

漁業「海女」はどうなってしまうのか

—令和の海女たちができること—

鳥羽磯部漁業協同組合石鏡支所

大野 愛子

1. 地域の概要

石鏡（いじか）町は、鳥羽市の南部に位置し、人口 341 人（高齢化率 54.0%）（2024 年 11 月時点）の漁村である（図 1）。漁業が主要産業の町であり、特に海女漁業や刺し網漁業が盛んに行われている。

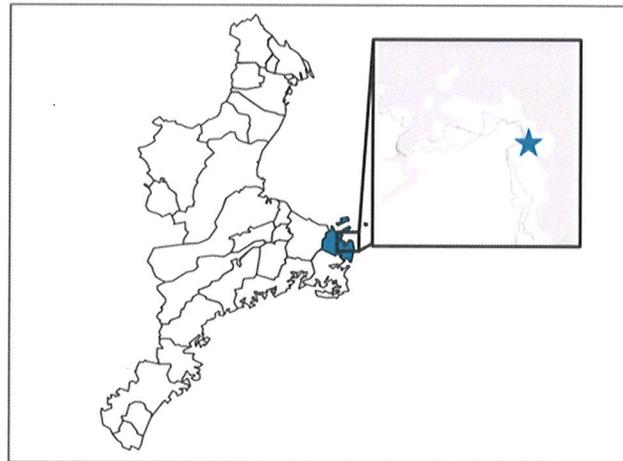


図 1 鳥羽市石鏡町の位置図

2. 漁業の概要

（1）鳥羽磯部漁業協同組合石鏡支所における海女漁業の現状

鳥羽磯部漁協石鏡支所には正組合員が 34 人、准組合員が 109 人所属しており、その中で海女は 38 人いる。海女漁業は、5 月から 9 月にアワビやトコブシを漁獲する「夏磯」と、10 月から 12 月にサザエなどを漁獲する「冬磯」に分かれており、2023 年度の操業日は、夏磯が 41 日、冬磯が 31 日となっている。同年の海女漁業による主な水揚げはアワビが 4 トン、サザエが 23 トンであり、その他にも採藻などに従事している。採貝（海女漁業）の水揚げは、支所全体の水揚げ金額の 34% を占めており、地区の重要な漁業である（図 2）。

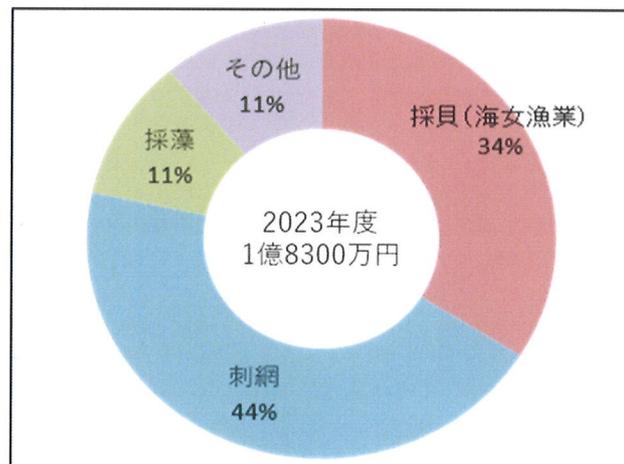


図 2 石鏡支所の漁法別水揚げ

3. 研究・実践活動取組課題選定の動機

（1）海女になった経緯

私は、海女の担い手不足対策として募集されていた地域おこし協力隊員として、2015 年に石鏡町に赴任し、海女としての生活をスタートさせた。2018 年には地域おこし協

力隊を卒業し、海女として定住・独立した。現在は、漁協正組合員として海女（徒人（かちど））と採藻漁業に従事し、海女で生計を立てている。禁漁期や休漁日等を活用し、フォトグラファー（前職）の経験を活かした海女漁業の発信活動を行っている。

（2）海女の現状

三重県鳥羽市と志摩市の海女は1972年には4,124人いたのが、2022年には514人と8分の1に減少している（鳥羽市立海の博物館の調査）。石鏡支所の海女も38人まで減少しており、70代以上が33人（87%）と、超高齢化している（図3）。

海女漁業に関する祭事が各々の地区で継承されてきていたが、高齢化や担い手不足による廃止や中断が相次いでいる。

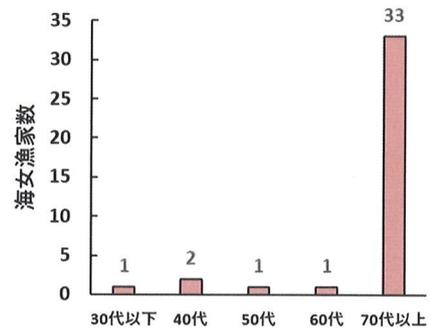


図3 石鏡支所の年代別海女数

（3）海女漁業の普遍的価値

祭事が失われるという目に見える変化とともに、目に見えない形で受け継がれてきた海女の考え方が失われつつある。私は、Iターンで海女になったが、この考え方こそ、現代社会が今必要としていることであり、後世に残していくべきことだと考えている。

海女さんの会話から、一例を紹介する。

（海女A）「大漁か？」

（海女B）「賃（ちん）はあった。」

「大漁ではないけど、今日食べていける分は取れたから十分だ。また明日。」という意味であり、こうした言葉・考え方が一般化している海女は常にポジティブ思考である。私は、東京で勤務していた経験があるが、「今日の仕事は十分できた。また明日。」と思って仕事をしてきたかという、そうではない。毎日ポジティブに仕事をしている人は少ないのではないかと思う。

海女となって約10年が経過する中で、海女のポジティブ思考が、海女漁業が危険であることと、家計を支える生活の糧であることに起因していると考えている。実際、無理をして操業することで事故につながったり、潜水病により耳鼻咽喉の疾患（耳が聴こえにくい）を患ったりすることがある。そのため、無理な操業はせず、「また明日獲ればいい」という考え方が受け継がれている。このような考え方こそ現代社会に通ずる普遍的な価値であり、海女文化の価値ではないかと考えている。

一方で、海女というと観光海女の姿が想像されてしまう（図4左）。観光海女は磯着（白い服装）に身を包んで、海女漁の実演や海女小屋にて飲食を提供するなどさまざまなコンテンツが展開されており、重要な観光資源になっている。発信の中心が文化的（歴史的）な部分に限られており、ウェットスーツを着て海に潜る現代の海女漁業（図4右）

について伝えているコンテンツは稀である。海女は文化的価値のために海に潜っているのではなく、漁業として、生活のために海に潜っているのであり、命を落とすこともある危険な漁業であるという現実が伝わっておらず、そのような海女の生活実態や負の側面を含めて海女文化を伝承していきたいという思いから、発信活動を開始した。



図4 観光海女（左）と海女漁業（右） ※モデルは鳥羽市相差町の海女（同一人物）

4. 研究・実践活動状況及び成果

(1) 写真撮影

最初は、地域とのコミュニケーションツールとして撮影を始めた。海女さんを撮影して、現像した写真を渡すと、「お正月に帰省した孫に見せる」と喜んでいただいた。初めのうちは、写真を撮られることを恥ずかしがっていた海女さんも、次は自分と喜んで撮影をさせてもらえるようになった。知り合いが一人もない私と地域を写真がつなげてくれた。

今は、写真を撮っていることが普通になり、誰も気かけなくなっている。海女漁業が一番近いところから撮影できることが私の強みである。写真は、別紙1に掲載した。

(2) 国内での活動

写真展を様々な場所・規模で開催している。また、写真展と併せて、トークショーなども行っている。地元に近いところでは、2018年に開催した石鏡神社（地区内）にて、祭事に合わせて、参道にパネルを並べ、写真を展示した（図5左）。

三重テラス（アンテナショップ：東京都）では、写真展とともにトークショーを開催した（図5右）。トークショーで心がけているところは、「ありのまま」を伝えることである。海女さんの「会話」から感じる魅力や海女になった面白さだけでなく、操業中に仲間が亡くなった話など負の側面も伝えている。国内での活動で最も驚かれるのが、「若い海女がいる」ことである。海女漁業が今行われている漁業ではなく、過去の遺産になりつつあること危惧する瞬間である。



図5 写真展及びトークショー（左：鳥羽市石鏡神社、
右：三重テラス（都内アンテナショップ））

（3）海外での活動

国内で活動する中で、海外メディアからも取材を受けることが2019年ごろから増えてきた。写真展の依頼も頂き、オーストラリア、ギリシャ等で開催した。

海外の中でも、特にフランスでの活動が増えている。2019年にフランス・ドイツのテレビ局「arte」（国営放送）のドキュメンタリー番組「Invitation au voyage」からの取材を受け、その後初めてフランスを訪問した。また、コロナ禍による中断を経て、2022年8月にフランス領事館（京都府）にて写真展「海女の普遍的世界」を開催したことがきっかけでフランスから招待を受け、同年11月には南フランス・セット市を単身で訪問した。現地では、海洋博物館で写真展を開催するとともに、市民や水産高校生に対する海女トークショーを行った（図6）。このことを鳥羽市観光協会や市役所に報告し、海女文化に対してフランス人が魅力を感じていることを説明したことがきっかけとなって、フランス向けの観光PRに力を入れていた観光協会及び市役所の思惑とも合致した活動へ発展している。



図6 フランス単身訪問（左：海洋博物館での写真展、右：市民向けトークショー）

（4）写真展の開催実績

国内外での写真展の開催実績を表1に示した。様々な場所、規模で合計15回開催している。

表1 写真展の開催回数と場所

年度	回数	開催場所 ※志摩市、伊勢市は三重県内
2018	4	三重テラス(東京都)、志摩観光ホテル(志摩市)、鳥羽1番街(鳥羽市)、他1件
2019	1	阪急百貨店(大阪府)
2020	3	石鏡町内、海の博物館(鳥羽市)、神保町ギャラリー(東京都)
2021	1	ブリスベン(オーストラリア)
2022	2	フランス領事館(京都府)、セツ(フランス)
2023	3	海の博物館(2回)(鳥羽市)、伊勢和紙ギャラリー(伊勢市)
2024	1	アテネ(ギリシャ)

※2024年10月末時点

5. 波及効果

(1) 鳥羽市観光協会・鳥羽市役所等との連携事業

行政機関へ協力した取組を紹介する。2023年10月には、伊勢市、志摩市、鳥羽市の3市長によるフランスストップセールスに同行し、大学生や高校生向けの講演を行った。また、2024年3月には、40万人が参加する南フランスの海洋祭り「エスカル・ア・セツ」に市内旅館の女将や市職員らとともに訪仏し、ブース展示や講演を行った(図7)。



図7 行政機関・観光協会とのPR活動

さらに、2024年11月の5回目の訪仏には、漁協から推薦を受けた他地区の海女も参加して水産業・観光業が一体となったPR活動を行った。2023年の全国国籍別/目的別訪日外客数(観光客)のうちフランス人が占める比率は約1.1%(23.7万人/2238万人)

(出典:日本政府観光局(JNTO))に対して、鳥羽市への外国人観光客入込数のうちフランス人が占める比率は8.7%と(3,231人/36,984人)(出典:令和5年鳥羽市観光統計資料)と高い割合となっており、官民一体のPR効果が出ている(図8)。

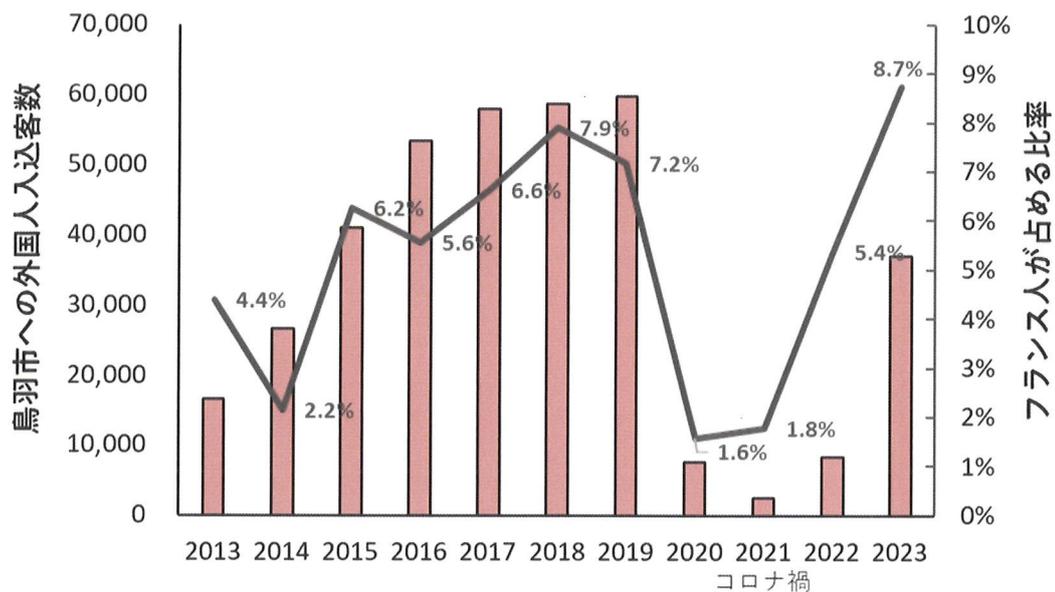


図8 鳥羽市への外国人観光客入込数とフランス人が占める比率
(令和5年鳥羽市観光統計資料の数値より作成)

鳥羽市周辺の高級ホテルでは、外国人富裕層をターゲットとした事業展開に切り替えているところがあり、アワビなどの高級水産物の有力な消費先となっている。石鏡支所のクロアワビの30%以上はそれら高級ホテルへ流通していることがわかっており（漁協調べ）、外国人観光客の増加が海女漁獲物の価格上昇に寄与しており、海女の収入増加への関連が推察される。

(2) メディアからの取材増加

テレビ、新聞、雑誌などのメディアからの取材回数は70回を超えている。取材元は、地域の雑誌や欧米などの海外まで広く、テーマもSDGs、担い手、子供番組など広い分野に渡っている。近年は、欧米からの取材が増加しており、海女文化の認知度が世界に拡大していると感じている。

(3) 海女の意識の変化

メディア等での露出が増えるにつれて、石鏡地区の海女さんが海女漁業に「誇り」を感じるようになってきている。天気が良ければ毎日潜るという姿勢から、資源管理のため、出漁日を調整するようになってきた。2024年の冬磯シーズンは好天が続いていたが、自主的に3日間休漁した。

(4) 海外からの気づきを地域活動へ

フランス等は、労働者の権利が強く保障されている国である。「怪我や死亡した場合は、誰かが保証してくれるのか?」「安全は誰が守ってくれるのか?」との質問を何度も受けてきた。ぎよさい制度や国民健康保険があることを説明してみたものの、安全面をあまり気にしていなかったことに気がついた。そこで、「見て・学べ」が常識の海女

漁業において、安全に焦点をあてた動画コンテンツを周辺地域の若手海女と共に制作し、新規就業者や若手海女向けに公開している(図9)。



公開先バーコード

(あしたの漁師応援サイト)

<https://miegyoren.or.jp/ninaite/ryoseeds/>

図9 海女の安全操業のための動画コンテンツ

6. 今後の課題

「海女の本物の姿を知ってほしい」との思いから始めた活動であり、フランスを中心に海外ともつながった。これまで注目されてこなかった「海女の安全操業」に関する地域活動に発展するなど、新たな気づきが生まれている。

海外で「藻場が減少、担い手が減少している中で、行政機関やあなたは何をしているのか？」との言われたことがある。この質問に対して明確な回答ができなかったことを反省し、自らも水産資源・藻場保全に取り組みたいと強く思うようになった。そこで、若手海女を中心に地域団体を結成し、大学などの研究機関等からの指導を受け、水温などの基礎データ取得や素潜りによる藻場モニタリング調査を計画している。地先の海を知り尽くした海女の強みを活かした活動としていきたい。

この他、担い手対策については、全国就業者確保育成センター(漁師.jp)やあしたの漁師応援サイト(三重県漁連)の海女漁業紹介動画の撮影に協力をしている。



別紙1 写真展等で展示する代表的な写真