

事業計画書

(平成21年度)

平成 21 年 8 月 30日

財団法人 大分県産業創造機構
理事長 広瀬 勝貞 殿

住所 大阪市西区江之子島1-9-15-304

代表者名 西村 光代



TEL 06-6444-2487

担当者名 西村 光代



大分発ニュービジネス発掘・育成事業費補助金交付要綱第3条の規定に基づき、下記のとおり事業計画書を提出します。

記

1. テーマ (ネーミング)

※ 事業のテーマ名・商品（サービス）のネーミングを記載。

専門用語をあまり使わず、誰でもわかるテーマ名で50字以内。

【手延べだんご】を活用した「やせうまだんご汁」のご当地グルメ化プロジェクト

① 事業の目的

※ この事業（商品・サービス等）がなぜ必要とされるのか、社会的背景、具体的なニーズを踏まえて目的を分かりやすく記入すること。

【事業ビジョン】

今、地域おこしの重要な要素として、全国各地で育まれてきた独特の「食」が見直されてきています。大分県の郷土料理である「だんご汁」をアレンジした「やせうまだんご汁」は、大阪道頓堀の地で誕生して20余年の年月が経ちました。現在、大阪の歓楽街「ミナミ」にある店舗「九州八豊やせうまだんご汁」は「やせうまだんご汁」というメニューを中心として「大分県郷土料理の店舗」として、テレビ・雑誌・新聞等に取り上げられており、地元大分の「だんご汁」の知名度アップにも微力ながら貢献しているのではないかと自負しております。2007年12月に選定された、農林水産省主催の「郷土料理百選」には「手延べたんご汁」も選ばれておりますが、別枠の「ご当地人気料理特選」には大分県内では該当料理がないという状態となっております。

大分で生まれて大阪で育った「やせうまだんご汁」を大分県に里帰りをさせ、地元「大分」で愛され続ける「ご当地グルメ」として、定着させ、全国に認知いただける特産品として育てていきたいと考えております。

【社会的背景と具体ニーズ】

コナモン(粉もん)の人気・・・手延べたんごは粉もん

2009. 4. 30～5. 10まで大阪のインテックス大阪で開催された「食博覧会」は65万人近くの入場者数。中でも人気だったのは「5大陸コナモン」のブース。当日は、コナモンを食するために整理券の配布があり品切れ続出。各地では、讃岐うどん(香川) たこやき・お好み焼き(大阪)・やきそば(富士宮)などが全国的に認知度が高い。

ご当地グルメの人気

ファーストフード店の全国普及により、若年層の舌に変化がおきてきている。いわゆる保存食の土産物(漬物・干物・塩物等)に変わって、ご当地グルメのレトルト・冷凍食品の購入が増えてきている。チキン南蛮(宮崎)・冷凍たこやき・各地ラーメン・焼き鳥(久留米)なども身近な例である。特に、ターミナル・道の駅・サービスエリアなど、ご当地グルメの加工食品の取扱件数の増加が目立つ。2006年からはB-1グランプリ「ご当地B級グルメ」(各地方独特の値段は安めだが、美味しく庶民的な食べ物を指す)全国コンクールが開催されている。2008年久留米市での開催では、2日間で20万3千人の動員。大都市圏大阪開催「食博覧会」をしのぐ動員数である。2006.2007連続して「富士宮やきそば」がグランプリ。2008年は「厚木シロコロホルモン」2009年は秋田県横手市にて開催予定。大分県は、今年「佐伯ごまだしうどん」で初参加。

手延べたんご汁の現状

手延べたんごは、小麦粉の団子を麺棒を使わず手で伸ばすことで、画一の形ではなく、少しでこぼこのある朴訥とした平べったい麺状となる2005年農林水産省が実施した食文化の継承についてアンケート調査によれば、今、県内各地域の知っている郷土料理として、だんご汁を挙げた人が最も多かった。これは、だんご汁を郷土料理とする地域が広いことも一因となるが、単に小麦粉を丸めた団子より、手延べだんごの方が食感も良い。大分県で「だんご汁」の印象や味の感想は「素朴な味」という回答が多いが、決してグルメ的な料理としては捉えられていない。郷土料理としての知名度は高いが、県外出荷数・県内観光客のリピートは鶏天・日田のやきそば(想夫恋)の方が高い。

「やせうまだんご汁」
大分県ご当地グルメになれる!!

- 1)平成元年 第一回読売新聞社主催
「新・郷土料理なべ部門」
大分県代表として選ばれ、東京ドーム、ふるさとフェア来場者・新聞全国誌にて投票の結果日本一になる。
- 2)平成20年7/19～7/21
大阪南港コスモフェリーターミナルオープンフェリー祭り寄港地グルメ 大分県代表として「やせうまだんご汁」店を出展。だんご汁3000食完売。他県の郷土料理販売数を突き放す。リピートも高く店舗にも後日、来店いただく
- 3)関西大分県人会70周年記念大会(1500人来場)にて、会場・ニューオータニの調理場にレシピならびに完成品を持ち込み、総会当日献立に加えていただき、参加者大盛況いただく。
- 4)2種類の提供パターン
・ハレの日、おもてなしの
だんご汁(鍋料理としての提供)
・B級グルメとしての提供。
ファーストフード的にどんぶり茶碗でのだんご汁提供

② 事業の内容

※ 商品・サービス等事業の内容を分かりやすく記入すること。事業の内容がわかる概略図、解説があれば記入すること。

【設立予定会社概要】

■商号 株式会社やせうまだんご汁

本店登記予定場所・大分県国東市国東町にて予定

■事業概要 やせうまだんご汁使用の

「あわせ味噌」「手延べだんご」拡販を事業の基本として、郷土の特産品・農林水産食材の更なる活性化を図る

■顧客開発ターゲット層

- 1) 県内飲食・宿泊施設事業者
- 2) 県内交通ターミナル(駅・船・飛行機・道の駅等)
- 3) 県内流通店舗 スーパー・百貨店
- 4) 全国個人通信販売(WEB・ショッピングモール・郵便局ふるさと小包・物産等)

■アンテナショップの運営・直営前提

(店内飲食と持ち帰り、贈答受付)

- ・大阪2店舗(現在1店舗)
- ・東京、名古屋、大分、札幌、福岡

非営利活動として、上記の事業と並行して、県内にてNPO法人設立予定。

■郷土料理継承・啓蒙事業 ■

- ①手延べだんご打ち方・伸ばし方講習会
- ②「やせうまだんご汁」物語出版
普及・伝承への思いをエピソードで綴る
- ③ 県内イベントとのリンク⇒観光事業とのシナジーを検討

【商品説明】 やせうまだんご汁

<http://www15.ocn.ne.jp/~yaseuma/>

大分県郷土料理「手延べだんご汁」を現代風にアレンジしたヘルシー鍋。

小麦粉を塩と水を入れながら打ち、親指大の団子にして、ねかした後、めん状にするために両手を使って手で伸ばして行き、それをゆでる。だしの中に白菜、ごぼう、人参、大根、椎茸などきのこ類、えび、鱧、鯛、鶏肉などをふんだんに入れ、醤油、味噌、酒かすで味付けする。薬味は「ゆず胡椒」を使用することにより、味噌・酒かすの香りと溶け合い風味豊かな独特の香りが多々漂う。栄養満点のヘルシー食。

★上記の鍋料理をメイン料理とし、下記鍋料理も大阪の店舗では好評販売中

1. 豊後牛しゃぶしゃぶやせうまだんご汁
 2. 大分地鶏つみれやせうまだんご汁
- など、食材に工夫を凝らせばメニューも充実。

★どんぶり茶碗・味噌汁茶碗にて提供できる
「お鉢で食べるだんご汁」 具材の工夫をすることにより、商品構成の幅が広がる。

<大分県郷土料理>



2008.7月 上記のロゴ全体登録商標 を取得。

事業概要について・・・3つの柱を基本として事業展開を考えております。

マーチャндаイジング

1. やせうまだんご汁用特別あわせ味噌の開発
⇒味噌メーカーとの提携
2. 手延べだんごの生産
3. 小売用「やせうまだんご汁」の商品化
4. 商品のロジスティックシステムの構築ならびに運営
5. 食材の共同仕入れルートの開拓
6. 包装材、加工・冷凍技術保有業者との提携および工程作り

外食(宿泊施設)産業支援事業

1. やせうまだんご汁用特別あわせ味噌+生手延べだんごの卸
2. 販売促進活動支援
3. やせうまだんご汁用に入れる食材ならびに各種メニューの提供(上記、商品説明参照)
4. 鍋の食し方、説明マニュアルの提供
5. アンテナショップの展開により「やせうまだんご汁」のマーケティングを継続的に実施しフィードバックをする

冷凍食品・加工商品事業

1. 中食マーケットに焦点を当てた「やせうまだんご汁」の冷凍・加工商品化⇒県内スーパー・生協等への展開
2. 「やせうまだんご汁」大分県ご当地グルメ商品としての土産物商品開発⇒県内の主要ターミナルならびにデパート・旅行会社等提携
3. ギフト用商材としての商品開発⇒豪華海鮮やせうまだんご汁なべセット等

この3つの柱を支える取組として、上記にあります設立予定「郷土料理継承・啓蒙事業」NPO法人との連携により、「手延べだんご」を県内屈指の特産品として育てていきたいと考えております。香川県の「讃岐うどん」の周知活動・拡販活動をヒントにして展開していく決意です。

③ 新規性・独創性

※ 類似商品、類似サービス及び従来技術と比較して、この事業（商品・サービス等）の新規性・独創性・優位性等を具体的に記入すること。また、この事業（商品・サービス等）の強み・弱みを記入すること。

新規性・独創性については「やせうまだんご汁」という、伝統のある郷土料理「手延べだんご」を使って、現代風にアレンジした料理そのものが、県内・また県外にも存在せず、その存在自体がオリジナリティのあるものと言えます。

今回、事業化したい内容は「手延べだんご」のブランド化にあります。理想に近いイメージで言うと「讃岐うどん」の現状まで（知名度・生産量・取扱店舗の数・メニューの多様性・讃岐うどん扱い店舗同士の研鑽による各店舗の相乗効果等）ブランド化を推し進めて行ければと考えている。

「やせうまだんご汁」という商材そのものの存在も、新規・独創性があることももちろんですが、先の「事業概要」で述べた「3つの事業内容」＋「郷土料理継承・啓蒙事業のNPO法人」が、がっぷりと4つに組み「手延べだんご」を「ご当地グルメ」の一つのブランドとして育成していくビジネスモデルがこの事業のオリジナリティであると自負している。

下記、県内の「ご当地グルメ」「郷土料理」について、下記を任意に抽出してみた。佐伯ごまだしうどんは、今年のB-1グランプリに出場が確定しており非常に期待がされるが、他の料理については、県内では知名度はあるが、県外、特に関西圏では観光地料理としての位置付けになっているものが多い「手延べだんご」のビジネスモデルを先駆することにより県内全域の「ご当地グルメ」「郷土料理」の活性化につながると確信している。

ごまだしうどん	ブリのあつめし	だんご汁	やせうま
とり天	吉野鶏めし	雪ん子寿司	豊後くにさきお宝めし
ふぐ鍋	マイナーズカレー	きつきサンド	たこのみ焼き
九重「夢」バーガー	日田やきそば(想恋夫)		

《参考資料》 おおいたUJIターンガイドブック(大分県企画振興部)・大分合同新聞2009.7.15～8/20頃までの朝刊・夕刊より・セーノ(大分合同新聞社刊) 7.8月号

「ご当地グルメ」として、定着させ、全国に認知いただける特産品になるために「粉もん」国内トップブランドとの比較

項目	やせうまだんご汁	讃岐うどん	富士宮焼きそば
農産漁村の郷土料理100選	手延べだんご 選出	讃岐うどん選出	ご当地人気料理選出
地域内集積店舗地域の有無	なし	有 香川県全域に約1100店舗	有 市内 約150店舗
物語・ストーリー性	有「やせうまだんご汁物語」を執筆。大分で生まれて大阪で育つだんご汁が新しい名前となって里帰りするエピソード(詳細後述)	映画「UDON」に代表されるように讃岐うどん自体に物語性有。元々は、1960年はじめ県内での「立ち食いうどん店」が発祥	過去からの歴史はあるが、1990年富士宮焼きそば学会の活動がきっかけ
麺(だんご)製法技術の伝承	県内では、各家庭や店舗にて各自にて。	県として育成。高校・短大でも学科を設置	市内3社のみで製造 マルモ・叶屋・曾我めんのみ
製法の手間	すべて手で打ち手で伸ばすだしは、原則。やせうまだんご汁のオリジナルのあわせ味噌を使用。	手打ち・手打ち風(製法は、公正競争規約施行規則にて決められている) 手打ち、麺棒使用 だしは、自由度が高い。	蒸した麺を湯通しせず、手でほぐす。肉かす(豚の背油)をつかう。豚肉ではない。仕上げにサバやイワシの削り粉をふりかける。これが基本の形式。

上記、比較した場合、それぞれの「ご当地料理」がトップブランドとなった経緯は、大層なことではなく、いかにして仕掛けをかけ、継続をしていくかが一つの成功要因ではないかと思う。地域集積も市町村単位でなく、県全域の既存店舗に展開が可能であるので、ご当地グルメとしての成長性の可能性は高い。

④ 実現性

現在、大阪の店舗「九州八豊 やせうまだんご汁」で、すでに商品として販売しており、その実績歴史とともに商品の優秀性ならびに今まで述べてきたビジネスモデルの実現があると自負している。来店されるお客様の中から、お土産品として、お持ち帰りを所望される方も多いが、容器や持ち帰り時間保存・鮮度維持のため、一年を通じて一部の期間しか実現できていない。宅配・お歳暮セットなどの要望もあるが以上の理由によりお断りをしている。また、大阪のいくつかの店舗からも「メニューに加えたい」という有難い要望もいただくが「手延べだんご製造の手間・保存」「やせうまだんご汁独特のあわせ味噌」の製法を踏襲していただきにくいため、現在では実現していない。

今回、このビジネスモデルの実現のための仮説を立てた。

- ①手延べ麺の生産ならびに手延べの風合い・食感を絶対損なわない保存方法の確立
- ②やせうまだんご汁オリジナルのだし「あわせ味噌」の生産の確立
- ③従来の「だんご汁」のイメージを変える、やせうまだんご汁なバージョンの提供方法の確立
(大阪店舗人気ナンバー1 県内山海の美味とともにいただく豪華なべ料理)
- ④他府県在住の県内出身の方に懐かしみ応援いただけるストーリー性の確立
- ⑤商品自体を県内で、信頼性を高めるための県内生産工場の確立
- ⑥物流、ならびに商品管理のためのロジスティックシステムの構築
- ⑦「やせうまだんご汁」認知度向上のための県内・県外でのイベント施策ならびに実行
- ⑧ WEB市場を活用しての拡販・周知活動

下記わかりやすくまとめるために「価値連鎖」の表を活用させていただいた。マイケル・ポーター「競争優位の戦略より

全般管理		新会社・(株) やせうまだんご汁			マージン
人事・労務管理 製造工場の運営の前提もあり、(株)ノンコアサポートに委託。 ハローワークの助成金等活用、シルバー層の活用・ルール整備					
技術開発 現・「九州八豊やせうまだんご汁」大阪店舗オーナー、調理チーフ等 大分県国東市の(有)林田食品工場との連携により製造工程・加工、冷凍技術方法の検証					
調達活動 会社設立後の資金調達については随時、第三者割当実施 大阪店舗の取引先(原材料ならびに生鮮品等)との連携・林田食品との提携業務の実施					
購買物流 当面はパイロット活動としての運用のため、小量確保。現地にて直接調達予定	製造 製造計画の見込みが経つまで、林田食品工場に委託、また味噌加工等も製造会社に委託。	出荷物流 拡大化まで林田食品に流通網と連携並びに委託。生産計画等見込みが経てばアウトソーシング予定	販売・マーケティング web戦略は(株)イトアップと提携 小売、店舗開拓については県内新規法人に営業部隊を設置	サービス ビジネスモデルの実現のためにNPOを設立。 またサービスマニュアル作りは(株)ノンコアサポートに委託	

■上記委託会社の概要と設立予定会社との関係性

- ★(株)ノンコアサポート 平成13年設立 資本金 300万円 本社 大阪市 代表取締役 林田真穂
新会社代表・西村光代の現在の業務提携先であり経営管理業務のアウトソーサー・経営コンサルティング
- ★九州八豊やせうまだんご汁 平成元年設立 個人商店 店舗 大阪市中央区千日前 代表 林田啓子
やせうまだんご汁の元祖でありレシピはすべてここが発祥。新会社代表・西村光代の実母
- ★(有)林田食品工場 創業 1915年(大正6年) 資本金 300万円 本社 大分県国東市 代表取締役 林田栄吉
かまぼこを主体とした食品加工・卸業 新会社代表・西村光代の叔父
- ★(株)イトアップ 平成6年設立 資本金9000万円 本社 東京都千代田区 代表取締役 林田光平
インターネットに特化したシステム開発ならびにホームページ製作・WEBマーケティング。西村光代の実弟

⑤市場性(成長性)

【ご当地グルメ・郷土料理についての関心事象としての来場者数から市場性を探る】

1) 「B級ご当地グルメの祭典! B-1 グランプリ」

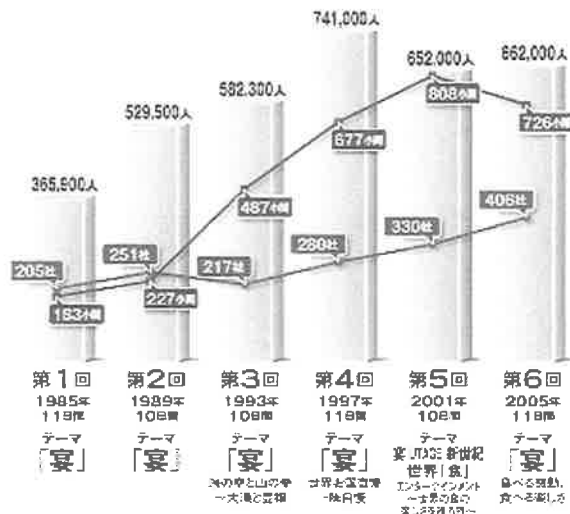
定義・・B級ご当地グルメとは、安くて旨くて地元の人に愛されている地域の名物料理や郷土料理のことを言う。B級というとA級と比較して劣っていると誤解される人もいるが、身近にあって誰にでも親しまれる存在として解釈して欲しい。またB級ご当地グルメを通じて地の文化や歴史に触れることができるという点も特徴(B-1 グランプリ公式ホームページ抜粋)

2006年(開催場所)	青森県八戸市	2日間)	
2007年(開催場所)	静岡県富士宮市	2日間)	約25万人動員
2008年(開催場所)	福岡県久留米市	2日間)	約20万人動員

いずれも政令都市開催でなく、開催地の人口を超える動員数。
2009年は秋田県横手市開催予定

2) 食博覧会

定義・・日本最大の食の祭典として日本国内の老舗・各地域の郷土料理・世界各地の料理かが集う「日本最大の食の祭典」開催地・大阪インテックス大阪 10日間



GWをはさんで開催。2009年は645,140人の動員数。入場料も2000円。会場内での飲食はすべて実費。特に安いというわけではない。この点からも、食文化自体が食べることや集う楽しみから「エンターティメント的要素」を帯びてきていることが推察される。

左記グラフ 2009.食博ホームページより引用

【県内の観光データからの市場性を探る】H20 宿泊客アンケート調査報告書(サンプル 3083) 大分県企画振興部観光地域振興局発表

今回の旅行の主な目的は、「温泉」が57.4%と全体の5割を超え、県内の温泉が大きな魅力となっていることがうかがえる。以下、「名所・旧跡見学、寺社参拝」(20.3%)、「グルメ・食べ歩き」(19.0%)、「自然風景鑑賞」(18.6%)、「ビジネス」(15.6%)の順となっている。前回調査と比べて「グルメ・食べ歩き」の割合が増加し、「ビジネス」の割合が減少している。年代別にみると、全ての年代で「温泉」が最も多くなっている。2番目に多い項目は、20歳未満が「テーマパーク・遊園地」(35.3%)、20歳代と30歳代が「グルメ・食べ歩き」(29.8%、21.6%)40歳代が「ビジネス」(28.2%) 50歳代が「ビジネス」と「自然風景鑑賞」(ともに19.1%)、60歳以上が「名所・旧跡見学、寺社参拝」(27.3%)となっている。

上記のデータは、県内の宿泊施設に宿泊された方のデータで県外からの宿泊者の回答が90%近い。海外の方のデータも若干はあるが、1%に満たないためここでの分析では割愛したい。大分県企画振興部観光地域振興局からの平成20年の国内発の宿泊者総数は3,487,982人(内県内 579,724 名)と発表されている。グルメ・食べ歩き目的という部分に焦点を当てた場合 県外滞在者数×上記の割合を見ても、相当数の潜在マーケットがあると思われる。また、20歳代の3割近くが「食」に目的を挙げている。やせうまだんご汁を昨年、大阪南港コスモフェリーターミナルオープン時の出展時には、ファーストフード的な売り方もあったと思うが(どんぶり鉢売り・一杯300円)若年層・若い層の家族連れの出店者が目立ち、リピート率も相当数あり、相当年齢層にも受け入れるであろうと自負している。

⑥ マーケティング

※ この事業を実施するにあたってのマーケティング方法（販売ターゲット（顧客）、販売価格、販売方法、販売促進方法、PR方法等）をできるだけ具体的に記入すること。

■顧客開発ターゲット層

- 1) 県内飲食・宿泊施設事業者
- 2) 県内交通ターミナル（駅・船・飛行機・道の駅等）
- 3) 県内流通店舗 スーパー・百貨店
- 4) 全国個人通信販売（WEB・ショッピングモール・郵便局ふるさと小包・物産等）

■アンテナショップの運営・直営前提

（店内飲食と持ち帰り、贈答受付・マーケティング）

- ・大阪2店舗（現在1店舗）
- ・東京、名古屋、大分、札幌、福岡

■商品構成

1. やせうまだんご汁使用あわせ味噌
業務店向け 1K 1500円程度
2. 手延べだんご 業務店向け
打ち方についての支援等実施して原則は
自店にて準備。手延べだんごの出荷については
今後検討課題。
3. お土産用やせうまだんご汁（どんぶりタイプ）
1食入 500円
3食入 1300円
4. 道の駅、サービスエリア、ターミナル等
ファーストフード的提供 一杯 300円
5. 贈答用としての「やせうまだんご汁」海鮮豪華鍋
1人前 3990円

非営利活動として、上記の事業の支援・拡大活動の強化策として、県内にてNPO法人設立予定。

■郷土料理継承・啓蒙事業 ■

- ① 手延べだんご打ち方・伸ばし方講習会を開催
- ② 「やせうまだんご汁」物語出版 普及・伝承への思いをエピソードで綴る
- ③ 県内イベントとのリンク⇒観光事業とのシナジーを検討⇒旅行代理店との連携
- ④ 各店舗・宿泊施設との連携・協業による「手延べだんご」活性化プロジェクトの企画・運営
- ⑤ だんご汁のメニュー開発、共同仕入れなどの実現 など

■販売活動ならびに大分県内での顧客・取引先開拓について

1. 大阪の「九州八豊 やせうまだんご汁」の取引先である県内酒造メーカー等へ依頼して宿泊施設・業務店様へのご紹介を依頼。
2. 県観光物産担当部署へ依頼してターミナル・サービスエリア・道の駅等への小売パイプの開拓のための手法を紹介いただく
3. 提携先・林田食品からの卸ルートへの紹介（スーパー・デパート・生協等）
4. 「九州八豊 やせうまだんご汁」の現在のホームページ（アクセス数 月平均2500）からインターネット販売へ結びつける
5. 全国認知向上のために「やせうまだんご汁」のホームページを作成し、物産サイト等とのリンク。ポータルサイトへの広告掲載。ブログの解説。SNS・ミクシィのコミュニティ開設（現在すでに開設有）など、インターネットを駆使して（コストも安いので）認知度を上げていきたい。
6. 今回・応募者 西村光代が「関西大分県人会」常任理事であり、前青年部委員長ということもあり、在阪大分県人会のご縁と、地元取引先の紹介の依頼をする 等

⑦ 社会性

※ この事業（商品・サービス等）が提供されることにより、社会的にどのような影響を与えるか、またどのような変化が起こるかを記入すること。

たかが食、されど食。

この事業モデルの考え方を進めていくうちに「食」が、文化だけでなく経済の一部を創っていくのではないかと強く感じるようになってきた。

特に、香川県の「讃岐うどん」の成長度合いを調査して行くと、県全体の雇用・産業、県外に対しての「香川県」の認知度向上による観光産業への貢献は図りしれない。

富士宮焼きそばの経済効果は6年間で217億という数字も算出されている。

ここまで、来るとその「食」そのものが、その県人一人一人の誇りとなってくるのではないかと思います。

今回の、提案テーマ「手延べだんごを使用した【やせうまだんご汁】のご当地グルメ化プロジェクト」の社会に対する貢献・影響について下記に与件してみた。

【実現のステップ】

【予想される影響】

STEP1

大分県内での「やせうまだんご汁」の普及と加工商品（レトルト・冷凍等）の商品化

手延べだんごの再活性化をすることにより、県内に郷土料理の強みを再確認の機会を作る

STEP2

「やせうまだんご汁」→「手延べだんご」「みそだし」を使った地域商品としてのブランド作り

関あじ・関さばを目指して。地域が誇れる料理にするための動きをすることで、他の郷土料主宰者にも、いい相乗効果を与えたい

STEP3

ブランド作り&地域活性化
観光資源とのシナジー/ 商店街の再開発

食と観光、食と街作りという社会的事業を各地で展開することにより、地域間同士のいい相乗効果が生まれる可能性大

STEP4

ボランタリーチェーンの発足。「やせうまだんご汁」を主体とした大分県郷土料理店ノウハウを全国に普及させる
例・・サントリー等のダイナックグループ/しゃぶしゃぶ木曾路等

全国に店舗が出ることにより、農林水産事業・県内の名産品が流れるルートを作りたい。
ここまで実現できると経済効果が期待できる

* 企業としてチェーン展開は、このステップには入っておりません。

またフランチャイズも、画一的になるため、検討外です。

あくまでも、ボランタリーチェーンとして、できましたら大分県出身者が県外で、自分の故郷に誇りを持って、各地で大分県郷土料理の店を自分の持ち味で経営していただきたいと考えております。

我々は、ここまでのステップを一つの集大成とし、ボランタリーチェーンの本部を大分県内で立ち上げ、県内の企業や物産等を共同仕入れ・共同開発できるスタンスで行きたいと考えております。

この方向性が、この事業のゴールだと考えております。