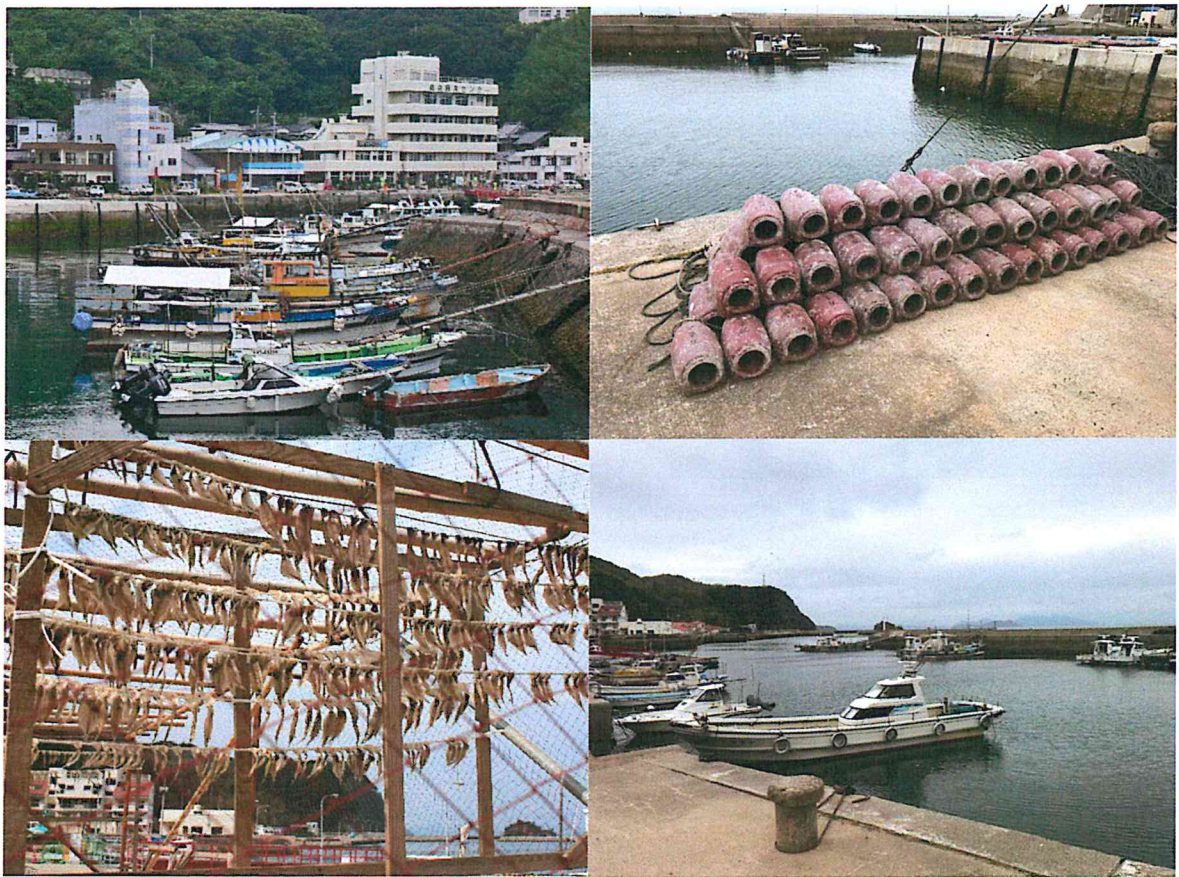


離島漁村における地域おこしプランの提案

—愛媛県上島町・魚島における事例—



愛媛県立弓削高等学校

3年 村上凜花

1. はじめに

日本の離島は豊かな海の恵みを生かし、古くから漁業を盛んに行っている。もはや漁業は離島地域の伝統産業の一種とも言える。しかし、海外からの魚介類の大量輸入による価格の下落、国民の食生活の変化などにより、水産物の需要は低下している。そのため、漁業が不振に陥り、漁村の人口や、漁業の担い手である若者は急激に減少している。特に、離島漁村では流通の面で大きなハンディキャップがあるため、コストの上昇は大きな問題である。このように、離島漁村は様々な課題を抱えており、漁業を主力産業としている多くの日本の離島・漁村は消滅の危機に直面している¹。この研究では、上島町魚島を例に挙げながら、全国の離島漁村における課題の解決に向けてプランを提案する。

2. 上島町魚島の現状と課題

上島町は愛媛県と広島県の間に点在する芸予諸島の中でも北東に位置する離島である。特に魚島は瀬戸内海の中央に位置する孤島であり、本州四国からは車と船を乗り継ぎ、約2時間の移動時間を要する。対象地域の海域は島嶼部特有の海峡等の地形により複雑な潮流が発生するため漁船漁業の良好な漁場である²。文献によると、江戸時代から大阪へ鯛を送っていた歴史があり、魚島の鯛がきたことを「魚島が来た」と表現されるなど、古くから漁が盛んであった³。しかし、この魚島でも全国の離島漁村と同じ課題が発生している。

以下の表1は、魚島における5年ごとの人口推移である。

表1：魚島の人口推移⁴

魚島	人口			世帯数	年齢別人口								
	総数	男	女		15歳未満 (年少人口)			15～64歳 (生産年齢人口)			65歳以上 (老年人口)		
					総数	男	女	総数	男	女	総数	男	女
平成17年	278	130	148	159	13	6	7	130	69	61	135	55	80
平成22年	228	117	111	130	16	9	7	117	70	47	95	38	57
平成27年	194	101	93	122	10	5	5	97	57	40	87	39	48

表1より人口は10年間で80名以上減少している。また、平成27年には老年人口が年少人口の約9倍になっており、少子高齢化が進んでいることがわかる。次に表2は5年ごとの魚島の漁業の現状についてまとめたものである。

表2：魚島の漁業の推移と現状⁴

魚島	漁業経営体			漁船				海上作業 事業者	陸上作業最 盛期の陸上 作業従事者	新規就業者		
	総数 (経営体)	個人 (経営体)	会社 (経営体)	無動力 漁船 (隻)	船外機付 漁船 (隻)	動力漁船				総数 (人)	個人経営 体の自家 雇われ	漁業 雇われ
						隻数 (隻)	トン数 (t)					
平成15年	31	30	1	-	1	40	184.9	55	42	-	-	-
平成20年	28	28	-	-	3	37	149.6	44	50	-	-	-
平成25年	22	22	-	-	-	30	117.6	18	16	1	1	-

漁師の人数が減少しているにもかかわらず新規就業者は過去10年間で1人しかいない。経営体も減少傾向にあり、それに伴い隻数と漁獲量ともに減少していることがわかる。

3. 上島町魚島の流通ルート

実際に魚島の漁師の方を対象とした聞き取り調査では、流通についての課題と解決への取組も挙げられた。魚島の漁師の一部は、多くの漁村の流通ルートと同じように、図1のような産地から取引先・消費者までいくつもの市場や業者を仲介していることがわかった。そのため効率が悪くなり水産物の鮮度低下、売れなかった魚の廃棄、コストの上昇といった問題点がある。また、生産者の顔が見えにくいいため、取引先・消費者との距離があり、信頼関係が構築しにくいようだ。

しかし、一部漁師の間では、図2のような流通経路が確立されていた。このルートでは、仲介の業者や市場が全く存在せず、取引先・消費者と産地が直接結びついているため、鮮度の維持、コストの削減、生産者の見える化、企業との信頼関係の構築を実現している。また、魚島の漁師は一船買い

という契約をしているため、収入が安定しているようだ。この流通ルートを他の離島や漁村でも取り入れることができれば、安定した収入により漁業の担い手不足に歯止めをかけることができるのではないかと考える。

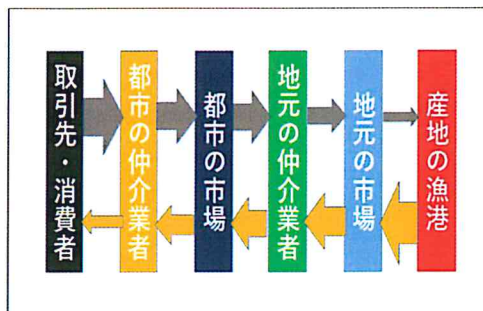


図1：一般的な流通ルート

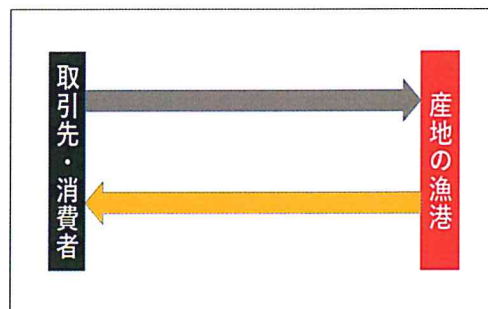


図2：魚島独自の流通ルート

4. 魚島の漁師に対するアンケート調査

魚島の課題を明確にするために、魚島の漁師（17名）に対してアンケート調査を実施した。その内容を表3および図3、アンケート結果を表4に示す。

表3：アンケート質問項目

アンケート質問項目	
1	年齢
2	漁師歴
3	個人の漁獲量の変化について
4	現在の水産物の運送方法について
5	漁以外の作業で大変なこと
6	インターネットで水産物の宣伝を行っているか いいえと答えた場合 今後行いたい
7	インターネットの使用（宣伝）について
8	今抱えている課題

図3：アンケート用紙

表 4：アンケート結果

	1. 年齢	2. 漁師歴	3. 漁獲量	4. 運搬方法等		5. 漁以外の作業で大変なこと	6. インターネット	7. インターネット使用	8. 課題は
				運搬先	運搬方法				
1	50代	19	減少	仲買	個人で船輸送	三原まで船で出荷すること	いいえ・いいえ	不得意	魚価の低迷
2	70代	56	減少	仲買	個人で船輸送	福山まで船で出荷すること	いいえ・いいえ	不得意	高齢化
3	50代	35	減少	漁協	集めて船輸送	魚の絞め作業	いいえ・いいえ	不得意	高齢化による漁師の減少
4	60代	43	減少	仲買	個人で船輸送	福山まで船で出荷すること	いいえ・いいえ	不得意	漁獲量の減少
5	70代	53	減少	仲買	個人で船輸送	三原まで船で出荷すること	いいえ・いいえ	不得意	漁獲量の減少
6	60代	49	減少	漁協	集めて船輸送	魚の箱詰め作業	いいえ・いいえ	不得意	漁獲量の減少
7	70代	54	減少	漁協	集めて船輸送	魚の絞め作業	いいえ・いいえ	不得意	漁獲量の減少
8	50代	22	減少	漁協	集めて船輸送	魚の絞め作業	いいえ・いいえ	不得意	高齢化による漁師の減少
9	50代	20	減少	漁協	集めて船輸送	魚の箱詰め作業	いいえ・いいえ	不得意	漁獲量の減少
10	60代	45	減少	漁協	集めて船輸送	魚の箱詰め作業	いいえ・いいえ	不得意	漁獲量の減少
11	40代	20	減少	漁協	集めて船輸送	魚の絞め作業	いいえ・いいえ	不得意	高齢化による漁師の減少
12	70代	55	減少	漁協	集めて船輸送	魚の絞め作業	いいえ・いいえ	不得意	漁獲量の減少
13	70代	55	減少	仲買	個人で船輸送	三原まで船で出荷すること	いいえ・いいえ	不得意	漁獲量の減少
14	70代	52	減少	漁協	集めて船輸送	魚の箱詰め作業	いいえ・いいえ	不得意	漁獲量の減少
15	60代	44	減少	仲買	個人で船輸送	福山まで船で出荷すること	いいえ・いいえ	不得意	漁獲量の減少
16	60代	16	減少	漁協	集めて船輸送	魚の箱詰め作業	いいえ・いいえ	不得意	漁獲量の減少
17	80代	68	減少	仲買	個人で船輸送	福山まで船で出荷すること	いいえ・いいえ	不得意	漁獲量の減少

アンケート回答率は 100%であった。表 4 からインターネットを使った宣伝をしている漁師は現在いないことがわかった。また、魚島の漁師は 60 代、70 代の人 が 64%を占めており、インターネットの使用を不得意としている人がほとんどのため、宣伝はしたいが自分たちだけではできないと考えている人が多い。そして、漁獲量の減少は全体の課題であり、そのほかにも魚価の低迷や高齢化による漁師の減少などがあげられた。

5. 「インターネット」を利用した流通経路の拡大と宣伝について

これらの課題を解決するために私はコンサルティング会社を設立し、インターネットを利用した新たな流通経路の開拓と水産物の宣伝を提案する。

このコンサルティング会社では、離島漁村でのインターネットを利用した流通ルートの拡大を行う。現在、Amazonをはじめ、インターネットを利用した流通経路が日々拡大されている。しかしながら、魚島はもちろん全国の離島漁村においても、あまりインターネットを利用したマーケティング市場は開拓されていない。現在、多くの離島漁村で少子高齢化が進んでいるため、アンケート結果からわかる通りインターネットを得意とする人は少ないからだ。そこで、インターネットマーケティングを実用化するためにコンサルティング会社を設立し、インターネットマーケティングを使用した流通ルートを確認する。マーケティング

グを行うサイトの設立から水産物の運送方法、消費者との取引方法までの一連の流れを、漁師・漁協に教えることで持続可能なインターネットマーケティングでの流通を行うことができる。サイトを設立し、そこに漁協や地域の漁師が水揚げをした魚の写真や、関係者の顔写真を添付し、離島でとれた水産物をインターネット上で公開・販売する。これにより、インターネット上の消費者は安心して買うことができ、また全国に流通することが可能になる。そして魚島独自の流通ルートのように仲介業者や市場を経由しないため、浜値が下がらないなど多くのメリットがある。

6. 新規ルートの開拓と雇用の創出

さらに、このコンサルティング会社では、インターネットを利用した流通ルートだけでなく、現在多くの漁協で使用されている従来のルートに加え、この会社で新たなルートを開発していく。例として、魚島独自の流通ルートや地元の流通ルートの確立を行う。これにより漁協は新たな流通先を手に入れることができ、魚島の水産物をより多くの人に知ってもらったり、地元の人に愛される組織を創造したりできるというメリットがある。また、漁協だけでは行うことができない離島漁村自体の宣伝をこの会社が行う。これは漁師の方が獲った魚などを中心に離島漁村の良さなどをアピールしていく。これにより島のブランド化を実現させ、歴史的価値や離島漁村独自の文化の継承も同時に行うことができる。そして、起業することにより離島漁村に雇用を創出し、地元住民の雇用、島への移住者、若者の増加を実現させることも可能である。また、漁協と共同で離島漁村の水産物を使用した商品開発を行うことで、漁獲量が減少している中でも収入を増加させることが可能になる。この商品開発は漁協と共同でアイデアを出し合うことでより良い商品を開発できる。漁協が漁師から買い取った水産物から、離島漁村をアピールできるような商品を開発し宣伝することで、漁村の良さをより多くの人に知ってもらうことができると考える。

7. まとめ

離島漁村での地域おこしプランを提案するにあたり、漁村での新しい会社の設立をはじめ、島民全員が一体となり行える事業、漁業活性化による島の存続・発展を考えた。そして1つの小さな離島漁村でも十分地域おこしを行うことが可能だと考える。しかし、このプランを実行するにあたり、今後新たに課題も起こりうるであろう。その際には、地域の人々と協力し、課題解決に取り組むことで持続可能な地域おこしプランの実現を可能にする。

8. 参考文献

- ¹ 離島漁業・漁村の活性化に向けた政策学的研究
- ² 魚島の漁業振興と地域社会の魅力
- ³ 桜鯛と魚島季節
- ⁴ 上島町役場ホームページ