

魅

力人

みりよくびと

農家の4代目として生を受けた伊藤隆徳さんは、旺盛な好奇心で普段から「人やるなことをやりたい」と、突き進んできました。22歳、近隣で誰も作っていなかったブドウ栽培を手がけ、25歳で福島県の農業研修で欧州へ、しかし、順風満帆だった日々は原発事故で一転。風評払拭を目指し、高級品種のブドウを乾燥加工する6次化の事業に65歳で着手。商品化に成功すると、甘みと酸味のバランスも絶妙な大粒の干しブドウは、高級感漂うパッケージと共に、国内外に知られるように。今号では、生産から6次化、販売までを見据えて果敢に取り組んできた伊藤さんを紹介します。



第28回 インタビュー

風評払拭のため高級品種を使い干しブドウ作りに挑戦

(株)フルーツファーム
いとう園ホームページ

(株)フルーツファーム
いとう園 代表取締役
伊藤 隆徳 さん

1948年福島市生まれ。高校卒業後、モモやリンゴを栽培する家業に従事。1970年、結婚を機にブドウ(巨峰)栽培を始める。東日本大震災から2年後、風評払拭を願い、高級品種の巨峰やシャインマスカットで干しブドウ作りを始める。同年、ふくしま地域産業6次化復興支援事業認定。65歳で法人設立。6次産業化・地産地消法認定。2015年、機械を導入して本格的に干しブドウの製造を開始。海外展開も考え専門家によるブランディングを依頼。完成した高級感漂うパッケージは、2016年度「グッドデザイン賞」(デザイン会社と共同)を受賞。2019年、農水省6次産業化アワード奨励賞受賞。2020年、福島県ふくしまベストコンペティションシルバー賞受賞。



味の良いおいしい果物づくりの基本は土づくりと話す伊藤さん。現在、ブドウ40a、モモ60a、りんご60aを栽培している



旺盛な好奇心で 高級品種ブドウの6次化& ブランディングに成功

顧客や消費者にとって価値のあるブランドを構築するための取り組み



伊藤さんがつくる6次化商品。左からjus de fruit(果汁100%フルーツジュース)、フルーツピネガー、duo de raisins(枝付き干しぶどう)

奇心で果敢にチャレンジしたのだからです。県ハイテクプラザ、県農業総合センター農業短期大学校、岩手県の生産者を訪ねては研究を重ねて2013年、商品化に成功。2015年、添加物フリー、大粒で糖度18

度以上の「巨峰」を、1本の枝に2つの房を付ける「デュエット仕立て」のまま乾燥していることなどを特徴に販売すると、ジュシーで奥深い甘みが口の中に広がる話題になりました。しかし、なかなか商売には結びつきませんでした。

品質とデザインの力を両輪に現状を変え新しい地平に立つ

そんなとき、当時参加した講演会で、商品が持つ魅力を引き出し、発信し、必要とする人へ繋ぐものこそデザインだと知った伊藤さんは、即座に講師を務めた方に相談。助成金を活用し、デザイン会社と二人三脚で作り手の思いを伝えるパッケージ、

ロゴマーク、展示会ブースなど、トータルでブランディング化を進めました。2016年、巨峰と新品種として導入したシャインマスカットの高級感、プレミア感を、黒を基調に抑えた色調で表現したデザインが完成すると、伊藤さんは蝶ネクタイに黒いベストといういで立ちで商談会に出かけるようになりました。「特別感が漂うパッケージもさることながら、私がソムリエスタイルで東京に行くと、会場にいらっしゃる方が覚えてくださるようになりまして。航空会社や鉄道会社、百貨店の方などからお声がけいただくようになりました。新しい地平に立った伊藤さんをテレビや新聞が取り上げ、さらにはシンガポールでテスト販売

されるというチャンスにも恵まれました。その後、果汁100%のフルーツジュース、フルーツピネガーと商品を増やし、2019年には、オプショで農業体験もできる農泊もスタートさせた伊藤さん。次の目標を尋ねると、「海外展開と、じいちゃんのを継ぎたい」という26歳の孫娘に、果樹園と培ってきたノウハウを引き継ぐことです」と、話してくださいました。「私も73歳ですので、孫が継いでくれれば最高!と思っています。孫が継いでくれるところですね。伊藤さんのスピリットを受け継いだお孫さんが独り立ちするまでもうひと頑張り!私たちも応援しています。」



オーストラリアメルボルンの森林鉄道。海外旅行でデザインのインスピレーションを得ることも。