

若い力が漁業の新時代を切り開く

石垣島の高校生と協働した地元水産物販売店「さしみ屋」の調査と出版 [査読論文]

若者の水産物消費促進に向けた「石垣島モデル」の展開

東京大学客員研究員 渡邊義弘
元石垣市地域おこし協力隊

はじめに… 若者の水産物消費促進に 向けた「石垣島モデル」

筆者は、石垣島（沖縄県石垣市）において、2016年9月から2019年3月までの間、地域おこし協力隊として地元水産物の情報発信に携わっていた。その中で、日本全体の水産物消費が15年間連続で下がり続けていること、特に40歳以下の若者の消費低迷が顕著であること、その現状は沖縄の離島である石垣島においても同じである、という課題を把握した。また、その課題解決のためには若者に向けた水産物消費促進の情報発信が不可欠であり、訴求対象となる若者の視点と感性を活かす仕掛けが重要であると考えた。そこで、石垣島にある石垣市立伊原間中学校1年生を対象にした地元水産物をPRするPOP広告作りのワークショップを実施し、その結果と効果を分析してまとめ、若者に向けた情報発信を若者自身が担う水産物消費促進の方法を「石垣島モデル」と名付けて本誌で提案し

た[※]。この「石垣島モデル」は、若者の水産物消費に関する課題解決に資するものとして『平成30年版 水産白書』にも掲載された[※]。

本稿は、この「石垣島モデル」の展開として、筆者がコーディネーターとして携わった石垣島の高校生との協働による地元水産物販売店「さしみ屋」の調査と出版について、その経緯と効果を報告すること、関連する今後の取り組みに貢献することを目的とする。



「石垣島モデル」が掲載された『平成30年版 水産白書』

方法と結果… 地元水産物販売店 「さしみ屋」の調査と出版

沖縄県には「さしみ屋」と呼ばれる水産



取材先の店舗で沖縄風天ぷらを試食する生徒

物販売店がある。いわゆる鮮魚店の形態の一つであり、後述するように厳密な定義があるわけではないが、主に、1. マグロやイカなどの地元で水揚げされた魚種を刺し身にして販売している、2. 同時に魚の切り身をフリッター状の沖縄風天ぷらにして販売していることが多い、3. 女性の名前が付いた個人商店が多い、という特徴を持つ。これらの特徴は、冷蔵庫が普及する以前に、「海人（ウミンチュ）」と呼ばれる漁師がとってきた魚をその配偶者が地域住民に直接販売したことが由来であるとされて

いる。このような「さしみ屋」は、石垣島を含めた沖縄では地域住民にとってなじみが深いものだが、筆者が調べた限りでは体系的・網羅的にまとめられた資料は見付けられなかった[※]。そこで、この「さしみ屋」を調査してまとめ、その結果を誰もが閲覧できる資料にすることは、地域資源の掘り起こしとなり、地域おこし（地域活性化、地方創生などと同義）として価値があることに筆者は着目した。また、この調査・資料化を地元の若者と共に取り組むことができれば、「石垣島モデル」の展開としての意義があると考え、石垣島にある高校に連携を提案した。

提案が高校側によって受け入れられ、2017年9月に石垣島の「さしみ屋」を調査し、資料化する地域学習プロジェクト（以下、プロジェクト）が立ち上がることとなった。提携先となったのは、沖縄県立八重山商工高等学校（以下、八商工）。1967年に石垣島で開校した日本最南端かつ最西端の商業・工業の専門高校である。この八商工の商業科観光コース3年生のうち、

課題研究を受講する10人が、2017年9月から2018年2月までの約半年間、おむね毎週金曜日午後の授業時間を利用して取り組みを実施した[※]。前述のように、「さしみ屋」については網羅的な資料が無いため、店舗への取材と関係者への聞き取りが主な取り組み内容となった。その調査結果を手作りのガイドブックとしてまとめ、2018年2月に八商工の学習成果発表会で発表し[※]、プロジェクトに携わった10人は2018年3月に卒業した。このガイドブックは、石垣島の「さしみ屋」を調査した初めての資料であり、また地元の若者である八商工の生徒の視点が取り入れられていることから価値は高いものの、試行錯誤による調査のために、店舗によって情報のばらつきがあることや、入手と閲覧の際には八商工に問い合わせる必要があるなどの課題が残った。

そこで学校側との協議により、次年度に新しく3年生となった課題研究の受講生18人が、卒業した先輩の取り組みを引き継ぐかたちで2年目のプロジェクトを担うこと



出版された「さしみ屋MAP」。
 [左] 生徒が作った地図情報
 [中] 取材した生徒の感想が添えられた店舗紹介
 [右] 初めてとなる網羅的リスト

になった[※]。期間は2018年9月から2019年2月までの約半年間、1年目と同じく毎週金曜日午後の授業時間を実施時間とした。前述した課題解決のため、2年目のプロジェクトは石垣島にある日本最南端の出版社である南山舎と連携し、店舗情報の網羅性と統一性を図って出版することを目標に進めた。出版の形態についてはさまざまな検討があったが、南山舎から刊

行している『月刊やいま』の特集記事にすることを決定した。これは、単行本としての出版よりもすでに販路がある月刊誌に載せた方が普及には適しており、その費用も出版社が賄うために新しい予算化が必要ないこと、また、『月刊やいま』は、1992年の創刊であり、毎号が石垣島のコンビニエンスストアなどで販売されており、プロジェクトを担う生徒も含めた地域住民の親しみがあることなどが主な理由である。この決定により、網羅的な店舗情報の確認と地図情報の充実、さらに本誌編集部より紹介を受けた地元漁協である八重山漁業協同組合女性部へのインタビューなどを合わせて、「八商工観光コース×月刊やいま石垣島さしみ屋MAP」と題する特集記事が『月刊やいま』の2018年12月号として出版された[※]。この特集記事の題名もプロジェクトの中で生徒が候補を出して決定したものである。その後は、2019年2月に総括授業を実施し[※]、生徒が2019年3月に卒業して2年度にわたるプロジェクトが完了した。

効果と展望… 若者との協働による 「石垣島モデル」の展開

この「さしみ屋」の調査と出版の効果は以下の3点にまとめられる。

第1に、石垣島にある「さしみ屋」について、初めての網羅的な資料として出版されたことが挙げられる。その反響は大きく、コンビニエンスストアなどの販売店では、月刊誌であるにもかかわらず、発売後1週間を過ぎずに売り切れとなる場所が続出した。また、普段は特に意識していなかった「さしみ屋」が地域資源であることに気付いたという声や、新しい店舗に訪問するきっかけになったという声が筆者やプロジェクトを担った生徒に寄せられた。また、石垣市立図書館に地域資料として保存され、誰もが閲覧できるようになったことも出版化による重要な効果である。

第2に、連携した産学官それぞれに利益が還元されたことが挙げられる、まず「産」である「さしみ屋」としては店舗をPRす

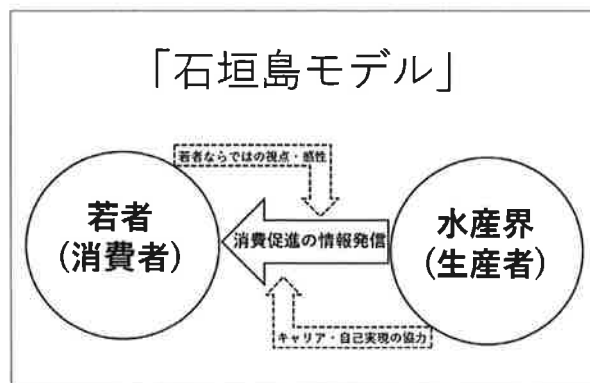
る機会となり、また出版元となった南山舎としても訴求力のある特集記事となった。「学」である八商工としては、専門高校ならではの実践的な教育の機会になった。生徒は地域資源を調べ、関係者と対話する経験を通して、「地域力」といべきものが養われた。その結果として、28人全員が卒業後は希望する進路に進むことができた。「官」である地域おこし協力隊としては、地域資源を若者と共に掘り起こし、資料化して誰もが閲覧できるようにしたことは、地域おこしとして価値のあるものであった。

第3に、この取り組みが若者の水産物消費促進という日本全体の課題解決に向けた「石垣島モデル」の展開となり、その有効性の証明と共にモデルの深化になったことが挙げられる。若者の水産物消費促進には、若者自身が担う仕掛けが重要であることは前述の通りである。では、どのようにすればその協働が実現できるのか。この点で、今回のプロジェクトを担った28人の生徒全員が、進学・就職を問わず、希望する進路をかなえたことが特筆される。進路決定で

重要となる面接や自己推薦などの際に、その程度の差はあれ、全員がプロジェクトを実績として語り、自らのキャリア形成の中に位置付けることで合格・内定を得た。卒業を意図する高校3年生の9月からの取り組みであること、また専門高校の生徒は実務性が問われるということも合わせて、いわゆる「ジブンゴト」として生徒が取り組んだことが、調査から出版に至るまでのプロジェクトを達成できたことの最大の要因であり、また最大の効果である。

若者には未来があり、自らのキャリアを形成していく必要性が高い。そのキャリア形成と自己実現に活用できるということが、若者にとっての最大の動機付けである。若者の水産物消費促進という課題は簡単に解決できるものではなく、長期的・構造的・文化的にさまざまな方法での課題解決に向けた取り組みが必要であるが、どのような方法であっても若者との協働は必須となる。その協働の実現のためには、若者にとって最大の動機付けであるキャリア形成と自己実現に貢献できるものであることがと

りわけ重要である。このことを若者の水産物消費促進の課題解決に向けた「石垣島モデル」の展開として提案することによって本稿を閉じる。



「石垣島モデル」の概念図

- ※1…JF全漁連『漁協(くみあい)』163号p. 225、2017
- ※2…水産庁『平成30年版水産白書』p. 132
- ※3…本稿での「さしみ屋」の説明は、筆者による関係者からの聞き取りと、八重山商工高等学校生徒によるJF八重山女性部へのインタビューを基にしている。
- ※4…2017年9月16日『八重山毎日新聞』第9面「水産物消費拡大へ対策探る 八商工商業科観光コース生徒」
- ※5…2018年2月3日『八重山毎日新聞』第8面「取材成果ガイドブックに八商工」
- ※6…2018年9月8日『八重山日報』第7面「さしみ屋ガイド」の充実を八商工」
- ※7…南山舎『月刊やいま』296号p. 145、27、2018
- ※8…2019年2月2日『八重山毎日新聞』第8面「市内さしみ屋紹介を総括 八商工」