

アメラトマトの強みとは？ ～高糖度トマト アメーラ 誕生20周年～

2017年3月31日にアメーラ誕生20周年記念セミナーと記念パーティーが静岡で開催されました。

アメラトマトは(株)サンファーマーズが静岡、長野で生産しています。弊社は、社外ブレンとしてかれこれ10年以上、メニュー開発、商品開発やブランディング、消費者対応などのコンサルティングに関わらせていただいています。

セミナーでは前社長の高橋氏、アメーラのブランディングを手掛ける静岡県立大学の岩崎先生、東京青果の川田社長の講演がありました。青果物のブランディングは難しいと言われるなかで、アメラトマトは一貫したブランドアイデンティティに基づいたぶれないブランディングを行い続け高糖度トマトのカテゴリーで確固たる地位を築き20年で年商16億円になりました。

アメーラには生産以外の事を相談したり連携する社外ブレンと呼ばれる専門家の人達が10名程います。私もその一人ですが、アメーラの強さの一つは、実は、「社内も社外も意見をぶつけ合える雰囲気」です。アメーラの考え方を共有しているブレンも問題があったときにそれぞれの立場や考えで意見を言ったりサポートします。生産者は生産の立場からしか物事を考えがちで、他の視点がぬけ落ちがち(当たり前)ですが、外部の人達を取り込んでいくことで視野や情報を広くもつことが出来、問題を整理しスピーディーに解決できるようになります。こういった社風が愚直にやるべきことをこなしこれた一つの要因であり、若い人達が沢山育っているのだと感じます。障害者雇用の福祉農園、海外進出なども着々と進めていて、これからの日本の農業の一つの新しいスタイルを作っていく組織であると思います。



アメーラルビズにチョコも新発売 3色に



稲吉社長と