

講義 4

「漁業×観光、官民で進める」 連携のあり方 ～三重県鳥羽市



講師：鳥羽市観光課 課長補佐

高浪 七重 氏

◎Profile

三重県鳥羽市出身。鳥羽市役所に入庁後、市民課、会計課、税務課を経て観光課へ。現在、観光振興に携わって7年目。東日本大震災直後の2011年4月に観光課に異動したことがきっかけで「観光地の防災対策」に取り組む。以後、漁業と観光の連携促進、観光地の雇用対策など、観光分野だけでは解決できない課題に取り組む。

コメンテーター：公益財団法人日本交通公社 観光政策研究部 主任研究員

菅野 正洋

農業に比べて連携が難しいと言われる漁業との連携を、10カ年（平成27～36年度）の「漁業と観光の連携促進計画」を策定し、取り組みを進めている三重県鳥羽市。地域の主産業である漁業関係者に対して、観光サイドが行政を巻き込み、観光産業の意義と連携の重要性を訴え、働き掛けてきた事例について学びました。それぞれの関係性を変えるに至った強い想いをお話いただきました。

鳥羽市は日本で一番 海女が多いまち

今回の講師の中では唯一の行政スタッフですので、行政の立場から、現在鳥羽市で取り組んでいる異業種連携、漁業と観光との連携についてお話ししたいと思います。

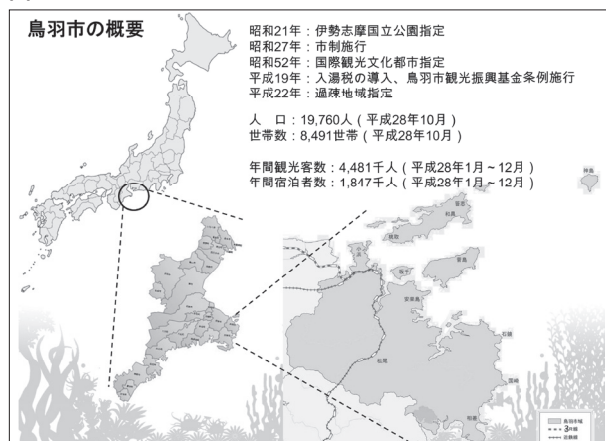
私は観光課には7年在籍しており、行政の中では長い方かもしれません。観光協会が非常に大事な存在だと考えており、地域の観光振興組織が力をつけるための支援をしていると思いつながら仕事をしています。

私は市役所でしか働いたことがなく、役所に入所してからは市民課と会計課、税務課で20年を過ごし、ほぼ外に出ずにずっと数字を眺めて仕事をしていました。税務課では税金の徴収担当で、滞納整理をしていました。

鳥羽は観光地ということもあり、また私が税務課にいた頃は景気が悪かったのか、観光業者が非常に苦しんでいらしかったのを覚えています。倒産や夜逃げをした宿泊施設に入っているいろいろなものを差し押さえたり、差し押さえたものを売ったりしていました。

その後、2011年（平成23年）4月に観光課に異動になりました。その1カ月前に東日本大震災があり、観光は自粛ムードの頃でした。何もわからずに観光課に来て、すぐに取り組み始めたのが観光地の防災対策です。そこで、観光振興をやっているだけでは解決できない課題がたくさんあり、観光産業も、いろいろな分野と連携しないと発展しないということがだんだんわかってきました。

図1



鳥羽市について簡単に説明します。志摩半島で一番突き出たところの先端に位置する鳥羽市は日本の真ん中辺り、三重県でも真ん中辺りに位置しています（図1）。平成の大合併の時も合併せず、2016年（平成28年）の人口は1万9,760人で減少傾向にあります。

非常に小さな市ですが、観光客は年間に約448万人訪れ、そのうち宿泊客数は約185万人です（平成28年1～12月）。宿泊施設が市内に約160軒あり、一日の収容人数は約1万6,000人です。

鳥羽市には人が住んでいる有人離島が4つあり、これらの島に人口の5分の1に当たる4,000人弱が住んでいます。鳥羽市の玄関口となる、JRと近鉄の鳥羽駅から歩いて5分ほどの場所に鳥羽マリンターミナルがあり、ここは島民が通勤通学で使っている船の発着場所です。私も島の出身で、中学から本土の学校に通っていたので、船で通学していました。

鳥羽市は日本で一番海女が多いまちです。海女とは素潜り、素手で漁を行う女性の漁師のことで、世界では日本と韓国にのみ海女がいると言われています。日本には約2,000人おり、そのうちの約550人が鳥羽にいます。

海女は主に海藻や貝類を獲っています。貝はサザエなども獲りますが、アワビは価格が高いため収入源になっています。アワビがたくさん獲れば、海女の収入が上がるということになります。

海女が海に入れる時期は非常に厳しく制限されています。時期は地区ごとに異なり、獲ってもよい貝の大きさなども決まっています。これは海の資源を守り、枯渇を防ぐことに重点を置いているからだと思います。

図2



海女は約3,000年前から漁をしていたと言われており、古くから持続可能な漁をしてきた歴史文化があります。海女漁の技術は国の重要無形民俗文化財に登録され、これを契機としてユネスコの無形文化財の登録を目指し、鳥羽市では隣の志摩市と一緒に頑張っています。

鳥羽の海女は、観光面でも非常に活躍しています。2012年(平成24年)に任命された鳥羽市の観光キャンペーンガールは、祖母、お母さん、娘さんという3代の海女です。50年ほど前の鳥羽市の観光パンフレットでも海女を使っていたのですが、今も海女の写真がメインです。

2013年(平成25年)には「海女姿100人キャラバン隊」と称し、海女100人が海女着の姿で鳥羽から名古屋に近鉄で移動し、新幹線、東京メトロを乗り継いで、東京まで鳥羽のPRに行きました(図2)。新幹線は一両丸ごと海女が乗っていました。東京メトロに一度に100人が乗れるかなと思いましたが、迷子になってはいけなと全員で同じ車両に乗りました。

募集方法は、「東京にPRに行きます」と鳥羽市の広報でお知らせして公募しました。非常に反応が早かったです。120人ほど応募があり、先着順で100人を選びました。高齢の方で東京に行ったことがない海女も多かったのですが、海女着姿で行くという提案にもすぐに手を挙げていただけました。大きな話題になったので、広告換算額で5億円くらいのメディア露出になりました。

鳥羽市を支える2大産業、 漁業と観光の現状

鳥羽市の2010年(平成22年)の産業別就業者数を見ると、第一次産業が12%を占めています(図3)。これはほぼ漁業です。第三次産業は65%で、こちらは飲食や宿泊業も含む観光業が主体です。両方を合わせると8割近くになり、漁業と観光が鳥羽市を支えていることがわかれると思います。これら2つの産業の現状について紹介します。

日本全国に共通する傾向だと思いますが、昭和63年(1988年)に2,980人いた鳥羽市の漁業者数は平成20年(2008年)には1,866人と約1,000人減っています。鳥羽市には15の漁協支所がありますが、どここの支所でも漁業者が減っています。

各支所の海女の数も昭和53年(1978年)と平成26年(2014年)を比べると急激に減っています(図4)。ただし、平成22年(2010年)と26年を比較すると、3つの支所で数人増えています。理由はわからないのですが、海女を観光的にアピールすることで海女になりたいという人が少し増えたのかもしれない。

海女が獲るアワビの漁獲量の推移を見ると、昭和40年(1965年)頃に急増しているのがわかります(図5)。理由は、この頃にウエットスーツの着用が始まったからではないかと言われています。

観光的には白い海女着を着用していますが、今の海女は黒いウエットスーツを着て漁をしています。海の寒さから身を守ることで長く潜れるので、たくさん獲れるのですが、この頃にたくさん獲り過ぎたのではと考

図3

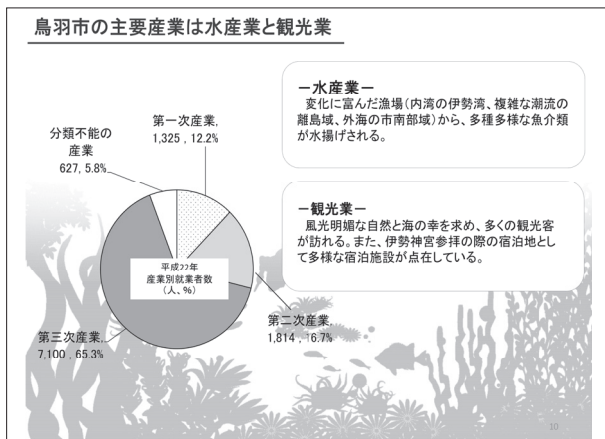
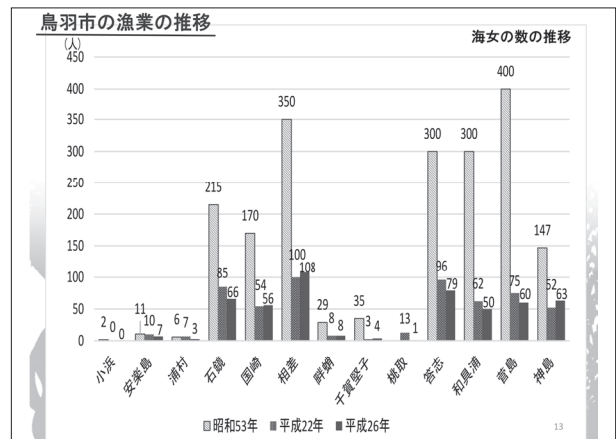


図4



えられていて、その後はずっと減少傾向にあります。

平成に入ってから、ピーク時の5%くらいしか獲れていません。海女が減ったから漁獲量が減ったのか、アワビが減ったから海女が減ったのかはわからないのですが、今はアワビも海女の数もどんどん減っています。

観光については、(公財)日本交通公社が2009年(平成21年)に実施した「JTBF旅行者動向調査」で鳥羽市に対するイメージのアンケートを行いました。最も多かった回答が「海の幸がおいしい」で58.2%、次に多かったのが「海、山などの自然環境がいい」で47.9%、「海女や漁師など漁村文化が豊かである」が35.9%で3番目という結果になりました。

同じ調査で、観光客の鳥羽市への来訪目的として最も多い回答率だったのが「美味しいものを食べる」で約4割を占め、鳥羽市に期待することは「地域性豊かな食の提供」が約5割でした。

2011年(平成23年)には鳥羽市民の観光交流に対

図5

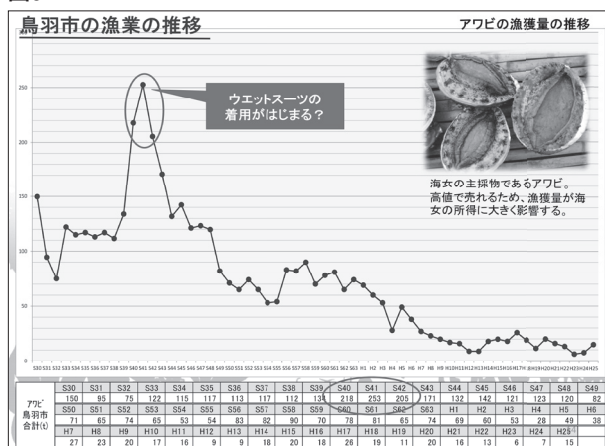
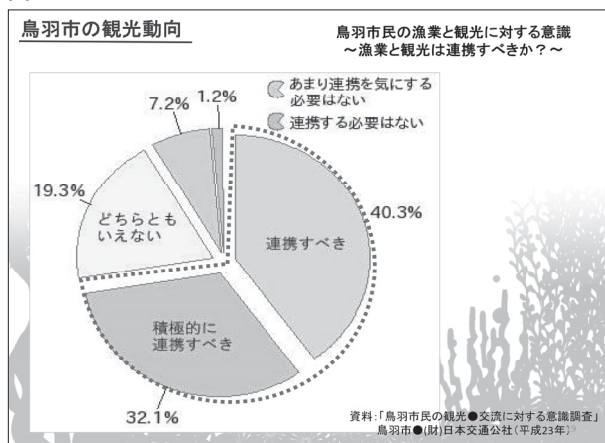


図6



する意識についても調査を行いました。その中で「漁業と観光は連携すべきか」と聞いたところ、「連携すべき」が40%、「積極的に連携すべき」が32%で、合わせて72%となりました(図6)。この数字はその後、漁業と観光の連携に取り組む上で私の気持ちの大きな支えになりました。

漁業者と観光業者の距離感とそれぞれの思い

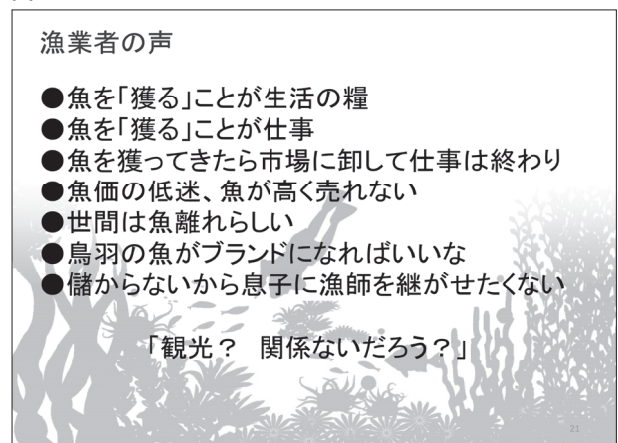
連携する前の漁業者と観光業者は近い関係ではなく、かなり離れた状態にあったと思います。それぞれがどうしているかを紹介します。

漁業者の主な声をまとめたのがこちらです(図7)。鳥羽漁協の15支所の中で一つだけカキを主に養殖している支所があり、漁師が観光客を相手に牡蠣小屋を運営したり、自分たちで外に売するための営業努力をしています。そこは観光と非常に密接な関わりがあり、観光客は関係ないという意識はありません。

しかし、それ以外の支所は、市場に魚を卸したら仕事は終わり、漁師が獲っている魚は、鳥羽に来ていた観光客も食べているわけですが、そういう意識はありませんでした。鳥羽の魚をブランド化できれば儲かるのは漁業者なので、本当は漁業者がブランド化に向けて取り組みをしなければいけないのですが、そういうノウハウがないので「なればいいな」で終わっています。

一方、観光業者の声がこちらです(図8)。鳥羽観光の一番の売りは海の幸ですが、最近では漁獲量がどん

図7



どん減っている現状があります。魚介類が獲れなくなったら、そもそも漁師や海女がいなくなったら、鳥羽の観光はどうなるのか。観光業者はそういう危機感を感じていながらも、漁業者と接点がなく、関わることも難しいと考えているのが現状でした。

こうした声をどうやって私が見つかったかという、2011年(平成23年)に観光課で行った宿泊産業の活性化推進事業がきっかけです。鳥羽には旅館組合が10ありますが、そのうちの9組合と一緒に地域資源を見直し、地域資源を掘り起こし、さらに魅力づけをするというワークショップを行いました。一つの旅館組合につき年間3~5回ほど開催し、年間で合計40回ほど行いました。

地域資源は何かというと、やはり海や海産物、海女などが挙げられました。漁業は鳥羽にとって非常に大事であり、漁業者ともっと近い関係になることが必要だと思っている旅館組合がほとんどでしたが、実行はできていませんでした。

漁業者は減っていますが、もっと儲ければ後継者が増える。観光業者は観光客に美味しい魚を提供したい。それによって観光業も発展する。両者の利害が一致しているわけです(図9)。漁業と観光はまちにとって大事な産業であり、もっと連携すべきだと7割以上の市民が考えています。

だったら、連携してやっていくしかないということで、最初に声を上げたのは観光業者でした。一緒に何かやった方がお互いのためになる、このままでは両産業とも衰退してしまうのではという危機感から、両者が一つのテーブルにつくことになりました。

図8

観光業者の声

- 鳥羽観光の一番の売りは海の幸
- 美味しい魚介類が年中豊富
- 夏はアワビ、秋から伊勢えび、冬は牡蠣
- 1年中、魚介類が豊富で有りがたい

↓

最近、漁獲量に変化が出てきたようだ。
鳥羽の魚介類が獲れなくなったら・・・
そもそも漁師や海女がいなくなったら・・・
鳥羽の観光も痛手を受けるのでは・・・

「何とかしたいが、漁業者と接点がない。」

鳥羽市観光協会が鳥羽市観光課に声をかけ、観光課は農林水産部門に声をかけ、行政と観光業者と一緒に漁業者にアプローチしました。アプローチ先は15の支所を持つ、鳥羽磯部漁協でした。

しかし、スムーズにことが進んだかという、観光業者の中にも行政の中にもいろいろな意見がありました。私も「失敗するから」「他でやっていないよ」「ムリでしょう」など、いろいろ言われました。

確かに、農業と観光の連携は検索すると結構出てくるのですが、漁業と観光は出てこないんですね。ちょっと怖かったのですが、必要だから声が上がらるわけで、できそうなことだけを実現するのもつまらない、どうせやるなら他ではやっていないことをやろうと、夢を実現させる気持ちで臨みました。

これは漁業者と観光業者と鳥羽市が、漁業と観光の連携について合意した時の文章です(図10)。くじけそうになると、これを読み返しては「漁業の進展なくして観光業の進展なし」と思い、事業を進めています。

図9

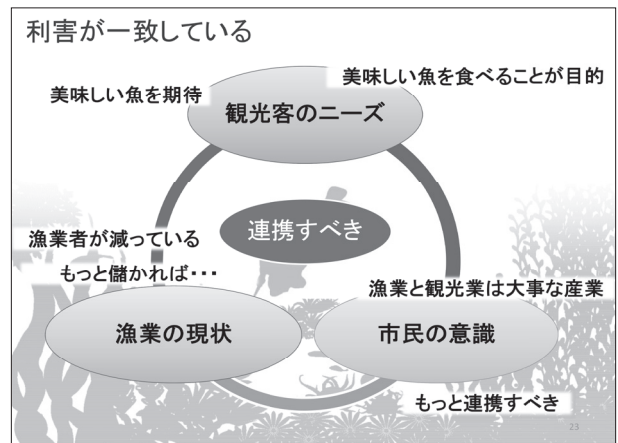


図10

鳥羽市の基幹産業である漁業と観光業は、これまで鳥羽市の地域経済の発展のために多大な貢献をしてきた。

しかし、漁獲量の減少、魚価の低迷、燃油の高騰などが起因し、漁師の後継者不足が深刻な問題となっている。

また、観光業においても、全国的な観光競争の激化および消費の低迷や国内市場の縮小により、鳥羽市を訪れる観光客は減少し、漁業と同様に観光業においても後継者問題が深刻化しているところである。

鳥羽市を訪れる多くの観光客の目的は、鳥羽で獲れる美味しい海の幸であり、

「漁業の進展なくして観光業の進展なし」

と叫ばれるようになった。

このような課題背景を受けて、鳥羽磯部漁業協同組合(漁業者)、鳥羽市観光協会(観光業者)、鳥羽市(行政)の三者がタッグを組んで、本市の漁業と観光業が連携を図り、それぞれの強みと魅力を生かした事業展開を行うことで、地域経済の発展を目指すことに合意した。

そこで、漁業者への膝を交えた聞き取り調査の実施を通じて、平成26年度に「鳥羽市●漁業と観光の連携促進計画」を策定し、その計画に基づいた中長期的な漁業と観光の連携事業の実施による地域再生を図ることとした。

漁師100人のヒアリングで とにかく「聞くこと」に徹する

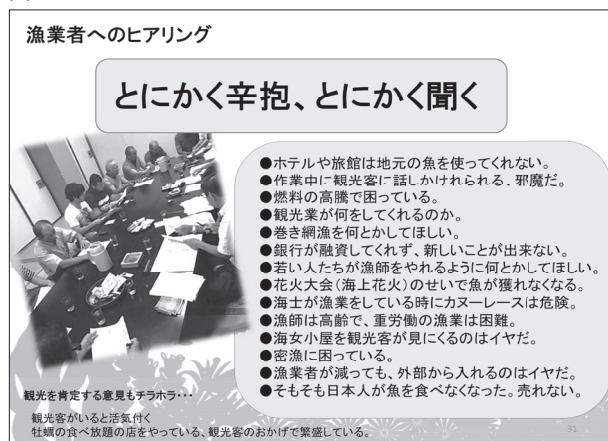
漁業と観光の連携事業は、2014年（平成26年）から始まりました。7～9月の2カ月にわたって、最初に行ったのが漁業者へのヒアリングです。市内15の漁業支所を対象に、約100人の漁師から観光に対する考え方、漁業の現状について聞き取りました。ヒアリングの場には、漁協の職員や地元住民、観光協会の会員や行政、銀行の方なども出席しました。なかなか緊張する2カ月間でした。

協力的で肯定的な話をしていただいた支所もありましたが、いろいろな意見が出ました。主な意見がこちらです（図11）。ホテルや旅館は地元の魚を使ってくれない、銀行が融資してくれないので新しいことができない、若い人たちが漁師になれるように何とかしてほしい、などです。「何とかしてほしい」という抽象的な言葉は何度も言われました。

作業中に観光客に話し掛けられると邪魔だという声や、観光業者がいる目の前で「観光業は邪魔だ」などと結構ひどいことも言われましたが、「とにかく辛抱、とにかく聞くこと」に徹しました。その一方で、邪魔だと言われた後に、「じゃあ集合写真を撮りましょう」と観光協会の人が出て、皆で記念写真を撮ったりして、観光業者はすごいなと思いました。

鳥羽の漁師の平均年齢は62歳で、そのうち18%は後継者がいますが、8割は後継者がおらず、自分の代で終わるということでした。だから高齢化するという問題を抱えていて、不安も大きくなります。ヒアリング

図11



を行ってみて、もしかしたら漁業者はこうした想いを誰かに言いたかったのかもしれないと思ったりもしました。観光業者にぶつける話ではないかもしれませんが、誰かに話す機会が欲しかったのではと思います。

ヒアリングから見えてきた漁業者の不安感をまとめると、左側の図のようになります（図12）。収入が不安定だから先行きが不安になり、子どもたちには継がせたくない、だから高齢化が進んで漁業者が減少する、漁獲量は減少し、収入が不安定という「負のスパイラル」に陥っていると言えます。

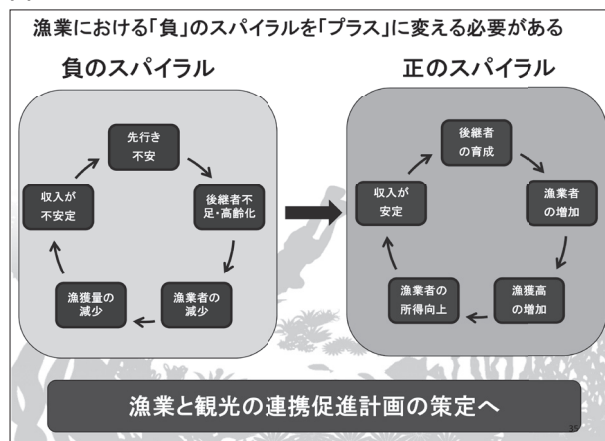
漁業と観光が連携することで、右側の図のような「正のスパイラル」に変えることができるのではと考えました。特に重要なのが、「漁業者の所得向上」→「収入が安定」という部分です。魚がたくさん獲れても安かったり、買ってくれる人がいなければどうしようもないので、そこに観光業者が関与できればと考えました。

連携をいち早く市民に公表して 「退路を断つ」

ヒアリングを2カ月行った後、漁業と観光の連携計画の策定へと進みますが、並行して行ったのが漁業と観光の連携についての公表です。2014年（平成26年）11月に漁業組合長、観光協会長、市長を集め、私が司会進行を行い、市長室で1時間の三者対談を実施しました（図13）。これから漁業と観光が連携するので、お互いに協力しようという対談です。

連携について総会を開く前のタイミングでしたが、とにかく連携するということを公表して、既成事実を

図12



作りたいという想いがありました。この対談は2015年（平成27年）1月1日発行号の鳥羽市広報誌で4ページの特集として掲載しました。対談にはテレビ局や新聞記者も呼んで取材してもらいました。

こういうことをやりたいという意欲は自分たちで考えているだけでは伝わらないと思い、市報を通じて市民にとにかく意欲や熱意を表現したいと考えました。やってしまったら後戻りはできないということで、私が勝負だと思った最初のポイントだった気がします。

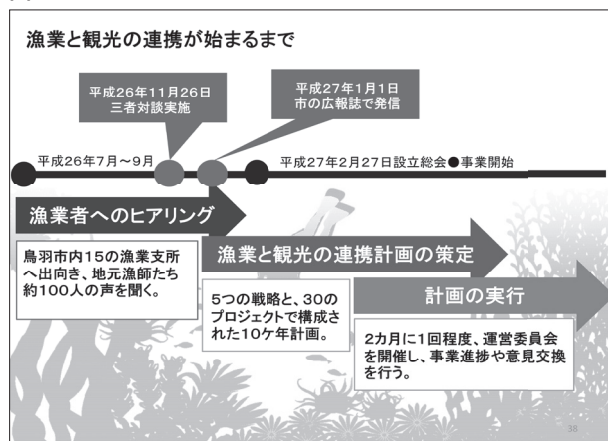
そして、漁業と観光の連携計画の策定を進めました（図14）。鳥羽市の観光施策は鳥羽市観光基本計画に基づいて行われていますが、基本計画をちょうど作り変える時だったので、その中でも、重点戦略の一つとして漁業と観光の連携を入れました。ですから、漁業と観光の連携は関係者だけでなく、鳥羽市の観光指針に位置づけられています。

連携計画は2014年（平成26年）末頃に完成し、5つの戦略と15の施策、それを具体化した30のプロジェクト

図13



図14



トで構成された、10年計画となりました（図15）。上は観光的な視点で、下に行くほど漁業的な視点となっています。

しかし、この計画に対しても「全国のどこにでもある計画だね」「こんなこと昔からやってるよ」などと、親しい人からも言われました。ショックでしたが、実行しているところはなかなかないのだから、私たちは誇りを持っていい、とにかく耐える、まずは実行と考えました。

このような講義で「耐える、耐える」と繰り返すのはどうかと思いますが、新しいことに取り組むには大事なことだと思います。今でもそういう気持ちで取り組んでいます。

そして、2015年（平成27年）の2月27日に設立総会が行われ、計画の実行に移りました。各組織で行うこともあれば、連携してやることもあります。2～3カ月に1回程度、漁業と観光の連携促進協議会の運営委員会を開催して、漁業者、観光業者、行政の三者が集まり、事業の進捗確認や意見交換などを行ってきました。皆が言いたいことを言い合う非常に自由な会議で、そういう中で面白い意見が出てきて、新しい取り組みにつながっていったと思います。

「漁業と観光の連携計画」の5つの戦略

漁業と観光の連携計画の5つの戦略について、それぞれに基づいて実施している具体的な内容を説明します。

図15



【戦略1】 情報発信～鳥羽の“海の恵み”を伝える

「海女姿100人キャラバン隊」の時は電車を乗り継いで行ったので、次は「飛行機だね」という話になり、観光関係者から「海女 (AMA) とANAで何かできないか」という提案がありました。

そこで、機内食に鳥羽の水産物を提供できないか全日空に話をしたところ、「ANA×AMAの連携事業」として、国際線ファーストクラスで鳥羽産の海苔を提供することができました (図16)。鳥羽は質のよい魚介類が豊富ということを発信できたのはもちろん、漁業者にとっては、国際線ファーストクラスに自分たちが養殖した海苔が出るのは大変誇らしいことだと思います。全日空のキャビンアテンダントにも鳥羽に来ていただきました。

その他の事業としては、丸の内タニタ食堂にメニューを考案いただき、鳥羽産の鯛を使った野菜あんかけをランチで提供していただきました。これまでは、こうした水産物の提供についてなかなか調整できなかったのですが、漁業と観光の連携を始めてからは漁業者との距離が近くなり、全日空やタニタといった民間企業への提案がしやすくなったと思います。

【戦略2】 地産地消～鳥羽の“海の幸”を食べる

漁業者へのヒアリングで「鳥羽には伊勢海老やアワビだけではなく、他にもおいしい魚がある」という意見をもらいました。サワラがおいしいという声が出たので、さらに話を聞くうちに、一年中獲れるので安定供給ができ、ブランド化に向いていることがわかってきました。これも、漁業者から話を聞かなければわか

りませんでした。

サワラは漢字で魚偏に春と書きますが、鳥羽で一番サワラがおいしい時期は脂がのる秋から冬にかけてです。どうやっておいしさを知るかということ、サワラの脂ののり方を機械で測っています。

今、鳥羽サワラのブランド化に向けて取り組みを進めています。行政、漁業者、観光業者の他、大学の先生などにも入っていただき、会議をしています。宿泊業者を招いて、サワラの料理方法も検討している最中で、今年度中には何かしらの形になると思います。

その他、学校給食への地元の魚の提供があります。どんな食材が学校給食で出されているか教育委員会に調査に行ったところ、漁業のまちでありながら、魚が出されるのは一カ月に2回ほどで、しかもシャケなど鳥羽では獲れないような魚が出ていることがわかりました。そこで漁協と協力し、鳥羽の魚を子どもたちに食べてもらおうということになりました。

また、鳥羽市内の宿泊施設は夕食には力を入れていますが、朝食については特徴的なところが少なかったため、朝食に力を入れようと、朝食プロジェクトを立ち上げました。特に離島で、鳥羽の魚を使った朝食を出そうという取り組みをしています。

煮魚を食べた後の骨にお湯やお茶をかける「医者殺し」という食べ方が伝わっていて、そういうのも面白いということで、提供しようという話になっています。そうした朝食を食べられるプランを、ネットエージェントを通じて販売しています。

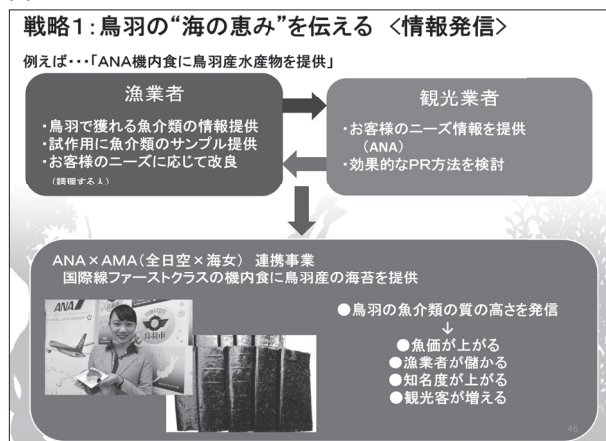
【戦略3】 鳥羽うみ体験～鳥羽の“海”を体験する

鳥羽では、漁業や水産資源を活かした体験プログラムが魅力的だと考えられますが、漁業の最盛期に漁業者は観光客を相手にしてられず、体験をさせる時間はありません。

そこで考えたのが「ワカメ養殖作業体験」という、観光客に離島でワカメ養殖のお手伝いをしてもらうプログラムです (図17)。海上での作業は無理なので、獲ってきたワカメを干す作業を陸で体験し、1泊3食付きで1人1万5,000円です。そのうち体験料として3,000円が漁業者に入ります。

港に集合してオリエンテーションを行い、島へ移動

図16



して宿にチェックインし、宿にきた漁師に漁業や島についてお話をさせていただきます。翌朝に作業場へ行ってワカメを切ったり干したりという作業を手伝います。その後、鳥羽の島を散策して終了となります。簡単なお手伝いですが、それでも漁業者にとっては人手になりますし、観光客にとっては貴重な体験になるので、非常に喜ばれています。

その他、海女文化と歴史を学ぶツアーを造成し、販売しています。昨年、伊勢志摩サミットが開催された際には、漁業者や行政、宿泊施設など総勢約80人が協力して、海外メディアを招いた歓迎晩餐会と海女文化を巡るツアーを実施しました。

【戦略4】 鳥羽うみ育成～

「鳥羽うみ」の“文化”と“恵み”を生かし、育てる

「海女さん応援基金」を作り、その基金に寄付できる宿泊プランを造成しました(図18)。宿泊プランは海女が獲ってきたアワビを夕食で提供するなど、海女に

図17

戦略3: 鳥羽の“海”を体験する <鳥羽うみ体験>

例: ワカメ養殖作業体験

【ワカメ養殖作業体験料金とスケジュール】

1泊3食付き1人 15,000円
※この内、体験料として約3,000円が漁業者の収入となる。

1. 港で集合、オリエンテーション実施
2. 島の宿へチェックイン
3. 地元漁業者が宿に向き、漁業と島についてお話
～～宿泊～～
4. ワカメ養殖業者の作業場へ向かう
5. ワカメ養殖作業の説明を受ける
6. 島内の食堂で地元の食事を堪能
7. ワカメ養殖作業(ワカメ切り、ワカメ干し)を手伝う
8. 島内散策
9. 終了、市営定期船で帰路

図18

戦略4: 鳥羽うみの“文化”と“恵み”を生かし、育てる <鳥羽うみ育成>

例えば・・・海女さん応援基金付き宿泊プラン造成販売

漁業者

- 海女の漁獲高を増やすための検討
- アワビの稚貝放流の増加
- 海の環境保護を目指す

観光業者

- お客様のニーズ情報を提供
- 海女を活用した観光施策の検討
- お客様の満足度の向上

「海女さん応援基金付き宿泊プラン」とは、宿泊施設に宿泊した宿泊料金の一部を基金に積み立て、その資金を海女さんを応援する事業や海の環境を保護するための事業に活用する。

例えば、宿泊料金が一人15,000円の宿泊施設に宿泊・支払いをした場合、宿泊事業者が、その1%の150円を基金に積み立てて、水産振興などに活用するというもの。

お客様

●宿泊料金
●15,000円

宿泊施設

●宿泊料金の1%
●150円

基金

●各宿から宿泊料金1%積立

海女さん応援事業実施

●アワビ稚貝放流等

関連する内容で、お客様が支払った宿泊代金の1%を基金に積み立てます。そのお金でアワビの稚貝放流など、海女の支援事業を実施します。

2015年(平成27年)7月から2016年(平成28年)1月までの約半年間、じゃらんでこのプランを販売し、約1,000万円の売上がありました。約10万円の基金を積み立て、それに寄付金を合わせて約4,000個のアワビの稚貝を購入して放流しました。ただ放流すればよいわけではなく、稚貝は伊勢エビやタコの餌になってしまうので、海中の岩場の陰に置くなど、捕食されない工夫が必要です。そのため、海女に協力いただき海に潜ってもらいました。

宿泊業者が海女の応援に役立てることはないかと発案したアイデアから、このような宿泊プランが作られました。最初、彼らは基金に3～5%出すと言っていました。結構大きな金額になるので1%でどうかと提案したところ、快諾され、今も継続しています。

その他、「鳥羽HOSUプロジェクト」という取り組みもあります(図19)。日本中どこにでも「干す」文化はありますが、鳥羽市は干したアワビである熨斗鮑、神様の食事である「神饌」として伊勢神宮に納めてきた歴史があります。それを代表に、魚介類を干す食文化を発信しようという取り組みです。

「干す」という字はローマ字表記にしました。それぞれに意味があり、Hはホスピタリティ(Hospitality)と健康(Health)、Oはオーシャン(Ocean)、Sは太陽の恵みということでSun、Uはちょっと無理矢理ですが無限に続くという意味でUnlimitedを表しています。関連イベントも3年続けて行って、1年目は伊勢エビを

図19

戦略4: 鳥羽うみの“文化”と“恵み”を生かし、育てる <鳥羽うみ育成> その他事業

●鳥羽HOSUプロジェクトの推進

●鳥羽の「干す」文化と海女文化の継承、魚食の普及を推進

神様の神饌(食事)として伊勢神宮に献納される熨斗鮑(アワビをかつらむきし、熨斗で干したもの)を代表的な「干す文化」として発信。その他にも鳥羽には「干す文化」が根付いている。

H おもてなし(Hospitality)、健康(Health)

O 天恵の海(Ocean)

S 太陽(Sun)

U 無限(Unlimited)

1,000個干しました。2年目はタイ、3年目はアワビでどちらも1,000個干し、観光的な話題づくりを狙っています。

【戦略5】 漁業活性～鳥羽の産業が再び元気になる

漁業後継者の育成は重要な課題で、1人でも2人でも増やしたいところですが、そもそも地元で若者がおらず、新規で漁業者になってくれる人もなかなかいません。では外から入れようかということで、国の地域おこし協力隊事業を使って海女を募集しようと考えました。

2013年（平成25年）にNHKでドラマ『あまちゃん』が放映され、海女が全国的に有名になったこともあり、都市部に海女になりたい人がいるのではと考えました。とはいえ、地元の人たちが了解してくれる必要があるので、海女が多い2地域に行き、それぞれの海女組合の人たちを集めて相談しました。

一地域には海女が40人いますが、一人だけが賛成、あとは全員反対でした。もう一地域も反対する人が多かったのですが、現状に危機感を持っていて、「面倒を見てもいい」と言ってくれた人がいたので、地域おこし協力隊制度を使って海女を募集しました。

すると、東京・名古屋・大阪といった都市部から6人の応募がありました。面接の結果、2人に海女見習いとして来てもらうことになりました。今も新たに募集しています。この他、漁師の見習いも募集して、離島で後継者の育成をしています（図20）。

「鳥羽の男前」と書かれたポスターに写っているのは地元の養殖業者で、漁師のかっこよさを発信したいということで作りました。これも漁業者と観光業者の

連携によって生まれたものです。

他に、アワビの稚貝大型化の研究や、アワビは広い海の中でなかなか出会えず産卵しにくいので、一つのカゴに雄と雌のアワビを入れて、産卵を促すといった実験もしています。また、栄養豊かな海にするため、鳥羽の森林を伐採して土に日光を当てることでミネラル豊富な水を作る取り組みも行っています。

取り組みの効果は漁業と観光の風通しがよくなったこと

連携事業は3年目に入りましたが、いろいろな事業をやっている、説明したのはその一部です。ただ、小さなことばかりで大きな効果が見えにくく、皆が焦っている状態です。漁業と観光の連携をしている仲間の中にも、思い切ったことをやりたい人もいれば、本当に効果があるかどうか調査分析してからやりたい人や、優先順位やコストを考えたいという人もいて、いろいろな想いがあります。皆、真剣なのでごく悩んでいます。

しかし、この事業をやった効果もあります。それは漁業者や観光業者がこの連携事業に頼ってくれるようになったことです。何か事業をやりたいと思った時、「じゃあ漁業と観光の連携でやろう」という場合も多く、何より漁業者と観光業者の風通しが非常になりました。漁業者は最初はとても頑なでしたが、今は「こういうことをやりたい」と言うと反対されることはなく、快く一緒にやってくれるようになりました。

去年は、2回目の漁業者ヒアリングのために各支所に行きましたが、最初の時は苦情ばかりだったのに、2

図20

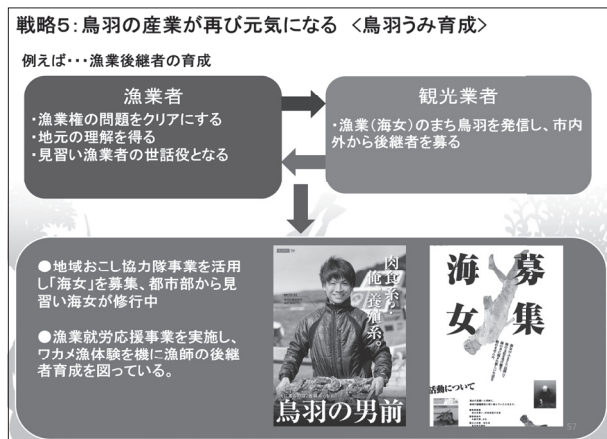
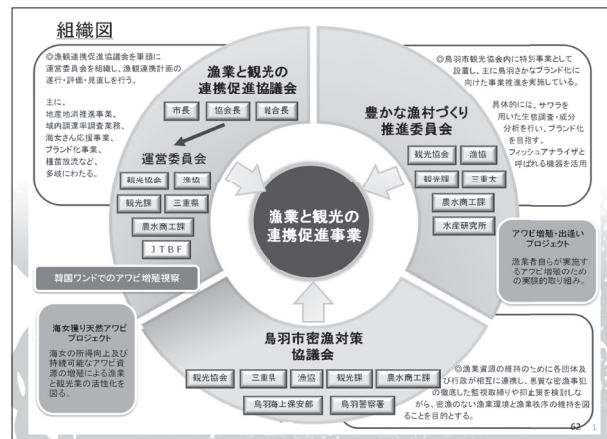


図21



回目は「うちはタコが有名だからタコまつりをやらな
いか」といった提案をされるなど、非常に変わりました。
たった2~3年でこんなに変わるのかという印象です。

これは連携を推進している現在の組織図です(図
21)。左上の「漁業と観光の連携促進協議会」が最初
に発足した組織で、2カ月に1度、運営委員会を開いて
います。事務局は観光協会です。行政が担当すると、
担当者が何年か変わってしまうわけですが、観光協
会は観光事業に携わる専門組織で、継続して携わるこ
とができるので、行政は陰の力となり、観光協会が表
に出るといった形にしています。

他にも、「鳥羽市密漁対策協議会」や、鳥羽の魚の
ブランド化に向けた「豊かな漁村づくり推進委員会」
ができました。海女にとって大事なアワビに関するプ
ロジェクトも立ち上がり、韓国でアワビ養殖の視察な
ども行いました。短期間でこれだけの広がりを見せて
います。

海が保全され、豊かになって魚が多く獲れば、漁
業者も漁獲量も増える。観光地としては、観光客に鳥
羽の魚を知って食べていただければ、来訪者も満足度
も消費額も増えるだろうということです。鳥羽の特徴
と強みを活かし、これからも漁業と観光の連携を続
けていきたいと思います。

コメントと質疑応答

(コメンテーター：菅野 正洋)

菅野 お話にはいくつかポイントがあったと思います。
最初のポイントは、観光業者と漁業者に、それぞれ内
容は違っても危機感があり、危機感が高まるタイミン
グが同じで連携しようという話になったという点です。

最初のアプローチは観光業者側から行われ、行政
を巻き込んで連携が始まったということですが、アプ
ローチや計画策定にあたっての観光業者、漁業者、行
政という三者の関係性はどのような形だったのしょう
か。行政はどのように巻き込まれていったのか、お聞
きしたいと思います。

高浪 鳥羽市観光協会と鳥羽市の観光課は非常に近
い関係にあり、鳥羽市観光協会から「漁業との連携を
やりたい」という相談を受けたのが2014年(平成26

年)頃でした。2011年(平成23年)に宿泊産業の活性
化推進事業をやっていたとお話しましたが、その時
の事業で、私たち行政は観光業者の気持ちも漁業者
の気持ちもわかっているわけですね。でも両者が連携
するのは難しいと考え、その時は実現できませんでした。

しかし、観光業界から漁業と連携したいと正式に相
談を受けて、「大きなチャンスだ。これはやらなければ」
と思いました。漁業者との連携については、水産部門
を担当する農水商工課の協力も必要なので、半ば強
引に巻き込みました。もともと行政としても連携でき
ればいいと考えていて、申し出をいただいたことをき
かけに、実現に移したという感じです。あとは、勢いも
あります(笑)。

菅野 2つ目の質問ですが、観光課と農水商工課はど
ういう関係性でしょうか。

高浪 漁業者のことは水産の専門部署に聞かないと
わからないことがあります。行政は縦割りというイメ
ージがあるかもしれませんが、今は何かあれば、こちら
から農水商工課に声をかけ、農水商工課も観光課に
声をかけてくれるという感じで、1つの課にした方がい
いのではというくらいの関係性になっています。

2つの課でやっている事業もあれば、漁業者から観
光課に直接アプローチすることもあり、観光協会から
農水商工課にアプローチすることもあります。いずれ
の場合もきちんと情報共有をしています。

菅野 3つ目の質問です。最初に漁業者にヒアリング
をした時、「とにかく辛抱」というお話がありました。
計画策定の時も「どこにでもある計画だね」などと言
われ、それについても耐えたということでしたが、いろ
いろなことを言われても高浪さんがやり続けられたモ
チベーションの源はどこにあるのでしょうか。

高浪 鳥羽にとって、両方の産業が発展することが市
の発展につながると思っていて、「漁業と観光の連携
は絶対に必要なものだから」という想いがありました。
私は今、観光課にいるので、直接漁業者に対する事業
はできないのですが、漁観連携によって漁業者に関す
る取り組みもできると思います。結果的に漁業者や観
光業者の所得が上がるなら、何を言われてもいいかな
という感じです。

会場 新しく都市部から海女を受け入れることについて2つの漁協支部に打診したところ、あまりいい返事がなかったということでした。伝統的な組織だけに頑固なのだと思いますが、そういう中で1人、2人賛成した方がいたというお話でした。そういう「柔らかい」漁業者は、どういう役割を果たしているのでしょうか。

高浪 漁業者は頑固ですが、それは自分の仕事に誇りを持っているからだと思います。その仕事がどのようにお客様を喜ばせているかを伝えると、うれしく感じると思います。ただ、今まではそういった機会がなく、お客様の顔が見えなかったのが、観光とは関係ないと思っていたのではと思います。

カキ養殖をしている方たちは自分たちでセールスしたり、お客様を直接見ているので、柔らかいというか観光に理解があるように思います。それ以外の漁業者も、自分が獲った魚によってお客様が喜ぶ様子を見る機会が与えられれば、もっと歩み寄ってくれるのではと思っています。

会場 鳥羽市には旅館組合が10あるという話ですが、その中で地元の魚の流通はどういう動きになっているのか教えてください。

高浪 それは旅館の規模によって違います。漁師へのヒアリングで「旅館が地元の魚を使っていない」というクレームが出ましたが、鳥羽に160ある宿には収容人数が1,000人規模のホテルから、10人ほどの民宿までいろいろな形態があります。

一方、鳥羽ではいろいろな魚が獲れますが、少量多量の漁業形態なので、1,000人規模の旅館に対して毎日地元の漁業者が同じ魚を供給することはできません。そういう場合、ホテルは苦渋の決断だと思いますが、よそから仕入れるしかないということもあります。

10~20人規模の民宿は、女将さんやご主人が漁師や海女の場合もあり、自分たちが朝獲ってきたものをそのままお客様に出すところもあります。そういう意味では、一番地元の魚が扱いやすいのは、中小規模の宿ではないかと思います。

魚の仲買は非常に大事な存在で、鳥羽の魚以外も仕入れています。鳥羽の魚が名古屋に行ってまた戻ってくることもあります。仲買が名古屋で仕入れたものが結果的に鳥羽産である可能性もあります。流通が

複雑なところもありますが、まずは中堅規模の宿が地元の水産物を地元で買える流通経路を作れば、さらに魅力的になると思います。

会場 漁観連携事業の全体の予算と、それを持続する財源はどのように集めているのでしょうか。

高浪 漁観連携事業の予算は漁協と観光協会と行政、それぞれが持っている予算もあれば、三者が集まる漁観連携促進協議会の予算もあります。

協議会の予算はそんなに多くはなく、行政が補助金として出しています。今は地方創生のお金を使っているので、国からの交付金で賄っていますが、もしそれがなくなったら、鳥羽市観光振興基金として積み立てている入湯税を使います。本当は観光協会や漁協から協議会に負担金を入れてもらえればと思っていますが、それぞれでやっている事業もあるので、今は行政から出しています。

では、その連携協議会が収入を得ているかということ、何も得ていません。この協議会の目的は漁業者の所得が上がること、漁業が活性化し、それが観光に派生して観光産業も活性化することなので、特に協議会が何かを売って収入を得ているわけではありません。

会場 お話を聞いていて、観光協会も連携に非常に積極的だと感じました。今回の連携の肝になるのは、どういう人たちでしょうか。

高浪 観光協会長のリーダーシップが素晴らしく、この連携事業が始められたのはその方に牽引されているところも大きいです。その方は旅館業を営んでいますが、観光協会長になってから、観光協会の事業予算が6,000万円から1億2,000万円へ倍増しました。

岩崎 お話を伺っていて、素晴らしいと思ったことが3点ほどあります。まず、漁業者と観光業者の声を聞くワークショップを40数回行ったということが重要で、全てのスタートだと感じました。漁業と観光、両方の従事者にお話を聞いたことが、行政として確信を持ち、施策を決めて進めていく基盤になったと思います。

2点目は、菅野が高浪さんに取り組みを推進させたモチベーションについてお聞きしましたが、私も同じ疑問を持っていました。高浪さんからは「両方が発展するためには本当に必要なことで、だから今までやっていないことを実現しようと思った」という答えをいた

できました。ある意味こうした「青臭い」というか、真っすぐな考え方が観光には必要ではないかと改めて思った次第です。

最後のもう一点が、取り組みを公表するということの重要性です。行政は真面目に良いことをやっても、何か成果物ができてから公表することがほとんどだと思いますが、高浪さんは最初の勝負どころと位置づけ、取り組みが本格的にスタートする前に三者を集めて公表されました。

行政としては怖かった部分でもあったと思いますが、住民に対し、市の広報誌を通じて三者が連携してやっていくと知らしめたことは、その後のアクションを非常に力強く後押ししたのではないかと思います。まずは行政が自信を持って取り組むための現状認識を行い、

そして強い想いを持って、勝負をかけていくという部分が大事だと思いました。

高浪 40回のワークショップは3年くらいかけて行いましたが、そこで皆さんの声を聞くことができたことは私の仕事の大きな糧になりました。気が進まなくても現場に行くことが大事ですね。

連携の公表はまさに勝負だと思ってやりましたが、言うてしまうことが大事かなと思います。言うてしまうと、自分もやり続けなくてはいけないと思いますから。今も市の広報では年に3回くらい、漁観連携の特集を組んでいて、漁観連携という言葉をご皆さんに浸透させたいと思っています。ここにいらっしゃる行政の方も、ぜひ勝負を打ってほしいなと思います。



