

《地場産品・ブランド化》

しこくちゅうおうし
愛媛県四国中央市 「『霧の森大福』の開発・販売」



しこくちゅうおうし

愛媛県四国中央市「『霧の森大福』の開発・販売」

地域資源を活かした商品開発による第三セクターの経営改善、地域アピール

地域資源「新宮茶」をつかった抹茶大福をブランド化することで、新宮ブランドの全国化に成功

愛媛県四国中央市の山あいには観光交流施設「霧の森」でつくられた「霧の森大福」がブームになって久しい。お取り寄せでは数ヶ月待ちの品薄状態が続き、アンテナショップでも開店と同時に売り切れることもしばしば。地場産品ブランド化の成功事例の見本のような「霧の森大福」であるが、ここに至るまでの道のりは決して平坦ではなかった。

運営会社の赤字経営による村の財政への悪影響や来訪者数の減少などの困難を乗り越え、見事に第三セクターの経営改善と「新宮ブランド」の全国化にこぎつけるまでの関係者の苦勞、工夫とは？



出典)四国中央市資料

取り組み概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

取り組みの目的

地域資源「新宮茶」を利用した大福を開発し、第三セクターの経営改善をはかるとともに、「新宮村ブランド」を確立し、地域のアピールを行う

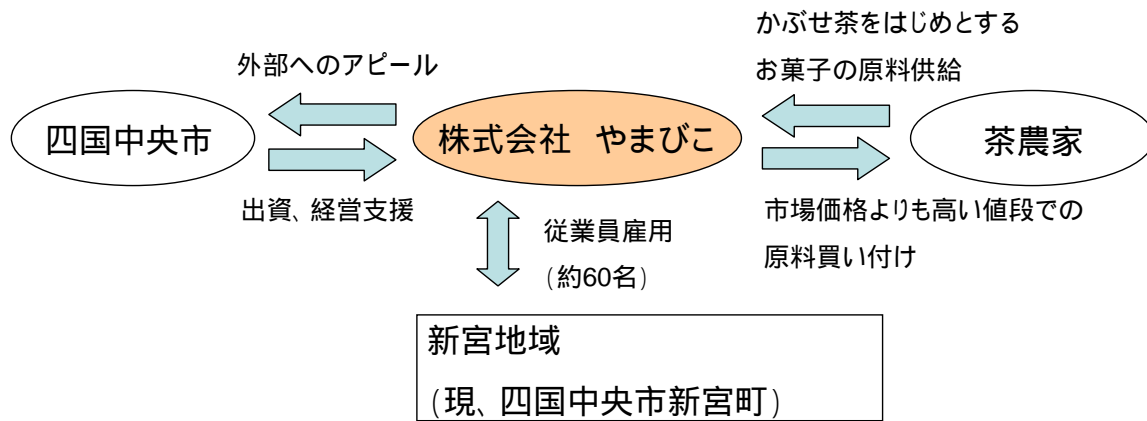
取り組みの内容

- ・株式会社「やまびこ」が主体となった観光交流施設「霧の森」の運営
- ・「新宮茶」を利用した「霧の森大福」をはじめとする地域資源を活用した和洋菓子の開発・販売

取り組み主体

- ・株式会社「やまびこ」(第三セクター)
- ・茶農家(出荷者)

取り組み体制



取り組みのポイント

1. 「本物の新宮茶」にこだわった大福づくり

大福のおいしさの秘訣は、おいしいお茶と水にあることを確信し、「本物の地域資源」としての新宮茶にこだわりつづける。とってつけたような特産品ではなく、ここにしかないと言断できる地域資源の活用が成功に繋がっている。

2. 人とのつながりを大事にした通信販売のスタイル

味も香りも伝えられないネットの通信販売を通じて、いかに客の信頼を勝ち取るかに腐心し、「スタッフの肉声の入ったメールをこまめに送る」など、地味に思える取り組みを続けた。ネット上で得た店の信頼が口コミを呼び、後の大ヒットの要因のひとつとなった。

3. 一過性のブームに終わらせない！PR・販路開拓の工夫

大福のヒットに胡坐をかくことなく、関東、関西のデパートにおける企画展などにはベテランスタッフが直々に足を運び、霧の森大福を始めとする旧新宮村の特産品を売り込み、販売促進と共に四国中央市のアピールも行っている。

取り組みによる成果

- ・ 第三セクター「霧の森」の経営黒字化
- ・ 地域における雇用創出、産業活性化効果
- ・ 交流人口の増加

今後の展望

- ・ 継続した製品開発・品質向上への取り組み
- ・ 新宮ブランドの更なるアピール

四国中央市の概況

合併で誕生した工業都市

愛媛県の東端部に位置する四国中央市は、愛媛県、香川県、徳島県、高知県の四国4県が接するまさに四国の中央に位置する自治体である。2004年に川之江市、伊予三島市、土居町、新宮村が合併して誕生した。

瀬戸内海を臨み東西に約25kmの海岸線が広がり、その海岸線に沿って東部には全国屈指の「製紙・紙加工業」の工業地帯を擁している。産業面では紙製品の出荷額は日本一を誇るなど、四国有数の工業都市である。

今回紹介する取り組みの舞台である観光施設「霧の森」は、旧新宮村に位置している。旧新宮村は人口約1,400人であり、山あい集落が点在して位置している。古くから「山茶」が自生するなど、お茶の栽培に適した気候風土であることから、かつて盛んであったタバコ栽培にかわって、現在では茶栽培が地域の主な産業である。



歴史の深い旧新宮村

旧新宮村の名称は、熊野大社の別宮を勧請したことに由来している。また有史以前から人が住んでいたとされるなど、歴史の古い土地である。

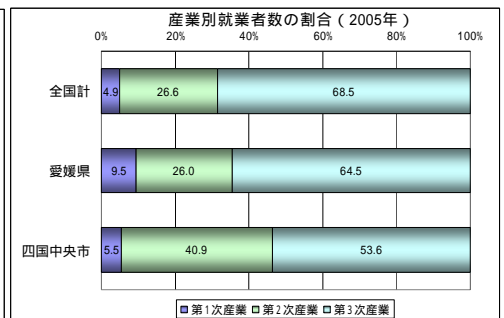
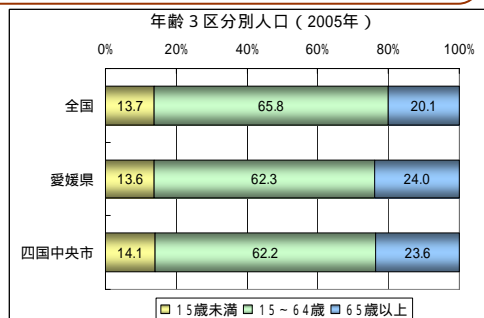
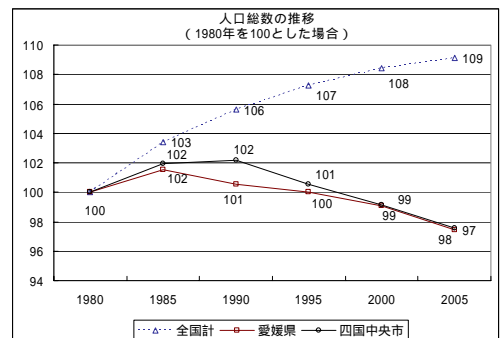
古くから交通の要衝であり、新宮地域の堀切峠はかつて大名行列の通り道として栄えた。また県無形民俗文化財である鉦踊りなど、村の地名や祭りに現在でもその名残が残っている。

取り組みに至る経緯

第三セクター方式による「霧の森」

取り組みの発端は1997年に旧新宮村が中心となった第三セクター「やまびこ」の設立までさかのぼる。

株式会社「やまびこ」は霧の森の運営主体として資本金7,550万円のうち、村が5,000万円を出資して立ち上げられた。過疎化に悩んでいた山間部の村が25億円もの事業費をかけて整備した観光施設「霧の森」は、旧新宮村の命運をかけた一大プロジェクトであった。



出典) 総務省統計局: 国勢調査

施設づくりにあたっては、関係者間で議論が交わされたが、旧新宮村の特産品である「新宮茶」をテーマとすることに意見が集約された。旧新宮村で茶農家を営み、観光交流施設の計画時点から施設に関わっていた脇斗志也氏は「霧の森ができる数年前に、『お茶祭り』と称して新宮茶の即売会を行ったところ、予想を上回る客の入りがあったので用意していたお茶がすぐに売り切れたことがありました。『お茶と癒し』をキーワードにした施設なら人口の少ない村でも人を呼べるのではないかと考えていました。」と当時を振り返る。

「お茶と癒し」をキーワードにした霧の森は、郷土資料や地元の和紙を使った人形作家の作品展示施設を核に、旧新宮村の特産品を扱う「霧の森ふれあい館」や新宮茶を味わえる街道茶店「聴水庵」、宿泊用の「霧の森コテージ」などを擁する村の一大施設として完成した。

また、施設の運営にあたっては、新しい視点で旧新宮村の魅力を引き出すことを期待して、公募方式で従業員を全国から集めた。

地元の特産品を活かした商品の開発

「霧の森」はただの集客施設ではなく、旧新宮村のアピール施設でもあり、外から来た来訪者に対して特産品や村の歴史を売り込むことも期待されていた。今回紹介する「霧の森大福」も、1999年5月の「霧の森」オープンに向けて、新宮茶、豆腐などの様々な特産品と組み合わせて開発された食品のなかの一つである。

旧新宮村はもともと山茶が自生するなど、茶葉の栽培適地であったが、山あい農業をする関係上大規模化、機械化に限界があり、静岡などの特産地と同じやり方で茶の栽培をしても太刀打ちできない。新芽の時期に黒色ネットを上からかけて育てる『かぶせ茶』という甘みの強いお茶を活用する戦略を打ち出した。大福を始めとする、「霧の森」で売られているお菓子は「やまびこ」のメンバーが中心となって、新宮茶などの旧新宮村の特産品を活かして開発されたものばかりだ。

大福は他のお菓子に比べお茶の風味が強く、試作段階では、「苦すぎて子どもが食べられない」

「霧の森」外観

山あいにひっそりとたたずむ「霧の森」は旧新宮村の一大プロジェクトとして1999年にオープンした。旧新宮村のアピール施設として地元の和紙を使った人形作家の作品展示館（現在は、新宮茶を楽しむことができる喫茶にリニューアル）や地場産品を用いた料理を食べられるレストランを擁するほかに、宿泊客向けにはコテージ（写真右）も併せて整備されている。



出典)四国中央市資料

「こんなものは10円でも買わない」などと厳しい評価も多かったものの、「和のインパクトが秀逸」「抹茶好きにはこたえられない」といった熱心な少数意見に押されるかたちで改良を進め、商品化にこぎつけた。最初は、抹茶の配合なども決まらず、苦すぎたりもしたが、配合の調整と試食を繰り返して、今の味が完成した。

「霧の森」オープン。しかしー

満を持してオープンした「霧の森」は、四国の地理的な中心に位置するという好立地もあいまって、当初の目論見を超えた好スタートを切った。当初予定されていたゴールデンウィークに開業が間に合わず、ハラハラしていた関係者はひとまず胸をなでおろすことになる。特に豆腐・菓子工房が好評で、想定していた以上の来訪者が霧の森を訪れた。

しかし、滑り出しは順調であったものの、ピンチは早くもその年の冬に訪れた。夏から秋にかけ

て雨が多く、寒くなってからの集客が伸び悩んだのだ。霧の森の経営陣は苦戦の原因を「混雑時の人的対応不足」「施設の有効活用ができていない」などと分析し、リピーターの確保が今後の課題であると位置づけた。「霧の森」の従業員公募に応じて旧新宮村で働くようになった平野俊己氏は「なにもかもが苦戦でした。まず、お客さんが来ない。夏場は家族連れのお客さんも来られたのですが、冬は積雪の可能性があるので、宿泊客も日帰り客も減少しました。商品を作っても、どんどん売れ残るとい、八方塞がりの状況でしたね。」と当初の苦労を振り返る。

オープン初年度は、寒さの厳しい2月の一ヶ月間施設を閉鎖しており、それまでの黒字を帳消しにするほどの損失を出す一因であった。

その後も、施設リニューアルや、業務規模の縮小など、官民挙げての経営改善努力が続けられたものの、なかなか思うようにゆかず、霧の森は、

Point 大福だけじゃない。村の特産品を使ったお菓子

かぶせ茶を使った「霧の森大福」の大ヒットが、四国中央市全体の知名度を押し上げる結果になったが、「霧の森」で販売されているお菓子は、大福だけではない。お茶、豆腐など村の特産品をふんだんに使った和菓子、洋菓子はどれも自信作ばかりだ。

豆腐あいすくりーむ

工房の「活き水豆腐」を主原料に使用したアイスクリームは特に女性にお勧め。乳脂肪分が少なく、さっぱりとした味に仕上がっている。きなこやしょうゆといった和風のラインナップが合うのも、ベースが豆腐だからこそ。

出典)霧の森 HP <http://www.kirinomori.co.jp/> (2011/4/4 参照)



霧の森ロール

こだわりの卵を使用した霧の森ロールは、「霧の森大福」に次ぐ売れ筋商品。無添加飼料、平飼いで産み落とされた卵で作ったロールは口どけのよいふわふわ生地が魅力である。は、多品目で豊富な品揃えの商品を安定的に供給することが重要。また、品目の多様さだけでなく、家庭用や贈答品用等、用途に合わせた農作物の選別や価格の設定、パッケージも必要であることが認識された。

出典)霧の森 HP <http://www.kirinomori.co.jp/> (2011/4/4 参照)



3年連続で赤字決算を出すことになる。オープンから5年後に、市町村合併によって旧新宮村は四国中央市となるが、「霧の森」は、ひと頃は「新宮村の負の遺産」とまで揶揄される状況であった。

「霧の森大福」のヒットによる3セクの黒字化

「霧の森」が苦戦を続けるなか、善戦を続けていたのがレストランやお土産などの食品部門であった。自治体としての新宮村は消滅したものの「新宮ブランド」に対するこだわりを持ち続け松山市や高松市まで従業員が外販に出かけたり、雑誌出版社への広報活動により、づくり手を掲載してもらするなど、PR活動も続けていた。

工房の人達が自分達で商品を車に乗せて外販に行けば、お菓子のおいしさが伝わり、大福も他のお菓子も売れ行きは上々だった。しかし「新宮は遠いところ」というイメージが災いして、なか

なか「霧の森」への来訪者増には繋がらなかった。

流れが劇的に変わったのは2004年の秋。「霧の森大福」がテレビの人気バラエティー番組で紹介されたのだ。テレビの宣伝効果はすさまじく、放送直後にはインターネット経由で注文が殺到し、抱えていた在庫がわずか数分で売り切れた。その後しばらく、日中はずっと大福をつくり続け、夜は伝票整理に追われる日々が続いたという。

霧の森大福の人気が他のお土産部門の売上げも押し上げる形となり、その年の「霧の森」は黒字化を達成。その後も売れ行きの勢いは続き、2007年度には累積赤字を解消するに至った。「霧の森」にはもう「負の遺産」の面影は残っていない。



株式会社やまびこ支配人

まつもとたかよし
松本孝芳 氏(左)

企画販売部長

ひらのとしき
平野俊己 氏(右)



松本氏は元々市職員であったが4年前に霧の森の支配人に就任した。地域との連携に取り組むほか、道の駅登録の立役者でもある。平野氏は元々東京で働いていたが、霧の森の従業員募集に応募して旧新宮村へ来た。「自然が美しいのは日本中どこの田舎でも同じこと。「新宮茶」があるから霧の森の成功の可能性を感じた」と語る。

「『新宮茶』を核に地域おこしをしていきます」

Q. 「やまびこ」で働くことになったきっかけは？

(平野)元は東京で働いていましたが、施設開設時の従業員募集を見てこちらに来ました。何度か現地まで足を運びましたが、ただ「空気や水がきれい」というだけの村ではなく、「新宮茶」という核となる特産品が既にあるということを知ったため、ここなら、村おこしができるのではないかと考えて、応募しました。

Q. 地域で働くことによる苦労はありますか？

(平野)従業員募集に応募してよその地域から来た人は殆どやめてしまって、今では私だけが残っています。ここは田舎ですが利便性はとてもよいので、日常生活の苦労はあまり無いのですが、地域に溶け込むのには苦労しました。来てしばらくは仕事が忙しいこともありましたが、地域の集まりにはなるべく出席するようにして皆さんと馴染むように心がけました。出勤初日が地域の葬式と重なってしまって、葬式のほうへ出席したのですが、今思うとそこが「分かれ道」だったのかもしれない。

Q. 道の駅に登録されましたが、今後の抱負は？

(松本)霧の森は元々交通の結節点に位置しており、関西を始めとして、結構遠くからもお客様が来られています。最近は高速道路料金が安くなったのもあると思います。

道の駅登録は2010年の8月ですので、産直市など、地域との連携により相乗効果が見込めるような取り組みを行っていきたいと考えています。

「霧の森大福」製造工程

100%地元産の茶葉を用いて作られる『霧の森大福』は、「霧の森」に付属する工房内で製造されている。
ヒット後は慢性的な品薄状態が続いているものの、関係者の工夫と努力により現在では毎日 800 箱程度を生産できる体制が整っている。



現在の取り組み

安定した大福生産体制の構築

マスメディアに紹介されたことによって売り上げが増加するのは「よくあること」。人気を一過性のブームで終わらせないために「やまびこ」の面々は更なる品質改善と安定した生産体制の構築に向けて取り組んでいる。

現在は需要が供給を上回り、品薄状態が慢性化している。大福に使われるかぶせ茶は、特殊な設備で遮光して渋みを抑えるなど、お金も手間もかかることから無制限に生産量を増やすわけにはいかないものの、「やまびこ」が設備を購入し、長期リースで地元茶農家に貸し出すことでかぶせ茶の増産に取り組んでいる。

また、大福の材料に使う茶葉の買い取り価格を、一般的な市場価格よりも高めに設定することで、地域の茶農家がかぶせ茶を生産しやすい体制を整えている。これは安定した大福生産体制の構築だけではなく、「霧の森」が得た収益を循環させることで、地域全体の活性化をはかるためである。

また、大福を遠方へ届ける際には四国中央市から直接送るのではなく、一旦トラックで神戸市の

営業所まで運んでから全国へ発送することで物流経費を削減するなど、コストを価格に転嫁しない努力が続けている。その甲斐あって、「霧の森」オープン以来変わらない価格で大福を提供できているという。

地域産業と連携した大福の売り出し

先述したとおり、「霧の森」設立の目的のひとつは「新宮村ブランド」を構築することにある。ヒット商品を大福だけにとどめないために「やまびこ」のメンバーは様々な工夫をしている。

たとえば、2010年からは、四国中央市の製紙産業と連携して、市内で生産されている水引を霧の森大福に封入し、ちょっとしたおまけにしている。霧の森大福のヒットを四国中央市全体のアピールにつなげたいという井原^{いはらたくみ}巧市長(株式会社やまびこ社長)の発案だ。

また、「霧の森」に付属する茶フェ(喫茶スペース)のギャラリーをできるだけ市民の作品の展示場所として提供するほか、イベントスペースを活用して春にはお茶祭り、秋には収穫祭を地域と連携して開催している。新宮地域の観光協会を始めとして、地域に根ざした団体と積極的に関わることで、地域を盛り上げるのに一役買っている。



施設概要

(右上)「茶フェ」と名づけられた茶房では、新宮茶と一緒に洋菓子を味わうことが出来る。

(左上)施設に付属したギャラリーは、お茶の歴史を学ぶことが出来るほかに、市民の作品の展示スペースとして活用されることが多い。

(右)街道茶店「聴水庵」では霧の森大福を食べることが出来る。大福は売店で販売しているほかには、ここでしか出されていない。

出典)霧の森 HP

<http://www.kirinomori.co.jp/> (2011/4/4 参照)



株式会社やまびこ 従業員
いしかわたかこ
石川貴子 氏



旧新宮村出身の石川氏は、現在は霧の森の洋菓子工房で働いている。霧の森大福の開発に関わった、大福の不遇の時代を知る初期メンバーの一人である。
「味の秘密はレシピよりも茶葉と水」と大福の出来に自信をみせる。

「最初は素人ばかりで大変でした」

Q. 「霧の森大福」開発の経緯を教えてください

オープン当初は、素人ばかりの会社でしたので、アドバイザーや、包餡機の会社の方と協力しながら、大福を始めとするお菓子づくりをしていました。霧の森大福は、大福を洋風につくろうというアイデアの中で開発されました。お茶をまぶすだけでなく、生クリームを入れたりと手間がかかるので、他のメーカーではあまり作っていないようですね。大福以外には、磯辺もちや豆腐を使ったアイスクリームなどを、大体 4～5ヶ月くらいかかって開発していました。味付けなど結構苦労した思い出があります。

Q. 大福が売れなかった頃に苦労されたことは？

経営が苦しかったときには従業員が辞めて人が少なくなったこともあり、商品のラインナップを減らしたこともあります。「出稼ぎ」みたいに車にお菓子を積んで遠くまで売りに行ったこともよくあります。最近入ってくる従業員は大福が飛ぶように売れているところしか知らないのでは実感がないみたいです。

Q. 大福以外に力を入れているお菓子は？

ロールケーキなどの生菓子です。日持ちがしないため、「霧の森」に足を運んでくれるお客様に食べていただけるよう、これからも頑張っていきたいと思っていますね。施設の売り上げを考えると、日持ちのする焼き菓子なども力を入れていきたいです。ここで生菓子を食べてもらって、お土産に焼き菓子を買って帰ってもらえればいい流れが出来ると思います。



霧の森お茶祭りの様子
 現在では毎年行われている「お茶祭り」では、新宮茶が販売されるだけでなく、茶葉の手揉み体験ができるなど、様々なイベントを体験できる。この日は四国の外からも観光客が押しかけるという霧の森の一大イベントとなっている。



出典) 四国中央市資料

「霧の森」の道の駅登録

関係者の取り組みにより、大福だけでなく四国中央市の知名度も上がってきた 2010 年 8 月、「霧の森」は道の駅として登録されることになった。駅長には松本孝芳^{まつもとたかよし}支配人が就任。「道の駅登録はみんなの悲願でした。まだ登録したてのほやほやですが、より多くの人に来てもらえるように頑張ります」と抱負を語る。

道の駅登録を機に大型バスでの来訪者が増加傾向にあるほか、駐車スペースを利用した産直市も人気上昇。今はまだ日曜日での開催であるが、四国中央市に初めて出来た道の駅であることもあり、今後は更に出店、品物を増やして毎日開催できるようにしたいというのがやまびこの面々の願いである。「産直市がにぎわうようになれば、レストランなど霧の森の施設にも人がたくさん来るといいう相乗効果が期待できると思っています。」と松本氏は将来への期待を語る。

取り組みのポイント

「本物の新宮茶」にこだわった大福づくり

「旧新宮村でとれた本物のかぶせ茶を使わないと意味がない」と平野氏が語るように、地元の茶農家と提携した 100% 地元産にこだわった生産体制が「霧の森大福」の最大の特徴であると同時に強みでもあるといえるだろう。

取り組み当初から関わり、大福の開発にも参加した石川貴子^{いしかわたかこ}氏は「霧の森大福のおいしさの秘訣はレシピではなくて、おいしいお茶と水にあります。仮に他の地域で全く同じ製法で抹茶を使った大福をつくっても絶対に同じ味は出来ません」と断言する。とってつけたような特産品ではなく、ここにしかない本物の地域資源を活用した取り組みだからこそその成功事例だといえる。



四国中央市の水引

人と人のご縁を結ぶ大変縁起の良いものとされている「水引」を、霧の森大福購入のお礼として封入している。数センチ四方のごく小さいものではあるが「紙の町四国中央市」のアピールに一役買っているという。また「霧の森」の売店でも水引は購入することが出来る。ちょっとしたお土産にと買って帰る人も多い。

道の駅登録証

念願の道の駅登録により、「霧の森」に訪れるバスは現在増加傾向にあるという。

またこれをきっかけに、駐車場に隣接するスペースで開かれている産直市を充実させるなど、更なる地域との連携が期待されることだ。



人とのつながり大事にした通信販売のスタイル

「霧の森大福」が爆発的にヒットしたのはテレビで紹介されたことだけが理由ではなく、ネット通販における丁寧な対応が功を奏したのだと「やまびこ」のメンバーは分析している。霧の森大福を売り出した当初はインターネット通販の黎明期であり、「注文しても商品が届かない」といったトラブルが社会全体で頻発していた時期であった。そうした中で「やまびこ」は味も香りも伝えられないネット通販を通じて、いかに客の信頼を勝ち取るかに腐心したという。「普通の対面販売とは全然違うことを意識して、スタッフの肉声の入ったメールをこまめに送るように心がけていました。そうするうちに、ネット上で店の信頼が高まり、「あそこの店は対応がきちんとしている」とか「メールのやり取りが面白い」と評判になりました」と平野氏は語る。ネットの口コミで広がった評判が新たな顧客を呼び込み、大ヒットの遠因となった。

一過性のブームに終わらせない！

PR・販路開拓の工夫

大福の品薄状態が続くなか、「四国中央市のアピールのためにはネットでの通信販売よりもなるべく現地に来て大福を買ってもらおうほうが望ましい」という判断から、現在「霧の森大福」はインターネット経由の販売部門を年に数度の抽選販売方式に限定し、「霧の森」及び松山市のアンテナショップを中心に販売している。また新たな販路開拓の取り組みとしては、関東、関西のデパートにおける物産展などに平野氏らが直接足を運び、霧の森大福を始めとする旧新宮村の特産品を売り込む。物を売るだけでなく、四国中央市のことを知ってもらうことが目的であるため、販売には「やまびこ」のベテランスタッフが出向くという。



茶畑の様子
斜面地を活かして茶葉が生産されているのが分かる。
「かぶせ茶」用のネットが付属しているのが見てとれる。



脇製茶場の様子

脇氏の製茶場ではかぶせ茶だけではなく、煎茶、ほうじ茶などの日本茶を広く生産している。「良い機械を使うよりも、熟練の職人による手揉みのお茶のほうが香りがいい」と語る脇氏は、少しでも手揉みの味と香りに近づけるため、毎シーズンの初めには必ずスタッフが手揉みでお茶をつくり、感覚を忘れないように心がけているとか。

取り組みの成果

霧の森大福による経営の黒字化

霧の森大福のヒットにより、第三セクターが赤字體質を脱し、名実ともに地域に貢献できる存在へ変貌したことが取り組みの一番の成果だといえるだろう。現在では霧の森大福の年間売り上げは2億4千万円を突破し、霧の森も8年連続で経常黒字を達成している。先述したように得た利益を、茶農家を始めとする地域へ循環させており、第三セクターの黒字化は地域全体にとってもプラスになっているといえる。

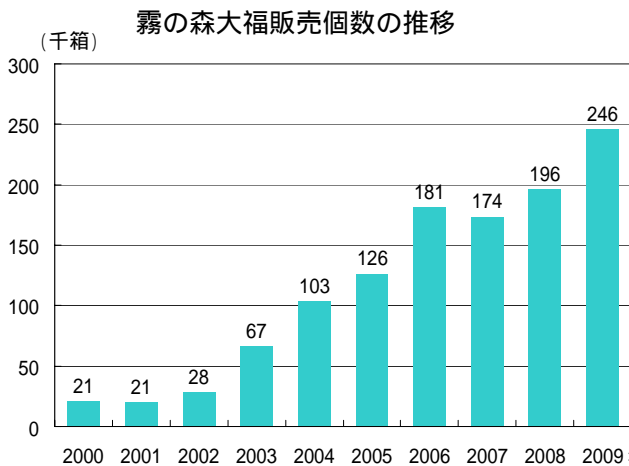
地域における雇用創出、産業活性化効果

正従業員、アルバイト含めて30人規模の組織で始まった「霧の森」は、その後の事業の成功により現在では約60人が働いている。「人口規模が約1,400人の旧新宮村で60人を雇用する『霧の森』は都市部における大企業に匹敵するインパクトを持つ」とは井原市長の弁だが、霧の森の産業活性化効果は雇用創出効果に留まらない。大福

のヒットに伴って、地元の茶農家のかぶせ茶生産量も約1.5倍にまで増加しているなど、地域経済への波及効果は大きい。

交流人口の増加

「霧の森」設立の目的であった交流人口の増加も、大福効果をきっかけに達成されつつある。当初は年間4万人程度であった施設来場者数は2009年度には21万人を数えた。また「霧の森コテージ」に宿泊する来訪者も約2,700人にまで増加している。単純に来訪者が増えただけではなく、2007年に施設のリニューアルを行ってからは施設での滞在時間が格段に長くなったという。「かつては1時間もせずに他の目的地に移動していた観光客が今では1日中ここで遊んでいくようになりました。」と松本氏は語る。



「霧森大福販売個数」、「霧の森」来場者数の推移
 大福のヒットにけん引される形で「霧の森」の来場者数も増加傾向にあることが分かる。2009年度には年間来場者数15万人を超えており、いまや四国中央市の一大観光スポットの一つとなっている。

出典) 霧の森資料

今後の展望

継続した製品開発・品質向上への取り組み

「霧の森大福」で経営黒字化を達成した霧の森であるが、大福の人気に胡坐をかくことなく、新たなヒット商品の誕生に向けて日々努力を重ねている。都市部の購買層に訴求力を持たせるために、「都会的」をコンセプトとしたお菓子づくりが試みられ、洋菓子会社がひしめく全国有数の「お菓子の街」である神戸市の女性を対象にしたモニター調査を行っているという。

また最近では茶畑のかたちをイメージしたロールケーキ等の洋菓子も充実してきている。多くは生菓子であり日持ちしないことから「霧の森」の茶フェマで来ないと食べられないが、口コミを中心に徐々に売上げが増加傾向にある。

新宮ブランドの更なるアピール

大福の知名度が上がるにつれて、原料である「新宮茶」に対する認知度も上がりつつあるという。特に食の安全に対する意識が高まる昨今では、「食べるお茶」として直接口に入るお茶が無農薬

であることは何よりのアピールポイントである。

「新宮茶そのものが、次の段階に入りつつあります。他地域に似たような大福があるなかで霧の森大福が売れている理由は、無農薬の新宮茶を使っていることだけです。ですから、無農薬の新宮茶を使っているという点をもっとアピールすることで新宮茶自体の価値が高まっていくのではないかと考えています。」と平野氏は意気込みを語る。

これだけ大福がヒットすると、「霧の森」に観光ツアーへの組み込みを打診してくる事業者も最近多くなってきたというが、観光業者からの提携の話はこれまで全て断っているという。「ツアーの一部として観光バスで来て、ろくな思い出もないままお土産だけ買って帰っても地域の印象は残らない。自らの意思で『ここに来たい』と思ってもらえる人を増やしていきたいと思います」と平野氏は語る。

売れる大福を足がかりに、地域そのものを外にアピールし、交流人口、定住人口の増加につなげていきたい。「やまびこ」スタッフ全員の願いである。



脇製茶場代表取締役
わきとしや
脇斗志也 氏



脇氏は、旧新宮村で初めて本格的に茶葉の栽培を始めた脇製茶場の経営者であり、「日本茶インストラクター」の称号のほかに各種の表彰歴を持つ。「お茶と癒し」をテーマにした観光交流施設で交流人口を獲得できるのではないかと最初に提唱したうちのひとりだ。

「新宮茶を使ってこそ霧の森大福です」

Q. 旧新宮村で栽培されるお茶について教えてください。
もともと山茶が自生しているような、お茶の栽培に適した地域ですが、本格的な茶農家が現れたのは戦後になってからです。地形の問題もあり、大規模栽培はしていないのですが、それが幸いして害虫がつかずに無農薬で栽培できています。

霧の森大福に使われているのは収穫前に茶の木にネットを被せる「かぶせ茶」です。日光をさえぎられることで色の濃い甘みのあるお茶に仕上がりますが、ただ網を掛ければ出来上がるわけではなく、被せる時期、収穫する時期に細心の注意をしないといけないのでなかなか生産量を増やすというわけにもいかないのです。栽培している農家のほとんどは、皆、県や国などの防霜対策の補助を活用して生産量を上げようと苦心しています。

Q. 霧の森大福がヒットしたことへの感想を。

ここでは茶の木に力があるので、本当にいい香りのお茶が採れます。大福が売れる原因のひとつは、木の力によるのではないかと考えています。松山のパティシエに「このくらいのお菓子は、作ろうと思えば明日からでも作れるけど、お茶は違う。リピーターの獲得には、食材にこだわるしかない。」といわれたことがあります。そこが霧の森大福の強みなので、他のお茶を使うわけにはいきませんね。この大福は、100%うちのものなので安定した味を届けられています。