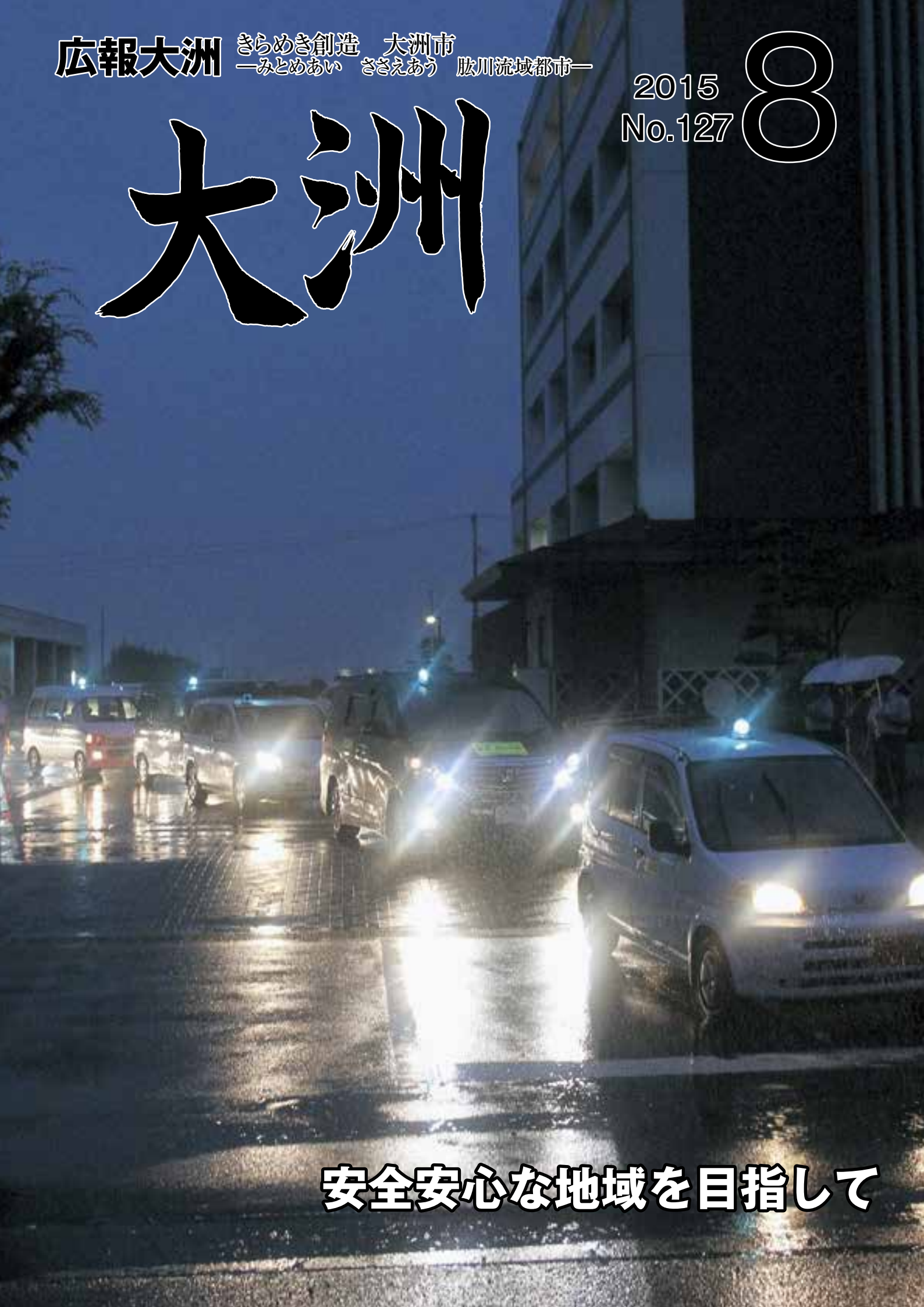


広報大洲 きらめき創造 大洲市
—みとめあい ささえあう 肱川流域都市—

2015
No.127

8

大洲



安全安心な地域を目指して

がんばる大洲っ子

今月の題字作成者

上須戒小学校 6年 (現：大洲北中学校 1年)

白石航大さん



僕は動物が好きで、小学三年生のころから犬を一匹飼っています。犬以外では、ネコや鳥にも興味があります。動物を題材にした本を読むのも好きで、行き場を失った犬や猫を救うために駆け回る、現役獣医学生のサークル活動を基にした「犬部！」というノンフィクション作品が特に好きです。もっとたくさん動物に接したいという思いから、将来は獣医を目指すようになりしました。理想としては、全ての人や動物に平等に優しく接することができる獣医になりたいと思っています。ただ、夢をかなえるにはまだまだ努力が必要だと思っています。小学生のころとは勉強の量も質も全く違うので、早く中学校のペースに慣れ、勉強も運動も一生懸命頑張りたいと思います。

8月の納税など 納期限は 8月31日(月)です。

税別	8月	9月	10月	11月
市県民税	2期		3期	
固定資産税		3期		4期
軽自動車税				
国民健康保険税	2期	3期	4期	5期

市税などの納付は、便利で安心な「口座振替」を。

現在の大洲

	人の動き(先月比)	交通事故(昨年同期)
人口	45,790人 (-18)	件数 94件(72件)
男	21,826人 (-3)	死者 2人(3人)
女	23,964人 (-15)	負傷者 124人(96人)
世帯数	20,274世帯(8)	

(2015年6月末現在)

CONTENTS 目次

2ページ	がんばる大洲っ子・今月の表紙
3ページ～	(特集) おおずを売り込む
8ページ～	シリーズ
11ページ	まちのわだい
12ページ～	おおずニュース
14ページ～	おしらせ
25ページ～	図書館・保健センター・ 心と体の健康ガイド
28ページ	がんばるひと (肱川町さわやかボランティア実行委員会)

今月の表紙

picture 写真



7月6日(月)、大洲警察署で行われた、たいき地区青色防犯パトロール隊合同夜間パトロール出発式を取材しました。

たいき地区青色防犯パトロール隊は、平成23年に結成され、大洲喜多地区の安全安心のまちづくりに尽力しています。

この日は、あいにくの雨でしたが、青色回転灯を設置した青パト約60台が、夜間パトロールを実施しました。

(特集)

おおずを 売り込む

～大洲発信で元気と活力を～

全国の自治体が戦略的に地元をPRするなか、みなさんは市外の知人などにどのように大洲を紹介していますか。「大洲市は何も無いところで」と消極的になっていませんか。みなさんがあたりまえに食べているもの、日常の景色のなかに、大洲らしさやアピールすべきものがあるはずです。

これまでも広報大洲では、大洲の魅力としてさまざまな名所や産品を取り上げてきました。今回は、地域が持つ魅力や自社商品を積極的にPRすることで地元を盛り上げようと奮闘する人たちの中から、それぞれ違う角度で大洲を発信する2人にスポットをあて、その取り組みについて紹介します。



攻める

「自分の会社や商品を発信していくことで、大洲を元気にしたい」と思っています」と話す中川さん。大阪府の大学を卒業し、愛知県の大手豆腐会社で5年間修行した後、明治36年創業の伝統ある家業の5代目を継ぎました。

「豆腐は基本的に足の早い食品です。製造温度管理や、衛生管理は特に厳しくしています。大洲を代表する豆腐屋になって、どこに出ても恥ずかしくない企業でありたいです」と、品質にこだわった30種あまりの商品を、従業員と思いを一つにして1日約3000丁作り上げます。



有限会社 中川食品
専務取締役
中川 雄一 さん

「自ら作り上げたものを、より磨き上げる。大洲を売り込み、地元を盛り上げるために、さらなるステップを踏み出す」

中川さんが約10年ぶりに帰郷した際に、以前よりまちの活気が失われていると感じ、非常に残念に思ったそうです。「一度県外に出たから、分かることがあります。こんなに良いまちは、ほかにはないと思います」。

現在大洲商工会議所青年部に所属し、地域発展活動にも力を入れる中川さんは、「今の僕が出来ることを全力でやるのが、大洲の活力になると信じています。市外の人にもうちの豆腐を食べてもらうことで、まずは大洲という場所に興味を持ってほしいです」と、熱く語られました。



「本当は、みなさんに出来たての温かい豆腐を食べてもらいたいです」という中川さんの一押しは、大洲産大豆を100%使った「すくいとうふ」。大豆の風味やうま味が凝縮された逸品です。

これからの取り組みについて何うと、「今の販売エリアは南予が中心ですが、県内全域そして隣県への売り込みも考えています。企業としては、まだまだ商品力・営業力が足りないと感じているので、企業としてのレベルを上げていきたいです。また、セミナーなどに積極的に参加して、商品をブラッシュアップすることにより売り上げを増やし、従業員の賃金を上げ、雇用も増やしたいです。仕事があれば、大洲に帰りたいという人も増えると思っています」と話されました。

直営店舗や移動販売など、思い描くさまざまなアイデアを形にするべく、中川さんは次のアクションに向けて動き出しています。



6月11日(木)、市が認定した商品「大洲ええモンセレクトション」の販路拡大を目的とした「売れる商品づくり・販路開拓セミナー」が開催されました。

マーケティングの基礎講座を受講後、バイヤーとして招かれた株式会社紀ノ國屋の営業本部長による「目利き相談会」に参加した中川さんは、自慢の豆腐をPRするとともに、今後の売込みについて、プロのバイヤーの提言に熱心に耳を傾けていました。



迎える

「自分のまちのことを改めて知って、いくうちに、大洲に必要なと思うこと、やりたいことを形にしたりしました。それがゲストハウスでした」と話す三瀬さんは、スペインで巡礼の旅を終えた後、次第に自分自身のルーツに興味を持ち始め、平成22年、故郷である大洲市に帰りました。

株式会社おおず街なか再生館で町並み案内人としての仕事を、今年3月に空き家を借りて宿泊施設を開業。大洲を訪れる人の滞在時間を少しでも長くして、魅力を直接伝えたいという思いが、三瀬さんの原動力となっています。

「発信する方法はさまざま。地域を元気にするために、人と人をつながる場をつくる」

開業当初三瀬さんは、宿泊客に大洲での体験談を発信してもらおうと考えていました。しかし、多くの人を迎えるなかで、「残念なことですが、大洲を目的に来られた人は、ほぼゼロでした」と知名度の低さを痛感し、大洲市そのものを知ってもらうことから始めなければ、と意識が変わったそうです。

三瀬さんは「大洲のことを何も知らなかった人が、一度ゆっくり観光すると、必ずその素晴らしさに気付いてくれます。大洲市の持つ可能性は、大いにあると思います」と話します。



大洲しろまちゲストハウス
三瀬 ^{のりよし} 範芳 さん



(写真提供：しろまちゲストハウス)

利用者からは、「アットホームで過ごしやすい」「大洲が特別な場所になった」といった意見があるほか、予定を延長して7連泊した人は「実際に大洲に住みたくなかった」と、市役所に問い合わせされたそうです。

今後の目標を伺うと、「地域の祭りやイベントに、宿泊客を連れて参加したいです。例えば外国人が地元祭りにいたら、みなさん驚くでしょう」と、地域との関係を密にしていきたいと語られました。

交流人口を増やし、大洲をアピールすることで市外や県外、先は世界と大洲がつながる、という三瀬さんの夢は広がっています。



(写真提供：しろまちゲストハウス)

開業後、3カ月で述べ150人が宿泊し、外国人向けのサイトは作成していないにもかかわらず、そのうち16人が欧米やアジアからのゲストです。お遍路さんも含め、首都圏には無い、日本の原風景を求める人が確実に増えているとのこと。

ゲストハウスならではの共有・交流スペースである居間では、かけがえのない時間が流れます。



首都圏で迎える

「香川・愛媛せとうち旬彩館^{しゅうさいかん}」は、愛媛県と香川県の首都圏における観光物産・情報発信の拠点として平成15年、東京・新橋にオープンしました。

全国で初めての二県共同によるアンテナショップとして、両県の特産品の販売やせとうち郷土料理の提供および観光情報を発信することにより、首都圏のみならず広く全国に向けて、両県のイメージアップを図っています。

平成24年には累計来場者数が400万人を突破し、現在もさまざまなイベントが行われています。

1階特産品ショップでは、大洲市の志ぐれや乾シイタケ、しょうゆ、みそといった特産品が販売されています。



首都圏へ攻める

大洲市では、事業者あるいは市単独でのPRのほかにも、「ブランド力向上と魅力発信」をテーマに、愛媛県内他市町と連携して「チーム愛媛」として首都圏への売り込みを行っています。

平成23年度からは、おもに関西圏を中心に大洲産品の販売促進イベントを行い、県外への販路開拓を図っていて、25年度にはDCMダイキなんば店（大阪市）で開催された、「愛媛のふるさと愛味（うまい）ものフェア」に参加しました。フェア後には、売り上げの高かった大洲産品が、産直市を併設する岡山県および奈良県のDCMダイキ4店舗にて常設販売が決定するなど、着実に成果を挙げています。

平成26年度にも同フェアに参加し、開催4日間で大洲市のじゃこカツが売上数量・売上金額ともにフェア出品中トップを記録しました。



愛媛県東京事務所

産業振興部 久世 雄也さん



都内を中心に、大洲を取り上げてもらうためにメディアや旅行会社、百貨店などを訪問しています。しかし、一方的にPRしても企業には相手にしてもらえません。どの分野においても、互いに利益があることを前提にして、売り込みをするよう心掛けています。

地方創生の動きが高まるなか、地方の話題への注目度が上がっていると感じます。さまざまな方面にアンテナを張り、売り込みをさらに幅広く行うとともに、首都圏で何が求められているかなどの情報を収集し、大洲市に提供していきたいと思っています。

少し見方を変えて

盆地特有の地形などが影響し、県内最高気温を記録することもしばしばの大洲市。5月15日(金)には早くも30・9度を記録し、同27日(水)には5月の大洲市の気温としては1978年からの観測史上2位となる32・8度まで上昇しました。

何も観光名所や特産品だけが売り込み材料ではありません。ただ暑いだけ、でもなぜ暑いのか、当たり前にあることから考えていくと、大洲ならではのことが見えてくるかもしれません。





「大洲市の可能性を 最大限引き出してほしい」

金子 ^{かずお} 和夫 さん

愛媛県内をはじめ、全国各地の地域ブランド戦略、シティプロモーションに携わる。アドバイザー業務のほか、講演活動でも活躍。専門分野は地域ブランド、特産品開発、まちづくりなど。

まちを売り込むにあたって、必要なことが3つあります。それは、「知名度」「イメージ」「良いもの」です。まず、「知名度」に関しては、私が大洲製品のブランド戦略や消費拡大・販路開拓業務に携わって3年になりますが、正直言ってそれまで大洲市の存在を知りませんでした。知らないが故に、2つめの「イメージ」も当然浮かびません。しかし、大洲には最後の「良いもの」がたくさんあります。要するに、「良いもの」を売る努力がまだ足りないように思います。

具体的に言うと、大洲には歴史に基づいたストーリー性のあるすばらしい城下町や古い町並みもありますが、特に都市部の観光客が喜ぶような、例えばギャラリーやカフェ、工房、郷土料理店などが少ない。また、人はおいしいものを求めてやってきます。シイタケやクリをはじめとした農業基盤がしっかりあるのに、食文化への展開も少し弱いと感じます。

シティプロモーションには、時代にあった、はっきりとしたメッセージ性のあるコンセプトが必要です。「大洲といえばこれだ」というものを一つに絞れば、大洲ブランドの確立も難しい話ではありません。幸いにも、大洲市には期待が持てる若い経営者が多くいます。外部からの知恵も有効活用し、大洲市が一丸となり、どんどん地元を売り込んでほしいと思います。



地域への関心が

活力になる

全国の自治体が抱える少子高齢化や経済の停滞、地域活力の低下といった問題は、大洲市も例外ではありません。

そもそも、大洲をPRすることのメリットは何でしょうか。知名度が上がれば、交流人口が増えることにより、地域の経済が拡大され、まちがにぎやかになれば暮らしの利便性アップが予想されます。最終的な理想は、人口減の抑制、さらには人口増へつながることです。

逆に人口減少に歯止めがかからなければ、商店、病院、学校その他あらゆるサービスが地域内で提供できなくなる、または選択肢が少なくなることが考えられます。

各自治体がさまざまなPRを展開し、近年は自治体間競争が活発化しています。例えば知人とのたわいない会話のひとつでも立派な「拡散力」を持ったアピールとなります。まずは知ってもらうこと。市民のみならず一人ひとりが大洲市の営業パーソンとなり、自信を持って大洲を売り込みましょう。