

三原市民と市長の「みらいトーク」(第22回)実施結果

令和5年3月23日

- 目的 市長が地域や団体の活動の場に出向き、市民との対話を通じて市政やまちづくりに対する積極的な意見や提案を広く聴き、今後の市政運営に活かすとともに、市民の市政への参画機会の拡充を図ること。
- 日時 令和5年3月23日(木曜日)18時00分～19時30分
- 場所 三原市役所本庁舎4階 第一応接室
- 参加者 道の駅みはら神明の里, 道の駅よがんす白竜, すなみ海浜公園, Nスタキャンプ場
そらの庭, グランエントランス広島三原, 空・道・港より各1名(計6名)
三原市長
- 内容 市長が気になるテーマについて質問し、参加者と意見交換

【市長から】

今年は本格的にコロナを乗り越える年になります。本日は市内の観光に関わる事業者のみなさまに集まっていたので、今回の意見交換を通し、このメンバーで何か一緒に新しいことに取り組もうという流れができればよいと思っています。

1 それぞれの施設での取り組みについて

【参加者から】

- ・(道の駅みはら神明の里)

道の駅みはら神明の里は令和5年3月24日で11周年を迎える。

令和4年2月頃からタコの仕入額が前年の3割増しとなり、タコに替わる次世代の三原の名産の開発に取り組みたいと考えている。

アフターコロナ対策としては、引き続き従業員への手洗い・うがいを徹底していきたい。

- ・(Nスタキャンプ場そらの庭)

令和5年4月から棲真寺山オートキャンプ場を引き継ぎ、キャンプ場を運営している。

本業は音楽業界の仕事で、イベントの音響や音楽教室などを行っている。棲真寺山オートキャンプ場では野外ライブイベントを約10年開催しており、非常に魅力を感じていた。強みである音楽イベントを活かし、他とは違うキャンプ場を目指していきたい。

- ・(すなみ海浜公園)

令和5年3月ですなみ海浜公園の指定管理期間は丸2年となる。平成23年のフード

フェスティバルに出品した「たこ天井」をきっかけに、地域活性化につなげるためイベントへの出店を続け、須波を人が賑わう場所にしたい思いで指定管理者となった。

アフターコロナに向けて、イベントの開催やオリジナル商品の開発などを考えている。

- ・(道の駅よがんす白竜)

道の駅の運営管理の他に農業にも取り組んでいる。生ハムやチーズなどの食材の販売のほか、自社栽培の米で日本酒の開発にも取り組み、田んぼの名前をつけた商品名で売り出している。「よがんすブランド」を開発して商品展開し、将来的には「生活のどこかに『よがんす』がある」という風なブランドに育てたいと考えている。

- ・(グランエントランス広島三原)

中国地方で、瀬戸田町の2拠点に続く3拠点目の施設として大和町のグランピング施設を運営している。地元を重視し、地産地消にこだわって運営している。今後はもっと地域性を出していきたいと考えており、他施設とも連携して地域課題を解決するような取り組みにも注力したいと考えている。

- ・(空・道・港)

観光振興事業と地域商社事業に取り組んでいる。観光振興では、臨空エリアを中心に活性化をしながら、中心市街地への誘導、離島の活性化などを目指している。小佐木島のバンブー事業や佐木島のロードレースへの側面支援などで経済の活性化を図りたい。地域商社としては6次産業化や三原プリン事業の側面支援などを手掛けている。

- ・(生涯学習課から宇根山家族旅行村について説明)

キャンプ場と天文台がある久井町の宇根山家族旅行村が、令和5年4月から宇根山活性化グループにより指定管理施設として管理・運営される。

野外イベントによる自然とのふれあいの提供や、キャンプ客に対し久井の岩海や宇根山天文台を活用した1日満喫コースの提供を考えている。

2 アフターコロナにおいて消費者の意識や行動はどう変わるのか。

【参加者から】

- ・(道の駅よがんす白竜)

コロナ禍で生まれた新しい常識として「不便益(ふべんえき:不便がもたらす利益)」という考え方がある。消費者が求めるものがコト消費からトキ消費に変化しており、SNSの発達により特別な時間や場所にいることを承認してもらう消費行動が見られる。道の駅でも新しいピザ窯を設置することでインスタ映えスポットを提供しているが、それによりトキ消費を提供することになる。道の駅の不便な立地も逆に強みになってくると考えている。

- ・(グランエントランス広島三原)

利用者である20代の女性を中心に、コト・モノではなく、親しい人と一緒にいるというトキを重視する傾向が見られる。「ここに来た利用者がどんな気分になるのか」を想定した施設づくりをしている。

グランピング施設の利用者は不便すぎる状況を嫌がる。立地は不便だけど、都会の喧騒から開放され、手軽で便利なアウトドアを楽しむことに価値を感じている方が多い。

- ・(Nスタキャンプ場そらの庭)

この1年間のキャンプ場運営の実績を踏まえ、これから利用者の要望を分析していくのだが、キャンプ場としては不便さを提供していこうと考えている。以前は施設を閉鎖していた冬季も営業しているが、利用者は多い。Wi-Fi環境など様々な設備を整えたりしているが、本当にそれでよいのか疑問もある。全国的に便利なキャンプ場が多い中、あえて必要最低限の設備のみの提供も考えている。

- ・(空・道・港)

手軽なバーベキューというサービスもあれば、逆に火起こしからやるバーベキューなどもあり、利用者のニーズは分かれている。小佐木島などの離島は、都会の喧騒から離れ、心身をリフレッシュできると好評である。島民とのふれあいを求めるなど、人と人とのふれあいは贅沢品になってくると考えている。

【市長から】

- ・みなさんの意見を聞くと、三原には宝の山がたくさんあるように感じる。

3 三原の次世代の名物やオリジナル商品について

- ・(道の駅みはら神明の里)

「三原」名物ではなく、「瀬戸内」や「広島」としての名物探しが必要と考えている。三原産の農産物や魚介類は、種類は多いが商業ベースに乗るほどの収穫高・漁獲高がないため名物探しは難航している。

- ・(すなみ海浜公園)

タコが品薄なので「アナゴ丼」を検討したこともあるが、手間がかかるため断念した。グルメイベントで「たこ天井」を出品したが、関東では生タコを天ぷらにする文化がないため、タコ天だけでは興味を持ってもらえず、牡蠣とタコの天井として出品した。タコの不漁が続くが、三原で生まれ育った者としてはこれまでのタコの歴史を大切にしたいと考えている。

- ・(空・道・港)

タコの養殖はできないのだろうか。

- ・(市長)

タコは共食いするので養殖は難しいらしい。

- ・(グランエントランス広島三原)

タコが不漁の原因は

- ・(道の駅みはら神明の里)

平成30年7月豪雨災害で出た土砂の影響だと言われるが、それだけではないらしい。現在のタコの不漁は瀬戸内海一帯で問題となっている。

- ・(すなみ海浜公園)

たこ漁師の後継者の確保も問題になっている。

- ・(市長)

たこ漁師の後継者確保は大きな課題と考えている。体験ベースから興味を持ってもらい弟子入りするという取り組みもしているが、なかなか成果が出ていない。

- ・(グランエントランス広島三原)

市外出身者から見ると、養殖している錦鯉がすごいと感じている。外国からも買い付けに来るほどの日本一のブランドで、一匹3億円の値がつくと聞いた。錦鯉を用いたせんべいやお守りなどの開発はできないか。グランピング施設で飼えば名物になる。

- ・(空・道・港)

商品開発としては錦鯉の「鯉のぼり」や、たい焼きの「こい焼き」バージョンなどが検討できると思う。日本一の錦鯉なのにほとんど知られてないのは本当に残念だと感じている。もっとPRできたらよいと考えている。

三原プリンも、あまり知られてない三原の食材をPRしようということで始まっており、生産者や事業者とあらゆる可能性を試していきたい。

- ・(市長)

商品開発により、経済効果だけでなく、そのエッセンスが三原を知ってもらうことにつながると関心を持っている。

昨年、三原の歴史民俗資料館に日本一古い現物の菓子(落雁)があるとニュースになったが、何か商品開発が出来たらよいと考えている。

- ・(道の駅よがんす白竜)

大和町には江戸時代に献上茶であったという有名なお茶がある。

そういう埋もれた名産品を世に売り出す機能として道の駅を活用したいと考えている。地域の名産品を全国に売り出していくためのよいアイデアはないだろうか。

- ・(すなみ海浜公園)

三原プリンについて、全国に売り出す前に、とにかく三原の人に食べてもらい、知ってもらいたいと考えていた。まず三原の人に三原のことを知ってもらい、そこからインスタ等で発信・シェアしてフォロワーを増やしていくことで広く情報発信できるのではないか。三原の各施設にはそれぞれ素晴らしい魅力があり、連携して情報発信すればもっと広く知ってもらうことができると考えている。

- ・(空・道・港)

プリンでスタンプラリー企画をしたことがあるが、共通のイベントを場所や季節を変えて開催することも考えている。

- ・(道の駅よがんす白竜)

それぞれの施設で顧客が喜ぶ情報を発信している。他施設と連携することで本来のコンセプトと違う雰囲気となってしまうとコアな客が離れていく怖さもある。

地元発で盛り上げて商品開発するパターンもあるが、逆に東京で流行らせて地元へ逆輸入する手法もある。

- (グランエントランス広島三原)
グランエントランス広島三原では、広島市や福山市を中心とした県内利用者をメインターゲットとしている。
- (Nスタキャンプ場そらの庭)
地元の人、地元のミュージシャンを大切にしたい。最大の広告塔は人だと考えている。音楽仲間のネットワークにより全国から人が集まることで三原に貢献したい。
- (市長)
地元の人を応援するということでは、バーガーレシピコンテストを実施し、優秀作品は道の駅で商品化するという取り組みもある。高校生の応募もあると聞いている。
- (道の駅みはら神明の里)
学校を挙げて取り組んでくれる高校もあり、高校時代のよい思い出になっていると感謝していただいている。
- (グランエントランス広島三原)
経営的には商品開発を外注するという側面もあり、高校生たちにも喜んでもらえて地域貢献にもなっているよい取り組みだと感じる。

4 最後に市長から

大変前向きなご意見をいただき、有意義な時間でした。

今回の出会いを大切にいただき、今後、みなさんで何か一緒に取り組めることがあればうれしいと思います。行政としてもできる限りのご協力をさせていただきたいです。