

# 鹿児島 その豊かさの発信

昨年の夏、降灰の洗礼を受けつつ、初めて鹿児島に足を踏み入れてから、早、半年が経つ。今では夕食には焼酎のお湯割りを欠かせない毎日である。

この春で勤続27年になるが、12年は地方勤務をしてきた。しかも首都圏と地方を交互にである。おかげで都会と地方の良さをそれなりに理解しているつもりである。参考になるかわからないが、少し私見を述べさせていただきたい。

都会はとにかく便利でスピード感があり、洗練されている。それに対してゆったりとした「豊かさ」が残されていることが地方の良さだ。「豊かさ」と

は自然、人情、時間、食材等々においてである。振り返ると都会の生活は慌ただしくて、じつくりと物事に組み重なかった。仕事もプライベートも自分の血肉となった知識経験は地方で身についたものである。

さて、特産品についてであるが、私が生活した各地域ともそれぞれ个性的であり、違った特色を持ち合わせていた。首都圏は何でも揃っているが、逆に言う個性が無い。地方はその個性にフォーカスすることによって、強みが際立つ。企業でも個人でも弱みを修正するのは難しいが、強みは伸ばしやす。その意味で地域の強みを精

査し、具現化(商品化)し、発信することが重要である。

鹿児島個性はそのまま際立っている。雄大な桜島、歴史上有名な人物にゆかりのある観光名所、南北600キロにわたり点在する離島、地域住民に根差した温泉施設、大島紬や薩摩切子といった伝統工芸、そして一度試した顧客を魅了してやまない芋焼酎・黒豚・さつまあげ・地鶏刺し等の食の数々。

素材は本物である。鹿児島の豊かさに触れれば、誰しもが感動を与えられる。考慮すべきは、インパクトをそのままに伝えられる特産品や名所のネー

ミングだろうか？名称はむしろ洗練されていない方がよくわかる。また、価格は高くても構わない。どつしりと構え、安売りは不要である。地方ブランドには市場は希少性に価値を見出すものだ。

現在、新幹線・航空等交通インフラも整備され、鹿児島への往来もしやすくなりつつある。この本州最南端の魅惑の県へひとたび訪問してみれば、人はきつとりピーターとなるであろう。

鹿児島県での生活経験者の一人として微力ながら発信を続けて参りたいと思う。



山口 治氏

Profile

商工組合中央金庫鹿児島支店長  
昭和61年上智大学法学部を卒業後、同年商工中金に入庫。新宿支店営業課長、高岡(富山)支店次長、上野支店次長、高知支店長、渋谷支店長などを経て、平成24年7月より現職。