

対話と行動で築く、常磐ものの未来

いわき市漁業協同組合 青壮年部勿来支部
高木 完昇

1. 地域の概要

いわき市漁業協同組合勿来（なこそ）支所（以下、勿来支所）は、福島県沿岸の最南端の、茨城県との県境近くに位置している。また、親潮と黒潮がぶつかる、いわゆる「潮目の海」に面しており、豊かな水産資源に恵まれた地域であり、水揚げされる魚介類は「常磐もの」と呼ばれ東京都中央卸売市場等で高い評価を得ていた。

また、勿来地区は「勿来の関」や市内随一の広さを誇る「勿来海水浴場」など、豊かな観光資源に恵まれた地域でもある。

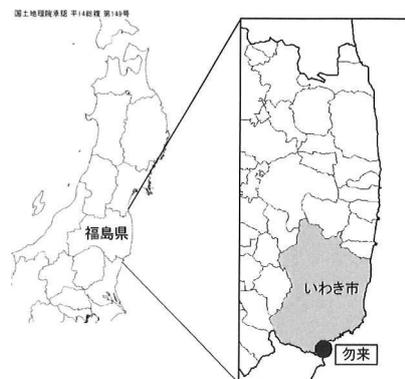


図1 いわき市漁協勿来支所の位置

2. 漁業の概要

いわき市漁業協同組合（以下、いわき市漁協）は、平成12年にいわき市内の7漁協が合併して誕生し、勿来支所には正組合員42名、漁船は46隻が所属していたが、令和6年6月現在の勿来支所所属組合員は33名で、漁船は33隻となっている。

良好な漁場に恵まれ、東日本大震災と福島第一原子力発電所事故（以下、震災）前はヒラメなどの底魚を対象とした底びき網やさし網漁業と、シラス等を対象とした船びき網漁業が盛んであった。震災前年の平成22年の年間水揚げ数量は約1,400トン、水揚げ金額で1億8,000万円であった。

震災の影響で操業自粛を余儀なくされた沿岸漁業だが、平成24年6月から安全が確認された魚種に限定して行う試験操業（以下、試験操業）が開始され、令和3年4月からは本格操業への移行期間が始まった。令和5年勿来支所での属地水揚げ数量は約176トン、水揚げ金額は1億円となっている。

3. 研究グループの組織と運営

勿来支所青壮年部（以下、青壮年部）は、昭和30年に発足した「勿来漁具漁法研究会」を昭和50年前半に改組して誕生した。当初はシラウオ船びき網の漁具改良、ホッキガイ資源管理等の活動に取り組んでいた。

現在は、部員数が23名で、若手漁業者への洋上研修や小学生向けの乗船体験、イベントや県外展示会でのPR活動等を行っている。

4. 研究・実践活動取組課題選定の動機

震災以降、青壮年部では試験操業や放射性物質の自主検査等、福島県産水産物の安全・

安心や風評払拭を主眼に PR 活動に取り組んできたが、令和 2 年以降の新型コロナウイルス感染症（以下、コロナ）の拡大と行動制限により、あらゆる活動が停滞を余儀なくされた。大消費地での展示会や産地魚市場での朝市、漁業技術研修等が中止となり、多くの青壮年部員から「以前のような活動はもうできない」という諦めのような言葉を聞かされた。このようにコロナによって多くの青壮年部員の意欲が低下し、活動の消滅や漁業技術の継承が途絶えることまでもが懸念された。

その最中、令和 3 年 4 月から本格操業に向けた移行期間が開始され、我々にとって操業の拡大が喫緊の課題となり、コロナで需要が落ち込む中、常磐ものの販路や消費の拡大という問題も表面化した。

このように取り組むべき課題が震災後の安全・安心から販路や消費の拡大というフェーズに入ったため、これまでの PR 活動を深化させ、さらなる認知度の向上や需要の創出、消費の喚起を達成することを目的として、青壮年部活動の再開を決意した。

5. 実践活動状況及び成果

操業の拡大と青壮年部活動の再開という 2 つの大きな課題に対し、取組の内容が内省的か外向けか、また、対象が狭いか広いかの基準で「学ぶ」、「教える」、「伝える」の 3 つに単純化し、解決を図った。

(1) 【学ぶ】従前の取組の振り返りと操業拡大に向けた新しい漁法の研究

ア ワークショップによる作戦会議

震災後、青壮年部では風評払拭を重視し活動していたが、そこには系統だった広報戦略といったものはなかった。そこで、令和 6 年 2 月に東京海洋大学の川邊教授とオープン大学のレズリー准教授とともに行ったワークショップを活用し、復興策という大きな視点で振り返った。Q 方法論という主観的な意見を定量的に評価する手法を使い、漁業者以外にも系統団体職員等が各立場で方策の優先順位付けをした。

この結果、各立場によって重要な方策は異なっていたが、全体では優先 1 位が「消費者にとって魚の美味しさと品質は最も重要」であった。この時、常磐ものの美味しさと品質には自信や誇りがあり、対話を通して最も伝えたいことだと気づかされた。

そのため、今後の県外展示会では美味しさ等を伝える工夫として、「顧客の心に響く物語を売る」というマーケティング戦略を常磐ものにあてはめ、生産の背景にあるストーリーを伝え、深く知ってもらおうと企画し、「伝える」取組で試みた。

イ 操業拡大に向けて

近年の海洋環境の変化により、当県においてもトラフグやタチウオ等の暖海性魚類が水揚げされている。しかし、いわき市漁協ではこれらの魚種を狙って獲る漁法が未導入であるため、狙い操業を早急に確立し、従来の船びき網やさし網の操業を補填することが水揚げの拡大につながると考えた。そこで、青壮年部で以前行っていたはえ縄の漁具をトラフグ用に改良する試みが始まった。この取組

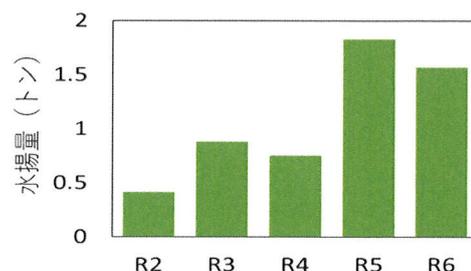


図 2 いわき市漁協トラフグ水揚げ量
※R6 は 1 月～11 月

はまだ道半ばだが、令和 2 年以降のいわき市漁協におけるトラフグ水揚量は増加しており、着実に操業の拡大につながっている。

また、漁具の改良に加え、いわき漁協各支所の青壮年部（以下、いわき地区青壮年部）とともに先進地視察の企画を立ち上げ、令和 6 年 1 月に他県の H 漁協を視察し、地元漁業者約 15 名とトラフグの資源管理やはえ縄漁具等の情報を交換した。特に、他漁法との漁場の競合回避策や資源管理の内容が参考となり、視察した部員が中心となり本格導入に向けた部会設立を進め、本種の秩序だった漁業利用を目指している。

(2) 【教える】漁業担い手の確保と若手漁業者育成活動の再開

ア 小学生の市場見学と乗船体験

青年漁業士でもある私は、勿来支所の指導漁業士と連携し漁業後継者の確保や育成につながる小学生向け乗船体験等の取組を平成 26 年以降行ってきた。

この活動もコロナにより中止していたため、状況を打破すべく令和 5 年から市内小学校の社会科見学を受け入れ始めた。コロナ前は単なる見学や乗船を単発で行うだけだったが、コロナ後の現在は、年 4~5 回、各回 20~40 名の児童を定期的に受け入れ、係留漁船の見学や模擬入札等を実施し、水揚げから販売までの流れを丁寧に説明している。参加児童から毎回多くの質問が出るほど好評で、対話を通して漁業がいわき市の地場産業を支える重要な仕事ということを伝えることができた。

本取組は大がかりな準備は不要なため、漁業担い手確保の入り口として、若年層へ漁業生産の現場を教える機会を継続的に提供することができた。参加する青壮年部員も地域を支える役割を担っていることに改めて気づき、意欲の向上につながった。また、後日送られてきた児童の感想文には「後継者不足を初めて知った」と記載があり、問題意識の発現にまでつながった。

イ 洋上研修による技術継承の再開

地域児童が漁業に触れる機会を提供することに加え、漁業に就業して間もない若手漁業者の育成や指導も漁業士として重要な役割である。

平成 25 年から船びき網等の漁業研修を行っていたが、コロナで中断していた。この間、勿来支所では 2 名の新規就業者が入ってきたため、彼らのために、令和 6 年に洋上研修を再開した。研修内容は船びき網における魚群探索、魚群探知機の見方等で、これまで先輩から教わってきた技術を惜しみなく伝えることができた。また、研修の様子を動画に編集し、参加した若手が後で見返えせる材料となった。



図 3 船びき網洋上研修の様子

この研修を経て普段から情報交換を行う習慣ができ、シラス漁期には人手が不足している船に乗入れるなどの工夫も生まれ、若手漁業者が漁に参加しやすくなった。そして、令和 6 年の春シラス（6~7 月）漁獲量は約 42 トン、金額は 3,000 万円と震災後では最高になり、操業の拡大に寄与できた。

(3) 【伝える】首都圏大学学園祭での講演や県外展示会でのPR活動

ア 首都圏大学の学園祭における「福島海プロジェクト」の取組

平成25年から首都圏大学の学園祭において、ホッキガイの試食提供等のPR活動を行ってきた。こちらもコロナにより中断したが、令和5年から再開し、首都圏の消費者、特に親子での参加が多いこの機会はPRの好機と思い、対話をテーマとする新たな企画に取り組んだ。具体的には研修で撮影した動画や普段の操業動画を流しながら参加者と意見交換したり、ロープワークを子供達に教えたりして、本県の漁業者の想いや魅力を存分に伝えることができた。

質疑応答の中で印象的だったのは、本県でも海水温上昇により暖かい海で見られるイセエビやタチウオなどを工夫しながら、水揚げしているということを伝えたとき、参加者の中で驚きの声があがったことである。これは、コロナ前後で急激に変化した当県沖の状況を伝えるということ、全国的な課題に対し当県の漁業者も工夫しながら立ち向かっていることを伝える意義を感じた。

イ 県外展示会でのPR活動

平成30年からいわき地区青壮年部として大消費地での展示会に参加し、常磐もののPRを行っている。コロナ流行時の展示会は行動制限下でのPRに留まり苦戦したが、令和5年から試食を再開し、前述のワークショップで得られた教訓を基に、試食品の加工過程を写真パネルで説明するなど、常磐ものや特産品の背景にあるストーリーを伝え、より消費につながる内容を意識した。

その結果、特産品であるういの貝焼き（ホッキガイの貝殻ういの身を盛り付けて蒸した加工品）の試食ではその濃厚な味や風味に驚かれ、低利用資源で消費拡大のため実施したホシザメ（南蛮漬け）の試食は癖のない味と大変好評であった。

また、展示会で福島県産水産物への意識調査をした結果、本県産の魚介類が売られていたら97%が購入すると答え、理由は46%が美味しいからと、これまでのPRによる成果が得られた。さらに、33%が産地は気にしないという結果であり、本県産と他県産の区別が無くなっているという事実も確認できた。

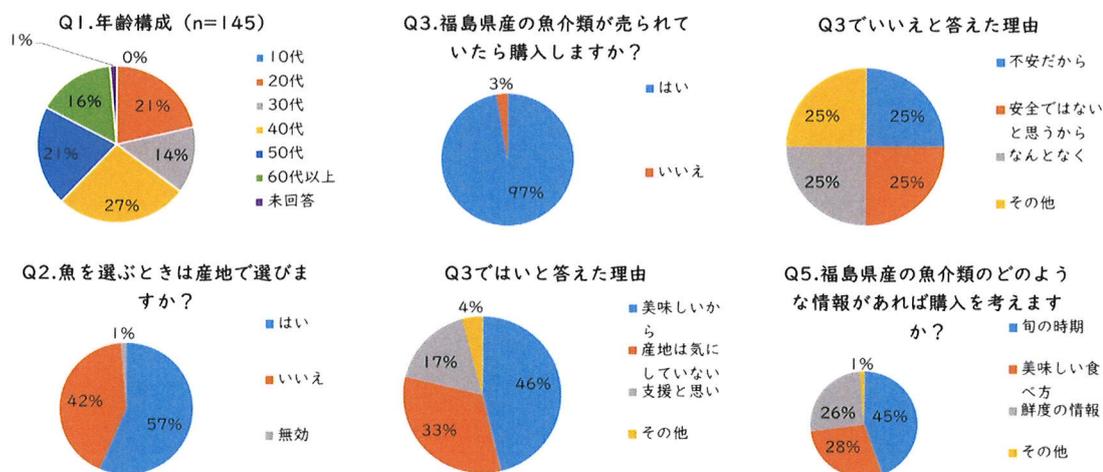


図4 大消費地展示会での意識調査結果

6. 波及効果

「学ぶ」「教える」「伝える」の3つの取組をコロナ流行時においても継続したり、再開したりした結果、漁労技術は確実に次世代につながり、日々の操業の中でも互いに協力しあう体制が強化されたと感じている。

また、多くの方々との対話を継続してきた結果、意識調査結果において常磐ものの購買意欲を数値で確認できた。加えて、旬の時期や美味しい食べ方が求められているというニーズを確認できたことから次の活動を展開する意欲も沸き上がり、漁師直伝まごころレシピの開発がいわき地区青壮年部で始まるなど活動の活性化に波及した。

なお、大消費地での展示会で手応えを感じた試食方法を主に食品バイヤーが集まる九州の展示会でも実践し、意識調査を行った。その結果、常磐ものを知っているという人が約2割いたことがわかった。震災以前の数値は不明だが、遠い九州の地にも常磐ものの認知が広がっていることも大きな前進であり、認知度向上の波及効果が得られた。

Q.常磐ものを知っていますか？

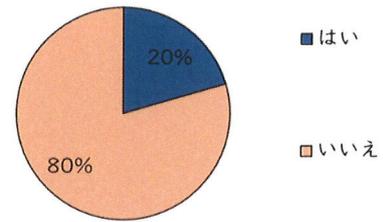


図5 九州展示会での意識調査結果

7. 今後の課題と問題点

操業の拡大においては、目まぐるしく変動する海洋環境への対応が十分でないという点が課題として残されている。例えばトラフグでは、部会の立ち上げやその後の漁法間の操業の調整という大きな問題があり、お互いの漁法を尊重しあい、慎重な話し合いをしていくことが今後求められる。そのため、底びき網とはえ縄の競合解決の具体的な案として、操業海域や時期、時間帯などを数パターン作成し、協議の準備を進めている。

また、PR活動の継続には、多くの青壮年部員の協力が不可欠であるが、操業の拡大に伴う活動時間の減少が課題となっている。そこで、いわき地区青壮年部では、多くの部員に参加してもらうこと、限られた時間で効果的な活動を行うことを目的として、令和6年度から2つの取組を始めた。

1つめは、活動に協力してもらった部員に謝意を込め、ポイントを贈呈し、年間で最もポイントが多かった部員をMVF (Most Valuable Fisherpersion) として表彰を行うという取組である。これにより失われた意欲を少しでも取り戻したい。

2つ目は、漁師プロマイドの作成である。PR活動をより効果的に行うには、PRする側の認知度を向上させようという目的で、自分達自身の自己紹介カードを作成し、初見の方のアイキャッチを得つつ、PRのきっかけとする取組である。これにより、限られた時間と人員であっても、効果的な活動が期待できると考える。

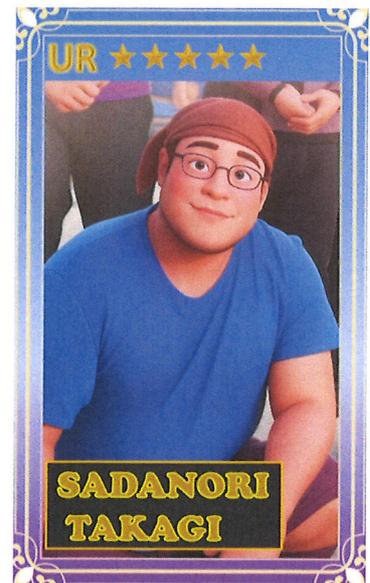


図6 私の漁師プロマイド