

展示会出展

お客様が求める食味・食感の追求

「秋田漬」の開発と販路開拓

株式会社秋田白神食品（三種町商工会）

三種町は秋田県北西部に位置し、じゅんさいの生産量日本一の町。じゅんさいの収穫期は5月～8月頃で、独特の「ぬめり」が特徴である。高級食材として知られるじゅんさいだが、三種町ではご当地グルメ「三種じゅんさい丼」として提供を行う飲食店もある。（7月1日は「じゅんさいの日」）

●株式会社秋田白神食品

長年農業を営んでいたが、農業に加工という付加価値をつけ販売まで行うことを目的に、平成24年7月、(株)秋田白神食品を設立した。乾燥技術と貯蔵ノウハウが強みで、自社農園で栽培したミネラル豊富なごぼうを乾燥させ、粉末状にしたティーバックタイプの「ごぼう茶」、じゅんさいの「ぬめり」のある若い葉や芽の部分ではなく、成長して丸く開いた葉を乾燥させた「じゅんさい茶」の製造・販売を行っている。

また、これまで冷凍や冷蔵でしか流通していなかった「ぎばさ」を乾燥加工した商品「とろぎばさ」は、男鹿産の「ぎばさ」に機能性(インスタント)・保存性を加えた商品として、平成25年6月から販売を開始している。お味噌汁にふりかけたり、お湯を注いですぐにもどるなどインスタント性に優れているため、料理具材としての汎用性も高い。

いずれの商品も女性を中心とした、健康志向のお客様に好評を得ており、継続的な購入につながっている。販路は、問屋ルートを中心に、ホテル、スーパー、道の駅など幅広い。



ぎばさ選定作業（異物除去作業）



お客様が求める味や食感の追求。「秋田漬」の開発

大根栽培を平成22年夏から始め、現在、大根の年間生産量は18万本である。これを原材料として製造した「いぶりがっこ」を乱切りカットした商品「おかずがっこ」の製造・販売も行う。

“高齢化の進展とともに、お客様が食品に求める食味や食感に対するニーズも変化していると感じる”。また、“東北地方では、粘り気のある商品が好まれる傾向がある”。こうしたニーズを捉えた商品を開発できないか。という想いで「秋田漬」の商品化に着手した。経営計画を作成し、首都圏で開催される展示会への出展参加を通じてお客様の評価を直接確認することとした。また、展示会への出展にあたり商品のパンフレットやポスターなどの作成も行った。

展示会への出展、来場者様に商品の魅力をダイレクトに伝える。

プロの農業者が参加する国産農産物・展示商談会「アグリフード EXPO」に新商品「秋田漬」を出展。「秋田漬」は、「いぶりがっこ」と「ぎばさ」を秘伝のたれと一緒に漬けた粘り気のある商品。来場者の食味・食感に対するニーズなど、貴重な情報収集ができた。商品は平成 27 年春の販売開始を予定している。展示会で得られた成果を今後の販路開拓に活かしていく。

なお、展示会への出展にあたり、テストマーケティング用パッケージデザインの作成、商品ポスター、パンフレットの作成を行っている。

<アグリフードEXPO 東京 2014 への出展>



<商品パッケージデザイン>



<秋田漬パンフレット>



「ぎばさ」とはワカメ、メカブ、コンブなどと同じ海藻で、「アカモク」とも言われている。東日本各地の沿岸に分布しており、地域によって、「ギンバソウ」（山形県）、「ナガモ」（新潟県）などと呼ばれている。

活用した補助金の内訳

- 展示会出展費・旅費
- パッケージデザイン作成（開発費）
- パンフレット・ポスター作製（広報費）

補助事業の取り組みを終えて

株式会社秋田白神食品 代表取締役 荒谷要伸氏

展示会に出展した成果として、数社からの問い合わせがあり、現在取引を進めております。既存販路は北海道から北関東が中心で、首都圏はまだ開拓できておりません。量産化に向けた課題もありますが、一つ一つ課題解決を図りながら計画的な需要開拓に取り組んでまいります。



秋田漬のポスターを背景に
左：荒谷要伸氏 右：伊藤指導員

担当指導員の声 (三種町商工会 伊藤光洋)

「秋田漬」に続いて次の商品開発のお話も伺っております。今回の補助事業で得られた成果を今後の商品化に活かせるよう継続した支援を行ってまいります。