

地域ぐるみの活性化推進

地方産品のタイ販路を開拓

ふるさとグローバルプロデューサー育成事業

「ふるさとグローバルプロデューサー育成プロジェクト」。地域ぐるみの産業活性化のため、その地域に根付く産品をブランド化し海外での販路拡大を担当する人材を育てる事業

キュラムの中でも最大で3カ月の海外研修は現地のナマの情報を入力でき人脈も広がる。研修生に好評だ。地域創生を課題とする地方金融機関からの参加も多い。

だ。JR東日本グループの広告代理店であり、地域活性化事業も手がけるジェイアール東日本企画が中小企業庁から補助金を受け展開している。育成する人材は約200人。カリ

1月20日にはタイでの展開を予定している研修生らが自社商品を持ち寄り飲食業関係者らを対象としたオリジナルメニュー試食会をバンコク都内トンロー横丁で行った。渋谷・



「タイ限定ラベルでブランド感を出したい」と話す花田氏

道玄坂のバー「Coffee & Bar Encounter」のオーナー、花田弘樹氏は岩手県一関市の磐乃井酒造から業務委託を受け同酒造の海外展開を支援している。磐乃井酒造は昨年創業100年を迎え、1994年には全国新酒鑑評会で金賞を受賞。地元の酒米を使い地元民をメイン顧客とする「地産地消」で運営してきたが、ここ岩手も他県同様、酒類の消費量が年々減少しており、生き残りのためには海外展開が必要不可欠となっている。

たというが、今回の研修を通じて複数の取り扱い店が内定している。ただ、いたずらに納入先を増やすのではなく、10店舗前後の店とじっくりと付き合っていくことを花田氏は望む。



「価値の再発見につなげたい」とタイでの胡桃売り込みに余念のない胡桃澤氏

同酒造では純米酒、純米大吟醸酒を生産しているが、タイプを違う酒を組み合わせて飲み比べてもらうセット販売も導入する計画だ。さらにさまざまなカクテルレシピも考案・メニュー化していくなど、差別化を進めていく。

長野県はクルミの生産量日本一。同県で生産されているクルミの9割以上が「信濃クルミ」と呼ばれる最高級品種であり、手で割ること

ができるほど殻が薄く、実の量も多い。一方、同社が扱うのは「オニクルミ」といわれる天然種。こちらは生産農家が少なく、農家のお年寄りが拾い集めるなど人手に頼るところ

が大きい。ただ殻が厚く割りにくく、殻割りのための道具が必要となる。それでいて実の量は少なく、千枚通りなどでほじくりだすなど手間もかかる。ただ、その厚い殻のおかげで保存期間は2、3

お年寄りに収入の道を

今回の試食会には長野県飯田市に本社を置くエヌ・エス・

年に及ぶほか、香りは信濃クルミより華やかで、胡桃独特の渋みがほとんどないためさっぱりとした味わいを楽しめる。同社の胡桃澤知秀取締役は「海外で販売実績を作ること地元の人たちにオニクルミの価値の再発見してほしい」と力をこめる。それは、お年寄りに収入の道を開くことにもなる。

タイへの輸出実績はまだないが、胡桃澤氏によれば、今回のバンコク研修を通じてアイスクリームのトッピングとして使用するという糸口が見つかった。またオーガニック食材店が胡桃入りパンに関心を示しているという。

輸送は日本で殻ごとローストしてから送るため3年は保管が可能。空輸の必要がないため輸送費が抑えられる。また、タイ側で長期間保管できるため、卸業者としても扱いやすい。

今回の試食会ではオニクルミ、信州味噌、干し柿とのコラボメニューを紹介するなど、クルミがメニュー食材の引き立て役として大きな役割を果たせることも示した。

(倉林義仁記者)