

様式第 2 号

視察研修先	青森県八戸市	氏名	太田陽子
視察研修項目	八戸都市圏交流プラザ「8base」について 八戸ブックセンターについて		
感想・所見など ◎八戸都市圏交流プラザ「8base」について 八戸市の近隣 8 市町村など、首都圏への人口の流出、首都圏で継続的に情報を発信する拠点が無い。ブランドの認知度が低い（八戸観光プロモーション基礎調査）などの現状がある中、移住先として、高いポテンシャルがあるという現状をふまえ、首都圏への拠点整備をしてきた。 UIJ ターンや移住の相談会などの実施については、開所当時は、毎週 1 回、東京事務所の職員が一日、相談を受けるという形にしていたが、相談がほとんど来ない状況で、現在は、電話で予約して相談に応じるという形にしているが、ほとんど相談はないという事だった。青森県などの窓口もあるためという事だった。 圏域のファンづくりや移住、UIJ ターンを促進するため、ファンミーティングなど各種イベントを開催してきた。継続的に地域を応援してくれる八戸圏域のファンづくりや、八戸圏域への観光誘客、将来的な移住・定住等につなげるため、八戸圏域に所縁のある方などをゲストにお迎えし、八戸圏域の魅力を語ってもらう交流会など実施していた。「8 base」の会場の集客数が、20 名程度との事で、令和 2 年から令和 5 年度までの実績が、全 28 回、計 353 人という事だった。 イベントの開催や参加者をどう多くしていくのかが、課題との事だった。 新橋と有楽町の高架橋の下の一等地の施設、一市や一町ではできないことを、広域圏域で考えていくという実践、今後の課題であると感じた。 ◎八戸ブックセンターについて 市が運営している本屋という事だった。全国には、福井県と 2 カ所という事だった。 本を読む習慣作り、本を書く人を育てる環境作りを目的にした拠点というコンセプトで、街中に開業している。一般の本屋では、売れ筋の本を取り扱うことが多いが、ブックセンターは、それ以外のものを扱えるという事だった。一般の本屋では取り扱わないような本を揃えているという事だった。カフェのコーナーなどがあり、落ち着いた雰囲気だった。 書く人のための個室が 2 室あり、読み語りができるスペースなども用意されていた。 子どもたちも含め、本を読む習慣作りを考えているという事だった。 自分の本を持つことも目的にしており、夏休み前、小学生に一人 2000 円の図書カードを支給するという事だった。 IT 化が進み、電子ブックの普及を進める中、本を手にして読むという機会を多くしていく、その中で作家を目指す人を応援するなど、文化的な醸成を感じることができた。 本屋の激減は、本を手にとって読んでみるなどの経験ができなくなる。タブレットで本が読めるなど、小さい頃からスマホが使える、本や新聞などからの情報は要らなくなるのではと思うが、その中で、行政が本を読むことを推奨するなど、今後重要になっていくと思った。 図書館の充実も大事だが、年齢にあった本が家にあり、いつでも本を手にすることができる環境を、どの子にも与えたいと思った。			

様式第 2 号

視察研修先	青森県十和田市	氏名	太田陽子
視察研修項目	とわだ産品の販売戦略について		
感想・所見など 十和田市は、荒れ果てた大地を開拓し、十和田湖を源とする奥入瀬川から水を引き、広大な田畑が作られたという事だった。東北有数の農産物の生産地域となっている。 生産量日本一のにんにくのほか、米、牛肉、豚肉や加工品などがある。 B 級グルメで有名になった十和田バラ焼、奥入瀬川の伏流水を使ったビールなどが揃っている。 豊富な農産物は、健康な土づくりからという事で、JA 十和田おいらせによる土壌診断に基づいた土づくり（土の栄養バランス、健康な土づくり）を行い、食味が良く高品質な野菜を生産する基礎を作ったという事だった。 にんにくの他、長いもやごぼう、ネギなどの生産も多いという事だった。 ブランド品としては、十和田湖和牛、ガーリックポークなどがある。十和田湖ひめますは激減しているという事だった。 豊富な農産物は、市場流通において、高い評価を受けているという事で、十和田市全体のブランディングにより、とわだ産品の価値を高めてきた。多様な広報媒体や手段を活用し、情報発信・PR 活動。市場流通以外の販売方法による販路の拡大、農産物を生かした加工品づくりの支援を行っていた。 ブランドの定着のため、日本野菜ソムリエ協会との連携をはかってきた。協会を自治体パートナーに認定し、産地に招へいして特徴をPR してきた。 十和田市在住の野菜ソムリエのネットワークを産地招へいに活用してきた。 首都圏レストランとの連携、レストランを貸し切り、市産食材を活用した料理イベントを開催してきた。 10 月29 日を「十和田にんにくの日」と定め、道の駅とわだを会場にイベントを開催しているという事だった。 市長のトップセールスによる産品の販路拡大、県と連携しイオンなどで青森県産フェアへ参画していた。 首都圏飲食店やバイヤーに向けた産地見学会の実施など、販路の拡大に努めていた。 タレントのりんごちゃんを観光大使にしたPR、PR キャラクターによるPR、ガイドブックの活用など力を入れてきた。 加工品づくりの支援として、とわだ逸品開発事業を実施しており、事業利用者は平成25 年から令和5 年まで、87 事業者204 商品という事だった。 以上のような取組みの中、逸品というものを開発していることが理解できた。雪で覆われて大地は見えなかったが、八甲田山からの緩やかな広い大地が肥沃な土壌を生み、根菜などの生育に適しているのだろうと思った。 十和田市の代表的な加工品に「スタミナ源たれ」がある。加工品や伝統工芸など、逸品開発事業の中で、行政として応援していくという事だった。 野菜ソムリエなどは、沖縄へ視察に行った際にも活躍しており、今後の加工品や食べ方など、販路の拡大に活用できるのではと思った。 野菜など、ばらばらに販路を拡大するのではなく、組み合わせることにより、もっとおいしいものを提供できるのではと思った。 天気の良い時に、新渡戸稲造の祖父と父が開拓した大地を見てみたいと思った。			