

## 平成 29 年度第 1 回八戸市農産物ブランド戦略会議

日 時 平成 29 年 4 月 25 日（火）13:30～14:35  
場 所 八戸市庁 本館 3 階 第三委員会室  
出席委員 4 名 澤内昭宏委員、志村一雄委員、なぎさなおこ委員、町田直子委員  
八 戸 市 出河農林水産部長、上村農林水産部次長兼農政課長  
事 務 局 石丸所長、金濱技師

### ●司会

御案内申し上げました時間でございます。

ただいまから、平成 29 年度第 1 回八戸市農産物ブランド戦略会議を開催いたします。本日は、大変お忙しい中、御出席いただきまして、誠にありがとうございます。

私は、本日の会議の進行を務めさせていただきます、八戸市農業経営振興センターの金濱と申します。どうぞよろしく願いいたします。

本日の出席者につきましては、お手元の席図をもって、御紹介に代えさせていただきますので、御了承いただきたいと存じます。

なお、本日は、委員の皆様全員が出席しておりますので、八戸市農産物ブランド戦略会議規則第 5 条第 2 項の規定により、会議は成立いたしますことを御報告いたします。

それでは最初に、座長より御挨拶をお願いいたします。

### ●座長

こんにちは。新年度もあれよあれよという間に 3 週間 4 週間と経ってしまいましたけれども、このゴールデンウィーク前の慌ただしい感じのときにお集まりいただきまして大変ありがとうございます。

今日は八戸いちごの生産・販売戦略の骨子についてということですので、まずは再度再確認というか、私たち自身、八戸いちごの魅力とその特徴というものをしっかり認識をした上で、皆さんそれぞれの立場、現場の状況を踏まえながら情報共有をして、いかにこの八戸いちごの魅力を発信していき、多くの人に知ってもらい、その価値を分かってもらえるのかというところを、今日はしっかり濃く皆さんと話し合っていきたいと思っております。どうぞよろしく願いいたします。

### ●司会

ありがとうございました。それでは、規則第 5 条第 1 項の規定により、議長は、座長をお願いいたします。

### ●座長

それでは、次第に従い進行いたします。次第 3 の「今後のスケジュールについて」、次第 4 の「八戸いちごの生産・販売戦略の骨子について」の説明を事務局からお願いいたします。

### ●事務局

はい、資料につきましては、私の方から説明させていただきます。失礼ながら着座の上、

御説明申し上げます。

まず右上に資料1と書かれた資料を御覧いただきたいと思います。今後のスケジュールについて御説明いたします。

まず第1回農産物ブランド戦略会議、本日はすけれども、案件としまして、このあと、八戸いちごの生産・販売戦略の骨子について御説明をいたします。生産・販売戦略につきましては平成24年度に一度策定しているのですけれども、現状に即したものを改めて皆様から御意見をいただいて策定したいと考えているものでございます。6月下旬には、戦略案作成のために、JA八戸さん、八戸苺生産組合さん、八戸菓子商工業組合さんなどの関係団体から聞き取りをする予定でございます。市として行おうと考えていることが現場とマッチしているのかなど聞き取りしていきたいと考えてございます。その後、第2回のブランド戦略会議は8月下旬に開催する予定でございます、本日の会議で皆様からいただきました意見と関係団体から聞き取りでいただいた意見を基に作成した戦略案について再度皆様から御意見をいただきたいと思っております。9月下旬には戦略の策定を行う予定です。

資料1の説明につきましては以上でございます、続きまして、資料2「八戸いちごの生産・販売戦略の骨子について」という資料を御覧いただきたいと思います。

1の本格的な生産の始まりでございますが、ニシン漁に行っていた農家たちが嵐で命を落としてしまい、悲しむ子供たちの姿を見た多賀小学校の校長先生がいちご生産を呼びかけたという歴史がございます。

続きまして、2生産状況ですが、市川地区に県内一の産地が形成されておまして、さちのか、とちおとめ、麗紅など秋から春に生産される品種に加え、すずあかね、なつあかりなど夏から秋に生産される品種も生産されており、一年を通じていちごが生産されている状況でございます。八戸市内における栽培面積は約23ha、販売額は約2億4千3百万円、農家数は約60戸となっております。

続きまして、3生産カレンダーですけれども、促成栽培については、8月に日長を短くして、低温処理をすることで冬がきたと思わせて、その後保温することで春がきたと思わせて10月から6月まで収穫するものでございます。半促成栽培については、ビニールにより保温することにより収穫時期を早めて、2月から6月まで収穫するものでございます。2ページをお願いいたします。夏秋栽培については、3月に定植して、6月から11月までの夏から秋に収穫するものでございます。

続きまして、品種ごとにいつ販売されているのかを示した販売カレンダーですが、先ほど生産カレンダーの方で御説明いたしました収穫期間に合わせて販売されているということになっております。続きまして、5品種の概要としまして、八戸でとれるいちごの品種ごとの特徴と収穫時期と育成地を掲載してございます。さちのかですけれども、酸味が穏やかで甘味とのバランスが良く香りはフルーティーで果肉は緻密で輸送性も優れるという特徴がございます。とちおとめにつきましては、甘みと酸味のバランスが良く、果肉はジューシー、輸送性にも優れるという特徴がございます。麗紅につきましては、コクのある甘味と酸味があり、濃厚であり、果肉はジューシーで果汁たっぷりという特徴がございます。続きまして、3ページをお開き願います。夏秋どり品種のすずあかねですが、酸味がはっきりしていて、

甘酸っぱい香りが強く業務用としての需要が多いという特徴がございます。同じく夏秋どり品種のなつあかりですが、外観、食味に優れ、業務用としての需要だけでなく、生食用としても適しているという特徴がございます。

続きまして、6 戦略案でございます。まず生産面の戦略案につきまして御説明いたします。

1 点目としまして、いちごの周年供給のための栽培調査でございます。こちらは農業経営振興センターで実施しております栽培調査のことでございます。秋から春に生産される促成栽培・半促成栽培いちごの生産者ニーズに応じた栽培調査を継続するとともに、夏から秋に生産される夏秋栽培いちごの品種特性および管理手法に関する栽培調査を引き続き実施し、いちごの周年供給体制の確立を支援することとしております。2 点目としまして、施設の整備に対する補助事業等による支援でございます。ビニールハウス等の整備に要する初期投資を軽減するため、施設整備に関する補助事業などにより支援を行うこととしております。生産面につきましては、どのくらいの面積を栽培すればどのくらいの収益が出るのかという部分と、栽培する上での課題などを明らかにしていきたいと考えてございます。販売面につきましては、1 点目として、八戸いちごの魅力の発信でございます。現在、市として、「Let's eat 八戸いちご親子スイーツづくり体験会」や「八戸いちごマルシェ」などのイベントを開催しておりますが、引き続き八戸いちごの強みを生かした情報発信を行い、八戸の特産品としての位置づけを強化することにより、市民の皆様へ八戸いちごの本来の実力を伝え、業務用などの需要の多様化、市民の皆様の認知の向上による需要の増加を図ることとしております。2 点目としまして、他産業との連携による新たな価値の創出といたしまして、多様な産業の多様な業種が集積している八戸市の特徴を最大限に活用するため、八戸菓子商工業組合などの商工業団体と連携し、新たなスイーツの開発等の取組を支援することとしております。昨年度、八戸菓子商工業組合様に八戸いちごをつかったスイーツを開発していただき、八戸いちごのスイーツコンテストを開催いたしました。今年度も引き続き開催することとしてございます。

4 ページをお開き願います。戦略案の期間ですが、平成 29 年 10 月から 32 年 9 月までの 3 年間としてございます。

本日は、皆様からこのような取組もできるのではないかなど忌憚のない御意見をいただければと思っております。私からは以上でございます。

●座長

はい、ありがとうございます。今日はこの骨子案について話し合っていくわけなのですが、まず 1 番は最後の戦略案のことです。いろいろな意見を出していただきたいのですが、まずその前に質問です。資料 1 のスケジュールについて、何か御質問ある方はいらっしゃいますか。よろしいですか。あとで何か思いついたらおっしゃってください。資料 2 ですが、全体的なところで質問等ございましたらお願いいたします。

●委員

いいですか。

●座長

はい、どうぞ。

●委員

栽培面積の数字なのですけれども、震災前と比べていかなもののでしょうか。

●事務局

震災前と比べると微減と考えております。

●委員

はい、ありがとうございます。付け加えて関連することなのですけれども、この栽培面積に対しての販売額というのは、見合った金額なのですか。それとももっと付加価値を上げて販売額を増やすのか、面積を増やして販売額を増やすのか。

●事務局

市の考え方とすると、面積を増やして販売額を増やしたいという意向でございます。

●座長

これは、今おっしゃった面積に対しての販売額というのは大体見合ったものですか。

●事務局

見合ったものだと思います。

●座長

他にございませんか。はい。

●委員

広さを増やすということは、農家さんをこれから増やしていくということですか。

●事務局

増やしていくしかないと思います。

●座長

個人の方の面積を増やすというのではなく、人を増やすということですね。

●事務局

そうですね。市内農家全体の高齢化が進んでいるので、いちご農家も例外なく高齢化が進んでいて、どちらかという和一軒当たりの面積が縮小している傾向にあるので、人が増えないと面積が増えないと思います。

●座長

いくつか質問があるのですけれどもよろしいですか。今に関連したところから言うと、この栽培面積というのは、全国的にもいろいろ産地があると思うのですけれども、この23haというのは広いのですか、それともごく小さいものですか。

●事務局

東北では2番目なのですけれども、多くはないです。

●座長

東北で2番目なんですね。

●事務局

はい。1番は仙台圏です。

●座長

もう1つあるのですけれども、そもそもこの戦略が策定されたら、この戦略というのは誰

が見るものなのですか。どこにいくものといえますか。

●事務局

まずはいちごの生産者といちごを使っていた方々、あとは市民向けにも広報して、このような戦略をもって市としていちごの生産と販売を進めているという理解を深めていただきたいと考えています。

●座長

生産者には紙媒体なり何なり配るものなのですか。それとも例えばホームページに出ていますので見てくださいという感じでしょうか。

●事務局

生産者については、戸数も少ないので紙媒体でも配ろうかなと思っております。

●委員

いちごの生産者の苦労というのは大変な苦労だと思うのですが、三菱製紙さんで行っているような水耕栽培の形と、それから地面に直植えする形、どちらのほうを進めるというのはあるのでしょうか。一長一短あると思うのですが。

●事務局

個人農家向けには、やはり初期投資がかからない土の栽培を進めていかないと、産入の障壁になってしまうのですよね。三菱製紙さんみたいな法人の方々に、大規模な面積をやる際には、作業の軽度化が図られる棚の栽培を進めていきたいと考えています。あとは個人の経営判断になるというものなので。

●委員

腰をかがめて収穫するというのは大変な作業だと思うのですが。

●事務局

ただ、栽培面からいうと、高くすることによって地面の温度の確保が今の時期難しくなるのです。そういうデメリットもあるということを理解した上で棚の栽培というものに参入するのか。地面、土で栽培したほうがやりやすさというのが、特に新規参入の方については入りやすさはあると思うのです。

●委員

分かりました。

●委員

いちごに限らずかもしれないですけど、就農したい、農業に興味のある若い人が入る入り口というか、そういうマニュアルみたいなものはあるのですか。だいたいこれぐらいかかるよとか、こういう順番で農家になれるよみたいな。

●事務局

マニュアルはあるのですが、いくらかかるかというのは、それは工業をやる人や商業をやる人がいくらですか、分かりませんというのと同じで、そこはないのです。ただ、このように進めていくことによって農業者になれるよというマニュアルはあります。

●委員

体験みたいなものはあつたりしますか。

●事務局

体験もあります。市で主催しています。この品目についてはこういう資材が必要ですよという研修会も行っておりますし、それに対するさまざまな補助事業なども国、県、市でしていますので商工業に比べても手厚いと思います。

●委員

研修を受けて就農する人は何パーセントぐらいですか。

●事務局

研修に来るくらいだと9割以上ですね。

●座長

研修に来る方々というのはそんなに多くないのですか。

●事務局

多くはないですけども、市内で新規起業する方と比べてどうかなというレベルだと思います。最初の参入の障壁は多分商工業より低いような気がするのです。そこから深くして行って生業として成り立たせるといのは、やはり同じ努力が必要になると思うのです。

●座長

はい。この後それぞれ皆さんの立場から、例えばいちごをどのように活用しているとか、こういう活用法があるとか、その現状を踏まえたお話をしていただきたいのですけれども、その前に何か聞いておきたいことはありませんか。もう1個私が確認をしておきたいことがあるのですが、資料の3ページで、販売の(1)の2行目に「市民の皆様へ八戸いちごの持つ本来の実力を伝達し」とあるのですが、この本来の実力というものが何なのかというのをもう一度教えていただきたいというのと、今後この骨子がもう少しボリューム感のあるものに仕上がっていくと思うのですが、例えばそういう資料の時には注釈とか、中身にそういう説明は具体的に入ってくるものなのでしょうか。

●事務局

本来の実力という、おいしさだと思うのですが、生産地から口に入るまでの距離が短いということによって、糖度の落ち方が他の東北の産地に比べると少ないと。距離が短い分おいしいものが食べられるという情報を発信していくというのがまず1つ。そういう内容については当然盛り込んでいきたいと思っております。

●座長

はい、分かりました。次は皆さんのほうからいちごに関連する活用とか、こんな売り出し方があるのではないかとこのところをいろいろ御意見いただきたいと思っておりますので、よろしくをお願いします。

●委員

いちごで就農する人を増やしたいとか若手を育てていかなければいけないというのはこれからの課題で、いくら売れるようになってもつくる人がいなければというのをすごく感じていました。こないだ瀬戸内海の方に行った時に、若手のいちご農家さんで、就農するために帰ってきたという方たちも結構多くて、そういうコミュニティーがすごくうまく機能していて、そのいちごを給食に活かしたり、お菓子屋さんで連携してやっていたりしてすごく密な

感じがしたので、八戸いちごを推していくのであれば、八戸いちごのもう少しオープンなコミュニティがあってもいいのかなというのは思いました。

●座長

若い方が結構、就農といういちご栽培するというような感じですか。

●委員

結構30代とかの方が帰って来て、お母さん世代やそのお孫さん世代と一緒に頑張っていこうみたいな感じで、育つ育てるみたいな関係性ができたりとかしていておもしろいなど。いちごだけではなく、みかんの農家さんだったり野菜の農家さんだったり、その農業をこれから頑張っていこうという人たちと、農業を応援して若い人たちが帰って来てくれてありがとうというような人たちのコミュニティみたいなものがあつたので、そういうのがあつたほうがいいかなとは思うのですが、人口的に八戸の人口って少し多すぎず少なすぎずで難しいところがあるかと思うので。自分が行った都市だと密になりやすいと思うのですが、八戸くらいの規模になるとあまり密になると距離感が難しいのかなとすごく感じていました。

●座長

そういう仕掛けとかあつたのでしょうか。市なのかどこなのか、そういうのを呼び戻そうみたいな。自発的にそういうふうになってくるとも思えないです。

●委員

東京農大とかだと、農大の先輩が帰ってきてやっているから、後輩がとか先輩がとかあって、大学系列でコミュニティができていてというのはありました。

●座長

はい。では、まずお1人ずつ。

●委員

はい。さっきのお話なのですが、先日農業経営振興センターさんの支援をいただいて親子のデコレーションケーキづくりをしたのです。その時に提供していただいたいちごがお菓子屋さんが使うよという触れ込みが農家さんに伝わって、じゃあいいのを持って行かなければならないという意思が伝わるいちごだったのです。その意思が伝わるいちごというのは、収穫から口に入るまでの時間が短い。ですからあの時は採って何時間の世界かな。

●事務局

そうですね。

●委員

それがすごい。確認しました。というのは、いちごを採って重ねますよね。その段ボールの箱の中で香りがこもっているのですよ。これが新鮮ないちごだよと。いつもは洗浄するのですよ、使う時に。子どもさんが口にするものだから。でも香りが逃げるからやめようって。この香り、この食感を子どもたちに味わってもらおうよということで止めたのです。それが大成功で、これが八戸のいちごだよ、スーパーに行ったらまず八戸のいちごを見てちょうだいというのを繰り返し繰り返し伝えて、回数何回かやってきたのですけれども、必ずスーパーに行ったら八戸のいちごをまず見てちょうだい。それで納得できなかったらよその。さっき言ったように採って食べるのが1番おいしいのですよ。次は何月でしたっけ、9月でした

つけ。

●事務局

10月です。

●委員

10月ですか。今考えているのは、収穫をしてもらってそのいちごを使ってスイーツをつくらうと。収穫から口に入るまでの時間がもっと縮まるわけですよ。まず八戸を売り込むにはまず八戸を知らなさいということが大切だと思います。以上です。

●座長

はい。ありがとうございます。皆さんのほうからも、御意見に対して何か質問とかあれば随時おっしゃってください。大丈夫ですか。私から質問があるのですが、今お菓子組合の皆さんがそういうイベントをして、新鮮な何時間前に摘んできたいちごを見て食べる機会というのがあったのですが、通常は摘んで何時間ですよとか、香り高いいちごを食べたりする機会があるのかということと、そういうイベントで組合さんのほうでやっているの、直でそういういちごが入ってきたと思うのですが、通常はそういういちごを市民たちが買う機会とかチャンスがあるのかということをお聞きしたいなと。

●事務局

はい。可能性があるとする摘み採りに行くか、あとは産直ですね。そうじゃないと普通は朝採って夕方出荷したやつが、次の日の朝市場に届いて早くてその日の夕方なので、1日半は経ったやつを最短で食べていると思うのです。スーパーで買うとするとですね。ただ、それにしても南の方から来るものに比べたら時間は全然短いとは思いますが。

●座長

その摘むというのは、いちご狩りに行くということですよ。

●事務局

はい。

●座長

いちごを摘ませていただける農家さんって、そんなに多くはないですよ。

●事務局

多くはないですね。南郷にあるぐらいです。

●委員

自分もこのブランド戦略会議でいちごのことを知ったことも多いのですが、逆にこのいちごというのは年がら年中あることによって締めきがないというか。例えばりんごだったり、ぶどうだと、収穫して初競りがあってニュースになるじゃないですか。ぶどうは去年なんか1房で100万円近いぶどうが出たとか、わっとニュースになるじゃないですか。ただ逆にいちごって切れ目がない分、ニュース的にも今がいちごだよという感じがしないのが逆の欠点でもあると思うのですが、競りとかそういうのはどういうふうになっているのですか。

●事務局

いちごの本来の旬は、皆様御存知の通り再来月ぐらいなのです。普通に外で育てているいちごはですね。これをクリスマスにいちごをケーキにのせたいという方が多いということも



あって、今の収穫のピークは12月になっています。八戸の場合でいうと旬の時期が2回あって、栽培方法によって1つが12月に旬が来る栽培方法と3月に旬が来る栽培方法の2つありますので、八戸でいうと本来いちごがおいしい時期は11か12月、3月から4月ぐらいがいちごの旬で最もおいしい時期だと思います。

●委員

その時期は値段というのはどうなんですか。

●事務局

12月のクリスマスから正月あたりまでが圧倒的に高いです。

●委員

それは一般にまわってというよりはケーキ屋さんにとられて高いということですよ。

●事務局

クリスマスあたりまではケーキ屋さんにとられて高いのですけれども、そこからは正月食べる方が多くて正月向けでサイズの好みも変わるので。ケーキ屋さんがお買い求めになっているのは、Mサイズのケーキにのるのにちょうどいいサイズで、正月向けは一般の家庭で食べたいなという少し大きいもの。3月は大きいほうが高かったり、季節によって大きさに対する値段も変わってくるというのはあるのですけれども。旬の時期というか、正規でいうと12月と3月ということになるのですけれども、そこはやはり生産者としてPRしているわけではなくて、何で周年生産するかという、労働力の平準化という問題もあるんですよ、経営ということで考えると。なのでどこかで途切れないようにやっているというのがあります。

●委員

もうちょっと時期が集中していると一般の方が分かりやすいのだろうなと思ってはいました。あと加工品なのですけれども、今のところ搾ってジュースにしたりしている方っていますか。

●事務局

加工品もそうですね、ジュース向けにつくっている方もいるのですけれども、ジュースにするいちごが出てくるのが6月ぐらいで、生産者の経営的に見るとその時期は結構忙しいのですよね。八戸市の場合は複合経営といって、いろいろな品目をやっている方が多いので、その時期にジュース用のいちごを採って売るよりも違うことをしたほうが経営的には合うので、あまりジュース用のいちごというのは出ない傾向にあります。全国的にそうだと思います。

●委員

自分がワイン関連をしているから特に思うのですけれども、去年自分は6月に五戸のほうでカシスの実をとって、ワインとハードリカーもウォッカも使うのですけれども、それでクレームドカシス、カクテルのもとになるようなリキュールをつくったのですけれども、いちごでもあるのですよね、クレームドフレーズって。今に八戸にもワインができたという話なのですけれども、そういうワインといちごを使ってリキュールとかつくれば面白いかなと。ある程度製品化してアルコールなり付いているものがあると、付加価値付けて出せるのかなと思っていました。では特にジュースで誰が販売して、年間どうのという方もいらっしゃるな

いということですね。

●事務局

ほとんどないですね。農業って結構需要と供給の関係があって、とれなくなるからやめるというケースも確かにあるのですけれども、投資に対して回収する量が少ないとそこでやめるという考え方もあるのです。だったら別の品目に注力したほうが経営的には合うという場合はそこをやめてしまうということもあるので、わざわざジュース用でとるかどうかというところは、これは八戸だけではなくて全国的に、欲しい方はいるのですけれども、あとは値段との見合いでとるかどうかということになると思います。

●委員

そこを統括してバランスをとる人というか、農家さん全体的に見て、こういう加工品に使えるからまとめて買い取ってなんとかやれそうな大元になれそうな人はいないのですか。

●事務局

労働力を投入してその分の見返りがあればやると思います。

●委員

統括している人はいるにはいるのですか。

●事務局

八戸でいうとJAも八戸苺生産組合もあるので、そこでやはり取引の中で儲かると判断すればやるでしょうし、その買取側の値段、単価が安ければやらないということになると思います。需要はあっても、例えば12月に1パック2,000円とかするような値段に比べて、6月にジュース用なんていうのは何十円とか何円とかいう世界だとやはりやらないということになると思います。

●座長

付加価値の付け方ですね。それを売るだけの付加価値を付けて、いくらで売れるかということによって生産者との折り合いですよ。

●事務局

そうなのですよ。あと、生じゃないと輸入物との競争にもなってしまうので、そうすると値段って抑えられるじゃないですか。そこは日本の製品だから高く売っても飲むかどうかということだと思うのです。そこは販売者側のほうで付加価値を付けるのでこの値段で買いますよということに逆にしなないと生産者につくらないということになると思います。

●座長

例えばトマトジュースとか、本当に最近、なんとかのトマトでというトマトジュースがすごい高い値段で売っていたり、最近ドレッシングとかも農家さんと直接契約をしてやっていますけれども、それでもいちごはなかなか金額の面で難しいのでしょうね。深浦の人参とかもそうですよね、ドレッシングとか。人参自体がブランドになってきていますけれど。やはり生産量と金額の問題なのでしょうね。

●事務局

はい。

●委員

いいですか。

●座長

はい。

●委員

補足になりますけれども、日本人は生のいちごが好きなのです。加工品が嫌いなのです。だから、いちご大福ってありますよね。あれは生だからいいのですよ。あれをゼリーにしてジャムにしてやった人は大失敗。お菓子の世界では、旬のものを閉じ込めたものをつくって、年間を通して使うという考えがあるのです。だから野いちごでも何でも旬の時に森で収穫してきてジャムにしておいて、いちごとか野いちごがない時期にそれをお湯で割って飲むとか、ゼリーにするということはやるのですけれども、日本人はそれをやらないのですよ。概念とすれば、ジュース、加工用とかも頭のなかにあるのですよ。落ちたりんごの救済のために加工用にジュースにまわすとかいう流れでしょう。高いものをジュースにしましたといっても、これはなかなか買わないのですよ。ですから1個500円とか600円するりんごでも、潰して加工品になれば1個2,000円にもなりますよね。このジュースはおいしいですよとなっても、この食感というか、それを楽しみたい民族が日本人なのかなと思うのですけれども。先ほどのクレームドフーズは、お菓子の原料にもなりますけれど、あくまでも香りづけの感覚で、主食みたいにむしゃむしゃと口に入れるものではないから、いちごに関しては難しいかなと。

●座長

本当に付加価値の付け方でしょうね。見せ方、演出。希少価値だからこそ、もしかしたらうまく製品化するときには何か起爆剤になるということも。

●委員

そうですね、これからの課題ですね。

●座長

でしょうね。そこをまず1つの課題で。何かそういうものがあるとまた価値というものが出てくるのでしょうか。私からも1つあるのですけれども。私たちはこういう委員会で、ずっと八戸地方というのがあるので、私なんかはやはり八戸いちご食べたいとか、どこに売っているんだろうとすごく求めるのですよね。また私たちの会社でいろいろなツアーをつくりたりいろいろなイベントをするときもありますけれども、基本的にはやはり八戸産のもの、八戸産で揃わないものは青森県産のものという、やはり地元のものをすごく求めるのですね。特にフルーツとか、まずは八戸のものという1番最初に八戸いちごというのが出てきて、探し求めて提供するのですけれども、そういう認識の人がもっともっと八戸に増えればいいなと思うのですね。レストランにしても飲食業にしても、フルーツを出すといえば、まず八戸いちごは必ず使うとか。加工より生を好みますよということもあるし、産地に近いからおいしいんですというのもそうですけれども、それが特徴であればやはり生食で、八戸に来たらそういう新鮮ないちごを食べられるというイメージ戦略っていうのでしょうかね。例えば八戸に来てレストランとかに行くと、なんかいつも八戸いちごが最後に出るんだよねとか。そういう触れる機会を増やさないといけないと思うのですけれども、そういう意味でまずは関わ

っている人たちとか飲食業の人が、まずは八戸産のもの、県産のものを使う意識、その中でもいちごを使うみたいな意識醸成とか、そういう呼びかけ、戦略とかも少し盛り込んでいけばいいのかなと思うのですけども。そういう働きかけとかはどのようなふうにしていますか。

●委員

自分は意識して買ってはいます。本当に意識してはいるのですけれど、大きいスーパーに行くとなのですよね、八戸は。個人の商店みたいな感じじゃないと八戸いちごはないですよ。やはり年間通して、キープするためにはいろいろな流通を使わなければならないのかなと思うのですけど。自分はいちごを買う時は小さいところで買うというのは決めているのですけど、一般の人が買い物する時に、これはこっちでこれはこっちでと買うことはしないのでね。それをどうにかしないといけないですよ。

●座長

認知度ってどのようなものなのですかね、「八戸いちごの本来の実力」というのがあるので、一般の市民の皆さんがそれを理解してとか認知というのは大体どれぐらいのものなのかなと思うのですけど。

●委員

アンケートのとり方迷いますよね。八戸いちごって知っていますかっていうと、どのようなふうに知っていますかという。

●事務局

地元の方は知っているのは間違いないのですよね。食育の材料としても使っていますし、実際に中学生がいちごの売り子として出てみたり、それは間違いないのですけれども。市内の全域にわたっているかどうかというところでしょうね。私はこういう仕事をしているのでそうだと思っていますけれど、そうじゃないかもしれないですね。

●委員

いつもいちごを買って少し気になるのですけど、入っているパックがあるじゃないですか。あれはまず全国というか統一規格だと思えるのですけど、いちごがぼろぼろ落ちてくるのですよね。あれはどうかにならないものかと。袋とか入れると2、3粒落ちているのですよ、いろいろなものを買って。だから八戸のブランドでいくのであれば、見た目でも明らかに分かるように八戸のいちごはこういうパックに入っているよと。少し潰れにくいとか落ちにくいとか流通させやすい何かを考えてみたら面白いような気がするのですけど。

●委員

年中確実に買える場所がほしいですよ。探すのではなく年中、確実にここのお店に行くと八戸いちごが売っていますというのがないと。

●事務局

ありますよ。すぐ近くの某。年中買えます。ほぼ買えます。

●座長

意識して使われていますか。

●委員

八戸いちごのドレッシングを常に出しているのですけれど、冷凍であったりでも何でも。

この前欠品してしまっって、冷凍のものも次は6月までないですと言われたとき、代わりにどこからとったらいいのだろうと分からないというか。

●委員

私はもうこだわって仕向けています。仕向けているというよりも、まずこの戦略会議の一員でもあるということで。私の個人的なものなのですけれども、今収穫が盛んになってきているから、八戸いちごのジャムをつくって、冷凍庫に入れて年がら年中使えるようにしています。数量的には20キロぐらいになるのかな。

●委員

それを買われるときは、育てている方とかを決めているのではなくて、普通に購入されているのですか。

●委員

ええ、先ほど話のあった小さなお店屋さんに、今日10キロぐらいお願いしますということで。香りがあるうちに即加熱して冷凍しています。置くと駄目なのです。気温が高くなってくれば旬の度合いも早くなって落ち込みも早いです。潰れているとかですね。冬だったら潰れているとかはそんなにないのですけど。それから農家さんをお願いしたいのが、先ほどぼろぼろ落ちてくるとい話がありましたけど、うちは上の大きさと下の大きさを揃えてもらいたい。ケーキの注文が何個きて何個のいちごを使うというのが頭にあっても、プラスアルファを考えないといけないのです。だから下のほうも上と同じ大きさにしていただきたい。

●座長

ものすごく気持ち分かります。

●委員

パックの大きさも下の方が小さくなっていますからね。

●委員

そうですね。

●事務局

でも今平パックに、たまに。

●委員

平パックにこう綺麗にね。でも手間がかかりそうじゃないですか。ちゃんと粒を揃えてと言え、もちろんクリスマス時期とか揃えておくのだけど手間がかかると思うので。うまく流通に乗れるような何かもう少しいいパックがあればいいよと思うんです。ぼろぼろ落ちてこない。

●事務局

下があるから何か入れたくなるのでしょうかね。

●委員

もう少し考えれば何かありそうな気がするのですが、何かアイデアが。

●座長

いろいろ本当に現場に則した御意見を出していただいているのですが、最後にこの戦略案のところで、今生産、販売というのに分けて2つずつ出ているのですが、生産者

をもっと増やしてほしいとか、販売ももっと分かりやすく買える所があればいいのとか、そういう現状があるのですが、この戦略の中にどうすれば生産者が増えていくのかとか、もっとこういう項目もあればいいんじゃないですかという、少し難しいのですが何か最後に皆さん御意見があれば。これが大体ボリューム感、今これ3ページと2行ぐらいですけど大体何ページぐらいのものになりますか。

●事務局

3倍から4倍にしたいなと思っております。

●座長

3倍から4倍というと10ページから12、3ページですね。そのボリューム感で膨らみがついてくると思うのですが、その中にこういった項目も入れてほしいとか、少しその辺何か御意見があればお願いします。はい。

●委員

ホームページとかSNSとか、タイムリーに見れるものがあつたらいいのかなと思います。いざ就農したいと思ったときに、今どんな作業をしているとか、今はこういう花が咲いているとか、今の旬のいちごはこれでこういうのが収穫されていて、特徴がこうでとか、そういった情報が見れるものがあればいいと思います。

●座長

ちなみに、今このいちごに関するウェブで見られるようなサイトというものはあるのですか。

●事務局

ウェブでは、特に市としてはつくっていないです。ただ、県では、全体でいちごだったりほかの品目だったりということで、八戸のものを掲載していますけれども。

●座長

はい。あと何か皆さんのほうから、こういう項目もあればいいとか、こういう戦略もあればいいんじゃないとか御意見ありますでしょうか。

●委員

すみません。

●座長

はい。

●委員

今組合として試行錯誤しているのが、八戸産のいちごをつかったケーキです、スイーツです、というケーキのピックをのせるような感覚のやつをできればいいなど。それを具体化しようかなと思っています。

●委員

のっているのが八戸いちごをつかっていますということですね。

●委員

そうです。だから仙台のやつだったらそれを外してくださいと。あくまでもこだわってつくってくださいと。そうしなければ農家さんに申し訳ない。せっかく良いものをつくってもらってこちらで製品にしているのだから。それぐらいの恩返しというか市民にアピールする

ものが欲しいとずっと思っていたから、今年それを新しい事業としてやろうかなと思っています。

●座長

例えば県外とかに私たちが行ったときに、その産地にどこどこ産というのがあると買いたくなりますよね。私なんかそうなのですが。その産地に行くとその産地のものを食べたいとか。

●委員

実際自分なんかは、いちごを持ってきてくださる方と話をするのですが、実際に農家さんを1回呼んでみたらどうですかね。お話をする中に農家さんもいて、どういうふうに売ってもらいたい、どういうふうに見てもらいたいとか、そういう意見を聞ける場所がどこかにあったらいいのかなと。スケジュールの中にですね。聞き取りの中に農家さんは入っていないのですよね。

●事務局

いえ、聞き取りは農業者の方からです。まあ聞き取りした上で、あまりこういう所にくるのが好きな人はいなくて、着替えるのが面倒くさかったりとかそういうのがあるのです。うちの農業経営振興センターみたいに、軽トラでぼんと来て、長靴やズックで入って来られるような所だと来やすいのですが、こういう所は結構ハードルが高かったりするので、聞き取りした上で、我々も少し考えていたのですが、ちょっと来ていただいてそれぞれ意見交換するとか、本来はあったほうがいいなとは思っているのですが、無理強いはできないので。

●座長

行きますよ。

●委員

そうそう。

●座長

畑会議ですね。

●事務局

終わったあと、こういう場じゃなく、雑談という形でやったほうが本音が出ると思います。

●委員

市で懇親会とかできないのですよね。

●事務局

懇親会はできません。懇親会とか開いてもきつと来ないと思います。

●座長

別にいちご畑に行って私たちが話すみたいな。もしできるなら椅子をちょっと置いてとかでも全然いいと思います。可能なら御検討いただければということで。戦略のところ、魅力の発信ともあるのですが、少し私も触れた、みんなで八戸いちごを食べよう使おうキャンペーンみたいなプロモーションとかもあってもいいのかなと思いますので、どこかでそういうものも入れてもらえればなとは思ったりしております。

●委員

いちごの日ってあるのですたっけ。何かやっていたっけ。

●事務局

八戸市はですね、八戸いちごマルシェというのを11月の最後の土日に毎年はっちでやっています。八戸でのいちごの日になりますけれども。

●座長

あと、皆さんのほうから何かございますでしょうか。

●委員

PRとかプロモーションとか予算がいくらぐらいあって、いつまでとかいうのが分からないからアイデアが出しづらいというのがあります。

●事務局

予算についてはですね、はっちと一緒に、あとは菓子商工業組合さんでやっているの、それぞれがその分野で出しているという形になるので、なかなかトータルというのは出しづらいのです。はっちでいうと、クリスマスフェアの一環としてやっていますし、我々もその分広告宣伝費を抑えられたりとか、菓子商工業組合さんにお世話になる場所もあつたりとかですね。あまり単独にこういうものはやらないようにしているので、そのほうがいろいろ効果が出るので。

●座長

ちなみに今予定されている今年度のそういうイベント系は、その11月終わりのいちごマルシェとあと何か予定しているものはありますか。

●事務局

いちごに関していうと、6月と10月が菓子商工業組合さんと組んでスイーツづくり体験があります。6月は普通にやるのですけれども、10月はいちごの摘み採りをやって、そのままスイーツにするということをやります。あとは3月ですね。

●委員

それは、はっちですか。

●事務局

摘み採りは農業経営振興センターでやって調理もそのまま農業経営振興センターです。6月、11月、3月ははっちです。

●座長

3月は。

●事務局

スイーツづくり体験になります。

●委員

6月の概要はもうできているのですか。

●事務局

6月は概要はできていますね。



●座長

ではプロモーション的にはイベントというところの辺くらいですか。

●事務局

そうですね。

●座長

ここ何年かこういうイベント系が何本かあると思うのですが、何かイベントではない取組というか、もっと広く認知されていくようなプロモーションを少し戦略の中に盛り込んでもいいと思います。

●委員

はっちの6月のやつで何人規模なのでしたっけ。

●事務局

親子でやっているのです、30組から40組の間です。11月のやつで大体7、8千人という感じですよ。

●座長

要ははっちに入ってくる人ということですよ。

●事務局

そうですね。

●委員

コンテストとかはあってもいいですよ。いちごを使ったレシピコンテストとか。

●事務局

ケーキのコンテストはやっているのです。プロの皆さんのコンテストですけど。

●委員

一般の人で、八戸いちごを使ってこういうのつくりましたみたいな。

●事務局

申し訳ないのですが、いちごを生で食べるのが皆さんおいしいと思いますよ。加工するより本当は。

●座長

さっきから何回も言うようですが、使う人たちの意識、まずは八戸いちごを使おうとか、八戸いちごを見せていこうとか、食べてもらう機会を多くしていこうとか、そういう意識醸成が必ず必要なのではないかなと私はすごく思うのです。

●委員

はっちに来るぐらいのモチベーションがある人ではない人にやはり知ってもらいたいかなというのがあります。まず買ってもらうと、最初は購入すると生でとりあえずは食べる機会は必ずできるので、そういうふうに取りかかると何かあってもいいのかなという気がします。いきなりジャムをつくってしまう人はいないと思うので、いちごを買って。

●座長

そうですね。機会を多くしていくということでしょうね。そのためには何をしていけばいいのか、どんなことをやればその機会が増えるのかとか、そういうふうな取組が少しあって

もいいのかと思います。あと何かありますか。大体意見は出つくしたようなのですが、終了してよろしいでしょうか。

●委員

はい。

●座長

はい。それでは意見が出尽くしたようですので、これで本日の会議を終了したいと思います。その他は何かありますかでしょうか。

●事務局

できれば8月の日程調整をしていただきたいのですが、スケジュール帳はお持ちでしょうか。8月22日～31日の間で土日抜かしていかがですか。たとえば29日の午後1時半はいかがでしょうか。よろしいですか。では、29日の1時半で、場所は市役所内の会議室ということで追って連絡します。

●座長

分かりました。では、委員の皆様には今後とも御協力を賜ることになりますが、どうぞ引き続きよろしく願いいたします。本日は大変ありがとうございました。