

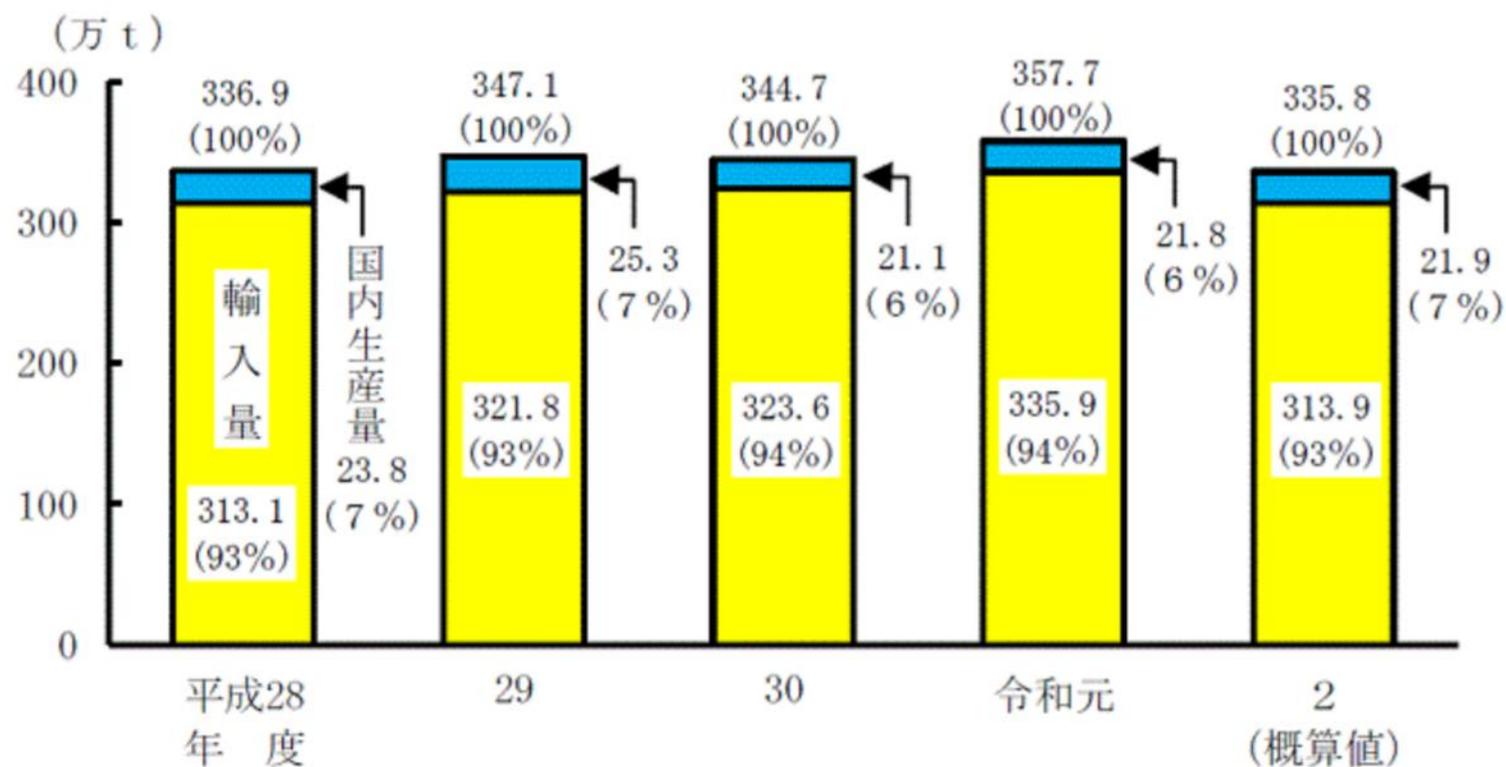
大豆を使った商品の展開

令和5年度地域職能連携プロジェクト（北海道LFP）
ビジネスプラン検討会 資料

bakery & cafe cotori

関連データ

大豆の国内生産量と輸入量の推移



資料：農林水産省大臣官房政策課食料安全保障室「食料需給表」

注：（ ）内の数値は、国内生産量及び輸入量の合計値に対する割合である。

士別市生まれの品種



つくも4号 って知っていますか??

1 誕生ストーリー

平成16年に三分一敬(さんぶいち たかし)氏が、極大粒黒大豆「いわいくろ」と極大粒黄色大豆「ツルムスメ」を交配し育成を進めました。

平成31年2月12日に農林水産省より種苗法に係る品種登録がされ、士別市初の大豆新品種の誕生となりました。

2 主な特徴

①全国的にも希少な茶色い大豆で、大きさは約10ミリ(通常の大豆は7ミリ程度)と非常に大粒で、甘味が強く、味の濃厚さが特徴です。

②平成30年度に成分分析を実施しており、一般的な国産大豆よりも、大豆イソフラボンが多く含まれています。



大豆イソフラボンって何??

化学構造が女性ホルモン(エストロゲン)と似ており、エストロゲン受容体に結合し、種々の生体作用を発揮します。

主に骨粗しょう症の予防や更年期の不調を改善する効果があります。



3 加工品も様々

これまで、『茶豆納豆』や『豆大福』など様々な加工品が開発されてきています。

また、新たに「つくもの月」が開発されるなど、市内各事業所の皆様も普及促進に努めていただいています。



【茶豆納豆】



【豆大福】



【つくもの月】

4 試作の場合は連絡を

現在、市では「つくも4号」の普及促進を目的に、事業者の方々が商品の試作などで「つくも4号」を使用したい場合、**初回のみサンプルとして無償提供しています。**

希望される事業所がありましたら、士別市役所農業振興課農政係まで一度ご連絡をお願い致します。

【連絡先】 0165-26-7030

つくも4号の収穫量（令和4年）

作付け面積 約 2 ha

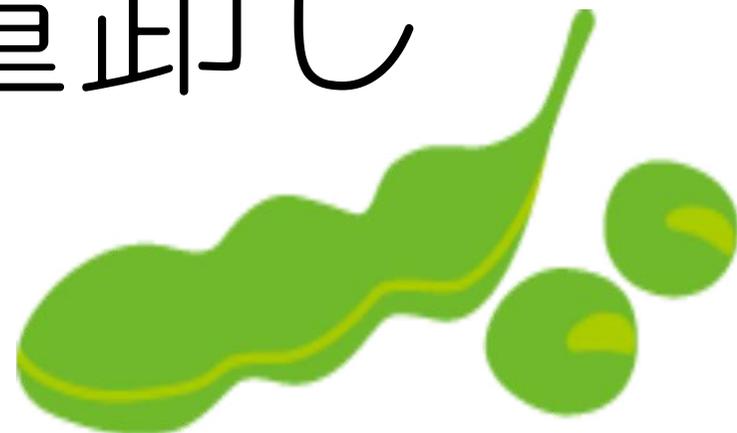
収穫量 約 5 t (5,130kg)

北海道全体の大豆収穫量 24万t

つくも4号の卸し先

旭川（株） 藤井

全量卸し



つくも4号 一番の消費先

北広島 北海道はまなす食品（株）

つくも4号の茶豆納豆を製造、販売

年間 1,800kg を消費



つくも4号 大豆のポタージュ



つくも4号 大豆の炊き込みごはん



つくも4号 大豆のマドレーヌ



つくも4号 大豆のマドレーヌ



目指す商品のカタチ

- ・ 「合宿の里、土別」らしい
- ・ 大豆というヘルシーさが伝わる
- ・ 特別ではなく日常

想定するプロモーション、販売方法

スポーツ合宿の町から生まれた商品としてPR

マラソン、自転車、登山、スキー、キャンプなど

様々なスポーツやアウトドア関連の会場で

試供品の提供とモニタリング。



対象市場（国、地域、業種、顧客層）

1、携行食（補給食）としての販売先

アウトドアが盛んな地域。
道内では冬のレジャー目的のお客様が多い、
ニセコや富良野など。
スキー場のあるホテルやドラッグストアに。

2、ドライ商品

大豆が日常にある地域。
インドネシア、台湾など

ビジネスアイデアの概要

【商品・サービスの内容】

- 北海道は大豆の国内生産量トップを誇る地域です。
- 稲作からの転換作物として栽培という経緯はありますが、貴重な国産作物の一つとなっています。
- かつて土別も全道1位の大豆の生産地だったことがあります。また、土別には「つくも4号大豆」という品種があり、地域ブランドとして大豆を使った新しい商品を作りたいと考えていました。
- 大豆の用途には、豆腐、納豆、味噌や醤油の原料があげられます。
- いずれも「国産大豆」を使用した製品は、輸入大豆を使用したものより値段が高くて価値があると思う消費者も多い様です。
- 商品として惣菜や調味料といったものが多く見受けられますが、近年は大豆の高タンパク、低糖質といった価値を食品に生かし、菓子や麺など様々な食品に加えられています。
- これらの商品は、大豆粉の利用が大きい様ですが、素材、食感をより活かすため、大豆のペーストやフリーズドライの大豆を製品に使用したいと考えています。
- 商品として
 - 1、大豆ペーストを使った携行食(行動食)
 - 2、インスタントの大豆のスープ、煮物
 - 3、大豆の炊き込みご飯のもと
- 大豆のマドレーヌを自店で販売。
- 蒸し羊羹の試作。
- 大豆のポン菓子を炊き込みご飯として販売。
- 大豆のポン菓子で煮物の試作。
- 大豆は種類も多く、その豆ごとに違った味が生まれます。惣菜系、デザート系と幅広い利用が見込まれる素材で、栄養価の高さも製品の価値を高めると考えています。

【想定するプロモーション・販売方法】

- スポーツイベント(マラソン、自転車ツーリング、クロスカントリーなど)で試供品として提供、また一つのブースとして販売
- 道の駅で出来上がり商品を販売(炊き込みご飯のもと)
- 海外からの観光客の方々には、ツアー会社を通じて携行食のモニターを依頼してみたい。

【対象市場(国・地域、業種、顧客層等)】

- 携行食、インスタントスープは、アウトドア、スポーツ店、コンビニエンスストア、ドラッグストア
- 炊き込みご飯のものは、道の駅、サービスエリアなどのお土産として

<インドネシア>

- (大豆の発酵食品テンペを食材にしているため、大豆に慣れ親しんでいる。多民族、多宗教のため食材のタブーがある中、大豆は貴重なタンパク源となる)

<台湾>

- (豆腐、味噌といった大豆の加工食品が日常に存在。
- ルーロー飯のような炊き込みご飯もメニューに存在している。自転車メーカーがあり、ツーリングも盛んな地域。補給食としてPR。

【想定するスケジュール】

- 10月~11月 製品に必要な原料の選択、製造に関わる業者の選択、販売業者の選択
- 12月 商品の試作、試験販売、検討
- 1月 商品決定、パッケージなど
- 2月 商品の販売

提案するアイデアに関する自社のリソース・必要とする協業・連携パートナー

【自社のリソース(経営資源・強み)】

- 大豆農家さんと直に話が出来ます。
- 試作し、自店のお客様に試食して頂き、反応を見ることが出来ます。

【必要とする協業・連携パートナー】

- 適切な製造業者、バイヤー

アイデアの具現化に向けた課題

- 自分の店は小規模経営のパンとカフェの店です。
- 今回、試したい商品を作るには、施設の規模、設備、人手のどれも不足しています。
- また、外部販売に関しての知識も人脈もありません。

アイデアの具現化により解決につながる地域課題のイメージ

- 土別は羊の町として知られていますが、実際は農産物の生産がはるかに多い町です。
- 市がお金をかけて作った品種、つくも4号大豆。
- この大豆も宙に浮いた状態が長く続き、栽培も広がりません。
- 大豆商品が動くことにより、新たな町の特産品としての利用と、栽培量が増えることを期待します。