

3類型	農林水産物	通巻番号	3-20-17
地域資源名	ちばの豚、千葉の落花生	認定日	平成20年9月19日
地域	千葉県千葉市	所管省庁	農林水産省、経済産業省

事業名：千葉県産のB級品ピーナッツ・北総ポークを活用した食肉加工品の研究開発及び販売

会社名：株式会社シェフミートチグサ

所在地：千葉県千葉市花見川区千種町
210-5

連絡先：TEL：043-259-3705
FAX：043-259-3718

H P：http://www.chefmeat.co.jp/

事業概要(新たな活用の視点)

千葉県の地域産業資源である豚肉とピーナッツ、それぞれの味や品質の良さを生かした新商品、具体的には、砕いたピーナッツを入れたソーセージ・ハム・サラミを開発し、当社小売店来店顧客を主たる顧客として販売する。これまでの取り組みを踏まえて、今後5年間に亘り、主としてこうした商品を開発及び販売することで、「千葉県を代表する食肉加工品でのギフト商品がほしい」という主要顧客のニーズに応える。氷温熟成技術の導入による食味の向上や、金型を使用してピーナッツの形状を模したソーセージ作り等の製品開発、千葉県物産品としてのパッケージングデザインの検討、販売チャネルの見直し等を通じて、新たな事業として確立することを目指す。また本事業では、地域の豚生産者やピーナッツ販売業者との連携・協力によって、本商品を千葉県産品もしくは名物として域外に訴求を図り、地域に経済効果の波及をさせる。



ピーナッツ入りソーセージ
(通常版 商品例、未加熱)



ピーナッツ入りソーセージ
(左記商品例加熱後の断面状態)

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

北総ポークを原料として、氷温熟成技術(食品の凍り始める温度(氷結点)から0℃までの氷温温度帯で食品を貯蔵しうまみ等を増幅させる)を施し、千葉県産B級品(二等半)ピーナッツをソーセージやハム、サラミに混ぜた食肉加工品を製造し、ギフトや土産物を主たる用途としてパッケージングし販売していく。

◆市場性

本事業のターゲットは20代後半～40代のファミリー層である。この層は日常的に食卓へ食肉加工が出る頻度が高く、子供(乳幼児～就学児)がいる割合が高いためニーズが高いと考えられる。

◆販路

直営店舗を通じて既存顧客を中心にギフト用途としての販売を行う。平成21年春頃には別事業で焼肉店を展開する予定であり、そこで商品提供やテストマーケティングによる新商品の販売につなげていく。また、千葉県内外の百貨店や高級スーパー等へ提案型営業による販売展開や、インターネットやカタログを通じた通信販売による販売網の拡大を目指す。

地域資源における関係事業者との連携

材料となる「豚肉」は生産者である(株)林商店、「ピーナッツ」は野田商店の協力を仰ぎ、安定的な確保を実現する。本新商品の販売拡大に伴い、特に千葉県産豚肉の消費が向上し、畜産業経営者の不安を解消することが可能となる。