

食品輸出EXPO

台湾視察研修の打ち合わせもあり、10月10日に「日本の食品輸出EXPO」へ出向した。大手メーカーや全農は大きなスペースを取っていた。品目としては果実、牛肉、水産物・水産加工品、お茶、日本酒などのブースが目立った。これらは試食や試飲で多くのバイヤーを集めていた。面白いものとしては、冷凍の焼き芋、餃子、そして米関連(米粉、こめ油)の商品である。米は全国から特徴のあるブランドが目立つ、米粉はグルテンフリーが売り、餃子は具材にこだわりの有機野菜を使った健康食、そして、なぜか焼き芋はJALのブースで焼きたてを振舞っていた。牛肉が神戸、松阪が世界のブランドになっているように、地域ブランドが農産物でも世界に向けて発信できる時期が来ているのかもしれない。

直売所は、地域の個性ある農産物が自由に集まる場所である。そこで開発された6次化商品やブランド農産物が世界に羽ばたくかもしれない。そんな熱気がある展示会であった。

ハレの日の売場

日常を「ケ」とし、非日常を「ハレ」とすれば、わざわざ産地まで出向いて買い物をする直売所は、「ハレの日」の売場といえよう。それは、道の駅木更津うまくだの里で紹介したように、地産地消と観光物産との相性の良さからもわかる。また、繁盛直売所として知られる、群馬県のJA邑楽館林「ぼんぼこ」のBGMは、開業からしばらくの間祭囃子であった。繁盛の原因が音楽だけとは言えないが、当時の店長が気合を入れるために思いついた。商品が豊富、質が良いことに加え、踊りだすようなムード作りは大切である。

直売所では、日常必要な生活必需品の野菜をを売りながらも、餅や赤飯がなぜかよく売れることも、その証だろう。道の駅で1日千個も売れる350円前後のリッチなソフトクリームは「自分へのごほうび」かもしれない。

単に売上が欲しいのなら、隣のスーパーの真似をすればよい。しかし、地域の個性を売るには、それなりの演出が必要なのである。ハレの日の売場には、プロデューサーと舞台が必要なのである。

祭りは季節を選ばない。10月はケルト人の収穫祭が起源のハロウインの季節。その舞台には、カボチャをくりぬいたジャック・オー・ランタンを飾るしかない。写真は新潟県新発田市「とんとん市場」の売場の正面のディスプレイ。開業以来、15年間務めるパートさん自らが拵えたものである。



幕張メッセで開催10月10日～12日



焼き芋のブースはJALが、冷凍焼きいももある



新発田市とんとん市場のハロウィンディスプレイ、カボチャ以外にはギフトの果物が並び



とんとん市場は、野菜、果物以外にも花が強い。お盆には1日300万円以上売るといふ。場所もレジの前の一等地に広がる。枝豆はもちろん、一番の売れ筋。味は最高です！

