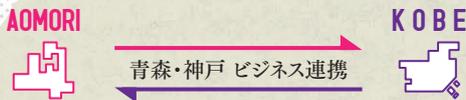




## 青森・神戸ビジネス連携事例対談



株式会社

ラグノオささき



UCCコーヒー  
プロフェッショナル

株式会社



株式会社ラグノオささき  
マーケティング部  
商品企画課 マネジャー  
細野 夕紀

UCCコーヒー  
プロフェッショナル株式会社  
東日本営業本部 係長  
田上 紗帆

※所属部署名は対談実施時点のものです。

ラグノオのアップルパイとチョコレートケーキ。2つの人気商品に合わせた、特別ブレンドコーヒーをUCCコーヒープロフェッショナルと共同開発。両社の連携のきっかけと、完成までのストーリー、今後の展開とは。

### 企業プロフィール

#### ■株式会社ラグノオささき

1884年創業の菓子製造販売会社。和菓子、洋菓子、郷土菓子、引菓子などを幅広く製造、販売。主に北東北地区のスーパーやショッピングセンターを中心に、和洋菓子店「ラグノオ」を展開。東北各地の道の駅や土産売り場にも商品を卸している。本社弘前市。

#### ■UCCコーヒープロフェッショナル株式会社

UCCホールディングス株式会社（本社神戸市）のグループ企業。UCCグループの業務用サービス事業の中核を担う業務用食品卸企業。コーヒーのほか、各種冷凍食品、冷蔵食品、ドライ食品などを扱い、全国の飲食店を対象に、地域密着の営業活動を展開している。

# フードペアリングをきっかけに 相手を知ることで、また次の連携が生まれる

## 食べるシーンまで含めた提案という共通認識

**細野** ラグノオはずっとお土産とかお菓子を作ってきた会社ですが、個人的に、お菓子だけじゃなくて、ドリンクと合わせるとか、お菓子を食べるシーンも含めて提案していきたいということは以前から思っていて、漠然とですが、オリジナルコーヒーとかできないだろうかという気持ちがあったんです。多分、うちの社員もみんなそういう気持ちはあったと思うんですが、オリジナルコーヒーというのはちょっとハードルが高いイメージがあって、具体化はしていませんでした。

そんなとき、2020年ですね、UCCさんからこのお話をいただいて、「これはちょうどいい」みたいな感じで、トントンと話が決まりましたね。

**田上** 弊社は、カフェなど飲食店に向けて業務用商品を卸すビジネスをしていますが、近年は物販提案にも力を入れています。その中で、ただコーヒーを売るのではなく、どうすればもっとお客さまの売上を増やすことに貢献できるのかを考え、お客さまの看板商品に合うブレンドを一緒に作って販売する「フードペアリング」のご提案を始めました。

**細野** どうしてうちの会社を選ばれたのでしょうか。

**田上** 例えば旅行先で友人にお土産を買って帰ろうかなと思ったときに、お菓子ひとつだけ買うのってなんとなく物足りないというか、寂しいかなと感じるのですが、かといって箱で買うのは大げさすぎる。そういうときに、お菓子とコーヒーの組み合わせがあればいいな、と考えたのです。自分自身もお土産でいただくことが多いラグノオさんのお菓子とのペアリングができたらいいなと。東北エリアでは初めての取り組み、初めてのチャレンジでしたが、弊社のオリジナルブレンドコーヒーは「どんなものにも合わせられます」というのがウリなので、ラグノオさんに「ぜひこれに合わせたいという商品を選んでください」と打診させていただきました。

**細野** 最初は「りんごスティック」でお願いしたのですが、UCCさんからいただいた試作品があまりに素晴らしくて、「お菓子に合う」ってこういうことなんだって、会社の人みんなすごく感激しちゃって。それで、「じゃあ、こっちでもお願いします」という感じで「ポロショコラ」もお願いしました。売り場的にも2種類あったほうがいいのかも思ったので。



## 一緒にものを作っていくワクワク感

**田上** コロナ禍で、実際に一緒に飲んだり食べたりというご提案が難しかったので、何種類かブレンド試作したものをお送りして、オンラインでお互いに試食・試飲しながらご説明させていただきました。

**細野** ブレンドの内容や、なぜこの配合にしたかとか、すごいきめ細かくご説明いただいて、それをうちの部署や、商品を作っている工場の社員とみんなで飲み比べたのですが、難しかったのは、コーヒーって割と日常的に飲むものなので、好みが結構固まっていて、飲む機会が多い分「自分はこういうコーヒーが好き」という気持ちに最初はちょっととらわれちゃったりして。

それと、悩んだのは、どこに重きを置くのかということですね。りんごスティックが一番引き立てばいいのか、りんごスティックを食べたあとに飲むコーヒーがおいしければいいのか、いろんな考え方があるなと。それに気づいたとき、「あー、合う、合う」みたいな単純な話ではないなと。特にりんごスティックは、うちの人間はみんな悩んだと思います。パイの生地に重きを置くか、中のフルーツなのか、そういうところでちょっと検討が長引いたことはありましたね。

**田上** 最終的に、りんごにフォーカスしてりんごの瑞々しさが引き立つようなブレンドで決定したのですよね。ワインの世界でも“マリアージュ”という言葉がありますが、味を合わせていく方法はいくつかあって。例えば、甘いものと苦いもの。色でいうところのコントラストですね。少量のほうがアクセントとなって一方を強調するのですが、分量によっては相殺作用で特徴を消し合ってしまう。食べ物と飲み物、双方の良さを引き出す方法としては、同じ方向性のものを合わせる、というのが最も合わせやすい組み合わせです。これは色でいうところのグラデーションです。濃淡が違って方向性が同じなのでそれぞれの特徴が増長されるイメージです。

コーヒーは産地によって様々な特徴がありますし、少し配合比率を変えるだけで味の印象が変わります。いろいろな産地を組み合わせ、ブレンドを試作して、ラグノオさんから宿題をいただいて、「これだと生地のほうが引き立っているな」「じゃあこのパターンにしてみようか」とか、組み合わせを変えてまた試作して試飲して、それを何度も繰り返して。でも正直なところ、大変だったというより、一緒に作っていくワクワク感の方が大きかったですね。今回のパッケージは細野さんにデザインしていただいて。ブレンドしたコーヒーの産地の国旗の色を取り入れてくださったのですよね。

**細野** すぐ気づいていただいて。

**田上** 弊社内でも商品が出来上がる前からパッケージデザインが好評で話題になっていました。中身のブレンドは我々が黒子となって作るのですが、実際に売り場でお客さまに手に取っていただけるかどうかというのはデザインの力が大きいですから。そこですぐお力を発揮していただいてありがたいなと思っています。

**細野** 恥ずかしいですね。ありがとうございます。

**田上** 「青森のお土産といえばこれでしょ」みたいになってほしいですね。

**細野** ちょうどコロナ禍が始まるくらいにこの企画があって、人ともあまり会わなくなっている中で、先ほど田上さんもおっしゃったように、箱菓子だとちょっと仰々しくなっちゃうし、かといって1個だと寂しいし、というニーズに合った商品ができたと思います。プチギフトみたいなものが主流になってきている今、ぴったりのアイテムということで、売り場でも好評です。お菓子以外のものがレジ周りにあるのは変化がついていいですし、お店の人も、独自の詰め合わせを作ってくれたりして、ギフトのバリエーションが広がりました。

**田上** 業務用食材などを飲食店の方だけでなく一般の方にも購入いただける「フーズフリッジ」という弊社のウェブサイトがあるのですが、そちらにもラグノオさんのギフトセットを掲載させていただいています。フードペアリングの提案は、今までも飲食店にはおこなってきましたが、物販での提案はなかったので、今回ラグノオさんとの実績ができたことで他でも展開できるという可能性が広がりました。お客さまからお問い合わせをいただくことも増えています。



## 足を運び、相手の土地を知ることでアイデアが広がる

**田上** ブレンドを決定するまでに大変だったことは本当になかったのですが、歯がゆいというか、もどかしかったことはあります。ペアリングなので、いくら「相性がいいですよ」と言っても、実際に体験していただかないと「買ってみようかな」というところまで結びつけることが難しく。コロナ禍でなければ、例えば試飲会とか、ペアリング体験などのイベントで、ラグノオさんのお菓子のおいしいところと、弊社が共同開発させていただいたコーヒーのペアリングを実際に体験していただくことができたのですが、その場が持てないということがもどかしかったですね。今も、いつかそういうことができたらいいなと思っています。

**細野** 神戸と青森と、それぞれでやりたいですね。

**田上** そういったリアルイベントが増えていけば、お互いにこだわったところを実際に体感していただいたり、逆にお客さまから「今度はこれを作ってほしい」という意見もいただいたり、ということもあるかもしれません。お客さまの声を聞いて一緒に作っていく、といったこともいつかチャレンジできたらいいなと思いますね。

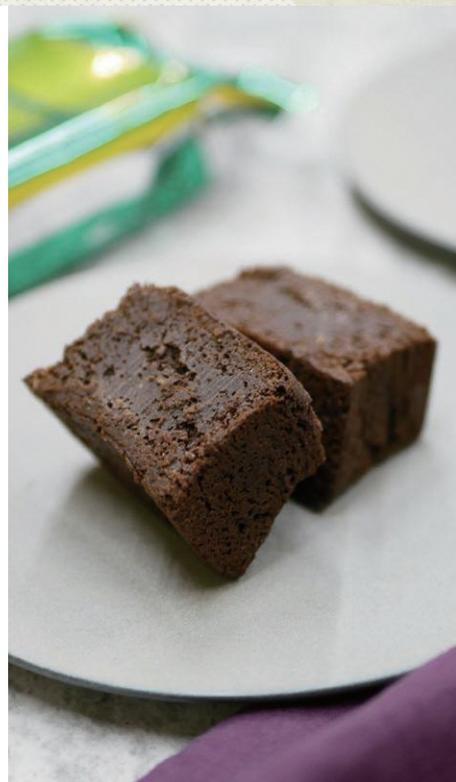
**細野** 今回、オンラインでもこういうことができたので、ひとまず良かったんですけど、やっぱり実際会って話すと、雑談とか、何気ない会話から新しい企画のアイデアが広がることがあります。状況が許す限り、知らない土地にも足を運んで、オンラインの力も借りつつ、実際に対話しながらやると、よりよい取組ができるのではないかなという気がします。

**田上** そう思います。距離の問題って大きいと思うのですが、FDAの直行便ができて気軽に行き来できるようになったということはすごくいいきっかけになりますよね。神戸のいいところを紹介する、青森のいいところを教えてください、そういったコミュニケーションをとって、お互いの土地のことを勉強しながら新しいものを生み出していくようなことができると思います。

コーヒーを合わせる、食べ物と一緒に楽しむという点では、洋菓子だけではなく和菓子でも可能です。青森との関連でいうと、「えっ!」と驚かれるかもしれませんが、マグロとのペアリングもできなくはないです。

**細野** マグロですか。

**田上** マグロの酸味に合わせるとか、脂をすっきり流すような感じにするとか、お寿司であればシャリのほうに味わいを合わせてマグロを引き立たせるとか、チャレンジですが、そういったちょっと意外性のある組み合わせなどもご提案できるかなと思っています。



## 連携が次の連携につながり、相乗効果を生み出す

**田上** それから、実際に「飲む」以外の部分で、リキッド（液体）コーヒーを製菓材料として使用していただくご提案もしています。液体のコーヒーをお菓子に使うのは実は難しいのです。しっかり味を出そうとたくさん入れると水分量が多くなってしまいますので。ご提案したリキッドコーヒーはいわば濃縮原料のようなもの。エスプレッソのもっともっと濃いものをイメージしていただくと分かりやすいかと。少量でコーヒーの味わいをしっかりと出せます。飲む以外のコーヒーの楽しみ方という点でも、新しい連携ができると思います。ラグノオさんでも試作中の商品がありますよね。

**細野** UCCさんにアドバイスをいただきながら、試作を進めているところです。第1弾として、コーヒー味の生どら焼きを、令和4年12月に神戸で開催するイベントでお披露目したいと思っています。この液体原料は、いろいろなものに使えんじゃないかということで、第2弾、第3弾も試作しています。これからもよろしくお願いします。

**田上** こちらこそ、よろしくお願いいたします。

**細野** 多分、青森の人は、神戸について、そんなにイメージできないというか、「悪いイメージは無いけど」くらいの人が多いのではないかと思います。私も、神戸の街のことはほとんど知らないですが、とにかくよいイメージしか無いですし、UCCさんという企業についても、よいイメージをもっている半面、その分、ちょっと遠い存在だったというか。それが、今回ご一緒させていただいて、なんか近くなった印象がありますので、今後もまた新しいこと、素敵な取組を一緒に続けていって、神戸やUCCさんのいいイメージと相乗効果で、青森県のラグノオという会社を広く知ってもらえたらいいなと。商品自体はどんどんいろんなところに行ってPRされていますが、それを作っているラグノオという会社が、西のほうではそこまで浸透していないと思うので、商品と一緒に、うちの会社のイメージも直行便で神戸まで行って、広がってくれたらいいなと思います。

**田上** 弊社も関西では神戸がルーツの会社だと認識されているかと思うのですが、他のエリア、特に東北では「コーヒーの会社」と認知されていても、神戸がルーツだということまでは浸透していないかもしれません。このようなビジネス交流の中で、神戸がルーツの会社だと知っていただければすごくうれしいですね。ですから、青森でイベントをしたり、神戸でイベントをしたりということが定番になって、交流がもっともっと増えていけばいいなと思います。