

## 第 3 回里都まちブランドプロジェクト部会 記録

日時 : 平成 31 年 1 月 10 日 (木) 14 : 00 ~ 16 : 00

場所 : 中井町役場 3 階 3 A 会議室

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
	NPO 法人子育ての輪 Lei	海野	美和
	公募	小島	裕美
	専業農家	山口	隆一

■中井町	産業振興課 課長	相原	文京
	産業振興課 産業振興班長	石井	章紀
	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
	研究員	岡田	寛史

欠席者 :

■委員	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	相原	尊行
	なかい里都まち CAFÉ	加藤	千鶴代
	みかんマルシェ実行委員会	曾我	都
	公募	小澤	久雄
	新規就農者	宍室	恵美
	(敬称略)		

配布資料 :

資料 1	第 3 回里都まちブランドプロジェクト部会資料
資料 2	里都まち♡ブランドツアーチラシ

## 1 開会

---

## 2 部会長挨拶

---

- ・ 石井部会長より挨拶。

## 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) ブランド認証制度審査結果について
- (2) 販売実証の実施結果について
- (3) 里都まちブランド体験ツアーについて
- (4) その他

- ・ 以下、各内容について報告、協議が行われた。

### (1) ブランド認証制度審査結果について (報告)

(山口委員) 申請者 3 件のうち、研修会にはどれくらい参加していたのか。

(事務局) 認証された 3 件は毎回参加していた。

(山口委員) 研修会の参加が目に見えて結果に出たということか。参加することを条件としてはどうか。

(事務局) できるだけ参加してほしいが個人事業主が多く難しい状況。

(石井部会長) ビジネス研修会などでは、参加を絶対の条件とし、参加者の足並みを揃えるようにしている。誰か頭一つ出る成功者が出てくれば、それについてくるように周りの機運も上がると思われる。商品が良いものであることはもちろんであるが、最近ではワンランク上の限定品や希少性のあるものが注目されている。

(相原課長) これからはイベント出店だけでなく、町外の店舗販売を意識した、バイヤーに認めてもらえる商品づくりが必要である。

(石井部会長) 店舗販売の際は、陳列の面を意識することが大切である。

(山口委員) トマトを販売するなかで、全国に知られるようなトマトにするのか、中井町の誰もが知っているトマトにするのか、方針に悩んでいるところもある。

(石井部会長) 今の段階では、中井町のブランドを意識して外に出していくことが良いのではないかと思われる。消費者の立場だと、おいしいものを食べてから商品の産地などを初めて意識する。

(海野委員) 認証事業者が町民に対して商品プレゼンをする等、町民に対してのお披露目の場があると、事業者にも町民にもメリットがあるのではないかと思われる。また、ここに行けば絶対に商品が買えるという場所も必要である。ブランド商品のセットもあれば良い。

(事務局) カフェではブランド認証商品をセットにし贈答用に販売もしている。

(小島委員) カフェで買えるだけでなく、いつでも食べられると良いと思われる。

(石井部会長) もっと大々的に見せられると良い。カフェの存在意義を具体化し、誰が見ても分かるようなものにならないといけない。店内の一部をブランドコーナーとして見るのではなくて、カフェ全体でブランド化していくことが重要である。

(小島委員) カフェで工芸品を販売しているが、一度訪れてくれた人がネットで問い合わせをくれたこともあるので、カフェを良くするのは良いと思われる。

(海野委員) カフェがそのようになれば、バイヤーなど見る人の印象も変わると思われる。

(石井部会長) ブランドは全体を一体化して見せる必要がある。そのためには、全体をコーディネートするプロデューサーが必要である。

## (2) 販売実証の実施結果について (報告)

(山口委員) チラシの「中井町のおいしいをお届けします」のようなキャッチコピーは良い。トマトのパックなどにも使いたい。

(石井部会長) 前回と比較すると売場の雰囲気などすごく良くなった。販売員の服装も統一されて良いが、統一した帽子を被るともっと良く見えると思われる。

(海野委員) 中央公園は、伊勢原や厚木から来ている人が多い。アソボーノというサイトに無料で遊べる公園として紹介されている。これまで弁当を持参する人が多かったなかで、カフェが出来たことで昼食に利用する人も増えている。一方で、カフェに入りにくいという声も聞いた。

(石井部会長) カフェの存在感を分かりやすく、親しみやすく入りやすいようにしないといけない。

(海野委員) カフェの横の直売所も売上がすごいと聞いている。

(山口委員) 部会員になって中井町のコネクトについて考えてみると、中井町は「住みたい町」ではないけど、「住んでみて良かった町」だと感じている。

(海野委員) ブランド商品をセットで持っていけるようであれば、PR として販売したい。

(石井部会長) ブランド商品が一覧になったチラシなどがあれば宣伝にもなり良いと思われる。姉妹都市の販売施設に商品の販売を検討してもらうことも良いと思われる。

## (3) 里都まちブランド体験ツアーについて

(海野委員) ターゲットはどここのエリアになるのか。

(石井部会長) ネットから申し込む層とでは客層が異なる。どこが主催になっているのか、町がこぞって企画していることをアピールすることが重要である。

(海野委員) 設定するターゲットによって、チラシを設置する場所も考えたほうが良い。

(事務局) 中井町を知ってもらおうということで、昨年からツアーを実施して今年で 2 年目になるが、ブランドに関することのみでプログラムを組むことは難しいと認識している。今は着地型観光や商工会の取組などもできてきたので、来年からはブランドに限ったツアーではなく他のものにブランドを組み込めばよいかもしれない。

(海野委員) 子育て世代には現地集合現地解散が良いが、高齢の人にはバス移動の楽しみもある。

(事務局) 前はあざみ野からバスで往復したが、今回は、本ツアーをきっかけに再び町を訪れてもらうことも目的にしているので、現地集合できる人が対象になっている。

(海野委員) チラシが分かりづらい。字が多い。

(事務局) チラシはご意見を踏まえ再調整する。

#### (4) その他

(事務局) テルモの社内の慰安会でブランド出店した。全体で 350 人ほど参加していたが、出店者にも社内にも好評だったようなので、今回をきっかけに繋がりができ広げていけたらいいと思っている。

(石井部会長) 商品としてデビューする際に、ブランド全体の足並みを揃えることも必要だと思われる。今後、太鼓判のマークもベタを付けるなど目立つようにしたり、時代に合わせて変化させたりするなど、ブラッシュアップしていくことも必要であると思われる。今後、各者が商品づくりを行う際には、シールを貼ることを前提に意識して作ったほうが良い。

以上