

知事と県民の意見交換会（仙北地域振興局）議事要旨

○ テーマ：地場産物を生かした“おもてなし料理”の創作で地域を活性化

○ 日時：令和4年6月30日（木）10:00～12:00

○ 場所：秋田県立大曲農業高等学校 2階 会議室

○ 参加者：A氏（農家民宿ラディッシュハウス オーナー）
B氏（料亭稲穂 若女将）
C氏（山の手ホテル 副料理長）
D氏（あきた美郷づくり株式会社 観光企画部長）
E氏（農事組合法人ニューファーム秋田 理事）
F氏（秋田おばこ農業協同組合 しゅしゅえっとまるしえ 店長）
G氏（秋田県立大曲農業高等学校 教諭）
佐 竹 敬 久（秋田県知事）
齋 藤 正 和（秋田県仙北地域振興局長）

開会

（司会：局長）

この会は、県政の課題について、知事と県民の皆様が直接意見交換を行い、皆様の声を県政運営に反映させるために開催している。

本日の日程は、まず初めの30分程は大曲農業高等学校の生徒さんの意見発表を行っていただく。試食用の料理も御準備いただいているのでお楽しみいただきたい。その後の90分程は、意見交換の時間とさせていただきます。

では早速、大曲農業高等学校の生徒の皆さんの意見発表をお願いしたい。

意見発表

※ 大曲農業高等学校の生徒の皆さんより、伝統野菜の研究と伝統野菜を使った料理レシピについて発表。その後、伝統野菜を活用して試作した料理を試食。

（局長）

引き続き、意見交換に移らせていただく。知事より御挨拶申し上げます。

知事挨拶

本日は御参加くださり感謝申し上げます。

私は普段、業界団体のトップの方々や企業経営者の方々などとお話をする機会が多いが、この意見交換会は、現場レベルで活躍されている方々や、これからの活躍が期待される若い方々とお話ができる貴重な機会である。テーマも毎年・毎回様々である。毎年実施しており、今年度は本日の仙北地域からスタートし、今後全県を巡回する予定である。

本日は食に関するテーマで、私事だが、私は自宅での料理や食材の買い出し等をほとん

ど自分で行っている。スーパーや道の駅、野菜等の直売所にも頻繁に行っているので、食材にはある程度詳しいつもりだ。食べ歩きも好きなので、出張した際には、行った先での料理をいろいろ試して楽しんでいる。食に関する知識は相当あると自負している。

本日は「意見交換」と題しているが、自分ばかり話そうとは思っていない。若干のコメントはさせていただくが、基本的には聞き役になるので、参加者の皆様が日頃やっていること・考えていること・悩んでいること等をざくばらんにお話しいただきたい。要望等があれば持ち帰らせていただいた上で、適宜、県政へ反映させたい。

本日は忌憚のない発言をお願いします。

参加者自己紹介

(局長)

それでは、参加者の皆様から、順番に自己紹介と、普段の仕事の取組等をお話しいたきたい。

(A氏)

仙北市(旧田沢湖町)出身・在住。農業。大根栽培からいぶりがっこの加工販売も手にかけている(主に県外向け)。農業のかたわら農家民宿を経営している。

(B氏)

仙北市(旧角館町)出身・在住。大学卒業後、秋田市内の料亭での修行を経て、家業(料亭)に従事。コース料理中心の料亭のほか、単品料理がメインの食堂も運営。

郷土の味・伝統の味だけではなく、新しさを加えたオリジナル料理の提供にも挑戦しているほか、旬の地元の食材や無添加の調味料にもこだわっている。県内外のお客様に料理・食材・調味料の魅力が伝わるよう、SNS等での情報発信も頑張っている。

(C氏)

大仙市大曲で料理人をしている。

メインは婚礼料理なのだが、コロナ禍の影響と県の「春割キャンペーン」の効果により、最近は県内・近場の方の御利用が増えている。

本日は皆様との意見交換を、自分の業務に生かしていければと思っている。

(D氏)

美郷町(旧六郷町)出身。大学卒業後、航空会社に入社。現在は、美郷町で温泉施設・道の駅運営等を行っている会社に所属している。

前職で国内・海外各地を訪問・経験しているので、本日の意見交換のお役に立てれば幸いである。

(E氏)

当法人は美郷町(旧千畑町)のエリアを中心に農業経営している。作付けが多いのは水稲だが、近年は野菜も増やしており、その主力はせりとれんこん。特にれんこんは、湧水を活用した「美郷れんこん」として売り込みを図っている。

最近では、後継者不足となっていた隣接地域の農業法人与合併して経営を拡大している。

本日は食材を調理する側の方々も多くいらっしゃるので、勉強させていただきたい。

(F氏)

大仙市(旧太田町)出身。地元農協の直売所の店長をしている。地元の食材を多く取り扱っている。農家の方々との接点も多くあるので、本日は農家の声を皆様に伝えたいと思っている。

(G氏)

大曲農業高等学校の農場長。出身は東京だが、秋田県での農業の教師を志し、大学卒業後に本県で教職に就いて、現在に至る。

本校は水稻・畜産・花き・果樹・野菜・林業・加工等、多岐に渡る実習を行っており、生徒はそれぞれ関心のある分野を学んでいる。農家出身ではない生徒も多いため、職業としての農業の魅力を生徒に伝えるべく、毎日頑張っている。

意見交換

(局長)

皆様の自己紹介のお話を踏まえ、意見交換に入る。

テーマを大きく二つに分け、前半(一つ目)では、主に料理を提供する側の方々から、日頃提供されている、地場産品を使ったおもてなし料理・名物料理を御紹介いただきたい。

後半(二つ目)では、生産者の方から食材のPRや、料理を提供される方からの食材のリクエスト等の、情報・意見交換をしていただき、適宜知事よりコメントしていただく内容としたい。

本日の意見交換をきっかけとして、新しい料理等のアイデアが生まれたら幸いである。

では早速、一つ目のテーマに入る。

料亭・民宿・ホテル等の方々から、日頃提供しているおもてなし料理・名物料理と、お客様の反応を御紹介いただきたい。お料理の写真を準備されている方もいらっしゃるので、適宜御覧いただきたい。

(A氏)

自分はいぶりがっこを作っているので、これを中心にお話しさせていただく。

もちろん、いぶりがっこをそのまま食べても美味しいが、最近の県外イベント等で提供する際は、チーズと合わせた料理(串揚げ・コロッケ等)が好評である。

私の民宿に滞在するお客様に対しても、いぶりがっこをそのまま提供するだけでなく、チーズのほかタルタルソース・ポテトサラダ・マスタード等に加えての提供もしている。

これ以外に、先ほど大曲農業高校の生徒さんから伝統野菜についての発表があったが、自分も、少量だが伝統野菜を作って県外で販売したり、その伝統野菜を用いた漬物を作って商品化している。

お客様からは、秋田でしか食べられない料理・食材が喜ばれているが、特にいぶりがっこについては、様々なアレンジによる新しい食べ方を提供・提案しているので、「斬新で美味しい」と好評である。

今後は、いぶりがっこ以外の料理・食材についても、新しいアレンジ・食べ方を広げていきたい。

(B氏)

当店の名物料理の一つが「八杯豆腐」である。「8杯も食べるほど美味しい」ということが名称の由来である。標準語では「はちはいどうふ」だが、当店では秋田訛りで「はち

へどうふ」と呼んでいる。

地元豆腐店（仙北市田沢湖の善五郎豆腐店）の豆腐を使用し、出汁・醤油・砂糖・酒等で味付けし、片栗粉でとろみを付けた料理である。

当店では通常、この料理をコース前半にお出ししており、お客様からも好評である。

現在では、地域の定番料理の一つとして定着しており、地元の保育園・小学校の給食メニューでも扱われている。

このほかに紹介させていただくのが「きりたんぼの天ぷら」と「いぶりがっこの天ぷら」である。どちらも、ありそうでなかった個性的な料理だと思う。

きりたんぼの天ぷらは、生のきりたんぼを切って衣を付け揚げるシンプルな料理で、モチモチして食感がよく揚げ餅のような味わいである。

いぶりがっこの天ぷらは、薄く切ったいぶりがっこを2～3時間水に漬けて塩抜きし、衣を付けて揚げている。水に漬けているため、いぶりがっこ本来のコリコリした食感はないが、旨味はそのまま程良く塩気が抜けており、特有の食感と相まって、こちらも美味しいとの声をいただいている。

先ほど、Aさんからいぶりがっこについてお話しいただいたが、当店でも、そのままのいぶりがっこのほかに、今申し上げた「天ぷら」や、「いぶりがっこの甘露煮」など、いぶりがっこの味・食感を楽しんでいただける料理を提供している。

まだまだ紹介したいところだが、時間の制約もあるので、以上とさせていただきます。

（C氏）

当社（当ホテル）では、オリジナルのレトルトカレーの製造販売を始めている。羽後町・羽後牛と東成瀬村・赤べこの2種類のビーフカレーと、県産豚を使ったポークカレーの、3種類の味があり、いずれも県産枝豆をペーストに使用している。販売は県内の道の駅やスーパーなどで展開しており、中元・歳暮等の贈答品としての引き合いが少しずつ増えている。

名物料理としては、「比内地鶏の土瓶蒸し」を紹介させていただく。宴会・婚礼の料理の一つとして長年提供しているが、比内地鶏の出汁の旨味が感じられると好評いただいております、当社の自慢の品である。

（局長）

いぶりがっこは秋田名物であり定番料理かと思うが、いぶりがっこをアレンジした料理が好評ということか。

（A氏）

県外でもいぶりがっこは普及が進んでかなり浸透している。言わば「いぶりがっこの応用編」を求めるお客様が多いと感じている。

（知事）

自分の経験上、いぶりがっこは日本全国どこでも、現地の食に合いやすく受け入れられると思う。スモークを使った料理は世界中にあるため、外国の方に受け入れられる素地も大きい。秋田が誇る料理・食材であり、大きな強みである。

ほか、秋田市内での新たな動きとしては、フレンチのフルコース料理を提供する店で、使用する食材は全て秋田県産という所がある。そこは、県産食材を使用するからといって郷土料理や秋田らしさを前面に出しているわけではない。「秋田の食材だけで洗練された

コース料理が楽しめる」というコンセプトのようだ。安価ではないが、大変好評と聞いている。

「地元の物を使い、様々なバリエーションで味わい楽しむ」ということもある一方で、こういったコンセプトも世の中にはある。良し悪しではないが、首都圏から来る富裕層は、バリエーションよりもコース料理を好む傾向があるように感じる。他方で地元の方は、地元の物を頻繁に食べているのでバリエーション志向なのだと思う。

要は、ターゲットをどこにするかということだ。

(局長)

世界各地の豊富な経験をお持ちのDさんから、秋田の料理についてコメントをお願いしたい。

(D氏)

知事も仰っていることだが、秋田県民の食に対する意識は大変高く、そのことはエンゲル係数などにも表れている。県民の美食に対する感覚も大変高く、世界でも一流だと思う。皆様が提供されているものは、何ら卑下する部分などなく、誇るべきものばかりだ。

大切なのは、「誰にそれを食べさせたいか」を明確にすることだ。

マーケティングの世界では、Product（製品）・Price（値段）・Place（場所・販路）・Promotion（宣伝）という、重要要素をまとめた「4P」という言葉がある。

秋田の物については、Productは申し分ない内容・品質だ。

Priceについては、秋田にいと安売り志向になりがちだが、これはやめた方がよい。価値や客層が合えば、どんなに高くても売れる。

Promotionについては、かつてはマスコミ・出版社に取り上げてもらうことが全てだったが、今はSNSで自ら情報発信ができる時代である。他者に頼むばかりでなく、自らの取組を自らが発信することが重要と考える。

その際、SNSを活用しているのは主に20代等の若い世代なので、若い方々に響くような見せ方や言葉・口調を選ばなければいけない。

「誰でもいいので多く来てほしい」「少しでも多くお金を使ってほしい」という極論を言うときりがないので、客層を細かく細分化した上で、「どういった方にどういったものを提供するのか」という具体的な狙いを絞った方がよい。

Placeについても、Promotionと同様、ネット通販等により販路を作ることが可能・容易になっているので、同様のことが言えると思う。

(局長)

今のお話を聞いて、料理提供側の皆さんからコメントがあればお願いしたい。

(B氏)

私もかつては、メディアへの露出を多くしなければと思っていた時期があった。

現在は、当店にいらっしゃるお客様は「食べログ」や「インスタグラム」を見て予約される方が多い。

SNSでの情報発信を多くすることで、お客様からの反応・反響も大きくなることを実感している。

(C氏)

当社でも最近SNSに力を入れ始めた。

SNSを見ていらっしゃるのは、やはり若い方々。他方、年配の常連客からの反響は少ない。このほか、ネット広告も出している。

ターゲットとする客層や、売り込みたい料理・催事等の内容によって、宣伝の手法を少しずつ変えながら、現在模索をしている。

Dさんのお話を聞いて、納得する所が多々あった。

(局長)

それでは二つ目のテーマである食材の話に移りたい。

生産者側の方々から、それぞれの自慢の食材のPR等のお話をいただきたい。

(E氏)

当法人では、5年程前かられんこんの生産を始め、作付面積も年々増やしている。

これまでの県内におけるれんこん栽培は、自家消費程度の小規模なものばかりで軒数も少ない。県内では前例のない画期的な取組として、当法人でも自信を持っている。

はじめのうちは経営の主軸としては考えていなかった。コメ依存度を下げる必要に迫られ、稲刈り後の時期から販売できる品目・選択肢として選んだもの。

れんこんの最需要期は年末年始（おせち料理向け等）だが、実は価格自体は4～5月の方が、全国の他産地の端境期に当たるため高く売れる。秋田は積雪があることから、時期をずらして出荷することができている。秋田の地の利を生かした新たな特産品にできるものと、今後に期待している。

ただ、一農家の立場では情報発信に限界があると感じており、そこが課題。料理提供側の皆さんのお力を借りて、是非私のれんこんを使ったSNS映えする料理を情報発信していただけるとありがたい。実は、昨年・一昨年とテレビ・新聞に何度か取り上げられているのだが、さほど反響がなく知名度が上がらず困っていた。

れんこんの魅力アップだけでなく、れんこん栽培農家の仲間も増やしたい。実はコメの7倍ほどの反収がある。他の野菜もいろいろあるが、市場が飽和状態で新規参入や競争が厳しいものが多いことを考えると、他と比べて伸びしろも大きいと考える。

(知事)

東日本は、西日本と比較するとれんこんを食べる習慣がない。

調理法やレシピを普及させることで、消費者にも定着し、需要が大きくなっていくと思われる。まずは、食べて実感していただく機会を増やすことだろう。

(局長)

Fさん、どうぞ。

(F氏)

Eさんの法人は、当方の直売所の出荷会員になっていただいている。当店でもれんこんの取扱量・販売額が増えるよう、一層頑張りたい。

さて、当直売所は今年で5周年を迎えた。開店当初は、思ったほど野菜出荷量が集まらず苦慮したが、ありがたいことに現在は、地元農家の方々から多種多様な野菜を出荷いただいている。

当方の特長は、普段使いできる地元の野菜・旬の野菜を買い求めることが可能な点だと思う。少量・多品目で生産されている農家も多いため、販売している野菜も様々。珍しい野菜を研究・栽培して出品される方もいらっしゃる。

意見交換会冒頭にいぶりがっこの話がいろいろあったが、当店でもいぶりがっこは扱っている。出荷者さん毎に作り方や味も様々なので、買い求める方にとっては選ぶ楽しみがある。お客様から話しかけられて相談されたりもするので、店側もやりがいを感じている。

Eさんかられんこんの話があったが、先ほど知事もコメントされたように、レシピと一緒に紹介すると売れると感じている。自分も他の店員から売り方の相談を受けることがあるので、勉強を続けている。

S N Sでの情報発信は、当店でも実施しているが、直売所の利用客は年齢層が高めなので、店頭でのチラシ配布なども併せて行っている。

御相談いただければどんな食材も提供できると思うので、是非お声かけいただきたい。

(局長)

続いてGさんより、大曲農業高校での取組の紹介や、他の参加者さんの取組へのコメント等をお願いしたい。

(G氏)

では、2つの視点からお話させていただく。

まず農業高校教員の視点から述べるが、生徒たちは地場産品を用いた商品開発に取り組むと確実に成長する。間違いなく、生徒達にとって「一生の財産」といえる経験だ。今後機会があれば積極的に取り組みたいので、そのようなお話があれば是非大曲農業高校にお声かけいただきたい。

私はこれまで、生徒の商品開発に20件ほど関わってきたが、生徒卒業後も販売が続いているものは1件しかない。企業等から御提案いただく企画が単発のものが多いため、どうしても一過性となってしまう。また、生徒達は先輩の前例受け売りを好まず、「自分たちらしさ」「新しさ」を求めがちである。そして、生徒を指導する教員も定期的な人事異動がある。これらの事情から、同一の商品を長期に渡って販売することにはどうしても制約がある。

これらの理由から、高校が商品開発を行うことの課題として、長続きさせにくいということが言える。高校だけでなく、地域の農家・農産物加工所・企業等に中長期で関与していただけると続けやすいのだと思う

ちなみに、唯一の継続事例は、10年ほど前、増田高校在任時に手がけた「八木にんにくのトマトソース」である。増田町の伝統野菜を使った物だが、当時県の商品開発コンテストで賞をいただき、地元の農産物加工所と連携して商品化した。現在も、地元の道の駅で販売されている。

続いて東京出身者の視点から述べるが、教員採用試験受験時に泊まったホテルでの食事の美味しさが強烈に印象に残り、「必ず合格するぞ」と決意を新たにして試験に臨んだことを、今でもはっきりと覚えている。

「おもてなし料理」は手が込んでいて、それはそれでとても美味しいと思うが、水・米・味噌汁等といった、シンプルな素材・料理の美味しさにこそ感動するのだと私は思う。秋田の皆さんは「いやいや、こんなもの大したことない」と謙遜されるが、このように地元の方が気づいていない秋田の魅力は、まだまだたくさんある。それに多くの方に気づいてもらいたい。

伝統野菜にしても、300年以上の長きに渡って、地域の方々が種を取って毎年植え続けて現代に伝わっているものであり、率直にすごいことだと思う。言わばドラマであり、このことを伝えると、伝統野菜を食べる際の印象も変わってくると思う。

(局長)

ただいま、生産者の方々等から食材の話を様々ないただいたが、料理を提供する側の方々からコメントをいただきたい。

(B氏)

実は当店では、美郷れんこんをよく使わせてもらっている。

以前、冬季やコロナ感染者が多い時期等の来客が少ない時期に、テイクアウトで「根菜の味噌グラタン」という料理を提供していたが、その料理に美郷れんこんを使用していた。今は角館町内でも美郷れんこんを扱う店があるので、そこから買い求めている。美郷れんこんのほか、伝統野菜の「田沢ながいも」もそのグラタンに使用していた。どちらの食材も、味噌やチーズの味付けに合い、食感も良く好評だった。

これ以外の料理では、当店の名物のひとつである「御狩場焼き」にも美郷れんこんを使用しているが、こちらも食感が良いと大変好評である。

(E氏)

そのように仰っていただき、とても嬉しく思う。

(C氏)

当ホテルでは、宿泊者向けの朝食に、地元産のあきたこまちのごはんと自家製豆腐を提供しており、味にも自信を持っているところである。

新たな食材・自慢の一品として、美郷れんこんも活用させていただこうかと、構想を練ってみたい。

ほか、先ほど知事が「地元の食材を使ったコース料理」云々とコメントされていたが、美郷れんこんを洋食のコースメニューに使ってみるのも面白いと思う。今後チャレンジしてみたい。

(E氏)

ありがたい。是非協力させていただく。

(知事)

直売所は県内外あちこちに立地しているが、意外に思われるかもしれないが、スーパーマーケットに近い所に立地している方が売れ行きが良いようだ。自分もそうだが、買い物慣れしている人達の行動を見ると、まず直売所に行って買い物をしてから、次にスーパーに行って直売所になかった物を買っている。同じ物でも直売所の方がスーパーよりも新鮮で安いので、美味しいし経済的だ。そのような買い物行動をしている人は結構いる。相互に近い方が買いやすいため、そのような傾向が生じるようだ。

一見すると、直売所とスーパーマーケットは重複・競合する関係に見える。もちろんそういう部分はあるのだが、今言ったとおり使い分けをしている消費者はいるので、共存共栄を目指すことは可能と思う。

(局長)

Fさんの直売所の近くにもスーパーマーケットはあると思うが、今の知事のコメントについていかがか。

(F氏)

当店も以前は、品揃えをより増やすことばかり考えていたが、途中から「ないものはない」という割り切りも必要ではないかという考えに至った。

野菜は時期によって入りにくいものもあるし、調味料の品揃えを増やすにも限界がある。なので現在は、当店では地元の旬の食材を提供することに専念して、それ以外の物（当店で扱っていない物）は近隣のスーパーをお客様に紹介するよう割り切っている。その作戦が成功したかは分からないが、その後客足が良くなったように感じている。

(知事)

品揃えを増やすためのコストが削減でき、その分を別の所に還元できるので、良い判断をされたと思う。

(局長)

Dさんから何かコメントをいただければと思うが、いかがか。

(D氏)

今回のテーマは「おもてなし料理」ということだったが、秋田の皆さんは、県外から来た方々へのおもてなしの気持ちは十二分にあると思う。作っている物・料理も十分良いものだと思う。ただ、どんなに良いものでも、食べて買っていただけないと良さが伝わらない。良さをうまく伝えるところまで踏み込まないといけないと思う。「頑張っていればいつか誰かが気づいてくれる」というのは過去の発想だ。

例えば、秋田は降雪が多く冬の期間が長いため冬季誘客は長年の課題だが、世界に目を向けると、雪が降らない国（東南アジア等）の方々に雪を見たがる人はたくさんいるので、そこは伸びしろだと思う。

私は航空会社でベトナム駐在勤務の経験があり、その当時日本～ベトナム間の航空便の機内食を企画した。日本からベトナムに向かう便は日本人が多いが、ベトナムから日本に向かう便は日本人とベトナム人が半々ずつという状況だったので、前者では日本食、後者では地元の素材にこだわったベトナム料理を提供させていた。航空便は客層が分かりやすいので、よく考えてそれぞれ客層に合ったものを提供でき、お客様から喜ばれたと思う。

さきほど「誰にそれを食べさせたいか、誰にそれを提供したいか」云々という話を述べたが、それを突き詰めて考えると、提供したい相手や提供内容がそれぞれ違ってくる。TPOによっても変わらと思うので、柔軟な対応が必要かと思う。

農業については、東京都心でも野菜の水耕栽培や養蜂がなされており、意外と部外者にも門戸が開かれている印象がある。ビジネスマンの一人として申し上げると、異業種・部外から農業に参入する際は、皆農業のことを一生懸命勉強している。なので、農家の皆さんも、もっとマーケティングやビジネス全般の勉強をしていいと思うし、そうすべきだと思う。

美郷れんこんも、そういったこと（どうすればより売れるか、誰に食べてもらえるか等）をもっと考えながら生産した方がより売れる。さきほどEさんから国内の端境期等の説明があったが、海外にもれんこんを食べる国があるので、海外輸出も視野に入れるのも選択

肢。県も後押ししてくれると思う。

今私が述べたのはアイデアの一つにすぎないが、そういったことを考えながら生産されると、もっと面白いと思う。

(E氏)

夢が膨らむ御提案で、とてもありがたい。

(局長)

時間も少なくなってきたので、料理を提供する側の皆さんから、そのほかのコメント等があればお願いしたい。

(A氏)

秋田の魅力は、春夏秋冬がはっきりしていて食材も豊富なところ。外国の方々にも、手の込んだ「おもてなし料理」だけでなく、地元で食されているシンプルな料理も提供してみたいし、シンプルな料理の良さを外国の方々に感じていただきたい。この意見交換会に参加できて、意識を新たにすることができた。

美郷れんこんを知ることでもできたので、私の宿でも挑戦してみたい。

(B氏)

野菜以外の話で恐縮だが、秋田の魚を食材としてもっと使いたい。

ひつつはサーモン。八峰町でサーモンの養殖が始まったと聞いているので、ゆくゆくは扱ってみたい。もう一つは、地元産のアユ。「殿様アユ」として知られているが、年々入手が難しくなっている。地元の名物食材なので、なんとか仕入れを増やしたいと思っている。

(知事)

八峰町のサーモン養殖は、まだ試験段階のため流通量が少ないが、いずれ増えてくる。私は試食したことがあるが、身の色が濃く脂も乗って味も濃厚だった。期待して待っていただければと思う。

「殿様アユ」は私も近頃食べていない。食べたいのでなんとかしたいのだが、天然のものであり自然相手なので、なかなか難しい。

(局長)

CさんとGさんからどうぞ。

(C氏)

時代の変化により調理方法も変化・進化している。

同様に、食材も新しいものがどんどん出ている。料理人だけでは対応するのも大変なので、生産者さんから新しい御提案・御紹介を多く頂けると大変ありがたい。

(G氏)

改めて、本日、多様な職種・職業の方々が一堂に会する貴重な機会を得られたことに満足している。個々の努力では限界があるため、様々な人的ネットワークを構築して、気軽に相談できる人と人との関係を築くことの大切さを再認識した。

(局長)

本日皆様からは、地場産物の売り込みに関することや、それぞれの職業・生産物等に対する熱い思いなどを、数多く語っていただいた。

最後に知事から挨拶・コメントをお願いしたい。

知事挨拶

(知事)

観光誘客の話題が出たので、それについて少しコメントさせていただく。

県外・国外からの観光客も、富裕層と非富裕層とで消費行動がまた少し違うようだ。富裕層は、料理の味を楽しむばかりでなく、料理を作る工程をショーとして見て楽しみたいという欲求が強い。

例えば、私の友人に台湾の富裕層の方がいるが、彼はきりたんぼは、割とどこにでもあるからと言って、好んで食さない。その彼に男鹿の石焼き鍋を出したら、焼けた石で汁が一気に煮立つ様子を見て驚き、大変喜んでくれた。

富裕層をターゲットにするなら、料理もショーとして見て楽しむという要素を強くする必要のあるだろう。そこをうまくPRできれば、どんなに高い値付けをしても、富裕層のお客様は喜んで来てくださる。

秋田には、富裕層向けの宿泊・飲食サービスが少ないと思う。もちろん、単に高い価格設定をすればよいということではなく、中身が伴っていることが大前提だが、国外・県外の富裕層をターゲットにした展開がもっとあってもよいかと思う。

少し話は脱線するが、秋田のおもてなしに関する話を少し。

毎年各都道府県の持ち回りで「全国知事会議」を開催しているが、11年前に本県で開催した際は、参加者の皆様から、「秋田は料理・お酒がとても美味しく、量・種類も豊富だ」と、大変好評だった。今でも、当時を知る方々から良かったと言ってもらえる。これは、秋田のおもてなしの気持ち・姿勢の素晴らしさの表れであり、大いに自慢してよいことだと思う。「秋田だから」「田舎だから」などと変に卑屈になることなく、胸を張って堂々と振る舞うべきだ。

皆様の今後一層の御活躍を御期待申し上げます。