

がんばれ!!

新連携・地域資源活用・農商工連携

第48回

地元で愛されるパン屋さんの新たな挑戦 ～「高知県産の米粉ラスク」の開発・販路開拓～

独立行政法人 中小企業基盤整備機構 経営支援部 経営支援課

秋山聡太郎

紹介事例の概要

会社名	有限会社菱田ベーカリー
住所	高知県宿毛市和田340-1
ホームページ	http://www.hishidapan.co.jp/
認定区分	地域資源活用
認定事業名	高知県産の米を活用したラスクの開発 ・製造・販売
認定日	平成25年2月4日

皆さんの近所にもパン屋さんが数軒あるだろう。「パン屋」の業種として製造小売を営む事業者数は全国で約11,000事業所(※)ある。この数字は、街の肉屋と同数程度であり、パン屋は私たちの身近な小売業の1つである。

今回、取材させていただいた(有)菱田ベーカリーは、高知県宿毛市でパン屋を60年以上営んでいる。同社の菱田仁専務は柔軟な考え方をもって積極的な商品開発・販路開拓を行ってきており、その一つが地域資源活用事業を活用することであった。菱田専務にお話を伺った。



菱田仁専務

◆ 米粉ラスクの誕生

同社は学校給食にパンを納入しているため大量生産が可能であり、また高知県西部の業務用食パンのシェア1位である。また、同社がつくる「羊羹ぱん」は地

元では知らない人がいないほど有名であり、「羊羹ぱんの菱田ベーカリー」と地元では名が通っているほどである。けれども、菱田専務は「人口減少や高齢化などによる市場の低迷を考え、県西部のみの展開から販売地域を拡大したいと思っていた」と話す。そんな折、普段から経営相談をしていた宿毛商工会議所から地域資源活用の話を聞いた専務は「この制度を活用しよう」と前向きな判断をくだし、地域資源活用の認定に向けたチャレンジを行うことになった。

「これまで学校給食やスーパーなどには納入していたが、元々あった販路を使っていたことや地元向けに幅広く大衆向けの商品を販売していたため、域外での販売をする前に『誰に対してパンを売するのか』、『域外の市場に納入する際は違いがあるのか』など、多くの基本的なことから考え対応することに苦労したが、商工会議所や中小機構アドバイザーの支援があり一つひとつ解決していった」と話す。

パン屋は基本的に問屋先がない。賞味期限の関係から、その場で販売するか、販売先・消費先に納入してしまうのが基本だからだ。その中で域外流通を行うには、既存商品では物流の採算が取れないため、賞味期限の長い商品を作ることになった。具体的な商品としては、もともと小麦粉で作るラスクを製造・販売しており人気の高い商品の一つであった点や、ノウハウが活かして保存性にも優れる点、東日本大震災以降、防災関連商品のニーズがあるとわかった点から総合的に判断し、ラスクが最適だと判断した。

さらに、高知平野は温暖で夏に雨が多い気候のため、従来から米の二期作が盛んな米どころであり、土佐郡土佐町や長岡郡本山町などの四国の中心にあたる土佐嶺北地域で収穫されたブランド米「土佐天空の郷」が2010年に行われた「お米日本一コンテスト」で最優秀賞を受賞したことも米粉を使用するヒントになった。以前から米粉のよさを知っていた専務は、地域資源である米と自社のノウハウを活かした「米粉のラスク」を開発することを決意する。

次に米粉の追及を始めた。米粉は粒子状にする製粉技術が難しく、米粉を求め土佐嶺北地域を訪問し、土

佐町の製粉会社にたどり着くことができた。

開発は計画どおりに進み、まず『保存用ラスク』を開発し宿毛の温暖な気候を優しくイメージしたイラスト付きの保存缶での販売開始。見た目も楽しい缶は地元の幼稚園や施設などにも備蓄用食品として採用されている。一方で、自家食用・ギフト用のおやつラスクも開発し発売が決まった。これは「菱田ベーカリーの米粉ラスクに地元食材を乗せて全国に発信する」ことをコンセプトに作っており、それぞれの味や食材のイメージに合わせてカラー展開を行っている。例えば、イメージカラーが緑の「のり塩味：四万十青のりに黒潮町の天日塩」やイメージカラーが赤色の「トマト味：みはら菜園のこくみトマト」、イメージカラーが黄色の「しょうが味：高知県は生姜生産量日本一」などがあり、商品名に素材をPRすることにより、付加価値の高い商品に仕上がっている。また、誰もが見ると嬉しくなる「虹」を同商品の世界観の一つとして捉え「高知県産 にじいろ土佐ラスク」と名付けた。

米粉ラスクは完成に近づいており、現在は販路開拓がメインとなっている。「これからはお客様の声をたくさん聞いていきたい」と意欲的だ。

◆ 展示会の有効活用

展示会にも積極的に参加しており、展示ブースに立ち寄るバイヤーに米粉ラスクに関する商品の大きさやロット・価格など疑問点を聞き、より市場の希望に沿う商品に仕上げる努力を行ってきた。また、さまざまなバイヤーと接触し、商談を重ねることで商談の進め方やPR方法などを取得できたそうだ。同社は展示会に出るたびに、出会いや経験を積みながら少しずつ前進している。

ある展示会に出展した際、大手通販業者からラスクを取り扱いたい旨の相談があり、同社は度重なる要望に対応した。「新規の見込み客である新たな取引先から、たくさんの課題をもらい、一つひとつ丁寧にできる限り早く解決したことがよかったと思われる」と菱田専務は振り返る。このように出展後には反省と次回



高知県の米粉を使用したパン生地。土佐の完全天日塩と室戸海洋深層水で作った自家製塩麹を練り込みました。さつくり焼き上げたラスクには高知の大自然から生まれた素材を一つ一つ丁寧に塗布しました。

「にじいろ 土佐ラスク」のパッケージ

への工夫を繰り返し、次につなげる努力も怠らないことがより飛躍できる理由だと思われる。

◆ 今後の目標

これからの展開について菱田専務は、「今期の目標はホームページにECサイトを立ち上げること。また、今後の目標として、認定商品である米粉のラスクを完成させ、ECサイトでラスクや羊羹ぱんを販売するとともに、地域に根付いていた昔ながらのパンを復活させ、現代風にアレンジすることで新商品として売り出すことを目標にしている」とのことであり、さらに続けて「社員の意識を変える努力も行っている。社内の体制を変え、社員全員が新しい取組みに参画するような仕組みを整えている。また、商工会議所や中小機構のアドバイザーにも協力いただき、外部から得た情報を社内で共有し何を作るのか社員全員で考えたい」と抱負を力強く話す。

◆ 名物「羊羹ぱん」と甘党文化

先に触れた同社の名物である「羊羹ぱん」は県西部のスーパー等で販売しているが、こしあんの丸いあんパンの上に、茶色い羊羹をコーティングした「甘さの上ぬり」ともいえるパンである。高知県南西部・愛媛県南部の地域では昭和40年代ごろから一般的に食べられていたようだ。「ようかんぱん」をインターネットで検索すると、北海道や静岡でも同様のパンが出てくるが、その中身や形はそれぞれ異なり、関係性はわかっていないようだ。



では、なぜこの地で甘さの上ぬりともいえるパンが約半世紀にわたり食べられ続けたのか。それは、県西部が甘党文化であることに他ならない。

特に宿毛では、昔から船によって対岸の九州と交流が盛んであり、砂糖生産が盛んだった九州から甘党文化の影響を受けたという説が一般的だ。今でもこの文化は継承されており、地元では醤油や味噌、赤飯まで甘い。

◆ 宿毛のすゝめ

県西部は自然豊かな環境に恵まれ四万十川をはじめ、どの川も水が透明で、筆者も川底の石が電車内から数えられたほどだ。「羊羹ぱん」は一度食べる価値がある商品であり、「甘党文化」と「自然」を味わいに旅先の候補の一つにしてみてもいいかがだろうか。

※「平成19年商業統計表 業態別統計編（小売業）」全国の「パン小売業（製造小売）」事業所数より参照