

慶應義塾大学生と富山のパティスリーによる、限界集落の幻の果実を使った商品開発



【商品開発の背景】

私たち利賀プロジェクトは10年以上、村に通い続け村の方と一緒に伝統的な祭りへの参加やギフト販売など様々な活動をしておりました。しかし近年猛威を振るった新型コロナウイルスの影響で思うように活動が出来ず、利賀村に行くことはおろか、東京を出る事さえ憚られる時期もありました。そんな時世だからこそ利賀プロジェクトが利賀村の魅力を発信し、利賀村の活性化に繋がりたいと強く願い、実現したのがさるなしの商品開発プロジェクトでした。

【昨年度の商品開発】

この商品開発プロジェクトは昨年度より行っている企画です。昨年度は東京都目黒区にある「ENTIER」と協業して「さるなしスイーツ」を開発しました。

無農薬でのさるなし栽培に取り組んでいながら出荷先が見つからずに困っていた生産者の野原丈司さん、ケーキを通して地方地域に貢献したいと考えるパティシエの柴田雅章さん、そして、利賀村を盛り上げたいと願う利賀プロジェクト、この3者の思いが繋がり、商品の開発に至りました。

利賀プロジェクトの活動として、ケーキを買って下さったお客様に対して、生産者の野原さんの想いや、パティシエの柴田さんのケーキへのこだわりなどを記したストーリー動画を作成し、消費者が普段考えない生産者の情熱を付加価値として提供しました。

ちなみに昨年度はNHK富山、読売新聞社、北日本新聞社等、多数のメディアにも取り上げていただきました。

【今年度の商品開発】

今年度は『さるなし＝利賀村』をまずは富山県で広げるべく、富山県内での協働先を探しました。

そこで、北陸初のフランス人パティシエのジョスラン・ランボ氏が手がけるマカロン・フランス菓子専門店「Monsieur J」に白羽の矢が立ちました。

「Monsieur J」は、[2013年11月](#)

富山市内にオープンしたお店で、地元放送局や新聞社に多く取り上げられています。また、利賀村と「Monsieur

J」との繋がりも強く、すでに利賀村の名産品である黒文字茶を使ったクロモジマカロンも発売し

ています。

このように、利賀村との結びつきが強く、有名店である「Monsieur

J」とさるなしマカロンを発売し、富山県内でのさるなしの認知度及び利賀村の認知度向上に寄与するため、活動・商品開発を行っています。

また、百貨店である大和様にもさるなしマカロンを販売して頂く予定で、そちらのスペースの広報物作成も利賀プロジェクトが担います。

【Monsieur Jさんの想い】

以下、Rimbod乃理子様へのインタビューの抜粋になります。

「本場フランスの感性と日本の地方で採れる素材とのコラボレーションを行い、新しいスイーツを作りあげていくことをコンセプトの一つとして店を構えています。本企画でさるなしマカロンを実現することで、日本の未来を考えて頑張ってる子たちを応援し、自分たちのスイーツにも新しい風を取り入れたいと考えています。さるなしの色鮮やかな緑と程よい酸味を生かしたさるなしマカロンを、ぜひ多くの皆さんに味わって頂きたいです。」

【本企画の魅力】

本企画の魅力は4点あります。

1つ目の魅力としては、慶應生と富山の有名マカロン店が協働して、地方創生を目指している点です。実際に、都内を拠点とする慶應生と富山随一の有名マカロン店「Monsieur J」が協働し、限界集落の利賀村で作られるさるなしの商品開発を通じて、利賀村の新たな魅力となり、利賀村の関係人口を増加させる一助になります。

2つ目の魅力は、都内の慶應義塾大学の学生が、遠く離れた限界集落のために0から商品開発企画を行っているという点です。利賀プロジェクトは、さるなしの販路に課題を感じ、富山県内の協働先を探すことに始まり、広報物や動画の作成、メディアへの依頼などの広報全般を担い、この度さるなしマカロンを販売するに至りました。この企画は、利賀プロジェクトはもちろん、「Monsieur

J」の方々や利賀村の方など、様々な人の想いを乗せて成り立っているものです。様々な人々の想いを乗せて0から作り上げたさるなしマカロンの開発ストーリーは、多くの人の心に響くのではないかと考えています。

3つ目の魅力は、未だ認知度の低いさるなしが富山県の利賀村で育てられていることを広めることで、利賀村の新たな特産品の産出につながるという点です。私たちはこのさるなし商品開発の活動を通し、世間に対し『さるなし＝利賀村』と認識されることを目指しています。その結果、さるなしが利賀村の名産品となり、利賀村の経済活性化につながるのではないかと考えております。

4つ目の魅力としては、昨年度からさらに進化した商品開発企画の実現を目指している点です。昨年度はケーキを開発したのに対して、今年度はマカロンという新たなスイーツに挑戦し、さるなしの可能性を広げたいと考えています。また、昨年度の広報(商品開発ストーリーを載せた店内広報物や、商品開発の想いを伝える購入者限定の動画)からレベルアップした付加価値創出を目指します。

【スケジュール】

さるなしマカロンについては、[2022年12月1日](#)

から発売予定です。現在、開発途中の段階ですが、開発における試行錯誤や販売期間中の広報の取り組みなどを取り上げていただきたいと思います。様々なグルメや流行を発信されている貴方に取り上げて頂くことで、より一層、番組の魅力形成に繋がれば幸いです。

詳細はメールや電話にて、ご連絡いただければと思います。

【さるなしとは】

さるなしは、標高600m以上の山岳地域にのみ自生すると言われている秋が旬の果物で、その希少性から「幻の果実」と言われています。断面や味がキウイに似ていることから『ベビーキウイ』とも呼ばれています。栄養価が高く、レモンの10倍のビタミンCが含まれています。また、美肌効果や血圧を下げる効果など様々な健康効果が期待できます。

【本件に関するお問い合わせ先】

慶應義塾大学商学部牛島利明研究会

<https://gyuzemi.jp/>

慶應義塾大学商学部牛島利明研究会 利賀プロジェクト

Twitter

<https://twitter.com/gyutoga>

Facebook

<https://www.facebook.com/gyutoga>

note

<https://note.com/gyutoga>

担当：西森 菖

電話：080-3849-8114 E-mail：ayame.nishimori@keio.jp

Generated by ふれりりプレスリリース

<https://www.prerele.com>