柴田町商工会 | 株式会社白石ハウビング（設備工事・菓子パン製造小売業）

支援テーマ
創 経 源 農 販
海 再 承 も 雇
資 持 他

地域ブランドのゆずを使って パン事業の戦略商品を開発

課題 ベーカリー事業の自立に向けた商品力強化

白石ハウビング（従業員 19 名）は、LP ガスや灯油の販売、上下水道や冷暖房の設備工事、リフォームなどを手広く展開している。設備工事のノウハウを活かして、平成 2 年、冷凍生地を用いたインストアベーカリー事業に進出。当初は収益を計上していたが、商品構成を長年にわたり変更してこなかったこともあり、収益力は低下。ベーカリー事業単体として自立するためにも、商品力の強化が求められていた。

柴田町は日本さくらの会選定の「さくら名所 100 選」に宮城県内として唯一選ばれており、県内外から多くの観光客が訪れる。しかしこれといった土産品がない。同社はここに目をつけた。培ってきたパン製造技術を使って、地域を代表する商品を開発することができないかと考えた。

支援 ゆずを活用した商品の開発から販売まで後方支援

柴田町商工会と宮城県商工会連合会の支援のもと、新商品の開発はまず「どの素材を活用するか」の検討から始まった。地域の名産品のなかでいくつか候補が挙がったが、「雨迄のゆず」「北限のゆず」などの地域ブランドが定着しているゆずを素材にしたケーキを開発することを決めた。指導前に同社がすでに商品化していた「ゆずマドレーヌ」が好調で、地域の消費者から一定の評価を得ていたこと、通年供給を受けることが可能なことなども、ゆずに決めた理由だった。

その後、商品開発の具体化に入る。試作品を何回もつくり、改良を加えたほか、店頭で映えるパッケージの検討、値ごろ感がありながら適正な収益が確保できる販売価格の設定、効果のあるプロモーション方法の計画実行などが、専門家も交えた商工会との支援のもとに進められていった。プロモーションでは商工会主導でプレスリリースを作成し、地元紙に掲載。テレビ局の取材も受けた。

発売後の人気は上々で、一日平均 200 個程度が毎日売り切れ、生産が追いつかないほど。新商品発売直後の仙台駅でのイベントでも、用意した 1000 個が完売。ゆずケーキ人気の相乗効果で、パンの売り上げも好調に推移している。

「パン事業がここまで伸びるとは正直予想していませんでした。地元でも評判で、毎日売り切れの状態です。おかげで自信もついたので、今後は JR や仙台空港などに売り込んで常時販売へと展開していきたいと思います」と、事業者は販路拡大に次の目標を定めている。

ゆずを使ったケーキ「北のゆず姫」

支援の経過

期 間	支援内容
H27年5月	現状分析
5月	事業計画策定支援
7月	商品開発支援
8月～9月	製品パッケージ支援
9月～10月	プロモーション支援
11月	プレスリリースを作成

経営指導員から

事業者は今回の商品開発で意欲が向上し、パン事業の次の展開も視野に入れています。実現が可能な内容にて明確なゴールを設定することで、支援する側、事業者ともマイルストーンが可能となりました。柴田町には、このほかにもさまざまな地域資源がありますので、今後も制度を有効に活用して産業創出を進めていきたいと思っています。

柴田町商工会
日下 尚さん