

よくわかる、

ぎょ かん れん けい

漁観連携の取り組み

vol.2

鳥羽市・漁業と観光の連携促進事業（漁観連携）とは、鳥羽の基幹産業である漁業と観光業が連携を図り、漁業者と観光業者が抱える課題を出し合い、課題解決に向けた取り組みを実施することで、漁業と観光、ひいては鳥羽が元気になることを目的としています。

鳥羽市観光協会 ☎ ㊟ 3019

鳥羽磯部漁業協同組合 ☎ ㊟ 2328

観光課 ☎ ㊟ 1155

そもそも、なぜ漁観連携をする必要があるの？

全国の旅行者アンケートを見ると、鳥羽市のイメージは地域性豊かな食（海産物）、海などの自然環境や豊かな漁村文化があるという点が大半を占めています。鳥羽へは海の幸を求めて多くのかたが訪れることから、漁業と観光は切っても切れない関係です。

しかしながら、近年、高齢化や後継者不足の問題に加え、魚価の低迷などによる収入減で漁業の衰退が懸念されています。

今こそ、漁業と観光がしっかり連携し、漁業者と観光事業者が同じテーブルで議論し、現状を正しく理解することで、共通認識を持って両産業の発展に向けて取り組む必要があります。

全国の旅行者アンケートから見る鳥羽市のイメージ (平成 21 年 旅行者動向調査結果)

鳥羽市のイメージ	回答割合 (複数回答可)
海の幸が美味しい	58.2%
海・山などの自然環境が良い	47.9%
海女や漁師など漁村文化が豊かである	35.9%
周辺の観光地を訪れるのに便利	12.9%
良い温泉がある	10.8%
料理やサービスが良い宿泊施設がある	8.9%



漁観連携の主な事業

- 域内調達率調査業務事業
- 朝食プロジェクト推進事業
- 海女サミット開催
- 鳥羽ざかなブランド化事業
- 鳥羽 HOSU プロジェクト推進事業
- 地産地消推進事業
- 体験プログラムワンストップ窓口構築事業
- 鳥羽ブランドプロモーション事業

鳥羽ざかなブランド化事業

漁観連携では、さらに鳥羽の魚の価値を上げると共に、鳥羽地域そのものをブランド化するため、ブランド化の対象魚種を以下の4つの条件をクリアするものから選定することになりました。

1 地域の特性

魚種や漁法は当該地域の代表になれるもの

2 魚種の希少性

ある特定の地域でしか漁獲されないもの、味が良いもの

3 供給の安定性

漁獲量は、全国あるいは県内において大きなウエイトを占めていること

4 ストーリー性

地域との関わりなど、ストーリーがあるもの

水揚げ実績（平成27年4月～平成28年3月）

品名	漁獲最盛期	水揚げ量 (kg)
サワラ	周年	526,092
サザエ	周年	152,837
マダコ	周年	126,943
ナマコ(赤)	12月、1月	82,229
キス	周年	79,162
タイ	周年	57,448
スズキ	周年	52,932
アジ	周年	44,841
イセエビ	4月、9～10月	32,258
ウタセエビ	6月、7月	27,626
ヒラメ	2～4月	24,288
クロダイ	周年	22,181
メバル	2～5年	18,754

※鳥羽の水揚げ実績から一部を抜粋

協議の中で、ブランド化の条件を満たす魚種として「サワラ」が挙げられました。サワラは年中安定して漁獲があるとともに、温暖化の影響により近年、豊漁となっています。一本釣りのサワラについては船上で絞めることで鮮度を保ち、足の早いサワラを市内では生（刺身）で食べることができ、他地域とは違う鳥羽の特性ともいえます。



サワラの活用

サワラの活用を検討するにあたり、地元の声を聞くため、7月14日に答志島の和具地区を訪問し、水揚げの様子を視察しました。また、県、市、観光協会、地元業者が参加し、漁業関係者のかたと意見交換を行いました。漁業と観光が連携しているからこそ可能な取り組みを検討し、利用拡大と高付加価値化に向けて取り組んでいます。

