

カキ産地から新たな味を！

～ “カキの薫製” 商品化への取り組み～

鴨庄漁業協同組合女性部
部長 佐藤 幸恵

1. 地域の概況

さぬき市鴨庄は、高松市内から 20 キロほど東に位置し、近くには弘法大師が開いた霊場、四国八十八ヶ所の八十六番札所、志度寺がある。

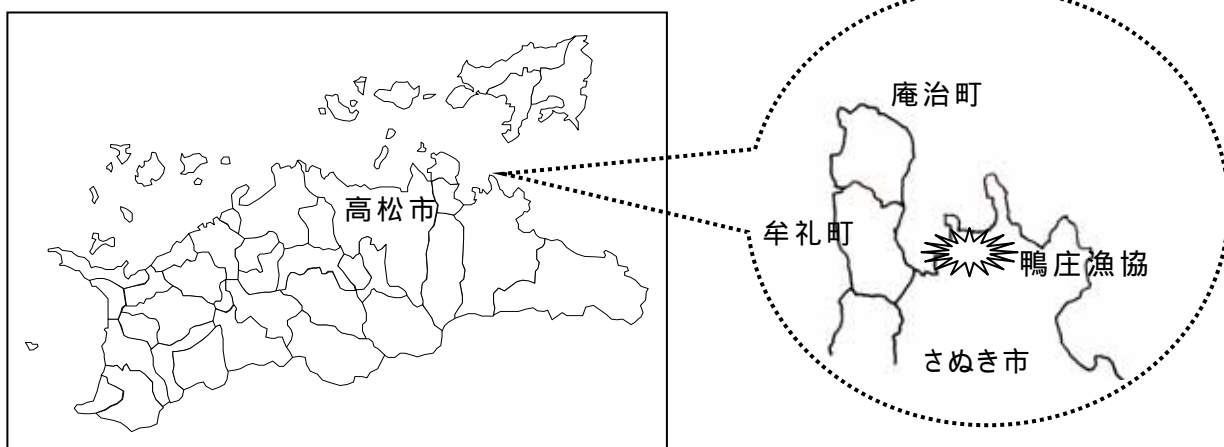


図 1 地域図

2. 漁業の概要

鴨庄漁協は、正組合員 102 名、准組合員 26 名、合計 128 名で構成される。

主な漁業は、ハマチ、ノリ、カキなどの養殖業と、小型底曳網、刺し網、小型定置網などの漁船漁業である。

3. 女性部の組織と運営

女性部は、昭和 32 年 6 月に結成され、現在の部員数は 99 名、役員数は 15 名である。部員は、漁家の方だけでなく、数は少ないが一般家庭の方も参加している。

結成当初から、貯蓄推進と天然せっけんの普及活動、浜の掃除を続けている。

平成 3 年からは、高齢者の自立支援を行う、さぬき市の給食ボランティア、「ほのぼの」に参加し、志度・小田漁協女性部と共同で年 2 回、さらに地区の生活研究グループの活動として年 2 回、市内の高齢者に旬の魚を使ったお弁当を配布している。魚を扱っているのは私たちのグループだけなので、利用者たちから大変喜ばれ、さらに 9 月の「敬老の日」には、手作りのおはぎのプレゼントも行っており、好評を得ている。

4. 実践活動課題選定の動機

平成6年から12年まで、漁協が開設した水産物直売所「志度フィッシュセンター」で、女性部が手作りした干物の販売、また、カキのケチャップ煮などの試食とアンケート調査を行い、大変好評であった。

平成7年には、香川県立多度津水産高校でコノシロやアジなどの缶詰加工など、水産加工技術の研修を受けた。

平成10年には、県の水産振興対策事業により冷風乾燥機を購入し、タチウオの干物などの水産加工を行い、「志度源内ふるさとまつり」など市内のイベントで販売した。この冷風乾燥機の導入により、加工する干物の種類や量も増やすことができた。

平成14年には、県の漁家生活向上支援モデル事業を活用して、地元特産品の加工による新商品の開発に取り組むことにした。女性部で話し合った結果、「冷風乾燥機を活用しよう!」、「鴨庄といえばカキ!」との意見から、カキを使った新しい商品づくりに取り組むことにした。

5. 実践活動の状況及び成果

1) “カキの薫製”に至るまで

平成15年に、直売所で試食販売したカキのケチャップ煮を含め、冷風乾燥、くん製(冷風乾燥・天日乾燥)、佃煮の5品目を試作した。そのすべてがおいしく、好評だったが、冷風乾燥だけでは物足りず、ケチャップ煮では長期保存できないことから、販売を目的とした商品の開発は、くん製か佃煮に絞ることにした。

そして、香川県産業技術センター食品研究所から、細菌発生の危険性を少なくするためには、カキの下茹では、沸騰後もグラグラ加熱をすること、くん製にするときには、カキの中心温度が75以上1分間の加熱を確認すること、など加工に伴う注意点のアドバイスを受けた。

さらに、女性部員の知恵から、佃煮を作るときに水分が加わると腐りやすくなるため、調味液を独自に工夫し、再度、くん製(冷風乾燥・天日乾燥)と佃煮の3品を試作して、同研究所に細菌検査を依頼した。

その結果、4~6の冷蔵状態では、冷風乾燥したくん製は4週間、天日乾燥したくん製は3週間、佃煮は2週間、保存できることが分かった。おいしさと目新しさ、そして保存性の高さから総合的に検討した結果、冷風乾燥したくん製を商品化することに決めた。

“カキの薫製”の作り方は、

下茹で(沸騰後もグラグラ加熱)	ハーブ液への漬け込み	冷風乾燥にかける
くん製	冷ます	包装
出来上がり(4~6で冷蔵保存)		

2)完成品の試験販売へ

平成16年3月に、「志度源内ふるさとまつり」で試食販売を実施した(写真1)。乾燥時間6時間の「しっとりちゃん」(写真2)と、12時間の「しっかりくん」を50袋用意したところ、3時間ほどで完売することができた。



写真1 イベントでの販売



写真2 カキの薫製(しっとりちゃん)

このとき、「しっとりちゃん」と「しっかりくん」のそれぞれについてアンケート調査を行い、90名のお客さんから回答を得た(図2)。

その結果、「しっとりちゃん」の方が好評(図3)で、旬の冬だけでなく夏にも食べたいという意見が約4割(図4)、おつまみとして食べたいという意見は7割を超えた(図5)。さらに、価格も手頃(6~7個入り300円)と好評であった。

生産地の旬のカキを使ったので「特別限定品」と表示したところ、お客さんに大いに注目されたため、パッケージの重要性を痛感した。

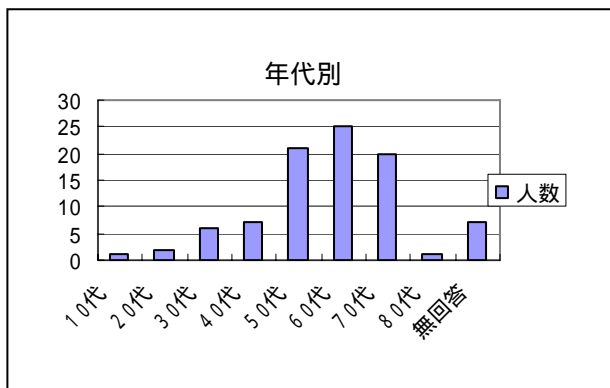


図2 アンケート回答者の年齢構成

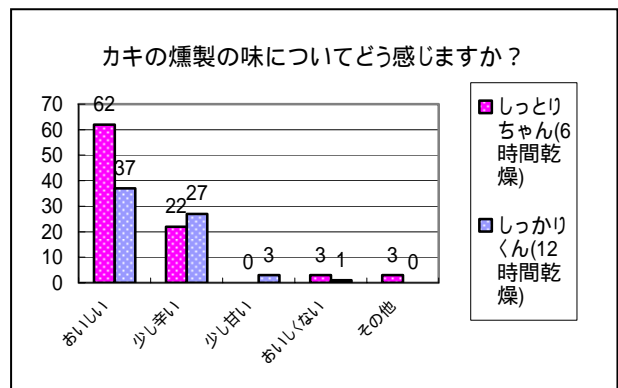


図3 どちらのほうがおいしいですか?

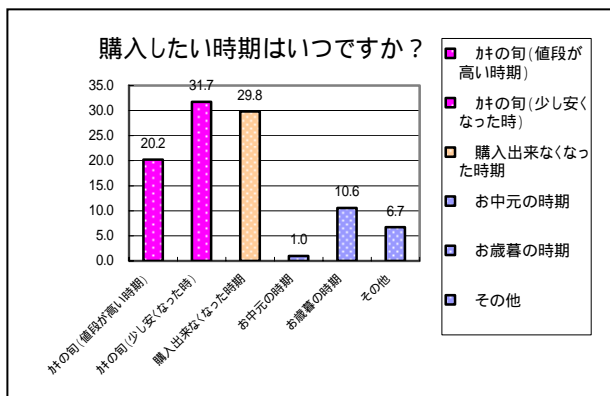


図4 購入したい時期

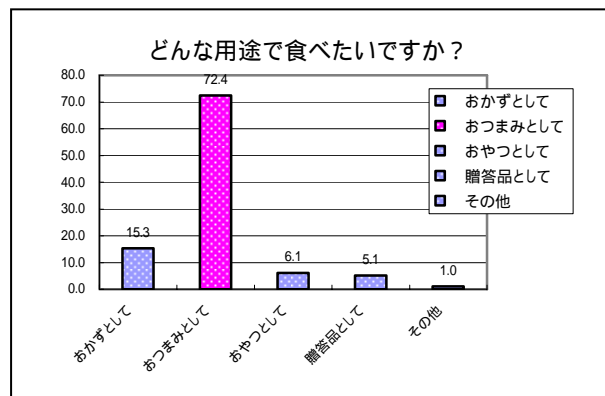


図5 どのような用途で食べたいですか?

初めて販売する商品なので、お客さんの反応が心配で不安だったが、好評を得ることができた。このことから、“カキの薫製”が珍しいだけでなく、商品として販売していくことに自信を持った。

3)残された課題

2年間の試験・試作・販売の経験、そしてアンケート結果をふまえ、次の課題が残った。それは、年間を通じた商品の供給、見た目がよく、お客さんの口にもあう商品づくり、女性部員のための製造過程の効率化、販売方法の拡大、確保の4つである。

まず、の通年販売には材料の確保が必要なので、生、ボイル後、冷風乾燥後やくん製後の冷凍など、各段階の保存方法による味覚の違いなどの研究を進めている。また、のお客さんの口に合う商品づくりのため、風味づけのハーブ、チップの量や種類についても、試作を繰り返している。さらに、の製造過程の効率化を図るため、新たにくん製機と卓上密封包装機を購入した。

また、平成16年9月には、市販されている北海道、広島などのくん製品の試食を行い、「私たちが作りたい、そして、食べてもらいたい味」を再検討した結果、安全性、柔らかさ、カキとハーブ・チップの香りのマッチングなどの点で、私たちが作っている“カキの薫製”に自信を持った。

6. 波及効果

活動の継続により、地域と女性部の活性化が図られ、水産物の加工に対する部員の意識が向上した。また、カキ養殖業を行っている部員もいて、材料の安定確保ができ、しかも、カキの新しい食べ方を提案できたことで、将来に期待が持てるようになった。

7. 今後の課題や計画と問題点

より良い商品づくり

現在、原料の各段階の冷凍保存を行っており、最もおいしく食べられる保存方法を見出して、年間を通じて供給できる商品にしたい。また、風味づけのハーブ、チップの量や種類も、お客さんの口により合うよう、試作・検討していく予定である。

販売方法の拡大、確保

地元の「志度源内ふるさとまつり」など各種イベントでの即売、近隣の市町にある直売所での販売にも積極的に取り組みたい。さらに、商品単品の販売ではなく、地元「さぬきワイン」とのセット販売など、提案型の販売を進めていく予定である。

また、東京にある香川・愛媛の特産物アンテナショップ「せとうち旬彩館」へ参加するなど、活動の場を広げたい。

さらに、インターネットを通じての宣伝、紹介も考えており、私たちの作った「カキの薫製」を、より多くの皆さんに知っていただけるよう、これからも努力していきたい。