

第1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27年2月4日（水） 午後1時30分～3時40分
場 所	桜井市中央公民館 3階 小会議室
出席者	<p>（委員）</p> <p>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）、仲出浩嗣氏（奈良県農業協同組合）、松田憲昌氏（桜井木材協同組合）、麻生憲一氏（奈良県立大学）、岩城啓子氏（畿央大学）、渡邊寛之氏（奈良県中部農林振興事務所）、テリー植田氏</p> <p>松井正剛桜井市長</p> <p>（事務局）</p> <p>清水孝夫（まちづくり部長）、竹田勝彦（まちづくり部次長）、青木浩之（観光まちづくり課長）、山内篤生（観光まちづくり課まちづくり戦略係長）、後藤聖子（観光まちづくり課まちづくり戦略係主任）</p>
取 材	奈良新聞社
事務局	<p>（開会）</p> <p>（委員委嘱）桜井市長より各委員へ委嘱状公布</p> <p>（市長あいさつ）</p> <p>（各委員紹介）</p> <p>（委員長、副委員長の選出）</p> <p>委員長に堀井良殷氏、副委員長にト部能尚氏が就任</p>
堀井委員長	では、「桜井市地域ブランド認定推進事業実施内容について」を事務局よりご説明願う。
事務局	<p>資料3 「桜井市地域ブランド認定事業について」</p> <p>資料4 「申請から認定までのながれ（案）」</p> <p>資料5 「桜井市地域ブランド認定事業実施要領（案）」</p> <p>資料6 「桜井市地域ブランド認定事業内容について」</p> <p>に基づき説明。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・名称を「大和さくらいブランド」とすることについて</li> <li>・認定対象品について</li> </ul> <p>の2点についてご議論いただきたい。</p>

堀井委員長	「三輪素麺」「吉野杉」など、すでに名の知れた大きなブランドであるが、こうしたものに「大和さくらいブランド」という名を付けることにメリットがあるのか疑問である。また「大和さくらいブランド」という名称については、何もロマンを感じられない。
ト部副委員長	材木関係者として言うと、材木については、奈良県で「吉野ブランド」で統一した形で売っているが、これに「大和さくらいブランド」とつけるのはどうかと思う。
松田氏	ト部氏の意見に同感である。
ト部副委員長	桜井の木材は「吉野産」として出ている。
渡邊委員	桜井市には有名な「纏向遺跡」があるが、これと桜井が結び付いていない。考古学ファン以外にはまだ浸透していない名前かもしれないが、今後注目されると思う。桜井市内には価値のある遺跡がたくさんあり、飛鳥以前の国の都があったであろうし、「大和」もここから出てきているであろうことをもっと今後アピールすればよいと思う。そうしたときに「卑弥呼」が看板になるであろうから、事務局案でキャラクターの「ひみこちゃん」を使ったデザインも示されているが、それと桜井市とをどうやって結び付けていくかが課題である。例えば、「さくらいひみこちゃんブランド」などとして、スタンプやシールを貼る、なども考えられる。ブランドがバッティングする場合も桜井のものであれば、桜井ブランドを使ってもいいのではないか。古代のイメージを桜井と結び付け、もっと「卑弥呼」を使ったほうがよいと思う。
堀井委員長	「三輪素麺」についても、市内で作っているものについては「桜井ひみこ素麺」などと言えるが、今は全国で「三輪素麺」を作っている。桜井市の業者がそれを「三輪素麺」として売っているのが難しい。
ト部副委員長	今は「三輪素麺」の4割くらいを桜井で作っていると聞くが、本当か？
事務局	現在は、桜井市での生産が増えていると聞いているが、正確な割合はわからない。
ト部副委員長	三輪素麺組合には何10社かが入っており、三輪山の鳥居のマークを使用しているが、大手との兼ね合いもある。
堀井委員長	ブランド、というのは、産地表示と結び付くのか？産地表示を外すと何のブランドか、となるし、産地表示を出すととなると解釈が難しくなる。「吉野杉」も産地は吉野で製材は桜井である。産地表示でなく、品質保証でもない、となるとブランドとは一体何だろう、ということになる。
麻生委員	おっしゃるような難しい問題だが、事業の趣旨は、「桜井」ということを全国ブランドにしたいということがあり、桜井にはいろんな優れた資源があるが、それらが桜井にあるということ全国の人にはなかなか知らないの、それを「桜井」という大きな枠でくくれるようなものが欲しいということがあると思う。当然委員長が言われる産地の問題もあるが、例えば、加工食品等で、すでに名

<p>麻生委員</p>	<p>の知れた商品というよりもマイナーなもので名が知られていないもの、あるいは、もっとプロモーションをして流通販路に乗せることができれば全国区になるようなものを市をあげて支援していこうという狙いが大きいのではないか。</p> <p>「三輪素麺」といった全国的なブランドというよりも、今あるものに新しいプラスアルファの付加を付けることで面白味を出すということに狙いがあるのではないか。「旅行サービス」などはそういう側面が強いと思う。私の専門は観光であるが、今まで、大手の旅行会社が三輪や初瀬をパッケージに入れるときに、「桜井」という名前は出てこなかった。今後はいわゆる「着地型」の地元から作り上げる旅行商品を全国的に出し、PRをすることが求められている。</p> <p>「大和さくらいブランド」というようなブランド化が非常に大きな意味を持ち、行政や地元の住民が一体となって作っているということがアピールできる。そうした狙いが今回の事業にはあるのだろう。既にある大手のものをPRすることがあってもよいが、まだ日の目を見ないところに光を当て、そうしたものを「さくらいブランド」という形で全国に発信し、それにより地域の活性化につなげることができれば、ブランド化に大きな意味があると思う。</p>
<p>岩城委員</p>	<p>私は「吉野杉」や「三輪素麺」はすでにメリットをお持ちで、それを桜井ブランドにというのは無理があると思う。やはり新しいものを開拓して作っていくべきだ。また、「大和さくらい」と言われても、それがどこにあるのかということがわからない人もいると思う。例えば「記紀万葉のふるさと」や「国のはじまり」という言葉のほうが魅力があるように感じる。</p>
<p>テリー委員</p>	<p>僕は桜井生まれで郡山高校卒で、東京には約20年在住しており現在イベント関係の仕事をしているが、東京では今、JRのキャンペーンが行われており、東京駅は大神神社のポスターなどで桜井だらけになっている。ただそのテレビコマーシャルでは桜井という言葉は一言も出てこない。「奈良・大神神社」とコピーが出てくる。インターネットで調べなければ「桜井」は出てこない。そうめんも出てこない。コアな人は「三輪素麺」は知っていて、「三輪素麺」をインターネットで調べたときに奈良県桜井市が出てくる。それが観光誘致の入り口になっていて、「三輪素麺を食べに行きたい」という意識が生まれると桜井に来てくれると思う。少し前に讃岐うどんがブームになったが、讃岐うどんが食べれる市がどこかは知らないが調べて皆が行く、ということがあった。そういう次元に至るためのムーブメントを起こすことが一番大事である。今はインターネットの時代なので皆が調べる。ただ、それと同時に桜井市の名前を出していかないと認知はされていかないので、東京を中心とするメディア発信が重要である。その際イチオシが素麺なのか、木材なのかはわからないが、そこでひっかけることができる。イチオシにひっかかってもらわないと来るきっかけとならない。そのために東京で売り場を作ったり、ということが大事なので、入口を数多く作る作業を東京で行い、それがメディアに乗り、全国放送のテレビにたとえ1分でも桜井の名前が乗ればチャンスが非常に増えると思う。そうした桜井を覚えてもらうためのムーブメントを作る必要がある。</p>

林委員	観光協会が一番悩んでいるのは「桜井」である。桜井と言えば、いまだに「青葉茂れる桜井」という桜井の決別の歌のイメージが非常に強いようだ。先日、JR三ノ宮駅コンコースでPRを行った際、桜井は知っているが、談山神社、長谷寺、大神神社、安倍文殊院が桜井にあるとは知らない人が多かった。これら観光名所自体が固有名詞となっているので桜井市と結び付かず、現在行われているJRの大神神社キャンペーンでも桜井は出てこない。数十年来観光協会に携わっているが、「桜井」をどう売るのが、PRに苦心している。
テリー委員	大和郡山市も福島県の郡山市とよく混同される、と大和郡山市長も常々言っている。
林委員	桜井に「大和」を付けて「大和さくらい」としたらどうか、ということで議論をしたこともある。「大和さくらいブランド」と名前をつけておられるが、この「桜井」をどうPRすればよいか、悩むところである。
ト部副委員長	近鉄は駅の名前に大和桜井、大和八木、などと沿線の駅名に「大和」を付けている。
渡邊委員	桜井と名がついているのは、桜井の元となった井戸がある、などの由来を聞いたことがあるが、あまり宣伝されていない。
堀井委員長	林委員がおっしゃったように、「青葉茂れる桜井」の刷り込みが強烈過ぎて、東京にいたころ20年間ずっと「桜井は大和の桜井だ」と言い続けてきたが、いくら言ってもわかってもらえなかった。そう簡単に日本人の潜在意識は払拭できない。ただ、大神神社や「三輪素麺」がすでに有名であり、長谷寺や材木、素麺の名が売ればいいわけで、別に「桜井」の名を売らなくても桜井のためになるのではないか。あまり「桜井」を前面に出さなくても、先ほどおっしゃっていたように、「三輪素麺」や大神神社などを表に出したあとで「桜井」を付けていくムーブメントをしたほうがいいのではないだろうか。有名ブランドがあることはいいことで、例えば大津市も「大津」ではなく「近江牛」のほうがはるかに強力なブランドとなっており、あまり「大津」が出てこない。桜井は「桜井」とそんなにブランド化しなくても、強力ブランドが目にあるのだから、卑弥呼や記紀万葉、国のはじまりなどインパクトのある言葉を立てて、後ろから「桜井」と付けていけばいいのではないか。今のご議論を私はそう受け止めたが、いかがか。
テリー委員	今年は東京で「古墳」が注目されると予想される。堺市の「百舌鳥・古市古墳群」が世界遺産暫定リストに載っていて、おそらく世界遺産となると思うが、そうなれば今後関西の古墳が見直される時期が来る。そうすると卑弥呼の古墳などもまた注目されるであろうから、「卑弥呼」は強い力を持っていると思う。
渡邊委員	私は以前桜井市池之内にある農業大学校にいたが、そこでは校舎の中に古墳があった。全国でも農業大学校の中に古墳があるという所はほとんどないと思う。市の広範囲において遺跡がかなりあり、掘れば何かが出てくるような所で、山に近く洪水等があったため保存状態が良いのだと思うが、これは凄いことである。こうしたことに関連させていろんなものを売って行けばいいのではない

渡邊委員	か。また、先ほどからも出ているが、大きな会社などは自前で販路等あるので、ブランド申請されるかどうかは自分たちで判断されるであろう。農業関係でいえば、素麺の原料である小麦で素麺に向く品種を奈良県で開発しているが、実はその小麦が素麺になかなかつなげていかない。桜井でも結構生産量があり、それが素麺になって市場に出ればいいのだが、なかなかそうはいかない。
掘井委員長	市の方にお尋ねするが、これは誰に対して申請してほしいと想定されているのか。例えば木協や素麺組合に対して呼びかける、というようなイメージか？ さっき出ていたように、桜井にはお土産物がない。桜井に行けばお土産を買いたいと思うのだが、「みむろ最中」と「三輪素麺」くらいしかない。
ト部副委員長	確かに、手土産を持って行く際に、「三輪素麺」くらいしか名物がない。桜井は土産物が少ないところだ。これから土産物を作ろうというときに、地場産業である材木・素麺・皮革が落ち込んでいるので、それに代わるような商品を考え出す、という形になるのではないか。
掘井委員長	今はどこでも観光に行くと土産物はたくさんある。例えば伊勢ブランドなどは溢れている。近江に行ってもそうだ。桜井には何もない。ブランドをする、と言っても、魅力的な名前を付けた新商品の開発のためにやれば非常に役に立つと思う。愛媛に行ってもびっくりするくらい商品がある。岩城先生いかが思われるか。
岩城委員	その通りである。
掘井委員長	愛媛ではみかんの商品がいっぱいある。なぜ桜井にはこんなにも土産物がないのだろうか。ブランド申請を誰に呼びかけるのかが問題だ。作ってくれないと認定ができない。
ト部副委員長	材木も建築用材が多く、木工品が少ない。観光で来てもらうには木工製品などが適しているが、桜井ではあまり作られていない。
テリー委員	久しぶりに桜井に帰ったが、駅前にお店がない。幼い頃にあった店は全部なくなっている。物理的にハコがない。
ト部副委員長	今、商工会女性部でみたらし団子は売っている。それだけでは話にならないが。
テリー委員	歌舞伎の世界では、お中元が「三輪素麺」である。「高級なお中元」でお世話になった感謝を表す、という特定の世界がある。土産物にこだわるのではなくそういう方法で売るという考えもある。
ト部副委員長	自分も得意先はほとんどが関東だが、お中元は「三輪素麺」としている。
テリー委員	東京にいて、「三輪素麺」を知っている人は非常に多い。しかも角界や芸能界等の方々は「揖保の糸」より「三輪素麺」のほうがおいしい、とわかって買っている。そういう人たちの力を借りてもいいと思う。お土産物がないとしてもそうしたやり方もあると思う。

麻生委員	「相撲発祥の地」と駅前にあるが、そうした売り物になる価値のあるものや、他にも談山神社の「蹴鞠」などもサッカーに結び付けることもできるなど、面白い資源がいくつかある。それらはここでいうブランド商品化につながられると思う。その時には「桜井」という名前を出せるのではないか。
テリー委員	「文化発祥の地」という面もある。奈良倶楽部のGMの方と会食した際、試合の催し物として「そうめん流しをやってほしい。」などの依頼も受けたりしている。いろんなところとコラボレーションして、他地域でも「桜井」を売っていくということもいろんなイベントを通してできるのではないか。
ト部副委員長	談山神社は、蹴鞠はサッカーの原点である、としてサッカー協会に2002年ワールドカップの際に蹴鞠の球を奉納された。それに準ずるような革製品を作ってもらったが結局は売れなかった。革製品はやはり値が張る。
堀井委員長	おっしゃるように桜井は相撲や蹴鞠の発祥の地なのに、なぜ「相撲せんべい」や「蹴鞠まんじゅう」などが無いのか、不思議だ。商品化する人がいないのだろうか。
渡邊委員	相撲については葛城市のほうが熱心に取り組んでいる。
ト部副委員長	最近では、桜井でも相撲神社に土俵を作るなどの取り組みもあった。
堀井委員長	ただ、買うものが何もない。市事務局に聞きたいが、待ちの姿勢ではうまくいかないと思う。開発をしようという呼びかけアクションが必要でないか。そしてそれで出てきたものを認定していくということが一つある。開発・誘導、できれば助成ができれば、または助成が難しいなら、開発・誘導・推奨といったアクションで申請されたものを委員会で正式に認定する、としないと認定制度を作って待つだけでは申請は出ないのではないか。二つ目は「桜井」と言わずに、「卑弥呼ジュース」、「相撲まんじゅう」などで売って、桜井は後ろに付けたらどうか。ブランド名はたくさんあってはいけないのか？
事務局	ブランド名称はあくまで仮称であり、ご審議いただきお決めいただければと思う。
ト部副委員長	「卑弥呼の水」が昔作られていたと思うが、途中で消えてしまったが何か問題があったのか？
堀井委員長	大神神社でご神水が売られている。
林委員	「卑弥呼の水」は確か水道局で作っていたと思う。
堀井委員長	「ごろごろ水」が売られているが、「洞川」の水であっても名称に行政区画は出てこない。なので、表にはそういうものを立てて、そのあとに統一の「大和さくらいブランド」とするのはいいかと思う。しかも圧倒的なイチオシのロゴを表に立てたものがよいと思う。
渡邊委員	ブランド名やロゴマーク、キャッチコピーなどの公募は考えていないのか。時間的に無理なのか。いろんなアイデアが出るのではないか。
堀井委員長	アイデアはたくさんあると思う。

林委員	<p>桜井市の地域の人が、土産を持って行くときに何を持っていくか、という「みむろ最中」であり、今はそれしかない。生産者側にも事情があり、「みむろ最中」は奈良三条通りと本店と三輪駅売店でしか売っていなかった。桜井駅南側は夜8時になると真っ暗になり防犯上もよくないということがあったので、JRの空き地にコンビニを作り、今では10時まで明るくなっている。そこで「みむろ最中」をお願いしてそのコンビニに置けるようになった。これは商品の中でも一番よく売れている。地元の人がどういう方法で商品を買うか、ということとはブランド商品を作っていく上で非常に重要なことだ。今、お土産には「みむろ最中」か「三輪素麺」しかない。昔、初瀬の門前町に「夫婦饅頭」が売られていたが、それを数年前に奈良市の菓子商店が再現してくれて現在売られているが、少し高い。ただ、観光協会としては「夫婦饅頭」を売っていきたいと思っている。また、「出雲人形」についても同様であるがコストが高く、家内工業的に制作されるので大量生産できない、という状態である。観光協会の様々なイベントの際にいろんな商品として出しているが、大量生産ができないなど、地域の人に選んでもらえない現状がある。行政としてはそのような状況において、皆さんからアイデアを出してもらえないか、ということでこのようなブランド事業を考えられたのだろうと思う。観光協会としては、いろんな商品を出して桜井市の土産物にしたいと考えている。</p> <p>参考として、今お手元に配布した「JRで行く桜井市大和の古道紀行」パンフレットには、「歌碑めぐりロマンラリー」や「古道ラリー」の景品として万葉歌碑特製レリーフをはじめさまざまな商品を掲載しているが、これらの商品を選定する際にもあまり土産物がないので苦労した。</p>
堀井委員長	本日様々な意見が出されたが、事務局で整理いただき次回内容を再度審議させていただきます。では、次の「事業スケジュール」について事務局より説明願う。
事務局	資料7 「事業スケジュールについて」 説明
堀井委員長	ト部さん、商工会関係で申請する人はいるだろうか。「笛吹けど踊らず」とならないか。
ト部副委員長	よほど事業内容をしっかりしたものにならないと難しいのではないか。
堀井委員長	申請する人を想定しなければ難しいのではないか。
ト部副委員長	食べ物関係の申請があるとよいが。
林委員	観光協会としても、このブランド認定について、どのような値打ちがあるのか、というところが重要だと考える。
堀井委員長	行政の仕組みとして、ペーパープランでこのような事業をされることが多いように思われるが、現実に即した内容としなければ実際には動いていかない。実施するなら実行性が高いものでなければならぬ。現場とのすり合わせを行い、見込みを立てた上で制度に乗せなければうまくいかないと思う。

事務局	「仏作って魂作らず」のご懸念から様々なご意見をいただき感謝する。このブランド認定事業については、対象を事業者と個人としており、既存の伝統的産品もさることながら、実際に優れたものを作っているながら販路に乗せることが困難なためまだまだ認知されていない商品に光を当てていければ、との思いがある。過日実施された「農・商ふれあいフェスタ」においては、農業者と商業者のマッチングを行うということをしている。実際にハチミツや唐辛子、苺、酒米といったものが地元で作られており、ブランド認定事業を実施するにあたっては、そういった方々にもこちらから声をかけて積極的に仕掛けたいと考えている。
堀井委員長	ただいまの説明で少し理解ができたところがある。次回はもう少し実例などもあげた資料を作成願いたい。今日は審査基準についても審議するのか。
事務局	基準についてはイメージをあげさせていただいた。 資料9 「桜井市地域ブランド認定審査基準（イメージ）について」説明 次回以降も継続してご議論いただきたい。
堀井委員長	素麺は「桜井市で生産された原材料」といったところでひっかかってしまうので難しい。桜井産小麦を素麺に使うのは難しいと聞く。
仲出委員	農協としても小麦の生産を検討したりしているが、桜井産の小麦では素麺を作れない。
渡邊委員	それは、小麦の改良をしていないからだと思う。今のままでは桜井産小麦で素麺を作るのは困難だ。
岩城委員	桜井産の原料に限るとなれば、「みむろ最中」も難しくなるのではないか。
堀井委員長	小豆も北海道産であるし、確かに難しい。
ト部副委員長	素麺に使う小麦については、オーストラリア産であると聞く。
渡邊委員	なぜ大きな製粉会社が桜井に2社もあるのか、ということを考えてやはり桜井は風土として小麦生産に適した地域であり、伝統的に素麺が作られてきたということが理解できる。桜井市にはその他にも森井食品なども歴史がある。「笠そば」も非常に発展した。奈良県はもともと、農産物に関して、一定のものしか生産しないという姿勢が強い場所であるが、今後はどれだけ新しいものを取り入れるかが重要で、先ほどの事務局の話にあった唐辛子など、他地域のものを取り入れて生産するという必要となる。
ト部副委員長	「笠そば」については、笠地域でしか作られなかった。
仲出氏	「笠そば」のPRは一定行ったが、生産するための面積が確保できないという実情があった。



渡邊委員	酒米についても絶対量が少ないということがある。奈良県には「まほろばキッチン」があり、纏向遺跡も近くにあることから歴史に関連したものを販売していくということや、大手の企業が生産していないような商品をブランド化するということも考えられる。また、奈良県の6次産業施設がオープンする予定だが、こうしたところでそばを生産する農業を広げることも考えられる。
堀井委員長	産地についての基準など、認定基準については次回再度事務局案を作成していただきたい。最後に「キャッチコピー・ロゴマークのイメージについて」を説明願いたい。
事務局	資料8「キャッチコピー・ロゴマークのイメージについて」 説明
堀井委員長	こちらも継続して検討するということであるので、次回また議論を行う。最後に各委員より一言ずつご意見をいただきたい。
テリー委員	東京で「桜井」や「素麺」についてのプロモーションを行うことで東京の人にお金を落としてもらえようようにしていきたいと考えている。
渡邊委員	桜井は歴史資源に恵まれているので、「歴史」を前面に出していくべきだと思うが、吉野ヶ里遺跡に知名度で負けている。「卑弥呼＝桜井」であるとPRしていくべきだと思う。
岩城委員	ブランド認定事業については、いいものがどれだけブランド認定品として認定できるかにかかっており、こちらから商品開発を働き掛けたり、助成を行うことも必要かと思う。また、ブランド認定品がどこで買えるかという情報発信も重要である。
麻生委員	日本のブランド戦略を契機にして地域におけるブランド戦略を作るという流れになっており、ブランド認定事業を実施し、「オール桜井パワー」としてみんながそれに基づき動き、うねりを作りだすことに狙いがある。また、新しい商品を実用化し、製品開発できるかといった取り組みもこのあと重要となるだろう。
松田氏	木材といえば「吉野杉」というブランドが確立されており、桜井における製材は部品が中心となっている。ただ、木協青年部においても木製机や木工家具などの生産も行っている。事例として「今治タオル」を挙げると、それまでにあった既存のものを見直し、女性をターゲットにしぼった方法でPRを行って成功している。こうしたことも参考にできるのではないか。
林委員	観光協会としても、事業者、行政とともにブランド認定事業を働き掛けていきたいと考えている。
仲出氏	自分も桜井育ちなので、ぜひ桜井をPRしていきたい。本日は代理出席であるが、今後も機会があれば皆様と意見交換させていただければありがたいと思う。
ト部副会長	小事業所であっても、おいしい饅頭を作ったりしているところもある。そういったところを取り上げていくのがよいと考える。また「そうめん街道」のような、三輪素麺を簡単に食べることができる場所を提供していければと思う。

堀井委員長	事務局よりなにかあれば説明願う。
事務局	(次回開催の日程調整) 第2回桜井市地域ブランド認定推進委員会は平成27年3月25日(水)午前10時からとさせていただきます。
堀井委員長	長時間のご審議に感謝する。これにて閉会する。