

## 第 2 回 離島振興のあり方検討委員会 指摘事項

## (1) 観光について

## 【現状と課題】

- 離島地域・半島地域・中山間地域の観光振興に必要なことは、人を呼び込むための「地域らしさ」である。
- 1980 年代はマスツーリズムの時代で観光施設が中心の非日常を楽しむものだった。また、人口減少と一人あたりの旅行回数の減少により、日本人の観光客は減少の一途をたどっている。これからはお客様を地域に滞在させることでお金を落としてもらい、それを循環させることで豊かな地域を作るという「観光地域づくり」を行なっていくべき。これにより、農業・漁業・ものづくりの持続性を確保でき、後継者が後を継ぐことができる。
- 観光客 1 人当たりの滞在時間が長いほど消費金額が増える。滞在だけでなく、交流、住民とのふれあいをしないとリピーター率が上がらない。

## 【優良な取組事例】

- 長崎県小値賀町の観光まちづくりの目標として、1 つ目は、「小値賀らしさ」がある。そこに行く理由、そこにしかないものを整理しブランディングする必要がある。小値賀のそのままの暮らしもブランドになる。また、2 つ目は、経済に貢献し若者が暮らせる島としている。経済をつくるためには、伴走してくれる専門家の存在が必要である。
- 小値賀が成功した要因として、雇用の拡大という目標を明確に掲げたこと、「ないものねだり」ではなく「あるものさがし」で「地域らしさ」を大事にすること、住民が儲かる等の「住民が主役」となることがある。
- 小値賀では、佐世保と一体の観光圏とすることにより、渡航できない場合の代替りの場所を確保できるようになった。本土との連携も大事。
- 離島には魅力的な地域資源が数多くある。例えば八丈島ではザトウクジラやアホウドリも観光資源として活用できる。

## 【今後行うべき取組・施策】

- 「観光地域づくり」を推進するために、日本版 DMO が必要。日本版 DMO では経済を回しながら地域の資源の価値を高めてブランドを確立するために、マーケティングとマネジメントが重要となる。
- マーケティング機能は地域の観光プログラムや商品、サービス等を一元的にブランドとして発信すること。これにより観光客にとっては、情報の収集や予約、手配のワンストップのサービスとなる。また、マネジメント機能は観光客からみた滞在交流型観光、内部から見ると域内循環システムを作ることである。DMO は、官民の多様な人たちが連携して行うこととする。
- DMO が自立して動いていくためには、財源と人材が問題となる。組織は、地域の事情によって異なり、既存の観光協会を変える、漁協や観光協会、商工会などがお金を出し新たな組織を作るなどがある。
- 観光振興が、地域の漁業・農業等他産業へ役立つという「見える化」が出来ておらず、観光と他産業の連携が出来ていない。

## 【その他】

- 観光分野では、最近外国人旅行者が離島にやってくる。隠岐では中南米の女性ライターが隠岐に魅せられブログを書き、それが口コミとなり人を呼んでいる。青ヶ島にもフランスやイギリス人がキャンプ等で訪れている。その島独自の「地域らしさ」があれば、少々移動コストが高かったりアクセスが悪かったりしても、来訪者はやってくる。そして来訪者の口コミ等により島の独自の魅力が拡散していく。
- ガイド料を実費をとる等、離島の観光資源を安売りしないようにどう売り出していくかを考えないといけない。

## (2) 海業について

### 【漁業・漁村の現状と課題】

- 人口減少、過疎高齢化という状況下で、漁業・漁村は全体的に衰退している。伝統的な漁業・水産業が不振であり、そのことにより暮らしの質が低下して、過疎化、高齢化、空洞化が進行し、地域力が低下している。
- 漁業・漁村の衰退は、国民経済の観点からは「食料の安全保障」、地域社会の維持という観点からは「地域の未来や将来がない」、個別経済の観点からは「暮らしの質のさらなる低下」ということである。
- 上記の課題に対して、産業振興・基盤整備を行い、地域資源を生かした新たな地域産業の創出をするべきである。これが海業である。
- 国民のニーズの中で、余暇消費ニーズがトップで、食生活も上位を占めている。また、農業・食料関連産業の国内生産額が 94.1 兆円、農林漁業生産額が 11.1 兆円となっており、その差が開発する余地がある。

### 【優良な取組事例】

- 沖縄県の渡嘉敷村では、漁業から海業の海洋レジャー産業へ転換し産業構造が変化した。漁協が地域資源を管理するとともに、漁業資源を観光資源化するコーディネーターの役割を果たしている。その結果、島内自己完結型の経済を形成し域内利益循環システムの構築に成功。これにより、漁業者及び漁協職員が増加した。
- 日間賀島では、水産業を核として地域ブランドを構築し、食・観光産業を含めた一つの海業クラスターが実現した。背景として、漁業と観光の連携体制とリーダーシップの存在、域内利益循環システムの形成、地域内での共生の精神や地域の思いがある。漁協・観光協会から商店・漁家までの広範囲において、域内で利益が平等に配分されるシステムが構築された。
- 岩手県田野畑村は中間支援組織が参考になる。NPO が中間支援組織の役割を果たし、集客活動、マネジメント、インストラクター育成、全体調整の機能を果たしている。離島振興では、中間支援組織を支援していくことも重要である。

### 【今後行うべき取組・施策】

- 海業では、外貨を稼ぐ、内貨を稼ぐという 2 つの視点がある。
- 外貨を稼ぐ方法は従来の産業振興策と同様であり生産物を外に向けて出荷するやり方。
- 内貨を稼ぐには、島外から人に来てもらいサービスを売り、その対価として利益を得ることが必要である。その方法には二つあり、一つはニーズを呼び込む、つまり消費者視点での発想から、魚食や地域ブランドの確立、漁業体験や海洋レジャーを推進していくことである。もう一つは、民泊や古民家の活用等の滞在してもらうことである。

- 施策の方向性として、海業に取り組む際には、駐車場等のハード整備による地域資源そのものを創造することと、ソフト支援による地域資源の価値を創造していくことが必要である。ソフト支援は、商品化のための合意形成、事業仕組みの開発支援、地域資源の管理、人材教育・育成、景観デザイン等がある。
- 海業推進のために求められる条件整備としては、地域資源利用における規制緩和と新たな地域ビジネスを展開するための条件不条理性の支援がある。
- 最近、上対馬漁協がHP上でトレーサビリティの情報を提供し始めた。居酒屋でもスマートフォンで素材のトレーサビリティを見ることが出来る。これをSNSなどで介在することによって、離島の製品の活用に繋がると考える。

### (3) 人材育成について

- 人材は地域に根付いた人で、自分の行っている分野だけではなく、地域全体のことも考えるという意識を持つとともに、コミュニケーション能力も含めた合意形成能力、マーケティング能力、マネジメントの能力が必要である。
- 人材育成は体系的、持続的に行うとともに、複数のやり方で行ってほしい。
- 島の人材と外とのネットワークを作るには、伴走する専門家が必要である。
- リーダーの育成は担い手の育成以上に難しい。地域全体でリーダーを育成していくべきだと強く感じる。日間賀島では、地域のリーダーの育成に概ね10年間かけている。日間賀島には、そうした地域のリーダーが漁業サイドと観光サイドに両方いたことが大きかったと思う。
- 医療分野でもリーダーシップを発揮できる人材は出てきているが、その活躍は離島の首長の考えに左右される。医療分野での人材は島民を下支えすることに専念している状況である。