

# 「淡路島キッチン」

南あわじ市商工会の「淡路島オニオンキッチン」は、島内企業が地元食材などを使って生産、販売する加工品を募集している。キッチン  
の名称で販売してブランド全体の品ぞろえを充実させ、PR力を高め  
る狙いで、すでに採用が決まった商品も。参加する企業側には、キッ  
チンが首都圏を中心に開拓した販路を使える利点がある。(竹上知秀)

## 商品増やして販路拡大へ

キッチンでは昨秋、島の

特産・タマネギの全国的な  
知名度を高めようと「オニ

オンキッチン」を発売。特産  
品コンテストで最優秀賞を

受賞し、東京や神奈川の高  
級スーパーなど11都道府県

の約75店に販路を拡大した。

さらに、「商品の種類が  
増えれば、売り場も広く取

ってもらいやすい」と判断  
して魅力的な第2弾、3弾

## 首都圏攻勢



<http://www.m-awaji.jp/onion/>

採用した商品に使われる淡路島を手土産にしたロゴ

の開発を進める中で、様々

なアイデアを取り入れよう  
と商品募集に乗り出した。

募集対象は、島内企業が  
生産、販売するタマネギや

牛肉、ナルトみかんといっ  
た、特産を生かした加工品。

使用する特産品は、淡路瓦  
など食材に限定せず、商品

の外装にはキッチンのロゴ  
マークが入る。

キッチンのメニューでつ  
くる審査委員会が味や値段

などを吟味し、企業側と改  
善点を話し合う。キッチン

は「素材の歴史、作る人の  
思いといった『物語性』に

重点を置いている。高価で  
も理由を説明できる商品作

りを目指したい」とする。  
採用第1号は、食品加工

## 特産の加工品募集

南あわじ 商工会

販売会社「うずのくに南あ

わじ」(南あわじ市)の「オ  
ニオンピクルス」(瓶入り

840円、袋入り630  
円)。手作業で果肉を1枚

ずつ切り離し、薄皮を取り  
除いた小屋吊りのタマネギ

を、1875年創業の老舗  
「児島岩吉商店」(同市)

の米酢につけた。今年のタ  
マネギの収穫を待つて生産

を本格化させる。  
開発にはキッチンを通じ

て得た情報も活用。初めは  
パック包装だけの予定だっ

だが、東京で今年2月に開  
かれた展示会で、キッチン

のブースに出品して人気が  
高かった瓶詰も生産する。

キッチンの担当者は「各  
企業の技術や商品を売り込

む糸口として、キッチンの  
販路をぜひ活用してほしい

い」と話している。