

平成28年度 第2回なかい戦略みらい会議 議事録

日時 平成29年3月30日(木) 14:30～

場所 中井町役場3階 3A会議室

1 開会

2 あいさつ

3 議題

- 1) 平成28年度 中井町まち・ひと・しごと創生総合戦略事業について
- 2) 地方創生拠点整備交付金について
- 3) 平成29年度 中井町まち・ひと・しごと創生総合戦略事業について

4 その他

5 閉会

資料1 : 平成28年度 中井町まち・ひと・しごと創生総合戦略事業報告

資料2-1 : 里都まち♥なかいブランドプロジェクト部会事業報告

資料2-2 : 里都まちブランド開発支援制度実施状況の報告について

資料2-3 : 里都まち♥なかいブランド戦略 概要版

資料3-1 : 里都まちなかいスポーツプロジェクト部会事業報告

資料3-2 : 里都まちスポーツイベントの報告について

資料3-3 : 中井町スポーツ推進計画 概要版

資料4 : 里都まちプロモーションプロジェクト部会事業報告

資料5 : 地方創生拠点整備交付金事業

資料6 : 平成29年度 中井町まち・ひと・しごと創生総合戦略事業(抜粋)

1 開会

金子企画課長より開会のあいさつ

2 あいさつ

杉本座長よりあいさつ

3 議題

- 1) 平成28年度 中井町まち・ひと・しごと創生総合戦略事業について

(資料1、資料2-1～2-3、資料3-1～3-3、資料4にもとづき事務局より説明)

委員：プロモーションプロジェクトというかたちで関わらせていただいています。ブランドプロジェクト、スポーツプロジェクトとしっかり動いているので、連携をさせていただきながら、語れる人、語れる力を作っていくということが、すごく大事だと思っています。今日も里都まちカフェをみせていただいて、とても素敵な場所で大きな魅力を持つ

ている。それを積極的に伝えていくときに、誰でも中井町に来てほしいというのは分かるのですけれども、例えば子育て中の人に来てほしいというのは分かるのですけれども、子育て中のなかでも、特に中井町に共感しやすい人というのがいるのではないかと。横浜に共感しやすい人と中井に共感しやすい人は少し違うのかもしれない。ということを前提において、誰が共感してくれる人なのかを明確にし、その方々に積極的に中井町の魅力を伝えていく。伝えることによって、行動を変えていってもらおう。そのための語れる人、語れる力をつくるということで、今、ワーキンググループを進めております。私も継続的に関わりながら進めていければと思っていますので、積極的にスポーツプロジェクトの状況、ブランドプロジェクトの状況を教えてもらいながら、それらのところで、どうやって伝えたらいいのだろうみたいなところでの課題があれば、シティプロモーションプロジェクトのところで、お手伝いできる部分もあるかもしれません。また、お声をかけていただければと思います。以上、よろしく願いいたします。

事務局：ありがとうございます。議題1につきましては、以上になります。

座長：ボリュームが多いですけれども、ご意見ご質問等があればご発言をお願いします。

委員：最初の食品関係について、まちカフェで話し合った感想を言うと、こういったものを作ることは非常に難しいというのにもかかわらず、期間は短く、ノリも悪いということが言われていました。これは、継続的に長期間をかけてやっていくしかないと思うのです。もう終わりみたいな感じではいるのかなということです。

事務局：部会を7月に始め、要綱づくりをしました。応募する期間は1か月しかなく、製作も3か月程度でありました。大変短い期間だったことは承知の上でやらせていただきました。ブランド戦略に記載しているとおり来年度以降も続けていきます。続けていくにあたっては期間の方は、長く取るとともに、セミナーやワークショップ等も用いながら、色々なものを発掘しながら開発支援の制度の実施をしていく予定でありますので、よろしく願いいたします。

座長：他、いかがかでしょうか。

委員：継続性というのは、29年度も継続していくのでしょうか。

事務局：また後で、ご説明はさせていただきますけれども、基本的に28年度に実施させていただいた内容につきましては、予算的なものも含めて、継続実施を当然させていただきたいということではまたご報告させていただくつもりでありますので、よろしく願いしたいと思います。

座長：今できているものについては一回販売されたわけですね。それは、感想や改善点を聴くようなアンケートはとられているのでしょうか。

事務局：3月にイベントをさせていただきましたときに、来場者アンケートを150名ほど回収することができました。そのなかで、大変良かったという話が多かったわけですが、事業者様宛のアンケートも別に実施させていただきまして、そちらの意見ですけれども、委員さんからお話がありました期間の問題、資金の問題等、作業の内容についての内容もご指摘いただいておりますので、そこを反省しながら、29年度も実施していく予定であります。

座長：できれば、分析したものを公表していただけるといいかなと思います。時間がないの

であれば、機会があればある程度方向性が出てくるでしょうから、まとめておいていただきたいと思います。

アドバイザー：一言よろしいでしょうか。ブランド部会は、部長がいらっしゃるのですが、まだ結論が出ているわけではないのですが、非常に面白い意見が出てまして、それは試作品を開発する3か月間という短い中で相当面白いものが出てきたと思っています。ただし、なかなかブランド化は難しい、まだ試作品という段階なのですが、試作品の段階で開発者の方から面白い意見が出てきまして、それはブランド品を単に開発して売るという行為だけでなく、買っていただく方が、単に買うという行為ではなくて、中井町に来ていただいて、一緒に商品を作りながら帰っていただくという、体験をしていただく簡単に言うと参加型のブランド開発みたいなことを展開していくと、中井の良さももう少し皆さんにアピールできて、作ったものも自分が参加して作り、それをお土産に帰っていただくと、非常に面白い展開ができるのではないかと開発された方の感想としてありました。ぜひ、プロモーションプロジェクトと組みながら、良い景色の中で良いものを作って、出来事を楽しんでお持ち帰りいただく、というような面白い展開ができるのではないかとこの話を議論している最中ですので、皆さんと検討しながら面白いアイデアを出していきたいと思っています。

座長：ありがとうございます。その辺はいかがですか。

委員：参加型はいいと思います。

座長：他、どうでしょうか。

委員：座長が言われた意見と一致しているのですけれども、プロジェクトや事業など中身が分かって良かったと思っているのですけれども、継続性という意味で一番重要なのは、戦略をたてている行政側の方が、自走化というのがプロジェクトの中に書いてあるのですけれども、位置付けて人が変わっても、ご担当者が次々と変わっていくケースがあると思いますけれども、戦略を立てて、どう行政に組み込んで今後も継続化していくか、つまり今は国がすごくお金を落としているので、やりましたこれの交付金ですと必死に各課個別でこのお金をこなすために頑張っているという状態なのではないかと思うところもあるのですけれども、せつかく何か、ブランド化までいなくても、商品や面白い取り組みが出てきても、あっちでもこっちでも押し出していくようなパワーが行政側のイベントとして働かないと、なかなかブランド化のずっと手前で、やりました忘れられちゃいましたみたいになりかねない。ということ意識して取り組むというシステムというか考え方というか共有化が必要なのではないかと想像いたしますので、ここで話し合っていることも、いったいどういうふうにするか戦略や計画に組み込んでいくつもりなのかという、そこが非常に重要だと思っていますので、意見として申し上げます。

座長：いかがでしょうか。今に対して。

事務局：補助金を出したその年だけで終わってしまうような事が無いように、この自走化のコメントもつけ加えさせていただいているところであります。

委員：あの課のあの人は頑張っていたというところで終わってしまうということが町の場合あるのではないかと拝見して思っているので、その辺を非常に危惧しております。

事務局：今後もいわゆるPR活動ですとか、町内だけでなく町外にもご案内をしたり、また、ツアーを実施する形で、集客を持ち込みながらアピールをするというような、お金の問題ではない所でお手伝いできるところはしていきたいと思っております。

座長：概要版を見ていると、自走化するための組織をどうあるべきかということが書いていないんですね。特に、今回参加した人たちは、ブランド部会を自らつくって、補助金をもらったからやるのではなくて、お互いにやっていきましょうという母体ができているかどうかということなのだが、この計画書の中にその母体が無いんですよ。だから、役所が手をひいたら、そのまま分散してしまう話になってしまうので、やっぱり、今年度は立ち上げだから仕様が無いと思うのですが、計画の中にきちっと自主的に動ける組織の作り方、今回は拠点ができたとと思うので、拠点に定期的に集まって、活動していくなどができなければ、29年度は、こういう形でやりながらやっていくのが大事なかと報告を聞いてそう思いました。

もう一つはですね、企画して作ることがブランドだと思っていることしかやっていないのですけれども、地元のおばあさんが作っているおしんこの方が、よっぽどおいしくて、広くやらなくても、中井で食べられているおしんこ、そういう素朴なもので良いと思うんですね。それがまったく並行的に無いというのは、心配している。これはもう市場で売ってるからいいんですよということであれば、それをもう少しブランドにしていった方がいいのではと思うんですよね。さっきもおそばを食べていましたけれども、おしんこがでてくるわけですよ。やっぱり、野菜の力があるからおいしいんですよ。そういうことがたぶん中井のすごくいいところだと思うんですけれども、ちょっと人間が一生懸命工夫して作ったものだけが、ブランド化するのではなく、ベーシックにすでにあるものをきちんと評価する。そうしていかないと、なんとなくそのアイデアが悪いと、そのまま中井のイメージの悪さになってしまう。例えば、ある商品がケチをつけるとそれが中井全体になってしまう。それは怖いなと感じがするので、もちろん新しいことをしないと、一新できないこともあるので、これはこれで期待はあると思うのですが、この辺りを来年は考えていただいて、やっていただけるといいかと思うんですけどね。

やっぱり、今は本物志向の時代なので、本物感がないとダメで、今試作品も本物になれるかどうかというところが過渡期にきているんですね。やはり、支持されるかどうかの瀬戸際になるので。

アドバイザー：座長が言われた通りでありまして、ブランド部会の方でも悩んでいまして、最初、コンセプトの中で「おすそ分け」中井にとってもいいものがあるので、「おすそ分け」というコンセプトで行こうという議論もあったのですが、実は「おすそ分け」という言葉自身が、上から目線という言葉なので、議論しながら「太鼓判」という言葉を考えて、唯一無二のブランドを作るというよりも、中井の良さを体験型で来ていただいて、提供していくようなコンセプトを何の言葉がいいかと座長含めて相当悩んでいる最中というところで、皆さんのいいアイデアや発想があれば、お伺いできれば非常にありがたいなというように思っております。

委員：私も座長の考え方はよく分かります。当然そういうものがあって、町のPRになると

思うんですね。ですから、ブランドを作ることが仕事になると、先ほど言ったように作り終わったらどうするのという、コンセプトだけで終わってしまう可能性がある。もう少し何か違った視点のものを見ていかないとと思います。先ほどの、体験型の話は否定しません。当然来てもらいたい、その人の作り方によって味が違ってそれがブランドになれるのかという、それはまた難しい。来てもらうことが何かブランドになるような仕組みがあるといいのかもしれませんが、難しいのはそこで、商品として買ってよと、その辺りの考え方を整理していかないといけないかもしれませんし、来てもらって、作ることがブランドなんだよとなると、仕組みができると回る仕組みが見えてくるのかもしれない。そのときに、中井の野菜を使ってやるからできるんだとかのイメージに、そこにインパクトが繋がってくるのではないかと。

座長：たぶんそれは先ほどの委員がおっしゃった、語れる人とか伝えられる人というのになるので。

委員：ブランドというのは、個別の製品一つひとつがブランドではないので、まさに、「里都まち」という言葉自体が、本当は重要なブランドになる可能性がある。「里都まち」とはどういうことなのかということを知りやすく説明できる人だとか、「里都まち」というのがまさに、ここには簡単に来られて、簡単に来られるわりにこの里の雰囲気の中でもものが食べられる。それが素晴らしいんだというふうな位置付けになれば、おっしゃっていただいたように、ここにある試作品の中でもそういうものもあるだろうし、座長がおっしゃられたようなかたちで、ここでまさに作っているおしんこを食べるというのもまたブランドになっていく。ブランドというのが、個別の製品として考えてしまうと、なかなか難しいんですけども、大きく考えれば、「里都まち」そのものがブランドになっていく。「里都まち」のなかで、例えば、スポーツというところで切り口を考えると、また、ここにも書かれているような「里都まち」のスポーツというところに、「里都まち」の下にサブメッセージみたいなものが入ってくる。あるいは、保育・子育てというところに、「里都まち」での子育てというのとは何なのかというサブメッセージができてくる。プロモーションプロジェクトでやろうとしているのは、そういうことだと思うんですね。「里都まち」とまた違う言葉をつくるのではなくて、せっかく素晴らしくできた「里都まち」というものをより分かりやすくするためのサブメッセージや、説明しやすいボディコピーみたいなものを作っていく。そのためには、今、普通に語られているような、湿生公園があります、中央公園があります、他に何があるのということではなくて、普段は魅力だと思っていないようなもの、今日、教えていただきましたけれども、里都まちカフェから相模湾が見える。富士山も見える。大山も見える。すごい話なんですよ。それって、他のところから来たときに、こんなことは考えられない。けれど、住んでる方にとっては、あたりまえなので今更言わない。ところが、それを積極的に「里都まち」ってそういうことなんだということが説明書として書かれていけば、それを皆が語れるようになる。語れる人が増えてくる。中井町に住んでいるということが私はすごく幸せだと思っている人がまず語り出す仕掛けみたいなものをプロモーションプロジェクトの中でつくっていくことで、スポーツイベントだとか、この個別のブランドについても、製品そのものの価値というだけではなく、「里都まち」だからとい

う価値をどう作っていくのかというのが大事なのかなという印象を持つ。

座 長：ありがとうございます。「里都まち」は実は私が作ったので、ここは要するに里都まちって実は日本にしかない自然観なんですね。要するに、自然と人間が共生している環境、ヨーロッパでは、都市と自然しかなく中間領域の概念がない。これは愛知万博の時に、相当色々議論して、どうも、里都まちという概念や言葉は、日本が独自に持っているものなんだなということで、そういう意味で、日本は特異な自然との環境を持っていて、ここはまさしくそういうところで、そして人が住む都が外ではなく、中にあるという、そういうところはやっぱり里都まちなんだということで、位置付けたんですね。これ自身にブランド力があると思うし、さっきからずっとお話に出ている例えば、大山と富士山で、大山は男の神様なんですね。それで、富士山は女の神様で、両方が見えるというのは素晴らしくて、相模湾が見える。ただ富士山と大山じゃなくて、男女の意味も出てきますし、そういうことがブランドの力になると思うんですね。

ブランド化するときに、人とかそういうものをブランドにするときに、私は、「達人」と言っている。だから「里都まち達人」がいるところなんですね。例えば、健康スポーツの達人とか、漬物の達人とか、米作りの達人とか、非常におしゃべりの上手い達人とか、そういう人がたくさんいると思うんですね。そういう人が作ったものを例えば、おしんこ達人のなんとかばあちゃんのレシピのおしんこだとか。達人というのはブランドになって、その達人が語っていくことになるのだと思うんですね。健康達人もできる。スポーツの達人もできる。言葉にしてしまうのだったら、こういった形にしていくと非常にコミュニケーションしやすいと思います。

委 員：お釜プロジェクトとはなんですか。ピザ釜で作ってその製品を売るのが。ピザ釜を作る能力のある会社があるのか。七輪コンロで作ったピザ釜というのをすごくPRしていて、それはそういう素材があるからで、そういうわけではない。ピザ釜をつくりたいという。

事 務 局：中井町の商工会のメンバーが設計から完成までを数人の事業者が寄り添って、いわゆる、それを商工会の活動として作っていきますというようなかたちです。

委 員：商品化してそれを売りたいという。

アドバイザー：里都まちカフェのパンフレットの後ろに、ちょっとかわいいピザ釜ができて、ピザ釜自身を魅力にすると同時に、ピザ釜、要するに、かまどなどといったものが家庭家庭にあって、そういう文化ができるという町にしたいという商工会の方々の思いがあり、一緒にピザを作ってもら。上に野菜をのっけて。そういう文化を作りたいねということです。

委 員：ピザ釜というのは結構全国で多い。北杜市に調査に行ったのですけれども、集客できないから、ピザ釜がある。結構あっちこっちでやっている。中井町の釜は違うよということ想定しながらやっついていかないと難しい。単に、ピザ好きが集まってということになってしまう。全体を見て思うのは、地方のエアポートの土産売り場では、非常にそっくりなものが並んでいるというのが現状で、これで行くのであれば決めて、この方法で貫いていくべきだと思いますし、ただ、みかん関係のものは、ここでみると結構あちこち置いてある。この辺りで食べ物だとシロコロがB級グルメであたって、厚木に店が並

んだ。でも、町中にお金がたくさん落ちたかというそうではなくて、結局、関西に多くあったホルモン屋が関東に増えただけの現象。厚木市にとっては、PRとしては成り立ったけど、非常に大事な主要産業として生きていったわけではない。その辺りを勘違いしないようにやらないと、瞬時にポツとでも、それで打ち上げ花火で終わってしまう。だから、文化祭をするのか、小さくても商店をやるのかというのをよく考えないと。せっかくこれだけたくさんの町民の方が一生懸命やられていることがなんとなく、単発で終わってしまいそうという想定の話がありましたけれども、そういうなかでいうと、まず、リードする町の担当の方がこっちなんですというものを、やはり皆さんのご意見を聴きながら振らないと、難しいとは思いますが、皆さんの意見を平均的に聞かないといけないお仕事ですから、そうしないと、間口がどんどん広がっていってしまうんですね。見る中で、面白いと思うのはアロマオイルくらい。女性がやっているということで、これはなかなか出ないですよ。しかし、それはそれなりのコンセプトで継続性をもってやらないとという感じがする。アイスとか麺類とかは。九州のエアポートに行くと、例えば昔は明太子は博多のエアポートにしかなかったが、今は、明太子もあるし、からしレンコンもあるし、様々なものが各地のエアポートにある。この話を突き詰めていくと、そういうことになってしまうので。それは、中井町のブランドと人口を止めなければいけないというのは違うような気がする。

アドバイザー：もし、町がセミナーをやりまして、同じようにこんなもん売れないよみたいな辛辣なことを言われていて、逆に開発をする方が刺激を受けて、やっぱりそうなのかと皆さん分かり始めてきたというところなので、そういう意味では、3か月だが、試作品をつくるなかで、色々なものが皆さん分かり始めてきたし、ある意味では勉強期間なのかなと、先ほど委員さんからもお話があったように、長期的に見てもらったうえで、戦略を立てていかないといけないなど。

委員：売れないことは無いと思う。売れると思う。ただ、売れるのであれば、200個しか作らないというのも戦略。200個しかないから中井まで行かないと買えないから。例えば、白い恋人というのは、関東では売らない。ところが、東京まで来てパーツと上がって、スパッと止まってしまっただけでは困るわけですね。そういうことを含めて、事業者の皆さんが知恵を出し合う。一生懸命売って大量生産の競争をして疲れきって倒れるお菓子屋さんをいくつも見てきましたけれども、それだと、せっかく中井町から出たブランドが傷ついて終わってしまう。そこはやはりうまくご指導してあげた方がよいかなと思う。

座長：他、いかがでしょうか。

委員：先ほどのカフェのようですとか、中井町が何をやっているのか、役場入口のなかまるの石像など、取り組んでいるなということがすごく分かるようになった。すごく良いことだと思うんですけど、先ほどのいろいろなブランドの話をしてきたときに、今、すごく話題になっているのが、ふるさと納税があるじゃないですか。中井町のホームページとかを見させてもらって、28年度で2000件くらい納税されてますと出ていたりして、27年度だと100件ちょっとくらいで20倍くらいなんです。納税の返礼品は何があるのかなと見てみると、陶芸家の方のものだったりとか、トマトだったり

だとかいろいろ出てくるんですけども、せっかく納税していただいて、それだけ脚光を浴びている状態のなかで、それこそトマトがでてきたのだとすれば、先ほどのピザというのはトマトがおいしいのかなとちょっと思っていたんですよ。それで、すぐ近くですと、小田原市で下中玉ねぎがすごく有名になって、いきなり都内や埼玉の方にすごく売れているとかそういう状態だったりするので、実際に作っていて、おいしいものということであれば、それこそ、ふるさと納税で送られますよだとか、そういうことをするだけで全然違うと思うんですよ。そうすると、注目を浴びているところに便乗という言い方は変ですけども、それができるので、こういう品質で町のところでやってくれば、そのトマトができるよだとか、これで入れていいよだとかというふうに揃えていけば、それほど難しくなくブランドとかできるのではないかと思うんですね。加工しないといけないということになれば、すごく時間がかかるでしょうし、加工するのに何をしなきゃいけないとかなるのでしょうけど、実際に作っているもので規格がある程度決まった状態であれば、それが町が主導でやるということであれば、農家の方たちもそれでのってやりましょうということもできるでしょうし、ふるさと納税で売れるということであれば、そのもの自体で町に収益がありますし、生産の方たちにもお金が入るという形になるのだと思うんですね。

それで、例えば、そこでトマトがすごくブランドになりましたよということであれば、先ほどの釜のところで、トマトを使ってピザを作る。そのピザ自体ということになってくれば、体験という事で、だいたい体験させたいという小学生とか幼稚園のお子さんやお母さんが一緒に連れてってやりたいというふうになるでしょうから、そのときは生地を用意して、トッピングして焼きますよということになるんじゃないかなと思うんですね。一緒にピザ作りをすとか。それは、近隣から呼び寄せるということもできるでしょうし、なおかつ町の小学校、保育園でも体験というか、お父さんお母さんと一緒にやりましょとなれば、中井町はこういった親子でできることを取り組んでいるということになるのではないかと思うんですよ。一体的に一つの事を何かやるときに、こういう風に繋げていけばいいんじゃないかと考えた方が、どちらかと言えば継続的にできるのではないかと思うんですね。新しいものを作るというのは非常に大変だと思うし、新しく手をかけるとみんなで混乱するということも多いので、昔からあるものとして、そこのところから規格化をして、品質を上げて、そういうブランドを作った方が良いのではないかと思います。

座長：他はどうでしょうか。

委員：アロマオイルについておっしゃっていましたがけれども、みかんの香りというものも既に注目されているらしく、静岡のスポンサーさんなんか話しているんですけども、化粧品にお花の香りを出すことが、なかなか厳しいので、ものすごく高値で化粧品が売れるらしいんです。なので、いい所に目を付けているような感じで受けたんですけど、実際に大手も動くような企業が動くようなお話も一方ではあるので、これ自体がもうちょっと角度をつけて前転もあるので、うまく動けば、関心というか、上手にいくのかなと思う。ただ、どうやれば里都まちとか、語られると楽しくなったり、里都まちらしい雰囲気が出てくるので、そういうふう話を大手のすごく香りがすばらしいのではな

く、里都まちとしてこのオイルをどうするかみたいな話がだんだん継続的に繋がっていくといい。農家と手を組んでというのもうまくいくと、とても里都まちだなというふうに思いました。

座長：今、日本は全国的にブランドをやっていますので、日本人はすごいですよね。逆にとても均質化してしまっている。動かない時代で動くとすごく目立つのですけれども、今はどこでもやっているの、どこへ行って聞いても似てますね。テレビの影響もあるので、共通の情報でやっているの、やはり独自のその地域の中から出てくるもので、それが爆発的に売れる商品開発をするというのは私は間違っていると思うんですよね。いろんなところで皆さんやろうとするのですけれども、在庫を抱えて売れないとかです、今、そんなに量が売れる時代じゃないんです。大手のイオンでも、売れないで困っている時代ですから、そういう時代、多品種少量でやっていくしか方法は無いんです。ブランドをあまりふくらまして、力がある人はいいのですけれども、ぜひ、その辺りのボリューム感みたいなものを間違えると、悲劇がいっぱいできてしまうと思うので、売れ残りをいっぱい抱えてしまうのも大変だと思うので、せっかくのポンポン麺も、野菜ちゃんぽんというのが長崎のものどう違うのかとか、どんな野菜がどんな味でのっているのかとかがよくわからないんです。そういうのがもっとブランドとしてなれば面白いと思います。

委員：里やま直売所に東京、湘南、相模原などから来るお客さんが多いのかなと。来るお客さんが、スーパーで並んでいるものと違うんだよと、前日とったものがその日に買える味が違うというのは大前提であって、そういう会話も聞こえてくる。いかに、活かせる仕組みをそこにあるのか。麺にも、こういったものが入って、なるほどというものがあると持続性があるものが生まれてくるのかなと思うんです。

つつい住んでいると、なかなか自分の良さも当たり前だと思って分からない。よそから来る方はそれを感知するわけですね。たまたま道路で歩いている人がいて、話すと真鶴から来たという。私なんかからすると、なんで真鶴から中井に来たのとイメージがわいてしまうんです。真鶴はもっと観光があってというイメージが強すぎて。ところが、私たちが住んでいる当たり前に見えているものも、真鶴の人は、丘が違う、富士山が見える、真鶴は海はあるけどそういうのは見えないんだという。まさしくそれが資源だと。そういった、あるものから上手くリンクすると繋がりが見えてきて、じゃあ買って行こうとなるのかと気がする。

単品のブランドは作るが、このブランドをどう売なのかというのが難しい。大手企業があって、この商品を開発するためにどうしても必要だから協力いただきたいというのは、回る仕組みができて良いが、地域として作るのはなかなか難しい。ブランドを認証することが仕事ではないよと。何か違う仕掛けがあって継続性がないと長続きしないよと。お金があるから認証すると、終わった途端に何をやるの。目線なり、考え方を変えていかないと違ってしまうのではないかと。

座長：富士にべっぴん食堂という食堂があるのですけれども、500メートル以内の野菜や肉しか使わないという。出てくる野菜は朝採れなんですね。昼に出てくるサラダは朝採った野菜しか出てこないし、ドレッシングも全部その日で作って作り置きしていない

んですよ。健康に良いというのも含めてやっているのですけれども、昼は女性でいっぱいなんです。それはすごいコンセプトで、最近市場も朝採れを採るために、3時に起きて、葉先が出ちゃうと水分が変わってしまうんですね。日が出る前に採れた野菜はものすごくおいしい。それを商品化している所もあるので、そういう事だと思うんですね。

それがひとつありますし、それから、同じ富士に、杉山フルーツというのがあるのですけれども、添加物が入っていると絶対に売らないんです。ところが、北海道から車で買いに来るんですよ。そのゼリーを。そういうものを持っていると、いわゆる果物屋さんなんです。果物をおいしく食べてほしいから、ゼリーを作っているのであって、レシピを売ってほしいと言われても売らないんですけど、それが話があっても売らない。ゼリー屋ではなく、フルーツを売っている人間で、おいしいフルーツを食べてもらうためにやっているという。だから、相当良いものが入っているんですよ。そういうものだと本当に北海道九州からも本当に車で買いに来るんですけども、そうじゃないと多分無理。そこも取材を入れてくれと言っても絶対にやらないです。何回も相談は受けているのですけれども、出たら終わりだと言うんですね。出たら量をはけなくて、味が落ちたら、絶対にまずいと言われる。生キャラメルもそれですよ。最初の味は非常に良かったんですけども、それが大量になった瞬間に管理ができなくなってブランドがダメになった。そのくらい気をつかわないと、今の時代ブランドとして力になれない。

委員：耳の痛い話でして、企業の中でまさに起こっているんですね。私どもは、体温計や血圧計などが割と強くて作ったりしてですね、もう1年で負けてしまうんですね。今や腕時計みたいのができて、これは携帯に蓄積されていくみたいなものなのですから、結局体温計や血圧計みたいなものを作っても、儲からないし長続きしないと。一番強いのは何だったんだという、そのなかで組んでいるアルゴリズムをしっかりと設計して持ってる会社って一番強いんですね。ということで、芯が強いものを持っていないと、なかなか長く勝ち続けるというのは難しいと思う。

我々、今これだと思っているのはですね、京都で八百屋さんで九条ねぎを専門に売っている八百屋がありまして、彼らの発想というのが、我々は天下一品の九条ネギを供給しますと。ただし、料亭に卸したり、蕎麦屋に卸したり、焼き鳥屋さんなどへ卸すが、われわれは絶対に店舗はやりませんと。焼き鳥屋をやる気もないし、蕎麦屋をやる気ありません。でも、皆さんに満足してもらって九条ネギを提供し続けますということで、やっぱり芯の強さがなくなかなか勝ち続けられないなと痛感しまして、色々とアイデアがあるのでしょうけれども、小手先のものだけで商品を作るとたぶん長続きしない、苦しい戦いになる。

委員：継続性を優先して、ちょっとでもいいんですよ。3つでも構いませんよ。でも、ずっとやりますよと、ということがあって、あそこの変わり者のおやじのところに行こうとになっていく。ラーメンや佃煮は日本全国に散らばっている。ちょっといいなというものは、瞬く間にそれを超えるものが大量給付される時代ですから、そこで一生懸命寝ずに商品開発したのに疲れてしまったというよりは、暇なときに3つしか作らないでいいから、そのかわり10年やってくださいね。そのとき、その3つのために足りない補助金はつけましようというほうが、入り口でどっつつけるよりいいよな。当然、ものは

良くないといけないですよ。これはうまいんじゃないの、これはいいんじゃないの。本当にいいですよ、それがピザ釜でも。こだわりをきちんと演出できて、しゃべれるおじさんがいて、うちで焼くと焦げないんだとか。年間1つだけ置いて、暇な人を集めてやっているんで1個しか売れないんだとか。それはメディアも飛びついてくと思うし、あとは、演出が上手にできないと皆が疲れて終わっちゃう気がする。だから、どうしても理想論を言っていると、これではだめだと言われてしまうので難しいところですけども。

委員：最近、神奈川県でいろいろいれながらも、湘南ゴールドなんかは神奈川が長年取り組んで、さらにもう一段、炸裂があるのではないかと考えているんですけども、最初、生で食べるとたいして美味しくないというのが出回っちゃって、だめだった。だけど、例えば小田原の有名なお菓子屋が使ったりとか、ロマンスカーでゼリーに使ったりとか、やたらと香りが素晴らしいのでお菓子に使われていて、やっぱり横浜のホテルでもパティシエをやっている方たちなんかは、湘南ゴールドでなんちゃらというのが地産地消で、いっぱい出るんですけども、ちょっと生で食べるのは、たいしたことないと思ってたんですね。ここにきて、またさらに統一化が始まりつつあって、ハウスで作っているものをこの前初めて食べたんですよ。そしたら、ものすごくおいしかったんです。最初に食べた印象が悪いんで、生はまずいんだと思ってたんですけど、こんなちっちゃいピンポン玉みたいなやつなんで、ジューシーで酸っぱさと甘さで薄皮で、オレンジとレモンを足して二で割ったような本当にすばらしい味でした。そしたら、その持ってきたというか、うちのメンバーが取材でたまたま受けていただいて、茅ヶ崎の農家さんがハウスでお作りになられていてすごい管理で。例えば、中井はみかんが得意でした。ただ、それではあれなので思い切って湘南ゴールドの中井ブランドをつくってしまうというのもあると思うんですよ。

もう一つ、いずれは神奈川で炸裂すると思っているんですけども、はるみというお米を平塚はやっています、あんまり農家の人は熱心に作っていないんですよ。おいしいおいしいって役所の人は言っているんですけども、今度初めて県内初の特Aになりました。炸裂してしまっただけで今年の分は全部売り切れです。平塚市の農政課の方たちが心配しているのは、農家の人が作り出す、売れるのならと作り始めるが、きっと来年は上手いのと下手なのが農家も技術があるので、ブランドが揺れちゃうだろうなって説明されていました。しばらくは特Aは取れなくなってしまうかもしれないと言っていた。でもいずれは、そのはるみっていうのは、キヌヒカリからはるみにシフトしていくほど上手に作れば、はるみというお米は素晴らしいのだろう。ヒントになるか分からないですけども。

委員：当初、県知事が湘南ゴールドを何とかしないといけないということをやられて、うちにあるビール屋がビールを作っている。かれこれ15年です。売れないから皮が残ってしまったり実が残ってしまったりするんで、湘南ゴールドというブランドにして地ビールにした。うちの試合に来れば皆買って帰るんですけども、初めはあまり美味しなかった。でも、もうかれこれ20年なんですよ。だから、県知事が先頭に立って横で喋って高島屋で売って、それでようやく15年だから、そのくらい辛抱しないと、なか

なか芽は出ない。それはやはり、これがきっかけで始まったけれど15年先に花が咲くものという設定のものもあった方がぜひよいのではないか。

座長：たくさんご意見をいただいた。先もまだありますので2のほうで是非お願いしたいと思います。

2) 地方創生拠点整備交付金について

(資料5にもとづき事務局より説明)

座長：ご質問等ございますか。

委員：細かい話をして恐縮だが、キッズガーデンのところ、ゴムチップになっているじゃないですか。子育てというテーマでメインのコーナーがあって、小さい子だと思うんですけども、今はちゃんとしたものがほとんどなんですけれども、人工芝では発がん性ということで、アメリカでゴムチップが騒ぎ始めたんですけれども、我々も、父兄の対応なんかで、素材なんかは似て非なるものかもしれませんけれども、少し注意された方がいいと思う。小さい子ですと、夏、熱を持つとゴムとの距離が小さいものですから、具合が悪くなる子がたまにいる。少し配慮された方がいい。

事務局：当初の計画のときには、ゴムチップは柔らかいからお子さんに安全なのかなという感覚で計画させていただいたんですけれども、その後、杉本先生にもご相談等した中では、ウッドチップをまけば安く済むし。

委員：ウッドチップは、それはそれで子供の服に付くのではないかと文句を言う人がいるんですよ。しかし体の害ではない。ゴムチップは体の害と言われると、発がん性なんて証明の仕様がなくてですね。ちょっと、厄介な話になるといけないと思う。

座長：今、東北でも子供向けの拠点施設を作っているんですけれども、ウッドチップでやっています、日本は森があるので、木材も供給できますから、少し減ってくると新しいものをまくと、芝生も生えなくて非常にいいんですね。そういうこともあって、ご提案しています。この辺りは、もう一度配置についても再検討するかたちで、とりあえず予算がついたので来年度整備していこうという方向性だと思っています。できれば子育ての方たちに花を植えるあたりとかを一緒にやるとかですね、参加型でやっていく必要もあるんじゃないかなと。ピザ釜を1個置けるようになりますから、体験していただいて、その釜の良さも知っていただくこともできるのではと思う。

では、時間もありますので、3番目の議題についてご説明をお願いします。

3) 平成29年度 中井町まち・ひと・しごと創生総合戦略事業について

(資料6にもとづき事務局より説明)

座長：ご意見あればご発言いただきたい。

座長：1点時間がないのであれですけれども、最後のオンデマンドの話なんですけれども、赤字のローカルバスを黒字化している戦略があって、それは何をやったかという、バスにGPSを付けたんですね。それをずっと運行していて、データが取れるわけですね。そうすると、利用客の多いところで動かして、いらぬ所は割愛することで黒字化したというところがあるんですね。だから、そういうこともやっていったほうが、要するに

勘で、バス会社は勘でここはいるだとかいないとかという運行をすると結局乗らないとかとなるので、カードでデータを取っていくと、例えば朝病院に行くためには、バスが一台だけ走っているんじゃないか困る。そのときは二台走る。他のときは一台しか走らないとかですね。どのエリアに乗る人があるかってデータが取れるわけですね。それに対して厚く運行していったら、黒字化しているんですね。ですから、今はそういうビッグデータじゃないですけども、データを取ってそれに合わせてやるというのはそんなに難しい時代ではないので、我々の携帯にもGPS機能がついているわけですから、あとは、データを分析して戦略にしていこうということだと思っているので、せっかくオンデマンドバスにログを付けて走っているのであれば、そういったデータをとった方がいいと思うんですよね。それから、乗る方のカーブでどういう年代の人がいつどこをどう使っているのかというのがでてくれば、それに対してサービスしていくというように整理ができると思うんですよね。そういう事例は実はありますので、ネットでもこういう事例ついでに公開している報告書もありますので、ぜひそういうのを実施された方がただ何となくやっていくというのは、もうこの時代そんな無駄はできないと思いますので、もちろん、GPS などシステムに少しお金はかかりますけれども、どうせこのお金使うのであれば、そういうところにつけて。

他では、自転車に付けようという茅ヶ崎で40台自転車を買うとそれに付けたらどうかという話がある。成功した例では、小田原です。小田原では駅で、観光客にGPSを配って夕方に回収をするんですけども、昔はお城と駅しか交差していなかったが、町の中に色々な事業をしかけたんです。そうするとお城からそっちに人が流れたというデータが取れたものですから、議会に対しても、こちらで事業はこれだけの効果がありますということもGPSのデータで説明したんですね。それは実は、慶応大学が初年度ただでやっていただきまして、次年度から有料で、でもやっぱりそういったことができる時代になっているということなので、そういうことを利用していくのも、これだけ人もいないですし、事業の仕方にも工夫が必要ですので、オンデマンドバスはどうせ投資して走らせるなら、データをとった方がいいと思うんです。やはり一番良いのは、朝、病院に何時に着くまでに、バスの運行が1回行ってしまったら無いというのではなくて、厚く1時間は3台走らせるとか、通勤通学の時には厚くするとか、そういうことをやるのが黒字化するのには一番効果的だというのが出ていますので、ぜひその辺は研究されて検討されるといいかと思います。

他に何かございますでしょうか。

委員：内覧会に行けなかったんですけど、里都まちカフェはいつオープンするんですか。

事務局：5月中旬を目指しています。

座長：議題1から3まで継続してご意見がもしあれば。なければその他4をお願いしたいと思います。

4 その他

事務局：設置要綱で委員任期の話なんですけど、実は平成29年3月31日までとするということで一区切り付きます。実を言いますと、また戦略みらい会議の委員さんに、次年度以

降も現在の委員の皆様をお願いしたいと考えております。ご異論がなければ、継続任期の事務手続き等もさせていただきたいと考えてございます。また、皆様にご迷惑のない程度をお願いをしたいと思っておりますけれども、いかがでしょうか。引き続きご異論がなければよろしくをお願いしたいと考えてございます。

次回の会議につきましてなのですが、今日は平成28年度の事業報告をさせていただきました。国の方は総合戦略についてはKPIを設定して、効果検証しろということになってございます。ですので、次回の会議おそらく9月頃になろうかと思っておりますけれども、平成28年度に実施しました効果検証等を議題とし、また、29年度に実施している事業の報告を含めて開催したいと考えておりますけれども、そのときはよろしくをお願いしたいと思います。

座長：何かありますでしょうか。

—なし—

座長：これで、すべての議題が終わりましたので、終了したいと思います。ご協力ありがとうございました。またよろしく願いいたします。

事務局：本日は長時間にわたりまして、貴重なご意見等をいただきましてありがとうございます。また、ご意見も含めた中で、引き続き継続させていただいた中で、事業を進めさせていただければと思っております。よろしくお願いいたします。

それから、本年4月から町の組織が変わります。その関係で口頭になりますが、ご報告させていただければと思います。戦略みらい会議につきましては、引き続き企画課の方で事務局を持たせていただいた中で、全体的な統括の中で進めさせていただきたいと考えております。それで、今回ブランドプロジェクトこちらの方は、担当の課名が変わります。今、環境経済課という課で事業を実施しておりますけれども、4月からは産業振興課。こちらは一部ありますけれども、今の事務は残った中で、事務を続けさせていただくという状況になります。それから、スポーツプロジェクト部会。こちらの方は、今、地域支援課の方で事業を実施させていただいておりますけれども、スポーツ関係、生涯学習関係について教育委員会部局の方に4月から組織替えがありまして、教育委員会生涯学習課の方で担当をさせていただく状況になります。それから、シティープロモーション、こちらの方は引き続き企画課の方で担当させていただくということになりますので、ご報告までということで、お願いをさせていただければと思います。

以上