

漁獲量日本一！「苫小牧産ホッキガイ」の消費拡大を目指して  
—浜の母さんと漁協の販売戦略—

苫小牧漁業協同組合女性部  
山口 加津子

1. 地域の概要

私たちの住む苫小牧市は、北海道の南西部に位置し、太平洋に面した人口約 17 万人（道内 5 位）の工業都市である（図 1）。

苫小牧市で水揚げされるホッキガイは、市町村別漁獲量日本一位を誇り、郷土の特産品として「苫小牧市の貝」に制定されている。また、特許庁の地域団体商標でブランド承認も受けており、街を挙げてホッキガイの知名度アップに取り組んでいる。



図 1 位置図

2. 漁業の概要

苫小牧漁業協同組合は正組合員 125 人、准組合員 5 人の計 130 人で構成され、主な漁業はさけ定置網、すけとうだら刺網、かれい刺網、ほっきがい桁網である。特にほっきがい漁業は、組合員の 8 割が従事する基幹漁業であり、水揚金額全体の 15% を占めている（図 2、3）。

表 1 主な漁業の操業期間

漁業	月	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
さけ定置網漁業										←	→		
すけとうだら刺し網漁業		→		→							←		→
かれい刺し網漁業		→		→				→		←			→
ほっきがい桁網漁業		→		→				←	→				→

——— 操業期間

——— 盛漁期

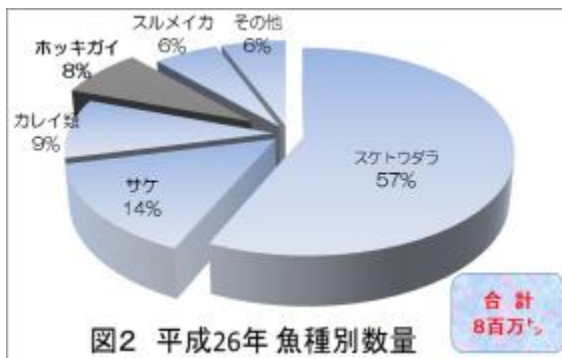


図 2 平成26年魚種別数量

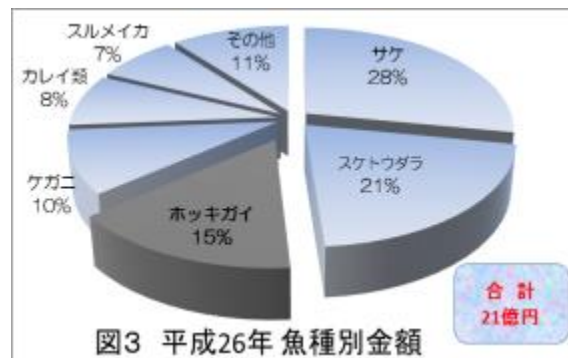


図 3 平成26年魚種別金額

### 3. 研究グループの組織と運営

私たちが所属する苫小牧漁協女性部は、昭和33年5月に発足し、現在28人で構成されている。主な活動は、地域企業と連携した植樹祭の開催、苫小牧産ホッキガイのPR活動(祭り等の各種イベントへの参加・出店・ホッキ音頭披露)、料理コンテストへの参加、コープさっぽろ苫小牧地区組合員活動委員会主催の「魚の料理教室」への協力、市の体験研修施設を利用した「ホッキのむき方・料理教室」の開催、隠れた食材を活用した魚食普及事業などである。

### 4. 研究・実践活動取組課題選定の動機

当地区のほっきがい漁業は、明治初期に青森県八戸からの転入者によって始められたとされ、当初は「ヤス」のような簡単な漁具が用いられ、後にマンガンと呼ばれる鉄製の大きな爪の付いた漁具が使用されるようになった。

しかし、戦後の食糧不足やイワシ漁の衰退によりホッキガイの乱獲が続き、資源が枯渇状態となったことから、当漁協では昭和40年代から資源量調査結果に基づき漁獲量を制限するなど、管内では最も早くから資源管理に取り組むようになった。その結果、一時100トン台にまで減少した漁獲量は、平成5年には1,000トンの大台を超え、当地区のホッキガイは漁獲量日本一を誇るようになった(図4、写真1)。

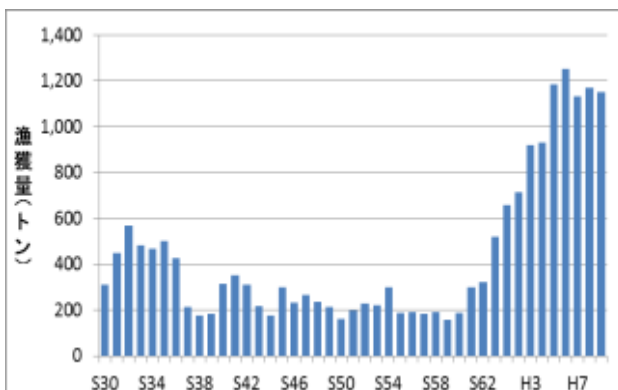


図4 ホッキガイ漁獲量の推移(S30~H9)



写真1 漁獲量に関する新聞記事

しかし、平成10年代に入ると、消費の低迷により価格が下落し、ホッキ漁だけでは生活していけない厳しい経営状態に陥った(図5)。漁協は、ほっき漁業を営む近隣の漁協と連携し、漁連や市町村、道の協力を得て地域協議会を立ち上げ、流通・消費拡大に取り組んだが、思うような成果は得られず、漁獲量日本一という華やかな代名詞とは裏腹に、私たちの生活は苦しくなる一方であった。

そのような中、命がけで漁に出る夫や息子たちのために「浜の母さんの力でホッキガイをもっと沢山の人に食べてもらえるようにで

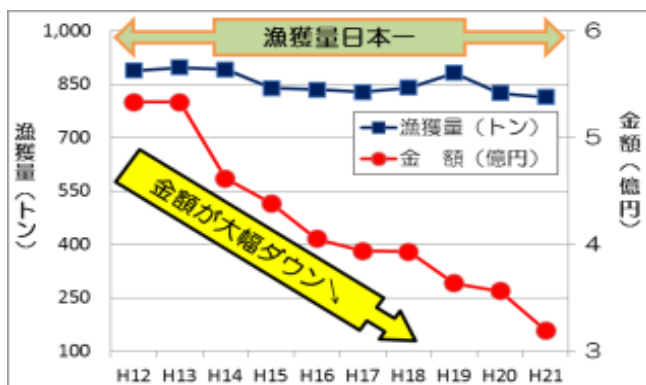


図5 ホッキガイ漁獲量と金額の推移(H12~21)

きないか」と考えるようになり、女性部で話し合ったところ、「市民にとってホッキガイが身近な存在になってほしい。より多くの人においしさを知ってもらいたい」という意見が出された。また、ちょうどそのころ、女性部員が減少し活動が停滞傾向にあったため、特に若手部員には明確な目標を立て、結果を求めることでみんなが一丸となれる活動が必要と私は部長として考えた。

そこで、私たち女性部は、漁協と連携し苫小牧産ホッキガイの消費拡大に向けた活動に積極的に取り組むこととした。

## 5. 研究・実践活動状況及び成果

### (1) 苫小牧産ホッキガイのPR活動

私たち女性部は、苫小牧産ホッキガイの知名度を向上させるため、地域内外のさまざまなイベントに参加して、ホッキ料理の販売やホッキ音頭の披露などを行っており、特に平成23年から漁協や市、地域の飲食店等と連携して開催している「ホッキまつり」に力を入れている(表2)。このイベントは、より多くの人にホッキガイを食べて、知ってもらうため、前浜で獲れたばかりの大型の活貝を浜値以下で特別提供したり、私たちが子供のころから食べてきたホッキガイの浜焼きやカレー、バター焼きなど、さまざまな料理を用意している。また、漁協は子供から大人まで楽しんでもらうため、誰でも参加できる「ホッキ早むき競争」や小学生以下限定の無料の「ホッキ狩り」などの楽しい催しも企画している(写真2)。

女性部はこのイベントで手作りのホッキご飯や浜鍋に加え、新たに開発したホッキ料理などを販売しているが、至極の味を提供するため、捕れたての貝を使って当日朝3時から仕込んでおり、部員総出で作業にあたっても手が足りない状況である。イベントには、私たちの味を求めて来てくれるリピーターが多く、販売開始からわずか2時間ほどで完売してしまうほどの盛況ぶりである。

来場者数は今年度過去最高を記録し、私たちの大きな目標である「ホッキガイの知名度向上」はほぼ達成できたと思っている(図6)。たくさんの人に食べてもらうため、

表2 女性部ホッキPR活動の主なイベント

#### 【ホッキ料理出店】

- ・食べるたいせつフェスティバルin苫小牧(7月)
- ・苫小牧漁協女性部青年部合同昼市(9月)
- ・ホッキまつり(10月)
- ・胆振の農水産市(10月)
- ・みなとウォーク(10月)

#### 【ホッキ音頭披露】

- ・緑が丘公園祭り(5月)
- ・文化公園アートフェスティバル(7月)
- ・苫小牧港まつり(8月)
- ・スケート祭り(2月)



写真2 ホッキまつりの会場(苫小牧漁港)

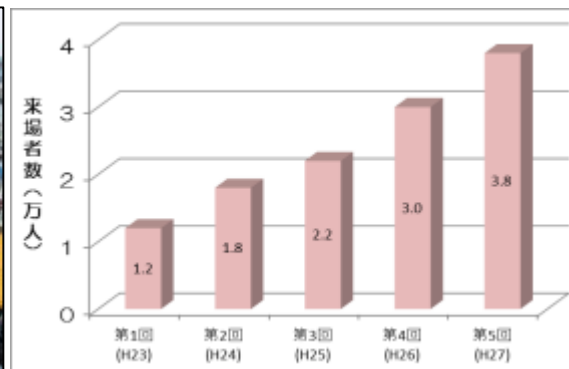


図6 ホッキまつり来場者数の推移

過去に5,000食を用意したこともあったが、現在は3万人を超える来場者に対し1,000食ほどを提供するのが限界の状態となっており、部員や漁協職員も疲弊している。このままでは長く続かないという仲間からの意見もあり、「業者に委託して量を増やすか、それとも数を限定して味にこだわるか」みんなで話し合っって今後の目標設定を明確にしたいと考えている。

## (2) 料理コンテストへの出場

苫小牧産ホッキガイの名前を全国に広めるため、平成23年から各種料理コンテストに出場しており、今年度も岩手県宮古市で開催された「Sea級グルメ全国大会」に「ホッキカレー」でエントリーした。私たちはもともとチャレンジ精神旺盛であったが、上位を目指し、結果を求めることで部員が一丸となることができるため、今では女性部活動の活力源となっている(表3)。

表3 料理コンテストの主な実績

年	実績内容
2011	第1回「Sea級グルメ全国大会」で「ホッキカレー」が全国5位。
2012	「生産者が作る愛料理コンテスト」で活ホッキカレーがサークルKサンクス賞を受賞。
2013	「シーフード料理コンクール」で女性部が考案した「北寄と鮭の大漁祈願弁当」が日本放送協会会長賞を受賞。
	第3回「Sea級グルメ全国大会」で新メニュー「ホッキモー」が準優

料理コンテストの内容は、マスコミにも取り上げられるため、その反響はとて大きく、多くの成果を上げていると実感しているが、エントリー数が最も多い「ホッキカレー」は、取り扱う飲食店が増え、地元の企業によってレトルト商品が開発されるなど、苫小牧のご当地グルメとして定着している(写真3)。

また、東京で開催される「シーフード料理コンクール」において、日本放送協会会長賞(1,222組中第4位)に輝いた「<sup>ほっき</sup>北寄と鮭の大漁祈願弁当」は、<sup>みなと</sup>みなとオアシス全国協議会が「<sup>そらべん</sup>駅弁」や「空弁」に対抗して立ち上げた「<sup>みなと</sup>港弁全国化プロジェクト」の候補にノミネートされ、平成26年に北海道初認定となり、苫小牧市内の料理店で「<sup>べん</sup>港弁」として限定発売されている(写真4)。

さらに、「Sea級グルメ全国大会」で準優勝した「ホッキモー」は、ホッキガイに地元のメイクイン等を添え、ホッキガイのヒモからとったダシ等を使った女性部特製



写真3 女性部オリジナル「活ホッキフライカレー」



写真4 <sup>みなとべん</sup>港弁に北海道初認定「<sup>ほっき</sup>北寄と鮭の大漁祈願弁当」



写真5 全国大会準優勝、商品化検討中「ホッキモー」

の和風ダレが特徴で、現在港湾関係機関や団体が商品化を検討している。この料理はレパートリーを増やして消費拡大につなげるため、数年前に苫小牧農協の助言を得て新たに開発し、私たちが参加するイベントのみで販売してきたが、このたび漁港区域振興を目指す食の地域ブランド候補として浮上した。そこで、地場産のハスカップ等を加えて一部改良したものを、本年度のホッキまつりで提供したところ、食べた人の反応は上々であった。現在、アレンジを加え、フェリーターミナルで試験販売を行いながら課題を検証しており、今後新たな地域ブランドメニューとして本格的に売り込んで行く計画となっている(写真5)。

### (3) ホッキガイのむき方・料理教室の開催

まつり等のイベントを通じてたくさんの人と交流を深めていくうちに、意外と貝のむき方や料理方法を知らない人が多いことに気づき、「消費の低迷は食べ方を知らないのが大きな要因ではないか」と強く感じるようになった。

そこで、「おいしさ」だけではなく「食べ方」をより多くの人に知ってもらうことが必要と考え、漁協や市、系統団体等と連携し「ホッキのむき方・料理教室」を市内外で開催してきた(写真6)。



写真6 ホッキのむき方・料理教室

しかし、私たちには活動の拠点となる場所がなく、準備や移動するだけでも手間と経費がかかるため、年間2～3回程度の開催にとどまっております、効果は限定的なものとなっていました。

そのような中、平成25年9月、以前から市に要望していた体験研修施設「浜の交流館」が漁港の敷地内に完成した(写真7)。そこで、同施設を利用した定期的な「ホッキのむき方・料理教室」をスタートしている。ホッキ以外にも、地元で捕れるカレイやスケソ等を使った魚の料理教室も開催したり、胆振総合振興局水産課と連携して未利用魚種の有効活用事業に取り組む等、新たな活動にもチャレンジしている(写真8)。



写真7 女性部の活動拠点「浜の交流館」



写真8 「浜の交流館」での料理教室

## 6. 波及効果

平成 26 年度に胆振総合振興局が道民(一部道外含む)を対象に実施した食に関するアンケートによると、1,170 人中、半数の人が胆振を代表する食材は「水産物」と回答し、その内ホッキガイが7割を占めていた(図7)。女性部が本格的な取り組みを開始して5年ほど経過したが、ホッキガイが地元だけでなく胆振管内を代表する水産物となったことに驚くとともに、私たちの活動に間違いがなかったことを確信した。

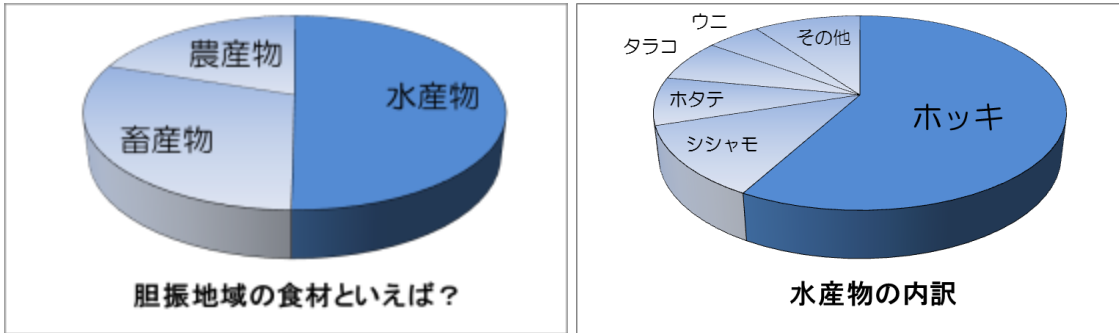


図7 胆振地域の食材アンケート(胆振総合振興局「いぶコレ♥」アンケート結果)

また、漁協は数年前から販売対策の一環で道外への販路拡大に着手しているが、苫小牧産ホッキガイの知名度アップと比例するように、東京をはじめとする首都圏の市場や、ホッキガイに馴染みのない関西圏の回転寿司などで需要が高まっており、最近価格が高値で推移している。今期は最高で1キロ1,400円を超えた時期もあり、最盛期半分以下の300円代にまで下落した平均単価が、現在600円にまで回復している(図8)。単価の上昇はホッキ漁師の収入増に直接反映されるため、減少傾向にあった着業者数が増加に転じており、浜は活気を取り戻してきている(図9)。

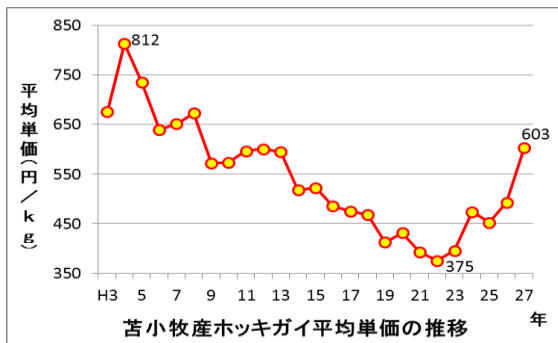


図8 ホッキガイ平均単価の推移

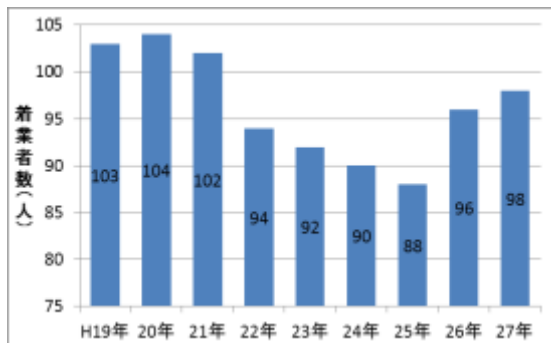


図9 ホッキガイ着業者数の推移

## 7. 今後の課題や計画と問題点

当地区のホッキガイは、私たち女性部と漁協を中心とする地域一帯となった取り組みによって消費拡大が進んでおり、素材を生かしたカレーやギョーザ、醤油など、多彩な加工品も開発され、地域ブランドとして定着しつつある。

しかし、水揚げされた貝の大半が、地元の仲買人を通して本州方面の出荷ルートに回っているため、まつり等のイベント以外の場所では、気軽に購入したり味わえるところが少ないという現状にある。これでは、せっかく全国各地から訪れるようになっ

た人に対して大変申し訳なく思っており、このまま価格が高騰し過ぎると地元飲食店では扱えなくなるという懸念もある。「産地に行けば、いつも新鮮でおいしい料理を低価格で食べられる」と思って来てくれる人たちの期待に応えて行かなければ、私たち生産者の明日はないと切実に感じている。

そのため、私たちは将来を見据え、数年前から漁協と女性部直営の食堂を計画しており、先進地視察など行い経営のノウハウを勉強中である。

まだ計画の段階ではあるが、もし実現すれば、新たな観光スポットとして人気を集めると思うし、第一線を退いた高齢の漁業者に活躍してもらおう等、高齢化への漁業対策にもつながると考えている。

私たち苫小牧漁協女性部は、「港周辺にホッキ料理の店を開く」という夢に向かって、これからも漁協と連携し、漁獲量日本一!「苫小牧産ホッキガイ」のさらなる消費拡大を目指した活動を続けていきたい。