

# 中華圏への県産品消費拡大に向けた取り組みと今後の課題

1月15日、中国最大の都市である上海において、当協会は県と共に、本県の食や焼酎をPRする「本格焼酎と鹿児島県産品を楽しむ夕べ」を開催した。

鹿児島県からは伊藤知事をはじめ、鹿児島市、指宿市、霧島市、南九州市の各市長、経済界、国体のトップのほか、県内企業14社が参加し、物産や観光など様々な分野の来場者に対し、PRや商談を行った（当日の参加者は140名）。

当日は、商談会と招宴の2部構成として開催し、第1部の商談会では、中華料理店オーナー

や流通関係者に対し、焼酎やさ

つまあげ、菓子、調味料、水など38品目について商談を行った。出展者からは「普段なかなか会うことのない商品仕入れの責任者や総経理などと直接商談

することができた」などの声があり、来場者からは「度数や種類も違う焼酎がこれだけ一堂に会するのは珍しい」と好評を得た。

第2部の「本格焼酎と鹿児島県産品を楽しむ夕べ」では、今後ますます重要視される中華圏への県産品消費拡大に向けて、焼酎やそうめん、醤油などの県産品を活用したオリジナル中華料理や、中華料理とペアリング

した焼酎の飲み方などを提案し、併せて、参加焼酎蔵元のブースを設置し、来場者に自慢の焼酎を直接振舞った。また、世界最高水準の画質である「4K」形式の本県プロモーションビデオの上映や、当地において知名度の高い4市の市長による観光セールスも行い、物産と観光の相互の面で本県の多彩な魅力を伝えた。

その他、著名俳優の林棟甫氏から「鹿児島を訪れ、風土や人にすっかり魅了された。本日も集まりの皆さんも鹿児島を応援しましょう」と温かいビデオメッセージが寄せられ、中国の来場者からも、県産品の認知度

向上やイメージアップに資することを目的としたファンクラブの設立について賛同の声が多数あがった。

会では、鹿児島を応援するファンクラブ結成への気勢があがるとともに、日本からの参加者からは「中国人の知恵を活用した情報発信に力を入れて欲しい」といった要望の声もあり、中国の消費者に対し、中国側から効果的に情報発信できる仕組みをつくるのが今後の課題だと感じた。

さらに、中華料理に鹿児島の食材や焼酎を活用するなど新しい試みを行う一方で、伝統的工



芸品の酒器や郷土料理なども併せて提案するなど、本県が誇る多彩な食文化そのものを伝えるべく工夫を凝らす必要があることも感じた。今後も、中華圏の消費者の心に届くよう、引き続き様々な切り口でアプローチしていきたい。



# 工芸展示会の

## 新たな兆し

ふるさと特産運動推進指導員

工芸品担当 惠原要

2月初め、東京都の東雲において、工芸品、生活用品の展示会「ててて見本市」が開催されました。臨海の倉庫をリノベーションした独特な雰囲気の間 TOLON に、過去最多の75組が参加し、3日間で約3千人が来場し、活況を呈しました。

ててて見本市は、作り手（デザイナー、メーカー）、伝え手（バイヤー、プレス・メディア）、使い手の3つの「て」を繋いでいくというコンセプトのもと、若いスタッフ達により4年前に始まった比較的新しい展示会で、手工業による中量生産の工芸品・生活用品を、地域や素材を大切に作った商品をつくる「作り手」達が集い、「伝え手」を紹介することを目指しています。

鹿児島からも、工芸のジャンルを越えた若手職人達が参加している MIGOTE プロジェクトが、アドバイザーの指導のもと、数回のワークショップ・個別指導を経て開発した商品で、昨年に続き出展しました。今回、イタリアのデザイナーの技術を用いて作られた、大島紬の端布や緋糸をポリウレタン樹脂に挟み込

んだシートで作ったポーチなどの製品は、大島紬の魅力が十分生かされたもので、新たな可能性を感じさせるものでした。

また、芭蕉繊維と絹の混紡糸で織られた生地を泥染めしたジャケットは、素材で独特な風合いが、人目を引きました。

工芸品においても、作ったものを売るというプロダクトアウトの発想を脱し、顧客の視点やニーズを重視するマーケットインの発想の取り組みがなされています。

会場は、各地から集まった陶磁器や染織品、木製品、漆器、その他伝統工芸品まで、各地の若手職人達や入場者で熱気をはらみ、今後に向け、明るい兆しを感じるものでした。



熱気に包まれた、ててて見本市会場

# 特産品協会インフォメーション

## 第2回「売れる！特産品

づくりワークショップ  
(国内市場)実施報告



平成27年1月15日～17日に首都圏で開催した第2回ワークショップでは、アドバイザーの榎五味商店代表取締役社長の寺谷健治氏から得た意見等をもとに開発・改良した6社の商品について、寺谷氏や首都圏の流通関係者との意見交換等を通じて市場性を調査した。

寺谷氏からは、①1つの目標を持つて戦略をたてる必要性、②売りたい対象や売り場を意識したモノづくりの重要性、③パッケージや量目などの改善についてご指導いただいた。また、小売店バイヤーからは、①リピートにつながる視覚的なインパクトや味の特徴、②使用例やレシピ等を消費者に伝える工夫、③他の産地とは明確に違う特徴などが必要との指摘があった。

現在、それらの助言をもとに、各社、市場ニーズに即した商品開発・改良に取り組んでいる。

## 「国民文化祭記念商品等 開発促進事業」について

当協会では、県の委託を受けて平成27年10月31日（土）から11月15日（日）に県内各地で開催される「第30回国民文化祭・かごしま2015」に県内外から多くの来場者があることからこれを商機としてとらえ、記念商品や土産品等の開発及び販路拡大、情報発信を通じて、関連産業等の一層の振興を図る「国民文化祭記念商品等開発促進事業」を実施します。

本事業では、研修会を通じて新商品等の開発を支援し、県や協会等のホームページおよび専用カタログ等による事前告知、国文祭PRシールによる宣伝、県内外での観光物産展や各種イベント等での紹介などにより販路拡大を支援し、売上確保や利益の増加を通じて事業参加企業の在職者の処遇改善を図り、さらに大会終了後も持続可能な商品開発に取り組みます。

事業に参加ご希望の方は、4月15日（水）までに当協会にお問い合わせください。

