

海業参考事例
(別冊)

漁協における事業多角化について
～観光関連にかかる海業参考事例を中心として～

【別冊：個別事例の調査結果】



2023年3月

全国漁業協同組合連合会 浜再生推進部
(株)農林中金総合研究所 基礎研究部

【目次】

目次	 1
個別事例の調査結果	 2
I 組合員組織等と連携して事業を拡大する大洗町漁協（茨城県大洗町）	 2
II 田尻漁協の朝市をきっかけとした事業の多角化（大阪府田尻町）	 9
III 地域資源としてのイルカ・クジラを活用した観光振興－太地町漁協－ （和歌山県太地町）	18
IV 地元児童に向けた漁業体験の提供－大島美の浜漁協美の浜支所・笠岡市漁協白石島支所－ （岡山県笠岡市）	25

個別事例の調査結果

I 組合員組織等と連携して事業を拡大する大洗町漁協

1. 漁協の概要（2021 年 12 月 31 日現在）

管内	茨城県大洗町 (アクアワールド茨城県大洗水族館や大洗サンビーチキャンプ場、海水浴場をはじめ、多くの観光・商業施設が臨海部に集積している。年間約 450 万人の観光客が訪れる県内随一の観光地)	
主たる漁業	船びき網漁業（シラス、コウナゴ等）、底びき網漁業、まき網漁業、貝桁網漁業（ハマグリ等）	
組合員数	125 名（うち正組合員 85 名・准組合員 40 名）	
役員数	10 名（うち非常勤理事 8 名・監事 2 名）	
職員数	17 名	
事業取扱高	受託販売取扱高	918 百万円
	購買事業供給高	32 百万円
	自営事業収入（食堂・加工品販売事業）	80 百万円
組合員組織	漁業研究会（＝他漁協の青壮年部）	22 名
	女性部	42 名

2. 新規事業の実施の経緯と内容

- ・ 1990 年代のバブル経済の崩壊に伴い浜値が低迷し、それによるやる気の低下と漁業経費の増加によって漁獲量も減少（漁業経営の圧迫）
→ 魚価を上げるために仲買人を増やすことは困難と判断
→ 女性部が、魚価の向上（特に大漁時の魚価急落と雑魚の商品価値の低下に対応）を目的に直接販売に着手

（1）女性部による直接販売の開始

- ・ 1996 年に漁協女性部と地元農協女性部との交流会を開始
これを機に農協女性部から各地での即売会や「ふれあい市」（農協前で毎週木曜日に開催）に、漁協女性部への協力依頼
→ 一緒に直接販売を実施（以後の直接販売のきっかけ）
- ・ 2004 年に県の水産業普及指導員からの紹介で、那珂湊漁協女性部の直売活動を視察し、自分たちでも取り組むことを決意。女性部内の有志 13 名で直売グループを設立
→ 2005 年から市場内で土日に直接販売を開始
加工場を市場の一角に整備（漁協は女性部から売上高の 5 % を設備費用として徴収）し、

シラス干しや干物などを販売

加工原魚は、漁協が先取り※で仕入れて、女性部に販売する形態

※仕入価格は、当日の一番高いセリ値より最低1割高く買い取ることが条件

(初期は女性部部員による個人販売が中心だったが、その後は先取りした魚を全員で加工・販売する共同販売が主体)

→当初は売上が不安定で、直販活動の中止も検討

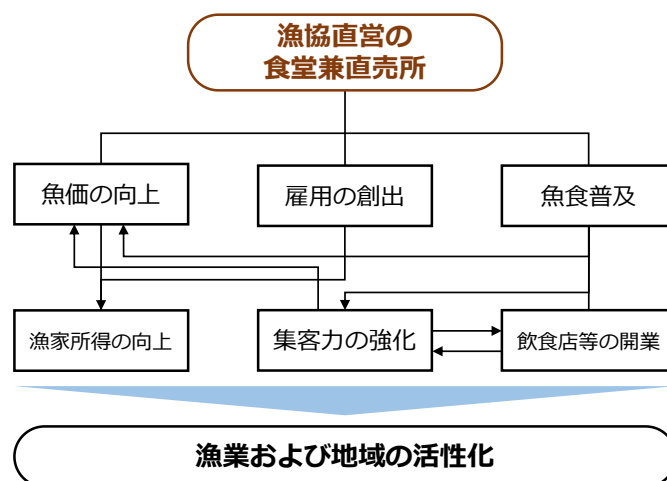
→1年ほどで継続したところで、お客様が定着し、活動が黒字化

直販活動の営業日は土日から木～日に拡大し、売上も順調に伸長

(2) 漁協直営食堂「かあちゃんの店」の開店

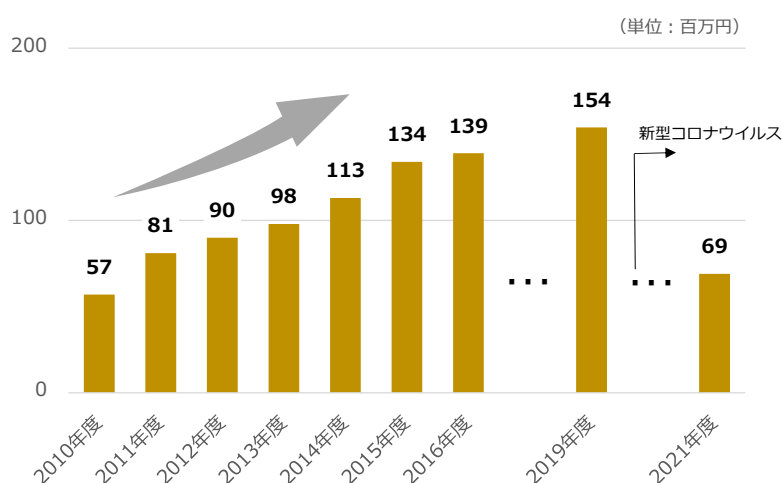
- ・女性部による直接販売にお客様が付いてくるようになり、漁協事業として食堂兼直売事業(実働は女性部)を実施することを検討(町からの後押しもあった)
- ・町からの補助事業を活用して、加工場を備えた食堂兼直売所の建設を予定
商品に干物をメインとして、生しらす丼や刺身などを食堂で提供することを計画
→組合員から「漁協には無理」「赤字になる」等の反対意見があり断念(2008年)
- ・今までの女性部の取組みの成果(一定の売上の確保やお客様の定着)、食堂兼直売所を開設することの意義(漁師の妻の働く場所の創出や魚価の向上による漁家所得の向上などの好循環の発生など)を、半年ほど個別に組合員に説明し賛同者を増やした。
→女性部全員が関わることを条件に食堂兼直売事業が承認(2009年)
- ・2010年4月に漁協直営の食堂兼直売所「かあちゃんの店」がオープン
建物の資金の2/3は大洗町の支援(15百万円)、設備(加工機器など)の1/2は女性企業化取組支援事業(約3.6百万円)を活用
- ・主力商品として「生しらす丼」を年間提供
(水産試験場化が開発した「凍結生しらす」の製造技術を導入)

図1. 食堂兼直売所の開店のメリット・効果



- ・運営体制は、女性部部員を3チームに分け、1週間交代で食堂、加工、休みをローテーション（イベントへの参加要請などがあった際には休みのチームが対応）。勤務した女性部部員には賃金が支払われており、新たな漁家所得となっている。
- ・かあちゃんの店の開店後、新聞やテレビなどに取り上げられ、行列ができる日もあるほどの大盛況。地域の集客力アップにも貢献
→周辺の既存飲食店の売上アップや飲食店の新規出店が増加。かあちゃんの店の開店に対して反対していた既存飲食店も今は文句を言わなくなった。

図2. かあちゃんの店の売上高の推移



- ・当初の設備では、凍結生しらすや加工品の生産が追い付かなくなっているときに、東日本大震災が発生。2011年に建物の修理と加工場の増設・機器（急速冷凍庫など）の整備を実施
建物の修理・設備の資金の3/4は中小企業等グループ補助金（約6.2百万円）、加工場設備の1/2は沿岸漁業者等経営改善促進グループ等取組支援事業（約7.1百万円）を活用
- ・その後もお客様は増加し、2014年に「かあちゃんの店 別館」をオープンし、事業規模を拡大



かあちゃんの店
資料：筆者撮影



かあちゃんの店 別館

- ・現在の魚の仕入は、数年前から漁協が買参権を取得し、セリに参加して調達
- ・今後は、かあちゃんの店の加工品の販売を増やしていきたい意向。現在は、かあちゃんの店の食事に出す加工で手一杯。タイの一次加工品の冷凍販売などを検討している。
- ・かあちゃんの店の運営は、収支均衡でも良いと考えている（赤字体質にならないければ良い）。それは、収支均衡であっても魚価の向上や雇用の創出などが生じ、そこから好循環が生み出されるからである。

（３）大洗地魚とれたて市

- ・2020 年に活魚畜養施設を市場の近くに新設（それ以前に使用していた活魚槽は市場から距離があり、東日本大震災の影響で取水・排水に不具合が発生していた）
- ・当施設をかあちゃんの店の利用者などが立ち寄る場として活用することも検討
- ・2021 年 6 月から活魚畜養施設で毎月 1 回「大洗地魚とれたて市」を開催（計画では 2020 年 10 月開催予定だったがコロナの影響で延期）
 時間は、14 時～16 時。昼網で獲った生しらすを販売するため 14 時から開催
 タイやヒラメなどの活魚や生しらす、鹿島灘などの前浜で水揚げされた魚介類が販売
 漁協職員 14～15 名が対応
 来場者数は 400～600 人（2022 年 10 月 8 日開催時の来場者 610 人に対して実施したアンケートによると、来場者は県内と県外が半々程度。家族で来場した人が約 8 割。35 歳以上の人が 8 割強。開催の情報は口コミや町のホームページで知った人が多かった）
 1 回の売上高は 40～60 万円
- ・大洗地魚とれたて市は、地域の集客力の向上と魚食普及に貢献

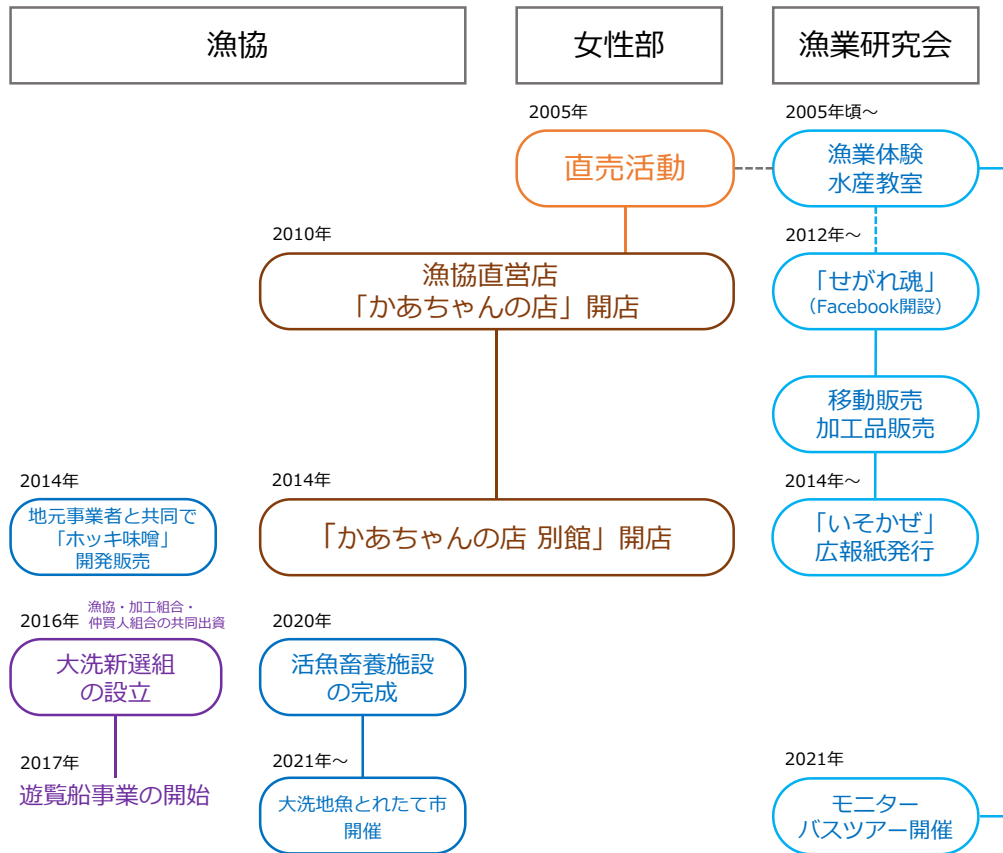
（４）その他

- ・2014 年に、町内の弁当製造販売などを手掛ける有限会社こうじやと共同で「ホッキ味噌」を開発販売（きっかけはこうじやからの提案）
 大洗産ホッキ貝を 100%使用した商品で、「大洗ブランド認定品」に登録
 かあちゃんの店などで販売
- ・2020 年に、ＪＲ東日本と連携して、ＪＲ常磐線の特急で生しらすなどの鮮魚を東京に届ける実証実験を開始（きっかけは県や町からの声掛け）
 漁協が取り組んだ目的は、大洗産の生しらすなどの東京での認知度を高めるため

3. 漁協の新規事業と相乗効果を発揮する漁業研究会と大洗新選組の取組み

- ・漁協の新規事業である食堂兼直売事業は、上述したように女性部の直売活動をきっかけにしたものであるが、当事業の立上げや継続、成長にあたって漁業研究会からの影響は大きい。他にも大洗新選組や周辺の飲食店などとの相乗効果によるところもある。

図 3. 大洗町漁協・女性部・漁業研究会の主な取組み



(1) 漁業研究会の主な取組み

- ・漁業研究会とは、他漁協の青壮年部に該当するもので、現在の会員は 22 名 (16 歳～50 代)
- ・祭りや地域と連携した取組み、ハマグリ稚貝採捕・放流などを実施
- ・1996～98 年に、年 1 回、独身の大洗の漁業者と独身女性の交流会「シーサイドパーティー」を開催 (1 泊 2 日。クルージングや漁業体験、バーベキューなど)
→引込み思案が多かった会員が積極的に変化
漁業の魅力の P R やイメージアップの必要性を
- ・2005 年の女性部による直売活動に関与
→漁業について知らない人が多いことを実感
→小学生などに対して漁業のレクチャーや漁業体験を実施
→教師の転勤や口コミなどを通じて県下に拡散
※特定非営利活動法人大洗海の大学や大洗観光協会などと連携した漁業体験も実施
- ・漁業体験を通じて、地元小学生たちが大洗町で獲れる魚などについて知らないことを痛感
→2012 年に漁業研究会の Facebook 「せがれ魂※」を開設
※会員のほとんどが漁業者の後継ぎだったことからのネーミング

内容は漁獲物や漁師料理、漁具、海の様子、イベント告知・募集など
→大洗地魚とれたて市などのイベントの周知に貢献

- ・Facebook の記事に対して、大洗の魚が食べられる場所や購入先についてのコメントが多かったことから、その要望に応えるために移動販売や対面販売を漁業研究会として実施
→漁業体験にも注力（町の全小学校で漁業体験を実施）
- ・2014年に、インターネットを使っていない人にも大洗の魚や漁業を知ってもらうために、広報紙「いそかぜ」を発行（かあちゃんの店や近隣の商店などに掲示）
- ・2021年には、県や町からの紹介で、日本旅行と漁協（実際の漁業体験の運営は漁業研究会が対応）との共同で「漁師体験×海のSDGs サステナブルな海のコンテンツ磨き上げ事業」の一環として、「大洗町漁業体験1泊2日モニターバスツアー」の実証実験を実施（2回開催）
→事業化にあたっての体験内容や料金などが明確化。セールス用のパンフレットも作成
→2022年11月には、2社が漁業体験をメインコンテンツとしたツアー旅行を各1回実施
※漁業体験に協力した漁業者には賃金が支給

（２）大洗新選組合同会社

- ・大洗町は、基幹産業である観光産業・農水産業の一層の振興を図るにあたって「大洗観光ブランド化推進計画」を策定。その中のひとつの事業である『海の幸山の幸』直販友好都市等販路拡大交流事業』の実現にあたって、2016年8月に大洗新選組合同会社を設立
- ・出資者は、漁協と大洗水産加工業協同組合、大洗水産物仲買人協同組合。代表者は漁協の代表理事組合長
- ・事業内容は、販路拡大に向けて食品営業自動車（キッチンカー）と魚介類販売業自動車（トラック）を整備し、友好都市協定を締結している都市などで大洗町の水産物の販売を積極的に行うことである。地産外消を進め「儲かる漁業」へと経営転換を目指している。
- ・2017年に、収益性の向上に向けて観光遊覧船事業を開始
- ・大洗町の水産物と町自体のPR・集客力の向上に貢献



食品営業自動車（キッチンカー）

資料：大洗町のホームページより転載

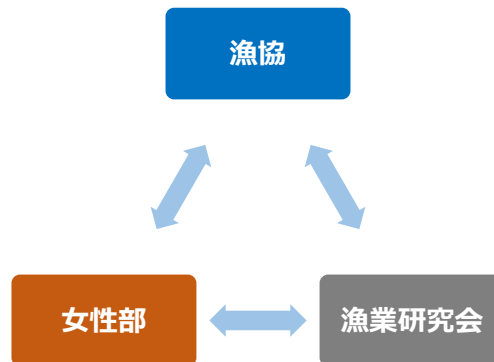


魚介類販売業自動車（トラック）

4. 事業の多角化にあたってのポイント

①漁協と組合員組織との相互刺激

- ・「地域漁業の危機を乗り越えよう」「何とかしよう」という思いを、漁協だけでなく、女性部、漁業研究会がもっており、各組織が他組織に刺激を与え、思いの実現にあたってのやる気を高めた。それによって女性部や漁業研究会の新たな活動が発生し、それを漁協が支援し、新たな事業が誕生している。



②漁協の柔軟な取組みスタンス

- ・長期的な計画で、その通りに進めるのではなく、できることから着手・行動するというスタンス。取組みが上手くいかないときには、工夫してそれを乗り越え、それでも駄目だったら手を引けば良いと考えている。「失敗が次につながれば良い」「経験になれば良い」との考えである。
- ・事業は波があったり、谷があったりするので、計画通り・思い通りにいくものではない。完璧な計画を作ることによって行動が遅れることよりも、行動して修正することを選択している。そのような方針で漁協は女性部や漁業研究会の活動も支援しており、それが彼らのやる気を高めている面がある。環境変化が激しい中においては、自らを計画で固めない、長期計画だけに縛られないことは重要である。
- ・県や町からの声掛けには、必要と判断したときには積極的に対応している。漁業振興に関する取組みに関しては、町との情報交換・連携を密にしている。

③漁協と組合員組織などとの相乗効果

- ・漁協や女性部、漁業研究会、さらには大洗新選組や周辺の飲食店や宿泊施設などが、自らの事業を活性化させることによって、他組織にプラスの影響を与え、それがさらにプラスに作用するポジティブスパイラル（プラスの相乗効果の循環）を形成している。それによって更なる活動・事業に発展している。

II 田尻漁協の朝市をきっかけとした事業の多角化

1. 漁協の概要（2021 年 3 月 31 日現在）

管内	大阪府田尻町（大阪府南部の関西国際空港対岸にある自治体）
主たる漁業	刺網漁業、タコツボ漁業、カゴ漁業、ひき縄等の小規模職種が中心 組合員全体の年間水揚げ高 約 30 百万円
組合員数	36 名（うち正組合員 23 名・准組合員 13 名）
役員数	7 名（うち非常勤理事 5 名・監事 2 名）
職員数	正職員 3 名
事業取扱高	買取販売高 0.6 百万円 購買事業供給高 3 百万円 漁場利用事業 214 百万円（海釣り施設運営、漁業体験料等）

2. 新規事業の実施の経緯と内容

- ・1994 年の関西国際空港の開港にあたって、町内唯一の漁港である田尻漁港の埋め立てが行われ、共同漁業権漁業区域は地先の岸から 800m となり、以前より狭くなった。
→漁獲量は約 1 / 3 に減少
→漁業者の所得減少や漁協経営への悪影響を懸念して、新規事業に着手

（1）加工事業

- ・漁協は、大量に水揚げされるナマコをスライスしてパック詰めしたり、コノワタなどに加工して市民生協に販売（約 3 千万円のナマコの加工設備を導入）。その後、アナゴの開きなども加工販売した。
→事業は順調であったが、加工するナマコなどがいなくなってしまう恐れを感じ、5～6 年後に事業を中止した。また、加工に従事する漁業者の妻の中には、夫と一緒に漁に出る人がおり、豊漁の際には自分たちの作業が忙しくて加工作業に来られないということが生じていた。これによって契約日までに納品できない等の問題が発生する可能性があったことも中止の要因のひとつである。

（2）日曜朝市

- ・1993 年の町政 40 周年記念行事の一環として、町から漁協に水産物の直接販売の要請があった。組合員からは「やってみよう」という声が上がリ漁協が実施→好評
- ・1994 年に外部コンサルタントを導入（朝市と漁業体験、マリーナ事業の実現可能性を調査）
- ・1994 年 8 月より毎週日曜日の午前 7 時から正午まで「日曜朝市」を、漁港内の空き地で開催

→当初はテント張りの6店舗（漁協含む）でスタート。漁協は組合員や他漁協から漁獲物などを仕入れて販売した。来訪者は300人近くに上り、活魚などを見て喜ぶ人が多かった。マスコミからの取材もあり、来訪者数は増加していった。

- 朝市のスタート時は漁協も出店していたので、漁協職員は土曜日に仕入、日曜に朝市での販売で労働負荷が大きかった（現在漁協は出店していない）。
- 初年度、漁協は赤字を計上したが、他事業で収益があったので組合員からの朝市に対する反対意見はなかった。来訪者の増加傾向が目に見えてわかったこと（将来性があること）も反対につながらなかった要因と想定される。また、朝市の開設をリードした組合長は、1994年に開港した関西国際空港や同年に供用開始した「田尻スカイブリッジ」というランドマークが近くにあるので、朝市は成功すると確信しており、初年度が赤字でも推進したと振り返る。
- 出店者は、当初組合長自らが声掛けして増やしていったが、来訪者の増加に伴って出店希望者が出てきた。2年間で40店舗ほどに増加し、現在も40店舗前後で落ち着いている（店舗のうち漁業者が実施しているのは12～13店舗）。
- 出店者組織として朝市商人委員会があり、出店者間の調整や共益業務を行っている。

図1. 日曜朝市の会場・店舗地図（2022年7月時点）



※図中の■は鮮魚、■は食べ物、■は日用品、生花などを取り扱っている店舗を示す。
資料：田尻漁協ホームページから転載

- ・全体の商品構成は、鮮魚・活魚 55%、その他水産物 10%、その他食品 15%、青果・花き 15%、その他 5%
- ・出店者としては、漁業者と商品が競合する魚屋などの業者の出店も許可している。魚屋などを出店者とするもののメリットは、漁業者が不漁のときにも魚をお客様に提供することができることと、漁業者の販売に対する姿勢の変化を促すことができることである。魚屋などは接客や魚の扱い（提供する商品のバリエーションが豊富）が上手く、漁業者が見習う点が多かった。これによって、漁業者も接客・販売面でレベルアップし、朝市全体のレベルアップが図られていった。
- ・2013 年頃から店舗はテント張りから屋内施設に変更
- ・最近の来訪者数は夏季 3,000 人／日、冬季 1,500 人／日
- ・漁協は、出店漁業者から売上手数料を、一般出店者からは出店料を徴収し、総合運営を行っている（事業は黒字。年間収益は約 550 万円、費用は約 190 万円、利益は約 360 万円）。
- ・朝市は、他漁協の商品の試験販売やイベント販売にも活用されている。

（３）漁業体験

- ・1994 年に、日曜朝市に来訪したお客様からの要望で漁船に乗せて、実際の漁の様子を見せたところ、喜んでくれたことをきっかけに、漁業体験が行われるようになった。
- ・当初は漁業体験の試験操業を地元 O L などを対象に実施し好評だった。
→1996 年 6 月から一般の人向けの漁業体験を本格始動
- ・参加者は、前日に仕掛けられた刺網・あなごカゴを漁業者と一緒に引き上げるという漁業体験をした後に「関空クルージング」をして帰港する。下船後は、漁港のバーベキューコーナーで漁獲した魚介類を漁業者にさばいてもらい、バーベキューを楽しむことができる。

実施期間	4 月 1 日～11 月 30 日（定休日 毎週火曜日）
出漁時間	午前 10 時コース・午後 12 時コース
申込方法	予約制
定 員	各コース 90 名（1 隻 12 名乗り）
コース	・漁業体験フルコース（漁業体験＋関空クルージング＋海鮮バーベキュー） ・漁業体験セミコース（漁業体験＋関空クルージング）[90 分] ・海鮮バーベキュー [90 分]

- ・漁業体験を提供するのは漁業者で、自らの漁船・漁具を活用しているので、追加の投資が不要なため、比較的容易に取り組むことができている。使用する漁船は 5 トン以上船で、漁業者は 2 人 1 組で漁船を運行し、乗客が 5 名以上で出航している。
- ・漁協から漁業者に支払われる日当は、1 隻 1 回につき 38,000 円。1 隻あたり年間 140 万

円程度の収入となっており、漁業者の収入補てんに貢献している。

- ・漁協は、漁業者や受託業者（海鮮バーベキュー）への支払い、経費などを差し引くと赤字である。
- ・2021年度の漁業体験の利用者数は4千人弱、売上は約9百万円

（４）海鮮バーベキュー事業（漁家レストラン）

- ・当事業は、漁業体験の利用者に漁獲した魚介類をすぐに焼いて食べてもらうために、1994年から開始している。
- ・当初は小さなテントでの営業であったが、口コミなどから利用者が増加し、漁協は140人収容できる屋根付きのバーベキューガーデンを整備した。
- ・利用のほとんどが漁業体験とのセットであり、営業期間も漁業体験と同じ4月から11月としていた。海鮮バーベキューのみの利用も可能である。
- ・2003年からバーベキューの運営は外部業者に委託している。
- ・2018年にはバーベキューガーデンを冬場や荒天時でも運用できるように造作した。牡蠣小屋も併設し、12月から3月末に牡蠣小屋を営業（午前11時～午後2時まで営業・90分食べ放題）している。
→通年で観光客などに選択される観光スポットとなっている。
- ・牡蠣小屋の運営に関しては、漁業者が直接従事している。
- ・牡蠣は、地元漁業者による養殖を目指して当初2年間ほど取り組んだものの上手くいかず、徳島の事業者から調達している。

（５）釣り堀事業（海釣ぽ～と田尻）

- ・2000年から漁業体験のしけ対策として、釣り堀事業を実施
- ・きっかけは、三重県で養殖漁業を行っている事業者からの釣り堀の提案であり、漁協としてもしけ対策や誘客コンテンツの造成にもつながることから、連携して事業を実施することを決定した。
- ・釣り堀施設は、漁港管理者から釣り堀としての水面の占有許可を取得し、漁港内に13m角を6基、6.5m角を4基、13m×26mを2基設置している。その他に休憩所やトイレ、畜養筏を整備している。約130名の収容が可能。設備整備にあたっての資金は養殖業者の寄付金によって対応した。
- ・事業運営（魚の仕入などのすべての業務）は養殖業者に委託しており、漁協は業務委託費として売上の90%を支払っている。漁協は釣り堀利用の申し込みや問い合わせ、代金決済などに対応している。
- ・2021年度の釣り堀の利用者数は約2.4万人、売上は約1.9億円

(6) マリーナ事業

- ・日曜朝市に来場したヨットで世界一周を達成した青木洋氏からの提案を受けて、1994 年からマリーナ運営（レジャーボートやヨットの係留）を開始している。
- ・2021 年度の利用者は 77 人（うちヨット 49 人、レジャーボート 28 人）
- ・業務は青木氏の会社に委託している。同社はボートスクール等も展開している。

(7) 水上バイク艇庫事業

- ・水上バイクは、漁港のスロープを利用して海に入ることが多く、その昇降を漁協役員が漁港の昇降機で手助けしたのをきっかけとして、水上バイクの保管と昇降を 1994 年から開始している。
- ・開始当初は、町内に住んでいた日本チャンピオンだった人に当事業を委託していた（現在は担当漁業者が対応）。
- ・契約者からは年間約 6 万円からの管理料で預かっており、2021 年度は 61 人が利用している。艇庫は最大 80 台程度の保管が可能である。
- ・当事業の開始前は、漁業者と水上バイクとのトラブルが生じていたが、管理者が水上バイクと漁業との調和のために、水上バイクの航行範囲や港内徐行、定置網とその周囲 20m の走行禁止などの自主ルールを定め、守らせるように努めた。
→トラブルはなくなっている。

(8) 田尻海洋交流センター事業 [(2) ~ (7) の事業]

- ・田尻町が所有する土地に漁協が「田尻海洋交流センター」を建設し運営している。当センターは、漁業振興・地域振興を目的にしており、漁業と海洋レクリエーションとの共存共栄のための交流拠点として位置付けられている。
- ・田尻漁港に年間約 13 万人が来訪
- ・当センター内にはテナントとして、喫茶店や飲食店、ヨット関連などが入っている。2021 年 7 月には「田尻町観光協会」がテナントとして入り、田尻町観光案内所を開設している。
- ・日曜朝市以外の事業を総括して「海洋交流センター事業」としており、各事業の申し込みなどに対応している。
- ・各事業は開始以来、多くの利用者があり、業務委託しているマリーナ事業、水上バイク艇庫事業、釣り堀事業のすべてから利益を得ることができており、漁業体験は赤字になっているものの、他事業でカバーできている。
- ・漁業体験について組合長は「一般の人々に漁業に対する理解を深めてもらおうと同時に、後継者問題を解決する糸口にしたい」と話しており、現時点では漁協収益の組合員への分配手段として位置付けている。実際に組合員の若返りを図ることができ、漁業体験などをきっかけとして参入した漁業者もいる。

3. 事業多角化のプロセス

表 1. 田尻漁協の主な取組

年	主な取組	連携・委託先
1993 年	加工販売（ナマコ等）に着手	
〃	町政 40 周年の記念行事の一環として直売を実施	田尻町
1994 年 8 月	朝市の開催（毎週日曜日）	漁業者、商工業者など
1994 年	漁業体験の試験操業	漁業者
〃	漁協は、田尻町の半額補助を受けて、バーベキューコーナーとマリーナ陸上施設、水上バイク艇庫を 88 百万円かけて整備している。	
〃	海鮮バーベキュー事業の開始	2003 年より業者に委託
〃	マリーナ事業の開始	外部業者に委託
〃	水上バイク艇庫事業に着手	外部委託→担当漁業者
1996 年 6 月	「田尻海洋交流センター」（漁協の内部組織）設置	
〃	漁業体験の本格始動	漁業者
2000 年	海上釣り堀のスタート	三重県の業者に委託
2005 年	田尻漁港が「海の駅」（国土交通省）に認定	
2018 年 4 月	本格的な漁家レストランの展開	外部業者に委託
〃	牡蠣小屋の開始	漁業者

①危機の認識とそれに対処するために漁協が保有しているリソースを活用した取組の実行

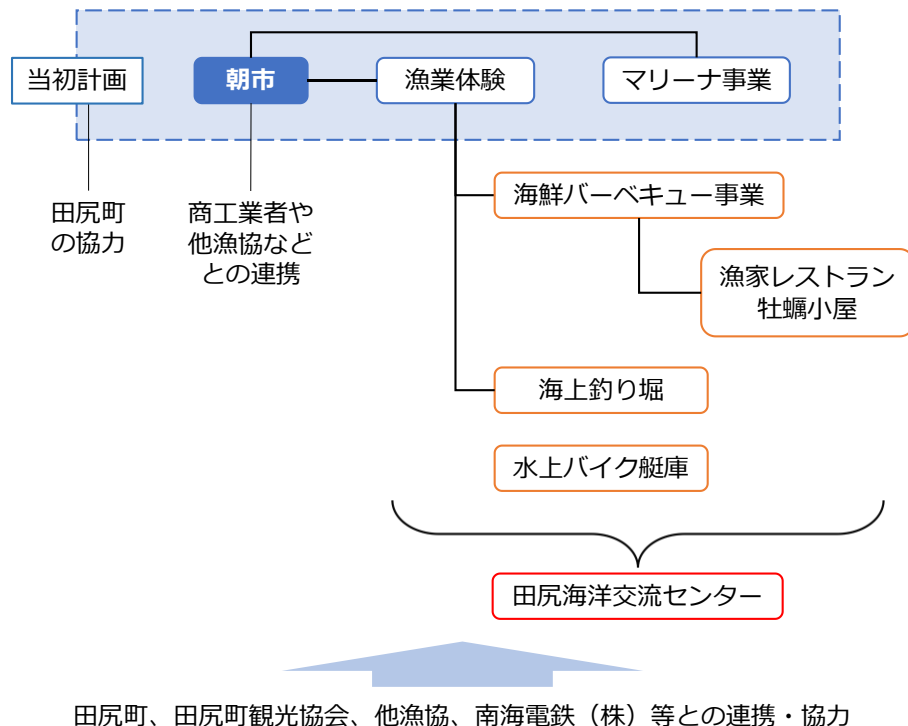
＋田尻町との協力・連携

- ・関西国際空港の開港に伴う埋立てによる漁場の減少、漁獲量・高の低迷、漁業者の高齢化、後継者不在などを認識し、利用可能であるナマコの加工事業や日曜朝市に着手

②漁協から周囲への協力・連携依頼→周囲から漁協への協力・連携依頼

- ・日曜朝市の活性化にあたって、漁協組合長自らが町内外の漁業者や商工業者などに出店依頼
- ・朝市への来訪者の増加によって、周辺事業者から出店申込があり、それを受け入れて一層の活性化

図 2. 事業関連図



③日曜朝市の盛況から新たな事業への展開

- ・朝市のお客様からの要望で漁業体験、漁業体験のしけ対策として釣り堀事業、漁業体験をよりお客様に楽しんでもらうために海鮮バーベキュー事業を実施
- ・海鮮バーベキュー事業の人気から本格的な農家レストランへの展開と牡蠣小屋の併設を実現
- ・朝市に来場した青木洋氏からの提案を受けてマリーナ事業を開始

④外部組織との連携・協力による漁港の活性化

- ・様々な事業による相乗効果・相互作用によって、漁港への来訪者が増加。各事業が活況になることによって、他事業の利用や漁港の魅力度の向上などにつながっている。
- ・南海電鉄（株）は、沿線の活性化にあたって、様々な事業を行っている田尻漁港に注目し、漁協と共同で体験型イベントなどを実施している。これが漁港や漁協のPRにつながっている。
- ・活気のある漁港を有する漁協には、町からのイベントへの参加依頼など外部組織からの提案があり、効果のある取組を漁協は選択することができている。また漁協から他組織への提案なども受け入れられやすくなっている。

⑤漁業生産への回帰、そしてさらなる漁港の活性化

- ・朝市では1日(5時間)で約1トンの生ワカメを販売しており、お客様からの人気は高い。新たにワカメ養殖に取り組み始める若い漁業者が出てきている。また、漁業体験のためにワカメ養殖に取り組んでいる漁業者もいる。
- ・現在、ワカメ養殖をしている漁業者は、個人で塩蔵、メカブはそのまま冷凍して販売している。今後は一定の生産量が見込めることから、漁協で加工場を設置する予定である。
- ・漁業体験は、漁があることが前提なので、魚介類が不漁の際にも体験できるワカメ養殖体験は新たなコンテンツとなる可能性がある。
- ・漁業者が漁業生産にも注力することによって、朝市や漁業体験などの事業、そして漁港のより一層の活性化が期待される。

4. 事業の多角化にあたってのポイント

①組合長の経営感覚とリーダーシップ

- ・40代前半で組合長に就任した現組合長が、新規事業への取組を推進した。その原動力は組合長が若かったこと、将来の管内漁業・漁協について危機感を持っていたこと、研修などを通じて経営の基礎的能力を保有していたこと、組合長のパーソナリティ(有言実行、柔軟性、自分の感覚を信じること等)などがある。
- ・現状を維持しようとする「現状維持バイアス」は、年齢が高まるとともに生じやすくなるので、若い組合長はその影響を受けにくい。現状維持バイアスは変化によって得られるリターンよりも、それに伴うリスクを過大に評価して現状維持を選択してしまう。そこには変わらないことによるリスクは含まれない。変化の壁(変わることへの恐怖)は誰にでも生じるものであり、それを漁協職員や組合員が乗り越えるにあたって組合長をはじめとした役員の役割は大きい。
- ・組合長の心構えのひとつとして、「これが良いなと思ったら取り組む・感じながら取り組む」という実行力を挙げている。それに加えて、取組の動向を見ながら、単年度赤字でも継続するのか、撤退するのか、外部に委託するのかという、最初の決定に引きずられない柔軟で迅速な意思決定力が組合長にはある。単年度赤字事業でも、数年で黒字になると見込めるもの、他事業や組合員にプラスの影響を与えられられるものは、漁協内からの反発があっても継続する。組合長は反対する役職員や組合員に対して説明して納得させるための胆力が必要である。
- ・職員に対して研修などへの参加を促し、スキルアップを図っている。職員のやる気への配慮もしており、少数精鋭の職員によって幅広い業務に対応できるようにしている。

②田尻漁協のコンセプトの明確化

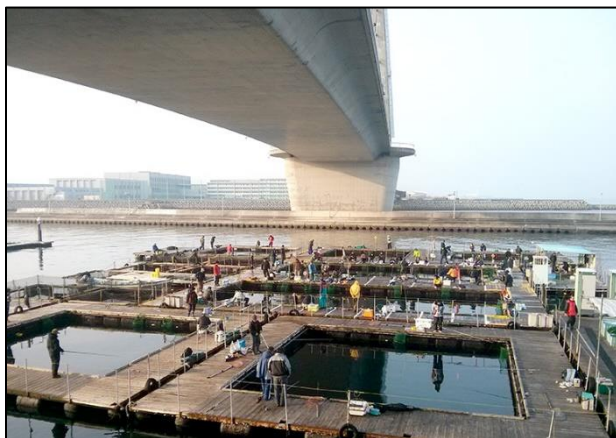
- ・田尻漁港を「魚を売る浜」「魚食普及の浜」として位置づけた。そのため既存事業だけでなく、料理教室などのイベントを実施し、お客様に魚を楽しんでいただける浜づくりを目

指している。

- ・「お客様ファースト」という理念も掲げている。地場漁獲物だけを提供するという生産者目線ではなく、他地域の魚や養殖魚であっても、お客様に満足いただけるものは提供するという姿勢で事業を行っている。そのため来訪者・お客様の満足度は高く、リピーターも多い。
- ・新規事業への着手・事業の多角化の目的は、組合員のためであり、組合経営の存続のためと位置づけている。漁協には、組合員や漁協職員の生活を守る、さらには地域振興・活性化という役割があることを強く認識している。

③外部組織との連携・協力

- ・漁協単独ですべてを行うのではなく、任せられるものは他組織に委託し共存共栄を図ることを意識している。それによって各事業の展開が迅速に行われ、相互作用によって集客力を高めることができています。
- ・府内の他漁協と連携してイベントを実施したり、府内の他漁協にバーベキューや釣り堀事業などの情報提供を行っている。他漁協と競争するのではなく、漁業や魚、魚食に関心をもってもらう取組を複数の漁協と実施した方がその効果は高い。また、それによって相互研鑽が図られ、府内の漁協がレベルアップし、お客様の満足度を向上し、新たなお客様の誘致にもつながっていく。他組織とは競争ではなく、共存共栄を図ることが地域の魅力度を高め、活性化を促していく。



海上釣り堀施設

写真：田尻漁協ホームページから転載



漁業体験

参考文献：日高健（2007）『都市と漁村—新しい交流ビジネス』成山堂書店

Ⅲ 地域資源としてのイルカ・クジラを活用した観光振興―太地町漁協―

1. 地域（和歌山県東牟婁郡太地町）・組合概況

①組合員数：正組合員 107 名（生産組合 1 含む）、准組合員 195 名（2021 年度末時点）
→町総人口 2,935 名（2022 年 1 月時点）に対して、漁業者数 301 人、漁家人口 812 人であり、地域産業として漁業の比重が大きい（＊漁協職員数は 16 名）

②主な漁業種類：ブリ敷網、八角網、網代網、棒受網、海老網、鯨類追込網、一本釣り、採介藻、基地式捕鯨

→我が国の古式捕鯨発祥の地として、現在も維持されている捕鯨が地域漁業の特徴

③地域課題としての人口減少・少子高齢化

→生産活動としての捕鯨振興から、固有の地域資源であるイルカ・クジラを活かした観光振興にシフトし、雇用創出と地域活性化を実現していくことが地域の課題となっている
→具体的には観光コンテンツの充実、観光客受け入れのための施設整備等に取り組む必要

（参考）「太地町第 2 次まち・ひと・しごと創生総合戦略」（2020 年）の基本目標

- ①くじらを核とした産業振興で「豊かで活力のあるまち」を創造する
- ②地域資源・伝統を活かし「魅力あるまち」を創造する
- ③子育て世代が「住んでみたい」と思うまちを創造する
- ④安全安心な暮らしを実現する
- ⑤くじらと自然公園のまちづくりを推進する

2. 事業多角化の経過

（1）多角化の展開過程

- ①漁協スーパー：1963 年から、地域住民のための日用品のほか鯨肉も販売
- ②プロパンガス販売：購買事業の一部として実施（開始時期不詳）
- ③漁協自営漁業（小型捕鯨業）：元々許可は漁協名義で、実際の操業は個人という体制で操業していたが、(i) 個人で操業する経営体がいなくなったこと、(ii) 許可の形式と操業の実態の不一致を解消する必要があったこと、(iii) 地域の文化資源としての捕鯨業を維持するためには、捕鯨漁業の許可を維持する必要があったこと等から、1992 年からは自営漁業として実施している
- ④鯨肉加工事業：捕鯨文化の維持や食育の観点から、総務省の地域循環交付金を活用して加工場を整備し、2013 年より事業として実施
- ⑤観光事業：2013 年より実施（後述）

漁協スーパー



資料：太地町漁協 HP

（２）新規事業としての観光事業への着手の背景

- ①以上のように通常の事業以外に事業を多角化してきた経過があり、新規事業への着手そのものは違和感なく進められた
 - 多角化の展開に合わせて、漁協職員の多能化も進んでいた
- ②当組合は 2007 年に融資の焦げ付きにより一度自己破産しており、漁協スーパー事業の合理化等の既存事業の見直しと併せて、経営再建のために積極的な事業多角化が必要とされていた

３．観光事業

（１）内容

- ①森浦湾の「くじらの海」としての整備
 - 仕切り網で湾口を覆い、湾内でイルカ・クジラを放畜することで、イルカ・クジラと直接接触し合う空間を形成し、独自性の高い体験コンテンツを提供する（湾内でのカヤック、海上遊歩道等）
 - その独自性から高い集客力を見込み、漁協事業として本格実施
 - ＊湾内の漁業権は放棄せず、湾内で漁業生産は行わないことを漁協総会で決議（漁業補償は発生していない）



資料：太地町くじらと自然公園の町づくり協議会ウェブサイト
<https://www.taiji-wnp-conference.jp/>

湾内の様子（左）、海上遊歩道（右）



資料：（左）太地フィールドカヤック Facebook（2021年5月1日付）
 （右）同（2020年7月12日付）

②カヤック体験

- ・森浦湾内でのカヤック体験の提供
- ・元々民間企業が行っていた事業を承継する形で着手

実績

	人数	事業収益 (19 年度＝1.00)	事業利益 (19 年度＝1.00)
2019 年度	880	1.00	1.00
20	2,386	9.41	1.60
21	3,730	7.98	1.96

注) 事業利益は、担当職員が兼務する鯨肉加工事業との合算

資料：太地町漁協業務報告書各年、漁協提供資料

カヤック体験の料金

	レギュラーコース	半日コース	ナイトカヤック	SUP
大人料金	4,400 円	6,600 円	3,300 円	2,200 円

資料：太地町漁協 HP

③道の駅

- ・通常の農水産物とともに、捕鯨文化の発信基地として、イルカ・クジラ料理、鯨類加工品を提供（物販とレストラン）
- ・農水産物や土産物は生産者からの出品による受託販売方式で販売、レストランは買取販売により食材を調達
- ・旧道の整備と一体的に整備することで、国土交通省の補助を活用することができ、負担を抑えることができた

実績（金額（19 年度＝1.00））

	物販手数料収入	レストラン供給高
2019 年度	1.00	1.00
20	0.81	0.85
21	0.92	1.12

資料：太地町漁協業務報告書各年

（２）事業実施体制

- ・森浦湾の観光向け整備は町の独自事業として行われたものであり、漁協は①森浦湾の指定管理を担当し、かつ②カヤック体験事業を自主事業として実施している（漁場利用事業として実施）
- ・周年での労務確保のため、カヤック体験事業の担当者は鯨肉加工事業と兼務、3 名体制
- ・インストラクター10 名中 4 名は組合員、残り 6 名は漁協職員
- ・なお、道の駅の運営についても同様に漁協は指定管理者となっている

→雇用創出効果を発揮

カヤック体験の様子（左）と道の駅たいじ（右）



資料：（左）太地フィールドカヤック Facebook（2019年7月9日付）
（右）太地町漁協 HP

道の駅で提供されるカレーライス（左上）、鯨肉料理（右上）、鯨肉加工品（下）



資料：太地町漁協 HP

（３）多様な外部業者との連携を通じた集客活動

- ・旅行会社：修学旅行の誘致
- ・モンベル：情報誌での広報
- ・ホテル：カヤック体験を含むパック旅行の企画

（４）事業着手時の課題をいかに乗り越えたか

①新規事業を実行に移すハードル

- 完全に単独の自主事業として行うのではなく、町との密接な連携の下、協力関係の中で事業を実施する体制を整備した（湾の整備は町、漁協はその指定管理者となる）
- 財政面の自己負担を抑えた形での事業実施が可能に、不調時に撤退しやすい条件確保の意味も

②新規事業着手にかかる負担

- 民間企業が行っていた事業を承継する形で着手（＊町からのカヤック貸与、漁協としての独自の投資も一部あり）
- 各種資材等を引き継ぐことで、低コストでの事業着手が可能に
- 併せて国の補助事業も活用（渚泊（農林水産省）、誘客多角化事業（観光庁）、地域循環交付金（総務省））

③組合員との利益調整

- 元々森浦湾は漁場としての重要度は低く強い反対は見られなかった、カヤックインストラクターの副業機会が創出されるとして観光事業実施のメリットを提示することができた

④事業が軌道に乗るまでの赤字の期間をどう乗り越えるか

- 当初は組合内部に事業継続に否定的な意見もあったが、湾口に仕切り網が完全に張られ、イルカ・クジラが湾内に定着したことで、森浦湾の観光資源としての価値が高まり、事業の実績も改善していった
- 外部コンサルタントや旅行者から得られた前向きな将来展望を組合員に積極的に伝えることで、事業継続の理解を得た

⑤道の駅の運営における関係業者との調整

- 鮮魚は水揚量の少ない定置網のもののみを利用することで地元仲買人からの反対を抑止、加工業者に対しては新しい販路を提供することで協力を調達

（５）成果の組合員への還元

- 75歳以上の組合員の販売手数料免除（＊対象は全組合員の2割程度）

（６）現在の課題

①道の駅の強化

- 農業者との連携を通じた農産物の品揃え充実を模索

②漁協の基幹事業である販売事業の不調

- 販売事業をカバーするために事業を多角化させてきたが、基幹事業である販売事業自体の改善も必要
- 水揚量の増加が必要

4. ポイント

①指定管理者としての事業実施

- 漁協として資産を保有するわけではないので、事業実施に伴う経営上のリスクを小さくできる
- 前提としての行政との密接な協力体制が不可欠

②行政の協力をいかに引き出すか

- 観光事業を単に漁協の経営上の自己目的として実施するのではなく、交流人口の増大・地域PR・地域経済の活性化といった幅広い波及効果を有するものとして捉え、事業の実施に公共的な意味を付与することで、行政との協力体制を構築することに成功した
- 漁協事業に公共的な意味を読み込むことで、単独事業として行うのではなく、幅広い協力・連携関係を構築して事業を遂行することが可能に
- ⇒行政・住民と連携することで、漁協が地域課題解決に寄与することが可能となる

Ⅳ 地元児童に向けた漁業体験の提供－大島美の浜漁協美の浜支所・笠岡市漁協白石島支所－

1. 地域（岡山県笠岡市）・組合概況

（１）大島美の浜漁協美の浜支所

①組合員数：正組合員 14 名（調査時点（2022 年 10 月）、＊職員数は 1 名）

→所在地である横島は元々離島で、近世期以後の干拓により本土と地続きになった地区であり、現在、支所付近は住宅街となっている

②漁協合併の経過

→笠岡市大島漁協（現本所）と笠岡湾漁協（現美の浜支所）の 2 漁協が 2010 年に合併して「大島美の浜漁協」となる

③主な漁業種類：小型底曳網、つぼ網（小型定置網）、刺し網など

→つぼ網は 5 ヶ統あり、漁業体験である「海辺の教室」で観光資源として活用されている（後述）

④朝市「瀬戸の市」

→水揚額が減少する中、ロットが揃わないために未利用魚となっていた漁獲物の販売先として漁協合併前の 2007 年に開設され、2009 年より移設して現在地にて営業を継続（運営は漁協自体ではなく、組合員組織である朝市部会）

→支所の漁獲量全体の 10～20%程度を販売するに過ぎないが、水揚額が 1/3 程度にまで減少する中（2005 年比）、貴重な魚価下支えの場となっている

「瀬戸の市」



資料：筆者撮影

（２）笠岡市漁協白石島支所

①組合員数：正組合員 11 名（調査時点（2022 年 10 月）、＊支所長が事務を兼務）

→ノリ養殖業の低迷とともに組合員数も減少（ノリ養殖は 4 年前に消滅）

②合併の経過

→市内の白石島、神島外、北木島町、真鍋島の 4 漁協が 2003 年に合併して「笠岡市漁協」となる

→神島外以外は離島に所在しており、旅客船・フェリーで本土と結ばれている

→白石島は本土の住吉港から 35 分程度（高速船なら約 25 分）とさほど距離はない

③主な漁業種類：小型底曳網、つぼ網（小型定置網）、刺し網、たこ壺など

→これらの他に、伝統漁法としての地引網の漁業許可を保有している

→許可を有効活用するために観光地引網体験を独自に実施してきた経緯があり、これが「ふれあい地引網」につながっている（後述）

④海洋牧場

→白石島沖の一部を禁漁区域に設定するとともに区域内に自動給餌ブイが設置されており、天然魚の集魚・定着と育成を図る「海洋牧場」となっている（漁協は県から管理・運営を受託している）

→漁礁効果が「ふれあい地引網」にも寄与

自動給餌ブイ



資料：筆者撮影

2. 漁業体験の内容・実績・予算・体制

(1) 漁業体験を行う背景 (2 漁協共通)

- ・「水産資源の減少、漁業従事者の減少、高齢化等から漁業の活性化が課題とされている一方で、都市においては余暇時間の増加と自然志向等を背景として、海、水に親しみ自然と触れ合うニーズは高くなっていることから」、笠岡市独自の補助事業「都市漁村交流事業」に基づいて、1997 年から漁業体験を実施することとなった

(平成 9 年第 3 回笠岡市議会定例会会議記録第 1 号 (1997 年 6 月 9 日、渡邊嘉久市長 (当時) 発言)
→市行政から両漁協への委託によって実施 (市が漁協に提案して実施)

(2) 内容・実績

行事名		白石島親子ふれあい地引網	大島海辺の教室
概要		漁協：笠岡市漁協白石島支所 時期：9 月上旬 場所：笠岡市白石島 対象：市内親子を対象に応募・抽選 料金：大人 2,000 円、子供：1,000 円	漁協：大島美の浜漁協美の浜支所 時期：10 月上旬 場所：笠岡市大島地区 対象：市内小学生及び保護者 料金：無料
内容 (22 年度)		9：45 開会式 10：00 地引網・説明 11：00 さばき方教室・昼食 12：35 海岸清掃 13：00 シーカヤック・漁船に乗ろう ・海岸散策 15：50 閉会	8：50 開会式 9：00 漁業体験 ①見学船での定置網見学 ②セリ市予行演習 ③魚のさばき方教室 11：15 水産教室 12：00 昼食 13：15 子供セリ市 14：00 閉会式
参加者数*	2015	61 名	80 名
	2016	74 名	153 名
	2017	77 名	60 名
	2018	52 名	78 名
	2019	50 名	73 名
	2020	新型コロナウイルス感染拡大防止のため中止	新型コロナウイルス感染拡大防止のため中止
	2021	新型コロナウイルス感染拡大防止のため中止	新型コロナウイルス感染拡大防止のため中止
	2022	39 名 (新型コロナウイルス感染拡大防止のため 40 人を上限として実施)	56 名

出典：笠岡市提供資料を一部加工して使用

*参加者数は保護者を含んだ人数

・体験内容としての水産資源管理教育

→実際の漁獲物を教材として、稚魚は海に返すことを教える機会に

「白石島親子ふれあい地引網」の様子



「大島海辺の教室」の様子（見学船での定置網見学やセリ市体験の様子）



資料：いずれも笠岡市提供

(3) 予算と経費

①美の浜「海辺の教室」の予算内訳

費目	単価等	金額
定置網（魚代込み）	@25,000×1	25,000 円
見学船（1 隻）	@15,000×1	15,000 円
昼食	@700×100 名弱 （概数）	70,000 円
氷	実費	3,000 円
需用費	食器、炭、油等	20,000 円
会場借上料	2 日間	7,200 円
計		140,200 円

出典：笠岡市提供資料を一部加工して使用

②漁協の負担（2 漁協共通）

- ・物品費等の実施経費については補助で充当されるため負担はないが、日当は無し

(4) 漁協側の受入体制

①美の浜：役員を中心に 10 人程度が参加、漁家女性の協力（婦人部組織は既に解散）

②白石島：島内の組合員 5～6 人が対応、女性部の協力、民宿との連携

3. 漁業体験開始に至るまで

(1) 大島美の浜漁協美の浜支所の場合

- ・新規の取組みであったが、地域漁業活性化のために有意義なものであることから、市からの声掛けに対して組合内部において特段の反対はなかったが、経費負担はないもののボランティア的な取組みであるため、相応の負担感が生じることが懸念された

(2) 笠岡市漁協白石島支所の場合

- ・以前から地引網体験を独自の自主事業として行ってきた経緯があり、その内容をそのまま応用することができたことから、市からの声掛けに対しては組合内部において特に異論なくスムーズに応じることができた

*自主事業としての地引網体験

①概況

- ・回数：例年 10 回／年程度、コロナ後は 3～4 回／年に縮小
- ・対象：修学旅行生、保育園、スポーツ少年団、企業研修（リピーター率高い）
- ・参加費：12,000 円～／人（体験以外の食事代等も含む）

→体験内容はほぼ同じだが、市の補助があるため「ふれあい地引網」の参加費は安価

- ・経費：40,000 円～／回（日当（5,000 円／人×5～6 人分）＋網修繕費）
- ・体験自体に収益性はなく、PR 効果と観光業への波及効果を意識して取り組んでいる
- ・リピーターの他に旅行者からの声掛けもあり可能な限り応じているが、漁協側からの営業は行っていない

②島ぐるみでの対応

- ・漁法の性質上参加人数が多く、さらにしばしば宿泊を伴うことから、島内の旅館・民宿 4 軒と連携して受入対応を図っている
- ・地引網体験だけでなく、島独自の他のアクティビティ（機織り、釣り、山歩き等）とオーダーに応じて組み合わせることで、観光メニューとしての充実を図っている

4. 漁協が漁業体験に取り組む意義と限界

- ①交流を通じた漁業活性化、地域漁業に対する理解の醸成
- ②都市住民の自然体験ニーズへの対応
- ③水産資源管理教育
- ④地域 PR、観光業への波及効果

→社会的意義は十分認められるが、即座の事業化と収益性は見込みにくい

5. 課題—収益事業化の難しさ—

（１）なぜ収益事業化は難しいのか、なぜ公益的な体験活動にとどまるのか

- ①意向がない：漁協に収益事業化する意向がない
- ②漁業の規模が小さい：収益事業化するとなると既存の漁業だけでは魚の質・量を十分に確保することができない、事業化するほどの参加人数規模で漁業体験を実施するのは難しい、安全性確保の要求水準が向上しており規模拡大すると対応しきれない
- ③事業化の具体的なイメージが見通せない：事業化した場合の漁業体験の規模感がイメージできないため（例：どの程度の頻度で、何ヶ統・何隻程度を用いて行うのか）、実施体制や参加漁業者の調整方針を立てることができない

→結果として、補助事業とボランティアを前提としたスポット的な取組みにとどまりがち

*地元旅行者の依頼で、2022 年に一度だけ一般客向けに定置網体験を実施したが、継続には至らなかった（大島美の浜漁協美の浜支所）

（２）体制面での課題

① 共に対応に当たってきた漁協女性部の解散・人数の減少

② 漁師の減少・高齢化による対応力の低下

→ 今後ますます漁協として取り組むのは難しくなっていく見通し

（３）対応の方向性

① スタートアップ支援としての補助事業の活用

→ 補助事業による支援を単なる公益的活動に対する支援としてではなく、事業化に向けたスタートアップ支援と捉え、事業化の可能性を積極的に検討する

→ 国の「農泊推進対策」等も戦略的に活用

② 資源回復を通じた観光資源としての海洋の価値向上

→ 藻場の再生によって豊かになった海洋環境は、観光資源としての海洋の価値を高める可能性があることから、観光振興の観点からも資源回復に取り組むことが重要

→ アマモ再生活動や海洋牧場といった現行の取組みの継続によって資源回復が実現されれば、例えば、大島美の浜漁協美の浜支所において現在休止している漁協自営のアサリ養殖や観光用潮干狩りを再開することも展望できる

→ 遠回りに思えるが、生産を起点とする地域水産業の盤石さが観光振興へと派生する前提であり、観光振興は水産業の振興とセットで取り組まれることが肝要

③ 浜プランの「地域ビジョン」としての立案—観光振興の取り込み—

・ 浜プランを単に漁業生産による漁業所得向上のためのプランとして立案するのではなく、地域の観光振興の要素を取り込み、漁業に限定されないより一般性のある「地域ビジョン」として立案することで、観光資源としての漁業の活用可能性が拡大する

→ 例えば、漁業体験だけを単体で観光資源とするのではなく、漁業以外の観光資源と組み合わせることで、地域全体の魅力発信につながる観光コンテンツを造成する等（例：大紀町地域活性化協議会（三重県））

→ 規模の小ささを乗り越える手段の一つとして「団体間連携」（農林漁業や商工業団体間の連携）が有効

参考

・ 亀岡鉦平「異業種連携による地域水産業の観光活用—兵庫県明石市の事例から—」農中総研調査と情報 75 号（2019 年）30-31 頁

・ 亀岡鉦平「渚泊への期待と漁協の関与の仕方—「地域ビジョン立案主体としての漁協」に向けて—」農中総研調査と情報 87 号（2021 年）18-19 頁

- ・ 亀岡鉦平「漁業者・漁協にとっての藻場保全の意義と急がれる磯焼け対策」農中総研調査と情報 92 号（2022 年）16-17 頁
- ・ 日本商工会議所・全国商工会連合・全国農業協同組合中央会・全国森林組合連会・全国漁業協同組合連会『交流人口・関係人口の拡大を通じて地域活性化を目指す団体間連携による取組みについて（2021 年度：農林漁業・商工業全国 5 団体による調査研究報告書）』（2022 年）