

# 漁港漁村における交流の推進に向けた基本構想

令和3年7月

水産庁漁港漁場整備部防災漁村課



# 目次

1 本構想策定の背景と狙い.....	1
(1) 本構想策定のねらいと本構想のターゲット .....	1
(2) 本構想で想定する取り組みの枠組み .....	2
(3) 漁港漁村の交流の特徴 .....	5
2 漁港漁村の交流推進主体と取り組み内容 .....	13
(1) 漁業者グループが主導 .....	13
(2) 漁協が主導 .....	19
(3) 観光・地域づくりプラットフォームが主導し、漁業者、漁協が協力 .....	28
(4) 交流推進のポイント .....	36
3 新たな交流のかたち .....	46
(1) 安全・安心のニーズに対応したコンテンツ .....	46
(2) マイクロツーリズム .....	47
(3) ワークেশョン .....	47
(4) バーチャルツアー .....	48
4 持続可能な地域づくりに向けて .....	49
(1) 社会経済の持続可能性 .....	49
(2) 文化的持続可能性 .....	52
(3) 地域の自然環境の持続可能性 .....	53
5 おわりに .....	54

# 1 本構想策定の背景と狙い

## (1) 本構想策定のねらいと本構想のターゲット

### 1) 本構想が対象とする取り組み

本構想は、漁港漁村での交流の推進について、各地での実施例を参考に、推進に当たっての考え方やその取り組みの内容を整理したものです。

本構想で対象とする漁港漁村での交流とは、例えば釣りや地曳網などの漁業体験、干物などの加工品体験、料理体験、マリンスポーツや漁村風景を楽しむ、地元の鮮魚や加工品の買い物などの「体験」や、漁港漁村ならではの魚介類、地域の食材を使った料理を食べる「食」、漁村の旅館や民宿、漁家が経営する漁家民宿、一般の住宅での民泊で地元の人と語り合い食事をともにするなどの「宿泊」です。

漁業・水産業が基幹産業である漁村地域は、本来的には漁業・水産業の振興として水産物の生産、加工、流通・販売により経済的な活性化を図ることが第一義であります。本構想では交流により経済的な活性化を図り、またそれらにより高齢化や人口減少が進む地域への人口流入や、地域住民による地域の価値を再認識し、愛着を向上させるなどの社会的な効果にも着目するものです。

※本構想作成にあたり参考にした実施例は、渚泊（都市と農山漁村地域の一層の交流を図るとともに、地域の活性化を図るための取組として農林水産省において「農泊」として推進しているものの中で、特に漁村地域におけるものを「渚泊」と呼びます。）を活用して交流を推進している取り組みから選定しています。既往の事例資料やウェブサイトの情報、アンケートでの回答から判断し、コンテンツの充実度や推進体制の面で参考になると考えた取り組み、また、推進体制および地域の多様性に配慮して選んでいます。

### 2) 本構想が対象とする読者、活用のされかたのイメージ

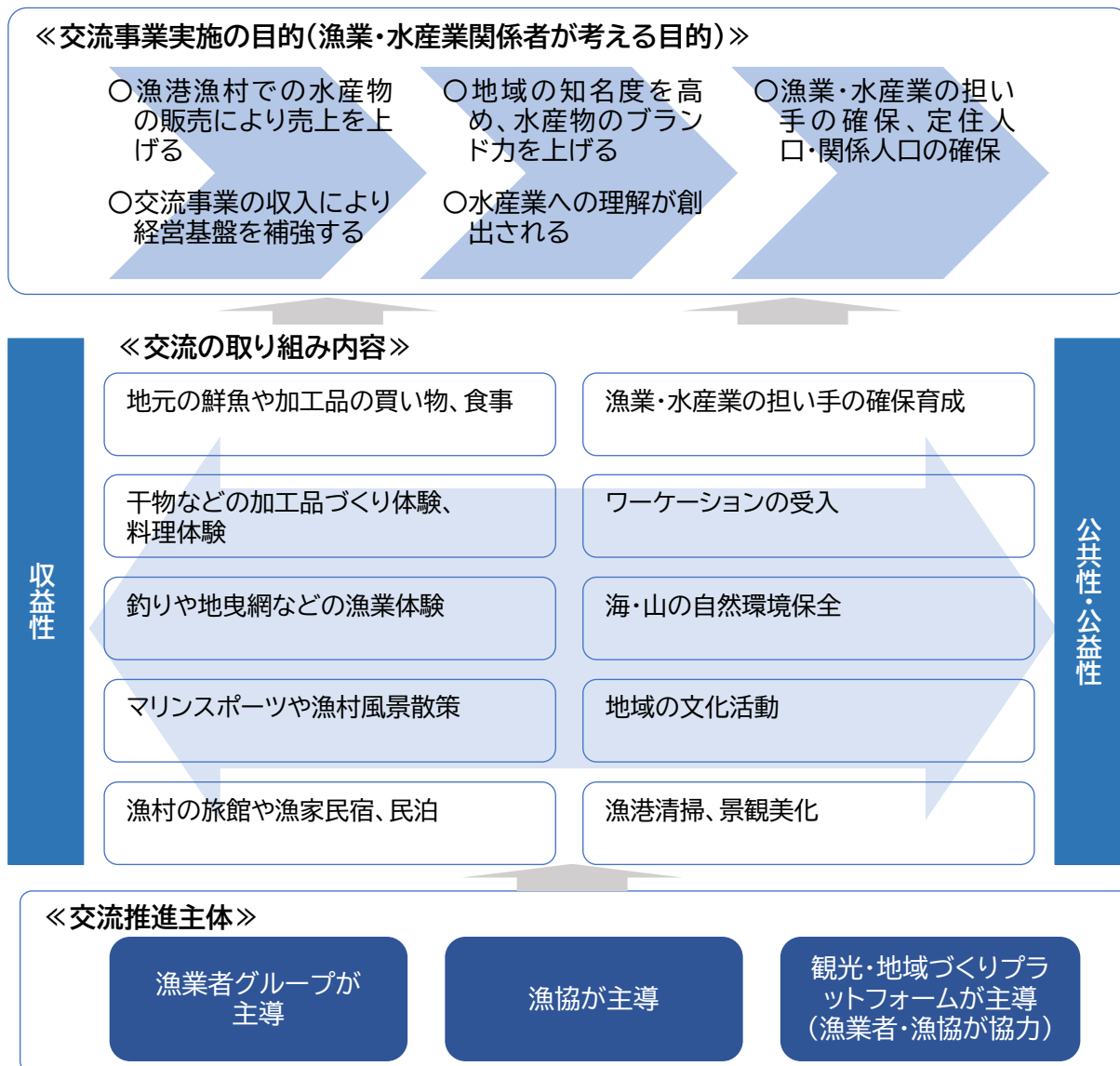
本構想は、漁港漁村での交流を推進している方、したい方の参考にしていただくことを想定します。具体的には、漁業者や漁業協同組合の職員、水産加工や流通業、運輸業、製氷や製函業などいわゆる水産業全般に関わる方々に主に参考にしていただきたい内容です。

地域に漁港漁村を有する自治体職員や観光、商業、文化活動、地域づくりなどに関わる方々、さらには漁港漁村での交流を仕掛けたいと考える方々にも参考になる内容です。

## (2) 本構想で想定する取り組みの枠組み

本構想で対象とする漁港漁村での交流については、漁業者による収益性の高い取り組みや、漁協や地域の団体による公共性・公益性の高い取り組みまでの幅を持った内容として以下の図のように整理します。

本構想で想定する取り組みの枠組み



## 1) 漁村地域での交流事業実施の目的（漁業・水産業関係者が考える目的）

○漁港漁村での交流事業実施の目的は、地域の漁業・水産業の状況や地域性により異なるものの、主に以下のような内容です。

- ① 漁港漁村での水産物の販売による売上
- ② 地域の知名度を高め、水産物のブランド力向上
- ③ 水産業への理解創出
- ④ 交流事業の収入により経営基盤の補強
- ⑤ 担い手の確保、定住人口・関係人口の確保

○水産物の生産、加工、流通・販売により直接的に経済的な活性化を図ることから、水産業への理解や地域の知名度向上により間接的に水産物の販売促進、価値向上につなげようとする  
こと、人の来訪により漁業・水産業に加えた第二の収入源をつくること、来訪者がくること  
そのものを目的とするものまで、以下に整理します。

### ① 漁港漁村での水産物の販売による売上

- ・漁港での誘客による、地先の鮮魚や当地での加工品等の水産物の販売促進は、各地で行われています。例えば、田尻漁協（大阪府）で実施している漁業者等による日曜朝市は、関西国際空港の開港に伴う地先での漁獲量の低下と漁場環境の変化に対応して、少しでも漁業者の手取りを増やすため、通常は卸売市場に出荷している水産物を、日曜日だけは漁港内で漁業者が一般消費者に直接販売する形に転換した例です。



産直市のイメージ

### ② 地域の知名度を高め、水産物のブランド力向上

- ・水産物販促や価値向上などの観点から地域の知名度を高めることも目的とされます。例えば、魚津漁協（富山県）では、宿泊や飲食事業を漁協が行うことにより、地域外から来訪者を呼び、魚津を知ってもらい、ここの魚のおいしさを知ってもらうことを重要視しています。



歯舞のブランド商品

### ③ 水産業への理解創出

- ・ 漁業や水産物流通の現場を見せることで、水産物の価値や産業としての魅力を知ってもらうことも、交流の目的になります。漁業・水産業が基幹産業として維持されている地域においても、また漁業者の高齢化・減少により産業としての維持が課題となる地域においても、水産業の理解促進により当地の魚の価値を高め、漁業者の意欲向上につなげる取り組みがなされています。例えば、地域の産業の大部分が水産業関係である歯舞地域（北海道）では、水産物販売促進といった経済的な効果よりも水産業の理解や地域のにぎわいづくりといった社会的な効果をねらった取り組みがなされています。



水産業への理解創出につなげる様々な取り組み

### ④ 交流事業の収入により経営基盤の補強

- ・ 地域の漁業・水産業での収入に加えて、交流事業での収入を第2の収入源とすることも目的とする地域もあります。例えば、田尻漁協（大阪府）では、多角経営として系統出荷から日曜朝市での直売への転換や、釣り堀の整備、レジャーボートや水上バイクの受入などによる収益を確保しています。
- ・ 渚泊に取り組む多くの地区では、交流をビジネス化して地域の持続的な産業とすることを狙っています。



漁港漁村ならではの資源を生かした交流事業（イメージ）

### ⑤ 担い手の確保、定住人口・関係人口の確保

- ・ 漁業・水産業の担い手確保対策を目的とする取り組みや、定住人口・関係人口の拡大を目的とする取り組みもあります。例えば、須賀利地区（三重県）での取り組みは、企業による小型定置での漁業参入により地域の漁業を維持し、企業のネットワークで地域の関係人口を獲得する取り組みです。気仙沼市（宮城県）においても、水産業を核とした観光の取り組みにおいて、製氷や製函、漁具業者の仕事を見学体験できるコンテンツで地域内外からお客様を集めています。結果として関係事業者への関心が高まり、地域での雇用に効果が表れています。



（左から）製氷、漁具、製函といった関連業者の仕事体験できるコンテンツ（気仙沼市）

# (3) 漁港漁村の交流の特徴

## 1) これまでの施策における漁港漁村の交流の概況

漁港漁村での交流についての農林水産省、水産庁における施策を以下に整理します。

### ① 都市と農山漁村の共生・対流

- ・「都市と農山漁村の共生・対流」は、都市と農山漁村を行き交う新たなライフスタイルを広め、都市と農山漁村それぞれに住む人々がお互いの地域の魅力を分かち合い、「人、もの、情報」の行き来を活発にする取り組みです。食料・農業・農村基本法(1999年)と水産基本法(2001年)には、国民の水産業および漁村に対する理解と関心を深めるとともに、健康的でゆとりのある生活に資するため、都市との交流の促進が位置付けられています。

### ② 子ども農山漁村交流プロジェクト

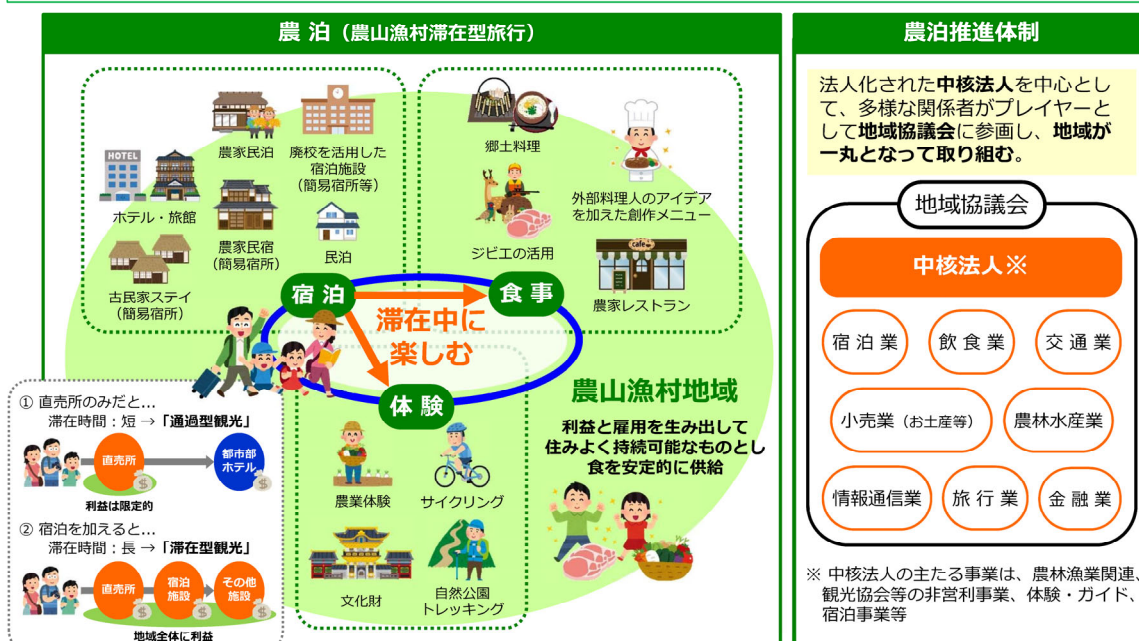
- ・子ども農山漁村交流プロジェクトは、2008年度からスタートし、総務省、内閣官房、文部科学省、農林水産省、環境省が連携し、学ぶ意欲や自立心、思いやりの心、規範意識などを育み、力強い子どもの成長を支える教育活動として、農山漁村に宿泊・滞在させるとともに、農林水産業等の体験を行わせ、地域の人々との交流を深めるなど、ふるさと生活体験(農林漁家泊型教育旅行)の取り組みです。教育的効果と農山漁村への地域活性化の効果が期待されています。

### ③ 農泊推進対策

- ・従来の農山漁村での交流では、地域を知ってもらうなど社会的効果や来訪する子どもたちへの教育的効果を重視していましたが、農泊推進対策においては、農山漁村の所得向上の実現を目指すことを重視しています。

#### ■ 「農泊」推進の考え方

- 「農泊」とは、  
**【利用者】** 農山漁村地域に宿泊し、滞在中に地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ「農山漁村滞在型旅行」。  
**【提供者】** 地域の中で「宿泊」、「食事」、「体験」を提供できる形を備えていることが必要。
- 宿泊を提供することで、旅行者の地域内での滞在時間を延ばしつつ、滞在中に食事や体験など地域資源を活用した様々な観光コンテンツを提供して消費を促すことにより、地域が得られる利益を最大化。
- そのためには、地域の関係者が一丸となって、農泊をビジネスとして取り組むことが重要。



インバウンドを含む観光客を地域に呼び込み、その経済的効果で持続可能なビジネスに発展させ、地域の活性化を図っていくことを目指しています。農泊のうちの漁村における取り組みを「渚泊」といいます。人口減少・高齢化が急速に進展する中で、地域の活性化の効果と最終目標である「移住・定住の誘発・促進」、「漁村の自立的存続」の隔たりを狭めようとするものです。

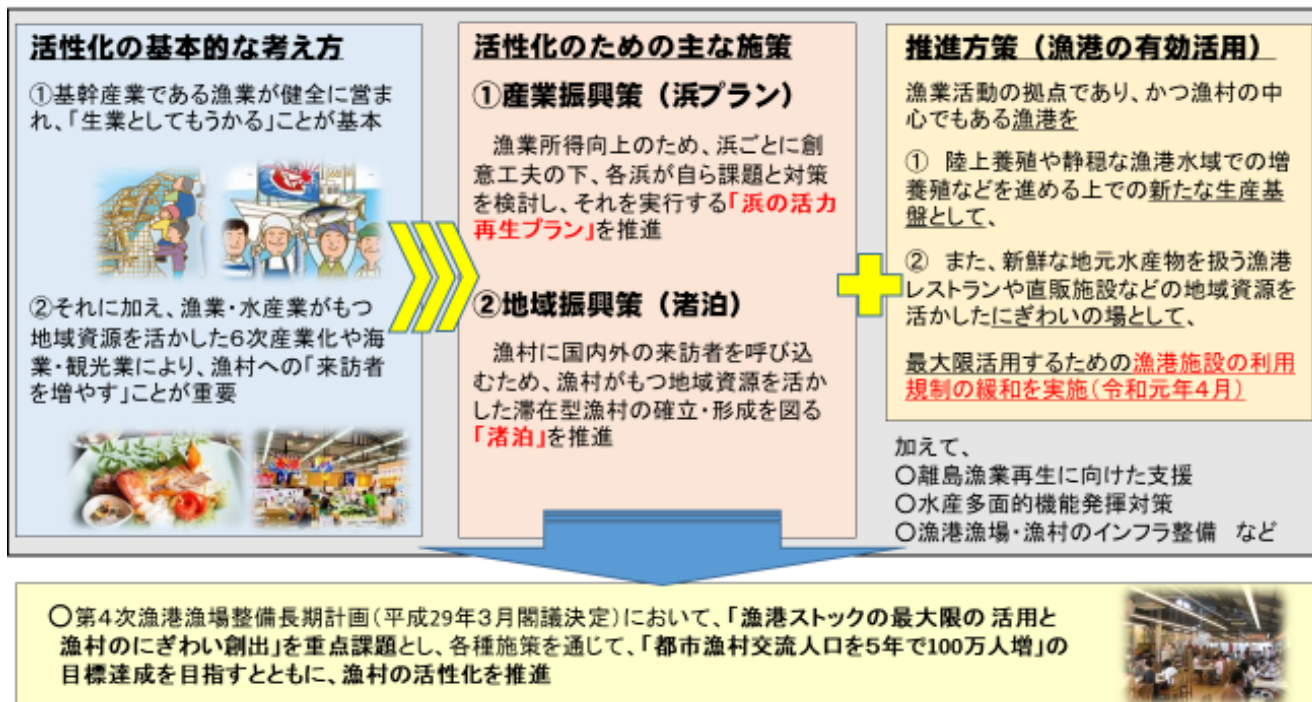
#### ④ 水産庁による漁港漁村の活性化の支援施策

- ・水産庁においては、漁獲量の減少や魚価の低迷など厳しい漁業環境が続く中で、漁業地域の高齢化・人口減少が進んでいることから、将来的な水産物の安定供給や漁村が持つ多面的機能の維持のために、漁村の活性化が不可欠であるとの考えから、以下の方向性を示しています。
- 漁村の活性化は、基幹産業である漁業が健全に営まれることに加え、漁業・水産業が持つ地域資源を活かした6次産業化や海業・観光業により、漁村への来訪者を増やすことが重要である。
- 活性化のための施策としては、産業振興策として「浜の活力再生プラン」を推進するとともに、地域振興策として「渚泊」を推進する。
- さらに、漁港の用地・施設を、陸上養殖や静水域での増養殖、漁港レストランや直売施設での賑わいの場づくりのために有効活用することを促進する。

### 漁村の活性化に向けた基本的考え方

#### ○漁村の現状

漁獲量の減少や魚価の低迷など厳しい漁業環境が続く中で、漁業地域の高齢化・人口減少は一層進んでおり、将来的な水産物の安定供給や漁村が持つ多面的機能の維持のためには、漁村の活性化は不可欠



出典：水産庁

## 2) 漁港漁村の交流事業の特徴

○漁港漁村には、なじみのない方から見ると、他地域には無い様々な特徴があります。漁港漁村にある魅力を価値としてとらえ、それらを守り、伝え、活かしていくことが有効です。反面で交流を促進する上で漁村ならではの課題もあります。

- ① 漁港漁村ならではの空間、文化の魅力
- ② 食材の価値としての水産物の魅力
- ③ 海の自然環境の景観、アクティビティの魅力
- ④ 漁業の特殊性
- ⑤ 上記の反面にある安全管理や環境保全、高齢化・人口減少による担い手の確保の課題とその活用

### ① 漁港漁村ならではの空間、文化の魅力

- ・狭隘な土地に立地する漁村集落は、漁業などの生業と一体となった独特の景観・空間を形成し、独自の雰囲気醸し出しています。また、漁村の人々の営みを通じて、大漁や航海の安全を祈願した独自の伝統的な祭事・行事などが育まれてきました。これらの価値は、今に継承されるとともに、都市の人々との交流の機会、場を提供しています。



漁港漁村ならではの景観・空間（イメージ）

### ② 食材の価値としての水産物の魅力

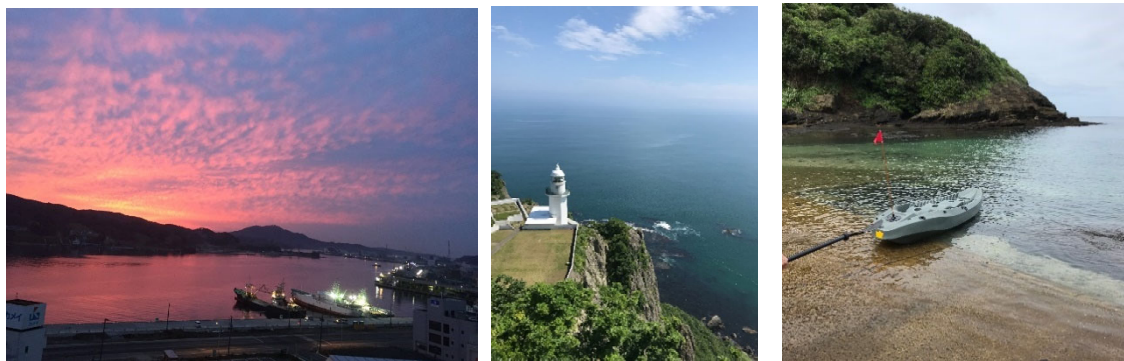
- ・漁港漁村には、その土地でとれる新鮮な水産物を活用した、鮮魚、塩干物、調味料、伝統料理があります。伝統料理は、地域によりさまざまですが、その多くは水産物の鮮度を生かした素朴な料理方法で作られています。
- ・魚介類は鮮度が落ちやすいため、漁村の人々は様々な保存法を考えてきました。また、新鮮な魚をよりおいしく食べる漁師料理も生まれました。こうした海の幸を使った郷土色豊かな食材と料理は、都会の人々からも広く親しまれています。



漁港漁村ならではの水産物や漁師料理（イメージ）

### ③ 海の自然環境・景観、アクティビティの魅力

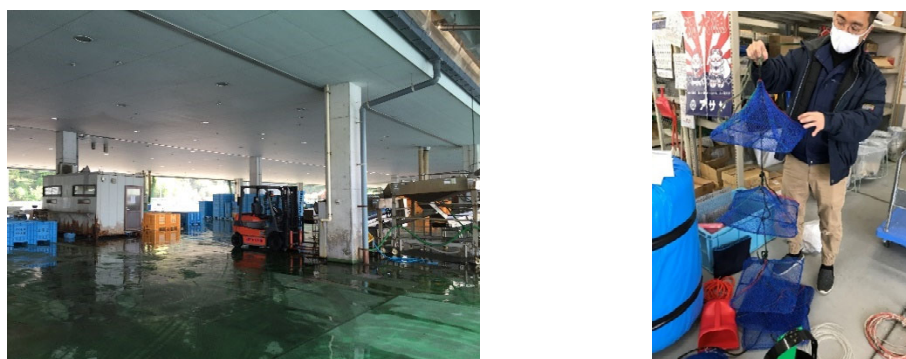
- ・名勝、釣り、海水浴、ダイビングなどの海洋レクリエーション、漁港・漁村で行われている体験学習には、漁業体験（地曳網体験、定置網見学、岩のり採取体験、市場セリ見学など）、食・伝統文化体験（魚おろし体験など）、自然観察体験（シュノーケリング、カヌーなど）などがあります。



海の自然環境・景観、アクティビティ（イメージ）

### ④ 漁業の特殊性

- ・地域の漁業種類等にもよりますが、漁業者の生活時間、出港や水揚げの時間は一般的な生活時間とは異なることが多く、漁業体験や市場見学などは、早朝や夜間になることもあります。ただし、そのことが非日常の体験として価値を持つと考えることもできます。



漁港漁村ならではの環境と暮らし（イメージ）

### ⑤ 上記の反面にある安全管理や環境保全、高齢化・人口減少による担い手の確保の課題とその活用

- ・海上での危険はもちろん、漁港も日常的には漁業活動の場であることから、危険性や衛生管理の面での配慮が必要になります。
- ・また、多くの漁村地域では高齢化・人口減少が進行していること、漁業者の担い手不足の問題に直面するなど、地域課題を抱えるところも多い状況です。
- ・見方を変えると、これらの多くの課題を抱える漁村地域は、課題に対処している先進地として、フィールドワークや視察の対象としての価値を持つことも十分に考えられます。

### 3) 漁港漁村の交流事業のニーズ

○漁港漁村の資源がどのような価値を持つのか、漁港漁村への来訪者の視点からの価値について整理します。

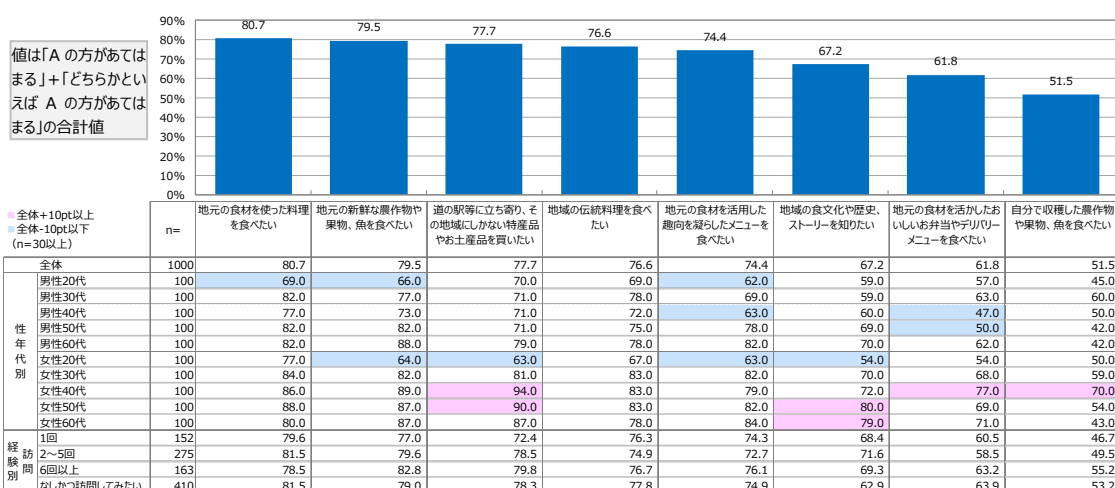
- ①漁港漁村独自の環境や文化・食材等の価値評価
- ②社会課題の解決につなげる観光のあり方への関心の高まり
- ③新たな生活様式としての安全安心の価値やワーケーションなどのニーズ

#### ① 漁港漁村独自の環境や文化・食材等の価値評価

- ・多くの国民の間には、食の安全・健康志向・環境意識の高まりや、ゆとり・やすらぎを求めるなどの価値観の多様化が進み、多くの都市住民が農山漁村を訪れたいとの意向を持つようになってきています。
- ・漁港漁村への来訪の一番の目的は、地域の新鮮でおいしい魚やその土地ならではの料理を食べることといっても過言ではありません。地域で地魚が食べられる場所を持つこと、地域ならではの鮮魚、加工商品を持つことは、その地域に対して都市住民の関心を向け、「行ってみたい」と来訪につながる事が期待できます。
- ・消費者の消費形態や水産物の流通の変化を背景に、普段量販店などの店頭にならぶ水産物は特定の魚種に偏り、我が国周辺で漁獲される多種多様な水産物が消費者に届きにくい状況です。多様な魚種を消費者に提供する機会を創出し、消費者に魚の食べ方を伝えることのできる、自然の恵み豊かな漁港漁村の価値が見直されています。

#### 旅行先での「食」についてのニーズ

- ・旅行先での「食」についてのニーズのうち最も高いものは、「地元の食材を使った料理を食べたい」(80.7%)である。次いで「地元の新鮮な農作物や果物、魚を食べたい」(79.5%)、「道の駅等に立ち寄り、その地域にしかない特産品やお土産を買いたい」(77.7%)、「地域の伝統料理を食べたい」(76.6%)と続く。
- ・性年代別でみると、女性40代は「道の駅等に立ち寄り、その地域にしかない特産品やお土産を買いたい」、男性60代は「地元の新鮮な農作物や果物、魚を食べたい」が最も高い。

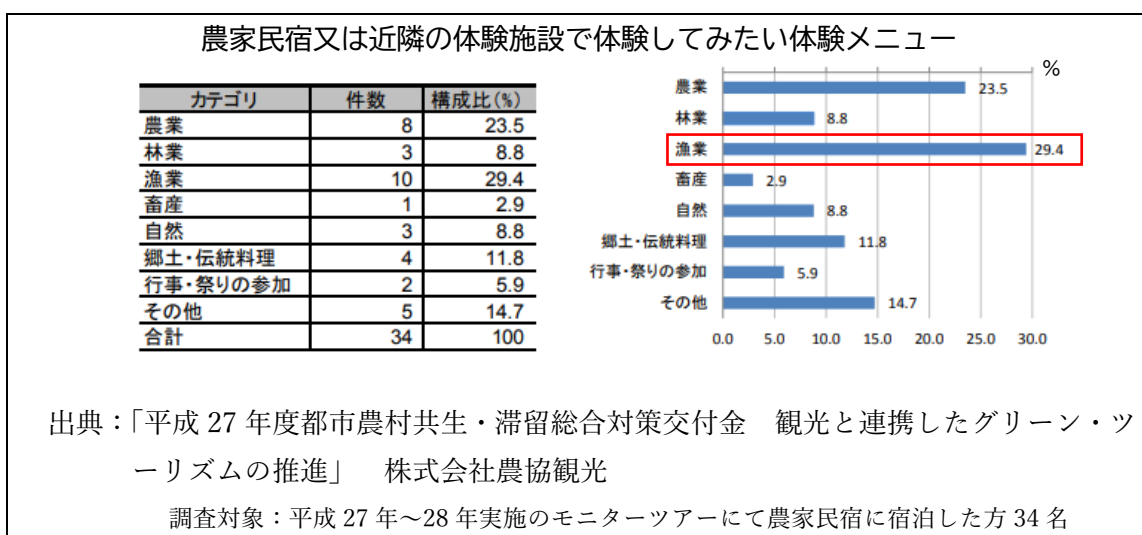
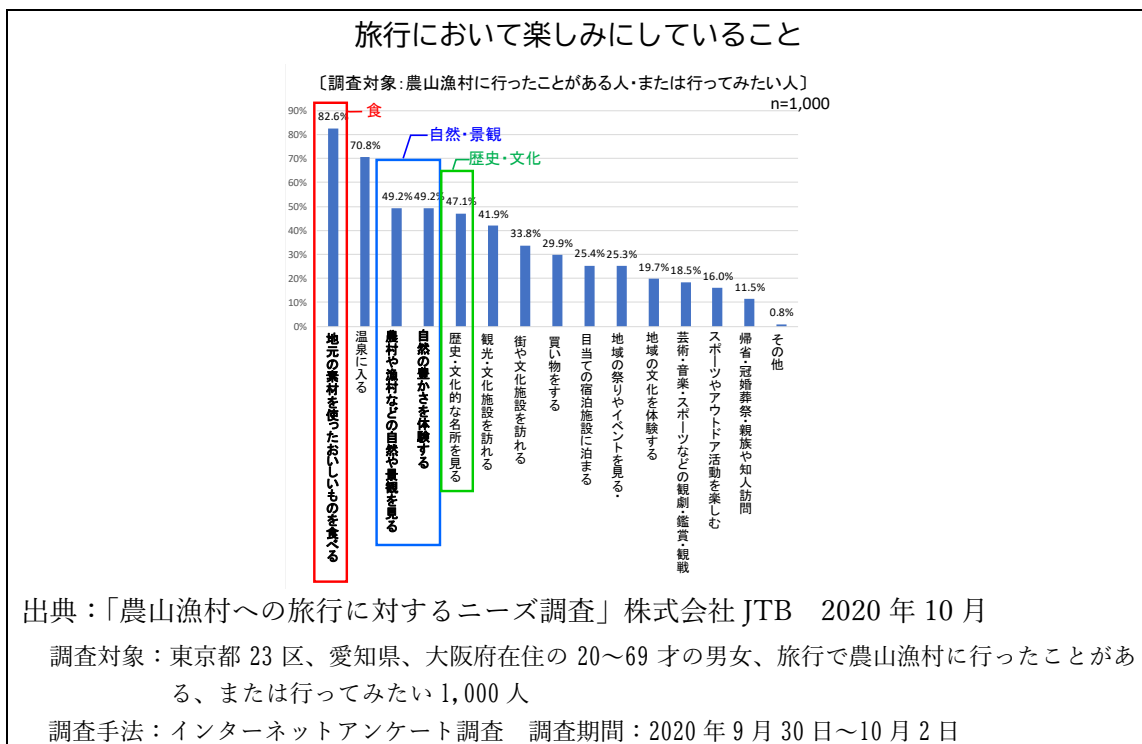


出典：「農山漁村への旅行に対するニーズ調査」株式会社JTB 2020年10月

調査対象：東京都23区、愛知県、大阪府在住の20~69才の男女、旅行で農山漁村に行ったことがある、または行ってみたい1,000人

調査手法：インターネットアンケート調査 調査期間：2020年9月30日~10月2日

- ・漁業体験、自然体験、加工体験、朝市、直販、漁村留学、生活体験などは、漁港漁村だからこそ味わえる地域資源の価値を、地域外の人にも体感してもらえらる手段です。
- ・漁業体験への関心の高さはアンケートからも指摘することができます。農家民宿又は近隣の体験施設で体験してみたい体験メニューについてのアンケート調査からは、漁業体験が最も多くの回答を得ています。

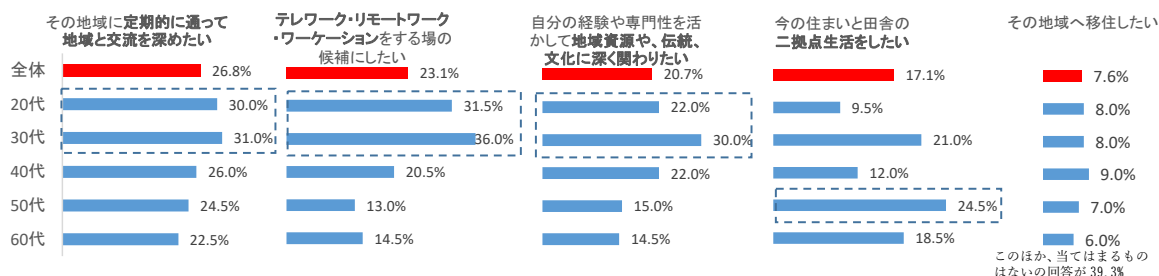


## ② 社会課題の解決につながる観光のあり方への関心の高まり

- ・農山漁村を訪れる旅行者の地域との関わりや過ごし方として、20～30代の若い世代では、地域に定期的に通って地域との交流を深めたり、テレワーク・リモートワークやワーケーションをする場にしたいといったニーズが高く、50代では、二拠点生活への関心が高くなっています。
- ・さらに、地域への具体的ななかかわり方として、農業生産や地域資源を生かしたまちづくりといった地域貢献への関心が高い傾向がみられており、単なる観光旅行に留まらない、より地域との関係性を深めて地域の課題解決にも貢献したいという意識が高まっています。
- ・近年は、社会課題に関心の高い人が増えており、持続可能な観光地域づくりや、エシカルツーリズム（倫理的な観光として、地域の課題に目を向け現地の自然環境や文化を尊重して観光を行うという考え方）、レスポンシブルツーリズム（責任ある観光として、観光客を含め観光に携わるすべての人が、その土地の環境や文化などに与える影響に責任を持つべきであるという考えのもと、より良い観光地をつくる動き）などへの関心が高まっています。Booking.comが2019年に世界の約1万8千人を対象に行った調査によると、世界の旅行者のおよそ4分の3（72%）が「次世代のために地球を守るには、人々は今すぐ行動しサステイナブルな選択を行う必要がある」と回答しています。

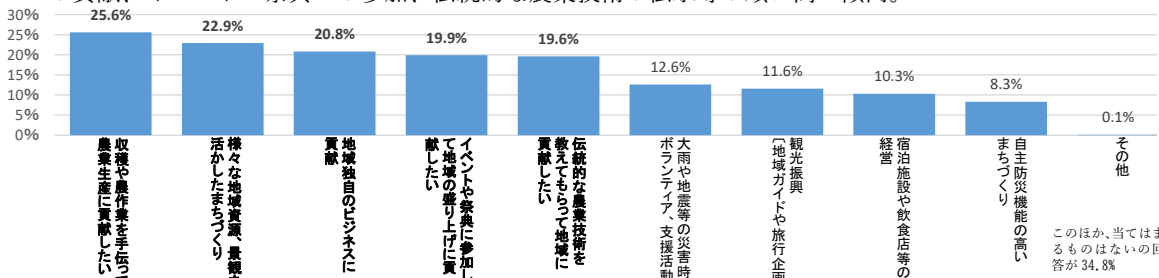
### 農山漁村へ旅行に行き気に入った場合における、その地域との関わり方・地域での過ごし方として興味あるもの

- ・農山漁村へ旅行に行き気に入った場合における、その地域との関わり方・地域での過ごし方として興味あるものについては、「定期的に通って地域と交流を深めたい」（26.8%）と高く、次いで「テレワーク、リモートワーク、ワーケーションをする場の候補にしたい」（23.1%）、「自分の経験や専門性を活かして地域資源や、伝統、文化に深く関わりたい」（20.7%）、「今の住まいと田舎の二拠点生活をしたい」（17.1%）と続く。
- ・年代別でみると、地域との交流やワーケーションについては、20～30代の若い世代に多く、二拠点生活については、50代の世代において関心が高い。



### 農山漁村へ旅行に行き気に入った場合における、その地域との具体的ななかかわり方として興味あるもの

- ・地域との具体的な関わり方としては、農業生産への貢献、地域資源を活かしたまちづくり、地域ビジネスへの貢献、イベント・祭典への参加、伝統的な農業技術の伝承等の順に高い傾向。



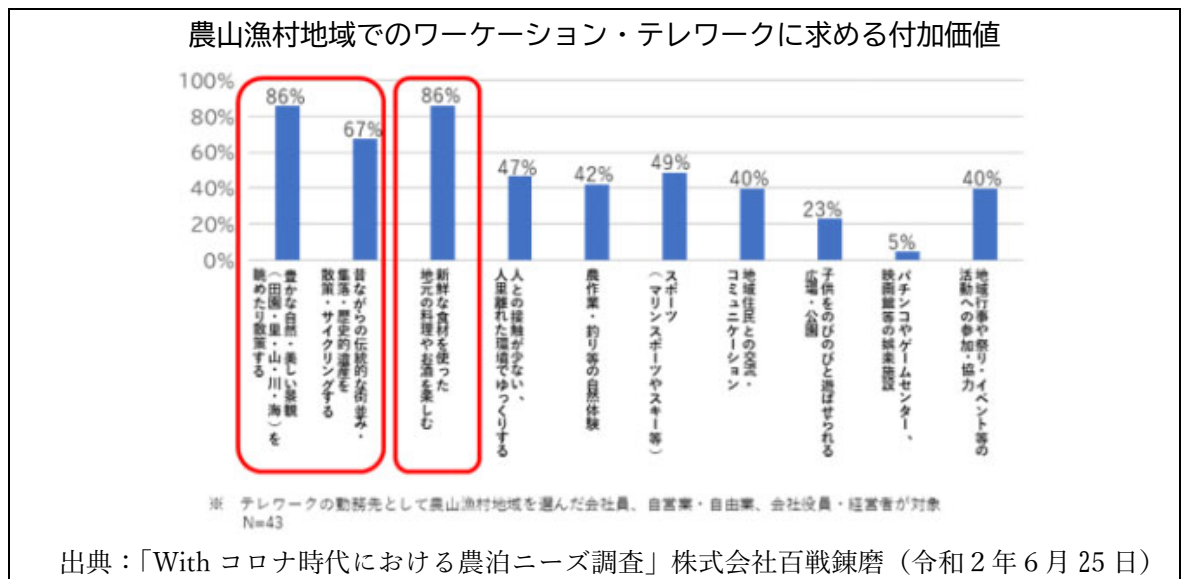
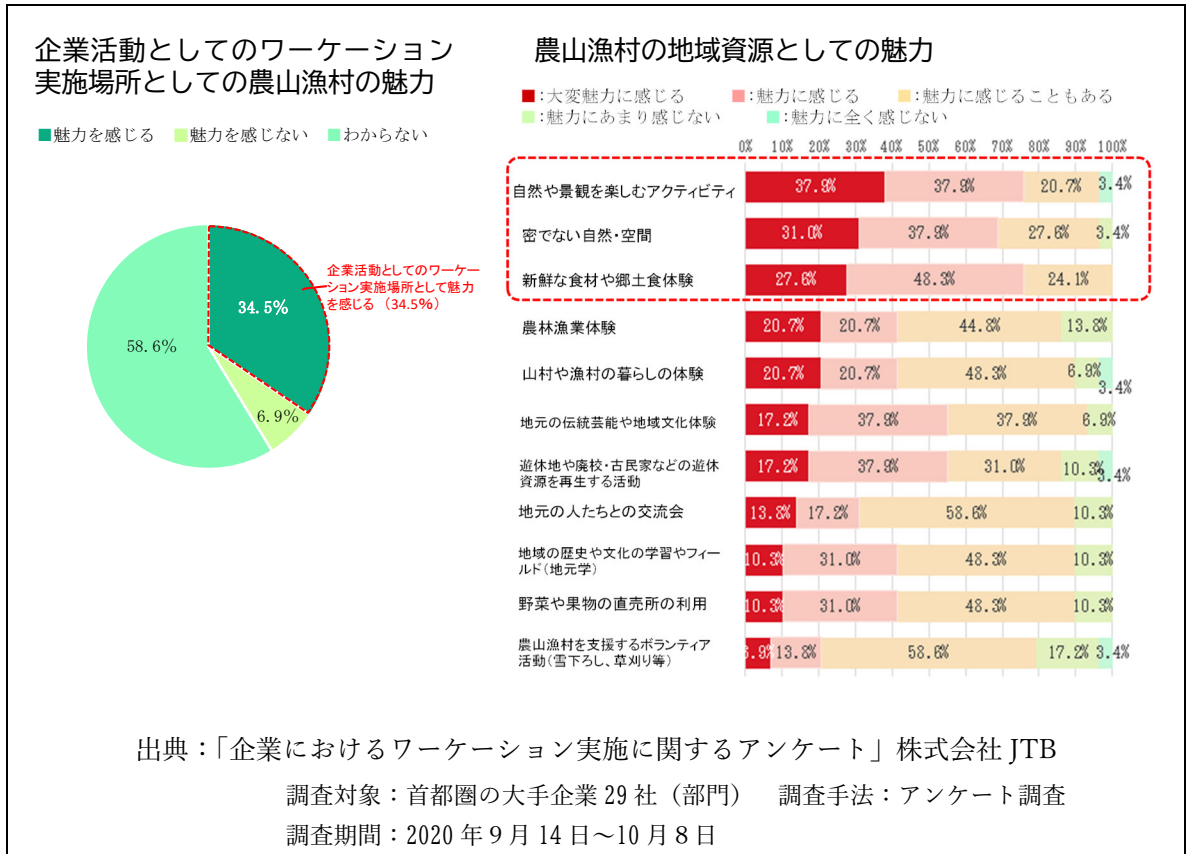
出典：「農山漁村への旅行に対するニーズ調査」株式会社JTB 2020年10月

調査対象：東京都23区、愛知県、大阪府在住の20～69才の男女、旅行で農山漁村に行ったことがある、または行ってみたい1,000人

調査手法：インターネットアンケート調査 調査期間：2020年9月30日～10月2日

### ③ 新たな生活様式としての安全安心の価値やワーケーションなどのニーズ

- ・新型コロナウイルス感染症の拡大の影響もあり、テレワークやワーケーションなどに対する関心の高まりや取り組みの推進が見られます。
- ・農山漁村地域でのワーケーション・テレワークに求める付加価値として、豊かな自然や美しい景観、昔ながらの町並みや集落の散策、新鮮な食材を使った地元の料理が挙げられています。これら漁港漁村の価値を活かした、ワーケーション・テレワークの可能性が期待できます。



## 2 漁港漁村の交流推進主体と 取り組み内容

○漁港漁村での交流の進め方について、漁業者グループが主導する取り組み、漁協が主導する取り組み、観光・地域づくりプラットフォームが主導し、漁業者、漁協が協力する取り組みの3つのパターンに整理します。

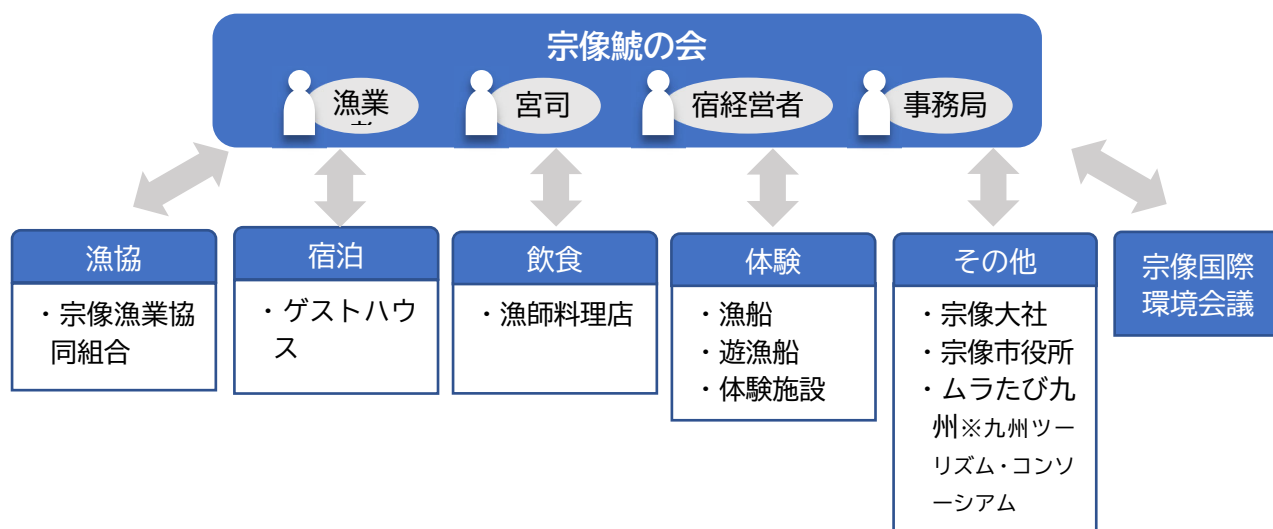
### (1) 漁業者グループが主導

- ・水産物の直売や漁業体験の提供などの取り組みを、漁業者や漁業者グループで実施する例が見られます。
- ・漁家経営の安定化や、地域の水産業への理解、地域の問題解決を目的とし、漁業者や地域の事業者が実践しながら事業の改善を重ねて進めている例がみられます。
- ・例えば、福岡県宗像においては地域の漁業・水産業に関わる方々による取り組みが推進されています。

《参考にする取り組み》

- ① NPO かまえブルーツーリズム研究会（大分県佐伯市）
- ② 株式会社ゲイト（三重県尾鷲市須賀利地区）※須賀利渚泊推進協議会
- ③ 宗像鯨の会（福岡県宗像市）

漁業者グループが主導する ～宗像鯨の会の例～



## ① NPO かまえブルーツーリズム研究会での例

主導組織	NPO かまえブルーツーリズム研究会（漁業者・水産加工業者・体験事業者・民宿事業者・飲食店・地域住民などによる構成）
連携団体	宿泊事業者（漁師民宿、キャンプ場、ゲストハウス）、飲食事業者、体験事業者（漁師、旅行会社、地域団体）
支援団体	行政、大分学研究会、大学
目的	地域の生業である漁業を核とした産業と豊かな自然を守り育てること 都市部の方に地域の良さ、楽しさを提供する
取り組み	体験（魚釣り、ウニ割、伊勢えびさばき方、かご漁など）、宿泊

### 1 自立する村づくりを目指した始動

- ・1996年に橋本正恵氏（魚介類の養殖・加工・販売や食堂、旅館・民宿を経営）が蒲江町観光協会長に就任しました。観光協会長になったのは、杉乃井ホテルで「私の主張」をスピーチしたことがきっかけでした。これにより、蒲江の町中の人々が橋本氏のもとに集まるようになりました。
- ・橋本氏は、漁業と観光業を行ってきた実践者で、観光業は稼げるということに気が付き、「働くだけでなく、観光などいろいろなことをしていかなければならない」という考えを説いているうちに、賛同する人が増えてきました。
- ・現在、事務局を担う橋本氏は、元々県職員として、佐伯市を管轄する機関に赴任し、その時に橋本氏と出会いました。橋本氏が当初は県職員として関わり、その後は大分の魅力を多面的に明らかにする大分学のメンバーとして、一連の橋本氏の「自立する村づくり」に一緒になって取り組みました。
- ・当初は、グリーン・ツーリズムとブルーツーリズムと一緒に展開していました。橋本氏が企画し、橋本氏に相談しながら進めていました。



ブルーツーリズムの取り組みで  
地域をけん引する橋本氏

### 2 ブルーツーリズム研究会の立ち上げ

- ・平成18年、橋本氏が中心となって、漁業・観光・商工業に携わる蒲江の人々に声掛けをし、蒲江町役場の協力を得て「かまえブルーツーリズム研究会」を立ちあげました。地元有志だけでつくるこの会に、人口（8千人）の2割を超える1,800人が入会しました。研究会の目的は、「蒲江で生きていくために、自ら楽しめる地域をつくる」ことでした。
- ・平成20年8月18日に「かまえブルーツーリズム研究会」の設立総会を行いました。漁業者や水産加工業者を中心に1,800人の会員がいます（会費は徴収していません）。



## ② 株式会社ゲイト（須賀利渚泊推進協議会）での例

主導組織	株式会社ゲイト（漁業、飲食、産学連携など）
連携団体	地域住民、地域団体、観光物産協会、水産加工会社など
支援団体	行政（県、市）、漁協、大学、首都圏の企業など
目的	地域の漁業の存続、地域の維持 そのための人材誘致、企業誘致
取り組み	漁業（小型定置網漁）、体験（定置網漁、釣り体験など）、宿泊、飲食業（東京都内飲食店）

### 1 企業の漁業参入

- ・地域の漁業者が高齢化・減少する中で、東京都内で飲食事業を中心に展開していた株式会社ゲイトが須賀利で漁業参入しました。
- ・漁業の不安定な経営を理由に、須賀利で漁業を継続できない人が増えている中で、株式会社ゲイトが遊休漁場を引き継ぎ、代わりに担うことで、漁業を継続させています。
- ・共同漁業権内での小型定置の経営、市場流通に乗らない魚を、自社が経営する東京の飲食店舗で提供しています。

### 2 課題先進地で漁業の存続、地域の持続を考える企業誘致・教育誘致

- ・地域での漁業を維持するため、少子高齢化が著しく進む地域の暮らしを持続するためのアクションを考えました。
- ・過疎高齢化の課題先進地として、県の支援のもとで渚泊を活用し、教育誘致や企業誘致を企画しました。
- ・大学とも連携した古民家ワークショップの開催や、東京の高校と須賀利をつないで、オンライン授業を開催しました。須賀利に先生を呼び、漁業に関連する授業を行うなど今後の修学旅行などにつながる種をつくっています。
- ・過疎高齢化が著しく進行し、他の地域よりも先駆けて課題が顕在化している須賀利でフィールドワークを体験した経営者は、地域の現状にショックを受けながらも、その場でアイデアやプロジェクトが生まれました。コロナ禍でも、企業視察の希望があり、近隣の地域商社が当地に支店を設立する動きもあります。

### 3 地域での体験プログラムの整備

- ・企業や教育の誘致にあたり、現場での過ごし方のプログラムを作っています。その中には定置網漁、釣り体験、海の家滞在・地魚&浜の朝ごはん体験、地域の若手経営者との交流の機会創出などのプログラムを、企業向け、起業家向けなどに整備しています。



えびす祭り餅まき

### 4 拠点の確保

- ・自社および渚泊での活用を想定して、地域の方から空家を譲ってもらい、拠点として活用することを先行して実施しました。現在は空家5軒を所有していますが、明確な用途が決まっていなくても空き家を確保の上、トイレの改修など最低限の整備をし、実際に空き家を使いたい人や企業等が現れた場合に、ゲイトから譲る方法で活用しています。

## 5 協議会での取り組みとして、地域とともに須賀利の将来像を検討

- ・渚泊を契機に地域で協議会を作ったことで、多様な主体が顔を合わせ、須賀利の未来について話す機会が生まれました。
- ・協議会での話し合いの結果、当地域での交流の形として、企業のサテライトオフィスや新たなビジネス実証の場、教育機関のフィールドワークの場として、地域に関係人口を呼び込むことを目指しています。

### ③ 宗像鯨の会での例

主導組織	宗像鯨の会（漁業、交流施設、宮司、コンサルタント）
連携団体	宿泊（ゲストハウス）、漁師料理屋、遊漁、体験施設、宗像大社
支援団体	行政（市）、漁協など
目的	漁村でのツーリズム産業の確立、海女の定着、収益性の確保
取り組み	体験（神道ツアー、食ツアー、わかしお丸のナイトクルーズ）、宿泊（ゲストハウス）

## 1 宗像環境国際会議でのエコツーリズムの必要性の整理

- ・宗像の森・川・里・海を守っていくため、活動を継続的に行う組織として「宗像環境国際会議」の実行委員会を6年前に立ち上げました。産官学の実行委員会で、宗像漁協、観光協会、キリンビール、JAL、NTT、DOCOMO、九州大学等が構成員となっています。
- ・そこで、持続可能な地域循環をどう作るかを考えた時に、①エネルギー問題、②漁師による海ごみ回収事業をどう立ち上げるか、③エコツーリズムの3本のプロジェクトの必要性を整理しました。



宗像環境国際会議

## 2 宗像鯨の会の立ち上げ

- ・上記のエコツーリズムを進める実行組織として、宗像鯨の会を立ち上げました。
- ・鯨の会は、中学校時代の同級生である漁師や、都市農村交流施設「庄助ふるさと村」の中心人物や、宗像大社の宮司と組み、漁村を中心としたツーリズム産業を確立させることを目的として設立しました。世界遺産の価値を伝える取り組みとして、若者を仲間にしながら始動しました。
- ・九州一円のグリーン・ツーリズムの取り組み地域とのコネクションの中で、それぞれ同時に農泊推進事業を始動していますが、宗像鯨の会はその一つとなっています。



宗像鯨の会のメンバー

### 3 海女の定着のための取り組み始動

- ・組織立ち上げのもう一つの動機は、海女を守ることでした。宗像の海女の高齢化が進み、後継者がいなくなるため、市に掛け合い、地域おこし協力隊で海女の全国公募をしました。全国から8～9人手が挙がり、その中から30代前半の女性が2人地域おこし協力隊に就任し、そのまま海女になりました。現在漁協の准組合員となっています。



宗像の海女さん

- ・彼女らの地域おこし協力隊の任期3年の後に、宗像に定着してもらうために、海女とそれ以外で収益を得る仕組みの検討を進めています。海女漁だけではなく、観光業でも稼げるように、海藻を使った押し花体験やヨガ体験のインストラクターなどを検討しています。

### 4 宗像の世界遺産の価値を伝えるプログラムの構築

- ・宗像の世界遺産の価値をしっかりと体感・理解できるプログラムがそれまでなかったことから、スピリチュアル・エコロジー・アミニズムの無形の資源の価値を伝えるプログラムを構築しています。
- ・例えば、漁から帰ってきたばかりの漁船に、お客さんを連れていき、船の生け簀、船の上で魚をぶめてお客さんに提供する、人数限定の浜買いランチプランは、漁協にお金を落とす形になっています。
- ・漁船のナイトクルーズ（夕日を見るクルーズ）、満月の道を愛でるプラン、海藻押し花体験、ヨガ体験については、海女がプログラムの運営を検討しています。
- ・スピリチュアルツアー神道プランとして、通常氏子しか参列できない宗像大社の月並祭に特別に参加できるプログラムです。
- ・ガストロノミーツーリズムのように、食べる人、生産者、料理人が一緒に食事を囲む海幸山幸プランとしては、獲った魚をお寿司にしてくれるレストランと組み、海女がその場において、海女漁の説明、海の環境でのサザエの違いなど、生態系や環境についてレクチャーしたのちに、食事を囲みます。通常は食事だけで2千～3千円が相場ですが、レクチャー付きでその倍の金額にしても満足度は落ちません。



スピリチュアルツアー神道プラン



スピリチュアルツアー海幸山幸プラン

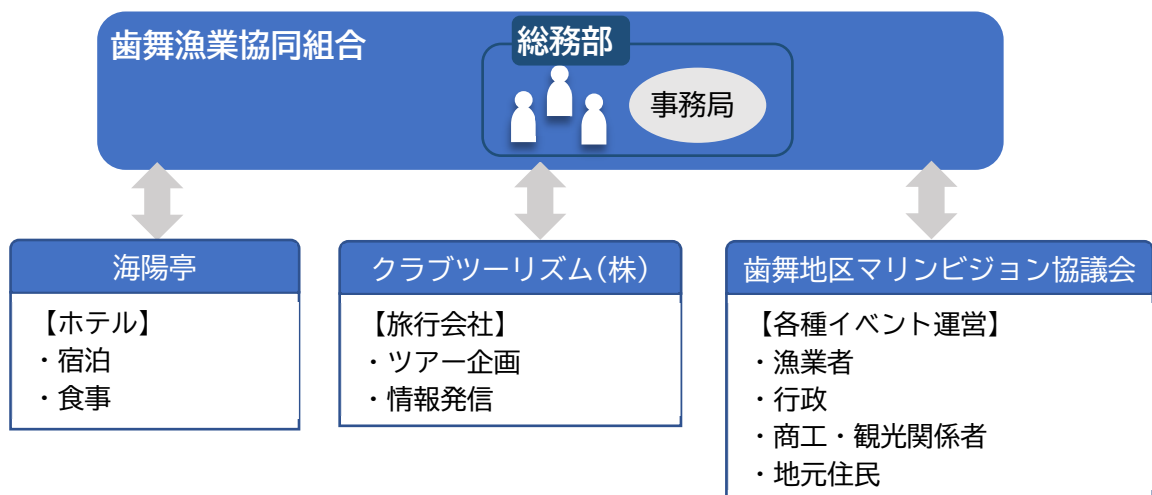
## (2) 漁協が主導

- ・漁協が交流の取り組みを実施もしくは漁業者の取り組みをマネジメントしている例が見られません。
- ・地域の漁業者全体の利益を考え、漁家経営の安定化に資する事業をはじめ、地域の知名度を高め水産物のブランド化を図ることや水産業への理解創出のための魚食普及など、公共的な意味合いを持つ取り組みを推進する例もあります。
- ・例えば、北海道歯舞漁協では漁協が事務局となり事業の企画・調整・運営実施を行っています。

《参考にする取り組み》

- ① 歯舞漁業協同組合（北海道根室市歯舞地区）
- ② 魚津漁業協同組合（富山県魚津市）
- ③ 田尻漁業協同組合（大阪府田尻町）
- ④ 太地町漁業協同組合（和歌山県太地町）

漁協が主導する ～歯舞漁業協同組合の例～



## ① 歯舞漁業協同組合での例

主導組織	歯舞漁業協同組合
連携団体	宿泊、食事、旅行会社、歯舞地区マリンビジョン協議会（行政、漁業関係者、商工・観光関係者、地元住民）
支援団体	行政（道、市）、大学
目的	水産業の理解や地域のにぎわいづくりといった社会的な効果
取り組み	体験（パノラマクルーズ、潮干狩りや地曳網等の漁業体験、昆布倉庫の見学、歯舞おさかな祭り）、食堂、直売所、漁民泊

### 1 継続的な都市漁村交流の取り組み実施

- ・歯舞地区には、例年開催している漁業関連のイベントに全国各地から多くの観光客が訪れます。また、本土最東端の納沙布は、世界でも有数の珍しい鳥の飛来地として、外国からもバードウォッチャーが訪れる地域です。
- ・歯舞漁協では、市場食堂の一般開放、漁協の船を使ったバードウォッチング、地曳網、あさり潮干狩り等の漁業体験などに取り組んできました。
- ・また、教育旅行の受入もおこなっており、長い間大阪府の天王寺高校からの修学旅行を受け入れていました。しかしある年を境に中止が決定しました。
- ・それを受けて、修学旅行生をこれまで受け入れていた地元の方から、お客さんが来なくなるのは寂しいという声があったため、漁協の主導により、継続的に都市漁村交流活動を行うことにしました。



教育旅行の受け入れ  
(写真は高校生)

### 2 マリンビジョンで将来像を描く

- ・歯舞地区では、渚泊の取り組みに先立ち、北海道開発局による「北海道マリンビジョン21」に基づく、歯舞地区での「地域マリンビジョン」を平成19年に策定しました。そこでは、水産物のブランド確立とそれを通じた活力ある水産業と漁村の将来像を描き、実現のための取り組みを整理しています。



マリンビジョンの策定に向けた検討の様子

### 3 渚泊での地域の水産業の理解と関心を深めてもらう

- ・地域が疲弊し人口が減っていく中で、観光客や地元学生に、体験や宿泊を通じて現場を見てもらうことで、地域の水産業への理解と関心を深めてもらうことが重要であると考え、渚泊に取り組みました。具体的にはパノラマクルーズや漁業体験、漁協が所有する昆布倉庫の見学、昆布漁師漁家での民泊や定置網漁の番屋への宿泊等の受入を進めています。
- ・全国区の旅行会社（クラブツーリズム）との連携によるツアーの企画・実施も行い、団体の観光客も誘致できています。
- ・北方領土返還啓発活動の一環としても、その歴史への理解を深めてもらうため、北方領土県民会議に対して民泊・漁業体験等の誘致を行いました。



産地市場見学



北方領土返還要求運動県民会議  
に対する誘致活動

### 4 施設の更新、受け入れ態勢の充実

- ・既存の漁協施設が50年ほど経つことから、今後「高度衛生管理型市場」が新しく建設され、令和3年以降の供用開始が予定されています。今後は、近代的な施設に更新され、歯舞漁港を中心とした地域観光に更に期待が高まっています。
- ・施設整備や衛生管理の体制強化により「歯舞ブランド」の更なる向上や歯舞への認知を高め、都市部との交流人口増加に対する受け入れ態勢も充実していきます。



建設中の高度衛生管理型市場



将来イメージ

## ② 魚津漁業協同組合での例

主導組織	魚津漁業協同組合
連携団体	漁業者、農業者、観光協会、農業者団体、内水面漁協、地域振興会
支援団体	専門家、大学
目的	地域の水産物の良さをアピールすること、漁業者の所得向上、地域への定住の促進
取り組み	体験（地曳網、ホタルイカ掬い、競り体験、果樹農業体験、伝統食調理体験、林業体験、山菜摘み体験等）、食堂、宿泊、プレジャーボートのマリーナ運営、加工所

### 1 漁協を中心とした体験受け入れや宿泊事業の開始

- ・まず、漁協が先導し、大敷網（定置網）漁体験、船釣り体験、魚さばき体験、ホタルイカ採集ツアー、鮭の捕獲体験など漁業体験のコンテンツを充実させる取り組みを行ってきました。
- ・その上で、漁協所有の土地での宿泊施設「渚泊 魚津丸」を建設・運営し、宿泊希望者の申込窓口を設立。女性組合員などが中心となって、本業の漁業に支障が出ない範囲で清掃等の運営を行っています。



漁業体験



宿泊施設「渚泊 魚津丸」



加工体験



調理体験

## 2 農林業とも連携した体験の提供

- ・富山湾は冬や春先は時化するため、海を楽しんでもらうことが難しいという課題がありました。そこで、その時期に提供できるコンテンツをつくるため、農林業者と連携し、農業や山を活かした味噌作りや田植え体験など、その時期にできる取り組みやすい体験を開始しました。
- ・農林業者との連携に際しては、例えば、魚津から東京などの都会に出店するイベント等がやる気のある農業者や林業者と出会うチャンスであるため、そのような機会を生かして彼らに声をかけ、仲間として連携できないか個人的にアプローチしました。

## 3 あえて作りこまないおもてなし

- ・交流事業開始当初は、都会の人にどうしたら楽しんでもらえるかばかり考えていましたが、都会の人は「田舎にあるもの、そのもの」を求めているということに気がきました。例えば、観光客は何も体験が無くても釣り竿を買って釣りをしたり、岸壁で遊んだり、サイクリングをしたりして自由に遊んで楽しんでおり、「観光客に何か体験を与えないと観光にならない」というわけではありません。
- ・今後の展望としては、交流の受入規模を大きくすることを目的とはしておらず、都会の人が、田舎に溶け込むだけで満足してもらえることを目指していきます。



魚津を訪れる若者

### ③ 田尻漁業協同組合の例

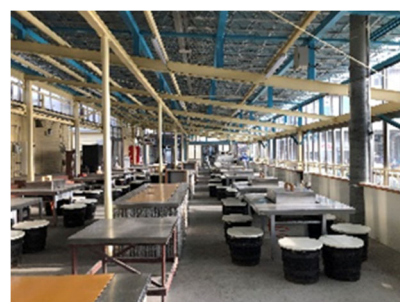
主導組織	田尻漁業協同組合
連携団体	ホテル、飲食店、漁協組合員、近隣農業者、鉄道事業者
支援団体	行政（町）
目的	漁業収入の拡大、様々な形態による魚の販売と魚食の普及 都市近郊型漁村として一次産業の魅力を観光・宿泊需要の拡大へ
取り組み	日曜朝市、体験（刺網漁、カゴ漁、海鮮バーベキュー体験など）、飲食（バーベキュー施設）、養殖（ワカメ、牡蠣）、海上釣り堀、マリナー（ヨット、モーターボート）、水上バイク艇庫

#### 1 漁場環境変化への対応として多角経営に転換

- ・関西国際空港開発による漁場環境の変化への対応のため、漁協主導により多角経営への転換を推進しました。
- ・日曜朝市（鮮魚等直売）、漁業体験（刺し網、カゴ網体験など）、海鮮バーベキュー事業、海上釣り堀、マリナー事業、水上バイク艇庫の事業を展開・継続しています。
- ・日曜朝市は、平成6年開始、漁業者直売とその他店舗で43店舗出店。鮮魚活魚が55%を占め、一回1,500人～3,000人の来訪があります。水揚げした魚を水槽や船で活かしておいた活魚での販売も多いのが特徴です。
- ・漁業体験は、刺し網漁、カゴ漁の体験と、クルージングなどを提供しており、期間中には8,000人の利用があります。
- ・海鮮バーベキュー事業は、140人収容の屋根付き施設を整備・運営しています。周年稼働、漁家レストランへの業態転換を目的に整備しました。冬季の食材・サービスの開発を目的に、カキ養殖、カキ小屋の展開をはじめています。
- ・海上釣り堀は、体験漁業の時化対策としてはじめ、年間営業しています。漁業体験とは異なる客層に利用されており、比較的高額な料金が必要となりますが、リピーターが多いのが特徴です。近隣地域にも類似する釣り堀がありますが、競争意識ではなく、相乗効果を持つことを意識しています。



日曜朝市の店舗が並ぶ通り



バーベキュー施設



マリナー

- ・マリーナ事業は、海の駅指定を受け、モーターボート 62 艇の受け入れを行っています。水上バイク艇庫の事業は、現在約 80 台を保管し、利用料を徴収しています。地域では漁業者が水上バイクを追い払っていた状況があった中で、発想を転換して、水上バイクの上げ下ろし、保管のサービスを提供しました。水上バイクと漁業の調和のために、利用者側で自主的なルールを定め、これを利用者間で守る仕組みができています。

## 2 漁業収入の拡大、様々な形態による魚の販売と魚食の普及

- ・漁港施設を核とした複合的な観光事業の推進により、収入の拡大が実現しています。
- ・関西国際空港開設前は、年間の総水揚げ金額が約 3,000 万円でしたが、現在は約 2.5 億円の漁協収入があります。

## 3 都市近郊型漁村として一次産業の魅力を観光・宿泊需要の拡大へ

- ・漁港での交流の取り組みを核に、町の観光要素のパッケージ化、ボランティアガイドの充実などで町域での滞在地域へ転換しています。
- ・りんくう地域 4,700 程度の宿泊機能の活用として、インバウンドや国内旅行者の誘客を実施。公共交通の活用を事業者と連携して推進するなど、地域の観光・運輸関係者との連携も推進しています。
- ・町は漁港を核とした観光事業を重要施策として、土地利用や施設整備支援により魅力ある街づくりを推進しています。

#### ④ 太地町漁業協同組合での例

主導組織	太地町漁業協同組合
連携団体	博物館、漁協組合員、太地水産協同組合（定置網）、くじらの博物館、宿泊施設、商業施設、道の駅
支援団体	行政（町）、コンサルタント
目的	交流人口の増大、地元水産物の消費拡大による収益の拡大 収益の地域へのまちづくりへの還元
取り組み	体験（小型鯨類とのふれあい体験、シーカヤック、定置網漁体験、くじら博物館レクチャー、イルカの餌やり体験など）、直営スーパーマーケット、道の駅たいじ指定管理、捕鯨船、鯨肉加工

#### 1 構想の策定・鯨を核にした地域の将来像と事業計画づくり

- ・平成 18 年度に、太地町が「太地町くじらと自然公園のまちづくり構想」を策定、第 4 次太地町長期総合計画に構想を位置づけました。その後、平成 22 年度に「森浦湾くじらの海構想検討委員会」を立ち上げ、それをもとに平成 23 年、「森浦湾くじらの海構想」を策定しています。
- ・交流事業については、町が計画を立案、漁協は事業を推進していくと役割が分担されており、計画策定から事業化支援を継続的に行うコンサルタントの支援を受けながら実施されています。

#### 2 実践活動からスタートし、ハード整備により受け入れ環境の充実を図る

- ・平成 25 年度、学校給食用鯨肉加工施設やシーカヤック活動拠点の整備、小型鯨類飼育用のいけす設置を行うなど、施設整備が進められました。平成 29 年には道の駅たいじがオープンし、比較的安価に観光客に鯨肉を提供できるようになっています。
- ・平成 29 年に道の駅たいじが整備されて以降、特に日帰り客数が増加しました。教育旅行も着実に受け入れができており、コロナ禍においても呼び込めています。さらに令和 2 年 7 月から湾内でくじらの放し飼いを開始しています。



道の駅 たいじ  
(販売風景（上）、全景（下）)

### 3 体験プログラムの開発

- ・森浦湾の一部を網で仕切って小型鯨類を放し飼いにする構想が実現しています。380mの仕切り網の上部は海上遊歩道になり、湾の中ではイルカが間近に泳ぐシーカヤックの体験、生け簀でのイルカの観察ができます。
- ・湾内で飼育放流している小型鯨類と自然環境資源を活用した体験プログラムを開発しています。



小型鯨類の観察ができる海上遊歩道  
と海に浮かぶシーカヤック

### 4 継続的な取り組みが実を結び、構想で描いた将来像が実現へ

- ・現在、漁協では、スーパーマーケットの経営、道の駅の指定管理、鯨肉加工場に、観光事業として森浦湾でのシーカヤックの事業を展開しています。
- ・漁協としては事業が軌道に乗りつつあり、10年前に構想で描いた将来像をもとに、町、くじらの博物館、漁協、住民等が協力して事業推進した結果、平成18年に描いた構想が着実に実現しつつあります。



シーカヤック体験

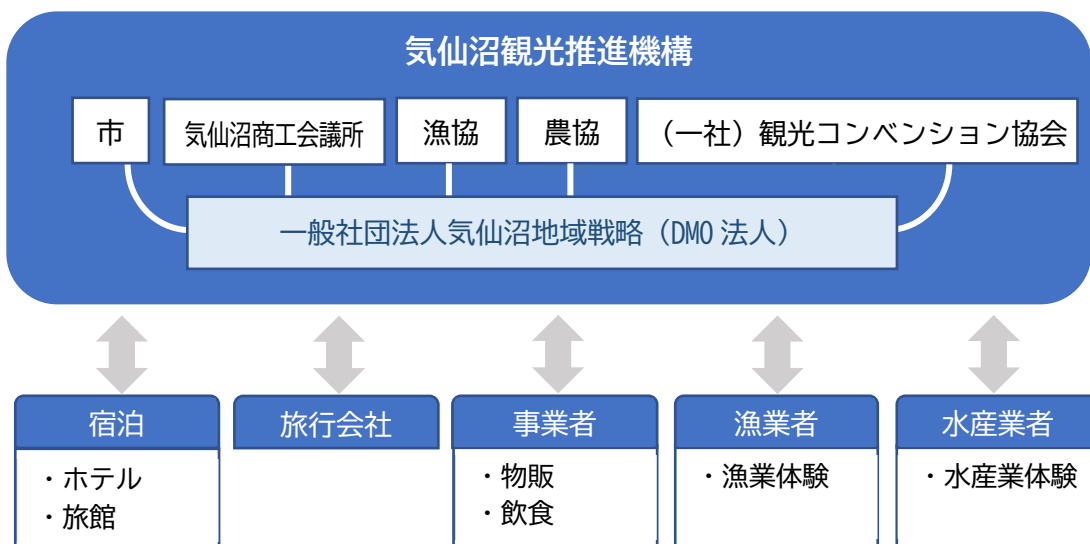
### (3) 観光・地域づくりプラットフォームが主導し、 漁業者、漁協が協力

- ・DMO（観光地域づくり法人）や地域団体による協議会など、観光・地域づくりプラットフォームが主導する取り組みにおいて、漁業者や漁協が協力する例があります。
- ・地域全体の経済的な活性化や、地域・水産業の理解創出、定住人口・関係人口の確保など社会的な効果を目指した取り組みが見られます。
- ・例えば、宮城県気仙沼市では、DMO 法人である（一社）気仙沼地域戦略が商品開発からマーケティング・プロモーションを行っています。漁協は、DMO の取り組みの連絡調整のための協議会的組織である気仙沼観光推進機構の構成員の一員として協力関係を持ち、漁業者や水産業関連事業者が体験商品などで連携しています。

《参考にする取り組み》

- ① 利尻地区地域水産業再生委員会（北海道利尻町、利尻富士町）
- ② 一般社団法人気仙沼地域戦略（宮城県気仙沼市）
- ③ 一般社団法人家島観光事業組合（兵庫県姫路市）※家島諸島都市漁村交流推進協議会
- ④ 漁業と観光の連携促進協議会（三重県鳥羽市）
- ⑤ 株式会社まちづくり小浜（福井県小浜市）※内外海地区活性化プロジェクト推進協議会

観光・地域づくりプラットフォームが主導し、漁業者、漁協が協力する～一般社団法人気仙沼地域戦略の例～



## ① 利尻地区地域水産業再生委員会での例

主導組織	利尻地区地域水産業再生委員会（利尻漁業協同組合、利尻町、利尻富士町）
連携団体	利尻島観光協会、特定非営利活動法人利尻島ふる里島づくりセンター、特定非営利活動法人離島経済新聞社、
支援団体	他地域の若手漁業者集団、ウェブメディアなど
目的	漁業者の減少、漁業所得の減少、観光客の減少、町内関連事業者の所得減少の解決 漁師の魅力を伝え、漁業の PR、担い手の育成を図る
取り組み	体験（昆布加工を学ぶ「海の教室」、ウニ獲り体験など）、加工品作り、担い手確保育成

### 1 地域内合意形成および事業実施関係者の意識造成

- ・ 農泊推進対策を活用し、専門的人材による講義やワークショップ等を実施しました。当事業に「漁業者が関わる」ことの重要性や利尻島の目指す水産観光業の認識および水産物の販促、ブルーツーリズムに関する意識の造成を図りました。
- ・ 全島を範囲とした水産組織はこれまでに無く、ゼロベースからのスタートという点で苦労がありましたが、漁業者が中心となって島を盛り上げたいという若手漁業者の熱心な思いが、年配の漁業者らの協力を取り付けることにつながりました。



メンバーの打ち合わせ風景

### 2 漁業者による新規団体の設立

- ・ 利尻地区地域水産業再生委員会の実施部隊として、利尻島内に4か所ある漁協の支所から、漁業者による水産業 PR 団体を新たに設立した「漁業を盛り上げる NORTH FLAGGERS」を組織しました。30年度に法人化し、農泊（渚泊）の PR および六次産業化を実施しています。
- ・ 組織をつくるにあたり、主要な漁業者や漁協幹部の賛同も得つつ、市の担当者と漁協の事務局の2人で、有望な漁業者を実行部隊として各地区から2人ずつ選出するドラフト会議を行いました。



 NORTH FLAGGERS

【NORTH FLAGGERS】の PR 動画キャプチャ（上）  
ロゴマーク（下）

### 3 地域の資源価値を生かすコンテンツ

- ・島内の代表的な水産物であるウニや昆布を「見る・触れる・学ぶ・食べる」ことができる、観光から食までが一体となった体験型メニューを提供しています。
- ・2015年にウニ獲り体験などができる体験型観光施設が整備され、2016年には町内漁業者を中心にモニターツアーを実施しました。そこでの体制構築と水産資源の利活用が素地となり、現在の取り組みにつながっています。
- ・体験メニューは、例えば、現役漁師によるウニセンターガイドの実施。漁業者の注目度を上げることにより、「この漁師に体験を教えてもらいたい」「この漁師の獲った水産物を食べたい」「この漁師の家に泊まりたい」という方向に仕向けるためのプロモーションとなることを狙っています。
- ・うみの教室として、昆布の加工の学習の機会を、利尻に住んでいる子供たちを対象に提供するところから始め、現在は観光客向けにも提供しています。
- ・ウニ獲り体験は、ウニ種苗生産センターでの説明後、ウニ獲り体験をするプログラムです。係留している船から、眼鏡で覗いて、タモで獲ってその場で割って食す内容です。

### 4 漁師目線でやってみたいことに取り組む

- ・NORTH FLAGGERSは若手のやる気ある漁師の集まりであることから、集まると取り組みたいことのアイディアが豊富でした。そのなかで、体験プログラムの造成や農業者とのコラボや新商品づくりに取り組みました。
- ・バックアップやアドバイザーとして入ったヤフー株式会社 Gyoppo! プロデューサー、一般社団法人フィッシャーマン・ジャパン事務局長の長谷川琢也氏は離島経済新聞社代表と繋がりがあり、いろんな人との連携の幅が広がっています。



札幌市内離島キッチンでの  
ディナーイベントの様子



ウニセンターの見学風景

## ② 一般社団法人気仙沼地域戦略での例

主導組織	一般社団法人気仙沼地域戦略 ※気仙沼観光推進機構（DMO） 観光チーム気仙沼、（一社）気仙沼観光コンベンション協会、気仙沼市、観光協会、商工会議所などの地域内組織で構成
連携団体	水産事業者（漁業、流通、加工、製氷、製函、漁具など）、観光事業者（宿泊・物販・酒蔵、クルーズ事業者など）、農業事業者
支援団体	行政（市）、旅行会社
目的	観光により水産物の付加価値を高め、購買力を高め、PR とする 漁業とその周辺産業を含む漁業地域として、コンテンツの価値向上、周辺産業側の収入増加、雇用への効果発現
取り組み	体験（クルージング、カキ養殖、函屋体験、氷屋体験、漁具屋体験、震災復興語り部ガイドなど）、メカジキを中心としたブランド化、市民観光意識醸成（「ば！ば！ば！の場」の定期開催）、気仙沼クルーカードによる応援消費キャンペーンなど

### 1 震災後、水産業に付加価値を付けること、第2の柱として観光に着目

- ・震災後立ち上がった経済同友会の「東北未来創造イニシアティブ」により、大企業からの人材派遣がおこなわれました。そこでは、人材育成と産業づくりをミッションとしたプロジェクトが開始されました。
- ・気仙沼は、これまでの水産業一本足打法からの脱却を目指して取り組みました（震災前からの市内総生産の減少が背景にありました）。従来の水産業のままの復興ではこの先伸びることができないと考え、水産業に付加価値をつけることと、第二第三の産業の柱として観光に着目しました。
- ・震災復興計画の重点に観光の産業化を掲げ、関係者での戦略会議の中で2つの戦略を提示。（戦略1：気仙沼ならではのオンリーワンコンテンツを活用した誘客戦略、戦略2：水産業と観光産業の連携・融合による新たな付加価値創造戦略）
- ・推進組織としてDMOとなる気仙沼観光推進機構および、中核的にマーケティングを担う（一社）気仙沼地域戦略を立ち上げました。

### 2 商品づくり

- ・気仙沼の海、山、畑、まちの全体をテーマパークにするという考え方で商品づくりを進めてきました。特に水産業での漁具屋探検、氷屋、水産加工場、造船所潜入のような、気仙沼の水産業の関係者にとっては当たり前のをコンテンツにしています。
- ・また、食の商品としてもメカジキのメニュー開発などを行いながらブランディングを進めています。



まち全体がくらしと仕事のテーマパーク  
(イメージ)

### 3 推進組織の立ち上げ・地元の人に地元の魅力を知ってもらう

- ・既存の組織ではエッジの利いた取り組みが難しく、新たにリアス観光創造プラットフォームを立ち上げました。温泉や世界遺産のない気仙沼で、活かすものは水産業であると考えました。
- ・元々、主産業の水産業は観光からの恩恵を受けていなかったため、地域側は観光に対して関心が薄いのが現状でした。まずは、地元の人に地元の魅力を知ってもらうことから始めました。



水産加工場見学



氷屋体験



函屋体験



漁具屋体験

### 4 課題はマーケティングの不足

- ・4年間で分かったのは、マーケティング機能が地方や中小企業には圧倒的に不足しているということでした。大企業は当たり前に行っているマーケティングが、地方、中小企業にはその体制も無いことが課題であると考えました。
- ・公的な財源での取り組みにおいて、とがった事業を進めるためには、マーケティングデータを根拠にすることが有効であり、それをもとに取り組みを推進しているところです。



地域全体の消費動向を把握し販売促進を行う「気仙沼クルーカード」

### 5 今後の事業見通し

- ・インバウンドは、将来的には欧米豪からの長期滞在を目指したいと考えています。
- ・今後は、エリアマーケティング、来訪目的のマーケティングに加えて、特定の興味関心や趣味嗜好に対して共通の価値観を持つ層へのアプローチに取り組んでいく方針です。

### ③ 一般社団法人家島観光事業組合（家島諸島都市漁村交流推進協議会）での例

主導組織	一般社団法人家島観光事業組合
連携団体	家島漁協、坊勢漁協、家島 B&G 海洋センター、島内船舶輸送事業者、宿泊事業者、飲食事業者、姫路市商工会家島支所、真浦区会、宮区会、坊勢区会 ※家島諸島都市漁村交流推進協議会構成員
支援団体	旅行会社、行政（市、県）、姫路市観光コンベンションビューロー、高校
目的	観光業、漁業、砕石業等の各事業者が行政と一体となり、家島諸島の観光での活性化の促進
取り組み	体験（島散策ガイド、カヌー、ナイトハイク、まち並みフォト散歩、クルーズ、島ごはん、料理体験など）

#### 1 新たな観光推進組織の立ち上げ

- ・2006年の市町村合併を機に旧町（家島町）の観光協会を解散しましたが、家島においては地元の観光組織が必要なため、地域の宿泊業など民間主導での事業組合を立ち上げました。

#### 2 地域でのプログラム作り

- ・旅行会社との連携、国の予算の活用等により、島でのプログラムづくりを推進します。
- ・初期は、都市農村共生・対流総合対策交付金事業で、食を中心とした取り組み「地恵（ちえ）の旅」をしており、観光に力を入れようとしていました。
- ・当時しまたびプログラム 26 個を作りましたが、その進化系が現在のしまたびとなっています。この 26 のプログラムを、最少催行人数や申込期限をタリフ化してパンフレットを作成しました。
- ・プログラムは、例えば「帆船みらいへ」日帰りでの体験航海、底びき網漁体験と BBQ 体験（日帰り）として底びき網の網をあげ、魚の処理を見学してもらい、家島で BBQ を楽しんでもらう。また、漁業見学船を使った定置網漁業見学&体験ツアーは、坊勢漁協が単独でも開催するプログラムとして、旅行会社での販売、教育旅行での受け入れも実施しています。

#### 3 継続的な事業実施

- ・農水省、観光庁、環境省など様々な公的事業も活用し継続的に事業を推進。今年には国立公園等への誘客・ワーケーション推進事業を実施するなど、新たな視点でのコンテンツの磨き上げを推進しています。

#### ④ 漁業と観光の連携促進協議会での例

主導組織	漁業と観光の連携促進協議会（鳥羽市、鳥羽磯部漁協、観光協会）
連携団体	漁業者、旅館組合、地元旅館・ホテル、飲食店
支援団体	水産研究所、航空会社、旅行会社
目的	漁業と観光の連携による地域経済の発展
取り組み	体験（サワラ、アラム、アサリ、キンコ、ワカメといった主要海産物に関わる漁業体験、海女文化・海女漁を知る体験）、飲食（漁協直営食堂、漁協と農協の共同運営「とばマルシェ」、トロさわらのブランド化）

##### 1 漁業と観光の連携の合意形成に向けた、漁業者へのヒアリング調査

- ・観光協会は、鳥羽市観光を今後盛り立てていくために、地域の漁業が維持できなくては地域の魅力が衰退すること、漁業と観光業はどちらか一つでは成り立たず、このままでは両産業とも衰退してしまうのではという課題認識を持っていました。
- ・漁業と観光が連携していくことを目指し、まず観光協会側は行政と連携し、漁協・漁業者にアプローチしました。鳥羽市内 15 の漁協支所へ出向き、地元漁業者約 100 人へのヒアリングを行い、漁業者の悩みや課題を拾い、観光とどのように結びつきながら解決することができるか検討しました。



漁業者へのヒアリング調査の風景

##### 2 漁業と観光の連携に向けた計画策定と体制確立

- ・鳥羽市観光協会、鳥羽市、鳥羽磯部漁業協同組合を構成員とする「漁業と観光の連携促進協議会」は、平成 27 年 2 月設立総会をし、事業が開始されました。それぞれの組織が連携し、一つの事業を展開。2 か月に一回程度、運営委員会を開催し、事業進捗や意見交換を行う体制が確立されました。

##### 3 市、漁協、観光協会の連携による事業実施

- ・重点プロジェクトの一つとして、漁業者と観光業者が連携して「答志島トロさわら」のブランド化を行いました。新ブランドの誕生がメディアに取り上げられることで、答志島トロさわらおよび鳥羽市への注目度向上につながっています。現在市内外約 43 店舗でトロさわらが提供されているなど、地域のブランド品として定着しています。
- ・海女さん応援基金付き宿泊プラン造成、海女文化と歴史を学ぶプランなど、「海女」をテーマとしたプロジェクトも推進しています。地域おこし協力隊事業を活用して海女を募集し、後継者の育成にも取り組んでいます。



答志島トロさわら ブランドタグ



鳥羽の海女

## ⑤ 株式会社まちづくり小浜（内外海地区活性化プロジェクト推進協議会）での例

主導組織	株式会社まちづくり小浜
連携団体	(株)志積（渚泊推進の実行組織）、行政（市）、地銀、信金
支援団体	食のプロデューサー、古民家活用コンサルタント、建築家など
目的	漁師民宿、漁業の担い手の確保育成 漁村集落の維持
取り組み	体験（定置網漁、養殖魚の餌やり、魚捌きや釣りなどの漁業体験、SUP 体験）、 飲食（レストラン）、宿泊（空き家を改修した宿泊棟 2 棟運営）、加工（共同加工施設・体験施設「さかなの学校」）

### 1 「内外海の風景と漁業、民宿を活かし、次世代へつなげる未来漁業と滞在型観光の創出」の基本方針

- ・きれいな海と鮮度の高い魚を求めて、小浜市には年間 200 万人の観光客が来訪します。しかし、地域の課題である住民、漁業者の高齢化、担い手の不足、民宿業も 10 年後には半減するという予測がたてられていました。
- ・平成 28 年に、内外海地区活性化計画を作成し、地域内課題や活性化の方針を協議しています。担い手不足の問題解消に向けて、「内外海の風景と漁業、民宿を活かし、次世代へつなげる未来漁業と滞在型観光の創出」を基本方針に、内外海地区全体を一つの宿に見たてた施設の整備と運営体制の構築を進めています。

### 2 高級感ある雰囲気でのお客様の受入れ、そのための施設整備

- ・廃校を活用した水産業活性化拠点施設として、「さかなの学校」を整備しました。共同水産加工施設として、サバのへしこやなれずしの製造など、地域商品の加工および、体験施設として整備を行っています。
- ・地区の一つの集落、志積集落をモデル地区として空家を改修した宿泊施設とレストラン施設を整備し、高級感ある雰囲気でのお客様の受入れを行っています。提供する料理は従来の漁村の料理とは差別化できる、地域の新しい地産地消のスタイルを作ること意識しています。

### 3 実動する地域での運営組織を立ち上げ

- ・志積集落での整備施設の運営を担う新たな会社を、地元漁師民宿を営む方を中心に立ち上げました。経営管理や調理を地域おこし協力隊が社員としてサポートしています。行政および地域 DMO である株式会社まちづくり小浜も事業推進をバックアップしています。

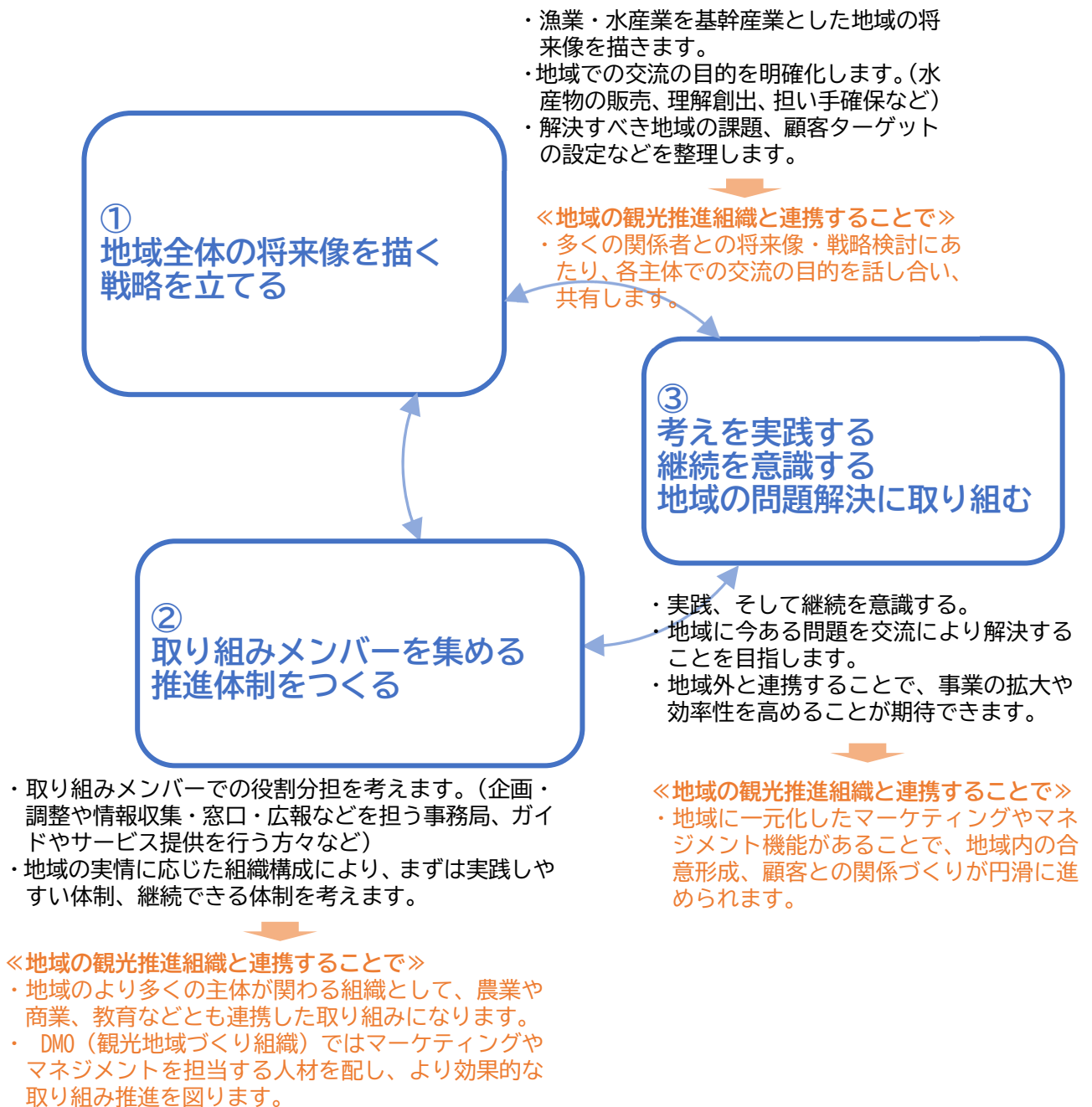
### 4 体験コンテンツの適正な価格設定とそれに見合う価値の創出

- ・地域での体験コンテンツは、安定持続的に経営できる価格設定を検討しています。常時開催（イベントとして年何回の開催ではなく）できる内容として適正な価格設定を行い、それに見合う価値をつくることを心がけています。
- ・サバの餌やりや、食文化としてのへしこ（サバの粕漬け）を知り食す、カゴ漁などの漁業体験、海ゴミプラスチックを使った環境保全を意識したプログラムなど、地域の漁業・文化・環境の理解につながるコンテンツをつくっています。

## (4) 交流推進のポイント

○地域の実情に即した将来を描くことや、推進体制の構築、実践・継続・地域の問題解決といったポイントについて以下整理します。漁業者・漁協、水産業関係者等による取組に加え、地域の観光推進組織との連携により、さらに効果的に展開している例があります。

【取り組みの進め方のイメージ】



**①②③のどこから始めるかは、地域の実情に応じて選択を！**

## ① 地域全体の将来像を描く／戦略を立てる

現場での実施例をもとに交流の進め方のポイントを整理します。

### 《地域の将来像を描く》

#### 1 自立するむらづくりを目指す（NPO かまえブルーツーリズム研究会での例）

- ・地域の漁業・水産業を維持することを主眼とし、「自立するむらづくり」のために交流を行うというスタンスです。
- ・ターゲットは決めず、どんな方でも来訪者を受け入れてきました。九州、国内、海外からのお客さんも来訪しています。地域の生業を活かした「おもしろいこと」を体験し、知ってもらおうという活動を展開してきました。水産加工会社や養殖会社での漁業見学・体験、魚の捌き講座などの食の体験、真珠養殖業ではクラフト体験、民宿やアウトドア事業者での海や山の体験など、地域のありのまま、昔から地域で行ってきたことを来訪者に伝えようという考えで事業を展開しています。
- ・地域全体をキャンパスとした体験・学びを提供する「あまべ渡世大学」（渡世は生き方、生業の意）では、浦々の漁師や各団体が先生として、蒲江地域での生業を伝えています。

#### 2 地域の魅力の共有と守るべきもの・変えるべきものの整理（株式会社ゲイト※須賀利渚泊推進協議会での例）

- ・「須賀利ビレッジ・デザイン」の検討ワークショップの開催により、須賀利町の将来像を地域住民が検討。須賀利の魅力の共有と、守るべきもの・変えるべきものの整理を行っています。建築家やデザイナー等の専門家の目から見た地域の魅力を共有し、持続可能な地域としていくためのアクションプログラムを策定し、これからの展開を整理しています。

#### 3 水産業を通じた地域振興を地域の環境を活かす（歯舞漁業協同組合での例）

- ・歯舞地区では、渚泊の取り組みに先立ち、北海道開発局による「北海道マリンビジョン21」に基づく、歯舞地区での「地域マリンビジョン」を平成19年に策定。水産物のブランド確立とそれを通じた活力ある水産業と漁村の将来像を描き、実現のための取り組みを整理しています。

#### 4 まちづくり構想を描く（太地町漁業協同組合での例）

- ・太地町では、平成18年に「太地町くじらと自然公園のまちづくり構想」、それをもとに平成23年、「森浦湾くじらの海構想」を策定しています。17世紀からの古式捕鯨を背景に、現在まで近海の小型沿岸捕鯨や鯨類追込網漁が続けられています。くじらと共に発展してきた町の歴史を活かし、くじら文化を将来に渡り継承、普及させるための計画として、「くじらを知り、ふれあう機会や場をつくる」「くじらと歩んだ町の文化を楽しむしかけをつくる」内容を掲げています。
- ・「森浦湾くじらの海構想」において計画された、森浦湾の一部を網で仕切り、クジラを放し飼いする試みの実現しています。湾内ではくじらの泳ぐ湾でのシーカヤックができ、県内外から多くの来訪者を得ています。

## 《戦略・計画を立てる》

### 5 将来に向けて、新しいことを生み続ける（魚津漁業協同組合での例）

- ・魚津漁協では、渚泊により漁協施設を活用した宿泊事業を始めました。従来からの卸売市場、漁港の指定管理、マリナー事業、加工場、食堂事業に加えて、漁協として経営の多角化に取り組んでいます。
- ・漁協はこれまでの取り組みを繰り返すだけでは、経営として先細りしていくとの危機感のもとで、新しいことを新しい視点で続けていくという考えを持っています。持続可能な水産業を確立するための取り組みが進められています。

### 6 漁師の「やりたい」を実現する戦略をつくる （利尻地区地域水産業再生委員会での例）

- ・利尻島は漁業と観光業が盛んな島。従来はそれぞれが個別の動きをしていましたが、利尻地区地域水産業再生委員会では、漁業と観光の連携を実現することを戦略として位置付けました。
- ・その中で、利尻島の強みを最大限に発揮する取り組みとして、漁業者の注目度を上げることにより、「この漁師に体験を教えてもらいたい」「この漁師の獲った水産物を食べたい」「この漁師の家に泊まりたい」という方向に仕向けるためのプロモーション等を実施しています。

### 7 地域での戦略に基づくプロジェクトの遂行 （株式会社まちづくり小浜(内外海地区活性化プロジェクト推進協議会)での例）

- ・行政による「海を活かした産業活性化プロジェクト」、それをもとに「内外海地区活性化計画策定委員会」での議論から「内外海地区活性化計画」を作成し、地域内課題や活性化の方針をつくっています。
- ・事業推進にあたり、はじめは三世代での来訪をターゲットにしていますが、現在は、小浜に最も来ている関西中京のシニア層をメインターゲットとしています。かつて海水浴で小浜を訪れていた方々をもう一度呼び戻すこと、そのために施設整備についてもシニア層が求める設備のレベルを意識しています。
- ・漁業者、民宿の減少による地域の活力低下を食い止め、新たな地域像を作る分かりやすいアクションとして、質の高い民宿施設と、今までの漁村の料理とは違う、あたらしい料理のスタイルを提供することで、少しずつお客様の評価が見えており、地域の民宿事業者がこの取組に参画してくれることを狙っています。

### 8 漁業と観光の連携を計画で位置付ける／漁業者の声を聞いて計画策定 （漁業と観光の連携促進協議会での例）

- ・鳥羽市では、漁協、観光協会と三者の連携により「鳥羽市 漁業と観光の連携促進計画」を策定し、その計画に基づいた中長期的な漁業と観光の連携事業の実施による地域再生を進めています。鳥羽市を訪れる多くの観光客の目的は、鳥羽で獲れる美味しい海の幸であり、「漁業の進展なくして観光業の進展なし」との考えの下、それまで接点の少なかった漁業と観光がタッグを組むことになりました。
- ・策定にあたっては、鳥羽市内 15 の漁協支所単位で地元漁師約 100 人の声を聞いています。漁業者が求める所得向上などの課題に対して、観光により解決できるプロジェクトを計画に位置付けるなど、漁業者と一体となり計画の策定に取り組んだこと、計画策定の段階で各主体の役割分担を行っていることが、その後の活発な事業展開に大いに役立っています。

## 《ターゲットの設定・マーケティングの実施例》

### 9 企業・教育機関をターゲット（株式会社ゲイト※須賀利渚泊推進協議会での例）

- ・不特定多数が訪れる交流のあり方ではなく、企業のサテライトオフィスや新たなビジネス実証の場、教育機関のフィールドワークの場として、地域に関係人口を呼び込むことを目指しています。これまでも、デザイナーや大学を地域に呼び、村を残すにはどうしたら良いか、地域の方を交えて話し合いました。

### 10 ミドル～ハイエンド層をターゲット（宗像鯨の会での例）

- ・収益性を確保するために、国内の年収 1,000 万円程度の層を想定し、ツアー造成を行っています。宗像国際環境会議に参画している大企業等やそこからの紹介、口コミでの集客を推進しています。
- ・同価格帯でのインバウンド誘客も想定。世界遺産宗像大社を中心とした神道のプログラムの主たるターゲットは外国人としています。
- ・料金設定は参画事業者の適正な収益を考慮して設定しています。宿代、コーディネーター料の一部は、海を守るための寄付としています。

### 11 漁業や地域活動などでのつながりを交流に活かす （歯舞漁業協同組合での例）

- ・歯舞漁協では、47 都道府県にある北方領土返還県民会議との連携により、交流事業の受入れを行っています。各都道府県から高校生を受入、歯舞地区から望む北方領土、その海域でのコンブ漁や、漁家民泊の受入れを行っています。
- ・漁協が従来から関係を持つ組織との連携により誘客を行うことは、地域の漁業や水産物の理解促進にとって有効な手法です。

### 12 マーケティングデータに基づくターゲットの設定 （一般社団法人気仙沼地域戦略での例）

- ・マーケティングデータに基づいたターゲット設定を徹底しています。連携する市内の宿泊施設の客室稼働率を調査し、月次の宿泊者データをモニタリングしています。14 軒の宿泊施設を対象（約 60 軒中）とすることで、市内の宿泊延数の 8 割をカバーし、物販についても事業者のレジ情報から、日次の売上データを把握。市内の売り上げとして、市の産業部長と毎日共有しています。また、海の市での来訪者アンケート調査も実施しています。
- ・客観的なデータかどうか重要です。これまでは肌感覚で動くことが多く、客観性に乏しかったものを、根拠となるデータに基づいて動くことで、自分たちが考える取り組みの根拠が得られ、合意が取りやすくなっています。

### 13 顧客情報の収集（一般社団法人気仙沼地域戦略での例）

- ・顧客情報の収集にあたり、地域内の消費に活用できるポイントシステムである気仙沼クルーカードの取り組みが有効でした。
- ・クルーカードは、復興支援員や観光客、地元出身者などの顧客情報（関係人口）の一元化を図り、地元商店の地域消費額の把握、販売促進を行う仕組みです。

◇気仙沼 Crew Card（クルーカード）

○会員数：2万7千人 ○加盟店：130店舗 ○売上：約6億円（2019年）

- ・顧客データベースの獲得
- ・顧客の行動履歴を見ることができる
- ・地域内外でためたポイントで地域消費を拡大できる
- ・ダイレクトマーケティングを実施できる

- ・4年間の事業推進で会員や加盟店が集まり、地域の顧客データの活用が可能になりました。これらのデータを基に、ターゲット設定、効果検証が可能になる。クルーカードメンバーへの情報提供の直接的な効果が測定でき、テスト&ランとして進めています。

### 14 コロナ禍にてマーケティングデータの強みを発揮（一般社団法人気仙沼地域戦略での例）

- ・新型コロナウイルスの発症が日本で確認され、緊急事態宣言発令から、飲食の売上が大きく減少したことを日次データで把握していました。その後、テイクアウト気仙沼を1週間で企画から実行まで持っていきました。このスピード感が武器です。
- ・宿泊客の属性データから、37.5%が県内客であることを確認。当面は県内客をターゲットにするとの方針で、仙台からの集客に集中して対策を進めています。
- ・また、ニーズの高い商品を作ること、その商品を訴求することに注力しています。仙台・宮城圏からの来訪目的データから、旬なグルメと自然・景観を楽しむことのニーズが大きいことを確認し、食べたいものは旬の寿司、海鮮丼、カツオの刺身という結果から、カツオを前面に出したプロモーションを実施しました。（他属性のニーズでは異なるニーズであったが、仙台・宮城圏からの来訪者のニーズに特化）さらに、どこに行きたいかのデータから、気仙沼大橋、内湾地区の商業施設を確認。気仙沼夏旅コースとしてこのニーズにあわせたマップを制作しています。体験したいプログラムのニーズから、ダイニングアウト、クルージングのプレミアム体験も造成しています。
- ・客観的なデータをもとにすることで、地域のスムーズな合意形成が可能です。
- ・結果、昨年比、飲食が96%、物販は112%、宿泊92%と回復し、エリア別にみて、仙台からの来訪者からの売り上げが114%との結果が出ています。
- ・個店のマーケティングは各事業者が実施していますが、地域で連携して推進する場合に顧客情報がデータ化できていることは大きな強みです。

## ② 取り組みメンバーを集める／推進体制をつくる

現場での実施例をもとに交流の進め方のポイントを整理します。

### 《実働するメンバーによる組織構成》

#### 1 小回りの利く組織体制をつくる（宗像鯨の会の例）

- ・鯨の会は地域の同級生を中心に組織化。地元漁師、飲食業、水産加工業、海女さんなどが連携し、宗像の海の環境を守り、魚食の拡大を目指した取り組みを推進しています。
- ・食、宿泊、体験の受け皿となるのは、民間の飲食店や宿泊業が中心となり、漁協、地域の漁業者も当会の活動に参加、情報提供しやすい関係を築いています。
- ・中核法人として交流事業だけで生計を立てる組織は立てていません。事業推進にあたって合意形成を必要とする組織構成ではなく、飲食・加工・体験など現場での事業主体になる方々が主導し（ツアー商品の販売は宿泊施設や飲食店が実施するなど）、そこに全体をコーディネートする人がいる形で進めています。

#### 2 漁師民宿経営者を中心に会社を立ち上げ

##### （株式会社まちづくり小浜(内外海地区活性化プロジェクト推進協議会)での例）

- ・志積集落での民宿、レストランの運営を担う新たな会社を、地元漁師民宿を営む方を中心に立ち上げました。経営管理や調理を地域おこし協力隊が社員としてサポートしています。行政および地域 DMO である株式会社まちづくり小浜も事業推進をバックアップしています。

#### 3 関係者による協議会から実行部隊をつくる

##### （利尻地区地域水産業再生委員会での例）

- ・利尻島での渚泊の取り組みにおいては、利尻地区地域水産業再生委員会が実施主体となり取り組みを進める中で、実行部隊として漁業者による組織である NORTH FLAGGERS(ノースフラッグーズ)を結成しています。これまで島の漁師は、消費者と触れ合う機会がありませんでしたが、ノースフラッグーズでは漁師自らが島の漁業、水産物を発信する取り組みや、ウニ種苗生産センターのガイドなど水産と観光を結びつける活動、新規就業者の募集とサポートも実施しています。
- ・漁協の4か所の各支所の若手漁業者の中から、新しいことにチャレンジしたいという方を集め、漁協と行政が支援として参画しています。事務局は島にある中間支援団体が担っています。

#### 4 地域の若い人材、Iターン・Uターン者の活用

##### （一般社団法人気仙沼地域戦略での例）

- ・震災復興の取り組みの成果として、地域に若い人材が居ます。Iターン、Uターンで移住した大学生、若い方も多い状況です。近年、唐桑半島へのペンターン（ペニンシュラ（半島の意）へのUIターン者）も話題になっています。
- ・事業に積極的に参画している水産業、関連事業者の若い後継者の存在が大きな役割を果たし、新しいことへのチャレンジを彼らが牽引しています。

## 《サポート人材との連携》

### 5 ゆるやかなつながりをつくること／事業をサポートする人材が重要 (NPO かまえブルーツーリズム研究会での例)

- ・NPO かまえブルーツーリズム研究会は、交流を受け入れる地域の住民・事業者が構成員。ゆるやかなつながりをつくる組織として、地域内外の関係団体との連携や来訪者に対しての窓口を担います。NPO は会費徴収をしません。各体験プログラム提供者は、ゆるやかなつながりの中で、各々事業としてプログラム運営を行います。
- ・地域の漁業・水産業、アウトドア事業者や宿泊業など地域の生業を担う方々がプレーヤーとなり交流事業を進めてきた中で、事務局的功能となり地域内外の調整、活動資金確保などをサポートする人材の役割も重要です。

### 6 アドバイザーの存在により事業の広がりが生まれている (利尻地区地域水産業再生委員会での例)

- ・利尻地区地域水産業再生委員会およびその実行部隊であるノースフラッグーズの取り組みには、アドバイザーとして、いくつかの組織が連携しています。ノースフラッグーズに先立ち、宮城県で震災後立ち上げた若手漁業者や飲食、デザイン、IT 技術者などによる事業者や、全国の離島の活性化を行う事業者などが、アドバイザーとして参画し、地域での事業企画や運営支援を担っています。
- ・彼らのネットワークにより、商品の販路や交流事業の展開、メディアへの発信などが進んでいます。

## 《地域での協議組織、DMO 構築の例》

### 7 DMO 組織の構築、既存団体の役割分担を整理 (一般社団法人気仙沼地域戦略での例)

- ・DMO 設立にあたり、既存の各観光協会との関係、役割の整理を行っています。また、市、観光協会、リアスプラットフォーム、商工会議所で役割の重複があったものを整理しています。例えば、HP、パンフレットは気仙沼全体としての内容に統一。地域戦略の HP の中で、事業 (HP のタブ) 毎に各者役割分担を実施しています。
- ・DMO として地域戦略と気仙沼観光推進機構、DMC (実働部隊となる組織) としての地域の事業者 (クルーカード加盟店) の構図を明確化し地域経営の仕組みを構築しています。

### 8 地域の方が集まる協議会の場が重要 (株式会社ゲイト※須賀利渚泊推進協議会での例)

- ・渚泊を契機に協議会を作ったことで、多様な主体が顔を合わせ、須賀利の未来について話す機会が生まれました。事業としては非収益部門ですが、次の種を撒くための取り組みと位置付け、仲間づくりの契機となっています。

### 9 漁協が主導する取り組みに、異業種を取り込み (田尻漁業協同組合での例)

- ・漁協での多角的な交流の取り組みに際し、商業者、農業者や宿泊施設、町行政、鉄道会社が連携参画し事業を推進しています。日曜朝市の出店者には地域の物販・飲食店や農家も参入、鉄道会社や宿泊施設と連携したイベントも実施しています。

## 10 地域の多様な事業者の参画（一般社団法人家島観光事業組合での例）

- ・観光業、漁業、砕石業等の各事業者が行政と一体となり、家島諸島の観光での活性化を促進しています。
- ・大手旅行会社との継続的な連携により、国などの事業の活用やコンテンツ造成、集客の推進を図ることができています。

## ≪漁業と観光・行政・多業種との連携の例≫

### 11 漁協が主導することで、漁業者や域内の関係者との調整が円滑化（歯舞漁業協同組合、魚津漁業協同組合での例）

- ・漁業者個人やグループでの取り組みに比べ、漁協が取り組みを行うことのメリットは、マンパワーとして運営体制が組みやすいことが挙げられます。特に、比較的規模の大きい漁協においては、職員による窓口体制を持つことができます。
- ・また、漁業者や関係団体との連携に係る調整においても、漁協が主導することで、地域の漁業振興・地域振興としての取り組みであるという大義が立ちやすく、有利です。

### 12 漁協と町との連携（田尻漁業協同組合での例）

- ・田尻町唯一の漁協であることから、町行政との協力関係はつくりやすいです。町の観光の核が田尻漁港であることから、漁協は町の観光振興には全面的に協力しています。

### 13 漁協の取り組みをサポートする団体との連携が有効（太地町漁業協同組合での例）

- ・太地町での交流事業においては、町が計画を立案、漁協が事業を推進していくという役割分担で進めています。加えて、取り組みの計画策定から事業化支援を継続的に行う民間会社との連携がポイントになっています。渚泊においても事業の全体統括支援から、企画・プログラムの検討、集客の支援など、町、漁協と役割分担しています。
- ・また、太地町では、人材研修を全国的に行う民間企業との包括連携協定のもとで、ワーケーションの取り組みを始めました。くじら文化を背景とした太地の環境を活用した企業研修を当地で受け入れることに取り組んでいます。

### 14 漁業と観光、行政のタッグ（漁業と観光の連携促進協議会での例）

- ・「鳥羽市 漁業と観光の連携促進計画」実行にあたり、鳥羽市行政、漁協、観光協会の三者がタッグを組んでいます。
- ・観光協会が事務局として三者をつなぐ役割、行政は農水商工部門および観光部門が関わり、事業予算の獲得により協議会への補助金拠出など、漁協は各事業の推進にあたっての漁業者の調整を担っています。

### 15 意欲ある地域の個人との連携（魚津漁業協同組合での例）

- ・漁村地域での交流事業実施にあたり、漁業特有の制約として、漁業体験だけでは冬場の時化で漁業体験が催行できないことや、漁期による繁閑による対応の難しさが生じることから、魚津漁協では農業・林業分野との連携を進めています。
- ・漁協と農家や林家との個人的つながりから、田植え体験や、農村部での味噌づくりなどの体験を渚泊コンテンツとして取り込んでいます。イベントでの出店で出会う魚津の農家や林家に声がけをし、想いを共有できる方との関係をつくりながら、コンテンツとしての連携を進めています。

### ③ 考えを実践する／継続を意識する／地域の問題解決に取り組む

現場での実施例をもとに交流の進め方のポイントを整理します。

#### 《実践から成果や次への課題を見出す》

##### 1 実践を重視、ひとつずつ成果をつくる（宗像鯨の会での例）

- ・民間として小回りが利く体制の下で、事業計画を練ることよりも、様々な事業を活用しながら、地元の方々と一緒に、ものごとを動かしていくことの方を重要視してきました。公的資金の受け皿の機能も組織が担い、民間として小回りが利く事業を展開、漁師にお金が落ちることを意識・検討しています。

##### 2 漁港の施設を交流に対応できるように配慮する（歯舞漁業協同組合での例）

- ・歯舞漁協では、防波堤の耐津波対策、岸壁に接続する道路の液状化対策を行っています。また、高度衛生管理型市場と連携して、衛生管理対策の強化、流通の効率化を図る屋根付き岸壁、人口地盤の整備を行っています。
- ・これらの整備にあたっては、交流事業により来訪者が市場見学や漁協の食堂活用を行うことを想定した整備を行っています。施設整備のタイミングで、受け入れやすい環境をつくることも、重要なポイントの一つです。

##### 3 取り組み実行の効果を体感することで事業が進められる（漁業と観光の連携促進協議会での例）

- ・鳥羽市での漁業と観光の連携計画は、計画策定の段階で漁業者の声を聞くことや、取り組む実践内容の情報共有と役割分担を徹底したことで、実行力を担保しています。
- ・取り組みの効果は少しずつ現れています。サワラのブランド化においては、漁業者からの魚価低迷の問題意識を受けて発案した事業であり、漁業者の意見がカタチになり、成果を上げている例です。
- ・また、これら成果を上げる中で、漁業者や水産関係者だけでは充分にできなかった広報活動が、旅館・ホテルや観光協会の力で効果を生んでいることから、連携が形になってきているとの感触も得ています。今後さらに新たな取り組みを考えていくところです。

## 《継続を意識する》

### 4 背伸びすることなく受け入れる（魚津漁業協同組合での例）

- ・漁協として宿の経営を行うことには、集客やお客様の満足度を得られるかという点で不安でしたが、予想に反してお客様から選ばれています。限られた漁業体験のコンテンツのみでの受入でしたが、お客様は満足してくれています。20～30代の若者グループや家族、外国からの来訪もあります。
- ・そこからの気づきとして、「背伸びすることなく」受け入れることの大切さです。当地へ訪れるお客様は、地域のあるがままを体験して、おいしい魚を食べることで満足してもらえたことでした。レンタサイクルで港を散策し、釣り竿を持って岩壁で釣りをして過ごすなど、自由に遊んでくれています。
- ・魚津漁協での交流事業は、経営の核となる量的な効果を狙うのではなく、質的な効果として地域の美味しい魚に気づいてもらうことが本質であるとの考えから、適正な規模で続けていきます。

### 5 取り組みを継続することで顧客を獲得 （一般社団法人家島観光事業組合での例）

- ・事業戦略を作成し、国等による財政面での支援を得ながら取り組みを継続、ステップアップしています。取り組み内容がメディアに取り上げられることが多く、爆発的ではありませんが、じわりと顧客がついてきています。

## 《地域の問題解決を意識する》

### 6 現場の課題に臨機応変に対応する（田尻漁業協同組合での例）

- ・当初から現在の姿をイメージして計画づくりをしているわけではありません。ただし、漁獲減少、魚価低迷や漁場環境の変化への対応のために、これまでの系統流通から直売流通への転換を組合自ら行うなど、都度の対応が功を奏しています。水上バイクの運行が地域で問題となっていた際には、水上バイクの艇庫を整備し、利用料を徴収する仕組みを構築。水上バイク愛好家側も自主ルールを設定し、漁業と海上レジャーの共存をはかることにつなげています。

## 3 新たな交流のかたち

○新型コロナウイルス感染症拡大の影響もあり、全国的に観光推進や地域づくりにおいて新しい取り組みの推進が進められています。

○漁港漁村での取り組みとして既に実施されている事例や今後の可能性について、以下に整理します。

・地域の特徴を生かした体験コンテンツづくりやサービスづくり

(1) 安全・安心のニーズに対応したコンテンツ

(2) マイクロツーリズム

(3) ワークেশョン

(4) バーチャルツアー

・漁村地域への移住・定住の取り組み

### (1) 安全・安心のニーズに対応したコンテンツ

今般の感染症への対策への意識の高まりから、安全で安心して体験できるコンテンツが求められています。台風や地震、事故に対する安全管理についても引き続き取り組むことが重要です。

・山形県酒田市飛島では、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を低減するコンテンツとして、デイキャンプの企画に取り組んでいます。感染リスクの低い屋外での体験として、キャンプ場の無い島での日帰りキャンプ体験です。

・山形県鶴岡市鼠ヶ関地区では、屋外で完結できる内容として、観察地曳網のコンテンツを開発しています。観察プールは2か所設置し、密集させないこと、サステイナブルを意識し、網に入った魚はリリースすることを取り決めています。地域の魚種は豊富でアオリイカやタコ、マダイ、クロダイが入ることもあります。地元の放課後子ども教室でテスト実施を行い、網の目の大きさなどの改良テストを加え、コロナ禍においても、教育旅行や地域の行事として令和2年度は9回実施しています。



地曳網体験。屋外でのコンテンツのニーズが高まっています

## (2) マイクロツーリズム

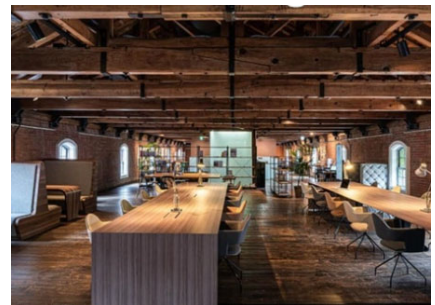
飛行機や新幹線などを使った長距離旅行ではなく、地元の方が近場で旅を楽しむ近隣地域滞在型旅行（マイクロツーリズム）が注目されています。改めて地域の魅力を再発見してもらえるような提案をすることで、新たなファン層の拡大が期待できます。

- ・新型コロナウイルスの流行によって、都道府県をまたぐ移動の自粛要請や、3密の回避など感染予防への意識の高まるなか、マイクロツーリズムの考え方が広がり、近距離、圏域内の宿泊旅行を選択する旅行者が増えました。
- ・安全・安心に過ごせる地域内観光は、混雑や密を低減させることでウイルス拡散のリスクを減らしながら、地域の魅力再発見してもらえるような提案をすることで、新たなファン層の拡大が期待できます。

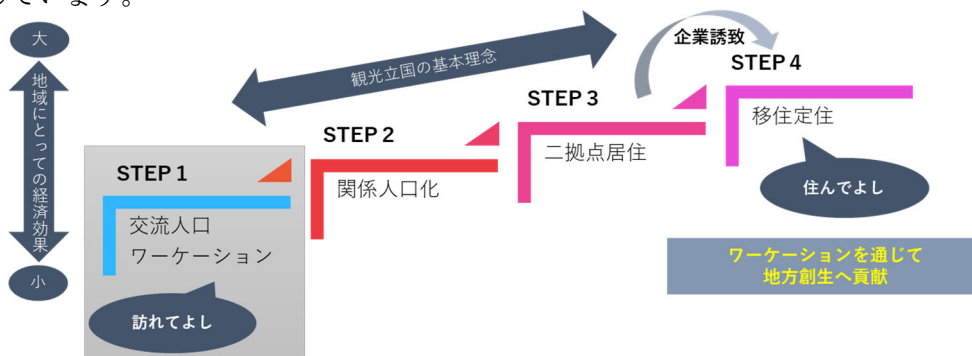
## (3) ワークेशन

新型コロナウイルス感染症の流行やテレワーク等による働き方の多様化を踏まえ、リゾート地・温泉地等で余暇を楽しみつつ仕事を行う旅行スタイルが注目されています。地域と企業との連携や、地域のファンとの継続的なつながりをつくり、関係人口の増加や移住・定住につながることを期待できます。

- ・三重県尾鷲市須賀利地区では、企業の研修フィールドとして地域を活かす取り組みを進めています。海、山の環境を活かして、自給自足できる環境に、ネット環境を整えることで、ワークेशनの実施にもつながります。企業や学校の研修やワークेशनでの誘致を通じて関係人口を生み出そうという内容です。
- ・また、和歌山県太地町では、人材研修を全国的に行う一般社団法人との包括協定のもとで、ワークेशनの取り組みを始めました。くじら文化を背景とした太地の環境を活用した企業研修を当地で受け入れることに取り組んでいます。



テレワークで利用できる coworking スペースは、各地につくられています



交流人口としてのワークेशनから、関係人口や移住定住に展開することも考えられます。  
JTB 株式会社提供資料より抜粋

## (4) バーチャルツアー

近年、観光の分野においてもデジタル技術の導入が推進・検討されています。観光業がバーチャルツアーを取り入れることは、最小限の負担でサービスを提供することを可能とし、人材管理の面でも余裕を生むことに加え、デジタル技術と観光資源の掛け合わせによる相乗効果による、これまでにない観光の実現が期待されています。

- ・昨今の新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う海外への渡航制限や、都道府県をまたぐ移動の自粛要請などの動きを背景に、オンライン観光の普及など観光における新たな体験価値の提供がこれまで以上に求められています。
- ・大分県佐伯市蒲江地区においては、バーチャル釣り市の事業を模索中です。港の市場でトロ箱一杯の魚を見せながら、リモートでの参加者が釣り落とす形を考えています。
- ・北海道利尻町では、オンラインでの食育の授業を、札幌市の学校と連携し、授業に組み込んでもらう形で実施しています。高校生のオンライン授業は既に実施しており、今後の漁業インターンにつなげたいという目論見を持っています。



現場にいなくても仮想体験できる  
バーチャルツアー（イメージ）

## 4 持続可能な地域づくりに向けて

○これからは、「持続可能」が重要なキーワードになります。国連が示すSDGs（持続可能な開発目標）は、2030年までにやるべき17の目標として、持続可能な開発の社会、経済、環境の側面でのバランスのとれた取り組みを提示しており、それに関連する観光の考え方として国連世界観光機関が持続可能な観光（サステナブルツーリズム）の重要性を提起しています。そこでは、「現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮し、観光客、業界、環境、受入コミュニティのニーズに対応する観光」の必要性をうたっています。

○漁港漁村における交流においても、地域の漁業・水産業を中心とした地域の経済活動を持続すること、漁獲を維持するために海・山・川・まちの環境を守り、生業としての漁業・水産業の支えてきた地域の生活・歴史・文化を守ることが重要です。それがひいては、漁業・水産業の他、地域の産業の価値を高め、環境や生活・歴史・文化それ自体の価値を高めることとなり、そのことで地域が持続することにつながります。

### (1) 社会経済の持続可能性

基幹産業としての漁業・水産業を維持・振興する視点として、交流により地域の水産物の適正な価格での販売、周辺産業への収益につなげる取り組みが行われています。

#### ①直売等による地域内消費

- ・まず、地域経済への貢献としては水産物の地産地消が挙げられます。大阪府田尻漁協での日曜朝市は、漁業者直売が定着している例です。地元の一般客や周辺からの来訪者、観光客の他、飲食店の方の買い付けも多く、まさに地域の台所として機能しています。コロナ禍においても集客は大きく減ることがなく、有事にも対応できる販路であることが実証されたと考えられます。
- ・地産地消については、漁業と観光の連携の計画を立てるにあたり、ホテルや旅館、飲食店での地域水産物の域内調達の状況を確認することで、事業推進にあたっての進捗管理指標としても重要なデータとなります。



直売市のイメージ

## ②地域の事業者への波及

- ・宮城県気仙沼市では、気仙沼クルーカードの仕組みによって得られたデータを活用し、緊急事態宣言発令から1週間後に、テイクアウトやデリバリーにより外食自粛による売上の減少に対抗するテイクアウト気仙沼を立ち上げ、コロナ緊急時の支援を行うことができています。
- ・また、仙台・宮城圏からの来訪目的データから示されたニーズをふまえ、旬の寿司、海鮮丼、カツオの刺身など、カツオを前面に出したプロモーションを実施しました。さらに、体験したいプログラムのニーズから、ダイニングアウト、クルージングのプレミアム体験を造成しています。
- ・結果、宿泊、飲食事業者の昨年比は100%に近く、コロナ禍での経営支援、地域経済への当取り組み効果が確認された形となっています。

## ③応援消費・エシカル消費

- ・気仙沼の取り組みは、地域内の事業者を応援する「応援消費」や、消費者が自らの購買が地域や環境に及ぼす影響に配慮して消費行動をとる「エシカル消費」を促す良い事例です。
- ・応援消費やエシカル消費の理念に基づく消費者のニーズの高さと満足度の高さに着目し、消費還元が顧客自身だけではなく、地域に対してなされることについて、わかりやすく伝えることで、消費意欲の高まりが検証されました。
- ・今回コロナ禍において、消費で地元を応援するとのキャンペーンは好評により、クルーシップ加盟店での消費で売上の3%が加盟店に還元され、顧客自身のクルーポイントも3倍になりました。

## ⑥ 漁業・水産業での利益を地域へ還元

- ・和歌山県太地町、太地町漁協では漁業での収益に加えて、漁協でのスーパーマーケットの経営、シーカヤックなどのアクティビティ、道の駅の経営などに取り組んでいます。これらでの収益は「くじらの恵みを全町民に」という町のスローガンのもと地域へ還元するとの考えに則って、町の奨学金事業、地域の学校や神社への寄進などを行っています。

## ⑤漁業と海上レクリエーションの共存

- ・田尻漁協では、レジャーボート利用のフィッシャリーナ事業やジェットスキー愛好家との連携による艇庫の提供サービスが展開されています。海のレジャーを排除することではなく、共存共栄を図る事業により、収益性を生む仕組みづくりが実現しています。

## ⑥漁業およびその周辺産業の産業としての価値向上に貢献

- ・宮城県気仙沼市では、水産業を核とした観光の取り組みにおいて、魚の流通を支える製氷や製函、漁具屋といった、漁業に欠かせない関連事業者の仕事を見学体験できるコンテンツで地域内外からお客様を集めています。漁業の水揚げ現場や水産加工場にとどまらず、漁業の周辺を支える仕事を積極的にメニューに取り入れていることで、主幹産業とそれを取り巻く地域の人々の関係性で地域産業が成り立っていることを学べます。また、普段口にしていない物が食卓に届くまでの過程で、多様な事業者が関わっていることを知り、漁業の面白さ・やりがいに触れることができます。
- ・その結果として、地域への理解が深まり、関係事業者への関心、地元の高校生の就職先としての関心が高まるなど、地域産業の魅力創出や地域での雇用者確保の面で効果が現れています。



製氷業の現場体験

## (2) 文化的持続可能性

地域の生活や歴史・文化を守る視点として、交流によりこれらの価値を正しく認識し、守り、活かす取り組みが行われています。

### ① 漁撈文化を支える基金

- ・鳥羽市は日本一海女の多いまち、約 500 人が海女漁を行っています。「鳥羽志摩の海女漁の技術」は国の重要無形文化財に指定され、「海女 (Ama) に出逢えるまち鳥羽・志摩」は日本遺産にも登録されています。
- ・今後も海女文化の継承、海女の所得拡大、後継者育成を図るための仕組みをつくります。市内の旅館とのコラボレーションによるインターネット販売の宿泊商品「海女さん応援プラン」を利用した観光客の宿泊料金から、1%を積み立てて、アワビの稚貝放流を行っています。

### ② 先人の苦労を伝えるプログラム

- ・歯舞漁協では、北方領土の歯舞群島・貝殻島周辺でのコンブ漁を題材に領土問題、先人たちの苦労によって実現している現在の漁業について発信する取り組みを始めています。当漁協の地先にある好漁場の貝殻島が、第2次世界大戦後に旧ソ連に実効支配されたこと、相次いだ漁民の拿捕事件、1963年にソ連側に採取料を払って操業する民間協定を結んでコンブ漁が再開したことなどを伝える取り組みです。
- ・漁協のコンブ倉庫などを見学した後、漁の歴史や役割などを説明します。これまで市内の小中学校を計6回受け入れており、同漁協は「地元の子たちにこそ、貝殻島コンブ漁について知ってほしい」との思いで取り組みを進めています。

### ① 観光ボランティアによる歴史・文化の継承

- ・田尻町での観光ボランティアでは、漁港での海や漁業に関するガイドを行っています。漁協や漁業者との協働により、地域の歴史を掘り下げ、ガイドのスキルアップに取り組んでいます。

### ② 空き家の活用

- ・三重県尾鷲市須賀利地区では、地域での交流の受入れに空き家を活用しています。漁業参入にあたって従業員の住居や来訪者のゲストハウス、企業や学校からの来訪者用の研修・滞在場所など、地域の活力を生む拠点として活用されています。

### ⑤ かつての地域の姿を残す活動

- ・三重県尾鷲市須賀利地区では、協議会での議論の中で、地域の方々が昔の写真や動画を掘り起こし、地域の文化を再発見する契機をつくりました。これらの取り組みが地域を動かし、かつてのお祭りを復活しました。



かつての暮らし・文化を継承  
(地域のお祭りイメージ)

## (3) 地域の自然環境の持続可能性

地域の海や山、川などの自然環境を「守る・伝える・活かす」活動を、交流を通じて実現する取り組みが行われています。

### ① 自然資源の活用

- ・ 歯舞漁協では、地先に生息する海鳥が、世界的に見ても貴重であるということから漁船による海鳥観察のクルーズを組合の事業として実施しています。この取り組みの結果、海域環境の保全に関して、漁業者の意識の変革も見られています。
- ・ 家島では、国立公園と連携した環境理解の取り組みとして、ヒメボタル観察会を実施。
- ・ 大阪府の田尻においても海域・河川環境改善の取り組みがなされています。

### ③ 景観美化と海洋ごみ問題へのアクション

- ・ 気仙沼市唐桑では、オルレコース（トレッキングコース）の景観の美化と海洋ごみ問題に対するアクションとして、オルレコースにもなっている浜辺や遊歩道のごみ拾いを行う「クリーンオルレ」を実施しています。
- ・ とびしま渚泊協議会では、自然環境の保護活動として、漂着ゴミをひろうツアーを実施しています。地域課題解決ツアーとして、興味がある方、意識の高い方、学生さんや社員も参加してくれています。

### ③ 地域の環境改善

- ・ 田尻漁協では、河川の環境改善に、漁協自ら対策に取り組んでいます。
- ・ 魚津漁協では、渚泊で訪れるお客様がサイクリングで港を走る姿が見られるようになりました。外部の目があると、きれいにしたいという意識が生まれ、地域の清掃活動を行うようになっていくようです。
- ・ 利尻町においては、漁業者が山の環境づくりに取り組んでいます。山の雪解け水が30年かけて海に流れ、そのミネラルがコンブ、ウニの豊かな漁場をつくることを交流を通じて発信しています。



景観美化と海洋ごみ問題へのアクション  
(海岸清掃イメージ)

### ④ 環境改善への資金確保

- ・ 宗像鯨の会では、高単価のツアー造成に取り組んでいます。世界遺産宗像大社を中心とした神道のプログラムや海女の維持につながる内容をコンテンツとしています。料金設定は参画事業者の適正な収益を考慮しています。宿代、コーディネート料の一部は、海を守るための寄付としています。



環境改善への資金確保のための祭事 (イメージ)

## 5 おわりに

各地で、それぞれの地域の資源の価値を生かした交流により経済的な活性化や社会的な効果が得られています。本構想で示しました事例を参考に、これからも新しい取り組みが生まれることを期待します。

### 《本構想作成にあたり参考にした事例一覧》

事例地区	市町村・地区	掲載ページ
NPO かまえブルーツーリズム研究会	大分県佐伯市	13, 14, 15, 37, 42, 48
株式会社ゲイト (須賀利渚泊推進協議会)	三重県尾鷲市須賀利地区	4, 13, 16, 17, 37, 39, 42, 47, 52
宗像鯨の会	福岡県宗像市	13, 17, 18, 39, 41, 44, 53
歯舞漁業協同組合	北海道根室市歯舞地区	4, 19, 20, 21, 37, 39, 43, 44, 52, 53
魚津漁業協同組合	富山県魚津市	3, 19, 22, 23, 38, 43, 45, 53
田尻漁業協同組合	大阪府田尻町	3, 4, 19, 24, 25, 42, 43, 45, 49, 50, 52, 53
太地町漁業協同組合	和歌山県太地町	19, 26, 27, 37, 43, 50
利尻地区地域水産業再生委員会	北海道利尻町、利尻富士町	28, 29, 30, 38, 41, 42, 48, 53
一般社団法人気仙沼地域戦略	宮城県気仙沼市	4, 28, 31, 32, 39, 40, 41, 42, 50, 51, 53
一般社団法人家島観光事業組合 (家島諸島都市漁村交流推進協議会)	兵庫県姫路市	28, 33, 43, 45, 53
漁業と観光の連携促進協議会	三重県鳥羽市	28, 34, 38, 43, 44, 52
株式会社まちづくり小浜 (内外海地区活性化プロジェクト推進協議会)	福井県小浜市	28, 35, 38, 41
とびしま渚泊協議会 (合同会社とびしま)	山形県酒田市飛島	46, 53
鼠ヶ関地域協議会「蓬菜塾」	山形県鶴岡市	46

漁港漁村における交流の推進に向けた基本構想  
令和3年7月

発行 水産庁漁港漁場整備部防災漁村課