

道の駅「萩しーまーと」(山口県萩市)

## 道の駅は地方創生の 多機能・複合拠点施設

地域食資源の総合プロデュース拠点として



中澤 さかな

内閣府地域活性化伝道師、道の駅「萩しーまーと」駅長



### はじめに

現在、道の駅は全国に約1,050余カ所、ドライブ中に安心して立ち寄れる道路施設としてすっかり定着しました。一般的にはトイレ・休憩・物販・飲食といった機能を持つ施設ですが、これら基本機能だけでなく「地域活性化のために何ができるのか」という視点から道の駅の役割を考えてみましょう。当館「道の駅／萩しーまーと」が、基本6機能以外に地域を元気にする施策として実践してきたのは、大きく分けて以下の9つの機能です。

道の駅 基本6機能	地産地消 の拠点	地域産品 情報発信	「食」の 観光拠点	食育の 拠点
地域資源 ブランド化	都市部への 販路拡張	新規商材 の開発	地域協働 の拠点	若手人材 の育成

### 1-1 地産地消の拠点機能

地産地消の考え方が一般に普及してかれこれ十数年、全国各地の道の駅が地物商材中心の品揃えをするようになりました。当館では開業当初より地産地消の拠点施設を標榜し、館内商材の地物比率7割をキープしてきました。

地産地消は消費者側のメリット(新鮮・安価・安心)も大きいですが、地域に対する地産地消の最も重要な効



当館鮮魚売場の産地表示。ほとんどが萩産なのでこの表示が可能に。

果は、地域農水産物や地域加工品の買い支えにあると思っています。

当駅の年商は約 11 億円、仮に仕入原価を 70%とした場合、商材の 7 割が地元産ですので、地域生産品の仕入額は単純計算で約 5.4 億円となります。人口 5 万人の町ですので、この金額は非常に大きいと言えるのです。全国各地の道の駅を訪問して残念に思うのは、どこにでもある全国共通商品や箱モノのお土産品が売場を占領している風景に出合った時です。確かに経営を考えると利益率が高く、しかも常温で賞味期限の長いこれらの商品を取り扱いたくなる気持ちはわかります。でもそれらの商品は一切地域にメリットをもたらさないのです。「地域で生産される商材の仕入れ（地産地消）により、地域の農水産業や食品加工業を支える」という自負を持たないといけないと思います。

## 1-2 地域特産品の情報発信機能

地域農水産物の PR 広報は役場の観光課もしくは農林水産セクションが担当するケースが普通ですが、役場からの情報発信はやはり現場感が伴いませんし、規模の小さな役場には PR 広報の得意な人材も居ないというのが実情です。幸い、道の駅は地域の生産者（漁家・農家）や地域の加工品製造事業者が納品のために日常的に集う場所であり、旬の産品情報は容易にしかも生産者からダイレクトに収集可能です。



7年半継続したNHK山口放送局でのレギュラー番組。毎週、週替わりで萩産の旬魚を紹介した。

開業当初より萩市地域の農水産物やその加工品に関する情報発信を当館が全て引き受けることにしました。情報発信の手法も、チラシ投下やテレビCMなどを中心にしていただけでは、お金がいくらあっても足りません。価値ある情報を提供することによって、新聞・雑誌・

TVに番組や記事として取り上げてもらうのです。当館が獲得している大量のパブリシティ露出、広告費換算すると年間3億円を軽く越えています。このメディア露出が集客のメインエンジンとなっていることはいうまでもありません。

## 1-3 食の観光拠点機能

3月の「萩まふぐ祭り」・4月の「春の魚祭り」・7月の「萩の瀬つきあじ祭り」など、当館と隣接の魚市場で年間6回催される魚食イベント、その合計動員数は15万人にもものぼります。これは萩市観光入込数の1割強のシェアとなっています。その時期の旬魚を無料で振る舞うというイベントなので、ビジターにも大変喜んでいただけたと同時に、萩市が魚介類の宝庫であることも、積み重ねによって徐々にイメージ形成されてきています。



その時期の旬魚を主役にした定期イベントを役場・漁協と協働で実施。今では毎月定期実施に。

昨年度からはその開催回数を12回とし「毎月第二日曜日はお魚の日」ということで、毎月の旬魚を主役としたイベントを増強しています。また当館が実施するイベントの特徴は「あれもこれもではなく、あれかこれかにネタを絞る」ことです。なんでもありますは結局、何もないのと同じ、主役の素材を一つに絞ることで印象度・訴求力を高めるのです。

一方、道の駅はビジターにとってはその町のゲートウェイでもあります。そのため、多くの道の駅には観光案内カウンターが設置されて、エリア案内を受けられるようになっています。当館では、その機能を一步進めて、エリア内の観光スポットに積極的に来館者を送り込む工夫をしています。それはお金もかからず、とても簡単なことで、当館の案内カウンターには、市内の主要観光・体験スポットの割引クーポンをとり揃えています。たと

例えば、歴史ある城下町などを水上から眺められる「萩八景遊覧船」の正規乗船料金1,200円が約20%オフの1,000円で乗船できるクーポン券をカウンターでお渡ししています。ただ単にパンフレットと地図を渡し、行ってみてくださいと案内するより、はるかに乗船する確率は高くなるのです。

#### 1-4 食育・魚食普及の機能

当館の2階には一度に30名が調理実習できるスタジオキッチンがあります。毎年、萩市役所生涯学習課などとタイアップして、児童・生徒向けの地魚を使った料理体験を実施しています。



当館2Fにあるスタジオキッチンを使用して、お魚クッキング教室を実施。学校や福祉施設への出前授業も増えてきました。

萩の海と魚介類の豊かさについて30分のレクチャーに始まり、アジや真鯛などのマルの魚を捌き、刺身やオイル焼きに調理し、最後は自分たちが作った地魚料理を賞味する3時間のプログラムです。このような活動を通じて、次の時代を背負う子どもたちに、この地域の持つ食の豊かさを認識してもらい、そしてわが町の豊かさに自信を持ってもらうことがとても重要だと考えています。近年では学校に向向いの出張授業や、高齢者福祉施設等でお魚講座・クッキング教室のオファーも増えてきています。

#### 1-5 地域資源ブランド化の機能

ふぐの女王として、今では冬場の萩を代表するブランド魚種となった「萩の真ふぐ」、そして平成の出世魚とも呼ばれるようになった雑魚「萩の金太郎」いずれも古くからこの萩市で漁獲され、普段使いの惣菜魚種として漁家や市民に利用されていましたが、その価値を正當に認められることはなく、また都市部市場への出荷もさ



萩の金太郎（標準和名：ヒメジ）、かつては沖で捨てられることもあった雑魚が「平成の出世魚」と呼ばれるようになった。

れていませんでした。いわばごくローカルに消費されてきたマイナー魚種だったのです。

これまで萩市のブランド魚種として、萩の瀬つきあじ・萩のケンサキイカ・萩のアマダイが御三家でしたが、それに続く新たなブランド魚種として、経済産業省の「地域資源∞全国展開プロジェクト」でブランド化に取り組むことになりましたが、その言いだしっぺプロデューサー役を務めたのが私たち「道の駅／萩シーマーと」なのです。プロジェクトの効果はきめん、開発魚種の売れ行きは好調、その魚種を使用した加工製品は品切れが常態化するほどの人気、結果として産地魚価が1.5倍から2倍に跳ね上がるなど、明確なエビデンスをマークしました。

#### 1-6 都市部への販路拡張機能

仕事柄、東京の築地市場には度々訪問し、仲卸店舗に並ぶ魚介類を見て歩きますが、いつ行っても萩市はもちろん山口県から送られてきている魚介類はごく僅かでし



首都圏を代表する質販店「紀ノ国屋」とプロパー取引。朝獲れ鮮魚を空輸当日着で供給している。主要7店舗一斉のフェアも開催。

た。また都内の有名百貨店でも、萩市産の品物を見ることはまずありませんでした。萩市が食の宝庫であることのPRを進めていくためにも、都市部に優良な販売チャネルを開くことは非常に重要なテーマだったのです。

その動きの中でありがたいご縁をいただいたのが首都圏の高級食材専門店（質販店）です。首都圏主要7店舗で年2回の萩市フェアを定期開催していただくとともに、多くの萩産製品を継続的に販売いただくようになっていきます。これらの商品は当館の既存取引事業者だけでなく萩市内・山口県内の食品関連事業者に広く門戸を開き、積極的に首都圏販路を開拓したいと考える事業者が多数参画しています。いわば当館は都市部の優良な販売チャネルに萩産の商品を送り込む「地域商社」の機能をはたしているのです。

## 1-7 新規商材の開発機能

観光庁「世界にも通用する究極のお土産」2013年度ゴールドメダルに輝いた萩市オリジナル製品「オイルルーージュ」「オイルポニーフィッシュ」をはじめ、萩市の農水産物を活用した数多くの加工製品群が当館を中核としたプロジェクトから産み出されています。特に低利用・未利用魚種に着目した「萩の地魚もったいないプロジェクト（2009～2013）」は水産関係のみならず広く食品業界から注目を集めました。

さらにこのプロジェクトは「萩魚食王国プロジェクト（2013～2015）」に引き継がれ、加工製品開発のみならず、

地域の特産メニュー開発に拡大しています。今年の大河ドラマ「花燃ゆ」ゆかりのご当地メニュー「ふみ御膳」もこの活動から産まれたものなのです。今年度は「萩の地魚もったいないプロジェクト・パート2・レディス」がスタート、女性スタッフのみの開発プロジェクトがスタートしています。

## 1-8 地域協働の拠点機能

これらのプロジェクトには、市役所や県、漁協、生産者、水産加工事業者、飲食事業者をはじめ、商工会議所や観光協会等の各種支援団体、さらに大学や水産試験場などの研究機関も委員参加、定例会議は30名を越える陣容で、まさに地域を挙げた活動となっています。



「萩の地魚もったいないPJ」の会議風景。事務局は萩市水産課と当館で運営。町を挙げた取り組みなので、市長も毎回出席。

従前、お魚のブランド化といえば役場の水産課と漁協が小規模に取り組むケースが多かったのですが、その効果は限定的でした。いまや全国の市町村が地元食資源を活用して名乗りを挙げようとしているご時世、「町ぐるみ」でやらないとモノにならないのです。2009年、当館を中心に立ち上がった「萩の地魚もったいないプロジェクト」は地域協働のモデルとして各方面から高い評価を受けましたが、そのキッカケ作りも当館が行ったのです。

## 1-9 地域プロデューサー育成機能

当館には萩市の食に関する情報・人・モノ・機能・人脈が集中しています。ここに籍を置いて仕事することによって、萩市の食資源を深く調査でき、また人脈も活用することが可能です。この環境に若手の有能な人材を

**OIL ROUGE & OIL PONYFISH**

世界にも通用する究極のお土産に選定!!

観光庁主催の品評会にて、応募総数747品中9品に選ばれました!

最優秀の特産物をいせいで開発されたお土産の中から、世界に通用するお土産と見極めるため、2013年11月、観光庁主催の「世界にも通用する究極のお土産フェスティバル」が開催されました。787品の応募の中から一次審査を通過した15品に対して、著名な料理18人が1品ずつを鑑定、「OIL ROUGE」(OIL PONYFISH)がそれぞれ「究極のお土産」に選ばれました!

**OIL ROUGE**  
 2009年11月、観光庁主催の「世界にも通用する究極のお土産フェスティバル」が開催されました。787品の応募の中から一次審査を通過した15品に対して、著名な料理18人が1品ずつを鑑定、「OIL ROUGE」(OIL PONYFISH)がそれぞれ「究極のお土産」に選ばれました!

**OIL PONYFISH**  
 2009年11月、観光庁主催の「世界にも通用する究極のお土産フェスティバル」が開催されました。787品の応募の中から一次審査を通過した15品に対して、著名な料理18人が1品ずつを鑑定、「OIL PONYFISH」(OIL ROUGE)がそれぞれ「究極のお土産」に選ばれました!

配置すれば、食のプロデュースを通じて次代の萩市を背負う地域プロデューサーを養成できると考えたのです。

今から7年前、そのことを萩市長に直談判し市役所若手職員の「萩しーまーと」出向派遣（期間3ヵ年）がスタートしました。今年の3月、出向職員二代目の中村君が当館で地域プロデューサーとしての研修を終え、役場（観光課）に戻りました。萩産の未・低利用魚種の製品・メニュー・販路開発に奮闘し、仕事の中身はもちろん、その質も量も密度も、およそ役所では経験できない仕事ばかり。当初は多少の戸惑いもあったようですが、若者が身近で着実に成長していく姿を見るのは、とても心地の良いものです。つい先日、経済産業省の新プログラム「ふるさと名物応援事業」ふるさとプロデューサー育成支援事業」の研修受け入れ先に当館が選定されました。30日間の現地プログラムで、地域食資源の開発手法を学ぶコースです。萩市の枠を越えて、全国の志ある若者の育成の場になれば、これはまさに本望です。



次の時代の萩市を担う若き地域プロデューサーたち（一番・二番・四番弟子）

## 2 おわりに

道の駅の基本機能に加えて、地域活性化に資する多様な活動が認められ、今年の2月「地方創生の拠点となる全国モデル駅」の選定を受けました。これまで地産地消関連や繁盛している直売施設として、数々の全国表彰を受けてきましたが、今回のモデル駅選定は格別のものでした。これまで努力してきたことに対して、そのど真ん中で100点満点を頂いた気分でした。

当館が実践してきたこれら9つの機能の他にも、道の駅が地域の役に立てる局面はいろいろあります。なかには温泉施設・宿泊施設やシアター施設があったり、防災

拠点として避難所対応施設や自家発電設備を備え食糧備蓄をしていたりといった付加機能を持っているところもありますが、それはももとのハード整備に組み込まれた基本機能だと思うのです。

肝心なのは、それ以外のソフト分野の機能です。各道の駅が地域で求められることと、実施できることをリストアップして整理、1つずつチャレンジし、クリアしていくことで、道の駅も地域のために進化していかなければいけないと強く思います。全国1,050余箇所の道の駅が、本気を出したらこの国の地方は間違いなく元気になります。

### ■プロフィール

中澤 さかな（本名：等）

Nakasawa Sakana

1957年滋賀県生まれ。2000年4月勤続20年で（株）リクルートを早期選択定年退職し、道の駅／萩しーまーとの駅長をつとめるかたわら萩市の地域振興全般にかかわる。ガイアの夜明け・カンブリヤ宮殿・新報道2001・がっちりマンデー・サキどりノなどTV出演や執筆多数。2007年総務省「地域力創造アドバイザー」・2008年内閣府「地域活性化伝道師」等の任命を受け、全国の地域活性化案件に取り組む。