

是々非々 行政視察報告書

文責：加藤裕太

1 視察日程

2019年11月10日～12日

2 視察先及び内容

①島根県出雲市

- ・日御碕ビジターセンター：景勝地や自然を活かした公園のつくり方について
- ・道の駅湯の川：道の駅への集客について

②島根県海士町

- ・海士町：Iターンで若い世代が移住し起業する離島のまちづくりについて
- ・公立塾隠岐國学習センター：高校魅力化プロジェクトについて

3 視察参加者

根本太左衛門、千年正浩、加藤裕太

4 視察先概要

①島根県出雲市

- (1) 人口 ①175,712人 (平成31年4月)
- (2) 世帯数 ①66,670世帯
- (3) 面積 ①624.36k㎡
- (4) 概要

平成23年10月1日、出雲市と斐川町とが合併して生まれた出雲市は、島根県の東部に位置し、北部は国引き神話で知られる島根半島、中央部は出雲平野、南部は中国山地で構成。日本海に面する島根半島の北及び西岸は、リアス式海岸が展開しており、海、山、平野、川、湖と多彩な地勢を有する。市内には出雲大社があり、平成30年度の出雲市全体の観光入込客数は約1,160万人。出雲平野での農業や日本海沿いの漁港での漁業が盛ん。工業は山陰有数の拠点であり、商業集積も進み、各産業が調和した地域。出雲縁結び空港、河下港、山陰自動車道と環日本海交流の機能も担える交通拠点にもなっている。

②島根県海士町

- (1) 人口 ②2,353人 (平成27年)
- (2) 世帯数 ②1,057世帯
- (3) 面積 ②33.46k㎡

(4) 概要

日本海の島根半島沖合約 60Km に浮かぶ隠岐諸島の中にある中ノ島が海士町と呼ばれる。対馬暖流の影響を受けた海と、名水百選（天川の水）に選ばれた湧水に恵まれ、古くから海産物が豊富な半農半漁の島として知られる。承久の乱(1221 年)に敗れ、隠岐に渡った後鳥羽上皇や、小泉八雲などの人物も海士町とゆかりがあり、歴史や文化の豊かな町。本土からはフェリーで 2～3 時間かかり、冬場は海が荒れて孤島化することも珍しくない。

近年は I ターンで若い世代が移住する町として知られ、年間約 2,500 人という、島の人口よりも多い数の視察者が訪れる。

5 視察内容

①島根県出雲市

(1) 視察目的

- ・大山隠岐国立公園にも含まれる景勝地である日御碕の公園としてのつくり方、魅せ方を学び、香取市の公園整備に活かす
- ・道の駅の集客方法を学ぶ

(2) 視察訪問先

- ・日御碕ビジターセンター
- ・道の駅湯の川

(3) 説明者

- ・日御碕ビジターセンター：出雲観光協会日御碕観光案内所主任 渡邊一枝氏

(4) 事業概要

- ・日御碕

明治 36 年（1903）に設置された出雲日御碕灯台は高さ 43.65m、海面から灯塔の頭上までは 63.30m と、日本一の高さを誇り、平成 25 年には国の登録有形文化財に選出。積み木を束ねたような柱状節理と呼ばれる岩石は、およそ 1600 万年前に流出した溶岩の冷却収縮によってできており、「島根半島・宍道湖中海ジオパーク」の代表的なスポットとして知られる。遊歩道が整備されており、たくさんの人で賑わっていた。灯台の周辺は断崖絶壁だが、柵などはなく、ダイナミックな自然を間近で感じることができるのが特徴。一時は灯台へ続く道沿いの商店がどんどんと閉店していったが、近年は再開するお店や新規に開店するお店も増えている。現在では年間 100 万人が訪れるようになった。



日御碕灯台と断崖絶壁



灯台までの道は新規に開店したお店などで賑わっている

日御碕ビジターセンターでは日御碕の情報だけでなく、周辺の商店や近隣の観光地の情報なども見やすく紹介されていた。観光客がどこから来たのか、どこのお店に行ったのか、など、お客さんからの情報も集めながら展示を作る工夫をしている。



日御碕ビジターセンター



お客さんも参加できる展示

・道の駅湯の川

日本三大美人の湯と言われる湯の川温泉の近くにある道の駅湯の川は、地域の特産品を多数扱う売店や、たくさんの人で賑わう足湯、自宅で温泉が楽しめる温泉スタンドなど、特徴的な施設を持つ。道の駅の規模としては大きくはないが、足湯や温泉スタンドは順番待ちが出るほど人気がある。所在地の斐川地域は花のまちとして知られ、シクラメンが有名。12月にはシクラメン祭りも開かれる。



規模は大きくないが充実した売店 足湯は順番待ちになっていた

(5) 質疑

・日御碕ビジターセンター

Q. 日御碕には年間何人ほどが訪れるのか

A. 近年は 100 万人ほどとなっている

Q. 近隣に宿泊施設はあるのか

A. 以前よりは減ったが、9件ほどある。駐車場のすぐ近くに旅館もある

Q. 自然を活かした観光地づくりのためにやっていることはあるのか

A. 灯台付近に断崖絶壁があるが、柵などの景観を邪魔するものは設置していないため、他では味わえない景色が見られる。また、遊歩道を整備し、自然を近くに感じることができる

Q. 駐車場から灯台までの道に商店があり賑わっている。以前から賑わいは変わらないのか

A. 一時期は閉店や休業する店舗が多くなった。最近は新規店舗が開店したり、休業から復帰したり、賑わいを取り戻し始めている

Q. 外国人観光客は増えているか

A. 増えてきている。特に台湾が多い。中国やカナダなどからも来ている

②島根県海士町

(1) 視察目的

・Iターンで若い世代が移住し、起業して産業を起こすという事例が複数ある離島の施策を学び、香取市への移住・定住増加施策の参考にする

(2) 視察訪問先

- ・島根県海士町
- ・公立塾隠岐國学習センター

(3) 説明者

- ・海士町役場交流促進課観光商工係長 山斗隼人氏
- ・公立塾隠岐國学習センター センター長 豊田庄吾氏

(4) 事業概要

- ・海士町

有人国境離島ということもあり、公共事業で経済が潤っていた海士町。公共事業が減少してくると経済は停滞し、一時は財政再建団体となることが予想されていた海士町だったが、前町長が就任してから、大胆な改革に着手した。短期的には守りの戦略として町長をはじめとする職員や議員の給料・報酬カットを行い、町税と同じ規模の人件費削減効果を生んだ。そういった姿勢が町民にも伝わり、老人クラブからバス運賃値上げや補助金返上、各種委員から日当減額の申し出があり、住民からは自分たちにできることはないか、という声が上がらるようになった。



本土からはフェリーで3時間 「ないものはない」はダブルミーニング

長期的には、攻めの戦略として島を丸ごとブランド化し、ターゲットを東京に絞って特産品を開発し、出荷していった。Iターンでやってきた島の外の人たちの意見を取り入れながら、島の食文化を商品化した「島じゃ常識！さざえカレー」の開発や、トレーサビリティを確立して築地市場へ直接岩牡蠣を出荷するなど、海産物を中心にブランド化が進められて、メディアでも取り上げられるようになった。その背景には、それまでは離島からの輸送による鮮度の面で価格を安く抑えられてしまっていた海産物を、細胞を壊すことなく新鮮なまま冷凍できる技術（CAS）の導入によって高く売ることができるようになったことがあったという。現在では隠岐牛や塩、干しナマコのブランド化を進め、海外輸出するなどしている。

UターンやIターンで移住し、島で働いたり起業する若い世代もおり、平成30年までに669人ほどが島に入ってきて、新しい住宅が建設されたり、待機児童解消のため保育所の定

員を増やしたり、地域行事の神輿の数が増えたりするなどの効果が生まれている。

・公立塾隠岐國学習センター

海士町の持続可能性を考えた時には、教育の改革、特に隠岐島前高校の魅力化が最重要課題となっていた。高校の入学者は約 10 年間で 77 人から 28 人に激減し、統廃合の危機が迫っていた。多くは島から出て別の高校に入学していた。子どもが島外に出ることになると、仕送りの負担なども考えて家族ごと島外に引っ越すケースも多くなり、海士町の持続可能性にも大きな影響を与える課題となっていた。そこで、高校を魅力化するために、I ターンの人々の力を借りて、様々な施策を打ち出していった。

実践的なまちづくりや商品開発などを通して地域づくりを担うリーダーを目指す地域創造コースや難関大学を目指す特別進学コースを開設したり、当時では珍しい学校と連携した公営塾を設立し、基礎学力を担保しながら独自のプログラムを展開していったりしたことで、全国から意欲の高い生徒が集まり、国公立大学や有名私大への合格者も出るようになった。



当時としては珍しい公立塾の隠岐國学習センター 建物のつくりにもこだわりが

そういった結果が出たことで、入学者はV字回復し、現在では生徒数が180人を超えるまでに増加し、統廃合の危機を免れた。現在では島の外から高校に島留学した生徒の中に、将来的に島に帰ってきて移住したい、という生徒も出てくるようになってきているという。

(5) 質疑

Q. 島には魅力的なものがたくさんあると思うが、ブランド化を推進するまでは、それに気づいておらず、Iターンなどで外から来た人が魅力を見つけたという点が大きいのか

A. 島の外から商品開発研修生という、地域おこし協力隊の原型のような方々が来ており、その方々の意見が売り込むきっかけになった。価値観が混ざり、シナジー効果が生まれた。

Q. Iターンで移住する方々はどこに魅力を感じたと考えているか。また、こういったところに移住をアピールしているのか

A. 実はIターンのためだけの施策は実施していないが、移住してきた方々がSNSなどで発信し、人が人を呼ぶ状況が生まれたことが大きい。もともと島の方々は関係人口の作り方がうまく、人と人との関係が心地よく移住してきてくれる人が増えたのだと思う。

また、この島では若い世代の人々にも役割や居場所が生まれやすいことも影響していると思う。離島では世代関係なくいろいろな役割をこなさなければ生活ができないことも多いため、居場所を求めている若い人を惹きつけるところがあると感じる。

Q. これまでの取り組みに反対する人はいなかったか。いたとすればどう対応したか

A. 反対する方々はいたが、前町長のおかげでやりたいことを突き進めることができた。新たな冷凍技術であるCASを導入する時も、反対はあったが、海産物の生産者の生活を守るために必要なだと信念を持って町長が進めていった

Q. 若い世代向けの施策が多いが、高齢者の反応はどうだったか

A. 若い人が増えたことで、地域のお神輿が出せるようになったり、若い世代から元気をもたらった、といってもらったり、喜ぶ人が多い

Q. 海産物の国外輸出はどれくらいあるか

A. 平成17年にCASを導入したことで輸出も可能になった。上海には年2回、そのほかにはドバイなどにも輸出しているが、まだ全体の数%でしかないため、今後拡大したい

Q. ふるさと納税での返礼品にはどのようなものがあるか

A. ふるさとチョイスや楽天、さとふるに出しているが、CASで冷凍した岩牡蠣など地場産品を30商品ほど出している

Q. IターンやUターンが増えても人口が減少しているのは、自然減が大きいのか

A. Iターン等による社会増よりも自然減が大きい

Q. 移住者の定着率はどれくらいか

A. 50%ほどとなっている

Q. 高校の魅力化について、海士町役場は好きなようにやらせてくれたとのことだったが、障害になったものはあったのか。それをどう取り除いたのか

A. 教育を大きく変えるので、抵抗があったのは先生。愚直に話して理解していただいた

6 所感

・島根県出雲市

日御碕ビジターセンターでは、観光地の情報を展示するだけでなく、どこから来たのか、どのお店に行ったのかなど、お客さんが参加できる展示が多くあったのが印象的だった。お客さんがどう行った情報を求めているのかを考え、試行錯誤しながら展示を作っているのが伝わってきた。

日御碕は灯台を中心として遊歩道が整備され、景勝地としての魅力を様々な角度から感じてもらうというコンセプトが見えた。特に、断崖絶壁があるにもかかわらず、柵やロープなど景観を邪魔するものを全く設置しないというところに、自然を直接体感してもらうというこだわりが感じられた。安全対策もちろん重要だが、他では味わえない体験ができるというのも、観光地の魅力として今後さらに重要になってくるので、参考になった。そういったコンセプトやこだわりが伝わり、年間100万人ほどが訪れる観光地になっているのだと思うし、賑わいがあるからこそ周辺の商店なども新規開店や再開する店舗が増え、全体として活気を取り戻しつつあるのだと感じた。

道の駅湯の川は、規模としては大きいわけではないが、売店は人で賑わっており、足湯にも利用者がたくさん集まり、順番待ちをしているほど人気だった。日本三大美人の湯を手軽に体験できる施設ということもあり、人が集まる施設になっているのだと感じた。また、所在地の斐川地域は花で有名で、その花を道の駅でも楽しめるようになっている。道の駅湯の川は、地域の名物やいいものを道の駅でまとめて体験できるという、その地域を凝縮したようなつくりになっており、時間がない中でも地域を感じてもらえる道の駅という点で、とても参考になる施設だと思う。

・島根県海士町

どの施策も地域の魅力を活かしていて、おもしろい、というのが海士町を実際に見た印象だった。地域製品のブランド化はいろいろな自治体で行っているが、地域自体をブランド化するのに成功している自治体はそれほど多くない。海士町では離島という環境や自然を活かして、他にはないストーリーや体験を提供することができている。それが可能になっているのは、外から移住してきた若い世代の意見をうまく吸収し、施策に生かしていることが大きいと考える。

よく若者・ばか者・よそ者が地域を変える、ということを知ることが、正直なところ、そういった人たちの意見というのは、まちづくりに反映されづらいというのが多くの地域で抱える問題の一端になっているのではないかと思うことがある。その点、海士町では、移住者たちが外から見た海士町の魅力を住民や役場が真摯に聞いて受け止め、施策に活かしていったり、そもそも外から来た人たちと一緒にまちづくりをしていったりするというサイクルが確立しつつある。そういったところがおもしろい、魅力的な施策を生み出しているし、若い世代が自分たちの意見を聞いてもらえる、自分たちの居場所があると感じて、移住してくる大きな要因になっているのではないかと考える。

例えば、さぎえカレーの開発や岩牡蠣の養殖、塩や干しナマコのブランド化など、地域の魅力の産業化に際しては、いずれもIターンなどの移住者が先頭に立っており、この島に來れば自由におもしろいことができる、といったイメージを生み出したのも、移住者たちの意見を聞き、それをバックアップしていく体制ができていたからだと考える。

そのベースとなっているのは、住民と役場での危機感の共有ではないかと感じる。離島であり、人が島を離れていき、財政再建団体となることが予想されていたという状況では、島がなくなってしまうのではないかという危機感を多くの人が感じていたのではないかとと思う。だからこそ、町長をはじめとした給料の大幅カットが実現したし、住民自ら補助金の返上、バス運賃の値上げなどを申し出るようになったり、その後のユニークな施策が受け入れられたりしたのだと考える。現在でもその姿勢は変わっておらず、海士町のみなさんのお話を伺うと、「これまでやってきた施策は注目されてきたが、まだ成果が出ているとは言えない。私たちの取り組みは、成功事例ではなく挑戦事例だと思ってください」といったようなことが色々な方から聞かれ、全国的に注目された現在でもまだ挑戦しなければ将来が危ない、といった危機感が感じられた。この危機感を持っている限りは、さらにおもしろいことに挑戦していく海士町であり続けるのだと思う。