

しゅうなんブランド見直しに関する調査分析事業

第3回ワークショップ

実施報告書

日時：2023年11月29日（水）14:00～16:00

会場：周南市役所（多目的室）・周南市シビック交流センター（交流室6）

参加者：19名（協議会委員）・6名（消費者）

I. 協議会委員によるワークショップ

【協議会チームプログラム】

分	開始時間	項目	内容
15分	14:00	挨拶	会長挨拶 市役所 農林課職員挨拶 (しゅうなんブランドの見直し資料説明)
5分	14:15	説明	本日のプログラム説明 (今回は消費者が6名参加)
80分	14:20	意見交換	協議会チーム
			<p>今後のあり方の検討</p> <p>テーマ1 しゅうなんブランドはどのような方向性で見直すべきか</p> <p>大前提として…今後どのような制度になっても、PRの手法は強化する必要があると考えている。今日話したいのは、「ブランド制度」自体の見直しの必要性やそのレベル感について。</p> <p><u>A:現状維持</u> ブランド制度自体の見直しは必要ない →制度自体や認定基準は今のままでOK 緩やかな認定基準で数多く認定する制度 PRの手法を強化する</p> <p><u>B:高レベルなものにする</u> →厳選型 例) 1年で1品認定できるかどうか</p> <p><u>C:現状維持と高レベルの間のものにする</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・直感的に選んでもらう ・ピンクの付箋を活用 ・A、B、Cそれぞれどれ何人くらいが選んだかをまとめる ・意見交換は、この時点では行わない <p>テーマ2 現在の認定基準をもとに具体的に考えてみよう ※手元に採点シートを用意</p> <p><u>質問① 素材について</u> 現在の認定基準は、採点シート内に記載のとおり①と②で構成されるが、①「食品表示に記載されている最も分量の多い原材料が100%周南市産」のみにするとしたらどうか。 →素材に関する基準が厳格化されることで認定へのハードルが上がるが、それでも周南市産にこだわるか。</p> <p><u>質問② 信頼性・安全性について</u> 「安全性の高い素材を使用しているか」について、具体的な安全性とは。そのレベル感は。</p>

→ 例) 無農薬、添加物を使用しない等

質問③ 独自性・品質性について

現在の認定基準は、味や外観、独自性の有無等、主観的な項目が多い。どのように判断するのか。そのレベル感は。
→個人の好みによるものが大きいものを、どう判断するか。
→キレイ、おしゃれ、素朴などの違いをどう判断したら良いか。

質問④ 市場性・将来性について

「ブランド認定することにより消費拡大が見込めるか」について、例えば消費者にとって身近な量販店で取り扱ってもらえるのか。
→消費者にとっては、買えないと意味がない。とすれば、量販店が取り扱いたいと思うもののみをブランドに認定していく、等も検討できる。

※事例として活用したいもの

- ・馬路村のポン酢 素朴なデザイン
- ・大潮の油揚げなど 手作りで生産ロットがスーパーでは扱えないもの
- ・鹿野ファオーム・シマヤなど有名企業が製造する全国流通可能な商品
- ・わざわざしゅうなんブランドとして PR しなくても、売れるもの
- ・手作りでなければ製造できない、手間がかかるもの
- ・どういった商品はどうしたらいいのだろう

【もう一度】テーマ 3

しゅうなんブランドはどのような方向性で見直すべきか

大前提として…今後どのような制度になっても、PRの手法は強化する必要があると考えている。今日話したいのは、「ブランド制度」自体の見直しの必要性やそのレベル感について。

A:現状維持 ブランド制度自体の見直しは必要ない

- 制度自体や認定基準は今のままでOK
- 緩やかな認定基準で数多く認定する制度
- PRの手法を強化する

B:高レベルなものにする

- 厳選型 例) 1年で1品認定できるかどうか

C:現状維持と高レベルの間のものにする

- ・テーマ2を踏まえて、選んでもらう
- ・テーマ1の時と意見が変わっても良い

			・ブルーの付箋を活用 ・ここで意見交換を行う
5分	15:40	市役所	検討に関して 今後の活用について その他
5分	15:45	会長挨拶	お礼の言葉
		終了	

注：1回目はピンクの付箋、2回目はブルーの付箋で意思表示

【ワークショップの内容】

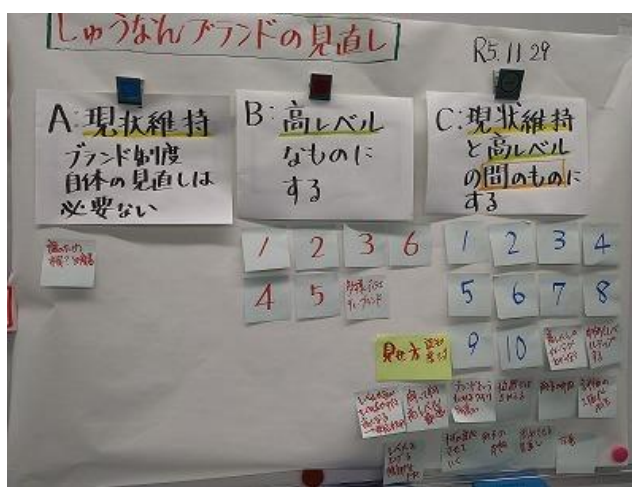
<テーマ1およびテーマ3：しゅうなんブランドはどのような方向性で見直すべきか>

※最初にテーマ1⇒テーマ2を質問した後、再度テーマ3としてテーマ1と同様の質問を行った（最終結果は以下のとおり）

見直しのレベル	賛同者数	補足
A：現状維持 ブランド制度自体の見直しは必要ない	なし	・制度自体や認定基準は今のままでOK ・緩やかな認定基準で数多く認定する制度 ・PRの手法を強化する
B：高レベルなものにする	6名	厳選型 例) 1年で1品認定できるかどうか
C：現状維持と高レベルの間のものにする	10名	

※テーマ3で出された意見

- ・「高レベル」のイメージがよく分からない
- ・独自性をPR
- ・認知度アップ
- ・発信方法の見直し



<テーマ2：現在の認定基準をもとに具体的に考えてみよう>

質問① 素材について

4

※現在の認定基準は、採点シート内に記載のとおり①と②で構成されるが、①「食品表示に記載されている最も分量の多い原材料が100%周南市産」のみにすることについて

100%周南市産でなくても良い	<ul style="list-style-type: none"> ・すべてのものが周南市産というより“おいしい”というこだわりが強いかどうか重要だと思う（メインが周南市産なら良い） ・地産地消を向上させるため100%であるが、75%程度でも良い ・100%でなくても良い、特に加工素材では難しい ・量的に少ないので ・素材の基準緩和 ・素材または製造（生産）では%は言わなくて良い
100%周南市産	<ul style="list-style-type: none"> ・周南市産100%はしゅうなんブランドとして大切だと思う ・100%は大事 ・周南市メインが100%は妥当、②はいらない気がする ・周南市産100%にしたほうが良い ・そのまま、②は難しい
その他（0%でも良い）	<ul style="list-style-type: none"> ・周南市産＝市内で収穫されたもの、≠他地区で収穫されたものを価値を付けた場所が周南市、≠水産物は水揚げ場所、就業場所？ ・周南市産にこだわらない ・②を基準に生産者が周南市に関わる方 ・〇〇が周南市産と発信できるもの

※その他の意見

- ・地産地消にこだわらなければ素材、生産者の価値がある、高めることができる
- ・（公財）地場産業振興センターでは、素材ではなく周南地域で加工、製造されたものを認定している（周南ものづくりブランド）
- ・加工技術は他市で実施

質問② 信頼性・安全性について

国の基準を満たしている品質管理食品表示	<ul style="list-style-type: none"> ・安全基準を確実に守る ・誰がどこでつくり、何が入っているかが分かること ・シンプルに食品安全基準（国）を満たすものであればよいと思う ・食品表示（アレルギー） ・食品表示の徹底ができていないかしゅうなんブランドで審査 ・無農薬、基準値厳守、品質管理の体制はできているか ・トレーサビリティ(畜産) ・国の基準は欧州に比べて低いため、気を付ける必要がある
製法の安全性	<ul style="list-style-type: none"> ・安全性の高い製法
モラル信頼性	<ul style="list-style-type: none"> ・トラブルにすぐに対応できるか（信頼性） ・安全性とはだれに対してなのか、人によって異なるケースがある ・製造者のモラル ・無農薬の難しさ、信頼性とは人なりによる ・加工技術の中で安全性を高めている、生産する段階で減農薬 ・信頼性は生産者および加工者で決まり、安全性は薬物を使用しなければ良い（安全：基準をクリア、信頼：個人の考え方）

生産者の顔が見える	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢者、子どもにも安心と胸が張れる ・生産場所が見える（写真や見学ツアーなど）
-----------	---

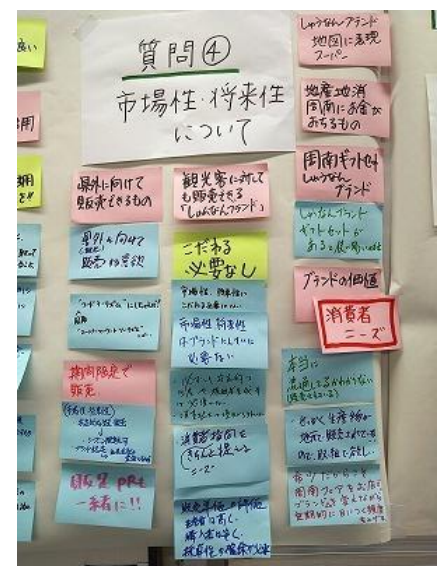
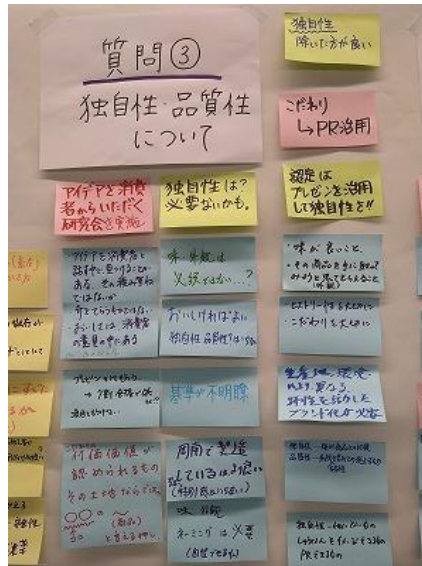
質問③ 独自性・品質性について

独自性は必要か	<ul style="list-style-type: none"> ・独自性は除いたほうが良い ・おいしければよい、独自性、品質性はいらぬ ・基準が不明瞭 ・周南で製造しているはよりよい（特別感はいらぬ） ・その土地（〇〇）ならではの「〇〇の～（商品）」と言える押し ・独自性⇒類似商品との比較、品質性⇒素材の安全性を含めて感じるもの ・独自性は他にないもの、周南をイメージ、PRできるもの
味、外観は	<ul style="list-style-type: none"> ・味が良いこと、その所品を手にとってみようと思ってもらえる（外観） ・ネーミングは必要
プレゼン認定	<ul style="list-style-type: none"> ・プレゼンしてもらおう、項目を設けず、7割で合格OK
こだわり	<ul style="list-style-type: none"> ・こだわりの付加価値が認められるもの ・ストーリー性を大切に、こだわりを大切に
消費者からのアイデア	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者と話す中でアイデアを見つけることがある、その積み重ね ・奇をてらうものではなく、おいしさは消費者の意見の中にある ・研究会の実施、販促やPRも一緒に

質問④ 市場性・将来性について

※「ブランド認定することにより消費拡大が見込めるか」について、例えば消費者にとって身近な量販店で取り扱ってもらえるのか

県外・観光客に向けて販売	<ul style="list-style-type: none"> ・県外に向けて販売する意欲 ・周南フードツーリズム、スーパーマーケットツーリズム等
販売アイデア	<ul style="list-style-type: none"> ・期間限定で販売 ・安定的な生産、販売のためにはシーズン限定も可 ・しゅうなんブランドのギフトセットがあると使いやすい ・しゅうなんブランドを地図に示す
消費者ニーズ	<ul style="list-style-type: none"> ・購入しやすくすることで消費者拡大につながる ・消費者ニーズ、指向をきちんと捉える ・せっかくの生産物が地元で販売されていないので取り組むべき ・希少だからこそしゅうなんブランドフェアをお店でブランド品を変えながら定期的に目につく頻度を上げる
こだわる必要はない	<ul style="list-style-type: none"> ・市場性、将来性はしゅうなんブランドの認定には必要ない ・消費者拡大、安定的な生産や後継者育成等にはこだわる必要がない ・本当に流通しているのかわからない



Ⅱ. 消費者によるヒアリング座談会

【消費者チームプログラム】

分	開始時刻	項目	内容
5分	14:00	挨拶	市役所 農林課職員挨拶
5分	14:05	説明	本日のプログラム説明
100分	14:10	意見交換	消費者チーム
			<p>テーマ しゅうなんブランドについて、意見交換を実施</p> <p>【しゅうなんブランドについての説明：前】</p> <p>①<u>地域ブランドである「●●ブランド」と聞いて、どうい う印象を受けますか。</u> <u>地域ブランドの例…下関フグ、松阪牛、魚沼産コシヒカリ 等</u> 例)・高級感、特別感、数年前に流行ったもの、ふるさと 納税</p> <p>②<u>いろいろなメーカー、いろいろな種類がある食品で、食べた ことのない食品を初めて購入するときに、基準となるも のを3つ教えてください。さらに優先順位を教えてください。</u> <u>例として、ジャムを挙げる。いろいろなメーカー、いろん な果物、無農薬、砂糖の含有量等</u> 例)・値段(安い、安すぎない、高くない) ・安心安全かどうか、国産である ・パッケージのデザイン性、メーカー、生産者</p> <p>パンフレット配布～しゅうなんブランドについて説明</p> <p>【しゅうなんブランドについての説明：後】</p> <p>①<u>「しゅうなんブランド」についてどう思いますか。</u> 例)・安心、安全である、値段が高い ・どこで売られているか分からない、品数が多い</p> <p>※パンフレットの中で食べたことある商品はあるか</p> <p>②<u>どんな基準で選ばれた商品なら、少し高くても購入し ますか。</u> 例)・安心、安全である ・パッケージにデザイン性がある ・メーカー、生産者、子どもに食べさせたい</p>
5分	15:50	市役所	お礼の言葉～協議会チームの会場へ移動し合流
		終了	

【参加者の属性について】

- ・周南市在住の30代～40代の女性、6名
- ・全員、幼稚園～中学生の子どもがおり、家族数は3名～6名

【座談会の内容】

質問① 地域ブランドである「●●ブランド」と聞いて受ける印象

プラスのイメージ

- ・ブランドの名前で売れる
- ・こだわりを感じる
- ・地域の方（生産者等）が大切にしているイメージ
- ・地域名が分かると安心感がある
- ・地域ブランドを確立している自治体は財政が潤っていそう
- ・お取り寄せしてみたい
- ・ハズレがなく美味しそう
- ・知る人ぞ知るといふ優越感を持てる
- ・松坂牛くらいメジャーなら信頼できそう

マイナスのイメージ

- ・価格に見合っているのかナゾ
- ・高くて量が少ないイメージ
- ・あまりに高いと商品ではなくブランドの価値のような気がしてしまう
- ・買いたいけど販売店が限られるし、近くで手に入らない
- ・たまにハズレがある

魅力を感じるが日常的には消費しない

- ・高いイメージがあるため、自分たちでは口にしないかもしれない
- ・おいしそうで食べてみたいが、普段の食事では高級なので手が出ない
 - 特別なときに買ってみたい
 - ・何かのイベントの時に買ってしまいそう
 - ・高そうだけど自分のごほうびには良さそう
 - ・有名だと少し高くてもおいしさが証明されているようで買ってみたいくなる
 - ・消費者自身もお土産や贈り物として利用したい、愛されているイメージ
 - プレゼント（お祝い、県外やSNSで知り合った友人）として買いたい
 - ・贈り物にしたら喜ばれそう
 - ・特別感があってお土産には喜ばれそう
 - ・いただいたら嬉しいので、贈答用や特別な時に選ぶイメージ
 - ・プレゼントすると喜ばれそう

質問② 食べたことのない食品を初めて購入するときの基準（優先順位をもとに3つ）

第1位	原材料、食品添加物の表示、人工甘味料の有無
第2位	原産国、産地、国産かどうか、どこの県か
第3位	価格、高すぎない
その他	トキメキを感じるか、量、パッケージ（デザイン性、安全性等）

※パンフレットを見てしゅうなんブランドの説明を受けた後に

質問③ 「しゅうなんブランド」についての感想

買いたいと思う魅力や付加価値がない

- ・田舎っぽい感じ、素朴な商品が多い
- ・パツとしない、華がない、ブランド力がない
- ・魅かれる商品があまりない、珍しいものがない
- ・美味しそうだけど買いたいとは思わない
- ・どこにでもありそうなのでわざわざ買わない
- ・安全性も保障されていそうだけど高そう
- ・多すぎて覚えられない、品数が多すぎる
- ・パッケージがシンプルなのが良いのかどうか分からない

認知度の低さ

- ・しゅうなんブランドの認知度が低すぎる
- ・知らないものが多く驚いた
- ・目立っていない（しゅうなんブランドの取扱店にはよく行くけど見た覚えがない）
- ・身近に感じられない
- ・もっとアピールしてほしい
- ・どこで買えるのか気になった

ロゴマークについて

- ・ロゴマークのデザインがださい
- ・もっとおしゃれになデザインにすると購買層が増えそう

応援したい

- ・生産者のためにも買って食べて応援したい
- ・認定基準がしっかりしているんだなと思った

その他

- ・安いものが多くてびっくりした
- ・普段食べているもの（お米）が実はしゅうなんブランドだった
- ・目玉商品があればよい、少数精鋭にしてはどうか

質問④ どんな基準で選ばれた商品なら、少し高くても購入するか

基本条件

- ・安全、安心であること（3名）
- ・おいしいこと（3名）

生産者のこだわり

- ・思いやストーリー性があるもの
- ・中途半端でないもの
- ・大量生産でないもの、希少性が高いもの
- ・本当に頑張った人がつくったもの

周南市らしいブランド

- ・周南市ならではの、周南市にしかない商品
- ・周南市が何をしたいのか伝わるコンセプト

特別な魅力が必要

- ・高級感、差別感のあるもの
- ・新しさを感じる、気になる、トキメク商品
- ・インパクトのある尖った商品、パッケージ
- ・話題性（例：瀬祭）

売り方の工夫

- ・子どもが喜ぶ、対象年齢を問わないもの
- ・SNSで全国どこへでも送ってもらえる
- ・カタログギフト化
- ・自分ではふるさと納税のときくらいしか買わない
- ・クラキチさんの例を参考に（店舗を持たずキッチンカー販売）