

# クルミの海外展開に着手

地域の多くの関係者を巻き込みながら魅力を発掘、ブランド化し、創出した個性的な商品やサービスを世界に売り込める人材の育成を目指す、「ふるさとグローバルプロデューサー育成支援事業」に、飯田市北方の省力化機器メーカー「エヌ・エス・エス」(胡桃澤敏正社長)の胡桃澤知秀取締役(29)が参加し、同社が異業種の新規事業として取り組む「信州産オニグルミのブランドディング事業」について、昨年7月から約8カ月間にわたる国内、国外研修を受けた。

## 山間地へ植林で物量確保も

エヌ・エス・エス

今後、研修を通じて得たネットワークを生かし、タイへの輸出をスタートさせる他、従来破棄されてきた実以外の部分を使ったアロマオイルやペレットなど、新商品の開発にも挑戦。さらには胡桃澤社長の出身地である上村を中心に、山間地域での栽培も見据える。同育成支援事業は、中小企業庁の補助事業としてシェアール東日本企画が実施。カリキュラムの作成などを事業構想大学院大学に委託している。

全国からさまざまな事業企画による応募がある中、約150人が選抜され、商品やサービスを世界に広げるために一線で活躍する講師陣による講義、ワークショップをはじめ、地域プロデューサーや海外販路開拓の手法を、実地体験を通して学んだ。

2月末には、研修生それぞれが練り上げてきた事業の最終発表会を実施。約140人がそれぞれ事業のプレゼンを行い、参加者の投票により優れた発表者3人を選出。この3人が一般ら約500人を前に事業概要や事業に込めた思いを披露した。このうちの1人が胡桃澤さんだった。

胡桃澤さんは、2年ほど前、飯田市内で自生するオニグルミを食べた際、その味や香りにひかれ、クルミに興味を持つようになったという。以来、クルミの自生地や生産の歴史、含有成分、栄養価など研究を進める中で、クルミの持つ健康機能性に着目。健康志向の高まりを背景に、事業としての可能性を見出した。

育成支援事業の海外研修では、ナッツ類の加工、輸出が盛んで国内消費も多い一方、クルミはまったく認知されていないタイをターゲットに、「新たなナッツの参入に敏感に反応してくれるのでは」と、市場調査や販路開拓に取り組んだ。

タイでも「天然素材」や「オーガニック」といったキーワードが注目されており、反応は上々。高級デザートなどへの販路を持つ食品卸会社との連携も決まった。また、市場調査の一環で、現地のアイスクリームショップでクルミを使ったアイスクリームを販売したところ、多くの反響があったという。

海外での販路が見えてくる中、課題は「絶対的な供給量不足」。クルミは不安定

な生産量や硬い殻を割る手間などから、生産農家がほとんどおらず、飯伊では1軒のみという。このため、当面は年間約20トを目標に、各地と連携を図りながら量の確保を図っていく。



思いを語る胡桃澤知秀さん

山間地での里山活動として、地域の人を巻き込みながら荒廢地にオニグルミを植林し、地元産オニグルミの物量を確保するとともに、山間地の経済活性化につなげたい。地域貢献という側面を持ちつつも、しっかりと収益を上げられるビジネスモデルとして確立したい」と力を込める。