

特定有人国境離島地域の地域社会の維持の施策推進に関する

分科会委員の提案

特定有人国境離島地域における観光振興の方策について

矢ヶ崎 紀子

(目的)

特定有人国境離島をデスティネーション（観光目的地）として国内外に認知させ、観光消費によって地域活性化を実現する。

(基本認識)

- ・ 観光振興の取組み経験に乏しい離島が多く、受入れのコンテンツ（ストーリー性があり訴求するもの）の開発と磨き上げ、交通アクセス、受入れ環境整備、人材育成など多様な課題が存在する。特に、離島に十分な観光消費が投下されるよう、飲食や宿泊施設の拡充は喫緊の課題である。
- ・ 日本人の連続した休暇は短く、また、休曜日数全体を旅行に使わない人が多いため、日本人観光客は比較的アクセスのよい特定有人国境離島のメインターゲットになる。一方、移動時間がかかる特定有人国境離島については、日本文化への関心が高く滞在日数が多い欧米豪の訪日外国人旅行者、および、工夫次第では往復の移動時間を活用できる企業研修や教育旅行もターゲットにしてはどうか。
- ・ 昨今、島への旅は、女性の間で好感度よく、実際の旅行実施に至るまでもう一押しのような印象を持っている。女性の間で、離島旅行へのファネル（Dream→Search→Plan→Shop→Buy→Travel→Share）を進めるような取組みが必要。
- ・ 観光を離島の基幹産業の一つとするためには、国がこれらの課題を全体的に底上げしていく方法よりは、いくつかの成功事例が他の離島の取組みを牽引していくやり方がよい。

(提案)

1. 島旅研究会

- ・ 特定有人国境離島の地域づくりのリーダーを集めた実践的な勉強会（定期開催）を立ち上げる。大都市での開催とし、旅費や講演料等は国の支援。
- ・ 参加者には、観光振興の基礎力養成、最新動向の把握、観光産業界との人脈づくり、地場製品の加工・販路における人脈づくりをしてもらう。
- ・ 大都市の大学等で離島について講義をしてもらい、大学生の離島への関心の喚起、あるいは、ゼミ合宿・旅行の誘致につなげる。
- ・ イメージは、温泉まちづくり研究会（事務局：JTBF）、山岳リゾート連合体「Mt.6～Best of Classic Mountain Resort」（民間組織）のように、共に育っていける実践的な研究会。

2. 島旅コンテンツ集中ブラッシュアップ作戦
 - ・ 既存の旅行商品を集中的にブラッシュアップする。
 - ・ 特定有人国境離島においてサプライヤー・ランドオペレーターの役割を果たしている人々に、観光資源の編集のしかた・ストーリーづくり、訴求力のある旅行商品企画等を研修してもらい、その上で、既存の旅行商品を取り扱っている事業者との交渉・商談会を実施。
3. 島ならではの宿泊体験づくり
 - ・ グランピング（グラマラス・キャンピング）の手法を活用し、島ならではの自然を堪能するアウトドア体験と、野外キャンプの不便さの克服を目指す。そこでできない体験を、島でのキャンプという場面を通じて実現する。
 - ・ 島の古民家、由緒ある建築物を再生し、宿泊施設に活用。古民家再生は、広島県尾道市の「尾道空き家再生プロジェクト」の手法を活用して、全国からのボランティア参加を募り、再生作業のプロセス自体を離島への誘客やファンづくりにつなげる。
 - ・ 宿泊施設のブランドを持つ事業者と特定有人国境離島のマッチングの機会を提供。離島への進出を検討してもらったり、離島から最も近いホテル・旅館の宿泊者にオプションツアー先として離島を紹介してもらうことも視野に入れる。
4. クルーズ船の誘致
 - ・ クルーズ客船の誘致が可能な特定有人国境離島を選定し、乗船客向けの半日ツアー等を企画してもらった上で、クルーズ会社等とマッチング。入港時の景色が素晴らしいと船長から上陸依頼があったという宇和島の例も参考になる。
5. 企業研修ニーズをとらえる
 - ・ メールや携帯電話の圏外エリアでの企業研修のニーズが出始めている。主にICT系企業の新人研修やチーム・ビルディング研修等に、廃村の古民家等が活用されている。特定有人国境離島への往復の移動時間も工夫次第では研修時間に活用することができるため、やる気のある特定有人国境離島の方々に企業研修の受入れプログラムの企画をしてもらい、企業とのマッチングを行う。
6. 教育旅行の促進
 - ・ 特定有人国境離島を有する都道府県に児童・生徒を対象とした教育旅行の行き先として特定有人国境離島を優先的に検討するよう義務付ける。
 - ・ 群馬県川場村にある「世田谷区民 健康村」のように、都市在住者向けの公的な保養施設を特定有人国境離島に設置し、島の人々が提供する島ならではの体験プログラムとあわせ、教育効果の高い家族旅行の機会を提供する。

7. 島旅女子部

- ・ 特定有人国境離島に縁や関心があり、発信力のある女性たちを集め、各々のチャンネルを通じて特定有人国境離島についての情報発信をしてもらう。島旅女子部がプロデュースする「特定有人国境離島を紹介するサイト」を立ち上げる。
- ・ 島旅研究会へのアドバイス、旅行商品造成へのアドバイスなど、各人が有する実践的な知識経験を活用させてもらう。

8. 特定有人国境離島への島旅コンテスト

- ・ 大学生対象の旅行提案のコンテスト。手法としては陳腐だが、大学生に特定有人国境離島について理解させるには定番の手法であり、また、ゼミの指導教官にとっても指導しやすい手法。大学では毎年学生が変わるので継続実施が望ましい。

9. カルチュラル・オリンピアードへの参加

- ・ 特定有人国境離島の文化を活用し、五輪開催国での実施が義務化されているカルチュラル・オリンピアード（文化プログラム）に参加することを支援。
- ・ 特定有人国境離島に縁や関心のあるアーティストやクリエイター等を募って応援団を組成し、やる気のある特定有人国境離島に派遣。

以上

地方創生戦略について

齊藤俊幸

1 概要

- ・ 地方創生推進交付金の助成割合の優遇の件
- ・ 長崎県対馬市の研究者人材の集積の件
- ・ 海外大学の誘致の件
- ・ 不在地主の土地の流動的活用の件
- ・ 航路事業者の経営改善促進策の件

2 本文

- ・ 地方創生推進交付金は 1/2 交付金、1/2 特別交付税となっているが、これでは過疎債の方が使い勝手がよいとの話がある。例えば、有人国境離島のみ 2/3 交付金、1/3 特別交付税とはならないか。これにより、最大 5 年間の長期的視野の中での展開が可能になる。
- ・ 長崎県対馬市では地域おこし協力隊を中心に博士課程を卒業した研究者人材が集積している。今後も研究者の集積を推進しシンガポール化の芽を育ててはどうか。
- ・ 地域おこし協力隊卒業生の川口幹子さんは北海道大学博士課程を卒業し、対馬市の地域おこし協力隊となり、卒業後、地元漁師の方と結婚。現在も活動が続けている。MIT は川口さんが隊員在任中に同期隊員（松野デザイナー）や移住者有志で立ち上げた法人で、まさに国境離島の中でも国境にもっとも近い限界集落に事務所を構えている。川口さんに共感して、内閣府の職員（退職時は国土交通省離島振興課勤務）が MIT の事務局長を、元・コンサルタントが MIT のマネージャーとして移住。その後もいろんな人財の移住のきっかけとなり、小さな集落で、博士人財が 5 名いる。昨年 4 月には、東大でニホンウナギの生態で博士号を取得した若者が MIT に就職し、「持続可能な水産業の実現」のため、MIT から独立して、「フラットアワー」という会社を同じ集落で立ち上げた。彼に共感して、九大でポスドクをしていた若者がやってきて、一緒に、ブルーツーリズムや漁業、環境教育、研究コーディネートに取り組んでいる。研究コーディネートは東大の海洋研からの委託で、現地でのデータ収集に取り組んでいる。
- ・ 海外大学の誘致を検討してみてもどうか。例えば、ミネルバ大学。世界七ヶ所を回って学ぶ大学であるが、その七ヶ所に新たに日本を加えることは可能ではないか。アジアからの留学生は離島のような彼らの原風景のあるところは喜ぶとのこと。
- ・ 大村湾にある田島、サイパンのマニャガハ島、ミクロネシアのジープ島では、無人島を事業者が購入しオリジナルツアー等の受入先として観光活用している。定住者

はないものの、定期的に人が訪れ、適切な管理がなされている事例として、国境離島地域の将来的な姿として参考になるのではないか。

- ・ 有人国境離島の継続的な利活用、また、有人国境離島の周辺にある無人島において観光等の産業づくりをするため、無人島の（無人島になることを見据えた）利活用を検討することが重要ではないか。そのためには、所有者不在の土地の流動的活用が必要で、有人国境離島地域で、実験的に土地活用を推進できないか。

現状の離島航路は、赤字分を国が支援し維持できる航路が多数ある。しかし、支援があるが故に、航路事業者の経営改善の努力が進まず、サービスが改善されないことが問題である。航路事業者の創意工夫が進み、従業員の待遇改善等に繋がるための、支援のあり方を検討できないか。

・

（第1回発言要旨）

（1） 島焼酎

ビールを蒸留すると麦焼酎、その焼酎を木樽に5年間入れるとウイスキー。日本の酒税は産地保護のため焼酎が安く、ウイスキーが高かった。このためまがい物の焼酎生産を防ぐため焼酎に色を付けることが禁止されてきた。しかし現在の酒税はどちらもアルコール度数従量制で同じ酒税。このため焼酎に色をつけてはいけないという法律は形骸化している。島でつくる焼酎のみ色を付ける規制緩和をしてはどうか。島焼酎！日本独自の酒文化を育てる。シングルモルト、シングルポテト！樽も内製化すると森林振興にも寄与できる。

（2） 米ブランド化

有人国境離島の島のいくつかには海洋深層水の取水場所がある。高知県本山町の土佐天空の郷米は西日本初、コシヒカリ以外初の日本一を取り30キロ2万円、農家時給2000円を実現した。この米は海洋深層水（にがり）を撒いている。海洋深層水が手に入り、水稻が盛んな離島は本山町に習い米ブランド化を目指してみてはどうか。

（3） 離島国際バカロレア連合

国境地帯であり、離島でのインターナショナルスクールの創設は可能性があるのではないか。広島県教育委員会は大崎上島に国際バカロレア校を創設する。ハードルが高いので離島国際バカロレア連合を創設し立地可能性を調査してみてはどうか。

（4） フードチェーンの構築

すべてパッケージデザインされた最終商品とは限らない。業務向け商品もある。都会で外食業者、小売業者へ向けた新たなフードチェーンの創設は可能性がある。オランダが実施した流通改革、グリーンナリーは参考になるのではないか。高知市の生サラダドレッシンググラッツェ・ミーレは参考になる。スーパーでの試食販売で販売 100 万本にまで伸ばした。

有人国境離島地域の地域社会の維持における交流の重要性について

海士町役場

隠岐島前高校魅力化コーディネーター

奥田麻依子

1 概要

人口減少社会において内需拡大だけでは雇用を生み出すことが困難な時代において、離島の活性化・地域社会の維持する上で、「交流」は重要なキーワードである。物理的に距離のある有人国境離島に人の流れを作ることは容易ではない中で、人を惹きつける魅力を地域ごとに見つけて磨いていかなければならない。各島がもっている特色はそれぞれであり、地域の魅力の活かし方にも多様な可能性がある。具体的には、従来の観光に留まらず、離島留学を始め、大学生の長期滞在（ゼミ合宿やインターンシップ）、企業研修の受け入れ等、様々な交流の可能性が考えられる。雇用機会拡充の一つとして観光が取り上げられているが、各島が交流に関連する内容で工夫を凝らした施策を実施する支援ができるかという点ではないか。

2 本文

海士町のヒット商品「島じゃ常識さざえカレー」や「ふくぎ茶」は、もともと地域にあった郷土料理を外からきた人が着目したことで、特産品化に取り組む事になった。これらの商品は現在も島に雇用を生み出している。地域の魅力を見つけ、磨くためにも交流によるよそ者の視点は重要である。海士町では、下記のような交流を生み出す仕組みを作ってきた。

・移住につながった交流事業「AMA ワゴン」

中学生向けの出前授業をしに来る外部講師と若者を東京でワゴンに載せ、島まで来て島体験をするというアウトリーチ型の交流事業を10年前に開始。この事業をきっかけに、海士町へのIターン者の流れが加速し、高校魅力化や起業などが進んでいった。

・食を通じて全国の離島の魅力を発信する「離島キッチン」

離島の食材を東京に届ける移動店舗（キッチンカー）としてスタートした「離島キッチン」は、昨年度、東京神楽坂に店舗をオープン。海士町のみならず全国30以上の離島の食材・料理を提供しており、福岡にも出店予定。この店舗を通じて島のことを知り、実際に海士町を訪れる人もいる。また、島に来て海士町のファンになった方が、継続的に店舗に通っているケースもある。順調に売り上げを伸ばしており、持続可能な島の情報発信の拠点であり、離れていても海士町のファンとの関係性を維持する接点にもなっている。

・高校3年間で島で過ごす「島留学」

統廃合の危機にあった隠岐島前高校は、地域資源を生かして地域の担い手を育てるカリキュラムをつくったり、公立塾設立により学習支援・キャリア教育支援を充実したりすることで特色を打ち出した。島留学により島の外から生徒を受け入れたことにより、生徒数は89名から180名と7年で2倍に。島内からの入学率も45%から77%と回復。教育移住にもつながっている。島内の生徒にとっても交流が刺激になると共に、島の価値を見直すきっかけにもなっている。島外から来た生徒の中には、島に戻ってきて働きたいという者も出てきている。島から離れて送る学生生活の間にも、進学先で島のPRをしたり、都会の学生を島に連れて来て出前授業を企画したりと接点を持っている。

こうした流れを受け、来年度から小中学校での島留学の受け入れも始まる。

・働きながら島に滞在する「ワーキングツーリズム」

島は特定の時期だけ人材が必要となる事業もあり、その仕組みを「マルチワーカー」という人材派遣の制度で解消してきた。その発展形として、海外からのワーキングホリデーや大学生のインターンシップなどを中長期で受け入れる取り組みを行ってきた。暮らしながら島を楽しみたいというニーズは一定数あり、島の消費増にもつながる。こういったお客様をターゲットとした、レンタルハウスも用意している。

・国内外からの研修受け入れ

これまで、巡の環というIターン者が立ち上げた民間企業が島で企業研修を開催してきたが、今年度からJICAと連携により海外の行政官が2週間程度、海士町で研修する取組も始まっている。これといった観光資源のない海士町においても、離島という環境だからこそ残されている文化やそれに基づく景観、コミュニティの在り方など、島外・海外の人にとって学びになる要素があるというのは大きな発見であり、学びをテーマとした持続可能な人の流れ（交流）を生み出す取組を進めている。

・観光の担い手育成「島食の寺子屋」

離島の観光にとって、外貨獲得の観点から、宿泊施設は非常に重要であるが、民宿などの後継者不足は深刻である。観光業の後継者を自ら育成する取組として、来年度から「島食の寺子屋」をスタート予定。島の生産現場と観光業をつなげることや、ホテルや民宿などの実地研修を通して、人づくりの島・学びの島として、人材輩出にも挑戦する。