

農家の刺客

from
TSUGARU CITY



つがる市が進める6次産業化の新たな取り組み 「農家の刺客」とは

市では、農産物を主原料に独自性のあるスイーツの開発・販売を通じて、関係人口・移住定住・新規就農・地域雇用などを創出しようと新たな取り組みをはじめました。

新たな取り組みのねらい

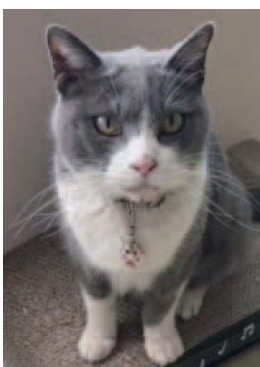
一次産業を基幹産業とする本市は、人口減少が進み、農業従事者の高齢化や後継者不足など、深刻な課題に直面しています。この困難に立ち向かうため始動した本事業。市内の経済活動を活性化させ、農産物の新たな活用方法を生み出し、地域雇用にも貢献できる取り組みとして期待できます。

つがる市を知り、好きになってもらい、関係人口が増やし、移住定住にもつなげていくため、「Made by Hope」という言葉に「つがる市の皆さんの希望が生み出したブランド」という思いを込めて、新たな価値を伝えていきます。

農家の刺客の正体 それは農家に暮らす猫？

「ネズミの天敵として農家に住み着いた猫たち。愛くるしいその猫たちは農家の日々の疲れを癒してくれる。長い間一緒に暮らすうちに、農家と猫の間には信頼と愛情のようなものが芽生えていた。農家の苦しい現状に気づいた猫たちは、一生懸命に地元の未来のために汗水流して働く農家を助けるため、仲間たちと力を合わせて商品を開発し、東京に売り込んでいく」という空想のストーリーが込められた新たなスイーツショップ、それが「農家の刺客」です。

農家の刺客は、地元で魅力的な商品を開発・製造し、東京の店舗に送って販売します。その第1弾となるのが、新感覚ジュエリートです。



東京屈指の商業エリアに 農家の刺客がオープン!

3月24日、満を持して新宿マルチ本館地下1階に「農家の刺客」がオープンし、ジェラートの販売が始まりました。初日は、倉光市長も駆けつけ、オープニングセレモニーが行われ、若い世代の買い物客でにぎわいました。

ジェラートは全て、市農産物直売所に開設された「農家の刺客-Factory-」で製造しています。ゴールドエンウィーク前には、この製造工場でも販売が始ま



ります。また、オンラインサイトでの販売やふるさと納税の返礼品としての活用も予定しています。内容量110mlで価格は1個594円(税込)です。市内での販売価格は少しリーズナブルな値段になる予定です。農家の刺客の最新情報は公式ウェブサイト(QRコード)でご覧になります。



若い世代へ向けて SNSを活用して情報発信

本事業のターゲットは、インターネットやパソコンのある生活環境の中で育ってきた、いわゆる「Z世代」。そこで、インフルエンサーと呼ばれるSNSで大きな影響力を持つ人たちからなる「TSUGARU LOVERS」(ツがるラバーズ)を結成。メンバーは、東京などで活動している10〜20歳代で、写真右から児島歩夢さん・羽田千夏さん・齋藤美雪さん・横山莉華さん・唐木俊輔さんの5人。SNSで農家の刺客やツがる市の魅力を発信・拡散していきます。



第1弾 新感覚ジェラート

最大の特徴は、ジェラートのベースに市産のナガイモを加えたこと。口当たりが柔らかく、ねばりによって伸びるのが特徴です。そのベースに2種類の素材を掛け合わせて、これまでに味わったことのない新感覚のジェラートに仕上げました。この6種類に加え、今後、新フレーバーも登場します。



メロンとレモン

爽やかなメロンと酸味のレモンの絶妙なコラボレーション。すっきりした味わいです。



メロンとマロン

メロン味の中にかすかに存在するマロン味。この組み合わせは期待を裏切りません。



スイカとしお

スイカに塩をかけて食べるのと甘く感じる。そんな体験をジェラートで再現しました。



りんごとシナモン

驚くほどのりんご感。シナモンが美味しさを引き立ててくれます。



カシスとベリー

カシスとベリーの酸味のコラボレーションは一度味わったらやみつきに。



トマトとバジル

超新感覚! 圧倒的なトマト感とバジルのアクセントで、気分はイタリアン。