

# 奄美でブルーツーリズム ～ 観光で水産を売り込め ～

宝勢丸鯉漁業生産組合 徳田 謙治

## 1 地域の概要

奄美大島は沖縄島・佐渡島に次ぐ面積，沖縄島・淡路島に次ぐ人口を誇る有人離島である。しかし平成22年現在の人口は65,770人と平成2年と比較して20年間で17%も減少しており（図1），現在，島興しの起爆剤として世界自然遺産登録をめざし全島を上げて取り組んでいる。大陸との関係において独特の地史を有し，極めて多様で固有性の高い亜熱帯生態系やサンゴ礁生態系を有している点，また，優れた陸上，海中景観や絶滅危惧種の生息地となっている点が高く評価されており，地元としては観光客を中心とした流入人口の増大に大きく期待しているところである。

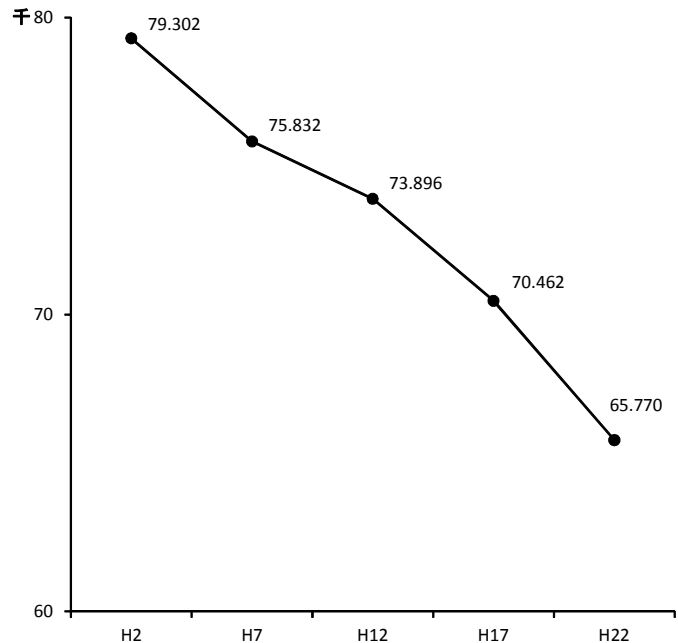


図1 奄美大島の人口の推移

## 2 生産組合の概要

私が所属する宝勢丸鯉漁業生産組合は，大正11年（1922年），現在の奄美市名瀬大熊町（図2）に発足し，今年で創業92年になる。古くから自営船で漁獲したカツオやキハダの節加工と刺身加工を行っており，漁獲・加工・直販を一貫して行う経営スタイルにいち早く取り組んできた。

6次産業化の先進事例といわれることがあるが，私は組合の先人達が時代の荒波を乗り越えるために試行錯誤しながらこのような業態を選び取り，生き残ってきた結果であると考えている。

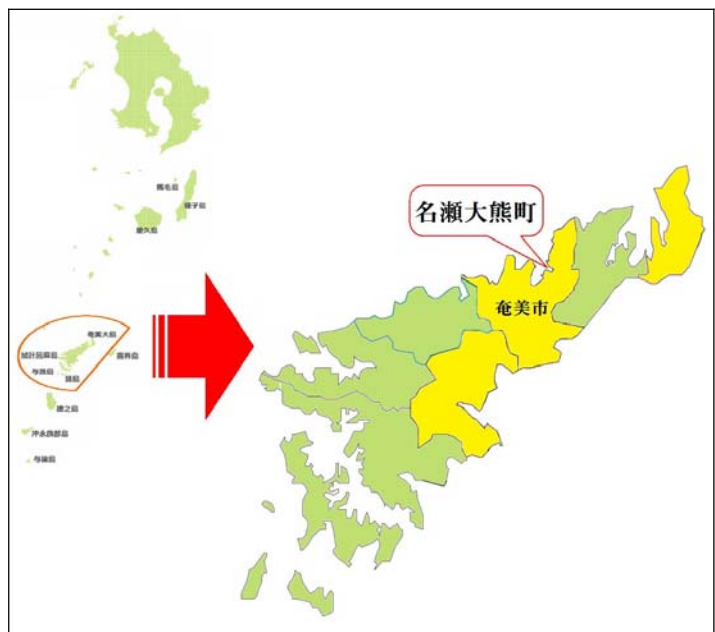


図2 奄美市名瀬大熊町の位置

### 3 組合員となった動機

大学卒業後、建設コンサルタント会社に技術者として勤務し、15年にわたり防災工事の設計・積算・現場指導のため全国を飛び回った。毎日遅くまで残業し、睡眠も満足にとれない多忙な日々を送っていたが、平成21年正月の実家への帰省が漁業に従事する契機となった。父が組合長を務める宝勢丸鯉漁業生産組合、そこには弟が一足先に大手家電量販店を退職し就業していた。高校時代まで生活を送ったシマの漁港の風景、真新しい生産組合の加工施設と直売所、そこに立ったとき、自然相手に糧を得る生活が目に見えた。しばらく多忙な会社勤めを続けたが、今後の職業人としての人生を考えた時に、シマで漁業に携わる道に心が傾いていった。そして、ついに同年春、会社を退職し、宝勢丸鯉漁業生産組合の門をたたいた。

### 4 研究・実践活動取組課題選定の動機

当組合は組合員が沖へ出る漁労部門と原則陸上勤務の加工・販売部門に分かれ専従で業務に当たっている。漁労部門の自営船(図3)が日帰り操業で漁獲したカツオ・キハダ・メバチ等の水産物は、刺身・削り節に加工して直売所(図4)で販売する他、鮮魚を鹿児島市中央卸売市場へ出荷し、一部を地元スーパーへ卸している。

私は陸上の加工・販売部門で鮮魚の解体作業・加工を担当しているが、販売での一つ目の課題が、販売・加工原魚が自営船の漁獲物であるため、時化になると店を休まなくてはならない点である。休業だけならまだしも、店が休みにも関わらず来店し、引き返されるお客様が多数いるのが現状であり、取りこぼしている潜在的な需要がまだまだ多数ある。さらには何度も休みに来店することで、当組合から離れていく顧客も存在すると想像している。漁船漁業の宿命ではあるが、荒天により、多くのビジネスチャンスを逃しているの

である。二つ目の課題は奄美産のカツオ・キハダの認知度の低さである。奄美からトカラにかけての沖合は宮崎県や高知県などの四国のカツ

オ一本釣漁船が多数集結するカツオ・マグロ類の一大漁場であり、特に初鯉の走りは奄美産と言っても過言ではなく、市場価値が非常に高い。しかし島外の消費者は奄美がカツオの産地である事実をほとんど知らないのが現状であり、カツオと言えば高知・宮崎というイメージである。加えて漁獲物の大部分が鹿児島市中央卸売市場を経由して全国へ届けられるが、奄美からの出荷は定期フェリーを使用し約半日の時間を要するため、値段がつく朝一の入札には間に



図3 カツオ一本釣漁船(第八清丸)



図4 加工・直売施設

合わないという悩みがある。せっかくの日帰り操業の魚なのに品質の高さが市場で評価されないのである。

これら大きく2つの課題を解決する方法を県大島支庁の水産業改良普及指導員（以下「普及員」という。）と検討した結果、取りこぼしている潜在的な需要に対してはキハダの蓄養を行い、荒天時にも商品を提供できる体勢を確保すること、そして認知度の低さについては、ブルーーツームに取り組みすることで、奄美産カツオ・キハダの品質を島外消費者に直接体感してもらい、さらにこれら取組を情報発信することでメディア等での露出を増やしてPRしていくこととした。

## 5 研究・実践活動の状況及び成果

### (1) 荒天時の加工原魚不足対策

加工原魚を荒天時も確保する方法として魚を蓄養する方法と冷凍保存する方法とを検討し、前者を選択した。後述するブルーーツームでの利用も踏まえての判断である。

具体的には日々の操業で最後に漁獲されるキハダやメバチを活餌用の活魚倉に活け込み、漁港内に設置した8m角の海上イケスに蓄養する（図5）。荒天等で加工原魚が確保できない際にこの蓄養魚を水揚げし、利用する。現在はキハダ幼魚（1～2kg）を100尾前後イケスに蓄養できるようになり、加工・販売用として試験中である。



図5 イケス内のキハダ幼魚

### (2) 奄美産カツオの認知度向上

認知度向上を図る手法として、メディアを活用したPRと観光とのタイアップを進めている。奄美群島水産振興協議会が取り組む水産物PR事業（県単補助事業）に協力し、旅行雑誌まっぐる（昭文社）の1ページを宝勢丸に割り当ててもらい、奄美産の日帰り操業のカツオの品質の高さをPRした。また、動画投稿サイトYouTubeにカツオ・キハダの三枚おろしを30秒台でこなす動画を投稿し、多数の皆さんに閲覧して頂いている。YouTubeの画像はNHKのテレビ番組「投稿D o 画」にも取り上げられ、取材も受けたところである。さらに後述するブルーーツームへの取り組みを通して、カツオ・キハダを島外からの観光客向けにPRしている。



図6 まっぐる屋久島・奄美大島記事

### (3) ブルーツーリズムへの取り組み

観光客すなわち島外の消費者を生産現場に呼び込み、奄美産カツオ・キハダの“本当”の味を知っていただくことで奄美産の魚のファンになってもらうことを目指し、奄美観光の体験メニューいわゆるアクティビティ化に取り組んだ。

前述したカツオ・キハダの高速捌き技術を核に、魚捌きと節作りの2メニューを商品化することにした。県の普及員は、この2つで十分に魅力的と言ってくれたが、私は普段から作業している内容が本当に観光素材になるのか疑問と不安が残った。

なにかもっと目玉となる体験。ヒントは思わぬところからもたらされた。普及員との雑談の中で、組合長が「シビ(キハダ幼魚)を活け込んだイケスは釣り堀にした方が面白いな」と発言したのである。普及員は組合長の発言を本気にしていない様子であったが、私はイケると踏んだ。釣りという漁船漁業の現場から加工まで一環して体験できるとなると、それはすなわち宝勢丸を丸ごと体験することになる。しかも沖まで出なくても漁港内のごく狭いエリアにおいて全てが体験できるとなると他所のどこにもない魅力的な旅行商品となると考えたのである。

こうして海上イケスでの“世界初”の「マグロ釣り堀」を目玉に、次の3メニューを組み合わせさせた旅行商品を売り出すこととした。

海上イケスにおけるキハダ一本釣り  
漁師に習うカツオ・キハダの捌き体験  
削り節製造体験

さらに、奄美産カツオ・キハダのPRと観光ツアー内での地元魚の利用拡大を念頭にカツオ・キハダの解体ショーも出張メニューとして売り出すこととした。

メニューは決まったが、買ってもらわないと意味がない。そこへ県大阪事務所主催の関西の旅行会社を対象とした招聘事業が奄美大島で行われるとの情報が入った。そこで水産業改良普及指導員をとおして当組合の現場を下見コースに入れてもらうよう働きかけた。残念ながら招聘事業では体験メニューはコースに入れられなかったものの、歓迎レセプションの中で解体ショーを披露するチャンスが得られた。関西の旅行会社のスタッフや奄美大島内の観光業界の方々で行われた解体



図7 海上イケスでのキハダ一本釣り体験



図8 キハダ解体ショー

ショーは大成功であった。県大阪事務所からは帰路の車中でも解体ショーの話で持ちきりだったとの情報をいただき、これ以降、様々なイベントに我々の解体ショーがお声かけいただくき

っかけとなった。

平成25年にブルーツーリズム推進のために行われた東京・大阪・福岡の旅行会社対象の招聘事業においては、ついに正式にコースに組み込まれ、イケスでのキハダ釣り・釣り上げたキハダ捌き・削り節製造の3メニューを旅行会社の商品造成スタッフに直接体験してもらうことができた。この招聘事業に組み込まれた成果は抜群で、はやくも平成25及び26年度の関西の県立高校1校の修学旅行に採択されることが決まった。

また、奄美群島観光物産協会が取り組む体験交流プログラム「あまみシマ博覧会2014冬」に参加し、一般の観光客を対象に受入を実施することとなった。

#### (4) みやげ品開発

体験メニューの整備と併せて観光客をターゲットにしたみやげ品の開発にも取り組んでいる。カツオ腹皮のくん製品である「いぶし腹皮」は組合長が従来から製造・販売していたものを改良、真空パック包装とした、みやげ品用に特化した賞品である。付加価値をどのようにつけようか思案していたところ、タイミング良く県のふるさと認証食品の認証制度が平成25年度に改定され、カツオ腹皮加工品がメニューに加わったという情報が県の普及員からもたらされた。



図9 いぶし腹皮（バラ）

早速応募したところ、カツオ腹皮加工品のふるさと認証食品第一号に選定され、3Eマークを獲得することができた。

さらに、同年の水産物品評会に出品したところ漁業振興大会長賞を獲得した。

#### (5) 施設整備

ブルーツーリズムへの取り組みが評価され、観光客受入に必要な様々な施設整備に対し、県・市から補助金が交付されることとなり、安全に釣り体験を実施するための体験用イカダや加工体験に必要な機器を整備することができた。さらに当組合の刺身を始めとした加工品・総菜類を昼食で利用するためのイートインスペースを持つ加工販売施設の整備についても年度内完成を目指し進めているところである。

### 6 波及効果

奄美大島観光協会や奄美群島観光物産協会等の観光関連団体との付き合いが増えるに従い、奄美産カツオは高品質という食材としての注目度も高まってきている。鹿児島県・鹿児島県観光連盟が主催する県外イベントへの参加の機会もいただき、福岡市での解体ショーや鹿児島の食材を利用した料理教室等への奄美産カツオの提供の依頼を頂くようになった。また、福岡市の百貨店「博多阪急」での鹿児島県産の食材フェアに奄美の初鯉が取り上げられ、鮮魚コーナーでは、あまりの売れ行きの良さに鮮魚店店長や阪急のスタッフが驚くほどで、「福岡市民はカツオ等の赤身は買わない」というデパート側の認識を打破することができた。これは解体ショーと試食を組み合わせながら、カツオのブロックを販売したことが功を奏した面もある。お金



図10 博多阪急地下鮮魚コーナー

を出す価値があると消費者に認識いただければ振り向いてくれ、奄美のカツオはその価値があるという認識を強くした瞬間であった。今後も初鯉時期には奄美産カツオを仕入れて頂き、試食販売のマネキンを我々が担当することで、島外に奄美産カツオを定着させたいと考えている。



図11 ポップ表示

## 7 今後の課題や計画と問題点

修学旅行等、大口の漁業体験メニュー受入が増えてくると、特に釣り体験に用いる魚の不足が心配される場所である。また、荒天時の加工原魚確保の面から考えると、体験メニューへの参加者の増加は逆に原魚不足につながる事となる。さらに、受入スタッフの確保、イケスまでの移動船舶の大型化が必要となってくる。

これらの問題を解決するため、蓄養イケスの増設と当組合が所有する2隻のカツオ一本釣漁船の内の1隻に定員を設定し、遊漁船業の使用船舶とすることで、参加者数の増加に対応する態勢を整えると共に本物のカツオ船でイケスまで移動するという付加価値も加え、より魅力ある体験メニュー化を図ることとしている。また、荒天時の加工原魚の確保を確実にするため、カツオ・キハダのフィーレを冷凍保管するための冷凍庫の整備も計画している。

当組合の直売店舗は常連客に支えられてきた面がある。顧客に合わせた昔ながらの接客は現在のスーパーマーケットやチェーン店のマニュアル化された接客とは雰囲気を変える。今後、島外や若い世代等の新たな顧客獲得を考えると昔ながらの接客の良さは生かしつつ、接遇面を現代風にリニューアルしていく必要性を感じている。そのため、当組合も奄美群島の水産直売所のネットワークである“奄美いしょむんネットワーク”に加入し、ネットワーク主催の接遇研修や衛生管理研修に参加しており、平成25年度からは会長もさせていただいている。

今後順調に進むと奄美は沖縄とともに平成28年6月、世界自然遺産に登録されることとなる。奄美の知名度は確実に向上し、観光客の増大が期待されており、これら流入人口に対していかにシマの魚を売り込むか、シマの魚を島内そして島外で食べていただけるかに今後の奄美の水産業の興隆はかかっていると考えている。

奄美でブルーツーリズムを合い言葉に、全国の皆さんに“来て”、“見て”、“触れて”、“食べて”いただけるよう、よりいっそう頑張っていきます！！