

## 漁協直売所と温泉旅館組合とのタイアップ

新潟漁業協同組合岩船港支所直売所部会  
茂原 勝 栄

### 1. 地域の概要

私たちの直売所がある村上市は古い歴史と伝統を誇る城下町である。岩船港は村上市南部の海沿いにあり、北側に隣接している瀬波温泉には年間45万人を超える観光客が訪れる。最古の鮭増殖場で知られる三面川や塩引鮭を始めとする数多くの鮭料理で知られ、最近では「町屋の人形さま巡り」、「町屋の屏風まつり」など古き城下町を活かした観光開発に取り組んでいる。

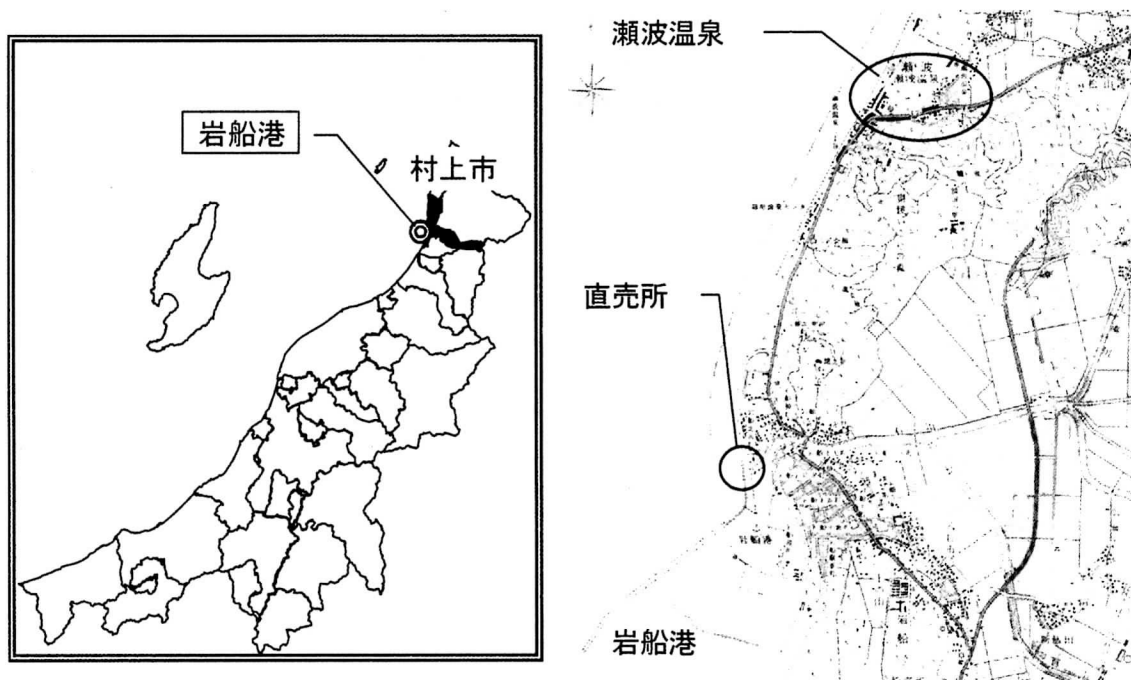


図1 地域位置図

### 2. 漁業の概要

私たちが所属する新潟漁業協同組合岩船港支所は、組合員数が586名で、平成18年の水揚げ数量は1,955トン、水揚げ金額は7億9,600万円となっている。主な漁業種類は、底曳網、板曳網、定置網である。

### 3. 研究グループの組織と運営

直売所部会では地元水産物の消費拡大を目的に、昭和63年より直売所による水産物の販売を行っている。当初はシャコやゆでダコの加工販売が中心であったが、現在は鮮魚、加工品の販売を中心に食堂も営業している。

#### 4. 研究・実践活動取組課題選定の動機

岩船地区の北側に隣接する瀬波温泉は県内有数の観光地であり、日本海に沈む夕日と海の幸が魅力の温泉街である。温泉旅館では地元の魚も利用されているが、いわゆる周り物も多く利用されていたので、私たちは地元瀬波温泉には、もっと地元の魚を利用してほしいと考えていた。地元の魚を利用することで、旅館は「地元の魚を使っています」と宣伝でき、鮮度の良さをアピールできるようになる。また、海の幸を求めてやって来る観光客が増えることは直売所の利用者が増加することにつながるはずである。このように、「温泉旅館組合と漁協直売所が連携することは双方にメリットがあるのではないか！」ということで、村上市農林水産課の仲立ちにより、温泉旅館組合と漁協直売所が連携していくための会議を開き、出荷の方法や条件を検討することになった。

#### 5. 研究・実践活動状況及び成果（または効果）

##### (1) 地産地消会議の開催

地元の魚をもっと利用してもらうためには、「なぜ利用されていないのか？」ということをはっきりさせる必要がある。問題点を明らかにし、連携していくための方法を検討するため、温泉旅館と漁業者の代表者による地産地消会議を開催した。平成18年7月に直売所側から担当と漁業者の代表が11名、旅館組合側（9旅館）から11名が参加して、計2回の地産地消会議を開催した。その後、直売所の担当者と旅館の料理長等による実務担当者会議を重ね具体的な出荷方法を検討した。

##### (2) 問題点の検討

それぞれ立場の違いから多くの意見がでたが、主なものは次のとおりである。

###### ① 漁業者側の意見

- 温泉で出されている魚は、正直言って良くない
- 海の近くなのに良い魚を出さなければ地元のイメージダウンになる
- 非常に安い魚や、値が付かないため沖に捨ててくる魚もある。これらの中には味の良いものも多いので、ぜひ利用してほしい

###### ② 温泉旅館組合側の意見

- 地元の魚は使いたい、調理人の人数や魚に関する知識も低下してきていることなどから、一匹物の魚や小魚の下ごしらえなどの1次処理が出来ない状態である
- 天候の心配から地魚は数日前から仕入れることもあるが、新鮮さに欠けるという評価を受けたことがある
- 地物であれば、加工や一次処理した材料は冷凍でも十分使える
- 地元で獲れる魚の時期、量、価格などの情報がほとんど無い。仲買の言いなりに魚を仕入れている状態なので、漁協からの情報が欲しい
- シャコのみそ汁など使いやすい材料から始めていくのが良い

意見交換の結果、情報不足や一次処理の問題から地元の魚があまり使われていないことがわかった。また、これらの問題がクリアできれば、むしろ地元の魚を使いたいと考えており、連携の足がかりをつかむことができた。

(3) 出荷の形態と方法

出荷にあたっては、最初から多くのことに取組まず、どの旅館でも取り組みやすい材料から始めていき、徐々に展開していくことにした。取り組みやすい素材としていくつか検討した中では「ギスつみれ」(写真1)が凍結も可能であり、使い易いということで、これを各旅館で朝食のみそ汁に利用できる共通の素材として使用することになった。鮮魚については直売所で一次処理を行い、エラ・腹除去や刺身用などの注文に応じて対応すること、旅館へは直売所が配達することを決めた。このような形で行う取組みを平成18年9月以降から開始した。



写真1 共通素材に選んだギスつみれ  
(ニギスのすり身 500g入り)

(4) 直売所から瀬波温泉旅館への出荷状況

連携を開始して以降の温泉旅館への出荷額は大幅に増加した(図2)。平成19年上半期の瀬波温泉旅館への出荷額は前年同期の約5倍であった。月別出荷額では連携開始以前の出荷額が0~26万円であったのに対し、連携開始後は少ない月でも10万円弱、多い月では80万円を超える月もみられた。出荷額が多かったのは5、6月で、少なかったのは底曳・板曳網が禁漁となる7、8月であった。魚種別出荷額では共通素材の「ギスつみれ」が多くなっており、5月には安定して漁獲のあったスズキの出荷額が増加した。

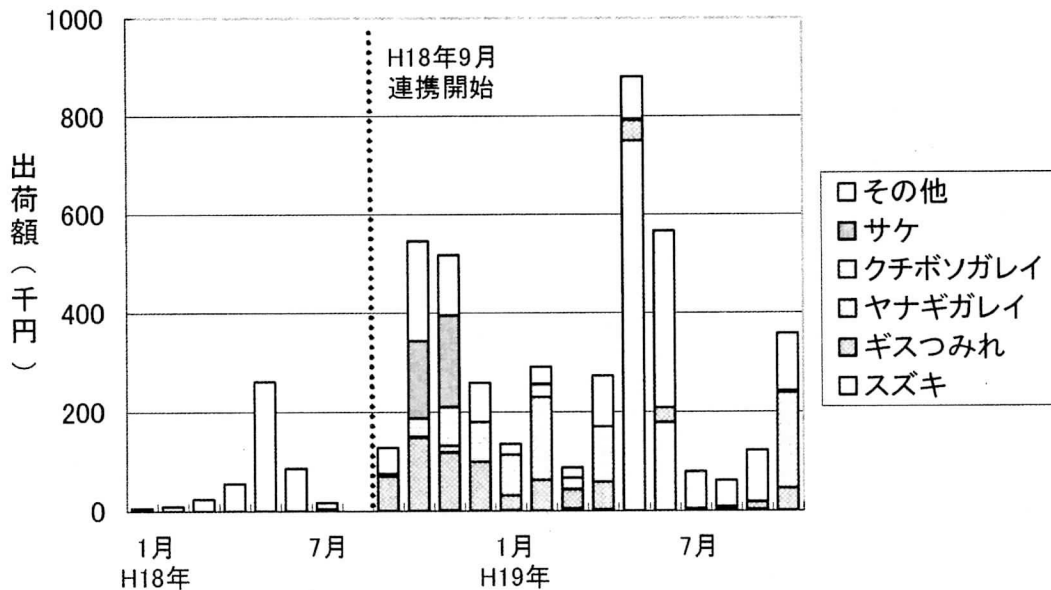


図2 温泉旅館への出荷状況

## 6. 波及効果

温泉旅館への出荷額は直売所全体の売り上げの4%程度であり、それ程大きなものではないが、温泉旅館は新たな販路として期待される。また、瀬波温泉旅館では平成19年10、11月に、ギスだんご汁に加え、ヤナギガレイの一夜干しと岩船産コシヒカリを合わせた「極上の朝ごはん」という企画を実施した(図3)。このような企画が実現したのも連携事業が続いてきた効果だろうと考えられる。県観光協会の冊子で岩船港の魚も紹介されており、直接的な効果は少ないかもしれないが、観光との連携を図ることは直売所の集客にとっても重要であると考えられる。

## 7. 今後の課題や計画と問題点

近年の不況によって直売所の売上高は年々減少しており、新たな客層の開拓が必要である。そのためには地域全体の観光客を増やすような取り組みに、漁協としても協力していく必要がある。当漁協では平成20年には新しい荷捌き所(せり場)が新設される予定であり、現在の直売所もこれにあわせて荷捌き所の隣へ新築移転する予定であることから、食堂をこれまで以上に充実させることや、せり場の見学と直売所を連携すること、朝市などのイベント開催などを検討している。

村上市では古き城下町を活かした観光開発に取り組んでいるが、瀬波温泉への観光客は伸び悩んでおり、地域全体の観光客増大につながる取り組みとも連携しながら、直売所自身が集客を増加させる取り組みをしていかなければならないと考えている。

極上のごは入



# 岩船産コシヒカリと干し魚

山々の清水が生み出す米と母なる日本海の恵み  
雄大な自然が織りなす岩船の美食



●小田 慶一さん  
村上市・瀬波温泉でササ  
ギに競争している 村上市  
の産物に詳しい

**新** 潟の北部、村上市は、古くからサケを用いた独特の食文化で知られている。また、岩船港を有することから、海産物にも恵まれた土地柄だ。春のヒラメやタイ、夏のワタリガニやキス、秋のカマスやクロダイと、季節ごとに旬の魚介が味わえる。そして冬の魚としてまず名前が挙がるのが「ヤナギムシガレイ」と呼ばれるカレイの仲間。瀬波温泉の小田慶一さんに話を聞いた。

産のコシヒカリ。岩船地域は海から山までの距離が短い。高低差から昼夜の気温差が全体的に大きくなり、収穫量がほどよく調整されるという。

「養分の凝縮した米は甘みが強く、一つひとつのつぶがしっかりとします。また、近くの山からの清水が田んぼに流れ込むことで、常に新鮮な水に桶が触れます。美味しい水と空気があるから美味しい米が生まれるわけです。そして岩船の水で炊いた米は冷えても香りが損なわれません。他では味わえませんが、芳醇な岩船産コシヒカリの香り、その風味を引き立ててくれるヤナギガレイの組み合わせ、何とも絶品だ。」

- お問い合わせ  
●瀬波温泉旅館協同組合  
☎0254-52-2656
  - 周辺温泉地  
●瀬波温泉  
●えちせきかわ温泉郷
- 詳しい情報はP9を参照ください。

1. 岩船産コシヒカリとヤナギガレイの干し魚。瀬波温泉の各旅館で味わえる。近年ギスを使った魚のだんご汁が瀬波温泉の新名物として登場した。
2. 12月になると、村上市内の至るところに名産である塩引き鮭が軒下に吊される。
3. 毎月2・7のつく日に行われる六斎市。地物が店先に並ぶ。



図3 「うるおいのいがた 観光通信 2007 秋 VOL. 34」から (社)新潟県観光協会発行