

「ちょうしがよくなるまち銚子」の実現による 雇用創造と地域活性への挑戦

2016/10/20

銚子市地域雇用創造協議会

構想時に掲げた事業の趣旨と目的及び雇用面における課題

本市は昭和8年に千葉県下で2番目に市制施行するなど、東総地域の中心的都市としての役割を担っていたが、近年は近隣の旭市や茨城県神栖市などに雇用や商圈などが移り活気が失われつつある。特に、東日本大震災以降は風評被害の影響などもあり、商業、特に観光業の衰退は著しい。

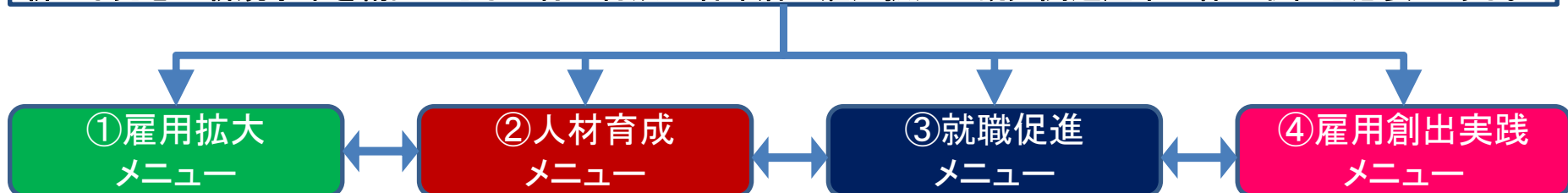
このような産業の停滞に伴う“雇用の場”と“雇用の機会”の喪失は、若者を流出させ、人口の減少、特に若い女性の減少を招き、これが結果的には将来的な人口減少に拍車をかけ、地域活力の衰退に繋がる懸念されている。

また、近年は高齢化の進展に伴い医療費や介護保険費等の社会保障費の増大が市財政を大きく圧迫しつつあることから、市民の“健康寿命”を延伸することによって市民のQOL(クオリティーオブライフ:生活の質)を向上し、市の財政負担を軽くすることは喫緊の課題であり、市は現在、「保健」・「福祉」・「医療」の連携により“健康寿命”を延伸する保健福祉行政への転換を進めているところである。

これらを踏まえ市は、“日本一早い初日の出”、“銚子ジオパーク”、“豊富な海産物と農産物”等の地域資源について「健康」という側面から光を当て、健康寿命延伸都市＝「調子よくなるまち銚子」という新たなブランドを確立することによって観光業等を活性化し、新たな雇用を創出するため、実践型地域雇用創造事業を実施する。

- ・ 少子高齢化が急速に進展し新規就労者が減少している。
- ・ 若者が求める魅力的な就職先も限られているため、他地域への人口の流出が続いている。
- ・ 観光関連産業は、これまで食材、景観等に頼った経営を続けてきたが、旅行形態の変化や観光客のニーズの多様化への対応が十分ではなかった。
- ・ 東日本大震災以降は観光客が激減しており、サービスの質を向上させつつ従来とは違った切り口からサービスを提供することの必要性が認識されている。

そこで、この危機的な状況を、これまでの事業を見直す最大のチャンスと捉え、事業主及び在職者の意識改革と、新たな発想で新規事業を創出できる人材の育成や若年層の雇用拡大に観光関連産業全体で取り組む必要がある。



雇用拡大メニュー

(1) 地域資源を活用した集客力アップセミナー

「朝」、「魚」、「温泉」、「ジオパーク」など、さまざまな地域資源ごとに集客力を分析し、その資源を活用したイベント開催や商品開発などにつなげるためのセミナーを開催し、宿泊業を中心とした新規の顧客の開拓とリピーターの確保を図る。

(2) 心と身体 の健康づくりセミナー

心と身体 の健康に関するセミナーを開催し、新たなサービスの提供につなげるとともに新規の顧客の開拓とリピーターの確保を図る。

(3) プロモーション力向上セミナー

ホームページやソーシャルネットワークサービスの活用方法等について学ぶとともに、イベント等によるアナログ型のプロモーションについても学ぶ。

(4) 職場力向上セミナー

お客様との信頼関係を築くためのコミュニケーション術や経営者として部下のやる気を引き出すためのコーチングスキル等について学ぶ。

(5) 誰にでも優しいおもてなしセミナー

高齢者、障がい者、傷病者を問わず、銚子を訪れた誰もが的確で安心できるサービスが受けられるよう、障がい者等への対応に必要な知識・技能を習得する。

(6) 実践メニュー成果物公開セミナー

事業主及び創業予定者等を対象に実践メニューによって開発された「旅行商品」及び「健康商品」に関するセミナーを開催し、新たな商品等について伝承講習・助言を行う。

セミナーの集客に関して 苦労する中で得た教訓

- ① セミナーと商品開発をリンクさせることがもっと出来れば良かった。
- ② 時間帯や場所についても工夫が必要（漁協関連の人を呼びたければ、そのコミュニティが普段使っている施設をあえて利用する等）
- ③ セミナーに参加してくれるかうれいのかは、普段からの事業者との人間関係の構築と協議会の活動理解と啓蒙が最大のポイントと感じた。



成果物公開セミナーに関して

商品開発におけるコンセプト、顧客ターゲット像の明確化、顧客のニーズ、これを満たす地域資源。また、仮にその商品を扱った場合の販売戦略やコミュニケーション戦略にまで踏み込んでセミナーを行う事に気を配ってきた。

しかし、これに関しても普段からの巻き込みが重要で、どちらかというと、事業者のやる気を引き出し、それをフォローし、共に公開セミナーで発表するというようなスタンスの方が良かったと感じている。



人材育成メニューとそれを通して感じている課題とその対策

(1) 創業マネージメントセミナー

起業までに準備すべきことや起業の手順などについて具体的に学ぶ。

(2) ビジネス力向上セミナー

ビジネスマナーやコミュニケーション能力、基礎的PCスキル等、ビジネスにおいて必要とされる技術・知識などを学ぶ。

(3) 健康マイスター養成セミナー

“健康的な食事”、“健康に役立つ運動”、“心の健康を保つための精神コントロール”を実践し、指導することのできる健康マイスターを養成するセミナーを開催する。

(4) 誰にでも優しいコミュニケーション力向上セミナー

高齢者、障がい者、外国人など、様々な人が旅を楽しめるよう、必要な知識・技能を習得するセミナーを実施する。

当初は集客力並びに、アウトカムの追跡調査に非常に**苦労**した。

そこで、**ハローワーク銚子の協力**を得て、毎週火木の10時から行われている、ハローワーク主催のビデオセミナーと、週一回9時半から行われる雇用保険説明会の開始10分前を頂戴し、セミナー**告知営業をコンスタント**に行った。これを実施し始めてから集客数が伸び、現在では、コンスタントに求職者向けセミナーの参加者数が**定員に達するようになってきた**。

また、追跡調査に関しては、セミナー参加時に**求職者との人間関係を築く事**を重要視し、その中でコミュニティを作り、継続的にフォローあるいは、**セミナー受講生集いの場**を設けるなどして接点を切らないようにしていったところ、今ではこちらから調査しなくても、**就職が決まった等の電話**が担当者にかかってくるようになってきた。





雇用創出実践メニュー 地域資源を活用した「健康旅行」 開発商品

銚子の気候・風土・産物を使用した食事など、銚子の今ある資源を「健康」というキーワードで構築し直し、健康になることを目的としたヘルスツーリズムという着地型観光商品の開発を行った。

ちょうしがよくなるタラソツアー (海で遊んで、海辺を歩いて潮風満載の2日間)



- ・ ウェルカムヘルシードリンク
- ・ ベジタブルランチ
- ・ アクアプログラム
- ・ 化石海水温泉入浴
- ・ 健康ディナー
- ・ 海辺ウォーキング
- ・ オリジナル健康弁当

企業のちょうしがよくなるツアー (学びとチームワークの2日間)



- ・ 犬吠で叫ぼう！
- ・ テーブルマナーを学びながら健康ランチ
- ・ 協同作業で海辺でBBQ
- ・ 廃校を活用して運動会
- ・ 銚電貸し切ってサプライズ

シニアのちょうしがよくなるツアー (歩いて、食べて、笑って、誉められての1日)



- ・ 笑って脳トレ
- ・ 銚子砂浜ウオーク
- ・ ジオパークでストレッチ
- ・ 美味しく健康ランチ
- ・ 誉めて褒められて頬染めて

妊活のちょうしがよくなるくらツアー (身体も二人の心も温める2日間)



- ・ 願いを込めて参拝
- ・ 移動中はハーブティ
- ・ 健康ランチ
- ・ 二人きりでヨモギ蒸し
- ・ 健康ディナー
- ・ 朝日を拝みヨガ&ホット

◆TV番組 巻き込み事例 健康旅行開発「シニアのちょうしがよくなるツアー」

NHK 番組をみつける ウェブで視聴 知る学ぶ 報道・スポーツ 参加・応募する ヘルプ・問い合わせ 受信料の窓口 サイトマップ 地域: 東京 NHK 全体から検索

団塊スタイル
Eテレ 毎週金曜 午後8時 | 再放送 翌週金曜 午前11時

放送予定 | 再放送予定 | 過去の放送 | 出演者 | 私の団塊スタイル・本日のお茶 | 番組トピックス

5月 金曜 Eテレ 午後8時00分～午後8時45分
20日 団塊スタイル「老いてますます楽しむ！シニアのこだわり旅」



旅好きのシニア層に向けて、より細かいニーズにあわせたツアーが続々生まれている。今回はそうしたこだわり旅の数々を紹介。心身のリラックス、健康を目的にしたヘルシーツアーや、車椅子の人でも、介護者がついてくれて楽しめるバリアフリーの旅。さらに、幻の植物を求めて、熱帯のジャングルを旅する夫婦など、業者に頼らない、自分で旅のプランを練り実行する究極のこだわり旅。ゲストの酒井和歌子さんの北極、南極の旅も紹介！

【出演】酒井和歌子、旅行ジャーナリスト...村田和子、【司会】風吹ジュン、国井雅比古、【語り】パッキー・木場

解説 字幕放送

■番組 団塊スタイル

NHK Eテレ
毎週金曜 PM8:00～放送
(再放送翌週:AM11:00)

■番組タイトル 「老いてますます楽しむ！ シニアのこだわり旅」 ・2016年5月20日(金)放送

協議会HP上にて情報入手をされた番組製作会社より取材依頼を受ける。3月に予定していたモニターツアーを取材頂き、番組内でご紹介頂いた。

放送後、多数のシニアコミュニティより、「是非取り入れたい」「詳しい話を聞きたい」といった問い合わせを多数頂く。また市内での反響も大きく、様々な方面へのPRへと繋がった。



◆雑誌メディア 巻き込み事例

[illegible]

■雑誌
「赤ちゃんが欲しい」

・主婦の友社／季刊誌

(2016年から、2月、5月、8月、11月の年4回発刊)

・発行数:5万部

銚子市内事業者と協力して昨年度に開発、実施した宿泊型のモニターツアーを基に、出版社「主婦の友社」へ直接営業を行う。

企画内容にご賛同頂き、出版社の主催プログラムとして、商品化。8月15日発売の紙面に掲載されており、現在、参加者の募集を行っている。





<銚子おさかなバーガー>

日本一の漁獲量を誇る銚子で獲れたお魚を使った「新！ご当地バーガー」。お子様や魚がちょっと苦手という方にも気軽に、美味しく、そして健康的にお召し上がりいただける銚子らしいハンバーガー。



<ちょうしあわせさば寿司>

銚子が誇る三社の醤油を合わせてめた鯖を二枚合わせ、そこに名物灯台キャベツをシャリに合わせた、銚子を丸ごと味わえる仕合わせな逸品。



<銚子の孫わやさしい子 弁当>

地元の食材を中心に、日本人が古くから慣れ親しんできた、「ま（豆）ご（ゴマ）わ（わかめ等）や（野菜）さ（魚）し（しいたけ等）い（芋）こ（酵素）」で構成された健康に特化した弁当。銚子にヘルスツーリズムに來られた方のランチとして最適な弁当。



<銚子乳酸キャベツキムチ>

春キャベツ出荷量全国一を誇る銚子のキャベツを乳酸発酵させて商品化。同じく発酵食品である「キムチ」や「ヨーグルト」を融合させたラインナップも揃え、「腸の調子がよくなる発酵商品シリーズ」として発表

◆地域事業者 巻き込み事例

健康商品開発 「銚子フィッシャーマンズバーガー改め ☆銚子おさかなバーガー！」

<コンセプト>

日本一の漁獲量を誇る銚子で獲れたお魚を使った「新！ ご当地バーガー」。お子様や魚がちょっと苦手という方にも気軽に、美味しく、そして健康的にお召し上がりいただける銚子らしいハンバーガー。

<進捗状況>

6度のテストマーケティング後、サントノーレにて販売。銚子テレビ、読売新聞などのメディア露出により話題に。現在は「銚子おさかなバーガー」に改名し、市内7店舗がオリジナルの銚子おさかなバーガーを販売中。

