

# 観光客20万人の胃袋をつかめ！ ～世界遺産・屋久島における魚食普及活動～

屋久島漁業協同組合青年部 梅本 勝己

## 1 地域の概要

屋久島は、本土最南端佐多岬の南約 60km に位置し、ほぼ円形の島の中央には九州最高峰の宮之浦岳をはじめ、標高 1500m 以上の高峰が連なり洋上アルプスとも呼ばれている（図 1）。世界的にも貴重な自然が数多く残っており、世界自然遺産に登録されてからは年間 20 ～ 25 万人の観光客が訪れる観光の島である。

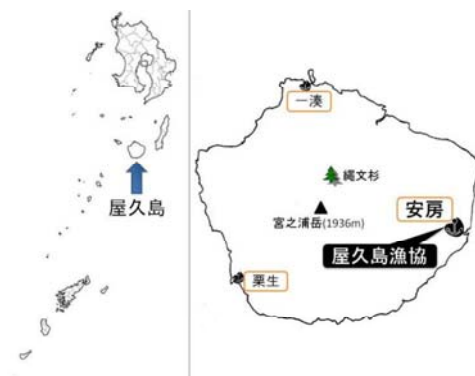


図1 屋久島漁協の位置図

## 2 漁業の概要

屋久島漁業協同組合は組合員数 226 名で構成されており、平成 24 年度の年間水揚げ量が 924t、水揚げ金額は約 4 億円であった（図 2）。特にトビウオの漁獲量が多く、漁協全体の約 75% を占め、日本一の水揚げを誇る。地区別に見ると、漁協本所がある安房地区ではトビウオロープ曳き網漁業、上屋久支所がある一湊地区ではサバ一本釣り漁業、栗生地区ではカンパチや瀬物の一本釣り漁業が主に行われている。

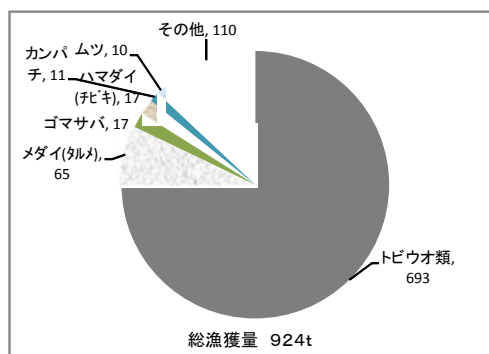


図2 屋久島漁協の魚種別水揚げ量

なお、私は安房地区で主に瀬物一本釣り漁業を営んでいる。

## 3 漁協青年部の組織と運営

屋久島漁協青年部は 29 歳から 48 歳までの 20 名の部員で構成され、平均年齢は 37.5 歳である。部員のうち 7 割が一本釣り漁業、2 割がトビウオロープ曳き網漁業に従事している。また 6 名が島外出身者、所謂 I ターン就業者である。かつては各地区ごとの青年グループが独自に活動していたが、平成 18 年に屋久島漁協青年部として一本化された。これまで、漁協青年部では地元の夏祭りや産業祭への出店など、魚食普及活動を中心とした活動を行ってきた。

## 4 魚食普及活動に取り組んだ動機

私は中学校を卒業後、一度県外に就職し、21 歳の時に屋久島へ U ターンして父の稼業である一本釣り漁業を手伝うようになった。その後、トビウオロープ曳き網漁業の乗子、刺網・トコブシ漁との組み合わせ、そして 26 歳の時に父から船を譲り受け、

トビウオローブ曳き網漁業の片船として従事するようになった。35歳で船を買い替え、一本釣り漁業で独立し、現在5年目である。

この間、漁場探索や漁具改良により魚を釣る技術は向上し、また、組み合わせ漁業の実践、魚種転換により、個人的には順調に水揚げを伸ばすことができた(図3)。

しかし、漁業を始めた頃は水揚げが伸び悩んでいた上、魚価は下落傾向であった。鹿児島中央卸売市場魚類市場における単価を見ると、私が漁業を始めた平成7年頃は平均697円であったのに対し、平成23年は平均603円まで約13%下落している(図4)。

そこで、我々漁業者の所得を増やすためには、魚の消費拡大と単価アップが重要であると考え、漁協青年部で魚食普及活動をするようになった。

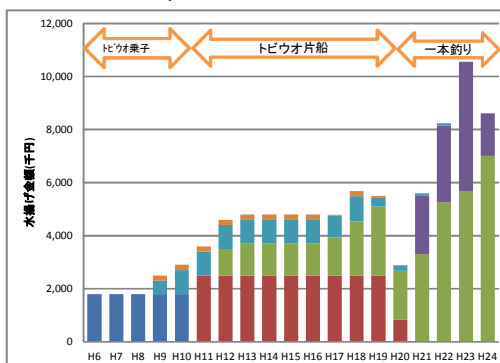


図3 漁業経歴と水揚げ金額の推移

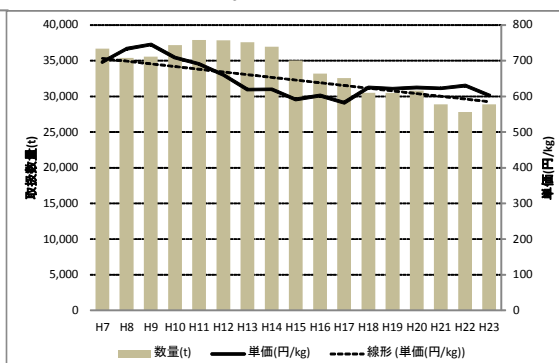


図4 鹿児島中央卸売市場魚類市場における取扱数量及び単価の推移

## 5 魚食普及活動の実施状況及び成果

### (1) エリアの拡大(安房 島内 島外)

#### 安房(夏祭り・おさかな祭り)

漁協青年部では、まず地元安房の夏祭りへ参加した。当初は町の商工会からスタッフとしての参加要請だったが、どうせ参加するなら魚を売ろうということになり、今では青年部の恒例行事として定着している。年によって販売する品目は変えているが、これまでトビウオの薩摩揚げ、トビウオ姿揚げ、トビウオバーガー、メダイのフリッターなどを販売してきた。

また、漁協青年部は、離島漁業再生支援交付金を活用して実施している安房おさかな祭りにも参加している。この祭りでは地魚の試食、巨大地魚の解体ショー、魚のつかみ取り、重量当てクイズ、鮮魚販売等を行っている。漁協青年部は独自に開発したトビウオバーガーを販売した。これはトビウオのすり身をハンバーグ状に整形し、油で揚げてパンに挟んだもので、非常に評判が良くすぐに売り切れという状況だった。ちなみに、このトビウオバーガーは好評だったので、地元の飲食店で常時提供してくれる店を探そうということになり、地元に出店しているある大手バーガーチェーンに売り込みに行ったことがある。しかし、チェーン店だけにご当地メニューはあり得ないということで、門前払いされたのは苦い思い出である。

屋久島島内(栗生あらんばあ市、島内スーパーでの試食販売)

次に活動エリアを少し広げて、栗生地区の「栗生あらんばあ市」に参加した。このイベントはかつては栗生地区の青年部員のみで行われていたが、屋久島漁協青年部の一本化をきっかけに平成 18 年からは我々安房の部員も参加している。市では、メダイやアオチビキといった普段目にすることが無い魚の普及を目指し販売を行ってきた。地元の反響は大きく、カンパチの切り身 70kg 分が 3 分で完売した年もあった。

屋久島で年間 65t ほど水揚げがあるものの、そのほとんどが島外に出荷されているメダイの PR 及び魚食普及を図るため、屋久島島内のスーパー 3 カ所で試食販売会も実施した（図 5）。メダイの刺身とバターソテーを試食させながら、レシピを配布した。もともと白身で癖がなく、どんな調理にも合う魚なので、試食した客の評判も良く、準備した販売用の魚はほぼ売り切ることができた。この取り組みはまだ 2 年目だが、メダイのことを知っている客も散見されるようになり、少しずつではあるが、知名度が高まっているという手応えを感じている。

#### 屋久島島外（島外スーパーでの試食販売，おいどん市場）

都市の消費者に屋久島の魚を知ってもらうことを目的に、鹿児島市内のスーパーでもメダイの試食販売会を実施した。販売方法は屋久島島内と同様であったが、やはり都市部におけるメダイの知名度は島内のそれと比較するとかなり低いという印象を受けた。しかし、試食させると一同に肯定的な意見が返ってきたことから、このような魚食普及活動を継続して実施すれば、十分に消費者へ受け入れられると確信することができた。

鹿児島市のおいどん市場で行われた魚食普及イベントでは、自分で釣った魚を自分で売るという貴重な体験をすることができた。私はハマダイという比較的単価の高い魚をメインで狙っており、通常はスーパーでは扱っておらず、当然知名度もかなり低い魚である。イベントの集客力は十分であったため、魚を丸のまま 1 尾で販売を行っていたが、なかなか売れずにかなり苦戦した。そこで、切り身に加工するとともに試食を行ったところ、順調に売ることができた。目の前で自分が釣った魚を美味しく試食してくれるお客さんの姿を見るのは嬉しくもあったが、魚を売ることの難しさを痛感した 1 日であった。



図5 島内のスーパーにおけるメダイ試食販売会

図6 安房小学校における出前授業

## (2)対象の拡大（大人 子供）

これまで屋久島漁協青年部では以上のような魚食普及活動を行ってきたが、もっと長期的な展望に立ち、将来を担う子供たちへの魚食普及活動を強化したいと考えた。まず思いついたのが学校給食での地元水産物の活用であるが、漁協青年部レベルでの実現は困難であったため、地元小学校に出向き出前授業を行った（図 6）。出前授業では、トビウオ漁に関する説明を行った後、トビウオの捌き方実習を行い、すり身の作成実習をして、調理・試食を行った。普段、生の魚に触ったことがない生徒がほとんどだったが、子供達は積極的に包丁を握り、何よりも楽しそうに授業を受けていた。

## (3)ターゲットの絞り込み

このように屋久島漁協青年部では魚食普及エリアや対象の拡大を行い、様々な活動を行ってきたが、より効率的な活動とするため、現状の分析を行うことにした。まず、屋久島町の人口はここ 20 年は 1.4 万人程度でほぼ横ばいから減少傾向である（図 7）。これは、島民による島内消費の拡大は見込めないことを意味している。また、地元のスーパーでは安価な輸入魚などを扱う傾向が強いことが今後の大きな課題の一つではあるが、今すぐに流通形態を変えることは困難である（図 8）。一方、近年は減少傾向が続くものの、屋久島を訪れる観光客数は依然年間約 20 万人ほどであり、その消費能力を見逃すべきではないと考えた（図 9）。そこで、観光客にターゲットを絞って魚食普及活動を行うことにした。

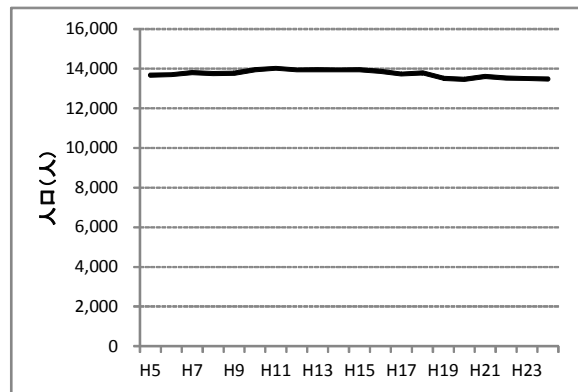


図7 屋久島の人口推移

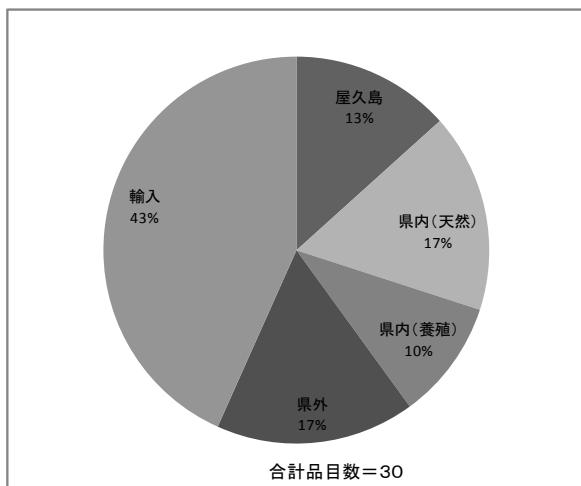


図8 屋久島のスーパーにおける鮮魚(解凍含む)取扱品目数 (H25.10.30)

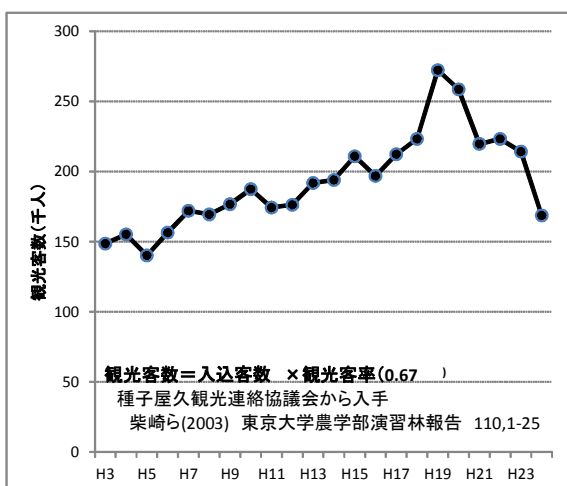


図9 屋久島を訪れる観光客の推移



まず、町・漁協・県で組織する屋久島地区水産業改良普及推進協議会では、平成 21 年度に漁協青年部が実働部隊となり、島内の民宿 58 件、飲食店 30 件に対し、アンケートを実施した。その結果、地場産魚介類は観光客からの人気が高く、特に観光客はゴマサバとトビウオを食べたいと考えていることが明らかになった。そこで、屋久島普及協では観光客向けの地魚お食事処ガイドマップを作成し、観光案内所や港等で配布した（図 10）。このガイドマップは観光協会からの評判も良く、平成 25 年度には内容をリニューアルするとともに、掲載店舗数の拡大を行った。

次に個人での取り組みとして、平成 25 年は地元安房の夏祭りでは、自分で釣ったハマダイの串焼きを観光客向けに販売した（図 11）。釣った魚を卸して、骨抜きして、手作りの串に刺して味付けして焼くというのはかなり手間がかかる作業だったが、観光客から「子供と 2 人で食べようと思ったけど、子供が全部食べちゃったので、もう 1 本ください」という言葉を聞いた時は、やって良かったと思った。



図10 観光客向けの地魚お食事処ガイドマップ

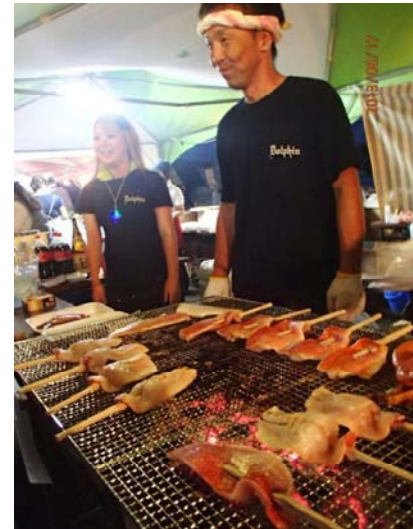


図11 安房夏祭りでのハマダイ串販売

## 6 波及効果

このように魚食普及活動を継続して実施していたところ、平成 24 年度には鹿児島大学で行われたシンポジウムにパネラーとして参加させてもらう機会をいただいた。テーマは“食卓に魚を呼び戻そう”というもので、志を同じくする大学の先生や料理研究家の方々と話をすることにより、人脈を広げるとともに研鑽を積むことができた。

魚食普及活動等の青年部活動を活発に行うことにより、部員間には気軽に情報交換できる環境が醸成されている。ここ 2 年で 3 名（うち 2 名は 1 ターン就業者）の部員がトビウオロープ曳き網漁業の乗子を辞めて、漁船を購入し一本釣り漁業で独立しているが、いずれも先輩の船に乗せてもらって研修を行っている。魚食普及活動が間接的に漁業後継者の定着・独立に一役買っていると言える。

屋久島には山や川を巡るエコツアーが盛んに行われているが、海を体験できるツアーは多くない。今年度、地元の NPO と青年部員が協働でエコツアー客を対象に、船

上でのトビウオ捌き方体験と簡単な料理教室を実施したところ、非常に好評であった。魚食普及活動＝観光資源という意識が芽生え、地元に広がりつつある。

## 7 今後の課題や計画と問題点

今後の魚食普及活動の方向性としては、やはり“ターゲットを観光客に絞った活動の継続”である。観光客への地魚提供を考えた場合、宿泊先であるホテル・民宿や、飲食店での地魚取扱量を増やすことが最も合理的である。平成21年度に行った民宿・飲食店へのアンケートでは、民宿・飲食店が自ら漁協の入札に参加したいという意見が多数あった。そこで、民宿・飲食店が既に漁協の競りに参加している種子島漁協(H24年度水揚げ量：1,047t)と、そうでない屋久島漁協における仲買の業者数を比較してみた。その結果、種子島漁協では33であるのに対し、屋久島漁協では20であった。また、その年間取扱金額をみると、種子島漁協では100万円以上1000万円未満の階層に18業者が集中しているのに対し、屋久島漁協では100万円未満の零細業者数社と大手2社という2極化構造であった(図12)。さらに平成22～24年3年間の魚種別の平均単価を比較したところ、種子島では539円/kgであったのに対し、屋久島では328円/kgであった(表1)。これは、屋久島において民宿・飲食店が漁協の入札に参加すれば、観光客への地魚提供の機会が増えると同時に、魚価の向上にも繋がる可能性を示唆している。

現在、漁協の加工場が製造している加工品はトビウオのすり身と塩干であるが、いずれも冷凍品であり、観光客からは持ち帰りにくいという意見が多い。そこで、安房漁業集落では今年度、離島漁業再生支援交付金を使ってトビウオフレークの試作を行った。今後はこのような常温流通できるお土産品の開発が不可欠である。

前述の船上における捌き方教室に加え、地元ではクルージングや魚釣り体験をエコツアーに組み入れようという動きがある。屋久島は観光の島だけに、このようなブルーリズムと組み合わせた地魚の消費拡大を図ることが重要である。

屋久島では依然、観光客から“地元の魚を食べさせる店を紹介してほしい”という声をよく聞く。このようなニーズに応えるため、観光客を対象とした漁協直営のレストランを開設するべきである。時化の時に刺身を提供できないという問題については、近年、地元で浸透しつつある急速冷凍技術でカバーできると考えられる。

このように、解決すべき課題は多いが、観光客に美味しい地魚を食べてもらい、旅の思い出作りに貢献できるように、そして地魚の消費拡大と単価アップのために、これからも魚食普及活動を継続していきたい。

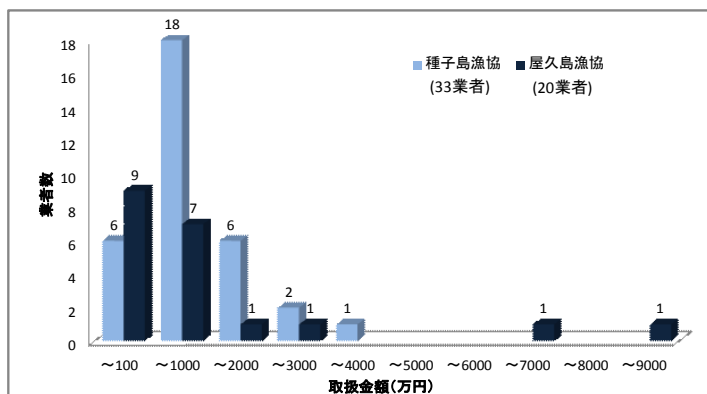


図12 仲買の年間取扱金額と業者数の比較

表1 屋久島漁協及び種子島漁協における魚種別単価の比較(H22～24)

	標準和名	平均単価(円/kg)			標準和名	平均単価(円/kg)		
		屋久島	種子島	(種-屋)/屋		屋久島	種子島	(種-屋)/屋
↑ 種子島が高い	シイラ	84	220	-162%	ニザダイ	230	476	-107%
	スマ	574	1,118	-95%	イスズミ・ミナミスズミ	193	316	-64%
	キハダマグロ	392	606	-55%	アカイサキ	381	543	-43%
	カツオ	406	575	-42%	フエフキダイ	404	556	-38%
	スジアラ	1,675	2,158	-29%	ヒメダイ	676	859	-27%
	カンパチ	940	1,134	-21%	キダイ	513	610	-19%
	シマアオダイ	927	1,087	-17%	コロダイ	300	347	-16%
	トビウオ	226	251	-11%	アラ	2,519	2,770	-10%
	アオチビキ	672	713	-6%	アオダイ	929	981	-6%
	メダイ	609	630	-4%	オオヒメ	616	637	-3%
	メジナ	1,044	1,072	-3%				
	ハガツオ	546	545	0%	ハマダイ	1,377	1,364	1%
	ウメイロ	958	925	3%	マハタ	2,242	2,156	4%
	アサヒガニ	1,929	1,833	5%	フリ	360	339	6%
キントキダイ	789	724	8%	ムツ	1,109	1,013	9%	
ロウニンアジ	262	238	9%	ヒメジ科	499	450	10%	
マダイ	1,074	916	15%	アオリイカ	2,054	1,678	18%	
スギ	818	570	30%	カマスサワラ	555	343	38%	
シマアジ	3,026	1,496	51%					

	屋久島	種子島	
平均単価 (円/kg)	328	539	64%

屋久島<種子島... 21魚種

屋久島>種子島... 15魚種

※漁獲量に10倍以上の差がある魚種を除く

※ヒメジ科=ホウライヒメジ・オキナヒメジ・アカヒメジ