

- 隣接の魚港で水揚げされた海産物が直接店頭で並び新鮮さを特長に、地元のニーズにこたえる「道の駅」を展開。
- 売り場面積1m<sup>2</sup>あたりの売上高は、一般的なスーパーの約2倍。約100名の雇用を創出。
- 値も付いてなかった魚を加工品として商品化する「萩の地魚もったいないプロジェクト」を推進し、漁業者の所得向上に寄与。

年間利用者：約140万人 販売額：約10億円 雇用：約100名

## 道の駅「萩しーまーと」

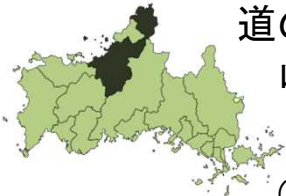
山口県萩市

(人口 約5万4千人  
面積 約700km<sup>2</sup>)

(主)萩川上線(単独型)

萩漁港の水揚げ高の約15%を販売し、地産地消に寄与。  
魚食普及・食育の拠点として地域活動を実施

- 魚食普及・食育の拠点機能として、子供向けの地魚料理教室や出張授業を積極実施



位置図



地魚料理教室



賑わう鮮魚売場

- ・ 売場面積 1m<sup>2</sup>あたり年間売上高の比較  
 萩しーまーと : 101.2万円 (約2倍)  
 スーパー (平均) : 50.9万円
- ・ 萩漁港の水揚げ高 約35億円 (H24年度)  
 うち萩しーまーとへ出荷 : 約5億円 (約15%)

地元加工業者と連携して生み出したヒット商品は、地域全体の活性化に貢献。



・ 金太郎 (ヒメジ)  
約15cmの小魚で漁獲の対象にならなかったが、鮮魚や加工品として販売し、お土産として人気。  
魚価：約230円/kg → 約270円/kg



観光庁、農林水産省の優良事例に選定

萩の地魚もったいないプロジェクト開発商品

魚価の向上

漁業者の所得向上

地元加工業者と連携

地域一体で6次産業化

道の駅で販売

受賞による認知度向上で更に販売向上



萩漁港の魚市場に隣接し、海産物を直接入荷