

南伊勢町漁村活性化グループ これまでとこれから

南伊勢町漁村活性化グループ

会長 百合本 能隆

1. 地域の概要

三重県のほぼ中央に位置する南伊勢町（図 1）は、熊野灘に面し、リアス海岸による天然の良港と多種多様な水産資源に恵まれ、戦前より一本釣漁業をはじめとする各種漁船漁業や大型定置網漁業が営まれてきた。これらに加え、昭和 50 年代よりまき網漁業が発展し、奈屋浦漁港は県下一の水揚量を誇っている。また、各地区の湾内では静穏な海域を活用し、昭和 30 年代からは真珠養殖や真珠母貝養殖、昭和 40 年代後半からはブリやマダイ等の魚類養殖も盛んに行われるようになり、当該地域は活気ある漁業の町として栄えてきた。



図 1 南伊勢町の位置

しかし、近年、磯焼け等の漁場環境の変化や水産資源の減少、魚価の低迷や漁業資材の高騰等の理由から厳しい漁業経営を強いられるようになり、廃業する漁業者が増えるとともに漁業後継者の不足や高齢化が問題となっている。

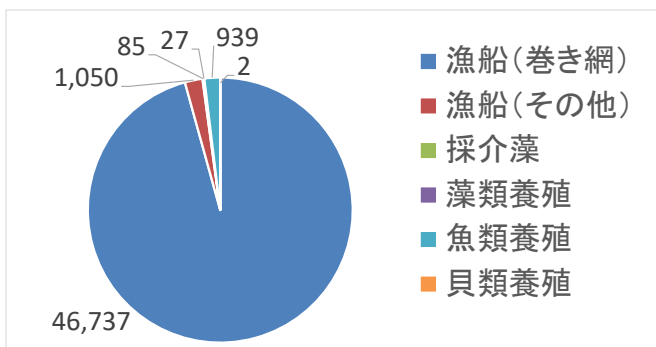


図 2 南伊勢町の漁業生産量 (トン、漁協調べ)

2. 漁業の概要

平成 31 年度における南伊勢町の漁業生産量は 49 千トン、漁業生産額は 5,118 百万円（漁協調べ）で、いずれも巻き網が多くを占めているが、額ではその他漁船漁業や魚類養殖も比較的多い（図 2、3）。浜プランの計画時（1 期と 2 期）で比較すると漁業経営体は 940 から 769 へと 15%減少して

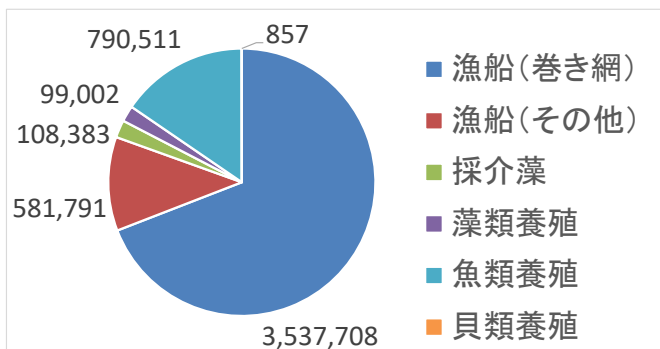


図 3 南伊勢町の漁業生産額 (千円、漁協調べ)

いる。

3. グループの組織と運営

南伊勢町漁村活性化グループは、平成 28 年 12 月に、漁村女性と水産会社、若手漁業者等を構成員として、「漁村地域の水産業の振興及び漁村の活性化等に向けた活動を行い、将来にわたる水産業及び漁村の持続的な発展に資すること」を目的として、設立された。当初のメンバーは、まき網会社 3、魚類養殖 2、定置漁業 1、地区女性部 5、漁協職員 3 であった。

4. 研究・実践活動取組課題選定の動機

設立に先立ち、メンバーに事業内容提案のアンケートを実施したところ、具体的な事業案から取り組む姿勢に関することまで非常に多岐にわたる意見が得られた。それらを基にして、規約や活動内容を会議によって決定した。

当初の事業内容は、

- 加工品開発、直売所や食堂の経営
- 消費拡大、魚食普及
- 付加価値向上
- 流通・販売の改善
- 交流による漁村地域活性化
- 漁業・養殖業の収益性改善
- 資源の増殖・管理、漁場環境保全
- 新規就業者の確保・育成

であった。活動回数は平成 28 年度は 3 回、平成 29 年度には視察を含めて 11 回、平成 30 年度は 7 回、令和元年度は 2 回であった（おさかなフェスタは平成 29 年度以降毎年参加）。

今回取組内容を発表しようとした動機は、これまでの活動によりギフトブックの製作等、一定の成果は得られたものの、活性化への道筋を示すまでには至らず、新たな活動が停滞しつつあったこと、新型コロナウイルスの感染拡大により、勢いがついていた町主催のおさかなフェスタが中止になったことで、グループの活動が無くなる事態となったことが背景にあり、これまでの総括を行ったうえで改めて活性化のためのスタートを切りたいと考えたからである。

5. 研究・実践活動状況及び成果

(1) カキ小屋の視察

南伊勢かきの普及と県外客の誘引のためカキ小屋事業を企画、平成 29 年 4 月 24 日に鳥羽の「焼きガキ孝志丸かきっこ」を視察し、(有)丸善水産にも協力を得て検討を

行った。鳥羽市浦村において、カキ小屋は10年で1～2軒が30軒を超えるほどに急増し、土日には渋滞が起こるほど繁盛するとのことであった。県外客は7～8割と多い。

視察により、事業に必要なノウハウが得られた他、小規模から始めたとしても増築できる場所を選ぶことが重要であることが明らかとなった。また、周辺に観光スポット等のルートがないと集客は厳しいと感じた。

後日、鳥羽の収支を参考にシミュレーションを行ったが、客単価を安くすると利益が出ず、カキ小屋単独での事業化は困難と考えられた。

表1 カキ小屋の収支シミュレーション

	客単価	人数/日	売り上げ	労務費	粗利	ガス代	電気代	その他	最終利益	備考
鳥羽(食べ放題)土日	2,600	120	12,480,000	1,200,000	6,288,000					原価40%
鳥羽(食べ放題)平日	2,600	30	6,240,000	2,400,000	1,344,000					
合計			18,720,000	3,600,000	7,632,000	1,000,000	200,000	1,000,000	5,432,000	
鳥羽(個別注文)土日	2,000	70	5,600,000	1,200,000	2,720,000					原価30%
鳥羽(個別注文)平日	2,000	20	3,200,000	2,000,000	240,000					
合計			8,800,000	3,200,000	2,960,000	500,000	200,000	1,000,000	1,260,000	
南伊勢(個別注文)土日	1,500	60	3,600,000	1,000,000	1,340,000					原価35%
南伊勢(個別注文)平日	1,400	20	2,240,000	1,600,000	-144,000					
合計			5,840,000	2,600,000	1,196,000	500,000	200,000	100,000	396,000	
南伊勢(個別注文)土日	1,100	70	3,080,000	1,000,000	1,002,000					原価35%
南伊勢(個別注文)平日	1,000	30	2,400,000	1,600,000	-40,000					
合計			5,480,000	2,600,000	962,000	500,000	200,000	100,000	162,000	

(2) アカモクの持続的利用に関する視察

カキ小屋の視察の際、対応していただいた漁業士から、外湾漁協内でアカモクを水揚げする際に参考となる情報を得た。アカモクは外湾漁協管内の各地に生えているが、南伊勢町内で水揚げ実態はなく、活用されていない。志摩市内では試験的な水揚げを行っているが、過剰な漁獲圧をかけると枯渇する懸念があることが知られている。これらのことから、今後、南伊勢町内で新たな資源として期待されるアカモクを持続的に利用するため、水揚げのルールおよびその経緯、ルール設定による影響、アカモクの単価や利用方法について先進地の視察を行った。

視察結果を参考にして、以下の通り今後のアカモク利用に関する計画を策定した。なお、氷見に比べ気温の高い南伊勢町では、前日刈り取ったものを翌日水揚げする場合、出荷前に保管する冷蔵施設が必要となる可能性があり、冷凍保存も含め検討していく必要があると考えられた。

1年目

- ① 試験操業を行い、刈り取り方法及び成熟の見極め方等を地区漁業権管理委員会と協働して進め、ノウハウの全体共有を図る
- ② 管内の資源量・生息地を水産試験場と連携して把握する
- ③ 漁業者に対して、洗浄や茎の除去など、出荷に関する技術的な情報を周知する

2年目以降

- ① 口開け期間や一日当たりの水揚げ数量など、水揚げルールを確立した上で本格的

な水揚げを開始する

② 付加価値向上に寄与するための加工等に関する情報を提供する

しかし、その後はアカモクはおろか、海藻類がほとんどみられなくなり、計画が実行できなくなっている状況である。海藻類消失は、黒潮大蛇行に伴う暖水流入に暖冬が重なり、顕著な高水温となったためと考えられる。今後、大蛇行の解消等によりアカモク資源が回復した時には計画を再開できるように備えておきたい。

(3) ギフトブックの製作・販売

南伊勢町は漁業生産量、生産額ともに県内1位であるにも関わらず知名度が低く、その製品についても地域内での流通に限られ、対外的な認知度は低いという問題があった。「モノ」があっても町外に出ていかない実態を解消することは、漁業のみならず町内の活性化に直結する大きな課題である。当グループはその課題を解決する一つの手段として、町の名産品を集めたカタログギフト(図4)による「南伊勢町」ブランドの育成を提案・実行した。

会議を重ね、検討した商品の特色は以下の通りである。

- ① ただ単純に商品名や数量、価格を掲載するのではなく、作り手の顔が見え、ストーリーとして商品をPRすることができる
- ② 選択された商品のリピート受注が期待されるだけでなく、その他商品も販売機会の増加が期待できる。
- ③ 海の町「南伊勢町」の認知度が向上し、来訪やふるさと納税等、将来的な購入者との関わりが期待できる。

作成時は10品目の登録があり、インターネット販売の他に、町民や出身者向けには内祝い、引き出物等の需要が、また、ふるさと納税の返礼品、各種イベントでの景品、企業間での粗品等の需要が想定された。

ギフトブックのURLは <http://gift.jimo.co.jp> で、令和2年12月10日現在の商品ラインナップは以下の通りとなっている。

- 養殖マダイセット
- ヒオウギ・貝柱セット
- アオサ
- ウツボ
- かつお削り節
- 南伊勢かき
- 鮮魚セット
- 活〆冷凍タコ

(追加登録が可能)

平成 30 年 6 月にギフトブックの販売を開始し、各種メディアにも取り上げられた。ふるさと納税の返礼品登録やイベント等でも販売促進に努めている。現在、2 年余り経過したが、これまで 191 部の売り上げがあり、養殖マダイセットが一番人気で、ソマの塩切り、生節、アオサの人気も高かった。一方で、ウツボ、南伊勢かき、ヒオウギ・貝柱セットは受注が少なかった。全体としては想定されたほど売れていない。もともと知名度のない所から始めているため大ヒットを期待しているわけではないが、地元や出身者にも余り利用されていないのは、商品価格に占める送料や運営会社の取り分が大きく、商品の内容の割に高価格となっていた可能性が考えられる。一方で、これらの商品に係るス



図 4 カタログギフトの一部

トリーに付加価値が期待される都市部ではインターネットサイト等で販売されたが、浸透するための時間も含め販促努力量が十分ではなかったかもしれない。

(4) おさかなフェスタ南伊勢への参画

南伊勢町では、『南伊勢町魚消費拡大応援条例』を定め、平成 26 年度から毎月第一金曜日を『魚々の日』、11 月を『南伊勢町魚消費拡大応援月間』としている。その中で、町と三重外湾漁業協同組合、その他関係機関との協働による、町をあげての魚消費拡大イベントとして「おさかなフェスタ南伊勢」を開催し、その会場として奈屋浦漁港を活用している (図 5)。

このイベントは、魚の物販や魚を使った料理の振る舞い、マグロの解体ショーやマグロの振る舞い等、水産振興及び水産物の消費拡大、地域経済の活性化など、魚食の普及促進のための内容となっていて、来場者数は多いときで 4,000 人ほどあり、町内だけでなく町外からも来場者が訪れるため、地元製品の PR や販売促進にも繋がっている。当グループは三重県まき網連合会の協力を得て、子供向けの「魚のつかみ取り」コーナーを担当し、企画、運営を行ってきた (図 6)。



図5 おさかなフェスタ南伊勢町のチラシ（イラスト图案は南伊勢高校 BSP 制作）



図6 おさかなフェスタにおける活性化グループの活動

フェスタでは、多様な主体が協働して南伊勢町をアピールしており、当グループが設立当初から目指している、「他機関との密な関係構築」、「他にないものを創造」、「遠隔地でも消費者とつながる」、「市場開放イベント」、「マグロ PR」などが達成された。おさかなフェスタは年々勢いを増し、これからも継続していくことで地域全体が活性化に向かうのではないかと期待も生じていたが、一時的なイベントだけでは当グループが目指す漁村活性化とは言えず、フェスタを活用した更なる取り組みが必要と考えられた。



図7 おさかなフェスタのスナップショット

図7 説明

左上から、鯖^{サバ}〜ガ〜、鯖^{サバ}〜ガ〜プチ、鮮魚販売の賑わい、南伊勢かきの試食、新商品開発（まぐろホルモンウィンナー）、タッチプール、たいみー焼き（南伊勢高校）、高校生によるマグロ解体ショー

しかし、令和2年度は新型コロナウイルスの感染拡大により、おさかなフェスタは中止を余儀なくされ、活性化グループの会議も開かれなくなった。来年度以降の開催についても、これまでのように賑わいを志向する手法で実施できるかどうか、不透明な状況である。

(5) 漁業者減少の要因と対策

著しく漁業者が減少し、高齢化している問題について議論を行ったところ、

- 贅沢はできないが、実は田舎で生活するだけの所得を稼ぐことは可能である。シーズンに応じた複合漁業を行えるため副収入にもなる。しかし、親も先生も他所へ行くとネガティブなアドバイスをすることにより地元に残る人間が少なくなっている一面があるのではないか。
- 物価上昇に対し魚の値段が変わっていないことが稼げない要因のひとつである。新たに参入したい人をどうサポートするのかを考えるべき。
- 昔磯遊びを行っていたような人は、今は他所で働いていてもいずれは戻ってくるのではないか。
- 地元の若手に漁場を優先的に使わせるようにすれば、一定の参入は見込めるのではないか。
- 漁業者自身が漁業の魅力が伝えられておらず、自ら漁業者を減少させている側面があるのでは。
- 安定を求める時代であるが、大学卒業後に漁業を選択するような、安定した職業になるよう活性化グループとして活動していきたい。

との意見が得られた。当地区においては、安定かつ高収入が見込める巻き網乗組員への就業希望は多いが、小型定置網等の自立した漁業者の場合、比較的安定した漁業であっても後継者がなく、漁場が空くことも起こっている。また、漁村は地区外からの参入に拒否反応を示すなど、閉鎖的な面を持っているため、漁業者は減る一方で、解決への道のみが見通せない状況となっている。議論を経て妙案が浮かぶまでには至らなかったものの、後継者を確保したいという強い気持ちはメンバー間で共有された。

(6) 今後に向けてのアンケート

これまでの活動を振り返り、新型コロナウイルスの感染拡大による社会的、経済的な

影響下で活性化グループを再起動するため、アンケートを実施した。

<Q この地域の魅力とは？>

- 人の手が加わっていない豊かな自然と食材
- その自然の中で育まれたきれいな（ゆたかな）心（を持つ人）

すべてのメンバーがこの地域の魅力を豊かな自然であると答え、さらに、多くのメンバーに共通して、そこに住む人の「心」や「人柄」が挙げられていた。一方で、古き良き状態が残された希少な存在であり、外から人を入れるべきではないとの意見もあった。これらはこの地区の自然の素晴らしさや、自然に囲まれて育つことの意義を改めて認識させるものであると同時に、「外の人」が「良くない」という閉鎖性を構成する意識に影響していると考えられる。

今後の漁村を維持するためには、外部からの参入を一定量考えていかざるを得ないと考えられるが、上記のような閉鎖的な意識を排他的な行動に転換させないよう注意深く進めていく必要がある。具体的には、少人数を受け入れて時間をかけて地域になじませ、互いに同じ自然の中で育まれた仲間という認識をもつことが重要であると考えられる。

<Q 魅力を活かすために必要なものは？>

- 地域全体の意識向上
- 体験（できる施設）
- 産業と就業者の確保（保護）
- 自然を守る

ここでも豊かな自然と、そこに住む人と産業を維持し、その良さを理解してもらえるように外からの体験者を受け入れることが必要との共通した認識が得られた。観光客を呼び込むというような儲かる話は考えておらず、皆が今の豊かな自然と漁村を維持することを望んでいることが確認された。

今回のアンケートで明らかになったメンバーの共通認識によれば、漁村の活性化とは今の自然や産業、そして人を維持活用することであり、大規模集客や最新技術を駆使した効率的な産業構造への転換等ではない。そしてその目標や方法は、大きなイベントや投資を必要とせず、コロナ禍を問題とせず、人の工夫と努力で何とか出来る、現況や身の丈に合ったものである。一方で、現状を放置すれば漁業者が減少し漁村の維持が困難になる状態が目前に迫っている。今後の活性化グループの活動は、漁業の後継者をサポートする役割を重視していくべきではないかと考えられる。

（7）取組の実感

活性化グループは当初、さまざまな業種に携わる人同士の交流を大切にし、どのようなことができるかを協議する場としてスタートした。答えを性急に求めることなく、形にとらわれない意見交換を続けてきた結果、多彩なメンバーはやる気もあって、フェスタ等のイベントでは大いに盛り上がる事ができた。もとより活性化グループだけで漁

村を元気づけようとは思っていなかったが、多様な主体と連携することで、大きな力を出せることがわかった。一方で、何かをしなければならぬという圧迫感を感じることなく進めてきたこともあって、明確な目標や活動内容を伴った活性化への道筋を議論するまでには至っていなかったことは反省点といえる。本年のアンケート調査結果から、漁村の活性化は花火や祭りのような一過性の行事ではなく、日々の取り組みによって達成されるべきものであることが改めて認識されたため、今後は各自の業務の中でも漁村活性化のための意識や行動を維持・拡散し、力を入れ過ぎることなく、しかし休むことなく取り組んでいきたい。

6. 波及効果

(1) 活動により得られた情報や他機関との連携

カキ小屋の経営やアカモクの資源管理についての情報は、今後、資源の有効利用や地域産業にとって有益なものであり、地域内外に対して、機を見て提供できるよう活性化グループとして努めていく。具体的には、単独では収益が十分ではない事業を組み合わせることで生計を立てることが可能になり、新規参入者の収入安定にもつながることが想定される。また、フェスタ等で培われた町内のネットワークを駆使し、漁業だけでなく収入も模索していくことで漁業者の生活の安定に寄与できると考えられる。これらのビジネスモデルも近隣他地域への波及効果が期待される。

(2) インターネットを利用した地域製品の販売

ギフトブックの製作・販売によってインターネットによる地域製品の販売についてのノウハウがある程度得られたことから、今後、地域内外の地域製品販売がより効果的に実施できるよう、アドバイスすることが可能である。

7. 今後の課題や計画と問題点

私たち南伊勢町漁村活性化グループはこれまで漁村の活性化のために議論を重ね実行してきたが、結局は新規漁業参入者を受け入れていく必要があるという結論に達した。その課題を達成するために、これまで培ってきた活性化グループの経験と人脈が役に立つと考えられる。

具体的な計画としては、これまでも新規参入者の受け入れの障壁となっていた漁村の閉鎖性を克服するため、今後新規漁業者になる場合、初めから自営漁業に着業あるいは弟子入りするのではなく、まず定置網の乗組員など雇用型の漁業に就業したり、地域おこし協力隊の制度を活用する等、「地域になじむ」時間を確保し、活性化グループが調整役として、新規就業希望者と漁業者や地域との間を取り持つ。そしてアカモクの試験操業、地域の水産加工品の販売など、段階を踏みつつ地域との関わりを多く設けていくことで、地域になじむことの手助けや自立までの収入源の確保が可能となると考えられ

る。そして、このような取組を進めて、活性化グループの仲間を増やしていきたい（図8）。

問題点としては、過疎化地域全般に言えることであるが、医療や学校などの生活に必要な施設が近くにないということが挙げられる。教育や医療の提供は漁村の努力だけではどうにもならないが、そこで生活するうえでは必要なことである。町を通じて県や国等に要望し、安心して漁村で暮らしていけるよう議論を続けていきたい。

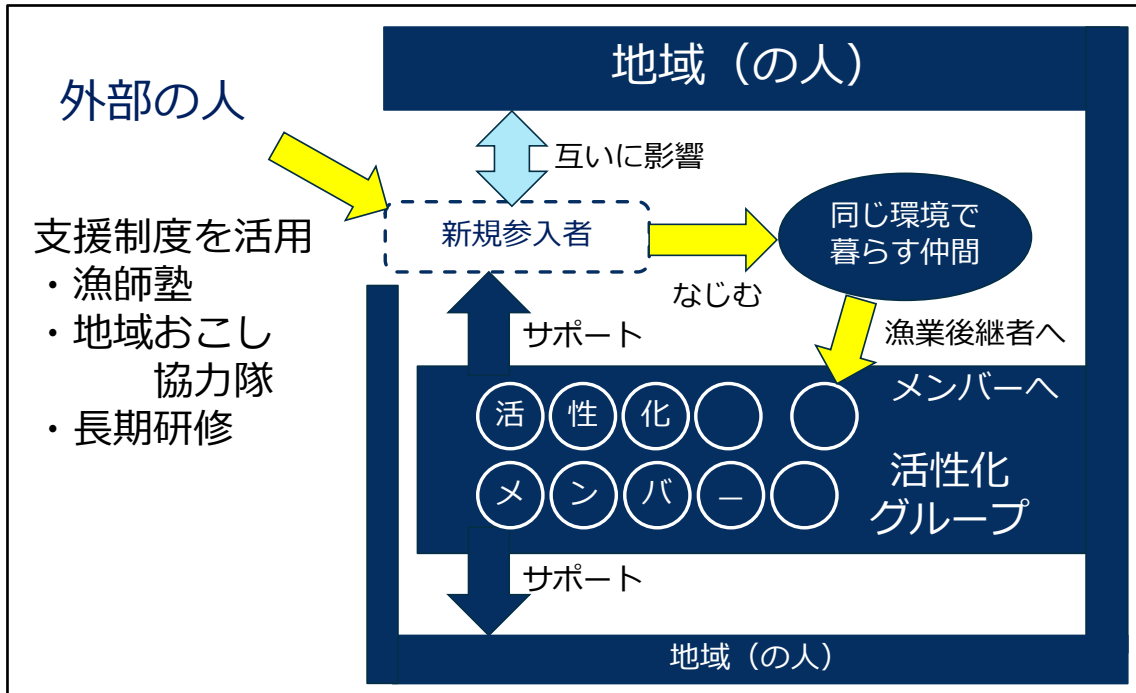


図8 今後の就業者確保のための活動模式図