

# 仙崎地区交流拠点施設

## 事業計画書



平成 28 年 10 月

長門市

## 【目次】

はじめに	P1
1 環境把握	P2
2 施設の必要性	P7
3 ビジョン	P9
4 コンセプト	P10
5 目 標	P14
6 施設概要	P15
7 運営方針	P27
8 組織体制	P37
9 人員計画	P38
10 収支計画	P39
11 スケジュール・全体事業費	P40

## はじめに

本市をとりまく情勢は、人口減少や少子高齢化、若者の流出等による経済活動の縮小や社会保障費の負担増など厳しい状況にあります。このため、今後将来におけるまちの存続に向けて、平成 27 年 10 月に「長門市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、中長期的な視点に立って地域の抱える課題に取り組む方針を示したところであります。

また、平成 25 年 9 月には、第一次産業を中心とした「所得の向上」と「雇用の創出」を目指すため、「ながと成長戦略行動計画」を策定し、18 の具体的な取組を進めてきました。

その取組の一つに「地元直売所の整備」を掲げ、平成 27 年 3 月に「仙崎地区グランドデザイン基本計画」を策定し、直売所を含む交流拠点施設の整備を行うこととしました。

この施設には、市民、生産者、生産者団体、加工業者、観光業者など関係者の知恵と経験を結集した、交流拠点としての機能充実が求められています。

施設運営に当たっては、本市の交流拠点施設であることを念頭に、指定管理者を中心として、利用者の目線に立ったサービスの提供を行うとともに、市内全体の経済・産業の活性化を図る主要施設として、一次産業従事者や加工業者等の積極的な参画を図るほか、商品やサービス等の魅力向上に努め、健全で安定的な事業展開を図ります。

地域の皆様から末永く愛される施設を目指し、ここに事業計画を策定します。

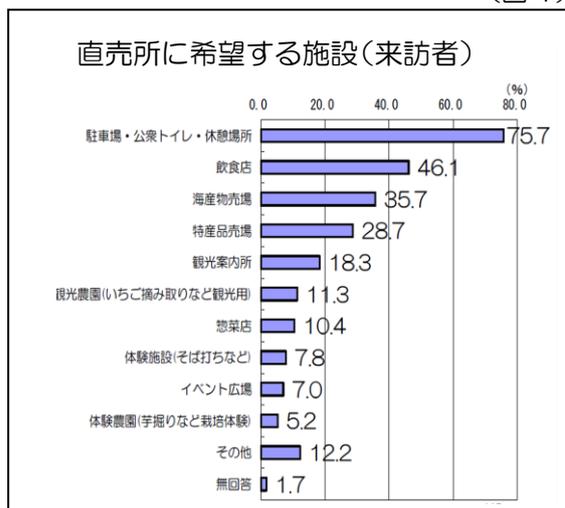
# 1. 環境把握

## (1) 地域環境

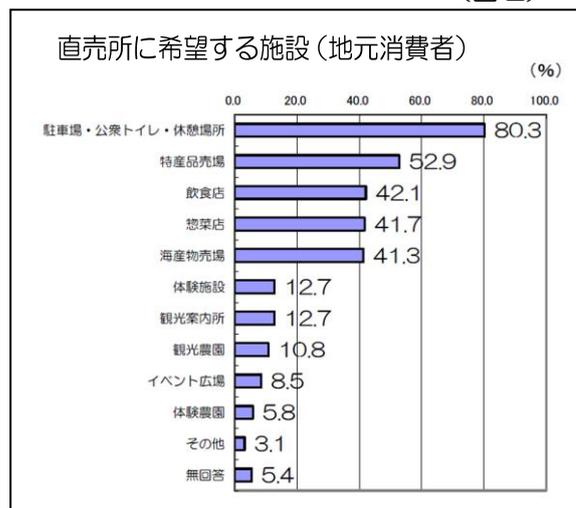
### ① 休憩施設

直売所整備に合わせて併設を希望する施設は、市外から本市を訪れた来訪者（観光客）・地元消費者ともに、「駐車場・公衆トイレ・休憩場所」と答えた人が最も多くなっています。（図1 図2）

(図1)



(図2)



○長門市農産物等直売施設整備基本計画に係るアンケート（H22年度）

### ② 観光ニーズ

近年、多様化する旅行スタイルを背景に、観光形態は団体から個人へ移行し、自動車によるドライブ観光を楽しむ観光客が多くなっています。

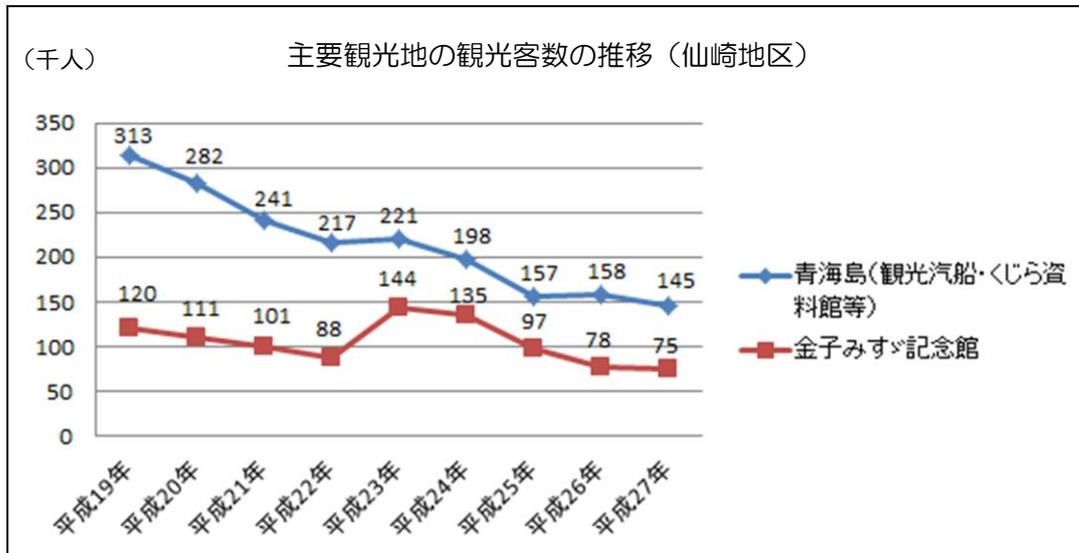
また、出発地の旅行会社が企画して観光地を巡る「発地型」観光に対し、受け入れ側が地元ならではのプログラムを企画し、交流や体験を楽しむ「着地型」観光が注目を集める中、市内全域に観光地が点在する本市においては、公共交通機関等を活用した周遊観光の仕組みづくりが必要となってきます。（図3）



### ③仙崎地区の観光客

青海島や金子みすゞ記念館等を有し、これまで本市の観光を支えてきた仙崎地区ですが、観光客の入り込み客数は減少傾向にあります。(図4)

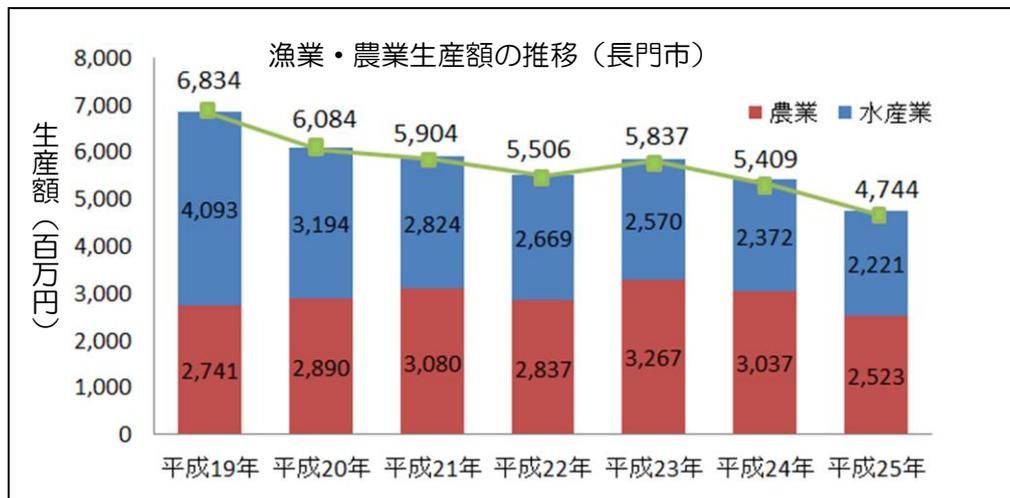
(図4)



長門市観光客調査

### (2) 農林水産物等

一次産業においては、従事者の減少や高齢化等により、生産量や生産額が減少傾向にあり、生産規模が縮小する中で、生産者自身の経営基盤も安定していません。



資料：「市町民経済計算」山口県

水産物においては、市内で水揚げされた水産物を市内で購入できる施設が少なく、地域住民が地元の水産物を地元で購入する機会も減っています。

また、農産物においては、地域の食品製造業等との結びつきが弱く、加工品や商品等の開発・流通体制が十分に整っていません。

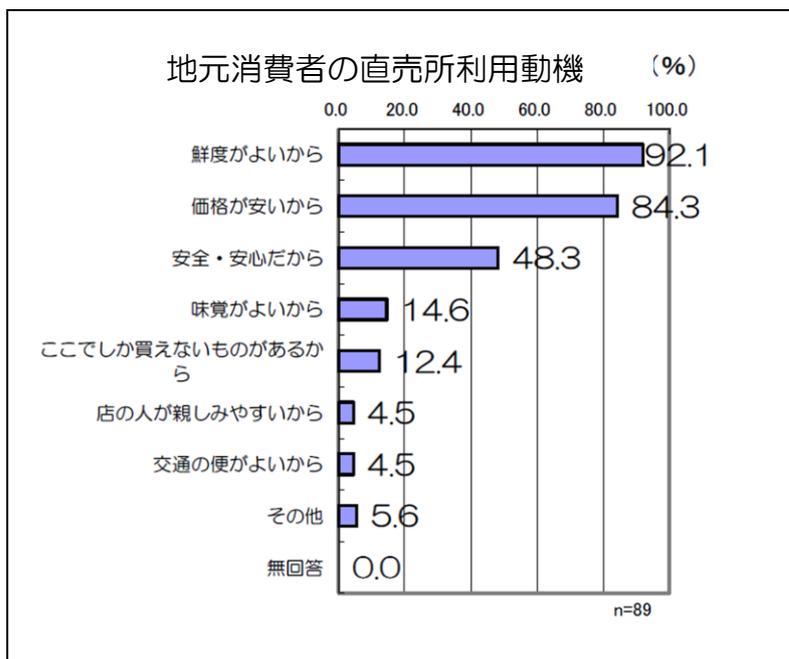
### (3) 農林水産物直売所

「道の駅」等の交流拠点施設に併設された「直売所」の利用者は、主に、地域外からの来訪者（観光客）と地域で暮らす地元消費者の2つに分けられます。

「直売所」における利用者ニーズは、利用目的によっても異なりますが、地元消費者においては「鮮度」や「安価」「安全・安心」といった観点から地元の農林水産物を求める傾向があります。(図5)

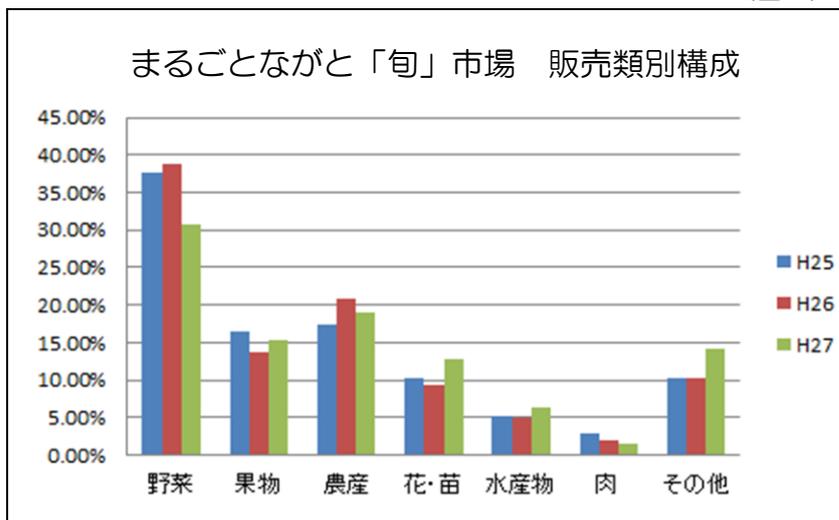
利用者のほとんどが地元消費者である「農産物等直売実証実験店舗 まるごと長門「旬」市場」においても、「野菜」の販売量が最も多く、次いで「農産物等の加工品」や「果物」となっています。(図6)

(図5)



○長門市農産物等直売施設整備基本計画に係るアンケート (H22 年度)

(図6)

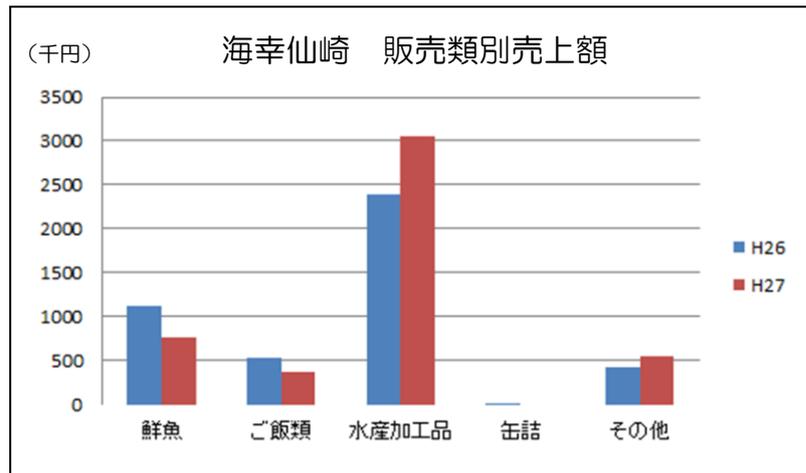


まるごとながと「旬」市場 販売データ

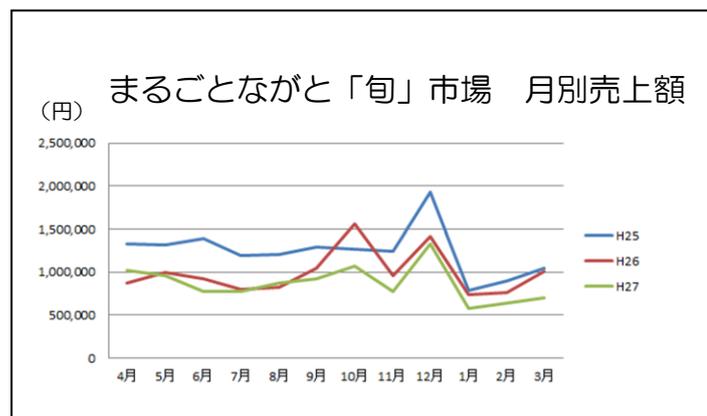
また、利用者の多くが、地域外からの来訪者（観光客）である「実証実験店舗海幸仙崎」では、「水産加工品」の売上額が最も多くなっています。一方で、持ち帰りが不便な「鮮魚」の売上額は伸びていません。（図7）

この他、月別の売上額においても、地元消費者が中心の「まるごと長門「旬」市場」では、年末となる12月に、「海幸仙崎」では、ゴールデンウィークがある5月と夏休み期間である8月に売上額が伸びています。（図8 図9）

（図7）

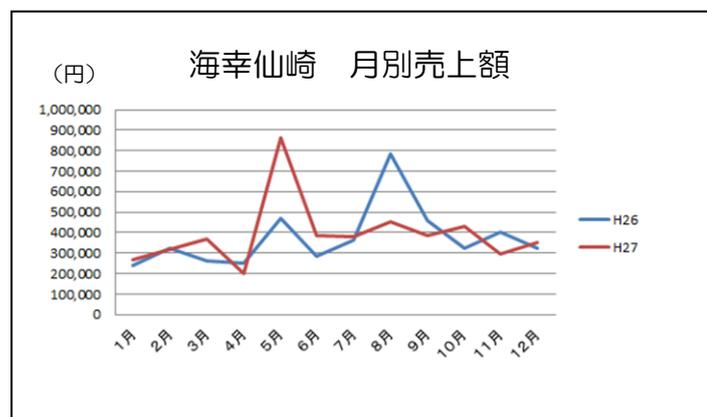


海幸仙崎 販売データ



（図8）

まるごとながと「旬」市場 販売データ



（図9）

海幸仙崎 販売データ

#### (4) 周辺環境

##### ①道の駅

山口県内には、平成28年9月現在、23カ所に道の駅が存在し、それぞれが地域や施設の特徴を生かした運営を行っています。

本市周辺にある道の駅においても、「鮮魚の販売」や「温泉活用」、「レストランのメニュー」「景観を生かした立地」等、様々な資産を活用した取組を行っています。(図10)

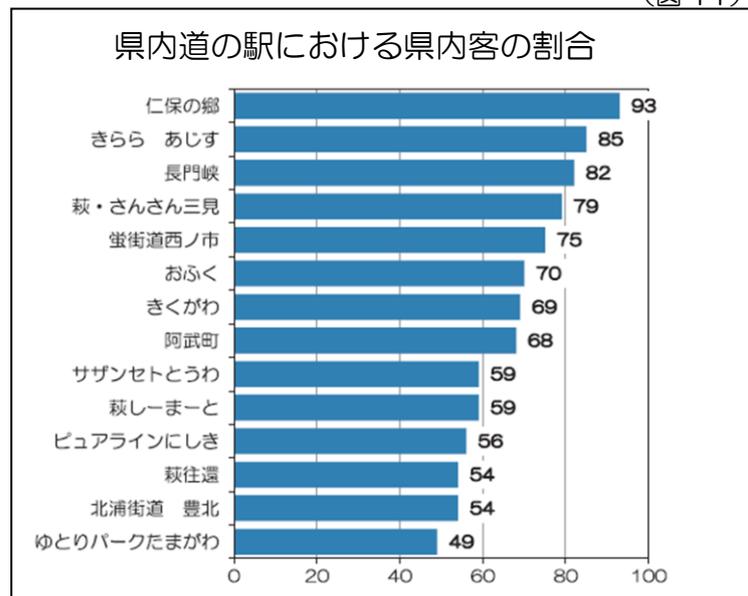
(図10)



##### ②利用者

県内の道の駅における県内客割合(出発地が県内)は、平均70%となっており、県内客の割合が少ないのは、山口・島根県境に位置する「ゆとりパークたまがわ」(萩市)のほか、「萩往還」(萩市)、「北浦街道 豊北」(下関市)等となっています。(図11)

(図11)

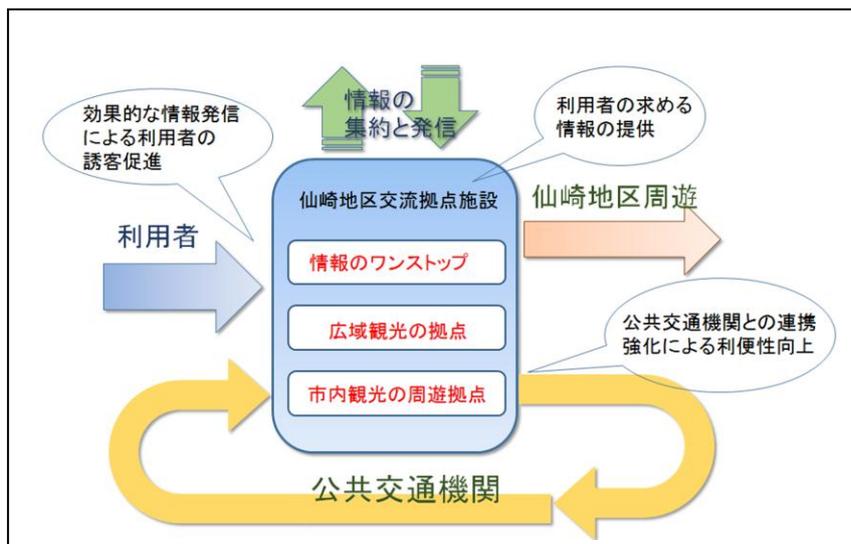


資料：国土交通省中国地方整備局山口河川国道事務所

## 2. 施設の必要性

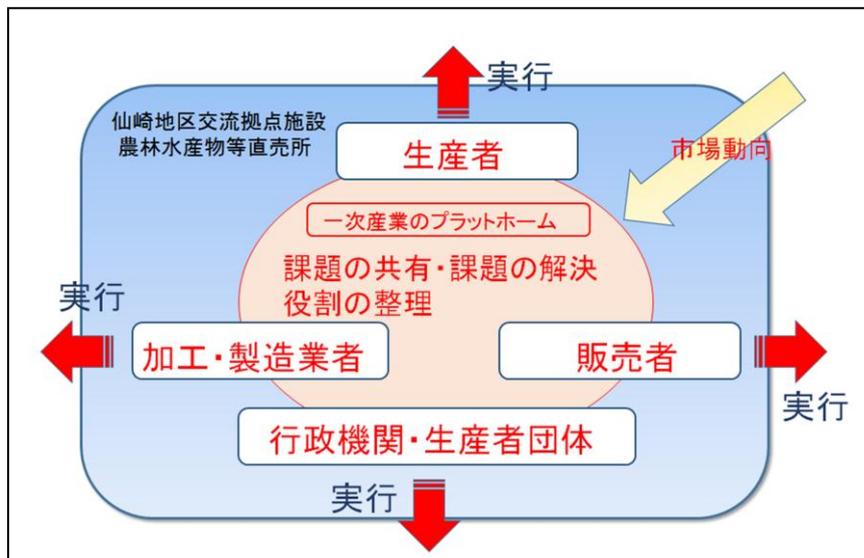
### (1) 休憩施設と情報の発信

本市では、観光客や地域住民が休憩できる環境を整えるとともに、「情報のワンストップ」「広域観光の拠点」「市内観光の周遊拠点」等の視点から、公共交通機関との連携を含め、利用者の利便性向上に向けた取組が必要となっています。

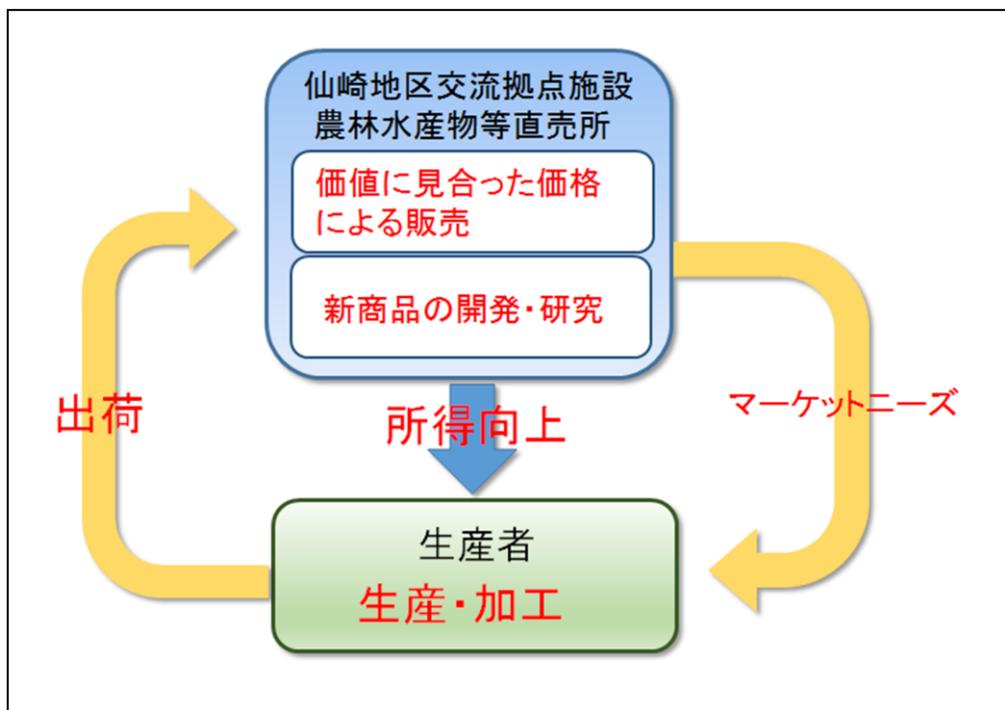


### (2) 農林水産物

本市においては、一次産業従事者の経営基盤強化による産業の活性化に向けて、新たな仕組みづくりが必要となってきます。仕組みづくりにおいては、生産から加工、販売までの様々な立場の関係者が連携し、農林水産物に関わる生産量・品質の課題や生産者・生産者団体・関係機関等の役割等の整理を行った上で、それぞれが抱えている課題の解決や、新たな生産体制・流通システムの構築に向けての取組が重要となってきます。



また、生産者の所得向上に向けた農林水産物の販売においては、商品に見合った価格形成が重要となってきます。消費者の動向や季節による商品の価格変動等、マーケットニーズを的確にとらえ、価値ある商品の生産・販売に向けた環境の構築が必要となってきます。



### (3) 道の駅

平成5年に登録がはじまった「道の駅」は、現在、全国で1,000を超える施設を数えるようになりました。当初は、道路利用者の休憩施設として運用が行われていましたが、その後、地域の創意工夫により特産品や観光資源を生かした産業振興への取組も行われるようになりました。

今では、地域の産業や経済の活性化を図る主要拠点となり、国土交通省は道の駅を「経済の好循環を地域に行き渡らせる成長戦略の強力なツール」と位置づけています。

「仙崎地区交流拠点施設」は、今後、道の駅への登録を目指すこととしていますが、産業構造における負の循環を好循環へ転換させるために、独自性のある魅力的な運営が求められています。

(参考資料)

山口県における「道の駅」の現状と展望 (やまぐち経済月報 2015.11)

進化する「道の駅」の機能強化を図る国の取組 (道路行政セミナー2014.11)

### 3. ビジョン

誰もが安心して安全に利用できる施設であることを前提とした上で、利用者が休憩しながら、道路情報や地域情報、災害情報等を得ることができる施設の整備を行います。

また、第一次産業を中心に「所得の向上」と「雇用の創出」を図り、地域の産業を活性化させるための主要施設として、生産体制や流通環境の改善を図り、生産者の自主自立を支援します。

さらに、本市らしい交流の拠点施設として、人を呼び込むとともに、市民生活の向上や観光客等の周辺観光地等への誘導につなげる取組を行う中で、本市の魅力ある農林水産物や特産品等を広く周知・販売し、「ひと」と「もの」の新たな流れを生むことで、地域経済の活性化を目指します。

そのため、以下の機能を充実させる運営を行います。

#### (1) 休憩機能

利用者にとって安全で快適な休憩施設となるよう、バリアフリーに配慮した駐車場やトイレを整備するほか、多様なニーズに対応した休憩スペースやサービスの充実を図ります。

#### (2) 情報発信機能

観光コンベンション協会や関係機関と連携し、道路情報や地域情報等、利用者が求める情報のきめ細やかな提供を行います。

#### (3) 産業振興機能

農林水産物等直売所での販売を通じ、マーケットニーズを把握するとともに、本市の生産・流通環境に生かすことで、地域産業と経済の活性化を促進し、一次産業を中心とした所得の向上と雇用の創出を図ります。

#### (4) 集客交流機能

魅力ある機能・サービスを充実させることで集客を図るとともに「人」や「もの」の交流による地域の活性化を促進します。

また、地域情報の提供や公共交通との連携を強化し、市内観光地等への誘導につなげます。

#### (5) 地域連携機能

地域に根ざした施設として、地域住民の利便性向上に努めるとともに、人々が集う地域コミュニティ形成の場所として利用促進を図ります。

## 4. コンセプト

本市の豊かな資産が持つ力を最大限に引き出し活用するとともに、更なるブラッシュアップを図り、多くの利用者に「長門市が誇る まちの魅力」を届けます。

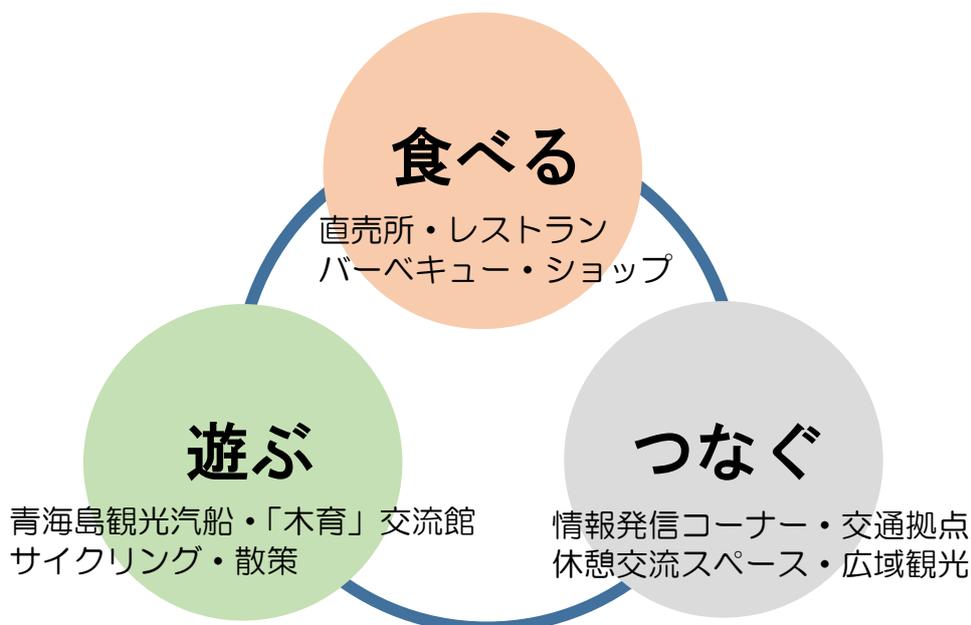
### (1) ストーリー

#### ストーリー①

### 食べて、遊んで、交流できる 『安心して集う場所』

仙崎地区交流拠点施設の三つの特徴は“食べる”“遊ぶ”“つなぐ”です。この三つのキーワードを柱として、幅広い層の利用者がそれぞれの「心地よさ」「楽しさ」を実感することができる施設の整備・運営を行います。

また、仙崎地区が有する特長を最大限に活用しながら、滞在や周遊ができる場所として、潮風を感じながらの散策、海と親しむ体験、地域の魅力の再発見等、地域の新しい交流スペースとして、その役割を果たします。



## ストーリー②

# 海を中心に栄えた 『長門 仙崎の豊かな食材』

長門市仙崎は、古くから漁業が盛んな町です。また、漁業の繁栄とともに、水産加工業も発達する中で、養鶏業や農業なども同時に発展してきました。これらすべての産業の潮流は“命のバトン”として循環し、この地に潤いをもたらしています。本施設においても、“命のバトン”によって受け継がれた農林水産物等の販売を中心に、様々な効果がそれぞれの産業へ海の波のように広がっていくよう展開を図ります。

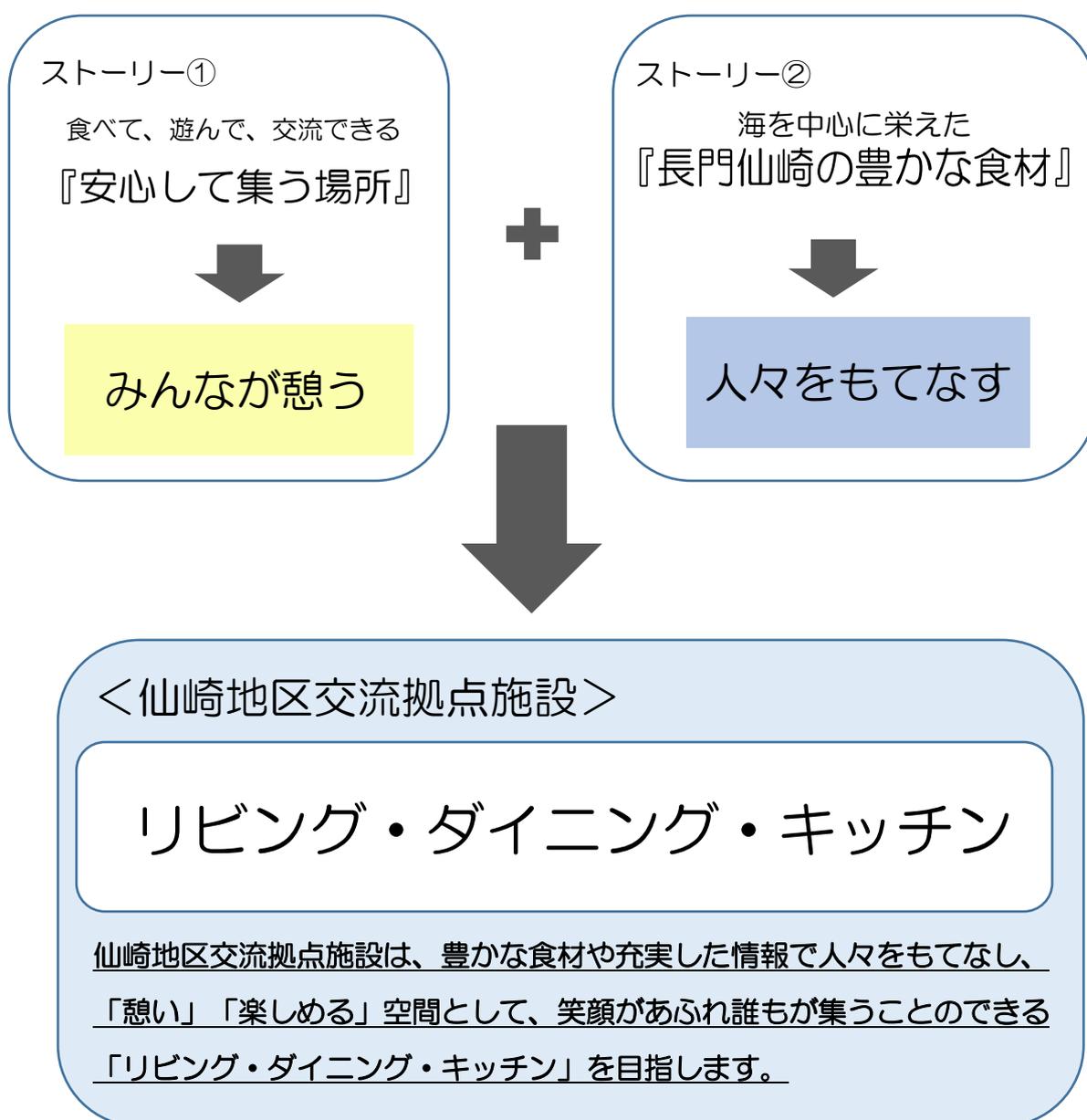
## 長門市の産業 ～それは海から始まる”命のバトン”～



## (2) コンセプト

日本では多様化するライフスタイルにあわせ、台所（kitchen）と食堂（dining room）の機能を併存させた「ダイニングキッチン」が生まれました。その後、ライフスタイルの変化や生活水準の向上とともに、ダイニングキッチンよりも更にゆとりのある広さの空間として、居間、台所、食堂の機能を併存させた場所“リビング・ダイニング・キッチン(略称「LDK」)”が利用されるようになりました。

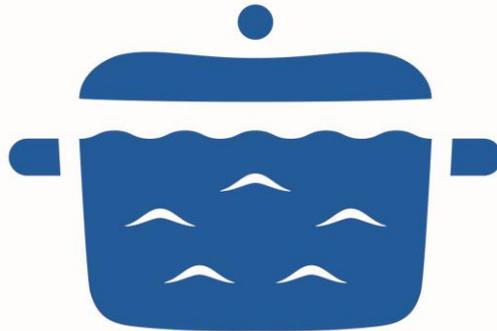
キッチンとそこにある空間は、今では、食事をする場所であり、おもてなしをする場所でもあり、そこに関わる人々の団欒の場所ともなっています。仙崎地区交流拠点施設は二つのストーリーの魅力を生かし、人々が団欒できる場所となるよう取り組みます。



### (3) 施設名称

仙崎地区交流拠点施設は、「長門 仙崎の豊かな食材」の魅力を最大限に引き出しながら、「誰もが安心して集える場所」として、豊かな食材や充実した情報で人々をもてなし、「笑顔があふれ」「憩い」「楽しめる」空間として、多くの人に親しんでいただける施設を目指します。

また、長門市を大きな家ととらえ、駅は「玄関」、道路は「廊下」、温泉は「お風呂」、仙崎地区交流拠点施設は「台所」という位置づけの中で、地域に住む人だけでなく、地域外から遊びに来られた人にも施設を通して長門市全体をより身近なものと感じてもらえるよう展開を図ります。



## センザキッチン

Senzakitchen

## 5. 目標



(平成31年度) (開業3年目)

年間利用者 **42万人**

年間売上 **4億7千万円**

〈当初計画〉 (仙崎地区グランドデザイン基本計画)

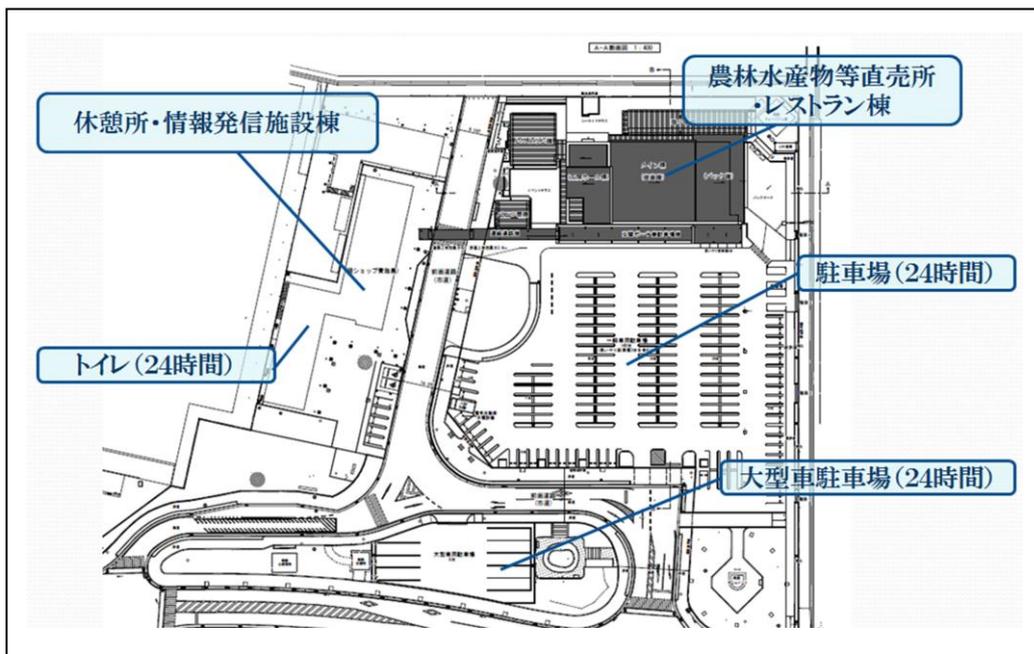
年間利用者 39万人

年間売上 4億3千万円

## 6. 施設概要



- 【名称】 仙崎地区交流拠点施設
- 【住所】 山口県長門市仙崎 4297-1
- 【施設設置者】 長門市
- 【敷地面積】 約 23,000 m<sup>2</sup>
- 【延べ床面積】 農林水産物等直売所・レストラン棟：約 1,465 m<sup>2</sup>（新設）  
休憩所・情報発信施設棟：約 902 m<sup>2</sup>（改修）
- 【建物構造】 農林水産物等直売所・レストラン棟：木造、一部鉄骨造  
休憩所・情報発信施設棟：鉄骨造
- 【駐車場台数】 大型：8台  
小型：150台  
おもいやり駐車場：5台
- 【定休日】 年中無休（臨時休業有り）
- 【営業時間】 9時～18時（季節営業有り）



### 【外観イメージ】

農林水産物等直売所の外壁は、本市で古くから用いられている焼き杉の壁を連想させる配色とし、建物前面には、本市を代表する特産品である「仙崎かまぼこ」や「仙崎ぶとイカ」「広大な海に打ち寄せる波」をデザインした白色のポーチを配置しています。

また、隣接する「レストラン」と「パン屋」の屋根は曲線を描き、大海原の波間を羽ばたくカモメをイメージしています。これは、仙崎地区出身の童謡詩人金子みすゞの詩「海とかもめ」の世界を表現しています。



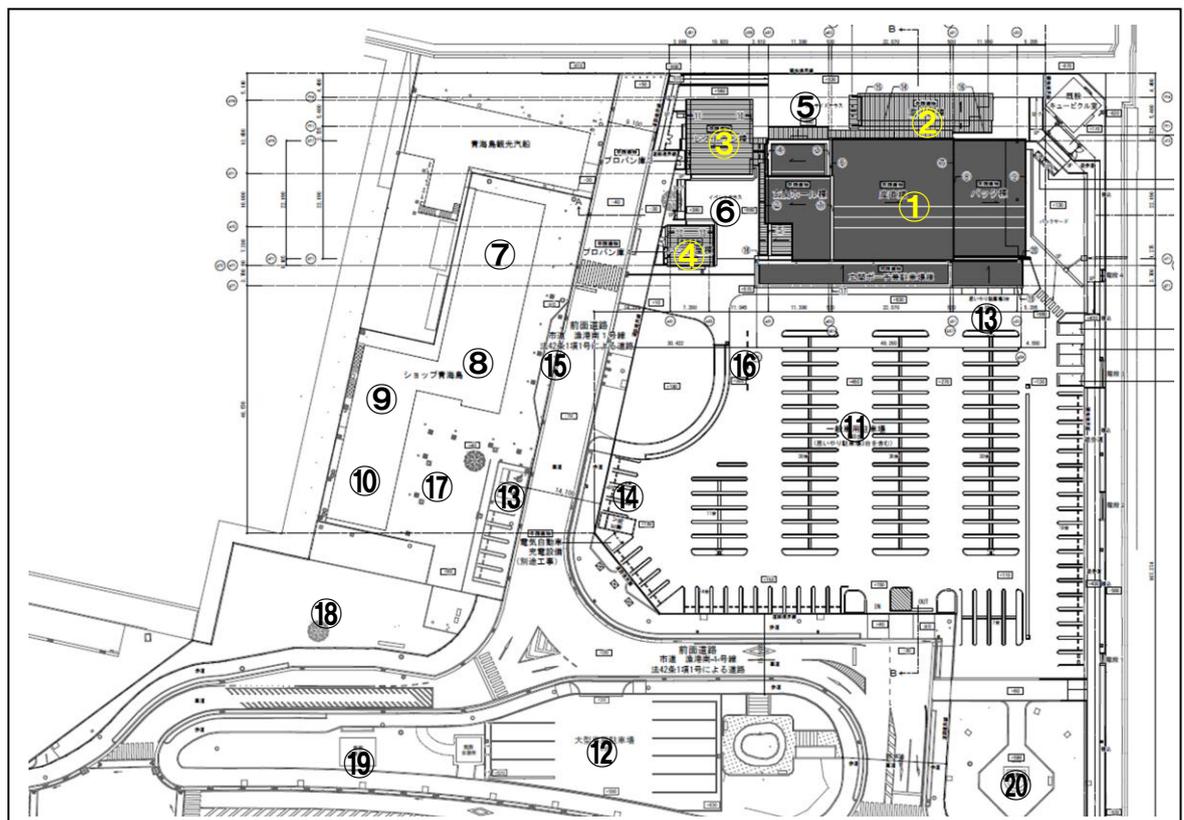
【主な施設】

(1) 農林水産物等直売所・レストラン棟

- |               |                      |
|---------------|----------------------|
| ①農林水産物等直売所    | ②海小屋(バーベキュー施設 70席程度) |
| ○農林水産物等売り場    | ③レストラン(50席程度)        |
| ○惣菜コーナー       | ④パン屋                 |
| ○かまぼこセレクトショップ | ⑤シーサイドデッキ            |
| ○カフェ          | ⑥イベントテラス             |
| ○干物店          |                      |
| ○鮮魚店          |                      |
| ○加工施設         |                      |
| ○玄関ホール        |                      |
| ○トイレ          |                      |

(2) 休憩所・情報発信施設棟

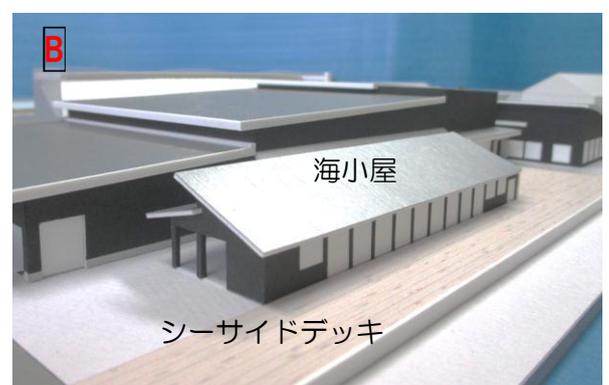
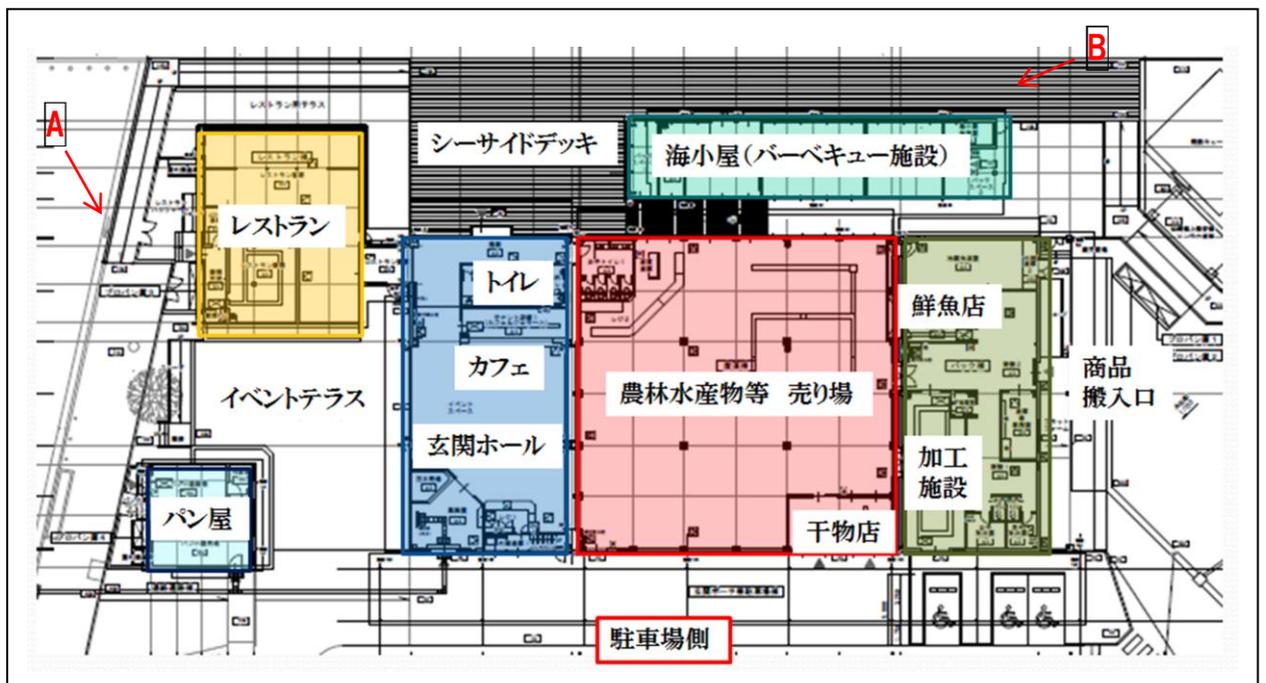
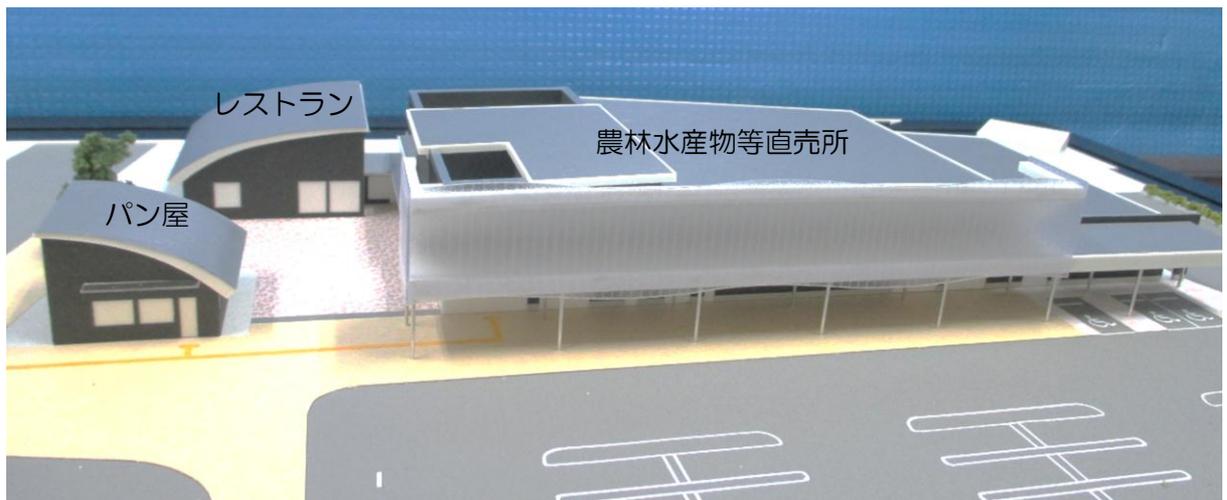
- |              |                |
|--------------|----------------|
| ⑦テナント店舗(6店舗) | ⑨トイレ(24時間利用可能) |
| ⑧休憩・情報発信コーナー | ⑩「木育」交流館       |



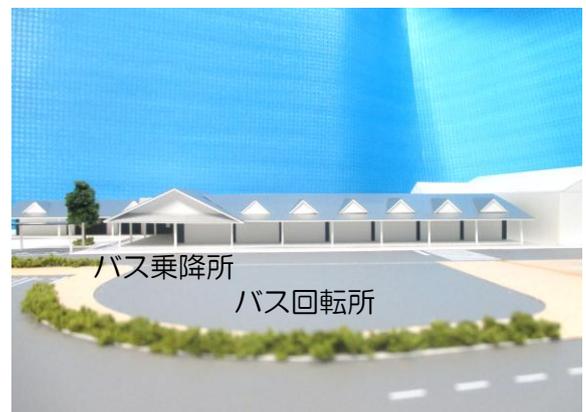
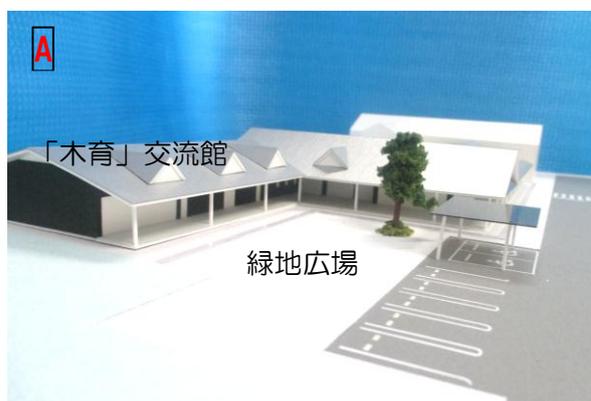
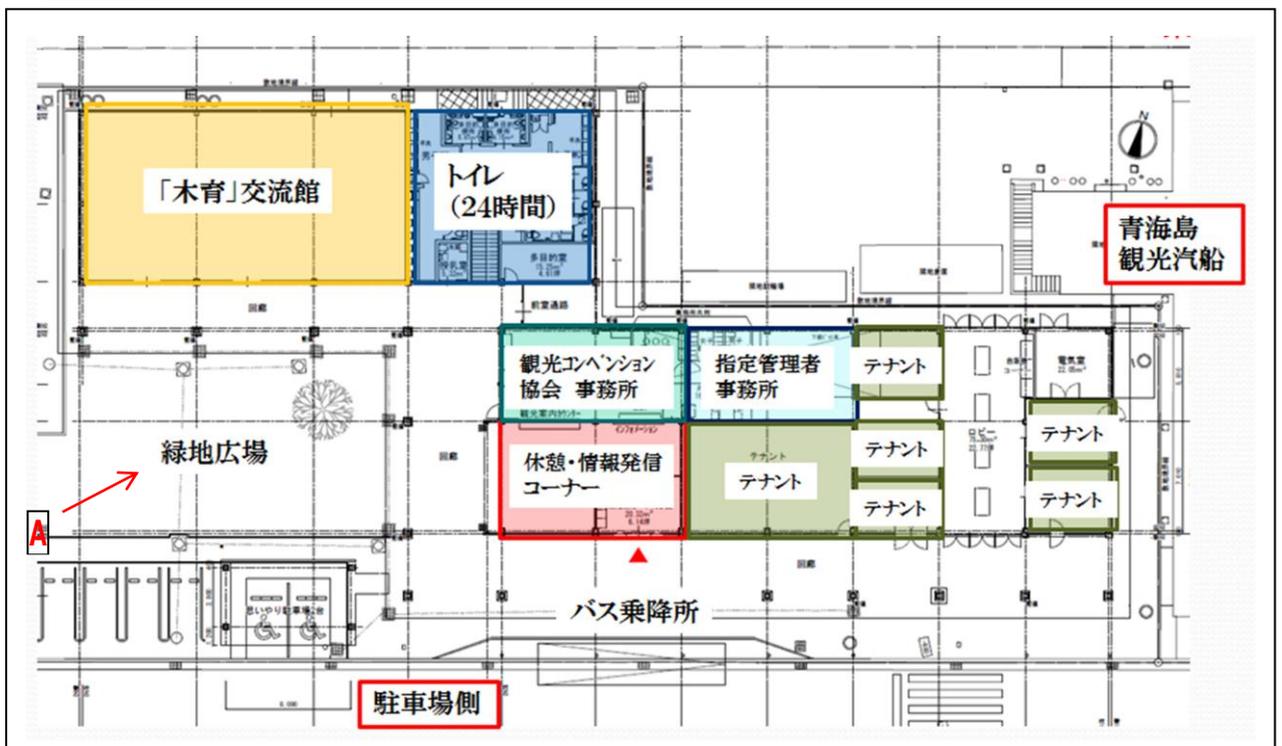
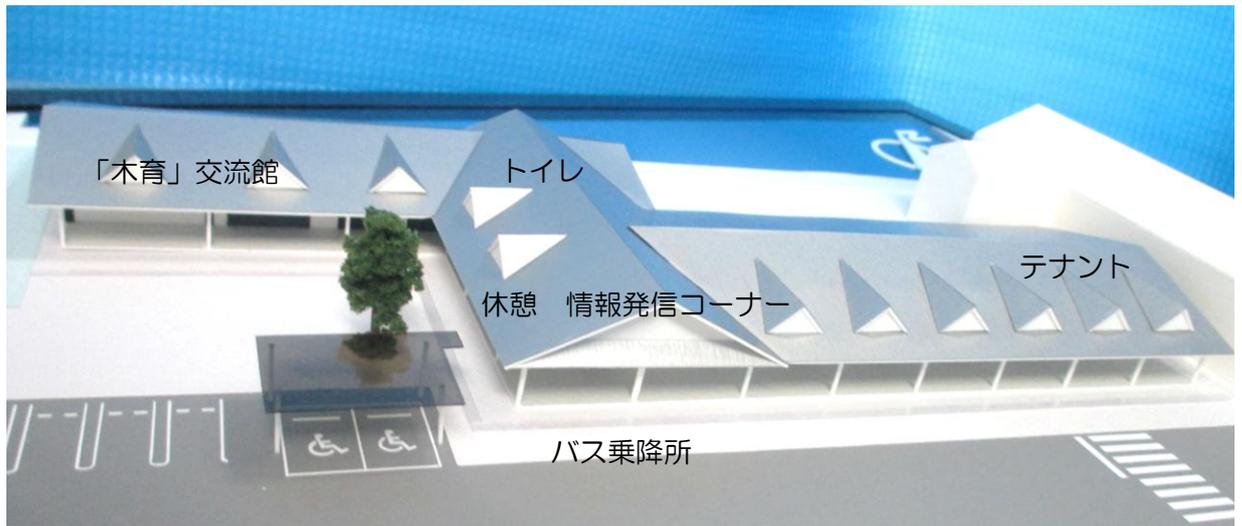
(3) 駐車場・外構

- |                    |                    |
|--------------------|--------------------|
| ⑪一般駐車場(150台)       | ⑬思いやり駐車場(5台)       |
| ⑫大型車駐車場(8台)        | ⑭電気自動車充電設備(既存施設移設) |
| ⑬思いやり駐車場(5台)       | ⑮バス乗降所             |
| ⑭電気自動車充電設備(既存施設移設) | ⑯屋外トイレ(既存施設改修)     |
| ⑮バス乗降所             | ⑰緑地広場              |
| ⑯屋外トイレ(既存施設改修)     | ⑱くじらモニュメント         |
| ⑰緑地広場              |                    |
| ⑱くじらモニュメント         |                    |

【農林水産物等直売所・レストラン棟】



【休憩所・情報発信施設棟】



## 【三つの特徴】

仙崎地区交流拠点施設では、三つの特徴を最大限に生かし、「憩い」と「おもてなし」の空間で人を呼び込み、施設全体の魅力向上につながるよう取組を行います。



### <食べる>

長門市のおいしい食のエリア

農林水産物等直売所を中心として、海小屋（バーベキュー施設）や飲食店等の店舗を充実させます。また、「食べる」をテーマとしたイベントや体験を通し、様々な形で長門市の食を味わうことができます。

### <遊ぶ>

海と遊ぶ 木と遊ぶ 仙崎で遊ぶ

「青海島観光汽船」や「木育」交流館」で楽しむことはもちろん、エリア内の様々な休憩スペースで、心地よく過ごすことができます。親子で遊ぶ、友達と過ごす、仲間と語らう等、思い思いの“楽しい”時間を過ごすことができます。

### <つなぐ>

人と人、人とももの、町と町

長門市の産業の特徴“命のバトン”の精神は様々なものを「つなぐ」ことで発展してきました。「人と人」「人とももの」をつなぎ、さらに、観光の重要な拠点として「地域と地域」をつなぎます。そして、新しい仙崎を未来につなぐ役割を担います。

## 「食べる」～ここは仙崎の台所です。～

仙崎地区交流拠点施設は、近隣に暮らす人や市外からの観光客など、すべての利用者の台所です。

すぐそばの日本海からは、新鮮な水産物が集まります。地元の畑からは、とれたての野菜が持ち込まれます。養鶏農家さんからは、山口県が誇る鶏肉が運ばれてきます。

飲食店では、そんな素材を生かしたメニューを提供し、多くの利用者に「ながとの味」を届けます。

### ○農林水産物等 売り場

- 売り場は、賑やかな市場や商店街をイメージしたレイアウトとします。
- 水産物コーナーには、水揚げされたばかりの鮮魚が地元の漁師さんによって直接持ち込まれる他、鮮魚店の熟練の目利きによって仕入れられた仙崎市場直送の新鮮な水産物も並びます。
- 地元農家さんからは、季節に応じた旬な野菜や果物が持ち込まれます。
- 特産品コーナーには、市内で製造された「漬物」や「干物」等の加工品の他、本市を代表するお土産品が集まります。
- 市内各地で収穫されたお米は、品種やブランドごとに分け、量り売りで販売します。
- 施設内のスペースを利用してイベント出店ができます。



農林水産物等直売所売り場イメージ

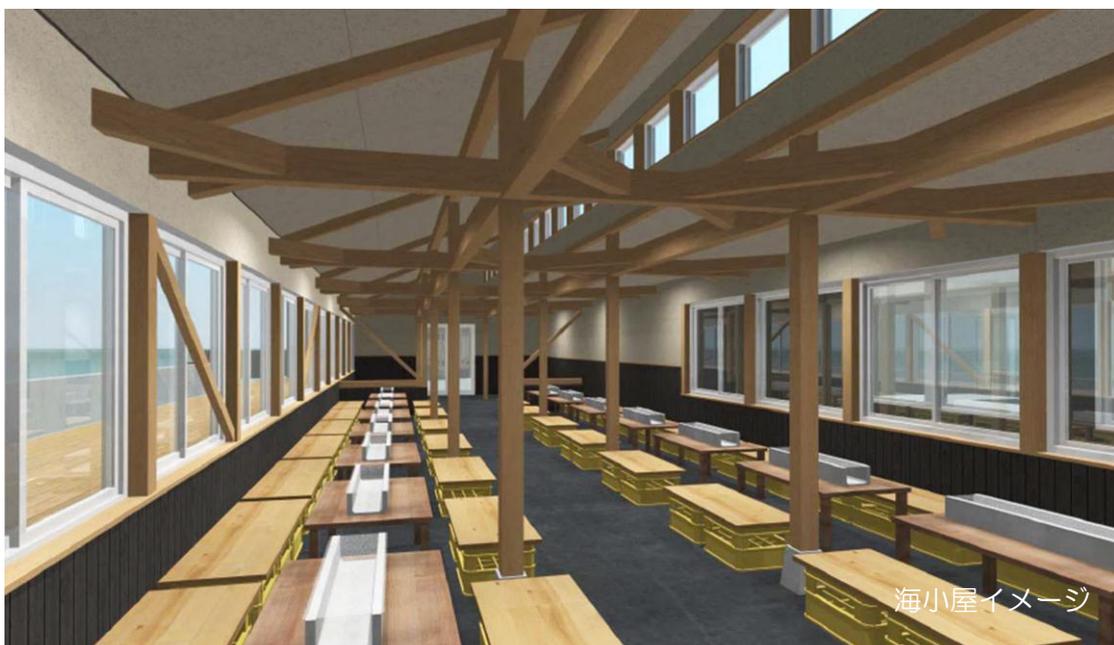
農林水産物等直売所の売り場は、長門市産の木材を活用し「長門の森」を表現しています。「長門の森」には、毎日、新鮮な農林水産物が集まります。

### ○惣菜コーナー

- 農林水産物等直売所の加工スタッフが地元の旬な食材を用いて調理した惣菜を販売します。
- 市内の惣菜店や料理店で作られたこだわりの惣菜も並びます。

### ○海小屋（バーベキュー施設）

- ・直売所で購入した食材を、自分で焼いて食べることができます。
- ・海小屋の専門スタッフが焼き方や食べ方をアドバイスします。
- ・約70席の広さを生かし、友達や家族、職場等、団体での活用ができます。
- ・「牡蠣小屋」や「ビアガーデン」等、季節に応じた臨時営業を行います。



バーベキュー食材の販売イメージ

### ○かまぼこセレクトショップ

- ・本市を代表する特産品である「仙崎かまぼこ」等の練り製品専門の販売コーナーです。
- ・市内すべての製造会社の商品を取り揃えます。

### ○飲食店舗

- ・それぞれの飲食店舗が市内の食材を用いた特色ある商品やメニューを提供します。
- ・「やきとりの町」として、日中でも「やきとり」を食べることができます。
- ・フードコート型飲食コーナーでは、様々な商品をテイクアウトして、その場で食べることができます。

## 「遊ぶ」～ここは仙崎のリビングです。～

仙崎地区交流拠点施設は、楽しさにあふれ、人々の笑顔が絶えないリビングのような場所です。

農林水産物等直売所では、スタッフとの会話による対面販売や実演販売等、聞くこと、話すこと、見ることで楽しさを感じることができます。

青海島観光汽船の「海を生かした体験」、「木育」交流館や緑地広場での「木やおもちゃと親しむ空間」、体験やイベントによる「感動と喜び」など、この場所では様々な利用者の笑顔が広がります。

### ○観光利用

- 青海島観光汽船やダイビング、キャンプや海水浴等、本市における体験型観光の玄関口として、利用していただけます。
- 農林水産物等直売所等で購入したお弁当等を食べながら、青海島観光汽船での遊覧を楽しむことができます。
- 魚釣り道具の貸し出しやレンタサイクル、魚のタッチプール等、様々な企画やイベントを行います。



### ○「木育」交流館（仮称）

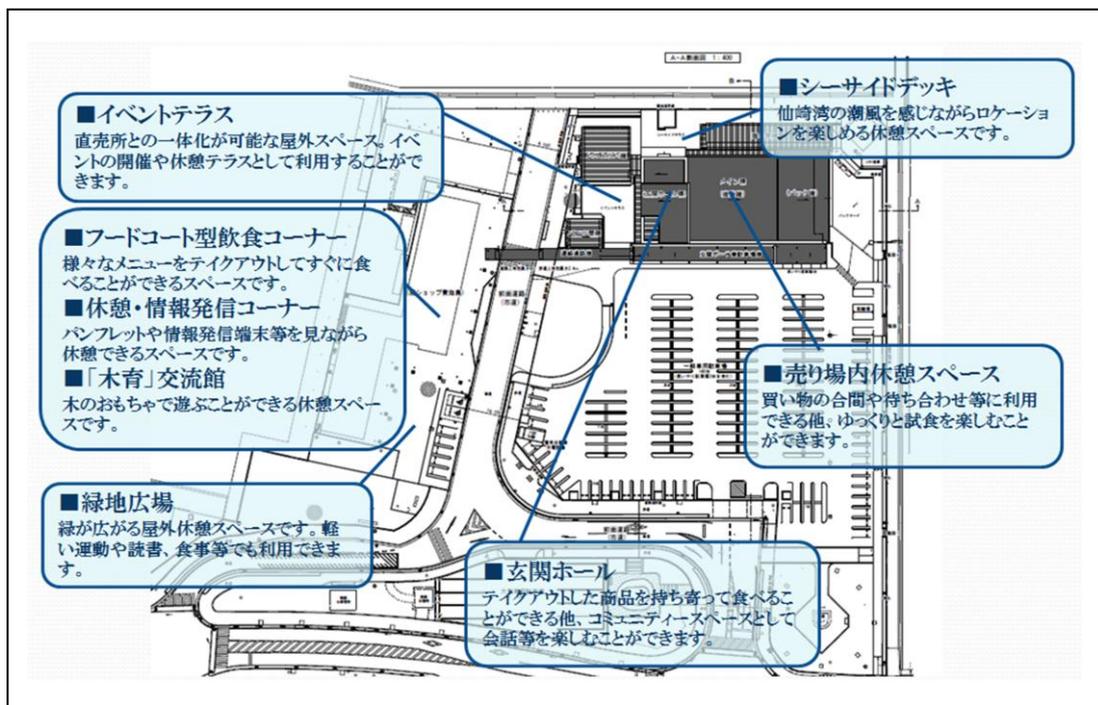
- 地域の木材を使用した、木のおもちゃであふれる施設です。
- 市内の子育て関係者とも連携した取り組みを行い、小さな子どもから高齢者まで、木に触れながら、安心してゆったりと楽しんでいただけます。
- 「林業 木材産業の発展」や「子育て世代に選ばれるまちづくり」を目指した「木育」推進の拠点として活用します。
- 全国で「木育」を普及している認定 NPO 法人日本グッド・トイ委員会（東京おもちゃ美術館を運営）からノウハウ等の提供を受けながら、海に面しているという長門市にしかない特長を生かした全国に誇れる施設を目指します。



「木育」交流館（内観イメージ）

### ○休憩スペース

- 休憩スペースは、性別や年齢を問わず「くつろげる」「遊べる」スペースとして様々な利用者に利用していただけます。



## 「つなぐ」～ここは仙崎のダイニングです。～

ダイニングとは、家族や友人と食事をするだけでなく、人と語り合い、情報を共有し、交流を深める場所です。

仙崎地区交流拠点施設は、そんなダイニングのように人々が集い、憩いあうことができる場所です。

休憩・情報発信コーナーでは情報の専門スタッフ(長門コンシェルジュ(仮称))が、利用者の求める様々な情報を丁寧にお届けします。

### ○「人」と「もの」、「人」と「人」をつなぐ

- 地域の商品と利用者がつながるよう、農林水産物等直売所では、スタッフが商品の特徴や生産環境、食べ方等を丁寧に説明します。
- 生産者同士や生産者と加工業者、また、生産者と利用者等がつながる「交流の場」として活用していただけます。
- 生産者をはじめ、地域団体や地域の学生等の体験活動を通じた交流の場として、活用していただけます。



#### <新鮮朝市>

定期的生産者による朝市を実施。生産者同士や生産者と利用者の交流の機会を設けます。

(写真：ながとおさかな祭り)



#### <体験販売会>

地元高校と連携した体験販売会等を実施します。農林水産物等直売所スタッフ、生産者、利用者がつながる機会となります。

(写真：大津緑洋高校 日置校舎での販売会)

○「人」と「地域」をつなぐ

- 休憩・情報発信コーナー専用の案内カウンターで、専門スタッフ（長門コンシェルジュ（仮称））が、情報の提供を行います。
- 大型モニターやパソコン等の情報端末による検索システムで様々な情報を得ることができます。
- 仙崎地区周遊の出発点として、金子みすゞ記念館や金子みすゞゆかりの地、周辺のお店情報等も得ることができます。

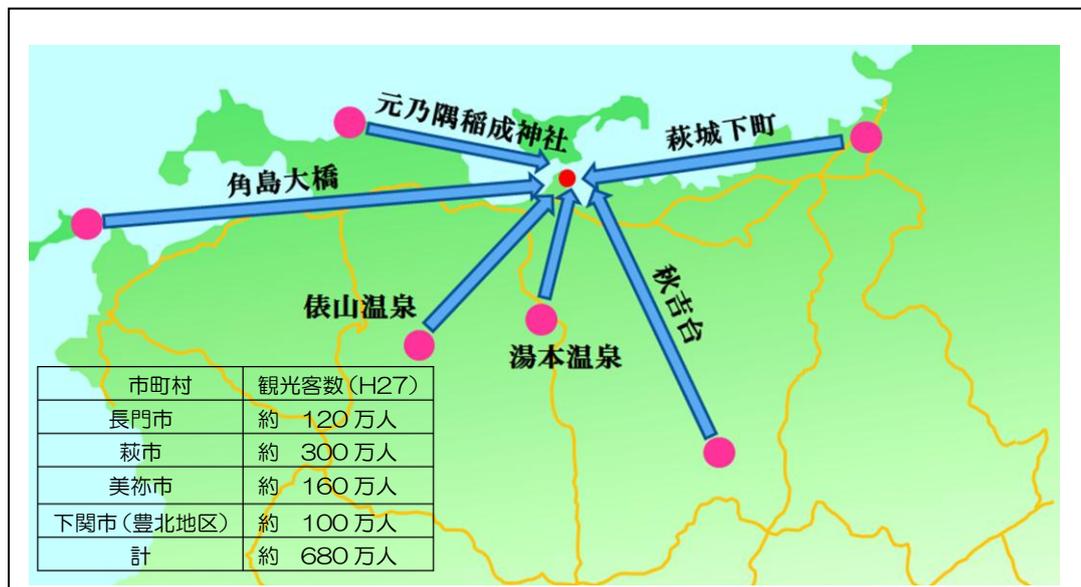


みすゞ通りを散策する子どもたち

- 休憩・情報発信コーナーはバス待合所として利用できます。また、夜間、早朝のバスを利用する際には、24 時間利用可能な休憩・待合スペースを利用することもできます。
- バスや鉄道等の公共交通機関の乗り継ぎ情報や、運行状況等の情報を提供します。

○「地域」と「地域」をつなぐ

- 「元乃隅稲成神社」や「角島大橋」、「秋吉台」、「萩城下町」など、著名な観光スポットを結ぶ広域観光の拠点施設として、市内の観光情報の他、周辺の主要な観光地の情報も提供します。

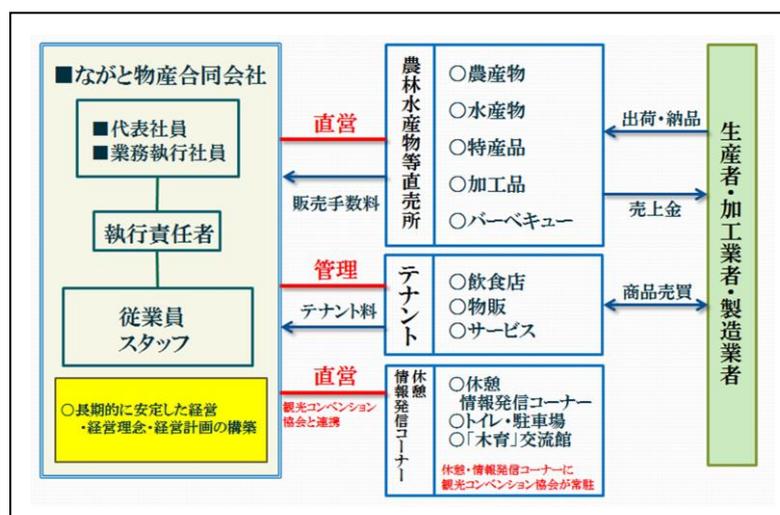


## 7. 運営方針

指定管理者による事業展開を基本方針とし、関係機関との連携を図る中で、健全で安定的な運営を行います。

### 【指定管理者制度】

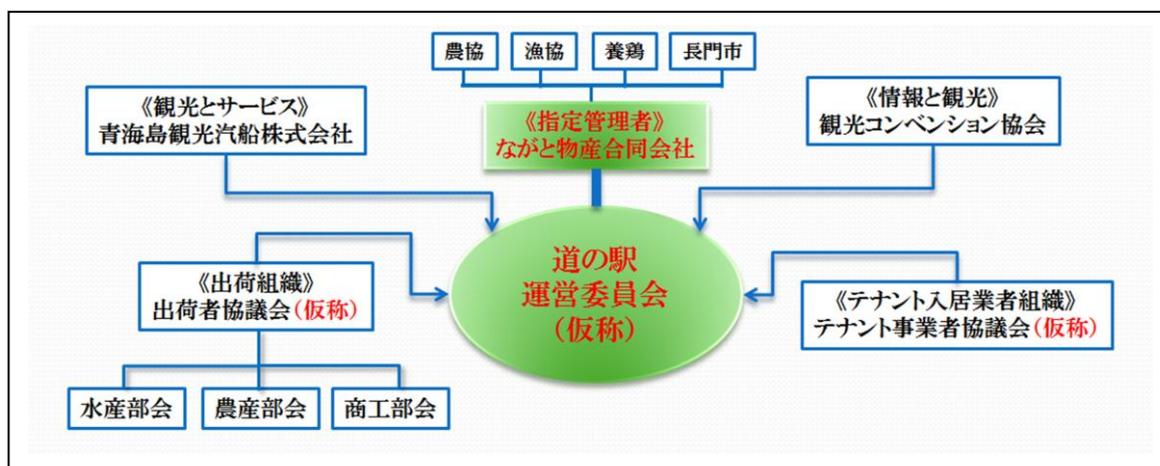
公共公益機能を保ちつつ、地域住民や団体、観光客にとっても価値のある施設となるよう、民間の経営能力を活用し、収益性の確保や高いコスト意識に基づいた運営を行うため指定管理者制度を採用します。



### 【施設運営検討組織（仮称）】〈H28年度 下半期設立〉

施設の円滑な運営に向けて、指定管理者を中心とした関係者による「運営委員会」（仮称）を設置し、魅力ある施設運営について定期的に協議・検討する体制を構築します。

運営委員会を通じて、関係者の意識向上を図り、関係者全員が共通の理念、目標をもって、魅力と集客力のある施設運営に向けた取組を進めます。



**【出荷者協議会】** <H28年度 下半期募集・設立>

まるごと長門「旬」市場や海幸仙崎の出荷者をベースに、出荷者協議会を組織し、生産者や生産者団体への積極的な加入促進活動を行い、会員の拡大を図っていきます。

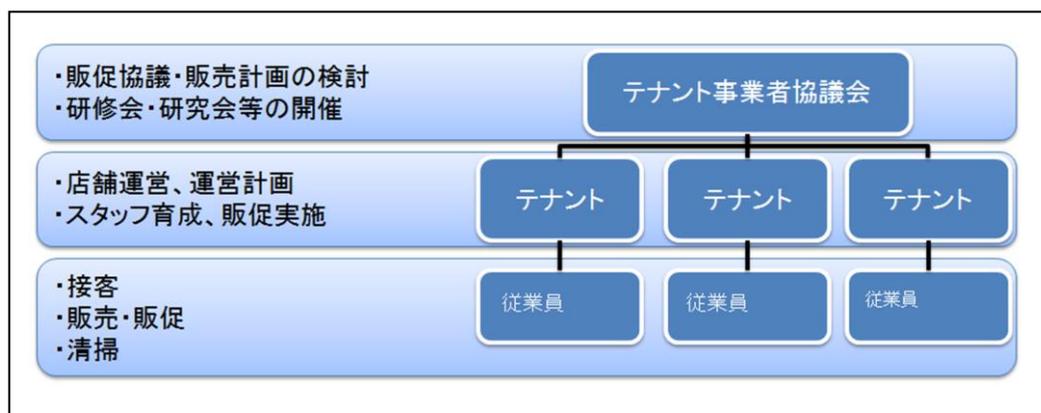
会員による定期的な研修会、講習会、視察等を重ね、魅力ある売り場づくりを行うとともに、生産拡大や商品力の向上等を進め、生産者の所得の向上と雇用の創出に向けた取組を行います。



**【テナント事業者協議会（仮称）】** <H28年度 下半期設立>

販売促進計画、販売品目・商品の共同開発等、集客力のある施設運営に向けた研究・検討を行います。

また、会員同士で理念や目標を共有するとともに、利用者に対するサービスの向上を図ります。



## 【運営の取組方針】

### (1) 休憩機能

項目	具体的な内容	実施時期
①心地よく利用できる施設の整備		
安全で安心な施設	世代や性別等に関係なく誰もが安心して安全に利用できるよう、バリアフリーやユニバーサルデザインに配慮した施設整備を行うとともに、スタッフによるサービスの向上を図り、利用者に優しい施設となるよう機能とサービスの充実を図ります。	H29年度～
駐車場	駐車場は、入場してきた車から空いているマスが分かり易い配置とします。また、ドライバーに分かり易いサインを設置するとともに、繁忙期には専門の警備員を配置し、利用者の安全な利用に努めます。	H29年度～
緊急対応	利用者に安心して利用してもらえるよう、全ての関係スタッフが救命救急等の講習を受講し、AEDの使用方法等、緊急時における迅速な対応を行うことができるよう取り組みます。	H29年度～
②ロケーションを生かした休憩スペースの充実		
休憩スペース	美しい仙崎湾のロケーションを最大限に生かしながら、多様なニーズに即した休憩スペースを設けるとともに、食事や読書・イベントの開催等、利用者へ魅力ある利用方法を提案し、人々が自然と集いあう施設となるよう利用促進を図ります。	H29年度～
③「木育」交流館（仮称）		
市内産木材を用いた空間	「木育」推進の拠点として、市内産木材を使用し、木のおもちゃであふれる施設を整備します。 子どもだけでなく、様々な世代がゆっくりと休憩し、楽しむことができる空間として利用促進に努めます。	H30年度～
「木育」と子育て	地域の子育て関係者と連携し、子供たちが小さなころから地域の木に親しむことができる「木育空間」として活用します。	H30年度～

地域産材の魅力発信と利用促進	林業・木材産業の発展を図るため、事業者による地域産木材を用いた商品開発や情報発信を支援するとともに、木材をテーマとしたイベントを開催します。	H30年度～
④トイレ		
管理	十分なトイレの便器数を確保するとともに、小さな子供が利用しやすいトイレを設置します。 また、利用者が快適に利用できるよう、細やかな清掃管理に努めます。	H29年度～

## (2) 情報発信機能

項目	具体的な内容	実施時期
ホスピタリティーのあるきめ細やかな情報の発信	長門市観光コンベンション協会の事務所を併設するとともに、接客カウンターを設置し、「道路情報」「観光情報」「災害情報」等の情報を専門の案内スタッフが丁寧に利用者へ提供します。	H29年度～
設備・サービスの充実	大型モニターやタブレット端末、無線通信(wi-fi)機器等を効果的に活用し、情報の発信に取り組むとともに、パンフレット、リーフレット、ポスター等を分かり易く配置し、利用者の利便性向上とサービスの充実を図ります。	H30年度～
ニーズに即した情報の収集と発信	指定管理者、観光コンベンション協会、運営委員会、行政等が連携し、地域に根ざした情報の収集と利用者が求める情報の発信に努めます。	H29年度～
「早く」「正確」な情報の発信	緊急時における対応マニュアルの作成や関係機関との定期的な検討会等を実施し、緊急時に「迅速かつ正確な」情報を利用者に伝えることができる体制を整えます。	H29年度～

### (3) 産業振興機能

項目	具体的な内容	実施時期
①一次産業の生産・流通体制の構築		
一次産業のプラットフォームづくり	生産と販売の拡大に向けて農林水産物に係る関係者の一体となった推進体制の構築を行うため、農林水産物等直売所を拠点に関係者によるプラットフォームづくりを進めます。その上で、生産者、商品、ターゲット等のセグメントを行うとともに、関係者との連携を強化し、役割を明確化した上で、長門市の環境に即した生産・流通体制を構築します。	H28年度～
戦略商材の生産と販売	一次産業のプラットフォーム組織を中心に、「売れるものづくり」に向けた戦略商材の選定と提携生産者との契約栽培等に取り組み、品質向上や生産拡大を図る中で、農林水産物等直売所での販売を含め、明確なターゲットを定めた販売拡大を行います。	H28年度 下半期～
地域内の販路拡大（セントラルキッチン）	地元農林水産物の地域内での消費拡大のため農林水産物等直売所の加工施設で製造した一次加工商品を市内需要家へ販売をしていきます。あわせて、地域で加工・製造されている漬物や干物などの商品も、市内需要家への商材として販売します。	H29年度～
商品の確保と保存技術の研究	農林水産物等の安定的な確保に向け、長門市の現状に即した流通や農林水産物等直売所への集荷システムの検討を行うとともに、加工業者、研究機関との連携のもと保存技術の研究を進めます。	H28年度～
②農林水産物等直売所及び加工施設の運営		
農林水産物等売り場	市場や商店街のような賑やかな売り場づくりを目指しながら、利用者にとって分かり易い商品の配置や陳列を行います。 また、生産者の所得向上に向け、積極的な販売を行うとともに、利用者が楽しく買い物ができるよう丁寧な接客と質の高いサービスの提供に努めます。	H29年度～

鮮魚の加工	<p>売り場では、利用者のニーズに即した鮮魚の販売に向けて、有料による「三枚おろし」や「さしみ」等の加工依頼に対応します。</p>	H29年度～
惣菜コーナー	<p>生産者や生産者団体からの意見等も取り入れながら、地域の旬な食材を積極的に活用した商品の提供を行います。</p> <p>また、利用者の様々なニーズに答えるため、量り売りなども検討します。</p>	H29年度～
バーベキューコーナー	<p>地域の食材を利用者の好みに応じて、新鮮なうちに味わうことができるよう、食材の食べ方や焼き方等について、専門のスタッフが丁寧な接客を行います。</p> <p>また、地元食材を用いたバーベキュー専用のセット商品を開発し、施設内だけでなく、各家庭や市内キャンプ場でも、地元食材を食べることができるよう販売を行うとともに、地域オリジナルの贈答用としての販売拡大を図ります。</p>	H29年度～
かまぼこセレクトショップ	<p>市内製造会社の商品を取り揃え、販売を行います。売り場には、専門スタッフを配置し、それぞれの商品の味の違いやこだわり等を利用者に説明できるよう取り組みます。</p> <p>また、お土産や贈答用に、利用者が希望する各会社の商品を組み合わせたセット商品を販売し、消費拡大を図ります。</p> <p>この他、かまぼこ作り体験や、味ききコンテスト等のイベントを開催し、地域の伝統ある食文化を広く周知します。</p>	H29年度～
新鮮朝市	<p>定期的に地元産食材を集めた朝市を開催します。農林水産物等直売所での販売だけではなく、地元生産者や生産者団体による仮設店舗を配置し、地元消費者に向けた販売拡大と施設の魅力向上に取り組みます。</p>	H29年度～
活魚水槽の設置	<p>新鮮な魚の販売や活魚を利用者に見せることによる、購買意欲の向上と視覚的楽しさを演出するため、農林水産物等直売所売り場内に活魚水槽を設置します。</p>	H29年度～

サービス・商品	<p>新鮮な農林水産物の販売を中心に、食材の特性を生かした加工品や市内加工業者・製造会社の商品等による充実した品揃えに努めます。</p> <p>また、安心して安全な商品の販売を行うため、農産物における生産履歴の確認や、定期的な残留農薬等の検査を行うとともに、安全に関する独自のルールを定め運用します。</p>	H28年度 下半期～
※マーチャダイジング機能の拡充	<p>アンケート調査や対話等により消費者ニーズを把握し、地域のマーケットを分析しながら、農林水産物等直売所で販売する商品の品揃え計画や陳列・販売方針を決定します。</p>	H29年度～
商品の販売	<p>出荷者自身が直接売り場で販売し、利用者との対話の中で“売れる喜び”や“マーケットニーズ”を得られるよう販売環境を整えることで、出荷者の意識と商品の品質向上を促進し、新たな生産や販売への展開につなげます。</p>	H29年度～
商品の値決め	<p>生産者自身が値決めを行うことを基本とし、安さが売りの直売所ではなく、生産者と利用者が商品に対する価値を共有できる売り場づくりを行い、商品の質に見合った価格での販売展開ができるよう取り組みます。</p>	H29年度～
売れ残り商品	<p>指定管理者及びテナント出店者等による売れ残り商品の積極的な買い取りを行い、生産者の負担軽減と所得向上を図ります。</p> <p>また、買い取った商品は、加工品やテナント出店者のメニューとして利用者に提供し、地元食材の特色や活用方法を周知します。</p>	H29年度～
商品の発掘	<p>出荷者との協働や生産地の訪問等により、長門市らしい商品の発掘に取り組み、ストーリーや地域性を生かし、素材のブラッシュアップを図りながら、高付加価値化による販売拡大に努めます。</p>	H28年度～
現場研修の実施・充実	<p>ホスピタリティーのある売り場づくりを目指し、定期的にテナント店舗を含めた、施設全体によるスタッフの実務や接遇等の研修を実施します。</p>	H29年度～

※マーチャダイジング…消費者のニーズにかなう商品を、適切な数量、価格、タイミング等で提供するための企業活動。

契約栽培の推進	販路確保と農林水産物等直売所での販売を視野に、品目、数量をあらかじめ定めた農産物の契約栽培に向けて取り組みを行います。	H29年度～
POSシステムの構築	施設全体の円滑な運営を行うため、全店舗共通のPOSシステムを構築し、安定的な経営に向けたデータ分析による販売展開を行います。 また、POSシステムによる会計管理を行うことで、精度の高い売上管理や事務の効率化を図ります。	H29年度～
③商品開発		
農林水産物等直売所における販売商品の開発	農林水産物等直売所加工施設において、定期的に生産者や生産者団体と連携した新商品の開発研究会や講習会を開催し、地元農林水産物を用いたオリジナル商品の開発に取り組みます	H28年度 下半期～
定番商品の開発	「売れるものづくり」を基本とした定番商品の開発を行い、より魅力ある商品については、市場評価を反映しながらブラッシュアップを重ね、販売拡大を図ります。	H28年度 下半期～
テナント店舗	施設エリア内に、飲食テナントを配置し、積極的に地元食材を用いることで地域内消費を促すとともに、市場ニーズに即したメニューや商品等を提供することで、農林水産物の魅力向上に努めます。 また、各店舗では、料理等で使用した食材を説明できる体制を整え、料理等を食べた利用者が農林水産物等直売所でその食材を購入できる仕組みづくりを行います。 この他、テナント事業者協議会を中心にテナント事業者同士が連携し、共同による新商品開発ができるよう取り組みます。	H29年度～

#### (4) 集客交流機能

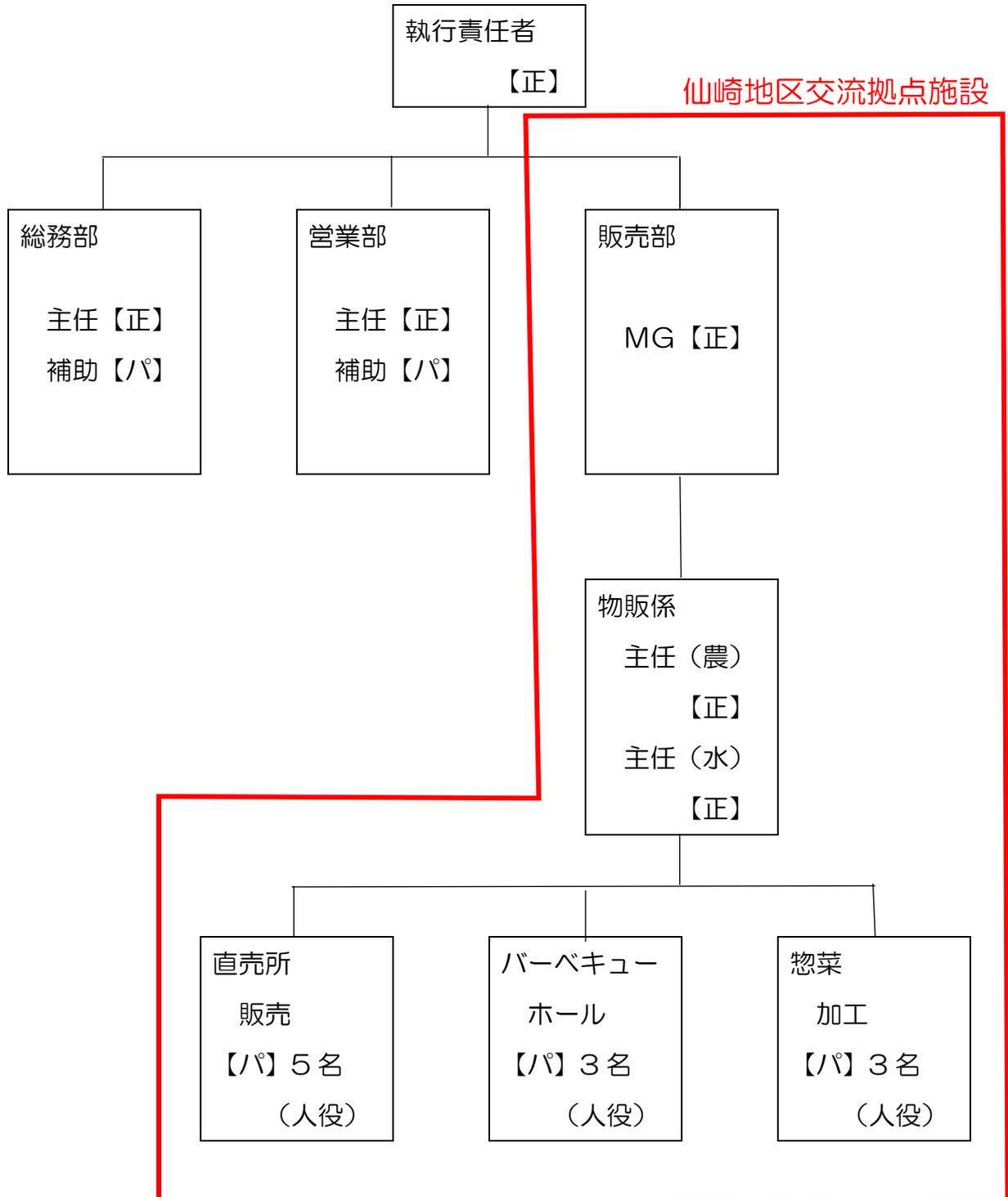
項目	具体的な内容	実施時期
集客促進	<p>年間 42 万人の利用者を早期に達成できるよう、SNS等を活用した情報発信や集客力のあるイベントを開催し、施設の認知度向上に努めるとともに、利用者の拡大を図ります。</p> <p>また、会員制度を導入し、会員への積極的な情報発信を行うとともに、特典付きポイントカードの発行による、施設全体の魅力向上とリピーターの確保を目指します。</p>	H29 年度～
交通網との連絡強化	<p>広域観光と地元利用促進を視野に、周辺主要拠点や市内観光地、その他結節点を結ぶ公共交通の改善と新設を関係機関や事業者へ要望するとともに、高速バスの発着地誘致や、タクシー会社等との連携によるモデルコースの開発等、利用者の利便性向上に努めます。</p>	H28 年度～
地元観光ツアー	<p>観光コンベンション協会が独自に企画するツアーの発着地点として積極的な活用を行います。</p> <p>また、市内関係機関との検討会等を行い、拠点機能強化による魅力ある観光ツアー等の開発・誘致を進めます。</p>	H28 年度 下半期～
観光事業者との連携	<p>青海島観光汽船利用者の農林水産物等直売所での割引サービスや食事をしながらの遊覧等を企画し、事業者との連携による施設の魅力向上に努めます。</p> <p>また、ダイビング事業者や温泉旅館、交通事業者等の観光事業者と提携した、特典付サービスの開発や魅力あるプランの検討を行い、利用者の拡大を図るとともに、観光産業の活性化に取り組みます。</p>	H29 年度～

### (5) 地域連携機能

項目	具体的な内容	実施時期
地域連携	<p>地域住民との協働によるイベント開催や地元高校と連携した商品開発・職場体験の受け入れ等、地域に貢献できる施設となるよう運営に取り組みます。</p> <p>また、地域住民が集い、交流することで生まれるコミュニティの形成拠点となるよう、講習会やイベント開催時等における会場提供を率先して行います。</p>	H29 年度～
生活向上支援	<p>地域が求める情報や商品等の把握に努め、地域住民の目線に立ったサービスを提供することで地域住民の生活向上を支援します。</p>	H29 年度～
地域散策拠点	<p>金子みすゞ記念館や地域団体等との連携を図り、仙崎地区周遊の拠点として情報の提供や看板等の設置、周遊イベントの開催等を行い、仙崎地区の周遊促進に向けて取り組みます。</p>	H29 年度～
伝統・文化	<p>金子みすゞの詩の朗読会や古式捕鯨、引き揚げ港の歴史等、地域の伝統文化や伝統工芸等を広く周知する機会を設け、伝統文化の情報発信と継承の場として地域団体の活動を支援します。</p>	H29 年度～
地域雇用	<p>地元高校との連携による就職支援や UJI ターン制度・移住支援制度などを積極的に活用し、定住と地域雇用の創出に向けて取り組みます。</p>	H28 年度～

## 8. 組織体制

(ながと物産合同会社)



## 9. 人員計画

項目	具体的内容	実施時期
新規採用	総務部 総務補助【パート】 1名	平成29年7月
	販売部 マネージャー【正社員】 1名 物販主任【正社員】 1名	平成28年度 平成29年4月
	物販【パート】 10名	平成29年9月
	バーベキュー【パート】 6名 惣菜【パート】 6名	// //
人材育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>○意識向上と関係者の連携強化を図る研修会・勉強会の開催の実施</li> <li>○スキルアップに向けた先進地視察の実施</li> <li>○仙崎地区交流拠点施設の運営における実務研修の実施</li> </ul>	

# 10. 収支計画

## 仙崎地区交流拠点施設 収支計画（開業3年目）

				（税抜き、単位：千円）
勘定科目	平成31年度		比 率	備 考
	金 額			
売上高	直営収入	290,400	95.4%	
	賃料収入（テナント料）	9,100	3.0%	
	共益費負担金	4,900	1.6%	
		304,400	100.0%	
売上原価	仕入原価	216,600	74.6%	直営収入に対する原価率
		216,600	71.2%	売上高に対する原価率
売上総損益		87,800	28.8%	
人件費	給与手当	13,110	15.7%	
	雑給	27,080	32.4%	
	法定福利費	2,390	2.9%	
	福利厚生費	330	0.4%	
	人件費計	42,910	51.4%	
販売管理費	外注費	8,280	9.9%	
	旅費交通費	400	0.5%	
	通信費	470	0.6%	
	交際費	200	0.2%	
	減価償却費	70	0.1%	
	賃借料	9,930	11.9%	
	保険料	420	0.5%	
	修繕料	1,000	1.2%	
	水道光熱費	9,450	11.3%	
	燃料費	450	0.5%	
	消耗品費	600	0.7%	
	租税公課	120	0.1%	
	運賃	580	0.7%	
	荷造包装費	2,900	3.5%	
	備品	600	0.7%	
	広告宣伝費	2,160	2.6%	
	支払手数料	160	0.2%	
	諸会費	1,480	1.8%	
	新聞図書費	60	0.1%	
	雑費	1,300	1.6%	
販売管理費計	40,630	48.6%		
人件費及び販売管理費		83,540	100.0%	
税引前当期純損益金額		4,260	1.4%	直営収入に対する利益率

# 11. スケジュール・全体事業費

## (1) スケジュール

年月	平成28年度												平成29年度												平成30年度												
	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4														
建設工事	休憩所・情報発信施設及び外構実施設計												直売所建設工事 外構工事												休憩所・情報発信施設構改修工事												道の駅オープン
営業準備													運営委員会 出荷者協議会 テナント事業者協議会 「直売所」開業準備 商品開発 周知事業												「道の駅」開業準備 「直売所」オープン 開業告知												

## (2) 全体事業費

### 【農林水産物等直売所及びウォーターフロント整備】

工事内容	金額（千円）
建設用地整備工事	16,000
農林水産物等直売所新築工事	577,000
外構土木工事	122,000
休憩所・情報発信施設改修工事	209,000
什器・備品整備費	57,000
市有材 製材費	29,000
合 計	1,010,000

※「木育」交流館の整備費は別途