

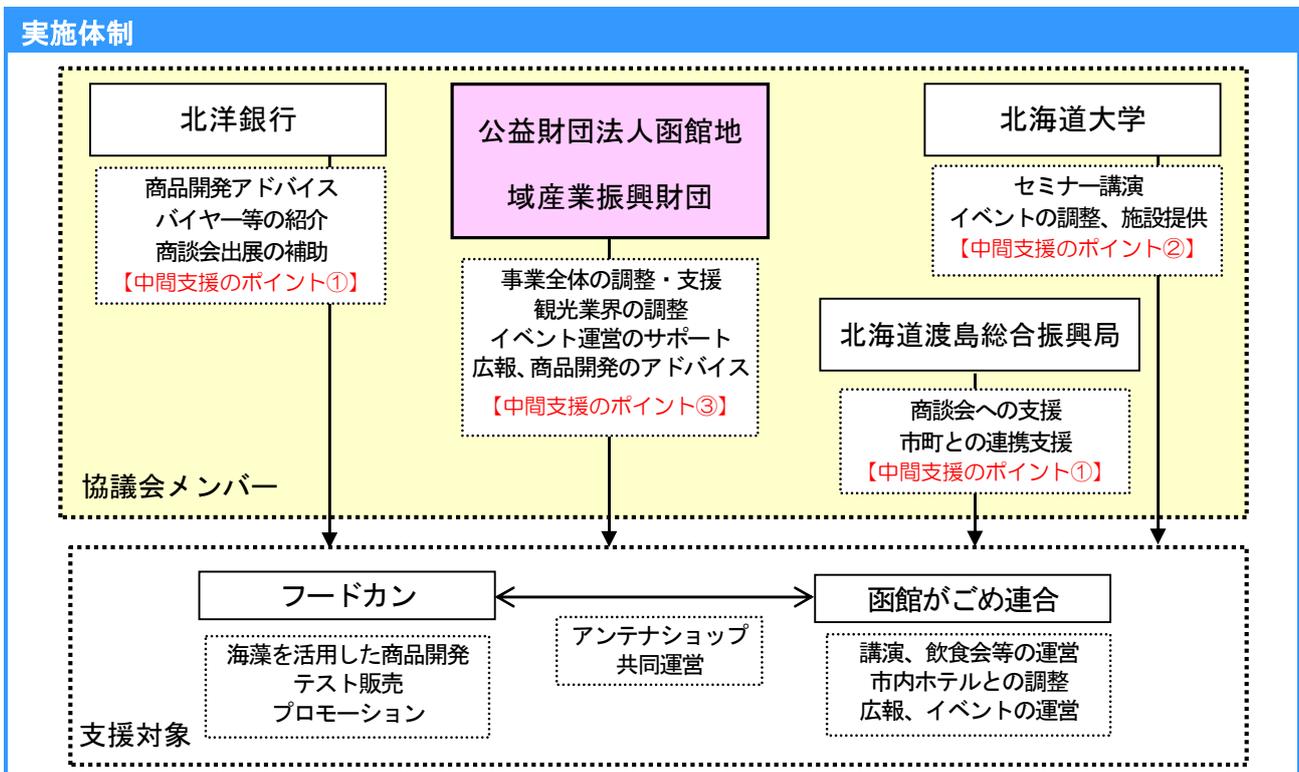
◎豊富な農水産物資源を活用した体験型観光プログラムや商品の開発により、地域資源の消費拡大と雇用創出をめざす

No. 1	道南食と観光クラスター型6次産業化推進協議会（渡島総合振興局・桧山振興局内）
事業名	函館地域における海藻を活用した体験観光並びに新商品開発に対する中間支援活動

**事業の概要**  
道南地域における豊富な農水産物資源（がごめ昆布など）を活かした新たな体験型観光プログラム、地域固有のギフトセットの商品開発を行うことに対する中間支援活動を行い、産学官民の連携による6次産業化のモデルケースとして実行する。

主な構成主体	中間支援の内容
①公益財団法人函館地域産業振興財団	事業全体の調整・支援等の事務局機能を担うとともに、観光業界の調整、イベント運営のサポート、広報のアドバイス、商品開発のアドバイス等を行う。
②北洋銀行函館中央支店	商品開発アドバイス、バイヤー・商品デザイナー等の紹介、商談会出展の補助等を行う。
③北海道大学大学院水産科学研究院	セミナーでの講演、体験イベントの調整、広報のアドバイス等を行う。
④北海道渡島総合振興局	バイヤー・商談会の紹介、市町との連携支援を行う。

支援対象	地域づくり活動の内容
①foodkan （フードカン）	地域製品のアンテナショップを運営 海藻を活用した新商品開発・販売
②函館がごめ 連合	函館がごめ昆布の魅力为全国に広めるため商品開発・販売に取り組む企業等により構成 海藻をテーマにしたイベント・体験観光の開催等



## 取組内容

### 取組①海藻活用セミナー開催支援（自主事業）

観光関連産業の経営者の方々を対象とした、観光資源としての「海藻」の利用促進に向けたフォーラムと海藻料理の試食会の開催を支援した。

### 取組②海藻を活用した新商品開発・販路開拓支援

魅力的な新商品の開発に向けて、バイヤーやデザイナーによるアドバイスの支援を行うとともに、試作品のテスト販売などに合わせてマーケティング調査を行い、販路開拓のノウハウ構築のための支援を行った。

### 取組③6次産業化事業の広報及びプロモーション支援

ポスター、チラシ、ホームページなどにより地域特産物の良さを周知する広報支援を行うとともに、効果的なPR手法のノウハウを構築した。

### 取組④「函館の朝食に海藻を」月間イベント支援

料理専門家を派遣し、朝食に利用できる海藻料理レシピの作成を指導するとともに、「函館の朝食に海藻を」月間（11月29日～12月26日）のイベントの広報支援を行った。

### 取組⑤ガゴメ料理を食べ歩く「ねばねばフードラリー」の開催支援

市内飲食店による「ガゴメ料理」スタンプラリーのイベント周知のためのPRポスターやリーフレットのデザイン指導を行った。

### 取組⑥「見る・知る・作る」海藻収穫・加工体験ツアー支援

1次産業の現場と観光客等を結びつけた新たな体験観光の可能性を探るため、函館市根崎周辺の海域で海藻収穫現場の見学と加工体験ツアーを行った。

## 1 中間支援の活動プロセスにおける課題と対応

プロセス	支援対象	中間支援	成果・効果
取組の背景・動機	<ul style="list-style-type: none"> <li>急速な高齢化や周辺地域の過疎化の進行とともに、経済沈滞や雇用情勢の悪化による労働人口の流出が進行しており、生産年齢人口の急激な減少が課題となっている。2年後に新幹線開業を控えているが、観光客に喜ばれる地域ならではの体験観光メニューや商品が少なく、地域特産物を活用した新たなメニューや商品開発が緊急の課題である。</li> <li>1次2次産業を中心にがごめを活用した商品開発や販路開拓に取り組んできたが、売上の停滞等、限界を感じている。</li> <li>コンブ等の加工・販売は道外で行われるのがほとんどであり、ガゴメを道内で加工・販売していくことでより大きな経済効果が期待できる。函館市にはまだ光の当たらない地域資源が多く眠っており、これらの掘り起し・活用も重要。400万人/年の観光客（外国人観光客も多い）が訪れることから、観光と結びつけて新たな価値を生み出していきたい。</li> <li>商品開発後の販路開拓、事業拡大、設備投資等を進めていく際、産官学に加え金融機関との連携が不可欠。</li> </ul>		
体制構築のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"> <li>財団、北海道大学がこれまでねばねば本舗、フードカンを支援してきた背景があり、今年度当初に、どのような支援を行っていくかを検討していた際に、北洋銀行より本事業の紹介があった。</li> <li>フードカンは、北海道渡島総合振興局の補助金を活用して立ち上げた団体である。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>北洋銀行、北海道大学（安井先生）、北海道渡島総合振興局と財団は日常的に協力関係があり、北洋銀行から事業の紹介を受け、本事業に提案することが協議会構築のきっかけとなった。</li> <li>協議会のメンバーは財団の専務が提案しコーディネートを行った。</li> <li>財団と北洋銀行が連携協定を結んでいたことから、北洋銀行が参画することとなった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業実施以前より、協定締結や支援を行っていた関係性から、財団を中心とした体制の構築に至った。</li> </ul>

プロセス	支援対象	中間支援	成果・効果
支援対象の選定	<ul style="list-style-type: none"> <li>・函館がごめ連合は、がごめ商品を開発販売している1次・2次産業者を中心に約39社の業者が集まり、がごめ昆布の地域ブランド構築を目指した販促促進、PR活動を実施。平成21年に結成。</li> <li>・フードカンは、平成25年8月にオープンした、道南の食のアンテナショップ。南北海道の地域産品の消費拡大や磨き上げ・販路拡大を目的とする。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各構成主体は、地域産品の消費拡大による地域産業の活性化を目指している。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・協議会が目指す、地域産品の消費拡大による地域産業の活性化に取り組む団体の選定に至った。</li> </ul>
商品企画・開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>・フードカンは、海藻を用いたオリジナル商品がない状況にあった。</li> <li>・がごめ料理は以前からいろいろな種類があったが、知名度が低い現状がある。</li> <li>・昆布に関する体験ツアーは過去に前例がなかった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・北洋銀行が、一般社団法人新日本スーパーマーケット協会の商品開発専門家を紹介し、昆布の厚さや出汁の量など、関東圏向けのコンセプトのアドバイスをを行った。</li> <li>・アンケートの支援など、マーケティング調査の支援を行った。</li> <li>・財団は、朝食のレシピ作成指導者とイベント実施ホテルの決定に関するアドバイスをを行った。</li> <li>・北海道大学は、イベントの調整及びがごめ連合に対する昆布に関する情報提供を行った。 【中間支援のポイント②】</li> <li>・北洋銀行の紹介により、旅行業及びホテル業のアドバイザーを招き、ツアーに同行してアドバイスをを行った。</li> <li>・財団は、ツアーの全体調整や参加者へのアンケートを行い、その結果を支援対象へフィードバックした。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域資源であるがごめ昆布を活用したギフト商品「がごめしゃぶしゃぶギフトセット」を開発した。</li> <li>・単品での販売やパッケージの軽量化など、消費者のニーズを把握し、今後の改良に向けた有益な情報を得られた。</li> <li>・レシピ作成の指導のもと、がごめ昆布のソースをかけた豆腐やがごめ入り和風オムレツなど、新しい海藻料理が完成し、ホテルの朝食で提供したことで、観光客や市民にガゴメ昆布をPRできた。</li> <li>・参加者アンケートから、体験ツアーに重要な要素「特産品と地域のつながり、歴史文化を知ること」「実際に自分で加工して食べること」を知ることができ、今後のツアープランニングのためのノウハウを構築できた。</li> </ul>
デザイン	<ul style="list-style-type: none"> <li>・がごめ昆布を使用した料理は以前から函館市内の飲食店で提供されていたが、観光客には知られていず、広く発信していく必要があった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ギフト商品開発において、地域の商品デザインに関わっている専門家により、フードカンへアドバイスをを行った。</li> <li>・北海道大学、財団は「がごメニュー食べ歩き」のPRポスターやリーフレットの作成にあたり、がごめ連合へデザイン指導を行った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・函館の地域特性を活かしたパッケージデザインとすることができた。</li> <li>・がごめなどの海藻の活用やPRを進めていくのに必要なポスター、リーフレット等のデザインのノウハウを習得することができた。</li> </ul>
販路開拓	<ul style="list-style-type: none"> <li>・道内外への販路の開拓に苦慮していた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・渡島総合振興局、北洋銀行が、道内外の百貨店・専門店のバイヤーやアドバイザーをフードカンに紹介し、商談の場を設けた。 【中間支援のポイント①】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・道内外のバイヤー(特に青森圏)のバイヤーに商品をPRでき、新幹線開業を見据えた青函連携の足掛かりとなった。</li> </ul>

プロセス	支援対象	中間支援	成果・効果
広報・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>・がごめ昆布など、地域特産物の良さの認知度が低いという課題があった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・渡島総合振興局、北洋銀行が、道内外の百貨店・専門店のバイヤーやアドバイザーをフードカンに紹介し、商談が出来るようにするなどのプロモーション支援を行った。</li> <li>【中間支援のポイント①】</li> <li>・デザイナーのアドバイスを受け、協議会のウェブサイト「美食風土記」を立ち上げた。</li> <li>・「美食風土記」という統一ロゴマークをデザインし、決定した。</li> <li>・イベント開催に合わせ、協議会からマスコミへ積極的に情報発信を行った。</li> <li>【中間支援のポイント③】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ロゴマークを地域の特産物に付けれるようにすることで、特産物の認知度を高め売上増加につなげていく、来年度以降の取組につながった。</li> <li>・道南エリアでの地域特産物を利用した新商品開発の機運が高まり、フードカンの売上向上に寄与した。</li> <li>・マスコミに対しては、情報発信のみでなく、試食会や体験ツアーにおいて、アドバイザーとしての参加を依頼したことにより、多くの取組が新聞に掲載され、認知度向上に大きく貢献した。</li> </ul>
モチベーションの維持・向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>・支援対象の売上増加、自立化に向けて、がごめ昆布の消費を増やすため、まず、がごめ昆布の認知度を上げることが大きな課題である。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・認知度を上げるための広報に、支援対象と協議会のみが携わるのではなく、できるだけ多くの支援を得て関係者を増やすようにした。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・協力いただいた料理専門家は、普段はホテルや旅館の厨房で仕事をしているためあまり人前に出ることがないが、今回注目を浴びたことにより、地域の特産物を使った料理開発の重要性を認識するとともに、新しい料理開発の意欲が湧くことにつながった。</li> </ul>

## 2 中間支援のポイント（取組の中で見られた工夫・取組が上手く進んだポイント等）

○工夫点・取組が上手く進んだ点 ○苦労した点

### ①行政・金融機関のネットワークを活かした商品開発・販路開拓、プロモーション支援

海藻を用いたオリジナル商品の開発に取り組むフードカンに対し、北洋銀行が一般社団法人新日本スーパーマーケット協会の商品開発専門家を紹介し、昆布の厚さや出汁の量など、関東圏向けのコンセプトのアドバイスを行い、地域限定のがごめしゃぶしゃぶギフトの開発に至った。

また、開発した商品について、北洋銀行と渡島総合振興局の支援により、アンケート調査によるマーケティング調査を実施し、価格やパッケージに対する消費者の要求を把握し、今後の改良点を明らかにしたことで、支援対象にとって非常に有益な情報が得られることとなった。

加えて、函館で開催された催事に参加した道内外の百貨店・専門店のバイヤーやアドバイザーを支援対象に紹介し、商談が出来るようにするなどのプロモーション支援を行った結果、支援対象は販路開拓をめざし積極的に催事に参加するようになり、道内外の地域へのPRにつながった。

### ②専門的知見を活かした支援

北海道大学大学院水産科学研究院は、海藻に関して、科学技術のみならず歴史から料理文化にいたるまで、高い知見を有している。その専門的知見を活かし、商品開発におけるアドバイスや専門家等の紹介、体験ツアーの調整や昆布に関する情報提供など、広範に渡る支援を実施した。

### ③マスコミの活用

新聞やテレビに取り上げられると多くの人の目に触れることとなり、認知度向上の効果が大きく、また費用がかからないことから、積極的に活用した。公的機関が中心となった協議会が地域活性化

のために行っている活動ということであれば、マスコミとしても取り上げやすい面があることから、協議会から積極的に情報発信を行った。開発した商品「函館がごめしゃぶしゃぶ」が新聞で紹介された際に 20 個あった商品が即日完売となったり、がごめ連合が運営するアンテナショップ「ねばねば本舗」での売上が増加するなど、イベント、プロモーション、マスコミを活用した情報発信が知名度アップに大きく貢献していると考えられる。

#### ④支援対象のマンパワー不足

少人数で活動している支援対象は、慢性的にマンパワーが不足している。アドバイザーなどからの支援対象への指導に多くの時間を必要としたことから、支援対象の本来業務を圧迫することになり、支援対象と協議会双方が苦勞する要因となった。

### 3 支援対象の成果

海藻を用いたオリジナルギフト商品「がごめしゃぶしゃぶギフト」を開発し、仙台で実施したテスト販売において、2日間で10個（3,000円×10個）＝30,000円の売上が達成した。また、「海藻活用セミナー（試食会）」、「函館の朝食に海藻を」月間イベント、がごめ料理を食べ歩く「ねばねばフードラリー」等の開催により、がごめ昆布を使用した料理のPRを行うことができた。

体験ツアーについては、体験ツアーの実施により、次年度の開催に向けてノウハウを構築することができた。

表 成果目標の達成状況

成果指標	事業開始当初	平成26年度目標	達成状況
①観光関連産業関係者の観光資源としての「海藻」の認知度を高める	認知度低い	フォーラム・試食会への参加者100名以上に認知	観光業界関係者を中心に108名の参加者
②ギフト商品の開発	海藻を用いたオリジナル商品がない	売上200万円/年可能なギフト商品開発	がごめギフト商品を開発。（テスト販売で3万円/2日の売上があり、売上増加・達成の見通し）
③売上増加	認知度低い	認知度向上し売上増	地域海藻商品の売上増加
④売上増加	観光客へのPR不足	海藻料理を観光客へ広く発信し、地域海藻商品の売上増加	地域海藻商品の売上増加
⑤売上増加	観光客へのPR不足	がごめ昆布を使った料理を観光客・地域住民へ広く発信し、地域海藻商品の売上増加	地域海藻商品の売上増加
⑥次年度開催のノウハウ構築	体験ツアーはじめて	次年度開催のノウハウ構築	ノウハウを構築できた



がごめしゃぶしゃぶギフトセット



体験ツアーでの海藻の収穫見学の様子

## 4 地域づくり活動支援体制としての成果と課題

### ◎支援対象とともに成長

支援対象に対する指導の際には、協議会が全て同席し、一緒に指導を受ける形で進めてきたことにより、ある程度のスキル・ノウハウを習得することができ、協議会としての成長にもつながった。

### ◎それぞれの専門性・特徴を活かした支援

北海道大学、渡島総合振興局、北洋銀行、函館地域産業振興財団の4者による産学官金の連携により、それぞれの主体が有する豊富な経験とスキル・人脈・実績を活かして協力したことから、各種アドバイザーの招聘やイベントの調整が非常に円滑に進めることができた。また、本事業を通して協議会として高い信頼性を得られたことにより、マスコミに取り上げられることも多く、情報発信を後押しすることとなった。

## 5 地域づくり活動支援体制としての今後の展望

### ◎継続にあたっての活動費の確保

当協議会は、金融機関を除いて大学・行政・公益法人の非営利団体により構成されており、自立資金を確保するための収益事業を行うことが困難である。渡島総合振興局や函館地域産業振興財団は販路開拓事業や技術・経営相談事業を実施しており、これらを活用して中間支援を継続していく。

### ◎新たな商品開発・販売拡大に向けた支援の継続

地域資源を活用した商品開発・販売拡大は、北海道の重要課題となっており、今後も様々な施策展開が見込まれている。食分野においては、食に関わる幅広い産業（産）と関連機関（学官金）がオール北海道で今まで以上に緊密に連携し、取り組んでいるところである。平成27年の新幹線開業に向けて、様々な「食と観光」に関する事業が検討されていることから、これらの施策に沿って事業展開を図っていく。