

## 霞ヶ浦町漁協における養殖コイの新たな加工販売について

霞ヶ浦町漁業協同組合養殖加工部  
副 部 長 鈴 木 幸 雄

### 1. 地域の概況

霞ヶ浦町は、県の南部に位置する広大な霞ヶ浦に囲まれた、漁業やレンコン栽培などの農業が基幹産業となっている、活力ある町である。また、私たちの生活の場となっている霞ヶ浦（西浦）は、総面積 171.5km<sup>2</sup> と琵琶湖に次ぐ広さを誇る湖であり、漁業はもちろんのこと、農業、工業、生活用水源としても重要な役割を持っている。

### 2. 漁業の概況

霞ヶ浦では、漁船漁業としては、主にワカサギ、シラウオ、エビ、ハゼ類等を漁獲の対象とするトロール漁業等が営まれているが、養殖業は、私たちが営んでいるコイの網いけす養殖業がある。霞ヶ浦においては、遠浅で網いけすが設置しやすく、水温も年間を通じて高くコイの育ちが良いことから、昭和 39 年にこの養殖法が導入された。また、当時昭和 40 年頃は釣り堀が盛んで、コイの需要が高く、さらに“とる漁業からつくる漁業”への転換期でもあった。このような時代背景のもと、水交換が良く高い生産力をもつ網いけす養殖は急速に広まった。

初年度の生産量はわずかに 20 トンたらずだったが、現在では、霞ヶ浦北浦合わせて年間約 5000 トンを生産し、全国一の生産量を誇っている。また、我が霞ヶ浦町漁協においては年間約 1800 トンで、霞ヶ浦北浦全体の約 4 割の生産量を占めている。

### 3. 研究グループの組織と運営

私たち霞ヶ浦町漁協養殖加工部は、コイのイメージアップと知名度を高めるべく、平成 11 年末に発足し、今年で 3 年目となっている。部員は部長以下 17 名で組織されており、加工・販売に共同で取り組んでいる。

### 4. 研究・実践活動課題選定の動機

霞ヶ浦のコイについては、

- ・販売は、網いけす養殖が始まった当初から、問屋への活魚出荷が中心である。
- ・食べ方は、コイのあらいやコイこく・甘煮が中心で、それ以外の料理方法はほとんど普及していない。
- ・主な消費地は、東北地方や長野、関西、九州地方等であり、地元の消費が少ない。
- ・販売量は、最近の子供たちの魚離れをはじめ、「小骨が多い」、「独特の臭いがある」などの淡水魚の特性、さらには景気の低迷などにより、年々少なくなっている。

これら 4 つの現状・問題点を踏まえ、従来の加工方法とは異なる新しい加工品を開発すれば、コイのイメージアップと消費の拡大を図ることができるのではないかと考え、まずその第一歩として学校給食への取り組みを始めた。また、取り組み方として、生産者自らが、生産から加工・販売までを共同で手掛けることとした。

## 5. 研究・実践活動状況及び成果

### ① 学校給食への試験販売提供と加工部会

まず、活動の足がかりとして、平成11年1月に、私個人による新しいコイの加工品（コイ竜田揚げ）の学校給食への導入を試験的に実施した。ここでは、コイを子供にも食べやすい形に加工し、霞ヶ浦町の全小中学校に約3500食を提供した。この試験販売の結果が好評であったため、この活動を拡大するために加工部会を発足させた。部会発足後には、部員全員で加工にあたり、霞ヶ浦町周辺の市町村へ学校給食の拡大を図った。

### ② 商品開発と販売ニーズへの対応

我々は、現在の竜田揚げの形にたどり着くまでに、「コイの風味を損なわず、食べやすく仕上げるにはどのような加工法が良いのか」など、様々な試行錯誤を重ねてきた。

まず、竜田揚げに加工するにあたり、細かく骨切りをし、なるべく骨が気にならないよう工夫した。さらに、身の大きさ、味付けの具合なども研究を重ね、現在の「外はカラッとしていて中はもちもちした」独特の食感を生み出した。

また、以前は注文の都度加工部員全員で加工し、生の状態で出荷していたが、販売地域の拡大とともに、大量消費に対応できる商品の需要が高まってきた。そのため、粉をつけて冷凍し、揚げるだけの形にした商品の開発が必要となってきた。

しかし、冷凍技術などに関しては知識も経験もなかったため、商品開発には多くの時間と苦労を要した。まず、適切な冷凍時間と温度について、生の製品とは異なる味付けの分量について試作を試みた。しかし、なかなかうまくいかず県の水産試験場や民間の研究所などに相談し、おおまかな形ができるようになった。

一番苦労したのは、あらかじめつけておく衣用の粉は何を使えばよいのかという点であったが、これも試行錯誤の末、魚専門の粉をブレンドして使用するなど、独自の方法で解決を図った。この冷凍竜田揚げの商品化により、販売ニーズに適応できるようになった。

### ③ 更なる販売先の拡大

平成13年4月には、学校給食会を通じ、霞ヶ浦周辺以外の県内小中学校へもコイ竜田揚げが供給されることとなった。このような取り組みの中、平成13年9月までに、約97,400食のコイ竜田揚げが霞ヶ浦町漁協養殖加工部から県内小中学校に提供されている。

また学校給食だけではなく、公共の施設や民間企業などにコイ竜田揚げの宣伝を積極的に行い、消費拡大に努めている。

さらに、“地産地消（地元の産物を地元で消費する）”を推進するため、地元霞ヶ浦町の規模の小さい食堂やレストラン、娯楽施設等に竜田揚げのサンプルを提供し、地元の消費拡大にも力を注いでいる。

少しでも多くの人にコイを身近に感じて欲しいという思いから、地域産業祭などのイベントにも積極的に参加し、コイ竜田揚げのPRもしている。最初はコイと聞いただけで尻込みし、敬遠する人が多いが、試食をすると「美味しい！」とあって大好評であった。竜田揚げの普及活動とともに、コイ自体のイメージアップを図る必要があると痛感した。

## 6. 波及効果

この取り組みにより、変わったことは、今まで商売上ライバル同士であった私たち養殖業者に共同体意識が芽生え、中でも若手がグループで活動するようになったことである。

このことより、様々な意見やアイデアが多く出るようになり、また、活動の範囲も広

がった。

さらに、我々養殖業者自身のコイに対する認識も変化してきた。今までの“魚・物”という認識から、コイを“食品”としてとらえるようになり、末端の消費者のことまで考え、生産することができるようになった。

#### 7. 今後の課題や計画と問題点

現在は、県内小中学校、公共施設、民間企業などを対象とした消費拡大を図っているが、個人消費の拡大がこれからの販売課題の一つと言えるであろう。そこで、近年急速に広がっているインターネットなどを使った個人販売を計画している。

また、竜田揚げの単一商品のみではいずれ消費の限界が来るのは目に見えており、新商品の開発は必須となってきた。そこで最近では、コイを使った新しいメニュー作りにも取り組んでおり、調理専門学校にメニューを考案してもらっている。その一つとして、地元産のレンコンとコイを組み合わせた「すり身だんご」を開発し、平成13年11月末に試験的に学校給食に提供した。

さらに、この取り組みを定着させるためには、将来の事業展開を見据え、人件費も含めた原価計算や原魚の処分効果等も精査していく必要がある。

最終目標は、この活動を継続することにより、コイ全体の消費減退を解消することである。これには大変長い時間を要すると思うが、一步一步着実に努力を实らせていきたいと考えている。

「コイ竜田揚げ」加工の様子

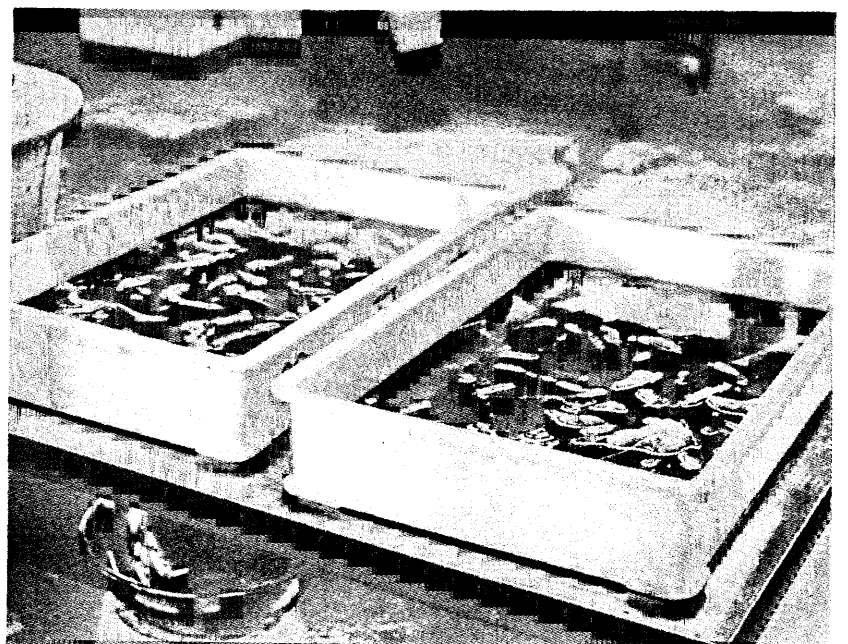
①加工場全景



②切り加工



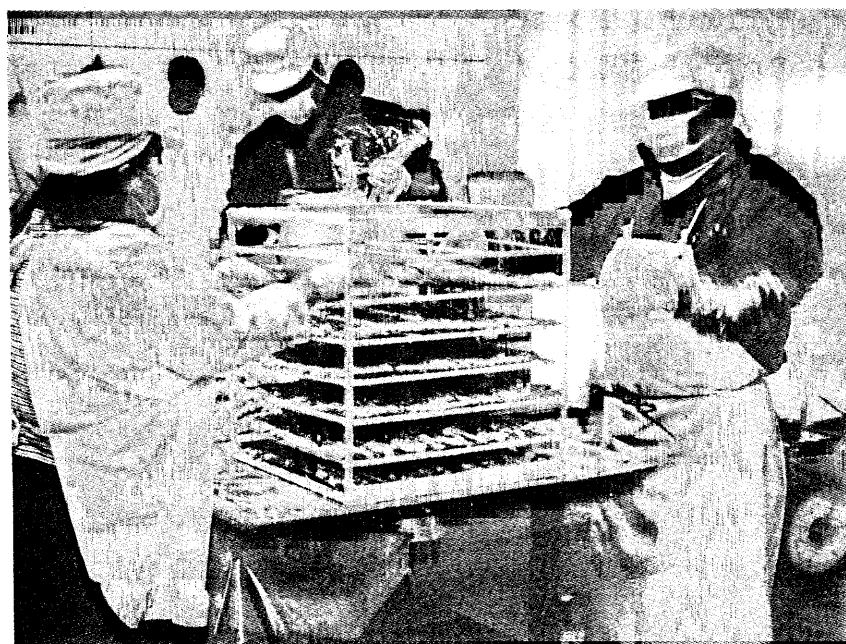
③下味付け



④粉つけ後の状態



⑤凍結の準備



⑥凍結機にかける

