

## みんなでやらざあ、サバで小川（こがわ）の未来づくり

小川漁業協同組合「焼津小川やらざあ協議会」  
大寺素子

### 1. 地域の概要

焼津市は静岡県のほぼ中央に位置し、北に富士山を望み、豊かな水産資源に恵まれた駿河湾の西岸に面している。

平成 20 年に旧大井川町と合併し、全国有数の水揚げ量を誇る焼津漁港と港湾である大井川港の 2 つの大きな港を持つ市となった。

焼津漁港の後背地や水産加工団地では水産加工業が盛んで、鰹節類、冷凍食品、練り製品、缶詰など年間 7 万トンが生産されている。

市内には、かつお・まぐろ遠洋漁業の基地として発展してきた焼津漁協、さば・いわし類、あじ類など沿岸沖合漁業を中心とした小川漁協、さくらえびで有名な大井川港漁協の 3 つの漁業協同組合がある。



図 1 焼津漁港の風景

### 2. 漁業の概要

私たちの活動の中心は焼津漁港の小川地区である。小川魚市場には、小川漁協所属船のほか、県内外のさば棒受け網漁船やまき網漁船が漁獲したさば類やいわし類が大量に水揚げされる。平成 26 年の水揚げ量は 1 万 2,593 トンで、その約 9 割をさば類が占めている (図 2)。

さば類を水揚げする漁船のうち、小川漁協に所属しているのは地元で「さば船」と呼ばれる棒受け網・たもすくい漁船で、冬場はたもすくい網でマサバを、その他の時期は棒受け網で主にゴマサバを捕るといった特色ある漁業を行っている。昭和 42 年に最大 34 隻あったさば船は現在 2 隻にまで減少しているが、年間を通じて安定的にさば類を供給しており、地域産業に貢献している割合は大きい。

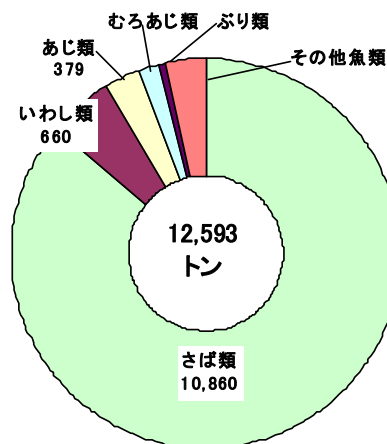


図 2 小川魚市場水揚げ量  
(平成 26 年)

### 3. 組織と運営

私たちの協議会は平成 24 年 9 月に発足した。「さば船」の漁業者、漁業者のおかみさん、仲買人、小川漁協の職員による構成で、現在は 20 人で活動している。小川地域においていいサバが水揚げされていることを広めたいと考える有志の集まりで、協議会の名称の一部

には「やらざあ（やろうよ!）」という、みんなで誘い合って何かを始める時の焼津の方言が入っている。

#### 4. 課題選定の動機

小川魚市場に揚がるさば類は、鮮魚のほか鯖節、塩蔵品、練製品の加工原料として利用される。塩蔵品のサバは、鯖寿司の原料としてかつて大量に京都へ送られており、業者の中には「焼津小川のサバでなければ鯖寿司はできない」とこだわる方もいた。この話は今でも、魚市場に関わる人たちの誇りになっている。

しかし、小川地域に所属する「さば船」の数が減少し、並行して流通技術が発達すると、京都に送る塩さばの取扱量はわずかとなった。現在は小川魚市場に水揚げされるサバの75%が鯖節の原料となっているが、鯉節と違って蕎麦出汁や麺つゆに姿を変える鯖節は人目に触れる機会が少ない。

焼津は鹿児島県の枕崎、山川と並ぶ鯉節の生産地であるが、鯉節工場の効率的な生産を支えているのが鯖節であることはあまり知られていない。市内の節製造業者はカツオの水揚げのない時にはそれぞれの工場鯖節を製造しており、複数種の節を作ることで常にライン稼働させている。

市内の節製造業を支えている小川地域のサバだが、焼津といえば「カツオ」のイメージに押され、知名度はいま一步である。さらに小川という地名を「おがわ」と読まれたり「古い川」と書かれたりすることもあり、みんな悔しい思いを抱いていた。

こういった状況を変えようと、小川地域には魚市場にサバが水揚げされていることをアピールするイベントがある。焼きさば 1 万食が無料で配布される「小川港さば祭り」だ。今年で 10 周年を迎えたこのイベントは、今や焼きさばを目当てに市内外から 3 万人が訪れる大盛況のお祭りとなっている。

しかし協議会のメンバーたちは、無料の焼きさばで人を呼び込むだけではもったいないのではないかと感じていた。無料に引かれるのではなく、焼津にわざわざ買いに来たくなるような特別なサバがあったら……。私たちは小川魚市場に揚がるサバの中から「小川さば」と名付けたブランドさばを作り、まずは焼津を中心とする近隣市民を対象に、焼津でサバが水揚げされていること、地域に「さば船」があること、小川という地名そのものを広く発信していくことを決めた。

#### 5. 実践活動の成果

##### (1) 商品の開発

まずは「さば船」の新鮮なゴマサバで商品を作ることから始めた。コンセプトとして「小川さば」で目先の利益優先ではなく、「小川」の知名度向上につながる商品を目指した。

最初は船の魚槽で氷冷保存したゴマサバを用いた商品を試作していたが、ある時、より鮮度の高いゴマサバで作ってみたいらどうかと思い、協議会に参加している船主に相談してみたところ、船上で活〆・脱血処理したサバを持ち帰って来てくれた。

このゴマサバを使って干物を試作してみると、臭みも身割れも無く、色もとてもきれいなものが出来上がった（図 3）。その違いに感動した私たちは、無理を承知で商品の原料として船上で活〆・脱血処理したゴマサバを継続的に提供してくれるよう船主にお願いした。

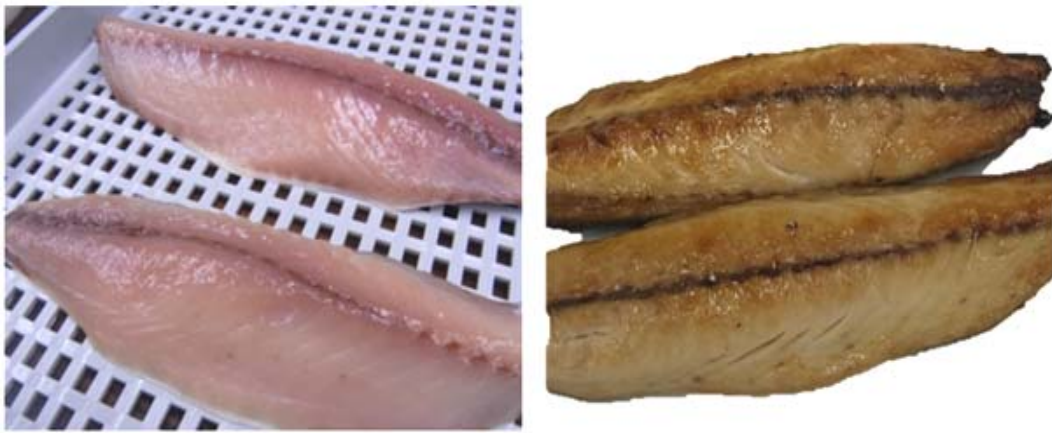


図3 船上活け締めしたゴマサバの干物（左：乾燥後、右：加熱後）

船主は快く了承してくれたが、操業時の暗い船上で網から揚げてきた魚の中から大きなサバを選び出し、作業を行うのはたやすいことではないと容易に想像できる。出漁の度、活〆・脱血処理したゴマサバを持ち帰ってくれた船の方々にはとても感謝している。

商品を試作する過程では、手の掛かった高鮮度のゴマサバを用意できたものの、魚そのものに脂肪が少ないためおいしくないと言われることもあった。小川魚市場の水揚げの主体は夏のゴマサバである。低脂肪だが、これを活〆・脱血処理することで臭みがない、血合が美味しいといった特別な素材に変身する。脂の多いサバに人気が集まる今、万人受けこそしないがこのおいしさを分かる人に向けた商品で、「小川さば」のファンを作ろうと何種類も試作した。

試作を重ねる中で、「小川さば」の素材の良さは定番の味付けでこそ分かってもらえるという確信が湧き、「干物」「みそ漬け」「粕漬け」（図4）を商品化した。レシピは漁業者のおかみさんから教わった漁師の味を基本とし、みそ、酒粕も焼津産の上等なものにこだわった。

この商品は原料に船上で活〆・脱血処理したサバを使っていることから生産数量が限られている。どこで販売するのが一番良いか協議会で検討した結果、スーパー等での薄利多売を避け、「小川港さば祭り」を中心としたイベントで、お客さんに「小川さば」を試食してもらいながら販売することにした。



図4 小川さばを使った商品（左：さば粕漬け、右：さば干物、さばみそ漬け）

初めて参加したイベントでは、試食したお客さんに「小川さば」のおいしさが伝わればそれだけでも良いと思っていたが、いざ始めてみると「臭みがなくておいしい!」と喜んで商品を購入してくださる方がいた。実際に売り場に立つことでお客さんの反応が手に取るようにわかり、自分たちが作った商品の良さについて自信を持つことができた。

イベントでは「小川港さば祭り」の反響が特に大きく、新商品のお披露目の場として活用している。「干物」と「みそ漬け」の2商品売り出した昨年は、「小川さば」の試食が大人気だったものの計900個を売るのに5時間かかったが、新たに「粕漬け」を追加した今年は試食を出す暇もなく、計1,000個がわずか90分で売り切れるほどであった。

今年のさば祭りでは私達のテントの前に長蛇の列ができた(図5)。無料の焼きさばを求める来場者だけでなく、安くはないが特別なサバを手に入れるために並んでくれるお客さんの行列が「小川港さば祭り」を例年以上ににぎやかなものにしていった。



図5 私たちのテント前に出来た行列

その日、協議会に入っていない「さば船」の船主から、「良いサバを使っているのだからもっと高い値をつけなきゃ」と話しかけられることがあった。別の船が捕ってきたサバを加工して高く売っているにもかかわらず、活動を応援してくれていることが分かりとてもうれしく感じた。

イベントで「小川さば」の名前が売れ、販売実績が出てくると、市内や東名上り線PAの土産物屋でも扱われるようになった。私たちの活動は営利目的ではないのだが、販売先が広がり、売り上げが伸びていることは活動を続ける上で自信につながっている。

## (2) 活魚販売

小川魚市場では冬になると脂の乗ったマサバが水揚げされ、その期間は市場が特別な活気に包まれる。「さっぱりとした夏のゴマサバも良いが、冬の特別なマサバを活魚で販売し、料理店に提供すれば小川さばの大きな宣伝になる」という意見が協議会の中から出てきた。

協議会以外の人にも活動に加わってもらいたいと考え始めていた時期に出た意見でもあり、私たちは市場関係者全員で活魚販売に取り組むための機会を設けようと、「小川魚市場の未来を考える講演会」を企画した。

参加者がどのような話を聞いたら協議会とともに活動してくれる人が増え、小川地域を盛り上げていけるのかを何度も話し合い、魚市場の改革の第一人者である西日本魚市場株式会社取締役相談役の田中憲壯氏のお話をお伺いしたいという結論に至った。田中氏に協議会の意図を直接伝えたかったため、代表者が長崎県松浦市へ行き、今の小川地域の現状や悩みを含めて相談した。田中氏は講演の依頼を快く受けてくださり、長崎の魚市場での経験を中心に、新しいことを始めると必ず反対されるが、続けていくうちにメリットが分かれば味方になってくれると励ましてくださった。この話を参考に協議会のメンバー以外にも講演会の運営協力を求め、開催に至った。

当日は小川魚市場の関係者約100人が公民館に集まり、「地域の漁業が生き残るには関

係者同士が協力して改革を起こすことが大切だ」という田中氏のメッセージを一緒に聴くことができた。魚市場に関わるそれぞれの立場の人たちが一堂に会する機会は、かつての小川地域ではなかったことである。普段は協議会と一緒に活動する機会のない仲買人や漁業者が参加したことだけでもうれしかったが、後日、仲買人から「あの講演会は良かったよ」と言葉を掛けられ、市場に関係する多くの人と一緒に取組みたいという気持ちを再認識した。

活魚販売の気運が高まり「さば船」や市場の各部門と出荷方法について意見を取りまとめ、活魚販売を行うに至った。

活魚販売の初回は、水揚げ直後と生かし2日目のマサバの品質を仲買人に確認してもらうことから始めた。マサバのサンプルを真剣なまなざしでチェックしている仲買人(図6)を見ながら、高評価につながるよう祈っていたが、実際に販売してみると鮮魚の6倍の値がついた上に、購入した仲買人から「卸した先の料理店で好評だった」と喜ばれた。



図6 活魚の身質を確認する仲買人(左)と活魚の身(右)

## 6. 波及効果

協議会の活動を開始した直後は、市場関係者に私たちの目的が伝わらないことも多く、趣味で活動していると受け止められることもあった。しかし諦めず広く協力を求めていくうちに、協議会メンバー以外の漁業者や仲買人、漁協職員が私たちの会議に参加するようになった。

地域に「これぞ小川さば!」と言える商品が出来たことでマスコミの取材を受けるようになり、小川魚市場でサバが水揚げされていること、「さば船」が船上で活〆・脱血処理した特別なサバを作っていること、なにより小川という地名そのものを広く発信することが出来た。試しにマスコミへの露出による費用効果を試算してみたところ約800万円という数値が出た。そのお蔭もあってかイベントで特定の商品を大量に購入するお客さんが現れ、「小川さば」のファンがいるという手ごたえを感じている。

活動を通じて、漁業者を始め、仲買人、加工業者、市場の各部門など関係者が立場を超えてつながり、小川地域を盛り上げようと一つの目標に向かっていくことがとてもうれしい。

## 7. 今後の課題と問題点

現在は冬のマサバを期間限定イベントとして焼津市内の幾つかの料理店で出せないかと、多くの市場関係者で話し合っている最中である。冬の脂の乗ったマサバを期間限定の特別な素材として料理店に卸す。その店の今日のお勧めコーナーに「小川の新鮮なマサバ入りました」と書かれる。お客さんはそのマサバが食べたくて料理を注文し味に満足する。そんなイメージを描いている。

活魚販売を始めたばかりということもあり、今後は活魚の水揚げを継続し安定的に供給する体制を整えていく必要がある。今年の冬は1トン、3年後は3トンの水揚げを目指し、市場関係者全体で取組んでいきたい。

そして焼津の「小川さば」が地域全体を元気にしてくれる存在となるよう、活動をさらに盛り上げていきたい。