

「佐賀の地場産品を磨け！」 ～ブランド向上の一考

(株)鞆 代表取締役 江口 慎一

農水産品で「佐賀」と聞いて、県外の人は何を思い浮かべるでしょうか？「佐賀牛」、「嬉野茶」、「有明海苔」、「呼子イカ」… 名称を聞いただけで、食べたい！お腹が空いたという人も多いのではないのでしょうか。それは、今までの信頼・信用や好印象の体験で良いイメージを思い出させるもの、もしくは、食べたことなくとも良い評判が多くとても気になるものとして、これらの名称が「佐賀の〇〇だ」と人々から識別されて「ブランド」を認識し感じるわけです。

ブランドは自治体や生産事業者が自ら作るものではありません。佐賀の〇〇という産品を喜んでくれる、欲しいと思ってくれている人に受け入れられて初めてブランドというものが、1つ1つの体験や信頼によって不作為に積み重ねられ構築されるからです。受け入れてもらうためには、きちんと産品を伝えること、例えば、作り手の顔や情熱、こだわりが見える化されていること、他産品とは大きく異なる「ワオっ！」という驚き…などの要素がその第一歩です。

佐賀の多くの方々が気付かれていないのは、「佐賀の農水産品・加工食品には、未だ磨かれていないダイヤの原石がごろごろ転がっている宝の山」であるということ。その「気付き」は、数多くの県外の川上から川下までの状況や情報を見聞きしたり、生産事業者さんと仕事の話が出来る基礎知識を習得したり、販路開拓に関わる各分野のプロの情報意見交換やアドバイス等交流などを数多く体験を重ねれば、皆さんにもその「気付き」が生まれ、ブランド向上に向けた行政ならではの施策アイデアが溢れ出てくることでしょう。



(株)鞆（食品貿易業・内販）代表取締役として大手食品企業プロジェクトに関わるほか、豊洲市場（販路開拓・流通・国際化）や4自治体のアドバイザーなども務める。
元日本貿易振興機構（JETRO）農林水産物・食品本部事務局長、元経済産業省大臣官房参事、農林水産・食品の政府委員を数多く歴任している他、最近では「次世代農業サミット」基調講演&パネリストなど全国各地での講演やNHKの活動特集などメディアにも頻繁に登場するなど多岐にわたり活躍。