

第1回里都まちブランドプロジェクト会議 記録

日時 : 令和2年7月29日(水) 14:00~16:00

場所 : 中井町役場 3階3A会議室 (ZOOMを利用)

出席者 :

■委員	株式会社パーティ・フー代表取締役社長	石井 みな子 (Z)
	かながわ西湘農業協同組合中井支店長	川口 浩二
	中井町商工振興会商業部会長	北川 祐史
	みかんマルシェ実行委員会	曾我 都
	NPO 法人子育ての輪 Lei	海野 美和 (Z)
	公募	小澤 久雄
	公募	小島 裕美
	専業農家	山口 隆一

■中井町	産業振興課 課長	塚本 智
	産業振興課 産業振興班長	久保田 充則
	産業振興班 副主幹	伊丹 早奈恵
	企画課 政策班 主事	黒田 知希

■株式会社流通研究所	主任研究員	松谷 宏之
	副主任研究員	岡田 寛史 (Z)

欠席者 :

■委員	なかい里都まちC A F E	加藤 千鶴代
	新規就農者	宍室 恵美

(敬称略)

配布資料 :

資料1	第1回里都まちブランドプロジェクト会議
資料2	令和2年度里都まちブランド開発支援補助要項
資料3	令和2年度里都まちブランド開発支援補助のご案内
資料4	里都まちなかブランド「なかいの逸品、太鼓判！」認証制度要項
資料5	里都まちブランドECサイトによる販促活動

1 開会

2 挨拶

石井座長より挨拶。

3 議事

事務局より以下の内容について説明を行い、協議が行われた。

- (1) 今年度の取組について
- (2) 里都まちブランド開発支援補助事業について
- (3) 里都まちブランド認証について
- (4) ブランド認証商品のブラッシュアップについて
- (5) 販路開拓について
- (6) 里都まちブランド推進協議会の設立について

(1) 今年度の取組について

事務局より全体スケジュールの説明

(2) 里都まちブランド開発支援補助事業について

(事務局) 例年審査会を開催してきたが、今年は新型コロナウイルスの影響も考え審査会は開催せず、書類審査とする。

(3) 里都まちブランド認証について

(事務局) 資料では例年通りの要項となっているが、新型コロナウイルスの状況により、審査会はWEB開催とすることを検討している。

(4) ブランド認証商品のブラッシュアップについて

(海野委員) ※ブランド開発補助事業採択事業者として説明

トマトのオイル漬けを試作してきたが、瓶詰加工できる業者が見つからない。これまで、営業許可は惣菜製造業だったが、菓子製造業への切り替えを9月頃に予定している。近年、ハーブウォーターの人気の高いこともあるので、ヒバの木を芳香蒸留した商品を製造している。すでに販売しており、今年度のブランド認証を目指している。香りもよく、問い合わせも数件ある。今後は、中井町の地下水などを使用し、水へのこだわりをアピールした商品にしたい。商品ラインナップは2種類あり、どくだみを使った虫よけ効果のあるスプレーと、フローラルウォーターを作っている。PL保険の紹介などをしてもらいたい。

(石井座長) 自粛生活が続いているので、香りによって生活が豊かになっていいと思う。

ブランド商品はすべて里都まちC A F Eで販売しているか。

(事務局) 里都まちC A F Eはお酒の販売許可がないので、ビールの瓶売りができないが、店内での提供は飲食店として可能なのですすめたい。他の商品は販売している。

(5) 販路開拓について

(海野委員) 一度ネット検索した際に、ホームページの内容や商品が魅力的でないと、そこでチャンスは失われると思われる。YouTubeの動画配信も効果的だと思われるが、1人で閲覧数を稼ぐことは難しく、認証事業者全員がそういった取組みができるかよいのではないか。

(川口委員) 町民に商品や取組み内容がもっと浸透してほしい。YouTubeやSNSも時代的に必要かもしれないが、まずは地元への定着を目指すべきと考える。

(石井座長) 町内の方にお知らせするのに役場の壁面に大きいフラッグを掲げるのもよい。

(山口委員) 町外へのアピールはSNSや町外店舗への出品でよいが、町内に対しては、住民参加型のイベントや商品ができればよいのではないか。既存の認証商品は商売目的であるが、自治会等のグループで住民主体の商品づくりを行うとか、農協でいうと生産組合単位で商品づくりなどをして、直接関われば町民の認知度もあがるのではないかと思う。「巻き込む」という視点が重要ではないか。

(海野委員) 秦野で茶葉のビールを作っているが、フリーマガジン「kokohada」ではそのような商品の紹介ページもあり、情報共有する仕掛けが大事である。

(石井座長) 町民を巻き込む取組みはよい。まずは情報共有が必要で、実態を知ってもらう必要がある。子供会や自治会等で商品の魅力を伝え、町の人がお土産として町外の人にもっていくような環境になればよい。商品に力があれば、取り扱う側の食いつきもよいので、地方の目立たない商品はチャンスともいえる。

(海野委員) ブランドの太鼓判を押されて何のメリットがあるのかが微妙である。独自で動き、独自でブランド構築したほうがいいようにも思うかもしれない。

(北川委員) LINEビジネスであれば、一人ひとりと繋がれるので、地元PRとして効果的ではないか。ブランドのPRだけでなく、町の広報的な位置づけでLINEを運用してはどうか。1000通までは無料で使える。

(曾我委員) みかんマルシェとして金子さんちの柑橘「みかんジュース」に関わっているが、ここ最近で販路がなく困っている。コロナの影響もあり、現在みかんジュースは在庫を多く抱えている。まずは町内のスーパーやコンビニで中井町ブランドコーナーができるとよい。中井PAでは既に一部商品を販売しているが、「なかま

る」等もうまく活用して、大きく町のPRが可能な場所ができると、事業者のやる気も向上するのではないか。相乗効果で町が賑やかになり、商品が売ればいいと思う。

(海野委員) ネットヨタのイベントは、コロナの影響で動きがない。中央公園でクイックデリをしたくてもできない。ネット検索で、「中井町ブランド」と検索しても、上位ヒットしない。コロナによって販売が縮小しているなかで、更なる販売の支援も今後必要と感じている。

(小島委員) 町民にもっと商品を知ってもらう取組みが必要だと思う。井ノ口のスーパーあおばや、町内のコンビニ等でブランドコーナーを作って販売して、中井町の商品を自然に手に取ってもらえるような環境になるのが理想である。

(石井座長) 最近ナチュラルローソンや成城石井など、地域の良い産品を求める傾向が強くなっているようである。

(流通研) 以前、他の自治体で6次産業化の商品開発支援を行った中で、地元のコンビニで試験販売をしたことがある。フランチャイズの場合、オーナーの裁量で商品仕入れができ、地元商品の取扱意向のあるオーナーも多くいると思われる。

(曾我委員) みかんマルシェをあおばの駐車場で開催できないか打診したことがあるが、既に競合商品がある場合は取り扱ってもらえない。

(北川委員) 町民へのPRも不足していると感じるが、海老名SAを初めとした東名高速の利用者などにもPRできるとよいのではないか。

(小澤委員) PRだけをして販売が追い付かなければ意味がない。まずは販売実績をつくり、販路の拡大とPRを同時並行で進めたほうがよいと考える。

(石井座長) 中井町の姉妹都市はあるのか。

(事務局) 正式な姉妹都市ではないが、山形県の戸沢村とは付き合いがある。今年はコロナの影響で実施していないが、毎年5~6月にイベントがあり、ブランド商品も販売している。

(石井座長) そういったところや、道の駅などでイベント販売したり、地域間連携できたりするとよい。その際に、町の紹介やブランドストーリーがあるとよい。

(6) 里都まちブランド推進協議会の設立について

(川口委員) 事業者は認証さえ取れば、あとは町が全てお膳立てし販路開拓やPRなどを行うと思いがちだが、そういった意識ではよくないと感じる。そのため、今回の提案はよいと思う。ただ、メリットが感じられないと協議会への参加も少なくなることが懸念される。

(海野委員) 各地でマーケットに参加しているが、これまでは出展してそこで終わりだったものが、打ち上げに参加するまでが目的となっており、そういった楽しさもメリットの1つだと考えられる。

(曾我委員) ブランド品のお披露目がブランドマルシェだったと思うが、今後はもっとターゲットを絞り、PRしたらよいと考える。例えば、農協の女性部や、いくみ会、商工会女性部等、女性に商品を見てもらい、「これいいでしょ？」とアピールすることで、口コミによる波及効果を狙ってはどうか。

(石井座長) 商品紹介の際は、取組みの経緯等をしっかりしないと、商品の紹介だけでは伝わらないこともある。中井町の住民に、地元商品を知ってもらい、地元を推せるような商品として認知してもらいたい。

4 閉会

石井座長より挨拶。

以上