

# 「聖地」×「健康」で、 新しい地域商品の開発に挑戦！

株式会社アドリブワークス  
代表取締役 山岡 健人



しまなみ海道の盛り上がりで健康ブーム

流した汗が、無駄になっている

日本初の海峡を横断できる自転車道である「しまなみ海道サイクリングロード」は、今年で開通から20周年を迎えました。今や「サイクリストの聖地」として広く認知され、全国・世界中から多くのサイクリストが瀬戸内の豊かな自然と気候を楽しみに訪れています。

しまなみ海道の観光地としての成功は、健康づくりや環境への配慮を背景に自転車「ライフスタイル」として定着したことが大きな要因と言えます。会社への通勤、日々のトレーニング、そして休日のロングライドと、老若男女問わず手軽に楽しめるため、その人気にはますます拍車がかかっています。



全国各地から多くのサイクリストが集まる瀬戸内しまなみ海道・国際サイクリング大会

帰省などで今治を訪れた際、年々サイクリストが増えていることには大変驚きでしたが、ふとサイクリストの方々が手にしているものに注目したところ、皆、添加物がふんだんに使用されたお菓子やエナジードリンクなど、健康にあまり良いとは言えない食べ物を携行していることに気が付きました。このとき、「せっかく健康に良いことをしているのに、食べ物に気を遣わないのは何故だろう」と不思議に思ったことを覚えています。

**サイクリストへのおもてなしが足りていない？**

その後、しまなみ海道沿いのエイドステーションや道の駅を見て回ったところ、なるほど、と合点が行きました。そこに置いてあるのは化粧箱に入った詰め合わせのギフトが多く、自転車一つで長距離を走るサイクリストからすると、持って走れないようなものばかりだったのです。

また、日本ではコンビニ文化が広く普

及しています。急速に消費するエネルギーをチャージすることが何よりも大事なサイクリストにとっては、どこにでもあるコンビニで、つい手に取りやすいものを摂取することは当たり前に行っていました。

**新しい補給食の開発へ着手**

そんな現状を目の当たりにし、健康的にサイクリングを楽しみたい全ての方に向けて「添加物を極力使わず、自然のものを自然に採れる」をコンセプトとした、サイクリスト専用の補給食の開発に着手しました。とはいっても、私自身がサイクリングに精通している訳ではなく、また食品加工の事業を行っていた訳でもなかったため、まずは強力な開発メンバーを集めることからスタートしました。

幸いにも、アスリートの能力向上や減量などを目的に食を研究する『アスリートフードマイスター』の資格を保有する池田清子さんに開発へ全面協力頂き、また『アタック』や『エスケープ』といったロードレースを題材とする著書

# 健康志向の高まりを 活用したまちづくり

を執筆し、サイクリング界に精通する編集者兼ライターの佐藤 喬さんをコディネーターとして迎えることができ、試行錯誤を重ね、まさに「サイクリスト専用」といえる新しい補給食「minagiru（ミナギル）」が完成しました。



アスリートフードマイスター、池田清子さん / 作家、佐藤喬さん

## 徹底してサイクリストの声を反映

サイクリングはとてもエネルギー消耗の激しいスポーツで、シーンによって摂るべき栄養素や美味しいと感じる味覚が変わります。そこで、minagiruでは4つのラインナップを用意しました。朝、目が冷めてから『ライドに出かける前』に、腹持ち良くしつかりとエネルギーを蓄えるために、ナッツペーストとメープルシロップで作った「エナジーバター」を。急速にカロリーが消費される『ライド中』には、これを効率的にチャージするために、はちみつとチアシードで作った「エナジージェル」を。

そして、身体のケアが必要な『ライド後』は、スポーツのダメージを始めとしたドライフルーツ等を使った「エナジーバー」や、貴重な愛媛県産のライムを使った「リカバリー甘酒」をセットで摂取する、といった工夫が加えられています。

エナジージェルへ配合したクエン酸以外、添加物は一切使用せず、自然のものを自然のまま身体へ取り入れるために、製法にはこだわりました。また、今治産のはちみつや玉ねぎ、れんこんなど、全てのラインナップへ地産品を使用することで、地域の活性化にもつなげています。



健康的で、しかも「美味しい」を徹底的に追求



サイクリスト用補給食minagiru全種類

## 健康志向の高まりを活かしたまちづくり

サイクリングの人口は食品市場全体からするとごく小さく、一見、将来的な拡がりが無いように思えます。しかし、だからこそ大手企業が手を出しにくいマーケットとも言えます。今後、地方の中小企業やベンチャーが積極的にチャレンジすべきは、その土地ならではの『聖地』を武器にした、エッジの効いたターゲットニングではないでしょうか。



日本一サイクリストが集まる温泉として認定された「しまなみ温泉 喜助の湯」でも販売中

さらに、健康意識の高まりを掛け合わせることで、お土産という枠を超えて日常使いされる定番商品を地域から作れる可能性があると考えます。地域発の商品が、新しい聖地を生み、街の活性化に繋がっていくと信じて、これからも商品の開発に努めていきたいと思えます。