2017年3月7日
株式会社　大麦や　浦松亮輔

浦松亮輔（うらまつ　りょうすけ）

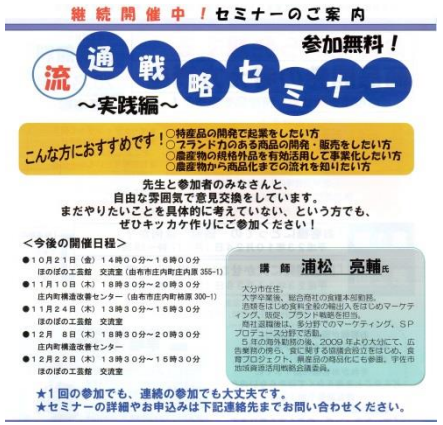
福岡県生まれ　　64才

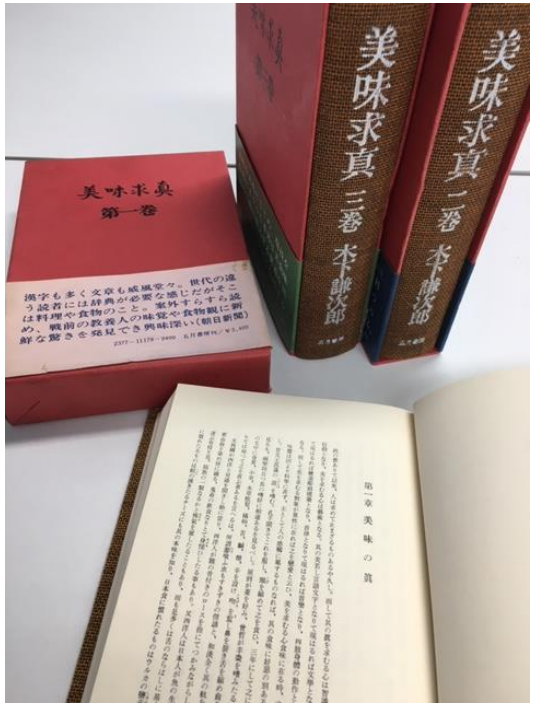
大分大学経済学部卒業

兼松江商株式会社（現　兼松）東京本社食糧本部勤務
　加工食品全般の輸入、酒類全般の輸出入
　　そして国内マーケティング担当として流通対策ならびに商品ブランディングを担当

セールスプロモーション業界にてマーケティング・プロデユースを経験
- 日産自動車各種プロモーション、イベントを担当
- 社）日本自動車工業会　東京モーターショー　公式行事、
  プレスセンターなどトータルプロデユース
- 国内外のイベント、展示会の企画、プロデユース

58歳で九州・大分に移住
大分合同新聞社にて大分全県を対象とした食のプロジェクトを担当
- 美味求真　（県、経済関係者、料理、歴史関係者にて協議会設立）
- 由布市地域ブランド創造・流通戦略セミナー担当
- 宇佐市地域資源活用戦略会議委員





大麦や
OOMUGIYA

大麦100%でつくった麺

小麦粉・そば粉・添加物 不使用

2012年　大麦と出会い

2013年　60才で【大麦や】商標にて
大麦麺の製造、販売をスタート！

2016年1月より熊本・八代に製麺所開設
同時に西田精麦株式会社の企画開発
顧問に就任！

大分市
大麦や
生産者を動かした熱き思い
いよいよ念願の"県産"が登場。

「大分には焼酎やみそといった麦の加工品があるので、麺があっても良いのではないかと思ったのがきっかけです」と代表の浦松亮輔さん。当初は大分産の大麦で作ろうと思っていたそうだが、そう甘くはなかった。世に出回る大麦製品の原材料は大半が輸入で、大分には大麦の製粉会社もないのが現状だ。かろうじて、福岡県の精麦・製粉会社との提携で九州産大麦として販売している。

いずれは地粉で作りたいとの思いを胸に、大分発大麦100%の麺づくりを始めた。温度や天候によって仕上がりが違う難しさに加え、色がどんどん濃くなる大麦麺の製品化には時間を要したという。試行錯誤を重ねた結果、幅広いジャンルの料理に使える、わずかに灰色を帯びたコシの強い麺が完成した。大麦粉と水と塩だけの麺は機能性に優れ、アレルギーのある子どもたちの救世主にもなっている。

折々に生産者に語り続けた思いが、今年いよいよ結実する時を迎えた。県内で育った大麦が収穫され、早ければ夏にはいよいよ県産100%の大麦麺が登場することになっている。

仕上がりに、手早く大麦粉をまぶすとでき上がり。

コシの強い麺は冷麺や揚げ麺、パスタ、サラダなど多彩な料理に。

上／大麦を使った「スナック菓子」や「玄米麺」などもある。
下／九州産大麦100%の「大麦麺」（110g/270円（参考価格））。

上／麺づくりの基本である原材料の配合は手作業で行う。
左／浦松さんは福岡出身、東京での飲社勤務を経て、学生時代を過ごした大分へ。

大麦や
✆097-560-0830
http://oomugiya.com
＊大分市「トキハ本店地下2階」、国東市「大分空港」、由布市「道の駅ゆふいん」などで販売。ネットショップあり。

西田精麦株式会社

本社：　熊本県八代市新港町2-3-4

商号	西田精麦株式会社 （ニシダセイバクカブシキカイシャ）
代表者	西田　啓吾
創業	昭和 4年10月
設立	昭和48年 3月
資本金	3,000万円
社員数	67人（社員62人、パート5人）男性：54人、女性13人 平均年齢　40歳
所在地	＜本社＞ 熊本県八代市新港町2-3-4 ＜ふとうサイロ＞ 熊本県八代市新港町3-12
関連会社	株式会社 伸誠産業 株式会社 ウェスタファーム 株式会社 千丁運送 株式会社　大麦や

西田精麦本社工場
（敷地面積6,000坪

埠頭サイロ
（保管能力31,500トン）

当社の主な事業

・精麦事業

焼酎・味噌の一次原料として製造販売

・飼料事業

南九州の肉用牛・乳用牛向け単味・配合飼料の製造販売

・食用事業

麦ごはん用の押麦、グラノーラ、大麦麺などの加工品製造販売

- 精米事業

  焼酎・味噌向け加工用米の精米・クリーニング

- 低温倉庫・サイロ事業

  低温倉庫4,000トン、埠頭サイロ31,500トンの運用

- 運送事業

  自社の運送部門にて顧客へ商品を配送

我が社の商品および関連商品

九州産大麦　グラノーラ

当社独自の加工技術でサクサク大麦グラノーラを完成！
精麦会社の商品らしく、大麦に拘った商品としました。
フレーバー（しょうが、さつまいも、黒豆きな粉）も誕生！！

大麦グラノーラ（100g）あたり】		
エネルギー	418	kcal
	1749	kj
水分	2.8	g
タンパク質	6.7	g
脂質	9.2	g
炭水化物	80.3	g
糖質	73.8	g
食物繊維	6.5	g
灰分	1.0	g
ナトリウム	3.0	mg
食塩相当量	0.01	g

大麦100%でつくった麺

大麦と塩のみで作られた麺です。保存料はじめ添加物は含んでいません。
ぷりぷりの食感とコシの強さ、さらには大麦の癖の無い美味しさが和洋中どんな料理にも相性がよく注目されています。

大麦めん【1袋（110g）あたり】	
エネルギー	305 kcal
	1286 kj
水分	29.0 g
タンパク質	6.9 g
脂質	1.2 g
炭水化物	69.6 g
糖質	63.1 g
食物繊維	6.4 g
灰分	3.2 g
ナトリウム	968 mg
食塩相当量	2.46 g

本日のテーマ

大麦への可能性の追求

大麦定着に向けた活動報告
in 九州

大麦なぜなぜ？？語録

【大麦100%でつくった麺】を見たお客様が一言！
　麦はダメなの！アレルギーなの！

【大麦100%でつくった麺】を見たお客様の一言！
　これは何？輪ゴム？？

大麦講座の後、女子学生が一言
　麦ご飯は好きだけど、大麦は食べたことがないから分からな～い！

ある精麦会社の幹部の一言！
　大麦は地味～な業界なんですよ！派手なことはしないほうが良い！

私の独り言
　小麦は小麦っていうのに、大麦は何故‘麦’

大麦とは？
その機能性とは？
その利便性とは？
そして、その可能性とは？

消費者のみならず、農家、業界も含めた意識改革の必要性

Corporate Identity
Brand Identity

コーポレート・アイデンティティ(英: Corporate Identity 略称: **CI**)は、企業文化を構築し特性や独自性を統一されたイメージやデザイン、またわかりやすいメッセージで発信し社会と共有することで存在価値を高めていく企業戦略のひとつ。CI、CI 計画、CI プロジェクトなどとも呼ばれる。1930年代にアメリカで始まった概念・戦略である。　(Wikipedia)
日本では1975年東洋工業がマツダに社名変更したのが初！

↓

内部の意識改革

↓ ↓

外部への新しいイメージ発信

＊社員、そしてその家族が自慢できる企業への変革
＊その実現から派生する社員の働きがいの創造
＊身内からの口コミが外部発信への最強ツール
　　＝イメージ変革と同時に裏付ける商品、情報の発信活動

↓ ↓

地域、業界に置き換えても同じ理論と実行が効果的 ＝ Area Brand Identityの実行

STEP1　西田精麦株式会社の社内意識の改革

西田精麦株式会社の強み

〇長年培ってきた高い大麦加工技術力！

〇創業当時より、大麦、米、メイズの加工に特化
　　小麦粉、そばといったコンタミの心配が無い老舗！

〇オーガニック認証を持つ加工工場！（安心、安全）

・・・強みを活かした商流の拡大と新たなる商流への挑戦！

BtoBからBtoCへの挑戦！！ではく、BtoBtoCを経由してBtoCへの蓄積

STEP2　大麦商品のみならず、大麦自体のことを知ってもらう！

○大麦の良さを理解してもらう！
○大麦の美味しさを知ってもらう！
○大麦の理解者を増やしていく地道な努力

機能性の追及と美味しさは反比例する。

機能性ばかりを追及してませんか？

美味しくなければ意味がない！

大麦の機能性は後からついてくる！

美味しい、大麦商品（本物）の開発と
それを通じての大麦ファンの育成

大麦プロジェクトへ

大麦の認知徹底、消費者教育の一環
大麦ファンの創造を目指そう！

・大麦ワークショップの各地での展開
　大麦のメニュー提案、大麦講座、料理教室

・大学と連携した大麦プロジェクト
　栄養士、管理栄養士コースの生徒とのコラボ

・大麦を切り口とした地域活性、農業活性化
　入口、出口のバランスを見ながらコラボ

STEP3　具体的な活動

大麦ワークショップ＆料理教室

大麦の理解者を創る
大麦ファンの育成

構成案；
大麦のお話し！
大麦メニューのテーマ
料理実習
食事会

大学とのコラボ、提携での大麦プロジェクト

大麦商品の開発、普及活動を通じて栄養士、管理栄養士候補に大麦のことを知ってもらおう！
大麦を勉強しながら商品創り、そして、地域活性化に向けての活動を実施しよう！

尚絅大学（熊本市）
食育研究センター

熊本県立大学（熊本市）
総合管理学部/環境共生学部
COC事業

大分大学COC+事業
玖珠町大麦プロジェクト

西田精麦（株）と尚絅大学（熊本）との提携プログラム

Orge Club（オルジュ倶楽部）

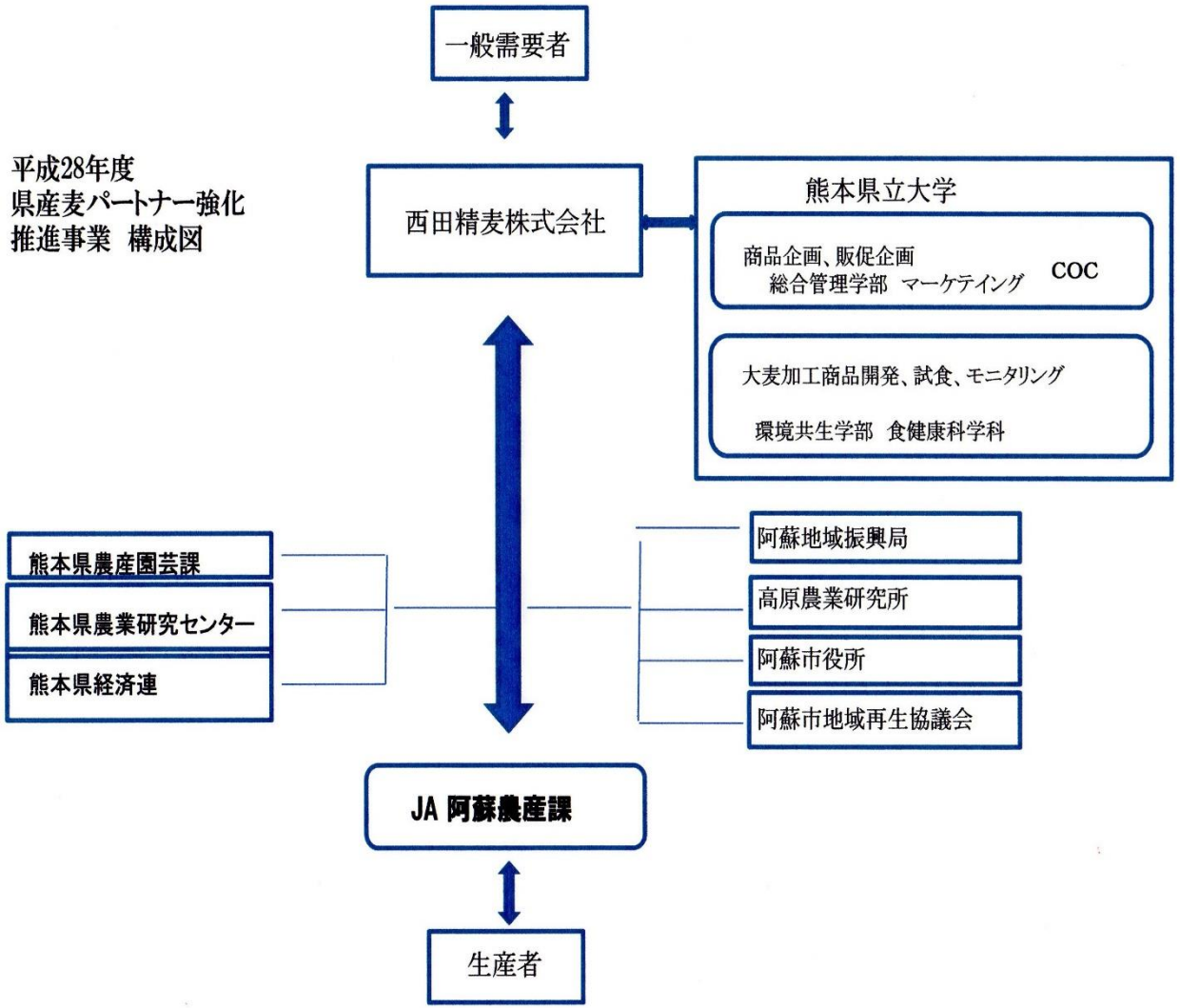
大麦の「機能性」「美味いしさ」をテーマ！
大麦商品への試食、モニタリング
大麦メニューの開発、レシピ化
大麦商品の企画開発への相互協力
大麦普及活動への協力

尚絅大学　食育研究センター活動の一環として
生活科学部　栄養科学科と連動した大麦普及と
商品開発プロジェクトを1年、2年生34名にて実施

今年度のテーマは、【大麦スイーツ】

熊本県立大学COC事業として【阿蘇大麦プロジェクト】

平成28年度
県産麦パートナー強化
推進事業　構成図



テーマ：　阿蘇大麦カレー

BS JAPAN【運命の日】阿蘇復興カレー取材

AP BANK Music for Aso
【農業遺産マルシェ】
カレーのモニター販売

熊本西部ガスイベント・食育ブースにてカレーチャリティ販売

熊本県立大学と西田精麦とのコラボ商品発売！

概要
〇アレルゲン原材料を極力抑えた安心、安全カレー
　アレルゲン7品目不使用
〇阿蘇、熊本県の農作物を利用したカレー
　地域の農作物を取り込んでの商品規格
〇熊本県立大学から県内、九州、全国に発信予定
　商品企画、デザイン、販売戦略までを提携下で実施

用途
〇被災地支援　支援イベントでの提供
〇収益金を災害復興へ寄付
〇被災時の保存食としての推奨
〇学校給食、病院、自衛隊などへの提供
〇大学としての活動結果としての発信

マーケティングを学ぶ
熊本県立大総合管理学部の学生5名が
「阿蘇大麦カレー」を考案し、
平成29年2月16、17日に幕張メッセ
で開催された展示会にて試食を開催。

世界農業遺産指定　阿蘇大麦カレー

来年度よりJA阿蘇にてシリーズ商品として発売予定！

大分県玖珠郡玖珠町： 人口　15592人
山間部の盆地　標高300m～600m
イメージ：童話の里、子供に、人にやさしい町

大分大学COC+事業として

大麦で玖珠を元気するプロジェクト始動！

プロジェクトが目指すもの

□地域と一体となった玖珠の魅力発掘、創造、そして、その普及、発信作業
□農福産学官民連携における地域への貢献

・商品創りはゴールではなく、上記への過程であり、媒介となり得るもの。

・売れる商品を栽培から一次加工、そして、商品化、販売までを目的とします。

・マーケテイング戦略に基づいたゴールまでのマイルストーンの設定と実行

□農業の活性化と儲かる農業への転換
□農業と連動した産業と新しい雇用の創造
□生産量、加工能力、管理能力、そして販売能力に併せたマーケテイング設定

大麦栽培からの挑戦！

なぜ？大麦？？

大分県は、麦焼酎、麦味噌の生産地として全国的にも知られている！
しかし、大分の大麦生産量は、はだか麦が辛うじて全国3位ですが、
二条大麦は11位となっています。
＊生産量都道府県ランキング一覧平成27年度より

大分県民、全国の麦焼酎ファンは、そんな実態を知らない！
麦焼酎、麦味噌＝大分県＝大麦の産地であると勝手に解釈しているに違いない！

大麦文化を背景に説得力ある、大麦商品を開発、発信するのは大分県の特権。
お金では買えない【大麦ストーリー】を無駄にしては大きな損失。
＊ストーリーと裏付けを作るためには、長い年月と大きな費用が掛かる

大麦ブームから大麦の安定消費への路線が年々加速！
従来の用途に大麦加工品、大麦商品が加わって、大麦マーケットは確実に成長分野に！

大分の大麦ストーリー（誤解）を最大限活用するための玖珠大麦プロジェクト

大麦栽培0からの挑戦！

農産官学が連携したプロジェクト！

栽培から販売までの一貫したプロジェクト！

玖珠町の挑戦は、農業と連動した新しい地域活性化モデル事業として進行中です！

玖珠盆地が大分を代表する大麦生産地になり、大麦関連産業の発信基地となることを目標に！

プロジェクトへ構成

農業のみならず
農福産学官民連携へと・・・

農業（農）
大麦栽培をはじめ
農業の活性化

＋

福祉（副）
NPO法人など
共働できる社会創り

＋

企業（産）
玖珠町商工会議所
有）東華、道の駅、有志

＋ ＋ ＋

大学（学）
大分大学COC＋

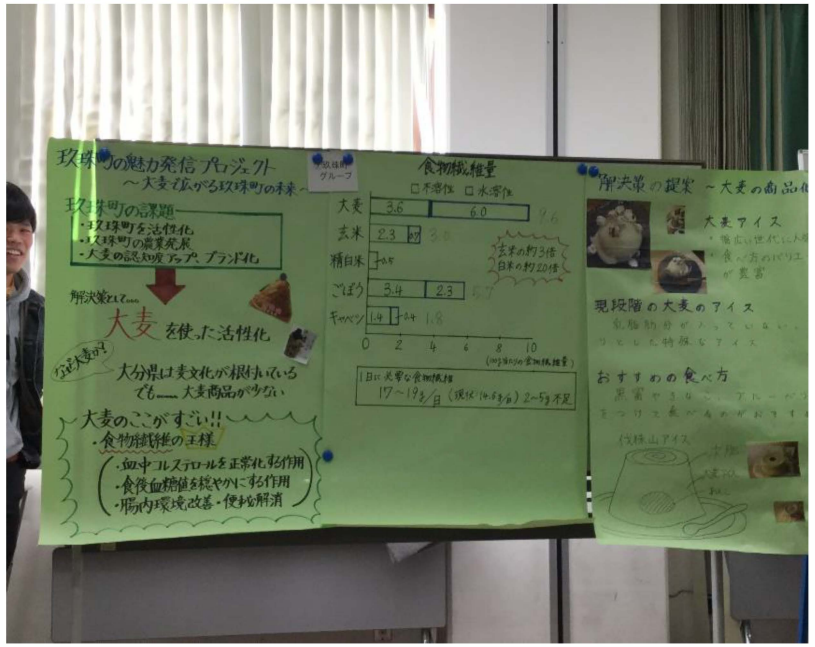
＋

官（行政）
大分県、玖珠町

＋

地元（民）
高校、中学校はじめ地元
の方々

・・新しい地域活性化モデルの構築とその発信・・



大分大学COC+で、
行政や企業が示した課題の
解決策を提案する
「地域ブランディング」授業の
発表会を開催。

「玖珠町で大麦の商品化による
過疎地域の創世」のテーマでは、
学生から大麦冷菓（アイス、ムー
スなど）の商品化への提案が
2017年3月5日の【玖珠町民の
日】大会にて行われました。

大麦カレー

大麦めん

大麦ムース

大麦ケーキ

大麦アイス

KUSU Area Brand Identity

始動時期
From 0 to 0.1
The First Step

初　期
From 0.2 to 10
The Second Step

中期
From 11 to 30
The Third Step

気づき、期待

実感、効果

町全体としての効果認識

農業・栽培

テスト栽培、播種

品種の絞り込み
ハトムギ栽培トライ

玖珠＝大麦栽培地として認知されるまで拡大
＊ハトムギも本格栽培開始

観光　地元でしか食べれない〇〇　この時期しか食べれない〇〇　玖珠だから〇〇　展開

Target Image
〇大麦が黄金色に輝く綺麗な自然豊かな玖珠
〇町の至るところで地元ならではの大麦商品、メニューが四季で楽しめる
〇町の産業として、大麦加工所があって、地元での雇用がたくさんある
〇農家の方々が明るく、楽しく農業に親しむ。新規就農者の増大！
〇麦秋イベントで5月から6月に関しては、観光客が増大
〇大麦のみならず、ハトムギ、それ以外の農作物も活性化して地域貢献

今後期待できる大麦の可能性の追求

大麦の機能性；

水溶性食物繊維（β-グルカン）
小麦グルテンフリー
カフェインレス（麦茶）
低GI食品（血糖値の上昇が少ない）

医療分野での活用
- 予防医学
- 高コレステロール
- 高血圧症
- 糖尿病
- 妊婦

食物アレルギー対策

- 大麦栽培面積拡大と生産量アップ
- 安心、安全な美味しい大麦商品の開発と提供
- 大麦商品の利用、活用方法の提案と理解促進

小麦の活用方法は、粉としての活用に限定される！

一方

大麦は、
粒としての利用に留まらず、粉にしても利用可能！

大麦の可能性は無限に拡がります！

ご清聴ありがとうございました。