

《定住促進》

いっしきちょう さくしま
愛知県一色町佐久島「アートによる島おこし」



定住促進

愛知県一色町佐久島 「アートによる島おこし」

島の歴史文化とアートの融合による観光振興

島民が島の資源を守り、磨き上げ、観光客がその資源と出会う きっかけをアートがつくり、行政が質の高い情報発信を行う 島民・アートプロデューサー・行政による島おこし

三河湾に浮かぶ人口 300 人の佐久島。島民より猫に出くわすことが多いこの島に今、多くの観光客が訪れている。客層として多いのは 20～30 代の若者。彼らは、港で船を2時間待ち、島では食堂の行列に並ぶ。こんな光景が春から秋まで続く。それでも、観光客は「楽しかった」と満足し、そして再び島を訪れる。中には、ボランティアとして島おこしに関わるようになる観光客もいる。

こうした観光客をひきつけているのは、今この島で取り組まれている、島民と行政の協働による「アートによる島おこし」。「島」と「アート」という一見、縁遠いような2つが、うまく組み合わせ、佐久島ならではの魅力」を発信している。

観光客をひきつける「佐久島ならではの魅力」とは何なのか？
そしてそれを引き出す島おこしの取り組みとは？



おひるねハウス(C)南川祐輝

◆取り組み概要

●取り組みの目的

島民の自主的かつ創意あふれる活動を通して、自然・風土・歴史・産業といった佐久島固有の資源を発掘・研磨し、島の活性化（経済的発展、交流人口の増大、定住人口の確保など）を推進する。

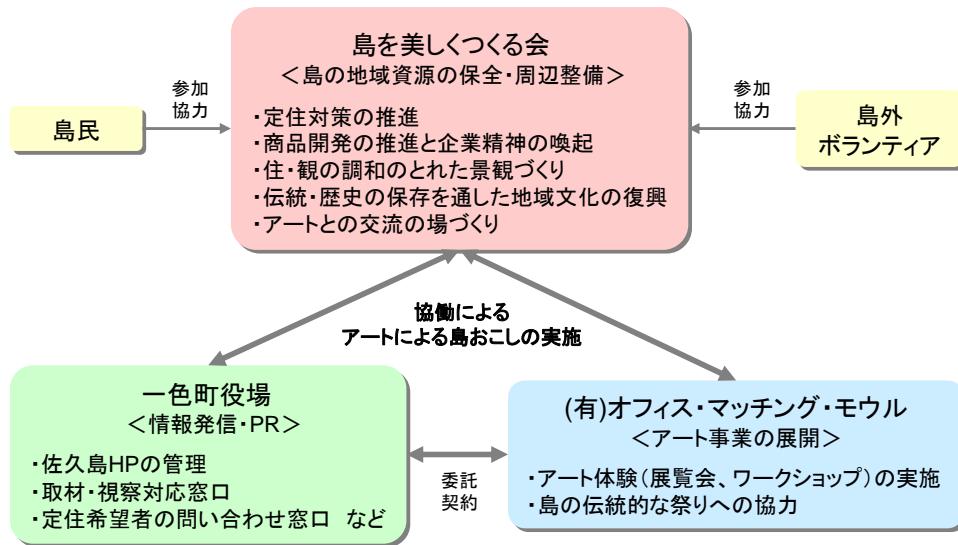
●取り組みの内容

- ・島の地域資源の保全・周辺整備
- ・アート事業の展開
- ・情報発信・PR

●取り組み主体

- ・「島を美しくつくる会」（島民による島おこし組織）
- ・佐久島の島民
- ・島外ボランティア
- ・一色町役場
- ・(有)オフィス・マッチング・モウル（一色町委託業者）

◆取り組み体制



◆取り組みのポイント

1. 島の歴史文化とアートのコラボレーション

島の歴史文化とアートが、互いを尊重しながら融合することで、佐久島にしかない魅力を発信している。

2. ターゲットは、体験型志向の若い観光客

島本来の魅力を評価してくれる観光客をターゲットとすることで、島の自然や伝統文化、島民の生活などを守りながら観光振興を図り、定住促進を目指している。

3. 「人を活かす」活動の展開

島の子ども達や「島を美しく作る会」におけるメンバーの、思いや才能をリーダーが見つけ、島おこしの中で引き出すことで、島民主体の島おこしを実現している。

4. 質の高い情報発信

佐久島ホームページの定期的な情報更新とプロによるコンテンツ作成を通じて、質の高い情報発信を行うことで、マスコミ等の注目を集めている。

取り組みによる成果

- ・観光客数の増加
- ・多くの島外ボランティアの参加
- ・Iターン者・Uターン者の出現
- ・島おこしへの島民の参加

今後の展望

- ・観光サービス拡充に向けた、島おこしの担い手の獲得
- ・定住促進に向けた具体的な支援策の実施
- ・佐久島の新たな魅力の発掘・発信

一色町の概況

漁業と海産物を生かした観光業の町

一色町は、愛知県西三河の南部に位置する町で、内陸部と三河湾のほぼ中央に位置する佐久島で成り立っている。

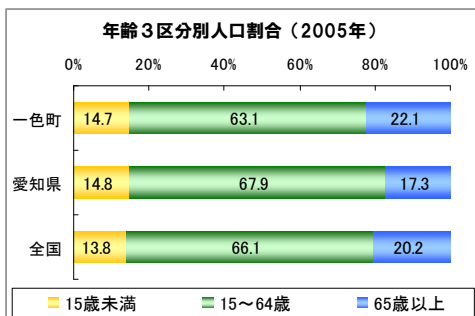
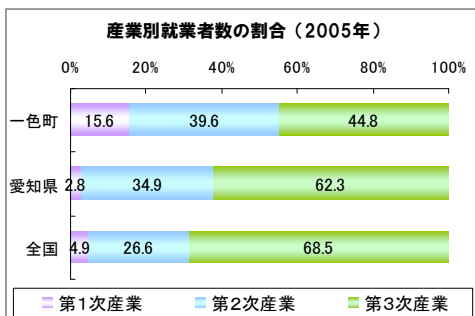
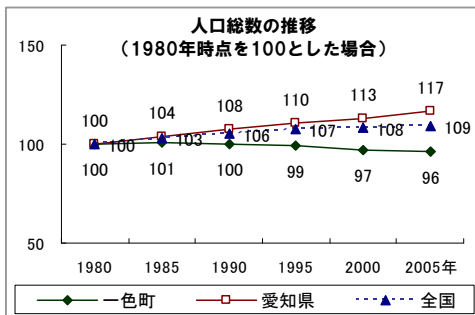
2005年の国勢調査によると、人口総数24,068人、一般世帯数6,734世帯。1980年からの人口推移を見ると、愛知県が増加しているのに対し、一色町は微減となっている。高齢化率は22.1%と、愛知県や全国に比べてやや高い。

産業別の就業者数の割合を見ると、第1次産業が15.6%と、愛知県や全国と比べて高くなっている。一色町の主要産業は漁業で、養殖うなぎの生産量は日本一、「えびせんべい」は全国有数の生産額となっている。こうした新鮮で豊富な海産物を集めた「一色さかな広場」は、市場やレストランを備え、年間利用者が90万人を超える観光拠点となっている。

本土から20分でアクセスできる 人口300人の島

一色町に属する佐久島は、周囲11.5km、面積181haで、本土とは町営の定期船で結ばれており約20分でアクセスすることができる。2005年の国勢調査によると、人口315人、世帯数139世帯。高齢化率は48.3%と半数近くを占めている。産業別の就業者数の割合は、第1次産業が49.0%、第2次産業が5.5%、第3次産業が45.5%となっており、主要産業は漁業と飲食店・宿泊業となっている。漁業にいたっては、総就業者数の約半数を占めている。また、島内には、アート作品等をめぐるルートや文化交流施設の弁天サロン、海水浴場、民宿・食堂など、豊かな自然や景観、海産物を楽しむことができる観光資源がある。

<佐久島へのアクセス>
名古屋から西尾まで、電車で約50分、
名鉄西尾駅から一色港まで、バスで約30分
一色港から佐久島西港まで、船で約20分



出典) 一色町 HP
<http://www.town.issshiki.lg.jp/gaiyou/post.html> (2011/3/1 参照)

出典) 総務省統計局: 国勢調査

取り組みに至る経緯

「外の目」による佐久島の魅力の発掘

佐久島は、かつては海運で栄えたが、1950年代に1,600人超となった人口は、その後、減少の一途を辿り、1995年には400人弱となった。

その頃、国土庁（当時）の委託の離島振興調査委員会「よい風が吹く島が好き女性委員会」が佐久島を視察に訪れ、島の豊かな自然や景観などが、佐久島の魅力となる貴重な地域資源であると提唱した。これは島民にとって信じがたいことだった。島民にとって、こうした資源は「見慣れた」ものであり、「佐久島は何もないところ」と思っていたためである。こうして「外の目」により島の魅力が発掘されたことを機に、一色町は調査委員会委員長に佐久島活性化ビジョンの策定を依頼し、提案されたのが「弁天海港構想」である。

「弁天海港構想」は、「島の産業、地域文化、自然環境、景観などを活用して、アートフェスティバルや文化フォーラムなど芸術活動を行い、芸術性豊かな美しい島を形成する」というものだった。この構想の実現に向け、1996年に設立されたのが島民有志で構成する「島を美しくつくる会」である。

一色町役場が、漁業や観光業といった島の主要産業から4名ずつ選出し、16名のメンバーでのスタートとなった。メンバーは当時としては珍しく、高校卒業後も島に残った30代の若者で、小さな子どもを抱える彼らは島の未来を危惧していた。こうして、佐久島の「アートによる島おこし」が始まったのである。

島の歴史文化とアートの融合

島の魅力を発信するためのアート事業を展開するため、一色町は2001年度より「(有)オフィス・マッチング・モウル」(以下、「OMM」)への業務委託を始めた。OMMは、佐久島の現状に詳しく、アートプロジェクトを手がける内藤美和氏ないとうみわが代表を務める現代美術を中心とした芸術・文化関連の企画会社で、随意契約となった(年間の委託費:約1,200万円)。OMMは、展覧会やアーティストによるワークショップ、アートと地域の交流等を手がけている。

OMMでは、「佐久島体験 祭りとアートに出会う島」をコンセプトとして掲げ、島の歴史文化の中でも特徴的な風習である祭りとお祭りの融合を目指すことにした。具体的には、島の伝統的な祭りの時期と平行してアート体験(展覧会、ワークショップ)を開催することで、にぎわいの復活



↑ 佐久島の東港
港には、多くの漁船が並ぶ。大半の島民が漁業権を持ち、多くが漁船を所有している。



↑ 佐久島の海辺の風景
風や波など、自然が織りなす音以外、何も聞こえない。静かでゆったりとした時間が流れる島である。

を図るとともに、観光客が伝統的な祭りの魅力を体感できる取り組みを展開した。

初年度の2001年は、筒島弁財天の12年に一度の大開帳の年だった。そこで、アート体験に加えて、夏の「弁天祭り」に協力。筒島の奥の院へと続く竹林の各所にアート作品を展示して周遊を促した。また、島の東部に位置する海水浴場から西の盆踊り会場まで観光客の移動を促すため、アーティストの指導でボランティアが制作した提灯を観光客が持ち練り歩く提灯行列を行い、祭りの夜をにぎわした。

一色町から OMM への委託は2002年度以降も継続されており、毎年度、アート事業として、年間を通じたアート体験の提供と島の伝統的な祭りへの協力を行っている。

島民と行政の協働体制の構築

2007年には、一色町役場に佐久島振興室ができて、離島振興、観光、渡船など、島おこしに関わる様々なセクションが一つの部署にまとまったことで、役場の体制も整った。こうして現在では、「島を美しくつくる会」と一色町役場の協働のもとで、「アートによる島おこし」が取り組まれている。「島を美しくつくる会」が島の地域資源の保全・周辺整備、一色町役場が佐久島の情報発信

とPR、そして OMM が島の地域資源の魅力を発信するためのアート事業の展開、というように役割分担をしている。

こうして、島民と行政が協働、ここにアートプロデューサーとして OMM が関わって、地域資源とアートの融合により島の魅力を発信している。

Point 行政の担当部署の一本化の効果

一色町役場における佐久島振興室の設置は、島おこしに大きな効果をもたらした。

佐久島振興室が設置される前は、島民が島おこしに関する相談で役場を訪れても、観光担当、渡船担当、民生担当、土木担当、衛生担当など、様々なセクションを回らなければならず、非常に大きな負担で、物事がなかなか前に進まなかったという。また、課を超えた連携はなかなか難しい事が多かった。

佐久島振興室ができたことで、窓口が一本化され、島民と担当者が定期的にコミュニケーションをとることができるようになり、信頼関係が生まれている。また、離島振興(観光を含む)担当も渡船担当も同じ課内にいることから、季節に加えて祭り・行事などの観光イベントの開催時期をふまえて渡船客数を予測し、それを船の便数に反映することができるようになった。これにより観光客数は一気に1.2~1.3倍になったという。

担当部署の一本化は、役場の迅速かつ柔軟な対応を可能にしたのである。



↑筒島(左)と2001年度の弁天祭りに向け、OMMが作成したチラシ(右)

筒島は、七福神の一人である弁財天が奉られている島で、別名「弁天島」と呼ばれている。弁天祭りの日程が含まれる期間で3名のアーティストの展示会を開催。展示会の中では、ワークショップとして、アーティストが佐久島をテーマに島の子ども達と作品をつくった。

出典)一色町資料、(有)オフィス・マッチング・モウル資料

現在の取り組み

現在、「島を美しくつくる会」は、会長・副会長と4つの分科会に分かれ、定住対策の推進、商品開発の推進と起業精神の喚起、住(む)・観(る)の調和のとれた景観づくり、伝統・歴史の保存を通じた地域文化の復興、アートとの交流の場づくりに取り組んでいる。一色町より年間200万円の補助金交付を受け、一色町役場との協働で事業を展開。各分科会の取り組みやOMMのアート事業には、島内・島外のボランティアの協力を受けている。分科会は次の通りである。

ひと里分科会

里山の保全・管理を担い、梅林や雑木林、花畑の手入れを行うほか、メインロードの清掃や海岸のゴミ拾い等を行っている。また、佐久島が「三河湾の黒真珠」とよばれる所以となった黒壁の家並みを維持するため、「黒壁運動」として、島内外のボランティアの協力を得て、黒壁を塗りなおす作業をしている。



↑コールドールで塗られた黒壁の家並み

防水のために船底に塗っていたコールドールを、潮風から家を守るために壁に塗ったもので、漁業を生業とする佐久島ならではの風景である。2001年に名古屋市立大学の瀬口哲夫教授が、「エーゲ海に浮かぶ白い宝石」ギリシャ・ミコノス島に対し、「三河湾の黒真珠」と称したことで知名度が向上した。

出典)一色町資料

美食分科会

島の食材を活用した名物料理の開発に取り組んでいる。民宿の経営者等で試作を行い、島内外の人を交えて試食会を開催。その結果をふまえて改善を行い、完成した名物料理は観光協会を通じて各民宿や食堂へ発信、協力依頼がされる。また、試食会の様子などをホームページで情報発信することで、PRにも取り組んでいる。

漁師分科会

漁村集落環境の保全として、アサリの漁場再生やアマモの移植による藻場の再生に取り組んでいる。これらは、島内の学校の協力を得て、小中学生とともに行われており、その後の観察も生徒が授業の一環で行っている。このほか、島でとれるアカニシという貝を用いた貝紫染めの体験教室を、島民がインストラクターとなって開催している。



↑名物料理「タコしゃぶ」

美食分科会が開発した名物料理の中でも、タコしゃぶと磯カキ茶漬けがヒットして息の長い料理となっている。

出典)一色町資料



↑貝紫染めの様子

インストラクターの確保にあたっては、講座を開催し、受講した島民にその資格を付与した。

出典)一色町資料

いにしえ分科会

島の伝統文化の保全・継承に取り組む。伝統的な和太鼓の継承にあたっては、OMM との協働により、観光客に和太鼓を披露するイベントを開催し、島民が和太鼓に触れる機会を確保している。また、島内外のボランティアの協力を得て、島にある古墳や寺社仏閣など、文化財の整備を行っている。さらに、「島を美しくつくる会」の活動拠点である弁天サロンの2階では、島の伝統文化を発信する展示を行っている。

会長・副会長

「島を美しくつくる会」の会長・副会長は、OMM や行政との連携窓口として、アート事業と年間スケジュールのすりあわせやアート事業への支援、情報発信のためのネタづくりを行っている。また、各分科会での取り組みやアート事業における島内外のボランティアの受入を行っている。さらに、佐久島への定住を促進するため、佐久島振興室に問い合わせのあった定住希望者に対し、空き家の紹介や必要な改修等の相談に乗っている。



↑島中に点在しているアート作品 (左)イーストハウス(C)南川祐輝 (中)カモメの駐車場(C)木村崇人 (右)すわるとこプロジェクト(海水浴場)(C)名城大学理工学部建築学科三浦研究室有志

これらはすべて常設となっている。限られた予算の中で常設展示を実現するため、アーティストが制作した作品をOMMと「島を美しくつくる会」で丁寧に維持管理を行っている。また、OMM は受託業務の中で、芸術系大学の学生を受け入れて、学生が作品を制作する機会を提供している。一番右の作品は、その一つである「すわるとこプロジェクト」で学生が制作したもの。



↑島中のアート作品を回るスタンプラリー

「佐久島アート・ピクニック」として、島中のアート作品を回るスタンプラリーを年中開催。アート作品の中には、右のようなぞき箱もある。写真のぞき箱では、佐久島の伝統的な和太鼓の祭りの様子を見ることができる。これも、歴史文化とアートのコラボレーションである。

取り組みのポイント

島の歴史文化とアートのコラボレーション

アートで島おこしをするには、アートと島の地域資源をどのように組み合わせるかが重要である。「島を美しくつくる会」副会長の鈴木喜代司氏は、「アートだけではオンリーワンにならないし、島の古いもの（伝統文化）だけでは観光客は来ない。この2つは島おこしの両輪なんです。」と語る。

また、OMM からも、「島の歴史文化とアートをうまくコラボレーションする内容」を毎年度提案しているという。

現在、佐久島にはアート体験の一環としてアート作品が島中の至る所に常設展示されており、多くの観光客の目をひいている。これらは島の自然を壊さないように創られており、景観と調和して一つの作品となっている。OMM 代表の内藤氏によると、アーティストには作品の素材の一つに「佐久島」を加えるように依頼しているという。

また、島の伝統的な祭り「西の盆踊り」では、50年以上前に祭りの中で使っていた祭り舟をアーティストが復活させ、昔の祭りを再現している。こうしたコラボレーションを実現するために、「島を美しくつくる会」とOMMは、定期的なコミュニケーションを欠かさないようにしている。こうして島の歴史文化とアートが融合している一方で、両者は互いの領域にはふみこまないようにしている。アート作品については、素材に「佐

久島」を加えるという依頼以外は、どのような作品をどこにつくるのかということは、基本的にアーティストに任されている。また、「西の盆踊り」の祭り舟は、昔の祭り舟に関する島民の話に基づいて、アート作品として創作されている。

このように、島の地域資源とアートが、互いを尊重しながら融合することで、佐久島にしかない魅力が発信されているのである。



(有)オフィス・マッチング・モウル代表
ないとうみわ
内藤美和 氏



元々は画廊に勤めていた彼女。画廊の客から聞いて初めて訪れた時に、佐久島に魅了され、その後 OMM を立ち上げて佐久島のアート事業を受託するまで、観光客として何度も足を運んだ。「佐久島の魅力は？」という質問に対し、「ありすぎて答えられない」と答えた。彼女自身が島の魅力を深く理解していることが、島の歴史文化とアートの融合を可能にしたと言えるだろう。

「佐久島には、まだ知られていない魅力がたくさん」

Q. OMMが展開するアート事業でコンセプトにされている「祭りとアートに出会う島」には、どのような意味が込められているのですか？

「祭り」には、島、島民、伝統文化という意味、「アート」には、アート、外から来る稀人、現代といった意味が込められています。この両者が会うことで化学反応がおきて何かが生まれるのではというコンセプトです。

Q. アート事業に協力してもらうアーティストは、どのように人選されていますか？

佐久島を素材とした時に何かおもしろいことをやってくれそうな人です。それからチャレンジ精神のある人ですね。島での作品づくりは、材料の運搬や移動など手間がかかりますし、予算も限られています。そうした環境でもやってみたいというチャレンジ精神あふれる人をお願いすると、おもしろいものが出来上がってきます。

アーティストの中には、これまでギャラリーや美術館の中で人数を限定して見せるという展示をしてきた人がいました。佐久島で、初めて野外での作品展示に挑戦し、本人にとって、その後の制作活動につながる良い経験となったようです。

Q. 今後の展望をお聞かせ下さい。

当初、私達が一色町からミッションとして与えられたのは、交流人口の拡大でした。その目標は一定程度、達成できたかと思います。この観光客の増加に対し、いかにビジネスを展開し、島の活性化につなげるかは、島民の皆さんにかかっていると思います。私達は、島おこしのための環境づくりをさせていただいたわけです。

OMMとしての当面の目標は、かつて島内 88ヶ所にあった弘法の祠の、失われたものを現代建築によって復活させてつなぐルートなど、新しい佐久島の体験コースをつくることです。佐久島には、まだ知られていない魅力がたくさんあって、それを訪れる人が見つけられる楽しみがあります。能動的に行動する人にとっては、とても楽しいところだと思いますよ。

ターゲットは、体験型志向の若い観光客

こうした魅力を発信する相手としてターゲットとなっているのが、「行動力と好奇心を持ち、コミュニケーションに関心のある若い世代」である。内藤氏いわく、「お客様然としてサービスの悪さを指摘するのではなく、自分から島の魅力を見つけに行く体験型志向の人達」である。

実際、佐久島を訪れる観光客は、島民のきめこまかな「おもてなし」よりも、島に元々ある「豊かな自然」「素朴な島民」「ゆったりとした時間の流れ」を楽しんでいくという。彼らは大変マナーがよく、ゴミや落書きも少ない。中には、その後、島外からのボランティアとして島おこしに関わる人もいる。

こうした観光客をターゲットとする目的には、「継続的な交流」そして、その延長線上には「定住促進」がある。実際、観光客の約3割はリピーターとなっている。このように島本来の魅力を評価してくれる観光客をターゲットとすることで、

島の自然や伝統文化、島民の生活などを守りながら観光振興を図り、将来的な人口増加を目指しているのである。

Point 「よい島をよい形で残す」ための定住促進

こうしたターゲットの考え方は、定住促進対策でも同じである。定住希望者の多くは、佐久島振興室に問い合わせをしてくる。問い合わせを受けた段階と、その後、「島を美しくつくる会」で空き家の紹介をする段階で、定住希望者が、「佐久島のことを正しく知っているか」「島民と馴染もうとする意志があるか」といったところを確認している。「島を美しくつくる会」で定住促進を担当する三宅博巳氏は、「人口を増やすためには『来る者拒まず』がよいのかもしれませんが、でも、よい島をよい形で残したい。島にある昔からの慣習や風習を壊したくないのです。」と語る。定住促進に対する、こうした慎重な姿勢は、結果として、定住者が定着する確率を高め、定住促進の確実性を高めていると言える。



↑「すわるとこプロジェクト」のアート作品(左)と現代建築で復活させた弘法の祠(右)

(左)すわるとこプロジェクト(C)名城大学工学部建築学科三浦研究室有志 (右)銀(C)みかんぐみ・竹内昌義
いずれも、佐久島のゆったりとした時間の流れを象徴する作品である。春～秋にかけて、こうしたアート作品でのんびりしたり、花の香りや浜辺での貝殻拾いを楽しむ観光客の姿が見られる。左の作品には、「バスの来ないバス停」というあだ名がついており、作品が親しまれていることが伺える。

「人を活かす」活動の展開

「島を美しくつくる会」の活動では、様々な場面で島の子ども達が主役となっている。島内の小中学校と連携し、総合学習の時間を利用して、子ども達が島おこしに取り組む機会を確保している。年度初めに全生徒が、島おこしの中で自分がやってみたいことを発表する。「島を美しくつくる会」は、これに対しボランティアの手配等の支援を行うが、企画提案から計画作成、当日の運営までは、すべて子ども達が担う。こうして、地域社会で自分の思いを実現する機会を子どもに提供することで、子どもやその家族に島おこしに参加してもらうきっかけにしている。

こうした姿勢は「島を美しくつくる会」の運営

にも貫かれている。トップダウンでの事業展開はなるべく控え、メンバーからの取り組みの発案をきっかけに、アイデアを出した人や意欲を示した人が中心となって進めるようにしている。これについて、副会長の鈴木氏は、「何かを押し付けても長続きしません。やってみたいという人の思いを尊重して後押しすれば、その人が人も集めてくれるし方法も考えてくれる。私達リーダーは、そうした機会を提供するだけで、取り組みの中では影の支援に徹しています。」と語る。

各々の個性や才能をリーダーが見つめ、島おこしの中で引き出していくという「人を活かす」運営により、島民主体の島おこしを実現しているのである。



「島を美しくつくる会」

会長

つづいのぶたけ
筒井伸武氏 (左から2番目)

副会長

すずききよし
鈴木喜代司氏 (左から1番目)

おおしままさのぶ
大島真信氏 (左から3番目)

みやけひろみ
三宅博巳氏 (左から4番目)



分科会リーダーが核となって動く島おこしの中で、縁の下の力持ちとなっている彼ら。観光客の声をヒントに、リーダー達の才能を活かしながら島おこしに取り組む。「島を美しくつくる会」発足からの十数年は長いようで短かったと振り返る。観光客からの喜びの声をエネルギーに変えて邁進してきた成果が出てきている。

「島の活性化は島民にしかできない」

Q. 島おこしにおけるトップの役割は何だと思えますか？

何か始めようとするれば、賛成や反対、様々な意見が出ます。そして、反対の声というのは大きい。それらを受け入れて、反対の意見も少しずつ取り入れてプラスに変えながら実現にもっていく。それがリーダーの役割と考えています。これを教えてくれたのは、ともに活動するアーティストでした。彼らは、自分たちが必死で創りあげた作品をどう見るかは、その人の自由だと言います。見る人によって作品の捉え方は様々だということを受け入れているんです。そういう彼らから、様々な考えがあって当たり前だと多様性を受け入れていくことを学びました。

Q. 行政との関係づくりは、どのようにされていますか？

島の活性化は島民にしかできないと思っています。他人任せではいけない。でも、やはり私達だけでできることには限界があります。自分達でできる最大限の努力はして、できない部分については行政に協力を求めます。行政とうまく協働するには、コミュニケーションが必要で時間もかかります。でも、そうしてできた基盤は非常に強いものになっています。お互いに「島を何とかしたい」という思いは共通していると思います。その中で、意見の食い違いというのは当然ありますが、それによって新たな視点で物事が見られるということもある。そういう柔軟性も大切と考えています。

内容・表現・発信方法での質の高い情報発信

現在、佐久島には、多い時期で週1回のペースでマスコミ取材が入る。そのきっかけになっているのが佐久島のホームページである。

佐久島 HP では、マスコミの取材のネタを切らさないよう、頻繁に情報を更新している。月に一度、「島を美しくつくる会」副会長、一色町役場、HP 作成業者で編集会議を開き、イベントや島おこし事業の進捗状況、旬のグルメ等から、新しい情報を探し、トップページの「最新情報」を更新している。また、HP の作成は、一色町役場が業者委託を行い、プロのレポーターがコンテンツ作成にあっている。「餅は餅屋」というのが町の考え。年間 144 万円の委託費は、それ以上の広

告効果をもたらしている。

取材や視察などの依頼への対応は、一色町役場が一括して担当している。本業（漁業や観光業）と島おこしの活動で多忙な「島を美しくつくる会」で対応するよりも、きめこまかな対応ができ、詳しい情報を発信することができる。また、依頼の中で、離島という場所のみに焦点をあてたロケなど、佐久島の本来の魅力発信につながらないと思われるものは断ることもあるという。島の魅力を理解し発信してくれる人には全面的に協力するという姿勢である。

このように、内容・表現・発信方法において、質の高い情報発信をすることで、多方面からの注目を集めているのである。



一色町役場 佐久島振興室

室長補佐

すずきよしひろ
鈴木良浩 氏 (右)

主査

おおた ゆ き こ
太田由紀子 氏 (中)

主事

やまざきたかし
山崎高志 氏 (左)



2007 年度に佐久島振興室ができた。定期的に島を訪問し、「島をつくる会」とコミュニケーションを図ることで、本音で話し合える関係を築いている。

「地域おこしはゴールのないマラソン」

Q. HP を業者委託にしているねらいは何ですか？

プロのライターによる文章作成と SEO(検索結果にサイトを上位表示するために HP を最適化する手法) 対策です。魅力ある HP をつくれるのはプロ、プロでなければ質の高い情報発信はできません。佐久島のような地域おこしは全国に多くあるし、東海圏にはライバルとなる様々な観光施設があります。そこで勝ち残っていくためには、いかに見てもらうかが重要だと考えています。

Q. これまでを振り返って「島を美しくつくる会」メンバーにどのような変化がありましたか？

昔は、佐久島は「何もないところ」だと、その魅力に気づいていませんでした。豊かな自然やそれが生み出す景観や食べ物、黒壁の家並みなど、ここにしかない資源がたくさんあって、それらは佐久島の付加価値になるのだということを言い続けてきたことが、今の成果につながっていると思います。現在では、佐久島 HP の編集会議でも、観光客の心をくすぐるような旬の情報を提供してくれるようになりましたし、取材対応も手慣れたものです。「佐久島をなんとかしたい」という郷土愛が彼らを成長させてきたのだと思います。

Q. 今後の展望をお聞かせ下さい。

地域おこしはゴールのないマラソンです。ですから、ずっと走り続けていくことが大切です。

佐久島を訪れる観光客は、初めてきた人でも、なぜか「懐かしい」と言います。それが今後もずっと守り続けなくてはいけないもので、それを担っていくのが「島を美しくつくる会」なのです。

取り組みの成果

交流人口の拡大、島おこしの協力者の獲得

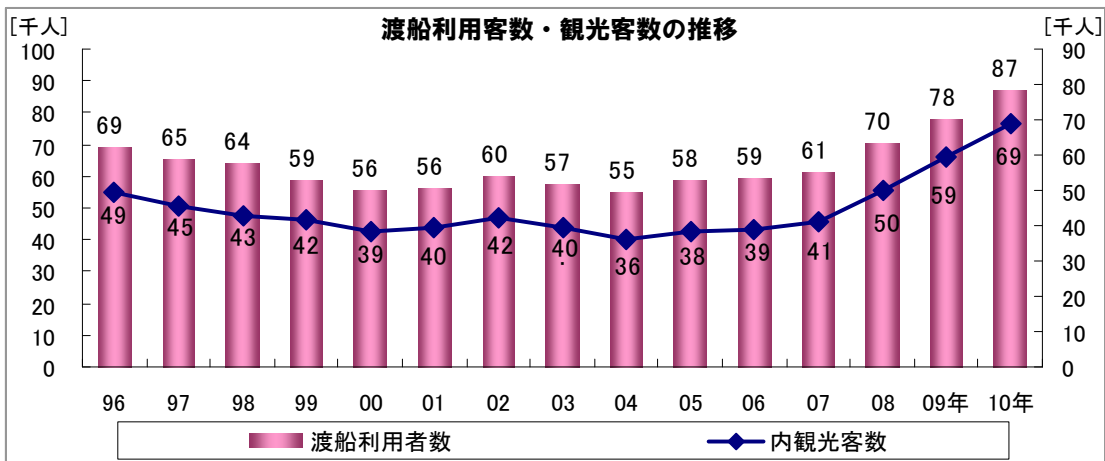
「島を美しくつくる会」が発足した 1996 年からの佐久島の観光客数の推移を見ると、2004 年から徐々に増加し、佐久島振興室が設置されたことで、柔軟な渡船の増便が可能になった 2007 年以降、急激に増加している。島おこしの活動により徐々に人気が高まり、島へのアクセシビリティが向上したことで一気に観光客が増加したと考えられる。それでも、渡船の通常ダイヤは 1 日 6 便のみ（繁忙期は 1 日 8 便）であるが、観光客の足は絶えない。観光客は名古屋圏からが最も多いが、中には関東圏や関西圏から訪れる人もいる。

観光等をきっかけに島おこしに参加する島外ボランティアも増加している。黒壁の家並みを塗りなおす黒壁運動には約 300 名の島外ボランティアが参加している。島外ボランティアの募集は、HP や新聞、チラシ等で行っているが毎回反響が大きく、募集が始まる前に問い合わせがくることもあるという。

このように、アートによる島おこしは、交流人口の増加、島おこしへの協力者の獲得という形でその成果が現れてきている。

Point ソフト面の充実を図った上でのハード整備

2010 年度には、農林水産省の「農山漁村活性化プロジェクト支援交付金」を活用し、佐久島行きの船がでる本土の渡船場を移転した。移転前の渡船場は、潮の干満の影響で時間帯により場所が変わり、駐車場も整備されていなかった。そこで、駐車場があり、観光客が船の待ち時間に遊ぶことのできる「一色さかな広場」に隣接することで、利便性の向上を図った。島おこしの活動でソフト面の充実を図った上で、こうしたハード整備を行うことは、さらなる観光客増加の効果をもたらすと考えられる。



定住促進の相談件数、定住者数の推移

年度	～2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
相談件数	4	3	5	4	26	28	25	27	29
Iターン者数	3	7	2	2	1	0	4	0	2
Uターン者数	9	7	4	2	2	0	2	2	0
合計 (累計)	12	14	6	4	3	0	6	2	2
		(26)	(32)	(36)	(39)	(39)	(45)	(47)	(49)

出典)一色町資料

Iターン者・Uターン者の出現

「島を美しくつくる会」が長期的に目指している定住促進の効果も、少しずつではあるが現れてきている。

2005年度以前は、定住希望の相談件数は数件程度だったのに対し、現在では年間で30件弱となっている。実際に定住するIターン者も、2003年度以降、毎年数人見られる。一方、Uターン者についても、2003年度以降は毎年数人見られるようになり、Iターン者とあわせて、2009年度には累計50名弱となっている。

「島を美しくつくる会」副会長の鈴木氏による

と、この背景には、交流人口の拡大により定住者が生計を立てる手段ができたこと、そして、ここ十数年の間に「佐久島」のイメージが変化したことが影響しているのではないかと語る。「10年前は島自体が知られていませんでした。それが今では様々なマスコミが宣伝してくれるようになり、あの頃とは随分イメージも変わったのではないかと感じています。」

生業の確保と対外的なイメージの向上という定住者の受け皿の基盤ができつつある。



「島を美しくつくる会」

ひと里分科会リーダー

みずたにまさき

水谷政紀氏(左)

美食分科会リーダー

すずきかずお

鈴木和男氏

漁師分科会リーダー

つついとしゆき

筒井敏之氏

いにしえ分科会リーダー

つついかずお

筒井一雄氏(右)



漁業や観光業という本業と島おこしの活動で、実に多忙な日々を送る彼ら。「うちでは、おかあが怒る」と言いながらも、懸命に島おこしに取り組む彼らからは、佐久島に対する愛着や誇りを感じることができる。ひと里分科会リーダーの水谷氏は、三重県からの移住者。今では、島おこしの核となって活動している。

「佐久島は、自分で時間をつくれる島」

Q. 佐久島を訪れる観光客はマナーが良いと聞きましたが、具体的にどんな方なのでしょう？

島を汚す人はいないですね。落書きもないし、タバコを吸う姿もあまり見かけません。

本土からの漂流ゴミで汚れてしまった浜辺も、本当は観光客に見せたくないのですが、島のありのままの姿を見てもらい、島おこしに参加してもらおうと、海岸に「あなたの大事な10分をゴミ拾いにください」と掲示をしてゴミ箱を設置しています。みなさん結構拾って入れてくれますよ。

Q. 佐久島の魅力とは何でしょうか？

このよさは、自分で時間がつくれるということ。感性で感じる自然があって、他には何も無い。

観光客の方は、自然の音だけを聞きながら食事できること、海のおいしさ、鳥のさえずり、島民からの何気ない挨拶、そういうものを喜ばれます。僕たちにとっては当たり前のことなのですが。

都会の方は自然とふれあう機会がない。だから島の豊かな自然を魅力とを感じるのだと思います。その自然が年中を通して様々な表情を見せるから飽きないのでしょう。若者も中高年も、不思議と「懐かしい」という感想を持ちます。この島が何十年も変わっていないということだと思います。

アートによる島おこしの島民への定着

「島を美しくつくる会」による豊かな自然や伝統文化を守る活動は、島民の「島を美しくつくる会」に対する理解・協力を促している。また、交流人口の拡大という具体的な成果が見えてきたことで、島民の中に島おこしの活動が定着しつつある。

「島を美しくつくる会」の活動には、島民約300人のうち60～70名が常時参加している。また、和太鼓は、観光客等に披露する機会が増えたことで、子ども達が大人から和太鼓を学ぶ機会ができ、その文化の伝承に寄与している。島の西地区には、和太鼓をたたく人が少なくなったためにしえ分科会が祭りの応援に行っていた。しかし、現在では東地区・西地区の20代の島民が中心となり、自主的に和太鼓を学ぶ機会をつくっている。こうした若者の活躍は、島おこしの後継者確保の点からも、喜ばしいことである。

今後の展望

観光サービスの拡充に向けた、島おこしの担い手の獲得

観光客数が増える中、今後必要なのは、受け皿となる飲食店や宿など観光サービスの拡充である。しかし、現状では担い手となる島民がいない。

当然、「島を美しくつくる会」に協力している若い島民から、担い手が出てくるのが理想的である。しかし、副会長の鈴木氏は、「今、和太鼓の伝承で中心になっている若者が少しずつ島おこしに溶け込んでいっています。しかし、若い人に無理に押し付けたくはない。若い人には、まだ色々な視野を持って学んで欲しい。私達でできるうちは続けて、できなくなった時に自然と若い人にバトンタッチできればと思っています。」

しかし、需要が拡大する中で、足りない資源があるのは事実である。そこで最も危惧されるのが外部資本の参入。島おこしの中心に島民がいなくなった時、そこには佐久島本来の魅力は存在しない。そうした危機感を「島を美しくつくる会」が島民といかに共有していくかが鍵である。



↑ 佐久島体験マップ

OMM の受託業務の中でアーティストが作成している。アート作品は周遊するためのきっかけ、その間で豊かな自然や島民とのふれあいを楽しんでもらいたいというコンセプトでつくられている。島に眠るたくさんの宝を見つけに行く。それが佐久島の旅の醍醐味である。

出典)(有)オフィス・マッチング・モウル資料

定住促進に向けた具体的な支援策の実施

佐久島が長期的な視点で目指すのは、やはり定住促進による人口増加である。2011年4月の西尾市及び幡豆郡三町（一色町・吉良町・幡豆町）での合併をひかえる今、特に若者の定住促進が大きな課題となっている。

生業の確保と対外的なイメージ向上という基盤ができつつある中、今後は具体的な定住促進対策が必要となる。現在、「島を美しくつくる会」では、若者の定住の障壁となる資金面を支援する低利子の資金貸付制度、円滑な空き家紹介ルートの確保などを検討している。但し、とにかく受け入れるのではなく、あくまで自分で投資して島に根付こうとする人を迎え入れていくことで、島おこしのパートナーになってもらおうと考えている。仮に、地域資源を活用してビジネスをすれば、「島を美しくつくる会」は、マスコミへの売り出しも含め、惜しまない支援を行うという。定住者が新しいアイデアでビジネスを創出すれば、それは島民への刺激にもなり、全体の底上げにつながると期待しているのである。

佐久島の新たな魅力の発掘・発信

島本来の魅力を評価する観光客をターゲットとする、島おこしに関わる人の思いを尊重する、島おこしのパートナーとなる定住者を受け入れる、など、佐久島の取り組みは、目先の利益にとらわれることなく、長期的な視点で島の活性化を見据えている。

島おこしの担い手となる島民や定住者が増えれば、観光客の受け皿が拡大する。すると観光客が増え、また定住が促進される。人口が増えていけば、島の産業が多様になり、将来的には自給自足を実現することができる。むやみやたらに観光客を増やすことや、現状の受け皿をこえて観光客の消費額を増やすということは考えていない。それも佐久島を愛してこそである。

当面の事業展開としては、かつて島にあった八十八弘法を巡る新たな散策ルートの確保、2012年4月には日本発の「船で行くクラインガルテン」（「農山漁村活性化プロジェクト支援交付金／農林水産省」を活用）が開設予定となっている。これまで引き出されなかった佐久島の新たな魅力が発信されていく。

観光客が現地で手にする「佐久島体験マップ」は、宝探しの地図をイメージして作成されている。島中に点在するアート作品を見てもらうだけでなく、その間で何かを見つけてもらうことを目的としている。佐久島には、まだ発掘されていない魅力が多く残っているということである。

佐久島を愛する彼らであれば、未だ知らないその魅力を損なうことなく、発信していくことができるだろう。