

漁業地域における海業の効果

Effects of UMIGYO Initiatives in Fishing Communities

浪川珠乃*

Tamano NAMIKAWA

* (一財)漁港漁場漁村総合研究所 第1調査研究部 次長

The UMIGYO Initiative is a project that utilizes the value and attractiveness of local resources and creates local vitality, income, and employment by responding to diverse needs domestically and internationally. It can also be categorized in various ways, such as the local resources utilized and the fields of people's activities.

In this article, we took up two cases of different types of marine fishing ponds, provided an overview of each case, organized their effects, and demonstrated that when developing fishing villages in UMIGYO, it is important to create a system that fits the purpose. I mentioned that.

Key Words : UMIGYO, marine fishing pond, developing fishing villages.

1. 漁業地域における海業の効果

海業は、地域資源の価値や魅力を活用する事業であり、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ものとされている。

沿岸漁業者、漁業地域に対する政策的支援は古くから実施されており、1958年の沿岸漁業等振興法¹⁾においても「漁村における交通、衛生、文化等の環境の整備、生活改善、労働関係の近代化等によって、沿岸漁業等の従事者の福祉の増進を図ること」(沿岸漁業等振興法 第三条十一)とされている。

漁業地域の振興策を漁家所得の向上や生活環境の整備とするなら、沿岸漁業等振興法にもその内容は含まれているといえる。ただし、2001年に制定された水産基本法²⁾では、より率直に漁村振興をうたっている。具体的には、「漁村が漁業者を含めた地域住民の生活の場として水産業の健全な発展の基盤たる役割を果たしていることにかんがみ、生活環境の整備その他の福祉の向上により、その振興が図られなければならない」(第3条2)、「水産業の振興その他漁村の総合的な振興に関する施策を計画的に推進」(第30条)、「水産業及び漁村の有する水産物の供給の機能以外の多面にわたる機能が将来にわたって適切かつ十分に発揮されるよう必要な施策を講ずる」等である。

水産基本法では5年ごとに水産基本計画を策定し、政策を進めていくものとしているが、最新の水産基本計画(2022年3月)では、三つの柱の一つを「地域を支える漁村の活性化の推進」とし、水産業の生産性向上、漁業の振興、漁村の活性化について言及されているが、漁村については、「海業(うみぎょう)など漁業以外の産業の取り込みによる漁村の活性化」と記載され、海業が取り上げられているのである。

本稿は、漁村活性化として期待されている「海業」について活用する地域資源や人々の行動分野という視点から分類して整理するとともに、海上釣堀を取り上げ、その効果を経済面、社会面から整理し、海業により漁村振興を行っていく際の留意点を抽出した。

2. 海業とは(定義と分類)

2.1 海業の定義

令和4年3月25日に、新たな水産基本計画が閣議決定され、3つの柱の内の一つに「地域を支える漁村の活性化の推進」が掲げられ、「漁業の振興に向けた漁協の連携強化、海業を含めた漁港の再編・拡充を通じた漁村の活性化」という項目により、施策として“海業”が記載された。

しかし“海業”は古くからある言葉である。1985年に、三浦市の市長が「漁業を取巻く環境は非常に厳しい。多角的経営をせざるを得なくなっており、海とどうかかわっていくのか、“海業”を考える時代に入っている」と語ったことが最初だと言われている³⁾。三浦市では、『海の生業』を総じた言葉であり、水産業を核に商業、観光、工業などあらゆる分野を結び付けた複合的産業としている⁴⁾。また、婁(2013)は、海業を「国民の海への多様なニーズに応じて、水産資源のみならず、海・景観・伝統・文化などの多様な地域資源をフルに活用して展開される、漁業者を中心とした地域の人々の生産からサービスにいたるまでの一連の経済活動の総称」とし、食料市場をターゲットとする漁業と異なり、海業はさらに「余暇市場、教養・文化市場等など」「対象市場のすそ野は広い」としている⁵⁾。

2009年に出された「漁村活性化のあり方について 中間とりまとめ」⁶⁾では、漁村活性化の方向性を「訪れたい漁村」「働きたくなる漁村」「暮らしたくなる漁村」と

し、「訪れたい漁村づくり」「働きたい漁村づくり」において「海業の振興」を取組みとして挙げている。この時、海業は「所得機会の増大を図るため、漁村の人々が、その居住する漁村を核として、海や漁村に関する地域資源を価値創造する取組」としている。

一方、漁港漁場整備長期計画(令和4年～令和8年)⁷⁾でも、今後5年間に取り組むべき3つの重点課題の一つとして、『「海業(うみぎょう)」振興と多様な人材の活躍による漁村の魅力と所得の向上』を挙げている。ここでは、海業を「海や漁村の地域資源の価値や魅力を活用する事業をいい、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」と定義している。

両者に若干表現の差はあるものの、キーワードは「地域の賑わい」「雇用」「所得」そして「地域資源の活用」である。本稿では、海業の効果として、地域の賑わい、雇用、所得という視点から評価をしていきたい。

2.2 海業の分類

海業を「地域資源を用いて価値を創造し、賑わい・雇用・所得を生み出すもの」とするならば、活用する地域資源により分類できるとともに、賑わいを生み出す来訪者の活動・行動によっても分類できる。来訪者の活動・行動は、その価値を提供している漁村側からすれば所得機会とみられることもできる。

表-1に海業の分類例を示す。

表-1 漁業の分類の例

		行動(所得機会)					
		水産業	飲食	購買	宿泊	レクリエーション	学び体験
活用する地域資源	沿岸域空間 (海浜・浜・磯・磯脚)	漁業 養殖 加工	レストラン	直売所 (加工)	漁家民宿	マンスポーツ 海水浴等	アウトドア エントラー
	漁港・漁村空間					アジ・サボイ クルージング	漁業体験
	水産資源				釣り・遊漁・大衆 漁(釣り)		
	漁村文化				漁村観光	漁村体験 (観望・祭等)	

海業は複数の地域資源を活用しており、関連する行動を組み合わせることも多く、例えば、①レストラン・直売所、あるいは、養殖 or 加工・レストラン・直売所といった漁港・漁村において生産された水産物を来訪者に提供する組みあわせ、②レクリエーション(遊漁・プレジャーボート保管等)・レストラン・直売所といった漁港・漁村の空間を利用したマリンアクティビティによる集客とレストラン・直売所の組み合わせ、③漁家民宿・漁業体験・漁村体験等、漁村の文化資源も活用した教育旅行等でみられる組み合わせ等がある。組み合わせ次第で様々な価値創造が可能となると考えられる。

3. 漁業地域における海業の効果

3.1 海上釣堀業とは

様々に分類できる海業であるが、本稿では、海上釣堀を取り上げる。海上釣堀は、海上に設置した生簀の周りに足場をつくり、その生簀で釣りをする施設である。地域としては、関西方面に多くの施設がある。

生産の場であった空間を、釣りというレジャー空間として活用するという点では、遊漁船業と同様の活用と考えられる。ただし、限られた空間でレジャーとして楽しめるようにするため、海上の生簀に活魚を投入して、レジャー空間を作り上げており、養殖業と兼業する形態も多くみられる。

本稿では、タイプの異なる海上釣堀の事例を2つ取り上げ、各事例を概観しつつ、その効果を整理した。

3.2 都市近郊の海上釣堀の事例

M市は首都圏に位置しており、コロナ前の観光客数は600万人程度であった。観光客の大半はM漁港地区を訪れるが、そこにはM市の産直品売場施設(以降、物販施設という)、プレジャーボート用ゲストバース、各種飲食店などが集積しており、M市のにぎわいの中心とも呼べる地区である。物販施設とゲストバースは指定管理者である第三セクターが運営している。

M漁港は、漁港内に2箇所の海上釣堀を有している。それぞれ運営・水域占用許可の取り方が異なり、一つは、漁協が漁港の水域占用許可を取得し民間企業と共同で事業を実施している施設(以降、釣堀Aとする)、もう一つは、地方自治法に基づく認可地縁団体である地元地区が水域占用許可を取得し、民間企業に運営委託をしている施設(以降、釣堀Bとする)である。二つの施設で合計年間3.5万人の新たな来訪者を呼び込んでおり、集客機能を発揮している。

釣堀A、Bともに、一人釣竿一本分で1万円～1万五千円前後の費用がかかる。餌代等も別途必要となるが、釣った魚はすべて持ち帰ることができる仕組みである。釣堀Aで年間2万人、釣堀Bで年間1.5万人の利用がある。両釣堀ともに、活魚を仕入れて生簀に投入しているため、生簀に投入する活魚の購入量が原価の多くを占めており、釣堀Aで年間収入の約7割、釣堀Bで年間収入の約5割となっている。

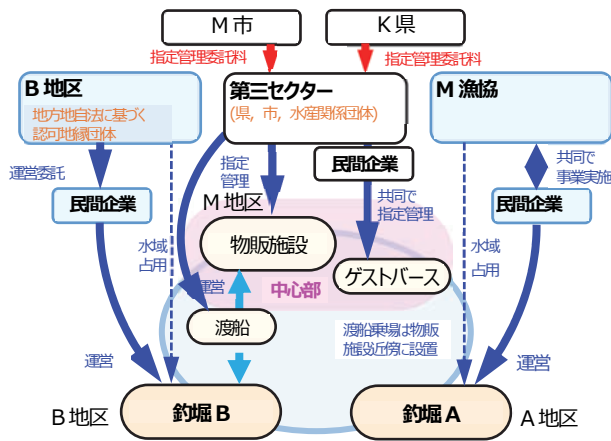


図-1 海上釣堀と他観光施設との関係

釣堀Aは渡船により施設に移動する形態である。釣堀Aのある水域は物販施設から離れた場所であるが、渡船場所を物販施設とすることで、賑わいを物販施設に集中させることとしている。これは、A釣堀を運営する際に地域との協議で決めたことである。釣堀Bは陸上からアクセスできる施設であるため、物販施設との関係はないが、釣堀の利用時間を午前と午後の二部制としており、昼にB地区にある飲食店を利用したり、土産物を購入したりという時間に使えるように工夫している。

これら海上釣堀が地域に与える効果として、地域への来訪者を増やす効果、来訪者により地域内の消費が増加する効果、地域内調達によって地域内事業者へ与える経済効果、地域での雇用を増やす効果について評価を加える。

まず、地域への来訪者を増やす効果であるが、海上釣堀の利用者は、その活動時間が3時間程度と長いことから、釣自体を目的としていると考えられ、両釣堀合計年間3.5万人の利用者は、海上釣堀により新たに増加した来訪者と考えられる。したがって、地域への来訪者を増やす効果が表れているといえるだろう。また、これらの来訪者は飲食や物販施設等での消費を促すよう設計されている。M市の一人当たり観光消費額(宿泊を除く)の過去5カ年の平均は1290円/人であることから、約4500万円の観光消費額の増加が推定される。

一方、地域内調達による地域内事業者へ与える経済効果はそれほど大きくない。M漁港の海上釣堀の原価の多くは活魚の仕入であるが、活魚の仕入先は、地域外の事業者であるためである。M市内からの雇用も両釣堀合計で2~4人程度にとどまっており、それほど大きいとは言えない。

すなわち、M漁港の海上釣堀は、地域外から活魚を仕入れているため、海上釣堀事業のみに着目した場合、地域内の関連事業者に利益がおちない傾向があるものの、地域に新たな来訪者を呼び込む効果があり、地域との連携に配慮した仕組みづくりをすることで、観光消費を促す傾向があることが分かった。

3.3 海上釣堀を活用した体験事業の事例

二つ目の事例は、F県O市A地区にある体験施設である。A地区で養殖した鯛を釣ることができる釣り体験施設(海上釣堀)、バーベキュー施設、魚のさばき体験ができる調理施設を有する交流施設で構成されている。A地区の民宿14軒で構成される体験民宿組合が運営しており、民宿の閑散期にあたる春と秋に教育旅行を受け入れることで民宿経営の安定化と季節変動の平準化を図ったものである。

教育旅行で提供するものは、A地区の漁港内の生簀で鯛を釣り、さばき、食べる「食育体験」で、民宿の女将や漁師が釣・さばき・調理等をサポートする。1泊2日の体験が多いため、漁船クルージングやシーカヤック体験、梅ジュースづくり、座禅体験、集落の人との語らい、等、様々な体験プログラムを作っている。1箇所での体験人数には限界があるが、複数の体験プログラムをローテーションさせて体験させることで、多人数での対応もできるように工夫している。

利用者は近隣の海なし県が中心で、年間最大6000人を受け入れた実績がある。リピーター率は90%以上で、新規の希望を断らざるを得なくなることもあるような状態である。

体験の仕組みは次の通りである。学校は旅行会社を通して教育旅行を実施する。費用は旅行会社を通じて体験民宿組合に支払われ、体験組合が学校側に体験を提供する。体験民宿組合は教育旅行の受入に当たり、生徒を宿泊させる民宿(組合員)を確保し、宿泊代金を払う。魚食体験の実施にあたっては、養殖業者から体験用養殖魚を購入、サポート人員である民宿の女将等には体験支援を頼み、人件費を払う。漁船クルージングの備船、シーカヤック体験の体験料等も、体験民宿組合を通して組合の漁業者やインストラクター(組合の若手)に支払われる。

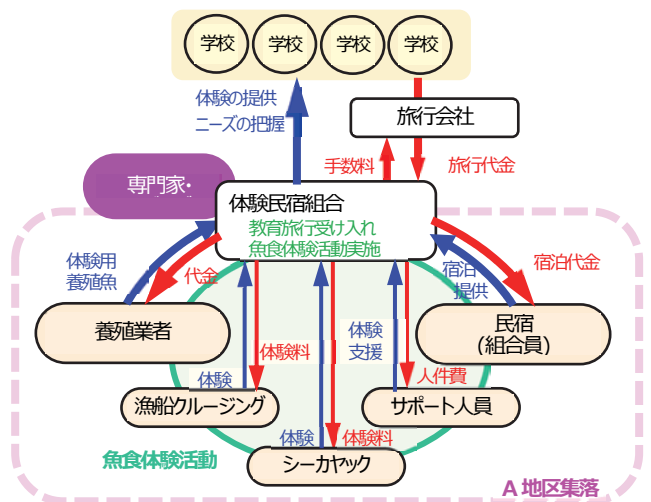


図-2 海上釣堀を活用した体験の仕組み

体験民宿組合に入ってくる教育旅行の費用は、結果として、A 地区内の民宿や養殖業者、傭船費用、サポート人員費用、インストラクター費用として、A 地区内の各経営体に支払われることとなる。コロナ前の実績で体験民宿組合の教育旅行の収入の約85%がA 地区内に支払われていた。事業主体となる体験民宿組合自体の利益はあまりない。しかし、閑散期に新たな利用者を呼び込むことができ、民宿利用者数の増加につながっていること、体験施設の売上の8割以上が地域内で使われることにより、地域内で利益が循環する仕組みを作り出している。

海上釣堀を活用した体験事業が地域に与える効果として、地域への来訪者を増やす効果、来訪者により地域内の消費が増加する効果、地域内調達によって地域内事業者へ与える経済効果、地域での雇用を増やす効果について評価を加える。

まず、地域への来訪者を増やす効果としては、民宿の閑散期に最大 6 千名の新たな来訪者を増やすことに成功している。教育旅行の来訪者であるため、地域内の観光消費は大きく増加するとは考えられないが、体験民宿組合が得た教育旅行による収入の 8 割以上が地域内に再分配されていることから、地域内調達によって地域内事業者へ与える経済効果および地域での雇用を増やす効果は得られていると考えられる。

すなわち、A 地区の事例は、事業主体となる民宿組合自体の利益はあまりないものの、閑散期に新たな利用者を呼び込むことができ、民宿利用者数の増加につながっていること、教育旅行収入の8割以上を地域内に再分配する機能を果たしており、地域内で利益が循環する仕組みを作り出しているといえよう。

4. 終わりに

取り上げた2事例は、同じ海上釣堀でありながら、立地もビジネススタイルも異なっている。都市近郊のM 漁港の海上釣堀は、釣堀自体の売り上げも確保しているものの、地域外に流出する部分も多く、地域内に収益を分配する機能は無い。しかし、集客力があり、地域での観光消費を促す仕組みづくりをすることで、賑わい、所得を生み出している。

一方、地方に位置するA 地区の海上釣堀を活用した体験事業は、事業主体自体の利益は少ないものの、売上の8割以上が地元で使われることで、地域に利益を呼び込み、地域内で利益を循環させる仕組みが機能し、にぎわい、所得と雇用を生み出している。

このように、同じ海上釣堀により、地域に賑わいや所得、雇用を生み出しているも、海上釣堀の事業の仕組みは大きく異なっており、地域に効果をもたらす仕組みも異なる。海業を実施するにあたっては、その海業が何を指すのか、最終的にどのように地域に効果をもたらすのか、そのためにどのような事業とし、どのような客をターゲットとし、どのような事業戦略をとっていくのか。海業により地域に効果をもたらす仕組みづくりが重要となってくると考えられる。

注)

- 1) 沿岸漁業等振興法(昭和38年法律第165号)は、沿岸漁業等の生産性の向上、沿岸漁業従事者の福祉の増進、沿岸漁業等の近代化と合理化を行い、発展を促進し、沿岸漁業従事者が他産業従事者と並ぶ生活を営むこと、地位の向上をはかるを目的としている法律である。日本の水産政策の基本法として運用されてきたが、2001年の水産基本法の成立により廃止された。
- 2) 水産基本法(平成13年法律第八十九号)は、「水産に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、もって国民生活の安定向上及び国民経済の健全な発展を図ること」を目的としている。
- 3) 三浦市役所、株式会社三浦海業公社『三崎フィッシャリーナ・ウォーフ20周年記念誌』、令和3年12月
- 4) 吉田英男三浦市長講演「海業の誕生と発展」、笹川平和財団海洋政策研究所「海洋フォーラム『漁港の活用を通じた海業創出と地域活性化』」、令和4年9月28日開催
- 5) 婁小波『海業の時代』社団法人農山漁村文化協会、2013年
- 6) 漁村活性化のあり方検討委員会「漁村活性化のあり方について 中間とりまとめ」平成21年7月

漁港漁場整備長期計画は、漁港漁場整備法(昭和25年法律第137号)第6条の3の規定に基づき、水産業、漁村を支える基盤である漁港や漁場の整備の総合的かつ計画的な実施に資するため、5年間を一期として策定するもの。新たな計画は、令和4年度から令和8年度までの5年間を計画期間としている。