

中播磨地域づくり活動応援事業

丸共商店×姫路海稜 『未来を拓く共創プロジェクト』

Social
Eight



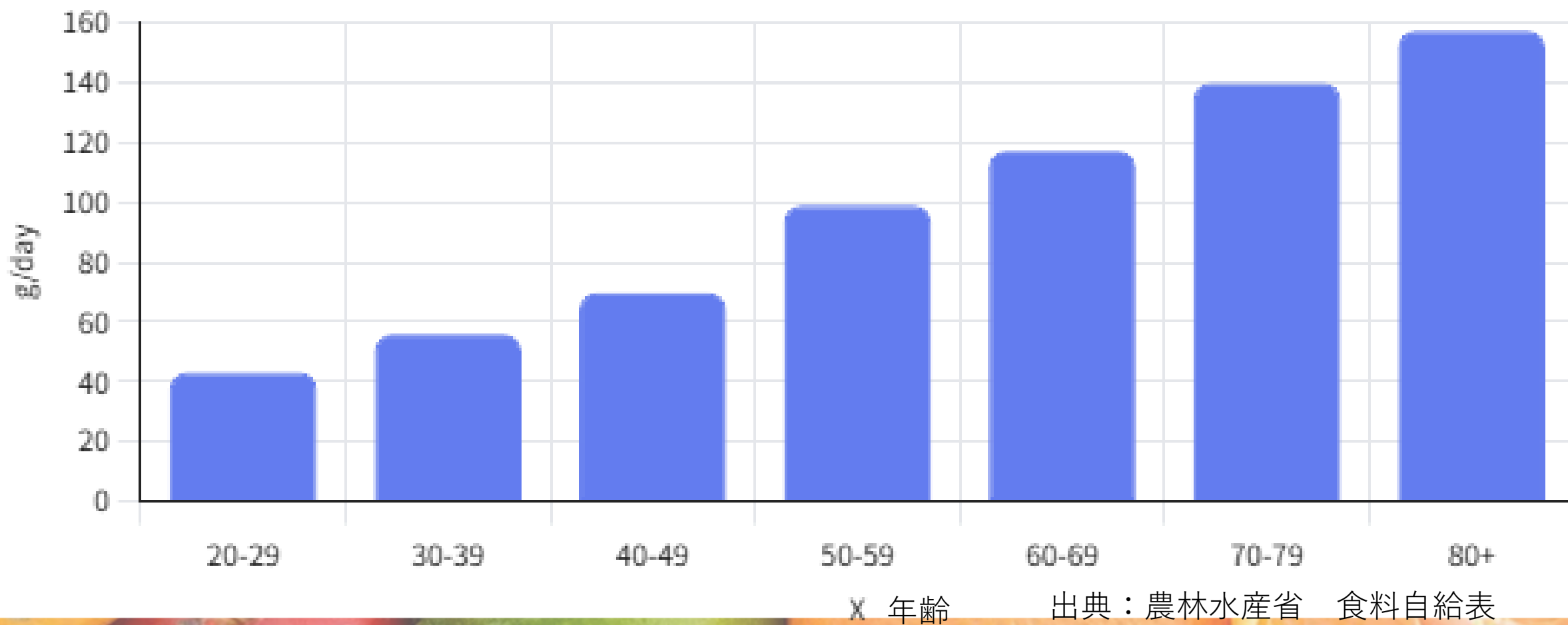
fresh marché
we can
marukyo syouten since 1950

プロジェクトの目的

地域企業と共働し、フルーツの魅力を広く伝える活動を通じて、地域産業を盛り上げる。

現状 果物はどれくらい食べられているか

年代別一日平均の果物摂取量



フルーツの価値・利点は？

栄養面：ビタミンC、カリウム、葉酸、食物繊維
（国の健康政策で摂取が推奨）

利便性：多くの果物は調理せずに食べられる
手軽に栄養や水分を摂取

嗜好面：自然な甘みがある
香りや色彩を楽しめる

果物の消費が減ると誰が影響を受けるか

- ・ 地域経済（産地の衰退）
- ・ 小売業（売り場の魅力低下）
- ・ 飲食・スイーツ産業（素材が減る）
- ・ 観光産業（果物狩りが消える）
- ・ 消費者（価格上昇・選択肢減少）



株式会社 丸共商店 fresh marché “WECAN”

1950年 丸共商店 創業
2000年 食品加工部門“ウイキャン”設立
2024年 fresh marché “WECAN” 開店

特徴・強み

- ① 全国から良質な品種を仕入れ
- ② 知識豊富なスタッフ
- ③ 新鮮なフルーツを加工したオリジナル商品



👉 WECANの店内写真

6月20日 WECAN視察



フルーツ大福



フルーツサンド



き氷
いれました

果肉入り
かき氷

丸共商店（WECAN）さんの課題

■年齢層が高め、家族連れのお客さんの割合が多い

➡幅広い年齢層（特に10代、20代）にもっとフルーツや店の魅力を知ってもらいたい

■店舗がフルーツショップと分かりにくい外観

➡装飾を工夫して、幅広く認知されるお店に！

フルーツを もっといろいろな人に、もっと身近に WECAN × 姫路海稜 フルーツマルシェ開催

日時：9月19日（土）

場所：fresh marche “WECAN”



WECAN

**JR手柄山平和公園
から徒歩2分！**

9月マルシェに向けた案

Aチーム

目的

- ・ 果物の魅力を広く知ってもらい、興味を持ってもらう
- ・ 食品ロスを削減する

マーラータンを
食べに行った



また食べに
行きたくなった



マーラータンは

自分で好きな量と具材を選ぶということが
あったからこそ人気になった

私たちの
クラスメートに
アンケート！



ちーたんのフルーツのプロジェクトで、私たちは、カットフルーツを
自分の好きな量を盛って、自分の好みのスイーツを作るのコーナーを
しようと思っています！（感覚としては、マーラータンみたいな感じ）
それで、若いみんなにその土台を選んでほしいです。
正の字を書いてね〜♡

◦ フレーズ
正正正正正

◦ フルーツポンチ（好きな飲み物入れるやつ）みっかとか
正正

◦ 3つうにアイストッピング
正

◦ ジェラート

具材を選ぶ×クレープ



どうやって提供するか

オーダー表を作る

- 1, フルーツごとの何 g 何円かを決めて掲示する
- 2, オーダー表に書いてもらう
- 3, バックヤードでフルーツをカットして出す

⇒食品ロス削減にも



Bチーム

目的

フルーツショップと認知されやすい外装にする

現状



- 工場感が強い 🏭
- 装飾が少ない ✨
- 旗が内側にあり
目立ちにくい 👁️👁️

提案



果物のオブジェをつるす
...モバイル
磁石シートでアピール
✨
照明追加
のぼりを増やす

フルーツ
モバイル

延長バナー
(のれん風)

のぼりを
増やす

フルーツを
並べる

フルーツパネル・サイン

ライトで
雰囲気up(夜)



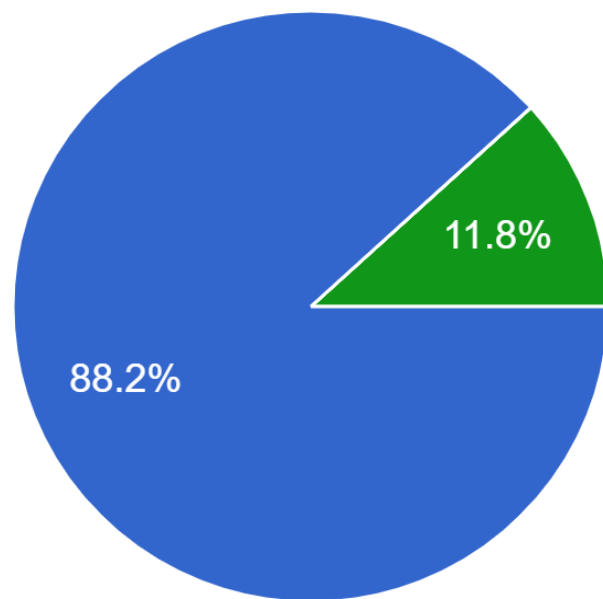
Cチーム

目的

新商品の開発と若者への認知向上

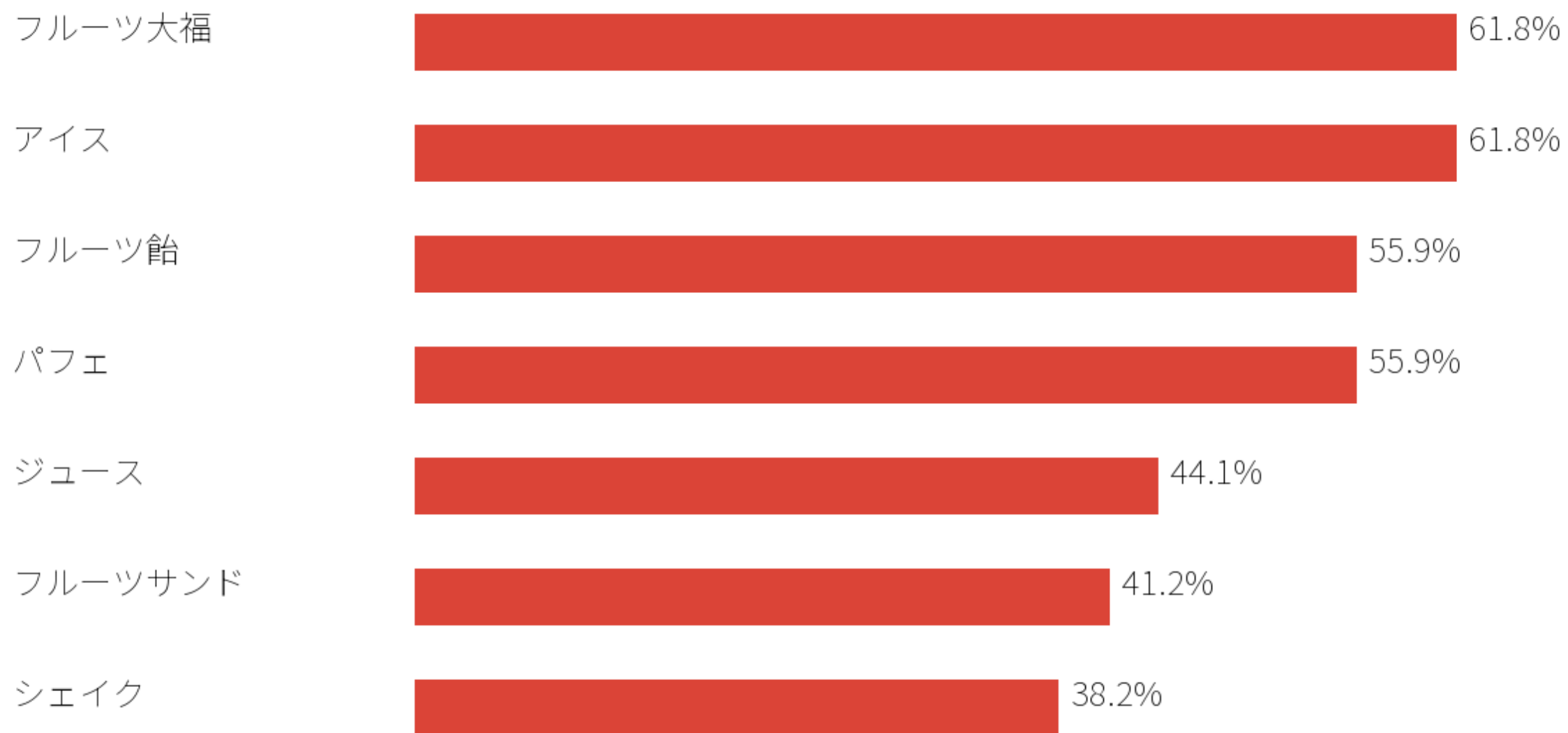
Q1 フルーツは好きですか。

34 件の回答



- 好き
- 嫌い
- 食べられない
- どちらでもない

好きなフルーツ加工品 上位7種（割合） 複数回答可



出来たら嬉しい
加工品

- グミ
- ヨアジョ ン
- ジェラート
- フルーツの味がする
透明な水

など

今後の活動計画

●商品開発

今ある加工品を生かしつつ、
必要に応じて各世代に合う商品を作りたい

●広報

InstagramやYouTubeなどを利用したSNS発信
立地の良さを生かした周辺施設での継続的な広報活動

ご清聴ありがとうございました