

後世に伝えたい私達の味
～日南魚うどんにかける思い～

日南市漁協女性部加工グループ
太田 豊子

1. 地域の概要

私達が住んでいる日南市は、宮崎県の南部に位置し（図1）、観光地としても有名な日南海岸や堀川運河、更には広島東洋カープ・埼玉西武ライオンズのキャンプ地としても知られ、美しい自然とスポーツを満喫できる風光明媚なところである。

2. 漁業の概要

所属する日南市漁協は、旧油津、大堂津、鶉戸の3漁協が合併し、平成5年7月に発足した漁協で、正組合員192名、准組合員76名の計268名で構成されている。主な漁業種類は、近海カツオ一本釣、マグロ延縄、磯建網、小型定置網等で、平成21年度の水揚げ高は35億円である。

3. 研究グループの組織と運営

女性部は漁協合併の翌年、平成6年6月に新たに旧3地区を一つにまとめた日南市漁協女性部として発足した。現在部員は、油津地区46名、大堂津地区87名、鶉戸地区29名の計162名で構成されているが、それぞれの地区を拠点に活動を展開しており、特に魚食普及活動に力を入れている。

「日南市漁協女性部加工グループ」は、油津地区12名、大堂津地区8名の計20名で構成されており、日南市漁協施設の加工場を拠点に活動している。

4. 研究・実践活動課題選定の動機

私達女性部の活動の中心である魚食普及活動を通して、魚料理をあまり食べない家庭や、魚嫌いの若者が年々増加していることを肌で感じ、地どれの魚を、広く沢山の方々に食べてもらう対策として、地元で戦時中の食糧難時代に主食の代用食として『魚のすり身に小麦粉を練り込んだ「魚うどん」』の製造・販売を思い立った。

戦後の復興過程で食生活も豊かになり、次第に家庭の食卓から消えていった「魚うどん」であったが、当時の味を再現しつつ、単発的に各種イベント等での試食・販売を行う中で、日南の郷土料理として地域住民を始めもっと多くの人に食べてもらいたいという思いが次第に強くなっていった。

平成19年4月に日南商工会議所より、魚を原料にした「魚うどん」は全国でも珍しく、ヘルシーで味も良いと好評を得ていることから、『魚うどんのブランド化を図り、地域活性化のためにも日南の特産品として商品化してみてもどうか』という話を頂き、「魚うどん」を県内外にPRする良い機会だと考え、早速協議に入った。

日南市、日南商工会議所、県、漁協の協力・支援を受けながら2ヶ月間、何度も協議を重ねた結果、平成19年6月、地域活性化と魚食普及や魚価アップを目的に「魚うどん」の商品化・全国展開に向け本格的に始動することとなった。

5. 研究・実践活動の状況及び成果（効果）

（1）加工品の開発

まずは、魚うどんの原料は何が一番適しているか、地どれの魚を使用し試作品を作った。シイラやイワシ、アジ等は麺の色が黒ずんで見え、魚臭さが際立った。色々試してみた結果、トビウオの身が白身のため普通のうどんのように麺が白く仕上がり一番適していることが分かった。トビウオは『あごだし』と呼ばれるようにダシがよくでるため、捌いたあとの骨を煮出してコクのあるスープも作れるため一石二鳥である。

全国展開するに当たり、安定した品質の商品を提供するため、商品の保存方法や賞味期限等について宮崎県水産試験場に相談し、また、材料の配合比率や肝心となる味については日南商工会議所と連携し、朝市やイベント等で行ったアンケート調査結果もふまえて、品質改良に取り組んだ。

まず、魚の旨みが詰まっている“血合い”は、魚臭さが残るため取り除くこととした。魚好きな消費者からは、「魚の味がしない」「魚うどんらしくない」といった意見を頂いたが、魚食普及への取り組みであり、魚が苦手な方でも抵抗なく食べられるということで、完全に取り除くことを決断した。

また、当初はフードパックで保存していたが、長期間の保存が難しいこともあり、真空パック保存に見直すことで日持ちするよう改善した。冷凍して1週間、1ヶ月、3ヶ月のものと、作りたての魚うどんを食べ比べてみたところ、味・食感ともに変わらず保存方法一つでこんなに違うものかと感心すると共に、ようやく味、保存方法等、自信を持って消費者に提供できる「魚うどん」が出来あがった（写真1）。

（2）「日南魚うどん」商標登録まで

商品化・ブランド化に向けた取り組みを地道に続ける中で、商品の新パッケージ（写真2）が完成、そして、平成20年9月「日南魚うどん」として商標登録申請してから約半年後の平成21年3月13日によりやく商標登録にこぎつけた。

（3）加工品のPR

「魚うどん」をPRするため、月2回地元で開催される「港あぶらつ朝市」（写真3）は欠かさず参加し、日南市内はもちろん、市外で開催される各種イベント等には積極的に参加した。その他、「低カロリーで高タンパクなヘルシーフード」のキャッチフレーズでテレビ・ラジオにも出演、更にはご当地グルメコンテスト等にも出店し、積極的に商品のPRを行った。

こうしたイベント等でのPRは、消費者との距離も近く直接会話ができるので、「魚うどん」の料理方法を教えたり、感想を聞いて反省会に役立てたりと情報交換の場として絶好の場となっている。

（4）紆余曲折を経て

このようなPRの結果、顔なじみのお客さんも増え、「魚うどん」が十分周知されてきたと自負していたが、福岡県久留米市で開催されたB-1グランプリ出店では悔いが残った。

お客さんは、事前にパンフレットを基にチケットを購入しているため、知名度の高い店の前には行列ができ、早々と完売していた。県外での知名度の低さを思い知らされると共に、他店舗と比べて完売するのに時間がかかり、寂しい気持ちと、悔しい気持ちでいっぱいだった。

気落ちして帰ってきたが、みんなで「落ち込む暇があるなら、もっと工夫してPRしよう！」と励まし合い、大型ショッピングセンターや百貨店等で開催されるイベントに積極的に参加した。

6. 波及効果

これまでの取り組みが功を奏し、度々、マスメディア等で紹介されるようになってから日南市内はもちろん、近隣の市町村や県外の消費者からも魚うどんについての問い合わせや、注文を受けるようになり、更に、平成 21 年 1 月からは、日南市内の小中学校の学校給食で「魚うどん」の提供を始めた。まだ、1 学期に 1 回ずつ年 3 回給食の提供であるが、生徒から「魚うどんの日を楽しみにしています」という声を聞いて嬉しくなり、更に活動意欲が高まった。

この結果、平成 21 年度の販売実績は前年と比較して 2.7 倍まで増加（図 2）、平成 22 年度は、口蹄疫の問題もあり 5 月～7 月のイベント販売が中止されたにも関わらず前年を上回る実績となっている。

また、原料となるトビウオの仕入れを浜値の 2～3 割増しで購入することにより、少なからず魚価の向上に貢献すると共に、活動を通して地域女性への雇用の場を提供することができ、地域活性化の一助になったのではないかと考える。

7. 今後の課題や計画と問題点

品質保持、十分な在庫確保のため、大型の急速冷凍庫があれば、より効率的な製造作業ができると考えており、今後は、各関係機関の協力も得ながら、加工施設の充実を図ると共に、後継者育成に取り組みながら、需要に応えられる製造・人員体制の確立で、商品を安定供給していきたい。

最後に、日南魚うどんにかける私達の思いを、加工グループの活動を通じて後世に伝えると共に、浜を女性部の笑顔と元気で盛り上げていきたいと考える。

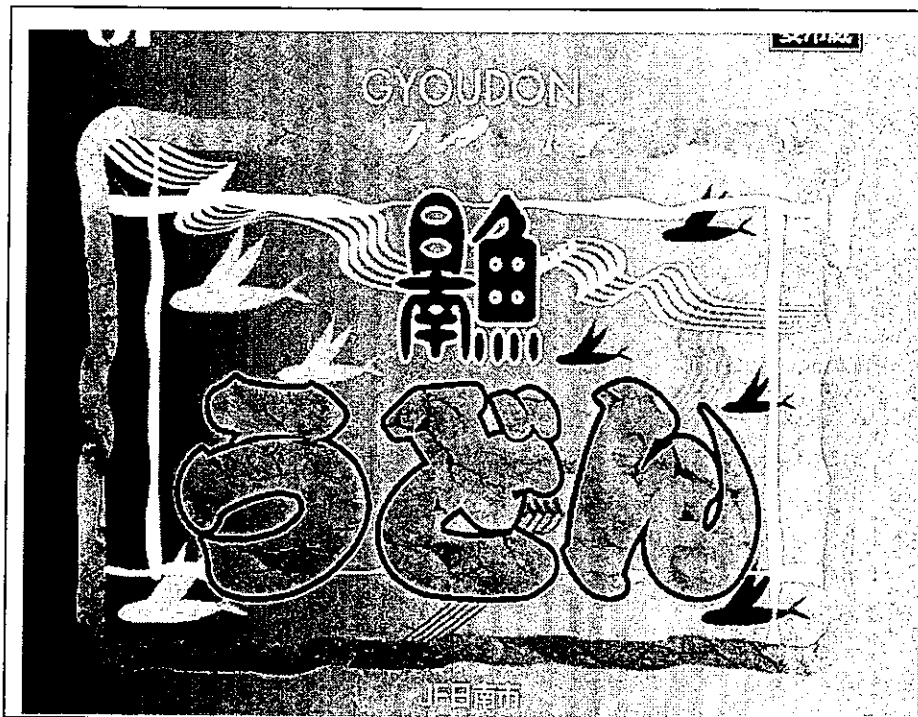


写真2 「日南魚うどん」新パッケージ



写真3 朝市の様子

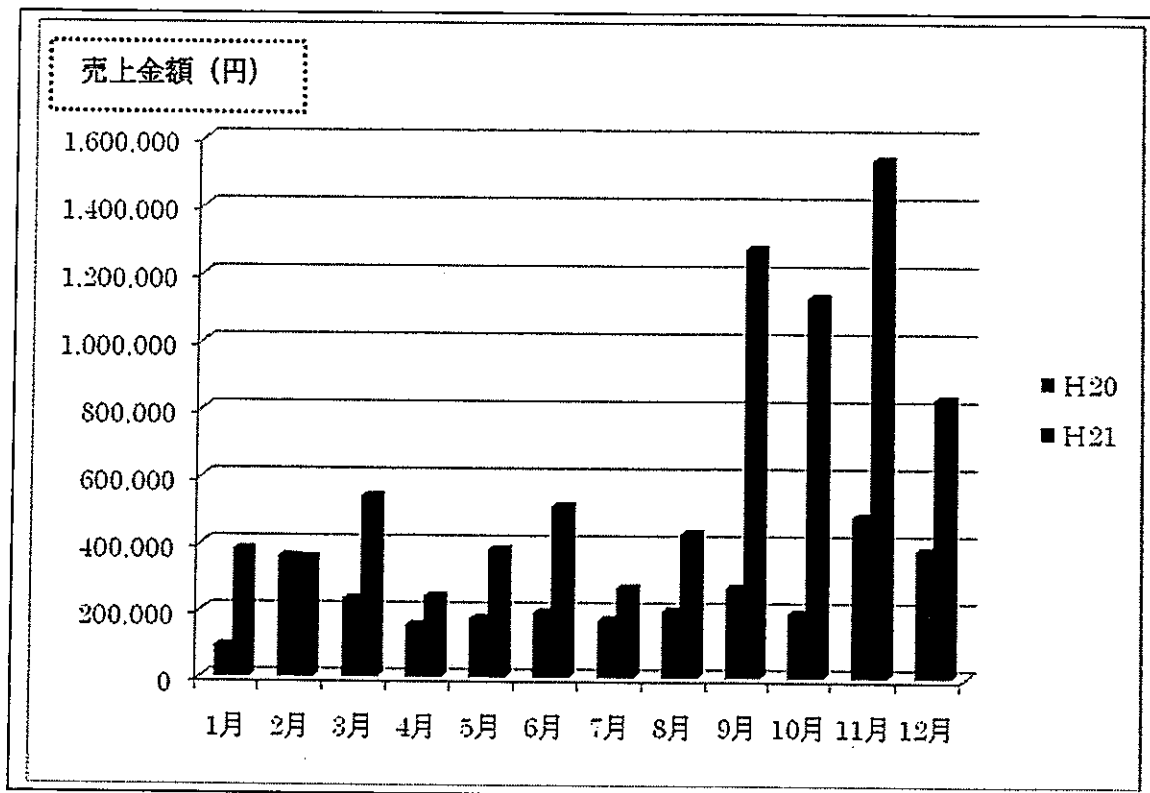


図2 「日南魚うどん」販売実績