

喜界島アイランドキャンパス事業

白ゴマと地域振興—4度の訪問から分かったこと—



鹿児島大学法文学部 先端研究ゼミナール

野添 幸輔

■ I. 初めての喜界島

2011年の夏に、初めて喜界島に足を踏み入れた時の事は今でも覚えている。朝も早いというのにもてなしてくれた旅館のご主人をはじめ、せっかくだからと車を貸して下さる方など、島の方々の優しさを身にしみて実感した記憶がある。でもなぜだろうか、喜界島と言われて、恥ずかしながらぱっと思い浮かぶものが県内在住の私には無かった。ましてや喜界島の位置でさえも、正直なところよく分かっていなかった。それでも、アイランドキャンパスが実施されたことのない喜界島で、是非ともこの事業をやってみたいという思いだけは確かにあった。

どのような事業にするのか。これが最初のハードルであった。私と蘭、そして津川の所属しているゼミナールは雇用・労働関係の内容を中心に取組んでいるゼミだったので、これに沿ったものでいくことに。実際に、最初の訪問で喜界町役場や喜界町商工会を訪ねた際に、喜界島での雇用状況・労働紛争関係の現状を伺ってみたが、そこまでタイムリーなトピックでもなく、農業を中心に成り立ってきている島であるので、強いニーズはないとのことだった。しかし、新たに雇用を創出したいということは確かだった。私たちのやりたかったことと、島の方々のニーズが一致しないままに2011年は終わった。



■ II. 再び喜界島へ

2012年7月10日、再び喜界島を訪れ、喜界町商工会の方にもう一度お話を伺ってみた。その場では、前年とは違う話題が出てきた。それは、喜界島の観光についてであった。喜界島で採れる白ゴマは日本一であるという情報から始まり、これをもとにして観光振興に繋げてみるという内容で、前年から伺っていた雇用を創

出したいというニーズにもマッチしていて面白いと思った。

この話をゼミに持ち帰り、先生にもご協力頂きながら事業化に向けた準備を進めた。思いのほか具体的に作り上げるのに苦戦したものの、地元の方々と白ゴマを中心とした観光振興策を練る機会を作りたいと思い、今回の事業内容のメインである「白ゴマ振興会議」を実施することに。

とはいえ、白ゴマに関して無知に近かったので、9月11日に実際に生産現場を訪ねることに。私にとっては3度目の喜界島である。喜界島の作付面積の割合ではサトウキビがほとんどであるものの、島の中を走ってみると、ちらほら白ゴマを栽培している畑を見るこ

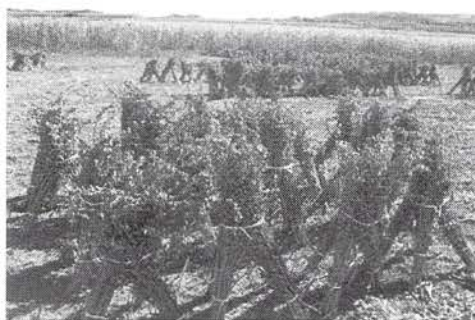
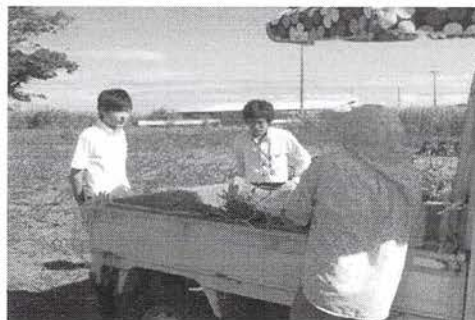
とが出来た。

畑にいらっしゃった生産農家の方にお話を伺ったところ、

「白ゴマの栽培はサトウキビの間作だよ」「サトウキビが採れない間の現金収入のためさ」

「白ゴマは台風に遭うとすぐ枯れてしまうから、ある意味栽培するのは賭けに近いよ」

などといった意見を頂く。率直なところ、私はこのお話を伺いながら、白ゴマの栽培はそこまで積極的ではないのではと思ってしまった。さらにお話を伺うと、白ゴマを専門にしている農家さんはいらっしゃらないとのことだった。安定した収穫が望めないのなら、しっかり稼げるサトウキビをメインにして、畑も手も空いている時期に白ゴマを栽培している方がよほど効率的であるのは納得できる。



この日は喜界町役場でもお話を伺うことに。喜界町では近年、白ゴマ栽培・加工のほうに力を入れ始めているようだ。その効果もあって、島内における白ゴマの作付面積や、栽培農家の数も増えてきているらしい。しかしながら、そのほとんどは本土の製油会社に買い取られて、ゴマ油の原料となるとのこと。私からしてみると、なんだかもったいない気がしてしまう。しかし、喜界町の農

産物加工センターがあるので、島内での加工・販売の量などは、これからが楽しみなどころである。

この場ではさらに、喜界島の観光についてもお話を伺うことができた。喜界町に外からのお金が流れてくる機会として、観光客の来島は絶好のチャンスである。そこで、町としても観光に注力しようということで、喜界島観光物産協会を立ち上げ、島内外での観光PRを行っている。町の観光政策としては、個人向けに体験的な観光を推したいが、割高な航空運賃や、船の航路が1本しかないことなどがネックとなっているのが実情であるらしい。

体験的な観光では、昨年夏に「あまみシマ博覧会」が実施されており、喜界島においても夏場に体験できるプログラムを実施していた。これは喜界島だけでなく、奄美群島の各島で実施されていたものではあるが、夏休み期間を利用して島を訪れるのに良いきっかけとなり得ることに加え、将来的に世界自然遺産の登録を目指している奄美大島の隣の島で

もある喜界島は、相乗効果も十分に期待できるので、これからも継続していくべき企画である。また、奄美群島内において、長期滞在した観光客（移住を考えている方のみ）を対象に滞在費を助成する、長期滞在支援プログラムもあるようだ。このプログラムがあることを知っている人は少ないと考えられるが、インターネットや旅行雑誌での掲載等、うまくPRする戦略を立てられれば、このプログラムを活性化させることも可能だろう。



翌日は役場での話にも出てきた、喜界町農産物加工センターを訪ね、白ゴマ関連の設備を見学させていただくことに。白ゴマ加工の工程を手作業で行おうとすると、膨大な時間がかかる。大まかに分けると、「洗浄」「脱水」「乾燥」「選別」「目視」の順で行い、A品（最も良いランクの白ゴマ）が選別される。この加工センターでは、「洗浄」「乾燥」「選別」の機械を導入している。これらの機械があることで、作業効率を大幅にアップさせることが出来る。ただ、これら設備を民間で投資するには莫大な費用がかかる。白ゴマの生産量・売上高との関係を考えれば、設備投資にはとても積極的にはなれないだろう。そこで、加工センターでは、島内の農家の方や一般の方にこれらの設備を開放している。島内での白ゴマ加工等の普及を促進し、付加価値を付けることによって新たな販売方法を模索してもらうことが狙いだ。また、加工センター独自で白ゴマだけでなく、トマトやミカンの加工・商品化・販売を行うことで、6次産業化のモデルプランを構築しようとしている。設備が本格的に導入されたのは2011年であるらしいが、これからの普及を期待したい。

■Ⅲ. 白ゴマ振興会議

ついに事業の本番を迎える。喜界町役場会議室にて「白ゴマ振興会議」を実施した。白ゴマを中心に、喜界島における観光振興について、島内の農家の方や観光物産協会の方、役場の方にも参加していただき、話し合った。



i. 白ゴマ関連

まずは白ゴマについて。近年の島内産白ゴマは品質が低下してきているという。その原因としては、生産農家の増加、作付面積の拡大により、栽培への手のかけ具合にばらつきが出てき始めている事が挙げられるようだ。生産農家が増加していると言っても、目的はやはり現金収入のためであるので、そこまで手をかけていない可能性がある。このような事態が起きてしまう背景には、島内において喜界白ゴマの価値を共有しきれていない状況がある。また最近では、徳之島において白ゴマの生産量が伸びてきているという。徳之島

ではもともと黒ゴマの生産がほとんどであったらしいが、このところ白ゴマ生産も始めたようだ。このままのペースでいくと喜界島の日本一の座も危うくなってくる。

このような状況で、喜界白ゴマの地位を保っていくために、私はブランド化を提案してみた。ブランドとして確立することで、国内の他生産地の白ゴマと差別化を図り、生産量ベースでの比較から品質での比較に軸を移すことが出来る。より良質なものを求める消費者向けに売り出す際にも好アピールにもなる。

参加者からの反応として、現在では喜界白ゴマのどういった点が他よりも優れているのか明確でないという。油にした時の色が良い点や、香りがいいといった点はいくまでも人の感覚であり、成分の点などで明確な裏付けも必要になるという。だが、成分においては品種改良された白ゴマの成分には到底敵わないそうだ。そうすると、ブランド化への道のりとして残されたのは、一切農薬を使用せずに栽培している点と、先にも述べた人の感覚訴える点であろう。私としては、成分も大事であろうが、完全無農薬で、島在来という点で十分なポイントになり得ると考える。

このほか、白ゴマ振興に関して町としては、現在サトウキビの間作作物として栽培されているが、白ゴマメインの作付形態を模索しているという。一方で農家サイドからは、小口農家の方々が、協同して生産できる施設の拡充や、台風被害から守るためのビニールハウスの補助などの要望が挙げられた。白ゴマの品質が低下してきているのを懸念し、島内農家の意識の底上げを図りたい思いがあるように感じられた。

ii. 喜界島のご当地キャラクター・ゆるキャラ

ご当地キャラクターと言えば、今や全国各地に存在している。しかし喜界島には代表的なキャラクターは存在していない。そこで、津川と私から、喜界島でご当地キャラクターないしゆるキャラを誕生させてもらいたいという思いで、企画を提案した。

キャラクターによる経済効果は、うまくヒットさせれば莫大なものになる。これは言わずもがなであろう。ヒットさせることに苦戦しそうではあるが、現在ではゆるキャラグランプリが開催されるなどして、どのキャラクターにもヒットするチャンスは平等に与えられている。加えて、キャラクターの知名度が上がることで、その地域の知名度も比例的に上昇し、多くの方から興味を持って頂けるきっかけにもなる。他にも経済効果だけでなく、キャラクターを誕生させていく過程の中で、地元の魅力を改めて認識出来るきっかけ作りにもなる。こういう過程があるからこそ、地元で愛されるキャラクターになっていくのだ。

喜界島において誕生させるとしたら、何をモデルにすればよいのか。第三者である津川と私からすれば、やはり喜界島にしかないものが一番良いのではないかと考えた。そうすると、喜界島在来の白ゴマが代表的であろう。白ゴマの形からしてもゆるキャラの要素（ゆるキャラの提唱者と言われる、みうらじゅん氏によれば、1. 郷土愛に満ち溢れた強いメッセージ性があること。2. 立ち振る舞いが不安定かつユニークであること。3. 愛すべき「ゆるさ」を持っていること。以上3点が、ゆるキャラと言えらる条件である。）は充分にある。他にも喜界島の特産品である「白ゴマ」「花良治みかん」「島バナナ」「トマト」などをモチーフに、ゆるキャラでありつつも、戦隊ヒーローの要素も持った「ゆるキャラ戦隊」を誕生させるのも面白いかもしれない。

実際に津川と私で、キャラクターを考えてみたが、考えるにあたって、喜界島のことに思いを巡らせ、楽しみながら作成することが出来た。

この提案について、参加者の反応はまちまちだったものの、「そういえば居ないよね」といった声があった。これをきっかけに、前向きに考えてもらえればありがたい。

■IV. 白ゴマ加工体験

振興会議の翌日、実際に白ゴマ加工の様子を喜界町農産物加工センターで見学させていただいた。白ゴマから油を絞り出す工程であったが、室内はゴマのとても良い香りに包まれた。絞り出されるゴマの色はとてもきれいで、味わってみると思いのほかさらりとしている。これが喜界白ゴマの魅力なのだろう。



ゴマ油生成には、もちろん機械（圧力をかけて油を絞り出す）が導入されていて、ほぼ自動で行われる。大量の白ゴマが投入されても、油になるのはわずか3割程度だそうだ。残った白ゴマのかすは特に活用法も無く、ほとんどが処分されてしまうらしい。どうももったいない話だ。この白ゴマのかすの活かし方は、特産品開発に繋がっていくかもしれない。喜界島の白ゴマは大量生産されているわけではないので、ゴマ油を増産することは出来ないが、色・香りといった点はやはり差別化を図るべき点でありそうだ。なので、振興会議でも話が出ていたブランド化の件を検討してみるのも良いのかもしれない。

■V. 総括

喜界島を4度訪ねて、共通して思ったことは、全体的に無理をしないスタンスでいるということだった。もともとは農業で成り立っていた島だからこそなのかもしれないが、今あるものを活かそうとする活気や熱意があまり感じられなかった。しかし、振興会議に参加していただいた方々は、島を元気にしたいという思いを持っていらっしやう。そのほとんどの方はU・Iターンで喜界島にやってきた方である。つまり、このような方々が動き出さない限り、新たな価値観の刺激が無いということだ。振興会議の場だけでなく、島内で観光等に力を入れている、新たな特産品開発に余念がない方のほとんどはU・Iターンの方であった。お話を伺うと、皆口を揃えたようにして「喜界島はもったいないことが多い」とおっしゃる。島でずっと暮らしてきている方々にとっては何でもないような物事が、よそから見ると新鮮に感じられるのだ。だから島のものを活かさきれずにいるのも納得出来る。

喜界島の魅力は豊かな自然と人情味あふれる雰囲気、そして島の農産物であろう。つまり観光と農業だ。それでも今までは観光に力を入れることはあまりなく、農業だけに頼

れる。

観光と農業を結び付けられる点が多い。例えば農産物を使った特産品の開発だ。サトウキビは代表的な存在ではあるが、今回の事業のテーマにもあった白ゴマの活用もまだまだこれからである。白ゴマに限って言うと、島内で生産されたゴマはほとんどが買い取られている状況の中で、特産品化していくことも必要になってくる。他の生産地との差別化を図るためにも、喜界白ゴマの特産品加工・販売の6次産業化のプランを実践してもらいたい。すでに喜界町農産物加工センターが、そのモデルプランとして存在しているが、これを是非とも民間レベルでも取り組んでいくべきである。生産量と販売量との採算を考えれば、割に合わないプランである可能性は高いものの、白ゴマ生産量アップや品質維持のための設備投資を実施すれば、台風に負けない白ゴマ作りも可能になるかもしれない。

6次産業化のメリットをもう一つ挙げるとすれば、生産者と消費者の距離・関係がより近くなることだ。従来では1次産業である農業において、白ゴマや農作物を栽培しても、それを加工・販売し、消費者と接するのは生産者とは別の人物である。このままでは、生産者に消費者の声が届きにくく、白ゴマや農作物の品質維持や生産量アップへの創意工夫の意欲も掻き立てられにくいだろう。そこで6次産業化にすることで、生産から加工・販売まで行うことで、消費者のニーズ等を反映させることができ、生産の時点から意欲を掻き立てるきっかけになる。

他にはアグリツーリズムの推進がある。農業を体験しながら滞在する観光の在り方であるが、喜界島においては十分にその要素はあると私は考える。子ども向けに、夏休みなどの長期休暇中を利用した、農業体験込みのツアープログラムの企画や、シニア世代に定年退職後の余暇を活かしてもらうための、農業体験ツアープログラムの企画もおもしろい。もちろん、このプログラムには島民の方々の理解や協力が必要にはなるものの、長期滞在中で魅力を感じてもらうには良いと思う。この点については、当事業に参加した畑山の報告において、より具体的な内容があるのでそちらを参考にして頂きたい。

観光活性化のパートナーとして、ご当地キャラクターを是非とも誕生させてほしい。これは振興会議内でも提案したが、再度具体的に提案したい。先述したように、喜界島にもキャラクターを誕生させるには十分なモデルないし要素はある。そこで、キャラクター誕生までのプランを考えてみる。そのプランとは島内の小中学生を対象にした、キャラクター考案のスケッチ大会の開催である。スケッチ大会と位置付けることで、児童・生徒が気軽に参加出来るので、小中学生の柔軟なアイデアを期待することが目的であるが、最大の目的は、ふるさとである喜界島の魅力やアピールポイントを考えてもらうことで、ふるさとを愛し、誇りに感じてもらうことである。もちろん、大人の方にもそう感じていただきたいが、島の子どもたちが実感することが何よりも大切なことであると考えたためである。スケッチ大会の案のほかにも、一般公募でデザインを募る方法もあるが、この方法については、当事業が実施された翌月、喜界町企画課によって実施された。2013年1月末現在においても、デザイン公募は行われている。同課による実施は、当事業が実施される以

在においても、デザイン公募は行われている。同課による実施は、当事業が実施される以前から計画があったようで、私が改めて提案するまでもなかったようだ。ただ、以下については、これからキャラクター誕生に向けて動きだしていく喜界町に参考にして頂きたい内容である。

振興会議には、沖永良部島から出張でいらしていた方にもご参加いただいていた。その方から、沖永良部島のゆるキャラである「ガジュ丸くん」についてお話を伺うことが出来た。このガジュ丸くんを誕生させるにあたって、まず基本としたことは「子どもの心から動かすこと」であったようで、子どもに興味を持たせることで、その家族にも興味を持ってもらいたいという考えで、これが見事に功を奏した結果となった。今では島の中でガジュ丸くんは有名な存在とまでなったらしい。もちろん、子どもに興味を持たせる戦略だけでなく、他の活動もあったからこそその話だ。それは、キャラクター誕生に携わった方々による、ブログやツイッターなどを積極的に活用した PR 活動である。製作者サイドから逐一情報を発信していくことで、一般の方の目に触れる機会を増やしていく戦略だ。これらのような活動が実を結び、キャラクターのタオルや手ぬぐい、ステッカーを作製し、島を挙げての活動にまでなっている。

このようなケースから、喜界町においても活かしてみるべき点が見えてくる。まずは子どもに興味を持たせることであるが、先述したスケッチ大会の案などは興味を持ってもらえる良いきっかけになり得る。児童生徒に考えてもらうことで、親しみや興味をもってもらい、その家族などへの波及効果を狙う。また、現在公募中であるので、全国各地からデザインが集まってくるだろうが、選定していく際の基準として、子どもから興味を持ってもらえるような基準で進めていくべきである。そして、キャラクターが誕生したら、インターネット上での積極的な情報発信に移る。ブログ、ツイッター、フェイスブック等を活用し、一人でも多くの方に触れる機会を作って、興味を持ってもらえるようにするべきであらう。

これまで私が述べた振興プランには、民間だけの活動では厳しい点もある。そこで、行政と民間の協力が何よりも重要になる。ご当地キャラクターの件については、すでに行政自らが動き出し、これからが楽しみなところであるが、この他については、島を盛り上げたいと U・I ターンでやってくる方々のためにも、島全体でバックアップしていくような意気込みで、これからの喜界島を創り上げていってほしいと願う。

最後に、今回の事業実施に向けてご協力くださった、喜界町役場の皆さま、喜界町商工会の皆さま、喜界町農産物加工センターの皆さま、振興会議にご出席くださった皆さまに感謝申し上げます。