

令和5年度旭川未来会議2030 ものづくり分野 第2回分野別会議 会議録

- 1 開催日時 令和5年8月8日（火） 午後6時から午後8時まで
- 2 開催場所 デザインギャラリー（旭川市宮下通11丁目）
- 3 出席者（参加者） ※敬称略，五十音順
大柳 誠，岡崎 茜，蔵重 幸代，小沼 隆礼，佐藤 公哉，張江 幸智，藤原 周亮，
星野 智哉，松島 育子
- 4 出席者（市側）
（運営事務局）
産業振興課 住吉課長，後藤主幹，茂木課長補佐，村田
（統括事務局）
広報広聴課 乙坂広聴係主査
- 5 会議の公開・非公開 公開
- 6 傍聴者 なし
- 7 意見交換
議題「『愛される食』について」
（進行役）
 - ・ ふせん共有アプリMiroについて
 - ・ 第1回の振り返り
前回の会議をもとにMiroに出してもらったアイデアを発表
（進行役）
 - ・ みんなが笑顔になる仕組み
 - ・ 補助金がなくても成立する仕組み
 - ・ スポンサーの獲得につながる仕組み など
（参加者）
 - ・ 旭川の全員が，何を愛していきたいのか，愛される食とはなんなのか，大規模なアンケート
をとり，その場所を巡るツアーなど面白い。
 - ・ 愛される食の定義

(事務局)

- ・ 既存の食をもっとみんなに愛されるように、これから明確にしていく。

(進行役)

- ・ 愛され度を数値化するとわかりやすい。巨大なリサーチをかけるのは面白い。意外な「愛され食」が見つかるかもしれない。

(参加者)

- ・ 旭川の居酒屋でしめのデザートに、旭川で推しているもの、季節的なものを出すと面白いという話をした。
- ・ 1軒じゃ広がらないので、旭川の居酒屋を巻き込むことができれば、旭川の食文化として広がっていく。

(参加者)

- ・ 地元の良いものを生かした食材の提供、そこからお土産の売上げ増につながるかもしれない。

(参加者)

- ・ 旭川の強みってなんだろうと考えたときに動物園が浮かんた。
- ・ 鹿のゾーンに「鹿肉食べてみませんか」と紹介があった。
- ・ 道の駅で「命の大切さ」を伝えていく。

(進行役)

- ・ 食べ物にストーリーがあるとおいしさをもっと感じるし、楽しい買物ができる。
- ・ ストーリーは、街の人からじゃないと情報が得られない。通常、街の人に話を聞いて観光でできることは少ない。インバウンド向けのツール（AIで英語・中国語・韓国語に変換）など。

(参加者)

- ・ あるまちの道の駅で、ゆでたまごを無料提供するサービスがあった。
- ・ その土地でとれる食べ物を「ご自由にどうぞ」と提供する。
- ・ 振興局は各町の、市役所は市の特産物など、できることから始めてみる。

(参加者)

- ・ 特徴のあることを、小さくても一つでも始めていくのは大事。
- ・ 地元のものを積極的に使う、売るということを意識するだけでまちは変わっていくかもしれない。

(参加者)

- ・ 東京など大都市の人が、北海道の食材を見に旭川のスーパーに来ると安いと驚かれる。
- ・ 産業をどう育てたらいいか。高く売れるならほかの地域で売った方がいいと正直考えてしまう。
- ・ インバウンドに目を向けた商品を作っていかななくてはならない。

(参加者)

- ・ 生産者が減ると、産地としてモノがなくなってしまう。

- ・ 電気の値段は高騰しても、野菜の値段は上がらない。

(進行役)

- ・ 市民は、旭川のスーパーが安く売られていることに気づいていない。

(参加者)

- ・ 生産者は、値段が上がらずにやめてしまう人もいる。物価高騰で消費者の生活苦はニュースになるが、作り手の苦勞が取り上げられることは少ない。

(参加者)

- ・ 不作で野菜が高い時期に値段を上げると「農家は儲かっている」と、消費者とのイメージのギャップがある。

(参加者)

- ・ 旭川野菜の特徴「少量多品目」＝強みがないという見方があるかもしれないが、多様性・バリエーションがある。

(参加者)

- ・ 買物公園が買物できない場所になってしまったと感じる。
- ・ 例えば、「買物公園 ～食のストリート」という名前になり、日常的に食のストリートとして認識されるようになれば、観光客の増につながる。
- ・ ローカルをグローバルに＝グローバル
- ・ 「未来会議2030」という言葉から、未来に受け取る側の世代について考えた。
- ・ 受け取る側（Z世代、α世代、SNSネイティブの世代）に食の伝承を訴えるときの「伝え方」が重要。
- ・ 共感することで拡散し、購入意欲につながる。バトンを受ける世代のことを考える必要がある。

(進行役)

- ・ 食べマルシェが毎月、毎週あれば人が集まるかもしれない。
- ・ 月ごと、週ごとに全国各地のモノが食べられる。「ここに来れば北海道のモノが全部食べられる」という場所にする

旭川の食材の付加価値を高めるためのアイデア

(進行役)

- ・ スーパーの仕入れ価格が安いという意見があった。
- ・ 将来的に付加価値を高める。
- ・ 旭川の良いところも悪いところも伝えていく。

(参加者)

- ・ 高校生の写真部が作物を生産している写真をとって発信する。

(進行役)

- ・ 地元の高校生，大学生を巻き込むのは大事。
- ・ うまくつながって，「旭川でこんなことができる」というイベントを紹介する。
- ・ 若い世代にどう伝えるか，「一緒にやる」環境づくりが大事。

(参加者)

- ・ ファーマーズマーケットで，モノが売れる仕掛けづくり，例えば「炊き立てのお米，お米に合う地元食材のコラボレーション」など。
- ・ 食べてもらうための売り方を考える，新しい観光のカタチにもなり得る。

(参加者)

- ・ 海外では，３００円くらいでご飯が食べられる。家でご飯を作る習慣がないところも。

(参加者)

- ・ 旭川のスーパーと高級スーパーの金額の違いをPOPで記載すると違いが認識できる。

(進行役)

- ・ 富裕層にターゲットを絞って，高級イベントなど面白い。例えば旭川のモノだけ集めた高級なお弁当の販売。高くても買う人はいる。

(進行役)

- ・ 次回までの宿題「旭川産の食材に付加価値をつけるためのアイディア」

(事務局)

- ・ 次回以降のスケジュールについて