

## 私たち加工グループのチャレンジ

秋田県漁業協同組合南部総括支所  
でんべいかれい生産グループ  
渡辺 郁子

### 1. 地域の概要

私たちが住んでいる「にかほ市」は、秋田県の西南部で山形県との県境に位置する面積約240km<sup>2</sup>、人口約2万8,300人の市である(図1)。北上する対馬暖流の影響を受けて気候も温暖で、農林水産業と電子部品の製造業が盛んなほか、標高2,236mの鳥海山を中心とした鳥海国定公園や、松尾芭蕉が「奥の細道」でもっとも感動したとされる景勝地「象潟」、南極探検で有名な白瀬中尉が生まれた「金浦」などもあり、毎年約286万人もの観光客が訪れる。ちなみに「市の魚」はタラで、私たちの活動拠点でもある金浦地区は、江戸時代から300年以上も続く海上安全・豊漁祈願の奇祭「掛魚まつり」でも有名である。

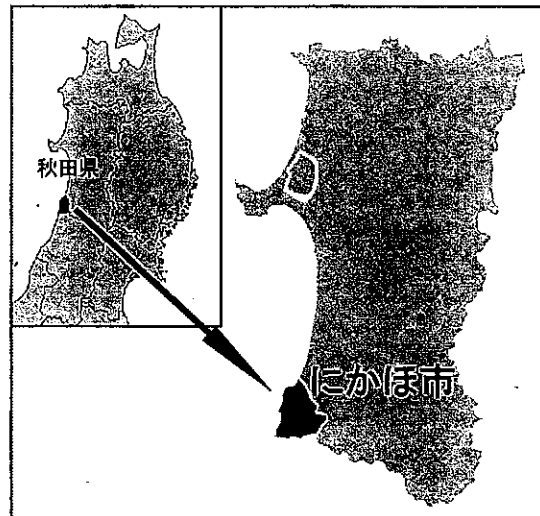


図1 にかほ市の位置

### 2. 漁業の概要

私たちが所属する秋田県漁協南部総括支所は、組合員77名で構成されており、主な漁業は、底びき網、小型定置網のほか、夏場はイワガキやアワビ漁業なども盛んで、平成20年の年間水揚げは、1,207トン、4億7,000万円である(図2)。

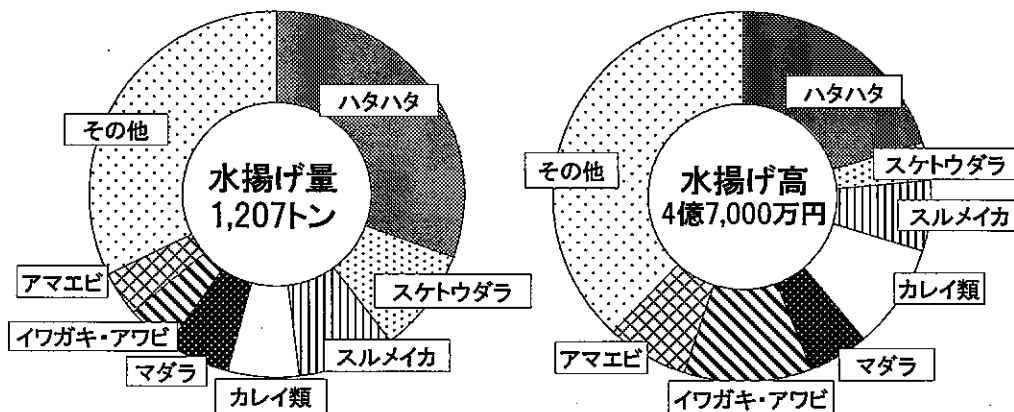


図2 金浦地区における平成20年魚種別水揚げ状況

### 3. 研究グループの組織と運営

私たち「でんべいかれい生産グループ」は、金浦地区の底びき網漁家の女性部員4名で構成されており、地元の金浦漁港に夫や息子たち家族が水揚げする柳ガレイ（ヤナギムシガレイ）などを原料とした加工品の製造・販売や鮮魚の移動販売を行っている。なお、「でんべい」とはグループ代表の屋号である。

### 4. 研究・実践活動選定の動機

グループの前身は、以前から数量がまとまらなかつたり、多少傷がついたりして市場には出回りにくい規格外品の加工などを手がけていたが、当時は魚価も高く安定していたこともあり、活動のほとんどは地区内に留まっていた。しかし、近年、魚価は低下する一方で、燃油や資材の価格は高騰し、漁家の経営は、操業すればするほど苦しくなる一方である。そこで、これまでの獲るだけの漁家から、獲って・売って・儲かる漁家を目指し、平成15年から、メンバーの世代交代を機会に、より一層の経営安定に向けて活動の範囲を金浦地区以外へも広げるとともに、新しい加工品の開発や鮮魚の移動販売などにも乗り出した。また、このような取り組みによって地域の活性化につながるとも考えた。

### 5. 研究・実践活動の状況及び成果

#### (1) 新製品「えびっこ」開発にチャレンジ

それまでグループが手がけていた加工品は「でんべいかれい」のみであった（図3）。これは、手のひら大の柳ガレイを干し、素揚げにした後、醤油・水飴・白ゴマ等をからめて骨ごと食べられるように加工したものである。地域の特産品として旧金浦町のパンフレットにも取り上げられたこともあったが、秋から春にかけては加工に適さない身の厚い子持ちとなり、単価も上がることから安定した原料の確保が課題にもなっていた。同時に活

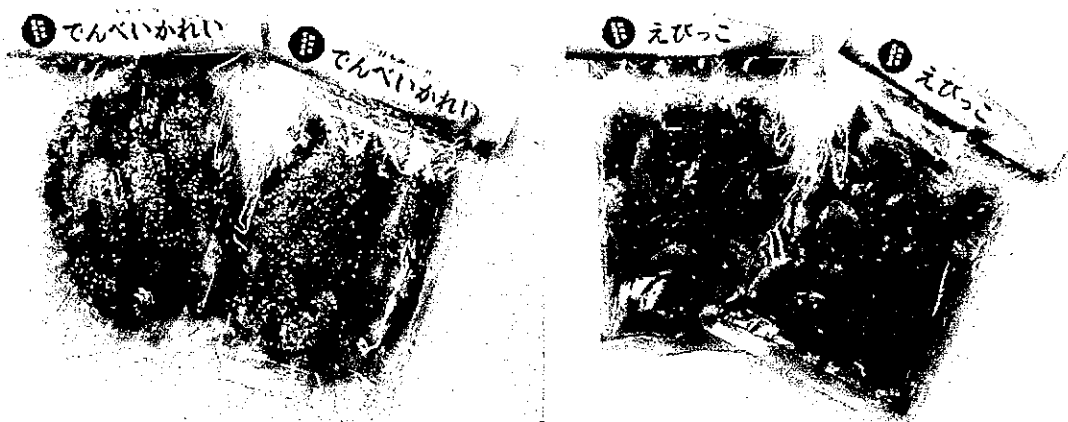


図3 既製品「でんべいかれい（左）」と新製品「えびっこ（右）」

動を拡大させるには、これまでの台所作業では能率が悪くなってきたため、メンバー代表の自宅の一部を改造して加工場を設けた。

そして、周年、販売が可能な新製品について検討した結果、甘エビ（ホッコクアカエビ）であれば、底びき網漁の休漁期間であってもエビかご漁（えびつぶかご漁業）は操業されるため原料が周年確保できるほか、そのままでは値の付かない多少傷がついた規格外品も

多く出る。それらを手に入して試行錯誤の末に誕生したのが「えびっこ」で、平成16年から販売を開始し、殻ごと食べられるほか、いつでもどこでもプリプリとした身の歯応えが味わえると評価されている（図3）。

## （2）商談会にチャレンジ

「でんべいかれい」に加えて「えびっこ」も、にかほ市や県、地元の観光協会や商工会が主催する各種イベントに積極的に参加して販売促進に努めているほか、近隣の複数の道の駅へも働きかけ委託販売を行っている。また、デザイン学校の先生にも指導を仰いでパッケージもリニューアルした。さらに、機会があれば商談会などにも参加し、プロのバイヤーから商品に対するアドバイスを取り入れることも始めた。平成21年12月に

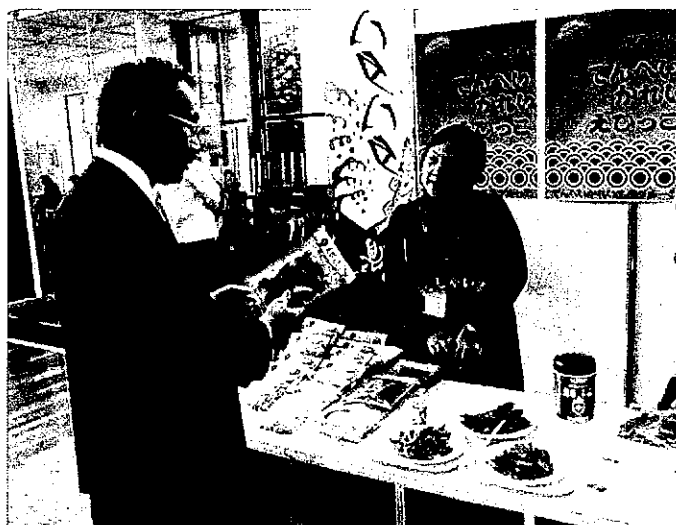


図4 商談会の様子

県都秋田市で開催された商談会（図4）では、首都圏からもバイヤーが訪れており、「首都圏を狙うなら酒や醤油などの調味料にこだわりを持つべき。」「でんべいかれい、えびっことも1パックあたりの内容量が多すぎる。開封したら1回で食べきれぬ量にして組み合わせるなどの工夫が欲しい。」「えびっこは惣菜原料としても使える。安定した販路にもなるし、スーパーとの共同開発を検討してはどうか。」など、たくさんの実践的なアドバイスをいただくことが出来た。

特に、「ビールなどのつまみとして売り込むなら、販売価格はビールよりも低く設定しなくては売れない。」とのアドバイスには目が覚める思いであり、「おいしい」と言われる製品であっても、売れる商品としての条件をまだまだ満足していないことに改めて気付か

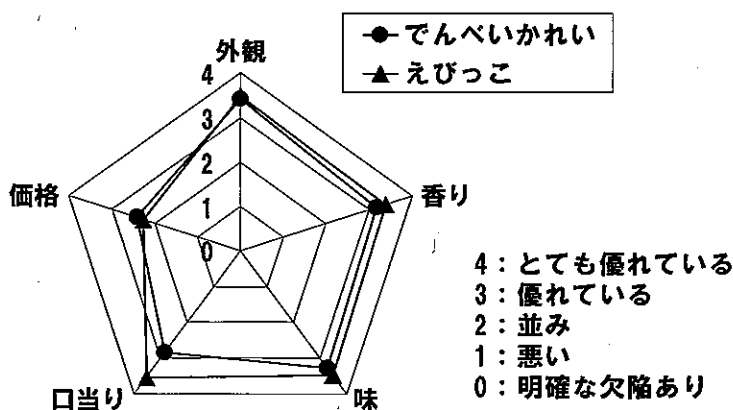


図5 商品アンケートの結果

された。商談会に先立ち行った試食アンケートの「外観や味などは優れていても割高感がある」とする結果（図5）を裏付ける格好となった。今後、これらのアドバイスを参考に、さらに分析を加えて、製品を改良し、売れる商品づくりを進めていかななくてはならない。

### (3) 新製品「ハタハタ甘露煮」にチャレンジ

平成4年から3年間の全面禁漁によって順調に資源が回復してきたハタハタも、消費者の魚離れや不況の影響か、以前にも増して浜値が落ち込んできていることが悩みの種であった。そんな時、委託販売先でお世話になっていた近隣の道の駅の支配人から、「にかほの前浜からの恵みは無駄にしたくない。地産地消によって付加価値を付けたい。新しい特産品にもなるし、道の駅のレストランでも使えるようなハタハタ製品を考えてもらえないか。」との提案があった。渡りに船の話であったので、さっそく甘露煮の試作品づくりに取り組んでみたが、身離れが良いハタハタは煮崩れし易く苦労の連続であった。試行錯誤を

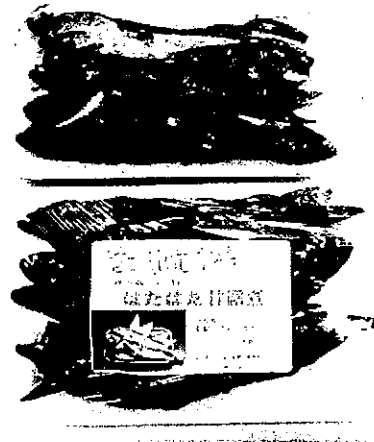


図6 新製品はたはた甘露煮

繰り返しながらも出来上がった製品は、既製品に比べて見栄えも良く食味も高いとの評価であった(図6)。実際、先の商談会でも試食してもらったところ、思いのほか評判で、「自社で手がけている製品の素材として使いたい。」との申し出があり、現在、共同開発を進めているところである。また、最初に提案を受けた道の駅への納入についても調整を進めている段階である。こうした素材としての提供は、手間をかけて作った製品が、グループの名前で売り出せないため、少し寂しい気持ちもあるが、安定した経営のための安定した取引先を確保するためには欠かせないと考えている。なお、開発に並行して加工場の模様替えを行い「そうざい製造業」の許可も取得した。今後、包装やラベルなどに改良を加えてグループ独自の商品化も進めたい(図6右)。

### (4) 売れる商品づくりへ

これまで「夫や息子たちが獲ってくる魚介類を売って儲かる。」を合言葉に、活動を進めてきて、ある程度の売り上げを得ることが出来たと考えている(図7)。活動を拡大し始めた平成15年には「でんべいかれい」のみの販売で40万円程度であったのが、平成16年からの「えびっこ」や「干物」、平成18年からの「鮮魚」を加えて、平成21年には、11月までに約130万円の売り上げまで伸ばすことが出来た。しかし、現実的には、原材料費とメンバー4人分の手間賃をどうにか回収するのがやっとである。各種イベントや商談会への参加を通してわかったことは、まだまだ、製品を作るだけの段階から抜け切れていない、ということであった。つまり、売れる・売れ続ける商品づくりという考え方がまだまだ不足していたということである。幸いなことは、これまでに数多くのアド

バイスが得られ、改良すべき点が明らかになってきた事である。また、少しずつながらも広がってきた人脈を活用すれば、新たな商品開発や販路開拓のヒントが得られることがわかってきた。「でんべいかれい」に関しては「背骨が硬く食べ難い」という指摘をクリアするため、現在、新しい加工方法を工夫している段階で、これまでに背骨の硬さをほとんど感じない試作品が得られている。「えびっこ」と「はたはた甘露煮」は、惣菜原料として、スーパーや道の駅のレストランへの出荷を検討している。また、いずれの製品も、店頭販売では、内容量と価格について見直しを行い、小容量パックのセット販売などにチャレンジしていきたい。

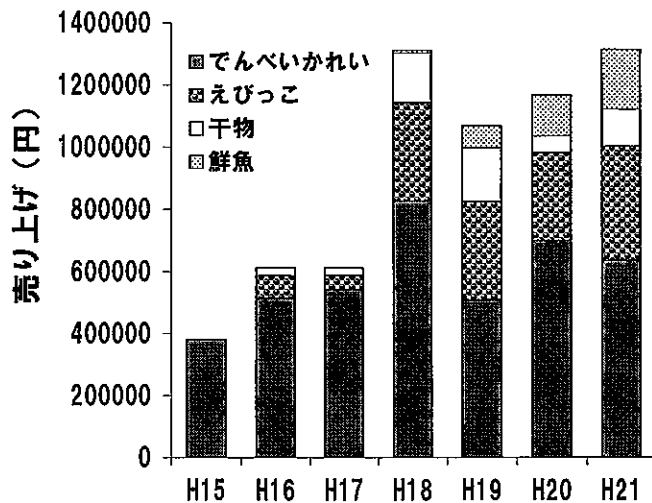


図7 売上げの推移

## 6. 波及効果

平成15年から7年間の活動で、たくさんの応援してくれる人のつながりが得られてきたと感じている。近年、地産地消への取り組みが盛んになってきており、市や商工会、道の駅などから、相談を受けたり、逆に相談したりしながら「えびっこ」や「はたはた甘露煮」などの新製品開発が進んできた。また、食育の一環として地域の幼稚園のおやつに採用していただくなど、地域の活性化に、私たちを含めて関係者が一丸となって取り組む気運が一段と高まってきた。平成18年からの売上げの伸びは、そうした人たちから、事あるごとにPRしていただいたり、イベントへの出展を呼びかけていただいたお陰である。

## 7. 今後の計画と課題

まだまだ安定した経営には至っていないが、これまでの活動を通して得られた人と人とのつながりを大切に行けば、可能性はさらに広がると考えている。しかし、同時に、そのつながり（信頼）を失わないためにも安定して製品を供給できるよう原材料の確保や製品の製造・出荷体制を整備しなければならない。現在、そのために必要な資機材の導入や更新を検討している。儲かる漁家のモデルになれるよう、これからもチャレンジを続けていきたい。



図8 グループメンバー（うち3名）