

課 題 名	地産地消と起業活動の推進	普及セクター名	島原
活動対象	雲仙こぶ高菜再生プロジェクトチーム	実施期間	H18~20年度

【対象の概要】

「雲仙こぶ高菜再生プロジェクト」は、採種者、加工者、生産者、関係機関がメンバーとなり結成された。特徴の維持、販路の拡大、PR活動、商品化やレシピの開発等を行い、守山女性部加工組合が、漬け物、饅頭（高菜を具にしている）、総菜に活用し販売している。

【課題設定の背景】

「雲仙こぶ高菜」は、戦後まもなく中国から雲仙市に伝わった野菜である。葉茎の部分に突起「こぶ」ができる珍しい形状で、食感・食味が良く、地域の風土に合い、当時は広く栽培されていたが、自然交雑が進み、その特徴が薄れ、収量が少なく収益性も低いことから、その後ほとんど栽培されなくなっていた。その野菜を復活させ、雲仙市の特産品化を目指している。

【活動目標】

1. 雲仙こぶ高菜の消費者ニーズに対応した売れる商品開発
2. 雲仙こぶ高菜の地元での販売促進
3. 雲仙こぶ高菜の作付け拡大と栽培技術確立

【関係機関との連携（活動体制・役割分担）】

採種者：地元保存種子の採種

加工者（守山女性部加工組合）：料理・加工品開発、販売

雲仙こぶ高菜生産者（有機農業者、守山女性部員、青年農業者）：栽培技術の確立、生産量の確保

関係機関（雲仙市、島原農業改良普及セクター）：PR活動、栽培・加工技術支援、マーケティング支援



【活動経過】

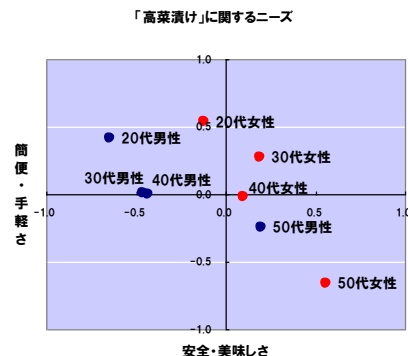
1. 消費者グループインタビューの開催
2. 商品コンセプトの開発検討
3. 商品化のための技術組み立て（コンセプトに対応した栽培技術確立のための実証圃設置）
4. 市場性調査（仮説ニーズ検証アンケート、コンセプトテスト、商品テスト、ホームユーステスト、表現コンセプトテスト、テスト販売）の実施・集計・分析、グループインタビュー
5. 表現コンセプト（商品コンセプトを伝える手段）の開発
6. 販路の開拓支援



【普及活動の成果】

1. グループインタビューによる高菜（加工品）に対する消費者ニーズの把握
 因子分析によって、4つの因子（安全・美味しさ、簡便・手軽さ安全・安心、簡単な食べ方）が集約できた。

2. 「雲仙こぶ高菜漬」としての商品コンセプトの開発
 雲仙こぶ高菜漬：雲仙市特産のこぶのある「雲仙こぶ高菜」を農薬や化学肥料を使わずに栽培し、釜炊き塩を使い、まるやかな味に仕上げましたので、おいしい高菜漬けを、安心して食べることができます。
 雲仙こぶ高菜漬け炒め：雲仙市特産の「雲仙こぶ高菜漬け」をカットして炒め、味つけしましたので、手間をかけずにすぐ使えます。



2. 消費者ニーズ「安全・安心」に対応した有機栽培技術の実証、生産履歴の記帳

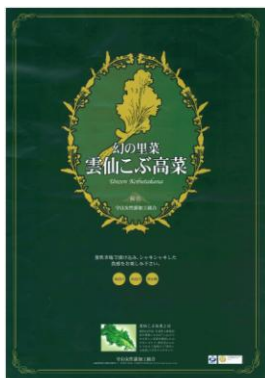
4. 消費者評価による既存「雲仙こぶ高菜漬」の改善

5. 商品コンセプトを伝える手段であるパッケージデザイン、キャッチコピー「幻の里菜」、ポスター等の作成による販売、PR促進
 防虫ネットの被覆



6. 新たな販路の開拓（長崎空港、雲仙市ホテル、郵パック）

7. 生産量及び販売額の増加
 生産量：7 t
 販売額：440万円



新パッケージラベル

ポスター

長崎空港（いけどき屋）

郵パック

【対象の声】

・これまで7回の市場調査で、たくさんのお客様から直接に声をきくことができ、貴重な意見だと感謝しています。その信頼や期待に応えるように頑張りたいと思います。

【今後の課題】

1. 地元伝統野菜としての定着
2. 消費者へのPR促進
3. 販路の確立：マーケティング支援による売れるしくみづくり
4. 有機栽培技術の普及
5. 作付け者の確保と作付け面積・生産量の拡大
6. 加工施設の整備計画



食べてみんね！長崎 食の商談会

【成果の活用及び普及活動上の留意点】

1. 農商工連携による特産品開発に活用

地域特産品開発事業

雲仙こぶ高菜の商品開発

島原農業改良普及センター

松尾つや子

雲仙こぶ高菜の花

雲仙こぶ高菜とは・・・？



雲仙こぶ高菜



既存品種：三池高菜

雲仙こぶ高菜再生プロジェクトチーム

採種者

岩崎政利

加工者

守山女性部
加工組合

生産者

吾妻町
青年農業者
連絡協議会

有機生産者

守山女性
部員

関係機関

雲仙市
(旧吾妻町)

長崎県



雲仙ブランド



雲仙ブランド

守山女性部加工組合



守山味
おろし

素材を活かした

雲仙
こ
ぶ
高



調査活動の経過

- ①H18年12月5日 グループインタビュー
- ②H19年2月16～28日 仮説ニーズ検証
- ③H19年9月 商品コンセプトテスト
- ④H20年1月20日～ 商品テスト
- ⑤H20年2月14日～ ホームユーステスト
- ⑥H20年6月7日～ 表現コンセプトテスト
- ⑦H20年12月6～7日 テスト販売

グループインタビュー 小浜町H18.12月



仮説ニーズ検証アンケート調査実施概要

1 調査目的

消費者受容性の高い高菜商品を開発し、市場における優位性を高める。そこで、消費者グループインタビューから得られた仮説ニーズを定量的に検証する。

2 対象及び回収者数:地元消費者 252名

3 調査項目

- ①回答者のデモグラフィック特性
- ②高菜について
- ③高菜漬けについて
- ④高菜(野菜として)について
- ⑤商品コンセプトについて
- ⑥意見・要望(自由回答)

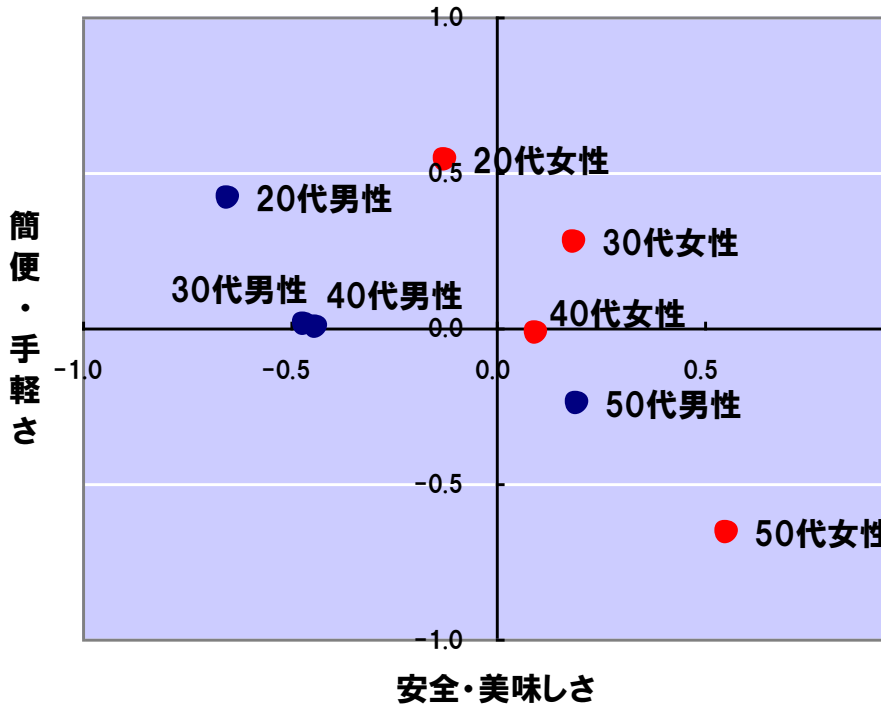
4 調査方法

関係機関(雲仙市、島原振興局、普及センター)職員を通して、直接依頼し、アンケートに記入後回収する。

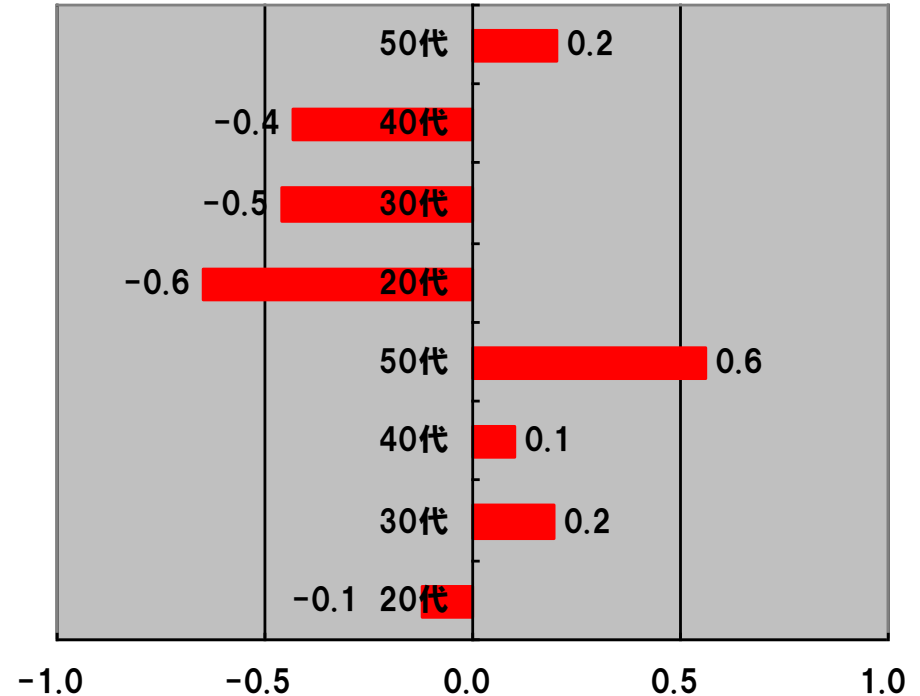
5 調査期間:平成19年2月16日~2月28日

仮説検証アンケート結果

「高菜漬け」に関するニーズ



安全・美味しさニーズ(高菜漬け)



①因子分析によって、4つの因子(安全・美味しさ、簡便・手軽さ、安全・安心、簡単な食べ方)が集約できた。

②メインターゲットとして、高菜漬けでは50代以上の女性。

高菜野菜では、30代女性を特定できた。

商品コンセプト開発検討



商品コンセプトシート №1

商品名 雲仙こぶ若菜(雲仙こぶ高菜)

ターゲット 30代女性(子供がいる世帯)

お客様のニーズ 簡単な食べ方をつけてほしい

〈商品コンセプト〉

- ①地元特産の「雲仙こぶ高菜」の若い葉だけを摘み、食べきりサイズでパッケージし、簡単な食べ方を添付しています。
- ②サラダや鍋物などに手軽に利用することができます。

〈特徴〉

1. こぶが出る前の若菜で摘み取るので、柔らかい食感で、ピリカラな風味です。
2. サラダや和え物など簡単な食べ方を紹介しています。
3. 食べきりの少量(100g)パックです。

商品コンセプトシート №2

商品名 雲仙こぶ高菜

ターゲット 40～50代女性

お客様のニーズ 安全・安心な高菜が食べたい

〈商品コンセプト〉

- ①地元特産の「雲仙こぶ高菜」を、農薬や化学肥料をなるべく使わないで栽培しました。
- ②安心して漬け物や炒め物などで食べることができます。

〈特徴〉

1. 美味しい漬け物になります。
2. 他の高菜と異なり、漬け物以外に、炒め物、和え物など万能野菜として使えます。
3. こぶに独特のシャキシャキした食感と甘さがあり美味しいです。

商品コンセプトシート №3

商品名 雲仙こぶ高菜漬け

ターゲット 50代以上女性

お客様のニーズ 安全で美味しい高菜漬けを食べたい

〈商品コンセプト〉

- ①農薬や化学肥料をなるべく使わずに栽培した地元特産の「雲仙こぶ高菜」の こぶを活かして 食品添加物を使わずに釜炊き塩だけで漬けました。
- ②安全で美味しい雲仙こぶ高菜漬けを食べることができます。

〈特徴〉

1. 食品添加物を一切使っていません。
2. 釜炊き塩だけで漬けました。
3. こぶに独特のシャキシャキした食感と甘さがあり美味しいです。

商品コンセプトシート №4

商品名 雲仙こぶ高菜漬け(炒め)

ターゲット 20代~40代

お客様のニーズ 手軽に食べたい、簡単に調理したい
〈商品コンセプト〉

- ①地元特産「雲仙こぶ高菜漬け」をカットやみじん切りにしました。
- ②そのまま手軽に食べたり、炒飯・おにぎりに利用することができます。

〈特徴〉

1. すぐに食べられるように切っております。
2. ご家庭で切る手間がありません。
3. 炒め物、ラーメン、おにぎりの具材などいろいろな料理に使うことができます。

商品コンセプトテスト実施概要

1 調査目的

商品コンセプトを消費者に提示し、評価や意見を聞き、商品コンセプトの完成度を高めていく。

2 対象

守山女性部加工組合の県外顧客 59名

生活協同組合ララコープ組合員理事 15名

雲仙市の旅館・ホテル 30社

3 調査項目

①この商品説明のわかりやすさ

②この商品に関心があるか

③この商品に魅力を感じるか

④この商品を食べてみたいか(使用意向)

⑤この商品を買ってみたいか(購入意向)

⑥この商品の価格について

4 調査方法

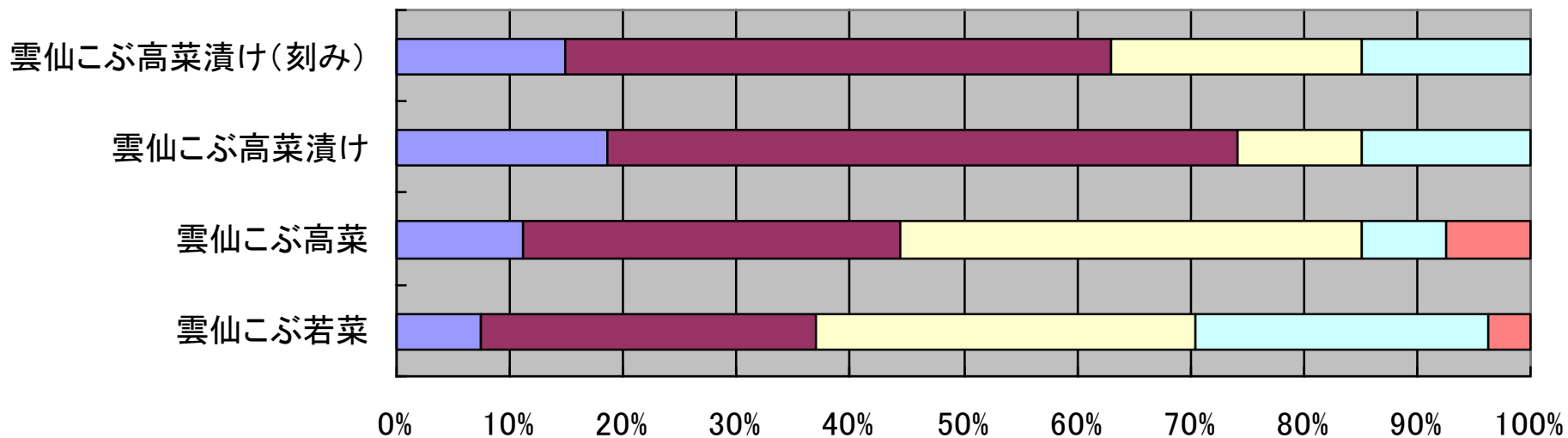
4つの商品コンセプト説明資料を読み、それぞれ「コンセプト質問内容」に回答してもらい、回答後返送してもらう。

5 調査期間:平成19年9月

商品コンセプトテスト結果

購入意向

■ ぜひ買いたい ■ 買ってみたい ■ わからない ■ たぶん買わない ■ 買いたくない ■ 無回答



①購入意向が70%を超えている「雲仙こぶ高菜漬け」と「雲仙こぶ高菜漬け(炒め)」は、商品化してよい。

②野菜については、コンセプトに対して、価格が高いという傾向が強いので、価格の見直しが必要である。

今後の対策



- ①商品コンセプト開発としては、購入意向の高い「雲仙こぶ高菜漬け」「雲仙こぶ高菜漬け(炒め)」の2品目に絞る。
- ②野菜については、価格の見直しをして、**旅館・ホテルでホームユース**してもらおう。

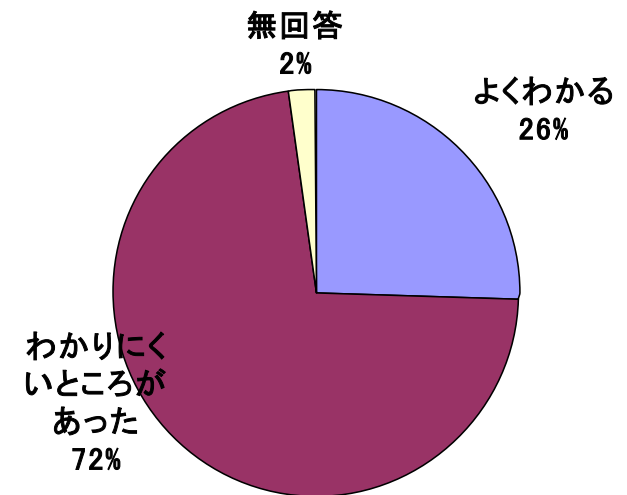
商品テスト 瑞穂町H19.1月



商品テスト結果報告検討



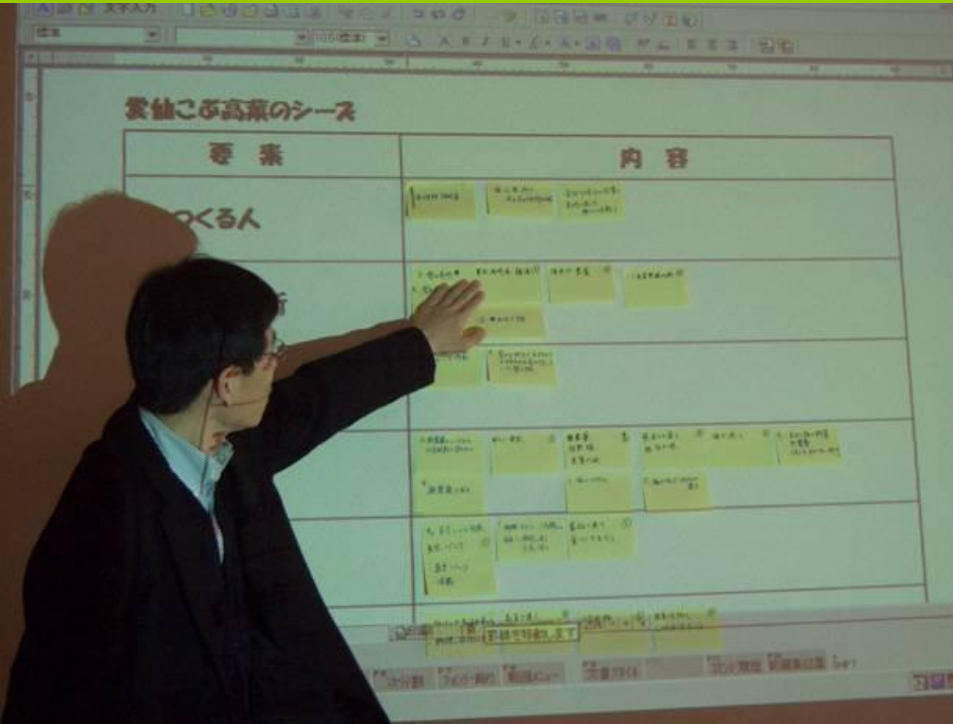
特徴がわかるか？(本漬け)



今後の対策

- ①特徴・表示情報等の明記
- ②味の改善(塩味、辛味等)
- ③パッケージデザインの改善

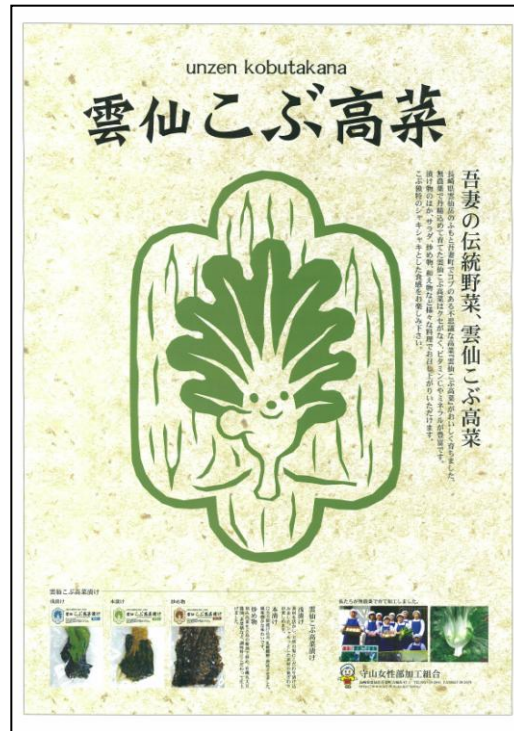
表現コンセプト開発



シーズの整理



表現コンセプト 3案



格調イメージ

レトロ風

ポップ調

表現コンセプトテスト 千々石町H20.6月



A



B



C

雲仙こぶ高菜
製品仕様書
製品名 雲仙こぶ高菜
製品番号 001
製品仕様
1. 製品仕様
2. 製品仕様
3. 製品仕様
4. 製品仕様
5. 製品仕様
6. 製品仕様
7. 製品仕様
8. 製品仕様
9. 製品仕様
10. 製品仕様
11. 製品仕様
12. 製品仕様
13. 製品仕様
14. 製品仕様
15. 製品仕様
16. 製品仕様
17. 製品仕様
18. 製品仕様
19. 製品仕様
20. 製品仕様
21. 製品仕様
22. 製品仕様
23. 製品仕様
24. 製品仕様
25. 製品仕様
26. 製品仕様
27. 製品仕様
28. 製品仕様
29. 製品仕様
30. 製品仕様
31. 製品仕様
32. 製品仕様
33. 製品仕様
34. 製品仕様
35. 製品仕様
36. 製品仕様
37. 製品仕様
38. 製品仕様
39. 製品仕様
40. 製品仕様
41. 製品仕様
42. 製品仕様
43. 製品仕様
44. 製品仕様
45. 製品仕様
46. 製品仕様
47. 製品仕様
48. 製品仕様
49. 製品仕様
50. 製品仕様
51. 製品仕様
52. 製品仕様
53. 製品仕様
54. 製品仕様
55. 製品仕様
56. 製品仕様
57. 製品仕様
58. 製品仕様
59. 製品仕様
60. 製品仕様
61. 製品仕様
62. 製品仕様
63. 製品仕様
64. 製品仕様
65. 製品仕様
66. 製品仕様
67. 製品仕様
68. 製品仕様
69. 製品仕様
70. 製品仕様
71. 製品仕様
72. 製品仕様
73. 製品仕様
74. 製品仕様
75. 製品仕様
76. 製品仕様
77. 製品仕様
78. 製品仕様
79. 製品仕様
80. 製品仕様
81. 製品仕様
82. 製品仕様
83. 製品仕様
84. 製品仕様
85. 製品仕様
86. 製品仕様
87. 製品仕様
88. 製品仕様
89. 製品仕様
90. 製品仕様
91. 製品仕様
92. 製品仕様
93. 製品仕様
94. 製品仕様
95. 製品仕様
96. 製品仕様
97. 製品仕様
98. 製品仕様
99. 製品仕様
100. 製品仕様



表現コンセプト結果報告検討



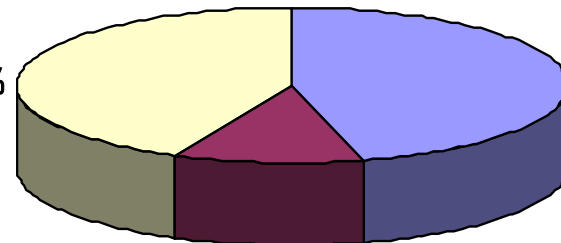
キャッチコピー

「おいしさのチカラこぶ」

「幻の里菜、雲仙こぶ高菜」

C
45%

A
46%



B
9%

「吾妻の伝統野菜、雲仙こぶ高菜」

コンセプト案としては、格調イメージデザインに決定

テスト販売 福岡市H20.12月



新米
480

大盛り
480

お客様へ
アンケートに
ご協力下さい！
MITSUBISHI BRAND RICE
480g 480円
MITSUBISHI BRAND RICE
480g 480円
MITSUBISHI BRAND RICE
480g 480円

お客様へ
アンケートに
ご協力下さい！
MITSUBISHI BRAND RICE
480g 480円
MITSUBISHI BRAND RICE
480g 480円
MITSUBISHI BRAND RICE
480g 480円

新米
480

新米

テスト販売結果検討



今後の対策

- ①コンセプトに対応したターゲットのいる店については、今後地元、県内、県外で販路開拓していく。
- ②卸価格の再検討

企画会議の開催



技術改善実証圃

H18年度



H19年度



H20年度



H18年：種の違いによるこぶの肥大比較

H19年：①若菜どり栽培技術の検討

②減化学農薬、減化学肥料栽培技術の検討

H20年：有機栽培技術の実証

ホームユーステスト実施概要

1 調査目的

商品コンセプトに基づき試作したサンプル(雲仙こぶ高菜)を提供し、試作や試食を通して評価・意見を集約し今後の商品完成を高める。

2 調査対象

雲仙及び小浜地区で調査協力可能なホテル・旅館 10社程度

3 調査試供品

①雲仙こぶ高菜(こぶあり) 3kg

②雲仙こぶ高菜(若菜採り) 3kg

合計1社当たり6kg試供

4 調査項目

①各ホテル・旅館での雲仙こぶ高菜使用状況(2項目)

②調理及び試食後の使用評価・意見(10項目)

③今後の使用意向・購入意向(3項目)

5 調査方法

①試供品の発送(吾妻町生産農家圃場より宅配発送)

②試供品到着後5日以内に調理し、別添調査シートにホテル調理担当が回答

③調査シート、料理を撮影した使い捨てカメラを期日までに普及センターへ返送

6 調査月日

①平成20年2月13日(水)小浜ホテル・旅館5社

②平成20年2月20日(水)雲仙ホテル・旅館7社

市民ら100人「まちなか」再生考える



五島-中心市街地活性化シンポ
五島市では、中心市街地の活性化を図るため、市民ら100人が「まちなか」再生を考えるシンポジウムを開催した。

五島市では、中心市街地の活性化を図るため、市民ら100人が「まちなか」再生を考えるシンポジウムを開催した。このシンポジウムでは、市民ら100人が「まちなか」再生を考えることになった。このシンポジウムでは、市民ら100人が「まちなか」再生を考えることになった。



市が3局新設

五島市では、中心市街地の活性化を図るため、市民ら100人が「まちなか」再生を考えるシンポジウムを開催した。このシンポジウムでは、市民ら100人が「まちなか」再生を考えることになった。このシンポジウムでは、市民ら100人が「まちなか」再生を考えることになった。



「黒島生かし、守る」



シンポジウムで市長市長
市民200人、登録機運高める

佐世保 近郊

佐世保近郊の不動産情報やサービスに関する広告。

ゴルフプレイ

各種チケット

ゴルフや各種イベントのチケットに関する広告。

左:こぶあり 右:若菜採り (各300g)

クルーズ

クルーズに関する広告。258,000円から918,000円まで。

Chicco

Chiccoの製品に関する広告。

シロアリ駆除

シロアリ駆除に関する広告。月額3200円。

シロアリ駆除

シロアリ駆除に関する別の広告。

骨董

骨董に関する広告。

骨董

骨董に関する別の広告。

こぶあり・若菜を使って・・・(E旅館)



今後の対策: 使用意向はあるが、価格が高いため購入意向が低かったため、価格の検討が必要である。

ふるさと小包 (R)

有効期間
平成21年2月2日
平成21年3月31日

雲仙 詰合せ
ぶが高菜

郵便局株式会社承認
登録 第8812-92号

〇チラシ発行
郵便局株式会社
〒100-8798
東京都千代田区霞が関1-3-2

〇申込方法及び
申込後のお問合せ先
郵便局株式会社
カタログ販売センター
電話番号 0120-52-3103

あたらしいふつをつくる。

NP NETWORK 郵便局

また馴染みの少ない「雲仙ぶが高菜」は、絶滅の危機にある食材や種を守る「スローフード協会を作る味の箱舟」(R)に認定されている品種。その「雲仙ぶが高菜」がたくさんの方の手によって復活し、町の特産にしようという働きが認知になっていきます。「雲仙ぶが高菜」は薬草に大きなぶがの葉が特徴です。

お申込みは郵便局のATM又は窓口

●販売者名 農事組合法人 守山女性部加工組合(馬場節枝)
〒859-1104 長崎県雲仙市吾妻町吉城名47-1
〇商品に関するお問合せ先
TEL:0957-38-2641

※写真はイメージです。商品に替等は含まれません。

成果

1. 商品コンセプトの開発
2. 表現コンセプトの開発

目標

1. 有機栽培技術の確立
2. 新たな販路の開拓
3. 生産量、販売額の増加

(ここから切り離してお出しいただき) 「お申込の際は、商品番号、個数、商品合計金額、有効期間を再度ご確認ください」

02 東京 払込取扱票		通常払込料金 加入者負担	
口座番号 0 0 3 3 0 4		金額 千 百 十 万 千 百 十 円 6 0 0 1 2	
郵便局株式会社カタログ販売センター		備考	
住所 〒() カタログコード 8 0 0 4 1		20年度チラシ(九州) 郵便局使用種別	
住所 〒() カタログコード		社員コード	
住所 〒() カタログコード		私出人	
商品番号 8 8 1 2 0 9 2		個数	
納期 月 日		日 附 印	
必要不 必要		必要不 必要	

通票の法要事項をお読みください。... (送附番号、東、第45691号) ...
これより下部には何も記入しないでください。

商品コンセプトの開発

〈雲仙こぶ高菜漬〉

- ①雲仙市特産のこぶのある「雲仙こぶ高菜」を農薬や化学肥料を使わずに栽培し、釜炊き塩を使いまろやかな味に仕上げました。
- ②おいしい高菜漬けを、安心して食べることができます。

〈雲仙こぶ高菜漬け炒め〉

- ①雲仙市特産「雲仙こぶ高菜漬け」をカットして炒め、味付けしました。
- ②手間をかけずに、すぐ使えます。

表現コンセプトの開発

キャッチコピー：幻の里菜



ポスター



パッケージラベルの改善

有機栽培と生産履歴の記帳・提出



雲仙こぶ高菜生産履歴

生産者名： _____
地区名： _____
ほ場名： _____
面積： _____ a

作業の記録

作業名	実施月日
播種日	平成 年 月 日
定植日	平成 年 月 日
収穫開始	平成 年 月 日
収穫終了日	平成 年 月 日

肥培管理の記録

用途	実施月日	使用資材名 (NPK成分)・施用量

薬剤散布履歴

実施月日	使用薬剤名	希釈倍数	対象病害虫

防虫ネットの被覆

新たな販路の開拓

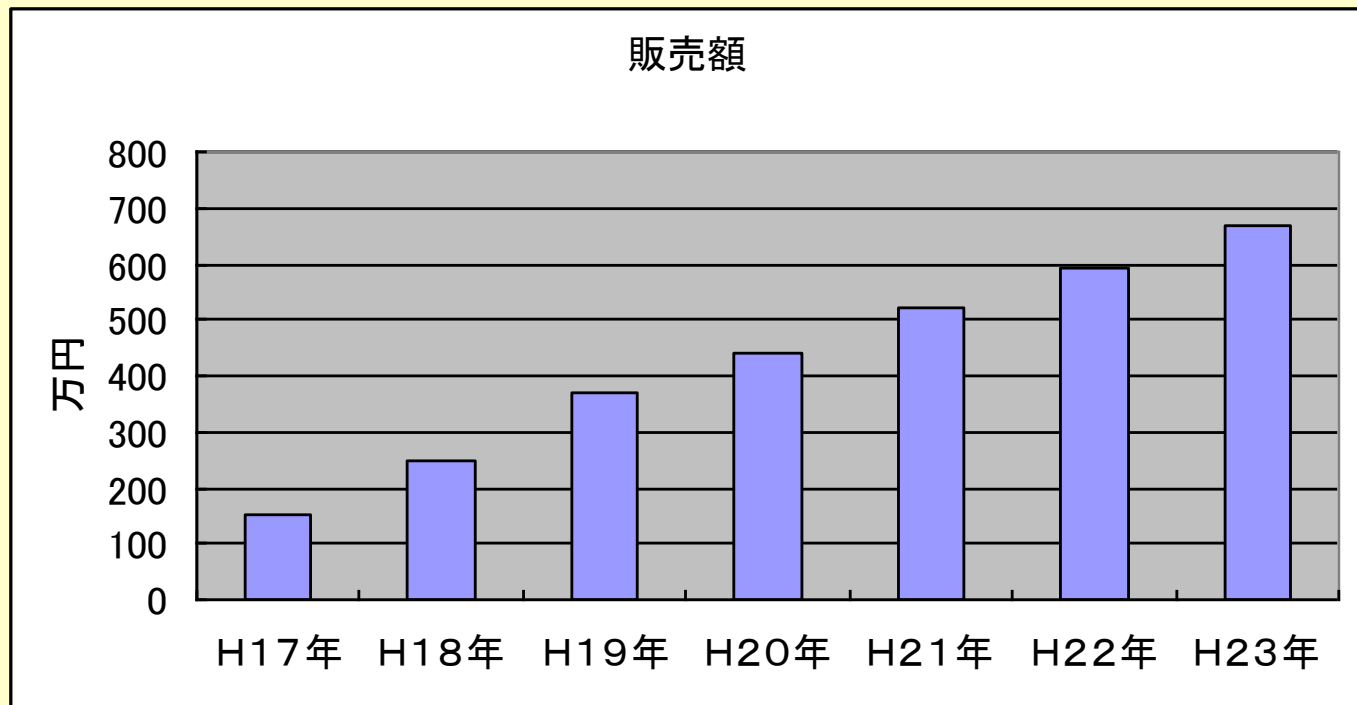
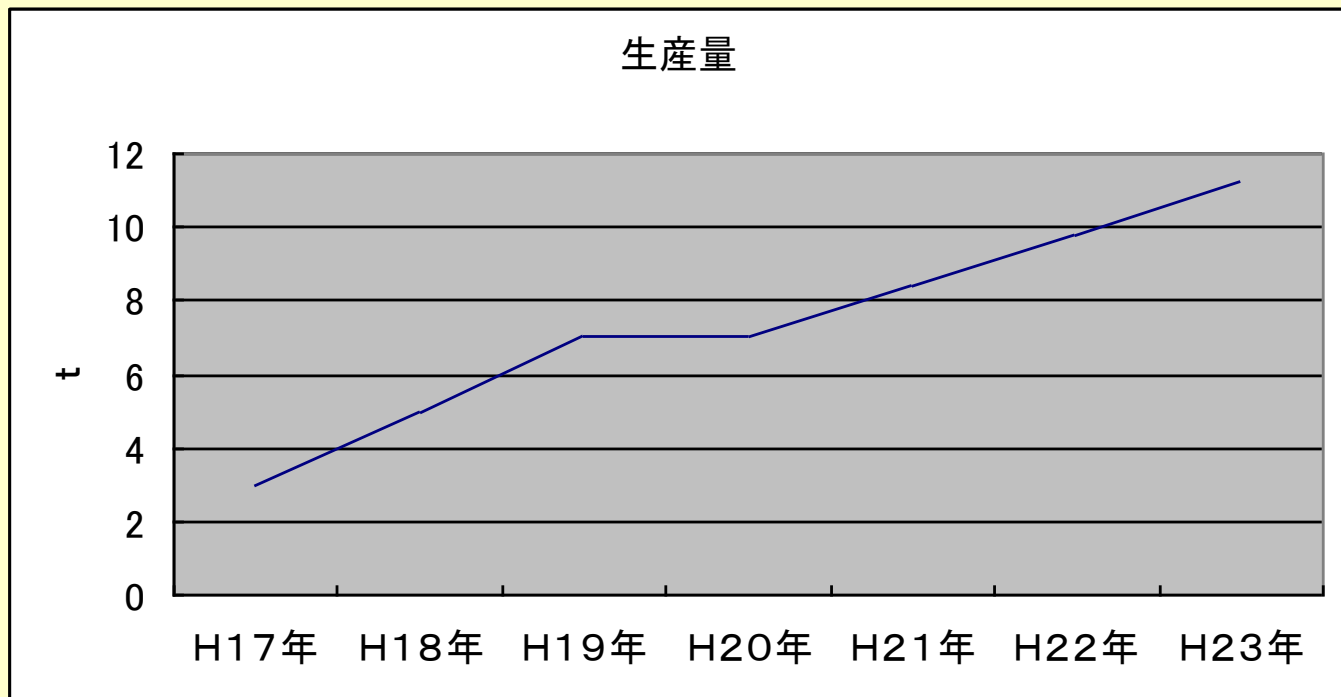


長崎空港いけどき屋



旅館・ホテルの観光客の誘致

生産量と 販売額の 推移



受賞・認証等の経歴

- ①平成18年度スローフード協会国際本部「味の箱舟」認定
- ②平成18年度食アメニティコンテストで最優秀賞
- ③平成19年度島原地域農業振興協議会長賞
- ④平成19年度グリーンツーリズム2007で優秀賞
- ⑤平成19年度雲仙ブランド認定
- ⑥平成19年度雲仙市長賞
- ⑦平成20年度スローフード協会国際本部最高位「味の砦」
(日本初)
- ⑧平成20年度イタリア「世界食の祭典」「世界食の生産者会議」参加



認証マーク



スローフード協会「味の砦」

残された課題

- ①地元伝統野菜としての定着
- ②消費者へのPR促進
- ③販路の確立：マーケティング支援による売れるしくみづくり
- ④有機栽培技術の確立と普及
- ⑤作付け者の確保と作付け面積・生産量の拡大
- ⑥加工施設の新規計画について

今後の取り組み

1. 販路の開拓支援

- ①「食べてみんなね！長崎 食の商談会」出展
- ②伊勢丹府中店「長崎フェア」出展
- ③郵パックの開始

2. PR・広報

- ①NHKラジオ第放送生中継（平成21年1月29日）
- ②長崎新聞「とっとっ」と掲載（平成21年2月1日号）
- ③KBC放送「どーも」（平成21年2月2日）
- ④KTN放送「めざましテレビ」（平成21年2月13日）

「食べてみんなね！長崎 食の商談会」



NHK第1放送「ここはふるさと旅するラジオ」



全国へ生中継

ご清聴ありがとうございました。

