



五島列島は、福江島、久賀島、奈留島、若松島、中通島の5つの大きな島を中心に約140の島からなる。美しい砂浜や海、手つかずの自然が残り、日本の原風景を堪能できる

五島列島支援プロジェクト

流通を変革、島の経済を変える

島の歴史と文化を守るために始まったプロジェクトが、観光客の増加、水産物の販路開拓などで成果を上げている。島をルーツに持つ“よそ者”の使命感が、島を変えている。

九州の最西端に位置する長崎の五島列島。140を超える島々が連なるこの地域は、豊かな自然と昔ながらの風情、明治時代にキリスト教徒によって建てられた古い教会群が今も残る風光明媚な土地として知られる。

しかし高齢化と人口減少が進み、日本創生会議が今年5月に発表した「2040年の消滅可能性都市」の中には、五島列島の五島市や新上五島町も含まれていた。

このままでは固有の文化や歴史も風化してしまう、という危機感から2009年に「五島列島支援プロジェクト」を立ち上げたのが、飲食店経営のコンサルティングを手掛けるスーパーソニックの代表取締役・小島由光氏だ。地域活性の専門家ではない小島代表が五島列島の支援に乗り出したのは、自身のルーツがきっかけだった。

「両親から聞き、祖父と祖母が五島列島出身だということは以前から知っていて、いつかは自分のルーツを訪ね

ようと思っていた。五島列島は古くからカトリック教徒が多くいたところで、祖父は久賀島、祖母は奈留島の生まれ。私の家系は代々カトリックです」

しかし、2009年に現地を訪ねた際、大きなショックを受けた。

「初めて五島列島に行ったとき、自分の先祖は、久賀島で今も残る牢屋の窄（キリシタン弾圧の際の牢のあった場所）殉教地で明治元年に悲惨な弾圧を受けていたキリシタンであることを知りました。初めて島の歴史を知ってショックを受けたんです。同時に、五島列島全体が限界集落化し始めている現状を目の当たりにして、島の歴史や文化を残すために何かしなければ、と思いました」

たった一人から始まった挑戦

半ば勢いで五島列島の支援に動き始めた小島代表。しかし、いくら祖父母が五島列島の出身でも、小島代表はよそ者に過ぎない。そこで、地元住民の



高級魚「クエ」など、五島列島は豊富な水産物に恵まれている。水揚げされた魚は、鮮度保持のプロセスを経て出荷される

信頼を得るために、2ヵ月に1度のペースで五島列島に通い始めた。

行政だけでなく教会関係者、農業や漁業の従事者など地元住人との交流を重ねることで、徐々に受け入れられていった。小島代表が「信頼を得てきた」と実感するまでには、2年の月日を要したという。

小島代表はその2年間、“よそ者”だからこその客観的な視点で地域の課題を洗い出した。

一つは、観光客を誘致しようにも五島列島自体の情報が少ないこと。もう一つは、農水産物が都市部に流通していないこと。特に水産物は「クエ」などの高級魚をはじめ多くの魚種が獲れるにもかかわらず、鮮度の問題で大消費地の関東には送られていなかった。

そこで、小島代表はそれぞれの課題の解決に取り組み始めた。まずは観光客を呼び込むために情報発信に力を注いだ。

「一般的に、五島列島がどこにあるのか、どうやって行くのかもほとんど知られていません。そこで、五島列島

の見どころや交通手段などを伝えるウェブサイトとフェイスブックページをつくりました。写真は、私が島に通って撮りためた約1万枚の写真を使い、アップしていききました」

五島列島支援プロジェクトが発信する観光情報は好評で、フェイスブックページでは6600を超えるファンを獲得した。さらに五島列島の出身者が投稿をシェア、拡散するなど支援の輪が広がり、今では上五島と下五島在住の

2人のカメラマンが定期的に現地の写真をアップしている。

継続的な情報発信の結果、五島列島の認知度は着実に高まっており、観光客も増加。五島列島出身者の情報拡散もあり、毎年開催される「五島列島夕やけマラソン」の際には島中の宿が満員になるほどになった。

地元の産物を続々と商品化

鮮魚の流通に関しては、飲食コンサ

島々にはキリスト教関連遺産が点在し、独自の文化が残されている。五島列島支援プロジェクトでは、カトリック教会の保全にも力を入れている



鮮魚の流通を変革

- コンサルで培ったノウハウを活かし、直接取引のルートを開拓
- 陸送で中2日かかっても鮮度を保つ氷の使い方、箱詰めの状態を確立



- 新たな販路から収益を獲得、水産物の活性化や将来的な雇用創出を支援
- 首都圏での売り上げの一部を、五島列島支援プロジェクトを通じて五島列島の景観保全のために寄付

もともと物流コスト高、鮮度管理などの問題により東京圏への流通がなく、その市場は限られていた。そこで首都圏での販売ルートを確認し、漁獲量増と地域活性につなげている。

ルタントの経験が活かした。

「関東の飲食店に五島列島の魚を紹介して、現地との直接取引のルートを開拓していきました。直接取引であれば価格が2、3割安くなるだけでなく、配送時間も縮めることができるので、両者にメリットがあるんです。さらに、五島列島の魚を都内でPRしつつ、東京・新橋にある共同経営のお店で五島から直送する鮮魚の到着時の鮮度、温度帯を検証。試行錯誤を重ねた結果、

陸送で中2日かかっても鮮度を保つ氷

の使い方、箱詰めの状態を確立しました」その結果、契約店舗は1年半で50軒に達した。これは現地に4500万円分の利益をもたらす計算だ。この水産流通活性と地域貢献が一体となった取り組みは、2011年度の「フード・アクション・ニッポンアワード」の製造・流通・システム部門で『優秀賞』を獲得した。

小島代表の挑戦はとどまることを知らず、特産品の開発にも着手。上五島で採れた芋だけを使い、現地で製造する焼酎「越島南枝」を生み出し、久賀島では島民主体となる組織「久賀島ファーム」を立ち上げるなど活動の幅をどんどん広げている。

驚くのは、「五島列島支援プロジェクト」はすべて小島代表が私財を投じて行ってきたことだ。鮮魚の流通を自ら手掛けることで収入がわずかに生まれ始めているが、それまでは身を削る思いだったという。ここまでの活動を支えてきたのは、初めて五島列島を訪れた時に感じた運命的な使命感だ。



小島由光
スーパーニッポン代表取締役



小島代表は、東京・新橋に共同経営の飲食店を出店。マーケティングの拠点として活用している

「先祖から私に託されたような気がしています。一度始めたからには、持続性のある事業に育てなくてはなりません。地元の人のためになり、かつ地元の人にできないことを自分がやることで、地元の生業をサポートしていきます」

小島代表の思い入れが強い「長崎の教会群とキリスト教関連遺産」の世界文化遺産登録についても、2014年9月17日、日本政府が世界文化遺産への推薦を決め、2016年のユネスコ世界遺産委員会で審議されることになった。

2016年に向けて確実に五島列島にも注目が集まるなかで、内閣官房地域活性化伝道師にも認定された小島代表は、五島列島の経済に新たな成長の可能性をもたらしている。