

「たこ飯」で伝える地元水産物の魅力
 ～「港の朝市」での女性部の奮闘記録～

夷隅東部漁業協同組合 大原地区女性部
 松本とし子

1. 地域の概要

私たちの住んでいるいすみ市大原地区は、千葉県の南東、房総半島太平洋岸のほぼ中央に位置し、温暖な気候に恵まれている（図1）。

毎年秋には大漁と五穀豊穡を祈願し、神輿が一斉に海へと担ぎ込まれ海中でもみあう、関東随一といわれる「大原はだか祭り」が行われ、昔から漁業と地域は密接なつながりを持っている。

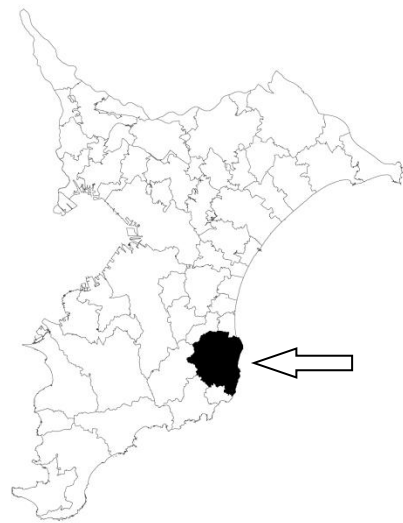


図1 いすみ市の位置

2. 漁業の概要

夷隅東部漁業協同組合の組合員数は386人で、昨年の水揚量は2,116トン、金額は6億9,000万円である。

いすみ市の沿岸域は良い漁場に恵まれており、特に、大原沖には「器械根」と呼ばれる全国有数の広大な岩礁帯があり、多くの魚介類が生息する好漁場となっている。この器械根を主漁場としたイセエビ固定式刺し網や、周辺海域でのイナダまき刺し網、たこつぼ、各種延縄漁業などが盛んで、小型船漁業を中心にまき網漁業なども営まれている（表1）。

また、遊漁船が多いのも特徴で、年間を通して多くの釣り客を受け入れている。

表1 1年間の主な漁業種類及び魚種

漁業種類	主な魚種	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
刺し網	イセエビ				←→				←→				
まき刺し網	イナダ	←→											
たこつぼ	マダコ	←→											←→
はえ縄	マダイ		←→								←→		
	ホウボウ	←→											←→
	トラフグ											←→	

3. 研究グループの組織の運営

私が所属している夷隅東部漁業協同組合大原地区女性部（以下「女性部」という）は、昭和40年代に発足し、現在の部員数は58人である。女性部の運営に当たっては、船の業種（漁船と遊漁船）などにより11班に班分けして各種活動を行うとともに、

部長及び役員は1年交替としてそれぞれ当番の班から選出している。

主な活動内容は、今回発表する朝市への出店のほかに、福祉施設への慰問、市のクリーンキャンペーンへの参加、漁港周辺の掃除、漁港の公衆トイレの清掃など年間を通してさまざまな取り組みを行っている（表2）。

表2 年間の活動スケジュール

	1月	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12月
港の朝市	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
福祉施設への慰問			○									
クリーンキャンペーン							○					
漁港周辺の掃除	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
漁港公衆トイレの清掃	← 毎日 →											

4. 研究・実践活動取組課題選定の動機

いすみ市では昭和61年から年に1~2回、地元商工会の主催で物産まつりが開催されており、女性部では大原のイセエビのPRを目的として物産まつりに出店し、イセエビ汁の販売や無料配布を行ってきた。この取り組みによる売上金は女性部の活動資金とするほか、海難遺児募金や災害募金への寄付に充ててきた。

平成25年3月に市役所から、「この物産まつりは平成25年5月から『大原漁港の朝市』に発展させた形で引き継がれることになった」との説明があり、あらためて女性部に対し、港の朝市への出店について打診があった。

朝市は毎月第3日曜日を基本として年15回程度の定期的な開催が予定されているため、来場者に地元で水揚げされる水産物を直接見て、その場で実際に味わってもらい、より良く知ってもらう場として最適といえる。そこで自分たちの家族が捕っているもの、そしてそれらを使った「浜の家庭の味」を紹介することは地元産水産物の知名度の向上や販売促進につながると考え、朝市に参加することにした。

5. 研究・実践活動の状況及び成果

(1) PRする水産物の検討

出店に当たり、数ある地元産水産物のうち、何を積極的にPRしていくべきかを検討した。イセエビについてはこれまでに組合や女性部としてもPR活動に取り組み、その成果もあって、知名度も高くなったことから、今回の朝市での取り組みではイセエビ以外のものを対象に「この地域ならではの」、「手頃な価格」、「安定して供給できる」の観点から検討していくこととした。

これらの条件を満たすものとして、古くからいすみ市で水揚げされており、品質の評価も高いマダコが候補として挙げられた。また、マダコは1年間程度であれば冷凍しても味は落ちず、むしろ身が柔らかくなるため、周年開催される朝市の食材としても適していた。

(2) 「いすみ市沖のマダコ」について

いすみ市沖におけるマダコ漁は歴史が古く、慶長年間（1600 年前後）に紀州から大原に隣接する太東地区へ漁法が伝えられたことにより始まった（図 2）。その後、昭和 60 年ごろからタコが逃げないように蓋のあるトラップ式たこつぼを導入したことにより、さらに盛んになった。

近年の年間水揚げ量はおおむね 100 トン前後、多いときでは 240 トンあり、県内のマダコの水揚げ量の 5～7 割を占める有数の産地となっている。

そしてこれらのマダコは産卵期直前である冬季に沿岸域を南下してくる群を漁獲していることから、サイズが大きく、味わい深いうまみがあるのが特徴で、プロの料理人からは「明石タコ」と並び日本の二大タコと称されるなど高い評価を得ている。

中でも 12～1 月に水揚げされる 800g 以上のものは特に評価が高く、平成 19 年に「太東・大原産真蛸」として県の「千葉ブランド水産物」に認定された。

このように質・量ともに申し分なく、プロからの評価も高いマダコを、地元を代表する味として一般消費者の方々にも広く知ってもらえるようにさらに売り込んでいきたいと考えた。

(3) メニューの検討

朝市で提供するメニューは「ここでしか食べられないもの」、「地元の味」をコンセプトとして検討をすすめ、昔から漁師の家庭の味として親しまれている「たこ飯」を提供することにした。

驚いたことに、メニューを決める部内での話し合いでは他の候補は挙がらず、すんなりと決まった。これは普段から質の良いマダコを食べている女性部の部員たちにとっても、「たこ飯」はタコのうま味を余すことなく楽しめ、数多くあるタコ料理の中でも特においしいと、皆が自信を持っていることの表れといえる。

朝市への出店の話を受けた時点で開催まで残すところ 2 カ月であり、それまでの期間で材料・機材の確保やレシピの検討、販売単位・数量、人員の割り振りなどの調整を進めた。特にレシピは家庭により異なるため、担当する班により差が生じないように統一したものを作成し、毎回安定した味での提供を目指した。

(4) タコの確保

水揚げされたマダコの中でも大部分を占める 800g～3kg でキズのないものは「活」として出荷されている。これらは千葉ブランド水産物に認定されているため、単価が高く、通常のルートで仕入れると 1kg 当たり 1,500 円前後となる。一方、足の欠損や



図 2 たこつぼとマダコ

頭に傷のある「キズ」銘柄やサイズの合わない銘柄は「活」として出荷できず単価がかなり安くなる。そのため女性部では事前に漁業者に頼んで、これらの中から特に安い「キズ」銘柄を確保しておいてもらい、仕入れるようにした。「キズ」銘柄であっても鮮度及び味に差はなく、調理の際に細かく切る「たこ飯」の材料としては全く問題ないため、水揚げ物の有効利用にもつながっている。

また、漁期が冬期のみと限られているため、1年分をまとめて購入して漁協の冷凍庫で冷凍しておき、朝市の開催に合わせて必要量を取り出して使っている。初年度である平成25年度用には70kg、26年度用には240kgを購入した。

(5) 製造

取り組みを始めるに当たり、調理に必要な機材は基本的にもともと女性部で所有しているものを使うこととした。

タコの調理には時間がかかるため、事前の下処理と当日の炊飯の2回に分けて作業にあっている。それぞれの作業には、各役員及び当番班の全員と、他10班からは1人ずつが参加している。

事前の下処理は2カ月に1回程度、朝市2回分を目安に行う。解凍したタコを切り分け、下味を付けて火を通し、1釜分ずつ小分けにして冷凍保存し、朝市当日には材料を合わせて炊飯するだけの状態に準備しておく。

朝市当日は5時前後に集合し、漁協の販売部の一角を借りて炊飯とパック詰めを行い、8時の開場と同時に販売開始となる。当初はガス炊飯器2釜を使い、200食の販売を目標とした(図3)。

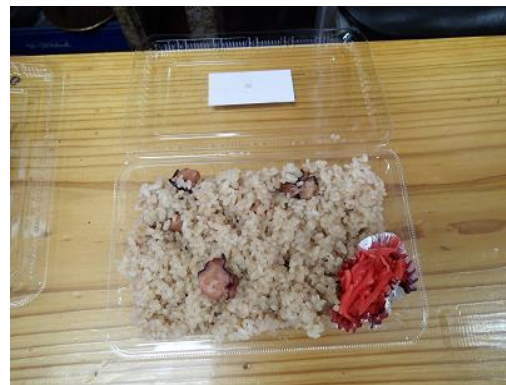


図3 たこ飯

(6) 販売

朝市への出店は5月からの予定だったが、材料の確保に時間が必要だったこともあり、実際に「たこ飯」が販売できる体制が整ったのは7月からとなった。出店に当たっては、朝市が新たに始まる企画だったため、来場者の人数や客層、求めているものについては手探りの状態で、「売れるだろうか?」「人は来るだろうか?」といった不安があった。

販売の初日を迎え、準備の合間に会場を見ると多くの来場者の姿があった(図4)。初回は様子見のため、少なめの70食を用意していたが、販売ブースに商品を並べると、開場から1時間程度で完売してしまった。このため2回目以降は200食に増やしたが、売れ行きは好調で短時間での完売が続いた。



図4 朝市のにぎわい

開催当初は「たこ飯」の味を知っている身内からの注文が多かったが、回を重ねるごとに口コミで評判となり、朝市の開催時刻である8時前から行列ができるようになった。次第に9時前に売り切れることが多くなってきたことから、平成26年5月にガス炊飯器を一つ増やし、現在は1回当たり300食前後を販売している。しかし、それでも売れ行き好調のため、現在も9時前後には売り切れている(図5, 6)。

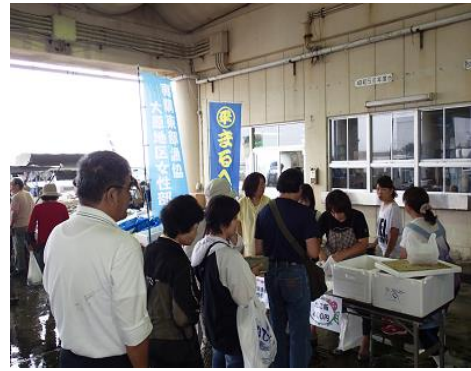


図5 女性部のたこ飯販売ブース

平成25年度では、合計11回朝市が開催されたが、うち8回で「たこ飯」を販売した。「たこ飯」の総売上額は約49万円、材料費や運営経費などを引くと約30万円の利益を上げることができ、取り組みの大きな励みとなっている。この利益金については、現在一部を女性部の親睦活動に充てているが、思いのほか利益が大きくなったため、使い道を今後部内で検討する予定でいる。

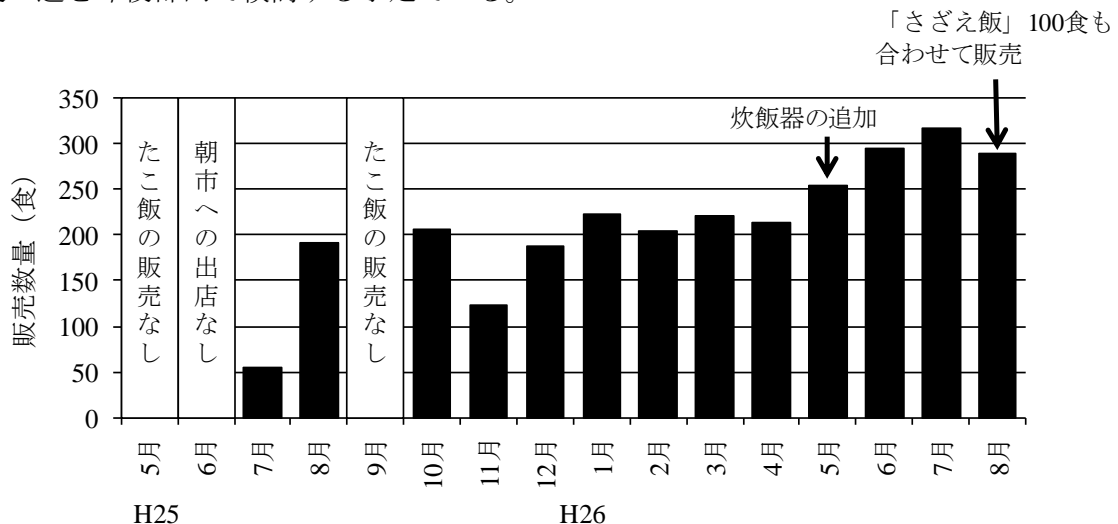


図6 「たこ飯」販売数量の推移

(7) 苦労した点

朝市での取り組みを始めるにあたってはさまざまな苦労もあった。1点目は材料の確保だった。はじめに出店の打診があつてからの準備期間が2カ月しかなく、短期間で1年分の材料を入手しなければならなかったが、どれだけ売れるか見通しが立たなかったため、必要な量の試算が難しかった。さらに、たこつぼ漁の漁期が終わりにさしかかっていたことや、その年はマダコが不漁だったことからタコの確保には大変苦労した。このため、各家庭で冷凍ストックしてあつた分を買い取ったり、漁協直営の販売所である「いさばや」から購入するなどしてようやく必要量を確保したが、価格を気にする余裕はなかったため、タコの購入費も高くなってしまった。

2点目は平成26年4月からの消費税の引き上げに伴う材料費の値上がりである。特に米については購入先を変えたり、低価格の無洗米を使用してみるなど色々と試した。

しかし、無洗米では水加減が難しく、従来の食感がなかなか出せなかったため、多少単価は高くなるが、従来の米に戻すこととした。

3点目は調理の面で、朝市当日は短時間に繰り返して「たこ飯」を炊くため、ガス炊飯器の調子に合わせて炊飯器の水加減を調整する必要があった。炊飯時にはタコから出る水分も考慮に入れ調整しているが、炊き上がりが硬くなり、蒸らし時間を長めにとることなどで調整したこともあり、苦労した。

6. 波及効果

(1) マダコの認知度の向上

港の朝市の取り組みを始める前は、「いすみ市沖のマダコ」の一般消費者の方々への認知度はイセエビほどではなく、調理法についてもたこ焼き、刺し身、煮物、唐揚げや酢の物などがポピュラーで、「たこ飯」はそれほど一般には浸透していなかった。しかし、今回の取り組みによりリピーターとなる方も多く見られ、「たこ飯」を目当てに行列ができるまでに至ったことから、徐々に「いすみ市沖のマダコ」、そして「たこ飯」の認知度は向上しているものと考えられる。

また、現在「港の朝市」ではマダコを扱う店も多くなり、ゆでだこの販売のほか、「たこ入り焼きそば」や「たこ入り卵焼き」、「たこ飯おにぎり」といった加工品まで、数多くの品目がそろえられるようになった

(図7)。実際に「たこ飯」を購入された方に話を聞いたところ、「会場の至る所でマダコに関連する商品が並んでいるのを見て、大原でマダコが多く水揚げされていることを初めて知った」という方が数多くいらっしゃった。このことから、女性部だけでなく朝市全体でマダコの関連商品を取り扱うことで、より効率的にPRできていることが実感できた。



図7 マダコの販売コーナー

(2) 女性部活動の活性化

朝市への出店の取り組みを始めたことにより女性部での活動の頻度が多くなった。船の業種（漁船と遊漁船）によって班分けがされており、両者は休漁日が異なっていることから予定を合わせるのが難しかったが、朝市の活動を通じてお互いに都合を付けて一緒に作業をするようになったため、部員同士のつながりが密になった。また、新しく女性部に入った人が浜になじむいい機会にもなっている。

7. 今後の課題や計画と問題点

朝市には県内はもとより東京をはじめ関東近県から毎回 3,000~5,000 人の方が来場されている。現状では販売が好調であり、今回の出店の目標であるマダコのPRと「地元の味」を知ってもらうことは、少しずつ達成できていると感じている。一方で、朝市での試みにも限界があるため、より効率的にPRを進めるには次のステップに取り組む必要がある。そこで、今後は商品にレシピを付けたり、漁協のホームページでレシピを公開することで作り方も知ってもらい、一般家庭での消費を促進するなど、さらに工夫を加えながら活動していきたいと考えている。

また、「港の朝市」もうれしいことに回数を重ねるごとに来場者数が増えているが、一方でトイレなどの施設が不足しているとの声も聞かれるようになってきた。衛生施設を充実させ、来場される方々に安心と快適性を提供することは地域のイメージアップにつながり、大変重要であるため、今後は市や漁協に働きかけていきたいと考えている。

今、大原漁港には地元だけでなく県内各地、関東近県からも多くの方々においでいただいている。生産者と消費者がじかに触れ合える「港の朝市」は、私たちの思いを直接伝えることのできる場であり、これからも多くの方々に「マダコをはじめとした地元の水産物」を知って、食べていただけるよう、来場者の目線に立ち、「おもてなし」の心を大事に持って、PRや消費拡大に取り組んでいこうと考えている。