

## 元気あおもり応援隊会議（福岡圏）

「元気あおもり応援隊会議（福岡圏）」を令和3年11月26日（金）午後5時45分からソラリア西鉄ホテル福岡（福岡県福岡市）で開催しました。

当日は、8名の応援隊の方々が参加し、会議では「『縄文』世界文化遺産登録を契機とした食と観光による経済の再生」をテーマに意見交換を行いました。

その概要は、次のとおりです。

（青森県知事 三村知事）

本日はお忙しい中、元気あおもり応援隊会議に御出席を賜り、誠にありがとうございます。また、皆様方にはそれぞれのお立場から様々な場面で「青森の元気づくり」に御支援を賜り、厚く御礼申し上げます。

青森県では、これまで「生活創造社会」の実現に向け、「世界へ打って出る」視点も取り入れながら「攻めの農林水産業」の展開をはじめ、「経済を回す」取組を特に重点的に進めてきました。

その結果、農業産出額や農林水産品の輸出額が堅調に伸びたほか、外国人延べ宿泊者数や創業・起業件数も増加するなど、様々な分野において取組の成果が着実に表れてきたところでした。

しかしながら、昨年来の新型コロナウイルス感染症の感染拡大は、青森県においても幅広い分野に大きな影響を及ぼしています。

このため県では、感染拡大防止と医療提供体制の確保に全力で取り組むとともに、地域経済の回復とコロナの先を見据えた事業展開の推進を図るべく、県産品の消費拡大・販売促進・観光需要の喚起など「経済を回す」仕組みの再起動や各産業分野における ICT 化の促進など、いわゆる「新しい生活様式」を支えるデジタル化の推進にも積極的に取り組んでいるところです。

こうした中、去る7月27日、「北海道・北東北の縄文遺跡群」の世界文化遺産への登録が決定いたしました。平成17年に登録を目指すことを表明して以来、長い道のりとなりましたが、青森市の三内丸山遺跡をはじめとする縄文遺跡群の価値が世界から認められたことは誠に喜びに絶えません。これまで応援していただいた全ての皆様方に心から感謝申し上げます。

今後は、関係自治体とも連携しながら、このかけがえのない遺産をしっかりと守り、次の世代に引き継いでいくとともに、その価値や魅力を国内外に積極的に発信しながら、青森を訪れる人々に一層の感動の思いを抱いていただきますよう、活力と魅力あふれる地域づくりに向けて取り組んでいきます。今後とも皆様方の御支援をあわせてお願いいたします。

本日は、縄文遺跡群の世界文化遺産登録を契機とした「食」と「観光」分野における青森県の



取組について御説明させていただきますので、皆様には忌憚のない御意見・御提案を賜りますようお願い申し上げますとともに、本県のイメージアップや情報発信などへの一層のお力添えを重ねてお願い申し上げます、挨拶とさせていただきます。

### 【「縄文」世界文化遺産登録を契機とした食と観光による経済の再生】

世界文化遺産登録専門監、観光国際戦略局長、農林水産部長が、資料に基づき県の取組を説明。

(小関佳孝氏)



まず何はともあれ世界遺産登録決定、本当におめでとうございます。随分長く御苦勞をされたので、本当に良かったと思います。

世界遺産に関係ないことを発言しても良い、と言われたので、お米の件で簡単に発言させていただきます。

県からはいろんな情報を提供していただいているのですが、お米「まっしぐら」のサンプルが送られてきた直後、日本経済新聞に、お米の需要が減って大変だという記事が載っていて「まっしぐら」も取り上げられており、送られてきたことの意味をはじめて理解しました。

私は海鮮丼のテイクアウトメインのお店を営んでおり、いろんな食材を使わせていただいているのですが、一番たくさん使っているのがお米ですので、初めて青森県に貢献ができるかもしれないと調べていろいろ調べてみました。

私は海鮮丼のテイクアウトメインのお店を営んでおり、いろんな食材を使わせていただいているのですが、一番たくさん使っているのがお米ですので、初めて青森県に貢献ができるかもしれないと調べていろいろ調べてみました。

私どもは、地元九州のお米や岩手県のお米を3種類ブレンドしたものをすし米用に使っていましたが、納品しているお米屋さんを呼んで「まっしぐら」をブレンドに入れられないかと質問をしたら、「できなくはない。ただ青森からお米を取り寄せることはなかなかハードルが高い。それほど評価の高いお米ではない。」というふうに言われ、あまりいい雰囲気ではなかったです。その後、いろいろと県の方にも教えていただいて、最終的には八戸の会社を経由して、今は「まっしぐら」をブレンドに使用して、すし米を作っています。

ただ、距離の問題もあるのですが、お米が作られてから消費者の口に入るまで構造が複雑で、出来ればもう少しシンプルであれば安く納品してもらえるのかなと思いました。生産されている農家の方が得ている金額と、納入価格にかなり差があるようですので、その辺の仕組みが簡単にならないものなのかなと思います。やはり、距離があるものですから、青森の米の品種を決めて福岡にピンポイントで持ってくるのは結構面倒です。助成とか、仕組みを作っただけだと、もう少し「まっしぐら」の流通が広がっていくのではないかなと思います。

それともう一つ感じたのは、お米は、いろんな等級とか客観的なデータがあるのですが、我々素人が見てもよく分からないです。私どもは、お米のブレンダーと言われる方々から「こういう用途には、このお米とこのお米を合わせると良い」と助言してもらっています。ブレンダー協会というのはないようなので、どこに働き掛ければ良いという訳ではないですが、全国にブレン

ダーとして活躍している人がかなりいますので、そういう人たちに広報や啓蒙活動をされると、青森米の消費に関して有効なのではないかと非常に感じました。

何はともあれ、私の福岡井丸という海鮮井屋では、この秋から「まっしぐら」をメインにしたお米を使わせていただいております、この歳になって初めて青森県に少しだけ貢献ができたのではないかと思います。

(知事)

小関様のお店で私どもの「まっしぐら」をご利用いただき、深く感謝申し上げます。

「まっしぐら」そのものには結構自信があり、おいしい業務用のお米としていろんなところでブレンドされています。関西で主に流通しているブレンド米「あかふじ米」の主体として「まっしぐら」が選ばれています。つやがいい、粒ぞろい、値ごろ感があるということで評判が良く、井ものの米やすし米として、香港など海外でも評価をいただいています。

品質が良い割りに安く出せると PR してきたのですが、昨今、コロナ禍や、米が少し作り過ぎている傾向がある中で、いわゆるブランド米の価格が落ちてきて、「まっしぐら」と競合するようになったという状況です。

米の物流は確かに分かりにくいところがあり、私も、国が物流改善に取り組む「食品流通合理化検討会」の委員に参加させていただいて、課題解決に取り組んでいます。是非情報共有しながら物流の在り方も含めて考えていきたいと思っています。

(農林水産部長)

本県には「まっしぐら」のほか「つがるロマン」というお米もあるのですが、今年の JA からの概算金がどちらも 3,400 円も大幅に下落し、農家の皆さんにとっては採算割れの厳しい状況です。要因として、コロナ禍による外食需要の落ち込みがあります。本県の場合「まっしぐら」が今まで非常に稼いできて、作付けのシェアが 8 割まで拡大している時に、コロナの打撃を受けたという状況です。

最近まで国が生産調整をやってきて、高い米価を前提に政策が仕組まれているものですから、なかなか皆さんに届くまでに何段階もマージンがかかっていって高くなってしまいうという問題があって、今の価格形成は非常に不透明だという話になっています。国では、そのために新たに現物市場を創設しようということで、今、検討が始まっておりますが、やはり売る側・買う側、双方の思惑があって、今後どういうふうな展開になっていくのか不透明な状況です。

「まっしぐら」のブレンダーを活用した広報の御提案がありましたが、全国には「ここも「まっしぐら」を利用しているのか」というところがたくさんあります。極端な例をいえば 1 割「コシヒカリ」、9 割「まっしぐら」でも、コシヒカリと同じ味になる、と言う方もいらっしゃるほど使い勝手の良いお米です。どちらかという、今、単品販売がメインになってきていますけど、改めてブレンド米の力というものをもっと表に出していく必要があるという貴重な御提案だと思いますので、ブレンダーも紹介していただきながら取り組んでいきたいと考えています。

(知事)

確かにブレンダーの方々から理解いただくというのは非常に重要だと思います。元々、ブラン

ド米よりもブレンド米を目指してきたものですから、御指摘大変ありがたく思います。

(小林裕幸氏)

「北海道・北東北の縄文遺跡群」の世界遺産登録、おめでとうございます。私は沖縄に住んでおり、「奄美・沖縄」も同時に世界遺産登録となり、喜んでいる次第です。

私は三内丸山遺跡がすごく好きで、もう3回ほど行っていますが、あれだけの広大な場所に大きな栗の櫓があったことに感激しました。この木を見たときに「大きな栗の木の下で」という歌を思い出したのですが、施設内にレプリカでもバーチャルでも

いいので栗の林を植えて、子どもたちに「昔、こういう木があったのだよ」と見せて、昔すごいものがあったんだなと感じて、遊んで楽しめる場になればいいなと思います。

もう一つ言うと、青森というとりんごをイメージする人が多いと思いますが、縄文といたら私は栗を思い出します。りんごと栗を扱った品物はないのかなと調べたら、フランスにリキュールがあり、飲んでみたところ、すごいおいしくて、多分、これを青森で作ったら2倍売れるのではないかなと思います。

あと、先日発表された都道府県の魅力度ランキングで、青森県は前年14位だったのですが、今年は21位でした。青森の観光には、私も沖縄からたくさん連れて行きますが、どうしても季節が限られるものになってしまいます。今のこのコロナ禍をきっかけに、どんな時期でも行けるような旅行のシステムやアイデアを出していけばいいと思います。沖縄からも明日にでも行きたいという人がたくさんいるので、こういう人たちを次の旅行のターゲットとしていけばいいと思います。今、飛行機の問題など、なかなか難しいところがありますが、沖縄からも、やはり雪を見たい、弘前の桜を見ながら宴会をしたい、温泉に入りたい、紅葉をみたいとか、たくさん需要があります。だから、もう少し幅を広げて、今後、宣伝していったらいいのではないかなと思います。

(知事)

ありがとうございます。実は和栗は、青森県でも生産してまして、栗をうまく活用してお菓子にしたものもあります。青森の人たちは何でも酒にするのが好きなものですから、いただいたアイデアについては、研究所にも話をしてみたいと思います。

それから旅行の幅のあり方というか、四季いろんな青森の魅力をお話いただいてうれしいです。情報発信は非常に大事で、実は、テレビ・新聞・雑誌等に青森県が取り上げられる機会がものすごく多いのですが、まるごとあおもり情報発信チームというのを作って様々取り組んでいます。

魅力度ランキングについては、いろんなランキングがありますが、最近出たなかで我々が嬉しかったのは「ストレスオフ県ランキング」で、男性の場合、青森県が1番ストレスが少ない。温



泉や酒やのんびりした景色のおかげかなと思っています。また、台湾の方々に対する「コロナが収束したら行ってみたい県」のランキングでは、北海道、東京、京都の次が青森でした。自分も随分台湾で営業しており、そういった状況になっています。

もっともっと青森を知ってもらって、行ってみたいというように取り組んでいきたいと思えます。

(観光国際戦略局長)

情報発信の取組について説明をさせていただきます。

先ほど縄文の取組説明で、日経新聞などへの全面広告を出したお話をしましたが、広告ばかりではすごくお金がかかります。

我々は、なるべくお金をかけないで、メディアの方々が取り上げてくれそうな面白いネタを職員が自ら探して歩く「まるごとあおもり情報発信チーム」というのを作っています。庁内ベンチャーとって、若手職員が「こういうことをやってみたい」と提案する制度に、知事就任後、最初に取り上げられた事業です。この事業では、17年間、毎日、チームの職員が県内津々浦々を歩いて、自分で原稿を書いて、その記事を東京にいるメディアセールス専門の職員が毎日PRして歩くという取組を地道に積み重ねてきました。17年でメディアに取り上げられた件数は3,300件近くあり、これを広告費に置き換えると、総額で1,600億円を超えています。当初は、やはりテレビ・新聞・雑誌に取り上げられることを目指していたのですが、今はネットの時代です。SNSなどWEBにどう取り上げられるかも並行して進めています。

直近の事例を少し紹介いたしますと、一昨日、ゲームの日ということで、「ぶよぶよ」と言って同じブロックを並べて消していくゲームがあるのですが、そのブロックをりんごに置き換えた「ぶよりんご」というゲームを発表し、これが青森県民ならできるけれども、一般人には難しすぎると大ブレイクをして、昨日のキー局をほぼ全部制覇しました。NHKも取材に来て、間もなく放映されると思います。

こういった毎日の取組の積み重ねがありまして、先ほど、知事が話した台湾やストレスが少ない県のランキングにつながっているのだと思います。また、規模は小さいんですけどネットのランキングで「いつか観光に行ってみみたい都道府県」というのがあり、北海道、沖縄に次いで3位がなんと青森県でした。「いつか行ってみたい」ですから、地理的な面もあってなかなか行けないけど、青森に行くと何か面白いことがある、青森に行くとハッピーになれると、そういうような切り口で食い込んでくるような情報発信をこれからも心掛けていきたいと思えます。

(農林水産部長)

青森県では、やっとりんごを使ったシールドがたくさん出てきて根付いてきたところです。また、青森駅の隣りにA-FACTORYという観光施設で、昨年あたりから年代物のブランデーを販売しているところです。県の工業研究所で酒造りを支援していますので、A-FACTORYや県の研究機関への提案も検討していきたいと思えます。

今、りんご園は高齢化が進んで、山の方のりんご園が平場に移っているんですね。切った後に何を植えればいいのかという話がございまして、縄文とかでそもそも栗もありますので、栗も選択の一つとしてどうかなという検討が進んでございます。



(長根寿陽氏)

世界文化遺産への登録、おめでとうございます。今回はテーマが縄文ということで、私もいただいた資料などで縄文遺跡について少し勉強をさせていただくいい機会でした。先日、佐賀の吉野ヶ里遺跡に家族で勉強がてら行った時、歴史や文化を知る上では、時代の変遷がいかんにして起きるかを知るのが非常に重要ではないかと感じました。縄文時代は、時代のカテゴリーで言うと圧倒的に長いカテゴリーです。

(知事)

1万年です。

(長根寿陽氏)



縄文時代から弥生時代、弥生時代から古墳時代という時代の変遷がありますが、縄文に続く弥生時代は、大陸から北部九州に稲作が伝わったことで発展していったと言われていています。このような歴史の流れの連続性を地域でつないでいく取組が必要ではないかと思いました。

例えば、弥生時代の代表的な遺跡である吉野ヶ里遺跡などと青森の縄文遺跡が連携イベントなどを行って、観光資源の

地域間交流みたいにしたらいいのではないかなと感じました。

今は福岡と青森の直行便は無くなっていますが、文化や観光の交流を活性化することによって九州からの人流も盛んになれば良いと思いますし、個人的にも是非直行便を復活してもらえればと思います。

もう一つ、今日のテーマの食について言いますと、私は今、大学で食品の機能性の研究を行っています。縄文時代の主食はいくつかありますが、その中でもクルミは大変機能性に優れた食材ですので、先ほど栗の話もありましたが、クルミなども生かして、縄文食品のような感じで商品化をしていくと観光にとっても有益ではないかと思います。

あと、あまり食経験は聞いたことがないのですが、もう一つの縄文の主食であるドングリも、いろいろ種類がありますが、大変優れた機能性があるのではないかと思います。ドングリはタンニンがすごく多くて、渋くて食べられないのですけれども、多分縄文の方たちはこのタンニンの苦みとかを上手にとって調理していたのではないかなと思います。縄文人の健康、もしかしたら何かこういった研究で分かるかもしれませんので、ドングリに関しての機能性の研究などもされて、機能性を活用した加工食品やサプリメントの商品なども開発をしてみるのも面白いのではないかと思います。

最後に、コロナの影響で、オンラインがコミュニケーション手段としてだいぶ一般化してきましたので、DXを活用した地域間交流を増やしていってもいいと思います。もちろん、こうやっ

て集まってするのは大変意義のあることだと思いますけれども、DX もあってもいいのではないかなと思います。

私は JICA の事業等で海外に行くことが多いのですが、意外に世界各国で「どこから来たの？」「出身はどこ？」と結構日本人同士で聞きます。「青森です」と言うと、「あっ、私も」みたいな感じで、有志が青森県人会を各国で作ったりしています。公的な県人会ではなく、飲み友が集まって県人会と言っているだけかもしれないですが。

そういう方たちとオンラインでの国際交流も今後の展開としてやってみてもいいのではないかなと思います。アジア各地にそういった方たちがたくさんいますので、海外の販路のヒントやアドバイスをいただくのも、展開としては有益ではないかなと思います。

(知事)

ありがとうございます。まず、青森と九州の交流ですが、実は青森県民は本来ものすごく旅行が好きで、農家の方も、農繁期が終わったら九州や沖縄に行く方がかなり見られましたが、コロナで行き来がなくなるという状況になってしまいました。青森の人たちは暖かいところに来てみたいし、九州の人たちも、雪を見たいだろうと思います。

福岡空港では滑走路増設工事中で、3年後に発着枠に余裕ができるはずなので、JAL には直行便を戻して欲しいとお願いしています。そのためにも、県の予算も投入して、乗継割引をもっと増やすなど乗継で往来しやすくする取組を進めています。私としては、直行便は絶対戻したいと思っています。

また、青森の人たちから「チャーターで沖縄に行きたい」という要望があり、JAL と準備を進めているところであり、お互いに交流をしようという動きが出てきています。

それと今日、RKB 毎日放送と西日本新聞に行って、「来年、博多どんたくが開催するなら、また青森のキャンペーンを行います。」と約束してきました。5月の博多どんたくが開催できるなら、7月の博多祇園山笠も、8月の青森ねぶたも開催できると思います。これからお互い行き来をして、北と南の交流を進めようと話してきましたので、また取り組んでいきたいと思っています。

クルミについては、出土した縄文のポシェットにクルミが入っていて、世界文化遺産登録専門監も「びっくりした」と言うんですね。さすがに食べなかったようですが、「これは明らかにクルミだ」ということで、その活用もこれから大事だと思います。それから青森県民は、何でもお酒にするのが得意ですから、ドングリやトチノミもお酒になるかもしれません。

オンラインについては、こここのところ毎週のように、台湾の役所、学校関係、経済団体、料理教室などと WEB でやりとりしています。香港などアジアのいろんなところに、県人会ではないですが、青森を大好きな方々がいます。御提案のとおり、そういう方々とコロナを契機として、集まれなくても普段やり取りをすることができるような仕組みがあれば面白いと思います。

(農林水産部長)

交流と地域資源の機能性という二つのキーワードが出ましたが、交流の方では、今日、りんご対策協議会が、太宰府天満宮にりんごの献上に行きました。平成 10 年から、長年りんごと梅をお互いに毎年献上をしており、そういう交流は非常に大切だと思います。

また JICA のお話がありました。私ども農林水産部では、農業土木職、林業職の職員を発展途上国に派遣しています。そういう方々のネットワークがどうなっているのか承知していませんでしたので、帰ったら、つながりが続いているのか確認をして活動をしていきたいと思えます。

それからクルミ、ドングリについては、こちらのお酒がもう既にあるのかも含めて工業研究所と話してみたいと思えます。

機能性についていうと、最近、クワイモという昔からある作物に、イヌリンという機能性の高い食物繊維が非常に含まれるということで、青森県に協会ができました。粉を作ってうどんに練り込んでいくなどの取組がなされており、青森黒にんにくの第二弾として広がりつつあります。こういった機能性に着目した取組も進めていきたいと思えます。

(企画政策部長)

直行便について、先ほど知事からも話がありましたが、私ども、福岡空港の発着枠の拡大を、待ちに待っている状況で、それが見えてきたら航空会社に強力に働きかけて協議をしていきたいと思えます。直行便が戻るまでチャーター便でつないでいくことを考えています。今年、まだ九州ではチャーター便が無いのですが、1月には徳島とチャーター便を実施し、来年の2月中旬には三沢空港から沖縄へ2ウェイのチャーター便を運航する予定です。

それと海外の方々たちと IT を活用した交流は、非常にいいアイデアだと思います。具体的には、韓国、台湾、中国、香港などには本県のネットワークがあり、強力な応援隊が海外にもいらっしやいます。そういった方々と今はリアルでお会いできないので、リモートで交流を暖めて、さらに拡大をしていきたいと思えます。

(新産業創造課長)

機能性について、農林水産部長からもいろいろ話をしましたが、クルミのほかにも、青森には、鯖や、りんご、クワイモなど機能性に優れる食品がありますので、縄文というストーリーとも合わせつつ、少しでも県内の食の付加価値向上になるように、商工労働部として機能性のところで引き続き御相談をしながらやっていければと思えます。

また、人生百年時代ということで、九州の方が青森の健康食品を食べて元気に、青森の方が九州の健康食品を食べて元気に、というビジネスの交流が少しでも進めば、両地域の往来のプラスになりますので、商工労働部としてサポートしていきたいと思えます。他部局とも連携し、また長根様とも御連絡を取りながら進めていければと思えます。よろしくお願ひします。

(百合野博氏)

今回、世界自然遺産の白神山地に加えて、世界文化遺産に縄文遺跡群が登録されたのは、皆さん方の大変な御努力の結果だと思います。その二つは、コロナ収束後、日本国内はもとより海外の古代や自然に関心を持つ人たちを観光で集められるのが、もう目の前に見えているのではないかと思います。





しかし、青森では世界遺産は浸透しているかもしれませんが、九州から見れば東北は大変遠い所ですので、やはりいろんな形でPRをしていかなければいけないと思います。

私は、北九州市で野菜・果物の卸の仕事をしており、青森のナガイモ、ニンニク、りんごなどを販売しています。三村知事とは一緒にトップセールスもさせていただいていますが、九州の小学校で

も大変熱心に食育活動をしていただき、りんごをPRする時も、まず「青森県はここにあるんですよ」ということを教えて、食育活動を通じて、青森県のPRもされていると認識しています。

そのおかげもあって、九州の消費者も子供たちも、冬の果物はみかんとりんごだと認知していますし、赤いりんごの他に黄色いりんごがあるんだと、黄色いりんごも甘いんだというまでだんだん浸透してきたように思っています。

我々がりんごを販売することを通じて、何か縄文遺跡のPRができないかということで考えましたが、青森りんごを販売する際の店頭ポップや小袋に縄文遺跡のPRを印刷するのはどうでしょうか。また、りんごに貼るバーコードのシールに、今は全農あおもりさんがお金を出してねぶたの絵を入れたりしていますので、そこで縄文遺跡のPRをするのも良いのではないかと思います。そうやってPRすることで、世界遺産のPRもできる上に、りんごにも付加価値が付いてりんごの販売がスムーズにいき、相乗効果でお互い大変メリットがあると思います。

さらに、もっと関心を引くためには、例えば、りんごを買うと、世界遺産ツアーが当たるというキャンペーンも良いと思います。りんごをたくさん買っていただくと、スマホで応募ができて、それも日本だけではなくて、例えば我々の輸出先の香港・台湾でも「青森りんごを買うと、青森の世界遺産ツアーが当たります」という展開もできるのではないかと思います。青森の皆さんは大変アイデア豊富ですから、販売する我々と皆さん方との意見交換、協議の中で新しいアイデアをどんどん生み出していって、我々はりんごが売れる、青森の皆さん方は縄文のPRができる、という形にしていければと思います。

(知事)

ありがとうございます。百合野さんとは、王林の歌を作って一緒に歌ったりしてきましたが、九州地区の青森りんごのシェアは7割ですから、もう断トツですね。

今日もずっと県産品のPRをしていましたが、御提案のキャンペーンについて、経費負担の問題も含めて検討したいと思います。

(農林水産部長)

まず、りんごの会として食育や販売促進に非常に熱心に取り組んでいただいて感謝を申し上げます。

総合販売戦略課長は、コロナ禍での県産品のキャンペーンを次々と企画しており、現在も、県

内の飲食店応援キャンペーンや、飲食店テイクアウトキャンペーン、県産酒キャンペーンなどを実施しています。知事から常々、全庁横断的にものごとを発想せよと指示を受けていますので、縄文についても連携を進め、関係団体にりんごの箱は今のままでいいのか問題提起したり、キャンペーンのやり方についても考えていこうと思います。

(企画政策部長)

白神山地が 1993 年に世界自然遺産に登録をされて、あと 2 年で 30 周年を迎えます。そこで、今回の縄文と白神と一緒に PR することが大事だと、来年度に向けていろいろ作業を進めているところです。

自然遺産も文化遺産も人類の普遍的価値というところがポイントで、SDGs の考え方にもつながるところがあります。良い提案をいただきましたので引き続き自然遺産と文化遺産を連携して取り組んでいきたいと思います。よろしく願いいたします。

(知事)

何かまた面白いことを皆で考えてやっていきます。

(司会)

せっかくの機会ですので発言をされていない方も一言ずつ感想でも何でも構わないのでお願いできればと思います。

(飯田和郎氏)

RKB 毎日放送の飯田です。実は私は、母親が弘前出身で、体の半分は青森の人間です。何でもかんでも東京中心の世の中になってはいけないという思いがあり、皆さんの力になりたいと考えています。

実は今年、コロナが一段落した頃、青森に行ってきました。函館から行って、フェリーに乗って青森に行って、小牧野遺跡などを回ってきました。小牧野遺跡も、資料館は昔の小学校を使っている素晴らしいと感じました。

一方で、世界遺産はいつまでも賞味期限はない気がします。やはり私は青森の魅力は自然と食だと思います。そういう意味では、自然で言うと白神の場合はいまだに 30 年近くなっても魅力のあるところだと考えています。

そういう中で、メディアの人間として考えているのは、メディアをもっと使ってほしいということです。先ほどの御説明の中で、お金を使わないでどうやってメディアに乗せるのか、それも旧来のメディアだけではなくインターネットメディアにどうやって乗っけていくかということで、皆さんがよく努力されていることに感心しました。

青森県の場合は三村知事という特異なエンターテイナーがいますが、一方でインターネットメディア、既存のメディアは女性をどうやって使っていくかだと思います。若い女性という言い方は今はよろしくないですが、青森県はいろんなキャラクターをお持ちですので、その方々をどうやって活用するか。

もう一つは、メディアはすごくウエットな人間が多いので、やはり人間関係で「じゃあ青森県

を応援しようかな」となってくる。そういう中で、例えば福岡情報センターの方々を中心に、皆さんとメディアの方々と人間関係を作っていく、メディアに乗せていくことが大切だと思います。そういう努力を続けていかれたらいいかなと考えています。

これからも少しでも応援をしたいと思いますので、メディアにお金を払わないで、本当はお金をほしいのですけれども、巧みに利用してください。

(知事)

若い女性、そして人間関係というキーワードをいただきましたので、払う物はちゃんと払いながら、取り組んで行きたいと思います。

(甲地史昌氏)

県人会の甲地です。本日、青森に来ていただくために、どういうことが一番大切なのかというのを痛切に感じました。やはり魅力がないといけませんし、せつかくの世界文化遺産登録ですので、競うように、そして食と融合させて、もっともっと発信をしていただきたいと思います。

というのも、先ほどお金の問題と情報発信の話がありましたけれども、九州でも10月23日の日経の夕刊に「青森のコメ、コントでPR」と載っていました。総合販売戦略課長の仕掛けだと思いますけども、こんな小さな記事でも、いろいろ食いついてくる人はいます。1万年前から定住していて、歴史も文化も生活もあるわけですから、ネットも含めて、若い力も活用しながら、全国に絶えず発信をしてもらいたいと思います。知事の背広の裏地まで使ったPRにはびっくりしましたが、九州各地のイオンに出向いてPRして、踊る広告塔と言われる働きは本当に素晴らしいと思いますし、実績も上がってきています。知事を先頭に、これからもどうぞ気を付けて頑張ってくださいと思います。

(知事)

今度は女性とコント、自分だけでなく突っ込みとボケの感じで何かやっていこうと思います。

(兜谷進氏)

私は前職がJASで、福岡支店に勤務をしていた当時は青森と直行便が飛んでいました。その後、青森支店長を務めまして、その時、太宰府と交流とか香港へのPR活動などに一緒に行かせていただきました。

直行便の復活について、当時は福岡・青森線と福岡・花巻線が曜日ごとに交互に飛んでいました。単独で毎日福岡・青森線だけというのはなかなか厳しいかもしれませんので、東北各県で協力をした方が実現しやすいのかなと思います。

それから、りんご農家が人手不足なので弘前市職員の方が副業で手伝うというニュースを見ましたが、すごくいいことだと思いました。また、副業ではないですが、東京、大阪からでもりんごもぎの作業に来てもらうツアーを作っていただいても良いのではないかと思います。

農泊ツアーの紹介がありましたが、農泊は結構ハードルが高いと思うので、いつでも、日帰りでりんご畑に行ってピクニックができるツアーができるようにしていただくと本当に良いツアーになるのではないかなと思います。私は、旅行会社さん向けにセールスをかけていますが、

弘前の桜も良いですけれども、秋にりんごが乱立している景色はなかなか全国にはないものですので、是非活用をしていけば良いと思います。

(知事)

ありがとうございます。直行便だけでなく乗継便の工夫とか、またいろいろやっていきたいと思います。かつて、農家民泊は7千人まで伸ばせていたんですが、もう1回仕切り直しというか新しい工夫をしながら増やしていきたいと思っています。

りんご畑ツアー、弘南鉄道というのがあるのですけれども、これがりんご畑の中を走っているものですから、ツアー等を含めて様々また工夫をしたいなと思っています。

(野村木乃実氏)

私が勤める太宰府天満宮では、緊急事態宣言が開けた11月6日、7日で、県人会の皆様から大変な御協力をいただいて青森フェアを盛大に行いました。

また今日はりんごの使節団が来られたのですが、朝テレビをつけたら知事もニュースでTシャツの早脱ぎによる青森のPRをしており、お元気な姿で大変安心いたしました。

縄文遺跡群と青森の食の取組について伺い、十分すぎるほどのことをやっているなと思いました。あとは、三内丸山遺跡ほど見ごたえのある物がないのでそこら辺をどのように展開していくのかというのと、食のPRも全国各地で行われているので、PR手法を工夫してどうやって知らしめるのが一番大切なところかと思っています。

青森と言えば、やはり農林水産が大変有名で食の宝庫だと思います。福岡もおいしいものが沢山あると言われますが、採れるというよりも加工をする技術の方が高いのかなと思います。生の物も加工した物も、青森で食べてもらうのが大事だと思います。今は通販等でどこでも食べられる時代ではありますが、一番贅沢なのは地産地消だと思います。ネット販売は手法であって、ネットで買った方をどのように青森に連れてくるかというのが最大の目的かなと思います。

食で言えば、青森に行ったらどこのホテルでも、どこのお店でもりんごやアップルパイが出てくるよとか、アップルパイもいろんな種類があって「このアップルパイはおいしいね」と競う、そうやって外からのお客様を呼び込むような魅力あるものを作ったらいいのではないかと思います。私の知人に「ちょっと北海道にラーメンを食べに行ってくるね」という人もいるくらい食の魅力は重要です。ラーメンは青森も胸を張れる高いレベルにあると思いますので、ここら辺をもう少し強調した方がいいと思います。

先ほどブランド総合研究所の調査結果についてお話がありましたけれども、青森は今年21位、昨年14位で、魅力のある素材が沢山あるのにまだ生かされていないのではないかと思います。ブランド強化は地域の商品の魅力の評価を高めます。

観光については、例えば沖縄に行くとき大体レンタカーを借りて回るんですけど、青森の冬でそれは難しいと思います。でも青森のスキー場も、雲谷など青森市中心部から近いところにありますし、本格的なところでしたら鱈ヶ沢などありますので、アクセス手段を整備するほか、どうやれば行けて、行けば何が食べれるというような情報がすぐ分かるようなものを作って、青森に着いたら簡単にどこでも回れる環境づくりも必要ではないかと思っています。

福岡もそうですけれども近代的な建物が増えていますけれども、文化的なものを残しながら受

け継いでいく、そういう大切さを磨いていくのも必要なことかなと思っています。

(知事)

素晴らしい御指摘をいただいたと思います。例えばアップルパイもシードルにしても、昔はニッカしかシードルがないなど、作る人は限られていましたが、今は、ものすごくいろんな方々がチャレンジをして、だんだん深みが出てきました。県内には様々なシーズがあると思うので、いただいた御指摘に応えていきたいと思っています。

青森の観光情報については、バラバラな情報でなく、ワンストップで検索がうまくいくことがすごく大事だと思っており、今 WEB サイトの改修など取り組んでいるところです。

(司会)

ありがとうございました。元気あおもり応援隊の皆様には、これからもどうぞよろしくお願いをしたいと思います。

これをもちまして福岡圏の元気あおもり応援隊会議を終了とさせていただきます。