

浜のかつちやたちと町おこし —笑顔あふれる地域を目指して—

小泊漁協婦人部
久保田 和子

1. 地域の概要

私たちの住む中泊町は、沿岸の小泊地域と内陸の中里地域に分かれている。活動の拠点になっている小泊地域は、津軽半島北西端に位置する人口約3,000人の漁業が盛んな地域である(図-1)。

この地域は、権現崎や七ツ滝をはじめとする小泊十二景、国道339号線(通称:竜泊ライン)の最高点である眺瞰台といった風光明媚な場所があり、絶景を楽しむことができる。また、毎年夏には、ビーチサッカーの県大会が開催されており、全国大会への切符をかけ、熱戦が繰り広げられている。

また、文豪 太宰治に大きな影響を与えたとされる、太宰を子守した女性「越野タケ」のふるさとであり、小泊地域は、太宰を語る上では欠かすことのできない場所である。

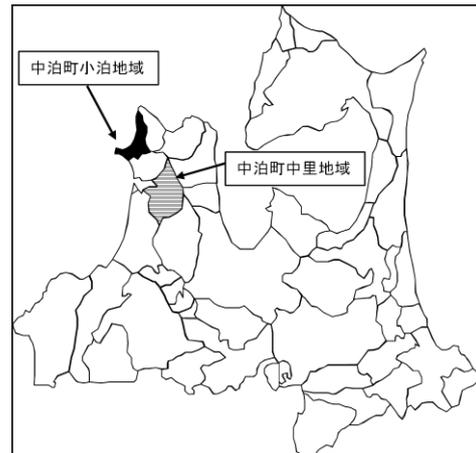
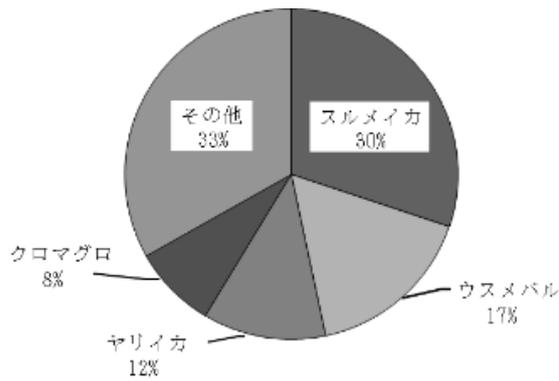


図-1 中泊町小泊地域の位置

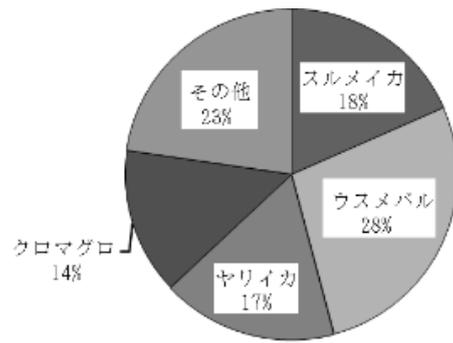
2. 漁業の概要

(1) 小泊漁業協同組合の漁業体系

私たちが所属する小泊漁業協同組合は、平成30年1月現在、正組合員204人、准組合員122人の計326人で構成されており、主な漁業の形態は、いかつり漁業、一本つり漁業(ウスメバル等)、めばる固定式刺し網漁業、やりいか光力利用敷網漁業、まぐろはえなわ漁業、採介藻漁業である。平成29年の水揚げ数量は約590トン、水揚げ金額は約4億9,500万円(図-2)で、主に、スルメイカ、ウスメバル、ヤリイカ、クロマグロが漁獲されている。



水揚げ数量：約 590 トン



水揚げ金額：約 4 億 9,500 万円

図－2 平成 29 年の小泊漁業協同組合の水揚げ数量および金額

(2) 津軽海峡メバル

中泊町は、ウスメバルの水揚げが青森県内でナンバーワン（約 130 トン：H29 年）であり、ウスメバルを活用した町おこしが行われている。

この地域で漁獲されるウスメバルは「津軽海峡メバル」という名前でブランド化されており（写真－1）、首都圏をはじめとする市場から高い評価を得ている。なお、「津軽海峡メバル」は平成 30 年 2 月に特許庁の地域団体商標を取得している。



写真－1 津軽海峡メバル

3. 研究グループの組織と運営

小泊漁協婦人部は、昭和 35 年 2 月に結成され、現在の部員数は 54 人で、年齢構成は、40 代から 80 代となっており、60 代から 70 代が 39 人で 7 割を占めている（表－1）。役員は、部長、副部長、会計、監事で構成されている（表－2）。

主な活動は、のしつか等の加工品生産・販売、魚食普及活動（写真－2）、イベントの出店、漁港の美化活動、海難救助活動である。なお、加工品生産・販売、イベントの出店については、小泊漁協加工課として活動している部分もある。

婦人部の活動費は、主に小泊漁業協同組合からの助成金で賄っている。



写真－2 魚食普及活動（のしつか作り体験の講師）

表－1 婦人部の年齢構成

年代	人数
40代	2
50代	9
60代	14
70代	25
80代	4

表－2 役員の構成

役職	人数
部長	1
副部長	2
会計	2
監事	2

4. 研究・実践活動の取組課題選定の動機

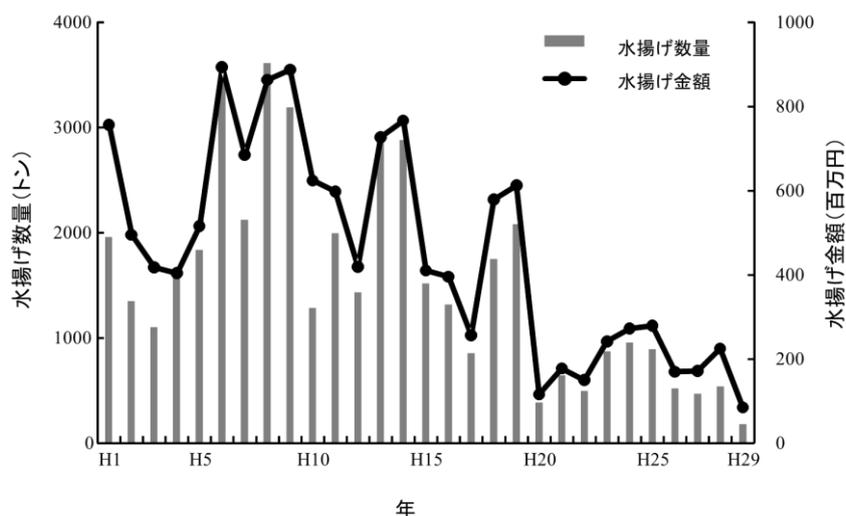
私たちの所属する小泊漁業協同組合の組合員数は減少傾向にあり、平成30年には平成元年の498人より172人減少して326人となり、組合員の約7割が60歳以上と高齢化が進んでいる。婦人部員数も、平成20年の72人から平成29年には54人にまで減少している（表－3）。

また、小泊漁業協同組合の主力魚種であるスルメイカ資源の低迷（図－3）により漁協全体の水揚げ数量・金額が減少している（図－4）ため、婦人部の主力製品であるスルメイカを利用した加工品の生産が減少し、婦人部の活動全体に影響が出ている。

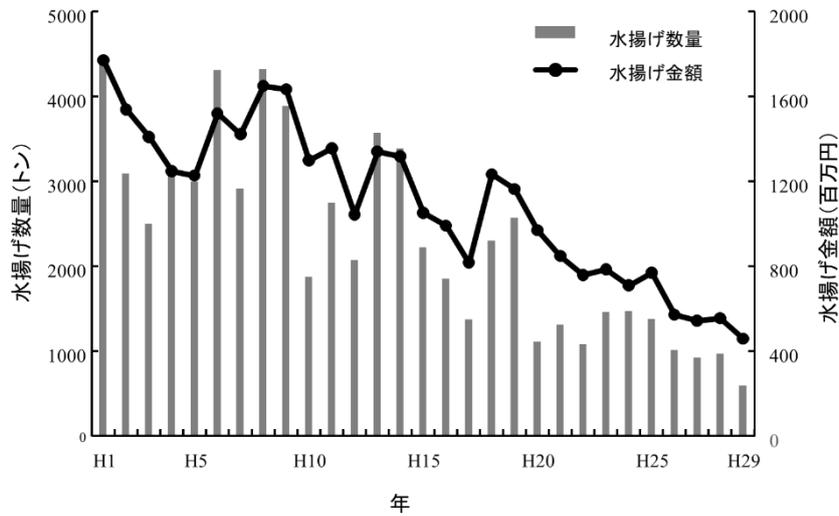
以上のようなことから、婦人部も含め、浜全体の活気が以前と比較して落ち込んできていると感じており、浜の元気を取り戻すための活動を実施したいと考えた。

表－3 過去10年間の部員数の推移

年度	人数
平成20	72
21	73
22	69
23	71
24	71
25	64
26	60
27	49
28	49
29	54



図－3 水揚げ数量および金額の推移（スルメイカ）



図－４ 水揚げ数量および金額の推移（全魚種）

5. 研究・実践活動の状況および成果

(1) 各種イベントの出店

①これまでのイベントへの参加

私たちは小泊産海産物のPRのために、これまで町内外のさまざまなイベントで加工品や総菜を販売している。平成30年度は、なかどまりヤリイカ味覚まつりをはじめとして、活ハマまつりや中泊町民祭などのイベントに参加し、海鮮お好み焼き、イカげそ揚げなどを販売した（表－4、写真－3）。

表－4 平成30年度参画したイベント

月	参画したイベント	出店の主な内容
4	なかどまりヤリイカ味覚まつり	海鮮お好み焼き、イカげそ揚げ
6	メバルグランプリ	海鮮お好み焼き
〃	つがる日本海お魚大漁まつり	海鮮お好み焼き、海峡メバルフライ、イカトンビ揚げ、やわらかのしいか
9	活ハマまつり	海鮮お好み焼き、イカげそ揚げ
10	大沢内ため池ウォーク	海鮮お好み焼き、イカげそ揚げ
〃	中泊町民祭	海鮮お好み焼き、イカげそ揚げ、イカトンビ揚げ、マグロ丼



写真－3 平成30年度のイベントへの出店の様子
(左：中泊町民祭 右：つがる日本海お魚大漁まつり)

②人気メニュー「海鮮お好み焼き」

「海鮮お好み焼き」は、小泊産のスルメイカをふんだんに使ったお好み焼きで、通常「かつおぶし」を使うところを私たちの加工品である「のしいか」を細かくしたものをふりかけてあるところが特徴となっている（写真－4）。

以前、婦人部では焼きイカ以外にイベント会場で調理し販売できる商品がなく、「婦人部で何か開発しよう」としたが、よいアイデアが思い浮かばず悩んでいた。

あるとき、部員の1人から「わが家で好評のイカ入りお好み焼きを作ってはどうか」という提案があり、試作してみたところ、おいしくでき、また調理にあまり手間がかからないことから、イベントで調理し販売するのに適した商品であり、また、お好み焼きの上には、かつおぶしの代わりにのしいかを細かくしたものをふりかけてあるので、のしいかのPRにもなると感じた。この「海鮮お好み焼き」を中泊徐福まつり「海山食感グルメグランプリ」に出品したところ、グランプリを2回（平成25年、平成27年）受賞するという高評価を受けた。

今では、「海鮮お好み焼き」は、イベントの午前中でほぼ完売してしまうほどの人気メニューとなり、リピーターも多く、婦人部の出店がイベントの集客力向上の一助となっていると自負している。また、イベントによる年間の総売り上げは、海鮮お好み焼き販売開始後に増加傾向となり、販売開始前年（平成21年）の8万5,670円から、平成29年には約3倍の25万8,324円となった。



写真－4 海鮮お好み焼き

(2) 地元の小中学生を対象とした料理教室

私たちは、地元の小・中学生に小泊産海産物のおいしさを知ってもらうため、また小・中学校から「日頃漁師が食べている『ふるさと料理』に興味があるのでレシピを教えてください」といったお願いをされたこともあり、平成24年度から年に1～2回料理教室を開催している（写真－5）。

生徒と一緒に作成するメニューは、主にサザエカレーと海鮮サラダである（写真－6）。料理教室を行うことは大変なこともあるが、料理を作っているときの子供たちの楽しそうな笑顔を見ると、準備で苦労したかいたが良かったと感じる。また、食わず嫌いの子供から、サザエカレーを食べたあとに「サザエって案外おいしいんだね」と言われたことがあり、サザエのおいしさが伝わったことが実感できてうれしかった。



写真－5 中学生を対象とした料理教室

サザエカレー イカ刺し 海鮮サラダ



写真－6 料理教室で調理したメニュー
（※イカ刺しは婦人部提供）

(3) ウスメバルを活用した町おこし

中泊町ではウスメバルを活用した町おこしが行われており、平成27年にご当地グルメ、「中泊メバルの刺身と煮付け膳（以下：メバル膳）」がデビューした（写真－7）。

私たちは、今年度から漁協に導入された急速冷凍可能なリキッドフリーザーを使用し、ウスメバルの冷凍フィレ等の作成に挑戦している（写真－8、9）。

作成したフィレを刺し身で試食してみたところ、ウスメバルの食感が損なわれていないことを確認できたほか、甘味が増すという思わぬ発見もあった。この冷凍フィレ等により原料をストックすることが可能となったため、しけが長期間続いてもメバル膳を提供できる体制を整えることができた。

今後は、メバル膳を食べられず残念な思いをして帰る観光客を減らし、リピーターとなる観光客を増やせると期待している。



写真－7 中泊メバルの刺身と煮付け膳



写真－８ リキッドフリーザーを使った冷凍フィレー作り



写真－９ 作成した冷凍フィレー

ウスメバルを活用した町おこしの第2弾として、平成28年度には、漁協・飲食店・中泊町が連携する「中泊メバル料理推進協議会」が、帰省者や観光客用に、ウスメバルのおいしさを楽しむことができるお土産として「煮付け」のレトルト製品化を企画した。その際、協議会から私たちに試作への協力依頼があり、提供された基本のレシピを参考に煮付けを作成したところ、味付けを向上させる余地があると感じたことから、私たちが味付けを工夫した結果、さらにおいしい煮付けを作ることができた。婦人部には製品化するために必要な設備がそろっていなかったことから、お土産の生産は断念したが、私たちの努力による味とレシピは、平成29年の「中泊メバルでチン！（略称：メバチン!）」の誕生に大きく貢献した（写真－10）。



写真－10 中泊メバルでチン！

6. 波及効果

海鮮お好み焼きを買いに来た人から、「おいしかったからまた買いに来たよ」と言われるとうれしく、次に出店するイベントでも頑張ろうという気持ちになる。また、地域の人からは、「今回は婦人部がイベントに出店して海鮮お好み焼きを出さないのか」「今回のイベントで婦人部は出店しないのか。海鮮お好み焼きが食べられないのは残念だな」と言われ、海鮮お好み焼きは地域に欠かせない存在になった。

また、魚食普及活動により、地域の小・中学校の修学旅行における活動の一環である小泊水産物のPR活動を行うとき、彼らが私たちとの活動を通じて感じた「おいしい魚のあるまち、小泊」を伝えることに役立っている。

ウスメバルを活用したお土産の開発では、私たち女性ならではの視点から、より洗練された製品化に貢献したことにより、今後、新製品を開発していく上での自信につながった。

7. 今後の課題や計画と問題点

婦人部員の減少や高齢化により、このままでは、活動を継続することが困難になることから、若い新規部員の確保に向けて、今、次の2つのことを計画している。

1つ目は、婦人部でウスメバルを活用したお土産を作ることである。現在、ウスメバルに関連したお土産には、「メバチン!」、「メバ焼き!」（ウスメバルをかたどったお焼き）、「中泊メバルせんべい」（愛称：メバせん）とある。私たち自身の手でもウスメバルの知名度向上につながる名物土産を誕生させたい。

2つ目は、リキッドフリーザーを活用した冷凍製品の生産・販売をしていくことである。浜の活力再生広域プランの一環で「本州最北端食のこだわりフェア in 大阪」に参加した際（写真-11）、私たちがウスメバルの冷凍刺し身を提供したところ、ブースを訪れた水産および飲食業関係者から高評価を得ることができた。また、地元で急速冷凍したヤリイカの刺し身の試食を行ったところ、関係者から甘味が強くておいしいと高評価を得て、町内の業者から冷凍刺し身の注文を受けるようになった。以上のことから、高単価の魚種をさらに付加価値を向上させて「プレミアム冷凍品」として販路を拡大させたい。

これらの取り組みにより、婦人部活動の魅力を向上させ、新規部員の確保につなげていきたい。



写真-11 フェアへの参加の様子