

ブルー・ツーリズムを活用した地域興し ～住み続けたい 戻りたい地域を目指して～

奄美漁業協同組合大和支所
中村 修
(NPO法人TAMASU代表)

1 地域（国直）の概要

私が住む奄美大島は、鹿児島県本土から約 400 km 南に位置する、面積 712.35 km²、人口 61,242 人（平成 29 年 1 月 1 日現在）の島であり、私はサトウキビ栽培の発祥の地としても知られる大島郡大和村（人口 1,499 人）の、くになお国直集落で生活を送っている（図 1）。

国直集落は人口 116 人の小さな集落であるが、NHK 大河ドラマ「西郷どん」のオープニングにも登場する宮古崎やウミガメが産卵に訪れる国直海岸等、美しい自然に恵まれている。

また、八月踊り、舟こぎ競争等の伝統行事や、地元の食材を活かした様々な郷土料理等、文化的にも多様性に富み、市街地から遠く離れた環境の中で、住民が一体となり、どのようなことでも互いに助け合って取り組む土地柄であることから、非常に濃密な人間関係が構築されている集落である（写真 1）。

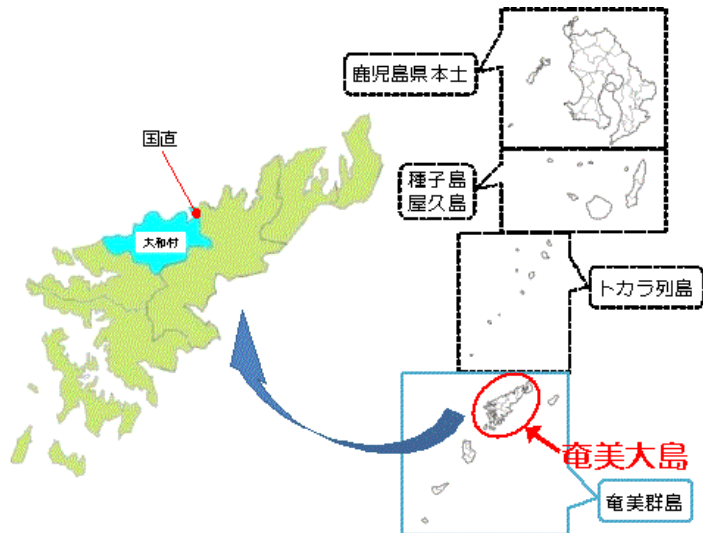


図 1 国直集落の位置



写真 1 国直集落の特徴

左上：宮古崎 右上：国直海岸

左下：舟こぎ競争 右下：郷土料理

2 漁業の概要

奄美漁業協同組合は、大和村、奄美市（名瀬周辺を除く）、龍郷町と、非常に広範囲を統括する漁協であり、瀬物一本釣り漁業を初めとする様々な漁法に

よる漁船漁業や、モズク養殖等が営まれている。正組合員 168 名，准組合員 833 名，計 1,001 名（平成 29 年度末現在）（図 2）で，奄美群島の中で最も組合員数が多い漁協であり，平成 29 年度の水揚量は 153 t，水揚金額は 1 億 3295 万円である（図 3）。平成 24 年頃，島内消費の落ち込み等が原因で水揚量・金額とも減少したが，その後，沖縄県のスーパー等との相対取引が開始され，安定した取引が可能となったことから，近年水揚量・金額とも増加している。

また，近年は船上での活け締め等の徹底等，魚介類の鮮度保持や衛生管理にも力を入れている。

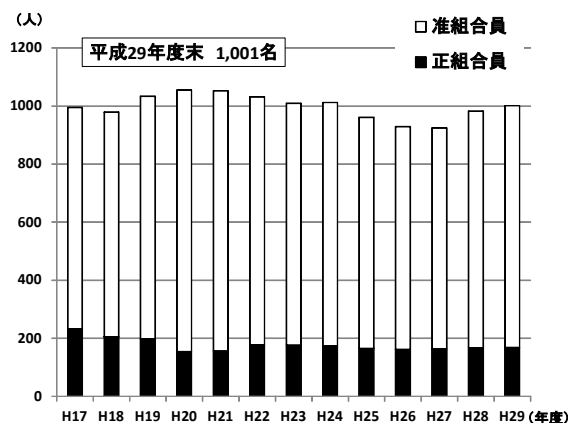


図 2 奄美漁協組合員数

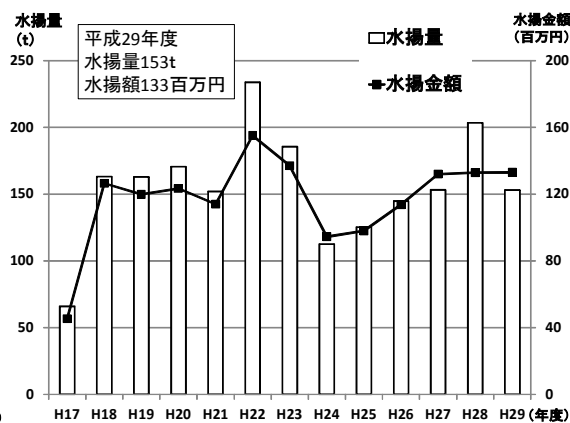


図 3 奄美漁協水揚量・水揚金額

私の所属する大和支所は，正組合員 26 人，准組合員 128 人であり（図 4），平成 29 年度の水揚量は 10.2 t，水揚金額は 985 万円で（図 5），一本釣り漁業を中心に，素潜り漁，矛突き漁，刺網漁などが営まれている。近年はブルー・ツーリズム（観光体験型漁業）の推進にも力を入れており，私を含め 3 名が体験者の受入を行っている。

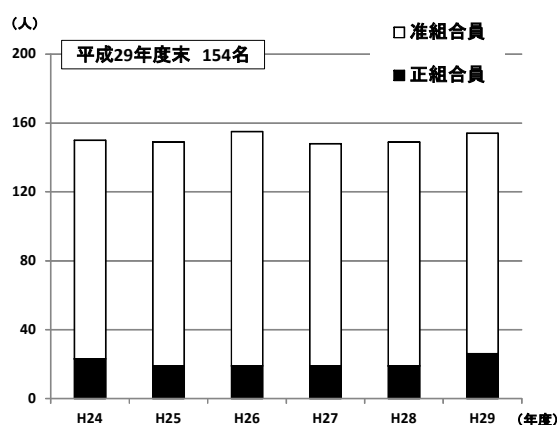


図 4 奄美漁協大和支所組合員数

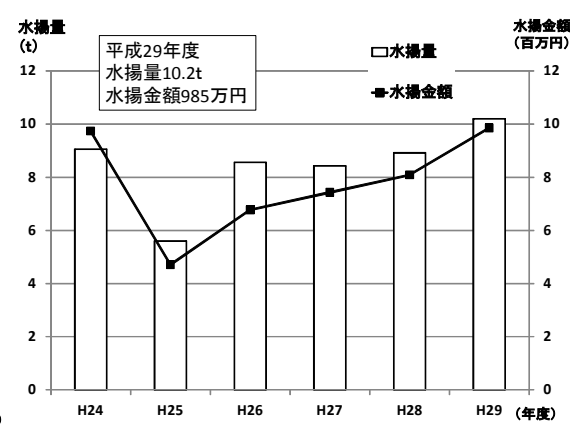


図 5 奄美漁協大和支所水揚量・水揚金額

3 地域興し活動開始に至るまで

私は昭和 43 年 3 月 4 日，国直集落で林業との兼業漁師（後に専業となる）

の息子として生まれた。幼い頃から父と共に漁に行き、当時は母が営む民宿に獲った魚を提供することの繰り返しであった。父は特定の魚種を大漁に獲る漁法ではなく、各時期における旬の魚を、潜り、網（主に刺網）、釣りと様々な漁法で漁獲しており、私も父の背中を見て漁法や魚種、漁場等を自然と覚え、漁業に必要な経験値が上がった。この時に知った海の楽しさを多くの人に味わって欲しいという思いが、将来ブルー・ツーリズムに取り組む大きな原動力となった。

私は、18歳の時に一度島を離れ、関東地方でアルバイト等をしていたが、25歳の時に生まれ育った奄美大島、特に国直で地域に根ざした事業を興したいという気持ちが強くなり、帰郷を決意した。

帰郷後は大和村役場に就職し、地域興しに関する事業を立ち上げるための必要なノウハウを学んだ。大和村職員として働く傍ら、素潜りによるイセエビ、コウイカ漁、刺網、シイラのほろ曳き等の様々な漁業に励んだ。

大和村役場には20年間勤務し、総務企画関係を中心に5カ所の部署を経験し、退職前の3年間は広報の仕事を担当した。当時私が「国直鮮魚店」という名のブログで情報発信していたことを村長が評価し、広報担当を命じたものである。広報担当をしていた時は、地域を巡回したり、取材したりすることにより、漁業や地域文化について改めて勉強する機会に恵まれ、人間関係のネットワークを構築することもできたことが、現在の地域興し活動につながる貴重な経験となった。



写真2 TAMASU設立

4 地域興し活動

平成27年3月、47歳の時に大和村役場を退職した後、特定非営利活動法人（NPO法人）TAMASU（以下TAMASU）を設立した（写真2、表1）。

TAMASUは、

地元の方言で「タマス分け」という言葉に由来しており、その意味は獲物を全員で分け隔て無く分配し、自然の恩恵に預かろう

表1 TAMASUの概要

組織	理事長1名(私)、副理事長1名、その他理事4名、監事1名、その他18名
会員数	当初20名(全て地元住民)、途中加入5名(全て集落外からの賛同者) 計25名
会員内訳	漁業者5名、その他農業者、会社員等
NPOに係る事業内容	①奄美大島の多様な自然環境及び伝統文化保全事業 ②観光の振興及び情報の発信による都市と農村の交流事業 ③人材や地域資源を活用したコミュニティビジネスの展開による地域活性化事業
その他事業内容	地域資源を活用した商品開発及び販売事業 (上記①～③に支障が無い限り。利益は①～③の事業へ還元)

というものである。TAMASUはその語源どおり、地域の宝物である自然、文化、人間のネットワーク等を守り、奄美大島に関わる全ての方々がその恩恵

を享受しようという思いのもとで設立したものであり、地域住民と共に将来像を共有しながら活動することが必要であると考え、法人形態をNPO組織とした。設立当初から現在まで私が理事長を続けている。

TAMASUの活動を行っていく中で、奄美漁協大和支所の理事から、「与論町ではロープ曳きトビウオ浮敷網漁業（以下トビウオロープ曳き漁業）のブルー・ツーリズムが実施されており、地域や漁業の活性化に有効だと聞いたので、TAMASUでも取り組んでみないか」という提案があった。この漁業は、私も含め地元漁業者に経験者がおらず、最初は戸惑いもあったが、以前は奄美大島（瀬戸内町）でも行われていたこと、準備や漁法（図6）が比較的簡易で、特殊な技術を必要とせず、ブルー・ツーリズムとして取り入れやすい漁法であり、地域興しへの活用においても魅力的な漁法だと感じたことから、この漁法のブルー・ツーリズムにチャレンジすることとした。

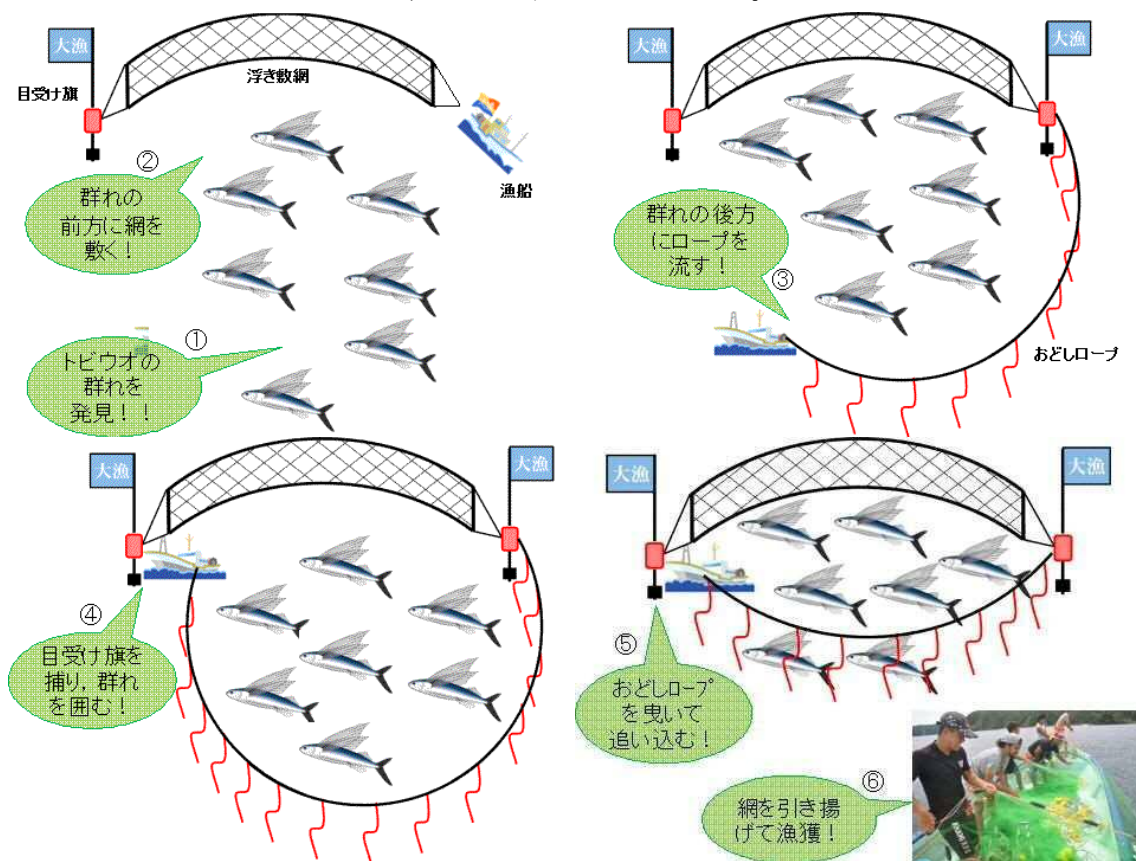


図6 トビウオロープ曳き漁業 操業の流れ

ブルー・ツーリズムとしての実施に向け、まず、トビウオロープ曳き漁業に必要なノウハウを学ぶため、与論町漁業協同組合へ研修に行った（写真3）。その研修では、漁業者から座学や実際の出漁により、漁具、操業の際の注意点等、様々なことを学んだ。

与論島での研修の後、平成28年度に、大和村から網と漁船を借り受け、地でトビウオロープ曳き漁業のブルー・ツーリズムを目指した取組を開始した

(写真4)。最初は与論町の漁業者が来島され、網の作製や、実際に操業しながらの技術指導等の協力を得た。初めのうちは網がうまく広がらず、また準備が不十分で網が絡んだりするなど、苦労の連続であったが、繰り返すうちにスムーズに操業できるようになり、確実に漁獲も上げられるようになった。

このように、地元漁業者のみでも十分に操業できる手応えを掴んだため、地元の方を対象としたモニターツアーを2回実施した(写真5, 6)。1回目のモニターツアー時に、参加者から事前の説明不足(全体の流れや、漁法そのものの説明)、操業中の指示方法(メガホンを使用しないと聞こえにくい)、現場到着までの時間の有効活用(移動中に色々と話を聞きたい)等の意見が出された。

そこで、2回目のツアーでは、イラスト(図6)を用いて漁法を分かりやすく説明し、現場までの移動時に漁業者が大和村のガイドを行い、操業中の指示をメガホンで行う等、修正して実施した結果、参加者から好評価を得られ、当該漁業のブルー・ツーリズムとしての商品化に向け大きな手応えを感じた。

翌年は、旅行会社の担当者を対象に、招聘事業(観光のプロの方に参加者として体験してもらい、意見をいただき、体験内容のさらなる充実を図るもの)を実施した(写真7)。当日は波が高く、当初予定していた船の乗り換えが不可能となった上、船酔いする参加者が続出する等、様々な苦労があった。しかし、トビウオは大漁で、その捌き体験、とれたての刺身の試食、夜には刺身、なめろう、塩焼き、唐揚げ等の料理を提供し、参加者には大満足してもらえたようであった。

一方で、プロの目から見た、船酔い対策(酔い止めの提供、現場での声掛け、確認等)、安全性の確保(救命胴衣の使用方法的



写真3 与論町漁協での研修



写真4 地元での試験操業



写真5 モニターツアー(1回目)



写真6 モニターツアー(2回目)

説明，船の乗り換え方法等の確立），参加者に喜ばれるための工夫（写真撮影等），他の体験との連携，商品としての売り出し方法（メディアやHP等の活用）等の意見が出された。

これらの意見を基に，このツアーがより充実したものとなるよう改善を続けてきた効果もあり，招聘事業実施後は，一般の方々からの申込が多くなり（写真8），親子会からの要望を受け，子供の野外学習を兼ねた体験として実施したこともある。

平成29年度には約10組を受け入れたが，体験された方々は皆満足した様子であった。このように，徐々に多くの方々にトビウオロープ曳き漁業が知られるようになってきており，地元漁業者との交流，地域活性化にも繋がってきていると感じている。

他にも，体験型観光として様々な体験メニューの提供を行っている。例えばその1つに，地元の80歳代の女性に指導者になってもらい，アオサ摘み，加工，試食を体験してもらう「アオサ摘み体験」があるが，これは地元のおばあさんと体験者のコミュニケーションが図られ，参加者に好評価を得ている。

その他にも，ふくぎナイト，宮古崎つつじウォーク，ウミガメミーティング等，国直の

自然，文化等を活かした40種類以上の体験の受入を行っている（写真9）。

これらの取組における私の役割は，コーディネーターとして体験メニューの企画，広報，販売を手がけることであり，体験者への対応には漁業者，農家，伝統芸能技術者といった地域の人材を活用するように心がけ，地域住民が主体となった体験作りを目指している。各体験は地元住民と体験者との貴重な交流の機会になるとともに，地域住民と観光客が一体となり，国直集落の自然・文



写真7 招聘事業



写真8 一般客受入



写真9 T A M A S Uでの体験受入

左上：アオサ摘み体験 右上：ふくぎナイト

左下：ウミガメミーティング

右下：宮古崎つつじウォーク

化を守り、育てることに繋がるよう心がけている。

今後は、大和村が実施している交付金事業等と連携して、これらの体験型観光を、大和村内の他の集落へも拡大し、その際にTAMASUがそのワンストップ窓口となり、観光客受入の他、人材育成や情報共有等を含めた体制作りを行っていきたいと考えている。

5 成果

これまでトビウオロープ曳き漁業をはじめとする、体験型観光に取り組んできたことによる主な成果が3つある。

1つ目は、魚食普及への貢献である。ブルー・ツーリズムにおいては、漁獲した魚等を食べる機会を必ず設けている。多くの人にとって、食べるという体験は最も喜ばれるものであり、普段水産物を獲り、捌き、食べるという経験がなかなかできない子供たちにとっては、それらを学ぶ貴重な機会となっている。

また、海の幸をふんだんに使用した郷土料理（写真 10）の提供は、食文化の伝承も同時に行えるメリットもある。今後は、トビウオの干物（写真 11）やアンチョビー（トビウオのアンチョビー風）等を商品として売り出し、観光と併せて更なる6次産業化の推進に繋がりたいと考えている。

2つ目は、体験受入人数増加に伴う漁業者等の所得向上である。TAMASUの体験受入人数は、平成27年度には120人であったが、平成30年度には10月末現在で635人に増加している（図7）。これに伴い、TAMASUの売上金額も、平成27年度には約61万円であったが、平成30年度には10月末現在で約316万円に増加しており（図7）、収支実績においても毎年黒字を計上している（図8）。漁業者が指導に携わっている体験に限ってみても、毎年多くの漁業者の協力を得て



写真 10 トビウオを用いた郷土料理



写真 11 トビウオの干物

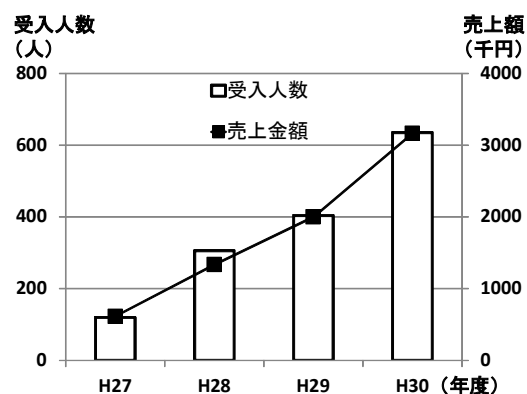


図7 TAMASU売上・受入人数
（平成30年度は10月末現在）

実施しており、売上金の還元も確実に
行っている（表2）。体験型漁業という漁業
と観光の融合により、新たな収入源を得
られたことが、漁業者の所得向上に繋が
っていると考えられる。

3つ目は、雇用拡大である。TAMASU
では、これまでその運営にあたり、
TAMASUの活動に賛同される漁業者
などの地元の方を延べ25名雇用して
おり、昨年度までは全て非常勤雇用であ
った。しかし、今年度は大和村の観光関連
事業の受託もあり、1名

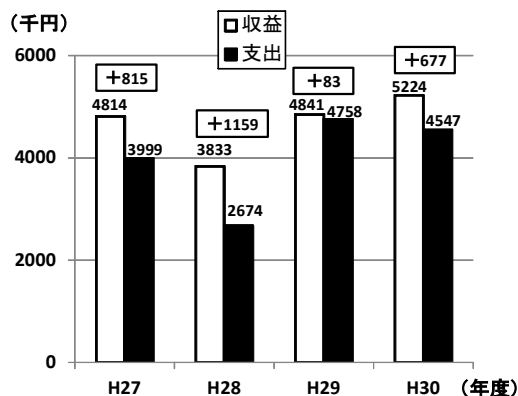


図8 TAMASU 収支実績
(平成30年度は見込み)

表2 漁業者による体験受入・収益状況

(漁業者・TAMASU
U会員)のみではある
が常勤雇用を確保す
ることができた。今
後は常勤雇用を増や
していき、地元での
若者の雇用、漁業
後継者の育成に繋
げていきたい。

ツアー名	年度	開催回数	参加人数	売上額	(単位:回,人,円)	
					漁業者数	漁業者収入
とびうお漁ツアー	H28	2	11	11,000	8	8,000
	H29	5	23	66,000	20	52,000
	H30	4	28	92,000	16	73,000
ウニ割り漁ツアー	H27	3	101	303,000	6	242,000
イセエビ漁ツアー	H27	1	1	5,000	2	4,000
	H28	2	13	64,000	4	51,000
泳ぎ釣りツアー	H28	4	13	50,000	8	40,000
	H29	13	44	179,000	26	143,000
	H30	15	35	193,000	30	154,000
ホロ引き漁ツアー	H28	3	8	45,000	6	36,000
合計		52	277	1,008,000	126	803,000

6 波及効果

様々な体験型観光による観光客受入の結果、国直が観光地であると多くの人に認識され、多くの観光客が訪れるようになり、国直集落の観光地としてのブランドが確立されてきている。特に今年度はNHK大河ドラマ「西郷どん」のオープニングに宮古崎の映像が使用され、観光地としてマスコミ等に取り上げられることで、宮古崎やその近くにある国直海岸、及び集落の認知度向上及びイメージUPに繋がり、遠方から国直の体験や集落民との交流のみを目的に来島されるコアな国直ファンの方もいる程である。

また、これまでの活動の成果や「西郷どん」効果による交流人口の拡大により、国直集落が賑わい、観光地と認められ、インフラ整備されることにより、集落内がきれいで住みよい環境になっている。

観光地化に成功し、評価が高まることにより、地域住民が地元を誇りを持ち、地域のことをさらに理解し、より良くしていこうという意識が強くなってきている。地域住民の意識の変化が、持続可能な地域作りに役立っているのではないかと考えられる。

7 今後の目標

これまでの取組において、所得向上、雇用創出、交流人口拡大等、目の前の目標については、少しずつではあるが進歩してきていると考えている。

しかし、集落住民へ、観光及びその影響に関する現状、及び今後の展望等についてアンケート調査を行ったところ、50%の方から観光客の増加により何らかの不快な思いを経験したという回答があった。その主なものは、騒音やゴミ問題等による環境悪化、地元住民とのトラブルの増加による治安の悪化、交通事故・海難事故等の増加等である。

国直集落に限ったことではないが、このような観光の発展に伴う地域への悪影響は決してあってはならない。それを防ぐためにも、観光はあくまでも地域作りの手段であり、目的ではないということを常に意識し、集落住民と将来像を共有した観光地作りを目指していきたい。

私が特定非営利活動法人の活動や、ライフワークとしてこれから取り組むことは、一度地域を離れた若者が、再び戻ってきたいと思えるような地域（写真12）、さらに、地域の人々が観光と生活を両立させ、いつまでも住み続けたいと思うような地域（写真13）を作ることである。国直集落において構築されている濃密な人間関係は、地域住民が一体となり、持続可能な地域作りを心がけて取り組んできたからこそのものであると考える。今後もそれを心がけて取組を続けることで、さらに濃密な人間関係が構築されることにより、私が理想とする地域作りも必ず達成できるものと確信している。

そのために、ブルー・ツーリズムをはじめとする体験型観光に取り組み、その目標に向け、日々精進していく所存である。



写真12 いつかは戻りたい地域



写真13 いつまでも住み続けたい地域