

# ITで食品加工を楽しく！



[お題提供者]

池田勝久

池田製麺工場  
そうめん製造

高校卒業後、家業の池田製麺工場に就職。素麺作りを天職とし、島原手延べ素麺の普及活動も精力的に行う。

【お題】素麺作りの真髄は様々な要素の調整にある。最高の素麺を作り、手延素麺のブランド力を上げ、素麺作りを新3K「かっこよく」「感動でき」「稼げる」仕事にしたい！



[アイデアソンの様子] 参加者を連れて素麺工場を見学

お題提供者が感じている具体的な課題 or かなえたい欲求

# BtoCで若者向けに“尖った個”として売り出したい

## Before

この欲求が実現されずに放置されると…？

小売業者には知られているが、一般消費者には知名度が低く、下請け製造や組合に頼るなど従来型の売り方に留まっている。

かつては贈答品として買い支えてきたファン層が高齢化。顧客とともに注文が減る一方、新たな購入シーンも描けず、若い世代を対象とした新しいファン層ができないままになる。



BtoBの下請け製造への依存で買い叩かれる構造となる。

売上が下がり、雇用や設備投資に資金を回せない。

利益の薄い下請け製造で稼働率をあげることで作り手が疲弊。

島原手延素麺の作り手がいなくなり、素麺の歴史が途絶える。

## After

この欲求が実現すると…？

生産者ごとに個性のある商品を生むことで、新しいファン層が増えて、直販も増える。

下請けへの依存が減り、単価増、利益増が実現。

雇用、設備投資、モチベーションがそれぞれ上がる。

新しい商品が開発できるようになる。



営業への時間が割けるようになる。



効率よい生産ができるようになる。



作り手がイキイキと働くことができ、次の世代にも誇れる仕事になる。

解決策としてハッカソンで開発したいもの

女性をターゲットにした商品および購入方法の企画と、アピールのためのモバイルサイト