

Title	観光・交流へのかかわりによる漁業者のエンパワーメントの過程にかんする研究：北海道浜中町の漁業者活動を事例に
Author(s)	木野, 聡子; 敷田, 麻実
Citation	日本観光研究学会全国大会学術論文集, 23: 177-180
Issue Date	2008-11
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/16812
Rights	本著作物は日本観光研究学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Institute of Tourism Research. Copyright (C) 2008 日本観光研究学会. 木野聡子, 敷田麻実, 第23回日本観光研究学会全国大会学術論文集, 2008, pp.177-180.
Description	

観光・交流へのかかわりによる漁業者のエンパワーメントの過程にかんする研究 - 北海道浜中町の漁業者活動を事例に -

Empowerment of fishery workers through tourism and exchange with outsiders:

A case study of Hamanaka, Hokkaido

木野 聡子* 敷田 麻実**

KINO Akiko SHIKIDA Asami

北海道の主要産業の1つである漁業の労働環境は厳しい状況にある。それは漁獲の技術向上に重点が置かれ、漁業者の経営能力の向上に対する支援や、漁業に関連した経済的な自律手段の獲得に対する支援が、十分でなかったからだと考えられる。そこで本研究では、浜中町の女性漁業者グループを対象に、漁業地域での「エンパワーメント」の過程と課題を調査した。そして観光や交流の中で、漁業以外の「他者」と女性グループとのかかわりによるエンパワーメントの促進プロセスを分析し、その促進に観光や交流が有効であることを明らかにした。そこから漁業地域における漁業の再生の可能性を指摘した。

キーワード：エンパワーメント、地域づくり、協働、漁業、地産地消

1. はじめに

(1) 目的と背景

北海道は豊富な水産資源を地域振興に積極的に活用する一方、北海道庁や道内の自治体、漁業者団体が水産資源を活用することの重要性をPRしている。しかし水産資源の減少や輸入水産物による価格の低迷など、漁業の現状は厳しく、しかも地域側の努力だけでは解決しにくい問題を抱えている。そこで、道内の沿岸地域では漁業者が漁獲だけではなく、水産加工による生産物の高付加価値化や、消費者との産地直送などを行ってきたが、それを支える技術やノウハウは他産業のビジネスモデルであり、漁業への移転は容易ではなかった。

そこで本研究では、女性漁業者の活動を事例に、漁業者が漁業を生かした関連分野に進出する際に、漁業関係者以外の他者との交流を通じ「変容」する様子を聞き取り調査した。そして組織の経済的な自律を目指し、喜びや生きがいを感じて働くプロセスを分析した。そして女性漁業者の変容から、結果的に漁業だけではなく農山漁村地域の生活をそこにある産業で支え、地域社会を維持・存続させる仕組みを考察した。

本研究は、北海道浜中町の女性漁業者の水産加工グループ「こんぶ娘工房」を主な研究対象とした。そして同グループが組織的に活動し、商品化や水産物の付加価値向上を進める中で、地域内外の支援者や観光客

と交流したことに着目し、観光・交流で地域外のアクターとのかかわりを持つ中で学習し成長する、女性漁業者の「エンパワーメント」の過程を述べた。さらに今後、漁業の産業再生のために観光・交流を活用することの重要性や、観光による(漁業)地域再生の実現可能性を、関係者のエンパワーメントの視点から指摘した。

本研究の調査対象地域には、町の主要産業が酪農業と漁業である北海道浜中町を選定した。同町は人口規模が6,878人と小さいが、国内第3位の広さを持つ「霧多布湿原」を利用したエコツアーが盛んで、他に大規模な観光業がなく、地域の観光関係者と観光資源との関係の構図が比較的理解しやすい。加えて今回の調査では、先行研究を調査した上で、同町の観光関係者、行政、漁業関係者を2008年6月から10月までの間に3回訪問し、聞き取りして分析した。

なお本研究ではエンパワーメントに注目したが、その定義について明らかにしたい。まずエンパワーメントには「力づけ」や「力の付与」の意味があり¹⁾、個人の能力が向上することを指している。また小國は農村開発の分野から、エンパワーメントは「直接的な生産向上・生活設備の改善にとどまらない社会的価値や関係性の変化、個人の自信の獲得や集団自治能力の向上を含む概念」と定義している²⁾。他にもエンパワーメントに言及した研究は多いが、開発援助の事例を参照した佐藤の言及³⁾に従い、「自律性の回復を基本とし

て、個人が主体的に学習によって能力を向上させ、また能力を発揮する機会を得ること」を本研究ではエンパワメントと呼ぶ。

2. 調査地域の特徴

(1) 浜中町の概要

北海道東部、釧路市と根室市の間に位置する浜中町は面積 423.43km²、人口 6,878 人の酪農業と漁業が主要産業の町である。2005 年の就業者数 4,280 人のうち第一次産業就業者の割合が 52%で、その比重が高い。2006 年の浜中町の財政規模は約 64 億円で、財政力指数が 0.19、経常収支比率が 89.7%であり、実質公債費比率は 22.1%であり、財政的に厳しい状態にある。

浜中町は、太平洋に面した起伏に富む海岸線と湿原地域、そして内陸の根釧原野に続く酪農地帯という 3 つの要素から成り立つ。国の天然記念物でラムサール条約の登録湿地でもある霧多布湿原が、町全体の 7.4%、3,168ha を占める。

浜中町観光協会によると 2007 年は約 34 万人の観光入込客があった。来訪する観光客の多くは宿泊を伴わない通過客である。同観光協会によると、2007 年の観光客宿泊数はのべ 7,707 人である。町内の宿泊施設は個人経営を中心に 13 軒あり、収容総数は約 250 人と小規模である。そのため大規模なツアーの受け入れよりも、個人客への対応を主とした宿泊滞在型の地域づくりが課題である。なお同町では、エコツーリズム大賞特別賞を受賞した NPO 法人「霧多布湿原トラスト」が活動し、湿原を活用したエコツアーを実施している。

(2) 漁業の概要および課題

浜中町には浜中と散布(ちりっぷ)という 2 つの漁業協同組合(以下「漁協」とする)があり、多くの漁業世帯は戸主が組合員となっている。北海道水産現勢調査によると、2 漁協の年間漁業生産額は約 43 億円(2006 年)である。また浜中町には 1,179 人の漁業従事者がいるが、従業者 2 人の漁業経営体が全体の 52%、を占め、ほとんどが夫婦や家族など小規模経営である。

浜中町では漁業者の 93%がコンブ漁業に携わる。同町のコンブ漁業の水揚は年間 1,771 トンで日本一であり、約 14 億円を生産するが(2006 年北海道水産現勢調査)、近年は資源減少や高齢化、さらに中国産コンブの流入による価格低下の影響が深刻である。

一方、散布漁協への聞き取りによると、コンブ漁業

の減収を補てんし、漁業収入を安定させるため、漁協では 1963 年からアサリの栽培漁業に取り組み、2002 年からはウニコカキの生産にも取り組んでいる。こうした取り組みにより、単一の漁種で営む漁業の構造改善による安定化や、組合員の収入の増加を目指しているが、まだ根本的な解決となっていない。

3. 漁業者のエンパワメント

(1) エンパワメントの前段

コンブ漁業で高い生産額を上げる一方で、浜中町の 2 漁協をはじめ、町役場や釧路支庁、観光協会、商工会など関係者は、前述したコンブの低価格に問題意識を持っていた。その解決のためには、コンブの生産・出荷だけではなく、水産加工による消費者への直接販売など、コンブの付加価値向上が必要であった。

そこで、地域では浜中町商工会で 1998 年から 2000 年の 3 年間、地域資源調査事業、地域特産品開発推進事業および、特産品販路開拓支援事業を実施し、販路開拓までの支援を行った。さらに 1999 年と 2000 年にはコンブの技術指導が 2 度行われた。その内容は、浜中町など道東の一部で獲れる「ネコアシコンブ」が、他のコンブ産地と競争優位を持つことに着目した、商品化の研究であった。

福井県の専門家を招聘した技術指導では、浜中町で高齢化により技術が途絶えかけていたコンブの削り技術を学んだ。参加した女性漁業者は、従来男性が伝承してきた「コンブかけ」を研修によって習得した。そして、この学習機会を端緒に、研修に参加した女性漁業者たちによる水産物の加工販売を行う「こんぶ娘工房」と「まりん工房」の 2 つの工房が誕生する(表 - 1)。

表-1 コンブ加工グループの比較

項目	こんぶ娘工房	まりん工房
設立年	2003年2月21日	2003年ごろ
構成員	4人	6人
商品	コンブのみ	コンブ+魚介類
食品衛生管理者	不要	代表で1名必要
商工会	会員	非会員

(注) 工房、商工会の聞き取りから作成

(2) こんぶ娘工房の事例分析

2 つの工房はほぼ同じ時期に結成されたが、本研究では、「こんぶ娘工房」をまず考察する。

こんぶ娘工房は、散布地区の 1 人の女性漁業者が、参加した商工会主催の「昆布研究会」がきっかけとな

った。研究会の講師から「浜中のコンブは化粧をしたらきっと売れる」と助言を受け、漁協の組織である「女性部」とは別に、コンブの商品化に意欲のある女性漁業者をメンバーとして集めた。そのメンバーは、浜中町商工会の「経営相談サービス」を利用し、コンブ販売のための起業を相談し、経営に必要なアドバイスを職員から得た。そして専門家派遣制度を利用して、デザインの専門家を札幌市から招聘した。

この専門家と商品コンセプトや種類・包装を相談し、こんぶ娘工房で開発した商品を「北の生活産業デザインコンペ」に2003年に出品したところ、浜中産ナガコンブを巻いた「一本勝負」シリーズが大賞を得た。その際の、副賞50万円をデザインマークの印刷用原稿の作成に再投資している。そして「大賞」を示すマークを商品に入れ、商品の差別化を進めた。

次に、こんぶ娘工房は2004年から浜中町の観光施設で、年間約4万人が来館する「霧多布湿原センター」のミュージアムショップに、コンブ商品の委託販売を開始した。メンバーは商品の補充などで同センターを訪れる中で、買い物をする観光客との交流に留まらず、より深い観光のアクターと交流できる契機を得た。それが同センター職員や、観光の関係者との情報交換や「ネットワーク形成」につながった。地域づくりに関心が高い同センター側にも、地域資源であるコンブの活用と販売で地域をPRしたい意向があり、こんぶ娘工房との異業種での協働が実現する機会になった。

また、人に商品を託す売り方ではなく、自分たちで販売する営業も試みた。居住地区にも近く観光地である「琵琶瀬展望台」で、こんぶ娘工房のメンバーは、休漁日に販売店を開いた。その結果、来店する観光客と話す機会を得て、会話の中から購買傾向を把握することができた。

このような「小規模な」成功例が重なると、地域内のネットワークを通して「こんぶ娘工房でやらないか」という表現の場や機会への誘因が増えるなど、連鎖的な「成功」につながった。このような表現機会を得ることもエンパワーメントにとって重要な要素である。そしてその機会を利用することでこんぶ娘工房の商品提案能力も連鎖的に向上していった。

さらに、漁業関係者以外との交流や協働は、これまで「漁業コミュニティ」以外で話すことがなかった女性漁業者が、浜中町の漁業や地域情報、コンブ商品の特性を人前で説明する機会を得たことで、他者の前で

の表現能力を磨くことにつながった。

さらに、2005年には北海道地域政策総合事業から新食材の販路開拓として、こんぶ娘工房は10万円の交付を受け、また2007年には浜中町地域活性化事業補助金で62万円を補助されている。後者の補助事業ではこんぶ娘工房のメンバーが半額を拠出し、経営に自らが加わることや経営に対する責任をより自覚する契機となった。また補助金申請にかかる企画内容の文書化や、報告書作成などでは、従来の漁業コミュニティでは習得する機会もなかった書類作成能力や帳簿管理、他者との間での調整能力などを身につけ、エンパワーメントプロセスが進んだ。特に、こんぶ娘工房のメンバーが所属する漁業コミュニティ以外の関係者、いわゆる他者との接触によってエンパワーメントが促進されたことは顕著である。メンバーも「商売の仕方も分からなかったが、失敗を含め多くを学んだ」と述べている。

(3) こんぶ娘工房からの連鎖

こんぶ娘工房とそのメンバーのエンパワーメントプロセスと、もう一つの組織であるまりん工房は、類似したプロセスをたどっている。

まりん工房は、浜中地区の女性漁業者たちによって結成されたグループである。こんぶ娘工房と同様に、その端緒は受講した講習会である。コンブの商品化研究会での講師の助言が、漁業コミュニティで課題であった、コンブ産地のPR不足を学ぶ端緒となった。そして状況を打開するため、商品化による付加価値の向上に対する、消費者への直接販売となって、まりん工房のメンバーに新しい概念を導入する契機となった。

組織化した時は、既に散布地区にこんぶ娘工房が活動していたが、活動する地区が異なることと、双方ともに利益優先の事業でないため、競合意識はなかった。

まりん工房も霧多布湿原センターでの商品取り扱いを2005年に始めた。ショップの特産品コーナーに置く、浜中町由来の商品が少なかったため、観光客を意識した低単価の「sea菜(シーナ)チップ」やスティック状の商品を複数開発した。まりん工房側のメリットは来訪する観光客という消費者に直接販売することで、消費者の購買状況を把握できたことである。

事業が進むうちに、漁家の経営や活動や家事に加え、漁協の女性部活動と、まりん工房活動を行うメンバーは多忙になり、工房の維持のために家族や周囲の理解は重要な要素だった。これに関して、当初は「頻繁に

家を空けることを渋っていた夫」が、まりん工房の活動に次第に理解を示すようになり、協力を得られるようになったとメンバーが述べている。それは、自分たちの漁獲したコンブの価値が商品化によって高まったことに対する周囲の評価である。

また、まりん工房ではメンバーが経営する漁業種類に着目し、漁獲したハナサキガニやシシャモなどを実験的に加工し、一部を商品化した。これはコンブの高付加価値化で得た知識を他に「転用」する発想をメンバーが習得したことであり、能力獲得の結果である。また、同じ浜中町の漁業者同士であるこんぶ娘工房が生産するコンブ関連商品との重複を避ける意味もあり、「地域全体でのバランス」という思考をできるようにしていることも示している。

4. 考察

こんぶ娘工房とまりん工房の2つの工房は、組織化のスタートが、他者(講習会講師)による啓発であった。しかし、この背景には、メンバーが所属する漁業コミュニティの維持に対する危機感があり、その対策として自分たちが持つ「地域資源」であるコンブを活用したいという思いがあった。同時に、一見「閉じている」ように見える漁業コミュニティが、研修会などで、漁業関係者以外と接触できる機会を持っていたことは、関係者のエンパワーメントにとって重要なポイントである。

また2つの工房とも「スタートアップ」時期に、地域の商工会からの支援を得たことが大きい。経営支援組織は漁業コミュニティにも備わっているが、「商工」「漁業」など業種別の組織と一般に理解されがちで、漁業者の商工会利用は少なかった。そこに起業相談の発端で、商工会を利用した女性漁業者の行動は評価できる。一方で「地域」という観点で支援を説明すると、女性漁業者は、知り合いなど地縁を活用し、店舗を借りるなど支援を得た。これは地域内に元々備わっているネットワークを活用して、必要な機会を得たと分析できる。この点からは、特定の産業に従事する関係者でも、地域に存在する資源(この場合、支援組織からの支援機会)は、エンパワーメントのために積極的に活用すべきであるということがわかる。

次に、当初の支援による事業化がいったん成功した後で、外部からの認証を得られていることが重要である。当初の能力向上によって、多少の収入が得られ、

さらなる事業化に意欲が向上するが、その事業を維持するためには、家族をはじめとする周囲や地域内からの「認証」が必要である。こんぶ娘工房の場合、それは「北の生活産業コンペ」での大賞であった。外部の評価を得たことが、地域内部の評価に反映し、こんぶ娘工房の活動が地域内で「正当化」された。

またこのような実績の蓄積により、地域内外からも信頼され、「機会の提供」をいっそう受けられるようになる。こんぶ娘工房に各方面から誘因が増えたことはこのようなエンパワーメント機会の増加を表している。

最後に、2つの工房が観光と接点を持つことにより、エンパワーメントが一層促進されたことが示唆される。観光は多様なサービスの集合体であり、そのため未経験者でも何らかの形で参加できることは多い。2つの工房が販売の現場で接触した観光は、収入だけが目的の「売店販売」のような形態ではなく、個人の観光客を主体とし、コミュニケーションが可能な場であったことが、エンパワーメントにとって重要と思われる。

地域にあるのはコンブなどのモノとしての資源だけではない。ノウハウやネットワークも含めて資源である。その活用は産業ごとではなく地域単位で考えるべきであろう。

今後は、漁業者が自身も含めた漁業資源を活用し、地域の他業種と連携した商品化や、体験型観光の商品開発が有効である。その一例に湿原のガイドツアーを「海寄り」に再構成すれば、湿原からの水や栄養の流れが漁業者を支えることを理解し、相手に説得と共感を与える。さらに消費者でもある観光客に、浜中産コンブを高い次元でPRする活動にもつながる。

謝辞：本研究にあたり、浜中町の漁業者および関連機関に協力を得たことに、感謝を申し上げます。

【参考文献】

- 1) 佐藤寛 (2005) : 奨励におけるエンパワーメント概念の含意(佐藤寛編「奨励とエンパワーメント」, アジア経済研究所), pp.3-24.
- 2) 小國和子 (2005) : 「村落開発奨励におけるエンパワーメントと外部者のまなび」(佐藤編, 前掲書), pp.131-156.
- 3) 佐藤 (2005) 前掲書, pp.3-24.