

20171213-14 第15回リーグ会議

[資料](#)・[動画（1日目）](#)・[動画（2日目）](#)

1日目 league有楽町

2018年度予算・方針・体制説明

（江守）

来期に向けてリーグ（連盟組織）を維持し続けるための体制作りが必要な状況。成長のための施策は残しつつ、事務局でかかる経費をできるだけおさえた結果かかる運営費は2300万円程。（銀座事務所の退去、運営体制の変更などによる経費削減は実行済み）その他事業による収入（外部企業との連携や講演料など）を増やしていく。

2018年度に向けた、今期内アクションは主に下記2つ ※資料参照

- ①新規加盟団体を増やす施策の開発
- ②マーケティング・ブランディング→ファンドレイズ

食べる通信オフィシャルショップについて

（江守）

日銭を稼ぐためではなく、読者獲得のための中間施策としてショップを開設したい。全国の通信を閲覧可能したり、申込みや特集食材を購入できる。各編集部に棚を貸出し、在庫管理や運営はリーグで行う。オープン予定は1月中目処。場所は「やまぐち」の和田さんのセレクトショップ内@神楽坂
※詳細は資料参照

外部企業との事業連携報告

（無印良品）

無印良品と食べる通信の連携は全国に展開中。有楽町店ではみなさまにご登壇いただいている。大阪のグランフロントでも企画が11月から始まっている。博多キャナルシティにある店舗では2月に2週間スペースを借りて九州・沖縄の企画を進めている。3月以降のイベントの登壇者、マルシェ出展社募集中！

（兵庫光岡さん）出店できるよ、という話は全体に共有されているか？

先月登壇させていただいて、無印の集客力（40名）に驚いた。購読にもつながり新しい方にも出会えたので良い機会だった。交通費やワークショップの費用も出て有難いお話。

→有楽町については全国から募りたいので、FBでアナウンスしている。（3月以降については改めて投稿します）。

有楽町の担当者は、全国の食べる通信にどんどん詳しくなっていて頼りになる。

新展開 大阪某所にMUJI店舗（世界最大面積）が開店。初の「食」をテーマとした店舗とコラボ企画が進行中。

（ウィラー）

ビアツーリズムについて、「高千穂郷」と協力して企画立案。

高千穂にある夜神楽を見て、夜通しビールを飲んで解散という企画だったが、今回はサイトの集客力がなくて開催にいたらなかった。先方の集客力のなさについては、キリンが介入して体制テコ入れ中。

新しい取組みをやる時は未知の部分も多いが、そんな中協力して下さった高千穂佐藤さんありがとうございました。引き続きよろしくお願ひいたします。

台湾食通信・現地報告

台湾のケンとオンライン

『東台湾食通信』のケン、台湾人です。よろしくお願ひします。

台湾の食べる通信の概要を説明してあげます

いま2種類の表紙を作りました。好きな表紙を選び中。

台湾の中部にある雲林食通信、中台湾食通信、旅人食通信 全部で4つある。

それぞれ発刊中。

博之さんの本をみんな読んで感動して、食べる通信を始めた。

今年も台湾の人たちに知らせるために、日本の食べる通信を宣伝するために東北食べる通信を翻訳して、台湾の活動やイベントで配布した。

日本の食べる通信の方がいらっしゃってお世話になった。経験をたくさん得られた。

東台湾食通信の編集長ライラ紹介。

1月の創刊に向けて準備中。今週は地獄の忙しさ。最初は鶏を特集。他は野菜が多いと思うけど。3年以上飼ってる鶏。一番いいおしりの部分をみせたいと思って表紙にとった。

「東台湾」はカバー範囲が広く、他の創刊希望者からなんでそのエリアやるんだというツッコミが入ることもあったが、編集などやりたい人が100人以上応募してきて、面接だけでも大変らしい。

訪台レポート

（こうふく椎根さん）

台湾のムーブメントのすごさを実感した。

雲林食通信の創刊にあたっての準備にジョインして、農家を回ったりした。

東北食べる通信を神としていて、ビジュアルも真似している。

ターポリンの絵にワイヤーで実をくくりつけていた。とてもインスタ映えするので、イベントに使える。

実務の質問もすごく多かった。

台湾は外食が多い→キッチンがない人もいる。こういう文化に食べる通信は根付くのか？
収支や継続ポイントは？ 購読申し込み導線など、基本的な質疑も多かった。

台北にある一號糧倉 倉庫リノベしたセレクトショップ。 米1kg2800円、塩こうじ1ビン
600円くらい
食の安全に対する人々の危機感が高い。

養豚から加工・販売まで行う食肉加工場（良作工場）では、ガラス張りで製造工程がすべて
見える。丹青社や野村工芸がやってんだらうなというデザイン。

雲林食べる通信で1號目で特集するダイダイ農家。耕作放棄地を自然農法で復活させてい
る。日本では想像もつかない甘さのダイダイで感動した。
ダイダイが白くなってるのは牡蠣の殻を細かくして噴霧している。
一方、安全性の証明の仕方は消費者にわかってもらえない。行政が数値を出してもわからな
いものがある。顔を見せながら安心を理解してもらうことの大事さを意識していた。

油茶農家。災害があった地域。まだ風評被害が残っている。
数年前に油の食品偽装があったため、製造している年間1万本は全部予約で埋まっている。

コーヒー。高地で育てるほど、美味しいらしいと聞いて、お茶から転職。ゲイシャという高
級品種を育てている。

雲林のエビ洋食 昔はうなぎをやっていた。薬品漬けのうなぎが日本への輸出制限がかかっ
て斜陽になった。うなぎの養殖設備をいかして、エビ養殖をしている。

編集長がお互いを知り、チームワークが高まった。
海をへだてて、仲間ができたことがよかった。

（梶谷さん）

台湾の人たちと話をしていると、食べる通信の本質的なところに共感している。あらためて
創刊時の気持ちを思い出した。太田さんやしいねさんの話を聞いたこともよかった。台湾の
各通信は、現状は行政から助成金をもらっている状況。来年以降はわからないからこそ、話
が聞きたかったんだらうなと思った。今後も関係を継続して力になれば。

その他海外報告（中国、アメリカ、台湾での商標登録）

博之さん 北京にいて、無印で講演をしてきた。
アメリカのジャパンソサエティに招聘されて行ってきた。来年はアメリカから5団体を受け
入れる予定。
南部の街を回ってきたが、白人の貧困率が高い。地域がネグレクトされている。地域なんて
ない、町のことしか語らない。

■台湾国内での「食通信」商標登録を完了しました。動きを早めるため、オープンソースで
展開中。商標利用の可否によって、プレーヤーの動きを制限できる体制をとっている。

アジア展開報告——商標取得・台湾団体との契約実施

台湾連携は月足さんが窓口になってくれている。
海外視察受け入れページも作りました。

リーグ賛助会員制度の説明 by江守

※詳細は資料を参照

仲間作りと他団体連携を推進する。

それによりリーグの資金調達だけでなく、各通信のビジネス機会を増やすのが目的。
新たに何かを会員のために提供するわけではない。これまでリーグ事務局が無償で提供していたものをお金にかえるのが基本的な考え方。

FAQ

Q コンテンツが勝手に使われることある？

A ありません

Q 企業や団体から直接オファーがきた時

A これまでどおり直接受けていただいても全く問題ありません。

ビジョンに賛同してもらえそうな場合、会員制度の案内してほしい。リーグにお金が落ち、安定運営のため重要

Q 利益按分

A リーグは人の紹介や「面」的な企画提案がメイン。

具体的な企画が進行した際のギャラは基本各通信におちる

MOAという自然農を広める団体のモデルを参考にしている

Q 賛助会員 3000円 の根拠は？

A 消費者感覚

(しいねさん)

特別会員に想定される企業は？→無印やJR。博之さん江守さんの講演にしても研修にすればもっとその他収益が肉厚になる。みんな欲しがっている情報なんだから3桁でもよい。

賛助会員の位置づけ→読者は複数購読している。+@はいらないんじゃないか。

→読者にアナウンスして、各通信への入会を阻害するようなことは本意ではないが、見せ方の問題。

(まつのりさん)

賛助会員の特典は東京にいる人しか受け取れない。地方にいる人でも得られる特典（たとえばもう少し価格をあげて、どこかの食べる通信が届くとか）はどうか。

→確かに、①のpdf配信以外は能動的に動かないといけませんが、事務局のリソースを極力へらすことを目的としている。地方にいる人たち向けのアイデアももらえたら嬉しい。

車座①冊子のみ販売の是非

・冊子のみ販売

(東北 阿部) 東北の実情

生産者さんには安く200円程度で販売し、中洞牧場は「最高のPRツールだ」と2500部程度買い取って頂けた。生産者に積極的に使ってほしい。

(全体) イベントでの冊子販売はしているか?→10通信くらいがいまやっている。

(大槌 吉野) いまダメだよと言われたら困る。売ることのメリットデメリットあると思うが、リスク踏まえて編集部ごとの判断かなと思う。

(奈良 福吉) イベントや、奈良・東京のアンテナショップで販売をしている。月に5、6冊売れている。1冊500円。生産者に対しては、30冊までは無償提供。それ以上は、有償提供の契約をかわしている。

バックナンバーは、WEBでみれるようにする計画。ページ抜粋で。どのように拡散するかをしりたい。それを経由に生産者に生産物がうれるのか?などみたい。

(京都) イベントなどで、600円税込みで販売している。市場調査的に売っていきたい。どの号がうれるのか?など

(沖縄) 東京でのイベントで販売。1部500円。池袋のタイムスにて、閲覧用においている。

(稲花) 新潟のときメッセで1冊500円でおいている。年間で数冊しか売れないが、過去の号をみてもらえればということで、おいている。生産者や行政からPR用にもとめらることもあり、販売はしている。

(加賀能登) バックナンバーは、基本的に生産者か、生産者に紹介されたレストランなどだけに提供。原価に近い値段。

(山形) イベントにて販売。地元のカフェ軒で販売。地元の方は、食材はいらないけど冊子は読みたい、という人がおおい。月に3冊くらいカフェで売れる。イベントは500円か700円をつかいわけ。カフェでは700円。

(東北 山下) 情報誌制作にあたって、冊子があると食材がより楽しめる設計を工夫している。(掛け算になることを意識している。)なので、冊子のみを販売しても、定期購読の価値を毀損することにはならないとおもう。現在は500円で販売。

(やまぐち) 一冊700円で販売。ショップなどにおいたら盗まれたりしたので、大きくはやっていない。700円だと、よっぽどコアなひとでないと買ってくれない。上手な売り方が必要と思っている。

(ポタジェ) 生産者に希望された場合は、1冊500円くらいで販売。これまで100冊くらい販売。それとは別に、サポーター制度にて、企業に5万円で50冊を販売している。若い男性など、冊子だけ欲しいというニーズがあることを感じている。

(福岡) 定期購読者が、冊子だけ欲しいと言われる可能性ない？

(東北 山下) 食べものつき情報誌としての価値の勝負だと思っている。調理する時間がないという定期購読解約理由がおおいので、冊子だけでも買ってもらおう選択肢をもちたい。ただし現在は、イベントのみ販売が基本で、定期購読者や解約希望者への案内はしていない。

(さいき・あまべ) 関係者へ売りたいと思っているが、価格の値付けが悩ましい。

(江守) 冊子のみ販売については、各編集部それぞれ判断でいいですか？

(ひろしま) オフライン販売は各編集部判断でいいとおもうが、オンライン販売はリーグとしてルール化したほうがよいと思う。オンライン販売は定期購読の毀損やコミッションの低下につながる危惧がある。

(かごんま) 冊子のみ販売は、食べる通信のアイデンティティがなくなるのでは？オンラインでの冊子のみ販売には反対。

(東北 高橋) 冊子+食べものが食べる通信なので、冊子のみ販売はやらない方針をとっていた。生産者向け販売や、イベントではOKと思うが、一般向け販売は懸念があることはよくわかる。

(ふくしま) 一般向けに販売はせず、こっそり、ということいいんじゃない？

(稲花) バックナンバーなど、過去の冊子が日の目をみない可能性もあり、オンライン販売の可能性をとじたくはない。

最新号はない

バックナンバー

オフライン>販売で合意

オンライン>定期購読者に対してはOK。建てつけを崩さない範囲で各通信の判断。

(東北 阿部)

結論：『オンラインで、ひろく一般に、冊子のみを販売してることがわかるような表示はNG』

というルールでどうですか？

それ以外の販売（イベントや、生産者向け販売、裏メニュー）方法は、各編集部の販売戦略においてきめる、でよいというルールでどうですか？ 文言は、のちほどリーグFBグループに掲示して確認とります。

（一同）

いいとおもいます。

車座② 通信名と発行頻度のルール

（江守）現在、隔月発行かつ県単位の通信にて、発行頻度へらしたいという連絡は個別に受けている。コミッションの減少や、エリアフランチャイズなど、いろいろ難しいはなし。ここですべての結論を出すつもりはないが、まずはみなさんの意見を聞きたい。

（やまぐち）諸々の運営状況を考え、発行頻度は減らした。それにとまなう名称変更等は議論をふまえて考えるつもりではある。

（山形）発行頻度は減らしたい。食べる通信発行以外の、卸的な仕事もやりながら独立経営を維持できているが、スタッフが自分ひとりという現状のなかで、隔月発行は厳しい。というのも、コミュニティの活性化への余裕が全然ない。発行頻度をへらすことで、丁寧な読者フォローから追加販売など売上増につながる可能性を感じている。とはいえ現在のルールでは、「山形食べる通信」名称をうしなうことは危惧。現在の名称のまま発行頻度変更ができれば。

（大槌）

隔月の人にお聞きしたい。季刊を検討したい通信は？→7、8割拳手

やってる人たちが苦しくなるのは本末転倒。季刊だからエリア小さくしたという人もいるかもしれないが、みんながやりやすい落とし所を検討してほしい。

（稲花）今後創刊者が増えるなかで、新規創刊者に負担が増えないルールにできれば。

（ポタジェ）

プレゼンしたその日に埼玉食べる通信という名前が使えないと言われて驚いた。いまもうこの名前が通っているので、頻度にかかわらず、名前を変えるのは得策ではないと思っている。

（極）

今回、島根食べる通信で発行したかった。しまね「を」とつけることを提案したが却下された。ものすごく田舎で、「島根」とつくかどうかはすごく違う。県名以上の名前を使いたいのはどこも同じ。みなさんが運営しやすい形が良いと思う。

（おきなわ）

最初は季刊でやりたかったが県名を使うため、隔月で始めた。マーケティング上ネーミングは大事。当初発行しない月にイベントをやりたかったができていない。もし季刊にできるなら、そういうことに力を入れていきたい。

(兵庫)

隔月の発行を続けている。季刊にできるなら、読者交流、資金面で楽ができる。いま出資は5社。資本金100万から1000万に増えたが、継続性を考えると大変。みんな二足のわらじでやっている。今後、スポンサーやある程度の規模以上の企業しか発行できないとなると、当初から個人でもやってきた人たちのいるリーグの毛色が変わりそう。とはいえリーグのコミッションも大事だと思っていて、結論は持ってない。

(江守)

結論：各通信の存続を重視したいと思っている一方、この問題は、リーグ事業計画の根本にもかかわり、実は大きな問題。冒頭はなしたとおり、今回で結論はだせないが、次回3月のリーグ会議にむけて継続検討していきたいと考えている。この後の時間で、それぞれのご意見をおきかせください。

関西編集長によるエキスポ進捗報告

(奈良 福吉さん)

ポンさんの発案で関西編集長が集まって複数候補地を選定。

お祭りとしてのEXPOではなく、しっかり収益をあげられ、参加編集部にとってメリットのあるイベントにしたい！！

<目的>

食べる通信エキスポの目的とゴール

新規会員獲得

既存読者とのコミュニケーション

全国食べる通信編集メンバーの交流

リーグ全体のスポンサー&協力企業の発掘

事前に企業に見学もしくは当日のブース出店をアプローチ

<ゴール>

来場者**人

新規読者**人

事業収益***円

スポンサー&協力企業との提携(面談設定)

今日決めること

① 実施会場

・グランフロント、枚方Tサイト案を検討したが、枚方を提案したい。枚方は非常に協力的。東京や大阪は宿泊費が高い。枚方は会場横にホテルがあり1泊4500円。関空からのアクセスもよい。枚方はある程度富裕層のベットタウンで、購読者ターゲットとも近い。金曜日前泊で関係者は準備をはじめ、リーグ会議とかと一緒にせず、土曜日は朝から夜までエキスポやりたい。

②実行委員会メンバー募集と役割分担

・実施予算がすくないこともあり、今回はクラウドファンディングなど財務的な施策をしっかりやりたい。なので、これまでの実行委員会に加えてクラウドファンディング担当を設定したい。50万くらいファンディングできれば相当大きい。地域創生、関係人口など大義もあるはず。

③実行委員以外の関わり方

・物品協賛、協力金or資金調達などその他の関与をおねがいしたい。来れない人は、お金の協力をちょっとでもしてもらえれば。

・会場は1階マルシェと8階レストランがメインになりそう。階がわかるデメリットはあるが、工夫したい。

・テント15ハリはれるオープンスペース、3階のBBQスペース、複数のワークショップスペースを合算にて、1日、15万!!!かなりリーズナブルと思う。

枚方T-サイト2周年に合わせたタイミング。2周年フェアのプレ的な位置づけで、PRもしっかりやれそう。

企業協賛、クラファンあわせて50万くらいプールできれば次回開催がやりやすくなる。

1月中に企画概要をきめ、2月にクラウドファンディングスタート、3月には告知開始くらいのスケジュール感を考えている。福吉さん中心に、関西編集部+リーグ事務局中心にすすめていくので、ご協力ください。**実行委員長は、福吉さん。**デザインの内製化ができるとコストがさがるので、ボランティア、またはリーズナブルにできる人がいれば紹介してください。

創刊審査

(高橋)

台湾のウーバーとタクシーの乗り比べ 誰がプロかわからない

食の世界も一緒。食のプロじゃない人たちが食べる通信をやっている。目利きをやっている。八百屋じゃない尺度。

食べる通信って何かをあらためて考える機会があった。伊東の定置網漁協のドンにあったときに、食べる通信の話をしたらガラッと見る目が変わった。生産者の味方、消費者と近づけてくれていると感じてもらえている。

効率よくやるだけでなく、生産と消費を近づけることを尺度とする人たちが増えてくる。

以前、講演のあと「なんで地方が必要なのか」と真顔で聞かれた。大学で勉強した彼は、人口減少社会に日本が生き残る策は、大都会への集中だと考えていた。政策も遠からず、2つのシナリオのうちの一つを選ばざるを得ない。相模原の事件も根底は同じ。我々はそういう社会はいやだから、新しい社会のものさしを作ろうとしている。

（大阪食べる通信）

※プレゼン資料参照。

印刷会社と広告代理店。豊かな情報の森実さんと森山さん

ポリシー

食卓という暮らしのワンステージから豊かな人と町をつくります

普段の仕事：不動産のチラシ、WEB、グーグル広告などを扱っている

住宅の広告に携わるものとして、家をたてる前も後も人生をゆたかにする情報を発信したいと考えています。住み始めてからの豊かな暮らしを提案する情報発信をしていきたい
食を豊かにするためには、食育が大事と考えた。食べる通信の存在を知り、参画したいと考えた

食育→つくる、食べる、知る、体験する

産地で開催される体験イベントの情報を提供する。これまでやってない生産者に対しても企画実行していきたい。

誰に届けたいのか

大阪にある豊かな食材を知っているか

大阪の主婦100人アンケート調査

読者獲得方法

アンケートに協力してもらった主婦による口コミ

住宅会社との協力

（兵庫光岡さん）

大阪食べる通信らしさはどう出すのか知りたい

→大阪らしさというところでいうと、大阪の人に伝える。ユーザーが近い点。

御社の強みとか、編集長の思いをいかして、どんな風に作っていくのか

→大阪府下の農業の姿がみえない。メディアは東北などをフォーカスしている。

（ふくおか梶原さん）

思いをより持っているのはどっちか

→最初に提案したのはモリザネさんだが、いまは森山さんが本気になっている、。

質問の意図は、「大阪食べる通信」ということより編集長の思いが読者にとって大事。二人になることでメッセージが薄まることが懸念された。二人いるから二倍・三倍になるように頑張ってもらいたい。

(奈良福吉さん)

大阪の読者は価格に厳しい。大丈夫か。

→アンケートからは高い、2000円代後半がぎりぎりといわれたが、食材ボリュームと珍しさで満足度をあげたい。あとは3200円でも買える所得層の人にリーチしたい。

特集予定の生産者との現在の関係性は？

→まだ打診はしていない。

資料をみたときに、生産者と会ってないと感じた。まず生産者との関係性を編集部がちゃんと築くことが大事だと思う。企業っぽい感じを受けたので、生産者とひざを突き合わせる覚悟があるか聞きたい。

→わたしたちのスキルの中で、産地生産者さん情報の薄さはネック。これから開拓をしていく。より多くの生産者にあって、情報を蓄えていくしかない。初回発行を3ヶ月で達成していくのが普通かと思ったが、半年準備期間をいただいて、その中で関係をつくっていききたい。

創刊状況報告

ふくおか（梶原さん）

創刊号443人

全部さらけだせと博之さんに言われた。思ってること、大義を全部書いて、買ってくれではなく、応援してくれとお願いした（クラウドファンディング的）

メッセージとしては、生産者が減っている、このままだと若い人がいなくなる→農業って大変？でも食べ物を作る人がいなくなると困るのは？と問いかけた。

これだと自分の友達だけにしか届かないので、コメント付きでシェア拡散を依頼した。1週間で320人にまで増えた。締め切り以降も申し込みがきておかわりで受け付けた。

友達への直メッセ→200人送って90人くらい入ってもらった。

顔の見える関係性を築くために、知らない人にはFBでメッセを送って友達になった。発送後は一人一人にメッセージ→会話がつながって、関係を深めている

北関東（青木さん）

前回伊豆でプレゼンさせていただいて、12月ようやく発行できた。自分とはにかく編集・印刷関係を全然やったことがなく、商流を作るのに手一杯で、マーケティングに手が回らなかった。今回は0号とおもい、もう一度気合いを入れ直してかんばりたい。初号は栃木県那須のユウダイ21?というお米を送った。16P、B5の冊子を届けた。

極（井上さん、原さん）

生産者と関係の強い企画の人間が体調を崩し、出遅れたが、無事に創刊。東京と出雲でイベントを実施し、9割の方に申し込みいただいた。プロモーションも申し込み締め切りの1週間ー10日前からみんなで本気になった。創刊時10件→現在70件。イベントできちんと説明すれば、理解して応援してもらえる。どうしたら生産者をつながれるかなどコミュニティ部分への期待が強い。

購読者の側からの発信をしたいなど、積極的に関わりたいという声もある。大晦日前後で発送予定。赤穂もちという背丈の高い（160cmくらい）もち米を特集し、おもちを送る。収穫に手間がかかり、いまはほとんど栽培されていない。一時期は1人しかやってなかった。そのつないでいる生産者を特集。生産者＋加工業者を特集した。生産から加工、食卓までをつなげて紹介。出雲大社のしめ縄は赤穂もちの稲でやっている。今回は新春なので、おもちに、しめ縄をつけて届ける。

第3回エキスポについて

リーグ会議以外に、年一回にお祭り（読者獲得&PR、編集長が集まる場として）開いている。関西編集部が増えていることもあり、関西で実施する運びとなった。

日時：2018年5月12日（土） 10:00-21:00

場所：枚方T-SITE

告知事項

（山形まつのりさん）今週金曜日（15日）に無印良品でイベントをやります。まだ残席あるのできてください。参加、拡散どうぞよろしく願いいたします。

（北関東 青木さん）2018年1月21日 那須の生産者を訪ねてお米、味噌を使った料理をつくるイベントをする。2月にも交流会を開催します。ご興味あるかたぜひご参加ください。

★次回リーグ会議 3月14、15日 @東松島

創刊審査

(江守) 福吉さんの発言につける。伴走をしてきたが、「一人も会ってない」は正直驚いた。関係つくって次回のプレゼンにのぞんでほしいと思った。

(奈良福吉) スーパー有名な生産者でネット叩けば出てくる情報。

(こうふく椎根) 自分も会ってなくてはったりで作ったが、それを上回る熱意を認めていただいた。不動産業の販促ツールの的をもってたら良いくらいに見えてしまった。

(江守) スタート時点で、すごく生産者との関係につよくなってもいいとは思っている。それぞれの強みを生かせれば。

(大槌吉野) 僕はいいと思うけど、プレゼン10分で収まらないのはそもそもどうなのか。

(高千穂佐藤) 農家さんにどうなってほしいとかがなかったが、そういうのを聞きたかった。

(山形松本) 3200円税抜きって書いてたが、リーグシステム使うんですよね？税込価格で計算してたから500人の損益分岐はずれるのでは。

(ひろしま梶谷) 企業としてやるのが悪いわけではないが、食べる通信の表面しか理解していないように見えた。再プレゼンという形にしておかないと、今後の加盟にかかわる。

(さいきあまべ平川) 承認して、創刊までの間にプレゼンの場を設けるのはどうか。とても緊張していたと思った。

(江守)
挙手で決定するわけではないが、一応聞いてみたい。
再プレゼンがよいと思う人 10人
条件付き承認としておいて、事務局判断 11人

(兵庫光岡) 多様性としては、これまで農家とつながりがないけどチャレンジしたいを認めてもよいのでは。これだけのボリュームの資料を作る熱意、デザインとかも考えていた。女性ターゲットみたいなので、女性目線を取り入れたらよいと思った

(ふくおか梶原) 準備不足と思った。10分に押さえきれない。30枚ある企画書をどう縮めるかみんな工夫している。

(ひろしま梶谷) 印刷業界にいる人間なら、あれくらいの資料をつくることはやる。熱意があるなら生産者に会いに行くのが当たり前、とならないことが疑問。

(やまぐち和田) 生産者は会ってみて初めてわかることがある。継続性に疑問

(江守) 半分以上の編集長が不安に思っている。次回再プレゼンということでどうか
→一同合意。

2日目 神保町editory

審査結果報告

大阪食べる通信 再プレゼン

加盟団体：現在37通信

(博之さん)

先日、台湾に複数の編集長が行ってきた。同じ時間を共にして、それぞれの課題や想いを改めて話せたのがよかったと椎根さんが言っていた。昨日の発言からも、椎根さんがすごくリーグのことを考えて発言してくれて、変わったなと思って嬉しかった。
このつながりは一生モノ。つらいことも楽しいことも分かち合える仲間でいたい。

車座③リーグ会議の開催方法について

(江守) リーグ会議の開催頻度、目的、開催方法、進め方など意見交換をしたいと思いません。

(さいきあまべ) 九州勢は集まって話あう機会を作ったが、とてもよかった。ある程度のブロック開催も良いのでは。報告をする場よりも議論をする場をもっと増やしたい。

(大槌) 会議が生産的でないと感じている。どうすれば良いかと考えたとき、ファシリテーションを入れるとか、実行委員会を入れるとかが良いのではと思った。創刊審査も通す前提なら、全員でやる必要があるか疑問だし、本当に編集長が話し合いたい議題を話す方が、参加する価値が高まる。

(やまぐち) 仕事に追われているとリーグのメールに対応できないときもあり、顔合わせる場は大切と感じる。一方で、まったく来ない人たちは何を考えているのか。

(工藤)

今回も梶谷さんが平日開催を言ってくれて、実際に参加率が上がった。

(高橋)

いままで腐心してきたのは、みんなが意見をいってくれない状況をなんとかしたかった。賛成も反対も文句も出なかった。いまの厳しい意見はむしろ嬉しい。

(長島大陸)

正直、みなさんに会う以外に意味がない。議題を話し合うだけなら長島から何時間もかけてくる必要がない。九州会議は、少人数だからお悩み相談とかもできた。対話するためにはファシリテーションもブレストも必要。

(かごんま)

リーグ会議では、「リーグ全体」に関する課題について生で議論することが大事と感じた。議事録やオンラインでは把握しきれず、自分の意見も適切に表現できない。なので、顔をあわせるリーグ会議は大事と思う。

(京都)

京都・滋賀をやらせてもらっていて、滋賀はなかなか参加できない。うちの会社も全国に拠点があって、基本はオンライン。事前に議題を出して、意見を考えてもらって、2時間くらいで結論を出すで十分間に合う。交通費・宿泊費を出して参加するほどの価値を得られるかという疑問。会うのはエキスポ、リーグ会議はオンラインでも良いのではないか。

(江守)

オンライン開催はありか？

→内容によるけど、取り入れることに賛成（多数が挙手）

(稲花) みんなに会うことに意義を感じている。参加して初めて思ってもみなかった話が聞ける。福岡の読者集めは、リーグの人が発表を設定してくれて話が聞けた。参加する目的、自分の意識の持ち方も大事。

(かごんま)

前回skypeで会議に参加したが、実感をえられず・・・。今回実際に顔をあわせてすごくよかった。

(やまぐち)

リーグの財務など状況報告は、資料やオンラインでもだいたい把握できる。リアルな読者獲得については、しっかり対面して議論したい。私自身も昨日の会議にでてふくおか梶原さんの発表で反省&学びになった。

(おきなわ)

会うことは大賛成。会議をやるにあたっては、ファシリテーション、実行委員を決めることが大事。会議のアウトプットを決めるための設計が一番大事。

(江守)

内容に関して望んでいることは？

(おきなわ)

副編集長で普段は留守番。リーグ会議のお土産として期待しているのは、読者が増える方法とか、こうなったらよくなるね、他の通信と共同でやったら集客できるかも、という前向きな話。

(稲花)

他の編集長と話していて、各通信で共同でお金をだして、ひとり顧客対応の担当をやとうとか、バックナンバー資産活用とかアイデアがでてくる。編集長はそれぞれフェーズやレベル感がちがうので、ある程度ブロック単位とかで会話したいこともある。

(大槌)

リーグの収益をどうするか、奈良、さいきあまべ、高千穂、大槌で話しているときにアイデアが出てきた。そのアイデアをどう具現化していけばいいか。話した方がいいことはたくさんあるけど、どういう話の進め方をしたらいいのか。対話を重視するなら、少人数の方が良い。言っても無駄だと思ってしまう。例えばファシリ入れた方がいいとずっと言っているが変わらない。

(江守)

ファシリテーターについての提案は、ずっとは言われていない認識。勝手に決めた方が楽だが、そうはしていないつもり。なので、提案があれば、しっかり事務局に連絡してもらえれば。

(高橋)

リーグが加盟者が増えていくなかで、100加盟者が一緒に議論するのは時間、空間的に大変なので、ブロック制のような議事形式の議論も過去あった。そういったことも検討することができるのでは。

(ひろしま)

細かいが、たとえばシステムバージョンアップなども、意見をいってもそれをやってない、どうなったかわからない、ということがある。地域というよりは、システムとか広報とかの課題によって、委員会を作るともっと進むのではないか。自分は基本全部参加するつもりだが、それは会社というバックがあるから。意義はあると思うが、いまの議題なら半年に1回でも良いかもしれない。

(高橋)

議会と同じで、個別議論をする委員会をとるといった方式もある。

(阿部)

リーグ会議実行委員会をやろうと思う人はいますかー？
(大槌吉野さんと、やまぐち和田さんが挙手。)

(江守)

本音を言うと、リーグ会議の運営は事務局として非常に負担も大きい。しんどい。なので、加盟者からプロフェッショナルを提供してもらうことは歓迎。

(やまぐち)

一瞬、リーグに在籍している価値をうたがったことが私あるんです。なので、一匹狼的な編集長の気持ちもわかる。なので、あらためてリーグ会議にコミットしたい気持ちがある。

(高橋)

これはあえて聞いちゃうんですが、正直、リーグに加盟している価値を感じられないとおもってるひと、います？ → 挙手なし。→ それは大丈夫という雰囲気。

(さいきあまべ)

その価値を出したいと思ったからこそ、九州で編集長会議を開催した。それは関西をみて楽しそうだと思った。価値づくりはみんなで作るべきと思った。どういう場だったら”自分が”来たいか、そういう意識が大事。

(高橋)

15回リーグ会議やってきて、これ一番活発な会になってますね！！

(かごんま)

九州がやるのはリーグ会議の前月。良い議題はリーグ会議に持っていけたらよいと思っている。

(江守)

九州、関西以外で、地域別になにか議論しているチームありますか？

(おきなわ)

リーグのための会議ではなく、加盟者みんなのための会議であることを大事にしたいと思う。

(大槌)

大前提としてリーグ事務局のみんなにはメッチャ感謝してますよ！ (一同笑い)
→それは先に言ってくださいよ一笑 (江守)

(奈良)

この場でしゃべるのは勇気がいる。当時僕が入ったときも赤木さんとか、太田さんとか、ポンちゃんとか...この暑苦しいやつ無理、みたいな感じがあった。昨日も普段しゃべったことない人たちと飲んでたらいろんなアイデアも出てきた。もっと有機的な小さい単位で話す議論も良いと思う。

(さいたま)

NPOなどやっていると、ワーキンググループなどを構成して、年に1回の例会をやって共有・決定している。

(江守)

どんなワーキンググループをつくるべきだと思いますか？

(おおつち)

ここですべてのアイデアだしはできないので、次回3月の東松島開催にむけて、アイデアだしをしたらいいんじゃないか。

(加賀能登)

3ヶ月後に話し合うだと時間がかかりすぎる。アンケート&オンラインで話をして、3ヶ月後には決定するというのが良いのではないか。

(長島大陸)

15回やってこの感じはやばいと思う。昨日遅刻して入ったときに、古参の方たちが馴れ合いでやってる感じが気持ち悪かった。新しいメンバーは入りづらい。言いたい人が言いたいことを言える雰囲気してほしい。ワーキングチームも作って3ヶ月で形にならなければ解散して新しく作ればよい。

(兵庫)

リーグ会議の初期には、「そもそも食べる通信でなんだろう？」みたいな議論をしてきた。食べる通信や、リーグをよりよくするにはどうすればよいか。という議論を今日はしており、リーグ会議の進化を感じる。事務局の負担も大きいとおもうので、ワーキンググループにタスクや議論を分化をどんどんしていければと思う。実行委員長を今日、きめよう！

(こうふく)

最初の頃のリーグ会議はしゃべりづらかったなあ。今回台湾に行かせてもらって、チームとして動くことのできる価値を感じた。なので、ワーキンググループとして同じ目的に向かって何かをすることはとても良いと思う。

(高橋)

リーグ会議実行委員会の参加表明は？

**参加表明拳手：大槌よしのさん 長島かいくん やまぐち和田さん さ
いきあまべ・せつさん ふくおか・梶原さん**

(やまがた)

グルーピングは、地域別ではなく、目的別のほうがよいと思う。必ずどこかのワーキンググループに入ったほうがよい。

(さいきあまべ)

ワーキンググループをつくるのは、議題提起した人が、このゆびとまれ方式でやればよいのでは？

(江守)

議題提起にあたって、最適な方式のアイデアありますか？

(梶原)

こういうテーマをやりたいっていうのをPTが募集する。それに入りたい人がやるのが一番シンプル。そのネタが出てこなかったときにどうするかは考えるべき。
内容とメンバーを事前にオンラインでもんでおいて、東松島で有意義な議論をすべき。

(兵庫)

オンラインでテーマを出して、みんなの興味の方向性を出したら良いのではないか。

(ひろしま)

たとえば一匹狼グループで話し合ったときの内容もリーグ会議で共有するのか？

(長島)

悩みベースで、ワーキンググループをつくるべきではなくて、具体的な内容（たとえば、バックナンバーの活用）といったテーマでつくったほうがよいのでは。

(ふくおか)

悩み解決型の分科会の話も共有した方がよいと思う。ただ、時間配分は実行委員会が決めればよい。リーグ会議実行委員会と、ワーキンググループリーダーの役割は別。

(おおつち)

3月のリーグ会議にむけて、議論設計をまずしっかりし、すすめかたについて意見のある人はリーグ会議実行委員会に参加すればよいと思う。

(ながしま)

ワーキンググループからの発表は重要だとおもう。

リーグ会議自体の大きなテーマ設定を今決めて、議論していくうちに付随して色々出てくるからそれを話あうと良い。それは今回の加盟者で総意できめたほうがよいのでは。

(江守)

実行委員の役割を決めるべきか？

どんな人が実行委員会に入っているべき？

(兵庫)

地方開催の場合は、地域ホストも実行委員会に入っていたほうがよいと思う。

決定事項：

おおつち吉野さんが、次回3月のリーグ会議の実行委員長。今日のうちにグループワークをやって、次回リーグ会議の主要な議論テーマについて決めることにする。

4人のグループワーク

発表

①おきなわ三島・東北阿部・ポタジェ安部
通信の収入が潤沢になることについて考える
コンテンツの換金・スポンサー確保
広報窓口のリソース共有
運営ノウハウ
システム面改善（わかりにくさの改善）

②稲花手塚・東北山下・ふくおか梶原・おきなわ唐木
現状の問題解決 FBグループの活用
将来に向けて話し合う時間
リーグ全体として考えること→読む・食べる以外のコンテンツ（体験）など

③ひろしま梶谷・加賀能登はくい・かごんま日高・山形松本
購読者獲得方法 トラブル共有 コスト削減
食べる通信全体のレピュテーションをあげるために何ができるか
食べる通信の価値共有 古参メンバーの思いを聞く場がほしい
編集部の顔と名前一致しないので、分かる仕組みを
チームづくり

④しまなみ末松・長島大陸甲斐・こうふく椎根・東北渡辺
一番の問題は収益確保、コールセンターの一本化、ネットワークの活用、PR事例共有など
各通信がよりよい状況で続けるためには
誌面を研究できるような仕組みがあると良い
HPの画面などで新規購読につながりやすいフォーマットを作ってはどうか
発送隊結成、視察ツアー

⑤奈良福吉・京都鈴木・やまぐち和田さん（夫）・工藤
どうお金を稼ぐか。コンテンツをどうお金に変えていくか。誌面、写真、生産者リスト

営業してお金があるもの：企業・国・財団
お金がかかること：システム改善

⑥やまぐち和田さん、極はらさん、高橋
お金をつくるための過去試資産活用
経費削減 事務負担軽減（複数通信での事務員シェアなど） PR
読者をどう育てるか、ステージを与えて活躍の場を与える

⑦さいきあまべ平川・兵庫光岡・北関東青木・江守
1 会議の運営方法 そもそもからみんなで会話したい。グループワークもりこむなど
2 運営ノウハウの議論・シェア
3 ファンドレイズ いかに稼ぐかを共有。助成金・企業連携のプロセス共有
4 生産者へのサポート
5 通信の価値向上のためにできること 新規創刊数増やすために

お悩み相談

Aグループ（さいきあまべ発表）

梱包ノウハウ、障害者施設を利用して雇用をつくる、taberu.meの生産者と奈良が結んでいる契約書、やまぐちは地方商社との提携（発送まで含めていくら）

Bグループ（東北）

新規購読者獲得

イベントの集客

退会率を下げる

事例を共有していったら解決に向かっていくのではないか

Cグループ（長島大陸）

システムのわかりづらさを解決してくれる地域マスター

伝達事項（退会など）

・ 神奈川食べる通信、伊勢志摩食べる通信 退会

神奈川：購読者への契約不履行（発送を行っていなかった）など問題があったため、リーグ全体を守るために退会勧告→処理を終えた。

伊勢志摩：編集長から報告のあった通り。

・ 今後の退会予定

築地：食部門の統廃合により、不採算部門を見直すことになった。いつかもう一度やりたいたいと思っているそうだが、2月号をもって休刊&退会予定。

マイファームつくる通信：つくる通信を広げるためフリーペーパーを作っていきたい。それは情報を価値とする食べる通信のコンセプトと違うと思うので、3月号をもって退会したい。

・ イサリビとマイファームは同じテーマ型だが、退会理由はさまざま「テーマ型がダメ」というわけではないので、混同しないようお願いしたい。

・ 生産者への未払い、スタッフへの未払いというのが聞こえてきている。食べる通信を何のためにやってるんだらうと思えてしまう。くれぐれも同じことが起きないようにお願いします（江守）。

以上。