

「豊かな地元産物を買いたい人を掘り起こす」地産地消 WIN WIN 事業の構想	
産業経済分科会（3－2班） 江口、大坪、小原、永吉、橋渡	
○メンバーは、地域生活者としての女性の声が生かされていないと感じることが多く、「女性の声を生かした街づくり」というテーマで情報を集め議論してきた。その中でも、消費者として地元の豊かな食材をもっと日常的に利用したいというニーズと、産物を提供する側とを結ぶ仕組みを、さらに深めて広げる必要があることに着目した。私たちは、地元の豊かな食材が地元で日常的に流通することは、食文化の豊かさに関わり、生活文化の質の向上につながるかと考えている。広大な本市にて、情報のやり取りをするには、物理的な距離に関係なく情報交換ができるインターネットによる仕組みを利用しようと思った。そうすることにより、旬の地元産物を手軽に入手できるようになり、消費者・生産者双方に益（WIN WIN）をもたらすのではないかと考えたこの事業を考案した。また、私たちが考えるしくみの中で、生産者の女性との連携を図り、生産者と消費者の双方の立場をより体现できる生産者の女性の地域農業への方針決定の場への参画をさらに進める機会としたい。	
現状として把握されたこと	①街づくりに関わる政策・方針決定の場に女性の参画が少ない ②政策決定などの場に女性の意見が少ないから、生活者のニーズが地域経済に十分に反映されていない。 ③本市の豊かな農水産物についての四季折々の細かい情報を得る手立てが分からない(いつ、どこで買えるか、何が旬なのか、誰に聞けばよいか) ④安心して買えるような生産者の顔が見える地元産物についての情報があまりない
私たちが行う地産地消の仕組みづくりとは	
Ⅰ 地産地消情報交換ウェブサイトを作る……ホームページ(HP)	
情報交換ウェブサイト(HP)には、次のような書き込みが可能である。	
＜生産者側＞ ア)旬の生産物名 イ)商品説明(特徴、生産期間、安全性など) ウ)生産者情報(氏名、顔写真、連絡先など) エ)商品の写真、生産過程の写真 オ)購入可能な場所 カ)販売価格(帯) キ)販売可能期間 ク)在庫表示 ケ)地方発送の有無 コ)「生産者の女性」に関する情報 など	
＜消費者側＞ サ)生産物を消費した感想など シ)希望、意見 など	
なお、産物としては、農水産物、その加工品など、本市で製造・生産される物のことである	
例：農水産物(野菜・果物、鮮魚、精肉、生卵、調味料、穀物など) 加工品(花苗、生花、盆栽、紙など)	
Ⅱ SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)などによる定期的な情報の発信・意見収集	
①HPを作るだけでは情報や利用は広がっていかないので、フェイスブック(FB)などのSNSを使い、定期的な情報の発信、拡散を考える。また、コメント<意見データ>の収集整理。	
例：料理レシピ、美容・医療情報、イベント情報、店舗情報、生産コース、物産マップ、モニター報告、Q&A、使用方法、生産者の女性の生産情報、その他	
②さらに、情報の拡散・利用を増やすための工夫	
現存するネットショッピングでは、コメントを上げると送料割引になったり、お店でアプリの画面を見せると割引されたりするのを参考に、さらなる工夫を考える。	
Ⅲ リアルな人とのつながりイベント、生産者と消費者の集い	
①必要に応じて人気商品の交流市場を実施する。売り買いだけでなく、交流できる場も設ける。	
②ネット以外での情報発信、講習会、講演会等のイベント、その他。	
③地産地消メニューの料理・商品を出す協力店舗を募集する。	
Ⅳ インターネット使用のための講習会の開催	
・インターネットを使いたいけれど使い方が分からない、スマートフォンを持ちたいと思っていてもあきらめている人に、講師を派遣し使い方を教える。自治会単位の少人数制、この事業の参加を促す。講習料は運営費に充てる。	

この構想の付加価値	この構想によって利害が及ぶ人々
・食文化の豊かさにつながり、生活文化の質の向上に寄与する ・生産者と消費者の交流促進により消費者のニーズが分かり、個々の生産者の経営に役立つ ・地域農業の振興の方策として定着することにより地域活性化につながる ・近場で物流が可能になると環境に良い ・販売ルートに乗らない産物の有効活用が図られる ・インターネットの利用活用による買い物弱者への貢献(通販他) ・女性の声が集められ、女性の社会参画のきっかけになる ・生産者の女性の収入増につながり、地域農業の方針決定の場への参画がより促進される ・市民が地元へ愛着を持つようになる ・住民間の交流の機会が増える ・インターネットの利用普及につながる	・消費者 ・生産者 ・インターネットを利用する人 ・インターネットを利用しない人 ・特に地産地消にこだわる人 ・生産者の女性 ・地元産物の小売店、食堂

長期的(3～5年程度)経営計画		中期計画(1～2年程度)経営計画		短期的(数か月)経営計画	
・他の関連団体とのコラボ事業 ・安定したリピーター、ファン層の獲得 ・安定した事業、安定した経営基盤の獲得 ・必要に応じて事業見直し(年数回) ・リアルな人とのつながりイベント、生産者と消費者の集いの定期的開催の定着 ・地産地消メニューが多く集まったらフェア開催 ・ネット講習会の定期的開催の定着		・サイトアクセスカウント数 100件/日 ・発信情報の充実を図る ・リアルな人とのつながりイベント、生産者と消費者の集い ・期待することー口コミで広がりは始める ・2～3か月間隔の事業見直し ・定期的に地産地消メニュー店の指名、情報発信 ・ネット講習会の開催		・情報収集 ・説明会(生産者向け) ・サイト立ち上げ、発信 ・最初の協力生産者50人 ・買いたい人の掘り起こしの為に 薩摩川内市(広報誌・HP)、地区コミ、PTA、FM、観光協会、商工会、(HP、FB)等で宣伝 ・1～2か月間隔で事業見直し ・ネット講習会の開催 ・地産地消メニュー店の募集	
実現のための制約要因		実現のための制約要因			
・事業継続に係る経営資源の確保 ・地区コミとの連携 ・情報の質の管理 ・SNSをしない人への働きかけ ・サイトの管理に係る人的資源・財務的資源の確保		・SNSを利用しない人への働きかけ ・サイト管理に係る人的資源・財務的資源の確保 ・情報の整理、管理、事業の周知に係る人的資源の確保			
獲得すべき経営資源					
人的資源	パソコン講師・カメラ講師、生産者の女性等協力生産者、女性50人委員会メンバー				
物的資源	パソコン、スマートフォン、売り場、				
財務的資源	薩摩川内市市民活動支援補助金、インターネット講習会の受講料				
情報的資源	薩摩川内市、観光協会、商工会、各地区コミ、農協、FM薩摩川内、南日本新聞、各スーパー、物産館、ネット、生活研究グループ、JA女性部等生産者団体				
そのために必要なネットワーク化					
自らの組織・グループの補強	生産者を集め事業の説明会を行い、協力生産者を募る ホームページの作り方、ネットの使い方の習得、Facebookを使う協力者を増やす スタッフ、地産地消がしたい人、新旧女性50人会のメンバー 生産物情報、消費者の意見情報、SNS各コーナーの分担を決め、消費者が欲しがる魅力的な情報を集める				
他の組織やグループとの関係	上記情報的資源の方々に事業の説明会を行い、情報提供をお願いする 女子大生に協力してもらい、ニーズの聞き取り、SNSによる情報拡散をお願いする ネットでの情報発信の成功者の方にアドバイザーについていただく				
特定の個人(特に専門能力を有する人)					
対行政	薩摩川内市(コミュニティ課、広報室、農林水産部等)				