

女性部 40 年の歴史が生み出した逸品

—海苔の佃煮販売事業の歩み—

両開漁業協同組合 女性部
部長 田中 恵美子

1. 地域の概要

福岡県は九州の北部に位置し、北西部に外海性の筑前海、北東部に内海性の豊前海、そして南西部に内湾性の有明海という 3 つの特徴ある海に囲まれている。

私たちが活動している有明海は、福岡、佐賀、長崎、熊本の 4 県に囲まれた閉鎖的な海域で、九州一の流域面積を誇る筑後川をはじめ、大小さまざまな河川から豊富な栄養が流れ込む（図 1）。最大 6 m にもおよぶ干満差は、日本最大の干潟を作り出しており、その面積は全国の干潟の約 4 割を占め、二枚貝のアサリ、サルボウに加え、ムツゴロウやエツ、ワラスボなどの多様な特産種の重要な生息場となっている。



図 1 有明海の位置

2. 漁業の概要

有明海では、主幹漁業であるノリ養殖の他、アサリなどを対象とした採貝漁業、ガザミなどを対象とした刺網漁業などが行われている。本県のノリ養殖は支柱式養殖（図 2）を行っており、その品質は香り豊かで口どけも良く、「福岡有明のり」として高く評価されている。また全国の生産量の 20% 近くを占め、有数の産地となっている（表 1）。



図 2 支柱式ノリ養殖の漁場風景

表 1 福岡有明海区の生産状況（過去 5 年平均：平成 30 年～令和 4 年）

生産枚数	11.3 億枚
生産金額	146 億円
国内に占める生産枚数の割合	18.3%

3. 研究グループの組織と運営

両開漁業協同組合(以下、両開漁協)は柳川市の中心部から南に5km離れた地区に位置し、昭和25年に設立された。令和5年12月1日現在の組合員数は121人で、ノリ養殖業を営む組合員が大半を占めている。

女性部は昭和42年に漁協の下部組織として設立され、現在総勢60人で活動している。設立当初は、合成洗剤を使わない石けんの使用推進運動や海浜清掃などの環境保全活動に取り組み、昭和58年から海苔の佃煮の開発、製造、販売にも着手した。

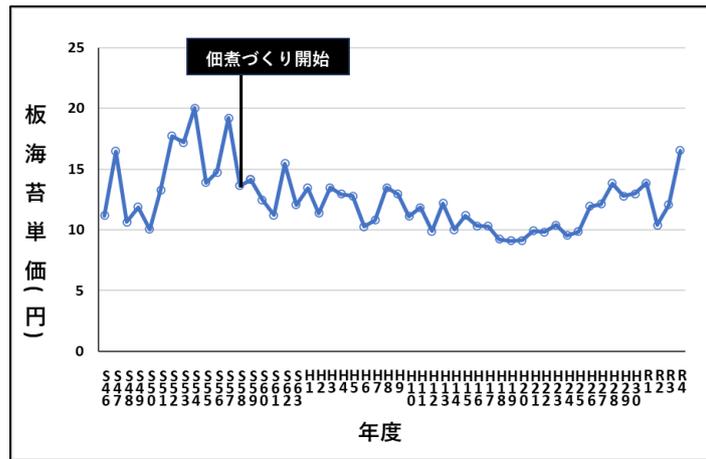
4. 研究・実践活動取り組み課題選定の動機

一般的なノリ養殖漁家では、多くの女性は冬場は板海苔加工などの陸上作業に専念しているため、地域とのつながりを持ちにくく、両開漁協も例外ではなかった。

また昭和58年ごろの板海苔の生産現場では、過剰供給により板海苔単価が低下しており(図3)、一部では原価割れする板海苔もあった。そこで女性部では、板海苔をどうにかして有効活用する方法がないか話し合いを行った。

その結果、板海苔に加工する前のノリ原藻を用いて佃煮を製造することで付加価値向上を図り、板海苔以外の新たな商品として販売する取り組みを行うこととなった。

こうして、昭和58年より、両開漁協女性部による、海苔の佃煮の開発、製造、販売活動がスタートした。



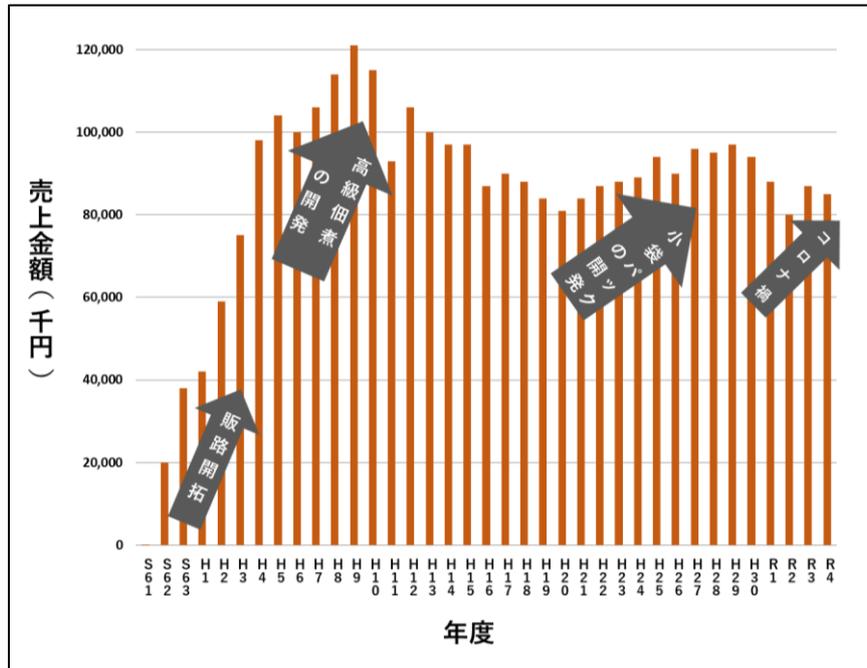
ではの滑らかな食感を実現し他社商品との差別化に成功した。このように試行錯誤を繰り返しながら開発から3年後の昭和61年によく商品化にこぎつけた(図4)。

販売開始時は、既存の販路がないため、まずは地元の柳川市を中心としたイベントでの試食や販売活動等のPRを積極的に行った(図5)。これらイベントを通じて多くの方に試食してもらった結果、口コミが次第に広がり徐々に売り上げも伸びてきた。



図5 イベントでの様子

さらに有名百貨店や地元スーパーへの売り込みにも努め、県内スーパーを中心とした地元だけでなく、九州や関東など、全国各地に販売先が拡大した。販売を開始した昭和61年に数十万円だった売り上げが、翌年には約2千万円、販売から7年後の平成5年には1億円を達成することができた(図6)。



を目的として取り組んできたが、より高品質な原藻を利用した佃煮の開発を開始した。

商品開発では、摘み回数が少なくより柔らかい原藻を利用することで、ノリ本来の香りや旨味、食感を佃煮に反映させることとした。単に既存商品をグレードアップするのではなく、贈答用として用いられることを意識し、より高級な海苔の佃煮を開発して新たな需要の掘り起こしを図ることとした。

原料には、“一番摘み”と呼ばれ、漁期の最初に収穫される色が黒くて最も柔らかい原藻を利用した。原料の一番摘みは、非常に柔らかく繊細で傷みやすい原藻であるため、従来の処理方法では品質を保てなかった。このため試行錯誤を繰り返し、洗浄方法や冷凍方法を改良することでようやく製品化に成功した。

さらに、原藻を提供する生産者は、両開漁協の若手生産者で構成される「研究会」の会員に限定した。「研究会」はより黒く、よりおいしいノリを育てるために、海況調査や品質向上のためのアンケート調査を行っており、より高品質なノリを生産するための知識や技術の向上に日々努めている。若手ノリ漁業者のこだわりと、女性部の豊富な佃煮づくりの知識と経験とがうまくかみ合い、より高品質な海苔の佃煮の開発に成功し、これを「最高級佃煮 有明のり」として販売した。この商品は大量生産はできないが、販売から1カ月でほぼ完売してしまう人気商品となっている（図7）。結果としてブランド力向上につながり、都心のデパートを中心として贈答用としての売り上げが大きく伸び、平成9年ごろまでのさらなる売り上げの増加につながった（図6）。



図7 商品化に成功した高級佃煮

②消費者ニーズを意識した商品開発

売上金額は平成14年ごろから1億円を切り、減少傾向がみられた（図6）。このため、さらなる商品開発を行い、売り上げの減少を食い止めることとした。

そこでまず、マーケットインの視点から消費者ニーズを把握するために、これまでに寄せられた商品への問い合わせ内容を洗い出した。すると「瓶の処理に困る」「期限内に食べきれない」という問い合わせが多いことが分かった。そこで新商品について協議した結果、一食分ごとにビニールパッケージに入った食べきりサイズの商品がニーズに合っているのではという意見があり、小袋パックの商品開発を行った（図8）。この商品は、食べ方の汎用性を高めたことで現在では売れ筋商品となった。

さらに小袋パックの佃煮は、会葬御礼品としても



図8 商品化に成功した小袋パックの佃煮

人気になり、潜在的な市場の開拓にも成功し、当初の目的のとおり売り上げの減少を止めるだけでなく、平成 20 年ごろからは売上金額が上昇に転換した(図 6)。予想以上に人気商品となったため、充填機を導入し、パッケージングを委託から自前に切り替えることでコストカットにも努め、安定した事業につながっている。

また小袋パックの佃煮は配りやすいという利点を生かすことで県内の学校給食にも採用され、地元の食品を使用した魚食普及にもつながっている。

(3) コロナ禍を乗り切る

令和元年に始まったコロナ禍は社会に大きな傷跡を残したが、当漁協の海苔の佃煮事業は売り上げを大きく落とすことなく比較的安定した売り上げを維持できた(図 6)。

これは、お土産や会葬御礼品などの贈答用の販売が減少した一方で、自宅などでの巣ごもり需要が地元スーパーを中心として伸びたためと考えている。

平成 24 年から現在に至るまで開催している「新のりフェア」と称したノリ商品の販売会では、女性部も参加して佃煮を販売し(図 9)、地元を中心とした安定した売り上げに貢献している。このように、事業を安定的に続けることができているのは、販路の拡大だけでなく、事業開始当初から継続して大切にしてきた地元を中心とした販売先のおかげであり、これまでの努力が実を結び、食卓の定番としての座を獲得できたためと感じている。結果的にリスク分散につながり、コロナ禍を乗り切ることができた。



図 9 「新のりフェア」での販売会の様子(柳川市内)

6. 波及効果

今回の取り組みに伴う波及効果として、生産者に対する経済的なノリ作りへの支援や女性の社会参画、地域における地場産業と雇用の創出が挙げられる。

まずノリ作りへの支援について、海苔の佃煮販売事業の売り上げは、貴重な漁協の運営経費の一部となり、組合員への負担軽減につながっている。この取り組みは生産者のおいしいノリ作りへの後押しとなり、さらなる良い商品、良い佃煮づくりにつながっている。

続いて女性の社会参画について、現在では全ての商品が誰が作っても同じ味になるようにマニュアル化されているが、最終的な仕上げは女性職員が原藻の質に応じて味付けや煮込み時間の調整を行い、熟練の技術をつぎ込んでいる。女性の意見を積極的に取り入れた商品の開発、製造、事業化に成功したことに加えて、女性にやりがいと能力を発揮できる環境をつくり上げることができた。

最後に、地域における地場産業と雇用の創出について、両開漁協の佃煮事業開始から数年後、福岡有明海区内の他漁協においても海苔の佃煮開発が開始されたことで、容器やパッケージ、調味料など海苔の佃煮に関する地場産業が拡大し、地域での佃煮事業の

先駆者としての役割も果たすことができた。これにより他漁協における佃煮事業も現在まで安定した売り上げを実現している。結果として、地元食材を利用した海苔の佃煮開発によって、年間を通して従業員を雇っており、地域における継続的な雇用創出を実現できた。

7. 今後の課題や計画

近年ではECサイトの普及により生産者と消費者との距離が近くなることで、地元のみならず、全国、海外との取引が容易になり、販売先の拡大が期待できる。そのためには、製造元としての漁協の信頼性や商品の安全性を高める衛生管理、多様化した消費者ニーズに応えるさらなる商品開発などが重要になる。

衛生管理においては商品の品質、安全性を高めるために、当漁協で稼働中の工場は、平成29年からHACCP相当の衛生基準になるよう改修しており(図10)、日本の大手食品会社との取引だけでなく、海外との取引にも対応できる。

さらなる商品開発については多様化した消費者ニーズに対応した商品開発と商品ラインナップの見直しを行っていく必要がある。当漁協の海苔の佃煮事業は、女性部が中心となって長期にわたって時代と共に常に変化する消費者ニーズを敏感にとらえ、それに対応した商品開発や販売活動を行っており、今後も安定した事業につなげられると確信している。

安定した事業の売り上げは前述の波及効果や海区全体の「福岡有明のり」ブランドの向上につながることから、今後とも精力的に取り組んでいきたい。



図10 HACCPに対応した加工場で作業する女性従業員