



U・Iターンで活性化する海士町

理事研究員 石田信隆
研究員 寺林暁良

はじめに

隠岐諸島は、島根半島の沖合約60kmに位置する。海士町^{あま}は、その一つ中ノ島にある、人口約2,400人の離島の町である。人口はピーク時の3分の1にまで減少し、高齢化率は39%で、10年ほど前までは「超過疎化・超少子高齢化・超財政悪化」の町であった。

その海士町に、Uターン・Iターンで定住する人が増えている。新しい挑戦を始め、以来215世帯327人のIターン者が海士町に定住し、定着率も7割にのぼっている(2004～2011年)。入ってきた若者たちによって町の経済やコミュニティが活性化し、新しい事業が起業され、町の財政も改善されてきた。統合寸前であった高校は県外からも志願者が増えて学級が増えた。「最後尾から最先端へ」と呼ばれるようなダイナミックな変化が起きている。

農林中央金庫が一橋大学で実施している寄附講義「自然資源経済論」プロジェクトのメンバーは、2012年6月、この海士町を訪問した。このプロジェクトは、豊かな自然資源に依存する農林水産業とそれに依拠する地域社会の持続可能な発展の道を考え

る研究と講義を行うもので、海士町の実践は大きな参考になると思われたからである。

本土から約3時間かけて着いたフェリーを迎える海士町の玄関口は、第3セクター(株)ふるさと海士が運営する「承久海道キンニャモニャセンター^(注1)」である。木造の、周囲の自然にぴったりとマッチするこの建物は、またおしゃれな雰囲気も漂わせている。「ないものはない」というポスターがにぎやかに張られたなかで、到着した人たちはたくさんの笑顔によって迎えられる。

このようにして島を訪れた私たちは、海士町にIターンした若者たちによる事例報告、意見交換会、山内道雄町長による講演会、起業の現場訪問など、海士町を「まるごと体験」させていただいた。以下はその



「承久海道 キンニャモニャセンター」の内部

報告である。

(注1) キンニャモニャとは同町発祥の民謡で、毎年8月には、これに合わせてしゃもじ踊りを行う「キンニャモニャ祭」が盛大に開催されている。

1 海士町行政の取組みと 地域再生戦略

海士町で続けられてきた挑戦は、02年に就任した山内町長が開始した思い切った行財政改革と自立して生き残るための戦略によって、新しい展開へのかじを切ることとなった。

山内町長は、「役場は住民サービス総合株式会社である」として職員の意識改革を図るとともに、当時構想されていた島嶼^{とうしょ}同士の町村合併にはメリットがないとして、合併協議を解消し、単独町制での生き残りを決断した。しかし、国の財政改革もあり町の財政は放置すれば破綻すら懸念される状況であった。このため、町は、短期の守りの戦略と中・長期の攻めの戦略を構築し、実践に移していった。

守りの戦略は、徹底した行財政改革である。「自ら身を削らない改革は支持されない」との信念のもと、町長は自らの給与削減を申し出たところ、職員や議会からも自主的に給与削減の申し出があり、町長50%、三役50~40%、職員平均22%の給与カットが実施された。その後一部減額分を還元しつつ、現在も継続されている。

これは住民の意識を大きく変え、バス料金の値上げや補助金返上、各種委員の日当減額の申し出などが相次いだ。「危機感の

共有」が行われたのである。そして、それによって生まれた財政的余裕の一部は、子育て支援などの、目に見える前向きの事業に生かされていった。

攻めの戦略は、海士町の豊かな資源を生かし、島に産業を創り、雇用を増やし、島への資金流入を図り、島を活性化することを目指す。

そのために、「現場第一主義」の体制作りとして、産業振興と定住対策を重点とする人員のシフトが行われた。また、交流促進課（観光・定住対策）、地産地商課（1次産業振興）、産業創出課（新たな産業の創出）を設置し、これを現場重視のためにキンニャモニャセンターに置いた。これらの課では、お正月を除き土日・休日も含め、早朝6時から夜7時まで業務が行われている。

さらに、「島まるごとブランド化」による地域再生戦略が、次々に実践されていった。後にとりあげるさざえカレーやイワガキなどの事業であるが、これらを実践するうえで町はたくさんの役割を果たしている。その大きな特徴は、島外から若者を呼び込み、彼らと力を合わせ、よい相乗効果を出しつつ、新しい事業を進めていることである。

町は1998年度に「商品開発研修生」制度を設け、地元の地域資源にスポットをあてた商品開発に取り組んでもらっており、そこから定住者も生まれている。また、新しい事業に取り組む人はIターン者が多いが、町は積極的にIターンのPRをするとともに、Iターン者には住宅の提供、就業あっせん、



Iターン者用の町営住宅

町が施設を所有しての起業支援など、多様な支援を行っている。

以下、海士町で起きていることを具体的に見ていく。

2 「最後尾から最先端へ」をけん引するプロジェクト

(1) 「島じゃ常識さざえカレー」の商品化

海士町のような離島地域は、産業基盤のせい弱さや生活環境整備の遅れから「条件不利地域」と呼ばれることも多い。しかし、島の人的資源と自然資源を活用して新たな産業を作り出すという攻めの戦略は、着実に島を「最後尾から最先端へ」と導いている。

その戦略から生まれた商品の第1弾は、「島じゃ常識さざえカレー」というレトルトカレーである。この開発事業は、97年にJA隠岐どうぜん女性部が中心となって始めたが、商品化の過程では、海士町の「商品開発研修生」も大きな役割を果たした。

町民にとって、島の周囲でとれるサザエをカレーに入れることは「常識」である。しかし、島外の人々にとってサザエの入ったカレーは珍しいし、贅沢にさえ映る。「よそ者」の視点で島の魅力を商品化し、それを島外へ売り出す、という島の産業スタイルの先駆けとなったさざえカレーは、現在も年間約3万個を売り上げるヒット商品となった。

(2) イワガキ「春香」の養殖

次の産業創出の取組みは、海士町の自然環境を生かしたイワガキの養殖である。これは、隣接する西ノ島でイワガキの稚貝育成に成功したことをきっかけに、2000年にU・Iターン者と地元漁師とが協力して、海士いわがき生産（株）を設立したことに始まる。

同社が養殖場を構える保々見湾は、日本名水百選にも選ばれた「天川の水」が注ぎ込み、イワガキの成長に不可欠な栄養分も豊富である。流通量の多いマガキの旬が冬なのに対し、イワガキの旬は3～5月であ



保々見湾のイワガキ養殖場

ることから、商品には「春香」というブランド名が付けられている。

海士町は、この取組みを支援するため、01年にイワガキの共同作業・出荷施設を建設した。施設の建設費は7,000万円であったが、その6割に当たる4,200万円は沿岸漁業漁村振興構造改善事業及び漁業経営担い手対策事業として国庫補助金を受け、残金は元利償還金の7割が地方交付税に算入される過疎対策事業債（過疎債）で賄ったため、実質的な町の負担はごくわずかに抑えられている。

「春香」の主な出荷先は評価の厳しい首都圏市場であるが、当初は販売面の壁に突き当たった。そこで生産者自ら首都圏のレストラン等を訪問して直接の販路開拓に力を注いだ。その結果首都圏で好評価を勝ち得たことで、さらなるブランド価値の向上につながり、創業当初約6万個だった出荷量は、11年には24.5万個にまで拡大した。これもまた、U・Iターン者が海士町の自然をうまく活用し、商品開発を成功させた事例である。

(3) (株)ふるさと海士の事業

海士町は、島内外の人的交流と島の自然資源の付加価値を高めるため、05年に第3セクター(株)ふるさと海士を設立した。同社は、前述の「承久海道 キンニャモニャセンター」のほか、冷凍食品の加工・製造事業所であるCAS凍結センター、塩の製造事業である海士御塩司所^{あま おんしおつさどころ}という2施設の運営も行っている。

各施設とも、イワガキ生産施設と同様に、建設費用の約5割に国庫補助金を受け、残りを過疎債あるいは辺地対策事業債（辺地債）で賄う方式で建設されている。

a CAS凍結センター

05年に稼働したCAS凍結センターは、細胞を破壊せず、生鮮の風味を保つことのできる特殊冷凍技術であるCAS（Cells alive system）によって島の農水産物を冷凍・加工する施設である。

海士町は離島に位置するがゆえ、本土の卸売市場へ出荷する途中で鮮度が落ちてしまい、せっかくの漁獲物が安く買いたたかれてしまうことも多かった。そこで、遠隔地に自慢の海産物を新鮮なまま届けるための秘策としてCASが導入されたのである。また、CASの強みはそれだけではなく、旬以外の季節でも生鮮な海産物を提供できるという付加価値も生み、漁業者の所得向上にも寄与している。

CAS冷凍は、イワガキ「春香」やシロイカ、タイなどの魚介類だけではなく、岩がきご飯やさざえご飯などの加工食品にも活用されており、「島風便」ブランドとして全国各地に出荷されている。売上高も10年には1億円に迫るなど好調である。海士町のCASの取組みは、新たな技術の導入によって離島というハンディを克服し、むしろ新たなビジネスチャンスを生みだした好事例である。

b 海士御塩司所

05年には、天然塩「海士乃塩」の生産事業も始まった。隠岐の海産物は、奈良時代に朝廷へ献上されていた記録も残っているが、献上品の保存に不可欠だったのが塩である。こうした歴史的・文化的なつながりを生かし、「商品開発研修生」として島に入り、その後Iターンした若者が中心となって、天然塩のブランド化に取り組んだのである。海士御塩司所と名づけられた製塩所も、古風でおもむき深い造りとなっている。

「海士乃塩」は、それ自体をブランド塩として単独で売り出すだけでなく、各集落で梅干しや塩辛などの新たな商品開発にも活用されている。塩はほとんどの食品加工に不可欠であるため、島の産品の高付加価値化に大きな役割を果たすことが期待されている。

また、海士御塩司所は、塩づくり体験施設も兼ねており、島外からの訪問者との重要な交流拠点施設にもなっている。

(4) 隠岐牛の肥育

民間主導の産業創出も始まっている。04年には新たな産業と雇用場を創出するため、地元建設会社が(有)隠岐潮風ファームを立ち上げ、和牛の肥育を柱とする新規事業を始めた。

子牛生産は従来から海士町の産業の1つであり、ここから出荷された子牛は、本土の各産地で松坂牛や但馬牛などの有名和牛として肥育されている。この素質の良い牛を海士町内で肥育することによって「島生

まれ、島育ち」の隠岐牛ブランドを確立させ、島の産業活性化に役立てようというのである。

この取組みを支援するため、海士町は同年、島全体に事業者でも農地を扱える国の「潮風農業特区（構造改革特区）」の認定を受けた。

隠岐牛は、イワガキ「春香」などと同様、あえて品質競争の激しい東京の食肉市場に出荷されている。潮風のミネラルを含んだ放牧地の牧草をはみ、島の崖地で足腰を鍛えた「隠岐牛」の肉質は良好であり、枝肉格付けで上物とされるA4等級・A5等級の比率は合わせて8割を超えている。生産体制も軌道に乗り、毎月12頭を継続出荷できるようになったことで、ブランドとしての認知度も高まっている。

隠岐牛のブランド価値が高まるなかで、地元市場での子牛単価も上昇するなど、地元畜産農家にとってもプラスになっているほか、隠岐牛の担い手になることを希望してIターンする若者も出始めている。

(5) 隠岐産干しナマコの輸出

今後の拡大が期待されるのが、(株)たじまやの隠岐産干しナマコの製造・輸出事業である。この事業は、一橋大学を卒業して民宿で働くためにIターンした若者が興したもので、09年からは中国への輸出を本格的にスタートした。

海士町は、先の事例と同様の方式でナマコ処理加工施設を建設することで、この取組みを支援している。また、町はナマコや

海藻の種苗生産技術の確立を図るため、研究者が常駐する海藻資源研究施設も建設し、海洋資源の持続可能な利用に向けた体制を整えている。

Iターン者が始めたナマコの事業は、地元漁師の新たな収入源にもなっており、漁獲量も着実に増加している。ここでも、若いU・Iターン者の活躍が、地元の人々の奮起にもつながるという相乗効果が起きているのである。

3 成果をあげる人づくり

(1) 都市の学生との交流

海士町は、(株)ふるさと海士と一体となって都市圏で販路拡大を進めることで築かれた人的ネットワークを生かし、都市農村交流を進めてきた。都市圏の教育機関や企業等からの研修・視察旅行は、多い月には10団体を超えることすらある。都市との交流を積極的に進めることは、都市の人々に海士町の魅力を知ってもらい、海士町ブランドを振興するとともに、新たなIターン者の獲得などにもつながっている。

また、町立海士中学校の生徒たちが都市を訪れる交流事業である「逆出前授業」も大きな成果をあげている。これは、修学旅行で一橋大学や東京大学、京都造形芸術大学といった都市圏の大学を訪れた生徒が、大学生や市民を対象に、海士町についての講義を行う取組みである。

「逆出前授業」は、都会の学生に海士町の魅力を知ってもらうよい機会となるだけ

ではない。むしろ生徒自身が海士町のことを島外の視点で見直し、その魅力を再発見することこそ大きな成果がある。都市の学生との交流は、海士町の生徒にとっても、ふるさとについて考え直す確かな刺激になっている。

(2) 島前高校魅力化プロジェクト

島の未来を担う人づくりの集大成ともいえるのが、島根県立隠岐島前高等学校（以下「同校」という）の魅力化プロジェクトである。

海士町に位置する同校は、隠岐諸島の島前3島で唯一の高校である。しかし、20年ほど前までは70人程度いた同校の入学生は、08年には30人弱にまで減少し、統廃合の寸前まで追い込まれていた。教職員数も減り、一部科目が履修できないなど、生徒の教育上の不利も生じた。同校がなくなれば中学卒業と同時に島外へ進学せざるを得なくなり、子どもを抱える家庭の家計への影響も大きい。

そこで島前3市町村は、同年に高校改革を推進する「島前高校魅力化の会」を発足させ、教員や保護者も加わって魅力化プロジェクトを始動した。海士町教育委員会の高校魅力化プロデューサーとして同プロジェクトをけん引するのは、有名企業で社会教育事業を担当していた経験を持つIターン者である。

プロジェクトの1つめの成果は、進路に応じた2つのコースを設けたことである。「地域創造コース」は、島ならではのカリ

キュラムをもとに、地域社会で自立・活躍する地域起業家としての能力を養成するコースである。一方の「特別進学コース」は、少人数集中指導やインターネット・衛星システムによる補習受講などによって、徹底的に学力を伸ばすコースである。

2つめの成果は、島外から生徒を受け入れる「島留学制度」を開始したことである。現在では約3割が島前地区以外からの入学者であり、全国各地から多様な価値観が出会うことで、よい刺激と競争にもつながっている。

メリハリある個性的な2つのコースを用意し、島留学を積極展開した結果、同校の生徒数は徐々に増え、12年度には離島としては異例なことに、2学級への学級増を果たした。同校を巣立った個性的かつ優秀な学生たちは、海士町活性化の担い手として近い将来に活躍してくれることだろう。

おわりに

海士町で会った若いIターン者の方々は、とても生き生きとして、生きがいにあふれていた。総じて高学歴で、著名企業に勤務していた人も少なくない彼ら・彼女らはなぜ海士町に來たのか。そこに共通するのは、事前に調べて海士町を選んで來たというよりは、むしろ、たまたま海士町との接触ができ、ここには自分のやりたいこと、やりがいがありそうだ、と思ってIターンしたということである。09年に策定された第4次海士町総合振興計画「島の幸福論」は徹

底した住民参加によって策定され、海士町の戦略が具体的に盛り込まれているが、Iターンした若者たちの話を聞いていると、海士町がまさに、豊かで美しい自然、温かいコミュニティ、固有の文化を生かして幸せを追求する場になっていることを実感させられた。

次に印象に残ったことは、この島で生じているダイナミズムである。町行政の痛みを伴う改革が町民の意識を変え、Iターンした「よそ者」と従来の町民との間の相互作用が新しい発展を呼び、Iターンした若者に刺激を受けてまた新しい若者がやってくるという、よい動きが生まれている。

では、なぜこのようなダイナミズムが生まれたのか。その要因として、2点を指摘しておきたい。

一つは、小さな離島であるからこそ、行政や人々の動きがお互いに見えやすく、コミュニケーションを通して島内に伝わりやすいことである。島内で起きていることが伝わり合い、刺激し合うためのよい「場」となっている。そのようにして活発な相互作用が生じることによって、離島という不利な条件を有利な条件に変えることができるといえよう。

二つ目は、町の職員が、これらの相互作用が起きるための仲立ち、いわば触媒としての役割をよく果たしていることである。山内町長が就任当初から手掛けた意識改革の成果がよく表れている。

こうして海士町は、町政の指針とする「自立・挑戦・交流～そして人と自然が輝

く島」に向けて確かな足取りを歩んでいるように思われる。全国的に地域経済やコミュニティの困難さが目につく今日、離島という大変困難な条件のなかで最先端をめざす海士町の挑戦からは、学ぶところがたくさんあると思われた。

最後に、この海士町訪問は、同町の実組に長く関わってこられた保母武彦島根大学名誉教授のご支援によって実現した。厚くお礼申しあげたい。

(いしだ のぶたか、てらばやし あきら)

