

未利用資源活用の取組 —鳥羽・菅島の漁師の挑戦—

合同会社風の島フーズ
中村元彦
中村朱希

1. 地域の概要

私たちの住む鳥羽市菅島(すがしま)は、鳥羽港の東約 3km の伊勢湾口に位置する人口約 600 人の離島である(図 1)。周辺は、太平洋の外海水と栄養塩豊富な伊勢湾内の海水が交差することで好漁場を形成している。

また、菅島は数百年間海女文化を継承してきた「しろご祭り」をはじめとする古くからの歴史が息づいた島でもある。

なお、昨年 5 月には隣接する志摩市で伊勢志摩サミットが開催され、鳥羽市においても関連行事が行われたところである。

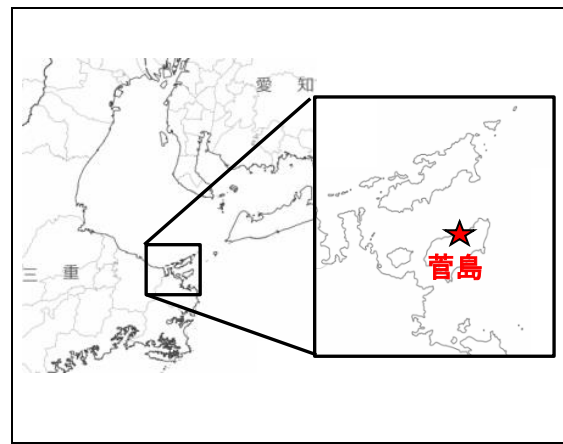


図 1 菅島地区の位置

2. 漁業の概要

平成 27 年度の鳥羽磯部漁協菅島支所の組合員数は 190 人、漁獲金額は約 6 億 2,000 万円である。主な漁業としては、マダイ等の一本釣り、サワラ曳き縄、イセエビ等の刺し網、海女漁のほか、黒ノリ養殖やワカメ養殖が行われている。

3. 研究グループの組織と運営

「合同会社風の島フーズ」は、平成 25 年に地元の水産物を活用した加工品販売による漁家所得の向上を目的に、漁協青壮年部の有志グループが立ち上げた「風の島加工場」を前身とする。翌年、「風の島加工場」は、青壮年部から独立した後、20~40 歳代の島内の若手漁業者の夫婦 5 組を中心に活動を続け、平成 28 年 12 月に法人格を取得したところである。なお、島の活性化のためには女性の活力向上が不可欠であるとの考えから、商品開発や加工作業等については女性メンバーが主体となっている。

4. 研究・実践活動取組課題選定の動機

私は、約 30 年前に就業したが、その後、菅島では、魚価の低迷や燃油高騰等による経営環境の悪化のため、漁家出身であっても後を継がず、島外で就職する若者が増えた。私は、若者が次々と島を離れていく寂しさとともに、人口減少が加速し、高齢化

する島の将来に不安を覚えるようになった。

菅島周辺では、強い季節風が吹く冬期は出漁日数が限られる。一方、この乾燥した冬の風を利用し、島の家庭では刺し網等で混獲されるホシザメ等を干物にする。一般的には食用魚としてのサメの評価は低いようだが、適切に下処理をし、島に吹く強い冬の風にあてて干したものは、旨味が凝縮され、大変美味である。サメの身が垂れ下がる姿（写真 1）から、菅島ではサメの干物は「サメのたれ」と呼ばれ、日常的に食べられるが、島には専門の加工業者がないことから、サメは自家消費以外に需要がなく、大部分が廃棄されていた。

出漁を阻む「冬の風」と、美味なのに廃棄される「サメ」。発想を転換し、これらを利用することはできないか。若い漁業者が島で結婚し、子育てができる環境を整えるため、これまで利用されてこなかった漁獲物を漁業者自らの手で価値あるものに転換することで所得の向上を図ることができないか、と考えるに至った。

そこで、有志を募り、菅島のPRを兼ねて「サメのたれ」の加工販売の取り組みを始めることとした。なお、グループ名は、発想の転換を大事にしたい、との思いを込め、「風」を冠した「風の島加工場」とした。

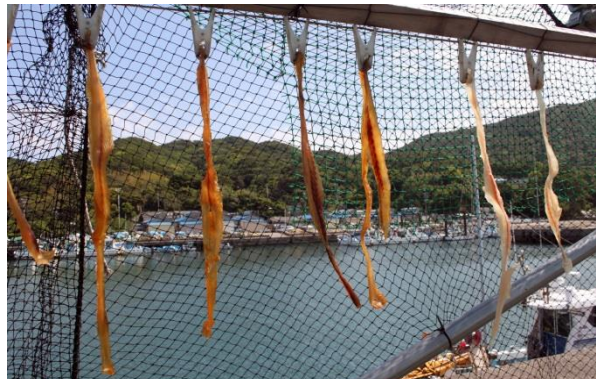


写真 1 「サメのたれ」が干される風景

5. 研究・実践活動状況及び成果

(1) 漁協青壮年部活動の再開

菅島では、私の世代を最後に新規就業者がなかった。そんな状態が 20 年近く続いた後、久しぶりに数人の新規就業者が現れた。彼らのためのみならず、島の活性化のためには、若い漁業者が顔を合わせ、ともに活動する場が必要だと考え、漁協や仲間の協力を得て、長らく途絶えていた漁協青壮年部活動を平成 23 年に再開することができた。現在、青壮年部は、次世代に海の大切さを伝えるため、地元の小学生とともにアラメ藻場の再生活動等に取り組んでいる（写真 2）。



写真 2 漁協青壮年部活動の再開

(2) 未利用資源の活用

① ソウルフード「サメのたれ」で菅島をPR

前述のように、サメは大部分が廃棄されていたが、調べてみると、奈良時代の朝貢品として記録が残っていたり、伊勢神宮では現在でも神饌（しんせん）とされている等、サメの干物は大変歴史のある食べ物であることを知った。

そこで、20年に一度の伊勢遷宮の年の平成25年、「漁業者として菅島のPRができないか」と青壮年部で相談した結果、有志により、島で親しまれている「サメのたれ」の加工販売に取り組むこととなった。

漁協の調理場を借り、島の年配の女性に教わりながら、試作を繰り返した結果、自信を持って販売できる品質のものを作ることができるようになった（写真3、4）。しかし、サメは歩留まりが非常に悪いことと漁獲が不安定なことから、生産量が限られてしまうことがわかった。また、包装資材や営業活動にも経費がかかることを考えると、サメのたれだけでは継続して利益を確保するめどが立たなかった。



写真3 「サメのたれ」の原料のホシザメ



写真4 「サメのたれ」試作の様子

②アカモクとの出会い

「サメのたれ」以外の商品開発の必要を感じていた時、自宅で観ていたテレビ番組で「アカモク」という海藻が取り上げられていた。その番組によると、一部の地域で食用とされる「アカモク」は、食物繊維やミネラルとともに脂肪燃焼効果があるとされるフコキサンチンが豊富に含まれること等から、健康食品として注目されているとのことだった。「アカモク」は、菅島では特に呼び名もなく、食べる習慣もなかったが、春になると島の周辺に大量に生え、航行の邪魔になる海藻であることはすぐにわかった。



写真5 先進グループによる加工指導

これを商品化できないかと考えたが、加工法がわからなかったため、県の普及指導員に相談したところ、鳥羽市内の他地区で既にアカモク加工に取り組んでいるグループがあることを知った。そこで、彼らに指導をお願いしたところ、ありがたいことに加工に適した時期や必要な器具等についても教えていただくことができた（写真5）。自分たちの知識や加工技術を快く提供して下さった彼らに迷惑をかけないように、アカモクの品質に関しては決して妥協しないことを

心がけている。

(3) PR活動及び販路の開拓

新たな取組を始めたものの、これまで漁獲物を市場に水揚げするだけだった私たちには、どのように商品を売ればよいのか、全て一から勉強しなければならなかった。

最初は、漁協の紹介で漁協関連の直販施設「鳥羽マルシェ」に商品を置いてもらった（写真 6、7）。他にも、さまざまなつてを頼って慣れない営業活動を行ったが、簡単には扱ってもらえず、精神的にも金銭的にも厳しいスタートとなった。しかし、普及指導員からの情報等を参考に、イベントや研修会に積極的に参加することで次第に人脈も広がり、具体的な商談ができるようになっていった。また、商品の認知度向上のため、さまざまな機会をとらえては情報発信を心がけてきた（写真 8、9、表）。特に伊勢志摩サミットの開催決定後は、この地域の注目度が高まった好機を逃さないよう、積極的な情報発信に努めた。



写真 6 鳥羽マルシェ外観



写真 7 鳥羽マルシェ店内の商品陳列



写真 8 平成 26 年 8 月みえ・花しょうぶサミット



写真 9 平成 28 年 2 月三重県農山漁村の集い

表 イベント出展及び研修会、セミナー等参加実績

イベント出展実績

(H28年度は1月10日現在)

年度	日数	うち県内	うち県外	主な出展イベント
H26	9	7	2	近鉄うまいもん列車in塩浜(四日市市)、三重県民大縁会(伊勢市)、シーフードショー(大阪市)など
H27	11	8	3	三重の食材を知る会(伊勢市)、三重県農産漁村の集い(津市)、三重の海藻に出会うin三重テラス(東京都)など
H28	5	5	-	三重の酒を楽しむ会(津市)、魚食体験教室(菅島)など
合計	25	20	5	

研修会、セミナー等参加実績

(H28年度は1月10日現在)

年度	日数	うち県内	うち県外	主な研修会、セミナー等
H27	9	6	3	三重フードイノベーションシンポジウム(津市)、三重県関西事務所販売強化セミナー(津市)など
H28	11	10	1	起業家育成支援セミナー(鳥羽市)、全国女性漁業者グループリーダー育成研修会(東京都)など
合計	20	16	4	

(4) 地元で愛される「郷土の味」に

私たちの活動の継続、発展のためには、地元で愛される商品を育てていくことが必要であると考え、菅島の小学生対象の「魚食体験教室」で私たちの商品を提供したり(写真10)、鳥羽市内の小中学校に学校給食用食材としてアカモクを無償提供する取り組みを行っている(写真11)。伝統のある「サメのたれ」も、新しい食材である「アカモク」も「郷土の味」として受け継がれていくことを願っている。



写真10 魚食体験教室に商品を提供

海藻「アカモク」もっと知って

鳥羽市の龍島・菅島の漁師らでつくる「風の島加工場」は、「とばの日」(10月8日)の学校給食の食材として、海藻のアカモク5.7%を同市教育委員会に寄贈した。アカモクは東北地方などで食されているが、伊勢湾内では漁網や漁船のスクリーンに絡まるため「ジャマモク」と呼ばれ厄介者扱いされていた。菅島でも近海に多く自生するが、まったく利用されていなかった。漁師らが食材として着目するようになったのは4年前。同市浦村町の若手漁師らが商品化に取り組んだことを知り、1年後に菅島でもアカモクを採取した。だが、同加工場の中村元産代表(48)は「1年目は大失敗。浦村町の漁師に指南してもらい昨年、商品化にこぎ着けた」と明かす。今春、島内に加工場が完成しアカモクの採取量は年約2トに達する。販売地域も県内をはじめ千葉、愛知県、京都府に拡大。売れ筋は150g入りのチューブ式(390円)で、「豊富な栄養や食感が楽しめる」という。市教委は市内の全小中学校の給食に使う予定で、アカモクを練り込んだハンバーグや、肉だんごのつなぎとして使うという。中村代表は「おいしくて健康にも良いアカモクをもっと知ってほしい」と新藤副二教育長に手渡した。【林一茂】



写真11 学校給食への提供
(H27.10.3 毎日新聞)

(5)活動の成果

さまざまな場を経験するうちに、少しずつ自分たちの商品の強みがわかってきた。例えば、私たちの商品は、すぐに食べられる「手軽さ」が消費者に評価されている、と感じたことから、水産庁の進める「ファストフィッシュ」に応募したところ、平成26年12月に「サメのたれ」、平成27年8月に「アカモク」が選定された(写真12)。また、新しい健康食品としてのPRを続けてきた結果、平成28年3月にJALと三重県の共同プロジェクトにおいてファーストクラス機内食のメニューに私たちのアカモク製品が採用されたことも大きな自信になった(写真13)。

結果として、平成26年度の本格活動開始以降、販売金額および取引先数は順調に伸びている(図2)。この結果は、PR活動と併せて加工技術の向上や補助事業を活用した機器整備による効率性の向上によるものと考えている。

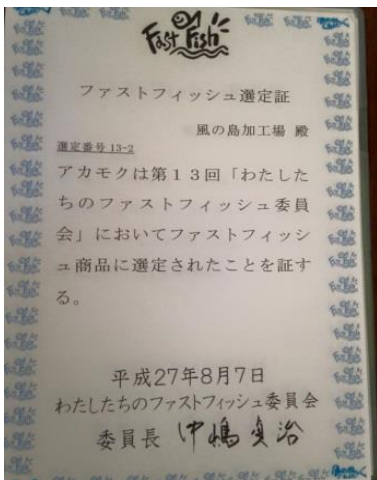


写真12 ファストフィッシュ選定証



写真13 JALファーストクラス機内食にアカモクが採用された

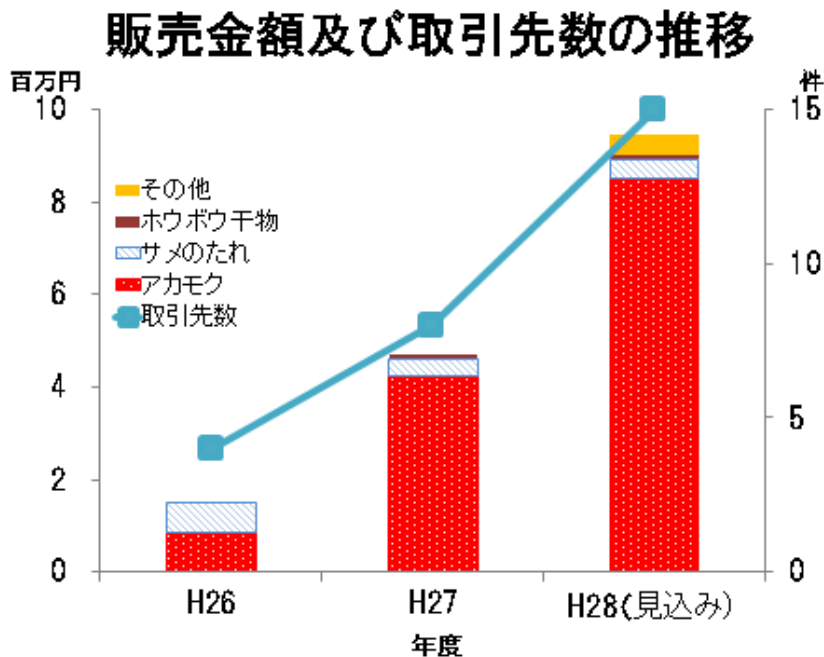


図2 販売金額及び取引先数の推移

6. 波及効果

(1) 未利用資源活用の波及効果

私たちの「サメのたれ」の販売活動により、これまで未利用だったサメが注目されてきたように感じている。例えば、鳥羽マルシェは、「サメ春巻」を開発し、平成 27 年の S e a 級グルメ全国大会に出品したところ優勝し、平成 28 年の同大会においても優秀賞に輝いた。これらは、マスコミにも取り上げられたことから、鳥羽の PR やイメージ向上につながったと思っている。現在、「サメ春巻」は、鳥羽マルシェの定番のテイクアウト商品（写真 14）となっており、季節限定ではあるが、併設のレストランでもサメのフライがメニュー化された。また、アカモクについても、人気の高まりを受け、鳥羽マルシェでは地元の農産品と組み合わせたさまざまなメニュー開発を行っている（写真 15）。



写真 14 サメ春巻は看板メニューに



写真 15 アカモクのメニュー例

(2) 漁村女性の能力活用の場の創出

この取り組みにより、菅島において女性が島外に出ることなく働ける場を提供することができた（写真 16）。



写真 16 加工の現場は女性が主役



写真 17 スタンドパック商品

さらに、女性メンバーは商品開発に主婦や子育て中の女性の視点が非常に重要であることをよく理解しており、さまざまなアイデアを提案し、形にしている。例えば、私たちのアカモク商品は、スタンドパックタイプの売上げが特に好調だが、これは、粘り気のあるアカモクを食卓で簡単に分量を調節しながら使えるよう、主婦の目線でデザインした商品である（写真 17）。

7. 今後の課題や計画と問題点

今後は、現在活動する中で感じている 3 つの課題に取り組んでいきたい。1 つ目は、「商品力の向上」で、品質等の改善、改良とともに、新商品の開発、SNS や HP による情報発信の充実を図りたい。2 つ目は、「事業拡大に伴う経営資源の見直し」である。今後の安定的な事業継続のためには「人、設備」の再配分とともにさらなる資金調達が必要を感じたことから、メンバー間で具体策として法人化の検討について話し合いを重ねてきたところ、平成 28 年 12 月に法人格を取得し、「合同会社風の島フーズ」として再出発することとなった。今後は、法人化による信用力強化のメリットを生かし、販路の拡大とともに新たな人材や設備への投資に取り組んでいきたい。3 つ目は、「水産資源の持続的な利用」である。持続可能な適正量を漁獲し、自らが手を加えることで利益を上げることを基本とし、菅島の財産である水産資源を次の世代に引き継いでいきたい。