

# 秋田の風

日銀秋田支店長コラム

先日、都道府県の魅力度ランキング（ブランド総合研究所調査）が公表された。秋田は27位（前年23位）、幾分順位を下げたものの中位である。しかし、購入したい品の自由記述に基づき「産品想起率」のランキングでは、9位（前年5位）と引き続きトップ10に付いている。おそらく食品では、あきたこまち、比内地鶏、きりたんぼ、食品以外では秋田犬、秋田杉などのイメージが日本中に広く浸透しているからだと考えられる。

今、人々は手元の小さなコンピュータから世界中の膨大な情報にアクセスが可能であり、

## えだまめのイメージ



つ、秋田がその生産量を誇る「えだまめ」について。筆者が秋田に来て驚かされたことは多々あ

## 江戸っ子の心どうつかむ

行動を起こす時には多くの場合、まずは情報を絞り込む作業から始めることになる。秋田の産品のイメージが既に日本中に浸透しているということは、人々が情報を絞り込む時に秋田が選択肢に残りやすいという意味で優位性があると言える。イメージに関連してもう一

はもとも江戸。江戸っ子とい

のギャップをどう克服するかが知恵の絞りどころになる。県のホームページでは、「秋田えだまめは秋が旬」と紹介されている。卸売りの段階でもおそらく秋を打ち出していると思うが、少なくとも東京の一般的な消費者まではそのメッセージが届いていないように感じる。

を確立させることで、人々が情報を絞り込む時に選択肢に残りやすくすることが大切になる。ファンの一人としては、ぜひ秋田の秋のえだまめを戦略的に売り込むとともに、東京の人々にそれを味わってほしいと思う。年末も差し迫る中、全く旬でない話を書いてしまった。筆者は今年の春に秋田に来て以来、

えは、初鯉はつりと戻り鯉を巡る話でも語られるように、初物好きで有名である。旬を「走り」「盛り（旬）」「名残」に分けると、元来「走り」を好む。故に、江戸っ子のえだまめのイメージは初夏であり、その頃に店頭に並ぶえだまめは多少高くても売れるのである。このイメージと、秋に特においしくなるえだまめ

江戸では、戻り鯉は、初鯉とは別物として人々の心をつかんでいたとも聞く。人々のイメージを変えるのは容易ではなく、もはや、えだまめと名乗るのをやめるくらいの戦略があってもいいのかもしれない。

秋田にも初夏や盛夏に収穫されるおいしい品種があるが、まずは秋田のえだまめのイメージを期待したい。

（片桐大地・日本銀行秋田支店長）

〈随時掲載〉