

「知事とのフレッシュトーク」(平成28年9月12日実施)の概要について

「知事とのフレッシュトーク」は、知事が高校生の皆さんと県の未来について意見交換を行うものです。

平成28年9月12日(月)に青森市の県立青森南高等学校において実施した、「知事とのフレッシュトーク」の概要をお知らせします。

◆開催◆

【意見交換】

○ 発言者1(3年、女子)

地域資源を活かした青森らしい産業の育成というテーマのもと、青森市の課題を考えてみました。

まず、働く場所が少ないことが挙げられ、次に人口の減少が挙げられました。これは青森市だけの問題ではなく、青森県全体の問題でもあると思います。

そこで、私は次のような提案をしようと思います。

閉店ギリギリの商店街の店を一括して1つのビルにまとめることです。そのビルに市場やレストラン、生活用品、子どもが遊ぶプレイルームなどを展開し、さまざまな職業の人が働けるようにすればよいと思います。その際に、新しい土地に建てるのではなく、今ある空きビルを利用し、建築費を抑えるとともに資源を活かすことにもつながると思います。

また、そのビルに入居する異なる2つ以上の業種を結び付ける役割をする「仲介企業」を青森県が設置又は民間企業に委託すればよいと思います。これにより、消費者が利用しやすい環境を整備したり、空き店舗の所有者に対して土地と機会を提供することがスムーズに進むと思います。そうすることで雇用の拡大が見込まれると考えます。

以上のように、閉店商店街や空きビルの活用、仲介する役割を演じる民間の委託企業を青森県として依頼したり、立ち上げたらよいと思いますが、いかがでしょうか。



○ 知事

青森県の課題は大きく2つあります。1つ目は、産業・雇用、生業、つまり、どうやって青森県で生活をしていくかです。2つ目は、短命県。この2つの大きな課題があって、これらは、つながっているという思いがあります。知事就任時は財政が破たんしていたので、財政再建にもすごく力を入れてきて、明治以来の借金をまだ返済できないものの、減らすことができる状況になりましたが、そんな中で、働く場、産業・雇用については徹底してやってきました。

知事に就任した頃は、有効求人倍率が0.29で、100人のうち29人しか仕事がない時代でした。ところが、今は1.10、100人に対し110人分の仕事があります。ミスマッチとって、「私には合わないな」とか「正規雇用じゃないといやだな」とか当然ですが、まだいろんな課題があります。県の重要施策として産業・雇用対策を進めていますが、その要は、職業の多様性、いろんな仕事を選べるような青森県にしようというものです。

例えば、若い人たちが「東京に行って何か仕事を見つけてきます」とか「資格を取ってき

ます」と東京に行き、「ネイルアートや眉スタイリングをやれるようになりました。青森県でそんな仕事をやって生活していただけますか？」と聞かれたら、「いいよ、応援します」と言っています。起業・創業といますが、多様性、つまり、いろんな仕事を選べる青森県にしようとずっと取り組んでいます。

そういった中で、今日は良い提案、おもしろい提案をしてもらいました。商店街の現状としては、後継ぎがいなくなって、街の商店街が次々無くなっています。「息子が東京に就職して、娘も他で学校の先生になって、誰もいなくなった」と。後継者不足は、すごく深刻で拍車がかかる懸念があると思っています。また、人口が急激に減っているのです、今までどおりの商売のあり方では、当然売上も減ることになります。

話が変わりますが、りんごをなぜ海外に売りに行くかという、国内の消費量が減っているのです、海外に進出しなければいけないという単純だけれど、深刻な話です。

県としても、例えば中心市街地に商業施設だけではなく公共施設、居住地を集約して生活拠点まちなかというパターン、郡部の方では、農村漁村集落—お祭りをする神社があるような昔からの集落—を残せないかと、2つの方法で進めています。

まちづくり会社といったグループをうまく組んでやるということは、これは全国でも例が出てきています。ただ、それを、ビルを建てて、経費やコストをかけてやるのがよいのか、今ある既存商店街に、若い人たちが音楽を演奏できる店など、起業・創業、ベンチャーなどいろいろな人たちが入れるようにするのがよいのか。私としては、縦にビルを建てるより、横に広がりのある方が高齢者も楽しめるし、君たちも街をブラブラ行ったり来たりしながら楽しめて魅力的かなと思っています。

例えば、むつ市ではアツギと組んで、空き店舗を使ってアツギが生産しているストッキングを販売するショップとカフェの複合施設を街の中にオープンしたり、五所川原市でも飲食ができ、お土産品も買えたり、くつろぎスペースもあるようなまちなかのコミュニティを作る施設がオープンしたりと、従来のものを使うような仕組みが県内で始まっています。

県庁は、60年くらい前は5階建てでした。部屋の本数が足りなくなって、6階を上に乗せたのですが、地震で揺れたら6階部分がスポッと落ちて危ないことが分かりました。そこで、いま、「地域資源」、「あるもの」を有効に最大源に出来るだけ活用しようと、元の5階建てに戻しています。

それぞれにいろんな工夫が行われていて、イノベーションといますか、コストをかけて大きいものを作るよりも、既存のものをどう使えるか、街並みとして使える仕組みはないか、少し裏表を変えれば、歴史的建造物や古い商店でも意外と趣があるので使おうなど、そういうことが始まっています。

例えば、地元事業者が中心となった例が青森市のサンロードや八戸市の八食センターなど結構あります。ビルを建ててもお客さんが来ない、客単価が回らないなど、結局はお客様に求められるものをうまく作ることはすごいことです。

だから、マネジメント、自分の街なら観光のお客様がどれくらい来るかな、高齢者がどれくらいいて街の中にはどれくらい住んでいるのかな、車で来れるだろうか、駐車場は足りそうかなどすごく考えています。また、テナントも、話題のカフェが県内でも早い時期に入ったなど、何か惹きつけるものがないと辛いと思います。

マネジメントできる人財の育成や古い商店街を生き返らせるためのアドバイザーを派遣など我々は一生懸命応援しています。一番大事なのは、役所が役所の頭でやるのではなくて、自分達が生きていく生業として、そこで全体で生計を立てていく、全体が頑張り抜くという

人たちが集まってやってこそうまくいくと思います。

起業・創業についてさきほどお話ししましたが、青森県では、昔は企業誘致、企業誘致と約350社誘致しましたが、企業を持ってくるのではなく、企業と企業が一緒に組んで何か新しい仕事を興す取組を一生懸命応援しています。

まとめとすれば、提案してくれた「まちづくり会社」でやっていくことはすごく大事だと思います。もちろん行政としても応援をしますが、自分たちがやるんだというファイトや最後までやり抜く仕組みではないと厳しいと思います。

さきほどの財政再建の話を当時の担当から説明させます。

○ 東青地域県民局長

簡単に言うと、県庁も入ってくるお金と出ていくお金で、毎年、県の財政を動かしているのですが、知事が就任した時、県の財政は毎年のやり繰りをするために貯金を取り崩したり、借金をして予算の辻褄を合わせていて、いずれ破たんをする状況でした。貯金を取り崩していくといずれ無くなり、借金もいずれ返済しなくてははいけません。その体質を直すためには、毎年の収入で暮らしていけばよいことになるのですが、今までの生活に慣れて、そう簡単にいきません。そこで、期間を決めて、財政改革プランを作り、少しずつ財政を再建していくことになりました。しかし、そのプランを作った矢先に国からの地方交付税が大幅に減ることになってしまい、当初5年間の予定が10年間に延ばして財政再建を進めることになりました。ただ、そうやって辛抱するだけでなく、知事が言ったように、雇用創出を就任の時から一步一步愚直に進めてきました。「攻めの農林水産業」も、今でこそ国も言っていますが、言い出したのは青森県です。そういった新しいことをいろいろやりながら一步步、一步步財政を建て直しつつ、産業振興に力を尽くしてきたというのが三村県政です。

○ 知事

趣旨は、余分なハコモノは造らないということです。だから使える資源を使います。建物化すると必ず経費倒れになり放漫な体制ができるので、商店街と連結するにしても可能な限り横に広がるようにすることです。というのは、財源やお金には限りがあるものですし、攻めの農林水産業も観光も、要は、県にお金がないから、はっきり言うと自分で稼いでなくてははいけません。どんどん青森のものを売って収益を集める、他からお客さんに来てもらってどんどんお金を使ってもらうことです。体を張って皆でがんばっています。お話ししてくれたアイデアはとても良いので、ぜひ自ら知恵と汗を出し合って、自分たちの街をもう一度元気にしていこうと突っ張って頑張る人間がすごい必要だと思います。

○ 発言者2（3年、女子）

青森県の特産品として、りんごやホタテなどが有名ですが、その他にも多くの特産品があります。わたしたちは、その他の特産品の中でも、特に、カシスとホヤに注目し、それらの販売力を強化するには、どうしたらよいか考えました。

カシスとホヤの販売力を強化するにあたって、第一に行うべきことは、カシスやホヤの知名度の上昇です。知名度の上昇に今、最も有効なのは、twitter や Facebook などの SNS による情報発信だと思います。カシスを擬人化したキャラクターや、ホヤのゆるキャラなどを製作し、カシスやホヤの魅力を発信します。ただ、情報を発信するだけでなく、ゆるキャラなども取り入れることで、より多くの人々にしてもらおうことができるのではないかと考えます。



次に、「R B c o o k」というウェブページを立ち上げることを提案します。これは“Regional Brand Cook”の略で、青森の県産品を使用して作れる料理を紹介するウェブページです。実際に「カシスやホヤを手に入れたのはいいが、どうやって食べたらよいかわからない」というときに、とても役に立つと思います。地元の人だからこそ知っているおいしい食べ方などを紹介し、また、青森県のHPからリンクをはり、いつでも見られるようにすれば、多くの人々に利用してもらおうことができると思います。このような取組を青森県ができるかどうか伺いたいです。

カシスもホヤも知名度が低いけれども、一度食べてもらえれば、それらの良さが伝わると思います。値段は決して安くはないけれど、高くても買いたいと思ってもらうためにも、1人でも多くの人に知ってもらえるように、様々なことに挑戦していくべきだと考えます。

○ 知事

地域の特産品、皆が知っているりんごやホタテ、大間のマグロだけじゃなくて、どんどん活かしていこうという提案をしてくれてすごく嬉しいです。県も、そういう方針でいろんなものを広めてきました。

ゴボウ戦争とも言われますが、「ゴボウは勝ったぞ」、「ニンニクは圧勝したぞ」というのがあります。その中で、カシスは皆さんにうまくPRをしていないけれども、我々は、例えばイオングループともものすごく組んでカシスのチューハイを作ったり、カシスのケーキを作っています。国産のカシスの生産量の95%、96%は青森県ですから、生産をする浪岡の子どもたちと一緒に畑を増やすために苗木を植えたりと相当戦略的にやっています。

ホヤ、好きですか？ホヤ、美味しいよね。新鮮なホヤは臭くありません。ホヤとミズは好きですか？（手を挙げた生徒の数を見て）ホヤを食べている人は少数勢力ですね。君たち、20歳を過ぎたらホヤを食べよう。今度、県民運動にしたらどうだろう。本当においしいですよ。

A! P r e m i u mという青森の良いものを海外に持っていく新しい仕組みを宅配業者と航空会社と一緒に作りました。後潟や平内で採ったホタテは、次の日には香港で食べることができますが、ホヤもぜひ同じように海外で食べてもらえるように今、取り組もうと思っています。ホヤを干して加工をした酒のつまみはあちこちに輸出していますが、A! P r e m i u mは次の日に着きます。上海、香港、台湾には次の日の午前中までに届けることができます。こんなおいしいホヤを世界に広めていきます。そのためには、将来、母親になる女子高生を中心に、ホヤを食べてこそその青森南高校と言われるくらいホヤのキャンペーンをしてけると嬉しいです。

○ 総合販売戦略課職員

カシスは結構頑張っていますが、ホヤに着目したのは、発想がすごいと思いました。ホヤはなかなか鮮度が良くないといけないので、鮮度を活かした食べ方の提案をもう少しSNSを使って進めていきたいと考えています。

SNSによる情報発信に我々も力を入れてないということで、昨年度からあおもりの食のコミュニティ展開事業を行っています。青森の食、素晴らしいものがたくさんありますが、青森の食のファンを全国に広げようと、FacebookなどのSNSで発信しています。また、「あおもりのうまいものたち」というホームページでもホヤの料理も含めて地域の特産品を発信していますので見てほしいです。

○ 知事

全国のマスコミ向けには、県に「まるごと情報発信チーム」というチームがあって、広告換算費にすると1,000億円ぐらい情報発信をしています。テレビで30分間に青森ネタがこれだけ取り上げられたとか、「えっ、味噌カレー牛乳ラーメン、どうして流行ってきたの?」という、これは県が外に向かって発信をしてきたからです。つゆ焼きそばもイカメンチもそうですがどんどん発信しています。

今はSNSを使った発信の重要性はあるけれど、大きいメディア、やはりテレビや雑誌、新聞などで、2日に1回は青森が出ているぐらい頑張っています。

○ 発言者3（3年、男子）

青森県の県産品の販売強化、特にカシスとホヤについて、総合的な学習の時間で調査したり、プレゼンテーションをしてきました。結論として、メディアの力を使うのも大切ですが、買った人、食べた人の口コミによる力を活用し、青森県産品の販売強化を図ったらどうかと考えます。



私の担任の先生は、県外への出張が多く、先生の話では、県外に出てもコンビニで食事をすませることが多くて、その土地、その土地での食べ物を食べる機会が多くないと聞きました。また、テレビでは、中国人などの爆買ツアーで電化製品などの買い物をいっぱいしていく割には、食事はコンビニに行列を作ってまで、コンビニで済ませることが多いということを目にしました。これは、青森県に出張に来る人や外国人観光客も同じなのではないかと考えます。

そこで、青森県に出張に来る人や外国人が来るであろうコンビニに、価格が安く、買ってみようと思うような県産品を使ったおにぎりや弁当、その他飲料などを置いてみて、それを食べた人がSNSなどで口コミができるような仕組みを作ってはいかがでしょうか？

また、宿泊する場所や買い物をする場所、もしくは駅などの交通拠点に青森県産品を気軽に寄って食べられるような場所を作り、例えば、釣ったイカをその場で刺身にして食べる刺身定食を提供して、その味をSNSに口コミしたら価格が安くなったり、「次回割引」の仕組みを作ればリピーターも作れますし、それを見た人が行ってみたいなどと思うこともあると思います。

このような仕組みをつくることができれば、青森県産品の販売強化につながると考えますが、いかがでしょうか。

○ 知事

ものすごく堅実な視点で、確実に消費者、お客様が確実に地元産品を楽しめる形を工夫してくれてすごく嬉しいです。

私も、先週、韓国の仁川、香港、マレーシアに10日間行って来ました。ところが、何を食べたかというと、香港でもマレーシアでもお寿司でした。なぜでしょうか。簡単です。青森県のを扱ってくれるお寿司屋さんに、魚やお米などの営業に行ったからです。ません。そこで、「やっぱり、おいしいでしょう?」「おいしいね、おいしいね」って、ずっと「いいね、いいね」と言いまくって、「飲んで、飲んで」ととにかく営業をしてきました。学校の先生も出張しますが、きっちり研修や就職の段取りなどがあって、夕食も食べに行けなくて、コンビニで買って食べて寝る感じだと思います。

話を元に戻しますが、青森に来てくれた方とにかく手に取ってもらうことと、旅行者だけではなく青森の人にも、例えば青天の霹靂ができたと言ったら、そのおにぎりだけでも食べられるような仕組みなど、いろいろなことをやってきました。

「攻めの農林水産業」を13年間やってきました。何のために頑張ってきたか。青森の良いものを、もっと良い単価で県外、国外に出して、売れたら、その値段で返ってきます。返ってきたら、可能な限り、直接農山漁村の人たちに返るような仕組みを作りたいということで、徹底して売る商談をやって、見立ててもらって、青森フェアをやって、通常取引、「ずっと青森のりんごを置きますよ、売りますよ、ずっとお酒も置きますよ、ナガイモも置きますよ」とお店の棚をずっと県が押さえているといった感じで全国に青森のものを置くことによって、300億円と胸を張っていますが、売上を伸ばしています。今年は、新しいスーパーと組んだので、また伸びると思います。

こういった県外でどんどん売って覚えてもらうことも大事ですが、青天の霹靂のおにぎりをコンビニで販売するように、青森の地元のものを地元で食べてもらうことにも一生懸命取り組んでいます。バラ焼きのおにぎり130円やお弁当は400円と比較的手を付けやすい値段にすることを心掛けています。

また、食のエリアに分けて、拠点といいますか、道の駅等を中心として地元料理がどういうふうに使われるかキャンペーンを一緒にしています。

ただ、地元の皆さんに、我々、宣伝が下手だったのかもしれないと今思っていました。すごく広報は大事だと思います。「県民だより あおもり」だけでも見てもらうと、青森の食のことが載っているので、どうやってPRしているか担当から説明させます。

○ 広報広聴課長

「県民だより あおもり」は、隔月で発刊していて、各家庭に届けています。知事のコラムもあり、知事が県としてどういうことに取り組んでいるかも載せていますし、県の特産の野菜を使った料理のレシピも載せて、県民の皆さんに県の食材を使った料理に親しんでほしいと思っています。

ほかにも、県のような政策の柱についても紹介しています。このような広聴事業の中で、皆さんにお知らせしたものに対する意見をお聞きして、また政策に反映したいと思っています。また、県民の皆さんから、投稿などをしてもらい、知事が実際に目を通して、返答をし

ています。

いま皆さんからお話があったように、県外の方にも青森県のことをいろいろ知ってもらうために県外向けの広報誌も配付することになっています。

○ 発言者4（3年、女子）

私が考える青森県の問題点は2つあります。1つ目は外国人と学生の交流の場が少ないこと、2つ目は農業人口の減少と青森県の若者の農業離れがあると考えます。

そこで、この2つの問題を解決する方法はないかと考えたところ、外国人観光客と学生をターゲットにした農業ホームステイというプロジェクトを思いつきました。この案は、私たち外国語科が昨年行った



アメリカでのホームステイを参考にしました。外国人観光客と学生がお互いの文化を共有しながら農作業を行うことで、農業に対して関心を持ってもらうことがこのプロジェクトの最大の狙いです。さらに、ホームステイをすることで現地の人たちと生活を共にすることになり、その土地や家庭の慣習などを体験させることができ、青森へ移住した際のイメージがしやすく、移住を考える1つのきっかけになればいいなと考えています。

このプロジェクトの特徴は、春と秋の2回を一括りにして行うことにあります。なぜ2回に分けるのかというと、春は田植え、秋は収穫をして欲しいと考えたからです。はじめはりんご農家で行うことも考えましたが、りんごでは収穫しか行うことができず、それだとりんご狩りとあまり変わらないので、自分達で育てたという達成感を得ることが難しいと考えました。

具体的には、まず、このプロジェクトは米農家の方々に協力をお願いし、ホームステイを受け入れていただきます。春のホームステイでは、先ほど説明したように田植えを農家の方で行い、秋は稲の収穫を春に参加したメンバーで行います。秋は実際に収穫したお米をおにぎりなどにして食べてもらうことで、自分で作った食べ物のおいしさを感じて達成感を得て欲しいと考えています。

このプロジェクトを行うことで外国の方々と私たち学生が出会う機会を増やし、外国人観光客は青森の暮らしを体験できることで、青森の魅力を肌で感じてもらえると考えました。

○ 知事

素晴らしい提案です。実は、もうこの13年間、そういうことばかりをやってきました。宣伝、PRが我々も良くなかったかなと思っているのですが。

実は、「攻めの農林水産業」は、ただ売るのではなく、農村漁村集落を残そう、残すためには何が一番大事か、食べていけるだけの収益が戻ってくると、今は長男、長女しか残らない状態が、次男、次女も加工や流通販売の仕事で暮らせるようにするということでした。

徹底して販路開拓をして、それと同時に、グリーンツーリズムって知っているとありますが、グリーンツーリズムの仕組み、農家民泊といって、農家に泊まる、漁家民泊といって漁師さんのところに泊まる仕組みもものすごく伸ばしてきました。

具体の成果としては、例えば、今、約300人が新規就農で農家以外から農業に就くようになっていました。また、青森県の農家の平均年齢が63.8歳というと「高齢だ」と笑うけ

れど、東北地方の県は66歳、67歳なので、3歳も若い。全国でも2番目に若い状態になっていました。やはり収益が戻ってくると人も帰ってきます。農業地帯で生きていくって、思っきり頑張れることです。それを海外にもどんどん広めてきました。

台湾やタイでは、青森への修学旅行がどんどん伸びてきています。台湾にりんごや観光のセールスに行くと、学校へも「ありがとう、来てくれて。また来てね」と回っています。グリーンツーリズムでは、農山漁村に来て住むわけではないけれど結構長くいてゆっくりいろいろな経験をしていきます。だから田植えの場合は、自分たちが植えて秋に刈取りに来られなくても、別の学年が来たりと、いろいろな工夫をしています。農家民泊者数、東日本大震災の時にドカンと減ってショックでしたが、またほぼ6,000人台に戻るようになりましたし、泊まることのできる農家も415戸まで増やしました。

○ 構造政策課職員

グリーンツーリズムでは、海外からの宿泊者が増えています。台湾からの修学旅行生が一番多くなっています。田植え体験、着物着付け、茶道といった日本文化に触れたり、七戸でのニンニク体験といった農作業体験を楽しんでもらっています。

グリーンツーリズムは、こういった交流を通じて農村を活性化させるという政策ですが、県としては、今、沖縄に修学旅行に行っている学校を青森県に来てもらおうと頑張っています。ただ、やはり難しいところもあるので、まずは皆さんが週末に農村に行ったりりんごの収穫体験をするのも立派な交流になります。移住はなかなか難しいですが、交流を活性化させると集落は維持されるというデータがありますので、まずは皆様が農村に足を運んでくれるようお願いします。

○ 知事

さきほど415戸も農家民泊があると言いましたが、県内各地にグリーンツーリズム、宿泊できるところを増やしました。達者村というのが三戸郡の南部町にあり、ものすごい長期滞在、半年でも1年でもいてもいいバーチャル農村のような、そこで生産もできれば、仕事もでき、祭りにも参加できるようなものをどんどん増やしています。

それは、農業を知ってもらおう応援団といいますか、こういうところでどのように作っているか、水や土づくりをととても真面目に、見えないところでこんなにも努力をしていることを分かってほしくてやっています。

海外の学校にも働きかけていて、海外からもどんどん来てくれます。大学生たちも来てくれます。これからは、そういう時代になると思っています。何よりも、その土地を知ってくれて、その土地の人と交流する中で、また青森産品を買ってくれたり、観光に来てくれたり、そういう工夫を一生懸命続けてきました。

○ 発言者5（3年、女子）

私は青森県にしかないものが少ないと感じています。たくさん青森ならではのものがあると思いますが、私はあまり知りません。それならば、「青森ブランド」をつくり根気よくPRするべきだと思います。

そこで、まず、「もの」と「もの」との交流（コラボ）を提案します。

最近、青森のコラボ作品を知りました。弘前のBUNAKOと六ヶ所村のOLED青森がそれぞれの技術を合わせて照明器具を作り出しました。これは、フランス・パリ郊外で行われた「メゾン de オブジェ」というインテリア業界の優れたものが集まる展示会に展示されています。しかも、1番目立つブースに展示され、ニューヨークの企業と契約もされています。



青森の「もの」どうしが合わさり一つのものになれば、さらに青森色が深まると思います。そして、青森の「もの」どうしのコラボによりできた青森色の深いものを、「made in 青森」「青森ブランド」として、国内外にどんどんPRを行っていけばよいと思います。例えば、CMやネット広告を作ったり、県立美術館などに常に展示したり、駅周辺の店だけではなく、あらゆるところに置いて、人々の目がより多く届くようにするべきだと思います。

さらに、コラボしたい人や企業を募り、結びつける取組をすればよいと思います。集まった人々の間に入り、コーディネートする人がいれば、自分だけじゃできなかったことができるようになり、さらに広がることができます。また、コラボしたい職種を探したりもできます。青森県が、コラボをコーディネートするような取組をしていけばよいと思います。

○ 知事

実は、結構、青森県には、例えば、りんごや伝統工芸などいろんな「もの」があります。例えば津軽塗、こぎん刺し、裂き織り、BUNAKOがあるよというけれど、まず知られていません。それがすごい悩みでした。特に、BUNAKOはものすごく良いのに、もっと売りたいのに、なかなか知ってもらえなかったことがありました。そこで、白色有機ELといいますが、その技術を持つ企業が倒産した時に、別の会社に吸収してもらいました。技術がすごいから。白い板（パネル）が光るんです。電灯の笠の中には大きいランプや蛍光灯が入っていますが、BUNAKOが作った照明器具に、これを入れるだけで、中がオレンジ色になってとてもきれいになりますよと営業して回りました。そうしたら、本当に組み合わせることになり、さっき言ってくれた仕組みがBUNAKOで始まりました。

また、津軽塗と新潟産の刃物を組み合わせてペーパーナイフにして新たな販路を見つけたり、こぎん刺しとヒバを組み合わせて針刺しを作ったり、掌乃玉（様々な工芸品製作者がコラボした和装小物ブランド）など、それぞれの作品をうまく組み合わせてセットで販売する仕組みを作りました。

ほかにも、サケの氷頭は美味しいですね。サケの氷頭を食べているとどうしてか膝が丈夫になったり、たくさん食べる人が元気だったり、色白で肌が良くなるということがありました。そこで、サケの鼻の軟骨からプロテオグリカンという健康美容成分を抽出する技術の開発に弘前大学が成功して、プロテオグリカンが出来ました。プロテオグリカンが出来たら、例えばヨーグルトと組み合わせたり、リンゴ酢と組み合わせたり、コラボした商品が出来ました。いま、これだけで100億円ぐらい稼いでいます。実は、コラボレーション、単独で

辛い時は仲間を作って頑張ることは、すごい大事なことだと思います。産業を興すときにも、すごい大事なことだと思います。

コラボレーションの重要性と新しい産業をなぜ興さなければいけないか、担当から説明させます。

○ 新産業創造課職員

県内の企業は、あまり大きくない企業が多いです。そこで、それぞれが得意分野でコラボレーションをしています。それぞれ一社ではなかなかいわゆる大手企業には太刀打ちできない部分がどうしてもあるので、お話にあったとおり、皆さんが組んで、それをブランド化していこうというのが1つの青森県の企業振興の考え方です。

プロテオグリカンは、コラーゲンとかヒアルロン酸というのは皆さん、聞いたことがあると思いますが、それを凌ぐ成分として、今、注目されております。プロテオグリカンもみんなが集まって売っていこうと、そのブランド化に取り組んでいます。

また、新産業の創造の重要性ですが、成長していく産業は大体予測ができます。成長していく産業を黙って指をくわえていると他県にどんどん取られてしまいます。そこで、成長産業で雇用を創っていく取組みをしなければ、なかなか将来の青森県の経済振興ができませんので、新産業の創造にも取り組んでいます。

