

水産都市三浦三崎におけるマグロ料理と地域変化

小口 千明

I はじめに

神奈川県三浦市三崎は、昭和43年（1968）にマグロの水揚げ高が日本一となるなど、水産業が盛んな都市として広くその名を知られている。この三崎において、水産業が重要な産業であることは今日も変わらない。しかしながら、三崎の水産業は、かつてに比べれば活気が乏しい状況となっている。一例として、平成17年（2005）のマグロ（冷凍）の水揚げ高は、全国第1位の焼津（静岡県）のほぼ3分の1である¹⁾。また、三崎魚市場の取扱高は、昭和43年が約95,000トンであったのに対し、平成11年（1999）は約51,000トンとなり、半減に近い状況となっている²⁾。

その一方で、三崎における観光産業の重要性は増大している。三崎を訪れる観光客は、昭和55年（1980）の推計値が約70,000人であるのに対し、平成16年（2004）には約1,370,000人に伸びたとされている³⁾。都市観光の入り込み客数は正確な計測が難しいが、伸び率が20倍前後という数値は、激増する実態をかなりの確度で示すものであろう。後述する城ヶ島や油壺といった近隣の観光地への入り込み客数が、いわゆるバブル崩壊後に減少する⁴⁾のに対し、三崎の入り込み客数が増加し続ける現象は注目に値する。

三崎への観光客の増加は、観光行動において、人々の「食」への関心が増大したことで深く関わっている。第1図は、近年における休日の三崎市街中心部の光景である。写真を見ると、マグロを用いた名物料理を提供する旅館や食堂に、観光客の行列ができています。この地点の近辺には、ほかにも、マグロを中心に新鮮な魚介類を扱う料理店などが集中している。つまり、三崎に来てマグロを食べることが観光客の人気を集めていること



第1図 マグロ料理が人気をよぶ近年の三崎市街
(平成19年（2007）筆者撮影)

がわかる。これは、三崎の魅力、言い換えれば、三崎における観光資源の一つとして、「マグロを食べる」ことが大きく機能していることを意味している。

ところで、三崎で提供されるマグロ料理が強力な集客効果をもつ様相からみて、観光客にとって、「水産都市三崎」とその地で食べる「マグロ料理」とは、ごく自然に結びつく連想かと思われる。近年、「食」による地域振興がブームとなっているが、富士宮（静岡県）の焼きそばや甲府（山梨県）のモツ煮など、当該地域で発達した理由が風土からの連想ではわかりにくい食品もある。それに対して、「三崎」と「マグロ」は、イメージが円滑に結びつきやすいという特徴がある。ごく日常的な表現をとれば、「三崎に行けば、おいしいマグロが食べられるであろう」という「三崎」と「マグロ食」を結びつけた期待感は、多くの人々に受け入れられやすいといえよう。

しかし、実際には「水産都市三崎」と「マグロ食」や「マグロ料理」の関係は、さほど簡単ではない。今日人気を集めるマグロ料理の中には、近

年になって三崎地域の人々が集まり、アイデアを出し合って成功に漕ぎつけたものが多く含まれている。三崎の人々によるそのような営みがなければ、三崎を訪れた観光客がマグロを食べて楽しむ光景は実現が難しかったかもしれない。

「水産都市三崎」に行けば「おいしいマグロが食べられる」という両項目のあいだには断絶があり、両項目が結びつくためには、この2つを結びつけようとする地域住民の活動があった。「三崎」と「マグロ」の関係が深いことは一般によく知られているだけに、「食」の観光資源としてこの二者を結びつけようとした地域住民の活動は、外部の者が見落としがちである。

そこで、本稿は、三崎において観光客の人気を集めるマグロ料理が生み出され、定着していく過程にみられる三崎の人々の活動と、その背景となる地域や社会の変化を明らかにすることを目的とした。よそから訪れる人々にとって、イメージが円滑に結びつく「三崎」と「マグロ料理」であるが、じつは、地域住民にとっての「三崎」と「マグロ料理」は、必ずしも円滑に結びつくものではなかった。これは、「三崎で食べるマグロ料理」という事象に対し、複数の認識像が存在することになるであろう。そうであるならば、本稿は、同一の対象に対して人間集団により認識像が異なることを命題とする、「相対的環境観」研究⁵⁾の一事例として位置づけることができる。

なお、本稿で扱う社会の変化には、マグロを食べ、観光に訪れる人々に対する三崎住民の価値観の変化を含めて検討していきたい。

II マグロ料理登場以前の三崎と観光化への対応

三浦市三崎の周辺には複数の観光地が存在する。その中の代表的な観光地として、先に触れた城ヶ島、油壺のほか、三浦海岸などを挙げることができる。城ヶ島は三崎市街の対岸に位置する島で（第2図）、大正期に北原白秋作詞の歌唱曲「城ヶ島の雨」が流行して以来、三浦半島南部の一大名所となってきた。城ヶ島は、「城ヶ島の雨」



第2図 三浦市三崎およびその周辺
－昭和32年（1957）－
（5万分の1地形図「三崎」昭和32年（1957）を使用）

の歌詞に「唄は船頭さんの心意気」として船頭が登場し、離れ小島であることが魅力の一つであった。しかし、昭和35年（1960）に城ヶ島と三崎側を結ぶ城ヶ島大橋が完成し、交通の便が改善されて、入り込み客数が増大した⁶⁾。油壺は皇族の来訪地として名が知られ、また、東京大学の学術水族館施設があつて昭和初期から公開されていたが、昭和43年（1968）に観光施設「油壺マリンパーク」が開業し、観光地として旅客吸引力が増大した。昭和41年（1966）に私鉄京浜急行が路線延長をして三浦海岸駅を開設すると、それまで観光地としての性格が乏しかった三浦海岸が、海水浴場として夏季だけで城ヶ島や油壺を上回る来客数を集め、第3図にみられる光景⁷⁾が展開した。

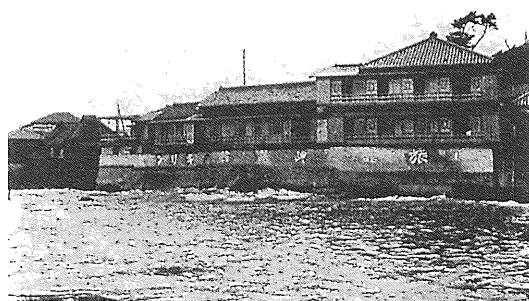
このように、1960年代は、三浦半島南部に観光化の影響が強まった時期であった。この時期に、三崎は、マグロをはじめとする水産物水揚げ漁港としてにぎわった。三崎にも、観光化の痕跡がないわけではない。明治27年（1894）創業とされる三崎の岬陽館（第4図）は海水浴旅館で、大正期にか

けて海水浴旅館としての性格が継続していた⁸⁾とみられ、療養型海水浴だけではなく、明治後期以降に発達する行楽型海水浴⁹⁾が三崎で行われていたと考えられる。

三崎の主力産業である水産業は、観光といかな



第3図 1970年頃の三浦海岸海水浴場
(『三浦商工名鑑 1970』, 35ページより
転載)



第4図 海水浴旅館であった岬陽館
(年次不明)
(『セピア色の三浦半島』, 46ページより
転載)

る関係にあったであろうか。昭和5年(1930)に建てられた第二代の魚市場が老朽化・狭小化したことにより、新たな魚市場が計画され、この魚市場が昭和43年(1968)に完成した。この第三代の魚市場は、建物の2階から見学者が構内の水揚げ風景(第5図)を見られるようになっており、人々の来訪を念頭に置いた設計となっていた。この魚市場が完成した直後においてどのくらいの見学者来訪者があったか、数値は不明である。その当時魚市場の現場業務に携わった田山準一が、マグロ仲買人の半生を描いたルポルタージュの中で魚市場や来訪者の様子を述べている。それによれば、「二階の回廊が見学者に開放され、小中学生たちが、観光客が、そして全国の産地市場、消費市場の漁業者や魚商関係者らが、折り重なるようにして入札風景を見おろした。魚市場に働く者たちに、見学者の視線を意識する余裕などさらさらなかった」¹⁰⁾という。見学者の中に観光客も含まれてはいるが、見学者を受け入れる三崎関係者の側に、観光による経済効果を期待する雰囲気は感じられない。この魚市場が開業して9年後の昭和52年(1977)には、年間の魚市場来訪者が50,000人を超えた¹¹⁾。ただし、来訪者の90パーセント以上は近県の小中学生による社会科見学であったとされる。これらの状況からみて、三浦半島南部に観光化の影響が強まる1960年代において、三崎を訪れる観光客はあったが、三崎の人々の側に、観光客受け入れへの関心はあまり大きくなかったといえよう。



第5図 1970年頃の三崎魚市場
(『三浦商工名鑑 1970』, 24ページより
転載)

その背景にあるのは、三崎におけるマグロを中心とした水産業の隆盛である。漁港建設、魚市場建設、製氷施設や大型冷蔵施設の設置（第6図）など、マグロ船の寄港に適した環境を次々と整備し、三崎や神奈川県内の船はもとより、県外船を積極的に引き寄せることに三崎の人々は力を注いだ。設備面だけではなく、魚商は三崎に水揚げされたマグロの販路を確保・開拓し、マグロ船が三崎に水揚げする魅力を強めて、三崎への寄港を促進させた。三崎の魚商は、江戸時代に鮮魚を江戸に輸送した押送り舟以来の伝統をもち、巨大市場東京に安定した販路を保持していた点に特色があった。

いっぽう、三崎に立地する商店には、マグロ船乗組員用の船上生活物資や食料を大量に取り扱う「仕込み」および「船食」とよばれる業種が発達した¹²⁾。「仕込み」や「船食」の商店は、航海期間に即して長期の売掛け決済となる特色があり、マグロ船の乗組員や船会社の要望にきめ細かく応え、信頼関係を築くことに尽力した。また、これらの商店では、マグロ船の航海期間に即して長期の売掛けとなる決済方法であったが、扱う金額は大きかった。このように、漁港の施設整備を行う行政、水揚げされたマグロ類を取り扱う魚商、「仕込み」や「船食」といった補給機能をもつ商店など、三崎の主要機能が一丸となって、三崎へ

のマグロ船の寄港促進に精力を集中した。その成果を象徴的に示すのが、第三代魚市場開業の年昭和43年（1968）に達成した「マグロの水揚げ高日本一」であった。

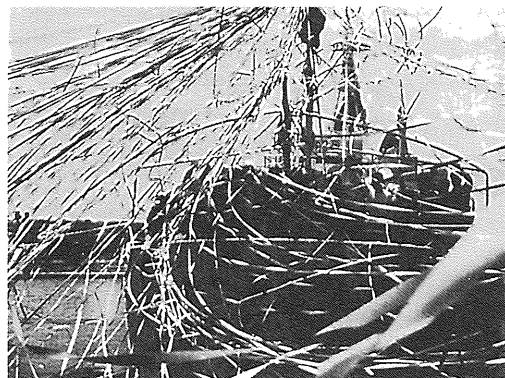
三浦海岸や油壺など三浦市内の複数地域で観光地化が進展したこの時期において、三崎では、観光化よりもマグロ取引の維持・拡大こそが自身の暮らしや三崎の繁栄につながると多くの人々は考えていた。三崎の人々にとって、観光の必要性に対する認識の優先順位は高くなかったといえよう。

この時期に、観光客の来訪が想定される三崎の旅館では、宿泊や食事利用の客にどのような料理が提供されていたのであろうか。今では行列ができるほどマグロ料理で定評のある三崎館本店を例にとると、1970年代には、まだ「マグロづくし」や「マグロのかぶと焼き」をはじめとするマグロ料理は提供していなかった。三崎館本店は、三崎地域で最初に「マグロのかぶと焼き」を食事メニューとして取り入れた施設である。その三崎館本店で「マグロのかぶと焼き」が始まったのは昭和57年（1982）ころであった¹³⁾。

マグロ料理の提供が開始される以前の三崎館本店では、マグロ船の船主など遠方からの宿泊客もあったが、マグロ船の出航（第7図）や帰航に際して行われる祝賀会としての利用が多かった。マ



第6図 三崎港の超低温冷蔵庫
（平成19年（2007）筆者撮影）



第7図 1970年頃の三崎港出航風景
（『三浦商工名鑑 1970』、25ページより
転載）

グロ船関係者の祝賀会は、長い航海の前や後に行われるため豪快で、支払われる金額が大きかった。芸者を呼ぶような派手な祝賀会が頻繁に催された。それに比べて、観光客による利用では動く金額が小さく、そのため、旅館経営の重点はマグロ船関係者に置かれた。

三崎館で1960年代に提供された料理は、この出航祝・帰航祝のためのいわゆる宴会料理であった。マグロ船の乗組員に向けて提供される料理であるから、マグロを多用した料理ではなかった。魚類では、船員に好まれる小魚が用いられ、揚げ物や加工品のほか、肉類も用いられた。第8図はそれより少し年次が下がり、昭和45年（1970）刊行の書籍に掲載された三崎館の広告である¹⁴⁾。この時期には、すでに日本交通公社の協定旅館となり、日本観光旅館連盟に加入するなど観光化への対応がみられるが、マグロという語やマグロの図柄は用いられていない。名物料理としては、マグロではなく、「魚すき」が強調されている。「魚す

き」は鍋料理で、この広告と近い年次に作成された三崎館のパンフレットによれば、「ちり鍋・よせ鍋・ねぎま鍋・かき鍋・しし鍋・石狩鍋・てっちり（ふぐ鍋）その他」¹⁵⁾などの種類があったが、ねぎま鍋以外は、いずれもマグロを活用した料理ではなかった。

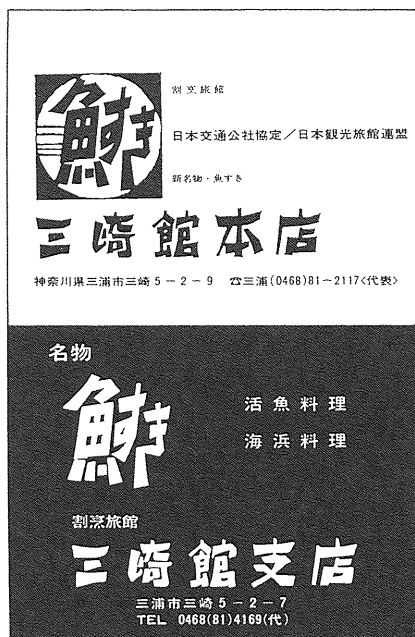
旅館以外の食事処ではどうであったか。三崎にある料理店や食堂で提供された料理の中で、長い航海から戻った船員に喜ばれるメニューは、かつ丼などの丼物であった。「都会の人には食べきれない」といわれるほどご飯がぎっしり詰まった丼物が、三崎の食堂では喜ばれた。

1970年以降になると、昭和53年（1978）に小型のピークは訪れるものの、三崎魚市場の取扱高は漸減していく¹⁶⁾。1960年代から1980年代にかけて、マグロの漁法、冷凍技術、流通システムに著しい変化が訪れた。三崎は、マグロ水揚げ日本一の座からは退いた。それにともなって、観光に対する三崎の人々の意識が徐々に変化し、観光を受け入れる土壌が成立していった。

Ⅲ マグロのかぶと焼きの登場とその背景

三崎館本店においてマグロ料理が開発され、宿泊客に提供されるようになったのは、三崎館本店の元社長渡邊保明氏（1938～1994）の創意工夫による。同氏の手記¹⁷⁾をもとに要点を抽出し、三崎館本店の料理として「マグロづくし」や「マグロのかぶと焼き」が創出されるに至った経緯を示しておく。

三崎館は明治41年（1908）創業で、渡邊保明氏は三代目であった。マグロ漁業が活況を呈した時代は旅館経営が順調であったが、保明氏が40歳（1978）を過ぎるころには、売り上げが著しく減少していた。「建物は老朽化。屋根瓦は取り換えの時期、壁はいたむ、畳は取りかえられない。観光といっても、観光地ではない。油壺、城ヶ島等、いわゆる観光地の道はずれた中間点で、魚市場の前に私の旅館はある。三浦半島の先端の、行き止りの場所で、立地条件は非常に悪い。余分な不動産もなく、転廃業もできない」と悩んだ



第8図 昭和45年（1970）頃の三浦館パンフレット（部分）
（『三浦商工名鑑 1970』、204ページより転載）

末、友人を集めて徹底的に話し合った。その中で、マグロ船で働いた経験をもつ友人から、マグロの頭を焼く料理を提案された。その友人は、「沖で獲れたての鰯の頭を、当時のエンジン方式の煙突道につりさげ、蒸し焼きにすると、本当にうまかった。あれを陸でできないか」という。さらに、マグロに関して、「子供の頃、骨についていた身をさじですくって食ったじゃないか。わた（胃袋）をおふくろにゆでてもらったじゃないか。あれだよ。あれをやるんだよ」と提案が続いた。これを受けて、保明氏はマグロの「皮、胃袋、腸」などを用いた「マグロづくし」メニューを考案した。また、大型ガスオーブンを購入し、マグロの頭を用いて、かぶと焼きの試作に挑戦した。かぶと焼きの話を板前の持ちかけたところ、「そんなものは料理じゃない」と批判された。そのため、保明氏自身の手で試作を繰り返し、「これなら」となった段階で実用に踏み切った。

いよいよ実際に焼き上げ、「団体客におそろおそろ出してみた」ところ、「意外と好評」であったので続けることにした。しかし、件の板前は、「あきれてやめていった」という。その後、一軒でやるより数軒でやるほうが宣伝効果があると考え、三崎にある同業者（旅館等）にマグロのかぶと焼きを始めることを提案した。しかし、「反応は冷たく」、賛同は得られなかった。

そうこうするうちに、『ブルータス』という雑誌の編集者から、マグロ料理の取材申し込みがあった。これに応じたところ、著名人を同行して取材があり、三崎館とマグロ料理が記事になった。すると、今度はこの雑誌記事が契機となって、テレビ局による取材があった。昭和57年（1982）12月、TBSテレビのモーニングショーで保明氏が造ったマグロのかぶと焼きが放映された。番組の中で三崎館の電話番号が紹介されたので、放送直後から問い合わせの電話がかかり始めた。「テレビというのはすごいもんだ」と思った。

一度テレビで紹介されると、別のテレビ局からも取材が相次ぎ、著名な俳優によってマグロ料理が紹介された。テレビ番組での紹介は、（この記

事が書かれる昭和63年（1988）までの間に一筆者補注）26回を数えた。

保明氏は、「うちが大きなホテルであり、旅館であれば、多分営業会議か何かで反対され、調理部に総スカンを食い、また当時、営業的にうまくいっていれば、まぐろのかぶと焼などという食い物を売り出さなかったであろう。当時、他の料理屋からは『市場で落っこってるものを売り出すなんて』といわれたことを思い出す。その店も最近、改装して、まぐろ料理専門店となった」と述べている。

今日では「マグロのまち三崎」になじみ、観光客から違和感なく受け入れられている「三崎のマグロ料理」であるが、三崎の人々はそれとは異なった認識であったということが出来る。かぶと焼きやマグロづくし開発の経緯をみると、三崎の人々には、このようなものを売り出しても、「観光客に受け入れられないのでは」という懸念や、「成功するとは思えず、試みる価値に乏しい」といった抵抗感が強かったといえよう。マグロ料理に対する三崎の人々の懸念や抵抗感の基盤には、三崎のマグロ産業は、三崎に水揚げされたマグロを、東京をはじめとする全国の消費地に流通させることで成立してきたものであって、三崎で消費するという考え方に消極的であったことが関係しているとみられる。かつてマグロの内臓を食べた経験をもつ三崎の住民があっても、その内臓は大消費地に向けての流通品ではなく、大消費地では見向きもされない「捨てるに等しい」部位であった。マグロの頭も、その典型である。漁業者が船上でマグロの頭を焼いて食べるのは、捕獲したマグロの一部がサメやシャチなどに食われて欠損ができ、売り物にならない場合である。このような「捨てるに等しい」品を客に提供することに、三崎の人々は迷い、悩み、躊躇したのである。

マグロの刺身としての利用は、マグロの冷凍化が進む以前から存在はしていた。しかし、三崎の人々にとって「マグロの消費地は東京や大都市」という考え方が根強く占めており、昭和45年（1970）頃までの三崎において、マグロの刺身が

美味であることを強調して旅行者を呼び込もうとした動きはあまり見られない。三崎において、マグロの冷凍化が進展する以前には、今日では「トロ」として人気がある腹部付近の部位であっても、脂肪分が多くて腐敗が早いという理由で捨てられていたほどである。このような部位を旅行者に提供するという考え方を、三崎の人々は持たなかった。

「三崎のマグロ料理」は、このような懸念や抵抗感を打破して創出された「三崎名物」であった(第9図)。「捨てるに等しい」とされたのはマグロが古くなったからではなく、従来は消費地向けに出荷しなかっただけのことであり、「捨てるに等しい」部位であっても新鮮であれば、適切に加工することによって、十分に料理として通用することが判明した。

なお、地域の人々にとって懸念や抵抗感が強いことがらが普及・定着するためには、三崎館本店の渡邊氏にみられる独創性が必要であるが、それとともに、雑誌記者やテレビ局といった「外部の眼」の存在が有効であることを指摘することができる。



日本観光旅館連盟 日本交通公社協定

創業75年
総本家

三崎館本店

第9図 昭和58年(1983)頃の三崎館本店パンフレット(部分)
(三崎館本店所蔵)

Ⅳ utoroman 創作にみる三崎の地域活性化

「utoroman」は三崎地域で創案し、発売を行っている商品で、いわゆる中華まんじゅうの餡の部分にマグロの尾の身を野菜などとともに練って詰め入れた食品である。この食品は、「みさきまぐろ倶楽部」とよばれる三崎地域の商店主のグループによって平成6年(1994)に開発された。みさきまぐろ倶楽部は、かつて活況を呈した三崎の商業が1970年代以降徐々に衰微し、1990年代に入ってから低迷が著しくなったことを契機に平成5年(1993)に発足した。三崎市街地に立地する料理・飲食店13軒(のちに10軒となる)が、三崎地域の再活性化を目標に掲げて手を組もうと志した組織である。

同倶楽部は料理・飲食店の組織であったので、当初は毎月マグロを使った試作料理を持って会員が集まり、互いに試食して意見交換を行った。この活動は、回を重ね、試作品は500品目を超えるほどになった。毎月16日を「トロの日」と定め、各店舗で工夫した新メニューを提供すると、マスコミの注目も集まり、話題になった。その後、加盟店で共通の商品を創ろうという機運が高まり、試作を重ねた末にたどり着いた食品が、中華まんじゅうの芯にマグロの加工品を詰め入れたものであった。中華まんじゅうを基本に餡の部分をつまみして商品とするために、横浜中華街の職人にまんじゅうの皮部分の作り方について指導を受けるなど、会員は品質の向上に努めた。そのようにして完成させた「マグロ餡の中華まんじゅう」を「utoroman」と命名し、発売した。

発売後の売れ行きは好調であった。翌年には、「utoroman」の餡の部分に小豆餡を加えた商品を開発し、全国に向けて命名案を募集した。この企画が注目を集め、全国から1,000通以上の応募があつて、名称を「あんとう浪漫」に決めた。さらに、マグロ料理に合う地ビールの創作を試み、「トロピアン」と命名して発売したが、地ビールは採算が合わず、中止した。この一連の活動は「utoroman」への注目度を高め、マスコミによる取材をた

びたび受けた。百貨店業界からも注目され、東京などにおける百貨店店内での販売を要請された。しかし、まぐろ倶楽部として「三崎に来て食べてほしい」という基本方針を貫き、百貨店での出張販売は固辞した。会員には、「とろまん」の好調は発売直後だけかとの心配もあったが、その後も継続して好調な売れ行きを示している。

みさきまぐろ倶楽部の発足は、三崎館本店がマグロのかぶと焼きを創案した昭和57年（1982）年の11年後にあたっている。したがって、マグロ漁業の最盛期からいっそう時間の経過があり、三崎における観光への関心は、すでに高まっていた。そのため、みさきまぐろ倶楽部の活動をみると、観光客に受け入れられる商品の開発に初めから目標が定まっており、観光化に否定的な周囲の人々の懸念や抵抗はほとんど見受けられない。また、マスコミや都会人の関心を効果的に引き寄せる手段には、三崎地域に対する取材に初心者風の緊張はみられず、すでに「慣れ」ともいえるべき経験の蓄積が感じられる。「三崎を訪れてほしい」という願いを優先し、百貨店からの「とろまん」出品依頼を辞退する判断などは、まさにその典型といえるであろう。かぶと焼きやマグロづくしの開発に比べ、「とろまん」に用いるマグロが、尾の身をはじめとする食用に適した部位であったことも、みさきまぐろ倶楽部の会員が活動を進める際に抵抗感を持たなかった一因であると考えられる。

みさきまぐろ倶楽部の活動が観光客の受け入れに積極的であった背景には、上述のように、三崎におけるマグロ漁業の最盛期から長い時間を経過したことが大きい。三浦市市政にみられる新方針も市民の意識に影響があったと考えられる。三浦市では、平成3年（1991）に第3セクター方式による「株式会社三浦海業公社」が発足した。公社の名称にみられる「海業」^{うみぎょう}は、当時は三浦市独特の用語¹⁸⁾で、海に資源を求める水産業、海や海岸の風景を活かした観光業、海を交通手段とする海運業、海を通じてリサイクルを図る環境保全などの事業を総合的に行うための命名であった。例

えば、海岸の埋め立てを行う際に「開発か環境保全か」との問いかけはしばしば行われ、開発と環境保全の両立の難しさは広く知られている。ところが、三浦市や三崎の場合には、「水産業か観光か」との問いかけが長く続いてきた。水産業と観光は、時として対立関係にあった。高度経済成長期の例では、昭和30年（1955）に城ヶ島架橋の計画が発表されると、三崎遠洋漁船船員組合、三崎町魚商協同組合、神奈川県鯉鯨漁業者協会などが架橋反対の陳情を行っている¹⁹⁾。近年では、プレジャーボートやレジャー用の釣り船と漁船との間でしばしば摩擦が生じ、意見が対立する。長年この問題に腐心してきた行政は、「海業」の概念を打ち出すことで新たな方向性を示したといえよう。みさきまぐろ倶楽部の会員が、三浦市における「海業」構想に直接に関わったか否かは未検討であるが、当時の三浦市を取り巻く環境は、水産業か観光かの二者択一を迫られる時代ではなかった。このように、従来は対立関係にあって三崎において受け入れに抵抗感があった観光客や観光事業が、「海業」の時代の中で歓迎されることになった。

V おわりに

本稿は、今日三浦市三崎において観光客の人気を集めているマグロ料理に着目し、三崎が「マグロの町」として高名であるだけに、マグロ料理が存在することが当然のように思われがちであるマグロ料理の成立とその定着の経緯を考察した。三崎は昭和43年（1968）に、マグロの水揚げ日本一の座を獲得し、長らく三崎の人々は、マグロ船の寄港増大に精力を集中した。そのため、マグロ漁業が活況にある時代には、三崎の人々は、観光客の誘致には関心が薄かった。三崎漁港の繁栄は、押し送り舟以来の伝統で、三崎の魚商が東京をはじめとする巨大な販路を保持していることにあり、三崎に水揚げされたマグロを三崎で消費するという発想は、ほとんど持たれなかった。料理を提供する側となる旅館では、マグロ船の出航や帰

航の祝宴に力が注がれ、提供される料理は小魚や肉類など、マグロ船の船員に好まれるものを中心となった。マグロ船の船員に対してマグロ料理を提供する必要性は乏しく、その結果、三崎でマグロ漁業が活況を呈している時代には、三崎におけるマグロ料理は発達しなかった。

三崎におけるマグロ漁業に翳りが生じ、しかし、まだ三崎における観光業に軸足を移すまでには至らない昭和57年（1982）、起死回生策として一軒の旅館がマグロの内臓を用いた「マグロづくし」と頭部を用いた「マグロのかぶと焼き」を考案した。この料理が観光客に受け入れられ、さらにマスコミによる報道もあって、三崎名物として定着した。その後、三崎における水産業の回復が思うように進まぬ中、観光への期待感は増大した。そのような状況の中、三崎の料理・飲食店主で構成される「みさきまぐろ倶楽部」が三崎の繁栄に資するマグロ料理を創る目的で、平成5年（1993）に発足した。試行錯誤の末、翌年、みさきまぐろ倶楽部は、中華まんじゅうの餡に代わってマグロの加工品を詰め入れる「とろまん」を創案し、発売した。この商品も一過性のブームで終わらずに、人気が続いている。

以上のように、今日三崎で観光客の人気を集めているマグロ料理は、1980年代あるいは1990年代に創案された品が基軸となっている。三崎では、自家用で消費するためにマグロの内臓などの調理法は古くから存在したが、観光客をもてなすためのマグロ料理は、長らく発達してこなかった。それは、良いマグロは東京など全国の消費に回し、三崎でのマグロ消費は、内臓など流通ルートに乗らないものを中心にした伝統があったことによるとみられる。

観光化が進行すると、この構図が変化した。観光客に受け入れられるマグロ料理を創案する活動が、三崎に出現した。これは、三崎において水産業と観光業を対立する構図としてとらえるのではなく、両者が共存しようという価値観を三崎の人々が獲得し始めたからと考えられる。「三崎名物のマグロ料理」をめぐるのは、三崎の人々と観

光客の間にみられる認識の差異が指摘できる。すなわち、「三崎に揚がったマグロはすぐに消費地に送る」ことが、かつての三崎の人々の認識であり、それに対し、「三崎に行けばおいしいマグロが食べられるであろう」という期待感が観光客の認識である。さらに、三崎の人々においては、「マグロ産業の活況維持のために、三崎の観光は必要性が乏しい」という時代から「水産業と観光業を両立すべき時代になった」という認識の変化があったことが指摘できる。

付 記

本稿の作成にあたり、神奈川県三浦市民の方々から多くのご教示をいただいた。また、三浦市商店街連合会の岩野匡史氏、三崎館の渡邊淑子氏、三崎水産物協同組合の千野博孝氏、坪井淳治氏、三崎魚類（株）の尾屋 厚氏、みうら観光ボランティアガイド協会の山口 勝氏、三浦海業公社の久野隆作氏、小川仁一郎氏、三浦商工会議所の堀越英一氏、三浦市経済振興部の松井 久氏、宮岡 弦氏、三浦市議会事務局の長島ひろみ氏、三浦市図書館（以上、順不同）には、おもしろいなか聞き取りに応じていただいたり、資料収集にご協力いただいた。また、横須賀市自然・人文博物館の安池尋幸氏には、三浦半島地域の研究に際し、日頃からご助言をいただいている。早稲田大学校友会事務局の前川公平氏には資料収集でのご便宜を図っていただいた。皆様のご親切に感謝し、厚くお礼を申し上げます次第である。

注および参考文献

- 1) 農林水産省（2005）：「水産物流通統計年報」。
- 2) 三崎丸魚50年史編纂委員会編（2000）：『三崎丸魚50年史』、三崎水産物協同組合・三崎魚類株式会社、421ページ。
- 3) 神奈川県観光振興対策協議会編・発行：『神奈川県入込観光客調査報告書』、65ページ。
- 4) 前掲3）、65ページ。
- 5) 小口千明（2002）：『日本人の相対的環境観－「好まれない空間」の歴史地理学－』、古今書院、1～23。
- 6) 前掲3）、65ページ。
- 7) 三浦商工名鑑編纂委員会編（1970）：『三浦商工名鑑 1970』、三浦商工会議所、34～35。
- 8) 辻井善弥（1993）：『セピア色の三浦半島』、郷土出

- 版社, 46～47。
- 9) 小口千明 (1998) : 療養から行楽型海水浴への変容と各地の海水浴場, 地方史研究, 275, 9～14。
 - 10) 田山準一 (1987) : 『「いさば」マグロに憑かれた男たち』, 主婦の友社, 11ページ。
 - 11) 前掲2), 173～174。
 - 12) 山下琢巳・山下須美礼・双木俊介 (2006) : マグロ漁業根拠地三崎港の形成と商業活動の展開, 歴史地理学調査報告, 12, 22～26。
 - 13) ①三崎館本店元代表取締役渡邊保明氏の手記 (渡邊保明 1988「幻のまぐろのかぶと焼」, 早稲田学報 985号に寄稿)。②三崎館本店所蔵の旧パンフレットおよび三崎館本店女将渡邊淑子氏による。
 - 14) 前掲7), 204ページ。
 - 15) 三崎館本店所蔵。
 - 16) 前掲2), 421ページ。
 - 17) 前掲13) ①, 40～43。
 - 18) UG 都市設計編・発行 (1991) : 『三浦市地域活性化計画策定調査報告書 (兼海業モデル策定調査)』, 5ページおよび54～65。
 - 19) 前掲2), 89～90。