

ホッキ剥き体験で魚食普及に取り組んで

(剥いて食べて知ってもらおう四倉のホッキ)

いわき市漁業協同組合四倉支所
四倉ホッキ組合 組合長 佐藤芳紀

1 地域の概要

私たちの住む福島県いわき市は、太平洋に面する浜通りの南部に位置しており、東北地方の中でも温暖な気候に恵まれている。面積は約1,231km²と全国有数の広さであり、人口は約35万人、平成11年4月には中核市に移行している。広大な面積を背景として、農林水産業のみならず、国際港である小名浜港を玄関口とした工業も盛んである。

市内の各魚市場はこの時期、マダラやヤナギダコ、ベニズワイガニなどの水揚げで賑わう。市でも平成9年7月、いわき市小名浜にいわき市観光物産センター「いわき・ら・ら・ミュウ」をオープンし地元の水産物を積極的にPRしたり、平成13年10月、メヒカリ(アオメエソ)を市の魚に制定するなど、水産業の盛んな地域となっている。

2 漁業の概要

いわき市漁協は平成12年10月、市内の沿岸7漁協が合併して誕生した。平成16年現在、組合員522名、漁船数478隻を擁している。

四倉支所は市の北部、四倉町に位置し、沿岸漁業は小型底びき網3隻のほか、船びき網を中心に一本釣り、遊漁船業、共同操業によるホッキ(ウバガイ)貝桁網等を組み合わせた操業が行われている。

3 活動グループの組織と運営

四倉ホッキ組合(以下、グループ)は、同支所の沿岸漁業を営む船主及び乗子23人により、平成4年に組織された。漁期の6月~1月の期間、グループ員が3班に分かれ、共同所有する一隻の船に当番制で乗り込みホッキ漁を行っている。平成17年の漁模様は、出漁日数91日、漁獲量236トン、漁獲金額5,838万円である。1日平均2.6トン、64万円の水揚げがあった計算になる。

平成10年10月からは直売所を開設し、直売と宅配などにより消費者へホッキの魚食普及に取り組んでいる。

4 活動課題選定の動機

これまでグループでは、直売所において市価よりも安くホッキを販売し、ホッキの魚食普及に取り組んできたが、直売所での売上げが伸び悩んでいることから分かるように、今ひとつ、効果が上がっていなかった。

このため、これまでの直売所で「お客を待つ」という姿勢から、積極的に外に出て「お

客を掘り起こす」取り組みを始めることにした。

具体的には、マスコミによるPR、各イベントへの積極的参画、そして、タイトルにもあるホッキ剥き体験の開催である。

5 実践活動の状況及び効果

(1) マスコミによるPR

全国でも珍しいグループによるホッキ操業であることや、平成11年にはホッキの水揚量が全国1位になったこともあってか、昨年は全国でも放送されるテレビ東京の「土曜スペシャル」からの打診があり、これは絶好の機会と快く取材を受けることとなった。

番組では、ホッキ漁の操業風景やホッキを使った賄い飯の紹介、リポーターとグループ員達との交流が放送された。船迎えの様子を撮影するために、何度も港を出入りしたり、急に賄い飯をつくることになったり、あるいは、朝3時出港のホッキ漁に取材スタッフが同行するなどロケは大変だったが、放送された番組は私たちの漁の様子や生活を親しみやすく紹介しているものとなった。

この番組は何度も再放送され、その度に全国各地から漁協や直売所には問い合わせが相次ぎ、マスコミの影響力の大きさを実感した。

また、リポーターの桂米助氏が、今回の取材で私たちを大変気に入ってくれたとのことで、後日、日本テレビの「突撃！隣の晩ごはん」でも、再度、四倉を訪れるというオマケもついた。

(2) 各イベントへの積極的参画

これまでも、地元のイベントではホッキの移動直売やホッキの串焼き販売を行っていたが、今回、新たに、女性部と協力した取り組みを行ったので、ここで紹介する。

いわき市小名浜の県水産試験場では、毎年秋に参観デーを開催している。昨年度からはグループでもホッキ剥き体験や試食コーナーを設置し、PRを図っていた。

今年度は、汁物や焼き物が多い他の試食コーナーとのバランスから、ご飯物の提供が有効であると判断し、ホッキご飯を販売することにした。しかし、イベント用の五升炊きのガス釜でのホッキご飯はグループでも作ったことがないため、女性部四倉支部に協力を要請、女性部も快く承諾してくれた。

当日は、風が強かったものの晴天に恵まれ、また、近くで開催されたイベントとの相乗効果もあって昨年を上回る約1,000人の来場者で、ホッキご飯もその場で食べるほかにもお土産用にと、注文に追いつかない程の人気で約260食を売り切った。

ほかに県の宿泊学習施設「いわき海浜自然の家」のオープンデーでも同様にホッキご飯を販売するなど、今回、ホッキご飯をきっかけに女性部と協力したイベント参画体制がとられたことも大きな収穫であった。

(3) ホッキ剥き体験

出前講座

グループでは毎年、魚食普及の取り組みとして、地元小学校の総合学習の時間を利用した出前講座を行っている。地元とはいえ、ホッキを剥いたことがない子がほとんどとのことで、講座前半のホッキ漁を紹介する授業はおとなしいものの、後半

のホッキ剥き体験では剥き方のコツを覚え一人で何個も剥く子がいたり、あるいは子供同士で剥き方を教えあうなど、クラス全体が活発な講座となるため、子供は勿論、先生方からも好評を得ている。

また、今年度は、公民館の育児サークルからも出前講座の要請があった。若い奥さん方の集まりということで、やはりほとんどがホッキを剥いたことがないという。

この時は、ホッキ剥きと併せてホッキご飯も作り、調理の仕方を覚えてもらった。講座終了後に「参加できなかったメンバーもいるので、再度、開催して欲しい」との話もあったことから、主婦を対象とした講座でも好感触が得られたように思う。

缶詰製作実習

地元の水産高校でも、魚食普及の取り組みとして加工実習の時間を利用しホッキ剥きを体験してもらっている。水産高校ではあるが、やはりほとんどがホッキ剥きは初めてということで、慣れない手つきでホッキを剥き、開いた貝の中身を身とヒモに分ける処理を行った。

水産高校でホッキ剥きを行ったのには、一つにはホッキの魚食普及があるが、もう一つ、直売所で扱う新たな商品開発という目的もあり、それが缶詰製作であった。

これまでも、贈答用の高価なホッキ缶詰というのは各社から販売されていたが、それではなかなかホッキの消費拡大には繋がらないと思い、私たちは日常的に使える食材としての缶詰を目指すことにした。このため、様々な料理に使えるよう水煮の缶詰を試作、また、試作品を消費者に配布しアンケートをとりながら、加工方法や単価設定などを検討し、製品化に向けた取り組みを続けている。

6 波及効果

マスコミに取り上げられたことは、それが新規の顧客につながるのみならず、グループ員にとっても、その取り組みに誇りと自信を持つことができた。

イベント参画やホッキ剥き体験では、消費者と直に接することで、グループとしても、ホッキをただ買って水揚げすればいいというのではなく、消費者が何を欲しているのかを知ることができた。また、女性部と協力したイベント参画体制は、今後の活動に新たな展開が期待できる。

7 今後の課題

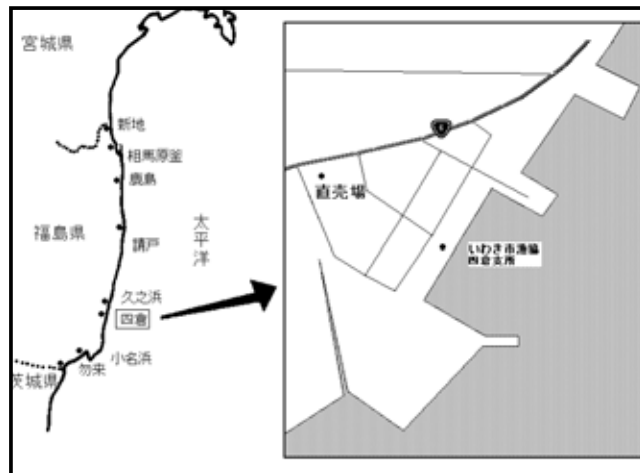
マスコミのPR効果による問い合わせや宅配注文は、将来的に貴重な顧客となり得るため、このニーズを捉えて、積極的に販売促進を行っていく必要がある。今後、どのようにアプローチしていくか検討していきたい。

イベント参画では、ホッキの販売に併せて、ホッキご飯以外にも様々な料理を提供し、料理の方法を紹介していきたい。

出前講座では、地元にとどまらず、内陸部や山間部の小中学校へも積極的に働きかけ、より広範な魚食普及に取り組む。また、生徒のみならず、主婦や高齢者など成人を対象とした出前講座についても機会を増やし、消費者の掘り起こしを図っていきたい。缶詰の製品化についても、私たちのみならず地元のマスコミをはじめ期待も大きいため、実現に向けて取り組みを続けていく。



いわき市位置図



いわき市漁協四倉支所位置図



いわき市漁協四倉支所



ホッキ船と四倉ホッキ組合員



四倉ホッキ直売所



「土曜スペシャル」の撮影風景



県水産試験場参観デー



「いわき海浜自然の家」オープンデー



四倉小での出前講座
ホッキ剥きの様子



いわき海星高での缶詰製作実習 1
ホッキ剥きの様子



いわき海星高での缶詰製作実習 2
缶詰製作の様子



缶詰の試作品

消費者へのアンケート結果（一部抜粋）

図 試作した缶詰の味について

図 試作した缶詰の値段について