

地域の底力——奥尻町

北海道奥尻郡奥尻町

復興のその先へ 北海道南西沖地震から二〇年、 奥尻島の新たな挑戦

一九九三年七月、北海道南西沖地震が発生。

甚大な被害を受けた奥尻町は、

被災からわずか五年後に「完全復興宣言」を出した。

地震から二〇年、完全復興宣言から一五年。

奥尻は少子高齢化・過疎化の波に洗われながら、

島の恵みを生かして「第二の復興」に歩み出していた。

北海道南西沖地震からの完全復興宣言

函館空港から小型プロペラ機で約二〇分、眼下にコバルトブルーの海と深い緑の島。北海道(本島)の一七キロ西方の日本海に浮かぶ離島、奥尻島である。

奥尻空港に降り立つと、爽やかな風と広々とした空、そして目にやわらかな緑が迎えてくれた。南北二七キロメートル、東西一一キロメートルの島。その八割をブナの原生林が占める。ブナの森に降った雨は豊かな土壌に浸透し、やがて海に栄養分を運ぶ。古来、奥尻は、ウニ、アワビなど海の幸に恵まれてきた。対馬海流(暖流)に包まれた奥尻は道内では温

暖で、平地には離島の北限とされる水田も広がっている。

のどかな離島の風景は、この地が大災害に遭ったことを忘れさせる。

豊かな海はかつて巨大な災害をもたらした。一九九三年七月十二日、北海道南西沖地震が発生。マグニチュード七・八、奥尻での推定震度六。直後に最大波高三〇メートルを超える津波が島を襲った。南部の漁港・青苗地区は、津波と火災により全域が壊滅。地区全体を覆う炎が夜空を焦がした。

奥尻町では、死者・行方不明者が一九八人、人口四七〇〇人の四割が避難所生活を余儀なくされた。

しかし、復旧とその後の復興は早かった。奥尻の人々が不屈の意志で立ち上がり、日本全国がそれ

上/北海道南西沖地震の慰霊碑「時空翔」。南西沖に向かって立ち、地震のあった7月12日には中央のくぼみに夕陽が沈む。

下/復興事業の一環で建設された「望海橋」はアーチ構造が印象的な一時避難施設。地域住民が集う場所としても活用されている。



をバックアップしたからである。

島の人々は、今でも自衛隊や警察、東京消防庁、民間ボランティアなどの救援活動を思い出し、感謝の念に堪えないと語る。

行政も動いた。当時の奥尻町の財政規模の数十倍になる約九〇〇億円もの復旧・復興資金が投じられたのである。復興では津波に強い町を目指して、徹底的なインフラ整備が行われた。その範囲は、



防潮堤、防潮水門、避難路、地盤整備や区画整理など多岐にわたる。青苗漁港には、世界初の避難用人工地盤(高さ六メートルの鉄筋コンクリート製広場。収容人数二三〇〇人)が建設された。

全国各地から寄せられた義援金を一九〇億円は島の人々の生活再建を助け、手厚い復旧・復興投資は島の経済を潤した。

そして九八年三月、被災からわずか五年後、奥尻町は「完全復興宣言」を出した。被害の甚大さを考えると、驚くべき早さと言ってもよいだろう。



上/奥尻島へのアクセスは空と海から。函館から奥尻までは小型プロペラ機でわずかな時間の空の旅。下/思わず深呼吸したくなるような深い緑に包まれた奥尻島。



アワビやウニ漁の磯船が並ぶ漁港はひっそりとしていた。人影の少なさが過疎化の現実を物語る。

復興宣言後も止まらない人口減少と過疎化の悩み

奥尻の復興状況を知るために、最も被害が大きかった青苗地区を歩いた。高台に造成された住宅地には同じような築年数の住宅が立ち並び、大都市郊外の新興住宅街かと見紛うばかり。確かに復興が終わったことを感じさせる。

しかし、その住宅街には空き家が目立ち、人の姿が見えない。車もほとんど通らず、道路には雑草が生い茂っている。

奥尻町役場に新村卓実町長を訪ねた。かつて日本海サケ・マス漁の中継基地として栄えた頃、奥尻町の人口は七九〇〇人を数えた

が、漁業の衰退に伴って、被災時には四七〇〇人まで減少していた。新村町長は語る。

「今、町の人口は三〇〇〇人を切ったくらい。この二〇年で人口がさらに三分の二になりました。

復興特需があつた五年間は良かったのですが、その後は若い人が島を出ていくばかり。進学で本島や内地に出ると、まず戻ってこない。安定して働ける場所がないのです。

復興時は生活再建が最優先で、産業構造の変革や将来の雇用までは手が回りませんでした」

山間地や離島に共通する少子高齢化、過疎化の流れは、復興特需では消し去ることはできなかったのだ。

奥尻商工会の大須田均事務局長も、

「漁業・農業以外では、観光・小売と建設業が主な産業です。公共工事が減って建設業は厳しい。観光も振るわないので、旅館・民宿や商店も年々減っています」

と話す。島外からのお金が落ちないので、島の経済は苦しい状況だという。こうした窮状に付け入

るかのうちに、

「島に廃棄物処理施設を作らせてくれ、といった話が持ち込まれるようになり、愕然としました」

(新村町長)

といった話も出てきた。一五年前、完全復興宣言を出した時には想像できなかった事態だった。

復興経験を力に、自助努力で地域再生を目指す

奥尻の人々は、人口減少の現実に向き合いつつ、それでも前を向いていた。新村町長は語る。

「このままでは奥尻の未来がない。ウニやアワビがあつてもとる人がいなくなる。島の一人ひとりが『自分たちが流れを変えなければ』という気持ちになってきました」

被災前とは何かが違っていった。炎に包まれた故郷の残像や尊い犠牲者への思いがそうさせたのか、苦しみながら復興に流した汗がそうさせたのか……。政府や北海道庁にはもはや頼れない。自分たちで生き残る道を探すしかない。運

命だ、と諦める気持ちはなくなっていた。

とはいえ、簡単に変えられる流れてはならない。一発逆転の奇策などあるはずもない。奥尻の強みを見つめなおすと、答えは島の恵みに行きついた。豊かな海、ミネラル豊富な土壌、そして道内屈指の温暖な気候である。

主力産業である漁業の従事者は現在約一八〇人。被災前からは半減しているが、最近、後継者が始めているという。

奥尻島自慢のウニやアワビは漁期が極めて限られる。沿岸漁業は水産資源に左右され、ビジネスとしては不安定だ。現にホッケはこのところ不漁続きである。そこで養殖に本格的に取り組み始めた。つくり育てる資源培養型漁業への



北海道の渡島半島（江差、瀬棚）と奥尻を結ぶ定期フェリーが島民の生活を支える。





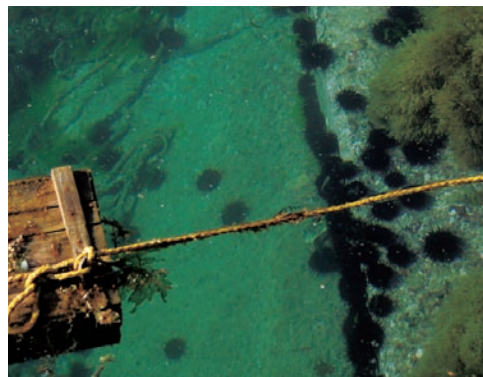
奥尻町長の新村卓実氏。奥尻島の希望が詰まった「奥尻ワイン」のボトルを手にして。

転換である。方向性はうなずけるが、なぜ今になって力を入れているのだろう。率直な質問を新村町長にぶつけると、奥尻のハンディキャップを答えてくれた。

「海岸線が切り立っていて波が荒く、養殖が難しい。ただ、いつまでもそう言っていられないですから、養殖に、より適した場所を探り出したり、稚貝の供給を増やしたりしています。奥尻の海は豊かですから、軌道に乗れば安定的な水揚げが期待できます。最近では、岩ガキや中国・香港向けナマコといったものにも新たに取組んでいます」

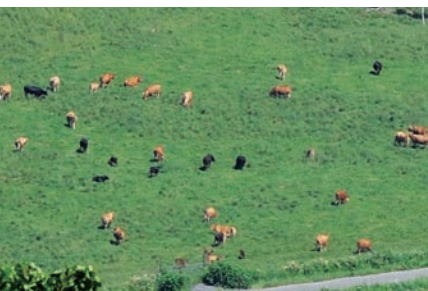
島では岩ガキが商品になるという認識がなかった。三年前、「岩

透明度の高い奥尻の海でミネラルたっぷりの海藻を食べて育つキタムラサキウニ。飽きのこないあっさりした味が特徴だ。



ガキは売れるよ」と教えられ、半信半疑でやってみたところ成功した。ナマコの販売も伸びている。経済大国となった中国では高級食材の需要が急拡大しているのである。

農業も負けていない。近年、北



上／奥尻島は離島最北の米どころ。温暖な気候とミネラル豊富な水がおいしい米を育てる。下／のんびりと牧草を食むおくしり和牛の遠景。



海道産米の品質が向上しているのは広く知られるようになった。奥尻でも「ふっくりんこ」という品種に力を入れている。昨年は奥尻で取れた米の九五%が一等米になり、「奥尻米」と銘打って売り出した。評判は上々で、農家で食べる分が足りなくなりそうな売れ行きである。

奥尻のブランド化は、米だけではない。島には、牛の肥育に適した夏涼しい気候と広大な土地がある。被災後に一二年かけて立ち上げた「おくしり和牛」。最高級の

肉質を誇り、年間三〇頭ほどにまで生産量が伸びてきている。ほぼ全量が島外に出荷され、島民の口にも減多に入らない幻の牛だ。取引先からの引き合いは強く、しばらくは増産が続くそう。

すべては雇用のために
——ゼロからの
ワインづくり

新たな産業も興っている。「奥尻ワイン」である。ワイン好きな人でも飲んだことがある人は少ないだろう。奥尻ワインリーの歴史が始まったばかりだからである。

離島唯一のワインリー（ワイン醸造所）を奥尻に立ち上げたのは、地元企業の海老原建設である。建設業者とワインづくりは、にわか結び付かない。疑問を抱えながら、奥尻島西岸、神威山かむいやまのふもとに立つ奥尻ワインリーを訪ねた。応対してくれた海老原建設の海老原孝社長はこう語る。

「被災後の五年間、空前の公共工事が発注され、当社でも船を失った漁業者を大勢雇用しました。しかし、復興が終わっても漁

奥尻ワイナリーを立ち上げた海老原建設社長の海老原孝氏。ワインを見つめるまなざしには情熱があふれる。



地形、土壌、日照などを綿密に調査してゼロから開墾したぶどう畑。ぶどうの木は現在6万本にまで増えている。

に戻りたくない、ずっと陸で働きたいという人が結構出てきました。雇用を守るために何ができるか。いろいろ考えて、島に山ぶどうが自生しているから、ぶどうを作ろう、ぶどうだけだと付加価値が出ないからワインをつくらう、と決めたのが被災から三年目の九六年です。すぐに天候や土壌を調査し、翌年にはなんとかやれると走り出しました」

復興特需に沸く中で、冷静に将来を見越して先手を打ってきたのだ。実は、おくしり和牛も海老原建設が作り上げたブランドである。ともに、地域の雇用創出を目

指す動きだ。

聞けば、海老原氏は海老原建設だけでなく、多くの企業とグループ従業員二〇〇人を率いる有力な経営者だという。中には、島に一軒だけの観光ホテルなど、期せずして増えたグループ企業もある。経営破たんした企業の再建依頼が次々と町から持ち込まれ、海老原氏が引き受けるからだ。

「潰してしまうと、働いてきた人の雇用や家族の生活が守れなくなる。島あつての自分、島あつての会社。自分らができることは無理してでもやらなさい」と

地域が衰退すれば、企業も衰退する、という明確な共同体意識で

ぶどうの葉を間引く海老原氏。太陽と土の恵みを受けたぶどうの木を日々丹精することからワイン造りがはじまる。



ある。その思いを原動力に、海老原氏とグループ社員の人たちは、新たなブランドづくりに取り組んできたのである。

ワイナリーをオープンするまでの道のりは平たんではなかった。海老原氏も社員もワインづくりの知識はゼロ。ぶどうの剪定方法も分からない中で船出である。

まず、社員二名を旧知のワイン会社に一年間研修に出し、専門のコンサルタント会社と契約した。

次に、奥尻の土壌と気候に合うぶどう探してである。多くの品種を栽培して、ひとつひとつ相性を確かめた。ドイツ系ではツヴァイゲルトレーベ、シャルドネ、フランス系ではメルロー、ピノ・グリ、ピノ・ノワール……。気の遠くなるような地道な作業である。

「北海道ではピノ系はダメだと言われたんですが、とにかくやってみよう」と全部試しました。同じ品種でもちよつとした条件の違いで結果が変わります。たとえば、同じ品種を小さい畑と大きい畑で栽培してみると、小さい畑では受粉がうまくいかず、ぶどうの房が小さかった。そういう試方もしましたよ」(海老原氏)

収穫したぶどうは、客観的に分析して評価する。収量だけでなく、酸度、糖度、ミネラル分など数十項目の数値を検査し、それらのバランスをみるのだ。残ったのが前述のような品種だ。結果的にピノ系品種も扱うことになった。

品種が決まると、ぶどう畑を拡大した。ブナの森の間伐材をチップにし、おくしり和牛の肥育事業から出る堆肥と混ぜて畑にま



上／「奥尻ワイナリー」二階の試飲コーナー。窓の向こうには日本海の水平線。下／奥尻ワイナリーでは工場見学が出来る。



いた。○三年にはワイン造りに必要なぶどうの収量を確保できるようになった。畑の拡大と並行して、奥尻のぶどうに合うワイン酵母も探し出した。ぶどうが確保できれば、後はよいよワインの醸造である。

しかし、○四年にイタリアから最新の醸造設備を導入しようとした矢先、奥尻はまたも自然災害に見舞われる。その年の九月、北海道にまで進出した台風一八号は、経験したことのない規模の風台風だった。猛烈な風に巻き上げられた海水が全島を覆い、塩害でぶどうも大打撃を受けた。ここまでに投じた資金は三億円。ワインはまだ、一滴も出来ていない。

楽天的な海老原氏も



自然が長年かけて作り上げた島のシンボル鍋釣岩。その名のとおり鍋のツル（弓型の取っ手）のかたち。

さすがに落ち込んだ。このまま続けるべきか、撤退するべきか。悩み抜いた末に出した結論は、日ごろのモットーどおり「ひるむな」。無謀な試みではなかった。過去の記録を調べると、台風一八号は稀なケースだと分かった。塩害対策の薬品も手に入れ、備えも足りない。醸造設備の導入はいったんキャンセルした。金利や減価償却費を出せない、との冷静な判断からだ。

潮風の香りのプレミアムワイン

上／潮の香りと一緒にボトルに詰められた奥尻ワイン。下／奥尻固有のモチーフをラベルにあしらったデザイン。赤、白、ロゼとバリエーション豊富なワインは、それぞれこだわりの一本。



奥尻ワイナリーの倉庫には樽の中で熟成を待つワインが眠る。

日本海を一望できる奥尻ワイナリーの試飲コーナーには、奥尻のシンボル・鍋釣岩をラベルにあしらったデザインのボトルが並ぶ。早速試飲してみた。白ワインは程良い辛口。しっかりと酸味は清涼感を伝え、なぜか微かな潮の香りを感じた。海に近いせいだろうか。海老原氏はその理由を語る。

「奥尻のぶどうは、鉄などのミネラル分が北海道本島よりも何割も多くて、味も濃い。わずかで塩分も含まれています。潮風のせいなのか、もともとの土壌のせいかは分かりませんが」

奥尻ワインの単価は二千元以

上。量を追い求めるのではなく、品質にこだわり、プレミアム志向でいきたいとの考えだ。独りよがりにならないようホテルやソムリエとの意見交換は欠かせない。その上で確立したワイン造りの方向性は至ってシンプルである。

「赤は赤らしく、白は白らしく。基本的に忠実に、性格はハッキリさ



左／奥尻商工会の大須田均事務局長。経済の衰退を食い止めようと新たな取り組みを模索している。右／江差信用金庫の大島信一支店長。奥尻ワインのほか、グリーンツーリズムも観光の起爆剤になると語る。



せる。肉にも魚にも合うようなワインはどっち付かずになります。ワインの成分は毎回きっちり分析して、基準に満たないものは出しません。といっても、最後は数字や理屈じゃないんですよ。飲むのは人間ですから」（海老原氏）

最後の判断基準は海老原氏が納得するかどうかだという。売れるからといって、品質を落とすまで増産はしない。そのため現在でも奥尻ワインの流通量は限られ、奥尻島内では飲めない銘柄もある。それがまた、奥尻ワインの希少性を高めている。

「奥尻のブランド化につながっていますね。ワインと新鮮な海の幸を同時に楽しめる土地はそうありませんし、奥尻でしか飲めないワインもあります。ワイン好きな人は食べるものにもこだわりますから、滞在中にお金を使ってくれる。島の観光にとって、ワイナリーのインパクトは大きいですよ」

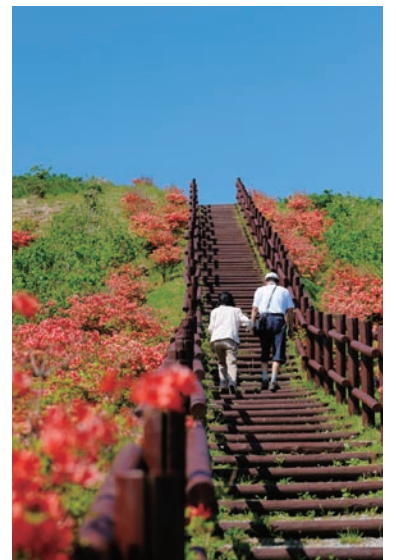
「第二の復興」に向かって



上／ブナの森を歩くと、エゾタヌキに出会えることも。北海道本島と生態系が異なり、ヒグマやキタキツネはいない。中／道南五大霊場の一つ、稲穂岬の「賽の河原」に咲く町の花ハマナス。下／階段を登り切った展望台からは奥尻海峡と北海道本島を一望できる。

ぶどう栽培から醸造まで心血を注いで造られる奥尻ワイン。地域の受け止め方はどうだろうか。島に一つだけの民間金融機関、江差信用金庫の大島信一支店長は、観光などへの波及効果を語る。

「奥尻のブランド化につながっていますね。ワインと新鮮な海の幸を同時に楽しめる土地はそうありませんし、奥尻でしか飲めないワインもあります。ワイン好きな人は食べるものにもこだわりますから、滞在中にお金を使ってくれる。島の観光にとって、ワイナリーのインパクトは大きいですよ」



一五年。復興宣言の頃に生まれた子どもたちは、もうじき高校生になる。彼らが高校を卒業する時、奥尻に働ける場所を作りたい。奥尻の人々の強い思いが、地域再生への確かな動き

につながつている。長く続く人口減少に歯止めをかけることは、決して容易なことではないだろう。だが、それを成し遂げることができれば、それは奥尻にとって「第二の復興」となる。

奥尻ワインをはじめとする数々の新たな取り組みと、そこから生まれる明日への希望。奥尻の人々は、第二の復興に向かつて、新たな挑戦の一步を踏み出しているのだ。

海に浮かぶ屏風立岩と太陽が織りなす幻想的な光景。奥尻島の「島時間」が流れる瞬間。

