

報道関係者各位

慶應義塾大学SFC研究所
対馬市
対馬農業協同組合

慶應義塾大学SFC研究所・対馬市・対馬農業協同組合の協働プロジェクト成果

対馬の魅力を伝える「対馬の森のしいたけ」

無印良品「Found MUJI」や「よりあい処つしま」などで販売

慶應義塾大学SFC研究所フードデザイン・ラボ〔代表：玉村雅敏（総合政策学部准教授）〕と対馬市〔市長 財部能成〕と対馬農業協同組合〔組合長 桐谷安博〕は、活力ある地域の形成と研究教育活動の推進に向けて各主体が密接な連携を図るために、2012年10月2日に覚書を取り交わし、協働プロジェクトを推進しています。

対馬の自然風土の実りと食習慣、産業史の象徴的存在であるしいたけを通じて、島外に対馬全体の魅力を伝えて対馬のファンを育てていくことを目的に、新商品の開発や販売環境づくりのテストマーケティングを重ねてきました。そして今冬、対馬農業協同組合から「対馬の森のしいたけ」として正式に販売が始まることになりました。

「対馬の森のしいたけ」とは

対馬のしいたけには、

- ① 自然風土が品質に色濃く表れる
原木・露地栽培を採用
- ② 毎日の食卓に並び、島の食習慣
を代表する食材
- ③ 一世紀に渡って振興に取り組み、
品評会でも高く評価される産業



アベマキを主な原木に用いた
アミノ酸豊かな対馬のしいたけ

という特質があります。「対馬産のしいたけを食べることは対馬の森や島そのものを食べること」をコンセプトに、潜在的な顧客層に対馬ファンになってもらう段階的な訴求プロセスと既存の製品との役割分担を考え、特に、料理に慣れている人と不慣れな人の利用をしやすい新商品シリーズとして「対馬の森のしいたけ」が誕生しました。



種類と量を顧客目線に合わせた
新パッケージのわれ・こうしん・どんこ



対馬の山と海の幸を一緒に食べられる
森と海のアヒージョ

販売先・イベント

- ・MUJIキャナルシティ博多
- ・よりあい処つしま（福岡市）
- ・二子玉川東急フードショー
「OCCATTE」（12/12～18）他
※ 店舗により取扱い品目は異なります



MUJIキャナルシティ博多の
「Found MUJI 九州2」（12/7～25）
ではデザインダンボールでディスプレイ

「対馬の森のしいたけ」の開発の経緯

地域活性化の課題 と切り口の設定

- ・人口の減少（島外への進学、就職先の減少）
- ・産業の担い手確保の課題（市場の先細り）
- ・地域ブランドPRの課題（アクセスの壁）



島外で対馬の価値を伝える“伝達（役）の育成手段”に着目

象徴的地域資源 の設定

- ・昔から語られる「自然美」を象徴するもの
- ・島民のライフスタイルに根付いているもの
- ・地域産業としての説得力があるもの



代表的な製品の1つ
しいたけに着目

市場・課題の分析

- ・量の確保の限界に伴う量販店出荷の限界
- ・島外訴求が不得手（見せ方、距離コスト）
- ・震災などの影響による市場全体の不安定感
- ・既存商品との役割分担



理解のある顧客層に
“対馬”そのものを
訴求する方法を検討

テスト マーケティング

- ・調理の腕や利用頻度に合わせた商品開発
- ・対馬全体を訴求し、口コミを生む展示設計
- ・地域内で再現、成長可能な基盤整備



東京・大阪を中心とした
フードイベント
で段階的に精査

※ 2011年にJA共済連とNHKエンタープライズによる動画ブログ番組「地域のきずな（<http://www.chiikinokizuna.jp/>）」で紹介

市場導入



《 対馬の魅力を伝える新たな取り組み 》

- ① 日常づかい（料理慣れ）層を対象に、顧客目線で選別し直した乾しいたけ商品
- ② 非日常づかい（料理不慣れ）層を対象に、利用しやすくしたいたけ加工品
- ③ 展示しやすく、商品の出荷や荷物の運搬にも利用できるデザインダンボール
- ④ 食に関心があり、安定供給の限界にも理解ある店舗やイベントでの販売
- ⑤ 移動コストの不利を低減する、都心部でのサポート体制

（このプレスリリースやプロジェクトに関するお問い合わせ先）

慶應義塾大学SFC研究所 フードデザイン・ラボ
（対馬プロジェクト担当：高橋武俊・中山晴奈・吉富諒）

TEL：03-4590-0444
E-mail：food-lab@sfc.keio.ac.jp

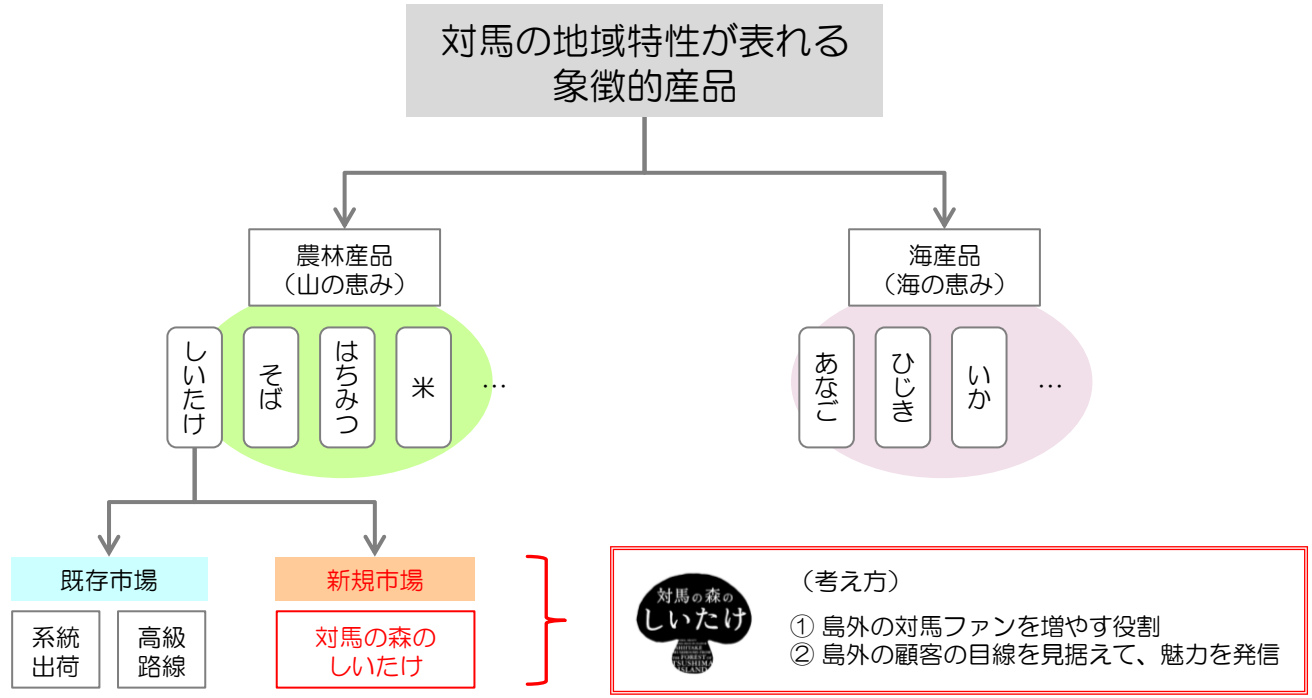
対馬市地域再生推進本部

TEL：0920-53-6111

対馬農業協同組合

TEL：0920-52-1116

参考) ①対馬産品のポジショニングと新商品の位置づけ



参考) ②商品開発に関する顧客区分と新商品開発の方針

