

事例  
A-③

## 小山商工会議所 「かんぴょううどん麺」開発による地域活性化

### 1. 面的支援の概要

#### (1) 支援のきっかけ

##### ① 地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト活用

低カロリーで栄養価が高いことで知られるかんぴょうだが、国産品が占める割合は約1割程度である。その内の90%以上が栃木県で生産されている。しかし近年は、生産者の高齢化と後継者不足が問題となっているだけでなく、消費低迷のあおりを受け、かんぴょうの生産そのものが危機的状況にある。

小山商工会議所は、地域資源であるかんぴょうに再び注目を集めてもらえるよう、平成20年に地域力活用新事業∞全国展開プロジェクトを活用して、かんぴょうに「食材」としての新たな可能性を見出すためにかんぴょうの粉末化とかんぴょううどん麺開発の取組みをスタートした。

##### ② かんぴょううどん麺開発支援

小山商工会議所・理事の大関幸秀氏が事業の裏方となってこのプロジェクトを推進してきた。当プロジェクトでは、特にかんぴょう粉末を食べやすいうどん麺にすることでより現代の食生活になじみやすく、健康な食としての提案を行なうこととなった。試作品の試食やアンケートなどを繰り返して開発商品のブラッシュアップを行い、パッケージも親しみやすいものとした。「ぐるなび」のツールを活用した広報活動やNHKに特集番組などで取り上げられ、全国から大きな反響を生んだ。

#### (2) 支援のプロセス・アプローチ法

##### ① プロセス

当プロジェクトでは、小山商工会議所、小山市、栃木県、民間事業者等からなる「かんぴょう開発委員会」を設け①商品技術開発②商品開発③デザイン開発④広報・PR⑤販路開拓の5つの分野で具体的なワーキングを実施した。小山商工会議所が事務局となり、プロジェクト全体の進捗管理を行った。

##### ② アプローチ法

5つのワーキングを順次開催していくのではなく、それぞれのワーキングに関係者が適宜参加しながら約10か月間で販路開拓の手掛かりをつけるまでプロジェクトを進めていった。全体の進捗状況を確認のため、適宜開発委員会を開催してかんぴょううどん麺全国展開への道を開拓していった。

#### (3) 支援内容

##### ① 技術開発、商品開発

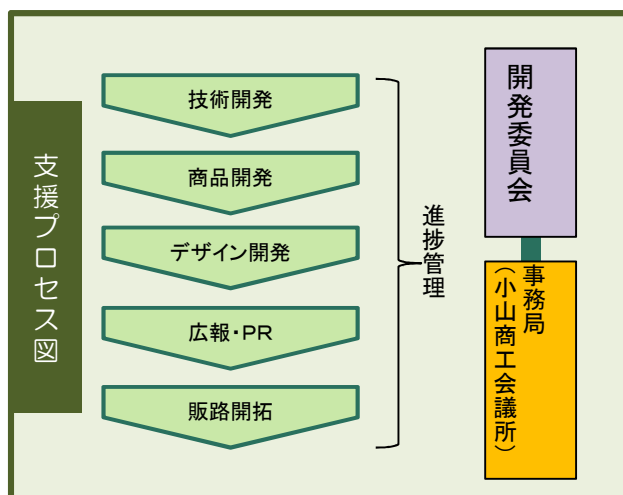
先ずはかんぴょうの原料である夕顔の粉末化について、6～8月の生産期に生産者の協力を得て乾燥化と粉末化のテストを行い、産業技術センターの協力を得て成分分析を行った。その後、製麺業者と連携してかんぴょう粉末と小麦粉の比率の適正化と乾麺化事業を行った。その後、複数回のニーズ調査を経てうどんの「太さ」「食べ方」「分量」などを検討して商品開発を行った。

##### ② デザイン開発、PR、販路開拓

デザイン開発には、著名なデザイナーに協力を仰ぎ、一見シンプルに見えるが高級感が持てるキャラクターをポイントに製作した。PR、販路開拓については、小山商工会議所のネットワークを活用して試食会や展示会を重ね商品のブラッシュアップを行っていった。

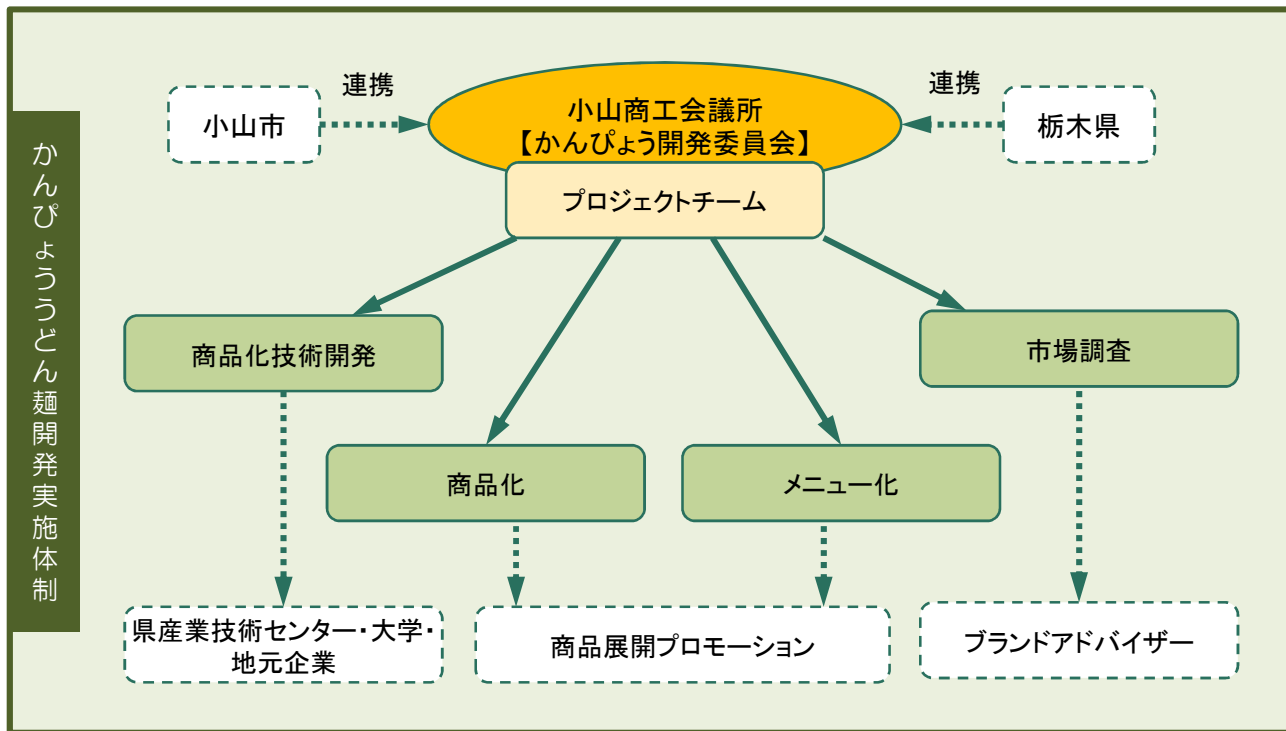


夕顔の実を粉末にし、小麦粉を混ぜて作られたかんぴょううどん麺



小山商工会議所  
「かんぴょううどん麺開発による地域活性化」

2. 支援組織・連携スキーム



(1) 支援組織のコーディネート

かんぴょううどん麺開発支援の特徴は、小山商工会議所による各ワーキングチームへの献身的なコーディネートである。

①技術開発段階では、かんぴょうの粉末化・適正割合・乾麺化について県産業技術センターや大学を活用して技術を確立した。②商品開発段階では、地元の会員である乾麺メーカーに協力を仰いで試作品を作り、それを各流通段階でのアンケート調査をコーディネートして商品のブラッシュアップを行った。③デザイン開発段階では、ぐるなびとのネットワークを活用してデザイナーを選定して商品パッケージ、パンフレットなどデザイン設計企画をコーディネートした。④広報・PR段階では、ぐるなびを活用してぐるなびのホームページで2ヶ月間情報発信し、またぐるなびのメルマガを活用して全国の消費者・飲食店に向けて情報配信を行った。⑤販路開拓段階では、商品展示会やバイヤーとの商談会等をコーディネートして販路開拓をけん引した。

以上のように全てのワーキングにおいて裏方的なコーディネートを行って「かんぴょううどん麺」の販売を実現させた。

(2) バリューチェーンの確立

新商品を開発・販売するには、原材料の確保が重要である。特にかんぴょうのような生産時期が限られた農産物を一次加工するには、生産者との

信頼関係構築による一次加工品の確保が不可欠である。大関理事は自ら生産農家に出向き、実際に収穫作業を手伝いながら農家の懐に入り、原材料の確保と粉末加工、乾麺加工に目途をつけたのである。

また、販売窓口についても卸売業者経由の販売ルートを活用して全国展開を図るため、小山商工会議所自らが販売窓口となって、卸売業者からの信用を得てバリューチェーンを確立した。



小山駅構内の物産店内で陳列販売されているかんぴょううどん麺

## 小山商工会議所 「かんぴょううどん麺開発による地域活性化」

### 3 成果

#### ① 堅調な売上と利益の確保

商品開発の段階で、顧客ターゲットを「健康志向の高い富裕層」に絞って価格、デザイン等を企画してチャネル構築を図った。このマーケティング戦略によって平成21年の販売当初から堅調な売上を維持している。近年では売上高750万円を達成している。利益についても、しっかりと流通マージン等を考慮して価格設定しているため、適正な利益確保ができています。

#### ② 販売窓口の民間移譲

平成21年から小山商工会議所が窓口となって販売を開始したが、一定の売上が確保できたこと、卸売業者の信用を得たことで、平成25年から販売窓口を民間事業者に移譲した。現在は、プロジェクトの参加事業者の一人である輸送機械器具製造業を営む生沼均（おいぬまひとし）氏と夕顔生産農家が設立した農業生産法人(株)大地のかほりが販売を担当している。

#### ③ 生産農家への寄与と食材への活用

当プロジェクトを通じて、かんぴょうの生産について、休業をしていた生産者より、かんぴょうの生産についての協力・申し入れ等があり、かんぴょう生産に寄与すると考えられる。

また、かんぴょううどん麺としての展開だけでなく、かんぴょう粉末についても今後様々な食材としての活用が期待できる。かんぴょうには、食物繊維やその他のミネラルが多く含まれており、ヘルシー食市場への開拓の可能性がある。



(株)大地の生沼社長(左)と大関理事(右)

### 4 今後の計画

#### ① 海外展開支援

当プロジェクトでは、まずは地域産品ブランドとしても構築と、国内の地盤固めを行うことに集中した。小山商工会議所では、今後、海外における日本食及び健康食への見直しの動きを見据え、海外への展開を視野に入れた産品展開戦略を模索している。その際の食品輸出の取得すべき認証やクリアすべき規制等について調査していくことも考えている。

#### ② 農業をキーワードにした地域支援

大関理事は農業生産地である小山市を中心とした地域での支援を念頭に置いている。今回のかんぴょううどん麺はそのきっかけであり、これから更に農業をキーワードとして何が出来るか考えていとしている。

循環型農業をテーマにしたものづくり支援事業なども手掛け始めている。

### 5 地域活性化のポイント

- ① 小山商工会議所の大関理事が地域プロデューサーとしてプロジェクトそのものを推進管理している。
- ② 小山商工会議所が事務局となり、各ワーキング段階で最適なネットワークを活用して効果的な支援を行っている。
- ③ バリューチェーン構築に必要な機能が不足した場合、商工会議所自らがその機能を担い、成果創出の役割を背負っている。
- ④ 地域活性化実現のためのプロジェクトに必要な施策を国、自治体から活用、または独自で創出している。