

## 丹後の新たな観光スポットをつくる！

—漁村新ビジネスへの挑戦—

伊根町蒲入地区水産加工グループ

菱田 江里子

### 1 地域と漁業の概要

蒲入地区は京都府の丹後半島に位置する伊根町の最北端にあり、漁業を主体に農業、機業が営まれている。基幹漁業は、有限会社が経営する大型定置網2ヶ統で、そのほか、個人による釣・延縄、採介藻などが営まれており、近年の地元の年間水揚げ量は585トン、金額は約1億2千万円である（平成18年実績）。

地元漁業者は、伊根町漁業協同組合（平成16年1月合併発足、組合員総数470名）に所属している。



図1 伊根町蒲入地区の位置

### 2 研究グループの組織と運営

伊根町蒲入地区水産加工グループは、元々は旧蒲入漁協の加工事業で製品づくりを依頼された地元女性の集まりであったが、漁業や加工品を利用した地域興しの取組を行うために、地元漁民会社である蒲入水産有限会社（平成15年7月設立）、伊根町漁協蒲入支所、伊根町漁協蒲入地区女性部の各組織代表者で再構成し新たに7名で結成した。

なお、蒲入水産有限会社は、伊根町管内の漁協合併に伴い設立された会社で、漁協自営であった定置網漁業を地区の財産として残すために、旧蒲入漁協の全組合員62名が出資し経営している。

取組は、グループ構成員で体験メニューなどのアイデアを持ち寄って協議を行い、グループ内で決定された事項を基に、グループ構成員の地元女性と定置網漁業者が中心となり、釣・延縄漁業者や地区住民の参加・協力を得て、活動している。

### 3 実践活動課題選定の動機

旧蒲入漁協では、昭和38年頃から加工事業が行われてきた。漁協の経営が厳しくなってきた平成3年頃から、地元女性を中心となり、加工事業の売り上げ増大を目指し、販路の開拓、製品の充実及び開発等のほか、安定した生産確保の取組が行われた。こうした漁協と地元女性の努力により、加工事業は売り上げを伸ばし、軌道に乗るようになった。現在では、加工事業は漁協から蒲入水産有限会社に引き継がれて、定置網漁業と共に主要な事業となっている。

その加工事業で、平成13年に近隣地区旅館と水産物の販売に関する取引を開始した。商売上、相互に行き来するようになる中で、旅館側から「きれいな海を眺めながら、獲れたての魚を使った漁師料理を観光客に食べてもらうようにしたらどうか」と提案があった。最初は「そんなものが商売になるのか」といった不安もあったが、漁獲高も減少し地域に活力がなくなっていく状況で、加工事業で培った経験を生かして人が集まればと思い、グループで実施に向けて検討を行った。

まず、平成16年の春に、旅行プランのオプション企画の一つとして、「漁港めし」という名前で漁師料理を観光客に提供する試みを実施した。その結果、利用者の評価は非常に良く、多くの方が内容に満足されていたことから、「漁港めし」の取組は事業として十分に成立するという手応えを得た。

そして、こうした取組によって、地元蒲入の魅力が内外にアピールでき、地域全体がにぎわいをみせることができると考え、「漁港めし」を核とした観光の取組を本格的に実施することにした。

#### 4 実践活動状況及び成果

##### (1) 「漁港めし」の取組

「漁港めし」の内容は、作りたての漁師料理を、漁港荷捌所で海を見ながら食べてもらうというものである。素朴さを出すために、食事スペースには、敢えて凝った飾り付けや演出はしていない。料理の内容は、刺身、魚の煮付け、漁師汁、天ぷらなどで、食材は全て地元のものを使用しており、値段は2,000円である。

また、試行段階では弁当で提供していたが、定食風に変更し、器なども陶器のものに揃えて、少し豪華な感じになるよう工夫した。

一方で、入り込み客数が予想できないため、万一に備えて定置網で獲れた魚を活魚で活かして新鮮な魚を確保したり、地元女性の応援を頼んで人手を確保するなど、地区住民で一致協力して、利用者に新鮮でおいしい魚を常時提供できるようにしている。



図2 「漁港めし」の取組

「漁港めし」に本格的に取り組む際に、最も心配したことは、どのようにしてお客を集めるか、ということであった。試行段階では、旅館が行ったホームページなどでの宣伝広告により、多くの利用があったことから、PRの大切さと効果を改めて学んだ。そこで、ドライブで訪れる観光客や地元での集客をより確実にするために、横断幕や幟、看板などを作成し、積極的にPRすることにした。

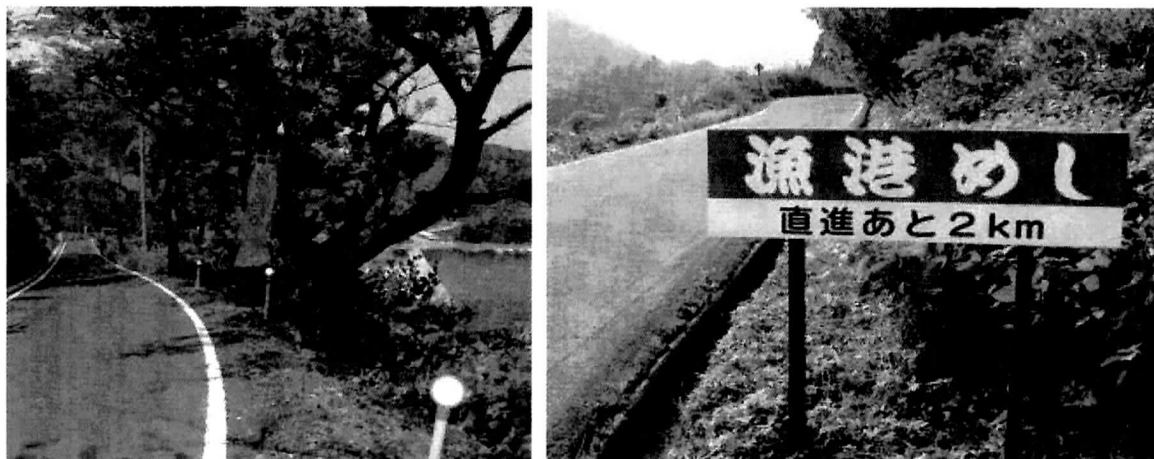


図3 幟、看板によるPR

これまでの「漁港めし」の利用実績は、図4のとおりである。試行段階であった平成16年の利用者は約400人であったが、事業化初年度の平成17年には、1,000人以上の利用があった。平成18年は、大雨による道路決壊の影響で入り込み客が激減したが、平成20年には、利用者は1,600人を超えて過去最高となり、売り上げも300万円以上となった。最も利用の多い時期は5月で、特にゴールデンウィーク期間中には、1日に100人以上が訪れるなど、小さな漁村に多くの人が集まるようになった。「漁港めし」は、地元旅館のホームページやブログなど、ネットでも取り上げられるようになり、口コミの効果もあって、知名度が徐々に上昇してきたと感じている。

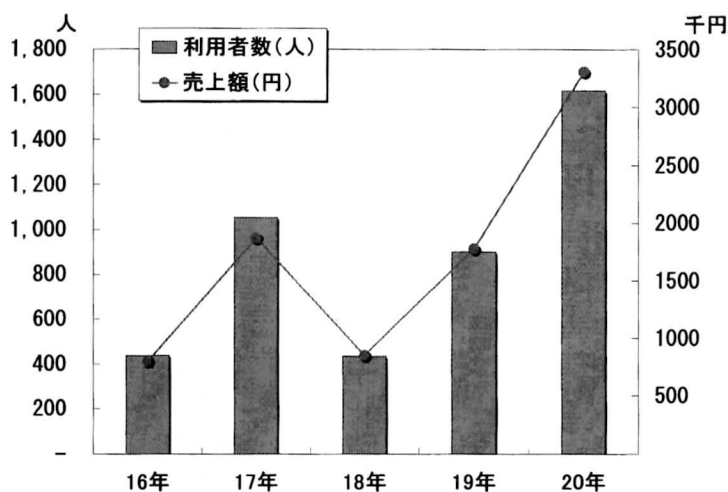


図4 「漁港めし」年間実績の推移

アンケートにより利用者に意見を聞いたところ、最も意見が多かったのは、「漁港めし」の量の多さで、食材の新鮮さもさることながら、その量に驚かれる人が多い。食べきれなかったという意見もあり、量を減らすことも考えたが、逆に、このボリューム感が売りになっているようであり、話題性も高まっていると判断し、変更しなかった。また、職員の

対応にも満足していただいていることが分かり、ほっとするとともに、励みにもなった。

## (2) 「漁船クルージング」の取組

「漁港めし」は、今後も内容を充実させて、続けていくつもりであるが、都市と漁村の交流ビジネスは、一つの取り組みだけでは発展しない。安定した集客を図るためには、現状に満足しないで、新たな展開を考える必要がある。そこで、観光サイドとも連携して、新メニューの開発に取り組むこととなった。

新たに企画したメニューは、昨年度から始めた「漁船クルージング」である。これは、漁船を利用して、蒲入から経ヶ岬までの丹後半島のダイナミックな自然景観を海上から味わってもらうもので、途中、漁業者が名勝案内や地域漁業の説明などのガイドも行う。料金は1人4,500円で、帰港後には「漁港めし」を用意して、セットプランとして提供している。

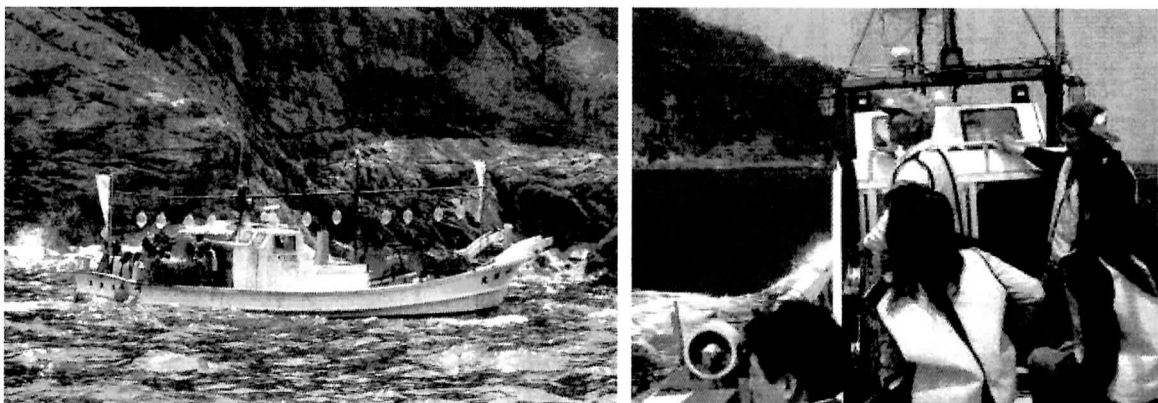


図5 「漁船クルージング」の取組

「漁船クルージング」の商品化にあたっては、観光関係団体、京都府、伊根町と連携して取組を進めた。実施の前には、テストツアーを3回行い、マスコミ関係者や旅館の女将さんなどの意見を聞いた。また、ガイドを充実させるため、マニュアルを作り、接客のポイントなどについて専門家を招いて研修を受けた。研修では、安全対策や緊急対応への心構えなども学び、しっかりとした準備を行うよう心掛けた。それから、「漁港めし」の取組によりPRの重要性を理解していたので、観光団体やマスコミとも連携して、新聞や観光雑誌に取り上げてもらい、横断幕や幟などによるPR活動も積極的に行った。

「漁船クルージング」の実績は、開始2年目で利用者が50人程度とまだまだ少ない状況である。アンケート調査による利用者の意見は「素朴な感じが大変良かった」など概ね好評であるが、「もう少し説明がほし



図6 漁船クルージング幟

い」といった意見もあり、観光ガイドをもう少し、充実させる必要性を感じた。また、知名度が低いので、宣伝活動を強化する必要がある。一般の人には、漁船を使ったクルージングの内容がどのようなものか、なかなかイメージし難いようなので、写真や図を豊富に使ったパンフを作ったり、PRを早めに行っていくことを考えている。また、現在は乗船時間が1日1回だけなので、利用者のニーズに合わせて、1日に複数回の運航を行うなど、利用しやすい工夫も図っていかなければならないと考えている。

### (3) 取組のまとめ

「漁港めし」は、PRや口コミの効果により知名度が徐々に上昇し、売り上げも向上してきた。そして、「漁港めし」の経験を生かして、「漁船クルージング」という新たな取組に発展させることができた。「漁船クルージング」は、軌道に乗るまでにまだまだ道りは長い、より魅力的で利用しやすいメニューとなるよう工夫し、定着を図っていききたいと考えている。

また、こうした取組が、蒲入地域を丹後の新しい観光名所として広めるきっかけになればと考えている。

## 5 波及効果

今回の取組は、漁業と観光業が連携した新たな事例として、地元旅館などでも紹介していただけるようになった。食事後には、その場で加工品を直接販売・宣伝することもでき、地元での加工事業の売り上げ増大にも貢献している。

そして、漁港に多くの方が来られることで浜がにぎわうようになり、地元が元気になったことが何よりもうれしく思っている。取組を通じて、都会のお客さんと直接触れ合うことができ、いろいろ勉強することも多く、お客さんとの交流は今後も大切にしていきたいと思っている。

## 6 今後の課題等

今後、利用者を増やすためには、大口の団体利用客の受け入れも必要だが、地元の受け入れ体制（特に、マン・パワーの問題）は十分ではない。多くの過疎地で問題になっているように、人材が大いに不足していることから、事業の定着により地元の雇用が進み、後継者や担い手を増やすことができればと思う。

また、既存メニューの充実と新たな商品開発も課題となっている。現在、「漁船クルージング」が荒天により中止となった際の代替プランとして、また、家族連れの子供でも楽しめるメニューとして、釣・延縄漁業者に協力してもらって、漁で使用する疑似餌を使った「携帯ストラップづくり」を開発中である。

そして、こうした取組が実を結び、将来は、蒲入地区が丹後ブルーツーリズムの拠点となるようにがんばっていききたい。