

寒晒し蕎麦を頂点としたそばの街づくり事業

取り組みに至る背景・事業の目的

茅野市における寒晒しそばは、江戸時代に将軍家に献上されたという歴史に裏付けされたものであり、ギャバ（γ-アミノ酪酸）を多く含むなど品質に優れている。また、八ヶ岳山麓には良質なそばが生産される。そこで、寒晒し蕎麦をそばの頂点としたブランド形成を図り、「そばと言えば茅野」と言われるように、茅野市を全国有数のそばの生産地・消費地にすることを目指している。

また、これにより遊休農地へのそばの作付けを促し、景観向上にも貢献すると共に、観光集客にも寄与していきたい。

事業内容

- 献上寒晒しそば祭の実施とプロモーション活動の展開
そば生産者・そば店・製粉業者等の協力を得て、市内手打ちそば店10店で7月20日～31日の間、献上寒晒しそば祭を実施し、県内外の方々に寒晒しそばを提供・PRした。
広報活動に力を入れたことにより、多くのメディアから取り上げられた。
- 献上寒晒しそばの商標登録
商標登録を申請し、他との差別化を図った。
- マーケティング研修
そば店の後継者を中心に、諏訪東京理科大学の山越教授による若手経営塾を15回開催し、マーケティングについて学んだ。



【第1回献上寒晒しそば祭】

事業効果

- 寒晒し蕎麦のブランド確立
献上寒晒しそば祭において、1,302食を販売することができた。期間中のアンケート調査では、来客者は市内が32.3%・茅野市を除く県内が22.2%・県外が45.5%であり、味の評価では95.3%美味しいと答え、64.2%の人が今回初めて知ったという結果で、おおむね好評であった。また、多くのメディアからも取り上げられ、広く情報発信ができ、寒晒し蕎麦のブランド確立に向け大きな一歩を踏み出した。
- 後継者育成
若手後継者中心に行ったマーケティング研修により、将来につながる事業となった。

工夫・苦労した点、課題、今後の取り組みなど

引き続き寒晒し蕎麦をそばの頂点としてブランド開発をする。献上寒晒しそば祭を中心に事業を進めるが、更に新たな事業を実施し、そばと言えば茅野と言われるように努める。事業を軌道に乗るために、更に商工会議所・そば関係者が協力し事業に取り組む。

【選定のポイント】

農商工が連携することにより、寒晒し蕎麦を頂点としたブランド形成に向け、着実に進展している。

団体名：茅野商工会議所（茅野市） 連絡先：0266-72-2800 http://www.chinocci.or.jp	事業タイプ ソフト事業 事業費 1,139,925円 支援金額 937,700円
---	--