



青い森鉄道応援 副業開発プロジェクト 成果報告



企画政策部 青い森鉄道対策室
企画担当 ベンチャー事業担当

プロジェクトのめざす姿

収益性が高い持続可能な副業の開発



青い森鉄道株式会社による副業の実践



青い森鉄道(株)の収益
向上、イメージアップ

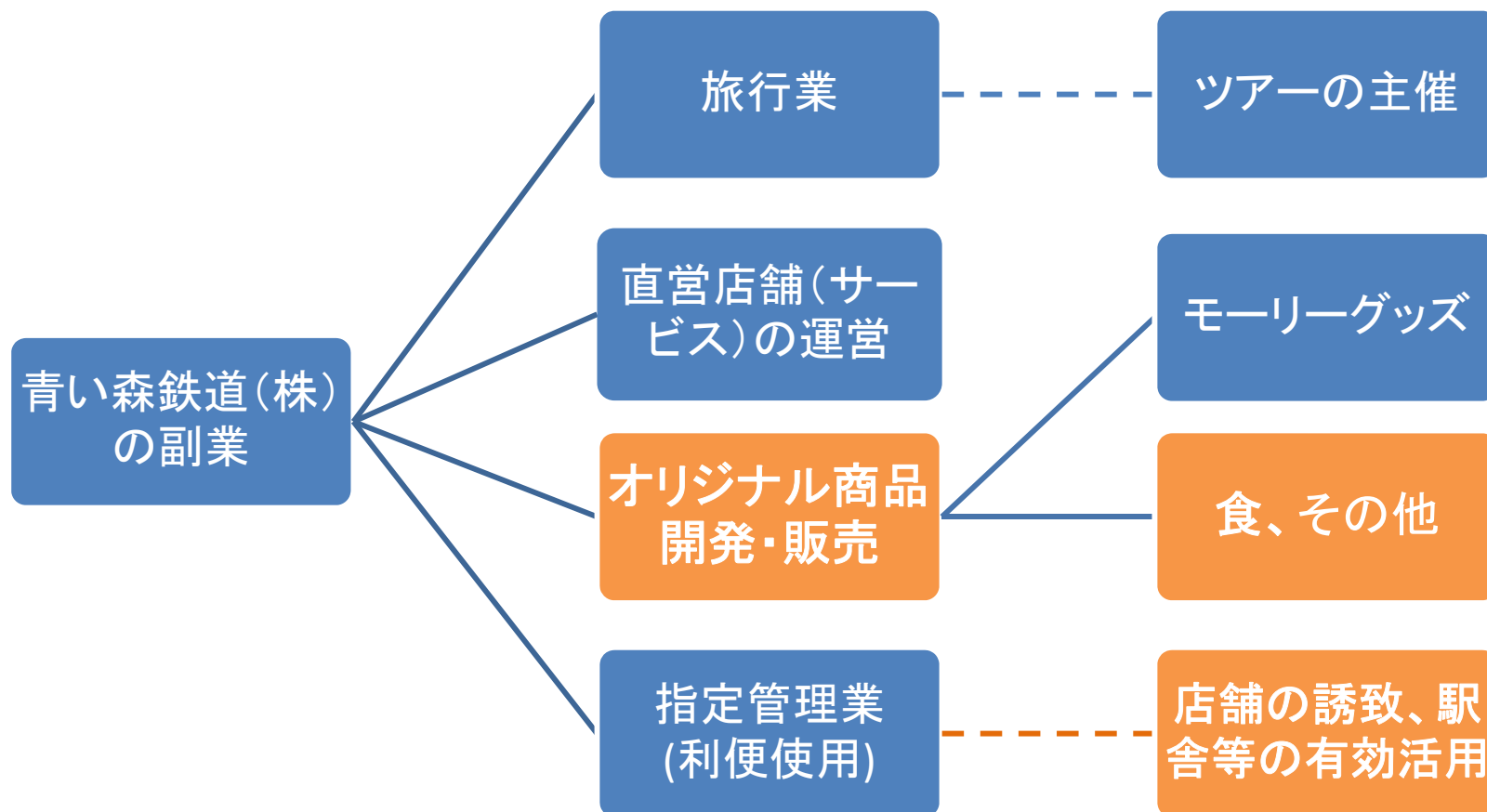


沿線地域の生業づく
りの創出

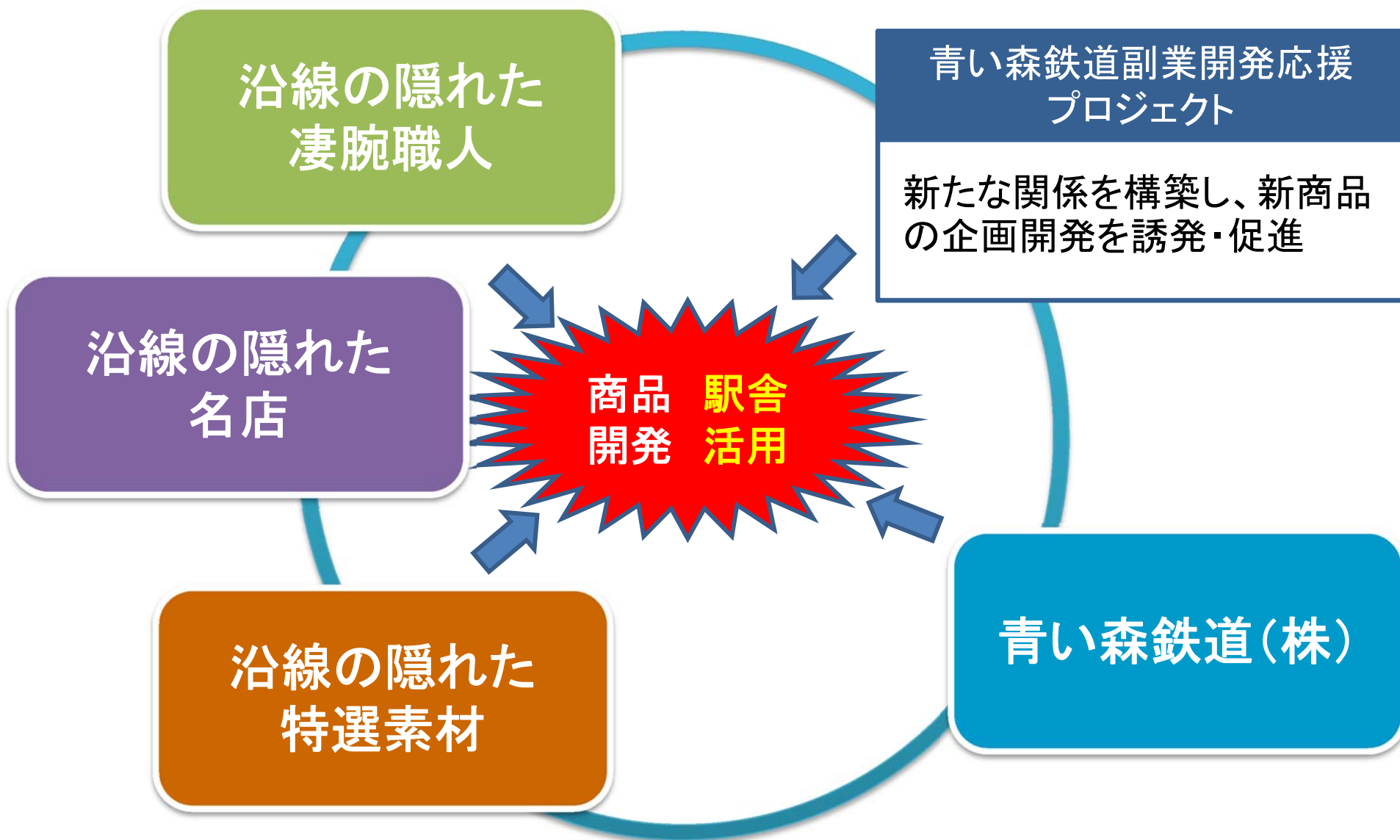
“副業”の開発領域

副業開発の視点

本業「鉄道業」との親和性、沿線の地域資源の活用、賑わいの創出



商品開発・駅舎の活用



オリジナル商品ブランド構築 A-mono

青い森謹製

A
m o n o

青い森鉄道が、青い森鉄道沿線の豊かな森、海、山、街を結ぶ

青い森鉄道沿線の産品、高度な技術を持つ人・企業に着目した高品質なオンリーワンの商品

青い森鉄道線の駅名に着目（諏訪ノ平、八戸、清水川・・・）

諏訪ノ平ガスグレープ

■ コンセプト

南部町にある諏訪ノ平駅そばの名川果汁の高品質なストレート果汁、おいらせ町の酒造メーカー桃川が八戸工業大学と共同開発したきめの細かい炭酸ガスを注入するマイクロバブル発生装置に着目し、これらを結び付けた、南部町産キャンベルアーリー種ぶどうのストレート果汁を使用した果汁100%の発泡ストレート果汁飲料を商品化。

ノンフィルター、香料、糖類、保存料無添加にこだわり、酸味と甘味のバランスを重視し食事中的ガス入りのミネラルウォーターに代わる飲料として提案。



(原材料)

南部町産キャンベルアーリー種ぶどうを使用した100%無添加のストレート果汁

(特徴)

濃縮還元ではなく、100%ストレートの無添加の果汁にマイクロバブル発生装置を使用して、他には無いきめの細かい炭酸ガスを注入

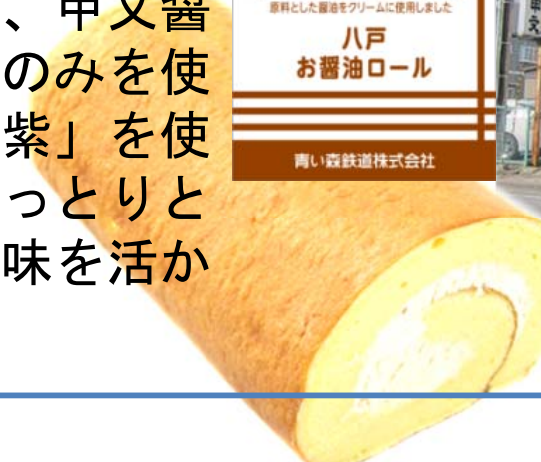
(パッケージ)

198mlガラス瓶にシルクスクリーン印刷

八戸お醤油ロール

コンセプト

八戸市にある明治時代から続く老舗醤油醸造元「甲文醤油」と青森市の人気菓子店「eat fun!」を結び付け、eat fun!が人気商品のロールケーキをアレンジし、甲文醤油が上十三地域で収穫された大豆のみを使用して醸造する二段仕込み醤油「紫」を使用したクリームを甘さ控えめでしっとりとした生地で巻き、醤油の香りと風味を活かした上質なロールケーキ。



(原材料)

甲文醤油が上十三地域産の大豆のみを用い、醸造する二段仕込み醤油「紫」を生クリームに加え、きめの細かいスフレ生地で巻いたオリジナルロールケーキ

(特徴)

醤油の香りと甘さを抑えた生地のリズム合わせが印象的なロールケーキ

(パッケージ)

6号サイズ (浅虫温泉駅モーリーズカフェでのカフェメニューでも提供)

清水川真鯛の生ハム仕立て

■ コンセプト

青森市の凄腕職人（魚の目利き）、平内町清水川の漁業者、八戸駅そばの北イタリアで修行したシェフを結び付け、平内町清水川の特選素材を使った、本場の技法＋新たな技法でつくりあげた新たな料理を厨房から食卓に運ぶ。

大規模な工場での製造ではなく、レストランの厨房で調理・加工することこだわった。



(原材料)

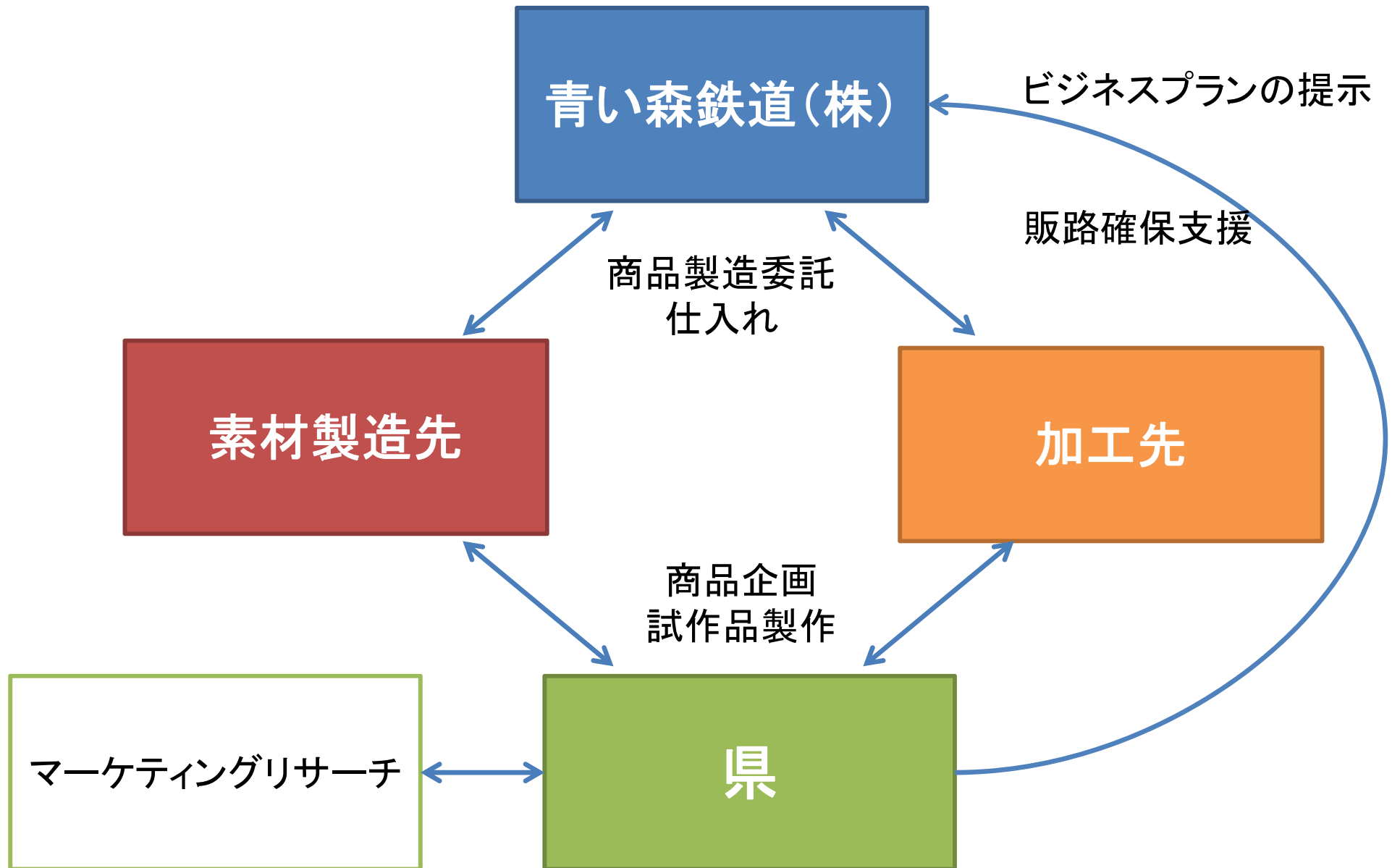
清水川の漁師が一本釣りで漁獲する天然真鯛の選りすぐりの活真鯛（4キロ～5キロの特に状態のよいもの）を塩谷魚店の塩谷常務が活〆、神経抜きし、ボルゴの厨房に送り、滝沢シェフが調理、パッケージ、殺菌などの加工を行う

この真鯛は首都圏の有名店でも使用される人気食材
(パッケージ)

スライスして40グラムを冷凍真空パック



テスト販売の実践



通信販売サイトの構築

■ 他の鉄道会社を参考にサイト構築

青い森産製

A
mono

A-monoの「A」は青い森鉄道、
青森、ええ(いい)ものの「A」

青い森から海へ、そして街へつながる青い森鉄道。

沿線の素晴らしい食材、高度な技術を持つ職人、企業に着目し、地域の方々と共同開発した商品を「A-mono」として、皆様にお届けします。

青い森鉄道 A-mono Store へようこそ！



HOME ABOUT



諏訪ノ平ガスグレープ
¥350

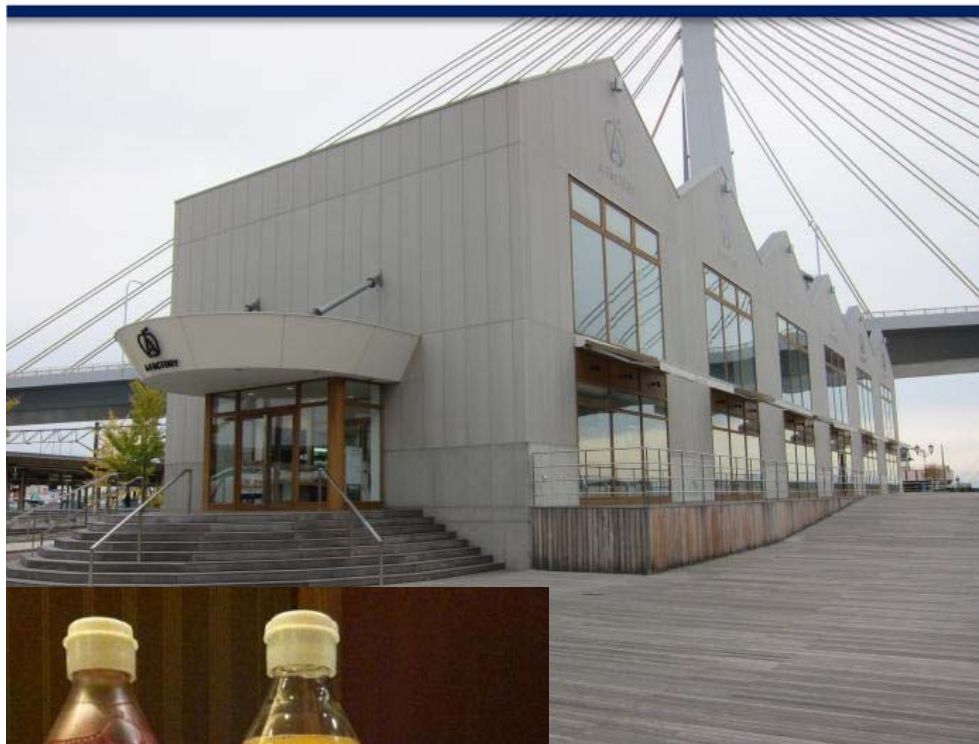


【30本1ケース】 諏訪ノ平ガスグレープ
¥9,300



【受注生産】 八戸お醤油ロール【クール便発送】
¥1,500

小売店、レストランでの販売（卸売り）



首都圏の催事に出店

■ Power Up 青森 キャンペーン(JR東日本青森商業開発との連携)

【出店】

12/6～8 上野駅

1/22～24 大宮駅



メディアを活用したプロモーション試行

■ 食・旅関係雑誌による企画広告

開発した商品を紹介するため、北東北3県、仙台市などの書店で発売されているrakraに、A-monoブランドの企画広告記事(5P)を掲載(2月25日発売)



■ メディア向け発表会の実施

A-monoブランド商品をマスコミ関係者に試食していただくイベントをA-FACTORYで2月26日に実施

駅舎の有効活用(店舗の誘致)

■ 沿線のパン屋が駅で営業

小湊駅 × 「panya ichico」

23年度に3駅（小湊、上北町、下田）で需要調査を行ったところ、小湊が好調だったことから、今年度、毎週金曜日に本格的に出店
〈毎回2万円以上の売上あり〉



成果1：商品開発のノウハウ蓄積・人脈構築

商品の開発、販売試行



商品開発にあたり、素材の発掘、交渉、商品製造委託、販売、プロモーションまでを青い森鉄道(株)と二人三脚で実践することにより、素材発掘手法、人脈構築、ビジネスプラン策定を自ら実践できるような体制づくりを支援



青い森鉄道(株)による持続的な実践

成果2: 沿線の生業づくり

★ 新たな分野への進出

諏訪ノ平ガスグレープの商品化により、桃川(株)がノンアルコール飲料分野(清涼飲料水製造)に進出。酒造メーカーとしてのブランド力を新たな商品開発に。

★ 販路の拡大

諏訪ノ平ガスグレープの商品化により、名川果汁のぶどうジュースが東京のイタリア料理店 il desiderio (イル・デジデリオ) のドリンクメニューに採用。

★ 駅舎の活用

小湊駅での需要調査をきっかけに、panya ichicoが小湊駅への出店を継続し、好調な売上。

平成25年度以降の取り組み(会社)

■ A-monoブランドの充実

青い森鉄道（株）が沿線の事業者企画を提案し開発するだけでなく、事業者からの企画も取り入れ商品化をすすめる。

■ 販路の構築

今年度までに構築した人的ネットワークを活かし、直営売店、ネット通販以外の卸売り・委託販売先を開拓する。

25年度以降の取り組み(県)

青い森鉄道新需要創造事業

- ◆ 青い森鉄道線沿線の魅力をコンテンツ化し、戦略的に情報発信
- ◆ メディア等を活用した利用促進プロモーションの実施



青い森鉄道(株)の収益向上を支援