

# 未来に続く島をめざして

—子ども・孫へ海を繋ぐ漁師の取組—

鳥羽磯部漁業協同組合菅島支所  
菅島の未来を考える会  
木下 陽介

## 1. 地域の概要

菅島は三重県鳥羽市の東約3km、伊勢湾の入口に位置する人口463人（2023年10月）の離島である。太平洋の外海水と、伊勢湾内の栄養豊富な海水が混じり合い、豊かな漁場を育む、漁業が主要産業の島である（図1）。

島の東端にある菅島灯台は2022年に国の重要文化財に指定され、2023年に竣工から150年を迎えた洋式レンガ造り灯台であり、菅島のシンボルとなっている。

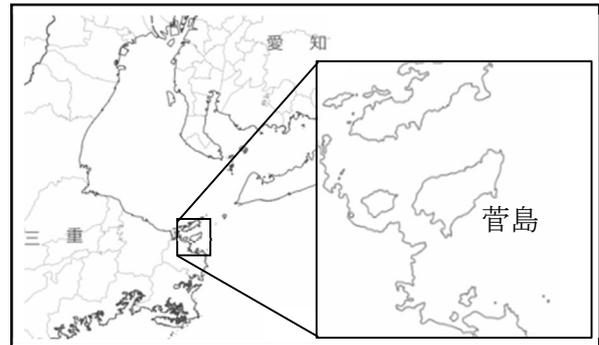


図1 菅島の位置図（広域・狭域）

## 2. 漁業の概要と現状

鳥羽磯部漁協菅島支所の組合員数は175人（正・准組合員合計）、水揚げ量（金）は2億4,400万円（養殖業含まず）である（2020年度）。主な漁業としては、一本釣り（サワラ、アジ、カツオなど）、刺し網漁（イセエビなど）、海女漁（アワビ、サザエなど）、クロノリ養殖、ワカメ養殖などがある。

他の漁村地域同様、漁獲量の減少や後継者不足などの問題が深刻化しつつある。漁協組合員数、水揚げ量（金）（漁船漁業）および菅島小学校（島唯一の学校）児童数の2010年から2020年までの推移を示した（図2）。組合員数は約10%減少、水揚げ量（金）は年変動があるものの緩やかな減少傾向が見られている。一方で、児童数がわずか10年間で70%以上（51人から14人）減少しており、将来の漁業就業者の急激な減少が危惧されている。

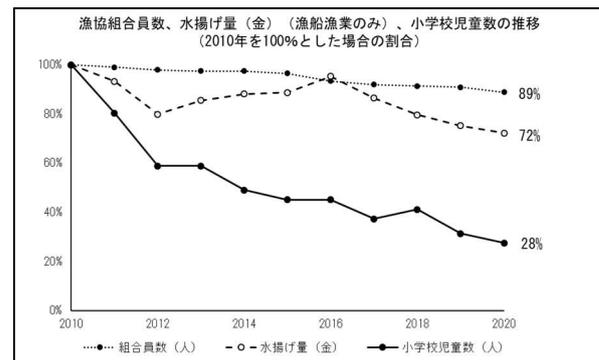


図2 組合員数、水揚げ量（金）、児童数の推移

## 3. 研究グループの組織と運営

### (1) 組織の概要

2015年11月に策定された「鳥羽市小中学校統合計画」に、私たちの母校でもある菅島小学校が本土の小学校へ統廃合されることが明記された。私たちは地域コミュニティの象徴である菅島小学校を島に残したいという想いから2016年7月「菅島の未来を考える会」を立ち上げた（図3）。当会の構成員は26人（2023年度。ただし夫婦は1人と数える）で、小中学生以下の子どもを持つ保護者が中心となっており、そのうち漁協組合員・漁協職員・水産加工業関係者が62%を占めている。



図3 各活動の進捗を把握する定期報告会

私たちは“小学校統廃合問題は地域経済の弱体化やその他の地域が抱えるさまざまな問題がもたらした結果である”と捉え、単に統合反対を唱えるのではなく、その原因となっている地域の根本的な課題に挑戦し、組織理念である「菅島の輝かしく豊かな未来の実現」をすべく、さまざまな活動を行っている。

## (2) 組織の運営と活動内容

現在、私たちは「新しい産業・価値の創出」「移住定住の推進」「教育環境の充実」の3つを活動方針として、それぞれの分野で地域活性化プロジェクトを展開している(図4)。

地域活性化プロジェクト							
活動方針	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
新しい産業・ 価値の創出		アオノリ養殖実験					
		アジのブランド化「極アジ」					
移住定住の 推進	島コン(島会い応援)						
		空き家の調査・整備					
		漁業体験ツアー「菅島海藻塾」					
			パンフレット作成		お試し移住ツアー(家族向け)		
教育環境の 充実		離島留学・離島通学推進					
	学校統合協議会	コミュニティスクール(学校運営協議会制度)					
						児童放課後クラブ	
その他		WEBサイト、SNSの運用					
						Youtube動画配信	
						漁港への絵描き	

図4 2017年以降の当会の活動変遷

「新しい産業・価値の創出」では、地域に新しい産業を導入や価値を見出すことを検討し、アオノリ養殖やアジのブランド化に取り組んでいる。

「移住定住の推進」では、2017年から島内の空き家を調査・整備し、島外からの移住を受け入れる準備を進めている。2018年からは漁業体験ツアー～菅島海藻塾～を開催するとともに、子育て世代の家族が移住できるように、助成金などを活用して空き家を改修(2020年)し、移住者のためのパンフレット作成(2020年)、お試し移住ツアーの開催(2021年)などの活動を推進している。2023年には、NPO法人を立ち上げ、活動の幅を広げている。

「教育環境の充実」では、活動当初から離島留学・通学の推進や学校統合協議会などに取り組んでおり、2022年からは子どもたちにいろいろな経験をさせてあげたいという思いから、「放課後クラブ」を始動し、野球やソフトバレーボールなどのスポーツ活動、映画観賞会、現役大学生を招いての勉強会などを開催している。

これらの活動の詳細については、WEBサイトなどのリンクを参照頂きたい(図5)。



#### 4. 研究・実践活動取組課題選定の動機

地域活性化プロジェクトを実施するにあたって、菅島におけるさまざまな課題を話し合ってきたが、中でも基幹産業である漁業の活性化に向けては、その「強み」や「弱み」を検討することで課題を絞っていった。

菅島周辺は豊かな漁場であることから、いろいろな漁船漁業・養殖業が行われ、時節に応じて多種多様な魚介類が水揚げされる「強み」がある反面、「菅島と言えばコレ」と菅島を連想させるような水産物がないという「弱み」がある。また、資源管理に対する意識は高く、例えば、ヒジキ漁は区域を分割して輪番で刈り取る方式を取るなど、小規模・離島という管理しやすい特徴を生かし、資源を大切にしながら漁をすることができるという「強み」がある。しかし、巻網、船びき網、定置網などの大型漁船を使った漁業は営まれておらず、他地域と資源を共有する回遊魚などを漁獲する漁業では競争力が十分であるとは言えない。さらに、離島地域の特性上、流通コストが高いなど交通の利便性に「弱み」があり、量や価格による競争では不利な状況にある。また、他地域と同様に漁業者の高齢化・減少は喫緊の課題である。

私たちは、このような「強み」や「弱み」を踏まえ、菅島で必要なことは「漁業者数の増加」「菅島を代表できるブランド水産物の創出とPR」であるとの結論に至り、下記2つの取り組みを実施することになった。

- (1) 新規漁業者の発掘～漁業体験ツアー「菅島海藻塾」～
- (2) アジのブランド化「菅島極（きわみ）アジ」

#### 5. 研究・実践活動の状況および成果

##### (1) 新規漁業者の発掘～漁業体験ツアー「菅島海藻塾」～

菅島の移住者といえは婚姻による移住者しかおらず、何をしていたのか分からない手探り状態から活動を開始した。企画会議を重ねる中で、共同加工場整備により労働環境が大幅に改善されたクロノリ養殖や初期費用が比較的低いワカメ養殖には、雇用や新規就業の可能性が高いとの結論に至り、海藻養殖に重点を置いた漁業体験を開催することにした(図6)。

他地域の事例を調査すると、漁協や行政が企画運営し、漁業者が受け入れしている漁業体験ばかりであったが、当会は漁業者以外のメンバーが多数いる強みを生かし、漁業者以外と話ができる場を設けるなど、島の生活についても知っていただけるプログラムを策定した(表1、図7、8)。

主に、WEBサイト(漁業就業・移住関係)による募集を行い、2018 および 2019 年度に5回開催し、18人(県内5人、県外13人)の参加があった(2020、2021年度はコロナ過により活動自粛)。

【鳥羽市委託事業】

SUGASHIMA  
海藻塾

Challenge Fishery!!

日程 令和2年 ① 1月24日～26日 ② 2月14日～16日 ③ 2月28日～3月1日 (2泊3日)

お申込み・お問い合わせ  
鳥羽磯部漁業協同組合菅島支所 内 菅島海藻塾 事務局 担当：中村

図6 海藻塾開催のお知らせチラシ

表1 菅島海藻塾のスケジュール例（クロノリ養殖コース）

1日目	2日目	3日目
14:15 菅島港集合	5:00 海上作業（ノリ摘取）	8:00 陸作業（ノリ捌き）
オリエンテーション	12:00 昼食	12:00 昼食
15:00 島内散策	13:00 ノリ加工場見学	13:00 アンケート記入
18:00 夕食	陸作業（ノリ加工）	14:00 終了
	18:00 交流会	



図7 海藻塾の海上作業（ワカメコース）



図8 海藻塾の島内散策（市場見学）

県外から参加した女性の1人がスタッフだった当会員と結婚に至り、2022年11月から島内で新婚生活を始めている。また2019年度に県外から参加した高校生は、翌年度の夏季に約1カ月の本格的な漁業研修につながっている。

移住者獲得という成果は挙げているものの、当初の目的であった漁業就業者獲得のため、ブラッシュアップを続けている。

#### ア. 参加者アンケート結果の分析

参加者へ実施したアンケートでは全体的に評価が高く、菅島の漁業や、島での生活（買い物事情など）に関する言及もあり、島の生活事情についても理解していただいたことが分かった（図9）。また30～40代の参加もあり「離島で暮らしたい」「漁業に従事したい」というニーズがあることを確認できた。一方で、魅力はあるが不安材料として仕事（収入）が挙げられており、最低限の生活ができるか不安との声が聞かれた。また、「都会では味わえないことができてよかった」との観光体験と捉えている意見もあった。

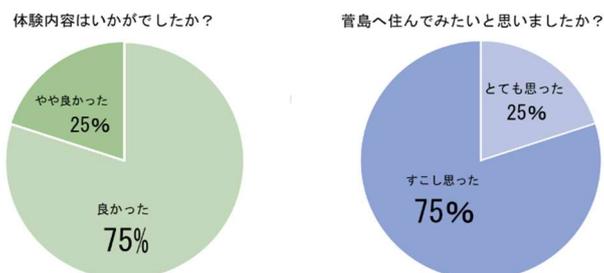


図9 体験ツアー参加者へのアンケート調査結果

#### イ. 受入漁家アンケート結果の分析（2022 年度）

海藻塾の開催にあたって、当会のメンバーではないクロノリ・ワカメ漁業者にも受け入れを委託しており、その方々にも匿名のアンケートを実施し、評価を受けた（図 10）。漁業体験の受け入れ自体には好印象を持っていただいていたが、後継者育成について意識するようにはなっておらず、受け入れ側にも漁業就業者獲得に対する想いが伝わっていないことが分かった。

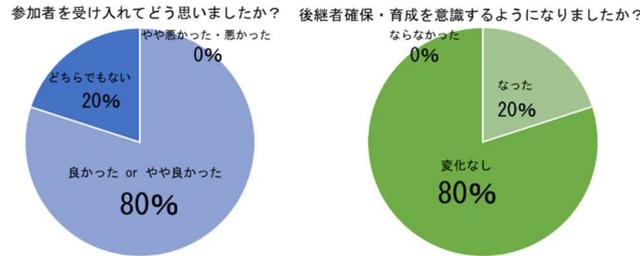


図 10 体験ツアー受け入れ漁家へのアンケート調査結果

#### ウ. 地域おこし協力隊インターン制度の活用（2022 年度）

地域おこし協力隊インターン制度を活用し、地域活性化に意欲のある大学生 2 人を受け入れた。2 週間生活の間に海藻塾プログラムを受けていただいた後、当会メンバーに対して漁業体験の感想と改善点についてプレゼンする機会を設けた。

大学生からは「体験の強度」に関する言及があり、観光目的にはハード、就業を意識した漁業体験としてはソフトとの意見があり、募集対象を明確化し、それに応じた体験強度の設定が必要であると学んだ。また、漁船での菅島見学（クルージング）は迫力があり、観光船では味わえない体験であったとの意見があり、私たちの日常に価値を見出せることに気がついた。

以上のア～ウのポイントから、「漁業者の獲得」「移住者の獲得」を目指すうえで、2泊3日の場合の体験プログラム・受け入れ先については継続しても問題ないと判断できた。一方で観光目的での参加者排除や地域課題解決に対して即効性がない点は改善が求められた。

そこで 2023 年度は、観光目的での参加者を排除するため、これまで徴収していなかった“参加費（1 万円）”を頂くことにした。2024 年 1 月 15 日時点の応募者数は 3 人であり移住・漁業就業に強い希望を抱いている参加者が応募していることを期待している。また、副次的な効果となるが、地域おこし協力隊インターン生のように、菅島のことを本気で考えてくれる大学生・研究者などの参加も歓迎したい。

#### （2）アジのブランド化「菅島極（きわみ）アジ」

「菅島といえばコレ」と連想される水産物の候補として、ブランディングをする水産物の選定にあたっては、仲買人からの菅島の水産物に対する評価を参考とし、周年水揚げがある「アジ」を選択した。地域名を冠しただけのブランド水産物が乱立していることから、「香りまで堪能できるおいしさ」「一本釣り漁を活かした美しさ」「過剰漁獲にならない販売数量」にこだわったブランドづくりを実施している。

#### ア. こだわり

極アジの特徴は「一本釣り」と「扱い方」のこだわりである。資源に配慮した漁獲方法である一本釣りで釣り上げたアジを水タモで扱うことを徹底して、スレやストレスを極限まで抑えている（図 11）。仲買人からは、「水槽の中で 1 カ月以上活きた」と聞いており、扱い方には絶対的な自信を持っている。

## イ. 販路拡大

活動初期の 2018 年は名古屋の商店に活魚で卸すのみであったが、2021 年には地域おこし協力隊と共に活動を進め、名古屋と東京の 2 拠点で販売できるようになった。名古屋の商店との関係性を損なわないように「名古屋は活きアジ」「東京は活アジ」と分けることで対応している。

東京に出荷するタイミングでアジの締め作業を開始し、販売先からのフィードバックコメント（特に体色に関する）を参考に試行錯誤し、現在の形を確立した。ものの数カ月で築地場外市場、豊洲市場に「菅島極アジ」として販売を実現できた。2023 年からは、東京都内のミシュランガイド掲載寿司店へも販売し、高評価を得続けている（図 12）。活締めを施した極アジの販売先（東京）に関しては、極アジの理念に共感し、正当な評価を頂ける店のみ販売を行っており、2021 年度と比較し販売数量は 3 倍となった。2021 年度は注文数に応じた販売ができていたが、年々注文数が増加しており、現在は供給可能数の 6 倍以上の注文が来ている（図 13）。

「菅島極アジ」のブランド化への取組は中日新聞（2023 年 10 月 2 日）に取り上げられるなどメディア露出にもつながっており、菅島の強力な PR ツールとなった。



図 11 菅島極アジの普及ポスター



図 12 寿司店出荷時の極アジ（夏季）



図 13 活アジ（東京向け出荷）菅島極アジの販売数と供給可能数に対する注文数の推移（2021 年度を 100 とした場合の相対値）

※2023 年度は供給可能数に対して 6 倍の注文数があったことを示す

子どもたちが漁師になりたいと言ったとき、「菅島には極アジがある！ぜひ漁師になってくれ」と言える環境が構築できた。一方で、漁業者が遊漁船業に転業するなど島内での漁業離れが続いている。彼らが漁業に戻ってきたいと思ったときの受け皿となるよう、活動を継続していく。

#### ウ. 課題・改善点

極アジの販路開拓・注文数増加などの成長は著しく、扱い方・販売時の体色はトップレベルだと自負している。ただし、私たちが求めているのは需給に合わせて販売金額を上下させるのではなく、理念に共感していただける販売先との関係維持を希望している。ブランドだからといって、「無下に価格を上げる」「販売数を増加させる」ことは検討していない。

参加漁業者は 2022 年度 1 人増加するなど順調に漁業者間で広がりつつあるが、若手漁業者(4人)が中心の状況は変わっておらず、参加者数の増加は課題である。

## 6. 波及効果

### (1) 地域の声が尊重される

私たちの活動のきっかけとなった学校統廃合問題については、現状、保護者・地域の同意がない統廃合は行わないこととなった。当会の活動方針の一つである「教育環境の充実」にあるコミュニティスクール(学校運営協議会)が地域声を教育委員会に届ける場となっている。

私たちが地域の抱える問題に真剣に向き合い、活動を続けていることを評価していただいていると感じている。また、これらの私たちの取組は、教育委員会からだけではなく、地域からも評価されていると考える。若者の斬新な取組が地域の反発を招くということはよくあることで、特に菅島のような離島には保守的・排他的な気質があることは否定できない。しかし私たちの取組は、地域の方々を積極的に巻き込み、菅島全体で後押ししていただいたからこそ成り立っているのだと日々実感している。

### (2) 私たちの意識の変化

特産物の漁業体験ツアー、ブランド化、という今回紹介した取組は、これまでも誰かが考えていたかもしれない。しかし「こんなことができたらいいな」「こういう取組をしたらどうか」と考えながら、個々では行動に移すことができなかった。このような状況で、私たちが菅島の未来のために行動していく組織を立ち上げたことが一つのきっかけとなり、若い力が協力して、さまざまなアイデアを形にすることができた。未来に対する先行き不安な感情が完全に消えることはないが、少しずつでも行動を起こしている間は前向きになれることを経験でき、今後も新しい挑戦をしていこうという意識が高まっている。2023 年、地域の子どもたちとインターン大学生と一緒に、菅島の明るい未来を願って、堤防に絵を描いたことも一つの挑戦である(図 14)。



図 14 地域の子ども・インターン大学生と一緒に堤防への絵描き

### (3) 移住者・漁業者の新規獲得

当会のさまざまな取組を進める中で出会った大学生（当時）は、現在、菅島に移住して市の地域おこし協力隊として私たちと一緒に活動している。また、海藻塾の成果として紹介した、結婚して菅島に移住した女性や本格的な1カ月間の漁業研修に至った高校生を含め、私たちが当初想定していた移住定住の形ではないかもしれないが、私たちの活動は確実に結果を出し、さまざまな活動やYouTube・SNSを通じて菅島をPRできていると実感している。

## 7. 今後の課題や計画と問題点

私たちの活動の意義は、菅島の根本的な課題に取り組んでいる点にある。今回紹介した2つの活動についても、例えば、海藻塾の参加人数、極アジの出荷量などにこだわることは大切であるが、目先の結果に一喜一憂せず、常に5年先10年先の菅島の姿を意識して活動していくことの方が大切である。今後は他地域や行政、大学などの教育機関、民間企業などとの連携も考えながら「菅島の輝かしく豊かな未来」の実現のため、活動を続けていきたい。

最後に、菅島の未来に危機感を持った私たちは“今”行動を起こすために立ち上がった。その結果がどうなるかは分からないが、未来に続くように行動を起こしている限り、菅島に希望はあると信じている。10年後20年後、私たちの子どもや孫に豊かな海を残せるように、私たちは未来に続く島を目指して、これからも歩んでいく。

豊かな恵みの持続的利用を基本に、利益を上げつつ、菅島の財産である水産資源を次の世代に繋いでいく。