

| | | | |
|-------|---------|------|-------------|
| 3類型 | 農林水産物 | 通巻番号 | 2-26-002 |
| 地域資源名 | まるずわいがに | 認定日 | 平成26年7月7日 |
| 地域 | 宮城県気仙沼市 | 所管省庁 | 農林水産省、経済産業省 |

事業名 :まるずわいがにを活かした、手軽に本格かに風味が出せる調味料等の開発・製造・販路開拓とブランディング

会社名:株式会社カネダイ

所在地:宮城県気仙沼市三日町2-2-15

連絡先:TEL:0226-23-1721

URL:<http://www.kanedai-kesenuma.co.jp/>

事業概要(新たな活用の視点)

・従来は殻付やむき身として流通していた「まるずわいがに」を、多用途で本格的なかに風味調味料「フュメ・ド・クラブ」として高付加価値化し、様々な商品化を行うとともに、直販および自社店舗での販売、百貨店ギフト、高質スーパー、レストランや飲食業等に向けた販路開拓を行うことにより、かに専門店としての「かに物語」のブランド確立を図る。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・「フュメ・ド・クラブ」は自社にてまるずわいがにから出し汁を取り製品化するもので、類似商品はほとんどなく、美味しさと共に安心・安全もお届けすることができる。
- ・むき身にする前のかにの身と殻をまるごとペーストしたものを加えることにより、保水力と風味が増すことが期待され、練り物製品など様々な加工品に応用することができる。

◆市場性

- ・風味調味料の市場は、多様化するニーズに応える製品開発が進み安定した市場へと推移している。
- ・一般家庭では基礎調味料を合わせて料理をすることが苦手だという傾向が増え、また業務用としては少量で効果の高い旨味調味料が求められている。

◆販路

- ・一般家庭(B to C市場)については、料理を好んで作る層を主なターゲットとし、自社店舗、全国物産展・マルシェ等を通じて調理方法やレシピ提案を行う。業務用(B to B市場)については、展示会・商談会への出展や外食産業への営業活動を展開する。
- ・自社WebサイトによるPR、雑誌やメディア媒体への働きかけ、「クラブ(crab)パーティー」の開催を通じて、お客様向けのアピールを行っていく。

地域資源における関係事業者との連携

- ・事業計画前半は、地元フカヒレ加工業者の協力の下、常温商品加工を行う。
- ・復興屋台村気仙沼横丁にある自店舗でPRを図るとともに、気仙沼産業センターの海鮮市場「海の市」への出店を行う。
- ・気仙沼市が出展を支援する見本市や展示商談会に積極的に参加して、事業のPRを行う。

フュメ・ド・クラブを使った商品イメージ

ビスク(濃厚なスープ)



炊き込みご飯の素



クラブケーキ

