

「佐賀産品は宝の山。佐賀を磨こう！」

(株)鞆 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。

新型コロナ感染症拡大により、川下の外食産業やその関連業種、これらの方々に出荷販売している川上の生産者などの農水産食品業界も多大な影響を受けました。レストランや居酒屋など外食産業が外出自粛や営業時間制限等により苦境に陥り、高級食材や業務用食材が余剰となって相場が下落するなど連鎖的に生産者も極めて厳しい状況となっています。一方、「巣ごもり需要」により加工食品やインターネットによる産地直送が急増し、after コロナとなってからも、この傾向は続き定着化するとされており、中長期的な生産計画や戦略の練り直しを生産事業者は迫られています。

佐賀県は多岐にわたる農水産品を生産している一次産業県であり、各自治体は農産品を使用した特産品のブランド力向上のため、様々な工夫を凝らして取り組んできました。しかしながら、今回の新型コロナウイルス感染症の影響で、農水産・食品に関わる事業者の方は大変な局面に立たされており、このような時代の大きなうねりの中、今こそ各自治体においては、その支援施策や自治体職員の活躍がより一層期待されています。



(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）の顧問や複数の自治体、日本政策金融公庫や日本プロ農業総合支援機構（J-PAO）などのアドバイザリー、農業大学校講師なども務める。

最近の活動では2020年、地域産品をフルに活用した商品開発でミールキットのヒット商品を生み出したほか、アドバイス支援を行ってきた食品企業が農林水産大臣賞を受賞するなど、数々の実績・成果を挙げている。

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。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では活動の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。