

2016年2月2日  
東日本旅客鉄道株式会社

## 地域再発見プロジェクト『のもの』事業のステップアップについて ～地産品マーケット拡大による地方創生への貢献～

- JR東日本では、2011年にキックオフした地域再発見プロジェクト『のもの』事業の取組みを通じ、各地の行政や地銀、生産者との関係を構築してまいりました。
- このたび、首都圏と地域をつなぐインフラや販路を持つ当社グループの特徴を活かし、地域の生産者との新たな連携の仕組みの構築を通じて、地産品マーケットの拡大にチャレンジします。  
取組み1 商品開発のプロ集団『のものディレクションユニット』を結成  
取組み2 グループの既存の事業を活用した『地域活性化物流LLP』を設立
- この仕組みを活用して、東日本各地の8企業と連携し、新ブランド『おやつTIMES』シリーズを発売、駅ナカ134店舗で展開し、地産品の販路拡大に取り組みます。
- JR東日本は、お客さまの身近な場所での地域の魅力発信を通じて、地域と首都圏における「ヒト」と「モノ」の循環創出の取組みを強化してまいります。

### 地産品マーケットの拡大による地方創生への貢献



## 1. 商品企画チーム『のものディレクションユニット』の取組み

新進気鋭の若手デザイナー 太刀川瑛弼氏を中心に、食やデザインのプロフェッショナルが集結する商品企画チーム『のものディレクションユニット』を結成し、地域の生産者と連携した商品開発を行います。

- 名称 のものディレクションユニット
- 目的 商品の開発を通じた地域の魅力的な食材や食文化の発信。
- 活動内容 地域の生産者と連携し、(株)紀ノ國屋の目利き力、(株)オレンジページのマーケティング力など、メンバーそれぞれの強みを活かし地産品の商品開発を行います。
- 構成員及び役割

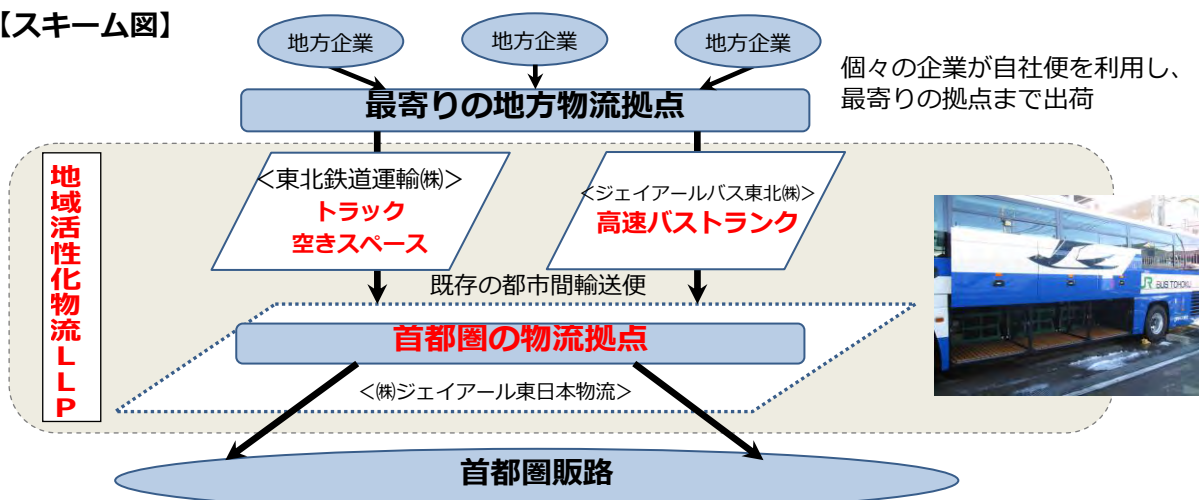
<p><b>&lt;総合プロデューサー&gt;</b>  <b>太刀川 瑛弼 (たちかわ えいすけ) 氏 (NOSIGNER(株))</b>  <small>デザイナー</small>                  プロジェクト全体のコンセプト作成および、デザインのアートディレクションを担当。地域の食材・食文化の魅力や生産者のストーリーが雑誌を読むように魅力的に伝わり、買い手が地域に思いを馳せるようなデザインを行った。                  【プロフィール】                  NOSIGNER 代表。ソーシャルデザインイノベーション（社会に良い変化をもたらすためのデザイン）を生み出すことを理念に活動中。建築・グラフィック・プロダクト等のデザインへの深い見識を活かし、複数の技術を相乗的に使った総合的なデザイン戦略を手がけるデザインストラテジスト。「東京防災」の共同編集・デザインを担当、地域ブランディング協会の理事も務める。</p>		<p><b>&lt;地域メーカーとの窓口&gt;</b>                  (株)ジェイアール東日本商事                    地産品ショップ『のもの』を運営。過去の取り扱い実績をもとに、魅力的な地域の生産者を選出。</p>	
<p><b>&lt;商品開発全般&gt;</b>                  (株)紀ノ國屋                    高級スーパーの目利き力を活かし、開発商品の選定や、味や製造方法を監修。</p>	<p><b>&lt;マーケティング&gt;</b>                  (株)オレンジページ                    読者モニターによるネット調査や座談会を実施。女性消費者の生の声を集める。</p>	<p><b>&lt;デザイン&gt;</b>  <small>ドウドウ</small>                  (株)DODO DESIGN                    『のもの』設立当初より、ロゴや店舗をデザイン。パッケージデザインを担当。</p>	<p><b>&lt;マーケット情報&gt;</b>                  (株)JR東日本リテールネット                    エキナカやコンビニでの消費者動向の情報提供や流通形態のアドバイスを担当。</p>

## 2. 地産品専用の物流を行う『地域活性化物流LLP(有限責任事業組合)』の設立

当社グループの3社が連携し、地産品の物流を行う『地域活性化物流LLP』を設立します。当社グループの首都圏物流拠点や高速バスのトランクなどの既存インフラの利活用により、首都圏から遠距離になるほど負担が大きくなる物流費の低減を図り、地産品の首都圏での流通を促進します。

- 名称 地域活性化物流LLP
- 構成員 (株)ジェイアール東日本物流、ジェイアールバス東北(株)、東北鉄道運輸(株)
- 出資金 2,000 千円
- 設立日 2016年4月1日(金)

### 【スキーム図】



### 3. 地域の生産者との連携:のもののオリジナル商品『おやつTIMES』の発売について

上記で紹介した仕組みを活用する商品として、地域の魅力的な企業8社と連携し、のもののオリジナル商品『おやつTIMES』シリーズを発売します。

併せて、本商品の駅ナカでの取扱いを 134 店舗で行い、お客さまが地産品を通じて地域の魅力にふれる機会を創出いたします。

- ブランド名称 おやつTIMES
- 商品数 菓子 10 アイテム
- 販売元 (株)ジェイアール東日本商事
- 発売日 2016年3月29日(火)
- 販売場所 首都圏駅ナカ店舗



(のもの、NewDays、ベックスコーヒーショップ、ドリップマニア、紀ノ国屋等)

※ 各商品の詳細は別紙参照

### 4. 今後の展開について～地産品マーケットの拡大に向けた取組みのさらなる強化～

今後もJR東日本グループでは、地域の魅力的な生産者との連携を広げ、地産品マーケットの拡大を目指してまいります。さらには、マーケットの拡大に応じた地域の生産者の製造能力や経営力の強化等に向けた連携を検討していきます。

JR東日本は、地産品マーケットの拡大を通じて、お客さまの身近な場所で地域の魅力の発信を行い、地域と首都圏における「ヒト」と「モノ」の循環を図ることで、地方創生に貢献してまいります。

のもののオリジナル商品『おやつTIMES』について

- ・ 東日本各地の食品メーカーが製造。
- ・ 地域の食材や食文化を手軽に楽しむことができる、少量食べきりサイズ。
- ・ ターゲットは駅ナカをよく利用する有職女性。
- ・ パッケージで地域の食材や生産者のストーリーを紹介。

○ 青森の南部せんべいらスク プレーン味

製造者:(有)マルカワ渋川せんべい



内容量 2枚入り  
南部せんべいを2度焼した新食感のラスク。

○ 青森の南部せんべいらスク シナモン味

製造者:(有)マルカワ渋川せんべい



内容量 2枚入り  
南部せんべいのラスクにシナモンをまぶしました。

○ 青森の長いもちっぷす

製造者:(株)はとや製菓



内容量 18g  
青森県産の長いもを厚切りにしたチップス。

○ 青森のりんごちっぷす

製造者:アップルアンドスナック(株)



内容量 18g  
青森県産のりんごの風味豊かなチップス。

○ 福島のセミドライ もも

製造者:(株)岡昇



内容量 40g  
福島県産もものジュシーなドライフルーツ。

○ 福島のセミドライ りんご

製造者:(株)岡昇



内容量 50g  
福島県産りんごの食べごたえのあるドライフルーツ。

○ 茨城のひとくちほしいも

製造者:(株)マルヒ



内容量 40g  
茨城県産「玉豊」を使用したひとくちサイズのほしいも。

○ 茨城のおいもちっぷす

製造者:(株)大倉商事



内容量 20g  
茨城県産のさつまいもを素のままチップスにしました。

○ 千葉のプチぬれせんべい

製造者:(株)イシガミ



内容量 5枚入り  
銚子名物のぬれせんべいをひとくちサイズに。

○ 千葉のざくざくあらピー

製造者:(株)こば屋本店



内容量 30g  
千葉県産ピーナッツとあられを水あめでまめました。

※ 売価はオープン価格です。