

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「観光圏」
  - 2) 「ユズで養殖したブリ」
- 

1) 「観光圏」

2008年7月23日に、観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律「観光圏整備法」が施行された。観光圏整備法は、観光地が広域的に連携した「観光圏」の整備を行うことで、国内外の観光客が2泊3日以上滞在できるエリアの形成を目指す。国際競争力の高い魅力ある観光地づくりを推進することで、地域の幅広い産業の活性化や、交流人口の拡大による地域の発展を図るもの。

自治体の枠を越えて複数の観光地が連携して観光地づくりを目指す仕組みで、10月には北海道から九州まで国内16地域が観光圏に認定されている。1泊2日とか2泊3日といった短期観光ではなく1週間といった長期滞在を促す魅力ある観光地を作るためには、これまでのような個々の観光地における取り組みでは限界がある。そのために複数の隣接する観光地が共に手を携えることによって、観光客が長く滞在できるようにさまざまな工夫を凝らすことが期待されている。

自治体や観光業者の協議会が観光圏整備の策定を行うと、国はその支援をすることになっている。例えば、観光圏の圏内地域を巡る周遊バスの運行実験や共通の観光案内板の作製、地産地消メニューの開発といった事業に、40%を上限に補助金を交付する、旅館やホテルといった宿泊設備の改修に低利融資を行うなど。

宿泊を増やせば消費額は大きくなり、地域に流れるお金がさらに増えることになる。国の観光推進基本計画で10年度までに国内の観光消費額を30兆円まで伸ばし、1人当たりの平均宿泊数を06年度の2.7泊から4泊に引き上げる目標をたてている。

隣接する地域同士の手の取り合いで、大きな事業を始めるなど計画が進んでいるところもあるという。

これに伴い、観光圏内にあたる商業施設やスーパーマーケット、道の駅などの地産地消販売店でも今後、対応策が立てられそうだ。

---

2) 「ユズで養殖したブリ」

高知県名産のユズで育った養殖ブリの商品化に、高知大農学部の深田陽久准教授（37）らと鹿児島県の東町漁協が成功した。その名も「柚子ブリ」。鮮度が長持ちし、ユズの香りもほんのり。今シーズンから本格的に売り始め、通信販売もしている。

魚の成長について研究を重ねてきた深田さんが、新しいえさの開発を考えたのがきっかけ。天然の素材を使ったえさで魚の品質向上を目指す「業界のはやり」に乗り、高知らしく効果が得られそうなユズに白羽の矢を立てた。

研究には05年に着手。ユズは酸化を抑えるビタミン類などを含むが、その果汁入りのえさを40日間与えたブリと普通のブリで、赤身の鮮度を調べた。すると、酸化が進むと黒ずむ赤身の鮮やかさが、ユズを与えたブリでは長持ちしたという。養殖ブリで有名な東町漁協に話を持ちかけ、本格的に柚子ブリの生産に取り組み始めた。

途中で身からいい香りがすることにも気づいた。調べるとリモネンやミルセンといったユズの香りの成分が見つかった。こうした成分は身と皮の間の脂に集中し、火を通すと香りが増すという。

昨季に3000匹を国内外で試験販売したところ、1ヵ月で売り切れた。今季は6000匹を用意して東京や大阪に出荷しているが、来週にも完売しそうだという。漁協ホームページ (<http://yuzuburi.blogspot.com/>) でも1匹(約5キロ)7500円で販売。深田さんは「養殖魚を見直すきっかけになればうれしい。香りを意識して食べる機会を楽しんで」としている。

地域の名産そのものではなく、それを利用して「味がよくなった」・「効果が得られた」というのがポイントだと思う。

“養殖より天然の方が良い”という認識を持つ消費者が多い中、こうした付加価値を付ければ消費者の抱くイメージも変化するのではないか。