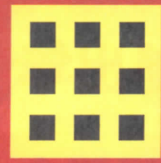


“地産地消”で 地域に貢献

地域経済の活性化が大きな課題となっている。推進すべきは“地産地消”だ。地産地消とは、文字どおり「地域で生産されたものを地元で消費すること」。だが、単に地域内消費の拡大ということだけでなく、互いの顔が見える密なコミュニケーションの中で生み出された製品は、他地域の消費者にとっても安全・安心感を与える。加えて、地域内での生産・消費は、物流でのCO₂削減など環境面にも貢献する。今回は、地産地消に取り組む2つのケースを紹介しよう。

会社を強くする!



実践経営塾

「当社では、保存料や合成着色料、化学調味料などの添加物をいっさい使わずに野菜を漬け込みます。そのため、野菜が持つ味や食感が製品にダイレクトに出る。新鮮な野菜を使うことは、当社の漬物づくりでは欠かせません」

そう語るの、茨城県筑西市の漬物メーカー、(有)菜香やの遠藤記生社長だ。同社は地元産の採れたて野菜を使って、年間約40

地産の旬の野菜を使った 無添加漬物

有限会社 菜香や

■会社概要

設立	1999 (平成11) 年
代表者	遠藤記生
所在地	茨城県筑西市下中山595-4
資本金	300万円
売上高	4,000万円 (10年6月期)
従業員数	9人
事業内容	漬物、総菜、食料品の製造・販売

「おふくろの味」を原点に
地域の農家と連携。手づくり・無添加で
全国にファンを拡大する漬物メーカー

種類の漬物を製造する。

「起業のきっかけは、いただくことが多かった近所の農家がつくった野菜です。母親がそれを漬けては、おすそ分けしていたところ『おいしい』と評判になり、土産物店が店頭販売したいと言ってきた。それが、事業化の発端でした」

地元の土産物店や朝市での手売りからスタートした漬物製造・販売だったが、3年目から都内をはじめ各地の百貨店で開かれる物産展という新たな販路を開拓する。多い年には年間200日以上もの催事販売を行ってきた。また、都内の百貨店や料亭など十数店にも恒常的に卸すようになった。加えて、インターネット通販も手がけ、食の安全・安心にこだわる30〜40歳代の女性客など、固定ファン約2500人で構成され



遠藤記生社長。もともとの家業は呉服店。日立化成グループでのプログラマーを経て、26歳のときに母親の漬物づくりを手伝うために同社を興した