

# ASC牡蠣のブランド力向上 プロジェクト

## PJの目標：漁師の売値の3割向上

- 高値で売るために克服すべき課題
  1. 戸倉ASC牡蠣の機能的/情緒的ブランド価値の確立
  2. 他産地との差別化
  3. 既存流通からの脱却→プレミアムチャネル（新流通経路）の開拓・確立

課題1、2にアプローチ

PF研究機能

連携

ネイチャーセンター

課題3にアプローチ

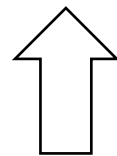
PF協議会

# ASC牡蠣のブランド仮説と研究要素

## ブランド仮説

- 味 : 塩味が適度でうまみが豊富
- 栄養価 : タウリンが豊富で疲労回復
- 品質 : 清浄海域で育ったので安心
- ストーリー : 環境に配慮したことで生育スピードが上がり  
1年で獲れるように

## 研究内容



研究により科学的に証明する

### ✓ 牡蠣の成分分析

アミノ酸含有、苦み成分、ナトリウム、タウリンの含有量の調査

### ✓ 海水の成分分析（海水中の大腸菌数調査）

### ✓ 広島、北海道等の他産地との比較・整理

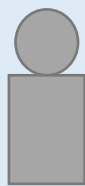
個体サンプルの成分分析結果、流域内の環境比較(工場の立地数、人口)

# 各組織/事業の役割

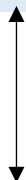
## プラットフォーム

### 研究事業

- 研究プロジェクトマネジメント
  - 各研究の要件定義
  - 地域外への研究委託  
(食品研究センター、大学)
- 将来の開発領域の洗い出し
  - 塩分調整
  - ノロウイルスフリー など



研究コーディネーター



### ネイチャーセンター

- 牡蠣、海水のサンプリング等

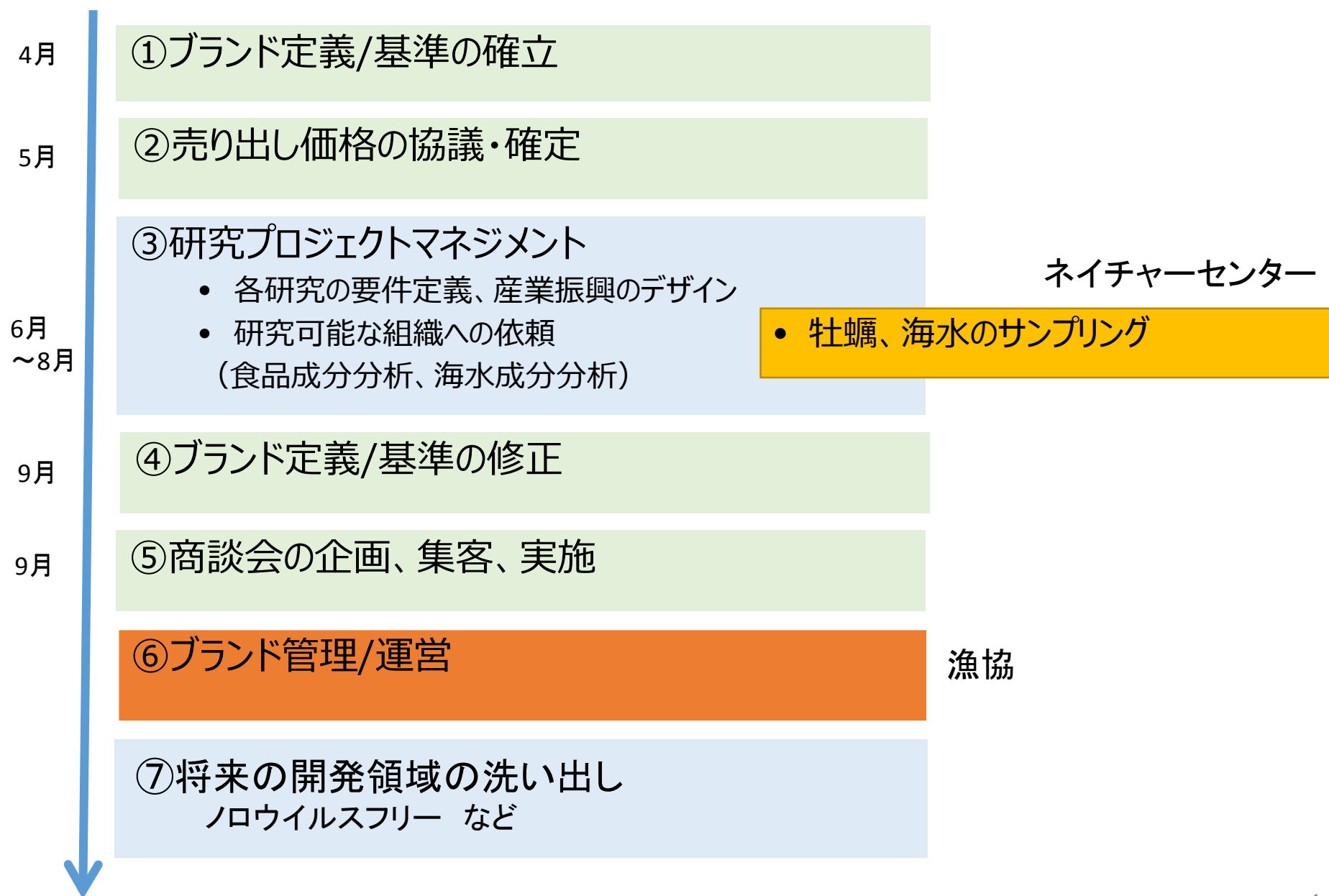
### 協議会事業

- ブランド定義/基準の確立
- 売り出し価格の協議・確定
- 商談会の企画、集客



ビジネスマネージャー

# ブランド化に向けたプロセス



# 事業費概算と効果イメージ

## 事業効果

※カキの価格が3割向上したとすると

漁獲量	単価	売上
-----	----	----

120,000kg × 800円 = 96,000,000円（現行）

→ 1,040円 = 124,800,000円（ブランド化後）

効果が3年続くとする 28,800,000円 × 3年 = 86,400,000円 の収入向上

- 将来の開発領域（投資も含めた検討材料）
  - 塩分調整による食味バランス調整
  - ノロウイルスフリーの生産方法

## 事業費概算

- 外注費（カキの成分分析160検体） 3,780,000円
- 人件費、直接経費 5,584,000円  
（ブランド要素調査、分析、協議会運営、商談会企画・運営）
- 諸経費、消費税込み総額 12,200,000円