

# ながと成長戦略検討会議提言書の概要

はじめに

「長門市は地域資産の宝庫」

多くの地域では失われたが、長門市になお残されているものの稀少性を前面に、現代の大都市圏の人々が求める「素敵な田舎」に創り上げ、そのトップランナーになること → ここにこそ長門市の発展可能性  
主要産業の高齢化率が全国平均より高いため、残された時間はわずか！

## 1 長門市の産業発展を検討するに当たっての基本方針

- ①「統一した成長戦略のもと、今後5年間で成長パターンを確立し、10年で完成させるスケジュールを進める  
→ 市の産業政策は、成長戦略の方向性のもとで推進されるべき
- ②地域資産の活用による競争力ある統一地域ブランドの開発  
→ 「長門の手つかずの自然と長門の人の自然に対する優しさ」
- ③地域ブランド・イメージを有する競争力ある商品・サービスの開発
- ④地域ブランド・イメージに即した高付加価値化と大都市圏への地域製品の販売強化
- ⑤高所得化と地域資産の魅力によって他地域からも若者の移住を促す長門市主要産業の再構築  
→ 農業及び漁業において、10年後までに年収1,000万円化
- ⑥購買者（消費者）サイドからの視点によるアプローチを採用  
マーケティング手法による計画推進
  - ・ターゲットの明確化（ターゲティング）
  - ・顧客視点に立った差別化要因の特定
  - ・伝わりやすいコミュニケーション→ 体制整備（長門物産販売協働事業合同会社（仮称）の設立）  
※新会社法で新設された、有限会社制度に代わる仕組みで、株式会社と任意組合の利点を持つ。LLC。  
各種利害関係者の調整、販売、販売チャンネル開拓、マーケティング、ブランディングなどを推進する司令塔。各種利益団体から人と資金を集め、管理責任者は高いマネジメント能力を有する者を全国公募する。
- ⑦若手後継者の育成支援

## 2 農業における今後の方向性

### 2-1 全体像

基本方針（統一地域ブランド及び高付加価値化）

- I 栽培法や飼育法において、できるだけ自然なものを採用
- II 循環型農業システムの構築
- III 大都市圏販売（高級料亭・有名料理人、品質で勝負する企業、マスコミ）

## 2-2 米作

- I 自然栽培米・完全無農薬有機肥料栽培米の供給基地化
- II 若手農業従事者の獲得
- III 農業法人の経営基盤強化
- IV 海外認証の取得

## 2-3 養鶏業

- I 長州黒かしわの供給量拡大
- II 飼料の改善
- III スポーツチームを活用したブランド向上
- IV 販路の拡大
- V 長州黒かしわブランドの長州どりへの拡張と拡販

## 2-4 長州ながと和牛

- I ターゲットは美味しさに加え食の安全等に価値を見出す顧客層
- II 飼養頭数の増頭対策
- III ブランド化に向けた広報活動の推進

## 2-5 伝統野菜

- I 長門ゆずきち、田屋なす、白オクラなど伝統的野菜の認知度アップ

## 3 漁業における今後の方向性

### 3-1 全体像

基本方針（統一地域ブランド及び高付加価値化）

- I 鮮魚中心のブランド展開
- II ターゲットは大都市圏の高級～中級レベルの飲食店（プロ）
- III 加工品は開拓飲食店のニーズに合わせ提供
- IV 長門物産販売協働事業合同会社（仮称）を活用した漁業者の所得向上  
求められる「チームながと」＝長期的・巨視的立場での制度設計

### 3-2 鮮魚について

- I 高付加価値化のポイント
    - ①「漁法」②「活魚か鮮魚か」③「処理方法」④「魚のランク付け」
    - ⑤「輸送方法」⑥「魚やその生息地などの情報提供（テキスト化の徹底）」
    - ⑦「料理法や効率的使用法の提案」
- ※最大のポイントは、飲食店ごとのニーズに応じて様々な種類・ランクの魚を  
梱包し、個別対応していくこと

### 3-3 加工品について

- I 鮮魚の単純加工  
直売所販売を通じた売れ残りリスクの回避
- II 加工度の高いもの

大都市圏飲食店のニーズを踏まえた試作品づくり → 評判に応じ商品化

### 3-4 直売所について

- I 長門物産販売協働事業合同会社（仮称）による経営を条件に、積極的に設立すべき

## 4 観光産業における今後の方向性

### 4-1 全体像

- I 統一地域ブランドに基づく各地区のイメージ強化
- II 民間の投資を引き出す環境整備
- III 地区ごとのプロモーション計画の明示
- IV マーケティング手法を活用した効果向上
- V 経営者及び接客人材のさらなる資質向上
- VI 地区ごとの方向性に係る共通認識の醸成
- VII 経営者に対し、知的資産経営や財務諸表に基づく経営力向上意識を醸成
- VIII 事業承継者の発掘による持続性の強化
- IX 各地区における飲食店の一層の充実
- X 景観条例の制定や保全に向けた取組み

### 4-2 仙崎地区

- I 金子みすゞを前面に出した観光サービスの展開
- II 趣きある大正・昭和前期の風情を残す町並みの保存・再建
- III おいしい魚と魚料理の提供

### 4-3 俵山温泉地区

- I 温泉を活用したスポーツ合宿の取り込み
- II スポーツ少年団、ママさんバレー等小大会ニーズの充足
- III ランチ及び温泉を目的とした日帰り観光客への対応等
- IV 歴史的旅館の高級化
- V 温泉の効能に基づいた「湯治」温泉としてのブランド化の検討

### 4-4 湯本温泉地区

- I 徹底した地元食材を用い、特長的で圧倒的な印象を有する夕食の提供
- II 朝市、夏祭、神楽再現、ホテル観賞会等様々な企画の提供
- III 追加的メニューとしての深川窯窯元ツアー

### 4-5 その他

- I 長門市に立地する風力発電の風車を見ながらのサイクリング、シーカヤック、ヨット、キャンプ、マラソンなど「ナチュラルリストの天国」の演出  
→ 宿泊や飲食、土産物購入等を通じて経済的対価を得る仕組みの構築
- II 向津具半島において、地元食材を用いたレストラン・カフェなどを柱としたグリーン・ツーリズムの展開