

地元こだわり、荒波を乗り越える ～「えび庵」来客 10 万人までの道のり～

芦北町漁業協同組合
遠山 菊江

1. 地域の概要

私が住んでいる葦北郡芦北町は、熊本県の南部に位置し、八代海に面している（図1）。面積は約234k㎡（平方キロメートル）で、その約8割は山である。人口は、約1万5千人。天草の島々を望む美しいリアス式海岸があり、温暖な気候を利用したデコポンや甘夏の産地として知られている。

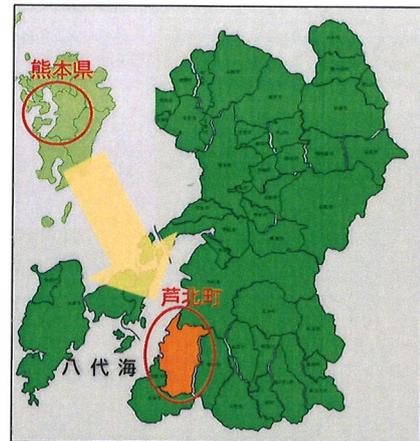


図1 位置図

2. 漁業の概要

主な漁業としては、うたせ網漁業、吾智網漁業、流し網漁業、延縄漁業などが行われている。

主な漁獲物は、タチウオ、アジアカエビ、ハ、モ、アジなどで、近年では、マガキ養殖やアサリの漁獲も行われている。

このうち、釣りで獲れるタチウオについては、「田浦銀太刀」として、令和元年に地理的表示産品（GI）として登録がなされた。

3. 研究グループの組織と運営

芦北町漁協は、正組合員と准組合員を合わせて104名で構成されている。その中で私は、うたせ網漁業に従事し、主にアジアカエビなどを漁獲している。漁業の傍ら、観光うたせ船も運営しており、お客様に漁業体験や船上料理を提供している。

さらに、平成29年からは、うたせ網で獲れたエビなどを使った食事を提供する食堂の運営をはじめており、今年で7年が経過した。このように、「漁業」、「観光業」、「食堂」の3つを掛け持ちしている。



図2 平成29年開業当時の「えび庵」

4. 研究・実践活動の取組課題選定の動機

「えび庵」については、うたせ船で獲れるおいしいエビを食べてもらう食堂で町に人を呼び込む構想が持ち上がり、「わたしが食堂経営をやってみよう」と決意したのが始まりで、そこから町役場やアドバイザーさんの協力を得て、平成29年4月に「芦北うたせ直売食堂 えび庵」として開店した（図2）。「えび庵」がある場所は、国道からも離れており、海沿いの漁協の近くに位置している。場所がわからず、やっと辿り着かれる方もおられる。

「えび庵」では、5つのお約束を定めていて、このうち1つ目には、「芦北・計石を中心に不知火海でとれた新鮮な水産物を使います」、最後の5つ目には、「地元の野菜やかんきつ類など地域の山の幸も一緒にお届けします」、と宣言している。

例えば、主力商品である「足赤えび天丼」には、アジアカエビだけでなく、お米や野菜もほとんど芦北産の食材が使われており、とにかく地元こだわっている。

平成29年に営業を開始した「えび庵」は、開店当初は約4カ月で延べ6,700人のお客様が訪れるなど、予想を上回る大盛況であった。慣れない接客に四苦八苦したが、順調に営業を続けていた。

しかし、開店から3年後、大きな危機に直面した。令和2年に日本全国で新型コロナウイルスが蔓延し、熊本県内でも緊急事態宣言が発令され、約20日間の営業停止を余儀なくされた。感染対策を行いながら営業を再開したが、来客者数は少ない状況が続く（図3）、平日はお客様が0人の時もあった。私や他の従業員が感染し、営業を休まざるを得ないときもあった。

さらに大きな危機が、熊本県南部を襲った令和2年7月豪雨の発生である。一晩で濁流が町を飲み込んでいき、芦北町でも大きな被害があった。幸い、私や従業員は無事だったが、約2週間、営業停止を余儀なくされた。

また、食堂の主力であるアジアカエビの水揚げ量が減少していることも深刻な課題である（図4）。芦北町漁協におけるアジアカエビの水揚げ量は、令和2年7月豪雨後から極端に減少しており、提供する食材の入手が一層不安定な状況になった。

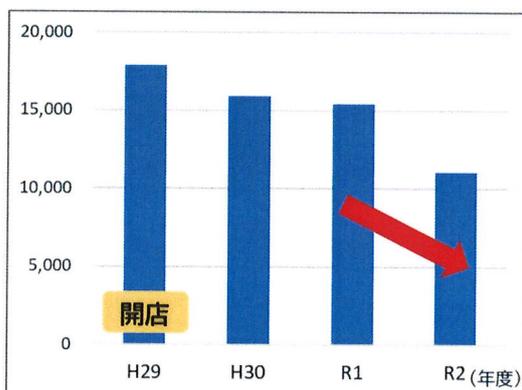


図3 来客数の推移 (H29-R2)

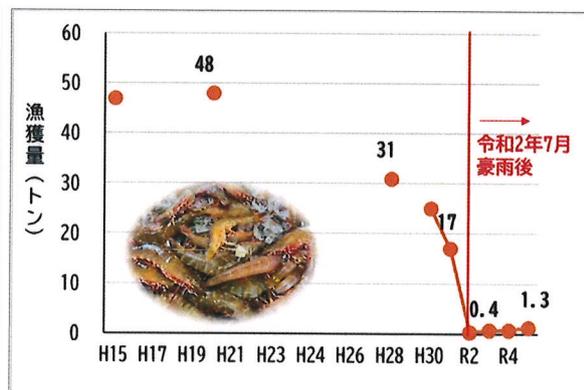


図4 芦北町漁協におけるアジアカエビ (クマエビ) 漁獲量の推移

いくつもの危機に直面し、心が折れそうになったが、「これからも芦北の新鮮な水産物、美味しいエビを食べてもらいたい」、「地元・芦北にこだわって、えび庵を長く愛

されるお店にしたい」と強く感じた。そこで、新たなメニュー開発で持続的な営業を目指したり、積極的な情報発信による集客力アップに取り組み、愛着のある芦北にこだわり、次から次に来た荒波を乗り越えようとした。

5. 研究・実践活動の状況及び成果

(1) 未利用魚や低利用魚による新メニューの開発



図5 シラサエビフライ定食 H29-



図6 すり身揚げを使ったえび庵弁当



アジアカエビの提供が安定しない中、あまり利用されていない魚による新しいメニューの開発に取り組み、シラサエビを使ったメニューを開発した。それまでシラサエビは、あまり利用されてこなかったが、アジアカエビよりも安価で、芦北で獲れるおいしいエビとして注目してもらえると考え、メニューに加えた(図5)。アジアカエビが不漁の時の代わりとして始めたが、現在はアジアカエビに並ぶ人気メニューになっている。お客様にとっては選択肢が増えたことになり、他の場所ではあまり食べられない食材として大変喜ばれている。

また、うたせ網で漁獲されるアカタチやシログチは、あまりスーパー等に並ばないが、アカタチは南蛮漬けに、シログチは干物フライにして、一品料理として提供した。

さらに、うたせ網などで獲れた雑魚を使った、「不知火海丸ごとすり身揚げ」も新たに開発した。コロナ禍を切り抜けるための新たな収入確保策として、お弁当の販売を始めたが、現在も販売を続けており、「不知火海丸ごとすり身揚げ」も具材の一つとして好評で、すぐに完売となる。

従業員のアイデアも取り入れながら、流通には不向きな魚も有効利用してきた。このことで、芦北の水産物のPRにも、地元の漁業者の助けにもなっていると考えている。

(2) SNS等を活用した積極的な情報発信

多くの人々に「えび庵」を知っていただくために、SNSを活用した積極的な情報発信に取り組んだ。Facebookを開設し、メニューや食材の写真、食堂周辺の自然や佐敷港の様子などを投稿していった。コロナ禍でも営業していることを地道にお知らせしたり、令和2年7月豪雨の際は、地域の方々への炊き出しを行うことも、このFacebookを活用

してお知らせしたこともある。

「えび庵」を利用いただいた方などから、暖かいコメントをいただき、苦難の中でも私たちの活力になっていった。



図7 SNSを活用した情報発信

(3) 来客者数の回復と来客 10 万人到達

これまでの活動の効果として、来客者数がコロナ前や豪雨前の水準に回復してきている。令和5年は14,566人の来客者数となり、令和2年の132%となった。

また、令和5年度にえび庵で行ったアンケート調査では、20%の方が福岡県や鹿児島県などの県外から来られており、知名度の広がりを感じた。アンケートの中では、「テレビを見て来た」、「とてもおいしかったです。また伺います。」など、嬉しいコメントをたくさんいただいている。

最も大きな成果として、営業開始から7年経った今年5月に、来客者数が10万人に達した。10万人目は町外のお客様ということもあり、本当に愛されていると実感している。

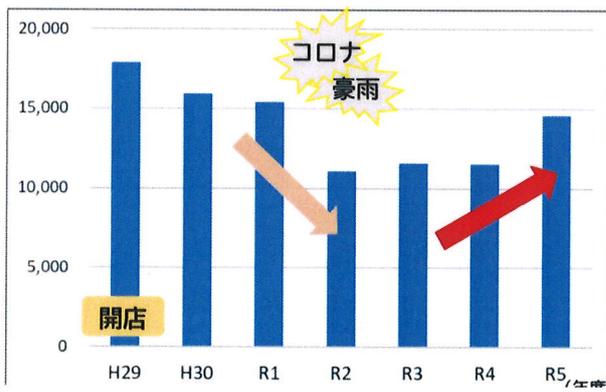


図8 来客者数の回復

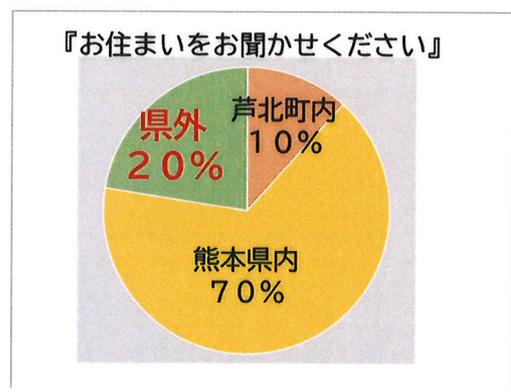


図9 令和5年度アンケート結果

6. 波及効果

「えび庵」では、地元の農産物にもこだわって食事を提供してきた。芦北産のお米や野菜は本当においしく、お客様から「どこで売っているの?」「どこで買えるの?」と尋ねられることがあるため、芦北の道の駅などを紹介している。

また、町企画のキャンペーンに参加することで、観光誘致にも貢献している。特に近年は、芦北を舞台にしたアニメ「放課後ていぼう日誌」とのコラボメニューも提供し、アニメを見て来られる方もおられる。

さらに、「えび庵」は、地元での安定した雇用の創出にも貢献しており、芦北町在住の女性6～7名に仕込みから片付けまで、一生懸命従事してもらっている。勤務して7年目を迎える従業員からは、「和気あいあいとした雰囲気、こんな職場は他にない」、「地元の人、遠方からも人が集まる」など、嬉しい声をいただいている。

7. 今後の課題や計画と問題点

アンケートの結果では、県外からのお客様が20%おられたが、さらに県外での知名度を上げるために、引き続き、SNSなどを活用して情報発信に取り組んでいく。また、熊本県内・芦北町内でも引き続き知名度を上げてお客様を呼びたいと考えている。

近年、地元・芦北で「あさり」が獲れており、アンケートでも「芦北のあさりが食べたい」というコメントもいただいているため、新たなメニュー開発に取り組んでいる。「あさり」をメニューに加えることで、漁業者の生産意欲の向上にもつなげたいと考えている。

次なる目標を「開業10周年」に定めて、これからも県内外で愛される食堂となるよう、また、芦北地域の賑わいにつながるよう、邁進していきたい。