

政策提言書

1. はじめに

本市では、平成23年に市の知名度向上と産業振興、地域活性化のため、さかいでブランド認定制度を設立した。認定品第一号の「讃岐 白」は香川県産品コンクールにおいて、かがわ県産品振興協議会長賞（優秀賞）を受賞するという輝かしい成績を収めている。しかし、認定には一定の基準を設けているものの、認定品数が多くなりすぎていることから、本来の趣旨とは少し違った制度へと姿を変えつつあるように思われる。

制度開始から5年が経過するということもあり、次の段階へ進むべき時期を迎えているのではないか。さかいでブランドをより価値があり、市民が誇れるものとするべく要望するものである。

2. 経過

- H28. 6. 21 市民建設委員会としての意見交換会の相手先を商工会議所に決定した。
- 9. 21 数回にわたる正副委員長と商工会議所専務理事、事務局長との打ち合わせを踏まえた上で、意見交換会のテーマを「市街地の活性化」に決定した。
- 11. 14 意見交換会を商工会館にて開催した。
- 11. 21 意見交換会の議事録を精査し、提言を行うテーマを「さかいでブランド認定制度の見直しについて」と定めた。
- H29. 2. 3 正副委員長がさかいでブランド認定事業者連絡協議会会長にテーマについて事業者目線でのレクチャーを受けた。
- 2. 9 正副委員長がさかいでブランド認定事業者連絡協議会副会長にテーマについて事業者目線でのレクチャーを受けた。
- 2. 20 担当課よりテーマについてレクチャーを受け、政策提言書（素案）について協議し、意見集約を行った。
- 3. 15 政策提言書（素案）について再度協議し、意見集約を行った。

3. さかいでブランド認定制度の現状と課題

さかいでブランドの認定基準は、①市内の特産品、農産物等を原材料として使用し、製造される食品または加工品、②市内の事業所において製造される食品または加工品、③市内の事業所において製造される伝統的な製品、となっており、そのいずれかに該当すれば、さかいでブランドに認定するとされている。このため、認定商品は1月末時点で59品にも上っており、以下のような点が懸念される。

(1) ブランドの形骸化

自薦方式を採用していることにより、認定品数が多く品目も多岐にわたるため、ブランドとしての希少価値が下がっている。また、市外のみならず市内でも認知度が低いことから、本市の知名度向上に資しているとは言い難いと思われる。

(2) 認定事業者のメリット

品目の多さゆえに統一的な事業展開ができておらず、販路の拡大や売上げの増加に繋がりにくいと考えられ、さかいでブランドとして認定を受けることのメリットが小さいと思われる。

(3) 安全性の確保

認定事業者同士が互いの品物を詰め合わせたセット商品を販売しようとする際、品質面及び安全面において、事故等が発生した場合の責任の所在が規定されていないため、なかなか販売に踏み出せない状況にある。

(4) 他市の状況

岡山県倉敷市でも2006年に産物を全国にPRする目的で「倉敷ブランド」を立ち上げた。倉敷らしさを有したものとあった認定基準があったものの、本市と同じく自薦方式だったため、本当に倉敷らしい品物が入ってこないことや品目が多岐にわたるため、統一の事業展開が困難であるといった問題が発生し、2011年末に廃止となった。本市も同様な問題に直面しているのではないかとと思われる。

4. 政策提言

(1) 認定基準の見直し

さかいでブランドはまだまだ知名度が低いものの、認定品数は増え続けており、今後ますます形骸化していく恐れがある。地域ブランドとしての価値を回復し、本市が誇れる商品として全国に発信するため、質を向上させ、まずは市民に認知してもらうことが重要である。さかいでブランドがより市民に寄り添ったものとなるよう、認定基準を見直すべきである。

(2) 広報活動の実施

市主催の行事では、認定商品を積極的に使用することにより、市民向けのPR活動を徹底する。また、特産品相互取扱協定都市や都市部での出張販売を活発に行うことで、全国向けのPR活動を実施すると同時に販路の拡大に努め、さかいでブランドとして認定されることの事業者に対するメリットを生み出すべきである。

(3) 安全性の確保

安全面の規定を設けることで、認定事業者が安心して商品を供給できる体制を構築すべきである。