

平成 18 年度鳥取市政懇話会 第 4 回産業振興部会議事要旨

日時：平成 18 年 12 月 8 日（金）午後 1 時～

場所：鳥取市役所本庁舎 4 階第 4 会議室

出席者

- 【委員】清水委員、太田委員、安養寺委員、川上委員、四宮委員、橋本委員、浜田委員、山本委員 < 欠席 宇津原委員、大木戸委員、児嶋委員、坂本委員、水根委員 >
【鳥取市】深澤副市長、大塚農林水産部次長、大西経済観光部長 < 事務局（企画調整課） > 山川企画員

部会長あいさつ

清水部会長 市政懇話会の方も、今回が一つの区切りになるというようなことで、この後全体会が行われるようになっている。前回は農水産を中心にいろいろと議論が多く出た。きょうは皆さんの方から、やはりこうして市政懇話会の委員としてやっていただいた一つの集大成として、いろいろまとめみたいなものを出していただきたらと思う。

その参考にするために、これまでの産業振興部会の意見と提言という形で事務局の方が 7 ページに記載しているが、それを参考にしながら、またプラスアルファとか、こういうのも言うのがいいではないかとかということもきょうは出していただいて、それで全体会の方にそのまとめを出ささせていただくような形になるのではないかなといったような感じ。きょうのここの部会の方は時間が十分あるようですので、皆様の方からいろいろ意見を出していただきたらいい。

協議内容

委員 今年も 3 月 29 日には、やはり同じような形で 1 年間の産業振興部会の報告と、それから全体会の報告等ということであった。それに伴って、皆さんの方にも回りましたように、8 次総の計画が初年度ということで今進んでいる。そういう中で、8 次総の一つの骨格ができておるのですが、それにプラスアルファ皆さんの意見を集約しながら、また行政の方としても委員さんのいろんな意見を結局吸収して、それを反映できる部分は反映していただくというようなことになっていると思う。

委員 環境が変わってきたのが、2009 に姫鳥線が開通する見込みがもうはっきりとしたということで、先日も出ておりましたように、イベントとして因幡の祭典ができるような形というものが特別委員会で片一方では進んでいる。そういう中で、インフラ整備で効果を出すためのこの産業振興部会と、その効果を出すために今からどういう動きをしたらいいかというのがやっぱり大きなテーマになる。それを含めて、この 7 ページを中心にして、皆さんの方から御意見をいただきながらきょうは時間を過ごしていきたい。

委員 先回の議論は、ここに出ておるように、要するにしっかりしたものはやっぱりブランドと、それから魅力ある商品と、京阪神に市場というか何かに鳥取コーナーというか、鳥取の特産物などをもうちょっとはっきりさせた方がいいのではないかと。それから J A の関係で隣接県、それから関西圏までのルートというか、そんなのははっきりして、物

流をもっと確立していった方がいいのではないかとということ。

それからもう一つは、農産物は、果樹から始まって観光の資源にもなっているし、また給食関係なんかも、いわゆる供給の体制と、それから需要のバランスなんかをどうとっていったらいいか。やっぱりロットがちょっと小さいので、給食の関係で、鳥取の素材を継続的にずっと日々入れていこうと思ったら物量的にちょっと足りないとか、もっと使った方がいいけど、結局、今の数量ではなかなか消費に対する量の確保が難しいのではないだろうかとかという内容。

委員 一番最初は田舎のよさといったような言葉とか、あるいは地域の活性化だとかというようなことが出ました。それで姫鳥線が出てきた段階で物売りといいますか、今度は話が物の方に、どちらかといえば経済効果的な方に移ってきてまして、心だとか人の交流だとかといったようなものがちょっと後退したのではないかと。

委員 昔の29号線の開通のときに時間が京阪神と短縮になるということでメリットを追求したが、結局市場の方に送り込んでみても、朝5時の市場開設の時間に間に合うのは当然間に合うわけで、朝の1時ごろに着いてみてもどれだけのメリットがあるのか。ですから、道路がきれいになって荷傷みがしないとか、いろんなことが言えるのであって、時間が短くなって、こちらの選果場から出荷するときのスタート時点が、3時に出なければ間に合わなかったものが5時でも間に合うというようなものはあるかもしれないが、ほとんどそれはもう昼からの3時ごろにはみんな終わる。

委員 私がこの姫鳥線の経済効果を追求したりするのは、市場を対象にして物を言うときには、時間的な距離が短いということはさほど大きなメリットはないのではないかと意見を出した。話をもとに戻しますと、私はやっぱり時間的な距離というのは、言いかえると今は地産地消や、そういう理念で進めてある、あの地産地消の圏域が広がってきたと。つまり、鳥取市なら鳥取市、あるいは因幡なら因幡という圏域で地産地消を進めてきておるわけだが、少し大きな広がりが出てきたということになると、物を消費する単位というのも地産地消の単位で物を考えればいいのではないかと。

委員 ブランドというのも、だれのために何のためかということになれば、その地域の人々がこれはという誇りを持って認められるような価値を地元のものに見つけて大事にしていけば、売れる単位は小さくても、客は多様だから、そういうものをずっと積み上げていけばいいのではないかと。高級ブランドを、一つ大きなぴかぴか光るようなものをつくるような取り組みでなくても、地産地消の延長線上で物考えた仕組みをこの姫鳥線という大きな要件をうまく活用していくようなスタンスが一つはあるのではないかと。

委員 食品の仕事をして30何年間やってきたから、その延長線上というより、やってきたことの最後の締めくくりと言ったらおかしいが、食べるものというのはもう食べていただいたら終わってしまうわけで形が残らない。例えば建築物とか洋服というものは必ず残るわけですが、食べるものというのは残らない。だけど人の心に残るものということをいつも考えている。

委員 豆乳のすばらしさというか、いわゆる調整したような豆乳ではなくて、本当に農家の方がつくった豆でつくると豆乳ができないかとやっていたら、それに賛同してくださった農家の方が無農薬でつくると大豆を、かなり営農をしておられる八頭郡の方で、その方の協力をいただきまして、いい豆乳ができた。それをちょっと今、インターネットに入

れたり展開しかけている。

委員 従業員もつくっているものに自信や誇りが持てたり、それで果たして利益になるかどうかは別として、先ほどおっしゃったような、何かしら経済効果ばかりではなくて、お金もうけと心もうけの2つがあるような気がする。心もうけの試算表と金もうけの試算表の両方が要るのではないかといつも話している。実際、鳥取が日本の国の最高の経済効果を上げた県だと言われることは恐らくない、そうすると、やっぱり鳥取は確かに金もうけは下手なのかもしれないが、県下に残って仕事をしている者が何かしらの幸せを感じられるような、また県外から来たお客さんが感じるようなものが必要だろう。

委員 金もうけばかりではなくて、今現実に商売をしている方も、実際に農業をやっている方も、その大豆を提供してくださった農家の方もやはり同じようなことを言っておられ、金もうけができる商品と、いわゆる楽しみが持てる農産物とがあって、やっぱり両方が必要なのだと。私もそれにとても感動した。

委員 私のところもやっぱり自分が納得してこだわって、それでいいものをつくったらお客さんに喜んでいただけると。私のところは二十世紀梨ですけども、やっぱりおいしい、買っていただいてまた次も買いたいと思えるような梨づくり。それにはやっぱり自然に優しくて、それで観光に来ていただいたお客さんにも楽しんでいただいて、ニコッと笑ってもらえる、また来ますよと言ってもらえるような梨づくり、環境づくりというのをめざして頑張っている。

だから、一つは除草剤を使わない。化学肥料が極力少ないような有機肥料を主体に、味がおいしくなるようなつくり方をするとか、あとは果樹園の中もお客さんに入ってきて、すごいなあとか何か感動していただけるような施設。今回、ことしもちろん入り口に空気で膨らむようなアーチみたいなやつをつくってみて、お客さんが、すごいなあみたいな、楽しんでもらえるような、そういうような感じで環境をつくって整備していく。そしたらまた、ああ、鳥取に来てよかった、梨を食べに来てよかったなと思ってもらえるという、そういうようなことをめざして頑張っている。

委員 大井手の水利組合というのがかなり金を持っているみたいで、いろんなところに今はやりの親水公園をやっている。自然に優しいという、この川がきれいで、泳いだりというような、そういうムードのある水に親しむ公園というのをことし、来年中にできる。姫鳥線の効果というのは地元でもやはりあったのだなという気がする。

委員 先回でもお話があった大山おこわが中身はあったけどパッケージがなくて、物産展で売り損じたと。パッケージも中身も一緒になってやはり好感度なものをつくるべきだというような話があったことを思い出した。県の物産展は、県も物産協会も随分力を入れているからよく売れ、物産展の中でも上位の方だと聞いていた。千里中央の駅にあるところの千里大丸でも、鳥取県が販売し、地場商品、生鮮などよく売れる。県の大阪事務所が梅田の駅前の第3ビルで物産展的なものを行った。ああいうにぎやかでないところでも、物産展的な、要するに地方のめずらしいものに関心がある。

委員 高速道路ができるが、二十世紀梨も全国的な量ができないので、一生懸命頑張ってPRしても、「もうなくなりました」というようなものが多い。東京までは無理としても、京阪神の安くてこれから発展しそうなところを県なり市なりとJAさんが見つけて、鳥取の公設市場をつくってもらえないか。

委員 あす昼から何時になったら追加できますというような、高規格の道路ができれば、Aという商品がなくなってもBで代替できる。いろんなものが紹介できて、鳥取のものはやっぱり朝どれというのが野菜でも随分評判がいいが、鳥取の公設市場に行けば新鮮で質のいいものが、いろんなものがある、見直した、今度はやっぱり鳥取へ遊びに行こうやというようなことで、そういう利用方法にその高規格が随分、高速道路がうまくいくのではないかと。

委員 鳥取市の中心市街地の活性化についても、駅前のせっかくのケヤキ並木だが、観光バスが5、6台でも入るようなところをつくって、鳥取市に1時間でも2時間でもそこへおろして、博物館を見に行け、仁風閣を見に行けとか、どこかパレットで魚を買えとかいうような、観光客も1時間、2時間滞留して、そこから市内で遊ばせる、おろせるというようなことでも考えてはどうか。

委員 最初のころはスローライフですとか田舎暮らしですとかという話から始まって、団塊の世代をターゲットにという話から、たしか来たと思うが、かなり姫鳥線にリンクした形になってきたと感じたが、いずれにしても、人の動きというか人を呼び込むということがやっぱり最終的には大きな目標になるのではないかと。これは一時的な観光客であり、あるいは田舎暮らしのIターンであり、あるいはUターンであり、そういう何かとにかく人を動かしてくるといふか、それが一番大事な目標として掲げるべきことではないかと。

委員 今、恐らく消費が変わってきてというか、消費者が変わって、大量生産、大量消費という図式がもうなくなってしまっていて、これは農産物でも工業製品でも一緒だろうと思う。やっぱり地域の特産品もあるものを大量に生産して、それを大量に輸送して、大量に消費を図るといふのはとても難しい時代だろう。先ほどの地産地消のまさに拡大で、関西圏でも鳥取の地産地消を図る、地産ではないけれども、そういう鳥取の魅力あるものを関西圏でも手軽に楽しむことができるというか、そういうプラスのメリットが広がるのだよということ、とらえ方としては大事ではないかと。

委員 単品のブランドを開発したり、あるいはそれをブランドのレベルを上げていったりするということよりも、むしろやっぱり究極的には鳥取市全体というか、鳥取県東部というか、ここの地域ブランドをいかに確立していくかというのが一番大事ではないかと。そのための宣伝物資としての特産品というか、ああ、鳥取にこんなうまいものがあるのだな、こんな加工品が鳥取にあるのだ、なら一遍行ってみようかという、そういう特産品そのものが地域ブランド、地域宣伝のグッズであるというふうなとらえ方がこれからは必要ではないかと。それから、最終的にはやっぱり行ってみたい、住んでみたいと思わせるような、それが道路ができれば京阪神からのアクセスが非常によくなるという、そこあたりがプラスに結びつく要素があるのではないかと。

委員 それから、若者の定着ということを考えてときに、確かにストロー現象で京阪神にどんどん買い物にも行ってしまおうという現象も現にあるわけだが、そうはいっても、ここに住んでおっても2時間もかからないで神戸に行けるとか、大阪に行けるといふことになれば、ここに住んでいる若者にとっても一面魅力にもつながる部分ではあるのかなというふうにする。余りストローのマイナスばかり考えるとよろしくないと思うので、やっぱり要はいかに地域全体を売り込んでいくかということではないかと。

例えばJAの物産だとJAマークがついた規格あるいはパッケージでも商品が並んだり売られたりするのだろうが、そういうものに鳥取県東部の、鳥取市の特産品については視覚的に統一した何かマークをつくって展開するようなことができないだろうか。そういうことを浸透させていきながら、鳥取の認識というか鳥取のイメージというか、そういうものを売り込んでいくというようなことはできないだろうか。

委員 消費者というのは、確かに変わって、消費者が王様というか、消費者が気に入ったものがインターネットですぐに話題になり、とんでもなくヒットにつながるというようなこともある。我々の世界で言えばマス広報というのが大変見直されてきたというか、とにかく大量生産、大量消費、大量のものを伝達して、それを何だかわけもわからず受けてしまうというような図式はもうなくなってしまって、必ず検証があったり、消費者からの厳しいチェックがあったり、それがすぐにネットの世界でいろんな話題を呼んだり、時には大きな企業でも揺るがすような力を持つ時代になっている。

委員 そういう消費者動向をきっちりとらまえて、やっぱり地域ブランドづくりというものをどうして展開していくのかなというのが、こうなってくると、また行政も、それこそ縦割りではないですけども、それは観光分野だ、これはこうこうとなるかもしれないが、やっぱり地域ブランドづくりのためにいかにそこで共通の話題をつくっていくかというのが大事ではないか。

委員 事前にいただきました資料の中に、鳥取の旬の味という、これは鳥取市のホームページから引っ張ってきたもの。こんな表を見て、ああ、すごいなあと思う人がどこにおるだろうかと思う。こういうのをつくるのでしたら、まず画像がないとだめ。写真が絶対必要です。写真を押すとその説明が出てくるというふうにしないと、だれがこんな表を見ますか。

委員 それから、例えば親ガニというのがありますが、親ガニというのはほかの県の人には知りません、松葉ガニのメスであるということも。そういう説明も何も抜きでこんなので書いてあっても、おもしろいのかこのデータは。傷みやすいから県外には出ないのですよとか、地元の人知っている幻のカニですよと、上海ガニよりうまいとかね、そういう説明があって。例えば、ここに行けば食べられますという、地産地消の何か認定企業というのがあって。そういったお店にリンクするとか、やっぱり市のやることだから特定の企業のPRにつながるものは難しいというようなネックがあるかもしれないが、そこを何とかクリアして、いろんな情報をこの表にたたき込めば使えるものになってくる。それとまた、お酒がないなというのがちょっと残念だったのと、それと繰り返しになりますけど、例えば大豆のところを押すと、幻の豆乳がありますよというふうな。

委員 だから、その店の情報、連絡先、それから地図、そういったものも載せてほしいです。これだけする労力があつたらそこまでやってくださいと伝えておいて欲しい。

大塚農林水産部長 最初につくったのは私がつくった。旬がわからないということで。県の市場開拓課のところでも同じようなものをつくっていて、それとJAさんやJFさんとも調整して、とりあえずつくって、地産地消の店の認定制度もやっていたから、本当の旬の時期がわからないというところまでつくったままで、御指摘のように終わってしまっている。後は、私はチェックを担当していないものですから、おっしゃるように絵と

かを撮ってきて、それから地産地消の店もリンクさせていけば、地産地消の店の認定制度はその個人の店も紹介していますから、ホームページがあるところはそこにリンクできるようにしているはず。つくりっ放しで全然進歩していないのは確か。

委員 地産地消も何か最近どこにでも地産地消なのですよね、いいことなのだけれど。だったら地産地消の店を、地産地消の委員会みたいなものを何かつくっているのか。

大塚農林水産部長 ある。私が説明すべき話ではないが。これは農業だけではなく、いわゆる商工業の方も入れて、製造物の地産地消みたいな観点もあって、地産地消の推進委員会それはつくっている。一次産業だけではなく、今どういう動きをしているのか私は全然ノータッチだが。

大西経済観光部長 宣伝のこともあったが我々が一番頭を悩ますのがそこ。それからもう1点は、鳥取の地産というのは、今言われたように農産物等は随分あって、客を引いてくるが、商品として売れるものがない、要するに数が少ない、これが実態。今、実はこれはちょっと東京の方の大手のホテルからも引き合いがあります、いつかもしましたけども、梨シャーベット。これはかなりの部分があるのですが、結果的にそういう形で業者がついたとしても、今度は生産が間に合わないというのが実態。観光等で客を引いても、鳥取で本当に鳥取の物産とってやっぱりつくれているものがない、これが現実。

それぞれの観光地へ行くと皆さんは本当にいろんな形のものをさげて帰られるが、鳥取には、例えば大根であればそのまんまの大根である、それから魚であればそのまんまの魚であるというのが現状であり、地産地消としても、そういう土産品になるようなものを考えなければいけないということもある。ただ、行政がするのではなくて、要は行政が、役所がもうけるのではない、民間でやっていただいて、民間に活力を持っていただくということで、今度は商工業の面ではそうした販路開拓であるとか、それから今度は新商品の開発であるとか、そういうものに支援しておるのが実態。

大阪で商工会と商いフェアをやった。かなりそれぞれの関係の業者の方からも引き合いがあるようなので、来年度もそういうような形で、ちょっと工業製品も含めて向かってみたいと思う。行政としては、販路拡大であるとか、それから新商品の開発ということに支援をしていきたいと思っているが、もうける部分はそれぞれ民間でやっていただけたらと思っている。特に我々が一番心配しているのは中心市街地、また通販、インターネットの商売。ジャスコといえども増床することによってお客さんがつくというのではなくて、ジャスコも今のままで売り上げが維持されていればそれでいいのかもしれないが、客が逃げているために広げて客をとろうとしているというのが現状だろう。若い世代のねらいというのはもう通販、インターネット、これがまず5割ぐらいに上がってきたら、それこそ中心市街地や大型店というのは大変になってくる。

鳥取市においても、日本一の砂丘というものであるので、砂丘がターゲットになるだろうと思う。高速道路にあわせて沿線に砂丘まで何分とか、まだ高速道路はできておりませんが、要は中国縦貫を通った人に砂丘の方に向かってもらうような形での宣伝もしていこうと思っている。皆さんでいろんな形の知恵を出して、要は民間でもうけていただく。何か行政がつくって、行政がしておるのだというのではなくて、やっぱりもうけるのは皆さんであるということですので、屋台の一つでもよろしいです、出していただけたらというふうな思いでいる。

委員 さっき梨シャーベットなんかはロットが小さいというお話があったが、今はロットが小さいというのはセールスポイント。これは逆に限定品。我々は限定品とか1点物という、やっぱりぐらっとくる。ここだけとか。もう逆にそうやって・・・。

大西経済観光部長 ただ、そういう形である程度売れておって、そこで採算がとれているのならいいですけど、余りにも市場が小さい。はっきり言って、今の梨シャーベットなんかは、非常に原材料も少ない。商売が成り立たない形であるので、そこらに問題がある。ですから、限定品であっても、例えばそば焼酎、今1,000本出した。まだ宣伝が行き届いてないが、そういう形でできてもなかなか寄りついてこない、地元だけでも大変。

委員 今のお話で、やっぱりJAもそうですし、市町村も県も、大西部長さんは支援ということで、市は何をすべきか、何ができるかという点で、非常に大事なところだと思う。この産業振興という一つの部会で論議すると、やっぱりロット論になるのですよ、金や物の物差しがね。そこからスタートしますから、さっきの意見のようなところで、こう問題になる。

委員 私は、やっぱり活力というのは面的に物を見た地域論やロットの問題というのはそれは結果論であって、やっぱり一人一人がどこまで生きがいを持って、それで所得で生計も成り立つかと。それが1人でも2人でも、一つずつ積み上がってくればいいわけで、物差しはやっぱり個人を見なければいけない。そういう物の見方というのは、残念ながら、行政においてもほかの産業界にしても割合に見落とす。今やっぱり大事なものは、特に公な公共機関がそこに目を向けなければならない。

委員 鳥取県は、総合計画の第3次、4次、5次まで15年間、都市近郊型農業ということをやったというたい続けたのです。最初は、都市近郊型農業をめざすとし、次は、都市近郊型農業を確立するとし、次は、都市近郊型農業を実践するとした。めざすと確立と実践で5年ずつ使ったのです。当時の部長から、商売根性を身につけさせることだと言われた。結局、今の農家は甘えておると。保護政策でずうっと追っつけられて、自立心もないしね、そういうものを育てておってもだめだと。

その後、ずうっといろんなことを取り組んでみると、市はあれもこれも仕組んで誘導させるというのではなくて、やる気のあるのをどこまで後押しするかという、やっぱり支援だと思う。だから、政策はそこにきちっとターゲットをして、今の論も、結局は精神論みたいなことですが、やはり地産地消や、そういう原点に戻ってくるような論理が必要なのだと思う。

委員 河原の道の駅はすごくいい。集客力もある。あそこで仕事をしてらっしゃる職員さんたちも非常にやる気がある。うちもいろんな商品を持っていかせてもらって、豆乳プリンみたいな黒豆の豆乳プリンをつくった。とてもいいものができる、職員さんたちもぜひ置こうということになった。そうすると、今までプリンを置いていた業者が、最初に何か契約書みたいなものがあるらしく、最初は自分のところだけだったはずなのによその業者を入れるのだったら、うちは入れさせてもらわない。数件手を組んで、だったら私たちも手を引くぞみたいな話があった。

委員 いろんな商品があり、いろんなメーカーの種類があった方が相乗効果になっていいのにそういう話になる。例えばここの商店街もそうだが、朝市の計画があって市場をあるところの区間でやると、商店街の人が文句を言うのではないかと、恐らく苦情が出る

みたいな話が出た。人が集まるということは、そんな中で自分のところがどういうふう
に頑張ればいいのか、どんな商品を出せばいいのか、一人でも来てくださったお客さん
をどう扱えばいいのかという努力をしないで、そういうことを言う人が多い。やっぱり
数件がいいものを出して、喜ばれるもの、それが結局は鳥取の商店街はおもしろいぞと
いうふうになるのではないか。

委員 河原の道の駅は、まだ道が通っていないのに今でも満員で、駐車場が足りないぐら
いと、あれはどうするのかなと思って心配している。どこの道の駅というかサービス
エリアでもあるが、軽食がない。寝めるところはいっぱいあるが、声が届いていないと
思う。コーヒーで一服したいけど、コーヒーがない。それから、ラーメンとかうどんみ
たいな軽食がない。

委員 今からでも遅くないのではないのでしょうか、いくらでもできるような気がするが。

委員 一番立派なところは道路交通情報。点をつければかなりの点をつけられるけれども、
ただ駐車場の問題とそういう細かい配慮がないのか。

委員 事務所の職員さんは市の方ですか。

大西経済観光部長 あれは指定管理者のところ、ドリームかわはら。河原町の方の法人
だが、そちらの方を指定管理者として指定をさせていただいて管理をやっていただい
ている。実際の店舗等はまた、そこにいろいろな店が入っておられるというふうな形。指
定管理者による管理というのが今年度から実質的には始まったが、制度が変わり、いろ
んな業者の方の御意見とかそういったことにつきましてはアンケート等で我々はきち
っと把握をさせていただくようにしているが、こういった懇話会等でいただきました御
意見につきましても担当課の方に示したい。

委員 入るをはかって出ざるを制するような強力なモニター、高度な知識を持っている、
いろんな面で経験のある、そういうモニターを何人か、1人でも2人でも3人でも採用さ
れて、経費の要らない程度に。市役所がバックで来ましたということで突っ込めばおも
しろい。改善点がいっぱいある。

委員 さっきロットが小さいという話が出たが、実は小さいロットで、いかにしてこれを
大きいものに広げていくかというのが一番重要。小さいけど案外チャンスがあるのだな
というような感じもしている。仕掛けづくりが非常に重要。徳島県の上勝村、ここに彩
という商品があり、彩というブランドにした。最初は約700万ぐらいの売り上げだった
のが、2億5千万。全国の料亭の8割は彩商品、彩は20年の歴史があるが。その地域は、
佐治の奥よりももっとすごい山奥。

委員 要するに、発想が大切で、そういう小さいものを大きくまとめてそこまで持ってき
て地域づくりに結びつけていくということが、実は鳥取に一番向いているのではないが、
そういう発想が必要だなということを感じた。そういう例はいろいろあり、高知の奥の
方ではやっぱりユズを起爆剤にして、もう10アール当たり35万円の保証ができるまで
になった。小さいものだけれども、スケールとしては大きくなる要素というのは、この第
1次産業の部分にある。

委員 そういう地域でも人口が着々とふえている。谷にある山が、これが全部商品棚です
よということ。陳列。要するにもうこれがすべて私のもの、だからここに入ってくると、
うちにはこういう商品がありますよということが御案内できる。これから通販、ネット

販売というのは、本当に今、大西部長が言われたように、もうジャスコが出るからどうだというような問題ではなくなる。今はもう光が入って、現実におばあちゃん方がこうやっている姿が東京でも見られる。そういうことができるような時代になった。これからの鳥取は姫鳥線もできて情報は物すごい早い。それに物がどれだけスピーディーについていくかということが高い。

委員 そういう点を考えると、姫鳥線の効果というものもこれからはもっと何か工夫すればあるのではないかな、そんなことを感じており、産業振興部会に出させていただいた中で、何か知らないけど、いや、行政はどうせよ、やれどうせよというようなことより、何か鳥取らしい希望が持てるのではないかというような感じがした。

委員 さっきの徳島の例も、こんなものが金になるのかとって、爆発的にヒットした。実は自分たちの足元、周りにそんなものが、いろんなものがあるのだろう。その一つが、景観もそうだろうと思う。県庁所在地で高速道路がついていない、残り少ないわずかな県であるがゆえに何か守られている部分があるはず。それをきちっと我々は気がつく必要があるし、例えば鳥取市で言うならば、鹿野町の町の景観であるとか、ああいうものとか田舎の風景だとか。映画「ALWAYS 三丁目の夕日」がすごいヒットして、安倍総理も大変涙を流したということが伝わってきているが、ああいう世代がリタイアして、田舎暮らしを望んでいる世代なのだ。

委員 そういう人たちにとって、そういう人たちを取り巻く心地よい空間がまだ田舎にはあるということが、きちっとそういう視点で見詰め直す必要がある。これは行政の役割としては規制だろうと思います。大胆な規制をやっぱりする必要があると思います。規制緩和でずっときているけども、行政がきちっとガードをかける部分というのを認識して、やっぱり守るべきものはきちっと守っていかなければいけない。やっぱりそういうものが売り物なのだ、そういう空間を求めて人がやってくるのだ。空間は簡単にはまねできませんから、物はどこかがまねをして、あるいはライバルがたくさんいるかもしれないが、そこに行かなければ味わえない世界、空間というのが鳥取にはあると思うし、それをやっぱり再認識するような、それを守る、それを売り込むという、我々は何か当たり前のように過ごしているところが実はへえ、こんな魅力があるのだと。葉っぱ1枚でこんなに売れるのかという、空間もそういうところが必ずあると思うので、そういうことをやっぱりきちっと認識して、ガードをかけるということが大事ではないかなというふうに思う。

委員 今回、サンドバルだったですね、鳥取砂丘の、あそこに砂像のいいやつができましたお年寄りたちが野菜をたくさん出しておられたのですが、1日の売り上げが、少ないときだったら1,000円とか1,500円のレベルだった。もう引き上げないといけないなとかいうような話だったのに、それが今すごい入館者数になりまして、1日に20万円ほど売り上げがある。もううれしい悲鳴で、幾ら野菜をつくって足りないという。そこに出しておったお年寄りの方たちが、いっぱいつくらないといけないと元気になってきた。

委員 やっぱり鳥取砂丘というのは砂で全国にも名が売れている。そこで、砂に何か関したような珍しいものをつくれば全国からお客さんが来て、また相乗効果でそういうところにお百姓さんがたくさんつくって出されたら、たった本当の手づくりの少ない野菜でもそれだけ売れるのだと。そうすると、お年寄りの方が自分がつくったものがこんなに

喜んでもらって買ってもらえるという、元気になるのではないかと、先ほど言われたようなことなのですけども、それがやっぱり現実問題で起きているのだなということを感じる。

委員 だから各個人さんなり商売人さんなりがそれぞれサイトを持つ必要があるなと思う。その道のりはまだ遠いが。

委員 しているのだが、何しろ、鳥取に魅力がないと。まず、サイトを開いてもらうこと、うちも出しているし、いろいろつくっている。だけど今言うように本当におもしろくない。自分のところのこと。それで、1回したらそれきりで何年間もほっておくと。

委員 鳥取の観光課の方が9月の下旬に来られまして、梨狩り園のうちのやつをネットで宣伝していただいた。自分のところはつくっていないのですけども。そしたら、割合に何か反響がありました。やっぱり新しいものをいかに早くおもしろく書いて、写真もいっぱい載せて、自分のコメントを入れてということをやると割合反響があるのだなということを感じた。

委員 すべての人がそういうスキルを持っているわけではない。

委員 自分のところでなかなかそれができない、1回はつくっても更新するということはすごく大変なので、だから何か特派員みたいな人を行政の方でもいいからうまいぐあいにやっていただいて、観光の部署の人でも。順番に特集を組んで回ってもらえるというようなことを助けてもらえたら、個人としてはすごく助かるのではないかと。あとは、ファクスとか電話とかで問い合わせしてくださいみたいな、生の情報を早く出すということ行政の方に手助けしていただいたらというふうなことは思う。若い者はまだいいが、お年寄りの方はそういうインターネットだとかなんとかというのはなかなかできない。

委員 我々は産物だとか、水産物だとか、そういうものは割と平面的にとらえていますけどね、実はやっぱり鳥取の文化を、市町村合併を機会に文化をひとつ主題に、例えば多鯨ヶ池のお種さんと白兔の大国主命を何とか結びつけてやるあれはないかと、鳥取の市町村合併した広い中で、こういうものをやっぱり文化の一つのテーマにして、そして今のインターネットの中でも載せて。それから、日本海テレビでそういうものを流す。小学校の子供たちに河原のおじいさんが話しておる昔話、そういうものを聞かせている中で、想像して何かテーマをつくれというようなことをやって、何か鳥取の市町村合併したのを機会に文化面も取り入れたものを、姫鳥線の2009年ですか、ひとつそういうようなテーマも、ものはどうなるかわからないが、そういう発想をやらなければいけないのではないかと。

委員 例えば鳥取市はリンクフリーか、ホームページは。

山川企画員 許可が必要です。

委員 例えば鳥取市のPRのためのコンテンツに1枚物ぐらいのものをつくって、それだけリンクフリーにしておいて、そのときは県出身者とか鳥取県でホームページを持っている人になるべくだったらこれをリンクフリーでどこかに張っておいてくださいとか、そういう使い方はできないか。今おいしいものとか、コンテンツは1か月に1回ぐらい更新して行って、そのページだけはいつ見てもおもしろい内容にしておく。そういうふうに鳥取市をPRしていくという手もあるのではないかと。

山川企画員 データの更新という話が出て、市の職員としてお恥ずかしい話だなと思う。

ちゃんとしっかりと話をしておきたい。基本的な話ですので、気をつけなければならない。

委員 一人勝ちしようとしめない気持ちにみんながなったら違ってくるように思う。むしろ相乗効果なのだと考えたら。鳥取のこれは市民性というか、そういうのかななんて思ったりするが。うちはこれをやる、ではあなたのところがこれをやって、これをやってというふうに、本当に大企業があるわけではないので、特に食品、農産物、そういうところも大規模な営農があるわけでもない。そうすると、やっぱりロットはみんなが集まってというふうな考え方をできるように何かいい知恵がないか。

委員 自分は商売根性だろうと思う。自分らは今ものづくり、ちょっと鳥取は寂しいなと言って言っているのですが、寂しいのではない、要は仕事をどういうぐあいにとってくるか、と思っている。たまたま自分は2年、3年先を見てこれまで手を打ってきたのが効果が出たということで、一つはこうして今液晶画面、大きくなっておるのですが、あれを生産するのにいろんな装置というのが必要になってくる。大型の生産をしようと思ったら大きな工場と大きな設備がないとできないということになってくる。岡山とか兵庫の方も一部やっておるのですが、それがたまたまうちが早くやったものですから、それでどんどん仕事が入ってくる。ただ、使いこなす人材というのが大変ですけど、要は人材も今育成して、若いお兄さんをどんどん今しりをたたいて、やれと言ってやっている。

委員 今、(株)清水の方は、姫鳥線を利用してマーケット、いわゆるさっき言われた時間、距離が短くなったら商圏が大きくなるというのは、自分はもう初めからにらんでいて、これまで、中国山脈が邪魔をして、松江の方にはどんどん行っていたが、山を越えて向こうというのが、山陰の者というのは割に抵抗感があるので、行かないというようなことがある。会議所で補助をもらって、津山との交流を10年ぐらい前からしており、それで5、6年前から姫路と交流を始めた。自分はそんなのを商売のきっかけにして、これが商売根性だろうと思うのが、やっぱり出会いの場で知り合ったら、後ですぐフォローに行って、それでうちはこんなのでしておるけどおたくはどうでしょう。ということできっかけに、それを今拡大して、もう今売り上げの3分の1ぐらいは津山とか真庭とか久世とか、それから津山と岡山の間の中間の辺まで行っている。

そうすると、都会型というのは小さい鉄工所は嫌うというか、効率を求めて、ロットが少ないから1週間に一遍か10日に一遍しか行かないよというようなことになる。ちゃんと定期便を出しますと言えば、要は小さいものでもちゃんと小ロットでも持ってきてくれる。品質はいい。単価は別に岡山より高くない。だったらとてもいいということになって、それで小ロットで結局そういう特徴を生かして、サービスをよくした結果、今すごくそれが受けて、鳥取は田舎だのにちゃんとすることはする、ということを受けている。

委員 今、やっぱり景気の波が岡山の辺まで波及してきております。要は東京、それから名古屋、関西、福岡に飛んで、福岡から広島に飛んで、広島から岡山に景気の波が大体波及してきている。岡山で今いっぱいになったものですから、結局四国の方と山陰の方とに仕事の流れてき出したというようなことがある。ただ、流れてきても受け皿がなかったら仕事ができないから、たまたまうちの場合は受け皿を積極的にやってきたもので

すから、それで効果が出た。商売根性を出し、1軒の小さい会社でも、そんなものでも起爆剤として、ほかのものがついてくるようにしてもらった方がいい。だから、第2、第3で設備投資をして、こういう仕事がどんどん入りますよということでやったらいい。

委員 これから姫鳥線を有効に使って、要は鳥取から岡山の方、兵庫の方で、時間、距離がすごく短くなり、ビジネスのフォロー、それからメンテ、そんなのが行き届いた仕事ができるのではないかと。きっちりした物事のやり方で根性を出してやっていったら、結構、岡山、兵庫の人なんかでも通用する。だから、特色とハートというかね、ハートを、自分たちは行って懐に飛び込まないと商売というのはやっぱり成り立たない。高速道路のメリットは、この産業部会の自分たちの工業の方では一応ある。

委員 ジャスコは鳥取の商店街の方に目線を置いていないから、商店街がつぶれる、ということにはならないのではないかと。多少の影響はあるかもしれないが、対象の商品、それからまた眺めているところが違うので、小さい商店街の方には特別な影響はないのではないかと。意見もある。ただ、売り上げの規模も大きいし、要するに集客力の魅力を持っておくことだけは確かだというような感じもするので、会議所でもいろいろ対応の仕方を今検討しているところ。

委員 この懇話会での反省も含めて、放談会で終わった部分というのがかなり多かったと思う。当初から、市長もそういうことで、十分事務局の方で受けとめるから放談でいいからということだったと思うが、私はこれから先、市政としてやっぱり移すときに、きょうの意見もあったように、最終的にはやっぱり個に帰属するような、つまり産業、もうけとして、そういうものと、それから地域という公共的な問題、例えば環境だとか、あるいはコミュニティーだとかそういうようなものにと、2つに分かれると思う。

委員 個人に帰属するような問題というのは、活性化するための支援ということで、先ほどこからあったように甘やかすのではなくて、依存させるのではなくて、みずからが頑張ることについて支援していくのだと。それから、地域等の共的な面というのは、当然これは環境の問題だとかいろいろ面的な問題ですから、これは行政が積極的にかかわっていかなくてはならない部分というのは大きい。

委員 そういうものを具体的に政策として打ち出すといったときには、結局、基本が支援ということである限りは、先ほどずっと出ておりますように、調査研究だとか、基礎的な、あるいは情報提供だとか、あるいはリスクの伴うものをモデル的に実践するとか、あるいはもっと大きな公の機能を生かして外に向けてのPRだとかといったようなことになると思う。その中で、残念ながら農業あたりの問題もそうですけども、基礎的な部分の調査研究。つまり、情報提供をする前の段階の基礎的な調査研究、調査も含めて、そういうものの機能というのが、では、あなたのためだからあなたが調べてあなたが勉強しなさいというようなことでは限界がある。従ってそういう面では、こういう専門的な方も含めて今後そういう調査研究でテーマを持ってやるようなことが必要になってくると思う。いわゆる俗に言う試験研究だとか調査研究所みたいな、そういう機能ですよ。それを、今の市の政策の中の課題のテーマに対して、何を市はもっと基本的な調査研究まで踏み込むべきかと。そのときには、それなりの専門家をメンバーにして、テーマを与え検討される、科学的に客観的にという、そういうものが今後必要ではないかと感じた。

委員 市政懇話会は継続するのですが、一応区切りとして、もうなくなるのか。

山川企画員 4月からまた開始する予定。放談会で終わっていいのかという部分もある、我々としてもそういう問題意識は持っている。

委員 きょうは副市長さんほか両部長さんも出ておられるし、だから、今後の新しい年度の今度は取り組み方なんかも、やっぱり参考にしてもらったらと思う。

委員 こうして市町村合併も済んで、そして産業振興部会でいるんな意見も出てきたが、やっぱり鳥取市が市町村合併して、これから特に副市長さんなんかをお願いしたいのは、規制緩和をすべきものはどんどんしていく。それから、新しい鳥取としての規制をするものと、こういうものも真剣にやっぱり区分けしてもらいたい。規制というものは古いものを引きずったままでは新しいものは出てこない。規制緩和によって市税の収入を上げていく。基本的には上がるはず。規制緩和をきちんとやることによって、そのニーズに合ったような規制緩和をし、あわせて市税収入は上がる。

委員 産業振興部会の話とはまた別で、新市について、新しく鳥取市の仲間入りをした佐治村ですとか河原ですとか鹿野ですとか、あそこの一般市民レベルでの交流は果たしてうまくいっているのか。もっとそれを何か促進するようなことがあってもいいのではないか。今月は佐治の日だとか、今月は河原の日だとか、何かの鳥取市街地だけでやられておったイベントを河原でやったり佐治でやったり、市民が足を運んで理解を深めるという場づくりというかチャンスづくりというか、もっと地元の人たちが地元のことをよく知る機会を行政が仕向けるということが、足らないのではないか。新市にみんなが出てこいと、人の流れだけを、何かを流しているようで、逆にこっちの昔の鳥取市の人間が周辺に行ってみる、足を運ぶチャンスを行政がつくってやるということも何か大事ではないか。

委員 やっぱり行政というのは、サービス業ではないか。福部の支所やなんかに行くと、昼間12時から1時の間は電気が切れている。外から見たら、あっ、きょうは休みなのだろうか、何かおかしいなというような、住民から見てもちょっと何かおかしい。省エネもわからないではないが、お年寄りやなんかちょっと入られたときにも、何かちょっと寒いのではないかな、ちょっと窓口で待っておられるときなど、そういう配慮もやっぱり少しは考えていただきたい。

委員 やっぱり鳥取もあれも大事、これも大事、緩和にしても規制にしてもそうだと思うが、何かしらきちんと目的が、この緩和はこれが目的だったのか、この規制はこれだったのかというのが何かぼやけている。それをもう一度考えてみたい。我が会社でも。

委員 バラ色を期待して河原あたりも合併した。ところが、介護保険なんかの安いものは旧市に合わせて、河原の水道料金などは一つも下がらない、こんなことがもう非常にうっせきしている。せっかく市報が出ているのだから、Q&Aである旧河原町民からこんな不満というか質問が出たと。もう水道料については、何度も5年先だか何だかを書いてあるけど、急には、段階的でなくてはできません、などと、市民が納得のいくように。せっかくの市報に、それぞれの佐治なり用瀬でもいろいろあると思う。そのいっぱい持っている不満を解消できるようなガス抜きが欄があればいい。

深澤副市長 ちょっとお礼だけ申し上げたい。きょうは、会長さんの冒頭のごあいさつの中でも今回は一区切りということであった。大変お忙しい中、本当に長期間、示唆に富

む話、御提言をいただいたように思う。私自身は決して放談会ということではなかったというふうに思っている。たくさんお話しいただきましたので、ちょっとそれぞれについて私の思いをとという時間はないが、いただきました御提言、御意見はこれからの市政運営にしっかりと反映させていただきたいということだけは申し上げをさせていただきたい。この産業振興部会は、鳥取自動車道を活用した産業振興というのを一つのキーワードということであった。これを契機に、2009年の鳥取・因幡の祭典、これが一過性のイベントにならないよう、いろんな鳥取のいいものがまだ地元がたくさんあるというふうに思う。ぜひともこれを契機にどんどん景気がこれから浮上していくよう、そういったことを考える機会になったらいいと思っているので、どうかよろしく願いたい。本当にありがとうございました。お世話になりました。

委員 部会長をさせてもらって、いいまとめができなくて、放談会みたいになったかもわからないが、それぞれの皆さんからいろんな意見を出していただいて、こうして副市長ほかいろいろ聞いていただいている。今後の政策にいろいろ反映されることを願い、また皆さんの御健康を願って、本当にこれまでの御苦勞に感謝してお礼を申し上げて終わりにしたいと思う。どうもありがとうございました。