

川崎市内の異業種がタッグを組み、地域限定の新しいハーブソーセージを完成させた。コンセプトは「川崎らしい力強さ」。人口増で元気にあふれ多彩な文化が薫る今の川崎を、食べ応えのあるボリュームとスパイスで表現。

製造、販売をはじめ、市内で障害者らが育てたハーブを使うなど随所にこだわりも。「川崎でしか食べられない新しい名物に」一。12日のお披露目に向け、最後の仕上げに熱が入る。

(山下 徹)

地元の 新名物に

ハーブソーセージ

川崎の農・商・工が連携し、出来上がったハーブソーセージ



「高級感を出すには、ロタのは昨年12月。きつかけゴマークは黒と金がいいと思います」。2日夜、同市中原区で行われた「かわさきハーブソーセージプロジェクト」の打ち合わせ。「モノプロ工芸」(宮前区)のデザイナー羽生亜土さん(51)の提案に、16人の参加者がうなずく。プロジェクトが動きだし

提案を受け止めた市知的財産アドバイザーの高橋光一さん(56)は、「いろんな食品に展開しやすいハーブとソーセージとを組み合わせてはどうか」。市内農産物の活用方法を考えていた折の提案。すぐに知的障害

異業種タッグ、障害者も協力

者らが30種以上のハーブを育てる「はるまハーブ園」(麻生区)に持ち掛け、実現への道を探り始めた。

「地域密着」「地産地消」

を合言葉にサポートの輪が拡大。川崎などで飲食店を営む「すずや」の蟹江脩礼社長(39)も入り、自家製レシビにアレンジを加えて試

1本100円と通常の約2倍のボリューム。ローズマリー、ラベンダー、オレガノなど季節ごとに替えるハーブが味を引き立てる。ナイフを入れるとあふれる肉汁に、蟹江社長も「素晴らしい出来」と目を細める。お披露目は12、13日に市民ミュージアム(中原区)で開かれる「かわさきアトフェスティバル」。ホットドッグにして発売し、その後は「すずや」の店舗などで販売する予定だ。「川崎の力強さの象徴として広めたい。市民が自慢できるソーセージに」。関係者の夢は膨らむ。



完成したソーセージやハーブ、ロゴマークを手にする関係者ら
＝川崎市中原区