

8 地域資源を活かした観光活性化～にぎわいづくりへの貢献～

世界遺産登録等を契機とした地元の魅力発信

福岡県・宗像市 | 福岡銀行

「神宿る島」宗像・沖ノ島と関連遺産群が、2017年に世界遺産登録を受けた福岡県宗像市。世界的に注目を集め、来訪者も増加する一方、交流人口の増加が一過性に止まってしまうのではないかと、地元からはそんな不安の声も聞かれる。

宗像市は、地元の福岡銀行とともに、世界遺産をはじめとする豊かな自然、食材、文化など地域資源を活用し、商業、観光、にぎわいづくりにおける地域活性化に取り組む。



宗像市の概要

【人口】96,931人(2019年7月現在)

- ・北九州市と福岡市の高政令指定都市の中間に位置し、北を除く3方向を山に囲まれ、玄界灘に大島、地島、沖ノ島、勝島を有する。
- ・二大都市への交通アクセスが充実し、住宅団地や大学、大型商業施設などが相次いで進出したベッドタウン。
- ・四世紀から九世紀の間の東アジアにおける諸国家間の重要な交流を示すこと、古代から現在まで発展し継承されてきた「神宿る島」を崇拜する文化的伝統の類い希な例として評価され、2017年7月、『神宿る島』宗像・沖ノ島と関連遺産群が世界遺産登録された。

世界遺産「神宿る島」宗像・沖ノ島

「今日は沖ノ島が良く見える。今日、大島に来た人は運がいいねえ」福岡県宗像市の大島交流館の方に、そう声をかけられた。宗像大社は、九州本土にある辺津宮、大島にある中津宮、沖ノ島にある沖津宮に宗像三女神を祀る。沖ノ島は、九州本土から60km、大島から49km離れ、一般の方は入島できないが、気象条件が良ければ大島や本土から遥か彼方に望むことができる。



宗像市は、福岡銀行およびおほかたフィナンシャルグループ(以下「F F G」)との連携協定(2017年12月)により、商業・観光産業の活性化等による地方創生を志向している。全国的に離島の過疎化が危惧されており、人口約600人の大島の賑わいづくりも重要なミッションとなっている。

世界遺産群を構成する大島にある中津宮は、鳥居が海に向かって立っており、海との深い関係が窺え、地元の方が掃き清めた境内・社殿は威厳を感じる。島内には、沖ノ島を遥か遠くから拝むための

選場所があるほか、豊かな自然をはじめ見どころは多い。こうした資源の活用について、グループ会社のF F Gビジネスコンサルティング 副部長 瓦林悟氏は「見せ方やストーリー作りを提案することが重要」と語る。豊かな自然を活かして大手アウトドア用品メーカーと共同で実施したグランピングや、離島でのバーなど、「とがった」企画で盛り上げる。福岡銀行の本部・支店やF F Gビジネスコンサルティングの担当が足しげく住民を訪れ、「地域で何を悩んでいるのか、新たな取組みとして何をやりたいか、そのためのネックとなっていることは何か」といったやりとりを重ねて提案することが大切という。



大島の魅力発信～しまカフェ～

「大島が好きで、ずっと住み続けたいけど、人口が減り続けると住むことが難しくなるかもしれない。そうなる前に自分達ができることはないか」。そういった思いを持つ女性3名で結成したグループがある。通称「しまカフェ」。地元出身者もいれば、結婚を機に移住し

たメンバーもいて、大島の活性化や情報発信に一役かっている。福岡銀行が本店の広場で開催した宗像市PRイベント「むなかつフェア」に参加したことが結成のきっかけという。

メンバーの一人、草野結美氏は、海を一望できるカフェ「musubi cafe」を運営。せっかく大島に来てくれた方が、ちょっと休んだり食事をとれるところが無かったから、というのが開店の理由とのこと。自称「お祭り好き」という彼女達は、様々なイベントの企画・運営にも携わる。中津宮の「七夕祭」といった伝統行事をフォトコンテスト等で盛り上げるほか、海水浴場で映画を野外上映する「砂浜映画館」などを企画。「砂浜映画館」は、雨天順延にもかかわらず東京からの来訪客もするなど盛況だったため、次回開催にも意欲的だ。イベント運営には福岡銀行の担当者も協力。「福岡銀行の担当者は、『何か手伝えないか』と頻りに顔を出してくれるし、他地域の事例も

紹介してくれる。銀行員のイメージが変わった」(草野氏)

草野氏は、イベントが無い時でもカフェでゆったりと海を眺める場所を提供したいと言い、「普段の仕事・生活で疲れている人が、非日常を味わえるのが大島の良いところ」という。大島に渡るフェリーの25分間は、オンとオフの切換えに最適な時間かもしれない。



宗像のよさを知ってもらおう～購入型クラウドファンディング～

「宗像は美味しい食材が豊富で、地元の人には当たり前になっているが、ブランド力のある商品が多い」。自信満々にそう語るのは、アナゴをメインとした創作和食料理店「かのこゆり」の店主・山下和雅氏。山下氏は宗像市出身。東京で修業を積んだ経験から、地元食材に改めて魅力を感じ、同店を開業した。「味いに品がある」と宗像アナゴの魅力を語り、生け簀のある店内では、珍しいアナゴの刺身も提供する。

「宗像の良さをもっと多くの人に知ってほしい」という想いから、

自宅で簡単に調理できる「あなごめし」の商品開発に至った。宗像ではイカやフグも獲れるが、近隣に有名な産地もあるので、地元産としてブランディングしやすく、漁獲期間が長くて収量も多いアナゴに着目したという。販路拡大とPRを両立するため、福岡銀行の支援もあって購入型クラウドファンディング^(注)を活用することとした。

「クラウドファンディングの支援者の様々な声を踏まえて、宣伝用写真やパッケージも変更した。資金調達支援だけでなく、PR方法を検討するうえで大変参考になった」という。クラウドファンディングの取組みに一部費用助成している宗像市の産業振興部 商工観光課 工保長 橋爪直輝氏も「どの地域、どの世代の人にうけるのか、



「宗像をさらに元気に」～市長インタビュー～

「宗像市をさらに元気にするため、『稼ぐ力』を強化する」と意気込むのは、伊豆美沙子市長。世界遺産登録を契機に宗像の知名度は高まっており、魅力ある地域産品や観光資源を「おもてなし」の商品・サービスとなるよう磨く必要性を強調する。そのために連携協定を締結している福岡銀行・F F Gのとの協働は不可欠という。

2018年10月、道の駅「むなかつ」の芝生広場がオープンした。年間170万人が来訪し、九州の物産直売所でトップの売上を誇る道の駅を拡張したのも。その記念イベントの企画・出店事業者の調整を担ったのが福岡銀行。出店事業者は約30店を集め、当日は約1万3千人が来訪し、ツアーバスも押し寄せる大盛況ぶりだったという。

他の販路開拓ツールだと分析が難しい。全国的にPRする意図もあってクラウドファンディングの活用を支援している」という。

また、F F Gビジネスコンサルティング コンサルティング部 マネージャー 下田大氣氏は、「クラウドファンディングを活用しつつ、地域金融機関のビジネスマッチング機能を加えることで、企画から販路拡大まで一貫してサポートすることが重要」と語る。「かのこゆり」の「あなごめし」は、地元百貨店で取り扱われるようになり、さらに空港やカタログギフト会社との商談も進められているという。

福岡銀行の支援もあり、クラウドファンディングを活用する事例は徐々に増えている。上述の「しまカフェ」でも活用しているほか、明太子の製造・販売を手掛ける「うめや」でも活用している。「うめや」は量販店向けの他社商材製造を中心としていたが、働き手が誇りを持てる自社製品をつくらうとの想いから、「味噌明太子」、「柚子明太子」など多様な商品を展開。クラウドファンディングで売り出したのが「トリュフ明太子」。社内でも「おいしい」、「高級過ぎて良くわからない」など賛否両論だったというが、「何か明確いきっかけ



が欲しい。F F Gや市も連携しながら、いろいろとアイデアを出したい」(同社 専務取締役 清永東善氏)。各社に共通する想いは、とにかく宗像の良さを発信しようということにつきる。

福岡銀行 宗像支店長 境和重氏は、「大島と、本土の宗像大社、道の駅「むなかつ」を周遊ルートの拠点としたい」と語り、来訪者をどう「おもてなし」するかという想いは、宗像市と共通する。「地方創生の実現、地域の課題解決は、何か一つの取組みで結実するものではない。小さな成功でも、それをいくつも積み重ねることが重要だと思う、そのためには地域の方々と語り合い、ひとつひとつ丁寧に取り組んでいくしかない。それが地域金融機関の使命であることは確信している」(境氏)。

