

地方で暮らす からこそ 買い方を考える

消費も生産を担っているのです

食べ物を考えてみる

茨城県が食の宝庫であることは、皆さんご存知の通りです。**農業、漁業ともに首都圏の台所とも**言われるほど、高い産出額を誇ります。

その一方で、農業、漁業を生業とする人たちは、高齢化や担い手の問題、原材料や燃料の高騰、輸入品との価格競争など、切実な課題をたくさん抱えています。

食べ物是最も身近で大切なものの一つですが、その食べ物がどのようにつくられ、店頭と並ぶのか、どのような人たちが担っているのか、考えてみたことはありませんか。

一般的な買い方

トレーサビリティという言葉が認知されるようになりましたが、いわゆる「**モノの背景**」を知る機会はなかなかありません。

せん。

例えば、牛乳。異なるメーカーの2種類があったとします。パッケージデザインやそこに記載されている情報以外には、生産者や流通などの全体像はほとんど分かりません。消費者は、**メーカー・ブランドの認知度や信頼性と価格で購入商品の選択**をしています。「五十円安いから、今日はこっちを買う」これは、どのスーパーでも当たり前の光景です。

「知る」と変わる選び方

そこに、テレビ番組で先ほどの牛乳が取り上げられたとします。**生産者やその歴史、失敗や成功の裏側を知ると、人は少なからず共感し、モノの見方が変わります。**次にその牛乳を見た時には、他の牛乳との違いを感じるでしょう。「プロフェッショナル」や「カンプリア宮殿」をご覧の方は思い当たる節がありませんか。

農業や漁業は自然を相手にする仕事です。県内の生産者も、**自然を相手に試行錯誤を続け、その結果が店頭と並んでいます。**

生産と消費の良い関係

霞ヶ浦の漁師と漁協が、新

鮮な霞ヶ浦産のわかさぎを「朝獲りわかさぎ」としてブランド化に取り組んでいます。ブランド化といっても首都圏や観光客がターゲットではありません。わかさぎをもっと地元で食べてもらおうという、**地産地消の試み**です。その中で、**漁師は魚を獲るだけでなく、鮮度管理や流通にも積極的に取り組んでいます。**その結果、品質は向上し、店頭での販売も順調のようです。

私達の食を支えるのは生産者です。当たり前のように店頭と並ぶ食材は、地元の生産者無しでは成り立ちません。そして、**生産者もまた、消費無くしては成り立ちません。**

地方で暮らすからこそ、地方の産業を支えていく、生産者を笑顔にする「**買い方**」を大切にしたいものです。



朝獲りわかさぎの店頭CMで写真版とアニメーション版を制作。映像用にデザインしたキャラクターは売り場での注目度も高く、「選ぶ」一因にもなっています。



SEMINAR

企業・各種団体研修 **キャリアアップセミナー** スタッフと組織の成長をサポート

文化メディアワークスの教育事業部ではキャリアコンサルタントによるキャリアアップセミナーを行っております。

研修プラン (ご要望に合わせた研修プランもご提案いたします)

- ビジネス・接客マナー研修
- 新人フォローアップ研修
- 電話対応トレーニング研修
- マネージメント研修
- CSクレーム対応研修
- コミュニケーション研修

キャリアアップセミナー実績
一般企業・介護福祉施設・公共職業訓練
専門学校 (教職員/学生) など

ちょっとした意識を持つことが大切。

会話における目線や傾き、姿勢などの「ノンバーバルコミュニケーション」を意識することで相手への好感度が高まります。セミナーでは、コミュニケーションを円滑にするトレーニングを中心にを行います。



田寺なぎさ
セミナー講師

キャリアコンサルタント
コーディネーター