

漁協における学校向け漁業体験・教育の 現状と実現にあたっての4つの関門

主任研究員 尾中謙治

〔要 旨〕

本稿は、漁協における学校向け漁業体験・教育の現状と実現にあたっての課題を分析したものである。2022年の水産基本計画および漁港漁場整備長期計画において、海業（うみぎょう）の振興が位置づけられた。その海業のひとつの類型である漁業体験・教育は、漁協が実施するにあたって追加コストが比較的少なく取り組みやすい事業といえる。

また、学習指導要領改訂により、学校教育において体験型学習や探究型プログラムへの期待が高まるなか、漁業体験・教育へのニーズも高まることが想定される。漁協にとっても、地元水産物のPRや食育の推進、漁業後継者の育成など、多面的な効果が期待できる事業と位置づけられる。

しかし、漁協が新たな事業として漁業体験・教育に着手することは、取組みへの不安や抵抗、経営資源の不足によって容易ではない。特に「意識の壁」「着手の谷」「離陸の風」「ダーウィンの海」という4つの関門が存在する。4つの漁協の事例分析から、これらの関門を克服するために、①新規投資の負担を減らすこと、②漁業体験・教育の実施に対する漁協内での理解と協力を得ること、③組合員などからの協力を得ること、④プロモーション（広報・宣伝）や事務処理の一部を外部組織・団体に任せること、⑤行政や誘致団体と連携・協力すること、⑥他地域と差別化できる要因の活用もしくはそれを作り出すことが重要であることが明らかになった。

漁協は漁村において海業を展開する「正統性」や「納得性」を有している。漁協は4つの関門を克服し、漁業体験・教育を足がかりとして海業を推進することが期待される。

目 次

はじめに

1 漁業体験・教育の現状

- (1) 小中高等学校における位置づけ
- (2) 漁協における漁業体験・教育の実施状況
- (3) 漁協における漁業体験・教育の目的・効果

2 漁業体験・教育の実現にあたっての4つの関門

- (1) 4つの関門

- (2) 「意識の壁」の乗り越え方

- (3) 「着手の谷」の埋め方

- (4) 「離陸の風」の起こし方

- (5) 「ダーウィンの海」の泳ぎ方

おわりに

はじめに

2022年3月に水産基本計画および漁港漁場整備長期計画において海業（うみぎょう）の振興が重要な位置づけを得た。水産基本計画では、従来の漁業所得向上を重視するとともに、「海や漁村の地域資源の価値や魅力を活用する事業」である海業を推進することによって、漁業者が漁業以外での所得を確保し、地域の漁業と漁村の存続を図ることを目指している。また、水産業と相互に補完し合う産業を育成し、地域の所得と雇用機会の確保を目標としている。漁港漁場整備長期計画でも、海業を「国内外からの多様なニーズに応えることにより、地域のにぎわいや所得と雇用を生み出すことが期待されるもの」と定義し、26年度までに漁港における新たな海業などの取り組みをおおむね500件展開することを目標に掲げている。

この海業振興の流れを受けて、水産庁は先行事例の創出や調査などを実施している。全国漁業協同組合連合会（以下「JF全漁連」）も漁協が中心となって展開している海業の優良事例を「飲食・加工販売」「観光・レジャー・渚泊」「体験・教育」「養殖（漁港活用）」の4つに類型化し、「浜プラン.jp」（<https://hama-p.jp>）で公開している。

本稿では、JF全漁連による海業の類型化の中の「体験・教育」、特に小中高等学校の「教育旅行」における漁業体験・教育を対象とする。教育旅行とは、「学校行事の旅

行（遠足）・集団宿泊的行事である修学旅行、遠足、移動教室、合宿、野外活動など」（注1）のことである。また、漁業体験・教育は、実際の漁業体験（地曳網や定置網、養殖の餌やりなど）に加えて藻場保全や釣り、魚のさばき方の体験、漁業現場や魚市場など施設の見学、漁業や魚食に関する教育などが該当する。ただし、海水浴やサーフィン、ダイビングなどのレジャーは対象外とする。

上記のような学校向けの漁業体験・教育を取り上げる理由は、漁協が実施するにあたって追加コストが比較的少なく取り組みやすいこと、そして参加者に漁業や魚食に対する意識や理解を促し、水産物の消費拡大や新規漁業者の獲得などにつながる可能性が高い事業と考えられるからである。

以下では漁業体験・教育の現状と実現にあたっての関門（課題）を4漁協の調査に基づいて整理する（注2）。4漁協の提供している漁業体験・教育プログラムは第1表のとおりである。

（注1）日本修学旅行協会ウェブページ（<https://jstb.or.jp/>）より引用

（注2）本稿は24年度にJF全漁連浜再生推進部との共同で実施した研究成果である「漁協における事業多角化について——「体験・教育」にかかる事例を中心として——」に加筆修正したものである（https://hama-p.jp/_wp/wp-content/uploads/2024/09/f6e4dd6ca1289fe109dcd7476e9724c6-2.pdf）。個別事例の詳細については上記資料を参照していただきたい。

第1表 調査漁協と提供している漁業体験・教育プログラム

漁協名(管内の主な漁業)	提供している漁業体験・教育プログラム
諫早湾漁協(カキ養殖)	カキの種付け体験・カキの収穫体験、潮干がり
由比港漁協(漁船漁業)	セリの見学、地元水産物を使った朝食づくり、漁船乗船体験、冷凍庫見学・体験
垂水市漁協(カンパチ養殖)	カンパチ餌やり体験、カンパチさばき方体験、冷凍庫見学・体験
鳥羽磯部漁協(漁船漁業) [提供主体:島の旅社]	市場見学、干物作り体験、磯場での生き物観察、漂着ゴミ収集活動、アクセサリー作り(シーグラス)、海女の話、魚釣り体験、地元住民とのふれあい体験など

資料 筆者作成

1 漁業体験・教育の現状

(1) 小中高等学校における位置づけ

学習指導要領が17～19年に改訂され、小学校では20年度、中学校では21年度、高等学校では22年度から実施されている。新たな学習指導要領は、子どもたちが何を学ぶかだけでなく、どのように学ぶか、何ができるようになるかも重視しており、子どもたちの「生きる力」を育むことを目指している。そのためには「主体的・対話的で深い学び（アクティブ・ラーニング）」の視点からの授業改善が重要とされており、「外国語教育」や「プログラミング教育」だけでなく、漁業体験・教育と関係する「体験活動」のほか「伝統や文化に関する教育」「起業に関する教育」「防災・安全教育」「国土に関する教育」などの充実が掲げられている。

高等学校においては「総合的な探究の時間」が新設され、自然体験や就業体験活動、ボランティア活動などの社会体験、ものづくり、生産活動などの体験活動、観察・実験・実習、調査・研究、発表や討論などの

学習活動を積極的に取り入れることとなった。小中学校には類似の教科として「総合的な学習の時間」がある。このような背景から小中高等学校では、修学旅行をはじめとした教育旅行に「総合的な学習（探究）の時間」と連携した活動を取り入れるケースが増えている。現在の修学旅行は「どこに行くか」ではなく、「何を学習するか」にウエイトが置かれている。

日本修学旅行協会（2024）の「全国修学旅行調査」によれば、「学習指導要領の改訂や諸物価高騰、感染症拡大等、学校を取り巻く変化により、自校の今後の修学旅行のあり方や実施方法に影響や変化があるか」という質問に対して、「ある」と回答したのは中学校が25.7%（1,029校中264校）、高等学校が31.8%（1,112校中354校）であった。「ある」と回答した中学校と高等学校は、今後の修学旅行のあり方として「行事の目的・ねらい、位置付けを見直す」という回答が最も多く、次いで「総合の時間と連携」であった。

また、今後の体験内容として、「探究型プログラムの実施」という回答が中学校では最も多く、高等学校では3番目に多かった。

高等学校で最も回答が多かったのは「平和教育・平和学習を取り入れる」、2番目は「異文化体験・英語学習を取り入れる」であった。「SDGsをテーマにしたプログラムの実施」は中学・高等学校ともに上位に挙げられていた。これはSDGsが探究学習のテーマのひとつとして捉えられているからと考えられる。

上記のように学習指導要領の改訂などの学校を取り巻く変化に伴い、今後の教育旅行は総合的な学習（探究）の時間と連携した体験活動の導入が進むと想定される。内容としては探究型やSDGsをテーマとしたプログラムが求められている。漁業はそのテーマに適したものであり、学校側のニーズに応えられる漁業体験・教育プログラムを整えることによって拡大していくことが期待される。

さらに、文部科学省は22年度から観光教育によって観光の持続的な発展を支える人材を育成するために、高等学校の商業科カリキュラムに「観光ビジネス」という科目を設置した。観光教育を進めるにあたっては地域と学校との連携が必須であり、そこに漁協が関わり、生徒たちが地域漁業の魅力を学ぶ機会として漁業体験・教育を提供

することが求められる。それによって新たな漁業に関連する観光商品の開発や誘客促進などが期待でき、将来的には地域の活性化・発展につながる。漁業体験・教育は、子どもたちの学びのためだけではなく、地域漁業の維持・発展においても重要な取り組みといえる。

(2) 漁協における漁業体験・教育の実施状況

08年および13年漁業センサスでは、漁業体験を行った漁協数は200組合から234組合、実施している漁協の割合は19.2%から25.1%に増加している（第2表）。それ以降の漁業センサスは漁業体験を行った漁協数ではなく漁業地区数に変更されており、実施した漁協数の増減数を比較できないが、18年漁業センサスでは、漁業体験を行った漁業地区数は320地区、漁業地区全体の15.5%が実施しており、年間延べ参加人数は13万人であった（第3表）。23年漁業センサスの結果は、新型コロナウイルス感染症の影響から、実施地区数や年間延べ参加人数は18年より減少している。今後は新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行したことによって、漁業体験は増加に転じ

第2表 漁業体験を行った漁協数

(単位 組合、人)

年	集計組合数	漁業体験を行った漁協数 (実施率)	参加人数規模別(年間)						漁業体験の年間延べ参加人数
			10人未満	10～20	20～50	50～100	100～200	200人以上	
2008	1,041	200(19.2%)	15	16	34	44	31	60	120,886
13	934	234(25.1%)	33	19	37	40	37	68	126,228

資料 漁業センサス

第3表 漁業体験を行った漁業地区数

(単位 地区、人)

年	集計 漁業 地区数	漁業体験を行った 漁業地区数 (実施率)	参加人数規模別(年間)						漁業体験の年間延べ 参加人数
			10人 未満	10～ 20	20～ 50	50～ 100	100～ 200	200人 以上	
2018	2,066	320(15.5%)	73	29	83	47	27	61	132,028
23	2,068	237(11.5%)	62	28	65	29	23	30	71,512

資料 第2表に同じ

ると予想される。

農林中金総合研究所（2018）の調査では、「漁業体験（学生向け）」を事業として実施している漁協は回答のあった389組合中48組合（12.3％）であった。13年漁業センサスの方が実施している組合の割合は大きい、漁業センサスはボランティア・無報酬で実施しているものも含んでいることが理由と考えられる。事業として漁業体験・教育を実施している漁協は全漁協の2割弱と推測される。

農林中金総合研究所の同調査によると、漁業体験（学生向け）の契機・目的は「地元の他組織・団体からの要望」（69.6％）が最も多く、次いで「利用者等からの要望・ニーズへの対応」（10.9％）であり、「組合員の所得向上」（6.5％）や「組合経営の財源確保（組合経営の収支にプラス）」（4.3％）は少なかった（46組合が回答）。また、収支動向は「収支均衡」（56.1％）が最も多く、次いで「赤字傾向」（26.8％）、「黒字傾向」（17.1％）であった（41組合集計）。事業の契機・目的や収支動向から、漁業体験を収入源としての位置づけている漁協は少ないと考えられる。しかし、今後は経営が厳しい漁協において、漁業体験・教育を新

た収入源として事業化することは打開策のひとつといえる。

(3) 漁協における漁業体験・教育の 目的・効果

漁協が漁業体験・教育を実施する目的・期待する効果としては、今回調査した4事例によると以下のことが挙げられる。

- ①地元水産物の消費拡大とPR
- ②食育・魚食普及
- ③地域漁業や漁村、海洋環境についての関心・理解の促進
- ④漁業後継者やファンの確保・育成
- ⑤漁業者や地域住民への生きがい・やりがいの付与
- ⑥漁業者や地域住民の地域アイデンティティの自覚・シビックプライド（地域に対する誇り）の醸成
- ⑦漁協や漁業者の収入源（直接的な経済効果）

調査を実施した4事例の漁協およびその管内の漁業者、地域への直接的な経済効果（漁業体験・教育に伴う金銭的利益）の有無については第4表のとおりである。直接的に対して間接的な経済効果とは、漁業体験・教育活動の実施によって、参加者が漁

第4表 4事例の漁協・漁業者・地域への直接的な経済効果の有無

漁協名	漁協	漁業者	地域
諫早湾漁協	×	×	—
由比港漁協	○	○	—
垂水市漁協	○	△(燃料代)	△
鳥羽磯部漁協[島の旅社]	×	○	○

資料 第1表に同じ

協の直売所などでの地元水産物や加工品を購入することや、漁協が主催する祭りなどへの参加、漁業者の遊漁船の利用などへの波及的な効果のことである。漁協では間接的な効果が発生していると認識しているものの、定量的に把握することができておらず、感覚的なものにとどまっている。

諫早湾漁協は、管内の小学校に対してのみ漁業体験を提供しており、体験料を徴収していないため、漁協や漁業者への直接的な経済効果はない。地域に対しては不明であるが、児童はスクールバスで漁港を往復するだけで、他に立ち寄ることがないので地域への経済効果もないと考えられる。しかし、地元カキの消費拡大や漁協イベントへの参加、漁業後継者の育成などの間接的な経済効果・波及効果が発現している。それは漁協直売店の販売高やイベントへの来場者数などから把握することができる。漁業体験と漁業後継者の育成との因果関係は明確ではないが、最近の実績ではカキ養殖体験をした児童が23年に3人、22年に2人がカキ養殖に新規就漁しており、少なからず影響していると想定される。

由比港漁協は、漁業体験を漁協の新規事業とし、かつ漁業者の所得獲得の機会につ

なげるために実施しており、実際に漁協および漁業者への経済効果は発生している。しかし、漁港周辺には宿泊施設や飲食店がほとんどないため、地域への経済効果は小さい。

垂水市漁協は、由比港漁協と同様に新たな収入源の獲得のために漁業

体験を開始しており、漁協への直接的な経済効果はある。しかし、漁業者に対しては餌やり体験で使用した燃料代相当のみの支払いであるため、直接的な経済効果は小さい。一方で、間接的な効果として、漁業体験を通じて漁協の収入が増加し、それによって販売手数料などの費用の抑制につながることを漁業者は理解して協力している。また、地域に対しては、漁業体験とセットで民泊を利用することがあるので一定の効果は認められる。

鳥羽磯部漁協の管内で漁業体験・教育を提供する島の旅社（地域活性化に取り組む任意団体）は、体験に協力した漁業者や地域住民に対して賃金（最低賃金）を支払っており、漁業者および地域への直接的な経済効果は発現している。漁協は島の旅社の体験に直接関わっておらず、受入料などを徴収していないので直接的な経済効果はない。ただし、間接的には、市場見学に訪れた観光客が継続して地域の魚を購入するなどの効果が現れている。

上記のように漁業体験・教育による直接的な経済効果は実施目的によって異なり、同様に間接的な経済効果や社会的効果（地域コミュニティの強化や生徒と地域住民と

の交流など）はヒアリングを通じてすべての事例で発現していると推測される。

2 漁業体験・教育の実現にあたっての4つの関門

(1) 4つの関門

22～24年度の3か年にわたって、漁協の海業に取り組むにあたってのプロセスをJF全漁連浜再生推進部と調査してきた。その中で海業の実現にあたって4つの関門が浮き彫りになった（第1図）。

第1の関門は「意識の壁」である。人間には直面している危機を過小評価する正常性バイアス（歪み・思い違い）や変化を避ける現状維持バイアスがある。また、予測できない新たな取組みに対して不安を抱きやすいという心理的特性もある。つまり、漁協役職員は漁協経営の厳しさを過小評価する傾向があり、新たな海業に意識を向け、さらにそれに着手することは難しいということである。

また、経営が厳しい漁協では、漁協の抱える問題を分析し、その問題を除去する方法（コスト削減など）で経営改善を図ってきた。それは、組織内の問題を明確化し、その原因を究明し、対応策を検討・実践するというスキーム（問題解決アプローチ）が基本となっている。一方、海業へのアプローチは、漁協をはじめとした地域の強みにフォーカスし、それを生かして事業を創造するという視点・発想（創造的アプローチ）が求められている（第2図）。したがって、海業の着手にあたってはアプローチを変更しなくてはならないが、慣れ親しんだアプローチを変更することは容易ではない。

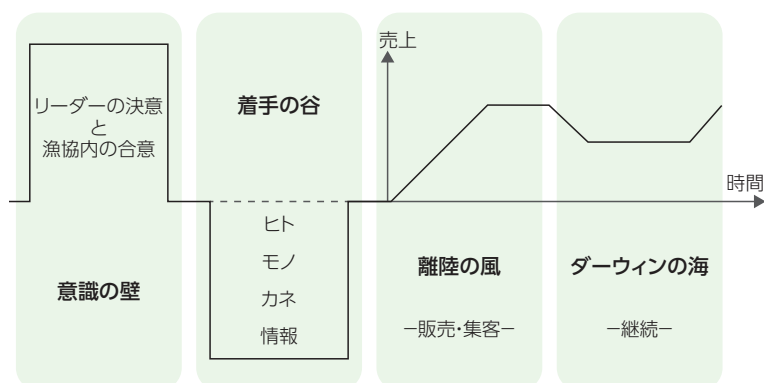
第2関門は「着手の谷」である。海業への着手を決断したとしても、次にヒト、モノ、カネ、情報などの経営資源の不足が谷となり、事業の実現を躊躇させる。

第3関門は「離陸の風」である。海業という新たな事業を開始した後は、事業を軌道に乗せなければならない。そのために、漁協は新規事業を離陸させるための風（販

売・集客）を起こす必要がある。海業の商品・サービスをつくるだけでは事業を黒字化し継続することはできない。その商品・サービスを継続するための利益が獲得できる販売・集客を実現しなければならないのである。

第4関門は「ダーウィンの海」である。事業が軌道に乗った後も競合他社が存在・誕

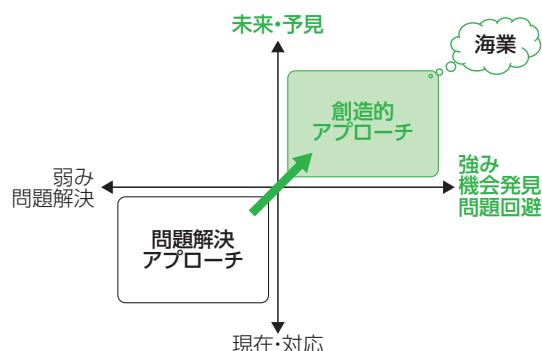
第1図 海業の実現にあたっての4つの関門



資料 第1表に同じ

(注) 「ダーウィンの海」はハーバード大学のルイス・ブランスコム教授の造語(近能・高井(2010))。

第2図 問題解決アプローチから創造的アプローチへ



資料 バーカー(2014)を参考に筆者作成

生する環境の中で事業を継続することは容易ではない。競争の激しい事業環境＝海の中で生き残るためには、漁協や地域の強みを環境に合わせて変化し続けることが求められる。

以下では4つの漁業体験・教育の事例に基づいて、4つの関門を克服するためのポイントを整理する。

(2) 「意識の壁」の乗り越え方

意識の壁を乗り越えるにあたって重要なのは、まず新たな事業である海業への着手を決断するリーダー（組合長や参事、地区漁業運営委員長、女性部部长など）の存在と、彼らの覚悟と熱意である（注3）。そして、リーダーは海業の目的や効果を漁協役職員や組合員に説明し、漁協内の合意を得て、彼らを事業に巻き込むことが必要である。

しかし、漁協役職員や組合員から合意を得ることは容易ではない。特に事業の採算性や将来性が不明確で、事業に伴う投資やリスクが大きいと合意を得ることは困難で

ある。例えば飲食・加工販売を実施するには、商品開発や加工施設の設備などが必要となり、販売予測も難しく、合意を得にくい。

それに対して、漁業体験・教育はJF全漁連による海業の4つの類型の中で投資やリスクは比較的小さく、漁協役職員の意識の壁（取組みに対する抵抗）は低い傾向がある。また、漁業体験・教育は組合員からの協力が必要なプログラムが多いので、事前に組合員からの協力を取り付けることができていると漁協内での合意は得やすい。そのためにも、組合員に体験・教育の目的・効果を具体的かつ丁寧に説明し、組合員から協力の合意を得ることは大切である。

漁業体験・教育の提供にあたって料金を徴収するかどうかを事前に決めておくことも大事である。一般的に有償より無償の方が取組みにあたって漁協役職員の意識の壁は低いようである。有償の場合、それに見合う内容を提供しなければならないということがプレッシャーになるということが理由のひとつである。当初は無償で実施し、経験を積んだ後に有償の体験・教育を導入する方法もある。

漁協内で合意を得るために、難度の低い漁業体験・教育のプログラムを提案し、その後にニーズや収益性の高いプログラムを導入するのもひとつの手段である。第3図は代表的な漁業体験・教育プログラムを実施難度の低い順に並べたものである。

（注3）意識の壁を乗り越えるにあたってのリーダーの意識と行動については、尾中（2023）を参照

第3図 実施難度順の屋内・屋外別漁業体験・教育プログラム例

実施の難度・低	
屋内	屋外
冷凍庫などの施設見学	磯観察・遊び
水揚・市場見学	潮干がり
漁業や海に関する講話	漂着ゴミ収集活動
ロープワーク体験	岸壁釣り体験
タッチプール	漁船乗船体験
流木・貝殻アート	海上での餌やり体験
魚さばき体験	漁船釣り体験
魚料理・加工品づくり	漁村集落体験
実施の難度・高	

資料 第1表に同じ
(注) 難度は漁協や組合員の状況によって異なり、あくまでも目安である。

のこと。

(3) 「着手の谷」の埋め方

漁業体験・教育の実施にあたって必要な主な機能は「漁業体験・教育プログラム運営」「プロモーション（広報・宣伝）」「事務処理」の3つである（第4図）。

「漁業体験・教育プログラム運営」にあたっては、開始時は現在の漁業や漁協の業務（市場でのセリ見学など）、漁協が保有している施設・設備を活用するというスタンスで取り組むことが多いので、着手にあたっての経営資源不足の問題は大きくない。

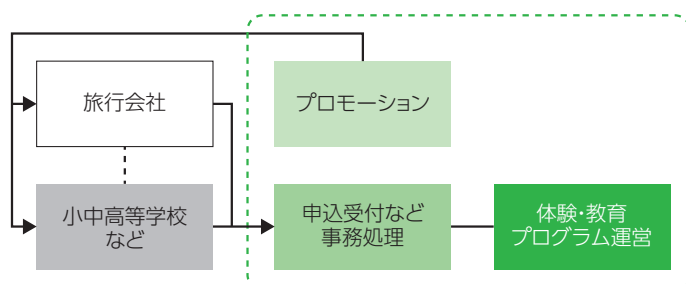
乗船体験を提供する漁協では救命胴衣などの備品は補助事業などを活用して調達していた。生徒の案内・説明にあたって職員を確保することが負担だとする漁協もあったが、他の漁協では組合員や行政職員からの協力を得て対応しているケースがあった。島の旅社では、漁業者だけでなく島民の協力を得ることによってプログラムの拡充を図っている。

「プロモーション」は、漁協単独で実施するには人手やノウハウ、訴求力などが不足しているため、教育旅行を誘致する他組織・団体を活用している事例が多い。諫早湾漁協の事例は管内の小学校を対象としているのでプロモーションを実施していないが、由比港漁協では「しずおか体験教育旅行」、垂水市漁協では「鹿児島県観光連盟」、鳥羽磯部漁協では「島の旅社」が中心となってプロモーションを行っている。由比港漁協は学校教職員のための体験プログラムの視察の受入れ、垂水市漁協は鹿児島県観光連盟のプロモーション活動への同行や漁業体験用のパンフレットの作成をしている。プロモーションは他組織・団体を活用する

ことによって、経営資源の不足を補っている。

「事務処理」には、申込受付だけでなく問合せへの対応、体験・教育を提供する漁協役職員や組合員などへの連絡・調整、料金の徴収、協力を得た組合員などへの支払いなどがある。これもプロモーションと同様に他組織・団体を活用している事例が

第4図 漁業体験・教育の実施にあたって必要な主な機能



資料 第1表に同じ

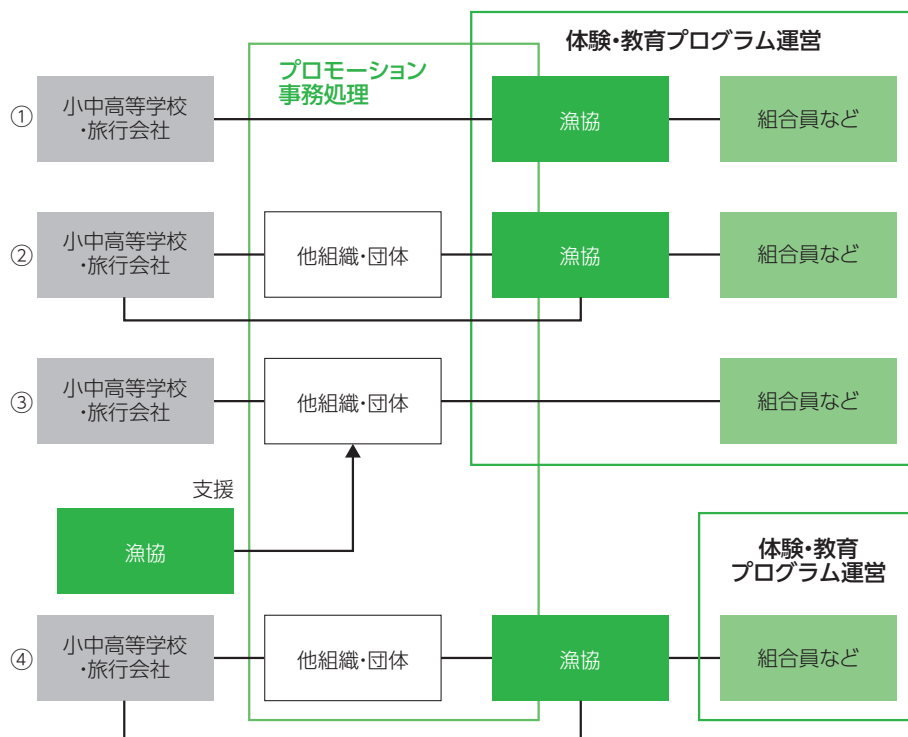
多い。ただし、すべての事務処理を他組織・団体に任せることは彼らの負担が大きいため、組合員との連絡・調整など一定の負担を漁協が担っているケースが多い。

漁業体験・教育の実施にあたっての他組織・団体との関わり方を第5図のように類型化することができる。最初に①のように他組織・団体が介入しないというパターンがあり、これには諫早湾漁協の事例が該当する。諫早湾漁協のように対象が管内の小中学校だけの際には問題ないが、対象を広げ事業として確立するには①の形態だとノウハウや人員面で限界がある。

次に②は他組織・団体にプロモーションと一部の事務処理を委託するやり方で、これには由比港漁協と垂水市漁協が該当する。

③は他組織・団体が組合員などと直接やり取りし、漁協は支援するというもので、鳥羽磯部漁協が該当する。最後の④は、漁協は体験・教育プログラム運営には関わらず、プロモーションと事務処理を担い、仲介・事務手数料収入を得るものである。漁業も含めた地域の体験・教育プログラムをコーディネートし、漁協によって多様なプログラムを提供することが可能な形態である。他の類型でも可能であるが、漁協自らが体験・教育プログラムを提供し、地域内の他プログラムを発掘・調整するのは、限られた漁協役職員で対応するのは容易ではないと考えられる。プロモーションと事務処理を担う他組織・団体を漁協が単独、もしくは地域の他企業などと共同で設立するという

第5図 漁業体験・教育の実施にあたっての他組織・団体との関わり方の類型



資料 第1表に同じ

アプローチもある。

(4) 「離陸の風」の起こし方

漁業体験・教育を軌道に乗せるためにはプロモーションが重要である。先にも触れたが県や市町村段階の教育旅行を誘致する組織・団体（以下「誘致団体」）に漁協が加入することによって、そこに主なプロモーションを任せるケースが多い。また、県や市町村が地域のPRの一環として漁業体験・教育をプロモーションしている事例もあり、行政への働きかけも大切である。

誘致団体や行政によるプロモーションは、漁協が単独で実施するよりも効果は高いものの、一方で誘致団体や行政は他の体験・教育プログラムのプロモーションも行っており、漁業体験・教育が小中高等学校や旅行会社に伝わりにくい可能性がある。その対策として、漁協はアピールポイントを明確にし、小中高等学校や旅行会社が疑問や不安な事項への回答を誘致団体などに提供して、それに基づいてプロモーションしてもらうことが必要である。

今回の事例では、由比港漁協は体験実習室・講習室の整備、垂水市漁協はカンパチ養殖の生産量日本一を誇り、桜島を臨むことができイルカを見ることが出来るロケーション、島の旅社（鳥羽磯部漁協の事例）はブランド魚「答志島トロさわら」の市場見学や「島全体が博物館」をコンセプトとした体験を、地域の特徴・他地域との違いとして誘致団体などはPRしている。

小中高等学校や旅行会社にとっての疑問

や不安としては、体験・受入可能人数、体験時間、モデルプログラム、体験プログラムの組合せ、乗船などの屋外での体験が雨天や強風で中止になった際の代替りのプログラム、緊急時の対応、アレルギーへの対応などがある。

訪問先を検討している小中高等学校や旅行会社のために、漁協のウェブページでアピールポイントや一般的な疑問・不安点の回答を公開することは有効である。

農業体験・教育と比較して漁業は今まであまり注目されていなかったが、それはプロモーション不足がひとつの要因と考えられる。漁業体験・教育に取り組んでいる漁協、これから取り組もうとしている漁協はプロモーションに注力し、小中高等学校や旅行会社にアピールすることが重要である。特に「そこでしかできない体験」などのアピールポイントのある漁協にとっては、プロモーションを充実することによって漁業体験・教育を収益源・事業化することが可能である。

(5) 「ダーウィンの海」の泳ぎ方

漁業体験・教育を継続するためには、小中高等学校や旅行会社からの要望などを参考に改善したり、新たなプログラムを導入することが必要である。垂水市漁協では、旅行会社などからの要望で生徒たちを宿泊させるための民泊の取組みを開始した。他漁協でも体験内容をマイナーチェンジして質の向上を図っていた。

誘客力を高めるためには、漁業以外の地

域での体験プログラムを充実させ、漁業体験・教育とその他のプログラムの組合せができるようにすることは重要である。そのためには漁業以外の地域資源（自然・景観や生活文化、伝統的歴史など）を発掘し、プログラムを運営する他組織・団体の協力が必要である。島の旅社では、鳥羽市立海の博物館や伊勢志摩国立公園協会、鳥羽市水産研究所などと連携したプログラムを提供し、誘客力を高めている。

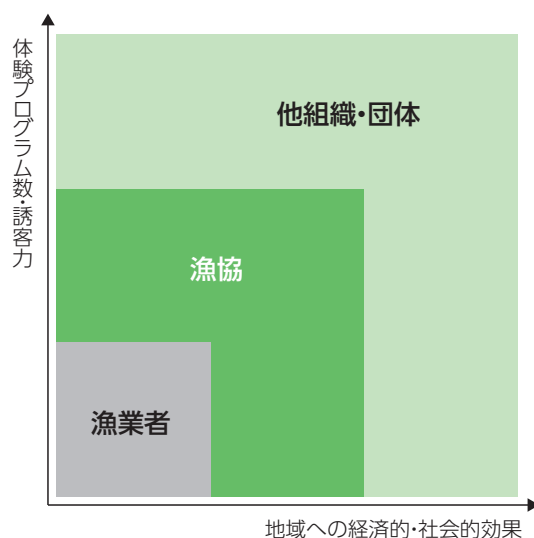
他にも地域内の宿泊や飲食などの施設の充実、交通アクセスの改善、地域住民への理解の促進などが誘客力を高めるためには必要である。地域からの協力を得るにあたっては、漁業体験・教育の受入れで地域に迷惑が掛からないように配慮することも忘れてはいけない。島の旅社では、ゴミのポイ捨てなどが発生しないようにスタッフが対応している。

漁業体験・教育の継続・他地域との差別化にあたっては、漁協だけで取り組むのではなく、地域他組織・団体、地域住民を巻き込んだ取組みが求められる。それによって誘客力が高まるだけでなく、地域への経済的・社会的効果の波及によって地域の活性化が期待できる（第6図）。漁業体験・教育が軌道に乗り始めたら、地域他組織・団体との連携・協力を視野に入れることは重要である。

おわりに

本稿では、前半で漁業体験・教育の現状

第6図 漁業体験・教育への取組みの拡大の効果



資料 第1表に同じ

とその課題について検討した。近年の学習指導要領の改訂により、学校教育において体験型学習や探究型プログラムへの期待が高まっている。そのなかで、漁業体験・教育はそのニーズに応え得る有力なプログラムとして注目される可能性がある。また、漁協においても、地元水産物のPRや食育の推進に寄与するほか、漁業後継者の育成や地域住民の誇りの醸成といった幅広い効果が期待できる。漁協にとっての新たな事業として捉えることもできる。

しかし、漁協が新規事業を実施することは、新たなことに対する不安や抵抗、漁協経営の不安定さや資源の不足によって容易ではない。特にその実現や継続を妨げる4つの関門が存在する。

その関門を克服した4つの調査漁協には以下の共通点がみられた。

意識の壁を乗り越えるにあたって、①新規投資の負担が少ないプログラムを選択し

ていた。

着手の谷を埋めるためには、②漁業体験・教育の実施に対する漁協内での理解と協力を得ていた。担当外の漁協職員が漁業体験・教育に協力している事例もあった。また、③組合員、女性部、青壮年部のいずれか、もしくはすべてからの協力を得ていた。垂水市漁協では組合員からの協力を得やすくするために遊漁船登録などの費用を漁協が負担していた。④プロモーションや事務処理の一部を外部組織・団体に任せるということも共通していた。

離陸の風を起こすためには、⑤行政や誘致団体との連携・協力、ダーウィンの海を泳ぐためには、⑥漁業体験・教育の内容や景観などのアピールポイント、つまり他地域と差別化できる要因を活用もしくはそれを作り出していた。

漁業体験・教育の課題としては、①漁業体験・教育を担う漁協役職員や組合員の不足、②雨や時化、不漁による屋外プログラム中止時に備えた屋内プログラムの充実（屋外のプログラムと比較すると見劣りしてしまうため）、③採算性（燃油代の高騰などへの対応にあたって体験料の値上げが必要）、④乗船体験にあたっての遊漁船業法や特定操縦免許制度の改正への対応が挙げられる。

漁業体験・教育への取組みを検討している漁協は、最初に諫早湾漁協のように地元小中学校に無償で実施し、運営のノウハウの取得などをするのが良いであろう。その後、由比港漁協や垂水市漁協のように地域外の学校に対して有償で実施、さらに島の

旅社のように地域内の他組織・団体、地域住民を巻き込んだプログラムを開発し、漁業体験・教育を地域内に広げていくのが望ましいプロセスといえる。

筆者は、海業を「漁協や漁業者が中心となって行政や地元事業者などと連携して漁村の価値を創造・向上し、国内外の顧客に商品・サービスを提供する事業」と定義しており、漁協が海業の推進役となることが、漁村をまとめるにあたって必要と考えている。漁協は海や漁港、漁村の今までの築き、守ってきた組織であり、地域において海業を展開する「正統性」や「納得性」を有している。漁協は4つの関門を段階的に克服しながら、漁業体験・教育を足がかりとして海業を展開し、地域漁業および漁村の新たな価値創造を実現することが求められている。

<参考文献>

- ・青森県農林水産部水産局漁港漁場整備課（2023）「漁港や藻場を活用した漁業体験プログラムづくりの手引き」
- ・尾中謙治（2023）「漁協の事業多角化にあたってのリーダーの意識と行動」『農林金融』10月号
- ・近能善範・高井文子（2010）『イノベーション・マネジメント』新世社
- ・穴戸学ほか（2019）『観光概論 第11版』JTB総合研究所
- ・全国漁業協同組合連合会浜再生推進部・農林中金総合研究所基礎研究部（2023a）「漁協における事業多角化について——観光関連にかかる海業参考事例を中心として——【総括】」
- ・全国漁業協同組合連合会浜再生推進部・農林中金総合研究所基礎研究部（2023b）「漁協における事業多角化について——観光関連にかかる海業参考事例を中心として——【別冊：個別事例の調査結果】」
- ・全国漁業協同組合連合会浜再生推進部・農林中金総合研究所リサーチ&ソリューション第1部（2024）「漁協における事業多角化について——「飲食・加工

販売」にかかる事例を中心として—」

- ・全国漁業協同組合連合会浜再生推進部・農林中金総合研究所リサーチ&ソリューション第1部（2025）「漁協における事業多角化について—「体験・教育」にかかる事例を中心として—」
- ・日本修学旅行協会（2024）「教育旅行年報 データブック2024」
- ・農林中金総合研究所（2018）「漁協自営漁業の実態と可能性に関する調査」総研レポート29農金No.1

<https://www.nochuri.co.jp/skrepo/pdf/sr20180410.pdf>

- ・バーカー,J（2014）『パラダイムの魔力 新装版』日経BP
- ・日置弘一郎・二神恭一（2008）『コラボレーション 組織の経営学』中央経済社

（おなか けんじ）

