

第2期 長門市まち・ひと・しごと創生総合戦略 改訂一覧

No	頁	項目	改訂箇所	改訂前	改訂後
1	6	Ⅱ 戦略の視点 視点1 1 (3)	・課題と対応（本文の修正）	このことから、これまで育成してきた「ながとブランド」など需要のある農水産物を供給できるよう、一市一農場構想で集積した農地の生産性向上に向けた取組や、漁業における藻場再生などの生産基盤維持の取組に加え、新規就業者や法人の担い手の確保・育成による労働力確保への取組等を強化し、第1次産業就業者の所得向上を図り、基盤産業として成長していく必要があります。 また、小規模な個人事業者が独自で製品のブランド化や販売戦略、新商品開発を行うことは非常に困難なことから、同業種のみならず異業種を含めた企業間の連携を深め、地域の事業者が一体となり、それぞれの強みを活かした継続的な消費者ニーズに基づいた生産基盤の改善や新商品の開発などに取り組み、外貨獲得と地域内循環の基盤を確立する必要があります。	これらの課題に対応するため、本市の新たな経済活性化の指針として令和3年3月に策定した「ながと6G構想」の将来像である『未来を担う「若者」が輝くまち』の実現に向けて、先端技術の活用による生産性の向上、強固なサプライチェーンの構築による域内循環の促進、外部活力の活用による経営の多角化により、「稼ぐ力」を獲得していく必要があります。
2	8	Ⅱ 戦略の視点 視点1 1 (3)	・課題と対応（本文の修正）	—	しかしながら、新型コロナウイルス感染症の影響は、観光関連事業者をはじめ、来訪者からの消費を受ける産業全般に広がっており、観光により外貨を獲得するためには、食や体験、サービスに対して付加価値を創出し、経済消費を生むことで、次の事業展開や事業投資につなげ、地域の稼ぐ力を引き出すことが必要です。
3	22	Ⅳ 戦略の目標 視点1 基本目標1	・基本目標1 「しごと」をつくる（本文の修正）	そのために、主要産業の獲得する外貨により支えられている市内経済における地域内循環を強化し、安定的な就業機会の確保を図ることで、市全体の所得を向上させるとともに、地域や民間企業などの主体性を促すよう公民連携による施策を推進し、稼ぐ地域の創出を目指します。 さらに、AIやIoTなどの先進技術の導入と活用を進め、第1次産業の新たなかたちやSociety5.0時代に対応できる産業への進化を促進することで、新たな雇用の創出に取り組みます。	そのために、新たに策定した経済活性化の指針である「ながと6G構想」に基づき、IoT・AI等の先進技術の導入と活用により産業全体のスマート化を推進し、生産性の向上を図ります。 また、シームレスな（継ぎ目のない）連携を促すことで域内の強固なサプライチェーンを構築し、地域資源の付加価値を高めるとともに、域内取引を活発化させ、経済の好循環につなげます。 さらには、外部活力と地元事業者とのベストミックス（最適なバランス）により経営の多角化（市場拡大）を図り、域外からの資金を呼び込むことで持続的な経済成長につなげていきます。
4	27	基本目標1 施策①	・施策①の名称変更	「ながと成長戦略推進事業」の検証と継承	「ながと6G構想」の推進
5	27 ～ 30	基本目標1 施策①	・施策①の全面的な改訂	別紙参照（6～12ページ）	
6	31	基本目標2 施策②	・施策③から施策②に繰り上げ（番号の変更）	施策③ 自然と歴史・文化による交流人口の拡大	施策② 自然と歴史・文化による交流人口の拡大

No	頁	項目	改訂箇所	改訂前	改訂後
7	31	基本目標 2 施策②	・ 施策②（本文の修正）	香月泰男画伯	洋画家・香月泰男
8	31	基本目標 2 施策②	・ 施策②（本文の修正）	本市に訪れる観光客は、元乃隅神社が CNN「日本で最も美しい場所 31 選」に選ばれたことや道の駅センザキッチンの開業などの影響により、3 年間で倍増しています。 この観光客の増加を確かなものとするため、継続的な情報発信による認知度向上への取組を進めます。さらに、日々変化する観光ニーズを的確に把握し、交通アクセスの改善や観光地での情報入手の利便性向上に加え、自然や歴史、文化について学ぶ機会を提供するなど、観光事業者だけでなく市民も含めた総がかりで「おもてなし力」の向上を図り、地域ぐるみで観光客を受け入れる体制を構築することが重要です。	本市に訪れる観光客は、元乃隅神社が CNN「日本で最も美しい場所 31 選」に選ばれたことや道の駅センザキッチンの開業などにより大幅に増加しており、長門湯本温泉街のまちづくり整備により、更なる観光客の増加が期待されます。 しかしながら、新型コロナウイルス感染症の流行は観光客数にも影響を与えており、ポストコロナを意識した観光客誘致に向けて、観光資源の更なる掘り起こしやブラッシュアップに取り組むとともに、訴求力のある戦略的な情報発信による認知度向上への取組を進め、近年の旅行形態の変化を的確に把握し、交通アクセスの改善や観光地での情報入手の利便性向上に加え、自然や歴史、文化について学ぶ機会を提供するなど、観光事業者だけでなく市民も含めた「おもてなし力」の向上を図り、地域ぐるみで観光客を受け入れる体制を構築することが重要です。
9	31	基本目標 2 施策②	・ 中題に「観光資産の魅力創出と連携」を追加し、観光振興に係る取組内容を基本目標 1 から移動して追記 ・ 小題に「長門温泉郷」の魅力向上を追加	—	観光資産の魅力創出と連携 ・「長門温泉郷」の魅力向上 県内でもトップクラスの温泉地としての魅力を最大限引き出すとともに、宿泊者の満足度とリピーター獲得率の向上を図ります。 温泉地間の連携強化を図り、5 つの温泉を巡る仕組みや、温泉街のそれぞれの風情を活かした町並み整備を推進します。素泊まり客に向けた外食需要に対する取組促進と閑散期の集客を見込んだ周遊プランの検討を進めます。 また、観光情報 Web サイトにおける魅力ある特集ページづくりを行います。
10	32	基本目標 2 施策②	・ 仙崎地区の観光振興（本文の修正）	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。また、食事処で旬な魚料理の提供や、土産物屋での新鮮な魚介類等の購入機会の提供に取り組むとともに、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。また、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。また、道の駅センザキッチンを核に交流促進を図るとともに、恵まれた良港と観光資源を活かし、クルーズ船の誘致に積極的に取り組めます。	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とおもてなしを創出するため、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。 伝統的な町家が立ち並ぶ「みすゞ通り」を中心とした魅力創出に取り組めます。また、手つかずの自然が残る青海島では、海の恵みが体感できる体験プログラムの提供等、公民連携による観光コンテンツの造成のほか、市内他地区とコラボレートすることにより、体験型教育旅行の誘致に取り組めます。 さらに、道の駅センザキッチンを拠点とした地域内周遊の促進に加えて、市内周遊観光ルートの充実と情報発信の強化を図るとともに、恵まれた良港と観光資源を活かし、クルーズ船の誘致に積極的に取り組めます。

No	頁	項目	改訂箇所	改訂前	改訂後
11	32	基本目標 2 施策②	・俵山地区の観光振興（本文の修正）	また、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。 また、湯町の温泉街を中心とした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でつなぐとともに、観光案内・交流拠点施設の整備及びイベント開催等による賑わいの創出に取り組み、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・空き旅館の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つ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。	また、湯町の温泉街を中心とした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でつなぐとともに、観光案内の充実とイベント開催等による賑わいの創出に取り組み、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・空き旅館の再生に向けた取組を推進します。 地域内には県内初となる地域経営会社が設立されており、シンボルイベントの開催等、公民連携による取組を強化しながら地域活性化の施策に取り組みます。
12	32	基本目標 2 施策②	・湯本地区の観光振興（本文の修正）	長門湯本温泉観光まちづくり計画に基づき、令和元年度までにハード整備が完了し、観光地の魅力や地域価値の向上に向けた本格的な観光地経営が開始されます。	長門湯本温泉観光まちづくり計画に基づくハード整備が令和元年度に完了し、観光地の魅力や地域価値の向上に向けた本格的な観光地経営が開始されました。
13	33	基本目標 2 施策②	・その他の地区の観光振興（本文の修正）	長門らしい体験・交流プログラムを多数創出し、宿泊や飲食、土産物など副次的な経済的対価が得られる仕組みを構築します。	ジャパンエコトラックの認定を最大限活用するため、長門らしい体験・交流プログラムを多数創出し、宿泊や飲食、土産物などの消費機会を拡充し、外貨の獲得を図ります。
14	33	基本目標 2 施策②	・その他の地区の観光振興（本文の修正）	地域資産	地域の文化資産
15	33	基本目標 2 施策②	・KPI を設定（基本目標 1 の再掲）	—	長門市全域の観光客数（再掲） 長門市全域の宿泊客数（再掲） 市内旅行消費額（再掲）
16	33	基本目標 2 施策②	・取組内容の中題に「交流人口の拡大」を追加。 ・交通アクセス改善による交流人口の拡大（本文の修正）	・交通アクセス改善による交流人口の拡大 交通アクセス不利地域である本市に観光客を誘致するため、山口宇部空港や新山口駅からの二次交通対策を行い、観光客の利便性を向上させ、市内観光客の増加を図ります。	交流人口の拡大 ・交通アクセス改善による交流人口の拡大 交通アクセス不利地域である本市に観光客を誘致するため、関西地域や福岡県からの高速バスの運行誘致や、山口宇部空港や新山口駅からの二次交通対策を行い、観光客の利便性を向上させ、本市への観光客の増加を図ります。
17	33	基本目標 2 施策②	・受入環境整備によるインバウンドの創出（本文の修正）	近年増加している外国人観光客について、市内における利便性の向上を図るため、主要観光地や関係施設における Wi-Fi 環境の整備を進めるとともに、外国語表記を含む看板・案内板等の整備を進めます。	コロナ禍による入国制限等により減少している外国人観光客については、ポストコロナでの新しい生活様式への対応を図るため、主要観光地や関係施設における感染防止対策やWi-Fi 環境の整備を進めるとともに、外国語表記を含む看板・案内板等の整備を進めます。
18	34	基本目標 2 施策②	・KPI の目標値を変更（第 3 次観光基本計画（R4.3）との整合性を図る）	二次交通によるバス利用者数（15,000 人） 外国人観光宿泊者数（30,000 人）	二次交通によるバス利用者数（6,000 人） 外国人観光宿泊者数（12,000 人）
19	35	基本目標 2 施策③	・施策④から施策③に繰り上げ（番号の変更）	施策④ ファン獲得による関係人口の創出	施策③ ファン獲得による関係人口の創出
20	35	基本目標 2 施策③	・施策③（本文の追記）	—	また、新型コロナウイルス感染症の流行により、キャンプや体験型の野外レジャーが人気となるなど、観光客のニーズは変化しており、新しい旅行者層の受入に対応できるメニューが求められています。

No	頁	項目	改訂箇所	改訂前	改訂後
21	36	基本目標 2 施策③	・小題にアウトドアツーリズムの推進を追加。	—	・アウトドアツーリズムの推進 新たな付加価値として、豊かな自然環境を活かしたアウトドアツーリズムに着目し、案内拠点の整備と各キャンプ場の連携を図るとともに、体験型アクティビティの充実を図ります。 また、ジャパンエコトラックの登録ルートを活用し、近隣市との広域連携による観光メニューの充実により、滞在時間の延長を図ります。
22	36	基本目標 2 施策③	・スポーツによる交流の促進 (本文の修正)	ラグビーワールドカップ 2019 の公認キャンプ受入れにおける「おもてなし」経験を活かし、今後も国際レベルの大会のキャンプ誘致を進めます。	ラグビーワールドカップ 2019 や東京オリンピック 2020 での公認キャンプ受入れにおける「おもてなし」経験を活かし、県内外からの社会人や学生のスポーツ合宿の誘致を進めます。
23	36	基本目標 2 施策③	・KPI の目標値を変更	ふるさと応援寄附制度による寄附金額 (180,000 千円)	ふるさと応援寄附制度による寄附金額 (600, 000 千円)
24	36	基本目標 2 施策③	・KPI を設定 (新設)	—	アウトドアアクティビティ体験者数 (10, 000 人)
25	36	基本目標 2 施策③	・KPI の目標値を変更	スポーツ合宿誘致人数 (1,000 人)	スポーツ合宿誘致人数 (2, 100 人)
26	38	基本目標 2 施策④	・施策⑤から施策④に繰り上げ (番号の変更)	施策⑤ ひとの還流と移住の促進	施策④ ひとの還流と移住の促進
27	39	基本目標 2 施策④	・小題の名称を変更	・マッチング支援による定着の促進	・若者の就職支援による定着の促進
28	39	基本目標 2 施策④	・施策④ (本文の追記)	—	また、人材不足が危機的な状況である医療・福祉系の専門職については、奨学金返還に対する補助制度を創設し、若者の市内定着と専門人材の確保を図ります。
29	39	基本目標 2 施策④	・KPI を設定 (新設)	—	奨学金返還補助制度の新規利用者数 (20 人)
30	40	基本目標 3 施策⑤	・施策⑥から施策⑤に繰り上げ (番号の変更)	施策⑥ 結婚・出産を応援する地域づくり	施策⑤ 結婚・出産を応援する地域づくり
31	42	基本目標 3 施策⑥	・施策⑦から施策⑥に繰り上げ (番号の変更)	施策⑦ 自然と触れ合う子育て環境づくり	施策⑥ 自然と触れ合う子育て環境づくり
32	43	基本目標 3 施策⑦	・施策⑧から施策⑦に繰り上げ (番号の変更)	施策⑧ 地域に開かれた教育環境の整備	施策⑦ 地域に開かれた教育環境の整備
33	43	基本目標 3 施策⑦	・未来を創造する学習の推進 (本文の修正)	Society5.0 時代に対応できる児童を育成するため、小学校におけるロボットを活用したプログラミング教育を民間との連携体制で進めるとともに、全ての小・中学校に大容量通信ネットワークを整備し、ICT 教育を充実させることにより、未来の長門を担う子どもを育成します。	Society5.0 時代に対応できる児童を育成するため、小学校におけるロボットを活用したプログラミング教育を民間との連携体制で進めていきます。また、すべての小・中学校に大容量通信ネットワークを整備した現在、ICT の利活用による教育を充実させるとともに、喫緊の課題である学校の働き方にも ICT を活用し、教員が子どもと向き合う時間を確保していきます。
34	45	基本目標 4 施策⑧	・施策⑨から施策⑧に繰り上げ (番号の変更)	施策⑨ 地域コミュニティの再生	施策⑧ 地域コミュニティの再生
35	47	基本目標 4 施策⑨	・施策⑩から施策⑨に繰り上げ (番号の変更)	施策⑩ 「健幸」まちづくりの推進	施策⑨ 「健幸」まちづくりの推進
36	48	基本目標 4 施策⑨	・施策⑨ (本文の修正)	俵山スパスタジアム	ヤマネスタジアム俵山
37	49	基本目標 4 施策⑩	・施策⑪から施策⑩に繰り上げ (番号の変更)	施策⑪ 安全・安心・快適な生活空間の創造	施策⑩ 安全・安心・快適な生活空間の創造

No	頁	項目	改訂箇所	改訂前	改訂後
38	51	VI 長門市まち・ひと・しごと創生総合戦略の全体構成	・表の修正	別紙参照（13 ページ）	

『基本目標 1 「しごと」をつくる』の構成

<改訂前>

基本目標 1 「しごと」をつくる

施策① 「ながと成長戦略推進事業」の検証と継承

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

- ・「一市一農場構想」の推進
- ・長州黒かしわのブランド力の向上
- ・長州ながと和牛のブランド化
- ・長門の優れた特産品の開発と産地化の促進
- ・水産物の安定供給体制づくり
- ・水産物の高付加価値化の推進

重要業績評価指標（KPI）	2018年度	2024年度
農業法人数	23法人	43法人
農地集積面積	1,070ha	1,910ha

大都市圏への販路開拓

- ・販路開拓の推進
- ・司令塔機能の強化
- ・地元直販所の運営

重要業績評価指標（KPI）	2018年度	2024年度
ながと物産合同会社販売金額	450,000千円	500,000千円

観光資産の魅力創出と連携

- ・仙崎地区の観光振興
- ・俵山地区の観光振興
- ・湯本地区の観光振興
- ・その他地区の観光振興

重要業績評価指標（KPI）	2018年度	2024年度
長門市全域の観光客数	2,538,014人	3,000,000人
長門市全域の宿泊客数	487,869人	750,000人

後継者・承継者の確保及び新規就業の創出

- ・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
- ・技術・事業経営の実習体験、受入体制の整備
- ・市内企業の投資拡大と企業立地の促進

重要業績評価指標（KPI）	2018年度	2024年度
新規就農者数	6人	35人
新規漁業就業者数	3人	15人
起業件数	7件	10件／毎年度
新規企業の立地件数	0件	5件

施策② 地域循環型経済の確立

- ・企業ニーズと生産者シーズの調整体系の確立

重要業績評価指標（KPI）	2018年度	2024年度
6次産業化・農商工連携件数	2件	5件

<改訂後>

基本目標 1 「しごと」をつくる

施策① 「ながと6G構想」の推進

新産業・新事業の獲得

- ・産業拠点機能の強化
- ・域内連携の強化

重要業績評価指標（KPI）	2021年度	2024年度
企業誘致数	0	5 (2026年度)
道の駅センザキッチン売上額	729百万円	871百万円 (2026年度)

産業基盤の強化

- ・地場産業の基盤強化
- ・先端技術の導入促進

重要業績評価指標（KPI）	2021年度	2024年度
農地集積率	32.8%	35% (2026年度)
IoT等先端技術導入事業者（農業）	14事業者	29事業者

産業活動を支える人材の確保・育成

- ・産業人材の創出
- ・先端技術の習得・技能向上

重要業績評価指標（KPI）	2018年度	2024年度
新規就農者数	6人	35人
新規漁業就業者数（累計）	2人 (2020年度)	15人 (2022～2026年度計)
林業新規就業者数	9人 (2020年度)	26人 (2026年度)
長門しごとセンター延べ利用者	3,604人 (2019年度)	7,200人 (2026年度)

特徴的な産業の育成

- ・新たなビジネスモデルの創出
- ・地域資源の価値向上

重要業績評価指標（KPI）		2018年度	2024年度
起業・創業支援件数		9件	10件
長門市全域の観光客数		2, 538, 014人	3, 000, 000人
長門市全域の宿泊客数		487, 869人	500, 000人
市内旅行消費額	日帰り客	5, 385円 (2021年度)	8, 000円
	宿泊客	27, 383円 (2021年度)	35, 000円

観光資産の魅力創出と連携は基本目標2「うごきを生む」へ移動

V 具体的な施策展開

基本目標 1 「しごと」をつくる 産業振興により新たな雇用を創出

施策① 「ながと成長戦略推進事業」の検証と継承

第1次産業の農業及び水産業において、地域資産の活用による高付加価値型商品・サービスの開発により、「ながとブランド」の育成に地域全体で一体的に取り組み、高付加価値型商品を安定して供給できる体制づくりを行うことで、民間投資を引き出せる事業体制づくりを目指します。

消費者の関心が食の安全・安心に集まっている今日において、本市の安全・安心な農水産物や加工品を、より高い価格で販売することが期待できる「大都市圏への販路開拓」が重要となっています。このためターゲットを明確化するとともに、情報発信の手法を工夫するなど、消費者の視点に立ったマーケティング手法を用いることで、「ながとブランド」の全国展開を行います。

大都市圏への販売やブランド力強化に向けた司令塔として平成26年5月に本市と生産者団体等で設立した「ながと物産合同会社」を、より高度に機能させ、事業者からより良質のモノを高値で仕入れ、大都市圏へ高額で売り込むことにより、地元産品価格の向上を目指します。

また、「ながとブランド」の目に見える安全・安心化を推進するため、安全・安心な農水産物の生産及び供給体制の整備を進めます。

本市の主要産業である第1次産業における農業及び水産業では、高齢化が進行しており、後継者や新規就業者も不足している状況です。このため、1人でも多くの後継者や承継者が確保されるよう第1次産業における所得向上を目指します。また、新規就農・就漁者に対する育成支援制度の整備と利用促進を図り、就業相談から経営開始後まで、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。

観光産業においては、長門湯本温泉観光まちづくり計画に基づく温泉街の再開発の取組を引き続き推進するとともに、地区ごとの特徴を活かした観光資源の魅力づくりに取り組みます。

また、市内の各産業における生産性向上に向けた投資の促進や先進技術導入に加え、新たな雇用を創出する企業誘致による市外からの投資の促進など、企業の成長が実現できる環境整備に引き続き取り組みます。

V 具体的な施策展開

基本目標 1 「しごと」をつくる 産業振興により新たな雇用を創出

施策① 「ながと6G構想」の推進

市内産業の生産額及び付加価値は増加傾向にあり、地域一体となって若手人材の確保及び育成に係る仕組みを構築することで、人材不足対策や事業継承等に取り組みます。また、徹底してIoT・AI等の先端技術を導入し、それらを日常的に使用することにより産業全体のスマート化を推進し、生産性の向上を目指します。

他地域より秀でた地場産業があり、この業種に関係する産業も集積していることから、シームレスな（継ぎ目のない）連携を促すことで強固なサプライチェーンを構築し、地域資源の付加価値を高めるとともに、域内取引を活発化させ域内経済の好循環につなげます。

新たな日常（ニューノーマル）が浸透しつつある激変する社会情勢に柔軟かつスピーディーに対応するため、域外のノウハウや資金を有する企業を誘致する等、外部活力と地元事業者とのベストミックス（最適なバランス）によりリスクを恐れない攻めの姿勢で経営の多角化（市場拡大）を図り、域外からの資金を呼び込むことで持続的な経済成長につなげます。

【取組内容】

ながと6G構想の基本理念キーワードである「稼ぐ力」を高め、成長し続けるために、地域資源の有効利用を加速させることに加え、先端技術の積極活用による「生産性の向上」及び域内循環の促進による「高付加価値化・域内取引の活発化」を図り、さらに、「外部活力と地元事業者とのベストミックス」による「経営の多角化」や域外マーケットへの販路開拓により域外から資金を呼び込み、それを域内に留め好循環させることを目指します。

新産業・新事業の獲得

・産業拠点機能の強化

自然災害の影響を受けにくい地勢的・地質的特徴等の強みを活かしながら、企業側のニーズを掘り起こしつつ本市中核的産業のさらなる成長が見込め

＜改訂前＞

【取組内容】

ながと成長戦略の基本理念である「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」を基本とした統一地域ブランド化への取組と、競争力ある高付加価値型商品の開発や販路の拡大等を図り、所得の向上と雇用の創出を目指します。

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

・「一市一農場構想」の推進

長門市農地集積バンクを中心として農地集積を進め、規模拡大に加え集落営農法人の育成と経営拡大を図ります。また、和牛飼育農家、養鶏農家及び水稻等栽培農家等を全国公募するなど、担い手の確保・育成を進め、就農への支援を行います。

・長州黒かしわのブランド力の向上

長州黒かしわの安定供給が可能な増産体制を整備するとともに、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。

・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るとともに、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。

・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。

・水産物の安定供給体制づくり

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。また、キジハタや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）に取り組みます。さらに、ブリやトラフグ等の養殖漁業を推進します。

・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。また、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。

＜改訂後＞

る企業の誘致施策を集中して展開するため、本市独自の企業誘致戦略及び実行計画を策定し、地元事業者とのベストミックス（最適なバランス）により企業間取引を活発化させ、イノベーションの促進、新規事業の形成及び域外資金の獲得につなげます。

また、IT関連企業等の集積拠点の整備を行い、IT・デジタルコンテンツ産業の誘致、ICT人材育成支援など戦略的な産業振興を推進します。

・ 域内連携の強化

域内での取引が希薄であるため、域外への資金流出に繋がっていることから、産業間連携の仕組みを確立し、シームレスな（継ぎ目のない）連携を促すことで産業間の有機的な結び付きによる強固なサプライチェーンの構築及び資金の域内循環につなげ、平成26年5月に本市と生産者団体等で設立した「ながと物産合同会社」を中心に、平成30年4月にグランドオープンした「道の駅センザキッチン」等で取得される消費者ニーズを基に、地域資源の付加価値を高めることにより、新規事業の展開や新たな販路の拡大を図ります。

重要業績評価指標（KPI）

項 目	現状値（2021 年度）	目標値（2024 年度）
企業誘致数	0	5（2026 年度）
道の駅センザキッチン売上額	729 百万円	871 百万円(2026年度)

産業基盤の強化

・ 地場産業の基盤強化

農地・農道・林道・漁港等の生産条件整備により足腰の強い産業基盤を構築するとともに、通信網の整備により先端技術の円滑な導入を促進し、生産性向上及び生産・流通システムの低コスト化につなげます。

・ 先端技術の導入促進

人口減少に伴う慢性的な労働力不足により雇用の確保が今後ますます困難になると予測されることから、先端技術等の導入を加速させ、地域一体となって産業のスマート化に取り組み、生産性の向上につなげます。

効果的・効率的な農業を促進するため、IoT 等先端技術を活用し、作業効率・生産性の向上を目指す農業者を支援します。

＜改訂前＞

重要業績評価指標（KPI）

項 目	現状値（2018 年度）	目標値（2024 年度）
農業法人数	23 法人	43 法人
農地集積面積	1,070ha	1,910ha

大都市圏への販路開拓

・ 販路開拓の推進

長州黒かしわや伝統野菜などの「ながとブランド」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、更なる販路拡大に取り組みます。また、シティプロモーションにより、SNSをはじめ、大都市圏での最適な情報発信手法により、「ながとブランド」の浸透に努めるとともに、SNSによる発信者の養成に取り組みます。

・ 司令塔機能の強化

各関係者との調整、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である「ながと物産合同会社」の経営基盤の強化を進めます。また、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、地域商社やまぐちなどとの連携強化により、大都市圏へ高額で売り込むことで、地元産品の価格向上を図ります。

・ 地元直販所の運営

農協、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、道の駅センザキッチンの魅力づくりを進め、ながと物産合同会社のアンテナショップとして、地元、近隣市町、近県の住民に新鮮かつ安全な地元食材や料理を提供するとともに、その評価を基に大都市圏展開を図ります。

重要業績評価指標（KPI）

項 目	現状値（2019 年度）	目標値（2024 年度）
ながと物産合同会社販売金額	450,000 千円	500,000 千円

観光資産の魅力創出と連携

・ 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。また、食事処で旬な魚料理の提供や、土産物屋で

＜改訂後＞

重要業績評価指標（KPI）

項 目	現状値（2021 年度）	目標値（2024 年度）
農地集積率	32.8%	35%（2026 年度）
IoT 等先端技術導入事業者（農業）	14 事業者	29 事業者

産業活動を支える人材の確保・育成

・ 産業人材の創出

多様な力を活かすための人材マッチングの強化や就業実績のある農業・林業・水産業分野での就業・雇用の支援に取り組むなど、新規就業に係る支援策の充実を図り、産業活動を支える人材の確保及び技術・事業の承継に取り組めます。

・ 先端技術の習得・技能向上

本市の産業を担う人材が先端技能をいち早く習得できるよう、専門学科を有する大津緑洋高等学校や長門市しごとセンター等と連携し、技能実習やセミナー等の受講を積極的に推進します。また、職場環境や子育て環境の改善により、潜在的な労働力や経験・スキルを有する人材の活用を推進し、まちの魅力向上、発信力の強化を通じて、市外・県外からも多くの人材が集まり地域一体でのものづくり力向上を目指します。

重要業績評価指標（KPI）

項 目	現状値（2018 年度）	目標値（2024 年度）
新規就農者数	6 人	35 人
新規漁業就業者数（累計）	2 人（2020 年度）	15 人 （2022～2026 年度計）
林業新規就業者数	9 人（2020 年度）	26 人（2026 年度）
長門市しごとセンター延べ利用者数	3,604 人(2019 年度)	7,200 人（2026 年度）

特徴的な産業の育成

・ 新たなビジネスモデルの創出

最近は生活スタイルの多様化や新たな日常（ニューノーマル）の対応など、著名な観光地を訪れるだけでなく、体験型ツーリズムが人気となるなど、モノだけでなくコト体験や特定の目的を持った旅行が好まれています。

そのようなことから、起業・創業の支援や新たに起業支援事業を実施することで、本市の強みである美しい自然景観、田園風景、森林、温泉、食文化、地域産品等の豊富な地域資源を活かした、長門市ならではの新しいビジネスモデルの創出に取り組めます。

＜改訂前＞

の新鮮な魚介類等の購入機会の提供に取り組むとともに、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めます。また、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めます。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めます。また、道の駅センザキッチンを核に交流促進を図るとともに、恵まれた良港と観光資源を活かし、クルーズ船の誘致に積極的に取り組めます。

・ 俵山地区の観光振興

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、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、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。また、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めます。

また、湯町の温泉街を中心とした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でつなぐとともに、観光案内・交流拠点施設の整備及びイベント開催等による賑わいの創出に取り組み、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・空き旅館の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つ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めます。

・ 湯本地区の観光振興

長門湯本温泉観光まちづくり計画に基づき、令和元年度までにハード整備が完了し、観光地の魅力や地域価値の向上に向けた本格的な観光地経営が開始されます。地域全体の価値を高めるために活動を行うエリアマネジメント主体が民間主導により設立されており、公民連携による観光客の集客や地域で稼ぐための仕組みづくりなど、新たな集客コンテンツの創出や情報発信などの地域活性化の施策に取り組めます。

・ 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、宿泊や飲食、土産物など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は、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。

＜改訂後＞

・ 地域資源の価値向上

本市には独自性のある地域産品や地場産業があるほか、「青海島」や「向津具半島」を代表とする自然景観、「金子みすゞ」「村田清風」「香月泰男」の生誕地としての地域固有の文化・歴史資源に恵まれています。

ふるさと応援寄附金事業や付加価値を高めるための商品開発支援、観光では地域旅やアウトドアツーリズムの推進により、産業間の連携を図ることで、これらの豊富な資源（モノ・コト含む）のブラッシュアップとともに差別化を図り、「ここにしかない価値」の発信によって、“ファン”の獲得に取り組めます。

重要業績評価指標（KPI）

項 目		現状値（2018 年度）	目標値（2024 年度）
起業・創業支援件数		9 件	10 件
長門市全域の観光客数		2,538,014 人	3,000,000 人
長門市全域の宿泊客数		487,869 人	500,000 人
市内旅行消費額	日帰り客	5,385 円（2021 年度）	8,000 円
	宿泊客	27,383 円（2021 年度）	35,000 円

＜改訂前＞

重要業績評価指標（KPI）

項 目	現状値（2018 年度）	目標値（2024 年度）
長門市全域の観光客数	2,538,014 人	3,000,000 人
長門市全域の宿泊客数	487,869 人	750,000 人

後継者・承継者の確保及び新規就業の創出

・ 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

農業及び水産業の所得向上の実現を目指すことで、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。

また、第一次産業以外でも、市内雇用の約 60%を占める第三次産業などを中心に、困窮する後継者の確保や労働生産性の向上、人材育成など実践的な経営指導に取り組むとともに、新たな雇用の創出に向けた企業誘致や地域内外での企業の成長化に向けた投資促進等の施策に取り組みます。

・ 技術・事業経営の実習体験、受入体制の整備

若手の就農・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。

・ 市内企業の投資拡大と企業立地の促進

市内での新たな雇用を創出する取組に対し積極的に支援し、企業誘致も含めた投資を促進することにより、企業の成長を実現する環境を整備します。

重要業績評価指標（KPI）

項 目	現状値（2018 年度）	目標値（2024 年度）
新規就農者数	6 人	35 人
新規漁業就業者数	3 人	15 人
起業件数	7 件	10 件/毎年度
新規企業の立地件数	0 件	5 件

施策 ②

地域循環型経済の確立

本市の主要産業である第 1 次産業の生産者が、独自に新商品開発や市外に向けた販路開拓を行うことは、非常に困難です。また、農業従事世帯においては、出荷の目的ではなく生産される野菜等が、数多く余っているとも考えられます。

このことから、既に生産されている地域産品を有効活用し、外貨を獲得し高付加価値の商品とする取組を行うことが重要です。

そのため、既に販路を持つ食料品製造業などの協力を得ながら、消費者ニーズに基づいた農業生産・養殖出荷管理の強化を進め、より効率的に、獲得した外貨による地域経済内での循環を生むことで、補助金に頼ることのない、自立した第 1 次産業を確立し、安定した産業を創出します。

また、市内高校の水産学科や農業学科、さらには近隣の大学と第 1 次産業の事業主との連携を促進することで、より収益率の高い商品の生産を推進します。

【取組内容】

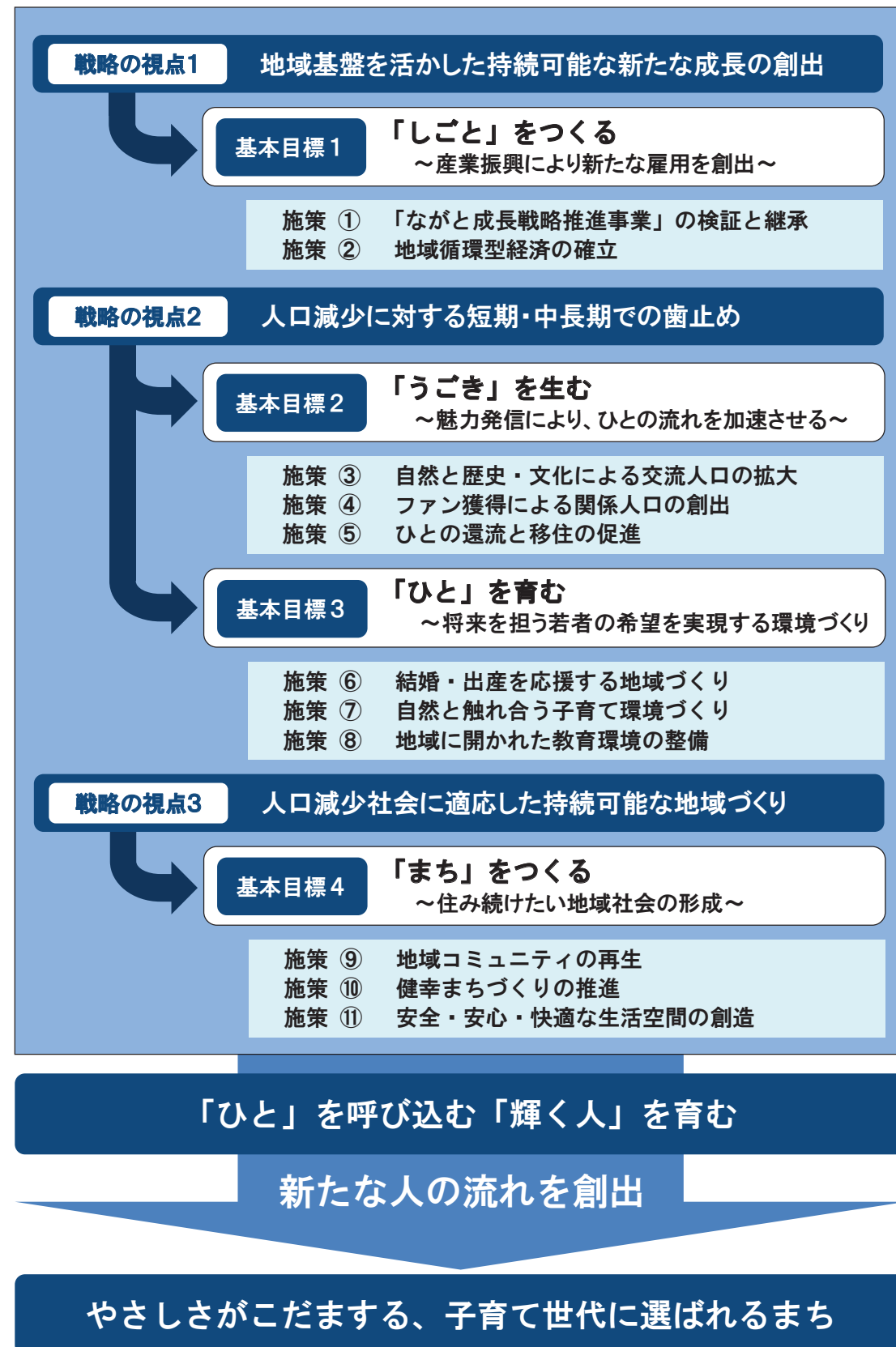
・ 企業ニーズと生産者シーズの調整合系の確立

農協や漁協、各生産団体などの関係機関と行政が連携を図り、外貨獲得力の高い食料品製造業や観光業が求めている品目や数量などの調達ニーズと、生産者シーズとのマッチングを進める体系を確立し、地域内経済の好循環につなげていきます。

重要業績評価指標（KPI）

項 目	現状値（2018 年度）	目標値（2024 年度）
6 次産業化・農商工連携件数	2 件	5 件

Ⅵ 長門市まち・ひと・しごと創生総合戦略の全体構成



Ⅵ 長門市まち・ひと・しごと創生総合戦略の全体構成

