

平成26年度「知事と県民の意見交換会」概要

テーマ：海外・県外展開を視野に入れた販路開拓や商品開発などへの挑戦について

日時：平成26年9月3日(水) 14:10～16:10

場所：美郷町 坂本東嶽邸

※意見交換に先立ち、(株)斉藤光学製作所秋田テクニカルセンターにて、工場を見学。

(知事あいさつ)

時代の中で県政の課題が変わってきたが、知事というのは現場の第一線にいる方と話す機会がないため、新しいことに取り組んだり、若い方や県外から来ている方を中心に話を聞いている。

人口減少社会は対策をいくら講じてもすぐには効果が出ない。数十年は人口減少が進んでいる。歯止めを掛けて出生数を増やし人口増にするためにはうまくいっても30年、40年先である。経済が全てではないものの、人口が減少しても経済力を落とさなければ経済的活力を持てることになる。基本は外へ物を売ることと、外から来てもらうことになる。売するためには如何に付加価値を高めて、如何に全国に売れる物を作るか、国外に売れるかである。

そういう意味で地域の経済活性化を通して地域に貢献しようということを一生涯やっている皆さんから話を聞かせていただき、後で自由に意見交換をお願いする。私からも質問させていただく。普段と同じように話をさせていただければ幸いである。

【参加者自己紹介】

(A氏)

ドイツの隣にあるポーランド出身である。家内が11年前から4年ほどポーランドに住んでおり、その時出会い来日した。

最初は仕事もなく日本語も話せず大変だった。地元企業数社でエンジニアや国際事業などの仕事をしたが、次の仕事を探すか起業するかという選択に迫られる事態となり、後者を選択し、ポーランドから肉加工品を輸入・販売する会社を興した。製品を県内の肉屋でも扱っていただけるようになった。今年の冬、メディアで大きく取り上げられる機会があり、事業の拡大が期待されたものの、ポーランドで豚の病気が発生し輸入ができなくなってしまい、肉屋とも相談し秋田の原料を使ってポーランドの技術で作る方向へ進めることとした。補助金をいただき、銀行の融資を受けることとなり工場設立の準備が整った。現在、ポーランドに発注した機械の納品待ちで、クリスマスを目指して製造したいと考えている。

ポーランドは加工技術が高いので、その技術を使って秋田の肉を使えば非常にいい物が安くできる。高級品レベルのものをスーパー価格で販売できる。

(B氏)

父が角館で菓子販売店を経営していたが、仕入れていた会社が銀行の管理下になってしまい、指定の原料を使用した菓子を製造できなくなったため、必要に迫られ菓子製造の会

社を設立した。東日本大震災の後、関西から戻り立ち上げた。

当社の主力商品は「生あんもろこし」で、地元のほか大手百貨店、国際線のビジネスクラスの機内食で採用されていたが、7月に農商工連携促進法に基づく事業計画の認定を受けた。これは、安全で高品質な「善兵衛栗」（西明寺栗）を使った高価値な栗菓子の製造・販売をテーマに、関係者と連携し事業展開を行おうというものである。

「善兵衛栗」は西明寺栗のルーツと言われているほか、無農薬で完熟後の収穫にこだわっている。さらに出荷時、薬剤による燻蒸処理ではなく、お湯を使う独自の方法で殺菌しており、全国的にも珍しい栽培を行っている。この栗を首都圏の優良顧客に対して販売することを目標に百貨店と連携しブランド化を図っている。

栗のペーストで作った栗あんの中に渋皮煮を5粒ほど入れた「栗かのこ」は5千円の価格設定。無農薬の栗の価値とそれを地元で加工したということを理解いただき、百貨店独自のパッケージで販売することとなっている。バイヤーさんのこだわりに応え、4Lサイズが一番大きな渋皮煮を瓶の中に一個だけ入れ3本セットとして3千円という商品も準備している。

西明寺栗の価値として1個千円というのは賛否あると思うが、東京の百貨店ではイチゴ一粒千円という商品も稀ではないので、我々がきちんと加工することで農家が喜ぶような価格で買うことができると考えている。そして消費者が喜ぶ商品として届けるということを繰り返していけば、良い循環になると考えている。

新宿の百貨店で今年2回ほど西明寺栗のお菓子の実演販売を行い、一粒まるごと西明寺栗を入れた大福を500円超で販売した。大福はコンビニなどでは100円程度なのに、1日何百個も売れたので、商品価値がわかっていただけの方には喜んでいただいたと手応えを感じている。1週間の販売期間のうちにリピーターとなるお客さんもたくさんいた。

今後は西明寺栗を使った商品のブラッシュアップしながら人材育成・確保、生産設備など態勢強化を図っていきたい。

（知事）

お二方から大変美味しいお話しをいただいた。日常ではスーパーや量販店で売っている安いものを食べるけれども、美味しいお酒を呑むときや特別なときは価格が高くても良いものが利用される。また、社会全体では超高級なものを食べる層だって少なくないのだから、ブランドが確立されると強い。

（知事）

Aさんはどこでソーセージの作り方を勉強したのか。

（A氏）

祖父が有名な肉屋だった。この仕事に出会い生き甲斐を見つけた気がしている。生き甲斐と感ずることで周りの皆さんがサポートしてくれるようになったし、サポートしていただいたので期待を裏切らないように頑張らなくてはと思っている。

（知事）

秋田の弱さは肉製品などのメインディッシュがないことである。競争も激しくなっているけれどもレベルがある程度に達すると安定し取引が拡大する。

私も生あんもろこしを台北便で食べた。お菓子の美味しいところは文化的素養があると言われていいる。秋田は割と文化的な面が盛んでお菓子のレベルが高いけれども、ややロー

カルに止まっている。しかし、これから地方の特色あるお菓子が注目されるであろう。よく6次産業化と言われるが生産者の発想だけではダメで、生産者、製造者、販売者のバランスが取れないと難しい。製造者サイドからの発想で頑張っていたきたい。

(C氏)

全国でも角館だけという、山桜の樹皮を使った伝統工芸品の製造・販売を行っている。当社は江戸後期に設立され現在6代目である。先代の頃から県外のマーケットの展開にも力を入れ始めたほか、現社長になってからは海外販売も頑張っているところである。先代の時は民芸店とか宿泊施設の土産物屋などをメインに、その後ニーズの変化も受け百貨店を主流に展開した。現在ではオリジナルの商品を中心に、小さい規模でも洗練された商品のみ扱っている、首都圏のセレクトショップなどとも取引している。

海外に関しては十数年前から輸出していたが、代理店を通していたため年に数回少しだけ注文があるという程度であった。ここ数年は現社長が海外展開に意欲的で、海外の展示会に出展するようになった。昨年、パリで行われている大きなインテリアの見本市「メゾン・エ・オブジェ」へ単独で出展したら好評だったので、今年も引き続き出展したところである。フランクフルトで行われているアンビエンテというインテリアの見本市にジェトロの共同ブースの一環として数年前から出展している。

これらの出展を契機に現在は20社ほどと取引している。幾らでも求めやすい価格にするために直接輸出するようにしている。相手国はフランス、ドイツ、スイスなどヨーロッパが多い。アジアでは中国、台湾、香港というお茶文化の根強いところと取引がある。アメリカは今後、展開していきたいと思っている。国内でも国外でもお客さんのニーズの変化に合わせて売上を維持するために試行錯誤を繰り返し、少しずつマーケットを新たに開拓してきた。

また、現在ブランドの構築に力を入れており、国内・海外向けのロゴも制作するとともに、オリジナル商品の開発にも力を入れている。山桜の樹皮だけでなく他の素材を合わせることによって「今の生活に溶け込むような商品を」、というコンセプトで開発した茶筒は2011年にグッドデザイン賞を受賞した。

伝統工芸品という特別なものとか、高いとか贈答品というイメージを抱くかもしれない、そもそも日用品として使用されていたものなので、なるべく現在のライフスタイルに合うデザインの開発に努めている。

山桜の樹皮を使用しているものが世界でも唯一と言われていることから海外のメディアでも注目され、ニューヨークタイムズ（国際版）でも取り上げていただいた。これから社内でも態勢を整えて海外市場を広げていきたいと思っている。

また、ブランド構築・浸透のために当社の世界観とかオリジナル商品、樺細工の歴史などをお客様に直接伝えていくよう、本店で展示会も開催することとしている。

(D氏)

県内には酒蔵は34ほどあるが、その中で最も規模が小さい部類の会社だ。販売数量は一升瓶でだいたい年間5万本ぐらいで、9割以上が首都圏などに出荷している。飲食店などを中心に売り込み、ここ10年で40%ほど売上を伸ばしてきた。有名な鮭チェーンでもメインに取り扱っていただいている。杜氏も従業員も心を込めて造っていることが酒の品質に反映されており、とても喜んでいただいている。

首都圏に売り込む際には役場の協力で町のパンフレットを添えることとし、会社のある町を見ていただいている。上水道がなく地下水だけで生活できる「清水の町」であること

をPRすると、そんなにも水のいい所かと興味をもっていただき、酒の瑞々しさを理解していただける。取引していただいたところは今のところ離れていない。

また、県の輸出促進の事業に声を掛けていただいたこともあり、輸出も今後展開していきたいと考えており、10月のジェトロの商談会にも参加する予定である。ハワイの有名な居酒屋からも引き合いが来ているし、フランスでも営業している。フランスではホテルとかヨットハーバー横のレストランなどにサンプル持参で売り込んでいる。

それまではぎりぎりの少ない人員で酒造りを行っていたが、平成21年10月からふるさと雇用基金事業を活用し3人雇用した。このおかげで新しい試みである美郷町オリジナルの白いラベンダーの酵母の採取ができた。去年の春から醸造試験場と共同研究して分離培養に成功し、今年の冬に純米酒を仕込んだ。6月の終わりからラベンダーまつりに合わせ町内で販売したところ、あっという間に売り切れ、小売店からも喜んでいただいたところである。

この酵母の所有権を当社は放棄し、町の所有としてもらうことで町内の他社でも酒造りに活用していただきたいと思っている。また、お菓子やパン屋とか醤油、味噌といった発酵に関わる商品を開発していただき、町の特産品を増やし販売していければ、と町と相談している。その際当社は酵母の原株を保存しているので、使いやすいようにサンプルにして提供していくつもりである。

(知事)

35年ほど前の県職員時代に伝統工芸と日本酒の産業振興を担当していたので、大変感慨深く聞かせていただいた。その頃、樺細工は伝統工芸品に指定されたのはいいがプラスチックの食器に圧されて売れない、日本酒も業界がジリ貧で非常に苦労した時代だった。現在は、超大量生産型の近代工業と一線を画した、手づくりで新しい要素を取り入れたものがヨーロッパで評価されている。

伝統工芸品というのは今までは観光土産という概念だった。しかし、我々がパリで有名ブランド品を買うときに抱く感覚は土産品ではない。土産品というのは安くてもちょっとしたものを買って求めるというイメージで、その部類に入っているというのはブランド価値を下げてしまったと思う。お菓子も同様で、自分のためとか大事な人にプレゼントする場合は違ってきている。

日本酒に関しては、「秋田の場合、大量でなければ売ってくれない」ということで飲食店売りがない。販売の手間を惜しまず、小さくても有名人が来店する名店に置いてもらえば広がりが見られる。量を稼ぐことも大事だが、全体イメージを考慮した売り方を考える必要がある。

また、商品へ地域性を結びつけることが大事だ。樺細工は武家屋敷、日本酒は肥沃な農地と水、豚も良好な環境の場所で飼育しているということと合わせると、別の意味で付加価値になるので、意識して頑張っていたきたい。

(E氏)

私の会社は施工会社だが、一般建築の他に古民家再生も手掛けている。秋田からいい建物がなくなり続けている状況に歯止めをかけたいと思ったのがきっかけである。

昨年、台北の大型ビルにオープンした稲庭うどん店を古民家のイメージでデザインした。そのビルのオーナーである台湾の実業家が秋田に惚れ込んでおり、秋田らしさに満ちた店舗をつくってほしいという依頼があった。囲炉裏を設けたり、湯沢の絵灯籠も飾ったり、秋田を思わせる演出を施した。

秋田県内だけでなく関東からも時々依頼を受けている。秋田から材料を運び鎌倉にも再生古民家を建てたり、蔵の移築を行ったりしているが、そうした仕事をしていて感じるのは、やはりいいものが秋田から去っていくということである。例えば小田原の大きな蒲鉾屋の前にある立派な古民家レストランは、旧大森町にあった家である。

では、秋田をどうするかというと、古めかしさだけでなくセンスのいい個性ある田舎を創るべきでないかと思っている。先般訪れた鹿児島では、東北の風情ある旅館が多く、しかも最近の施工である。どこにあった建物かというと秋田や北陸あたりからである。そこは1泊5万円、6万円の旅館となっている。県内の企業には秋田に惚れ込んでもらって（同様の取り組みを）秋田でもやっていただきたいものである。

（F氏）

今日は工場見学に来ていただいてお礼申し上げます。当社はオープンイノベーションというキーワードを掲げ、キャラクター豊かな社長が我々をリードし全国からお客様に来ていただいている。我々の工場とスタッフを使って新しいものの開発をしていただくために、全国の副資材メーカーから多くのお客様に来ていただいている。研磨工場が数多くあり価格競争している中でそれを逆手にとり、秋田で磨いている我々の技術を開放して皆様の仕事のお役に立てればということで事業展開している。

中小企業は資金が不足していく中で、国の表彰だとか補助金の採択だとかを活用しながら研究開発に取り組んでいる。同時に、それを活用する中で人材教育という視点も持ちながらやっているの、県内の同業種と比べると若い従業員が比較的多く、県外から訪れる方には若い人が多いという点でも信頼性の一つとなっている。既存市場は拡大しないけれども、今あるものを秋田に全部集めて研磨の技術を蓄積して全国・世界へ発信していきたいと思っている。

少し前の統計調査で、研磨とその関連企業が県内に26社あり、レンズの出荷額が全国一になったという結果もあり、隠れ産業だと思っている。水の良い秋田で業務を行うこと自体が付加価値になっているとも思っている。あきたこまちが一番美味しいところの農村で何故こんな技術があるのかというギャップを売りながら仕事を続けていくとともに、地元高校生が入社したいと思えるよう、若者が交流しながら勉強できることも提案していきたいと考えている。

（知事）

Eさんの話は、私の唱える「高質な田舎」と同じである。田舎けれども教養度が高く文化レベルが高く、産業も巨大工場ではなくヨーロッパ型の、小さいけれども多様なレベルの高い産業があるというイメージ。

羽後町では豪農の大きい木造家屋を遺そうという話になっている。そうすれば角館の武家屋敷、増田の豪商と合わせて、雄勝から仙北までバランス良く、趣の異なる三つの歴史的建造物群として遺る。

Fさんの所は、近代的な自動機でやらざるを得ない面はあるけれども、半自動でとどめて雇用を維持している。これは大手自動車メーカーでも同じことを言っている。雇用を守るという前提と、むやみに自動化すると却ってコスト割れしてしまうことがある。今日も人手で行うことによって、早く柔軟な対応ができるということで勉強になった。

また、オープンラボで共同で研究開発を行うことで、他の情報が入るし、それを契機に取引が進むというのは、ユニークだなと思った。これからも県の機関と共同研究を進め、ユニークで尖った企業を目指していただきたい。

【意見交換】

(知事)

ポーランドのソーセージやサラミの特徴は。

(A氏)

ドイツソーセージと似たような感じが、ポーランドは共産圏だったため非常に貧しく、肉とかスパイスなどが不足したこともあり、不足しなかったドイツと比べて造り方の技術が進んだ。添加物が無くても同じような製品を造れる。それをうまく導入できれば大手なみの価格でいいものを造ることが可能だ。

(知事)

ワインと同じようなイメージを日本酒に抱いてくれれば食事と合わせてくれるだろう。

(D氏)

今のソフトドリンクは、かつて我々が飲んでいたものより酸味が強く、今の人たちは子どもの頃から酸味の強いものを飲めるように教育されている。日本酒もそれに伴って酸をしっかりと入れてやらないと今の嗜好に合わなくなっている。日本酒を輸出している会社が探しているのが、酸を基調とした日本酒だ。ラベンダー酵母で試験醸造したら、この酵母は有り難いことに甘みと酸味のバランスが取れている。今の嗜好にあうような酵母だ。

(知事)

我々も最近呑みたいのはだるくない酒。ピリッとした酒。アルコールが強いかどうかでなく、ピリッとしていて尖ったものがあってスッと入ってくる酒。

(知事)

その他、県でもうちちょっと力を入れたというのがあれば。

(E氏)

外国へ行って半年とか1年暮らすロングステイというのが、国内の観光地でも着目されだしている。余暇を過ごす観光よりも生活を主にした滞在で、これから普及すると見込まれる。増えている空き家を生かしたり、農家民宿を県で組織化して観光と結びつけ大手旅行会社と提携すれば農村を売り出せるのではないか。

(知事)

いろんな所で取り組んでいるけれども（農家民宿等を）探すのが大変なので、県全体のポータルサイトを作って発信する、農家民宿のようなシリーズを旅行業者とタイアップして売り込むということだと思うが、観光とかこの種のものには統一感がないので、関係する分野を一緒にできれば経費的にも合理的だと思う。

農業分野でも、農協間のネットワークなどを構築してオール秋田で対応できるような、連携システムが望まれる。他の分野でも要望がある。

ロングステイは最終的に定住に結びつけばいいんだが。

(D氏)

秋田県は学力日本一であることをPRし、夏休みは学力を上げながら自然の中で遊べる長期滞在できるような取り組みを希望する。私は横浜出身だが、母が岡山出身で同級生などから田舎のあることを凄く羨ましがられた。Eさんが言ったようにいい田舎づくりして遊ぶことを小さいうちに体験させてあげたいと考えている。子どもの時に得たい記憶は成長してからも保ち続ける。

(知事)

美郷町は空き校舎を使って滞在型で都市の子どもとの交流を図ろうという取り組みが始まったばかりだ。

(D氏)

これまでの話を聞くと、何十軒もの家に泊まっているが、全体で集まって行事をするのが一日だけで、ホストファミリーの負担が大きいようだ。そのため、学校交流などではなく、運転免許取得合宿のように2週間程度のスパンで宿泊しながら夏休みの宿題もできて思い切り遊べるというのがよいと思っている。

(知事)

空き校舎をつぶすのは勿体ないので、それらを生かすということだが、自分たちだけでなく旅行者とか塾とかとタイアップして(実施するのが望ましい)。

(B氏)

農商工連携の事業を実施するにあたり、栗の生産について身近な問題として考えている。西明寺栗の収穫量は年々減少しているし、他産地でも同様な状況の中、四国や岐阜などでは自分で農園を作って栗を栽培している会社もある。我々も1次産業に近い部分に関わることは、近い将来避けられないと思っているので、ノウハウの取得等制度上の様々な問題で壁に当たった場合に、適切な方向に導いてもらえるサポートがあれば有り難い。

(知事)

国家戦略特区で提案した背景にその辺のことがある。農業関係に商工業者が入り込むときに完全な岩盤規制があり、農業分野へ出資・投資できるのは限定的で思い切ったことができなくなっている。6次産業化と言っても、農業者の力だけでは資本力が弱いし、その一方で原材料がなければ何ともならない。

(C氏)

国際教養大学の大学院を修了し就職したが、英語を使って働きたいという人を多く知っている。英語を使う仕事が見つからない状態というものの、いろいろ聞いてみると企業でも英語を話せる人材を探しているところが少なくない。可能であればマッチングができるようなシステムがあればもう少し仕事も探しやすくなるのではないかなと思う。当社も3年ぐらい手掛けてようやく海外担当の採用に踏み切っているので、海外展開したくとも突然1人正規で雇用するというのは厳しいところも多いことは理解している。可能であれば2社ぐらいを掛け持てるようなシステムなどできないものか。

(知事)

県が海外で展示会や即売会をやるときは通訳がいるけれども、その後は海外から英語の

メールが来ても読めない、また、訳しても意味が取れなかったりして、連絡を絶ってしまう例がある。かと言って商社などを通すとマージンが発生するし、取引の大きいものを優先されたりとすることもあるだろう。地域の商工会が役割を果たすことも難しいと思う。我々も問題意識を持っている。

(C氏)

当社でも担当がいてオンタイムで返信することで信頼感に繋がってくる。

(知事)

県北でも似たような話があった。

(A氏)

秋田に来て11年目となり、いろいろな人に会うことができ話しする機会に恵まれるが、「幾ら頑張ってもしょうがない、このままでいいんじゃないの」という悪循環になっているような気がする。そんな環境だと元気な子もそのサイクルに陥るんじゃないか、と勿体なく思っている。そこで、高校に成功している或いは頑張っている企業の社長に来てもらって繰り返し話しをしてもらってはどうか。失敗して大変なことがあったけれども復活した、1個の成功の裏には100の失敗がある、といった内容を子どもに一生懸命訴えていけば頑張りたいという気持ちが生まれてくるのでは、と思う。

(知事)

高校レベルの実践的な社会教育か。

(局長)

現状で満足するのではなく、頑張ればできるという成功事例の紹介。

(知事)

成功している或いは積極的な経営者というのは、行政や学校といった団体組織とかけ離れている、そんな感じしないか。とは言え、確かに高校生あたりの感受性の強い時期に成功事例だけでなく失敗事例も含めて実践的な社長さんの経験談は面白いと思うので、少し考える。

(F氏)

地元の高校生が卒業してここで頑張ろうと思いき就職して2、3年経つと、社会のいろいろな面が見えてきて、辞めたいと思ったりすることがある。その時、ここで頑張れていることが素晴らしいことだ、と思えるよう異業種の中で若い人に向けた勉強会とか意見交換できる交流の場があればよいと感じている。

あと通訳の話題で、業種によってとらえ方が違うんじゃないか。業界担当、業種担当があればいいのでは。

(知事)

英会話ができて専門用語が話せる人、業界に携わって海外勤務の経験ある人が県内にどれほどいるかだが、これからは国外勤務経験のある人が定年を迎えるだろうから、能力発揮が期待できると思う。

(知事総括)

皆さん経営の第一線において御苦労なさっている。いろんな御指摘に、なるほどと思うことがたくさんあった。各部局に話があったことを伝え、パーフェクトではなくても来年に向けて政策に挙げるように努力していく。そう簡単ではないが、今までは幾つか制度になったものもあるので、今後とも御意見を寄せていただきながら御協力いただければ幸いである。

(終了)