

釣って！捌いて！地域の活性化

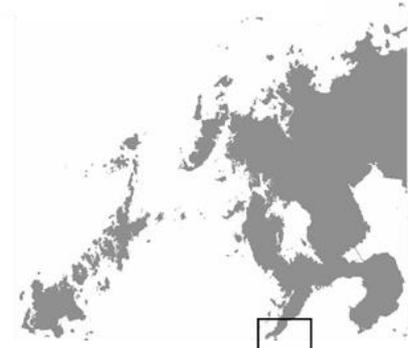
～ 『さしみ文化』の継承に向けて地域からの挑戦 ～

野母崎三和漁協青壮年部
大戸 起久男

1. 地域の概要

私の所属する野母崎三和漁業協同組合は、長崎県の南にある南北方向に 22km、最大幅 6km の細長い長崎半島（野母半島）の南部に位置し、東をやや内湾性の強い橘湾、西を五島灘、南を東シナ海に囲まれた豊かな漁場を有している。

図1 野母崎三和漁協位置図



2. 漁業の概要

野母崎三和漁協の組合員数は 427 人（正組合員 143 人、准組合員 284 人）で、平成 28 年度の水揚量は 4,692t、水揚額は 13 億 2,000 万円となっている。主な漁業は、まき網、魚類養殖、刺し網、定置網、小型底引き、一本釣、採貝藻などで多様な漁業が営まれている。

地元水産物の売上げ向上により地域を盛り上げるために、特産のイセエビを使った「のもざき伊勢エビ祭り」などのイベントや、漁協が運営する「活魚流通センター」「のもざき朝市」、といった直販事業にも取り組んでいる。

3. 研究グループの組織と運営

現在の青壮年部は、平成 10 年 3 月の野母崎町漁協と三和町漁協の合併で 2 つの青壮年部が 1 つになったことで誕生し、現在の構成員は 25 人である。

青壮年部では、磯焼け対策への取組やクロメの中間育成、浜掃除やイベントへの参加などの取り組みを行っている。

私たちの地域では漁業者が急速に高齢化し、若い漁業者がどんどん少なくなっているが、だからこそ私たち青壮年部員は、お互いの情報交換や相談など太いパイプを作って、将来にわたって漁業で生きていくためにどのようにすればよいかを機会あるごとに話し合っている。

4. 研究・実践活動取組課題選定の動機

私たち青壮年部の活動として現在藻場再生に向けた取り組みを行っており、平成 22 年に高浜地区の素潜りによるウニ駆除作業から始まって、今では部員の中の 12 人が潜水士の資格を持ちスキューバと素潜りで効率よく作業を行っている。現在では藻場の再生が実感できる所まできている。

藻場再生に向けた活動として私たち青壮年部は漁業生産の拠点である漁場の改善を目指しているが、漁業所得を向上させるためには『魚価の低迷』を何とかする必要があるのでは

はないかとの意見で一致した。

魚価について考える時、家庭における魚離れが必ず話題になり、家庭での魚をさばく技術が無くなっていることや、さばいた後の生ごみの処理、臭いの問題が指摘される。

さらに子どもの魚離れも深刻であると言われているが、私も子どもが通う学校の PTA 活動で食育の話題になると、仕事柄魚食について話題を提供する際に、「子どもたちが魚を食べたがらない」と言う保護者に遭遇することが多い。

ところが、私が参加している魚のさばき方教室では、自分でさばき、少しくたくたになった魚を「おいしい」と言いながら多くの子どもたちが喜んで食べている。特に刺し身の人気は高く、保護者の「うちの子は魚嫌いだから」との意見は本当だろうか、もしかしたら違う原因で子どもたちが魚を食べる機会を逃しているのではないだろうかと考えるようになった。

そこで、水産庁のホームページで調べてみると魚が嫌いという割合は少なかった(図2)。さらに、どの年代でも魚料理をおいしいと思う人が多く、年代が下がるにつれ魚を下処理できる割合が減少し(図3)、また女子大学生の魚料理経験を見ると7割近くが魚料理の経験があるもののさばいた経験があるのは4割未満(図4)で、処理能力の低下が家庭で魚が食べられなくなった原因の一つではないかと思われた。



図2 魚が嫌いな子どもは少ない

資料：(社)大日本水産会「水産物を中心とした消費に関する調査」(平成20年)
注：全国の小学校4～6年生男女218人

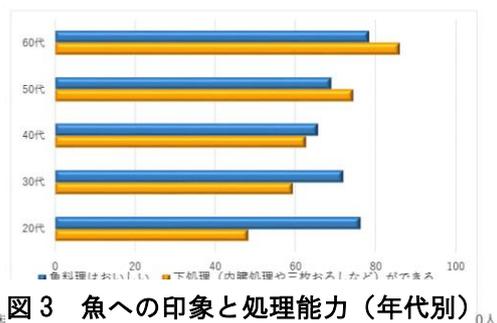


図3 魚への印象と処理能力(年代別)

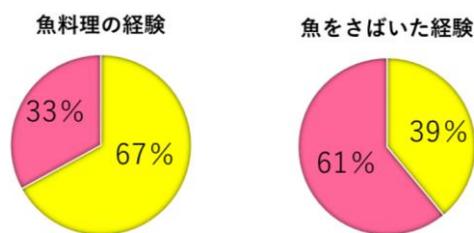


図4 女子大学生の魚料理経験

想定されるもう一つの原因は価格である。スーパー等で販売されている状況を見てみると、ラウンド状態のパック商品で『お刺し身用』のシールを添付した商品が多く見られるのだが、消費者が購入するものは刺し身が10切れから20切れ盛り付けられたパックであることが多い。

価格は、刺身パックが7～8グラムの10切入りで398円から498円の商品が多く、15切や20切の物も含め100グラム当たりの価格は500円から650円と高価である。ラウンド状態のパック商品は、『お刺し身用』のシールを添付した商品で100グラム当たり100円から150円の物が多く、その他に焼き魚や煮魚用、フライ用と価格が少しずつ安価になっている。

家庭で魚をさばいて食べるのが難しくなると、100グラム当たり500円から650円という刺身パックの価格は子どもたちが食卓で刺し身を食べる機会を無くし、魚を生で食べる『さしみ文化』の衰退も懸念される。また、比較的高値で取引されることの多い刺し身向けの魚が消費されなくなることで、さらなる魚価低迷へとつながるのではないかと青壮年部では不安を感じている。

もっと子どもたちに魚を食べてもらいたい、特に刺し身のおいしさを知ってもらいたいとの思いで子どもたちにとって一番おいしい魚とは何かをみんなで考えた結果、それは自分で釣った魚を食べることであるとの意見で一致した。しかし近頃の漁港ではファミリーフィッシングの定番であった小あじのサビキ釣りがあまり見かけられなくなり、子どもたちが釣りを通して魚と触れ合うチャンスが無くなっていると思われる。そこでわれわれは魚釣りの楽しさを体験し、釣れたばかりの新鮮な魚を持って帰って食べてもらおうと釣り堀体験を計画した。

5. 研究実践活動状況及び成果

まずは野母崎で以前から開催されている「のもぎき伊勢エビまつりオープニングイベント」の場を利用して、平成25年度から釣り堀体験のコーナーを企画し、多くの子どもたちに魚釣りの体験をしてもらうことにした。

会場の岸壁にまき網漁業で利用する活魚運搬船を横付けし、いけすの魚を釣らせることとした。

釣り堀体験のチケットは100枚限定で、10時から販売するが、釣体験は10時30分から30分ごとに入れ代わり、最終体験者は15時からになり5時間の待ち時間になるが、釣りを体験したいと多くの子どもたちが列を成し30分で完売する盛況ぶりである。1回の釣り時間は20分として開催しチケット代金は1人500円で行った。

図 釣り堀体験									
販売 先着名	回目								

実際の釣り堀体験にかかる費用は魚代込で15万円ほどだが、イベント実行委員会から一部支援を受け1人500円で実施している。支援を受けず行くと1人1500円、さらに利益を見込むと1人2000円の体験チケット代となり、この金額で果たして体験者を確保できるかは今後の検討課題である。

使用するさおは細めの物を使い、安全のため、サビキではなく一本針で餌はオキアミとしている。魚は60～80グラムの小あじや150グラムの子サバなどだが、漁港で釣れる20グラム前後の小あじと比べるとかなり大きく感じるらしく子どもたちは大喜びであった。子どもたちが魚を釣り上げ歓声を上げる中、子どもに少しでも多く釣らせようと餌を付けたり魚を外したりと、東奔西走している母親の姿が印象に残った。



27年度までの毎年度ともチケットが完売したことで、釣り堀体験が子どもたちに高い人気を持つことが分かった。次の課題でもあった自分でさばいて食べるとの観点から28年度新たに釣り堀体験の参加者を対象に、魚のさばき方教室を開催することとした。

まず手本を見せアドバイスしながらさばき方を教えるが、釣り堀体験を 30 分ごとに交代しながら行うため短時間で教えることが難しく、「体験したいが混んでいるから」と言う親子も見受けられた。今後は実施方法や時間設定等を改善し 1 人でも多くの方に体験してもらえるようにしたいと考えている。

ともあれ、釣り堀体験の参加者 100 人のうち多くの家族がさばき方教室に参加してもらうことができた。家族みんなで楽しそうに魚をさばき、刺し身を食べ「おいしい」と言ってくれた子どもたちの笑顔を見ることで釣り堀体験やさばき方教室を実施して良かったと実感している。



6.波及効果

もっと子どもたちに魚を食べてもらいたい、特に刺し身のおいしさを知ってもらいたいとの思いで釣り堀体験や魚のさばき方教室を行い、「楽しい」や「おいしい」という多くの声を聞くことができた。また、これまでの年に一度の活動で予想を上回る盛況ぶりであったことから、『自分で釣った魚を自分でさばいて食べる』体験施設を年間通したブルーーツーリズム事業として取り組むことができないか考えるようになった。

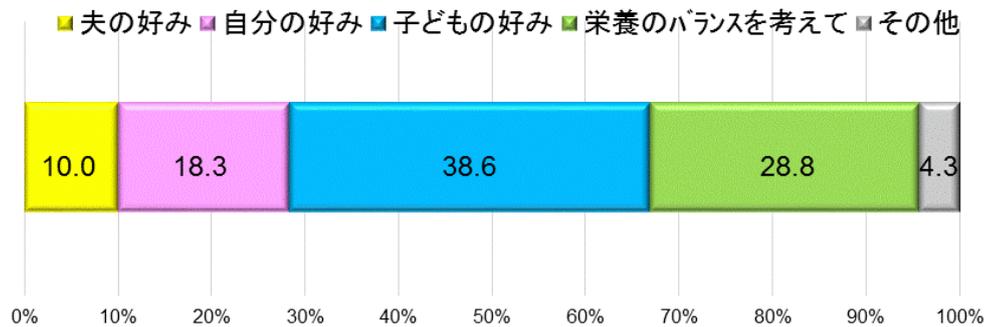
野母崎地区は人口減少が進む中、就業場所の確保や交流人口の増加など地域一体となり検討を行っているが、地域性から海や水産物に対する期待が大きく、『自分で釣った魚を自分でさばいて食べる』体験施設のブルーーツーリズム事業が周年を通し実施できれば地域活性化にも大きく寄与できると考えている。

また、体験型による修学旅行の受入れを行うことができれば、さらに私たちが目指した子どもたちにおいしい魚、おいしい刺し身を食べてもらい、『さしみ文化』の継承に大きく寄与できるものと期待している。

7.今後の課題や計画と問題点

消費者の魚離れ、魚価低迷の昨今、われわれ漁業者や流通業者が消費者から「この刺し身生臭い」「おいしくない」と言われることの無い高品質な魚を提供する努力は当然していかなければならない。しかし、これからの魚食、とりわけ『さしみ文化』を担う子どもたちの状況を見ると、親たちの魚をさばく能力が低下し、刺し身パックは高価であることから、刺し身を食べる機会が減少し、『さしみ文化』の継承にとってかなり厳しい状況にあるのではないかと推測される。この状況が続けば、今後の『さしみ文化』は回転寿司へと変貌し、刺し身が家庭から姿を消すことすら考えられる。

子どもたちが「おいしい刺し身が食べたい」と言い、子どもたちにおいしい刺し身を食べさせたいと思ってもらうために、一番おいしいであろう『自分で釣った魚を自分でさばいて食べる』体験は非常に有効であることは今回の活動で実感することができた。一地方の地道な取り組みに過ぎないが、「三つ子の魂百まで」、体験して帰った子どもたちは各家庭に帰っても必ずその体験、その味を忘れず購買力となってくれるものと信じている。



資料：(社)大日本水産会「水産物を中心とした消費に関する調査」(平成20年)

図6 夕食の献立は誰の好みか反映されるか

また、魚と触れ合い、魚のおいしさを感じてもらえる体験施設は、『さしみ文化』の継承に貢献するだけでなく、平成34年に野母崎地区にオープンする予定の恐竜博物館と相まって交流人口の増加にも貢献すると思われる。

また、本年1月には長崎市長をはじめ教育長、水産農林部長など行政関係各所の協力も要請し良い感触を得ることができた。

今後、事業規模のあり方や事業の実施主体をどのような形とするのか、また事業自体が採算を取れる取り組みになるのかなど多くの課題があるが、青壮年部の仲間や関係者等と知恵を出し合い、釣り堀体験や魚のさばき方教室の体験者が皆笑顔で楽しんでもらえる施設の設置を地域と共に目指していきたいと考えている。

