

※行幅は情報量により拡大、縮小を適宜行ってください。

商品情報 — No 1		※1社(者)につき3品目まで応募可能です。1品目をNo1、2品目をNo2として下さい。			
ふりがな	うめぼしかいそう				希望小売価格
商品名	梅干し海草				(税込) 300円
(分類)	食品表示上の一般名称：海藻加工品				
保存方法	常温	<input checked="" type="radio"/> 冷蔵	冷凍	(該当項目を○で囲んでください)	
期限表示	<input checked="" type="radio"/> 賞味期限	消費期限	期間	(日 ・ 2ヶ月 ・ 年)	
関係機関（保健所等）への食品表示の確認状況	(該当項目を○で囲んでください) 1. <input checked="" type="radio"/> あり (確認日：令和 4年 7月 20日) 2. 確認中 (確認開始日：令和 年 月 日)				
生産物賠償責任保険（PL保険）等の契約状況	1. <input checked="" type="radio"/> あり 2. なし				
1 原材料のうち千葉県産の割合と品目（産地を特定している場合は産地市町村名も記載）					
主要原料名	梅	コトジツノマ タ			
産地市町村名	千葉市	旭市			
使用割合	15%	50%	%	%	%
使用量 (kg/年間)	75kg	250kg	kg	kg	kg
2 ターゲットとする消費者像（年齢、性別や利用シーン）					
<p>少しだけ健康に気を使い始めた中高年のお客様に、晩酌のお供として食べてもらいたい。 海藻と梅干しの組み合わせが健康志向の中高年にマッチすると考えている。</p> <p>第2のターゲットとしては、サラダのアクセント（トッピング）として加えてもらい、おしゃれに敏感な20～30代の女性に食べて頂きたい。 梅干しを加えることで「海の香り」が穏やかになりサラダに合うようになっている。</p>					
3 商品のコンセプト（商品ならではの特徴、千葉らしさやこだわり、ストーリー性など）					
<ul style="list-style-type: none"> ・ネーミングの由来、ねらい等 原料がわかりやすいように、また「梅」と聞いて健康的なイメージを持ってもらえるよう命名した。 ・特徴（加工方法等の特徴や工夫、健康面を考慮した工夫、消費者の嗜好の変化を的確に反映したものであるか等） 梅干しは減塩タイプのものを使用。 ・こだわりやセールスポイント、パッケージの工夫、ストーリー性など 千葉県海浜地域で古くから伝統郷土料理として食べられていた「海草（海草≠海藻）」という食べ物を新たに発見してもらうことをコンセプトに製造した。 海草は、お正月など祝いの席で食べられていたものであるが、味が薄く通好みのものとなっており、消費が減少していたが、これに梅干しを加えることで、しっかりした味となり、一般的に受け入れやすいものになり、消費が拡大した。 また、パッケージもシンプルで且つ上品な和風に仕上げ、伝統料理でありながら新しいものを強調した。 					

4 生産販売体制について

(1) 現在の生産能力：(1,000) 個・ケース/月

委託加工

応募者以外が製造している
場合レ点

販売先※	直売所	スーパー	飲食店	その他
面積※ (㎡)	10㎡	5㎡	2㎡	㎡
年間販売量	(5,000) ①個・ケース/年	(2,000) ①個・ケース/年	(1,000) ①個・ケース/年	(2,000) ①個・ケース/年
割合 (%)	50%	20%	10%	20%

※販売先の記載例：百貨店、スーパーマーケット、直売所、外食、問屋、ネット販売、学校給食、その他
(イベントなど)

※面積：販売面積又は棚占有面積を御記載願います。

(2) 今後の生産販売計画

例：〇〇を行い、□□年までに生産能力を〇〇%伸ばし、量販店(△△)などでの販売を目指す。など
将来的には製造ラインを増強し、2023年までには生産能力を50%伸ばし、受賞後の商談会等をきっかけ
に全国チェーンのスーパーなどでの販売を目指す。

5 市場性 (陳列・運搬のし易さについての工夫、ターゲットにマッチした商品形態(核家族向け少量
パック等の対応をとっているか)等)

パッケージは積み重ねしやすく、狭いスペースにもたくさん置くことができる。また、売店などにおい
た時に手に取りやすく、大箱入りと、小分け入りのものがある。小分けのものは、ビニールパッケージ
となっており、マジックカットにより開封しやすいものとなっている。

通信販売取扱い (有・無・検討中)

6 参考情報 (審査には影響しません。最終審査時に審査員のアドバイスの参考とします)

※本項目は必須項目では有りません。

【経営の中の出品財(出品商品)の位置づけについて記載してください。】

例1：当社の主力商品である〇〇のバリエーションとして開発した。

主力製品の安定性に意外性を加えて開発したが、新たな定番商品として定着が可能と考えている。

例2：当社の既存の商品は30歳代と中心とした主婦層をターゲットとしておりリーズナブルな商品
群であったので、プチ贅沢をコンセプトに40歳代以上の女性をターゲットに開発した。新たな商品
群として育てて行きたい。

《応募要件のチェック項目》

以下のすべての項目について確認後、口にレ点を御記入ください。

商品の特徴づける原材料は千葉県産である (原材料：梅、コトジツノマタ)

商品の販売体制が整っている (販売時期：令和 3 年 9 月から)

食品表示について、関係機関等への確認を行っている

食品の衛生的な取扱いや施設、従事者の衛生管理等に関して、理解している。

応募商品について、過去に国、県又は県以上の区域を単位として構成される団体が主催
するコンテスト等の入賞や認定状況を確認している

7 添付資料（必須）

次の写真(スキャナデータも可)を下欄に貼り付けて下さい。

- ① 商品全体、②商品の内容、③食品表示法における表示ラベル部分

データが7Mbを超える場合は、画像は別添とし、1回の容量が3Mb以下となるよう、分割して送信してください。
なお、その場合の画像ファイルはjpeg形式又はPDF形式で添付し、
ファイル名は「商品名+①」「商品名+②」「商品名+③」としてください。(例:房総レモンジャム①.jpg)

① 商品全体

商品の全体像が一目でわかるような写真

②商品の内容が分かる写真

商品の内容が分かる写真

③食品表示法によるラベル部分

一括表示のラベル部分です。