

Be a Great Small.  
中小機構

# 地域活性化 パートナー制度

CHIKI KASSEIKA PARTNER

## チカパー

## チカパー活用事例集

独立行政法人中小企業基盤整備機構  
経営支援部 企業支援課





# INDEX

## チカパー対談

### 大手商社のプライベート展示会に参加者募集の活用事例

**事業者** 株式会社 Flower Picnic Cafe × **パートナー企業** 伊藤忠食品株式会社

P.1-2

### 海外スーパーマーケット商品募集企画の活用事例

**事業者** かも川手延素麺株式会社 × **パートナー企業** FUJI MART CORPORATION

P.3-4

### テレビショッピング商品募集企画の活用事例

**事業者** ECBB株式会社 × **パートナー企業** ジュピターショップチャンネル株式会社

P.5-6

## インタビュー

### パートナー企業のチカパー活用事例

**パートナー企業** 株式会社 caramo

P.7

### 事業者のチカパー活用事例

**事業者** 株式会社襟立製帽所

P.8





## 全国の優れたメーカーと大手パートナー企業が出会い、 ブラッシュアップを経て販路を拡大していく理想的な取り組みです

北海道函館市のスイーツメーカー・Flower Picnic Cafeは、2023年10月に伊藤忠食品が行ったプライベート展示会出展者募集企画にエントリー。2024年1月17日、18日に開催された伊藤忠食品の東海営業本部食品展示会「FOOD WAVE2024 NAGOYA」に出展し、新たな扉を開きました。

### 事業者

#### 株式会社 Flower Picnic Cafe

代表取締役 乳井 一真さん  
<https://www.flowerpicniccafe.com>



2021年創業。北海道函館市でお花とピクニックをテーマにしたカフェの運営と食べられるフラワーケーキの製造・販売を行っている。北海道産の原材料を用いた「視覚も味覚も同時に満たされるスイーツ」をコンセプトとしており、今回の企画には主力商品である『食べられるお花のケーキ』と『お花のぼうろ』でエントリー。

### パートナー企業

#### 伊藤忠食品株式会社

商品本部商品統括部商品チームチーム長 西村 欣也さん  
東海展示会企画リーダー 土屋 菜由美さん  
企画委員 吉田 波香さん  
<https://www.itochu-shokuhin.com/>



1886年創業。酒類・食品卸売業として、全国約4,000社のメーカーと取引し、約50万アイテムを全国約1,000社の小売業に届ける商社。酒類・食品卸売業と、それら商品の保管・運送並びに各種商品の情報提供、商品の流通に関するマーチャンダイジングなどを主とした事業活動を展開している。

## 卸売業の知見を生かしたアドバイスで より効果的な「商品提案書」がつけられるように

### 地域活性化パートナー事業(チカパー)に参加した 理由を教えてください。

**乳井さん(以下、敬称略)** 販路拡大が主な理由です。私たちの商品は職人が1枚1枚手づくりで製造しており、北海道の素材を使用した特別なギフトと位置付けています。創業当初は量産が難しく、百貨店様での販売がメインだったのですが、量産体制が整ったことからスーパー等への販路拡大を模索していました。さらに、どのような切り口であれば需要があるのかを知りたいと思っており、ネット検索で見つけた伊藤忠食品様の企画はまさに私たちが求めていた内容で、「これだ!」と感じてすぐにエントリーしました。



写真左) 食べられるお花のボックスフラワーケーキ



写真右) お花のぼうろ

**西村さん(以下、敬称略)** 弊社は2014年に政府が「地方創生」を掲げると同時に地域産品プロジェクトを立ち上げ、全国の自治体と地域連携の取り組みを行っています。その際、中小機構様からチカパーの大企業サポーターとして推薦をいただき登録したという経緯です。Flower Picnic Cafe様の商品は、「母の日のギフト」にぴったりで、私たちが取引するスーパー様・百貨店様のギフト需要に合致すると考え、展示会と社内展示商談会にご出展いただきました。

**乳井** 私たちのような小規模な会社は、大手企業様との実績が販路拡大に繋がります。そうした機会をご提供いただけたところがチカパーの魅力であり、今回、伊藤忠食品様と一歩踏み出せたことは本当にありがたいことでした。

伊藤忠食品様は、  
チカパーのエントリー特典として  
「商品提案書作成のアドバイス」  
をご提供くださっています。  
具体的にどのようなブラッシュアップを  
していかれたのでしょうか。

**西村** 私たちは卸売業なので、日々小売業のバイヤー様に商品提案を行っています。小売業のバイヤー様がとくに重視するのは「採用・販売実績」と「提案する商品がいかに企画内容やテーマ性に合っているか」ということです。「商品提案書作成のアドバイス」では、その内容を具体的に1枚のペーパーに落とし込む方法をお伝えしています。

メーカー様は製造業ですので、商品提案書に「つくり手の思い」を熱心に入れられるのは当たり前ですが、実のところ、卸売業から小売業バイヤー様に提案するときにはつくり手の思いだけでなく、消費者に伝えたいメッセージや企画の意図を理解し、商品のどこがポイントなのかをわかりやすいフレーズで商品提案書に落とし込み、商談することが一番大切なところです。

**乳井** そうしたノウハウを、まるで一緒に働く上司のように親身になって教えてくださり驚きました。提案書のフォーマットだけでなく、どのような話し方や提案の仕方をすれば採用担当者に刺さりやすいかといったテクニク的なところまで詳しく教えてくださったんです。



伊藤忠食品(株)展示会で準備した商品提案書(例)

**西村** 中小メーカー様の場合、商品提案書を作成することは容易では無いのが現実です。私たちと何度も商談を重ね一緒に編集した商品提案書は、小売バイヤー様は勿論、初めて見る人にも分かり易い成果物になります。とても労力のかかるプロセスですが、中小メーカー様の商品と商品提案書が「商談」に使える手段となるよう私たちがサポートしています。商品提案書が自らつくれるようになれば、今後さまざまな商談でも活用することができます。

**乳井** 私たちも商品提案書の精度が上がったことで、以前に比べてスムーズに取引に結びついていると感じています。

## パートナー企業の展示会を通じて 大手取引先との実績を獲得

**乳井** 2024年1月に出席した伊藤忠食品様のプライベート展示会では多くのお取引先様をご紹介いただき、商品を採用していただくことができました。

**西村** Flower Picnic Cafe様の商品は引き合いが尋常ではなく、すぐに全国各地から問い合わせが来たんですよ。

**乳井** 本当に嬉しかったです。伊藤忠食品様との実績をベースに2024年2月に開催されたスーパーマーケット・トレードショーにも参加させていただきました。現在、約20社からお声かけをいただいています。

**西村** それは良かったですね! 一般にフーデックス等の大型展示会では仕入れ権限を持つ来場者がわかりにくいのですが、私たちが主催するプライベート展示会は仕入れ権限を持つバイヤー様が来場されるため、すぐに取引につながりやすいというメリットがあります。



伊藤忠食品(株)東海展示会での会場写真

**乳井** 受注はもちろん、伊藤忠食品様の展示会に参加したことで、誰もがよく知る大手取引先様につながるドアが開いたことに価値があると考えています。

## チカパーを活用して、どのようなメリットを感じて いただけましたでしょうか。

**乳井** 多くの取引先様から認めていただけたことで、あらためて商品に自信を持ち、社員のモチベーションアップに繋がりました。私自身もいろんな知見や気付きを得て、視野が広がったと感じています。今後は海外の販路開拓も視野に入れていきたいと考えています。

**西村** 中小機構様を介して信頼できる事業者様とパートナー企業が出会い、企業の大小に関わらず丁寧なやりとりができることです。私たち卸売業はいち早く地方の優れた商品を見つけ出し、ご提案するのが使命ですから、日々新規メーカー様を探していますが、なかなか探し出せるものではありません。ですから、私たちパートナー企業にとってチカパーを通じて全国各地の優れたメーカー様と出会えることは大きなメリットです。事業者様にとっても商品や商品提案書をブラッシュアップした上で販路を拡大していくという今回のような流れは理想的だと感じています。

**乳井** 私は函館出身で、事業を通じて地域創生に貢献したいという思いがあります。今後そうした視点からもご相談させていただき、より一層の協力体制を築いていければ幸いです。

**西村** 承知しました。新たな販路はもちろん、テーマに沿ってさまざまな切り口でご提案できると思います。また今回の中小機構様のチカパーの取り組みを中小機構地域本部の皆様にも知っていただき、全国の事業者様と広く繋がりを発展させていきたいですね。

チカパーを通じて今後につながる協力関係を築かれているご様子うかがえて嬉しく思います。  
本日はありがとうございました。





## 地方の製麺メーカーとアメリカの小売店がタッグを組んで “本物の美味しいうどん”を現地のお客様に広めています

地域活性化パートナー制度は、海外に販路を持つパートナー企業と日本の事業者を結ぶ役割も果たしています。岡山県浅口市の製麺メーカー・かも川手延素麺は、2022年10月に米国でグロサリーストアを展開するFUJI MART CORPORATIONが実施した商品募集企画にエントリー。現地での実演販売やフードコートのメニュー協力などを通じて強い信頼関係を築き、新たな海外ビジネスを模索しています。

### 事業者

#### かも川手延素麺株式会社

専務取締役 藤原 雅美さん  
<https://kamote.co.jp>



1972年創業。麺づくりに最適な気候と条件を兼ね備えた「備中鴨方」(岡山県浅口市)で手延べの製法を用いてうどん、そうめん、冷や麦などの種類の製造を手がける。創業以前より進めていた手延べ麺の量産化の研究を深め、日本で初めて手延べうどんの製造システムの開発に成功。近年、賞味期限の長期化が実現したことから海外展開を模索していた。

### パートナー企業

#### FUJI MART CORPORATION

PRESIDENT&CEO 渡会 益克さん  
<https://www.maruichius.net/company>



アメリカ東海岸で日本の素晴らしい食材や商品を販売するスペシャリティストア「Maruichi Japanese Food & Deli」を13店舗展開。Maruichi Selectは、Maruichiが厳選して作ったPB商品や独自に日本から仕入れた商品及びギフト商品を販売。顧客は日本製品が好きな現地アメリカ人が中心。

## 初めてのアメリカ東海岸 Maruichiへの進出は実演販売から始まった 価格ではなくおいしさで知名度を高める挑戦

### 地域活性化パートナー事業(チカパー)に 参加した理由を教えてください。

**渡会さん(以下、敬称略)** 信頼する元上司が中小機構の専門家として活躍しており、「日本全国から優れた商品を集め、海外で広めたい」というアイデアを共有したところ、「チカパーを通じて商品募集企画を行ってはどうか」と勧められました。2年ほど前のことです。

**藤原さん(以下、敬称略)** 当社は長年の試行錯誤の末、主力商品であるうどんの賞味期限を1年に延ばすことに成功していました。市場には長期保存ができる半生タイプのうどんは他になかったため、海外で新たな芽が出るのではないかと考え、当初は東南アジアを意識していました。それを知った中小機構の専門家から「アメリカ市場にもアプローチを試みてはどうか」と紹介され、FUJI MART CORPORATIONさんの商品募集企画にエントリーしたのです。

**渡会** 海外にいる僕たちは味見や試食を行うことができないため、FDA(アメリカ食品医薬品局)の認証基準を満たす商品であれば、基本的にはすべて受け入れて販売する方針です。その際、船便での輸送は時間がかかりますから、長期保存が可能であることは重要なポイントとなります。かも川手延素麺さんの商品は半生タイプということもあり、歯応えや味わいが良く、「本物のうどんだ」と感じました。

アメリカ東海岸では美味しいうどんを提供しているレストランは少なく、うどんは韓国料理だと勘違いされていたり、うどんの具としてトンカツが入っているような状況なんですよ(笑)。もっと美味しい本物の日本の味を提供したいと考えていたので嬉しい出会いでした。



写真左) Maruichiボストン店に並んだかも川手延素麺(株)の商品(ひやむぎ、素麺、うどん/半生・乾麺)

写真右) 本格的海外進出のスタートのきっかけとなった、主力商品「手延うどん半生」の賞味期限1年への延長

**藤原** 事前に時期を打ち合わせして5月下旬に「Maruichi Japanese Food & Deli」ボストン店で実演販売を行いました。インバクトのある製法やつくり手の顔も一緒に届けられれば、より現地の人に親しみを持ってもらえるのではないかと考えたのです。

**渡会** アメリカまでデモンストレーションに来てくれる日本のメーカーさんは初めてで、藤原専務のチャレンジ精神と積極的な姿勢に感銘を受けました。

藤原 海外での実演販売の経験はありませんでしたが、麺生地を冷凍便でアメリカに送り、手延べ麺づくりの「小引き」という工程を体験できる大型のハタ(麺を延ばす道具)をハンドキャリアで持ち込んでなんとか実現しました。生地の熟成が上手くいかないと麺が切れてしまうリスクがあり、プレッシャーを感じましたが、渡会社長と8歳のお嬢さんやお店の皆さんがとても協力的で、お店で販売している調味料を活用してフレーバーを変えながら提供するなど、さまざまなアイデアでサポートしてくださいました。



渡会 ローカルのお客様には生まれて初めてうどんを見る人もいますから、デモンストレーションで製法を見たり、実際に味わったりしてもらうことは、すごく貴重な体験になりますよね。試食後、「こんなに美味しいうどんは初めて!」との感想をいただきました。アメリカ市場では、まず食べてもらうことが重要なので、その後、かも川手延素麺さんと共同でフードコートのメニュー展開を行い、ローカルのお客様に手軽にうどん食べていただける環境を整えました。それも驚くほど売れ行きが良く、最初の注文分はすぐに売り切れてしまって、バックオーダーで業務用の商品を送っていただきました。

藤原 日本ではメーカーに対して販売側があまり協力的ではないケースもあるのですが、渡会社長からは「一緒にやっぺいこう」というパートナーシップを感じるので率直に意見交換ができ、話が進展していったと感じています。

渡会 僕は、中小事業者の方々には僕たちのような小売店と直接取引をして、自分たちで販路を築いたほうが良いのではないかと思います。

ているのです。問屋を通じてアメリカ市場に流通させる方法もありますが、大抵の場合は日系スーパーにしか並べられず、その結果、価格競争に巻き込まれて大手の安い商品だけが残ることになります。一方、僕たちのフードコートで提供すれば、価格ではなくおいしさと知名度を高めることができ、業務用として大口注文を受けることも可能になります。このサイクルを継続することで、売上が着実に伸びていくのではないのでしょうか。

藤原 本当にありがたいことです。まさにチカパーで出会ったパートナー企業さんだからこそ、ここまで親身になってくださっていると感じています。

## スムーズな信頼関係の構築をサポートし、新たな可能性が広がる制度

チカパーを活用して良かったことや、今後の展望についてお聞かせください。

渡会 チカパーを通じて多くの事業者様に当社の存在を認知していただき、地域の優れたメーカーの方々と繋がれることが非常にありがたいです。ショップを立ち上げた際、日本の素晴らしい商品を販売したいと思って60社以上の企業にメールを送ったのですが、1件も返信がありませんでした。しかし、チカパーで募集企画を実施したところ、この1年で10社以上のメーカーさんとお付き合いが広がったのです。やはり中小機構が選んだパートナー企業だからという安心感があるのだと思います。

藤原 私たちにとって一番の変化は、これまでとはまったく違う世界が開けたことです。これまで地元や国内のビジネスの範囲で物事を考えていましたが、渡会社長と出会い、アメリカ東海岸のスーパーマーケットのフードコートでうどんを提供するなど、地方の1メーカーとしては考えられなかったことが現実になったのが驚きです。



写真左) Maruichi Japanese Food & Deli Stamford店舗フードコート  
写真右) かも川手延素麺の半生うどんを使った「ゆずぶっかけうどん」

渡会 今年3月にはロードアイランド州の店舗で、かも川手延素麺さんのうどんを前面に押し出したフードコートを展開する予定です。本当のおいしいうどんを現地に伝えていくために、将来的にはかも川手延素麺さんがボストンに自社店舗を構えることを目指してはどうかとお話しています。

藤原 海外で自社店舗を展開するなんて考えられなかったのですが、渡会社長と話していると「やってみようかな」と思えますね。海外で従業員を採用する方法や、必要なビザなどについて具体的に考え始めた自分に驚きまし、視野が広がったと感じています。こうした変化は会社の成長につながることであり、新たな可能性を感じています。

渡会 僕たちが良い事例をつくり上げていくことで、他のメーカーさんたちにも「アメリカ市場を目指すことは難しくない」と示したいと思っています。僕たちと一緒にやってみようと思ってくれる企業が増えれば、地域活性化にもつながるのではないのでしょうか。



## テレビショッピングという新たな販路に挑戦し、商品ストーリーを練り上げて売上を拡大

東京都渋谷区のソフトウェア企業・ECBB株式会社は、2023年4月に「ショップチャンネル」運営会社であるジュピターショップチャンネル株式会社が実施した商品募集企画にエントリー。メーカーズ部門で開発した革新的なマルチポーチ「#2GO(トゥーゴー)」で番組出演を果たし、ヒットにつなげています。

### 事業者

#### ECBB株式会社

代表取締役 CEO 松浦 康裕さん

<https://ecbb.co.jp>



1999年設立。ホームページ制作、システム開発、ECサイト構築などを請け負うWebIT事業とモノづくりの企画開発製造販売を行うメーカーズ事業を展開。今回の募集企画にエントリーしたマルチポーチ「#2GO(トゥーゴー)」はメーカーズ事業部の第三弾プロダクトで、クラウドファンディングにて8,000名3,000万円以上の支援を獲得している。

### パートナー企業

#### ジュピターショップチャンネル株式会社

マーチャンダイジング本部

マーチャンダイジング3部長 藤永 謙一さん

<http://www.shopchannel.co.jp>



1996年設立。CATV 放送、衛星放送、インターネット、カタログ等の媒体を通して通信販売を展開する「ショップチャンネル」の運営を行うダイレクトマーケティング事業会社。エンターテインメントとしてのショッピングを通じて、お客様の毎日の暮らしに「心おどる、瞬間を。」提供している。

## テレビショッピングの手法で商品ストーリーを紡ぎ、新たな客層にアプローチ

### 地域活性化パートナー事業(チカパー)に参加した理由を教えてください。

**藤永さん(以下、敬称略)** 中小機構の専門家から声をかけていただいたのがきっかけです。ECBBさんの「#2GO」は、チカパーを通じて当社ショップチャンネルで販売した最初の商品です。

**松浦さん(以下、敬称略)** 僕はインターネット検索でチカパーを見つけてエントリーしました。中小企業にとって、販路開拓は死活問題です。売上を伸ばす方法について悩んでいる中小企業は多いと思いますが、販促費や広告費は経営上の大きな負担になりますから、無料で販路開拓ができる公的機関の支援を活用しない手はありません。

**チカパーでは多数の商品募集企画が実施されています。その中で、なぜジュピターショップチャンネルさんの募集企画にエントリーしてみようとお考えになったのでしょうか。**

**松浦** 当社は自社ECやAmazonなどでネット通販を展開していますが、日本のEC普及率は中国やアメリカに比べて圧倒的に低く、日本人の半分以上はいまでもインターネット以外で商品を購入しています。その市場にアプローチできていないと感じていたため、テレビショッピングの企画は魅力的でした。



マルチポーチ「#2GO(トゥーゴー)」

**藤永** 最初に「#2GO」を拝見したとき、説明しないと気づかれない商品だと感じました。店頭に並べるだけでは、商品の魅力が伝わりにくいのです。さまざまなシーンで商品を使って見せることで使い勝手の良さや便利さが伝わる商品なので、我々が販売する意味や価値があるのではないかと思います。

**松浦** おっしゃる通りです。ライブ放送を通じて商品の魅力を最大限に伝えることができるため、採用されれば僕たちにとって大きなチャンスだと感じました。



藤永 我々は商品を採用する際、単に「良い」「売れそう」ということではなく、魅力的なストーリーを持つ商品であるかを重視しています。そのストーリーは、つくり手さんと買い手であるお客様をつなぐものです。その商品によってどのように暮らしが豊かになるか、きれいになるかなど、さまざまな切り口からお客様が心おどるような物語を紡げる商品を探しています。

松浦 ショップチャンネルさんは1つの商品にじっくり向き合い、1時間もかけて丁寧に紹介してくれるところがすごいですよね。

藤永 番組で紹介するまでには、約半年の時間をかけて慎重に準備を進めています。番組制作グループと商品の訴求ポイントや伝えたいメッセージを共有後、CGの使用やデモンストレーションの必要性などを議論し、メーカーさんと連携して商品の見せ方や伝え方を最適化します。最終的には法的観点からも内容チェックを行っているんですよ。

松浦 僕は今回初めてのテレビ出演でしたが、藤永さんの手厚いサポートで、視聴者に商品の魅力をうまく伝える方法を学ぶことができました。

藤永 つくり手である松浦さんの出演を通じて、開発者の思いや苦労、そして具体的な使い方を伝えることが重要でした。出演してみても、いかがでしたか？

松浦 未経験の領域ですから、やはりプレッシャーは感じましたね。1時間が想像以上に長く感じましたし、放送の間にどんどん台本にはない指示が飛んできて……。

藤永 生放送は、キャストとゲストが2人でつくっていくショーです。私たちはお客様の反応をリアルタイムでモニターしており、たとえば突然お客様からの電話(注文)が増え始めた場合、その1~2分前に話していることが響いているということなので、「そのトークを繰り返してください」といった指示を行います。商品のつくり手の方は、視聴者のどんな質問にも臨機応変に答えていただけるので、頼りになるんですよ。松浦さんも立派に対応されていました。

松浦 実は僕、ラスト20分ほどはバテてしまっていたんですよ(笑)。そうしたら注文数が見事に落ちてくるんです。やっぱり売り手の熱意は見ている人に伝わるんだとわかりました。



## 「素晴らしい商品を世の中に提供したい」という 純粋な思いがチカパーの魅力

藤永 初回放送では、商品を1800個販売するという予算を立て、見事にクリアしました。当社では独自の指標を用いてオンエア1分間に対する売上目標を立てますが、「#2GO」は初回放送で1分間に10万円の売上を目指し、それも見事に達成しています。当番組のデビューショー(初回放送)で予算をクリアする商品は2~3割程度ですから、非常に素晴らしい結果です。

松浦 本当に嬉しかったです。2回の放送後、当社ネット通販にも目に見えて販促効果があらわれ、年間約4000~5000個だった販売数が約1万個に増え、売上も倍増しました。その後も売上は伸び続けており、チカパーを活用して本当に良かったと思っています。

藤永 当社も、チカパーを通じてさまざまな商品をご提案いただき助かっています。中小機構は公的機関でありながら、専門家の方々が各業界の専門的な知識や人脈を持っており、精度の高い情報を提供してくれるので、とても頼りになると感じています。民間企業と異なり「売りたい」という思いがない分、フラットに物事を見ていただける点も良いですね。「素晴らしい商品を世の中に提供したい」という純粋な思いが、私たちにとって魅力的です。

松浦 僕たちのような小規模な企業にとっては、ジュピターショップチャンネルさんのような日本一のテレビショッピング運営会社と、代理店などを介さずに直接契約ができたこともメリットでした。直接契約のメリットは、まず料率です。コミュニケーションもスムーズに行えるため、販売側の商品の理解度が高まり、売上が伸ばしやすくなります。メリットばかりの制度ですから、皆さんももっとチカパーを活用すべきだと思います。

### ありがとうございます。今回の企画を経て、社内や ご自身にどのような変化がありましたでしょうか。

松浦 今回の経験を経て自分の気持ちや対応スキルが大きく向上し、人間的に強くなれたと感じています。テレビに出演するからには自分にできることは最大限やろうと美容にも気を配り、声のトレーニングにも力を入れるようになりました。その後、催事や展示会などで販売活動を行っていますが、見た目の好感度が売上に影響していることは明らかで、声の印象も重要だと感じています。藤永さんと共に商品の魅力をわかりやすく整理した内容とストーリーは、いまま営業に役立っています。

藤永 私たちもパートナー企業として「#2GO」のような個性的な商品の拡販に貢献でき、あらためて商品のストーリーを視聴者に伝えるショップチャンネルの良さに自信を持つことができました。ECBBさんとは今後も商談させていただきたいと思ひますし、チカパーでも引き続き商品募集企画を実施する予定です。

写真上) キャリーケース  
写真下) 自転車装着イメージ

# チカパーを通じて優れたメーカーさんと出会い、共に素晴らしいものづくりができたことに感謝しています

日本をテーマにした全国の逸品に出会えるセレクトショップ「藤巻百貨店」を運営する株式会社caramo。地域活性化パートナー制度のパートナー企業として、コラボレーション商品の開発やリアルイベント「藤巻百貨展」の出展募集など、制度をご活用いただいた感想をお聞きました。

### パートナー企業

#### 株式会社 caramo

藤巻百貨店事業部 チーフバイヤー

市山 さやかさん

<https://fujimaki-select.com>



### 御社の事業内容と商品についてお聞かせください。

当社は、日本をテーマにした全国の逸品に出会えるセレクトショップ「藤巻百貨店」の運営会社です。藤巻百貨店は、「日本のものづくりで日々の暮らしを豊かにする」という理念のもと、メイドインジャパンの製品や優れた職人の手仕事の魅力やサービス哲学をストーリーと共に丁寧に伝え、お客様の暮らしを豊かにすることを目指しています。商品アイテムは、バッグなどのファッション関連から、日常的に使える雑貨アイテムまで幅広く取り揃えており、飾るだけでなく生活の中で活用していただけることを重視してセレクトしています。

### 地域活性化パートナー事業(チカパー)に参加した理由を教えてください。

中小機構専門家である石塚杏梨さんからのお声かけがきっかけで、パートナー企業に登録しました。石塚さんは、雑貨関連の合同展示会のプロデュース業にも従事されており、共通の仕事を通じて目利きのセンスや時代のトレンドを読む力を信頼していました。公的機関との連携は私たちのビジネスとは相入れないのではないかと感じていましたが、現役世代のプロフェッショナルが関わっている制度なら参加してみる価値があると考えました。

### 襟立製帽所さんとは、どのようなかたちでコラボ商品の開発が進んだのでしょうか。

「ヒットをねえ!地域のおすすめセレクション2023」のカタログを見た瞬間、藤巻百貨店のポリシーである「いい青だったら絶対どこにも負けない」という品揃えにぴったりの青い帽子が目に入り込んできました。その魅力的な商品からデザイン力と技術力の高さが一目でわかり、驚きを感じつつ、ぜひご紹介いただけるようお願いしました。コラボ商品の開発では、襟立製帽所さんの柔軟な対応力とスピード感の素晴らしさに感銘を受けました。ファーストコンタクトの段階ですでに帽子のトップシーズンが近づいており、帽子業界の慣例から考えると難しいオーダーだったと思います。ですが、襟立製帽所さんは私たちの要望に耳を傾けながら実現可能な素材やカスタムのアイデアを提示し、真夏の発売に間に合わせてくださいました。短期間で3商品も展開できたのは、襟立製帽所さんのフットワークの軽さと柔軟な対応力のおかげです。



襟立製帽所とのコラボ商品

### 襟立製帽所さんとの取り組み後、チカパーを活用して「藤巻百貨店主催 POPUPイベント出店商品」の募集企画も実施されています。その際は「食品」を募集されていました。

藤巻百貨店は、バック・革小物・ファッション・ライフスタイルグッズなどのジャンルが主で、食品は基本的にはリアルイベントや季節のギフト企画での限定展開をしております。丁度、リアルイベントの商品構成を検討しているタイミングでしたので、チカパー担当者に相談したところ、募集企画の提案をいただきました。

この取り組みは、事業者の皆様には私たちのポリシーを伝える良い機会でもあり、募集時に自社の考え方や重視するポイントをしっかり伝えたと、私たちに共感してくださる30社以上のエントリーをいただきました。温度管理などの問題から最終的に7社に絞り込んで選定させていただきましたが、エントリーされたすべての企業の資料を拝見し、「まるで逆展示会のようだ」と感じました。というのも、多くの商談会では事前情報を自分たちで調査する必要がありますが、チカパーでは中小機構さんがわかりやすく情報を整理して資料提供をしてくれたからです。

チカパーでは常時数多くの企画を回しているため多くの情報が集まり、その情報を整理して適切に事業者とパートナー企業を繋げていく仕組みが特徴なのだそうです。実際、次に向けての知識の蓄えとして、幅広い情報を得ることができたと感じています。



藤巻百貨店のリアルイベント風景

有意義にご活用いただき、ありがとうございます。これからチカパーにパートナー登録を検討されている企業の方々にメッセージをお願いします。

公的機関の制度であることから敷居が高く感じるかもしれませんが、チカパーは専門家の親身なアドバイスや情報提供を通じて、多角的な視点で問題解決をサポートしてくれる制度だと感じました。経験豊富な専門家の方々から提案をいただくことで、新たな展望が広がるのではないのでしょうか。



# アパレルの知識と人脈を持った専門家のサポートで、 技術とデザイン力を発揮できるパートナー企業に出会えました

岡山県浅口市の帽子メーカー・襟立製帽所と、日本をテーマにした珠玉の逸品に出会えるセレクトショップ藤巻百貨店運営会社・株式会社caramoは、地域活性化パートナー制度を通じてコラボレーションを実現し、ヒット商品を生み出しています。

### 事業者

#### 株式会社襟立製帽所

代表取締役  
襟立 重樹さん  
<http://www.eritate.com>



### 御社の事業についてお聞かせください。

弊社の拠点である岡山県浅口市は、麦わら帽子発祥の地として知られています。私は幼少期から親の仕事を見て育ち、アパレル業界で経験を積んだ後、約20年前に家業に入り、帽子づくりを始めました。麦わら帽子は夏にしか売れないアイテムであることから地域特性を活かした新たなビジネスを模索し、隣接する井原市の特産品であるデニムなど綿織物を用いた布帛帽子の製造を始めました。デザイン力を活かしオリジナルテキスタイルの開発にも取り組み、帽子以外にも服や雑貨など幅広い商品を提供しています。

### 地域活性化パートナー事業(チカパー)に参加した理由を教えてください。

岡山商工会連合会の紹介で中小機構が主催する展示商談会「ヒットをねらえ!地域のおすすめセクション2023」に参加したのがきっかけです。その際、中小機構の専門家が展示会の総合カタログを藤巻百貨店のバイヤーにお見せしたところ、当社の商品が目にとまり、技術とデザイン力が評価され、協業のお声をいただきました。同店のバイヤーさんはユーザーのニーズを正確に把握しており、何事もスピーディーに判断して決断して下さったため、とてもスムーズに進展しました。これはアパレルの専門知識を持った専門家が間に入り、双方の良さが発揮できるように気を配りながら信頼関係の構築をサポートしてくれたおかげだと感じています。

### お役に立てて嬉しく思います。 藤巻百貨店さんとは、どのようなかたちで コラボ商品の開発が進んだのでしょうか。

昨年4月末に出会い、そこからスムーズに商談、サンプル提案と進んで7月初旬に受注、8月半ばに納品しました。当社が有する材料と型を活用してオリジナル性を保ちつつ、色や素材などは藤巻百貨店さんからの提案を取り入れてデザインしています。商談時のオーダーが明快で、作り手としては非常に対応がしやすかったですね。嬉しいことに今回制作した3商品は発売後ほどなく完売し、想像を超える良い成果が得られました。



襟立製帽所のオリジナル商品

### コラボ企画に取り組んでみて、いかがでしたか。

当社は長らくOEMに携わっており、「デザインが技術を進化させる」というスローガンのもと、社内デザイナーが他社からのオーダーに柔軟に対応して新たなアイデアを生み出し、生地や色、設備の組み替えを行うことで、ものづくりの幅を広げてきました。同時に私たちは自社のオリジナルブランドを大切に育てたいという思いを抱いており、今回の藤巻百貨店さんとのコラボレーションは、培ってきた技術と思いが実を結んだ成功例だと感じています。

また、今回の取り組みを通じて、コラボ商品が具体的に売上が上がる成果を上げたことは、大変意義深いものとなりました。現在、別件でビームスジャパンさんとのコラボレーションも進行しており、こちらも素晴らしい商品ができています。経営と生産の安定を実現するためにも、今後も積極的にコラボ商品の開発に取り組んでいく必要があると感じています。



藤巻百貨店 HP内の「襟立製帽所販売ページ」  
[https://fujimaki-select.com/item/482\\_0003.html](https://fujimaki-select.com/item/482_0003.html)

### 地域活性化パートナー制度を活用されたご感想と、 今後の展望についてお聞かせください。

藤巻百貨店さんとは引き続きコラボ商品の開発を進めており、地域活性化パートナー制度を通じて良好な協力関係を築くことができたことを大変嬉しく思っています。今後もコラボ商品の開発を通じて自社ブランドを磨きながらさまざまな可能性を追求し、地域活性化に貢献していきたいと考えています。

## パートナー企画のご紹介

### ■ 商品開発・販路開拓 虎ノ門オンラインアドバイス

商品開発やプロモーション、販路開拓等について、お困りごとはありませんか？  
パートナー企業の現役バイヤー、実務担当者がアドバイザーとなり、  
実践的なワンポイントアドバイスを提供します。相談は1回45分間、無料。  
事前予約制となりますので、申込フォームより是非お気軽にお申込みください。

〈アドバイステーマ〉

#### 商品開発

商品の評価・ブラッシュアップ、  
ターゲットの設定、販売価格の設定 など

#### 販路開拓

PRツールの検討、販売チャネルの選定、  
SNS・メディア活用 など

### 虎ノ門オンライン アドバイス



### ■ 展示商談会 ヒットをねらえ！ 地域のおすすめセレクト

「ヒットをねらえ！地域のおすすめセレクト」は、商品開発や新規顧客開拓  
に取り組む日本全国の中小事業者をサポートし、バイヤーをはじめとする来場  
者の皆様に地域のこだわり商品の新たな価値や魅力を提案する展示会です。  
「SDGs」や「ソーシャルグッド」をテーマに、「リアル展示会」と「オンライン商談  
会」のハイブリッド型展示会として開催しています。

### 地域のおすすめセレクト2024 ヒットをねらえ!



〈ヒットをねらえ！2024〉  
(実績)

展示会	2024年1月25日・26日
会場	虎ノ門ヒルズフォーラム 5F
オンライン商談会	2024年2月1日～2月29日
出展社	128社(雑貨60社、食品68社)
参加バイヤー	580名 商談件数 372件

### ■ オンライン企画説明会 チカパー企画 販路開拓サポートDAY

パートナー企業担当者が募集企画の趣旨や応募要件等をオンラインライブ形  
式で説明するイベントです。  
募集企画紹介のほかに、中小機構の施策紹介やウェビナーも同時開催すること  
で、参加事業者のサポートを行っています。

### 販路開拓 サポートDAY



〈2023年度〉  
(実績)

開催回数	4回(春・夏・秋・冬)
企画数	56企画(ウェビナー含む)
参加者	中小事業者・支援機関担当者
視聴人数	約2,000名

## ● お問い合わせ

独立行政法人 中小企業基盤整備機構  
経営支援部 企業支援課

✉ renkei@smrj.go.jp ☎ 03-5470-1524

📍 〒105-8453 東京都港区虎ノ門3-5-1 虎ノ門37森ビル

地域活性化パートナー制度 🔍

募集中の企画は中小機構のサイトでご覧いただけます▶



企画やイベントの告知  
など最新の情報は  
メールマガジンで▶

