

北海道農政事務所

担当者名：苫小牧統計・情報センター

連絡先：0144-32-5345

## 1 事例の分類

- (1) 行動計画の項目に基づいた分類：① 自給率向上に向けた総合的な取組
- (2) 集中重点事項に基づいた分類：

## 2 事例の取組名及び取組主体

取組名：「白老バーガー&ベーグル」の開発・販売による「食・観光・教育」の連携

取組主体：白老バーガー&ベーグル研究会（北海道・白老町）

## 3 取組の背景

白老町では、平成16年から「食材王国しらおい」をキャッチフレーズに掲げ、地場産食材を柱とした地産地消や食育を推進してきたが、「食」と「観光」が連携した取組の一環として、観光雑誌編集社とのタイアップによる「ハンバーガーとベーグルを題材としたご当地グルメ」の開発企画を進めてきた。

これをきっかけとして、19年4月に同町内の飲食店や観光協会、商工会、旅行会社等、計14団体で構成される「白老バーガー&ベーグル研究会」が発足し、白老牛やたらこ等の地場産食材を用いた商品の開発を手掛けることとなった。

## 4 取組の具体的内容

同研究会では、試作や試食会を重ね、最終的には町内の飲食店10店がオリジナルの12種類のハンバーガー及びベーグルの商品化を決定し、19年7月より一斉に「白老バーガー&ベーグル」として販売を開始した。

「白老バーガー&ベーグル」の価格は200～900円の間で設定され、消費者の好みに対応するため「すき焼き風」や「メンチカツ」、「ビーフシチュー」といった多様な調理法による商品を提供している。

食材は、白老牛やたらこ、鶏卵といった、町内で賄えるものについては地場産を使用することとし、町内では賄うことのできない野菜やパンの原料である小麦については、北海道産を使用している。

販売形態は各店舗により異なり、①持ち帰りのみ、②店舗にて飲食のみ、③どちらも可能、となっている。

また、同研究会での取組と並行して、同町内の北海道栄高等学校の創造学習では、生徒が白老牛や校内の菜園で育てた野菜等を使用して、ハンバーガー作りに挑戦した。19年11月からは、同研究会に参加している飲食店内に販売スペースを提供してもらい、20年2月までの土日限定で、月替わりに4種類のハンバーガーの販売を行った。

## 5 取組の具体的効果

19年7月の販売開始直後、TVや観光雑誌の特集等で頻繁に紹介されたことによる反響が大きく、売れ行きが好調であったため、同研究会では、12月に新商品を4種類追加した。20年1月末現在での総販売個数は約2万7,800個、総販売金額は約1,100万円となっている。

また、北海道栄高等学校の創造学習では、ハンバーガー作りを通じて、食の大切さや故郷への誇りをもってもらえることができ、「食」と「観光」の連携だけでなく、「教育」という点においても連携を図ることができた。

## 6 今後の展開方向

現在は白老町内の飲食店10店で提供が中心であるが、今後は「白老牛肉まつり」を始めとする集客力のあるイベントでの販売を展開する。また、新商品の開発を行いさらにPRの強化を図っていきたい。

## 7 取組に係る問題点と解決策

販売開始から3か月間は爆発的な売れ行きを見せたが、それ以降は販売ペースが落ち着いてきており、今後はいかに地元住民を中心に魅力的な商品を発信し続けていけるかが課題となっている。

解決策として、町外へは「白老バーガー&ベーグル」を一層PRする一方、中学校の総合学習で製造現場を見学してもらい、関心を深めてもらう等、地元に対しての浸透も積極的に進めているところであり、「観光客向けご当地グルメ」ではなく、「地元からも愛されるご当地グルメ」を目指している。



新商品の「白老牛蔵エッグバーガー」



創造学習でのバーガー作り