

うまいやんか！白塚のカタクチイワシ
—カタクチイワシの普及に取り組んで—

白塚漁業協同組合青壮年部
伊藤 彰 啓

1. 地域の概要

私たちが住む津市は、三重県中部の伊勢湾に面した人口 28 万人、面積 711km²の県庁所在地である（図 1）。

市街地には官公庁や国の出先機関が集積しており、西側の中山間部で農業、林業が、東側の沿岸部では水産業が行われている。

白塚地区は市の北東部に位置し、県庁から約 5km の所にある都市近郊型の漁村である。

2. 漁業の概要

白塚漁協には現在、正組合員 39 名、准組合員 24 名が所属しており、主に、バッチ網漁業及び小型機船底びき網漁業に従事している。平成 22 年度の漁獲量は 1 万 7,095 トン、水揚げ金額は 9 億 4,000 万円である。漁獲量、水揚げ金額とも、大半がバッチ網漁業で漁獲されるカタクチイワシ、コウナゴで占められている（図 2）。なお、白塚漁港は伊勢湾で最も多くカタクチイワシが水揚げされる漁港である（H22 年）。

3. 研究グループの組織と運営

白塚漁協青壮年部は、21 歳から 56 歳までの部員 12 名で構成され、地域漁業の安定化や後継者の育成を目的に、平成 13 年に結成された。

これまでの主な活動として、海浜清掃等の環境保全活動や、市内の小学校で出前授業を行い、海や漁業の魅力を小学生に伝える教育活動に取り組んでいる。

また、近年では地元で行われる数々のイベントに出展し、地域との触れ合いに積極的に参加している。

4. 実践活動課題選定の動機

カタクチイワシの成魚は消費者に直接食べてもらうことが少なく、ほとんどが養殖魚の餌等に利用され、単価もキロ 50 円程度と安いのが現状である。伊勢湾のバッチ網漁業者は、新鮮であれば、白塚のカタクチイワシは脂が乗って他の魚に負けないぐらい美味しいと自負している。しかし、消費者の多くは、伊勢湾で獲れるカタクチイワシの本当の美味しさを知らず、カタクチイワシを食用魚としてみていない。そのことが非常に残念で、地元の消費者、特に未来の消費者となる子どもたちに、カタクチイワシ成魚のおいしさを知ってもらい、その価値を認めて欲しいと感じていた。

そこで、新しい食べ方、調理方法を考案し、発信していくことが重要であると考え、提供の仕方によっては、食用として流通させられるのではないかと考えた。また、本当

のカタクチイワシの価値を消費者に理解してもらえれば、やがてはその価値が単価に反映され、漁家経営の安定化につながると考えた。

5. 実践活動の状況及び成果

1) 方向性の検討

新しい食べ方、調理法について、妙案が無く悩んでいたところ、地元の市役所や商工会が、市の活性化を目指して、学校給食から生まれた「津ぎょうざ」（直径 15cm の大きな皮を用いた揚げぎょうざ）を、ご当地グルメプロジェクトとして広める事業に取り組んでいることを知った。

青壮年部の中から、「津ぎょうざの餡にカタクチイワシ（成魚）のミンチを使えば、魚嫌いな子どもたちにも受け入れてもらえるのではないか？」という話が持ち上がった。

普及指導員に相談したところ、これまでの獲る漁業からもうかる漁業への転換を図る絶好のチャンスであるとの助言をもらった。期待と不安の中で活動への戸惑いもあったが、「とにかくやってみないことには何も進まない！」ということで、平成 21 年 7 月から普及指導員と一緒に取り組みを開始した。

2) 試作及びアンケート調査の実施

取り組みを始めるまでは、単にカタクチイワシのミンチを他の材料と混ぜて、ぎょうざの皮に包み、油で揚げれば簡単に作れると思っていた。でも実際に自分たちで作ってみると、「魚臭さが残る」、「一定の形の物を作るのが難しい」などの課題が生じた。試行錯誤の結果、魚らしさを残したプレーン味と、魚臭さを少なくするためにカレー粉を混ぜたぎょうざが出来上がった。これらを普通サイズで合計 540 個試作した。なお試作には、県や市の職員に協力してもらった（写真 1）。そして地元最大のイベントである「津まつり 2009」の来場者に試食してもらい、アンケート調査を行った（写真 2）。

アンケート調査の結果、味付けに関しては、プレーン味、カレー味とも、「とてもおいしい」、「おいしい」、「普通」を合わせた評価が「プレーン味」88%、「カレー味」91%と概ね好評で、2つの味にあまり差は見られなかった。しかし、プレーン味に関しては、魚の臭いが気になるというコメントが多数みられた。

購買意欲については、「両方購入したい」が 31%、「プレーン味のみ」が 24%、「カレー味のみ」が 22%と、2つの味で差はあまり見られなかった（図 3）。

これらの結果から、カタクチイワシを使ったぎょうざは、消費者に受け入れてもらえると考え、2回目の試作を行った。

2回目の試作は、カレー粉の代わりに、赤味噌を加えて魚臭さを減らすなどの工夫を行い、大きさも津ぎょうざと同じ大きさのものを 400 個試作した。この試作品を、地元のイベントである「第 4 回津市農林水産まつり」の来場者に試食してもらい、アンケート調査を実施した。

2回目の試食のアンケート結果（図 4）は、味付けの評価が、「とてもおいしい」、「おいしい」、「普通」を合わせると 98%となり、前回の「プレーン味」88%、「カレー味」91%より向上した。

購入意欲についても 90%が購入したいと回答しており、大きな改善がみられた。このことから、基本となる味付けは、これでほぼ完成したと考えた。

ただし、購入希望価格の平均は 158 円と、一般的に売られている津ぎょうざの販売価格である 250 円～300 円より低かったことから、販売価格を上げるには、消費者に納得してもらうための工夫（栄養面、素材の新鮮さ、地産地消の PR 等）が必要と考えた。

3) 津ぎょうざ（白塚ぎょうざ）の委託製造及びイベントでの販売

カタクチイワシを用いた津ぎょうざの販売に、手ごたえを感じたことから、イベントで販売しようということになった。しかし、大量に作るには自分たちでは限界があるので、市内の食品加工業者と交渉し製造を委託することにした。加工業者には、2 回目の試作品をベースとして更なる味付けの改善を求めた。出来上がったサンプルを青壮年部のメンバーで試食して最終的な味付けを決め、平成 22 年 9 月から 23 年 3 月にかけて、同食品会社に委託して、約 8,000 個のぎょうざを、数回に分けて製造した。そして、「漁村白塚」の知名度を向上させるために、これを「白塚ぎょうざ」と命名した。この、白塚ぎょうざをイベントで販売する活動を行った（表 1）。これらのイベントでは、販売しているぎょうざが地元の白塚で獲れたカタクチイワシを使用していることや、消費者にカタクチイワシをアピールするため、カタクチイワシの栄養や、調理レシピなどを紹介したチラシを作成して配布した（写真 3、4）。イベントに加え、県庁や津市役所で食堂を営業している会社に白塚ぎょうざを売り込み、ぎょうざに加えてカタクチイワシを使った惣菜もランチメニューで使ってもらったり（写真 5）、白塚漁港に社会科見学に来た小学生等にぎょうざを無料配布して、白塚のカタクチイワシの PR を行った。

なお、地域の食文化である津ぎょうざを活用したこの取り組みは、地元のメディア（テレビ 2 社、新聞 4 社）にも取り上げられ、カタクチイワシの PR を行うことができた（写真 6）。

4) 学校給食

地元小学生にカタクチイワシのおいしさを知ってもらうため、小学校を通じて、市の学校給食センターと話し合いを行い、平成 22 年 3 月に、地元の小学校・中学校の学校給食に、カタクチイワシを無料で提供した。学校給食では、頭・内蔵を除去したカタクチイワシが唐揚げに、すり身がつみれ汁に調理され、子ども達に好評であった。

その後も、学校給食センターと交渉を続けた結果、平成 23 年 9 月に、カタクチイワシを給食のメニューで使いたいとの申し出があり、平成 24 年 1 月の学校給食で、つみれ汁としてすり身約 200kg が使われることが決まった（写真 7）。

このように学校給食で使ってもらえるようになったのも、地元のイベントで白塚ぎょうざを売り続け、消費者にカタクチイワシの美味しさを知ってもらおうとする自分たちの思いが、学校の関係者の心に届いたためと考えている。

6. 波及効果

魚食普及に取り組むなかで、近隣の赤須賀漁協、鈴鹿市漁協、松阪漁協の各青壮年部でも、地元で獲れた水産物を消費者に売り込もうといった活動が活発化してきた。

青壮年部同士での交流が活発となり、互いの地元のイベントに参加したり、普及員が企画した青壮年部の交流会を開催し、各青壮年部の取り組みの成果を発表し合ったり、意見交換を行うようになった。交流で知り合った伊勢湾の若手漁業者とは、将来の日本の水産の一翼を担う者として、一緒に活動を盛り上げていきたい。

7. 今後の課題や計画、問題点

カタクチイワシを使った津ぎょうざを「白塚ぎょうざ」と命名し、数多く販売してきたことで、多くの人に、白塚で獲れるカタクチイワシのおいしさを伝えることが出来たと実感している。

今後の活動として、学校給食への提供に力を入れ、子どもたちにカタクチイワシを、家庭でもっと食べたいと言ってもらえるように、これからも活動を続けたい。また、千葉県への視察で学んだことを活かして、白塚ぎょうざに続く新たな商品を考案し、イベント等で販売することにより、カタクチイワシのPRを続けていきたい。さらに新たな取り組みとして、地元の人々が新鮮なカタクチイワシを入手できるような直販施設の設立や、インターネット等での注文販売なども取り組んでいきたい。

しかし、直販施設や注文販売は、青壮年部だけではマンパワー的に難しい。県や市、地域の方々の協力を得ながら、ぜひ実現させたいと考えている。

将来、カタクチイワシを食べることが地元の人々の食習慣として定着して広がることで、多くのスーパーの売り場に、カタクチイワシが並ぶ日が来ることを信じている。

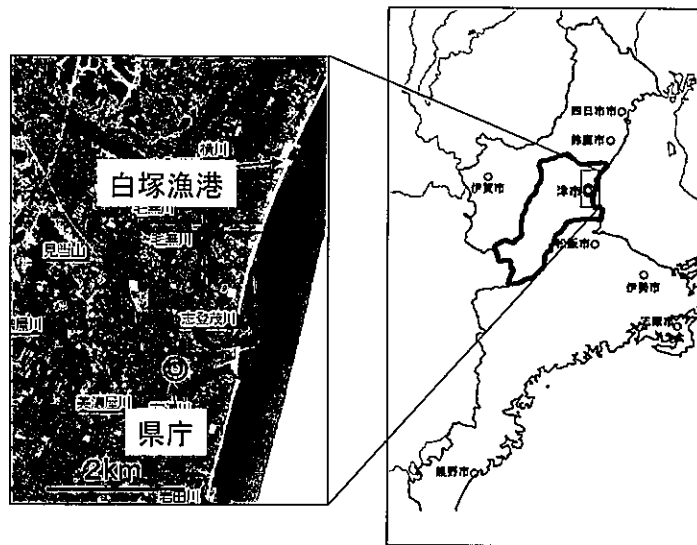


図1 津市および白塚漁港の位置

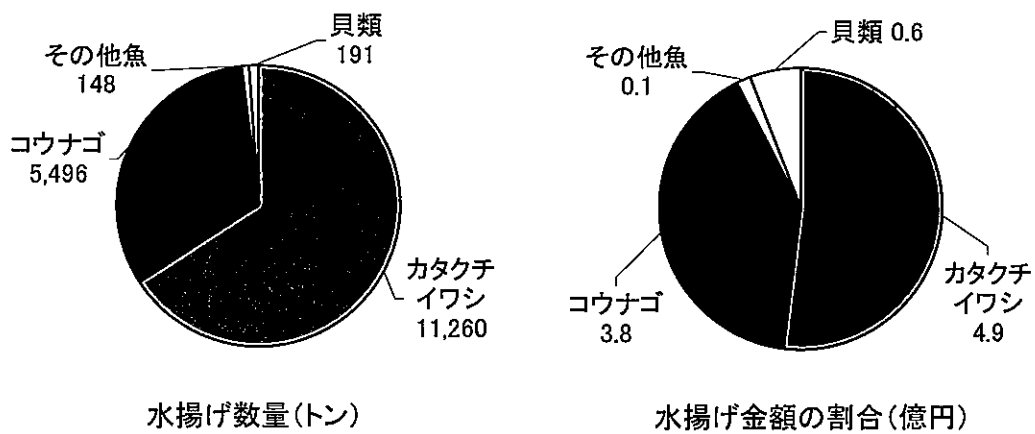


図2 平成22年度の白塚漁協における銘柄別水揚げ数量(左)および水揚げ金額(右)の状況



写真1 ぎょうざ試作の様子

～アンケートにご協力ください～

口福体楽館の組合員様には、伊勢湾の真一休の定番メニューである「カタグイリン」を用いて、地産地消を促進すべく「味噌と野菜」をテーマにした惣菜作りに取り組んでいます。今回は、新「あん」のあんがけ代わりにカタグイリンのミンチを使用して、小さいサイズのプレーン餃子とカレー餃子の2種類を作りました。つきましてはお試食とアンケート調剤にご協力いただきますようお願いいたします。

Q1 試食した餃子の味は好きでしたか？ (該当するものに○を付けてください)

①プレーン餃子
 とてもおいしい 美味しい 普通 おいしくない まずい
 その他()

②カレー餃子
 とてもおいしい 美味しい 普通 おいしくない まずい
 その他()

Q2 今回作った餃子が販売されていた場合、購入したいと思いませんか？ (該当するものに○を付けてください)

両方購入したい ①プレーン餃子のみ購入したい ②カレー餃子のみ購入したい
 両方購入したくない その他()

Q3 今後、ご家庭でカタグイリンを食べることはありますか？ (該当するものに○を付けてください)

よく食べる 時々食べる ほとんど食べない まったく食べない
 その他()

Q4 Q3で「よく食べる」「時々食べる」とお答えした方にお尋ねします。普段、ご家庭ではどのような方法で「カタグイリン」を食べていますか？ (ご自由にご記入ください)

[]

Q5 Q3で「ほとんど食べない」「まったく食べない」「全く食べない」とお答えした方にお尋ねします。ご家庭で食べない(食べにくい)理由を教えてください。

[]

Q6 このアンケートで結果に関するご意見ご感想がありましたらご記入ください。

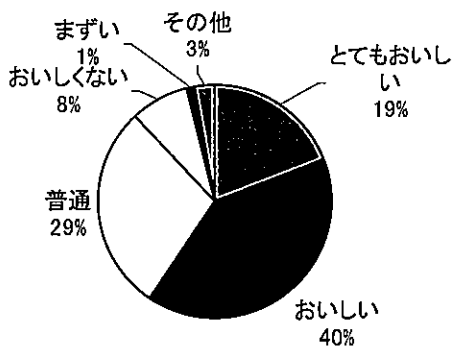
[]

Q7 あなたの性別と年齢を教えてください。

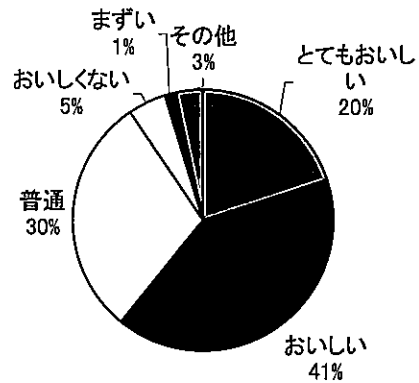
性別 男 女 () 年代 ()

写真2 アンケート用紙

プレーン味について



カレー味について



購入意欲について

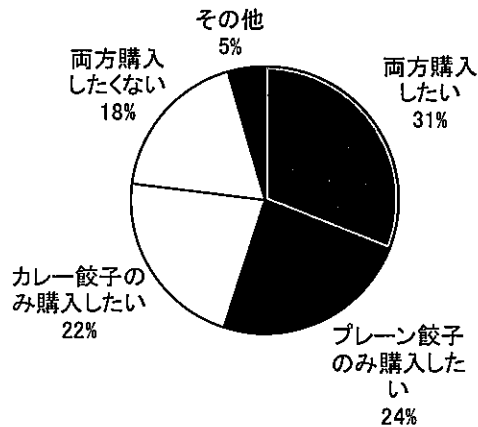


図3 津まつり2009でのアンケートの結果(平成21年10月)

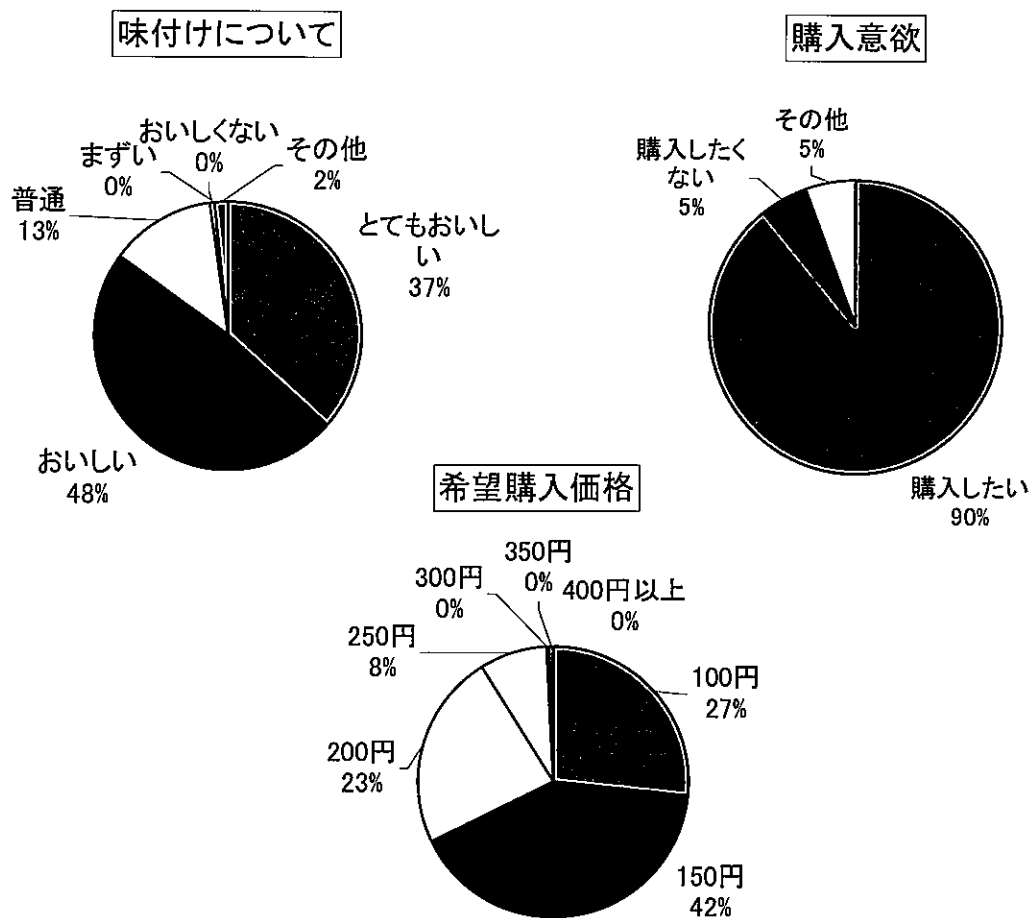


図4 第4回津市農林水産まつりでのアンケートの結果（平成21年11月）

表1. 参加した主なイベント一覧

	開催日	名称
平成22年	09月07日	津まつり2010
	11月03日	第5回津市農林水産まつり
	12月18日	おさかなまつりin美杉
	12月25日	第9回 白塚おさかなまつり
平成23年	01月23日	津産津消・食の祭典
	05月14日	第25回 津市物産まつり
	10月09日	2011津まつり
	10月30日	おさかなまつりin美杉
	11月03日	第6回津市農林水産まつり
	12月25日	第10回 白塚おさかなまつり



写真3 イベントの様子

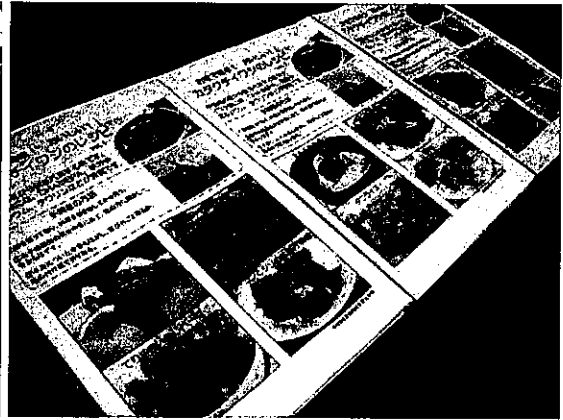


写真4 調理法の紹介



写真5 食堂で出されたランチメニュー

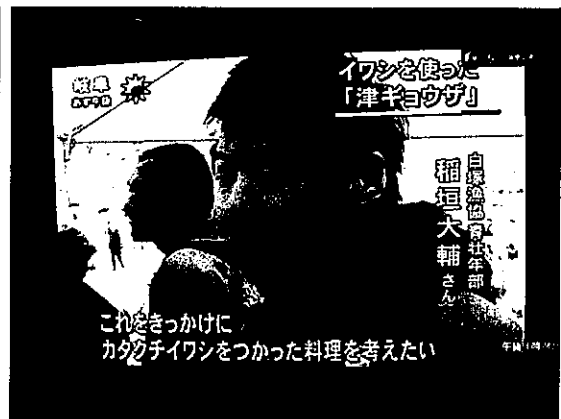


写真6 テレビ取材の様子



写真7 学校給食用すり身（左）と
一次処理品（右、頭・内臓除去）