

いけすや繁盛記

～漁業の未来はチームIKSの力で！～

内浦漁業協同組合チームIKS
土屋真美

1. 地域の概要

沼津市は静岡県東部に位置し、日本一高い富士山と日本一深い駿河湾の両方から自然豊かな恵みの恩恵を授かる地域で、首都圏に近い地理的条件を活かして古くから水産都市として発展して来た。

内浦漁業協同組合は、そんな沼津市の南部に位置しており、管轄内は20kmにわたる海岸線を有し、入り組んだ湾の形状を活かし、「いけすや」の名前の由来となった養殖生簀がたくさん設置されている。



図1 内浦漁港

2. 漁業の概要と現況

内浦漁業協同組合では正組合員142人、准組合員546人が漁業に従事しており、中型・小型まき網、しらす船曳き網、固定式刺網、小型定置網、海面養殖などさまざまな漁業が営まれている。まき網漁獲物など多くが拠点市場である沼津魚市場に水揚げされるため、内浦漁港の水揚げは、養殖されたマアジ、マダイが中心である。

沼津の養殖の歴史は古く、江戸時代に三代将軍家光に鯛を献上するために畜養を始めたのがその起源と言われている。

平成27年水揚げ量は203トン、水揚げ金額は約2億5,000万円で、その約6割をマアジが占めており(図2)、主に活魚で首都圏へと出荷される。

マアジ養殖魚の産地としては、静岡県は全国でも北限に位置している。管内で水揚げされる養殖マアジは、組合を通さず独自に出荷されている分も含めると平成26年の収穫量は391トンで全国生産の5割近くを占め、日本一を誇っている(図3)。

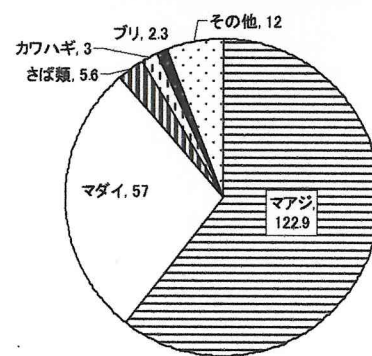


図2 内浦漁協の水揚げ量 (単位: トン)
(平成27年)

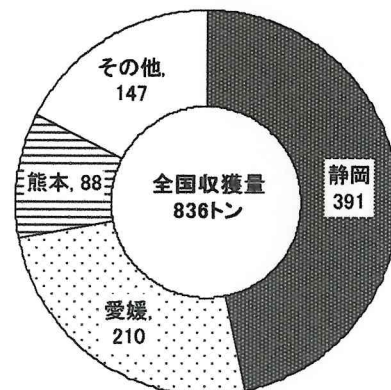


図3 全国の養殖マアジの収穫量
(平成26年: トン)

3. 組織と運営

チームIKS（図4）とは、平成27年5月にオープンした漁協直営のお店「いけすや」のスタッフメンバーの名称であり、内浦の漁業を盛り上げていこうという使命に賛同してくれる漁業者の奥さん、地元の主婦など総勢12人で結成された。（平均年齢57歳）



図4 チームIKSの結成

チーム名のI・K・Sは、養殖生簀に因みイクスをローマ字に置き換え、某アイドルグループのようにみんなに愛されるよう

その名を付けた。キャッチフレーズは、「会いに行けるアイドル」ならぬ、「会いに行けるお母さん」。お姑さんや地域から受け継いだ地元ならではの味、目の前の海で獲れる美味しい魚を味わってほしいという、強い想いとおもてなしの心で活動している。

4. 課題選定の動機

平成元年頃には約2,000トンのマアジが養殖されていたが、日本経済の悪化に伴う魚価の低迷や燃油・餌料の高騰の影響で、養殖収穫量も5分の1以下に減少している。最盛期には70経営体あった養殖業者も、今では、10数経営体しか残っていない。



図5 養殖場見学会

養殖業者は危機感を抱き、消費者との意見交換会・視察研修等を行い、内浦の養殖漁業についてのPR活動を行っている（図5）。

しかし、組合員の高齢化は養殖業者に限らず進み、担い手不足も深刻である。正組合員の内50歳未満の者は142人中20数人しか在籍していないのが現状である。20年後にどれだけ漁業が行われているかを考えると、漁業を中心に栄えてきた地域としての将来も不安である。

漁協としては、このままだと漁業者がいなくなってしまう、地元の漁業の灯を消してはいけないと考え、まず、日本一の収穫量を誇る養殖マアジのPR活動から始めることにした。

5. 実践活動の成果

（1）活あじのPR

まず、より多くの人に日本一の養殖マアジを食べて、知ってもらうため、地元漁業関係者が一丸となって、平成21年9月に「第1回活あじ祭」を開催した。内浦の養殖マアジの活魚を他のマアジと区別する意味でも「活あじ」と呼んでいる。最大の魅力はなんといっても鮮度の良さであり、料理を提供する直前に氷締めし、プリプリの食感を味わえる「活

あじ井」を提供した。

また、大人から子供まで誰もが楽しめるよう『活あじ横町』(図6)を設け、お寿司やアジフライ、バーガーなど料理のバリエーションも増やし提供した。食べるだけでなく、お祭り全体を楽しめるように、活あじすくいや鰯漕ぎ体験、養殖場見学などさまざまなイベントも企画した。さっきまで泳いでいたマアジをその場で食べることにより、活あじの極上の鮮度を体感してもらった。



図6 活あじ祭の活あじ横町

第1回活あじ祭以降、毎年2回、イベントを行うことで、多くの人に活あじの魅力を知ってもらった。活あじの活きの良さを体感し、いかに安心・安全な魚を育てているかを知ってもらった。すると、お祭以外でも活あじ井を食べたいというお客さまの要望も見えてきた。

(2) 市場食堂での日曜営業

そこで、平成25年4月から漁協の市場を利用した「市場食堂いけすや」を毎週日曜日に営業した。初め、スタッフは漁協職員だけだったが、多い日には50人のお客さまが来るようになったので人手が足りなくなり、これを見ていた漁業者の奥さんや地元の主婦などが協力してくれるようになった。これが後のチームIKSの原型である。食堂は来店者に好評で手応えも感じていたが、仮設の食堂ということもあり、続けていくには限界を感じていた。そこで漁協直営の常設食堂を作ろうという話が持ち上がった。

(3) いけすや開店に向けて

①コンセプトづくり

常設食堂建設に向け、漁協役職員、県市行政、専門家おのおのの立場からアイデアを出し合い、祭りや日曜食堂運営で得た経験を糧として、意見をまとめた。地元漁業者が漁獲した魚介類を需要拡大したい、内浦に来て地域に受け継がれる食文化を味わってもらいたいという二つの思いを併せて新施設のコンセプトとした。観光客は昼食を食べ、お土産を購入する頻度が高いという分析結果もヒントとし、「食べる」、「買う」、「体験する」の三つを柱とした施設を作ることになった。

②地域全体の盛り上げ

地域全体を盛り上げていくことも重要だと考え、地元の子供たちに地域のおすすめしたい場所をピックアップしてもらい、内浦お散歩マップを作成し、近隣のお店や地域の観光スポットなどを紹介した(図7)。また、他のお店とできるだけ競合しないよう、定休日をずらす配慮をした。



図7 内浦お散歩マップ

また、開店前からマスコミに積極的に情報を提供したり、ツイッター、フェイスブック等を活用してこまめに情報発信も行った。

③目玉メニューの開発

新施設のオープンに合わせ、新しい目玉メニューを作ろうということになった。私たちが知っている「活あじ」の最大の魅力は、締めたてのプリプリの食感と時間が経過してから出でくる旨味である。これを何とか数値で確かめたいと試験してみると、やはり食感を示す値は調理直後が高く、旨味成分は2日目に最大になった。そこで、時間差で出てくるこの二つの活あじのよさを同時にひとつの丼で体感できる新感覚丼として、「二食感活あじ丼」を完成させた(図8)。



図8 開発した二食感活あじ丼

(4) 開店後の取組

①いけすや開店

こうして、平成27年5月、沼津内浦漁協直営「いけすや」がオープンした(図9)。

店内黑板には、その日に使っている活あじの生産者の名前を書いて来店者にわかるようにした。養殖業者は「俺が育てたアジが一番うみゃー!!」という自信を持って、いけすやの名が恥じぬよう、より良い活あじを提供した。



図9 オープンした「いけすや」

いざ開店すると、想定をはるかに上回る平日170人、休日270人の来店があった。来店者に話を聞くと、テレビや新聞記事を見て来てくれた人が多く、事前の広報活動が実を結んだと感じられた。東京・神奈川はもとより、群馬や長野といった遠方からも来てくれた。

②改善の取組

しかし、予想以上の来店者数により、さまざまな問題が発生した。まず、レジ前が大混雑となり、お客さまを長時間待たせることになったので、急遽、整理券を作ってメンバーが配り、順番に案内するようにした。すると今度は店内売店で待つ人が増えてしまい、買物ができないほどの混雑状況となってしまった。そこで、少しゆっくり買い物できるよう、屋外待合所も設置し、メンバーがそこへ誘導した。しかし、混雑時は、どうしても待ち時間が1時間以上になるため、お客さんの気持ちを考えてチームみんなで話し合い、暑い夏は、クイズを書いたうちわを配布し、退屈しないような工夫を凝らした(図10)。



図10 メンバーで作ったうちわ

次に、直売部門の売上が伸び悩んだため、直売で売っている内浦のものの良さをお客さんに伝えるためには、どうすればよいだろうと考えた。そこで、プロを招いて、店長だけでなくチームIKS全員でポップの書き方から商品の見せ方・売り方を学んで、自分たちが伝えたいことがどうすればお客さんに伝えられるか、スキルアップを図った。

初めは、レジの清算だけが仕事と考えていたメンバーも、自分たちでポップを作るようになり（図11）、内浦自慢の品の売り方を常に考えるようになり、商品が売れた時の喜びも感じられるようになった。また、商品のレイアウトも工夫し、アイデアを出すように変わってきて、売店へ誘導する声掛けも進んでできるようになった。

お客さんにもっと気軽に声を掛けてもらうように、店内にメンバーの写真と地区の自慢やお勧めの一品のコメントを掲示した（図12）。初めは恥かしくて目立ちたくないと言っていたメンバーも、お客さんに顔と名前を覚えてもらうようになると親近感も増し、地区の自慢などについてやりとりすることでコミュニケーションが弾むようになった。

食堂では、料理を提供する際にメニューの説明や地元独特の食べ方を紹介している。地域には「まご茶」というごはんとお刺身にお湯をかける食べ方があり、お客さんにこの食べ方を勧めたところ、とても好評だった。こうして誕生した新メニューが、「漁師の本気のまご茶定食」（図13）である。地元ならではの食文化が、チームIKSの活動から具体化し、今でも大人気のメニューとなっている。自分が動くことで何かが変わることに気づき、自主性や結束力が生まれてきた。現在のチームIKSのメンバーは、お客さんとの会話を楽しんでおり、店内の雰囲気もさらに良くなった。この「いけすや」の暖かさを求めて来てくれるリピーターも多い。チームIKSメンバーはどんどん輝きを増している。

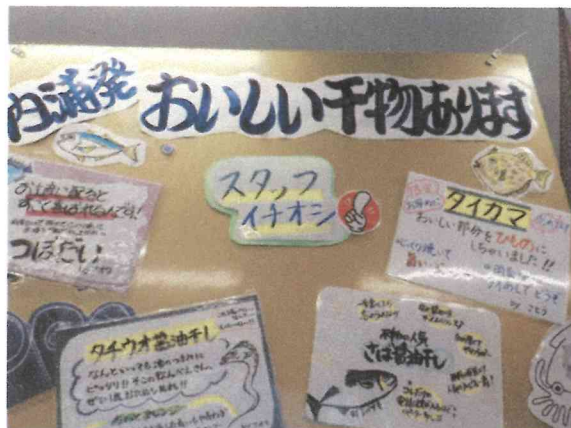


図11 メンバーで作った商品説明のポップ



図12 掲示したチームIKSメンバーの顔写真とコメント



図13 漁師の本気のまご茶定食

今年9月までの「いけすや」の来場者数と売上金額の推移（図14）を見ると、平成28年度の来場者数、売上金額は、出来過ぎかと思われた27年度の成績を6月を除き上回っている。これもチームIKSみんなの努力と結束の力の賜物だと思う。

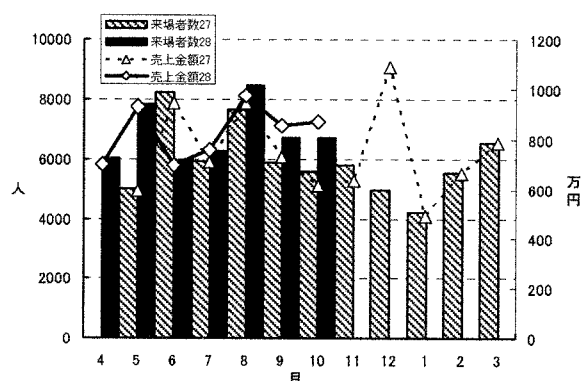


図14 「いけすや」の来場者数と売上金額の推移

6. 波及効果と今後

「いけすや」では養殖マアジのメニューに加え、地元漁船が獲った新鮮なサバのメニューも提供を始めた。旬な魚が手に入ると日替わりメニューとして出すこともある。チームIKSの頑張りを見ていた地元の漁業者も食堂で使えそうな魚があると持ち寄るようになったり、地域の学校のPTA行事として「いけすや体験教室」を企画し、魚をさばいたことのない母親たちを「いけすや」に連れて来て調理体験を行ったりした。こうして、次第に地域の漁業全体の連帯感が生れることとなり、「いけすや」とチームIKSは、魚食普及と同時に地元にも貢献している。

店で使うお米やみかんの販売などを通じて、地元JAや若手農業研究会とも交流が進んでいる。今年は「活あじ祭」ではなく「いけすや市」としてJAや県東部稲作研究会、地元のお店が参加するイベントを企画し、地元の人が気軽に足を運べるマルシェを開催することができた。こうした活動を通して、地元の美味しい「食」を「農」と連帯しながら、もっと発信していきたいと思う。

さらに、10代、20代の県内外の若者がたくさん来店してくれるようになった。話してみると活あじの美味しさを熱く語り、地元にも「いけすや」がほしいと言ってくれる若者もいる。最近、「いけすや」を訪れる若者が増えたのは、内浦を舞台としたアニメの影響のようだが、「いけすや」で美味しい活あじを食べてもらうことが、若い世代への魚食普及に繋がっていると感じられた。

7. 今後の課題と問題点

平成28年12月には、ついに来店者数が10万人に達した。今後、魚のさばき方教室や養殖場見学会などの体験企画を、もっと実施していきたいと考えている。

チームIKSが、内浦の漁業を未来につなげていけるよう、私たち漁港アイドルとしての活動はこれからも続いていく。