



【上】公設市場を目指したという道の駅の店内
【右】漁港からあがった鮮度の高い旬の魚が並ぶ



●金丸弘美

かなまる・ひろみ / 食環境ジャーナリス
ト。1952年生まれ。執筆活動のほか
食のアドバイザー事業を手がける。著書
に「ゆらしい島のスローライフ」(学研)、
「創造的な食育ワークショップ」(岩波書
店)、「田舎力 ヒト・夢・カネが集まる5
つの法則」(NHK生活人新書)など多数。

12 山口県萩市

「道の駅 萩しーまーと」

山 口県萩市は人口5万5000
人弱。市内にある「道の駅」

萩しーまーと」が注目されている。
売り上げは10億円で山口県トップ。
全国でも9位。しかも今も右肩あが
りで売り上げが伸びている。現在で
は、この道の駅から東京の築地市場
や紀伊国屋をはじめとする食品店に
も毎日配送するまでになった。

「萩しーまーと」は海のすぐそば、
萩漁港の隣にある。1850㎡もの
広い店内をめぐる、新鮮な魚がず
らりと並んでいる。鮮魚店、精肉店、
青果・果物店などがあり、ひととお
りの食品がある。味噌、干物、漬物、
乾物、地酒、お茶、和菓子、洋菓子

などもずらりとある。

日常の生活食品が道の駅でそろっ
てしまうのだ。料理店やベーカリー
もあり、地域の食材で料理を食べる
こともできる。ほかの道の駅にある
ような箱入りのお土産品は、まった
くといっていいほど見当たらない。
買い物客は圧倒的に地元住民が中
心だ。日常食品がそろい、地域で人
気があることが、結果的に観光客を
呼び込むことにもなった。

店長の中澤さかなさんによれば、
コンセプトは「むかしあった公設市
場をめざしました」ということだ。

中澤さんは、市の「道の駅」店長
の全国公募に応募し店長となった。
それまでは都会のリクルートで働い
ていた。家族と子どもたちと田舎の
自然のあるところで暮らしたいとい
うことから転職した。

道の駅の建設にあたっては、地元
の17店が共同組合を設立し、運営に
あたることになった。

市が最初に構想していた道の駅は
大手コンサルタント会社のプランで、
観光客を迎える観光市場というもの
だった。

「これは違うのではないかと疑問に
思った。そこでみんなで各地の道の
駅を視察に行きました。観光をやっ

ているところの店長さんは厳しいと
おっしゃるところが多かったです。
そこで地元で支持されるものを作る
う、バス会社と連携して外から人を
集めることもやめよう、ということ
になりました。当時は道の駅とい
うと、よそからの人をターゲットにし
たものが多かったんです。近くの人の
喜びが、遠くからきた人の喜びに
なる。そういう道の駅を目指しまし
た。地元密着型が注目を浴びたんで
す」と中澤さん。

店内に入っている店舗は500万
1000万円を建設負担金として出
資し、組合にも150万円を出資し
ている。組合の運営管理部門には4
人が勤務し、中澤さんは専務でもあ
る。出店している店は共益費込みで
坪1万円を家賃として支払っている。
全体では出店している店舗で働いて
いる人は100人にも上る。

売り上げが伸びている背景に、出
店者が投資をしていることで、自分
たちが運営しているという強い責任
感があるからだろう。

年間6回の旬の魚を使った刺身、
寿司、鍋などの魚まつりやト口箱で
のお買い得市、漁船を港に横づけし
て漁師が披露するふく刺し祭りなど
のイベントも人気を博している。