

JAと市によるトップセールス

よく聞く言葉として

「トップセールス」という言葉をよく耳にします。簡単に言えば、社長や首長などの組織の長が宣伝マンとなって売り込むことです。

市もこれまでさまざまな場面でトップセールスを行ってきました。市独自のトップセールスでは、観光や企業誘致のみならず、にかほ市のシティセールスあるいはシティプロモーションを行いながら、関係人口の拡大や民間部門の先進的な取り組みの調査・研究・導入を図ってきました。また、県が主催するインバウンド誘客や物販を目的とした海外トップセールスへの参加や、県が開催する首都圏や関西圏などでのリッチセミナーへの参加など、大きな枠組みでのトップセールスも行ってきました。

JAトップセールス

昨年から今年にかけて、JA秋田しんせいと由利本荘市およびにかほ市が中心となって首都圏で3回、中京圏で1回、農産物トップセールスを行いました。

4月に行われた首都圏でのトップセールスでは、一日目は卸売業者の東京荏原青果を、二日目は横浜丸中青果をそれぞれ訪問し、アスパラガスを中心に、ミニトマト、ネギ、菌床シイタケの売り込みを行いました。情報交換の場において、JAからは作柄状況と生産者である農家の方々の思いや願いを、卸売業者からは消費者の考え方や今後の市場動向についてなどさまざまな角度から意見交換を

しました。にかほ市からは、アスパラガスの大規模生産者である小出ファームの代表者がアスパラガスの生産状況と実績を、市からは現在すすめられている象潟前川地区の圃場整備と完成後のネギの団地化についてをそれぞれ説明し、いずれの品目についても引き続きの取り引きをお願いしました。

また、7月に行われた名古屋でのトップセールスでは、中京圏でJA秋田しんせい管内のお米を買い卸している篠名古屋食糧と地元の大手スーパーヨシズヤを訪問しました。スーパーのお米コーナーには全国各地の銘柄米が多数並べられ、その日はJA秋田しんせいの土づくり実証米「ひとめぼれ」が特売品としてうず高く積み上げ販売されていました。

今回の訪問であらためて認識させられたのは、どの商品を手取るかは消費者次第ですが、どの商品を消費者に選んでもらうかは売り手側の意図にもよるということでした。「美味しいものを作っていれば選んでももらえるはず」では激しい産地間競争を勝ち抜くことはできません。選ばれたためには細やかな配慮と熱意をもって売り込んでいく努力が必要です。その意味からも今回のJA秋田しんせいを中心としたトップセールスからは多くのことを学ぶことができましたし、その意義と重要性を強く感じることができました。

政策の補完性

マーケティングにおける販促は、商品

の知名度を引き上げブランド化することで単価を上げたり販売量を増やしたりするための取り組みです。私はブランド化の際に欠かせない物があると思っています。それは物語です。私たちが手にするもの、目にするものには必ず地域に根差した物語があるはずです。どういった自然環境の中で、どのような人々によって作られているのかなどといった背景です。そしてこの物語こそが商品に新たな価値を提供してくれると思います。

スーパーヨシズヤで売られていた富山県産の黒部米5kgのビニール製の袋の表面には大きく「黒部米」の文字が、裏面には黒部市のPR写真がそれぞれ印刷され、QRコードから黒部市HPを閲覧することができるようになっていました。シティセールスあるいはシティプロモーションはまさに物語をもって市を売り込むための取り組みです。民間と行政によるトップセールスが政策の補完性を発揮しながら、商品のみならず地域全体を売り込むための取り組みであるとするならば、効果的なトップセールスに向けて地域の魅力を売り込むことには大きな意味があると考えます。



にかほ市長
市川雄次



ここが
スゴイぞ！

総合的な探究の時間

チームNNとアンコウ忍者

仁賀保高校では、「総合的な探究の時間（総探～そうたん～）」において、身近な地域社会と自己について課題を設定し、その課題を解決するための探究活動を行うことで、生きる力を培っています。総探は、各学年で実施していて、毎年度末には学習発表会を行い、各分野の方々に講評いただき、研究のさらなる発展を図っています。

昨年度は特に優秀な発表をした当時2年生の「チームNN～仁高忍者～」チームが、高校生が社会課題解決のアクションアイデアを考えるコンテスト「SDGs QUEST みらい甲子園 秋田県大会」にエントリーしファイナリストに選出されました。ここではその活動内容の一部を紹介します。

一、プレゼン内容

「にかほ市×キャラ」をテーマに、にかほ市のご当地新キャラクターを考案し、市のPRや観光振興につなげることを目的としました。

企画案を出し、市役所や「ねむの丘」に実際に調査に行き、市の名産品などをモチーフに複数のキャラクターを考案。最終的に、にかほ市ではハタハタの次によく獲れる魚と言われるアンコウをモチーフにした「アンコウ忍者」をご当地新キャラクターとすることにしました。



二、大会出場

高校生たちが主体的にSDGsを探究し、さまざまなアイデアを創出・発表・表彰する「SDGs QUEST みらい甲子園 秋田県大会」にエントリーしファイナリストに選出されました。



プレゼンの様子ははこちらから



三、実際にグッズ化！

活動の目標の一つであるキャラクターのグッズ化に向けて動き出した生徒たち。第一段階としてステッカーを作成しました。現在3年生の彼らはキャラクターのさらなる進化に向けて日々探究を重ねています。

