

令和6年度「第1回宮古島市地産地消推進協議会」

議事要旨

日時：令和6年9月4日(水)13:00～14:40

場所：市役所2階大ホール

出席：出席者名簿のとおり

協議事項

(1) 保管に向けた調査の実施について

- 説明・共有
 - 旬の食材を夏場の需要が大きくなる時期に使うためには、冷凍保管が必要。冷凍保管するためには、加工も含めて検討することが必要。
 - 飲食店やホテルをメインのターゲットとして、実現するための議論していく。
 - 1. 農水産物の生産量確保は可能か、2. 飲食店・ホテルなどで保管した量の消費（購入）は可能か、3. 飲食店・ホテルなどが使用できる形状での保管は可能か（＝誰か加工可能か）、4. 事業収支が合うか、5. 各プレイヤーの確保は可能かといったことを確認・検証する必要がある。
 - この会議終了後から、皆さんや関係の事業者にはヒアリングを実施する予定。
- 意見交換
 - 飲食やホテルをターゲットにするのであれば、付加価値がつけられる品目がよいのではないか。
 - 加工品という場合の加工の程度については、一次加工に準ずるものを想定。
 - 生産・加工・飲食それぞれのニーズを出し合って共有することが重要。
 - ある程度ボリュームのある品目を選定し、成立する最小限の規模でスタートしてから徐々に使いたい人が増え、加工する人や生産量が増えていくという形でステップを考えた方がよいのではないか。
 - 店舗によって例えばゴーヤスライスの厚さが違う。ある程度決めて進めていった方がよい。
 - 例えばゴーヤの場合、夏場も作ることができる。そういうものを冷凍

にするべきなのか。青果の方が効率的に提供できる。カット・ストックして使われなかった場合のリスクもあり、ハードルが高いのでは。

◇ 絶対量でいえば、夏に生産できる量は少ない。台風等のリスクもあるので、どれだけの生産者が作るか。

◇ 夏場のハイシーズンに、市内産の冷凍ものと県外産のフレッシュのどちらを選ぶかには注意が必要。

◇ 価格がどうなるかが重要。また、カットの厚さ以外にも 1 ロットの容量などのニーズも分かると良い。

➤ 冷凍ものは良くないという先入観があるため、実際に飲食店に使ってもらって、試してみるのもよいのではないか。凍ったまま調理する必要があるので、ぽろぽろの状態で作凍し、必要量を調理できると使いやすい（大きい塊だと解凍が必要になり、よくない）。加工の仕方やグラム数を決めていけばよい。

➤ 飲食店と学校給食では、加工方法が異なると思う。

➤ 解凍すると食味が損なわれるため、流通のコールドチェーンがしっかりしていないと美味しい状態で食べられないのではないか。

➤ 実施に加工する場合、誰が実施するか。経営を考えると新しい組織を作るのはハードルが高い。現在でも技術を持っている事業者をサポートしながらやっていくのが現実的。

◇ 現在の事業を拡大してもらう方法と、運営委託といった方法もある。

● 今後の進め方

➤ 協議会の会員や関係の事業者ヒアリングをして情報を収集し、品目を絞っていく。

(2) 「さんごの島のやさしい」の活用について

● 説明・共有

➤ 特定の農水産物にネーミングをつけブランド化する場合の方法としては、1. 自主的なブランディング（民間主体）、2. 公的認定ブランディング（行政主体）、3. 認証制度によるブランド化の3通りの道筋がある。

➤ これをどこから入っていくか、そのために何が必要になるかを明らかにしていくことが必要。

● 意見交換

➤ この協議会でやっていく場合には、市の認定ということになるのか。

- ◇ この協議会はあくまでも任意の会員組織であるため、1. になるのではないか。
 - ◇ この協議会組織をもう少し事業主体になるような団体組織にして、業務として担っていくという可能性もなくはないだろうが、現時点では、独自に発信していく形が想定されるのでは。
- 市が別途実施しているブランド化事業との違いは。
 - ◇ 現在市が実施している「しまさんにしましよう」の事業は、市民運動を広めていこうという動きで、何かを認定・認証することは現時点では出ていない。
- 誰がどういった使い方をするのか。
 - ◇ 直売所で売られているものは、ほぼ地元産なので、全部の商品に貼られた場合、違いがなくなってしまう。量販店であれば価値が出るか。
 - ◇ 主に使用するのは飲食店になるのではないか。
- 使用する際に基準を設けるのかどうか。データを公表して、自由にダウンロードして使ってくださいという形であれば早い。どこまでやるかの協議が必要。
 - ◇ 無農薬とか有機などの基準があって、3段階ぐらいの認証をすれば、直売所での販売でもシールが変わっていく。
 - ◇ 個々の生産者がシールを貼るというよりは、直売所などがお店として、のぼりやポスターを掲げて、うちの野菜は「さんごの島のやさい」だから美味しいよと販売戦略として使うのであれば、イメージできる。
 - ◇ その方が生産者サイドとしては分かりやすい。
 - ◇ ただし、その場合に効果が出るのかが分かりにくい。
- 一般市民に対しては、お店としてのぼりやポスターを掲げる形でも、「そんなにいいのだ」と納得して積極的に買ってもらうという意識付けの効果はあるのでは。
- 1. の場合のデメリットはあるか。
 - ◇ デメリットは特にないが、効果が分かりづらい。
- 今後の進め方
 - 次回までに基準の有無やパターン、使う人などを一覧で整理して、方向性を決めていきたい。

以上