

社団法人中小企業診断協会 山口県支部

# 山口県における 地域資源の研究報告書

マスターセンター補助事業

2007 年度

## はじめに

経済のグローバル化やボーダレス化、情報通信技術の発展、これに伴う流通構造の変化や下請分業構造の流動化、少子高齢化による雇用形態の多様化、規制緩和による地域間競争、都市間競争の激化など、中小企業を取り巻く経営環境の変遷には目を見張るものがあります。

このような中、中小企業の中でも、特に地域にある資源を活用している地場企業に焦点を当て、そのような企業を発展させることにより、その牽引力でもって地域全体を活性化しようという枠組みが、平成19年6月に施行された「中小企業地域資源活用促進法」です。

この法律を元に、山口県では平成19年8月22日に、山口県の地域資源を特定した「山口県地域産業資源活用促進基本構想」を公表しました。

本研究は、山口県支部の地域資源の活用に深い関心のある診断士が、山口県が特定した地域資源との深い係わりを持つ企業や業界団体等に直接赴き、インタビューすることで地域資源の現状や特徴、全国展開への可能性を聴取し取りまとめました。

地域資源を活用して事業展開を図るための課題は、多岐にわたりますが、これらの経営課題を一つひとつ解決するのも、我々診断士の努めであると考えています。本機会を契機に、今回調査をさせていただいた団体やご紹介頂いた企業等との連携を密にして、事業展開が図られることを期待しています。

最後に、本研究に快くご協力いただきました各地の企業や業界団体等の皆様、そして、様々な形でご協力いただきました関係者に心から謝意を申し上げます。

平成19年12月

(社) 中小企業診断協会山口県支部  
支部長 谷口 修

# 「山口県における地域資源の研究報告書」

## 目 次

はじめに

### 第 I 章 研究の目的

第 I 章 中小企業地域資源活用プログラムとは	1
1. 地域資源がクローズアップされている理由	1
2. 中小企業地域資源活用プログラムの創設	2
第 II 章 中小企業地域資源活用促進法とは	4
1. 概要	4
2. 基本構想の位置づけ	4
3. 山口県の地域資源	4
4. 地域資源活用売れる商品づくり支援事業	5
第 III 章 研究対象とした地域資源	8
1. 山口県全域としての地域資源	8
2. 農林水産物	8
3. 鉱工業・技術	9
4. 観光資源	9
第 IV 章 調査研究結果	11
1. 山口県全域の地域資源（農林水産物）	11
(1) 晴るる（山口県）	11
2. 農林水産物	16
(1) 大島みかん（周防大島町）	16
(2) 梅（光市）	20
(3) 徳佐りんご（阿東町）	24

(4) 小野のお茶（宇部市） .....	28
(5) 秋芳梨（秋芳町） .....	32
(6) ふぐ（下関市） .....	37
3. 鉱工業・技術 .....	41
(1) 大内塗（山口市） .....	41
(2) 仙崎かまぼこ（長門市） .....	45
(3) 萩焼（下関市・山口市・萩市・美祿市） .....	51
4. 観光資源 .....	57
(1) 青海島（長門市） .....	57
(2) 錦帯橋（岩国市） .....	60
(3) 秋吉台・秋芳洞（秋芳町・美東町） .....	64
(4) 関門海峡（下関市） .....	70
(5) 野外彫刻美術館（宇部市） .....	74

《参考資料》

- ・ 中小企業地域資源活用プログラム概要表
- ・ 47都道府県の基本構想において特定された地域資源数

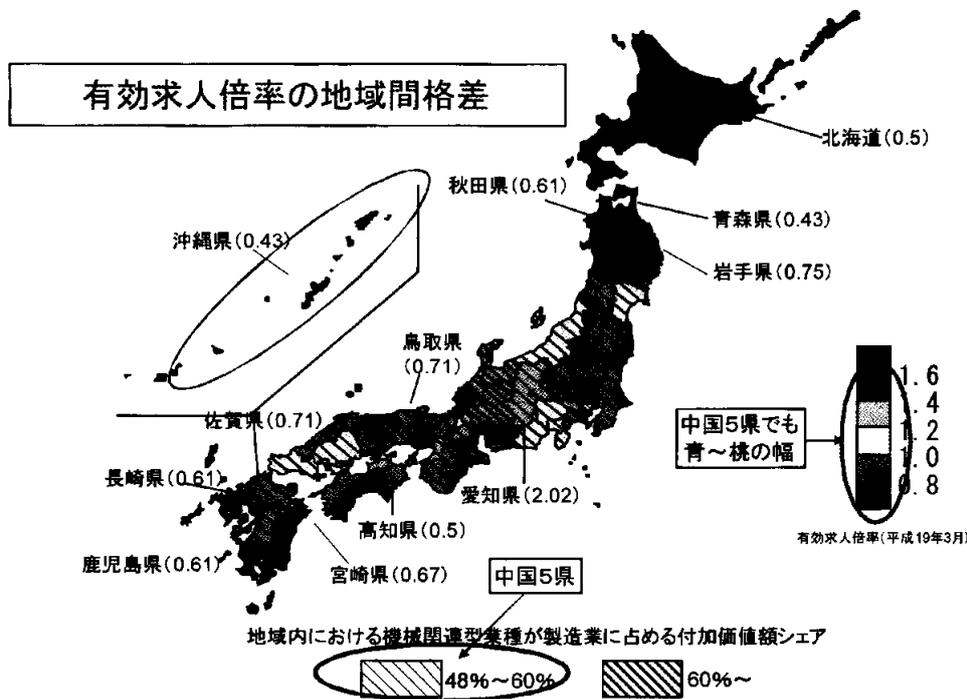
# 第 I 章 中小企業地域資源活用プログラムとは

## 1. 地域資源がクローズアップされている理由

### (1) 有効求人倍率の地域間格差

下記の図表 I-1-(1) のとおり、全国の有効求人倍率は地域によって、大きな格差が生じている。その要因の一つに、地域内における機械関連型業種に製造業が占めている愛知県のように、有効求人倍率が 2.02 となっている地域も見受けられる。この地域間格差を是正するためにも、地域資源の活用が見直されている。

(図表 I-1-(1))



中小企業地域資源活用プログラム概要説明 経済産業省 中小企業課 より抜粋

### (2) 山口県の人口の推移

山口県の人口は 1,474,922 人 (平成 19 年 8 月 / 総務省統計局 県統計分析課)。ちなみに、2000 年の中国地域の人口はおよそ 770 万人であるが、中国地域は将来、全国を大幅に上回る人口の減少が見込まれており、平成 12 年から 10 年後には、2.1% 減少し、20 年後には 7.1% の減少が見込まれている。これは、2000 年の 770 万人の人口は 2030 年には、660 万人になる計算になる。

これを単純に山口県の人口に置き換えると 2000 年の 150 万人の人口が 2030 年には 128 万人になり、過疎化も急激に進むことが予想される。

(3) その他の地域を取り巻く課題

前述の地域間格差の拡大(大都市と地方)や人口の減少、少子高齢化社会の進展をはじめ、公共投資の減少といった地方経済にとって危機的な状況となっている。このような状況を打開するため、地域の強みを活用し、競争力や優位性の確保と自立型の経済構造への転換が急務である。そのため、地域にある優れた地域資源の活用が求められている。

2. 中小企業地域資源活用プログラムの創設

(1) 地域資源活用事例

この中小企業地域資源活用プログラムとは、地域の中小企業が地域資源を活用して行う新事業展開を支援する施策のパッケージである。このプログラムには、5年間で1,000件の新事業を創出するという大きな目標がある。これまでの、地域資源を活用した事例には次のようなものがある。

農林水産物	産地技術	観光資源
<p>井原水産(株) (北海道留萌市)</p>  <p>・コラーゲンを鮭の皮から抽出・精製する技術を実用化し、化粧品、食品、試薬品等向けに加工販売。</p> <p>★ポイント 大学や公設試との連携により、技術を確立。</p>	<p>(株)白鳳堂、(株)竹宝堂 (有)竹田ブラシ製作所等 (広島県熊野町)</p>  <p>・毛筆の伝統的な製造技法を用い、肌触りがなめらかで色の濃淡など微妙な表現が可能な化粧筆を開発。 ・国内外のトップメイクアップアーティストに使われるなど、高い評価を確立。</p> <p>★ポイント 有名化粧品メーカーとの共同開発、マーケティング専門アドバイザーのノウハウも活用。</p>	<p>別府八湯温泉泊覧会(オンパク) (大分県別府市)</p>  <p>・別府八湯地域(別府市の8箇所の温泉郷)の地域資源を生かし、「ゲンキでキレイ」になる多彩な体験・交流型プログラムをNPO法人(ハットウ・オンパク)が提供。</p> <p>★ポイント 各地域の様々な事業者の連携による効率的なマーケティングの実現、商品開発力の向上。</p>

中小企業地域資源活用プログラム概要説明 経済産業省 中小企業課 より抜粋

(2) 中小企業地域資源活用プログラムにおける支援策

地域の中小企業の英知とやる気を活かして、地域にとって固有の強みとなり得る地域資源を活用した新商品や新しいサービスを開発し販売していく上で、中小企業地域資源活用促進法に基づく税制面や補助金等による支援や政府系金融機関等による金融支援、様々なノウハウの提供やアドバイスの実施などによる総合的な支援を行い、地域経済の活性化を図るための政府による取り組みが考えられている。体系図並びに支援スキームは図表I-2-(1)及び(2)のとおり。



## 第Ⅱ章 中小企業地域資源活用促進法とは

### 1. 概要

経済産業省を始めとする関係6省（総務省、文部科学省、厚生労働省、農林水産省、国土交通省）は、中小企業地域資源活用促進法（中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律）に基づき、各都道府県から申請された「地域産業資源活用事業の促進に関する基本的な構想（基本構想）」の認定を行った。

この基本構想では、地域における中小企業者の事業活動を促進し、地域産業の強化や新たな地域産業の創出の核となり得るものとして、その活用を促進する意義を有すると考えられる地域資源を特定するとともに、この地域資源を活用した地域資源活用事業として中小企業者が商品の生産や役務の提供を行うことが想定される地域を併せて設定している。

これを受け、山口県では、平成19年8月22日に「山口県地域産業資源活用促進基本構想」を策定した。これは、本県の強みとなる特徴的な地域産業資源を特定し、中小企業者の地域産業資源を活用した創意ある事業活動を促進することにより、地域産業の強化や新たな地域産業創出につなげていくことを目的として策定されたものである。

### 2. 基本構想の位置づけ

(1) 各地域の強みである農林水産品、鉱工業品及びその生産技術、観光資源の3類型からなる地域資源を活用して新商品の開発等の事業を行う中小企業を支援するため、中小企業地域資源活用促進法（「中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律」（平成19年法律第39号））が、本年5月11日に公布、同6月29日に施行された。

(2) 基本構想は、同法第4条に基づき、都道府県が国の定める基本方針（注1）に従い、地域産業の強化や新たな地域産業の創出の核となり得る地域資源を特定するとともに、当該地域資源を活用した事業を促進するための方向性や具体的施策を定めている。

（注1）「基本方針」は、都道府県が地域資源を特定する際の基準（①中小企業による活用が可能であること、②当該地域において相当程度認識されていること等）などを示すもので、平成19年7月13日に告示された。

### 3. 山口県の地域資源

地域資源の枠組みとして、①農林水産物、②鉱工業品・技術、③観光資源の三つに分けられている。

山口県下の地域資源は、地域資源一覧のとおり、125件が採択されたが、その内、農林水産物としての地域資源が45件、鉱工業品・技術としての地域資源が18件、観光資源として62件が採択されている。県が認定した各市町村の地域資源は、図表Ⅱ-3のとおりで、この地域

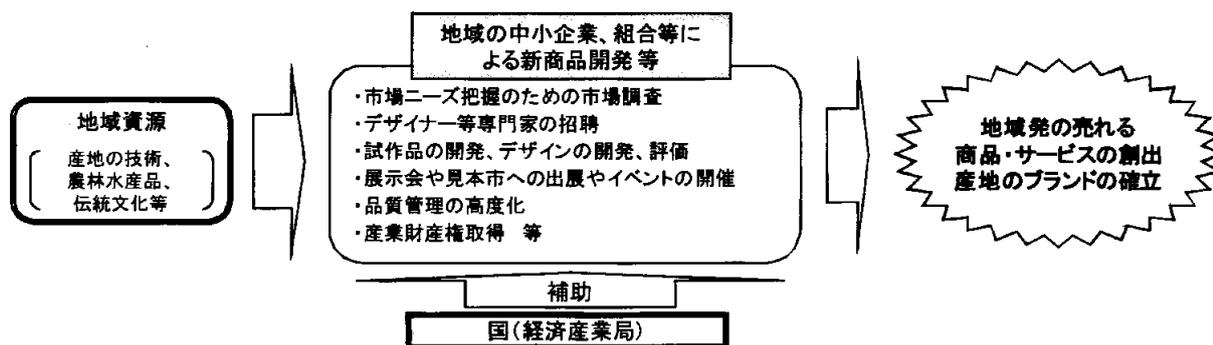
資源を活用し、新商品や新サービスを展開する企業への支援策として、次に説明する「地域資源活用売れる商品づくり支援事業」がある。

#### 4. 地域資源活用売れる商品づくり支援事業

##### (1) 支援事業の体系

地域資源を活用して新規性の高い新商品開発等に取り組む中小企業等に対し、試作品開発、デザイン改良、展示会出展・産業財産権取得等に係る費用の一部を補助する。

- ・補助限度額 複数年度合計で（認定計画1件あたり）3000万円程度。
- ・認定計画上の事業期間中、年度ごとに補助金の交付申請が可能。（年度ごとに申請・審査）
- ・補助率 2/3以内



※スキーム： 国(経済産業局) <sup>補助</sup> → (法律で定める)中小企業者:中小企業、組合等

中小企業地域資源活用プログラム概要説明 経済産業省 中小企業課 より抜粋

##### (2) 補助対象経費（案）

事業区分	補助対象経費	
	経費区分	内容
地域資源 売れる商品 づくり 支援事業	謝金	委員謝金、専門家謝金
	旅費	職員旅費、委員旅費、専門家旅費、調査旅費、職員海外旅費（海外展示会事業のみ）、委員海外旅費（海外展示会事業のみ）、専門家海外旅費（海外展示会事業のみ）
	事業費	会場借料、会場整備費、印刷製本費、資料購入費、通信運搬費、調査研究費、パンフレット等作成費、広告宣伝費、通訳料（翻訳料を含む）、雑役務費、保険料、借損料、産業財産権等取得費、品質管理の高度化に要する経費、コンサルタント雇用料、委託費
	試作・開発費	原材料費、機械装置又は工具器具購入費、備品費、借損料、製造・改良・加工料、デザイン料、試作費、実験費、設計費、外注加工費、コンサルタント雇用料、委託費
	その他	上記に掲げるもののほか所轄経済産業局長が特に必要と認める経費

平成19年9月6日現在で今後変更される可能性がある

中小企業地域資源活用プログラム概要説明 経済産業省 中小企業課 より抜粋

地域資源一覧(※地域産業資源の種類:1農林水産物/2鉱工業品・技術/3観光資源)

地域名		個数	種類 (番号)	品名				
県全域		8	1	サチユタカ	西都の雫	ニシノカオリ	はなっこりー	晴るる
				やまぐち・桜酵母	やまぐち和牛			
			2	水産ねり製品				
			3					
1	下関市	17	1	あんこう	北浦うに	下関うに	長門ゆずきち	ふぐ
			2	赤間硯	船舶	デジタル関連産業製品	萩焼	瓦そば
			3	唐戸市場 角島	川棚温泉 土井ヶ浜	関門海峡	木屋川ゲンジボタル発生地	城下町長府
2	宇部市	7	1	小野のお茶	月待ちがに			
			2	赤間硯	デジタル関連産業製品	萩焼		
			3	常盤公園	野外彫刻美術館			
3	山口市	9	1	車エビ				
			2	大内塗	萩焼	山口外郎		
			3	SLやまぐち号	サビエル記念聖堂	常栄寺石舟庭	湯田温泉	瑠璃光寺五重塔
4	萩市	20	1	相島すいか	赤米	須佐男命いか	千石台だいこん	長門ゆずきち
				夏みかん	萩たまげなす	萩のあまだい	萩のけんさきいか	萩の瀬つきあじ
				萩の竹	萩の真ふぐ	山口あぶトマト	北浦うに	
			2	萩焼				
			3	笠山	笠山椿群生林	長門峡	ホルンフェルス	萩まちじゅう博物館
5	防府市	6	1	天神はも				
			2	山口外郎	自動車			
			3	阿弥陀寺	防府天満宮	毛利氏庭園		
6	下松市	2	1	笠戸ひらめ				
			2	新幹線車両				
			3					
7	岩国市	11	1	岩国れんこん	岸根栗			
			2	岩国寿司				
			3	岩国城	岩国のシロヘビ生息地	錦帯橋	錦帯橋の鶺鴒	とことこトレイン
				錦川	弥栄ダム	らんかん高原		
8	光市	7	1	梅				
			2					
			3	虹が浜	伊藤公記念公園	石城山神籠石	峨嵋山	冠山総合公園
				室積海岸				
9	長門市	14	1	仙崎イカ	長州どり	長門ゆずきち	北浦うに	
			2	仙崎かまぼこ	萩焼			
			3	青海島	香月泰男美術館	金子みすず記念館	俵山温泉	長門温泉郷五名湯
				東後畑の棚田	湯本温泉	ルネッサながと		
10	柳井市	8	1	大島の鯛	平郡のタコ	柳井の花弁		
			2	甘露醤油	金魚ちょうちん	柳井縞		
			3	白壁の町並み	やまぐちフラワーランド			
11	美祢市	4	1					
			2	石灰岩	大理石加工品	萩焼		
			3	化石				
12	周南市	8	1	須金梨	須金ぶどう	徳山ふぐ		
			2					
			3	永源山公園	周南コンビナート	周南緑地公園	徳山動物園	人間魚雷「回天」 発射訓練基地
13	山陽小野田市	3	1	小野田のあさり				
			2	デジタル関連産業製品				
			3	小野田セメント徳利窯				
14	周防大島町	3	1	大島みかん				
			2					
			3	方添ヶ浜	周防大島文化交流センター (宮本常一記念館)			

地域資源一覧(※地域産業資源の種類:1農林水産物/2鉱工業品・技術/3観光資源)

地域名	個数	種類 (番号)	品 名			
15 和木町	0	1				
		2				
		3				
16 上関町	0	1				
		2				
		3				
17 田布施町	0	1				
		2				
		3				
18 平生町	0	1				
		2				
		3				
19 美東町	8	1	美東ごぼう			
		2	石灰岩	大理石加工品		
		3	秋吉台	景清洞	化石	大正洞
20 秋芳町	7	1	秋芳梨			
		2	石灰岩	大理石加工品		
		3	秋吉台	秋芳洞	化石	別府弁天池
21 阿武町	0	1				
		2				
		3				
22 阿東町	4	1	徳佐りんご			
		2				
		3	SLやまぐち号	十種ヶ峰	長門峡	
合 計		1	45	※ 複数の市長にまたがっているものは1つとして合計を算出している。 例 萩焼は6市で計上されているが、あわせて1つとしてカウントする。		
		2	18			
		3	62			
		計	125			

### 第Ⅲ章 研究対象とした地域資源

125件ある地域資源の内、15件の地域資源に絞って調査することにした。まず、山口県で登録されている地域資源から1件、各市町単位で認定された地域資源から14件を選択して調査する。この15件の内訳は、農林水産物から7件、鉱工業・技術から3件、観光資源から5件を選択した。選択した理由については、次のとおり。

#### 1. 山口県全域としての地域資源（農林水産物）

##### （1）晴るる

平成10年度に初登場した山口県独自のブランド米で、コシヒカリの食味とヤマハウシの光沢を併せ持ち、美祢市や美東町などを中心に栽培され、現在では約1000haの作付面積がある。首都圏の「やまぐち食彩店」でも山口を代表する米として販売されている。

#### 2. 農林水産物

##### （1）大島みかん（周防大島）

みかんは、町木・町花であり、周防大島町農業生産高の大半を占める。この地域資源を活用した「周防大島みかん鍋」を全国に売り出そうとしている。

##### （2）梅（光市）

菅原道真公の時代から親しまれてきた光市の花「梅」を核に、地域ブランド「冠梅」を創設し、「冠梅うめ醤油」など、光市発の地域資源を活用した特産品開発に取り組む。

##### （3）徳佐りんご（阿東町）

西日本有数のりんごの産地徳佐。徳佐りんごを使用したりんごの「もみじ饅頭」やアップルパイといった付加価値のある商品で全国ブランド化を目指す。

##### （4）小野のお茶（宇部市）

国内での食生活の変化や国際環境の進展に伴ない、わが国農業の伝統的構造は大きな変革を余儀なくされている。米作が中心的役割を果たすべきことに今後とも変りはないであろうが、米以外の新たな作目による土地利用や、食生活のうるおいへの貢献は、今後の農業の重要な課題である。

##### （5）秋芳梨（秋芳町）

国定公園秋吉台と一体感のある県名産品に相応しい果実が完成している。質量ともにさらに大きく育て、日本の“秋吉台”と秋吉台の“20世紀梨”につくりあげたい。

##### （6）ふぐ（下関市）

下関は、日本で水揚げされる天然のトラフグやクサフグなどの8割近くが集まり、また長崎県や熊本県で主に生産される養殖トラフグも大部分が集まる一大集積地である。全国ブランド

の可能性を研究した。

### 3. 鉱工業・技術

#### (1) 大内塗（山口市）

600年間続いてきた由緒あるすぐれた歴史的遺産(技術文化)をすたれることなく確実に後世に伝承する日本人としての義務があること。

#### (2) 仙崎かまぼこ（長門市）

焼きぬきで有名な「仙崎かまぼこ」は、新鮮な材料をすりつぶし、板の真下から火をあてて間接加熱で徐々に焼きあげる。なめらかな舌触りと歯ごたえの良さが特徴の、山口県を代表する名産品である。

#### (3) 萩焼（下関市、山口市、萩市、長門市、美祢市）

茶陶の世界で昔から「一楽二萩三唐津」として尊ばれ、「萩の七化け」として珍重されてきた「萩焼」は、使い込むほどに趣が出る、山口県を代表する伝統工芸品である。

### 4. 観光資源

#### (1) 青海島（長門市）

北長門海岸国定公園の中心に位置する青海島の中心である青海島観光船発着場の好立地を活かし、「ショップ青海島」は、観光客に食べて楽しんで買ってもらえる新業態の展開を目指す。

#### (2) 錦帯橋（岩国市）

山口県に止まらず日本の観光資源として、世界遺産登録を目指す名勝。岩国の代名詞として観光客を誘致する資源として利用できるのみならず、菓子、絵葉書、T-シャツ、装飾小物など土産品として、活用されている。

#### (3) 秋吉台（秋芳町）

四季折々の雄大な姿を見せてくれる日本最大のカルスト大地「秋吉台」と自然が作り上げた芸術品といえる東洋屈指の鍾乳洞「秋芳洞」を有し、全国でも類希なスケール・歴史をもつ自然遺産である。

#### (4) 関門海峡（下関市）

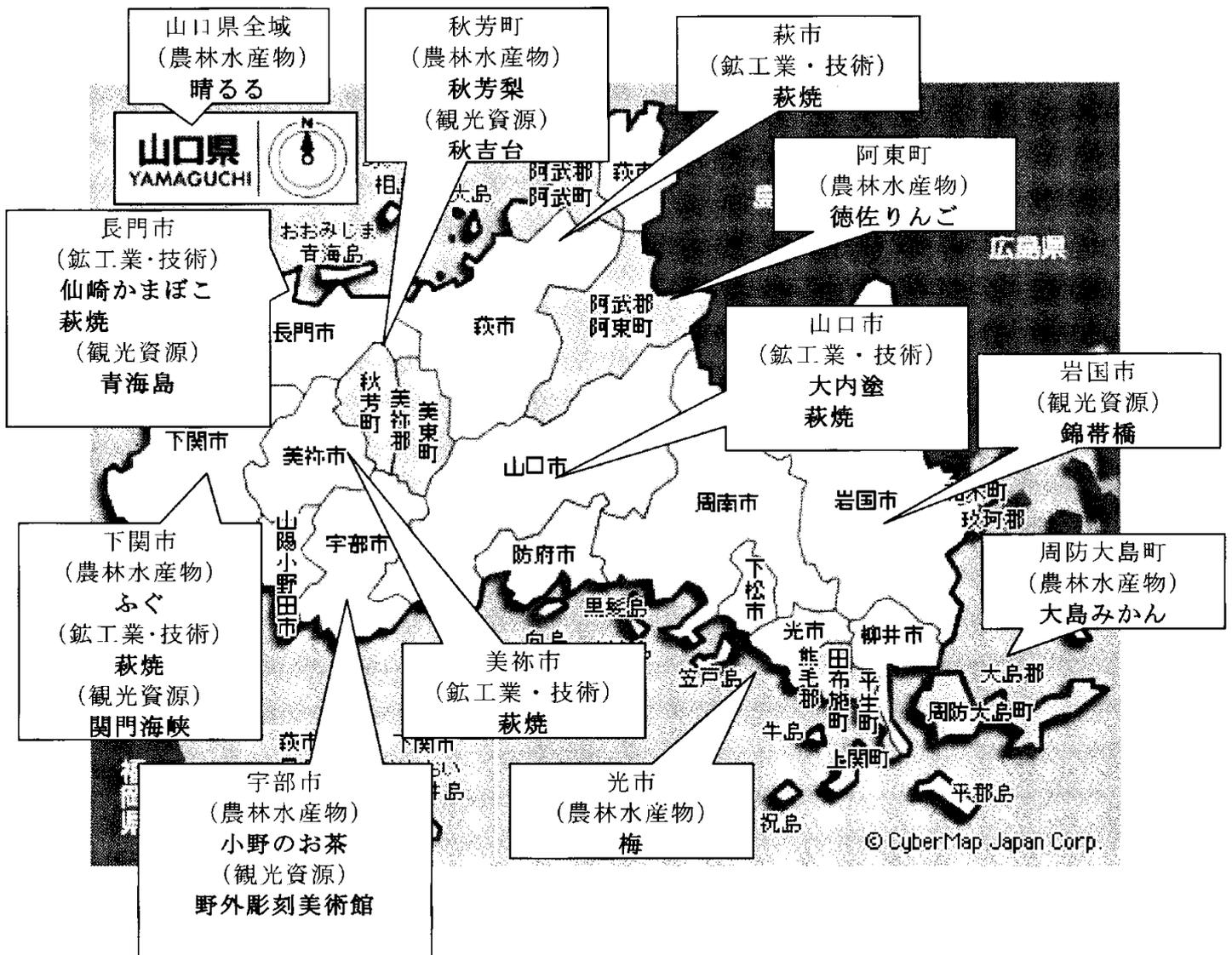
下関エリアと門司港エリアに位置する関門海峡は、広域観光資源である。二井関成山口県知事も道州制実現の前に当然研究すべき構想として、関門特別市となる道もあるのではないかと考えておられ、観光資源として関門海峡の果たすべき役割も、大きくなっていると思われる。

#### (5) 野外彫刻美術館（宇部市）

「野外彫刻美術館」は、宇部市において、半世紀前から継続されている伝統文化になってい

る。この調査を通して、この歴史的な芸術資源を活用し、交流人口の増加や行政人口の増加をもたらす触媒としての活用を期待している。

### 研究対象地域資源一覧表



## 第IV章 調査研究結果

### 1. 山口県全域の地域資源（農林水産物）

#### （1）認定地域資源の調査研究シート

認定地域資源名	晴るる	地域名	山口県	種類	農林水産物
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: flex-start;"> <div style="width: 70%;"> <p data-bbox="193 517 592 595"><b>この地域資源のここがポイント</b></p> <p data-bbox="185 607 1139 741">山口県が、コシヒカリに負けない食味の食用米として開発。「栽培地域を限定」、「生産履歴チェックなどによる安心・安全なお米づくり」をウリにしているため、生産量は増えていないが、大阪、九州の卸商では好評を得ているし、東京のやまぐち食彩店でも採用・一般に供されている。</p> </div> <div style="width: 25%; text-align: center;">  <p data-bbox="1219 763 1278 786">晴るる</p> </div> </div>					
<p data-bbox="185 826 1406 896">1. 地域資源の歴史的背景（出典：井上浩一郎ほか「水稻の新品種『晴るる』の育成」山口農試研報 50：1-15. 1999、及び井上浩一郎氏補足説明）</p> <p data-bbox="185 925 1406 994">水稻の新品種「晴るる」は山口県農業試験場徳佐寒冷地分場で育成され、平成9年3月農林水産省に登録申請するとともに、山口県で奨励品種として普及に移された。</p> <p data-bbox="185 1023 1406 1093">そもそも防長米は、大正時代、都系の品種を母体に粒が大きめで良質であり、大阪市場でトップクラスの評価を得ていた。山口県の気候・土質に合っており、作りやすかった。</p> <p data-bbox="185 1122 1406 1328">昭和40～50年代には「ヤマハウシ」が山口県の水稲栽培の約50%のシェアを占め、主食として山口県を代表する銘柄であった。ただ、「コシヒカリ」のような軟質米（柔らかくて粘りのある食味をもつ）が好まれる中で、ヤマハウシの食感は硬いと評価され問題視されていた。ヤマハウシは、品質はいいし、食味もまずまず、寿司用にも合うし、収量も安定しており、ただもつぱら軟質米化することが課題となっていた。このため、ヤマハウシとコシヒカリを交配することにより、良食味で収量の安定した品種育成が目標とされた。</p> <p data-bbox="185 1357 1406 1563">平成2年8月にヤマハウシを母、コシヒカリを父として人工交配が行われ、蒔培養の後平成4年に固体選抜、6～8年に奨励品種決定調査が行われ、9年3月末に「山口1号」の系統名で品種登録の申請を行い、同年10月、13700余りの応募者の中から新南陽市の福田真由美氏の「ゆうだちの雲飛びわくる白鷺のつばさにかけて晴るる日の影」（95代花園院天皇）に依る「夏の日差しを浴びてスクスクと育つよう」願いを込めた「晴るる」が選考され、品種名発表会が行われた。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;">   </div> <p data-bbox="280 1935 1350 1968" style="text-align: center;">（大学生や子供たちによる「晴るる」の刈り取り体験—美祿農林事務所企画振興室）</p>					

2. 地域資源の現状（出典：同上報告書）

(1) 県奨励品種うるち米の作付面積と同比率の推移（農業振興課資料）（単位：ha）

品種名	H10年産		H15年産		H17年産		H18年産	
	面積	比率	面積	比率	面積	比率	面積	比率
晴るる	677	3.1	1,634	7.3	1,144	5.0	1,054	4.6
ヤマホウシ	7,275	32.8	423	1.9	250	1.1	186	0.8
コシヒカリ	6,189	27.9	7,641	34.3	8,194	35.6	8,345	36.3
日本晴	4,113	18.6	783	3.5	659	2.9	565	2.5
ヒノヒカリ	2,606	11.8	6,244	28.0	6,852	29.8	6,871	29.9
ひとめぼれ	494	2.2	5,034	22.6	5,397	23.5	5,456	23.7
中生新千本	792	3.6	542	2.4	492	2.1	513	2.2
計	22,146	100.0	22,301	100.0	22,988	100.0	22,990	100.0

(2) 県奨励品種うるち米の主要市町村別作付面積（平成18年産）（市町報告より抜粋）（単位：ha）

主要市町	晴るる	コシヒカリ	ひとめぼれ	ヒノヒカリ	奨励品種計
下関市	175	1,087	1,400	1,116	3,798
長門市	104	836	491	275	1,777
美祢市	225	350	10	115	705
美東町	151	339	16	79	588
秋芳町	172	336	2	143	660
県計	1,054	8,345	5,456	6,871	22,990

### 3. 地域資源の強みと事業機会等

#### (1) 地域資源の強み

- 玄米の粒形は中位で、粒大は中粒に属し、千粒重はコシヒカリやとくひかりよりやや大きい。腹白、心白は少なく、光沢及び見かけの品質はコシヒカリやヤマホウシ並みに良い。
- 湛水直播栽培での苗立ち率はコシヒカリ、とくひかりよりやや高く、ヤマホウシ並みで、茎数及び穂数は多く、籾数は確保しやすい。稈長はとくひかり並みに短く、転び倒伏などの倒伏にも比較的強く、収量及び品質は安定してよい。
- 葉いもち抵抗性はコシヒカリより強くヤマホウシと同程度と考えられる。穂いもちの圃場抵抗性はコシヒカリより強くヤマホウシ並みのやや弱と考えられる。
- 精米の白度はコシヒカリやヤマホウシ並みからやや高い。
- 炊飯米の外観は良好で、食味総合評価はコシヒカリに極めて近くヤマホウシより優れる。糊化特性もコシヒカリに近くヤマホウシより優れる。晴るるのアミロース含量はコシヒカリよりやや高く、ヤマホウシにやや近いと推定される。蛋白含量はコシヒカリやヤマホウシより安定して低い。
- コシヒカリが倒伏や穂いもちの発生により不安定であるのに対し、晴るるの収量は安定している。

#### (2) 事業機会

- 米の流通経路は、生産農家から全量が農協に委託販売され、農協は、スーパーや量販店への直販分を除き、90%以上をJA全農山口県本部（全農）に委託販売する。全農は、これを、県内並びに大阪や九州を主体とする県外の米卸商に販売する。
- 平成18年の山口県産米の総量44千トンのうち、コシヒカリが19千トンに対して晴るるは3千トンであり、県内に2千トン、県外に1千トンの出荷となっている。量が少ないため、県外での扱いが「その他」に分類され、売れないし、価格も低くならざるを得ない。平成18年の卸値（60kg）では、コシヒカリ¥14,500に対して、ひとめぼれ及びヒノヒカリ¥13,800、晴るる¥13,700、19年は、コシヒカリ¥13,700、ひとめぼれ及びヒノヒカリ¥13,400、晴るる¥13,300である。
- 全農が、平成17年産晴るるについて（株）サントクに炊飯試験を委託した結果、業務用炊飯に最適との結果が出ている。温かいご飯、冷飯、白飯、おにぎり、酢飯、洋風向きに合い、冷凍米飯にも最適との評価である。
- 上記を受けて、全農では、地場の弁当屋への売込みをかけているし、今後の課題として卸商を経由して業務用への拡販を図っている。
- 上記価格は、輸送費込みであるので、生産農家にとっても全農にとっても、県内での販売の方が有利であり、県内消費者に如何に食べて、買ってもらえるかが課題である。このため、全農では県内消費者にアンケートをとったり、体験研修会を開催したりして、口コミによる拡販を図っている。

#### 4. 他の類似な地域資源との違いや特徴

##### (1) 形態的特性

移植時の苗の草丈はコシヒカリより短く「とくひかり」やヤマホウシ並みからやや長い中程度、葉色はヤマホウシより淡くコシヒカリやとくひかり並みの中程度である。

稈長は80～85cm程度で、コシヒカリやヤマホウシより10cm程度短くとくひかり並みの中稈種である。穂数はヤマホウシより多く、コシヒカリやとくひかり並みからやや多い中間型である。穂長はヤマホウシより短い、コシヒカリやとくひかり並みであり、着粒密度が中程度で一穂穎花数はヤマホウシより少なくコシヒカリ並みからやや少ない。穂相は一次枝梗数がヤマホウシとコシヒカリの間であるが、一次枝梗粗比率が高い。稈の太さはコシヒカリやとくひかりと同程度で中であり、止葉が比較的立ち、受光態勢も良い。

芒はなく、ふ先色は黄白で、脱粒性は難である。

玄米の粒形は中位で、粒大は中粒に属し、千粒重はコシヒカリやとくひかりよりやや大きい。腹白、心白は少なく、光沢及び見かけの品質はコシヒカリやヤマホウシ並みに良い。

##### (2) 生態的特性

出穂期はコシヒカリより2日程度遅く、ヤマホウシより6～7日程度早い。成熟期は、中山間の早植地帯ではコシヒカリより4～5日程度遅く、ヤマホウシより6～7日程度早い、平坦部の普通植栽培ではコシヒカリより5～6日程度遅く、ヤマホウシより2～8日程度早い極早生種である。

耐倒伏性は短稈で下位節間が短く、コシヒカリやヤマホウシより優れるが、とくひかりよりやや劣りやや強である。

湛水直播栽培での苗立ち率はコシヒカリ、とくひかりよりやや高く、ヤマホウシ並みで、茎数及び穂数は多く、籾数は確保しやすい。稈長はとくひかり並みに短く、転び倒伏などの倒伏にも比較的強く、収量及び品質は安定してよい。

##### (3) 病害・障害抵抗性

① いもち病抵抗性：葉いもち抵抗性はコシヒカリより強くヤマホウシと同程度と考えられる。穂いもちの圃場抵抗性はコシヒカリより強くヤマホウシ並みのやや弱と考えられる。

② 白葉枯病抵抗性：コシヒカリ並みの中と判定された。

③ 耐冷性：コシヒカリや「ミネアサヒ」並みのやや強と判定された。

④ 穂発芽性：コシヒカリよりやや穂発芽しやすいがヤマホウシやとくひかり並みからやや穂発芽し難く、やや難と判定された。

##### (4) 搗精及び食味

搗精歩留はコシヒカリやヤマホウシ並みであり、とくひかりよりやや高い。胚芽残存歩合は場所により差が見られるが、概ねヤマホウシと同程度と考えられる。精米の白度はコシヒカリやヤマホウシ並みからやや高い。

食味官能調査の結果、炊飯米の外観は良好で、食味総合評価はコシヒカリに極めて近くヤマホウシより優れる。糊化特性もコシヒカリに近くヤマホウシより優れる。晴るるのアミロース含量はコシヒカリよりやや高く、ヤマホウシにやや近いと推定される。蛋白含量はコシヒカリやヤマホウシより安定して低い。

#### (5) 収量性

コシヒカリが倒伏や穂いもちの発生により不安定であるのに対し、晴るるの収量は安定している。ただし、晴るるの多肥による増収効果はヤマホウシほど高くなく、食味向上の面からも多肥栽培には適さない。

### 5. 重点課題

#### (1) 技術面

- ① 食味がコシヒカリを超えておらず、改善の余地がある。
- ② 知名度が全国レベルで低いためもあって価格的にコシヒカリのほうが高い。
- ③ 出穂期が近すぎて作業的メリットが少なく、栽培法の改善が必要。
- ④ 地球温暖化が進んでおり、この新しい気候条件に合わせる必要がある。

#### (2) 営業面

- ① 業務用に最適との評価が得られており、業務用としての売込みが必要。
- ② 県内消費者への売込みが必要であるし、県外産米との競合に打ち勝たねばならない。

### 6. 地域資源活用企業

晴るるは食用米であるので、加工米のように製造業からほぼあらゆる業種の参入が可能とはいかないが、従来の流通経路に組込まれている生産農家、農協、全農、スーパー、量販店、米卸商のほか、弁当・おにぎり・ファミリーレストランなど炊飯の販売業者、学校給食・医療ほかの福祉施設、山口大学ほかの生活協同組合等が考えられる。

## 2. 農林水産物

### (1) 認定地域資源の調査研究シート

認定地域資源名	大島みかん	地域名	周防大島町	種類	農林水産物
---------	-------	-----	-------	----	-------

#### この地域資源のここがポイント

山口県随一の生産量を誇る周防大島町の温州みかんと、地元で取れた地魚との組合せで味わう「周防大島みかん鍋」。鍋物と柑橘類の相性の良さに着目し、魚の生臭さの緩和や香り付け、さらには栄養たっぷりの新作料理。



#### 1. 地域資源の歴史的背景

大島みかんの始祖とされる藤井彦右衛門が、嘉永元年（1848年）の秋、紀州方面に旅行して、同地のみかんに強く心を引かれ、栽培法や気候・土質等を調べ、大阪泉南地方で苗木を買って帰り、日前坂本の畑に植えたのが「大島みかん」の始まりだといわれている。

藤井翁は、自家のためだけでなく郷土のために、その農業構造の質的改革を図ったとして、今も大島みかんの始祖として敬われている。また、接ぎ木のプロフェッショナル「山本萬之丞」、みかん増殖の父「品川秀助」などの先覚者によって大島みかんはその質を高めてきた。  
(周防大島町観光協会HPより)



#### 2. 地域資源の現状

現在では、マルチ栽培やアルギット肥料など栽培技法も進化を遂げ、効率よく品質の高いみかんと安定して生産できるようになっている。また、オートメーション化された選果場において、カメラ識別による等階審査や光センサーによる糖度と酸度の測定などが実施されている。それらの機器によって選別されたみかんとをさらに検査員の目でチェックしたものが箱詰めされているので、迅速かつ確実な出荷が実現できている。(同上HPより)

周防大島町では、温州みかんを始め各種柑橘類が生産されており、平成16年度において、「みかん」の収穫量は11,500t（全県の76%）、「いよかん」は1,810t（同74%）、全柑橘類で13,375t（同69%）と、県内随一の産地である。（平成18年刊「山口県統計年鑑」）

### 3. 地域資源の強みと事業機会等

#### (1) 地域資源の強み

- 生でも加工してもおいしく味わえる。
- 栄養価が高い（ベータカロチン、ベータクリプトキサンチンによるがん抑制効果、ビタミンや植物繊維による美容・健康効果、袋やスジに含まれるヘスペリジン、ビタミンCによる成人病予防効果、ビタミンCによる子供の風邪予防効果など）。



## 周防大島みかん鍋

2007年11月1日に全店舗同時解禁!

御鍋奉行  
用達

周防大島みかん鍋の味

- 味の要 体に優しい橘皮が香るポッカポカの焼きみかん
- 味の要 爽やかな柑橘の香りを練り込んだ地魚のつみれ
- 味の要 薬味としてピリリと辛いみかん胡椒
- 味の要 お鍋の最後はふわふわメレンゲによるみかん雑炊

食在周防あらかわ・かわい・寿し・御食事処豊・民宿かざひこ・ちどりグループ  
グリーンスティながうら・道の駅サザンセトとうわ・周防大島温泉ホテル大観荘  
ホテル&リゾートサンシャインサザンセト 以上10店舗

(2) 事業機会

周防大島町観光協会では、平成18年、合併2年目を機として、JA山口大島、大島郡水産共励会、周防大島町商工会と協力の下、「周防大島まるかじり」を開催したが、その目玉として、大島みかんと地魚を組み合わせた新作料理「周防大島みかん鍋」を開発し、会場でふるまい鍋をやり大好評を得た。現在では、「鍋奉行会」所属の11軒の町内料理屋で一般に供している。

ひとまちを盛り上げて島はひとつ!  
**第2回 周防大島 まるかじり**  
 Aoba de Island

日時:2007年10月14日(日) 9:00~16:00 (少雨決行)  
 会場:道の駅サザンセトとうわ & 陸上競技場一帯

主催:周防大島まるかじり実行委員会 (周防大島町観光協会・JA山口大島・大島郡水産共励会・周防大島町商工会)

後援・協力

山口銀行    SAIKYO 西京銀行    防長交通    周防サザンセト  
 周防大島温泉    サンシャインサザンセト    グリーンステイ ながさ    CHINWAT GROUP  
 HAWAII!    財団法人 日本観光センター    中国新聞    中国電力

この「周防大島みかん鍋」は、みかんを丸ごと焼いたものを、地魚のつみれ（地魚のすり身、卵、小麦粉、味噌、塩、みかんの皮と混ぜたもの）、野菜、豆腐、だし汁などと一緒に鍋で煮て「みかん胡椒（みかんの皮と青唐辛子を練ったもの）」で食べる「寄せ鍋」の一種。焼きみかんにすることにより果皮のえぐみを抑え、さらにはより多くの優れた成分を抽出できる。地魚には、太刀魚やハゲなどの白身の魚を使う。

観光協会では、業者の協力を得て、「周防大島みかん鍋」にも使える「みかんうどん」や「みかん豆腐」を開発中である。また、既に全国の（大島）郡人会、町人会向けに「ふるさと便」（昨年は正月用のもちを主体とした野菜、いりこなどのセット）を毎年発送しているが、いずれは、「周防大島みかん鍋」もセットで「ふるさと便」に乗せることも検討中。

#### 4. 他の類似な地域資源との違いや特徴

周防大島町が主たる産地である温州みかんと地魚の組合せはまさに地産地消の典型であり、焼きみかんにして果皮のえぐみを抑さえ成分を抽出しやすくする工夫も独特のものである。みかんを焼くにしる丸ごと鍋に入れるため農薬の残留ゼロである必要があり、現在はJAを通じて指定農家1軒のみで生産し、広島県環境保険協会の検査に合格したものに「鍋奉行御用達」の焼印を押したもののみを使用している。

#### 5. 重点課題

- ① 需要が増えるに従って大量に無農薬で栽培・生産することが必要になる。完全無農薬化について大学等の研究協力を求める必要がある。
- ② 当面は郡人会・町人会を通じての縁故販売が主体になろうが、東京、大阪など大都市でのマーケティングもいずれ必要になる。
- ③ 「ふるさと便」として「周防大島みかん鍋」セットを大々的に売り出すとすれば、具材等のパック化について技術的検討が必要である。

#### 6. 地域資源活用企業

「周防大島みかん鍋」は観光協会の商品であるが、料理として供するのは、地魚部会の鍋奉行会に所属する料理屋で、具材や味付けは店によって異なる。

## (2) 認定地域資源の調査研究シート

認定地域資源名	梅	地域名	光市	種類	農林水産物
---------	---	-----	----	----	-------

### この地域資源のここがポイント

菅原道真公の時代から親しまれてきた光市の花「梅」を核に、地域ブランド「冠梅」を創設し、「冠梅うめ醤油」など、光市発の地域資源を活用した特産品開発に取り組む。

#### 1. 地域資源の歴史的背景

光市は1943年（昭和18年）4月1日、光海軍工廠を中心とする軍都として市制を施行。戦後は武田薬品工業（株）光工場・八幡製鐵（株）（現・新日本製鐵（株））光製鐵所の二大企業を中心とした近代的工業都市として発展してきた。

光市の光井には菅公を奉った冠天満宮があり、次のように言い伝えられている。

『菅原道真公は太宰府に左遷の折、風波をさけて船を光市光井の浦に停泊させました。この時、神太夫は我が家にご案内し、厚くもてなし、このお礼として召されていた御冠を授かりました。その後神太夫は、3日間わたって夢の中で『東の山の梅の古木に花を開かしめん その処に社殿を建て冠を神体として祭るべし』というお告げを受けました。そこでその場所を尋ねてみると、本当に梅の花が咲き満ちて春のようだったため、お告げ通り社殿を建てました。創建当時は光井天満宮で、その後冠天満宮に名称が変更されました。』

このように光市の梅は太宰府天満宮の梅と同様、菅原道真公と深い関わりがある。



菅原道真公の御冠を授かったといわれる光市冠天満宮

## 2. 地域資源の現状

冠山総合公園（かんむりやまそうごうこうえん）

2月上旬から3月上旬にかけて梅の里で開催される『梅まつり』には、100種類約2000本の梅が咲き誇り、県内外から16万人の観光客が訪れる。冠山総合公園は梅を中心に四季を通じて花木が楽しめる公園として年間30万人の観光客が訪れている。



満開の梅を楽しむ梅まつり

## 3. 地域資源の強みと事業機会等

### （1）地域資源の強み

- ・ 新鮮な海産物を調達し、加工する技術がある。
- ・ ヤーコンをラーメン等の食品に加工する独自技術を保有している。
- ・ 島田川の水は、水道水でもとてもおいしい。
- ・ カンロや新日鉄、武田薬品などの大企業が独自の技術と製品を持っている。
- ・ 冠山総合公園には年間30万人、虹ヶ浜海水浴場には年間20万人の観光客が訪れている。

### （2）事業機会

- ・ 消費者の食に対するこだわりや安全・安心、健康に対する関心が高まっている。
- ・ 神籠石サミットで注目度が高まり、地元になんだ焼酎の神籠石が売れている。
- ・ 伊藤公のような知名度のある名前を使えば全国的なPRを行いやすい。
- ・ カンロではパッケージを変更し、地域限定で発売することは可能とのこと。

- ・ 外から見た光市のイメージは「海」である。
- ・ 大和町のブルーベリーの観光農園は来客数を大きく伸ばしている。
- ・ 中小企業庁が今年から地域支援活用型プログラムを進めている。
- ・ 特産品には色んな人が数多く関わることができる。

#### 4. 他の類似な地域資源との違いや特徴

冠山総合公園の梅の里のように、100種類約2000本の梅を植樹しているところは近隣にない。また、同一場所に梅とゆかりのある冠天満宮があり、地域と行政が一体となり知名度工場に努めている。



#### 5. 重点課題

「みんなが親しめ、使える地域ブランド「冠梅（かんばい）」を創設」

##### ① 地域ブランド名を「冠梅（かんばい）」とした理由

- ・ 虹ヶ浜や室積ではなく光全域で使うことができる。
- ・ 冠天満宮、冠山の梅が特産品開発につながる。

##### ② 光地域ブランド「冠梅（かんばい）」の認定条件

- ・ 光の地域資源を使い、同様に商品でも明らかに違いが分かるもの
- ・ 商品は有機栽培、減農薬、食品添加物を控えたの安全・健康志向であること。
- ・ 冠梅の認定は特産品開発委員会が行う。

##### ③ 光地域ブランド「冠梅（かんばい）」の認定のメリット

- ・ マスコミへの記者発表、光商工会議所や光市の広報やホームページ等で紹介。

## 6. 地域資源活用企業

### (1) 期待する「冠梅」ブランド商品案

- ・ 光冠梅ラーメン、冠梅オリゴ麺、冠梅豆乳（三井ヘルプ）
- ・ 伊藤公冠梅餅、冠梅伊藤公お札煎餅（まほろばの里）
- ・ 冠梅うめ醤油（河村醤油）
- ・ 冠梅饅頭、冠梅タルト・・・（光菓子工業組合）
- ・ カンロ冠梅（カンロ）
- ・ 冠梅ブランド陶器やインテリア用品

### (2) 冠梅うめ醤油開発の可能性（河村醤油）

- ・ 醤油に梅を加えることで風味が増すことは広く知られている。インターネットで検索すると、他所で製造している例がある。
- ・ 醤油は冬場の寒い時期に製造し1年間寝かす必要がある。梅醤油の試作は可能だが、来年の春に採れた梅で製造するとなると、商品化は平成21年末ごろとなる。
- ・ 試作して販路があるかどうかは課題だ。たまごかけ醤油の場合は、たまごを卸す全農のルートを使って成功した。
- ・ 商品化した場合、容量は150mlか200mlの瓶詰めが良いのではないかと。梅の果肉をどのように処理するか検討が必要だが、梅を丸まま入れた商品は無いのではないかと。
- ・ また、容器への充填作業が大変なので、別途お願いをしたい。



味・夢・食卓に山口県の温暖な気候でじっくりじっくりおいしくなりました。河村醤油株式会社

河村醤油株式会社 0833-71-0550

HOME    おいしいレシピ    会社概要    送料・配達について    お問い合わせ

**新着情報**

2007/2/9  
ホームページOPENしました。

**河村醤油TVCM**

ここをクリックすると  
CMを再生します。

**製造長のご紹介**



製造長 林昭彦  
地元のおいしい醤油を一生懸命作っています！

**たまごかけ  
ご飯の  
しょうゆ**



澄日しょうゆにかつお・こんぶ  
いりこをプレゼントした和風調  
味液です。たまごかけはもちろ  
ん、だし巻きなどの卵料理をは  
じめ、冷奴・漬物などのかけしょう  
ゆとしても御利用下さい。

この商品を購入する

**山口の  
味・夢・食卓**

しょうゆ本来の味をいかに  
からしっくりとけずく息を込めた  
旨の濃い和風たれです。  
味付けは揚げ・照り焼き・焼き鳥  
・其のつゆなど幅広くご利用頂  
けるたれです。

この商品を購入する

**山口の  
味・夢・食卓**

しょうゆ本来の味をいかに  
からしっくりとけずく息を込めた  
旨の濃い和風たれです。  
味付けは揚げ・照り焼き・焼き鳥  
・其のつゆなど幅広くご利用頂  
けるたれです。

この商品を購入する

河村醤油の  
ホームページ

— 23 —

(3) 認定地域資源の調査研究シート

認定地域資源名	徳佐リンゴ	地域名	阿東町	種類	農林水産物
---------	-------	-----	-----	----	-------

**この地域資源のここがポイント**

西日本有数のりんごの産地徳佐。徳佐りんごを使用したりんごの「もみじ饅頭」やアップルパイといった付加価値のある商品で全国ブランド化を目指す。

1. 地域資源の歴史的背景

阿東町は、西日本有数のりんごの産地。山口のような暖かい土地でできるりんごは、果肉が柔らかく、糖度が高いのが特徴。

阿東町徳佐でのりんご栽培は昭和 21 年、韓国で父親の果樹園経営を手伝っていた友清隆男氏が、標高 310 メートル、降水量 2000 ミリメートルの準高冷地としての自然条件と、国道・鉄道の沿線で流通に便利な点に着目し、この地を選んで入植したのが始まりである。

昭和 41 年には『徳佐りんご組合』を発足。昭和 50 年代から、15,000 本を数える西日本最大の観光りんご園として、もぎ取り観光を中心としたりんご栽培に取り組み、8 月 15 日から 11 月までりんご狩りを開催。20 を越えるりんご園が開園している。

りんご酢やジュース、アップルパイやジャム、ゼリーなどの加工品も人気がある。



観光りんご園と徳佐リンゴの加工製品

## 2. 地域資源の現状

リンゴの歴史を遡ると、トルコで約 8000 年前の炭化したリンゴが発見されている。スイスでは遺跡から約 4000 年前のリンゴの化石が見つかっている。16～17 世紀頃になるとヨーロッパでリンゴの栽培が盛んになり、17 世紀前半にはヨーロッパからアメリカへ持ち込まれ、現在では世界中の寒冷地でリンゴが栽培されている。

日本の生産量は年間 80 万 t で、県別では青森県がトップで、主な品種は「ふじ」である。

中国山地の山ふとところに雄大に広がる徳佐リンゴ園の眺めは壮観で、りんご狩りはもちろん、美味しいバーベキューと新鮮なりんごジュースを楽しむことができる。また、平成 18 年 3 月に出された山口県果樹農業振興計画によると、栽培面積と生産量の目標は以下のように設定されている。

	平成 15 年度	平成 27 年度	増減割合
栽培面積	51ha	50ha	98%
生産量	720t	1,000t	139%

## 3. 地域資源の強みと事業機会等

### (1) 地域資源の強み

徳佐は昼と夜の気温の寒暖差がたいへん大きな地域。この温度差が大きいことが、徳佐のりんごの美味しい要因になっている。また、西日本一のりんご園！でもある。

付加価値のあるりんご加工品が生まれている。

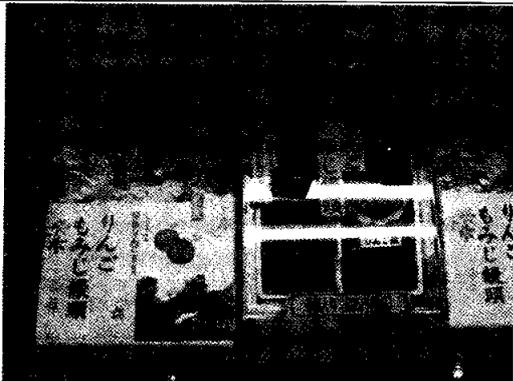
### (2) 事業機会

「徳佐リンゴ」が山口県地域産業資源活用促進基本構想において、地域資源の指定を受けた。

## 4. 他の類似な地域資源との違いや特徴

山口県でりんごが指定を受けたのは、当地域だけで注目される商品には以下のものがある。

### (1) りんごの「もみじ饅頭」

項目	内容
商品概要	徳佐リンゴ使用 

商品の特徴	山口県山口市吉敷の株式会社長州ほがやで作られている饅頭菓子である。リンゴ(徳佐産)は JA 山口中央から供給し、果汁として使用している。
8ヶ入り 525円	8ヶ入り 525円
品質	広島のもみじ饅頭と比較し、カステラのきめが粗く、あんこの量も少ない。焼き目もまだらになっており、商品が安っぽく感じる。
味	あんこが少ない。りんご味が薄い。 果肉のつぶつぶを期待したがなかった。 あんこはりんご風味でおいしい。

(2) アップルパイ

項目	内容
商品概要	徳佐リンゴ使用 
商品の特徴	使用する材料は全て肥沃な阿東盆地で、丹精込めて育てた自家農園から調達されたもの。保存料等は一切使用せず本当の自然のりんごの味です。 甘さを控えたクリームとりんごの酸味が絶妙!。「徳佐りんご」をベースの一つひとつを丁寧に焼き上げた暖かみのある味わい。 保存料を一切使用していないので、子供から年配の方まで安心して召し上がっていただけます!
8ヶ入り 525円	アップルパイ・きららパイ : 1個 270円 若干高め
品質	賞味期限 3日間
味	りんごがたっぷり入って満足、カスタードも甘過ぎずおいしい。

## 5. 重点課題

### (1) りんごの「もみじ饅頭」

- ・ 広島のもみじ饅頭と比較し、カステラのきめが粗く、あんこの量も少ない。焼き目もまだらになっており、商品が安っぽく感じる。
- ・ 販売店において、積み上げてフェースを確保、箱から中身が見えるサンプルと商品見本を展示する。また、製造工程のビデオやキャンペーンの実施試食品を切らさないようにする。
- ・ 値段が手頃なので、話題になれば大量販売が期待できる。

### (2) アップルパイ

- ・ マネキンを使ったキャンペーン、店頭販売をおこなう。
- ・ 試食品を切らさず、「じゃらん」紹介記事をPOPに活用したり、製造工程のビデオやキャンペーンを実施することで大量販売が見込める。

## 6. 地域資源活用企業

### (1) りんごの「もみじ饅頭」

株式会社長州ほがや

〒753-0811 山口県山口市吉敷2323-2

083-925-5559

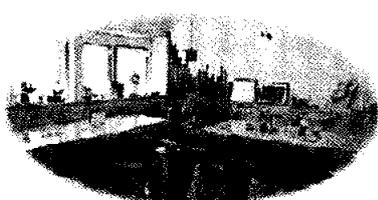
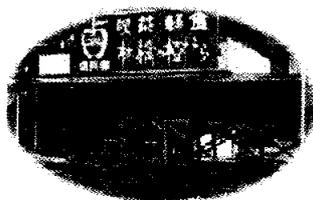
### (2) アップルパイ

林檎の樹らら

住 所：山口県阿武郡阿東町大字徳佐下 409-3

電 話：083-956-0266 FAX：083-956-0338

林檎の樹らら



◇きららパイ◇  
(1個270円)

(4) 認定地域資源の調査研究シート

認定地域資源名	小野のお茶(山口茶)	地域名	宇部市	種類	農林水産物
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block; background-color: #f0f0f0;"> <b>この地域資源のここがポイント</b> </div>					
<p>茶それ自体の品質管理は当然として、知名度を広く浸透させることがこれからの勝負。そのためには購買機会を多様に提供することと、用途に対応できる容器・形状・デザイン・量目・包装デザイン・色彩など商品づくりが重要。売れて儲かれば茶園が維持出来る。</p>					
<p>1. 地域資源の歴史的背景</p> <p>県内では旧楠町・旧美和町その他で茶の栽培が行われているが、これらはいずれもいわば地産地消規模に止まっている。山口茶とは、旧小野村(現宇部市)藤河内地域に広がる全国でも有数の広大な茶園から採れる緑茶のことである。</p> <p>この小野のお茶「山口茶」の起源は、昭和25年、厚東川ダムの建設によって水没する旧小野村の水田100haに代わる振興対策として、茶耕作者の組織化がはかられたところからはじまる。</p> <p>昭和29年10月宇部市に吸収合併、翌年小野茶業組合が正式に発足して茶工場を建設、生産プラス加工へと事業の枠を拡げた。</p> <p>その後は、2度に亘る農業構造改善事業や、昭和47年から53年に及んだ県営農地開発事業などによって、①大型緑茶加工場(第2工場)が藤河内茶園の中央部に建設され、②茶園の拡大造成、③静岡市場へ荒茶の初出荷(昭和50年)、④県内産茶を「山口茶」に銘柄統一(同54年)するなど、生産から販売に至る体制の整備が実施されて、西日本有数の集团的茶産地が誕生することになった。この時、組合構成員85戸、面積90ha、荒茶生産量100余tと記録されている。</p> <p>小野のお茶を語る上で欠かすことの出来ないことのひとつに、山口茶業(株)の創始者・前社長(故人)の献身がある。氏は国立九州農業試験場で研修後、昭和26年より福岡県、30年より八女市において茶専門指導員として活躍中であったのを、昭和33年に招かれて来県、宇部市と合併直後の小野区櫛原に定住した。小野地区の農業構造改善事業に携わって小野茶業組合の指導に従事したのである。そして茶園の完成後は、摘まれる茶葉のすべてが荒茶として静岡へ出荷されることに危機感を抱き、昭和50年11月、自ら会社を興してささやかな茶精製工場を建設。商品化した“小野茶”を、県内はもとより東京・大阪ほか北海道から沖縄に至るほとんど全国各県主要都市に持って回る出向販売(現地の催事に合わせて各年20～30回)を昭和62年春頃まで約10年間に亘って反復継続した。この強固な意思と方針にもとづく行動は、①他県有名産地の茶に対して小野のお茶自体の品質を高める機会をつかみ、②県外に山口県の新しい物産としての知名度をひろげる(県物産の県外PR催事は当時の県当局が奨励してもいた)ことに大きく貢献している。いふなれば、それまでは静岡茶に呑みこまれて姿の見えなかった小野のお茶を、「山口県産の小野茶」として全国の市場に顔出し(浮上)させたというわけで、この意義はすこぶる大であったといえよう。</p>					
<p>2. 地域資源の現状</p> <p>茶生産農家の団体である小野茶業組合(前記昭和30年に正式発足)は現在41名(戸)、面積は68haで、昭和63年以降は人員・面積ともに減少推移している。当時組合から荒茶を買上げていた県経済農協連の緑茶センターは、その後機構改革により平成12年から山口宇部農業協同組合緑茶センターとして引継がれている。</p>					

緑茶センターは、生産農家における作業の共同化・機械化(常用摘採機ほか)等の指導に止まらず、霜害対策や茶園土壌調査などに関連する支援事業にも関わっている。加えて、現在では、荒茶の精製仕上と商品の販売にも挑戦している。即ち、荒茶の約半分は従前どおり静岡へ出荷するものの、残りは仕上げてJAの店舗(JA Green)・県内の茶専門店(約20店)・あるいは茶問屋経由で県内のスーパーなどに出している。やがては荒茶も含めてすべてを県内で消費(販売)したい方針で、贈答用カタログを用意して、各地のイベント行事などに際して営業活動も推進している。

図1. 茶精製の加工手順と機械化

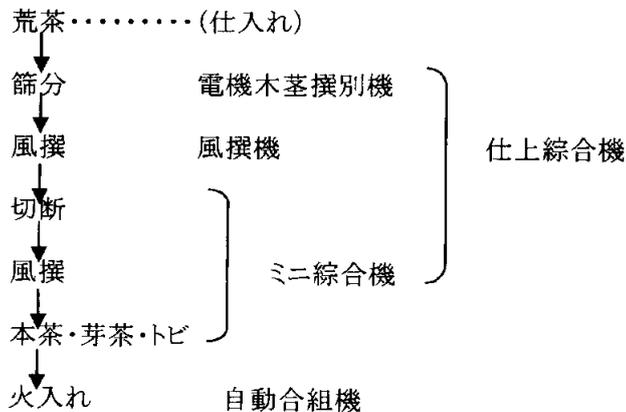
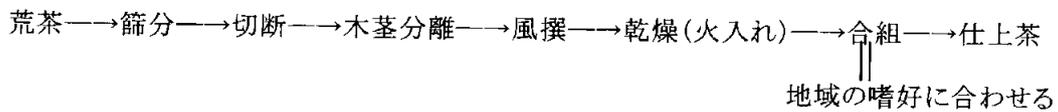
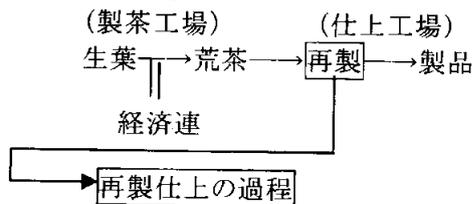
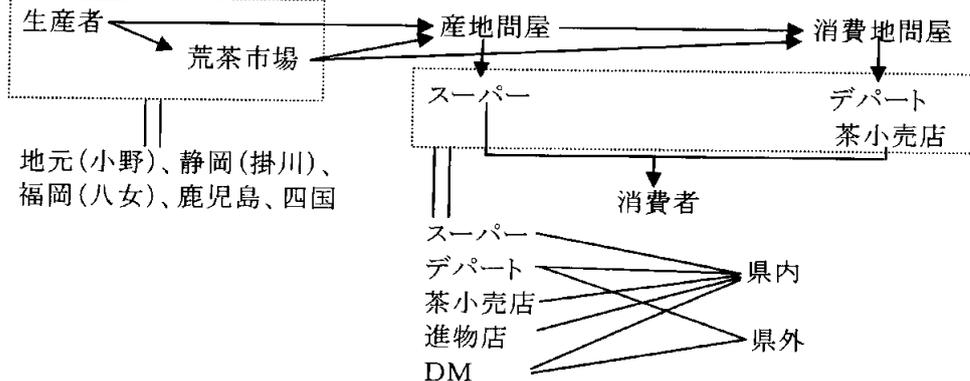


図2. 業界特性

(1) 製造工程



(2) 流通機構



### 3. 地域資源の強みと事業機会等

#### (1) 地域資源の強み

冒頭に記した県内の小野以外の茶産地からは、山口宇部農協緑茶センターに一切取引がない。実質的には「山口茶＝小野のお茶」という恰好になっている。

日本茶の経済圏の北限とされる埼玉県以南各地には、先発の有力な茶産地が数多く存在する中で、山口茶は後発ながら、ようやく追いつけるところまで到達している。他産地との比較というよりは、茶産地としての適性という面では、小野のお茶は恵まれた条件を有している。

- ① お茶の生育地として自然環境に恵まれていること。  
天龍川の上流山間地で、厚東川ダムに近接している。このため気温の変動、湿度、また川霧の発生等々、生育条件として良好な環境に在る。
- ② 茶園が分散せず1ヶ所にまとまっていること。  
1ヶ所にまとまった面積が全国最大の茶園は鹿児島県に在るが、100haを確保し得る小野茶園はそれに次いでひけをとらないといつて差支えない。

#### (2) 事業機会等

「山口茶」は、県外産の荒茶が一切混ざらない100%小野の茶葉で、山口宇部農業協同組合緑茶センターが製造している。緑茶センターは製品をもつばら県内に出荷・販売しているが、“茶”の消費は“米”と同様食生活の変化によって逐年減少している。従って“飲む”のではなく“食べる”茶としての新しい需要の開拓にも努めている。“食べる”茶とは洋菓子・ケーキ・クッキー・パン・うどん・そば・アイスクリーム等々、嗜好食品に混ぜることの出来る粉末茶である。これら各種商品の製造小売店・飲食店のほか、学校給食・老人福祉施設・病院などの公共的施設をターゲットに販路拡大中である。ただし粉末茶については、今のところ、宇部市とその周辺部地域にのみ限られている模様である。

### 4. 他の類似な地域資源との違いや特徴

県内では楠・美和・長門ほかの地区でも茶の栽培が行われているが、何れも小規模・分散型である。このため産地間の交流、または競争が無く、たとえば静岡茶のような全国ブランドに対抗出来る「山口茶」イメージの市場での湧出に至ることが容易でない。国のパイロット事業(構造改善事業など)も昭和52年以降は無いままのことである。

近年は地球温暖化の影響で、茶の旬が希薄になりかけていることを記しておくべきであろう。鹿児島・八女・静岡等の著名産茶が4月中旬には市場に出るようになった。一番茶が早くなったのである。これは黒潮の流れの変化がもたらした、茶にとっては利点であるのかもしれない。これに対して、小野地区は冬場の気候条件には恵まれていて、採れる茶葉の品質は上等であるが、一番茶の時期が5月の連休明けになる。約1ヶ月の差がある。

なお、小野のお茶「山口茶」はどちらかといえばやや濃い味である。時には渋味をすら感じられるほどであるが、他の、一般的に薄味の、水っぽくすら感じられる茶と較べれば、“お茶——日本茶”というなつかしい感じがする。この舌味は今の時代の若い世代にはわかりにくい味かもしれない。

## 5. 重点課題

昭和45年2月、第1次農業構造改善事業によって、造成茶園2団地20ha(30戸)の土地造成と茶の共同植栽が完了、且つ、緑茶加工場(第1工場)が完成したが、この時以降約3年間に亘って旧小野農協と生産者の組織する小野茶業組合とが、激しく反目する時期が続く。その後は第2次構造改善事業や県営農地開発事業に進展することになるが、宇部市の支援また山口県のリーダーシップによって、事業は無事に進行して昭和52年に造成茶園100ha(85戸)が完成する。ダム建設計画に発して茶園の完成までに30年近い歳月を要しているわけであるが、その間に生じた障碍のひとつ、――旧地元農協と生産農家との意識のズレを越えたところで、現在の山口宇部農業協同組合緑茶センターは、前向き・発展的な姿勢で事業に取り組んでいる。

### ① 生産農家の高齢化・後継者不在

高齢木の植替えに支障を生じている。植栽面積は漸減傾向。

### ② 新規入植者の確保が容易でない

これまでに、小野地区以外から2戸を県農林公社経由で入植させて、既存の茶園を継承させている。今後新たな入植者の確保に関しては予測がつかない。

### ③ 樹の老齢化の進行

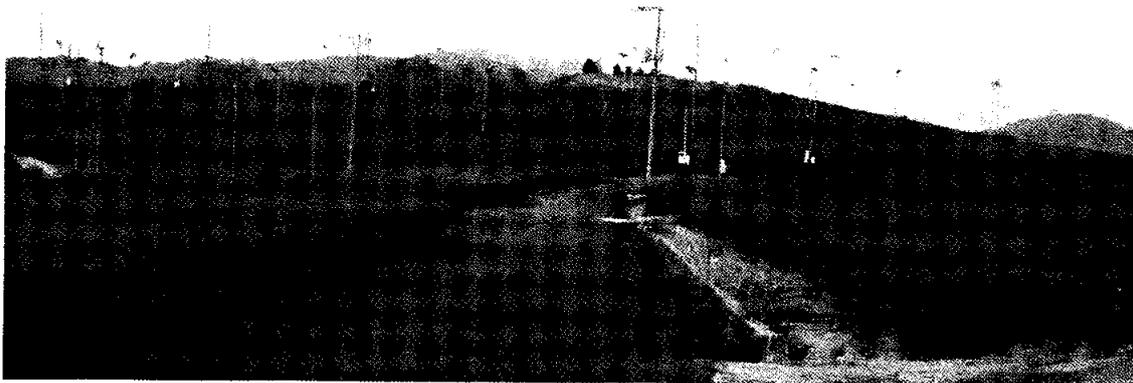
既に40年前後を経過し、茶樹として質量ともに劣化が目立ちはじめている。苗木が摘める木に育つのに7～8年かかるので、現規模を維持するためには早目の対策が必要。

### ④ 高齢木の入替え計画をJAは有していない

茶業界は消費者減少・生産過剰で儲けが小さい。緑茶センターでは植替えについて生産農家を指導しているが、小野茶業組合が動かない。

## 6. 地域資源活用企業

荒茶を緑茶センターから仕入れて自家仕立てをして販売しているのは、地元小野地区の山口茶業(株)と田中産業(有)の2企業のみである。つまり緑茶センターを加えた3事業所が製品化して市場に出している(直売あるいは卸売)わけであるが、このうち県外へも広く商圏を広げているのは今のところ山口茶業(株)である。学校給食・高齢者施設・病院などの公共施設に対する売込みを(宇部市とその周辺部に限られるものの)試みているのは緑茶センターであろう。荒茶づくりを一手に引受けている緑茶センターは、荒茶を県外へ出さずにすべて県内で消費したいと考えている。小野のお茶「山口茶」は今後大きな夢を残している。



(5) 認定地域資源の調査研究シート

認定地域資源名	秋芳梨	地域名	秋芳町	種類	農林水産物
---------	-----	-----	-----	----	-------

**この地域資源のここがポイント**

苗木の導入以来百余年を経て大玉・高糖度の高級梨が実現、県外市場においても好評である。一方、生産農家の高齢化と地域人口の減少に因り、生産量の落ち込みを阻止し難い状況にある。永年の成果を生かすべき第2ステップへ向けて、志ある新規就農者の確保と、廃園の蘇生事業に対する支援体制の提供が待たれるところである。

1. 地域資源の歴史的背景

山口県内の梨の産地は豊田町・長門峡・小川(田万川町)・福賀・須金(周南市)その他と数多く、何処も観光呼込みに主力を注いでいる。これらの産地では20世紀梨も見られるもののむしろ他品種が主になっている。20世紀梨に統一してより高品質の成果物を出荷販売しているのは秋芳梨のみとあって差支えない。

秋芳町は国定公園秋吉台山麓の面積115km<sup>2</sup>、人口5,766人、世帯数2133世帯(平成19年9月1日現在・県推計)の狭隘な山間地である。

明治37年、町内嘉万の西村正一氏が、岡山県から20世紀梨の苗木を導入したのが山口県内での梨栽培の始まりとされている。西村氏ら3人のグループが秋吉台山麓を開墾、50aの土地に250本の苗木を植付けて、梨園経営に本格的に取り組み始めたのが現在の秋芳梨の始まりであった。

昭和12年に植付面積は15ha、戸数も22戸となり、協同選果場を建設するところまで取組みが本格化し始めたが、第二次世界大戦の食糧増産対策に圧されて梨は減衰。再生を期して下嘉万・芹湯・岩永・共和の4生産組合が合併して、秋芳梨生産販売協同組合(現組合)を設立、「秋芳梨」として一元化をはかり規模拡大を展開し始めたのは昭和30年のことであった。このとき戸数は40、面積は10ha、年間生産量75tからの再出発であった。

以降、現在に至るまでの主な歩みは表1の通りであるが、戸数は昭和56年の89戸、面積は昭和59年～平成3年(8年間)の65ha、生産量は平成元年の1,642tを各ピークとして、以降は何れも減少推移している。

この間(表1で記載を省いたが)、平成に入ってから、3年～5年の3年間は春もしくは春から夏にかけての長雨・干ばつ等毎年の天候不順に見舞われ続け、好調だった生産量の足を引張られた。また、平成7年～9年は黒斑病の発生があり、その対策への取組みに連年追われることになった。黒斑病は一旦収まりかけたが11年に再び多発している。

なお、昭和30年現組合結成後50余年の間に、20世紀梨の専作という統一方針を貫き、栽培技術・品質改良・出荷販売・販路拡張・組織運営その他各方面で優れた業績を残して多くの賞を受けている(表2)。

表1 秋芳梨(20世紀梨)栽培の歩み

年次	面積(ha)	戸数(戸)	生産量(t)	摘要
昭和30年	10	40	75	4生産組合が合併。現組合設立。
40	19	62	148	38年に106tと100tを超える。

47	50	81	700	販売決済に糖度課徴金を含味。
50	53	83	800	選果場、花粉センター設立。
51	54	86	1,050	青年同志会を結成、後継者育成に着手。
53	62	88	1,150	無人スプリンクラー防除施設を集団導入。
55	63	88	1,050	被袋数、枝抜き、整枝等の調整により、糖度と着色等に効果を得る。
56	63	89	1,097	観光梨狩り、過去最高24,377人。
59	65	85	1,527	生産量及び花粉センター開薬量最高。
60	65	83	1,316	神戸市場経由東南アジアへ初輸出。
平成元年	65	80	1,642	生産量・売上高とも過去最高。 東京新宿高野フルーツパーラーへ進出。
6	60	75	1,072	糖度11.7度と過去最高。
10	50	68	1,042	1個平均重量367gの大玉になる。
14	46	64	767	カメムシ大発生。
16	41	52	634	台風18号により生産量16%減。
17	39	48	705	12.1度の高糖度を実現。
18	38	45	535	交配以降の低温曇天により小玉になる。
19	36	42	610	

表2 協同組合受賞歴

昭和51年	山口県朝日農業賞
56年	〃 農業振興賞
60年	特産品コンクール特別賞(山口県農林祭り)
61年	山口県朝日農業賞
平成 2年	山口県選奨(産業振興)
4年	20周年記念感謝状(宇部市場)
9年	日本農業賞山口県代表
10年	取引10周年記念表彰(東京新宿高野フルーツパーラー)
13年	農林水産大臣賞(全国農業コンクール)

<注> 婦人部・青年部や組合長の受賞を除く。

## 2. 地域資源の現状

平成19年次の秋芳梨生産販売協同組合は、組合員42戸(51人)、面積36ha(内20世紀梨32ha)、生産量は610tとなっている。

販売先は市場向卸が約6割、個人(進物用)を含む直売所向けが4割ということである。市場出荷先には神戸市場など県外も含まれるが90%は宇部・山口・徳山・岩国・美祢など県内である。7月下旬～8月上旬にその年の生産収穫予測量を算出して各市場に振り分け、出荷量の割当計画を立てている。

毎年6月中に袋かけが終るが、組合員(生産農家)全員から袋数を申告させ、且つまた、以降の果実落下数量の報告をまって、出荷数量の把握確認をしている。出荷量は毎日3,000ケース(1ケース10kg)ということであるから、生産量600tだとすれば全量出荷には20日間を要することになる。出荷に際して必要となる作業には、組合員はもとより、外部から大量の臨時雇用者の力を借りている。

## 3. 地域資源の強みと事業機会等

### (1) 地域資源の強み

他の梨産地では観光が主となっているのに対して、秋芳梨は全量出荷(販売)が大原則である。また、他産地では販売に農協を経由する事例が多いが、秋芳梨は農協を介さず組合が直接に独自のルートを開拓・維持しており、全国的に見ても大変珍しい例である。選果場その他の建物等は農協からの賃借であるが、経営管理に関しては販売活動・販路拡大などを含めてすべて組合が自発的・自主的に行っている。

繊細な食味・高い糖度・柔らかな肉質・300g以上の大玉(特製品の標準は320g)などは秋芳梨(20世紀梨)の特性である。

- ① 梨園が秋吉台石灰岩地帯にあり、カルスト台地特有の排水が良いこと、
- ② 昼夜の気温較差が大きいこと、
- ③ 土壌に秋吉台草原を堆肥とする有機質が豊富に含まれていること、
- ④ 長年月にわたって風化侵食された石灰分が土地に定着していること、

などは他の梨園では得難い自然条件に恵まれていると言える。全生産農家に共通するこのような基本的自然条件を踏まえて、秋芳梨生産販売協同組合としては、完全共販(全量組合出荷)体制を採っていることを特記すべきであろう。

### (2) 事業機会

秋芳梨生産販売協同組合構成員42戸のほとんどは水稻・麦を作っている。また1人は苺(ハウス)の栽培を手がけている。梨に関しては共通の理念目標を互いに確認しつつ、高品質の20世紀梨(秋芳梨)づくりに取組んでいるわけであるが、そこには、恵まれた自然条件をフルに生かそうとする組合の様々な経営努力が見られる。

- ① 100%共同販売により高品質出荷・高価格決済を維持、県内外を問わずすべての出荷先で高い評価を受けている。
- ② 組織運営は全て組合員の相互役務分担によることとして、総務・販売・観光(梨狩りほか)・業務(選果場)・技術指導・青年部(花粉センター・後継者育成)・婦人部の7部門が計画的に活動している。
- ③ 技術指導は全8団地組合員に対して統一技術の平準化に向け、指導を反芻徹底している。
- ④ 観光部は観光イベント行事に止まらず、テレビ、新聞ほかによる販促宣伝や、デパート・果物店・スーパーなどでのPR活動を実施。
- ⑤ 生産資材の共同斡旋、資金の手配などによる落ちこぼれのない生産技術の平準化、レベルアップ、また梨営農と産地営農の安定を図っている。
- ⑥ 学科と技術の現地研修会を毎年8回以上実施、毎回100%近い出席率を得ている。
- ⑦ 優良生産者や進物品(小売)取扱高による農家や生産団地の組合表彰を例年実施。

このような活発な組合活動(生産と販売への取組み)にもかかわらず、秋芳梨の栽培面積・生産量そして農家数は年毎に目に見えて減少している(表1)。秋吉台山麓という無二のすぐれた自然環境・条件に変わりのないものの、栽培可能地が急速に遊休地化しつつあるのを否定できない。

#### 4. 他の類似な地域資源との違いや特徴

肌色でいえば秋芳梨は青梨である。代表的な20世紀梨である。秋芳梨生産販売協同組合としては、初めから青梨一本であって、多品種は作らない方針、また実際生産していない。これに対して県内の他産地ではほとんど赤梨であり、且つ生産量が僅少に止まっている。また、出荷販売よりも観光梨園としての経営を主眼としている。

例えば、赤梨は汚れ・病気が目立たず、袋かけは1回ですむ。が、青梨の場合、袋かけを小1回と大を2回実施せねばならない。つまり品質保持のために要する手間数が段違いに多いのである。

技術面から見た秋芳梨(生産販売協同組合)の特色は概ね次の通り。

- ① 篤農的な特殊技術を普及させるのではなく、誰もが出来る通常技術を組合全園で実施することを基本としている。
- ② 深層土壌改良に加えて、施肥量と施肥時期の厳守。
- ③ 結果枝の適正配置を念頭に置いた被袋数の制限(間伐・整枝)。目標は10a当り成木10,000袋(成木14~15本)。
- ④ 花粉センターによる共同開葯。人工交配時期の調査による指示。
- ⑤ 黒斑病予防措置の実施。

要するに、高水準で平均化した銘柄品「秋芳梨」の生産出荷を目指しているということである。

#### 5. 重点課題

秋芳梨の生産規模は平成2年以降もつぱら後退推移している(表1)。平成19年10月1日現在を当時と比較してみると、

- 県人口は6.3%減(98,622人減)、
- 秋芳町では人口21.7%減(1602人減)
- 世帯数3.9%減(87世帯減)

となっており、秋芳梨の生産規模後退は余儀ない減少であるのかもしれない。

これまでも、県落葉果樹生産近代化特別対策事業で無人防除施設面積を10ha(19戸)に拡大(昭和53年)、また、植調剤の散布により前進出荷を確立して出荷期の労力調整を実施(同54年)するなど省力化対策措置を重ねてきている。梨組合員共同利用施設としてのライスセンターと水稻作業大型機械を協同組合で導入(昭和51年)して組合員農家の労働力の梨へのより多くの集中を図るなどの措置も講じてきている。今後の課題は次の通り。

- ① 後継者の確保  
新規就農者で補うほかない。
- ② 新規就農者の誘引また育成  
これまでの実績として平成8年・9年・11年・13年に各1名就農。
- ③ 生産量の増大  
東京新宿の高野フルーツパーラー以外の、東京の別の有力フルーツ専門店からも注文が入っているが、未出荷。販売店を増加するには生産量不足。
- ④ 出荷期の労働力確保  
8月~9月の出荷期には170~180人役の労働力が必要で、このうち140~150人役を一般雇用(臨時)で確保する必要がある。JAからは斡旋の協力を得られない。
- ⑤ 20世紀のほか新品種の導入  
現在の出荷が9月下旬には終る。10月から12月にかけて出荷できるような高級品種をもう一つ加える。現在、「新高」を試験育成中。
- ⑥ 組合員農家の年収増加

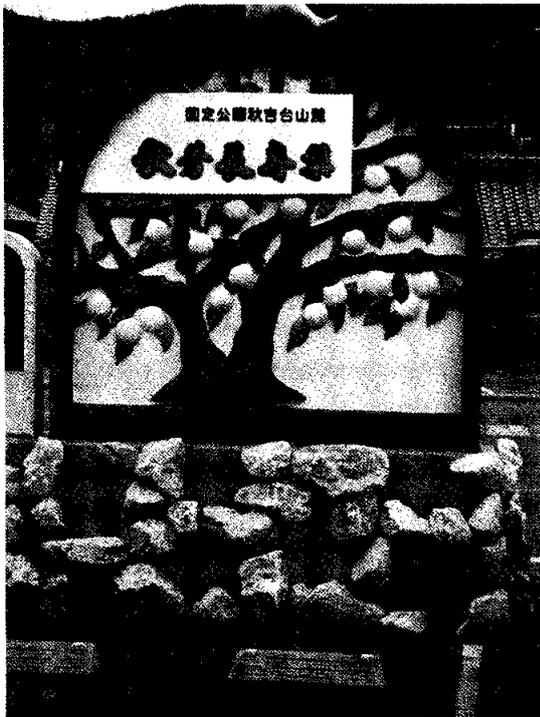
夫婦で70a、10a当り85万円(年収600万円)が現在の限界。9月で終了、でなく残余の年間時間を新たな収入に結びつけば年収倍増も不可能ではない。

⑦ 大粒梨の品種改良

現在のところ特製品は320gを標準としているが、消費者には粒が小さいと不評の向きが少なくない。350gの大粒への品種改良の具体的方法(技術)を模索中。

6. 地域資源活用企業

食味も見た目も品質優秀で市場の高い評価を得ている。ただ、専門市場での知名度は高くとも、一般消費者あるいは市中の多数の果物小売店での普及度は如何であろうか。出荷時機が極めて限られること、生産力の増強について条件を整えること——の2点が解決されれば、県産果物として、各種イベントや観光土産品としても、また、県民の日常生活にも、まだまだ受け込む余地がある。



(6) 認定地域資源の調査研究シート

認定地域資源名	ふぐ	地域名	下関市	種類	農林水産物
---------	----	-----	-----	----	-------

**この地域資源のここがポイント**

下関など西日本では、ふぐの事を濁らずに「ふく」と呼ぶ場合が多い。これは、「福」につながるからなど諸説があるがはっきりしない。ここでは、山口県が地域資源として認定している“ふぐ”で統一している。

下関は、日本で水揚げされる天然のトラフグやクサフグなど 8 割近くが集まり、また長崎県や熊本県で主に生産される養殖トラフグも大部分が集まる一大集積地である。下関に集まったふぐはここで売買され、毒を持つ内臓部分などが除去する加工が成されたあと、東京や大阪の消費地へと運ばれる。



特に下関の唐戸魚市場は、1933 年(昭和 8 年)に開設されたふぐの取引所として知られ、大型船が接岸できる立地を生かした南風泊市場は日本最大のふぐ取り扱い市場として知られている。山口県は 1989 年にふぐを県魚と指定。このように下関とふぐは象徴的な結びつきが強い。

出典: フリー百科事典『ウィキペディア (Wikipedia)』

1. 地域資源の歴史的背景

ふぐはいつごろから食べられていたのか?

ふぐは 6000 年も前から食べられている、と言われている。それは縄文時代のことで、日本人はまだ竪穴式住居に住み、農耕の方法をまだ知らなかった。だから、生きるための糧は、漁労と狩猟で、そのほかには草や木の実を採って食べるのが精一杯だった。

そのころの食生活を知る貴重な遺跡に貝塚がある。貝は、採取が非常に容易で、生でも食べられ、乾燥させてもうまい。つまり、古代人の最も好む食糧の一つであったわけだ。あちこちに多く分布する貝塚からは、約 350 種の貝類が出土しているといわれる。だが、その中には貝だけでなく、魚の骨や歯なども含まれている。主な種類としては、タイ、スズキ、ふぐ、ブリ、カツオなどがあげられその数も約 40 種に至るといふ。

「貝塚の遺物からみると、古代人はかなりふぐ党であったことが推測される」と書いたのは「ふぐの本」の著者・海沼勝だ。彼はその中で、「タイ、スズキ、ブリ、ふぐなどは、いずれの貝塚からも発見されている」と、その幅広い分布に注目している。やはり、ふぐは日本人によって 6 千年も前から食べられていたことになる。しかし、それはあくまでも、遺跡による推測だけで、本当はもっと古くから食用されていたかもしれない。

人類の祖先といわれる猿人の起こりは 2 百万年前で、魚類は 4 億年以上も昔のことだ。その中で、ふぐは 3 千万年前に発生したものだといわれる。人間の歴史より想像もつかないほどに古くから生き続けているふぐではあっても、生存競争に先輩・後輩の秩序なんぞあろうはずがない。どんなに不気味な形態をしていようとも、本能の命じるままに胃袋に納めないではいられない人間のことだ。人類発生と同時に食べられたかもしれない。ところで、下関近郊の貝塚からも、ふぐの骨は出土している。安岡の潮待貝塚がそれで、「約 2500 年前」のものだという。この貝塚からは、ウニの針も出土していて、下関名物の歴史の実証の地ということができよう。



次に紹介するのは、下関市内の市立下関商業高校の生徒さんらが「ふぐコロッケ」を企画したニュースが2007年10月29日、読売新聞下関版や山口新聞に掲載された。

133 13 S 下関 2007年(平成19年)10月29日 月曜日 5頁 産経

## 下関

# ふぐコロッケ 開発 産経

## 下関商業高校の生徒さんが企画、販売



下関市の下関商業高校の生徒さんらが、ふぐの骨の粉末を使った「ふぐコロッケ」を開発し、28日、JR下関駅前で販売を行った。カニ・ホタテ・サケの骨を乾燥させたものを配合し、28日、JR下関駅前で販売を行った。カニ・ホタテ・サケの骨を乾燥させたものを配合し、28日、JR下関駅前で販売を行った。

同校は、平成19年10月29日、24日の両日も同駅で販売が行われる予定で、特に23日は近くで下関さかな祭が開催されるので、たくさんの人からの注目が期待される。

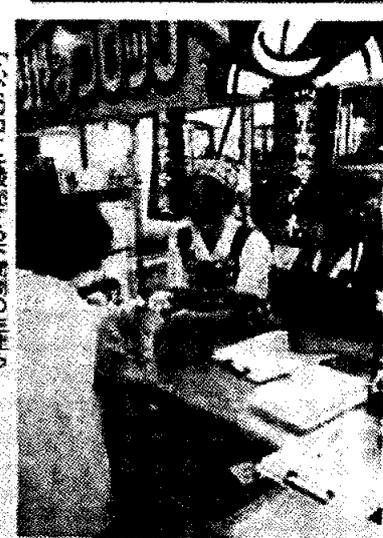
「ふぐコロッケ」を開発した下関商業高校の生徒さん

ふぐ骨の粉末を使って、カニ・ホタテ・サケの三種類を試作し、JR下関駅で販売した模様。同高校は全国でも歴史ある商業高校として有名で、下商（しもしょう）の愛称で地元経済界にも数多くのOB・OGを輩出している。ちなみに11月23日、24日の両日も同駅で販売が行われる予定で、特に23日は近くで下関さかな祭が開催されるので、たくさんの人からの注目が期待される。

## フグの骨を具材に

山口新聞、平成19年10月29日付

# 新名物「ふぐコロッケ」いかが？



下関商業高校（校長 藤田 隆雄）が、フグの骨の粉末を具材にした「ふぐコロッケ」を開発し、28日、JR下関駅前で販売を行った。カニ・ホタテ・サケの骨を乾燥させたものを配合し、28日、JR下関駅前で販売を行った。

### 下関商業高校 企画し商品化

カニ、ホタテ、サケの三種類の骨があり、一個八十円。この日は、JR下関駅前で販売した。ふぐコロッケは、フグの骨の粉末を具材にした。カニ・ホタテ・サケの骨を乾燥させたものを配合し、28日、JR下関駅前で販売を行った。

「ふぐコロッケ」を開発した下関商業高校の生徒さん

### 3. 地域資源の強みと事業機会等

#### (1) 地域資源の強み

- ・下関の“ふぐ”は全国的に高級魚としての地位を得ている。
- ・“ふぐ”は食材としての利用だけに留まらず、ふぐ提灯やふぐ土鈴、ふぐマグカップやふぐをデザインしたアクセサリ、文房具などのお土産品としての価値がある。
- ・下関南風泊発の安心安全な中国養殖ふぐの「安全認証制度」を創設している。

#### (2) 事業機会

- ・「下関のふぐ」のブランドは、全国に知れ渡っている。
- ・“ふぐ”の調理法の研究が高校生を中心に民間レベルで行われている。
- ・“ふぐ”が下関市の地域資源に認定された。

### 4. 他の類似な地域資源との違いや特徴

山口県が地域資源として認定している“ふぐ”には、下関市の「ふぐ」の他に、萩市の「萩の真ふぐ」、周南市の「徳山ふぐ」があり、県内でこの3市が「ふぐ」の指定を受けている。その違いや特徴は次のとおり。

	下関市の「ふぐ」	萩市の「萩の真ふぐ」	周南市の「徳山ふぐ」
認定されている ふぐの種類	トラフグ、クサフグ、マフグなど、下関市で扱われている全てのふぐが対象。	マフグのみ	トラフグ、サバフグ
養殖の有無	天然物、養殖物	天然物	天然物
価格	高額(天然トラフグ)	天然トラフグと比較して、1/10内外	<特徴>
水揚量	日本のふぐ水揚量の約8割	マフグの水揚量では、全国トップシェア	徳山湾の給島は延縄漁発祥の地 徳山ふぐ横丁がオープン

上記の表のとおり、地域資源に認定されている「ふぐ」の種類は、下関市の「ふぐ」が一番多い。また、水揚量も日本のふぐの水揚量の8割を占めており、萩市と周南市の地域資源としての「ふぐ」の魅力を上回っている。

### 5. 重点課題

- ① お客様のニーズに則した幅広い価格帯の商品化戦略
- ② 「ふぐ」の調理方法の募集とPR活動

### 6. 地域資源活用企業

- ・下関ふぐ連盟
- ・下関唐戸市場株式会社
- ・下関市

3. 鉦工業・技術

(1) 認定地域資源の調査研究シート

認定地域資源名	大内塗	地域名	山口市	種類	鉦工業・技術
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p><b>この地域資源のここがポイント</b></p> </div> <p>地味な技術の伝承の営みについては、後継人材の獲得において容易ならざる状況下にある。“人形”の形態と表現におけるバリエーションの開発に新時代の自由な発想をどれほどとり込めるか、期待したいところである。</p>					
<p>1. 地域資源の歴史的背景</p> <p>大内塗の起源は約600年前、大内時代とされているが、そもそも漆塗りについていえば、縄文時代と見られる種々の出土品——たとえば櫛・武具・土器類などに施されているのが確認されている。漆塗りは人間の生活するところでは広く行われていた古くからの生活技芸のひとつであったと考えられる。</p> <p>大内塗については次のような文献資料がある。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 1485(文明17)年「大内氏の掟書」:室町時代、山口における刀の柄や鞘の塗りなどの料金基準が示されている。</li> <li>② 「李朝実録」:1393～1863年間の朝鮮・李朝時代の出来事が記録されている中に、わが国室町時代における交易に際して大内氏が漆製品を重要な輸出品としていた旨の記述が見える。</li> </ul> <p>これらの資料からすれば、おそくとも15世紀には漆工芸が山口において盛んに行われていたことになる。</p> <p>この時代のもので現存する品物として、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 「猫足四脚付きの盆」:1478(文明10)年の箱書きがある。</li> <li>② 「漆塗椀」類:四菱形文、雲形、枝菊文を施した椀。ベンガラ漆塗下地に金箔や色漆を用いてある(防府市・毛利博物館に保存)。</li> </ul> <p>1552(天文21)年義隆の死により大内氏が滅亡すると漆器貿易は急速に衰え、途絶えることになるが、漆器の生産は輸出用から江戸時代の日用品向けへと転換して生き続けることになる。</p> <p>天保年間(1830～44年)に編纂された「防長風土注進案」によれば、山口の街全体の屋敷数1544軒のうち「椀屋30軒」とあり、また、1843(天保14)年「山口椀の材料に充つるため佐波郡滑山官林の伐採を許可」と山口県文化史年表に誌されてもいる。大内弘世が京都から山口に連れ帰った職人によってもたらされた漆工芸の技術は、大内氏滅亡後も山口においてその技法と生産を途絶えることなく継承・維持されてきたものである。</p> <p>明治時代後半には、吉敷郡役所内(現山口市)に吉敷漆器講習所が設置され、大正7年に設立された山口県工業試験所には漆工課が置かれて、昭和42年まで漆器についての研究・開発が行われていた。</p> <p>大内塗の伝統的な代表作品は、大内時代に開発され李朝との貿易品(輸出品)でもあった会席膳(食器セット)である。大内藩の所領域は西日本で広汎に亘っていたが、大内塗の産地としては山口のみが残って現在に至っているということである。</p>					

## 2. 地域資源の現状

山口市内の山口ふるさと伝承総合センター内に大内塗漆器振興協同組合(昭和63年設立登記)の事務局があり、大内塗の実演・実技体験教室を常設している。組合員の作品の展示、製作過程の実物見本による説明展示などもある。

協同組合員は10軒、そのうち8軒は「塗師(ぬし)」、2軒が「木地師(きじし)」で、分業が徹底している。販売活動は各自の経営方針に委ねられていて、組合として一本化はしていない。おおむねのところ卸売と小売が半々、ほとんどが県内で売られている。

大内塗の作り方に他の漆器と格別異なる点があるわけではないが、その特性を製作工程の中に見ていくとおおむね以下の通りである。

### (1) 素地工程

- ① 木材を4～5年かけてゆっくり自然乾燥させる。
- ② けやき、とち、さくら等の木材はろくろ物に使用——(例) 椀・丸盆・人形など。
- ③ ひのき、ほう、きり等の木材は指し物に使用——(例) 重箱、硯箱など。
- ④ 漆器の素地には一般的に木材(上記②、③)が使用されるが、竹・紙・革・金属・ガラス等色々な物が使われる。

### (2) 下地工程・研ぎ工程

- ① 素地をこくそ漆で補修、さらに生漆で補強する。
- ② 次に、生漆・との粉・じの粉を混ぜた下地漆を塗り、乾燥したら砥石や耐水研磨紙で水研ぎする。
- ③ 容姿・強度の面から必要性に応じて②を繰り返す。

### (3) 下塗り、中塗り工程

- ① 研ぎ上がった下地に下塗り漆を塗り、乾燥させて水研ぎする。この繰り返し。
- ② 研ぎ上がった下塗りに中塗り漆を塗り、乾燥させて水研ぎする。この繰り返し。

### (4) 上塗り工程

- ① 研ぎ上がった中塗りに上塗り漆を塗る。
- ② 最後の仕上げ塗りなので、使用する漆は和紙数枚を重ねて2～3回濾した不純物のない漆である。
- ③ 大内塗の上塗り漆には、通称、古代朱または大内朱と言われる色が多く使われる。

### (5) 加飾工程

無地のままで完成すること(花塗りという)もあるが一般的には次のような各種の技法によって飾りの作業が加わる。

- ① 漆絵: 色漆で文様を描く。
- ② 箔絵: 金箔・銀箔を貼りつけて文様を描く。
- ③ 沈金: 上塗の表面に文様を沈金刀で彫り、彫った部分に金箔を埋める。
- ④ 蒔絵: 消し粉蒔絵・高蒔絵・研ぎ出し蒔絵など。漆で描いた文様の上に金粉・銀粉を蒔く。
- ⑤ 螺鈿: 上塗の表面に、あわび・夜光貝・蝶貝などの美しく光る部分を削りとって埋め込んだり貼りつけたりする。

### 3. 地域資源の強みと事業機会等

#### (1) 地域資源の強み

塗物の産地は東北・北陸地方に多い。山中塗・輪島塗・会津塗等々がそれで、何れの作品にも土地名(産地名)が付されている。またこれらの産地には数百軒あるいはそれ以上に多数の生産者が存在していてネームバリューも高い。

ただし唯一、平泉には秀衡塗(岩手・藤原秀衡)があつて、これだけが内塗と同じく人名を冠している。人名を冠している塗物は内塗と秀衡塗りの二つのみである。内塗りは大内弘世が京都から漆職人を山口に連れ帰り「大内千人椀」を作らせたのが始まりとされるが、秀衡塗も大内弘世と同じ時代に藤原秀衡が連れ帰った京職人によって始められたものである。

なお「人形」を製作しているのは全国で内塗のみである。夫婦雛・雛壇セットなどがある。大内弘世が京都から迎えた花嫁のためにしつらえた「人形御殿」の話が残っている。

#### (2) 事業機会

内塗漆器振興協同組合の構成メンバーは10軒と少ないが、このうち40歳代と80歳代以上が各1軒、70歳代が4軒、50～60歳代が各2軒であり、且つ、明確な後継者を有しているのは現在のところ1軒のみというのが実情である。

山口ふるさと伝承総合センターの教室では、月2回(4クラス70名)組合員が講師となって、技術の伝承事業に取り組んでいる。19年11月現在、生徒のうち3名の若者が本職になる意志と希望を抱いているようで、高松や金沢にある漆器研究所に巣立って行った者もいるとのこと。ただすべて県外の出身者であり、つまり山口に立ち戻って(あるいは踏み止まって)作家として加わってもらえるか否かは甚だ悲観的な模様である。

- ① 技術の修得が容易でないこと。
- ② 製作に長期間・長時間を要すること。
- ③ 新規参入には、少なくとも3年以上の生活費の蓄えがないと、収入が本格化するまで耐えられないであろうこと。
- ④ 儲からないこと。

などから、定年退職者で興味を示す者は多くあつても、結局、新規参入者はほとんど得られていないというのが実情のようである。自分の子や孫に組合員が口説くのはばかられるというのが真相であろうか。

### 4. 他の類似な地域資源との違いや特徴

1989(平成元)年、内塗は次の諸条件を満たしているとして「伝統的産業の振興に関する法律」にもとづき国の伝統的工芸品に指定されている。

- ① 百年以上の歴史があること。
- ② 昔ながらの技法と伝統を伝えていること。
- ③ 作業のほとんどが手仕事であること。
- ④ 10軒以上の職人が組合を作り産地を形成していること。
- ⑤ 指定技法
  - イ. 古代朱を使用すること。
  - ロ. 大内文様を漆絵で描くこと。
  - ハ. 金箔を貼るか、または金粉をまぶすこと。

漆塗りの人形は全国で内塗人形のみである。最近新しい試みとして、その形や意匠文様を変えた新作人形も出現している。半紡錘形の大内姫である。そのほか、武者人形、福達磨、一輪ざし、短冊掛け、茶筒と茶匙、重箱、……等々商品(作品)の幅が広がられている。

夫婦円満の象徴のような大内人形は、素地の形はどれもほとんどかわらないが、衣装文様はともかく、その表情に、眉の位置と大きさ、目の太さと曲線、鼻と口唇のつき方など、描き手によって微妙な差異——個性が認められる。全く同じものは二つとない。

昭和に入ってからの大内塗は、戦中戦後の日中貿易中断による漆の入手難や、プラスチック製品の台頭などによって厳しい状況下に置かれたが、これを打破したのは人形を中心とする新製品の開発であった。伝統的な技術・技法を固く受け継ぎながら、現代人の生活条件に合わせた様々な商品に領域を拡げてきているわけである。

## 5. 重点課題

木材は県内で確保出来るとして、乾燥に4～5年(早いもので3年)を要し、下塗りから完成までたっぷり2ヶ月はかかる。研ぎを間に挟みつつ下塗り・中塗り・上塗り・加飾と単調ながら固有の技術と神経を使う作業の繰り返し・積み重ねはほとんど全て手仕事である。今後とも機械化・省力化の術は無いように思える。

- ① 生産力が零細(現状10人)。
- ② 後継者が極めて乏しい。
- ③ 山口ふるさと伝承センターの教室でも後継人材の確保が容易でない。
- ④ 経済不況の影響は真先に受け、良くなるのは最後、——こここのところ低迷続きという産業界での位置づけ。

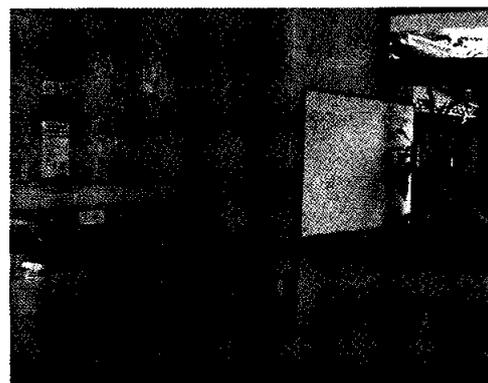
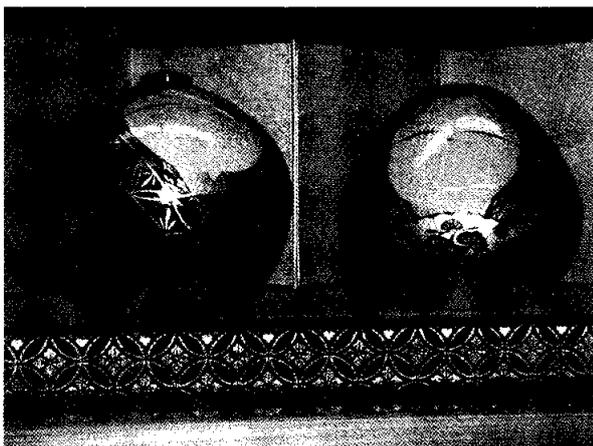
端的に言えば、①儲からない仕事に若者は興味を示さない(事業参入しない)、②新しい世代の生活に大内塗の古粧しふるめしさは無縁(買わない)——という障碍が残されている。

因みに萩焼の世界においては、ここ20余年の間に漸次若手の新規参入窯元が増えていて、旧来の伝統的窯元から異端視されつつも、形象・文様ともに時代の将来を予感させる作品を産み出し続けている。また、自ら販売のための営業努力も重ねている。

大内塗の場合、伝承の美と技芸を保持しつつ——大内人形を作り続けつつ——、現代人の感覚と生活に新鮮な衝撃と満足を与えるような作品の新しい領域を創出していく道は残されている。文化芸術の伝承とは、古いものを古いままに固持(凍結保存)するのではなく、移り変わる時代の在り様に対して、伝えるべき文化の本質をつきつけて見せることにあるのではなかろうか。大内“人形”がその突破口を開くことになるのを期待したい。

## 6. 地域資源活用企業

生産力零細、共同販売等の営業力弱小の両面から、現状では市場規模は小さく限られている。また、消費者の嗜好や日常生活上の必要度から見れば、大内塗は浮いた(浮世離れた)位置にあらう。しかし、こうした諸条件は、逆に言えば、企(起)業の恰好の狙いどころでもある。



## (2) 認定地域資源の調査研究シート

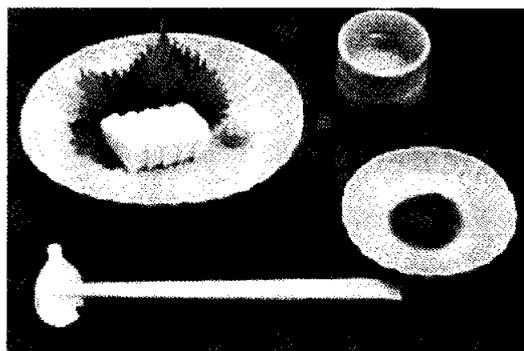
認定地域資源名	仙崎かまぼこ	地域名	長門市	種類	鉱工業品
---------	--------	-----	-----	----	------

### この地域資源のここがポイント

焼きぬきで有名な「仙崎かまぼこ」は、新鮮な材料をすりつぶし、板の真下から火をあてて間接加熱で徐々に焼きあげる。なめらかな舌触りと歯ごたえの良さが特徴の、山口県を代表する名産品である。

#### 1. 地域資源の歴史的背景

かまぼこは、日本の代表的な伝統水産食品で、魚の肉を食塩やその他の副原料と一緒にすりつぶして加熱して作る。その歴史は古く、一説には、神功天皇（西暦400年ごろ）が三韓渡航の際、生田の森（神戸）で魚の身をすりつぶしたものを銚の先につけ焼いて食べたのが起こりという。本県においても、天分10年（1549）、戦国守護大名の大内義隆が同盟関係にあった毛利元就を山口に招いた際の膳の中にかまぼこが出されたという記録がある。戦後、冷凍すり身等の技術開発により量産化が進むまでは高級料理の一つであった。



山口県は、日本海、太平洋（豊後灘）、瀬戸内海に面しており、古くから水産業が盛んである。かまぼこ（水産練製品）製造業者も県下一円に存在しているが、中でも、「仙崎かまぼこ」の名前は焼きぬきかまぼこの代名詞として全国的に知られている。なぜ、仙崎かまぼこが全国的に知られるようになったのだろうか。これには、2つの理由が語られている。



一つは、長門市沖の海域は魚種が豊富な好漁場であり、原料となる新鮮な魚が豊富に穫れた。焼きぬきかまぼこは、低い温度で焼成するため、原料である魚の新鮮さが求められる。前浜で豊富な魚が揚がる仙崎地域は、立地においてかまぼこ製造に適していた。そのため、明治期には、かまぼこ製造業者が集積するようになり、地場産業となっていった。

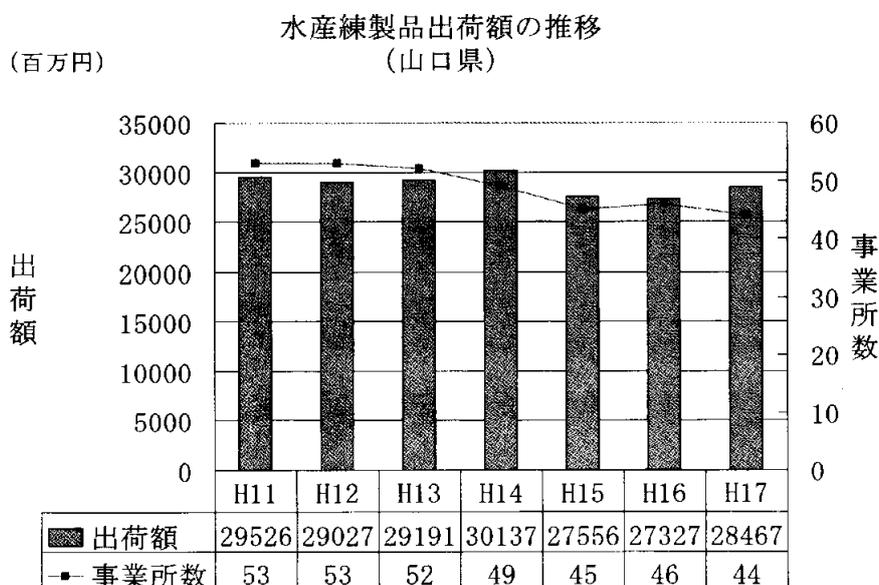
もう一つは、仙崎が戦後、引揚港となったことに起因する。仙崎地区の寺や学校が引揚援護の宿泊所に充てられたが対応しきれず、民家にも多くの引揚者が宿泊した。その際、振舞われたのが仙崎かまぼこである。命からがら逃げ帰ってきた引揚者にとって、その味はいかに美味しかったであろうか。仙崎かまぼこの名前は引揚者の口伝えに全国に広がったという。

## 2. 地域資源の現状

### ①市場低迷の中、健闘する山口県の水産練製品製造業

経済産業省の工業統計によれば、平成17年の全国（従業者4人以上の企業）の水産練製品の出荷額は、3880億円で、6年前の平成11年の4640億円と比べると、金額で760億円、率で16.4%の減少となっている。消費者の食生活の洋風化が進み、水産練製品への消費支出が減少傾向にあることが要因として考えられる。

全国の市場が縮小する中、山口県の水産練製品製造業は比較的健闘している。下記は、近年の山口県の水産練製品の出荷額および産出事業所数であるが、平成11年に295億円であった出荷額が平成17年には285億円となっているものの、横ばい圏内で推移している。山口県の水産練製品の品質の高さ、事業者の経営努力を裏付けるものと考えられる。反面、従業者4人以上の事業者数は53社から44社に減少しており、業界内での淘汰が進行していることも確認できる。

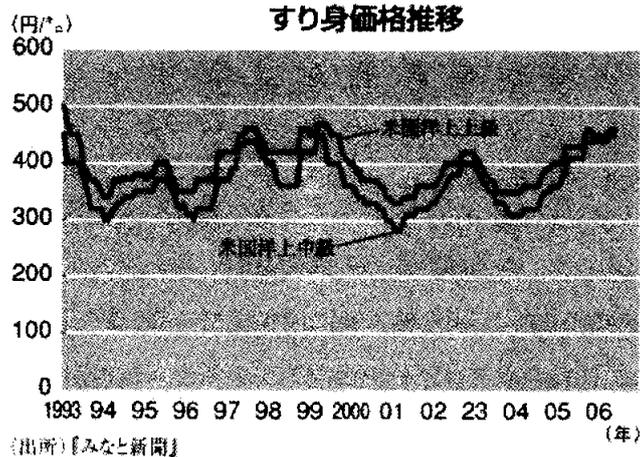


※ 経済産業省「工業統計資料」より（就業者数4名以上の企業の集計）

### ②材料費高騰による経営圧迫

全体の出荷額は比較的堅調に推移している県内の水産練製品製造業であるが、最近、業況の悪化する企業が増加している。その大きな要因が、かまぼこの原料となるスケトウダラ冷凍すり身の価格上昇である。この業界は、直接材料費の総原価に占める割合が高いため、原料の価格上昇は製造経費に直接響いてくる。

一方で、スーパー等の値下げ圧力も強いいため、消費市場が縮小する中、製造原価の上昇を販売価格に転嫁できず、経営を圧迫している。長門市を含み県内全域の水産練製品製造業者の中には、経営が困難に陥っている事業者も少なくない。



### 3. 地域資源の強みと事業機会等

#### (1) 地域資源の強み

##### ①独自の「焼きぬき」製法による食味の良さ

全国の他の産地では蒸して作る製法が多いが、山口県では、かまぼこといえば「焼きぬき」である。「焼きぬき」の由来は、すり身の加熱方法にあり、杉の板でできたかまぼこ板にすり身を盛りつけて、蒸す工程はなく、終始炭火で焼きとおすという製法からその名がついている。仙崎かまぼこをはじめとする山口県のかまぼこは、独自の「焼きぬき」製法により、独特のなめらかな舌ざわりと歯ごたえの良さが特徴となっている。

##### ②山陰地方屈指の漁港「仙崎」

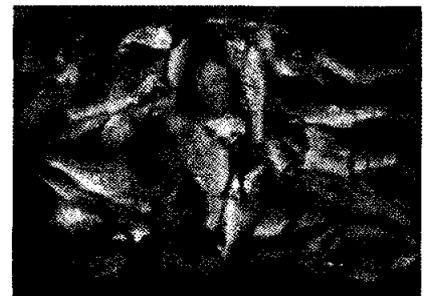
仙崎かまぼこは、板付きの間接加熱で、焼成温度が低いのが特徴でもある。肉温の上昇が緩慢なために、原料の鮮度が落ちてしまうと独特の食味が落ちてしまう。美味しいかまぼこを作るためには、冷凍すり身だけに頼っていては難しく、やはりエソやグチといった鮮魚も必要である。魚の鮮度が命ともいえるこの製法には、山陰地方屈指の漁港「仙崎」は最も適した場所であると考えられる。



▶ エソ

##### ③特別なストーリーをもつ「仙崎かまぼこ」

前述の歴史的背景でも記述したように、戦後、引揚者を励ましてきた「仙崎かまぼこ」は特別なストーリーを持っている。そういう意味では、山口県内の他地域の焼きぬきかまぼことは、ブランド力が異なる。独特の食味を持つ山口県のかまぼこの中でも、特別な存在なのである。



▶ グチ

(2) 事業機会

①安定している食品市場

食品市場は、人間が存在する限りなくならないものであり、非常に安定した市場である。全国レベルで水産練製品が低迷しているのは、一つにはカテゴリー間の競争に負けていることが考えられる。食生活の洋風化や多様化により、水産練製品への支出が他の食品カテゴリーに流れているということである。また、もう一つの要因は、安価な輸入品に押されていることである。

水産練製品製造業者は、自社のカテゴリーだけをみていると、市場が先細りに見えるかもしれないが、食品全体を見れば、安定した市場であり、市場機会は多いと考えるべきであろう。

②消費者のヘルシー志向

食品市場では、消費者のヘルシー志向の傾向が顕著である。低カロリーで美味しい食品へのニーズは強く、水産練製品の参入余地は大きいと考えられる。

健康志向を考える際にポイントとなるのが、年代による健康への考え方の違いである。若い世代

(特に子育て世代)では、食品に無添加・無農薬等の付加価値を求めるのに対し、シニア世代では、何々に効くといった特定の機能性を求める傾向があることは参考にしておくべきであろう。つまり、製品開発を進める際に、ター

ゲット顧客は誰なのか、そのニーズは何なのかを見極めることが、重要であるということである。

③海外の日本食人気

日本食がヘルシーであるということは、もはや世界が認めるところになっており、海外での日本食人気も一時のブームでなく、根強いものとなってきている。水産練製品は日本食の中でも、高タンパク・低脂肪のヘルシー食品であり、世界に通用する食材である。

特に、中国では近年の経済発展により、沿岸部を中心に富裕層が続々と誕生している。鮮度保持の技術、オペレーションを確立できれば、今後大きなマーケットとなる可能性が大きい。山口県は地理的に中国に近く、物流面で有利であることは、大きな市場機会であろう。

かまぼこの栄養素と他の高タンパク食品との比較

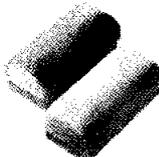
	蛋白質 (%)	水分 (%)	脂質 (%)	炭水化物 (%)	灰分 (%)	エネルギー (KCal/100g)
蒲鉾	12.0	74.4	0.9	9.7	3.0	95
焼竹輪	12.2	69.9	2.0	13.5	2.4	121
はんぺん	9.9	75.7	1.0	11.4	2.0	94
鶏卵 (生)	12.3	76.1	10.3	0.3	1.0	151
牛乳	3.3	87.4	3.8	4.8	0.7	67
豆腐	6.6	86.8	4.2	1.6	0.8	72
プロセスチーズ	22.7	45.0	26.0	1.3	5.0	339
ウインナー	13.2	53.0	28.5	3.0	2.3	321

出所：五訂日本食品成分表より (株式会社かまぼこ・ものしり図鑑HPより)

	カルシウム	リン	鉄	ナトリウム	カリウム
	(mg/100g)				
蒲鉾	25	60	1	1000	110
焼竹輪	15	110	2	1000	95
はんぺん	15	110	1	800	160
鶏卵 (生)	55	200	1.8	130	120
牛乳	100	90	0.1	50	150
豆腐	120	85	1.4	3	85
プロセスチーズ	630	730	0.3	1100	60
ウインナー	12	170	1.2	890	140

#### 4. 他の類似な地域資源との違いや特徴

かまぼこ製品は、もともと、前浜で水揚げされた魚を美味しく調理するための加工法であり、保存技術ではない。そのため、流通範囲は狭く、全国各地に地域の文化や生活様式に密着した多種多様な製品が存在している。よく知られた産地のかまぼこの特徴は以下のとおりである。

地域・製品名	イメージ	特徴
(山口) 仙崎かまぼこ		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 焼き色の付いていない白い焼抜板かまぼこ</li> <li>・ 加熱後、室温で冷却するため、表面にきれいなちりめんじわがある</li> <li>・ そのまま食べるのが最もポピュラーだが、ウニあえなどのあえ物やわん種にもよく合う</li> </ul>
(仙台) 笹かまぼこ		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ すり身をささの葉に成形した焼抜かまぼこ</li> <li>・ 表面はきれいなきつね色で、柔らかくて歯切れが良い</li> <li>・ そのまま食べるのが一般的だが、揚げて天ぷら風にしてもおいしい</li> </ul>
(小田原) 板かまぼこ		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 板に調味すり身を盛りつけたあと、蒸し上げる</li> <li>・ 蒸気での加熱は江戸時代からで、最も一般的な製法</li> <li>・ 日本全国で作られているが、特に小田原かまぼこは有名</li> </ul>
(関西) 焼板かまぼこ		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 蒸板かまぼこの表面にみりんなどを塗って焙ったもの</li> <li>・ 魚のうまさと甘みのバランスが良い</li> <li>・ 板わさやわん種のほか、かき揚げや天ぷらなど油を使う料理とも相性がよい</li> </ul>

平成17年の工業統計から、品目別・都道府県別出荷額をみると、山口県の水産練製品の市場での出荷額シェアは7.3%で、全国で3番目の生産地となっている。山口県の水産練製品は、焼きぬきかまぼこ（白焼かまぼこ等）、揚げかまぼこ（さつま揚げ、天ぷら等）が主体であり、近年は風味かまぼこ（カニ風味、チーズ入りなど）も製造されている。

#### 水産練製品都道府県別出荷額シェア

(出荷額：百万円)

順位	都道府県	出荷額	シェア	事業所数	シェア
1位	宮城	43,923	11.3%	72	6.2%
2位	新潟	32,858	8.5%	21	1.8%
3位	山口	28,467	7.3%	44	3.8%
4位	兵庫	28,323	7.3%	29	2.5%
5位	愛知	23,507	6.1%	45	3.8%
6位	神奈川	20,099	5.2%	25	2.1%
	全国	388,041	100.0%	1,169	100.0%

平成17年工業統計調査（4人以上の事業者）

## 5. 重点課題

### ①健康志向にマッチする新製品開発

安定した食品需要、成長する海外市場、消費者のヘルシー志向等の市場機会の中で、独自の製法による仙崎かまぼこの強みを活かすのであれば、やはり健康志向にマッチする新製品開発が効果的と考えられる。かまぼこは、もともとヘルシーな食品であるが、より健康志向を強化するのである。その方向性は、以下の3つが考えられる。

#### a) 無添加・安心原料を追求した新製品

食品産業の不祥事が相次ぐ昨今、消費者の、食の安全性を求めるニーズはかつてないほど強い。原材料、調味料等を吟味し、無添加・安心・安全にこだわった製品の需要は小さくないと思われる。トレーサビリティの強化なども消費者の信頼を獲得する一つの方法である。

#### b) 機能性を強化した新製品

かまぼこは、高タンパク・低脂肪の健康食品であるが、練製品であるため、さらに機能性を強化することも可能である。例えば、欠陥病予防効果があるといわれるEPAや脳の働きを助け集中力を強化する効果があるといわれるDHA、美肌効果があるといわれるコラーゲンなどは、魚類由来の成分であり、かまぼこの親和性が高いものであると思われる。

#### c) 安価な副材料と組み合わせた新製品

揚かまぼこでは従来から、やさい天などのように副材料を練りこんだ製品が開発されているが、これらはどちらかというと味を引き立てるための組み合わせである。原材料費の高騰が激しい昨今、安価な副材料と組み合わせた製品の開発も検討したい。例えば、豆腐業界で処理に困っているおからとミックスするなど、チャレンジする価値はあるものと思われる。

### ②PRの充実

仙崎かまぼこは、前述のとおり、引揚者を励ましてきたという特別なストーリーをもった製品だが、いささかPRが不足していると思われる。戦後引揚という実体験を持つ人が少なくなっている現在、業界をあげてPRに取り組むことが重要である。

また、「仙崎かまぼこ」というブランドも、長門市内の事業者だけで独占せず、山口県の焼きぬきかまぼこは「仙崎かまぼこ」であるくらいの一一般化を考えるべきではないかと思われる。

## 6. 地域資源活用企業

仙崎かまぼこは、鉱工業品としての地域資源認定であるので、仙崎かまぼこの製法を使つての新商品開発、仙崎かまぼこを材料として使つた新製品開発も、可能である。かまぼこ製造業者だけでなく、他の食品製造業者や飲食業者なども活用できる地域資源である。

(3) 認定地域資源の調査研究シート

認定地域資源名	萩焼	地域名	下関市、山口市、萩市、 長門市、美祢市	種類	鉱工業品
---------	----	-----	------------------------	----	------

**この地域資源のここがポイント**

茶陶の世界で昔から「一楽二萩三唐津」として尊ばれ、「萩の七化け」として珍重されてきた「萩焼」は、使い込むほどに趣が出る、山口県を代表する伝統工芸品である。

1. 地域資源の歴史的背景

萩焼の起源は約400年前、豊臣秀吉による文禄・慶長の役（1592～1598年、俗に「やきもの戦争」ともいわれている）にさかのぼる。このころ、桃山時代に千利休によって高められた「佗び茶」が盛んであり、高麗、李朝のやきものが、とても重宝されている時代だったので、秀吉は、腕の確かな職人達を連れて帰るよう



に戦場におもむく大名達に命令した。そのとき、総師として参加した毛利氏は、朝鮮の陶工・李勺光（りしゃくこう）と李敬（りけい）の兄弟を伴って帰国したのである。慶長五年（1600年）の関ヶ原の戦いで敗れた毛利輝元は、領地を中国8か国120万石（現、中国5県）から周防・防長の2か国36万石（現、山口県）に減封され、居城を萩の地に移すことになり、これに併せて、2人の兄弟も萩の地に住まわせることとなった。

兄・李勺光が、萩松本村中の倉（現、萩市椿東中の倉）で薪の使用を許され松本御用窯として開窯したのが萩焼の始まりと言われている。李勺光の死後、弟・李敬が後を継ぎ「坂高麗左衛門」（さかうらいざえもん）に任ぜられた。輝元をはじめ、代々毛利氏の一族はすぐれた茶人でもあり、やきものの育成に力を入れたものと考えられる。

慶安時代（1648年）に入ると、多くの諸窯が召し抱えられ古萩の全盛時代を形成する。しかし、寛文（1661年）以降はそれまでの高麗茶碗や織部、御手本風以外に楽焼の作風が加わって多様化し、萩焼開窯以来の李朝の作風は遠のき、萩焼独特のものが形成されることとなった。

明治期に萩焼は一時苦境に立たされたが、その時に三輪休雪が休雪白という独特の作風を確立し、萩焼を中興している。文化財の指定は意外と時間がかかっており、2002年ようやく、経済産業省指定伝統的工芸品の指定を受けている。

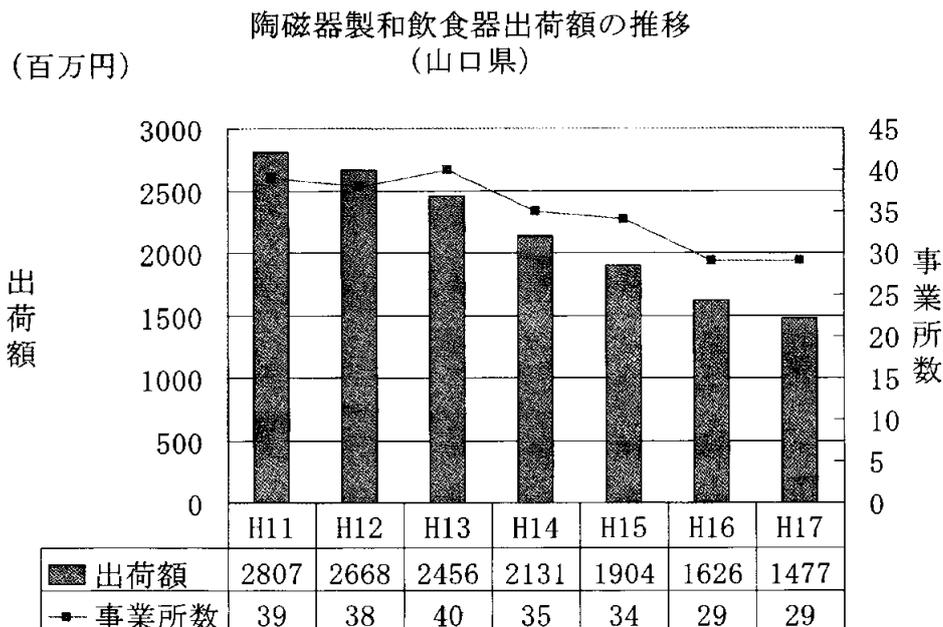
萩焼には大きく分けると、坂高麗左衛門の坂窯、三輪休雪の三輪窯、林伴六らの3流派がある。

## 2. 地域資源の現状

### (1) 出荷額の減少

経済産業省の工業統計によれば、平成17年の全国の陶磁器製和飲食器（以下、陶磁器という）の出荷額は、512億円となっており、ピークであった平成3年と比べると3分の1の水準まで落ち込んでいる。萩焼についても同様の落ち込みとなっており、厳しい状況となっている。

近年の山口県の陶磁器の出荷額および産出事業所数は、以下のように推移している。平成11年に2807百万円であった出荷額は平成17年には1477百万円となり6年間で半減している。窯元のみならず、桐箱業者、小売店など、関連業界全体が業績の不振に直面している。



※ 経済産業省「工業統計資料」より（従業者数4名以上の企業の集計）

萩焼などの陶磁器の出荷額が低迷する要因は、以下のような理由が考えられる。

- ・ 一般家庭では、すでに需要が一巡し、買い替え需要が減少している。
- ・ 特に陶器については、欠けやすい、電子レンジに使用できないものが多いなど、現代の飲食器としては使いづらいという難点がある。
- ・ ギフトがカタログ化され、陶磁器以外の選択肢が増加している。
- ・ プレミアム（粗品）の多様化と法人需要の減少、業務用食器の低価格化など。

### (2) 小規模零細な窯元

平成17年の経済産業省「工業統計」数値から、1事業者当りの出荷額を試算すると51百万円となる。さらに多数の従業者4名未満の窯元が存在することを鑑みると、萩焼の窯元は小規模零細企業が太宗を占める現状がうかがえる。

### 3. 地域資源の強みと事業機会等

#### (1) 地域資源の強み

##### ①萩焼の特徴

萩焼は、古くから「一楽二萩三唐津」と謳われるほど、茶人好みの器で知られる。

萩焼の大きな特徴には、焼き上がりの土の柔らかさとその吸水性、そして素朴さにある。焼き上がりの柔らかさは、陶土と焼き方による。萩焼の陶土は、大道土（防府市大道付近産出）を主とし、金峰土（萩市福栄地域産出）、見島土（萩沖見島産出）などをブレンドして使用する。登り窯によって低火度で長時間ゆっくりと焼くため製品の感触が柔らかい。萩焼の陶土は耐火度が1700℃以上で、1200℃前後の焼成ではほとんど焼き締まらない。そのことが、土の風合いを多く残すこととなり、柔らかさと吸水性、そして素朴さという萩焼の特徴となっている。

もう一つの大きな特徴には、貫入（かんにゅう）がある。貫入とは、萩焼をはじめ粗陶器と呼ばれる土ものによく見受けられる釉表面のヒビのことで、このヒビは窯出し時、または窯出し後の冷却の際、素地と釉葉の膨張率と収縮差の違いによっておこる。萩焼では多くの製品が貫入を持っているため、水分は貫入を通じて直接素地にしみ込むことになる。

萩焼は、柔らかく吸水性があるため、貫入から茶が浸透して茶碗の色彩が変化する。茶人の間ではこの変化を「茶馴れ」、「萩の七化け」と称し、珍重している。

##### ②萩焼の特徴ゆえの弱み

萩焼の、焼き上がりの土の柔らかさとその吸水性、貫入という特徴は、その味わいとは逆に弱みともなっている。焼き上がりの柔らかさは、もろく欠けやすいという欠点につながる。吸水性の豊かさは水漏れを起こすことが少なくないということである。茶などがしみ込みやすいということは、酒や醤油等を使った場合、洗浄や乾燥が不十分だとカビが生えることがあるという欠点にもなる。

萩焼を、一般の和食器としてさらに普及させるためには、これらの欠点を改善し、使いやすい製品に改良する必要があるものと思われる。

##### ③陶磁器としての高い知名度

株式会社ブランド総合研究所（本社：東京都港区）が行った、「産品ブランド調査2007」によると、陶磁器・焼き物について「萩焼」を想起した率は4.4%で、非食品部門では12位、陶磁器・焼き物部門では7位であった。

全国で30あるといわれる主要産地の中で7番目であるので知名度は高いといえるのだが、4.4%という想起率は、22.4%の有田焼等と比べると、やや物足らなさを感じなくもない結果である。

産品ブランド調査2007

(産品ブランド想起ランキング 非食料品分野)

順位	産品ブランド名	産品分野	想起率(%)	順位	産品ブランド名	産品分野	想起率(%)
1位	輪島塗	漆器・塗り物	25.5	11位	大島紬	布製品	5.8
2位	有田焼	陶磁器・焼物	22.4	12位	萩焼	陶磁器・焼物	4.4
3位	西陣織	布製品	8.8	13位	鳴子こけし	人形	4.3
4位	伊万里焼	陶磁器・焼物	7.8	14位	京人形	人形	4.2
5位	瀬戸焼	陶磁器・焼物	7.7	15位	琉球ガラス	ガラス製品	4.0
6位	信楽焼	陶磁器・焼物	7.3	16位	美濃和紙	紙製品	4.0
7位	博多人形	人形	7.3	17位	清水焼	陶磁器・焼物	3.8
8位	備長炭	木材・木工品	6.3	18位	薩摩切子	ガラス製品	3.8
9位	備前焼	陶磁器・焼物	6.3	19位	関刃物	金属製品	3.8
10位	九谷焼	陶磁器・焼物	6.0	20位	小樽ガラス	ガラス製品	3.6

(株ブランド総合研究所調べ N=1488)

(2) 事業機会

前述のように、国内の陶磁器市場は飽和を超え、縮小の一途をたどっている。従来のような販売ルートでは、先細りといわざるを得ない。厳しい事業環境にある萩焼であるが、生き残りのための市場機会は以下のようなものが考えられる。

① 城下町「萩」の観光再生

萩市は、萩まちじゅう博物館のコンセプトのもと、観光再生に取り組んでいる。アクティブシニアの増加により、国内旅行の需要は根強いものがあるといわれており、歴史的遺産の宝庫であり一級の観光地である萩市の観光産業と連携を強化することで新たな市場機会があるものと思われる。

② 新たな技術の開発、他分野への転用

陶磁器の中でも、陶器は柔らかく欠けやすいという欠点のため、日常の食器としては、磁器に押されているのが現状である。この欠点を克服する技術開発により、独特の味わいのある陶器を日常の食卓における食器として販売する市場機会があるものと思われる。

また、製造技術を他の分野に応用、転用しようとする取組は盛んに行われているが、萩焼においても環境対策等の社会的ニーズに応える分野への技術転用などの研究開発を行うことが望ましい。

③ 海外の和食市場

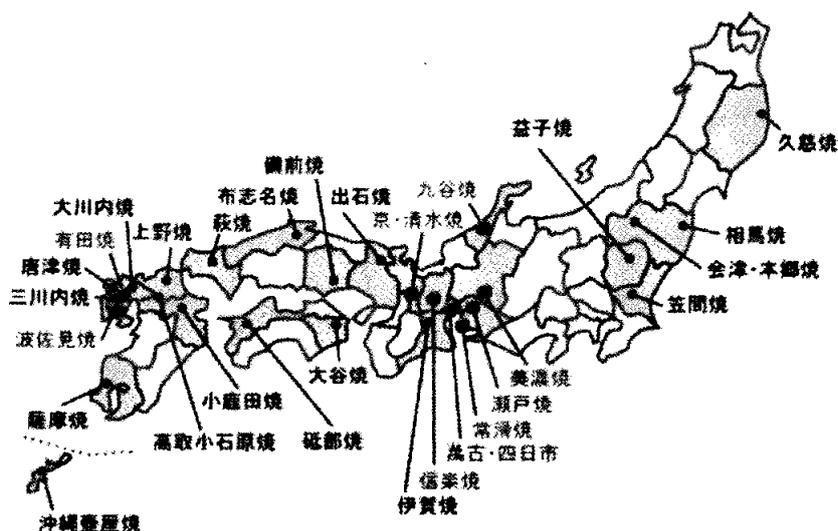
国内の和食器の市場は既に飽和状態であるが、海外での和食市場は安定して成長しているといわれている。海外に目を向けることにより、市場開拓余地は少なからずあるものと思われる。

#### 4. 他の類似な地域資源との違いや特徴

陶磁器の産地は全国に分布しているが、山口県の陶磁器市場での出荷額シェアは2.9%で、全国で6番目の生産地となっている。

陶磁器はその性質により、陶器、炆器（せっき）、磁器に分類されている。それぞれの特徴の説明は省くが、代表的な産地は以下のとおりである。陶器：美濃、瀬戸、萩、唐津、益子など。炆器：備前、常滑、萬古など。磁器：瀬戸、有田、波佐見、京、九谷など。

国内の主な陶磁器産地



陶磁器製和飲食器シェア

(出荷額：百万円)

順位	都道府県	主な陶磁器	出荷額	シェア	事業所数	シェア
1	岐阜	美濃	19,356	37.8%	298	26.1%
2	佐賀	唐津・有田	10,446	20.4%	152	13.3%
3	長崎	波佐見・三川内	6,623	12.9%	95	8.3%
4	愛知	瀬戸・常滑	3,737	7.3%	130	11.4%
5	京都	京	2,044	4.0%	61	5.3%
6	山口	萩	1,477	2.9%	29	2.5%
7	栃木	益子	1,015	2.0%	31	2.7%
8	三重	伊賀・萬古	973	1.9%	35	3.1%
9	滋賀	信楽	944	1.8%	34	3.0%
10	石川	九谷	846	1.7%	26	2.3%
11	岡山	備前	662	1.3%	42	3.7%
	全国計		51,245	100.0%	1,143	100.0%

平成17年工業統計調査（4人以上の事業者）

## 5. 重点課題

萩焼の課題を検討するために、現状、強みと市場機会を組み合わせることで検討を試みたところ以下のような重点課題が抽出された。

### ①地元の観光産業との連携強化

城下町「萩」の観光再生という機会の中で、萩焼の茶器としての人気を活かすためには、地元の観光産業との連携強化が不可欠である。従来の卸販売ルートに頼った経営では、生き残りは難しい状況といわざるを得ない。萩焼まつり、萩時代祭りなどのイベントをはじめ、商店街のウインドーで若手陶芸家の作品を紹介する萩焼ウインドーミュージアムなどに積極的に取り組み、観光地である萩の街づくりの中で、萩焼の魅力を訴求することが重要である。手軽に陶芸が体験できる工房を増やすなどして、観光産業との連携により、商機を探る必要性があるであろう。

### ②地域ブランドとしての知名度向上

前述の調査で明らかのように、萩焼の知名度は開拓余地が大きいといえる。消費者が、新しい陶磁器を購入しようとするときに、萩焼が思い浮かばないケースが多いからである。

萩焼の知名度を高めるためには、産地として力を合わせた営業努力が必要であるが、努力不足の感はぬぐえない。例えば、地域団体商標であるが、他の主要産地が登録出願する中、萩焼は出願すらなされていない（平成19年11月末時点）。もっとも、平成19年11月末時点で770件ある出願のうち、山口県の出願はわずかに6件であり、萩焼関係者だけが責められる筋ではない。山口県はブランド構築に関しては後進県であり、この点については、他の地域資源に関しても同様と思われる。

### ③慎重な経営姿勢の必要性

陶磁器市場そのものが急激に縮小し、生産能力過剰となっている厳しい経営環境の中では、多少、工夫・改善した商品を作ったとしても売れるとは限らない。むしろ、設備投資や運転赤字、過剰在庫が命取りになりかねない。陶磁器製造業者が経営危機に陥る原因の多くは、過剰在庫による運転資金の固定化にあると考えられるので、市場縮小期には、いかに在庫を増やさないか、在庫となった製品を処分・換金できるかが、経営上の重点課題である。少なくとも、市場が底打ちするまでは、慎重な経営姿勢が望ましいと考えられる。

## 6. 地域資源活用企業

萩焼は、山口県を代表する伝統工芸品の一つであるが、近年の陶磁器市場の縮小で、窯元、産地問屋、関連事業者も含めて体力が落ちているのが実態である。

このような中で、地元の事業者が地域資源を活用して経営革新を図ろうとすれば、他業界および同業者間の連携が現実的である。萩市が力を入れている観光産業との連携や、同業者間での連携を強化し、地場産業として生き残りをかけた、努力が望まれる。

#### 4. 観光資源

##### (1) 認定地域資源の調査研究シート

認定地域資源名	青海島	地域名	長門市	種類	観光資源
---------	-----	-----	-----	----	------

### この地域資源のここがポイント

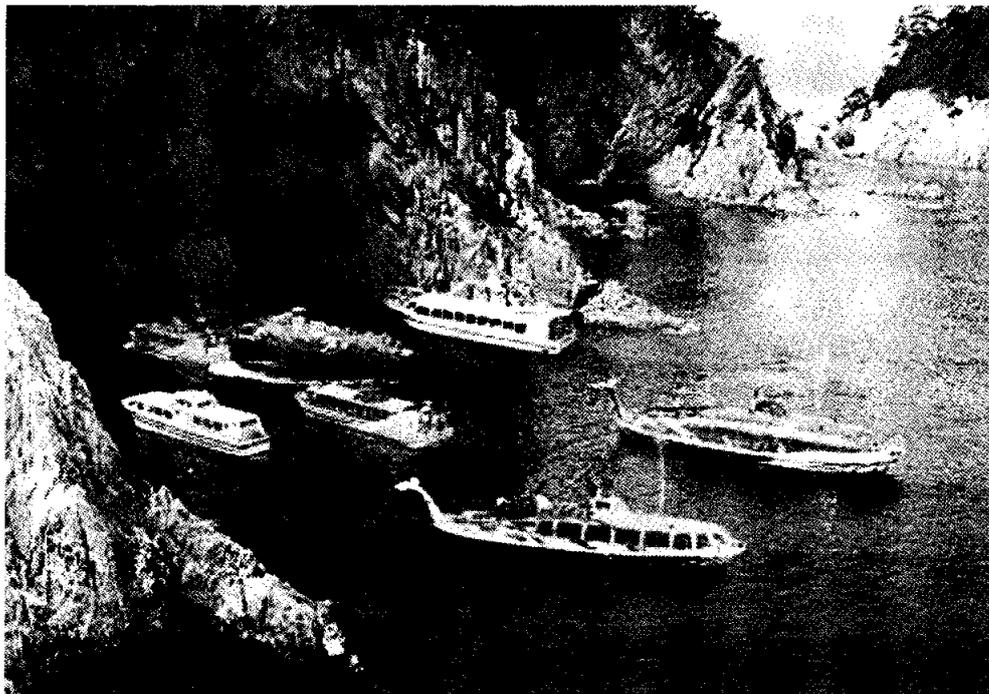
北長門海岸国定公園の中心に位置する青海島の中心である青海島観光船発着場の好立地を活かし、「ショップ青海島」は、観光客に食べて楽しんで買ってもらえる新業態の展開を目指す

#### 1. 地域資源の歴史的背景

山口県の北西部、北長門海岸国定公園の中心に位置する青海島は、周囲約40キロメートル、面積18,8平方キロメートル。

大正15年には名勝及び天然記念物に指定された。その北海岸には荒波に侵食された断崖絶壁や、洞門、石柱があり、コウモリの形をしたコウモリ洞、洞内の岩が黄金色に見える黄金洞。混ざり合った岩が削られて、蛇やタコ、亀などの模様になっている大壁画の幕岩。お坊様が正座されて胸の前で手を合わせておられる姿に見える仏岩など、大自然の芸術作品がたくさんある。

仙崎にある青海島観光船は、仙崎港をでて青海島のまわりをぐるりと一周する。時間にして約1時間30分の船旅で、青く澄んだ海に浮かぶ青海島を堪能できる。



青海島観光船でのクルージングの様子

## 2. 地域資源の現状

平成 18 年度における青海島の観光客は年間 30 万人を超えたものの、ピーク時の 1/2～1/3 に減少している。

青海島観光船の発着場には、観光みやげ物店や飲食施設 11 店舗からなる「ショップ青海島」がある。

「ショップ青海島」は、昭和 63 年 3 月、長門市より、ふるさとづくり特別対策事業として行うシーサイドスクエア建設事業に民間の建設する観光施設を融合させた観光基地づくりをしたい、との意向を受け建設された。

近年話題となっている「みすず通り」まで、徒歩 10 分と仙崎・青海島観光の中心に立地し、「驚き・新鮮・ふれあい市場」を基本コンセプトに、人・自然とのふれあい、仙崎港で水揚げされた新鮮な魚貝類を中心に、ここでしか味わえない物を提供している。



11 店舗からなる「ショップ青海島」

## 3. 地域資源の強みと事業機会等

### (1) 地域資源の強み

- 青海島観光船の発着場に隣接した絶好の立地条件である。
- 「みすず通り」まで、徒歩 10 分と仙崎・青海島観光の中心にも近い。
- ショップのオープンから 10 年を経過し、地元や観光客の認知度が向上した。
- 観光みやげ物店や飲食施設 11 店舗で構成し、新鮮な鮮魚から海産物加工品、お菓子類まで幅広く選ぶ楽しさを提供している。

(2) 事業機会

- ・ 店舗正面に余裕のある市営駐車場がある。
- ・ 継続して年間 30 万人の観光客が訪れている。
- ・ 青海島、仙崎という強いブランドが確立している。

4. 他の類似な地域資源との違いや特徴

- ・ 北長門海岸国定公園の中心に位置する青海島は、大正 15 年には名勝及び天然記念物に指定されている。
- ・ 青海島、仙崎という強いブランドが確立し、年間 30 万人の観光客が訪れている。

5. 重点課題

年間 30 万人の観光客が訪れる機会と青海島観光船の発着場に隣接した強みを活かし、食べて楽しみながら買ってもらえる新業態、イトコンビニの展開を目指す。

6. 地域資源活用企業

青海島観光基地協同組合

山口県長門市仙崎 4297-6 Tel/fax.0837-26-3150

店名	業種
喫茶 マーメイド	飲食業
いそっ子	小売業
大市蒲鉾	小売業
虎屋	小売業
峯売店	小売業
土産センター	小売業
花津浦	小売業
千石寿司	飲食業
食堂 玉の家	飲食業
海産物市場よ志乃	小売業
山口ながと漁協	小売業

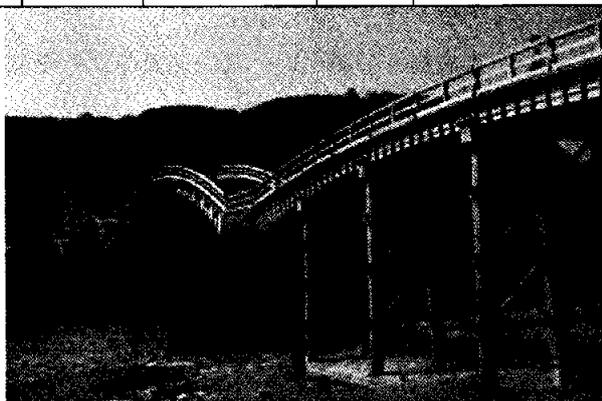
(2) 認定地域資源の調査研究シート

認定地域資源名	錦帯橋	地域名	岩国市	種類	観光資源
---------	-----	-----	-----	----	------

**この地域資源のここがポイント**

国の名勝に指定されている世界的文化遺産級の錦帯橋。木造橋としては世界最長の径間35.1mを誇り、想像力と技術力によって生まれた傑作。現在にも通じる美しいデザインと最高水準の構造力学をもって架橋された科学技術の結晶。

平成18年より世界遺産への登録を目指して手続き中。



1. 地域資源の歴史的背景(岩国市観光協会HPより抜粋)

近世の岩国は、関が原の合戦後、出雲の国より移封された吉川広家公により町が形成された。広家公は、1608年岩国城を造営したが、毛利支藩としての位置づけから徳川幕府の一国一城の制により僅か8年で取り壊さざるを得ず、山のふもとに藩主家族の居館を作り藩役所と上級武士の住居はその周辺に、中下級武士や町人は錦川を挟んだ対岸に住ませ、城下町が形成された。

町作りが始まった当初から錦川を挟んだ両所の往来を簡便にすべく幾度も架橋がされたが、広い流域を持つ錦川の増水時の水流の激しさはものすごいものがあり、橋はことごとく流失した。藩の経済基盤を安定させた三代藩主、吉川広嘉公は、代々続く「流れない橋を架けたい」との切なる願いに挑戦、中国明の書物の挿図に着想を得て、ついに1673年に錦帯橋が完成した。ただ、この初代の橋は、8ヵ月後の大洪水で流出してしまい、その原因を究明して改良した設計の二代目の橋が1675年に完成した。(右図は、安藤広重「六十余州名所図絵 周防岩国錦帯橋」(岩国市在住 金田惺氏所蔵))



現代技術の観点からも構造の完璧・精巧さが確認されている名橋は、約三世紀に亘って風雪に耐え抜きその威容を保ってきた。しかし、1950(昭和25)年、岩国地方を襲ったキジャ台風により、第1&5橋を除いて流失してしまった。「錦帯橋は岩国の象徴」とする市民の思いは非常に強く、流失から僅か1週間で再建事業が決定し、翌年から約2年の歳月と1億2千万円(当時)の巨費をかけて完成、1953(昭和28)年1月に第三代目の名橋の渡り初め式が行われた。

その後半世紀にわたって人々を渡し続けてきた錦帯橋だが、木造橋の宿命である腐朽による傷みが見られるようになったため、50年ぶりとなる「平成の架け替え」が約2年の歳月と26億円の事業費で実施され、2004(平成16)年3月に完成した。

## 2. 地域資源の現状

「平成の架け替え」から1年半後の2005(平成17年)年9月、山口県東部を通過した台風14号の記録的集中豪雨により錦川が氾濫、上流の広い地域が冠水したが、土砂災害による流木などが第一橋及び第五橋の木製の橋脚に大量に引っかかり、その圧力で第一橋の二つの橋杭組が流失した。幸い橋自体の落下は免れたため、2週間の修復・補強工事で9月下旬には観光渡橋が再開されている。

旧岩国市入込み観光客数と錦帯橋渡橋者数の推移(岩国市観光課) (単位:人)

暦年	H14	H15	H16	H17	H18
入込み観光客数	2,445,000	2,530,000	3,080,000	2,460,000	2,450,000
錦帯橋渡橋者数	788,339	811,653	1,013,080	710,526	685,682

岩国市では1966(昭和41)年より渡橋料を徴収して積立て、その後の維持管理費に充てているが、平成の架け替えの総事業費26億円のうち実に85%はこの積立金を充当したものである。

錦帯橋は既に平成8年に国際的組織により、「世界遺産としての潜在的価値を持つ120余の橋梁」の中に含まれ、その高い価値については世界に周知されている。これを基盤に、岩国市では、平成18年、正式な世界遺産登録に挑戦した。結果として、同年度に文化庁に申請された24件のうち4件が暫定一覧表に記載され、岩国市を含めた20件は継続審議になっており、今後与えられた課題に対処すべく担当者は取り組み中である。一つには、世界遺産が例えば錦帯橋のみの単体では認められず、「錦帯橋と岩国の町割」として周辺部の文化財や町並みを含めて申請せざるを得ず、より広い範囲での調査・説明が必要となっていることによる。錦帯橋自体について言えば、木造橋の宿命として20~30年毎の補修・架け替えが必要で、元の材料が残っていない弱点があり、これを技術の継承・技術者の育成による架橋技術の伝承により如何に補い得るかが課題となっている。

上記町並みの一部になるのだが、錦帯橋の東側に広がる古い町並み「岩国一・二・三丁目」の区域は、同じ文化庁の重要伝統的建造物群保存地区への選定も目論まれており、調査は平成15~6年に終了し、審査結果待ちである。

## 3. 地域資源の強みと事業機会等

### (1) 地域資源の強み

「平成の架け替え」は、木造部分(橋台を除く)を原橋の形・構造通りに修復したもの。修復にあたり最新の機器を用いた検査、コンピューターによる力学的構造の解析が行われたが、300年前の設計が現代の建築学においても問題がないことが証明されている。

錦帯橋は、構造物としての設計が優れているだけでなく、芸術的なデザインの観点から見ても、五つのそり橋が統一されたアーチで軽快な律動美をもつ形状は独特で秀逸である。周囲の環境との調和も素晴らしく、世界各地の建築学の権威からも高い評価を得ている。また上述の通り、平成8年に国際的組織により、「世界遺産としての潜在的価値を持つ120余の橋梁」の中に含まれ、その高い価値については世界に周知されている。

それ自体の価値に加えて、錦帯橋を取り巻く周辺部には文化財、史跡、お城とそれを結ぶロープウェイ、公園など観光客の目を惹く資源が集中しており、しかも春の桜、秋の紅葉を始めとして四季折々に楽しめる自然景観も備えている。

加えて、上述の通り、周辺部を含めて世界遺産への登録、重伝建地区としての選定が画策されており、錦帯橋はまさに最適の観光資源ということができよう。

## (2) 事業機会

### ● 観光・旅行業

岩国市観光課が行った「平成18年観光動態調査」によれば、

- ① 団体バスツアーの入込みでは、中国地方と四国が前年より激減し、外国人は僅か2%程度と僅少である。
- ② 年齢別では、50、60、40代の中高年が大半で、修学旅行・遠足は1%以下と低い。
- ③ 旅行形態としては、旅行会社のツアーがトップで、家族・グループ旅行を抑えている。
- ④ 岩国での宿泊観光客の割合は10%以内で、9割以上が「泊まらない」、通過型の観光地となっている。
- ⑤ 「泊まらない」人の滞在時間は1-2時間が6割以上、4時間以内が95%近くになる。このような短期滞在の理由は、「予定に組まれた通り」と「時間がない」で9割を超えている。
- ⑥ 岩国での使用金額は、「1000円未満」が35%、「3000円未満」が52%、「5000円未満」を加えると9割以上となる。
- ⑦ 来岩以前及び以後の訪問地は、いずれも「宮島・広島」と「自宅」を併せると6-7割以上で、近場を除いた山口県内より、広島県との結びつきが強いことが分かる。
- ⑧ 来岩回数では「初めて」が7割以上で、リピーターは1/4と少ない。再来希望は「機会があれば」と「是非」を併せれば9割を超えている。

以上の結果もふまえて以下のことが言えよう。

- ① 岩国市、観光協会、商工会議所のリーダーシップの下、市内の旅行業、ホテル・旅館業、料飲組合、お土産店などを糾合して、2時間以内の団体ツアーのメニューを開発し全国の旅行業者に情報発信をする。
- ② 九州では、その地理的優位を活かして、東南アジア諸国からの団体ツアーを誘致し成功しているが、旅行者への売り込みに当ってこれらの国の人たちの受入準備もあることを強調する。広島空港にも、これら諸国との直行便はある程度開設されており、その活用も頭に入れる。既に、観光課では、英語に加えて中・台・韓国語のパンフレットや看板を整備している。今後は、ボランティアガイドのアジア諸国の言語を身に付ける努力が望まれる。
- ③ 広島湾岸市町の観光振興策の一つとして、修学旅行の誘致も含まれている。一時期は修学旅行先の定番であった錦帯橋としても、例えば体験工房など、新しいメニューを加えて、全国の中・高校に情報発信する。この際、HPのフル活用が望まれる。
- ④ 中高年の個人客向けには、広島・宮島・周防大島・柳井を含めた広域の観点から、これらのいずれかで泊まり周遊するメニューを開発し、結果として岩国・錦帯橋での宿泊客を増やす策を考えたい。

### ● 飲食・お土産店

上記の通り誘致した観光客に満足を与えるために、以下の手を打ちたい。

- ① 新しい料理メニューの開発。当面昼食主体の1500円までの価格帯で、地産地消でありながら、外国人の口にも合うもの。最近「やましる商工会 大鍋軍団 五龍」が錦帯橋の「れんこん鍋」を含めた旧町村おのおの特産品を活かした5つの鍋料理を開発したようだが、この意気込みを手本としたい。
- ② 菓子、装飾品小物など錦帯橋をモチーフとしたお土産品の開発。観光客は必ず訪問の記念品を購入する。毎年2-3百万人が訪れる錦帯橋周辺部に店舗を持てば、一つひとつは小額でも、各店舗にとっては結構な売上に結びつく。知恵を絞りたい。
- ③ 観光課に合わせた4ヶ国語併記のメニューの作成。できれば、片言でその国の言葉で挨拶できればそれに越したことはない。

#### 4. 他の類似な地域資源との違いや特徴

山口県内には、錦帯橋と類似な地域資源はない。記述の通り、平成8年に国際記念物遺跡会議(イコモス・ICOMOS)及び国際産業遺産保存委員会(TICCIH)が示した調査結果によると、錦帯橋は世界遺産としての潜在的価値を持つ120余の橋梁の中に含まれ、その高い価値については世界に周知されている。

錦帯橋のアーチは、現存する木造橋としては世界最長の径間35.1mを誇り、かつ、川の中に石組みの橋脚を築くという画期的な発想を活かした日本最初の木造アーチ橋であり、世界橋梁史上極めて傑出した存在である。

錦帯橋は、江戸期においては城門橋として、明治以後は生活道として大切に護られており、現在にも通じる最高水準の構造力学をもって架橋された科学技術の結晶であると共に、330年以上に亘って木造アーチ橋梁の架橋技術を伝承している有形・無形の文化財として稀有な存在である。

#### 5. 重点課題

##### (1) 観光開発

岩国市観光課で観光振興を担当する職員は3人しかおらず、しかもパンフレットの作成、看板類の整備など目前の雑事に追われて、「地域資源活用促進法」はもとより、国交省の「観光ルネサンス事業」、「ビジット・ジャパン・キャンペーン」に対しても、本格的に取り組む余裕はなさそうであった。

本来、錦帯橋と周辺部に散在する貴重な文化遺産を観光事業に活かす試みは、民間事業者が手がけるべきものであるかもしれないが、残念ながら岩国ではまだこのような事業者は出てきていない。そうであるからには、行政が、観光協会や商工会議所と連携して、民間事業者を巻き込んで統一性のある方針の下観光振興策を推進すべきであろう。上記国の諸施策には補助金もついており、これらも十分活用して、観光客の誘致、飲食・土産物の開発にあたるべきであろう。

##### (2) 世界遺産登録

同じ観光課ではあるが専属職員が、「暫定一覧表」に記載されるよう国との調整にあたっている。本件は、井原市長のマニフェストにも掲載されているようで、世界遺産登録は岩国市の断固たる方針として今後最善の努力がなされるであろう。もし登録されれば、観光振興に大いに貢献する。

##### (3) 重要伝統的建造物群保存地区選定

錦帯橋に直接関わるものではないが、隣接地のことであり、もし選定されれば観光資源として加わることになるので、錦帯橋にも重要な影響はある。既に現地調査は完了し、国による審査中のようであるが、今後住民を巻き込んだ動きも出てきそうである。

#### 6. 地域資源活用企業

市内外の旅行業者、ホテル・旅館業者、交通運輸業者、小売・卸売商業、飲食業を含むサービス業など、ほぼ全業種を巻き込んだ動きが必要となる。

(3) 認定地域資源の調査研究シート

認定地域資源名	秋吉台・秋芳洞	地域名	秋芳町 美東町（秋吉台のみ）	種類	観光資源
---------	---------	-----	-------------------	----	------

**この地域資源のここがポイント**

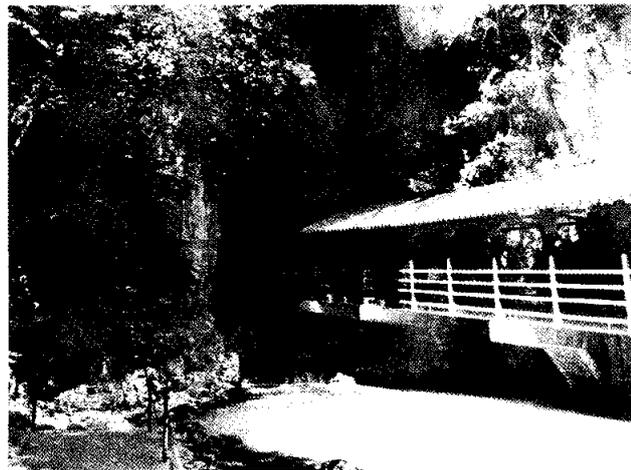
四季折々の雄大な姿を見せてくれる日本最大のカルスト大地「秋吉台」と自然が作り上げた芸術品といえる東洋屈指の鍾乳洞「秋芳洞」を有し、全国でも類希なスケール・歴史をもつ自然遺産である。

1. 地域資源の歴史的背景

秋吉台は、山口県の県央部、美祢郡の美東町と秋芳町にわたって広がる日本最大のカルスト台地である。その成立は、約3億5千万年前の珊瑚礁が化石化して石灰岩となったもので、面積は約130平方kmを有している。地表には多数のドリーネ（窪地）が見られ、地下に秋芳洞、大正洞、景清洞など450を超える鍾乳洞がある。



それらの鍾乳洞のうち最大であるものが秋芳洞で、東洋屈指の大鍾乳洞である。この鍾乳洞は今から約600年前に発見され、灌穴と呼ばれていた。明治38年になって、イギリス人エドワード・ガントレット氏により洞内の探検・調査が行われ、国内をはじめ海外まで紹介されることとなった。大正15年昭和天皇が皇太子の時、本洞を御探勝になり、この名前をつけられたものである。洞内の観光コースは約1km



（総延長10km）、温度は四季を通じて17℃で一定し、夏涼しく冬は温かく、老人、子どもも快適に探勝できるものとなっている。

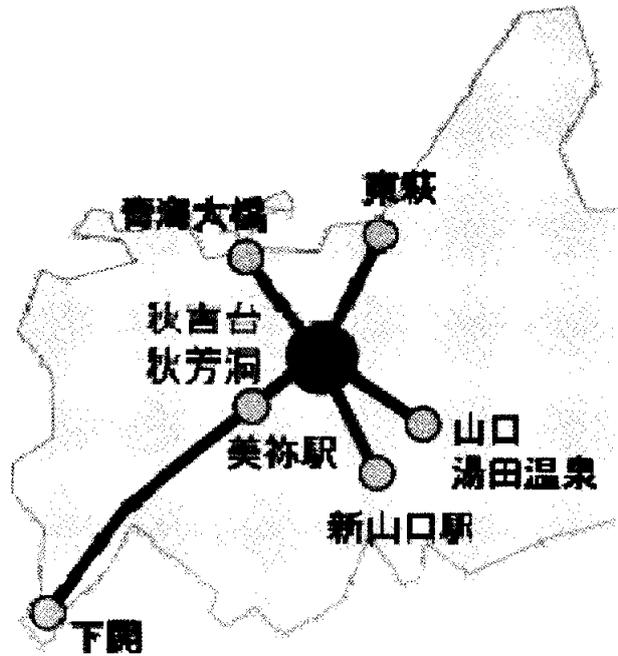
秋吉台は1955年に国定公園（秋吉台国定公園）に、1964年に特別天然記念物に指定されている。秋芳洞は1952年に特別天然記念物されている。また、平成17年には、秋吉台地下水系が、地下水系としては国内ではじめてラムサール条約に正式登録された。

## 2. 地域資源の現状

四季折々の雄大な姿を見せてくれる日本最大のカルスト大地「秋吉台」と自然が作り上げた芸術品といえる東洋屈指の鍾乳洞「秋芳洞」は全国でも類希なスケール・歴史をもつ自然遺産である。県央部に位置し、JR「新山口」駅からも近く、県内の主要観光地との観光コースにも組み入れやすいことから、秋吉台・秋芳洞は、長い間、山口県観光の柱となってきた。

しかし、近年、観光客数の減少が顕著となってきた。秋芳洞の入洞者数は、山陽新幹線が開通した昭和50年の198万人をピークに、平成18年には61万人までに落ち込んでいる。

観光客の内訳をしてみると、県内客は約2割に止まり、県外客が約8割と多く、全国レベルの観光地と言える。しかし、宿泊施設が少なく、宿泊客は、全体の6%にとどまり、秋吉台・秋芳洞等を見た後は、萩・長門、或いは山口へ宿泊する観光ルートの中で、滞在時間の短い周遊・経過型観光地となっている。



### 観光客数の推移

(単位：千人)

	H11	H12	H13	H14	H15	H15/H11
秋芳町	1,144	1,068	1,063	1,049	921	81%
(秋芳洞・秋吉台)	1,033	978	971	1,009	885	86%
美東町	190	198	174	337	301	158%
(兼清洞・大正洞)	63	68	57	56	53	84%
秋吉台地域計	1,334	1,266	1,237	1,386	1,222	92%

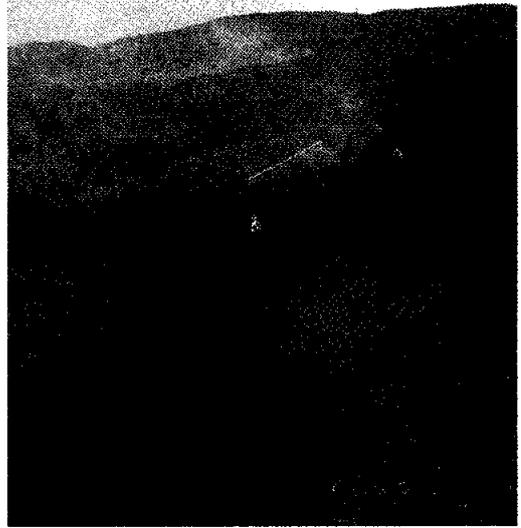
#### 【H15の内訳】

- ※ 日帰り客 1,148千人(94%)、 宿泊客 73千人(6%)
- ※ 県外客 972千人(80%)、 県内客 249千人(20%)

### 3. 地域資源の強みと事業機会等

#### (1) 地域資源の強み

山口県観光交流課が平成16年度に行なった山口県観光戦略会議では、秋吉台地域の観光資源としての魅力を以下のようにまとめている。



#### ① 全国でも類希なスケール・歴史をもつ自然遺産

- 自然が造りあげた芸術とも言える東洋一の鍾乳洞「秋芳洞」や「大正洞」「景清洞」、四季折々の雄大な姿を見せてくれる日本最大のカルスト台地「秋吉台」を有し、全国的な知名度も高く、日常では目にすることのできない景観や大自然の魅力を体感できる。また、秋吉台周辺では、マラソン大会や花火大会等のイベントが開催されており、特に、毎年2月の第3日曜日には全国でも最大規模の野焼きが行われている。
- 「秋吉台」は、国定公園（1955年）と特別天然記念物（1964年）に指定されている。また、「秋芳洞」も特別天然記念物（1952年）に指定されるとともに、現在、ラムサール条約湿地への登録に向けて、活動を展開している。（平成16年度の記述、平成17年登録）。

#### ② 豊かな自然や農村風景に恵まれた地域

- 秋吉台を含め周辺には静寂な美しい農村風景が広がっており、癒しの環境が存在している。
- 名水百選にも選ばれている「別府弁天池」に代表される綺麗な水（湧水）に恵まれている。
- 秋芳梨や赤郷牛蒡、大理石などの特産品

#### ③ 自然学習や芸術、健康づくりを体験できる絶好のフィールド

- 秋吉台エコ・ミュージアム、科学博物館を中心として、自然を活用した体験学習やグリーン・ツーリズムを推進していくフィールドが広がっている。
- 芸術・文化活動の交流拠点として秋吉台国際芸術村が整備されている。
- 秋吉台家族旅行村やオートキャンプ場等が整備され、ウォーキング、マラソン、サイクリングなど自然と親しみながらの健康づくり活動を推進する環境が整っている。

#### ④ 県央に位置した立地環境

- アクセスの問題はあるにせよ、萩・長門・山口の接点にあり、立地環境に恵まれている。また、JRの新幹線窓口である新山口駅から近く、県内主要観光地との観光コースにも組み入れ易い。

#### ※ その他

- 秋吉台の学術的研究が進み、専門領域での情報発信を可能としている。

- 日本最古の銅山「長登銅山」や平景清が潜んでいたという「景清洞」など、伝説と歴史が溢れる多彩な観光スポットを有している。

## (2) 事業機会

従来の秋吉台地域は、あまりにも恵まれた観光資源に胡坐をかきソフト開発を怠ってきたため、周遊・経過型の観光地として埋没してきた。しかし、恵まれた自然や快適な環境を活かし、新たな付加価値を創造することで従来の地域イメージを一新し、時代のニーズに対応した新規性のある観光地として再生を目指しており、成長性についても期待できる。その際の、主要な事業機会は以下のように考えられる。

### ① 個人旅行・グループ旅行の増加

- 従来、山口県の観光が得意とした団体旅行は減少しているが、個人旅行・グループ旅行は好調に推移している。
- 特に家族旅行の需要は高く、子ども連れの家族で楽しめる要素が満載の秋吉台地域は、競争力が高いと思われる。

### ② 自然志向・体験型レクリエーションの増加

- 近年の自然環境の保全・保護に対する関心の高まりなどから、少人数で自然や野生生物とのふれあい等を通じて自然保護に関する理解・認識を深めていくエコツーリズムへの関心も高まっている。
- さらに、近年の自然志向の高まりを背景に、農山漁村地域を中心に自然、文化、人々との交流を目的とした滞在型の余暇活動であるグリーン・ツーリズムへの関心が高まっている。
- 秋吉台地域には、自然とふれあえる全ての要素が揃っており、競争力が高いと思われる。

### ③ アクティブシニア層の増加

- 今後、団塊の世代の引退にともない、アクティブシニア層の旅行需要の増加が見込まれる。アクティブシニア層の健康志向にマッチした商品の開発により、需要を取り込むことは可能と思われる。
- アクティブシニア層の内、自然志向が強いのは男性に多いと思われるが、湯田温泉(山口市)、湯本温泉(長門市)、俵山温泉(長門市)などの周辺の温泉地、萩城下町など女性に人気のある観光地との広域的な連携強化により、夫婦で楽しめる観光地として再生することは十分に可能であろう。



秋吉台国際芸術村



秋吉台家族旅行村

#### 4. 他の類似な地域資源との違いや特徴

##### (1) 国内の主なカルスト台地（日本3大カルスト）

名称（所在地）	面積	特徴
秋吉台（山口県）	130 k m <sup>2</sup>	日本最大のカルスト台地。 地表には多数のドリーネ（窪地）が見られ、地下に秋芳洞、大正洞、景清洞など450を超える鍾乳洞がある。 1955年に国定公園（秋吉台国定公園）に指定されている。
平尾台（福岡県）	—	目白洞、千仏洞、牡鹿洞などの鍾乳洞が点在し、大平原が広がっている。 北九州国定公園に指定されている。
四国カルスト （愛媛県・高知県）	—	乳牛の放牧地帯としても有名で、カルスト特有の風景を牧歌的にし、多くの人々が訪れる観光地となっている。愛媛県では四国カルスト県立自然公園として指定されている。

##### (2) 国内の主な鍾乳洞（日本3大鍾乳洞）

名称（所在地）	総延長	特徴
秋芳洞（山口県）	8790m	総延長は日本第3位、鍾乳洞としては東洋最大規模。 観光用コースは約1000m。 国の特別天然記念物に指定されている。 秋吉台にある他の2つの鍾乳洞、景清洞、大正洞と合わせ、秋吉台地下水系という名称で2005年11月、ラムサール条約登録湿地となった。
龍泉洞（岩手県）	1200m	日本三大鍾乳洞のひとつとされる。 7つの地底湖を持っていることで知られている。 観光者向けに公開され、日本の国の天然記念物に指定されている（「岩泉湧窟およびコウモリ」）。
龍河洞（高知県）	4000m	日本三大鍾乳洞のひとつとされる。 国指定の天然記念物、史跡に指定されている。 約1kmが通常ルートとなっている。

※ あぶくま洞（福島県）、球泉洞（熊本県）、玉泉洞（沖縄県）を加えて、日本6大鍾乳洞とされる。

※ また、総延長は、安家洞（岩手県）が23,700mで、日本最長の鍾乳洞とされる。

## 5. 重点課題

秋吉台地域の課題を検討するために、地域資源の強みと市場機会を組み合わせることで検討を試みたところ以下のような重点課題が抽出された。

### ①物見型観光地から自然体験型観光地への転換

全国でも希なスケールを持つ自然という強みで、個人旅行・グループ旅行の増加、自然志向・体験型レクリエーションの増加、アクティブシニアの増加という市場機会を取り込むには、自然体験型メニューの充実が不可欠である。その際には、まず、観光地コンセプトを明確化することからはじめることが必要である。コンセプトとは、ターゲット顧客、提供サービス、提供方法を表現したものである。

自然体験という提供サービスからすると、ターゲット顧客は子供連れ家族旅行、アクティブシニア層がメインとして考えられる。従来から、秋吉台エコ・ミュージアム、科学博物館などの自然体験・学習の拠点があり、自然体験型メニューは充実しているといえる。しかし、これらの施設間の連携が悪いために、地域内での回遊性が乏しい。地域の主要施設を結び、自然体験ができる散策コースを設定するなどして、家族連れも、アクティブシニアも気軽に楽しめる自然体験型観光地に転換していくことが必要である。

### ②周遊・経過型観光地から滞在型観光地への転換

自然体験型観光を深めていくと、滞在型観光への転換につながる。秋吉台地域には、秋吉台家族旅行村やオートキャンプ場、秋吉台国際芸術村、民間のホテルなどの宿泊施設があるのだが、戦略会議では「量・質ともに乏しい」と評価され、弱みとなっている。しかし、市場機会を弱みで取りこぼさないためというのを考えると、近隣の温泉地等との連携が効果的であると考えられる。

秋吉台地域でしっかり汗をかいたあとは、湯田温泉（山口市）、湯本温泉（長門市）でゆっくりと汗を流すというメニューができれば、弱みをカバーすることは可能である。もちろん、自然体験をさらに深めたい旅行者は秋吉台地域の宿泊施設を利用すればよい。山口県内の観光地間の競争と協調により、県外の観光客に対する訴求力を高めることが必要であるということである。

## 6. 地域資源活用企業

山口県の地域産業資源活用基本構想によると、秋吉台の対象地域は秋芳町、美東町、秋芳洞は秋芳町となっている。しかし、両町とも規模が小さく、秋吉台・秋芳洞という地域資源を活かしきれないでいることが実態である。このような中で、地元の事業者が、地域資源を活用して経営革新を図ろうとすれば、脱・秋芳洞を図り、秋吉台の豊かな自然環境を活用した、滞在型観光サービスを提供していくことが、重要である。

また、公営の従来施設については、指定管理者制度やPFI等を活用し、民間のノウハウや資金、活力を導入する方法も検討すべきであろう。

(4) 認定地域資源の調査研究シート

認定地域資源名	関門海峡	地域名	下関市	種類	観光資源
---------	------	-----	-----	----	------

**この地域資源のここがポイント**

関門海峡には、源平合戦の「壇ノ浦」や宮本武蔵と佐々木小次郎が決闘をしたとされる「巖流島」などの歴史的な史跡がある。また、幕末から大正にかけて貿易港として発展した門司港も日本の交通体系を一変させた長さ3,461.4mもある関門トンネルや長さ1,068mの関門橋が建設され、近代日本の礎を築いた。

この歴史的背景を活かして下関市と北九州市が一体となった広域的な観光資源の創設が期待される。

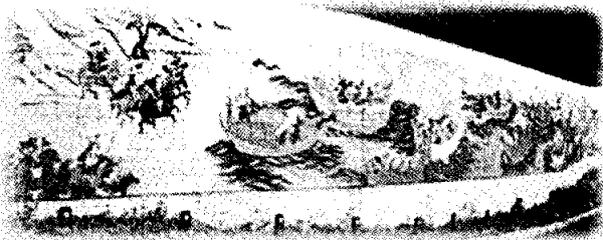
1. 地域資源の歴史的背景

(1) 平安から室町時代／平家の最期 ～源平合戦最期の地“壇ノ浦”～

寿永4年(1185年)3月24日、当時壇ノ浦と呼ばれていたここ関門海峡で源氏と平家の最後の一戦が繰り広げられた。一時は平家軍が優勢だったが、時間によって流れを変える潮流を利用した源氏が有利に展開していき、二位の尼がわずか8歳の安徳幼帝を抱いて入水し、平家は短い栄華の夢を終えた。



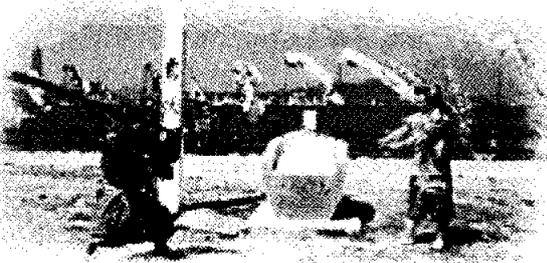
後にこの合戦は、多くの伝説を生んだ。海に散った平家の武士たちの恨みがカニに乗り移ったといわれる「平家ガニ伝説」。平家の女官たちがカప్పに化身して源氏の子孫を悩ますなど多くのエピソードが語り継がれている。また、各地にもこの合戦で生き延びた平家の落人伝説が多く残っている。



海峡を望む「赤間神宮」(下関市)もは安徳幼帝と平家一門を祀っており、小泉八雲の「怪談」で有名な「耳なし芳一」の木造や平家の七盛塚がある。和布刈公園(北九州市)の第二展望台には壇ノ浦の合戦の模様を再現した有田焼の巨大壁画がある。

(2) 江戸初期から中期／武蔵と小次郎 ～武蔵と小次郎の決闘の地“巖流島”～

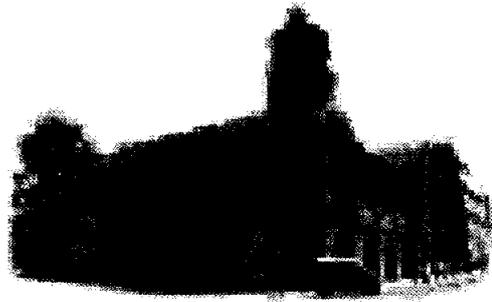
吉川英治の小説「宮本武蔵」でのハイライトシーンでおなじみの宮本武蔵と佐々木小次郎の巖流島の決闘。正式な名称は「船島」と呼ばれるこの島は、ここ関門海峡(下関市)にある。当代の剣豪の雌雄を決したのは、慶長17年(1612年)4月13日のこと。この決闘で敗れた佐々木小次郎の号「巖流」にちなんで、一般に巖流島と呼ばれている。



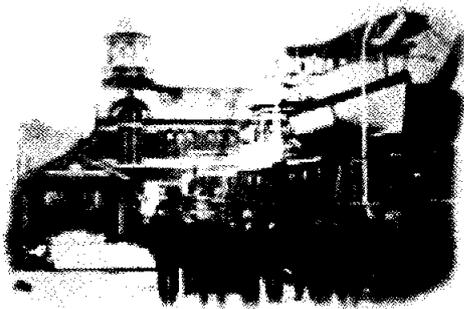
島の対岸(下関市彦島)には、小次郎が弟子を待たせていたといわれている「弟子待(でしまつ)町」という地名が、また、島を望む手向山(北九州市)には武蔵の養子・宮本伊織が建てた武蔵の碑のほか、佐々木小次郎の碑もある。この手向山では4月13日に近い日曜日に「武蔵小次郎まつり」が、例年5月4日には巖流島で「巖流島フェスティバル」が開催され、決闘の再現やコンサートなどで盛り上がる。

(3) 幕末から大正時代／時代の最先端の港町

門司港は明治 22 年、国の特別輸出港に指定されるのをきっかけに、日本の三大貿易港まで飛躍し、この後、九州鉄道（国鉄の前身）が門司港を起点に開通したことから、名実ともに九州の陸・海の門戸となった。それに合わせて、金融資本の進出も続き、金融の中心にまで発達した。

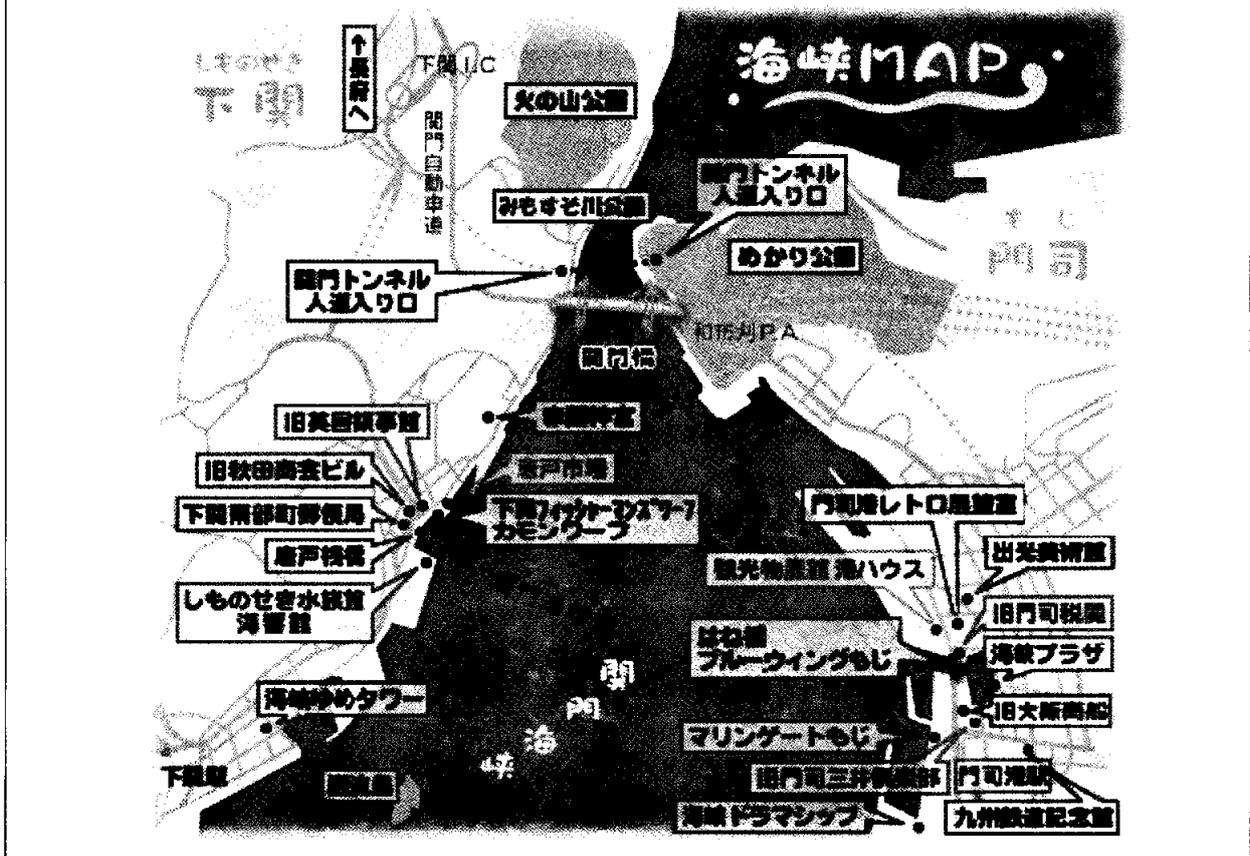


大正初期には、外国貿易港として神戸、横浜を押え全国一の港に発展し、中国には定期航路が開け、毎日のように異国の貨客船が波止場に横付けされ、埠頭には粋なマドロスたちであふれていた。街も西洋風の建物やガス灯、当時まだ珍しかった舶来の食べ物が並び、しゃれたモガやモボが闊歩するハイカラな風景であった。



しかし、そんな華やかな時代も関門トンネル・関門橋の開通により船舶の必要性がなくなると経済の発展から次第に取り残されることになった。その結果、ハイカラの象徴である近代的建物群も解体の危機が迫ったが、これを歴史的価値として現代に蘇らせた「門司港レトロ事業」によって、今では大正ロマン漂う観光地に生まれ変わった。

2. 地域資源の現状

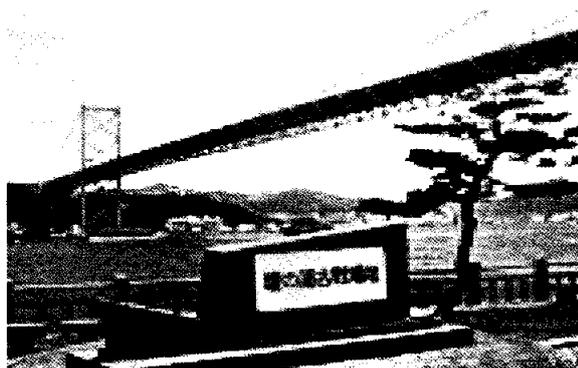


関門海峡は、本州（山口県下関市）と九州（福岡県北九州市）に挟まれている。上記の海峡マップでは、下関エリアと門司港エリアに分けて、歴史的建造物や海峡の特性を活かした近代的建造物が多く見受けられる。関門海峡は東と西へと1日に4回、流れの向きを逆転させる。狭いところでは、兩岸の幅は700メートル余りしかない。また、兩岸を流れる潮流の速度は最高で約10ノット（時速18キロメートル）にもなり、この潮流の速さが「海の難所」ともなっている。

1日4回流れの向きが変わるのは、関門海峡の両端にあたる周防灘（東：瀬戸内海）と響灘（西：日本海）の潮位が異なり、満潮時では周防灘の潮位の方が高く、干潮時では響灘の潮位の方が逆に高くなるからである。（1日に満潮2回、干潮2回）

また、関門海峡は一日に大小約700隻もの船が行き交い、潮騒と汽笛が環境省選定「日本の音風景百選」にも選ばれている。

この海峡には関門橋や関門トンネルがあり、夜になると関門橋のライトアップや関門海峡花火大会などのイベントも行われている。



以上出展：<http://www.kanmon.gr.jp/>より

### 3. 地域資源の強みと事業機会等

#### (1) 地域資源の強み

- ・源平合戦の「壇ノ浦古戦場跡」や武蔵と小次郎が決闘したとされる「巖流島」など、歴史的遺産が豊富にある。
- ・本州と九州の間の海峡を形成しており、下関市と北九州市が連携したイベントを行っている。
- ・下関市の唐戸棧橋から北九州市のマリンゲートもじ間を関門連絡線が運行しており、広域的な観光地を形成している。
- ・下関市には下関水族館海峡館や北九州市には門司港レトロ事業といった歴史を活かした新しい事業が観光資源として創造されている。

#### (2) 事業機会

- ・観光客の観光に対する考え方が、点ではなく線の広域的な観光資源を要求している。
- ・団体旅行から個人旅行へと、観光客が嗜好する旅行の体系が変貌している。
- ・下関市では、広域合併に関連し、下関市と北九州市が一体となった行政地域の可能性を研究している。

#### 4. 他の類似な地域資源との違いや特徴

全国的にみると海に囲まれている日本には、海峡が多く存在している。海峡とは、海が陸地によって狭められている水域をいう。狭いものを瀬戸といい、比較的広く長く続いているものを水道という。

フリー百科事典『ウィキペディア (Wikipedia)』によると、主な国内の海峡が 29 箇所紹介されている。その中で、地域資源に認定されている海峡を調べたところ、「関門海峡」を除いて皆無であった。

近隣の広島県には尾道水道があり、兵庫県にも明石海峡や鳴門海峡があるが、海峡そのものを地域資源として認定していなかった。但し、大橋や公園といった海峡に関連した観光資源は見受けられた。

#### 5. 重点課題

- ① 豊富な歴史的財産と新しい観光スポットの融合。
- ② 下関市と北九州市の広域的観光ルートの形成。
- ③ 関門特別市構想の推進

#### 6. 地域資源活用企業

- ・下関市コンベンションセンター
- ・下関市役所
- ・北九州市役所…関門海峡と門司港レトロを地域資源として認定している。
- ・下関商工会議所
- ・北九州商工会議所
- ・山口県

(5) 認定地域資源の調査研究シート

認定地域資源名	野外彫刻美術館	地域名	宇部市	種類	観光資源
<div data-bbox="177 367 571 443" style="background-color: black; color: white; padding: 5px; border: 1px solid black;">この地域資源のここがポイント</div> <p data-bbox="177 456 1394 562">「野外彫刻美術館」は、宇部市において、半世紀前から継続されている伝統文化になっている。この調査を通して、この歴史的な芸術資源を活用し、交流人口の増加や行政人口の増加をもたらす触媒としての活用を期待している。</p>					
<p data-bbox="177 618 501 651">1. 地域資源の歴史的背景</p> <p data-bbox="177 703 1394 965">日本彫刻史上、彫刻の野外展として現在確認できる最古の記録は、1931（昭和6）年の第5回朝倉塾彫塑展覧会のものであると思われる。東京府美術館屋庭の28点の陳列であった。朝倉文夫が図録口上で「どうも大きな彫塑の場合は屋外が最もいいように思われる。それは又人々の目に触れる機会を多くつくることであり、やがて彫塑芸術が社会に理解される第一歩になるものである。」と、彫塑芸術の社会的認知を第一義にあげている。以下、記録に残る野外（屋外）展示の歴史を辿ってみる。</p> <p data-bbox="177 1021 584 1055">(1) 1950年代（昭和25～34年）</p> <p data-bbox="177 1117 1394 1379">50年代はその数が少ない。昭和25年11月、東京井の頭自然文化園での林間彫刻展が、戦後最初の野外展である。同26年春からは、野外創作彫刻展が、日比谷公園で開始。白色セメントの普及と人心の回復が主因であった。地方都市でも高岡博「モニューマン展」、行動美術野外彫刻展（京都円山公園）が同26年に、27年には彫刻いけばな野外展（京都国立博物館）、29年には富山大産業博野外彫塑展が企画。又、32年12月の神奈川県立近代美術館での集団58野外彫刻展も特筆に値する。</p> <p data-bbox="177 1435 584 1469">(2) 1960年代（昭和35～44年）</p> <p data-bbox="177 1532 1394 1794">昭和35年早々に集団60野外彫刻展が開催。土方定一構想を基に、同36年の第一回宇部市野外彫刻展へと発展する。宇部市の暴力追放や緑化運動と連動し、38年の全国彫刻コンクール応募展、40年の第一回現代日本彫刻展へと変遷する。彫刻のある街づくりの先導を示した点、43年神戸須磨離宮公園第一回現代彫刻展と隔年化され、神戸市の基本構想に示唆を与えた点、1990年代の現在でも現代彫刻家の登龍門となっている点に特色がある。</p> <p data-bbox="177 1850 584 1883">(3) 1970年代（昭和45～54年）</p> <p data-bbox="177 1946 1394 2029">1960年代後半からのテーマ化の模索。昭和47年第一回建築とともにある彫刻展の開催で、彫刻と建築との共存の本格的論議が特筆される。又、48年おおいた野外彫刻展（別府市）、51年第一回大垣市</p>					

野外彫刻展、52年第一回丸亀野外彫刻展等が開催され、地方都市での分散化が70年代の特徴。

#### 4. 1980年代（昭和55～64・平成元年）

1980年代は野外展の数が飛躍的に増加し、地方都市での分散化の拡大や、ヘンリームア大賞展やロダン大賞展など壮大な自然環境をもつ私設野外彫刻美術館での国際的展覧会が活況を呈した点が特徴である。更に、平成元年の横浜彫刻展や足立区野外彫刻展のように公募当初より、街角等の設置野外環境を選定し、場に調和する作品の受賞設置や市民参加のテーマ決定がみられるのも特徴。

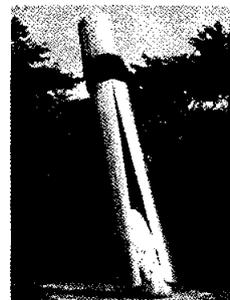
#### 5. 1990年（平成2年）以降

90年代前半の野外展は、平成2年甲府まちなかの彫刻展、同年五木の子守唄彫刻展、平成3年加茂山彫刻展にみられるように、「村おこし」「町おこし」型の野外彫刻展が続発。又、昭和62年から開始で県と開催自治体共催のトリエンナーレ型の神奈川方式が注目されるところである。

以上出展：野外彫刻展の歴史 — 全国傾向と富山県の場合 — 高岡第一高等学校 松尾 豊

## 2. 地域資源の現状

ときわ公園を中心とした宇部市の野外空間そのものを指して「野外彫刻美術館」と命名。昭和36年以来、隔年で開催している同市の「現代日本彫刻展」受賞作品を中心に、公園内に約90点、市街地に約70点を展示する。平成13年に開催された第19回現代日本彫刻展では、特別展として向井良吉、柳原義達の作品を展示。これを機に両氏の作品収集を進めている。



## 3. 地域資源の強みと事業機会等

### (1) 地域資源の強み

- ・昭和36年から続いている「現代日本彫刻展」で培った多くの人脈がある。
- ・宇部日報2007年11月27日の記事から、ときわ公園内のときわミュージアムの入館者数の減少に危機感を抱き、緑と花と彫刻の博物館協議会（事務局は宇部市）が11月26日に発足した。
- ・

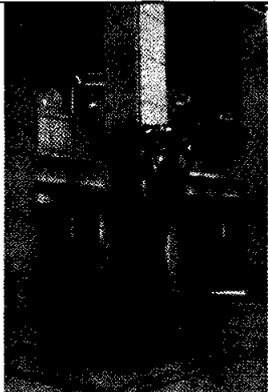
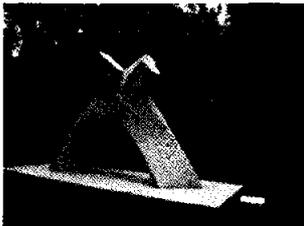
### (2) 事業機会

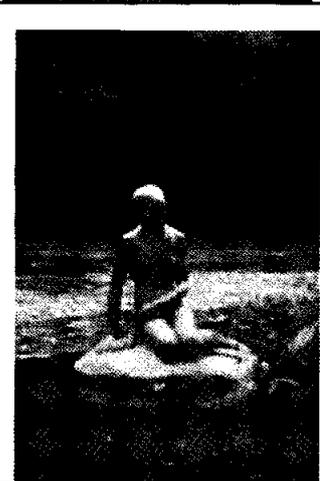
- ・全国には、事項の「他の類似な地域資源との違いや特徴」のとおり、公園等での野外彫刻美術館は存在するが、市内全域を広域的に地域資源と認定している都道府県は皆無である。
- ・産炭地地域である宇部市の文化イメージの高揚が求められている。
- ・広域合併により、都市間競争が激化している。行政人口増加策として、他に類を見ない住み良い街づくりが求められている。

#### 4. 他の類似な地域資源との違いや特徴

「パブリックアート（野外彫刻美術）」の研究で多くの論文を執筆されている高岡第一高等学校の松尾豊教諭によると、『「パブリックアート」の概念はいまだ確立されていないが、ここでは「市民が自由に入出入りできる公共の空間にある造形物」と定義しておきたい。日本でも野外彫刻が急増した80年代後半に「彫刻のある街づくり」を自覚的に意識した自治体が増加したのは当然であるが、「パブリックアート」の呼称の登場と「彫刻のある街づくり」の急激な増加は決して偶然ではなく、共通の意味性が内包されていたと思える。それはアートの公共性という、一見矛盾したアートの様態への模索にあったのではなかろうか。』といわれている。

日本全国にこのようなコンセプトを持つ「野外彫刻美術館」は、北海道から九州までの51市町村存在している。その中で、宇部市のように地域資源として認定されている「野外彫刻美術館」は、6箇所です。その特徴については以下のとおり。

所在地	地域資源名称	特 徴
宮城県 仙台市	定禅寺通り	<p>杜の都仙台市は、市制88周年記念事業として「杜と彫刻」事業を77年から12年計画でスタートした。仙台市の特徴は、まず設置場所を選定し、次にその作家を選考し、作家の現場視察後に、場に合った作品を制作する点である。オーダーメイド方式ともいうが、89年より「花と彫刻」事業に継続され、95年8月現在で、「杜と彫刻」「花と彫刻」及び「仙台国際彫刻シンポジウム」作品等を含めて、32点の設置である。</p> 
東京都 新宿区	東京都庁舎	<p>東京都は、1991年に新都庁舎を完成させた。都はそれ以前の90年より本格的彫刻設置事業を品川区より始めるが、都庁舎の周辺作品も都の所有であり、決して新宿区の事業ではない。都庁舎の作品は、力量の高い作家が、場との調和や作品の場への主張を考えたもので、秀れたものが多かった。</p> 
新潟県 加茂市	加茂山公園	<p>雪椿を市花とする加茂市も北陸の小京都と言われている。以前より国際障害者年などを記念し、北村西望の作品を記念広場に置いてきたが、1991年に全国公募の加茂山彫刻展を企画し、現在彫刻の森に16点の入賞・入選作品が設置されている。</p> 

富山県 高岡市	古城公園	銅器の街高岡市は、アルミや銅器の地場産業が地元経済を支えている。高岡市は、市制 90 周年記念とし、1978 年より古城公園内に芸術の森を創設して 19 点のブロンズ像を設置した。又、1987 年からは、「彫刻のある街づくり」事業として、15 点の作品を街角や歩行者動線上に設置した。前者が美術館的野外彫刻、後者が街角的野外彫刻の趣で佇んでいる。	
富山県 小矢部町	宮島峡	市内の公共施設を洋風な建築物にし、「メルヘン建築」として全国的に有名になった小矢部市は、当時の松本市長の発案で彫刻設置事業にも取組んだ。1980 年より、山間地の宮島峡に、ヨーロッパの伝説の女神達を設置した。「ふるさとづくり整備事業」であるが、誘客とメンテナンスの問題が生じている。	
兵庫県 神戸市	しあわせ村	「ミュージアム・シティ神戸」構想を発表した神戸市は、1968 年より土方定一の提案で神戸須磨離宮公園現代彫刻展を隔年開催し出す。又、81 年からは神戸具象彫刻大賞展も企画し、野外彫刻展型の作品取得を定着させ、「緑と彫刻の道」「花と彫刻の道」等に作品を設置し全国最多を誇るようになる。95 年 1 月の阪神大震災では、358 点中 48 点が倒壊・破損した。	

以上 <http://www.take.co.jp/art/public/message/index.html> より抜粋

## 5. 重点課題

- ① 広域的な野外彫刻美術館として地域資源の認定を受けた機会を活かして、全国に先駆け、これまでの培ってきた彫刻家との連携を強化する。並行して、宇部市民や周辺市町に屋外彫刻に関心をより深く持ってもらうために、彫刻作品の展示マップを作成するなど、ピーアール活動を行う。
- ② これまでの屋外彫刻美術館としての歴史を背景に、新鋭彫刻家の登竜門となるコンペティションを主催し、彫刻の町としてのブランド力を高める。

## 6. 地域資源活用企業

- ・宇部市観光協会
- ・宇部市
- ・緑と花と彫刻の博物館協議会
- ・山口県
- ・彫刻作家

中小企業地域資源活用プログラムの概要

平成 19 年 9 月 7 日作成

事業目的	支援内容	対象者	要件	根拠法令
①既存の商品やサービスと比較し差別化が図られ、 ②事業の全国展開が有望視され、 ③計画妥当性の高い ビジネス競争力のある(3年～5年以内に現在の売上高の5%以上伸びる確実性)県内企業を育成する。	《ハンズオン支援》 ～中小機構中国支部 ・事業計画作成のアドバイス(商品企画、市場調査支援) ・事業性評価、販路開拓フォローアップ ・支援アドバイザー派遣	中小企業者	県の基本構想に掲げられた地域資源	中小企業地域資源活用促進法
	《地域資源活用売れる商品づくり支援補助金》 ～中国経済産業局 ・事業費の2/3を補助、100万円～3,000万円、事業期間3年間 ・設備投資減税 ・低利融資(政府系金融機関) ・信用保証枠の拡大 ・投資育成株式会社法の特例 ・食品流通構造改善促進機構の債務保証			
実用化技術の研究開発	《地域資源活用型研究開発事業》～中国経済産業局 ・委託事業(10/10)、初年度3,000万円以内、2年目2,000万円以内	管理法人(企業+財団、研究機関、会議所等)	一般に地域資源であれば可能	特に法令では定められていない
市場調査、研究開発、展示会出展	《地域資源活用販路開拓支援事業》～中国経済産業局 ・補助事業2/1、下限100万円	組合等(財団、会議所、企業組合、事業協同組合、商工組合、生活衛生、酒造、第3セクター、有限責任事業組合等)		
勉強会、研究会、調査事業	《地域資源活用企業化コーディネート活動支援事業》 ～中小機構中国支部 ・補助事業(10/10)であるが、消費税分は除外)	組合等(財団、会議所、企業組合、事業協同組合、商工組合、生活衛生、酒造、第3セクター、有限責任事業組合等)		

(別紙)

## 47都道府県の基本構想において特定された地域資源数

	総数	農林水産物	鉱工業品	観光資源
		個数	個数	個数
北海道	669	350	139	180
青森県	97	40	37	20
岩手県	153	57	29	67
宮城県	225	58	51	116
秋田県	103	41	24	38
山形県	129	41	39	49
福島県	134	29	27	78
茨城県	200	62	62	76
栃木県	93	27	23	43
群馬県	91	20	30	41
埼玉県	50	9	23	18
千葉県	184	51	15	118
東京都	176	24	58	94
神奈川県	113	36	66	11
新潟県	150	46	44	60
長野県	132	61	34	37
山梨県	204	42	39	123
静岡県	175	57	52	66
愛知県	212	87	41	84
岐阜県	288	52	81	133
三重県	89	30	24	35
富山県	179	51	35	93
石川県	181	20	46	95
福井県	63	19	18	26
滋賀県	93	21	25	47
京都府	384	88	109	187
奈良県	302	35	62	205
大阪府	235	44	108	83
兵庫県	655	180	87	408
和歌山県	255	80	45	130
鳥取県	180	44	41	95
島根県	197	57	49	91
岡山県	169	62	36	51
広島県	87	33	33	21
山口県	125	45	18	62
徳島県	63	24	25	14
香川県	72	26	32	14
愛媛県	124	57	29	38
高知県	172	58	50	64
福岡県	113	25	36	52
佐賀県	73	25	13	35
長崎県	126	45	26	55
熊本県	138	47	41	50
大分県	115	19	11	85
宮崎県	281	101	39	121
鹿児島県	133	45	22	66
沖縄県	234	36	31	167
合計	8354	2627	1983	3844

# 山口県における地域資源の研究報告書

2008年1月25日発行

社団法人 中小企業診断協会 山口県支部

〒753-0074 山口県山口市中央4-5-16 山口県商工会館2階

TEL 083-934-3510 (代)

FAX 083-934-3533

執筆担当会員 谷口修／中村信之／國森重彦／原義夫／井上満