

## さかしたキッチンの取り組み —加工品開発・販売に携わって—

おおすみ岬漁業協同組合 (有) 坂下水産  
さかしたキッチン 坂下 奈津子

### 1. 地域の概要

錦江町は、鹿児島県の大隅半島中南部に位置し(図1)、平成17年1月に旧大根占町と旧田代町が合併した人口7,410人(令和元年11月)の町である。

総面積は、163.15 km<sup>2</sup>で年間降水量2,000mm、平均気温20℃ととても温暖である。この気候を活用して、海岸地帯ではジャガイモやピーマン、お茶などの農業が盛んである。山間部には西日本最大級の照葉樹林帯が広がり、1,000m級の山々から流れ出る冷涼な水を活用して、米の栽培などが行われている。

また、海岸部からは開聞岳や桜島が一望にでき、日本一美しい夕日の見られる場所として、神川海岸や神川大滝公園へ多くの観光客が訪れている。山間部を流れる花瀬川は、千畳敷の石畳のような川床が約2kmにわたって広がっている。河畔には島津斉彬公も訪れたお茶亭跡が残る風光明媚な町である。



図1 位置図

### 2. 漁業の概要

おおすみ岬漁協は、平成18年1月に旧大根占町漁協、旧佐多漁協、旧佐多岬漁協の広域合併により誕生した。組合員数は正・准合わせて226人の漁協である。主な漁業は、定置網、刺し網、一本釣り、魚類養殖業で、平成30年度の水揚量は約1,149トン(図2)、水揚金額は約7億2,000万円(図3)、近年は量・額とも減少傾向にある。



図2 おおすみ岬漁協水揚げ数量

図3 おおすみ岬漁協水揚げ金額

### 3. 研究グループの組織と運営

私が所属する有限会社坂下水産は、いけす台数 30 台規模で、ヒラマサ・カンパチの魚類養殖を営んでいる。従業員は 24 人（親族 14 人，雇用 10 人）で「養殖部門」・「鮮魚販売部門」・「加工・販売部門」で構成され，義理の兄が社長を務めている。私は会社の経理や女性を中心となった加工品開発・販売と自社直売施設「ふる里館」（図 4）の運営に携わっている。

ふる里館は自社のヒラマサやカンパチの直売と地元農産品等の販売を目的に平成 20 年 2 月にオープンした。

平成 22 年には鮮度の良い刺し身が評価されて，大隅のうまい店第 1 位に輝いた。

平成 23 年度には県青年・女性漁業者活動実績発表大会において，現社長の坂下勝則が取組を発表した。

平成 27 年には売れ残りの刺し身を活用した加工品開発や販売を進めていくために，ふる里館の女性従業員 10 人による「さかしたキッチン」（図 5）を結成し，私が代表を務めている。「さかしたキッチン」のメンバーは「ふる里館」の店舗業務も兼務しながら加工販売活動を行っている。



図 4 ふる里館外観



図 5 さかしたキッチンメンバー

### 4. 研究・実践活動取り組み課題選定の動機

ふる里館は，自社のヒラマサやカンパチの鮮度にこだわり，水揚げ当日しか刺し身（生）で販売しないことを強みとして，新鮮な刺し身を求めるお客さんに支えられてきた（図 6，図 7，図 8）。しかし，鮮魚販売のみではどうしても売れ残りが発生するため，魚を処分するのももったいなく思っていた。そこで，翌日，フライにして総菜で販売する一方，売れ残らないよう夕方の刺し身（生）販売を控えるようにした。



図 8 刺し身ブロック

しかし、このままではいけないと、生産者が直売する強みを最大限生かして、当日の刺し身(生)販売をしっかりと行いつつ、売れ残りの魚を「価値ある」加工品にしていく必要があると考えた。

## 5. 研究・実践活動状況及び成果

### (1) 県水産技術開発センター及びかごしま産業支援センターの支援

私たちはまず、メンバーで相談して売れ残りの刺し身や端材を用いたハンバーグと餃子の試作を重ねた。商品としての目途が立ったため、お魚バーグとお魚餃子(図9)として商品化した。これを機に、ふる里館の従業員休憩室を改築し、真空包装機と家庭用の調理器具を設置して総菜が作れるようにした。



図9 開発したお魚バーグとお魚餃子

早速、町からの依頼で地域を飛び出して鹿児島市内で開催された「紫原あったかフェア」に

おいて販売活動を行った。その時に私たちの手作り加工品と刺し身を初めて地区外で販売し、消費者から「今まで食べたことのない歯ごたえ、臭みのない刺し身でおいしい」と言われたことに感動した。その後、町特産品協会の「元気ファクトリー」に加入し、異業種の方々との交流ができたことは、加工販売活動を進める上で大きな励みになった。

これまで町内外のイベントやセミナーで、他の参加者と交流するうちに、加工品の多様化や加工技術向上の必要性を感じた。そこで、県水産技術開発センターに相談して、手軽に調理できる加工品の試作を行った。また、かごしま産業支援センターからは、商品パッケージや販促資材の作成、販売計画に関する指導を受けて、商品開発を進め、現在の商品メニューにつなげていった。

その後、ふる里館での加工品が好評だったことや、「半島隅くじら市」への出展により加工品の売り上げが伸びてきたことから、ふる里館の調理室では手狭になり、効率よく加工活動ができる施設や機器整備が必要であると感じるようになった。

### (2) 加工施設の整備

ふる里館のオープンから5年目を迎えた平成25年ごろには、地域のお客さんの高齢化が進み、来店できないお客さんが増えてしまったことから、来客数、売上げともに減少した(図10)。魚離れが顕著になる中、少しターゲットを変えて若いお母さん方に、手軽に魚料理を作ってもらうためには何をすべきか?と考えるようになった。

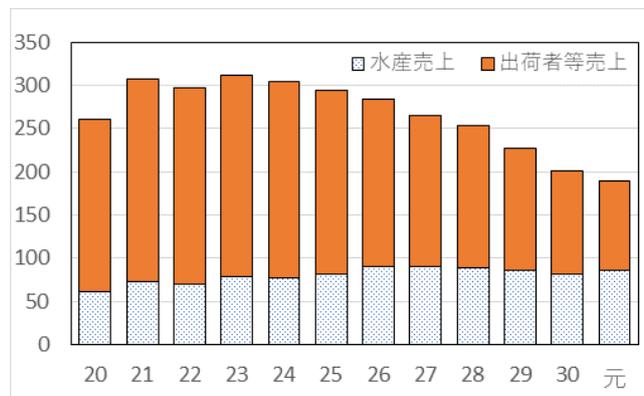


図10 ふる里館売上げ実績

そこで、平成29年度に国の「目詰ま

図 11 加工場内の加工室



図 12 急速冷凍機



図 13 移動販売車



「り解消プロジェクト事業」に応募した。加工施設(図 11)や機器を整備し、おおすみ岬地区の漁船漁業で廃棄されたり、低利用のままになっている地魚も活用した新たな加工品の開発に取り組むことにした。この事業で、冷凍冷蔵庫、急速冷凍機(図 12)、大型真空包装機、ミンチ機などを整備できたことにより、作業効率が大幅に向上し、電子レンジで調理できる加工品を開発することができた。また、事業で導入した移動販売車(図 13)を活用して、効果的にイベント販売ができるようになった。

### (3) 加工品の開発と販路拡大の取り組み状況

これらの機器整備により、簡単に調理できる商品のラインナップが完成した。私たちは、大切な家族や子供たちにもっと手軽に魚料理を食べてもらいたいという思いで、愛情を込めて手作りにこだわっている。私たちの商品の基本となる3本柱は、①魚をさばかなくても簡単にお魚料理が作れること、②おいしいこと、③ヒラマサやカンパチの栄養を摂取できることである。

この実現に向け、最初にヒラマサとカンパチをそのままミンチにしたミックスミン



図 14 さかしたキッチンの主要加工品

チを開発した。さらに、これを活用したコロッケ、お好み焼き、メンチカツを開発した。これらに地元の鹿屋中央高校生と共同開発した魚餃子、これまでに開発したヒラマサ・カンパチのフライやみそ漬け、塩こうじ漬けなどを加えて、揚げるだけ、焼くだけ、温めるだけの商品ラインナップを整えることができた(図 14)。

そして、「目詰まり解消プロジェクト」では、廃棄していた傷物のキビナゴ(図 15)と自社のヒラマサやカンパチを用いたつけあげ(図 16)を開発するとともに、地元で低利用となっていた底引き網等の漁獲物(図 17)もふる里館で販売するようにした。



図 15 傷物のキビナゴ



図 16 開発したつけあげ



図 17 底引き網の漁獲物

販路の開拓に関しては、平成 28 年にオブシアミスミ(鹿児島市)で期間限定の「錦江町アンテナショップ」(図 18)に出店・販売したことが販売活動の転機となった。それまでは求めに応じてイベントに参加している感覚だったが、これを自分たちの販路拡大の機会として積極的に考えることができるようになった。



図 18 錦江町アンテナショップ

そして、錦江町からの提案でふるさと納税の返礼品としてヒラマサ・カンパチの鮮魚やさかしたキッチンの商品も取り扱ってもらえるようになった(表 1)。「錦江町まち・ひと「MIRAI」創生協議会」の指導を受けて返礼品の内容を考えることで自社商品としっかり向き合えるようになった。

表 1 ふるさと納税取扱件数

年度	28	29	30	元
ふるさと納税(件)	95	165	140	225

県内で年間 11 カ所(半島隅くじら市、錦江町アンテナショップ、自治会館ふるさと市、セルフおすすみ新茶祭り、錦江レゲエ浜祭り(図 19)、錦江園夏祭り、やまんなか音楽祭、ふる里館 IN トヨタ(図 20)、純心短大祭り、錦江秋祭り、きんこう寄り道マーケット)のイベント販売に注力した。

また、東京で開催された「ジャパン・インターナショナル・シーフードショー」(図 21)に出展し、さまざまなバイヤーの方々と商談を行う中で、市場から求められている

商品や自分たちのセールスポイントを知ることができた。私たちは大量に商品を提供することはできないが、大量生産にはない手作りのおいしさにこだわった商品を作っているため、それが求められるところに販売していきたいと考えたようになった。



図 19 錦江レゲエ浜祭り

図 20 ふる里館 TN トヨタ

図 21 シーフードショー

#### (4) 加工品の売り上げ状況

当初、売れ残りの鮮魚をフライにして提供していた平成 25 年までは年間売上げは 15 万円から 35 万円程度だった。平成 26 年に真空包装機を整備し、平成 27 年「さかしたキッチン」を結成して本格的に加工活動を行ってからは順調に売上げを伸ばし、令和元年は 592 万円になった(図 22)。

このようにふる里館での売上げが減少していく中で、私たちが地域のお母さんたちに魚料理を食卓に並べてほしいという思いで開発してきた加工品が少しずつ浸透してきたことを実感している。

図 22 加工品販売実績

#### (5) 水産物品評会への出品・受賞

魚をさばかなくても簡単にお魚を使った料理が作れる「ぎょ！！みつくすミンチ」は平成 28 年度の県水産物品評会で入賞した。

また、令和元年度の同品評会では焼きたてを急速冷凍して、電子レンジで温めてすぐに食べられる「お魚お好み焼き」(図 23)が入賞した。



図 23 水産物品評会入賞

## 6. 波及効果

### (1) 漁師飯グランプリへの挑戦

令和元年 11 月に市町や漁協で構成される「おおすみ水産振興協議会」が主催し、大隅地区の 9 漁協と各地の飲食店が共同開発した漁師飯を競った第 5 回漁師飯グランプリで「錦江町のひらまさどんっ!!」がグランプリを獲得した(図 24, 図 25,



図 26)。これまでふる里館の寿司や総菜開発で培ってきた加工技術を生かすことができ、グランプリを受賞できたことをうれしく感じている。



図 24 出店・販売状況



図 25 錦江町のひらまさどんっ!!



図 26 漁師飯グランプリチラシ

## (2) 人とのつながり

さまざまなイベント販売活動やふるさと納税返礼品を扱う中で、私たちの鮮魚や加工品を選んでくれるリピーターが増え、加工品の販売を通じて人とのつながりが広がっていると感じている。

養殖業の視察や地域振興の活動に協力していく中で、参加した方々との交流が進み、外国の方々との交流も生まれている。一例であるが、平成 30 年にホームステイで受け入れた台湾大学の学生(図 27)に協力してもらって作った錦江町のロゴマーク(図 28)を商標登録(図 29)することができた。

これらの販売活動や地域活動による人とのつながりを通じて、錦江町の情報発信に貢献していきたいと思う。



図 27 ロゴの考案者



図 28 ロゴマーク



図 29 商標登録証

7.

今後

## の課題や計画と問題点

さかしたキッチンを結成して 5 年目を迎え、加工活動が軌道に乗ってきた。その反面、

加工・販売に携わる従業員のモチベーションを維持しつつ、加工活動を発展させていく難しさも感じるようになった。そこで、平成30年から、かごしま産業支援センターの指導を受けて「カイゼン」の取り組みを進めている。外部からの客観的なアドバイスを受けることで社内の組織体制等をより良くし、生産性の向上とメンバーの働きやすさを追求していきたい。

私たちの加工品は地区内での認知度は向上してきたが、地区外ではまだまだ知られていない。宣伝が足りないと感じており、これまでの経験を生かし商品や売り先を絞り込んで販売を強化したい。

加えて、現在、地域の高齢者に喜んでもらえる地元食材をふんだんに使い1食ずつ小分けにした商品を開発中である。

鹿児島県内で最も過疎・高齢化が進んでいるおおすみ岬地区では、地域に人を呼び込んで、情報を発信していく必要がある。

このため、ふる里館でも町が主催して各地の大学生を受け入れるワーキングホリデーに参加し、3人の大学生を受け入れた。

また、地域おこし協力隊と連携して整備を進めている地域密着型ゲストハウスに宿泊するゲストや地域の方々に、ヒラマサやカンパチの養殖現場やそのおいしさを体験してもらえるブルーツーリズムの取り組みを始めたところだ。



図 30 北海道下川町 SDGs 研修会

さらに、SDGsの「持続可能な開発目標」に少しでも近づく活動を行っていくため、研修会や先進地視察(図30)に参加してきた。微力ではあるが、まずはふる里館でもビニール袋削減の取り組みを進めていきたい。

これまでは、「ふる里館」とヒラマサの知名度を高めるために商品開発やイベントへの参加等、一生懸命進めてきた。それが、(有)坂下水産の「養殖部門」・「鮮魚販売部門」・「加工・販売部門」の相乗効果による自社直売売上の安定化につながった。

これからは、(有)坂下水産の「加工・販売部門」として、採算性や販売先を考慮した持続的な加工・販売を目指していきたい。

これまでの取り組みは私一人では何もできなかった。

家族の広い心と、社長の理解、従業員の協力と今まで関わっていただいた地域の方々や行政の方々に心から感謝しその縁を大切にしながら、今後も加工・販売や地域活動を通じて人とのつながりを拡大させていきたいと思っている。