

# シニア世代のための都市漁村交流

Exchange Between Urban Resident and Fishing Community for Senior Generation

林 浩志\*・関いずみ\*\*・富田 宏\*\*・笠原 卓\*\*

Hiroshi HAYASHI, Izumi SEKI, Hiroshi TOMITA and Suguru KASAHARA

\* (財)漁港漁場漁村技術研究所 第1調査研究部 主席主任研究員

\*\* (財)漁港漁場漁村技術研究所 専門技術員

This paper clarifies the problems to be solved of exchange between urban resident and fishing community for senior generation through review of existing research results, and discusses the exchange between urban resident and fishing community for senior generation toward regional promotion of fishing villages.

*Key Words : Exchange Between urban Resident and fishing Community, Senior Generation*

## 1. はじめに

定年を目前にしたシニア世代では、定年後の人生を農山漁村のような地域と関わりながら過ごしたいという傾向が見受けられる。

一方、漁村地域では、都市圏のシニア世代を地域に取り込むことで、余暇や住居の場を提供するとともに、シニア世代の持つ技術やキャリアを活かすことで、地域の活性化を図ることができると考えられる。

そのためには、第一段階として試験滞在・一時滞在、第二段階として交流住居・複数住居といった交流段階、そして、都市部シニアと地域とのマッチングの試験期間を経た第三段階として、地域移住への移行というシナリオが想定される。

そこで、本調査は既存の調査のレビュー等により、シニア世代を対象とした都市漁村交流の問題点や課題を明らかにし、漁村の地域振興に向けたシニア世代のための都市漁村交流について検討を行ったものである。

## 2. 調査概要

### (1) シニア世代のニーズの把握

既存のアンケート調査等のレビューにより、シニア世代の地域志向やニーズについて整理した。また、都内の会社員やその妻(シニア世代)等を対象としてアンケート調査を行い、漁村に対する志向やニーズについて整理した。

### (2) シニア世代のための交流活動の検討

シニア世代のための交流活動において、受け入れ側の期待や問題点・課題等について調査票調査を行うとともに、既にシニア世代を対象とした交流や定住等の受け入れを行っている箇所でのヒアリング等を実施し、シニア世代を対象とした都市漁村交流活動について検討を行った。

本調査におけるシニアとは、昭和22～24年生まれの団塊の世代を中心とした前後の世代、いわゆる「アクティブシニア」と呼ばれる人々(全人口の約15%を占め、年齢層としては51～60歳)を対象とした。

## 3. 調査結果

### 3.1 シニアの観光・旅行実態及び目的・志向

シニア世代の観光・旅行実態や目的・志向を既往の資料から整理し以下に示す。

#### (1) 観光・旅行の実態

延べ年間宿泊旅行者数の半数がシニア(50～79歳階層)である。<sup>1)</sup>

シニアの旅行同伴者は「夫婦2人」が他世代に比較して多い。(特に男性)<sup>1)</sup>

宿泊旅行の手配方法はシニアを含め全体の約8割が個人旅行である。<sup>1)</sup>

シニアの旅行費用は55,200円/回(女性)～50,400円/回(男性)他世代に比べて高い。(平均=49,200円/回)<sup>1)</sup>

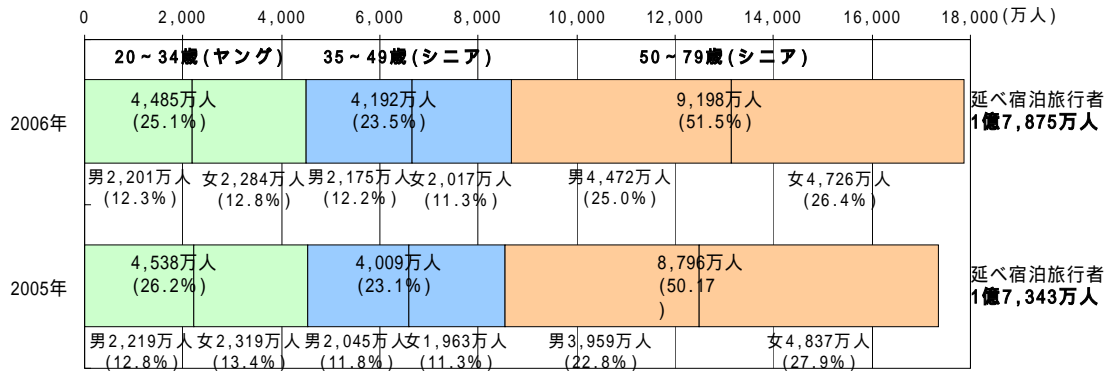


図 - 1 全国の宿泊旅行の構成(年齢比・男女比)<sup>1)</sup>

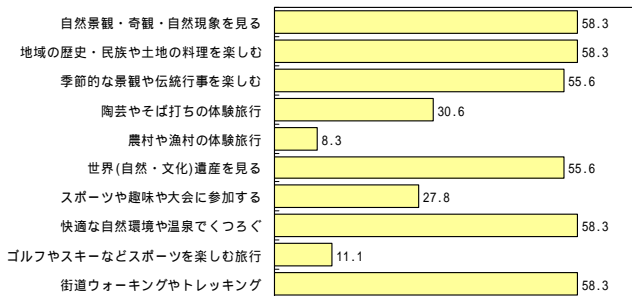


図 - 2 国内旅行の形態意向<sup>3)</sup>

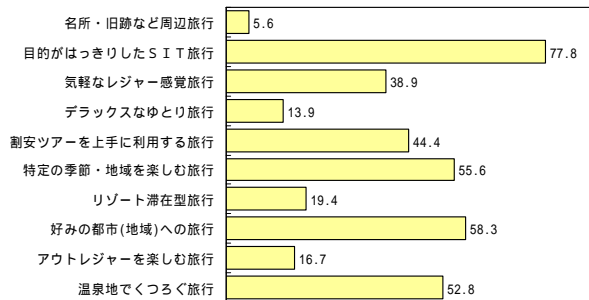


図 - 3 国内旅行の目的意向<sup>3)</sup>

## (2) 旅行目的・志向

50代(これからシニア)の旅行スタイル・目的・志向について、その形態は「目的がはっきりしたSIT(Special Interest Tour)旅行」、「好みの都市(地域)への旅行」、「特定の季節・地域を楽しむ旅行」、「温泉地でつづく旅行」、「割安ツアーを上手に利用する旅行」の意向が多く、また、目的は「自然景観・奇観・自然現象を見る」、「地域の歴史・民俗や土地の料理を楽しむ」、「快適な自然環境や温泉でつづく」、「街道ウォーキングやトレッキング」となっており、「農村や漁村の体験旅行」は最も少ない。<sup>2)3)</sup>

## (3) 今後のシニアの観光・旅行

団塊世代を中心とする50代(これからシニア)の旅行スタイル調査<sup>3)</sup>によると、国内旅行のキーワードとして、

- ・季節感・旬の味わい
- ・地域をまるごと楽しむ
- ・自然の中の“隠れ家的環境”でのやすらぎ

を挙げ、目的地のイメージは次の3点に集約している。いろいろな活動(様々な体験、アウトドアレジャー、自然の中の散歩など)ができる静かな温泉地・リゾート地のイメージ。

歴史、文化、芸術、地域の生活文化などに浸れる、好ましい都市・地域(ヨーロッパ、中国、雰囲気のある田舎町など)のイメージ。

自然の素晴らしい地域(スイス、ニュージーランド、カナダ、北海道、屋久島等)のイメージ。

一方、シルバーマーケットにおける余暇産業のあり方については、余暇産業先進国であるアメリカでのシニア世代を対象とした余暇サービスの分析<sup>4)</sup>から、日本の旅行商品にほとんど見られない先進的な商品として、次の6つを挙げている。

- シニア世代の体力を考慮した「年齢限定型商品」。
- 旅行関連サービスを全て含んだ「オールインワン型商品」。
- スリル満点だが安全な「ソフト・アドベンチャー型商品」。
- 駆け足観光ではなく滞在生活を楽しめる「長期滞在支援型商品」。
- 明確なテーマに沿って学べる「テーマ型学習商品」。
- シニアによるシニアのための学習ができる「大学連携自主運営型商品」。

そして、このようなテーマ型学習旅行や大学体験型旅行が、シニア層から強い支持を受けている理由として、以下のようなものが挙げられている。

知的好奇心が似通った人と、新たに知り合う機会が得られる。

机上の講義だけではなく、実際の体験を通じて生きた学習ができる。

取り扱うトピックスが本格的で、本物感がある  
高い専門性を持ちつつ、雰囲気づくりが上手な世話役が多い。

参加者が主体的に関与しやすい仕組みがあり、当事者としての意識が高まる。

活動内容が参加者の体力にちょうどよく、無理がない。  
価格がそれほど高価ではなく、繰り返し参加しやすい。  
大学生の気分が味わえ、新鮮な気持ちになれる(シニア・サマー・スクール)。

現状におけるシニアの観光・旅行及び目的や志向から、農村や漁村の体験旅行に対する志向は低い。しかし、アメリカでのシニア世代の余暇サービスは、漁村を対象とする観光・旅行の可能性を示唆するものと考えられる。

実際の体験を通じて生きた学習、本格的で本物感をキーワードとした場を創ることが重要となってくる。

### 3.2 シニアの移住・定住意向

これからのシニアの住まいについての意向は、三大都市圏に居住している団塊の世代を対象とした「団塊世代の今後の暮らし方・住まい方に関する調査」<sup>5)</sup>から整理し以下に示す。

今後10年間の希望する暮らし方は、「現在の住まいに住み続ける」が約7割、「移住希望者」は約3割である。

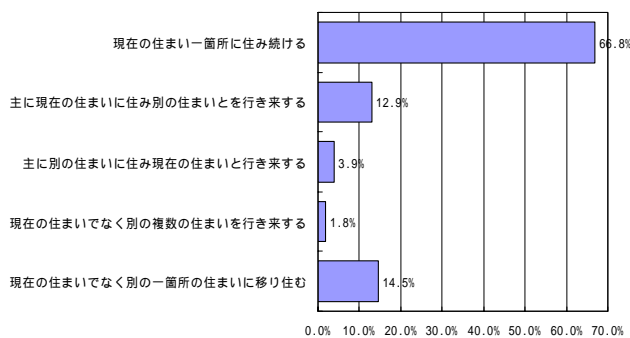


図 - 4 今後10年間の希望する暮らし方意向<sup>5)</sup>

移住希望者において、どのようなところに住みたいかは、「海に近いところ」(23%)、「地方中小都市」(20%)、「山に近いところ」(19%)の順となっている。

その理由は、「自然に囲まれたところに住める」、「趣味が楽しめる場所」、「気候が温暖なため」、「そこでしか出来ない活動を楽しむ」となっている。

移住に際して収集したい情報の内容は、「自然環境」、「不動産」、「医療機関の整備状況」となっている。

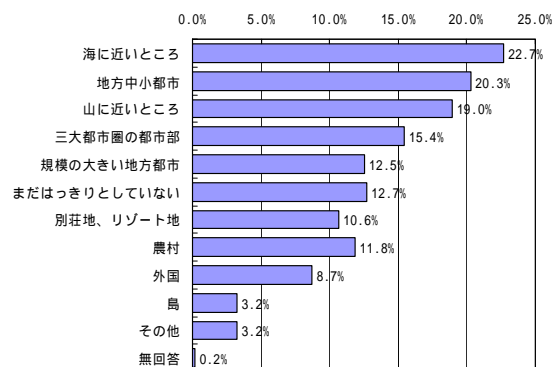


図 - 5 現在の住まい以外に住みたい地域のイメージ<sup>5)</sup>

そして、希望する暮らしの実現に向けて行政に解決して欲しいことは、「資金面でのバックアップ」(31%)、「たくさんの情報が一箇所で見られるシステム」(31%)、「移住後のアフターケア」や「情報がどこにあるのかの所在情報」(22%)となっている。

実現への課題は、「老後の生活が経済的に苦しくなること」(52%)が最も多く、経済的な課題が上位を占める。職業・所得機会に関して、移住後も収入を望んでいる。実現可能について、既に実現しているが9%、そして、49%が可能と考えている。一方、「まあ実現できる」や「やや実現は難しい」は31%となっている。

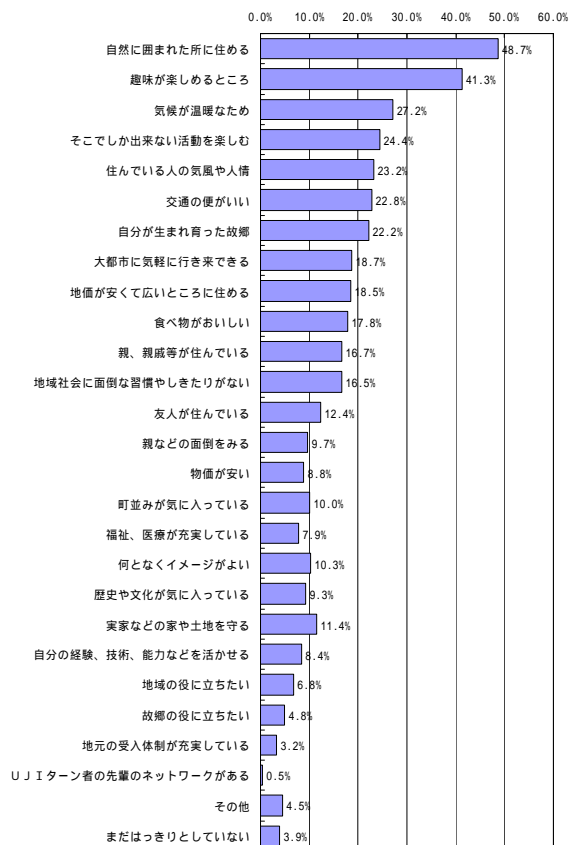


図 - 6 現在の住まい以外に居住したい理由<sup>5)</sup>

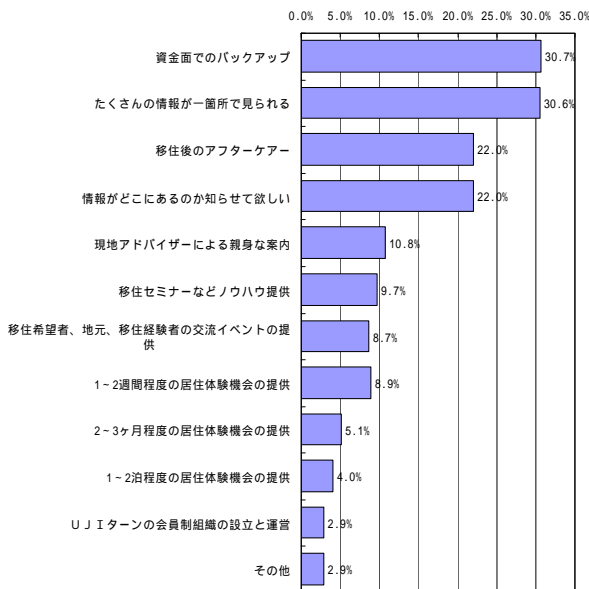


図 - 7 実現に向けて行政に解決して欲しいこと<sup>5)</sup>

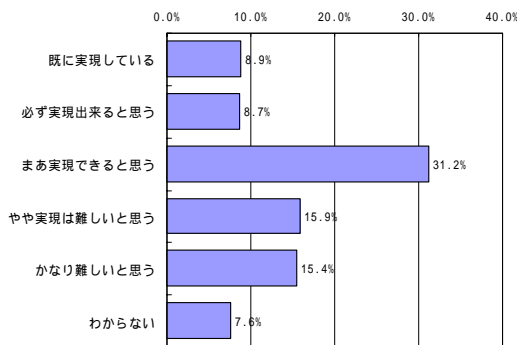


図 - 8 団塊世代が田園地域移住の実現可能性<sup>5)</sup>

一方、シニアの漁村への移住意向については、三大都市圏在住のシニア世代を対象にアンケート調査(平成 18 年 8 月)を実施した。回答者は 437 人、うち男性 259 人(59%)、女性 177 人(41%)、なお、年齢は 50 歳代が 320 人(74%)であった。以下に調査結果を示す。

漁村への訪問・滞在経験について、約半数が漁村を訪れたことがあり、そのうち 95%以上が年 1 回～数回程度の頻度となっている。その理由は「料理を楽しむ」(40%)、「近くに漁村がある」(40%)であり、「マリンスポーツ」(30%)や「漁業に興味」(28%)という理由も比較的多かったが、「海産物の購入」(3%)は少なかった。今後(およそ 10 年以内)に、現在の居住地を含めて住みたいと思う場所のイメージについては、三大都市圏の都市部が 36%、次いで地方中小都市の 24%、規模の大きい地方都市(政令指定都市や県庁所在地等)の 23%で都市居住意向が強い。一方、「漁村(海に近い自然に恵まれた地域)」は 13%である。

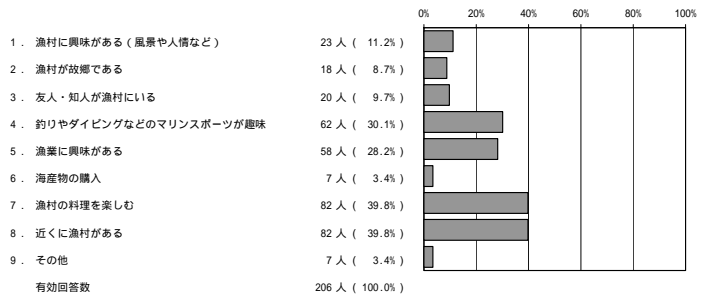


図 - 9 漁村への訪問・滞在理由

将来暮らしてみたい地域の条件は、「趣味が楽しめる」ところ(63%)、次いで「交通の便」(51%)と「福祉・医療」(50%)の条件が整っていること、そして、「自分の故郷」(37%)、「親、親戚等が住んでいる」(30%)、また「豊かな自然」(42%)、「気候が温暖」(40%)、「食べ物が美味しい」(37%)となっている。

今後、漁村(海に近い自然に恵まれた地域)に移住すると仮定して、どのような住み方を希望するかは、「漁村は余暇などの一時滞在で訪れたい」が過半数を占めた。漁村での生活拠点を希望する回答は 18%で、「短期滞在」も含めると 33%であった。

地域情報提供の内容については、既存のシニア対象の移住アンケート等と同様に、「福祉・医療」が 65%、「シニア世代の生活情報」(40%)や「空き家・土地情報」(38%)、「情報の存在場所」(37%)となっている。そして、対象漁村(地域)での「居住体験機会の提供」の意向は多く、期間は「1~2 週間程度」(44%)、「1~2 泊程度」(32%)、中期的な滞在の意向が強いようである。

移住に対する不安については、「安定した収入」(45%)等の経済的な不安と「地域となじめるか」(41%)等の移住先のコミュニティに関して不安視する回答が多かった。一方、漁村における「自然災害の不安」(31%)についても比較的多く、同時に「配偶者の反対」(18%)や「子どもの反対」(8%)は比較的少ない。

地域での職業・所得意向について、「なにかしら収入のある仕事」(44%)など、移住後も何らかの現金収入を希望する回答が多いのはもちろんのこと、「現役とかわらず仕事」(11%)は少なかった。

将来の複数居住意向について、「現在の住まい一箇所に住み続けたい」、「現在の住まいを拠点として別の住まいを持ち行き来したい」が 70%で、現在の三大都市圏を拠点とした暮らしを希望している。なお、複数居住を希望する回答は 48.7%であった。

実現可能性について、「まあ実現できる」、「必ず実現できる」という「希望する住まい方や暮らし方が実現可能」との考えは 35%であり、その一方で実現を難しいとの考えも 38%となっている。

地域での職業・所得意向について、「なにかしら収入のある仕事」(44%)など、移住後も何らかの現金収入を希望する回答が多いのはもちろんのこと、「現役とかわらず仕事」(11%)は少なかった。



図 - 10 将来暮らしてみたい地域の条件

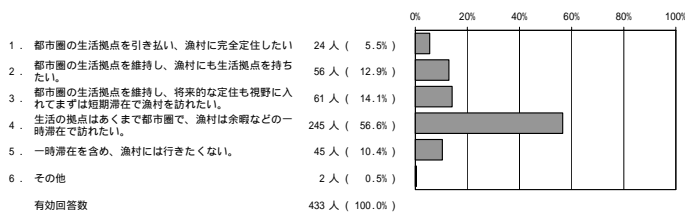


図 - 11 暮らしてみたい地域での住み方意向

将来の複数居住意向について、「現在の住まい一箇所に住み続けたい」、「現在の住まいを拠点として別の住まいを持ち行き来したい」が70%で、現在の三大都市圏を拠点とした暮らしを希望している。なお、複数居住を希望する回答は48.7%であった。

実現可能性について、「まあ実現できる」、「必ず実現できる」という「希望する住まい方や暮らし方が実現可能」との考えは35%であり、その一方で実現を難しいとの考えも38%となっている。

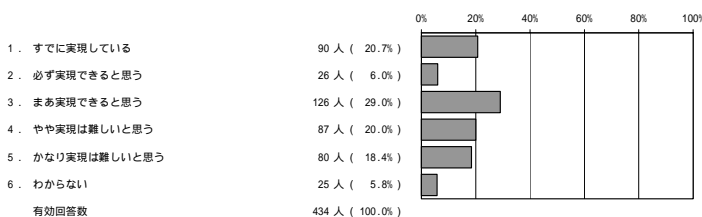


図 - 12 将来の居住形態の実現可能性

### 3.2 シニア世代のための都市漁村交流のあり方

一般的なシニアの余暇・旅行志向の今度の動向から、漁村の多様な地域資源を最大活用するシニアのための都市漁村交流の考え方は、以下のように整理できるものと考えられる。

漁村の長期的な地域振興ビジョンと、有するポテンシャル(地域資源や人材、受け入れ体制確保の可能性や実現性)の評価に基づき、受け入れ側である漁村におけるシニアとの交流や移住誘致の目的を明確にすることが必要である。

目的が明確になれば、それぞれの漁村の有する地域資源や受け入れ体制等の可能性を踏まえながら、シニア特有の興味や関心に動機付けられた交流や移住の目的を満足させる、具体的なシニア向けの都市漁村交流メニューづくりに着手することになる。

具体的なメニューづくりに際しては、シニアの年齢的・体力的な制約条件、本物志向、高いスキルや知識、時間的余裕等を考慮する必要がある。また、漁村独自の地域資源を活用して、「健康・福祉」、「食・食文化」、「癒し」、「環境問題や生活文化」等、シニア世代に共通する関心や興味を満足させる内容に加工・付加価値化したメニュー商品づくりが求められる。その際、多くのシニア世代が共有する、自己実現や社会貢献志向を満足してもらおう視点も重要である。シニアが漁村交流や移住等を選択する場合、一般的な観光やリゾートを選択する価値観とは全く異なり、漁村選択の背景となる価値観の尊重がポイントとなる。

このような観点から、シニア向けの都市漁村交流メニューを想定すれば、既存の一般的都市漁村交流メニューにシニアが参加しやすいような配慮を施すタイプ、シニアの関心や興味に特化した専用メニューを用意するタイプ、自己実現や社会貢献志向と地域おこしの具体的取り組みがマッチングした人材募集型・地域活動参加型タイプに整理することができる。

#### (1) シニア配慮型一般的メニュー

都市漁村交流活動を実施している漁村において、体験交流メニューは、参加年齢を特定しない場合が多い。安全管理上、幼児等の参加を制限する場合を除き、一般的に年齢制限はない。つまり、具体的な活動の内容や参加者の健康を含めた安全管理等の面で、参加者の年齢にきめ細かに配慮した体制は整っていない。

一方、シニア世代においては、年齢により明確に区分された活動よりも、幼児や児童を含めた若い世代と一緒に活動することを歓迎する人々も多い。むしろ、参加家族同士や参加者間、世代間の交流等も貴重な体験と認識されている場合が多い。

このようなことから、既存の都市漁村交流メニューにシニア世代が参加する場合、その年齢や体力、興味や関心等にきめ細かに対応する運営体制を整えることで、シニアの体験交流参加機会を広げることができる。

シニアのための都市漁村交流メニューの基本的な考え方  
 人材・体制を含めた漁村の地域資源の発掘と活用の可能性と範囲の明確化  
 都市シニア参加誘致に関する地域振興ビジョンに基づく目的の明確化  
 都市シニアの興味や関心に動機付けられた明確な目的意識を満足させること  
 都市シニアのスキルの活用(満足感)と更なるスキルアップにつながる

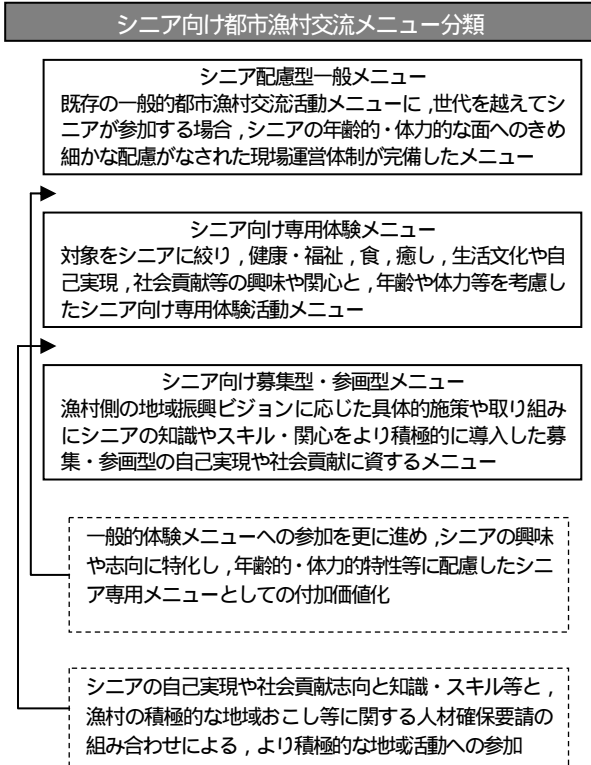
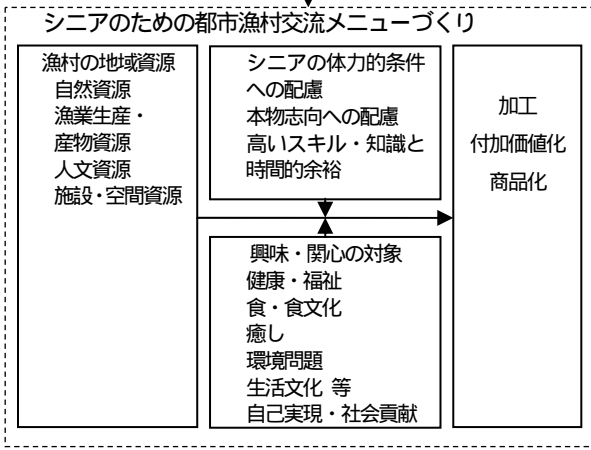


図 - 13 都市漁村交流メニュー考え方

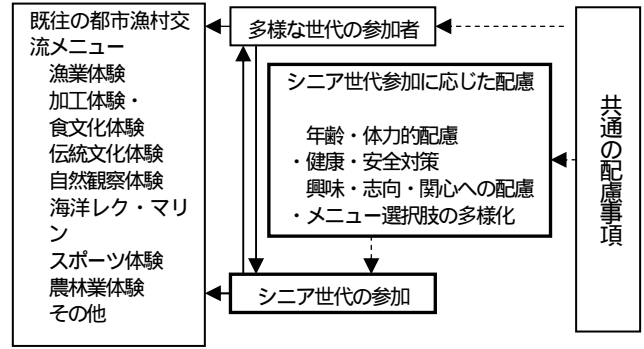


図 - 14 シニア配慮型一般的メニューの考え方

(2) シニア向け専用体験メニューの考え方

シニア世代に絞った交流誘致を促進する場合、既往の一般的都市漁村交流メニューの付加価値化（シニア参加受け入れのための配慮）をさらに進めた、シニア専用体験メニューづくりが求められる。

漁村振興ビジョンとそれに基づく活性化手法のひとつとして、より戦略的に、対象をシニアに絞った体験メニュー商品づくりが必要である。

戦略的に対象をシニアに絞るということは、需要者としてのシニアとその経済的余裕（可処分所得）規模の大きさ、休日や土日等に制約されない時間的余裕、多様な価値観を背景にした漁村での余暇選択の可能性の大きさといった、漁村振興型新ビジネス展開の需要母体としての期待が大きいことによる。

また、シニアにとっては、退職後の充実した時間や、自分に合ったライフスタイル選択肢の拡大につながる。

このような視点で、対象をシニアに絞った都市漁村交流活動を選択的に実施しようとする場合、シニアの志向や関心に合致し、対価と時間を要しても参加したいと評価される体験交流メニューを開発・商品化する必要がある。その場合、シニアの関心と興味を具体化する体験交流メニューづくりに向けて、地域資源の発掘とその加工・付加価値化の方法が重要となる。

シニアの興味の対象としては、健康・福祉、食・食文化、癒し、環境等社会問題、生活文化等があり、自己実現や社会貢献面での満足を求める傾向が強い。

さらに、本物志向で、じっくり腰を据えた取り組みへの関心や、自己のスキルアップ、学習といったキーワードが想定される。

したがって、商品開発にあたっては、「年齢限定型（体力等への配慮）商品」、「中長期滞在型商品」、「関心や興味の所在を踏まえたテーマ型体験学習商品」、「自己実現型商品」、「社会貢献・社会参加型商品」等がキーワードとなると考えられる。



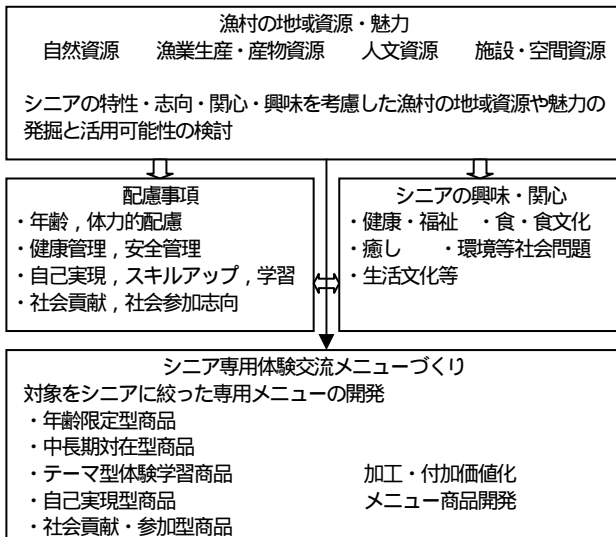


図 - 15 シニア向け専用体験メニューの考え方

### (3) シニア向け募集型・参画型メニューの考え方

それぞれの漁村には、固有の地域振興上の問題や課題がある。そのような問題や課題の解決による地域活性化を目指した漁村振興ビジョンが共有されている漁村において、ビジョン実現のため、具体的で実践的な地域おこしの取り組みや施策が計画される。

しかし、往々にして、そのような取り組みを担う人材が地域内だけでは不足していることを理由に、実現に至らない例が多い。

そこで、豊富なキャリアに基づく多方面の知識、知見やスキルを有し、自己実現や社会貢献、あるいは社会参加志向の強いシニア世代を、具体的な漁村振興の実践の担い手として誘致することが考えられる。

つまり、単体の専用体験交流メニューやイベント的な漁村との交流の枠を越えた、より実践的で親密な参画型の交流のかたちであり、特定の目的や主旨に理解と共感を示すと共に、その目的に応じた熱意と能力を持つ、特定少数のシニアが対象となる。

漁村振興の実践への具体的な参画の場の商品化であり、主旨や目的・活動内容等を紹介した公募または、一定の地域との交流実績を勘案した特定シニアに対する指名型の募集が考えられる。活動滞在期間は、プロジェクトの内容等により短期から中長期までさまざまな場合が想定されるが、地域活動への具体的な参画という点では、長期滞在や2地域居住、定住等の選択の前提になる可能性も含んでいる。

シニア向け募集型・参画型メニューとして想定される、具体的な漁村振興プロジェクトとしては、以下のようなものが考えられる。

- 地域おこし活動や既存組織再生に関する企画・運営参加
- 地域起業参加等

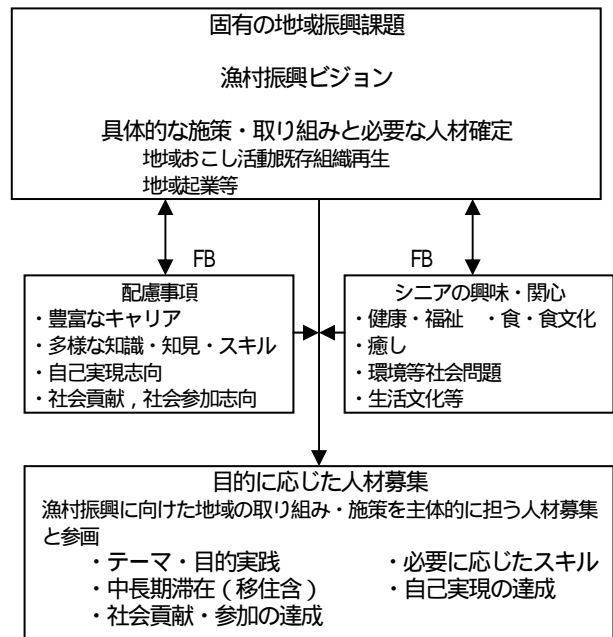


図 - 16 シニア向け募集型・参画型メニューの考え方

### 3.3 漁村との係わり方としての移住可能性

アンケート調査による都市シニア志向から、そのニーズに的確に対応した都市漁村交流メニューが漁村側に用意され、彼らの興味と関心に合致して参加・交流を深めた場合、最終的に対象漁村を移住地とする都市シニアは、定量的な評価は難しいものの、確実に存在すると思われる。

そして、都市シニア等の移住において、地域の選択は「漁村であること」が前提条件ではなく、前段階の交流を通じて、自然環境や風土・気候や生活基盤等の条件を含めた地域のありようや、地域住民等に魅力を感じた場合に、移住地として選択されるものと思われる。

この場合、農村、漁村、山村あるいは、地方都市という選択基準ではなく、都市シニアを迎えようとする地域自身の、取り組みの目的や体制、人を含めた地域のありように、彼らに移住を決断させる魅力があるかにかかっていると思われる。

つまり、都市シニアを誘致し、活性化に結びつけたいと考える漁村側が、彼らに対して、いかに魅力的な地域であるかをアピールできるかが重要となっている。

さらに、都市シニアの移住誘致を模索する漁村側も、誰でも良いから誘致するという立場ではなく、地域活性化のビジョンに基づく、必要な移住者を“質”で選択する姿勢が必要である。そして、そのためには、相互理解と合意形成の段階的なプロセスを積み重ねていくことが重要である。

実際に、都市シニア等の移住を実現している地域においては、理解と合意のプロセスの地道な積み重ねが見られる。

#### 4. おわりに

漁業資源の悪化と漁獲量の低下、水産物単価の低迷など、多くの漁村において漁業就業者の減少・高齢化が顕著である。そして、これらは漁業の担い手にとどまらず、地域の活力の低下に結びつき、地域政策上の大きな問題となっている。

漁業や地域の活力が低下している漁村では、地域社会の活力再生と維持のために、定住人口の受け入れが必要とする議論が盛んである。つまり、地域活力の低下が、地域の運営や維持に危機を与えている。

このような状況を契機として、団塊世代の大量退職の時期を迎え、シニア世代の漁村への移住・定住の可能性に期待がかかっている。つまり、シニア世代の漁村移住を通じて、その多様なスキルや知識・知恵や価値観を、疲弊した漁村の再生、活性化に活かすことである。

シニア世代に対して、漁業の担い手としての役割を期待することは、年齢的・体力的な問題等から難しい点もあるが、シニア世代の交流活動や活動を通じた定住への契機など、漁村の活力再生面での期待は大きい。

#### 参考文献

- 1) じゃらんリサーチセンター：じゃらん宿泊旅行調査，2006
- 2) 社団法人日本旅行業協会 J A T A：シニア世代の旅行目的・志向調査，
- 3) 社団法人日本旅行業協会 J A T A：団塊世代を中心とする50代(これからシニア)の旅行スタイル・目的・志向調査，
- 4) 財団法人岐阜県産業経済振興センター：高齢者市場の活性化に関する調査研究報告書，2004
- 5)：団塊世代の今後の暮らし方・住まい方に関するアンケート調査，都市・地域レポート2006