

(3) 交流会を終えて

10回目となった「おいしい山形地域特産物交流会」を、予期していた以上の来場者を得て盛況裡に終わらせることができました。過去最大の36ブースを開いた出展者が県産農水産物とその加工品など多岐にわたってのジャンルで参加してくれたこともあって来場者の反応も上々でした。特にサマーティアラやシャインマスカットの果物新品種、食用菊、赤根ほうれんそう、蔵王かぼちゃなどの在来野菜と豊富な食材の新発見に驚きの声も挙がっていました。殊に平田赤ねぎや甚五右エ門芋、エゴマ、わさびなどのブースでは実需者と生産者との活発なやりとりが見受けられ、新銘柄米つや姫と共に改めて食の豊庫山形をアピールできたのではないのでしょうか。

頂戴したアンケートからも早速取り扱ってみたい商材として、サマーティアラ、赤ねぎ、ドライとまとなどにいち早く手を挙げており、行者菜や紅花若菜の生産拡大を求める声が多くみられるなど、在来野菜をより多くの実需者に知ってもらう術をより充実させる要を強く感じました。今回は偶々卸売市場の休市日であったがために、市場関係者の来場は少なかった嫌いがありましたが、ホテル関係や大小取り混ぜた料飲店、通販 etc、既存の流通関係者とは異なる視点・観点からの指摘も多く、戸惑いながらも明日に向かって出展者の得るところは大きかったことと思います。「産地は生産に専念するだけでなく、プロモーションの大切さを体感しました。」とは某県の県職員が言ってくれた帰り際の一言でした。

180余名が参集してくれた見合いの場は盛況でしたが、後は如何に商談を取引に発展させて行くかだと思います。品物の評価はどれほど高くしても、日常取引の場には数量や値頃感・ロット・期間など種々の条件が伴わなければ成約にまで繋がって行きません。その為には、交流会が終わった以降の営業活動にこそ注力すべきでしょう。特にリピーターより新規の見込み客が多かった筈ですから、彼らへのアプローチが、より大切であり忘れられないように継続してのプッシュが必要ではないのでしょうか。それがあって始めて「交流会をやった良かった。」と自画自賛することが許されると思います。

(鈴木重雄 筆)