

対馬のユーチューバーの挑戦！ ～ICTを使った水産革命～

対馬地区漁業士会
早田 真路

1. 地域の概要

対馬は、日本海の西に浮かぶ南北約 82km、東西約 18km と細長く、九州本土からの距離 132km に対して韓国までわずか 49.5km で、気象条件が良い日には対岸の韓国が肉眼で見えるほどの、まさに「国境の島」である（図 1）。その細長い島の中央部には入り江に富む浅茅湾があり、島全体の海岸線は 915km にも及ぶ。総面積は 696.48km²あり、全国の離島で、佐渡、奄美大島に次いで第 3 位の広さで、平成 30 年 9 月現在の人口は 3 万 1,066 人である。

近年、自然を求めた韓国人観光客が急増し、平成 29 年は約 36 万人の韓国人が対馬を訪れている。



図 1. 対馬の位置

2. 漁業の概要

対馬の周辺には天然の岩礁が点在し、対馬暖流と大陸沿岸水が混合する好漁場であるため、いか釣り漁業を中心に、ヨコワ（クロマグロ幼魚）やブリを主体としたひき縄漁業、タイ類をはじめブリやアマダイ、アカムツを主体としたはえ縄漁業のほか、あなごかご漁業、定置網漁業、採介藻漁業など、さまざまな漁業が営まれている。また、島中央部の浅茅湾ではクロマグロと真珠の養殖が盛んに行われており、全国でも有数の生産地となっている。

対馬沿岸地区の漁業協同組合は 12 組合あり、その組合員数は 4,106 人、経営体数は 1,622 経営体（平成 25 年漁業センサス）で、平成 27 年の漁業生産量は 1 万 8,992 トンである。

3. 研究グループの組織と運営

対馬地区漁業士会は、国の漁業士認定制度開始に伴って平成 2 年に発足し、現在は、指導漁業士 11 人、青年漁業士 18 人の合計 29 人で構成している。

活動内容は、次代を担う若い世代に水産業の魅力と地元水産物の美味しさを伝えるための水産教室の開催、地元水産物の消費拡大と水産業振興のための島外での PR 活動や地元ケーブルテレビでの魚料理方法の紹介のほか、離島地区漁業士との交流や学習会・研修会の開催・参加などを行っている。

4. 研究・実践活動取組課題選定の動機

近年、対馬の水産業は、燃油等の経費は上昇するのに魚価は上がらないことに加えて、スルメイカの不漁やクロマグロの漁獲規制等による水揚げの減少により、漁業者の生活は厳しくなっている。

対馬には、アカムツ、アナゴ、クロマグロ、イカ、アマダイ、サバ、ブリ等おいしい魚がたくさんあるにもかかわらず、島外の人にはほとんど知られていない。漁業士会活動として、島外に赴き、対馬産水産物のPR(図2)を行っていたが、航空機や高速船を使って本土へ渡る必要があり、経費や時間の制約がかかることが課題となっている。一方、インターネットの普及とともに魚を購入する消費者は、検索サイトを利用して魚販売に関するホームページを探し出して購入の参考にしている。



図2. 福岡市でのPRイベントの様子

そこで、対馬産水産物の需要を喚起するために、消費地から離れた対馬において、本土への渡航経費がかからず時間の制約がないICT(SNS)を使ったPR活動を開始した。

近年、国もICTを使った地方創生を推進しており、追い風が吹いてきている。

5. 研究・実践活動状況及び成果

(1) 動画投稿サイト「YouTube」を利用したPR

YouTubeに投稿した動画は、パソコンやスマートフォンから見る事ができる。とにかく目立つことを第一に考え、平成25年10月ごろからほぼ毎日、YouTubeを使って「対馬」というキーワードを毎日繰り返し発信した(図3)。ある時は漁港で、またある時はイベント会場と、行く先々で自撮り棒を持ってスマホに向かって一人で大声でしゃべっている姿を見て、最初は皆から気が変になったと思われるようである。さらに、YouTubeで「エア解体ショー」(図4)等も行っていたので、ますます変人扱いされるようになった。

グーグル等の検索ホームページから「対馬のユーチューバー」と入力するとヒットする。現在は1,100本以上の動画を掲載している。



(2) SNSサイト「Facebook」を利用したPR

Facebookでは、写真や動画を日記のように投稿でき、閲覧した利用者と会話することが可能で、「いいね」というボタンを押してもらえればさらに、閲覧した方の友達にも情報が拡散され、閲覧する方が増える仕組みになっている。これにより、口コミの効果によってPR効果が倍増する。平成26年9月のテニス全米オープンで準優勝した錦織圭選手が帰国後に「ノドグロとかあったら食べたい」と発言したことを受けて、対馬のアカムツがメディアに取り上げられるようにFacebookに投稿し続けた(図5)。



図5. FacebookでのPR

(3) メディアでのPR

YouTubeやFacebookへの投稿がメディア関係者の目に留まり、特にYouTubeでの「エアー解体ショー」やFacebookでのアカムツ宣伝を見て、「対馬に変な奴がいる」ことが徐々に広まったためか、メディアへの出演オファーが来るようになった。平成28年5月に日本テレビのニュースエブリー「気になる！離島の魅力を発信するレストラン」でアカムツを紹介。平成29年2月には日本テレビ「月曜から夜ふかし」に出演して、マツコデラックスと関ジャニ∞(エイト)の村上信五に對馬のアカムツ料理を披露した(図6)。同年3月に関東圏で高視聴率の番組、テレビ朝日の「食彩の王国」で25分中15分ほど出演し、対馬のアカムツやアマダイをPRした(図7)。



図6. 日本テレビ「月曜から夜ふかし」での対馬産アカムツ料理の披露



図7. テレビ朝日「食彩の王国」でのアカムツ、アマダイの紹介

メディアを活用したPR効果は絶大で、反響がすごく、放送後には問い合わせが殺到した。このことにより、対馬の魚、特にこの時はアカムツはうまいということが広く認知されるようになった。これらの取組が実って、その後のアカムツの単価が上昇し、平成29年の平均単価は4,500円/kg、今年度の最高単価は3万円/kgとなった(図8)。また、アカムツ以外の魚についても、徐々にではあるが、首都圏の百貨店や飲食店等から問い合わせや注文依頼が増加している。

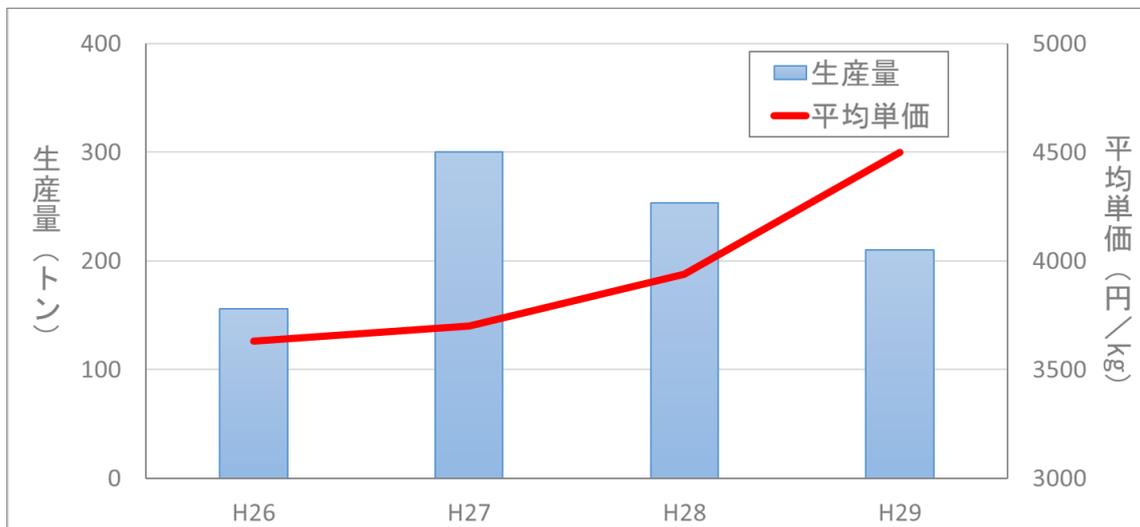


図8. 上県町漁協におけるアカムツの生産量と平均単価の推移

高視聴率のテレビ番組に出演して商品をPRする場合、「月曜から夜ふかし」レベルは千数百万円、「食彩の王国」レベルは数百万円の広告費が必要で、それだけの広告費を打つには、その10倍の売上が必要といわれている。今回、マツコデラックスと共演するまでに800本の動画を配信してそのチャンスをつかむことができたが、それにかかった広告費は約2万5,000円であった。

6. 波及効果

この活動を始めて、北大路魯山人のお孫さんや日本一予約が取れないイタリアンのシェフ等、いろんな人と知り合いになった。最近は、「対馬のユーチューバー」として対馬で有名になり、長崎のテレビ番組等で度々取り上げてもらえるようになったことで、対馬の魚の知名度向上に貢献している。さらに、対馬市から対馬の海の幸の美味しさを島外に紹介する「対馬市国境の島・海の魅力発信隊」に委嘱されるなど、ますます対馬産水産物をPRする下地が整った。

そして、今年度から、対馬地区漁業士会の副会長になったことをきっかけに、みんなを説得して漁業士会の動画専用ホームページを立ち上げた（図9）。漁業種類が異なる29人の漁業士が、漁業作業風景や漁獲した水産物等の動画を随時配信することで、対馬の水産業と水産物の良さを全国の人に知ってもらえる画期的な取組と考えている。これまで島内外で行ってきたPRの何千倍、何万倍、何億倍の効果があるか計り知れない。



図9. 対馬地区漁業士会の動画配信用ホームページ

変わったところでは、今年9月に対馬国一宮「海神社」に招かれ、海の安全と豊漁を祈願して「ブリ解体の舞い」を奉納した。私たちの取組を神様も後押ししてくれているようである。

想定外の波及効果としては、家族との仲が良くなったことである。投稿を始めたころは、私の行動を恥ずかしがっていた息子が、今年3月に中学校を卒業する時の親への感謝の手紙で、「新しいことに挑戦する父を尊敬している」と書いてくれた。最近では動画の構図等をアドバイスしてくれる、私の一番の理解者である。

7. 今後の課題や計画と問題点

最近になって、情報に敏感な首都圏の百貨店や飲食業者には、少しずつではあるが対馬の魚の良さが認知されだしてきたと感じているが、一般の消費者にはまだまだ知名度は低い。また、漁業後継者は年々少なくなっているが、その原因は経営が厳しいという現状はあるものの、漁業現場での情報が若い世代に伝わっていないことも一因と考えている。このことから、今年から始めた対馬地区漁業士会のホームページを使って、会員29人で動画を配信し、漁業現場のリアルな姿を伝えていくことで、対馬の水産物の知名度を上げ、個々の漁業者の収入を上げるとともに、漁業に興味を持つ若者を増やしたいと考えている。

YouTubeでは、動画の視聴回数、再生時間、視聴率維持率、再生端末の種類（携帯電話、タブレット、パソコン等）等のデータが収集できる（図10）。高視聴率テレビ番組に出演した直後は視聴回数が飛躍的に上がった。これらのデータを蓄積して分析することにより、さらに効果的な配信方法でPRを行っていく予定である。

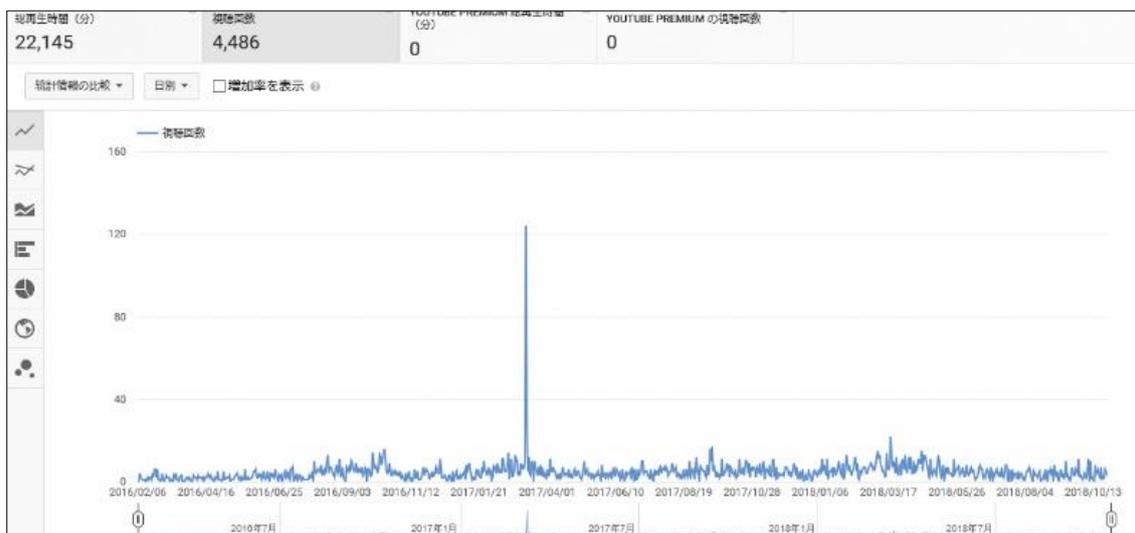


図10. YouTubeの視聴回数データ

私たちの漁業士会が、ICTを活用したPRで実績を残すことで、対馬の他の漁業者のやる気を起こさせ、対馬全体の水産業者がもうかり、後継者になる若者たちに夢と希望を与えられるように、これからも頑張っていきたい。