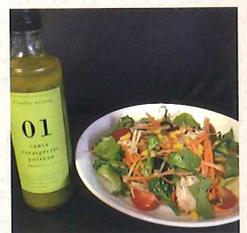


## 特集

# 「売れ筋」の



**全** 国で生産活動を行っている事業所の中には、ヒット商品や人気商品を生み出している所がたくさんあります。これらの商品は、地域の特産物を加工したものや名産品にあやかっものなど、その土地ならではの商品も多くある半面、原材料とノウハウと設備と人手があれば、同じように「売れ筋」商品を生み出すことができるものもあるのではないのでしょうか。また、最近ではベーカリーやスイーツショップ、レストランなどの開設にあたり、コンサルタント会社やデザイナーに地域のニーズ調査に基づいた販売戦略や店舗のレイアウトなどを相談する事業所もあるようです。地域の中で長く愛される商品づくり、店舗（場所）づくりは地域の方々にも注目され、障害のある方たちとの商品を通じた交流や、生き生きと働く姿から障害理解の促進にもつながっています。事業展開における初期投資は、経営戦略の重要な要素であることは間違いありません。福祉的就労の場で売れ筋商品が生まれた発想のヒントや経営ノウハウについて参考してみてくださいはいかがでしょうか。



# ヒント。

## こころのかたち 湘南みかんぱん



中村公紀

神奈川県  
社会福祉法人進和学園  
サンメッセしんわ 主幹

### 出会いのかたち

湘南みかんぱんの開発は、2011年、NPO法人湘南スタイルさんとの連携から始まりました。湘南スタイルは以前から大磯、二宮のみかん農家の活性化を目的に、神奈川県農業技術センター、地域のJAと連携し、本来廃棄してしまう間引きみかん（青摘みかん）を使用した加工品（ドレッシングやシャーベットなど）を企画販売していました。進和学園は当初、みかんの選別作業を請け負っていましたが、次の事業展開として「みかんぱん」の開発を就労継続支援B型事業所サンメッセしんわの製パン作業班へお声掛けいただきました。目標は、東名高速道路海老名SAで販売しているメロンパン（当時、大変人気があった）に負けないみかんぱんでした。

### 挑戦のかたち

試作はNPO法人湘南スタイル、県のブランド戦略課など、多方面からのアイデア、アドバイスをい

ただきながら、時には試食会を行ってアンケートを参考に試作を繰り返しました。当初はアドバイスに沿った形で海老名メロンパンのみかん版や、生クリームを使ったシュークリームパンなど、どこかのパンのまねごとのような物でありました。しかし、試作を繰り返す中、流行や商品を先行し過ぎるアイデアに疑問を持ち始めました。

サンメッセしんわで障がいのある人たちと一緒に製造する意味、進和学園の理念である「本人中心」の本当の意味、いろいろ悩んだ結果、それまで取り組んできた試作、いただいた様々なアイデアをいったん白紙に戻すことになりました。その理由は、私は一般企業のパン工場から転職した経緯があり、日々感じていたことは、「利用者本人は仕事をもつとできるはず。いや、パンであればやり方次第で、普通に仕事ができるはず。今はまだみんなが関わりやすい環境、製品が無いだけ」、そんなことを考え、そういったものをすべて詰め込んで世の中にアピールできる商品にしたいと考え、3つの条件を設けました。



オリジナルPRソング  
「みかんぱんロックンロール」を歌う  
「とびっきりレインボーズ」

- ①障がいのある人がすべての工程に関わり、本当の意味で中心になり作ることができる商品
- ②一般企業と同等のクオリティーを保ち、大量生産が可能な商品
- ③一時の流行を追うものではない普遍性を持った商品

そんなことを考えていく中、ある日、パン販売場所（老人施設）で、いつものように販売をしていた時、おばあちゃんが、「いつものあんぱんあるかい？」と聞いてきました。その方はサンメッセのあんぱんが好きで、毎週1回の販売を楽しみにしていて、毎回買って来ていたのですが、その日たまたま売り切れてしまっていて、大変残念そうにしていました。その姿を見てひらめいたのが、「みかんあんぱん」です。

あんぱんは日本独自のパンであり、文化であり、幅広い年齢層に支持されている、いわば普遍性を持ったパンである。何よりも、毎日作っている物であり、工程が導入しやすいため利用者さんが中心になって製造が行える。

そんなことから「みかんあんぱん」の開発が始まりました。

まず、青摘みかん果汁をふんだんに使用した、誰も食べたことがないようなみかん餡の試作から取り掛かりました。今まではあんこは買うもので、作ったことがなかったので試作は難航。インターネットで製造法を調べながら、製パン職員一同手探り状態でした。試作はインゲン豆を鍋で炊くところから行い、砂糖、青摘みかん果汁、水、その他……、味見しながら何度も改良を重ね、現在の味にたどり着

きました。みかんあんレシピができ上がり、次に行ったことは、このレシピを忠実に再現し、製造してくれる企業を探すことでした。

幸い、取り引きをしていた市内にある製餡所が快く引き受けてくださり、試作づくりが始まりました。しかし、試作は簡単ではありませんでした。工場のラインに乗せるには、ある程度のロット（量）が必要であり、また工場の釜の温度や水分量や工程に掛かる時間などの違いで、サンメッセのレシピそのままでは同じ味にならなかったのです。特に釜の温度の違いがネックになりました。温度が高いと果汁成分が飛んでしまい青摘みかん独特の酸味が消えてしまう。しかし殺菌などの目的もあるため温度は下げられない、製餡所の社長、職人さんと試行錯誤を繰り返し、釜の温度を変えずに、酸味を逃がさない製法にたどり着き、ようやく完成しました。今まで食べたことがない独自の酸味と感触を持ったオリジナルティーあふれるあんこに仕上がりました。

同時に、そのあんこを包む生地の開発も進めました。あんぱんに変更したことで、批判を多数受けました。

「こんなもの売れない」

「インパクトに欠ける」

「あんぱんなんて地味」

しかし、サンメッセで製造するには、あんぱんでなければいけない。いつかすべての工程を利用者本人のみで製造してほしい。そんなことを思いながら、あんぱんで買いました。生地はソフトで子どもからお年寄りまで食べやすく、中の餡が引き立つような、少し苦味のある味（みかんの皮のような）、



湘南平塚名産品  
「湘南みかんぱん」

青摘みかんの爽やかな香り。インパクトがないとの意見もあったので、見た目はみかん色に。そんな風に利用者本人、職員一緒になって試行錯誤し、試作を重ねて1年半が過ぎたころ、「湘南みかんぱん」はでき上がりました。

### 商品のかたち

開発開始から4年経ち、2015年全国逸品コレクションフード部門準グランプリ受賞、湘南ひらつか名産品認定、平塚市ふるさと納税返礼品にも選ばれ全国へ発送することも増えました。また、市内外のスーパーへの納品、コンビニのセンター納品、デパートの催事販売等納品先、販売先も増加しています。私が思う「売れ筋商品」とは、「安定品質と大量生産可能商品」です。ヒットとは運であり、量であると思います。特に量については企業と福祉施設の大きな違いだと思います。味、地域連携、アイデア等は当然最重要ではありますが、大前提として安定品質大量生産ができなければヒット商品にはならないと思います。

### 販売のかたち

サンメッセしんわでは、みかんぱん以外にも約50種のパンを製造しており、平塚市内学校給食へ年間45,000食、毎日様々な場所へ販売に行き、市内外の飲食店、老人施設へ納品も行っています。その製品への考え方は常に同じです。「本人中心であること」、本人中心で製造が難しい商品の依頼はお

断りさせていただいています。品質を守ることは利用者の技術レベルを守ることだと考えるからです。また、販売アイテムとして移動販売車、「みかんぱん帽子」、オリジナルPRソング「湘南みかんぱんロックンロール」をつくっています。PRソングはYouTubeで配信していますので「とびっきりレインボーズ」（進和学園の利用者と職員で結成したバンド）で検索してみてください！

今後も、利用者、職員一緒になって、「普通に自然に、楽しく厳しく」仕事をして、お客様に喜んでいただけるよう取り組んでいければと思います。その中で少しでも本人の自信や、普通にできることを自身が感じたり、周りが自然に感じてくれたら一番いい。「売れ筋のヒント」になれば幸いです。



作業の合言葉「チームワーク」で頑張ります