

事例
A-③山形県・出羽商工会
庄内特産品を活用した加工食品開発とブランド創出

(平成27年8月取材)

1. 面的支援の概要

(1) 活動・支援のきっかけ

① 地域の状況

出羽商工会は、平成20年に7つの商工会が合併して誕生した商工会である。その管轄地域は、全国有数の穀倉地帯・農作物生産地の山形県庄内地方の鶴岡市と三川町にまたがる。地域特性から、全国で初めて商工会内に「農業部会」を設立し農商工連携を推進するなど、基幹産業である農業の活性化に取り組んできた。

② 商工会による活動・支援のきっかけ

農業活性化の一環として、平成22年に経営革新塾「農商工連携セミナー」を開催したところ、約50名の受講者を集め盛況であった。企画者の石塚指導員は、セミナーで喚起した農商工連携への関心を発展させるべく、平成23年に「庄内の味覚・新商品開発研究会」を立ち上げた。その結果、セミナー受講者の中から15名の参加者を得た。

研究会には、生産者や加工業者、流通業者などの参加者に加え、食品開発専門家も招聘し、アドバイスを受けながら研究を重ねた。その結果、庄内特産のがさえびやだだちゃ豆、赤かぶ、地域ブランド米「つや姫」など地域特産品を活用し、かつ季節の色味を表現する加工食品の開発を目指すことになり、ドレッシングやスープの試作品開発へと進んだ。当初はメンバーがコンロや食材を持ち寄って会議室で試作する手弁当的な活動であった。

活動を続ける内に、参加メンバーから「研究成果を商品として実現化したい」という要望が強まってきた。この気持ちに商工会が応えていく形で、事業化に向けた支援が始まった。

∞全国展開事業での「スーパーマーケットトレードショー2013」での出展ブース(右)と、加工技術を学ぶメンバー(下)。同展示会への出展時には、ブランドコンセプトや現在販売している商品の原型もできあがっていた。



(2) 支援・活動概略と特徴

① 支援概略

本格的な商品開発には資金が必要である。石塚指導員は、平成24年度∞全国展開事業を活用することで資金確保を図り、農商工連携の実績のある群馬県上野村への視察や製造実習、専門家からのアドバイスを経て12品目の加工食品の試作品を完成、「スーパーマーケットトレードショー2013」への出展にこぎつけた。「orajos(おらほす) SHONAI」ブランドのコンセプトやロゴも策定し、本格的な事業化への下準備は整った。

石塚指導員は、事業を展開するための法人設立を当初から計画しており、平成25年3月には、商工会や商工会役員が出資し、小野木・前商工会長を代表とする「株式会社 出羽の四季」が設立され、同年7月から同社による商品製造・販売が始まった。

商工会では、現在(株)出羽の四季の販路開拓支援や、コスト低減を狙った原材料調達支援などを行っている。

② 活動の特徴

出羽商工会では、前述したような一連の流れを作り、農商工連携の活性化の道筋を作っている。単年度活動ではなく、「農商工連携による農業活性化」というビジョンに基づいた活動であるため、研究会での研究～本格事業化まで、一連のプロセスが滞りなく進んでいる。特に研究会で商品開発研究やコンセプト策定などの事前活動を行っていたため、∞全国展開事業を活用しての商品開発以降の展開スピードが速い事が特徴である。

活動の流れ

商工会内に「農業部会」立ち上げ

経営革新塾「農商工連携セミナー」開催

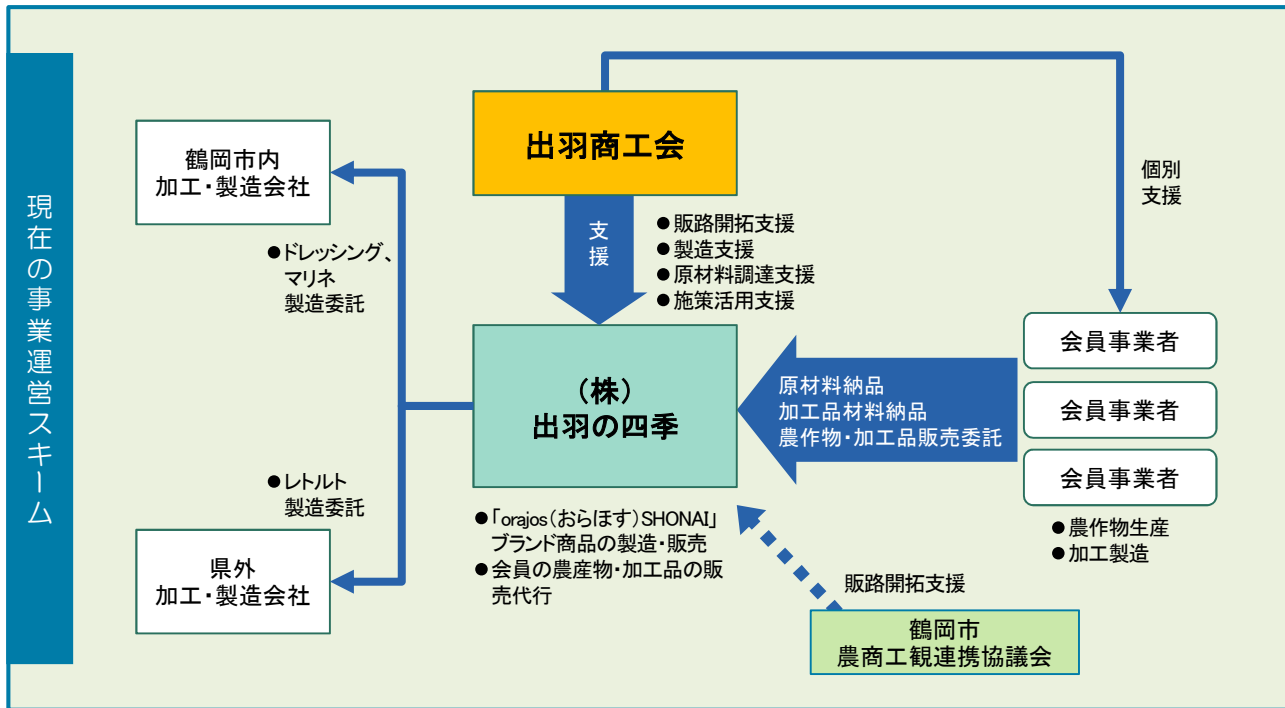
セミナー受講者が参加する
「庄内の味覚・新商品開発研究会」立ち上げ
・加工食品の開発研究
・商品コンセプトなどの大枠策定

∞全国展開を活用した本格的な商品開発

事業運営法人「(株)出羽の四季」設立
本格事業化

山形県・出羽商工会
庄内特産品を活用した加工食品開発とブランド創出

2. 支援組織・地域内連携スキーム



(1) 事業体制・スキーム

事業は、(株)出羽の四季が行っているが、事業内容は2つある。1つ目は「orajos (おらほす) SHONAI」ブランド商品の製造・販売である。原材料は会員事業者から調達しており、可能な加工製造は域内の事業者へ委託して、地域の活性化を図っている。販売チャネルは、小売店や百貨店、ギフトショップの他、道の駅やホテルなどに展開。ネットチャネルでは、自社サイトの他、ANAも出資している空港通販ポータルサイト「クーコ・モール」や庄内空港ビルショッピングサイト「庄内くう〜旅」にも出品している。

2つ目は、会員の農作物や加工品の販売代行業業であり、関西・関東の首都圏を対象に卸販売を行っている。



「orajos (おらほす) SHONAI」ブランドシリーズ、(上から時計回りに) スープ&リゾット(レトルト)、マリネ、ドレッシング。伝統野菜など庄内地方の素材を厳選し、安心・安全にこだわり、無添加で製造している。ブランド名の「おらほす」は、私達を意味する庄内弁「おらほ」をスペイン風に表記したもの。ブランドロゴやこげ茶をベースにした洒落たデザインは、∞全国展開事業の時にメンバーで協議して策定した。

(2) 商工会によるサポートスキーム

出羽商工会は、事業者のネットワークを活用することにより事業支援を行っている。例えば、(株)出羽の四季と県外の加工業者とのマッチングなどである。

また、支援策をリレー活用して、同社の経営を支えている。平成24年の∞全国展開事業の活用以降も、平成26年に鶴岡市の緊急雇用事業を活用して生鮮品の首都圏における販路開拓を行い、27年には県の加工食品販路拡大補助事業を活用して「地方銀行フードセレクション」や「グルメ&ダイニングショー春2015」に出展すると共に、従業員1名の雇用を実現した。平成27年は山形県トータルサポート補助金を申請中で、経営基盤強化に向けた施策活用支援を行っている。



「緑のスープ」やドレッシングの材料となる鶴岡市特産のただちや豆畑の前の石塚指導員(上)と、伊藤事務局次長(中央)を囲む出羽商工会のメンバー(右)。

同商工会では、業種を超えた会員同士の連携を図ることにより、地場企業の繁栄を促すことをミッションに、生産者やJAとも連携を図っている。

山形県・出羽商工会
庄内特産品を活用した加工食品開発とブランド創出

3 成果・地域への影響

① ブランドの創出

何といっても大きな成果は、「orajos（おらほす）SHONAI」ブランドの創出である。同ブランド商品は年々人気を博し、平成27年度2月決算では、ドレッシング4,000本、スープ&リゾット2,000パック、マリネ1,200パックを販売し、前年度の170万円から2倍強の370万円を売上げた。また、農作物や加工品の卸販売は360万円となり、合計730万円の売上を確保している。

（株）出羽の四季設立による従業員1名の雇用もブランド創出による成果である。



スープ&リゾットのおしゃれな詰合せギフトセット。「スーパーマーケットトレードショー2013」出展当初よりバイヤーの要望が強かったギフト対応商品。商品の品質の良さと高級感のあるブランド展開の相乗効果で、ギフト需要も狙える商品となっている。

② 生産農家の活発化

本事業による影響で、農産物の加工製造に取り組む生産者が増加したことも成果の一つである。平成26年以来、農家などからの商品開発やパッケージ、販路に関する商工会への相談が増加しているという。

元より本活動は、農商工連携の活性化を促進するビジョンの下に展開されたのであり、本来の目的に沿って地域に良い影響を与えていると言える。

③ 地域活性化を担うネットワークの構築

「庄内の味覚・新商品開発研究会」や∞全国展開事業に参画した事業者の間では業種をまたいだネットワークが構築された。メンバーの一人である（有）月山パイロットファームの相馬佳苗さんは、「庄内での仲間ができた」と喜んでいる。佳苗さんはこの活動を機にブランド開発・マーケティング会社「Office K&M」を興した。また、デザインのフィニッシュを頼んだヘアアーティストがデザイナーになるなど、地域内の思わぬ人材の発掘にも繋がっている。

このように地域内で力を合わせることで、地域活性化に必要なネットワーク構築や人材発掘が出来た点も重要なポイントである。

4 今後の計画

① 事業の伴走支援

商工会では、今後はJAと連携した仕入コスト削減支援と、更なる販路開拓支援を行う予定である。現在は補助金事業を活用することにより収支バランスが取れている側面があるので、販路開拓による売上拡大とコスト削減によって利益の拡大を図り、経営の健全化を促す支援をするつもりである。

② 庄内特産品の開発支援

石塚指導員は、広く庄内の特産物の商品開発を進め、地域全体をアピールしていきたいと考えている。有機栽培などこだわりを持つ生産者を支援することで、庄内らしさを持ち他と差別化できる売れる商品作りを進め、地域全体で農商工連携を広げていきたいという抱負を抱いている。

5 地域経済活性化のポイント・商工会（指導員）の役割

【ポイント】

- ① <農業部会の設立⇒農商工連携セミナーの開催⇒研究会開催⇒∞全国展開事業を活用した商品化⇒運営会社の設立による事業化>と、順を追ったステップ支援により、地域に農商工連携への取組みを導入した。
- ② 「自ら研究した試作品を商品化したい！」という研究会メンバーの熱い想いを受け止め、施策を活用して具現化し、地域に農商工のビジネスモデルを示した。
- ③ 参画事業者を中心に異業種間ネットワークが構築され、自律的な活動に繋がっている。

【商工会（指導員）の役割】

- ① <商工>を超えた<農>にまたがる活動の推進役を担う。
- ② 今後の地域活性化に必要な事業者や人材を掘り起し、その間にネットワークを築く。
- ③ 地域内の特産品を幅広く発掘して商品開発を進めるとともに、生産者が不得手な販路開拓を支援する。