

## 平成20年度 地方の元気再生事業 事業実施調書

(1) 取組名	『健康万歳！！田舎・暮らしの知恵袋と健康ミネラル野菜・ICTの共鳴』		
(2) 実施団体名	NPO西会津地域活動支援センター	(3) 対象地域	福島県 西会津町
(4) 代表団体名		(5) 推薦団体名	福島県、西会津町、西会津町観光協会、西会津町振興公社、福島県商工会連合会、西会津町

(6)実施した取組の内容	<b>取組①</b>	総菜・健康食品の開発	
	<b>実施主体</b>	NPO 西会津地域活動支援センター	
	<b>実施内容、実施結果</b>	当初提案により予定していた計画	
		実際の取組内容及びその結果	
	<p>・ミネラル野菜関連商品の充実による地域農工商関連の産業振興を目指し、地元資源「ミネラル野菜」に漬物達人や郷土料理名人など地域の元気老人の知恵を集約させた総菜・健康食品を開発し、普及促進させる。</p> <p>①ミネラル野菜を使用した商品開発 ②物販店、首都圏等への販路開拓 ③開発商品インキュベート等の製造拠点構築</p>	<p><b>【取組内容】</b></p> <p>①商品開発 ・ミネラル野菜スイーツ研究開発検討会結成。商品開発のための視察・試食・意見交換会【平成20年10～11月】 ・試作品試食会(12/8西会津町テレワークセンター:会員10名、12/13～14道の駅にしあいづ:来場者約700人)実施。ミネラル野菜スイーツ15品、漬物2品の試作品完成。【平成20年12月】</p> <p>②販路開拓 ・一般消費者、旅館・ホテル等対象試食アンケート調査【平成20年12月】 ・アンケート調査による製品評価を踏まえた主要販路調査【平成21年2月下旬予定】 ・東京での販路開拓のためのPR活動【平成21年2月20日予定 試食、アンケート予定】</p> <p>③製造拠点構築 ・5社以上から成る「ミネラル野菜スイーツ製造販売組合」結成【平成20年12月】</p> <p><b>【取組結果】</b></p> <p>・野菜の購入リピーター等が増加し、ミネラル野菜の生産農家・出荷額、作付面積が増加。 ・会津若松市内飲食店でミネラル野菜活用メニュー採用。県内旅館の地産地消推進を支援するNPO法人「素材広場」の取扱商品として採用決定。</p>	
	<b>取組②</b>	新特産品の開発	
	<b>実施主体</b>	NPO 西会津地域活動支援センター	
	<b>実施内容、実施結果</b>	当初提案により予定していた計画	
		実際の取組内容及びその結果	
	<p>・ミネラル野菜を活かした味噌ラーメンと関連商品で地域をブランド化し、観光客の流入を促進。</p> <p>①ミネラル野菜をふんだんに活かした味噌ラーメンの開発 ②関連商品の開発 ③全国展開を目指すためのビジネスモデル検討</p>	<p><b>【取組内容】</b></p> <p>①ミネラル野菜をふんだんに活かした味噌ラーメンの開発 ・著名なラーメンの専門家との試食・検討会【平成20年10月】 ・専門家考案のレシピ完成試食会(11/9道の駅にしあいづ:来場者450人以上)。来場者向けアンケート調査実施。 ・レシピ完成試食会の模様を福島放送でテレビ報道、福島民報で新聞掲載。【平成20年11月】</p> <p>②関連商品の開発 ・関連商品「お取り寄せラーメン」の試食・検討会【平成20年11月】 ・関連商品の商品コンセプト確定。商品製造業者の選定・試作品製造。【平成21年2月予定】</p> <p>③全国展開を目指すためのビジネスモデル検討 ・レシピ完成試食会時アンケート調査及び「会津野沢宿味噌ラーメン会」の意見を踏まえたビジネスモデル検討【平成21年1月】</p> <p><b>【取組結果】</b></p> <p>・試食会実施後、レシピのラーメンの問い合わせが増加。高速道路料金所からもチラシ・パンフレットの設置要請あり。会津野沢宿味噌ラーメン会各店舗への来客数・売上高も増加。</p>	

(6)実施した取組の内容	取組③ 実施主体	ミネラル野菜のブランド化推進 NPO 西会津地域活動支援センター	
	実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画 ・「西会津＝ミネラル野菜」のブランドイメージ確立及び地域産業の売上増加、併せてネット販売等によるテレワークセンターにおける雇用創出。 ①ICTを利用した安定的な生産・販売・管理体制を確立 ②ブランドイメージを確立するためのPRグッズを開発 ③空き店舗を活用した実証実験の実施	実際の取組内容及びその結果 【取組内容】 ①生産・販売・管理体制確立 ・インターネットサイトを構築【平成20年10月】。同サイトにミネラル野菜テストマーケティング用デモサイト構築。【平成21年1月】 ②ブランドイメージ確立 ・ブランド化推進HP制作のためのデータ収集・精査。【平成20年10月】 ・ブランド化推進のコンセプト・デザイン検討会。【平成20年11月】 ・ミネラル野菜のブランド化推進HP製作。【平成20年12月】 ・専門家とのミネラル野菜関連商品の商標登録に関する申請検討。【平成20年12月】 ・ミネラル野菜関連商品のロゴイメージ完成。パンフレット・ポスターの制作。ロゴイメージ商標登録申請。【平成21年2月予定】 ③空き店舗の活用による実証実験 ・西会津町野沢で開催の「越後街道野澤宿 宿場文化祭り」(来場者数5000人)で、空き家を活用して、西会津の自慢を集結した『ふるさと自慢館』を設置。併設の特設テントにおいて味噌ラーメン300食を提供。【平成20年10月】  【取組結果】 ・取組拠点の一つでもある「道の駅にしあいづ」では、来場客が増加。「会津野沢宿味噌ラーメン会」参加店では、売上高は前年度比1.25～1.4倍。 ・次年度以降確立させるネット販売の管理のため、テレワークセンターにおいて1人を臨時雇用。次年度以降は、2人を雇用予定。
(7)実施体制	平成20年度の取組実施における体制・役割分担		取組の実施を踏まえた反省点
			<ul style="list-style-type: none"> <li>・ミネラル野菜使用の豆腐、漬物の商品開発には、町内元気老人等住民が、新たな味噌ラーメンのレシピ研究には、町内ラーメン店等商店がそれぞれ協力。</li> <li>・各種試作品の原料野菜については、西会津町・野菜普及会有志等の協力により収集。</li> <li>・商工会の呼びかけで「ミネラル野菜スイーツ開発検討会」を組成し、また、振興公社経営のレストラン料理長を中心に、町内の菓子・パン製造業者で「ミネラル野菜スイーツ製造組合」を組織し、ミネラル野菜スイーツの開発・製造を推進。</li> <li>・テレワークセンターは、関連の各HPの制作・運営を行いPR活動を展開。道の駅・ロータスインでもポスター・パンフレットを設置、関連商品PR・販路開拓における重要な拠点となる。</li> <li>・観光圏内外での西会津の知名度・存在感底上げのため、福島県の広域観光推進補助事業と連動。</li> <li>・西会津町からは、HP制作と野菜の収穫に関する全面協力を得られた。今後の販路開拓・ブランド化に向けて町と生産者、加工業者の一体化を更に推進していく。</li> </ul>
(8)取組により得られた成果	○成果1→	西会津「ミネラル野菜」を活用し、先人の知恵を集結させた地域産業の振興 ① ミネラル野菜の総菜・健康食品の試作品開発 ② 新特産品「逸品味噌ラーメン」とその関連商品の開発	
		H19 ①ミネラル野菜出荷高:84百万円、従事者:100人(無加工販売) ②通常のラーメン店:12店(ミネラル野菜を用いたラーメン無し)	H20(当初予定していた目標) ①ミネラル野菜を付加価値化し、販路の拡大多様化を図る 出荷高:100百万円(+19%)、従事者:110人(+10%) ②ミネラル野菜をふんだんに使った逸品味噌ラーメン開発協力店:13店(+1店は新規創業)

(8)取組により得られた成果	H20(実際に得られた成果)	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ミネラル野菜を使用したスイーツを15品、漬物を2品試作品として開発成功。菓子・パン製造業者の組織化し、野菜生産者と加工業者の連携を確立。</li> <li>・ミネラル野菜出荷高:120百万円(+42%)、従事者:155人(+55%)と大幅に増加。</li> <li>・12ラーメン店(+1店新規出店により参加準備中)からなる「会津野沢宿味噌ラーメン会」で、ミネラル野菜と会津特産の馬肉を使用した「オリジナル味噌ラーメン」を開発。450人以上来場の「オリジナル味噌ラーメン」試食会のアンケート(有効回答222人)では、96%が「美味しい・まあまあ美味しい」と回答。</li> <li>・「会津野沢宿味噌ラーメン会」参加店の売上高は前年度比1.25~1.4倍(ヒアリング結果)。</li> </ul>	
	○成果2→	ミネラル野菜のブランド化推進 ①ICTを利用した生産・販売・管理体制を確立し、安定供給を実現 ②ミネラル野菜のブランドビルディング ③空き店舗を活用した実証事件の実施
	H19	H20(当初予定していた目標)
	ブランドイメージが弱く観光客入込数が少ない ・道の駅にしあいづ:230千人 ・大山祇神社:169千人 ・ロータサイン:76千人、他 ・観光客入込数:496千人	ミネラル野菜に関する情報を農商工が連携して発信することで、ブランド化を図る ・道の駅にしあいづ:253千人 ・大山祇神社:186千人 ・ロータサイン:83千人、他 ・観光客入込数:550千人(+11%)
H20(実際に得られた成果)		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ミネラル野菜商品生産・販売・管理システム構築。野菜生産者、野菜商品開発者、消費者をリアルタイムで結び、野菜・商品の安定供給・過剰在庫抑制が可能。</li> <li>・福島民友(2回)、福島民報(4回)、福島放送(1回)がミネラル野菜スイーツ、オリジナル味噌ラーメンの記事を掲載、放映。</li> <li>・年度後半の経済の冷え込みにより、大山祇神社:166千人(-2%)、ロータサイン:70千人(-8%)と観光客減少、しかし、取組拠点の一つでもある「道の駅にしあいづ」は、263千人(+14%)の来場客。</li> </ul>		
(9)今年度の取組成果や活動を踏まえた反省点、改善点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ミネラル野菜の商品は、野菜がもっとも美味しい時期(もっとも多く収穫できる時期)に合わせる必要性が判明。収穫時期を踏まえ、ミネラル野菜の生産物の安定化を今後検討。</li> <li>・ブランド化、ビジネスモデルの構築については、新聞・テレビといった報道による「ミネラル野菜」認知度の向上を優先。先鞭をつけたことで、次年度に首都圏アンテナショップでの実証実験等を重ね、ブランドイメージの固定、ビジネスモデルの確立を行う予定。</li> </ul>	
(10)平成21年度以降の活動の見込み	当初提案に予定していた平成21年度以降の展開	今年度の取組状況を踏まえた平成21年度以降の活動の見込みと活用を希望する支援制度
	<b>【組織整備】(平成21年4月~翌3月)</b> 町民一体となつての運営が必要。平成20年発足のプロジェクト進捗確認連絡会のメンバーを拡大し再組織化。関係機関を確定したうえで役割分担し、展開。	<b>【組織整備】</b> ・実施主体: プロジェクト進捗確認連絡会 ・時期: 平成21年4月~翌3月 ・再組織化により、関係機関を確定したうえで役割分担し、展開 [活用を希望する制度:なし]
	<b>【全体推進計画策定】(平成21年4月~翌3月)</b> プロジェクト進捗確認連絡会にて全体推進計画を策定し、平成22年以降の「西会津町総合計画」に盛り込むことを行政と調整。平成21年7月頃より前倒しで実施する。	<b>【全体推進計画策定】</b> ・実施主体: プロジェクト進捗確認連絡会 ・時期: 平成21年4月~翌3月 ・平成22年以降の「西会津町総合計画」に全体推進計画を盛り込むことを行政と調整 [活用を希望する制度:なし]
	<b>【本格的な事業展開】(平成21年~23年)</b> ・空き店舗をアンテナショップ「ふるさと自慢館」へ昇華 ・ミネラル野菜、総菜・健康食品、味噌ラーメンの全国ブランド化 ・健康ノウハウの域外輸出を各推進主体が推進、事業展開	<b>【本格的な事業展開】</b> ・実施主体: プロジェクト進捗確認連絡会 ・時期: 平成21年~23年 ・新しい味噌ラーメンのブランド化に向けた関連商品の開発完成、及び全国展開を目指すビジネスモデルの構築検討 ・ミネラル野菜を使用したスイーツ、味噌ラーメン等のアンテナショップを東京に開設し、実証実験を予定 ・ミネラル野菜生産者の増加による生産物(品目・品種)の安定化 ・西会津のアイデンティティの核となる地域アンテナショップ「ふるさと自慢館」を常設し、地域の歴史・文化・地場産品を総合的に展開・販売 ・町がこれまで長い歳月をかけ取り組んできた健康ノウハウをこの事業を集大成としてまとめ、パンフレット・HPに掲載し広く地域外に発信 [活用を希望する制度:上記について地方の元気再生事業の継続支援を希望(想定金額2千万円)]

『健康万歳！！田舎・暮らしの知恵袋と健康ミネラル野菜・ICTの共鳴』（福島県西会津町）

—NPO西会津地域活動支援センター—

◆主な実施取組の内容◆

取組① 総菜・健康食品の開発

「ミネラル野菜スイーツ研究開発検討会」の組成、町役場の協力により、視察・試食・生産者との意見交換会を組織的に遂行。その結果、ミネラル野菜スイーツ15品、漬物2品の試作品を完成。

一般消費者、旅館・ホテル等に対する試食アンケートで得られた製品評価から、最も効果を期待できるエリア・業態を検討して主要販路を選定。

また、ミネラル野菜スイーツの製造拠点として、町内の菓子・パン製造業者で「ミネラル野菜スイーツ製造組合」を結成。

ミネラル野菜スイーツ



試食会



取組② 新特産品の開発

著名なラーメンの専門家と試食・検討会を重ね、ミネラル野菜と会津特産の馬肉を使用した「オリジナル味噌ラーメン」を開発。テレビ、新聞においても報道された完成試食会には450人以上が来場し、アンケート（有効回答222人）では、96%が「美味しい・まあまあ美味しい」と回答。また、アンケート結果の分析から、ビジネス全国展開を目指すためのビジネスモデルを構築。さらに、関連商品「お取り寄せラーメン」の試食・検討会を実施し、関連商品の商品コンセプトを確定。

オリジナル味噌ラーメン



450人以上が参加した試食会



取組③ ミネラル野菜のブランド化推進

生産・販売・管理体制の確立に向け、ミネラル野菜のテストマーケティング用インターネットデモサイト構築。

さらに、ブランド化推進のためのデータ収集、デザイナーを含めたコンセプト・デザイン検討会により、ミネラル野菜のブランド化推進HPを製作し、専門家とミネラル野菜の商標登録に関する申請にも着手。

また、「越後街道野澤宿 宿場文化祭り」で、空き家を西会津の自慢を集結した『ふるさと自慢館』として活用し、特設テントにおいて味噌ラーメンを提供して実証実験を実施。

ミネラル野菜商品生産・販売・管理システム



ふるさと自慢館と実証実験



◆取組実施による成果・今後の展開◆

- ・関係者を広く取り込んで組織化して開発検討した結果、検討会・試作会は新聞・テレビといった報道によって大きく報道され、「ミネラル野菜」の認知度が向上。
- ・健康・野菜に関心のある主婦などからの問い合わせや野菜の購入リピーターが増加。ミネラル野菜出荷高：120百万円(+42%)、従事者：155人(+55%)と大幅に増加
- ・取組拠点の一つ「道の駅にしあいづ」では、263千人（前年比+14%）の来場客。「会津野沢宿味噌ラーメン会」参加店では、売上高は前年度比1.25～1.4倍。
- ・また、組織的な交流とすることで町役場の全面協力を得ることができ、ミネラル野菜の促進に向けた官・民（生産）・民（加工）の一体化が組成。
- ・継続的発展として21年度は首都圏アンテナショップ等での実証実験を行い、ブランドイメージの固定、ビジネスモデルの確立、それらによる地域振興を目指す。