

やがまし姫はツブぞろい、食べてみっせ! かしまの一品

女性部鹿島支部による6次化商品開発の取組

相馬双葉漁業協同組合女性部鹿島支部

北元 浩子

1. 地域の概要

私たちの住む南相馬市は、福島県の太平洋沿岸北部に位置しており（図1）、平成18年に旧鹿島町、旧原町市、旧小高町が合併して誕生した人口5万6,000人の都市である。市内には歴史的な神社・仏閣が多く、江戸時代中期から続く勇壮な相馬野馬追は全国的にも有名である。

相馬双葉漁業協同組合鹿島地区は、南相馬市鹿島区の中央を流れる真野川の河口部、真野川漁港にある。南相馬市で漁港があるのは鹿島区だけであり、真野川漁港は南相馬市の漁業生産の拠点となっている。

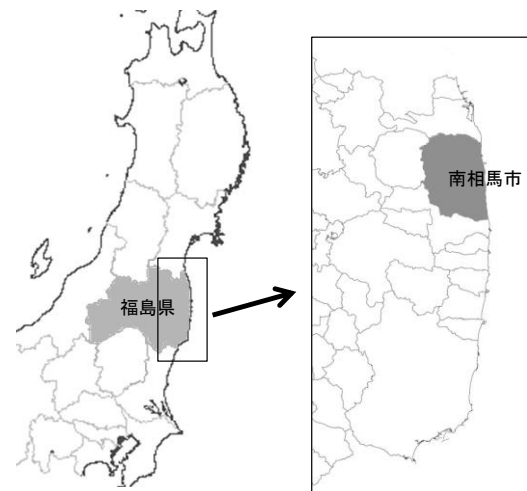


図1 福島県南相馬市の位置

2. 漁業の概要

東日本大震災（以下、震災）前はさし網や船びき網、サケ定置網など小型船による沿岸漁業を営んでおり、震災前の平成22年の水揚げは、コウナゴ、シラス等の浮魚やヒラメ・カレイ類等の底魚など、数量が1,443トン、金額が4億2,535万円であった。現在、鹿島地区には正組合員60人、小型船16隻が所属している。平成25年3月から船びき網等の試験操業に参加し、本格的な漁業の再開を目指している。鹿島地区は福島県の中でも若い漁業者が多く、本年度は10～20代の漁業者3人が新たに正組合員として加入し、浜の活気は高揚してきている。

3. 研究グループの組織と運営

相馬双葉漁業協同組合女性部鹿島支部（以下、鹿島女性部）は、現在19人で活動している。震災前は、水揚げの手伝い等で忙しく、部員そろっての活動は年数回のイベント参加にとどまっていた。震災後は大津波の影響で、私たちの家々は全て流失し、しばらくの間は鹿島女性部の活動ができない状況が続いたが、現在は、漁業復興に向けた活動の機運が高まっており、先進地域の視察、イベントに参加しての産直活動、6次化商品の開発などを鹿島女性部が一体となって積極的に実施している。

4. 研究・実践活動取組課題選定の動機

震災で発生した津波により、鹿島地区の港と家屋は全て流失してしまった。震災の直後は、今まで築いてきた鹿島の歴史を全て失ってしまった気がして、私たちは何もする気力が湧かなかった。しかし、年月の経過に伴い街が徐々に復興し、さらに漁業の現場では、平成24年6月から試験操業が始まり、復興に向けて動き出した。ちょうどその頃、私たちの故郷である南相馬市では、市役所が中心となり、地域に思い入れのある人たちが集まり、共同で活動し合う「復興大学」というプロジェクトが開始され、私たち鹿島女性部もそのメンバーに加わるようになった。そこではさまざまな団体の人たちが南相馬の復興に尽力しており、その姿を目の当たりにした、私たちにも「復興に向けて動きだそう」という強い思いが湧いてきた。その時に頭に浮かんだのは、「私たちは皆漁師の母ちゃんであり、私たちに出来ることは、父ちゃんが獲ってきた新鮮でおいしい魚を消費者に届けること」だった。そこで、父ちゃんが獲ってきた新鮮な魚を使って、女性の得意分野である「料理」を活かせば、鹿島独自の6次化商品を作れるのではないかと考え、商品開発に乗り出すとともに、それらの販促活動に取り組むこととした。

5. 研究・実践活動状況及び成果

(1) シンボルマークに込めた思い

活動開始にあたり、鹿島女性部が一丸となり、震災からの復興、そしてこれからの躍進を目指していくため、鹿島女性部の象徴となるシンボルマークを作成することにした。シンボルマークには、「これこそ鹿島女性部」であることが伝わるように、マークの中にキャッチコピーを織り込むことにした。そして、何度も議論を重ねて完成したのが、「からす やがまし ひめ」のマークである(図2)。マークは漁業の象徴である魚の形を5つ集めたものである。そして、桜の花びらをイメージした女性らしいピンク色に彩色することで、愛着が持てるマークになっている。

キャッチコピーは鹿島女性部を見事に表現していると自負している。「からす=鹿島の漁港がある場所の地名(烏崎)のこと」「やがまし=方言で(うるさい)を意味する。つまり、にぎやかであること」「ひめ=女性のこと」これらを合わせて「からすやがましひめ」である。私たちは、このシンボルマークの下で、一丸となり活動を進めている。



図2 シンボルマーク

(2) ツブ生姜煮の完成

平成26年7月、私たちは、販促活動を進める足がかりとなる商品の開発を始めた。材料は、試験操業が開始された当初の魚種であるシライトマキバイ(通称ツブ貝)を使うこととした。普段、料理は慣れているとはいえ、「消費者が好む商品」を作るのは大変だった。私たちは、商品開発のプロではない。あくまで賑やかな女たちである。「味付けはどうする？

食感を良くする切り方は？ パッケージは？ 分量、見栄え、賞味期限……」検討項目は膨大だった。さらには、コスト面を常に意識しなければならない。

当初、味付けは普段の料理に使っている麺つゆだけであったが、何かアクセントがあった方がよいと考え、生姜を加えてみることにした。これは生姜煮であれば、そのまま食べてもいいし、ご飯に混ぜてもいいし、多くの人に好まれると考えたからである。生姜を加える際にも、最初は適量が分からないため、生姜の味が強すぎて、せつかくのツブの味が活かせない試作品ができあがることも多かった。そこで、「ツブ 1kg に対してどのくらいの生姜の量がよいか。それに合うつゆの種類は何がよいか」など、事細かに検討を重ねた。こうしていくつかの試作品を作り、基本となる「生姜煮」の味付けが決定した。

私たちは本気で「売り物」を目指していたので、基本となる部分が決まった後も、一つ一つの項目に妥協せず、例えば「ツブの切り方、生姜を切る長さ、鍋に入れるタイミング」など、あらゆることを議論し、改良を重ね、試作品を何度も作製し、部員皆が納得できる味に近づけていき、そして渾身の「ツブ生姜煮」を完成させた（図 3）。



図 3 ツブ生姜煮

（3）高速道路サービスエリアでの販売

商品が完成したので、次は生産と販売の算段である。当初、加工場や機材が無い状況で、どのように生産していくかという課題があったが、幸い、南相馬市の復興大学に参加していた縁があり、地元の加工場の方々が親身に相談に乗ってくださり、加工場を借りることができた。さらに、そこで販売に向けてのサポートもしていただけることになった。協議の結果、ツブ生姜煮を、常磐自動車道南相馬サービスエリア「セデッテ鹿島」で販売してもらえることになり、平成 27 年 4 月に初めて販売を開始した。販売に至るまで、地域の方にさまざまなサポートをしていただき、本当に感謝している。

ツブ生姜煮は全て手作りのため、生産量に限界があり、サービスエリアでの販売数もまだまだ少ない状況である。さらに、最初の頃に生産していた製品は賞味期限を 5 日間と短く設定していたので、期限切れで回収する製品も多く、ロスが大きいことが難点であった。そんな中、保健所等から、パック詰めを行った後に、煮沸消毒をする工程を加えることで、賞味期限を延ばせるかもしれないとアドバイスを受けた。早速実行に移し、細菌検査を複数回行った結果、賞味期限を 30 日間まで延ばす事ができ、回収数も減っていった。また、逐一販売状況やお客さんの反応を調査することで、パッケージなどの改良にも努めている。自信を持って提供できる商品が一つ完成したことで、私たちの活動の幅は格段に広がった。

（4）直販・イベント活動

南相馬市と交流がある県外の自治体を中心に、私たち鹿島女性部の「ツブ生姜煮」と鹿島地区の水産物を PR するイベント活動に積極的に参加している（図 4、5）。最近では、

南相馬市と災害時応援協定を締結している東京都杉並区の「ハロー西荻」と群馬県片品村の「片品村収穫祭」に毎年参加し、私たちが開発した商品のPRに努めている。杉並区も片品村も海から離れた地域であるため、水産物の認知度に少し不安があったが、試食してもらいながら話を聞くと、好評な意見が多かった。しかし、来客者の中にはツブが苦手で食べられない方もおり、「他の水産物を使った商品もあればよかった」との声も聞こえてきた。その時、今後はそれらの方々にも提供できる商品開発が必要であると感じた。



図4 片品村収穫祭での試食販売



図5 大漁旗によるイベントブースでのPR

(5) 新たな商品開発に向けて

ツブ生姜煮を活用した鹿島女性部の直販・イベント活動は軌道に乗りつつあるが、一つの商品だけでは限界があると感じたため、次の一手となる商品開発に取り組むこととした。そこで、目を付けたのがホッキガイである。ホッキガイは相双地区で水揚げが多く、おいしいことで評判が高い魚種であり、今年6月に、試験操業が5年ぶりに開始されたことも良いタイミングであった。そこで、ホッキガイ水揚げ日本一である苫小牧に視察に行き、ホッキガイの調理、加工方法のヒントを探すことにした。視察先では、苫小牧漁協女性部の方たちから、「苫小牧でのホッキガイの食べ方」として、ホッキご飯、ホッキカレー、ホッキの握り、ホッキの揚げ物などの食べ方を教えていただき、試食もさせていただいた(図6)。そこで感じたのは、「あまり奇をてらわずに、素材の味や食感を活かしたものが良い」ということだった。

今、私たちは苫小牧での視察を基に、新しい商品開発に取り組んでいる。念頭に置いているのは、誰にでも食べやすく、ホッキガイの味と食感が楽しめ、冷凍保存が出来るものである。現在試作中であるが、ホッキガイの旨味をクリームに閉じ込めて、グラタンやクリーム春巻きに加工することを検討している(図7)。



図6 苫小牧漁協女性部との交流会



図7 試作品（ホッキガイのグラタン）

6. 波及効果

販売に向けた商品開発を始めるまでは、水産物を使った加工品を試作しても、身内の品評会で終わることが多かった。それが、市場に流通させる商品が出来たことで、消費者の方たちの客観的な評価が聞こえてくるようになった。もちろん、良い話だけでなく、悪い評価の声も聞こえてくるが、それら全てが私たちの糧になっている。

さらに、商品開発のために女性部員が集まる時間は、私たちの憩いの場になっている。震災前は、水揚げの手伝いのため、女性部員同士は毎日港で顔を合わせていたが、試験操業を行っている現状では、水揚げも少なく、港で水揚げの手伝いをする必要がなくなったため、皆が会う機会はほとんどない。このような状況なので、商品開発の時間は、女性部員同士が近況を報告しあえる、貴重なひとときである。

7. 今後の課題や計画と問題点

サービスエリアにおけるツブ生姜煮の1カ月の販売数は、最大40個程度である。販売数がまだ少ないため、当面の目標は、販売先と商品数の増加である。しかしながら、全てを手作りで行っているため、何もかもを私たちだけで賄うのは限界がある。これからは、単純作業は外注に任せるなどの、作業のスリム化を図っていくことも必要だと考えている。

現在、試作中のホッキガイを使った商品については、レシピがある程度完成したことから、保存方法について検討を進めている。今後は、パック詰めの方法、冷凍・解凍の方法を検討し、商品化に向けた具体的な動きを加速させていきたい。

商品化はいきなり飛躍的に発展するものではなく、地道に一つ一つの活動を積み重ねていくことが大切であると考えている。こうして、今後も継続的な活動が出来るよう努力していきたい。その先に、「からすやがましひめ」のブランドを満開に咲かせ、鹿島の復興に貢献していきたい。