

新たな視点で水産物の販路拡大を模索する長崎県上五島

—「アンテナ居酒屋」の展開、移動販売車の導入—

本誌編集部

1. はじめに

(1) 相次いでオープンするアンテナ居酒屋

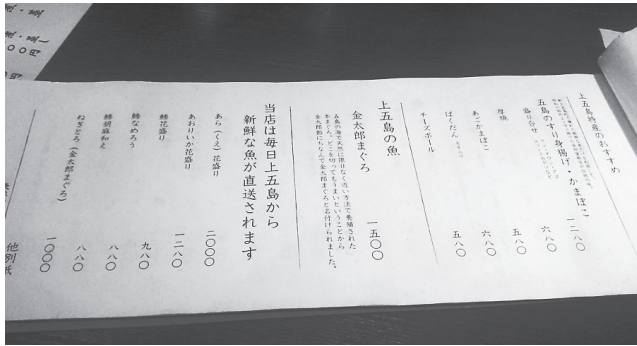
ここ数年、東京などの都市部を中心に「アンテナショップ（地方自治体の特産品の販売や観光情報の提供などを目的とした店舗）」ならぬ「アンテナ居酒屋（地方自治体の特産品を総合的に活用した飲食店）」がオープンし始めている。アンテナ居酒屋の明確な定義はないが、ここでは行政が運営、行政と民間事業者の協力により運営、行政が公認する店、自治体や島の名前を冠した店としたい。近年、メディアで取り上げられた離島関係市町村のアンテナ居酒屋だけを見ても、「宮城県大川町 産直鮮魚とマグロの明神丸」（東京・門前仲町）、「青ヶ島屋」（同・新宿）、「佐渡島へ渡れ」（同・恵比寿など）、「長崎県 平戸漁港 六次期」（平戸市の特産品を活用。同・上野）、「ご当地酒場 長崎五島列島小値賀町」（同・日本橋）、「よりあい処つしま」（福岡・博多）など、すぐに数軒をあげること

ができる。平成二十二年にキッチンカーでの行商からスタートし、東京・浅草の百貨店内などへの出店を経て、今年九月下旬に同・神楽坂に店舗を開いた島根県海士町の「離島キッチン」は、まさにその先駆けと言えるだろう。

(2) 渋谷センター街の二画に建つアンテナ居酒屋「上五島」

東京都渋谷区宇田川。オーチャードホールの建つ道玄坂二丁目を井ノ頭通りの方へ曲がり一区画ほど歩いた、渋谷センター街の外れに建つ白い三階建てのビルの二階に「日本列島酒場 上五島」（以下、「上五島」）がある。店内に入ると周囲の雑踏が嘘のように、ゆったりと落ち着いた空間が広がる。

「上五島」は、長崎県新上五島町で水揚げされた鮮魚や五島うどんなど上五島産の食材を中心に扱う「アンテナ日本料理店」である。オープンは平成二六年九月。店舗の運営は、同町・中通島の公設民営型リゾートホテル「マル



「上五島」のメニュー。上五島産の食材を使った料理が並ぶ。

「上五島の魚」の指定管理者でもある際コーポレーション株式会社が担う。同社は、飲食店を中心に三〇〇店舗以上を全国に展開している。町と同社は、同二七年三月に相互連携を強化して、町の観光や物産の振興、知名度の向上を図ることなどを目的にパートナーシップ協定を結んだ。

店の売りは、なんとと言っても上五島産の新鮮な魚である。

島で水揚げされ競りにかけられた魚を、島内の契約水産業者が購入、すぐに活き締め、神経抜きなどの処理を施して箱詰めし、宅配便(冷蔵)として出荷する。

商品は、長崎港から長崎空港へ陸送され、空路にてその日のうちに東京へ届く。例えば今日の夜に発注した場合、最短で明日の夜には店に並ぶ。際コーポレーションでPR／プロモーションを担当する石川美保子さんは、「客

層は、若者というよりも少し年齢が高めの落ち着いた方が中心。やはり『魚がとても美味しい』という声が多い」と話す。

店では鮮魚のほかにも、五島うどん、かんころ餅、焼酎、上五島産の塩と椿油が入ったアイスクリームなどバラエティに富んだ上五島の料理を提供している。「島のジビエ」として、地元猟師の組合である新上五島町有害鳥獣有効利用組合から仕入れた猪肉も扱っており、島で有害鳥獣として駆除した猪の有効な活用法の一つとして期待されている。

石川さんは、「当日どんな魚が釣れるかで、店に入ってくる魚種が変わる。それが店の魅力でもあるが、メニューづくりなどのオペレーションを改善していかなければならない。現在、上五島の食材は提供できているが、島での食べ方までは完全に提供しきれていない。今後は食べ方までも含めて提案していきたい。こういった展開をしていくとき、地元行政との協力が欠かせない」と、展望を語る。

本誌にて数回にわたり紹介している通り、島の基幹産業である漁業を活性化させるため、六次産業化による高付加価値化や、島外への販路開拓に取り組み自治体が増えている。例えば、福岡県大島、鹿児島県下甕島(それぞれば本誌二四一号、二四二号参照)などはその代表と言える。上述の上五島もこれら取り組みに積極的な地域である。最近の新

聞記事などをあたってみると、移動販売車を活用して他県への販路拡大を図ったり、加工品の開発に取り組み「県の特産品」として認定された漁協など、厳しい水産業の現状を打開する新しいうごきが起きている。八月上旬、島の水産の現況を知るべく、新上五島町を巡った。

2. 移動販売車での販路拡大や観光客への朝食の提供などに取り組む上五島町漁協

(1) 漁業者の所得向上を目指して

中通島の西側、青方港あかたの近くに位置するのが上五島町漁協である。近海は季節ごとにさまざまな魚種が来遊する好漁場で、その種類は年間約二〇〇種にもおよぶ。漁法もさまざまで、主として定置網まきあみ、旋網、刺網、一本釣り、はえ縄、籠など多種にわたる。このほかヒラマサやブリ・ハマチなどの養殖業も行われている。

平成二六年度の組合員数は四二四人で、このうち正組合員が一七二人。同一六年の組合員数が六〇八人（うち正組合員四四〇人）だったので、ここ一〇年で二〇〇人弱減少したことになる。漁協業務部業務課長の古木亮さん（以下、古木さん）によると「組合員数の減少は、高齢や病気による脱退がほとんど。現在の組合員の平均年齢はゆうに六〇歳を越えており、高齢化率は六五パーセント程度。新規就

業者の確保が課題」だという。これに加えて、水揚げ量の減少（平成一四年・約一三〇〇トン↓同二五年・約九〇〇トン）、魚価の低迷、燃油の高騰などが近年の課題としてあげられる。

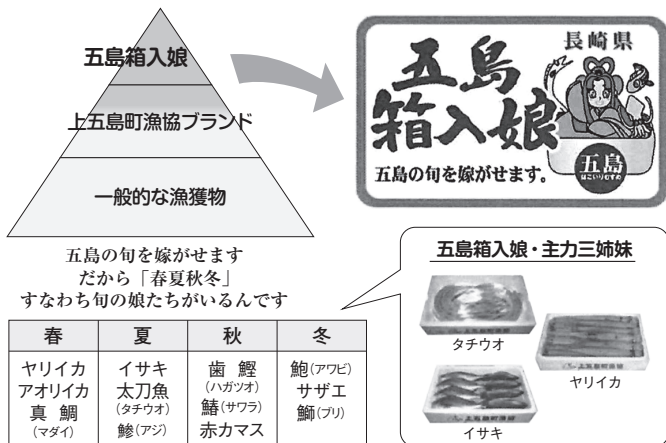
この状況を打破すべく、漁協では最重要課題として魚価の向上と島外への販路拡大による漁業者の所得向上に取り組んだ。

(2) 上五島町漁協ブランド「五島箱入娘」の確立

上五島町漁協の主な出荷先は福岡市中央卸売市場（一部、長崎県漁連を經由し長崎方面へも出荷）。海上輸送は、野母商船の「フェリー太古」を利用する。漁港に水揚げされた魚は、箱詰めされ、野母商船の冷蔵・冷凍コンテナにて博多港へ運ばれる。昼ごろに上五島・青方港を出港したフェリーが博多港に着くのは夕方。そこから福岡市中央卸売市場へ陸送され、翌日の競りにかけられる。古木さんは、「上五島は、離島という地理的ハンデ（時間的な制約）による魚価の低下、海上輸送による割高な輸送コスト（鮮魚一箱あたり一三〇～二五〇円程度）のため、仮に一箱一〇〇〇円で売った場合でも漁業者の手取りが二五〇円ほどにしかならない。関西・関東方面への出荷となるとさらに減少する」と漁業者の厳しい現状を説明する。

そこで漁協が平成一八年度より取り組んでいるのが、水

高品質化(ブランド化)にむけた取組



魚種と時期を限定した高品質水産物



水揚げの様子。この日、「五島箱入娘」の基準をクリアする魚は揚がらなかった。

娘」と名付けて売り出している。ブランド出荷者認定制度を導入し、魚の取り扱い方法、活き締めや神経抜きはもちろん、イカ墨の完全除去など厳しい規格基準が設けられ、それをクリアした漁業者のみが出荷者として認定される。「五島箱入娘」という名前の由来は、漁業者が一匹の魚を我が子のように大事に取り扱いながら出荷していくことにちなんだもので、いわば漁協の取り扱う魚の最高峰である。高品質を確保するため、旬を考慮し季節ごとに魚種を限定して

産物の高品質化(ブランド化)による魚価の向上、「上五島町漁協ブランド」の確立である。上五島で生産される非常に質の高い魚を、流通に時間的制約があるなかで、いかに水揚げ時に近い状態で消費者まで届けるか、漁業者を対象とした「ブランド化講習会」などを行いながら試行錯誤を

繰り返した。講習会の内容は、品質を高く一定に保つための魚の取り扱い基準の説明、神経抜きなど取り扱い技術の指導など。漁協職員の異動などにより品質が変動することがないよう継続的に実施されている。「まだまだ改善すべき点が多いと思うが、これら取り組みによって、一定の基準を満たす漁協ブランドが確立されつつある。市場からの評価も得られている」と、古木さんは話す。

いるのも「五島箱入娘」の特徴と言える。

なお現在、町では離島輸送コスト支援事業として、離島活性化交付金を活用し、魚介類および特産品(うどん)の島から本土への海上輸送費の三分の二を助成している。また今年三月からは養殖用飼料の移入費についても助成対象となっている。古木さんによると「海上輸送費の支援は本当にありがたい。この支援がなくなると、ますます漁業者の収入が減り、水産業に携わる人が減っていくと思う。上五島町漁協には養殖業を営む組合員もいるが、移出補助にさえ、移入への補助もできたことで、新たに人を雇ったところもあると聞いている」という。国においては、こういった点をしっかりと評価し、計画期間の三年を経過しても引き続き支援してほしい。

(3) 移動販売車で販路拡大と上五島のPRを

八月の月曜日の午後二時四〇分ごろ、福岡市東区のスーパーの店先に目を引く一台のトラックが停まった。上五島町漁協が運営する移動販売車「五島箱入娘」一号車である。冷蔵・冷凍ケースを搭載した二トントラックには、同漁協の「五島箱入娘」を代表とする生鮮魚介類をはじめ、水産加工品や五島うどん、椿油、かんころ餅などの特産品が並ぶ。ほぼすべてが新上五島町産である(一部、五島市奈留島産のものあり)。

開店すると、スーパーでの買い物を終えた主婦などを中心に、新鮮な魚や珍しい島の逸品を求めて車内へ入っていく。漁協職員で移動販売車担当の中山進一さん(以下、中山さん)によると、「現在、月曜日から土曜日まで、合計一カ所でルート販売を行っている。販売時間は、だいたい午前一〇時～午後一時、午後二・三時～四・五時までの一日二回(水曜日は午前中のみ)。客層は場所ごとに多少違いは見られるが、高齢の方が多い。平日昼間の時間帯に買い物に来ることのできる方に高齢者が多いほか、若者の「魚離れ」も要因としてあげられるかもしれない。リピーターも多く、スーパーに入る前に、うちで魚を購入しておいて、帰りがけに取りに来るお客様もいる」という。

移動販売車を開始したのは平成二四年三月。惜しくも今年四月に急逝された漁協販売部長の中元達也さんらが中心となって、漁業者や地域の方々のさらなる所得向上や上五島のPRを目的に事業をスタートさせた。事業に係る初期費用は、移動販売車の購入を含め二〇〇〇万円強。そのうち県と町から新世紀水産業育成事業補助金として約二五〇〇万円の補助があった。

当初はルート販売ではなく、農協などの協力のもとスポット的に農産品直売所で販売したほか、社会貢献も兼ねて福岡県内の新鮮な水産物の購入が難しい地域(団地など)へ独自の判断で出向くなどの運営方法であった。しかし、



福岡市内のスーパーの店先に停まる上五島漁協の移動販売車。



車内の冷蔵・冷凍ケースには、上五島産の新鮮な魚が陳列されている。

出向いた先の地元の魚屋さんとの関係や効率的な営業、リーダーの確保などの観点から見直しを重ねるうちに、現在の決められたルートを回る仕組みとなった。ルートの設定にあたっては、漁協が以前から取り引きのあった福岡県の農協に協力をお願いするとともに、長崎県漁連を通じてグリーンコープ（九州・中国・関西にある一四の生協により構成）、長崎県人会を通じてFコープ（福岡県内の五つの地域生協の合

（４）販売現場の声を商品開発に

同によって設立された生協）を紹介してもらった。ルート（販売場所・販売順など）は、売り上げ状況などを勘案し毎年度見直している。今年度は、福岡市のほかに糸島市、春日市、久留米市、八女市、大木町（おおくま）を回っている。

移動販売の一日は、早朝の鮮魚の積み込みから始まる。

島で水揚げされた魚は、活き締めなどの加工後、移動販売用にパック詰めされ、冷凍・冷蔵コンテナにて昼過ぎのフェリー太古で博多港へ運ばれる。翌朝の積み込みまでは、同コンテナで保管。先述の通り、漁協の出荷先のメイ
ンが福岡市中央卸売市場なので、移動販売用に船やコンテナを別途手配しているわけではない。移動販売事業用の事務所は特に設けられておらず、担当者
は、毎朝自宅から移動販売車が停められて
いる博多港のベイサイド内に通い、そこで
当日販売する分の鮮魚などの商品を車に積み販売先へ向かう。

現在の移動販売担当者は二人。当初は三人（すべて女性）のシフト制で運営

していたが、やはり男性の力も必要とのことで、一年半ほど前に一人の女性スタッフが代わり中山さんが加わった。中山さんは、「積み込みや積み下ろしなどの力仕事の面はもちろん、クレーム対応といった点でもやはり男性の力が必要だった」と話す。今年の一月に女性一人が退職したため、二人態勢となった。販売先へは基本的に二人で行くが、職員の休日確保などの関係から、近場で売り上げが比較的低い月曜日と木曜日は分担して一人で売り場を回る。

移動販売車には、車載POS（販売時点情報管理。物品販売の売り上げ実績を単品単位で集計するシステム）が導入され、売り上げや在庫状況などのデータは、当日の業務終了後に移動販売車から直に漁協へ送られる。ただ、いま使用しているPOSでは、全体的な数字の管理はできても、「誰が・何を・どこで購入したのか」といったより詳細なデータを取るまでには至っていない。漁協の古木さんは、「移動販売の売り上げを上げていくためにも、どこで何が売れたかを鳥側で管理・分析できる仕組みが必要。そのデータをもとに商品開発を行うなど次の展開が考えられる。システムの改良は今後の検討課題である」と語る。

現在の移動販売の売り上げは、曜日によって変動はあるが一日五〜一〇万円程度。夏よりも寒い鍋の季節の売り上げの方が良いという。これまではスタートしたばかりで事業収支はマイナス。三年目の今年度を勝負の年と位置づけ

ている。「最近の売り上げは横ばいもしくは微減といった状況。今年度こそ損益分岐点を越えようと漁協販売部で決意を新たにした矢先に、陣頭指揮を執っていた中元部長が亡くなったのが非常に悔やまれる」と、中山さんは故人の存在の大きさを口にした。

売り上げの向上を目指し、現場から漁協本部などへ商品の提案をすることもある。例えば、移動販売用の鮮魚のほとんどは、真空パックにして出荷する形態に変更した。これは、真空保存することで、鮮度を保つことはもちろん、購入者が一回で使いきれなかった場合、そのまま冷凍することもできるという、都市のニーズに



都市に住む消費者の生活スタイルに合わせて開発した無塩冷凍の商品。

合わせた形だ。また、魚をすぐに食べるのではなく、一旦冷凍保存するという消費者向けに、無塩冷凍の商品も開発した。もちろん、こういった提案に対し、島側では懐疑的なところもあったという。中山さんは、「当初、冷凍商品をつくることに不安を覚える職員が多かった。しかし、移動販売車のメリットを活かし、イベントへの出展やスポット的に試験販売して反応を確かめることができた。売れることが分かると、地元も提案を好意的に受け止めてくれるようになった」と話す。

このほか、ポップに工夫を凝らして旬の魚を消費者にPRしたり、対面販売の利点を生かして食べ方や料理法などのアドバイスをするといった販促活動も積極的に展開している。

移動販売の売り上げの割合は、鮮魚と加工品で半々か、やや加工品の方が大きい。加工品は漁協だけでなく委託品も含まれているため、利益率を高めるためにも今後は鮮魚の売り上げを増やしていきたいという。なお、移動販売で売れ残った鮮魚は、福岡にある提携業者に卸すため基本的に廃棄はゼロである。

このほか車内の冷凍・冷蔵庫のメンテナンスに手がかかることや、車の塗装リニューアルといった問題があるが、特に若い層の開拓が課題だという。古木さんは、「イベントなどへの出展依頼も多いので、そういったところを上手

く活用しつつ、販売データをしっかり分析して新たな客層の開拓などにつなげたい。ただ、新たに販路開拓したいのに、それだけの水揚げがないことも課題。上五島町漁協ブランドにふさわしい魚が安定して獲れるよう、水産資源の回復にも力を入れなければならない」と今後の取り組みについて語った。

(5) 観光客向けに女性部が「漁師の朝飯」を提供

上五島町漁協女性部の活動も注目である。女性部では、上五島の新鮮な魚介類を観光活性化に活かそうと、平成二六年度から島へのツアー客などを対象に予約制で「漁師の朝飯（以下、朝飯）」を提供している。

発端は、近藤守前組合長と遠山暢昭のぶあき参事が「島へお客様を呼ぶために、漁協だからできることを考えたい」と、女性部の松田初子部長に相談したこと。これを受けて松田さんは、女性部の面々と協力して「島にある食材の魅力を活かした料理を届けよう」と、朝飯を考案した。

朝飯は、その日に水揚げされたばかりの旬の魚やイカなどの刺身、漁夫汁（魚の味噌汁）、焼き魚、ご飯が並び、食べ放題で一人一六二〇円（税込）。これに島で養殖しているアワビを加える場合は、同二〇〇〇円（同）となる。

食事の提供場所は、漁協の魚市場・冷凍工場のすぐ隣にある「海鮮処 第十八かみごとう丸」。ここは、毎年二



とれたてのイサキの刺身。「漁師の朝飯」では、その時々旬の魚が並ぶ。

三月に開催される「上五島カキきヤー喰う祭り（島でとれた旬のカキを味わう恒例のイベント）」の会場でもある。ツアー客らは、早朝、魚市場で競りなどを見学した後、朝食会場へ向かう。筆者が訪れた日は、約三〇人の観光客が、水揚げされたばかりの新鮮な魚に舌鼓を打っていた。市場で見ただ魚をすぐに食べることでできる楽しみや、食事を提供し

てくれる女性部の方々との交流などが大変好評で、クラブツーリズム、阪急交通社、タビックスジャパンなどの関東、関西からのツアー客を中心に、昨年度は全国から一七三四人の方々が訪れた。今年度はそれさらに上回るペースで、六月末時点ですでに一〇五〇人の集客があるという。女性部の方は、

「観光のピーク時には連日予約が入っていて、女性部でシフトを組んで対応している。また『漁師の昼飯』も提供してほしいとの声もある」と笑顔で話す。

漁協の古木さんによると、「女性部の取り組みはお客様にも喜ばれているが、女性部の方々のやる気にもつながっている。新たなメニューづくりなどにも取り組んでいるようだ。要望のある昼飯については、食事会場がいわゆるビニールハウスなので、夏の昼は熱中症になるくらい室温が高くなってしまうため提供は難しい。もし提供を始めるとしたら秋になるだろう」という。

「長崎県観光統計」をみると、近年の新上五島町の観光客延べ数は、年間一九万六一〇三人（平成二年）から二四万二〇七八人（同二五年）と毎年順調に伸びている。今後、「長崎の教会群とキリスト教関連遺産」としての世界遺産登録などを控え、ますます観光客が増加する可能性も高い。漁協女性部の取り組みがより盛況となり、ひいては漁業者の収入向上につながることを期待したい。

上五島町漁協では、移動販売事業や女性部の「漁師の朝飯」など新たな事業を展開しながら、生き残りを模索している。まだ始まったばかりの事業も多く、試行錯誤が続くと思うが、漁業者自らが考え、行動に移すことこそが、現状を打破する近道なのではないだろうか。

続いて、水産物のブランド化や加工による高付加価値化、

大都市圏への販路拡大などによる漁業収入の向上に地道に取り組む有川町漁協を紹介したい。

3. 漁協ブランドの確立と加工品の販売に活路を

見出す有川町漁協

(1) 定置網が主流の有川町漁協

中通島の東北部一帯を占め、行政の中心でもある旧有川町。北東に向かってV字に広がる有川湾の付け根に位置するのが有川町漁協である。

かつてより漁業で栄え、捕鯨も盛んだった有川港。現在は、漁協自営定置網や経営団（有川漁業団）定置網（八カ統）、個人定置網（八カ統）など、水揚げの約八割を定置網が占める。このほか刺網、一本釣り、タコツボ、採介藻漁業などを行う組合員もいる。主な魚種は、トビウオ（あご）、シイラ、ソウダガツオ、サンマ、スルメイカなど。有川湾の特徴上、北東の風が吹くときは水揚げが伸びるといふ。

有川町漁協に水揚げされた魚は、長崎県漁連に委託し、各市場へ鮮魚として出荷される。四〜九月は県漁連がトラックに積み込んで九州商船のフェリーで島外へ運ぶ。どの市場へ出すかは、そのときの魚価などを踏まえた漁協の判断による。このほか、魚によっては、夕方のフェリーに乗せて運ぶこともある。一〇〜三月にかけては、大型船団が

操業し水揚げが多いため、漁協保有の運搬船（二〇トン）で主に佐世保魚市場へ出荷する。また、漁獲量によっては、県漁連に運搬をお願いすることもある。

一箱当たりの海上輸送費は二五〇円（このうち三分の二が補助）。有川町漁協参事の濱村裕二さん（以下、濱村さん）は「離島活性化交付金の輸送費支援は非常に助かっている。漁業者の負担軽減につながるなど効果があるので、三年で終了するのではなく、今後も継続してほしい」と話す。

現在の組合員数は、一二九二人（うち正組合員三四三人）。六〇歳以上が全体の七七パーセントを占め、二〇歳代は数人である。新規就業者の確保が課題で、特に定置網に就く人間が不足しているという。「定置網の募集を島内でかけても人が集まらない。操業期間が一年通してないため、期間外の収入をどう担保するのが難しい。Ｉターン者の場合、住む家とともに、定置網期間外の仕事についても受け入れ側が用意しなければならぬため負担が大きい。そこで漁協としては、島の住民や島に家があるＵターン者を狙っているが、なかなか思うようにはいかない」と、濱村さんは新規就業者確保の厳しい現実を説明する。

(2) 県にも認定された「五島海之蔵」ブランド

平成一二年、漁協の建物のすぐ隣に水産加工場が建てられた。ここを活用し、漁協が加工商品づくりに取り組み始



工場内の様子。衛生管理を徹底し、安心安全な商品の提供を心がけている。

めたのは平成一二年ごろである。新鮮な魚を使い、付加価値を高めた「五島海之蔵」ブランドの確立を図った。

原料は、あご(トビウオ)やイカが中心。漁協に水揚げされたばかりの原料を、高鮮度のまま加工し、鮮度低下が起きないように気をつけているという。もちろん衛生管理も

徹底しており、

工場内の空気洗浄、毎日の生産管理や衛生チェック、作業員入室時のエアダスターなどを実施している。

加工部は、作業員・事務合わせて一三人体制。主な作業は、午前中に下処理をして、午後に行ったり、パッキングなどを行う。どのくらい

回すかは、その日の朝の水揚げにより、その都度調整する。現在、あごやイカ加工品を軸に、塩干し品、粉末だし製品など幅広い加工商品を製造・販売。主な取り引き先は、島内のスーパーや卸業者のほか、島外では長崎県漁連、長崎漁港水産加工団地協同組合、総合食品メーカー・久原本家グループの久原本家食品(福岡県)などである。このほか、自社店舗での販売や、催事への出展・販売、インターネットなどの通信販売も行っている。

平成二六年度の年間販売額は約一億一〇〇〇万円。販売高の比率をみると、島内二八パーセント、長崎県本土二五パーセントと県内で半数を占めるほか、福岡県や関東などの売り上げが多い。漁協加工課長の江濱真一郎さん(以下、江濱さん)は、「中部・関西・四国地方の販売が弱い。このエリアをどう開拓していくかが今後の課題」と話す。

とはいえ、豊かな海の幸を活かし、安全・安心に徹底的にこだわった「五島海之蔵」商品の評価は高い。「リピーター」となってくれるお客様も多い。特に焼あごだし関連の無添加商品が多い。『焼あごだしパック(あごを粗挽きの粉末にシティーバッグに入れた商品)』や『ままの恵み(焼あご粉末)』は物産展などでも反応がよい。『ままこ(味付焼あご)』は中骨もやわらかく子どもがよく食べるといった声をいただくと、江濱さんは説明する。

長崎県では、県内で水揚げされた原料を使用し、かつ厳

格な品質基準を充たした商品を、「平成長崎俵物（以下、俵物）」として認定している。俵物に認定されることは、いわば長崎を代表する逸品として、県からお墨付きをもらうことである。有川町漁協では、県からの声掛けにより俵物の登録に取り組み、平成一五年ごろにみごと認定企業となった。認定された商品は二年に一度再審査が行われる。現在、漁協の商品として登録されているのは「いか茶漬け」「水いか一夜干し」「あご丸出し」の三商品となっている。

有川町漁協は、平成二六年一月二日、東京・築地で開催された「Fish-1グランプリ」（主催：全国漁業協同組合連合会）に参加。そこで開かれた「国産魚ファストフィッシュ商品コンテスト」へ五島海之蔵「うまか亭／飛魚（あご）」を出品し、みごと全国漁業協同組合連合会会長賞を受賞した。ファストフィッシュとは、「手軽・気軽においしく水産物を食べる」と及びそれを可能にする商品や食べ方（向グランプリウェブサイトより）である。このことから、漁協の加工商品の品質の高さをうかがい知ることができる。

（3）新たな販路拡大に向けて

これら加工商品の販路開拓にあたって、漁協は積極的に催事（物産展）を利用してきている。江濱さんは、「催事などへの出展は積極的に行っている。今年度（平成二七年八月現在）だけでも、島外催事への出展は二七カ所になる。出展の際



「うまか亭／飛魚」は、平成26年11月に東京で開催された「Fish-1グランプリ」において全漁連会長賞を受賞。

は、前後に必ず営業を入れて、商談も兼ねるようにしている。DMも必ず出している。今後は、催事出展を現状維持程度にとどめて、営業や商談会などに積極的に参加していきたい」と展望を語った。

国土交通省離島振興課では平成一八年度から二四

年度まで、千葉・幕張メッセで毎年開催される「FOOD EX JAPAN」（以下、フーデックス。国内外の食品関連企業団体などが一堂に会する食品・飲料展）に「島の逸品」ブースを出展し、島商品の開発、販路拡大に向けた取り組みを実施したが、有川町漁協はすべて参加している。江濱さんによると「フーデックスは、他の物産展などと違い、食品メーカーや外食、商社・卸・小売のバイヤーなど食のプロが集まり、ダイレクトに商談へつながる。こういった催事は



加工事業を盛り上げて島の雇用を増やしたい、と話す有川町漁協の江濱真一郎加工課長。

あまりなく、とても貴重な場であったという。加えて、「現在、催事などに参加する際は、これらの蓄積を活かし、お客様に意見をあげてもらえるよう、雰囲気づくりに注意している。また、商談などのなかでヒントをいただきながら商品開発に取り組んだり、島内の農協と協力して農産物を原料に使用した他にはない商品づくりも考えている。試作品は、漁協スタッフだけでなく、既存の取り引き先へも送

付し、ご意見をうかがいながら完成させるとともに、対面販売などでお客様の反応もみて微調整している」と話した。

今後は、中京地域の販路開拓も兼ねて、新上五島町観光物産協会など島の団体と協力した名古屋の名鉄百貨店での上五島物

産展を考えているという。

一方、江濱さんは、「既存の水産加工商品の製造では、販売高に限界がある」とも指摘する。そこで現在取り組んでいるのは、一次処理した鮮魚や冷凍原料などを、鮮度が高いまま届け、かつ取り引き先においても内臓などのゴミが出ないような処理方法も含めた新たな商品づくり、提案である。実際、一次処理したヤリイカについて、大手缶詰メーカーとの取り引きが始まったという。また、県と連携しながら、ロシアやマカオ、カタールといった外国への凍結品の移出も模索している。

有川町漁協の取り組み自体は、特段目新しいものではなく、全国の多くの漁協でも取り組まれている事例と言えるのかもしれない。しかし、販路拡大に向けて積極的に催事などへ出展し、専門家やお客さんの声を聞きながら地道に改善・改良を図る姿勢は、見習うべきことが多いだろう。まだまだ手探り段階の取り組みも多いが、県のブランドとして認定されたり、新たな取り引きの開拓などにつながり始めている点も、他の漁業者の励みとなる。

江濱さんは、取材の最後に「加工事業を盛り上げて、島内の雇用を増やしたい」と、目標を語った。この一言は、多くの島の方々への共感を得るに違いない。

4. 生産の安定に向けた水産資源の回復を

今回取り上げた上五島町漁協、有川町漁協をはじめ、島の漁業者をとりまく環境は、魚価の低迷に加え燃料の高騰、高齢化などにより厳しさを増している。しかし、特に重要なのは水産資源の減少である。水産物の生産の安定は、漁協や漁家経営がどんな取り組みを行っていくにしても、基盤となるからである。有川漁協の濱村さんは、「鮮魚にしても、加工にしても安定した水揚げがあつてこそ事業として成り立つ。水産資源の回復・保全は、漁協としても長いスパンで取り組んでいかなければならない問題」と話す。

新上五島町水産課課長補佐の濱口友司さんも、藻場環境の悪化による漁獲量の減少を喫緊の課題としてあげている。これまで町では、離島漁業再生交付金事業や町の単独事業として種苗放流や食害対策を実施するとともに、魚礁や藻場礁の整備などを実施し、資源の回復に取り組んできた。加えて平成二六年度からは、網仕切りによる食害防止対策を施した海域での藻場の増殖の実証実験を行うなど、水産資源の回復を図っている。

有川町漁協のある有川地区漁業集落では、離島漁業再生支援交付金を活用した漁場の再生活動として、昨年度、海岸清掃やガンガゼ駆除、岩礁清掃などを行った。また、イカ産卵床（柴）を設置し、産卵場を造成した。同地区は、

藻場が著しく減少しているため、藻場礁を整備し、その回復を図っている。これらに並行して、アワビやサザエ、アカウニ、アサリの稚貝、オニオコゼやカサゴ、ヒラメの稚魚などを放流して生産性の向上にも取り組んでいる。漁場監視にも努めており、平成二六年度は八〇回の監視活動も実施した。この結果、漁場の生産性が向上し、特にカサゴの水揚げの安定化につながるなど一定の効果が得られはじめているという。

水産資源の回復には、長期的な取り組みが必要である。行政においては、各島々の取り組みを短期的ではなく、中・長期的な視点で評価し、継続的な支援を期待したい。

● 新上五島町には、紹介した二漁協に加えて五つの漁協がある。時間の都合上すべてを回ることはできなかったが、役場や島の方々によると、今回取り上げた両漁協と遜色のないくらい地域の特色を活かした取り組みを行っているという。今後、機会を見つけて、すべての漁協の話を知りたい。

今回の取材を通じて実感したことがある。水産業は、まさに島の基幹産業である。そして、住民一人ひとりの生活そのものであることを忘れてはならない。

（森田）