



### 平成21年度地方の元気再生事業

中山間地ならではの地域資源を活用し北広島町に元気な世代  
(アクティブシニア)が集まる集客交流サービス事業の創出

### プロジェクト報告書より

平成21年度地方の元気再生事業で取り組んだ、北  
広島エリア・フードシステムの展開  
北広島町ならではの特産品開発とブランド化事業  
の中で「まいてんしん」は誕生しました。

#### 4-1.北広島町ならではの特産品開発とブランド化

北広島町産の米粉、赤紫蘇(ゆかり)を使用した特産品を開発することにより、道の駅舞ロードをはじめ、町内の施設で販売するとともに、地域外への新しい販路も開発したいと、協議会のメンバーを中心に、飲食業者、商工会女性部、北広島町産業課などとタスクフォースを組織し、アイデア検討会議を開催した。

##### 4-1-1 特産品開発タスクフォースの選出及びスケジュール化

平成 20 年度「地方の元気再生事業」では、北広島産農産物を販売する道の駅舞ロードなど直売所の売上を伸ばすことが、出荷農家の所得を増やし、結果地域が活性化するとの方針から、川上である農家の出荷意欲を醸成するプログラムへ取り組んだ。出荷アイテム、量とも順調にのび、またサテライトショップ（出張朝市）の効果もあり、道の駅舞ロードの売上は、順調に推移した。

今年度は、事業に先駆け、指針であるロードマップを作成し、「売れる仕組みづくり」をテーマに加工品の開発を優先事項と位置付け、事業を展開した。

	北広島町ならではの 特産品開発と ブランド化	舞ロードの売上促進策 としての多機能飲食施設 設置の環境整備	新規出荷者開発・意欲 醸成を目的としたサテラ イトショップの開設
実施主体	NPO 中山間地域まちづくり研究所		
目 標	<ul style="list-style-type: none"> <li>・全国展開商品の開発 (商工業者連携)</li> <li>・新商品 3 アイテム開発</li> <li>・材料 米粉 きくいも ゆかり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・基本計画書の策定 運営基本計画書 (伊勢田)</li> <li>神楽基本計画書 (増田)</li> <li>基本設計計画書 (藪)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・売上目標 130% (1 店舗開発)</li> <li>・ビジネスモデル (地産都消)確立</li> </ul>
留意点	地元商工業者 ・ 飲食業者	建築予算化（支援事業）	北広島町施策
リーダー タスクフォ ース	杉原 伊勢田 アドバイザー：茂手木	藪理事長 増田、 伊勢田	田邊 佐々木(道の駅舞ロード)
成果（物）	売れる特産品	<ul style="list-style-type: none"> <li>・神楽殿基本計画書 (構想)</li> <li>・助成事業所轄と打合せ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広島市内 サテライトショップ</li> </ul>
7 月	タスクフォース編成	タスクフォース編成	タスクフォース編成
8 月	TSKF ミーティング 開発構想 (アイデア検討) スケジュール	TSKF ミーティング 事業イメージ	TSKF ミーティング ターゲット調査 案書作成
9 月	商品企画・開発	先進地研修（三田）	
10 月～11 月	商品開発 パッケージ開発	運営基本計画書 神楽基本計画書作成 ↓ 設計指示書	プレゼンテーション 3カ所 市内スポーツジム) 商店街空店舗(助成事業)
12 月～1 月	試作テスト プレゼンテーション	基本設計	1 店舗開業（実証実験） 出荷者対象セミナー開催

#### 4-1-2 特産品 3 アイテムの開発(試作品テスト=クライアント試食会)

#### 4-1-3 パッケージ開発

エリアフードシステムプロジェクトでは、北広島産米粉、発祥の地とされる赤紫蘇加工品(ゆかり)を使用した餃子、焼売など「まいてんしん」を開発した。

景気低迷で続く閉塞感を打ち破りたいと願う北広島町町内の小規模飲食業者を中心に協議会を設立し、「まいてんしんのまち・北広島」キャンペーンを3月5日からスタートさせた。自分達の手でという意識の芽生え、気運が感じられる。協議会周辺の人物への波及効果が表れ始めた。

本事業協議会による町内飲食業者への「まいてんしんのまち・北広島」の説明会、点心の第一人者茂手木章氏による調理講習会、3月5日のキャンペーンキックオフには竹下町長からの激励もあり、飲食業者の意識は醸成されつつある。

「まいてんしん」発表に合せ、ロゴイメージの制作をデザイナー松尾氏に依頼し、パンフレットや、PRグッズへ反映させている。



(村上副町長による説明)



(点心師茂手木氏の調理講習)



(キャンペーンキックオフ)

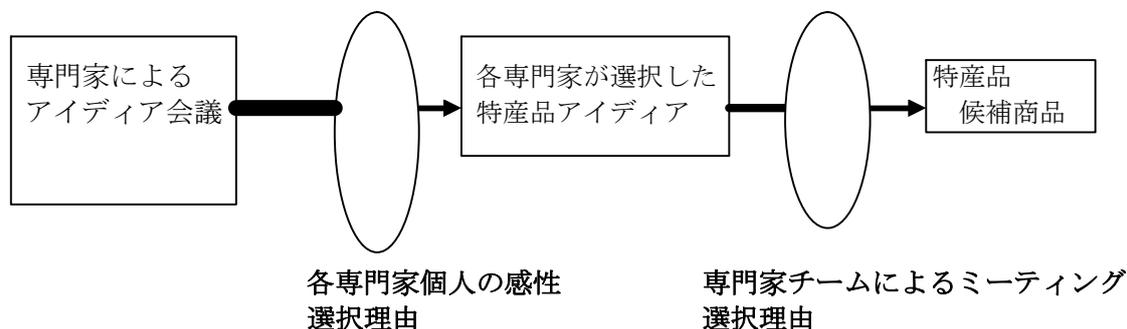
#### 特産品開発の手法と開発会議

北広島町ならではの素材

- ・赤蘇加工品(ゆかり) 北広島産米粉、きくいもなど

#### ●特産品候補商品の抽出

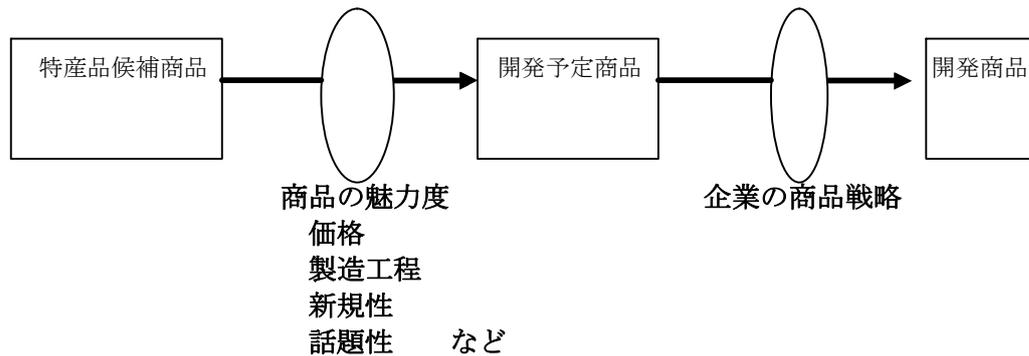
- ①それぞれ素材に対し専門家チームによるアイデアラッシュを行い、検討する。
- ②チーム別に、選択されたアイデアから数点を選択し、その選択理由をまとめる。



#### ●特産品候補商品のイメージの共有化

- ①パッケージデザイナーによるイメージの作成
- ②専門家(シェフ、企業開発担当者等)による試作品製作

● 専門家チームによる試作品試食ミーティング及び商品コンセプトシートの作成



60 数点のアイデアから

- ① 和点心（和餃子、和焼売、和唐揚げ、和かすてら）
- ② 紫蘇胡椒

が選択され、パッケージデザインを依頼し、コンセプトなど TSKF で共有するため商品開発シートを作成した。

和餃子



紫蘇胡椒



デザイナー  
松尾 起代子

注目される若手パッケージデザイナー  
日経デザインに掲載

商品開発シート

<p>NO. KITAHIRO —001</p>	<p>テーマ 「和」点心シリーズ 「和」ぎょうざ</p>	<p>Date 部署 担当 伊勢田@Sptm2</p>
		<p>スペック 点心の匠 茂手木 章 レシピ</p> <p>価格 298 円/pack</p> <p>イメージ 和食前菜として 大人の点心</p> <p>ネーミング 和ぎょうざ</p> <p>パッケージ 北広島産米粉使用 北広島産赤紫蘇使用 全体にゆかり色</p>
<p>ターゲット</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●業務用（居酒屋）</li> <li>●家庭用（量販店商品）</li> <li>●北広島土産</li> </ul>	<p>商品コンセプト</p> <p>和風点心 ポン酢で食べる「あっさり」ぎょうざ</p>	
<p>ポジショニング</p> <p>ラーメン店 ↓ 和風居酒屋</p>	<p>訴求ポイント</p> <p>米粉のもちもち感 + 紫蘇風味 いくらでも食べられる「あっさり感」</p>	
<p>仮説との整合性</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●機能性野菜</li> <li>●ありそうでなかった コンセプトテーマ</li> </ul>	<p>販売戦略</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●大手食品メーカーのラインアップ商品</li> <li>●神楽と和点心の町北広島の発信</li> </ul>	
<p>市場規模・成長性</p> <p>ぎょうざの消費金額 全国 2,246 円/年世帯 広島 1,645 円/年世帯</p>	<p>流通戦略</p> <p>コロケ 1,835 円と比較すれば、餃子の人気がある。量販店での家庭用食品として展開する。 また、北広島町を元祖の町として発信する。</p>	
<p>課題・問題点</p> <p>米粉の菌検査 米粉の価格</p>	<p>製造戦略</p> <p>大手食品メーカー（日本ピュアフード株） 農産加工所（地元女性グループ） 地元食品加工会社</p>	
<p>その他</p> <p>9月29日プレゼン （宇都宮 5,381 円）</p>	<p>原価</p> <p>スペックにより調整</p>	

NO. KITAHIRO —002	テーマ 「和」点心シリーズ 「和」焼売	Date 部署 担当 伊勢田@Sptm2
		スペック 点心の匠 茂手木 章 レシピ
		価格 298 円/pack
		イメージ 和食前菜として 大人の点心 ネーミング 和焼売（しゅうまい） パッケージ 北広島産米粉使用 北広島産赤紫蘇使用 全体にゆかり色
ターゲット ●業務用（居酒屋） ●家庭用（量販店商品） ●北広島土産	商品コンセプト 和風点心 わさびで食べる「あっさり」焼売	
ポジショニング ラーメン店 ↓ 和風居酒屋	訴求ポイント 米粉のもちもち感 + 紫蘇風味 いくらでも食べられる「あっさり感」	
仮説との整合性 ●機能性野菜 ●ありそうでなかった コンセプトテーマ	販売戦略 ●大手食品メーカーのラインアップ商品 ●神楽と和点心の町北広島の発信	
市場規模・成長性 ぎょうざの消費金額 全国 1,013 円/年世帯 広島 758 円/年世帯	流通戦略 ハンバーグの 981 円と比較すれば、焼売の特産品として注目される。量販店での家庭用食品として展開する。北広島町を元祖の町として発信する。	
課題・問題点 米粉の菌検査 米粉の価格	製造戦略 大手食品メーカー（日本ピュアフード(株)） 農産加工所（地元女性グループ） 地元食品加工会社	
その他 9 月 29 日プレゼン （佐賀市 2,856 円）	原価 スペックにより調整	

NO. KITAHIRO —003	テーマ 「和」点心シリーズ 「和」かすてら	Date 部署 担当 伊勢田@Sptm2
		スペック 点心の匠 茂手木 章 レシピ
		価格 150 円/pack
		イメージ 和食スイーツとして 大人の点心 ネーミング 蒸しかすてら パッケージ 北広島産米粉使用 北広島産赤紫蘇使用 全体にゆかり色
ターゲット ●業務用（居酒屋） ●家庭用（量販店商品） ●北広島土産	商品コンセプト 和風点心 「あっさり」蒸しかすてら	
ポジショニング パン屋 ↓ 和風居酒屋	訴求ポイント 米粉のもちもち感 + 紫蘇風味 いくらでも食べられる「あっさり感」	
仮説との整合性 ●機能性野菜 ●ありそうでなかった コンセプトテーマ	販売戦略 ●大手食品メーカーのラインアップ商品 ●神楽と和点心の町北広島の発信	
市場規模・成長性 カステラの消費金額 全国 872 円 広島 846 円	流通戦略 羊羹の 818 円と比較すれば、特産品として開発の可能性も捨てきれない。北広島町を元祖の町として発信する。	
課題・問題点 米粉の菌検査 米粉の価格	製造戦略 農産加工所（地元女性グループ） 地元食品加工会社	
その他 9 月 29 日プレゼン	原価 スペックにより調整	

NO. HRSM-0TH-004	テーマ 広島「食」ブランド開発	Date 091217 部署 Kobe 担当 Iseda
<p>新感覚「紫蘇胡椒」</p> 		<p>スペック 芸北あるペンやレシピ</p> <hr/> <p>価格 500 円/瓶(予定)</p> <hr/> <p>イメージ 柚子胡椒の紫蘇バージョン 「あっさり」感の冗長</p> <p>ネーミング マッチングソリッド 紫蘇胡椒</p> <p>パッケージ 柚子胡椒の瓶詰め サイズは小</p>
<p>ターゲット 業務用 お好み焼き屋 居酒屋 一般 土産品</p>	<p>商品コンセプト プラス「あっさり」感 プラス「ぴりり」感</p>	
<p>ポジショニング ポストわさび センターテーブルフル出場</p>	<p>訴求ポイント 今では、お好み焼き屋や居酒屋で欠かせない「紫蘇胡椒」 マッチングソリッド 「鍋でも焼肉にも、餃子や刺身にもマッチング」</p>	
<p>仮説との整合性 ゆかりの塩分濃度 健康との距離</p>	<p>販売戦略 農産加工品として、直売ルートにて販売 小規模外食店のオリジナルラベル（ロコミ）</p>	
<p>市場規模・成長性 調味料市場規模 B級グルメ必需商品</p>	<p>流通戦略 道の駅など特産品直売所的な店舗にて販売 居酒屋、お好み焼き屋でオリジナルラベル商品を販売</p>	
<p>課題・問題点 製造コスト(規模効率) ブランド管理</p>	<p>製造戦略 農村加工グループなどの特産品開発 調味料加工業者</p>	
<p>その他 製造規模と販売量</p>	<p>原価 三島食品(株)「ゆかり」の調達価格</p>	

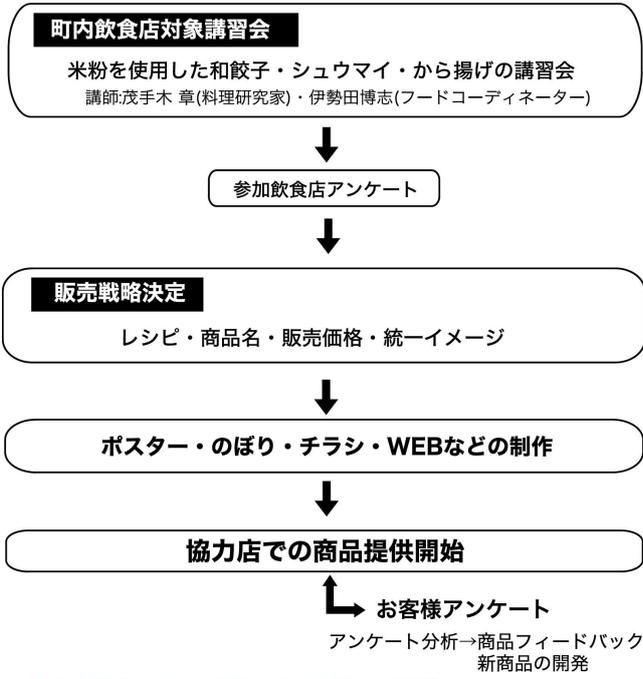
和点心の町「まいてんしん北広島」ロードマップ

全国展開する物販商品として企画されたが、商品試作、試食会をかさねるなか、「和点心の町北広島」(B級グルメのまちづくり)と「食」による地域の活性化策が検討され、ロードマップが作られた。

北広島町産の米粉を使用した

和点心のまち-北広島町プロジェクト(案)

北広島町産の「米粉」と「ゆかり(赤紫蘇)」という和テイスト  
北広島ならではの特産品の開発を計画しています。  
統一した販売イメージ戦略により地元飲食店での販売促進  
北広島町産米粉をキーワード=B級グルメのブランド化を図ります。



schedule	
2009.11.25	町内の飲食店を中心に開催予定
2009.12	
2010.1	
2010.02	



■企画 北広島コミュニティ・ツーリズム・エージェンツ協議会  
本協議会は、北広島町内の企業・NPO・行政・商工会などで組織しています。  
本事業は、平成21年度の地方の元気再生事業により実施しています。

事務所 特定非営利活動法人 中山間地域まちづくり研究所 E-Mail:info@npo.tank.jp  
〒731-1533 広島県山県郡北広島町有田476-103 TEL.0826-72-4701・FAX.0826-72-4706

2009.11

## 点心師 茂手木 章 氏による講習会

「和点心の町北広島」企画の具現化を目指し、点心の第一人者である茂手木 章 氏により、北広島町飲食業者を対象とした調理講習会を開催した。

平成21年11月25日（水）北広島町壬生地区公民館 調理実習室 参加25名

## 茂手木 章 氏のプロフィール

### 和点心(まいてんしん)

日本人には、切り離せない「米」、米とゆかりの深い赤紫蘇加工品「ゆかり」は、幼いころからお弁当にはいつも一緒に、欠かすことができないものでした。

そんななつかしくて、「相性」の良い材料を使った「和点心」は、ポン酢であっさりとお食べてください。赤紫蘇胡椒を添えるとなお一層おいしく頂けます。

北広島町の飲食店の方々と一緒に考えた「和点心(まいてんしん)」、お店によりそれぞれの美味しさが違います。食べ比べてみるのも楽しいですね。

### 茂手木 章(もてぎ あきら)

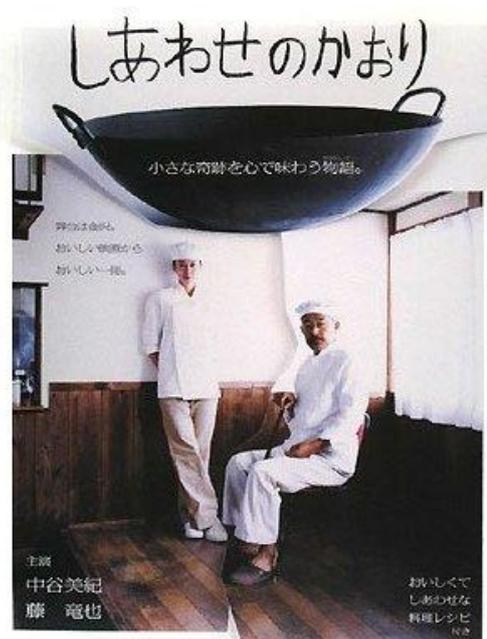
もてぎ あきら 中華料理人(点心師) 1942年1月1日栃木県栃木市生まれ。

67年赤坂『山王飯店』(上海料理)をはじめに、赤坂『栄林』(上海料理)、72年京王プラザホテル『南園』(広東料理)に招かれて入店、点心調理長に。

81年ホテルニューオータニ東京『Taikan-En』点心調理長、95年福岡の『シーホークホテル&リゾート』オープンと同時にホテル内『龍殿』点心司厨長に招かれる。

2008年、能登地震災害復興支援映画「しあわせのかおり」に料理プロデューサーとして参加。映画の中で、地産地消を展開する。

日本中華点心界の第一人者として、日本各地の料理人の指導を行うほか、店舗のプロデュースも行う。その交遊は広く、中華料理界に留まらない。



《茂手木 章氏の飲食店業者対象調理講習会》



熱心に茂手木先生の手元を見つめる飲食店の方々



飲食店の方も手ほどきを受ける。

真剣な試食タイム

商品制作（レシピ・オーダリング・システム）

「まいてんしん」は文字が示すよう、「米」粉を使用し、神楽が舞われる町「北広島」のそれぞれの店舗により、「My（私の味）」や個性を楽しんで頂くことがコンセプトです。

しかし、業態の違う店で、少ない人数の中、仕込むのは大変だと考える店もあります。「中の餡」は自分達の個性を大切にしたいが、「皮」は準備して欲しいという声があり、福岡市の有限会社まんでん食品と「皮」を中心に少量多品種、レシピに従い調理を代行する「レシピ・オーダリング・システム」を開発した。

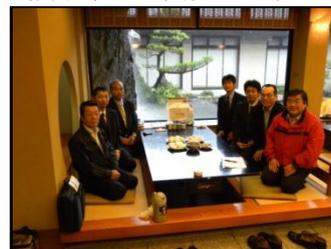
茂手木 章氏、フードコーディネーターでもある専門家に TSKF のメンバーも加わり、商品試作、試作の結果、委託製造が可能となった。

《有限会社まんでん食品》

工場内部

焼売の皮製造ライン

茂手木氏と開発スタッフ



※乾燥赤紫蘇である「ゆかり」は、熱で独特の「色」が消滅するので、ゆかりのイメージが消えるという意見もあったが、紫蘇特有の「香り」が商品価値であると判断した。

### 「まいてんしんのまち北広島」キックオフ

「3月5日（金）北広島町中央公民館大会議室」北広島竹下町長出席の下、参加17店が揃い、プレス発表、キックオフ宣言に続いて、商工会女性部、道の駅舞ロードの出荷者などにより試食会が行われた。

広島テレビ、中国放送で取り上げられるとともに、中国新聞に掲載された。

《参加17店》

	事業所名	参加者	地区
1	村すずめ	木本 克子	千代田
2	村すずめ	木本 三保子	千代田
3	株どんぐり村	圓山 貴子	千代田
4	株どんぐり村	浜田 進	千代田
5	京屋旅館	森脇 誠	千代田
6	養老温泉	花ノ木 絹代	千代田
7	益水興産(有)	清水 賢二	千代田
8	(有)新見仕出店	新見 亮二	千代田
9	お好み焼 三八	松浦 妙子	千代田
10	ほどほど	土井 貴文	千代田
11	みちづれ	呉川峰春	千代田
12	みちづれ	呉川 猛	千代田
13	かめや	呉川 旭	千代田
14	ふじもと	藤本 隆幸	千代田
15	八剣伝		千代田
16	食鮮館いとう	伊藤 久子	大朝
17	陽だまり	川原 みどり	大朝

今後、参加店を増やすとともに、各店の個性を打ち出したメニュー開発を期待したい。NPO 法人中山間地域町づくり研究所は食材供給機関として、新たなメニュー開発の支援とともに、原価削減に努めたい。

### 《「まいてんしんの町北広島」キックオフセレモニー》

竹下町長の激励と藪会長挨拶



竹下町長の激励と藪会長挨拶



試食用メニュー



参加店の挨拶