



特集

「明治維新150周年と

鹿兒島の特産品」

The gem of the Heisei Ishin!
Big announcement and business meeting

平成ISHINの逸品！ 大発表・商談会



「1」平成ISHINの逸品！ 大発表・商談会概要

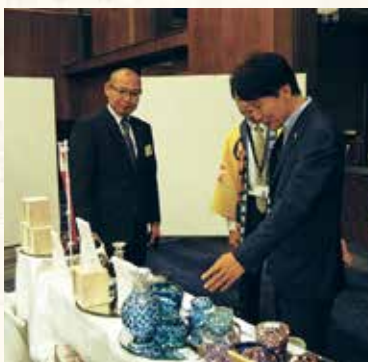
いよいよ、明治維新150周年を迎え、NHK大河ドラマ「西郷どん」の放送が始まった。その節目に向けて、平成29年10月27日、城山観光ホテルにて県と当協会主催による「平成ISHINの逸品！ 大発表・商談会」を開催した。

本商談会では、西郷隆盛をはじめとする偉人や歴史、地域に根ざしたストーリー性のある売れるモノづくりと販路拡大、ならびに機運醸成を図るべく、鹿兒島県内外の流通や観光関係者などを対象に、関連商品を一堂に展示紹介した。

当日は県内の食品や工芸品などの特産品製造者のほか、山口県（長州）、高知県（土佐）、佐賀県（肥前）、3県の特産品製造者や関連団体を含む、計88社・団体、198品目を紹介した。また、県内外の百貨店などの小売店、問屋、駅・空港・ホテルなどの売店、土産品店のバイヤーや旅行会社関係者など82社

175名が来場。

冒頭挨拶した三反園訓鹿兒島県知事（理事長）は「鹿兒島には素晴らしいものがたくさんあります。一緒になって国内外に広げていただければ」と期待の言葉を述べた。



出展されたものの中でもひと際多く見られたものが西郷隆盛をモチーフにした商品。西郷さんが好んで食べていたと言われる食材を生かしたもので、着用していたと言われる服を現代風にリメイクしたものと、西郷さんの衣・食・住に関するあらゆるものが2017年の日本、そして鹿兒島に合った形に姿を遂げていた。

そのほかにも、桜島の灰が使用された洗顔料や鹿兒島のイメジカラーである「黒」をモ

チーフにした薩摩切子、鹿兒島の伝統工芸品と鹿兒島で採れる素材を組み合わせて作られたシャツなど、南北600キロにも及ぶ鹿兒島の魅力を再発見できる逸品が会場にずらりと並んだ。

「2」バイヤーの声 「県外からの視点」

県外からのバイヤー3名の方に商談会の感想や、期待することなど、意見を伺った。



株式会社 丸栄
特選・生活用品・催事部 催事
長谷川 将史氏

「ストーリー性のある商品が求められている」

今回の商談会は、来年に向けてアピールできるいい機会だと思えます。弊社で扱いたい商品を選ぶ際重視しているのは、その商品に「ストーリー性」があるかどうかです。注目を浴びる「西郷」というキーワードをただ単に使ったということではなく、西郷隆盛にゆかりがある食材を使用していたり、関連のあ

る地域で製造されていたり、なぜこの商品に「西郷」という名がついているのかの問いにしっかりととした答えがある商品であれば、売り手側としてもお客様に説明がしやすく、同時にお客様にも伝わりやすいのではないかと思います。



株式会社 五味商店
代表取締役

寺谷 健治氏

「過性に終わらせない、行政と連携した取組みを」

三反園知事の挨拶を聞いて、県知事の特産品への熱い思いを感じました。また、挨拶後に今回出展している「二社」を回っていらつしゃいました。多忙な知事が自ら歩いて回るといのは他の県では見られない光景で、トップセールスとして素晴らしいなと思います。

鹿児島県は物産も観光も、さらに来年は話題性もあり、非常に恵まれた土地です。だからといってゆるま湯体制にならないようにしてほしいというのが私

の希望です。「明治維新150周年」や「西郷どん」というのも「過性のテーマに過ぎません。だからこそ、行政が主体となり各企業に合わせた指導を徹底した上で、企業のモノづくりだけではなく、セールス力も向上させていく、これが今後の鹿児島県の課題ではないでしょうか。



株式会社 東武百貨店 船橋店
販売推進部 催事課 担当課長

堀越 昇氏

「鹿児島らしさこそ大切」

今回のテーマに合わせた商品が多く並ぶ中で、正直無理やり感が否めない商品もいくつか見受けられました。鹿児島を知ってもらう入口としては「西郷どん」などのキーワードを利用するのは有効ではないかと思っています。

10年以上バイヤーとして、鹿児島にも何度も訪れています。が、特産品に限らず街を見渡してみても、鹿児島らしさが段々失われていっているように感じます。特産品に関して言えば、

「3 出展者の声」
「鹿児島の魅力を発信」
各出展者のブースをバイヤーが回り、活発な意見交換が行われた。バイヤーから「明治維新150周年や西郷どんとの関連性が低い」との言葉ももらったという出展企業の担当者は、「商品の完成度が十分でないまま出展したことを反省した。だが、このタイミングで情報を発信するという事だけでも意義はあったので、新商品の開発を急ぎ進めていきたい」と今後に向けて決意を新たにしていた。また、「他の鹿児島の特産品とコラボレーションしてみよう」と出展商品に対して

は、「コンセプトやパッケージがおしゃれな商品は見よさそうですが、関東の消費者が鹿児島に対しておしゃれなものを求めているか」とそうではないのが事実です。その上で、黒豚やきびなどのような鹿児島らしさが強調されたものと、新しい今の鹿児島を上手く組み合わせて紹介していくことが大切ではないかと思っています。

て今後の具体的な展開案やアドバイスをバイヤーから受けた企業や、他の出展者との交流を通じて刺激をもらったという出展企業も。それぞれの交流を通じて感じ得たことをきっかけに、商品のブラッシュアップにつなげ、よりよい商品を生み出してほしい。



「4 薩長土肥の今後」 「明治維新150周年に向けて」

山口県から参加した出展者は「鹿児島産の素材を使用した商品を扱っているが、この商品をきっかけに山口と鹿児島を人々が行き来してくれたら嬉しい」と期待を寄せていた。ま

た、同県物産協会専務理事の井上仁氏は、「山口は九州と隣りで遠い存在。だからこそ、このような商談会が開催されることをとても嬉しく思う。来年の明治維新150周年に向けて、山口も県全体で前のめりになって頑張っていると。鹿児島には芋焼酎とさつま揚げ、山口には地酒と蒲鉾と、面白い共通項もあるので、これからは鹿児島県と手を携えて盛り上げていけたら」と抱負を語った。

明治維新を推し進め、日本に新たな風を吹き込んだ偉人にも負けない熱い思いと団結力で、各県の特産品、そして観光を盛り上げていきたい。

