

水産加工品作り体験で交流人口拡大
— 離島の町の新たな取り組み —

おき西郷漁業協同組合女性部
部長 林 千枝子

1. 地域の概要

私たちの住む隠岐郡隠岐の島町は、島根半島の沖合 40～80 kmにある隠岐諸島のなかで最も大きな島「島後」に位置する（図1）。平成16年10月に、島後4町村が合併して誕生した人口約17,000人の町である。

2. 漁業の概要

私たちの所属するおき西郷漁協は、平成15年6月に町村合併に先立ち島後5漁協が合併し、正組合員863名、准組合員1,056名の合計1,919名で構成されており、まき網、かに籠漁業を主として多種多様な漁業を営み、平成15年の水揚げは約45億円である（図2）。

3. 研究グループの組織及び運営

おき西郷漁協女性部は、昭和34年5月に結成された旧西郷漁協婦人部が母体となり、部長1名、副部長2名、委員9名を含む総員91名で構成されている。毎年5月に総会を開催し、1年間の活動内容を決定している。ここ数年の活動内容は、地域イベントにおける水産物の直売事業、県女性連が主催する研修会や交流会への参加である。

4. 研究・実践活動課題選定の動機

漁村女性の活動として、ひと昔前は大量に獲れた漁獲物の加工作業が中心であった。いわば、家族全員で漁業に取り組み、その延長線上に女性部の活動があったわけである。女性部は加工品を売って儲けを出すことにより、漁協経営に貢献し、結果として、地域経済を支えてきたともいえる。

しかし、近年は、安価な原材料の確保が難しく、加工事業で利益をあげ漁協経営に貢献することは現実的に難しい。さらに、離島である隠岐の島町でも大型量販店の進出等で都市化が進み、生活形態が変化してきている。現在は、ほとんどの部員が陸に漁業以外の仕事を持っているため、女性部としての活動を何かやろうとしても人数がそろいづらく、活動規模が年々小さくなっていった。そこで、私たちは女性部活動のあり方を見直し、加工品を作り売って儲けるという実益を求める活動よりも、私たちが長年受け継いできた漁村の食文化を地域内外に伝える活動が現在の隠岐の島町では必要であると考えた。

隠岐の島町では、これまで漁業が基幹産業として地域経済へ貢献してきた。しかし、国の産業構造の変化に伴い、島の若者は島内から都会へと就業の場を求めていった。そのため隠岐の島では年々高齢化、過疎化が進行している。島の最重要産業であり若者の雇用を担っている漁業は、島根県有数の水揚げを誇るが、近年の魚価低迷等により経営は厳しい。このような状況のなか、隠岐の島町の産業を振興させるためには漁業の再生が不可欠であり、そのためには異業種と連携した取り組みや地産地消の推進が必要であるという気運が地域全体で高まってきた。

漁業と異業種が連携する取り組みとしては、年間 15 万人～17 万人訪れる基幹産業の一翼を担う観光業とのタイアップが検討され、地元観光協会が、水産加工品作りの体験を観光ツアーに盛り込もうという企画を立案し、漁協女性部へ観光協会から水産加工品作りの講師として協力依頼があった。漁家では、干するめやめざしを作る習慣が残っており、私たちとしてもせっかく隠岐に来た観光客に隠岐らしい食文化を知ってもらいたいと思い協力することとした。

また、地元役場からは、地産地消推進のために島内の地域イベントで漁協女性部による水産物の直売を行ってみたいかどうかという提案があった。島の人々が集まる夏祭り等で私たちが作った水産加工品を売れば魚食普及につながると思い協力することとした。

5. 研究・実践活動状況及び成果（効果）

（観光客の加工品作り体験への協力）

私たちにとって初めての試みである水産加工品の体験ツアーの受け入れにあたっては、受け入れ体制を整えるため観光協会と事前打ち合わせを綿密に行い、前もって準備ができる修学旅行や社員旅行で来島する団体客から受け入れることとした。

修学旅行客の受け入れ第一弾は、平成 14 年 10 月に、四国の中学生 122 名を受け入れ、漁業の盛んな離島で水産物の加工作業を体験してもらうという趣旨で、小アジのめざし作りを行った。隠岐ではアジがよく獲れ、作り方も簡単でありまた、現在でも民家や鮮魚店の前では、アジが干してある風景がよく見られ、隠岐の身近な食文化を紹介するにはうってつけであると思ったからであった。また、この時期は紅イカ（ソデイカ）漁の漁期で、紅イカは大きいもので 20 kg にもなる大型のイカであり、干するめに使うマイカ（スルメイカ）や白イカ（ケンサキイカ）よりも桁違いに大きく、四国ではあまり見る機会もないだろうと思い、紅イカのさばき方実演（写真 5）と切り身作りを行った。

私たち女性部部員にとっては、めざし作りや紅イカをさばくことは日常茶飯事であったが、参加者の中には包丁を握ったことがない生徒もいる。また、人に教えたり、話したりするプロではない私たちが、観光客をもてなすことができるのだろうかと不安があった。しかし、実際に受け入れてみると、この不安は杞憂に終わった。実際に、魚を捌いたり串を刺したりする作業を始めると、参加者は私たちが想像していた以上に熱心に取り組んでいただき、私たちは包丁の使い方など自然にフォローすることができた。

第二弾は、平成 16 年 6 月に、東京の高校生 49 名を受け入れ、小アジのめざしと干するめ作り体験を実施した（写真 1、2）。受け入れ前は、都会の高校生と上手くコミュニケーションを取れるか心配だったが、高校生にとっては初めての体験であったようで、意欲的に取り組んでいただき、私たちも自分の子供と接しているように楽しく交流できた。

第三弾は、平成 16 年 9 月に、大阪の社員旅行の会社員 22 名を受け入れ、干するめ作り体験（写真 3、4）と紅イカのさばき方実演を行った。さらに、即席でマイカの卵を使ったハンペン（写真 6）を作り、参加者に召し上がってもらった。大阪では味わうことのできない隠岐ならではの味覚に舌鼓を打ち、大変喜んでもらった。

この 3 回の加工品作り体験では、出来上がった加工品を宅急便で送り、自宅で召し上がっていただいた。参加者の感想としては、「普段できない体験ができて面白かった」、「人との交流ができた」、「隠岐ならではの味覚を味わえてよかった」と好評であった。

(地域イベントでの水産物の直売)

隠岐では、季節ごとに様々な祭りが行われ、島内外の人々に親しまれ、この地域行事に華を添えているのが、島内で生産された農水産物の直売である。

私たちは、普段家庭でよく作っている白イカの一夜干し、アジの煮干し、たたきイカ、ゆでタコ、サザエの炊き込みご飯、イカの揚げものといった加工品とその当日に獲れた小アジやヨコワ（クロマグロの幼魚）等の鮮魚を販売した。

白イカの一夜干しやアジの煮干し等の乾物は、日持ちするのである程度前から用意できるが、サザエの炊き込みご飯等は、祭りの前日から仕込みを始め、当日も朝早くから作業に取りかかった（写真7、8）。買いに来た人の反応は上々で、加工品は年輩の人に好評であり、鮮魚は値段が手頃だったのですぐに売り切れた（写真9、10）。

このような活動で、私たち女性部が得たものは、島内外の人々との交流により様々な刺激を受けたことである。地域からの要望により、自分たちができる範囲でやったことが、意外に好評であり、私たち自身も楽しんでできたことは非常に有意義であったと思う。

6. 波及効果

水産加工品作り体験は、隠岐らしさを活かした観光ツアーとして新聞等で紹介され、また、島外に配布していた観光協会のパンフレットを見て、県外の観光協会職員の方が視察に訪れるなど島内外の関心を引くようになったところである。また、今回の取り組みが好評だったこともあり、平成17年からは観光客受け入れの際の目玉コースの1つとなる予定である。

さらに、漁業者をはじめとする生産者の家に泊まる田舎民泊ツアーを隠岐の農林水産業全体として行う計画もあり、漁業漁村の良さをPRするチャンスが生まれようとしている。

7. 今後の課題や計画と問題点

海に囲まれた離島では、地元で獲れる水産物を核とし、観光業とタイアップした交流人口の拡大が最大の地域振興策であることを再認識したところである。

これまで、観光客の受け入れについては、事前準備がしやすい団体客のみ受け入れているが、受け入れ人数を増やすためには個人客にも対応していく必要がある。しかしながら、現在ある漁協の水産加工場は老朽化しており、居住性や衛生面で観光ツアーの受け入れに適しているとは言い難いため、今後は加工施設の整備、受け入れ体制の強化に努めたい。また、講師の人数確保や体験内容の向上にも力を入れて、観光客により隠岐を理解していただき、楽しんでもらえるようにしたい。

地域イベントへの参加については、女性部組織を旧西郷漁協管内だけでなく島全体にわたるよう充実させて効果的な活動を行っていききたい。また、地域には漁協女性部とは別に、優れた水産加工品を作るグループが各地区にあり、お互いに連携してより地域に貢献できる活動を行っていききたい。

まだまだ始まったばかりの取り組みであるが、地域に根差した取り組みとなるようがんばっていききたい。

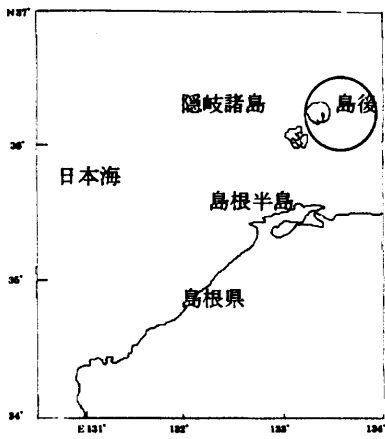


図1 隠岐の島町の位置

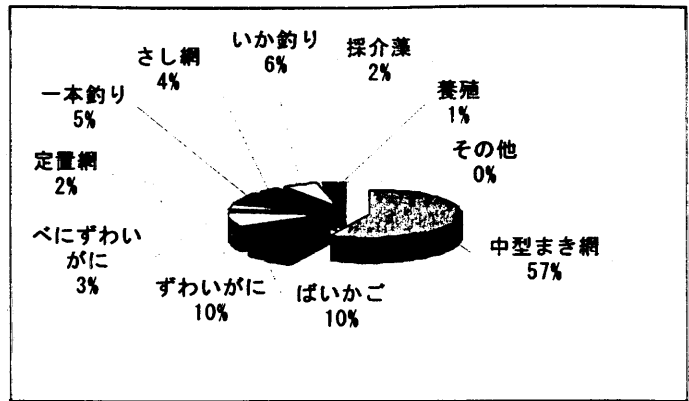


図2 漁業生産額における漁業種別構成 (H15)



写真1. いかを捌いている様子



写真2. 加工作業全体の様子



写真3. 干するめ作りの様子



写真4. 捌いたイカを乾燥機にかける作業



写真5. 紅イカを捌く作業



写真6. マイカを練り込んだハンペン



写真7. 夏祭りで販売する加工品の準備



写真8. サザエの炊き込みご飯の仕込み



写真9. 夏祭りにおける直売の様子



写真10. 秋の産業祭における直売の様子