

2 支援事業者：合同会社みんなのて

事業内容 パンの製造販売と犬のおやつの製造販売、保護犬活動
(就労継続支援 B型)

伴走型支援申請理由（課題）

商品のデザインやネット販売の方法等に行き詰まりを感じていた時期だったため、期待して支援を希望しました。



伴走型支援の方向性

支援事業者の要望を踏まえ、犬のおやつの現状と課題を整理し、コアターゲット、プロモーションの考え方について、支援事業者とアドバイザーが目線合わせをして、拡販に向けて伴走型支援を行うこととしました。

アドバイザーの支援内容

- ① 犬のおやつのプロモーションの考え方の目線合わせ
商品の特徴など現状整理、市場の傾向、コアターゲット、コンセプト、プロモーション戦略を共有

② 犬のおやつのネーミングの検討

考え方

【前回の打合せより】

- 当該商品のリブランドの方向性
- ①商品の価格より品質や安心感を大切にしている
- ②ペットを愛する飼い主の共感が得られる

☆共感価値にこだわったリブランドに商機を見出す

ターゲット

- ペットを愛する飼い主
- オーガニック食材への関心が高い
- 生産者や産地がわかる透明性の高い食材を好む
- 富裕層や生活にゆとりのある層がコアターゲット
- 東京など大都市圏に集中している可能性が高い

ネーミングコンセプト

愛犬への愛が感じられる、そんな名前に共感が集まるのでは？

家族の一員である愛犬。末長く一緒に暮らしたいと願いますよね。
でも、犬にとって人間の1時間は7時間、人間の1日は3日とも言われています。
だからこそ、一緒にいる時間をもっと大切にしたいと思うのではないでしょか。

本ネーミングでは、そんな愛犬家の気持ちにしっかり寄り添ったネーミングが
購買につながると考え、愛犬への愛情が感じられる案をご提案します。

●ネーミング

上記を踏まえてアドバイザーから、3つのネーミング案が提示されました

- A案 いつまでもとなり
- B案 うちのこ
- C案 あいのかたち

の3案の中から、B案の「うちのこ」に決定

③ パッケージデザインの提案



の3案の中から、**A案**に決定

④ うちのこのEC販売についてアドバイス

- ・ECページ制作の考え方
- ・うちのこのECページLPワイヤーフレーム案の説明
- ・ECページのLP制作が大変な場合、Instagramを活用する

伴走型支援事業に参加して

北海道の素材を使用し、品質にこだわった商品を製造販売していますが、北見の市場では高単価な価格設定のため、販売方法等に悩んでいましたが、今回、顧客ターゲットを首都圏等の富裕層や生活にゆとりのあるペットを愛する方と考えたこと、また、パッケージや商品名等、自分の思いだけではなく、顧客に選んでもらうという視点を持って商品を作らなければならないということを学びました。デザインについては文句なく良いものができましたが、ネット販売に関しては自身の知識の至らなさもあり、思うようにいっていない状況で、改善していきたいと思います。

この事業を通じた「魅力ある雇用の創出」について

地域を盛り上げていくという観点からはとても良い事業だと思うし、今後も機会があればお世話になりたいと考えています。当社では、犬のおやつの製造販売、保護犬活動部門の支援員として令和7年7月に1名採用し、今後、欠員補充を含めて更に雇用を考えています。

合同会社みんなのて 代表社員 澤田 欣丈