

ながと成長戦略行動計画

平成25年9月

長門市

あいさつ

このたび、「ながと成長戦略行動計画」の策定をいたしました。

「ながと成長戦略」につきましては、長門市産業の厳しい現状を見据え、産業発展に向けて、今後、どのような取組を進めていくべきか、その方向性を定めるため、昨年10月、県内外の有識者8名からなる「ながと成長戦略検討会議」を立ち上げたところであります。

その後、半年間にわたって議論を重ね、本年3月、検討会議から、長門市の将来にわたる産業の方向性や、取組の進め方などを示した提言をいただきました。

この提言に基づき、本年5月、将来にわたる長門市産業の目指すべき方向や取組の進め方などを示した「ながと成長戦略指針」を策定し、市民の皆様にお示したところであります。

そこで、本市といたしましては、この指針に掲げる方針や内容をすぐに具体的な行動へと展開していく必要があるから、指針の考え方にに基づき、本年度を含め5年間の農業、水産業及び観光産業における具体的な取組、施策の工程表、さらには年収1000万円化と新規雇用者数の数値目標をお示した「ながと成長戦略行動計画」をこのたび策定したところであります。

中でも、特に、重点施策として、次の三つの施策を展開します。

- (1) 「一市一農場」による農産物の安定供給体制づくり
- (2) 「(仮称)長門物産販売協働事業合同会社(LLC)」による「ながとブランド」の全国展開
- (3) 地域資産を活かした俵山地区の観光振興

また、数値目標として、次の二つの数値を目指します。

- (1) 所得の向上という観点から、年収1,000万円以上の事業体数、現状の178を5年後には倍増すること
- (2) 雇用の創出という観点から、向こう5年間で550人の雇用創出

こうした所得の向上と雇用の創出につなげるためには、この行動計画に掲げる具体的な取組を、市民、事業者、関係団体及び行政が、「チームながと」として主体的に参画し、かつ、連携しながら、着実に進めていくことが肝要であります。

皆様のご支援・ご協力を、何とぞよろしくお願い申し上げます。

平成25年9月

長門市長 大西 倉雄

目 次

1	計画の位置付け	1
2	計画期間	1
3	施策の展開	1
4	数値目標	1
5	体系図	2
6	計画内容	
	Ⅰ 地域資産の活用による高付加価値型商品・サービスの開発	3
	Ⅱ 大都市圏への販路開拓	7
	Ⅲ 安心・安全な食づくりの推進	9
	Ⅳ 観光資産の魅力創出と連携	11
	Ⅴ 後継者・承継者の確保及び新規就業の創出	17
7	重点施策	
	・ 「一市一農場」による農産物の安定供給体制づくり	19
	・ (仮称)長門物産販売協働事業合同会社(LLC)による 「ながとブランド」の全国展開	20
	・ 地域資産を活かした俵山地区の観光振興	21

1 計画の位置付け

「ながと成長戦略行動計画」は、「ながと成長戦略指針」に掲げる基本的な考え方のもと、農業、水産業及び観光産業の垣根を越えて、具体的な取組内容及びその工程表を記載した行動計画です。

「長門の手つかずの自然と、長門の人・自然に対するやさしさ」を基本に、統一地域ブランド化を図り、競争力ある高付加価値型商品・サービスの開発や販路拡大などを図ることによって、所得の向上（農業及び水産業で年収 1,000万円化を確立）と雇用の創出に取り組みます。

2 計画期間

平成25年度～29年度（5年間）

3 施策の展開

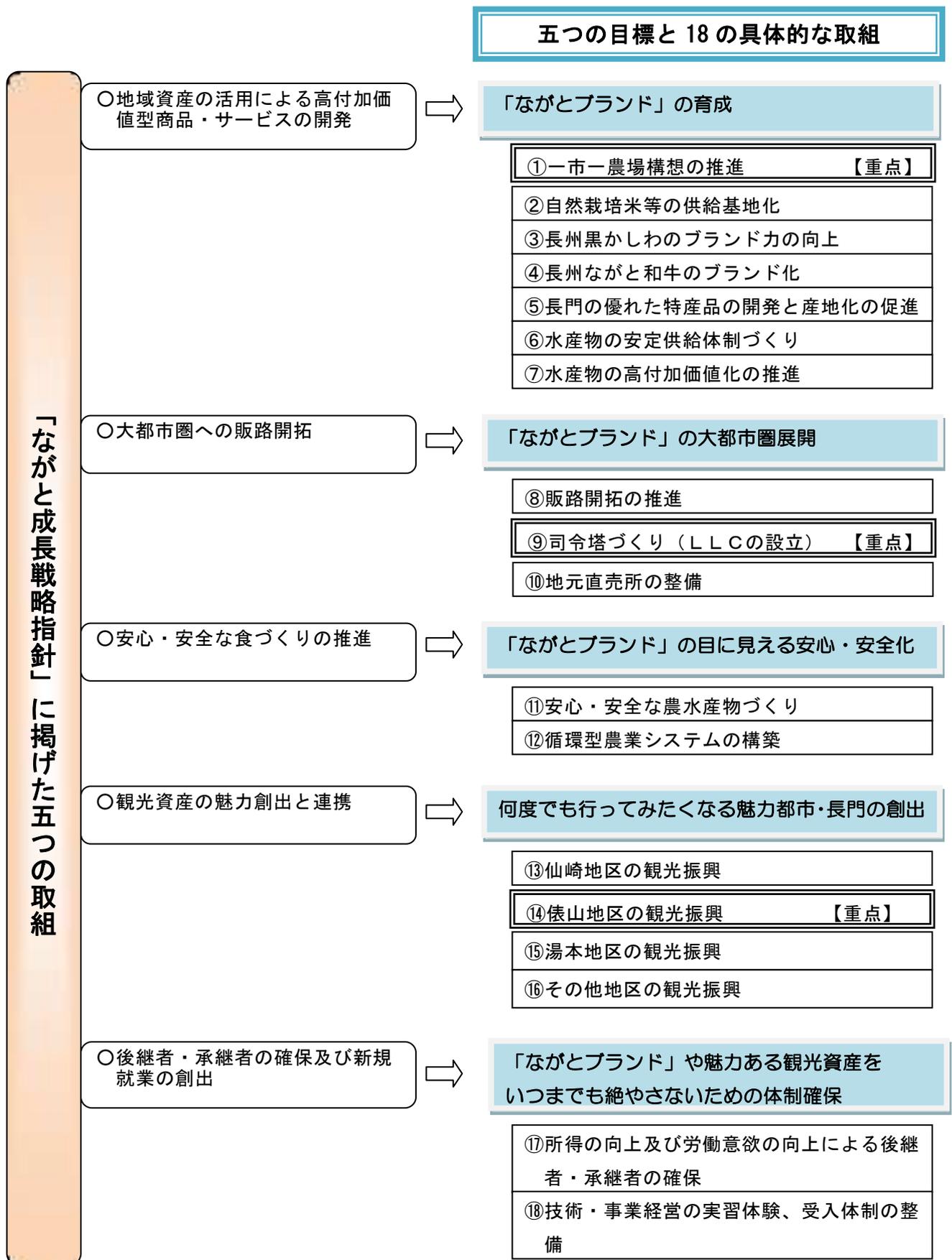
- ・「ながと成長戦略指針」に掲げる基本的な考え方を推進するため、「五つの取組」ごとに目標を掲げます。
- ・目標ごとに「18の具体的な取組」を示すとともに、年次ごとの「工程表」を明記します。
- ・中でも、重点施策として次の3項目を掲げ、市を挙げて全力で取り組みます。
 - ① 「一市一農場」による農産物の安定供給体制づくり
 - ② （仮称）長門物産販売協働事業合同会社（LLC）による「ながとブランド」の全国展開
 - ③ 地域資産を活かした俵山地区の観光振興
- ・市民、事業者、関係団体及び行政が「チームながと」として主体的に参画、連携しながら、具体的な取組の着実な推進を図ります。
- ・「ながと成長戦略推進本部」が中心となって、具体的な取組の進行管理や状況変化に応じた見直しを行います。

4 数値目標

新規雇用の創出には、まずは農業及び水産業において、一人でも多くの年収1,000万円事業者を育てなければなりません。そのため、現在、1,000万円以上の年収を確保している農林水産事業体の数 178を、向こう5年間で倍増させる方向で取り組みます。

一方、平成22年国勢調査に基づく人口推計では、向こう5年間で総計3,000人の減少が見込まれています。このうち、本計画では、まずは生産年齢人口2,200人の減少をくいとめることに注力し、新規学卒者の市内定着を含め、向こう5年間で550人の雇用創出を目指します。

5 体系図



6 計画内容

I 地域資産の活用による高付加価値型商品・サービスの開発

【目 標】 「ながとブランド」の育成

- 【取組指針】
- 地域全体での一体的な取組
 - 高付加価値型商品の安定供給体制づくり
 - 民間投資を引き出す環境整備（事業の合理化と規模拡大）

【取組内容】

1 農 業

(1) 事業の合理化と規模拡大

① 「一市一農場構想」の推進【重点施策】

- ・長門市農地集積バンク（仮称）を中心として、農地集積を進めます。
- ・規模拡大と同時に、集落営農法人の育成と経営拡大（6次産業化による多角化）を図ります。

(2) 水稲

② 自然栽培米等の供給基地化

- ・自然栽培米・完全無農薬有機肥料栽培米の一大供給基地を目指します。

(3) 養鶏

③ 長州黒かしわのブランド力の向上

- ・長州黒かしわの生産目標を定め、安定供給が可能な増産体制を整備します。
- ・長州黒かしわのブランド力を向上させ、高値で供給できるようにするための取組を進めます。

(4) 長州ながと和牛

④ 長州ながと和牛のブランド化

- ・集落営農法人等の畜産参入による飼養頭数の増頭を進めます。
- ・長州ながと和牛のブランド化に向けて、広報活動の更なる充実に取り組みます。

(5) 特産品

⑤ 長門の優れた特産品の開発と産地化の促進

- ・長門特産品の積極的な開発に努めるとともに、生産目標を定め、安定供給が可能な増産体制を整備します。

【工程表】

取組	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
①「一市一農場構想」の推進	[農地の集積]	農地・水系の現状分析			
		長門市農地集積バンク(仮称)及び3セク等の設立・運営		長門市農地集積バンク(仮称)及び3セク等の運営	
			農地中間管理機構事務受託		
				モデル地区の形成	
					市内全域での取組
	[農地及び経営の規模拡大]		集落営農法人・認定農業者の拡大		
			大規模経営体・地元の合意形成		モデル地区の形成
					市内全域での取組
			担い手の確保・育成		
			恒久的な鳥獣害対策		
②自然栽培米等の供給基地化	実証実験栽培開始				
			栽培面積拡大		
				新規取組者の獲得	
	自然栽培研究組織の立上げ		有機栽培米の取組開始		
					野菜分野における自然農法の取組
③長州黒かしのブランド力の向上		新規飼養農家の公募			
		飼養農家増羽に対する支援			
			地元で生産される多様な飼料での飼育		
	ブランドイメージ作りのためのスポーツ選手の起用			スポーツ選手とのタイアップした積極的なPR	
④長州ながと和牛のブランド化			増頭対策補助制度創設・支援		
				集落営農法人の畜産参入	
				飼養技術の伝承	
			ながと方式水田放牧の拡大・子牛育成システムの検討・整備		
⑤長門の優れた特産品の開発と産地化の促進		特産品のオキスト化			
			ながとブランドの認定		
					生産部会でのJGAPの取得
	首都圏等での販売力の拡大				
			安定した供給体制の形成		

2 水産業

(1) 鮮魚

⑥ 水産物の安定供給体制づくり

- ・ながと方式の循環型農業システムの構築に併せ、磯焼けの解消に取り組み、近海魚種のゆりかごでもある藻場の再生を図ります。
- ・キジハタ、アワビ等の高級魚介類の生産目標を定め、安定供給が可能な資源管理（種苗放流・中間育成）に取り組みます。
- ・ブリ、トラフグ等の養殖漁業を推進します。
- ・イカ、ヨコワ等の供給量を確保し、市場性を維持するため、仙崎市場への県外船の誘致に取り組みます。

(2) 加工品

⑦ 水産物の高付加価値化の推進

- ・神経メなどによる鮮度の保持とともに、高品質の高速輸送のシステムづくりに取り組みます。
- ・顧客ニーズに対応した長門の優れた加工品の開発に努め、商品化につなげます。
- ・水産業者による6次産業化を推進します。

【工程表】

取組	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	
⑥ 水産物の安定供給体制づくり	藻場の保全 対策活動支援	漁業者による藻場保全対策活動の実施 ・食害生物の除去 ・母藻の設置		海を守る市民活動事業実施 植林、環境保全イベント		
	キジハタ・アワビ等高級魚介類の資源管理の推進	放流したキジハタを育てる漁礁の整備	キジハタの種苗放流	キジハタの採捕制限による資源管理	放流したキジハタ成魚の漁獲開始	
		アワビの中間育成施設整備	アワビの中間育成と放流 (放流方法の検討等、より効果の高い方法を検証する)			
	栽培漁業基盤の再構築		養殖事業や蓄養事業等の調査・検討・実行支援 (ブリ・フグ・海藻類や新規定置網等)	岩牡蠣の特産品化に向けた料理開発 販売イベント	LLCと連携した販路開拓への支援	
県外船の誘致		県外からのイカ釣り・ヨコワ釣り漁業者の仙崎市場への誘致	製氷冷凍施設等生産基盤整備の支援	直売施設整備等による价格的な誘致		

【工程表】

取組	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
⑦水産物の高付加価値化の推進	〔安定供給体制づくり〕				
		市場出荷品の品質向上を支える製氷冷凍施設等生産基盤整備の支援			
	鮮度保持技術及び出荷規格の徹底による品質向上実験事業		実験結果より市場出荷品の品質向上のための指導を漁協と協力して実施		
	LLCと連携した鮮度を保持する輸送システムづくり				
	大都市圏飲食店のニーズを踏まえた水産加工品の試作				
	〔漁業の6次産業化〕				
	販路や加工品の試作など、女性部や漁業者グループ等の活動を支援・育成		民間企業やLLCと連携した、新商品の開発や品質向上、販路開拓に取り組むモデルグループの検討		
	経営の効率化のための漁業活動の協同化に向けた検討				



長州黒かしわ



キジハタ

Ⅱ 大都市圏への販路開拓

【目 標】 「ながとブランド」の大都市圏展開

- 【取組指針】
- 消費者の視点に立ったマーケティング手法を用いた計画づくりとその推進
 - ターゲットの明確化（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（情報発信の手法等の工夫）
 - 大都市圏への販売やブランド化などを推進するための司令塔づくり

【取組内容】

⑧ 販路開拓の推進

- ・ 自然栽培米の販路開拓に取り組みます。
- ・ 長州黒かしわの更なる販路拡大に取り組みます。
- ・ 長州ながと和牛について、その美味しさに加え、食の安全等を重視した販売戦略を構築します。
- ・ 伝統野菜の更なる販路拡大に取り組みます。
- ・ 水産加工品の更なる販路拡大に取り組みます。
- ・ 大都市圏飲食店のニーズを十分に踏まえた水産加工品の試作品を創り、商品化につなげます。
- ・ SNS（フェイスブック、ツイッターなど）をはじめ、大都市圏での最適な情報発信手法を見出し、「ながとブランド」の浸透に努めるとともに、SNS地域レポーター（発信者）を多数養成します。

⑨ 司令塔づくり【重点施策】

- ・ 各種関係者の調整、大都市圏への販売、流通経路開拓、マーケティング、ブランド化などを推進するための司令塔として、（仮称）長門物産販売協働事業合同会社（LLC）を、JA、漁協等事業者、市民、並びにふるさと納税者の出資によって設立します。
- ・ 合同会社は、コーディネートした事業者から、より良質のモノを高額で仕入れ、山口県東京事務所との連携強化などにより、大都市圏へ高額で売り込むことによって、地元産品価格を向上させます。

⑩ 地元直売所の整備

- ・ JAや漁協、生産者、加工業者さらには、大津緑洋高校も含めた総がかり体制で地元産品（農林水産物）直売施設を、仙崎地区に整備します。
- ・ （仮称）長門物産販売協働事業合同会社（LLC）のアンテナショップとして、地元長門市や近隣市町、近県の住民に高級食材を提供し、その評価をいただくことによって、大都市圏展開の参考とします。
- ・ 直売による農家、漁家の所得向上に取り組みます。

【工程表】

取組	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
⑧販路開拓の推進	<p>→</p> <p>長門エクスプレスの充実による物産フェア 商談会への出店、LLC 設立準備支援 商品流通システムの検討</p>	<p>→</p> <p>ビジネスプラン策定</p>		<p>→</p> <p>プランに基づくコーディネート 商品開発支援</p>	
⑨司令塔づくり (LLCの設立)	<p>→</p> <p>LLC 設立準備委員会設置</p>	<p>→</p> <p>代表者公募開始</p>			
		<p>→</p> <p>出資の募集・確定</p>			
				<p>→</p> <p>LLC 設立・運営</p>	
⑩地元直売所の整備		<p>→</p> <p>水産物等直売実証実験店舗の運営</p>			
		<p>→</p> <p>店舗評価に基づく LLC アンテナショップとしての整備検討 仙崎地区グランドデザインの作成・コーディネート 出店関係者との調整 基本計画</p>			
			<p>→</p> <p>基本設計 実施設計</p>	<p>→</p> <p>建設工事着手</p>	
					<p>→</p> <p>直売所オープン</p>



農林水産物直売所(イメージ)

Ⅲ 安心・安全な食づくりの推進

【目 標】 「ながとブランド」の目に見える安心・安全化

【取組指針】 ○ 安心・安全な農水産物の生産及び供給体制の整備
○ 食のテキスト化による情報発信

【取組内容】

⑪ 安心・安全な農水産物づくり

- ・自然栽培米・完全無農薬有機肥料栽培米の一大供給基地を目指します。

【再掲】

- ・食の安全や環境保全に取り組む農場に与えられる JGAP 認証(注 1)を集落営農法人等へ拡大し、その農場で生産される特別栽培農産物(注 2)の増加に取り組めます。
- ・農薬や化学肥料を全く使っていない農地で栽培された農産物・加工食品に付される「有機 J A S」(注 3)規格が、地元産品に数多く付されるよう、取得促進に取り組めます。
- ・鮮魚の高付加価値化に向けて、鮮度保持技術の普及と向上、相手方のニーズに応じた最適な輸送方法の検証、並びに新しい料理法の開発に取り組めます。
- ・鶏糞・牛糞・豚糞をブレンドした独自堆肥を製造するとともに、その堆肥を利用することで農産物のブランド化に取り組めます。
- ・長門ゆずきち、田屋なす、白オクラなど伝統野菜について、食材の有益性をわかりやすく市外に発信することにより認知度を高め、高付加価値化につながるよう、テキスト化に取り組めます。
- ・長州黒かしわのブランド化に資するよう、テキスト化に取り組めます。
- ・バイヤーが高値で買い取ってくれるよう、鮮魚のテキスト化に取り組めます。

(注 1) Japan Good Agricultural Practice の略。「工程管理に基づく品質保証」の考え方を農業現場に導入し、食品事故などの問題を農場が未然に防ぐ農業生産工程管理の手法

(注 2) 2001 年に農林水産省が定めた「特別栽培農産物に係る表示ガイドライン」に従って生産された、化学合成農薬及び化学肥料の窒素成分を慣行レベルの 5 割以上削減して生産した農産物のこと。

(注 3) 「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律(JAS 法)」に基づく有機食品の認証制度。有機農産物や有機加工食品などの生産方法についての基準を定め、この基準を満たすものだけを「有機」と表示できるようにしたもので、農林水産省の登録認定機関が認証する。認証された有機食品には、有機 JAS マークが付けられる。

⑫ 循環型農業システムの構築

- ・稲作農家と畜産農家が連携したながと方式の循環型農業システムを構築します。

【工程表】

取組		平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
⑪ 安心・安全な農水産物づくり	自然栽培米等の供給基地化【再掲】	実証実験栽培開始		栽培面積拡大	新規取組者の獲得	野菜分野における自然農法の取組
	JGAP及び有機JAS規格の取得及び取得製品の拡大			JGAP 認証経営体の拡大	特別栽培農産物の拡大 (化学農薬・化学肥料の 100%削減)	有機 J A S の取組
	伝統野菜、米、長州ながと和牛、長州黒かしのテキスト化の推進	伝統野菜、米、長州ながと和牛、長州黒かしのテキスト化		実証実験店舗等での販売	生産部会での J G A P の取得	L L C で販売力の拡大
	水産物のテキスト化の推進		食のテキスト化を随時実施	実証実験店舗等での販売		L L C で販売力の拡大

取組		平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
⑫ 循環型農業システムの構築	養鶏業・畜産業と連携した循環型農業システムの構築	畜産堆肥補助事業の適用拡大	鶏糞・牛糞・豚糞をブレンド化した有機肥料の研究・開発	堆肥舎の建築支援・耕畜循環サイクルの拡大	特別栽培農産物の拡大 (化学農薬・化学肥料の 100%削減)	特別栽培農産物の拡大 (化学農薬・化学肥料の 50%削減)

IV 観光資産の魅力創出と連携

【目 標】 何度でも行ってみたいくなる魅力都市・長門の創出

- 【取組指針】
- 長門が誇る自然と文化の魅力度向上施策と客層のターゲットを絞った戦略の推進
 - 相互の資産の連携と調和による面的整備

【取組内容】

⑬ 仙崎地区の観光振興

- ・ 金子みすゞのやさしさをコンセプトとした観光サービスを創出するため、仙崎ならではのプログラムを構築し、ターゲットを絞った観光プロモーションで誘客に取り組みます。
- ・ 食事処で旬な魚料理の提供や、土産物屋で新鮮な魚介類等の購入機会の提供に取り組みます。
- ・ 趣のある風情を残す町並みを演出できるよう、必要な整備に取り組みます。
- ・ 青海島と市内他地区をコラボレートすることにより、民泊を伴う体験型教育旅行の誘致に取り組みます。
- ・ 手つかずの自然が残る青海島での、海の恵みが体感できる体験プログラムの提供に取り組みます。
- ・ 直売所の開設と併せ、ウォーターフロントの整備を図るとともに、青海島遊覧船などの海洋資産と融合した一大観光基地としての再生に取り組みます。

⑭ 俵山地区の観光振興【重点施策】

- ・ 科学的に証明された日本最高水準の効能に基づく「湯治」温泉として、詳細なテキスト化をベースにブランド化を目指しながら、ランチと温泉を目的とした日帰り旅行者へのサービスの充実、さらにはラグビーワールドカップの開催と併せたスポーツ合宿など、様々な観光客ニーズに対応した企画商品を提供します。
- ・ 俵山と市内他地区をコラボレートすることにより、民泊を伴う体験型教育旅行の誘致に取り組みます。
- ・ 湯町の温泉街を中心とした、誰もが散策したくなるような景観づくりに努め、温泉、花、料理及び土産物を動線をつなぐことにより、地元経済の活性化を図ります。
- ・ 行政、地域、民間が連携し、空き家再生に向けた取組を推進します。
- ・ 地域において、観光資源の開発やブラッシュアップなど先頭に立って行うリーダーや観光の取組を支えるサポーターの育成に取り組みます。

⑮ 湯本地区の観光振興

- ・ 歓迎太鼓の演出や地元食材を使った夕食の提供など、国内外の旅行者の宿泊を誘発する仕掛けを創ります。
- ・ 地元の暮らしや伝統文化を活かした様々な企画を宿泊者に提供します。
- ・ 誰もが散策したくなるような温泉街づくりに取り組みます。
- ・ シンボルの観光施設(恩湯)の保存整備に取り組みます。

⑯ その他地区の観光振興

- ・ 長門らしい体験・交流プログラムを多数創出し、そのプログラムのもとで、宿泊や飲食、土産物購入といった副次的な経済的対価が得られる仕組みを構築します。
- ・ 向津具半島において、自然や地元食材を柱とした滞在型余暇活動が展開できるように取り組みます。
- ・ 香月泰男美術館やルネッサながとなどの地域資産を活用して、開催イベントなどの情報発信に併せ、目的やターゲットに応じた宣伝方法の選択や売込む素材の重点化など戦略的な観光PRに取り組みます。



金子みすゞ記念館



金子みすゞモザイク画



棚田(油谷東後畑)



青海島海上アルプス

【工程表】

取 組		平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	
⑬ 仙崎地区の観光振興	長門が誇る自然と文化の魅力度向上施策	→	→				
		みすゞファンのニーズ把握					
		みすゞギャラリーの整備 (みすゞ通り)	みすゞギャラリーの整備 (本町通り及び周辺)			ギャラリーの更新 (みすゞ通り)	ギャラリーの更新 (本町通り)
				金子みすゞをコンセプトにした周遊型イベントの実施			
	まち歩きツアーに向けた案内人や語り部の育成、支援		まち歩きツアーの充実				
	体験型教育旅行の受入体制の強化、充実				他地区との連携、強化		
	海の恵みを体感できる体験プログラム等の充実 (新たな体験メニューの検討) (海のイベントのブラッシュアップ支援)				(旅行商品の造成、実施) (ブラッシュアップによる交流人口の拡大)		
						直売所の開設と併せ 一大観光基地の再生	
	客層のターゲットを絞った戦略の推進						
		メディア活用観光プロモーション活動			観光プロモーションの再構築		
		SNS 地域レポーターの養成					
	相互の資産の連携と調和による面的整備						
			街並み演出に向けた検討		散策路や休憩スポットの整備		
	地元直売所等と連動した観光開発素材の売出し						
			空き家調査・研究		空き家再生に向けた活用、情報発信		
					直売所イベントの企画		
						直売所と連動した取組 ご当地グルメメニューの開発、導入	



仙崎地区全景

取 組		平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	
⑭ 俵山地区の観光振興	長門が誇る自然と文化の魅力度向上施策	温泉力のテキスト化に向けた取組 (温泉力の分析) (温泉力のテキスト化)		他との差別化を図った情報発信		観光客数の増加	
		宿泊滞在型サービスの検討		宿泊滞在型サービスの開発、実施		宿泊滞在型サービスの活用促進	
		日帰り温泉サービスの検討		日帰り温泉サービスの開発、実施		日帰り温泉サービスの活用促進	
		体験型教育旅行の受入体制の強化	民泊受入戸数の拡大支援		他地区との連携、強化		
		空き旅館の調査、研究	空き旅館再生に向けた取組への支援		空き旅館を活用した湯治プランの企画、実施		
		観光ボランティア組織の設置	観光ボランティアの育成、支援		ボランティアガイド数の拡大		
			観光案内拠点の設置 拠点機能の充実		観光案内活動の強化		
		客層のターゲットを絞った戦略の推進	メディア活用観光プロモーション活動		観光プロモーションの再構築		
			SNS 地域レポーターの養成				
		相互の資産の連携と調和による面的整備	散策したくなる景観づくりに向けた取組				
(地域組織の立ち上げ)	(地域の景観整備・サービスの充実)		(観光資産を結ぶ動線づくり)				
温泉街の景観保全に向けた検討			温泉街の景観整備 景観保全地区の設定				



俵山温泉

取 組		平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
⑮ 湯本地区の観光振興	長門が誇る自然と文化の魅力度向上施策	周遊型プランの造成、支援			周遊型プランの充実	
			空き店舗の活用に向けた検討		空き店舗の活用	
	客層のターゲットを絞った戦略の推進	メディア活用観光プロモーション活動			観光プロモーションの再構築	
		SNS 地域レポーターの養成				
		宿泊客無料送迎バスの運行		二次交通対策の充実		
	相互の資産の連携と調和による面的整備	散策したくなる案内機能の充実 ライトアップ整備				
			散策ルートの修景、整備 観光案内施設整備			
		シンボリック観光施設の保全に向けた取組 (調査)				
			(調査結果に基づく整備検討)			
				(改修等)		



湯本温泉



大寧寺

取組	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	
⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿ ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿	<p>＜向津具半島＞</p> <p>体験・交流型プログラムの開発と受入体制の強化</p> <p>＜ルネッサながと＞</p> <p>全国に誇れる施設のアピールに向けた検討</p> <p>＜香月泰男美術館＞</p> <p>他館との密な連携・交流</p>	<p>＜ルネッサながと＞</p> <p>全国に誇れる施設のアピールに向けた検討</p> <p>コンベンション及びツアー商品の造成・支援</p> <p>＜香月泰男美術館＞</p> <p>他館との密な連携・交流</p>	<p>＜向津具半島＞</p> <p>体験・交流型プログラムの開発と受入体制の強化</p> <p>＜ルネッサながと＞</p> <p>全国に誇れる施設のアピールに向けた検討</p> <p>＜香月泰男美術館＞</p> <p>他館との密な連携・交流</p> <p>広域連携による周遊プランの開発、情報発信</p>	<p>＜向津具半島＞</p> <p>体験・交流型プログラムの開発と受入体制の強化</p> <p>＜ルネッサながと＞</p> <p>全国に誇れる施設のアピールに向けた検討</p> <p>＜香月泰男美術館＞</p> <p>他館との密な連携・交流</p> <p>広域連携による周遊プランの開発、情報発信</p> <p>観光プロモーションの再構築</p>	<p>＜向津具半島＞</p> <p>体験・交流型プログラムの開発と受入体制の強化</p> <p>＜ルネッサながと＞</p> <p>全国に誇れる施設のアピールに向けた検討</p> <p>＜香月泰男美術館＞</p> <p>他館との密な連携・交流</p> <p>広域連携による周遊プランの開発、情報発信</p> <p>観光プロモーションの再構築</p> <p>統一カラー・デザインによる整備</p>	
	長門が誇る自然と文化の魅力向上施策	<p>＜向津具半島＞</p> <p>体験・交流型プログラムの開発と受入体制の強化</p> <p>＜ルネッサながと＞</p> <p>全国に誇れる施設のアピールに向けた検討</p> <p>＜香月泰男美術館＞</p> <p>他館との密な連携・交流</p>	<p>＜ルネッサながと＞</p> <p>全国に誇れる施設のアピールに向けた検討</p> <p>コンベンション及びツアー商品の造成・支援</p> <p>＜香月泰男美術館＞</p> <p>他館との密な連携・交流</p>	<p>＜向津具半島＞</p> <p>体験・交流型プログラムの開発と受入体制の強化</p> <p>＜ルネッサながと＞</p> <p>全国に誇れる施設のアピールに向けた検討</p> <p>＜香月泰男美術館＞</p> <p>他館との密な連携・交流</p> <p>広域連携による周遊プランの開発、情報発信</p>	<p>＜向津具半島＞</p> <p>体験・交流型プログラムの開発と受入体制の強化</p> <p>＜ルネッサながと＞</p> <p>全国に誇れる施設のアピールに向けた検討</p> <p>＜香月泰男美術館＞</p> <p>他館との密な連携・交流</p> <p>広域連携による周遊プランの開発、情報発信</p> <p>観光プロモーションの再構築</p>	<p>＜向津具半島＞</p> <p>体験・交流型プログラムの開発と受入体制の強化</p> <p>＜ルネッサながと＞</p> <p>全国に誇れる施設のアピールに向けた検討</p> <p>＜香月泰男美術館＞</p> <p>他館との密な連携・交流</p> <p>広域連携による周遊プランの開発、情報発信</p> <p>観光プロモーションの再構築</p> <p>統一カラー・デザインによる整備</p>
	客層のターゲットを絞った戦略の推進	<p>メディア活用観光プロモーション活動</p> <p>SNS 地域レポーターの養成</p>	<p>メディア活用観光プロモーション活動</p> <p>SNS 地域レポーターの養成</p>	<p>メディア活用観光プロモーション活動</p> <p>SNS 地域レポーターの養成</p> <p>観光プロモーションの再構築</p>	<p>メディア活用観光プロモーション活動</p> <p>SNS 地域レポーターの養成</p> <p>観光プロモーションの再構築</p>	<p>メディア活用観光プロモーション活動</p> <p>SNS 地域レポーターの養成</p> <p>観光プロモーションの再構築</p> <p>統一カラー・デザインによる整備</p>
相互の資産の連携と調和による面的整備	<p>観光案内看板・公衆トイレの整備</p> <p>既設サインの見直し、検討</p>	<p>観光案内看板・公衆トイレの整備</p> <p>既設サインの見直し、検討</p>	<p>観光案内看板・公衆トイレの整備</p> <p>既設サインの見直し、検討</p> <p>統一カラー・デザインによる整備</p>	<p>観光案内看板・公衆トイレの整備</p> <p>既設サインの見直し、検討</p> <p>統一カラー・デザインによる整備</p>	<p>観光案内看板・公衆トイレの整備</p> <p>既設サインの見直し、検討</p> <p>統一カラー・デザインによる整備</p>	



ルネッサながと



香月泰男美術館

V 後継者・承継者の確保及び新規就業の創出

**【目 標】 「ながとブランド」や魅力ある観光資産を
いつまでも絶やさないための体制確保**

- 【取組指針】**
- 所得の向上及び労働意欲の向上による後継者・承継者の確保
 - 食のテキスト化を通じた、地元の農林水産物に愛着を持てる食育の推進
 - Iターン・Uターン人材に対する技術・事業経営の実習体験、受入体制の整備

【取組内容】

⑰ 所得の向上及び労働意欲の向上による後継者・承継者の確保

- ・ 農業及び水産業において、年収 1,000 万円化による所得の向上を早期に果たすことにより、労働意欲の向上や就業インセンティブを生み、一人でも多くの後継者や承継者が確保されるように取り組みます。
- ・ ながと方式の循環型農業システムの構築により、集落営農法人を対象に、自然栽培米等の海外認証（GAP）が取得できるように取り組みます。
- ・ 明日の観光産業を支える後継者の確保に向けて、法人化、共同経営など、「空き旅館」を発生させない仕組みを検討するとともに、サービスの向上、人材育成など実践的な経営指導に取り組みます。
- ・ 地元産品の詳細なテキスト化を通じて、幼年期から地元の農林水産物に誇りと愛着を持てる食育を推進することにより、明日の後継者・承継者を早い段階から育みます。

⑱ 技術・事業経営の実習体験、受入体制の整備

- ・ 若手就農者・就漁者に対する育成支援制度を整備し、就業相談から経営開始後まで、就業者のニーズや参入形態に応じたきめ細かな支援を展開します。

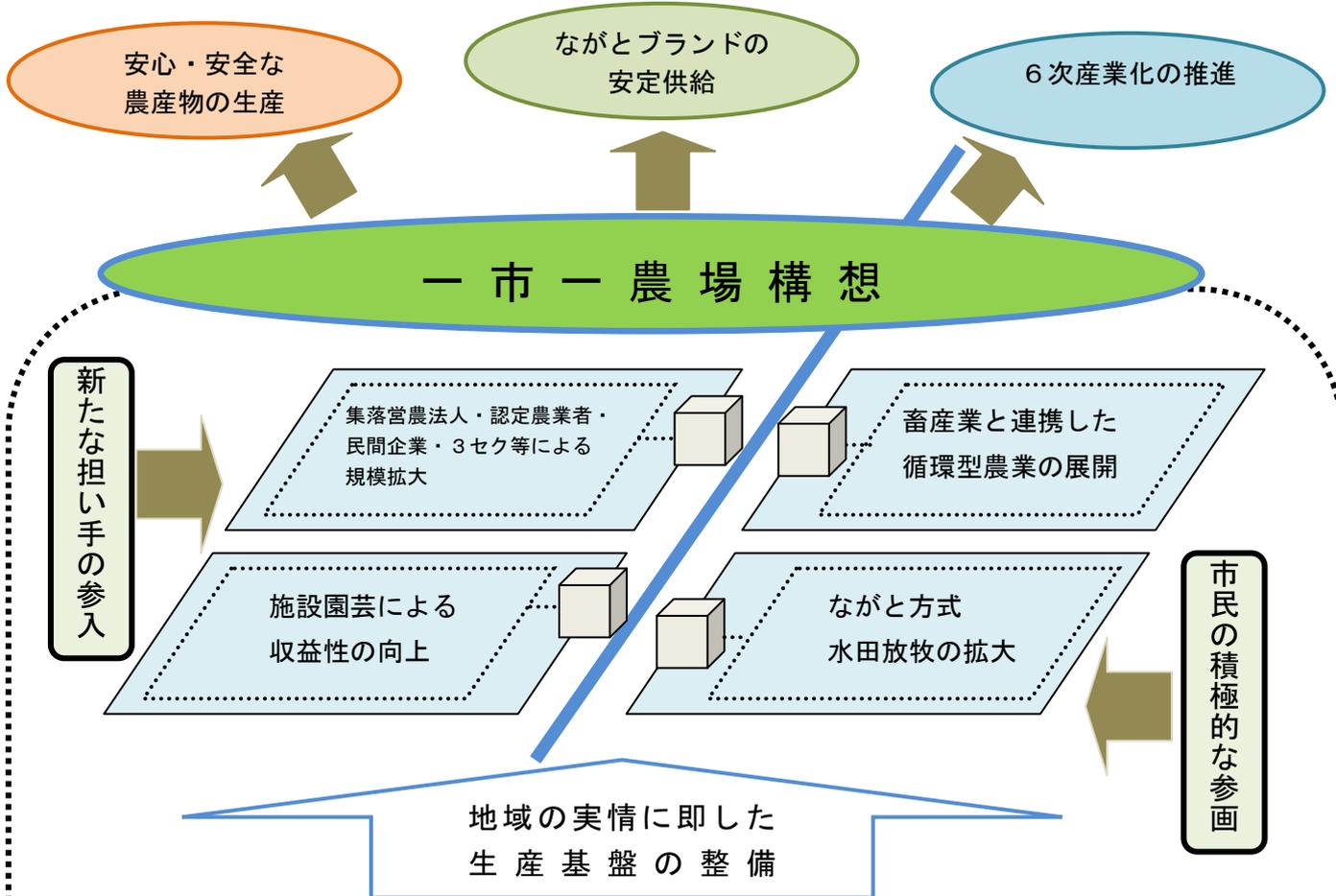
【工程表】

取組	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
①⑦所得の向上及び 労働意欲の向上 による後継者・ 承継者の確保	[農業・水産業]				
		関係団体と連携して後継者・承継者候補の抽出 関係団体と連携し候補者や大津緑洋高校等へのPR活動			
		1,000万円モデルの抽出		1,000万円パターンの確立	
					集落営農法人へのGAP取得促進
	[観光産業]				
		旅館業経営改善策検討開始		改善策に基づく具体的取組	
	関係団体との経営指導に係る事前調整		サービス向上、人材育成に係る実務型経営指導又は研修		
[食育の推進]					
	小中学校栄養教諭との進め方調整		伝統野菜・黒かしわテキストによる食育		
				鮮魚テキストによる食育	
		幼年期を対象とする農林水産物を用いた体験学習			
[魚食普及]					
		学校給食等での食材提供を通じた魚食PR お魚まつり等各種イベント、メディアを利用した情報発信			
①⑧技術・事業経営 の実習体験、受 入体制の整備					
	受入体制をめぐる関係団体との役割分担等事前調整	新規就業者育成支援制度(技術・事業経営の実習体験の整備・運用)			
		就業相談、居住環境整備等		ワンストップ窓口の整備・運用	

7 重点施策：一市一農場による農産物の安定供給体制づくり

～所得の向上、雇用の創出～

「チームながと」による
長門市農業の再生



農地集積調整組織

長門市の農地集積を進めるため
調整機能を有する機関として市が設置

長門市農地集積バンク(仮称)

- 農地の情報集約、相互調整
- 農地利用権の利用調整
- 集積後の担い手への利用権設定
- 3セク等への作業委託

国の方針に基づき
各都道府県に設置(予定)

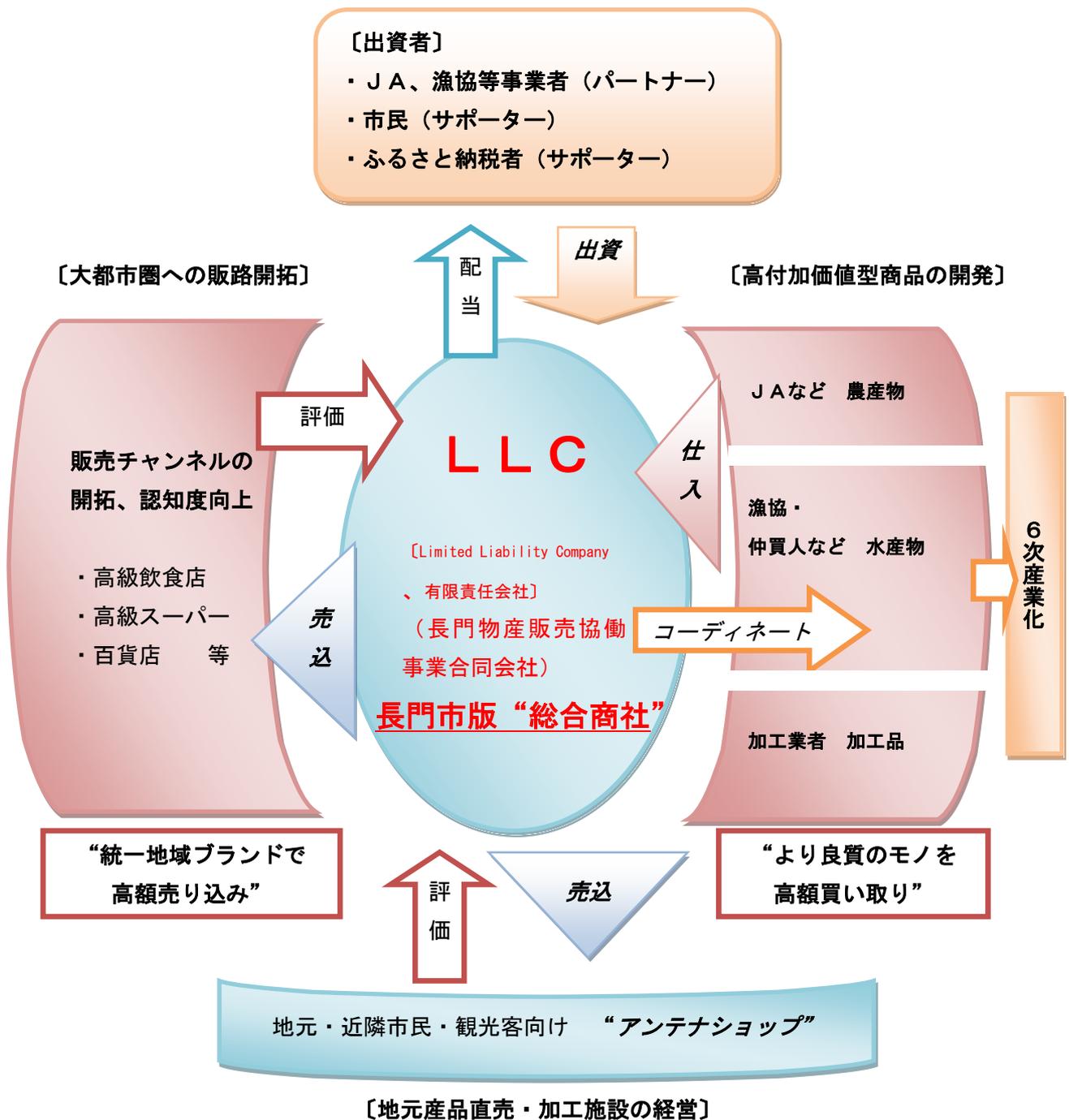
県農地中間管理機構

- 農地利用権中間保有
- 条件不利水田のほ場整備
- 担い手との農地貸借契約

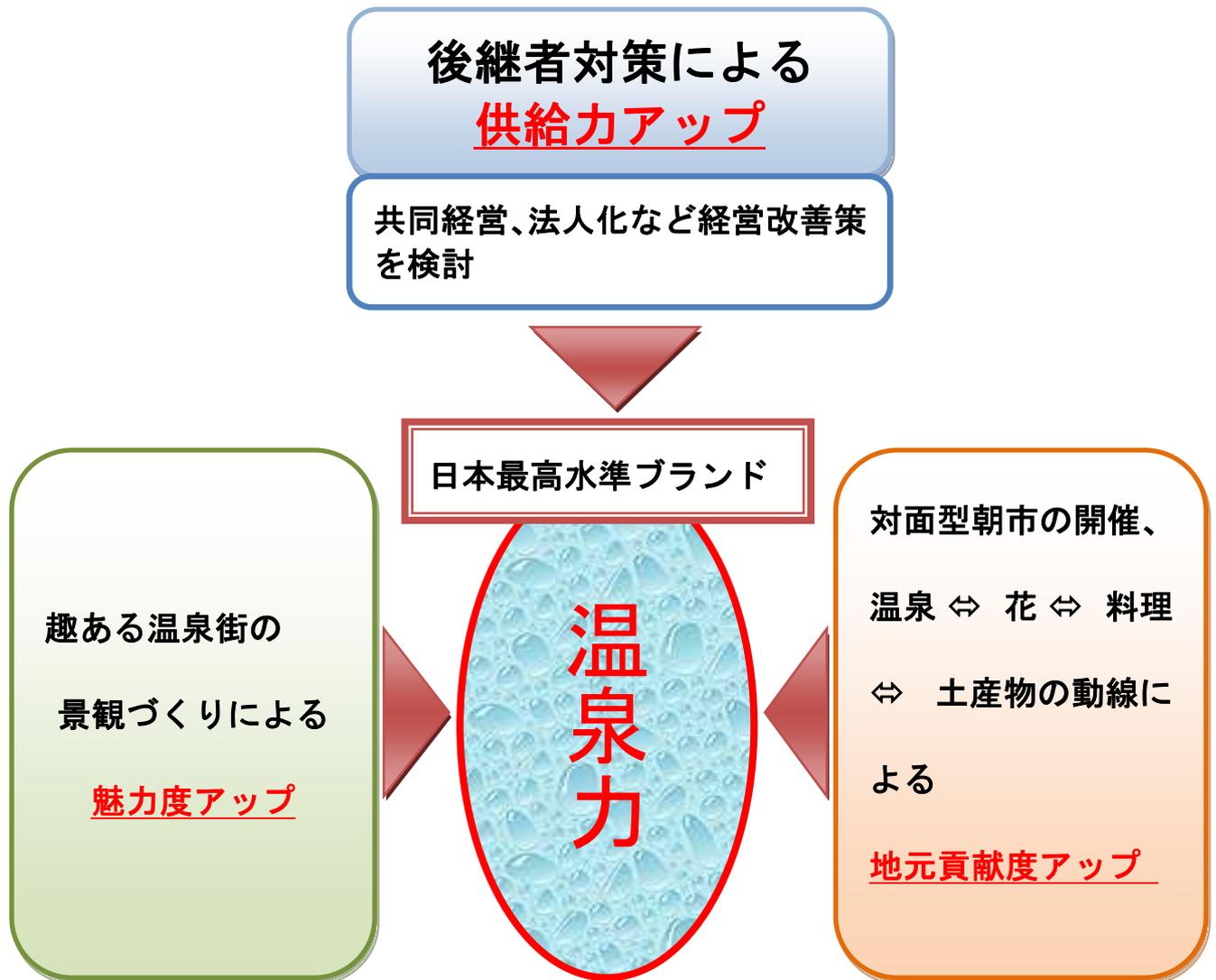
重点施策：(仮称) 長門物産販売協働事業合同会社 (LLC) による

「ながとブランド」の全国展開

【推進目標】
 統一地域ブランド（ながとブランド）を旗印に「チームながと」で所得向上・雇用創出



重点施策：地域資産を活かした俵山地区の観光振興



詳細なテキスト化で強力なブランド発信

