

きたかん.net 関連活動報告

※きたかんという組織自体の活動ではありませんが、メンバーがコラボして地域の観光やまちづくりに関わった活動の報告です

タイトル	美深産の食材を使った新商品開発の取組みについて
関わったきたかんメンバー	3期 小栗 卓(美深町観光協会)、3期宮下 修平(DEXTURE)
きたかん以外の関係者	美深町観光食メニュー開発PJチーム(役場・JA・道の駅・菓子店)

活動内容 (経過、成果等)	
------------------	--

【事業のきっかけ】

- ・高品質の農産物があるにもかかわらず地元産の食材を使った特産品が少なかった。
- ・前年度開発された「美深牛肉まん」がヒット商品となっていたが、加工は札幌の業者で行われていた。
- ・町の観光部門の担当者が同年代であった。

↓↓↓そこでこんな思いが↓↓↓

- ・地元の人が作った、地元産の特産品を作りたい。(町内6次産業化)
- ・若い人にも売れる特産品を作りたい。(交流世代の拡充)
- ・高品質の食材に見合った価格で売れる特産品を作りたい。

H22.6 観光食メニュー開発PJチーム発足

◎メンバー(観光関連の各団体の若手担当者を集めた)

- ・美深町観光協会、JA北はるか、美深町役場、道の駅びふか、菓子司すぎむら
- 〈開発のコンセプト〉

「売りたいモノを作るのではなく、買いたいモノを作る」

H22.9 新商品企画内容決定

◎商品コンセプト

- ・女性が手に取りやすい、高級食材で作ったプチ贅沢スイーツ

◎ターゲット層

- ・都市圏の20代から30代の女性

◎ターゲットイメージ

- ・所得中流の都市圏在住の女性(OL)、収入のわりに高級志向で既婚の場合はお金の実権を握っている。商品の味以外にも、パッケージや、販売店舗の高級感なども購買のきっかけとなっている。

↓↓↓その結果、完成した商品が↓↓↓

美深産小麦ハルユタカとかぼちゃを使ったプチ高級タルト菓子「ピウカ・ボッチャ」

- ・パッケージデザインは、以前は町内業者で行っていたが、ターゲットに合った商品にするため、きたかん3期「DEXTURE」の宮下氏に依頼

H23.4 販売開始

◎町内施設での販売スタート

〈販売実績〉

	H23	H24	H25
	約50,000本	約55,000本	約60,000本

写真

現在は美深スタンダードとして商品が定着。町民自慢の逸品となっています。

