

「目まぐるしく変化する農水産・食品流通環境のなかで」 ～佐賀産品は宝の山。行政として舵取り役になるために～

(株)轍 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、食べたことがなくて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数多くの体験を重ねれば、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皆さんにしか出来ない施策アイデアが溢れ出てくることでしょう。

新型コロナウイルス感染症拡大により、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。そしてアフター・コロナとも言える現在も、様々な影響が続いています。さらに、「巣ごもり需要」を端にしたネット通販の伸長やライフスタイルの変化による加工品需要の増加、そして地方産地は出荷物流の確保や物流コスト上昇等いわゆる物流の「2024 年問題」への対策が急務になっているなど、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るなか、県内生産事業者の方々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、その舵取り役として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。

本プログラムでは、農水産・食品に携わる部署に新規に配属された方や、担当業務を行う上で最新情報をもとに今改めてより一層知見を深め、業務に活かしたいという方などを対象に、農林水産・食品の①流通・販路開拓、②ブランディング、④輸出に関して行政職員が生産事業者を支援するのに必要な基礎知識やノウハウを学んでもらうとともに、③これらが実践されている流通現場を実務家である講師の解説案内のもと視察、体感することでより具体的なイメージを持っていただく構成となっています。また、参加者個々の課題にも個別に相談サポートを行いきめ細かいケアをさせていただきます。



(株)轍（流通・国内外販売）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（市場活性化・流通・国際化等）、業界最大手等食品企業顧問、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）などのアドバイザー、2 県の農業大学校講師なども務める。最近の活動では、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、食品メーカーの調達・新商品開発、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（官邸アベノミクス農業競争力プログラム等ブレイン）、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「農業技術展」基調講演や東京の流通ブランディングの第一人者に選定さるなど、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。