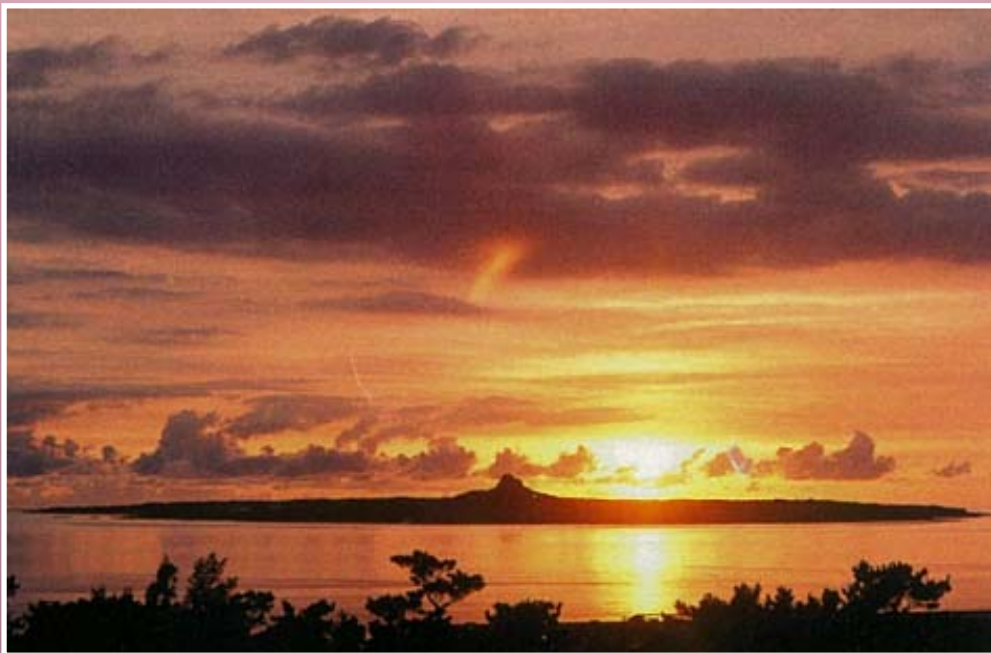


## 《産業振興》

い え そん  
沖縄県伊江村「民家体験泊の産業化による地域振興」



いえそん

# 沖縄県伊江村「民家体験泊の産業化による地域振興」

## 観光産業の活性化による地域振興

### 民泊を軸とした観光産業の活性化による 離島の産業活性化

「行ってらっしゃい！」

「行ってきます！」

沖縄の離島の一つ“伊江島”では、全国からやってきた修学旅行生が泣きながら、受入れ民家の方との別れを惜しんでいる。決して誰も「さようなら」「バイバイ」とは言わない。また伊江島に戻ってくることを約束して、修学旅行生達はフェリーに乗り込む。

「沖縄の生活・文化を体験できる修学旅行を企画できる場所はないか」とある高校の校長からの連絡が伊江島の運命を大きく変えた。



出典)伊江島民泊パンフレット

美しいビーチがあり、島全体を見渡せる山があり、そしてフェリーで沖縄本島から30分という手軽な距離にある離島、伊江島。観光資源は豊富にあるのに日帰り観光がメインであったため、島への経済波及効果は限定的であった。これまで地域経済の支えであった公共事業が縮減されるなか、滞在型観光を島の主要産業にしていけないか——？

しかし関係者の思いと裏腹に、当初の取り組みは困難の連続であった。受け入れ民家の確保、子ども達とのトラブル——。「民泊の成功例」として有名な伊江村は、いかにして村をひとつにまとめていき、そして取り組みを成功させたのか——？

## ◆取り組み概要◆

### ●取り組みの目的

民家体験泊（民泊）を機軸に据えた観光産業振興により、脆弱な産業基盤構造を改革するとともに、地域資源を活かした特産品開発により、地域経済の活性化と若年層の域外流出を食い止め、地域活性化をはかる

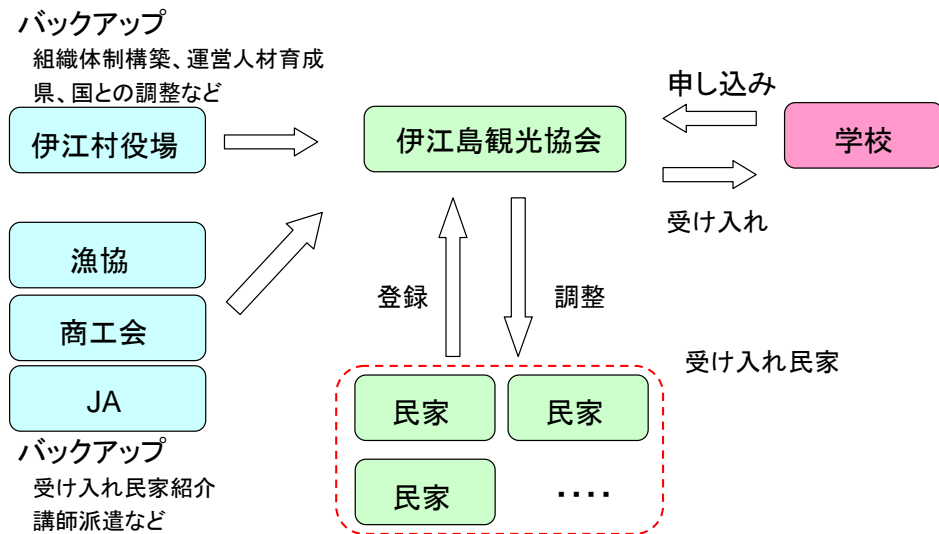
### ●取り組みの内容

- ・ 修学旅行生をメインターゲットとした民家宿泊
- ・ 地場製品のブランド化

### ●取り組み主体

- ・ 伊江島観光協会
- ・ 受入れ民家（地域住民）
- ・ 伊江島物産センター
- ・ 伊江村役場 等

## ◆取り組み体制



## ◆取り組みのポイント

## 1. 修学旅行生にターゲットを絞った民泊

沖縄県内で初の体験型観光として、修学旅行生をターゲットに「伊江島を体験する」民泊をスタート。空き部屋になった子ども部屋が多い島の事情ともマッチして、受け入れ協力民家は120軒を越える。

## 2. お客様扱いはしない。テーマはヒューマンツーリズム

生活態度の良くない子どもに対してはたとえ他所の子でも厳しく指導する。そうした島の人の気質が学校や子ども達と信頼関係をつくりだすことにプラスに作用している。

## 3. 地場産品の地域ブランド化

農作物や畜産物の出荷量は多くても「伊江島」の名前がほとんど出てこなかった反省を踏まえ、地域ブランド開発に取り組む。既存施設の活用や、地域の材料の効果的な利用等、様々な工夫がなされている。

## 取り組みによる成果

- ・民泊事業は2003年のスタート以来、右肩上がりで成長を続け、村の一大産業となった
- ・「外の目」が入ることによって、島の子どもの意識が高まった
- ・島の資源を活かした地域ブランド開発が進み、JAPANブランドに認定されるものも出ている

## 今後の展望

- ・受け入れ校数を増加させるのではなく、「人育て」をテーマにじっくりつきあうタイプの民泊のあり方の模索
- ・更なる地域ブランド開発と、沖縄本島や本土への展開

## 伊江村の概況

### 航空便のない1島1村の離島

沖縄県国頭郡伊江村は定期航空路のない1島1村の離島である。葉タバコ、黒毛和牛、島らっきょう、菊等の農業、延縄漁・ソデイカ漁・養殖業等の漁業が盛んであり、沖縄県平均と比較しても第1次産業に就業する比率が高いのが特徴である。

### 高齢化の進む村

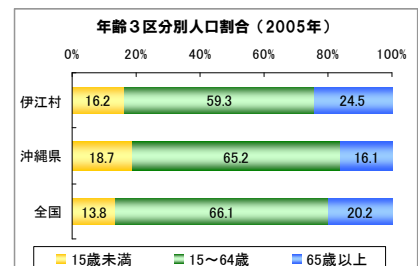
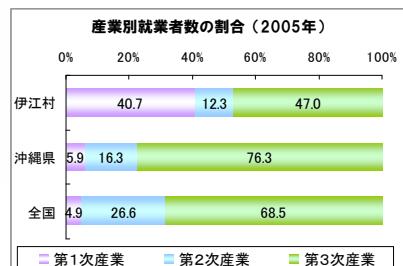
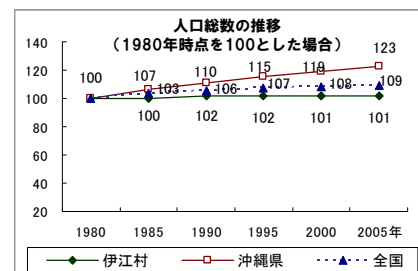
沖縄県は高齢化率の低い県であるが、そのなかで伊江村は沖縄県平均よりも約8ポイント高い。現在島の人口の約4分の1は高齢者である。

伊江村で高齢化が進んでいる理由としては、村の中に高校がなく、また就業先の選択肢が少ないことが挙げられる。多くの子どもたちは中学校を出た後、名護市等県内都市の高校へ通い、高校卒業後はそのまま沖縄本島や本土で就職してしまうためである。そういった社会背景もあり沖縄県の人口が増加傾向を示す中で、伊江村の人口は減少傾向を示している。



#### <伊江村へのアクセス>

■那覇市から  
那覇市内から名護バスターミナルまで高速バスで約2時間  
バスを乗換えて本部港まで約30分、  
本部港からフェリーで30分



出典)伊江村 HP

<http://www.iejima.org/ieson/index.php?oid=89&dtype=1000&pid=93>  
(2010/03/26 参照)

出典)総務省統計局;国勢調査

## 取り組みに至る経緯

### 公共事業頼みの経済からの脱却にむけて

「公共事業頼みでは伊江島の経済は、いずれ立ち行かなくなることがわかっていました」観光協会会長を務める山城克己氏は取り組みを始めた当時を振り返る。

前述のとおり伊江村の主要産業は農業であるが、農産物の産業規模は現在縮小傾向にあり、最盛期からみて主要製品である葉タバコは50%、電照菊は60%の水準に落ち込んでおり、取り組みを始めた2003年当時の島の経済は、政府による公共事業でなりたっていたという。しかし政府が整備すべきインフラは完成しつつあり、社会情勢の変化と合わせて考えれば、数年後には公共投資は縮小することが目に見えていた。

### 第1次産業と絡めた観光のアイデア

伊江村は、沖縄本島の本部港からフェリーを使えば30分で行き来できる距離にあるため、取り組み以前から「手軽に行ける沖縄の離島」という観光の島の一面を有していた。しかし訪れる観光



客は朝の便で島に来て、ビーチで海水浴をしたり城山に登ったりしたあと、夕方のフェリーで本島に戻ってしまうのが定番だったという。観光客がたくさん訪れるとはいえ、日帰り観光と宿泊を伴う観光では地域への経済効果は大きく異なる。「本島から近く日帰り可能」という手軽さが災いして、観光客の多さは伊江島の活性化の起爆剤にならないという皮肉な状況が続いていた――。

低迷している第1次産業と絡めるかたちでの体験型観光産業づくりのアイデアは当時から山城氏にあったという。

### 体験型観光の呼びかけと挫折

そんななか、2003年に伊江村の観光産業にとって一大転機となる知らせが舞い込んだ。

「沖縄の修学旅行で、南部戦跡や観光地めぐりをする時代は終わった。沖縄の人々の文化や生活に触れられる旅を企画できる旅行会社とわが校は契約します」。

本土のとある高校がいくつかの旅行会社に対して出した連絡が、当時の観光協会役員にとどいた。島の普段の生活に直接触れる試みとして、旅行会社の担当から「民泊」を提案されたのが取り

組みの発端だった。

言うまでもないことだが、島の家庭はこれまで他所の子ども、しかも本土から来る中高生を自宅に泊めた経験がある家など無い。民泊にはどんな準備が必要となるかも分からない状況だったが、まずはテストケースとして大阪府のとある中学校の修学旅行生を受け入れることになった。

山城氏ら、観光協会の面々が奔走して、何とか30軒の受け入れ民家を確保したという。

### Point 「受け入れを実施している島の民家」

伊江村に限らず、民泊の取り組みを行う場合には、受け入れ世帯の主人がその気になるだけでは不十分で、家に空き部屋があることが必須条件である。伊江村の場合は、先に述べたように島外の高校に進学するため、子ども部屋が空いているケースが多い。実際、受け入れに手を挙げているのは子どもが進学した後の民家であることが多く、それ故に子ども達に対しても「自分の家の子どものように接する」ことが出来るという。

また、受け入れ世帯は修学旅行生を港まで送り迎えする必要もあり、受け入れ可能な人数は家の広さだけでなく、車の大きさでも決まる。そのため、民泊の取り組みを始めて以降、大型車に乗り換える人が島では増えてきたとか。

## 取り組み初年度の様子

2003年の5月、記念すべき伊江村の民泊第1号の子どもたちが島にやってきた日、フェリーから降りてきた子どもたちの様子を見て、出迎えに訪れた島の人たちは唖然とした。

「そのころの流行のファッションはガングロ、ヤマンバ、ヘソ出しルックで島にあらわれた中学生を見た島の人々の印象は相当悪かった」と山城氏は振り返る。

一泊二日のスケジュールを終えて、中学生が島を去った後の反省会で、受け入れ民家の不満が続出した。

たとえば、ある中学生のグループを受け入れた島の菊農家は、電照菊の剪定の手伝いをさせた。菊栽培では大輪の花を咲かせるために中央のひとつだけ残してつぼみを摘み取るが、彼らはわざと真ん中の菊を折ってしまったという。手塩にかけて育てた菊を台無しにされた受け入れ民家の親父は激怒し、「お前らは親に怒られたことがないだろう」とその場で子どもたちを殴りつけた。

その他にも夜中の12時過ぎに家を抜け出そう

とする子、スーパーに連れて行ったら酒やタバコに興味を持つ子等、島の常識では想像も出来ない光景が繰り広げられた。

そして、最初の受入れ終了後の反省会では、1泊2日の受入れで、精神的にも肉体的にも疲れ果ててしまった受入れ民家から「今回限りで民泊などやめてしまおう」という意見が大半だったが、激昂する村の人を前に山城氏は「1回だけのトライアルで結論を出したくない。3回目までチャンスをくれ」と頼み込んだという。

1回目は色々と苦勞が多く、学生との意思疎通も大変だったものの、2回目に島を訪れた中学生は、山の中にある中学校の生徒たちで、純朴で素直な子どもたちだった。そして3回目に来たのは都会の有名私立高校だった。しっかりした目的意識を持って将来の夢を語る子どもたちは島との相性が良かった。3校の受入れに共通して言えることは、伊江島に修学旅行に来た生徒達は、少し大人びた顔つきになって帰っていったということだった。

### ●基本スケジュール（1）

1日目： 15:30 伊江港着・入村式→各民家へ→家業体験→入浴→夕食・語らい→  
→22:00 就寝  
2日目： 7:00 起床→朝食→家業体験→12:00 離村式→13:00 伊江港発

### ●基本スケジュール（2）

1日目： 11:30 伊江港着→(観光・マリン体験・サイクリング等オプション)→  
→入村式・各民家へ→家業体験→入浴→夕食・語らい→22:00 就寝  
2日目： 7:00 起床→朝食→家業体験→12:00 離村式→13:00 伊江港発

### ↑伊江島民泊の標準的なスケジュール

「スケジュール」といってもきっちり決められているのは到着・出発時刻くらいなのが伊江島流である。

受け入れ民家についてからは、子どもたちはそれぞれ別の「物語」を体験することになる。

出典)伊江島民泊パンフレット



Voice

伊江島観光協会会長

やましろかつみ  
山城克己 氏

伊江島民泊の生みの親。当初なかなか前向きになってくれなかった島の人達や、行政関係者を説得し、今の民泊事業を育て上げた。

## 「島の子が将来帰ってこられる伊江島にしたい」

### Q. どのような思いで民泊の取り組みを開始したのですか？

民泊の取り組みを始める直前から観光協会の会長を務めています。もとの持論として「組織は自立しないといけない」と考えていたので、観光協会として独自の収益事業を行う必要性はずっと感じていました。村の子ども達が高校進学のため島を出た後、将来伊江村に戻って来るのはせいぜい兄弟のうち一人だけです。「なんとかして子どもが島に帰ってこられる村」をつくるのが本当の目的といえます。

### Q. 修学旅行生は民宿やホテルには泊まらないのですか？

実は民宿を経営する人も民泊部会の部会員なんです。ホテルも部会員です。民宿、ホテルも3~5名民泊させます。ホテルといっても客室に泊めるわけではなくてその家族が住んでいるので、ホテルの人たちと一緒に生活してもらいます。一般のお客さんに給仕をする仕事を手伝ったりしてもらっています。伊江島の民泊は、農林漁家体験ではなく、『伊江島体験』の民泊なんです。受け入れ民家は農業の家もあれば、三線の先生さんしんもいます。地域全体で子供たちを受け入れるのが伊江島の民家体験泊事業なんです。

## 島全体への経済波及効果の実感

ちょうど3校目の高校を受け入れていることだが、肉屋の店主が山城氏に『いま修学旅行生が来てるのか？』と話しかけてきたという。その肉屋自体は受け入れ民家ではなかったが、聞くと「民泊で修学旅行生が来る晩は、うちの肉が全部売り切れるんだよ」という。こうした話は肉屋だけではなく、魚屋やその他の商店等あちこちで聞かれた。受け入れ民家が子どもたちをもてなすため、普段の数倍の材料を調達するためだ。

テストケースで受け入れを行ってみて、民泊事業を成功させれば島の活性化に大きく貢献できることを確信したと山城氏は語る。「子どもたちを受け入れるときに、前金で民家に渡したお金がたった一晩で島中にばら撒かれたんです。こんなにわかりやすい経済波及効果はない。そのときに『民泊はすごい産業に化けるぞ』って実感しましたね」。

## 観光協会の取り組みから島の取り組みへ

こうして、まったく性格の異なる3つの学校を迎え入れた。最初に受け入れた中学校に比べると2校目、3校目の受け入れ時の衝撃はそれほど大きくなかったが、翌年度以降も民泊を続けられるかどうかは分からなかったという。

テストケースを終えた後、30軒の受け入れ民家に今後の意向を聞いたところ『良かった。いつでも受け入れたい』『1年に1度くらいなら受け入れてもいい』『民泊なんて二度とやりたくない』という回答がそれぞれ3分の1づつ寄せられたという。事業として民泊に取り組むなら、一年のうちいつ子どもたちが来ても対応できないといけない。自分たちがあんなに駆けずり回っても常時受け入れ可能な民家が10軒しかないのでは話にならなかった。

マンパワーによる活動の限界を感じた観光協会の面々は、民泊のテストパターンの結果を報告書にまとめて、村長に直訴することとなる。山城

氏が経済波及効果が島全体に及びこと、島での体験をさせるには農業、漁業関係者の協力が不可欠なことを力説した結果、JA、漁協、商工会等、

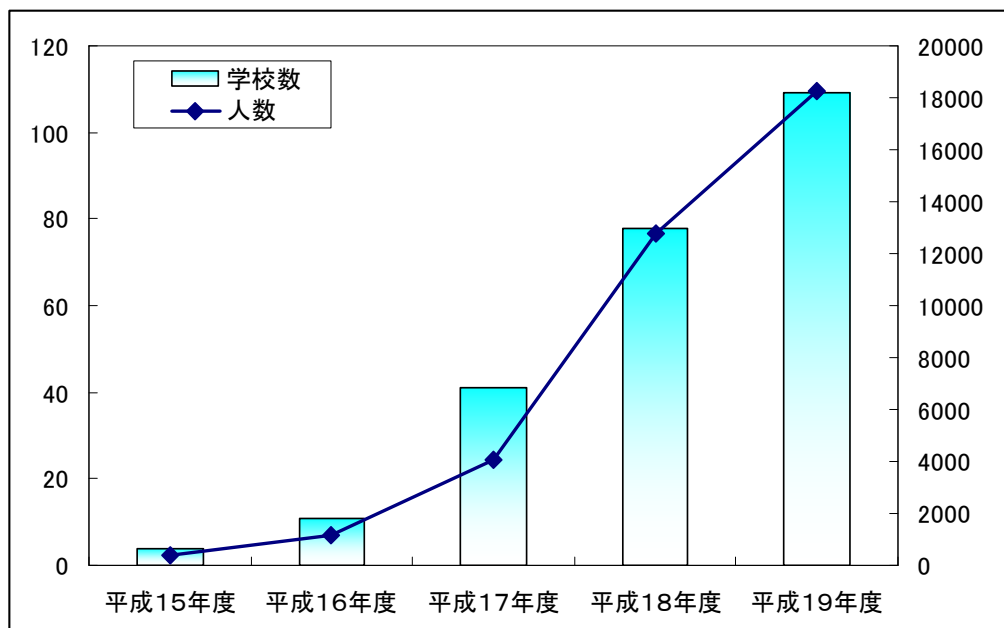
島中の団体が民泊に協力することになった。観光協会の取り組みが伊江村全体に広がった瞬間である。

### Point 「最初に受け入れた中学校のその後」

第一印象が最悪だった中学校だが、実は現在に至るまで関係は続いており、今でも修学旅行生が毎年伊江島を訪れている。

子どもたちを受け入れた年の夏休み直前、数人の先生が再び伊江島を訪れた。民泊受け入れのお礼を述べるとともに、伊江島を訪れた後の学校の変化を伝えに来たのだ。山城氏は、菊を折られてしまった農家や、農産物をめちゃくちゃにされた農家の思いを代弁し、来年以降の受け入れに難色を示した。すると、先生方は丁寧に謝罪を重ねこう言った。「受け入れ民家の皆様にとどのようなご迷惑をおかけしたか……。申し訳ありません。でも、あの子達は教師もびっくりするぐらい1泊2日の伊江島体験で生まれ変わったんです。」修学旅行から帰ってからの子どもたちは、旅

行に行かなかった先生や先輩、後輩をつかまえて熱心に話をするようになったという。「島のおっちゃんにぶんなぐられた」「おばちゃんにこんなこと教えてもらった」……。わずか一泊の伊江島滞在で、教師と生徒のコミュニケーションがとりやすくなり学校が生まれ変わってしまったのだ。来年以降も是非伊江島にきたいと頼む先生に対して、島の方は戸惑いを隠せなかった。学校関係者と受け入れ民家の話し合いは、平行したままであったがその後の懇親会で夜中まで腹を割って話し合い、都会で暮らす子どもたちの様々な家庭事情等が飲み込めるにつれ、島の人達も納得し、次年度以降も受け入れることになった。「受け入れ側が、島に来る子ども達のことを理解しようとする姿勢も重要だとわかった」と、山城氏は語る。



#### 民泊受け入れ件数の推移

平成15年度に受け入れを開始してから、急速に受け入れ件数が増加していることが見て取れる。

リピーター校やロコミで参加申し込みする学校が多いのが特徴である。

学校の先生は都道府県内で人事異動するので「民泊に来る学校が多い県」「ほとんど来る学校がない件」が二極化する傾向にあるという。

出典)伊江村資料



## 現在の取り組み

### ヒューマンツーリズム：

#### お客様あつかいはしない

伊江島の民泊で体験する内容は、原則的に受け入れ民家の家業や考え方により異なり、観光協会や伊江村が体験メニューを定めているわけではない。

ひとつだけ受け入れ世帯が守るべき原則は、「お客様扱いをしない」こと。「自分の家の子どもが里帰りしてきたつもり」で修学旅行生を家に

入れる。1泊2日の短い滞在期間であるが、本当のお父さん、お母さん、子どものような関係を築くことが可能だという。

これは誰に強制された考え方でもなく、もともとの島の人の意識に基づくものであり、初年度に起きたトラブルもそうした背景があってこそといえる。「みんなで同じ場所を巡る修学旅行と違って、ここでは体験する『物語』が子どもによってぜんぜん違う。だから帰った後も自分の体験を自慢しあったりできるんです」と伊江島観光協会専務理事の<sup>こはま</sup>小濱<sup>よみつ</sup>豊光氏は語る。



受け入れ民家での子どもたちの様子

左上からサトウキビの収穫、ヤギの世話、貝殻細工づくりの様子。受け入れ民家によって体験する内容は大きく異なる。自分の体験を自慢したり、ほかの子どもの話を聞いたりするのも民泊の楽しみのひとつだ 出典)伊江島民泊パンフレット

### Voice

#### 伊江島観光協会専務理事

こはまよみつ  
小濱豊光氏



観光協会の理事として、受け入れ民家の調整や入離村式の取り仕切りを行うだけでなく、実際に子どもを受け入れも行う。

### 『伊江島体験』が民泊の特長

#### Q. 民泊を始めて、特に印象に残っている出来事は何ですか？

一度修学旅行で島に来た子どもが、その後に家族旅行や卒業旅行でまた島に帰ってきてくれることが嬉しいですね。そういう子どもたちは大体毎年20人くらいずついます。

あと、今から3年ほど前に、茨城県から修学旅行で来た子が、先日島に移住して来たのも嬉しい驚きでした。伊江島ファンは確実に増えてきていると実感します。

受け入れ民家だけでなく、普通の村の人たちも「またこの島に来てね」っていえる雰囲気、リピーターが多い理由かなって思います。

#### Q. 民泊の事務局をされていて苦労されることは？

『自分の家の子どものように』がテーマの伊江島民泊ですが、やはり子どもたちに怪我や病気は絶対にさせないように気をつけたいといけません。受け入れ民家に対して講習会を開いたり、海に行くためのために全ての受け入れ民家にライフジャケットを購入させたり、観光協会として安全対策には気を配っています。

時にはうるさがられることもあるし、島の受け入れ民家はずい子どもたちと仲良くなりすぎてしまうんですが、誰かがこういう仕事をしないとやっていられない事業ですから。

本音をいえば自分も受け入れ民家の一人として、気楽に子どもたちを受け入れたいとも思っていますが(笑)。

## 一大産業への発展

伊江島の民泊事業には、現在では毎年数万人の修学旅行生が訪れる。苦労して集めた 30 軒の受け入れ民家も 120 軒まで増えた。過疎地域である伊江村に 1 大産業を生み出し、地域経済に大きく貢献をしている。

## 民泊だけじゃない！ 伊江ブランドの育成

民泊だけがフォーカスされがちな伊江島であるが、実は地域ブランドの売り出しにも熱心に取り組んでいる。キーマンは伊江村役場で商工観光課に勤める松本<sup>まつもと</sup>壮<sup>つよし</sup>氏(地域人材ネット登録者)だ。

松本氏はもともと福岡市の広告代理店で働いていたが、「沖縄で子育てをしたい」という思いから 2003 年に村役場に入った。実は民泊の取り組みにも当初から関わっており、取り組みを進めるにあたって役場の上司を説得したり、県や国の担当と折衝したりと、伊江島の村おこしを語る上で避けて通れない人物だ。



## 製糖工場跡を活用！伊江島物産センター

かつては、伊江島のサトウキビ産業は毎年 4 万トン出荷する島の一大産業であった。しかし最近では苦戦気味で、島のほかの作物の生産量が上がっているなか、サトウキビは生産量が落ち込み年間 5,000 トン程度になっている。そのあおりを受けて数年前に製糖工場が閉鎖されてしまった。

伊江島物産センターでは、跡地に新設された設備を活用して島の作物を加工、出荷する役割を担っている。

松本氏は語る。「それまでは島で収穫された農産品はそのままの形で出荷されてきました。今では例えば伊江牛をビーフシチューに加工したり、いろいろとアイデアを出しながら新製品を生み出しているところです。特にこれまで伊江島の牛は、子牛として生きたまま出荷されて東北地方等でブランド牛として育てられていたのですが、お母さん牛の有効活用を考え、今は島のブランド商品として活用しています。ビーフジャーキーや地元料理で人気の牛汁、カレーにシチュー等たくさん作っています」。



### ← 伊江島物産センターの加工食品

伊江島物産センターで加工している伊江牛の牛汁とビーフシチュー。やわらかくておいしい。製糖工場が閉鎖した後、ここは特産品を加工する工場に生まれ変わった。伊江牛以外にもピーナッツ、もずく等、さまざまな製品を取り扱っている。右はハイビスカスのリキュールのパンフレット。

出典)伊江島物産センターパンフレット

他にも、物産センターでは紅芋のフレークやピーナッツ製品等、毎年数種類の新製品が生み出される。

離島ゆえの輸送コスト高に悩まされ、目下のところ島内や沖縄本島での販売がメインだが、来年度には大手ビール会社の実験工場を酒造工場として引き継ぐこととなり、さらに夢は膨らむ。

「これまでは農産物を出荷しても、ほとんど伊江村の名前が表に出てこなかった。コストを下げるのはなかなか難しいですが、とりあえずいいものを造り続けるしかないのかなって思います」。

### Point 「イエソーダ:伊江村ブランドの代名詞」

現在一番のヒット商品は「イエソーダ」である。黒糖、ドラゴンフルーツ、シークワサー等、島の特産品を原料に使った全 4 種類で、港のお土産品店のほか、伊江島各地で販売されている。

「味にも自信がありますが、やっぱりさわやかな色とデザインが受けているんだと思います。」と語る松本氏。実は中身の商品開発やパッケージデザインも松本氏が手がけたという。「以前広告代理店に勤めてはいましたが自分はずっと営業畑を歩いてきたので昔の同僚からは『お前がデザイナーまでやるなんて信じられない』といわれます」

お土産屋品店の売り子さんによれば、一番の売れ筋はシークワサーだという。

## 建設会社が営むシモン合鴨

前述のとおり、伊江島はかつて公共事業で経済が成り立っていた島であり、建設業に携わる人が多い。公共事業が減少している昨今、彼らのなかには建設業とは違った新たなビジネスに乗り出しているものもある。仲宗根清夫<sup>なかそねきよお</sup>氏が経営する伊江島ファームもそうした試みのひとつだ。本業で建設業を営む傍らで、「伊江島シモン合鴨」を育て、出荷している。

伊江島シモン合鴨の特徴は、飼料として伊江島特産のシモン芋やピーナッツを利用していることが挙げられ、ビタミン、ミネラルが豊富な餌を食べている鴨は健康で高品質であると都市圏の高級レストランでも評判が高い。

もともと、沖縄ではあまり鴨を食する習慣が無かったというが、伊江島の環境は鴨を育てるのに適しているという。また島にはあまり渡り鳥が飛来しないので、鳥インフルエンザ等の伝染病が蔓延するリスクも小さいという。

品質の監修には島内外の著名なシェフやレストランと提携し、育成や出荷の条件を検討している。「社員の雇用を維持」するためにこれまで経験したことのない農林水産業に取り組んだ



←イエソーダ全 4 種

南国らしいカラフルな色使いだが、合成着色料は使っていない。着色料を使っていないためピンク色のドラゴンフルーツ味は、特につくりたての色が鮮やかだ。

島の北の断崖絶壁付近の「湧出(わじ)」と呼ばれる湧き水を使用しているほか、少量の塩が混ぜられているもの等があり、島の特徴を出している。

出典)総務省 HP: [www.soumu.go.jp/main\\_content/000027214.pdf](http://www.soumu.go.jp/main_content/000027214.pdf) (2010/03/26 参照)



←伊江村商工観光課 松本氏

地域人材ネット  
登録者

伊江村の取り組みの隠れたキーパーソン。民泊の実現にも尽力したほか、イエソーダの企画にも携わり、素人離れたセンスでパッケージデザイン等を手がけた。

出典)イエソーダパンフレット



↑伊江島シモン合鴨  
ヒヨコの状態から出荷までには、およそ60日かかる。主に沖縄本島のホテルやレストラン等に出荷されており、評判は上々だ。

↑建設会社と兼業しているだけあって、伊江島ファームでは、橋梁の骨組みを活用して鴨舎を建設している。従業員の方も日によっては建設現場に借り出されるという。

仲宗根氏は、当初試行錯誤の連続だったというが、<sup>なかそね</sup> しており、今後が期待される伊江島の新しい産業取り組みを始めてからわずか3年で経済産業省 である。のJAPANブランドに認定されるまでに成長



伊江漁業協同組合代表理事  
組合長:

はちまえりゆういち  
八前 隆一 氏



30代の若さで伊江島の漁協の組合長に就任した実力派。昨年のヒット商品「イカ墨じゅーしい」に引き続き今も新製品の開発に向けて検討中だという。

### 『「イカ墨じゅーしい」食べてみてください』

#### Q. イカ墨じゅーしいの成り立ちを教えてください。

コープおきなわの商品開発の人から、ソデイカの下足の部分を有効活用できないかと持ちかけられたのがきっかけです。通常下足は海上で投棄されることが多いのですが、それを持ち帰って、お金に換えることができないかというのが発端です。

—昨年の夏にアイデアが出されてから急ピッチで商品開発して、昨年1年間で11万食を売り上げました。商品は漁協の女性部と青壮年部が協力してつくったんですよ。

#### Q. 「じゅーしい」とは何のことですか？

じゅーしいというのは、沖縄では雑炊のことを指します。沖縄の伝統料理の一つですね。

内地で「雑炊」というと汁ご飯のイメージがありますが、沖縄では炊込みご飯に近くなります。

じゅーしいにイカ墨を混ぜて食べることも、この辺りでは一般的に行われているんですよ。

日本ではあまりイカ墨料理ってなくて、イタリア料理でイカ墨パスタを食べるくらい。だから試食してもらうまでが結構大変ですね。

#### Q. 今後の展望についてお聞かせください。

新製品のアイデアとしていくつか暖めているものはあります。もう数ヶ月以内には開発を完成させたいと思っていますところですよ。

良いものをつくるためには、やはり外の力を上手に取り込んでいくことが鍵になると思います。

島の方は商品づくりに関わるときに営業まで関わろうとする等つい全部やろうとしますが、色々な人を取り込むことが課題ですね。

## 取り組みのポイント

### プロモーションはしない！

### 口コミを主体とした情報伝達

右肩上がりの伊江島の民泊事業。さぞかし学校に対して積極的にアピールしているかと思われるだろうが、主体的なPR活動は一切行っていないし、むしろ申し出を断っているくらいだと小濱氏は語る。ある学校が修学旅行後に実施したアンケートの満足度調査では、沖縄県内の有名な観光

施設を押さえて、伊江島体験がダントツ一位であるという結果もでている。

「受け入れ民家の人は皆快く子どもたちを迎えてくれますが、職業として民泊をやっている人はひとりもいない。普段の生活を犠牲にして続ける民泊は、本質から外れてしまいます。だから受け入れ校数をどんどん増やしていくつもりはないし、島の民家ならどこでも受け入れていいというわけでもない」。と小濱氏は語る。



島根県

いいなん ちょうりつ あ か ぎちゅうがっこう  
飯南町立赤来中学校教頭  
ふのいさお  
布野功氏



今回偶然取材日程と重なって修学旅行に来られていた島根県の中学校の教頭先生にもお話を伺いました。赤来中学校が伊江村に来るのは今年で5回目だそうです。

### 「伊江島と子ども達の波長があっています」

#### Q. 修学旅行で民泊を入れている狙いは何ですか？

生徒たちの温かい心を体験的行事を通して育てたいというのが一番の動機です。日常できないような体験を島ですることにより、考える力、表現する力を育てていきたいと思っています。

#### Q. 伊江島に来るようになったきっかけは？

もともと飯南町では平和学習の一環として、中学校は沖縄に来るケースが多いですが、うちの中学校が伊江島を訪れるのは今回で5回目です。きっかけは、同じ町の他の学校が、やはり伊江島で民泊にきて子供たちのためにもなって、人と触れ合ったという生の思い出が残るのでとてもよかったという話を聞いたことがきっかけです。

#### Q. 生徒の皆さんの民泊の評判はいいですか？

非常にいいですね。みんな一番の思い出として民泊を挙げます。知らない人の家に泊まるというのはなかなかできない体験だと思う。自分を出しにくい田舎の子どもだけけれど、受け入れ民家に行ってからたった数時間で、おばあ、おとあ、おかあという家族のなかで打ち解けられます。うちの子どもの波長と、伊江島の素朴さがうまく合って、素直に打ちとけられやすい感じではあったのかなと思います。

飯南町の人たちも、他所から来訪者が来ると温かいおもてなしをする地域です。そのような波長がぴったり合っているんだなと思います。



離村式的一幕。思わず涙ぐむ子も多い。伊江島の民泊の離村式では、「さよなら」ではなく「いってらっしゃい」といって子ども達を送り出す。再会を誓い合っただけで子どもたちは島を離れる。



楽しかった伊江島の民泊も終わって帰路につく子どもたちの様子。港で見送る受け入れ民家の家族が見えなくなるまで手を振って別れを惜しむ。

## 赤来中学校の皆さん



現地訪問時に、伊江島に修学旅行で訪問していた島根県飯南町立中学校の生徒さんに帰りのフェリーの中でお話を伺いました。

## 「伊江島の子になりたい」

### Q. 民泊はどうでしたか？

「ずっとこのまま伊江島（受入れ民家）の子どもになりたい！」「絶対、家族とまた来たい！」「おとお、おかあやおじい、おばあ、と離れるのが辛い・・・（涙）」、「晩ご飯と一緒に沖縄料理をつくった！」「私はバーベキューした！」「きれいな貝殻拾った！」「冬に海に入るなんて、島根じゃ考えられん・・・」。と、ハンカチで涙をふきながら、1泊2日の伊江島体験を振り返ってくれた。

### Q. これからのスケジュールは？

「この後、「美ら水族館」等、本島の観光施設を見学するけど、本島にもう一泊するなら、伊江島でもう一泊したかった・・・」という子もいた。

現在、島に民泊の問い合わせが来るのは、学校の先生間の口コミで事業を知ったケースが圧倒的に多いという。また、配置換えで転属した先の学校で、「修学旅行は伊江島に」と推薦してくれる先生もいるとか。

民泊は、子どもたちだけではなく、先生達も伊江島ファンにしてしまう力を持っている。

### 密な情報交換による

### 受け入れ民家のクオリティ維持

現在では、修学旅行生を受け入れる民家は130軒にのぼる。当然、全ての民家で統一されたサービスが提供されるわけではないし、画一的なサービスは興ざめであるが、もてなしのレベルに差があるのはよくないとの考え方の基に、受け入れ民家同士の情報交換の場をセッティングし、可能な限りクオリティが下がらないように工夫している。具体的には、離村式後に必ず反省会を開いたり、前金で宿泊料を払う際に受け入れ民家に集まってもらい、レクチャーを必ず開催することになっている。

とはいえ、松本氏が「伊江島は何か起こったら20分で島中にうわさが伝わる」と語るように、もともと情報が共有される土壌によるところも大きいといえるだろう。

## 取り組みの成果

### 子ども達との交流の拡大による地域活性化

「民泊は人育て」と小濱氏は強調するように、民泊を始めてからというもの、島の人たちの意識がすこしずつ変わってきているという。取り組みに参加する受け入れ民家の意識やレベルも当初に比べてかなり高まってきたと観光協会は胸を張る。

経済的な活性化効果はもちろん、「外の目」として同じ中高生が島に来ることで、島の子ども達の意識も高まってきている。「民泊事業を始めてから、マラソンの全国大会を目指すような子ども達と島の子が接する機会が多くなった。早朝から練習する姿勢や明確な目的意識等、自分たちより高いレベルの子の存在を目の当たりにすると、やはり島の子どもも発奮します」と小濱氏は言う。

## 今後の展望

### 量から質への転換：

#### 毎年来る学校とはじっくりとおつきあい

これまでは右肩上がりに受け入れ校数が増えていたが、地元の負担を考えると野放図に受け入れてはいけないというのが、観光協会や村役場の考えだ。

地元の負担を考えると、気心の知れた先生や学

校と長くお付き合いしていくほうがいい。「伊江島らしさ」を維持しつつ、受け入れ校数を絞り込んでいく案も出されているという。

また一般の受け入れ民家と異なる専門的なガイドの必要性もメンバー間で認識されており、伊江村の歴史・風土・産物・魚介類に至るまで熟知したガイドの育成が急がれている。

「量から質へ」伊江島の取り組みは今転換期に来ているのかもしれない。