

特集 島を元気にする組織・VI



これまで本特集では、地域住民と連携した民泊や体験プログラムの提供などによる着地型観光の推進、空き家・空き地の活用やライフプランを含めた移住相談の実施などで定住促進に取り組む組織を紹介してきた。今号では、経済活動に力点を置き、地域資源を活用した商品の開発・販売、島ならではの自然や文化を活かした交流人口の拡大などを実践し、「外貨」の獲得による経済の活性化や、雇用の創出を目指す組織の取り組みをお伝えしたい。

全国的に大量生産・消費・廃棄型の生活様式が広まっていった高度成長期以降、生活や生産の基盤整備が遅れ、物流や人流、経済活動の担い手にハンディを抱える離島では、結果として漁業や農業など第一次産業を中心とした自然と向き合った地道な営みが続けられてきた。ライフスタイルが多様化し、商品やサービスが価格だけでなく、持続可能性も含めた価値基準で判断され、それに則った個人・企業

- ① 小規模事業者の団結で販路を拓く——競争力のある商品開発、直売への展開…………… 24
 隠岐スモールビジネス協議会（島根県隠岐の島町／島後）
 本誌編集部
- ② 伝統料理・産品・観光を一体的にPR——食の魅力も伝えるアンテナショップ経営 …… 30
 NPO法人 かさおか島づくり海社（岡山県笠岡市／笠岡諸島）
 同法人副理事長 森本洋子
- ③ 町内外をつなぐ《通訳者》を目指して——協力隊員7人で会社設立 …………… 36
 長島未来企画 合同会社（鹿児島県長島町／長島ほか）
 同社代表社員 益田啓光
- ④ 地域資源を活かす事業を展開——タケノコ、椿油、トレーラーキャンプ …………… 42
 株式会社 いおう（鹿児島県三島村／硫黄島）
 同社取締役 棚次 理
- ⑤ パナナファイバーと地魚加工——商品開発で魅力を発信 …………… 48
 一般社団法人 宝島（鹿児島県十島村／宝島）
 同法人代表 竹内 功



行動などが評価されはじめている昨今、これら島の働き方や暮らしが見直されてきているともいえる。

島側でも、地域の既存産業をベースに、そこにICTやUイーターン者による新たな視点・ノウハウなどを導入することで、生産物の付加価値化やブランド化を推進し、新たな市場を切り拓こうとする動きが見られはじめています。

今回は、小規模事業者が団結し島外への販路開拓を目指す任意団体（島根県島後）や、島の食の提供をきっかけに観光につなげようと取り組むNPO（岡山県笠岡諸島）、島内外の個人

や企業の事情を理解し結びつけるために地域おこし協力隊が設立した合同会社（鹿児島県長島ほか）、小さなコミュニケーションのなかで生産され流通してきた農水産物や、培われてきた伝統技術の活用による商品開発などに取り組み島内唯一の会社組織（同硫黄島、宝島）の事例を報告する。

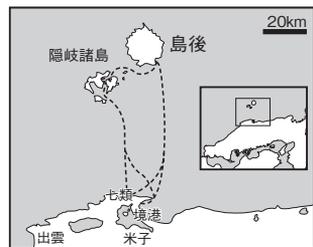
これら実例のなかに、島の資源の再認識や活用手法、官民の連携のあり方などのヒントが隠されているのではないだろうか。

隠岐スモールビジネス協議会

小規模事業者の団結で販路を拓く

—競争力のある商品開発、直売への展開

本誌編集部



島後：隠岐諸島の中でもっとも大きな島。面積242.83km²、周囲209.9km。人口14,025人(令和2年2月1日現在)。かつては沖ノ島と呼ばれた。江戸期には日本海沖乗り航路の寄港地として栄え、北前船で賑わった。神社数と密度は全国有数。平成16年に4町村が合併して隠岐の島町が誕生した。

島根半島の北東約四〇〇〜八〇キロメートルの海上に位置する島後^{とうご}は、八〇〇年を超える歴史を持つ牛突きや、夜を徹して開催される古典相撲といった伝統文化が息づく島である。全域が大山隠岐国立公園に指定されており、平成二五年には隠岐諸島として世界ジオパークの認定も受けている。稲作を中心とする農業、まき網や養殖をはじめとする漁業など第一次産業が盛んな島としても知られる。

この島で特産品の商品開発や、主に島外に向けての販路拡大を目指す事業者組織が「隠岐スモールビジネス協議会」である。同協議会は、商いは小さくても島外に商品をアピールし販路を開拓したい、という意欲的な生産者・経営者を支援し、所得の増加や事業の拡大による地域経済の活性化を目指している。会員が扱う商品は、米や農水産加工品、酒、調味料、お菓子、工芸品など多岐にわたる。

今回は、スモールビジネス協議会を立ち上げ初代会長に就任、隠岐の島町で初めての産地直売所「あんき市場」の運営にも携わってこられた吉崎工務店代表取締役で隠岐ふるさと直売所協同組合代表理事も務める吉崎博章さんに、同協議会の設立の経緯、現況、将来の展望などについてお話をうかがった。

意欲的な小規模事業者を支援する協議会

平成一八年一〇月、全推進(全国離島振興推進員連絡委員会。詳細は本号八三ページ参照)の交流視察研修において、シンポジウム「島のスモールビジネスin隠岐」が、隠岐の島町で開催された。地元からは八〇名を超える参加者があり、佐賀県唐津市の玄海諸島でイカ専門店の経営や甘夏の加工品づくりを行なう事業者、隠岐諸島内で特産品開発に取り組



ジャパンインターナショナルシーフードショーにはスモールビジネス協議会として出展。

む方々などによるパネルディスカッションが行なわれた。そこでは、「お土産として買いたくなるオンリーワンの商品づくりと、消費者の心をつかむ工夫が必要」「流通面でハンデのある離島こそ、アイデアや技術を活用した特産品の開発と販売戦略

が不可欠」など、非常に有意義な議論が展開された。

当時、隠岐の島町商工会会長として「小規模でも、島外へ販路を拡大したい」とする意欲のある人たちが応援したい」と考えていた吉崎さんは、これをきっかけに、同じ考えを持つ事業者に声をかけていったという。その結果、平成一九年、隠岐スモールビジネス協議会が設立された。

首都圏で通用する特産品開発に尽力

当初は、協議会の事務局を隠岐の島町商工会内に置き、会費は無料、誰でも気軽に入会できる態勢をとっていた。発足時は、島根県隠岐支庁地域振興観光グループ、隠岐の島町観光商工課・農林水産課、水産加工業・農業・農産加工業・製造業の事業者など二五名が会員として参加、主な事業内容は、セミナーの開催、個別事業への支援、情報交換、イベントでの販売促進であった。

吉崎さんは「会員の方々は、県外の百貨店や小売店などに地元産品を提案する術（う）を持ち合わせていなかった。また、消費者の視点に立った商品づくりができておらず、首都圏で通用する特産品が少なかった」と、当時を振り返る。そこで、適切な食品表示、商談を行なう上で必要な提案書類の作成、加工施設の衛生管理などについて、専門家を招集したセミナーを開催するなど、知識や技術の習得に努めた。同時に、首都圏スーパーでの物産展「隠岐フェア」の実施や、飲食バイヤー向けの商談展示会「スーパーマーケットトレードショー」への出展などを通じて、自分たちの商品に対する反応や課題を把握、首都圏で通用する商品を開発していったという。

平成二〇年、県が「新たな農林水産業・農山漁村活性化計画」における「隠岐ブランド育成プロジェクト」のなかで、地域産品の販路拡大・プロモーションに向けた「隠岐

ブランド」育成協議会を隠岐支庁内に設置したことで、補助金をはじめ、自治体の支援や協力が得やすくなった。翌二一年、島前の事業者の入会もあり、スモールビジネス協議会の会員数は三六社にまで増加した。

「あんき市場」の開業による島内販路の開拓

平成二〇年ごろ、町役場の観光商工課から「フェリーやジェットfoilが西郷港から出港する朝八時三〇分までに、港で特産品(おみやげ)を買える店を構えてくれないか」と、吉崎さんに相談があった。

その頃、スモールビジネス協議会では、都市部で高い評価を得はじめている原木シイタケなどを島内の消費者が目にする機会が少なく、島での知名度が低いという課題を抱えていた。

一方、隠岐農産物生産者協議会(農産物別にあつた島内団体を統合する形で平成一六年に設立された農産物生産者の組織)では、島の学校給食向けの野菜の供給やスーパー内地場産コーナーの運営、有志による毎週日曜日の朝市の開催などを行なっていた。しかし、生産物の島内流通経路が限られていた。本土への出荷は物流コストが高く商品競争力が弱いといった理由から、細々と野菜づくりをしている生産者が多く、出荷できる品目や数量が少ないなど島内ニーズに答えられていなかった。

そこで、両団体が連携し、道の駅のような直売所をつく



開設当時のあんき市場。

るべく、行政も交えて一年以上の検討と準備を重ねた。吉崎さんによると、全国の道の駅を見学し、担当者ノウハウを聞いてまわったという。

平成二二年、西郷港のフェリー岸壁の増設に伴い、仮設の臨時乗船券発売所跡(平屋建て一七〇平方メートルの広いフ

■ 地域経済や生産者の意欲向上に貢献する「あんき市場」

平成22年にオープンしたあんき市場は、町内初の常設産直市である。地産地消の拠点として同30年度の総売り上げは1億円を突破し、会員数は約140名となっている。

原則的に委託販売形式で運営しており、売上の2割が手数料として事務局の収入となり、残りを出品者が受け取る。売れ残った商品は、出品者が引き取る。開設してから数年は、年間売上が約3,000万円（平成24年）、約4,000万円（同25年）程度だったため、手数料収入では事務局運営の資金が足りず、会員からの出資金をまわすこともあったという。

転機となったのは平成26年。西郷港付近の地元スーパーマーケットが撤退したことにより、あんき市場を利用する住民が増加し、売上が約8,000万円と倍増した。また利用者の7割が地元の方であることから、安定した収入を見込めるようになり、翌27年12月、任意団体「あんき市場」から「隠岐ふるさと直売所協同組合」として法人化した。

平成29年3月、西郷港の大規模な改修工事によりあんき市場は西郷港より徒

歩2分、町が所有する公園の跡地にプレハブを建てて移転した。吉崎さんは「設立当初から借入総額を出資金以上にはしないように心がけている。会員の多くが高齢のため、万が一のときには自分の子どもたちに迷惑をかけず、出資金のみで清算できる」という。

移転後の市場には、生鮮食料品や加工品だけでなく、地元の食材を使った伝統的な郷土料理など島外で暮らす家族や親戚、隠岐の味を懐かしむ人々向けの商品も日常的に並んでいる。また手づくりの弁当や惣菜も売れ行きが良く、人気商品は予約で店頭に並ぶ前に完売してしまうこともある。特に売り上げが伸びるのは8月のお盆時期と12月末ごろ。いずれも帰省客のお土産や、締め飾りなど年中行事に使う商品がよく売れる。

あんき市場の意義について、吉崎さんは「出品者には高齢の専門農家が多く、市場での売り上げが貴重な収入となっている。また、農作業などに精を出すことで寝たきりの予防につながり、結果的に医療介護の行政負担軽減にもなっているのでは」と話す。



地元の方々にとってはスーパーとしての役割も担っている。

レハブ小屋」を隠岐支庁より借り受けたことを機に、同年一〇月、町内で初めて隠岐の産品を広く取り扱う「隠岐ふるさと直売所 あんき市場」が誕生した。「あんき」とは隠岐地方の方言で「安全・安心・気楽に」という意味である。

道の駅を参考にしたこともあり、当初の商品の構成割合は農産物七割、水産物および加工品三割を目指したが、実際は半々のラインナップとなった。現在は二対八で、後者の方が大きくなっている。島で手づくりされているお菓子やお餅はもちろん、穫れたての野菜や果物、魚介類やあごだしなどの水産加工品や冷凍品、民芸品まで幅広い品揃えである（あんき市場の詳細は二七ページ参照）。

平成二七年一二月、任意団体「あんき市場」から「隠岐ふるさと直売所協同組合」として法人化。「任意団体では金融機関からの借り入れができないことから、法人化は当初から検討されていたが、安定した利益が出るのか疑問視する会員の声もあり実現できていなかった。しかし、会員数が五年間で一〇〇人を超えるまでに成長し、島内の認知度や売り上げが大きくなったので、法人化を決意した」と、吉崎さんは説明する。

催事を利用したマーケティングや商品開発

隠岐ふるさと直売所協同組合の法人化以前、あんき市場の会員になるにはスモールビジネス協議会か隠岐農産物生産者協議会のどちらかに所属しなければならないという条



松江市で開催された隠岐ユネスコ世界ジオパークフェスタに出席する協議会会員。

件があった。しかし協同組合法の「組合は組合員のために組織される」との規定から、法人化に際し、この条件は撤廃しなければならず、結果的にスモールビジネス協議会の会員が減少するという影響がみられたという。しかし、裏を返せば、自分の商品を売り出すことにより意欲的な事業者が残ったといえる。

現在、同協議会は、町の補助金などを活用しながら「隠岐産品開発・販路開拓支援事業」の一環として、東京や大阪などで開催される飲食業界向けの商談展示会「外食ビジネスウィーク」や「アグリフードEXPO」「ジャパニョーナショナル・シーフードショー」などに出展し、会員の商品のマーケティングや国内外の商品づくりの研究に努めている。その成果もあつて関西地区の飲食店の海産物を中心に取引の拡大につながっているという。また、展示会に出展しない会員事業者に対しても、視察研修として実際に会場へ足を運び勉強する機会を設けている。

このほか県内外のイベントのなかで「隠岐フェア」も開催。現在、「島の宝プレミアムマルシェ（東京・大阪）」「島根ふるさとフェア（広島）」「輝け——しまね町村フェスティバル（松江市）」の三つの催事に出展し、日本酒、海産物、隠岐そばなどを中心に販売している。

また、平成三十一年には食品製造事業者向けのHACCP（食品の衛生管理制度）や食品表示導入のセミナーを開催した。首都圏の小売店・外食産業へ自社商品を提案する際に不可

欠な、適切な表示・商品仕様書の作成や工場の衛生管理の徹底などの留意点、自社商品のブラッシュアップなどについて、関係機関やスーパーマーケットのバイヤーを招いた実践的な勉強会となっている。

会員同士の情報共有でさらなる販路拡大を

スモールビジネス協議会が設立されてから一〇年あまり。令和元年一二月現在の会員数は五六社となっている。

吉崎さんは「ネットが発達したいまでも、販路開拓は仕入れ担当者と直接話すことが肝だ」と語る。例えば、吉崎さんは大阪府に一四店舗展開する飲食店グループ「クロスキンキ」に、白バイ員とサザエをそれぞれ年間六トンほど販売しているほか、特産物加工施設（五箇地区）で製造した「はっさくシロップ」を年間約一トンほど卸している。この関係は、町役場の農林水産課の職員が同社の仕入れ担当者に、直接隠岐の産品を売り込んだことが発端であり、いままも都^っ#*地区の漁師が担っていた輸送業務などをスモールビジネス協議会が引き継ぐ形で取引が続いている。今後は、小売業者とのコネクションなどを会員同士が共有・活用することですらなる販路開拓を目指していく方針だ。

令和元年、スモールビジネス協議会の会長は、吉崎さんから隠岐酒造の毛利彰社長に引き継がれた。吉崎さんは「組織が活性化し、継続していくためには、私たちが次の世代にバトンタッチしていくのは自然の流れ」と話す。（井口）