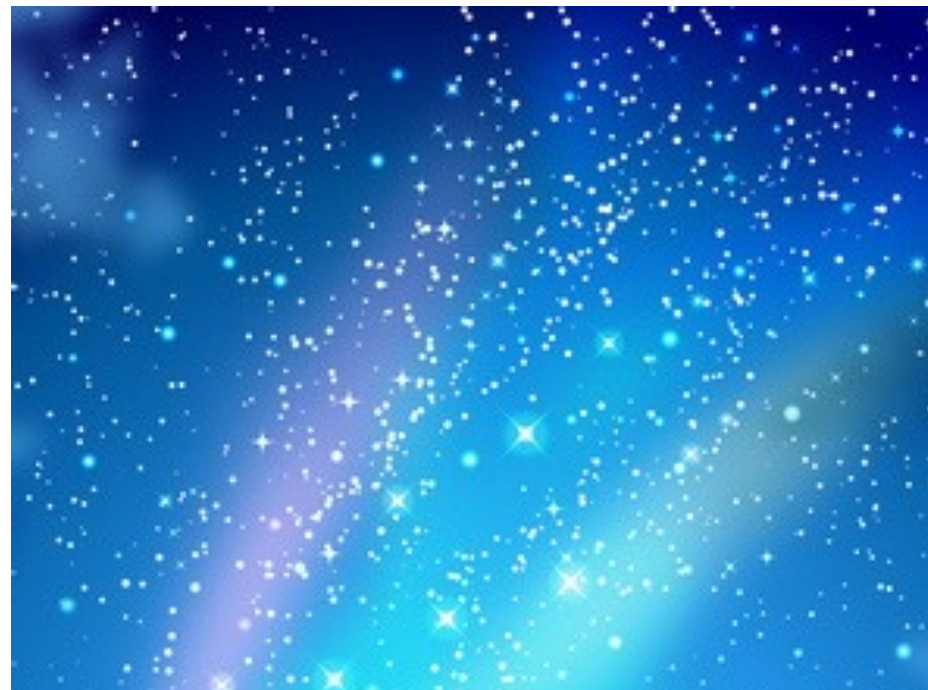


おいしさをみがこう。

★満天
ふくしま
★満天堂
ふくしまプライド。

食品業界のあるべき姿



大手メーカーのような巨大な「太陽」だけでなく
それぞれの場所で、個性的にキラリと輝く
「小さなNo.1ブランド」が溢れる満天の星空

食文化の多様な豊かさを担うのは中小生産者

「地域共通ブランド」の策定



震災後、新たに創られた商品も多い6次化商品群は「これから磨き上げる段階」という商品も多々あります
そこでキャッチコピーは「**おいしさを、みがこう。**」

太陽のような巨大な光でなくとも、商品をコツコツ磨き、キラリと光る夜空の【星】のようになろう。

そんなキラリと光る【星】を1つ、また1つと増やし【満天の星空】のようにキラメク状態を目指してブランド名は【ふくしま満天堂】としました。

『ふくしま満天堂』が取り組むこと

「地域共通ブランド」がPRで認知度が高まって、消費者が購入するのは「個々の商品」です。「個々の商品」が魅力的でなければ、PRしても有名な「弱者連合」になってしまいます。「地域共通ブランド」の成功は、あくまで「1社1社が強くなる」ことが中心であり、その上で「地域共通ブランド」のバックアップ機能を発揮することで果たされます。

「地域共通ブランド」の認知度向上



『ふくしま満天堂』の看板を掲げ複数の事業者の商品が展開可能な常設売場を展開していく

個社別の「営業ツール」を冊子化し『ふくしま満天堂』カタログとする

『ふくしま満天堂』HPを開設し電子カタログの役割も目指す

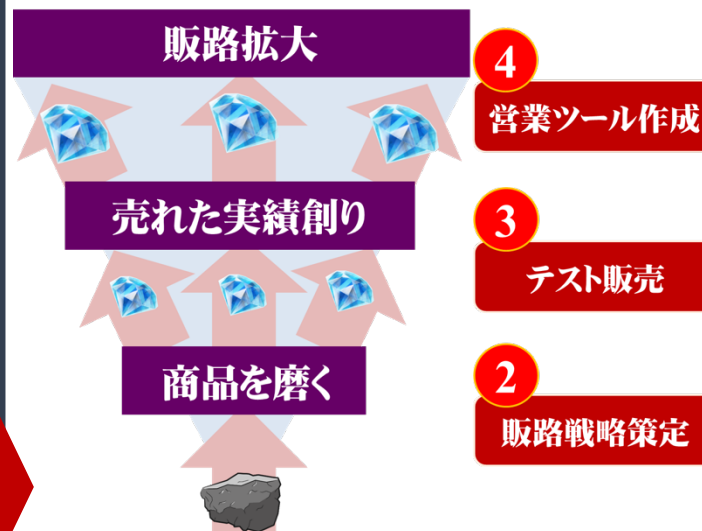
『ふくしま満天堂』として展示会へ出展し1社でも多くの生産者の商品の引き合いを目指す

販売セレモニーや表彰式を活用し『ふくしま満天堂』としてのメディア露出を促進

個々の商品が成長してこそ「共通ブランド」は強くなる

事業者の努力がより大きな成果に繋がる為のバックアップ機能

「1社1社が強くなる」為の取り組み



昨年は全4回の研修と個別支援で推進しました。
(②③④は第●回研修の意味)
弊社自身、本業で推進し成果の上がったステップですので効果的と自負しています。

『ふくしま満天堂』が取り組むこと

販路拡大



売れた実績創り



商品を磨く



3rd

営業ツール作成

食品生産者の殆どは「営業ツール」と呼べるものを持っていません。
FCPシート、商品規格書、パンフレットは「作り手の主張」に過ぎず
バイヤーに響く情報とは「外部からの評価」に該当する情報です。
そのことを踏まえた「営業ツール」をしっかりと作成します。

2nd

テスト販売

バイヤーが求める商品とは「売れるイメージが持てる商品」ではなく
「売れた実績のある商品」であり、地元で「売れた実績」を作れば
首都圏の同業態への販路開拓は一気にスムーズになります。
その為に「テスト販売」を行い、主体的に「売れた実績」を創ります。

1st

販路戦略策定

「美味しい」だけで販路開拓は成功出来ません。
狙うべき顧客層・利用シーンに向けて【販路】を設定し、
その【販路】に最適化した状態（※）に商品を磨き上げる。
（※容量と価格バランス、パッケージデザイン、販促物等）

「ふくしま満天堂」首都圏スーパーでの展開

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
A店	30												30
B店		30											30
C店			30										30
D店				30									30
E店					30								30
F店						30							30
G店							30						30
H店								30					30
I店									30				30
J店										30			30
K店											30		30
L店												30	30
合計	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360

キャラバンはあくまで「テスト販売」

総売上高は「1店舗分」止まり

「ふくしま満天堂」の軌跡（令和3年度）

	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
戦略方針	共通ブランド 立ち上げ	トップランナー	福島物産	+ カテゴリー別	季節売場リレー
県内販売	道の駅	百貨店 量販店 観光ホテル	観光施設 観光旅館 観光ホテル	道の駅 4店 ホテル/旅館 11店 観光施設等 6店 百貨店/量販店 2店	通年常設売場
県外販売	【催事】 首都圏駅ナカ	【催事】 首都圏駅ナカ	【催事】 首都圏駅ナカ 【卸】 首都圏量販店	【卸】 首都圏量販店 首都圏百貨店	
表彰	ふくしま満天堂 グランプリ①	ふくしま満天堂 グランプリ②	ふくしま満天堂 グランプリ③	ふくしま満天堂 グランプリ④	ふくしま満天堂 グランプリ⑤
展示会	福島県ブース チャレンジ参加	ふくしま満天堂 独自ブース	6つの展示会へ	カテゴリーごと 展示	通年常設売場 提案

自立した売上を上げていくのは「通年モデル」

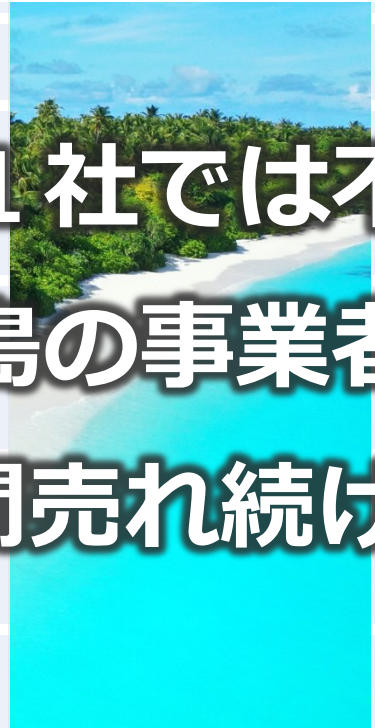
3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 合計

A店
B店
C店
D店
E店
F店
G店
H店
I店
J店
K店
L店
合計

四季星々

ふくしま満天堂

ふくしまプライド。



1社では不可能でも
福島事業者連合として
1年間売れ続ける売場を作る