島嶼学概論Ⅰレポート

農学研究科　生物生産学専攻　修士１年
学籍番号　3413810121　　園田　真一郎

1. はじめに

硫黄島は鹿児島市から南西に約 100km、薩摩半島と屋久島の間にある、周囲 14.5km、面積 11.7ｋ㎡の島である。椿・つつじ・車輪梅の原生林や、野生の孔雀が街中を闊歩するのどかな風景が見られる。現在も盛んに噴煙をあげる、標高 703m の活火山「硫黄岳」があり、常に白い噴煙と亜硫酸ガスを噴出している。また、島の至る所から温泉が湧き、流れ出た温泉と硫黄によって海面は赤褐色に染まっている(下図)。このような独特な自然が生き続ける硫黄島は、全国から研究者が集まるといったアカデミックな一面も持っている。

平成 25 年 6 月 29 日から 30 日の 2 日間、「島嶼学概論Ｉ」の講義の一環として、硫黄島で現地調査学習を行った。事前学習としては島嶼地域が持つ多様な地域性や島の経営について学んできた。今回の実査では、座学だけでは知り得ない内容を自分に吸収すること、そして島の振興のために何ができて、何が必要か考えることを目的とした。

島では村役場の協力により島の主要箇所を車で回り、現地の説明を受けつつ概観した。島の地理・歴史・生活を体験し、また、行政・教育・農業・文化活動などについて島の方々の話を聴くことができた。

本レポートでは、硫黄島での経験をもとに、硫黄島の現状から振興を図る上で考えられる課題を挙げ、そのことについて考察していく。

図：硫黄島は独特な自然で溢れている

2. 硫黄島が抱える課題

島の産業を活性化するためには、持続可能なビジネスモデルの開発を行う必要があると私は考える。なぜなら、短期間集中でしか見込めない事業は島の安定した人口維持に繋がらず、基幹産業を支えるために必要な労働力人口を維持できないからである。硫黄島において明治以来、地元唯一の経済の支えであった硫黄鉱山が、硫黄の需要減少から昭和 39 年に閉山になり、大規模な人口流失とともに経済に大きな打撃を受けてきた(鹿児島県三島村ホームページ http://mishimamura.com/)。

いま硫黄島にある産業、或いはこれから起こす産業を持続可能なかたちで展開していくために必要なことを幾つか述べていく。

まず始めに、この持続可能な産業の展開に向けて考えなければならないのは労働人口を増やすことである。そのためには新規就業者の参入や、島を離れた人たちが U ターンする仕組みづくりが必要である。そこで、硫黄島のファンを増やすことであると私は

考える。今回の学習で島の方々とお話する機会があり、そこで強く印象に残ったのは、島民全員が島を愛し、島に対する誇りを持っているということだ。特に島に移住された方からは、島の自然や文化、暮らしへの愛着から生まれる「この島の力になりたい」という強い意思が現在に至る原動力となっているという話を聴くことができた。もちろん研修制度や補助金などといった体制は重要であるが、それに加えて硫黄島のファン化を促す仕組みづくりが大切であると私は考える。島ではジャンベという西アフリカの伝統的な太鼓が盛んであり、ジャンベスクールには留学制度がある。私は魅力的な制度であると思う。他にもみしまカップヨットレースや海の学校など体験型のイベントに力を入れており、これからも島を訪れた方たちとの交流の場を多く持っていくことが効果的である。

次に、私は情報通信をうまく利用することで硫黄島の産業の発展につながると考える。近年、硫黄島の全世帯でブロードバンド利用が可能となり、今やその普及率は鹿児島市よりも高い。離島にもかかわらず、これだけ情報通信の環境が整っている点はこの島の長所の一つである。情報通信の利用によるメリットは需要の動向をリアルタイムで察知できることである。つまり、何が、どこで売れているか、売れていないのか、適したマーケットを把握できる。産業の第一目的は利益を得ることであり、需要を把握することはその利益追求において重要である。また、硫黄島の産業を世界規模で宣伝するツールとして利用できる点も魅力的である。

つづいて、全国・地方市場で島の特産物のブランド化を目指していくことである。

ブランド構築のメリットとしては固定客を確保が挙げられる。これにより長期的な売上の見通しが効くようになり、産業をより持続的に活性化させるカギとなる。ブランドイメージの確立は簡単なことではないが、長い時間をかけてアピールを続けていくことが必要である。具体的には facebook などの SNS や、ホームページを利用した情報の発信をこれからも続けていくことである。しかし情報通信はあくまでもツールである。よって、イベント等で島を訪れた方たちが集まる場で物産展を催すなど、実際に人と人との関わり合いをもってアピールし、リピーターの獲得につなげていくことも求められるだろう。ブランド化を目指す特産物そのものは、農業に関して言えば、新たな農産物の導入よりも、今ある土着の資源を有効活用して展開していく方が効率良いと思われる。なぜなら、土着の資源は島の環境に適しているため安定的な生産が見込めるだけでなく、島外で栽培されている農産物を導入するよりも、かえって地域性が強くなることでブランド化における激しい競争の中で有利に働くと思うからである。

島の基幹産業である畜産、漁業、特用林産物（大名竹の子、椿油）といった第一次産業の基盤をしっかり作ることができれば、第二次産業にも力を入れることができ、島の振興の可能性はさらに広がる。硫黄島の基幹産業の１つである椿油に関しては、原料で

ある種子の生産に留まっており、精製は行っていない。椿油の精製を硫黄島で行うことで、そこで雇用が生まれる。また、精製所は、椿油づくり体験や見学を催すことで観光としても機能し得る。さらに、訪れた人に化粧オイルなど椿油の加工品をお土産として買っていただく。そうすると島だけで生産から加工、販売まで行うことができるため、「硫黄島の椿油」という印象が商品により色濃く付くのではないだろうか。ブランド確立が達成されれば、椿油は高級の揚げ物油としても利用されているため、情報通信を通して需要を見つけられれば、経済効果が期待できる。必ずしも全国から多くの需要が必要なわけではなく、たとえ少数の需要を対象としたローカルブランド産品であっても、経済効果を島にもたらすことは可能であると考える。

島の産業における問題の一つとして流通に時間とコストがかかることが挙げられる。鹿児島との連絡船は週３便の運行で、航海でかかる費用は運賃だけでは到底まかないきれないのが現状である。よって島では保存性が高く、単価が高いものに力を注ぐ必要がある。水産業に関しては、イセエビは単価が高く、生きたままの出荷が望ましいため島に適している。他の水産物においても、すり身などに加工し、付加価値を付け、単価をあげることが有効であると考える。

3.おわりに

それぞれ島で地理・気候・文化などの特色が異なるように、振興のためにすべきことも島によって当然異なる。島の特性をよく知ることで、その島に合った方法を見出していかなければならない。これまで１泊２日の現地調査学習での経験をもとに、稚拙ではあるが私の考えを述べてきた。もっと硫黄島の特性や島民の暮らしを十分に知ることが私には必要であると感じた。今回、島と真剣に向き合う貴重な機会をつくっていただいた国際島嶼教育研究センターの先生方、三島村役場の大山さん、硫黄島の住民の皆様には大変感謝しております。本当にありがとうございました。