

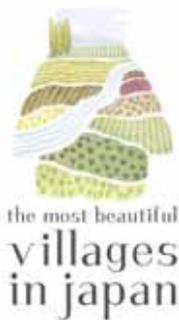
離島発！地域再生への挑戦

～ 最後尾から最先端へ～

町政の経営指針 『自立・挑戦・交流』～そして人と自然が輝く島～



勇壮にそびえ立つ 名勝『三郎岩』



海士町は「日本で最も美しい村」連合に加盟しています (H21.10.6)



第四次海士町総合振興計画
「島の幸福論」
2010年度 グッドデザイン賞 受賞

おきのくに あまちょう
【 隠岐国 ・ 海士町 】

〈選ばれし島・御食つ國・海士(みけつくに・あま)〉

- 日本海の島根半島沖合約 60Km に浮かぶ隠岐諸島の四つの有人島の一つ 中ノ島を「海士町」といって 1 島 1 町の小さな島(面積 33.52km²、周囲 89.1 km) である。
- 本土からの交通は、高速船かフェリーで約 2~3 時間かかり、冬場は季節風 が強く吹き荒れ、欠航して孤島化することも珍しくなく、外海離島のハンディ キャップは大きい。
- 対馬暖流の影響を受け豊かな海と、名水百選(天川の水)にも選ばれた豊富な湧水に恵まれ、自給自足のできる半農 半漁の島である。
- 平城京跡から海士町の「干しアワビ」等が献上されていたことを示す木簡が発掘されるなど、古くから海産物の宝庫とし て「御食つ國」に位置づけられていた。
- 奈良時代から遠流の島として遣唐副使の小野篁をはじめ、承久の乱(1221 年)で、ご配流の身となられた後鳥羽上皇は、 在島 19 有余年この島でご生涯を終えられて「隠岐神社」に祀られ島民の畏敬の念はいまも深い。
- 明治の文豪小泉八雲(ラフカディオ・ハーン)は、隠岐旅行の際「菱浦港」を最も気に入られ 8 日間も滞在され、当時の 様子を小説「知られざる日本の面影~伯耆から隠岐へ」の中に著している。…「八雲公園」を整備。(H21.8)

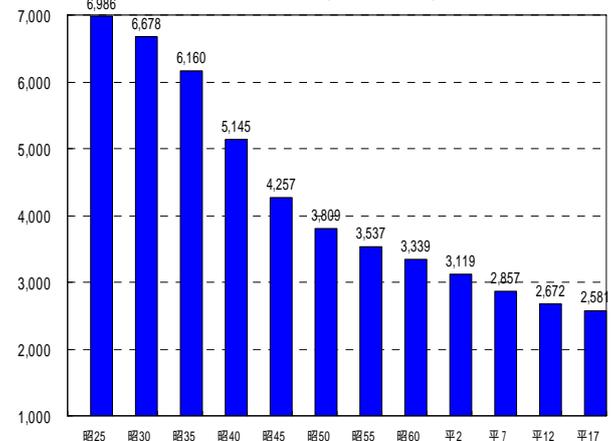


「島の夜明け」

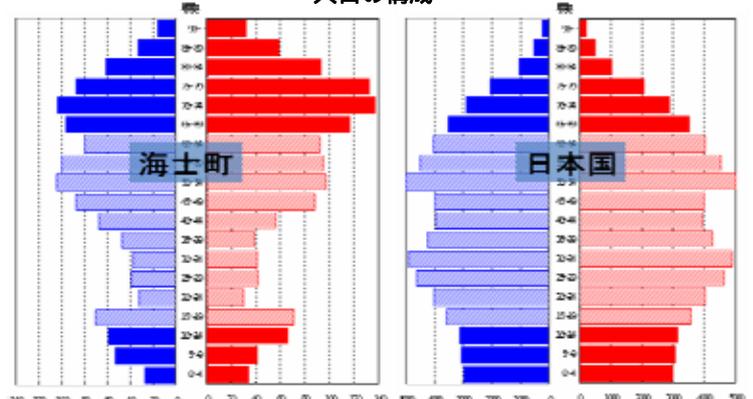
〈島が消える?・超過疎化・超少子高齢化・超財政悪化〉

- 昭和 25 年頃には約 7,000 人近くいた人口も平成 17 年 10 月の 国勢調査では 2,581 人に減少し、現在は更に約 2,400 人を切っ ている。
 - 高齢化率 39%・・・高校卒業後は殆どが島外へ流出し 20~ 30 歳代の活力人口が低い。
 - これまで、生まれる子どもは年に十数人と少ない。
 - 国の経済対策に呼応した公共事業への投資で社会資本は整 備された。・・・離島振興法等
 - その結果、住民の暮らしは改善されたが、一方で体力以上に 膨らんだ地方債。
 - 平成 13 年度末で約 101.5 億円(レ-ク)あった。
 - 平成 21 年度末で約 79 億 2 千 6 百万円に減少。 公共事業で生きてきた島、生かされてきた島の証 でもある。
 - 平成 14 年 5 月の町長選挙・・・地縁・血縁を否定した 町民の選択。
 - 先ず職員の意識改革から・・・役場は「住民総合サー ビス株式会社」である。
 - 意識を変えるには・・・年功序列を廃止して適材適 所主義に、現場主義に組織再編。
- 職員が変われば役場が変わり、役場が変われば住 民が変わり、住民が変われば地域(島)が変わる。・・・それが地域再生のポイントである。

人口の推移(国勢調査)



人口の構成



〈自立へ覚悟の選択～単独町制〉

- 平成の「大合併の嵐」が吹く中で、島嶼間の合併は、そのメリットが活かされないことから、平成 15 年 12 月任意合併協議会を解散。覚悟の単独町制を決断する。

自分たちの島は自分たちで守り、「島の未来は自ら築く」という住民や職員の地域への「誇り」と「気概」が、「自立への道」を選択させた。…それが自治の原点である。

- しかし、その直後に「三位一体の改革」による所謂「地財ショック」が襲い、町税にも匹敵する地方交付税の突然かつ大幅な削減は、島の存続さえも危うい緊急事態に直面する。

□ 当時のシミュレーションでは、平成 20 年度には確実に「財政再建団体」になることが予測された。

- そこで住民代表と町議会と行政が一体となって、島の生き残りを掛けた「海士町自立促進プラン」を策定(H16.3)する。

□ それは行財政改革によって「守り」を固める一方で、「攻め」の方策として新たな産業創出を強力に推進する戦略の、両面作戦である。

〈生き残るために守りの戦略…徹底した行財政改革の断行〉

- 「守り」とは、徹底した行財政改革を断行すること。

「自ら身を削らない改革は支持されない。」の信念のもと、先ず役場職員が「先憂後楽」の精神で…それは公務員の基本姿勢である。

- 給与カットは、町長以下助役・教育長、議会、管理職に始まり、職員組合からも給与の自主減額を申し出て平成16年度から実施する。

□ 職員や議会からカット分の一部を具体的に見える施策に活かしてほしい旨の提案を受け「すこやか子育て支援条例」を制定(H16.10)。更に拡充改正(H19.6・H21.3・H22.3)あとは産業振興に充てる。

行財政改革の削減効果

- H17 年度人件費の削減効果 約 2 億円
 - 三役の給料カット 50%～40%
 - 職員の給料カット 30%～16% (平均 22%)
- ラスパイレス指数 72.4 (全国最低値)
 - 議員の報酬カット 40%
 - 教育委員の報酬カット 40%
 - 区長報酬カット 10%
 - 早期退職・転職支援 8 人削減

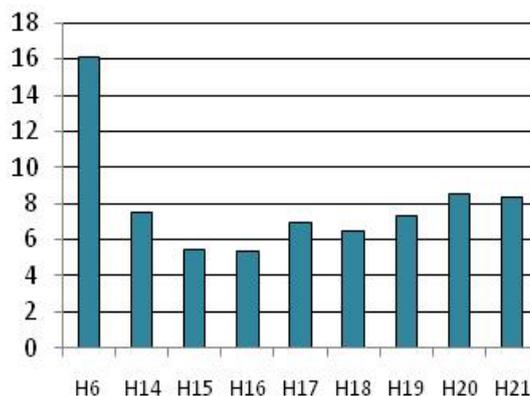


役場本庁舎

- その他の見直し

- 職員数(H10 年度末 93 人、H17 年度末 73 人、20 人、21.5%) 19 年度末 68 人(5 人、7.4%)
- 議員定数減(H11 年度 2 人、H19 年度 2 人…現定数 10 人)
- 公共事業費の圧縮
- 経常経費等の見直し (補助金、負担金、旅費、需用費、委託料等)
- 時間外手当の縮減
- 機能的な組織改革に着手 (定員削減をしながら産業振興に重点配置)
- 組織のスリム化とフラット化(連携の強化)…現場主義
- 「適材適所主義」に徹した人事異動(H14.8.1)
- 課長・係長の推薦制と年功序列の廃止
- 収入役ポストの廃止、町長公用車の廃車
- 経営会議の設置と定例化(毎週木曜日の 17 時 15 分から)

(億円) 一般会計基金残高の推移



- 平成 18 年度カット率もそのまま続行を職員組合と確認。
- 平成 19 年度予算も基金の取り崩し「なし」の対前年比増で編成ができ、収支バランスは改善へ向かっていることから、職員の生活とモチベーションに配慮し、職員の給料カットを 5% 復元して 23% ~ 10% に。
 - 職員の 12 月期末勤勉手当をカットなしで支給した。
- 平成 20 年度一般会計の当初予算(約 40 億円)も基金の取り崩し「なし」で対前年比 10.23% 増で予算編成ができた。
 - H20 年度は職員給与を 2% 復元して 21% ~ 10% のカット率に。
- 平成 21 年度は、職員給与を 2% 復元して 19% ~ 8%、副町長・教育長・議会議員は 20% 復元して 20%、区長は 5% 復元して 5% カットにした。
- 平成 22 年度は職員のカット率を組合との協議で 15% ~ 5% とした。
- 町長の 50% カットは、本人の希望で任期(H22.5.30)まで据え置く。
- そして三期目の就任(H22.5.31)にあたって、任期(H26.5.30)まで 30% カットとする。
- 老人クラブからバス料金の値上げや補助金の返上。各種委員から日当減額の申し出。住民からは自分たちに出来ることはないか、などの声上がるようになってきた。
- 住民の中から、応援の寄附も届けられるようになった。…町民と危機感の共有化
- 島外からの応援団「ふるさとづくり寄附金(ふるさと納税)」の制定(H20.4)…H22.3 月末現在 130 件 866 万 3 千円(内約 4 割の人が海土に縁のない人からの応援)
 - 皆で意識を共有することが危機脱出の鍵である。
- 基金残高も平成 21 年度末現在約 8 億 3 千万円(一般会計)で、財政事情は確実に改善に向かっている。

「承久海道キンニャモニャセンター」



「生き残るための攻めの戦略…一点突破型産業振興策」

- 「攻め」とは地域資源を活かし、島に産業を創り、島に人(雇用の場)を増やし、外貨を獲得して、島を活性化することである。…成長を島の外に求める。
 - そのための「現場第一主義」に徹した体制づくり…内部部局の職員数を減らし、その分を産業振興と定住対策のセクションに重点シフトする。
 - 攻めの実行部隊となる産業 3 課を設置。観光と定住対策を担う「交流促進課」、第 1 次産業の振興を図る「地産地商課」、新たな産業の創出をめざす「産業創出課」を設置。
 - その産業 3 課を町の玄関で、情報発信基地であり、アンテナショップでもある港のターミナル「キンニャモニャセンター」のワンフロアーにおき、現場重視の展開を。…ニーズを肌で感じる場に。ヒントは常に現場にある。…現場でしか知れないものを見落とすな。

地域再生戦略 ~ 島まるごとブランド化 ~

- 第三次総振の、人づくり・モノづくり・健康づくりの 3 本柱をベースに、「地域再生計画(海土デパートメントプラン)」を策定。
 - 「地域再生計画」の認定(H16.6 & H17.7)を受けて、島全体をデパートの階層に見立て、島の味覚や魅力を島まるごと全国にお届けする。
- あらゆる支援措置を活用して、自然環境を活かした第 1 次産業の再生で先駆的な産業興しに取り組む。
 - 島が生き残る道はそこにしかない。
 - 島根県のリーディングプロジェクトに指定される。…県から職員を 1 名派遣(H17 年度 ~ H19 年度)
 - その産業振興のキーワードを『海』・『潮風』・『塩』の 3 本柱に地域資源を有効活用し、異なるもの同士を継ぎ究極のふるさと振興を目指す。
 - 最初から、ハードルの高い厳しい評価が下される東京で認められなければブランドにならないという考えから、メーン・ターゲットを東京においた。…東京で認められてブランドに。

島ブランドを売り出せ！キーワード「海」～豊かな海～

- 第1弾が「島じゃ常識！さざえカレー」の登場。島の食文化を商品化。ヒット商品となる。

<キーマンは、商品開発研修生>

商品開発研修生とは：平成 10 年度より海士町が募集している商品開発研修生制度。「よそ者」の発想と視点で、特産品開発やコミュニティづくりに至るまで、海士にある全ての宝の山(地域資源)にスポットをあて、商品化に挑戦する。

「島の助っ人」的存在で、今日まで18人が参加。現在3人が勤務中。過去、研修生の卒業生で海士に定住した方は7名いる。毎月15万円の給与を支給(社保付)。住居は1DKを準備し家賃は1万円。冷暖房、こたつ、冷蔵庫、掃除機、布団を完備。1年契約だが更新可能。卒業生のうち、今年は2人が海士で起業。大きく挑戦中である。

【島じゃ常識さざえカレー H22 年度売上目標 3 千万円】

(平成 10 年発売)



島じゃ常識「さざえカレー」

- それまで商品価値のあることすら気づかなかったものが、外の目から見れば驚きとともに新鮮な魅力として映る、良い見本となった。

- 第2弾は種苗の生産から育成・販売まで一貫生産を目指し、U・Iターン者と地元漁師が協力して、「隠岐海士のいわがき・春香」の養殖に成功。春から初夏限定のいわがきとして、築地市場や首都圏のオイスターバーで大ヒット。(現在 23 万個を養殖。県のブランド 5 品目に認定。)

- 海士いわがき生産(株)・・・(H18.10 設立)

・安全で美味しい島根の県産品認証制度による認証書(水産第 1 号)を受ける。(H22.2.18)・・・生産工程管理基準・安全強化基準をクリア。

<キーマンは、脱サラのIターン者>

漁業者はこれまで、漁協や近場の市場にし水産物を出荷するしかなかった。このため、離島特有の輸送時間による鮮度落ち等の理由で価格は低く抑えられ、漁業所得は伸び悩んでいた。そこへ登場した脱サラIターンの仕掛け人は、取引単価の高い「築地市場」へいわがきを出荷し、完璧なトレーサビリティを売りに信用を得た。そして、より手取りをあげるために、直販店への売り込みや消費者への直接販売を積極的に試み、所得向上に貢献した。

この取り組みで言えることは、水産業とは全く縁のない人物が挑戦し、しかも既存概念を取っ払ったところに成功の秘訣がある。よそ者(挑戦者)と若者(後継漁師)、バカ者(のぼせ漁師)の典型的な組み合わせが功を奏した。ゼロからスタートしたいわがき養殖は、現在、15名の漁業者が熱心に取り組んでおり、数年内には50万個の出荷体制を見込む。

【いわがき「春香」H22 年度売上目標：7 千万円】

(平成 14 年発売)



いわがき「春香」

- 岩ガキ養殖を始めたいと都会からIターン 5 名が移住。(新規漁業就業者制度を活用)

- 産業振興の命運を懸け、の商品開発から販売まで、外貨獲得のリーディング・カンパニーを目指して、第三セクター「(株)ふるさと海士」を立ち上げる(平成 17 年 3 月)・・・資本金 2 億 5 千 5 百万円(内 2 億 4 千万円町出資)

- CAS 事業部・塩事業部・キンニャモニャセンター事業部(しゃん山・常識商店・船渡来流亭)
- H21 年度売上げ目標 1 億 8,690 万円(8,310 万円・CAS 9,350 万円・塩 1,030 万円)
- H21 年度実績・・・売上額 1 億 7,326 万円(97%)、当期純利益 195 万 3 千円

- 「CAS(Cells Alive System)」という新技術を導入し、旬の味覚を次から次へと商品化。

CAS(Cells Alive System)とは：磁場エネルギーで細胞を振動させることで、細胞組織を壊すことなく凍結させることができる画期的なシステム。解凍しても通常の急速冷凍物のようなドリップなどは一切起きず、長期間にわたって鮮度を保持できる。つまり、とれたての味をそのまま封じ込め、解凍後もとれたての味をそのまま食することが可能になる。

このCASを導入することにより、海士の漁師の食卓が直接都市の消費者にも届けられる環境が整った。CASを離島の流通ハンディを克服する最大のツールとして、島から高付加価値商品を生み出し、第1次産業の復活と後継者育成につなげるために、全国自治体の中で、いち早く導入した。

【CAS商品 H22 年度売上目標：1 億円】



旬感凍結「活いか」

- 首都圏の外食チェーンをはじめ百貨店、スーパー、ギフト販売など着実に販路を広げつつある。また、昨年 7 月から中国上海への輸出も始まって、海外市場への拡大も期待できる。
- 離島の流通ハンディを一気に克服し、また出荷時期の調整も可能となり漁業者の収入確保に大きく繋がった。

島ブランドを売り出せ！キーワード「潮風」～大地はミネラル～

- 公共事業の減少により、建設業を営む経営者が異業種参入を決意。
 - (有)隠岐潮風ファーム(H16.1 設立、建設会社 100% 出資)
 - 会社と社員、そして島の生き残りのために、新たに農業(畜産業)を営む会社を設立。
 - 会社が農地を扱えるよう「潮風農業特区」(H16.3)を申請し、農地法の規制緩和を受ける。
- 「島生まれ、島育ち、隠岐牛」のブランド化を目指し、勝負は品質に厳しい東京食肉市場に絞る。
 - <キーマンは、社長も技術者も社員も皆Uターン者>

隠岐牛：隠岐固有の黒毛和種。隠岐牛は、古くから島中で放牧されている。急峻な崖地を移動しながら育つため、足腰が強く骨格と胃袋が丈夫で病気にかからない。
海からの潮風が年中吹くため、放牧地の牧草にはミネラル分が多く含まれ、美味しい肉質に仕上がるという。隠岐ではこれまで子牛のみが生産され、すべて本土の肥育業者が購入し、神戸牛や松阪牛となって市場に出ている。そこで、建設業の社長はこの素質の良い隠岐牛を繁殖から肥育まで一貫して生産販売することで、ブランド力を高め、雇用の場を創出しようと参入。また、肉質にこだわるため、雌の未経産牛のみを肥育。
【隠岐牛 H22 年度売上目標：1 億 5 千万円】

(平成 18 年 3 月初出荷)



島生まれ、島育ち、「隠岐牛」

隠岐牛の成績と評価

- H18 年 3 月に 3 頭を初出荷。全て高品位の A5 に格付けされ、肉質は松阪牛並の評価を受ける。(初出荷最高値 A5 ・ kg 当たり 3,767 円)
- H20 年 11 月から市場が求める月 12 頭の出荷体制が整う。
- 出荷成績
 - H18 年 3 月～H22 年 3 月まで 453 頭を出荷
 - 上物率(A5 & A4) = 82% ・ A5 率 = 53%
 - 枝肉最高値 kg 当たり 4,205 円
 - 枝肉平均値 kg 当たり 2,300 円 ・ 平均価格 97 万円/頭

隠岐牛の効果

- 地元子牛市場で雌牛の単価が約 3 万円アップし、農家の生産意欲と規模拡大につながっている。また、他の町村でも建設業者(4 社)が畜産を始めた。
- 隠岐牛の担い手になりたいと都会から Uターン者 3 家族(20 代～40 代)が移住。
- 大型の畜産経営が登場したことにより、島中の田んぼを賄う堆肥製造も可能となり、島で循環完結する有機農業への道が拓けた。
- 隠岐牛をはじめとする海士町の農畜水産物を島の食文化とともに提供し、商品販売をする「地域産物販売提供施設」を H19 年 8 月初旬にオープン。
- 隠岐全島の基幹産業として今後の展開を大いに期待したい。
「ふく木茶」の加工販売・・・H21 年度売上額 300 万円(さくらの家・・・就労継続支援 B 型事業所、現在 14 名)

島ブランドを売り出せ！キーワード「塩」～モノづくりの原点～

- ミネラル豊富な本物の「海土乃塩」から始まる島国らしい産品づくりの推進(梅干し・塩辛・干物)。
- 天然塩を活用した伝統料理を復活(伝統製法、自然食品、加工品)し、“島らしい食育”を推進。

<キーマンは、海士町商品開発研修生。>

海士では、古くから都(奈良の平城京)に海産物を献上してきた。その進物の鮮度を維持するために使われてきたのが、海士の天然塩。そんな昔ながらの塩炊きの塩づくりを復活させようと島民有志の動きが起こった。その取り組みが本格的な事業化となり、H17.3月に製塩施設が完成。「海士御塩司所(あまおんしおつかさどころ)」という歴史に相応しい名前の施設を(株)ふるさと海士が運営している。施設完成の年に採用された商品開発研修生が大学で神道を研究していたこともあって、塩を単なる食品としてではなく、島の歴史文化的背景も表現しながら、塩の製造販売並びに加工商品の商品化に携わっている。

[海士乃塩関連 H22 年度売上目標:1千30万円]



「海士乃塩・梅」

海士乃塩づくりの効果

- 山陰はもとより、東京の有名ホテルでも「海士乃塩」として取り扱っていただくまでになり、販路が広がってきた。
- 集落やグループが「海士乃塩」を使った産品づくりの活動を始める。
コミュニティーの活性化は「島まるごとブランド化」の究極目標である。
- 海士乃塩を使った食育を展開しようと、料理研究家が移住して島の食文化が改めて見直されている。
- 海士御塩司所では、ニガリを使った豆腐づくり体験など、「モノづくり」をしながら海士の伝統や歴史を学ぶ「人づくり」の現場としても活用されており、また、島外からの訪問者と住民が共に交流する場としても活用されている。
{H18 年度「塩づくり」交流 = 696 人}

「ターンの若者達が地域起業に挑戦 ~「干しナマコ」づくり他~

- 漁業者とターンの若者が、新しく事業を起こし、町と漁協は漁業所得の向上と若手漁師の育成につなげようと、支援のための農林水産物処理加工施設と海藻資源研究施設を整備する。
 - 島の新しい「隠岐産干しナマコ」のブランド化を目指すと同時に、ナマコ・アラメの種苗育成と、全国各地の磯焼け解消に役立てるツルアラメの種苗育成の研究に取り組む。
- (株)たじまや(H19.6 設立)・・・干しナマコ加工・海産物養殖等。H21 年末に中国へ初輸出。
- 地域通貨モデルシステム実証実験・・・地域通貨「ハ ン紙幣」(500 円・1000 円)の発行。(H17.8)
地域経済の活性化と、人と人とのコミュニケーションの多様化を図る。

〈各種事業の有効活用〉

- 地域 ICT 利活用モデル構築事業(H19~H21)による映像配信システムの展開
 - 情報発信の重要性と出口の拡大。
 - 都内の居酒屋、オイスターバーなど取引先にディスプレイを 8 店舗に 17 台設置。
 - 作り手側のこだわり情報、安全安心情報など臨場感で伝えブランド力を高める。
 - 映像から始まる産地、店舗、お客様、地域とのコミュニケーションとクリエイターの連携力。
- 地域情報通信基盤整備推進交付金事業による情報通信インフラの整備(H22.3)、サービス開始は H23 年 4 月予定。
- 町内全域に FTTH(光ケーブル)を整備して、情報発信、情報収集の利用や地デジ難視聴対策等。
- 情報通信技術地域人材育成・活用事業交付金(海士町元気・安全安心ネットワーク事業)の活用。(H22.3)
- 雇用の創出、在宅ケア、介護・福祉・医療のネットワーク化、防災等。

〈産業振興策の効果と定住促進〉 (H16~H21 の実績)

- モノづくりをベースとする産業振興策を進めた結果、
 - 雇用創出効果 138 人(Uターン者 H22 年 3 月末現在)
 - 加工業務に関するセミナー及び人材育成講習会を 160 回実施。
 - 流通及び販路開拓のための人材育成講習会を 124 回実施
 - IT に関する講習会を 20 回実施。

■ 資源発掘、宝探しなど、商品開発の施策を進めた結果、

- 商品開発研修生採用 10人(内、3名が現役、4名が町内就職又は起業。)

■ 地域資源を活用したモノづくり運動を進めた結果、

- 集落及びグループ等、活動団体結成 7組

■ 島での就職や起業、島暮らしの運動を展開した結果、

- 156世帯、257人のIターン者が海士町に定住・・・「信頼できたから」、「宝物があるから」、「職員の対応が良かった」など。(H22年3月末現在)・・・Uターン者157名
- ・ Iターンのために特別な支援制度は何もない。

出身地別Iターン世帯数(156世帯の内訳)							
北海道・東北	4世帯	関東	38世帯	信越	3世帯	東海	8世帯
近畿	42世帯	中国・四国	42世帯	九州・沖縄	17世帯	外国	2世帯

今の都会の若者は、自分が活躍する「場」を求めており、島も島にない人材、すなわち「やる気」と「スキル」のある若者を求めていたところに、うまく融合して島の新しい力に発展している。そして彼等はみな高学歴であることも特徴的である。

それは島に仕事があるから来るのではなく、島の宝探しをして島のために何か役立ちたい・起業したいという高い志と強い思いが強い若者が多い。

■ 起業等の動き

法人経営	集落・グループ・個人
<ul style="list-style-type: none"> ・(有)隠岐潮風ファーム [H16.1](畜産) ・隠岐事務センター [H16.4](情報システム管理) ・(株)ふるさと海士 [H17.3](地場産の商品化・販売) ・海士いわがき生産(株) [H18.10](岩がき養殖・販売) ・(株)たじまや [H19.6](干しナマコ加工・販売) ・(株)カズラ [H19.6](散骨葬送) ・(株)巡の環 [H20.1](メディア・WEB制作) 	<ul style="list-style-type: none"> ・崎(梅干GL) [H16.11] ・知々井(塩辛GL) [H17.12] ・豊田(干物GL) [H20.1] ・さくらの家(ふくぎ茶) [H18.11]

町の支援策

■ Iターンのための定住対策として(H16年度～H21年度)

- 定住住宅の新築39戸、空き家リニューアル28戸、合計67戸を緊急整備。(H21年度末現在)

□ 全住宅(体験住宅を含む)155戸・・・(内教員住宅23戸)

■ 少子化対策として(H16.10月制定)<財源は、職員給与カット分5%相当を充当>

- 結婚祝い金(1カップル10万円の助成)
- 出産祝い金(1人目10万円、2人目20万円、3人目50万円、4人目以上100万円)
- 妊娠出産交通費助成
- 不妊治療のための交通費助成(30万円限度)
- 18歳以下の精密検査のための交通費助成
- 保育料は第3子以降無料
- 転入児童奨励金5万円
- 就学前乳児医療費償還払い
- 頑張る子ども応援事業補助金、支援総額5,168万円(H22.3月末現在)

「海士ファン・バンク」の設置(H18.10)・・・出資額(1口)50万円、年3%利息相当の島内産品をオーナーに、7年後に一括返済する。

- 利用状況(H22年3月末現在)24口1,200万円(畜産(2人)600万円、漁業(2人)600万円)

〈辺境の島に改革の光が！…構造改革が芽吹きつつある〉

- 大胆な行財政改革を行う一方、「島まるごとブランド化」を掲げ、「海」・「潮風」・「塩」の3つをキーワードに試行錯誤で取り組んだ一点突破型の産業施策と定住施策がうまく連鎖して、その効果が表れてきた。
 - 様々な分野に再チャレンジの機会が広がって、島の資源・伝統文化を活かした起業家が島に根ざした新たな産業を生み出し、横のつながりで事業を更に生み出し、「合わせ技」の島型ビジネスが展開されつつある。
 - 国の「立ち上がる農山漁村」のモデルに、第三セクター(株)ふるさと海土が認定証を授与された。(H19.1)
 - 自らの創意工夫により、優れた施策を実施したとして、総務大臣表彰を受ける。(H19.11.20)
 - 町村自治の健全な発展を遂げ治績極めて優秀な町村として、全国町村会長表彰を受ける。(H20.1.31)
 - 中国経済産業局長より地域資源の「白いか、いわがき(春香)」を活用した加工商品シリーズによる「隠岐・海土島便」ブランドの確立と販路拡大について、中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律の規定に基づき認定書を交付される。(H20.2.29)
 - 総合的な地域づくりに貢献する団体、個人を顕彰する「地域づくり総務大臣表彰」が創設され、その「大賞」の第1号を受ける。(H20.3.13)
 - 農林水産、経済産業両省は、「(株)ふるさと海土」の農林水産業者と商工業者等が連携し、それぞれの技術や特徴等を活用した先進的な取組が認められ「農商工連携88選」に選定され両大臣から認定証を受ける。(H20.7.3)
 - 2008年につけい子育て支援大賞に、給与カットで生み出した資金を子育て支援に充てた成果が認められ授賞する。(H21.1.28)
 - 平成21年度に島外から行政・産業関係の調査研究で受け入れた視察は、149団体937人である。



「CAS凍結センター」

〈未来を支える人づくり…人間力溢れる海土人の育成〉

「まちづくり」の原点は、究極「ひとづくり」にある。持続可能な地域社会を創る力が「人間力」で、それが即ち「地域力」となる。

- 「人間力溢れる海土人」の育成を目指し、教育委員会、健康福祉課、財政課の連携による「人間力推進プロジェクト」を立ち上げる。(H17.4)…海土らしい人づくりと海土らしい福祉のあり方を一体的に。

交流を通じた人づくり そして、思わぬ効果 ~海土ファンの急増~

- 都市との交流
 - 海土中学校の修学旅行では、一橋大学を訪問し、海土町を題材に中学生が大学生に講義を行う(H17-20)。
 - 講義を聴いた一橋大学の学生が卒業後、海土へ移住。 H20年からは東京大学で講義を実施。また中学生が東京の1000人の前で、地域と自分の夢について堂々と発表も行った。(H20.12.20)
 - 若手の一流講師と都会の若者たちが海土の小・中・高校で出前授業を行う「AMAワゴン」の実施(H18-21年で計19回)
 - 第一回目の講師として来島した岩本悠氏がその後、海土へ移住。海土の「人づくり」に参画して、その後の影響力は極めて大きい。

AMAワゴンとは、若手の社会起業家を講師に招くと同時に、20人ほどの若者がバスに乗って海土を訪れ、志や夢を育む特色ある出前授業を行う企画。参加者は出前授業の他に、島の漁師や農家などとの交流や地域貢献活動も行う。参加者の海土へのリピーター率は約6割。海土への独自ツアーや住民との協働イベントなどを自主的に開催し、新たな海土ファンを増やしている。現在は、東京からのバスを走らせなくても全国から自発的に若者が集まるようになっている。



「出前授業」

■ 国際交流

- 新宿日本語学校との連携で外国人向けサマースクールを開校。
島の保育園～高校で、子どもたちとも交流。(H17-21、5回目)
- インド、ロシア、フランスなどとの交流も展開。
 - 高校生がロシアを訪問し、隠岐の魅力をPR。(H21.8)
 - 「島の魅力を世界に発信したい」とスリランカ人が1ターンの。



「国際交流」

交流を通じた人づくりの実績と今後の展望 ～この島を未来をつくる学校にしよう～

様々な交流を通して自分たちの地域の価値を再発見し、子どもたちや若者の愛郷心が向上してきた。

- 中学生(23人)へのアンケート「いつか海士に戻ってきたい」4人 13人 (H18年一年間での変化)
- 海士中学校の卒業生の52%が島外に流出、48%が地元に残り島前高校へ進学していたのが(H17)、H19年度には、5%が島外、95%が地元の高校へ進学。

交流事業の実績(H19年度)

行 事 名	回数	内 容	団 体 名	来訪者	地元参加者	合計
AMAワゴン	5	出前授業、農業体験他	山本繁	80人	1060人	1140人
ちち ばす	1	稲八デ、竹縄、竹細工作り	樋栄ひかる	32人	105人	137人
盆踊り	1	盆踊り大会		11人		11人
出前講座	1	海士中学校	鈴木聡之	1人	65人	66人
インド・クチプディ舞踊公演	1	保育園、小学校公演		8人	319人	327人
インド・マニプリ舞踊公演	1	島前高校、開発センター公演	チャンドラニ	17人	473人	490人
海士大冒険キャンプ	1	キャンプ、海水浴		14人	35人	49人
サマースクールin海士	1	町内(保育園、小、中、高)		15人	352人	367人
SNG留学生体験旅行	1	ホームステイ、異文化体験		12人	120人	132人
アドベンチャーキャンプ	1	キャンプ		45人	30人	75人
サマーサイエンススクール	1	島前高校、町民	藤田大悟	7人	60人	67人
マイケルマハラック氏講演会	1	島前高校、海士中学校	マイケルマハラック	7人	210人	217人
平石貴久氏講演会	1	島前高校、海士町民	平石貴久	2人	223人	225人
水木しげる一行来町	1	史跡訪問	水木しげる	3人	6人	9人
中国地域づくりフォーラム						

■ 島を一つの大学に見立てた「海士大学」構想で、持続可能な明日を目指す。

- 島をまるごとキャンパスに、まちの課題解決や体験交流を通して学ぶ「大学」の実現に向け、企業幹部養成の「五感塾」や自治体研修、女性向け「ママの学校」などを推進中。交流事業から人づくり産業への進化を目指す。

地域活性化の源は「交流」である。交流を通して相互に人間力を高め合い、海士の応援団を島内外につくる。

小さな島で日本一の教育を ～保・高×家庭×地域×島外の大連携～

- 平成19年度を「未来を支える人づくり元年」として人づくりを重点施策に
- 島内外の有識者など総計60人ほどの協力を得て、町の目指す人づくりの指針を「人間力」として6つの要素と16の力に定義。

持続可能な地域社会を創る力～人間力～

- 【志】: 挑戦力、行動力、忍耐力
- 【結】: 表現力、受容力、連携力
- 【智】: 知識力、思考力、創造力
- 【地】: 自然との共生力、文化の継承力
- 【情】: 感謝の心、奉仕の心、思いやりの心
- 【健】: 心の健康、体の健康



保・小・中・高の連携教育

保-高の教職員の連携組織を立ち上げ、一貫した人間力育成を目指す。

中学校のエコ改修と環境教育の展開

海士中学校を環境に配慮したエコスクールに改修する事業。
 校舎の設計案を中学生自身が考え提案(H19.1)。H21.3 完成。
 その後、地域を巻き込んだ環境活動に発展。



「エコ改修案を提案する中学生」

島まるごと図書館構想の推進

“図書館がない”という離島のハンディを逆に活かし、島の学校(保～高)を中心に、公民館や港、診療所などネットワークし、島全体を一つの「図書館」としていく構想を推進。(H21 文部科学省の読書活動優秀実践校表彰を受賞)

食育 生産者との交流給食、給食の地産地消を推進。給食の地産率14%(H17) 63%(H20)

地域教育 第四次総合振興計画(島の幸福論～海士ならではの笑顔の追求～)の「共に育て・共に育つ」という理念に基づき、新たに「地域共育課」を設置。公民館活動を活性化させながら、「人間力溢れる海士人」の育成を目指す。

島前高校魅力化プロジェクト ～全国からも生徒が集まる地域×学校づくり～

- 海士町にある島根県立隠岐島前高校は、島前3町村で唯一の高校である。少子化の影響を受け、約10年間で入学者数が77人(H9)から28人(H20)に激減。全学年1クラスになり、統廃合の危機が迫ってきている。
- 高校がなくなると、島の子どもは、15歳で島外に出ざる得なくなる。その送り等の金銭的負担(子ども一人につき、3年間で450万円程度)などにより、人口は流出、UIターンも来なくなり、自立への取組が水泡に帰す。
 高校の存続は、島の存続に直結する。



「隠岐島前高校の生徒」

- 島内の子どもや保護者、住民の不安の声も受け、「ピンチの中には、変革と飛躍へのチャンスがある」という信念で島前3町村が連携し、高校改革の構想を作成(H20.2)。全国からも生徒が集まる魅力的な高校づくりを推進中。

- H22年度からは、生徒が実践的なまちづくりや商品開発を通して地域の未来を創る起業家的な人材を育てる「地域創造コース」と、超少人数指導で難関大学にも進学できる「特別進学コース」の2コース制を開始。
- 学校と家庭の教育力を更に補強する公営塾「隠岐国学習センター」を創設。(H22.4)ICT(情報通信技術)や最先端の教育システムも活用することで離島のハンディをなくし、生徒一人ひとりの進路実現に向けた環境を整備する。
- また、全国からの生徒募集に向けて寮費の全額補助、食費の月8000円補助、里帰り交通費補助などの「島留学」制度も新設(H22.4より)。島外からの意欲的な生徒の確保と、高校の活性化を目的とし、財源は町職員の給与カット(縮減)を充てる。
 - 平成22年度は島外から新入生8名と転入生1名を迎えた。
- 地域観光プランコンテスト「観光甲子園」でグランプリ(文部科学大臣賞)を受賞した(H21.8)他、魅力と特色ある教育実践校として表彰(H21.11)も受ける。



「島留学生募集のポスター」

- 地域の未来を切り拓く人づくりのモデルをつくりながら、「子育て島」「人づくりの島」として教育のブランド化を進め、子ども連れの若いUIターンの定住促進にもつなげていきたい。
モノづくりと人づくりの両輪によって、はじめて持続可能なまちづくりとなる。

(最後尾から最先端へ・・・サステナブルな島づくり)

地域経営は企業経営と同じである。・・・他力本願では出来ない。

「地域の自立」という進むべき道と「活力ある持続可能な島」の将来像を示す。

- 役場は「住民総合サービス株式会社」である。町長は「社長」、副町長は「専務」、管理職は「取締役」、職員は「社員」である。一方の住民は、税金を納めた「株主」であって、またそのサービスを享ける「顧客」でもある。
- 課長以上で構成する「経営会議」を毎週木曜日の午後5時15分から開催して、戦略の検討や調整、また決裁に代わる協議の場としている。

仕事を成し遂げるには、「熱意・誠意・創意」の三つの心が不可欠である。

- 町政の経営指針『自立・挑戦・交流』～そして人と自然が輝く島～

- 「人と自然が輝く島」とは・・・人と自然が生き生きとして、ゆたかな島。

人間性に溢れた未来を支える人づくりの推進。

交流を通して人のネットワーク化。(海士ファン・応援団)

自然の恵みによる第一次産業の再生。

人(健康)・自然(環境)・生活(文化)に配慮したサステナブル(持続可能な)島に。・・・第四次総振「島の幸福論」に繋がる。

「海士っ子」



[終わりに・・・]

小規模町村こそ自治の担い手であり、それは「地方分権」でなく、「地域主権」というべきでないか。

地方の元気が国の元気。・・・地方が主役であることを忘れる政治に明日はない。

「民から官へ」の意気込みで。・・・「民間で出来ることは民間に」と言うは易い。

経済規模の小さな地域では民の仕事が官がやるぐらいの意気込みが大切である。

地域の未来は、「自ら切り拓く(築く)」という職員と住民の「高い志」と「熱い郷土愛」と「気概」が自治の原点である。...海士町に評論家は要らない。

海士町の禁句・・・お金がない・例がない・制度がないだから出来ない・・・など泣きはいわない。

職員が変われば役場が変わり、役場が変われば住民が変わり、住民が変われば地域(島)が変わる。...それが地域再生の最大のポイントである。

島に人がひとを呼び、人とひととのネットワークで、応援してくださっている多くの海士ファンの皆さんに支えられて今があり、関わって下さる人こそ最高の財産です。・・・「縁」という不思議な「絆」とネットワークの応援団

地域活性化の源は「交流」である。

「若者」・「馬鹿者」・「よそ者」が島興しの原動力に。・・・異質なものを取り入れ、多様性を持つことで変化し、成長する。・・・島が生きていくには、「若者」や「よそ者」の力が欠かせない。

地域づくり・まちづくりの原点は究極「人づくり」にあり、「モノづくり」と「人づくり」の両輪によって、はじめて持続可能な地域(まち)となる。

超少子高齢化が著しく進み、財政の危機など海士町には、いま地方が抱える問題が凝縮されている。しかしそれは近い将来、島国日本が直面する問題の海士町は先取りであり日本の新しい道を最先端で切り拓いていこうと取り組んでいるところです。

島は本土と橋が架からない限り、常に島である。

ハンディキャップをアドバンテージに、ピンチはチャンス。自立に向かって小さな島の挑戦に終わりはありません。

その他資料

海士町 I C T
プロジェクト
関連資料

平成19・20・21年度
地域ICT利活用モデル構築事業
(採択:海士町 & 宮津市)

映像配信システムを利用した
交流促進事業を展開

共感を伝える地域メディアの構築

共通する両地域の現状と課題

現状

- 観光資源、特産品など特色ある地域資源はある
- 離島、半島に位置し、地理的条件のハンディ
- 人口及び観光客の減少
- 経済力低下 → 地域の活力衰退
- さらに離島は、海運という物流ハンディ
→ 輸送時間とコスト高に悩む

課題

- 固有の文化、暮らしを価値としてアピール
- 自然環境、地域資源を活かした農林水産業の再生と観光産業の融合による地域再生

〔 (例) 特産品の認知度アップ
産業体験型交流の促進 〕

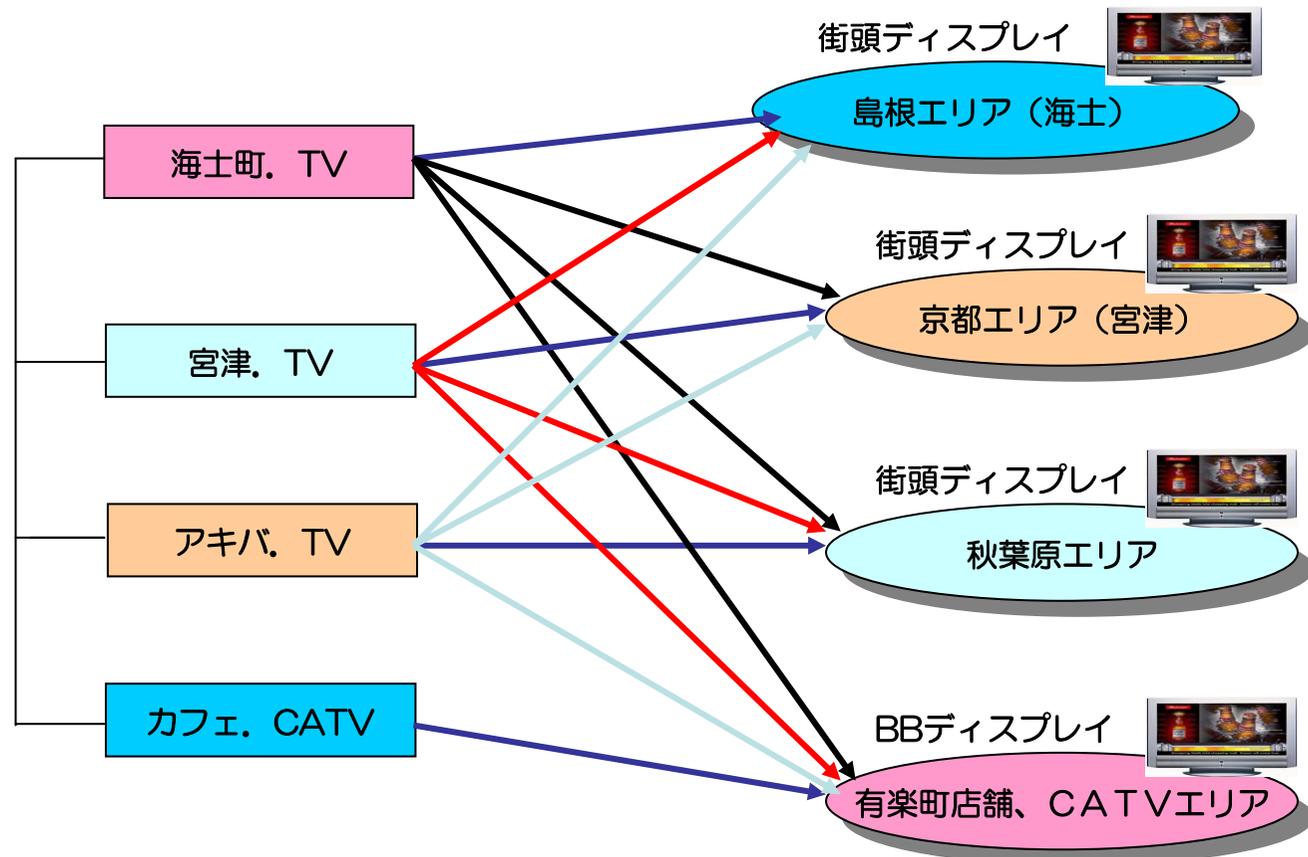
外貨獲得

- さて、そのブランディングの手法とは？

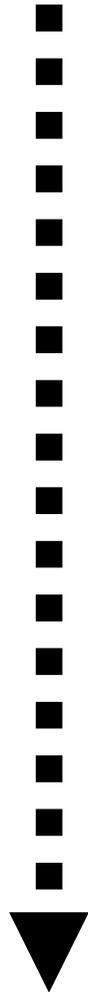
共感を伝える地域情報メディアの構築

手法

- 街頭ディスプレイ：見ようという意思とは関係なく情報をプッシュで伝達できるという強みがある。
- ハイスペックな広告手法をOut of Homeで露出・経験させることにより、インターネットとのクロスメディア化が図れる。



行動



◆ブランディングの第一歩

※地域力の向上「住民ディレクターの養成」

※発信力の向上「掲示板の設置と発信基地局づくり」

【地域力の向上】

◇住民ディレクター講座の開催

ディレクターに明確なターゲットを与え、地域の特産品、地域情報、或いは自分などをアピール

訪れた観光客や学生もディレクターに。住民がサポート

【発信力の向上】

◇街頭ディスプレイの設置

ターミナル、商業施設など、人通りの多いロケーションに大型液晶ディスプレイを設置

住民自ら作成したコンテンツをデータベース化。番組編成を行った後、配信

【システムの機能】

広域映像配信システムのネットワークで、地域で撮影し制作されたコンテンツを配信するASPシステムを構築

大型ディスプレイを用い、動画や静止画、テロップ、広告など配信することで訴求効果の高い地域情報伝達メディアを構築

効果

信頼できるファン
のネットワーク化

【街頭ディスプレイ 60インチ前後】



【映像情報】

海士はIターンを中心に住民ディレクターは40人。映像データは100本にも達するが、編集が追いつかず、現在20本のコンテンツ完成。

宮津は、商工会中心に続々と住民ディレクター集う。3ヶ月で70タイトルのコンテンツを制作。ホームページでも公開:5千ヒットも！

←文字・テロップ情報も可

- 住民の企画力、創造力の向上
- 地域コミュニティの醸成
- 文化風土を再認識→ふるさと意識の醸成

人の輝き

- 特産品の販売増加、安心産地情報
- 観光交流人口の増加、長期滞在型
- UIターン等定住人口の増加
- 広告情報等のIT起業促進

地域の輝き

**ブランド力強化！
地域雇用の発生！**

【究極の目標】全国のお客様が **口コミ** で海士と宮津をPR！

解決したい課題、本事業によせる課題

【ビジネスモデル・経費の配分】

30%	広告経費	広告取次ぎ店分	
		広告代理店分	
70%	広告実収入	10%	ロケーション オーナー手数料
		25%	機器オーナー手数料
		40%	TV運営者
		10%	TV運営者 (他TVのコンテンツ 利用時)
		15%	ASPサービサー

広告収入とは:

全国の離島、半島、中山間地等、海士&宮津と同じ悩みを持つ自治体及び環境、自然、地方回帰等に対する企業CSRのための活動費用を対象とする。

◆住民ディレクターの養成は結構きつい？

- ※人が集まらない
- ※高度な技術が必要
- ※専門的講習会は相当必要
- ※講師先生も密着型で長期指導が必要
- ※編集作業等のスタジオがほしい
- ※貸し出す機材はさらに必要
- ※視聴者が満足できるコンテンツづくり

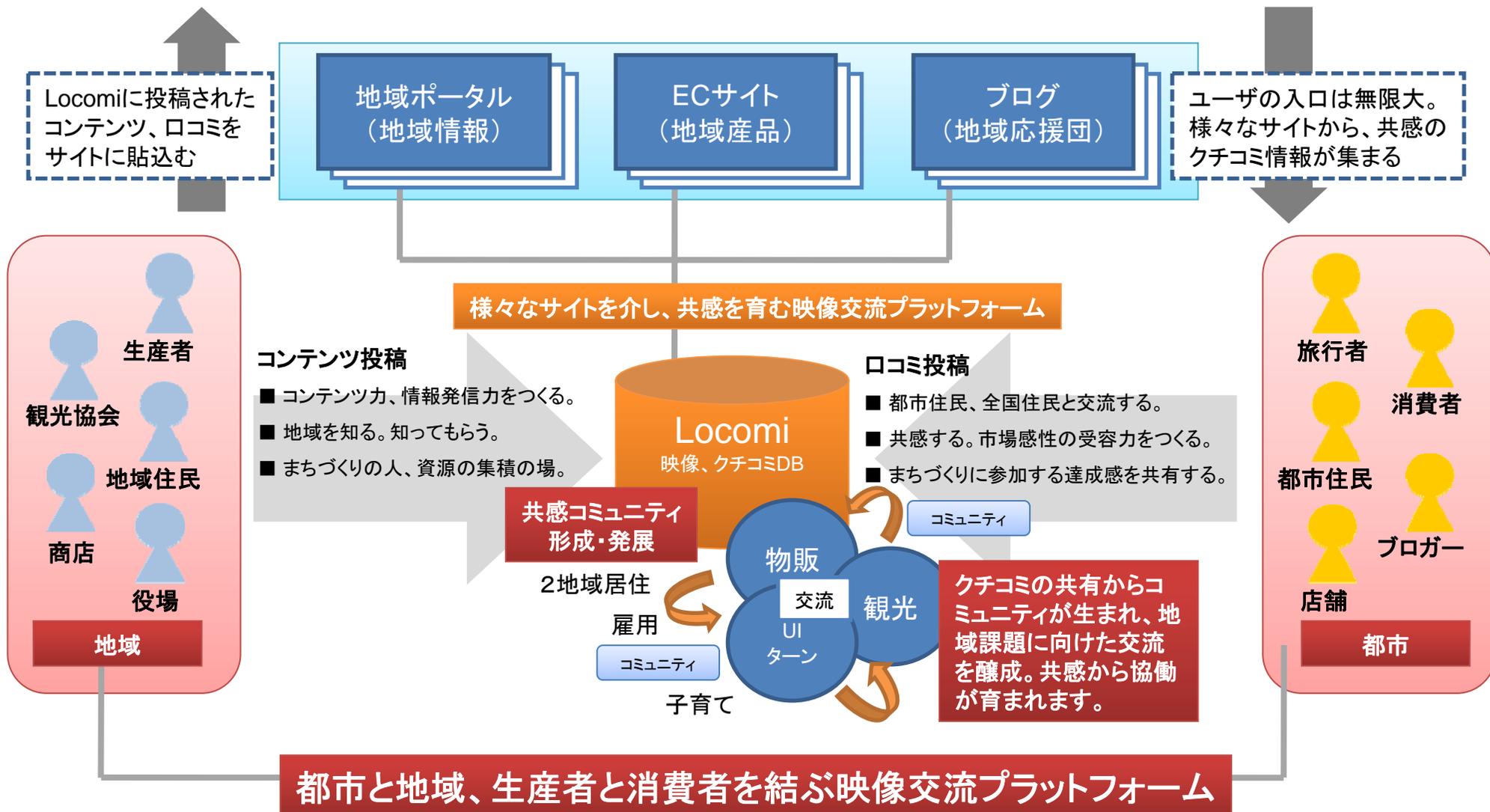
◆自主運営できるノウハウの構築

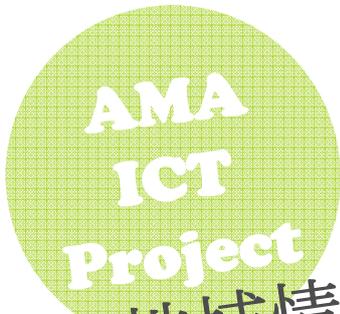
- ※今はまだ、ボランティアの集まり
- ※各地域におけるTV局の設置
- ※配信、管理のノウハウ習得も必要

◆システム開発以外に使える事業費を！

- ※上記、住民ディレクター養成講座
- ※プロに見本のコンテンツを作らせる
- ※コンテンツを競う発表会（イベント）

誰でも参加できる = 誰もが地域活性化のプレイヤー





Local Communication
+
IT Solution

島根の地域情報を発信する新しいかたち！



コンテンツ投稿

- クリエイターの人材育成。
- 地域を知らせる。情報発信力をつける。
- 人、もの、の交流を促進する。

クチコミ投稿

- 地域住民に直接声が届く。
- 共感する。地域との距離が近くなる。
- 地域のライフスタイルに学ぶ。

“Locomi” “ロコミ” “クチコミ”

それは体験と共感で地域の輝きを育てるシステム

島根の食材扱う店舗及び
全国の牡蠣や和牛を扱う店舗
にLOCOMIシステムを設置し、
全国の産地と店舗をPRするため
の運用を試験的に行います。

交流、参加、共感から、
地域と都市の新しい関係が生まれる。

当ICTシステム参加自治体等を
募集します。(試験運用期間は参加費
その他の費用負担はありません)

まずはみなさまの地域を紹介する写真および
説明文をご送付ください。
上記ICTシステムより配信いたします。

[問い合わせ]
海士町役場産業創出課
TEL:08514-2-1832
FAX:08514-2-0358
〒684-0404 島根県隠岐郡海士町大字福井1365-5
ICTプロジェクト担当:大江、山口
E-mail : ict@amalife.net

詳しくは裏面をご覧ください。

主水・東京四谷店に2008.11.1より ディスプレイ設置が決定。

来年4月からのシステム本格実施に向けて、コンテンツの充実を計り、どのようにすれば都会への情報発信、クチコミの拡大につなげるか、いろいろな試みをしていきます。「主水」は島根の食材を専門に扱う飲食店であり、当システムのモデルとしては適しています。是非この機会に当プロジェクトへの参加・ご協力をお願いいたします。

みなさまの地域を紹介する写真に説明文を添えてご送付ください。

こちらで映像コンテンツとして編集し、店内ディスプレイ及びインターネットで配信します。みなさまの地域の情報発信にお役立ていただくと存じますので、ご協力のほどよろしくお願い申し上げます。
※編集したコンテンツは、確認・ご了解を得てからシステムに配信いたします。

送付先：海士町役場産業創出課（紙面右下）

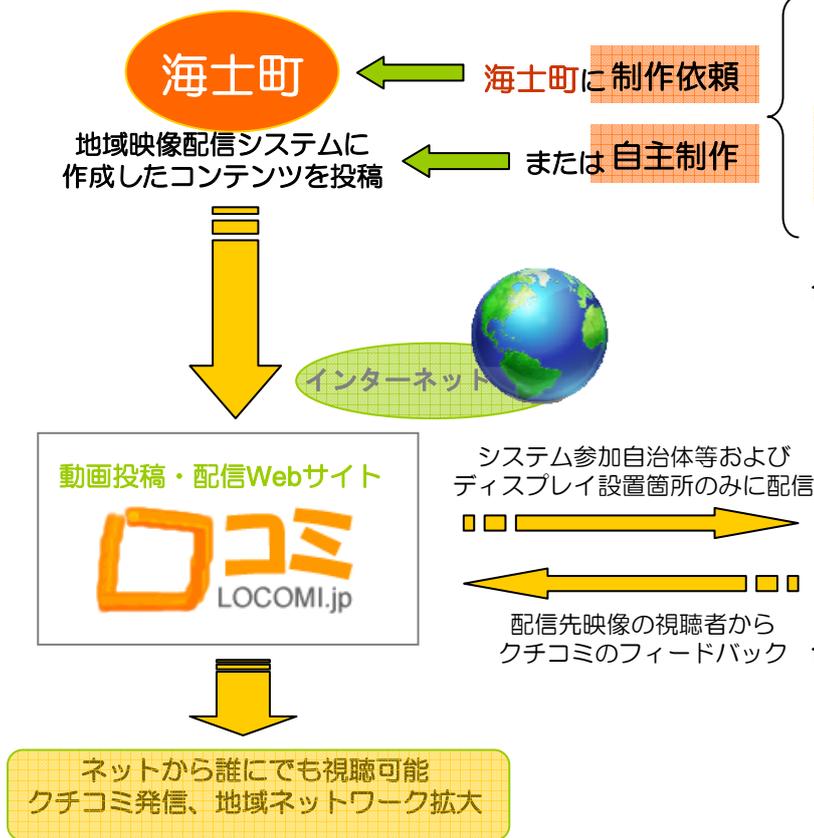
名称を「映像配信システムを利用した交流促進事業」というこの事業は、
①当事業独自の動画投稿・配信ウェブサイトを「ロコミ（ろこみ）」による、インターネットを活用した地域情報の発信。
②主に都市部のオープンな場所に設置する大型ディスプレイによる映像配信。
の二つがメインとなります。

ICTを活用する 海士町の 取組み とは？

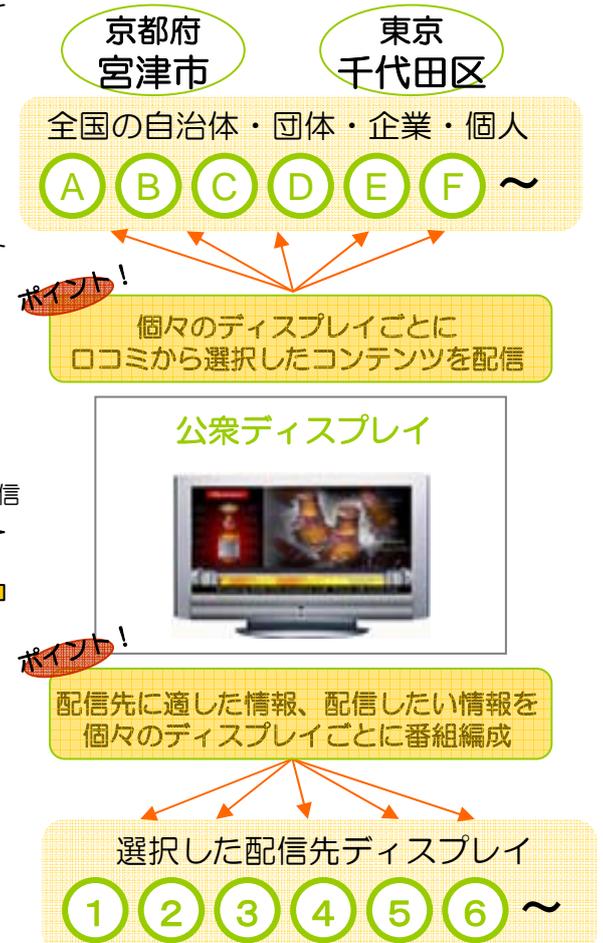
総務省委託
地域ICT利活用モデル
構築事業

①の「ロコミ」にアップしたコンテンツはネットから誰もが特定しないメディアです。それに対して②の公衆ディスプレイは、配信側が視聴者を選べるメディアであり、両方を利用することで、いろいろな活用方法が考えられます。ディスプレイで配信する映像は「ロコミ」にアップされたコンテンツから選べます。また流す順序も設定できます。つまりテレビ番組のような編集ができるわけです。しかも個々のディスプレイごとの番組編成ができるので、配信場所にふさわしいコンテンツを配信することができます。また「ロコミ」については、当システムに参加する地域がサイト上に、映像をメインとしたそれぞれのチャンネルを作ることで、PCから地域間の交流と情報の共有が容易になります。

システム概要図



※宮津市と千代田区は海士町とともに当事業を推進しています。



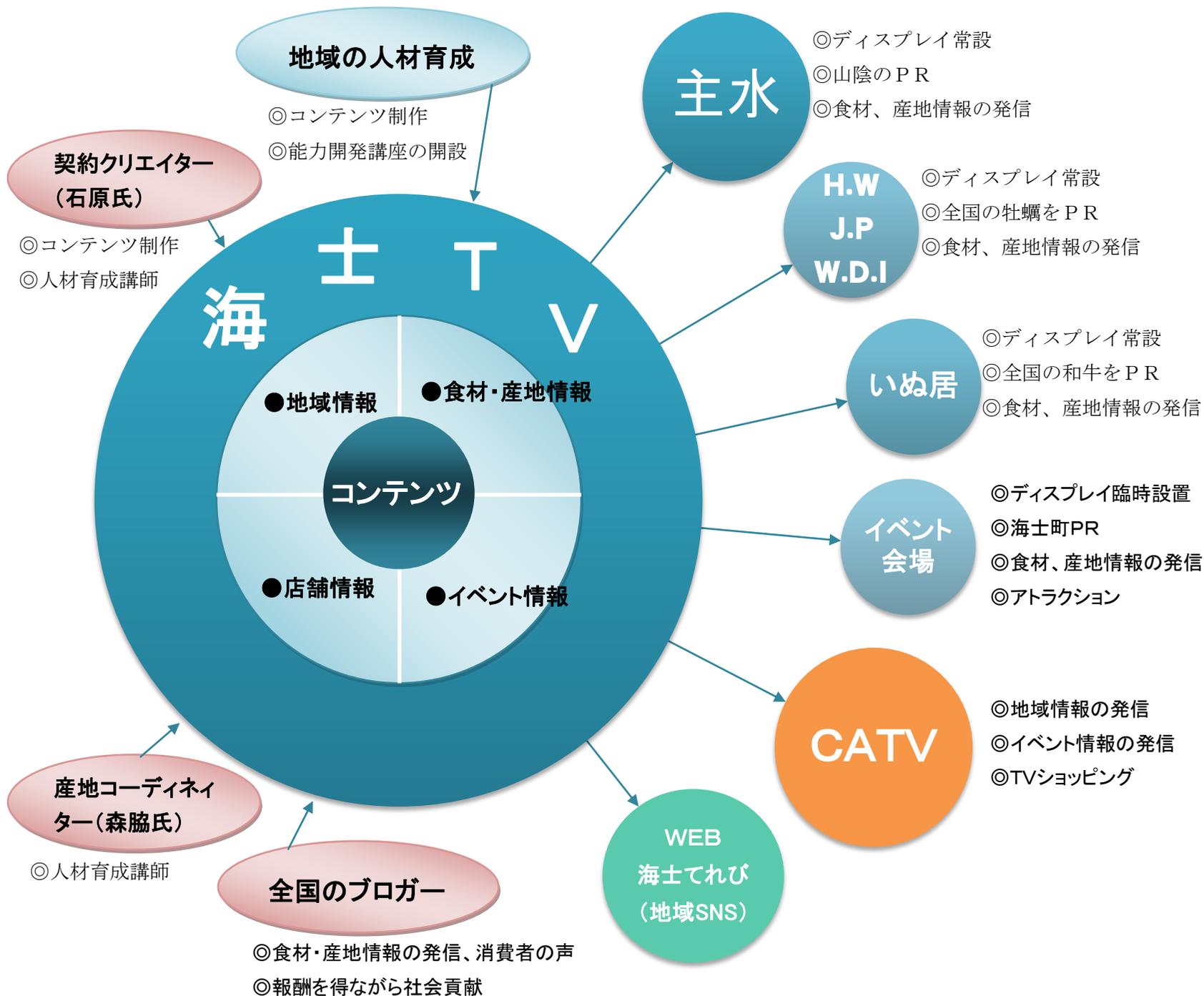
今後ディスプレイ設置を考えられる場所

食に関して：配信元地域の食材を扱う飲食店、食料品店など。

観光に関して：旅行代理店地域観光案内所の出張所、アンテナショップなど。

暮らしに関して：行政関係の公共機関、図書館、書店など。

[地域画像送付先および問い合わせ]
海士町役場産業創出課
TEL:08514-2-1832
FAX:08514-2-0358
〒684-0404 島根県隠岐郡海士町大字福井1365-5
ICTプロジェクト担当:大江、山口
E-mail ict@amalife.net

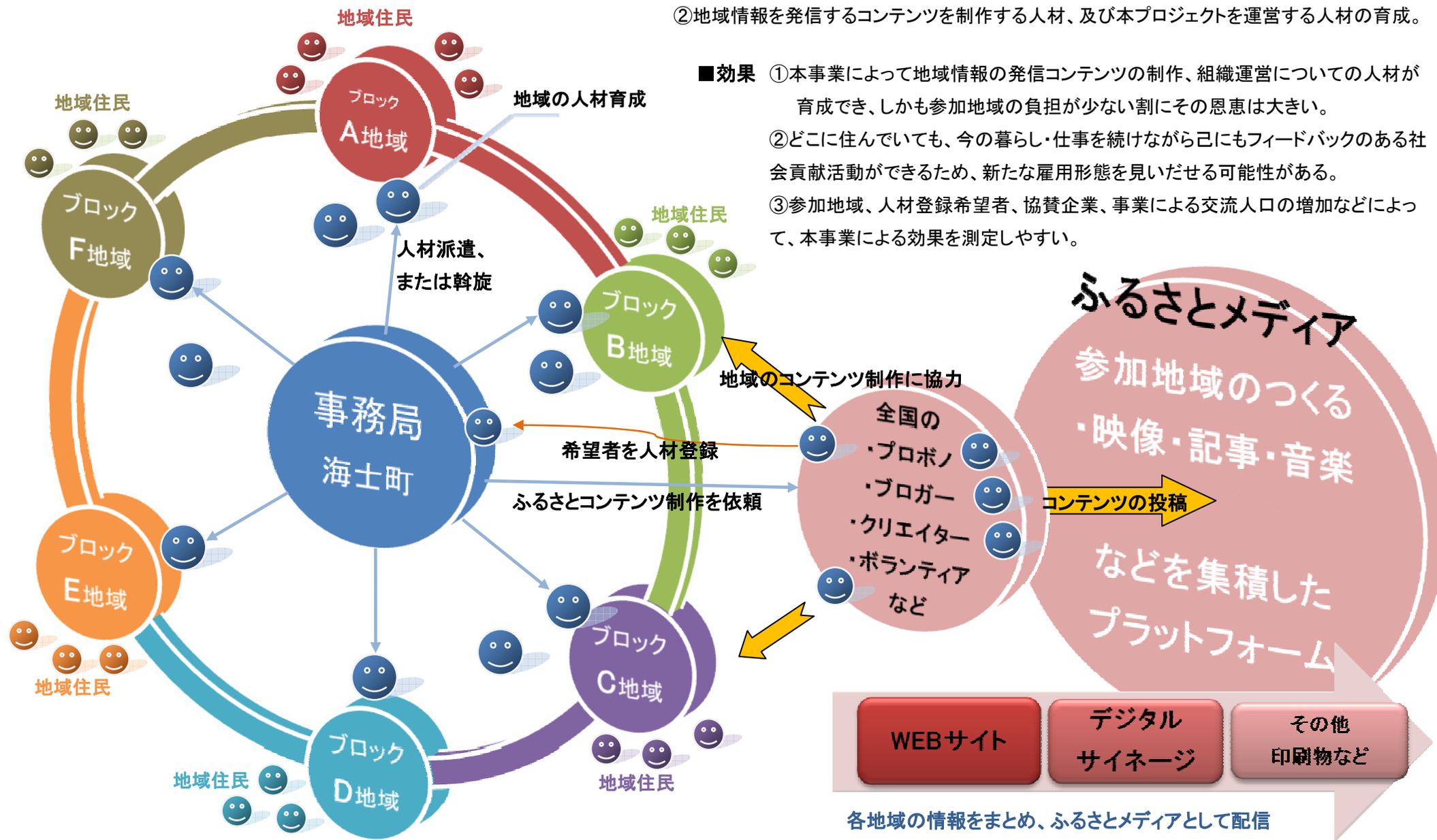


ICT ふるさと元気事業提案・地域の手づくりメディア育成事業 概念図

- 目的 ①多くの地域の参加によって、既存メディア(テレビ・ラジオ・新聞・雑誌等)に頼らず地方自らが情報を発信する統一メディアをつくり育てる。
②地域メディアからの情報発信を継続して行い、事業として運営できる人材を育成する。また、地方をプラットフォームとした雇用創出の新しい形を見つける。

- 内容 ①あらゆる地方が手軽に、かつ効果的に情報を発信しうるシンボリックなメディアの創出。
②地域情報を発信するコンテンツを制作する人材、及び本プロジェクトを運営する人材の育成。

- 効果 ①本事業によって地域情報の発信コンテンツの制作、組織運営についての人材が育成でき、しかも参加地域の負担が少ない割にその恩恵は大きい。
②どこに住んでいても、今の暮らし・仕事を続けながら己にもフィードバックのある社会貢献活動ができるため、新たな雇用形態を見いだせる可能性がある。
③参加地域、人材登録希望者、協賛企業、事業による交流人口の増加などによって、本事業による効果を測定しやすい。



特集① 地域の手作りメディアを まちづくりに活かそう。

ICT(情報通信技術)の活用で地域の課題を解決すべく、3年間『地域 ICT 利活用モデル構築事業』に取り組んできた海士町。

このたび、その成果報告会が開催されました。

(レポート: 交流促進課 山岡真幸)

● ICT=情報 (information)、通信 (communication)、技術 (technology) に関する技術の総称。これまでの「IT」から、近年国際的に「ICT」が広まり、日本でも定着しつつある呼び名。

【事業の概要】

都会の飲食店(海士産品を取り扱うお店)の店内に設置したテレビモニターで、インターネットを通じて海士町のオリジナル映像を配信。訪れたお客様に島の情景や産地の生産現場を見ていただくことにより、作り手側のこだわりや安全性を効果的にアピールし、購買意欲や旅行意欲の醸成を図ることを目的に活動を行っています。

■ 3月2日火曜日、海士町は東京都千代田区神田のプラットフォームスクウェアにて、地域ICT利活用モデル構築事業「共感を伝える地域の手作りメディア」の成果報告会を開催。近年ICTには関心が集まっていることから、マスコミ9社を含む60余名の出席がありました。始めに、総務省情報流通行政局地域通信振興課長の奈良俊哉氏から「ICTを活用した地域の活性化について」と題し、地域ICT利活用モデル構築事業の事例紹介と22年度の事業紹介が行われました。



大勢の前での発表はさすがに緊張しました…

■ 野今、医療や福祉といった分野での活用モデルが多い中、海士町の場合は産業振興とリンクした取り組みで、しかも京都府宮津市との協働による開発は、汎用性の高い注目のモデルとして紹介されました。

続いて山内町長より、「海士町におけるまちづくりと地域ICT事業」と題し、「海士町が目指すブランド戦略の過程に、映像を活用した情報発信は不可欠」と、ICT利活用についての講演がありました。

最後に、海士から生中継の映像を挟みながら、事業で構築したシステムや成果について、システム開発を担当したプラットフォームサービスの山本永氏と小生・山岡が説明を行いました。

■ 地域住民が制作する映像作品は、テレビ局の撮影と違って登場する人物がリラックスでき、ありのままの姿を紹介できることから、その仕事ぶりやこだわりが伝わりやすく思えます。今回の実証実験の中でも、普段は学校に通っていて親の仕事ぶりを見たことのない子供達が、映像を見ることよって理解を深めたケースなどを紹介。映像による情報伝達の優位性について報告がありました。

また、映像作品を一つ作るだけでなく、企画力や創造力、取材を通じての人間的な信頼関係の構築などさまざまな能力が鍛えられ、地域リーダー育成にも効果が高いと言えます。

今回の成果報告会は東京と海士町をモニターで生中継し、海士からは若いスタッフらが、旬を迎え出荷が始まったばかりのいわがき「春香」を紹介しました。(左ページ参照)

生の試食実演の際には、東京会場からも「大きいね!」「美味しそう!」「食べたいたい!」と歓声が上がるほどの盛況ぶりです。映像を効果的に演出することがいかに重要かを実感しました。

■海士町が目指したのは、海士を知っている人にも知らない人にも海士町を身近に感じてもらうべくみづくりです。

海士町が開発した、モニターを介した映像による情報発信は、観光地としての魅力をより分かりやすく伝えたり、産地の自然環境や作業の様子などを見せることで安心・安全を訴えることもでき、結果として観光客の増加、地域産品の売り上げ拡大に貢献できるものと言えます。

料理に舌鼓を打ちながら、モニターに映し出される話題もご馳走に、お客様と産地と店舗の三者にコミュニケーションを高めてもらうことが、海士町ファンの獲得にも繋がって行くのかも知れません。



プレゼンテーションを行う山内町長(上)。成果発表会の会場には大勢の参加者が

今後は、海士町のシステムを、離島の町村、岡山県の新庄村や井原市のような後鳥羽天皇とゆかりのある町村、美しい村連合といった海士町と関わりのある地域、さらには、全国の牡蠣や高級和牛を扱う産地にも普及を進め、広域的な情報発信にも力を入れて行くことが重要です。

その意味で、この事業は今回の報告会をもって新たな始まりであり、海士らしい独自のICTスタイルを創り上げて行く必要があります。現在、島外応援団の力も借りながら配信用の映像作品を作っていますが、今後は、住民の皆さんと共に自力で、海士町をアピールする映像を作っていくたいものです。



人気の飲食店「主水 神田淡路町店」の店内4ヶ所に、46インチのモニターを設置(写真提供:産経新聞社)

住民目線で映像作品を作る人を『住民ディレクター』と呼んでいます。町ではいま、その仲間を必要としています。

カメラや編集用パソコン等もそろえていますので、興味のある方、我こそは住民ディレクターとして地域活性化につながる映像制作に挑戦してみたいという方は、ぜひ産業創出課までお問い合わせください。

【電話】 2・1832

なお今回の報告会后、同日17時から行われた懇親会では、来場した多くの方々に蒸しがきやいわがきグラタンなどで「春香」を召し上がっていただき、大変好評を博しました。

(交流促進課 山岡真幸)



今回中継で繋いだ海士町側。海士いわがき生産株式会社の代表取締役、大脇安則さんが「貝柱を狙って、隙間からナイフを入れて…」と、いわがきの開け方を実演しました。

さらに、「主水(もんど)」や「ジャックポット・オイスタバー」「グランド・セントラル・オイスター・バー」など、東京都内でいわがき「春香」が食べられる店を紹介し、「まさに今からが旬。是非！」とバッチリPRも。

島の岩ガキ・和牛など映像中継▼都内で注文増

島根県隠岐諸島の海士町が平成19年度から3年間、総務省から受託した地域ICT（情報通信技術）事業を軌道に乗せ、注目を集めている。離島の模様を情報発信する「海士と東京との双方向メディア」として都内の飲食店など8カ所に22台のディスプレイを設置。光回線をつないだ中継や映像配信を実施し、町の活性化につなげているからだ。22年度以降は自主運営となるため、ほかの離島や企業との連携を目指す。

この取り組みは、総務省が19年度に公募した「地域ICT利活用モデル構築事業」の一環で、3年間に1億3710万円の委託費が町に交付された。養殖中の岩ガキや隠岐固有の黒毛和牛・隠岐牛の放牧風

地域ICT沸く隠岐

2010年 3/8 産経



海士町の海産物を映像で紹介するディスプレイに見入る来店客
|| 東京都千代田区の島根郷土料理店「主水」

景を町の担当者らが撮影、編集して配信。ディスプレイを設置している東京都千代田区の島根郷土料理店「主水」では岩ガキの旬ではない時期に、瞬間凍結技術で解凍後も鮮度の保たれる映像を流した結果、通年で岩ガキの注文が入るようになった。ビジネスマンなどが多い同区内のカフェも町のアンテナショップと光回線をつなぎ、海産物の中継を行っている。

こうした成果を今月2日に都内で発表した山内道雄町長（右）は「情報発信によって地場産品を販売する第三セクター『ふるさと海士』は目標より1年前倒しで単年度黒字を達成し、島の産業がうるおい始めた。今後もICTを活用し、首都圏にアピールしたい」などと話した。

海士町

映像 ネット 配信

都会云へ

都市へ情報を発信して交流を広げようと、海士町は、東京都内の飲食店に設置したディスプレイに、島内の風景や魚介類などの食材を紹介する映像をインターネットで

配信する取り組みを始めた。店内で映像を見た人から口コミで話題を広げてもらい、観光や地域の活性化につなげるのがねらいだ。
(飯塚 恵)

風景や海の食材紹介



海士町の風景や魚介類などを紹介する映像を映し出すディスプレイが置かれた店＝東京都新宿区四谷

東京都新宿区四谷の島根郷土料理の店「主水」。昨年12月、座敷とテーブル席の壁4カ所に、ディスプレイ4台を設置し、海士町の近海で漁師が白イカを引き上げる姿やイワガキを網の上で焼く様子を音声とともに放映している。

東もつてもらうねらいだ。画面に映し出される携帯電話向けの「QRコード」を読み取って、詳しい情報や載せたインターネットサイトに接続することも可能で、ディスプレイ前の席を選んで座る客もいるという。

この取り組みは、総務省が07年に公募した「地域ICT利活用モデル構築事業」の一環。海士町は京都府宮津市と互いに連携して交流・観光のテーマで映像配信のシステム開発を進める。07・09年度は試験運用期間で、これまでに約7400万円の委託費を海士町に交付した。

宮津市と海士町は、無料の会員登録をすれば、全国各地からでも閲覧、投稿ができるインターネットにサイト「LOCOMI.jp」を立ち上げた。

海士町では町の担当者らが撮影した養殖中のイワガキの海中の映像や隠岐牛の飼育風景などを撮影し、映像を見やすいように編集し投稿。東京

戸田勇二店長(36)は、「隠岐の海など産地の映像を見ながら料理を紹介できるし、会話もはすむとお客さんにも喜ばれています」と話している。

ディスプレイはこのほか、千代田区神田の飲食店と海士町福井にも設置し、同様の映像を配信した。

東京の飲食店などで放映「会話がはずむ」好評

映像編集を担当する同町産業創出課の山口幸二さん(50)は「島を知ってもらえるよう地域の顔が見える映像を撮影して、町の活性化につなげたい。島の若い人にも撮影を呼びかけ、町だけでなく個人の商品販売のPRにも活用してほしい」と話している。

10年度以降は、海士町など自治体の自主運営になるため、他の自治体や企業が製作した映像を配信し、町は広告料で収入を得ることをめざすという。同課の大江和彦課長は「今後、ディスプレイを増やし、海士町や島根県の自然や特産品に興味を持ってもらい、観光客を誘致したい。将来的にはさまざまな地域の映像を配信できるようにしたい」と話している。

島根

山陰名産
あこぎ野焼・あこぎ子巻

長岡屋

■白湯店
TEL(0852)27-8911
FAX(0852)27-6651

■北福店
TEL(0852)24-5577

■工場・浜乃木店
TEL(0852)27-2311

松江総局
松江市南田町32
☎0852(23)3330
FAX(27)2308

浜田支局
浜田市殿町88-3
☎0855(22)0442

出雲支局0853(21)0414
益田支局0856(22)0508
大田支局0854(82)0419

購読のお申し込みは
0120-33-0843
(7:00~21:00)

購読・配達のご用は
松江南(24)3729
出雲北(23)1611
安来(22)6596
大社(53)2227
斐川(72)0421
西郷(2)0702

※上記以外は近くのASAへ
広告のご用は
松江(26)8180

都内の飲食店に設置したディスプレイなどに表示する映像を選び、配信している。

現在は、町職員が知り合いを通じて住民に映像提供を呼びかけている段階だが、住民から、自分で撮影して島の良さを紹介したいという要望もあるという。今後は撮影などを指導する講習会を開き、ビデオカメラを住民に預け、住民ディレクターとして活躍してもらうことを目指している。

離島の表情映し取る

目黒の映画学校生 隠岐・海士町撮影

目黒区で映画づくりを学ぶ学生たちが、後援羽上皇が流されたこと
で知られる隠岐の離島・島根県海士町の依頼を受け、島のプロモー
ション映像をつくった。島の活性化が目的だが、学生たちが外部の要請
でつくる機会はずいぶん多く貴重な経験にもなった。思わぬ笑いを
誘った作品もあり、都内の居酒屋などで放映されている。(大塚 晶)

作品で活性図る

映像をつくったのは、目黒
区中目黒2丁目の「バンタ
ン映画映像学院」でプロを目指
する20代の学生五人。

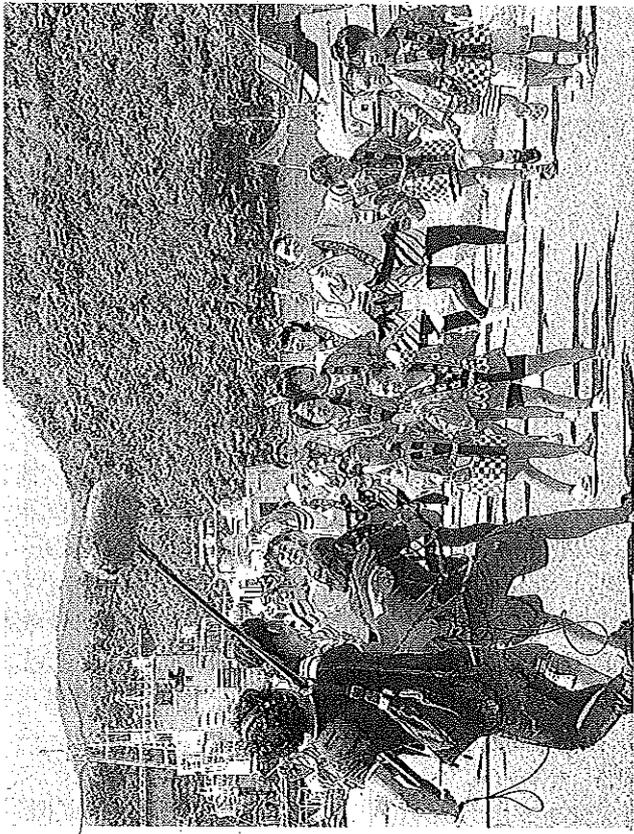
学校を運営する「バンタ
ン」(渋谷区)カルーアの代
表者だったプロが、海士
町で職業体験ツアーを申し
ていただいたり、学生たちに映
像作品をつくってもらった話
が持ってきた。

海士町は人口約2400
人。生まれる子供が毎年1人
ほどという離島だが、積極的
な地域振興策で知られてお
り、今回頼んだ映像づくりも
その一つ。食事や宿泊施設は

町が用意して、8日に学生た
ちが1日間泊まり込んで撮影
した。

で見あがった作品は、「ロ
マンティック・プロモーション
「キムニヤキヤウリ」(11分)と
CM12編「トキエヌタリ
「Boys Be Ambitious」(38分)な
ど。若手女優佐藤麻里さんと
多くの島民に出演してもら
い、「バツキキ・LOVE
&PEACE」などのプロモ
ーションで学院顧問の渡辺さ
んが監修した。

「キムニヤキヤウリ」
は、町の歌謡「キムニヤキ



①撮影風景。島民たちが踊ら
ているのは町の民謡「キムニ
ヤキヤウリ」②撮影は周囲約8
キロの半農半漁の島で行われた
11日間は、08年8月、島根県
海士町、バンタン映画映像学
院提供

キムニヤキヤウリ」を
ひらがなで発音し、都会の若
い女性を島の小学生と一緒に
「風変わったキムニヤウリ」
に挑戦するという話。「魚
ルルル」のトビウオの
数を、回っている数中に数え
ながら、「後援羽上皇の石を
探し、後援羽上皇のほくほく
な顔」などの指令が次々
と出る。画面おかしく、それ
でいて島の様子が自然とわか
る作品だ。

トキエヌタリでは、エ
ターナル島に来た講師や産
業家、島に暮らし高校生の
思いが押されている。

「キムニヤキヤウリ」
ではスチルを担当した林豊
さん(22)は「ただの田舎と簡単
に考えただけ、後援の人や
島を出るつもりでこの手帳を
語っているうちに題材が見
えきました。ただの島にいつ
かという日は貴重な機会に
なった」と言う。以前は映画
の宣伝や配給の仕事に就きた
り思っていたが、この作品
をつくったことで今は制作現
場希望になった。

「ロマンティック・プロモ
ーション」の監督・脚本を担
った渡辺さん(22)は「作品を撮り
てくれたメールが後で役所から
来た。これっていいことなの
じゃないか」と話す。2人とも
「あの1週間に行ってきた
」と口をきく。

海士町の大江和彦・産業創
出課長は「学生の発案の場にな
ると同時に、海士を学生が
覚えてくれる。将来にわた
り海士の活性化になってい
ると思う」と話している。

映像は、千代田区神田錦町
3丁目の「おきだつたツリ
タームズ」で「ロマンティック
・プロモーション」を撮影し、
渋谷区西谷3丁
目の居酒屋「キムニヤウリ」で
夜に流れている。URLは、
http://ama.weblogs.jp/ama_vantan/のURLを
クリックする。

email t-hatsu@tokyo-np.co.jp

T発

金の卵 島の魅力伝えて



クリエイターにPR依頼

自慢の特産品や豊かな自然をアピールしたい。だが、大金は掛けられない。過疎化や財政難に苦しむ島根県の離島・海士町が、目を向けたのは東京で埋もれている若い才能。無名だったり、まだ「卵」だったりするクリエイターたちに作品発表の場を与え、地域の魅力を発信してもらおうという独自の戦略だ。

海士町でCM撮影するバンタン映画映像学院の学生たち—島根県海士町で(同学院提供)

八月に十一日間、十一人が島内でCMやドキュメンタリー計六本を撮影した。宿泊費や食費は町が負担。職員が車でロケ地まで案内した。学院側は「広く学生の作品を見てもらってチャンネル」と期待する。

島根半島の沖合約六十キロにある海士町は、人口約二千四百人。昨年までの四十年間で三、四十代を中心に百六十七人の移住者を受け入れたが、人口の四割は六十五歳以上だ。

海士町に帰省した女性が、恋心を寄せる男性を、青い海や島々が見渡せる高台に誘い出す。そんな物語仕立てのCMが近く、都内にある島根の郷土料理店で流れる。観光客誘致やイワガキなどの販売促進が狙いだ。「バンタン映画映像学院」(目黒区)の学生が制作した。



今月下旬、都内のカフェで海士町のCMが試験的に流された「千代田区」

島根・海士町 観光客誘致に期待

学生に依頼するのは経費負担。若手ミュージシャン、イラストレーターら八人が島に集まった。慶応大大学院生でデザイナーの栗林賢さん(30)は、島に移住した知人に誘われて、六日間滞在。プラントーの中にカメラを仕込み、植物が日光や湿度に反応すると自動的にシャッターが切れる「植物カメラ」を手に島を巡った。



栗林賢さんが作った「植物カメラ」—島根県海士町で(栗林さん提供)

栗林さんは「植物が感じた海士を撮りたくて。情報過多の東京と違い、静かな環境の中で作品づくりに集中できた」と振り返る。参加者の活動成果はインターネット上の「海士クリエイターズ」のホームページで公開されている。

大江課長は「これからも都会の若者たちとつながっていききたい。彼らの感性で、地域の宝を見つけてほしい」と話している。

文・鬼木洋一／写真・藤原進一／紙面構成・松島英二

海士町 ICT活用モデル

隠岐島映像東京に配信



住民によるキンニャモニャ踊りを撮影するバンタン映画映像学院の学生たち。島根県海士町

交流促進へ 製作本格化

自律の戦略が評価され地域づくり総務大臣表彰大賞に選ばれた島根県隠岐島前・海士町が、東京の飲食店に大型モニター端末を設置して、地域を紹介する映像コンテンツを配信する事業に着手し、島の魅力を満載した映像作りを進めている。

事業は、総務省のICT(情報通信技術)活用モデル構築事業の一環。都会地への映像配信で知名度を高め、地域間交流を促す狙い。端末を東京・千代田区のカフェ、レストランの二カ所に計五台設置する許可を得た。

本格運用に向けて、プロの映像クリエイターを養成する東京・目黒区の

バンタン映画映像学院の協力を得て、八月からコ

ン텐츠作りを本格化。学生クルーが島に十一日間滞在して素材を撮影した。

現在はクルーが帰京して編集作業に入っており、島の住民や自然、食などに焦点を当てたドキュメンタリー、CM、プロモーションビデオの計六本が九月には完成。映像として端末に流れる。

海士町は運用に向け、端末を増やすと同時に、島内外のクリエイターの協力を得ながらコンテンツを充実させる。大江和彦・産業創出課長は「さまざまな視点、切り口から島の魅力を発信したい」としている。



都会に届け、離島のきらめき 手づくり映像配信DB 「Locomi」の挑戦

「島まるごとブランド化」を目指した大胆な産業振興策と定住施策で注目されている島根県隠岐島前の海士町が、今度は自ら島の魅力の発信に乗り出した。マスメディアの力に頼らない、手づくりの映像コンテンツ配信事業の可能性とは……。

東京都千代田区の「ちよだプラットフォームスクウェア」1Fカフェで海士町のプロモーション映像が上映されている

島中で放牧されている「隠岐牛」を撮影。急な崖を移動しながら育つため、足腰が強く丈夫。4年前からUターン者を中心に肥育に取り組み、ブランド化を進めている



DATA
 海士町役場 産業創出課
 所在地 ●島根県隠岐郡海士町大字福井1365-5
 電話 ●08514-2-1832
 URL ●http://www.town.ama.shimane.jp/
 人口・世帯数 ●2,380人・1,085世帯
 (2008年10月31日現在)
 面積 ●33.5km²

ICTで島の魅力を発信

東京都千代田区のまちづくり拠点「ちよだプラットフォームスクウェア」。1階カフェの大型モニターが映し出しているのは遠く離れた島根県の離島、海士町の風景だ。

ぬけるような青い空、岩ガキやサザエを獲る漁師の笑顔、海の見える原っぱでのんびり草を食む隠岐牛の様子などがストーリー仕立てで映し出され、都会人の旅愁を誘う。

この海士町プロモーション映像第一弾をつくったのはまだ「卵」のクリエーター、バンタン映画映像学院（東京都目黒区）の学生たちだ。2008年の夏、島の暮らしを体験しながらCMやドキュメンタリーなど計6作品を制作した。宿泊費や食費

は海士町が負担、学院側も学生の作品公開のチャンスとして協力した。学生たちに島のプロモーションを

依頼したのは、経費節約という事情だけではない。大学も大企業もない海士町では、地元の若者は高校卒業後ほぼ全員が島から出てしまう。島は20〜30代の若年層が極端に少ないいびつな人口構造となっている。

「私たちは、若者抜きで地域活性化を行うのは難しいと認識しています。そこで都会の若者たちとつながって、自由な感性で島の宝を見つけてもらおうとしたのです」と海士町役場産業創出課の大江和彦課長は語る。

「よそ者」と「若者」の パワー

地域活性化を進めるのにコンサルタントの手は足りない、地域の「ほか者」が「よそ者」と「若者」の力を借りてまちを元気にする。海士町のこの基本方針は1998年の「商品開発研修生制度」が始まりだった。「島に1年間滞在して、なにか一つの魅力を発掘してください。月給15万円」というインターネットを通じた呼びかけに応じた若者18人が来島。特産品だけでなくコミュニティーづくりなど広い視点から「離島ビ



8



6



9



7

1 2008年8月にバンタン映画映像学院の学生たちがCMやドキュメンタリーを撮影。都内カフェなどで上映された(提供/バンタン映画映像学院) 2 「島まるごとブランド化」第二弾の岩ガキ「春香(しゅんか)」を取材。首都圏のオイスターバーで人気 3 岩ガキがきちんと育つよう、定期的に引き揚げて大きさを別に吊し直す 4 昔ながらの塩炊きの塩づくりを復活させた「海士乃塩」。東京の有名ホテルで扱われている 5 「この島なら自分がやりたかった方法で畜産ができる」とターンした船田さん一家 6 鮮度を長期間保持凍結システム「CAS」を導入。離島のハンディを克服し、産品を全国へ 7 島の食文化を商品化した「島じゃ常識! さざえカレー」などのオリジナル商品群。東京をターゲットに売り出す 8 海士町役場の大江和彦課長 9 ICT事業をリードする山口幸二氏



3



4



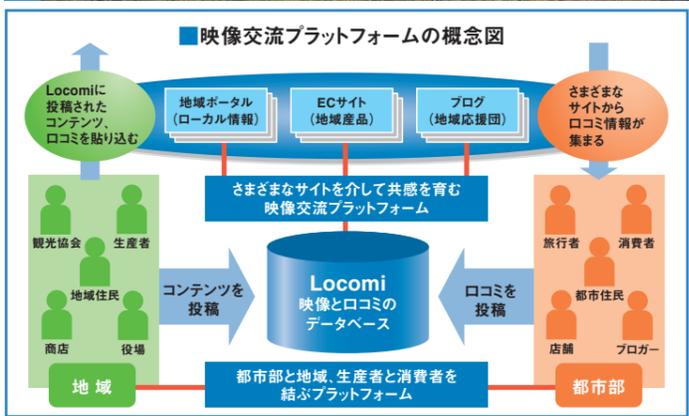
5



2



1



09年2月までに「海士TV」を立ち上げる。Locomiで映像を検索できるだけでなく、東京を中心とした人の集まるパブリックスペースに公衆ディスプレイを設置し、プッシュ型の配信を試みる。ディスプレイは、冒頭で紹介した千代田区のカフェのほか、新宿区四谷にある山陰の郷土料理店「主水」にも設置された。

海士町からの委託を受け、映像交流システムの開発に取り組みプラットフォームサムサービス(株)の太田殖之氏は「番組を見てもらったお客さまに、海士の産品をその場で試食していただくなど、設置店と相乗効果のあるやり方で広めていきます」と話す。来年度は農産品のPRと相性のいい飲食店を中心に、ディスプレイ設置数を拡大しながら、手づくりの産地情報番組を流していく予定だ。

同時に、この地域交流プラットフォームをASPサービス(注)として多方向に提供する。すでに各地の自治体から引き合いがあるが、まずは「地方の小さなまちががんばっている姿を東京の人に見てもらおう」とをコンセプトにスタートする。全国離島振興協議会に加盟する10ほどの自治体や、島根県他の自治体の参加を予定している。

「この制度や住宅整備等の定住対策を進めた結果、20〜40代のイターナー167人(93世帯)が島に住むようになりました。2400人という島の人口を考えると、大きな成果でした」(大江氏)

日本だけでなく、国際交流で海外からやってきた若者たちもインターネットで海士町について語り始めた。ネットの情報発信力を実感した海士町は、2007年秋「全国のプロガー1、この島に生まれ! ツアー」を実施する。プロの記者を呼ぶのではなく、ブログを書いている一般人を招待して海士町の魅力を発信してもらおうというものだ。これが好評で、08年には「クリエイターツアー」に発展する。ミュージシャン、デザイナーら8人を島に招待し、自由に作品をつくってもらった。作品は特設ホームページをつくって発表した。

独自の映像DBでプッシュ型の配信を

そして今、海士町が進める事業が最初に紹介したプロモーション「映像交流プラットフォーム事業」だ。

基本的なシステム構築はすでに完了、テストコンテンツもそろった。今後の課題は魅力的なコンテンツを継続的に拡大させていくこと。そのため、住民自らがカメラを手にし、まちを紹介する「住民ディレクター」の育成が必須だ。家庭用ムービーカメラが普及した現在、撮影は敷居の高いことではなくなったが、「人にどう伝えるか」のスキルが問われる。実はここがもっとも時間を必要とするかもしれない。

「人に見せることを前提とすると、つくる映像は変わります。例えば、まずLocomiで一度発信することによって、多くの意見が寄せられる。それを参考に修正してよりよいものを発信するというPDCA型の映像づくりが可能になるのです。住民ディレクターのスキルアップにもつながると思います」(太田氏)

地域活性化を担うのは役所の人だけでなく、映像番組づくりや投稿を通して、誰もがプレーヤーになれる時代の到来。Locomiを核とするプラットフォームは、地域メディアとして新しい可能性を秘めている。

「住民ディレクター」の育成がカギ

ASPサービス(注) 顧客にインターネットを通じてビジネス用のアプリケーションをレンタルするサービスのこと。

映画・映像のプロを目指す若者が魅せる離島「海士町」の魅力 ～バンタン地域活性化プロジェクト 第一弾!!開催～

ファッション・映像・食など、43年にわたりプロフェッショナルを育成する教育事業を展開する株式会社バンタン(所在地:東京都渋谷区 代表:菊池健蔵)は、「クリエイター」と言われるプロを目指す若者の力で地域が抱える課題を解決し、活性化へつなげてゆく「地域活性化プロジェクト」を実施致します。

プロジェクト第一弾!! 『海士町』

現場は、島根県の沖合遠く離れた人口約2,400人、一島一町の離島「海士町」です。危機的な財政状況に陥った時期もありましたが、『豊かな産業を活かした新産業の創出』『官民一体となった島まるごとブランド計画』『研修生・移住者など交流人口増加への積極的な対策』など思い切った改革に力を注ぎ、この4年間にIターン移住者163名、第一次関連産業新規雇用者数88名を創出するという事例を出しています。

全国一般の方々に向け、海士町の認知度をより高め、地域を活性化するための新たな取り組みが、この『地域活性化プロジェクト第一弾!!』です。

この8月、映画・映像のプロを目指す20歳～27歳の若者、計11名がこの離島に滞在して、島の人と自然に触れ合いながらその魅力を探り、広く一般、特に「若者」を惹きつけるための、「若者」の感性を活かした『海士町プロモーション映像』を制作致します。映画映像のプロを目指す若者が離島、「海士町」の不思議な魅力を解き明かします。

是非特集していただきたく、ご検討の程、何卒宜しくお願い申し上げます。

■地域活性化プロジェクト■

クリエイティブ業界のプロを目指す、10代後半～20代前半を中心としたバンタンの有志が「デザイン」という視点から地域活性化プロジェクトを全国で実施。

■コンテンツ■

- ◎ ファッション……(ex)ファッションデザインやスタイリングで店舗や行政のコスチュームをデザイン
- ◎ ヘアメイク……(ex)メイクアップやヘアスタイリングでビューティーアップや撮影に關与しイメージアップ
- ◎ ビジュアルアート……(ex)グラフィックデザインやイラストでイメージビジュアルやパッケージをデザイン
- ◎ インテリア……(ex)インテリアデザイン、スタイリングで店舗や行政施設をデザインやディスプレイ
- ◎ 映画・映像……(ex)映画・映像で地域の資源や名産をPR また地域を舞台とした作品制作で地域をPR
- ◎ アニメ・マンガ……(ex)アニメーションで地域の資源や名産をPR また地域を舞台とした作品制作で地域をPR
- ◎ スイーツ・フード……(ex)スイーツで地域の名産を使った新しいスイーツを提案 名産品化や期間限定のカフェ等

■プロジェクト第一弾!!『海士町』概要■

《目的》

プロを目指す若者の映像の力・クリエイティブな感性で海士町の魅力を引き出し、地域活性化に貢献！

《期間》

2008年7月31日～8月12日(12泊13日)

《場所》

島根県隠岐郡海士町(離島) (本土から船で約3時間)

《制作物》

海士町プロモーション素材

- ①海士町ドキュメンタリー(1時間)
- ②海士町CM 2本 (15秒 / 30秒)
- ③海士町プロモーションビデオ(15分～20分)
- ④メイキング映像

《制作者》

バンタン映画映像学院 学生 計11名
(20歳～27歳:女性プロデューサーが中心となって企画！)



《監修》

バンタン映画映像学院顧問 映画プロデューサー 禰 映氏
(主な作品:『パッチギ! LOVE&PEACE』『キトキト!』 http://www.mov.tv/about/instructor_list.html)

《内容》※内容、詳細に関しては変更の可能性もあり

★ドキュメンタリー : テーマは感動

島生まれ、島育ち、自らの生まれた場所に誇を持つ島の若者と、島の魅力にひきつけられUターンした若者の目線から「海士町」の魅力に迫る

★CM : テーマは楽しさ バカンス

ブランド牛「隠岐牛」や島では常識「サザエカレー」、巨大な「岩ガキ」などの島の特産品、海士町ならではの絶景ポイントに焦点をあてます

★プロモーションビデオ : テーマは、島生まれ、島育ちの方の魅力を通じて、いかに本島からの移住者を増やすか

Iターン Uターンの現状を交えながら 島の利点や魅力に迫ります

《スケジュール》

7月31日夜出発	車中泊
8月1日	お昼に海士町到着(日が沈むまでロケハン)日没後 海士の方と打ち合わせ
2日	島内ロケハン
3日～9日	撮影
10日	後片付け
11日	帰京:車中泊 12日 朝 東京着
13日	編集開始
22日	完成予定

【バンタン映画映像学院とは？】

2000年に開校した「20代で成功できる」をコンセプトに、映画、ミュージッククリップ、CM、配給宣伝など、映像業界の即戦力を育成する専門スクール。

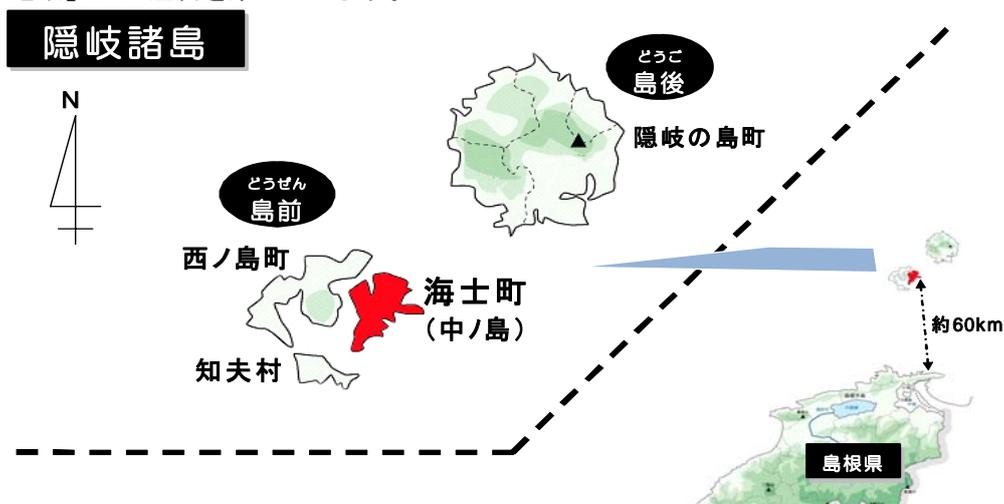
近年の在校生の活躍：

アジア最大級の国際映画祭である「東京国際映画祭」の提携企画であり、若手映像作家の登竜門として注目を集める「東京ネットムービーフェスティバル」(2007年)で優秀賞を受賞。世界各国からの応募作品565作品の中で、黒澤明記念ショートフィルム・コンペティション2007に入賞。日産セレナのCMソングとしても使用され、ダウンロード数10万を越えヒットしているガガガDXの曲、「人間っていいな」のプロモーションビデオをディレクターとして制作。など。

【海士町とは？】

海士町は島根県の北60キロ、日本海に浮かぶ隠岐諸島の中の一つ、後鳥羽上皇が流された島であり、神楽や民謡、俳句などの歴史文化や伝統が残る一方、島すべてが国立公園に指定されるほどの自然豊かな半農半漁の地。

現在人口は約2,400人、年間に生まれる子ども約10人、人口の4割が65歳以上という超少子高齢化の過疎の町ですが、最新の冷凍技術を導入しての海産物の世界進出、農業特区を取って幻の肉として知られるようになった「隠岐牛」の地域ブランド化、この4年間でIターン移住者163名、第一次関連産業新規雇用者数88名を創出するなど、同じような問題を抱える地域から、そして国政からも「地方行政のモデル地域」として注目を集めています。



- ◆ 日本海の島根半島沖合約60Kmに浮かぶ隠岐諸島の中の一つ中ノ島を「海士町」という。(面積33.46km²、周囲89.1km)
- ◆ 本土からの交通は、高速船かフェリーで約2～3時間かかり、冬場は季節風が強く吹き荒れ、船が欠航して孤島化することも珍しくない。



【本件に関するお問い合わせ先】(株)バンタン 担当:加藤・出口 TEL:03-6731-3456/FAX:03-3710-9837

地元の人々の協力体制の元、学生たちの自由な発想で作品が作られた



今回のプロジェクトでは、カメラはパナソニック DVX100B を使用し、編集ソフトはアドビシステムズ Premiere Pro CS3 を使用して制作したという。



バンタン映画映像学院の学生 11 名が 11 日間でロケハン、撮影を行なった。PV 班、ドキュメンタリー班、CM 班に分かれてそれぞれ作品を制作した。



海を見渡せる高台の風景。島全体が国立公園に指定されるほど豊かな自然に囲まれた絶好のロケーションで撮影が行われた。



CM 班の撮影風景。名物キンニャモニャ踊りを撮影。実際に島に暮らす住民のみなさんもエキストラ出演。撮影は町をあげての協力体制。



クリエイティブな発想で 地域を活気づけたい

映像で地域を盛り上げる、
そんな活動を応援します！

映像 **パワー** が
日本を **元気** にする

シリーズ
特集

島根県海士町

美しい島の魅力を島外の人々に広めようと様々な試みがなされている。自治体と民間スクールの協力により実現した映像による地域活性プロジェクトを紹介したい。

作品介绍 & 上映情報



作品介绍 今回撮影されたCM「見つけた、海士らしい私」。海士に住むOLの日常をシュールに描いた作品。その他にもプロモーションビデオ1本、ドキュメンタリー1本、CM3本が制作された。

上映情報 今回制作された映像は、総務省のICT（情報通信技術）のシステムを利用して、東京・千代田区にある主水（もんど）という島根の食材を扱った強度料理のお店をはじめ、地域を応援する飲食店（カフェや居酒屋等）に配信されるとともに、渋谷・宮益坂の街頭ビジョンにて公開されている。

くの人に知ってもらうことで、島のさらなる活性化に協力しようという目的で始められました。そのためにプロを目指す若いクリエイティブな発想を持った学生に彼ら独自の視点で島のPR映像を作らせてみてはというのがプロジェクトの趣旨です（広報・出口さん）

学生有志の中から選ばれたメンバーが町の現状を綴ったドキュメンタリーやオリジナルティ溢れるプロモーションビデオやCMを制作した。11日間でロケハンと撮影を行なったという。事前に代表者の学生が下見を行い、企画を考えて撮影に望んだとはいえ、住民の出演者は

現地に着いてから出演依頼をしたりとタイトなスケジュールのなかで制作されたようだ。

「今回の企画を通じて島外の若者と触れ合うことで住民の方々ととって良い交流の場になったと思いますし、依頼を受けて仕事として映像制作をする機会を与えていただき、学生達にとっても貴重な勉強の場になりました（広報・加藤さん）」

映像は海士町が設置する端末を通じて、都内の飲食店などで公開される。バンタンでは、今後も映像・ファッション・食などの分野で若者の感性を活かし、地域活性につながる活動を続けていきたいとのこと。

島根県の日本海沖合い60百隠岐諸島にある海士町（あまちょう）。面積は33.5平方キロ、人口は2400人余りの島。古くは後鳥羽上皇が流された島であり、神楽や民謡、俳句など歴史文化が残る一方、島すべてが国立公園に指定されるほど豊かな自然に囲まれている。

住民の4割が65歳以上という高齢化社会の海士町だが、町役場を中心に活性化に向けた活動

が活発に行われてきた。そのおかげもあって、この4年間で1ターンの移住者が増え、第一次関連産業の新規雇用者数も増加させており、国政からも「地方行政のモデル地域」として注目を集めている。

そんな海士町からプロを目指す若者達が集まるバンタン映画学院に要請があり、今回のプロジェクトが始まった。

「島の魅力を映像を通じて多



今回取材に応じてくれた海士町の地域活性プロジェクトに協力するバンタン映画映像学院。

映像で地域活性を目指す人々を紹介するシリーズ特集第二弾！
「映像で地域を盛り上げたい！」
そんな「映像パワー」を信じる人々をビデオサロンは応援します。



あまちょう
島根県海士町
学生たちの映像づくりの
現場に密着!



島根県隠岐島の海士町で、ユニークな企画が進行している。東京・目黒にあるバンタン映画映像学院の新しい試み「地域活性化プロジェクト第1弾!」として、学院の学生たちが8月1日から11日までの11日間、海士町に滞在し、人々の暮らしや自然など島の魅力をPRする映像作品を作るといもの。さて、どんな作品ができあがるのか? その様子を前・後編に分けてレポートしよう。



海士町の魅力は美味しい食べ物と島人の温かさ。映像に携わる若者たちの感性で多くの人に伝えてほしいです。

海士町産業創出課課長 大江和彦さん

海士町地産地商課課長 上田賢二さん

学生の目標は作品を完成させること。DVDに焼いて、島の人たちに見ていただき、喜んでもらえれば成功ですね。

バンタングループ広報 加藤千香子さん

バンタン映画映像学院顧問 本企画監修 禰映さん

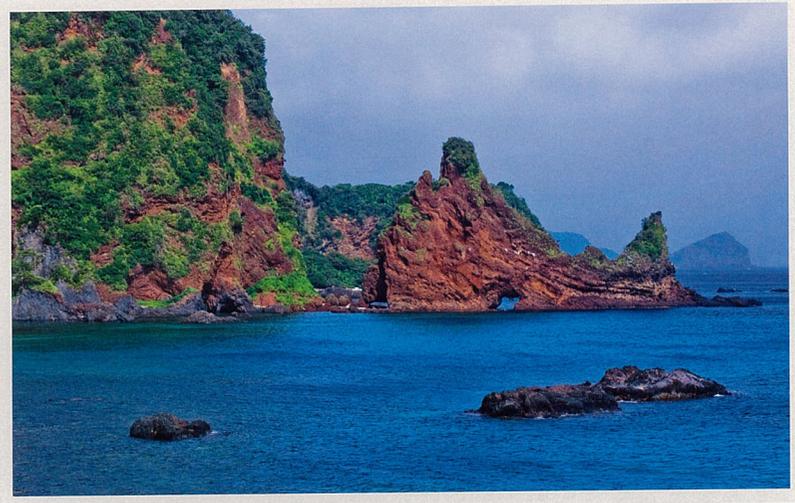
海士町は島全体が一つの家族みたいで、私たち東京から来た人間もやさしく受け入れてくれます。

CM班 瀬藤卓良さん

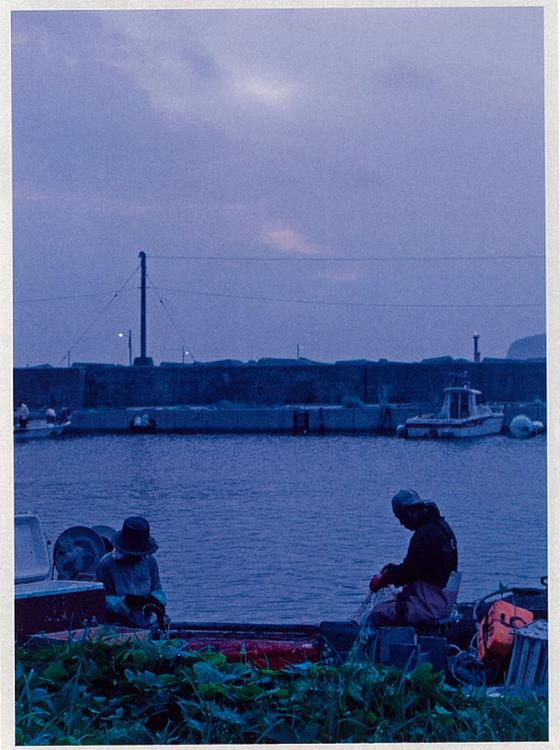
海士町がどんなところなのか、素直に「いいな」と感じたことを、1分間のCMのなかにはちりばめたいです。

プロモーションビデオ班 奥村裕美さん

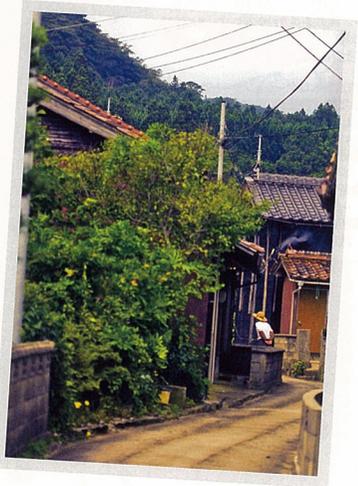
ドキュメンタリー班 田口朋美さん



海士町のある中ノ島の北側に位置する明麗海岸。激しい季節風による波に削られた断崖が連なる。



海士町では昔から漁業が盛ん。今朝は午前3時から出漁した。漁を終え、港で網を補修する漁師さん。



【バンタン映画映像学院】映像業界のプロを育成する専門スクール HP: <http://www.mov.tv/>



島の暮らしを撮るゾ!
映像クリエイターの
卵たちが海士町へ

バンタン映画映像学院の11名の学生たちが隠岐島に到着した夜、港の広場で島の人たちとの交流会が行われた。学生たちは、島の人たちの手作り料理を味わいながら、さっそくカメラを回し始め、島の歴史や魅力、人々の暮らしを取り付けた。

「素晴らしい出会いだね」と、78歳になる漁師の流中茂さん。「隠岐島は、後鳥羽上皇からゴッソ泥まで流されてきた流人の島。そういう歴史があるから、島人は今も訪れる人々をやさしくもてなすのです。」

そして、島の踊りであるキンニヤモニヤ踊りを披露した海士町産業創出課課長の大江和彦さんが、海士町の現状について話してくれた。

「隠岐へ来る観光客は何を望むと思いますか? まずは、地元の良い食べ物。つまり、農業や漁業などの1次産業を充実させなければ観光業は成り立たないのです。」

大江さんが話すように、海士町では数年前から地域資源を生かした食文化の創設に力を入れている。郷土食のサザエカレーを年2万食売れるヒット商品にさせ、収穫した魚を東京の高級料理店にも直接卸せ鮮度を維持できるC.A.Sという最新凍結技術を導入し、漁業を元気づけた。さらに、隠岐牛をブランド化し、松坂牛にも負けない高級牛肉を出荷。役

場と島民一丸となった島の活性化によって、ここ3カ年で88人の新規雇用を創出し、多くのイターン者が定住するようにもなった。海士町の人口約2400人のうち、40歳代以下のイターン者は167人!

「そんな海士町を、若者の感性によって発信してほしいのです。」

翌日、学生たちはドキュメンタリー班、プロモーションビデオ班、CM班に分かれ、いよいよ作品づくりに入るスタート。「牛が普通に道を歩いているし、そこかしこに魚の干物が干してある。驚きの連続です」と島の第一印象を語った田口朋美さんと島の第一の生徒にカメラを向け、島の暮らしについて取材を行う。さて、学生たちは海士町をどう描くのか? 結果は次号でお伝えします。お楽しみに!



バンタンの学生たちによる撮影風景。島の老人や高校生に「島の好きなところは何?」と取材する。



島根県海士町

学生たちの映像づくりの現場に密着！

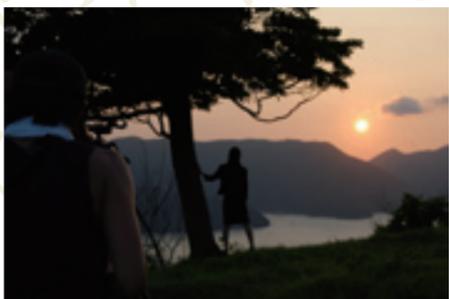
後編

この夏、島根県海士町という小さな離島で、バンタン映画映像学院の学生11名によって島の魅力を発信するための映像作品が制作された。その制作過程と、海士町の魅力を紹介しよう！

撮影：つねよしじゅん 取材：文・松井雅太郎



交流会でキンニャモニャ踊りの手ほどきを受けた学生がその様子をCMで紹介。(写真上) 海士町の港や街並みでの撮影が始まる。(写真下)



少子高齢化による過疎化の波にのまれ、島の財政は危機的な状況に陥った。そこで2004年、町の職員たちは自らの給料を大幅カットし、島民も一丸となった島の活性化への取り組みを開始。新産業の創出、島まるごとブランド計画、移住者など交流人口増加への対策、など、思い切った改革に力を注いだ結果、ここ3カ年で88人の新規雇用を創出。40歳以下の1ターナーはなんと167人にものぼり、平成19年度地域づくり総務大臣表彰大賞にも選ばれた。

そんな海士町から今年、東京・目黒にあるバンタン映画映像学院に依頼があった。「海士町の魅力を、若者の感性で全国に発信してほしい」と。バンタンではこれと地域活性化プロジェクト第1弾とし、映画・映像のプロをめざす若い学生たちによる海士町の映像制作に取りかかった。

真夏の8月、11名の学生たちは海士町に到着。盛大な交流会が催されたその夜から11日間、島民と自然とのふれあいを深めながら、若きクリエイターによる映像作品の制作が始まったのだ。

3、2、1、キュー！ 素朴な離島でロケ撮影



海士町のさまざまなワンシーン



島根半島から約60Km先の日本海に浮かぶ隠岐諸島のひとつ自然も食はもちろん！何より島の人達のあたたかさに感激！

プロモーションでは地元の子供達が活躍！ロケが終わる頃には学生達ととっても仲良しに。



離島・海士町の地域活性に若きクリエイターが集結！

島根県の七類港から高速フェリーで1時間。日本海を眺めながら船旅を楽しんでいるうちに、船は海士町に到着する。人口たった2400人ほどの海士町は、素朴な自然が残る漁業の島。後鳥羽上皇が流された、島流しの島、としても知られている。そんな歴史があるためか、島民は今も、外から訪れる人にやさしく接する、もてなしの心、を忘れない。

穏やかな島の暮らしがある一方、産業はあまりふるわなかった。

3班はそれぞれのテーマを持って海士町へやって来ている。CM班は、インパクト。海士町を知らない人に強烈なインパクトで島の存在を印象づけられるか。プロモーション班のテーマは、冒険。ス

タンプラリー風に島の自然、食べ物、人、風土を紹介する。ドキュメンタリー班は、1ターナー家族の生活と島への思いを撮る。島民の本音をインタビューでどこまで引き出せるかが勝負だ。連日30度を超す真夏の海士町で、学生たちはタオルで汗を拭いながら、島をめぐる取材相手や撮影ポイントを探し、作品のシナリオを描いていた。

島を案内し、島民への撮影依頼など便宜を図るのは、海士町産業創出課課長の大江和彦さんだ。明るく活発な大江さんは、前夜の交流会では、しゃもじを持って踊る地元の、キンニャモニャ踊り、を披露して学生たちの緊張を解き、撮影が始まると、学生たちの撮影環境を整えるために東奔西走してくれた。そんな大江さんの根回しもあってか、島民は撮影に協力的だ。「アポなしで突然行っても撮影に応じてくださり、暮らしぶりを話していただけます。取材が終わった後、「これ、持ってきな」



ついに、完成！ 試写会を終え、 海士町を思う

海士の魅力が満載の映像、
都内の飲食店で放映中！

9月23日、制作したDVDの試写会がバンタン映画映像学院で行われた。CM映像では女優の佐藤さんが、会議から抜け出したという設定の隠岐牛たちを追いかけ、プロモーションビデオでは島の子どもたちが名物の牡蠣や後鳥羽上皇の歴史を紹介し、ドキュメンタリーでは、まるで社会に一石を投じるNHKスペシャルのような取材映像を組み立てることに成功。海士町の魅力も存分に盛り込んだ心に残る映像に仕上がっていた。

大江さん
仕上がりは、
いかが
ですか～
？



海士町産業創出課課長
大江和彦さん

島に生きる力や誇りまで 絵描きだされている

完成したDVDを観た海士町の大江さんからは、「海士町の隠れた宝や不思議な光景、島の元気な子どもたち、さらには、海士町の人々の“島に生きる力”や“島に生きる誇り”までもが描き出されていて、嬉しさが込み上げてきました。と同時に、私たち島民も勇気をいただきました」

作品を観終わった感想を学生たちに尋ねると、こう答えてくれた。「海士町に暮らす1ターンの家族のストレートな意見を、そのまま映像で伝えられていたら、成功したといえると思います。ドキュメンタリーとは何か、地域活性とは何かというのを考えながら撮影していました」（ドキュメンタリー班・中田拓矢さん）。「海士町を知ってもらうことが大事。島の暮らしや文化は外の世界にふれる機会が少ないので、今回の作品がその窓口となれば嬉しいですね」（CM班・瀬戸卓良さん）。「11日間しか滞在しなかったのですが、島の人のめっちゃくちゃ仲良くなったのが嬉しかった」（プロモーション班・奥村裕美さん）。「10日間の撮影中に学生たちが悩んだり、何かを得る姿を撮影したかった」（メイキング班・逆井啓介さん）。そして、東京出身の佐藤さんは、「隠岐島はほんとに何もありませんが、でも、何が足りないと思うことが

なかったですね。それから、獲れたてのアワビと牡蠣とサザエを類張るシーンがありました。役得でした。とっても美味しかったです」と笑顔で話してくれた。

**新たな視点での
地域発信に注目！**

「映像作品は、東京・千代田区や京都のカフェ、レストランで放映されています。ぜひ、ご覧ください。今後もバンタンでは、映画・映像はもちろん、ファッションやフード、インテリアなどの分野でも地域活性化プロジェクトを展開したいと考えています」と、グループ広報の加藤千香子さんは言う。LJ編集部でも、こんなユニークな手法で活性化に挑む地域やクリエイターを応援したい。読者の皆さんも、海士町のように頑張っている地域を、今度の旅先の候補にしてほしい。きっと、心も体も満たされるはずだから。

DVDはここで観られます！

島根県郷土料理「主水（もんど）」四谷店をはじめ関連3店舗（神田店、日本橋店、新宿店）にて順次配信
※詳しくは海士町へ

海士町の問い合わせ先は、
〒684-0404
島根県隠岐郡海士町大字福井1365-5
海士町役場産業創出課
担当：大江、山口
TEL 08514-2-0358
FAX 08514-2-0358
e-mail ict@amalife.net

渋谷大型ビジョンにてCMの一部配信
※詳しくはバンタングループ広報へ

「バンタン映画映像学院」
営業業界のプロを育成する専門スクール
HP：http://www.mov.tv/
11月より渋谷大型ビジョンにてCM一部配信予定

「地域活性化プロジェクト」・DVDに関するお問合せ
バンタングループ 広報 03-6731-356
撮影協力：加藤千香子

って穫れたての魚をくださった「り」と、ドキュメンタリー班の田口朋美さんは島民の温かい対応やもてなしを喜んだ。

レンズを通して 見つけたものは！

撮影は順調に進んでいたが、思うようにならないことももちろんある。島に来てすでに何日も経つのに、まだ企画さえ定まらないCM班の学生。100個の質問をノートに書き溜めて取材に挑むが、期待した答えは得られずに困惑するドキュメンタリー班の学生たち。夜な夜なホテルの一室に集まり、熱い打ち合わせを重ね、顧問の折映さんに相談しながら、取材方法や台本に修正を加えていった。

慣れない地方のロケ撮影で、学生たちの疲労は目に見えてたまっていく。そんな学生たちに、折さんが発破をかける。「君たちの宿泊費、旅費、食費は全部、海士町から出ているんだぞ。甘えるな。これは遊びじゃない、仕事なんだ」。11日間ですべてを撮り終えなければいけないプレッシャーからか、ドキュメンタリー班には泣き出す学生もいた。

しかし、決してあきらめはしなかった。ドキュメンタリーを作るうえでキーパーソンとなる人物、島根県立隠岐島前高校社会科



ドキュメンタリー班は早朝から定置網漁への取材へ島へ戻ってからは1ターンのご家族にマイクを向けた。



島民との交流を深めながら 学生たちは何を撮った？

たテープの編集作業に取りかかった。

の武藤●●教諭の存在を知り、取材を依頼した。すると、島の人々の暮らしぶりや問題点が浮き彫りになり、その実際を取材するべく1ターンの家族も見えてきた。家族の両親や息子である高校生にカメラを向けた。「この島には、人を信じられるつながりがある」というコメントも得られた。ドキュメンタリー班のなかに、「やれるかも」という自信が少しずつよみがえってきた。撮影したテープの量は、1時間テープ50本にもおよんでいた。

そうして11日間の撮影を終えた学生たちは東京へ戻り、撮り溜め

その他資料

地域振興は「人財」
頭角を現す I ターン
関連資料

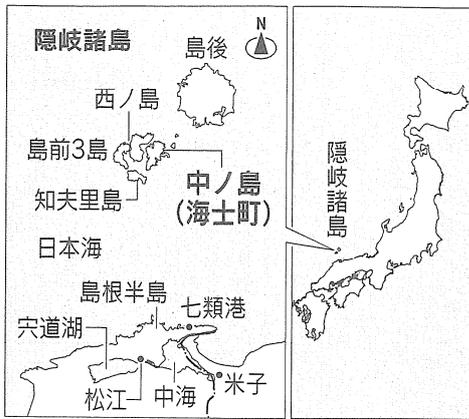
編集委員 野村 義博 (61)

よみがえる離島

隠岐・海士町に住んでみる

8月14日午前9時半、隠岐諸島への出航を告げる汽笛が響いた。島根半島の東にある七類港（松江市美保関町）をフェリーがゆっくり離れる。2等船室で30円の毛布を借り、床に寝転んで、これから訪ねる海士町についての資料を読んでみた。

島根県の北約60キロにある隠岐諸島は、中ノ島、西ノ島、知夫里島の3島から成る島前と、隠岐の島町のある島後に分かれる。面積33・5平方キロの中ノ島の1島1町の町が海士町だ。承久の乱（1221年）で敗れ、島流しに遭った後鳥羽上皇が、「われこそは



「よそ者」で町を活性化

新島守よ 隠岐の海の荒き波風 心して吹け」と詠んだ地でもある。3時間余り波に揺られ、フ

5年で202人のIターン

も印象が違ふ。地元には伝わらないうちから、薄暗い庁舎に冷房は利いておらず、窓は開け放たれたまま。電気代などのコストを削減しているからだろ

う。応接室の壁に変わった地図が張ってある。南北が反対に描かれているのだ。「日本列島もアジア大陸に

対しては離島なんです。しかも、この逆さ地図を見ていると、ヤジロベエのように、弓

状の日本列島を隠岐という支点で支えているような気がするでしよう？」と、山内道雄町長(71)が解説する。

北海道夕張市のように、いつ財政破綻してもおかしくない状況にあった海士町は、2004年に「自立促進プラン」を策定した。町長50%、職員30%の給与カットをはじめとする大胆な財政改革を



本土と島前を結ぶ大型フェリー（海士町菱浦）＝写真 高谷隆

民謡の囃子言葉から名前を採った海の玄関口「キンニヤモニヤセンター」の建物には、「自立・挑戦・交流」そして「限りなき前進」という勇ましい大看板が踊っている。通りには若者の姿が目立つ。まず町役場へあいさつに向

った。薄暗い庁舎に冷房は利いておらず、窓は開け放たれたまま。電気代などのコストを削減しているからだろ

う。応接室の壁に変わった地図が張ってある。南北が反対に描かれているのだ。「日本列島もアジア大陸に

対しては離島なんです。しかも、この逆さ地図を見ていると、ヤジロベエのように、弓

状の日本列島を隠岐という支点で支えているような気がするでしよう？」と、山内道雄町長(71)が解説する。

北海道夕張市のように、いつ財政破綻してもおかしくない状況にあった海士町は、2004年に「自立促進プラン」を策定した。町長50%、職員30%の給与カットをはじめとする大胆な財政改革を

編集委員 野村 義博 (61)

よみがえる離島

隠岐・海士町に住んでみる

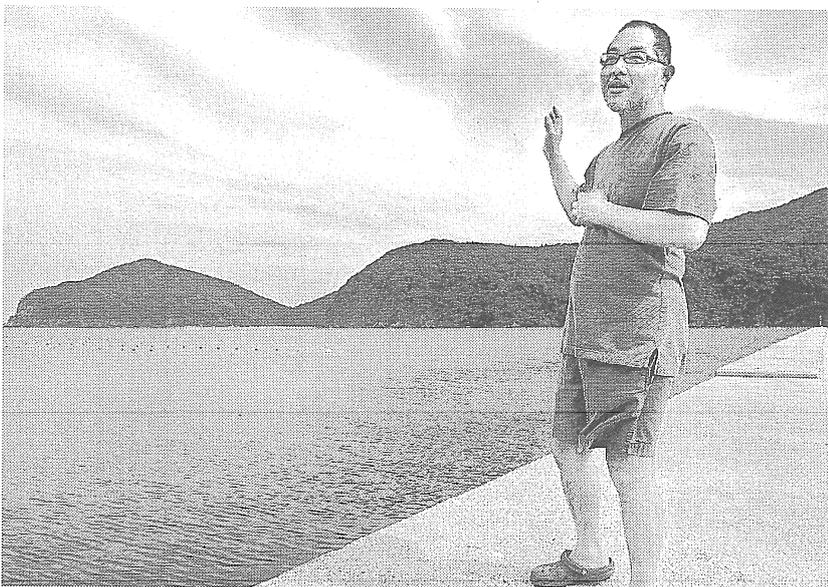
②

海士町の玄関口、キンニヤモニヤセンターに町営レストラン「船渡来流亭」がある。メニューを開くと「岩ガキ・春香」とあった。「カキは冬のものだが……」と不審に思いながら注文した。手のひらサイズの殻にぷりんとした白い身がのっている。口いっばいにほお張ると、潮の香りとさわやかな甘みが広がった。実においしい。どこで採れるのか、産地をのぞいてみたくなった。

神奈川県フィルムメーカーに勤めていた鈴木和弘さん(48)と妻の恵津子さん(44)が、この町にやって来たのは1993年。夫婦そろってダイバー。日ごろから海のある生活にあこがれていた。趣味のダイビングで生計を立てるための移住だった。

調べてみると、当時は西日本の日本海側にダイビングショップは見当たらず、「ここなら競合する心配も無い」と第二の人生の出発地点として海士町を選んだ。ただ、40歳に近づくと、体力的にダイビ

移住夫婦の岩ガキ養殖 軌道に



「きれいな海がおいしい岩ガキを育てる」と鈴木和弘さんは語る (海士町保々見)

自然の恵み、都会も潤す

ングの仕事はきつくなった。客の来ない冬場をどう過ごすかも悩みの種だった。

そんな時、隣の西ノ島で岩ガキの稚貝育成に成功したというニュースを聞いた。「同じ海域だし、自然環境は変わらないのだから、中ノ島でもできるはず」。地元の手漁師に呼び掛け、島の東端の岬

の入り組んだ保々見湾で97年から養殖事業に乗り出した。日本名水百選にも選ばれた「天川の水」が流れ込む保々見湾の海水は、島の中でも特に透明度が高く、ミネラル分も豊富。「海を汚す餌をまく必要もない。自然の恵みに委ねて育てることができ、私た

ちが幸運だった」と、和弘さんは沖合50メートルにある養殖場を指さしながら説明してくれた。なるほど、マリンブルーの海は底の砂が透けて見えるほど澄んでいる。きれいな海で3年間、カキがじっくり育てられる。「岩ガキは夏ガキといわれているけれど、栄養価が高く最もおいしく食べてもらえるのは3〜5月。常識にとらわれず、出荷は春からとし、ブランド名も『春香』と名付けた訳です」

だが、生産はスムーズに運んだものの、販売面で壁にぶつかった。ほとんどの消費者は暑い季節にカキを食べない。そうした既成概念を崩し、知名度の乏しい岩ガキをどう売り込むか、悩ましい問題を抱えていた。販売対象を首都圏のレストランや料亭に絞り、自ら足を運んで営業に回った。無料サンプルを差し出しても、「こんなのカキじゃない!」と突き返されることも度々。東京・JR新橋駅前のSL広場で、悔し涙を流したこともあったという。

美しい自然を物語る岩ガキには、男のこだわりが詰まっている。「男のロマンに女はいつも我慢して付き合われる。島にはブパートも無いし、ショッピングという言葉も忘られてしまいました。今ではすっかりイターン漁師の女房です」と、和弘さんのそばで恵津子さんが日焼けした顔で笑った。

それでも、何十軒もの料理店に飛び込んだ苦労が裏、2000年に4万個ほどの出荷にこぎつけた。その後も売り上げは右肩上がりに増え、今年はスタート時の10倍の4万個は達成できそうだ。「私たちが岩ガキの販売拡大に頑張ることで、隠岐の水産物全体の価値が引き上げられることにもなる。ひいては、漁業の後継者育成にもつながるのでは」

編集委員 野村 義博 (61)

よみがえる離島

隠岐・海士町に住んでみる

③

「表現するのは難しいけれど、この海には日本の原風景があります。派手でにぎやかな南方の海と違い、わびさびの趣とでもいいますか。そんな落ち着いた海でありながら、魚影も濃いのです」

隠岐の海の魅力をこう語るのは、豊田地区にある「海士ダイビングサービス」代表の城之内直也さん(32)、里美さん(35)夫妻だ。1ターンの先輩、鈴木和弘さんが岩方キ養殖に専念することになり、鈴木さんからダイビングショップの経営を引き継いだのだ。

広島県出身の直也さんは10年前、語学研修でオーストラリアに渡った。週末はダイビングスクールに通い、ダイビングの楽しさを覚え、プロになることを決意。一方、奈良県出身の里美さんは、単調なOL生活に飽き、ダイビングのインストラクターを目指してオーストラリアにやって来た。2人はスクールで知り合う。帰国後、里美さんは友人の紹介で、鈴木さんのショッ

障害者も楽しめるダイビング

プで働き始めた。その後、直也さん呼び寄せ、2004年から2人でショップを運営することになった。

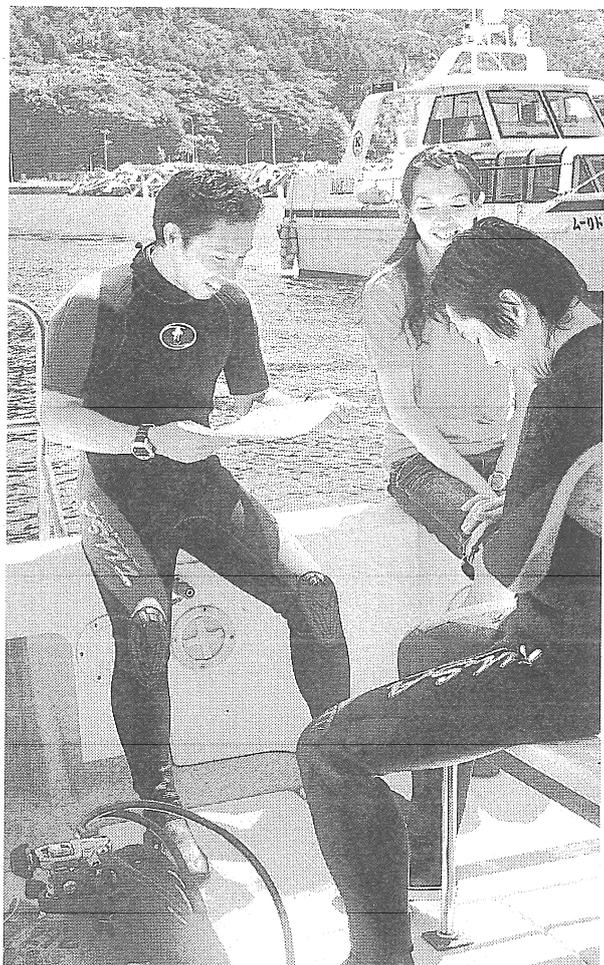
「透明度は太平洋側の3倍の約25倍もある。近づいても魚が逃げない包み込むような温かさのある海を、誰でも潜って感じてほしい」。2

人は、全国的に珍しい障害者の体験ダイビングも始めた。脚が不自由な人には、水に浮かんだ状態で空気ボンベなどの器材を装着、弱視の人には腕に触れて意思を伝え、魚の群れなどを見せよう。

シーズンオフには、直也さんはダイケア(日帰り介護)師さんと漁場をめぐる争いが

ありません。地域の人たちと海中清掃に取り組むなど、いつの間にか一体感が出来上がり、海士町の良さが段々と分かかってきました」と、すっかり町に溶け込んでいる様子だ。

澄んだ海の「わびさび」



ダイバーに潜水スポットを説明する城之内直也さん④、写真中央が妻の里美さん(海士町豊田) ②写真 高谷隆

彼らの言う隠岐の海の「魚影の濃さ」がどうしても見たくなり、半潜水型の海中展望船「あまんぼう」に乗ってみた。菱浦港から20分ほどで、中ノ島屈指の観光名所「三郎岩」の近くまで来た。大中小の3つの岩が等間隔に、まるで幾何学模様のように並んでいる。

船が停止したので船底に下りてみた。窓ガラス越しに大パノラマの別世界が開けた。海草が生い茂った海の密林地帯を、小さいメバル、アジ、イワシから大きいヒラマサ、ブリやカラフルなウミウシなど何百匹もの魚類が回遊している。海底の砂地からはハゼやオコゼが顔をのぞかせている。

盛んにシャッターを切っていた高谷カメラマンが、「カラー写真で掲載できないのが残念」と悔しがった。それほど素晴らしい海中散歩を堪能した。

編集委員 野村 義博 (61)

よみがえる離島

隠岐・海士町に住んでみる

④

北分地区にある民宿「但馬屋」。この料理に出る魚介類は、すべて主人の宇野茂美さん(73)が海で取ってきたものだ。米や野菜も自ら田畑で育てたもの。この民宿にIターンで働いている若者がいる。宮崎雅也さん(27)だ。

海士町は5年前、地域産業振興を研究している関満博・一橋大学教授に町づくりについてのアドバイスを求めた。これがきっかけとなり、海士中学の生徒が修学旅行で東京・国立市の一橋大学を見学。中学生たちが一生懸命に島の魅力を話す姿に感激、関教授のゼミ生だった宮崎さんは2005年の夏休み、初めて海士町にやって来た。

たまたま訪ねた但馬屋で、「隠岐の自然を最大限に利用する、じっちゃん(宇野さん)の足が地に着いた力強い生き方」にすっかり共感してしまっただ。06年4月、卒業してすぐに住み込みで働き始めた。一方的な押しかけ就職だった。「そんな離島に行かせるために大学を出したんじゃない

民宿のじっちゃんの生き方に共感



イネの生育状況を見る宮崎雅也さん(左)と宇野茂美さん(海士町北分)＝写真 高谷隆

い」と猛反対する両親を説得できないまま、見切り発車のIターン。宇野さんも当初、「大学出の人間を使っても、学んでもらえるものは何も無

い」とつれなかった。それでも、「大学で勉強できなかったものが、ここにはきつとある」と頑固に居座った。宮崎さんの一日は目まぐる

しい。午前5時、日が出る前に宿泊客を船で釣り場まで送った後、前日に仕掛けておいた網を海中から引き揚げる。民宿に一度戻って食事を終えると、今度は農作業が待っている。夕方には、釣り客の迎えに再び海へ。帰って来ると夕食の準備といった具合だ。

大卒後、押しかけ就職

なかなか取材時間が取れなかったが、海士町に来て1週間後、宮崎さんから「作業が一段落したので、午後3時ごろなら空いている」と、携帯電話に連絡があった。急いで自転車で但馬屋に向かう。東地区の私が住む定住促進住宅から15分くらいの距離だ。道の両側には、黄金色の稲穂がきれいに伸びた田んぼが広がっている。もう半月もすれば稲刈りが始まる季節だ。

民宿の居間には、おびただしい数の魚拓が掛けてあり、釣り客の人気を物語っているようだ。3年半の海士町での生活について、宮崎さんはこんな感想を語る。「単なるスローライフとは違う。自然と対峙して何百年もたった離島には知恵が詰まっており、それを学べる喜びがある。会社の肩書のような頼りない空虚なものとは異なり、自分が生きていることをはっきり実感できます」

民宿で自家製の卵を提供しようとする、鶏の飼育も始めた。大豆やソバなど農作物の幅を広げたいとも考えている。「師匠であるじっちゃん

海士町役場と一橋大学の連携は現在、大学の枠を超えて、「AMAWGON」と呼ばれる都市と離島との新しい形の交流へ発展。学生が海士中学や島前高校で出前授業をしたり、地元農業者を手伝いながら実地研修するなど、相互に学び合うプロジェクトを立ち上げている。

「師匠であるじっちゃん海士町の鉄人です。ただ、じっちゃんを超えなければ、自分がここに来た意味が無い。この先百年でも自給自足できる、自分が理想とする暮らしを築きたい」

民宿の仕事にようやく慣れたころ、郷里の群馬県前橋市から母親がやって来た。「すてきなところね」とつなずいていたという。別れ際、「納得いくまで頑張りなさい」と言ってくれたそうだ。

編集委員 野村 義博 (61)

よみがえる離島

隠岐・海士町に住んでみる

⑤

海士町の漁師にとって、松江市までフェリーで3時間かかる時間距離が悩みの種だった。本土から離れているからこそ、美しい海やイカ、タイ、岩カキなど豊富な海産物に恵まれている。だが一方で、本土まで運ぶ間に鮮度が落ちる。輸送費もかかるため、本土で水揚げされた魚介類には値段で太刀打ちできない。

豊かな海産物を生かすには、市場まで遠い離島のハンディを克服する冷凍施設が不可欠だった。そこで海士町が導入したのが、「CAS」と呼ばれる設備だ。細胞(Ce11)を破壊せずに、生きたまま(A1ive)のような状態で保存する仕組み(Sy stem)。解凍しても取れたての生魚のようおいしく食べられる。

2005年に第三セクターの海産物加工会社「ふるさと海士」を設立、この冷凍システムに約5億円を投資した。財政規模が年間20億円余りの島にとっては法外な出費。「町がつぶれる」と心配する声

漁業の島の命運握る冷凍施設



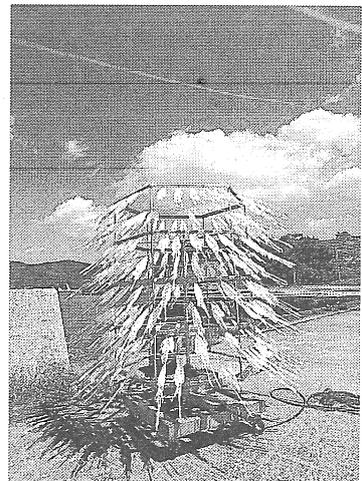
地元の主婦たちが、素早く白イカの冷凍作業をする(海士町福井のCAS凍結センター)＝写真 高谷隆

取れたての魚介食卓に

も聞かれたほど。同社社長を兼務する山内道雄町長がテレビに出演、「町再生の切り札にこの冷凍設備を導入した。島の命運がかかっている」と語るのを見て、海士町に関心を持った人がいる。現在、同社の営業部長を務める村上宏

さん(51)だ。村上さんは当時、東京の医療機器メーカーに勤務。殺伐とした都会生活に少々疲れ、定年までの人生は好きな仕事をしたいと考えていた矢先だった。「新しい冷凍システムに興味を覚えたし、会社をゼ

ロから立ち上げるのも面白そう」と07年、ふるさと海士に入社。



島風干しのイカがくるくる回っていた

CAS技術で凍結した魚介類を、「島風便」というブランド名で東京のレストランや居酒屋などに売り込むと同時に、インターネットによる通信販売にも乗り出した。「以前手がけていた医療機器とは違い、誰か水揚げしたものか、漁師さんの顔が分かるだけに、営業にもおのずと気合が入ります」

冷凍作業をのぞいてみた。菱浦港から海岸沿いを西へ自転車で10分ほど行った福井地区に冷凍センターがある。午前6時半、建物に明かりがともった。イカ釣り船から届いた漁獲量を知らせるメールを

これだけイカを見せつけられては、食べないわけにはいかないだろう。今夜の夕食は、イカがたっぷり載った海鮮丼に決めた。

社員が読み、受け入れ準備を始めたのだ。夏から秋にかけて取れる、地元で白イカと呼ぶ剣先イカが、島の南の嶺地区の漁場から運ばれてくる。パートの主婦たちがはらわたを取り出し、次々とパック詰めにして冷凍庫に送り込む。さすがに漁師町の女性たちだけに手際がいい。午前9時ごろには加工作業がすべて終了した。外に出ると、「イカが空を泳いでいる」と、高谷カメラマンがレンズを向けた。澄んだ青空の下、大量のイカがくるくる回っている。隠岐の風物詩「島風干し」だ。モーターで回る回転干し機につるさ

編集委員 野村 義博 (61)

よみがえる離島

隠岐・海士町に住んでみる

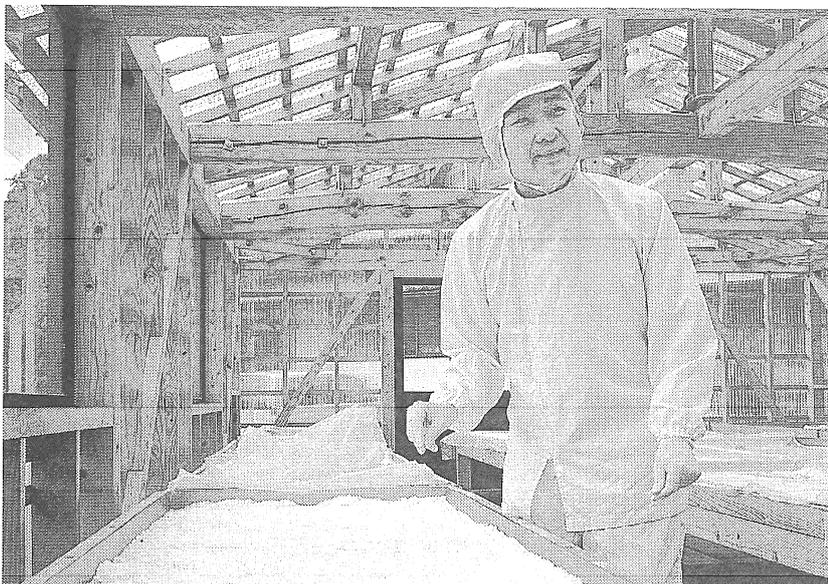
⑥

海士町には、古くから平城京や平安京に海の幸を献上してきた歴史がある。食材の豊富な国「御食津國」と呼ばれていた。こうした進物の鮮度を保つには塩が欠かせなかった。後鳥羽上皇を祭る隠岐神社に塩を奉納したという史実もある。

東部の保々見地区に、昔の時代に迷い込んだような錯覚に襲われる一角がある。古風な木造の建物には「海士御塩司所」という看板があり、中から刀を差したサムライが今にも出てくるような雰囲気だ。実は、町が産業振興の切り札として設立した第三セクター「ふるさと海士」の製塩所。冷凍事業と並ぶもう一つの柱として2005年、天然塩の生産を始めた。

日本の名水百選に選ばれた「天川の水」が流れ込む保々見湾は、島内でも最もきれいな海域。塩の原料として最適な、ミネラル豊富な海水を取水できる。採取した海水を、天井からつるした干本近い竹にかけながら濃縮し、さらに

切り札の手作り天然塩



天日棟で塩の乾燥具合を見る田中浩司さんは手作りにこだわる(海士町保々見)＝写真 高谷隆

歴史と風土を結晶化

薪で釜焚きした後天日干しにする。庭には燃料の薪が積み上げてあり、「海士乃塩」は製造から検品まですべて伝統的な手作業で仕上げられ

代に神道を研究していた変わり種。「塩は生き物と同じ。気温や湿度によって出来具合が変わります。だから、天候によって釜焚きや天日乾燥の時間など微妙に調整しなくてはならない」と説明する。

この天然塩が思わぬ波及効果を生んだ。島の塩で梅を漬ける梅干し作りにつながったのだ。南端にある崎地区の海に面した急こう配の段々畑は日当たりが良く、ミカンの栽培が盛ん。「ここが梅林には最適」と、島根県奥出雲町で活動する料理研究家の中村成子さん(67)のアドバイスで、海士町は50坪ほどの土地に梅の若木約130本を植樹。廃校になった崎小学校を加工所にした「梅の郷」を05年につくった。

る。釜焚きをしているとき、湯気が辺りに立ち込めるさまを見て、国造りの神話を思い出したりします。単に食品として販売するだけでなく、歴史的な背景も塩を介して表現していきたい。

中村さんは奥出雲の仁多米を全国に広め、「食が命の根源」と、自然本来の食材にこだわった食生活を提唱。「米や塩など命を支える自然のものすべて手作りの海士町には、風土を生かした食の価値観があります」と語る。

月産5ト。小さい設備のため量はできないが、その分付加価値を高めた製品で勝負したいという。最近、田中さんが力を入れているのが「Salann Oki」と名付けた新商品。アイルランド語で塩の意味。父親がアイルランド人だった小泉八雲の「隠岐紀行」には、「隠岐ではどこよりも、ここが楽しく過ごせた」と、海士町の静かな入り江をことのほか気に入り、明治25年(1892年)に8

日間も滞在したことが記されている。そうした連想からブランド名にした。

梅干し作りに主婦や高齢者が加わり、地域に元気をもたらした。まさに手塩にかけて育てられた梅干しを1つ口に含んでみた。心地よい酸っぱさの後に、ほんのりとした甘さが広がった。なんだか私も元気が出てきた。

編集委員 野村 義博 (61)

よみがえる離島

隠岐・海士町に住んでみる

①

エンジン音を響かせて大型トラックが菱浦港のフェリーにのみ込まれていく。「あの荷台には牛が乗っているんですよ。来週、東京で競りが開かれるので、これから船で運ぶんです」。教えてくれたのは島で一番大きな会社、飯古建設の田仲寿夫社長(56)。

では、一体なぜ建設会社が牧畜業を手掛けるのか。

2000年に20億円近くあった売上高は、公共事業の削減に伴い、03年には約8億円に落ち込んだ。「小さな島だから、社員の家計まで見えてしまう。会社は守りたいが、リストラはしたくない」。悩んだ末の田仲社長の結論は、「港湾建設や農道整備など、第1次産業があったからこそ潤ってきた。島がこれ以上寂れたら元も子もない。もうけさせてもらった分を農業に返そう」というものだった。

伝統行事「牛突き」が有名な隠岐は、歴史的に牛とのかわりは深い。ただ、隠岐全体で生まれる年間約1000頭のほとんどが、生後10カ月

島生まれ・育ちの高級和牛肥育

までの子牛の段階で島外の畜産業者に買われていき、「松阪牛」「但馬牛」など肥育地のブランドで流通していた。

そこで、「島生まれ、島育ちの隠岐牛」育成に経営の活路を見いだそうとしたわけだ。企業の農業参入を認めた政府の構造改革特区の認定を受け、04年、豊田地区に「隠岐潮風ファーム」を設立した。

建設業者が牧畜に活路

町長選に山内道雄さんを拒ぎ出し、海士町の政権交代を陰で支えたのも田仲社長だった。

海岸線からほど近い牧草地に、潮風ファームの牛たちが放牧され、潮の香をいっぱい受けたミネラル豊富な牧草で育っている。急斜面を上り下りし、かなりの運動量になるから足腰が鍛えられ、よく食べ大きくなるという。

本土に比べ、離島からの輸送コストは一頭当たり3万円程度のハンディを負う。その分高値で売る必要があり、採算ラインは、1頭あたり2500円。06年3月、東京市場で隠岐牛がデビューした時、値は3767円まで競り上がり、その日の最高値を付けて、会場がどよめいた。「松阪牛の生産者が寄ってきて、『完敗です』と祝福された時は涙が出ましたよ」と、初競りに立ち会った田仲社長は振り返る。

現在、牛舎6棟に約400頭を飼育。黒毛和牛を毎月12頭出荷できる体制が整った。隣の島後で生まれた田中果奈さん(24)は、大阪の専門学校で栄養学を学んだ後、Uターン。06年から潮風ファームで働いている。父は牛のツメを切る「削蹄師」と呼ばれる珍しい職人。小さいころから牛にはなじみがあった。

栄養価の高い飼料や牧草をバランスよく与え、牛を元気に育てるのが田中さんの役目。フォークリフトで飼料を牛舎に運び、20kg近いエサおけを配って回る。小柄な彼女が、体重が10倍もある牛を世話する光景を見ると、「すごい大変だろうけど、頑張ると」と声を掛けたくなる。

「大事に育てた牛がトラックに乗せられて去っていくのを、いつも複雑な気持ちで見えています。でも、高く評価されたという知らせを聞けば、少しは慰められるけど……。」と田中さんは話す。



隠岐潮風ファームの牛舎でフォークリフトを使い飼料を運ぶ田中果奈さん(海士町豊田) 写真 高谷隆

編集委員 野村 義博 (61)

よみがえる離島

隠岐・海士町に住んでみる

— ⑧ —

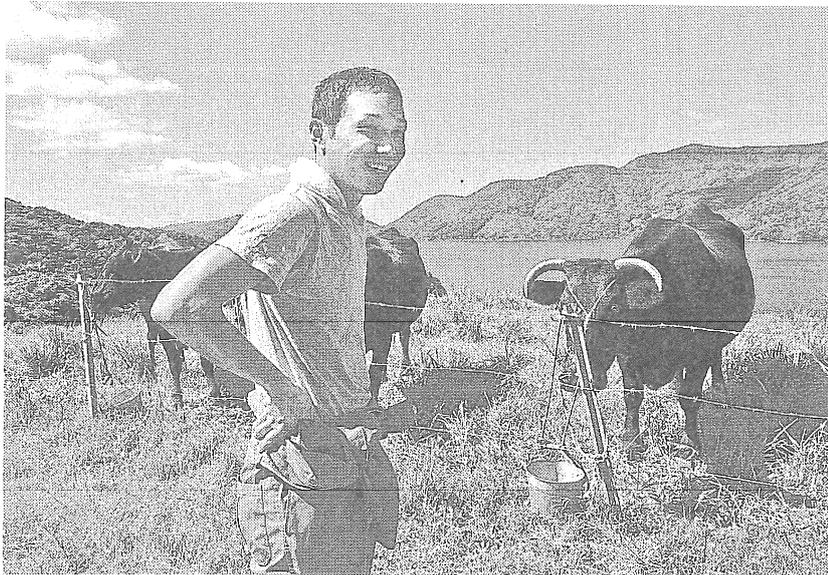
午前8時、牛たちの朝食の時間だ。軽トラクのクラクションが鳴ると、それまで海岸の放牧地に寝そべっていた黒い塊が起き上がり、動き出した。5頭の牛がのっそのっそと急斜面を上ってくる。まさに牛歩である。どれが自分の餌バケツなのか分かっており、それぞれ間違っことなく顔を突っ込む。

「目がきれいでしよう。ここでは、ストレスのない牛が育つんですよ」と満足そうに牛に視線を向けるのは、2006年に大阪市から移り住んだ掛谷祐一さん(31)。

福井地区の牧草地の向こう側には、西ノ島と青い海が広がり、白い観光船が横切っていく。牛の体が太陽を浴びて黒く輝き、その上を赤とんぼが飛び交う。何とも気持ちの安らぐ光景だ。島の自然の環境が牛を健康に育てていく。この自然放牧は、コストも人手も少なく抑える一石二鳥の管理方法のようだ。

大阪外語大学でヒンディー語を学んだ掛谷さんは、アジ

| ターン支援へ貸出制度



急斜面の牧草地で牛の世話をする掛谷祐一さん(海士町福井)＝写真 高谷隆

アの貧しい地域の国際協力などを勉強した。「海士町は途上国と似ている。これまで国の援助がなければ生きていけなかった。都市と離島の間、

島と都会牛がつなぐ

1頭50万円前後で購入しなければならぬ。素牛購入から最初の子牛を育て、出荷して収入を得るまで2年ばかりかかると。資金がなければ頭数を増やせない。

そこで、町は資金力のないIターン者への支援策として「海士ファン・バンク」というユニークな貸出制度をつくった。全国に住む「海士ファン」から1口50万円の出資を募る。出資者は生まれた子牛の命名権を得るほか、年3%(1万5000円)の「利息」として、借りた人が自ら栽培、漁獲した農水産物を贈られる。借りたIターン者は7年後に一括返済するが、返済が困難になった場合、保証人である町が肩代わりすると

自分にも手助けできるものがあるのではないかとね」掛谷さんは、農業の担い手を育てたい町が募集する農業研修生に応募。「隠岐潮風ファーム」で2年間の研修を終え、繁殖技術を身につけて独立した。ただ、一つ悩みがあった。子牛を産む「素牛」を

いうシステムだ。現在1200万円、24口が利用されており、出資の申し出はさらに続いているという。掛谷さんもこの制度を使って素牛5頭を購入、今では15頭まで飼育数が増えた。自宅の周りの畑で栽培しているミカンを出資者に利息代わりに贈っている。

この制度の考案に携わった大江和彦産業創出課長(49)が語る。「借りた人と都会の住民が牛を介して交流するようになれば、さらに海士町ファンを増やすことになる。『島で農業を!』と、新しく牧畜業を始めようとするIターン者に自信を持って呼びかけることもできる」

高い評価を受ける牛肉の味はどんなものか。島に1軒だけある隠岐牛店に入った。ちょうど滞在予定日程の半分を消化したこともあり、まず海士町の名水で作った銘酒「承久の宴」で乾杯。それから、隠岐牛の薄切り肉を鉄板の上に乗せ、ほんのりピンク色に変わったところをタレに付け、口へ運んだ。舌の上で脂がとろけ、文句なしにうまい。高谷カメランの顔もピンク色に変わり、実に幸せそうだ。

編集委員 野村 義博 (61)

よみがえる離島

隠岐・海士町に住んでみる

海士町の役場は内陸部にある。ところが、島の再生事業を担う「産業3課」は菱浦港のキンニャモニャセンター内に置かれ、3分の1の職員がここで働いている。観光客はもちろん、移住の相談に訪れる人は休日が多いので、町の玄関口で365日対応できる体制になっているのだ。

その3つの課とは、「交流促進課」「産業創出課」、もう一つが特産品の振興に取り組む「地産地商課」。入り口の看板を見て、「おやっ、商の字が間違っている」と思った。尋ねてみると、「これでいいんです。海上町の産物を島の中だけで消費するのではなく、島外にも売り込む、そんな気持ちを入れたのです」と、上田賢一地産地商課長(50)が説明してくれた。

島民にはない発想で「ターナー」者に町の魅力を見つけてもらい、産業振興につなげようという狙いから、地産地商課が設けたのが「商品開発研修生」だ。2005年春、その第1号として移り住んだのが

島の宝「フクギ茶」で一服

障害者の自立へ商品化

大分県別府市出身の後藤隆志さん(31)。京都の大学で住民参加のまちづくりを研究していた。「面白い町を探していたら、インターネットの転職サイトに『島の宝探しをして、後藤さんが見つけた島の

てみませんか? 商品開発研修生募集!』というのがあり、気になってしょうがなかったのです」

そして海士町にやってきた。後藤さんが見つけた島の

宝がフクギ茶だった。高級つまようじなどに使われるクロモジの木を、島ではフクギと呼んでいる。低木のフクギは島の至る所にあり、島民は枝から葉を切り取り、煎じて自家用のお茶にして飲んでいた。

しかも、このフクギ茶の商品化を、障害者の自立に活用

しようと考えた。役場の裏に、NPO法人(特定非営利活動法人)の身障者作業施設「さくらの家」がある。ここでは、サツマイモ栽培や、岩ガキ養殖に使うホタテ貝の穴開け作業などを手掛けていた。日ごろ、メンバーの工賃向上のために、もっと確かなものづくりはできないかを検討していた。

「フクギ茶の魅力をさくらの家から発信してみようか」。後藤さんが提案、担当者と徹底的に討論した。斬新なデザインのパッケージをこしらえ、「ブランド名も「福来茶」として新商品を完成させた。

売上高は販売開始時点の06年には30万円程度だったが、

昨年(2010年)は220万円にまで増えた。それまでの時給150円が450円と3倍になった。確かな手応えに、メンバーの目の色も変わってきたという。

フクギ茶の成果を見届け、4年間の研修生活を終えた後藤さんは、家業の旅館を継ぐため、この夏、郷里の別府市に帰った。「島を離れても、私は海士町の応援団。地方から地方へとつながる販路があってもいい。産品を通じて海上町と大分県の新しいつながりを探してみたい」と語る。

フクギ茶の仕事を引き継いだのが小室勇樹さん(25)。隣の島後で生まれ、今春、東京の大学からUターン。障害者に交じって、お茶の仕上げ作業に余念がない。「地域の中で疎外された寂しがり屋が多かったけれど、徐々に明るくなり、みんな我を忘れて熱心に作業に従事している。今や、さくらの家は障害者作業所ではなく、フクギ茶工房だと思っています」

取材が終わわり、フクギ茶で一服した。多くの人の優しい気持ちに注ぎ込まれているように、まろやかな飲み心地にほっこり癒やされた。



障害者たちと一緒にフクギ茶の選別作業をする小室勇樹さん(海士町海士) = 写真 高谷隆

編集委員 野村 義博 (61)

よみがえる離島

隠岐・海士町に住んでみる

10

海士町にとってカレーは、かなりこだわりのある料理だ。昔は肉の値段が高く、島ではカレーの具にサザエを使っていた。だから、磯の香がするサザエカレーが島では当たり前だった。町がこのカレーをレトルト食品「島じゃ常識・さざえカレー」の名で1998年に発売したところ、年間3万食を売る海士町第1号のヒット商品になった。

毎年8月の第4土曜日に島最大のイベント、キンニャモニャ祭りが開かれる。今年、「おいしいカレー、400円だよ」と、会場である菱浦港の広場の屋台で、ひときわ大きい声で呼びかける外国人青年がいた。スリランカ出身のサミール・グナワラデナさん(27)。2006年夏から海士町観光協会で働いている。スリランカ南部の観光都市ゴールで生まれたサミールさんは少年のころ、NHK連続テレビドラマ「おしん」を見て、日本に興味を覚えた。高校卒業後、世界各地から若者が集まる立命館アジア太平洋

海外からIターン 行商キャラバン

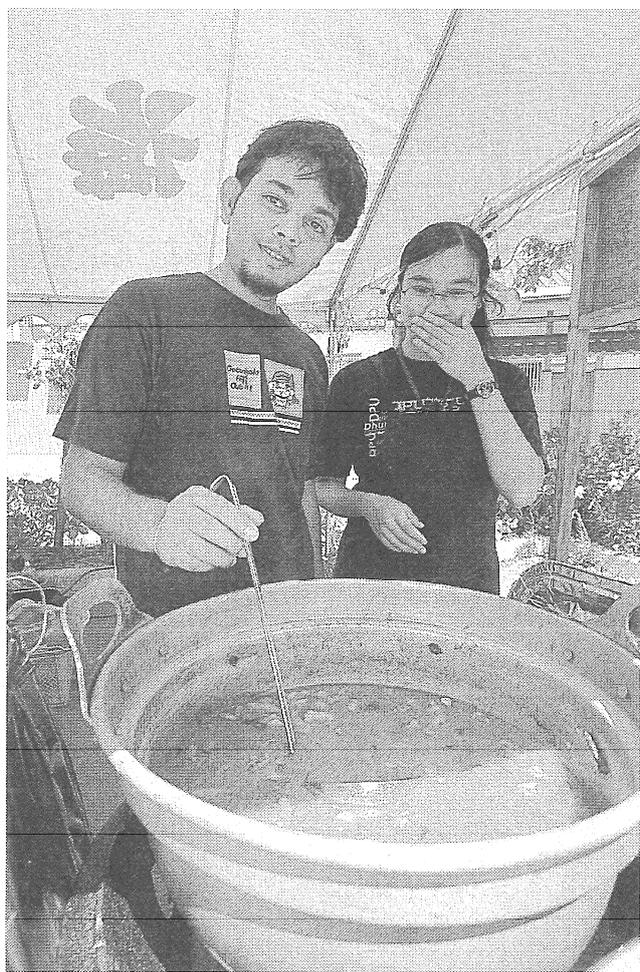
攻めの観光へ二人三脚

大学(大分県別府市)をインターネットで知って入学。大学を出て帰国するか日本で就職するか進路を決めかねていた時、大学の先輩で、海士町の商品開発研修生だった後藤隆志さんから、「きっと満足いく仕事ができる」と、町に誘われた。スリランカと

同じ島という共通点にも引かれたという。07年にまず、一人でも多くの外国人に島の魅力を知ってもらおうと、英語版ホームページ「海士見聞録」を作成。昨年、島根県在住の外国人スーチコンテストで優勝する

現在力を入れているのが、日本でツボクサといわれる脳細胞を活性化するハーブ「ゴトゥコラ」。スリランカの医療哲学アールベータダで最も重要とされており、長寿を促す効果があるといわれる。このゴトゥコラが町内に自生しているのを見つけ、これを使ったスープやサラダなどの料理を考案。「有機に興味のある女性など今までにない客層を開拓、長期滞在で島の

魅力を体験してもらおうような観光パターンに変えてみたい」と意気込む。観光協会でサミールさんとコンビを組んでいるのが北海道出身の青山敦士さん(26)。東京の大学を出て、06年に島にやって来た。「豊かな自然に恵まれた隠岐諸島も、夏はにぎわうが、冬の観光客は少ない。待っていてはダメ」と、島の産物を詰め込み、本土で売り歩く「行商キャラバン」を始めた。



島祭りの屋台でハーブ入りカレーを売るサミールさん(海士町菱浦) 写真 高谷隆

「同じ島根県内でも、海士町を知らない人は多い」。そこで、今年1月下旬、松江市の中心部にある「カラコロ広場」の空き店舗を借り、2週間限定のスリランカ料理店を出店。予想外の人気を博した。Iターンの2人が掘り起こした地域の魅力は、そのまま「受け身の観光」から「攻めの観光」への転換につながった。今後も、11〜2月の冬場に行商プロジェクトを仕掛けるという。

夏祭りの日にサミールさんが売っていたカレーは、昼の2時間で瞬く間に完売した。サザエだけでなく、ハーブも入っていたのは言ってもない。

編集委員 野村 義博 (61)

よみがえる離島

隠岐・海士町に住んでみる

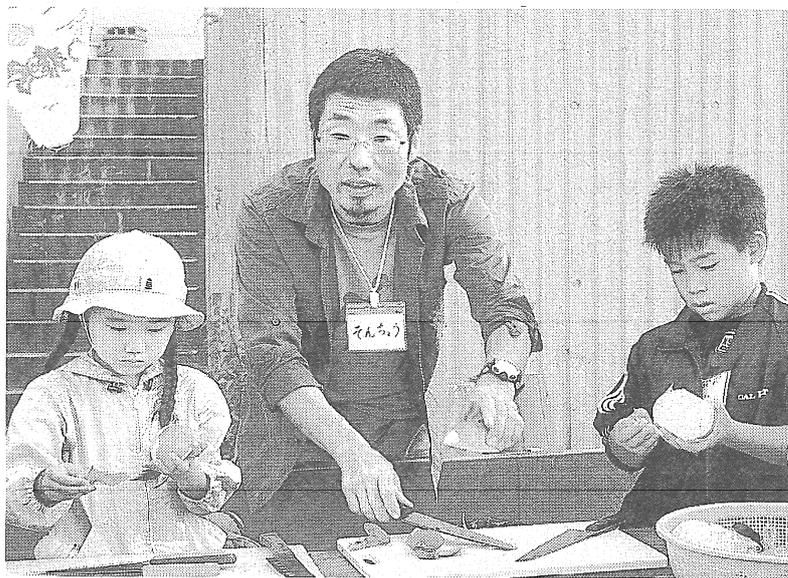
①

そろそろ夏休みも終わりに近づいた8月下旬のある日。島で最も高い場所、金光寺山(標高164m)にある「隠岐自然村」に、本土から渡ってきたばかりの13人の小学生の歓声が響いた。「しまの自然薬校」と名付けられたキャンプ生活が始まるのだ。

船に乗っての釣り体験、釣ってきた魚を焼いてのバーベキューパーティー、漂流物を使った浜辺での音楽会、夜のスターウォッチング。盛りだくさんのスケジュールで子どもたちは2泊3日を送る。フリーで疲れた人はいません。か。大冒険が待っていますよ。頑張ってくださいしよう」と、村長の深谷治さん(50)が開校のあいさつ。

名古屋市で生まれた深谷さんは、学生時代から日本野鳥の会の会員として野鳥保護活動に携わった根っからの自然愛好家。大手二輪メーカーに勤めていたが、松江市に転勤になった時、初めて海士町を訪れ、いっぺんに島に魅せられた。「たとえ給料が3分の

本土の小学生がキャンプ生活



慣れない手つきで調理をする子どもたちを見守る深谷治さん(海士町金光寺山)＝写真 高谷隆

1になっても、朝起きたとき、緑に囲まれている生活は何物にも代え難い」と、1998年に家族4人で移住した。「隠岐の自然はとても複雑

がゆえに面白い。対馬暖流とリマン寒流の影響を受け、南方系と北方系の植物が当たり前のように同じ場所に自生している。世界遺産に負けない

手つかずの自然に商機

多彩な植物や鳥類に出合える島で暮らしてみても、改めて海士町の自然の奥深さを実感しています」

2005年、エコツーリズムの推進団体、隠岐自然村を設立。金光寺山を拠点に、野草づくり、つなぎを使わないソバ打ち体験道場、ホテル

&夜光虫ウォッチングなど様々な自然体験プログラムを企画運営している。「観光開発ではなく、手つかずの自然を保護することが、そのままビジネスという経済効果につながる。旅行者にもきっと隠岐に感動してもらえるはずですよ」と、エコツーリズムの効用を訴える。

深谷さんを支えるのが、福岡県久留米市出身の近見芳恵さん(25)。大学卒業後、2年間は地元の小学校の教員をしていたが、どうしても五感を使って自然の世界を案内する自然観察指導員になりたくて、昨年春から移り住み、自然村の仕事を手伝っている。

「ヨッピー先生、この花は何というのですか。この草は

食べられますか」。子どもたちが、彼女の周りに群がる。「カブトムシやアゲハチョウなどを見つけたときの子どもたちのうれしそうな顔を眺めていると、幸せな気持ちになります。私自身、離島で見ることのできない絶滅危惧種のガラスバトを初めて見た時は、感激で体が震えました。自然と友達であるような感覚を子どもが持てれば、きっと環境を守ろうという心にもなります」と、ネーチャーガイドの喜びを語る。

ここ数年、キャンプをしたり、ロッジに泊まったり、ゆったりとした時間を過ごす家族やグループが増えてきた。今年は2500人近くが自然村を訪れたという。

金光寺山の頂上は本当に素晴らしい。山があり、森があり、海があり、360度のパノラマが開けている。色とりどりの花が咲き、小さなチョウが舞い、鳥の鳴き声が聞こえる。確かに、都会人の心のすき間を埋めてくれるような空間がここにはある。「どの方向にカメラを向けても絵になるし、気持ちがいい」。高谷カメラマンが思わずつぶやいた。

編集委員 野村 義博 (61)

よみがえる離島

隠岐・海士町に住んでみる

12

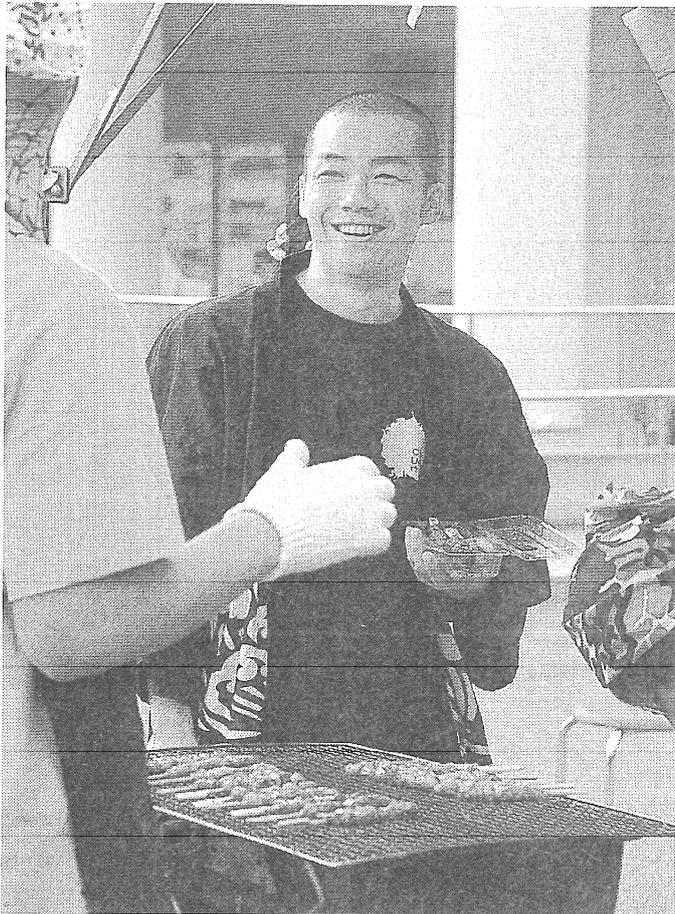
8月23日夜、携帯電話が鳴った。山内道雄海士町長からだ。「うれしいニュースです。隠岐島前高校が観光甲子園でグランプリを受賞したとの連絡が先ほどありました。今週末の学園祭でプレゼンテーションがあります。ぜひ見てやってください」。少々興奮気味の様子だ。

隠岐島前高校は、西ノ島、中ノ島、知夫里島の3島からなる島前で唯一の高校。福井地区の丘の上に校舎がある。この夏、高校生が地域の魅力をアピールした観光プランを競い合うコンテスト「観光甲子園」が、初めて神戸市で開かれた。全国69校が参加、そのグランプリの文部科学大臣賞に輝いたのである。

受賞作品は「人との出会いから始まる君だけの島前三島物語」という題名。単なる名所旧跡巡りではなく、人こそが観光資源であり、人と人とのつながりをお土産として持って帰ってほしい、という内容を演劇風に発表した。

プラン作成に際し、高校生

「教育通じ貢献」移住し高校の魅力向上



隠岐島前高校の学園祭で生徒たちと談笑する岩本悠さん（海士町福井）＝写真 高谷隆

「観光甲子園」で輝く生徒

の相談に乗ったのが、2006年に東京の大手電機メーカーを退職して移り住んだ岩本悠さん(29)。町の契約職員として、出前授業の人選や新たな教育プロジェクトの立ち上げを任されている。

岩本さんは大学生の時、アジア、アフリカなど20カ国以上の相談に乗ったのが、2006年に東京の大手電機メーカーを退職して移り住んだ岩本悠さん(29)。町の契約職員として、出前授業の人選や新たな教育プロジェクトの立ち上げを任されている。

「支援活動をしているうちに学校を建てた。」「島前高校の魅力化構想」が「島前高校の魅力化構想」だ。少子化に加え、進学希望

の中学生が島外に流出するなど09年度の入学人数は33人に減少、島前高校は危機に直面している。入学者が2年連続で20人以下だと、県の統廃合の対象になってしまう。

高校がなくなると、家族連れのイターン者が島に來なくなる可能性があり、町が進める活性化策の基盤が揺らぐ恐れが出てくる。そこで、統廃合を回避しようと高校の魅力向上に取り組んでいるわけだ。島内だけでなく、島外からも生徒が集まる学校にしよう、新たなカリキュラム編成や寮の活用、海外留学の支援などを盛り込んだ学園づくりを進めている。

観光甲子園の発表メンバーの一人、畑中農吾さん(18)は以前、大阪の有名進学校に通っていたが不登校になり、自宅に引きこもっていた。「高校生としての生活をやり直したい」と、昨年4月に親元を離れ、海士町に來た。ゆったりと流れる離島の時間と人のぬくもりに囲まれ、「自宅以外で初めて、自分の居場所ができた」と語る。「今回の受賞が、少しでも島前高校のPRにつながればうれしい」と、目を輝かせた。



島最大のイベント「キンニャモニャ祭り」で踊る住民たち（海士町菱浦）

キンニャモニャ祭りの日、金魚すくいを楽しむ親子があった。第三セクター「ふるさと海士」の経理部長、藤井徹さん(39)の家族だ。大阪生まれの徹さんは田舎暮らしにあこがれ、ふるさと海士の募集広告をインターネットで見つけて応募。大手損保会社を退職、2005年に家族4人で移り住んだ。ただ、海士町に落ち着くまで、様々な曲折があった。

子ども連れ、一家で1ターン

妻の優子さん(41)が振り返る。「主人から初めて聞いた時は、泣いて反対しました。教育も医療も不安だらけの離島には行けない。しかも月給15万円では、

町全体が子育て支援

一家4人とても食べていけない。そこで徹さんは、妻が保育や医療体制などに抱く不安を町に問い合わせた。夜中に出したメールの返事が2時間後に届いた。「離島の短所もきちんと説明してくれ、不便な所まで包み隠さず教えてくれた」。町の誠実な対応に心を動かされ



金魚すくいを楽しむ藤井徹さん一家（海士町菱浦）

たという。「奥さんの職場も用意します」と、役場の総務課の仕事を紹介してくれたので、優さんも渋々ついていくことになった。担当者が「誰にでもあるこ

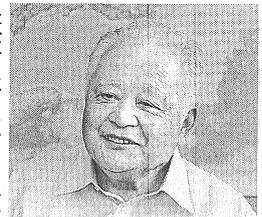
と。皆が乗り越えている」と。当初、子どもが環境で熟を出すことが多かった。すると、役場の事に支障をきたさないよう「来てからは驚きの連続とです」と、高齢者のサポートを派遣、私たちの仕事に支障をきたさないよう「誰にでもあるこ

にいた時は交通事故などが心配で、外で自由に遊ぶことがなかった子どもたちが、ここでは海や山を駆け回り、すっかり野性的な海士っ子になっている。サポートは、昨年、第3子を出産。島には産婦人科医がいないので、本土の病院に入院した。その間、近隣のサポーターたちが、子どもの保育園への送迎をしてくれた。運動会の写真を携帯電話のメールで送ってきた時は、思わず病室で涙ぐんでしまったという。「ここには地域ぐるみで子どもを育てようという意識があります。移住は正策が受賞の背景にある。」

海士町は、2007年度の「地域づくり総務大臣表彰」で大賞に選ばれた。島根県内の首長では最も安い月給34万円が改革を主導する山内道雄町長(71)に、「再生の道筋」を聞いた。04年に自立促進プランを策定、町の予算に大なたを振るいましたね。「町は、放っておくと企業倒産に相当する財政再建団体に陥る恐れが出てきた。そこで、私が給料を50%減らしたいと言つと、課長たちも30%の削減を申し出てくれた。さらに、地元の老人たちもバス運賃半額の優遇措置中止を言い出し、ゲートボール協会は8万円の補助金を返上してきた。職員だけに苦勞を掛けないという気遣いに、正直言つて感極まりましたよ」「給与カットなんて自慢

最後尾から最先端めざす

山内町長に聞く



にはならないし、いい手法だとも思わない。しかし、これで住民の目も変わったし、自分たちの町は自分たちで守るしかない、という思いを共有する一体感が生まれた。この島には、危機感もあっても悲壮感はありません。進むべき道が分かってくるまで、停滞していった町が一気に動き出したということでしょうか」「進むべき道」とは

「何も手を打たなければ無人島になるだけ。これから町がやっていくことは、公共事業依存から脱却、島に産業を起し、島の商品を売り、島に人を増やすこと。『人づくり・モノづくり・健康づくり』を3本柱として掲げました。同時に町の活性化には、よき若者こそが必要だと考えたのです」「私たちが目指したのは、さざえカレイ、岩ガキ、フクギ茶、隠岐牛など『海士町』といえぬ『〇〇』といったキャッチフレーズが全国に響くようなヒット商品をつつ積み上げていくこと。そして、個別の商品を売るだけでなく、島を丸ごと売り込もう、島を丸ごとブランドにしようという事です」「そのために、先頭に立つて営業活動もしているわけですか。「これまでの役場の概念を捨てなければなりません。私は自分のことを中小企業の社長だと思つている。自ら営業に出たり、工場で製品作りにかかわったりと、現場で動き回らねばならない。島の商品売り込みに、3週間近く東京出張することもありますよ」「向こう3年間が勝負でしょうね。ここを突破できれば、島は持続可能な地域として自立していきける。のぼせたことを言つと、笑われるかもしれませんが、日本が直面する問題を海上町は先取りしている。ここで見いだした解が、全国で生かされる時がきつと来ると確信している。『最後尾から最先端へ』。これが私たちの合言葉です」