

# 産業経済部会 会議録

（出席者） 委 員：12 名  
 事 務 局：4 名（戦略部会員：3 名、政策推進課：1 名）  
 アドバイザー：1 名  
 ファシリテーター：1 名

（会議の内容）

## 1. はじめに

資料 1 に基づき、第 5 回まちづくり市民会議（第 4 回部会）の会議録について内容を確認し、公表に当たっての承認を得ました。

資料 2 に基づき、第 6 回まちづくり市民会議の検討の進め方について事務局から説明しました。

## 2. 「市民協働モデル事業」の選定

資料 2 に基づき、「市民協働モデル事業」の内容を事務局から説明しました。

説明された「市民協働モデル事業」について、シールを使った投票方式で、「市民協働モデル事業」を決定しました。

■投票結果（赤シール：第 1 希望、5 点換算、黄シール：第 2 希望、3 点換算）

市民協働プロジェクト 名称	赤シール	黄シール	合計点数
①産地ブランド化支援事業	4	4	32
②中小企業活性化支援事業農商工業者等ネットワーク（仲間づくり）構築支援（仮称）	6	3	39
③蔵王山展望台運営事業支援事業	1	5	20
④中小企業活性化支援事業新規事業者等参入支援（仮称）	1	0	5

## 3. グループワーク

決定された「市民協働モデル事業」について、2 グループに分かれて K J 法によるグループワークを行いました。

■メンバー

	グループ 1	グループ 2
委員	志手委員、山崎委員（代理）、松本委員、本多委員、渡会委員、阿部アドバイザー	中村委員、山本（登）委員、山口委員、富田委員、森下委員、山本（達）委員
事務局	山田、宮川、高野	河邊、小林（J P 総研）

#### **4. アドバイザー総括（安部アドバイザー）**

今日出された意見をA、Bグループまとめて整理するとわかると思うが、非常に具体的でいいと思う。また、それを計画に反映すればいいと思う。

個人的な感想を述べさせていただく。前回、前々回と、田原を活性化するという事で、いろいろな角度から多様な意見が出された。少ない人数だが、いろいろな意見が出たなという感想である。

市が考えた戦略的な市民協働モデル事業には、違和感があった。ちょっと戻るような感じがした。しかし、投票の結果は、②中小企業活性化支援事業農商工業者等ネットワーク（仲間づくり）構築支援（仮称）が39票、①産地ブランド化支援事業に32票であった。その2つの事業に票が集中したのは、前回、前々回の議論が無駄ではなかったという気がした。

②について討議して、やはり、テーマからかなりはみ出たところがあった。大きな意味で、田原の活性化への方向性をもった意見がたくさん出たと思った。これから、これをどう活かしていくかということだが、実際にかたちにしていくときに、市民のアイデアやコンテスト、従来のイベントの利用などの意見が盛んに出ていた。今後、施策につなげていくときのやり方を研究してほしい。その際に、農業や漁業など、実際の現場の意見をいかに吸い上げて、反映させていくかということが重要である。ネットワークや仲間は、そういったところから繋がっていくのではないかと思う。

市や行政の役割として、全体をコーディネートしていくという重要な部分があるのではないかと思う。そこが力を発揮する場である。単に意見を聞くだけでなく、いろいろな組織や利害関係のあるところへの調整をし、全体として、市民の意見を反映した施策をしていく必要がある。正念場となる。

#### **5. その他**

次回開催日程は、8月22日（水）19：00からに決定しました。各委員に、ふり返しシートを配布し、会議後1週間を期限に、提出をお願いしました。

グループ1

市民・地域・団体

行政の支援

1 きっかけづくり

イベントでアサリとキャベツのコラボ商品などを売る	各種イベントでの特産物の販売	水産物（アサリ、魚など）と商・工のタイアップイベントなどへの共催	会社イベントでの田原産農水産物の直売
市民館まつりなど大アサリの実演販売を	農産物、水産物、肉などを食べる、買う大きなイベント。田原祭りネットワーク	トライアスロン、駅伝大会など観光資源を活用し、農産物、海水産物をPR、販売する	新商品

他県、他市での物産展への出店	仲間づくり会議（顔合わせ）の開催
生産者と食品加工会社の交流	縦（たて）でなく横（よこ）のつながり。輪（りん）が広がる

2 しくみづくり

イベントもでき、宿泊もできる場所	田原産、新メニューコンテストの開催支援	商品（特産物を使った）コンテスト
伊良湖沖で獲れるフグを地元の産物に（調理師の育成）	流行にのる ・トマト（カゴメとコラボ） ・タニタ食堂（健康食） ・テレビでの売り出し	

ブランド化。ブランド統一のための会議の設定	6次産業化のための研究会の主催	各種イベント、組織間を調整するセンターの設置
採択委員に市の人だけでなく、一般の人を入れる	少ない補助でもよいので失敗して当たり前の計画を立てられるように	観光地（ゾーン）を観光特区化し、美化に対する条例をつくり補助を出す

3 継続のために

他の地域の祭りやイベントへの参加	豊橋駅前での物産展	田原特産物の給食事業との連携	給食での利用UP
		食堂業者へ田原産農水産物をつかったメニューを紹介	

国道沿いの整備。古く壊れた建物などの撤去等	観光地周辺的美観づくり。観光目線で見える
エコ資源の育成（風力、太陽光など）例、沖合に風車をつくる。観光資源にもなる	

4 活動のさらなる発展

他の地域の祭りやイベントへの参加	豊橋駅前での物産展
キャラクター ・キャベツ ・プロッコリー ・アサリ	情報の発信と外部企業等とのコラボ

観光大使	伊良湖周辺で温泉を掘り当てる	ふるさと創生募金
------	----------------	----------

グループ2

市民・地域・団体

行政の支援

1 きっかけづくり

仲間づくり

女性を取り入れる

女性の意見

異業種交流のあるイベントへ補助金

農水産物の新たな商品開発やブランド化商品創出について、市民全員からアイデアを募集してコンテストを

キャベコロ 農家⇄地域 コンテスト

地産品の分析

2 しくみづくり

それぞれ「売る」はある程度できていて、競争力のある素材はあるので、ネットワークで売り込む方が大切

イベントいろいろある。整理、発展

田原産の(食材のよさを生かした)フルコース料理を開発する

健康。安心安全にも。メディアへのアピールも

加工品(付加価値)のブランド化。開発

田原産のものをつかった食品(商品)の開発

独自レシピの開発による特産物の消費拡大(食べ方の工夫)

地域産物中心にB級グルメでまちおこし

B級グルメ田原市版(どんぶりやキャベコロなども)

JAと市で「消費宣伝事業」としていろいろやっている←ここに消費者を入れては

駅の開発(ワクワクするような駅)面白味がない。渥美線は遅いけれど、嵯峨の鉄道のような売り方はできないか

3 継続のために

料理番組への食材提供により特産物のPR

企業の社員食堂への食材供給により、消費宣伝と消費拡大

料理学校とコラボレーション

田原福祉専門学校とコラボレーション

商品開発後は消費者団体(都会)にコラボして、PRと販売を進める。学校給食などでも

4 活動のさらなる発展

地域ブランド創出会議開催

アンテナショップ(消費者ニーズをリサーチする仕組み)

行政→PR、知名度アップ→ブランド化。東国原知事のように、有名人とうまく活用できないか

家族で一日楽しめる体験型施設

消費地へのアンテナショップの設置

アンテナショップ。東海ではどう?日帰り圏内で、田原へ足を運んでもらう

ファンをつくる  
一次産品  
二次(加工品)施設など