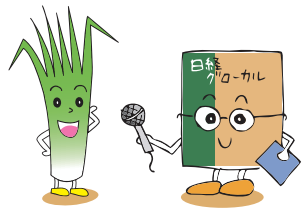


第1話 注目される『結崎ネブカ』メディアの取材増加中！



日経グローバル誌に 『幻のネギ復活』として掲載！

『結崎ネブカ』が
奈良で初めて掲載！

町おこしの主役として特産品づくりに
励む取り組みの様子が…

『結崎ネブカ』のようなブランド化の取り組みが全国で活発に展開されていますが、それを実感するのが各種メディアの取材です。このたび日本経済新聞社が発行する「日経グローバル」誌の取材を受け、その記事が2010年11月15日号（No.160）に掲載されました。

同誌は、地域創造のための専門情報誌として、グローバルな視点から地域（＝ローカル）再生の方向を探るといふ誌名のとおり地域振興の視点に立ったユニークなニューズレターですが、同誌の連載のなかの「ブランドのつくり方」に奈良県の地域ブランドとしては初めて掲載されました。



■「日経グローバル」（左写真）
以外にも昨春秋以降に取材
を受けたもの（右記）。

記事は、青ネギの一種で細くてやわらかで甘みが強くおいしいものの、出荷に至るまでの手間のかかる作業や日持ちのしない特性から次第に市場から消えていった経緯に始まり、それを町おこし事業で再生復活する際、「天から降ってきたネギの伝承」の物語性がユニークだったことや、町をあげての取り組みによってロゴマークと「ネッピー」のマスコットキャラクター、そして試食会などの普及活動を実施したことが、担当された関係者の証言とともに紹介されています。

そして、現在の生産体制や流通の現状と今後の課題まで簡潔に整理、紹介され、掲載欄2ページを読むだけで『結崎ネブカ』のすべてが分かる内容となっています。

新聞・雑誌	●読売新聞（12/19 奈良版） ●奈良日々新聞（正月特集） ●あかい奈良（2010年冬号）
放送	●NHK ラジオ（11/5 生放送）
イベント等	●若手シェフと大和野菜 （結崎ネブカでリゾート 11/27 イオン大和郡山） ●ナント農商工連携ビジネスフェア 2010 （12/7 マイドームおおさか）



竹内支局長（日経新聞社奈良支局）に 逆取材！

Q. 今回の取材でとくに印象的なことは？

『結崎ネブカ』は、何より「ストーリー性」のあることが強み。“天から降ってきた能面と一束のネギが発祥”というのはインパクトが強く、発掘の発端が「商工会」だったという意外性などもおもしろい。いまの「農商工連携」の先駆けでもあったことなど先見の明があったということ。

Q. 今後の課題は？

流通でしょう。店頭で見かけないと本当に幻のネギになってしまう、一定量は流通させないと。そのためには“必ずここへ行けば購入出来る”という場の確保は絶対的な条件。そしてブランド

管理、流通チャネルを含め産地として徹底的に取り組む。例えば生産量が問題になるなら、ほ場を磯城郡一帯など町外に広げたり、販路拡大を図ることにより生産者に刺激を与え、生産量の増加を狙う仕組みが必要でしょう。



この他にも、「奈良にうまいものがない」と言
って食の広がりを県外などに求めるのもいいが
地域に眠っている素材はいっぱいある。その土地に
根ざした食べ物を『結崎ネブカ』のように発掘できれ
ばとも話しておられました。

次は『結崎ネブカ』たっぷりの「ネブカ
うどん」をぜひ、味わってみますと
頼もしい言葉でした。