

平成25年度知事と県民の意見交換会概要

テーマ：白神の恵みを活かしたブランド開発と事業連携

日時：平成25年7月11日（木）10：30～12：30

場所：八峰町文化交流センター「ファガス」 イベントホール

※意見交換に先立って、日本白神水産株式会社にて、白神アワビの陸上養殖施設を見学。

(知事)

この意見交換会では、県民の皆様から直接話を伺い、それを県の施策事業に活かしていくことにしている。

秋田の経済をどうするか考えたときに、当面二つの視点があると考えている。一つは、いかに秋田にある資源に付加価値を付けて外へ売り出すか、もう一つは、外から人を呼んでいかにお金を落としてもらうかである。

資源は、形のあるものだけではなく、「白神」も資源である。白神山地は世界遺産であり、空気や水はきれいで、健康にいいだろう、食べ物もおいしいだろうというイメージがある。しかし、自分たちの思い込みだけではだめで、秋田県人に通用するものであっても全国の人に通用するとは限らないので、売り先の地域に合ったものにすることが必要である。そのためには県内外を問わず様々なネットワークが必要なので、本日出席されている皆さんもぜひ仲良くなって、ビジネスにつなげてもらいたい。

能代山本地域は、いろいろな食材、資源があるところなので、現場の皆様の話を伺い、勉強させていただきたい。

(局長)

白神山地の水は、藤里町の素波里ダムに集められ三種町まで引かれている。また、海の幸は、白神山地の栄養分が海に流れて得られている。そのため、管内の1市3町はみな白神の恩恵を受けていることになる。

そこで本日は、「白神の恵みを活かしたブランド開発と事業連携」というテーマで意見交換させていただくことにしたものである。

(A氏)

八峰町でアワビの養殖事業を始めて1年になる。地元のBさんの企業などと協力して、アワビの生ハムや粕漬け等商品開発をしている。アワビの真珠生産も始め、商標登録もしている。さらに、漢方や化粧品としての商品化も検討している。

八峰町で事業を始めた理由は、八峰町長が、町でアワビ祭りを行っているので、アワビをもっと広げて欲しいと言ってくれ、それが縁で八峰町で事業をすることになったものである。一人でも多く雇用を増やして、少しでも秋田の役に立っていききたい。

(B氏)

弊社はハタハタの加工販売を主にしていて、販路開拓や営業を担当している。営業は、商品が売ればいいというだけでなく、お客様の話を聞いてそれを会社に持ち帰り、次の

開発に活かしていくことと考えている。

消費低迷の時代にあって、価格で勝負するのではなく、付加価値を付けていかなければいけない。白神山地のもとで製造しているというよさを再認識することから始めなければいけない。

ハタハタ以外にも、さきほど話があったとおり、Aさんの企業と連携してアワビの加工にも力を入れている。これまでは自社だけで販路拡大を考えていたが、これからは連携を考えていく必要がある。中小企業が生きていくためにはそれしかないと思っている。企業をとりまとめるNPO法人などが必要かもしれない。ここ数年、「白神屋」というブランドのもとに企業が連携して商品売り込んでいて、白神というブランドを広めていこうという気運が高まっている。

しかし、「白神」と付けていても、どう差別化するか。より付加価値を付け、宣伝していくために、官民一体で取り組まなければならないと思っている。

(局長)

能代山本地域では、秋になるとメジマグロがたくさん捕れる。それが地元で消費されず県外に出されていることを非常に残念に思っていたが、3年ほど前から、Cさんのグループが地元のメジマグロを活用していると聞き、嬉しく思っていた。

(C氏)

メジマグロは、捕れる季節に限られる上、天候もあるのでなかなか入ってこない。

メジマグロの取組とは別に、能代市内で「食彩人」というグループをつくり、きりたんぼの会なども行っている。

(D氏)

J Aあきた白神ねぎ部会は、J Aあきた白神管内でねぎを生産して、J Aを通して出荷している156名で構成されている。

白神ねぎは、去年は夏の暑さによる病気と秋の長雨、早い降雪の影響で収穫が思わしくなく、売上げが8億円程度だったが、今年は売上げ9億円を目指して取り組んでいる。

個々の農家の集まりなので、ねぎの品質を揃えるのが難しい。生産技術の底上げをして、同じような品質で出荷していきたい。

(知事)

ねぎはどの料理にも使えるが、いかにたくさん食べてもらうか。体にもいいので、まずは地元でたくさん食べてほしい。

例えば観光は、地元のプライドである。自ら誇りにしないものを人には勧められない。

(E氏)

今年は、藤里町の町制施行50周年、白神山地世界自然遺産登録20周年ということで、1年半ほど前からこの6月に向けて、関東だけでなく関西でも営業に力を入れ、6月に200名ほどの宿泊予約をとっていた。しかし、残念ながら、道路が通行止めとなったことで宿泊キャンセルが相次ぎ、大変ショックだった。

それでも、通行止めの情報は新聞や県のホームページに載せていただき、情報提供と早期開通に努めていただいたので、その点はありがたく思っている。

藤里町では、今年10月から白神ラムを出荷する予定である。当方のレストランと素波

里にあるレストランではホゲット定食を食べられるので、ぜひ来ていただきたい。

先ほど白神アワビの養殖施設を見学させていただいた際に、アワビはストレスに弱いという話だったが、建物に入ったときに、音楽が流れていればよいと思った。見学コースとして養殖施設を見せるという予定はあるのか。

(A 氏)

本来であれば、施設には余人を入れたくないところである。アワビは静かな深いところにおいて、夜出てきてえさを食べるため、なるべく暗くて静かなところが好ましい。勉強不足でよく分からないが、優しい音楽であればいいかもしれないが、とにかく、アワビを気持ちよくさせることが大事だと思っている。

(E 氏)

アワビを貝付きで商品化しているところは素晴らしいアイデアだと思う。さらに、箱を開けたときに、慈しんで育てたというイメージが伝わればなおいいと思う。

それから、真珠について、赤ちゃんが生まれたときに記念に核入れするという話があったが、例えば結婚式の際に日付け入りで貝を用意して、自分たちの赤ちゃんが生まれたときに子どもの名前を託して真珠の核入れをし、子どもが二十歳になったときなどに奥さんにプレゼントするのもいいアイデアかと思った。

(A 氏)

いい提案をいただいた。真珠はまだ実験段階だが、真珠を記念日に使うことには大きな夢があると感じている。

(E 氏)

単体で素晴らしいことをやっても1つの方向にまとまらない。例えば、どこか1か所に行けばアワビも白神ラムもメジマグロも食べられるということになればいいと思っている。食べたいものは1つに絞りきれないが、初めて秋田に来た人が何か所も回るのは時間的に無理である。みんなで連絡を取り合って、秋田のいいものを一晩で食べられるように、当方でもメニューを考えたい。

これだけいい自然や食材があるのだから、秋田の営業マンをつくって、この人に聞けば秋田の食材は分かるという人がいればいい。

私の夢として、私がもし秋田を離れることになった場合には、白神山地の情報を発信できる拠点をつくり、秋田に人を送り込みたいと思っている。

(F 氏)

畜産だけでなく食堂も経営しており、1次産業から6次産業まで行っている。

畜産業者がなぜじゅんさい料理に取り組んでいるのか聞かれるが、町を挙げてじゅんさいの売り込みを頑張っているのも、自分も関わって売上げにつなげたいと考えた。町の飲食業に携わっている人が集まって三種じゅんさい料理推進協議会を立ち上げた。

じゅんさいで外貨を獲得するとともに、町にも観光客に来てもらいたいと思っているが、じゅんさいだけでは来てもらえない。地域全体に素晴らしいものがあり、おいしいものを食べ、出会った人が素敵であれば、秋田はいいと思ってもらえる。秋田の人全員が秋田の応援団であれば、訪れた人にはいいと思う。

じゅんさいは、試食さえしてもらえない県もあり、もっと発信していかなければいけ

ないと考えている。県が力を入れて情報発信してくれれば、町がやるより効果があるし、強力なアピールになる。

商品化したじゅんさいのピクルスは、納豆に混ぜたりお茶漬けに入れたりできる。また、じゅんさいを黒蜜で食べるスイーツも勧めている。これは、食べるとじゅんさいのイメージが変わると思う。地元の人には、じゅんさいを鶏とだまこもちで食べるのが1番おいしいと言うが、それだと手間がかかるので、じゅんさいしゃぶしゃぶも発信していきたいと考えている。

(知 事)

今の観光は、1番のターゲットが食べ物である。例えば、田舎のラーメン屋やまんじゅう屋でも人が集まる。それは自然発生的なものもあるが、多少の脚色は必要で、旅行者がたくさん来るようにする仕組みが必要である。

情報がたくさんあるので、トップでなければ評価されない。自分たちの尺度だけで考えるのではなく、別のエッセンスをどう付けるか。「超一流」だけでなく「地元のその道のプロ」でもいいので、物語性を含めて考えなければならない。

じゅんさいはメインディッシュではないので、ただ食べてもらうのは難しい。しかし、食材の本来の食べ方から極端に逸脱するのもどうか。

(F 氏)

東京の和食の店から、じゅんさいをしゃぶしゃぶにするアドバイスをいただいた。

体験することで食材への思いが一変するので、じゅんさいの摘み取り体験を組み合わせ町に人を呼び込んでいきたい。

(知 事)

まず多くの観光客に来てもらって、評価を受けると洗練されていく。とにかく人に来てもらわなければならない。そのためには、秋田の認知度をいかに上げるか。旅行はまずどの方面に行くかから始まる。例えば東京の人は、東北に行くか上信越に行くかということになるが、そこで東北が浮かんだ人に、すぐに秋田を思い出してもらわなければならない。

そこで「あきたびじょん」のポスターを製作した。ポスターで、「美しい自然」や「おいしい」という言葉が使われるが、「美しい自然」はどこに行ってもあるので、使わない方がいい。ポスターは瞬間的にしか見ないので、写真も余り頭に残らない。

県南の企業は東京での売り込みに積極的に行っているが、県北の人は余り行っていないように感じている。待っていてはどうにもならない。県は、人を集めるところまではやるが、個々の売り込みを行うのは企業である。

とにかく知名度を上げなければいけないので、宣伝にコストがかかってもいい。一定のパフォーマンスを首都圏でやらなければならないが、最近は市町村とも連携して、重複なくできるようになってきている。

(局 長)

Bさんの会社では、販売する地域によって味付けを工夫しているものか。

(B 氏)

ハタハタ寿司は関東がメインで、関西圏は弱いですが、今年関西の商談会に行ったところ、

意外においしいという評価をいただき、力を入れている。関西では、関東で提案する形ではなく、ハタハタ寿司を炙ってちらしのように提供してはどうかという提案をしている。

(局 長)

商品の売り込みに当たって、行政はどのような支援をすればよいか。

(F 氏)

売り込む場を提供してくれればいい。

(A 氏)

客に対して、同じ値段で満足度をいかに上げるか、いかに工夫するのだが、それはストーリーをどう提案できるかに尽きるのではないかと思う。お客さんに、秋田に来て得たと思ってもらえるものをどうつくるかが課題だと思っている。

(知 事)

メジマグロはどのくらい捕れるものか。一般的にどこに流通しているのか。

(局 長)

去年は60トン、金額にして7千万円ほどだった。新潟など、北陸の方に出ている。

(知 事)

メジマグロは余り知られていないと思う。

(C 氏)

メジマグロは、取組を始めて3年になるが、評判はいい。メジマグロだけでなく、味を変えるため、例えば能代牛なども入れてメニューを考えている。

(知 事)

秋田は食べ物がみんなおいしいと言うが、おかずのメインがなかった。おかずのメインになるのは肉か魚である。そこで、肉・魚・魚介類を中心にしようとやってきた。肉や魚があって野菜が引き立つ。

(C 氏)

この辺りの海岸を、岩館海岸ではなく、「白神海岸」にして欲しい。

また、リゾートしらかみを能代駅にもう少し長く停車するようにしてもらいたい。

(知 事)

「白神海岸」は、地図上の名称を変えるのではなく、地元でそう呼べばいいのではないか。地元のそういう取組はおもしろいと思う。

(C 氏)

青森県から能代沖まで広く「白神海岸」とみんなに呼んでもらいたい。

(A 氏)

ちょうど白神アワビの商品パッケージに、「白神海岸」か「白神の海」と付けたいと思っていた。

(C 氏)

自分の店でも、白神アワビを踊り焼きにして提供したい。

メジマグロは、食べていただければ分かると思うが、軟らかく、本マグロより物足りないと思われるかもしれない。しかし、調理の仕方で工夫できる。

(局 長)

リゾートしらかみの能代駅停車時間については、能代駅長と以前話をした際に、電車によっては停車時間を長くすることができるかと聞いている。

(知 事)

Eさんのところは、夏の予約状況はどうか。

(E 氏)

6月の道路閉鎖のため行程を8月に変更した方がいるほか、8月は町制50周年のイベントもあり、いつになく帰省客も多く、8月は満室状態が続いている。

(知 事)

白神ねぎの加工などは考えているものか。

(D 氏)

加工もいいが、まずはなるべく品質のそろったものを出したいと考えている。ねぎのカットセンターは自分たちでも実際に見学に行っている。

(知 事)

東京のスーパーでは、カット野菜が主流になってきている。鮮度を保つため、カットは産地でした方がいい。県南で出荷しているスイカはカット用で、逆に東京ではカット用でなければ買ってくれない。いぶりがっこも1本では買わず、一切れずつになったものが売れている。じゅんさいも1食分ずつあるとお土産にできるのではないか。

(F 氏)

生じゅんさいだと難しい。

商品化したじゅんさいピクルスも、単体で食べるとすっぱいので、ヤマダフーズと組んだ商品を検討している。

(知 事)

使いやすさは大事である。

県外では、米を2合1パックで出している。それも真四角の真空パックである。そうすると箱詰めしやすく運びやすい。買う方は、中身だけでなく包装でも選ぶ。包装にも気を付けないといけない。東京の人は電車で移動することを念頭に考えた方がいい。

(D 氏)

米は精米しても呼吸しているので、袋に小さい穴を空けているが、米も真空の方がいいのか。

(知 事)

東京の人はスーパーで1週間分の米を買い、それ以上はストックしておかない。毎日少量買う人もいるようだ。

(D 氏)

そもそも米を食べなくなってきた。

(知 事)

真空だと安全・安心だという気持ちもある。

(C 氏)

能代の豚なんこつは、取組を始めて4年になるが、県内外にだいぶ出るようになってきた。やはり試食を出して受け入れてもらっている。取組を継続することが大事だと思っている。

(知 事)

本日の意見交換会では、初めて聞いた情報もあり、大変勉強になった。

話を聞いて、まずは全体の連携をとって欲しいと思う。合併したところでは、旧市町村単位では情報が入ってくるが、それ以外の情報が入っていないことがある。連携やネットワーク化は行政の役割でもあると思う。また、全体の認知度を上げたり場所を提供したりすることは県・市町村が行うので、それを積極的に活用して欲しい。

それから、「白神」というブランドネームをいかに使うか。白神は絶対的な環境のよさとそこから派生するものには付けてもいいが、何にでも「白神」を付けるのはいかなものか。「白神」も大事にイメージを壊さないように使って欲しい。

今年10月からのデスティネーションキャンペーン、来年の国民文化祭を始め、引き続き大きなイベントを誘致するため手を尽くしている。お金を使ってくれるのは中高年の女性だと思うので、その層を戦略的に狙っていきたい。

また、中小企業・地場産業振興条例の策定も準備している。これは6次産業も含めていかに付加価値を付けて外に売るか、観光を含めて交流人口を増やしながらいかに地元の中小企業にお金を落としてもらおうか、これが主眼である。今後ともよろしく願います。

(終了)