

第14回桜井市地域ブランド認定推進委員会 会議録（要約）

開催日時	平成30年2月21日（水） 午後3時
場 所	中央公民館 2階 研修室1
出席者	<p>【委員】 堀井良殷氏（（財）大阪21世紀協会理事長）、ト部能尚氏（桜井市商工会） 林勤氏（桜井市観光協会）、多田成弘氏（奈良県農業協同組合）、 上地加容子氏（畿央大学健康科学部健康栄養学科）、 土井正彦氏（奈良県中部農林振興事務所）、テリー植田氏</p> <p>【欠席】 谷奥忠嗣氏（桜井木材協同組合）、麻生憲一氏（立教大学観光学部）、</p> <p>【事務局】 遠藤政男（まちづくり部長）、倉田悟（観光まちづくり課長） 高井勇人（観光まちづくり課まちづくり戦略係主事）</p> <p>【同席】 東田道生（㈱奈良新聞社文化事業部主任） 乾冬貴（㈱奈良新聞社文化事業部）</p> <p>【取材及び傍聴】 なし</p>
司会	ただ今より第14回ブランド認定推進委員会を開催する。ご多忙の中ご出席を賜り感謝する。ここからは、議事進行を堀井委員長にお願いしたい。
堀井委員長	では、議題1「第3弾やまとさくらいブランドパンフレットについて」事務局より説明願う。
事務局	（パンフレットの内容について、第2回パンフレットとの変更点を中心に説明）
堀井委員長	パンフレットは何部印刷したのか教えてほしい。
事務局	6,000部印刷した。
ト部副委員長	駅前の「まほろばの里 卑弥呼」には置いているのか。
事務局	先日完成したところなので、まだ配布を行っていない。
堀井委員長	他にご質問がなければ、次の議題に移りたいと思う。 今年度で認定事業も3年目となり、次年度は第1回認定品の更新の年となった。更新のあり方について、議論する必要があると考えている。では、議題2「次年度以降のブランド認定のあり方について」事務局より説明願う。
事務局	（資料1・2及び参考資料に基づき説明。「認定品の更新の方法」「認定品の上限数の設定」を中心に議論いただくようお願いする）
堀井委員長	ブランドとしての品質を保つために、認定品を取捨選択すべきではないかと考えている。特に、手に入れにくい商品（例えば桜井市の一店舗でしか販売していない商品）などは、販売努力が足りないと言わざるを得ない。スーパーや駅前のコンビニに置いていただくなど、工夫していただきたい。

林委員	ブランド認定を受けたことによる売上げの増加であるとか、事業者から実績は聞いているか。
事務局	認定を受けたことで喜んでいただいている事業者様がたくさんいらっしゃる一方、「認定を受けたメリット・効果が薄い。もっとPRしてほしい」というご意見もいただいている。まだ、数字としてははっきり現れるほどの実績は出ていないと思われる。
堀井委員長	ブランド認定を受ければ自動的に売上げが増加するわけではない。市のバックアップに頼るばかりではなく、自ら販売箇所を拡大するなど、経営努力をしていただければならない。
林委員	桜井市おもてなし仕組みづくり協議会で、今年度新たに作成した「めぐる桜井」には、ブランド認定品の一覧を掲載させていただいている。
ト部副委員長	白玉屋榮壽に、「まほろばの里 卑弥呼」にみむろ最中を置いてほしいとお願いしたが、断られた。他店への委託販売はしたくない、というこだわりを持った事業者もいる。
上地委員	更新する際は、各事業者の販売箇所を拡大できないかも含めてヒアリングすべきではないか。販売箇所が少ないからといって即座に認定を取り消すのではなく、長い目で見ることでもあると思う。また、認定数については、現状の23点でやっと充実してきたと感じるので、まだ上限は必要ないように思う。 次にブランド認定の実績についてだが、委員会でも効果を適切に把握すべきなので、印象論だけでなく、数字としてのデータが必要である。 広報の話になるが、私のような桜井市外の間には、大和さくらいブランドの情報が全く届いていない。イベントばかりでなく、県民に対する広報が必要である。若い人向けに、インターネットを使った広報も検討してみたいか。
堀井委員長	私も、23点ならまだ上限設定は早いと思う。
ト部副委員長	笠そばの乾麺を一店舗でしか販売していないのは、生産能力に限界があるからではないか。笠の畑で採れたそばの実のみ使用する必要があるため、お店で販売する分しか生産できないのであっても納得できる。
上地委員	こんな時代だからこそ、「手に入れづらい」ということも価値の一つになるのでは。吉野町の寿司のように、限定販売するのも方法の一つである。
テリー委員	認知度を上げる手段としては、販売箇所を増やすのもいいが、メディアに載せるという方法もある。関東圏で三輪素麺は揖保の糸に比べ全く知られていないし、桜井市自体も歴史マニアしか知らない。メディアの力を使い、一気に認知度を拡大することもできる。
堀井委員長	皆様のご意見をまとめると、まず更新の方法としては、この委員会でのご意見を率直に各事業者に伝え、販売箇所が拡大できないかも含め、ヒアリングすべきであり、上限については当面設定しない、ということよろしいか。
全委員承諾	

堀井委員長	では次に、議題3「大和さくらいブランド推進戦略について」事務局より説明願う。
事務局	先ほどの議題の中で、広報のあり方についても言及いただいたので、議題3と合わせて、議題4「ブランド広報事業について」も説明させていただく。 (資料3～5に基づき説明)
上地委員	アンケートの対象数と、奈良県民の割合を教えてください。
事務局	アンケートはインターネット上で全国6,000人に対して依頼し、1,100名に回答をいただいた。そのうち近畿圏は19%(209名)で、奈良県民のみの抽出は行っていないが、全国的に行ったアンケートであるため、概ね人口分布に沿った形になると考えられる。
テリー委員	2月23日(金)の朝6:20から放送される朝日放送「おはようコール」で、大神神社や三輪素麺が取り上げられる予定。ただし、この番組は関西でしか放送されないため、関東圏には届かない。インターネットで絶えず情報発信を行うことで、関東圏の歴史ファンには届くと思う。SNSを使えば、お金をかけずに情報発信できる。
堀井委員長	著名なブロガーに依頼して、桜井市や大和さくらいブランドのことを記事にさせていただくのはどうか。
テリー委員	今、インターネットの広告業界では「ライターに依頼し広告記事として書いていただく場合はタイトルに[PR]と入れなければならない」という業界ルールを定めており、消費者側も[PR]と入っていれば広告記事だと分かるため、読んでくれない。広告記事よりも、確かなファンを地道に獲得することが大事である。
堀井委員長	広告記事の効果が薄いのは理解できたが、やはりインターネット上での口コミは重要であると思う。イベント時に「インスタコーナー」を作り拡散していただく工夫が必要。イベントでパンフレットを配布しても、多くて500人にしか届かないが、インスタ等SNSでヒットすれば何百万人に見ていただくこともできる。
上地委員	マラソンファンの中には、走るだけでなく「ご当地の物を食べる」ということを目的の一つにしている方もいる。ブランド認定品の良さを知ってもらうために、試食を増やすのもいい手段だと思う。 まだ大和さくらいブランド自体が成熟していないので、すでにブランド力がある商品ではなく、まだ知られていないものこそ“大和さくらいブランド認定品”としてヒットさせれば、大和さくらいブランド自体の知名度も上がるのではないか。
ト部副委員長	手土産を持っていく際は、たいてい三輪素麺を選んでいる。
上地委員	桜井市民が手土産を持っていく際は必ず大和さくらいブランド認定品を選んでもらえば、これもPRにつながるのではないか。
テリー委員	今、東京では素麺の専門店(素麺居酒屋)が増えている。すでに東中野駅に半田素麺の専門店があるが、これに加え今年は小豆島素麺専門店、三輪素麺専門店と2店舗オープンする。この流れに乗らない手はない。

上地委員	素麺のどんなどころが関東圏で受け入れられているのか、教えてほしい。
テリー委員	健康志向・高級志向であることや、女性人気が大きい。店舗では年間を通じて冷たいもの・温かいものと様々なメニューを出すことができる。 実は、三輪素麺は歌舞伎業界でもよく手土産として購入されている。
土井委員	素麺居酒屋で、ブランド品を PR できないか交渉すべきである。 また、市内の認定事業者を見ると、のぼりを掲げていなかったり、商品にシールを貼っていなかったり PR する意識がない事業者もいるように思う。
上地委員	認定事業者や市内の場所だけでなく、奈良市のお店にパンフレットを置くべき。奈良市の人気カフェ「くるみの木」には県内のあらゆるパンフレットが置いてあるが、大和さくらいブランドのものはなかった。人気のあるお店に置いていただくであるとか、タイアップするとか、地道な努力が大事である。 また、今回のパンフレットは良い紙を使い立派で素晴らしいと思うが、持って帰るには少し大きく、重い。「めぐる桜井」サイズの小型版を作ってはどうか。
堀井委員長	パンフレットがたくさんあるなかで目を引くには、キャッチーでセンスのあるコピーが必要であると思う。例えば「面食い（麺食い）女子」であったり、目が留まるフレーズを考案してほしい。 事務局には、これらの意見を踏まえて、情報発信の方法を考えていただきたい。 さて、次第5「その他」について、次年度の年間スケジュールについて、事務局より説明願う。
事務局	(次年度のスケジュールの概要を説明)
堀井委員長	次回6月の委員会の日程を決める前に、皆様にご相談がある。今年度で委員長を引かせていただきたい。理由は二つあり、ずっと同じ人が委員長するのはどうかということと、多忙によりスケジュールの確保が難しい、ということである。次期委員長は、卜部副委員長にお願いしたい。
卜部副委員長	実は私も今年5月に、健康上の理由で商工会の会長を退任することとなった。ブランド委員には、引き続き次期商工会会長を推薦させていただく。
林委員	いち委員としては、お二人には引き続きお願いしたい。
堀井委員長	お気持ちはありがたいが、引かせていただきたい。次期委員長は、5月からの商工会新会長にお願いしたいがよろしいか。
全委員承諾	
事務局	次回6月の委員会の日程については、新たに入ってください方もいらっしゃるため、その方とも相談して後日通知させていただく。
堀井委員長	他にご意見、ご質問あればお聞きしたい。なければ、これにて本日の委員会を閉会とする。