



奄美の文化(百歳の写真展)と物産を組み合わせた催事場

物産展に新たな手法

写真家の山中順子さん 斬新な構成と売り方で人気呼ぶ

二月上旬から関東の大手百貨店で開かれた「大九州展」に写真家山中順子さんによる「奄美の食と文化」のコーナーがおもくに注目された。自らの作品と奄美の旬の食材を組み合

て見えた。自らの作品と奄美の旬の食材を組み合

い組み合いで、手作り感あふれる物産店のイメージをわせた独特の空間で「従来の物産店のイメージを変えた」と注目され、早

くも次回の開催依頼が舞った。

(神奈川県)、春日部埼玉県
両店。二月三日から各

店一周間ずつ開かれ

た。山中さんは「奄美

の風土の中ではぐま

れた天然食材の価値

が、消費者の心に響くよ

うにしたい」と、事前準備から売り場の構成、宣

示した。意味や価値を

大手百貨店で「奄美の食と文化」

伝・物産の選択・仕入れ、かりやすく説明しながら勧めるとともに、タンカーソを一個売りしたり、よ

り方まですべてを手掛けた。二〇〇〇年から撮影続いている「奄美の百歳」するなど消費者の意向を中心とした「山中順子さんみどりた手法で人気を

寄せた豊年祭のほりやい込むほど人気を集め

ピロー葉などで売り場を構成。タンカンやバッジン、キビ酢、黒糖、塩

も次回の開催依頼が舞った。

文化性を取り入れた売り場構成など絶妙の勧め方が

は荷動きの鈍い商品が、コンスタントに売れた。

山中さんは「商品だけでなく、お勧め方や売り場の構成などかわる人のセ

ンス次第で売れ行きが大きくなる」と左右されることが分

かりました。奄美のように知名度の低い地域の商

品を動かすには、生産から販売までセンスを磨く

必要があります。奄美のよう

に経験を島に還元したいと



人気を集めた「奄美の食と文化」と山中さん(左)

た。山中さんは「奄美の風土の中ではぐまれた天然食材の価値が、消費者の心に響くようになりたい」と、事前準備から売り場の構成、宣示した。意味や価値をわざわざちなど奄美各島思いました」と話しています。

うにしたい」と、事前準備から売り場の構成、宣示した。意味や価値をわざわざちなど奄美各島思いました」と話しています。