

アナゴ食文化を観光資源に！ ～漁業の6次産業化による町おこし～

上対馬町漁業協同組合青壮年部
築城 慎一

1. 地域の概要

私たちが住んでいる上対馬町は、長崎県の最北端にある対馬市の最北部に位置し、隣国の韓国までは49.5kmの近い距離にある（図1）。

対馬市の人口は、国勢調査によると令和2年6月10日現在で2万8,502人、漁業就業者は1,998人である。漁業、農林業と観光業が基幹産業の島である。

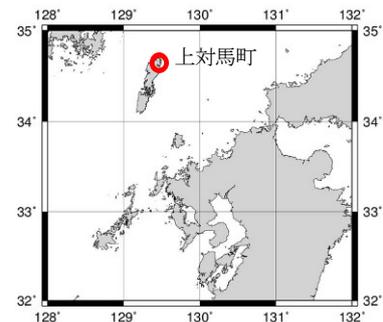


図1 対馬市上対馬町

2. 漁業の概要

対馬の周辺海域は、対馬暖流と韓国からの沿岸海水が混合する好漁場であり、アカムツ、アカアマダイ、マアナゴ、クエ、ブリ、ケンサキイカといった高級魚を主対象とする、はえ縄、イカ釣り、一本釣り漁業に加え、定置網、中小型まき網漁業などが営まれている。また、島中央部の浅茅湾（あそうわん）では、クロマグロや真珠の養殖が盛んであり、全国有数の生産地となっている。

上対馬町漁業協同組合は、平成元年に近隣漁協の合併により設立され、令和3年度の組合員数は、正組合員173人、准組合員270人の合計443人、水揚げ量は約2,853トン、水揚げ金額は約20億3,300万円である（令和3年度漁協業務報告書より）。

3. 上対馬町漁業協同組合青壮年部

上対馬町漁業協同組合青壮年部は、同漁協の合併を機に発足し、2支部で24人の部員が在籍している。お魚さばき水産教室による魚食普及、小学生を対象とする種苗放流の体験学習、海浜清掃、恵比寿祭への協力など、地域貢献に取り組んでいる。

4. 研究・実践活動取り組み課題選定の動機

上対馬町の人口は、平成2年の6,031人から令和2年の3,479人（30年前比で57.7%）に減少している（図2）。近年、住民の高齢化は進み、町の商店や飲食店のにぎわいが薄れ、地域の活動や行事も廃れてきた。

人口に対する漁業者の割合が1割程度と漁業関係者が多い町であるが、漁業者

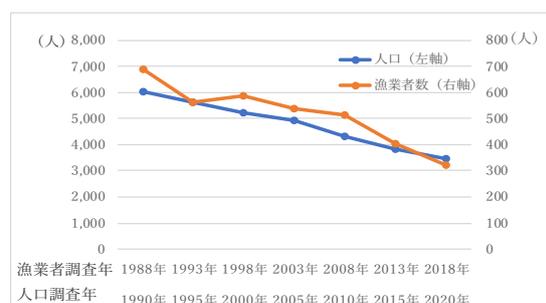


図2 上対馬町の人口と漁業者数の推移

数は、人口減少とほぼ同じ割合で減少し、昭和 63 年の 691 人が平成 30 年には 324 人（30 年前比で 46.9%）になっている。

また、対馬市の人口ピラミッドを見ると、平成 2（1990）年では、島外への進学・就職のため、20～24 歳層の若年者が少ない離島特有の「くびれ」があるが、概ね「釣鐘型」となっている。これに対して、30 年後の令和 2（2020）年では、「つぼ型」を乗り越えて逆ピラミッド型の様相に変わり、少子化と高齢化が同時に大きく進んでいることが分かる。

さらに配偶関係を見ると、男性の 35～39 歳層の未婚率が 35.1%まで高まっており、未婚男性の増加も生じている（図 3）。

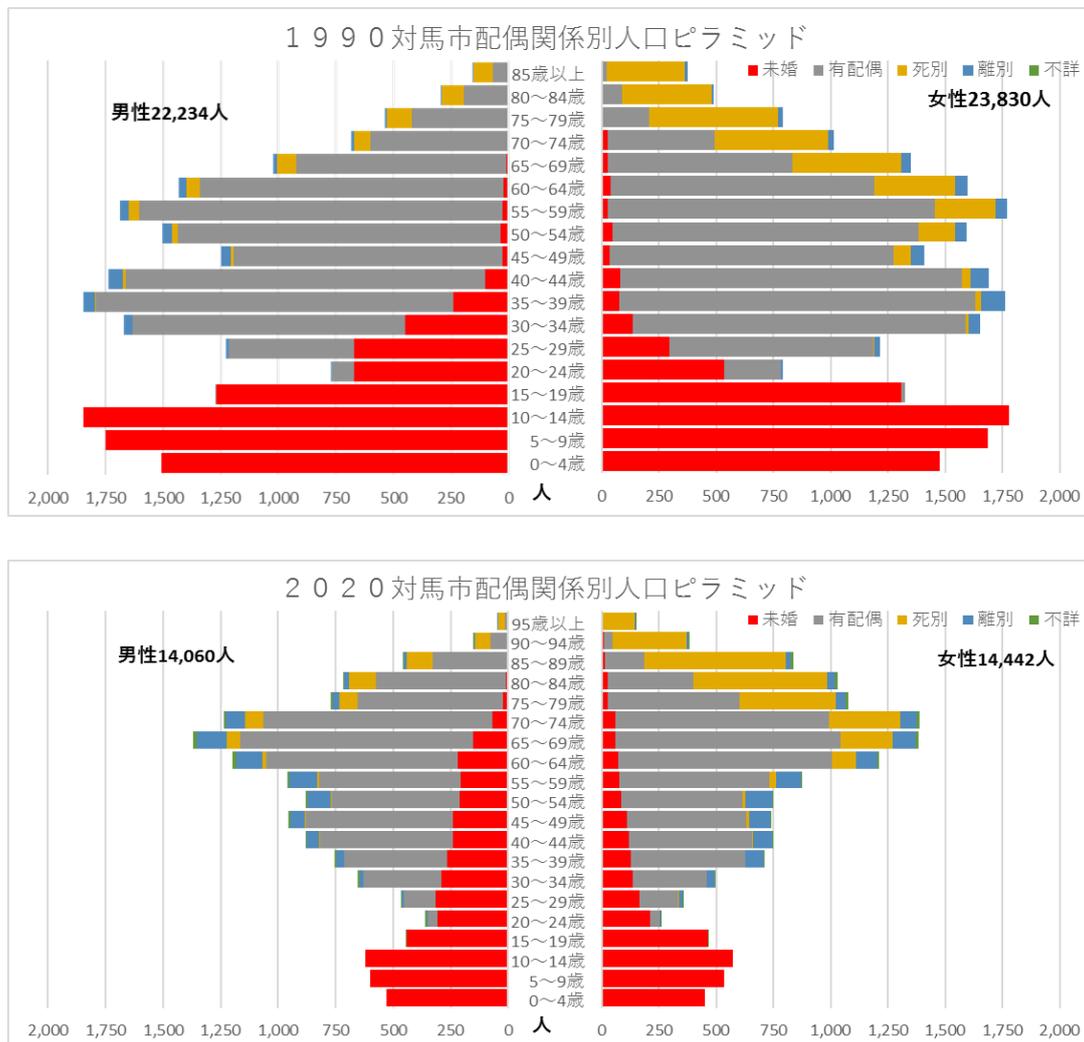


図 3 対馬市の男女別年齢階層別人口とその婚姻状況の比較

このような中、上対馬町漁協管内では、地区毎に漁協組合員から構成される漁組（ぎょくみ）と呼ばれる地域活動や行事を担う中核組織がある。

私が住んでいる古里（ふるさと）地区の「古里漁組」は、Uターンや移住による新規漁業就業者を 20 年以上前から積極的に受け入れている。その漁組員は、自分の得意とす

る漁業技術を惜しみなく伝授することを旨として新規漁業就業者に接しており、一方、就業者としては、さまざまな漁法を習得できるので就業後早期に収入安定が図られることから、就業者の受入数は着実に増えている。

しかし、町の過疎化を跳ね返すまでには至っておらず、青壮年部員は「自分たちの仲間である漁業者をこれ以上減らしたくない」、また、「経済的な発展により町のにぎわいを取り戻したい」との思いを抱くようになり、町おこしにそれぞれが持てる力を出して取り組もうとの意見でまとまった。

私が操業するアナゴかご漁業は漁業許可隻数に枠があり、新規就業者の受け入れが難しいため、私にできる町おこしは、島内外にアナゴ消費を広め、地域の飲食店や観光産業を活気づけることではないかとの考えに至った。

餌料環境が良い対馬海域で漁獲されるアナゴは、型が大きくおいしいというセールスポイントはあるが、逆に江戸前の寿司ネタとしては大き過ぎるとの評価を受け、流通においては買い手市場となって、以前は販売価格が低く扱われていた。

このため、この問題も併せて解決しようと思い、「アナゴを対馬の食文化に高め、観光資源として活かした町おこし」に周囲の仲間と共に取り組んだので、その概要を説明する。

5. 研究・実践活動状況及び成果

(1) アナゴ漁師になったきっかけ（最初は親子船）

私は、約3年半のサラリーマン生活を経て、平成10年10月から父とともに水産関係の仕事始めた。平成12年5月に上対馬町漁協の組合員となり、平成16年5月からアナゴかご漁業の新規許可の募集をきっかけに漁船を購入して、アナゴ漁師として独立した（図4）。

当初は、韓国輸出向けのヌタウナギを主体に操業していたが、長崎県から依頼されたエビ、カニかご漁の試験操業に取り組んだ折、アナゴ漁場を偶然に見つけたことから、今は全国でも流通するマアナゴを対象にかご漁を操業している。

長崎県対馬振興局などの指導の下、アナゴかご漁業者たちは、自ら対馬アナゴの知名度と経営の向上に取り組み、アナゴ漁業の対外評価を高めてきた。対馬市では平成20年頃から新規参入者が増え始め、総漁獲量の増加と並行して、漁業者同士での操業調整や出荷方法についての検討も始まり、対馬市は全国有数のアナゴ生産地への道を歩み始めた。

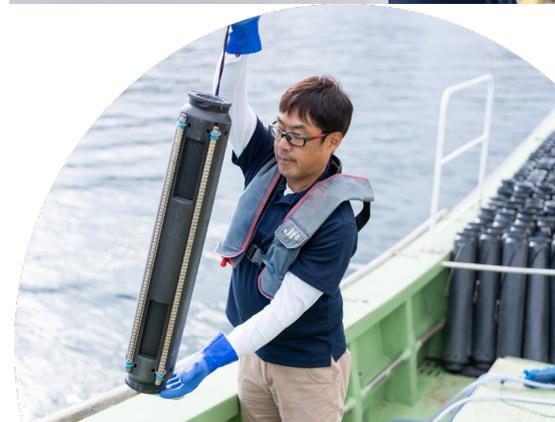


図4 アナゴ漁船(上)と操業風景(下)

(2) 6次産業化へ（寿司店の開店）

漁師の航海安全と豊漁を祈願する恵比須祭や金比羅祭で、「古里漁組」の漁師が持ち寄ってきた魚を刺し身などで地元住民やお客さまに振る舞っていた時のこと、「この魚はどこで手に入るのか」「どこで食べられるのか」との声を多数耳にした。その時、上対馬町漁協の魚は、市場価値が高いことからほぼ島外に出荷され、地元のスーパーの店頭に並ぶことはほとんどないという事実を自覚することとなった。

このような地域の需要に応えるべく、最初の取り組みとして、平成28年11月、アナゴ漁師である長男の私と福岡で寿司職人の経験がある次男で、青壮年部の仲間や漁協、漁連などの協力を得て、食事を提供する寿司店「すし処慎一」を上対馬町に開店した。地元の仲間が水揚げした魚介類を譲り受け、自身の漁獲物であるアナゴを前面に出して、料理を提供した。

(3) アナゴを対馬の食文化に（一次加工品製造）

アナゴは調理直前まで活魚で扱い、活き締めしてさばく特殊な調理技術が必要なことから、地元スーパーでの小売りはもとより、地元飲食店における利用も低調であったため、アナゴもほとんど島外へ出荷されていた。

地元の人や観光客に対馬アナゴを食べてもらいたいと考えた私は、まず地元の飲食店のメニューにアナゴ料理を載せることが第一と考え、自前の加工場を建設し、三男の協力を得て飲食店が使いやすいアナゴ一次加工品の製造を開始した。

全国でも有数なアナゴ水揚げ地で加工し、低価格で一次加工品を地元飲食店へ提供したことにより、地元消費が促進され、対馬におけるアナゴ食文化の盛り上がりと需要増などによるアナゴ漁業者の経営安定へとつながっていった。

(4) 観光客の誘致拡大（大衆酒場の開店）

インバウンド需要を島の最北端である上対馬に引き込むには情報発信が必要と考え、地元飲食店、宿泊施設、レンタカー業者で構成する「上対馬おもてなしネットワーク」の代表を務め、「すし処慎一」に来店した韓国人有名タレントへの「おもてなし」をホームページやブログで発信するなど、上対馬のPR活動に観光関連の仲間と共に取り組んだ。

寿司店開店の1年半後の平成30年には、気軽に対馬の魚介類を飲食できる大衆酒場の「島めし家北斗」を隣に開店し、観光客を呼び込み、「食でもてなす拠点づくり」を行った。この年、対馬市への韓国人観光客は41万人に上って、インバウンド需要の最盛期を迎えた。

(5) アナゴ商品の知名度向上と充実

平成30年2月に千葉県の幕張メッセで開催された「スーパーマーケット・トレードショー2018」に出展した折には、大きくて脂が乗っている特徴をアピールするとともに、薄利多売をしない、強気の価格設定をコンセプトに3日間、漁師カップを着て対馬アナゴを販売した。この時に実施した加工品の販売評価調査を活かし、特産品「穴子の開き」（対生穴子幸生干し、ツイキアナゴコウセイボシ）の開発につなげた。

その後、福岡市で開催された「フードスタイル九州」に2年連続で出展するとともに、長崎市での商談会などにもアナゴ商品を出品して、販売チャンネルを拡大させた。また、インターネットの通信販売の波及により、「すし処慎一」は全国の消費者と少しずついろいろなつながりができて、経営は安定してきた。

(6) 日韓関係悪化、コロナ禍の到来

元徴用工問題や輸出規制強化、軍事情報包括保護協定（GSOMIA）を巡る問題などにより、韓国人観光客は激減した。続いて、コロナ禍により令和元年11月から比田勝（上対馬）一釜山間の国際航路も運休となった結果、平成30年には約91億円（対馬市推計）あった韓国人観光客の島内消費額が消失し、観光産業はとてつもない打撃を受けた。

漁業においても、コロナ禍は外食産業の需要が大きい高級魚の価格を下落させ、アナゴ漁業者は外食需要が中心のため値崩れ防止の出荷調整を迫られ、休漁せざるを得ない経営危機に陥った。

(7) 逆風の中での観光対策の立て直し

コロナ禍で所在がなくなった私たち飲食店経営者は、他業種とも協力し、観光に対する姿勢などを議論する会議を何回も開いた。その会議を通じて、これまで気付かなかった課題などが明らかになった。

例えば、ガイドへのバックマージンの比率も大きいことから、飲食代を低く抑えたメニュー設定の方が喜ばれるとの誤った認識が原因となり、日本食に対し悪い印象を持った韓国人観光客から帰国後に不満が出ていたことを聞いた。また、対馬の高校生が実施したアンケートでは「韓国人観光客は対馬の魚介類を食べたいと考えている」との情報があることも知った。

これらのことから、私は低価格の食事を第一と考えるのではなく、希望する人には寿司や刺し身が充実した「満足の提供」を優先すべきだと思った。私たちは「お互いが良好な関係でなければならない」とする思いやりの姿勢を貫き通すことが観光誘致の原点であるとの認識を得て、「上対馬らしいおもてなし」に改めようとの結論に至った。

このほか、コロナ禍後に観光客が再び動き出したときにリピート来島してもらえるような受け入れ体制を整えようとする中で、マリン・アクティビティが不足していることなども分かり、この集まりは新たな取り組みアイデアがいろいろ湧き上がる、楽しい意義ある会議となった。

(8) アナゴ食文化の定着

「すし処慎一」「島めし家北斗」は、観光客が漁村に期待する新鮮でおいしい魚を納得の価格で提供して楽しんでもらえる「上対馬らしいおもてなし」が経営の信条である。

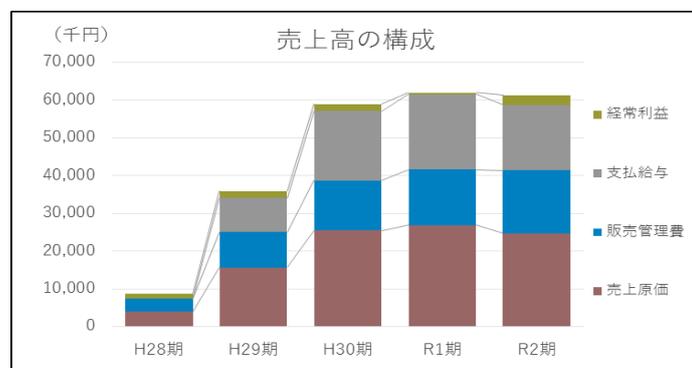


図5 漁業、加工、飲食店経営の売上高

6次産業全体の売上は、飲食店の平成28年期の創業から徐々に伸び、平成30年期は5,895万1,000円、令和2年期はコロナ禍によりアナゴの出荷単価が29%に下落したが、加工品販売や来店客は減ることがなく、前年並みの6,133万9,000円を確保した(図5)。

令和3年期に経営診断を受けたところ、自前のアナゴを使っているにもかかわらず売上原価率が43%前後と高く、原価率が高いとされる寿司店平均の38.8%(TKC指標)を上回っており、材料にこだわったお客さま本位の経営であるとの評価もいただいた。

両店舗は、福岡のTV番組で紹介されるなど、上対馬町のグルメスポットとしての役割を果たしており、アナゴ料理は対馬観光の魅力の一つとして定着しつつある。さらに、インターネットで通信販売しているレトルトの「穴子丼の素」などの加工商品もコロナ禍にあってヒットしており、新たに立ち上げた「対馬テイクアウト」も微力ながら地元飲食店の売上に貢献している(図6)。



図6 アナゴの加工品 (左：アナゴの開き、右：あなごまぜごはん)

(9) 地域への人の呼び込み (中年未婚男性の増加問題)

婚姻適齢期の女性が極端に減少している漁村にあっては、「古里漁組」が取り組む漁業後継者づくりに加えて、若い女性が働ける場所、雇用の場の創出も重要な課題だと考えている。

以前から漁業後継者などを確保すべく、漁業就業支援フェアに出展しているが、令和3年に面談した福岡県水産高校の女子生徒が「すし処慎一」での就職を希望し、令和4年の春に上対馬町に移住した。さらに女子生徒の同級生の男子生徒2人が卒業後しばらくたって対馬に移住し、近隣地区のまき網漁船に従事するようになった。

20数年間におよぶ私のアナゴ漁獲、加工、食の提供の6次産業化の取り組みは、両店舗で常時7人以上を雇用する漁村の就労の場づくりとなって、若い人材を大都市福岡から国境離島対馬に呼び込む成果にもつながり、町の活気に少なからぬ影響を与え始めている。

6. 今後の課題

私は、上対馬町でアナゴを提供する飲食店をさらに広げ増やすことに尽力したい。対馬にはアナゴ以外にもアカムツやアマダイ、ケンサキイカなど、地域特産品が多いことから、この有用資源を生かした6次産業化による町おこしに取り組む仲間づくりができないかと日々考えている。

また、対馬の「豊かな水産物」の提供とともに、地元関係者による快適な「ゆとり」や「海洋体験」などの観光振興の企画に今後も積極的に参加したい。新型コロナウイルス感染症による打撃からの回復も見えてきたことから、若い観光客に対して、フェリーで自転車ごと来島して気軽に対馬の自然風土とともにサイクリングを楽しめる観光コースを提案したい。

最後に、上対馬町では「おもてなし」の心があふれる接客に変わりつつあるので、韓国との友好関係の回復後は、韓国人観光客に何度でも来島していただきたい。最近、国内外の観光客と対馬の住民が、仲良く、言葉の壁や環境の違いを乗り越えて、「飲みニケーション」を図っている明るい未来図が見えてきた気がする（図7）。



図7 6次産業化のスタッフたち