

萩市 萩の木になるモノづくり協議会

事例紹介

(1) 事業概要

(雇用拡大メニュー)

農産品のブランド化につながるノウハウを広げることで、新商品開発や販路拡大など具体的な成果を上げていく。萩焼の「食」の器としての新たな活用策を提案することで、萩のブランド魚に彩りを増す器としての活用を見いだす。観光客がどのような「食」をもとめているかを学ぶことにより、観光客の満足度向上につなげる。そして、本事業実施に伴う農産品のブランド化が構築され、観光客の増加など、具体的な成果が生み出される。

(人材育成メニュー)

観光客ニーズに基づいたセミナーを開催し、萩の観光レベルアップを図る。

(就職促進メニュー)

若年者の地域外への流出に歯止めをかける。また、大学等の卒業後に地元に戻らせるため、雇用の拡大が期待される分野の魅力ある企業を紹介する企業就職相談会を実施する。

(雇用創出実践メニュー)

萩にしかない、萩でしか味わえない「食」の産品や商品の開発を行い、萩の「食」のブランド化を確立するとともに、萩の「食」情報を全国に発信し、観光関連産業と組み合わせた新たな雇用機会の創出を図る。

(2) 事業実施内容 (雇用拡大・人材育成メニュー)

(雇用拡大メニュー)・・・事業主対象

- ・萩の「食」をつくる萩産品セミナー（農林水産品の概要、新商品、観光土産商品づくりのノウハウを習得する）
- ・萩の「食」をいかすモノづくりセミナー（萩焼の活用策について提案し、食を彩る器などの新商品開発を促す）
- ・萩の「食」によるおもてなしセミナー（地産地消の先進事例、観光動向、観光客ニーズを学び、観光事業者のおもてなしの充実を図る）
- ・雇用創出実践メニュー活用セミナー（開発した商品、料理、スイーツの試食会、活用検討会を開催し、販路拡大、利用拡大を図る）

○実施に当たっての苦労等

萩焼に関するセミナーは、関心が高く、陶芸家のみならず、販売に係る皆さん、飲食店の皆さんも参加し、商品開発の足掛かりとなった。各セミナーで、参加企業の差が出たため、ターゲットを明確にし、さらに周知を十分図り、セミナー参加者の増加を図りたい。



(セミナー風景)



(セミナー風景)

(人材育成メニュー)・・・求職者対象

- ・萩の観光レベルアップセミナー（観光客の満足度を高める接客技術等を備えた人材を育成し、観光関連企業への就職を促す）
- ・萩の観光&食情報セミナー（萩の観光資源の魅力をプレゼンできる人材を育成し、観光関連企業への就職を促す）
- ・パソコンスキルアップセミナー（就業において必要とされるパソコンスキルを研修し、地域に必要とされる人材の育成を図る）

○実施に当たっての苦勞等

萩の観光レベルアップセミナーは、求職者の関心も高いが、宿泊施設関係の在職者の受講が多く、受講者の中で求職者が占める割合が低くなった。パソコンスキルアップセミナーは、受講者のほぼ80%が40歳以上の中高年齢者であったが、ワード・エクセルの基本操作を身に付けることにより、就職につながった。



(セミナー風景)



(セミナー風景)

(就職促進メニュー)・・・求職者、Uターン者対象

- ・観光関係関連企業就職相談会
- ・モノづくり企業就職相談会

○実施に当たっての苦労等

観光関係企業就職相談会は、恒常的に人手不足なので、求人はあるが、参加求職者が少なく就職相談会を開催しても集まらない。



(就職相談会風景)



(就職相談会風景)

(3) 事業実施内容 (実践メニュー)

(萩の伝統野菜復活プロジェクト)

○実施事業の内容・プロセス

- ・伝統野菜 12 種を復活させ、萩でしか味わえない新たな食材づくりに取り組む。
- ・地元の農家をアドバイザーに、実際にほ場を設け、栽培。その野菜を活用し、地元飲食店の協力の下、アンケート調査を行い、食材の価値、活用法を検証する

○実施に当たっての苦労

- ・伝統野菜にあまり特徴がないこと
- ・栽培に手間がかかり、単価が上がってしまうこと
- ・一般的な野菜との差別化や付加価値をどう付けるが課題

○今後の実施予定

- ・事業終了後の生産者の確保
- ・初年度からの開発レシピを一冊にまとめたレシピ集の製作



(伝統野菜栽培の風景)



(伝統野菜栽培の風景)



(伝統野菜栽培の風景)

(萩の産品加工品開発プロジェクト)

○実施事業の内容・プロセス

- ・萩の農産物を活用し、萩にしかない加工品の開発に取り組む。
- ・地元生産者、地元加工業者の協力の下、試作、試食アンケート調査を行い加工品の開発を行う。

○実施に当たっての苦労等

- ・平山台果樹を使ったシリーズものの加工品開発
- ・チャレンジ店の保有する製造免許との兼合い

○今後の実施予定

- ・【萩の農産物を使用した加工品】であることを示すロゴマークを製作。またそのロゴマーク貼付商品をパンフレットにまとめ【萩のお土産本】として観光客の方へ配布する。



(試食風景)



(フルーツソース)



(試食風景)

(萩の料理・スイーツ開発プロジェクト)

○実施事業の内容・プロセス

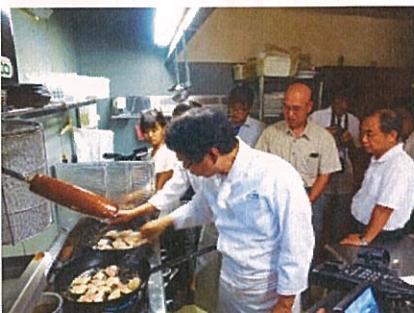
- ・萩の食材を活かした料理・スイーツの開発に取り組む。
- ・萩の郷土料理レシピの見直しや、萩でしか味わえない朝食メニューの開発、また有名シェフを招いての萩の食材を活用した萩らしい料理の開発を行う。

○実施に当たっての苦労等

- ・実際に飲食店やホテル・旅館で提供する際のコスト調整

○今後の実施予定

- ・伝統野菜活用レシピとともにレシピ集としてまとめ、地元飲食店、ホテル・旅館等へ配付。観光客への提供を推進する。



(料理開発風景)



(開発料理)



(料理試食風景)

(萩の食発信プロジェクト)

- 実施事業の内容・プロセス
 - ・ SNS を活用した旬の農産物の情報発信や、郷土料理本、事業で開発したレシピをまとめたレシピ集の製作を行う。
- 実施に当たっての苦労等
 - ・ 活用しやすくするため、掲載レシピの検討、明記
- 今後の実施予定
 - ・ レシピ集の製作、配付



(郷土料理本)



(料理開発)



(開発料理)

(4) 事業の実施結果・成果

(雇用拡大メニュー)

- ・ 雇用創出実践メニュー活用セミナーは、加工品開発や観光関係事業者が多く集まり、実践メニューの活用が広がるきっかけとなった。



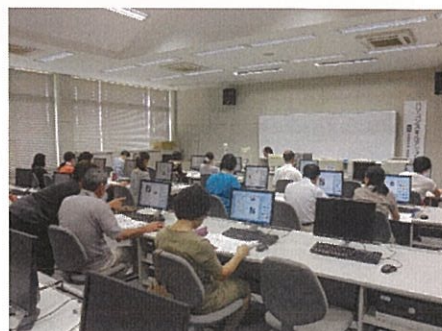
(実践メニュー活用セミナー)



(実践メニュー活用セミナー)

(人材育成メニュー)

- ・ 宿泊施設関係は、萩市の求人に占める割合が大きいので、ホットな情報も含め、ニーズに合ったセミナーを開催することによって、就職に結び付いた。
- ・ パソコンスキルアップセミナーでは、ワード・エクセルの基本操作を身に付けることによって、40 才以上の中高年齢者の就職により、アウトカムが 100%達成した。



(就職促進メニュー)

- ・ホームページの求人情報の掲載、就職相談会の告知
- ・ハローワークでの、就職相談会やセミナー開催の周知



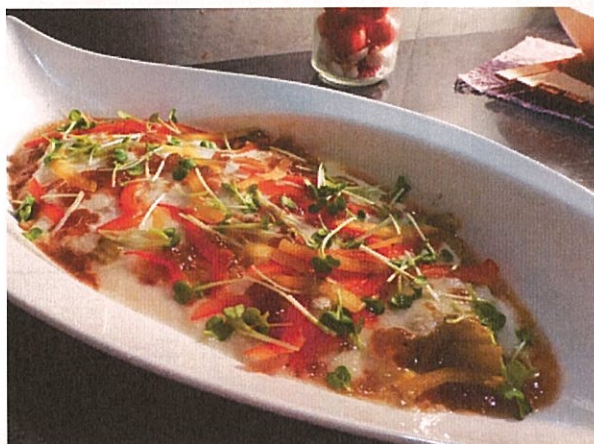
(セミナー風景)

(実践メニュー)

- ・伝統野菜 12 種類の料理開発レシピ (レシピ集を製作)

萩ごぼう和風フリッター、萩わけぎのロールカツ、萩にんにくのバーニャカウダーソースの Pasta、萩たまげなすの山かけ、鳥団子の白おくらあんかけ、あざみな巻き、かきちしゃの生春巻きなど

- ・加工品として、
 - フルーツソース4種 (桃・梨・りんご・ぶどう)
 - せとみジャム
 - 酒粕パウンドケーキ (桃・梨・りんご・栗)
 - 天然酵母パン (りんご) など
- ・萩のお土産本
- ・萩郷土料理本
- ・萩の農産物地産地消ガイド
- ・萩の伝統野菜ガイド・
- ・FACEBOOKでのリアルタイムの情報発信



(開発料理)



(開発料理)

パッケージ
事業

萩のモノとワザを活用した「萩の木になるモノづくりプロジェクト」による雇用創出プラン

実践型事業

萩のモノとワザを活用すれば、雇用が生まれ、地域が変わる。
～萩の木になるモノづくり実践プロジェクト～

1 地域の特徴及び事業の概要

萩市は、山口県の北部に位置し、総面積は698.79km²で、幕末から明治にかけて、近代日本の礎を築いた多くの人材を輩出した維新胎動の地である。日本海の海洋資源を生かした漁業、水産加工業、中国山地の肥沃な土の恵みを利用した農業、萩焼を中心とした窯業及び観光関連のサービス業があるが、製造業は集積度が低く、第3次産業は中小零細企業が大半を占めるなど、恒常的に雇用機会が不足傾向にあり、裾野が広い観光業と一体となった産業の振興が課題となっている。



萩城下町菊屋横町

ポイント

■萩の「食」のブランド化を構築することで、地産他商及び観光客増加に伴う地域経済への波及効果の拡大を図り、雇用の創出を図る。

地域の特徴

人口	H12 61,745人	H17 57,990人	H22 53,747人		
労働力人口	H12 32,883人	H17 31,084人	H22 27,451人		
有効求人倍率 (新設卒業者を除くパートを含む)(倍)	H21	H22	H23	H24	H25
	0.62	0.67	0.81	0.92	1.09 (11月)
産業構成(就業者数)	第1次産業		第2次産業		第3次産業
(平成17年度国勢調査)	4,787人		5,807人		19,108人
(平成22年度国勢調査)	3,698人		4,948人		17,090人
産業振興において重点的に取り組んでいる分野	■漁業及び農業振興と一次産品のブランド化 ■豊富な農林水産物を活用した加工品づくりの推進 ■「萩まちじゅう博物館構想」を基軸にした観光の振興 ■資源や特色を活かした地域観光ワンプロジェクトの推進				

事業の概要

協議会名	萩の木になるモノづくり協議会
協議会の主な構成団体	萩市、萩商工会議所、萩阿武商工会、萩・阿西商工会、(社)萩市観光協会、萩温泉旅館協同組合、山口県漁業協同組合はぎ統括支店、ふるさと萩食品協同組合、JAあぶらんど萩、(社)萩物産協会、阿武萩森林組合
委託費総額	〈パッケージ事業〉50,036(千円) / 〈実践型事業〉118,322(千円)

	パッケージ事業	実践型事業
事業実施期間	平成23年度～25年度	平成24年度～26年度
主な事業	■様々な萩産品を活用し、付加価値の高い他にはない商品等を開発するための人材の育成 ■特産品となる商品の開発等に関わる人材の育成 ■モノづくり産業や観光関連産業と組み合わせた新たな雇用機会の創出	■萩にしかない、萩でしか味わえない商品等を開発するための人材の育成 ■萩の優れた「食」情報を全国に発信するための人材の育成 ■萩でしか食べられない地産地消にこだわった「食」や「食の土産品」の開発 ■萩の農林水産物を可能な限り活用し、観光関連産業と組み合わせた一体的な雇用機会の創出

2 事業開始に至った経緯とねらい

非常に厳しい雇用環境にあり、さらに人口減少が続くなか、人口減少に歯止めをかけるため、雇用機会の創出が喫緊の課題となっており、雇用創出を図る上では、海も山も備え持ち、日本海から獲れる魚介類や広大な農業用地から収穫できる野菜や果物等、豊富な資源を活かした地域産業の振興が不可欠となっている。

様々な秋の産品を可能な限り活用し、主産業である農業、水産業を機軸とした付加価値が高い他にはない商品等の開発を通じたブランド化を、各種団体等と連携し、推進するとともに、観光関連産業と組み合わせた新たな雇用機会の創出を図り、地域の更なる振興を目指す。



むつみの農場

3 事業内容の特徴とその効果

パッケージ事業

観光と農産物を組み合わせた販売戦略を構築するとともに、付加価値の高い農産加工品の開発、商品化に向け、全国トップクラスの講師を招聘したセミナーや搾油機械を製造する地元モノづくり企業と連携したセミナー等を開催した。

◎秋ブランド戦略セミナー

食材や郷土料理に加え、萩焼等の伝統工芸品など、萩市には全国に誇れる地域の宝があることから、「食」と関連付けた新たな商品や観光商品づくりを学び、新商品開発、新メニューづくりの一助となった。

◎PR・マーケティング研修

PR・マーケティングが不得手な事業者が多いことから、消費者に対する効果的・戦略的なPR方法や、新商品開発、販路拡大等に関するマーケティングの知識を基礎から学ぶことにより、企業のスキルアップを図り、萩特産品の首都圏での販売につながった。

◎「油」知識と技術セミナー

椿をはじめ今後搾油が可能な「食用油」全般のほか、夏みかん

をはじめかんきつ類から搾油できる「精油」について機能性や効能などの知識を学ぶとともに、地元精密機械メーカーの指導により、搾油までの全体の技術取得を目指した。セミナー参加者により、夏みかんの6次



「油」知識と技術セミナーの実習の様子

産業化に向け、様々な取り組みがなされた。

◎萩の食の商品開発力育成セミナー

他地域との差別化により独自性を引き立て、継続して小売店や消費者から求められる地域産品を活用した商品を生み出すための、商品開発手法を学んだ。併せて、デザインにおいても、製品コンセプト、技術、品質、サービス等の要素を、わかりやすく視覚的に訴えるための手段として、近年その重要性が高まり、ブランド確立のために必要な要素となってきていることから、萩市のブランド商品を、オリジナリティの高い商品とするために欠かせない、デザインについても、学び、萩産品ステッカーづくりの機運が高まった。

実践型事業

観光地として、地産地消にこだわった萩の「食」の提供、萩が感じられる「食」の演出が十分にできていないため、観光客のニーズに適った「食」のおもてなしセミナー等を開催した。さらに、雇用創出実践メニューとして、萩にしかない、萩でしか味わえない「食」の産品や商品の開発を行い、萩の「食」のブランド化を確立するとともに、「食」情報を全国に発信し、観光関連産業と組み合わせた新たな雇用機会の創出を図るため、萩の木になるモノづくり「食」実践プロジェクトを実施した。

◎萩の「食」をつくる萩産品セミナー

事業主を対象に、萩市が誇る農林水産品の概要、新商品・観光土産商品づくりのノウハウを習得するセミナーを開催し、新たな市場開拓が図られ、増産、販売増加に伴う雇用の拡大が生まれた。

◎萩の「食」によるおもてなしセミナー

事業主を対象に地産地消の先進事例、観光動向、観光客ニ

ーズを学ぶセミナーを開催し、観光事業者のおもてなしの充実が図れた。

◎萩の伝等野菜復活プロジェクト

萩ごぼう、萩ころげ蕪、大島そば等の現在は流通していない伝統野菜を復活させ、萩でしか味わえない新たな食材づくりに取組み、伝統野菜を使用したメニューの開発も行った。

◎萩の産品加工品開発プロジェクト

むつみ千石台の大根、むつみ高俣の桃太郎トマト、旭のジャンボにんにく、大島のブロックリー等、萩が誇る農産物を素材にした萩にしかない加工品の開発に取組み、野菜コロコン等の新たなお菓子も誕生した。

◎萩の料理・スイーツ開発プロジェクト

萩産の農産物、畜産物、水産物が素材の地産地消料理の開発と夏みかん、相島すいか、小川もも等の果樹を素材にした萩にしかないスイーツの開発に取組み、萩フルーツソース等がお菓子の材料として、活用され始めた。

◎萩の食発信プロジェクト

萩の食のブランド化定着に向け、情報発信と観光関係事業者への周知を徹底し、萩でしか食べられないもの、萩で食べてこそ価値のあるものを提供する観光地づくりに取組み、宿泊施設等で、地産地消メニュー、郷土料理の提供などが進んだ。



伝統野菜収穫の様子と萩の「食」によるおもてなしセミナーの様子

4 事業成果(事業指標)

■パッケージ事業アウトプット指標

(人)、(%)

	平成23年度			平成24年度			平成25年度		
	計画	実績	達成率	計画	実績	達成率	計画	実績	達成率
雇用拡大(社)	16	16	100	32	12	37.5	32	—	—
人材育成	107	119	111.2	249	272	109.2	288	—	—
就職促進	20	46	230	25	45	180	25	—	—

■パッケージ事業アウトカム指標

(人)、(%)

	平成23年度			平成24年度			平成25年度		
	計画	実績	達成率	計画	実績	達成率	計画	実績	達成率
就職創業者数	17	26	152.9	63	67	106.3	63	—	—

■実践型事業アウトプット指標

(人)、(%)

	平成24年度			平成25年度			平成26年度		
	計画	実績	達成率	計画	実績	達成率	計画	実績	達成率
雇用拡大(社)	110	150	136.4	150	—	—	130	—	—
人材育成	400	545	136.3	400	—	—	400	—	—
就職促進	95	24	25.3	95	—	—	95	—	—

■実践型事業アウトカム指標

(人)、(%)

	平成23年度			平成24年度			平成25年度		
	計画	実績	達成率	計画	実績	達成率	計画	実績	達成率
就職創業者数	32	53	165.6	43	—	—	57	—	—

実践型事業に従事する労働者数8人(うち地域求職者数8人)

5 事業成果(その他波及的効果)

パッケージ事業

これまで事業者からのニーズが高かった一次産業、二次産業、三次産業を連携した「萩ブランド戦略セミナー」を開催し、6次産業化の機運が高まったことが、最も大きな成果となった。具体的には、萩市が全国に誇れる地域の宝の様々な農林水畜産物の食材、郷土料理、伝統工芸品の萩焼などを素材として、「食」と関連付けた新たな商品や観光商品づくりを学ぶもので、農業法人関係者、農水産物加工事業者、道の駅関係者等々の参加があり、ワークショップ形式の研修で、ブランド商品づくりの礎となった。特に、来萩者の多い、関東圏、関西圏、広島、福岡で、地域食材と検討商品のGAP調査(認知度と関心度のギャップを把握する調査)を行い、商品開発、商品販売を行う上で、有意義な資料となり、参加企業の事業拡大に伴う雇用拡大が図れた。

実践型事業

テーマを絞ったセミナー、ターゲットを明確にしたセミナーを開催してきた為、計画以上の参加者を得ることができた。特に、萩焼に関するセミナーは、関心が高く、陶芸家のみならず、販売に係る皆さんも参加され、食に彩りをそえる器としての萩焼、どういった器が使いやすく消費者に響くのか、実際の器の写真などを用いてお話していただいたことにより、これからの商品開発に大いに役立つとの声も聞かれ、多様な成果が得られた。

さらに、実践メニューでは実践支援員が主体となり、伝統野菜の復活、萩産品を活用した加工品・料理・スイーツの開発など、予想以上に様々な事業に取り組めた。特にチャレンジ店制度を設け、市内の積極的な食品加工業者、飲食店等々と共同で様々な開発を行うとともに、異業種間の連携も図り、新たな雇用も生まれ、萩市の経済再生の一歩となった。

6 事業推進において生じた課題と解決に向けての取り組み

平成24年度から、パッケージ事業と実践型事業と同時に実施しているため、セミナーの日程や開催時間の調整が必要となり、複数の会場でのセミナー開催や1回完結のセミナーの開催など、様々な工夫を凝らし、多くの参加者(参加企業)が得られるよう、努力している。

さらに、参加者(参加企業)アンケートを実施することで、受講者の意見が反映できるセミナーづくりに努め、計画数以上に受講生が参加し、萩の「食」ブランド化の機運が高まった。

7 事業実施に対する地域からの評価

パッケージ事業

日本を立て直す100人に選ばれた西居豊さん、日本で唯一の観光リサーチ企業リクルートじゃらんのカリスマプロデューサーの館博哉さん、食総合プロデューサーの金丸弘美さん、地域活性化伝道師の中澤さかなさん等、全国トップクラスの講師を迎え、地域活性化の起爆剤となるセミナーを開催し、萩産品のブランド化に向け、事業者の意思統一が図られた。さらに、萩産品販路拡大の機運が高まり、萩産品のネット販売、カタログギフト販売、セレクト販売等の新たな地産他消の取り組みも始まり、大都市圏マーケットへの参入も着実に図られ、事業拡大に伴う新たな雇用が創出された。

さらに、就職促進メニューで開催した「萩産物フェスタ」や「萩で働こう!就職相談会」などの開催に伴い、地元就職の機運が高まり、Uターン者の雇用に結び付くとともに、モノづくり企業やIT関連企業の進出が決定するなど、雇用の拡大が図られた。

実践型事業

実践メニューの萩伝統野菜復活プロジェクト、萩の産品加工品プロジェクト等々の実施により、漬物などの加工品や、料理レシピの開発に取組み、伝統野菜を使った料理提供や漬物の販売も始まり、新規雇用に結びついた。特に、チャレンジ加工品の試食会は、最大の消費者となる30~40代の女性がメンバーとなったワーキンググループで開催し、商品開発のアドバイスをいただくとともに、参加者一同で萩産品のポテンシャルを確認する機会となり、6次産業化に向けた機運がさらに高まった。



スイーツ試食会の様子

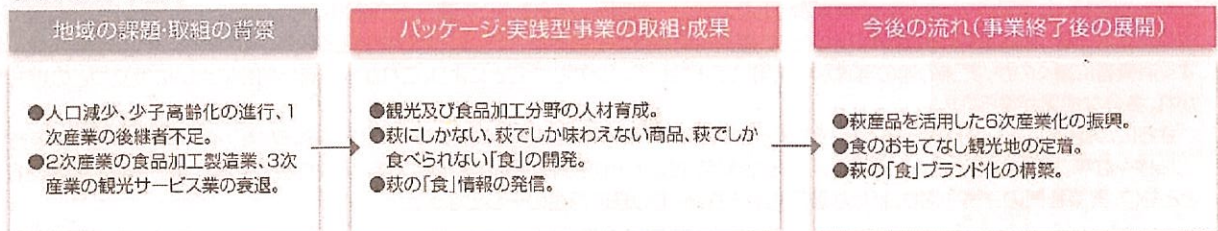
8 事業終了後の取組と今後の方向性(実践内容も含む)

萩にしかない、萩でしか味わえない付加価値の高い商品の開発、萩産品のブランド化等により、萩の「食」のブランド化が構築され、観光事業者にも新たなビジネスチャンスが生まれている。特に、生産事業が主流だった農業は、ブランド化、6次産業化を実現することで、農産品に付加価値も加わり、収入確保につながっている。さらに、萩産品を可能な限り活用し、モノづくりと観光を組み合わせた萩の「食」のブランド化を進め、観光客増加のみならず萩産品の地産他消の拡大も図り、さらなる雇用の創出を目指す。



萩シーマート店内の様子

事業(取組)の流れ



地域からの声

山口県を代表する農業、漁業の基地である萩市が従事者の高齢化、後継者の減少により、危機的な状況になっており、本事業の活用により、豊富な一次産品を活用した萩にしかない、萩でしか味わえない商品の開発、萩でしか食べられない食の開発が進められ、雇用の拡大も伴い萩の経済再生の一歩となった。さらに、平成27年の大河ドラマが吉田松陰先生の妹・文が主人公となる「花燃ゆ」に決定し、萩を訪れる観光客が増える」と期待しており、是非、萩を訪れた皆さんを萩の「食」でもてなし、萩の「食」ブランド化を確立したい。

本事業を契機に、さらに一次、二次、三次産業の一体感を構築し、観光を基軸とした萩の経済再生を進め、雇用の拡大を図りたい。