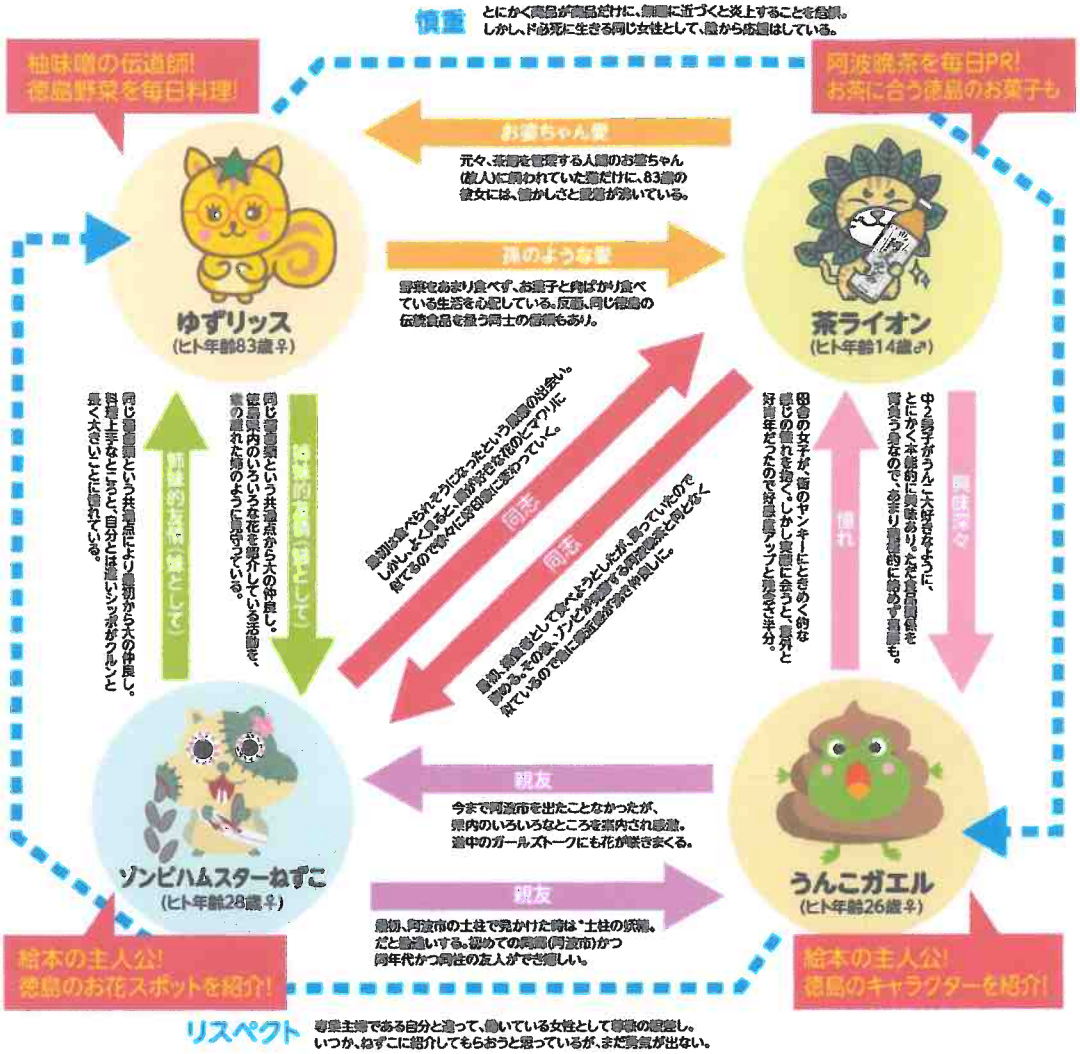
絵本作家・原田たけし(株式会社ワイヤーオレンジ代表)

キャラクター相関図



●参考:それぞれのインスタグラム

https://www.instagram.com/zombie_hamster_nezuko/

https://www.instagram.com/unkogaeru/

https://www.instagram.com/awabanchalion/

https://www.instagram.com/yuzurissu/

※上記インスタ以外に、それぞれ、ツイッター・フェイスブックのアカウントが有。

●参考：2023年2月16日付『徳島新聞』朝刊

わが社のイチ押し 32

味と安全安心こだわり

ユズみそ「柚りっ子」

柚りっ子　徳島市

発売から20年近くになるユズみそ「柚りっ子」。ユズの産地・那賀町と美馬市の山あいで育った無農薬ユズと厳選みそを原料に、無添加物で作っている。累計100万個ほどを売り上げるロングセラー商品だ。

「大切な家族や知人に食べてもらいたいとの思いを込めて、味と安全安心にこだわって作っています」。代表取締役の三澤澄江さん(83)はこう話す。

ユズみそ作りは三澤さんが定年退職を機に始めた「趣味のコーラスやお遍路の保全活動に取り組む中で知人に配るようになり、味が評判に。そんな矢先、搾汁したユズの有効授業を新聞で知った。『こんなにいい食材がごみにされているなんて』と一念発起して、2004年に起業した。

原料を求めて那賀町の農家を訪ねた。加工用ユズは皮の表面に傷や凹みがあり見た目は悪い。しかし寒暖差のあるなかで育った果実は香りや酸味に優れ、無農薬で育てられていた。農家への応援の気持ちを込めて、仕入れ価格を農家の出荷先よりも少し高めに設定し、5戸ほどの協力を得た。徳島市にある実家の物置を加工場に改装し、本格的に生産を始め、05年に「柚りっ子」を商標登録した。

特産品としての魅力や発信力を高めようと、07年に県が支援する「阿波の逸品」事業に応募し、認定を受けた。みそとお酢を受けそれぞれ、銀賞みそと北海道産テンサイ糖に切り替え、原材料を全て国産化。販路は産直市を皮切りに、自宅店や生協にも広がった。

ロングセラー商品「柚りっ子」を紹介する代表取締役の三澤さん＝徳島市住吉1

商品は19種類に。レンコンや、みまから唐辛子を入れたユズみそをはじめ、製造過程でユズ果汁を使った「ゆずシロップ」、香り豊かな「柚茶」のほか、フリーズドライのユズを砕いて瀬戸の塩と合わせた「ゆず塩」も、原料の自給に努めている。

昨年は、宝塚のトップスター柚香光が出演する「花組」公演に合わせ、自社のマドレーヌとクッキーが大劇場の土産品に採用された。ところが、新型コロナウイルスの流行で東京での公演が中止になり、大量の在庫を抱えることになった。「ツイッターで販売を呼びかけたところ、多くの注文メールが届いてくれた。仕入れ先は約40戸に増え、売り上げは2年10月までに約570万円と過去最高となった。それでも手作りの味を守り、毎年11～12月にはボランティアを募って収穫に参加する。『柚りっ子』の由来は、山の恵みを都会の人に届け、都会の人の優しさを山の人に届けてほしいとの願いから」と三澤さん。「農家に後継者ができるよう、これからも販売拡大に努めたい」と語った。

（河野大樹）

毎月第3木曜掲載

12月の主な品目別大型小売店販売状況（県内）

	販売額	前年同月
衣料品	52,518	11
身の回り品	16,084	62
飲食料品	738,259	4
家具	1,740	▲6
家庭用電気機械器具	5,418	▲2
家庭用品	48,702	162
その他の商品	84,429	▲11

金額は万円。前年同月比は増減。▲はマイナス

計2ヵ所でCO2年490

新たに設けたのはソイジョイなどを生産するSOYLUTION（ソイリューション）工場で、屋上部分に1056枚の

和子牛市（15日速報）

全農とくしま上場牛

和牛	頭数	平均価格	主体
メス	46	510,326円	1,664
オス			
去勢	50	687,764円	2,127

※上記、柚味噌の株式会社柚りっ子と同様に、
阿波晩茶の株式会社いかわ発酵も、SNS導入等で、
年商１４０％アップしました。