

フタバ食品における パートナー企業様との オープンイノベーション

2026年6月12日

フタバ食品株式会社
取締役 企画部長
小野 泰司



フタバ食品株式会社

本社： 栃木県宇都宮市一条4-1-16

創業： 1945年12月19日

資本金： 4億9,200万円

従業員数： 284名(臨時従業員は除く)



本社

社是

私たちは喜んで社業に励み
進んで社会生活に貢献することを目的とします。



コンフェクショナリー部門
3.8%(9億円)



マロングラッセ



ゼリー

フードサービス部門
5.4%(13億円)

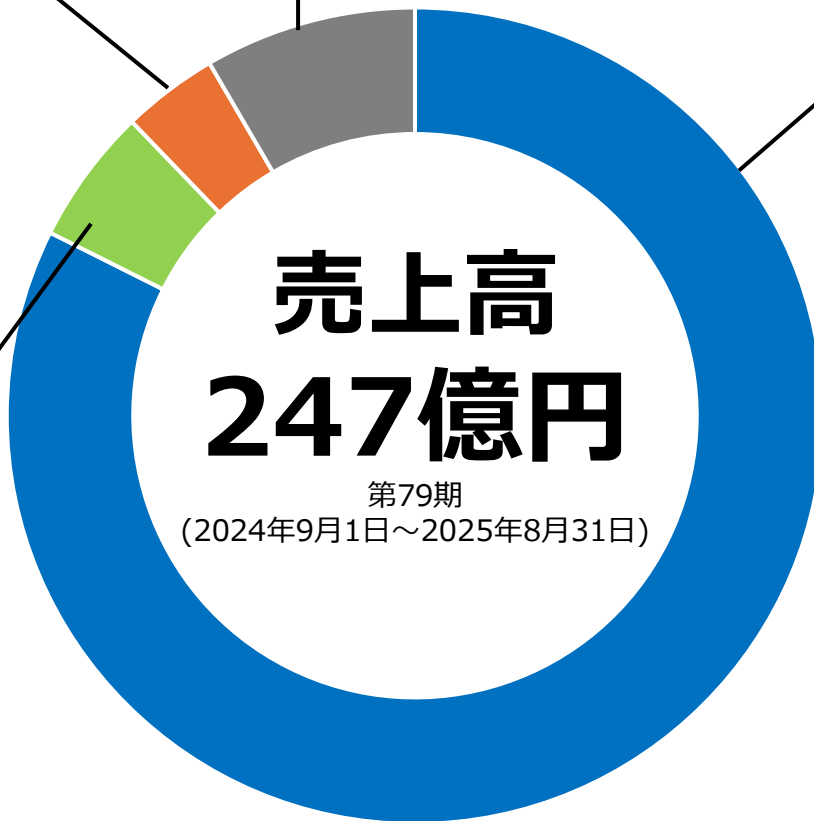


弁当



高速道路SA・PA運営

その他の部門
8.4%(20億円)



冷菓冷凍調理食品部門
82.4%(203億円)



アイス



中華まん



餃子

アイスクリーム主要メーカー別販売額

(一部業務用、ショップ、ソフトミックス含む)

順位	社名	売上高(2025年度)
1	ロッテ	971億円
2	赤城乳業	602億円
3	ハーゲンダッツジャパン	556億円
4	森永製菓	527億円
5	江崎グリコ	509億円
6	明治	506億円
7	森永乳業	488億円
8	井村屋	211億円
9	フタバ食品	158億円
10	丸永製菓	121億円
11	オハヨー乳業	118億円
12	クラシエ	77億円
13	協同乳業	64億円

アイスクリーム業界の中では中堅企業。
サクレレモンに次ぐ
第2のブランドを育てたいという課題。



日本食糧新聞 2026.3.27掲載記事より抜粋

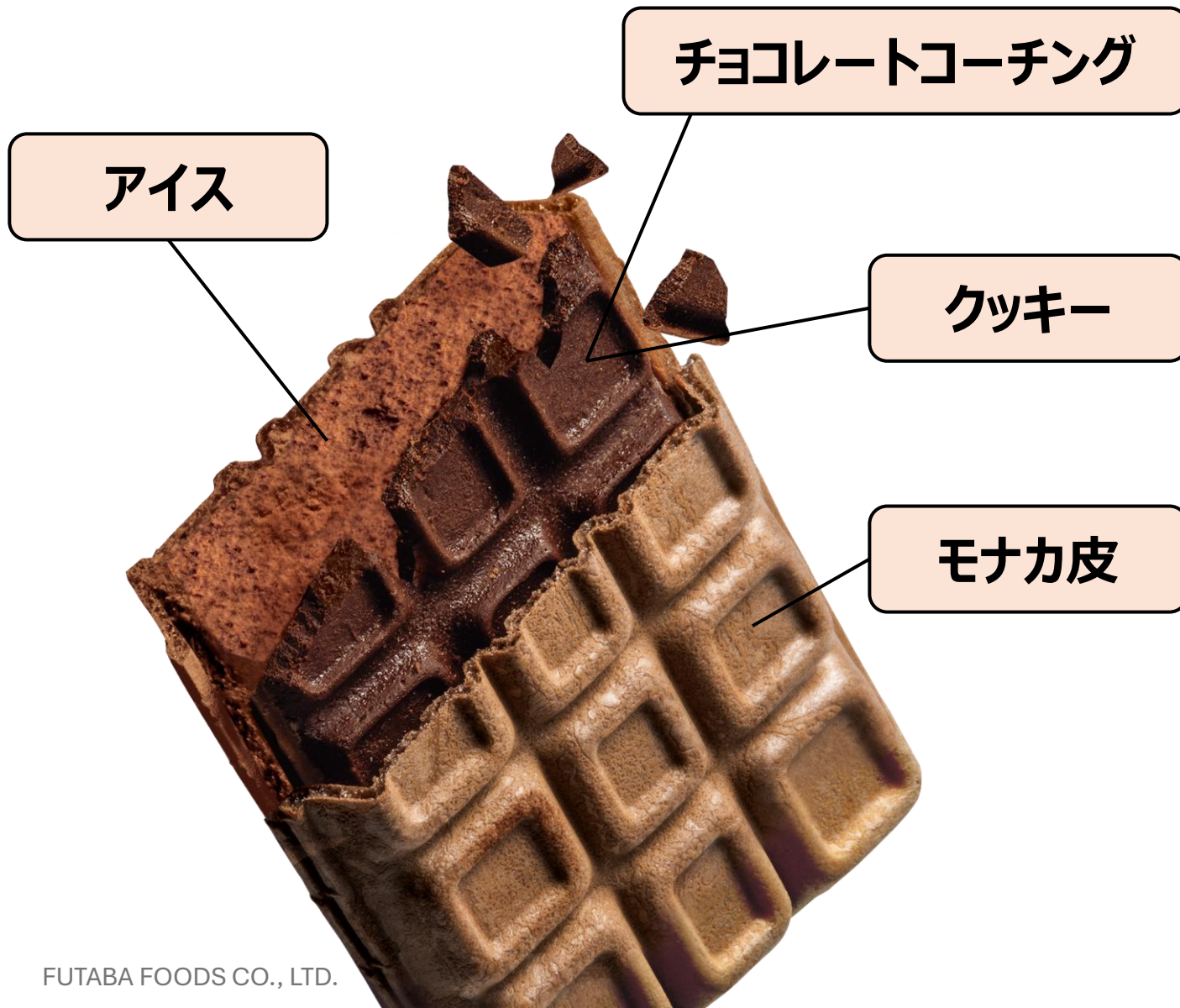


2025年3月に、
パートナーシップ構築宣言を表明。

本日は、
「1. サプライチェーン全体の共存共栄と規模・系列等を超えた新たな連携」の個別項目である
「企業間の連携(オープンイノベーション等)活動を通じて、
持続可能な価値創出に取り組みます」という宣言内容において
オープンイノベーションによる商品開発(フルリニューアル)について
事例をご紹介します。



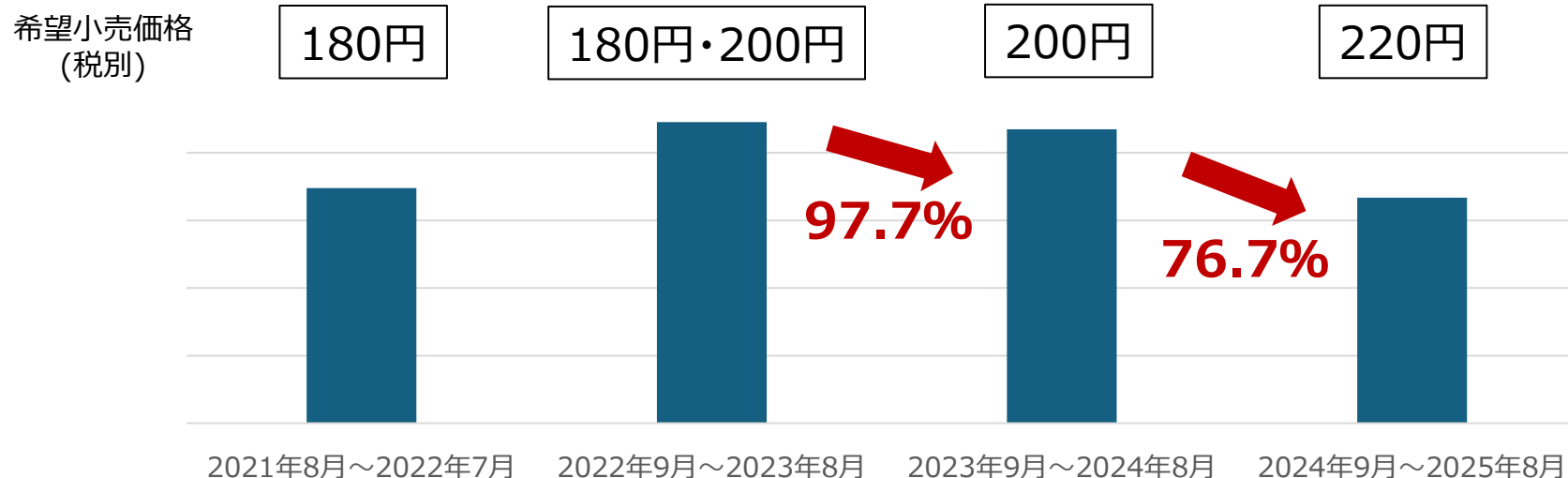
対象商品：ダンディー チョコレート



ダンディー チョコレート

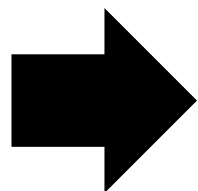
2004年発売。
バキザク食感が特徴の
チョコレート菓子のような
モナカアイス。

■販売動向：度重なる価格改定や競合品の影響もあり、売上金額が急激に減少



■コスト動向

- └ 各原料の供給(価格高騰と物量) …特にカカオマス(2024年)
- └ 加工費、物流費、保管費の高騰



**このままでは廃番の危機、各原料メーカー様にも迷惑を
かけてしまう… ⇒ フルリニューアルを決断**

短時間で高い商品力をもつフルリニューアルをおこなう方法はあるのか？



↓

**各原料メーカー様に協力をいただいて、共に開発する
オープンバージョンしかない！**

↓

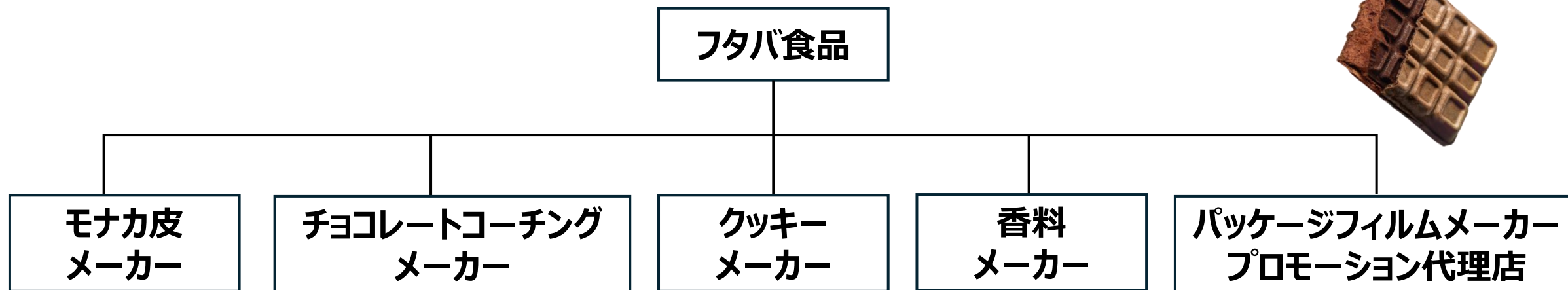
しかし、各原料メーカー様の賛同と、ご協力はいただけるのか？

< 快く賛同・ご協力いただいた要因 >

- ✓ **これまでに築いた信頼関係**
- ✓ **各メーカーのリスクを明確にし、不安要素の取り除き**
- ✓ **フタバ食品経営層から各メーカー経営層への説明と依頼**

価格協議	<ul style="list-style-type: none">✓ 委託・中小受託事業者には、適正価格協議を年1回実施。商談時に市場状況を確認し今後の見込みを共有。✓ 受注側企業より価格の相談や価格変動要因が発生した際は随時実施。相談や変動のない場合でも年1回の協議をおこない確認する。
型の管理	<ul style="list-style-type: none">✓ 型の製作費用は原則としてフタバ食品で負担し、所有権を持つ。✓ 各メーカーと、版・型の取扱いに関する覚書を締結。型代支払いの有無や金額、保管に必要なスペースの把握や保管料、廃棄費用の取り決めを明文化して保管。
取引条件	<ul style="list-style-type: none">✓ 中小受託事業者にはすべて現金支払い。その他企業も2026年度中に手形の廃止で調整中。✓ 支払いサイトの見直しや下請取引該当案件が発生した際は随時調整をおこない、取引先に負担がないように努める。
供給者管理	<ul style="list-style-type: none">✓ 取引先メーカー視察の際、問題のない範囲で同業種の良い点をアドバイスし、意見交換をおこなう。

メーカー様毎の個別打合せ後、各原料が試作される



- ✓ 各メーカー様は、**開発の進捗や、商品の全体最適が見えない状況**でフタバ食品からの**依頼に基づき各原料の試作**をおこなう。
- ✓ フタバ食品の試作検討ののち、各メーカー様へ**改良内容のフィードバックと試作依頼の繰り返し**で**時間とコストを要する**。

オープンイノベーション型の商品開発・プロジェクトの実施

情報と目標の共有で、各メーカー様が能動的・主体的に行動できる



- ✓ 各メーカー様の異なる知見や経験で議論の幅が広がり、アイデアが生まれる。
- ✓ 各メーカー様は、**直接開発担当者が同じタイミングで同じ情報を共有し**常に全体最適を理解しながら、**目標に向けて主体的に試作検討**ができる。
- ✓ 各メーカー様は、**いつまでに、何を試作するのかが明確**になり、**効率的に試作・検証**ができるようになる。

■ 検討点・改善案

パーツ	アイス	クッキー	チョコ	モナカ
メーカー	フタバ食品 / 香料メーカー	クッキーメーカー	チョコレートコーティングメーカー	モナカ皮メーカー
課題	<ul style="list-style-type: none"> 濃厚さの調整 メリハリ付与 	<ul style="list-style-type: none"> 苦味の後残り 存在感調整 	<ul style="list-style-type: none"> 原料価格の高騰 	<ul style="list-style-type: none"> 割れやすさ/剥がれやすさ 風味増強
対策	<ul style="list-style-type: none"> 乳脂（油脂）量減 カカオ感のフレーバーリリース調整 	<ul style="list-style-type: none"> カカオ分減 量or形状検討 	<ul style="list-style-type: none"> カカオ分減 	<ul style="list-style-type: none"> 厚み調整（厚くする） 香ばしさorカカオ感増強
ご提案	<ul style="list-style-type: none"> トップ型ミルク系フレーバー 発現性の異なるカカオ系フレーバー 	<ul style="list-style-type: none"> カカオ分減した際の風味を補うフレーバー 	<ul style="list-style-type: none"> カカオ分減した際の風味を補うフレーバー 	<ul style="list-style-type: none"> 香ばしさ付与フレーバー カカオ系フレーバー

プロジェクト の目的

- * ダンディーチョコレートの、新しい価値を生み出す
 - * ダンディーチョコレートを、販売持続可能な商品にする
- ⇒コストダウン、機能(価値)アップの両立

改良方針

テーマ：バキザク食感の進化

⇒ダンディーの特徴であるバキザク食感を、さらに進化させる。
食感に特化した商品が、若者に支持されている。食感を求める若年層により刺さる商品に！

イメージ：各パーツの歯切れ、歯ごたえ、咀嚼感を工夫し、進化したバキザク食感を楽しむ。

機能(価値)アップ＝バキザク食感の進化を訴求する

プロジェクト：フルリニューアルの役割分担



デザインのポイント

プロジェクト使用資料

バキザク食感の進化 <食感のさらなる訴求>

- ・ 歯切れ、歯ごたえ、咀嚼感 (ザクザク感)が伝わるシズル表現
- ・ 「バキ」・「ザク」 の文字の扱い方
- ・ キャッチコピー

マイナーチェンジではない、新たな商品として生まれ変わり
食感を求める若年層にも刺さる商品へ

- ・ 全体的な構図の変更
- ・ ブランドロゴのリニューアル

プロジェクトの過程(2025年)



2月14日 : 現状認識、課題の抽出と共有、競合品比較

3月6日 : フルリニューアルに向けたアプローチ案を各社様より提案
全体で議論。今後の検討点と改善案を共有

3月26日 : フルリニューアルの改良方針決定、検証精度を上げる

4月16日 : 試作品の試食評価、絞り込み、各原料改善点共有
パッケージデザイン検討

5月26日 : 試作品の確認→最終仕様確定
パッケージデザイン・販促プロモーションの検討・絞り込み

10月20日 : フルリニューアル品発売

各社様より
スケジュールに則り
原料サンプルをいただき、
フタバ食品で
繰り返し試作をおこなう

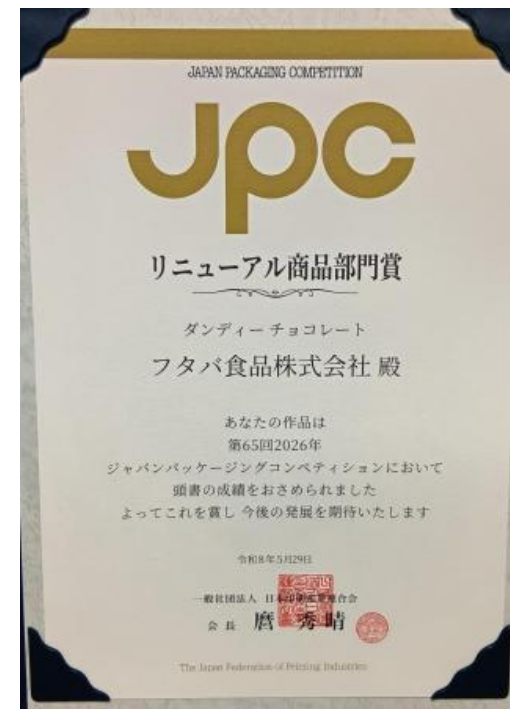


新 ダンディー チョコレート

進化したバキザク食感!!!

繰り返し食べたくなる味わいと咀嚼感で、
より若年層に支持されるように

希望小売価格据え置き



新パッケージデザインが受賞

第65回 ジャパン パッケージング コンペティション
リニューアル商品部門賞 受賞

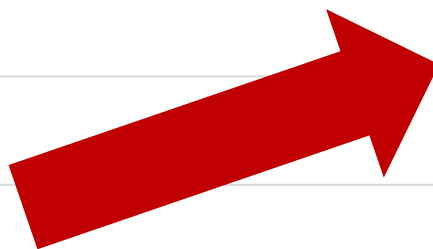
一般社団法人 日本印刷産業連合会 主催

ダンディー チョコレート フルリニューアル オープンイノベーション型開発 大成功!!

千人当たりの販売金額
140.9%



2024年10月～2025年2月



2025年10月～2026年2月

出典：日経POS
期間：2025.10～2026.2

開発期間を短縮し、商品価値を上げ、売上を回復させただけでなく、参加各社の人材育成にも大きな影響をもたらされた。



自社とは異なる食品カテゴリー各社が一堂に会するプロジェクトでの開発は初めてであったが、開発手法や評価ポイントが興味深く、とても勉強になった。
(チョコレートコーチングメーカー 営業担当者様)

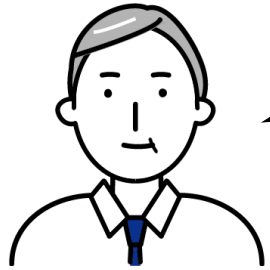


普段外部に出た際の交流が少ないので、自らの試作品に対し、他社から直接評価を受けたことで学んだことが多く、モチベーションの向上につながった。改良内容も自分で確認することができて、短時間で効率よく試作できコストダウンもできている。(クッキーメーカー 開発担当者様)



いつもは改良案を考えていると行き詰まることが多いが、今回は皆さんの意見をいただきながら前向きに楽しみながら試作できた。焼菓子として新しい価値が出せないか、今後も頑張っていきたい。(モナカ皮メーカー 開発担当者様)

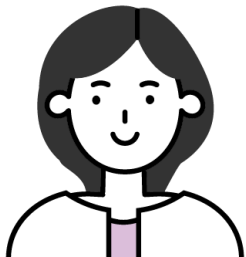
開発期間を短縮し、商品価値を上げ、売上を回復させただけでなく、参加各社の人材育成にも大きな影響をもたらされた。



参加者のすべてが満足できるプロジェクトはそうそうないと思う。いろいろなプロジェクトに参加してきたが、途中で立ち消えになったり、結果が不明になることが多かった。目標と時間を区切り、常に課題を明確にしていたことが良かったと思う。機会があれば、また参加したい。(香料メーカー 開発担当様)



プロジェクト初期から参加することで、コンセプトや開発者の思いを深く理解することができ、パッケージデザインをスムーズに作成することができましたし、プロモーションの企画展開もやりやすかった。(パッケージフィルムメーカー デザイナー様)



開発担当として、他社の開発担当の方と直接議論したことはなかったが、プロジェクトを重ねるごとに、開発上のあるあるや悩みを共有できたり、考え方を学べたことが今後に役立てられると思う。また、弊社商品のために深く検討・検証してくださるサプライチェーンの皆さまの思いを直接感じることで、責任の重さを認識しなおした。(フタバ食品 開発担当者)

何ができる？ : 市場変化への対応と、新しい価値を素早くつくれる

ポイントは？ : いつまでに・何のために・どう行動すればよいか、
誰もがいつも明確になっていること

得られること : 参加者の人的成長、企業競争力向上



パートナー企業様と、共存共栄



2026年3月発売の新商品「ダンディー ミルク」でも
継続してオープンイノベーションを実施！

ご清聴ありがとうございました。

