

住民への商品券配布、弁当購入デーの設定 地域が一丸となった「支え愛」

西ノ島町観光定住課長 福間 章仁

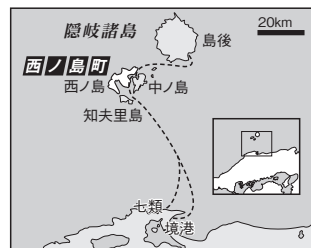
現場の声を地域経済対策に活かす

大小一八〇余りの隠岐諸島には四つの有人島がある。その中で島後に次いで二番目、島前三島で最大の島が西ノ島である。西ノ島町は、面積約五六平方キロメートル、周囲約一一六キロメートル、人口約二八〇〇人で、漁業・畜産業・観光業を主な産業としている。日本で初めてイワガキ養殖に成功した発祥地であり、全国五市町（北海道鹿部町・福井県小浜市・島根県邑南町および西ノ島町・宮崎県都農町）で組織する「につぼんA級（永久）グルメのまち連合」として他地域と共同で、地域の豊かな自然とその恵みである食を活かしたまちづくりに取り組んでいる。

今年一月六日、厚生労働省から初めて新型コロナウイルス（以下、コロナ）に関する発表があった。同月二十八日に日本

人の初感染が確認されて以降、コロナに関する報道が増え、マスクなどの入手が困難になり始めた。高齢者が多く医療体制が脆弱な離島の自治体である本町では、目に見えないウイルスに対する不安も大きく、連日の報道を注視していた。この時期の観光業については、そもそも海の荒れるオフシーズンであるため、急な打撃はなかったが、収束が見えない中、観光シーズンに向けてどういう準備が必要か、観光関係者で集まり協議を重ねた。

いよいよ観光シーズンに入ろうかという頃、島内の感染防止を目的に、住民には不要不急の往来自粛要請、観光客には来島自粛の願いが町から発信された。これにより島内の中小事業者などの経営は、大きな影響を受けることになった。筆者の所属する観光定住課は、商工部門も担っており、島内の約七〇店舗の経営状況などの情報を得るため、



課員総出で手分けをしてヒアリングを行なった。支援施策のアイデアを出すにも、まずは現状把握が必要であり、事業者が困っていることや要望などを直接伺うことで、現場の声を集めた。実際には、私たちが想定していた内容以外の話も聞いてもらいたい、という方が多数おり、この調査に予想以上の時間を要した。しかし後日、「困ったときに話を聞いてくれたので、何よりホッとしたり」など、うれしい言葉をいただいた。この教訓は、今後も忘れずに活かしていきたい。

観光定住課では、集めた要望などを一覧表にまとめ、いま何が必要でどういう支援ができるのかを協議し、たたき台となる案を作成した。庁内の協議では、支援にスピード感が重要だと考え、協議回数を増やすことで、いち早く支援できる体制を整えた。最終的に同課では、四つのコロナに関する支援を担うことになった。本稿では、そのうち二つの町独自の地域経済対策支援事業を紹介する。

観光業の経営支援と地域商品券の配布

一つ目は「宿泊施設等継続支援給付金」の給付である。これは、来島自粛要請の影響が大きかった観光業や飲食業の経営支援策として、飲食店に対しては一律一〇万円を給付した。町内宿泊施設・運輸業（観光・遊漁船、観光バス、タクシー、レンタカー）などに対しては、事業規模が大きく異なるので一律支給ではないほうが良いとの意見があり、何

を根拠に算定すれば良いのか試行錯誤した。結果的に上限を一〇〇万円として、定員（最大宿泊者数や乗員）×一万円を給付した。

二つ目の「わがとこ応援商品券・食事券発行事業」は、島内の店舗などで使用できる商品券・食事券を、全住民（幼児から高齢者まで全員）を対象に、一人あたり一万一〇〇〇円分配布するものである。五〇〇〇円分の食事券を赤色、六〇〇〇円分の商品券を青色として、それぞれ一枚あたりの額面を五〇〇円とした。食事券を赤色にしたのは、赤は食欲がわく色であること、商品券と色分けすることで利用者がわかりやすくなるといった理由からである。また、五〇〇円券としたのは、お釣りが出ないルールであるため、例えば八〇〇円の食事をするとき現金三〇〇円の追加が必要となり、地域経済にとってプラスの効果になると考えたからである。普段外食をしない人でも、この券をきっかけに飲食店を利用するのではないかと

という期待もあった。

結果的に各店舗の売上が増えたことに加え、応援チケット利用者は買い物や飲食を楽しむことができ、全住民参加型での地域経済の循環を図ることができた。これこそ「地域みんなで支え愛」である。



わがとこ応援商品券・食事券。

施策紹介をきっかけに島もPR

「わがとこ応援商品券・食事券」は、これまでのプレミアム商品券とは異なり、利用希望者が申請することなく全住民に配布される「応援チケット」である。この事業に全国でもいち早く取り組んだことが功を奏し、新聞に取り上げられ、生放送のテレビ番組に筆者が出演することになった。マスコミで取り上げられたことで、他の自治体から問い合わせが来るようになり、「西ノ島スタイル」の支援策が他市町村にまで広がったと思われる。

また、町独自のコロナ対策の紹介をきっかけにテレビ番組のエンディングで、大山隠岐国立公園の空撮動画が約五分間も放映されるなど、町のPRにつながり、コロナによる閉塞感をわずかながら払拭できた実例となった。

これらは、チーム西ノ島の支え愛、観光定住課が団結し、細かなアイデアを出し合った結果であるが、「チーム」「スビード」の大切さを改めて認識することになった。

弁当購入デーで飲食店を支援

このほか「支え愛」として、西ノ島町職員組合の発案で、地元店舗を応援するプロジェクトが立ち上がった。これは、五月〜七月の期間限定で、毎週金曜日を「弁当購入デー」と設定し、地元の飲食店で弁当を購入しようというもので、この地域を支える提案に、町長・副町長・教育長・管理職

も賛同し、全員参加となった。

事前に弁当の購入希望をとりまとめて、プロジェクトに参加する一二店舗へ注文し、当日一個八〇〇円の弁当を配達してもらった流れで、役場職員のほかに隠岐島前病院の職員も参加。二カ月間で約一〇〇万円の売上につながった。事業者からは、「売上が落ちこんでいるので助かる。本当に嬉しい」との声をいただいた。購入する職員は「次回はどこの、どんな弁当かな」と、金曜日が楽しみとなった。

縁を活かして協力し合う仲間たち

本町では、毎年一月、東京ドームで開催される「ふるさと祭り東京」の「魅力発見！全国ご当地マラソン」というコーナーで、「西ノ島ハーフマラソン」のPRを行なっている。今年、同じステージでご当地マラソンを紹介していたのが山形県寒河江市である。コロナのため、両市町ともに今年のマラソン大会の開催は見送られたが、ここでの縁を活かして互いの特産品を購入し合うこととなった。

六月下旬に町役場や病院職員などが、寒河江の特産品であるさくらんぼ「佐藤錦」を八一キロ購入、普段は口にする機会のない採れたて佐藤錦の味を楽しんだ。秋には、西ノ島の特産品である「隠岐のいわがき」を、寒河江市内のホテルが購入しキャンペーンで活用してくれることとなっている。

この特産品交流が山形の地元テレビのニュースで紹介さ

