

令和5年度周南市地産地消推進協議会合同専門部会 議事録

【日時】令和6年3月21日（木）14時～15時30分

【場所】周南市本庁舎多目的室

・出席者 16名（内代理2名）（順不同）

松富会長、藤村委員、隅委員（代理：浮田氏）、河村委員、徳永委員、河谷委員、長尾委員（代理：森脇氏）、山中委員、小野委員、稲田委員、渡辺委員（代理：徳原氏）、山田委員、國兼委員、城委員（代理：由良野氏）、三浦委員、河村委員

・事務局 2名

菅田課長補佐、磯村

・傍聴者 0名

1. 会長あいさつ

■会長 皆さんこんにちは。年度末の大変お忙しい中、ご出席いただき誠にありがとうございます。また、平素から地産地消促進事業につきまして、ご理解、ご協力いただき、誠にありがとうございます。

当協議会では、第3次周南市地産地消促進計画のもと、食を中心とした地域経済の好循環を目標に地産地消の推進を進めてきたところでございます。そして、これまでの進捗状況を多角的に検証しながら、課題等を確認し、検討を重ねてきました。そのような中で、「しゅうなんブランド」の事業についても様々な課題が見えてきて、制度を見直す必要があるとの見解に至りました。

私の考えとしては、ブランド化には多くの方が価値観を共有することが大切で、周南市の魅力や将来像を語り合いながら発信していくことが重要だと考えています。課題を自分事として捉え、世代や立場の違う方が一堂に会して話し合うワークショップを開催し、「しゅうなんブランド」の方向性を検討して参りました。本日も次第の4番目に挙げられていますが、なかなか難しい問題ですすぐには結論を出せないと思います。本日はこの1年間で検討してきたことを事務局から報告しますので、ご意見いただけたらと思います。簡単ではありますが、開催の挨拶に代えさせていただきます。本日はどうぞよろしくお願いいたします。

2. 令和5年度の事業報告

●事務局 （資料のとおり説明）

●事務局 ただ今の説明について、ご意見、ご質問はございますか。

□委員 周南市地産地消推進店の認定店舗数について、加工所が15店舗となっていますが、内訳はどこかに書いてありますか。

●事務局 委員の皆さまに、年度初めに周南市地産地消推進店のパンフレットを配布しております。そちらに掲載されています。

- 委員 分かりました。
- 委員 周南市地産地消推進店について、新規申請について声掛けを行いたいと思っています。募集はあるのでしょうか。
- 事務局 例年12月1日から1月末日までの2ヶ月間を申請の期間としており、その頃に市の広報やホームページにご案内を掲載します。こちらからも申請についてお声がけしますし、事務局にご相談いただけましたら、認定基準や様式をお渡しします。ぜひ、皆さまにご案内をお願いいたします。
- 事務局 他にご意見、ご質問はございますか。
- 委員 (質問なし)

3. 令和6年度予算案及び事業計画案

- 事務局 (資料のとおり説明)
- 事務局 ただ今の説明について、ご意見、ご質問はございますか。
- 委員 事業が決まってそれをお知らせしていただけるのは嬉しいし、市広報等を使って周知活動をされていると思います。協議会委員にも個別にご連絡いただいているところですが、もう少し早く教えていただけると助かります。いろんなところに住んでいる会員に、できれば電子で送ることができれば良いのですが、それに対応できない人もいます。できるだけ早く日程、内容を教えていただくと大変助かります。よろしくをお願いします。
- 事務局 令和6年度はできるだけ早く対応します。
- 事務局 他にご意見、ご質問はございますか。
- 委員 (質問なし)

4. しゅうなんブランドの方向性について

- 事務局 (資料のとおり説明)
- 事務局 ただ今の説明について、ご意見、ご質問はございますか。
- 委員 報告を受けた感想ですが、事務局からも説明があったとおり、事業者の生産規模によって、「しゅうなんブランド」に認定を受けたときの期待感が二極化している気がします。大きい規模の事業者は、認定を受けて自力で販路拡大を進めていこうという意欲がありますが、小規模な事業者は、認定を受けてこれ以上販売が促進されても生産力が追い付かないというように、大きく二極化していると感じました。私たちはそういった事業者を一緒に考えてきたところがありますが、これからは個別に考えながら、事業者ごとの期待感をつかまえて販売促進に繋げていくことが重要だと感じました。
- 委員 当センターでも、「周南ものづくりブランド」の制度を18年前から行っています。当初、各市町にこれからはブランド認定というものが流行るからということで相談したりもしました。当初、周南市は取り組まれませんでした。が、「周南ものづくりブランド」の制度が開始して7、8年後に「しゅうなんブランド」が始まり、10年が経過しました。当初から一緒に何かできれば良かったのですが。「周南ものづくりブランド」と「しゅうなんブランド」で、重複する商品がありますし、名前も似ていて迷う方もいらっしゃる

います。今、「周南ものづくりブランド」をあまり前面には出していません。その理由は、事業者のためになることを支援していくためです。そもそも、「しゅうなんブランド」は何のための認定なのでしょう。例えば、地元にはこんなに美味しいもの、身体に良いものがある、市民の皆さんに食べてほしいという、消費者、市民のためのものではないでしょうか。当然その目的もあるとは思いますが、それとも、雇用を含めてもっと事業を拡大してもらおうという、地場産業の振興といったような、事業者のためのものではないでしょうか。先ほど、事務局からも欲張りすぎたのかなという説明がありましたが、市としてはいろんなことを配慮しながら取り組んでおられるし、すごく分析をされていて納得できるなとも感じました。市としてどういう目的でやるかというのが大切だと思います。当センターでは、地産地消と言いつつも十数年前から地産外商に取り組んでいます。外貨を稼がないと、この地域は潤わないと思います。一方で、地元にはこんな良いものがあるのだということを知ってもらいたいという思いもあります。いろんなことを考えると、地産地消も地産外商も両方取り組まなければいけないと思います。農林課とは、東京のおいでませ山口館で開催する「周南地域うまいっちゃフェア」で一緒にしたりもしています。今年も「スーパーマーケットトレードショー」に出展し、取引きについて感触の良い話もあります。コロナ禍で3年間止まってしまったので、新たに連携して取り組んでやっていただけたらと考えています。今は目的が大きすぎるので、分野を分けて認定する等、そういったことも協議していただけたらと思います。

- 事務局 地産外商を含め、販路を拡大していく、販売額を拡大していく、その1番の目的は、農林課としては一次産業の振興が1番の幹になると思っています。よって、できるだけ周南市産の素材を使ったものが、県外等で広く売られていく、そうすると農家や漁業者の所得が増えていく、そうしたことを狙っていくのが元々の「しゅうなんブランド」のスタートでした。また、「しゅうなんブランド」が始まった10年前は、「地産地消」や「六次産業化」がブームのようになっていました。ただこの10年間で、地産地消は消費者の中に浸透してきたと思っています。委員が仰るとおり、今一度目的をはっきりさせていく、何に集中させていくのかということが今後のポイントだと思っています。

また、「ブランド」という言葉を軽はずみに使っていくことについて、どうなのかなと疑問に感じている部分もあります。委員の皆さま、ご意見いかがでしょうか。

- 委員 「ブランド」という言葉が流行ったというのがあります。下松市は、「推奨品」という言葉を使っていたりもします。結局、解釈は一緒です。東京の商談会に行くと、全国の自治体からいろんな商品が出てきますが、正直、感動はありません。地元のものを使った商品で、どこもみんな同じです。いろんなアイデアを出したり、都会で活躍している周南市や山口県の出身者にもっと知ってもらおうと良いのではと思います。47都道府県ある中で、これはふるさと納税にも繋がりますが、ここに住んでた、ここで働いていたという方からの応援もあります。そういう活動ができれば良いのではと思います。

- 事務局 ご意見ありがとうございます。

- 委員 消費者の立場で言うと、どんなに良いものが作られていても、買わなければ市場は回らないと思います。「しゅうなんブランド」の見直しの中で67名の消費者へアンケート

を取られていますが、驚いたのは、「食料品を購入する際、気にしていることは何か」という問いに対して、「金額」という回答が最も多いことです。私たちは、「エシカル消費」ということで、消費者はものが作られた経緯や思いをしっかりと受け止めて選んで買っていただくという活動を行っています。金額ではなく、生産者や事業者がどんな思いでその商品を作っているのか、それを私たちがしっかりと知ることによって、選ぶということが、自分の欲望だけでなく、人や社会や環境にすごく影響があるのだ、だからしっかり情報をもって選んで買おうという活動に今取り組んでいるところです。だからこそ、「金額」という回答が最も多いことが、私としてはとても残念です。「地産地消」という言葉は確かに定着してきましたが、やはり、意味については実のところ十分に分かってもらっていないところがあります。消費者に対して様々な講座を開いている立場からすると、今、課題をいただいている気持ちです。基本はやはり知らされていないということだと思います。知らないから選べないのです。やはり PR 不足、そこだと私は思います。

●事務局 ご意見ありがとうございます。今回の消費者へのアンケートは、67名の方に答えていただきましたが、比較的若い世代が多いです。お配りしている集計結果をご覧ください分かるように、75%が40代以下の方です。どうしても、生活という面で金額を気にする傾向があったのかなと思います。地産地消について意識の高い方がおられるような場所でアンケートを取れば、また結果は変わってくるかもしれません。ただ、こうしたものは徐々に浸透させていくことが必要なのかなと思っています。今後 PR していく時に、この商品がどんなものなのかということとしっかりと伝えることができれば、選んでもらうことに繋がると思います。「しゅうなんブランド」に認定された商品だということだけでは分からないので、その商品がどんなこだわりがあるのかを伝えていくことの方が、意識が変わっていくことに繋がるのだと、委員のご意見を伺って改めて感じました。

□委員 以前私自身がやってみたことの中で、ぜひ協議会で取り組んでほしいと思うことがあります。自宅に投函される広告の中にスーパーのちらしが入っていますよね。そこには産地が書いてあります。世界地図を大きく印刷し、ちらしを切って、どこの産地なのかを地図の上に貼り付けていく作業を子どもたちに取り組んでもらいました。日本地図でやる場合も、世界地図でやる場合もあります。やってみると、いかに地元のものがないかということがよく分かりました。全国の大会でもやったことがあります。北海道、九州、東京等の方に、それぞれちらしを持って来てもらいました。そしてそのちらしを全部世界地図に落とし込んでいきました。そうするとやはり、北海道や鹿児島は、地元のものばかり載っているけれども、東京辺りのちらしを見ると、世界中に散らばっていることが分かりました。周南市だけのちらしを集めたらどういう分布が見えてくるのか、一度試してみるとおもしろいと思います。機会があればぜひ試してみてください。

●事務局 恐ろしい結果になりそうですね。

□委員 そうですね。気づきがそこで出てくれば、違う展開を考えられると思いますので、ぜひ検討してみてください。

●事務局 ご意見ありがとうございました。

□委員 消費者へのアンケートですが、アンケートを取った場所はしゅうなん地域マーケットや、イオンタウン周南ふれあいフェスティバルの会場と書いてあります。そちらに行かれる方はまだ意識が高いと思います。周南市の東の端の方に住んでいると、そういうイベント等の情報が入ってこない人もいます。この 2 つのイベントだけでなく、もっと広い範囲でアンケートを取ってもらったらと思います。もっと低い結果になるかもしれませんが。情報が入ってこないことが 1 番悲しいです。私は協議会の委員でこの会議に参加しているのでこういう情報が入ってきますが、私の周りの人にはそれが伝わっていないということもあります。もっと広く皆さんに伝わるようにしてもらったら、「しゅうなんブランド」についてももっと知ってもらえると思います。QR コードにするとか、手法はいろいろありますが。子ども向けの絵本を見ると、「答えは QR コードで」となっていて、もうそういう形になっているのだと思いました。若い方はそういうものを利用しているので、インスタグラムとか、そういうものでも多くの人に知らせることができるので、活用してみてもどうかと思います。私もこの協議会の委員を務めていて、ただ座っているだけじゃいけないと思いますが、皆さんに知らせることを心掛けていきたいと思っています。

●事務局 ご意見ありがとうございます。今年 1 年間で、PR が大事だということがよく分かりました。誰がどう PR していくかというのは、手法手段が多ければ多いほど広がっていきます。それぞれの得意分野や、属されているカテゴリーごとに伝えていける場所が異なると思うので、この協議会がそういう場になっていければ良いと思います。PR 方法をもっと考えて、やれることはやっつけていこうと思います。

□委員 今後の計画で見立てがつかっていれば教えていただきたいのですが、「しゅうなんブランド」は現在見直し期間ということで、令和 5 年度は新たな募集は行いませんでした。また、令和 6 年度は新たなブランドの認定基準や要綱を作成し、PR の手法を検討するということになっていますが、新しくできる「しゅうなんブランド（仮）」というものは、募集の再開はいつになるのでしょうか。事務局でこのくらいの時期になるという想定はされていますか。

●事務局 どういう形で、どういう名称でというのはまだ決まっていますが、目標として、来年度中には募集を開始できたらと思っています。よって、来年度の半ば頃には、方向性と展開について、協議会委員の皆さんにもご意見や承認をいただきながら、進めていきたいと思っています。年度末くらいになるかもしれませんが、募集できればと考えています。

□委員 近々「しゅうなんブランド」に応募したいという声を把握されているのでしょうか。

□委員 いいえ。そういった声があっても伺ったわけではありません。あまり休止期間が長いと、埋もれるというか、復活することが難しくなるのかなという印象があり、質問させていただきました。

□委員 徳山駅前の再開発が進んでいますが、周南観光コンベンション協会はビルの 1 階に事務所がありますよね。

□委員 はい。入ってすぐ左側でございます。

□委員 建物に入って右側に銀行があり、左側に周南観光コンベンション協会の事務所と、窓

際には「しゅうなんブランド」の商品が置いてありますよね。

□委員 はい。「しゅうなんブランド」だけでなく、周南地域の特産品を置いています。

□委員 まだ再開発の途中ですが、お客さんからどんな反応がありますか。

□委員 正直なところ、周南観光コンベンション協会を目指してこられる方というよりは、銀行等に足を運んできた方が立ち寄って買われる場合が多いです。新店舗も徐々にオープンしてきているので、その流れで立ち寄られて買われる方もいらっしゃると思います。普段は企業や市役所との付き合いの中で販売することが多いです。ただ、「こんなものが周南市にあるのか」「良い商品がたくさんあるのに知らなかった」と言いながら買われる方が多いという印象です。

□委員 商品は、周南観光コンベンション協会で会計をするのでしょうか。

□委員 事務所の前にカウンターがあるので、そこで会計しています。

□委員 日曜日に行ってみると、閑散としている印象を受けました。雨のせいもあったかもしれませんが、人の動きがあまりありませんでした。スペース的に今の広さで十分なのか、もっと広い方が良かったのか、どういう感想をお持ちでしょうか。

□委員 駅から近いとはいえ離れていて、分かりづらい場所にあります。駅の中が1番良かったなとは思いますが。ただ、再開発のエリアが4月にグランドオープンするため、その点で言えばあの場所でも良いのかなと思います。

□委員 人の動きがまだ見えないところもありますが、新しい場所に移転してどうなのかなと思ひ、聞いてみました。これから人の動きが再開発のエリアに集中してくるので、アピールするには良い場所だと思います。しゅうなん地域マーケットにも参加していますが、あの辺りは賑やかになってきています。人の動きをどう導いていくかが課題だったと思うので、そこの意識改革が必要かなと思ひながら見えています。周南観光コンベンション協会がまさにその場所に移られたので、意見を聞きたくて質問しました。ありがとうございました。

□委員 私たちが買おうと思うとソレーネ周南に行くことが多いです。中には遠くて行けない人もいます。周南観光コンベンション協会はちょうど徳山駅の前にお店がありますが、そこに行けば「しゅうなんブランド」が全て揃うというわけではないのですよね。

□委員 そうですね。加工品は多少ありますが、足がはやい生ものはどうしても取り扱いづらいというところがあります。

□委員 そういったものも揃うと良いなと思います。

●事務局 ソレーネ周南ではどうでしょう。

□委員 足がはやい生ものが多いので、そういったものは全部は揃えられないですし、出品される方も限られます。全て揃えるというのはなかなか難しいのが実情です。

□委員 グランドオープンの際、業務スーパーが入るのでしょうか。どういったものが売られるのでしょうか。地産地消のものはあるのでしょうか。

□委員 業務スーパーなので、どちらかというとな国展開のものが多いのではと思います。地元のものも若干はあるとは聞いていますが。

□委員 市場を見ても県外のものも多く、地産地消のものは一部しかなかったりします。量的

に少ないことはいつも感じていますが。なんとかそこを上手く活用できたらいいなと思います。

- 事務局 ありがとうございました。お時間となりましたので、質疑応答は以上といたします。
- 事務局 今回の合同専門部会が、今年度委員の皆さまにお集まりいただく最後の機会となりますので、もう一度、会長から閉会に際してご挨拶いただきます。
- 会長 現在の委員の皆さまの任期は2年間ということで、3月末で任期が終了となります。後半の1年間にあたる今年は、ワークショップ等で4回集まっていただきました。課題の解決にご協力いただき、誠にありがとうございました。事務局から説明がありましたとおり、世代や立場が異なる中で、貴重なご意見をいただきました。これを糧に、来年度は早急に見直しの方向性を定めていきたいと思えます。2年間ありがとうございました。
- 事務局 以上を持ちまして、本日の合同専門部会を終了いたします。ありがとうございました。