

平成 30 年度 調査・研究事業

光市の水産資源を活かしたまちづくりに関する  
調査・研究報告書

平成 31 年 2 月

一般社団法人 中小企業診断協会

## 目 次

はじめに.....	4
第1章 事業概要.....	5
1. 光市の水産資源を活かしたまちづくりの概要.....	5
2. 調査・研究内容と実施体制等.....	6
(1) 事業目的と実施内容.....	6
(2) 実施方法及び場所.....	6
(3) 調査・研究委員会構成.....	7
(4) 事業実施計画.....	7
第2章 光市水産業と室積地区産業の実態調査.....	8
1. 光市水産業と室積地区産業の実態調査の概要.....	8
2. 光市水産業実態調査.....	9
(1) ニューフィッシャーと光市水産業の状況.....	9
(2) 水産業実態調査概要.....	10
(3) 経営状況について.....	10
(4) 経営課題等について.....	12
(5) 調査・研究委員会でのディスカッション.....	14
3. 室積地域産業実態調査.....	15
(1) 地域産業実態調査概要.....	15
(2) 経営状況について.....	15
(3) 経営課題等について.....	17
4. 光市のまちづくりへの取り組み.....	20
(1) 第2次光市総合計画.....	20
(2) 第3次光市地産地消プラン（案）.....	22
(3) 光市まちづくり市民アンケート.....	23
(4) その他の光市の取り組み.....	24
5. 創業及び海藻産業、通行量の状況.....	25
(1) 光市における創業.....	25
(2) 海藻産業の状況.....	26
(3) 光市内188号線、室積地区の通行量.....	28
第3章 先進事例調査.....	29
1. 先進事例調査の概要.....	29
2. 山口県漁協下関南風泊支店のワカメ養殖事業.....	30
(1) 視察概要.....	30
(2) ワカメ養殖の概要.....	30

3. 道の駅・直売所の概要	32
(1) 道の駅の概要	32
(2) 直売所の概要	33
4. センザキッチン	35
(1) 視察概要	35
(2) 施設概要	35
(3) 運営状況	35
5. 萩しーまーと	36
(1) 視察概要	36
(2) 施設概要	36
(3) 運営状況	37
6. その他の道の駅の海産物販売状況	39
(1) センザキッチンと道の駅阿武町の鮮魚、農産物の価格	39
(2) 道の駅 ソレーネ周南	39
(3) 道の駅 潮彩市場防府	39
第4章 光市の水産資源を活かしたまちづくりビジョン	40
1. まちづくりビジョンの概要	40
2. 漁業生産の活性化	41
(1) 漁業者による鮮魚直売の取り組み	41
(2) 鮮魚ブランド化の取り組み	42
(3) 海藻養殖事業の取り組み	43
(4) 必要な資金の調達	43
3. 水産物加工・販売拠点施設の整備	44
(1) 基本方針	44
(2) 水産物加工場設置の経緯	45
(3) 販売拠点施設の整備	46
(4) その他の取り組み	49
(5) 運営組織形態及び構成	49
(6) 収支計画	50
(7) 道の駅概要比較表	52
4. 設備投資計画	53
(1) 設備投資計画	53
(2) 資金調達計画	53
(3) 利用可能な補助金や税制支援等	53
(4) 販売拠点施設の事業計画	57
(5) 5ヶ年事業計画等	59
(6) 事業実施スケジュール	59

おわりに .....	60
参考資料 .....	61
1. 光市水産業実態調査 .....	61
(1) アンケート調査票 .....	61
(2) 単純集計表 .....	63
2. 室積地域産業実態調査 .....	65
(1) アンケート調査票 .....	65
(2) 単純集計表 .....	67
3. 拠点施設候補地 .....	69
(1) 住所・地図 .....	69
(2) 登記情報 .....	70
4. 視察施設のパフレット .....	72
(1) センザキッチン .....	72
(2) 萩しーまーと .....	73
(3) 潮騒市場 .....	74

## はじめに

「日本創成会議」の人口減少問題検討分科会は、2040年時点で20～39歳の女性人口が半減し、自治体経営が成り立たなくなる896の消滅可能性都市を発表し、全国に衝撃を与えました。

また、国立社会保障・人口問題研究所の「日本の地域別将来推計人口（平成30年推計）」によると、山口県の総人口は2015年の1,404,729人から2045年には1,035,661人に減少、今回調査・研究事業の対象とした光市の人口は、2015年の51,369人から2045年には35,636人（69.4%）に減少する厳しい見通しとなっています。

本調査・研究で対象とした光市の水産業は、漁業資源の減少や魚価の低迷に加え、漁業者の高齢化と後継者不足から、取り巻く環境は厳しさを増しています。その一方で漁師を目指すニューフィッシャーや飲食店の開業が増加傾向にある等、明るい兆しも出てきており、水産業の根幹をなす漁業の衰退はそれを加工・販売する中小企業にも大きな打撃を与えることとなります。

本調査・研究では、地元漁師や水産加工、商業・サービスを営む中小企業に対するアンケートや訪問調査を行い、その結果を踏まえた漁業生産・加工・販売流通を一体化した拠点施設の開設に関する事業可能性、隣接した室積海商通りを含めた地域全体の活性化を提言することとしました。

平成26年にスタートした地方創生の政策は、官民連携で多くの成果を上げてきました。中小企業診断士はこれまで培ったまちづくり・ものづくり・農商工連携等のノウハウを結集して、地方創生の加速を支援していく必要があります。

本調査・研究事業は、中小企業診断士が自治体や一次産業従事者と積極的に交流しつつ、国や地元自治体の政策に積極的に協力し、地方創生の成功事例を創出することで、全国の中小企業診断士がまちづくりや地方創生に関与することを目的としたものです。全国通津浦々の地域や中小企業の活性化、中小企業診断士が力量を発揮する場の拡大に、少しでも役立てればと考えるところです。

（一般社団法人）山口県中小企業診断協会 谷口 修

# 第1章 事業概要

## 1. 光市の水産資源を活かしたまちづくりの概要

事業目的	漁業の衰退は水産物を加工・販売する中小企業にも大きな打撃を与える。実態調査を踏まえ、漁業生産・加工・販売を一体化した拠点施設開設の事業可能性、隣接した室積地域全体の活性化を提言する。
------	---

環境分析・先進事例

### 光市水産業の実態

平成23年度からニューフィッシャー7名が加わり、山口県漁協光支店の組合員数及び水揚げの減少に歯止めがかかった。

**【自分の代で廃業 75%】 【経営が厳しい 75%】**

後継者の状況

現在の経営状況

経営課題は「魚価の低迷・上昇難」が最も多く、「水揚げ量の減少」、「魚離れによる需要の減少」等

まちづくりの方向性は「人口減少・高齢化への対応」が最も多く、「地域経済の活性化・雇用創出」が続く

### 山口県漁協下関南風泊支店のワカメ養殖事業視察

**【ワカメ養殖は底引き網漁と時期が重なるが安定収入が期待できる】**

- 海上作業は10月～延べ75日（時化があるので約4ヶ月間）
- 塩蔵ワカメは比較的利益が出るが、カットワカメは利益が出ない。
- 組合員1人当たりの手取りは安定している。
- 取組んだきっかけは、冬場は時化が多く漁船漁業のみでは水揚げが少なく、経営が苦しいことから昭和32年に養殖を開始した。
- 今後は、現状の組合員7名で現在のワカメ養殖、加工規模を維持していきたいとのこと。

---

### 光市室積地区産業の実態

室積商店会は会員数63名で、地域活性化に積極的に取り組んでいる。

**【自分の代で廃業 41%】 【経営が厳しい 44%】**

後継者の状況

現在の経営状況

経営課題は「消費者ニーズの変化への対応」と「需要の減少」がトップ

3番目が「購買力の他地域への流出」

まちづくりの方向性は「人口減少・高齢化への対応」が最も多く、次が「地域経済の活性化・雇用創出」

### 道の駅・直売所の役割

- 山口県内には24ヶ所の道の駅が設置され、地域の拠点性を発揮し、住民向けワンストップサービスを提供している。
- 直売所の売上総額は9,974億円（H27年度）で毎年増加。直売所の顧客は地元客が多く、売上の7割前後を占めている。

### センザキッチン

- 運営形態は公設民営（指定管理）、投資額は10億円で4月20日～8月の売上高4.5億円、来場者50万人。
- 店舗面積は小売1,465㎡、飲食902㎡。
- 駅長、マネージャーとも公募で県外から採用された。

### 萩シーマート

- 運営形態は民設民営、投資額は5億円で売上高9億円（+卸1億円）、客数は130万人。
- コンセプトは「近者悦、遠者来（論語）」
- 初代駅長は全国公募でリクルートから転職。
- 課題は漁師の高齢化、萩市の人口減がマイナス要因である。

### 里の厨

- 平成23年7月オープン。
- 運営形態は公設民営（指定管理）、投資額は3億円、H28年度売上254百万円、客数223千人。敷地面積4,272㎡。

光市室積まちづくりビジョン

### 漁業生産の活性化

**【活性化のため、直売・ブランド化・海藻養殖事業へ取り組む】**

- 「漁業者による鮮魚直売」→仲買人と漁師が連携して新鮮でおいしい地魚の販売を拡大。
- 「レンチョウのブランド化」→30cm、400g以上（肉厚）のレンチョウを、刺身用の「光ンレチョウ」としてブランド化する。
- 「海藻養殖事業」→ワカメ、ヒジキ等の養殖と加工へ取り組むことで安定収入を確保する。

### 水産物加工・販売拠点施設整備による活性化

**【光市から栽培漁業センター隣接地を取得し、水産物加工・販売拠点施設の整備し、室積海商通りを含めた地域全体の活性化に取り組む】**

- 「水産物加工施設」→市内業者が市外にある海藻等の乾燥・粉体化加工施設と、本社の商品加工施設を統合。生産性向上・HACCP対応の国内トップレベルの施設を実現する。
- 「販売拠点施設」→店舗1階は海の厨でしか買えない商品を品揃え。鮮魚等の水産物や農産物、光の特産品を販売。レジはキャッシュレスに対応したPOSレジ2台で単品管理する。
- 店舗2階は地元産の素材を使った飲食提供スペース。好みの商品を店舗から購入しフードコートで飲食する。テラスでも飲食できる。
- 屋上は高潮の避難場所とする。光市観光協会や不動産、金融サービス、携帯電話等、幅広く入居者を募る。

### 投資規模及び経済効果

**【市内有志出資の観光DMOを設立、運営は別途プロジェクトで検討】**

- 民設民営で平成32年11月開店予定。投資額は5億円（約1/3は補助金で賄う）。売上319百万円、客数246千人。
- 資金調達は、出資金、テナント敷金、融資等で賄う。返済財源は直営店の利益及びテナント家賃で賄う。
- 「効果」→室積中心地区から無くなった食品売り場を復活、野菜類販売場所の提供、創業や雇用創出、高潮避難場所の提供等。

## 2. 調査・研究内容と実施体制等

### (1) 事業目的と実施内容

#### ① 当該地域の現状と事業目的

近年漁業資源の減少や魚価の低迷に加え、漁業者の高齢化と後継者不足から、水産業を取り巻く環境は厳しくなっている。山口県光市においても同様の状況であるが、光市では漁師を目指すニューフィッシャーや飲食店の開業が増加傾向にある等、明るい兆しが生じている。

漁業の衰退はそれを加工・販売する地元中小企業にも大きな打撃を与える。本調査・研究では、中小企業診断士が中心となり地元商工会議所や行政、金融機関等と連携し、漁師や水産加工・商業・サービス業を営む中小企業等に対するアンケート調査を行う。また、調査結果を踏まえ、漁業生産・加工・販売を一体化した拠点施設の開設に関する事業可能性、隣接した室積海商通りを含めた地域全体の活性化を提言する。

#### ② 光市水産業と室積地区産業の実態調査

当該地域における経済の現状や課題を抽出、整理するためのアンケートや現地調査、訪問ヒアリング調査を実施する。実態調査内容は以下のとおり。

No	調査名称	調査内容	調査方法
1	光市水産業実態調査 (県漁協光支店の小型底びき網漁業者 22 経営体)	漁協及び漁協組合員を対象に、魚種別漁獲量や水揚げ等の経営実態、後継者有無や経営課題、将来像、地域活性化への要望等を調査する。	アンケート調査、統計調査資料活用
2	室積地域産業実態調査 (飲食や小売り等 約 70 事業者)	室積商店会員を対象に、売上や利益等の経営実態、後継者有無や経営課題、将来像、地域活性化への要望等を調査する。	〃
3	地元自治体の取り組み状況調査	光市の統計資料や光市第 2 次光市総合計画、まちづくり市民アンケートを整理する。	統計調査資料等を活用

#### ③ 光市の水産資源を活かしたまちづくり報告書作成

実態調査結果を踏まえ、光市の水産資源を活かしたまちづくりビジョンを報告書にまとめる。また、まちづくりビジョンの中核となる販売拠点施設の概要及び販売拠点施設開設までの概要スケジュールを整理する。

### (2) 実施方法及び場所

回	調査研究内容	実施場所
1	事業目的及び内容の確認、担当内容の確認	光商工会議所

2	アンケート等、調査結果の確認、提言内容等の検討	〃
3	報告書の内容確認及び印刷	〃
4	光市内で市民や関係者を対象に報告会を開催	室積公民館

(3) 調査・研究委員会構成

役割	氏名	事業所・団体名・役職	勤務先住所
代表	谷口 修	谷口修中小企業診断士事務所 代表	光市光井 4 丁目 25-33
委員	幸田支店長	山口県漁業協同組合 光支店	光市室積 2 丁目 17-13
委員	松岡会長	室積商店会	光市室積神田 9-16
委員	友松 義典	(株)友松商店 社長	光市室積 4 丁目 3-3
委員	藤山専務	光商工会議所	光市島田 4 丁目 14-15
委員	長岡事務局長	光商工会議所	〃
委員	藤井 浩幸	山口銀行室積支店 支店長	光市室積 3 丁目 8-1
委員	中田診断士	なかた中小企業診断士事務所 代表	光市光井 6 丁目 5-20
委員	土井診断士	土井合同事務所 代表	岩国市藤生町 5 丁目 2-71
委員	伊藤診断士	シンプルシステム(株)代表取締役	大島郡周防大島町東安下庄 2811-28

(4) 事業実施計画

実施項目 / 月	H30				H31		
	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
(1)打合せ会の開催	○1回目	○2回目	○3回目			○4回目	
(2)調査の実施	→			→	→		
(3)報告書の作成	アンケート	調査集計	分析	説明会 開催	報告書 作成 送付		



## 第2章 光市水産業と室積地区産業の実態調査

### 1. 光市水産業と室積地区産業の実態調査の概要

- ◇ 光市水産業はニューフィッシャーの貢献で活性化しつつあるが、廃業予定が75%ある。
- ◇ 室積商店会でも廃業予定が41%、まちづくりで「人口減少・高齢化への対応」に期待
- ◇ 光市は水産業の生産・生活基盤の管理・保全に注力。光市の創業者は増加傾向にある。

光市水産業の実態	
ニューフィッシャーの貢献	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 平成 23 年度から山口県漁協光支店にニューフィッシャー7 名が加わることで、漁協組合員数及び水揚げの減少に歯止めがかかった。</li> </ul>
水産業実態調査結果 (N 数=8)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「後継者がいる」のは1 件で、「後継者がいないが承継したい」が1 件、「自分の代で廃業する」が6 件 (75%) で最も多い。</li> <li>・ 経営状況が「非常に厳しい」が4 件 (50%) で最も多く、「厳しい」・「普通」が各2 件ずつ。</li> <li>・ 経営課題は「魚価の低迷・上昇難」が6 件 (75%) で最も多く、「水揚げ量の減少」、「魚離れによる需要の減少」、「燃料や資材の値上がり」等。</li> <li>・ まちづくりの方向性は「人口減少・高齢化への対応」が6 件 (75%) で最も多く、「地域経済の活性化・雇用創出」が3 件。</li> </ul>
室積地区産業の実態	
室積商店会の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 会員数 63 名で、会員相互が地域の活性化に積極的に取り組んでいる。</li> </ul>
地域産業実態調査結果 (N 数=27)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「後継者がいる」のは8 件 (30%) で、「後継者がいないが承継したい」が7 件 (26%)、「自分の代で廃業する」が11 件 (41%) あった。</li> <li>・ 経営状況は「普通」が13 件 (48%) で最も多いが、「非常に厳しい」が12 件 (44%) で拮抗している。「順調」が2 件 (7%) あった。</li> <li>・ 経営課題は「消費者ニーズの変化への対応」と「需要の減少」が11 件 (41%) でトップ、3 番目が「購買力の他地域への流出」で7 件 (26%)。</li> <li>・ まちづくりの方向性は「人口減少・高齢化への対応」が17 件 (63%) で最も多く、次が「地域経済の活性化・雇用創出」で10 件 (37%)。</li> </ul>
光市のまちづくりへの取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 水産業振興の基本方針は、漁港をはじめとする生産・生活基盤の管理・保全に努め、水産物の地産地消の推進やブランド化による付加価値の向上、6 次産業化に向けた取組みなど、経営安定化対策に努めるとともに、新規漁業就業者の確保対策や資源管理型漁業を推進する。</li> </ul>
光市における創業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 平成 27 年度から 3 ヶ年の光市内の創業者は 27 人で、毎年増加している。業種別にみると、理美容・飲食業・建築設計や便利屋・エステ等のサービス業が 18 人で多く、建設業が 4 人、小売業が 3 人。</li> </ul>
海藻産業の状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 海藻産業の年間成長率は 8.9%、市場規模は 2024 年までに 220 億ドル (約 2 兆 5,000 億円) に達すると見られる。(米国調査会社)</li> </ul>
室積地区の通行量	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 拠点施設建設予定地周辺、国道 188 号線 (光市室積東ノ庄 2) の平日 12h の通行量は 4,160 台。</li> </ul>

## 2. 光市水産業実態調査

### (1) ニューフィッシャーと光市水産業の状況

ニューフィッシャーの茂呂居氏が、平成 27 年にまとめた「光の海を継ぐ」より要点を抜粋する。

#### ① 光市漁業の概要

山口県漁業協同組合光支店の平成 26 年度の正組合員数は 39 人、水揚金額は 8,240 万円、水揚量は 134 トンで、主な漁業種類は小型底曳網、建網、一本釣り、たこつぼ漁業である。

#### ② ニューフィッシャー育成の状況

光支店では、組合員の高齢化や減少に伴い水揚量、水揚金額とも減少し続けていたこともあり、平成 21 年度から国や県の漁業研修支援制度等を導入して、後継者育成に取り組んだ。それを受けて漁業者となった新規漁業就者(以下「ニュー フィッシャー」という)は、平成 21 年度に 2 人、23 年度に私を含めて 3 人、24 年度に 2 人の計 7 人である。



#### ③ 研修及び仲間

師匠については一対一ではなく、複数の師匠に交代で習った。これは、人によって違った技術や方法などを習うことができる点と、人が代わることで気分転換にもなる点で良かった。

現在、戸仲地区にはニューフィッシャーとして、私の他に 2 人の計 3 人がいて、多少のシケでも 3 人そろって沖に出ている。沖では操業のライバルであり、情報を共有できる同志であり、トラブルがあった時には助け合える仲間となっている。

#### ④ 成果

平成 23 年度からニューフィッシャーの水揚げが加わり、平成 25 年度の約 7,500 万円から、平成 26 年には約 8,200 万円になり、平成 18 年度以来、初めて支店全体の水揚金額が増加に転じている。平成 26 年度のニューフィッシャー 7 人の水揚金額は約 2,100 万円で、支店全体の水揚金額の 25%を占めている。

#### ⑤ 今後の課題や計画と問題点

光市がニューフィッシャーを軸とした活動として、「光市の水産業の第 6 次産業化推進協議会」を立ち上げ、勉強会を始めたところである。現在、独身のニューフィッシャーたちにお嫁さんがきて、奥さん方でグループができるようになったら、いずれは自分たちの魚で、加工や販売に取り組みたいと思っている。

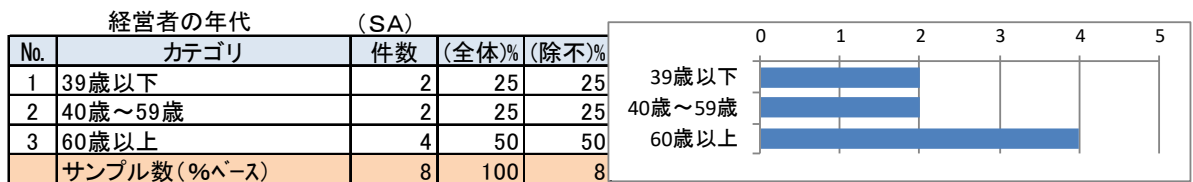
(2) 水産業実態調査概要

調査対象	山口県漁業協同組合 光支店所属役員・稼働している組合員（漁師）18名
調査期間	平成30年8月22日～平成30年9月9日
調査内容	（巻末のアンケート調査票を参照願います。）
調査方法	県漁協光支店にて配布、回収
回収状況	配布枚数18枚、回収枚数8枚、回収率44.4%
集計・標記上の留意点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ SA（選択肢から1ヶ選択）、MA（複数選択）、数量（数字記入）を表す。</li> <li>・ 単純集計は、不明（無回答）を含め100%として集計した。</li> <li>・ 集計表の「不明」は、質問に対し選択もしくは記入がなかった回答件数。</li> <li>・ また、「件数」は回答件数、「(全体)%」は回答件数に対する割合、「(除不)%」は「不明」を除いた回答件数に対する割合を示す。</li> </ul>

(3) 経営状況について

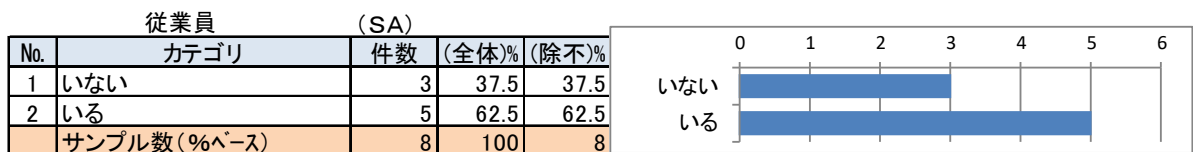
① 経営者の年代

回答者の内「60歳以上」が半数の4件で、「39歳以下」・「40歳～59歳」が各2件ずつであった。



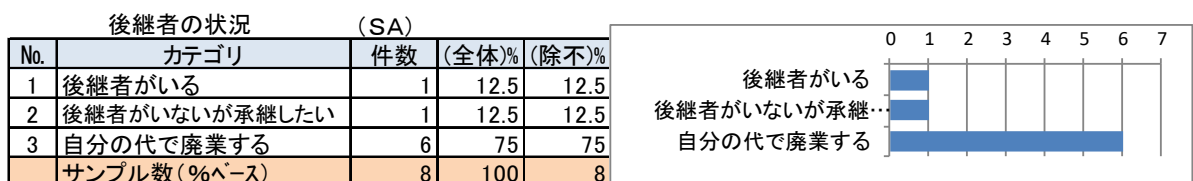
② 現在の従業員数等

従業員が「いる」が5件（62.5%）と多く、「いない」は3件（37.5%）であった。また、人数の回答状況は、従業員数は1人と2人が各2件（1件未記入）で、家族従業員が4件、家族以外が1件であった。



③ 後継者の状況

「後継者がいる」のは1件で、「後継者がいないが承継したい」が1件、「自分の代で廃業する」が6件（75%）で最も多い。



④ 水揚げした魚介類別売上割合

6人の回答を表にすると、レンチョウ、タコ、鯛、ウニ・サザエ・アワビが多い。

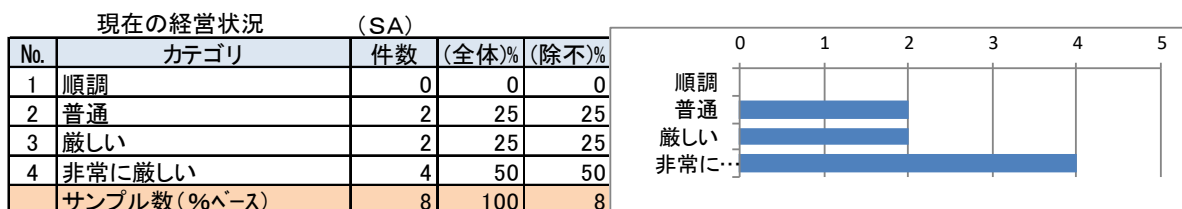
No	レンチョウ	タコ	鯛	ウニ・サザエ・アワビ	ハモ	ヒジキ	アカモク	その他	その他の魚
1	40%		5%	20%			5%	30%	アカアジ
2	45%	55%							
3			40%		30%			30%	スズキ、イカ
4			10%					90%	
5	30%	10%		20%		5%	10%	25%	
6	60%	40%							

⑤ 水揚げした魚介類の加工・販売商品別年間売上

加工品売上は「生ウニむき身」が30万円と50万円が各1件ずつ。また、「ツンコ干し」が8万円、10万円、12万円の記載があった。

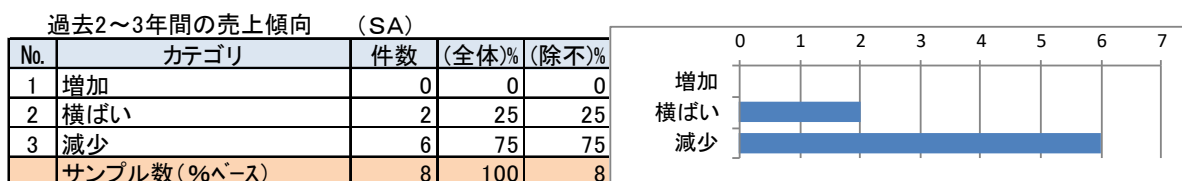
⑥ 現在の経営状況

「非常に厳しい」が4件（50%）で最も多く、「厳しい」・「普通」が各2件ずつであった。



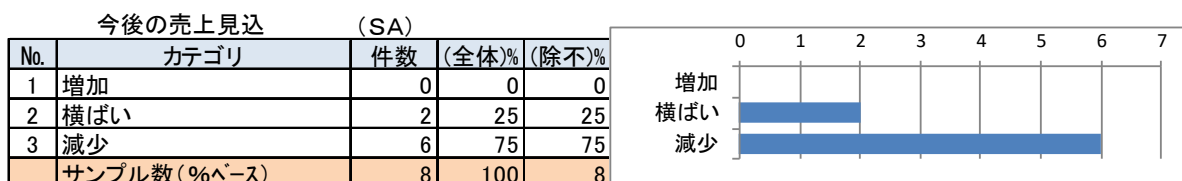
⑦ 過去2～3年間の売上・利益の傾向

売上「減少」が6件（75%）で最も多く、「横ばい」が2件（25%）で、「増加」は無かった。過去2～3年間の利益の傾向も同じ回答内容であった。



⑧ 今後の売上・利益見込み

前の「⑦過去2～3年間の売上・利益の傾向」と同じく、「減少」が6件（75%）で、「横ばい」が2件（25%）、「増加」は無かった。また、利益見込みも同じ回答内容であった。



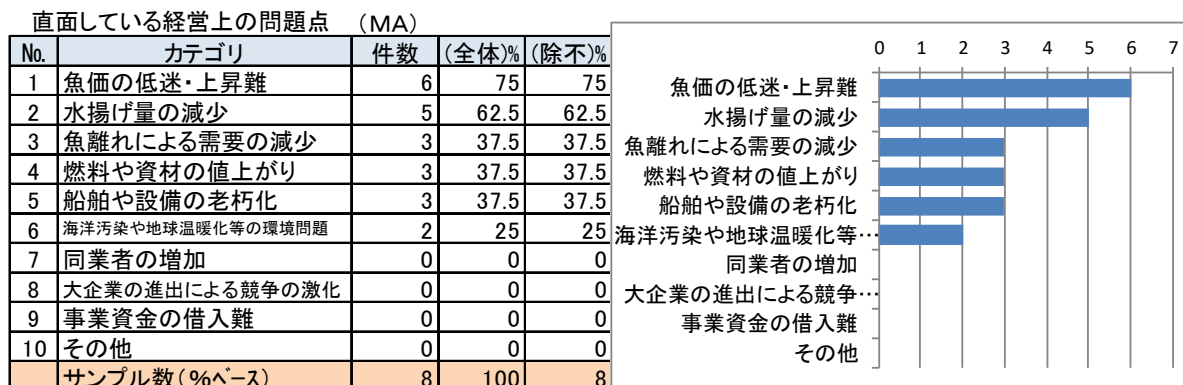
⑨ 主な販売地域の売上割合

回答があった7件中漁協100%が4件、残りは漁協の割合が80%・60%・25%の記載があった。

(4) 経営課題等について

① 現在直面している経営上の問題点を2つ選択

「魚価の低迷・上昇難」が6件(75%)で最も多く、次が「水揚げ量の減少」5件、3番目は「魚離れによる需要の減少」、「燃料や資材の値上がり」、「船舶や設備の老朽化」が各3件であった。



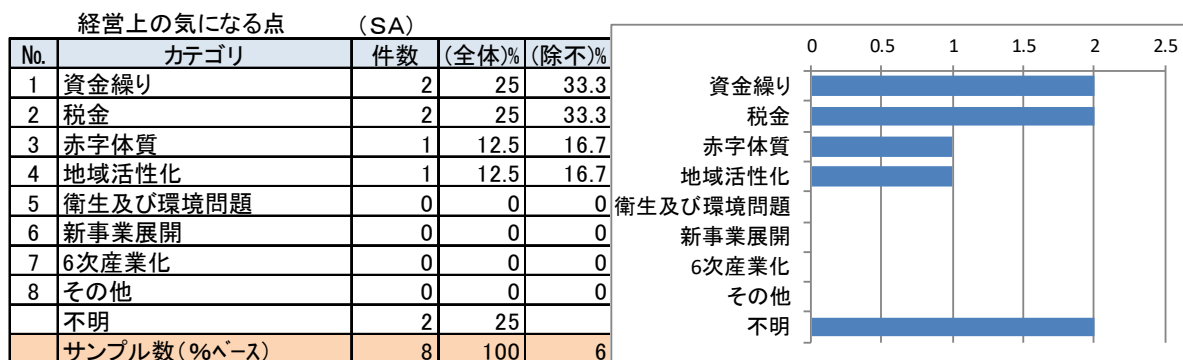
② 経営上の問題点を選んだ理由を具体的に記載

選んだ理由には、以下3件の記載があった。

- ・ 水温が高く魚が死にやすいため魚価も安く、燃料を使用する漁では利益が少ない。
- ・ 70才から90才くらいの方の消費が半分かくらいに減少した。この年代の方が若い時には、魚を多く食していた。
- ・ 漁獲量が増加しても利益は上がらない。

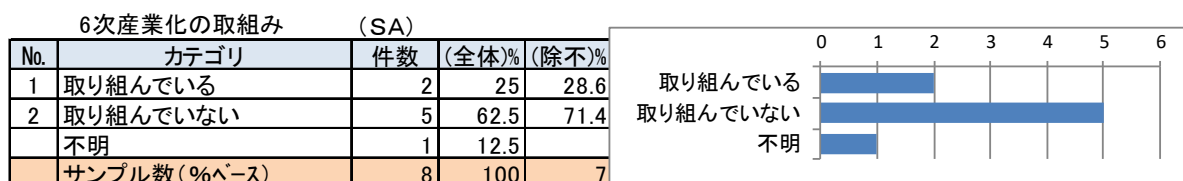
③ その他で経営上の気になる点を1つ選択

「資金繰り」と「税金」が2件の他、「赤字体質」、「地域活性化」が1件ずつあった。



④ 加工等6次産業化の取組み

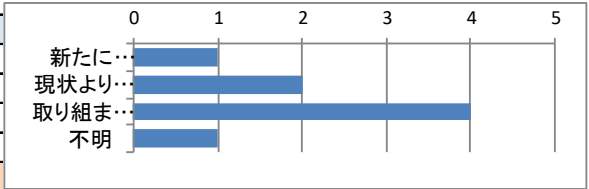
6次産業化に「取り組んでいる」が2件(25%)あった。



⑤ 今後の6次産業化の取組み

6次産業化に「新たに取り組む」が1件、「現状より強化する」が2件で前向きな姿勢がうかがえる。具体的な取組みには、「加工業者と連携・提携」の記載が2件あった。

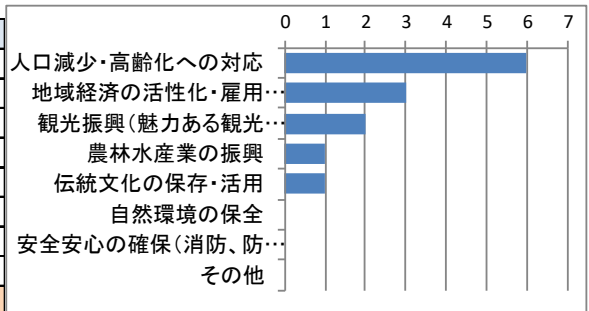
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	新たに取り組む	1	12.5	14.3
2	現状より強化する	2	25	28.6
3	取り組まない	4	50	57.1
	不明	1	12.5	
	サンプル数(%ベース)	8	100	7



⑥ 室積地区のまちづくりの方向性を2つ選択

まちづくりの方向性は「人口減少・高齢化への対応」が6件(75%)で最も多く、「地域経済の活性化・雇用創出」が3件、「観光振興(魅力ある観光地づくり)」が2件で続いている。

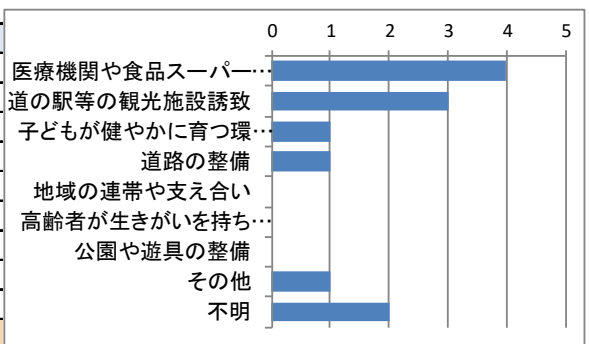
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	人口減少・高齢化への対応	6	75	75
2	地域経済の活性化・雇用創出	3	37.5	37.5
3	観光振興(魅力ある観光地づくり)	2	25	25
4	農林水産業の振興	1	12.5	12.5
5	伝統文化の保存・活用	1	12.5	12.5
6	自然環境の保全	0	0	0
7	安全安心の確保(消防、防犯、交通安全)	0	0	0
8	その他	0	0	0
	サンプル数(%ベース)	8	100	8



⑦ 室積地区のまちづくりに必要と思うものを2つ選択

まちづくりに最も必要と思うものは「医療機関や食品スーパーの誘致」が4件((50%)で最も多く、次いで「道の駅等の観光施設誘致」が3件、「子どもが健やかに育つ環境整備」、「道路の整備」が各1件。

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	医療機関や食品スーパーの誘致	4	50	66.7
2	道の駅等の観光施設誘致	3	37.5	50
3	子どもが健やかに育つ環境整備	1	12.5	16.7
4	道路の整備	1	12.5	16.7
5	地域の連帯や支え合い	0	0	0
6	高齢者が生きがいをもち暮らせる	0	0	0
7	公園や遊具の整備	0	0	0
8	その他	1	12.5	16.7
	不明	2	25	
	サンプル数(%ベース)	8	100	6



⑧ 室積地区のまちづくりに関する内容を自由に記載

1件「ぐるりんバスが来ない」の記載があった。

(5) 調査・研究委員会でのディスカッション

① 開催概要

開催日	平成 30 年 9 月 27 日 (木) 16 時～17 時 10 分
開催場所	光商工会議所 2 階研修室 3
出席者	調査・研究委員会委員及び光市のニューフィッシャーの 4 名

② 光市の水産業の実態等について

- ・ 光市場でのセリは仲買の参加（セリに参加するのは 4～5 名）が少なく、周南に比べ初値も安い。魚価が安いから漁師が漁に出ない面もある。
- ・ 市内食品スーパーの仕入れ担当者は、周南市の水産物市場で仕入れ光産で販売している。近い将来、光の魚市場は廃止になる可能性がある。
- ・ 現在の組合員は 40 名（内、ニューフィッシャー 8 名）で、ニューフィッシャー以外は 65 歳以上で高齢化し、将来が懸念される。
- ・ 漁協としてはセリがある間は、仲買や小売業者との関係から、組合員が消費者等へ直接販売すること難しいが、セリが無くなると漁師が直接販売しても問題ない。また、海藻採取等に組合員が取り組むことは積極的に支援する。

③ ニューフィッシャーが今後取り組みたいこと

- ・ 鮮魚を直接販売したい。まずは試験的に朝市を開催してみてもどうか。
- ・ アカモクをやって収入増になった。海藻の養殖も自分たちでできるのであればやっていきたい。
- ・ 漁に出れない時期や家族等の手も借りて、加工事業にも取り組みたい。
- ・ イワシ漁等の新たな漁法に取り組むには、教えてもらわないとできないし、投資資金が必要になる。



### 3. 室積地域産業実態調査

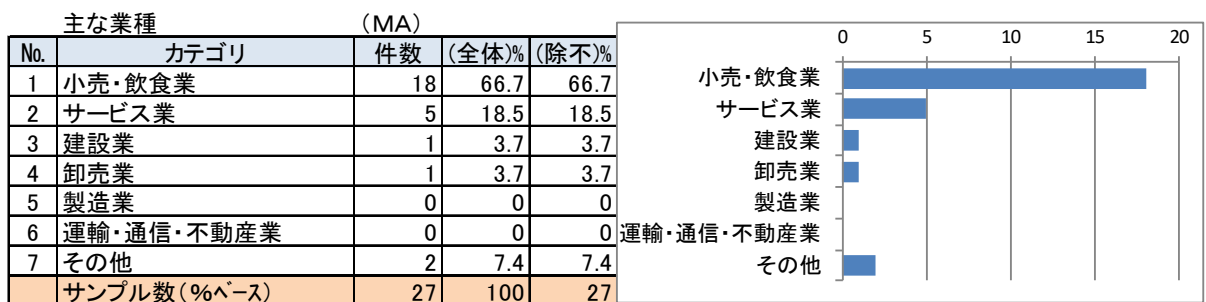
#### (1) 地域産業実態調査概要

調査対象	光市室積商店会員 63 名
調査期間	平成 30 年 8 月 8 日～平成 30 年 9 月 19 日
調査内容	(巻末のアンケート調査票を参照願います。)
調査方法	商店会から会員へ配布、回収 (郵送による配布、回収も実施)
回収状況	配布枚数 63 枚、回収枚数 27 枚、回収率 42.9%
集計・標記上の留意点	水産業実態調査概要と同様

#### (2) 経営状況について

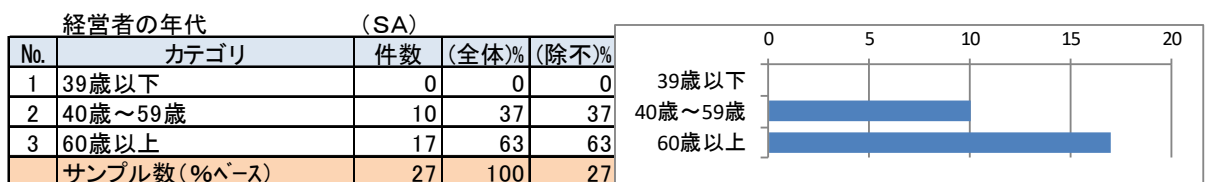
##### ① 主な業種

回答者の主な業種は、「小売・飲食業」が 18 件 (67%) と最も多く、次いで「サービス業」が 5 件 (19%)、「建設業」、「卸売業」が各 1 件であった。その他に「各種療法」の記載があった。



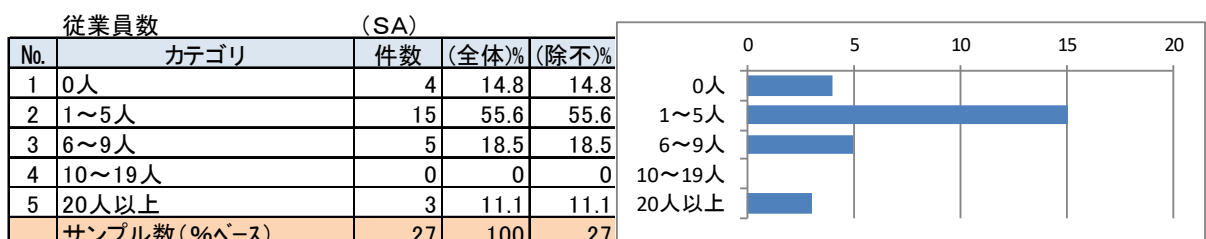
##### ② 経営者の年代

回答者の内「60 歳以上」が半数以上の 17 件 (63%) で、「40 歳～59 歳」が 10 件 (37%) で、「39 歳以下」はなかった。



##### ③ 現在の従業員数

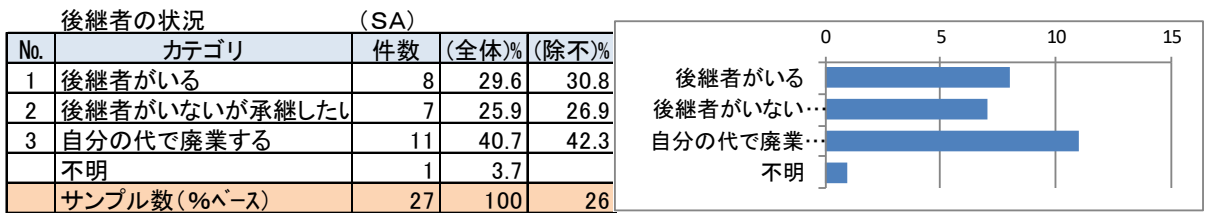
従業員が「0 人」が 4 件 (15%)、「1～5 人」が 15 件 (56%) で最も多い。また「6～9 人」が 5 件 (19%)、「20 人以上」が 3 件 (11%) あった。





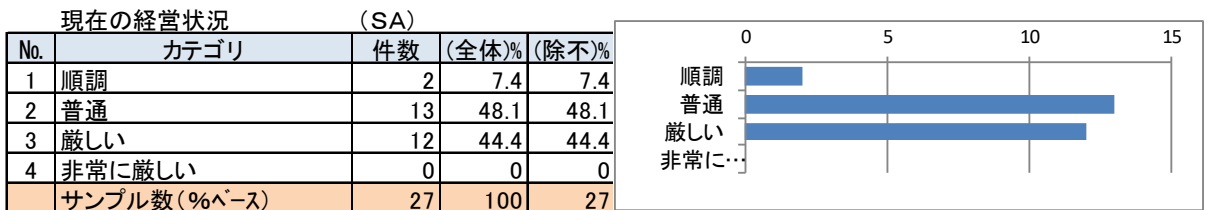
④ 後継者の状況

「後継者がいる」のは8件（30%）で、「後継者がいないが承継したい」が7件（26%）。これに対し「自分の代で廃業する」が11件（41%）あった。



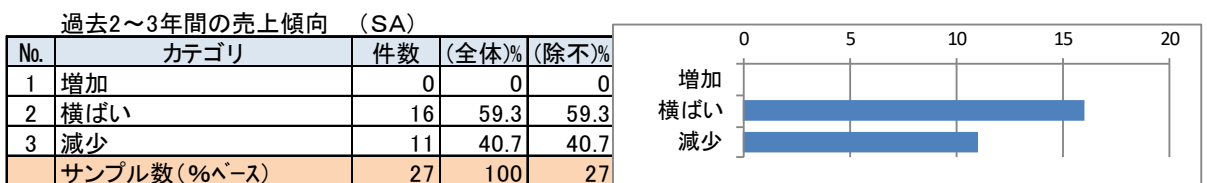
⑤ 現在の経営状況

経営状況は「普通」が13件（48%）で最も多いが、「非常に厳しい」が12件（44%）で拮抗している。また、「順調」が2件（7%）あった。



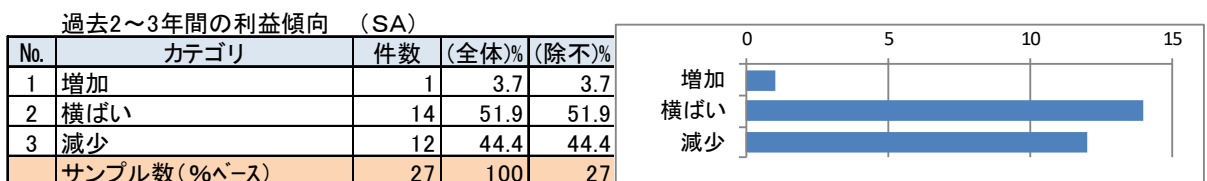
⑥ 過去2～3年間の売上傾向

「横ばい」が16件（59%）で最も多く、2番目は「減少」で11件（41%）、「増加」は無かった。



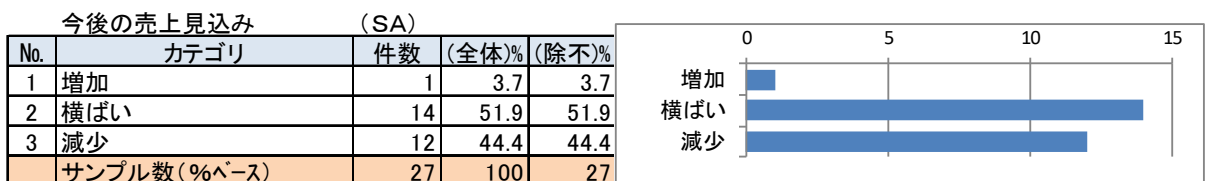
⑦ 過去2～3年間の利益傾向

売上と同じく「横ばい」が14件（52%）で最も多いが、2番目の「減少」が12件（44%）で1件増え、利益の「増加」が1件あった。



⑧ 今後の売上見込み

数字的には「⑦過去2～3年間の利益傾向」と同じ回答で、利益見込みもほぼ同じであった。



⑨ 主な販売地域の売上割合

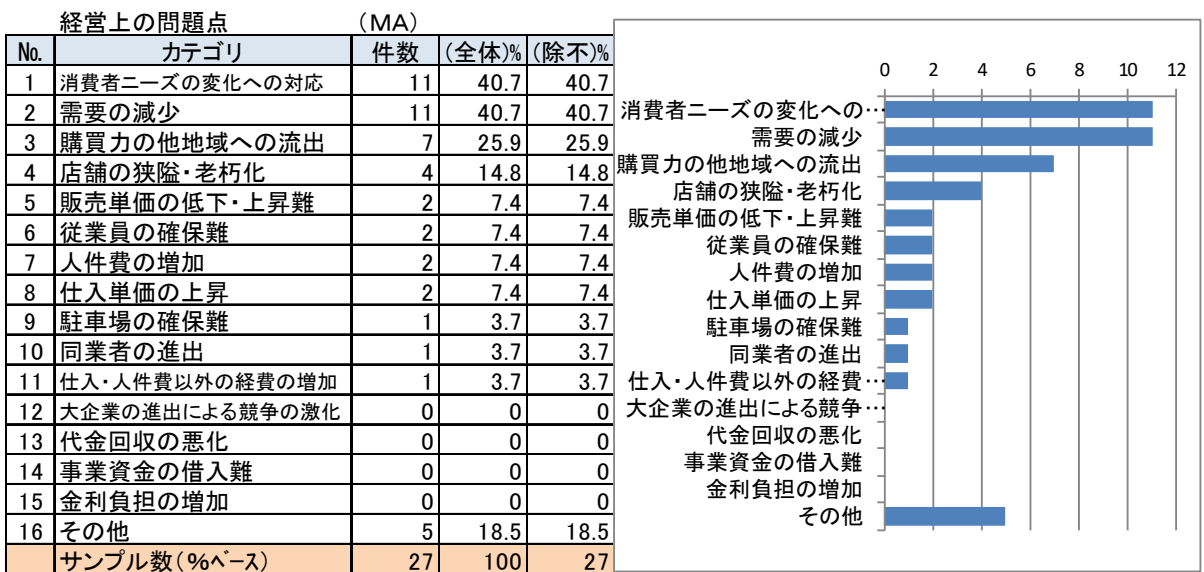
記入された売上割合を、市内売上の多い順に並べたところ、市内売上 100%が 5 件、90%以上が 6 件、80%~50%が 5 件、市内売上が 49%以下は 5 件であった。

業種	市内売上割合	県内売上割合(市内除く)	県外売上割合	業種	市内売上割合	県内売上割合(市内除く)	県外売上割合	業種	市内売上割合	県内売上割合(市内除く)	県外売上割合
サービス業	100%			小売・飲食業	97%	3%		小売・飲食業	60%	35%	5%
小売・飲食業	100%			小売・飲食業	95%	5%		小売・飲食業	50%	50%	
小売・飲食業	100%			サービス業	90%	10%		小売・飲食業	40%	55%	5%
小売・飲食業	100%			小売・飲食業	90%	10%		小売・飲食業	40%	50%	10%
小売・飲食業	100%			建設業	80%	20%		小売・飲食業	30%	70%	0%
小売・飲食業	99%	1%		小売・飲食業	80%	20%		小売・飲食業	20%	70%	10%
小売・飲食業	97%	3%		小売・飲食業	70%	30%		卸売業	20%	30%	50%

(3) 経営課題等について

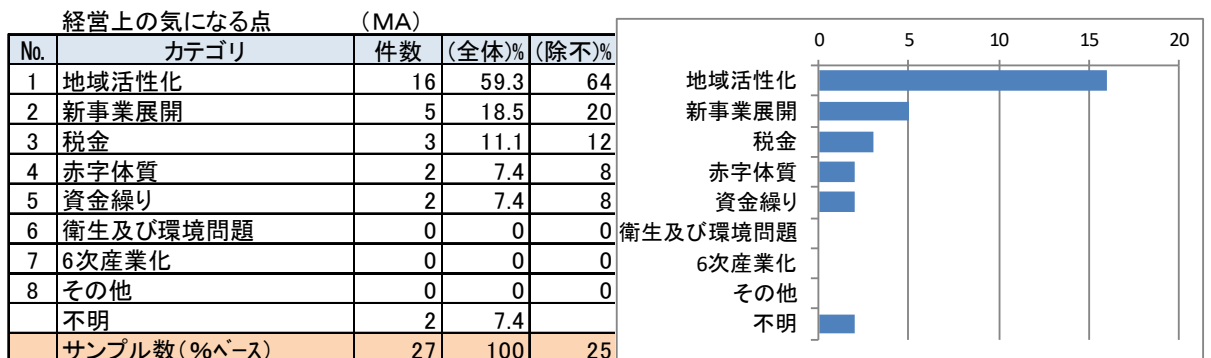
① 現在直面している経営上の問題点を 2 つ選択

「消費者ニーズの変化への対応」と「需要の減少」が 11 件 (41%) でトップ、3 番目は「購買力の他地域への流出」が 7 件 (26%) だった。その他には「各種療法」や「地球温暖化による外出を控えるような世の中、災害による外出を否定する動向、景気の動向」、「新商品導入」、「マンネリ化」、「顧客の高齢化」の記載があった。



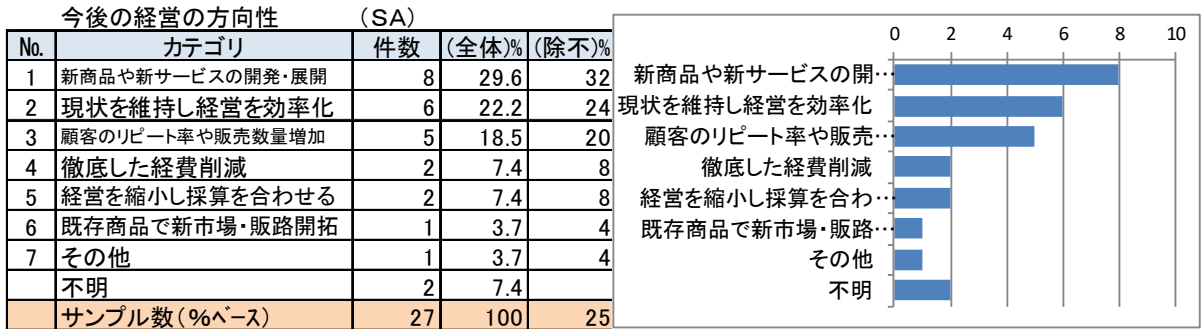
② 上記以外で経営上の気になる点を 1 つ選択

「地域活性化」が 16 件 (59%) で圧倒的に多く、2 番目が「新事業展開」の 5 件 (19%)、3 番目が「税金」3 件 (11%) の順であった。



③ 今後の経営の方向性を1つ選択

「新商品や新サービスの開発・展開」が8件(30%)で最も多く、次が「現状を維持し経営を効率化」が6件(22%)、3番目は「顧客のリピート率や販売数量増加」が5件(19%)であった。

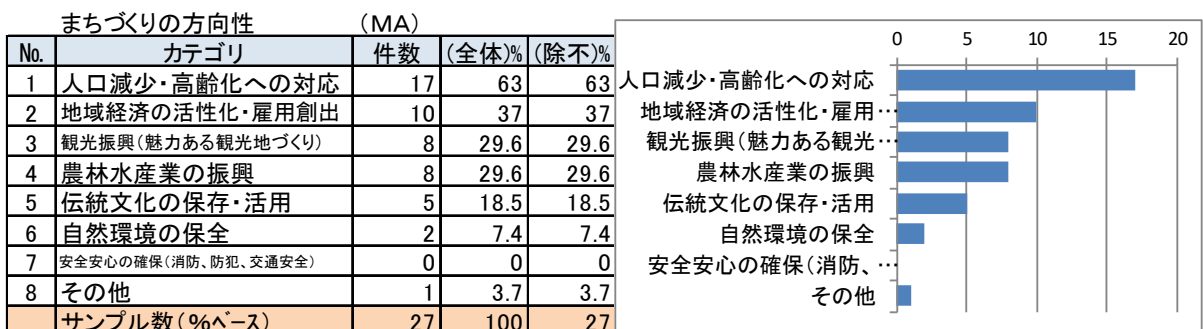


④ 経営の方向性を選んだ具体的な理由に、以下12件の記載があった。

- ・商品構成に問題があるわけではないので、もっと楽しい企画でと思います。
- ・取扱商品のマンネリ化
- ・①新メニューの開発 ②集客に送迎を利用させていただく。
- ・人手が少ないため、利益率の良い特殊工事を増やし差別化。
- ・現状の商品構成では他店と差別化できないから。
- ・魅力ある商品の品揃えやサービスに力を入れる。
- ・自店の顧客が高齢化し購買力が落ち込んでいるので、新規の購買力ある新しい客を増やすため。
- ・顧客宅訪問にて直接対話し、人間関係を作っていく。
- ・年齢が高くなった顧客。
- ・5年以内に廃業するため。
- ・自分は年齢も高いので、あと2～3年でやめたい。
- ・誰か新しくお店を開きたい人に譲りたい。

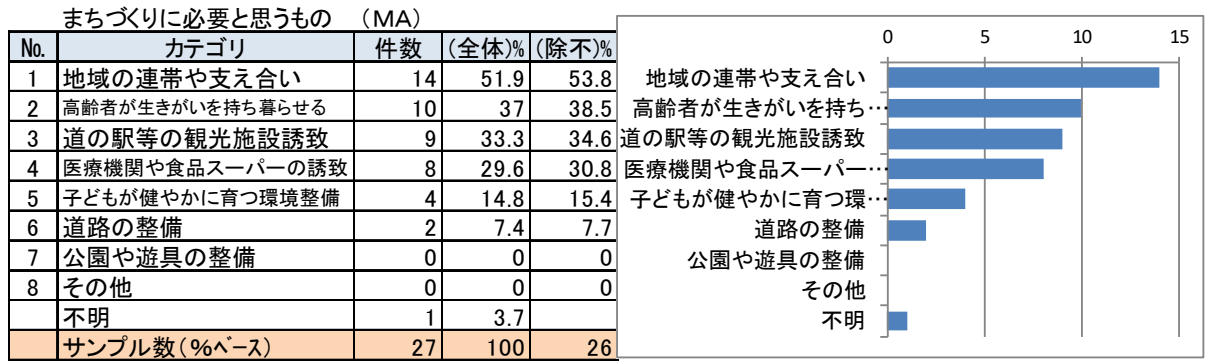
⑤ 室積地区のまちづくりの方向性を2つ選択

まちづくりの方向性は、「人口減少・高齢化への対応」が17件(63%)で最も多く、次が「地域経済の活性化・雇用創出」で10件(37%)、3番目は「観光振興(魅力ある観光地づくり)」と「農林水産業の振興」が各8件(30%)であった。



⑥ 室積地区のまちづくりに必要と思うものを2つ選択

まちづくりに必要と思うものは、「地域の連帯や支え合い」が14件（52%）で最も多く、2番目が「高齢者が生きがいを持ち暮らせる」10件（37%）、3番目は「道の駅等の観光施設誘致」が9件（33%）、4番目が「医療機関や食品スーパーの誘致」で8件（30%）であった。



⑦ 室積地区のまちづくりに関する自由意見は、以下12件の記載があった。

- ・ 室積の農水産物について、加工品や冷凍品があれば活用したい。鮮魚は保存がきかないので、飲食店では扱いづらい。
- ・ 老人施設などを増やして、世の中のためになる町として生かせたら、恵まれた自然の中で癒され落ちつきます。
- ・ もっと若い方々が楽しめる空間をたくさん増やす。Shopにしても補助金などでバックアップする。全国へのアピールもしてほしい。
- ・ 公民館行事などに新しい案を取り入れている感じがして、良いと思います。
- ・ 一番の問題は、室積における人口減少だと思います。
- ・ 室積の地理的、歴史的視点に立って、古きをもって新しく出発すべく、古き文化をどんな所でも後世に残してほしい。
- ・ 他の光地区にはない、自然環境を徹底して活かした町づくりに特化することがポイントだと思います。
- ・ 漁業の方でも（漁協）町づくりについて目を向けていただけると、観光としてもよいのでは？
- ・ 町の魅力がない。
- ・ 道の駅、大賛成です！！ まずは人が集まる場所づくり。もっと人が集まって来られると思います。
- ・ 海、山にも近く、気候が温暖（特に冬）であることをアピールと大型スーパーを室積の中心へ誘致する。漁港の周辺の整備（公園施設など）
- ・ もっと人の流れのある町づくり。

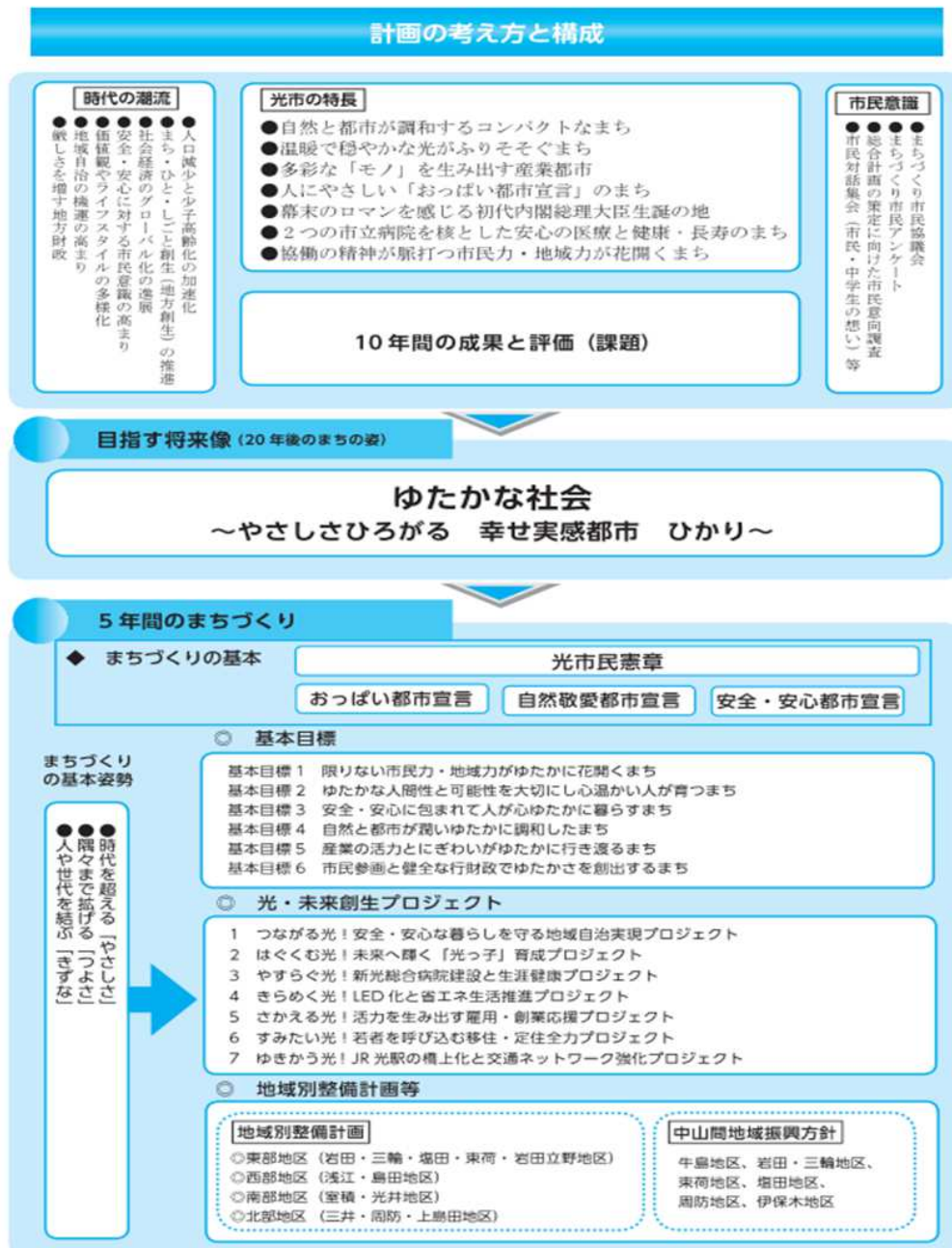
#### 4. 光市のまちづくりへの取り組み

##### (1) 第2次光市総合計画

###### ① 第2次光市総合計画の概要

第2次光市総合計画は平成28年度に作成され、計画期間は平成29年度(2018年度)から平成33年度(2022年度)までの5年間である。「ゆたかな社会」をキーワードに、深刻化する人口減少やグローバル化する社会経済、市民の価値観やライフスタイルの多様化などの状況を踏まえ、光市のまちづくりの基本的な考えや取組みを示す羅針盤である。

第1次光市総合計画(平成19年度作成、計画期間10年間(平成19年度(2008年度)～平成28年度(2017年度)からの繋がりを整理したものが下図である(第2次光市総合計画5ページより抜粋)。図の上部が第1次光市総合計画の考え方と構成で、下部が第2次光市総合計画である。





② 産業振興「産業の活力とにぎわいがゆたかに行き渡るまち」

本調査・研究のテーマは「光市の水産資源を活かしたまちづくり」であることから、第2次光市総合計画から産業振興に関する部分を抜粋し整理する。

1) まちづくりの基本姿勢

第4章に、時代を超える「やさしさ」、隔々まで広げる「つよさ」、人や世代を結ぶ「きずな」の3つの基本姿勢が示され、下に示す基本目標5に取りまとめている。

基本目標には2つの重点目標が掲げられ、それぞれの目標を達成するための政策を示している（第2次光市総合計画 65 ページより抜粋。ページ番号は同計画書のページ番号）。

基本目標5 産業の活力とにぎわいがゆたかに行き渡るまち		【P172～P194】
重点目標1	生き生きと働くために	【P172～P184】
政策	1 農業の振興	P172
	2 林業の振興	P175
	3 水産業の振興	P177
	4 工業の振興	P179
	5 商業・サービス業の振興	P181
	6 雇用・就業環境の充実と創業支援	P183
重点目標2	人が行き交い、にぎわうために	【P185～P194】
政策	1 観光の振興と交流の促進	P185
	2 シティプロモーションの推進	P188
	3 移住促進と定住支援	P190
	4 都市間交流の推進	P193

2) 水産業の振興について（第6章分野別計画、政策3 水産業の振興）

以下、該当箇所を抜粋・転載する。

基本方針	水産業の振興を図るため、漁港をはじめとする生産・生活基盤の管理・保全に努めます。また、水産物の地産地消の推進やブランド化による付加価値の向上、6次産業化に向けた取組みなど、経営安定化対策に努めるとともに、新規漁業就業者の確保対策や資源管理型漁業を推進します。	
施策展開の方向性	生産・生活基盤の管理・保全	漁港施設の長寿命化のため、機能保全計画に伴う保全工事に着手するとともに、関係者との協議により、プレジャーボート等との漁港内の適正な利用計画の調整を促進します。
	経営の安定化	漁業振興基金の有効活用や漁業近代化資金の利子補給により、漁業経営の安定化を図るとともに、山口県漁業協同組合光支店の組織強化と活性化を促進します。また、新たな販売ルート確立により地元産水産物の消費拡大を図り、魚食普及活動や地元産水産物の地産地消、学校給食での利用の推進に努めます。さらに、地元水産物を活用した加工品づくりやブランド化による付加価値の向上を図るとともに、漁業就業者や山口県漁業協同組合光支店など関係機関との連携により、水産物の6次産業化に向けた取組みを推進します。

後継者の育成	県や山口県漁業協同組合と連携して新規漁業就業者を確保するとともに、就業希望者の長期技術研修等を支援します。また、漁港整備などによる漁業就労環境の改善と向上に努め、高齢者にやさしい就労環境の実現に取り組むとともに、青壮年部や女性部活動への支援を通じて、漁業技術や文化の伝承など高齢者が生きがいをもてる漁業活動の場づくりを推進します。
資源管理型漁業の推進	資源管理型漁業の推進により、持続的な漁場利用と水産物の安定供給に努めるとともに、光・熊毛地区栽培漁業センターによる水産種苗の中間育成放流事業への支援を通じて、つくり育てる漁業を推進します。

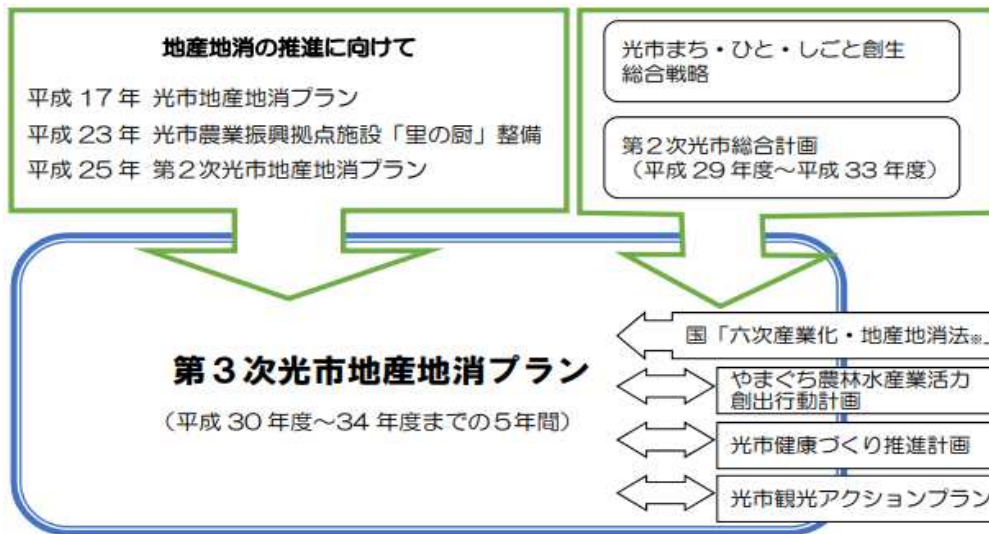
【成果指標】

指標名	近況値	目標値(H33)
①◆漁業の合計年産量(年度)	48 百万円	50 百万円
②◆新規漁業就業者数(累計)	6 人	10 人
③◆地元の食材を購入している人の割合【再掲】	81.1%	95.0%

(※近況値等の出典は割愛する。)

(2) 第3次光市地産地消プラン (案)

① 計画の位置づけ



② 水産業の現状 (記述内容のまま抜粋し転載)

- ・ 光漁港における登録漁船数は、平成 25 年が 63 隻、平成 26 年が 62 隻、平成 27 年が 50 隻と年々減少しており、平成 26 年 4 月には、光、牛島の市内 2 支店が統合しました。
- ・ 山口県柳井水産事務所と連携した取組みによる新規漁業就業者確保育成推進事業を契機として、新規漁業就業者(ニューフィッシャー) 7 名が誕生し、後継者の育成に向けた機運が高まる中、これまで全面的に禁止していた素潜り漁を解禁するなど、近年では、漁業者及び漁業関係者の就労意欲が向上してきています。これは、漁獲高にも現れており、右肩下がりであった属地陸揚げ量は、ここ数年回復傾向にあります。

- ・ 水産資源の確保に向けて、本市と上関町の栽培漁業センターを中心とした、光・熊毛地区の「つくり育てる漁業」についても、地区内の漁業者と行政が連携し、水産動物の中間育成や放流等を推進しています。

③ これまでの取り組み

- ・ 漁業の生産・安定を図るため、光・熊毛地区に稚魚・稚貝の中間育成施設を整備し、クルマエビ、アワビ、キジハタ等の中間育成した魚種を地先海域に放流することにより、漁業資源の安定確保と、つくり育てる漁業を推進しました。
- ・ また、漁業経営の改善につながる水産業の6次産業化を目指しており、平成27年度に「光の水産業第六次産業化推進協議会」を立ち上げ、県内外の先進地視察研修を行いながら、水産加工品など調査研究に取り組みました。

④ 生産者向けアンケート（漁業者）

漁業者に対する質問と回答状況を転載する。（地産地消に関する2つの質問は割愛する）

① 5年後の経営（水産物の生産と出荷等）規模の予定を教えてください。	回答総数 23 件のうち、「縮小」が 8 件（34.8%）、次いで「廃止」が 7 件（30.4%）、「維持」が 5 件（21.7%）となり、拡大は 1 件（4.3%）にとどまりました。
② 問①で「縮小」、「廃止」と答えた方：経営の「縮小」「廃止」の見込みについて、その理由で一番大きなものは何ですか。	回答総数 15 件のうち、「年齢的な問題」が 12 件（80.0%）、次いで「後継者がいない」が 2 件（13.3%）、「収益があがらない」が 1 件（6.7%）となりました。
③ 現状、漁業をする上で、課題（困っていること）は何ですか。（3つまで）	回答総数 60 件のうち、「加齢による体力の低下」が 17 件（28.3%）、次いで「漁獲量が上がらない」が 15 件（25.0%）、「魚価の低迷」が 14 件（23.3%）となりました。

(3) 光市まちづくり市民アンケート

① 調査概要

- ・ 対象者：18歳以上の市民 2,000人に郵送による配布・回収
- ・ 実施期間：平成29年10月5日～19日
- ・ 実施結果：有効配付数 1,996部、回収数 1,036部、回収率 51.9%

② 調査結果

「8 光市のまちづくりについての提言(292人:378件)」から、室積に関する意見を抜粋する。

分野	意見
産業振興、活性化	・ 室積地区にも、地元野菜を提供する施設が出来てもよいと思う



	<ul style="list-style-type: none"> <li>昔は室積田越の海岸で潮干狩りができたので、観光事業の一環として復活させてほしい</li> <li>室積・虹ヶ浜の砂浜を使ったイベントをもっと実施してほしい</li> </ul>
安全・防災、交通、都市基盤整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>室積の国道街路樹は根から伐採してはどうか。景観もよろしくないし、見通しも悪く危険</li> <li>ぐるりんバスの走行範囲を拡充してほしい（室積、周防、大和まで）</li> <li>室積新開の国道付近が降雨時に冠水する状況を改善してほしい</li> <li>室積・虹ヶ浜の砂浜を使ったイベントをもっと実施してほしい</li> </ul>
環境対策	<ul style="list-style-type: none"> <li>室積松原海岸の防波壁は全く不自然である</li> <li>室積・虹ヶ浜海岸及びその周辺の自然環境の保全・整備を次の世代へ継承していくことが魅力ある都市づくりには必要</li> </ul>

(4) その他の光市の取り組み

① 里の厨の事業概要（加西市行政視察報告書（平成 29 年 11 月）から抜粋）

オープンまでの経緯	<ul style="list-style-type: none"> <li>平成 17 年 11 月 地産地消プラン策定</li> <li>平成 19 年 3 月 特産品直売施設基本構想策定</li> <li>平成 19 年 7 月 特産品直売パイロットショップ実証事業開始（4 年間）</li> <li>平成 21 年度 農業振興拠点施設基本・実施設計</li> <li>平成 22 年度 農業振興拠点施設建設工事</li> <li>平成 23 年 7 月 「里の厨」オープン</li> </ul>
事業主体、運営団体	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業主体：光市</li> <li>運営団体：里の厨事業協同組合（平成 25 年 4 月 1 日設立） 理事 10 人、監事 2 人、組合員数 297 人（平成 28 年度末） 指定管理者として施設管理を行っている</li> <li>スタッフは店長 1 名、生産開発部長 1 名、事務 2 名、レジ 7 名、集荷 5 名</li> </ul>
施設概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>設置場所 光市大字東荷 2 3 9 1 番地 1 9</li> <li>敷地面積 4, 272 m<sup>2</sup> 建物床面積 802 m<sup>2</sup></li> <li>直販機能 203 m<sup>2</sup> 加工機能 155 m<sup>2</sup> 飲食機能 103 m<sup>2</sup></li> <li>体験・研修機能 134 m<sup>2</sup> 管理機能 41 m<sup>2</sup> 情報発信機能 54 m<sup>2</sup></li> <li>トイレ 51 m<sup>2</sup> バックヤード 50 m<sup>2</sup> プロパン庫 11 m<sup>2</sup></li> </ul>
事業費	<ul style="list-style-type: none"> <li>総額約 3 億円</li> <li>中山間地域重点プロジェクト推進事業 事業費 141,682 千円（県 70,841 千円、市 70,841 千円）</li> <li>村づくり交付金事業</li> <li>事業費 86,863 千円（国 43,432 千円、県 8,686 千円、市 34,745 千円）</li> <li>市単独事業 事業費 66,845 千円</li> </ul>
販売実績 客数	<ul style="list-style-type: none"> <li>H26 年度：255 百万円 H27 年度：256 百万円 H28 年度：254 百万円</li> <li>〃 : 235 千人 〃 : 232 千人 〃 : 223 千人</li> </ul>

② 平成 30 年度 光ブランド創出事業（光市ホームページから抜粋）

「光」という名前や地域資源を活用した魅力のある土産品の開発促進に取り組む。

<事業内容>

- ・ 土産品の開発を考えている方を対象に「セミナー・名刺交換会」
- ・ 光ブランド創出事業補助金（市内事業者等が行う「光」の名前や地域資源を活用した土産品の開発に要する経費の一部を補助）

上記した以外にも、光市観光アクションプランや光市まちづくりミーティング、元気なまち協働推進事業等で、光市の活性化、まちづくりへ積極的に取り組んでいる。

5. 創業及び海藻産業、通行量の状況

(1) 光市における創業

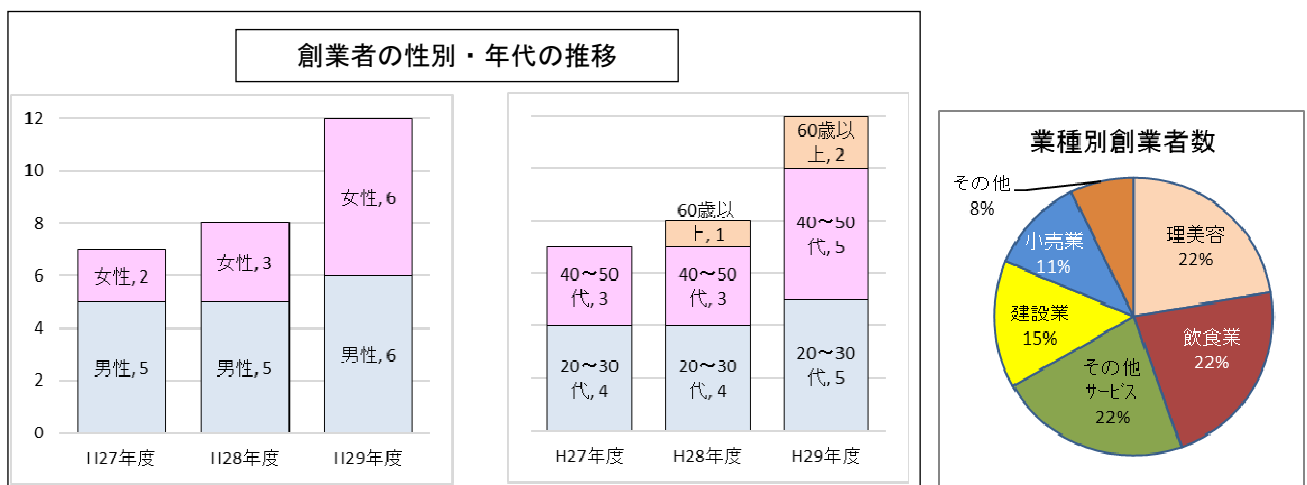
光商工会議所から提供された資料によると、平成 27 年度から 3 ヶ年の光市内の創業者は 27 人で、毎年増加している。業種別にみると理美容・飲食業が各 6 人、建築設計や便利屋・エステ等のその他サービス業が 6 人で多く、建設業が 4 人、小売業が 3 人で続いている。

性別では男性 16 人 (59%)、女性 11 人 (41%) で男性が多く、年代別では 20～30 代が 13 人 (48%)、40～50 代 11 人 (41%)、60 歳以上 3 人 (11%) で、若い層の創業者が多い。また、創業時に従業員がいなかったのは 17 人 (63%) で、従業員がいた創業者は 10 人 (37%)。室積地区の創業者は 4 人 (15%) で、平成 29 年度は 2 人に増加している。

3 ヶ年の趨勢を見ると、創業者数は平成 27 年度の 7 人から、平成 29 年度の 12 人へ毎年度増加し、女性創業者数も 27 年度の 2 人から、平成 29 年度の 8 人へ毎年度増加している。また、創業者の年代をみると 50 代までが中心であるが、60 歳以上の創業も増加している。

【直近 3 ヶ年の光市内創業の状況】

(単位：人)



【資料内訳】

(単位：人)

年度	業種	性別	年代	創業時従業員	地域
平成 27 年度 (7 人)	理美容 2	男 5	20～30 代 4	なし 4	室積 1 室積以外 6
	建設業 2		40～50 代 3	あり 3	
平成 28 年度 (8 人)	理美容 2	男 5 女 3	20～30 代 4	なし 4	室積 1 室積以外 7
	建設業 1		40～50 代 3	あり 4	
	製造業 1		60 歳以上 1		
平成 29 年度 (12 人)	理美容 2	男 6 女 6	20～30 代 5	なし 9	室積 2 室積以外 10
	建設業 1		40～50 代 5	あり 3	
	製造業 0		60 歳以上 2		
	飲食業 2				
	建設業 2				
	飲食業 2				
	その他サービス 1				
	理美容 2				
	建設業 1				
	飲食業 1				
	製造業 1				
	小売業 1				
	その他サービス 2				
	理美容 2				
	建設業 1				
	飲食業 3				
	製造業 0				
	小売業 3				
	その他サービス 3				

(※本資料は光商工会議所に創業相談のあった件数で、光市内の創業件数全体を表したものではない。)

(2) 海藻産業の状況

① 海藻産業の市場規模と可能性

米国の9ディメン・リサーチが公表した「2016年世界商用海藻産業報告書」から抜粋する。

海藻には「食物繊維、オメガ3脂肪酸、必須アミノ酸、ビタミンA・B・C・Eといった健康促進作用のある成分が豊富に含まれている。こうしたことが認識され、海藻産業の年間成長率は8.9%、市場規模は2024年までには220億ドル(約2兆5,000億円)に達すると見られている。

事例をあげると、米国ではメイン州の採藻漁業が知名度を上げ、2014年以降毎年「メイン州海藻フェスティバル」が開催され、同じく米国コンビニエンスストア大手のCVSが健康食品として「海藻スナック」を販売、ビタミン補給食品や化粧品も商品化されている。

② 山口県の水産業界の課題 (出典：山口県水産振興課資料から抜粋)

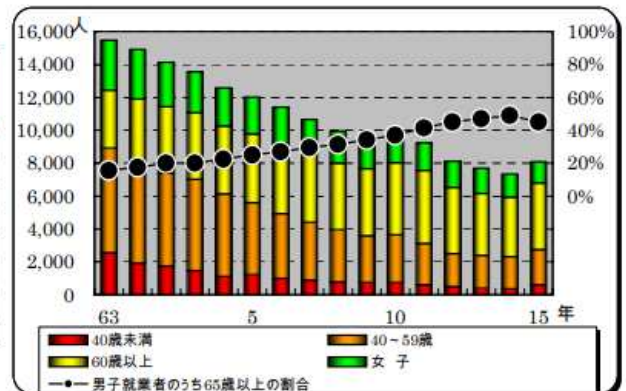
漁業への新規就業者が減少し、高齢化が進行していることは、本県の漁業生産の減少と漁村地域の活力低下の大きな要因と捉え、均衡がとれた就業構造への転換や持続可能な資源管理による漁業生産性向上へ取り組んでいる。

● 年齢階層別漁業就業者数の推移

(単位：人)

年	総数	男子			女子	
		40歳未満	40～59歳	60歳以上		
63	15,478	2,573	6,337	3,519	1,947	3,049
5	12,016	1,225	4,379	4,179	2,437	2,233
10	9,779	747	2,892	4,394	2,982	1,746
11	9,220	610	2,510	4,430	3,140	1,670
12	8,120	490	2,030	3,990	2,940	1,600
13	7,690	380	2,030	3,740	2,900	1,530
14	7,330	350	1,970	3,610	2,900	1,400
15	8,084	602	2,157	4,056	3,081	1,269

(農林水産統計年報、漁業センサス及び漁業動態統計年報)



### ③ 山口県内の海藻

サンマやスルメイカ、サケの記録的不漁から、前年の3~4割高となったことは昨年末のことである。不漁の原因は外国船の操業や温暖化の影響など諸説あるが、海を畑や牧場と捉え、共生していくことが求められている。

瀬戸内海、とりわけ山口県海藻に目を向けると、1992年に水産大学校が行った「山口県瀬戸内海沿岸東部海域の海藻相」に、「緑藻類17種、褐藻類53種、紅藻類67種、海産種子植物2種の計139種が確認された。」と記載があり、多種・豊富な海藻が育っていることが分かる。

### ④ 村上准教授アカモクの取り組み

広島工大の村上香准教授・博士（生命学部食品生命科学科）が、国内最大級の健康産業ビジネストレードショー「健康博覧会2018」で、「海藻アカモクの健康維持・増進につながる豊富な機能性」のテーマで講演した。

以下、アカモクの機能性に関する部分を抜粋する。

- ・アカモクから抽出したフコイタン様物質(フコースとガラクトースを主成分として、キシロースとウロン酸を少量含んでいる:硫酸基 20~30%;タンパク質の混在が 5%未満)をサルコーマ180腫瘍に移植したマウスに腹腔内授与することにより、約60%の増殖抑制率がみられた。
- ・このアカモクのフコイタン様物質は Ehrlich 腹水痛に対しても 0.125~0.5mg/匹/日×6の腹腔内投与により、80-100%の延命効果が認められている(中沢ら1976)。
- ・さらに、アカモクは抗ウイルス活性や抗アレルギー作用のほか、骨の形成に関与する作用などの生理作用が報告されている。(Preeprame et al 2001; Sakai et al 2004; Athukorala et al. 2007; Yamaguchi 2006)
- ・しかし、これらは主にアカモク抽出物による腹腔内投与や細胞レベルの生理活性効果の検証が多く、今後のさらなる研究により、アカモクの食品としての機能性が実証されることを期待する。

(3) 光市内 188 号線、室積地区の通行量

(出典：平成 27 年度全国道路・街路交通情勢調査結果 (山口県版))

道路 種別	路線 番号	路線名	交通調査基本 区間番号	区間延長 (0.1km)	交通量 調査単位 区間番号	個別 調査 観測値 活用 (0:なし 1:あり)	観測 区分	平日自動車類交通量 (台)			大型 車 混入 率	平成22年度調査		伸 び 率 【A/B】	昼 夜 率	混 雑 度	旅行速度 調査単位 区間番号	平日旅行速度 (km/h)	
								(上段=12h、下段=24h、0書きは推計)				調査単位 区間番号	自動車類 交通量 【B】					(上段=上り、下段=下り)	
								小型車類	大型車類	計【A】								混雑時	非混雑時
国	188	一般国道188号 光市室積東ノ庄2	35301880260	58	Q10920	0	平 24h	3,628 4,650	541 687	4,169 5,337	13.0	10940	4,546 (6,001)	0.92	1.28	0.44	V11620	59.4 55.8	56.4 54.1
国	188	一般国道188号	35301880270	4											0.44	V11630	46.2 21.6	41.9 21.9	
国	188	一般国道188号 光市光井2丁目	35301880280	30	Q10930	1	平 24h	(13,561) (16,703)	(654) (782)	(14,215) (17,485)	4.6	10950	16,128 (20,483)	0.88	1.23	0.75	V11640	33.6 42.4	42.1 44.1
国	188	一般国道188号	35301880290	27											1.18	V11650	32.6 32.6	35.8 38.8	
国	188	一般国道188号 光市中央5丁目	35301880300	10	Q10940	1	平 24h	(20,813) (26,811)	(1,785) (2,114)	(22,598) (28,925)	7.9	10960	24,618 31,271	0.92	1.28	1.18	V11660	24.1 25.5	25.7 30.4
国	188	一般国道188号 光市浅江	35301880310	31	Q10950	0	平 24h	17,499 23,165	2,644 2,961	20,143 26,126	13.1	10970	30,318 (38,504)	0.66	1.30	1.36	V11670	37.2 31.3	47.8 45.8

測定場所：山口県光市室積東ノ庄2

平日 12h の通行量は 4,160 台

(google 地図より転載)



### 第3章 先進事例調査

#### 1. 先進事例調査の概要

- ◇ ワカメ養殖は、作業が光の底引き網漁時期と重なるが安定収入が期待できる。
- ◇ 道の駅・直売所は、地元住民向けの食品販売やサービス提供機能が重要である。
- ◇ 萩しーまーとは、民設民営で年間売上高 10 億円、来場者 150 万人と地元経済に貢献。

山口県漁協下関南風泊支店のワカメ養殖事業	
養殖・加工作業及び収支状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 加工ワカメの生産は 33 人でスタート、縮小し収支バランスが取れた。</li> <li>・ 海上での作業は 10 月～延べ 75 日（時化があるので約 4 ヶ月）</li> <li>・ 塩蔵ワカメは比較的利益が出るが、カットワカメは利益が出ない。</li> <li>・ 組合員 1 人当たりの手取りは安定している。</li> </ul>

道の駅・直売所の役割	
道の駅	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 山口県内には萩市 7 ヶ所・山口市 5 ヶ所など 24 ヶ所に設置されている。</li> <li>・ 拠点性を発揮し、住民にワンストップサービスを提供している。</li> </ul>
直売所	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 売上総額は 9,974 億円（平成 27 年度）で、ここ数年増え続けている。</li> <li>・ 直売所の顧客は地元客が多く、売上の 7 割前後を占めている。</li> </ul>

センザキッチン (長門市)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 運営形態は公設民営（指定管理）、投資額は 10 億円で 4/20～8 月の売上高 4.5 億円、来場者 50 万人。店舗面積：小売 1,465 ㎡、飲食 902 ㎡。</li> <li>・ コンセプトは「仙崎に美味しい食のキッチンを作りたい」。駅長、マネージャーとも公募で県外から採用された。</li> <li>・ 課題は駐車スペース不足で土日等は大渋滞となる。</li> </ul>
萩しーまーと (萩市)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 運営形態は民設民営、投資額は 5 億円で直近売上高 9 億円（+卸 1 億円）、直近客数は 130 万人。</li> <li>・ コンセプトは「近者悦、遠者来（論語）」、地元客優先の店づくり</li> <li>・ 初代駅長は全国公募でリクルート社から転職した。</li> <li>・ 課題は漁師の高齢化、萩市の人口減がマイナス要因。</li> </ul>
道の駅 ソレーネ 周南	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「漁師市場それーね丸」は漁協が直営。小アジ、さば、チヌ、カマス、わかめをパックで販売。加工費はうろこ取り 100 円等、別途受取。</li> </ul>
道の駅 潮彩市場 防府	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ パックせず氷の上に魚介類を並べ魚を丸 1 本、箱単位で販売するなど、商品知識の豊富な店員が差別化した販売方法で地元主婦や観光客を集客。</li> </ul>

## 2. 山口県漁協下関南風泊支店のワカメ養殖事業

### (1) 視察概要

視察日時	平成30年10月12日(金) 11時00分～12時00分
視察場所	下関南風泊養殖わかめ実行組合 〒750-0093 山口県下関市彦島西山町4丁目9-301 電話：083-267-8678
参加者	ニューフィッシャー及び家族11名、市内業者、中小企業診断士
説明者	山口県漁協南風泊支店長及び下関南風泊養殖わかめ実行組合長
資料等	下関南風泊養殖ワカメの取組の経過、下関南風泊養殖わかめ実行組合同約

### (2) ワカメ養殖の概要

#### ① 下関南風泊養殖ワカメの取組の経過

ワカメ養殖に取り組むに至った経緯	冬場は時化が多く、漁船漁業のみでは水揚げが少なく漁業経営が苦しいことから、「漁業経営の安定と漁村の活性化」を目指して、漁船漁業に代わるものとして、昭和32年にワカメ養殖を開始した。
ワカメの加工事業に取り組んだ経緯	養殖施設の改善と技術の向上により、養殖ワカメの生産量が増加し単価が低下し、豊作貧乏の状況が生まれた。これを回避するため生産調整を行うようになった。この生産調整の結果、市場に出荷できなくなったワカメを有効利用する方法として、昭和49年にわかめ実行組合を設立し加工事業がスタートした。 養殖ワカメは塩蔵加工に向いており、平成4年には、それまで危険で重労働であった湯抜き作業や塩まぜ作業を、機械化による完全自動化を図り、加工工程のスピードアップと安全性の向上、労働時間の短縮ができた。その際の投資費用は3,000万円で設備近代化資金を使った。
養殖規模等	・養殖規模：2,000m      ・経営体数：7名      ・単価(生出荷)150～1,000円/kg
作業スケジュール	4月～9月：ワカメ種糸育成 10月上旬：24℃以下、つくしのぼうしが出だしたら、仮沖出し開始(水深10m) 10月下旬：ワカメ全長2mmに成長し、沖出し開始(水深10m) (海上作業延べ75日：ワカメに付着したゴミ取り・ワカメ選別・収穫作業) 12月中旬～4月：生ワカメ出荷 1月下中旬～4月：塩蔵ワカメの加工



② ワカメ加工場

【ワカメ加工場視察の様様】

ワカメ加工設備

説明していただいた  
支店長、組合長→

↓視察参加者



加工工程は、ボイラで約 90℃に熱した海水でワカメを茹で、冷水に通し塩加工する。1日に 3t のワカメから 1.3t の塩蔵ワカメを生産する国内最大級の設備。加工場は約 100 坪で、稼働時は 24~25 名のベテラン作業員が、ワカメの汚れ取りや芯抜き、選別等の作業を行っている。

養殖ワカメに携わる組合員は、ワカメをセリやわかめ実行組合に販売することで、安定した収入となっている。今後の見通しは、現状の組合員 7 名で、現在のワカメ養殖、加工規模を維持したいとのことであった。

【潮の流れが良い海域に設置されたワカメ養殖海域】

ワカメ養殖海域





### 3. 道の駅・直売所の概要

#### (1) 道の駅の概要

##### ① 道の駅設置状況

道の駅は、日本の各自治体と道路管理者が連携して設置し、国土交通省（制度開始時は建設省）に登録された商業施設・休憩施設・地域振興施設・駐車場等が一体となった道路施設である。道路利用者のため下の表にある6つの要件を満たす必要があり、2018年4月25日時点の全国登録数は1,145ヶ所である。（出典：Wikipedia）

【道の駅認定要件】

No	機能	内容
休憩機能	1. 駐車場	24時間利用可能で、利用者が無料で利用できる十分な容量の駐車場（概ね20台以上）
	2. トイレ	清潔で24時間利用可能なトイレ（水洗で概ね10器以上）・障害者用も設置
3	情報発信機能	道路情報、地域の観光情報、緊急医療情報等を提供
4	地域の連携機能	文化教養施設、観光レクリエーション施設などの地域振興施設
5	設置者	市町村又は市町村に代わり得る公的な団体（イ. 都道府県、ロ. 地方公共団体が三分の一以上を出資する法人）
6	その他配慮事項	施設及び施設間を結ぶ主要経路のバリアフリー化

##### ② 山口県内の道の駅

山口県内の道の駅は下の表にあるように、萩市7ヶ所・山口市5ヶ所など、県内各市町村の24ヶ所に設置されている。

【山口県内24ヶ所の道の駅一覧】

市町名	設置数	道の駅名称
萩市	7	萩シーマート、萩往還、ゆとりパークたまがわ、あさひ、ハピネスふくえ、萩・さんさん三見、うり坊の郷 katamata
山口市	5	きらら あじす、あいお、長門峡、願成就温泉、仁保の郷
下関市	3	北浦街道 豊北、蛸街道西ノ市、きくがわ
美祿市	2	おふく、みとう
長門市	1	センザキッチン
周防大島町	1	サザンセトとうわ
周南市	1	ソレーネ周南
防府市	1	潮彩市場防府
阿武町	1	阿武町

岩国市	1	ピュアラインにしき
上関町	1	上関海峡

### ③ 今後の道の在り方について

山口経済研究所が発表した「山口県における「道の駅」の現状と展望（やまぐち経済月報 2015. 11/17）」の要旨 5 点から 3 点を抜粋する。

- ・ 山口県には 23 ヶ所の道の駅があり、最近では交流会を立ち上げてお互いの連携を強化していく動きもみられる。これらの道の駅の中には、周辺に集積する施設と共に拠点性を発揮することで、住民向けワンストップサービスを提供しているところも多い。
- ・ 県内の道の駅における、住民生活の支援を通じた拠点性発揮事例のうち、「ハピネスふくえ」は買い物弱者対策として弁当や惣菜類の品揃えを強化しているほか、「仁保の郷」は周辺施設と共に住民向けワンストップサービス拠点を形成する形になっている。また、「ソレーネ周南」は「福祉型」道の駅として出張販売や訪問集荷を行っており、「上関海峡」は生鮮品など日々の食材の買い物場所を住民に提供している。
- ・ 本県道の駅の将来像として、住民生活支援を通じた拠点性発揮という観点から期待されるのは、①生活サービス提供拠点 ②雇用や所得の創出拠点 ③地域住民の交流拠点の 3 つである。特に、地域の主要施設が周辺に集積している道の駅は、こうした立地環境の強みを生かした事業展開が大いに期待される。

## (2) 直売所の概要

イカロス出版が発行する農業ビジネスマガジン vol. 21 (2018/4/23 発売) が「成功する直売所ビジネス」を特集した。以下、直売所ビジネスの概要や事例を抜粋し掲載する。

### ① 直売所ビジネスの概要

農産物直売所は、野菜のカテゴリーキラーとして圧倒的な力を発揮してきた。農林水産省の「6次産業化総合調査」では、農産物直売所の売上総額は 9,974 億円(平成 27 年度)という数字が出ている。新規開業により売上の数字はここ数年増え続けているのだ。

だが、担い手の高齢化、生産賞の減少など、既存の施設が伸び続けることは簡単ではない。顧客の高齢化も問題だ。野菜・果物の購入量は若い世代に比べて高齢者が圧倒的に多いが、年齢が上がるごとに来店頻度は少なくなる。暑さ、寒さ、気候の変化にも左右されるようになる。農産物直売所に限らずどの小売店にも共通する課題だが、常に新規顧客を拡大し、常連客の流出を食い止めなければ、売上増加は望めない。

そのためには、野菜や果物以外にも米、花き、畜産物、水産物などの品揃えを充実させ、さらに加工品、惣菜、弁当、飯食など地元の食材を使った新たな商品開発が必要になる。

## ② 直売所の顧客と差別化

直売所の顧客は立地や業態によって異なるが、客層は案外地元客が多く、売上の7割前後を占めている。時間距離で20～30分が1次商圈と言えよう。鮮度が勝負の青果物の商圈には自ずと限界がある。次のステップを踏み出すには、野菜・果物に加えて、ここにしかない魅力的な何かを、経営資源の中から開発しなくてはならない。

## ③ 成功事例：和歌山県の「産直市場よってって」（株式会社プラス）

「産直市場よってって」は、田辺市の「いなり本館」に始まり、14年間かけて近畿地方に20店舗以上を展開、総売上は約120億円になる。農産物、花、梅干しなど地域の産品を扱うことにより差別化に成功したが、次なる成長戦時として2016年9月から取り組んでいるのが「漁協+漁師直送」の鮮魚販売である。



ただ魚も、野菜と同様に天候や季節に左右される商材である。そこで欠品を防ぐため、地元の田辺漁港以外に串本、由良など県内8漁港35名の漁師と契約し、これらの仕入れ先から丸のままの鮮魚が送られる態勢を確保した。流通は漁師が直接持ち込むほか、自社のトラック便や宅配を使う。売り場には高級魚から小アジまで、水族館のように多様な魚種が並ぶ。活きのいい魚はパックの中でまだ動いている。三枚おろしのサービスは、店内で有料で提供する。「産直市場よってって」は、沿岸漁業者にとって流通改革の場になり、漁師は今までになく手取り額を増やしている。

#### 4. センザキッチン



##### (1) 視察概要

視察日時	平成 30 年 9 月 14 日 (金) 10 時～11 時 30 分
視察場所	〒759-4106 山口県長門市仙崎 4 2 9 7-1 電話：0837-27-0300
説明者	島 拓也マネージャー (ながと物産合同会社)

##### (2) 施設概要

平成 30 年 4 月にグランドオープンしたばかり。8 月 14 日に日販 1 千万円を超えるなど、好調な集客・販売状況が続いている。店舗の運営は、公募で採用された山本駅長、島マネージャーが施設やテナント管理、商品開発等を分担し、好業績を支えている。

開設時期	H30/4/20 グランドオープン	運営形態	公設民営 (指定管理)
投資額	10 億円	運営母体	ながと物産合同会社
敷地面積	2.3ha	店舗面積	小売 1,465 m <sup>2</sup> 、飲食 902 m <sup>2</sup>
直近売上高	4/20～8 月、4.5 億円 (計画；年間売上 4.7 億円)	直近客数	同左の間 50 万人 (計画；年間客数 42 万人)
駐車台数	161 台 (内、大型 8 台)	従業員数	35 人 (内売り場 25 名)
営業時間	9 時～18 時 (レストラン 11 時～21 時)	店休日	年中無休 (臨時休業あり)
売上構成	土産品 25%、水産加工品 20%、レストラン 20%、鮮魚 15%、農産物他 20%		
テナント料	4,000 円/m <sup>2</sup> +共益費 (POS レジ、電話代、優先、Wifi、ホームページ他)		

##### (3) 運営状況

食品スーパーとの違いにこだわったスタイリッシュな店づくり、利益を確保するキラー商品のマーケティングに取り組むほか、現金回収を ALSOK に委託するなど、業務の効率化も図っている。

駅長等の管理者 及び運営体制	<ul style="list-style-type: none"> <li>駅長、マネージャーとも公募で県外から採用された。島マネージャーはトップバリュ (イオン系) 出身。</li> <li>2 人の役割分担：駅長は施設等のハード担当、マネージャーは商品・販売担当。また、長門市役所は道の駅担当者を置いている。</li> <li>テナントは 13 店舗、農産物等の取扱商品は出荷者協議会が管理 (販売手数料 15%)</li> </ul>
出資者	<ul style="list-style-type: none"> <li>長門市、深川養鶏、JA、JF</li> </ul>

運営方針	<ul style="list-style-type: none"> <li>仙崎に美味しい食のキッチンを作りたい。</li> <li>県内 24 番目の道の駅として誕生したが、近くには「道の駅北浦街道 豊北」や「萩しーまーと」等、競合がひしめいている。対応策は以下のとおり。 →スタイリッシュな空間の演出、豊かなライフスタイルを提案 →1 番目に安全(お客、商品、全て)、2 番目に地域のために →独自商品で利益率を高める。</li> </ul>
オペレーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>建物完成後、運営に必要なゴミケース (15 万円/台) 等、多くの出費があった。</li> <li>18 時にレジを締め、ALSOK が現金を回収</li> <li>テナントには、月 2 回テナント料を差し引いたのち売上金額を返す。</li> <li>顧客から商品や価格、レジ待ち時間等、高いサービスレベルが要求される。</li> </ul>
販促関係	<ul style="list-style-type: none"> <li>マスコミ対応を重視、メディアは大きな宣伝効果がある。</li> <li>道の駅と海の駅 (7/16 オープン) の両方認定を受けているので、マスコミへの露出が多い。</li> <li>白菜と鍋物等関連商品を陳列し販売、手書きポップによる商品の特徴を説明。</li> <li>8 月 14 日、売上金額 1 千万円達成。8 月までで年間売上目標をほぼ達成。</li> <li>店舗販売だけでは売上に限界があるので、明治屋のバイヤーや星のリゾートの仕入れ担当者と接触し、取扱商品を全国へ販路拡大中</li> </ul>
連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>道の駅連絡協議会と連携</li> </ul>
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>地元主生産者の取扱商品が増え過ぎると利益率が低下するジレンマがある。</li> <li>駐車スペース不足で土日等は大渋滞となり、地元警察から注意を受けている。</li> </ul>

## 5. 萩しーまーと



### (1) 視察概要

視察日時	平成 30 年 9 月 14 日 (金) 15 時 30 分～17 時
視察場所	〒758-0011 山口県萩市椿東北前小畑 4 1 6 0-6 1 電話：0838-24-4937
説明者	山口 泉 道の駅萩しーまーと駅長 (ふるさと萩食品協同組合)
資料等	PPT 資料入り DVD、書籍：道の駅「萩しーまーと」が繁盛しているわけ

### (2) 施設概要

萩市周辺 8ヶ所のセリ場を集約した魚市場の建設に伴い、全国にあった直売所の「お魚センター」

を併設することとなった。これに伴い全国公募で中澤氏が駅長に就任。就任後、観光客をターゲットとした「お魚センター」構想を破棄、萩市民を対象とした地産地消店舗にグランドデザインを再構築した。開店以降、安定して年間ほぼ10億円の売上を達成している。

開設時期	H13年4月13日開業	運営形態	民設民営
投資額	5億円（1昨年銀行借入金完済）	運営母体	ふるさと萩食品協同組合
敷地面積	7,420 m <sup>3</sup>	店舗面積	1,424 m <sup>3</sup>
直近売上高	9億円（+卸1億円）	直近客数	130万人
駐車台数	260台（大型10台）	従業員数	19人
営業時間	9時30分～18時00分（金・土・祝日9:00～）	店休日	元旦
売上構成	鮮魚4店30%、レストラン26%、かまぼこ18%、お土産10%、その他16%		
テナント料	家賃+売上の1%+POSレジ、冷蔵・冷凍ショーケース料		

【道の駅/萩シーマーと業績推移【売上高】（税込：単位千円）】



※総売上には業務取扱分や首都圏出荷分を含む（産直販売・ネット販売・その他売上は除く）

### （3）運営状況

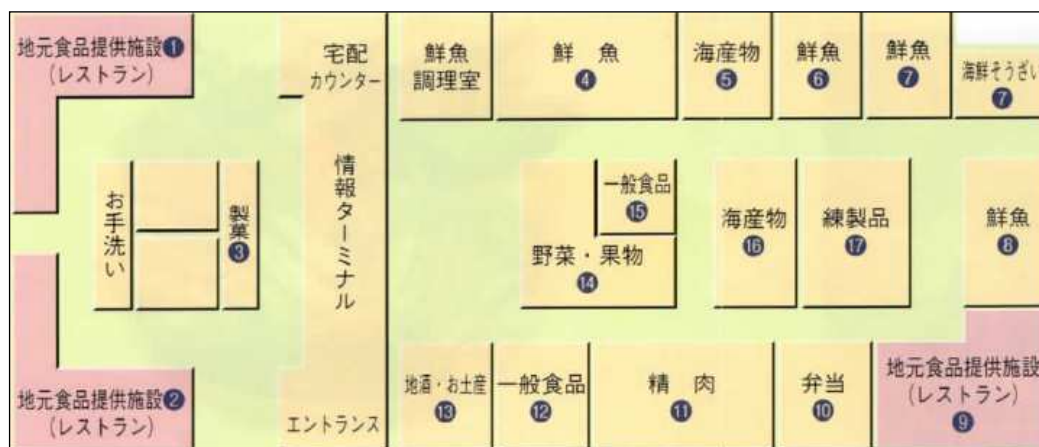
地域人口が減少、漁師も約20年で1,000人から半分に減少。水揚げ金額も60億円から37億円に減少している。こうした環境変化を踏まえ開設20年に向け、働きやすくお客様第一の品揃えを実現する。

駅長等の管理者 及び運営体制	<ul style="list-style-type: none"> <li>初代駅長は全国公募でリクルート社から転職</li> <li>現駅長は2代目で、地域プロデューサー育成機能の卒業生</li> <li>駅長として労務管理や品揃え、マスコミ対応を担当</li> </ul>
出資者	<ul style="list-style-type: none"> <li>ふるさと萩食品協同組合、組合員17人 資本金2,450万円</li> </ul>
運営方針 経営理念	<ul style="list-style-type: none"> <li>道の駅や直売所は、地域の農水産業活性化の多機能拠点施設になり得る。</li> <li>「近者悦、遠者来（論語）」、地元客優先の店づくり、商品の8割が萩産（6～7割が地元客）県外は広島が主流。→公設市場をイメージした暗い店内とする</li> <li>「三方良し」→魚を買い叩かない。価格は安くはないが、お客様に納得して買っていただく。（決して安く売らない）</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>「無理は続かない」→売上目標は設けず、組合員が自分のペースで安定・継続した取引ができるようにしている。</li> </ul>
販促・情報発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>マーケティング手法に忠実に事業展開してきた。(商圈サイズ：半径 50 km 圏で約 15 万人・観光入込 152 万人)</li> <li>道の駅は公益的な雰囲気があり、広告宣伝費をかけずマスコミを利用 (TV レギュラー番組 6 本、圧倒的なボリュームで“萩のお魚情報”を発信)。</li> <li>試食提供も各コーナーで実施、販売演出 (公設市場スタイル)、好みで選べる一人用「魚種別お刺身ミニパック」などのニーズにあった新商品開発。</li> <li>勝手御膳：館内で買った魚を館内で料理して食べれる。(店舗は利益が少ない)</li> <li>全国モデル「道の駅」全 6 箇所に選ばれた。選定理由「隣接する漁港から新鮮な海産物が直接店頭に並び、地産地消にも貢献。地元加工業者と高付加価値商品を開発し、地域に貢献。」</li> </ul>
商品開発・魚価引き上げ策	<ul style="list-style-type: none"> <li>地元高校とのアライアンス「高校生の手作りジャム」や生絞りのジュースバー→加工品や土産を作り都市圏で販売 (高級食材専門店・高級料理店・一流ホテル)</li> <li>紀ノ国屋で 5 年間「萩の特産品フェア」を実施、定番商品となった。萩産魚は首都圏で 2 倍の価格で販売→宇部空港から空輸</li> <li>有力魚種を新たな萩市の特産品に育成：「萩の真ふぐ」は 1 年で魚価がほぼ倍。真ふぐ小 400 円/kg→850 円/kg。沖で捨てていた雑魚「萩の金太郎」が高級フレンチの素材となり、2500 円/箱→5000 円/箱魚価が倍増した。</li> </ul>
効率化	<ul style="list-style-type: none"> <li>POS レジ 15 台設置、顧客は館内どのレジでも精算でき、事務処理も自動化。</li> <li>魚市場に隣接し物流経費が抑えられる。</li> <li>トイレ清掃を外注すると経費がかかるため、職員が実施している。</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>産官学協働体制の中核的役割 (萩市、漁協、萩商工会議所、水産大学校、萩市観光協会、萩海産物加工品組合、萩市飲食業組合青年部、山口県萩水産事務所萩市旅館業協同組合) を担っている。</li> <li>萩市 (農林水産部・商工観光部) や観光協会等から 3 年間出向を受けて、地域プロデューサーを育成している。</li> </ul>
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>漁師の高齢化、萩市の人口減がマイナス要因。</li> <li>屋根が高い構造であるため空調費用が過大となっている。</li> <li>20 周年に向けリニューアルを検討中。(潮風で施設の老朽化が激しい)</li> </ul>

【萩シーマーとレイアウト】



## 6. その他の道の駅の海産物販売状況

### (1) センザキッチンと道の駅阿武町の鮮魚、農産物の価格

#### ① 鮮魚

(単位:円)

	アジ	小イカ	剣先イカ	レンコ鯛	かます
センザキッチン	120~130 (30尾)	170(約 800g)	800 (2 匹)	320 (中位)	150~180(1尾)
道の駅阿武町	420(中 10尾)		900 (中 5 匹)		

	釜揚げしらす	サザエ	はまち	いさき
センザキッチン	500 (1p)	600(小 120 個)		
道の駅阿武町			900 (1 尾)	500 (中 6 尾)

#### ② 農産物

(単位:円)

	カボチャ	キャベツ	トマト	なす	きゅうり
センザキッチン	150	250	400 (7~800g) 400 (4 個入)	150 (3 本)	160 (3 本)
道の駅阿武町	350	290		130 (3 本)	150 (3 本)

### (2) 道の駅 ソレーネ周南

運営形態	店舗名「漁師市場それーね丸」、漁協直営
魚介類の取り扱い状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>小アジ、さば、チヌ、カマス、わかめをパックで販売。夏場で地元産商品が少なかった。</li> <li>加工費は、うろこ取り 100 円、三枚おろし 200 円、大きな魚三枚おろし 400 円、ハモの骨切り 300 円と表示。(調査日：平成 30 年 7 月 28 日)</li> </ul>

### (3) 道の駅 潮彩市場防府

運営形態	<ul style="list-style-type: none"> <li>唐戸市場と比較すると規模は小さいが魚屋 2 店舗、塩干・練物、魚介類の総菜や土産物店が数店舗並んでいる。</li> <li>パックせず氷上に魚介類を並べ魚を丸 1 本、箱単位で販売している。</li> <li>商品知識の豊富な店員の対応で、食品スーパーと差別化した販売方法で、地元の主婦や観光客を集客している。</li> </ul>
魚介類の取り扱い状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>レンチョウ (中) 1 匹 350 円、キス 1 匹 100 円 (箱売り 1,000 円もあり)、イサキ 1 匹 300 円、小イカ 1 箱 1,000 円、小エビ 1 箱 700 円、鯛、ワタリガニや秋穂産シジミあり。その他県内産では萩産の瀬付きアジやサザエ、県内産のトビウオヒラマサ、イカ、タコの品揃えがあった。</li> <li>また、塩干商品では、山口県産のヒジキやワカメ、ちりめん、金太郎他、数多くの商品が並んでいた。(調査日：平成 30 年 7 月 28 日)</li> </ul>



## 第4章 光市の水産資源を活かしたまちづくりビジョン

### 1. まちづくりビジョンの概要

- ◇ 漁業生産の活性化のため、漁師直売、地魚のブランド化、海藻養殖事業へ取り組む。
- ◇ 光市栽培漁業センターに隣接した空地に、水産物加工・販売拠点施設を整備する。
- ◇ 運営は市内有志が出資した観光DMOを設立、「海の厨検討プロジェクト」で推進。

漁業生産の活性化への取り組み	
漁業者による鮮魚直売	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 目的は仲買人と漁師が連携して新鮮でおいしい地魚の販売を拡大する。</li> <li>・ 「光さかなまつり」の要領をベースに、関係者で協議し実施する。</li> </ul>
レンチョウのブランド化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 30cm、400g 以上（肉厚）のレンチョウを、刺身用の「光レンチョウ」としブランド化。ムニエルや刺身、寿司を開発する。</li> </ul>
海藻養殖事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 海藻類は鮮魚ほど好不漁や価格変動のリスクが少なく安定した収入になる。ワカメ、ヒジキ等の養殖と加工へ取り組む。</li> </ul>

水産物加工・販売拠点施設の整備	
事業概要及び目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 光市から栽培漁業センター隣接地を取得し、水産物加工・販売拠点施設の整備し、室積海商通りを含めた地域全体の活性化に取り組む。</li> </ul>
水産物加工施設	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市内業者が市外海藻乾燥・粉体化加工施設と本社の商品加工施設を統合。生産性向上・HACCP 対応の国内トップレベルの施設を実現。</li> </ul>
販売拠点施設	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 店舗1階は海の厨でしか買えない商品を品揃え。鮮魚等の水産物や農産物、光の特産品を販売。</li> <li>・ レジはキャッシュレスに対応したPOSレジ2台で単品管理する。</li> <li>・ 店舗2階は地元産の素材を使った飲食提供スペース。好みの商品を店舗から購入しフードコートで飲食する。テラスでも飲食できる。</li> <li>・ 光市観光協会や不動産や金融サービス、携帯電話等、幅広く入居者を募る。また、施設の屋上を高潮の避難場所とする。</li> </ul>

事業計画	
運営組織	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市内有志が出資し海の厨設立（観光DMO）を設立。店舗施設や運営は、室積商店会に「海の厨検討プロジェクト」を設け検討する。</li> </ul>
販売拠点施設の事業規模	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 民設民営で平成32年11月開店予定。投資額は5億円（約1/3は補助金で賄う）。年間売上319百万円、客数246千人。</li> </ul>
資金調達・返済	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 資本金、テナント敷金、融資等で賄う。返済財源は直営店の利益及びテナント家賃収入で賄う。</li> </ul>

## 2. 漁業生産の活性化

光市の漁業は平成 23 年度からニューフィッシャーが加わることで、組合員数及び水揚げの減少に歯止めがかかったものの、アンケート調査では「自分の代で廃業する」が 75%を占め先行き厳しい状況である。また、経営課題には「魚価の低迷・上昇難」が 75%で最も多く、「水揚げ量の減少」、「魚離れによる需要の減少」が挙げられている。

漁獲量の減少には温暖化や漁師高齢化等の影響があるとはいえ、光市水産業を維持・発展させていくためには、漁師が生活できる基盤を確保していく必要がある。こうした取り組みの一つとして、下関南風泊養殖わかめ実行組合の視察を皮切りに、平成 30 年 10 月より鮮魚直売及びブランド化、海藻養殖事業の実行に向け検討することとした。

### (1) 漁業者による鮮魚直売の取り組み

漁協光支店主催でセリが実施されているが、セリに掛けられる魚種や量が少ないことから、仲買人の数が減少しセリ価格が安く低迷した状況にある。こうした状況から、一部の漁業者はやむを得ず周南市にある水産物市場に直接出荷している。以前は光市に青果市場があったが、同様の状況から周南市地方卸売市場に統合された経緯もあることから、やむを得ない状況である。

ただ、漁業者・仲買人とも地元で獲れた魚介類を一人でも多くの地元住民に食して欲しいと思う気持ちは共通であることから、双方で実施日・実施内容を調整し、「室積漁港朝市（仮称）」を開催し、事業性があれば毎月 1 回のペースで継続して実施する。

実施要領案は以下のとおり。

名称	・ 室積漁港朝市
目的	・ 仲買人と漁師が連携して新鮮でおいしい地魚の販売を拡大する。
開所	・ 室積漁港周辺
主催・後援	・ 主催：光小売商組合、山口県漁協光支店 ・ 後援：室積商店会、光商工会議所、光市、JA 周南光支所
開催日・時間	・ 初回：平成 30 年 12 月の土曜日 9 時～12 時（雨天中止）
出店者	・ 光小売商組合：鮮魚及び加工品 ・ 山口県漁協光支店：鮮魚（トロ箱等で販売） ※同一鮮魚の販売価格は、前日のセリ価格を参考に、仲買人・漁協で同一とする。 ・ 室積商店会：会員取扱商品等の販売
実施要領等	・ 「光さかなまつり」の要領をベースに、関係者で協議し実施する。



(2) 鮮魚ブランド化の取り組み

セリ値が低い原因の一つに、主力のレンチョウが刺身に使えず料亭等の業者需要が少なく、比較的高齢者が好む家庭料理に煮魚でしか食べられないことにある。確かに多くのレンチョウは肉薄で可食部が少なく調理が困難で刺身には向かない。ただ、一部の肉厚のレンチョウは高級魚として刺身や寿司としても食され、また、フランス料理で定番のムニエルとして重宝されている。

そこで、光市水揚げされる肉厚レンチョウを「光レンチョウ（または一般的な呼称である光シタビラメ）」としてブランド化し、単価の引上げと販売量の増加を実現する。ブランドは当該商品の品質や信用を表すもので、「光レンチョウ」のブランド化は、萩しーまーとが実施した「真ふぐ」ブランド化に倣い、以下の要領で取り組む。



宇部市は「瀬戸内れんちょう」を商品化

名称	・ 「光レンチョウ」ブランド化プロジェクト
目的	・ 高級料亭・寿司店・洋食店及びその利用客をターゲットに、30cm、300g以上（肉厚）のレンチョウを、刺身用の「光レンチョウ」とし、通常価格の1.5倍の3,000円/kgで販売する。
成果物	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 光レンチョウを使ったムニエルや刺身、寿司を開発。</li> <li>・ レンチョウの産地価格上昇及び地元・県外の需要を拡大する。</li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around; text-align: center;"> <div>【ムニエル】 </div> <div>【刺身】 </div> <div>【寿司】 </div> </div>
構成員	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 光市、光市観光協会、光商工会議所、光小売商組合、山口県漁協光支店、底引き網漁業者、水産物加工・ホテル・飲食店事業者等</li> <li>・ オブザーバー：水産大学校やフランス料理シェフや料亭の板長</li> </ul>
開催時期	・ 平成30年11月～平成31年10月まで月1回のペースで実施
販促ツール作成	・ 統一したイメージで「光レンチョウ」をPRするため、ロゴやパンフレット、ホームページ、POPを策定する。
パブリシティ	・ 報道機関向け「光レンチョウ」ムニエルや刺身、寿司の試食会や料理・グルメ・旅行雑誌へのDM、物産展での試食会実施。
加工品の商品化	・ 通年流通に向け、燻製や一夜干し、唐揚げ、西京漬け等の加工品を商品化。
飲食店での提供	・ 地元飲食店の名物料理として、「光レンチョウ」ムニエルや刺身、寿司が定番として食されるよう取り組む。

### (3) 海藻養殖事業の取り組み

天然の海藻類は生息地がほぼ確定し、鮮魚ほど好不漁や価格変動のリスクが少ない。また、海藻の養殖作業は魚介類に比べると餌やり等が無く、管理や経費負担が少ない。ワカメ養殖は10月から海上で行う作業が、底引き網漁時期と重なるものの比較的安定した収入が期待できることが分かった。ワカメ養殖事業を行うにあたっては、ワカメの種糸育成や海上・加工作業の現地実習が必要になる。

また、下関の彦島・伊崎支店の青年漁師グループは、漁協の全国交流大会で「ヒジキ養殖で所得向上」をテーマに発表し長官賞を受賞した。その内容は、「養殖ひじきと天然ひじきを合わせた平成29年春のグループ全体の生産量が67.5トン、生産額は680万円。養殖期間中はほとんど手がかからず、漁期を通じて約2週間にも満たない作業で、グループ員1人あたり約53万円の収入を得ることができた。」と報告されている。



写真5 養殖ひじき収穫の様子

光市には平成16年に内海沿岸漁業としての特性を生かした漁業振興を図るため栽培漁業センターが設置されている。その事業内容は水産動物の種苗の中間育成及び配布、栽培漁業の推進に関することで、センターを使用できる者は、漁業振興を目的とした公共的団体となっている。こうしたインフラを最大限活用すると共に、山口県漁協下関南風泊支店や栽培漁業センターと連携して養殖設備を導入し、ワカメやヒジキ、アカモク等の海藻養殖事業や海を浄化するカキ養殖事業への取り組みを検討する。先進事例には次のようなものがある。

ワカメ	島根県松江水産事務所では、出雲管内ワカメ養殖業者への新たな養殖技術の普及や加工技術の記録を目的に「フリー配偶体技術によるワカメ養殖マニュアル」及び「板ワカメ加工マニュアル」を作成。
ヒジキ	愛媛県農林水産研究所水産研究センターがヒジキ養殖マニュアルを掲載
アカモク	【京都府】アカモク種苗生産・養殖技術の開発：京都府農林水産技術センター海洋センター研究部 アカモク養殖技術開発グループ
ウミブドウ	糸満市真栄里。ウーヅ畑の中に真っ白な建物日本バイオテック「海ん道」で、海ぶどうの養殖・販売をはじめ、海ぶどうを使った加工品の販売もしている。
カキの養殖	隣の広島県はカキの生産量日本一で、以前は光でもカキ養殖に取り組んでいた。カキは天然の濾過装置とも言われ、魚介類の育成にも効果があり養殖を検討する。

### (4) 必要な資金の調達

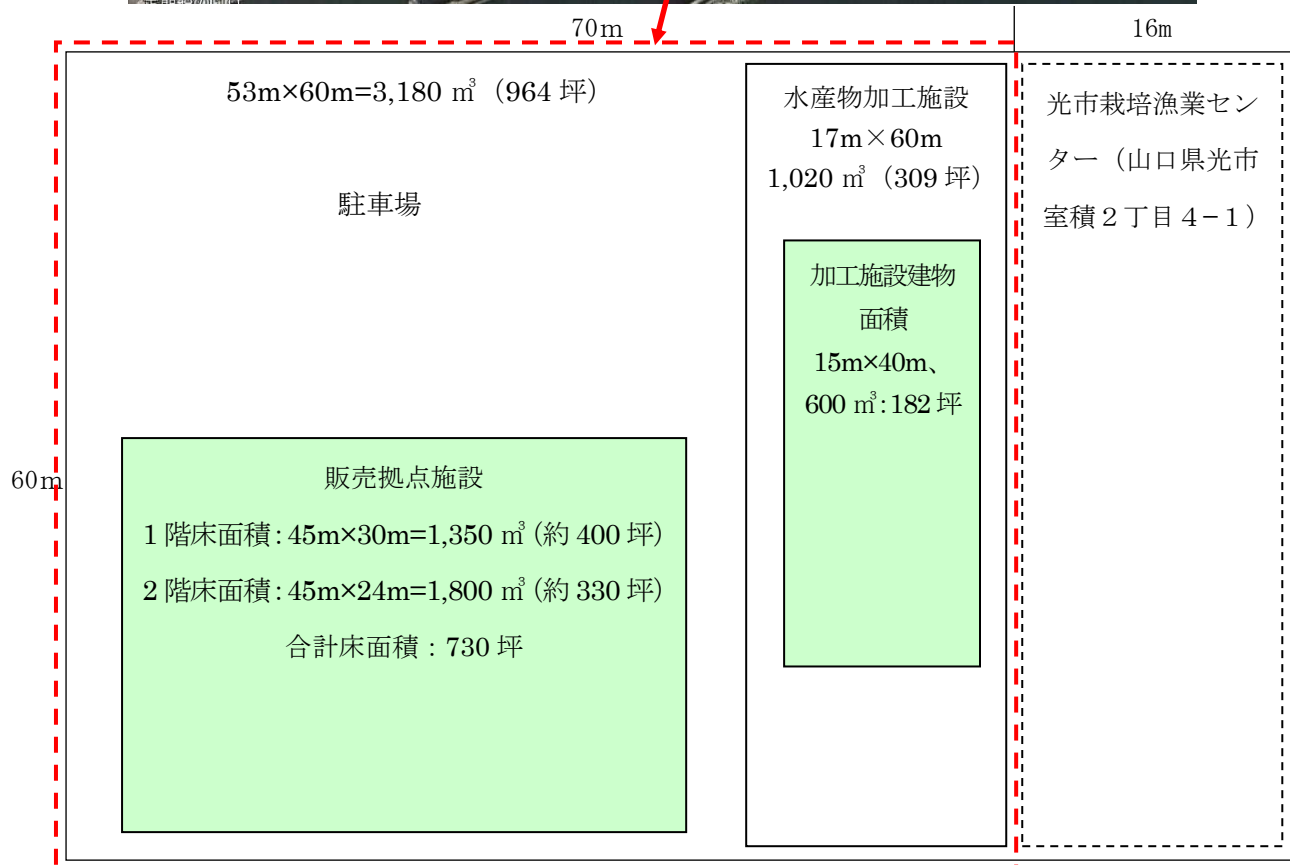
現時点では計画案の段階で詳細が固まっていないが、事業内容の検討と並行して2020年に「農林水産業みらい基金」に応募する。なお、本事業は法人が対象となるので、漁業者（ニューフィッシャー）と加工事業者等で事業協同組合等を組織し対応する等が必要となる。



### 3. 水産物加工・販売拠点施設の整備

#### (1) 基本方針

光市室積二丁目 445 番 20 の光市栽培漁業センターを除いた 4,200 m<sup>2</sup> (1,272 坪) を、平成 31 年に光市が実施する入札で市内業者等が取得する。以降、第一期工事として平成 31 年中に加工施設を整備、翌年販売流通を一体化した拠点施設を整備し、隣接した室積海商通り等地域全体の活性化に取り組む。



(2) 水産物加工場設置の経緯

市内業者は市外に海藻の乾燥・粉体化加工施設、市内に原料の検査（異物・金属等）・包装設備を有している。市外施設の建物や電源設備、本社の冷凍・製造設備が老朽化しており、両施設を統合しハンドリング（物流）及び加工作業の効率化と生産量の倍増、HACCP 対応により商品価値を増加し、国内トップレベルの海藻加工メーカーを目指す。

① 加工施設の場所・規模

設置場所は、光市栽培漁業センターに隣接地  
 (17m×60m、1,020 m<sup>2</sup> : 309 坪)  
 建物面積は 15m×40m、600 m<sup>2</sup> : 182 坪

② 設備関係

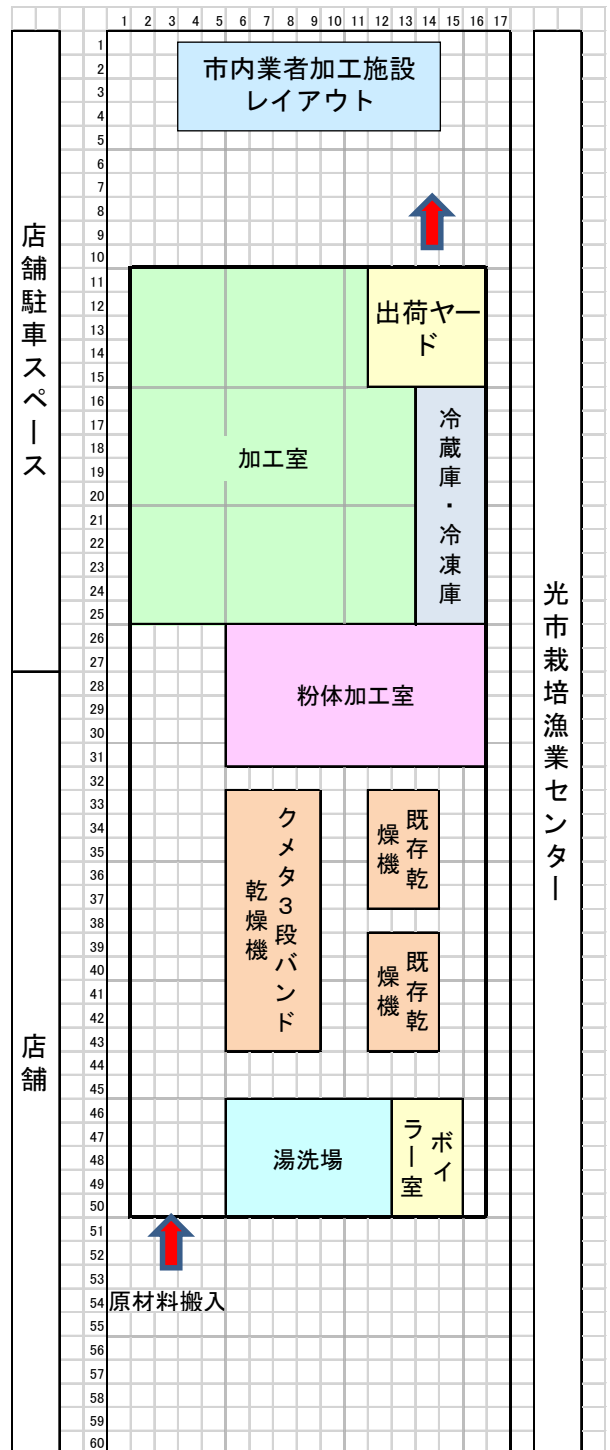
ボイラー、粉体加工設備、冷蔵庫・冷凍庫は  
 新設する。一部の粉体加工設備や原料検査機、  
 計量・包装設備は移設する。

③ 加工機能

原材料は海側に面したの搬入口からフォーク  
 リフトを使って搬入する。海藻等の原材料は洗  
 浄、脱水後乾燥し加工室で検査、包装、出荷す  
 る。粉体加工する場合は、乾燥後粉体加工室で  
 粉体化し加工室で検査、包装、出荷する。

生産性向上のため原材料の冷凍保管はせず、  
 脱水後乾燥・粉体加工することで大幅な生産性  
 向上、着菌を防ぎ、小分け・包装する加工室は  
 HACCP・トレーサビリティ対応とする。

また、出荷口は原材料搬入口と反対側に配置  
 し、トラック等に積み込み出荷する。

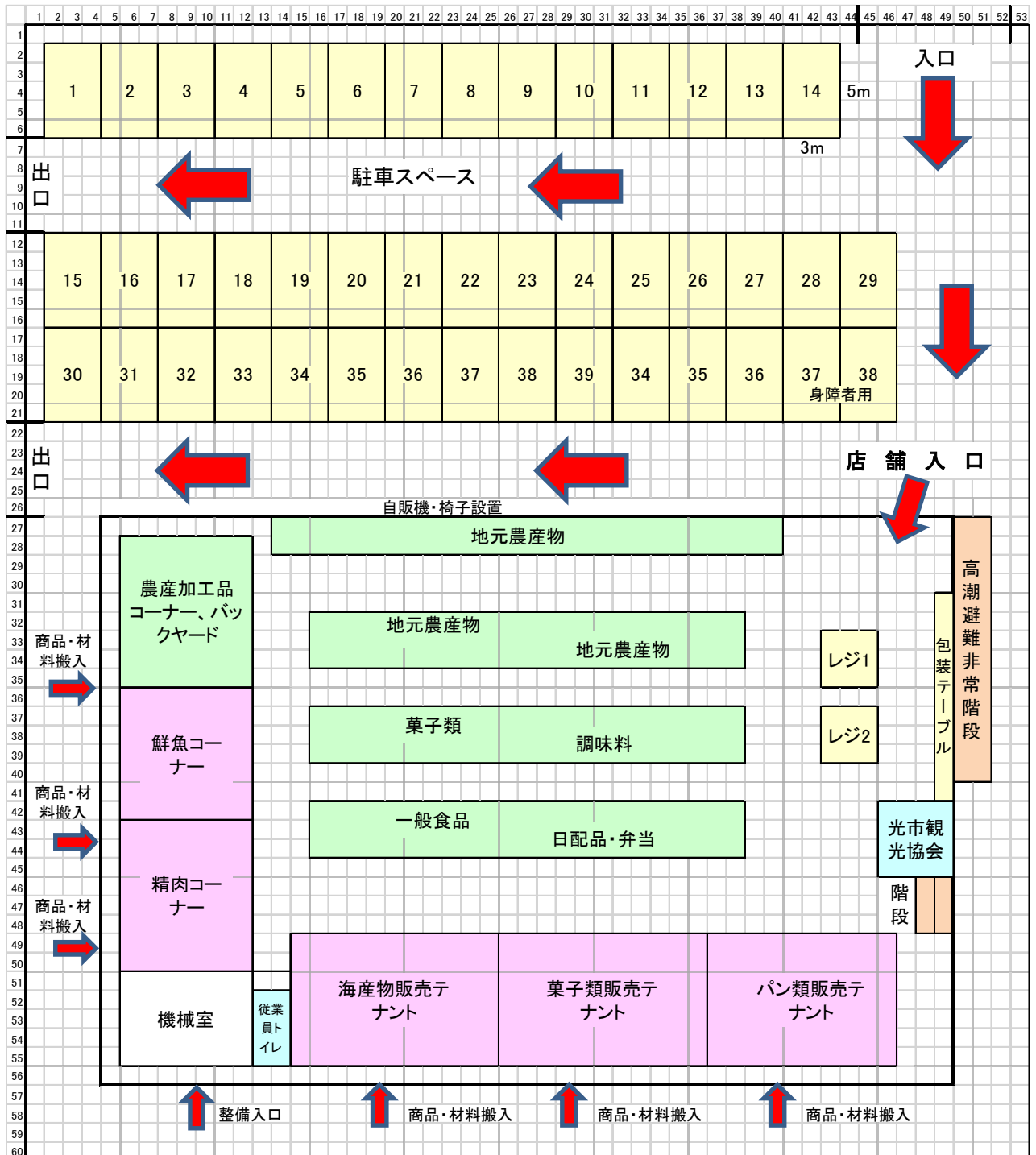




(3) 販売拠点施設の整備

① 駐車場及び店舗1階レイアウト概要

海の厨でしか買えない商品を品揃えし、スーパーやコンビニと違った売り方（八百屋・魚屋）で、賑わいを醸し出す。レイアウトは、下の図のように、お客や車両は敷地正面・右側から進入し駐車、店舗入り口へ向かう。駐車場出口は敷地左側に2ヶ所設ける。駐車台数は普通車で約40台。バス等の大型車は、関係者の了承を得て漁協周辺のスペースをあてる。店舗1階は地元で水揚げされた鮮魚等の水産物や採れたての農産物、水産物加工品や光の特産品を販売する。レジはキャッシュレスに対応したPOSレジ2台で単品管理する。(テナントは想定。下図の1柵:1m)

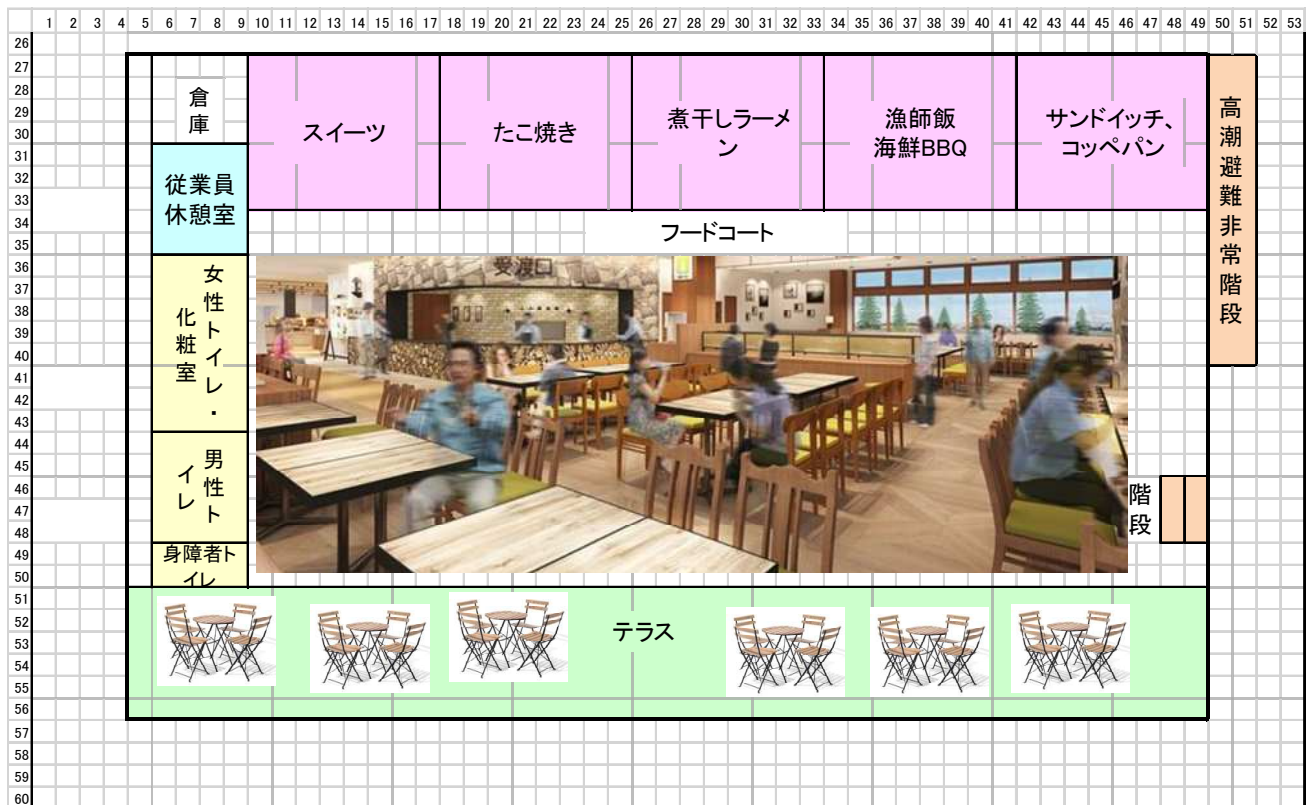


店舗1階売場の概要は以下のとおり。テナントは5店舗となる。

区分	提供商品	提供商品の特徴	主な取扱者	店舗数
海産物	鮮魚	光市内で水揚げされた鮮魚の直売	漁師・仲買	テナント1店
	魚介類加工品	海産物加工・贈答品等の販売	加工・販売業者	テナント1店
農産物	野菜・果物	光市内で収穫された農産物直売	農家・個人	直営
	農産物加工品	光市内産原料のジャムや味噌、梅干し	〃	
菓子類	菓子類販売	光市内業者が開発・製造した商品	製造・販売業者	テナント1店
	焼き立てパン	〃 焼き立てパン	〃	テナント1店
食品その他	精肉	肉類・スーパーで扱っていないホルモン	肉販売業者	テナント1店
	日配・一般食品	牛乳や卵、菓子や調味料等	食品卸から仕入	直営
陶器・その他工芸品		光市内や室積地区で制作された商品	陶芸家等	

② 店舗2階レイアウト概要

店舗2階は地元産の素材を使った飲食提供スペース。顧客は好みの商品を店舗から購入し、フードコートで食する。テラスでも飲食できるようスペースを設ける。2階はすべてテナントで5店舗となる。また、スペースの関係から顧客用トイレは2階のみとなる。(テナント出店状況で売場の配置や広さが変更となる。)



※テナントの業種やメニューは一般的な案である。)

店舗2階売場の概要は以下のとおり。

海の厨でしか食べれないメニュー、オリジナルファストフード、既存飲食店と競合しない注文した商品をフードコートやバルコニーで飲食するセルフ方式で5店舗を予定。

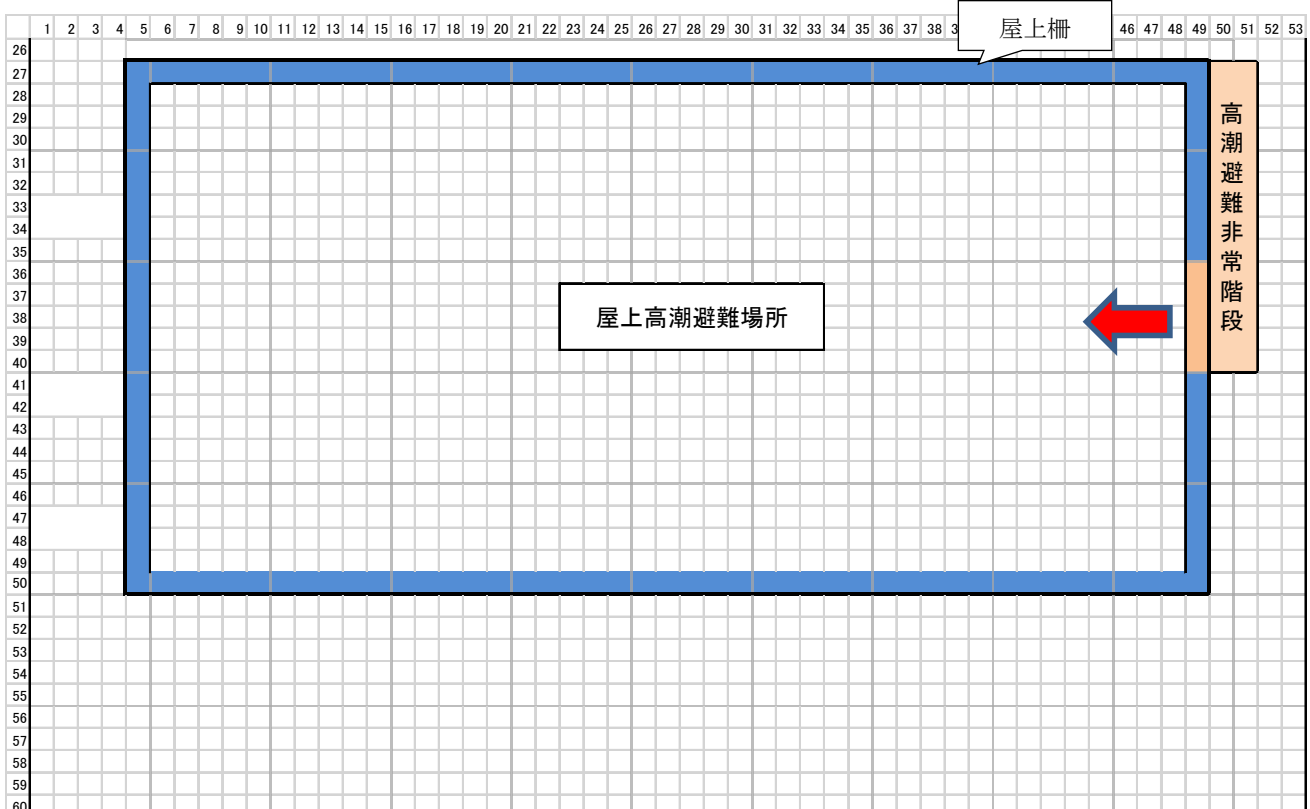
代表的なメニュー	提供メニューの特徴	想定事業者
漁師飯・海鮮BBQ	イカ飯、ハモ釜めし、サザエ、アワビ・・・	漁師家族等
パン類	光バーガー（ハモ）	希望者
焼きそば	光しょうゆ焼きそば	〃
煮干しラーメン	光産煮干しを使ったラーメン	〃
スイーツ	海藻ソフト・プリン（ワカメ、アカモグ、ヒジキ）	〃

### ③ 防災機能

自然災害が多発し南海トラフ地震による津波が懸念されている。光市が作成した東部地区津波ハザードマップによると、当該地は事前避難が特に必要な地区で、浸水源の凡例は2.0m～3.0m未満となっている。当該地は海拔2.8mで、高潮の避難先は約400m離れた「サン・アビリティーズ光」、「沖田児童遊園地」となっている。

当該地区には高齢者が多く、今回設置する販売拠点施設の2階屋上に上がる非常階段と落下防止の手摺を設置し、200人程度が収容可能な高潮・津波避難施設としての機能を持たす。建物屋上床面までの高さは6m、海拔は8.8mとなる。

【2階屋上高潮避難スペース】



(4) その他の取り組み

① 光市観光協会等の誘致

光市観光協会は、市内の観光振興をすすめるため各種事業の企画、立案、ホームページを使った観光情報発信をおこなっている。これを拠点施設の1階へ誘致することで、市内全域及び室積地区の観光漁業（地引網体験や渚遊び、潮干狩り）等の企画へ取り組む。



また、不動産や金融サービス、携帯電話等の事業者に出店に関するインタビューを実施し、地元消費者ニーズに沿ったテナントミックスを実現する。

② 販促・イベント関係

- ・ じゃんけんや地元産品を使った料理教室の開催等、大小のイベントを切れ目なく行う。
- ・ 室積商店会や里の厨と共同の販促実施、市内店舗及びハッピーカードとの連携を行う。

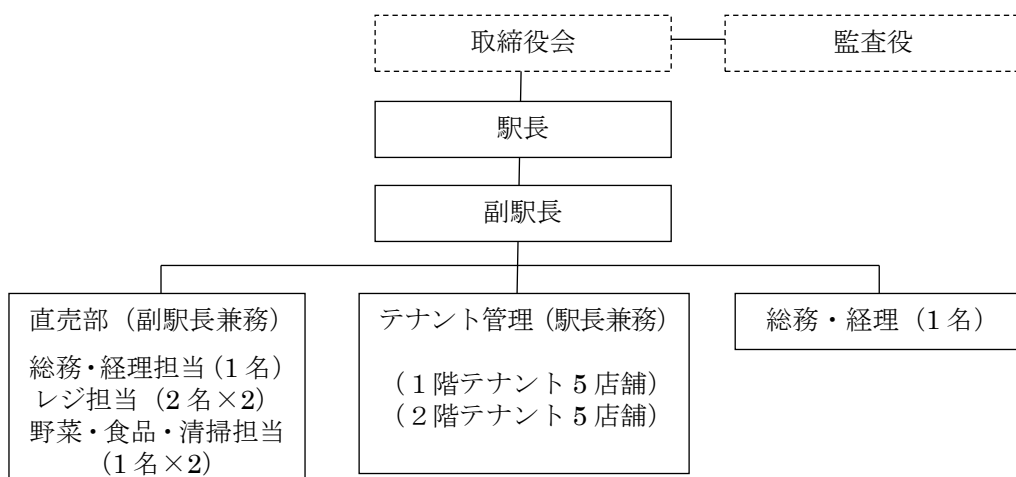
(5) 運営組織形態及び構成

① 海の厨設立（観光DMO）

市内有志が出資し法人を設立。店舗運営は地元の室積商店会に「海の厨検討プロジェクト」を設け事業を推進する。組織等の概要は以下のとおり。

組織名	株式会社海の厨（うみのくりや）
設立	平成31年1月
資本金	資本金：1,000万円（出資者は地元有志）
営業日数	年間310日営業（毎週月曜日及び正月3日間が休館日）
営業時間	9時～18時
代表取締役	代表取締役選定委員会を設け、公募・審査して1名を決定する。
従業員数	正社員2名、パート7名
本社	光市室積二丁目445番20

② 海の厨組織図



**【担当職務内容】**

駅長（正社員）	全体統括、企画・営業管理、予算・利益責任、テナント管理
副駅長（正社員）	駅長補佐、直売部責任者、販売企画・管理、POP・商品管理
総務・経理（パート）	商品仕入、販売・現金管理、入・退社等に関する事務管理全般
直売部（パート）	レジ担当（常時2名）早勤 8:40～13:10（実働 4.5h） 遅勤 13:00～18:00（実働 5h）計 4名 野菜・食品・清掃担当 早勤 7:30～12:00（実働 4.5h）、直売品等受入作業 （常時1名）遅勤 12:00～16:30（実働 4.5h）計 2名 （※定休日以外に交替で休日を取得するためには+3名必要）

(6) 収支計画

① 販売手数料及びテナント収入

1) 来店客数

来店客を地元住民、車両通行立ち寄り客、遠隔地からの来店客の3種類に分けて算定する。

その結果、1日の来店客数は約800人、年間来店客数は約25万人を見込める。

種別	算式	来店客数
地元住民	地区 人口 来店確率 来店頻度 客数 ①室積 8,809 × 50% × 月2回 = <u>105,708</u> ②光市内 43,608 × 33% × 年4回 = <u>57,562</u>	年間来店客数 (①+②) 163,270人 1日来店客数: 526人
車両立ち寄り客	国道通行車両数 来店確率 客数 4,160台(12h) × 4% = <u>166人</u> ※「(5) 光市内188号線の通行量」参照	1日来店客数: 166人 年間来店客数: 51,460人
遠隔地の来店客	統計データがないことから 1日 <u>100人</u> (車両50台) とした。	1日来店客数: 100人 年間来店客数: 31,000人
合計		1日来店客数: <b>792人</b> 年間来店客数: <b>245,520人</b>

(光市人口の出典: 光市役所「光市人口統計」H28年地区別人口の推移)、年間営業日数310日

2) 直売所客単価

直営部門の売上は店舗1階の海産物や農産物・菓子等の一般食品・日配品をセルフ方式で販売する直売所売上である。平均客単価は 1,865.2円 (出典: 平成26年「スーパーマーケット年次統計調査報告書」日本スーパーマーケット協会等作成)。また、山口市の「山口市の統計(平成29年度): 8 金融・物価・家計・消費」から、「1世帯当たり1ヶ月間の消費支出(二人以上世帯/全世帯)(1年別)」の食料の品目から、肉や魚、酒類等を除き、直売所で取り扱う商品を抽出した結果、食料に占める割合は 51.4% となった。直売所の客単価計算式は以下のとおり。

$$\text{食品スーパー平均客単価} \quad \text{直売所取扱商品率} \quad \text{直売所客単価}$$

$$1865.2 \text{円} \quad \times \quad 51.4\% \quad = \quad \underline{959 \text{円}}$$

3) 直売所売上（直営部門）販売手数料

$$\text{①来店客数} \quad \text{②直売所客単価} \quad \text{買上比率} \quad \text{直売所1日売上高} \quad \text{④直売所年間売上高}$$

$$792 \text{ 人} \quad \times \quad 959 \text{ 円} \quad \times \quad 50\% \quad = \quad \mathbf{379,764 \text{ 円}} \quad (\times 310 \text{ 日}) \quad \mathbf{1.18 \text{ 億円}}$$

4) 直売所販売手数料

下の表に直売所取扱商品毎に売上割合と売上歩合を想定し、それぞれを積算した。

$$\begin{aligned} <\text{産直通常棚販売}> + <\text{産直冷凍・冷蔵販売}> + <\text{仕入一般食品}> = \text{販売手数料} \\ (1.18 \times 0.4 \times 0.15) + (1.18 \times 0.1 \times 0.3) + (1.18 \times 0.5 \times 0.3) = \mathbf{28.3 \text{ 百万円}} \\ 7.08 \text{ 百万円} \quad \quad \quad 3.54 \text{ 百万円} \quad \quad \quad 17.7 \text{ 百万円} \end{aligned}$$

直売所取扱商品		⑤売上割合	⑥売上歩合	備考
産直品（地元農家等持ち込み）	通常棚での販売	40%	15%	
	冷凍・冷蔵庫使用	10%	25%	
一般食品（食品卸より仕入）		50%	25%	

② テナント1店舗当たり業種別売上見込み

買上比率は直売所売上比率よりも低い10%とし、鮮魚・精肉及び特産品・パンの客単価は1,100円とした。また、飲食の客単価は750円とした。その結果、テナントの日版は293千円、月に7,624千円、年間90,830千円が見込まれる。

業種	①1日客数	②買上比率	③店舗数	④客単価	⑤1日売上 ①×②×③×④	月売上 ⑤×26	年間売上 ⑤×310
1階：鮮魚・精肉、特産品・パン	792人	10%	5店	1,100円	436千円	11,336千円	135,160千円
2階：飲食	792人	10%	5店	500円	198千円	5,148千円	61,380千円
				合計	634千円	16,484千円	196,540千円

③ テナント家賃収入

スケルトン貸しとし、内装や設備などは借り手が施工する。10テナントからの月額家賃収入は983千円、年間家賃収入は11,796千円となる。因みに1階56㎡の家賃は7.3万円、77㎡の家賃は9.4万円となる。また、2階56㎡の家賃は約7.5万円で、敷金は一律50万円とする。

【テナント家賃収入月額】

	売上歩合		面積負担		共益負担		合計
	負担率	計算式	負担率	計算式	負担率	計算式	
1階物販	1.2%	11,336千円/1階月売上×3% =136千円	720円 / ㎡ / 月	56㎡×2店+77㎡×3店=343㎡ →247千円	10千円/月	5店舗=50千円	433千円
2階飲食	2.4%	5,148千円/2階月売上×2.4%=124千円		56㎡×5店=280㎡ →203千円		5店舗=50千円	
合計		260千円		450千円		100千円	810千円



④ 店舗全体の売上

直営とテナント売上を合計すると、以下の表のとおり日販 100 万円、年商 3.2 億円となる。

1 日客数	客単価	1 日売上	月売上	年間売上
792 人	1,300 円	1,030 千円	26,598 千円	319,176 千円

(7) 道の駅概要比較表

今回視察等で得られた情報をもとに、売上の妥当性を検証するため、新設を計画している「海の厨」と4つの直売所及び道の駅を比較した。

海の厨の年間客数 245 千人、年間売上 3.2 億円は、里の厨の H28 年度の年間客数 223 千人、年間売上 2.5 億円と比較的近い。両者の敷地面積はほぼ同一であるが、海の厨の方が店舗面積が大きく、その分投資額及び売上規模が大きい。また、ソレーネ周南は平成 26 年 5 月にオープンし、初年度売上実績 6.8 億円、来場者数：94.7 万人。雇用者数人（管理者 2 名、正社員 6 名、パート 20 名、計 28 名）。H28 年度の売上は 6.1 億円と報告されている。

なお、現段階は売り場配置やテナントも仮置きした段階で、入店希望者の要望にも配慮しつつ、事業計画を逐次更新していく必要がある。

【道の駅概要比較表】

No	店舗名	開設地	開設時期	運営形態	投資額	敷地面積	店舗面積	駐車台数	直近売上	直近客数	従業員数
1	海の厨	光市	H32/11	民設民営	5億円 (土地42百万円)	4,200㎡	1階小売1,320㎡ 2階飲食1,089㎡	38台	319百万円	246千人	9人
2	里の厨	光市	H23/7	公設民営 (指定管理)	3億円	4,272㎡	802㎡	40台?	254百万円 (H28年度)	223千人 (H28年度)	16人 内集荷5人
3	センザキッチン	長門市	H30/4グランドオープン	公設民営 (指定管理)	10億円	2.3ha	小売1,465㎡ 飲食902㎡	161台 (大型8台)	4.5億円 (4~8月)	50万人 (4~8月)	35人
4	萩しーまーと	萩市	H12	民設民営	5億円	8,400㎡	1,850㎡	260台 (大型10台)	9億円 (卸1億円)	130万人	19人
5	ソレーネ周南	周南市	H26/5	公設民営 (指定管理)	25億円	2.5ha	1,500㎡	167台 (大型42台)	6.8億円 (初年度)	94.7万人 (初年度)	28人

#### 4. 設備投資計画

##### (1) 設備投資計画

項目	内訳	金額
土地取得	光市室積二丁目 445 番 20 の光市栽培漁業センター部分を除いた 4,200 m <sup>2</sup> (1,272 坪) 譲渡価格：周辺取引価格 6 万円/坪×0.5 (準工業地域、広大地 @3 万円×1,272 坪=3,818 万円、諸費用 10%、計 4,200 万円 ※取得にあたっては、当該地の海水による浸食や液状化による リスクを確認する。	4,200 万円
販売拠点施設 建築費用	1 階 400 坪、2 階 330 坪、合計 730 坪 坪当たり建設費用 55 万円 (商業施設の施工単価が坪 55 万 6000 円：2009 年 9 月期、日経アーキテクチャ) @55 万円×730 坪=40,150 万円	40,150 万円
市内業者加工 施設建築費用	1 階 150 坪 (上記坪単価流用) @55 万円×150 坪=8,250 万円	8,250 万円
	合計	52,600 万円

##### (2) 資金調達計画

項目	内訳	金額
調達額	土地・建築費 5.3 億円+運転資金 0.7 億円=6 億円	60,000 万円
調達内訳	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 資本金 1,000 万円</li> <li>・ テナント敷金 500 万円 (10 店舗の場合)</li> <li>・ 補助金等 4,000 万円</li> <li>・ クラウドファンディング：出資金に応じて商品送付 500 万円</li> <li>・ 社債 (10 年後一括償還) 20,000 万円</li> <li>・ 融資 30,000 万円</li> </ul>	60,000 万円

拠点施設のハード (土地・建物) 資金は金融機関、運転資金は「購入型」「寄付型」のクラウドファンディングで調達。以下の補助金等で利用できるものは利用する。

##### (3) 利用可能な補助金や税制支援等

※以下の記載内容は、平成 30 年 9 月時点の情報で、国や自治体の予算等により、廃止や条件等が変更となる可能性がある。

① 農林水産業みらいプロジェクト（農林水産業みらい基金）

事業目的	創意工夫にあふれた取組みで、直面する課題の克服にチャレンジしている地域の農林水産業者へのあと一歩の後押しを通じて、農林水産業と食と地域の暮らしの発展に貢献する。今後に向けてのモデルとなり得る事業を採択する。
補助内容	原則として、継続する事業活動にかかる直接的事業経費のうち、当基金が認める事業期間内（最長3年（※））に支出する直接的事業経費の9割以下を助成する。申請時期：毎年6月中旬～7月末（H29年採択件数9件）
対応方針	2020年に新設する「山口県海藻養殖・加工事業協同組合」が、「農林水産業みらい基金」に応募する。

② 総務省の地域経済循環創造事業交付金

事業概要	交付申請に対して、外部有識者による申請内容の評価を行い、H30年度4事業（4団体）、66百万円を交付決定した。（地方費39百万円と合わせて交付額は105百万円を予定。申請時期：随時
補助内容	地域金融機関から融資を受けて事業化に取り組む民間事業者が、事業化段階で必要となる初期投資費用について、都道府県又は市町村が助成を行う場合に国が支援。（原則、公費による交付額の1/2）
対応方針	交付金につき光市との事業内容等の協議による。

③ 経済産業省：ものづくり補助金

事業概要	国際的な経済社会情勢の変化に対応し、足腰の強い経済を構築するため、生産性向上に資する革新的サービス開発・試作品開発・生産プロセスの改善を行うための中小企業・相規模事業者の設備投資の一部を支援する。
補助内容	補助上限額1,000万円（補助率1/2：経営革新計画か先端設備導入計画の承認企業は2/3）申請時期：H30年2月末～4月末（県内採択件数約100件）
対応方針	公募が実施された場合、必要な設備を申請する。

④ 経済産業省：省エネルギー投資促進に向けた支援補助金

事業概要	工場・事業場、住宅、ビルにおける省エネ関連投資を促進することで、エネルギー消費効率の改善を促し、徹底した省エネを推進する。
補助内容	工場・事業場単位での省エネルギー設備導入事業 1/4以内、1/3以内、1/2以内（補助限度額は経済産業省と協議）

	申請時期：一定期間の公募により実施する。
対応方針	加工施設、販売拠点施設を新設する場合、設計業者を通して申請する。

⑤ 経済産業省：持続化補助金

事業概要	経営計画に基づいて実施する販路開拓等の取り組みに対し、原則50万円を上限に補助金（補助率2/3）を出す。
補助条件等	小規模事業者（卸売業・小売業：常時使用する従業員の数5人以下）が対象、商工会議所経由の申請となる。 申請時期：H30年3月中旬～5月中旬（全国採択件数2万件弱）
対応方針	入居予定のテナントは、光商工会議所の支援を受け設備等を申請する。

⑥ 地域経済牽引事業計画

事業概要	地域経済牽引事業の促進による地域の成長発展の基盤強化に関する法律（平成29年法律第47号）（以下「地域未来投資促進法」という。）に基づく地域経済牽引事業計画の承認を受けた事業者が2者以上（少なくとも1者は中小企業者）で連携して、同計画の実施に必要な戦略分野での設備投資を行う場合に、初年度の設備投資に補助することにより、地域における経済活動を牽引する事業を促進し、もって地域経済の活性化を図ることを目的とする。
支援内容：補助金 課税の特例	中小企業者：補助対象経費の3分の1以内（非中小企業者4分の1以内） 機械装置・器具備品：特別償却40%、税額控除4% 建物・附属設備・構築物：〃 20%、〃 2%
対応方針	市内業者及び新設する株式会社海の厨が申請する。

⑦ 農水省の6次産業化総合化事業計画

事業概要	六次産業化・地産地消費に基づく「総合化事業計画」及び「研究開発・成果利用事業計画」の申請・認定企業が対象となる。
補助内容	加工施設の整備などハード支援・新商品の開発などソフト支援 交付率：3/10以内（うち、中山間地（農業）及び市町村戦略に基づく取組については1/2以内）、交付金上限額：1億円
対応方針	ニューフィッシャーの意向による

⑧ やまぐち 6 次産業化・農商工連携推進事業（山口県）

事業概要	農林漁業者による 6 次産業化や中小企業者と連携した農商工連携を一体的に取組み、国制度や県独自の支援制度等により、県産農林水産物を活かした、魅力ある新商品の開発や販路開拓に向けた商品力向上を積極的に推進する。			
補助内容	事業メニュー	対象事業費	補助率	支援内容
	新商品開発	100～500 万円	1/3	商品試作、パッケージ開発等
	施設整備	300～2,000 万円	3/10	加工製造施設及び機器
対応方針	粉体加工品の商品開発及び施設の建物部分を申請する。			

⑨ 観光庁、DMO（観光と漁業を活性化する街づくり会社）社会資本整備総合交付金

事業概要	地方公共団体が作成した社会資本総合整備計画に基づき、政策目的実現のための基幹的な社会資本整備事業のほか、関連する社会資本整備事業（ソフト & ハード事業）等を総合的・一体的に支援。
対象事業	①観光拠点情報・交流施設、観光案内所 ②トイレ洋式化 ③多様な宗教・生活環境への対応力の強化 補助率：1/3
対応方針	交付金につき光市との事業内容等の協議による。

⑩ 国交省の道の駅に関する補助金

事業概要	道の駅のトイレ及び情報発信施設
補助内容	土地を含み国交省が整備する
対応方針	道の駅に登録するかどうかを含め未定

⑪ 経営力向上計画、先端設備導入計画

事業概要	企業が設備投資時に両計画を国及び自治体に申請する。
補助内容	固定資産税が 3 年間免除
対応方針	各社が逐次申請する。

(4) 販売拠点施設の事業計画

① 初年度収支計画

各勘定科目金額の根拠は記載のとおり。20,000千円の減価償却費から7,000千円の営業損失、2,000千円の金利負担が加わり9,000千円の当期損失となるが11百万円のキャッシュフロー確保が見込める。

開店初年度損益計画書

(単位:千円・%)

項目	No	初年度(12ヶ月)		根拠等		
		金額	構成比			
売 上 高	純売上高	51	118,000	92.4	792人×959円×50%=380千円/日→×310日営業→1.18億円	
	テナント家賃収入	52	9,720	7.6	10店舗:810千円/月→12月→9,720千円	
		54		0.0		
	計(51~53)-54	55	127,720	100.0		
	上 原 価	期首製品・商品棚卸高	56		0.0	
		当期商品仕入高	57	89,700	70.2	直売所販売手数料及び仕入粗利38,200千円から逆算
期末製品・商品棚卸高		59		0.0		
計(56+57+58)-59		60	89,700	70.2		
	総利益(55-60)	61	38,020	29.8		
営 業 利 益	役員報酬	62		0.0	なし	
	給料手当・賞与・退職金・雑給	63	15,516	12.1	駅長4,800千円、副駅長3,600千円 総務・経理パート800円/h×1人×6h×26日=125千円/月 作業パート850円/h×3人×9h×26日=596千円/月	
	福利厚生費・購費	64	1,552	1.2	パート割合を勘案し給与支給額の10%とした。	
	支払手数料	65	60	0.0	月5千円とした。	
	通信費	66	120	0.1	月10千円とした。	
	車両費・燃料費	67	360	0.3	月30千円とした。	
	事務用品・消耗品費	68	120	0.1	月10千円とした。	
	水道光熱費	69	2,874	2.3	H27年中小企業の財務諸表「飲食料点小売業」の売上比率×1.5	
	接待交際費	70		0.0		
	荷造り運賃	71		0.0		
	減価償却費	72	20,000	15.7	建築費4億円を20年均等償却とした。	
	租税公課	73	511	0.4	H27年中小企業の財務諸表「飲食料点小売業」の売上比率	
	修繕費	74		0.0		
	旅費交通費	75		0.0		
	賃借料	76	120	0.1	月10千円とした。	
	地代家賃	77	2,124	1.7	店舗敷地3,180㎡分31,800千円を15年(180回)払い、177千円/月	
	広告宣伝費	78	766	0.6	H27年中小企業の財務諸表「飲食料点小売業」の売上比率	
	保険料	79	240	0.2	月20千円とした。	
	会議調査費	80		0.0		
	業務委託料	81		0.0		
雑費・その他営業経費	82	480	0.4	月40千円とした。		
	計(62~82)	83	44,843	35.1	-	
	営業利益(61-83)	84	-6,823	-5.3	-	
営業外 収益	受取利息	85		0.0		
	雑収入	86		0.0		
営業外 費用	支払利息・割引料	87	2,000	1.6	借入金2億円、利息1%とした。	
	雑支出	88		0.0		
	経常利益(84+85+86-87-88)	89	-8,823	-6.9		
特別 利益	特別利益	90		0.0		
	特別損失	91		0.0		
	税引前当期利益(89+90-91)	92	-8,823	-6.9		
	法人税、住民税	93	70	0.1	均等割り	
	当期利益(92-93)	94	-8,893	-7.0		
	フリーキャッシュフロー(72+94)	95	11,108		借入金返済財源	

○: 変動費



<初年度収支計画>に対する収益力強化策

開始初年度は償却負担から当期損失となる。この原因は里の厨と違って民設民営による建物や設備の償却負担、資金調達に伴う金利負担が生じること。もう一点は里の厨も共通であるが、地場の農産品直売の手数料が15%と低いことから、総利益率を押し下げる結果となっている。(テナント家賃収入を除いた売上高総利益率は24%、センザキッチンでも課題として指摘されている。)

手数料に関しては、他の直売所とのバランスや地域貢献の意味合いもあることから、2年目以降に知名度向上や集客・売上増加に向けた以下の収益力強化策を実行することで、3年後に黒字化、5年後3%の営業利益率を実現する。

【収益力強化策】

直売所	<ul style="list-style-type: none"> <li>品揃えを地元産品（県東部）に絞り、食品スーパーと差別化。</li> <li>毎週1回漁協と共同で「室積マルシェ朝市」を開催、規格外品等の詰め放題・箱売りを実施。</li> <li>地元主婦と連携し惣菜強化。地元産品を使った海の厨弁当、海賊弁当、室積駅弁を開発、供給する。</li> </ul>
テナント	<ul style="list-style-type: none"> <li>漁協：朝絞め鮮魚</li> </ul>
イベント	<ul style="list-style-type: none"> <li>毎週土曜日の8時～、漁協・室積マルシェ朝市（詰め放題、箱売り）を開催。</li> <li>海商通り全体の知名度・集客力を高めるため、室積商店会と共同でスタンプツアーを実施。</li> </ul>
地域商社	<ul style="list-style-type: none"> <li>ふるさと納税商品企画・開発：光特産品頒布会：全国初の頒布会（寄付6万円で1回4,000円相当の商品やサービス（墓参り）を年間12回配達・提供。</li> <li>上記商品からチョイスし、中元、歳暮商品として販売する。</li> <li>地元商品を都市部の百貨店や高質スーパーに卸販売。</li> </ul>
観光プロデュース	<ul style="list-style-type: none"> <li>室積散策ツアーセット：海の厨をスタートに、ボルタリングや食事、お土産品を3,000円で販売。</li> </ul>

(5) 5ヶ年事業計画等

販売拠点施設の5ヶ年事業計画及び財務計画は、通常初年度収支計画をベースに作成するが、現時点では土地の売買価格、施設規模が確定していないことから、確定した以降に作成することとする。

(6) 事業実施スケジュール

平成30年10月以降、施設整備等へ向けたスケジュールは以下のとおり。

No	実施時期	実施項目	備考
1	H30年10月	室積商店会役員会でアンケート調査結果、事業内容を説明、協力を依頼。 「光レンチョウ」ブランド化等のプロジェクト開始	月1回のペース
2	H30年11月	光市及び各関係者に調査結果報告書（案）を提供。 意見を求め実現に向けた行動を進める。	
3	H31年7月	土地取得、加工場建設開始 H32/1 竣工	
4	土地取得決定後	室積商店会「海の厨検討プロジェクト」発足	月1回のペース
5	〃	DMO 設立。拠点施設運営計画等策定	
6	約1.5年後	拠点施設建設開始、H32/11月竣工・オープン	

## おわりに

地方創生がめざすものは、地方への新たな人の流れをつくり、「まち」に活力を取り戻し、安心して生活でき、子どもを産み育てられる社会環境を形成することです。じっとしていると、地域経済は少子・高齢化から人口減少、経済縮小へと負のスパイラルへ落ち込んでしまいます。

まちの活性化は容易ではありません。行政も頑張っていますが、そこで暮らし・生活・活動する住民や企業・学校など、すべての人が知恵と汗を持ち寄って、これまでできなかったことを実現するため、行動を起こさなければなりません。

あるべき姿を語ることは誰でもできますが、現状を変えようと行動すると、そこで生活や活動している多くの個人や組織、制度と摩擦が生じます。そして、その原因を把握し、解決策を引き出していくには、多くの関係者と語り、理解し、説得する粘り強い行動が求められます。それは経済ベースに乗るものではありませんが、生まれ育った地域、愛する地域を子や孫に残すためには、誰かがやらなければならないことです。

我々中小企業診断士は、中小企業の現場で経済合理性・生産性向上のため、人・物・金・情報等を高度化し経済的成果を上げることに注力します。今回調査・研究した水産業は、海や気象といった人間がコントロールできない外部環境要因の割合が大きく、漁獲量や単価が日々変動し、時化ると漁に出れず売上がない日々が続く過酷な業界でした。

こうした水産業界の外部環境変化に、地域をあげて迅速・果敢に挑戦することで、長期的に安定した利益確保を支援することが我々に求められる役割です。本調査・研究事業では、中小企業診断士が持つ専門知識を発揮し、地元漁業者や中小企業経営者、行政にまちづくり・地域活性化に向け提言することができました。提言は実現されなければ意味がありません。引き続き、提言の実現に向け粘り強く取り組んでいきます。本調査結果が、全国で活躍される中小企業診断士各位や金融機関・中小企業支援機関・行政の皆様役に役立つことができれば幸いです。

最後に、本調査・研究事業に快くご協力をいただいた、光市や山口県漁協光支店、光商工会議所、室積商店会、山口銀行室積支店の皆様に、心からお礼申し上げます。また、本事業に参加された診断士各位の真摯な活動に、心から謝意を表すと共に、診断技法の一層のブラッシュアップに努めていく所存です。

平成 31 年 2 月 (一般社団法人) 山口県中小企業診断協会会員

中小企業診断士 土井 一海 中小企業診断士 中田 哲也

中小企業診断士 伊藤 勝彦 中小企業診断士 谷口 修

## 参考資料

### 1. 光市水産業実態調査

#### (1) アンケート調査票

「【漁協の皆様】」

## 光市の水産資源を活かしたまちづくりに関する アンケート調査ご協力をお願い

平成 30 年 8 月 22 日  
(一社) 山口県中小企業診断協会  
光市のまちづくりに関する調査・研究委員会  
代表 谷口 修

近年、漁業資源の減少や魚価の低迷に加え、漁業者の高齢化と後継者不足から、光市においても水産業を取り巻く環境は厳しくなっています。その一方で漁師を目指すニューフィッシャーの増加や室積地区に飲食店の開業が増加傾向となっています。

こうした状況を受け、室積地区の活性化に向け、水産資源を活かしたまちづくりの可能性を調査するため、漁協や水産加工や商業・サービス業を営む中小企業、まちづくりグループの皆さまにアンケートや訪問調査を行うこととしました。

その結果を踏まえ、漁業生産・加工・販売流通を一体化した拠点施設の開設に関する事業の可能性、隣接した室積海商通りを含めた地域全体のまちづくりに向けた提言をとりまとめることとしました。

つきましては、山口県漁協光支店のご協力とご理解の下、アンケート調査を実施させていただくこととし、本アンケート調査票を配布させていただきました。

ご多忙な折、誠に恐縮ですが、別紙の「光市水産業の実態に関するアンケート調査票」に、ご回答いただき、

**平成 30 年 9 月 9 日 (日) 中に、「回答用紙のみ」1 枚を FAX してください。**

ご回答いただきました内容は、すべて統計処理するとともに、調査目的以外に使用することはありません。お忙しいところ誠に恐縮ですが、調査の趣旨をご理解いただき、ご協力をお願いいたします。また、本調査に関するお問い合わせは、以下までお願い致します。

連絡先	電話番号：0833-74-0128	FAX 番号：0833-72-1161
担当者	山口県中小企業診断協会 担当：谷口 修	

〔裏面が回答用紙です〕

**光市水産業の実態に関するアンケート調査票 回答用紙**

【回答者の属性及び経営状況について、該当する項目を○で囲んでください】

No.	質問	回答
1	経営者の年代	①39歳以下 ②40歳～59歳 ③60歳以上
2	現在の従業員数等	①0人 ②( )人 →内、家族従事者数( )人
3	後継者の状況	①後継者がいる ②後継者がいないが承継したい ③自分の代で廃業する
4	水揚げした魚貝類別売上割合	①ハモ(%) ②レンチョー(%) ③鯛(%) ④タコ(%) ⑤ウニ・サザエ・アワビ(%) ⑥ヒジキ(%) ⑦アカモク(%) ⑧その他( )
5	水揚げした魚貝類の加工・販売商品別年間売上	①ツンコ干し(年間約 万円) ②生ウニむぎ身(年間約 万円) ③ヒジキポイル(年間約 万円 ④その他: (年間約 万円)
5	現在の経営状況	①順調 ②普通 ③厳しい ④非常に厳しい
6	過去2～3年間の売上傾向	①増加 ②横ばい ③減少
7	〃 利益傾向	①増加 ②横ばい ③減少
8	今後の売上見込み	①増加 ②横ばい ③減少
9	〃 利益見込み	①増加 ②横ばい ③減少
10	主な販売地域の売上割合	①漁協(%) ②その他(%) 合計が100%

【経営課題等に関する質問】

No.	質問	回答
11	現在直面している経営上の問題点を2つ選んでください。	①水揚げ量の減少 ②魚価の低迷・上昇難 ③魚離れによる需要の減少 ④燃料や資材の値上がり ⑤船舶や設備の老朽化 ⑥同業者の増加 ⑦大企業の進出による競争の激化 ⑧海洋汚染や地球温暖化等の環境問題 ⑨事業資金の借入難 ⑩その他( )
12	経営上の問題点を選んだ理由を具体的にお書きください。	
13	その他で経営上の気になる点を1つ選んでください。	①赤字体質 ②資金繰り ③税金 ④衛生及び環境問題 ⑤地域活性化 ⑥新事業展開 ⑦6次産業化 ⑧その他( )
14	加工等6次産業化の取組み	①取り組んでいる ②取り組んでいない
15	今後の6次産業化の取組み	①新たに取組みむ ②現状より強化する ③取組まない
16	どのように取組まれるか具体的にお書きください。	
17	室積地区のまちづくりの方向性を2つ選んでください。	①人口減少・高齢化への対応 ②自然環境の保全 ③地域経済の活性化・雇用創出 ④観光の振興(魅力ある観光地づくり) ⑤農林水産業の振興 ⑥伝統文化の保存・活用 ⑦安全安心の確保(消防、防犯、交通安全) ⑧その他( )
18	室積地区のまちづくりに必要と思うものを2つ選んでください。	①地域の連帯や支え合い ②子どもが健やかに育つ環境整備 ③高齢者が生きがいを持ち暮らせる ④医療機関や食品スーパーの誘致 ⑤道の駅等の観光施設誘致 ⑥公園や遊具の整備 ⑦道路の整備 ⑧その他( )
19	室積地区のまちづくりに関する内容を自由にお書きください。	

## (2) 単純集計表

## 1. 経営者の年代 (SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	39歳以下	2	25	25
2	40歳～59歳	2	25	25
3	60歳以上	4	50	50
	サンプル数(%ベース)	8	100	8

## 2-1. 従業員 (SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	いない	3	37.5	37.5
2	いる	5	62.5	62.5
	サンプル数(%ベース)	8	100	8

## 2-2. 従業員数 (数量)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	1人	2	25	50
2	2人以上	2	25	50
	不明	4	50	
	サンプル数(%ベース)	8	100	4

## 2-3. 家族従事者数 (数量)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	0～9	4	50	100
2	10以上	0	0	0
	不明	4	50	
	サンプル数(%ベース)	8	100	4

## 3. 後継者の状況 (SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	後継者がいる	1	12.5	12.5
2	後継者がいないが承継したい	1	12.5	12.5
3	自分の代で廃業する	6	75	75
	サンプル数(%ベース)	8	100	8

## 4-①ハモ売上割合 (数量)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	0～99	1	12.5	100
2	100以上	0	0	0
	不明	7	87.5	
	サンプル数(%ベース)	8	100	1

## 4-②レンチョウ売上割合 (数量)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	30～39	1	12.5	25
2	40～49	1	12.5	25
3	50～59	0	0	0
4	60以上	2	25	50
	不明	4	50	
	サンプル数(%ベース)	8	100	4

## 4-③鯛売上割合 (数量)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	0～9	1	12.5	33.3
2	10～19	1	12.5	33.3
3	20～29	0	0	0
4	30～39	0	0	0
5	40以上	1	12.5	33.3
	不明	5	62.5	
	サンプル数(%ベース)	8	100	3

## 4-④タコ売上割合 (数量)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	0～19	1	12.5	33.3
2	20～39	0	0	0
3	40～59	1	12.5	33.3
4	60以上	1	12.5	33.3
	不明	5	62.5	
	サンプル数(%ベース)	8	100	3

## 4-⑤ウニ・サザエ・アワビ売上割合 (数量)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	0～99	2	25	100
2	100以上	0	0	0
	不明	6	75	
	サンプル数(%ベース)	8	100	2

## 4-⑥ヒジキ売上割合 (数量)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	0～9	1	12.5	100
2	10以上	0	0	0
	不明	7	87.5	
	サンプル数(%ベース)	8	100	1

## 4-⑦アカモク売上割合 (数量)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	0～1	1	12.5	50
2	2～3	0	0	0
3	4以上	1	12.5	50
	不明	6	75	
	サンプル数(%ベース)	8	100	2

## 4-⑧その他売上割合 (数量)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	0～19	1	12.5	33.3
2	20～39	0	0	0
3	40～59	1	12.5	33.3
4	60～79	0	0	0
5	80以上	1	12.5	33.3
	不明	5	62.5	
	サンプル数(%ベース)	8	100	3

## 4-①ツンコ干し売上金額 (数量)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	8.0～9.0	1	12.5	33.3
2	9.0～10.0	1	12.5	33.3
3	10.0～11.0	0	0	0
4	11.0～12.0	1	12.5	33.3
5	12.0以上	0	0	0
	不明	5	62.5	
	サンプル数(%ベース)	8	100	3

## 4-②生ウニむき身売上金額 (数量)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	30.0～40.0	1	12.5	50
2	40.0～50.0	1	12.5	50
3	50.0以上	0	0	0
	不明	6	75	
	サンプル数(%ベース)	8	100	2



4-③ヒジキボイル売上金額 (数量)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	0.0~0.1	0	0	-
2	0.1以上	0	0	-
	不明	8	100	
	サンプル数(%ベース)	8	100	0

4-④その他売上金額 (数量)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	0.0~0.1	1	12.5	100
2	0.1以上	0	0	0
	不明	7	87.5	
	サンプル数(%ベース)	8	100	1

5.現在の経営状況 (SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	順調	0	0	0
2	普通	2	25	25
3	厳しい	2	25	25
4	非常に厳しい	4	50	50
	サンプル数(%ベース)	8	100	8

6.過去2~3年間の売上傾向 (SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	増加	0	0	0
2	横ばい	2	25	25
3	減少	6	75	75
	サンプル数(%ベース)	8	100	8

7.過去2~3年間の利益傾向 (SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	増加	0	0	0
2	横ばい	2	25	25
3	減少	6	75	75
	サンプル数(%ベース)	8	100	8

8.今後の売上見込 (SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	増加	0	0	0
2	横ばい	2	25	25
3	減少	6	75	75
	サンプル数(%ベース)	8	100	8

9.今後の利益見込み (SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	増加	0	0	0
2	横ばい	2	25	25
3	減少	6	75	75
	サンプル数(%ベース)	8	100	8

10-①魚協売上割合 (数量)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	20~39	1	12.5	14.3
2	40~59	0	0	0
3	60~79	1	12.5	14.3
4	80~99	1	12.5	14.3
5	100以上	4	50	57.1
	不明	1	12.5	
	サンプル数(%ベース)	8	100	7

10-②その他売上割合 (数量)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	20~39	1	12.5	33.3
2	40~59	1	12.5	33.3
3	60以上	1	12.5	33.3
	不明	5	62.5	
	サンプル数(%ベース)	8	100	3

11.直面している経営上の問題点 (MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	魚価の低迷・上昇難	6	75	75
2	水揚げ量の減少	5	62.5	62.5
3	魚離れによる需要の減少	3	37.5	37.5
4	燃料や資材の値上がり	3	37.5	37.5
5	船舶や設備の老朽化	3	37.5	37.5
6	海洋汚染や地球温暖化等の環境問題	2	25	25
7	同業者の増加	0	0	0
8	大企業の進出による競争の激化	0	0	0
9	事業資金の借入難	0	0	0
10	その他	0	0	0
	サンプル数(%ベース)	8	100	8

13.経営上の気になる点 (SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	資金繰り	2	25	33.3
2	税金	2	25	33.3
3	赤字体質	1	12.5	16.7
4	地域活性化	1	12.5	16.7
5	衛生及び環境問題	0	0	0
6	新事業展開	0	0	0
7	6次産業化	0	0	0
8	その他	0	0	0
	不明	2	25	
	サンプル数(%ベース)	8	100	6

14..6次産業化の取組み (SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	取り組んでいる	2	25	28.6
2	取り組んでいない	5	62.5	71.4
	不明	1	12.5	
	サンプル数(%ベース)	8	100	7

15.今後の6次産業化の取組み (SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	新たに取り組む	1	12.5	14.3
2	現状より強化する	2	25	28.6
3	取り組まない	4	50	57.1
	不明	1	12.5	
	サンプル数(%ベース)	8	100	7

17..まちづくりの方向性 (MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	人口減少・高齢化への対応	6	75	75
2	地域経済の活性化・雇用創出	3	37.5	37.5
3	観光振興(魅力ある観光地づくり)	2	25	25
4	農林水産業の振興	1	12.5	12.5
5	伝統文化の保存・活用	1	12.5	12.5
6	自然環境の保全	0	0	0
7	安全安心の確保(消防、防犯、交通安全)	0	0	0
8	その他	0	0	0
	サンプル数(%ベース)	8	100	8

18.まちづくりの必要と思うもの (MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	医療機関や食品スーパーの誘致	4	50	66.7
2	道の駅等の観光施設誘致	3	37.5	50
3	子どもが健やかに育つ環境整備	1	12.5	16.7
4	道路の整備	1	12.5	16.7
5	地域の連帯や支え合い	0	0	0
6	高齢者が生きがいをもち暮らせる	0	0	0
7	公園や遊具の整備	0	0	0
8	その他	1	12.5	16.7
	不明	2	25	
	サンプル数(%ベース)	8	100	6

## 2. 室積地域産業実態調査

### (1) アンケート調査票

【室積商店会の皆様】

# 光市の水産資源を活かしたまちづくりに関する アンケート調査ご協力のお願い

平成 30 年 8 月 8 日  
(一社) 山口県中小企業診断協会  
光市のまちづくりに関する調査・研究委員会  
代表 谷口 修

近年、漁業資源の減少や魚価の低迷に加え、漁業者の高齢化と後継者不足から、光市においても水産業を取り巻く環境は厳しくなっています。その一方で漁師を目指すニューフィッシャーの増加や室積地区に飲食店の開業が増加傾向となっています。

こうした状況を受け、室積地区の活性化に向け、水産資源を活かしたまちづくりの可能性を調査するため、漁協や水産加工や商業・サービス業を営む中小企業、まちづくりグループの皆さまにアンケートや訪問調査を行うこととしました。

その結果を踏まえ、漁業生産・加工・販売流通を一体化した拠点施設の開設に関する事業の可能性、隣接した室積海商通りを含めた地域全体のまちづくりに向けた提言をとりまとめることとしました。

つきましては、室積商店会のご協力とご理解の下、アンケート調査を実施させていただくこととし、本アンケート調査票を配布させていただきました。

ご多忙な折、誠に恐縮ですが、別紙の「室積地域産業の実態に関するアンケート調査票」に、ご回答いただき、

**平成 30 年 9 月 9 日 (日) 中に、「回答用紙のみ」1 枚を FAX してください。**

ご回答いただきました内容は、すべて統計処理するとともに、調査目的以外に使用することはありません。お忙しいところ誠に恐縮ですが、調査の趣旨をご理解いただき、ご協力をお願いいたします。また、本調査に関するお問い合わせは、以下までお願い致します。

連絡先	電話番号：0833-74-0128	FAX 番号：0833-72-1161
担当者	山口県中小企業診断協会 担当：谷口 修	

〔裏面が回答用紙です〕

室積地域産業の実態に関するアンケート調査票 回答用紙

【回答者の属性及び経営状況について、該当する項目を○で囲んでください】

No.	質問	回答
1	経営されている主な業種	①建設業 ②製造業 ③卸売業 ④小売・飲食業 ⑤運輸・通信・不動産業 ⑥サービス業 ⑦その他 ( )
2	経営者の年代	①39歳以下 ②40歳～59歳 ③60歳以上
3	現在の従業員数	①0人 ②1～5人 ③6～9人 ④10～19人 ⑤20人以上
4	後継者の状況	①後継者がいる ②後継者がいないが承継したい ③自分の代で廃業する
5	現在の経営状況	①順調 ②普通 ③厳しい ④非常に厳しい
6	過去2～3年間の売上傾向	①増加 ②横ばい ③減少
7	利益傾向	①増加 ②横ばい ③減少
8	今後の売上見込み	①増加 ②横ばい ③減少
9	利益見込み	①増加 ②横ばい ③減少
10	主な販売地域の売上割合	①市内 ( %) ②市内を除く県内 ( %) ③県外 ( %) : 合計が100%

【経営課題等に関する質問】

No.	質問	回答
11	現在直面している経営上の問題点を2つ選んでください。	①購買力の他地域への流出 ②消費者ニーズの変化への対応 ③需要の減少 ④販売単価の低下・上昇難 ⑤店舗の狭隘・老朽化 ⑥駐車場の確保難 ⑦大企業の進出による競争の激化 ⑧同業者の進出 ⑨従業員の確保難 ⑩人件費の増加 ⑪仕入単価の上昇 ⑫仕入・人件費以外の経費の増加 ⑬代金回収の悪化 ⑭事業資金の借入難 ⑮金利負担の増加 ⑯その他 ( )
12	上記以外で経営上の気になる点を1つ選んでください。	①赤字体質 ②資金繰り ③税金 ④衛生及び環境問題 ⑤地域活性化 ⑥新事業展開 ⑦6次産業化 ⑧その他 ( )
13	今後の経営の方向性を1つ選んでください。	①現状を維持し経営を効率化 ②顧客のリピート率や販売数量増加 ③既存商品で新市場・販路開拓 ④新商品や新サービスの開発・展開 ⑤徹底した経費削減 ⑥経営を縮小し採算を合わせる ⑦その他 ( )
14	経営の方向性を選んだ理由を具体的にお書きください。	
15	室積地区のまちづくりの方向性を2つ選んでください。	①人口減少・高齢化への対応 ②自然環境の保全 ③地域経済の活性化・雇用創出 ④観光の振興(魅力ある観光地づくり) ⑤農林水産業の振興 ⑥伝統文化の保存・活用 ⑦安全安心の確保(消防、防犯、交通安全) ⑧その他 ( )
16	室積地区のまちづくりに必要と思うものを2つ選んでください。	①地域の連帯や支え合い ②子どもが健やかに育つ環境整備 ③高齢者が生きがいを持ち暮らせる ④医療機関や食品スーパーの誘致 ⑤道の駅等の観光施設誘致 ⑥公園や遊具の整備 ⑦道路の整備 ⑧その他 ( )
17	室積地区のまちづくりに関する内容を自由にお書きください。	

(2) 単純集計表

主な業種 (MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	小売・飲食業	18	66.7	66.7
2	サービス業	5	18.5	18.5
3	建設業	1	3.7	3.7
4	卸売業	1	3.7	3.7
5	製造業	0	0	0
6	運輸・通信・不動産業	0	0	0
7	その他	2	7.4	7.4
サンプル数(%ベース)		27	100	27

経営者の年代 (SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	39歳以下	0	0	0
2	40歳～59歳	10	37	37
3	60歳以上	17	63	63
サンプル数(%ベース)		27	100	27

従業員数 (SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	0人	4	14.8	14.8
2	1～5人	15	55.6	55.6
3	6～9人	5	18.5	18.5
4	10～19人	0	0	0
5	20人以上	3	11.1	11.1
サンプル数(%ベース)		27	100	27

後継者の状況 (SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	後継者がいる	8	29.6	30.8
2	後継者がいないが承継したい	7	25.9	26.9
3	自分の代で廃業する	11	40.7	42.3
	不明	1	3.7	
サンプル数(%ベース)		27	100	26

現在の経営状況 (SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	順調	2	7.4	7.4
2	普通	13	48.1	48.1
3	厳しい	12	44.4	44.4
4	非常に厳しい	0	0	0
サンプル数(%ベース)		27	100	27

過去2～3年間の売上傾向 (SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	増加	0	0	0
2	横ばい	16	59.3	59.3
3	減少	11	40.7	40.7
サンプル数(%ベース)		27	100	27

過去2～3年間の利益傾向 (SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	増加	1	3.7	3.7
2	横ばい	14	51.9	51.9
3	減少	12	44.4	44.4
サンプル数(%ベース)		27	100	27

今後の売上見込み (SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	増加	1	3.7	3.7
2	横ばい	14	51.9	51.9
3	減少	12	44.4	44.4
サンプル数(%ベース)		27	100	27

9今後の利益見込み (SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	増加	1	3.7	3.7
2	横ばい	13	48.1	48.1
3	減少	13	48.1	48.1
サンプル数(%ベース)		27	100	27

1 主な販売地域の売上割合【市内】 (数量)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	20～39	3	11.1	13.6
2	40～59	3	11.1	13.6
3	60～79	2	7.4	9.1
4	80～99	8	29.6	36.4
5	100以上	6	22.2	27.3
	不明	5	18.5	
サンプル数(%ベース)		27	100	22

主な販売地域の売上割合【市内を除く県内】

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	0～9	5	18.5	29.4
2	10～19	2	7.4	11.8
3	20～29	2	7.4	11.8
4	30～39	3	11.1	17.6
5	40～49	0	0	0
6	50～59	3	11.1	17.6
7	60～69	0	0	0
8	70以上	2	7.4	11.8
	不明	10	37	
サンプル数(%ベース)		27	100	17

主な販売地域の売上割合【県外】 (数量)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	0～9	5	18.5	62.5
2	10～19	2	7.4	25
3	20～29	0	0	0
4	30～39	0	0	0
5	40～49	0	0	0
6	50以上	1	3.7	12.5
	不明	19	70.4	
サンプル数(%ベース)		27	100	8

経営上の問題点 (MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	消費者ニーズの変化への対応	11	40.7	40.7
2	需要の減少	11	40.7	40.7
3	購買力の他地域への流出	7	25.9	25.9
4	店舗の狭隘・老朽化	4	14.8	14.8
5	販売単価の低下・上昇難	2	7.4	7.4
6	従業員の確保難	2	7.4	7.4
7	人件費の増加	2	7.4	7.4
8	仕入単価の上昇	2	7.4	7.4
9	駐車場の確保難	1	3.7	3.7
10	同業者の進出	1	3.7	3.7
11	仕入・人件費以外の経費の増加	1	3.7	3.7
12	大企業の進出による競争の激化	0	0	0
13	代金回収の悪化	0	0	0
14	事業資金の借入難	0	0	0
15	金利負担の増加	0	0	0
16	その他	5	18.5	18.5
	サンプル数(%ベース)	27	100	27

経営上の気になる点 (MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	地域活性化	16	59.3	64
2	新事業展開	5	18.5	20
3	税金	3	11.1	12
4	赤字体質	2	7.4	8
5	資金繰り	2	7.4	8
6	衛生及び環境問題	0	0	0
7	6次産業化	0	0	0
8	その他	0	0	0
	不明	2	7.4	
	サンプル数(%ベース)	27	100	25

今後の経営の方向性 (SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	新商品や新サービスの開発・展開	8	29.6	32
2	現状を維持し経営を効率化	6	22.2	24
3	顧客のリピート率や販売数量増加	5	18.5	20
4	徹底した経費削減	2	7.4	8
5	経営を縮小し採算を合わせる	2	7.4	8
6	既存商品で新市場・販路開拓	1	3.7	4
7	その他	1	3.7	4
	不明	2	7.4	
	サンプル数(%ベース)	27	100	25

まちづくりの方向性 (MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	人口減少・高齢化への対応	17	63	63
2	地域経済の活性化・雇用創出	10	37	37
3	観光振興(魅力ある観光地づくり)	8	29.6	29.6
4	農林水産業の振興	8	29.6	29.6
5	伝統文化の保存・活用	5	18.5	18.5
6	自然環境の保全	2	7.4	7.4
7	安全安心の確保(消防、防犯、交)	0	0	0
8	その他	1	3.7	3.7
	サンプル数(%ベース)	27	100	27

まちづくりに必要と思うもの (MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	地域の連帯や支え合い	14	51.9	53.8
2	高齢者が生きがいをもち暮らせる	10	37	38.5
3	道の駅等の観光施設誘致	9	33.3	34.6
4	医療機関や食品スーパーの誘致	8	29.6	30.8
5	子どもが健やかに育つ環境整備	4	14.8	15.4
6	道路の整備	2	7.4	7.7
7	公園や遊具の整備	0	0	0
8	その他	0	0	0
	不明	1	3.7	
	サンプル数(%ベース)	27	100	26

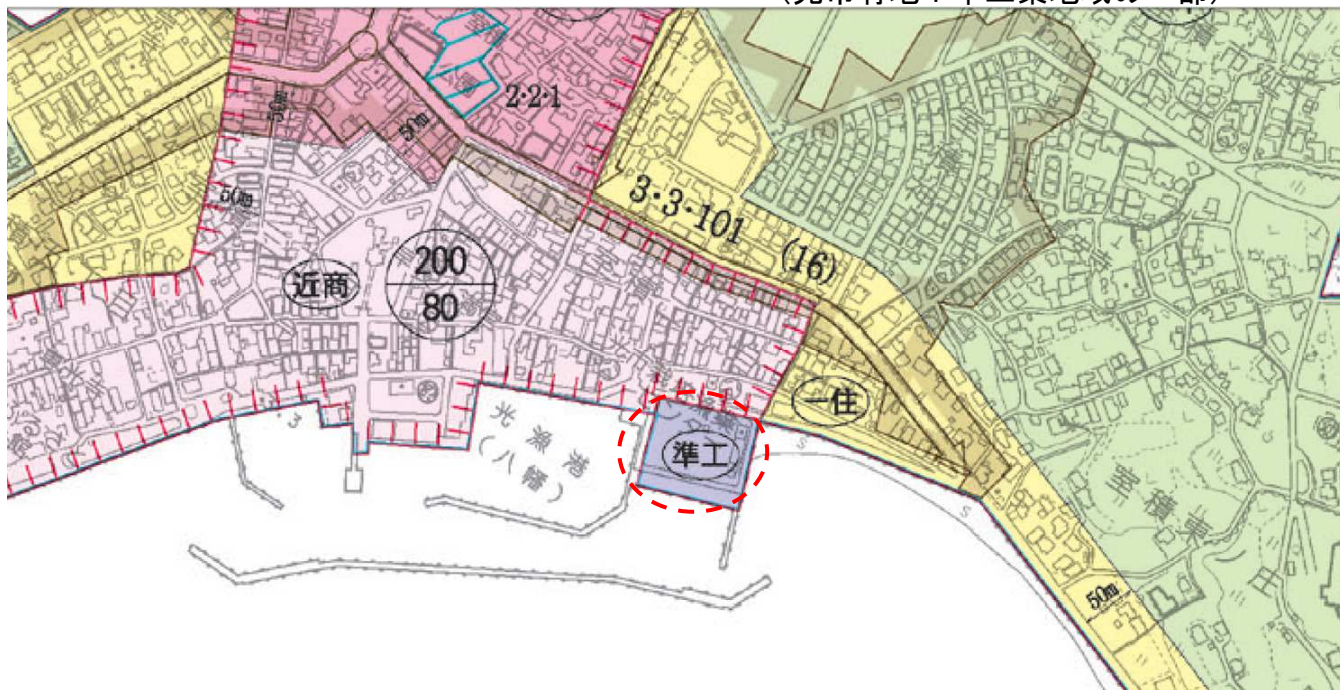


### 3. 拠点施設候補地

#### (1) 住所・地図

〒743-0007 山口県光市室積2丁目4-1 光市栽培漁業センター隣接地

(光市有地：準工業地域の一部)





(2) 登記情報

① 光市室積2丁目445-20不動産登記(土地全部事項)

2018/07/17 10:40 現在の情報です。

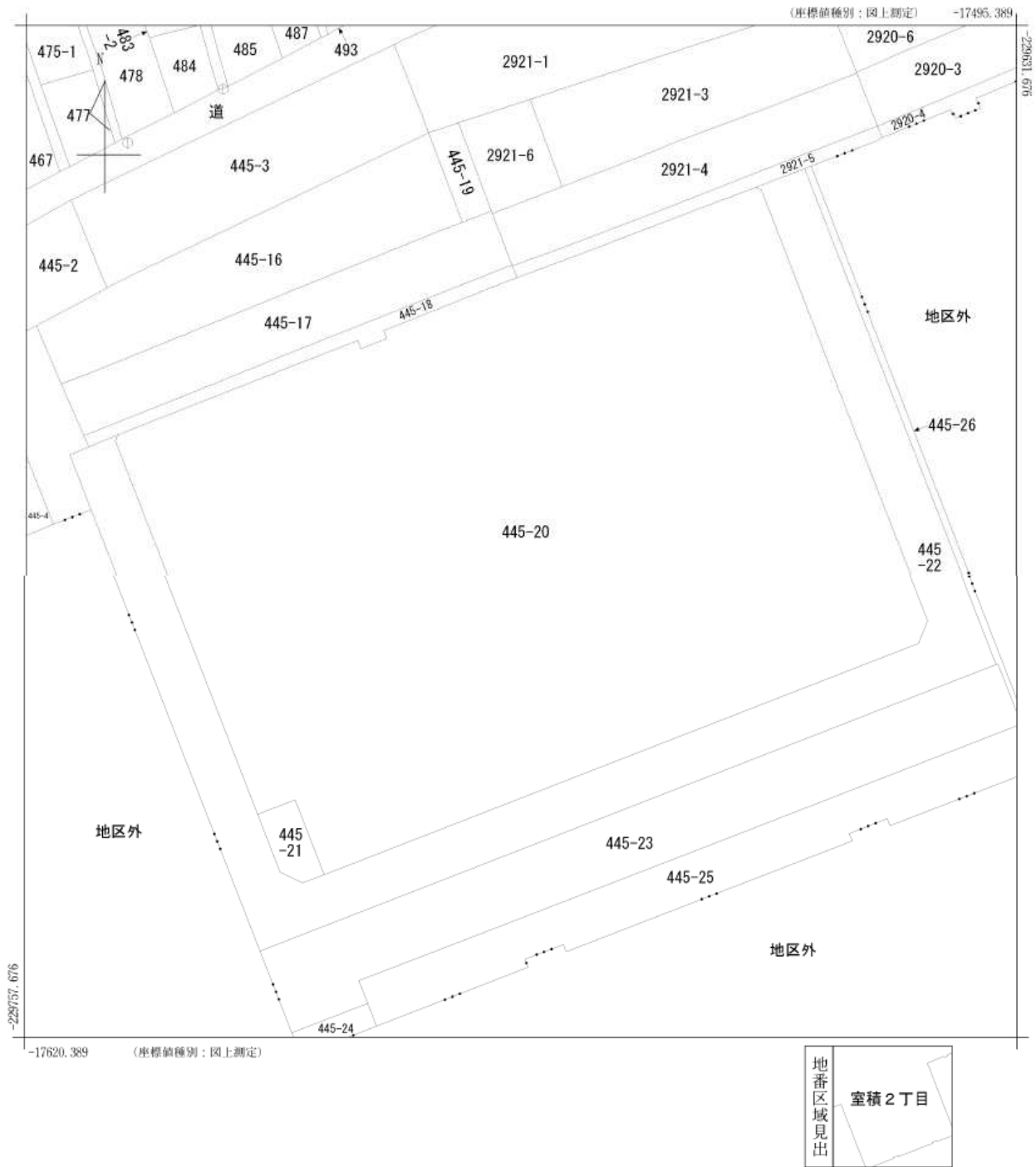
表題部 (土地の表示)		調製	平成16年4月7日	不動産番号	2501000648126
地図番号	(Q1)22-4	筆界特定	[余白]		
所在	光市室積2丁目			[余白]	
①地番	②地目	③地積	m <sup>2</sup>	原因及びその日付〔登記の日付〕	
445番20	雑種地	5180:		平成5年6月11日公有水面埋立 〔平成5年11月17日〕	
[余白]	[余白]	[余白]	:	昭和63年法務省令第37号附則第2条第2項 の規定により移記 平成16年4月7日	
			:		
			:		

権利部(甲区) (所有権に関する事項)			
順位番号	登記の目的	受付年月日・受付番号	権利者その他の事項
1	所有権保存	平成5年11月22日 第8285号	所有者 光市 順位1番の登記を移記
	[余白]	[余白]	昭和63年法務省令第37号附則第2条第2項 の規定により移記 平成16年4月7日

\* 下線のあるものは抹消事項であることを示す。

② 光市室積2丁目445-20不動産登記(地図) 2018071700275806

表示年月日: 2018/07/17



請求部	所在	光市室積二丁目				地番	445番20			
出力縮	1/500	精度区分	座標系番号又は記号	Ⅲ	分類	地図(法第14条第1項)		種類	地籍図	
作成年月日	昭和43年12月			備付年月日(原図)	昭和55年4月1日		補記事項			

#### 4. 視察施設のパフレット

##### (1) センザキッチン



## 食べる

ここは、仙崎のキッチンです。

「食べる」が豊富に集まっています。

「センザキッチン」は、お越しになれる全ての方の台所です。すぐそばの日本海からは、新鮮な魚介類が運ばれてきます。地元の畑からは、とれたての野菜が集まってきます。養鶏場からは、名物の鶏肉が運ばれてきます。そんな心をこめて育てられた最高の素材を、直売所で新鮮なまま販売しています。また「センザキッチン」の飲食店では、それらの素材を吟味し、地域の伝統や文化を活かした方法で調理し、仙崎の味を多くの方へ届けます。



## つなぐ

ここは人が集まり、絆を深くする場所。

旬の情報を調理する場所。

ダイニングの役割を持つここは、美味しい食事を味わうだけでなく、人と語り合い、共有しあい、より絆を深くする場所です。「センザキッチン」にある観光総合窓口「YUKUTE」では、すべてのゲストと「観光」「食」「温泉」「体験」を通してご満足いただける最適な「ゆくさき(ゆくて)」をつなぎます。



連絡先 / 0837-26-0708  
営業時間 / 9:00-18:00





(2) 萩しーまーと

## 山口県豊魚祭

「森・川・海 自然の恵み いつまでも」

9:30～ 式典行事  
 ・ポスター優秀作品の表彰  
 ・森・川・海の幸交換

10:00～ 放流行事  
 キジハタトラフグ等の  
 稚魚放流

主催：山口県漁業実行委員会  
 共催：山口県漁業協同組合、山口県、萩市、山口県内水面漁業協同組合連合会、山口県森林組合連合会、(公社)山口県栽培漁業公社、山口県漁業信用基金協会、全国合同漁業共済組合山口県事務所、全国共済水産業協同組合連合会山口県事務所、日本漁船保険組合山口県支所、(公社)全国豊かな海づくり推進協会

お問い合わせ：山口県漁業協同組合本店指導課  
 TEL 083-231-2212

---

### アトラクション (ステージ)

9:30～ 開会式 (山口県豊魚祭と合同開催)  
 10:15～ もちまき  
 11:00～ 郷土芸能披露  
 13:00～ フラメンコショー  
 13:30～ 麻薬探知犬  
 デモンストラーション  
 14:00～ よさこい踊り  
 15:00～ 閉会あいさつ  
 もちまき (くじ付き)

---

### 販売・イベント

9:30～ 水産加工品等の即売コーナー  
 漁協女性部コーナー  
 世界遺産・萩ジオパークPRコーナー  
 協会けんぼコーナー  
 出張認知症カフェ  
 漁青連コーナー  
 ポスター優秀作品展示  
 水産研究センターコーナー

10:30～ 萩産鮮魚の即売  
 活いか販売

10:30～ 萩の地魚フェア  
 「はぎなみ」体験航海

11:00～ トラックと綱引き  
 タイムトライアル

12:00～ 魚のつかみ取り

13:00～ 「はぎなみ」一般公開  
 萩のブランド魚無料試食



2019 明治維新 150th ANNIVERSARY HAGI

# 萩・魚まつり

## 第二十三回

「平成三十年度 山口県豊魚祭」合同開催

先着10チーム

**トラックと綱引き  
タイムトライアル**

小学生以下5名1組  
11:00～

**萩の地魚フェア**  
金太郎の握り寿司  
無料試食  
10:30～

元香300名様

**萩のブランド魚**  
無料試食  
アジとイカの刺身  
無料試食  
13:00～

元香300名様

雨天決行

# 10/14 日

9:30～15:00

とこ 山口県漁協萩地方卸売市場 & 道の駅 萩しーまーと

主催/萩・魚まつり実行委員会 ● 共催/萩市、山口県漁業協同組合はぎ焼活支店 ● 協賛/萩海上保安署(一社)、山口県トラック協会萩支部  
 ● お問い合わせ/萩市水産課 TEL 0838-25-4195/山口県漁業協同組合はぎ焼活支店 TEL 0838-25-0231/道の駅 萩しーまーと TEL 0838-24-4937  
 ※海況等により実施内容は変更になることがあります。

**無料 魚のつかみ取り** 事前抽選 300名様

12:00～ 大物の魚をGETしよう!!

往復はがきにてお申込みください。  
 締切：平成30年9月25日(火) 必着

**記入方法**

往復はがきの表面 〒751-0000 萩市水産課内 魚のつかみ取り係 宛先住所を記入してください。 住所を間違いないでください。	往復はがきの裏面 〒751-0000 萩市水産課内 参加者氏名・年齢 ● 保護者 TEL (お電話してください) ● 住所(〒)市町 ● 参加費(お電話ください) (お電話ください)	往復はがきの裏面 〒751-0000 萩市水産課内 参加者氏名・年齢 ● 保護者 TEL (お電話してください) ● 住所(〒)市町 ● 参加費(お電話ください) (お電話ください)
--	---	---

**萩海上保安署巡視艇「はぎなみ」体験航海** 事前抽選 40名様

① 10:30～11:15 ② 11:30～12:15

・乗船時間はいずれも30分程度。  
 ・雨天等により中止となる場合があります。  
 往復はがきにてお申込みください。  
 締切：平成30年9月25日(火) 必着

**記入方法**

往復はがきの表面 〒751-0000 萩市水産課内 萩海上保安署巡視艇係 宛先住所を記入してください。 住所を間違いないでください。	往復はがきの裏面 〒751-0000 萩市水産課内 参加者氏名・年齢 ● 保護者 TEL (お電話してください) ● 住所(〒)市町 ● 参加費(お電話ください) (お電話ください)	往復はがきの裏面 〒751-0000 萩市水産課内 参加者氏名・年齢 ● 保護者 TEL (お電話してください) ● 住所(〒)市町 ● 参加費(お電話ください) (お電話ください)
--	---	---



(3) 潮騒市場

**7月**

# 天然のお魚を 潮彩市場で!

今月の美味しい瀬戸内の旬魚

**ハモ**

キス

**イベント情報**

日本の夏にはうなぎより更に栄養満点で、かつ低カロリーの魚類が水揚げされるのです。それが瀬戸内海名物のハモです! ハモには、豊富なビタミン&ミネラルとEPA・DHA、コボロイン酸などが含まれます。夏バテ防止に、ぜひお召し上がりください。

**1日 (日)**

## 毎月第一日曜日は旬魚の日

### “ハモの湯引き” 限定 50食

11:00~ 無料、無くなり次第終了

**8日 (日)**

### 旬魚が当たるガラポン抽選会

9:00~15:00

レシート1,000円毎に1回チャレンジ! (各先着300回)

①10:00~ ②12:00~ ③14:00~

**12日/26日 (木)**

### 旬魚の無料ふるまい!

11:00~ 数量限定、お1人様1食

**15日 (日)**

## 夏の幸せますフェスタ 2018

# 港まつり

第48回 潮彩フリーマーケット

同時開催 出店者様も随時募集中!

- ・カッターレース
- ・はしご車体験
- ・みなとサマーコンサート
- ・マツダ車展示

**29日 (日)**

## キッズの日

### お魚のめりえ大会 (景品有)

場所: 旧セリ場

小学生3年生以下 10:00~14:00

お申込みはお早目に!

## 「ハモ」のさばき方教室

22日 10:00 ~ (約2時間)

『骨切りマシン見学と湯引きの試食会』

参加費 無料 定員 6名 (要予約)

持ち物 長靴 エプロン

骨切り終了後のハモの身

毎週金土日祝は

## 地元野菜の朝市開催

10:00~

みなとオアシス三田 防府市水産総合交流施設

イベント内容は天候等の諸事情により、変更・中止となる場合がございます。予めご了承ください。

道の駅 **潮彩市場 防府**

〒747-0824 防府市新堀町(三田駅)2-3

TEL (0835) 28-2100 FAX (0835) 22-2621

E-mail: info@shiosai-hofu.jp

営業時間 1F 店舗販売/9:00~18:00 館内食品販売/9:00~18:00 毎週水曜日定休

ホームページもご覧ください。 <http://shiosai-hofu.jp/>

公式 LINE・facebook 旬の情報を GET しよう!

潮彩市場防府公認キャラクター **ハモレンジャー**

買って楽しい! 食べて美味しい! **テナント INFO** 充実の13店舗!

<p><b>1F</b></p> <p><b>緑物屋 岡虎</b></p> <p>鮮魚をはじめ、加工品やお土産、地元野菜などを対面形式で販売!</p> <p>ここでしか味わえないお魚ドーナツ・魚ロックなど各種揚げたてをご用意。土日限定の魚ロックパーティーやベーコンマヨロールも人気!</p> <p>TEL.0835-23-8383</p>	<p><b>温干物屋 みやび商店</b></p> <p>最新モデルの乾燥熟成乾燥機を設置した海産物屋。県内の港から漁れたての魚や珍しく他では見かけない干物も製造・販売しております!</p> <p>TEL.0835-23-8864</p>	<p><b>魚屋さかなやさん</b></p> <p>色々な魚の種類多く、安く、取り揃えております! 鮮魚が詰まった箱販売も人気! パーベキューにぴったりの貝類も充実しております!</p> <p>TEL.0835-25-3228</p>	<p><b>ぶちうまい・東</b></p> <p>10点盛り刺身盛合わせや、海鮮チラシ寿司、特大ウナギのかば焼き、惣菜各種をご用意。穴子の1本揚げは、名物の一品となっております!</p> <p>TEL.0835-26-5766</p>
<p><b>地域物産品 はじめ</b></p> <p>土産・野菜</p> <p>防府・山口のお土産をたくさん取り揃えております。新鮮な地元野菜・国産野菜も奥様に嬉しいお値段で販売!</p> <p>TEL.0835-27-5898</p>	<p><b>国近商店</b></p> <p>山口県内で水揚げされた、旬の時期に作った干物をはじめ天日干しちりめん等も販売。クレミアソフトも販売しております!</p> <p>TEL.0835-23-8383</p>	<p><b>魚屋 花子</b></p> <p>毎朝市場から仕入れる新鮮な魚介類はもちろん、寿司屋のお寿司や海鮮丼、焼鯖寿司も大変人気です。惣菜各種もぜひどうぞ!</p> <p>TEL.0835-22-8881</p>	<p><b>味処 りばてい</b></p> <p>うどん・ラーメン等の軽食と、手作りの惣菜をご提供。人気メニューには刺身定食やあさりたっぷりラーメン、穴子天丼定食と種類も豊富!</p> <p>TEL.090-6480-9319</p>
<p><b>2F</b></p> <p><b>パリエーション</b></p> <p>豊富な飲食店が軒を連ねる。デッキ調の2Fは癒しスペース☆</p> <p>市場ならではの新鮮な旬の定食や刺身定食が人気です。オーシャンビューの店内は最高のロケーション。新鮮なネタと景色をご堪能あれ!</p> <p>TEL.0835-27-5899</p>	<p><b>おみかふさ もくまきち</b></p> <p>小さなカフェレストラン。大切な方とゆったり和やかなひと時を。ランチタイムにカフェタイムにと、シーンに合わせてお過ごし下さい!</p> <p>TEL.0835-28-8144</p>	<p><b>お好み 寿々</b></p> <p>オープンキッチンで海鮮たっぷりの海鮮お好み焼き、天丼、チャンポンをご用意。出来たてアツアツをお召し上がり下さい!</p> <p>TEL.080-3886-1557</p>	<p><b>アソビ ワールドワープ</b></p> <p>コトバキョコーヒーの美味しさをぜひ味わってください。ダンスファッションの取扱いもしております! ぜひお越しください!</p> <p>TEL.0835-28-2100</p>
<p><b>建物前</b></p> <p>夜営業もしております!</p>	<p><b>ウミコヤ38</b></p> <p>冬場はカキ小屋、夏秋は海鮮丼が人気のお店。自家製酢めしと活きネタを使った海鮮丼は記憶に残る逸品です。</p> <p>TEL.0835-28-0138</p>	<p><b>1F展示コーナー</b></p> <p>ダイビングスクール WITH</p> <p>ダイビング入門者コース 募集中です!</p> <p>TEL.0836-65-5102</p>	<p><b>2F展望デッキ</b></p> <p>三田尻港から望む景色は最高! 天候の良い日は九州「短島」も見えますよ!</p> <p>休憩スペースもございます!</p>