

	問題点	問題点を解消するアイデア
案 1 【現行改良型】	①選考基準が難しそう。 ②今の商品の基準がお土産品以上ということ？ ②「作れない」でおとしたら、本当に良いものが無くなってしまうのでは？ ②現行の「しゅうなんブランド」制度とあまり変わらない感じがする。 ②収入拡大につながるかどうか？ ②市民参画のほうがよい ③有名でないと難しいのでは。 ③認定基準の厳格化 ③日常食品を含めてもいいのでは。 ③良質で安価な品物もあるのでは。 ③認定を外れた場合は商品の取扱いはどうするのか。	②市民参加型 ③ある程度流通が可能なモノのみに ③商品選定 徹底宣伝 ③他ときちんと差別化できるもの ③販売しているものの明記 ③認定事業者への再認定の意向確認 ③きちんと商品として実態のあるもの ③ひとつの団体で取扱いをする。(店舗不要)情報発信、販売 ③今のブランド認定品を大切に考えてあげる。 ③販売している場所の明記 ③大都市の展示会へドンドン出店
案 2 【市民投票型】	①市民にとって商品の比較が難しいのではないかな。 ②しぼった商品でいくと、現在の認定品に対するPRの力の入れ方がかわる？ ②市民より、県外や実際にターゲットになる人に参加してもらったほうが良いのでは。 ②各1品は少ない。 ②協議会で二次選考をする時に基準が難しいのでは。 ②生産者のモチベーション ③市民選考の方法が難しそう。 ③試食会場の選定が難しそう。 ③試食会は時間と手間がかかりすぎる。	②品目増 各3品 ②自分事に巻き込む(市が市民を) ②外にもって行って話したくなるストーリー作り ②市民・市長・インフルエンサーなど、巻き込めるだけの人々を考えぬく。 ②バズるという保証はないけど、負担が周南市なら生産者はチャレンジできるのでは ②1年目は3品でも品を変えて色々な商品を推していくと、このブランドに入りたいという生産者が増えてくるのでは。 ②協議会の選考を2次選考にする。 ②投票者の枠組みを設定する。 ③大々的な選定のためのイベント実施 ③毎年のランキング制 ③試食会＝イベント ※開催日を固定 ③お土産にもって帰ろうと思うような品、数、価格
案 3 【共同開発型】	①事業者への事前周知(募集の仕方)が難しそう。 ①販路開拓、商品開発のアドバイザーが必要。 ②生産者のモチベーション ②共同商品を作るということになる？ ②「開発中の商品」を募集するのが難しい？ ②「しゅうなんブランド認定品」を改良するのも難しい？ ②収入拡大に繋がるかどうか。 ②共同開発にかかる経費は事業者負担？ ②協議会が何を提供できる？ ②市民参画のほうが良い。 ③事業者と協議会の目的・狙いのギャップが生じる恐れがある。 ③協議会として商品化に関わるのか？(ノウハウ的なもの) ③ブラッシュアップする際の経費は？ ③市民へ情報が届きにくい。	①協議会ではなくプランナーに審査を任せる。 ②市民参加型 ③ブラッシュアップへの補助金 ③ブラッシュアップのプロセスの見える化(SNSのコメント等も拾う)
その他 全体を通して	①駅で売れるものは多い ②周南ブランドを入れる ③多くの人に知ってもら ③核となるものがいるの ③販売している場所の明 ③大都市の展示会へどん	①駅で売れるものは多い ②周南ブランドを入れる ③多くの人に知ってもら ③核となるものがいるの ③販売している場所の明 ③大都市の展示会へどん

調整後

	問題点	問題点を解消するアイデア
案 1 【現行改良型】	現行の「しゅうなんブランド」制度とあまり変わらず、収入拡大に繋がらない可能性がある。 区分に日常食品を含めてもいいと思う。 商品を絞った場合、年間を通して販売できない時期などが生じてしまうのでは。 商品がある程度多くなるとどこで売られているのかわかりづらい。	商品選定 徹底宣伝 区分に日常食品を含める ある程度流通が可能なモノのみに しゅうなんブランドの全ての商品を取り扱う販売の窓口を作る(店舗不要)
案 2 【市民投票型】	各1品は少ない。 協議会で二次選考をする時に基準が難しいのでは。 市民より、県外や実際にターゲットになる人に参加してもらったほうが良いのでは。 試食会は会場の選定が難しく、時間と手間がかかる。 市民にとって商品の比較が難しいのではないかな。 事業者への事前周知(募集の仕方)が難しそう。	各2～3品程度に増やす。 協議会の選考を2次選考にする。 投票者の枠組みを設定する。 試食会＝イベント ※開催日を固定 区分によって「駅でお土産に買って帰りたいもの」などわかりやすいキャッチフレーズを付ける。 周知期間を長めに設定する。
案 3 【共同開発型】	販路開拓、商品開発のアドバイザーが必要と考えるが、人材確保が難しいのでは。 共同開発(ブラッシュアップ)にかかる経費は事業者負担か。 市民参加型ではないため、市民へ情報が届きにくい。 事業者への事前周知(募集の仕方)が難しそう。 事業者と協議会の目的・狙いのギャップが生じる恐れがある。	協議会ではなくプランナーに審査を任せる。 ブラッシュアップへの補助金 ブラッシュアップのプロセスの見える化(SNSのコメント等も拾う) 周知期間を長めに設定する。 事業者の意向を尊重するなどのラインを定めておく必要がある。