

これで勝負！

大消費地にいどむ

首都圏農業

桶川市 手島 孝明さん

■ 142 □

【埼玉】桶川市の手島 孝明さん（49）＝写真＝は、江戸時代から続く農家の18代目。昔からおいしさを追求した「男気トマト」は植え付け時以外は水を与えないトマトのブランドだ。

男気とはユニークなネーミングだが、これは会社員時代の同僚たちから手島さんに送られたはなむけの言葉だという。退

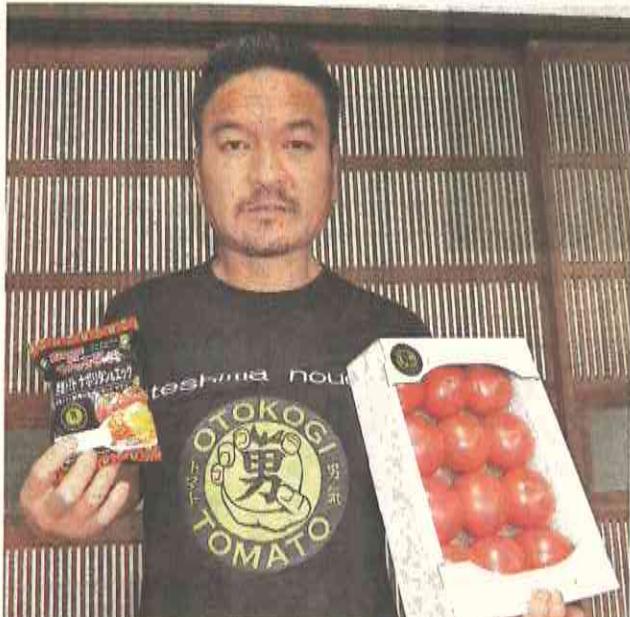
職時にプレゼントされた紫のつなぎに、「気合、真心、愛情、男氣やさいかれていた。手島孝明」と大きく書

オンリーワンの「男気トマト」

ドの価値を高める」ことは難しい」という手島さんは、マスメディアに積極的にプレスリリースを行い、関心を示した消費者にインスタグラムなどでブランドの価値を発信している。

「買うか買わないかは消費者の判断で、判断に必要な情報を多く発信することが重要。生産者のストーリーや思いを発信しオンリーワンを伝えることで共感する人が出てくる」と語る。

6月1日からは東北、関東などで食品大手のフジパン株式会社との「ラボ商品「男気トマトナポリタン&エッグ」が期間限定で販売される。



そこで、自分が一生をささげるトマトに男氣という冠をつけた。偶然にも男氣という言葉と手島さんの姿、植え付け時以外は水を与えないトマトのスバルタ式栽培がうまくマッチして、消費者は簡単だが、そのブランド化