

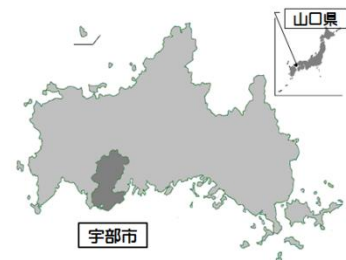
## 「元気一番」で地域を元気に！

～「たこめし」から「みさき定食」までの道のり～

山口県漁業協同組合 宇部岬支店加工部  
松本ひろみ

### 1. 地域の概要

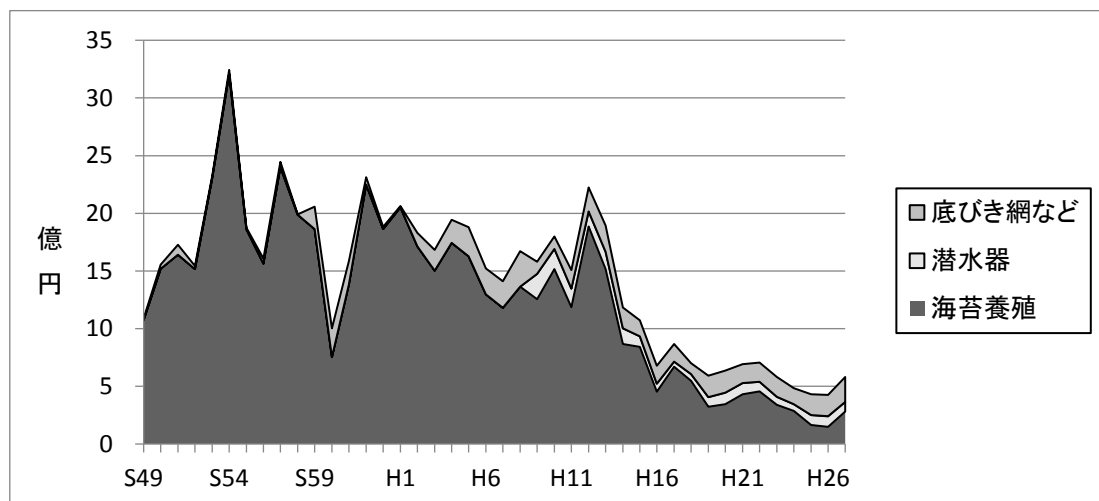
私たちが住んでいる宇部市は山口県南西部に位置し、瀬戸内海に面する人口 17 万人の工業都市で、晴れた日には九州や四国を眺めることができる気候の温暖な町である。宇部岬地区は市の南端にあり、山口宇部空港や大型商業施設がすぐ傍らにあるなど、都市部に隣接した立地にある。



宇部市位置図

### 2. 漁業の概要

山口県漁業協同組合宇部岬支店（以下「宇部岬支店」という。）の組合員は 169 人（正組合員 135 人、准組合員 34 人）で、主な漁業は、海苔養殖業と、底びき網・潜水器・さし網漁業であり、山口県の瀬戸内海では屈指の漁業の盛んな地域である。水揚げ金額は昭和 54 年の 32 億円を最高に、20 億円前後で推移していたが、平成 15 年ごろから海苔養殖業の不振により急激に減少し、平成 27 年には 5 億 8,000 万円まで落ち込んでいる。



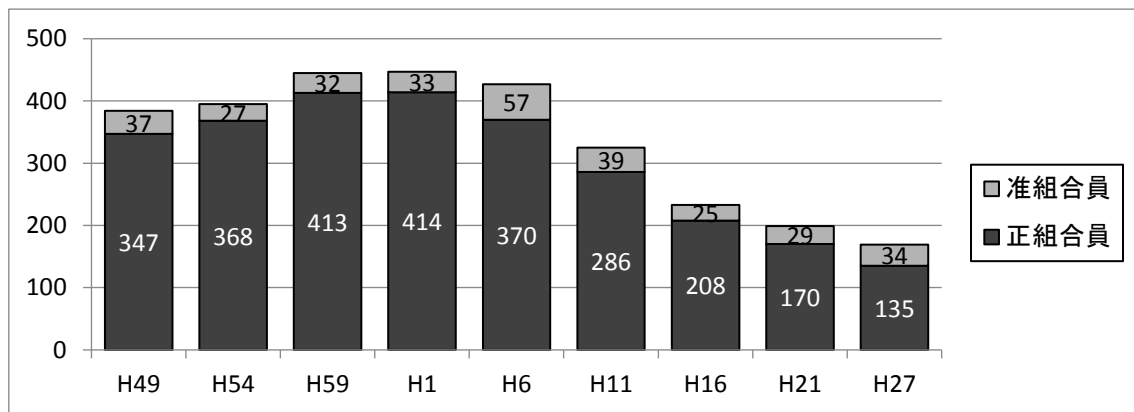
山口県漁協宇部岬支店の水揚げ金額（億円）

### 3. グループの組織と運営

平成 17 年に宇部岬支店女性部の有志が「加工部」を結成し、現在の部員数は 5 人である。

### 4. 研究・実践活動の取り組み課題選定の動機

平成 15 年ごろから、海域の栄養塩不足によって海苔養殖が不振となり、また、他の漁船漁業においても水揚げ量の減少と魚価の低迷により厳しい状況となり、漁業自体を止めざるを得ない者もでてきて、組合員数は徐々に減少してきた。海苔養殖を継続する者は、海苔漁期以外の漁業にも力を入れたが、水揚げは伸び悩んでいた。



山口県漁協宇部岬支店組合員数（人）

私たちは、浜の活気が徐々に失われていく状況に危機感を抱き、自分たち女性にも何かできないかと考えるようになり、魚価を少しでも上げたいと、「宇部岬の名物をつくる」「地元で獲れる魚をPRする」この2つを目標として、女性部の有志で加工部を結成し活動を始めることとなった。

### 5. 研究・実践活動の状況及び成果

#### (1) 浜市で「たこめし」などの販売開始

私たちはまず初めに、海苔の出荷場前を利用して、毎月第1、第3土曜日に「浜市」と銘打って「たこめし」などの加工品や、鮮魚の販売を始めた。初めのうちは集客に苦労したが、浜市の評判は口コミで徐々に広がり、周辺の地域の方々が買いに来るようになった。

私たちが作ったものに商品価値があるとわかってくると、「もっとたくさん販売したい」と思うようになった。そんな私たちの思いを漁協は十分に理解してくれて、平成 21 年には、宇部岬支店の裏の倉庫を改装して加工場を作ってもらった。加工場で効率的に、大量に加工品を作れるようになると、今度は「新たに私たちオリジナルの加工品を作りたい」と考えるようになった。



ノリ出荷場前の浜市

## (2) ナルトビエイの加工品開発

近年、瀬戸内海にナルトビエイという南方系のエイが現れるようになり、潜水器漁業の主な漁獲物である貝類を食い荒らすようになったため、平成17年から潜水器とさし網漁業者で協力してこのエイの駆除を始めた。数日間の駆除作業により5～24トンもの大量のエイが捕獲されたが、独特の臭みがあることから食用にはされず、これらは全て飼料として処分されていた。

しかし、このエイにはコラーゲンなどの有用成分が多く含まれていることを知り、この未利用の大量のエイを食材に活用できないかと考えるようになった。しかし、そのまま調理したのでは、アンモニアのような臭みが鼻につくことから、長門市の大津緑洋高校に処理技術の指導を依頼したところ、新鮮なうちにヒレを切り取ってすぐに冷凍し、流水で解凍して皮を剥いた後に氷水に漬けるなどの前処理をすることで、臭みが抑えられることがわかった。その他、県の水産研究センターに賞味期限の検査を依頼するなどして、「エイの竜田揚げ」を商品化した。この産・学・公連携で作った「エイの竜田揚げ」は、平成22年には、宇部市が、市内で採取・捕獲された一次産品を使用した加工品を認証・育成し、販売を促進していく「うべ元気ブランド」の第1号に認定された。



駆除されたナルトビエイ

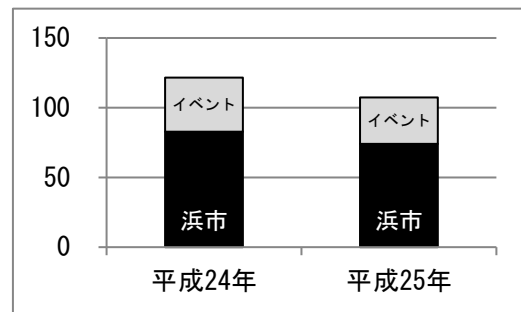


ナルトビエイの竜田揚げ

## (3) 直売所の建設に向けた取り組み

加工部の活動を10年間続けるうちに、商品数も増え、「たこめし」や「エイの竜田揚げ」は宇部岬の名物として認知されてきた。浜市の年間売り上げは70万円～80万円となり、地域のイベントにも積極的に参加した結果、加工部の年間の売り上げは100万円を超えるようになった。

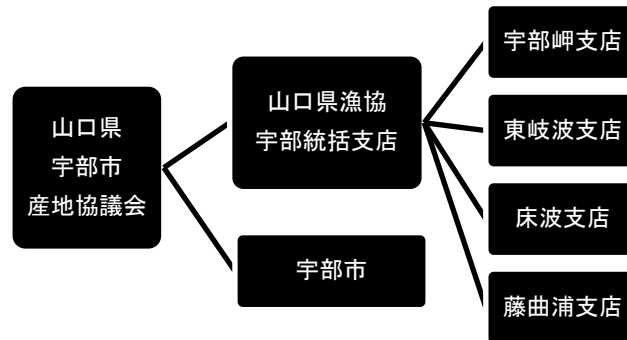
しかし、これらの活動も魚価の向上にはつながらず、活動に行き詰まりを感じていた。魚価を上げるためには、もっと本格的に売る必要があるのではないかと考えたが、浜市ではこれ以上の集客は望めず、「自分たちの加工品を売る常設の施設が欲しい」と考えるようになった。



加工部の売上 (万円)

一方、水揚げの減少と魚価の低迷が続く中で、主人たちも、「漁業者自らで値段を付けて、消費者に直接売りたい」と考えるようになっていた。

私たち加工部と漁業者の気持ちが一致し、「直売所を作って浜の賑わいを取り戻そう」という大きな動きが生まれ、私たちは協力して、まずは漁協に働きかけた。要望を受けた漁協は行政に働きかけ、その結果、国の事業の「産地水産業強化支援事業」を使って直売所を建設することとなった。宇部岬支店を始めとした宇部統括支店の4支店と、宇部市を会員とした「山口県宇部市産地協議会」を設立して、具体的に動き出した。



山口県宇部市産地協議会組織図

平成 26 年 5 月の第 1 回の産地協議会で「鮮魚・活魚の販売」「水産加工品の製造販売」「地魚料理の食堂運営」を行うことや、魚は直接漁業者から買取りにて仕入れることが決まった。

また、開店日は金、土、日曜日と祝日とし、開店日以外の日には加工品を製造するという営業形態も決定した。直売所全体の運営は漁協が行い、漁協職員と協力しながら加工部が主体的に働くこととなった。

直売所が具体的にになっていくにしたがって、私たちは幾つかの不安を感じるようになっていた。「経験のない食堂を含めほとんどを任されて大丈夫だろうか。」「浜市やイベントは多くても月 2 回ほどボランティアで活動してきたが、常設の直売所で働くとなると自分たちの生活が大きく変わってしまうのではないか。」「夫と一緒に漁に出ているメンバーやノリの加工を担っているメンバーはこれまでのように両立できるだろうか。」「私たちはそれぞれの不安を正直に打ち明け、話し合った。そのうえで、「地元で獲れる魚の料理なら誰よりも知っている」との自負と、「宇部の魚をたくさんの人に食べてもらいたい」という気持ちから、この新しい取り組みにチャレンジすることにした。そして、やるからには絶対に成功させるという強い覚悟をもって臨むこととした。

#### (4) 「みさき定食」の開発

食堂については経験がなかったので、当面、提供する料理は定食だけにした。おいしいのに浜値の安いクロダイやコショウダイ、京都の祇園祭以降に価格が下がるハモを活用できないか。宇部岬の特色を出すために、底びき網で1年中獲れる小エビを活かした新しい料理は作れないか。秋にさし網でたくさん獲れるサワラや、冬に潜水器で獲れるシロミルガイを季節の目玉食材にできないか。など、外部の意見を聞いたり、試作品を作ったりしながら、何度も話し合いをし、「おいしいのに浜値の安い地魚」の「何度でも食べたくなる定食」をコンセプトに「みさき定食」を作り上げた。

何度でも気軽に食べに来てほしいという気持ちから、価格は600円と手頃に設定し、食後には無料のコーヒーもサービスすることにした。



#### (5) 加工品の開発

準備期間中、食堂のメニュー開発と並行して、新たな加工品の開発にも取り組んだ。ハモの缶詰とかば焼き、ナルトビエイを使ったジャーキーについて高校などと共同開発を試みていた。「えいひれジャーキー」については商品化のめどが立ったが、ハモについては軟らかくなり過ぎる欠点があり、味付けも試食会で評価が分かれるなどなかなか商品化できないでいた。ちょうどその頃、民間の水産加工会社からハモが欲しいと声がかかり、私たちのぶつかっている問題を相談したところ、共同開発しようという話になった。加工会社で作った試作品の方が完成度が高かったことから、自力での商品化は諦め、お互いに得意な分野を活かそうということで、私たちが一次加工をして、加工業者が商品化することになった。開発した商品は、現在、萩の井上商店から「はもの蒲焼」と「鱧雑炊スープ」として販売されている。

ナルトビエイについても、同商店から「ロールにするとおいしいのではないか。」と助言されたが、私たちは加工機器を持っていないので、ロール加工をお願いし、私たちが「肉厚えいひれロール」として商品化した。



「はもの蒲焼」と「鱧雑炊スープ」



「肉厚えいひれロール」と「えいひれジャーキー」

#### (6) 直売所「うべ新鮮市場元気一番」の開店

平成 28 年 4 月に 2 年間の準備期間を経てようやく、宇部岬支店前に直売所「うべ新鮮市場 元気一番」が完成した。オープン初日は約 3,000 人の人出があるなど大変盛況で、直売所にはお客様が入りきれず、予定の倍の 100 食用意していた「みさき定食」もたったの 2 時間で完売してしまった。予想を上回るあまりの盛況ぶりに、うれしかったのと同時に、お客様をお待たせして申し訳なく思ったことを覚えている。



「うべ新鮮市場元気一番」完成



オープン初日には 3,000 人も来店！

オープン以来、安くておいしい「みさき定食」は評判となり、1 日に 50 食を提供することを目標としていたが、100 食でも足りない日もあるほどである。

「みさき定食」は、基本的には「その日獲れた魚」でメニューを考えているので、春から秋にはハモばかりが続く時もあった。目新しい調理方法を考えようと「ハモのフライ」を作ってみた。初めて作るメニューをお客様に提供する前には、味付けや大きさなど何パターンも試作品を作り試食をしている。そういった試行錯誤を繰り返し、お客様が何度来ても飽きないよう、できるだけ毎週違ったメニューを提供している。

「うべ新鮮市場元気一番」の 1 カ月当たり平均営業日数は 12 日であり、4 月から 12 月まで営業日数 109 日の売上は税込み約 2,500 万円となった。

#### 6. 波及効果

オープンからの来場者は 2 万人を超えた。私たちの漁港に 2 万人もの方が来るなど想像もできなかったが、漁港を散策する家族連れの姿を見かけたり、食堂のお客さんに街で会って声をかけられたり、「元気一番」を通じて他の地域の方との交流が生まれ、浜に元気が出てきたと感じる。

漁業者からも、「少量の魚では今まで値が付かなかったが、『元気一番』が買ってくれるので助かる。」との声もたくさん聞き、うれしく思っている。

また、宇部岬だけでなく他の支店の女性部員も直売所で一緒に働くなど、宇部統括支店としての一体感も高まったように感じている。

## 7. 今後の課題や計画と問題点

加工部の結成から12年、たこめしの販売から始めた活動は、エイの加工品の開発・ブランド化、直売所の建設運営、と徐々にステップアップしてきた。気づくと、数人で始めた活動は、漁協や民間企業のみならず学校や行政も巻き込む大きな活動になっていった。これからも、お客様に喜ばれ、漁業者にも喜ばれ、地域がもっともっと元気になる活動をしていきたいと考えている。



加工部員と直売所スタッフ