンの原産地「やまとたちばな」で名物菓子を開発したい！</p>  <p>2014/11/21 九州商工会議所 三重</p> <p>やまとたちばなを体験しよう！ワークショップ無事終了しました。</p> <p>フルーツ スイーツ 菓子</p> <p>あなたと3223人</p> <p>プロデュース中!!</p>	<p>熊本県産の旬の野菜を軸にした商品「ベジタブル・ウィーク」の、新たな使い方や食べ方を大募集！</p>  <p>2014/11/21 食品売り場 熊本</p> <p>野菜についての実態調査</p> <p>野菜</p> <p>32人</p> <p>プロデュースする</p>	<p>九州を代表するいちご「あまおう」を使った九州産の焼き菓子を作りたい！</p>  <p>2014/11/21 菓子の販売 大分</p> <p>あまおうを使った焼き菓子に関するアンケート</p> <p>フルーツ スイーツ 菓子</p> <p>32人</p> <p>プロデュースする</p>
---	--	--

うまいもんを **開発** しよう

プロデューサーとの対話
アンケート機能
パッケージやネーミング開発にも

【エリア事例】熊本県：くまもと県南フードバレー推進協議会



くまもと県南
を
「うまいもん」で盛り上げよう!

熊本県産は森林水産物の宝庫! そんな熊本の恵みを生かして「うまいもん」を作り出そう!
そこで「くまもと県南フードバレー推進協議会」と「うまいもんプロデューサー」がコラボレーション!
みんなのきらめくアイデアで、熊本県産がさらに「うまいもん」を創出して盛り上げよう!

くまもと県南フードバレー推進協議会って?

熊本県が誇る産品をさらに「くまもと県南フードバレー推進協議会」が、熊本県産水産物の宝庫、森林・水産物、八代地域、水産・戸北地域、人吉・球磨地域の産品を生かして、「くまもと県南フードバレー推進協議会」と「うまいもんプロデューサー」がコラボレーションして、「うまいもん」を作り出そう!

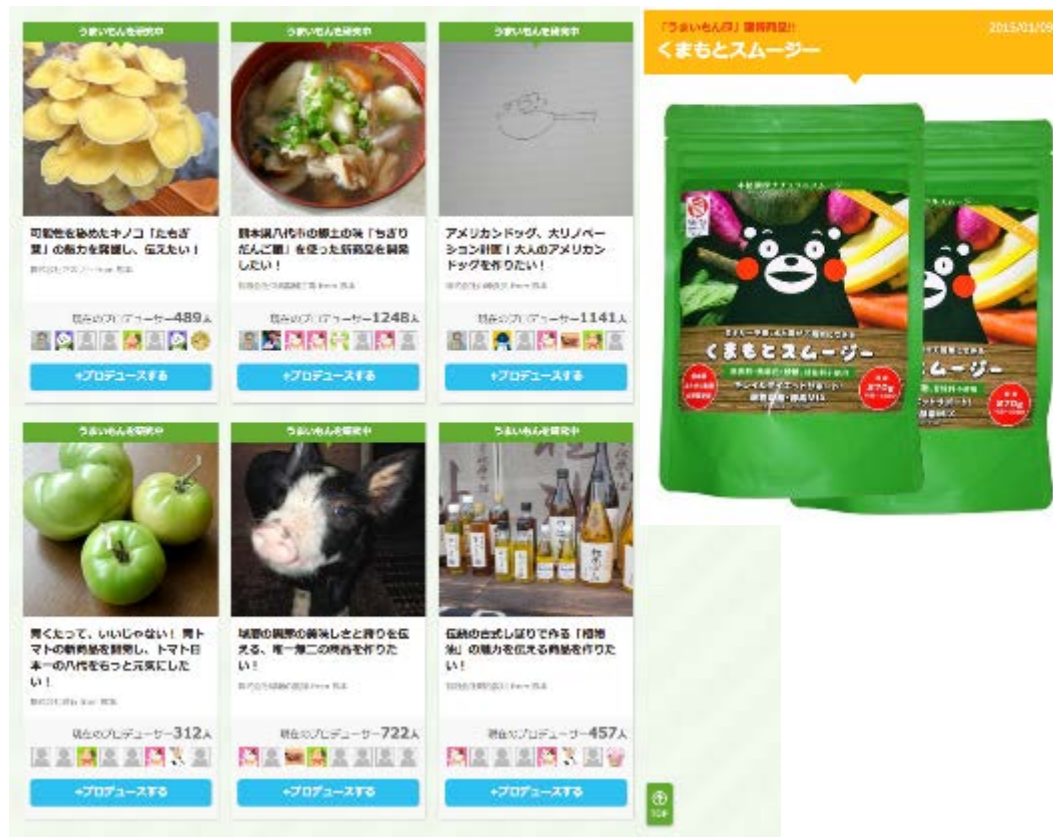
くまもと県南ってこんなところ!

熊本県の南部を占めるこの地域は、八代地域、水産・戸北地域、人吉・球磨地域の3地域により構成され、「巨大な酒米産地」を築き上げた豊後国(今の熊本)の中心地。豊かな森林・海産物によって知られる豊富な森林水産物や九州産米、香ばしい酒類などの伝統的産品を誇る。また、豊富な森林資源を生かして、「アジアに誇れる酒類の産地」として八代酒などの多くの酒産品を生み出しています。







このポテンシャルを最大限に活かし、「食」に関する産品の振興による地域活性化を目指す「くまもと県南フードバレー推進協議会」を推進しています。

①八代地域
②水産・戸北地域
③人吉・球磨地域


- 熊本県南部の農業事業者の新商品開発を、県南FV協議会(県庁)が支援。
- 特設サイトを開設、熊本県南も紹介。
<https://umaimon-p.nifty.com/sp/foodvalley>



「うまいもん」産品特選! 2015/01/09
くまもとスムージー

<p>うまいもん産品特選</p>  <p>可動性を秘めたキノコ「たもぎ」の魅力を堪能し、元気な1日!</p> <p>現在のプロデューサー数: 489人</p> <p>↑プロデュースする</p>	<p>うまいもん産品特選</p>  <p>熊本県八代市の郷土の味「ちびりだんご汁」を使った新商品を開発したい!</p> <p>現在のプロデューサー数: 1248人</p> <p>↑プロデュースする</p>	<p>うまいもん産品特選</p>  <p>アメリカンドッグ、大リノベーション計画! 大人のアメリカンドッグを作り出そう!</p> <p>現在のプロデューサー数: 1141人</p> <p>↑プロデュースする</p>
<p>うまいもん産品特選</p>  <p>賢く食べて、いいじゃない! 男トマトの新商品を開発し、トマト日本一の八代を元気にしたい!</p> <p>現在のプロデューサー数: 312人</p> <p>↑プロデュースする</p>	<p>うまいもん産品特選</p>  <p>地域の興隆の楽しみと誇りを広げる、唯一無二の焼肉を作り出そう!</p> <p>現在のプロデューサー数: 722人</p> <p>↑プロデュースする</p>	<p>うまいもん産品特選</p>  <p>伝統の古式しぼりである「樽桶造り」の魅力を伝える新商品を作り出そう!</p> <p>現在のプロデューサー数: 457人</p> <p>↑プロデュースする</p>

くまもとスムージー



地域ECサイト施策と連動

地域特産品開発×事業者との絆×観光資源開発



- 鹿角のいいね！発見ツアー(1泊2日)を5組10名様を対象に実施。
- ツアー参加者と一緒に関産する商品の方向性を決定。
- 外からの視点での鹿角のいいね！を発見するワークショップの開催。

- 「うまいもんプロデューサー」を活用して商品開発。
- 7つの新開発商品を首都圏のうまPユーザーに対して試食会を実施。

地公体×うまP 食のブランドアップPJフレーム

地公体とうまPがタイアップすることによって、地域が一体となって、
「**いいものを適正価格で**」を実現することを目指します。

⇒単なる瞬発的な販売強化に留めず、個商品の商品力の拡大につなげる取り組みを目指します。

⇒観光入れ込みも視野に入れた、地域内バリューチェーンの再構築も視野に入れます。

食品事業者

まずは既存商品のブラッシュアップから

地方創生販路拡大事業助成金等によるサポート

売れる商品づくりも目指す

地公体×うまP
特設サイト
(発掘コーナー)



うまPプロデューサーが選抜する
(評価する)

プロジェクト
対象指定商品

地元系ECサイト
アンテナショップ等
催事／試食会の開催等
バイヤーイベントとの連動

商品の精査
応援・支持

地公体



全国65000人のうまPプロデューサー

うまいもんプロデューサー

応援
支持
助言

地公体×うまP
特設サイト
(開発コーナー)




※数商品に絞り、ネーミングやパッケージ、広報戦略、販路開拓までハンズオンでの支援を実施。応募制ではなく、発掘コーナーでの動向を前提に実施。

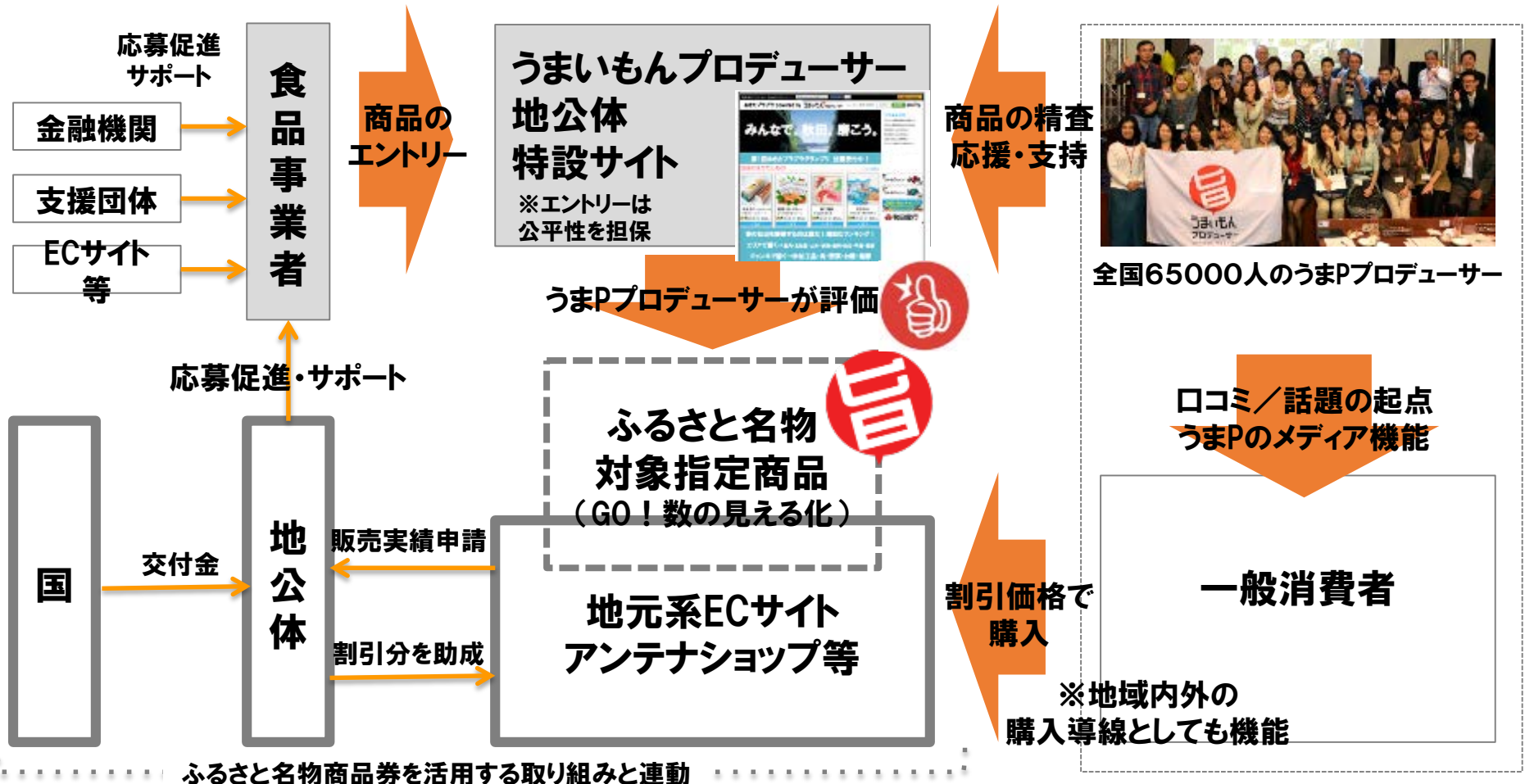
開発商品

各種販売支援
販路を前提とした商品化など

観光入れ込みも視野に入れた地域内バリューチェーンの再構築

外部視点の求評モジュールとしてのうまP

ふるさと名物応援事業の対象商品の簡易求評モジュールとして「うまいもんプロデューサー」を活用する
⇒うまPプロデューサーからのGO  ボタンの獲得数の多寡を、域外消費者からの評価とみなす。
⇒行政が商品の選定を行うことが難しい場合などに、域外からの視点として活用することをイメージ。



プロデューサーとの対話が地域を変える。

@nifty × dentsu 共同事業
umaimon-p.nifty.com



ご清聴ありがとうございました。

【お問い合わせ先】

ニフティ株式会社 WEBサービス事業部

うまいもんプロデューサー事務局 関根・野本

〒169-8333

東京都新宿区北新宿2-21-1 新宿フロントタワー

Mail: umaimon-p@list.nifty.co.jp

【お電話によるお問い合わせ】

株式会社電通 CDC 永松・林(将) 03-6216-8094

umaimon-p.nifty.com



參考資料



最新情報！「アンケート」に答えて、商品開発に参加しよう！

最新商品開発

開発中のプロジェクト (29件)

294 アイスクリーム

799人

261人

275人

309人

573人

383人

「うまいもん」を作る全国の事業者と、「うまいもん」が大好きな全国のインターネットユーザーが協力して、「うまいもん」を磨きあげ、世の中に送り出していくプロジェクトです。(2013年10月スタート)



消費者の声を商品ブラッシュアップと、関係性(絆)づくりの両方に活用することが可能。

● 対面イベントの実施。(プロデューサー向け試食会／バイヤー向け商談会への出展)

- うまPナイトの実施(1~2ヶ月に1回、プロデューサーと事業者が参加するイベントを実施。)
- 地方銀行フードセレクション/FOODEX等への出展(事業者の販路拡大支援)



● 地方銀行10行との連携協定を締結。地元事業者との連携のハブに。

- 志のある事業者とともに、共同でのハンズオン支援を実施。



● 地公体と連携しての取り組みも実施。

- 熊本県(くまもと県南フードバレー推進協議会)
- 秋田県鹿角市(鹿角観光物産公社)
- 愛媛県松山市
- 京都府京丹波町(京丹波町商工会)
- 富山県黒部市(黒部まちづくり協議会)



インターネットとリアルを結びつけ、具体的に形に変えてゆくために、多様なネットワークを構築。

いいものを適正な価格、へ



「うまいもんプロデューサー」をはじめから、我々うまP編集部は、地方に飛び、多くの事業者さんを訪問し、実際に製造工程も拝見し、商品の現状と悩みを具体的に伺ってきました。

すべての方々は「もっといいものを、もっと安く」というリクエストに応えるために、誠実な努力を続けているの方々でした。そして、そのジレンマに向き合って悩んでおられました。

いいものを安く、から、**いいものを適正な価格、へ。**

そのためには、**適正な価値**を、きちんと消費者に認めてもらうことが大切であり、それが事業者のみなさんのためなんだ、と改めて痛感しました。

では、**適正な価値**は、どうしたら伝わるのでしょうか？
適正な価値は、そもそもどこにあるのでしょうか？

実はそれは既に、事業者さんが、自分の中に持っているけど、自分では見つけられていないもの、ではないかと我々は思います。



適正な価値を消費者に見立ててもらおう。



我々が現場に伺って、消費者の視点で色々拝見すると、現場は面白く興味深い発見ばかり。宝の山に見えます。

しかし、事業者のみなさんは言います。
「そんなことは**あたりまえ**だ、何が面白いか？」

その「**あたりまえ**」に価値がある、と我々は考えます。
「あたりまえ」の努力や「あたりまえ」のこだわり、
普段からやっているのに埋もれてしまっていることの中に、
光を当てるべきことは、必ずあります。



自分のことが、一番わからないのは、誰しも一緒です。
「**あたりまえ**」に含まれる「**適正な価値**」を、消費者の目線で見立てて
もらうことが、うまPのねらいです。
うまPのプロデューサーの様々な角度からの**質問や意見と向き合い、
対話**をすることで、商品の価値を再発見してください。



熱心な対話が、信頼関係を生み出します。うまPは、地方の事業者
と都会の消費者との間に、事業者にとっての財産になるような新た
なつながりを生み出すことも目指します。

地公体とうまPがタイアップすることによって、地域が一体となって、

「**いいものを適正価格で**」を実現することを目指します。

⇒単なる瞬発的な販売強化に留めず、個商品の商品力の拡大につなげる取り組みを目指します。

⇒観光入れ込みも視野に入れた、地域内バリューチェーンの再構築も視野に入れます。

食品事業者

まずは既存商品のブラッシュアップから

地方創生販路拡大事業助成金等によるサポート

売れる商品づくりも目指す

地公体×うまP
特設サイト
(発掘コーナー)



うまPプロデューサーが選抜する
(評価する)

プロジェクト
対象指定商品

地元系ECサイト
アンテナショップ等
催事／試食会の開催等
バイヤーイベントとの連動

商品の精査
応援・支持



全国65000人のうまPプロデューサー

うまいもんプロデューサー

一般消費者

応援
支持
助言

地公体×うまP
特設サイト
(開発コーナー)



※数商品に絞り、ネーミングやパッケージ、広報戦略、販路開拓までハンズオンでの支援を実施。応募制ではなく、発掘コーナーでの動向を前提に実施。

開発商品

各種販売支援
販路を前提とした商品化など

観光入れ込みも視野に入れた地域内バリューチェーンの再構築

地公体×うまP 食のブランドアップPJの流れ

発掘/開発の両輪により、地元産食材のポテンシャルを顕在化します。

FY15/04

FY15/10

FY15/03

キックオフ(説明会の開催)

本プロジェクトの対象領域

① 食材の発掘 (発掘コーナー)

- ・発掘コーナー(うまP地公体特設ページ)上で、既存の地元商品の紹介を実施。
- ・プロデューサーからたくさんの👍(GO!)を獲得した商材は、プロデューサーからのお墨付きを得たイチオシ商品として展開。



レビュー会

② 食材の商品化 (開発コーナー)

- ・数商品に絞りハンズオン型で事業開発を支援。

レビュー会を実施
プロデューサーから得られた視点を振り返り、
今後活かすフィードバックの会を開催。
ポテンシャルのある商品、
事業者の意欲も高い商品については
商品化につなげる。
15年夏～秋に実施予定

指定商品として
連携を図る

指定商品として連携を図る

※ ふるさと名物応援事業との連携


- ・地方創生本部「ふるさと名物」「応援商品券」等の事業との連携も模索。
プロデューサーからの評価が高かった商品を、イチオシして展開。ECサイト等への流入も促進。

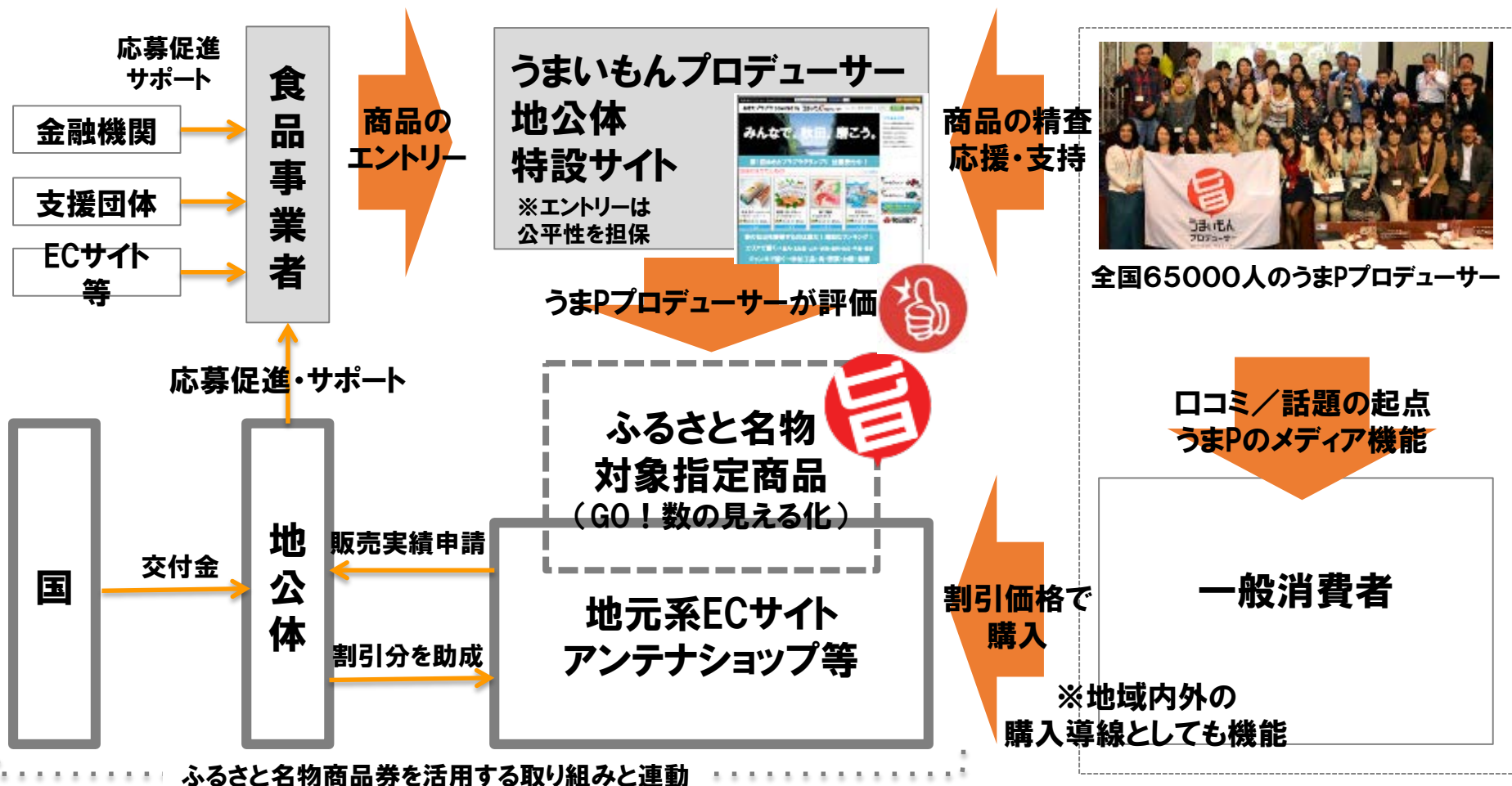
一般消費者



地元主導プロジェクトとの協業領域

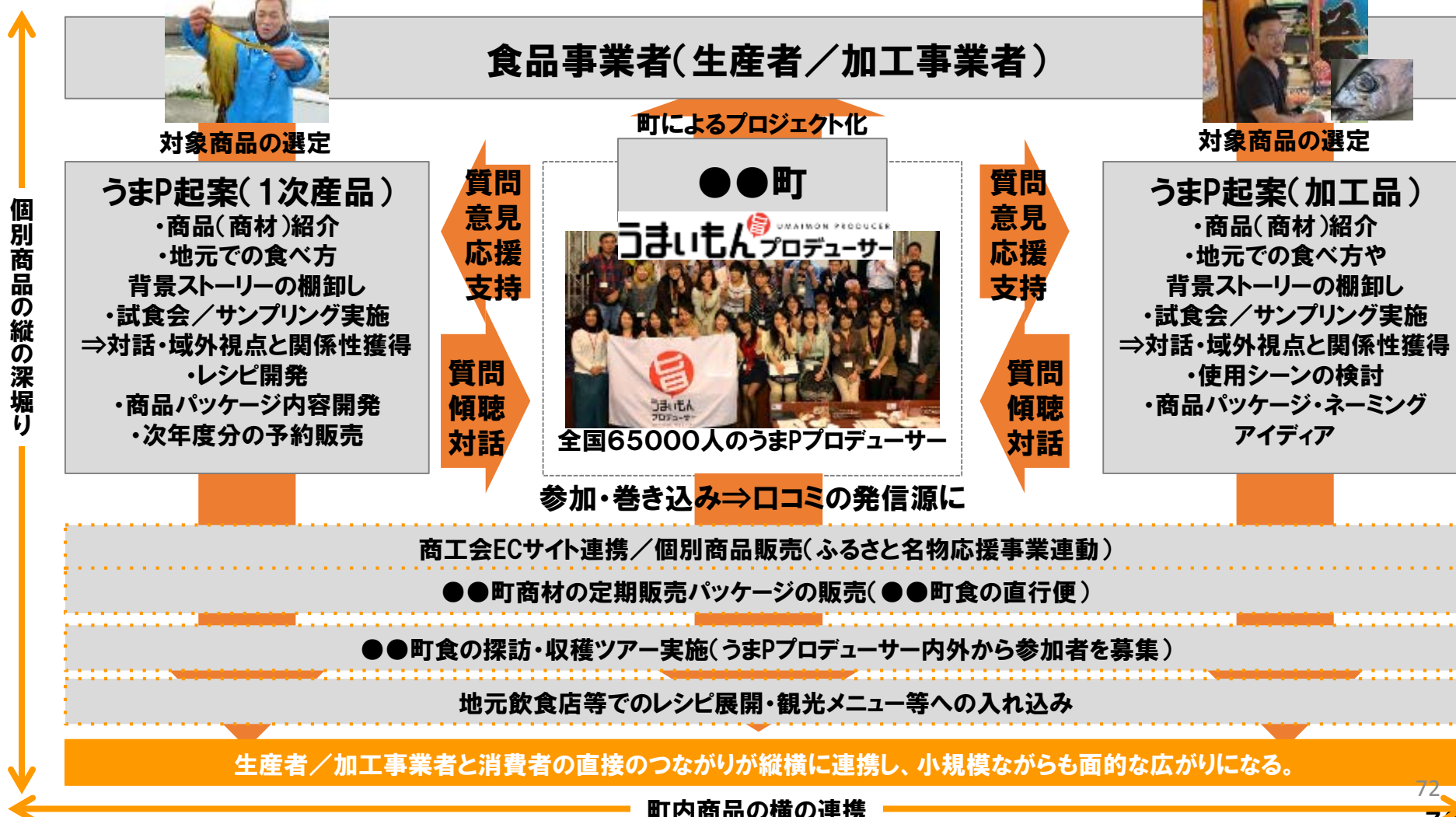
外部視点の求評モジュールとしてのうまP(再掲)

ふるさと名物応援事業の対象商品の簡易求評モジュールとして「うまいもんプロデューサー」を活用する
⇒うまPプロデューサーからのGO  ボタンの獲得数の多寡を、域外消費者からの評価とみなす。
⇒行政が商品の選定を行うことが難しい場合などに、域外からの視点として活用することをイメージ。



生産者と消費者を直接つなく ●●町食のブランドアップ【検討中】

●●町には、特徴ある高品質な食材が多数あるが、季節商品であること、収量が少ないこと、適切な価格がつかないこと、などから、そのほとんどが日の目を見ていない。
 =少量でも定期的に購入してくれる固定客(ファン)を作ること(生産者事業者の顔の見える商品販売)
 =地元で食べるという体験を売っていくこと(食を軸とした観光バリューチェーンの構築)



対象商品の選定



対象商品の選定

うまP起案(1次産品)

- ・商品(商材)紹介
- ・地元での食べ方
- 背景ストーリーの棚卸し
- ・試食会/サンプリング実施
- ⇒対話・域外視点と関係性獲得
- ・レシピ開発
- ・商品パッケージ内容開発
- ・次年度分の予約販売

質問
意見
応援
支持

質問
傾聴
対話

質問
意見
応援
支持

質問
傾聴
対話

うまP起案(加工品)

- ・商品(商材)紹介
- ・地元での食べ方
- 背景ストーリーの棚卸し
- ・試食会/サンプリング実施
- ⇒対話・域外視点と関係性獲得
- ・使用シーンの検討
- ・商品パッケージ・ネーミング
アイデア

発売から10年。
伝えたいことが多すぎる
問題児「ぶなの森」を
リニューアルしたい！

「ぶなの森」は、ぶなの天然酵母を使った世にも珍しいビールです。



わらび座様

アンケートでプロデューサーに相談をした結果をもとに社内で白熱の議論を重ね、伝えるべき要素を絞り、最終的にデザインを絞りました。その後、細かな色合いについてもユーザーに意見を募り、デザインを決定されています。
「お客さんに手にとっていただきやすいパッケージに変わったので売りやすくなった」とは、わらび座様のコメント。
売上は前年比2～5倍で推移しています。



リニューアル前



新ラベル 73

事例：あさぎり農園「くまもとスムージー」新商品開発

@nifty × dentsu 共同事業
umaimon-p.nifty.com



あさぎり農園、あさぎり農園のスタッフ



あさぎり農園

あさぎり農園 11/15 00:31
うまPナイトで試飲させていただいたときのことを思い出します。
高評価も当然、と感じられる野菜も果実も、これですね。
なんでもスムージーなら売れる、そんなのはもうたくさん！

「やっぱり美味しいよねー」、そう言える日が来ることを願っています。

あさぎり農園 11/16 23:57
コメントありがとうございます。
うまPナイトでのご試飲ありがとうございました。
私は行けなかったのですが、当日のご意見をもとに、随分といじりましたので、あの時よりは飲みやすくなったと思います。
しかし、万人受け狙いの味ではないので、苦手な方は多分今も無理だとは思いますが、
こんな探してたのよねー この声が天の声に聞こえた日でした。
応援よろしくお願致します。

あさぎり農園 11/15 01:16
おはよう、おはよう、おはよう、と、でも、おうちに寝られているのがお苦しいみたいです。
でも、購入のきっかけは喜ばれます。

あさぎり農園 11/16 23:59
コメントありがとうございます。
ありがとうございます。 うまPナイトでのご試飲ありがとうございました。
お楽しみください。 うまPナイトでのご試飲ありがとうございました。
お楽しみください。 うまPナイトでのご試飲ありがとうございました。

- ・うまいもんプロデューサーでの起案(2014. 3)
- ・ベジタブル・ウィークを活用したレシピのアンケートを実施
- ・新商品開発に向けてのアイデアの中からスムージー開発が現実化。
- ・「ファース」との連携スタート。
- ・「うまPナイト」でプロデューサーに試飲実施。意見収集。
- ・プロデューサーからも活発にコメントが寄せられ、議論が深まっている。



通り抜け禁止！京都の奥座敷京丹波町の新パーキングエリアの名物を開発しよう！

このプロジェクトについて プロデューサーのみなさん、はじめまして。京丹波町役場商工観光係長の小原直也と申します。普段は、優秀な部下や観光協会との連携で、食のイベントや観光施設での催行事業など行っていますが、このたび、京丹波町商工会からお声がかり、京丹波まるごと観光推進委員会の委員...

プロジェクト概要

プロジェクトへの参加

現在のプロデューサー316人

今までの流れ

- 2015/01/05 産地振興会発足しました！
おめでとうございます。
- 2014/12/18 アンケートで消費者ニーズを調査し、商品開発に向けたアンケート
- 2014/12/15 産地振興会発足しました！
届けられない特産品を商品化を進めています
- 2014/11/12 産地振興会を創設しました！
試食アンケートの結果をまとめました
- 2014/11/02

このプロジェクトについて

プロデューサーのみなさん、はじめまして。京丹波町役場商工観光係長の小原直也と申します。普段は、優秀な部下や観光協会との連携で、食のイベントや観光施設での催行事業など行っていますが、このたび、京丹波町商工会からお声がかり、京丹波まるごと観光推進委員会の委員として、特産加工品の商品開発に着手しております。担当委員になりましたので、なれないことで愚戦奮闘している次第です。

今回、うまいもんプロデューサーに参加することで、みなさんと「京丹波に来たらこれは食べないと損だな、食べにきたらないとイカンな」と思ってもらえる商品を作りたいと考えています。



- 全国商工会連合会の補助事業を活用し、京丹波町、京丹波町商工会、地元高校食品科が連動し、新しく開通する高速PAの名物開発を実施中。



平成26年補正予算
【地域住民生活等緊急支援のための交付金】
弊社がご提供可能な事業サポートについて

2015年2月13日

株式会社47CLUB

全国の地方新聞社が

アライアンスを組み

地域事業者 様 の活性化を通して

地域活性化 に寄与すること

を目的とした事業です

47CLUB プロジェクトミッション 『地方を元気に、日本を豊かに』



地方新聞社45社46紙
(発行部数合計 1,699万部)

電通グループ
(広告会社 国内最大手)

豊富な地域情報、地域ネットワーク・人脈、
信頼性、取材力・メディア力

メディアネットワーク、企業ネットワーク、企画力、
提案力、クリエイティブ力



 **株式会社47CLUB**
(事業運営会社)



**現在、約1300の事業者様と
様々な販路で売上を拡大させています。**