

今回は、『ローマ法王に米を食べさせた男』一公務員の著書から紹介します

私は日本人の気質や人間の心理というものを考えて、いつも戦略を立てるのです。日本人ほど近い存在を過小評価する民族はいないのです。近くに素晴らしい宝の原石があっても遠くにあるもののほうが素晴らしいと評価する。また、人は自分以外の人が持っているもの、身に着けているもの、食べているものを欲しがります。で、その相手の影響力が強ければ強いほどメディアも取り上げるし、ブランド力が上がる。要するに、誰がいつも食べていたら消費者は勝手に神子原（みこはら）米をブランドだと思ってくれるかを考えました。まずは日本ですから、天皇皇后両陛下です。もう一つは、「神子原」を英語に訳すと「the highlands where the son of God dwells」となって、「イエス・キリストが住まう高原」つまりキリスト教で最大の影響力のある人口ローマ法王だ。最後にアメリカは漢字で書けば「米国」ですから、アメリカ大統領。この三本柱を立てました。まずは天皇皇后両陛下です。早速市長と一緒に宮内庁を訪ね、天皇皇后両陛下に神子原のお米を定期的に食べていただけないかと直談判したんです。山の水だけでつくった安全でおいしいお米ですと。あっさり「いいですね。料理長にお願いしましょう」とおっしゃる。市役所に電話して「成功したぞ」と電話しまくりました。私の頭の中には真ん中に金色の菊のご紋と「天皇皇后陛下御用達米 神子原米」という昇り旗とポスターが完璧にでき上がっていたのですが、間もなく宮内庁から「さっきの件はなかったことにしてくれ」と。陛下が召し上がるのは「献穀田」からのお米だと決まっていて、新たに加えることは難しいという理由でした。一瞬はガクッときましたが、すぐに切り替えて、次はバチカンのローマ法王様にお手紙を書いたんです。「山の清水だけでつくったおいしいお米がありますが、召し上がっていただく可能性は1%もないですか」と。しかし一か月たっても音沙汰なし。二か月目も何もない。ダメだ、ならばアメリカ大統領に行こうと思っていましたが、ローマ法王庁から連絡が入り、「来なさい」と。そこで今度は市長と町会長と三人で四十五キロの米を担いで駆けつけました。新米をお出しして、これを法王に味わっていただきたいと申し上げると、大使は「あなた方の神子原は五百人の小さな集落ですよ。私どもバチカンは八百人足らずの世界一小さな国です。小さな集落から小さな国への架け橋を、私たちがさせていただきます」とおっしゃったんです。で、このことを地元の北國新聞とカトリック新聞が取り上げたんです。そうしたら二日後、聖イグナチオ教会のバザーの関係者と名乗る品のいい奥様からオーダーのお電話があって、ものすごい量の注文がありました。しかもこちらの言い値で。ここから全国紙やテレビでも「ローマ法王御用達米」として取り上げられ、それまで一粒も売れていなかった神子原米は一か月でなんと七百俵も売れたんです。一方で、最も売れる時期に売らなかったこともブランド米になるための一つの戦略でした。

Q 1 : 作者が地元のお米を食べさせたのは誰ですか？

A 1 : ()

Q 2 : この公務員の素晴らしい点はどこだと思いますか？

A 2 : ()