

## 女川町商工会（宮城県女川町） 買物客のつなぎ止め目指し ポイントカードを導入

問い合わせ先/  
女川町商工会  
電話 0225-53-3310  
ホームページURL  
http://www.onagawa.  
miyagi-fsci.or.jp/

宮城県の東端、牡鹿半島に位置する女川（おながわ）町は、銀ザネの水揚げが全国一、サンマの水揚げは本州一を誇る水産業の町です。女川町商工会では、電源地域振興センターの「専門家派遣事業」を活用し、商店街の生き残りをかけてポイントカードの導入を計画しました。平成十三年七月一日より「シーパルカード」の運用を開始した女川町商工会の取り組みを紹介します。

### 直面する課題 深刻化する 消費者の町外流出

女川町では、人口の減少（一九八〇年一萬六千人、二〇〇一年一萬二千人）や高齢化によって地域購買力が低下し、町内の商店街は地盤沈下が進んでいます。商業統計によれば、一九九一年には小売店が二百五十八店、年間販売額が九十四億円でしたが、一九九四年には二百四十三店、九十二億円、一九九七年には二百二十

四店、八十五億円と年々減少しています。さらに近年、石巻市郊外に、大型量販店やホームセンターが進出して集客力を強めるとともに、人気漫画キャラクターの展示施設である「石ノ森萬画館」（平成十三年七月開館）を中心市街地に誕生させ、郊外・中心街ともに吸引力を高めています。

一方、女川町の商店街は、女川駅や国道398号に面した一角に集積し、第二種大型店の地元スーパーが一店舗あるだけで、買物客をつなぎ止める核店舗はありません。このままでは地元商店街の地盤沈下に歯止めがかからないという危機感を持った商工会では、どうしても買物客の流出を食い止め、町民の生活利便性のために商店街を存続させたいと考えました。

### 事業の経緯 「専門家派遣事業」を活用して ポイントカードを研究

女川町では、昭和四十九年からスタンプを導入し、買物客を地域によって、買物客へのアピール度の高いイベントが開催できるようになりました。九月の商工祭では実際のポイントの数倍相当の交換商品を用意する計画です。ポイントカードを導入して二カ月足らずですが、すでに会員数は四千五百名を超え、現在も増加中です。加盟店はスタンプ時代の六十店舗に対して、七十五店舗に増えています。酒店などでは「ポイントカードがあったから、お中元用品を町内の人たちに買ってもらえた」と評価しています。また町内の水産加工場に勤務する町外の人たちも会員となり、スタンプ時代に比べて会員の階層の広がりが見られています。

商工会では「これからポイントが貯まり出し、買物客のつなぎ止め効果が現われてくるのではないかと」ポイントカードに期待をかけています。商工会では顧客情報を生かして「攻めの商い」を実行していく予定です。購入率の低い地区を把握して集中的にPRを行うことや、ホストコンピュータから加盟店全店に一齐に販売セー



お客様にポイントが付くので喜んで頂いています（店主）

差額が一円に増えたとになります。還元率だけの比較では、買物客へのサービスがスタンプよりも低下したように見えますが、手厚くなった差額

から加盟店全店に一齐に販売セー

### 女川町商工会の工夫 「コスト、利用しやすさ、 運用しやすさ」

言い換えれば、できるだけ多数の商店がポイントカードに参加して会員数を増やし、商店街全体で買物客の囲い込みを図ることが特に重要であるため、女川町の「シーパルカード」では、ロココスト、利用しやすさ、運用のしやすさなど次のような工夫をしました。

- 一、商業者の負担は、ポイントカードを読み込む端末機のリース料月額千円だけにしました。これは同様のカードを導入している商店街の二分の一です。買物客に提供するカードについても商工会が無料で各商店に提供しています。宮城県の補助を活用したことで、どうしても商店街を残したいと考えた女川町も県以上に補助してくれたことによって、商業者の負担を抑制することができました。
- 二、氏名、累積ポイント数などが白地に青色の文字でくっきりと表示される最新のリライトカードを導入しました。特に累積ポイントは大文字で表示され、高齢者でも現在のポイント数が一目で確認しやすいカードにし

## 西和賀農業協同組合（岩手県沢内村） 地場産品の高付加価値化を 目指したレトルト食品開発

問い合わせ先/  
西和賀農業協同組合  
生活課  
電話 0197-85-3303  
ホームページURL  
http://www.nishiwaga.  
or.jp/

沢内村は、岩手県南西部に位置する人口四千二百人の村です。沢内村の基幹産業は農業ですが、高原性の地形・気候は畜産に適し、良質な牛肉や乳製品を生産しています。また沢内村に隣接する磐石町には、葛根田地熱発電所があり、自然にやさしいクリーンなエネルギーを供給しています。

岩手県沢内村の西和賀農業協同組合では、特産品である牛肉の付加価値を高めるため、電源地域振興センターの「専門家派遣事業」を活用して、レトルトパック入りの「ビーフカレー」「クリームシチュー」「ハッシュドビーフ」の商品化を進めてきました。商品化までの経緯を紹介します。

### 直面する課題 収入が不安定な 畜産農家

沢内村では「いわて和牛」の生産を行っており、県内及び首都圏に出荷されています。出荷量の点では比較的安定していますが、

「神戸ビーフ」や県内の「前沢牛」のようなブランド化が確立されていないため、国内他産地との競争が厳しく、価格変動が大きいなどの課題を抱えています。また枝肉の状態で出荷する場合、枝肉の端の部分や「すね」「すじ」など、商品とならずに売れ残る部分が少ないから発生します。

このため、安定した現金収入を確保すること、売れ残る部分を売り切るための対策を検討する必要があるとしました。そこで、具体的な対応策として、村内で生産された素材を安定的に受け入れ、加工し、食品として出荷する仕組みの検討をはじめました。

### 事業の経緯 「専門家派遣事業」を活用して レトルト食品を開発

西和賀農業協同組合では、平成十年度以降「専門家派遣事業」による指導を受けながら、加工食品の商品化の検討をスタートしました。



舞茸ビーフカレー

調理の方法としては、牛肉の端材「やすね」、あるいは「すじ」や「骨」などの部位を有効に活用するため、煮込み料理が選ばれました。またパッケージの方法としては、煮込み料理への対応が容易で、日持ちがするため在庫に対する安心感があること、パックの中で調理を行うため将来の新メニューの開発にも対応しやすいこと、高齢者や子供でも開けやすく、環境にもやさしいこと等の理由から、レトルトパックが選択されました。

以上の検討の結果、指導一年目の平成十一年度には、製造する商品の選定を行いました。この時点ではハンバーグやソーセージも検討対象に上がりましたが、他産地で既に製造している事例が多いため、派遣専門家の勧めでビーフカレーを商品化することに決定しました。さらに調理方法とレトルト食品製造に関する技術指導を受けました。

平成十一年度には、料理専門家の指導のもとに、地産の材料を使用することによる味の向上と食品としての安全性の追

求にこだわり続けました。そして平成十二年度には、大手メーカーのレトルト製品との差別化をはかるため、レトルト食品では珍しく食品添加物を一切使用しない調理方法に改めるとともに、村内で生産される良質な舞茸と一緒に煮込んだ「舞茸ビーフカレー」として商品を一新しました。

**販売状況**  
コンクールで高い評価

こうして製造されたレトルト食品は、味の点で高い評価を受けました。平成十一年に出品した「第十回電気ふるさとじまん市」において、良質な材料を使用し無添加であることと、丁寧な製造工程が評価され、「ビーフカレー」が東武百貨店池袋店の店頭に並びことになりました。さらに平成十二年には、岩手県及び県食品産業協議会主催の「第十四回ふるさと食品コンクール」で、新商品である「舞茸ハッシュドビーフ」が優良賞を受賞しています。

販売対象とする市場や顧客像あるいは価格は常に変化しており、短いスパンで最善の販売方法に切り替える努力は欠かせません。

とはいえ、加工食品として地元から出荷できるようになったこと

で畜産家にも安定した収入をもたらす基盤が作られたことへの貢献は大きいといえます。今後はいかに生産設備に見合った販売拡大を図っていくかが課題です。

**今後の販売戦略**  
国産牛使用による安全性と丁寧な作られた味の良さを積極的にPRすべき

西和賀農業協同組合が製造する「舞茸ビーフカレー」をはじめとするレトルト食品は、国産牛肉を使用していることによる安全性と、丁寧な調理方法による味の良さを特色としています。

安全性の面では、遺伝子組み替えによる飼料の使用や狂牛病等の恐れのない国産牛の中でも、特に沢内村では高原性の気候や自然を生かした健康的な肥育を行っていることが挙げられます。

また味の面では、小ロット生産（一度に調理する量が五百〜六百食）の特色を生かして、大手メーカーの製品とは異なる製造方法を採用しています。具体的には、通常のレトルト食品は化学調味料を含む材料をパックに詰め、高温・高温で一定時間加熱して製造しますが、西和賀農業協同組合のレトルト食品の場合は、あらかじめ



「お客様に商品の良さを知っていただくための情報発信が必要です。現在、新商品として薬膳カレーを開発中です」(専門家派遣事業を初年度から担当した溝淵課長)

「すじ」や「骨」の部分を鍋でじっくりと煮込んで天然のスープをとり、これを他の素材と合わせてレトルトパックに充てんし、高温・高温調理を行うという手間のかかる工程を採用しています。化学調味料にかえて天然のスープを使用しているため、味の点でも健康の点でも満足できる出来栄になりました。

しかし、現在のパッケージではこういった特色が十分に消費者に伝わらないため、パッケージデザインを新たに改良するなど、効果的な情報発信に努める必要があります。

さらに、岩手県内を主要なターゲットとして、岩手県産株式会社と協力しながら、「堆肥で栽培された牧草を飼料として大自然の中で育った安全・健康な牛肉を材料とし、地産の良質な野菜や舞茸を加えて、手間ひまかけて調理している」点を積極的にPRしていくことが重要と考えられます。

平成十二年度  
『地域のひろば』  
総括アンケート

『地域のひろば』の読者の方々に寄せられた意見を反映し、より良い誌面づくりに役立てるため、アンケートを実施しました。アンケート用紙は平成十二年度最終号（一七六号）に同封して三千四百力所に送付した結果、百三十二通の回答がありました。

**『地域のひろば』の活用目的**

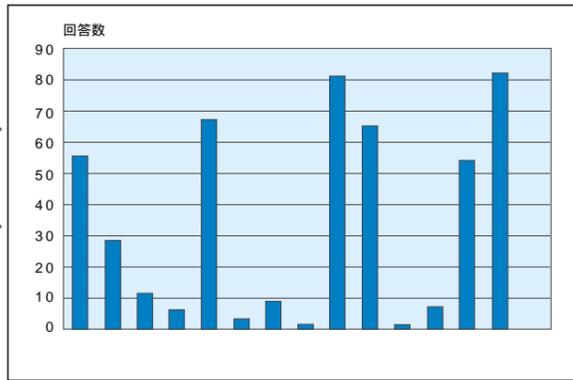
『地域のひろば』は、地域振興の方策の検討、環境・エネルギー問題についての検討、政府等から発信される情報の収集等に活用されています。

今後取り上げて欲しい事例

『地域のひろば』の誌面上に今後取り上げて欲しい事例を聞きました。調査の対象は自治体のみとし、回答は九十九通でした。「高収益をあげている事業」が五十二件で最も多く選択され、次いで「再建を果たした事業」が四十四件、「従来通り」が十七件となっており、収益性と事業の再建に対する関心が高いことがわかりました。

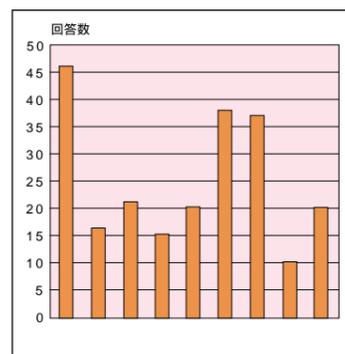
『地域のひろば』活用目的のアンケート項目

- 活用方法1：地域振興**  
地域振興方策について検討のため、地域振興先進事例を参考にした。地域振興方策についての検討のため、電源三法交付金活用事例を参考にした。広く配布する資料等のため、誌面を引用・複写するなどして活用した。掲載事例の市町村に直接問い合わせをし、さらに詳しい内容について情報収集を行った。具体的に活用しなかったが、読み物として楽しんだ。
- その他
- 活用方法2：環境・エネルギー問題**  
広く配布する資料等のため、誌面を引用・複写するなどして活用した。掲載事例の連絡先に直接問い合わせをし、さらに詳しい内容について情報収集を行った。環境・エネルギー問題に新たな知識を得ることができ、自らの理解の向上に役立った。具体的に活用しなかったが、読み物として楽しんだ。
- その他
- 活用方法3：政府等から発信される情報の収集**  
広く配布する資料等の作成のため、誌面を引用・複写するなどして活用した。電源三法交付金に関する新たな知識を得ることができ、自らの理解の向上に役立った。具体的に活用しなかったが、読み物として楽しんだ。
- その他



「読者からのはがき」  
分析レポート

『地域のひろば』(一七三〜一七六号)同封の「読者からのはがき」の回答を分析してみると、面白かった記事として、「電源地域のサクセスストーリー」や「シリーズネットワークでまちづくり」といった地域紹介記事が多く選ばれています。誌面を取り上げて欲しいテーマについては、「観光業」が三十二件で最も多く、「環境・衛生」が二十五件と続いています。



**面白かった記事**

- 読者からのはがき
- 電源地域のサクセスストーリー
- Peopleプロの目
- Peopleキーパーソン
- Peopleサポートします
- Focus政策・精度
- シリーズネットワークでまちづくり
- シリーズネットワークでまちづくり
- Energy square
- 情報クリップ

今年度からご意見八ガキの枚数を4枚に増やしました。多数のご意見をお待ちしています。

特産品紹介

天然高級あさり

(山口県小野田市)

小野田市の特産品である「小野田あさり」(商標登録出願中)は、小野田市の沖合十キロ、水深七〜八メートルの海底を漁場とし、潜水服に身を固めた潜水士によって漁獲されます。漁は水が冷たい十一月中旬から五月中旬まで行われます。浅海モノと比べて身が締まり、うま味が濃いたが特徴で、関西を中心に高級料理店等に出荷されています。平成十三年二月二十四日の民放「どっちの料理ショー」で食材として紹介された他、NHK今日の健康「三月号でも取り上げられました。



問い合わせ先/小野田市農林水産課  
電話 0836-83-2780  
小野田市ホームページURL  
http://www.city.onoda.yamaguchi.jp/