

ガラパゴス地域を 金のなる木に育てるためには

青森大学社会学部 地域貢献演習 G 組

代表 角野 快斗

成田 圭吾

赤坂 廉

1 はじめに

私たちは、なぜ青森県から人口が減少し、高齢化が進むのかについて、物流や観光の視点、そして、マーケティングの視点から考えるとともに、IターンやUターンを活用し、各々の街に見合った提案をするということを念頭に入れながら活動した。

2 七戸町を周って

7月7日（土）に七戸町白石地区に足を運び、地元の農家の方々に話を伺った。高齢化や後継ぎ問題が深刻で、野菜等を無人販売せざるを得ない状況にあった。また、農家は天候に左右され、市場により農作物の価格が変動するため、消費者は海外からの低価格なものを買う傾向にあり、農家の方々は非常に脅威に感じていると言っていた。それを踏まえ、私たち学生の中で出てきたのは、食べきれず残った野菜を現金化し、Uターンしてきた人たちに対してお金ではない価値観をいかに伝え、増やしていくかというテーマや交通の利便性のほか、子ども対象の自然を活用したイベントの企画、若者を対象とした魅力あるショッピングセンターや飲み屋、インスタ映えするスポットなどの設立などの提案だった。

そのための広告塔になる人やモノが何か一つでもあれば、七戸町は今より活性化するのではないかと考えた。

3 下北を周って

9月10日（月）～12日（水）の3日間に渡り、下北を周った。

（1）1日目：むつ市脇野沢地区

青森港から船（シライン）で脇野沢に向かった。降りしきる雨の中、脇野沢港から野猿公苑に約1時間かけ徒歩で行き、大量の野生の猿を見た。その後、むつ市脇野沢庁舎で広報などの資料をもらい、脇野沢漁港で聞き取りを実施した。脇野沢村漁港協同組合参事である千船氏に話を伺った。脇野沢の特産品であるマダラは、3年連続で漁獲量が500トンを超えている。また、時代に応じた売り方を行っているのが特徴的で、インターネットを利用し、捌いて送るといった売り方に転換したところ、魚介類が豊富ではない地域から注文が殺到し、現在ではその売り方が売上の一部に貢献しているとのことだった。その他、現在は、タラを捌けない若者が多く、今後は若者が食べられるよう、どのように多様な形で販売していくかがカギを握ると仰っていた。

また、脇野沢が村単位で想像以上にイベントに積極的に参加していることに驚いた。毎年正月には東京の汐留でラーメンにタラを入れるというイベントに携わり、青森市のアスパムのイベントでは、小泊村のイカと脇野沢のタラを連携させるイベントにも参加しているとのことだった。さらには、福島県磐梯町と手を組み、「未知との遭遇」と魚のムツをかけ、「ムツとの遭遇」と題し、毎年7月の連休に磐梯町長が脇野沢に訪れ、このイベントを盛り上げているとのことだった。

県内外問わず、これだけ積極的にイベントを開催している点が素晴らしく、交通の便が良ければ、さらに脇野沢は活性化し、脇野沢でのイベントの開催がさらに多く見込めるだろう。

(2) 2日目：大間町

大間漁港の関係者から聞き取りを行った。以前は、技術を盗まれるのが嫌でテレビ取材を拒否していたとのことだが、現在は収入の一部にもなる上、宣伝効果にも直結することから取材を受け入れているとのことだった。また、テレビ放送の直後は、「漁師になりたい」という電話が多かったというエピソードからも分かる通り、メディアの影響力を感ずることができた。なお、「大間まぐろ」は、平成19年に商標登録されており、ブランドとしても成り立っている。

また、沖合ではイカ、沿岸ではコンブやウニも獲れ、大間町の漁師はそれで生計を立てているとのことだった。「大間＝マグロ」というイメージが独り歩きしていると感じるが、つるあらめやサメなども多く獲れることから、大間町は魚介類の宝庫であることを認識した。

大間町は観光地と生活圏の分離が著しいため、観光客にとって町内を周りやすい工夫が成されていると肌で感じた。観光地には店や銅像、バスの停留所がまとまっており、一方の生活圏では住宅街がひしめき合っていて家と道路が整備されている印象を受けた。



町内でのイベントについては、以前まで10月の土日に行っていたイベントがあったが、しけが多く、漁船が海に出られないことから、マグロの水揚げが出来なくなり、その影響を受けるため中止したとのことだった。しかし、「大間マグロウォッチング」という一本釣りを体験できる体験型のイベントは現在も開催されており、あらゆる地域や世代から人気を集めている。

大間町は、マグロだけではなくサメやウニも獲れるため、立派な一軒家に住んでいる方が多いことがわかった。つるあらめラーメンが存在することだが、それがもっとメジャーになり、あらゆるビジネスに変えていければ、大間という街は今以上に素晴らしい街になるポテンシャルを持っていると感じた。

平成29年大間漁獲類データ				
品名	数量(kg)		金額(円)	1kg単価(円)
いか	127,445		87,790,183	688.8
まぐろ	263,693		1,544,660,255	5,857.8
かれい	20,103		17,214,601	856.3
ひらめ	528		518,477	982.0
ぶり	37,703		16,562,749	439.3
たこ	81,787		40,922,613	500.4
ます	882		1,663,494	1,886.0
さめ	369,459		41,798,220	113.1
そい	1,630		885,235	543.1
あぶらめ(生鮮魚貝類)	1,113		457,066	410.7
たなご	4,871		772,119	158.5
めばる	9,137		10,784,909	1,180.4
たい	615		382,340	621.7
あんこう	19,305		8,695,651	450.4
その他魚類	25,268		5,234,706	207.2
ひらめ	3,255		7,149,473	2,196.5
あぶらめ(活魚類)	5,313		6,776,333	1,275.4
あわび	65		493,123	7,586.5
さざえ	296		149,493	505.0
なまこ	13,688		23,829,038	1,740.9
うに	165,412		148,098,106	895.3
生鮮魚介類計	1,151,568		1,964,838,184	
こんぶ	125,519		424,020,981	3378.1
えび	2,485		1,902,247	765.5
わかめ	1,106		77,522	70.1
つるあらめ	21,820		15,317,782	702.0
てんぐさ	1,738		1,126,486	648.2
もずく	1,042		637,864	612.2
その他(ふのり)	393		892,640	2271.3
水産製品加工品計	154,103		443,975,522	
合計	1,305,671		2,408,813,706	

(3) 2日目：佐井村

午後は大間町から佐井村までバスで行き、佐井町役場で広報などの資料をもらい、佐井漁港で佐井村漁業協同組合総務部長の宮川氏に話を伺った。佐井村で有名な海産物は、マダラ、ウニ、ヒラメで、平成29年度の漁獲量を金額換算すると、マダラが約2.5億円、ウニが約9000万円、ヒラメが約4200万円相当になり、その中でも一番獲れるタラについては、直近3、4年で約10倍も伸びたとのことだった。また、ウニ、ヤリイカ、ホタテは毎年平均的に獲れることが見込まれるため、これらも佐井村の生活を支えていると言える。サバやブリ、いわゆる青魚が徐々に伸びつつある一方で、コンブは水温や潮場が原因で減少傾向にあるとのことだった。

佐井村の漁師の方の半分は組合に所属し、残りの半分の方は関東や東日本大震災の被災地に出稼ぎへ行き、各々で生計を立てているとのことだった。佐井村産のウニの流通状況は、半分が県内、半分が県外とのことだったが、むき身状態についてはほぼ県外で流通しているようである。

佐井村では祭りが多く開催されている印象を受けた。6月には、2日間に渡りウニ祭りを開催し、南東北や関東からこの祭り目当てで来る人も多く、2日間で2000食が完売す

るとのことだったため、最低 2000 人は来ているという計算になる。9 月には京都の祇園祭をモチーフにした箭根八幡宮例大祭が開催され、この祭りも賑わいを見せているとのことだった。10 月には「おさかなウニ祭り」と題し、浜辺で販売する祭りも行っている。祭りが多く開催され人気を集めているので、他の地域と連携し、イベントを開催すれば今以上に認知度が高まると感じた。

そして、一番感銘を受けた取組が、漁師縁組事業である。この取組は、村の予算、いわば補助金で 2 年前からスタートしたものであり、5 年周期で 4 人の人材を育成するシステムである。佐井村の担当者曰く、佐井村でもやはり漁業の後継者問題は深刻であり、現段階で後継者は 2 割弱しかいないため、漁師縁組事業の導入を余儀なくされたとのことだった。

佐井村の当該事業は素晴らしい制度であると同時に、優れたビジネスモデルでもあると感じるため、当該制度を県内全体、そして全国にも広めて、この制度が不要となるくらいあらゆる地域から佐井村に移住してほしいと感じた。

(4) 2 日目：風間浦村（活イカ備蓄センター）

佐井漁港で話を伺った後は、バスに乘車し、風間浦村の下風呂で降車した。活イカ備蓄センターに向かい、一戸氏に話を伺った。

活イカ備蓄センターは、主に元祖烏賊様レースを体験する場所である。1 周 20m の水槽で活イカを泳がせ勝敗を競うレースで、関西方面からもこのレースと一戸氏手作りのメダルを目当てに多くの人が集まり、賑わいを見せる。なお、青森市にある浅虫水族館に提供しているイカは風間浦産のイカで、4、5 年連続で提供し続けているとのことだった。

また、イカのほか、アンコウも獲れるとのことだった。アンコウで有名なのは茨城県だが、風間浦村産に比べ質は良くないとのことだった。一方、風間浦では茨城県に比べると漁獲量は少ないものの、漁場が漁港から近く、独特の地形と、水深が 200~300m と浅いため、鮮度が保たれ、良質、しかも大きいとのこと、アンコウのブランド化を目指したいとのことだった。

風間浦村は海産物以外にも温泉が有名である。風間浦村の下風呂温泉郷は本州最北端の日本屈指の温泉街だが、知る人ぞ知るといふ状況にとどまっている。同志社大学創設者が風間浦の下風呂温泉に入り質が良いと評価し、その縁もあって同志社学長式典にて毎年交流を図っているとのことだった。

主なイベントとしては、冬に風間浦村鮫鱈祭りを開催しており、700~800 人集まるとのことだった。また、元祖烏賊様レースでは、80 歳の一戸氏がイベントを仕切っており、後継者がいないという事実があるものの、一戸氏曰く、「まだ現役でイベントに関わりたいという強い気持ちがあり、正直複雑な心境である」と発言していた。

風間浦村は元祖烏賊様レースの認知度が高いため、さらに積極的にアピールしていくとともに、日本屈指の温泉街についても周知していくことで、冬の風間浦村鮫鱈まつりにもより一層観光客が訪れ、景気が良くなり、交通の便も改善され、瞬く間に活性化する村であると感じた。

(3) 3日目：風間浦村（役場）・むつ市（市役所及び関係機関）

風間浦町役場で広報などの資料をもらい、むつ市役所では広報などの資料等をもらいに行き、併せて国立研究開発法人日本原子力研究開発機構でむつ市内の地形や人口状況、原子力について話を伺った。

(4) まとめ

下北各地域を周って感じた共通点は、後継者問題と高齢化問題である。ヒアリングを通じて、各地域での特産物を活かしたイベントを開催したり、後継者問題を解決するための制度などを積極的に取り入れたりして対策を考えているため、それらの取組みを伝える手段さえ整っていれば、どの地域もさらに活性化するポテンシャルを秘めていると感じた。

4 五戸町・八戸市を周って

(1) 1日目：五戸町

12月1日（土）に五戸町を訪れ、三浦牧場の三浦氏に話を伺った。三浦氏の話で特に深刻に感じたのは、後継ぎ問題である。後継者がいないと終わりという厳しい現実を突きつけられ、心が痛かった。

また、青森県の倉石牛や田子牛は良質なのは確かだが、1つ1つの知名度は全国と比較した際には見劣りするるので、まとめて青森牛のブランドとして売り出しているという話のほか、外国産は低価格で販売されているケースが多いため、良質な牛肉が入荷されれば脅威であるという事実や、ブランドの基準が様々で明確ではないため、「A4」や「A5」などのランク付けが面倒で困難であるというマーケティングの観点に基づいた話も伺えた。

連携に関する話では、年に1回小渡公園で倉石牛肉祭りを行っているのみであり、他地域との連携は行っていないとのことだった。なお、機会があれば、他地域との連携も行ってみたいと発言していたので、「五戸」という町は独自の街づくりを形成し、成功させていると言える。

(2) 2日目：八戸市

翌2日（日）は、八戸市を訪れ、館鼻朝市を見学した。冬の早朝で手足が千切れそうなほど寒い日にも関わらず、多くの人でごった返していたのが印象的だった。

次に、「はしかみハマの駅あるでい〜ば」を訪れた。魚の大きさ、種類の豊富さ、そして何よりも低価格で販売していたことに驚いた。

八食センターも訪れたが、鮮魚売り場と、子どもの遊び場、お土産売り場と食事処が1つにまとまっていたため、連日混雑するのも頷ける状況だった。また、鮮魚売り場では、地元感を演出するためにあえて産地を表示しない点や、食品トレイの裏側に価格を表示するなど所々で細かなこだわりが見られた。



その他、市街地や下町を訪問し判明したのは、物のアウトバウンドの要であるということだ。また、朝市や八食センターにはバスが通っているため、住民と街、そして行政が一体となって連携しているということが言える。

5 藤沢市を周って

12月3日（月）及び4日（火）、神奈川県藤沢市にある藤沢 SST（サスティナブル・スマートタウン）で調査を行った。藤沢 SST では生活の質が完成されていた。また、海老名市役所を訪問し、海老名市や藤沢市の街づくりについて話を伺った。対応した地域環境部農政課 地産地消推進係の永田主査からは、都会の中でいかにして農業を両立させているかについて話を聞き、都会ならではの悩みの種があることを知った。

神奈川県の農産物は主に都心に向けて流通されることがほとんどであるため、どちらかといえば質より量で都心部に発送されていることがわかった。



6 五所川原市を周って

2月7日（木）及び8日（金）に五所川原市でのフィールドワークを実施した。五所川原市役所では、財政部企画課企画調整係の古川主任から ELM について話を伺った。

ELM が出来た経緯としては、平成4年に柏イオンモールが創設され、柏イオンモールにお客さんをとられるという危機感が広がり、かつては中心商店街で賑わっていたため、解体して ELM を創設するという発想はありえず、また駅前から離れたところに設立することにより、駐車場が広く、土地代も安いということも相まって駅前からあえて離して創設したとのことだった。結果的に ELM が出来たことによって、津軽自動車道も完備され、車社会の今日の時代に尚訪れやすくなっていることもわかる。五所川原駅から ELM へのバスも存在するため、ELM へ向かう若者、高齢者も多く、その格差は大きくなっていると言える。

五所川原市もう1つの魅力といえば、立佞武多である。古川主任いわく、年間100万人は訪れているとのことだった。その話を聞いた上で、立佞武多の館を訪れた。青森市のねぶたとはまた違った迫力があつた。館内は高さを活かし立佞武多を中心に吹き抜けになっており、エレベーターで4階まで上がり、そこから360度周りながら降りてくるという周り方だった。館内には、お土産センターや展望台もあり、立佞武多だけではない五所川原の良さを知ることができる施設である。

2日目は五所川原駅から ELM 直行のバスに乗車し、ELM を散策した。平日の午前中ということもあり、若者の姿はあまり見受けられなかったが、高齢者や主婦の方々が多く利用していた。平日で尚且つ吹雪にも関わらず、多くの人が買い物しており、五所川原の代名詞と言っても過言ではないくらい賑わいを見せていた。

青森市や八戸市、弘前市は駅前にデパートやショッピングセンター等が存在するが、五所川原市のようにそれらが駅周辺にない市は新鮮で、マーケティングの観点からみて、また一つ勉強になったので良い経験になった。

7 深浦町を周って

2月18日(月)及び19日(火)は、深浦町を訪れ、深浦町役場 観光課の神馬主幹と浦谷係長に話を伺った。平成29年度の観光客は約92万人で、そのうち十二湖を訪れた観光客は約27万人で、約3割が深浦町の十二湖を目当てに訪れていることから、十二湖の魅力が伺える。深浦町は十二湖の他にも、昆虫の宝庫であるウエスパ椿山などがあり、家族層をターゲットに取り込むという戦略も練っているとのことだった。

深浦町は、雪人参やつるつるわかめ、マグステ井など特産品も豊富なため、深浦町に観光客が多く来るのは頷けると感じた。

イベント関連は、何年か前まで弘前市や鱒ヶ沢町と連携していたとのことだが、今は行っていないということから、各々で独立して独自の街づくりを形成しているのだと感じた。

深浦町の平成29年度の外国人宿泊者数は全体の約3~4%に当たり、台湾人や中国人を中心にこれから伸びる可能性が高い。しかし、深浦町は十二湖中心のWi-fi整備や外国語に対応できる人、看板の多言語化など対応が追いついていない状況にある。これらに少しずつ対応していくことが深浦町には求められると考える。

2日目は、深浦漁港にて深浦漁業協同組合 総務課長の竹越氏に話を伺った。

深浦町で有名な魚介類はマグロ、ヤリイカ、ブリ類、カニ、エビなどで、特にマグロに関しては、一匹当たり約30キログラムという重さであるものの、漁獲量は大間町を抜き県内トップであるとのことだった。獲れる魚介類が豊富なだけあり、漁業関係のイベントには数多く参加していた。「つがるお魚大漁祭り」や「たらふく食べる会」、弘前市のニューキャッスルホテルでもイベントに参加しており、独立と連携を上手く分散して地域の特性を活かしていると感じた。

深浦町もやはり漁業の後継ぎ問題や高齢化が深刻で、深浦漁業組合の平均年齢は67.9歳とのことだった。また、30年前は組合員が18人、売り上げについても総額14億円程だったが、現在では組合員が7人のみであり、売り上げも5億まで落ち込み、30年間で人数も売り上げも約3分の1になってしまったと嘆いていた。

深浦町でマグロが獲れることは青森県民でさえあまり知らないと感じたため、そこからマグステ井の存在やマグロの質の良さに気付いてもらうことができれば、さらに観光客が増えるのではないかと感じた。

8 まとめ

私たちはフィールド調査を重ねていく上で、地域事業が3段階に分けられていることに気が付いた。その地域にしかないものを現地販売、移動販売等で違う地域の人々に知ってもらう「小経済の形成」が第一段階、物のアウトバウンドや観光によって脱ガラパゴスが成功したら第二段階となる。そして最終段階は、人材獲得を競うUIJターンである。生活の質を競い、独自性が強調される地域と、地域間で連携し合い1つの地域として残る地域の2パターンが考えられる。どちらのケースも地域の独自性が求められ、各々の地域が工夫をこなし、適した人材の獲得と地域が迎え入れる体制が整い、UIJターンが活性化、すなわち完成型が最終段階にあたると考える。そして、第一段階の地域が第二段階の地域へ、第二段階の地域が第三段階の地域へとランクアップすることで、ガラパゴス地域が金のなる木になるだろう。

9 感想

今回、年間を通じたプロジェクトに参加してみて2つの大きな収穫が得られたと思っている。1つ目はフィールド活動を戦略的思考に基づきながら行うことの意義、2つ目はフィールド先の関係者と交流することで、その地域ごとに根付き、知識の共有や新たな知恵を獲得する手段に繋がったことである。前者については12月に開かれた「学生発未来を変えるフォーラム」で一年間の成果として示すことができた。後者については本稿における現地関係者との関わり合いの記録として執筆されている。最後に、青森県の広大さ、価値観や制度の奥深さを知るための機会を頂けたことに成員一同、心より感謝申し上げたい。また、1年を通しお世話になった竹ヶ原公先生と岩淵護先生に改めてお礼を申し上げ、感想に代えさせていただきたい。