



ビネストのマーケティング実践編「しずおか商品開発プロジェクト」

Topics

P1

消費者視点で
リニューアル!

P2
~
P3

令和7年度
商品開発プロジェクト

P4

information
知っ得! マーケティング

消費者視点で リニューアル!

消費者視点でリニューアル!
しずおか
商品開発
プロジェクト

時代や消費者の変化を捉えながら実践を通してマーケティングを学ぶ「しずおか商品開発プロジェクト」。

このプロジェクトが大切にしているのは、作り手の思いだけでなく、消費者の視点から“求められる価値”を丁寧に掘り起こし、商品という形に磨き上げていく姿勢です。最初は戸惑いながらも、専門家のアドバイスや参加者同士の意見交換を力に変え、参加企業それぞれが自社の課題と向き合いながら一つひとつのプログラムに真剣に取り組んできました。

全8ヶ月にわたる挑戦を経て、6社の新しい商品がついに完成へと近づいています。ここからどんな物語が始まるのか、どうぞご期待ください。

静岡市産学交流センター B-nest は ビジネスチャレンジを応援します!

無料

ビジネス相談

資金、マーケティング、商品開発、製造、営業など経営全般、創業、新事業進出について、専門相談員が最善策をご提案します。

無料

ビジネス情報提供

各支援機関のサービス、補助金情報などを取りそろえています。全国でも屈指のビジネス関連の情報、サービスを取り扱う御幸町図書館(5F)と連携しているので、迅速な情報収集ができます。

無料

ネットワークづくり

静岡の産業活性化を目的に、様々なプロジェクトを実施しているので、多様な分野での人的ネットワークを構築しています。お気軽にスタッフにお声かけください。

有料

会議室提供

ビジネスにおいて会議や勉強会は必要不可欠。お手頃な価格で会議室をご利用いただけます。

まずはお気軽にB-nestへご連絡ください

Tel. 054-275-1655

B-nestホームページ <https://www.b-nest.jp/>



消費者視点で リニューアル!

令和
7年度

商品開発

由比港漁業協同組合

直営店「浜のかきあげや」の名物である桜えびのかきあげを、店休日や混雑で購入を諦めるお客様にも届けたいという強い思いから、冷凍商品化に挑戦しようと本プロジェクトに参加しました。進める中で、これまでのように“作りたいものを作る”だけでなく、客観的な視点で商品を見直す重要性を学び、マーケティングの考え方がいかに欠かせないかを深く実感しています。参加他企業と共に学び合う機会からは多くの刺激を受け、互いに目的を持って高め合える空気に背中を押されています。現在は、店舗の味を家庭でも楽しんでいただけるよう、特製タレで丼としても味わえる桜えびのかきあげの再現性を追求しています。3月の販売開始をどうぞお楽しみに!



左から
職 員:西澤 敬光 さん
桜えび漁師:望月 友貴 さん
望月 宥佑 さん
草谷 健 さん

山梨罐詰株式会社

山梨罐詰だけの力では生み出せない、新しい魅力を持った製品をつくってみたい——その思いが参加のきっかけでした。自分たちの技術に新たな視点を掛け合わせ、手に取った方に会社の魅力まで伝わるような商品を生み出したいと強く感じています。開発を進める中では、アイデアを出し合い、形にしてはまた練り直し、迷走したり、思いもよらない方向へ進んだりしながら、商品が変化していくダイナミズムを実感しました。まだゴールは見えていませんが、戦略を立てるための思考の積み重ねこそが大きな財産になっています。特に消費者インタビューでは、生の意見に触れ、多くの“気づき”がありました。山梨罐詰の技術を生かしつつ、誰にどんな価値を届けるのかを徹底的に考え抜いた、新たな一品を形にしたいと思っています。



左から
望月 愛美 さん
内田 昌宏 さん
東城 加奈 さん

Kinaco

事業相談をきっかけに、以前から挑戦したいと温めてきたアイデアを本気で形にするため参加を決めました。おみやリーフレットに名を連ねる多くの企業の姿に刺激を受け、「自分もここで学び、成長したい」という思いが一気に高まりました。取り組みが進む中で、他企業の進捗や悩みを共有し合える場があり、意見交換のたびに視野が広がるとともに、自社だけでは出会えなかった販売機会をご紹介いただくなど、新たな販路を開く手がかりも得られています。商品コンセプトやターゲット設定、販売戦略と一緒に深掘りできる心強さがあり、講義で学んだ内容をすぐに実践へ生かせる環境も大きな支えになっています。富士山土産は数多くありますが、その中でも「これがいい」と選んでいただける、手作りならではの優しさと安心感のある商品を目指して開発を進めています。



荒木 晴栄 さん

株式会社マルヤス青果

「八百屋のジェラート」を始めて3年、冬場の売上の落ち込みや持ち運びの課題など、壁にぶつかるたびに“次の一步”を模索してきました。そんな中で、お客様の声と向き合いながら新しい商品をつくりたいという思いが強くなり、このプロジェクトに参加しました。進めていくうちに、自分たちが思い描く“八百屋らしさ”と、お客様が求めているイメージにはズレがあることに気づき、固定概念をひとつひとつ外していく作業がとても刺激的でした。お客様の声を聞く中で、これまで想像していなかった商品にも可能性があると感じられたのは大きな収穫です。今は「八百屋だからこそできる」新しいマルヤス青果を形にしようと挑戦を続けています。新商品にご期待ください!



安本 昌隆 さん
安本 美帆 さん

プロジェクトの一年間の主な流れ



プロジェクト

参加者からのメッセージ



GARCIA BREWING株式会社

クラフトビールへの注目が高まる中で、「ガルシアとしてどんな一杯を世に届けられるのか」を本気で考えたいと思い、このプロジェクトへの参加を決めました。マーケティング調査から一緒に伴走してただけの点に魅力を感じ、実際に成果を上げている企業が多いことも心強い後押しになりました。進行の中では、お客様の声をどう拾い、どのように戦略へ落とし込んでいくかという一連の流れを体系的に学べ、他社の戦略に触れることで、自社の強みや方向性もより鮮明になってきています。特に、戦略シートを実際の声をもとに磨き上げていく工程は、クラフトビールのように“物語のある商品づくり”に欠かせない視点だと実感しました。今は、お客様の声を芯に据えながら、ガルシアらしさがしっかりと伝わる一杯を形にしようと試行錯誤を重ねています。



喜納 誠待 さん

有限会社星興産

新会社への移籍を機に食品事業部を立ち上げ、「静岡らしさを感じる新しい商品を生み出したい」という思いが強くなり、このプロジェクトへの参加を決めました。少人数でのスタートだからこそ、迷いながらも一歩ずつ進めてきた中で気づいたのは、“自分たちが作りたいもの”ではなく、“お客様が求めているもの”を見つめる重要性でした。他の参加者の発想や姿勢に触れるたびに新しい刺激を受け、個別相談での多角的なアドバイスや、毎回のマーケティング講座が自分たちの商品づくりの軸を太くしてくれたと感じています。今は、まぐろのおいしさと栄養を気軽に楽しんでもらえる、日常に寄り添う商品を目指して開発を進めています。学びも仲間との出会いも得られるこのプロジェクトは、挑戦したい人に自信を持って勧められる場です。



山田 円香 さん

商品開発プロジェクト

その後 昨年度しずおか商品開発プロジェクトに参加した2社に、「商品開発プロジェクトその後」と題し、現在の様子を伺いました。

さすぼし蒲鉾株式会社



昨年度開発した常温黒はんぺんは、現在JR静岡駅構内のキヨスクを中心に県内の土産店で販売しており、特にキヨスクでは予想を超える好調な売れ行きを見せています。ただ、常温黒はんぺんというジャンル自体が一般に馴染みが薄いため、ただ棚に置くだけでは売れず、どこにどう置くか、POPをどう工夫するかで売れ行きが大きく変わるという現実も痛感しています。だからこそ、オペレーションやパッケージの改善点がまだまだあり、包装資材が切り替わるタイミングで一気に修正をかけ、改良版をもって大型量販店やコンビニに本格的に提案していくつもりです。

商品がテレビ番組の小道具として静岡出身の芸人さんに使われていた瞬間は、本当に驚きと感動があり、“自分たちの商品が人の手に渡って広がっていく”という喜びを強く感じました。一方で、社内外の高い評価に浮かれそうになる時こそ、立ち止まり、冷静に細部を見つめ直すことの大切さも学びました。商品そのものだけでなく、どれだけ売れるつもりなのか、そのためにはどんな製造体制が必要なのかまで想定する視点が身についたのは大きな成長です。

このプロジェクトは「参加すれば良い商品ができる」という魔法ではありません。しかし、自社の考えの「答え合わせ」ができ、方向性が確かなものになる場であり、最終的には自社で責任を持って開発を進める覚悟を問われる場でもあります。人任せにせず、自社の強みと弱点を正確に把握したい方にこそ、このプロジェクトをおすすめします。



森藤 高志 さん

大多和農園



昨年度に開発した「早生甘夏のゼリー」は3月の販売開始とともに勢いよく動き始め、9月には今期分が完売するほどの反響をいただきました。暑さの追い風もありましたが、それ以上に自分たちの手で“選んでもらえる商品”を生み出したという確かな実感が胸に残り、その感触が次の挑戦へ踏み出す力にもなりました。この勢いを受け、10月からは第二弾となる「温州みかんゼリー」も販売をスタートし、天神屋様をはじめ既販売先以外の店舗で扱っていただけるようになりました。イベント中心だった販売が商談を通じて常設棚へと広がっていく過程は、プロジェクトで学んだ視点や方法が確かに実を結んでいると感じられる瞬間でした。

ヒット商品が生まれたことで自社の強みがこれまで以上に見えやすくなり、テレビや新聞をはじめ地域メディアで取り上げていただく場面も増えました。年間を通じて棚に置ける商品ができたことで農閑期や天候に左右されにくい売上構造となり、製造や原材料の確保も先を見据えた運営へと変わりつつあります。行き当たり任せではなく“誰に何をどのように届けるのか”を軸に据えて動けるようになったことが、何よりの成果だと感じています。

今後は在庫や売れ行きをしっかりと把握しながら、誰でも作業できるように加工マニュアルを整え、安定した製造体制を築くことを目指しています。甘夏と温州みかんを姉妹商品として育て、次のシーズンも安定してお届けできるよう準備を進めています。

商品開発に迷っている方には、このプロジェクトで得られる“客観的に現状を見つめる視点”をぜひ体験してほしいと思います。講師やスタッフは、事業者の立場に寄り添いながら柔軟な提案をしてくれます。わからないことも正直に話せば、必ず解決に近づけてくれる安心感があります。ここで得られる学びは、必ず次の一歩につながります。



大多和 奈秀 さん

B-nest経営応援団による、マーケティングに関するミニコラム

知って得! マーケティング

毎年、B-nestの商品開発プロジェクトからは魂のこもった素晴らしい商品が数多く生まれます。試行錯誤の末に完成した我が子のような商品だと思います。しかし、厳しい現実があります。良いモノを作ったからといって、勝手に売れるわけではなく、「作る」と「売る」には全く別の視点が必要だからです。

よく、「誰に向けた商品ですか?」と聞くと、「30代～50代の女性」といった広い答えが返ってきます。しかし、マーケティング目線で考えると、「マス全員に向けた言葉は誰の心にも届かない」んです。ターゲットの対象を広げるほどメッセージはぼやけ、誰にとっても「自分事」ではなくなってしまいます。「誰からも嫌われない無難な発信」は、裏を返せば「誰にとっても特別ではない発信」になってしまいます。

そこで重要なのが、実在するたった一人の顧客「N1」の解像度になります。架空の人物像ではなく、商品を深く必要とする「一人」を特定することです。「まだ発売前で購入者がいない」場合は、「仮のN1」を設定してみてください。開発のキッカケと

テーマ

あなたの商品を深く必要とする『たった一人』は誰ですか?

森岡 久弥 先生(左) (WEBマーケティング相談員)
福島 翔平 先生(右)



なった「既存客の〇〇さん」や「アレルギーを持つお孫さん」あるいはモニターの方。開発中に思い浮かべていた「顔の見える特定の誰か」その人の喜ぶ顔こそが、マーケティングの原点になります。そのN1が決まったら、ぜひその方に「インタビュー」をしてみてください。ただし、「味はどうですか?」だけの感想を聞くではありません。「これがない時、何に困っていましたか?」「どんな瞬間に、これが欲しいと思いますか?」を聞いてみてください。

そうして深掘りすると、「甘いトマトが欲しかったのではなく、子どもを怒らなくていい『平和な食卓』が欲しかった」といった、作り手も気づかない「本当の価値」が見えてきます。たった一人を射抜くような言葉は、不思議と同じ悩みを持つ多くの方の心にも響きます。「作る」だけでなく、N1の心を理解し「伝える」こと。そこまでが商品開発です。

ぜひ、あなたの商品を待っている「一人」の声に耳を傾けてみてください。

困った時の駆け込み寺 無料窓口相談

※ 予め予約をお取りする事をお勧めします

中小企業診断士とITの専門家で構成する「B-nest経営応援団」があなたの悩みを解決!
創業・経営(webマーケティング含)に係るちょっとした疑問でもお答えします!

疑問はB-nestで解決!

創業したいが、何から準備したらいいの?

ビジネスプランが不安・・・

SNSの活用方法を知りたい!

webで販路を開拓したい!

資金繰りを見直したい・・・etc

お気軽にご相談ください

相談日 月曜日～土曜日(祝日を除く)

時間 13:00～19:00(月～金曜日)
10:00～17:00(土曜日)

場所 静岡市産学交流センター6F

B-nest 御幸町図書館

創業・経営関連サービス



御幸町図書館がビジネスの現場で役立つ本をご紹介します。

イン・ザ・メガチャーチ

朝井 リョウ/著 日経BP日本経済新聞出版 2025年9月

ここ数年話題の推し活。朝井リョウ作家15周年記念作は、「推し活」「ファンダム経済」がテーマです。ファンダムを分析し、推し活を仕掛ける人。アイドルと自己を一体化し、推し活にのめりこむ人。ある事情により、推し活から別ステージへ進む人。3人の持て余した熱量や孤独に共感するうち、交錯し始める物語の勢いに飲み込まれ、ページをめくる手が止まらなくなります。描かれる現代社会はグロテスクで、見覚えのあるものばかり。「視野狭窄」という言葉が恐ろしくなる本作は、経済小説でもあります。読めばきっと、あなたも朝井リョウを推したくなるはず。

お問い合わせ / 054-251-1868 ホームページ / <https://toshokan.city.shizuoka.jp>

いつも身近な図書館をカシコク利用しましょう!

スタッフがビジネス情報の探索のお手伝いや、資料の使用方法についてアドバイスします。お気軽にお声がけください。

ビジネス支援サービス

5Fビジネス書・静岡資料コーナー

ビジネスに役立つ資料が充実。地元・静岡に関する郷土資料や行政資料なども取り揃えております。

5F電子図書館コーナー

企業情報や経営関連情報などを検索できるデータベース席をご用意しています。インターネット席で調べものもできます。

B-nest 静岡市産学交流センター

〒420-0857 静岡県静岡市葵区御幸町3番地の21 ペガサート6階・7階

Tel 054-275-1655 Fax 054-275-1656 Mail info@b-nest.jp

ホームページ <https://www.b-nest.jp>

■ 開館時間 / 9:30～22:00 ■ 休館日 / 日曜日、国民の祝日、振替休日、年末年始(12月28日～1月5日)

B-nest 静岡市立御幸町図書館

〒420-0857 静岡県静岡市葵区御幸町3番地の21 ペガサート4階・5階

Tel 054-251-1868 Fax 054-251-9217

ホームページ[静岡市御幸町図書館] <https://www.toshokan.city.shizuoka.jp>

■ 開館時間 / 平日(月～金曜日)9:30～20:00 土・日・国民の祝日9:30～17:00

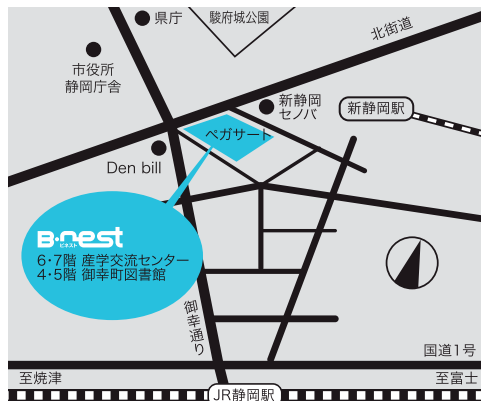
■ 休館日 / 毎月第2月曜日、毎月第4水曜日(国民の祝日のときは次の平日)、国民の祝日の次の平日、図書館資料点検期間、年末年始(12月28日～1月5日)

B-nest

検索

御幸町図書館

検索



交通手段 来館は公共交通機関のご利用が便利ですが(静鉄電車・バス「新静岡」下車)、自家用車で来館の方にはペガサート駐車場(有料)がご利用いただけます。