

## 寒天を使った健康食品の全国展開事業

### 取組に至る背景・事業の目的

- 諏訪地域の伝統産業である寒天の生産高は過去 10 年間で約 180 トンから約 100 トンに減少した。そのため、寒天の販売促進に資する新たな事業の展開が課題となっている。
- 今後の日本の人口動態から予測される国内市場の縮小や、経済のグローバル化を考慮すると、事業規模の拡大を図るよりも、小規模でも付加価値の高い事業を立ち上げる必要がある。
- 地方分権の流れの中で、持続可能な地域経済の成長が求められている。このため、事業は伝統産業を核とする地域の魅力を再構築し、地域活性化の突破口にすることを目的とする。

### 事業内容

1. 平成 24 年度に実施した市場ニーズの把握と実態調査の結果から得られたターゲット (健康意識の高い中高年世代) に向け、寒天商品の保存性と手軽さを実現するため真空パック器とブラストチラー (急速冷却機) を購入し、ターゲットの味覚や食べやすさに合わせるため寒天商品の改良を行った。
2. リゾートケアハウス蓼科で得られた情報をもとに設計された試作品の改良と、さらなる付加価値追加を行った。(味や食べやすさ、調理のしやすさなどのデータ収集)  
具体的には茅野市の栄養士グループ及び岡谷市の栄養士グループ地域内福祉施設栄養士へのヒアリング/テストマーケティングを行った。



【 開発した寒天トマト 】

### 事業効果

1. 福祉施設利用者のニーズにあった商品が開発できた。
2. 開発された商品 (寒天トマト) は、福祉施設だけでなく、保育園・小学校など教育関係からのニーズにもこたえる事ができた。
3. 商品化見込みのレシピ開発が 20 個以上できた。
4. 学生が自ら学び、現場に出ることで、大きな社会経験の場を提供することができた。
5. メディアの注目も高く、県内外に広く新商品の PR と地域資源寒天の魅力を発信することができた。
6. スーパーのツルヤからも、お惣菜に使用したいという問い合わせもあり、販路の開拓もできた。
7. 寒天トマトのコンセプトを活用し、類似商品 2 企画 (寒天モロヘイヤ、寒天モロコシ等) ができた。
8. 栄養士、学校関係者との交流によって、人脈の拡大と商品開発のアイデアを豊富に得る事ができた。今後の商品開発にとっても、たくさんの応援者と出会うことができた。
9. マーケティングを学ぶ諏訪東京理科大学の履修科目として、寒天プロジェクト事業が認定され、平成 26 年度から大学のカリキュラムとなった。今後も、さらに質の高い学生の成長の場となることが期待される。

### 工夫・苦勞した点、課題、今後の取組など

- 製品化するにあたり、衛生面、賞味期限等への留意。
- 今後は、ホームページの PR の拡充と課金制度の追加、さらに学校給食・高齢者施設、土産店等への販路拡大に力を入れていく。

#### 【選定のポイント】

付加価値の高い製品を開発し販売していくことで、縮小している伝統産業の振興が期待される。

団体名 長野県寒天水産加工業協同組合 (茅野市) 連絡先 代表者 小池隆夫 0266-72-2039 ホームページ www.kanten.or.jp/ メールアドレス kantenosato@kanten.or.jp	事業タイプ ソフト事業、ハード事業 事業費 1,280,910円 支援金額 895,000円
---	--