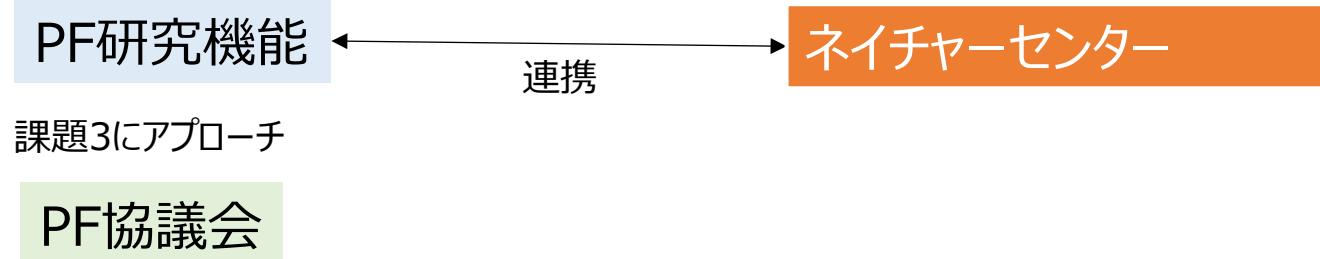


# ASC牡蠣のブランド力向上 プロジェクト

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



# 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



研究により科学的に証明する

## 研究内容

### ✓ 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

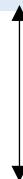
## プラットフォーム

### 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

4月

①ブランド定義/基準の確立

5月

②売り出し価格の協議・確定

6月

~8月

③研究プロジェクトマネジメント

- 各研究の要件定義、産業振興のデザイン
- 研究可能な組織への依頼  
(食品成分分析、海水成分分析)

ネイチャーセンター

- 牡蠣、海水のサンプリング

9月

④ブランド定義/基準の修正

9月

⑤商談会の企画、集客、実施

⑥ブランド管理/運営

漁協

⑦将来の開発領域の洗い出し

ノロウイルスフリー など



# 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