

沖縄県 糸満市

糸満市地域雇用創造推進協議会



糸満大綱引き

地域の伝統食文化を新しい発想で創作し文化継承の架け橋になる商品開発、市内企業の強みを活かした企業連携による生産性向上の波及効果による雇用創出を実現

糸満市は、沖縄本島の最南端に位置し、糸満漁港を中心に、食品加工施設や物流拠点施設、中小企業の工場等が進出した、沖縄県下でも有数な工業団地として発展してきた。また、海人(うみんちゅ=漁師)の生活文化、食文化、芸能が色濃く残った地域でもあり、観光業も盛んである。しかしながら、主要観光施設や宿泊施設の利用者数は減少傾向にあり、市内の滞在時間も短い。また、市内の事業所数も減少している。こうした課題に対応するため、農水産業と食品加工業との連携による地域資源を活用した商品開発、観光振興による交流人口増加等により、雇用機会の拡大を目指す。



魅力と活力に満ちた輝く未来へとつながるまちITOMAN ～イチマンがイチバンプロジェクト～

1. 地域の特徴及び事業の概要

■ 地域の特徴

人口	H22 57,320 人	H27 58,547 人			
労働力人口	H22 27,535 人	H27 28,270 人			
有効求人倍率 (季節を除く一般(パートを含む))	H24 0.29	H25 0.39	H26 0.65	H27 0.90	H28 1.02
産業構成(就業者数) (平成27年度国勢調査)	第1次産業 1,822 人	第2次産業 4,448 人	第3次産業 19,385 人		
産業振興において重点的に取り組んでいる分野	■観光分野 ■食と生活サービス関連産業分野				

■ 事業の概要

協議会名	糸満市地域雇用創造推進協議会
協議会の主な構成団体	糸満市、糸満市商工会、沖縄県農業協同組合、糸満支店、糸満漁業協同組合、糸満市観光協会、糸満市社会福祉協議会、糸満市女性団体連絡協議会、糸満市青年団協議会、糸満工業団地協同組合
委託費総額	(実践型事業) 157,494(千円)
主な事業	【雇用拡大メニュー】■営業プラクシップセミナー ■SNS活用販路開拓・集客力強化セミナー ■インバウンド実践セミナー ■成果物公開セミナー 【人材育成メニュー】■ビジネススキル習得セミナー ■インバウンド観光実践セミナー ■食の定番化セミナー 【就職促進セミナー】■情報発信インフォメーション事業 ■合同就職説明会 【雇用創出実践メニュー】■着地型観光プロジェクト ■いちゃんとブランド普及拡大プロジェクト

2. 地域の課題と事業実施のねらい

■ 地域の課題

本市の産業振興を図るには、農水産物を活用した企業間連携や一次産業の6次産業化の推進、農水産業と連携の観光プログラムの充実と生活サービス関連産業分野において地域食材を活用した商品の定番化、「おもてなし」の感覚で接客・接遇出来る人材の育成を政策的に支援していくことが不可欠であり、本市の資源を有効に活用できる人材育成を行い、雇用創出に繋げていくことが必要。

■ 事業実施のねらい

本事業で豊富な地域資源を活用した定番化できる商品、サービスを開発出来る即戦力となる人材育成を図り、新たな雇用創出を目指す。

3. 事業内容と成果

■ 事業全体

●重点分野(観光・食と生活サービス関連産業)を設定し、産業振興及び観光振興政策と連携し、地域資源を活用した定番化商品開発の芽を出す事やそれを行う者、おもてなしにふさわしい接遇、「気づき」「感性」をもった人材育成を行い、新たなサービスメニューの開発を担う人材を育成し雇用の創出を目指す。



食の定番化セミナー

■ 雇用拡大メニュー

●本市には工業団地やホテル等が立地し今後も発展が望める地域で、ルート営業が主流である。提案型の営業を増やし営業や販売力の質の向上を図り、売上向上と企業の安定成長による雇用創出を目指す。企業の人材育成としてコミュニケーション能力向上、顧客満足度向上を目的に「傾聴力」「発信力」「プレゼンテーション力」「集客力」「外国人観光客との対応力」を習得し戦略的に売上向上を図れる人材を育成するセミナーを実施した。その結果、受講企業がインバウンド観光客向けにベーシッターを派遣するサービス提供を開始する企業も誕生した。



SNS活用販路開拓・集客力強化セミナー

■ 人材育成メニュー

●地域資源を活用した商品・サービスを考案できる人材育成として、顧客が感動するおもてなしの向上や、ビジネススキルに必要なマーケティング、企画書作成等を理論付けするセミナーと実践観光ビジネス英会話を指導するセミナー、地域食材を活用して定番化できる食品開発セミナーを開催、各分野で必要とされるビジネススキル持った即戦力で早期就職に繋げるセミナーを実施し、目標を上回る就職者を輩出した。



合同就職説明会

■ 就職促進メニュー

●求人企業である地域企業と地域求職者のマッチングイベントを開催し就職機会の拡大とミスマッチを解消するために、合同就説明会と個別相談会を実施。ホームページやFacebook、ブログ、無料媒体を有効に活用し告知を積極的に行なうことにより多くの就職者を輩出した。



海人文化を学ぶモニターツアー



SNS&動画活用売上・集客力UPセミナー



かまべた試作風景

【雇用創出実践メニュー】

●観光と食をテーマに、着地型観光プロジェクトと糸満市の物産推奨キャラクターいとちゃんのブランド化を図る、いとちゃんブランド普及プロジェクトの2事業を運営しました。豊富な産業文化・芸能文化・食文化を活用した新たな商品サービスを開発して地域企業へ展開することにより、売上向上に伴う雇用創出を目指しました。体験型観光プロジェクトでは「泡盛琉装ラッピング」がJALの機内に取り上げられるとともに、いとちゃんブランド普及プロジェクトから開発された「かまべた」は道の駅いとまんを始め空港等でも販売されました。



エーク古武道体験モニターツアー

ポイント

雇用拡大メニューでは協議会構成団体のネットワークを活用すると共に、重点分野である企業を中心に企業訪問を重ね、合同企業説明会の案内を合わせて行なうことにより、実践事業の認知度があり企業の参加が増えました。また、実践メニューは企業の商品開発のニーズ調査を行い、企業が製造しやすい商品を企画提案すると同時に補助金の活用方法等の情報提供を行なうことにより、連携企業との信頼関係が芽生え商品化の確立があがつた。



平成29年度シンポジウム成果物コンテスト表彰状
(食品部門第一位)

■アウトプット指標

	平成27年度			平成28年度			平成29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	-	-	-	50 社	95 社	190.0%	70 社	-	-
人材育成	-	-	-	50 人	59 人	118.0%	80 人	-	-
就職促進	-	-	-	60 人	108 人	180.0%	80 人	-	-

■アウトカム指標

	平成27年度			平成28年度			平成29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	-	-	-	39 人	62 人	159.0%	57 人	-	-

成果物の紹介

■かまべた

沖縄県糸満市は、沖縄本島南部の港町。琉球の時代から始まった漁は、明治中期から昭和初期にかけて最も盛んになり、以来、糸満は「海人(うみんちゅう)の町」として知られています。また糸満の歴史・文化を掘り起こしてみると、糸満は「沖縄かまぼこ」の発祥の地であるということがわかった。

そこで糸満市の歴史と文化をのせて、「沖縄かまぼこ」を県内外にアピールしたい。糸満みやげといえばコレ!「沖縄みやげといえばコレ!」をコンセプトに商品設計を考えた。

魚のうみみが凝縮されて、あじくーたー(濃厚な味)。また、真っ赤で大きい沖縄かまぼこは、行事やおめでたいとき、重箱に詰めたり、大皿に盛って食卓に登場する。家族や仲間が多く集まる場所には、沖縄かまぼこがある。

その沖縄かまぼこに、製造する工程の中で廃棄してしまう海はどうと、乾燥もすぐのくず物を入れることにより、コンセプトに合った商品開発を目指した。

試作段階では、かまぼこチップスは油っこい、チップスが大きくて食べづらい、ザラザラとした食感が気になるなど、更なる改良を重ねていった。温度調節、焼き時間、かまぼこせんべいの大きさ等、お客様の声をもとに工夫を凝らして生まれたのが、糸満海人かまぼこせんべい「かまべた」である。

平成29年度実践型地域雇用創造事業シンポジウムの成果物コンテストにおいて食品部門1位を受賞した、糸満海人かまぼこせんべい「かまべた」は、今では道の駅いとまん、那覇空港売店、JTA機内販売、その他、多くの店舗で取り扱うまでになり、製造元企業にとっては、製造ラインの強化のため機械の導入、社員を増員する商品になった。



4. 事業推進において生じた課題と解決に向けての取組

基本メニュー

【課題】

- 雇用拡大メニューにおいて、受講者(地域企業)の確保に苦労した。



【解決に向けての取組】

- 地域企業へ直接訪問や合同就職説明会参加企業への電話、FAXによりセミナー内容を詳しく伝えることと、企業の都合のよい時間帯が業種により違うためセミナー開催時間を変更する等工夫することにより参加企業の確保に繋げた。

実践メニュー

【課題】

- マーケティングや市場調査を徹底的に行なった商品であるが、商品公開時期や生産工場の体制を確認出来ず店頭販売まで至らなかった。

【解決に向けての取組】

- 消費者動向やニーズ調査も重要であるが、市内企業の生産体制や商品発表時期を確認し商品化を前提に逆算した商品開発を行うことと、国の使い勝手のよい補助金を活用した生産体制見直しまで提案することにより、企業との信頼関係が生まれた。

5. 地域の声

【協議会担当者】



沖縄県糸満市は平和観光の知名度が高いことを活かしながら、それだけではない糸満の発信が必要となっています。マーケティング調査やプロモーション活動を行うことで、糸満市の魅力を効果的に発信し、糸満市のブランド化を図ります。商品企画から開発まで、消費者の心を掴む「ものづくり」をキーワードに、こだわり、ストーリー性、沖縄らしさを打ち出しながら、糸満市の魅力を発信していきます。

【行政担当者】



市内事業者に合わせた事業者向け・求職者向けのセミナー開催による市内事業者・求職者の質の向上が図られ、雇用創出実践メニューでは、糸満市の定番となるメニューや商品開発を行なわれています。それらの取組みから継続的な経済振興が生まれ、人材育成にもなることで地域経済の基礎体力向上が図られ、安定的な雇用環境が育まれる事を期待しています。

【連携企業】



沖縄の食文化を発信する企業を目指して、海ぶどうや島らっしゃう等の主力商品を製造から販売まで手掛けます。この度は、協議会実践支援員との出会いで、多くの情報を得ることが出来ました。公開セミナーの中で「かまべた」の商品コンセプト、パッケージの提案、販売ルートの確立、利益試算、他省庁の補助金を活用しての生産ラインの構築までサポートしてもらいました。糸満市の新たな特産物が誕生したと思います。今後も協議会と連携し販路を開拓し糸満市の雇用創出に努めています。

6. 事業終了後の取組と今後の方向性

■糸満市のこれから

糸満～豊見城区間に橋が架かり、片側2車線の道路が開通し、那覇空港からの交通環境が向上している状況である。アクセスが良くなつた一方、西崎工業団地は糸満市土地開発公社が既に用地を完売しており、現在は民間同士の売買となつていています。今後、市はアクセスが向上した沿線に物流拠点となる土地を造成する計画をたてており、企業がより増加する見込みとなつていて、そこで新規に雇用が生まれることも予想され、継続的な発展には人材育成が不可欠であるため、引き続き努力する必要がある。

■事業終了後の展望

市内に観光をメインとした糸満のくらし体感施設(仮称)や、糸満市文化・平和・観光振興センター(仮称)の建設も予定されていることから、事業で開発された観光体験メニューが定着していくよう、また開発商品のPRも併せて行い「糸満といえばこれ!」という商品の定番化を促していくことを実践型地域雇用創造事業で関わってきた企業を中心連携を図り、継続的で安定的な雇用を目指して、これからも働きかけたいと考える。



かまべた



糸満のくらし体感施設