平成２８年度　第４回鳥取市行財政改革推進市民委員会・会議概要

日　時：平成 28 年 1 月 30 日（月）　午前 10 時から正午
会　場：鳥取市役所　本庁舎 4 階　第 3 会議室
出席者：≪委員≫
山下 恭史　委員長、山下 博樹　副委員長、川口 耕　委員、倉持 裕彌　委員、
清水 はるみ　委員、玉木 真人　委員、野口 秀治　委員、福山 裕正　委員
≪鳥取市≫
観光戦略課／植田補佐
鳥取砂丘・ジオパーク推進課／塩主任
生産流通振興室／丸田主査、城市主任
経済・雇用戦略課／中島補佐、尾崎主任
事務局／河上行政経営係長、藤原主任、岩田主任

会議概要（事務局による要約）

１．開会

河上係長：

それでは定刻になりましたので、平成２８年度第４回行財政改革推進市民委員会を開催いたします。本委員会の設置要綱第５条第２項に、「委員会は委員の半数以上の出席がなければ会議を開くことができない」とされていますが、本日は全１０名のうち８名の方にご出席いただいておりますので、本日の会議が成立していることをご報告いたします。開催の前に１名委員の交代がありましたのでご報告いたします。連合鳥取よりご推薦いただいておりました内田委員におかれましては団体内の役員交代がございましたので、今回よりご後任の野口様にお越し頂くことになりましたのでご報告いたします。それでは開会にあたりまして山下委員長様よりご挨拶をいただきます。

２．あいさつ

山下恭史委員長：

もうすぐ２月になろうとしていますが、今年初めてですからまずは新年明けましておめでとうございます。今年１年が皆様にとって健康でより実り多い１年となることを祈念申し上げます。今年に入りまして、鳥取市主催の市民合同の新年祝賀会をはじめ経済界の新年会に多く出席しました。その中で皆さんがよく触れられたのはトランプ大統領の就任についてであります。報道にもあるように入国拒否の実施、戦後構築された安全保障への思いや貿易スキームの変更など、今後の懸念材料はありますが、一方でインフラ投資や減税などに期待する声も沢山ありました。日本でも安倍政権の下で地方創生や１億総活躍など、働き改革の施策と共に景気回復の道のりが若干見えてきたのではないかと思います。後は、企業努力または自助努力というものが今年あ

たりからは重要になるのではと思います。そんな中、鳥取市は宝島社の住みたい田舎ナンバーワンに選ばれました。私達は、住みたいランキングに選ばれただけで満足せず、自分たちが住んでよかった、そして住み続けていたいと思える鳥取を目指していかなくてはならないと思います。そういうことから今年も委員の皆さんにいろいろなご負担をおかけすると思いますが、行政の施策と相まった形でこの委員会が有効にあるいは充実した形の運営が出来ればいいなと思います。格段のご協力をお願いして冒頭のあいさつとさせて頂きます。

河上係長：

ありがとうございました。それでは以後の進行は山下委員長にお願いいたします。

３．議事

山下恭史委員長：

それでは早速お手元にあります、本日の次第に沿って進めていきます。事前にお知らせしてありますように今日は４つのＩＤについて意見交換をします。順次担当課に来て頂き、意見交換をするということになっております。事前に資料を忘れた方がありましたらおっしゃって下さい。

時間としては５分程度担当課からご説明を頂いて、その後１５分程度質疑応答と意見交換をしたいと思います。そこで分からないこと等がありましたらまたその席で言って頂き情報がなければ後日資料を整える形としたいと思います。そして、次回の委員会で委員会の方向性をまとめたいと思っております。今日の趣旨は４つのＩＤに対してそのような形でいくことをご承知下さい。

それでは最初に観光戦略課に来て頂いておりますので、ＩＤ２８から進めたいと思います。

観光戦略課植田補佐：

観光戦略課植田と申します。宜しくお願いいたします。

早速ですが、お配りした資料の鳥取市国際観光客サポートセンター外国人来訪者数をご覧下さい。鳥取市国際観光客サポートセンターは鳥取駅の構内、北口を出て右側の風紋広場付近にあります。現在職員が４名在籍しており、英語２名、韓国語１名、中国語１名ということで基本的には外国人の観光相談・情報発信などを担当しています。また外国人のボランティア育成団体も合わせてしています。事業内容としては観光施設の要望により外国人のサポートをしています。資料を見て分かるとおり段々外国人観光客が増えてきていることもあり、施設の需用も増えてきております。

サポートセンターでは市と県とハイヤー協同組合で実施している外国人専用の周遊タクシー（３時間周遊しておひとり様１０００円）といったプランへのご案内もしております。内容としては、利用者の方はサポートセンターに来て頂き、そこで観光情報の説明を一通りします。その上で行きたいところをお客さんにそれぞれ選んで頂い

て３時間以内に収まるコースを作成してから車を呼んで観光していただくという流れです。その配車を待つ時間にアンケートを実施してどこの国から来られたかヒアリングさせて頂いています。鳥取市の場合は、米子ソウル便、ＤＢＳクルーズフェリーによってずっと韓国の観光客が多かったのです。しかし、最近では台湾・香港といった観光客が多く、韓国からの観光客を上回ってきています。近年は米子空港より関西国際空港から入って来られる観光客が全体の半分くらいです。そのため、現在では韓国だけでなく台湾・香港などを中心に現地に行っての宣伝活動をしています。

周遊タクシーの場合は、はじめに行先を選んで頂きますので、お客様がどこに行かれたかどれぐらいの時間を使用したか大体アンケート調査で分かります。アンケート結果２０００件くらいの内１７００件くらいが鳥取砂丘に行かれています。次に多いのが浦富海岸、その次が白兎海岸です。

ただ基本的には鳥取に来た時点で何の行動計画も立てずに来られることはまずありませんので、韓国にあるＩＣＣ日本観光新聞と委託契約を結んで韓国国内での情報発信を行っています。またそこのホームページで、韓国語での情報発信をして頂き、現地のメディアに出てお客様に見て頂けるような手立てをとっています。香港・台湾についても台湾にありますライオントラベルという観光関係の業者と契約を結んで情報発信をしています。ここは新聞社ではございませんのでブログとかイベントを通じて観光客を増やしていっているという状況です。ブログ、フェイスブック、ＳＮＳといったものを使って幅広い発信をしているところです。定期的に記事が出ていないことがあるため記事の量には増減が時期によりあります。

皆様からのご意見で、宿泊の数が指標としては適当ではないかということがございました。宿泊の統計については各観光施設から県を経由して観光庁に上がります。そこで統計調査をされておりましてそちらは定期的に公表されております。ただ観光庁の公表が３か月分のデータをまとめて出すというようなスタイルをとっておりますので情報が公表されるのに４か月、５か月遅れで出てくるといったかなりのタイムラグがあります。直近でつかみやすい情報ということで現状サポートセンターのデータを使用しました。以上です。

山下恭史委員長：

ありがとうございました。今のご説明に対して何かご質問はありませんか。

清水委員：

先ほどのお話でイベントを観光関係の会社にお願いされていますとありましたが、通販を利用してそのようなことはしていませんか。それと外国に食べ物を輸出されていますよね。そういうものと観光とが連携しながらというのはやってはいませんか。

観光戦略課植田補佐：

鳥取県の取り組みになりますが、韓国がメインでテレビショッピングのサイトがあります。そのテレビショッピングの中に鳥取方面を周遊する観光ツアーを商品として

出すことをやっています。

清水委員：

通販のように印刷物を入れるようなことはないってことですか。

観光戦略課植田補佐：

そうですね。印刷物を入れるようなことは把握していません。

清水委員：

私はそういう通販を利用していまして、いろんな物が入っていると目を引くんですね。印象にも残るし、そういうものをやっておられるかと思いましてお尋ねいたしました。

観光戦略課植田補佐：

韓国の方がどうやって旅行先を決定するのかを、鳥取県や観光庁、中国地区の国土交通省が調べており、割と韓国では通販サイトに人気があると伺っています。

台湾ですと旅行会社の営業よりも、パワーブロガーと言って人気のブログ発信をしている有名な方がおられまして、その人のブログを見て観光地に行くといった流れがあると伺っています。ですので国によってテレビショッピングを利用するとか、パワーブロガーを鳥取に招き、その人に観光した記事をアップして頂くことで情報発信するというやり方をしています。

また、行政が作成したものではありませんが、ＢＯＯＫＩＮＧ．ＣＯＭ、ＡＧＯＤＡといった外国語でも観光地のホテルの予約ができるサイトがあります。各ホテルがサイトと関連していないといけませんが両社とも鳥取市近辺で営業されていまして日本でいうと楽天トラベル、じゃらんにあたります。このようなサイトを利用して予約を行うことができます。民間ではそのような取り組みをしています。

清水委員：

観光客の年齢層は大まかでも分かりますか。

観光戦略課植田補佐：

３０代～４０代が多いです。２０代よりも３０代の方が多いです。韓国の場合、初めて日本に来た時には鳥取ではなく京都・大阪に行かれて、そういった方が２回目３回目の日本旅行で鳥取を選ばれるケースが多いと伺っていますし、家族と一緒に来られる方も多いと伺っています。

清水委員：

分かりました。ありがとうございます。

山下恭史委員長：

他の方何かありませんか。川口さんいかがですか。

川口耕委員：

３つ質問させて頂きます。

１つ目は、国（観光庁）が発表するためタイムラグあるのでなかなか宿泊数に反映

しづらいとありましたが、タイムラグがなければ指標としては適当だとお考えですか。

２つ目は、県から観光庁に上がるというお話だったのですが、県に直接訊ねて１か月ごとのデータを得ることはできませんか。このようなことを実行されたことはありませんか。

３つ目は、サポートセンターのデータは７２００人もの人から意見を頂いており有意義なものだと思います。これを活かすことはどのようなものがありますか。

観光戦略課植田補佐：

まず１つ目についてですが、宿泊の数はおっしゃる通りお客様が来られた時の消費額も当然宿泊をされた時とされていない時でかなりの差があります。もちろん日帰りのお客様でもお土産は買って行かれますが、宿泊をして頂いてこそ食事があったりお土産があったりと、経済的には１番効果が高いという風には認識しております。

２つ目については、国の方に上がっていく数字ですし、中には一部我々から提供している数字もありますので、県に固まった数字を早めに下さいというのは可能だと思います。ただ、現状そのような数字を定期的にいただくという仕組みはありませんし、公表できるかどうかという懸念もありますが、検討してみたいと思います。

３つ目についてですが、数年前までは鳥取市の営業はほぼ韓国のみしていました。理由としては、米子ソウル便から来るだろうとの予想を元にしていたためです。それがこの１、２年ほど台湾に、それから最近香港に向けての営業も始めました。どうして始めたかというと台湾・香港の便が急激に増えたということ、そして米子ソウル便以外のお客様が増えているということが数字として出てきたからということがございます。これはご指摘のとおりで、国際観光客サポートセンターで毎日お客様を受けていることによって、関西国際空港や岡山空港から来たられた方が増えていることが分かったといこうことです。より詳細な分析をすればもっと細かな施策が考えうるかもしれませんが、大きな方向性としてはこれから台湾・香港からの旅行客増加の可能性が高いのではと考え、営業を始めたということです。

余談になりますが、台湾・香港よりも前に鳥取市は中国、ロシアの営業をやっておりました。これは全国的な傾向として中国・上海・福建省あたりをターゲットに営業する自治体が多かったので、我々もそれに乗ってやっていました。しかし、なかなか効果はありませんでした。最近では県がタイ・ベトナム等東南アジア方面の営業をされています。そのため鳥取市も今後参画していこうと考えています。

それから最近、白兎神社へのお客様が多くなっていますが、これは台湾向けのＰＲの一つの成果かなという声もいただいております。現在、白兎神社に行かれるのであればと、浮世絵のはがきをお渡しするようにしています。そのようにして白兎神社への流れを作っています。これをサポートセンターで実施してみて反応がよければ海外向けのプロモーションでも活用していこうという風に、サポートセンターとプロモー

ションを連携させながら取り組んでいます。

川口耕委員：

約７２００人の声というのが、私たち民間でいうとお客様の声ということになります。そのお客様の声をＰＤＣＡサイクルでどう活かしていくのかが、この評価シートで分かる形になればいいなと思います。

山下恭史委員長：

他に何かありませんか。

山下博樹副委員長：

２点お伺いします。

１つ目は、この評価シートの取り組みの１番目に「外国人観光客によるロコミ情報発信を促進」とあります。今ご説明された中には役所またはサポートセンターからの発信ということやパワーブロガーからの発信というのはありますが、一般のお客さんにしてもらうための働きかけをどうされているのか。

２つ目は、満足度が高くないと中身の伴う情報発信にはならないと思いますが、食事・宿泊に関してどこまで外国人に対しての対応が出来ているのか。例えば飲食店で多国籍語のメニューを用意しているお店がどれだけあるのか。その情報提供をサポートセンターでしっかりできているのか。現状を教えて下さい。

観光戦略課植田補佐：

１つ目は、ＩＣＣ日本観光新聞に委託することに関しては、このようなプロモーションがしたいということを伝えたらそのように発信はして頂けます。発信元として考えれば、鳥取市のホームページや観光協会のホームページよりも見て頂ける可能性が高いので、ある程度お金をかけてやっております。これが韓国で行っていることになります。

台湾でやっていることは、元々有名なブロガーなので沢山の方がそのブログを見ています。そういう方と契約をしてお金を払って来て頂き、私たちが見て頂きたい観光地を案内します。そして、ジャッジをして頂き好評を頂いたものをピックアップしてブログに書いて頂く形をとっています。この方は、食事は自分で選ばれますし、写真も自分で撮られます。移動手段も自分で確認して動かれますので、トータルの旅行の経路をすべて記事にして掲載して頂くというような情報発信方法となっております。

ここまでが我々が仕事としてお願いしている範囲で、個人に関しては、サイトを見て、ブログを見てその情報を個人が発信をしていくというやり方です。

山下博樹副委員長：

そこの部分の数を増やしていけば拡散の仕方も変わってくると思います。このＩＤは役所がお金をかけてプロの方にお願いしてやるのではなく、一般の多数の方が口コミで広げていくようなことを目指す取組かと思ってお訊ねしたのですが。

例えば東京の飲食店では、飲食店で食事の記事をＳＮＳにアップすることで割引を

受けられたりしていますが、そのようなことができないのかなと思います。宿泊施設や飲食店に同じように補助を出すのであれば、このようなやり方もあるのではないかと提案します。

観光戦略課植田補佐：

確かに今はそういったやり方をしておりませんが、要は個人個人で発信される方に対して何かしらインセンティブが働くようにということですよね。

山下博樹副委員長：

そうです。タクシーでいろんなところに行ってもらうわけですから行ってもらった先で、そういう情報発信をしてくれる人には上乗せのサービスがあってもいいのではないかと思います。

観光戦略課植田補佐：

今はそこまではやっておりませんが検討させて頂きます。

山下博樹副委員長：

それから情報提供の方はいかがですか、飲食店での言葉の問題ですとか。

観光戦略課植田補佐：

ファムツアーと言って旅行会社を案内したり、ブロガーを案内したりといった時に一定のコースを作成して飲食店などを幅広く紹介することがあります。情報が発信されれば外国の観光客が来ることが想定されるので、事前に了解を頂きながら準備のできているところから順に情報発信しています。言い方が悪いですが、外国人観光客が来られることを希望されるところとされないところがございますので、積極的に受け入れたいと相談のあったところを優先的に情報発信させていただいております。その結果、そういうところにはお客さんが入っています。例えば先日、台湾向けのブログで紹介されたお店に行って、そのお客さんがお店のことをＳＮＳで発信してさらに集客に繋がったことがあります。

山下博樹副委員長委員：

それはブログですよね。

観光戦略課植田補佐：

元はブログです。そのブログを見て行ったお客さんからさらにSNSで広がったということです。

山下博樹副委員長：

サポートセンターでは、そのような“外国語が通じる店”といった風にまとまった情報提供はされていないのですか。

観光戦略課植田補佐：

そうですね。周辺の地図をお渡しするとか、こういったことを希望されるのであればこのお店がありますよといったご案内をすることはあります。サポートセンターではその都度お客様が食事がしたいのか、買い物がしたいのか、体験がしたいのかとい

う要望をヒアリングしてご案内をしています。

山下博樹副委員長：

ありがとうございました。

福山委員：

この７１０７人の数字の信ぴょう性というか、サポートセンターでカウントしたデータということですよね。それ以外にカウントできていない人も来られているということですよね。その実数というのはこれより多くなるわけですよね。

観光戦略課植田補佐：

そうです。

福山委員：

小泉内閣の時に外国人観光客に１０００万人来て頂いて「観光立国」と言われました。今はアベノミクスも手伝って２０００万人の外国人観光客が来られる時代になりました。それに対して７１０７人は多いのか少ないのかということ。

それから先ほどの答弁の中で、宿泊がどのような実数になっているのか、またどのような場所に泊まっている、あるいはどういう事情で泊まれなかったのかとか、そういったことが具体的な数字で語られていないことに寂しさを感じました。そこが問題なのではないかと思います。現状を数字で把握してそこからどう宿泊につなげていくかというあたりの考え方が知りたいです。公表できないかもとか事情はあるかもしれませんが、数字は把握されていますか。

観光戦略課植田補佐：

今手元にあるものをご紹介しますが、観光庁が発表されています、例えば鳥取市内の外国人の延宿泊者数は平成２７年１月から１２月までで７９０７人。これはのべですので２泊しましたら２人とカウントします。平成２８年１月から９月末までしか実績が出ていませんがのべ１万１８２８人です。

参考までに平成２６年１月から１２月までがのべ４８９９人。これが鳥取市内に宿泊された数です。ただしこれは調査にご協力頂けたところのみの数字ということになります。

福山委員：

かなり宿泊者数はあるということですね。

観光戦略課植田補佐：

はい。ただ全部の宿泊施設が網羅できているわけではありませんで、時期によっても差がありますがだいたい１４～１５施設くらいが調査に応じていただいている状況です。

この調査に応じていただける施設は月によっても変動しますので、分母は増えることがありますが、基本的には宿泊者数は増加しているということになります。外国人のお客様に来てほしいという宿泊施設は、先ほどご紹介したＢＯＯＫＩＮＧ．ＣＯＭ

やＡＧＯＤＡといった個人向けの宿泊サイトに情報を出していくことで外国のお客様が鳥取に来た時にどこに泊まろうかなというリストに上がる形になります。登録されているのはビジネスホテルや温泉付きホテルが多く、小さい民宿や旅館は少ないのが現状です。受け入れる自信がないという状態もありますが、外国人宿泊者がほしいという施設はそういった形で情報を出しているということになります。

福山委員：

順調に対応はできているということですね。

山下恭史委員長：

私の方からも質問をさせて頂きたいと思います。当初の質問のところに意見を掲載されているのでご承知だと思いますが、サポートセンターと観光案内所の２か所がありまして、サポートセンターは市が独自でやっておられて、観光案内所は観光コンベンション協会が市の委託を受けてやっておられます。観光案内所は外国人を平成２７年度に１万６０００人受け付けています。そしてサポートセンターは７１０７人。このことから２倍以上観光案内所の方が受け入れている状況ですね。そこで、私はこれらがもっと連携はできないのかと思います。数字を把握したり、観光案内所からサポートセンターにお客さんを流したりはしていますが、もっと一体となってできないかと。観光案内所は日本人も含めると年間７万７０００人の観光客を受け付けており、場所が手狭なこともあり上手に案内しきれていないという問題が起こっています。であるならばお客さんには少し歩いていただくことになりますが、サポートセンターに全て集約できないかということをぜひ検討してみて下さい。出来ないならば出来ない回答でかまいませんが、観光案内所は現在パンク状態で、２人以上のお客さんには対応しきれていない状況があります。これで本当に質の高いサービスができているのか疑問に思います。議会答弁などで市長さんは観光案内所の場所はＪＲの持ち物なので拡張は難しいと言われていました。今は国際観光客の話をしていますが、案内所自体がパンクしている状況が出てきているので、これからさらに外国人だけでなく日本人観光客も多く受け入れていこうとする体制としては、不備なように感じますので、そこを検討して欲しいです。

それから先ほどデータがないというお話がありましたが、例えば島根県では観光客が年間３３００万人いらっしゃいます。鳥取県は１９００万人。鳥取の場合は砂丘といなば温泉郷が一緒になって３００万人。松江市単独で１０００万人という統計資料があります。中身を見ると、島根県の場合は非常に細かい資料もあります。その資料を見るとどこから来たか、何歳か、宿泊数はどれくらいかあるいは日帰りか、旅行人数は何人か、旅行の情報源はどこからか（インターネットか雑誌かテレビか等)、満足度はどうか、交通手段は何かとずいぶん出ています。島根県が観光地としてここまでデータも取れているということは鳥取県も鳥取市も取れると思います。同じ自治体がしているわけですから。ぜひ分析する上でこういったデータを観光行政に生かして

ほしいです。

取れていないのであれば取る方法を考える必要があると思います。例えば旅館組合で１か月遅れでもかまわないから月単位のデータは取れないか、補助金も出しているわけなのでそこはこういう集計をしてもらえませんかという働きかけをしてもらえませんか。そうすればさらに詳細なデータが出るし、その詳細なデータに基づいて、政策も打てると思います。その当たりを検討して頂けたらと思います。

清水委員：

観光スポットを紹介するために人を雇っておられるとのことでしたが、その人は観光スポットを紹介するだけではなく、お客様と連携しながら密に連絡をとって情報を把握するといった役割も果たしているのですか。観光スポットの紹介であれば鳥取県がかなり映像などで紹介しています。鳥取県はかなり韓国、上海へ観光スポットの情報を流しておられるので、市の雇っている人が同じように観光スポットの紹介をやられているはもったいないと思います。それにおいくら払われているのですか。

もう韓国とかの方達は、観光スポットはよく知っておられると思います。だから観光スポットを紹介するだけの役割ではなく、いろいろなお客様のニーズを集めて強み、弱みを調査した方が良いと思います。そうした早くお客様の情報をキャッチするようなことはその方はしておられないのですか。

山下恭史委員長：

申し訳ございません。これ以上時間がございませんので、そのことは次回までに資料があればまとめておいて下さい。

観光戦略課植田補佐：

分かりました。

山下恭史委員長：

以上で観光戦略課の議題は終わりたいと思います。次にＩＤ７５について意見交換したいと思います。鳥取砂丘・ジオパーク推進課さんお願いいたします。

鳥取砂丘・ジオパーク推進課塩主任：

鳥取砂丘・ジオパーク推進課の塩です。宜しくお願いいたします。

ＩＤ７５：砂像のまち鳥取の推進ということで、砂の美術館の関連についてご説明いたします。砂の美術館の入館者を指標として評価を頂いていますがこれに対する経済波及効果はどのような状態かという点について、平成２５年度から平成２７年度におけるデータですが、平成２５年度の経済波及効果１３３億６０００万円、入館者数は５５万５３５５人です。平成２６年度の経済波及効果１１２億２０００万円、入館者数は４６万４３３７人です。平成２７年度の経済波及効果１１９億３０００万円、入館者数は４７万９１１７人です。また参考として直近の今年のものがでましたので報告しますと、平成２８年度の経済波及効果は１０８億９０００万円で、入館者数は４４万８１３８人でした。

この経済波及効果についてですが、砂の美術館で任意のアンケートを取り、このアンケートの結果を元に鳥取県の産業連関表を基に算出しております。

続いて砂の美術館収支決算についてこちらも平成２５年から平成２７年までを参考に出させてさせていただいております。

平成２５年度の入館料収入２８０，９３６，２８５円、支出２００，１３３，５９０円で８０００万円あまりの黒字となっております。平成２６年度の入館料収入２２９，７２６，７２４円、支出２７１，９１１，５１５円で５０００万円あまりの赤字となりました。平成２７年度の入館料収入２３６，７３４，６８０円、支出２３１，１５７，４３８円で５００万円程度の黒字となっております。砂の美術館につきましての収支は概ねプラスマイナスゼロです。

それから今年は第１０期展示の記念の年となります。それに合わせて砂像のまち鳥取推進ということで、鳥取市直営で記念事業を考えております。国内の砂像彫刻家を招聘しまして、選手権大会を開くということを考えております。こちらにつきましては、今年の秋頃１１月３日（金）から１１月５日（日）の３連休を使いまして、全国の砂像連盟や芸術大学の方をお呼びして選手権大会を開くことを予定しております。

最後になりますが、この砂の美術館の事業自体は現在観光コンベンション協会に指定管理者として業務をして頂いております。今までは一部業務を鳥取市が直営で、大型のイベントですとか砂像の製作と言ったところを担ってきましたが、今年１年間観光コンベンション協会にすべての業務を委託して、来年１年間も引き続き委託することが決まっています。さらに、この施設の特性上収益が上がる施設でございますので、第１１期展示、来年になりますが、公募による指定管理者の選定を考えております。説明は以上です。

山下恭史委員長：

事前に委員から意見が出ていまして、資料として手元にあると思いますが、それらについて何かコメントすることはありませんか。

鳥取砂丘・ジオパーク推進課塩主任：

砂の美術館の事業は１０年間続けてきまして、市民の皆さんの認知度は高くなっているとは思っていますが、ご意見にあるように地元の人材育成がまだまだという課題があります。それにつきましては、先ほど申し上げました今年秋口に開催する国内選手権は、砂像彫刻家を発掘する意味も込めてそのような事業を展開する予定ですので、さらに鳥取市に砂像のまち文化を醸成していきたい想いであります。

山下恭史委員長：

もう一つ委員の意見の中であった、砂丘全体エリアでの回遊性が難しいであるとか、他の観光施設の関連性がどうであるかとか、あるいはＰＲをもっと上手にしてほしい、さらには今後農産物を活用した集客のアイデアをどうですかというような、観光の核となる鳥取砂丘の施設なのでそれを活かす施策が今後必要になるのではないか

と思います。このような意見に対する鳥取市としてのお考えはどうでしょうか。先ほどイベントについてはお聞きしましたが、それ以外のところは。

鳥取砂丘・ジオパーク推進課塩主任：

もともと鳥取砂丘に１３０万人もの観光客がいらっしゃっていてそれが徐々に減っている中、砂像を活かしたまちづくりということで砂の美術館は建設された経緯があります。入館者数も毎年４０万人から５０万人はキープしていますが、なかなかそこから滞在型の観光にシフトしていけていないという事実はございます。さらに滞在型の観光を進めるために、現在砂丘にある鳥取砂丘ジオパークセンターを取り壊して、新たに鳥取砂丘のビジターセンターを環境省が主体となって建設する予定です。こちらは、東側の施設と浜坂にある西側の休憩所も新たにビジターセンターとして整備するというようなことも聞いておりますので、東側と西側を一体化したような、周遊性を高めるようなことを検討している状況です。

山下恭史委員長：

委員で何かご質問とかご意見のある方おられますか。

清水委員：

砂の美術館支出額に広報のお金が入っていないとのことですが、大雑把にでもいくらくらいか教えて下さい。それと、これからトライライトエクスプレス瑞風が運行予定ですが、地域資源を活かしたような戦略は考えておられますか。その２点を教えて下さい。

鳥取砂丘・ジオパーク推進課塩主任：

広告宣伝効果につきましては、直近で昨年度２億６０００万円、一昨年度３億４０００万円、その前が４億５０００万円ということで概ね２億～４億の間を計上しております。（※）

トワイライトエクスプレス瑞風につきましては、ＪＲ西日本の主体事業でありますが、鳥取市としても鳥取県東部の観光振興としてもこれを大いに活用していきたいと考えています。現在、立ち寄り地に仁風閣、砂の美術館、その他飲食店としてたくみ割烹店を指定されています。今後ＪＲ西日本と打合せを行いながら進めていく予定です。

清水委員：

やっぱり砂丘というものは地域資源で素晴らしいものなので、そこを磨いていくことが、これからの観光を継続していく力になっていくのではないかと思います。

山下恭史委員長：

先ほどの広告宣伝費というのは、委託費とは別の鳥取市独自の費用という意味ですか。

鳥取砂丘・ジオパーク推進課塩主任：

鳥取市が委託した経費も含めまして平成２８年度で２億６０００万円、その前が３

億４０００万円、さらにその前が４億５０００万円です。経費をかけずに露出した新聞やテレビの回数に応じて基準となる定数をかけて広告効果を出しています。（※）

（※）当該質疑に関しては、委員から「広告宣伝費がいくらかかっているか」との質問に対し、担当者が勘違いをし、『実際に支出した広告経費』と『広告宣伝効果』両方の合計を回答してしまっています。

例えばテレビ局はニュースになりそうな出来事を取材し、それをテレビで放送しますが、このテレビ局が自主的に取材し放送した時間を、仮に放送枠をお金を払って広報用に買った場合いくらになるかという金額を計算したものが広告宣伝効果です。つまりこの金額は鳥取市がお金をかけずにその金額分の広報を第三者にしてもらったということになります。

なお、本来の質問である「広告宣伝費がいくらかかっているか」とのご質問への回答は、指定管理者、本市広報室、観光戦略課の合計で約７００万円です。

山下恭史委員長：

他の委員でご質問等ありませんか。

山下博樹副委員長：

経済波及効果ということで、宿泊・飲食というものは既存の民間も含めた施設の利用者が増えるかどうかだと思います。これに対して砂で作った砂像といったものは新たな産業として出てきたものだと思いますが、その新しい波及効果というものは、この言われる経済波及効果のどれくらいの金額として挙がっているのか分かれば教えていただけますか。

鳥取砂丘・ジオパーク推進課塩主任：

個別具体のところまでは把握しておりませんが、お土産を買われた数字は拾ってこの計算に入れております。それは概ね一人当たり４０００円～５０００円くらいです。

山下博樹副委員長：

先日鳥取駅の売店に行ったらいろんなものが並んでいて、ずいぶんバリエーションが増えているんだなと感じました。ただ単価が安いので、もっと値の張るものももうちょっとバリエーションがあったらいいのかなと思います。

山下恭史委員長：

他の委員でご質問ありませんか。なければこのテーマについては終わりにしたいと思います。ありがとうございました。次はＩＤ３７をしたいと思います。

事務局岩田主任：

説明にあたって追加の資料がありますのでお配りします。

山下恭史委員長：

ではお願いいたします。

生産流通振興室城市主任：

生産流通振興室城市です。宜しくお願いいたします。

ただいま、国外への新規販路開拓、高値販売の輸出ルートの確保への取り組み状況ということで、１枚お配りいたしました。皆さまからはＩＤ３７のところで分かりにくいですとか指標についてどうかとのご意見を頂きました。そのことも踏まえてご説明させて頂きます。まず、輸出関係の事業についてですが、市役所内部でも連携を計ってはございますが中心的には経済・雇用戦略課が担当をしています。鳥取市には鳥取市国際経済発展協議会というものが平成２５年４月に設立されました。こちらの団体は市長が会長になるわけですが、市内の経済団体等が構成員となって、観光や経済の交流を推進しております。（２）に環日本海交流センターというものがありまして、ここは観光と通訳とコーディネーターを常駐させて交流を推進するということで設置されています。（３）にあるマッチング実績ですが平成２８年度の分をあげておりますが、輸出に関連した企業等の相談件数が１３９件、その他中国での貿易フェアへの出店ですとか、ロシアのウラジオストクへのチャーター便、ロシア企業とのマッチングサポート、海外ショップ開設等を行っています。鳥取県の乾燥しいたけ等の海外展開に向けたマーケティング事業ということで、農商工連携マッチング事業というものがありまして、この事業を使って新しい商品を海外に出していく取り組みも実施しております。また鳥取県の取り組みということで販路開拓輸出促進課という部署が中心となって、海外での展開を積極的に推進されているということで市内企業も参加させて頂いております。このように県とも連携しながら積極的に取り組みを進めているという状況です。

続いて、成果指標を大手企業とのマッチング数としているのはどうなのか、地元業者とのマッチング数という方がいいのではないかといったご意見を頂いています。担当課としては、大手企業との契約を年間１件成立させることを目標として掲げているところですが、実際大手企業の定義はどこにあるのかですとか、そういったご意見を頂きながらより良い指標にしていけたらと考えています。担当課からの説明は以上です。

山下恭史委員長：

ありがとうございました。説明を受けて委員からご質問・ご意見はありませんか。

山下博樹副委員長：

販路の拡大については県と連携していると言われましたが、県と市との間に役割分担はありますか。実際のかかわり方として県と市では違う部分ですとか、あるいは市が中心に担っていることがあれば教えてください。

生産流通振興室城市主任：

基本的に海外の輸出となると、小さな市町村単位で動くというよりは県の方に積極的に推進して頂いて、その下に市町村・商工会議所がぶら下がっているイメージで

す。そういう役割分担と言いますか、各市町村が単独でやっていくよりも広域で取り組んだ方が投資効果があるということで、県が主体となって市町村はそこに参加する企業を紹介するというやり方を取っています。これは JETRO でもそうですが、情報を共有させていただいて進めているというところです。

山下博樹副委員長：

県とのつなぎという理解でよろしいですか。

生産流通振興室城市主任：

イメージ的にはそうですね。

清水委員：

東南アジアに輸出するものが多いと思います。そのための販売ルートについては県と連携してやられていると思いますが、なんといっても東南アジアは物価が低いので、生産コストを下げて国際競争力を強化していかないと販売ルートが広がっても需用が伸びていかないことがあると思います。そういうところは企業とどのような連携を取っていますか。

生産流通振興室城市主任：

現在農協や全農では輸出を東南アジアに果実を中心にしています。今言われた東南アジアは物価が低いという部分ですが、輸出は高値で取引してもらわなければいけないということで、高所得者向けの輸出が今はメインだと考えています。確かに国は生産コストを下げて国際競争力のある農産物をということと、日本のものは安心・安全だということを前面に出して輸出していくべきだと言われてはいます。市内でも輸出をされている農家はいますが高値で取引はされるけれども、結局は商社が間に入り中抜きをされるので農家の直接の所得にどれだけ寄与しているのかというのはなかなか目に見えづらい部分があると思います。本当に儲かっているのかというとそうではなかったりする部分がありますが、農家さんいわくは儲けではなく、まずは自分がこんな良いものを作っているのだとプロモーションすることでどんどん輸出をしていく。そして自分の所の品物をブランド化して国内でも高値で売れるようにという、そういう販売戦略のためなんだと言われる農家もあります。そのような動向を注視しながら、どこに何を輸出していくのかということは考えていかなければいけないと思っています。

清水委員：

結局、販売の対象になるところを選んで輸出していくってことですよね。

生産流通振興室城市主任：

そうですね。

福山委員：

今の実績というのは、「海外に出すから案内や説明会に来て下さい」とダイレクトメールをするなど、そんな取り組みからもかなり進んでいるのではと感じています。

実際にどれくらい金額としてはあるのか県単位でも結構なので教えて下さい。

生産流通振興室城市主任：

我々は農業振興課サイドなので、農林水産物ぐらいしか情報がありませんが。

生産流通振興室丸田主査：

基本的に農産物の輸出になると、ＪＡの梨が一番大きいところです。他の部分については小口で海外への販路開拓を行っていますが、海外へのＰＲであるとか商談を県や市が補助事業として支援していくということになります。農産物の輸出は大半がＪＡ全農鳥取扱いになります。この金額については把握しておりませんが、平成２７年の青果物の輸出状況ということですと、大半が２０世紀を中心とした梨、それから柿、スイカと言ったところで、全体の量としては５００トンくらいです。

清水委員：

お米は出していませんか。

生産流通振興室丸田主査：

お米は一時、試験的に富裕層向けにはしていたこともありますが、今のところ農協が主体でやっていることはありません。卸しなどでされてる部分はあると思いますが、そこまでは把握していません。海外に出すとなるとまず国内検疫を通過して、さらに海外の検疫制度に合わせた手続きがいります。またこちら側の商社と向こう側の卸会社などの影響で非常に高い価格で販売しても実際にはこっち側に返ってくる金額は少ない状態です。ロットで勝負して単価を下げるというのは海外との競争力から言えば難しい部分があります。どちらかというと鳥取の農産物を高級な商品として発信することが有効な商売につながると考えています。今想定しているのは、小口ではありながら鳥取の地域性があるとか鳥取の特徴が PR できるのかということを前提に海外に持っていければと考えています。

清水委員：

商社を通すという話でしたが、どこで売られているかは把握されていますか。以前中国に行ったときに、百貨店でお米が売られていて、金額が高いにもかかわらず富裕層が買われているのを見たものですから、どういうところに卸されているのかと思いまして。米でなくても他の農産物でも分かれば教えて下さい。

生産流通振興室丸田主査：

梨は全農では特定の商社を通して出しているので、農協自身は分かるともいますが、こちらでは把握していません。昔は東南アジアでは２０世紀など日本の梨が珍しがられましたが、今は中国産もいっぱいありますし、韓国でもいっぱい作っています。向こうで特徴を出していくのが非常に難しくなってきた状況でして、農協も梨一辺倒のやり方からスイカであるとか他の農産物も売っていくですとか、東南アジア中心でなくロシアとか新たな販路を開拓しているようです。

山下博樹副委員長：

高値販売を目指していく上でいわゆるブランド戦略は市役所の担当の業務になるのか、それともよそでやっているのですか。もし担当ならこれまでどのようなことをされてきたか教えて下さい。

生産流通振興室丸田主査：

海外向けには商談であるとか市場調査であるといったＰＲを、県の事業を活用して各農家さんにやっていただいているという状況です。国内向けについては、関西を中心に直売市のようなものを開いて、生産者が作られた農産物を自らＰＲをしていただいて「鳥取の〇〇」といった形で紹介してもらうことをしています。

山下博樹副委員長：

それは通常の販売ですよね。それをブランド化することにならないと高値販売には結びつかないですし競争力もついていかないと思うので、やはりブランドというものをどう定着させていくか、あるいは名前を売っていくかということに取り組んでいかないと高値にはどうしても結びついていかないと思います。

生産流通振興室丸田主査：

そうですね。今よく言われるのが鳥取の農産物には良いものがあるけどそういうことをPRしきれていないと。例えば日光生姜であるとか、あれも亀井公のお話しなどを絡ませて、もっとストーリー性とか時代背景、地域性を前面に出したＰＲが必要だと考えられます。また白鵬という日本一の種雄牛がありまして、その子牛は非常に高値で取引されて全国に散らばっています。その白鵬はもともと鳥取の気高号の系統なので、そういった物語や地域性を前面に出すような宣伝方法を強化していかないと、埋もれたネタがあるのだと思います。鳥取の地では量で勝負は難しいので、特性と物語性を持ってＰＲしていくことが必要だと思っています。

山下博樹副委員長：

よそに良いものをどんどん提供してあげながら、こちらにはぜんぜん見返りがないというお手伝いばかりしているのでは旨味がないですし、せっかく県が食の都と題してＰＲしているので、その中身は何なのかと聞かれた時に、ただ梨もあるしあれもあるこれもあると言うのではなくて、鳥取の梨のどこがどうすごいのか、中身の部分をブランド化に伴ってアピールできていくといいのかなと思いました。

昨日テレビを見ていましたら、全国のお米では東は魚沼、西は島根の仁多だと言ってＰＲしていました。隣の県でやっているので鳥取も農業県としてどんどん売りになるものをＰＲしていくブランド力が大切かなと思います。

清水委員：

やっぱり人口減少で鳥取県内の需用は少なくなっているので、東南アジアまどを狙っていかないといけないと思います。特に上海等ではいろいろな国の富裕層の方がおられるのでそこを狙っていけば売上も伸びていくと思います。

山下恭史委員長：

農産物の生産量または生産高は今年はどのくらいでしたか。輸出は５００トンと言われましたがそれは別として全体の数量は出ませんか。

生産流通振興室城市主任：

今手元に資料がありません。

山下恭史委員長：

先ほど説明の中でいろんなセミナーや物産展に出ておられる話がありましたが、その事業費はわかりますか。資料があれば後日でもかまわないので教えて下さい。

生産流通振興室城市主任：

経済・雇用戦略課で確認いたします。

山下恭史委員長：

この評価シートに記載されている、「県外企業の鳥取市での農業参入の可能性を検討するための営業活動の実施」という、四半期毎の計画なんですが、それと中間報告での見直し方針のところでも「鳥取市への県外企業の農業参入の可能性の検討を強化して遊休農地の利活用と実需に対する産地化への取り組みを推進していく」と唱ってあります。これについて実際に実行に移されていると思いますが、その進捗状況ですとか、やってみられた上での問題点があると思いますがその当たりを教えていただけませんか。

生産流通振興室城市主任：

まず遊休農地を活用した県外企業の農業参入についてですが、実際に県外企業に出向いて鳥取市で農業をしませんかと PR させて頂いているところです。農業振興課単独で動いているわけではなくて、経済観光部の企業・立地支援課と一緒に動いておりまして、農地付の工業団地の企業誘致をしています。今までどおりの製造業のみならず、鳥取市にとっては１次産業をこれからしっかりと頑張らないとならない分野としておりますが、それプラス２次産業を融合させた企業誘致というような観点で動いているところです。

その中での課題ですが、農業をするとなると地権者がそれぞれ一人一人いらっしゃるので、そこに企業が入ってくることを受け入れてくれる地域性があるのかが重要になります。後は一番企業側が心配されるのはどの品目を作れば収益が上がるのか、つまりそれぞれの地にあった作物があると思いますが、そこら辺の選定がうまくいくのかといったことです。そして併せて大事なのが労働力だと考えています。県外企業には農業のノウハウがある企業もありますが、まったくノウハウがない企業の農業参入を積極的に進めている動きがあるので、こういう企業に対する技術の提供ですとか、それを続けていくための労働力の確保、そのようなことが非常に難しいのでそれをうまくマッチングしていく取り組みを市全体で行っていくことが重要です。

山下恭史委員長：

以前質問させて頂いた遊休農地、いわゆる中間管理機構のところの数字は頂きまし

たが、その中の企業の利用率はどのくらいですか。

生産流通振興室城市主任：

実際、県外企業は今のところ実績は恐らくありません。県内で参入された企業実績はあります。農地中間管理機構で貸付された面積が平成２８年度１２月末で５０．８ヘクタール程度です。

山下恭史委員長：

５０．８ヘクタールを例えば近所の方に使ってもらっているのか、あるいは組合等を設立されて使われているのか、あるいは市内の企業が使われているのか実際の活用具合はどのくらい把握されているのかと思いまして。

生産流通振興室城市主任：

どの農地を誰が借りているのかというのはすべて把握しています。一番多いのは組織化された集落営農さんですとか、あとは株式会社化された農業法人がメインです。「人・農地プラン」（※）に位置づけられた担い手しか借り受けが出来ないという条件がありますので、その条件をクリアした団体か大規模な個人の農家の方々がほとんどです。

（※）人・農地プラン：それぞれの集落・地域が抱える人と農地の問題を解決するために、集落・地域自らが作成する地域農業の在り方をまとめたもの。

山下恭史委員長：

それでしたら、ここに書いてあるような県外企業の農業参入は実質的にはほぼできないということになりませんか。

生産流通振興室城市主任：

中間管理事業を進める中で、県外企業を担い手に位置づけるのは可能ですので、そういった動きで進めていくことは可能です。

生産流通振興室丸田主査：

補足させてください。遊休農地の中間管理事業ですとか農地の貸し借りですが、遊休農地自体の大半が水田だという実情があります。

県外企業の農業参入を調査していて分かりましたが、先ほどの輸出にも絡んできますが海外富裕層の国内農産物の消費が非常に拡大していて、日本産の物が国内でなかなか安価に手に入れることが出来ないという状況が発生していると聞いています。もともとは実需、つまり産業（市場）がどのようなものが欲しいかということに対して、それに見合う物を鳥取で作ろうと始めましたが、実際には県外の農産物を扱う製造業者が、高騰した国内農産物を購入する代わりに、自社が使う原材料を自ら作るために農業参入する動きが強くなってきていると思います。鳥取で作るにあたってはどういう物ができるかということと、自分たちが原材料として欲しい物とマッチングするのか、そして実際にどのような農地が確保できるかといことで話を進めていく動きが大きくなっています。県外の企業は野菜などを計画することが多く、そうなると遊休農地として田んぼが空いていても、地権者は田んぼに戻せないことを嫌がるのでな

かなか難しいということがあります。底地にとらわれない野菜の栽培が必要だと思います。例えばハウスを使用したイチゴ栽培等です。それらを関係各課と連携して積極的にマッチングしていきたいと思います。

山下恭史委員長：

他になければＩＤ３７は終わりにしたいと思います。ありがとうございました。次にＩＤ３８に移りたいと思います。

経済・雇用戦略課尾崎主任

経済・雇用戦略課尾崎と申します。宜しくお願いいたします。

食品加工産業の育成事業補助金の関係になります。平成２１年度から新商品の開発にずっと取り組んできましたが、前回の委員会では、その後の後追いができているのかというご意見、それから販売まで視野に入れた事業展開ができないのかとご意見を頂きました。

後追いについてですが、現在すべてではありませんが最低２年間はアフターフォローをしています。市独自では難しいですが、県が実施する商談会などの事業に積極的に参加して頂くようにその都度案内をして、販売していただくような取り組みをしています。この補助制度を活用される事業者さんは、申請の段階で商品化後の販売先の目途をつけてこられます。この審査会でも、事業者さんの言われる販売先で売れるのかどうかなどの審査もします。審査と言っても、商工会議所、東部商工会連合会、産業振興機構、観光コンベンション協会といった方が審査員となっておられていて、実際のところはアドバイスを兼ねたものとなっているので、商品開発だけでなく、その後も見据えた仕組みとなっています。

パッケージのプロデュースを地元の芸術家を起用したらどうですかというご意見がありました。現在のところ市として採択条件にはなっていませんが、紹介してほしいと要望があればそれはさせて頂きたいと思います。ただ現状としては、この補助制度を活用される事業者さんの多くは、商工会議所を通して市に相談に来られます。パッケージなどについては商工会議所での相談の段階でプロデューサーさんなどと検討されている場合が多いです。

食品加工産業の補助金は平成２１年度から始めまして平成２７年度までで４７件、平成２８年度に６件採択しました。全部で５３件の実績です。中には宝月堂のクッキー（砂の丘）、さんこうえんの２０世紀梨カレー等お土産の定番化になった物もありますが、逆に残念ながら、現在のところは製造・販売をされていない物もあります。目標設定として何かご意見があれば部署としても検討して見直しをしたいと思っております。

６次化情報バンクについては生産流通振興室がメインで取り組まれています。検討を進めていまして、先進的に取り組んでいる宮崎県都城市等検証しまして多くの業者さんに利用してもらえるようにシステムづくりを検討しています。担当者では以上で

す。

山下恭史委員長：

委員から何か質問はありませんか。

山下博樹副委員長：

６次化のサポートということで、例えば国・県でこういう制度がありますよとご紹介頂いているということですが、実際にサポートを活用して市内で検討している、取り組んでいるという件数を市が把握されていることはありますか。またはこのサポートを活用して市が主催となって事業者を集めたりはされていますか。

経済・雇用戦略課中島補佐：

商工会議所等に委託しているマッチング事業で、平成２８年度に２３件の実績があります。

山下博樹副委員長：

この前日南町の道の駅に行ったら、大きな単位ではありませんが、個々の農家が自分たちで作った物を使用してジャムやドレッシングなどを作って販売されていました。その道の駅には時間単位で借りられる加工施設があって、そこで商品加工から商品ラベルも作成するという一連の仕組みを作っておられました。この加工の技術に関しても町が講師を呼んで講習会を開いて、商品化と販売までができるようにサポートされていました。鳥取市としても全国展開とまではいかなくても地元の物を地元で加工して地元の人で消費できるあるいはその場所に行けばいい物が買える仕組みがあったいいなと思いました。

経済・雇用戦略課尾崎主任

積極的に道の駅、観光コンベンション協会、鳥取市ふるさと物産館等をご紹介させて頂いていますが、そこまでのサポートには現在のところは至っていません。

山下博樹副委員長：

恐らくやってみたいと思っている人は沢山いると思いますが、設備投資の問題等でできない方が日南町の例だとハードルが下がって気軽にできると思います。同じやり方が鳥取市でできるかわかりませんが、いままでとは違う取り組みを検討頂けたらいいなと思います。

山下恭史委員長：

他にありませんか。

清水委員：

商品の中身はいいのですが、付加価値にあったような分かりやすいインパクトのあるパッケージにして欲しいです。私がよく買う物は中身を知っているからであって、中身がいい物でも知らない商品はインパクトのあるパッケージでないと買わないと思います。そういう部分の戦略を検討して頂きたいです。

今は消費者のニーズが幅広いので、どこで物が売れるかが分からない時代になって

います。例えばスーパーマーケット成城石井のように無添加・高品質にこだわった全国で有名なところがありますが、その商品が鳥取のマーケットでも販売されるようになってきました。このように、ありとあらゆるところに販路を広げていく戦略がこれからは大切だと思います。

経済・雇用戦略課中島補佐：

先ほどもブランド化という話があったように、そのあたりの取り組みは市としても考えております。最初は小さい事業者さんが中心とはなるでしょうが、とっかかりの相談機関はございますし、生産者が加工のためにどういったところを使えるかといった情報は集積して相談するところも整備してございますのでそのあたりから徐々に広げていくのかなと考えています。また、おっしゃられたお客さんのニーズというところについては相談して頂きながらフォローしていくという体制にしています。

清水委員：

売れていくと皆さんやろうかと技術開発の意欲が湧いてくると思います。私は本当に成城石井の商品が鳥取に置いてあることにびっくりしました。やはり商品開発の技術を高めて、結果として商品そのものの付加価値が上がっていくことで販路が広がると思います。

経済・雇用戦略課中島補佐：

大手メーカーのお菓子でも季節ごとに商品が様変わりしていて、定番で定着していくものになるのは非常に難しいことだと思いますが。

福山委員

私は用瀬おこしをやっていまして、日本財団の支援を受けてやっているものの中に商品開発というのがあります。その取り組みの当初、味噌や麹を作っている女性の方を集めて相談したんですが、新しく何をしようか悩んでしまいました。

そんな中、鳥取市雇用創造協議会 実践支援員で観光商品開発担当の方に出会いまして、ものすごく助かりました。その方のアドバイスの下現在、お茶のドレッシングの開発を進めています。現状７０パーセントまで完成しています。３月までには商品化できる予定までこぎつけています。サポートをしっかりやられていると思い、皆様にお伝えしました。ぜひ続けて欲しいと思います。

山下恭史委員長：

時間となりましたのでこれで終わりたいと思います。ありがとうございました。

今日意見交換した内容については次回には最終的な取りまとめをして委員会のコメントとしたいと思っております。ですので今日の議事をベースに議論をしていきますが、時間があれば次のテーマに入る可能性もありますので、ぜひこのテーマを取り上げてほしいというのがあればご意見いただければと思います。特になければ今までの委員会で出た意見の中から事務局に提案いただくことにしたいと思います。

事務局岩田主任：

では前回お配りした「市民委員会　再評価シート（まとめ)」で灰色に塗ったものの中からいくつか選定して、次回までにお知らせしたいと思います。

山下恭史委員長：

ではそれを委員の皆さんに送っていただいて、ご質問等あるようでしたら事前にまとめていただくということにしたいと思います。

そうしましたら、この後の進行は事務局でお願いします。

４．その他

省略

５．閉会

山下恭史委員長：

これで一通り予定された日程は終了です。他に皆さんから何もなければこれで終了したいと思いますがよろしいですか。

では以上を持ちまして、第４回鳥取市行財政改革推進市民委員会を閉会します。ありがとうございました。