

# 市長コラム

## ～魅力ある地域づくり～

Vol.40



新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが2類相当から5類に移行してから1年が経過しました。それまでさまざまな行動が制限され、自粛せざるを得ないという状況が続いていましたが、現在は、コロナ禍前の日常生活や経済活動をほぼ取り戻しています。これまでできなかったことができるようになり、色々な場面で考え方を切り替えて行動することが求められると思っています。

### ★丸の内行幸マルシェに出展

コロナ禍が明け、地域物産をPR・販売する上で、これまで実施を控えていた試飲・試食が可能となりました。5月号のコラムでも紹介しましたが、市では3月に、市内事業者が市の支援(地域事業者支援ルーム・ごしょがわらチャレンジ補助金)を受けて開発した新商品を、試飲・試食の機会を設けながら紹介・販売する「五所川原市ふるさと新商品フェア」をELMにおいて初めて開催しました。事業者の皆さんのチャレンジの成果が一堂に集まったお披露目会は、多くの来場者でにぎわい、好評を博しました。

また、今後は、地域の中だけではなく、地域外に向けて市をプロモーションする機会を自らが作っていく必要があると思っています。そこで、手始めに最小限の費用と人員で、5月17日に「丸の内行幸マルシェ」に五所川原市として初出展しました。

丸の内行幸マルシェは、「各地の“郷土の食材”を、都会のと真ん中で会話を楽しみながら、気軽に購入できる市場」をコンセプトとし、毎週金曜日にJR東京駅から地下道で直結する行幸地下通路で開催されています。今回は、私も参加し、ふるさと新商品フェアでお披露目した赤菊芋のチップスをはじめ、赤～いりんごのジュース、馬肉の燻製、にんにく味噌などの商品と、イベントとして『十三湖産大和しじみのすくいどり』の内容で、試飲・試食をふんだんに交えながら、トップセールスを行ってきました。

しじみのすくいどりは、地元のみならず、場所を問わず人気で、集客する上で強みであると感じたほか、通勤のお客さまがメインということで、売上を目的とするのではなく、会話によるPRを中心に据えて実施

したところ、中には立佞武多や津軽鉄道をはじめ、実際に当市を訪れたことのある方もいらっしゃるなど、多くの温かいお声がけをいただきました。また、大相撲の令和6年3月場所において、当市出身の尊富士関が110年ぶりとなる新入幕優勝という歴史的快挙を成し遂げたことから、幸いにして当市の知名度が高まっていることを実感しました。

こうした機会を逃さずに、当市の情報を効果的に発信していくとともに、民間事業者が地域外に向けて市産品等を積極的にPR・販売できるようバックアップしていくことが大事であると考えており、今後は、より一層、官民連携により当市の魅力向上と市産品等の販路拡大に取り組んでいきたいと思っています。

### ★農業に根付いた伝統・文化・祭り

先般、青森県が発表した2023年版の県社会経済白書によると、青森県の製造品出荷額に対する付加価値額の比率は、食料品製造業で全国45位となっており、これは基幹産業である農林水産業で、付加価値の低い生鮮品等が主力となっていることが背景にあるため、生産や販売、加工の段階において、付加価値を向上させる取組が重要であるとしています。

同様に、市産品等の販路拡大に取り組んでいくには、いかに付加価値を高めていくのかが問われています。

農業については、就業人口の減少や担い手の高齢化が全国的に大きな課題となっていますが、農産物を加工し価値を高める、高収益な農産物に挑戦するなど、収益性を高めることで稼ぐ力が高まり、生活の糧となるような取組ができれば、若手人材の農業への新規参入・定着にもつながると思っています。

私たちの地域には、五穀豊穡と無病息災を祈願する「虫送り」をはじめ、農業と深く結びついた伝統や文化、祭りがあり、こうした伝統・文化・祭りは、地域のアイデンティティを形成し、地域の団結力とコミュニティの強化につながります。地域が伝統・文化・祭りを大切にし、それを未来に伝えていくことは、持続可能な地域づくりの原動力となります。引き続き、それぞれの特徴を生かした持続可能な地域づくりに取り組んでまいります。



丸の内行幸マルシェでのPR



しじみのすくいどりで中スコップを引いた  
お客様との記念撮影