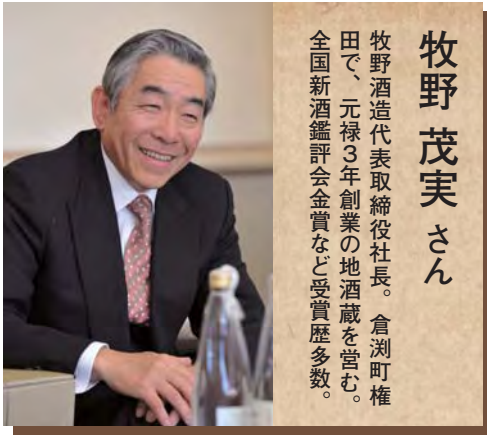
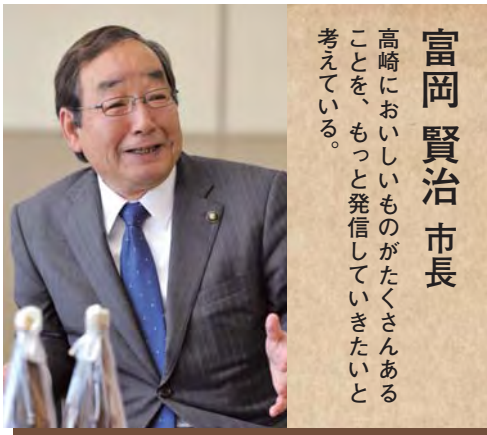




牧野 茂実 さん

牧野酒造代表取締役社長。倉洲町榎田で、元禄3年創業の地酒蔵を営む。全国新酒鑑評会金賞など受賞歴多数。

市長 高崎うどんは、地場産の小麦100%なんですか？
鎌田 はい、種から高崎産ですよ。
市長 そうでしたか。私もまちなかのお店で、高崎うどんをしょっちゅう食べますが、どこにも書いていないな。もっと分かりやすくアピールしていく必要がありますね。
牧野 高崎は東日本一の梅の産地だということも、大々的に盛り上げていきたいですね。知らない人がまだ多いですから。
市長 高崎では農産物をセールする新しい手法として、思い切った首都圏でキャンペーンを始めました。目の前で高崎の農産物がどんどん売れていくんですよ。今まで「おいしければいい」というのがあったけど、やっぱり売る工夫が必要なんですよな。
鎌田 「高崎の野菜はおいしい」と言ってくれる首都圏の消費者が、買



富岡 賢治 市長

高崎においしいものがたくさんあることを、もっと発信していきたいと考えている。

市長 それは影響はありますか？
牧野 ありますね。新潟や長野を含む関東信越管内の鑑評会でナンバーワンになったときはすごかったです。お店の前に行列ができました。



鎌田 勝 さん

JAたかさき常務理事。市内の農協や市と連携し、高崎産食材ブランド「高崎そだち」の販路拡大を進めている。

営業活動でも、「実はこうなんです」と堂々と言えます。
市長 受賞したお酒は、お土産に買っていきたいと思えますよね。私としては、出張で高崎に来た方が、ぱっと思いつくようなお土産がほしいです。焼きまんじゅうはどうかな。1本の串で4個じゃなくて、2個くらいの商品にすると若い人にとっていい意見もありますよね？
末村 今、ミニサイズを試作しています。材料に高崎産の小麦「きぬの波」を使っているんです。

ブランド力上げるために
牧野 お酒の業界でも、地域で「統一ブランド」をつくることがあります。例えば群馬県の酒だから「群馬」って一つの名前にする。ただ、そうすると各メーカーの技量が違うので、出来上がった「群馬」の味がバ

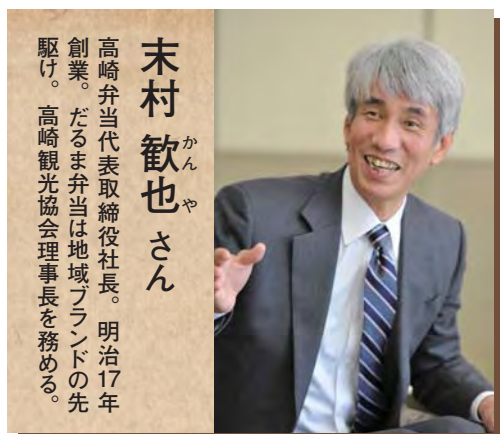


高崎ブランドを盛り上げていくために

市民と市長が高崎のさまざまなテーマで語り合う「ほっとTタイム」。今回のテーマは「高崎ブランド」です。牧野酒造社長の牧野茂実さん、JAたかさき常務理事の鎌田勝さん、高崎弁当社長の末村歓也さんを迎え、高崎ブランドを盛り上げていくための持論を伺いました。

なぜ今「高崎ブランド」か
市長 最近話題に上っている都道府県別の魅力度で群馬県は47位、最下位でした。この統計自体は県や市の力を示したものではありません。私はそんなに神経質にならなくてもいいとは思っています。しかし全国から見れば、「高崎」が群馬にあることすら知られていない事実もあります。これは、市民としても市長としても、うれしい話ではありません。
牧野 そうですね、残念ながら京都や金沢などの都市と比較できるレベルではありませんね。
末村 駅弁の話をしますと、有名ブランドの松坂牛や米沢牛の産地では、弁当にこれらを使えばすぐに売れる製品ができます。しかし、高崎ではブランドで売れるものがありません。自分たちで加工して、何とか製品にして売れるしかない。その点では非常に不利だと感じています。
市長 宇都宮と言えればみんな餃子（ぎょうざ）を思い浮かべます。餃子がおいしいかどうかの前に、宇都宮へ行ったら餃子を食べようと思っている。そういう意味でいうと高崎には、高崎と聞いた瞬間に浮かぶ「これ」という名物がありませんね。
末村 確かにないんですよ。誤解を恐れずに言うと、高崎の皆さんは独立歩。自負とか努力された経緯があるから、なかなか引けない。みんな

で決めた商品名があるのなら、一歩ずつ引いてそれを使っていこうという気持ちが必要かと。相互に宣伝し合ってメジャーにしましょうと...。
市長 まち全体でこれ売り出していいこう、というのはいくらも足りないですよ。それと、「高崎の野菜はおいしい」、「群馬の野菜はおいしい」ってみんなそう思っているけど、じゃあ何が？と言われるとすぐに出てこない。
特産品の魅力と売り出し方
鎌田 群馬県産の小麦生産高は、日本国内で第4位なんです。その中でも高崎は中心に当たります。そういうことを市民の皆さんに知っていただくのも大事だと思います。「高崎うどん」を作り始めたのも、小麦にもっとスポットを当てていこうと考えたからです。



末村 歓也 さん

高崎弁当代表取締役社長。明治17年創業。だるま弁当は地域ブランドの先駆け。高崎観光協会理事長を務める。