つみき・キモチ
2024.3.8
vol. 23
特集
新生業塾
コンセプトづくりから学ぶブランディング
十符のしごと場 3カ所目
株式会社KALBAS
From RIFU-CHO CHALLENGER
「Hilokitchen」主宰
ほしなちひろさん
利府駅前tsumikiから
まち・ひと・しごとを発信
tsumiki

特集
新生業塾 2023
NEW NARIWAI

コンセプトづくりから学ぶブランディング

今期の「新生業塾」のテーマは、「ブランディング」です。地域資源であるモノ・ヒト・コトと「生業」をつなぎ合わせ、地域に根ざす新しいブランド商品やビジネスの創出、地域で小商いを営まれている方の事業成長を支援するねらいで開催しました。商品開発、商品のブランド化に関心のある、こだわりや熱意のある方を募集したところ、町内外から4組の個人事業主や企業の経営者が集まりました。

講師には、自社アパレルブランドの運営経験を活かし、地域の事業者に対するブランディング支援を行う岡山県岡山市の民布合同会社代表の岩崎恵子さんをお迎えしました。5回連続講座の初回は岡山から利府町にお越しいただき直接お話をお伺いし、そのあと2〜5回はオンライン講座で進めていきました。基本的なブランディングに関する知識や情報を学ぶだけでなく、受講者と個別のやりとりを丁寧に行うことで、それぞれが納得感のある成果を出すことができました。

LECTURER

岩崎恵子さん 民布合同会社 代表

京都造形芸術大学（現：京都芸術大学）芸術学部情報デザイン学科卒業後、京都の和装アパレル会社に入社。自社ブランドSOU・SOUの黎明期に立ち会い、2013年地元岡山にて独立開業。グラフィックデザイナーからキャリアをスタートし、ブランド構築から衣服のデザイン、接客販売、生産管理と、“ブランドの立ち上げから実際販売を開始するまで”の一連の役割を経験。現在は自社ブランド運営の知見を活かし小規模事業者向けのコンサルティングや場の編集も行っている。

「ニッチでユニークな個性」は、唯一無二の価値を生み出す

全5回の講座を通じて、ブランディングとはどういうものなのか、マーケティングとの違いなどを全国の事例を参考に学びつつ、自社の事業の価値を改めて見つめ直しました。受講生は自社の事業や商品についてのブランドコンセプトを言語化することを目標に臨みました。

コンセプトは、事業運営において物事を判断する際の指針となるものです。名刺、HP、チラシなどのデザインをはじめ、マーケティングやPRはすべてコンセプトを基につくられます。コンセプトが無い状態、あるいは曖昧な状態でつくられるものには一貫性がありません。指針が無い状態で、その場の思いつきやアイデアで販促物等をつくるとアウトプットにブレが生じ、最悪の場合、顧客離れにもつながってしまいます。事業運営の判断基準となる盤石な納得感のあるコンセプトをつくることが大切です。

また、コンセプトを考える上では「ニッチでユニークであること」が大切だと講師の岩崎さんは言います。事業アイデアや想いがあっても、自由に運用出来るヒト・モノ・カネには制限があります。少ない資源をより効果的に運用することが求められるのです。そこで、社会や顧客から求められるものに対して、目に見える強みだけでなく、想いや熱量などの目に見えない資源も含めて、自身が持つ資源を洗い出し、上手に組み合わせていくことで「深み」や「独特の色味」を持つ「ニッチでユニークな個性」いわゆる唯一無二の価値を生み出すことができると言います。

講座ではブランドステートメントと呼ばれる200〜300文字の文章と、ブランドキャッチと呼ばれるタイトルフレーズを作成しました。字数制限は、コンセプトの使用における汎用性を高めるねらいもありますが、思いや背景、商品やサービスの強みについて、簡潔に顧客理解を獲得していくため適切な文量でした。

INFORMATION

新生業塾のステップアップコース
テーマ「コンセプトづくりから学ぶブランディング」
2023年9月14日〜11月18日までの約2ヶ月間・全5回
講師：民布合同会社 代表 岩崎恵子さん

第1回　民布合同会社が行うブランドディレクションとは
第2回　事例で学ぶブランドコンセプトづくり
第3回　地域と自社ブランドを見つめ直す
第4回　ブランディングとマーケティングの違いについて
第5回　ブランドコンセプトの言語化

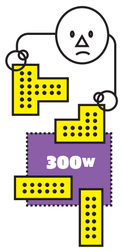
PROCESS

コンセプトづくりのプロセス

STEP 1
現状と目標の確認

講師が用意した複数の質問に向き合い、ブランディングをかける目的、事業の現状、個人または法人として大切にしていること、顧客に提供していきたい価値等を言語化し再認識することができました。

STEP 2
ステートメントの作成



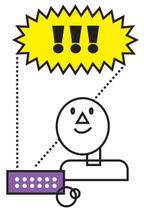
ステップ1で整理した言葉をもとに、300文字程度のステートメントを作成しました。唯一無二性を発揮するために、それぞれの原体験や事業に対する想いを丁寧に見直し、独自の言葉でその価値が表現されているかどうかという点を意識して作成しました。

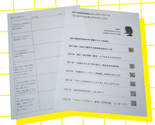
※ブランドステートメント：ブランドの目指すところやありたい姿を簡潔に表現した文章。

STEP 3
ブランドキャッチの作成

完成したステートメントの中から、事業主の想いが特に強く表れている言葉、いわゆるキーワードやパワーフレーズを厳選し、自然かつインパクトのあるブランドキャッチとして落とし込みました。

※ブランドキャッチ：商品やブランドの特徴や魅力を簡潔に表現した短いフレーズ。キャッチコピー。





講師からの資料をもとにオンライン講座で進めていきました

受講者の成果

株式会社コンパス・ファクトリー　板橋圭子さん

▶ブランドキャッチ
木はもっと　人のそばに居たい

▶ブランドステートメント

「人と木と空間と」
私たち株式会社コンパス・ファクトリーは、地元宮城の木を活かした美しい空間づくりのプロフェッショナルを目指します。デザイン・設計・施工・納品・アフターメンテナンスをワンストップで行える強みで、中間コストを低減。素材から施工まで、あらゆる上質な選択肢をご提供できるアドバイザーとして地域に貢献していきます。木の力を信じ、木を活かす木業（企業）を目指し、邁進していきます。

COMMENT

オリジナル木製商品の開発とブランディングを目的に参加した講座でした。受講していくうちに、弊社にとって必要なのは会社のブランディングだということが分かり、目から鱗でした。会社の強みや進むべき方向性を明確にし、言葉として創り出す作業は産みの苦しみもありましたが、自社らしいステートメントが完成しました。現在社内ではこのブランドキャッチとステートメントに恥じぬ会社を目標に、勉強会等が積極的に始まっており、間違いなく会社の転機となっています。

有限会社中山　中山敬子さん

▶ブランドキャッチ
手芸がつなぐ、あたらしい自分との出逢いの場

▶ブランドステートメント

「POCO A POCO」は福島、仙台地域で24年続く手芸店が母体の女性専用就労継続支援B型事業所です。障がいを持つ女性達が、無理なく、自分らしい生き方（働き方）が出来るよう、手芸に精通した女性スタッフたちが安らぎとくつろぎの空間をつくり、皆さんの「ワクワクとの出会い」をサポートします。私達とゆっくり、少しずつ、働く事への意欲と手芸への好奇心を育ててみませんか。

COMMENT

ブランディングに興味があり参加しました。コンセプトづくりでは、やりたい事がたくさんあり、自分は一体何をしたいのだろう、何を目指しているのだろうと纏まりがなくなった時、岩崎さんの的確なアドバイスにより事業の根幹を見つけることができました。講義の中で、ブランディングの考え方、福祉事業でのブランド構築の提案をいただき、ブランディングの重要性を認識させてもらいました。他受講生へのアドバイスでも、別視点の提案の仕方は参考になりました。

FROM STAFF

受講者の中には「文章を考えるのが苦手」、「言葉が思い浮かばない」という方もいらっしゃいました。でも、本人の原体験や記憶、心の中からしか生まれてこない言葉があります。そんな言葉を丁寧に掘り起こし、紡いでいくからこそ、人の心に訴えかけることができる唯一無二の価値を示していくことができるのだと思います。本講座を通じてつくられたブランドコンセプトが、それぞれの事業をどのように発展させていく一助となるのか、今後の展開が楽しみです。

文　佐藤由崇

利府トレイルの現在地
利府町のんびりまち歩き

日時●2023年11月21日(火)
案内人●一般社団法人タンコーカナリ　石井宏之さん

石井さん

幻の古道！？「板谷道」利府から大郷までを歩く

「板谷道」と県道40号をつなぎ歩き、大郷町の道の駅までの約10kmを歩いてみました。古代、利府という場所は、ヤマトとエミシとの地を繋ぐ重要な場所でした。町内の大部分を覆っている山は松島丘陵の一部で、この丘陵を境に南を中央の大和政権が治め、多賀城を拠点としてエミシの住む北側を牽制していました。つまり、利府はエミシの地への入口であり、交通の要所だったのです。この利府の名古曽地区と大郷の板谷地区を結ぶ道は「板谷道」と呼ばれました。

11:00 スタート

惣の関ダムの駐車場に車を置いて、いざ出発！

道幅4〜5mの尾根道が続きます。

県道40号を横断して、車止めの道に入っていきます。これが板谷道です。

山の中腹まで行くと、グランディ21や太白山などが見えます。

このあと、道が二手に分かれています。板谷道はこのゲートの先に続くのですが、あきらめて県道に出るもう一方の道を選びましょう！

利府と大郷の町境を通過

利府町と大郷町の境界
歩道がないので注意してね！

休み松

境界を示すこの峠付近には昔、休み松がありました。ヤマトとエミシ、二つの異文化が交わる境界として松が植えられたのかもしれません。そんな創造をめぐらせてもおもしろいです。

東成田板谷地区

山を越え、大郷町の板谷地区へ出てからも、見どころはいっぱいです。

板谷西山大滝不動尊

うっそうとした森の中にある洞と岩間から落ちる滝。穴場です。

板屋山に関する石碑

平安時代の仏像が発見された薬師堂

14:30 ゴール

歩き始めて3時間半。道の駅「おおさと」に着きました！歩いた後のラーメンとソフトクリームは最高でした！！

帰りは大郷町住民バスに乗って、ひゅーっと利府駅まで。

利府に「歩く旅の道」を作りたいと思って始めた利府トレイルプロジェクト。お遍路のような宿泊を伴いながら、利府の東西南北をつないで歩く。でも、そんなにストイックではなく、オルレのような気軽さもある。そんな良いところ取りをめざしているのが利府トレイルです。
利府全体を一本の道でつなぐ本ルートのほかにも、今回のように近隣市町村にも足を伸ばすオプションのコースを設定し、町民の方にも楽しめるものにしたいと考えています。

3ヵ所目

株式会社KALBAS

旧・株式会社カトーマロニエ

和洋菓子の製造・卸会社です。

社名を変えて心機一転!
利府・東北から全国に発信するお菓子作り

一月某日。県内にしては珍しく雪が降り積もった日に、しらかし台工業団地に位置する株式会社KALBASを訪れました。「カトーマロニエ」の名で町民に親しまれたお菓子屋さんは、現在新たな会社としてリスタート。日々新たな気持ちでお菓子作りに取り組んでいます。会社が変わっても前の会社から大切にしている挑戦と改善の精神は今なお健在。「元祖生どら」の開発秘話や会社として大切にしていることなどをうかがってきました。

工場をリニューアルし再出発 目の前の仕事を着実に

県道3号線を、しらかし台ICへ向かって下りていくと、信号のある交差点の右手にブラウン色の大きな工場が目に飛び込んできます。ここは、かつて菓子製造・販売をしていた「カトーマロニエ」が社名を変更し、工場もリニューアルし新たな会社としてリスタートした「株式会社KALBAS」です。事業自体は継続し、和洋菓子の製造と卸をしています。

会社は2022年、新たに「六縣堂」というブランドを立ち上げました。東北六県から製菓産業を盛り上げ、利府のお菓子を全国に届けようという想いが込められています。その一例として、昔から地元に愛される「元祖生どら」を利府・宮城の特産としてPRを強化。「産直市場あじわいの朝利府店」や「イオンモール新利府」などの店頭でお買い求めいただけるほか、利府町ふるさと納税の返礼品としても注目を浴びています。

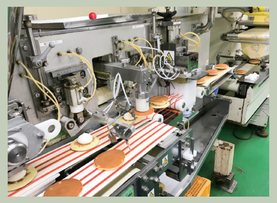
新商品の開発にも力を入れています。現在、取り組んでいるのは「利府梨クッキー」です。梨は水分が多くあっさりした味で、加工品にするのが難しいのですが、会社には前社から引き継いだ技術と梨を使った菓子の商品化を成功させた歴史があります。新たな利府の特産として完成が楽しみな商品です。

▲お話を伺った高畑さん

進取の気風と「元祖生どら」の誕生 開発は固定観念を覆すことから

お菓子作りはいつから始まったのでしょうか。その前身は、昭和24年（1949年）開業の星山パン店にさかのぼります。塩竈市で創業を開始した星山パン店は、昭和56年ごろから洋菓子の製造を開始するとともに、カトーマロニエに称号を変更し、昭和60年利府町に工場を移転しました。翌年、利府梨を使った「梨んぼう」が大ヒット。「日本一おいしいゼリー」としてテレビにも紹介されました。さらに、翌年の昭和62年（1987年）には、今につながる「元祖生どら」が誕生します。今では生クリームの入った和菓子はめずらしくありませんが、当時としてはとても斬新だったようです。その開発に携わった当時の従業員から聞いた話として、営業開発を担当している高畑憲倫さんは次のように教えてくれました。

「1970年代ごろから、家庭での生クリーム消費量が急激に伸び始めました。それまでは、ショートケーキにはバタークリームを使っていた時代だったのですが、会社としても生クリームを使ってみようという機運が高まり始めていました」。しかし、ケーキに生クリームは許されても、どら焼きに生クリームを入れるのは従業員の中でも抵抗がありました。最初は、受け入れられず反発があったそうです。



「当時はまだ和菓子の中に洋のテイストを入れるという発想自体がない時代でした。しかし、『まずは、やってみよう』と開発に着手。約半年で完成、商品化させました」。

これが功を奏したのは言うまでもありません。現在では、あずき、ずんだ、チーズ、いちご、ごまの五種類に拡大。前社から継承される、固定観念にとらわれない時代を先取る気風のもと、新たなフレーバー開発にも挑戦しています。

工場内に潜入 知られざる世界がそこにはあった

製造現場も見学させていただきました。食品管理の世界は、外からの異物侵入を事前に防御します。厳重管理のもと、全身を白の防護服でまとい入室しました。お菓子の製造といっても、その製造工程は一様でありません。お菓子の種類によっては、ほぼ全工程をオートメーション化しているものもあれば、オーブンする過程以外は手作業で作っているものもあります。機械化しても、焼きむらや形の崩れなどは、人間がチェックしなければいけません。「最後の信頼は人間が担保する」という高畑さんの言葉が印象的でした。

工場のリニューアル計画が立ち上がったとき、会社は従業員の働きやすさを念頭に、従業員に対してヒアリングを実施したそうです。従業員の意見を反映することで、職場はより快適に働けるようになりました。一例として、工場の中心に大型の冷蔵室を複数配置したことで、製造室や出荷室など、様々な部屋からのアクセスが容易になり、商品の鮮度管理や作業効率が大幅にアップしました。こうした従業員への心遣いや職場環境の改善が、新商品を生み出す淵源にもなっており、会社の誇りになっています。

取材・文　石井宏之

data:

株式会社KALBAS（カルバス）

利府町しらかし台６丁目４番地の３
022-356-5514

◀商品のひとつ「元祖生どら」

利府町で活躍する事業者を紹介していきます

十符（とふ）とは？　……　昔、利府町の湿地帯には、良質な菅（スゲ）草が自生し、「菅薦（スガコモ）」と呼ばれる敷物が作られていました。その菅薦の編み目が 10 編あることから「十符の菅薦」と呼ばれ、みちのくの「歌枕」としてもうたわれていました。これが、「十符の里」「十符の浦」と呼ばれるようになり、十（と）が利（と）に、符が府に変わったと言われています。

from RIFU-CHO

CHALLENGER

今回ご紹介するのは、利府町で麹クリエイター、麹マスターとして活躍する「Hilokitchen」主宰のほしなちひろさんです。

— CHALLENGER

Hilokitchen主宰 ほしなちひろさん

楽しく、美味しく「食」の大切さを伝える

「おうちで麹をつくる人」として、黒麹を使った甘酒作りや麹を使って簡単にできる料理レシピを提供する教室を主宰しています。一生続く「食」と楽に楽しく付き合おうがモットー。レッスンは、直接交流ができるオフラインか、遠隔受講できるオンラインを選ぶことができます。
集客は主にインスタグラムを使って行い、2022年に事業をスタートさせてから、今まで約100人の方々に麹の良さを伝えています。運営に関しては試行錯誤。自己流で行っていたSNS発信の仕方を起業コンサルタントに相談し見直したり、ブランディングに関するアドバイスをもらったり学ぶ努力を欠かしません。

働き方と暮らし方を変えるきっかけ

保科さんは、夫と２歳の息子の３人暮らし。東京でのOL時代は、朝早く出勤し終電まで残業、家に帰って寝るだけということも多く、不規則な生活でした。それが結婚し息子が誕生したことで、過酷な働き方に疑問を持ち、生活を見直すきっかけになったそうです。
出産後、助産師さんに薦められて出会ったのが「麹ごはん」でした。料理が苦手な人でも簡単に作れて離乳食にも応用が利き、美味しことに感動。保科さん自身、産後の減量や体調不良の改善に功を奏したことに驚きました。そして、麹でママたちを幸せにすることを目指したビジネスとして確立させたいと、麹マイスターの資格を取得しました。
一方で子どもの傍で働ける仕事に転職することも考え始めた頃と重なり、夫婦で話し合った結果、脱サラして夫の実家のある宮城県に移り住むことを決意しました。

tsumikiで働くことでつながった人脈

利府町に移住したものの、麹マスターの資格を取ったばかりで収入にはつながりません。知り合いもいない土地でどのように仕事を展開すればよいかも分からず、自分はいったい何をしたいんだと自問自答する日々。そんな時、縁があってtsumikiのスタッフとして採用され1年半ほど勤務しました。一番の収穫は、小商い事業者や物作り作家、フリーランスとして精力的に活動する女性たちとの出会いでした。利府町内で活動する「ゆるっとナチュラル育児の会」の仲間たちと子育て世代をつなぐ活動に関わることで仕事の幅も広がりました。
自分の体験を活かし産後のケアや子育てで悩んでいる人たちの役に立ちたいと起業した保科さん、「大袈裟かもしれませんが、麹を介して家庭平和から世界平和を目指していきます」と、目標に向かって軽やかにチャレンジを続けています。

取材・文　葛西淳子

“脱サラして東京から宮城に移住 子育てママたちを応援したい”

— INFORMATION

Instagram @chi_koji_life

tsumiki INFORMATION　2024

3/24(日) 13:00-16:45　［会場］イオンモール新利府南館 ライブスクエア

「利府チャレンジプロジェクトアワード 2024」&「夢叶えるプロジェクト 2024」　宮城県予選開催！

利府町は、利府町総合計画に掲げる「もっと先へ、チャレンジ利府！みんなの夢がかなうまち」のテーマに基づき、スポーツや文化、芸術活動等、あらゆる夢を持ってチャレンジする皆さんを応援しています。
この度、利府町におけるビジネスや市民活動に関する新たなプロジェクトの発掘・支援を目的としたtsumikiの「利府チャレンジアワード」の開催と合わせ、夢を持つ全ての人たちを応援する日本最大級のイベント『夢叶えるプロジェクト』の宮城県予選を株式会社ホステックとの共催により開催します。
会場もイオンモール新利府南館の協力のもと、1階ライブスクエアを貸し切って大々的に実施します。当日は、自由に観覧可能ですので、ぜひチャレンジャーの熱いプレゼンをご覧ください。

内容

［部　門］（１）利府チャレンジアワード
（２）学生ピッチ甲子園（夢叶えるプロジェクト ビジネス部門）
（３）スター誕生オーディション（夢叶えるプロジェクト エンタメ部門）
［主　催］利府町（担当：商工観光課シティセールス係）・株式会社ホステック
［企画・運営］夢叶えるプロジェクト 2024 実行委員会・
利府町まち・ひと・しごと・創造ステーション tsumiki

●利府チャレンジプロジェクトアワード

利府町内で活動する個人事業主、企業、プロジェクトチームなどを対象に、町内の地域の特性を活かしたモデルとなる将来性のあるプロジェクトを表彰するものです。2023年度第1回は、tsumikiを会場として開催。優秀賞を受賞した４つのプロジェクトは、現在も町内外で活動を継続し、それぞれの分野で活躍しています。

●夢叶えるプロジェクト

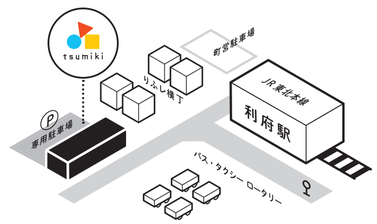
若者から大人まで、夢を持つすべての人々を応援するビジネスxエンタメコンテストです。宮城県予選では、利府町及び宮城県内のビジネス、エンタメ部門における可能性豊かな事業やアイディアや人材を発掘し、継続的なメンタリングを行うことで、着実な事業化及び販路拡大をサポートします。

tsumiki
利府町まち・ひと・しごと創造ステーション

利用時間
9:30-17:30
（水・金曜日は21:00まで開館）

休館日
火曜日・年末年始

〒981-0104
宮城県宮城郡利府町中央 1-5-2
TEL　022-766-9231
FAX　022-766-9232
Email　info@rifu-tsumiki.jp



設置者　利府町（商工観光課シティセールス係）

利府町では、地方創生に向けて良好な住環境に「ワクワク感」をプラスした魅力的なまちづくりを進めています。起業・創業や、「利府ならでは」のシティセールス政策や、移住・定住施策などに取り組んでいます。

管理運営（業務委託者）　一般社団法人Granny Rideto

Granny Rideto（エスペラント語）は、日本語で「おばあちゃんの笑顔」と訳します。これから高齢化社会を迎える中で、おばあさんになっても笑顔で暮らせる社会をつくりたいという意味が込められています。同時に「Granny」には「おせっかい」という意味があり、地域のおせっかいをやく役割を担うという意志が込められています。

公式ウェブサイト
rifu-tsumiki.jp

Twitter
@rifu_tsumiki

Facebook
〈tsumiki〉で検索

Instagram
@rifu_tsumiki

「つみきのキモチ」は、利府町内を中心に隣接する市町村の公共施設、カフェ、店舗などで配布しています。

つみきのキモチ vol.23　　発行日●2024年3月8日　発行●利府町　企画●一般社団法人Granny Rideto
編集●葛西淳子・桃生和成（一般社団法人Granny Rideto）　デザイン●伊瀬谷美貴（interagire）