

平成20年度 地域資源∞全国展開プロジェクト

北海地鶏Ⅱを活用した特産品開発事業と販路開拓事業

## 実 施 報 告 書

平成21年 2 月 28 日

北 海 道 新 得 町 商 工 会

---

## 目 次

---

I. 事業の背景及び目的 .....	1
II. 事業の経過 .....	2
III. 事業チャート .....	2
IV. 事業参加者名簿 .....	3
V. 事業の概要 .....	5
VI. 事業の成果 .....	12
VII. 各種アンケート結果	
① 北海地鶏Ⅱ食味試験 (20.8.22) .....	15
② しんとく新そばのタベ (20.10.17) .....	16
③ かわさき市民まつり出展(20.11.1~3).....	19
④ オリジナルメニューへ試食会(20.11.12) .....	23
⑤ FM ウイングイベント列車来町(20.11.20) .....	31
⑥ オリジナルメニューへ試食会(20.11.25) .....	33
⑦ シーニックバイウェイ合同フォーラム(20.12 .6).....	53
⑧ 商工会青年部全国大会 AKINDO ネットワーク出展 (21.2 .10) .....	55

---

## I. 事業の背景及び目的

新得町を訪れる観光客は年間 100 万人を超えており、「新得そば」を中心とした特産品の提供を行っているが、他に郷土料理にもなるような素材が不足していたため、来訪する観光客からは、新得そば、そば焼酎、ナチュラルチーズのほかに「北海道」「しんとく」をイメージする地場特産品、郷土料理等が求められていた。

こうしたおり、本町に所在の北海道立畜産試験場では同試験場が開発した「北海地鶏Ⅱ」の産地化を模索しており、新得町などとのプロジェクト構想が進展し、当商工会も構成メンバーとして同プロジェクトに参加することになった。

「北海地鶏Ⅱ」は、「比内地鶏」「名古屋コーチン」などと同じ在来種由来血液百分率が 100%の地鶏で、試験段階においても肉質・食味ともに協力飲食店から高い評価を得ていたことから、町としても生産・供給の安定化と、新たな産業創出を目指し農家、企業等に対し「北海地鶏Ⅱ」の飼養を奨励していくこととなり、公費助成措置を講じた。

当商工会では、プロジェクト参加を契機に「北海地鶏Ⅱ」使った郷土料理の開発、既存特産品と組み合わせた複合的な土産品の開発など、「北海地鶏Ⅱ」の新たな地場特産品としての定着を目指し、さらには販路開拓に伴う全国展開により地域力の向上・地域振興に寄与していくことを目的に、「小規模事業写真事業全国展開支援事業」を実施することとした。

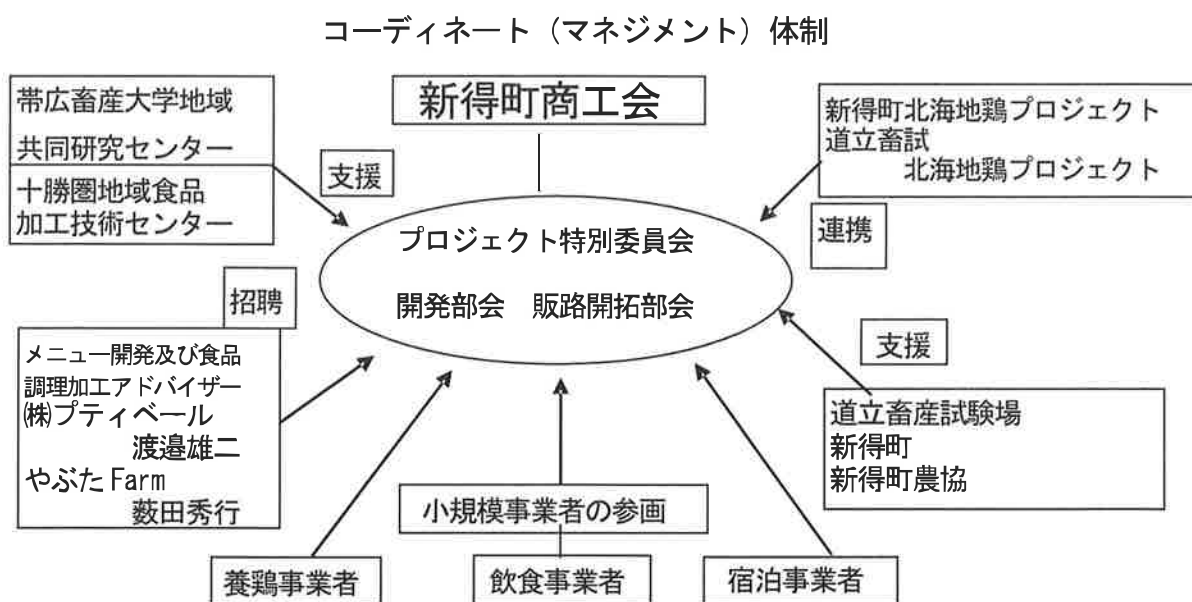
## II. 事業の経過

〈会議・試食会・展示会等の実施状況〉

	開催日	開催場所	開催内容
1	H20. 7. 11	新得町商工会館	第1回特別委員会
2	8. 12	〃	第1回開発部会
	8. 22	新得町研修コーナー	北海地鶏食味試験会
3	9. 18	〃	第1回販路開拓部会
4	10. 17	札幌市センチュリー ローヤルホテル	新得町観光プロモーション 「しんとく新そばの夕べ」参加 試食 PR
5	11. 1～3	神奈川県川崎市	川崎市民まつり出展 試食・PR
6	〃	横浜市・東京都内	販路拡大訪問活動
7	11. 12	新得山スキー場ロッジ	関係者向け北海地鶏オリジナル料理試食会
8	11. 20	新得町商工会館	FM ウイング主催イベント列車来町 試食 PR
9	11. 25	新得山スキー場ロッジ	一般対象北海地鶏オリジナル料理試食会

10	11. 26	帯広市北海道ホテル	北海道主催「十勝食のブランド発見交流会」 参加 素材提供 PR
11	12. 6	帯広市とから館	シーニックバイウェイ 連携フォーラム交流会 参加 試食 PR
12	12. 18	〃	開発・販路拡大合同部会
13	〃	〃	加工試作品試食会
14	H21. 2. 6～7	札幌市 JR札幌駅・ 雪まつり会場	札幌雪まつり 地域 PR 参加 PR・地鶏加工品プレゼント
15	2. 10	福岡市 ヤフードーム	第11回商工会青年部全国大会 AKINDO ネットワーク商談会出展・試食 PR
16	2. 17	帯広市 ソーゴー印刷3F会議室	マイステージ北海道主催 「マイステ2月祭」出展 試食 PR
17	2. 18	新得町公民館	地鶏料理講習会開催
18	2. 21	清水町千年の森	NPO アウルズ主催「地方の元気再生事業 ロングトレイル 2008」 試食 PR
19	2. 22	東京都 霞ヶ関ビル	東京ふるさと新得会総会 加工品プレゼント、PR
20	2. 23	東京都内	販路拡大訪問活動
21	2. 25	新得町商工会館	開発・販路拡大合同部会

### Ⅲ. 事業フローチャート



#### IV. 事業参加者名簿

##### 特別委員会委員名簿

区 分	氏 名	所 属 ・ 役 職
委員長	今井崇敬	新得町商工会・副会長、新得料飲店組合長
副委員長	竹浦 隆	新得町商工会・副会長
副委員長	武田直幸	(株)新得モータースクール代表取締役
委員	児玉浩己	新得町商工会・会長
委員	清水輝男	新得町商工会理事、総務委員長
委員	伊藤仁浩	新得町商工会理事、青年部長
委員	斉藤美代子	新得町商工会理事、女性部長
委員	秋元伸一	十勝支庁商工労働観光課長
委員	竹内政広	十勝支庁商工労働観光課商工振興係長
委員	只野正博	北海道商工会連合会地域振興部長
委員	津呂真一	北海道商工会連合会十勝支所長
委員	柴田信昭	新得町観光協会会長
委員	畑中榮和	新得町役場商工観光課長
委員	吉川政克	新得町役場商工観光課商工労働係長
委員	佐々木隼人	新得町役場商工観光課観光係長
委員	長谷川貢一	新得町役場農林課長
委員	西山喜代司	新得町役場農林課畜産係長
委員	武田昌孝	新得町農協営農部長
委員	上田隆史	(株)上田精肉店取締役

##### 専門家名簿

区 分	氏 名	所 属 ・ 役 職
	関川三男	帯広畜産大学地域共同研究センター長
	大庭 潔	十勝圏地域食品加工技術センター研究開発課長
	小関忠雄	北海道立畜産試験場家畜研究部長
	原 仁	北海道立畜産試験場技術普及部次長
	藤川 朗	北海道立畜産試験場中小家畜飼養科長
	國重享子	北海道立新得畜産試験場中小家畜飼養科研究職員
	渡辺雄二	(株)プティバール代表取締役
	薮田秀行	やぶた Farm 代表

##### 参画事業者名簿

区 分	氏 名	所 属 ・ 役 職
	高橋清孝	国民宿舎東大雪荘支配人

	伊東教雄	山の交流館 とむら 管理人
	深川文雄	(株)トムラ登山学校レイク・イン 代表取締役
	安田昌行	加森観光(株)サホロ事業部 総支配人
	関口新治	(有)関口地下食堂 代表
	吉田 滋	石松寿し 代表
	坂田秀夫	げんや 代表
	森 且子	居酒屋 もり 代表
	児玉浩己	おつけもの食堂 勘吉匠 代表
	森 洋一	屈足焼肉平和園 代表
	村瀬寛一	平成園 代表
	金 哲郎	ロッキー狩勝店
	浦山兼一	瀬戸内商事 代表
	清水輝男	新得物産(株) 代表取締役社長
	斉藤 武	(株)マルサ齊藤商店 代表取締役
	武田直幸	(株)新得モータースクール代表取締役
	今井崇敬	(有)今井商事 そば処みなとや
	高倉繁則	飼育者

事務局名簿

区 分	氏 名	所 属 ・ 役 職
	貴戸延之	新得町商工会事務局長
	住田正憲	新得町商工会経営支援室長
	堀籠光雄	新得町商工会経営指導係長
	山下めぐみ	新得町商工会経営指導係主任
	阿部由美子	新得町商工会記帳指導係主任
	瀧口裕絵	新得町商工会記帳指導係

〈専門部会名簿〉

部会名	開 発 部 会		販 路 開 拓 部 会	
	部 会 長	武 田 直 幸	部 会 長	伊 藤 仁 浩
	副 部 会 長	伊 東 教 雄	副 部 会 長	浦 山 兼 一
	部 会 員	齋 藤 美 代 子	部 会 員	原 仁
	〃	原 仁	〃	竹 浦 隆
	〃	吉 川 政 克	〃	清 水 輝 男
	〃	深 川 文 雄	〃	佐々木隼人
	〃	高 橋 清 孝	〃	吉 川 政 克

〃	安田昌行	〃	上田隆史
〃	関口新治	〃	齋藤武
〃	吉田滋	〃	武田直幸
〃	坂田秀夫		
〃	森且子		
〃	児玉浩己		
〃	森洋一		
〃	村瀬寛一		
〃	今井崇敬		
〃	金哲郎		

本事業において、料理及び食品加工の分野のため事業遂行のため専門性を必要とすることから、外部アドバイザーの支援を受けた。

アドバイザー氏名	支援内容
渡邊雄二氏 （株）プライベートオーナーシェフ	オリジナルメニューの開発 加工品調理の指導 加工品製造
藪田秀行氏 やぶ田 Farm 代表	食品加工の技術指導 加工品製造

## V. 事業概要

### 1. 新得町における地場特産品開発

#### これまでの取組み

これまで、町内では地場特産物としての地鶏にかかわる取り組みはなされていなかった。

本町の特産物の筆頭は「しんとくそば」で、業界では全国的に評価を得ていたが、玄蕎麦移出、が主力であった。その後、地元資本による乾麺製造工場の開業により乾麺移出も隆盛を見るにいたった。平成14年からは、町内の専門店、蕎麦打ち同好会などが出店する「新そばまつり」を開催するところとなり、折からの健康食ブームもあって現在では2万人を集客するイベントに成長、そばまつりでは、「麺」に限らず、蕎麦、そば粉などを使った料理、商品が開発提供されるなど波及効果も生まれ、観光振興に寄与している。

町内における温泉開発は、昭和40年大雪山国立公園トムラウシ温泉に町営国民宿舎が開業し、平成3年にはくったり温泉湯宿レイク・インが開業した。また、

狩勝高原地域では、昭和40年代後半からスキー場・ゴルフ場をメインとしたリゾート開発が行われ、リゾート法の制定に伴い地域指定を受け開発整備が進んだ結果、現在では、日本で初めての地中海クラブのバカンス村や、リゾートホテルが営業、スキー、ゴルフやさまざまな自然体験の提供が可能なリゾートに成長してきた。

乾麺の製造販売は、原材料としての移出割合が多かった新得そばの付加価値を高め、地域の特産物として展開しようとして昭和49年、地元資本による製麺会社が設立され乾麺の製造を開始した。現在では道内屈指のメーカーに成長、風味を生かした独自の製法から消費者の評判を博している。

蕎麦焼酎の製造は、昭和62年、折からの焼酎ブームにより本格焼酎(乙類焼酎)の製造を目指し、九州の雲海酒造の技術指導を受け製造を開始したが、当初製造免許の関係から第3セクターとして経営してきた。しかし、道内における販路が伸びず、雲海酒造に吸収合併の止むなきに至った。現在は北海道発の蕎麦焼酎として製造販売されている。

淡水魚養殖は、昭和40年代に稲作転換に伴う「養鯉」に始まり、「やまべ・虹鱒」を中心とした淡水魚養殖に発展した。内陸部ならではの味を宿泊施設に提供し賞味してもらおうと、漁業生産組合を中心に組み立てられていたが、コスト面において折り合わず、生産物の提供はごく一部の宿泊施設にとどまり、現在は、町が建設した狩勝高原淡水魚養殖センターにおいて、やまべ・虹鱒・宝来鱒などの生産と観光釣り堀を行っている。

昭和55年、地元栽培の「野沢菜」を漬物製品の主力にした工場が事業開始、後に地場農産物を主体とした漬物製造工場に発展、製品の出荷先は、道内はもとより本州方面に販路を拡大している。

#### 成果、反省点、課題等

地域では、林業の衰退や農産物価格の低迷など地域をめぐる課題が多いなか、観光立地を目指し各種施策が講じられている。

温泉開発、リゾート開発においては、知名度の浸透とともに来訪客の増加につながってきたが、観光客に満足してもらえる郷土料理は少なく、また、宿泊施設から街中に出た飲食機会も少ないことから、飲食店の売り上げ増には結びついていない。地産・地消を推進するためにも地域の特産品を使った郷土料理の研究開発が課題となっている。また、既存の土産品はあるものの、そば、焼酎など重量物が多く、お菓子等お土産品はいずれも町外製造の商品が主流を占めている。

地場産品そば(乾麺)の製造では、付加価値を高め、販路拡大が成功し、地域経済の発展に大きく貢献している。しかし、他社との競合商品も多く、独創性の高い商品開発が進められている。

蕎麦焼酎の製造では、後発組のため増産まで行かない状態が続いている。他の地場産品とのドッキングにより販売拡大の相乗効果を高める必要がある。

淡水魚養殖は、水産王国北海道にあって需要量の増加は期待できない状況にある。本町には、発電のための人造湖が6か所もあり、うち2湖に町が区画漁業権を設定している。既存の養殖施設の今後は放流魚の孵化育成を中心に運営し、余剰分を販売する方向になるものと思われる。

漬物の製造は、大手製造業者「キョウショク」と提携し「キョウショク」ブランド、「十勝漬本舗」ブランドの浸透により売り上げを伸ばし、消費者ニーズの高まりもあって地場農産物の付加価値向上に貢献している。

### 本事業の目標及び基本的な方向性

新得町は、農業と観光を基幹産業として位置づけ各種施策を展開してきたが、農業を取り巻く情勢は、農家戸数の減少や農業従事者の高齢化が進み、さらには農産物価格が低迷するなか、品目横断的経営安定対策が導入され、新たな対応が迫られている。本町の営農形態は、酪農と畑作を中心に原料作物を中心とした生産体系がとられているが、山麓地帯という地形・気候的ハンデキャップを負っている。

商工業を取り巻く環境も、近隣の大型店、ディスカウント店、専門店で消費購買力が流出し、経営主の高齢化、後継者難により廃業を余儀なくされる店舗が増えるなど、商店街形成にも影響が出ているほか、本町の農産物は原料作物が中心のため、製造業のウエイトも低く雇用の創出にも深刻な影響を与えている。

このことから、地産地消に照準を合わせた地域ブランドの形成により、町の知名度を上げ観光客の集客力を増加させ、従来なかった食品加工・製造事業を定着させ、バランスの取れた産業構造を確立することを目標とし、本事業を通して本町農業と観光産業の有機的連携を図り地域振興に資するため、加工製造の技術力を高め販売戦略を練り上げ、商工会が取り組み全体をサポートしていくこととした。

### 活用する地域資源

本町に所在する北海道立畜産試験場は、昭和22年札幌市郊外にあった「北海道農業試験場畜産部」が現在地に移転し、大家畜を中心とした試験研究が行われてきた。平成12年度から道内における道立の試験場統合により「新得畜産試験場」を「北海道立畜産試験場」と改称、大小家畜の集約を行うこととなり、養鶏部門も集約され今日に至っている。集約前に既に「北海地鶏」が開発されており、現在では改良系の「北海地鶏Ⅱ」に進化している。

「北海地鶏Ⅱ」は、在来種由来血液百分率が100パーセントの貴重種であり、

近年の食の安心・安全を求める消費者ニーズには十分応えられるものであり、地鶏ブームもあって将来性が大きく期待できるものである。

しかしながら、同地鶏は開発からまもないとあって生産量も少なく地域ブランド形成にはまだまだの状況であり、道立畜産試験場では本年度から地域における生産実証と販売実証を行うこととした。

このことに伴い、当商工会においても産学官連携の下「北海地鶏Ⅱ」を用いた郷土料理の開発や、特産品開発を行い「地域ブランドの形成」と「地域おこし」に繋げていくこととした。また、開発商品の全国展開も模索し国内の販路開拓も行い、新たな特産品の創造と、既にある地域特産品としての「新得そば」や「そば焼酎」などとの組み合わせにより既存商品の更なる知名度向上など相乗効果を求めていくこととした。

「珍しい、美味しい、健康によい地鶏料理、地鶏加工品のまち」として内外にアピールしていくことで地域力の増進、活性化を図る。

#### 地域の基本戦略やビジョン等

消費者のニーズは「安心・安全・本物」であり、極めて健康志向が強いといわれております。

「北海地鶏Ⅱ」は、地元の道立畜産試験場で開発・改良された地鶏で、同試験場では、今年度以降「特別飼育鶏」すなわち抗生物質や抗菌性物質を使わずに飼育する技術と、1平方メートルに3羽以内という国の基準の数倍の広さで飼育するという北海道ならではの飼育基準を策定し、まさに消費者のニーズに沿った地鶏生産を行う予定となっている。

地域の課題は、地域ブランドの形成とバランスの取れた産業構造の確立であり、農業と観光を結びつける地域振興策が求められている。「北海地鶏Ⅱ」は、飼育農家の創出で一次産業の多様化、地鶏製品の加工・製造業の創出は2次産業での新たな進出を招き、地域ブランド化は、3次産業の充実につながり、地域小規模事業者の事業拡大、売り上げの増加、収益性の向上を可能とする。

#### ア) 平成20年度の取り組み

平成20年度は、本事業により「北海地鶏鍋（仮称）」の開発、そば具材用レトルト食品の開発、燻製など加工食品の開発、統一ブランドの構築と情報発信、販路拡大のための調査を行う。さらに、「地域認証制度」の導入を関係機関とともに検討の上構築する。

イ) 平成21年度以降は、平成20年度の取り組みを基に、商品力の向上への努

力と、地域における理解を高める努力を継続する。

さらに、地域小規模事業者の参画拡大を図り、地域特産物としての定着を目指しながら全国展開を図っていくため、行政機関、観光協会との連携を深め、来訪観光客や全国に向けた情報発信を行う。

また、人気商品等については通販事業にも取り組んでいくものとする。



## 北海地鶏Ⅱの内部外部与件の整理と分析（SWOT）

	市場の機会（外部環境）	市場の脅威（外部環境）
<p><b>強み（内部資源）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地元にある試験研究機関（道立畜産試験場）が開発した地鶏であり、卵、雛の供給は地域に限定されている。</li> <li>・ 飼育方法など適切な指導が得られ、地鶏としての品質保持が可能である。</li> <li>・ 在来種由来血液100分率が100パーセント地鶏。</li> <li>・ 特別飼育鶏として、他種の鶏と差別化される。</li> <li>・ 地域限定の地鶏であり、希少性がメリット。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 特別飼育鶏で、新しい地鶏の登場は、安心・安全・本物をキャッチフレーズに生産量の増加とともに認知されていくと思われる。</li> <li>・ 希少価値での優位性。</li> <li>・ 通信販売での話題性。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 先行する各地地鶏との競合</li> <li>・ 各種加工品と一般鳥加工品との競合（特に価格面）</li> <li>・ 生産量が少ないことから市場から淘汰される懸念がある。</li> </ul>
<p><b>弱み（内部環境）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 飼育羽数が少ない。</li> <li>・ 地域での初めての取り組みであること。</li> <li>・ 専門の食鳥処理施設がない。</li> <li>・ 食肉卸小売店が1店舗である。</li> <li>・ 食料品小売店での食肉としての販売を可能にすることが必要。</li> <li>・ 加工施設がない。</li> <li>・ 一般鶏に比べ地鶏は価格高になることが、消費者に与える影響を懸念する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ リゾート施設があり、観光客への提供など「地産・地消」を実践できる。</li> <li>・ 地元での新鮮さをアピールできる。</li> <li>・ 新たな地場特産品として位置づけられる。</li> <li>・ 既存の特産物とのコラボレーションが可能である。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 開発間もないため「北海地鶏Ⅱ」を、地域における地域資源としての共通価値観に希薄が感じられる。</li> <li>・ 「北海地鶏Ⅱ」生産者の組織がない。</li> </ul>

前述、北海地鶏Ⅱの内部外部与件の整理と分析（SWOT）から、マーケティング戦略と実行計画を次のとおり設定した。

1. 顧客・市場作り（Place、Promotion）

当初は、宿泊施設、飲食店での提供に主眼を置き地鶏料理の開発・研究・提供を行う。

並行して、地鶏料理の試食会、加工食品のテスト販売等を行い市場調査を行う。

「東京ふるさと新得会」などの組織を通じたマーケティングリサーチと顧客開発。

2. 商品作り（Products、Prices）

地鶏料理の開発 = 地鶏料理コンテストの実施。

「北海地鶏鍋（仮称）」の試作研究

そば具材用レトルト品の開発

燻製等の加工品試作

3. 組織作り（Personal、Systems）

事業実施のための組織強化と企業間連携

「北海地鶏Ⅱ」の生産者組織の育成

地域認証制度の確立と組織化

4. ネットワーク・コラボ

ふるさと会等との連携

優良道産品への認定申請と連携

その他

## VI. 事業の成果

### 1. 顧客・市場作り (Place、Promotion)

実行計画に基づき地鶏料理の試食会、加工食品のテスト販売および市場調査等を予定したが、テスト販売は素材生産量の関係から取り組み出来なかったほかはほぼ実施することができた。

#### ・展示及び試食提供

- 新得町観光プロモーション「しんとく新そばの夕べ」素材提供、アンケート調査  
札幌市センチュリーローヤルホテル
- 川崎市民まつり（東京ふるさと新得会と共催）試食提供アンケート調査  
川崎市富士見公園一帯
- FM ウイング主催イベント列車 試食提供、アンケート調査  
新得町商工会館
- 北海道庁主催「十勝食のブランド発見交流会」試食提供  
帯広市 北海道ホテル
- シーニックバイウェイ連携フォーラム交流会 試食提供、アンケート調査  
帯広市 とから館
- 札幌雪まつり地域 PR 試作加工品配布  
札幌市 JR札幌駅 大通6丁目特設ステージ
- 第11回商工会青年部全国大会 AKINDO ネットワーク商談会 試作加工品試食、配布、アンケート調査  
福岡市 ヤフードーム
- マイステージ北海道主催「マイステ2月祭」試食提供、PR  
帯広市 ソーゴー印刷3階会議室
- NPO アウルズ主催「地方の元気再生事業ロングトレイル 2008」試食 PR  
清水町 千年の森
- 東京ふるさと新得会総会 試作加工品提供  
東京都 霞ヶ関ビル

#### ・販路開拓

北海地鶏Ⅱ、及び同加工品の販路開拓について、「北海地鶏Ⅱ」の認知度が低かったため、試食提供、試供品提供に重点を置き活動した。

飲食店等の訪問では、北海地鶏Ⅱの肉質、味の良さについては理解を示すものの、価格面において折り合わず、今後の交渉に委ねることとなった。試食会についての評価は、いずれも良い結果ではあったが、価格面においてやはり割高感があった。

## 販路拡大訪問先

横浜市 (株)重慶飯店 横浜市 zect east 横浜市 (株)嘉祥  
Kichijo Dining 東京都 (株)グリーンストーリー 十勝屋 北海道  
本舗 北海道そば はるや (株)北海道フードフロンティア 北海道フ  
ーディスト八重洲店

## 試供品提供

東京都 十勝屋

大阪府 (株)阪急百貨店 (食肉店鳥よし)

## 2. 商品作り (Products、Prices)

地鶏料理の開発 = 地鶏料理コンテストの実施、「北海地鶏鍋 (仮称)」の試作研究、そば具材用レトルト品の開発、燻製等の加工品試作を予定したが、地鶏料理コンテストは開催できず参画事業者のオリジナルメニュー開発をもって代えた。そば具材用レトルト品の開発、燻製等の加工品試作は、肉質、脂肪の量からさらに改良の余地があり製品化されていない。「北海地鶏鍋」は、参画事業者が商品化し提供を開始しているほか、郷土料理としての地鶏料理を7店舗で提供、商工会として「地鶏料理店認証」をおこなった。

地鶏加工品の試作については、当初予定した品目以外の3種類を試作した。加工品の試供等において、一定程度の評価を得ることができた。

### 郷土料理としての地鶏料理開発 (地鶏料理店認証)

- ・ 町内宿泊施設、飲食店でのオリジナルメニューの開発

石松すし 北海地鶏鍋・鶏すき焼き・地鶏水炊き・地鶏油淋鶏

勘吉匠 地鶏スープカレー・地鶏のそば団子汁

屈足平和園 北海地鶏焼き肉

そば処みなとや 地鶏つけそば・地鶏かしわそば・とり井

ラーメンロッキー 地鶏ラーメン

国民宿舎東大雪荘 地鶏コース料理

山の交流館とむら そばと地鶏会席

### 地鶏加工品の開発

地鶏加工品については、次の3種類に絞り試作した。

- ・ 特製地鶏カレー

- ・地鶏どんぶりの素
- ・北海地鶏焼き肉



### 3. 組織作り (Personal、Systems)

事業実施のための組織強化と企業間連携、「北海地鶏Ⅱ」の生産者組織の育成、地域認証制度の確立と組織化を予定したが、地元観光協会、地元料飲店組合加盟店の協力が得られたほか、「新得町北海地鶏プロジェクト推進協議会」との連携の下事業を進めることが出来た。

#### 「新得北海地鶏Ⅱ生産者組合」の組織化

町内の北海地鶏Ⅱ飼育生産者について、その組織化を呼びかけ、北海地鶏Ⅱの販売普及、宣伝について共同で行うこととした。

#### 地域認証制度の確立

北海地鶏Ⅱの地域認証については、試験研究機関、新得町などの意向もあり、次年度以降の課題としたが、飲食店での地鶏料理については商工会が認証する形で「地鶏料理」の普及の見地から先行して認証することとした。

### 4. ネットワーク・コラボ

ふるさと会等との連携、優良道産品への認定申請と連携、その他を予定したが、「東京ふるさと新得会」には、首都圏における「北海地鶏Ⅱ」の浸透に多大きな協力を得ることが出来た。

優良道産品への認定申請と連携においては、地域における「食のブランド」として認知される機会があり、現在は生産量が少ないために申請も出来ず、今後における連携が期待できる。

いずれにしても、今後における連携を大切にしていけることが肝要と思われる。