

「鳥取市政懇話会」

平成20年度第1回高速道路を活かした地域経済活性化部会

会 議 要 旨

日時：平成20年5月19日（月）

午後1時30分～3時30分

場所：鳥取市役所本庁舎

4階第2会議室

出席者

【委員】安養寺幸男委員、海野龍一委員、清水昭允委員、谷口博文委員、福島猛夫委員

【鳥取市】竹内市長、大西経済観光部長、荒尾農業振興課長補佐

1. 開 会

2. 部会長あいさつ

三都市連携（姫路、岡山、鳥取）の行事があり参加したが、菓子博の混雑がひどく、反省点があると感じた。大学の教授からは、池田家の戦略が語られ、中央の思惑や、防衛の要としての兵庫の意味、鳥取、岡山の位置づけなどが話された。来年は鳥取市が当番になる。いよいよ2009因幡の祭典が行われるということで、来年に向けがんばろうと話合った。志戸坂峠のトンネルが一つ出来ただけで、時間感覚も変わってきた。河原までくれば大分変わるので、京阪神の人にもその辺を認識してもらい、いかに活用してくかが、この部会のテーマである。帰りのバスで道路標識などの話も出たが、受け入れるこちら側が、お客様の身になってこの部会で模索しながら、アイデアと知恵と工夫を出して進めていくことが課題である。

3. 市長あいさつ

高速道路を活かした地域経済の活性化は、マニフェストの第一に挙げている。企業誘致もあるが、打って出て販路を広げる、あるいはアンテナショップで販売するとか、そういう戦略を立てている。道路は目的ではなく手段である。10キロほど共用されただけで、15分くらい短縮される感覚だと聞くし、これが河原までくれば、随分と変わっていくだろう。先ほどまで、飲食の関係の会議に出ていたが、開通への期待は高まっている。飲食店も厳しい中で、この機会になんとか生き延びることにならないかという声もある。河原道の駅の盛況も周知のとおりだが、大いに鳥取の農林水産業、製造業、サービス業の活性化につなげたいと思う。そのための市の戦略も立てている。最後は民間事業者の熱意、努力にかかっているが、一緒になってやりたいという気持ちである。一人一人が横の連携を取りながら、持てる力を最大限発揮して、この時代を乗り越えたい。一つでも「これではないか」という話をいただければ、任期中にでも何とか実らせて、前進したなというものを作っていきたい。事情をよくご存知の皆さんから出た意見をぜひ参考にしていきたい。

3. 意見交換

委員) NHK広島の番組に出たが、高速道路で利便性が高まり、従来型の誘致が盛んになるというのは雇用拡大、賃金などの面で結構なことだが、片方で、農商工連携など国の単純なやり方では、地域産業は失敗するのではないか。相対的なことを考慮しないでただ珍しいからでは、小さい成果になってしまう。その辺は、行政がシビアに評価しながらやっていたきたい。ある程度の重点投資も必要である。近代型の産業も大切だが、文化型産業をある程度テイクオフさせることが必要だ。

委員) ぴよんぴよんネットの加入契約の案内に、BS受信料支払いの周知がなかった。BS未加入の者は受信料を新たに支払うことになり、年金暮らしの世帯などは苦しい。BSが入らない方法があれば検討いただきたい。

委員) 道の駅の管理はどうなっているか？

竹内市長) 指定管理になっている。トイレと情報室は国土交通省がつくるが、あとの施設は市が整備した。投資した効果は出ている。

委員) 県産品のアピールに道の駅を活用しなければならない。その辺を市がコントロールできることが望ましい。

部会長) PR、情報提供の仕方をスムーズにしていくことが必要。菓子博の失敗がいい例である。鳥取の場合も、情報提供は各観光地が不足している。来年、三都市連携をする時は、池田墓地を案内することになるだろうが、アクセス看板、交通表示など全体的な情報が不足している。鳥取は素材はあるが、全部使い切っていないという気がするし、観光客に長時間滞在していただくためには、見て、聞いて、動くコースなどを設定し、時間つぶしに向けた段取りもやっていく必要がある。

委員) 素材はそろっているけどPR不足ということが全てで、地場産業の活性化が大切ということまでは合意されている。次に何が大切かということ、鳥取の売りは何なんだということ。全国と線がつながるということは、普通ならストロー効果で持っていかれる。持って行かれないようにするために、一番の強み、売りがあるということ。そのコンセプトが必要なのだろう。鳥取は健康的な場所である。食材、生活、住環境も健康的。健康とホスピタリティがキーワードになり、それが文化になり産業になれば売っていきける。福井のカニより鳥取のカニの方が安い。福井は京都への売り込みが上手。そういうPRを、姫鳥線を使ってどうやっていくかということだろう。

竹内市長) 鳥取因幡の祭典もあるので、PRについてはこれまでになく充実できる状況になっている。春に出したガイドブックも好評。まちなかMAPもこれまでにない駐車場

の案内をつけた。情報発信は可能な限りマスコミ関係の力を借りながらやりつつある。菓子博は反面教師として教訓にしないといけない。評価を落としている。砂丘はオンリーワンということで、砂の美術館、世界砂像フェスティバルに向けて動き出しているが、それに温泉だとか、いろいろな魅力を加えていきたい。そしてそこでの経験を次に活かしていくことが重要だ。産業面では、企業誘致もやってきたが、鳥取の水、土地、人材を再度整理して誘致に結び付けたい。地場産業をなんとか育てるようにしたいが、環境がらみのバイオマスの話もいい話だし、まだまだ地域の中に産業を興す種はある。話題にならないといけない。我々自身が、地域の中で地域の資源の活かすという戦略を強く打ち出したい。先回の議論の中で「砂丘を活かした地域経済の活性化」があるが、まさにご意見のとおりである。そういった話がどこまで実現できるか。実践力が問われている。様々なご意見をいただく中で、実施に向け、関係者が連携して一歩踏み出す体制を作っていただきたいし、市も必ず乗っていきたい。市だけで動いても効果はない。地域、企業等の協働で取り組むことが求められている。

部会長) 市だけではなく、市民、企業などが連携して取り組むことが重要である。祭典に向けてアイデア募集するなど、みんなの知恵と工夫を活用できればと考える。受け皿が評価を得ればリピーターも増える。もてなしの心を持つことが広がっていけば大きなエネルギーになる。いろいろな意見が出ているが、それらを集約して、大きな柱になるようなもの、あかぬけたものを市政懇話会として出していくことも必要。

大西経済観光部長) 情報発信は大切。砂の美術館をNHKで全国放送していただいたりしたが、GW中の来場者でも知らない方も多かった。作品は褒めていただいているが、物産販売等次につながっていない。もっと官民一体となって取り組まないといけないと反省している。工場再配置制度の法律が失効してから県外からの企業誘致は薄くなった。市でも地場の企業をいかに育てるかにシフトしている。ただ、大きな企業がきても対応できるように工業団地の整備を進める。

荒尾農業振興課課長補佐) 農産物のブランド化に取り組んでいる。現在9品目だが、情報発信、PRは欠けている。ブランドとは何かという見直しも必要。現在は、らっきょうも入っていない。

部会長) 全国にブランドは数多くある。鳥取で、日本一という取り上げ方はなかなか難しいだろう。

荒尾農業振興課課長補佐) 高速道路開通を見据え、安定供給に向け生産振興をしているところ。

委員) むしろ鳥取は増産しなくてもいいのではないか。いいものを高い金を出して買ってもらえればいい。京阪神の1割が食べる米など作れない。1%が食べてくれれば成功で

はないか。道路が出来るのはわかっているので、飛行機で来る者にパブリシティしてもしょうがない。そういう戦略を考えていただきたい。

委員) 何かしなければが強すぎる。もっと現状分析して鳥取の強みは何なのかを絞りきって戦略展開しないと他と同じになる。全国のワインづくりなど無駄遣い。コンセプト、アイデンティティを絞るべき。

委員) 砂像に命かけるなら、そこに行くまで砂像の何かがあるとか、付加価値がないと単体では来てくれないかもしれない。砂像も1回は放送できるが2回目は難しい。境港は話題づくりでうまくやっている。

委員) 高速ができれば、関西経済圏の企業にとって鳥取は射程距離になるが、因幡の産業振興、地域振興は、農産物、海産物があり、海があり山があるということ。健康産業として河原工業団地を誘致のシンボルにしてはどうか。健康志向は強く、健康食品もニーズが高い。研究開発に膨大なコストがかかるがマーケットは拡大している。健康食品団地、健康ランドとしてアピールしてはどうか。らっきょうも薬と同じだし、鳥取大学の医学部などと農産物の協同開発などができれば、いいイメージができる。健康機器の企業もついてくるだろう。因幡らしい産業づくりだと思う。

委員) 健康的な環境、というところまで広げれば、環境大学も入るし、心の健康という面では文化産業でも活用できる。どの分野でも鳥取は健康的だ。

委員) 大学も独立行政法人になり、産業界との連携を求めている。鳥大医学部のノウハウと優れた農産物、海産物などをタイアップさせて、高くてもいいものが多い、と売りこむこともできる。

委員) 河原は、可燃物処理場が隣接するが・・・。

委員) そこから出るエネルギーなども活用したりできる。

委員) まとまった商品として売り込めるのは、河原くらいではないか。

大西経済観光部長) 処理場はなかなか理解されにくい。最近、工業団地内に建設し、その熱を発電等に利用して、企業が入りやすくするのが常識になっている。津ノ井工業団地も相当な反発もあった。地域と企業が共存できるかどうかは、PR、情報提供が大切。情報発信は、なかなか届かないで苦労している。

委員) 健康なら健康で、徹底して絞り込んだものをキーワードとしてつかんで、再度、再構築したらいろいろなものが見えてくる。行政としてそれを展開してみたい。

部長) カニが2割3割安いというのも鳥取の魅力。それをうまく宣伝できるかというのが問題。

委員) 都会では、ちょっと高めに料金設定して、少しだけ味のわかる者たちの話題になってくれたらいい。こちらにすれば、それが2/3の価格で食べることができるというのなら、喜んでくるのではないか。絞ったものなら、フリーペーパーを利用するのも手だ。SAとかには置いてある。来る者は車なので、テレビよりもむしろそういう媒体を活用すべきだろう。あとは、スポットがそれぞれ遠いのでどう駐車場を整備するか。シャトルバスをうまく走らせるか。車で来る者は弥生町には来ないのでこれらをどうするか。それを考えないと中心市街地は活性化しない。泊まる所は中心市街地にある。

委員) 因幡の祭典のパンフなど、関西のTV局等PRできているのか?

委員) それをもらっても、すべて網羅してあるものなのでなかなか使いづらい。ポイントがわかりづらい。どこに目をつけたらいいかわからない。へそをどこにするのか。中心コンセプトはどこか。

大西経済観光部長) 砂像は現在6万4千人。10万人きて欲しかった。PR不足なのか反省している。

委員) 砂像も鳥取と関連づけるか、ただの造形でいいのか。鳥取のいにしへのストーリーにするとか。議論が必要。世界から引っ張れるものにしてはじめて日本でも評価される、というような時代になってしまった。

委員) 1回目はいい。2回目からどうするか。10年間でテーマ決めしていくこともできる。そこまで含めてやる気はあるか。これならリピーターも可能性がある。10年後のタイムカプセルとか。

委員) 評価軸をしっかりしないと、後付になってしまう。鳥取で国際会議をしたいという思いはある。全国手すき和紙連合会を開催する予定。

委員) 地元でも交通手段は自家用車、バス。アクセスは悪い。因美線も岡山直通はない。智頭～鳥取間は1時間に1本ない。そのあたりの仕掛けも必要。智頭もバス停の立地も悪くなり、利便性はかえって良くない。鹿野まつりにもバスで行ってきたが鹿野はまとまっている。客が集中する時間帯などの手配などは、改善の余地がある。駐車場はかなり用意してあった。

部会長) 道路開通の良し悪しを改めて考えさせられた。平日と休日の来客対応などもしつ

かりと考えなくてはならないだろう。

委員) 鳥取大丸などはどう準備しているか。

委員) 鳥取大丸もいいブランドは入っているが、敷地の関係でブランド数は少ない。前年実績を越す月はない。

委員) 因幡の祭典の実行委員会などにはプロデューサー的な者も入って企画立案しているのか。

大西経済観光部長) エージェントとか企画会社は入っている。砂の美術館も砂なので課題も多い。風化もするし、どこでメンテナンスを行うか。また、美術館を契機に毎日1千人は来てくれているが、物産販売にはつながっていないのが課題。

委員) 砂の美術館の来場者はどんなお客さんか？

大西経済観光部長) 土日は県外、市外。今はエージェントがバスで送っている。鳥取ナンバーも増えてきた。意外と但馬や岩美の旅館が砂像を利用して客を引っ張っている。市内になかなか動きがないのは残念。

委員) らっきょう畑はバスで見せているのか？

部長) まだ、対応できていない。食べる場所は1千人くらいまかなえる。

委員) 折角のチャンスなので、欲を出してやって欲しい。

委員) 「地域ブランド創出・活用方針」を一度説明していただきたい。因幡の祭典との関係はどうか。

事務局) 本市のブランド化にかかる取り組みの方向性を出したもの。因幡の祭典も手段の一つとして関係している。本市が弱いと言われていたブランド、PRなどについての取り組みについて大きな柱を作られたと考えている。因幡の祭典とは、どちらか上下というわけではなく相乗効果が出ればいい。

大西経済観光部長) ブランド化、差別化の計画がなかったため、改めて作成したもの。因幡の祭典は臨時的なもので、因幡をもっと良く知っていただくことが役目。宣伝に祭典を活用している。それぞれの対応に主管課を設けている。

委員) カニがあることはNHKでも言えるが、福井より2.3割安いとは言えない。そこ

で、フリーペーパーなどで戦略的な広報が必要になる。何をコンセプトにするかは、そろそろ決めてしまってもいいのではないか。何がいいのか、徹底的に話した方がいい。

委員) 県も何かしなくてはという意識が強く、対策に走っている。現状分析が甘い状態で対策を立てるから、短期的な視野とばら撒き型の、変な意味の公平間になる。システムもそうなっている。市長が、あらゆる産業に造詣も深いし、市の方が期待できるのではないか。

部会長) 一時、鈴の取り組みの計画があったが・・・。

大西経済観光部長) 鈴っこ踊りの人数もしゃんしゃん踊りに比べ少ないのも現実。果たしてしゃんしゃん祭りは県外にPRできていたか。鈴っこで他都市のまねはしなくても鳥取は傘踊りで充分ではないかという声もある。

委員) あれもこれも対応していたら、力も分散する。片寄せることで不公平感は一時的に出るが政治で乗り切らなくてはならない。

委員) 平成7年の福井新聞にある、越前伝統工芸の取り組みの現在の状態を調べていただきたい。うまくいっていれば参考になるのではないが。

委員) 鳥取はグループを組もうとしても組めない。産業化されていない。現実の施策について、鳥取は何なのかというあぶりだしを徹底してやらないと、分散すると鳥取のような小さいところは雲散霧消してしまう。鳥取だけでなく全国が死に物狂いでがんばっている。

委員) 福井は京都まで1時間半。大阪で11時まで飲んでいても帰れる。鳥取では帰れない。

委員) 鹿野の「鳥の劇場」が瀬戸際だが、あれも外から見にくる者もいるだろう。そこまでどうたどり着くか。

委員) あそこに行く者は車である。演劇を見たい人間なので、無理やりでも来るだろう。キャパも小さいが、演劇自体は全国的な評価も高い。広報媒体は、それぞれに効果があり、媒体によって、ターゲット、情報量など

事務局) 20年度は、今回入れて3回目。次回は8月頃を予定。11月に全体会と部会をセットでさせていただいて、2年間の総括を報告していただく。本日の全体会では、中間報告ということで、先回と今回の概要を報告していただきたい。次回は、米消費拡大の関係で行いたいと考えている。

事務局) 効果的なPRはどうすればいいのか、役所も悩んでいるところ。

委員) 市報・テレビ・ネットなど広報媒体は、それぞれに効果があり、媒体毎にターゲット、情報量などを変えていく戦略も必要なのだろう。

委員) NPOでフィルムコミッションもやっているが、全国組織に加入してから問合せが多くなった。はじめから、年齢層、階層を絞った広告をうってもいいのではないかと。

大西経済観光部長) GWの砂の美術館の人手としては、意外30代が少ない。10代~20代。50代が多かった。乾地研の話もあったが、サンドパルに学術スペースもあっても良い。

委員) 若桜の弁天でも人は多い。多鯰ヶ池も活用できるのではないかと。

部会長) 地域資源は、数多くある。それを活かしていくようにできればいい。

終了