

3類型	農林水産物	通巻番号	2-26-009
地域資源名	小麦	認定日	平成27年2月2日
地域	宮城県登米市	所管省庁	農林水産省、経済産業省

事業名：「あおばの恋」等宮城県産小麦を活用した女性向け新テイストパスタ&パスタスイーツの新ブランド開発

会社名：マルニ食品株式会社

所在地：宮城県登米市南方町鴻ノ木123番地1

連絡先：TEL：0220-58-5502

URL：<http://www.02-food.com>

事業概要(新たな活用の視点)

- ・麺用小麦の中力粉を用い、製麺業として培ってきた手延べ技術等麺づくりのノウハウを活かし、新テイストパスタ及びパスタスイーツ(麺体焼き菓子)の製品開発と新ブランド開発に取り組む。宮城県産の麺用小麦「あおばの恋」を主要原料として活用することで、宮城県登米市のご当地スイーツ及びご当地麺をアピールし、洋スタイル×和味という新たな商品領域を展開する。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・宮城県産の麺用小麦「あおばの恋」を主要原料として活用することから、従来の菓子で使用される薄力粉や一般的なパスタで使用されるデュラム・セモリナとは異なった食感を表現できる。
- ・商品領域ドメインを、和と洋のスタイル、和と洋の味という2軸からなるマトリックスで表現すると、本事業は、いずれも従来にない洋スタイル(洋麺・洋菓)×和味のドメインを狙うものである。



登米市の「あおばの恋」小麦畑

◆市場性

- ・駅・空港・高速道路SA等における土産菓子のニーズが高まっている。こうした傾向を受け、店舗・地域限定商品、駅ナカ・空港チャネルの専用商品等、土産菓子としての価値を高めた商品の開発が主流となっており、ご当地スイーツの開発は有望。



「あおばの恋」を使用した既存商品
二層練り込み半生手延べうどん

◆販路

- ・自社直販(飲食施設・WEB通販・直営店)によるフラッグシップ化を目指す。その後、フラッグシップブランドの確立に基づいて、駅売店やSA等のチャネルへもBtoBのアプローチを行う。
- ・ターゲットとしては、地域(ご当地)の美味しいもの、体に良いものを気軽に、おしゃれに食べたいという30~50代女性をメインターゲットとする。



地域資源における関係事業者との連携

- ・小麦の調達には間に商社が入るものの、地元生産農家と情報交換等を密に連携して取り組む。登米市など行政や農協で行う、「あおばの恋」の利用拡大を狙った取組やイベント等には積極的に参加し、地産地消を広げ、宮城県産の食材をアピールすることで、地元経済の活性化に貢献する。



開発商品のイメージ