

様式 4

会 議 録

会議名 (審議会等名)		令和6年度第1回愛川ブランド認定審査委員会		
事務局 (担当課)		総務部 政策秘書課 内線 (3 2 1 3)		
開催日時		令和6年11月7日(木) 午後1時30分～午後3時26分		
開催場所		愛川町役場4階403会議室		
出席者	委員	6人 (別紙のとおり)		
	その他	0人		
	事務局	5人 (総務部長、政策秘書課長、ほか3人)		
公開の可否		☒ 公開 ☐ 一部公開 ☐ 非公開	傍聴者数	0人
非公開・一部公開の場合は、その理由				
会議次第		1 開 会 2 あいさつ 3 委員長及び副委員長の選出について 4 委員長あいさつ 5 議 題 (1) 愛川ブランド推進事業の活動報告について (2) 第3期愛川ブランド認定品の募集について (3) その他 6 閉 会		

審 議 経 過

(1 / 9)

※審議の要旨は次のとおり（○は委員の発言、●は事務局の発言）

1 開 会

2 あいさつ

- ・小川総務部長より

3 委員長及び副委員長の選出について

- ・総務部長が座長となり、委員の互選により委員長に鷺尾裕子委員、副委員長に伊藤裕美子委員を選任した。

4 委員長あいさつ

- ・鷺尾委員長より

5 議 題

【委員長の司会により進行】

○（委員長）（１）愛川ブランド推進事業の活動報告について、事務局より説明を。

●【資料３により説明】

○（委員長）まず、初めて出席される委員の方に説明したい。この会議では資料２に記載のとおり、愛川ブランドはその魅力発信を通じて、優良製品の更なる育成、本町の知名度の向上、地域産業の活性化を図ることを目的としており、認定するだけでなく、こうしたブランドＰＲ活動にも注力していることをご理解いただきたい。

ただいまの説明について、ご質問、ご意見等があれば。

○（Ａ委員）事務局の説明により、本町にもヨシムラジャパンのような世界的に有名な企業があることを改めて認識したほか、ふるさと納税でこういったものが町外から関心を持

審 議 経 過

(2 / 9)

たれているのかを知ることができた。

○(B委員) 年茶屋さんはSNSによる発信で町内外から多くのお客さんが訪れており、地元住民はあれだけのお客さんを呼ぶことができることにとても驚いている。町外に転出してしまう方も多い地域なので、こういった人が集まる場所をつくっていただいていることはとてもありがたい。

○(委員長) 愛川きこの園さんが、椎茸以外にブルーベリーや枝豆を生産していたことをはじめて知った。

○(C委員) 「あいかわ茶うどん」については、農協でお茶事業をやめてしまった関係で、製造できなくなった。また、経営改善のため、直売所もなくなっているところもあるので、こうしたことを、第3期愛川ブランドのパンフレット作成の際には、見直ししていただければと思う。紙媒体だと情報が古くなってしまうので、ウェブ掲載であればこうした情報の修正もタイムリーでできるはず。今、紙媒体を見る方が減ってきていると思うので、町外の方に愛川ブランドをもっと知ってもらうにはSNSなどを充実させたほうが良い。

○(D委員) パンフレットを見たが、「ドレも知らないカモだけど開けてビックリ!」、というコピーが自虐的で面白い。

○(E委員) 「丹沢高原豚」「牛さんのお米」など、現認定品はネーミングが面白い。お客さんの食いつきが良いネーミングがブランドPRにつながると思う。

○(委員長) 令和4年から「中津ミート」から「丹沢農場」に名称が変更された。自然豊かなところで豚を育てているのだと感じられるネーミングだと思う。

愛川ブランドパンフレットのマップには、愛川ブランドに認定されていない、服部牧場や

審 議 経 過

(3 / 9)

中津川の河川敷でのバーベキュー、勝楽寺の山門などが入っており、愛川ブランド認定品

だけを売るのではなく、それらを巡ることで、町内を周遊してほしいという意図が伺える。

また、ヨシムラジャパンのマフラーなど、ふるさと納税返礼品の候補としてあげられてい

る産品で、まだ愛川ブランドに認定していないものもたくさんある。愛川ブランドに認定

するしないではなく、ブランド品を活用し、色々なものを巻き込むことで魅力の発信につ

なげていければ良いと思う。

また、ふるさと納税返礼品として登録されている愛川ブランド認定品の中で生鮮食材であ

る野菜が人気なのは驚いた。町外に住んでいる方にとって新鮮な野菜というものは、それ

だけ魅力なのかなと。

○（委員長）たくさんの意見感想をいただいた議題（１）については、ご了承を願う。

○（委員長）（２）第３期愛川ブランド認定品の募集について、事務局より説明を。

●【資料４・資料５により説明】

○（委員長）ただいま事務局から、説明があったように、第１期では多種多様な産品が認定

され、第２期でストーリー性のある周遊を視点に加えたＰＲ活動を進めてきた。もちろん

第３期でも周遊を意識する必要があるが、それに加えて、２期で足りない部分などについ

て委員の皆さんから第３期愛川ブランドの方向性のご意見を伺いたい。

○（Ｂ委員）以前、県内の商工会女性部が愛川町に来たときには、宮ヶ瀬ダムを観光し、

ダムカレーを食べて、愛川繊維会館で藍染の体験、卵菓屋で卵のつかみ取りなどを県で企

画してくれた。愛川ブランドを活用して、家族連れなどが町内を食べ物や体験で１日過ご

せる周遊ルートをもっと発信していったほうが良い。卵菓屋さんはコンパクトなのに品物

審 議 経 過

(4 / 9)

が色々あって、スイーツ、お土産、ソフトクリーム、さらには外に遊具もあり、とりあえず行くと何かあるワクワク感がある。愛川町には道の駅がないので、卵巣屋さんがあって良かったなと思っている。

○（A委員）愛川町には、平山橋や勝楽寺など、魅力を発信できる資源がたくさんあるので、こうしたものをもっと愛川ブランドに絡めていったほうが良い。せっかく愛川町に人を呼ぶのなら、愛川ブランドをきっかけにこうした町内の魅力的なところを知ってもらいたいなというのはある。愛川ブランド認定品は食べ物が多いので、場所をブランド認定することとも考えられるが、認定数がかなり増えそうなので、ブランド価値が薄れることが懸念される。

●（永田広報ディレクター）A委員の意見には私も大賛成。町では、いわゆるシティセールスというものに広く取り組んでいる。これまでは観光振興とシティセールスそれぞれの事業が並列に存在しており、観光マップや名所の写真集のようなものもある。先ほどもSNSの話題になっていたが、今はインターネットがあるので、PRしやすくなっている。平山橋や勝楽寺となると、愛川ブランドの認定とはまた別の違う話になってくる。例えば平山橋の紹介と併せて、一番近い飲食店の大和屋さんを紹介するなど、こうした研究は今よりももっとやったほうが良いと思う。お客さんを呼ぶ入り口は多面的で良いと思う。大事なのは、お客さんを取り込んで、いかに広げていくか、それがマーケティングです。投網をかけるようなもので、それを紙媒体、インターネット、映像のどれでやるかはわからないが、ぜひ、やりたいと思って聞いていた。

○（A委員）私は福祉職で、現在、春日台センターで業務管理をしているが、町外

審 議 経 過

(5 / 9)

の方から注目をされていて、昨年だと3～4千人ぐらいの視察者が、北海道やドイツなどから来ている。せっかく愛川町に来たのであれば町のことを知ってもらいたい、興味を持ってもらいたいと思っているので、視察者の方には、半原地区の撚糸の歴史を辿りながら町の説明をし、どういう町なのかを知ってもらい、その後、春日台センターセンターの事業内容を説明している。こういうときに愛川ブランドが入り口で、町の色々なところを知ってもらえるストーリーがあると良い。

○（委員長）春日台センターセンターの事業内容を教えてもらいたい。

○（A委員）就労支援A型でコインランドリーと洗濯代行、就労支援B型で「春日台コロッケ」というコロッケ屋さんをやっている。また、町の地域密着型サービスとして、高齢者の小規模多機能居宅介護という、デイサービスのようなものと、認知症対応型グループホームと放課後等デイサービスという障害児の放課後デイサービスを展開しており、春日台センターセンターはこの5つの事業の複合型施設となっている。

建築家と一緒に、細部にこだわり建築したもので、日本建築学会賞を昨年受賞したのと、グッドデザイン賞を受賞。そこからは建築家の方の視察も増えてきた。

○（C委員）私の母親も週に1回春日台センターセンターにデイサービスで通っています。

子どもが少ない中、春日台センターセンターには子どもがいっぱいいて、賑わっており、デイサービスを利用している高齢者と子どもたちの交流も図られている。

やはり町が一番誇れるのは「水」、「糸」、「愛」だと思う。こうしたキーワード自体は第3期でも引き継がれていくべきであろうかなと思う。

その中で、先ほどA委員がおっしゃっていた、国の登録文化財になっている平山橋や三

審 議 経 過

(6 / 9)

増合戦の跡地などの歴史的なことも絡めてPRできたらと思う。あと、農産物で誇れるのは中央養鶏の卵だと思う。中央養鶏には60万羽ぐらいの養鶏がおり、県内では一番大きな養鶏場。卵は町のPRから外すわけにはいかないかなと。この軸を中心に周遊ルートみたいなものを大型観光バスだけでなく、中津川沿いのキャンピングカーや家族連れの方が寄っていけるようなところを新たに周遊ルートとして提案することも、2期をベースとした上で3期を考えていく必要があるのかなと思う。

あとは、中津の資源として内陸工業団地があって、そこが昔、飛行場だったという歴史もあるので、例えば工業産品みたいなものをブランド認定するなど、何か生かせないかなと思う。

○（永田広報ディレクター）農協さんの中津支所で愛川ブランドのイベントをやることは可能か。

○（C委員）農協の経営合理化のために、高峰支所にあったいくつかの部署を、中津支所に集めているので、手狭かもしれないが今後、検討したい。

●（永田広報ディレクター）なぜこんなことを聞いたかという、私は年茶屋さんのパンが美味しくて大好きだが、金曜しか販売していないし、距離的にお店まで買いにいけないこともある。しかし、例えば農協さんで愛川ブランドフェアみたいなものを、常には難しいとは思いますが、秋の1週間だけ、あるいは週末だけ開催するとかできると、中津に住んでいる方も気軽に半原の年茶屋さんのパンが購入できるのですごい良いと思う。そうすることで町民の中で愛川ブランドの認知が高まると思う。

○（委員長）実施場所については、駐車場の一角にテントを立ててとか、棚の一部にするな

審 議 経 過

(7 / 9)

ど方法はいくらでもあるのかなと思うので、試験的にやってみるのもありだと思う。

○（C委員）ご意見のとおり、農協としても一緒にやらせていただければ、PR効果はあると思う。

●（永田広報ディレクター）今後、周遊などを仕掛けやすくなるのかなと思う。

○（委員長）お金かけずに、場所とらずに、人手をかけずに、というのはアイデアを出せばできそうな気がするし、失敗してもいいからやってみるというのもありかなと思う。

○（A委員）話を聞いていて、春日台センターセンターでもできるかなと少し思った。

●（永田広報ディレクター）実際、春日台センターセンターさんは観泉荘こまやさんとマルシェをやったり、そういう接点が増えてきているのが事実。これから皆さんの協力で展開が広がってほしいと思っている。

○（E委員）今、話を聞いていて、良い切り口が出てきたと思う。春日台センターセンターさんは、住みやすい町の核になっているのではないかなと思うので、そういう切り口として展開していく可能性はあるなと思った。あとは体験というお話がいくつかでてきているので、切り口としては、住みやすいとか、体験とか、歴史とか、こうした切り口でSNSを活用した発信をすればいいと思うし、ルートとはまた別の切り口でブランドをPRすることもできると思う。私は二宮町でもブランド認定をしていますが、高級品の認定が増えている。お菓子でも1個千円ぐらいのもの、町民からすると高額ですが、品に幅がでてきたなという感じ。

○（委員長）愛川ブランドの中にサービスとか体験とかをブランドとして認定するのもありなのかなと思う。観泉荘こまやさんでは宿泊もできるし、目の前にはマス釣り場もある。

審 議 経 過

(8 / 9)

自分で釣った魚を食べること自体、貴重な体験だと思う。また、愛川繊維会館での藍染体験もある。認定数は増加していく傾向なので、こうしたものをどういったグルーピングで認定するのかはこれからの検討課題だと思う。

C委員から「水」と「糸」と「愛」のキーワードは引き継ぐべきだと、すごく良い意見があった。以前、あんずのしっぽさんから愛川町は「水」がいいからここでお店を開いたというお話を聞いたことがある。また、「糸」がなければ半原という地域は栄えなかったというのはあるので、そこに愛川の「愛」を付け足すのは、すごく良いと思った。この3つのキーワードはぜひ、継続してもらいたい。

あとは、事務局からの推進事業の活動報告の中で、お話のあった愛川ブランド3人会については、今後の展開として、こまやさんを大矢孝酒造さんの日本酒のテイスティングルームとして使うようなイベントをすることで新たな層を呼び込めると思う。それが、この愛川ブランド3人会から始まったら良いなとも思った。

愛川ブランドには認定して間もないお店もあれば第1期からずっと認定しているお店もあるので、こうしたお店には、例えば「愛川プライド」のような新たな認定をするのも面白いと思う。

○（C委員）資料5でスケジュールの説明があり、認定申請の後に町民意見募集期間とありますが、申請があったブランド候補に対して町民意見を募集する認識か。

●（事務局）その認識で良い。町民が認められない商品は町のブランドとしてふさわしくないと考えている。町民意見募集の告知は町ホームページを想定している。

●（永田広報ディレクター）あとは町の優秀な産品を町民の方に広く周知する目的もある。

審 議 経 過

(9 / 9)

○（委員長）他にご意見等がありませんので、議題（２）については、この後、委員皆さんからのご意見を踏まえ、事務局で第３期愛川ブランドの募集方法を検討しますので、その承認については私に一任させていただいてもよろしいでしょうか。

○（全委員）異議なし。

○（委員長）（３）その他について、事務局から何かあれば。

●事務局のほうからは特にございません。委員の皆様から何かございますでしょうか。

○（委員長）委員から何かあれば。

○（委員長）本日、欠席の委員さんには今日の会議の内容を事務局からお伝えしていただきたい。

○（E委員）事務局にお願いですが、前回、愛川ブランドの募集を知らなかったという事業者がいたそうなので、できるだけ多くの方に伝わるよう事前告知をしてもらいたい。

●承知した。

5 閉会

会長（委員長）
署名欄

鷺尾 裕子

愛川ブランド認定審査委員会委員名簿

令和6年4月1日～令和9年3月31日

選出区分		所属	役職	氏名	備考	出欠
学識経験を有する者	観光アドバイザー1人	松蔭大学	客員教授	鷺尾 裕子	委員長	出席
その他町長が必要と認める者	フードコーディネーター1人	(株) コミュ・コンサルティング	代表取締役	伊藤 裕美子	副委員長	出席
公募による町民等		-	-	岡本 孝枝		欠席
		-	-	川田 秀子		欠席
関係団体等の代表者	商工業関係者2人	愛甲商工会青年部	部長	馬場 将和		出席
		愛甲商工会女性部	部長	佐藤 明美		出席
	農業関係者1人	県央愛川農業協同組合	理事	齋藤 千春		出席
	観光関係者1人	愛川町観光協会	副会長	小泉 稔雄		欠席
その他町長が必要と認める者	デザイン関係者1人	女子美術大学 芸術学部 デザイン・工芸学科 ヴィジュアルデザイン専攻	助手	百瀬 葵		出席