●山梨県パン協同組合　TOPICS

パンの販路拡大に向けPR
サンドイッチレシピと県産小麦粉の愛称を募集

愛称を「かいほのか」に決定

山梨県パン協同組合（小野曜理事長　組合員12社）では、近年生産が増えつつある県産小麦「ゆめかおり」と富士山麓の「富士山酵母」を使ったパンを開発し、パンの消費拡大を目指している。

組合では、県産小麦「ゆめかおり」の生産拡大を促すための補助事業を活用し、サンドイッチレシピコンテストや小麦粉の愛称募集などのPR事業を展開してきた。実施にあたっては、山梨県民全体に認知度を高めてもらうため、ラジオ、新聞、ポスターなどのメディアミックスによるPR活動に力を入れてきた。

組合は昨年7月に組合員と青年部員による実行委員会を組織し、10回に渡り計画から実施状況の検討を行い、事業効果を判断しながら取り組んできた。

PR事業では、YBSラジオの番組「キックス」に理事長や組合員が複数回出演し、組合の活動、県産小麦「ゆめかおり」の紹介、サンドイッチレシピコンテスト開催の趣旨説明、小麦粉の愛称の応募方法などの組合の取り組みを段階的に発表することで、聴取者の関心を高めるとともに、話題として盛り上がるような仕掛けを行った。

サンドイッチレシピコンテストでは、食パン・コッペパン・ベーグル・カンパーニュ・バゲットの5種類のパンにあわせた県産の素材をはさんだサンドイッチレシピを募集し、パンの種類ごとに組合の担当者が交代でラジオに主演、ラジオを担当している曜日ごとのパーソナリティにパンの特徴やイメージを伝えてもらい、応募者の創作意欲を刺激するような取り組みを行った。また、大型ポスターに加えチラシ3万枚も作成しPR活動を展開した結果、レシピ応募総数413の中から組合の実行委員の1次選考、ラジオパーソナリティの実食審査を経て5種類のパンごとにグランプリ候補3作品を選考、11月6日から10日にかけて、オギノリバーシティSCにおいて各日50名の一般審査員による試食審査会を開催し、グランプリ、準グランプリ、優秀賞を決定した。

県産小麦「ゆめかおり」を使った小麦粉の愛称募集事業では、山梨日日新聞の全面広告、タウン紙「かわせみ」「フジマリモ」への告知広告や記事の掲載により県民への周知を図った。その結果、愛称応募総数360と予想を上回る反響があり、広く県民への認知度を高めることができた。また、愛称募集の審査は実行委員会で絞り込みを行い、既存商標とのバッティングの有無を確認し「かいほのか」に決定した。

「かいほのか」は県内の穀物メーカーである㈱はくばくを通じて販売することになっており、一般消費者向けの小袋製品の商品化も検討している。

こうした県民全体に行き渡るPR活動の効果が生産者にも実感できたことから、「ゆめかおり」の来年度の作付面積の拡大も見込まれており、組合としても、メディアミックスの宣伝効果の高さに注目している。

今後は、サンドイッチレシピコンテストの最終候補15作品のレシピを組合員が共有し、各社が商品化に取り組むことにより、更なる県産小麦粉の利用とパンの消費拡大につなげたいとしている。

また、組合では、今後の事業展開に向けて、関係機関への協力依頼と補助事業の継続申請の検討も進めている。その中で、組合員だけでなく山梨県内のパン屋全店に呼びかけ、オール山梨の農林漁業、畜産物の加工品をはさんだサンドイッチをPRする「まるごと山梨パンまつり～ヌーボー小麦と旬のやまなしを味わう～（仮称）」イベントの開催に向け準備も進めており、実現すると山梨県内のパン業界として画期的なイベントとなる。

レシピコンテスト入賞作品と小麦粉愛称決定のチラシ

リバーサイドＳＣで開催の最終審査会の様子

県民まつりでのコンテスト入賞作品の販売