

平成25年度 茅ヶ崎市市民討議会報告書

テーマ

「つくる人・売る人・買う人 思いをつなぐ 茅ヶ崎産の魅力
～茅産茅消をともに考える～」

茅ヶ崎市「市民討議会」実行委員会

目次

実行委員長あいさつ	1
1 市民討議会の実施概要	
(1) 日程等	2
(2) 討議テーマと情報提供	2
(3) スケジュール	2
2 市民討議会の討議のヒント	
(1) 討議1「ここが良いよね、茅産茅消」「ここが知りたい茅産茅消」	3
(2) 討議2「茅ヶ崎産の魅力を高める関係づくり」	3
(3) 討議3「買い手目線の茅産茅消アピール作戦＜PR方法の検討＞」	4
3 市民討議会の提言のまとめ	
(1) 討議1「ここが良いよね、茅産茅消」「ここが知りたい茅産茅消」	5
(2) 討議2「茅ヶ崎産の魅力を高める関係づくり」	9
(3) 討議3「買い手目線の茅産茅消アピール作戦＜PR方法の検討＞」	13
(4) 討議のまとめと書記の感想	17
(5) 講評	21
4 アンケートの結果	
(1) 事前アンケート	23
(2) 事後アンケート	26
(3) 不参加者アンケート	30
5 茅ヶ崎市「市民討議会」実行委員会の動き	31
あとがき	32

実行委員長あいさつ

茅ヶ崎市が市民討議会の準備を開始してから今日まで、すでに5年以上の歳月が流れました。この間、市長、関係された市職員のみなさま、茅ヶ崎青年会議所のみなさまによる、多大なご協力がありました。また、企画途上で、多くの関係者、つまり、研究者、専門家、経験者のみなさまの知識や情報を教えていただきました。それらはみな、市民討議会に活用し、茅ヶ崎の討議会スタイルとしてアレンジをして参りました。それゆえ、これまで関わって下さった方々が、茅ヶ崎市市民討議会の骨格を作って下さったのだと思います。感謝を申し上げます。さらに、市民の討議をお願いする会なのですから、参加者となって下さる市民のみなさまがいなければ、本会は決して成立しません。この場をお借りして、骨格に魂を込めて下さった市民のみなさまのご協力に、心より御礼を申し上げます。

今回の市民討議会は、同一年度で2回目となるものでした。そこで、テーマとともに開催時期を検討した結果、本会は年度の後半、2月開催と決定されました。冬場の開催は、初めてのことでした。折り悪く、討議会当日は大雪が降った直後となりました。残雪が片付かない場所がまだまだある中、参加者のみなさまは討議会へ足を運んで下さいました。このような熱意ゆえでしょう、会場の中は、「茅産茅消（茅ヶ崎における地産地消）」を語る参加者の熱気であふれていました。茅ヶ崎の大切な施策の1つを、参加者のみなさまが熱心に語って下さり、実現にむけてさらに磨きをかけて下さったと思います。それら議論の内容は、本報告書にまとめました。ご一読下されば幸いです。そして、茅ヶ崎市役所で、これらの情報が十分に活用されることを切に願います。

毎回の市民討議会で感激するのは、市民のみなさまが討議会へかかわって下さる真剣さです。参加を承諾して下さる方の割合はいつも高く、討議の複雑で難解なテーマにも最大限の理解と協力を示して下さいます。初対面の方々であってもすぐに打ち解け、語り合って下さいます。このような積極的な関与をちょうだいできることにより、市民討議会は成立するのだと感じます。こうした、茅ヶ崎市の市民性の高さは、いうまでもなく、地域の貴重な財産です。そして、この市民性の存在ゆえに、茅ヶ崎市には地域を育み、見守り、成長させていくエネルギーが充填されているのだと思います。

もちろん、依然として、市民討議会にもさまざまな不備があります。「仕組み」として発展させるには、検証すべき部分が残されています。本報告書は、この点で、市民討議会を振り返るためのツールとして使うこともできるでしょう。市民討議会の振り返りが、あらためて市民のみなさまのご協力を得て、討議会をさらに育て上げ、茅ヶ崎市の活力につながるのであれば、実行委員会としても幸いなことです。

茅ヶ崎市「市民討議会」実行委員会委員長
山田修嗣（文教大学国際学部）

1 市民討議会の実施概要

(1) 日程等

- ア 日 時 平成26年2月11日（火・祝） 10時00分～17時30分
イ 会 場 茅ヶ崎市役所分庁舎6階コミュニティホール
ウ 参加者 19名
エ 主 催 茅ヶ崎市「市民討議会」実行委員会
(文教大学湘南総合研究所及び公益社団法人茅ヶ崎青年会議所で構成)

(2) 討議テーマと情報提供

- ア 全体テーマ
「つくる人・売る人・買う人 思いをつなぐ 茅ヶ崎産の魅力～茅産茅消をともに考える～」
イ 個別テーマ
討議1「ここが良いよね、茅産茅消」「ここが知りたい茅産茅消」
討議2「茅ヶ崎産の魅力を高める関係づくり」
討議3「買い手目線の茅産茅消アピール作戦＜PR方法の検討＞」
ウ 情報提供
○討議1 情報提供1回目：日本大学生物資源科学部食品生命学科 阿部 申氏
○討議2 情報提供2回目：茅ヶ崎青果商組合 組合長 宍倉 勝良氏
情報提供3回目：株式会社 大竹農園 代表取締役 大竹 孝一氏

(3) スケジュール

- 10:00 開会、主催者挨拶
10:10 趣旨、進行及び経緯の説明
10:25 アイスブレイク（簡単なクイズやアイデア出し）
10:45 討議会進行の説明
10:55 情報提供①
11:15 グループ討議①
12:25 【昼食休憩】
13:10 グループ討議①の内容発表・投票
13:40 情報提供②
14:00 グループ討議②
15:10 【休憩】
15:20 グループ討議②の内容発表・投票
15:05 情報提供③
15:50 グループ討議③
16:35 【休憩】
16:45 グループ討議③の内容発表・投票
17:15 挨拶、1日の振り返り
17:30 閉会

2 市民討議会の討議のヒント

(1) 討議1「ここが良いよね、茅産茅消」「ここが知りたい、茅産茅消」

内容	参加者への質問
自己紹介	お名前、お住まい、情報提供を聞いた感想など
課題出し	<グループでいくつでもアイデア出し合ってください> ○あなたの身近には、どのような茅産茅消の例がありますか？ （日頃買い物をするときや、食事をするときなどを思い浮かべてみてください） ○皆さんが出し合った茅産茅消の例には、どのような利点・メリットがありますか？ （このようところが良いなどを考えてみてください） （身近なところに茅産茅消がなければ、このようところが良いのではないかなどを想像してみてください） ○茅産茅消について、皆さんイメージや利点などを共有できましたか？次に、茅産茅消のベースとなる「茅ヶ崎産」の良さや、地元の良さについて意見を出し合ってください。
まとめ	<グループでの意見を●個にまとめてください> これまでの話し合いを踏まえて、身近な茅産茅消の魅力をまとめてください。 （ここが良いなどのPRなどを考えてみてください）

(2) 討議2「茅ヶ崎産の魅力を高める市民の関係づくり」

内容	参加者への質問
自己紹介	お名前、お住まい、情報提供を聞いた感想など
課題出し	<グループでいくつでもアイデア出し合ってください> ○茅産茅消には、どのような人たちが主体となるべきでしょうか？ また、その人たちはどのような活動を行うべきでしょうか？ （つくる人、売る人、買う人などのカテゴリーづくりを考えてみてください） （カテゴリー化された人たちは、どのような役割を担うべきか機能の明確化を考えてみてください） ○その主体同士がつながるためには、どのような仕組みが必要でしょうか？ （顔の見える関係や信頼関係を醸成するための連携の方法について考えてみてください）
まとめ	<グループでの意見を○○個にまとめてください> 主体同士の連携による茅ヶ崎産の魅力について話し合ってください。 （主体同士が連携することでの効果や、主体同士の連携による茅ヶ崎産への付加価値などを考えてみてください）

(3) 討議3 「買い手目線の地産地消アピール作戦＜PR方法の検討＞」

内容	参加者への質問
自己紹介	お名前、お住まい、情報提供を聞いた感想など
課題出し	地産地消をアピールするため、買い手目線でのPR方法を検討・提案しましょう！ (商品・サービスの選定) (商品・サービスの特徴の紹介) (PRアイテム、PR内容など、PRのための作戦を立ててみてください)
振り返り	グループとしてのPR方法を1つ提案してください！

3 市民討議会の提言のまとめ

(1) 討議 1 「ここが良いよね、茅産茅消」「ここが知りたい、茅産茅消」

討議 1 グループ 1

茅産茅消の知っていること・知らないこと・問題	
・車がないと直売所には行けない ・何か所か直売所を知っている ・どこに行けば買えるのか ・パンフレットの存在をみんなが知らない ・ラジオ体操が終わってから仲間と買いに行くことがある ・量を買っていかないとコストが下がらない ・茅ヶ崎産の農作物はよく知らない、あるのかもわからない ・生産者は減っているのか？ ・地産地消は量が足りるのか？(市内の消費に対応できるのか) ・地産だけでなく地消も考えるべき	
地産地消の魅力(安全)	
・美味しく、安全…安さだけでない ・地産地消の安全性はどうなのだろうか… 家庭菜園でも農薬を使わざるを得ないが	
今後の方向性	
PR・ブランド化	・地域の知識 ・PR 方法を改善すべき・PR の仕組みづくり ・どこで買えるか広報に載せる ・有機野菜などの表示・健康にいいという数値をまとめる ・各家庭に織り込み等でパンフレット等を配布・回覧板等で冊子を配る ・「茅ヶ崎野菜」ブランド化すべき ・茅ヶ崎産と分かればうれしい、おいしいと感ずることができる(飲食店等の PR) ・「茅ヶ崎産だからせっかくだし食べよう」ではなく、“おいしいこと”を PR する
場所の提供	・鎌倉野菜みたいに(売り場を)常設すれば・常設の売り場があるといい ・魚ももっと売るべき ・まとめて売る場所がもっとできれば ・目につきやすくする・場を近くに ・農家の意見をもっと聞きたい ・湘南にわざわざ移り住む人がいる→そういう方へのアピールを更に ・100 円野菜等
まとめ	
接点(情報と場所)が必要 (人と場の)近さは安全につながる おいしいもの・体にいいことが魅力→よりアピール	

討議１ グループ２

茅産茅消の知っていること・知らないこと・問題・期待	
・堤坂下では近所の林で取れた栗の販売所がある ・(地元産は) おいしく、栄養価が高い、新鮮・鮮度がスーパーと違う ・販売所で出しているものとスーパーで売られているものの違いは何か？ ・ネットワークの期待が地産地消にはある→出合いをどのように展開すればよいか ・生産者と消費者の出会う場が少ない ・柿の品評会等をやっているがそのような情報がいきわたらない ・スーパー等に消費者や流通が集中している ・一次産業は儲からない ・農家が高齢になれば土地を手放さざるを得ない、土地の放棄 →後継者不足の切り口から問題解決を進められないか 後継者不足に対していい方法が必要 ・肥えた土地がマンション建設等で消えていく ・畑や田んぼの放棄は土地の破壊 個人が農業をできるように農地を貸す ・専業農家が少ないので増やしたい ・近所に３つお店があり、作っているもの自体が「ブランド化」している ・近所に無人販売所がある ・時期や場所によって生産できる種類が増やせないか ・行政の問題意識に立って考えてみる	
今後の方向性	
PR	・情報伝達方法が重要→インターネットを活用した宣伝や販売方法 ・メディアや周辺の店と連携をとり、情報提供や地元応援をしてはどうか ・「無償・ボランティア」では“継続性”が望めない ・有償で質を上げ、趣味とは違うものを作る ・人の集まる場所に告知を入れる
コミュニティネットワーク	・家族ネットワークの復活 ・消費者と生産者のつながり→コミュニティ構築・人のネットワーク、交流 ・地元学校の部活を応援する意味で地産地消関連できないか ・小さいコミュニティに産物を集め販売しては？
場の工夫	・農協のように産物を集め、皆で和気あいあいできるような広場を作る ・ラスカをすべて市場にして上の階では産物を扱ったフードコートをしてみたい
まとめ	
後継者不足と土地の放棄→法人化、農地貸し出し PR 方法を考える 人のネットワーク、コミュニティの構築が必要 地元の飲食店を活用→ 交流・教育につなげる	

討議１ グループ４

茅産茅消の魅力
・とれたての枝豆は美味しい ・“軒先の人気商品” 軒先は買い求めやすい ・大根と人参 カブの“葉付き”はうれしい ・スーパーは“ムダ”を捨ててしまうが“ムダ”な部分がほしい人もいる ・スーパーで地元産を買おうとすると他より高い ・通勤道に畑があって美味しそう ・茅ヶ崎産というだけで興味がわく ・地元への愛着・貢献したい気持ち ・朝採れは美味しい ・野球場での朝市は素晴らしい 売れる所と売れない所の差がある ・品質を重視する人は多いと思う
茅産茅消の知っていること・知らないこと・問題
・魚市場(朝 7 時) 地引網 ・近隣の飲食店では茅産茅消を実践している ・ブドウ・梨・栗もある・わかめ祭り・タケノコ ・とれる量が年によってバラバラ ・(地元産は)意外とよく見かける ・一部のスーパーでは茅ヶ崎産牛を販売している ・みんな地元産を知らない ・無人の販売所(勝手に持っていかれる危険) 軒先販売が多い印象 ・J Aで旬の食材を売っている ・山側で魚が買えない ・他の商品と比べて量と値段が微妙 ・家庭菜園の作物は売ってもいいのか? ・茅産茅消だからと言っておいしいとは限らない
今後の方向性
・全てを茅産茅消にするのか? 完全茅ヶ崎ではなく、可能な限りでいい ・農家と話す機会 ・まず産地に注目 ・市場・スーパーに出せないものを安く売ってほしい ・売ってくれる人が調理法を教えてくれる
まとめ
(地元産の)魅力は味・新鮮・旬・安心 生産者の顔が見える (地元への貢献につながる) 買う楽しみができる 地産地消で無駄が出ない

討議１ グループ５

茅産茅消の知っていること・知らないこと・問題・疑問	
・茅ヶ崎のブドウは美味しい ・藤沢では牛や牛乳等でブランド化できている→茅ヶ崎はない・知らない ・(地産地消は)生産過多で廃棄する心配がないかも ・(茅産茅消は)大手スーパーでは扱いづらいと思う ・茅ヶ崎のことを知らなさすぎる 情報が足りない ・茅ヶ崎産は知っているがどこで売っているかわからない→イオン等では売れないのか ・「のぼり」がどこに立っていたか知らない 知っている人は少ないと思う ・「のぼり」だけではPRが弱いのでは もっと市民にPRすべき ・地産のものは大量に生産しないと安くならないのでは ・地産地消はコストを下げることに貢献しないのでは ・家で作った野菜は茅ヶ崎産になるのか？ ・牛や豚は臭いがきつい →それが理由で従事者が減るのではないか ・農業より水産業のイメージが強い 水産物のほうがうまくいくのではないか ・(茅ヶ崎に)農協はいくつあるのか？ ・茅ヶ崎の農作物には魅力がないのでは 農家は大変なのか？ ・地産地消の良い点が理解できないということが課題といえる	
食品を選ぶ基準	
・安さ 地元の高かったら買わないと思う ・場所より値段を見てしまう ・どこで作られたかはあまり気にせず、値段が一番の判断基準	
今後の方向性	
PR	・イベントでPRをしたらどうか ・茅ヶ崎には海がある ・情報が市民に流れれば
教育	・地産地消を教育したらどうか ・農家を手伝うボランティアがいれば高齢の農業従事者は助かるのではないか
その他	・魅力を高める仕組みをほかのモデルを参考にすべき ・地産地消は土地の特色・差別化をすべき ・シラスとコラボレーション ・地元産をスーパーにおいてほしい
まとめ	
茅産茅消の魅力新鮮・安心・旬なものが食べられる 茅ヶ崎ならではの差別化をする(地元産とそれ以外の差別化、バランス)... 水産物はできている(シラス等) 生産者との交流	

(2) 討議2「茅ヶ崎産の魅力を高める関係づくり」

討議2 グループ1

現状
・今のままでは良くない ・青果商組合の方の情報提供に驚いた 全然知らなかったことを知ることができた ・場所をどうやって提供するか ・要望は立場によって違う ・住んでいる場所によって違う ・直売所の仕組みを行政がサポートすべき ・スーパーでは値段だけで買ってしまう 茅ヶ崎産は選ばない ・周りの八百屋さんは使わない イオンですべて買い物できるから ・売り手と消費者との関係が希薄 ・子どもが給食の話をよくする 親子 ・PR していることを知らなかった もっと見せていくべき ・スーパーの一角で茅ヶ崎産などを売っている
接点づくり
作り手 ・生産、収入の安定 ・情報提供 ・地元の価値・旬を活かす ・規格外の生産物も売る 売り手 ・飲食店で茅ヶ崎産を宣伝すれば美味しく感じる →テレビ・広告等のメディア ・簡単なキャッチコピーを “サザン野菜” ・情報交換ができる場所づくり イベント ・道の駅の建設 消費者 ・電話して農家の野菜を直接買う 新鮮な野菜
巻き込み＜教育・学び(地域・親子)>
教育・親子の交流 ・食育給食 ・子ども向けの教育の環境改善、社会科見学 ・農業見学・買い物ツアー(子ども・大人も対象) ・情報を得られる機会を日常的に増やす
まとめ
情報交換 子どもの頃から地元に触れることがとても大事 給食・食育 地消の工夫 宣伝をしっかりとしてほしい 行政に頼るだけでは良くない

討議2 グループ2

現状・課題	
・茅ヶ崎産の需要と供給のバランスは同じくらいか？ ・美味しいと思ったものをアピールできないか ・値段、品位、質 重点はどこに？ ・地産地消といっても儲かる場所に流すしかない ・市民のところまで流れるためには ・農家のもうけの少ない経営を消費者がどうカバーできるか ・市役所などの報告をどう生かすか ・「茅ヶ崎産」になるような仕組みを考えたほうがいい ・販売所ではすべてが茅ヶ崎産とは限らず値段・品質 何を見て買われているのか ・我々が知る以上に PR など関係者の活動は行われている	
関係づくり	
場	・無人販売所を増やす→ロコミにもつながる ・国道に常設の直売所を作る ・常設の直売所がほしい
PR	・「茅ヶ崎の天ぷら」のような料理で PR ・特徴を PR 特徴をはっきり 特徴のある野菜を作る ・「減農薬」のような努力(魅力)を PR していけないか ・高級感を持たせる 高収入者への宣伝
コミュニケーション	・生産者と消費者のつながり ・体験による情報提供や働きかけ ・学校を軸にした PR ・学校給食は「コスト」よりも「安全な国産品」 ・学校給食に用いる →子どもへの PR 親への伝播 ロコミ ・「茅ヶ崎を食べる会」のようなイベント ・企業の働きかけもあってもよい
まとめ	
茅ヶ崎産の魅力がうまく伝わっていない 茅ヶ崎産が茅ヶ崎市内に流れない 教育機関との連携 →学校旧沢・生産地見学 体験型 若年層とのつながり 生産者と消費者とのつながり →情報交換、消費の場づくり 常設の販売所・直売所	

討議2 グループ4

現状・課題	
消費者	・農家の抱えている問題を知らないし、普段は考えない。どうすれば声が届けられるか ・大竹農業さん※の問題を皆知るべき ・地産地消は作り手のアピールだけでは難しい ・昼間働いている人たちがどうすれば主体となれるのか？ ・ロコミとか情報を知りたい ※討議2の情報提供者
生産者	・後継者問題・農地の減少・農家に子どもがなりたがらない ・生産者はどのようなコミュニケーションが望ましいと考えているのかわからない ・買い求める場所が減っている 無人販売は収入にならない
関係づくり	
場	・収穫を手伝う人を呼び込む ・自動販売機のような機械の活用 ・駅や人が通る場所
情報・宣伝	・料理そのものの提供 ・メディアを活用する インターネット(正しい情報を選ぶ) ・売る時間、売り方でニーズを定める
コミュニケーション	・学校給食はすごくいい場所 親とロコミ ・声の交流・ロコミ→直接顔を合わせる ・関係づくり・市民の理解と合意の輪を広げるべき ・買うだけでなく応援していく ・農地の賃借(市民同士のコミュニケーション) ・家で作物を作っているがうまくいかない→農業体験で教えてほしい ・農業体験 →後継者不足
まとめ	
高齢者・働く世代・学生・子どもなど、ライフスタイル、世代別にそれぞれの戦略を考える	

討議2 グループ5

現状・課題	
・寒川はにぎわっている 茅ヶ崎は第3土曜日に朝市をやっているが寒川ほどではない ・茅ヶ崎の農家も寒川に進出している ・藤沢でも特徴的な野菜を作っている ・鎌倉野菜は特徴がある ・西久保では販売所がたくさんある ・ブランドが何もない ・情報があるのになぜ発信しないのかもったいない 有名にしたいという意欲が足りない ・生産者と消費者の想いが食い違っている ・売り方がイマイチ・PR不足 ・農家には時間がない ・場所がわからない 場所の問題 ・最近は汚れを取って売る ・消費者と生産者の想いの違い	
関係づくり	
場	・すべて地産地消にすべきではない ・良い条件の市場にする ・朝市の開催頻度が少ない ・道の駅のようなものを作る・常設の売り場 ・店の置き方一つで注目度が変わる ・レイアウトの工夫・売るものを一か所に集める ・団地、寺社での販売 ・市が場所を提供すべき
PR	・まずはPR ・資料があるだけでも情報は入ってくる ・できないと決めつけずに発信していくことは重要
コミュニティ	・農家には時間がない →ボランティア等企画するのはどうか ・機会はいくらでもある ・学校などのコミュニティを活用・子どもたちの活動を活用 ・動物を介してコミュニティを作る ・地域のコミュニティを作り直す・地域の資源を活かす ・運送会社とのコネクション
まとめ	
無理にブランド物を作る必要はない今あるもので勝負すべき・既存のものの良さに気付く 時期によって茅産茅消の対象を変える・旬なもの 地域のコミュニティの再生(動物等を仲介して) 情報を積極的に提供する 安いものばかり求めない(消費者の立場)	

(3) 討議3 「買い手目線の地産地消アピール作戦＜PR方法の検討＞」

討議3 グループ1

方向性	
・茅ヶ崎としての特徴を出す ・地消を優先・モノ売りの工夫 地産はいいものを作っている ・「鎌倉野菜」との連携 広域協力 ・「ここに行けば茅ヶ崎産を買える」を明記、みんなに周知 ・特徴・旬なものを活かしスーパーとは異なる形に	
対象ごとの戦略	
主婦	・一万円買うと千円のポイントカード ・キャッシュバックがあればお買い得 ・農家ではポイントカード・地域手帳は難しい ・茅ヶ崎産手帳 たまったら“えぼし麻呂”Tシャツ等 ・青果組合などでポイントカード、手帳を発行 ・パン祭りのようにシールを貯める ゲーム感覚のあるポイント制
男性	・男性に向けては居酒屋のつまみ ・駅を使った情報提供 ・ポスター等、絶対に目に入るものを作る(駅のエスカレーターの横など)
子ども達	・給食など、子どもは参加できる活動 ・子どもの言葉を使ったポスター(「美味しかったよ、ありがとう」等)
宣伝(お金がかかる)	
テーマソング ・「茅ヶ崎野菜のうた」夫婦と子どもをターゲットに、有名人に歌ってもらう ・「美味しい茅ヶ崎」キャッチコピー ・桑田佳祐さんに作曲依頼 メディアの活用 ・インターネット検索ワードの上位に固定広告⇔インターネットは更新が大変 ・大胆な言葉「キャッチコピー」 ・バスの表示で宣伝 ・テレビの宣伝	

討議3 グループ2

方向性・課題	
・駅を利用するが、PRが目につかない ・茅産茅消を当て字だけに終わらせない 言葉の独り歩きを防ぐためメディアを活用	
具体策	
イベント	・ゆるキャラ等、目玉を作る ・イベントに際して産物を販売する 購買欲の連動性を期待 ・漁協と農協のコラボ企画
ネット	SNSを利用する
言葉を売る (紙媒体・看板等)	・レストラン・八百屋の「のぼり」 ・広報紙や回覧板を利用する 詳細ではなく一面にわかりやすく ・PRは目につくものを 駅に看板 ・ステッカーを作り車に貼って宣伝 ・まず「茅産茅消」という文字を刷り込ませる ポスター、看板等 ・何か買った際、袋やチラシに「茅産茅消」を書き入れ宣伝
食	・地元産スイーツ ・シラスと桜えびを利用したせんべい作り 名産品を開発
まとめ	
「産物」より先に「茅産茅消」を有名に、密着させる 美味しさよりも愛着 イベントの活用(食べ物・ゆるキャラ・お祭り・ステッカー等)	

討議3 グループ4

アピールしたい茅産茅消
・茅産茅消 17 品目ある ・海産物→シラス、アジ(近海でとれるもの)、わかめ、伊勢エビ ・牧場の牛肉、牛乳 ・タケノコ ・茅ヶ崎産の果物を使ったケーキ、洋菓子がある ・一次産品以外でも茅産茅消→自転車
期待・認識・課題
・安全性 ・一次産品でなくても地産地消できたら… ・地元でとれるものはやはり良い しかし、地産品を茅ヶ崎で買う場がない ・スーパーにあるものは在庫があり、あまり新鮮ではない ・老若男女に受けるアピール ・市民に情報が届かない 届きにくい ・青果市場は機能しているのか
PR
・パン屋は多い、パン屋と協力(シラス入りのパンの開発) ・茅ヶ崎産のみで作ることができる料理を紹介 ・レシピを紹介(食べ方がわからない) サービス面 ・市の HP をもっと活用 ・ポスター・旗等の文字媒体の活用 ・ブローード(フリーペーパー)でのアピール ・「海が近い」をアピール ・観光協会とのコラボ ・無人販売の紹介 ・自分の足で探す ・駅前で売る ・えぼし麻呂を宣伝の起爆剤に！
まとめ
海と茅ヶ崎と密接な関係を持つ、海産物(アジ、シラス、イワシ、ワカメ)を利用した茅産茅消をアピール 居酒屋、マーケット、レシピ等

討議3 グループ5

イメージ・課題	
・海のイメージが強い ・生産者の想いは重要 ・活動はたくさん行っているが聞こえない、知らない ・茅産茅消の実態は市民とかけ離れている ・茅ヶ崎のブランド化 「ブランド化」できるのか シラス・たたみいわし	
自分自身の活動	
・美味しい野菜のこだわりを知らなかった 自分も知る、食べてみる ・自分で体験してみよう 生活者の声を聞くことができる →野球場 ・目で見える →SNS 情報発信 ・良さを自分自身で知るべき 自分で食べる	
PR 方法	
アピールしたい茅ヶ崎産	・ひもの、しらす、いわし ・小松菜、大岡越前のさつまいも
宣伝の方法	・パンフレットを作る ・回覧板 “紙” 資料 地域コミュニティを活用 ・個人商店←行政が発信の手助けをする ・シラスと野菜でコラボ 干物・シラス ・「海だけではない！こんなおいしいものもありますよ！」 ・ネットを通した茅ヶ崎産の発信 ・地域コミュニティの活用 ・茅ヶ崎×野菜のコラボブログ ・イベントとのコラボ 浜降祭・大岡越前祭 ・茅ヶ崎に茅ヶ崎のアンテナショップ 常設売り場(道の駅) ・レシピを増やし宣伝 小松菜レシピ ・小松菜のネーミングを考える ・茅産茅消の加工品の開発 ・サザン ブランド×野菜 ブランドできるものとそうでないものがある ・バス内の広告の利用 ・駅を利用して宣伝 (安い費用で) ・テレビで宣伝 ゆうゆう散歩(加山雄三さん出演の番組)で農家を訪れてもらう 料理の鉄人 茅ヶ崎で人気のシェフ J:COM で茅ヶ崎産の野菜を使って料理 →入賞したレシピをお店で食べられるように
まとめ	
何を対象にするか 海のイメージと野菜のコラボ 宣伝の仕方 地域らしさ、茅ヶ崎らしさ 交通機関・地域コミュニティ、地域のイベントを活用 テレビ番組の企画で茅ヶ崎産を宣伝	

(4) 書記の感想

市民討議会の書記のお手伝いをさせていただき、本当にありがとうございました。実際に街に出て学ぶ機会が少ない私たち学生にとって、たいへん貴重な経験をさせていただくことができました。討議会に参加した学生が、後日、それぞれ感想を書きました。学生の拙い文章ではありますが、何かのお役にたつことがあれば幸いです。

今後とも、文教大学の学生にたいし、ご指導のほど、どうぞよろしくお願いいたします。

文教大学 国際学部・佐藤奈津子

(山田ゼミナール所属)

コメント A

2回目の参加でしたが、(前回に比べて)参加者全員が黙ってしまう時間が少ないように感じました。同時に、楽しそうに議論をしている印象が強く残っています。討議会の雰囲気は、討議する内容によって変わるようなので、やはり議題設定は重要だと思いました。一方で、情報提供中に、メモを一生懸命とっていらっしゃる方もいれば、そうではない参加者もいました。これが個人的にとっても気になりました。情報提供者が参加者に注意をするのは難しいでしょう。そこで、可能ならば情報提供者側が、話し方に何かしらの工夫(話の長さ、面白く聞いてもらうための準備)をした方が良いのではないかと感じました。

コメント B

この討議会のため、事前に自分なりに勉強してから参加された方が数名いたことに気がつきました。市民の方は、これまで市政に対して発言した経験がなくとも、意見を心の中に持っていることを理解しました。それゆえ、市民討議会の開催を継続していくことにより、茅ヶ崎市が得られるものは拡大していくのではと感じました。

今回のテーマは具体的に絞られていたので、話す内容が多少は脱線することもありましたが、書記として比較的まとめやすかったように思います。ただし、参加者の議論に、書記やファシリテーターがどれだけ発言・介入して良いかが悩ましく、少しもどかしく感じられました。

コメント C

① 討議会に参加してくださったみなさまについて

討議会の準備段階(実行委員会)では、年齢層に留意して、無作為抽出を行うとしていました。しかし、当日、欠席者がいたことも重なり、どうしても参加者の年齢層に偏りがでてしまうように感じられました。その反面、同じ年代の市民の方同士の会話は弾んでおり、身の上話に盛り上がる場面もあって、楽しそうでした。

当日、専門家ではないけれども、関連する本を読んでいてかなり知識のある方(年齢は若い)が1人、残り3人は自分達が生活している範囲のことを話題とする方たち(いずれも年齢は高め)という班を担当しました。前回の討議会でも感じたことですが、討議テーマについて十分な知識を持つ方がいたとしても、その意見が同じ班の方々の賛同を得られるわけではないようです。学術的な話の展開は、たしかに、課題の解決に近づけるかもしれませんが、しかし、生活者としての市民の立場から話をしている方には、学術的な話題はピンとくるものがあまりない様子でした。設定されたテーマや、ディスカッションの内容によって変わるかもしれませんが、このように、討議の実際と予想とは違う点が見られました。勉強になりました。

全体に、ディスカッションしやすい内容だったためか、発言回数が多く、衝突や批判などが少ないようでした。改善を求める建設的な声や提案も出ていました。

② 書記に関して

書記から席が離れている方の発言は、聞き取りにくいと感じる場面が多々ありました。また、憶測かもしれませんが、ファシリテーターの方の話し方（トーンの高低やボリュームの大小）が、参加者の発言のしやすさや緊張感に影響するよう見えました。他の班にも共通していたようですが、ファシリテーター（または書記）の適度な介入が、班の活気につながっていると思いました。

なお、書記がどのように発言を取りまとめるかは、ある程度マニュアル化しても良いかもしれません。

③ 討議会の改善案

ファシリテーターの介入や話の展開を区切るタイミングは、判断が難しいと思います。そのような時は、大学生をもっと利用（連携）しても良いのではないのでしょうか。参加者の中には、何度か説明してようやくご理解くださる方もいらっしゃいます。その度に、議論が脱線してしまうこともあります。ファシリテーターと書記が協力すれば、これを回避できるかもしれません。また、学生としても、意見や提案を発するよい機会になると思います。

今回のように寒い季節ですと、こまめな空調が必要だと感じました。会場の温度が、討議に悪影響を及ぼす可能性もあると思います。あわせて、分庁舎には缶・ペットボトルを捨てられる場所が無いのが気になりました。寒い日には、珈琲などの温かい飲料を買って飲むことが想定されます。簡易なものでも良いので、ゴミ箱があると役立つと思います。

アイスブレイクの時点で感じたのですが、話やパフォーマンスをする人物によって、市民の討議への意欲や緊張の度合いが変わることを学ばせていただきました。ファシリテーター、および、アイスブレイク進行役の技術が問われると気づきました。今回は心身共にリラックスし、話しやすい環境下で討議が行えている様子でした。

コメントD

自分の意見をしっかり持ち、それを主張する方が多く、参加者の積極性が感じられました。この点が、討議会としてとてもよかったと思います。

ただ、1回目のテーマでは、茅産茅消の魅力の抽出よりも、改善点をあげるのが話題の中心になってしまいました。そこで、地産地消の意味をもう少し考えた後に討議を展開できれば、討議テーマをもっと深められたのではないかと思います。たとえば、茅産茅消を進めることは、地域について興味を持つきっかけになるはずです。とすれば、茅ヶ崎産についてもっと知りたいという意識が地域を大切にしようという考えに変化し、次第に地消という行動に繋がるのではないかと考えました。新鮮や安心などの意味付けは、既存の発想なので、茅産茅消の魅力として伝わりづらいのではと感じられました。

市民討議会のような場を通して、自分の意見を述べ、他社の意見を聞き、茅ヶ崎市について考える、そのような市民が生まれるキッカケになればいいなと思いました。

コメントE

今回は、前回の討議会よりも、市民の方達にとって討論しやすいテーマだったと思います。意見が多く飛び交い、様々なアイデアが生まれていて、書記をしながらとても楽しませてもらいました。ただ、次の討議の時に話してもらいたい話題も先に出てしまっていたので、最後は話が出尽くしてしまったようにも感じました。

悪天候で参加者は減ってしまいましたが、個人的には市民の方達ともお話する機会を得ることがで

きて、より楽しめました。

コメント F

前回より参加者の人数は少なかったものの、出席者は積極的に意見を発信していたと感じました。

「茅産茅消」をテーマに、3回に分けて討議を行いました。3回目の討議内容が特に市民にとって難しかったように思いました。

今後、休憩中や討議中は、リラックスのために音楽を流しても良いのではないかと思います。また、J Cの方が進行役ですが、私たち学生も相互に協力し合って、進行の補助ができるほうが良いと思いました。

コメント G

今回の市民討議会は、参加してくださった市民の方に馴染みにやすい話題で、難しくはなかったと思います。その地で暮らす市民目線での実体験などを聞くことができました。また、みなさん積極的に討議に参加してくださったので、ポストイットも多種多様な意見が出たと思います。ポストイットの数の分だけ、市民の方にもいろいろな意見があるのだと実感しました。行政、生産者（事業者）、市民の視点で考える必要があるという意見は、とくに印象に残っています。市民社会という用語をさほど意識してなくても、話が市民社会の論点にしっかり繋がっていく事に驚きました。

ご高齢の参加者が多かったことが要因かもしれませんが、これまでの討議会と違い、討議に積極的に参加していただける方が多かったように感じられました。しかし、以前の討議内容でも、参加者の方に今回の様に話していただく工夫ができると思います。話しやすい雰囲気づくりは、今後の課題であると感じました。また、市民へのPRの工夫も必要なのかもしれません。行政側は広報を発行しているのにも関わらず、市民側があまり熟知してない事柄もあったのはその一例だと思いました。

コメント H

働き盛りの世代の参加率は低かったように感じましたが、参加者の中に若い人（学生）がいらっしゃったのが意外だなと思いました。春休みだからでしょうか。また、予習をしてきている方も何人かいらっしゃり、感心しました。

① 書記の体験から

グループに主婦の方が1人いるだけでも、こんなに意見の幅が広がるのかと驚きました。また、この会に賛同して出席してくださる方々ということもあって、地域をよく見ていらっしゃる参加者が多かったです。

② 改善点

スタッフの数が参加者の数よりも遥かに多くて、圧迫感が否めませんでした。グループごとに話を進める役の人が入るのは大切ですが、進め方を共通化するなど、もう少し事前の準備があってもよかったように思います。

コメント I

貴重な体験をさせていただき、ありがとうございました。

① テーマについて

前回と比べて、取りかかりやすいテーマだと感じました。ただ、これはテーマの問題だけではなく、問題提起の仕方を工夫することにより、大方どんな内容でも活発な議論を促すことが可能ではないかと思いました。

② 情報提供および情報提供者について

各方面からの情報が非常に興味深く、書記をしながら、思わず聞き入ってしまいました。しかし、一方で、参加者の情報提供の聞き方には差がありました。よって、情報提供者の立ち位置（参加者中心で話していただく工夫など）や、パワーポイント資料の事前準備（運営側で、動画など五感を使って聞くことができるもの）などを工夫すれば、より充実したインプットを行うことができるのではないかと感じました。

③ アイスブレイクについて

討議開始前と、食後の集中力が落ちて眠くなる時間帯に、アイスブレイクを入れるのが大切だと感じました。たとえば、何かしらのゲームやレクリエーション、体操などを5分ほど取り入れるだけでも、討議に集中して取り組めるのではないかと思います。

④ 参加者について

アイスブレイクで参加者間の交流がはかられていた分、各班の討議は常に活発に行われていたと感じました。ただし、若い年代の方がもう少し多く参加してくださればいいと思いました。討議では、行政にたいする否定的な言動に終始することなく、真剣に議論される方が多かったです。

⑤ ファシリテーターについて

議論の進行のかじ取りという役割を適切に果たすため、事前に入念な準備が必要だと思いました。また、あくまでも討議の補佐をするという限定があるものの、ファシリテーターは討議の活性化の重要な要素を担っていました。その重要性を、運営側全体でさらに共有すれば、今後、討議会がさらに充実したものになっていくのではないのでしょうか。

コメント J

参加者の皆様が様々な意見を持っていて、中身がある討議会だと思いました。また、茅ヶ崎の地産地消についての改善策や不満について、最初から最後まで参加者が熱心に語っていたことが印象に残りました。

全体を振り返ってみると、市民の方は茅ヶ崎について、一生懸命考えていたのだと感じました。

コメント K

考えていた以上に、若い人も参加していたので驚きました。皆さん積極的に発言して、意見がたくさん飛び交っており、討議としてとても充実していたと思います。聞いていて面白かったです。書記として、参加者の会話をどの程度の長さの言葉に区切って書けばいいか、苦悩しました。討議における今後の改善点をあげるなら、主催者側がどの程度、討議に関与するか、その設定を決めておく必要があると思います。たとえば、3回目の討議の際、適切に話し合いを進めるため、ファシリテーターの発言が多くなりました。その結果、1回目、2回目の時より、参加者の沈黙が長かった気がします。このように、論点が大きくずれた時だけ、ファシリテーターが訂正して道を示すなど、役割が決められるべきだと思いました。

(5) 講評

平成 25 年度市民討議会

「つくる人・売る人・買う人 思いをつなぐ 茅ヶ崎さんの魅力～茅産茅消をともに考える。」 を振り返って

今回の討議会は、討議Ⅰ～Ⅲまでの構成で議論がされました。

◇討議Ⅰ 「ここが良いよね、茅産茅消」 「ここが知りたい、茅産茅消」

討議Ⅰでは、まず市民の方々が体験された身近な茅産茅消の例が紹介されました。自転車や散歩をしている際に、直売所に寄って生産者の方と農産物の特徴など、いろいろなお話ができて良かったなど、直売所における例が多く挙げられました。期待されるメリットには、生産者との交流や新鮮で安全な食材の購入などがありましたが、「売っている場所がわからない、茅ヶ崎産のものを食べたことがない、新しく来た市民には、情報が届かない」など、情報発信の問題も取り上げられました。一方で「つくる人」「買う人」「食べる人」が集う接点となる場所づくりが重要という意見もありました。討議Ⅰでは、各グループが茅産茅消に対する魅力・メリット・問題点を抽出し、共有化できたことが示された討議であり、有意義であったと考えます。

◇討議Ⅱ 「茅ヶ崎産の魅力を高める市民の関係づくり」 「市民の関係づくりで茅ヶ崎産の魅力 up」

討議Ⅱの開始前に生産者の立場から石倉氏および大竹氏より茅産茅消についての情報提供がされました。長年の実績から、給食をとおした活動が茅産茅消には、効果的ではないかと提案がありました。また、生産者としては茅産茅消に協力したい考えをもっていても収益性を考えると、直売所を設置するなど、なかなか茅産茅消に踏み込むことができない現状が説明されました。現実的に日本の農業収益は、厳しい状況にあり、また、茅ヶ崎市の農業の特徴にも関係することと考えます。茅ヶ崎市は、藤沢市や横浜市など、近隣に大きな消費地帯をもつ農業形態が特徴です。生産者は一日の中で生産物の収穫・出荷、生産物と耕作地の管理など、多くの作業をしなければなりません。したがって、直売所のような少量の生産物を多数の場所で販売する方法では、経営が成立しづらく、良い農産物は、近隣の大量消費地へ流れていくのが実情であります。この点は、茅ヶ崎市だけの問題ではなく、日本の各地で抱える問題でもあると思います。

討議Ⅱではどのグループでも市民の関係づくりについて活発な議論がされていました。給食活動をとおしての食育による茅産茅消の推進、コミュニティーの構築、市民祭りなど生産者と消費者との交流拠点づくりが提案されました。いずれの提案も生産者と消費者の関係づくりだけでは、達成できず、茅産茅消をとおして、行政も参加したネットワークづくりが提案されました。

◇討議Ⅲ 「買い手目線の茅産茅消アピール作戦〈PR 方法の検討〉」

討議Ⅰにおいて茅産茅消推進の問題点として情報の発信方法が挙げられました。最後の討議Ⅲでは、その情報発信について熱心に討議がされていました。各グループからユニークなPR方法が示されました。テーマソングを作ること、市役所の車にステッカーを貼る、ロゴマークをつくる、回覧板の利用などが紹介されました。茅ヶ崎では、茅産茅消応援団などの情報発信が活発に行われています。今回の討議会では、人の五感に訴える情報発信方法、すなわち、人が耳で聴くことや目で見ることなど、ユニークな提案がされました。また、茅ヶ崎だけに限定せず、他の地域産物とコラボするなど、いくつか焦点を変化させた今までにない発想が生まれたことは、有意義であったと考えます。

◇全体をとおして

日本は、自然豊かで、北は北海道、南は沖縄までと幅広く、各地域で風土が異なるため、豊かな食文化を有しています。また、デパ地下、グルメ情報誌やグルメ番組など、食への関心は、世界の中でも有数であると考えます。しかし、その食を支える日本の農業は、同時に農業従事者の高齢化、後継者不足、それにともなう耕作放棄地の増加など、いくつかの問題を抱えています。現在、各地でその問題解決の手段として、地産地消や6次産業化の動きが活発になっております。しかし、茅ヶ崎市のように利便性を求めるライフスタイルで、大きな消費地となる大都市と近接している、いわゆる都市型農業において地産地消の成功例は、なかなか見当たりません。茅ヶ崎市は、茅産茅消応援団の設立、農地の利用・保全の推進など、農業施策に積極的に取り組んでおります。さらに、今回の討議会をとおして、茅産茅消に対する市民の方々の積極的姿勢と生産者の理解を高めることができたと感じました。また、茅産茅消への取り組みの第一歩は、地域で生産した新鮮なものを食べて美味しいと感じることだと思っています。まだ茅産茅消は始まったところだと思いますが、生産者、消費者と行政が一体となって、茅産茅消を一步ずつ進めていくことを期待しております。

日本大学生物資源科学部食品生命学科
阿部 申

4 アンケートの結果

(1) 事前アンケート

(※無回答、重複回答の設問があったため、合計回答数が必ずしも一致しない)

【参加者ご本人について】

F1, 職業		
①	農業・漁業	0
②	自営業・経営者	1
③	自由業	0
④	家事手伝い	0
⑤	公務員・団体職員	0
⑥	専門技術職	2
⑦	事務職	1
⑧	販売・サービス職	1
⑨	製造・労務職	0
⑩	パート・アルバイト	1
⑪	家事専業	2
⑫	学生	2
⑬	無職	7
⑭	その他	1

F2, 家族形態		
①	単身	0
②	(自身の)夫婦のみ	5
③	未婚の子どもと同居	11
④	既婚の子どもと同居	0
⑤	親世代と同居	1
⑥	三世代以上が同居	2
⑦	その他	0

F3, 住居形態		
①	持ち家（戸建）	13
②	借家（戸建）	2
③	集合住宅（分譲）	3
④	集合住宅（賃貸）	1
⑤	公営住宅	0
⑥	社宅	0
⑦	その他	0

F4, 市内での居住年数(ただし、6については重複可)		
①	1年未満	0
②	1年～5年未満	0
③	5年～10年未満	1
④	10年～20年未満	2
⑤	20年以上	15
⑥	生まれてからずっと	3

F5, 茅ヶ崎での定住の意向		
①	住み続けたい	13
②	できれば住み続けたい	3
③	できれば転出したい	0
④	転出したい	1
⑤	わからない	2
⑥	その他	0

F6, 平日の平均在宅時間(睡眠時間を除く)		
①	2時間未満	0
②	2～4時間未満	2
③	4～7時間未満	3
④	7～12時間未満	9
⑤	12時間以上	5
⑥	その他	0

【参加の動機について】

Q1, 市民討議会の手紙(参加依頼)が届いて、どのように感じましたか		
①	面白そう	9
②	良いとりくみ	6
③	新しいとりくみへの期待	12
④	選ばれてよかった	2
⑤	なぜ討議をするのか不明	1
⑥	実際に何をするのか不安	5
⑦	つまらなそう	0
⑧	とくに感想はなかった	0
⑨	その他	0

Q2, なぜ討議会への参加を決意しましたか		
①	討議会が興味深かった	2
②	テーマが興味深かった	5
③	日程的に都合がよかった	4
④	市のために協力したかった	5
⑤	市民の役割として大切だと思った	9
⑥	新しいことにチャレンジしたかった	8
⑦	市から手紙が届き参加しなければならなかったと思った	2
⑧	日頃から市に言いたいことがあった	0
⑨	その他	0

Q3, 今回のような討議会への参加依頼に、主催者からの謝礼は必要だとお感じになりましたか。		
①	謝礼が必要だと思う	2
②	あった方が良くと思う	6
③	謝礼は不要だと思う	4
④	どちらとも言えない	2
⑤	その他	0

Q4, もし謝礼があった場合、適正な金額はどのくらいとお考えですか		
①	1000 円(昼食代) 程度	8
②	1,500 円～3,000 円未満	2
③	3,000 円～5,000 円未満	2
④	5,000 円～10,000 円未満	1
⑤	10,000 円以上	1
⑥	その他	0

【地産地消について】

Q5, 「地産地消」という言葉をご存知でしたか		
①	言葉は知っており、意味も(ある程度は)理解している	13
②	言葉は聞いたことがあるが、具体的な内容は詳しくない	0
③	知らない	1

Q6, 市では、「地産地消」を「茅産茅消」というキャッチコピーで進めていますが、ご存知でしたか		
①	言葉は知っており、活動も(ある程度)は見聞きしている	4
②	言葉は聞いたことがあるが、具体的な内容は詳しくない	6
③	知らない	5

Q7, あなたの「地産地消（茅産茅消）」のイメージを教えてください（〇はいくつでも）		
①	新鮮な茅ヶ崎産の農産物	10
②	環境にやさしい	3
③	市民が支えるもの	3
④	生産者、販売者、消費者の輪	9
⑤	恵まれた農業環境	0
⑥	生産者の顔が見えるため、安全	8
⑦	農産物の種類が限定される	0
⑧	価格が高い	2
⑨	農家の軒先での販売	3
⑩	地域の活性化につながる	11
⑪	わからない	0
⑫	その他	2

Q8, 「地産地消（茅産茅消）」が広がると、茅ヶ崎にはどのような効果があらわれると思いますか（〇はいくつでも）		
①	生産者を身近に感じられ、安全・安心感を得られる	9
②	旬の食材、新鮮な食材が手に入る	10
③	生産者と消費者の顔が見える関係ができる	7
④	地域の活性化につながる	10
⑤	食料自給率が高まる	3
⑥	食に対する理解が深まる	3
⑦	農業の振興につながる	7
⑧	地元農作物のブランド化	3
⑨	環境が保全される	1
⑩	地域への誇りがうまれる	4
⑪	わからない	0
⑫	その他	0

Q9, 討議会に期待すること、今回のテーマ（つくる人・売る人・買う人 思いをつなぐ 茅ヶ崎産の魅力～茅産茅消をとともに考える～）への感想や思いなどについて、自由にご記載下さい
○茅産茅消に関して、食料経済学の観点のもとより、現場の人々の立場等も考慮したうえで、今回の討論に臨めたらと考えています。
○地産地消という言葉が今回初めて知ったような人間ですが、無知な人の意見も必要なのではないかと思います。少しでも役に立てれば良いかなと思います。
○「討議会」というと堅苦しいイメージがします。市民祭などで、アンケートを実施なども良いと思います。茅産茅消の飲食店などをもっと PR すべきです。
○一つの事業化となることを期待したいが、そこまで育成するには人的に有能な人材の支援が必要だろう。
○地元農作物を利用できるようにアピールしてほしい
○これから地域を担う人たちの大いなる期待。まず地域にある資源を知ることから始めたい。
○知人が増えると良いと思う。
○昔は自給自足。あまりむずかしく考えないで、一昔前に戻ればごく自然。何より市場に出せないものを活用できることで、双方にメリットあり。
○茅産茅消について実情がほとんどわかりません。行政としてどのように認識していてどのような問題意識をもっているかを最初に話していただければ考えやすくなると思います。

(2) 事前アンケート

(※無回答、重複回答の設問があったため、合計回答数が必ずしも一致しない)

Q1, 今回の市民討議会について、感想や印象をお聞かせください		1	2	3	4	5
		そう思う	どちらかと言えばそう思う	どちらとも言えない	どちらかと言えばそう思わない	そう思わない
A	市民討議会はおもしろかったですか	11	8	0	0	0
B	討議の進め方はわかりやすかったですか	8	10	1	0	0
C	進め方に関する説明は十分だと思いましたか	7	9	3	1	0
D	各回の情報提供で、討議がおこないやすくなりましたか	8	8	4	0	0
E	討議1のテーマは、話しやすかったですか	6	11	3	0	0
F	討議2のテーマは、話しやすかったですか	7	11	1	1	0
G	討議3のテーマは、話しやすかったですか	6	9	4	1	0
H	討議を通して個人意見がより成熟したと感じられましたか	5	12	2	0	0
I	グループでの意見は、十分な合意により形成されましたか	8	10	2	0	0
J	投票によって得られた意見は、満足のいく内容でしたか	5	9	6	0	0
K	市民討議会は市民の声を反映させるのに有効な手法と感じましたか	8	7	5	0	0
L	討議に参加して、市民が「まちづくりの主役」という印象が強まりましたか	7	9	4	0	0

Q2, グループごとの話し合いは、円滑に進みましたか		
①	円滑に進んだ	9
②	やや円滑に進んだ	10
③	どちらとも言えない	0
④	やや行き詰まったときがあった	1
⑤	何度も行き詰まった	0
⑥	その他	0

→どのようにすれば、より活発な討議が出来ると思いますか。下欄にお書きください。

○事前に資料があったほうが、より理解した状態で討議できたように感じました。
○自分の素直な意見を発言すること。
○討議のテーマ①②は口頭での説明になったため、スクリーンでも確認できるとか、再度の伝達があればよかった。(司会に振られも、テーマを把握してない方が三々五々)
○今日のような形でよいと思います。すぐ話し合いでなく情報提供があつてやりやすかったです。
○よりいろいろな世代の人が集まるとよいと思う(実際難しいでしょうが)
○市民以外の人々を少なめに
○今回の方法でよいと思いました。
○討議の目的、内容を、ある程度細かくした方が結論を出しやすい。もう少し時間が短い方がよい
○事前にある程度数値的な説明、資料を配布しておくとうまいと思います。
○テーマを決定する段階の問題意識の事前説明があればよい。

Q3, 討議の際、1つのテーマについて平均して何回くらいお話しされましたか		
①	10回以上	4
②	7～9回	3
③	4～6回	12
④	1～3回	1
⑤	0回	0
⑥	わからない	0

Q4, 市民討議会ではじめて顔を合わせる他の市民との会話について、どのように感じましたか(〇はいくつでも)		
①	さまざまな考え(発想)が聞ける楽しさ	15
②	さまざまな世代の意見が聞ける楽しさ	12
③	同じ茅ヶ崎市民としての共感や連帯感	13
④	はじめて会う人との会話における抵抗感	0
⑤	意見を言うのになれておらず、話しにくい感じ	0
⑥	その他	1

Q5, 今後、同様に市民討議会の案内が届いた場合、何を条件に参加を決めますか		
①	日程	6
②	内容・テーマ	10
③	謝礼の有無と金額	2
④	案内があればぜひ参加したい	7
⑤	条件を問わず参加しない	0
⑥	その他	0

Q6, 市民討議会の参加謝礼(今回は図書カード1000円分)について、どのように思いますか		
①	少ないと思った	2
②	妥当だと思った	13
③	必要ないと思った	2
④	その他	1

Q7, 今後、野菜や魚介類を購入する時に一番大切にしたい基準を選択してください。		
①	地場産のもの	9
②	納得のお値段	3
③	新鮮さ	9
④	口コミ情報	1
⑤	売り手の推薦	0
⑥	特にこだわりはない	1
⑦	その他	0

Q8, 討議を終えて、地産地消についての考え方の変化、又は改めて気づいた点等をご記入ください。
○私自身も茅ヶ崎市が地産地消を推進していることをよく知らなかったため、今回参加したことで、地産地消の良さに気づくことができました。
○今後の農業経済学に関し、身近な人々の意思を繁栄することも1つの方法であるということ。
○全然知らなかったので、こんなにいろいろ茅ヶ崎で作っているものがあるということにびっくりしました。
○情報はあるのだけれど、それがうまく行き渡っていない現状に気づきました。くまモンを参考に、行政に依存しすぎない手法で取り組んでいたら良いと思います。
○あまり意識していませんでしたが、地元愛が生まれました。
○しらすはよく知っていたが、野菜にもおいしい、安全なものがあるのを知ることができて良かった。その良さ（価値）をうまく伝えられればと思います。
○農家の方のお話が聞けて、消費する側とは違う視点からの問題点が見えたのが非常によかった。
○自転車通勤の際、トマト・にんじん・きゅうりを購入して「バーニャカウダー」つまみを心掛ける。
○魚は魚屋、野菜は農家から直接という生活を送っているが、さらに今の生活を続けていこうと思います。
○できたら地元産を購入したい
○茅ヶ崎には特産物がないと思う。
○今も地消しているが、買う場所が分かっているとより買いやすくなる。地図等を行政が発行してもらいたい。
○農家のこだわりを消費者までに伝えきることが必要。茅ヶ崎には小松菜やほうれん草がある。“ブランド”としてもっとひろめていくことが必要。まずは茅ヶ崎市民が地産地消の価値を知ることである。
○もっと茅産茅消を進める
○売り場等工夫され、おいに進めてください。
○農業経営の困難さを再認識しました。

Q9, 討議を通じ、茅ヶ崎の「地域ブランド」の魅力についてお考えになったことをご記入ください。
○差別化できる地域ブランドがあるのに、それを前端的にだせていないような気がしてもったいないように感じました。
○より美味しく、より快適に、リーズナブルにお客様（消費者）の手に渡すこと。
○市民に伝わってない事が非常にもったいないです。
○小松菜、ほうれん草、かんしょ（さつまいも）、枝豆・・・市民でありながら気づかなかった点が多く、灯台下暗しの印象でした。茅産茅消はローカルな話題なので、あまりコストのかからない既存のコミュニティによる魅力PRを地道に行うことが肝要に思います。
○他の地域とのちがいはよくわからなかったけど、このあたたかい気候を生かしたこだわりをもった野菜をつくっていることがわかりました。
○茅ヶ崎の町の住みやすさと連動していると感じた。茅ヶ崎に愛着を持つ人が多かったので、前向きの討論ができたのだろうと思う。茅ヶ崎全体の魅力と地域ブランドは一体としてとらえたい。
○トマトはうまい。
○すばらしい生産物をもっと消費者に向けてアピールしていただきたい。私たちも手に入れる努力をしたいと思います。安全な食生活のために。
○美味しさ
○安い、新鮮だ。安全性が分かる様にしてもらいたい（農薬など）

○まずは、茅ヶ崎市民に知らしめることが大事なことと思います。
○ブランドは時間がかかると思う。
○小松菜、さつまいも、枝豆等ブランドと知り、魅力を感じた。
○茅製品の良さは誰もが感じていることを確認できました。

Q10, 市民討議会に参加して感じたこと、市民討議会に期待すること、日頃から大切に考えている地域社会に貢献できること、市民にはできそうにないと思ったことなど、自由にご記入をお願いします。
○茅ヶ崎市が市民の意見を取り入れる取組みを積極的におこなっていることに驚きましたが、この取組みを多角的におこなうことで、より魅力的な茅ヶ崎市になっていくように感じました。本日は貴重な経験をありがとうございました。
○環境を汚さず、生産者と消費者が一体となる形で地域社会の核を築きあげることが、地域社会を活性化させる１つの方法なのだと考えています。
○今回のテーマは招待状をもらった人たちに茅産茅消という言葉を知ってもらったというだけでも意味があると思います。
○＜開催前＞茅産茅消を市の主要な施策として掲げていることが見えていなかった（広報、回覧板等）。→市としての方針を、既存の広報・媒体に頼らないやり方で市民が知ることができるツールが必要に思われました。 ＜開催時＞若いお母さん世代の参加が皆無だったのが残念。託児等検討してはいかがでしょうか。長時間の運営ありがとうございました。
○今日の話がどのようなかたち、つながりができるのか楽しみです。準備をされてきたみなさんありがとうございました。
○自分のごく一部しか関わり合いをもっていないテーマでも、市民が集まって討論することによって、広い視野から見ることができ、新しい切り口に触れることができた。いろいろなテーマで数多く行うといいのではないかと思う。
○茅ヶ崎大好き！
○海側、山側に住んでいる地域によっての温度差を感じました。子育て世代の方の参加が増えればよいと思いました。
○今まで発言したことが果たしていかされるのかな？という疑問、不信感？を持っておりました。是非本日のこの時間が無駄なものにならないように。
○参加し、いろいろ討論している内に茅ヶ崎市民の意識を強くした。
○観光について（藤沢市との差）
○サイレントマジョリティをすくって意見を吸収することも大事なことです。そのように思いました。
○また参加したい
○ほとんどの人が自分の意見を持たれていて感心した
○参加者の意識の高さに敬服しました。８００名のうち、参加承諾が２８名というのには失望を感じました。

(3) 不参加者アンケート

(※無回答、重複回答の設問があったため、合計回答数が必ずしも一致しない)

●あなたご自身のことについて教えてください

1 年代		
①	20 歳代	21
②	30 歳代	40
③	40 歳代	30
④	50 歳代	39
⑤	60 歳代	54
⑥	70 歳代	35
⑦	80 歳代	12
⑧	90 歳代以上	3
	無回答	11
	合計	245

2 性別		
①	男性	85
②	女性	124
	無回答	36
	合計	245

●市民討議会について伺います(いずれも複数回答あり)

1 市民討議会について、知っていましたか		
①	よく知っている	2
②	少し知っている	17
③	言葉を聞いたことがあった	60
④	初めて知った	155
	無回答	12
	合計	246

2 茅ヶ崎市市民討議会の案内が届いたとき、どのように感じましたか		
①	面白そうに思った	51
②	不思議に思った	89
③	分からない	69
④	その他	15
	無回答	22
	合計	247

3 スケジュールについて		
①	丸 1 日は長時間に感じる、半日程度だったら参加したい	92
②	土・日曜日は都合が合わない	38
③	今回は都合が合わない	120
④	その他	35
	無回答	24
	合計	309

4 今回参加されなかった理由は何ですか		
①	日程が合わなかったから	114
②	興味のないテーマだったから	26
③	行政の事業には興味がないから	15
④	面倒だから	32
⑤	その他	63
	無回答	15
	合計	265

5 次回、このようなイベントの案内が届いたら、どうしますか		
①	日程が合えば、参加する	62
②	興味のあるテーマならば参加する	82
③	できれば参加したくない	62
④	その他	25
	無回答	17
	合計	258

5 茅ヶ崎市「市民討議会」実行委員会の動き

- (1) 茅ヶ崎市「市民討議会」開催に関する協定の締結（4月1日）
- (2) 第1回～第5回茅ヶ崎市「市民討議会」実行委員会（4月8日～7月23日）
 - ・平成25年6月30日開催の市民討議会「みんなの住民投票～考えよう！ちがさきの投票ルール～」の実施運営に関して検討
- (3) 第6回茅ヶ崎市「市民討議会」実行委員会（10月1日）
 - ・市民討議会のテーマの検討
（全体テーマ）
- (4) 第7回茅ヶ崎市「市民討議会」実行委員会（11月14日）
 - ・市民討議会のテーマの検討
（全体テーマ、コンセプト）
 - ・市民討議会の実施に向けての検討
（実施日程、スケジュール、招待状の送付）
- (5) 第8回茅ヶ崎市「市民討議会」実行委員会（12月17日）
 - ・市民討議会の承諾状況等
（承諾状況、抽選の実施方法）
 - ・市民討議会のテーマ等の検討
（討議テーマ・討議内容、アイスブレイク、当日のスケジュール）
 - ・案内状等について
（案内状、事前アンケート）
- (6) 第9回茅ヶ崎市「市民討議会」実行委員会（1月22日）
 - ・市民討議会のテーマ等の検討
（討議全体の流れ、情報提供者、個別テーマ、キーワード）
 - ・案内状等について
（案内状、事前アンケート、事後アンケート）
 - ・模擬討議会の実施について
- (7) 市民討議会案内状、事前アンケートの発送（1月28日）
- (8) 模擬「市民討議会」の実施（2月4日）
- (9) 市民討議会「つくる人・売る人・買う人～思いをつなぐ 茅ヶ崎産の魅力」開催（2月11日）
市民討議会事後アンケート実施
- (10) 第10回茅ヶ崎市「市民討議会」実行委員会（3月10日）
 - ・市民討議会の振り返り
（運営、討議の内容、アンケート結果）
 - ・報告書の内容、役割分担の確認
 - ・平成26年度の取り組みについての検討

あとがき

市民討議会は市民参画の手法として、近年、全国各地で開催されております。日本で最初に行われたのが2005年、そして、茅ヶ崎市では、2008年に1回目を開催して以降、毎年、継続的に開催しております。また、実行委員会の組織のなかに教育・研究機関である文教大学が入っていることも大変珍しく、茅ヶ崎市で行われる市民討議会は他市からも注目されている討議会です。

茅ヶ崎市においては、市民参加条例が施行されるなど市民の意見を積極的に市政に反映させるながれになっています。市民討議会以外にも、市政への市民参加の場はパブリックコメントやワークショップなどさまざまな方法がございますが、市民討議会以外の方法については、積極的で、市政への参加意識の高い方が参加される方法だと思われます。市民討議会の特徴は「市民のみなさまの声なき声を聞くことができる」という点にあります。無作為に抽出された800名のうち参加承諾をいただいた方に参加いただくことで、市政についてさまざまな意識を持った、茅ヶ崎の縮図という形で実施される特徴があります。

回を重ねることで、市民討議会は、施策の作成時、決定時の市民参加の重要な方法の一つになりつつあります。今回の市民討議会も年度初めに各課へのヒアリングから上がってきたテーマのなかから、今回は農業水産課、産業振興課からの提案を採用し、「茅産茅消」をテーマに6回目の市民討議会を開催させていただきました。

ご参加の皆様のご感想はいかがだったでしょうか。茅ヶ崎市の縮図という形を目指していますが、参加承諾者が少なかったことにより、参加人数、年齢構成からみると、物足りない部分もあったかもしれません。それでも、ご参加いただいた方々の参加意欲は高く、活発な討議が行われたと思います。身近なテーマでありますので、専門知識を持つ先生、生産者、販売者の方からの情報提供をさせていただきました。消費者という立場だけでなく、生産者、販売者の立場を意識しながらの討議もできたのではないのでしょうか。討議、そして、まとめのなかでいただいご意見やご提案には、すでに実施しているものもありましたが、行政からのメッセージが市民の皆様に伝わっていない部分も多々あるなど、市民の声を聞くということの重要性を再認識させていただきました。

実行委員会の一員である茅ヶ崎青年会議所の運動の一つに市民意識変革運動があり、より良い地域をつくるために、一人一人の意識を変えよという運動ですが、今回、市民討議会に参加したことを通じて、さらなる市政への参加意識を醸成できたことは大変うれしいことであります。

最後に市民討議会は、市民のみなさまの承諾があつて初めて成立するものであります。参加された皆さまが貴重な時間を割いていただき、参加いただいたことに実行委員会一同、大変感謝いたします。ありがとうございました。

公益社団法人茅ヶ崎青年会議所
米山 聖一

平成25年度茅ヶ崎市市民討議会報告書
「つくる人・売る人・買う人 思いをつなぐ 茅ヶ崎産の魅力～茅産茅消をともに考える～」
平成26年発行

編集 茅ヶ崎市「市民討議会」実行委員会
発行 茅ヶ崎市「市民討議会」実行委員会
茅ヶ崎市新栄町13番29号