



# 株式会社 長崎の路地裏 Cafe

http://nagasaki-no-cafe.com

長崎の歴史やストーリーがぎゅっと詰まったこだわりのポップコーン。  
地元店舗では情緒溢れるレトロな空間で、50種類を超える多彩な味を楽しめる。グルメポップコーンの最注目株である。



### 会社概要

所在地：長崎県長崎市古川町 5-15  
業種：ポップコーンの製造販売 / 飲食業 (カフェ)  
資本金：100万円  
設立：2014年3月  
従業員数：4名



数あるテイストの中、一番人気はチャンボン味。



竹炭と黒ゴマが効いた軍艦島をテーマにした最新作。



カフェのテーブルは一部、古いミシン台を転用した。



メニューにはポップコーンを使ったスイーツも充実。

### Point of note

■ 伊木力みかんとは  
生産量が比較的少なく、長崎の隠れた名産ともいえるのが伊木力みかん。諫早市伊木力地区の大村湾を臨む段々畑で育つ。小ぶりながら皮が薄く、ぎゅっと詰まった甘みが特徴。実は藤原さんの祖母もこのみかんを栽培しており、近々、伊木力みかん味の新商品の計画もあるとか。



江戸時代末期から200年以上の歴史を持ち、皇室に献上されたこともある高級みかん。太陽と潮風の恵みで育った逸品だ。

## 「昨年、『アド街ック天国』でも紹介されました。スタジオでポップコーンも食べていただいたんです」

### STEP 1 創業のきっかけ

父親と再会し、郷里の魅力を再発見  
前職では約2年半の間、九州・山口を巡るテレビの旅番組のナビゲーターを務めていた藤原里奈さん。取材先では陶芸家や料理人など、各自の道を極めようとする多くの人たちに出会い、感銘を受けたという。そこでCMや映画出演も果たしたキャリアのピークに方向転換を決意。デザインやアロマについて学ぶなど、自分磨きのあらゆるチャレンジを続けた。

そんな折、旅行に出掛けたスペインのバルセロナの街角で、カラフルなポップコーンが目に入る。「かわい」と買って食べたところ…何だか美味しくない。「だったら私がつくろう!」。こうして偶然の体験が、彼女をポップコーンの道へ導いたのだ。  
「どうせやるなら、ポップコーンのロゴデザインを目指したい」。そう思い立って開発に着手。根っからの凝り性から自宅のキッチンを使って1日8時間以上、コーンの炒り方から蜜の材料・配合までを研究。知人のパティシエや化学の先生にも相談しながら2000時間を掛け、ついに納得のいく味のポップコーンが完成したという。  
そうしてポップコーンづくりに自信を深めつつあったある日、両親が離婚して幼い頃から別々に暮らしていた父

しんでもらえる場所を設けたいと、2014年5月に実際にカフェもオープン。1階が製造&販売コーナー、2階が喫茶スペースの建物は、実は明治時代のもの。その趣を最大限に生かすため、建築業を営む父親にもリノベーションを手伝ってもらった。後で「いっそ建て替えたほうが良かった」とまで言われた、こだわりの空間で供されるのは、自慢のポップコーンのほか、ポップコーンを使ったスイーツや、長崎に最初に伝来したというスマトラ島のマデリン珈琲など。珈琲は土佐和紙で丁寧にハンドドリップされ、雑味がなくまろやか。長崎にゆかりのある坂本龍馬へ思いも馳せられる。  
藤原さんにとってポップコーンは、自分が打ち込める無限の可能性を秘めたキャンパスのようなもの。彼女のブログのタイトルは「ポップコーンに人生を掛けました」だそう。

### STEP 3 今後の展望

国内はあえて地域限定に。そして同時にアジアを目指す

「パロミータス」。これは藤原さんがもうひとつ別に手掛けるポップコーンブランドだ。東京の百貨店にも出店し、全国展開を図っている。一方、「長崎の路地裏 Cafe」のほうは当然、

親と再会することに。そして父親が住み、自分の出生地でもある長崎を久しぶりに訪れると、そこには記憶の中の風景がそのまま残っていた。父親や懐かしい親戚たちと語らい、リラックスした時間を過ごすうち、長崎への愛着が湧いてきた。と同時に、自分のつくるポップコーンを通して、この町の魅力を全国の人に伝えたいという思いが芽生える。「長崎の路地裏 Cafe」のアイデア誕生の瞬間である。

### STEP 2 事業スタート

「長崎の路地裏 Cafe」の商品には、長崎のストーリーが詰まっている。味は名物のちゃんぽん、カステラ、佐世保バーガーなど50種類以上。もともと「ゴールドフード」と呼ばれ栄養豊富なコーンだが、島原の葉草からつくったパウダーと合わせた葉膳ポップコーンシリーズまである。またお土産品としての需要も考え、パッケージにもこだわった。自らデザインしたロゴは羅針盤をイメージし、かつて海外との唯一の貿易港だった土地柄を表現している。万華鏡がモチーフのグラフィックは、その路地裏に広がる多彩な世界そのままだ。  
そして、そんな長崎の魅力の結晶ともいえるポップコーンを存分に楽

長崎のみで販売する予定だ。地域限定にすることで、「興味を持ってくれた人が長崎に足を運ぶきっかけにもなるから」というのがその理由。だからこそ、地元の色を生かした商品開発に余念がない。最新作は世界遺産に登録された軍艦島をテーマに、見た目を真っ黒く香ばしい味わいにした。パッケージも長崎のアーティスト、きら進之介さんに特別に描いてもらった。  
そして同時に、日本発のハイテクオリティなポップコーンを世界に広げたいという夢も持っている。足掛かりとして、まずはシンガポールで商談中だ。  
20代半ばで起業し、ポップコーンの道を極めるべく邁進してきた藤原さん。最近、その体験を若い女性たちに伝えてほしいという依頼も多いため。そんなとき、彼女は初めに踏み出す一歩の大切さを説く。「踏み出せば、いろいろなチャンスはやってくる。そこから世界が広がっていく」のである。

#### Profile

株式会社 長崎の路地裏 Cafe 代表取締役 藤原里奈さん

2006年より2年半、KBC九州朝日放送の旅番組のナビゲーターに。CMや映画でも活躍後、11年に株式会社オーブポップコーンにて起業。14年に株式会社長崎の路地裏 Cafe を設立。