

奄美群島におけるブルー・ツーリズムの推進

大島支庁 林務水産課

【背景・目的】

奄美群島は、全国トップクラスの生産量を誇るクロマグロ養殖をはじめ、様々な水産物を対象とした漁業が盛んであるが、漁業及び水産物の全国的な知名度が低い状況にある。そこで、奄美群島各地で営まれている漁業及び水産物を活用し、これまでに商品化した漁業体験型商品（ブルー・ツーリズム）のブラッシュアップ、広報を行うことにより、奄美群島の漁業及び水産物の認知度向上を図る。

【普及の内容・特徴】

1 既存漁業体験商品のブラッシュアップ

当方と地元漁業者等が協力し、大和村のトビウオロープ曳き漁業、徳之島の追い込み網漁及びくさび釣り（ベラ等の小魚釣り）が体験できるよう、島の旅行関係者を招聘し、当該漁業体験イベントに関する意見交換等を行い、各漁業体験商品のブラッシュアップを図った。

2 PR活動

旅行業関係者を対象に、鹿児島、福岡、大阪、東京で、奄美群島観光物産協会主催の奄美群島旅行説明会、奄美大島観光協会主催の観光キャラバンに参加するとともに、旅行雑誌「まっふる」への掲載、パンフレット・ポスター作成を行い、奄美群島各地の漁業体験商品や水産物等をPRした。

3 その他

宝勢丸鰹漁業生産組合が実施しているカツオ・シビ釣り、捌き、及び加工体験において、兵庫県立西宮甲山高等学校（西宮市）及び修道高等学校（広島市）の修学旅行生を受け入れた。

また、大和村のトビウオロープ曳き漁業体験、徳之島のくさび釣り体験、喜界島のドラキュラ釣り（アカモンガラ等を対象とした船釣り）体験において、初めて一般客を受け入れた。

【成果・活用】

1 既存漁業体験商品の育成

招聘事業参加者（10業者、11名）から、各漁業体験とも非常に好評価を得られたが、一方で安全性確保、より参加者に喜ばれる工夫、商品としての売り出し方等について様々な意見が得られ、今後観光体験型商品としての本格的稼働に向けて可能性が示された。

2 PR活動

旅行業関係者に対し、一昨年度作成したパンフレット（まっふる別刷 1000部）を配布し、ブルー・ツーリズム推進に向けた取組について説明した。その結果、多くの方から取組に関する理解を得られ、強い関心が示された他、ネット媒体等を活用すればより周知が図られるとの意見を得られた。

3 その他

修学旅行に来島した2校及び大和村、徳之島、喜界島の各体験に参加された一般の方々からは、非常に貴重な体験ができたといった好評価が得られた。

4 全体を通して

これらの各取組を通して、ブルー・ツーリズム推進に向けた取組が徐々に島内外に幅広く認知されるようになり、一般客の受入がより多くの商品において行われるようになってきている。一方、未だ一般客の受入が進んでいない商品もあり、それらの商品の認知度向上、一般客受入促進が課題である。次年度は、漁業体験イベント開催等により、一般客受入促進を図るとともに、ホームページ作成等、新たなPR方法により島内外へのさらなる認知度向上を図る予定である。



大和村招聘事業



徳之島招聘事業（追い込み網）



徳之島招聘事業（くさび釣り）



喜界島ドラキュラ釣り



修学旅行受入



大和村招聘事業



徳之島招聘事業（追い込み網）



徳之島招聘事業（くさび釣り）



喜界島ドラキュラ釣り



修学旅行受入