

## 屋久島のさかな魅力発信プロジェクト

—人と地域と魚を結ぶ—

安房漁業集落  
屋久島いお結び  
川 東 繭 右

### 1. 地域の概要

屋久島は、本土最南端佐多岬の南西約 60km に位置し、九州最高峰の宮之浦岳（標高 1,936m）を中心としたほぼ円形の島であり、「洋上アルプス」と呼ばれている。屋久島町の 1 町からなっており（図 1）、人口は約 1 万 3,000 人である。「月のうち 35 日は雨」と表現されるほど雨が多く、年間降水量は 4,500mm に達する。手つかずの自然が残され、縄文杉を始めとする世界自然遺産を有し、世界各国から年間約 25 万人の観光客が訪れる観光の島である。



図 1 屋久島の位置図

### 2. 漁業の概要

屋久島の周辺は、隆起した曾根が多く、近くを流れる黒潮が曾根にぶつかり、植物プランクトンを増殖させる栄養塩が表層付近まで供給される。そのことにより魚が集まり好漁場が形成され、漁船漁業が盛んな地域となっている。

平成 15 年に旧上屋久町と旧屋久町の漁協が合併して発足した屋久島漁業協同組合は、組合員数 95 人、令和元年の水揚量は 542 トン、水揚金額は約 4 億円となっている。

主な漁業種類は、とびうおロープ引き浮敷網、瀬物一本釣りで、トビウオは年間漁獲量 376 トンを誇り、日本でも有数の産地である。他にもアオダイ類・ハマダイ類、カツオ・マグロ類、サバ類などを漁獲されている。その他に、モジャコ漁やカジキ流網漁などがある。

### 3. 研究グループの組織と運営

安房（あんぼう）漁業集落は平成 17 年度、国の離島漁業再生交付金事業の始まりに合わせて活動が活発化し、集落の対象世帯数は 44 世帯で、私は現在同事業の活動に関わる書記を務めている。地域の漁業を活性化し、平均漁業所得を向上させ、漁業就業者数を維持させることを目的に、スジアラなどの種苗放流、シマアジの飼付漁業、イカの産卵礁設置、サメ駆除、地元祭りでの魚食普及などに取り組んでいる。

#### 4. 研究・実践活動取組課題選定の動機

私は東京都で生まれ育ち、子供の頃からとにかく魚が好きだった。大学卒業後、飲料メーカーに入社し、営業やカスタマーサービス部門で働きながら、休日は全国を飛び回り各地で釣りを楽しんでいた。好きが高じ、某ポータルサイトの釣行モデルとして活動するようになり、もっと勉強したいという気持ちが増していき、平成 17 年、「おさかなマイスター」の資格を取得した。平成 23 年、屋久島の魚に魅了されて移住を決意し、その後一本釣り漁師と結婚した。

屋久島に住むようになり感じたのは、島民の多くが利用するスーパーに地魚があまり販売されていない、地魚は肉より割高であるなど、さまざまな理由からこの屋久島でも魚食離れが進んでいることである。また、地魚の認知度も低く、意外なほど食われていなかった。地元の人たちにもっと新鮮な地元の魚を知ってもらいたい、食べてもらいたいとの思いから、私は平成 26 年から魚食普及活動を開始した。

平成 30 年 11 月 1 日には、地魚を使ったケータリングやお弁当の販売、鮮魚販売仲介業務、魚食普及活動業務を受託する事業を行うため、個人事業主として「屋久島いお結び」を開業した。

#### 5. 実践活動の状況及び成果

##### (1) 料理教室などの魚食普及活動

毎年夏季に行われる安房漁業集落主催の浜祭りでは、地域の漁業や水産物の魅力を伝えるために、地元で水揚げされた鮮魚販売や地魚の解体ショー、豪華景品が当たるおさかなクイズなどを実施している。祭りには地元の小・中学生を含む家族連れなどが数百人単位で集まり、集落ににぎわいをもたらしている(写真1)。祭りの当日は、私はマイク片手に祭りの進行や魚の解説を交え、イベントの運営や企画を担当している。おさかなクイズでは、地元で行われている漁業や水産物について、図や絵を使いながら紹介し、魚の魅力を発信している。

また、年に1～3回、地元消費者や小中学生を対象に地魚料理教室を開催している。昨年度までに16回開催し、参加者はのべ554人となっている(表1)。最近、次世代を担う子供たちにもっと魚を食べてもらいたいので、子供や親子を対



写真1 安房港で開催した浜祭り  
(屋久島経済新聞から写真引用)



写真2 子供たちを対象とした地魚料理教室

象とした料理教室も開催している（写真2）。受講者は、魚をさばけない人が多いことから、最初に簡単な三枚おろしなどに挑戦してもらった後、トビウオなどを使った刺し身、焼き物、揚げ物などを、地元漁師の協力をいただきながら教えている。地元の水産物の魅力を再認識させ、おいしく魚を食べる機会となっている。

料理教室会の後には、「もっと食べたい」「家でもさばいてみたい」などの感想をもらい、魚のファン拡大の手応えをつかんでいる。

そして、育児に奮闘しながら料理教室の開催、レシピ開発などの活動をしていたところ、平成28年には水産庁長官から「お魚かたりべ」に任命していただいた。

表1 地魚料理教室開催実績

年度	月日	対象者	内容	受講人数
26	2月17日	一般町民	トビウオの漁師飯	10
	3月14日	親子	トビウオを使った親子料理教室	20
27	1月21日	一般町民	経験者を対象にした地魚を使った料理教室	9
28	3月5日	親子	地魚を使った料理教室	22
29	7月27日	親子	三重大学と共同でミズイカを使った料理教室	9
30	11月29日	小学3年生	さばき方見学、トビウオすり身の調理実習	11
	2月3日	親子	トビウオの三枚おろし体験、調理実習	24
31(R1)	10月23日	学校給食関係者	給食用の調理方法・レシピ検討・試食・意見交換	8
	10月24日	小学3年生	座学、調理実習教室	17
	12月18日	永田小全校生徒	屋久島の水産業に関する講話	15
	1月14日	宮浦小全校生徒	屋久島の水産業に関する講話	215
	1月21日	小瀬田小全校生徒	屋久島の水産業に関する講話	48
	1月23日	小学5年生	さばき方見学、講話	37
	1月24日	小学1～5年生	さばき方見学、講話	20
	2月1日	親子	座学、タルメのさばき方や巻寿司の調理実習教室	28
R2	2月4日	中学生	カンパチのさばき方や調理教室	61
	10月21日	小学3～4年生	地魚を使った料理教室	17
	2月（未定）	親子		

## (2) リーフレット作成に関わる活動

熊毛地域では、県、市町、漁協などが一体となって地魚の島内消費拡大のための各種取り組みが実施されている。その取り組みの一環として、一般家庭でも簡単にできる調理方法をまとめたレシピ集の作成が行われることとなり、私は各種リーフレットの編集者の一員として、作成に参加し、レシピの開発、時には料理写真の撮影まで行った。

屋久島町・県・屋久島漁協・漁業者で構成される屋久島地区水産業改良普及推進協議会から委託を受けて作成した「漬け魚レシピ」は、見栄えのある写真となるよう力を込め、制作には2年を要した（写真3）。屋久島でも消費者の魚離れが加速度的に進んでおり、魚離れの原因を払拭するために、魚離れが顕著である若い主婦・子育て層にターゲットを絞り、変化するライフスタイルを意識した販路拡大の取り組みとして実施した。「漬け魚レシピ」は、「時短」・「手間なし」などをキーワードとした、屋久島地魚など「さまざまな魚種にも応用可能な調理法からアプローチするレシピ」として「漬け」に着目し、「漬け」を下ごしらえとして行う調理法を紹介するものとなっている。レシピブッ

クおよびポスターは1,000部作成され、地元鮮魚店を通じて、鮮魚を購入した消費者に配布され、好評を得ている。

また、県・市町・漁協・観光協会・商工会で構成される熊毛のさかな魅力発見・発信委員会が作成した「自慢の一品～種子島・屋久島の魚レシピ集～」では、県から依頼されたので、地元の魚を使ったレシピ3品を提供した（写真4）。編集作業にも加わり、レシピの試作や撮影を手掛け、家庭でもできる地魚を使った料理をPRする教材として、料理教室の参加者に配布している。フレンチの巨匠「坂井宏行氏」や地元漁師、栄養管理士など各方面で活躍するプロがおすすめするレシピを集めたものとなっており、永久保存版の仕上がりとなっている。

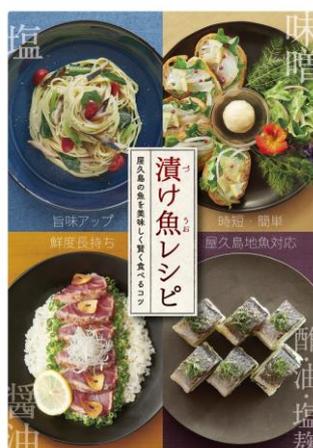


写真3 漬け魚レシピ



写真4 自慢の一品レシピ

### (3) SNSサイト「Facebook」、動画投稿サイト「YouTube」を利用した活動

ここ数年、SNSサイトや動画投稿サイトを利用したPR広告が盛んに行われるようになっており、SNSサイト利用者が「いいね」ボタンを押すと、閲覧した方の友達にさらに拡散され、PR効果は倍増する仕組みとなっている。現在「Facebook」などの利用者は日本だけで約8,000万人おり、広告宣伝業界においてインターネットの利活用は必須となっている。

平成30年にFacebookアカウント「屋久島おさかなnet」を開設し、漁協の加工部などと連携しながら、屋久島漁協直営店の商品紹介、料理教室などのイベント告知、屋久島に関するお魚のさまざまな情報を発信している。2020年10月現在285人のメンバーがおり、島外のフォロワーも多く、屋久島の魚への関心が高いことがうかがえた。

また、動画投稿サイト「YouTube」を利用した活動も始め、令和2年11月から配信を開始した。「屋久島フードログ Yakushima FoodLog」（図2）と銘打ったアカウントを作成し、屋久島産の食材を使った料理や島の暮らし・文化の記録を織り交ぜた情報を発信している。屋久島は諸外国からの観光客が多く、特に欧米諸国や東南アジアを意識して日本に興味を持ってもらえるように、映像を見るだけで楽しめる作りを意識している。地場産品（トビウオやヤクシカ等）を使った料理の紹介



図2 YouTube URL

動画を既に製作しており、今後は島で釣れる魚や釣り方など記録映像に力を入れて作成したいと考えている。SNSの普及と今後の可能性に向け、この活動に今後力を入れたいと考えている。

## 6. 波及効果

最近、各方面における地道な取り組みが実を結び始めていると感じている。平成30年、地元ラジオ局及びWEBサイト「やくしまじかん」で取り上げてもらい、多くの人に「見たよ」「聴いたよ」と声を掛けていただいた。屋久島の魚の知名度向上に少しは貢献できたと考えている。

また、活動を続けていた中で、「津本式血抜き」に興味を持ち、町の協力を得て津本氏をお招きし、研修会を実施した。既にSNSサイトを用いた活動を始めている津本氏からアドバイスをいただき、YouTube動画制作などに役立っている。津本式究極の血抜き講座のライブ配信動画は7,300回超の視聴回数があり、この活動を行う中で人脈が広がり、新たな輪が広がっている。

家庭で魚を食べる回数は増えたか？

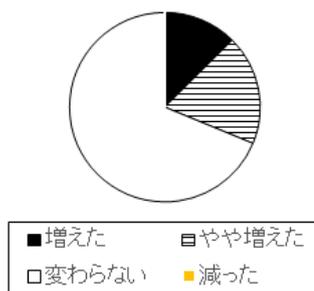


図3 アンケート結果（回答数16）

そして、令和2年10月に料理教室に参加した方々を対象にアンケート調査を実施したところ、普及効果が表れた結果となっていた（図3）。料理教室に参加した事をきっかけに30%以上の参加者が、家庭で魚を食べる回数が増えたと回答しているのがある。「スーパーで魚を見る機会が増えた」とのコメントもあり、少しずつであるが効果を感じている。

また、屋久島の学校給食センターでは、屋久島島外から魚を仕入れていることが以前は少なくなかったが、私が魚食普及活動を始めた平成26年度以降、屋久島島内で水揚げされた魚を学校給食でも取り扱う機会が増えてきている（図4）。残念ながら、令和元年度トビウオが大不漁だったことで出荷量は低下したが、屋久島漁協が出荷しているトビウオの切り身は右肩上がりに増加している。実際に学校給食で魚料理が出てくる回数を調査したところ、年々回数が増えている。これは学校での出前授業等で地魚への魅力が学校関係者に伝わったことと、漁協の努力の賜物と言える。

最後に目に見える形で分かる波及効果は、私の息子が大の魚好きであるということである。一番近くで私の活動を見守ってくれる息子が一番の理解者である。

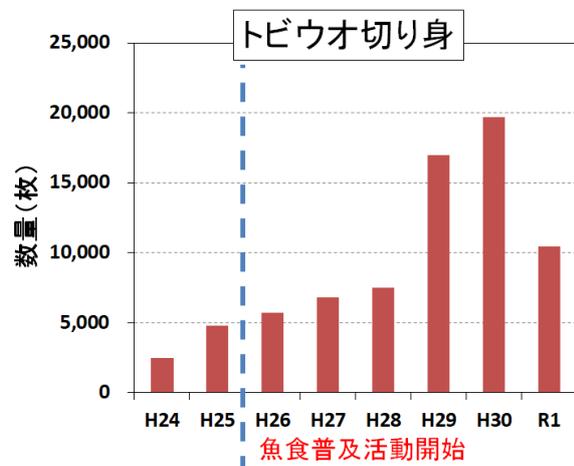


図4 屋久島漁協のトビウオ切り身出荷数

## 7. 今後の課題や計画と問題点

新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、水産業に限らず多くの業界が危機に直面している。飲食店などで魚の需要が低下し、流通の停滞が起こり、魚価安につながっている。私は漁業集落や個人で活動しているため、大掛かりな活動はできないものの今後も漁協、漁業関係者、地域のコミュニティーや島内の飲食店や行政などと連携し、輪を広げながら地道な取り組みを続けていきたいと考えている。現在行っているSNSを利用した活動は、小さな離島からの発信であるが、大きな取り組みにつながるきっかけとなると考えている。

教育機関への定期的な料理教室を行い、屋久島の子供たちが生まれ育った島の魚を愛し、誇りに思ってくれるような取り組みや料理教室の開催、各種イベントなど継続的な魚食普及活動に努め、島の水産物とその良さを、まずは島で暮らす人々に知ってもらい、そしていつか屋久島の水産物が日本中で引っ張りだこになるような未来を創っていきたい。