

KIZUNA Story Book



水産業編 | 2011→2015

「復興応援 キリン絆プロジェクト」水産業支援事業

キリングroupが、東北の震災復興として取り組んでいる「復興応援 キリン絆プロジェクト」の中から、沿岸部地域の経済基盤でもある水産業において取り組んできた水産物のブランド育成支援、6次産業化に向けた販路拡大支援、将来にわたる担い手・リーダー育成支援について、各プロジェクトの一つひとつをストーリーとしてまとめました。



“つながりがつむぐ物語”

KIZUNA Story Book

2011 → 2015

水産業編

03	はじめに
	生産から食卓までの支援
04	岩手県
06	北三陸 世界ブランドプロジェクト実行委員会
08	のだ印の水産物ブランディングプロジェクトチーム
09	田老町漁業協同組合
10	宮古 チーム漁火 / チーム海の開拓社 「岩手の海の恵み、感謝の心」プロジェクト / 八艘の会
12	重茂漁業協同組合
13	三陸山田シーマンズ / 協同組合山田広域ベイサイドプラン 山田マリプロジェクト
14	ど真ん中・おおつち協同組合
15	釜石六次化研究会
16	地域資源利活用推進協議会
20	協同組合三陸パートナーズ
22	大船渡6次連携ブランド開発グループ
23	広田湾遊漁船組合

24	宮城県
26	気仙沼鹿折加工協同組合
28	気仙沼・本吉地区水産物普及協議会
30	気仙沼水産食品事業協同組合
32	みらい食の研究所
34	からくわ一本釣り活イカ組合
35	気仙沼市(気仙沼水産資源活用研究会)
36	気仙沼メカジキブランド化推進委員会
38	南三陸ブランド戦略事務局 戸倉漁師の会 / 南三陸おふくろの味研究会 歌津うんめえもの研究会
41	株式会社七ヶ浜ハーバースクエア
42	女川町(復幸まちづくり女川合同会社)
46	石巻うまいもの発信協議会
48	一般社団法人フィッシャーマン・ジャパン
50	宮城県漁業協同組合

54	福島県
56	いわき市水産物地域ブランド化推進委員会
57	郡山市/県南鯉養殖漁業協同組合

58	一般社団法人東の食の会
----	-------------

60	あとがき/インタビュー
	“つながり”によって 紡ぎ出されるストーリーが 食の未来を変えていく

はじめに



THEME OF KIRIN KIZUNA PROJECT

生産から食卓までの支援

2011 → 2015

キリングループは、東日本大震災の復興支援にグループをあげて継続的に取り組むべく「復興応援 キリン絆プロジェクト」を立ち上げ、3年間で約60億円を拠出することを決め、活動を進めてきました。このプロジェクトでは、被災地の皆さまと一緒に復興に取り組みたいという想いから「絆を育む」をテーマに、被災地の皆さまの“地域社会の絆”や“家族の絆”を一層深めていただけるよう「地域食文化・食産業の復興支援」「子どもの笑顔づくり支援」「心と体の元気サポート」の3つの幹で一貫した活動を行ってきました。

本冊子では、キリングループと日本財団の協働により推進してきた「復興応援 キリン絆プロジェクト」で支援しました水産業のプロジェクトをご紹介します。水産業の復興支援では“生産から食卓までの支援”をテーマに、水産業に対する支援活動を継続的に実施。2012年までは、復興支援第1ステージとして、水産業の中でも「養殖業の復興」に取り組んできました。そして2013年からは復興支援第2ステージとして、生産支援だけでなく水産物のブランド育成支援、6次産業化に向けた販路拡大支援、将来にわたる担い手・リーダー育成支援などを行っています。この活動を通じて、産業が活性化し雇用が創出され、将来に希望を持つ子どもたちが増えてコミュニティに元気が広がり、地域全体が持続的に活性化していくことを願っています。

※本冊子では、「復興応援 キリン絆プロジェクト」水産業支援事業 第2ステージで支援しましたプロジェクトを掲載しております。掲載されている内容は2015年12月時点のものです。

岩手県

洋野町 北三陸世界ブランドプロジェクト実行委員会 / 野田村 のだ印の水産物ブランディングプロジェクトチーム / 宮古市 田老町漁業協同組合、宮古 チーム漁火、チーム海の開拓社、「岩手の海の恵み、感謝の心」プロジェクト、八艘の会、重茂漁業協同組合 / 山田町三陸山田シーマンズ、協同組合山田広域ベイサイドプラン、山田マリンプロジェクト / 大槌町ど真ん中・おおつち協同組合 / 釜石市 釜石六次化研究会 / 大船渡市 地域資源利活用推進協議会、協同組合三陸パートナーズ、大船渡6次連携ブランド開発グループ / 陸前高田市 広田湾遊漁船組合



01 岩手県

AREA
INFO

先人から受け継いだ豊かな漁場を次の世代に

“Kizuna Story of Iwate”

北海道に次ぐ広大な面積を持ち、豊かな自然に囲まれる岩手県。

断崖絶壁が連なる直線的な海岸を形成する北部から、複雑に湾が入り組んだリアス式海岸が見られる南部まで、

地域によって異なる表情を持つ岩手県では先人から受け継いだ知恵と豊かな自然を礎に、地域固有の食文化が育まれている。



ブランド力と徹底的なマーケティングで 「北三陸」を世界中の人から愛されるブランドに

北三陸の高品質な水産物を首都圏から日本全国、そして世界中に発信するために立ち上がった「北三陸 世界ブランドプロジェクト実行委員会」。様々な商品で溢れかえる市場で「北三陸」の商品が勝ち残るため幾度となくマーケティング調査を重ね、ブランドイメージを確立。それまで個別に活動していた事業者たちが「世界に北三陸を発信する」という想いのもと協働することで地域活性化を図る。

地域産業の拡大を目指し、ゼロからの出発

岩手県の最北端に位置する洋野町は特産のウニをはじめ様々な水産物に恵まれている。しかし以前から後継者不足や販路の乏しさなどの課題を抱えており、震災の影響による被害は地域の人たちを疲弊させた。その状況を打開するために発足したのが「北三陸 世界ブランドプロジェクト実行委員会」。その名の通り、それまで知名度の低かった北三陸の水産物を日本、そして世界に発信する取り組みを行っている。

下亭坪(したうつば)之典さんを発起人として生産者や漁業協同組合、そして水産加工会社の若手が集結。また、北三陸伝統の「南部もぐり」という素潜りを継承する南部ダイバーや東京の大学教授など幅広いジャンルの人たちを巻き込み、ブランド開発を行っている。海と山に囲まれた地形や「やませ」という季節風が吹く風土を活かし、ブランドキーワードを「海×山×空気」に設定。洋野町の水産物に加え、岩手県の農産物を活用しながら北三陸の新しい価値を発信する。



「天然もの」が獲れる“洋野町ならではの” 風土を盛り込んだブランド開発

洋野町の沿岸部は湾を形成しているわけではなく外洋に面していることから、水産物の養殖には向いていない。そのため、洋野町では「天然もの」のウニやワカメなどの水産物を収穫し、出荷している。こうした風土の中、45年ほど前に、荒れた海でも安定して「天然もの」が獲れるようにと、地域の人たちが一体となり、浅瀬の岩盤に溝を掘ってウニが生息できる環境をつくった。干潮時になるとウニが海面に姿を現す光景から「ウニ牧場」と呼ばれている日本唯一のウニ漁の施設である。この「ウニ牧場」は沖で育った天然のコンブやワカメが溝にたまる仕組みになっており、港近くの水槽で1年ほどかけて育てた稚ウニを沖に放つと、やがては溝の中で良質なコンブやワカメだけを食べて育ち、甘みと旨味が凝縮されたウニが獲れるのである。

今回のプロジェクトでは、こうした“洋野町ならではの”「天然もの」に着目したブランディングを推進している。また、ブランドロゴも地域の神事にも使われるクロソイを盛り込むなど、“洋野町ならではの”魅力を発信。第1弾の商品はアワビやホタテ、水タコを使った燻製商品を開発。岩手県産の燻製チップを採用し、塩や香辛料も地域のものを使用、北三陸を積極的にアピールできるラインナップが完成した。



販路開拓だけでなく 洋野町に人を呼び込む

「北三陸世界ブランドでしか味わえないものを」と開発した商品は、都心の百貨店での催事や、台湾など海外への営業活動を重ね、確実に認知を広げつつある。徐々に目指した方向へと「北三陸世界ブランド」を導くため、販路開拓に意欲を燃やす下亭坪さんに今後の展望を伺った。



「我々のブランドを取り扱ってくれる国内のお店を増やすことはもちろん、新たな商品の開発、そして海外での販路開拓にも力を入れていきたいと思っています。また、新しい工場の建設を予定していますが、その工場を生産の場所としてだけ使うのではなく、カフェや物販スペースなども併設した地域活性化の拠点にしたいと考えています。こうした活動によって、洋野町が多くの人たちに注目され、遊びに来てくれることで、地域の人たちの活気につながっていきたくと思っています。」

「北三陸」から「KITASANRIKU」へと、世界ブランドを目指したさらなる発展に期待が集まる。

プロジェクトから生まれた商品

北三陸が誇る 「天然もの」をお届け

お問合せ
株式会社ひろの屋
所在地:岩手県九戸郡
洋野町種市22-131-18
TEL:0194-65-2408
<URL>
hirono-ya.com



水たこの冷燻

北三陸で水揚げされた水タコを岩手県産間伐材のバナチップを使用し、冷燻にしました。
<内容量> 90g



水たこ燻製のあわび肝
オイル煮

水タコの燻製を北三陸の海藻を食べた天然アワビの肝とオイルで煮ました。パスタやパンによく合います。
<内容量> 135g



北三陸ファクトリー
+鳥越地区の竹細工

北三陸でとれた新鮮な水産物と農産物を組み合わせたおすすめ商品を、鳥越地区伝統竹細工の特製ボックスに詰めました。
<セット内容>
水たこの冷燻 45g / 帆立の冷燻 45g / 水たこ燻製のあわび肝オイル煮 135g / 帆立燻製のあわび肝オイル煮 135g

野田村産水産物の復活・
ブランディング事業
のだ印の水産物ブランディングプロジェクトチーム
代表・小野茂雄



荒波にもまれ育つ野田村自慢のホタテを全国に発信

野田村が有する外海の荒波にもまれ育った良質なホタテを多くの人に届けたいという想いのもと発足した「のだ印の水産物ブランディングプロジェクトチーム」。プロジェクトの中心となるのは漁業者と野田村漁業協同組合、流通を担う第3セクターと行政が協力し合う「荒海団」のメンバーたち。漁業関係者が一丸となった取り組みは、荒波にも負けない活気を地域に創り出す。

厳しい自然と対峙して育てる「荒海ホタテ」

「野田村のホタテは肉厚かつ身が締まっていて、濃厚な味が自慢です」と話すのは、荒海団メンバーの中野誠さん。一般的なホタテ養殖業は内湾で行われるのだが、外海に面する野田村では、潮の流れが速く、プランクトンが豊富な野田湾の荒海でホタテの養殖が行われる。厳しい自然と対峙しながら育まれる野田村のホタテは市場では高い評価を受けていながらも、一般的には知られていないという課題があった。こうした状況の中、荒海団は野田村の外海で育まれるホタテを「荒海ホタテ」と名づけ、消費者に良さを知ってもらい、選ばれる商品にするべく活動を始めた。

「荒海ホタテ」は“プランクトンが豊富な外海での養殖にこだわっている”、“付着物の除去作業を5回行い、良好な栄養環境の維持ときめ細やかな成長管理を行う”、“耳吊りをせずホタテが自由に動けるネットの中で育てる”など、五つの「荒海ホタテの約束」を設けており、品質管理についても徹底的にこだわっている。

今後は「荒海ホタテ」の活動で培った経験を土台に、「荒海ワカメ」や、「荒海カキ」といった水産物の販売にも力を入れていく。「漁師には厳しい環境だが、これからも手間ひまを惜しまず良質な水産物を育てていきたい」と漁業者の外館尚紀さんは語る。



プロジェクトから生まれた商品

荒波にもまれて育った 野田村自慢のホタテ

お問合せ
荒海団 営業センター 担当:町田恵太郎
所在地:岩手県九戸郡野田村大字野田36-219
TEL 0194-78-2101
<URL> araumidan.jp



荒海ホタテ へら付き

一般的な養殖法とは異なり、潮の流れの速い外海で育ったクリアで濃厚な味。どんな調理法でも美味しくいただけます。<内容量>1kg/2kg/3kgからお選びいただけます。※時期によりホタテの大きさ・枚数は異なります。

田老「真崎わかめ」
ブランド再生プロジェクト
田老町漁業協同組合 代表理事組合長・小林昭榮



復興のシンボルとして深緑色に輝く「真崎わかめ」 まちが一体となったPR戦略でブランド再生に挑む

宮古市田老地区で大切に守り育てられてきた「真崎わかめ」。しかし震災の際、翌日に収穫予定だったワカメが津波で全滅してしまう。「真崎わかめ」の復活を田老地区全体の復興の道標として掲げ、全国に通じるブランドへと再生させようと立ち上がった「田老町漁業協同組合」。「真崎わかめ」のさらなる認知拡大を目指し、まちは一つとなって動き出した。

「田老産」にこだわった全国区のブランドづくり

田老地区の海は親潮の影響が強く、荒波にもまれてワカメは約3メートルと立派に育つ。『真崎わかめ』の深緑色や葉の厚みの違いは一目瞭然。田老では地域に自生する天然ワカメのメカブだけを使って地域全体が独自の生産期を設定し、養殖を行います。天然ワカメのメカブを使用すると生育が遅く収穫量が安定しませんが、本当の美味しさにこだわり、頑固にこの養殖法に取り組んでいます」と田老町漁協の畠山昌彦さんは胸を張る。

「真崎わかめ」のブランド再生のため、田老町漁協は動き出した。ビジュアルデザインを“真崎グリーン”と呼ばれる深緑色にロゴをあしらったデザインに刷新。ウェブサイトも一新し、都内でのPRイベントも精力的に行う。また、茎や元葉など部位ごとの食感や風味などの特長を引き立たせ、「真崎わかめ」まるごとの美味しさを発信している。田老町漁協の前田宏紀さんは「ワカメの楽しみ方を発信して価値を高めた。『真崎わかめ』が名指しで選ばれるブランドに成長すればうれしいです」と話す。



プロジェクトから生まれた商品

選ぶ価値があるブランドに。 田老生まれ田老育ちの 「真崎わかめ」

お問合せ
田老町漁業協同組合 担当:前田宏紀
所在地:岩手県宮古市田老三丁目2番1号
TEL:0193-87-2171
<URL> masaki-wakame.com



真崎わかめ

塩抜きをすると、肉厚でツヤツヤの風味豊かなワカメに。小分けパックなので家庭でも使いやすい。<内容量>100g



真崎わかめ 10束箱入り

田老のシンボル「三王岩」をデザインしたパッケージはギフトにおすすめ。<内容量>1束 80g 10束入り



“宮古ブランド”の確立 地域をあげて取り組む四つのプロジェクト

岩手県最大の面積を誇る宮古市は、三陸沖に豊かな漁場を持つ漁業のまち。そうした宮古市の水産業も震災で大きな被害を受けた。震災翌月の2011年4月には水揚げを再開したが、水揚げ量は前年度の約6割まで減少。また、風評被害や販路の喪失により、出荷が困難な状況が続いた。こうした状況を打開すべく、宮古市や宮古商工会議所、地域の水産加工会社が立ち上がり「水産加工ブランディングプロジェクト」を発足。宮古市を代表する加工品の開発を行って“宮古ブランド”を確立しようという想いと取り組みは、地域全体を巻き込みながら加速していく。プロジェクトには、地域の水産加工会社が結成した四つのグループが参加し、それぞれ個性溢れる商品を開発。今後は日本のみならず、世界に向けても“宮古ブランド”を発信していく。

宮古 チーム漁火

宮古 水産加工品高付加価値化プロジェクト ～宮古プライド～

“宮古の切り込み隊長”を自称する「宮古 チーム漁火」は、水産加工会社の若手次期経営者4人の集まり。「宮古の人は良いものを作っても、売ることが苦手。宮古にスポットを当てるために、僕らみたいな若くて動けるメンバーが先陣を切ろうと思った」と話すのは代表の鈴木良太さん。彼らは宮古の水産物の鮮度の良さを伝えるため、素材にこだわった直球の商品を模索する。その中で生まれたのがウニとイカを塩のみで味つけた「うにか」。シンプルながらも宮古ならではの逸品を生み出した。鈴木さんは「2014年から台湾などの海外で販促する機会も増やしている。夜間の漁で大海を照らす『漁火』のように人々の心呼び寄せる光になっていきたい」と、気合い十分に語った。

プロジェクトから生まれた商品



漁火小瓶 4種セット

宮古の漁場で獲れた旬の食材を塩や醤油などでシンプルに味つけ。素材の旨味を十分に味わえるセットです。
<セット内容>
いかごろ醤油漬け 60g / 潮うに 60g / 味付けいくら 60g / うにか 60g

宮古の幸を届ける

お問合せ
共和水産株式会社
担当：鈴木良太
所在地：岩手県宮古市藤原2-3-7
TEL:0193-77-4625
<URL>
kyowa-suisan.co.jp

チーム海の開拓社

日本初！イサダのかまぼこ、 サクラムスのへしこ 開発プロジェクト

「誰も見たことのない商品を作りたい」と立ち上がった「チーム海の開拓社」。彼らが商品の素材として目つけたのが養殖や釣りのエサに使われる「イサダ」。実はイサダは高タンパク・低カロリーの優秀な食材だという。イサダと鶏肉、スケソウダラを合わせた練り物「おきあみ〜と」は東京海洋大学との連携で完成した商品。代表の島香尚さんは「イサダはまだよく知られていない。宮古市内の学校給食で使ってもらったり、その美味しさや栄養を知ってもらうことから始めています」と話す。また、宮古市の海の幸を旬の時期以外でも食べてもらえるように考えたのが、宮古産の高級魚サクラムスをぬか漬けにした「桜鱈へしこ」。「へしこ」は福井県の郷土料理で、福井県立若狭高等学校海洋科学科と共同開発した。彼らの作る商品は、まさに宮古市と県外の絆が生んだ賜物といえる。

プロジェクトから生まれた商品



おきあみ〜と

高タンパク・低カロリーな「イサダ」と、鶏肉、スケソウダラを合わせた練り物。プレーンに加え、子どもが大好きなカレー味、ビールに合うブラックペッパー味の3種が揃う。
<内容量>プレーン味 / カレー味 / ブラックペッパー味 各3個入り 105g

新感覚！ イサダのかまぼこ

お問合せ
宮古水産物商業協同組合
担当：竹山由紀子
所在地：岩手県宮古市日立浜町8-1
TEL:0193-62-5061
<URL>
miyako-marinepr.ciao.jp

「岩手の海の恵み、感謝の心」プロジェクト

宮古の「美味しい！」を海外へ ～中国市場向け商品開発と情報発信～

『「岩手の海の恵み、感謝の心」プロジェクト』は飲食店向けの業務用食材に適した水産加工品を開発。「捨てられてしまう部位や素材を活用したい」と、スルメイカの頭部にある軟骨を使った「イカ軟骨ボイル」やスケソウダラの規格外のもの加工した「タラののみりん干し」など、これまで注目されていなかった海の幸に注目。

代表の沼里政彦さんは「私たちの商品は業務用として、和・洋・中、どんな分野でも使っていただけるのが強み。今後も飲食店などにアプローチを続けて浸透させていきたい」と意気込む。

プロジェクトから生まれた商品



イカ軟骨ボイル(串)

知る人ぞ知る珍味・スルメイカの軟骨を、食べやすいよう串刺しにしました。甘い醤油だれを塗って香ばしく焼けば、コリコリとした食感が楽しいおつまみに。
<内容量>90g

コリコリ食感が クセになる

お問合せ
株式会社おがよし
担当：沼里政彦
所在地：岩手県宮古市日立浜町8-23
TEL:0193-62-3232

八艘の会

春夏秋冬

宮古のうまいもん発見プロジェクト

2007年に結成した「宮古水産加工販売研究会」の参加企業を中心に8社の水産加工会社が集まり発足した「八艘(はっそう)の会」。各社が得意分野を活かし宮古市の水産物を使った商品を開発する。秋鮭の軟骨「氷頭(ひず)」のオイル漬けや粉末のメカブなど、ほかにはない個性あふれる10商品が完成した。「毎月各社が開発した商品を持ち寄って、みんなで吟味しました。ようやく商品が出揃った今からが本当の船出です」と代表の古館誠司さんは気を引き締める。全国に八艘の会を発信すると共に、宮古ブランドの広がりを目指す。

プロジェクトから生まれた商品



クリスタルヒズ

秋鮭の鼻先の部分にある軟骨「氷頭」をグレープシードオイルに漬け込んで瓶詰め。コリコリとした食感が楽しく、お酒の肴にもってこい。
<内容量>40g

見た目も美しい 地元の珍味

お問合せ
古須賀商店
担当：古館誠司
所在地：岩手県宮古市藤原2-2-41
TEL:0193-62-2634
<URL> blog.sanrikuhasso.com

美味しい重茂情報発信プロジェクト

重茂漁業協同組合 代表理事組合長・伊藤隆一



後世に引き継ぐ重茂の“宝物” 代々守り続ける美しい海で育った“早採りワカメ”

重茂半島の人々にとって海は何よりの“宝物”。青く澄んだ海と豊富な資源を後世に残し続けるために、重茂では漁獲量の制限や地域全体で合成洗剤追放運動を行っている。しかし震災によって多くの漁業者が海を離れてしまった。「重茂漁業協同組合」では水産業を後世に引き継ぐ一つの鍵として“早採りワカメ”のブランド化に取り組んでいる。

トップブランドを目指す“早採りワカメ”が重茂の救世主に

本州最東端に位置する重茂半島。親潮と黒潮が交差する漁場ではワカメやコンブの養殖、天然のウニやアワビが豊富に獲れ、住民の多くが水産業に携わる。こうした重茂で進めているのが、厳冬の時期にしか採れない新芽の早採りワカメ「春いちばん」のブランド化。「茎まで柔らかく肉厚で生で食べられる早採りワカメは一度食べたら忘れられない味わいですよ。安価な外国産の塩蔵ワカメと差別化できる純国産のトップブランドをつくりたかった」と重茂漁協の後川良二さんは話す。

早採りワカメは短く軽いため収穫がしやすく、高齢の生産者の負担も軽減することができる。「春いちばん」に力を入れるのも、震災で減ったベテラン養殖漁業者をつなぎとめ、知恵と技を傳承することが狙いである。

重茂漁協では水産業の発展のために、船酔いに悩まされる若手漁業者が船に乗らないでも済むようにコンピュータで行う養殖漁業など、様々な施策を考案している。こうした重茂漁協の取り組みは生産者の後継者不足が深刻化する中、持続可能な漁業の未来として注目が集まっている。

プロジェクトから生まれた商品

重茂の人々の想いと美しい海が育てる「早採りワカメ」

お問合せ
重茂漁業協同組合 担当:後川良二
所在地:岩手県宮古市重茂第7地割30
TEL 0193-68-2301
<URL> jfomoe.or.jp



春いちばん

1月～2月の漁期限定の生ワカメ。しゃぶしゃぶや刺身で、早採りワカメ本来の味を楽しめます。
<セット内容>
生ワカメ 20本入り (冷蔵)



こんぶちっぶす

重茂産の柔らかいコンブで丁寧に作りました。絶妙な歯ごたえと塩加減でおやつやおつまみにぴったり。
<内容量> 30g

やまだの海が輝くプロジェクト

三陸山田シーマンズ 代表:木村トシノ
山田マリンプロジェクト 会長:川石睦
協同組合山田広域ベイサイドプラン 代表理事組合長:山崎泰昌

三陸山田シーマンズ 手作りによる地域の味発信事業



プロジェクトから生まれた商品

お問合せ
木村商店 担当:木村トシノ
所在地:岩手県下閉伊郡山田町豊間根7-30
TEL:0193-83-5510

「さんまの燻製とオリーブオイル」シリーズ

新鮮なサンマを燻製にし、オリーブオイルに漬けることで抜群の風味が生まれます。
<内容量>各150g

山田町の水産物や地域の味をよく知る、生産者、加工業者、飲食店の4社で結成した「三陸山田シーマンズ」。代表の木村トシノさんは、震災後すぐに工場を再開できるように動き、いち早く工場再建を果たした。現在では長年培った経験を活かし、岩手県のレストラン「ロレオール」のオーナーシェフ・伊藤勝康さんと連携して、新たな分野の商品開発に取り組む。メンバーは各々の得意分野、個性を活かした商品開発で、地域ブランドづくりに励む。「地元でしか味わえない味を、これからは様々な人と一緒になって商品にしていきたい」と木村さん。地域の味は新たな協力者と共に進化し、山田町の価値を高めていく。



協同組合山田広域ベイサイドプラン 「山田の浜の味」商品開発 及び販売事業

水産加工会社を中心に異業種も含め7社で結成した「協同組合山田広域ベイサイドプラン」。「もともと友人同士で、見返りなしにお互いのことを考えて行動できるのが私たちの自慢です」と代表理事組合長の山崎泰昌さんは話す。今は工場が復旧して間もないが、夢は大きく「山田の浜の味」を全国に発信すること。新鮮な水産物の商品を各地に届けるには、水産加工会社だけでなく、メンバーであるメンテナンス担当の鉄工所や電気工事業者も“縁の下の力持ち”としての活躍が期待できる。「その場かぎりの商品ではなく、食卓の定番となる商品開発をしたい」。これから各地で「山田の浜の味」を味わえるのが楽しみである。

プロジェクトから生まれた商品



塩ウニ

お問合せ
ヤマダイ山崎
担当:山崎泰昌
所在地:岩手県下閉伊郡山田町船越12-25
TEL:0193-84-3560

長年の経験による絶妙な塩加減で旨味を凝縮、生ウニでは出ない濃厚な味を楽しめます。
※時期によって内容量は異なります。

山田マリンプロジェクト

- ①「極かき」のブランド化
- ②「山田の幸まるごと食材加工品」開発

水産加工会社を中心に5社で活動する「山田マリンプロジェクト」。会長の川石睦さんは「一番大切なのは、漁師の収入を確保し、浜に活気が戻ること。それが目標です」と語る。

親潮と黒潮が交ざり合った海水が流れ込む漁場で獲れる、高品質の「極(きわみ)かき」のブランド化と山田町の食材を活かした加工品作りに取り組む。「当たり前になっていた地元食材の魅力を、震災をきっかけに再発見できました。この美味しさを様々な人に知ってもらいたいという一心で取り組んでいます」と川石さん。販売イベントにも積極的に出店し、「極かき」のPR活動を行う。将来的には各社の専門分野を活かした商品も発売する予定。今後も「食」で山田町の魅力発信を続ける活動に期待が高まる。



プロジェクトから生まれた商品

極かき ガーリックオイル漬
「カキを極める」という決意の逸品。上質なカキ本来の旨味を引き出しました。
<内容量> 300g



お問合せ
株式会社川石水産
担当:川石睦
所在地:岩手県下閉伊郡山田町川向町168
TEL:0193-77-5701

ど真ん中・おおつち協同組合 代表理事・芳賀政和
 ひょうたん島GO・GOプロジェクト
 ど真ん中・おおつち！



三陸の“ど真ん中”から東北の活気をつくる 全国のサポーターと共につなげる浜の歴史と伝統

地域の水産加工会社4社が結束して生まれた「ど真ん中・おおつち協同組合」。震災で壊滅的な被害を受け、半数以上の漁業者が廃業に追い込まれる危機的状況の中、まちの歴史と伝統をつなげる地域への想いは、全国の人々の共感を呼び、新商品の開発や地域の魅力を発信する観光拠点づくりへと広がった。地域の枠組みを超えた全国のサポーターとの連携が、浜を活性化させ、まちの復興を推進していく。

全国のサポーターとの連携がまちの復興を支える

豊かな漁場として知られる三陸海岸の中心部に位置する大槌町は、江戸時代から「新巻鮭」の加工が盛んに行われてきた歴史ある水産加工業のまちである。津波で沿岸の加工施設のほとんどが流され、地域の水産業が苦しい状況に追い込まれる中、大槌町の歴史ある水産業の復興に向けて、交流のあった水産加工会社4社が立ち上がり、任意団体を発足させた。地域の漁業者の事業再開に向けた資金面のサポートをメディアなどで呼びかけたところ、全国から約5,000人ものサポーターの支援を集めることができた。

2012年3月には、任意団体から「ど真ん中・おおつち協同組合」(以下、組合)となり、全国のサポーターとの交流を活かし、個人消費者向けの商品開発に取り組んでいる。当初はインターネットでの販売や情報発信を中心に行っていたが、2015年3月には「ど真ん中・おおつちリアルショップ」をオープン。加工商品の販売を行うだけでなくイートインスペースも設け、組合の商品を使ったお弁当も行っている。代表理事を務める芳賀政和さんは「浜に人の集まる場所をつくることで、三陸のど真ん中に位置するこのまちに活気呼び込み、大槌の歴史ある水産業のさらなる発展を目指したい」と意気込みを語ってくれた。



プロジェクトから生まれた商品

地域の名産・鮭を使った 新しい加工商品

お問合せ

ど真ん中・おおつち協同組合
 所在地:岩手県上閉伊郡大槌町安渡3-522
 TEL:0193-42-5039
 <URL> domannaka.com



豆乳入り 鮭のつみれ

三陸産の鮭をミンチと角切りにしたものを合わせ、鮭の食感を活かしました。お味噌汁やお鍋の具材など幅広くお使いいただけます。
 <内容量>250g、500g



三陸産 鮭三味セット

三陸で獲れた新鮮な鮭を使った塩麹漬、西京漬、酒粕漬がお得なセットになりました。サポーターの方のデザインをパッケージに採用しています。
 <セット内容>
 鮭塩麹漬 / 鮭西京漬 / 鮭酒粕漬 各2切れ

釜石オープンキッチン
 プロジェクト
 釜石六次化研究会 会長・宮崎洋之



多彩な業種の知恵が生み出す、新たな“釜石名物”

水産業だけでなく、酒造業や製菓業など釜石市内の多彩な業種で構成される「釜石六次化研究会」。「釜石発のブランド商品をつくりたい」という想いのもとに集まったメンバーはそれぞれの得意分野を活かし、これまでにない商品開発に取り組む。

地域の海の幸を使った「釜石海まん」

鉄鋼のまちとして栄えた釜石市は海沿いにありながら地域を代表するような水産物がこれまでなかった。食の力で復興しようと考えた地域の事業者5社で発足した「釜石六次化研究会」は「釜石発のブランド商品をつくりたい」という想いから、釜石市の海の幸を使った海鮮中華まんじゅう「釜石海まん」を開発した。生地には市の花ハマユリの酵母を使用。生地と具材のまとまりが難しい海鮮中華まんを製菓の技をもって仕上げた。パッケージも地元出身のデザイナーが中心となって手掛け、まさに業種を超えた連携から生まれた釜石市を代表する商品が完成。第1弾は「泳ぐホタテのアヒージョ」「三陸天然鮭のグラタン」「三陸極鮮炙り鯖のカレー」の海鮮中華まんを販売。今後第2弾、第3弾と商品を開発していく予定である。

会長を務める宮崎洋之さんは「様々な業種の知恵と経験が集まることで、これまでにない商品開発の可能性が広がるとともに、地域も一体となれる。今後は新たな仲間を巻き込みながら、より地域の力を結集した釜石市ならではのブランドを育てていきたい。そして、ゆくゆくは事業者ごと、地域ごとの『海まん』ができてみんなで切磋琢磨し合うのが理想」と意気込む。「釜石海まん」は市内だけでなく都心の大型百貨店にも展開。釜石市の魅力が詰まった新たな名物に注目が集まっている。



プロジェクトから生まれた商品

釜石市の魅力を詰め込んだ 海鮮中華まんじゅう

お問合せ

KAMARQ株式会社 担当:中村博充
 所在地:岩手県釜石市両石町第4地割38番地9
 TEL:0193-23-3600
 <URL> kamarq.com



海鮮中華まんじゅう 釜石海まん

具材には三陸の海の幸を使用。生地には市の花ハマユリの酵母を使っています。
 <セット内容>
 泳ぐホタテのアヒージョ / 三陸天然鮭のグラタン / 三陸極鮮炙り鯖のカレー 各70g

豊かな漁村創生プロジェクト

地域資源利活用推進協議会 会長・八木健一郎



漁業の現場を産業へ 浜の「文化」を食卓に届ける挑戦

これまで産地でしか触れる機会のなかった本物の漁師料理や漁業者のリアルな生活を、かけがえのない地域資源として消費者に発信する「地域資源利活用推進協議会」。生産者と消費者をつなぐ架け橋になるプロジェクトが水産業の未来を切り拓く。

「漁師たちの日常に存在する価値ある文化を消費者に届けたい」

漁業の現場に眠る面白い独自文化

「以前お世話になった漁師さんのご自宅でご飯をご馳走になった時、「あるもので作った」と切り出して出てきたのが、アワビがゴロゴロ入ったカレーでした。なんとも贅沢で感激していると、漁師さんたちは「肉は買わなきゃいけないからアワビで我慢しろ」という。こうした漁業の現場で育まれている独自文化は、実はすごく面白い」。そう語るのは、大船渡市の越喜来(おきらい)地区で2013年に発足した「地域資源利活用推進協議会」で会長を務める八木健一郎さん。

大船渡市は、黒潮と親潮が交じって豊かな漁場を形成する三陸海岸の南部に位置する。沿岸部は複雑に入り組んだリアス式海岸を有し、その一角を成すのが越喜来湾である。八木さんは、2002年からこの地で鮮魚をインターネット販売するビジネスを始めた。「せっかく売のだから、漁業の現場で実際に体験した面白い文化を消費者に伝えられたらと、船の上にライブカメラを積んで漁の映像を配信するなど、様々なアイデアを盛り込みました。21世紀は世界中の食べ物が手に入る飽食の時代です。美味しいものを食べたいという消費者のニーズが高まっているにもかかわらず、漁業の市場は年々落ち込んでいる。その矛盾の原因は“物語”が欠如していることだと思います。食べ物の背景にある“生産現場の物語”をきちんと伝えることで、消費者が手に入れたいと思ってくれると考えました」。こうして始めたビジネスは周りの生産者を巻き込み、少しずつ成果を出し始めた。10年という長い年月を経て、これからの展望がようやく開けた時、大船渡市を津波が襲った。



長年あたためてきた構想をかたちに

「港の近くにあった事務所は津波にのみ込まれ、床板1枚しか残っていませんでした。沿岸地域は壊滅状態で、漁業も加工会社も完全にストップしてしまっただけです。絶望的な状況でしたが、とにかく動き出すしかないと思いました」。

八木さんは被災してからわずか1ヶ月で、仲間の漁業者を集めて操業再開に向けて動き始めた。「漁業も加工会社もいっぺんにストップするなんてそうそうないことです。逆に、こういう時だからこそ漁業者も加工会社の方も一緒に話しかける機会だと思いました」。そこから、八木さんと漁業者が一体となった新しい漁業づくりが始まった。「漁業者の方と、漁業の再建に向けて話し合いを重ねる中で、私の故郷でもある静岡県由比漁港に、みんなで視察に行く機会に恵まれました。ほかの地域の漁業を知ることで被災する前から私が伝えたかった、その土地、その漁港ならではの文化の面白さを共有することができたのは、すごく大きかったと思います」。

八木さんの取り組みに「復興応援キリン絆プロジェクト」の支援の話が持ち上がったのは2012年12月。地域ブランドの育成や6次産業化*の支援、そして将来の担い手・リーダー育成支援を主軸とした事業が支援の対象であり、八木さんが取り組む二つの活動が選ばれた。一つは漁師料理をCAS凍結して全国に届ける「浜の台所CASセンター」の建設、もう一つは地域の漁業者と消費者をつなぐ拠点となる観光交流施設「越喜来番屋」の建設である。いずれも生産者が提供する商品の価値を消費者に正しく伝えるための重要な拠点になる。

*6次産業化とは1次産業である生産業が生産だけでなく、2次産業の加工、3次産業の小売り、サービスなどまでに踏み込むことを指します。



漁業の現場で日常的に行われていることは消費者にとっては面白い価値あるコンテンツである。その面白さを伝えられる手段があれば、消費者と強く結びつこうとすることができるだけでなく、その可能性を世界中にも広げることができる。「震災以降の最初の2年は、あちこちで山積した問題を整理するための時間でした。キリン絆プロジェクトでご支援いただいてからさらに時が経ち、ようやく基盤が整ってきたところ。この取り組みは、図らずも震災復興というかたちでスタートしましたが、日本の水産業の先進事例になる新しいモデルになると考えています」と八木さんは力強く語る。越喜来で生まれた新しい漁業は、ようやく本格的にスタートした。



浜の女性たちが 持ち寄った 個性豊かな漁師料理

地域ならではの文化や温もりを とじ込める最新の凍結技術 CAS

「浜の台所CASセンター」の中で、調理場の横に設置されているのがCAS(Cells Alive System)という最新の凍結システムを持つ巨大な冷凍庫である。急速冷凍装置に、微弱な振動を与えるCAS装置を組み合わせると、鮮度、旨味、色味などを保持したまま食材を凍結させることができる。朝に水揚げしたばかりだというサンマは細かい結晶がついたような状態で凍結。このサンマは解凍しても生の物と同じように刺身でも食べることができる。しかも細胞組織を壊さず均等に凍結することが可能で脂質が熟成されて旨味が増す。

CASの技術はそれだけではない。生の物だけでなく煮物や揚げ物などの料理にも使えることから、「漁師のおつまみ研究所」で作った様々なメニューも凍結保存できる。コロッケは揚げたてのようにサクサクに、たこ焼きはふっくらと仕上がった。

「もともと鮮魚を扱っていたので“冷凍”には抵抗があったのですが、CASの圧倒的な技術にはとにかく驚きました。これで浜の文化をとじ込めることができると確信しました」と八木さんは話す。



大船渡市の地域資源の発信としてまず取り組んだのが、「漁師のおつまみ研究所」。越喜来には水揚げの手伝いやカキやホタテの殻剥きなどをして水産業に関わる女性がたくさんいる。「漁師のおつまみ研究所」は震災直後に働き口を失った浜の女性たちが長く働ける場として考案され、地域の漁師料理を通じて浜の文化を消費者に発信するために開設された。越喜来湾で獲れた魚の美味しい食べ方を一番知っている地域の女性たちが、それぞれの家庭で代々作られてきた漁師料理を持ち寄り、メニュー開発を行う。従来は家の外に出ることのなかった独自のレシピを交換し合うことで刺激にもなり、地域の食材を使った新しいアイデア料理が次々と誕生した。これまで200種類以上のメニューが生まれ、今は実際の販売に向けて採用するメニューを絞り込んでいる段階である。

「消費者が求めているクオリティを実現できるのは生産者です。生産者は消費者が求めていることを知ることで、もっと広い視点で商品の価値を高めていくことができるのではないかと考えています」と八木さんは語る。



実はCAS導入の話が持ち上がったのは震災の2ヶ月後、漁業者からの提案だという。八木さんと漁業者たちが集まり、これから漁業を立て直していくために何が必要かを議論し合う場が設けられた。その際に震災前に物流に問題を抱える他県のCAS導入事例がテレビで特集されていたのを見た漁業者が「CASがあれば新鮮な魚を全国に届けられる」とアイデアを出した。八木さんはすぐに動き出し、震災から5ヶ月後は仮社屋にしていたプレハブにCASが納品された。「震災の何年も前から漁業者と話し合いを重ねていたことで、理想的な漁業のかたちをみんなで共有できており、同じ目的に向かってアイデアを出し合うことができました。CASを導入したことで、理想的な漁業のかたちを実現する未来への切符を手に入れた気分になりました」。

CASの導入により復興に向けて大きな一歩を踏み出したが、八木さんは「CASは漁師料理を多くの人に伝えるための手段です。大事なことはCASを使って何を凍結させるか」だとくり返す。最新の凍結技術を使っても市場からモノを仕入れては市場以上のクオリティを出せない。地域が持つ資源の可能性を追求し、消費者を知ること、必要とされているものを生み出していくことに目的があるのだ。



「浜の文化」を体験できる 「越喜来番屋」の再建

「越喜来番屋」は、元々は番屋と呼ばれる地域の漁業者が漁に出る準備を行うための作業小屋に、一般の人も訪れることができるようにと、観光交流のためのスペースを併設した新たな番屋である。「震災前に参加者を募り、番屋を拠点に“朝ご飯を獲りにいく”ツアーを企画したところすごく反応が良くて。その反応を見た時、改めて漁業の現場は消費者にとって魅力的なコンテンツであふれていることを確信し、もっと多くの人に漁業の現場を体験してもらいたいと思いました」と八木さんは語る。

あえてエイジング加工を施して昔ながらの趣を残した「越喜来番屋」は二つのスペースに分かれている。一つは漁業者の作業スペースで、もう一つは訪れた人が自由に行き来できる交流体験スペースになっている。観光客が漁業者の作業を間近で見たり、漁業者と交流して漁師料理も堪能したりすることで、漁業者の日常はエンターテインメントになる。また漁業者にとっても、訪れた人に見て感動してもらおうとモチベーションアップにつながるのである。漁業者が中心となって運営する「越喜来番屋」は、地域の新しい観光資源になる可能性を秘めた施設として注目を集めている。

～復興から未来へ～ 八木健一郎さんが描く未来

震災前から生産者と消費者がつながる仕組みを作ることに取り組んできました。今では越喜来を訪れてくれる人が少しずつ増え、それを受け入れる態勢も徐々に整いつつあります。漁業の現場が開かれ、漁業者が消費者の立場で考えられるようになり、越喜来の漁業は変わりました。これからは「浜の台所CASセンター」や「越喜来番屋」を無理なく運営し、いかに経済として成立させていくかが重要になってきます。

そして越喜来という地域が一つのモデルになり、ほかの地域の発展に貢献できたらいいですね。いわば壮大な社会実験をさせてもらっているのだと思います。震災をきっかけに、これまで変わりがなくても変われなかった生産者が動き始めました。東北で生まれようとしているのは次世代型の産業構造です。生産者と消費者が活発に交流することで、食を通じて地域が活性化し、社会をより良い方向に変えていきたいです。



岩手

プロジェクトから生まれた商品

浜の文化まで味わえる
獲れたての食材を
使った漁師メニュー

お問合せ
三陸とれたて市場
所在地:岩手県大船渡市
三陸町越喜来宇杉下75-8
TEL:0120-369-841
<URL>
sanrikutoretate.com/
<Facebook>
facebook.com/三陸とれた
て市場-158869040856967



下処理済高鮮度魚介類

生産者の神経を技法導入、浜での下処理、CAS凍結により、ハイクオリティ魚介を容易にいつでも使用することが可能に。
※画像は「煮魚用内臓抜きカレイ」を掲載しています。



超高鮮度刺身類

今まで産地でしか食べられなかった超高鮮度を要求される特長的な刺身類をCAS施設と生産環境の見直しによって安定供給することが可能になりました。
※画像はCAS凍結した「モウカの星(モウカザメの心臓)」を掲載しています。



高次加工惣菜類

アワビカレーやカニぱっとう(毛ガニのひつつみ)など、番屋で食べる漁師めしを温めるだけで、いつでも愉しめます。
※画像は「アワビカレー」、「カニぱっとう」を掲載しています。



「大船渡を食のまちへ」地域の6社が手をつなぎ創り出す三陸の未来 地域の食材を有効活用した新発想の水産加工商品

水産加工会社6社で設立した「協同組合三陸パートナーズ」。彼らの活動の最大の目的は、大船渡市を「食のまち」としてブランド化することにある。地域の水産物の魅力を最大限に活かすために、岩手県の里山の食材を組み合わせ、東北支援を続けるNPOや著名なシェフなどの協力を得て、新しい水産加工商品を開発。彼らが生み出していく商品の付加価値は大船渡市の“まちの価値”をも創出していく。

かつてのライバル同士が協力し合い、 高付加価値の商品開発に取り組む

震災は、大船渡市の水産業をほぼ壊滅させ、津波で会社や加工場を失った多くの企業はなんとか震災前の状態に復旧しようと、目の前の問題解決に追われていた。そんな時、自社の再建はもちろんだが、まち全体の復興に向けて動き出した人たちがいる。地域の水産加工会社6社が集まって設立した「協同組合三陸パートナーズ」である。

理事長を務める及川廣章さんにプロジェクト発足までの経緯を伺った。「それまでの水産加工業は、卸先のオーダーに沿ったものをつくるだけでした。しかし、一から立て直して成長していくには、同じやり方を続けてはいけなかったのです。集まったメンバーは、震災前はライバル同士でしたが、三陸の未来に向かって、お互い協力しようとして立ち上がりました。」

そこから、新しい価値をもった水産加工商品の開発が始まった。



大船渡の食の魅力に集う協力者のアイデアが 水産加工商品に新たな風を吹き込む

三陸パートナーズが目指す三陸の未来に向けた想いは、参加企業6社にとどまらず多くの協力者の心を動かした。東北で復興プロジェクトを手掛けるNPO法人のソウルオブ東北が加わり、理事でもあるシェフの熊谷喜八さんもメニュー開発に取り組んだ。最初に決めたテーマは“ワインに合う三陸の味”。それまで水産加工商品の味づけは似たようなものが多かったが、消費者の目線に立って、女性など幅広い消費者に安心して美味しく食べてもらえる魚料理を目指した。試作をくり返し、魚にかけるソースや魚介のスムークなど、新しいメニューが次々と生まれた。

ソウルオブ東北の理事長の岡部泉さんは次のように話す。「三陸の海は獲れる魚の種類が多いことが特長です。これまでにない味づけで、さらに商品の種類を充実させることができれば、強みにつながると確信しました」。三陸パートナーズの6社は、同じ水産加工会社でもそれぞれ得意分野がある。最初は洋風の味づけに慣れなかったメンバーだったが、次第に活発にアイデアを出すようになり、商品開発のペースは加速した。



ターゲットを明確にした徹底したブランディングが販路を生む



こだわったのは味だけではない。東京に拠点を持つソウルオブ東北が、都心での販路開拓をサポートする一方で、パッケージのデザインを手掛けるなど、ターゲットを明確にしたブランディングを徹底。“ワインに合う三陸の味”シリーズは、都心の大型百貨店のギフト商品に採用された。「自分たちで開発した商品が認められたのはすごくうれしいことでした。6社合同で取り組んだ新しい試みは大変なこともたくさんありましたが、1社ではできないことも、みんなで協力すれば実現できることがたくさんあると感じた大きな一歩を踏み出しました」と及川さんはその時を振り返る。

大船渡市では、新しいまちづくりが始まっており、三陸パートナーズの直営店も市内に出店する予定。「このまちの魅力はなんといっても“食”。海の幸を様々な形でお客様に知っていただくことで、食べ物自体を観光のコンテンツにしていきたいと思っています」。外から資源を持ってくるのではなく、既にある大船渡市の風土と地域がつかないできた食材をさらに磨きをかけて成長させていく、このゆるぎない地域の誇りを土台としたブランディングが、これからの大船渡市を魅力づけていく。

プロジェクトから生まれた商品

岩手県産の素材を
ふんだんに使い、
魚介の新たな魅力
を引き出した商品

お問合せ
協同組合三陸パートナーズ
所在地:岩手県大船渡市
大船渡町字中港3-100
TEL 0192-27-1251
<URL>
sanrikupartners.com
<ECストア>
sanrikumarket.com



熊谷喜八 三陸のサーモン
いろいろソース詰め合わせ

大ぶりの岩手県産サーモンを、4種のソースで楽しめるセットです。
<セット内容>
三陸のサーモンポーション 4切れ / いわて里山のトマトソース 60g(ベーコン・チーズ別添) / いわて里山のいろいろきのこソース 60g / いわて里山の銀杏ソース 60g / いわて里山のマスタードソース 60g



熊谷喜八
三陸の海の幸の贈り物

パンやクラッカーなどと一緒に楽しめる、ワインにぴったりの五つの味わいです。
<セット内容>
三陸のサンマスモークのオイル漬け 150g / 三陸のホタテスモークとドライトマトのコンフィ 80g / 三陸のイクラ喜八流醤油漬け 80g / 三陸のサーモンのコンフィ香味風味 80g / 三陸のカジマクロと干し貝柱のディップ 150g



三陸のスムーク &
炙り & 酢締め 詰め合わせ

サンマやカキ、ホタテなどの三陸の幸を里山の香りとともに味わえます。
<セット内容>
(天然)三陸のスムークサーモン<冷燻> 50g / (天然)三陸のタコ<冷燻> 30g / (天然)三陸の真穴子<温燻> 50g / (天然)三陸の真イカ<温燻> 30g / (天然)三陸のサンマ<温燻> 40g / (天然)三陸の三陸の社燻<温燻> 70g / (天然)三陸の帆立<温燻> 40g / ジェノベーゼソース 30g / タブナードソース 30g ※詰め合わせの内容は選べます。

大船渡6次連携ブランド開発グループ 理事長・及川雄右

美味しい楽しい元気の街
大船渡づくりプロジェクト



大船渡産のカキを地域活性の足掛かりに 6次連携が可能とする多様な情報発信

特産のカキを中心に大船渡市で獲れる良質な水産資源をブランド化することで、まちを盛り上げていこうと集まった「大船渡6次連携ブランド開発グループ」。漁業、水産加工業、飲食業、ホテル業など、1～3次産業*のそれぞれの役割を担う企業が連携し、まち全体の活性化に挑む。

*主に生産業を1次産業、加工業を2次産業、サービス業・小売業を3次産業と呼びます。

大船渡自慢の水産物を多様に広め、まちを盛り上げる

水産業を中心に栄えてきた大船渡市は津波でまちの商業地域のほとんどを失った。まちに活気を取り戻そうと、生産者と加工会社だけでなく、飲食店や宿泊施設、流通などが連携し、「大船渡6次連携ブランド開発グループ」が発足した。

「大船渡のカキは耳吊式で3年かけて育てあげた大ぶりの身が特長。ほかにもアナゴやサンマなど良質な水産資源が豊富にあります。こうした大船渡の水産資源の素晴らしさを特定の人たちだけではなく、生産者、加工業者、サービス業者が連携し、地域一丸となって発信していくことが、まち全体を盛り上げていくことにつながっていくと考えました」と、理事長を務める及川雄右さんは話す。カキを中心とした大船渡産の水産物を軸に、連携企業のそれぞれのノウハウを活かした、流通と観光の両面からの地域活性である。

商品開発では、カキを韓国料理風にアレンジしたり、大船渡市の水産物を使って地域の寿司職人がレシピを考案したりするなど、美味しいだけでなく話題性も考慮しながら様々なアイデアを取り入れた。さらには、2015年1月から大船渡湾を周遊する屋形船「潮騒」の運航を開始。海の上でゆったりと地域で獲れた旬の食材を堪能できるとあって、観光客や地域の人たちが連日訪れている。「大船渡の水産物を活かした観光の目玉を創出することは、観光客だけではなく、地域の人たちにも大船渡を愛してもらうことにつなげ、まちの活性化に大きく寄与していきたい」と及川さん。彼らの取り組みは今後も大船渡市の食の魅力を多様に発信し、まち全体を盛り上げていく。

プロジェクトから生まれた商品

話題を呼ぶ 大船渡の海の幸を 活かしたアイデアメニュー

お問合せ
大船渡6次連携ブランド開発グループ
所在地:岩手県大船渡市大船渡町字丸森53-1
TEL:0192-27-1531
<URL>55027104031.com



春っこ牡蠣ジャン

大船渡で獲れた「春っこ牡蠣」を本場韓国ケジャンのたれに漬け込んだ、ご飯にもお酒にも合う逸品です。
<内容量>120g



笹ずし三味

復興屋台村の人気寿司店が監修。大船渡で獲れたサンマ、アナゴ、カキを使った3色のお寿司です。
※屋形船「潮騒」でご提供しています。

生産者の顔が見える、物語が分かる
広田湾ブランド再興プロジェクト
広田湾遊漁船組合 会長・大和田晴男



漁業者自ら広田湾のファンづくり 消費者との“交流”から水産業の活性化を目指す

岩手県南東部に位置する広田湾でカキやホタテなどの養殖を行う漁業者を中心に構成された「広田湾遊漁船組合」。漁業者自らが案内人となる遊漁船は、まちの魅力を発信する場であるだけでなく、漁業者と消費者が直接交流できる新たなマーケティングや販促の機会になっている。広田湾の漁業者に触れる機会を設けることで、生産にかける手間ひまや水産物の魅力を伝え、まちの水産業を盛り上げていく。

交流を通して広田湾の魅力をアピール

陸前高田市は、津波で市街地が壊滅するなど、沿岸部の中でも特に被害が大きかった地域。そのため、まちの復興には時間を要した。こうした中、陸前高田市に訪れた人に漁業体験を通じて広田湾の漁業の魅力を知ってもらおうと立ち上がったのが「広田湾遊漁船組合」である。

「港の瓦礫撤去や養殖漁業用の筏づくりなど、震災を機に交流したボランティアの方々とは今もつながっています。まちの魅力を伝えてファンになってもらうには、こうした“交流”が重要だと感じました」と語るのは会長を務める大和田晴男さん。遊漁船では漁業の現場を訪れるほか、カキの殻むき体験や、震災体験を語るツアーなどを実施。「孫が漁師になりたいって話しててね。広田湾の水産業を途絶えさせるわけにはいかない」と大和田さんは話す。漁業者自らが消費者と向き合っ、地域の水産物をアピールする取り組みは、産業活性化や交流人口の増加を図り、まちの未来を背負っていく。



広田湾によって育まれた水産物

広田湾の穏やかな海が育んだ 大ぶりのカキと特産エゾシカゲ貝

お問合せ
広田湾遊漁船組合
(広田湾漁業協同組合 米崎小友支所内)
担当:鍛冶川直広(合同会社ぶらり気仙)
所在地:岩手県陸前高田市小友町字茗荷1-10
TEL:0192-47-5397
<URL>hirotawan-yugyosen.com



広田湾産カキ

春に向けて旬を迎える広田湾産のカキ。築地市場でも高値で取引される人気ブランド。ふっくらとした食感が特長です。



エゾシカゲ貝

陸前高田市が全国で初めて養殖の事業化に成功した幻の貝。甘みと旨味が強く、お刺身はもちろん火を通して美味しく召し上がれます。



02 宮城県

AREA
INFO

海と共に暮らしてきた文化を守り育てる

“Kizuna Story of Miyagi”

宮城県の沖合は寒流の親潮と暖流の黒潮がぶつかり、
世界でも有数の水揚げ量を誇る「金華山・三陸沖漁場」が目の前に広がる。
北部にはリアス式海岸、南部には平坦な砂丘海岸が仙台湾を形成するなど、
様々な地形を有する宮城県では、養殖業や漁船漁業が盛んに行われ、
水産業を中心としたまちが連なる。



宮城県

気仙沼市 気仙沼鹿折加工協同組合、気仙沼・本吉地区水産物普及協議会、気仙沼水産食品事業協同組合、みらい食の研究所、からくわ一本釣り活イカ組合、気仙沼水産資源活用研究会、気仙沼メカジキブランド化推進委員会 / **南三陸町** 南三陸ブランド戦略事務局、戸倉漁師の会、南三陸おふくろの味研究会、歌津うんめえもの研究会 / **七ヶ浜町** 株式会社七ヶ浜ハーバースクエア / **女川町** 復幸まちづくり女川合同会社 / **石巻市** 石巻うまいもの発信協議会、一般社団法人フィッシャーマン・ジャパン、宮城県漁業協同組合



“三陸の厨房から日本の食卓へ”そして“世界の食卓へ” 組合の団結力で自慢のごちそうを届ける

気仙沼漁港の北側に位置する鹿折(ししおり)地区で、18社の水産加工会社を組合員として発足した「気仙沼鹿折加工協同組合」。「三陸の厨房」というコンセプトを掲げ、共同利用施設を基点に、組合員協働でのブランディング活動や販路開拓を行い、「震災前より強くなるための挑戦」に臨んでいる。

力を合わせることで復興への一歩を踏み出す

震災後、気仙沼市では行政、事業者、地域住民の想いが交錯し、復興がなかなか進まず時間だけが過ぎてしまっていた。こうした状況の中、川村賢壽さんは1社では埒があかないと、鹿折地区で水産加工業を続ける意思を持った事業者に連絡を取り、「気仙沼鹿折加工協同組合」(以下、組合)が発足。組合では工場の再建に向けて、水産加工業集積地となる土地のかさ上げを交渉し、いち早く着工にこぎ着けた。「実は、震災前は組合という組織に対するメリットを感じていませんでした。自分の会社で手一杯ですから」と川村さんは話す。ところが、震災によってその状況は一変したという。「津波被害を受けて事業を継続できる可能性は10%程度でした。それでも、ここで止めたら生涯後悔するだろうと思いました。死には選ばせませんが、生き方は選べますから。みんなもそれぞれ同じように覚悟をしてくださいました。我々は力を合わせることによって復興に向けての一歩を踏み出すことができました」。



様々な出会いや学びから“三陸の厨房”が磨き上げられる

土地のかさ上げ工事は、2014年5月に完了。当初、かさ上げ交渉のために集まった組合員は、ほかに協働できることを模索し、冷蔵施設、海水処理施設、事務所棟などの共同利用施設の建設や、組合としての販路開拓や情報発信などに取り組み始めた。「組合で活動を始めたことで、多くの出会いがありました。その出会いから様々な学びを得ています。キリン絆プロジェクトとの出会いは、ブランド育成、販売促進といったことを改めて考えるきっかけとなり、こうしたきっかけから、事務所棟にプレゼンルームを開設しました」。

事務所棟の重要な役割を担うプレゼンルームは、調理設備を備えた商品提案の場となっている。商談の際に組合員の水産加工品を調理して紹介することが可能で、その場でお客様に商品を味わってもらえる。また、組合員の商品をお客様に一度に披露できるディスプレイも設置されており、営業活動の機会も増えた。こうしてプレゼンルームを使って三陸の海の幸を使った様々な商品をふるまうことで、「三陸の厨房」というコンセプトも誕生したという。「魚の国内消費が私らの予想よりはるかに落ちているということも、出会いの中で学びました。確かに、震災によって失ったものはたくさんあります。しかし、もし震災がなかったら自分の会社を守ることにしか考えず、危機感を持たずに衰退していたかもしれません。今では、震災があったからこそ、この仕事で生きていく意識が高まっていると感じています」。



気仙沼鹿折加工協同組合のブランドで世界に挑戦する

現在、力を入れているのは「海とごちそう」と銘打った組合統一ブランド商品の確立である。「海とごちそう」をまとめた冊子も作成し、そこでは単なる商品の紹介だけでなく、組合員たちの紹介をストーリー仕立てにして、発信している。また冊子とウェブサイトには、商品とお酒のおすすめの組み合わせや、商品を使ったレシピの提案なども掲載し、食卓での楽しみ方までも伝えている。「組合では“三陸の厨房から日本の食卓へ”をブランドメッセージにしています。ただ、海外で魚の需要が上がってきていることもあって、組合としても今では“三陸の厨房から世界の食卓へ”を目指しています。世界に向かっていくには信用が何より必要です。事業者単体では取引できなかった領域に、組合の信用力があるからこそ踏み込めます。これからが我々の挑戦です」と川村さんは語る。

現在では、組合の共同利用施設に続き、組合員各社の工場も次々に建ち、震災から5年を迎える2016年の春に通りの工事が落ち着く予定となっている。「ようやくですよ、将来を話せるようになったのは、工場が軌道に乗るには2年から3年。おそらくこれから5年後には何らかの決着がつくでしょう。元通りではなく、以前より強くなること。全部これからです」。組合という団結力を得て、三陸のごちそうは“三陸の厨房”を飛び出し、日本中へ、そして世界へと届けられていく。



プロジェクトから生まれた商品

“三陸の厨房”鹿折から ごちそうをお届け

お問合せ
気仙沼鹿折加工協同組合
担当：佐藤佳奈
所在地：宮城県気仙沼市浜町
2-31-2
TEL：0226-25-7530
<URL> shishiori.jp
<ECサイト>
www.shishiori.jp/shopping



海のおいしい図缶

気仙沼漁港に水揚げされるサバ、ブリ、サンマを缶詰に。フカヒレもラインナップに追加される予定です。パッケージには、それぞれの魚の生息域や特徴が紹介されています。
※仙台うみの杜水族館で販売しています。
<内容量> サバ175g/サンマ175g/ブリ大根味付 180g/ブリ味噌煮 180g



海のみぐみの直送瓶

サケをフレークと塩焼きにした大きめのほぐし身のセットです。海中をイメージした透明のパッケージに魚がプリントされています。
※仙台うみの杜水族館で販売しています。
<セット内容>
さけ塩焼き 80g/さけほぐし身 80g



組合企業詰め合わせ

組合企業自慢の商品を集めて詰め合わせました。ココロとカラダが満たされる折り紙つきの海のセットです。
※セットの内容は随時更新しています。お問合せください。



生産者のこだわりをストーリーに 生産・加工・販売の連携で気仙沼ブランドを確立

気仙沼市の水産業の復興を目指し、生産・加工・販売を手掛ける11社が集まって「気仙沼・本吉地区水産物普及協議会」が発足。生産から販売までが一体となった取り組みは、商品開発や流通、販売だけにとどまらず、漁業者を巻き込んだ体験型のイベントなど、新しいブランディング活動を可能にした。地域の観光施設やレストランを拠点に6次産業化*を可視化することで、地域の発展を促していく。

*6次産業化とは1次産業である生産業が生産だけにとどまらず、2次産業の加工、3次産業の小売り、サービスなどまでに踏み込むことを指します。

立場が異なる水産関係各社の連携が 気仙沼水産業の新たな魅力を引き出す

カツオやサンマ、メカジキなどの豊富な水揚げ量を誇る気仙沼漁港は三陸沖の主要な水揚げ港の一つでもある。しかし、震災の影響でその水揚げ量は減少。さらには地域の漁業者たちの多くが漁船を失うなど、気仙沼市の水産業の被害は甚大なものだった。こうした状況の中、水産業の復興を図るために、気仙沼市の漁業者、水産加工会社、流通販売会社の11社が立ち上がり、「気仙沼・本吉地区水産物普及協議会」(以下、協議会)が発足した。協議会では生産・加工・販売といった川上から川下までの会社が一体となり、それぞれが本業の分野での強みを活かすことで、気仙沼ブランドの確立と魚食文化の継承を推進していく。

市場に直結した観光施設「海の市」を基点として、地域の新鮮な水産物を使った料理を提供するほか、漁業者と密にコミュニケーションできるメリットを活かした体験型のコンテンツづくりに取り組んでいる。



漁業者ならではの知恵を活かしながら ライフスタイルに合った新ブランドを展開

協議会を通じて水産関係各社が連携することで、これまで消費者へ十分に伝えられていなかった“漁業者のこだわり”を要にしたブランド「マーメイドスタイル」を考案。「マーメイドスタイル」では漁業者の顔が見えることをコンセプトに、地域の漁業者から美味しい魚の食べ方やレシピなどを学び、現代のライフスタイルに合わせた商品開発やレストラン展開を行っている。

協議会ではこれまでに気仙沼市名産のフカヒレを使ったスープやサンマの水煮、びん長マグロのオイル漬けの缶詰などを開発。商品には必ず漁業者のこだわりをストーリーにして発信しているのがポイントである。また「海の市」で展開している海鮮レストラン「リアスキッチン」では、夜は気仙沼港に水揚げされた水産物をスペインバルスタイルにアレンジして提供するなど、新たな魚料理で人気を集めている。



気仙沼市の魅力を消費者に直接届ける体験型イベントと情報発信



「海の市」ではサンマ祭りやメカジキの解体ショーなど様々なイベントも開催。旬の魚をただふるまうだけでなく、漁業者がその魅力を語る場を設けて商品の情報を消費者に届ける取り組みを行っている。また、施設内には1分ごとに気仙沼市の漁業風景が切り替わる「漁師時計」を設置。地域で獲れる魚の種類や漁業者の仕事環境、生産から加工、販売までを行う6次産業化の現場などをビジュアルで表現することで、地域の人でもあまり知る機会がなかった水産業の現場を伝えている。協議会を運営している株式会社阿部長商店の佐々木さんは「イベントの来場者は増えてきていて、気仙沼市の魅力が伝わっている手ごたえを感じています」と語ってくれた。

今後も協議会では体験型のイベントや情報発信を徹底して行っていく。「漁業者にはそれぞれにストーリーがあり、そのこだわりはとても面白い。こうした取り組みを続けることで気仙沼市の漁業を未来につなげていきたい」と話すのは株式会社阿部長商店の須藤さん。水産業に携わる様々な立場の人が一体となった取り組みで、これからも気仙沼市の水産業のブランドをより深くより広く発信していく。

プロジェクトから生まれた商品

気仙沼の美味しい
魅力を生産者の想い
と一緒にお届け

お問合せ
気仙沼・本吉地区水産物普及
協議会(事務局:株式会社阿部
長商店 経営企画室 企画部)
TEL 0226-22-6666
<URL>
www.mermaid-st.com



びん長マグロのオイル漬け

気仙沼船籍の一本釣り漁船「亀洋丸」の
びん長マグロをかたまりて調理できる
贅沢なソリッドタイプの缶詰にしました。
<内容量>175g



尾形亀雄氏厳選
極上塩蔵わかめ

この道一筋60余年というワカメ養殖
の重鎮が厳選した一級品のワカメで
す。ワカメ本来の旨味を引き出すため
に、最小限の塩を使用しております。
<内容量>200g



マーメイドスタイル
広東風・四川風ふかひれ濃縮スープ

世界一の品質といわれる気仙沼産の
フカヒレを使ったコラーゲンたっぷりの
本格中華スープです。
<セット内容>
広東風ふかひれ濃縮スープ200g×2/
四川風ふかひれ濃縮スープ200g
※詰め合わせの内容は選べます。

リアスフードを食卓に。プロジェクト

代表理事・清水敏也



リアス式の地形が育んだ豊かな食を次の世代へ 気仙沼市の食材を使った時代のニーズを見据えた商品開発

気仙沼市に拠点を置く水産加工会社4社で構成される「気仙沼水産食品事業協同組合」は、地域の主力産業である水産業のブランディングを図り、地域の復興へとつなげようと協同で商品開発を開始。変わりゆく時代のニーズを見据えて、東京に新たな拠点の開設、女性が中心となったチーム構成、次の世代を担う高校生のアイデアを取り入れるなどの施策を実施。様々な気づきや学びがさらなる商品開発や新しい戦略へと活かされ、気仙沼市の水産業の活性化につながっていく。

“リアスフードを食卓に。”

気仙沼から新しいコンセプトの商品を届ける

「気仙沼水産食品事業協同組合」(以下、組合)に参加する4社は、震災前からの協力関係を活かし、地域の食材を使った水産加工商品の開発に取り組むプロジェクトを立ち上げた。リアス式海岸の地形が育んだ海の幸と山の幸を「リアスフード」と名づけ、「組合独自」「高校生との共同企画」「シェフとのコラボレーション」の三つの軸で商品を開発し、全国の食卓に届ける。

「次世代に気仙沼食材を引き継いでいきたい」と話すのは、代表理事を務める清水敏也さん。そのためにどう関わりを広げ、時代に合った新しい食を生み出していけるかを模索している。このプロジェクトでは自社商品の開発だけに留まらず、高校生との共同企画や新しい働き方づくりにも取り組む。プロジェクトを運営するのは女性が中心となったメンバーで、取り組み範囲は気仙沼市だけでなく、都心にも広げ、多角的な目線を取り入れた地域のブランディングを行っている。



次世代と共創する気仙沼市の未来 若いアイデアを商品に

2014年から始まった高校生を対象とした「リアスフードグランプリ」は、気仙沼市内外の高校生が気仙沼市の食材「リアスフード」を使ったレシピを考案。著名なシェフによる審査を通過しグランプリに輝いたレシピは、組合のブランドとして商品化される。

「気仙沼市の食材をテーマにした高校生のレシピ開発は、ほかの地域の方にも気仙沼に興味を持ってもらうきっかけになり地域が盛り上がっていきます。また食を介して人と人はつながることができます。このグランプリでの新たな出会いによって、高校生が夢を持つこともあるんですよ。まさに次の世代に気仙沼がつながっていくんです」と清水さんは話す。

第1回大会のグランプリに輝いたのは気仙沼名物のサメの肉を活用した「気仙沼フカフカ団子」。現在では、都内のホテルレストランのビュッフェに使用されているほか、宮城県全域の学校給食にも採用され、地域の食材を使ったメニューを食べることで次世代への食育にもつなげている。

開発した商品を幅広く発信していくため、新しいロゴも開発。「リアスフード」を愛称化した「Riaf(リアフ)」の名がついたロゴはフライパンのモチーフを使った可愛いデザインで、海と山の幸のミックスや料理をしている風景、人々の関わりなどを表現している。今後も「リアスフードグランプリ」などの次世代につなぐ活動や、著名なシェフとの連携による多角的な商品開発も積極的に取り組んでいく。気仙沼食材は時代のニーズを取り入れながら、次なる広がりを見せていく。



宮城

プロジェクトから生まれた商品

気仙沼市でとれた 海の幸と山の幸を使った商品

お問合せ

リアスフード推進室
気仙沼水産食品事業協同組合内
担当: 吉田未由希
所在地: 宮城県気仙沼市赤岩港35-1
TEL: 0226-25-8801、080-8211-8076
MAIL: info@riasfood.jp
<URL> riasfood.jp
<Facebook> facebook.com/riasfood/



気仙沼フカフカ団子

気仙沼市の高校生が考案したサメ肉を使った肉団子。鍋はもちろん和食や中華、イタリアンなど幅広いアレンジが可能です。
<内容量> 1kg (*1粒 約10gと約16gの2種あります)
*業務用のみとなります。



みちのく塩辛

東北で獲れたスルメイカを使用。気仙沼市岩井崎の塩、青森のリンゴ果汁粉末や秋田名物ハタハタのしょつろなど東北の旨味が隠し味です。
<内容量> 150g



めかじきスモーク

気仙沼沖で獲れたメカジキを燻製チップで丁寧にスモークしました。おつまみやサラダのトッピングとしてもお楽しみいただけます。
<内容量> 80g



さんまの甘露煮

気仙沼市特産のサンマを化学調味料無添加の特製醤油ダレでまるやかに煮付けました。骨までやわらかくお召し上がりいただけます。
<内容量> 80g×2



“こころと身体にしみいるおいしい”を全国へ 協働する4社が鍛錬し生まれた特別なスープ

異なる事業を展開する4社が集まり発足した「みらい食の研究所」。最大の特長は、統一ブランドをつくりながらも商品開発から製造までを各社で行うことである。それぞれのノウハウを共有し合い、お互いに切磋琢磨することで、地域ブランドのさらなる発展を目指す。

お互いを磨き合いながら創り出す新ブランド

「みらい食の研究所」は水産加工品の製造販売、味噌や醤油など調味料の加工販売、そして輸出入業やコーヒーショップの運営など多様な4社で構成される。「東北は豊かな資源がありながら、震災前からそれを上手く活かせずにいました。我々は復興の目的ももちろんありますが、4社が力を合わせることで東北の食材を使って全国に展開できるような商品を開発しようと発足しました」と語るのは事務局を務める齊吉商店の齊藤和枝さん。

各社が集まり、毎回長時間にもわたり行われる勉強会を「磨き合い」と呼び、ここではお互いの得意分野を出し合いながら、マーケティングや商品開発の方向性を納得するまで話し合った。その結果「まで〜に」という名の新ブランドが誕生。「まで〜に」とは、「手間を惜しまず丁寧に」を意味する三陸地方の方言で「素材を無駄なく活かす」という意味も込められている。第1弾の商品は都会で働く女性をターゲットに、各社でスープを開発した。



「心と身体を養う美味しい食事を届けたい」 より良い食材を求める取り組みは三陸から全国へ

商品開発ではお互いの試作品に忌憚のない意見をぶつけ合ったという。意見や情報は交換するが、商品開発から製造・販売は各社で行うため結果は自分たちに返ってくる。厳しい意見を真摯に受け止める会の雰囲気が緊張感のある関係を作ったのである。

開発を始めてからおよそ2年で12種類ものスープが完成。それぞれの強みを活かした素材や味つけで和風から洋風まで豊富なバリエーションが揃っている。使っている食材も三陸産にこだわった。「とれたての食材は人に活力を与えてくれます。産地のそばで加工した食材を、あたたかいスープにすることで、都会で夜遅くまで仕事をしている人たちにも心と身体がホッとする味を届けたい」と齊藤さん。完成した商品はそれぞれの店舗で扱っているほか、「まで〜に」ブランドのウェブサイトに掲載されている各社のECサイトでも購入できる。

次なる取り組みとして、スープ作りに必要な材料の供給も考えているという。加工に必要な塩や油などにも付加価値をつけて「まで〜に」ブランドで扱うことができれば、加工会社だけでなく生産者にもチャンスが広がる。「三陸だけでなく広い視野を持って“本当に良いもの”を追求することで、全国や世界にも通用するものが作れるのだと思います」。今後もシンプルにより良いものを求め続けることで、多くの人の心までもあたたかくする地域ブランドの未来を切り拓いていく。



プロジェクトから生まれた商品

とれたての食材を使った 心と身体にしみいるスープ

(上・左)お問合せ

株式会社齊吉商店
所在地:宮城県気仙沼市本郷6-11
TEL:0226-22-0669

(上・右)お問合せ

株式会社八木澤商店
所在地:岩手県陸前高田市矢作町字諏訪41
TEL:0192-55-3261

(下・左)お問合せ

株式会社オノデラコーポレーション
所在地:宮城県気仙沼市館山1-6-31
TEL:0226-23-8091

(下・右)お問合せ

株式会社石渡商店
所在地:宮城県気仙沼市松崎柳沢228-107
TEL:0120-108-537

<URL> madehni.jp



海老団子とかぶのすり流しスープ (齊吉商店)

サンマ節でとった出汁にカブの裏ごしをたっぷり入れたまろやかな甘みが広がるスープです。
<内容量>200g



豆と押麦の満腹スープ (八木澤商店)

鶏肉と和風出汁のスープに大豆や押麦を具だくさんに入れたまろやかな甘みが広がるスープです。
<内容量>200g



メカジキの地中海スープ (オノデラコーポレーション)

気仙沼港で水揚げされた鮮度抜群のメカジキを使ったサフラン仕立てのスープです。
<内容量>200g



気仙沼完熟牡蠣のポタージュ (石渡商店)

気仙沼市唐桑半島で最も美味しい時期に水揚げされる完熟カキを使った贅沢で濃厚なポタージュです。
<内容量>200g

唐桑おすそわけプロジェクト
若手漁師の挑戦

からくわ一本釣り活イカ組合 代表・小野寺庄一



最難関の「活イカ」の商品化 若手漁業者の挑戦が唐桑の漁業を牽引する

震災前から課題となっている漁業の担い手不足を打開しようと、若手漁師5人が立ち上がって発足した「からくわ一本釣り活イカ組合」。手間がかかることや設備の問題からめったに市場に出ることのなかった一本釣りのイカを「活イカ」として商品化する取り組みは、活魚の商品化の中で最も難しいとされる挑戦である。地元ならではの価値を行動で伝える彼らの取り組みは、未来の担い手たちに一歩を踏み出させる唐桑の希望の光となる。

論ではなく、行動で伝える漁業の可能性

宮城県の最北東端に位置する気仙沼市唐桑半島は、リアス式海岸特有の岬と湾によって多様な水産物に恵まれている地域である。しかし、地域の高齢化に伴う、漁業の担い手不足という問題は、震災の影響によってさらに大きくなり、若手漁業者の人数もわずかとなってしまった。こうした状況を打開するため、若手漁業者5人が結集し、「未来の担い手たちの見本となる第一歩を踏み出す」という決意のもと、「からくわ一本釣り活イカ組合」を発足した。

彼らが取り組むのは、これまで市場には出回らず、地域でおすそわけとして消費されていた一本釣りの「活イカ」の商品化。イカは活かすのが非常に難しく、船上での緻密な管理や水槽などの特別な設備が必要だった。普通ではリスクが高く躊躇してしまう「活イカ」の商品化に取り組むことで、若い漁業者たちに想いは実現できるという見本をつくりたいという。「活イカを制したら、海の生物は何でも活かせるというほど活イカは難しい。でも一本釣りで丁寧に釣ったイカは傷もなく透明で本当に美味しい。現地でしか食べられない美味しさを届け、消費者とつながることで唐桑の漁業に活気を取り戻したい」と代表の小野寺庄一さんは話す。宮城県漁協唐桑支所の連携のもと、水揚げされる「活イカ」をストック施設に集めて蓄養し、まずは町内の民宿・飲食店などで活かしたまま、いつでも安定して供給できる生産体制を整備。さらに、物量がまとまった際には、「活イカ」をバールンに入れ、唐桑オリジナルブランドとして漁協を通じて中央卸売市場への出荷を計画中である。また、今後は、「活イカ」だけでなく、岩手県大船渡市の「地域資源利活用推進協議会」(P16-19参照)と連携し、CASの凍結システムを使用した高鮮度のイカ商品も開発する予定である。

「今の時代、同じことを続けていては置いていかれます。誰もやらないようなことをやるのは面白いし、色々なことを学んで知識になっていくことで、自分も漁業も成長していける」と、小野寺さんは今後の可能性に確信を抱く。「やった人にはかなわないでしょ。次の世代には、論ではなくて汗をかいて行動で語るのが大事」。若手漁業者の挑戦がこれからの唐桑の漁業を引っ張っていく。



お問合せ

からくわ一本釣り活イカ組合
担当:小野寺庄一
所在地:宮城県気仙沼市唐桑町上鱈立174
TEL:090-3361-5244

水産資源の多角的利用による
新産業創出プロジェクト

気仙沼市(気仙沼水産資源活用研究会) 会長・猪狩儀一



水産資源の可能性を広げるため「産・官・学」が連携 高付加価値の加工品を提供する新ブランドで雇用創出を目指す

気仙沼市の産業再生と雇用創出のため、市長の呼びかけで市内の32の事業者が集結。気仙沼市の未利用水産資源に付加価値をつけるため、水産業に限らず様々な事業者が参加できる「気仙沼水産資源活用研究会」が発足。大学や研究機関と協働しながら多様な視点で新商品開発を行い、新産業の育成に取り組む。

多様なジャンルの商品開発に挑戦 第1弾はホヤを使った調味料

気仙沼市の水産資源の活用を広げ、さらなる復興を目指す「気仙沼水産資源活用研究会」は「サメ」「貝類」「海藻」「イサダ」「海水(塩)」といった五つの研究テーマを設定し、商品開発に向けた研究を実施。研究テーマごとに事業者を分け、大学や研究機関などの有識者と連携しながら、食品や調味料だけでなく、化粧品やペットフードなど多岐にわたる加工品を開発し、気仙沼市の新しいブランドとして育てる取り組みを行っている。ブランド名は「kesemo(ケセモ)」。「kesemo」は「気仙沼から、もっと。」を意味しており、もっと美味しく、もっと楽しく、もっと美しく、もっと優しく、もっと元気になど、多くの方に「気仙沼から“もっと”を届けたい」との想いを表現している。

その第1弾の商品として開発されたのが「気仙沼ホヤソース」。地域の加工会社を中心に集まったグループが、調味料開発のプロフェッショナルと一緒に作り上げた。会長を務める猪狩儀一さんは『「気仙沼ホヤソース」は日本野菜ソムリエ協会が主催する2015年の調味料選手権の『素材が喜ぶ調味料部門』で最優秀賞に選ばれた自信作です。今後は販路開拓に積極的に取り組んでいきます。また、こういった研究会の活動は若い人たちが持つ知識や技術を発揮できる場をつくっていくことにもつながり、地域の雇用を創出するきっかけになると考えております」と意気込みを語ってくれた。水産資源の可能性を広げる研究会の取り組みは地域の未来の可能性までも広げていく。



プロジェクトから生まれた商品

珍味のホヤを使用した万能調味料

お問合せ
気仙沼水産資源活用研究会 (kesemo)
所在地:宮城県気仙沼市八日町1-1-1
TEL:0120-445-604
<URL> kesemo.com



気仙沼ホヤソース

オイスターソースよりもコクのある味わいで、
どんな料理にも合う万能調味料です。
<内容量>190g

気仙沼メカジキの高付加価値化による
『食のまち 気仙沼』プロジェクト
気仙沼メカジキブランド化推進委員会 委員長・菅原昭彦



“気仙沼の日常”に存在するメカジキを漁業再生の切り札に 海と生きる気仙沼市を世界に誇れる「食のまち」へ

震災の影響や担い手不足など、潜在的な課題が山積している気仙沼市の水産業をメカジキの高付加価値化を通じて活性化しようと発足した「気仙沼メカジキブランド化推進委員会」。メカジキのブランド化をきっかけに、漁師文化が根強く残る気仙沼市を世界に誇る「食のまち」へ、という強い想いを抱く。

身近な存在“メカジキ”の価値を発信する

宮城県三陸沿岸部に位置する気仙沼市は、マグロ、カツオ、サンマ、サメなど多種多様な魚種が豊富に水揚げされる日本有数の港まちとして知られる。甚大な被害を及ぼした震災から時が経ち、水産業も徐々に回復し、震災前の約8割まで水揚げ量が戻ってはきたが、漁師の高齢化による担い手不足や取引量の減少など、未だ水産業が抱える根本的な課題は、山積している状況である。

こうした中、まちの再生の切り札として目をつけたのがメカジキである。カツオやフカヒレと並んで日本一の水揚げを誇りながらも、これまで観光資源として注目されず、地域の人々の家庭料理として親しまれていたメカジキの魅力と可能性を改めて掘り下げ、発信する取り組みを始めることにした。「昔から気仙沼ではメカジキをカレーの具材に使ったり、唐揚げや照り焼きにして食べたり、身近な食材として長年親しまれてきました。ただ、あまりにも身近な食材ということもあって、その貴重な価値に気づかずにいました」と委員長の菅原昭彦さんは語る。



五感を通じて、メカジキを体験してほしい

気仙沼産メカジキのブランド化にむけて、生産者、水産加工会社、飲食店、商工会議所のメンバーなど、まちぐるみでの連携がスタート。ブランディングに際し、大切にしたのは、「五感」でメカジキの魅力伝えること。

まずは知名度を上げるための情報発信のツールとして、メカジキの生態から漁法、レシピまでを網羅した「メカジキ本」を制作。また、船の先端からモリを投げ込んでメカジキを仕留める「突きん棒漁」という伝統漁法など、荒ぶる自然の中で日々メカジキと対峙する気仙沼の漁師たちの迫力ある姿を捉えるムービーの制作も始めた。さらに、実際に食べて味わってもらう施策として、市内の飲食店と連携し、新たなメカジキ料理も開発。肉厚でヘルシーな味の特性を活かし、メカジキのしゃぶしゃぶとすき焼きを気仙沼市内の11店舗の飲食店で提供している。

「ブランド化を進めるにあたり、市外への情報発信と同時進行で大切にしているのが、地域の人たちへのメカジキの浸透と意識の変化です」と菅原さん。今後は、学校でのメカジキ講座や地域の料理人や主婦を集めた料理教室も開催予定。市内外に向けて“メカジキ=気仙沼”のイメージを醸成していく。



お手本はサンセバスチャン。気仙沼「食のまち」構想



気仙沼市は120年の歴史の中で、これまでに大小4回の津波を経験したという。「東日本大震災をうけて改めて感じたのが、それでも海を見ながら暮らしたい人がたくさんいるということ。海と向き合って生きていくということは、このまちのアイデンティティーでもあるのです」と、菅原さんは話す。将来的にはメカジキのブランド化を皮切りに、美味しいものを食べるだけでなく、こうした地域に根づく漁師文化や背景までも感じ得る「食のまち」としての気仙沼市の姿を目指している。

2015年の秋には、推進委員会のメンバーが「食のまち」としての世界の先進都市であるスペインのサンセバスチャンやイタリアのミラノなどを視察。特に印象に残ったのがサンセバスチャン。観光客向けだけでなく、「美食倶楽部」と称して地域の人たちが切磋琢磨して料理の腕を競い合う慣習や、みんなでレシピを共有して地域の料理を日常的に愛する姿に感銘を受けたという。「気仙沼市にもサンセバスチャンのような『食のまち』になれる可能性は十分あると感じました。カツオにサンマにフカヒレなど、食材の豊かさではどこにも負けない自信があります。まずは私たちの身近に存在するメカジキを通じて、まち全体の意識を変え、『食のまち』としての誇りを持つ。そして持続可能な経済成長も目指していきたい」と菅原さんは気仙沼市の未来の可能性に確信を抱いている。

気仙沼メカジキブランド化推進委員会 推奨メニュー

「海と生きるまち」気仙沼市から お届けするメカジキ料理

お問合せ

気仙沼商工会議所
担当：小野寺秀和
所在地：宮城県気仙沼市八日町二丁目1番11号
Tel：0226-22-4600



メカジキしゃぶしゃぶ

脂のったメカジキをさっと湯にくぐらせていただく、舌の上で脂が溶けメカジキの旨味が広がります。
※気仙沼市内の11店舗の飲食店で提供しています。詳しくはお問合せください。



メカジキすき焼き

すき焼き風のタレで煮込み、卵とからめてお召し上がりください。食べ応えのあるメカジキの身は、肉のような味わいです。
※気仙沼市内の11店舗の飲食店で提供しています。詳しくはお問合せください。



三つの地区が手を取り合い、全国に通じる“南三陸ブランド”を創る

宮城県南三陸町にある戸倉・志津川・歌津の3地区の水産業者が力を合わせ、一つの傘の下、南三陸ブランドを創り上げようと発足した「南三陸ブランド戦略事務局」。地域産品のブランド強化と6次産業化*を目指し、2015年7月から各地区でプロジェクトがスタート。プロジェクトを担うのは、戸倉地区の漁業者たちで構成される「戸倉漁師の会」、志津川地区の漁業者や農業者の女性たちが集まった「南三陸おふくろの味研究会」、歌津地区の水産加工会社と漁業者が手を組む「歌津うんめえもの研究会」の3団体。さらに各団体をまとめる事務局には、6次産業化プランナーやアドバイザーなどの専門知識を持った外部有識者も参加し、ブランド育成を図っている。南三陸町の新たな名物を目指したユニークな商品開発への挑戦が始まった。

*6次産業化とは1次産業である生産業が生産だけにとどまらず、2次産業の加工、3次産業の小売り、サービスなどまでに踏み込むことを指します。

南三陸の“いいもの”をきっかけに、地域を盛り上げる 地区も業種も異なる人々が一丸となる“チーム南三陸”

2005年に志津川町と歌津町が合併して生まれた南三陸町。親潮と黒潮が合流する浜は世界三大漁場の一つといわれるほど豊かな漁場で、ウニ、ホヤ、ワカメの養殖や、多種多様な魚が年間を通して水揚げされる。この地域が誇る海の幸を復興の足掛かりにしようと、2015年1月に発足したのが「南三陸ブランド戦略事務局」。南三陸町の各地区で獲れる水産物と作り手の個性を活かした水産加工品を、「いいもの南三陸」ブランドとして全国へ発信していく。発起人であり事務局長の小野寺文夫さんは、戸倉・志津川・歌津という3地区が団結することがこの計画の肝だと話す。「もともと別の町だったこともあり、みんなが一緒に何かするということは今まであまりなかった。各地区のプロジェクトが「南三陸町」として団結すれば、より強いブランドを創ることができる」。

ブランドづくりに外部のパワーも加わる。事務局を担う、食プランナーの早坂久美さんもその一人である。「各団体に一人ずつ外部アドバイザーが付き、メンバーと一緒に奮闘しています。月に1度の定例会議ではプロジェクトの進捗報告や情報共有を行い、“南三陸”の価値向上に向け活動しています」。3本の線に、リアス式海岸の形をデザインしたシンプルなブランドロゴを作成。3地区で一丸となる“チーム南三陸”を表現している。小野寺さんは「現在、各プロジェクトが商品開発に取り組んでいますが、早く全国の皆さんに南三陸町の美味しいものをお届けしたいです。ゆくゆくは、実際に南三陸町にも足を運んでもらえたらうれしい」と今後の展開に胸をふくらませる。



戸倉漁師の会

「南三陸漁師のごはん」プロジェクト

震災で漁船や水産関連施設の約90%を失ってしまった戸倉地区では、海の男たちが立ち上がった。震災後、まず取り組んだのがカキ、ホヤ、ワカメ、ホタテといった養殖業の共同運営。20代から70代まで100人の漁業者が手を取り合い、震災後すぐにホヤの養殖から事業を再開。道具や施設、収入を分け合いながら一歩ずつ復興を進めてきた。こうした共同運営を、2012年から2015年1月まで約3年間続けた。「ホヤやカキは保健所に認可された加工場がないと出荷できないので、特に個人の力では復旧が難しかった。この取り組みを通して、震災前はなかった人々のつながりや絆ができたことが一番の財産となりました」と話すのは、会長の松岡孝一さん。港に建てられた共同のカキ加工場では、複数の漁業者が朝からカキの殻むき作業を行っている。戸倉地区では、戦後すぐに始まったカキなどのこうした養殖漁業をはじめ、カレイやアイナメ、夏はアナゴなどの魚が豊富に水揚げされる。最近ではまち興しの一環として、現地を訪れた観光客への漁業体験や水産物のパーベキューといったおもてなしにも力を入れている。



彼らが次なるステップとして着手したのが「いいもの南三陸」ブランドの商品開発。自らも漁業者である松岡さんを中心に、地域の幸を使って漁業者自身が作る“漁師めし”を商品化する計画である。中でも一押しなのが、ミネラルたっぷりのカキを酒粕漬けにした「ほろ酔カキ」。生きたままのカキに酒粕入りの海水を吸い込ませ、それを殻ごと蒸して食べるというもので、酒粕の芳醇な香りがカキの旨味を引き立たせる逸品である。また、6～12月頃に獲れる志津川湾のアナゴも外せない。重さが1.5kgはあろうかという特大サイズの身を丁寧に捌き、天日塩で軽く塩漬けにした「アナゴの塩引き」は白焼きにすると格別美味。塩漬けにすることで保存も効き、旬の時期以外にも肉厚の身を楽しめる、とっておきの品。どちらも戸倉地区の漁業者が手づくりした“漁師めし”で、ほかでは味わえないものである。

すでに仙台市の飲食店などへの売り込みも開始しており、アドバイザーを務める厨勝義さんは「評判はとてもいいです。これまでにない食べ方なので、皆さん驚かれますね。あとは細かい製法の調整や、梱包、運送方法といった部分をブラッシュアップしていきます。将来的には、小売りも検討していきたいです」と話す。松岡さんもその出来に胸を張る。「身がぎっちり入った時期のカキで仕込み、冷凍保存しておけるので1年中食べられます。ほかにも、アナゴの塩引きやマンボウ、タコの頭などの素材を活かした“漁師めし”はまだまだまだあります。何年かかるかわからないけれど、戸倉の漁師の味を多くの人に届けたいです」。海の男たち自慢の“漁師めし”が南三陸町の名物となるのが楽しみである。

お問合せ

戸倉漁師の会
所在地：宮城県本吉郡南三陸町戸倉字西入31-1
TEL：090-8259-0982

南三陸おふくろの味研究会

「食を通して幸せを届ける」プロジェクト

宮城県漁協志津川支所の女性部が中心となり結成された「南三陸おふくろの味研究会」は、料理上手な地域の“おふくろ”たちが主役のプロジェクトである。メンバーには水産業だけでなく、農業に携わる人も参加している。会長の小山れえ子さんはワカメ漁師の奥さんで、志津川生まれ・志津川育ち。幼い頃から地域の海の幸を食べてきた彼女は本物の美味しさを知っている。「志津川のいいところはやっぱり海。私がこんなに元気なのは、旬の海の幸を誰よりも先に食べられるから。都会の人にも自然が育む本物の味を食べてもらいたい」。

こうした想いで彼女たちが商品化に挑んでいるのが、四季折々の食材を使ったおふくろの味をとじめた「手づくり缶詰」。被災時に保存食の価値を感じたことから缶詰に着目。旬の水産物と味噌や麹など山の幸を組み合わせた、ほかにはない手づくり缶詰である。「新鮮で質の高い素材を贅沢に使っているので、ほかの缶詰とは全く違います」と話すのは、事務局を務める阿部忠義さん。2015年10月に海沿いに缶詰工場が完成し、現在はタコの醤油麹煮などの試作が着々と進行中。テキパキと働くおふくろたちが集まる作業場は、いつも賑やかな雰囲気。阿部さんは「彼女たちの元気なキャラクターも地域の財産だと思います。商品をつくるだけでなく、このプロジェクトを通して女性のパワーを活かせる場をつくり、それがまちを盛り上げるきっかけになってくれれば」と笑顔で話す。今後は志津川の原料を使った缶詰を全国流通させるだけでなく、現地でおふくろの味を体験できる食堂の運営も構想中。地域の美味と、おふくろたちの温もりを味わう日が待ち遠しい。



お問合せ

南三陸おふくろの味研究会
担当:阿部忠義(事務局)
所在地:宮城県本吉郡南三陸町
志津川字旭ヶ浦5番1
TEL:080-6007-2113(事務局・阿部)

歌津うんめえもの研究会

「南三陸海山(うみやま)の幸」プロジェクト

歌津地区は20~30代の若手漁業者が多く活躍する漁業のまち。地域で水産加工会社を営む会長の千葉孝浩さんを中心に、宮城県漁協歌津支所の青年部などが集まって「歌津うんめえもの研究会」が結成された。C字型になった歌津半島には、内湾と外洋の性質の異なる二つの海があり、多種多様な水産物が獲れる“ちゃんこ鍋”のような海が自慢。田東山では山菜も採れるなど、山の幸にも恵まれる。現在は定期的に会議を行い「いいもの南三陸」ブランドにふさわしい商品を模索中。アドバイザーである桔梗美紀さんは「ホタテやホヤなど、その時期が一番美味しい鮮魚を詰め合せた『うたつ海の宝箱』や、ホタテやカキの味噌漬や燻製などを検討中です。やっぱり旬のものを食べるということを大切にしていきたい」と話す。



お問合せ

歌津うんめえもの研究会
担当:伊藤孝浩(事務局)
所在地:宮城県本吉郡南三陸町
歌津字管の浜57-1
TEL:090-6182-2882(事務局・伊藤)
<URL> utatsu-unmeemono.com

千葉さんは、地域ぐるみで初めて挑む6次産業化事業に意欲を燃やす。「これまで一匹狼で活動してきた漁業者が初めて結束した。漁師はいいものを獲り、加工屋はいいものを作り、流通はそれを市場に発信する。プロジェクトを通して各自が連携することで、漁師と加工会社や、これまで交流のなかった漁業者同士の情報交換もできるようになりました。今後は、地域の農業者など異なるジャンルの生産者とも連携していければと思っています。震災を機に様々な方に応援してもらって実現したプロジェクトなので、先につながるものにしたい。商品売って終わりではなく、南三陸町はもちろん、歌津のファンを全国に増やすことができたらと思います」。



豊かな自然に囲まれた東北一小さなまちの挑戦 七ヶ浜ブランドがまちづくりの一翼を担う

まちの産業を支えていた漁業と農業を再建するため、宮城県漁業協同組合と仙台農業協同組合、そして多賀城・七ヶ浜商工会、七ヶ浜町が協働し「株式会社七ヶ浜ハーバースクエア」を設立。地域の食材を使った新しい商品の開発を通じて、まち全体のブランド化を目指す。

地域のお母さんが手掛ける新しい加工商品

宮城県七ヶ浜町は三方を海に囲まれた東北で一番面積が小さなまち。海と里山が近いという土地の利を活かし、「株式会社七ヶ浜ハーバースクエア」では、地域の水産物を使ったブランド「七のや」を立ち上げ、農産物とコラボレーションするなど新たな加工商品を開発している。

地域の子育てセンターの調理室を利用した加工施設で働くのは地域のお母さんたち。商品のターゲットを高齢者・女性・子どもにしぼり、骨のない干物や一口サイズの加工品など消費者の目線に立って開発を行う。取締役の島田昌幸さんは「商品開発は七ヶ浜のまちづくりの第一歩。できることから取り組んでいくことで、七ヶ浜はもっと魅力的なまちに発展していく」と夢を描く。七ヶ浜町ではこれからまちのシンボルとなる海の駅が開設され、そこで、「七のや」の商品も販売される予定。一つひとつ丁寧に作られた商品はこれからまちの看板商品となり、地域の活性化に寄与していく。



プロジェクトから生まれた商品

旬な食材を使った こだわりの商品

お問合せ

七のや 七ヶ浜本店
所在地:宮城県宮城県七ヶ浜町
吉田浜字野山5-1
TEL:022-357-3912
<URL> harbor.blue



極上干物 七のや

七ヶ浜で獲れた新鮮な魚を使ったふっくら柔らかい干物。贈り物にもおすすめです。※セット内容はその時期の旬の水産物となるため、お問合せください。

女川ブランディングプロジェクト

女川町（復幸まちづくり女川合同会社） 町長・須田善明



まちの魅力を体感するブランディングで次代につなげるまちづくり

まちの産業の中核をなす水産業の復興に向けて、震災後いち早く動き出した女川町。水産業を通じてまちの“素の良さ”を発信することで、ほかにはない女川町の価値を確立するプロジェクトに取り組む。女川町の持続可能な未来を創り出す真の「復幸」の実現に向けて動き出す、まちと事業者、そして町民が一体となり新しいまちづくりの推進力となる。

「新しい取り組みがまちに賑わいや変化をもたらし、魅力的な場所になるきっかけになる」

まちの水産業の復興に向けて 今ある資源を活用する

宮城県の東端、牡鹿半島のつけ根に位置する女川町は日本屈指の好漁場といわれる金華山漁場に近い小さな港まちである。サンマの水揚げ量は全国でもトップクラスを誇り、水産関連の観光施設を中心に年間約70万人の人が来町し、小さいながらも豊かな観光資源に恵まれていた。しかし、賑やかなまちの景観は震災の大津波で一変した。女川町を襲った津波は20m超とされ、まちの中心部を含めたおよそ8割が流されてしまい、主要産業はストップしてしまった。「女川の被害は甚大で、まちは壊滅状態でした。水産業を中心に多くの事業者が職を失いました。このままではまちが衰退してしまう。まちのために何ができるかを模索していました」と、当時を振り返るのは「復幸まちづくり女川合同会社」の代表を務める阿部喜英さん。阿部さんは女川町で新聞店を経営し、震災前から女川町商工会青年部に所属し、まちづくりに携わってきた事業者である。



女川町では早い段階で復興に向けて動き出し、震災の翌月にはまちのあらゆる事業者が集まった復興連絡協議会を発足。その中で「まちづくり創造委員会」が組織され、阿部さんは委員長を務めた。「女川の経済を支えているのは主に漁業と水産加工業です。まちに人が集まるのは、そこに仕事があるからです。まちの経済構造を考えた時、女川の水産業を再建し、雇用を確保しなければ人口がどんどん減っていくのは目に見えていました」。

とはいえ震災直後はまちのいたるところに瓦礫が残っている状況で、ハード面のまちづくり施策は到底できそうになかった。そこで、阿部さんはまちづくり創造委員会のメンバーを中心に法人設立参加者を募り、2012年9月に復幸まちづくり女川合同会社（以下、合同会社）を設立した。合同会社に参加したのは、いずれも水産関連業や飲食店など様々な業種で働く7人のリーダーシップのある若手事業者たち。

合同会社で取り組むのは地域で開発された商品のブランド化と水産業の体験プログラムである。設立当時は仮設施設を使ってようやく漁業が再建に向けて動き始めていたところであったが、水産加工業の多くは震災後に販路を失ってしまっていた。そこ

で、まずは販路回復のために商品をインターネットで販売することから始めた。女川ブランドを発信するため、できるところからのスタートであった。一方で、養殖漁業がようやく再開し、浜では養殖漁業の様子や市場に魚が水揚げされた様子などを見ることができた。こうした光景は「訪れた人にありのままの女川を見てもらうことで女川を好きになってもらい、少しでも交流人口を増やしていきたい」との想いを生み、合同会社では水産業の体験プログラムの開発にも取り組み始めた。

「千年に一度のまちづくり」 持続可能な未来に向けた取り組み

合同会社設立とほぼ同時期に、「復興応援キリン絆プロジェクト」の支援の話が阿部さんのもとに届いた。「取り組みを始めた最初の1年はインターネットの販売は順調ではありませんでした。水産業体験プログラムも、まちの漁業がまだ復旧段階で、キリン絆プロジェクトの支援がなかったらやり通せなかったと思います」と阿部さんは話す。

阿部さんは合同会社の運営と新聞販売店の経営を並行して行っている。ほかのメンバーもそれぞれの本業を抱えながら活動に携わる。「プロジェクトの収益はすべて合同会社の運営費にまわしています。このまま、まちの人口流出が続けば新聞の契約者数が減ってしまい、新聞販売店は立ち行かなくなります。このプロジェクトの成果は自分たちの本業に直結しているのです。まちづくりを継続して進めるためには、事業として取り組み、少しでも収益を上げることを目標に運営していかなければなりません」。



震災から4年経った2015年3月、女川町のまちづくりの中核を担う女川駅が再開した。同年6月「女川ブランディングプロジェクト」の拠点となる「あがいんステーション」も完成。女川町のまちづくりは大きな一歩を踏み出した。女川町では「千年に一度のまちづくり」として、まちと事業者、町民が一体となって復興計画を進めている。女川町の魅力を発信する阿部さんたちの取り組みは、まちづくりに寄り添いながらこれからさらに進化していく。



選りすぐりの女川ブランド商品を 全国に発信

女川ブランディングプロジェクトでは、女川町の水産加工品のブランド化のために、商品を「あがいん おながわ」ブランドとして認定、統一販売を行っている。「あがいん」とは女川地方の方言で「召し上がれ」を意味し、また女川町の復興への願いを込めて、英語の「AGAIN」の想いも込めている。

ブランドの認定基準は“女川町で水揚げされた水産物を使っている”か、“女川町で加工されたもの”であること。この基準をクリアした商品は外部有識者の審査へと移り、味と価格、パッケージのバランスがとれているかどうかでブランド認定の最終判断をされる。美味しいだけでは認められない厳しい審査をクリアした商品が「あがいん おながわ」ブランドとして認定される。認定商品は3社8商品からスタートし、2015年11月には10社31商品まで増えた。現在は認定がメインだが、ゆくゆくはオリジナル商品の開発も予定している。「あがいん おながわ」ブランドの今後の展開にも期待が高まる。

まちの魅力を肌で感じる 水産業体験プログラム

プロジェクトのもう一つの象徴的な活動が水産業体験プログラムである。1時間ほどのプログラムが用意されており、「水産業についての座学」から「調理体験」までを一貫して体験できる。3月から11月まではホタテの養殖について学び、殻の掃除や専用のへらを使った貝むきなどの出荷準備体験を行う。ホタテのシーズンではない時期や天候などが原因で水揚げできなかった場合は地域の水産加工会社と協力したサンマの加工体験を用意。そのほかにも「養殖場での水揚げ体験」や「魚の捌き方～調理体験」など様々な体験メニューを準備している。人数や目的に応じて、1年を通じて様々なプログラムをつくり、女川町の水産業を体験できるようになっている。



こうした水産業の体験プログラムは女川町に観光客を呼び戻すための施策として考えられた。「発案当時、宮城県として農業体験のプログラムはありましたが、漁業体験を受け入れられる体制がまだほかの地域でも整っておらず、チャンスだと思いました」と阿部さんはいう。女川町で漁業体験プログラムができれば、年々増えている個人旅行者にも対応できるだけでなく、小中学校の総合学習や企業の社員研修など観光以外での来町も見込める。

そこで座学や収穫・調理体験などのメニューをいくつか考え、ボランティアなどで女川町を訪れた人々を対象にモニタリングを実施。3年にわたって体験メニューのブラッシュアップを行った。「最初は子ども向けにゲーム性のあるプログラムも考えていたのですが、モニタリングを行ったことで、ホタテの水揚げ現場や殻の掃除など、女川で日常的に行われていることが喜んでもらえるんだと改めて気づかされました。そうした気づきを通して、ありのままの女川を体感していただける現在のプログラムに落ち着きました」。



水産業体験施設 「あがいんステーション」

プロジェクト発足からおよそ3年経った2015年6月、水産業体験施設「あがいんステーション」が完成。津波で流されてしまった旧女川駅の外観を復元したこの施設は、まちづくりの中心となっている女川駅前に新たに建設される商業エリアの一角にあり、女川町の過去と未来をつなぐ交流の拠点として利用される。

水産業体験プログラムはそれまで屋外で実施されることが多く、天候の影響を受けやすかったが、あがいんステーションの完成によって、安定したプログラム提供が行えるようになった。また、あがいんステーション内にある「あがいんプラザ」では、「あがいん おながわ」ブランドの認定商品の販売を行うほか、全国の選りすぐりの食材を販売する。そのほかワークショップや東北地方でお茶飲みながら集うことを意味する「お茶っこ」もできる休憩スペースも完備、町内外からたくさんの人が訪れ憩いの場となっている。こうしてたくさんの人があがいんステーションを訪れ女川町を共有することで、まちはより一層深く形成されていく。

～復興から未来へ～ 復幸まちづくり女川合同会社が描く未来

震災後の新しいまちづくりの拠点となる女川駅が再開しました。復幸まちづくり女川合同会社の運営施設「あがいんステーション」も続けてオープンし、新しいまちづくりがようやく実感を持って動き始めました。駅前の商業施設が完成すれば、まちはさらに賑やかになるでしょう。

しかし、まちづくりのゴールはそこではありません。まちづくりのコンセプトの一つは、シャッター通りを作らず5年後も10年後もその場所で事業が行われていることです。産業が持続できる環境を整えば、今度はまちに住みたいという人が増えるはず。女川では震災後にお店を始めた方が少なくありません。こういった新しい事業者の方もどんどん出店できるような、変化を受け入れられるまちでいられることが理想です。



宮城

プロジェクトから生まれたブランド

女川町を愛する想いから 生まれたオリジナルブランド

お問合せ
復幸まちづくり女川合同会社
所在地:宮城県牡鹿郡女川町女川浜大原 479-2
TEL:0225-98-7839
<URL> onagawa.co.jp
<ECサイト>
store.shopping.yahoo.co.jp/onagawa-again/



「あがいん おながわ」ブランド認定商品

女川町で水揚げされた水産物を使用している、もしくは女川町で加工した商品で、さらに、県内外の「食に関するスペシャリスト」で構成された「あがいんおながわ認定審査会」にて、味、価格、パッケージのバランスにおいて一定基準をクリアした自慢の商品です。

※掲載画像の商品は一例です。商品についてはお問合せください。



石巻市の“うまいもの”の魅力を発信 妥協のない商品開発で石巻市の未来を切り拓く

石巻市の食産業全体をブランディングし、発信することで新たな販路を開拓しようと発足した「石巻うまいもの発信協議会」。水産加工会社7社に加え、調味料やスープの加工会社、お米の生産・販売を行う会社など、多種多様な12社が力を合わせて石巻市の“うまいもの”を発信する。

交流のなかった地域の事業者が一致団結

震災で甚大な被害を受けた石巻市。特に沿岸部の水産加工業は工場の多くがほぼ全壊の状態という壊滅的な状況であった。震災からようやく1年が過ぎたころ事業を再開できるまでになってきたが、資金面の厳しさや販路の喪失など様々な問題が山積していた。

こうした中、復興庁が主催する支援企業とのマッチング事業の場に参加した地域の水産加工会社が、「石巻の食を盛り上げるために何か協同でできることがあるのではないかと」と意気投合し、「石巻うまいもの発信協議会」（以下、協議会）が発足。協議会の会長を務める千葉雅俊さんは「自社だけでやっていくにはまだ体力がなく、地域の事業者同士が力を合わせることで、なんとか厳しい状況を打開できないかと思いました」と発足時の想いを語ってくれた。その後、石巻市全体として発信できるものがないかと議論を重ねていくうちに、水産業に限らず、調味料やスープなどの加工を行う会社や農産物を扱う会社など、同じ想いを持った地域の12社が集まった。



お互いが切磋琢磨し、新しい商品を生み出す

協議会のメンバーは定期的集まり、開発した商品の試食会や意見交換を行っている。時には厳しい意見もぶつけ合い、商品開発には一切の妥協を許さない。普通は開示することはありえないお互いの製造設備などの内部情報もできるだけ共有することで、活発なコラボレーションを実現。参加企業が強みを持ち寄りて商品を生み出してきた。

また協議会では密な情報共有や他分野の専門家を招いた勉強会を行っている。こうした活動から、現在ではイスラム教の人でも食べられるハラールフードの開発に取り組む企業も現れるなど、新たなアプローチでの商品開発にも挑戦している。

「メンバーはみんな、石巻市のために尽くそうという使命感を持っていると思う。こうした気持ちが積極的な姿勢を生んでいるんじゃないかな」と千葉さんは話す。メンバー同士が石巻市の未来を見据え、腹を割って連携することで、自社内だけの開発では得られなかった新しい視点に気づき、より一層、石巻市の食の魅力を発信している。



親しみやすいロゴマークで石巻ブランドを積極的に発信



協議会の開発商品が揃ってくると、試食会や催事にも積極的に参加。夏には石巻市内で開催されたビアガーデンで「ビールにあうおつまみ」をコンセプトにした商品を、およそ100人の消費者に食べてもらった。その際、目印になるようにと食を通じた交流を意識したロゴマークを開発した。美味しいものを食べた時のにっこりとした表情の親しみやすいロゴマークは、ポスターやTシャツなど様々な販促ツールに展開し、積極的なプロモーションを実施した。

協議会としては、少しずつ認知度が上がり、最近では百貨店やスーパーマーケットなどからの催事の依頼もあるという。「今は各社の商品を詰め合わせた『石巻のお土産セット』を企画しています。震災を機に集まったメンバーですが、これからも『石巻うまいもの発信協議会』として商品開発や販路拡大を積極的に行いたいです」と千葉さんは意気込む。

プロジェクトから生まれた商品

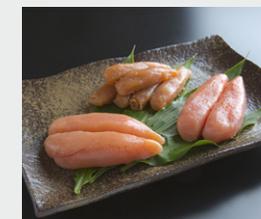
地域の事業者が 連携して開発した 「石巻市の“うまいもの”」

お問合せ
石巻うまいもの発信協議会
担当：千田久
所在地：宮城県石巻市松並
1-15-1(株式会社ヤマトミ内)
TEL:090-6529-5429
<MAIL>
info@umaimono-ishinomaki.com
<URL>
umaimono-ishinomaki.com



ぶりの生ハム薫製風味

石巻市で水揚げされたブリを生ハム風味に仕上げました。
<内容量>>140g



たらこと明太子（無着色）

ハラール向け商品開発から生まれたノンポーク・ノンアルコールの無着色のタラコと明太子。
<内容量>>サバ/マダラ 各1切れ(野菜の粉は、フェネル・ホウレンソウ、ピーマン・ニンジン、カボチャの3種)



Vegefish (ベジフィッシュ)

石巻市の野菜の粉をふりかけたムニエル、彩りも美しくご飯がすすみます。
<内容量>>サバ/マダラ 各1切れ(野菜の粉は、フェネル・ホウレンソウ、ピーマン・ニンジン、カボチャの3種)



浜を超えて若手漁師たちが力を結集

新たな発想で、未来の世代が憧れる漁業のかたちを創り出す

東北沿岸部では震災前から漁業の後継者不足に悩まされていた。そして、こうした課題を抱える中で起こった震災の影響は、漁業者の離職を増加させ、後継者不足をさらに深刻化させた。この状況を打開しようと、水産業復興の勉強会で出会い、意気投合した若い漁業者たちが「一般社団法人フィッシャー・マン・ジャパン」を設立。次世代に漁業をつなげる彼らの新しい発想は、次から次にかたちとなり、東北の漁業の未来を創り出す。

カッコいい、稼げる、革新的、 「新3K」の漁師を目指すフィッシャー・マン・ジャパン

2014年7月に設立された「一般社団法人フィッシャー・マン・ジャパン」には、銀ザケやホヤ、カキ、ワカメなどの漁業者や鮮魚店経営者ら14人が所属する。地域の垣根を超え、宮城県の各浜から広く漁業者が集まっているのが特長である。設立者の一人、阿部勝太さんによると、震災前は浜が違えば漁業者が会って酒を飲み交わす場さえなかったという。しかし同世代の漁業者で話をしてみると、担い手不足や漁業を続ける難しさなど、みんな同じように悩みを抱えていることがわかった。そして「三陸から日本の漁師を改革する」と誓い合った。キーワードは「新3K」。「カッコいい・稼げる・革新的」な漁業者を「フィッシャー・マン」として、未来の世代が憧れる仕事に変えていく、そう宣言した。



漁業の間口を広げることで 漁師を“選ばれる”職業に

漁業の担い手育成の取り組みの一つに「TRITON PROJECT(トリトンプロジェクト)」がある。これまでは、漁業に興味を持って、漁業者の家に生まれなければ就漁する入口が見つからなかった。そこでフィッシャー・マン・ジャパンでは、港のそばにある空き家をリフォームしてシェアハウス「TRITON BASE(トリトンベース)」を開設。最初に石巻市十三浜、さらに女川町、南三陸町、石巻市牡鹿半島の計4ヶ所にした「TRITON BASE」では、漁業体験のためのキャンプを行ったり、地域外から訪れる就漁希望者に住む場所を提供し、漁業や養殖業、水産加工業の技術を教えたりと、漁業を基点として、人がつながる拠点の役目を担っている。

「いきなり就職という重い話ではなくて、興味を持ってくださった方に体験してもらおうところから始めています。実は宣伝もほとんどしていないうちに、9名の漁業体験希望者やシェアハウスの居住希望者が集まりました」と阿部さんは話す。希望者は地元水産高校の卒業生のほか、郵便局員を辞めてきた人や、東北で漁業をやりたいと瀬戸内海地方から来た人などもおり、県外からの「ターン」の動きが始まっている。漁業者を育てるための研修プログラムも、フィッシャー・マン・ジャパンが実施。牡鹿半島で「牡鹿漁師学校」を開催する筑波大学とも連携しながら、2016年はより多くの浜でプログラムを展開する予定である。また水産業に特化した求人サイト「フィッシャー・マン・ジョブ」が中小企業庁との連携によってスタート。今後は水産物の種類が異なれば繁忙期がずれることを利用して、繁忙期の浜へ手伝いを派遣する「派遣漁師」も検討する予定である。たとえば3月はワカメ養殖を手伝い、4～6月はホヤ養殖を手伝い、10～3月は養殖カキの水揚げに行く。このような仕組みを作ることによって、年間を通じて収入を確保するというやり方も、これからのフィッシャー・マンの働き方としてありうるだろう。



数多くの挑戦を重ねて、フィッシャー・マンを10年間に1,000人増やしたい



このほかにもフィッシャー・マン・ジャパンでは、獲れたての豪華食材を食べる生産者参加型バーベキューパーティー「フィッシャー・マンBBQ」のようなユニークなPRイベントや、インターネットでの直接販売、フィッシャー・マン・ジャパンを応援する消費者のファンクラブ「CLUB MERMAN(クラブマーマン)」など多彩な取り組みを展開している。フィッシャー・マン・ジャパンでは10年間で1,000人のフィッシャー・マンを増やすことを目標に、数多くの挑戦を重ね、活動を大きく加速させようとしている。

しかし、これらの取り組みはすべて「水産業の後継者をつないでいく」ための手段であり、フィッシャー・マン・ジャパンの活動の軸をブレさせないことが重要だと阿部さんは話す。「今、漁師として卓越した技術を持っているのは60代の世代です。『TRITON BASE』の研修生もその世代に指導してもらっています。若者が動くだけでなく、積極的に年長者の方々に巻き込むことで、確かな技術の世代継承を実現させていきたいです」。フィッシャー・マン・ジャパンが仕掛ける新たな発想の数々は、これからの漁業の未来をつなぐかたちとなって動き出した。

プロジェクトから生まれた商品

新鮮な水産物が届くだけでなく 漁業者と交流もできる“お得”なセット

お問合せ
一般社団法人フィッシャー・マン・ジャパン
所在地:宮城県石巻市大街道西1-7-20
TEL: 0225-98-7071
<URL> fishermanjapan.com



MERMAN セット

フィッシャー・マン・ジャパンを支えてくれるお客様は、漁業者であり消費者でもあるという敬愛の気持ちを込めて「MERMAN(半魚人)」と命名。ファンクラブ「CLUB MERMAN(クラブマーマン)」の会員になると、三陸の漁業者たちが選りすぐった旬の水産物が自宅に届きます。



宮城県漁業協同組合 唐桑支所 支所運営委員長 島山政則

地域ならではのストーリーが付加価値となる、漁業者と宮城県漁業協同組合が一体となり挑戦する「殻付きカキ」のブランディング

宮城県を代表する水産物であるカキは、津波で養殖に必要な施設を流され、多くの販路を失った。売上は約1/5に減少、多くのカキ養殖漁業者が廃業へと追い込まれる中、「宮城県漁業協同組合」は起死回生の策として、養殖方法を見直した「殻付きカキ」のブランディングで復興への新たな道を切り拓いている。

「生産者が一つひとつ丁寧に磨き上げた『殻付きカキ』の魅力を消費者に正しく伝えたい」

「殻付きカキ」の本格生産でゼロからのスタート

入り江の多いリアス式の地形を有する宮城県沿岸部では、穏やかな湾を利用したカキ養殖が盛んに行われてきた。しかし津波は豊かな漁場に容赦なく襲い掛かり、養殖施設はことごとく流れてしまった。種カキから育てるカキ養殖は収穫までに最低でも1年はかかるためすぐには出荷できず、販売シェアは大きくダウン。震災前は宮城県内に800人以上いたカキの養殖業者の半数近くが休業や廃業に追い込まれてしまった。

宮城県のカキ養殖を復興するため、宮城県漁協が目をつけたのが「殻付きカキ」である。震災前、宮城県産のカキはむき身が主流で9割以上が宮城県漁協の共販制度*を通して販売されていた。むき身のカキの生産は量をつくることで漁業者たちは利益を上げていた。その結果、養殖施設は密集し、一部では漁業者の船も通れないほどで、問題視する声も上がっていたという。宮城県漁協としても「このままでは良くない」と認識しつつ、一度つくり上げた体制をすぐに変えることはできず、いたるところに、震災が起ったのだという。

「津波ですべて流されたことで、カキ養殖はゼロからのスタートとなりました。被害も大きく、苦労も多かったのですが、震災を変革の機会と捉え、新たな体制づくりに乗り出しました。まず取り掛かったのはカキの養殖棚の改善です。密集して養殖していた間隔を開け、一つひとつの身が充分に育つようにつくり変えました。また、近年はオイスターバーやカキ小屋が全国的に増え、「殻付きカキ」の需要が高まり、むき身よりも殻付きのほうが高値で取引されることを受け、『殻付きカキ』の生産に本格的に取り組むことにしたのです」と宮城県漁協の経済担当理事・阿部誠さんは話す。

*共販制度とは、生産者の水産物を漁業協同組合に集荷し一括で入札にかける取引制度のこと。

日本有数のカキの養殖地ならではのこだわりを全国にアピール

ひと口に「殻付きカキ」の生産といってもそれは並大抵のことではない。「殻付きカキ」はむき身のカキに比べ手間ひまがかかるのである。海の中で育てている時から殻を傷つけずにきれいに保てるよう、漁場を整備し、こまめに手入れしなければならない。「殻付きカキ」の生産には、各地域の漁業者の協力が不可欠だった。宮城県漁協と漁業者の間で話し合いが重ねられ、まずは気仙沼市「唐桑（からくわ）」、石巻市「長面浦（ながつらうら）」、東松島市「鳴瀬」の三つの地域で「殻付きカキ」の本格生産が始められることになった。

震災前、「宮城県産」として販売されていたカキだが、それぞれの地域のカキには特長がある。「唐桑」のカキは、「もまれ牡蠣」とも呼ばれ、湾の穏やかな海で1年育てたあとと波の荒い外海で2~3年かけて大粒の身に育てあげる。ふっくらした乳白色で甘みが強い



のが特長。「長面浦」のカキは、周囲を山々に囲まれた漁場で植物プランクトンを豊富に取り入れることができ、1年ほどで食べ頃のカキに育ち、雑味の少ない味わい。そして、国内屈指の生産量を誇るカキ養殖場の「鳴瀬」では、一つひとつは小ぶりながらふっくらとした身に濃厚な甘みを持つ品質の良いカキが育つ。

宮城県漁協では、こうした湾の特性や地形の違いで味もかたちも異なるカキをもっと広くアピールする取り組みも始めた。「それまで『宮城県産カキ』としてひとくりに販売していた共販制度では、カキの違いや漁業者のこだわりを消費者に伝えることができませんでした。『殻付きカキ』は実際に手間ひまがかかりますが、その手間ひまも合わせて、漁業者のこだわりや地域の特性をストーリーとしてきちんと伝えることで、宮城県のカキ全体の価値向上にもつながると考えています」と阿部さんは話す。

各地域のカキの魅力を多くの人に伝えるため、都心でのPRも始めた。2015年1月、東京のオフィス街の中心・大手町でおよそ2ヶ月半のイベントを開催。「宮城牡蠣の家（かきのや）」と題したカキ小屋には、宮城県産のカキをはじめ、ホタテやアナゴ、ワカメといった東北選りすぐりの水産物が揃った。イベントの目玉はもちろん、宮城県沿岸部の「唐桑」「長面浦」「鳴瀬」の三つの地域で獲れたカキ。これらのカキを「プレミアムブランド牡蠣」として販売し、連日多くの来場者で賑わった。「イベントでは、たくさんの方に宮城県産のカキを知っていただくことができました。『プレミアムブランド牡蠣』の反応も良く、各地域に興味を持ってくださる方が多かったのが印象的でした」と阿部さんは話す。

宮城県内で「殻付きカキ」のブランディングに取り組む地域は現在8ヶ所あり、今後はほかの地域にも「殻付きカキ」のブランディングを展開していく。さらに、様々な地域のカキを食べられるイベントを今後も継続して展開していく予定。「イベントは消費者に宮城県産のカキをアピールできるだけでなく、漁業者と消費者がつながる貴重な機会です。漁業者は消費者が目前で自分たちの育てたカキを食べている様子を見ることが自信になります。そうやって喜びややりがいを感じられることが、後継者を育てることにつながっていくと思うのです。宮城県漁協と漁業者が一丸となって取り組むカキのブランディングは、今後もますます連携を強めて展開していく。

漁業者が中心となって取り組んだ養殖方法の改革

「殻付きカキ」の本格生産に最初に取り組んだのが、宮城県の最北端に位置する気仙沼市唐桑地区である。唐桑でカキの養殖漁業を行う畠山政則さんは、率先して仲間の漁業者に改革を呼びかけた。「質より量で勝負していたそれまでのやり方を変え、市場でより高値で取引される『殻付きカキ』を生産するためには漁場の整備が必要でした。生産量を制限して一つひとつのクオリティを高める新しいやり方に、若い漁業者を中心に賛同してもらえたことで取り組むことができました」と畠山さんは語る。

津波でカキの殻をむく処理場が流されてしまったため、設備の制限から震災直後は殻付きしかできなかったというのも理由の一つだという。「震災が起きた1ヶ月後に、石巻市で種カキが少しだけ残っていると聞き、急いで確保に向かいました。一刻も早く漁業を再開しなければ漁業者が海を離れてしまうと思ったのです」と話すのは宮城県漁協唐桑支所の支所長・吉川弘さん。こうして震災後に養殖したものは1年後には「殻付きカキ」として出荷したという。



唐桑地区で獲れる「もまれ牡蠣」は3年もので、殻からこぼれ落ちそうなほどの大ぶりの身が特長的。一帯を山に囲まれ、植物プランクトンが豊富な漁場で、より一層の手間ひまをかけ育てている。湾の中で種カキを育てる段階で質の良いカキ以外を間引き、カキが養分を取り入れやすいように耳吊り式で間隔を開けながら育てる。震災前までは、量を獲るために密集して育てていた養殖方法を改善した。それから1年ほど成長したものを温湯処理し付着物を取り除き、じっくり時間をかけてふっくらとした身に育てていく。そして、カキの成長に合わせて漁場を移動することで大きさと旨味のバランスがとれた品質の良いカキができる。

「手間を惜しまず育てたカキを評価されることが、何より嬉しいです。『殻付きカキ』の生産を始めたことで、港の復興に向けてスムーズに動き出せたと思います」と畠山さんはいう。こうした生産者の熱意や行動が「ストーリー」となって地域ならではの付加価値を生む。

地域ごとの特性を活かした 宮城県産カキを全国へ



「宮城牡蠣の家」にて(東京・大手町)



各地域で生産された「殻付きカキ」は宮城県漁協直営のインターネットの卸市場「おらほのカキ市場」で販売されている。「おらほ」とは方言で「私たち」という意味。今までカキは市場で値づけされていたが、「おらほのカキ市場」では仲買人や飲食店、流通業者などが直接注文でき、買い手がその価値を評価し価格を設定できる新しい販売方法である。

さらに、都市部で開催されるカキイベントにも宮城県漁協が中心となって積極的に参加。震災で縮小してしまった販路の拡大に向けてPRを行っている。「震災を機に地域ごとのブランディングに力を入れてきましたが、イベントにお越しいただいたお客様の反応を見て、思い切って方向転換をして良かったのだと思います。漁業者がダイレクトに伝わるからこそ反響点も多くあります。漁業者の方と一緒に宮城県のカキを創り上げたいです」と宮城県漁協の阿部さんは意気込みを語ってくれた。今後は宮城県だけでなく全国のカキの産地が参加するイベントにも参加していく予定。今後の「殻付きカキ」の展開に期待が高まっている。

～復興から未来へ～ 宮城県漁業協同組合と漁業者が描く未来

震災を機に始めた地域ごとのブランディングは、少しずつ認知度が高まっている実感があります。今後は地域間で自然にライバル意識が芽生えて、宮城県の中でも切磋琢磨し合えば良いですね。とはいえ、漁業の現場では設備不足や働き手不足などまだまだ問題を抱えています。販路が順調に拡大しても、漁業者にとって負担になってはいけません。一つずつ問題を解決しながら先に進みたいと思っています。

漁業を発展させていくうえで大事なのは、宮城県漁協と漁業者の昔から変わらない確固たる信頼関係です。カキの養殖に携わる漁業者は皆さんがこだわりを持って取り組んでいて、これまでそういった取り組みが表に出ることはありませんでしたが、発信することで一人でも多くの人に知っていただくことが重要だと感じています。価値がきちんと評価され、漁業自体を魅力的なものに変えていくことが、次の世代を育てていくための我々の責任だと思うのです。



(写真左から、宮城県漁業協同組合 気仙沼総合支所 唐桑支所 支所長・吉川弘さん、同 唐桑支所運営委員会 委員長・畠山政則さん、同 経済担当理事・阿部誠さん)

宮城県「殻付きカキ」MAP

宮城県漁業協同組合と漁業者がブランディングに取り組む各地の「殻付きカキ」



福島県

いわき市 いわき市水産物地域ブランド化推進委員会 /

郡山市 郡山市・県南鯉養殖漁業協同組合



03 福島県

AREA
INFO

水産業の未来をつくるため 「今」にとことん向き合う

“Kizuna Story of Fukushima”

寒流の親潮と暖流の黒潮が交わる三陸沖の中でも、
福島の沖合は「潮目の海」とも呼ばれ、「常磐もの」として、様々な魚が獲れる好漁場を持つ。

一方内陸では川や湖での養殖業が盛んに行われ、地域に根づいてきた。
震災の影響によって、これまでどおりの漁業、養殖業ができない状況が

今もなお続く中、福島の水産業の未来を切り拓くため
「今」にとことん向き合う人たちがいる。



きまじめで心意気のある「常磐もの」たちで、 いわき市の元気を取り戻す

「常磐もの」とは、本来は茨城沿岸から福島沿岸の漁場で獲れた水産物を指す言葉である。親潮と黒潮が交ざる海域にあり、岩場や砂利場など多彩な“海の畑”に恵まれた「常磐もの」は、築地市場の目利きたちから美味しさの証としてそう呼ばれ、震災前は高値で取り引きされていた。津波の直接被害と原発事故の風評被害という二重の苦難に見舞われたいわき市の水産関係者は、「いわき市水産物地域ブランド化推進委員会」を発足させ、「常磐もの」の魅力発信へ想いを一つにしながら、水産業復興に立ち向かっている。

水産業の未来に大漁旗をなびかせるために

「プロジェクトが掲げる『常磐もの』の“もの”とは、単なる産品ではなく、いわきで水産業に携わり、復興しようと立ち上がる人々を含めた言葉でもあります」と語るのは事務局を運営するいわき市農林水産部水産課の片寄秀典さん。いわき産水産物の信頼を震災前に戻すだけでなく、「常磐もの」の信頼回復に努める水産関係者までもPRする目的もあるという。現在、いわき市では週に1～2回試験操業があり、ようやく沿岸ものの魚が魚市場にも並び始めた。しかし、水揚げ量は震災前の数パーセントにとどまっている。また、福島県漁業協同組合連合会では国の基準の半以下と定めた自主基準のもとで放射性物質スクリーニング検査を行い、安全性を確かめて出荷しているが、現状では“いわき産”というだけで市場から敬遠されることもあるため、積極的に水揚げ量を増やすことができない。こうした風評の払拭を目指し、いわき市と水産関係者は力を合わせ、地域ブランド「常磐もの」の認知度向上・消費拡大に向けて立ち上がった。まずは「常磐もの」の認知度をあげるために、オリジナルのロゴマークをあしらったツールを制作し、市内外での積極的なPR活動を開始。今後は市内の飲食店や小売店で「常磐もの」を使った商品を提供していくことによって、「常磐もの」の美味しさを直接消費者に味わってもらおう機会を増やしていくという。

いわき市漁業協同組合の組合長であり、「いわき市水産物地域ブランド化推進委員会」の委員長を務める矢吹正一さんもPR活動に積極的に参加。「風評をなくすには、生産者ももっと前に立って、情報発信をしていかなければ。これからも、水産業の未来に大漁旗をなびかせるために、私たち年長者も隠居してられない」と意気込む。安全性への取り組みと、品質や鮮度管理へのさらなる高い目標を課し、「常磐もの」たちは自ら発信を続けていく。



お問合せ

いわき市農林水産部水産課
 担当：片寄秀典
 所在地：福島県いわき市
 平字梅本21番地
 TEL：0246-22-7487
 <URL>
 misemasu-iwaki.jp



伝統と革新のアプローチによって 郡山市の特産「養殖鯉」の可能性を切り拓く

海を持たない郡山市では、古くから、ため池を利用した鯉の養殖が盛んに行われてきた。しかし、最近では消費者の食生活の変化から、鯉の消費量は徐々に減少。さらに震災の影響によって、その課題は深刻化。地域の食文化を絶えさせぬようと、生産者だけでなく、行政、地域と三位一体になり、鯉ブランドの創生に立ち上がった。特産品「郡山の鯉」の再興のみならず、時代に合った新しいマーケットの創造に取り組む。

長い歴史を持つ特産品「郡山の鯉」、 伝統にとらわれず、創作料理やサプリメント開発も視野に

「鯉は味だけではなく、江戸時代には、薬効が高い漢方として食べられていました。今回のプロジェクトでは地域の大学と共同で鯉の栄養分析を行い、新しい魅力を全国に発信していきます」と鯉の可能性に意気込むのは、事務局を務める郡山市の“鯉係長”筋内勝則さん。内陸に位置する郡山市では、明治期、安積疏水の完成とともに農業生産と鯉の養殖が同時に拡大。こうした背景の中、郡山市は全国有数の鯉の産地となり、鯉料理は郷土食として地域に親しまれてきた。しかし、現在では消費者の食生活の変化や震災の影響で鯉の消費量は減少し、鯉食文化の継承が困難な状況になってきている。こうした状況を打開するために動き出した『「鯉に恋する郡山」プロジェクト』。鯉が持つ機能性に着目し、機能性食品、特保、介護食など、広い視野での商品開発を行い、地域ブランド化の実現を目指していくと筋内さんは話す。

また、郡山市の鯉食文化を次世代につなげていくためには、地域一体となった取り組みが不可欠であり、今後は、郡山市内の料理店や鮮魚店などのパートナーを増やしながら販路拡大を行っていくという。郡山市の郷土食の復興は、地域の絆を強めるとともに、多くの人に地域の食文化の大切さを教えてくれる取り組みとなっていく。



郡山市の「鯉料理」商品

鯉の味わいにこだわり 手間ひまかけた郷土食

お問合せ
 郡山市農林部園芸畜産振興課
 6次化推進係・鯉係
 所在地：福島県郡山市朝日一丁目23-7
 TEL：024-924-3761
 <URL> city.koriyama.fukushima.jp



鯉昆布巻

鯉を醬汁に使い、柔らかい昆布で包みました。鯉と昆布の旨味が絶妙です。
 <内容量>約 200g



鯉甘露煮

10時間以上煮込み、鯉本来の味を大切にしました逸品です。骨まで召し上がれます。
 <内容量>約 230g



持続可能な“稼げる”水産業を創る

熱きフィッシャーメンたちが三陸水産業の未来を変える

食業界の起業家二人が、東北の食を復活させるプラットフォームとして立ち上げた「一般社団法人東の食の会」。彼らの目標は一時的な復興支援ではなく、長期的なサポートによる「一つの産業として成功するビジネスモデルの構築」。2011年6月から開始した取り組みは、販路の開拓や商品プロデュースから、人材育成や地域を超えた水産業者のコミュニティづくりまでに発展。三陸の水産業の未来を担うリーダーたちを生み出すプロジェクトに成長した。

ビジネスパーソンたちが考える真の“復興”を目指して

「一般社団法人東の食の会」には、食業界の第一線で活躍する起業家を中心に、キリン株式会社をはじめ食品メーカーや流通企業などが参加している。その運営を任されたのは、震災当時、外資系コンサルタント会社で農業関係のプロジェクトに関わっていた高橋大就さん。「震災直後から現地で緊急支援活動をしている中で、長期で食の復興をやらなければいけないと感じていました。ちょうどその時、東の食の会設立の話聞き、『俺がやる!』と迷いなく手を上げ、当時勤めていた会社を辞めて参加しました」。ノウハウも人脉も豊富なビジネスパーソンが集う東の食の会が考える“復興”について、高橋さんは次のように語る。「チャリティではなく、ビジネスとして“一つの産業を再興させる”ということ。そのために、メンバー全員、長期間で東北にコミットすることを約束し、5年間で流通総額200億円という具体的な目標も立てました。将来的に、地域の水産業者が自走できるようにしないと、本当の意味での復興とはいえません」。



生産者と企業をつなぐマッチング事業から未来を担う人材の育成へ



彼らがまず着手したのは、生産者や食品加工会社などの「作る側」と、食関連企業などの「売る側」のマッチング事業。メンバーが持つネットワークを活かして両者をつなぎ、商品プロデュースから販促イベントの実施などをトータルでサポートすることで販路の開拓を促した。また同時に重要視していたのが、食品の安全・安心についての情報発信。風評被害への対応なくしては、東北の食が再び全国に流通することはありえなかった。

こうしてプロジェクトを進める中で、新たなミッションが浮上した。それが、未来を担う人材を育てること。「だんだんと時間が経ち、応援の気運や世間の放射能懸念も下がりつつある中で、少しずつ成功する人とそうでない人という差が現れ始めました。条件は全員同じなのに、何が違うのかと考えた時、それは個人の意志やスキル、つまり“人材”の問題だと気づいたんです。単純に商品や販路を作っても、将来的には彼らが自立してビジネスを回していかなければいけない。私たちもいつかは離れなければいけない。そのためには、ビジョンと意志とスキルを持った、リーダーとなれる人材をもっと増やさなければいけないと感じたのです」。

熱き志を持った生産者が集う「三陸フィッシャーメンズ・キャンプ」



三陸水産業の将来を創造するリーダーを養成すべく、「復興応援キリン絆プロジェクト」水産支援事業の助成を受け2013年から始まったのが「三陸フィッシャーメンズ・キャンプ」。このキャンプは漁師や水産加工会社などの「フィッシャーメン」を対象にした合宿形式のワークショップ。高橋さんは開始当初、参加者集めに苦戦したという。「育成すべきリーダー像がすでにあっただけで、最初は我々が『この人だ!』と思う人を直接口説いていきました。沿岸を車で走りながら漁師さんを勧誘したり、ネット上で熱い発言をしている水産業者にコンタクトを取ったり(笑)。そうして、自然と熱量の高い人たちが集まってきたんです」。

キャンプでは、現地視察や各業界で活躍する講師によるマーケティング、ブランディングに関する講義のほか、参加者による商品プレゼンテーションも盛り込まれた。講師陣は率直なフィードバックを返すことで、全力で参加者のスキルアップを手助けする。「フィードバックではかなり厳しい意見が飛び交います。最初は反発する方もいましたが、ほとんどの方は自分のものにしてと真摯に受け止めてくれました。参加者が素晴らしかったことが、キャンプ成功の要因だったと思います」と高橋さんは振り返る。キャンプは石巻市、釜石市、気仙沼市、大船渡市と毎回場所を変え、2015年5月に南三陸町での開催をもって無事終了。水産業界の新しいリーダーたちを生み出す、きっかけの場となったのである。

地域を越えてつながる同志たちが 日本の水産業界を変えるリーダーに

「キャンプでは、貴重な副産物が生まれました」という高橋さん。それが、地域を越えたフィッシャーメンたちのつながり。「水産業界は“隣の浜は敵”というぐらい保守的な世界。キャンプ参加者のように、熱い志を持って新しいことに挑戦しようとしている人たちの中には、周りの賛同を得ることができずに、地域で孤独な思いをしている人も多くいました。そんな彼らがキャンプで出会い、すごいパワーが生まれたんです。彼らの中から地域を越えたチームが生まれ『一般社団法人フィッシャーメンズ・ジャパン』という団体も設立しました(P48・49参照)。彼らこそ、三陸水産業のリーダーとなる存在です」。東の食の会では新たに、キャンプから生まれたリーダーたちを集め、「三陸フィッシャーメンズ・リーグ」を2015年10月に立ち上げた。リーグではさらなるリーダーの育成や、ようやく芽吹いた三陸水産業の未来のリーダーたちの絆をより深め、地域を越えた連携によって三陸水産業のブランド育成や事業開発などに取り組む。「彼らを筆頭に、東北の水産業者全体が目標にできる成功モデルをつくり、日本の水産業界自体を変えていけたらと思います。まだまだこれから勝負です」。



お問合せ
 一般社団法人東の食の会
 所在地:東京都品川区
 東五反田1-13-12
 いちご五反田ビル4階
 TEL:03-5447-6273
 <URL>
 higashi-no-shoku-no-kai.jp

“つながり”によって紡ぎ出されるストーリーが 食の未来を変えていく

一つひとつのプロジェクトに寄り添いながら、プランニングから実行に至るプロセスに重きをおいて継続的に活動してきた「復興応援 キリン絆プロジェクト」水産業支援事業。東北での取り組みとその想いとは。

震災をきっかけに、日本が抱えていた水産業の課題が露呈した

——「復興応援 キリン絆プロジェクト」水産業支援事業（以下、「キリン絆プロジェクト」）では、第1期のハード支援の後、第2期として水産物の「ブランド育成支援」、「6次産業化に向けた販路拡大支援」、「将来にわたる担い手・リーダー育成支援」といったソフト支援に力を入れることになったのはどのような背景があったのでしょうか。

野田 ハード支援が一段落した頃、沿岸部で少しずつ水産業が再開し、水産加工品が作られるようになってきましたが、肝心の売り先は、震災前と比べて減少したままです。震災が原因で取引先が離れてしまったことも、もちろんあると思いますが、モノを作ればそれなりに売れる時代が終わった中で震災の影響は、元々日本が抱えていた水産業の課題を露呈することにもなりました。その課題解決のためにはハード面だけではなく、ソフト面の強化も必要だという想いを持ったのです。

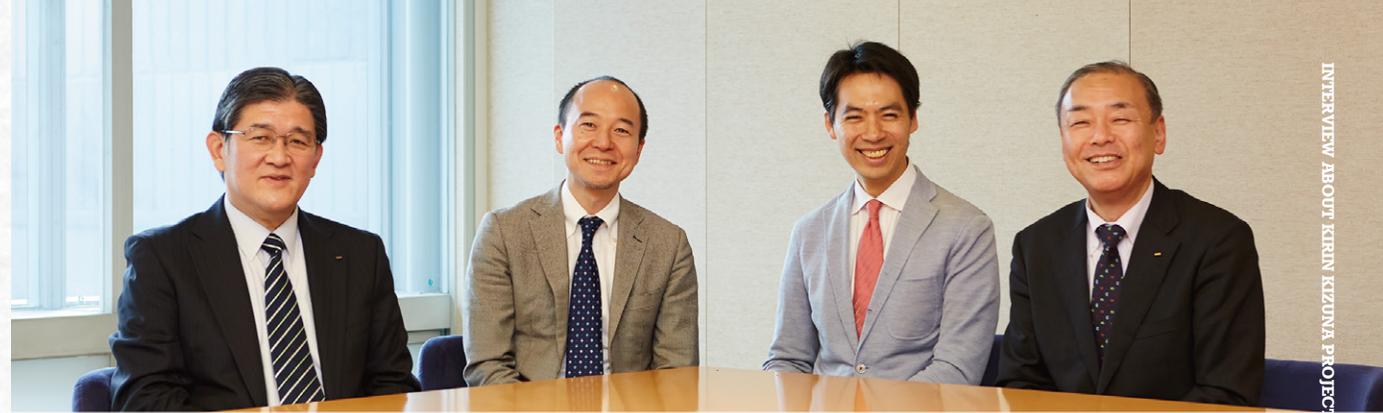
古賀 ソフト面の支援が必要だというのは、第1期のハード支援を行って行く中で、漠然と頭の中にはありましたが、具体的に何が必要なのかはわかりませんでした。そこで一般社団法人RCFや日本財団のお力を借りながら、実際に沿岸地域にも足を運び、具体的にどういったことをすべきか、現地を見て課題を抽出していきました。



藤沢 デスクリサーチの段階で、東北の水産業は震災前から構造的な課題を抱えていたことがわかりました。「モノ」を売るためのブランディングが弱いのもそうですし、岩手県沿岸部の漁業関係者の平均年収は内陸部よりも大幅に低く、現地の人たちにとって水産業はあまり魅力的な職業ではありませんでした。しかし、実際に現地に行ってみると、こうした構造的な課題の解決ではなく“早く元の状態に戻りたい”という意見が大多数だったのです。本当にそれだけでいいのか、非常に悩みましたね。

古賀 現地の求めていることと私たちが感じていた課題とのギャップに、当初は戸惑いました。しかし、こうした中でも、水産業の発展的な未来を見据えて、構造的な改革の必要性を感じている方々にも出会いました。現地の様子を肌で感じ、こうした人たちの熱意と接していくことで、私たちのやるべきことはここにあると決断しました。

荻上 被災地では目の前に必要な設備やサポートをニーズと捉えがちですが、未来を見据えて根本的な問題に取り組み、変えていくことが本当に必要とされていることだと思います。



古賀 朗

キリン株式会社 CSV本部 CSV推進部
絆づくり推進室
「復興応援 キリン絆プロジェクト」水産業支援事業
ワーキングチームメンバー

荻上 健太郎

日本財団 ソーシャルイノベーション本部
海洋チーム 上席チームリーダー
「復興応援 キリン絆プロジェクト」水産業支援事業
ワーキングチームメンバー

藤沢 烈

一般社団法人 RCF 代表理事
「復興応援 キリン絆プロジェクト」水産業支援事業
ワーキングチームメンバー

野田 哲也

キリン株式会社 CSV本部 CSV推進部
絆づくり推進室 室長
「復興応援 キリン絆プロジェクト」水産業支援事業
ワーキングチームメンバー

「モノ」を「ストーリー」として伝える「モノ語り」としてのブランディング

——実際に、第2期はどのようにプロジェクトを進めていったのでしょうか。

野田 商品の売り先がなくなった時、漁業関係者の方々は改めて消費者の嗜好や求めていることを意識するようになりました。それまでは、自分たちが獲った魚や作った加工品が消費者にどうやって食べられているかなど、詳しく理解する機会が少なかったのです。しかし、岩手県、宮城県、福島県を結ぶ三陸沖は獲れる魚種もほぼ同じで、似通った水産加工品が数多くある中で、自分たちの商品が消費者に選ばれるためには、自分たちのこだわりをきちんと消費者に伝えなければなりません。そのためには、「モノ」を「ストーリー」として伝える「モノ語り」としてのブランディングを進めていく必要がありました。

藤沢 マーケティングとは作った「モノ」をどう発信するかにとどまっていますが、ブランディングはそれを消費者の頭に植えつけることができ初めて成功といえます。そのためには、一方的な発信ではなく、消費者との“つながり”が大事になってきます。

荻上 「モノ」の良さもそうですが、地域としてのブランディングも重要になってくると思います。震災をきっかけに自分が暮らしているまちの価値や大切さに改めて気づいたという方も多くいらっしゃいました。こうしたことも「ストーリー」の重要な要素の一つになると思いました。

幅広い意味でのタテとヨコの連携が必要

——「キリン絆プロジェクト」ではブランディングにおける生産者と消費者の“つながり”以外にも、事業者間や行政との連携など“つながり”がキーワードになっていますが、どのような意図があるのでしょうか。

古賀 これまでの構造を本質的に変えていくには、影響力のあるリーダーが一人いるだけでは難しく、漁業者や加工、販売に関わる人たち、流通の人たち、行政、地域の人たちなど、幅広い意味でのタテとヨコの連携をつくり、紡ぎ出すことが必要になってきます。

藤沢 “つながり”の意味も単に仲良くなるだけではなくありません。例えば先ほどのブランディングの話で言うと、漁業者が





消費者のことをきちんと理解し、消費者に商品の素晴らしさをきちんと伝える「交流の本質」こそが、まさに「麒麟絆プロジェクト」でいう“つながり”にあたると思います。

古賀 「地域資源活用推進協議会」(P16-P19参照)の八木健一郎さんや「釜石六次化研究会」(P15参照)の宮崎洋之さんのような、よそから来た方と地域の“つながり”が良い影響をもたらすこともあります。また、若い人の“つながり”がまちづくりを引っ張っている女川町(P42-P45参照)のような例でも、若い人たちが任されているからこそ、年配の方々と一緒に進めていく体制ができています。つながればつながるほど、価値観が変わり、プロジェクトの良いサイクルが回っていくことを、私たちも気づかされました。

三陸そのものが水産業において、世界一のブランドになることを目指したい

——「麒麟絆プロジェクト」の支援事業は2016年3月で一つの区切りを迎えます。最後に、これまでの取り組みを通して感じた想いをお聞かせください。

荻上 「麒麟絆プロジェクト」を通じて、担い手不足の問題にかなり危機感を感じるようになりました。先日、被災地にある水産高校にお邪魔したのですが、もう何年も定員割れが続いているそうです。これは水産高校に限った話ではなく、日本の地域全般にいえることではないかと思いますが、これから少子化と人口減少が進んでいく中で、日本の子どもたちが将来に対して夢や希望を持てる社会、特に自分が生まれ育った地域に対して関心や誇りを持つことができる社会であり続けたいと強く感じています。

藤沢 これまで、復興支援を掲げて東北で活動を行ってききましたが、「麒麟絆プロジェクト」を通じて、一方的に支援するのではなく、事業化に向けて一つひとつの取り組みに事業者目線で積極的に関わっていく、いわば「伴走」の意識に変わりました。そして今後は、三陸の地域が日本を代表するブランドになっていくことを目指し、自分たちもそこに関わり続けていきたいです。「麒麟絆プロジェクト」で埋め込んだ種を一つずつ花開かせて、世界中の方々に三陸の魚を食べたい、三陸に来たいと思ってもらえるよう、これからも活動していきます。

古賀 「麒麟絆プロジェクト」を通して、地域を誇りに思い、地域のために生きると腹を据えた方たちの姿勢に、たくさんことを学びました。被災地では、これから本格的なまちづくりがいよいよ始まります。公共施設が整い、新しいまちができていく中で、ハード面だけでなくソフト面のコンテンツを入れて



いく必要があります。その一つのきっかけとして、「麒麟絆プロジェクト」が取り組んできたことが、地域のために少しでも活かされればと思っております。そして、私も藤沢さんと同じく、三陸そのものが水産業において世界一のブランドになることを目指したいです。そのためには、これから大切なターニングポイントになると思います。

野田 「麒麟絆プロジェクト」は、企業に勤める私にとって社会との接点であり、社会が抱える課題に気づかせていただいた貴重な経験になりました。2016年の3月で「麒麟絆プロジェクト」での支援事業も一区切りとなりますが、ここで終わるのではありません。今もお現場で活躍されている方々に対して、これから別のかたちでどれだけサポートできるかにかかっていると思います。そしてこのプロジェクトで貴重な経験をさせていただいた恩返しとして、ほかの地域でもこのような取り組みにチャレンジしていきたいと思っています。



kizuna-nipponfoundation.info

KIZUNA Story Book 水産業編 2011→2015

発行：「復興応援 麒麟絆プロジェクト」水産業支援事業チーム 発行人：日本財団 荻上 健太郎 編集：SHUN GATE 発行日：2016年3月7日
〒107-8404 東京都港区赤坂1-2-2 tel: 03-6229-5112



笑顔で結ぶ。人を、日本を。



KIZUNA Story Book



笑顔で結ぶ。人を、日本を。



水産業編:福島 | 2015→2017

「復興応援 キリン絆プロジェクト」水産業支援事業

キリングループが、東北の震災復興として取り組んでいる「復興応援キリン絆プロジェクト」の中から、沿岸部地域の経済基盤でもある水産業において取り組んできた水産物のブランド育成支援、6次産業化に向けた販路拡大支援、将来にわたる担い手・リーダー育成支援について、2015年以降に活動を開始した福島県の各プロジェクトをストーリーとしてまとめました。



“つながりがつむぐ物語”

FUKUSHIMA

生産から食卓までの支援

2011 → 2017

キリングroupは、東日本大震災の復興支援にグループをあげて継続的に取り組むべく「復興応援 キリン絆プロジェクト」を立ち上げ、3年間で約60億円を拠出することを決め、活動を進めてきました。このプロジェクトでは、被災地の皆さまと一緒に復興に取り組みたいという思いから「絆を育む」をテーマに、被災地の皆さまの“地域社会の絆”や“家族の絆”を一層深めていただけるよう「地域食文化・食産業の復興支援」「子どもの笑顔づくり支援」「心と体の元気サポート」の3つの幹で一貫した活動を行ってきました。

本冊子では、キリングroupと日本財団の協働により推進してきた「復興応援 キリン絆プロジェクト」で支援しました水産業のプロジェクトをご紹介します。水産業の復興支援では“生産から食卓までの支援”をテーマに、水産業に対する支援活動を継続的に実施。2012年までは、復興支援第1ステージとして、水産業の中でも「養殖業の復興」に取り組んできました。そして2013年からは復興支援第2ステージとして、生産支援だけでなく水産物のブランド育成支援、6次産業化に向けた販路拡大支援、将来にわたる担い手・リーダー育成支援などを行っています。この活動を通じて、産業が活性化し雇用が創出され、将来に希望を持つ子どもたちが増えてコミュニティに元気が広がり、地域全体が持続的に活性化していくことを願っています。

※本冊子では、「復興応援 キリン絆プロジェクト」水産業支援事業 第2ステージで支援しましたプロジェクトのうち、2015年以降に開始した福島プロジェクトを掲載しております。掲載されている内容は2017年4月時点のものです。

復興応援 キリン絆プロジェクト 笑顔で結ぶ。人を、日本を。 INDEX

03	福島県	08	いわき市中グループ
04	相馬双葉漁業協同組合6次化推進協議会	09	いわき市水産物6次化推進協議会
06	いわき水産商品開発協議会	10	いわき市水産物地域ブランド化推進委員会
07	いわきサンマリーナ研究所	11	郡山市 / 県南鯉養殖漁業協同組合



相馬市 相馬双葉漁業協同組合6次化推進協議会
 / いわき市 いわき水産商品開発協議会、いわきサンマリーナ研究所、いわき市中グループ、いわき市水産物6次化推進協議会、いわき市水産物地域ブランド化推進委員会 / 郡山市 郡山市・県南鯉養殖漁業協同組合

福島県

AREA INFO

水産業の未来をつくるため
「今」とことん向き合う

“Kizuna Story of Fukushima”

寒流の親潮と暖流の黒潮が交わる三陸沖の中でも、福島県の沖合は「潮目の海」とも呼ばれ、「常磐もの」として、様々な魚が獲れる好漁場を持つ。一方内陸では川や湖での養殖業が盛んに行われ、地域に根づいてきた。震災の影響によって、これまでどおりの漁業、養殖業ができない状況が今もなお続く中、福島の水産業の未来を切り拓くため「今」とことん向き合う人たちがいる。

浜の漁師飯・浜のかあちゃん飯 推進プロジェクト

相馬双葉漁業協同組合6次化推進協議会 会長 佐藤弘行



“荒くれものの鮮魚のまち”に伝わる郷土料理をブランドに

年間150種類以上の多種多様な魚介類が水揚げされる相馬・双葉地方。親潮と黒潮が交錯する漁場は魚の身質が良く、この地域の鮮魚は「常磐もの」として全国の市場で高値で取り引きされるため、一攫千金を夢見る漁師らが集い、荒天でもひるまず漁に出る活気に満ちた浜であった。それが震災を機に一変、出荷制限などで水揚げ量は減少。そうした中、これまで地域の外へと発信する機会がなかった相馬・双葉地方独自に伝承されている魚料理の文化を、漁師やその妻たちが主導となって加工商品として開発するプロジェクトが立ち上がった。福島県内で活躍する若手デザイナーや福島の料理人とも協力し、「馬(&)鹿うまめし〜BAKAUMAMESHI〜」というキャッチコピーのもと、四つのチームにより、地域に昔からある価値ある食材・食習慣を丁寧に掘り起こす作業がスタートした。



原釜青壮年部(底曳網チーム) 代表・菊地基文

珍魚の加工に挑む若手漁師チーム

「いずれ本操業が始まったとしても、きっと震災前のようにはいかない。加工にも積極的に挑戦しなくては、という危機感があった」と語るのは、原釜地区の20〜40代の若手漁師13人で構成される原釜青壮年部代表、菊地基文さん。多様な水産物が水揚げされる相馬市ならではの商品を、と加工食材に選んだのはナマコ。相馬市ではナマコが漁師らに酒のつまみとして普段から食されてきたという。またコラーゲンやビタミンが豊富で「海の朝鮮人参」と呼ばれるほど栄養価が高い点にも可能性を感じたという。「自分よりも若い漁師たちが加工にも興味を持ち積極的にアイデアを出してくれる。みんなで楽しみながら取り組んでいるのが僕らの強み。仕上がりを楽しみ」と菊地さんは話す。



プロジェクトから生まれた商品

沖なまこのしょうゆ漬け
底曳網で獲れた、身の柔らかい沖なまこを地元相馬の特製生醤油タレに漬け込みました。コリコリとした独特の食感があるとを引く美味しさ。

原釜青壮年部(小型船チーム) 代表・松下護

漁師のプライドまで詰まったイナダのタタキ

大量に水揚げされるため安値で取り引きされていたブリの稚魚、イナダ。これを付加価値のある商品に転化できないかと思案したのは、原釜青壮年部の小型船チーム。プロジェクト発足当初はオリーブオイルやカレーなど数種類の味でイナダを漬ける構想だったが、途中からタタキへと方向転換した。「僕らはみな漁師。鮮度に自信があるのになぜ漬けにするのかと多少の迷いがあった。やっぱり生にこだわったかっただです」と代表の松下護さんはその理由を語る。郡山の割烹料理店「丸新」の指導により、臭みを取るための血合いの除去や、ネギや柚子で香り・彩りを加えるなどの試行錯誤を繰り返し、いまではみんなが納得する商品へと近づいていると松下さんはいう。「原釜のエッセンスをしっかり和詰め込みました。この商品が福島の魚を好きになるきっかけとなしてほしい」。



プロジェクトから生まれた商品

潮目イナダのトロ味噌和え

親潮と黒潮の交わる海域で獲れたイナダを特製味噌で和えた極上のひと品。獲れたてイナダのもっちり感と、トロのような旨みがぎゅーりと詰まっています。白ご飯にたっぷりのせて豪快に召し上がれ。

女性部相馬支部 支部長・佐藤靖子

浜の家庭で愛されるカニミンをさらに美味しく

漁師の妻を中心に構成される女性部相馬支部。地元の食材を使った商品開発にこだわった結果、最終的に目を付けたのが「平爪蟹(ひらつめがに) 通称まる蟹」だ。小振りな「まる蟹」は、旨味成分が凝縮されており「庶民のカニ」として地元の家庭では昔からカニミンにして食されてきた。「相馬のカニミンの味はここにしかない。しかも各家庭で味つけやレシピも微妙に異なる。どこのお母さんも自分の味が一番と思っている(笑)。そうやって切磋琢磨してきた味には自信があります」と代表の佐藤靖子さんは語る。本来は殻をブツ切りにして和えるのが相馬流だが、商品として流通させるにはハードルが高いため、蟹を殻ごと裏漉しし、風味や旨味をまるごと凝縮させ、新たな「まる蟹の蟹味噌」を開発中。「まずはこの商品で相馬に興味を持ってもらえたら。そして実際に相馬に足を運んでもらい、正真正銘の相馬のカニミンを味わってほしいです」。



プロジェクトから生まれた商品

まる蟹の蟹味噌

地元相馬の家庭料理の代名詞、まる蟹(平爪蟹)。別名、H(エイチ)蟹。蟹の身を一本一本、丁寧にほぐし、蟹そのものの旨みを凝縮しました。相馬の海を感じる贅沢なひと品。

※商品画像はイメージです。実際の商品と異なることがあります。

女性部鹿島支部 支部長・桑折澄子

料理人の知恵で広がるホッキの可能性

2016年6月より5年振りに試験操業として再開した相馬・双葉地方のホッキ漁。そのホッキ貝を活用した商品開発に挑戦しているのが女性部鹿島支部だ。県内の人気割烹店「丸新」のアドバイスも積極的に取り入れつつ独自性のあるホッキ料理を模索し、誕生したのが「ホッキ貝のアヒージョ」。「日々食材と真剣に向き合う料理人さんの視点は私たちとは全然違う。旨味成分を逃さないホッキ貝の水洗い方法や、捌く途中で捨てていた貝の口の部分も、ひと手間加えれば料理に使えることなど、いろんなアドバイスが目から鱗でした」と振り返るのは代表の桑折澄子さん。「ここは鮮魚のまちでしょ。そのまま食べても美味しいので、水揚げした後の食べ方についてあまり考えてこなかった。丸新さんの視点が加わって、いつも身近だったホッキ貝がさらに美味しくなっていくのを実感しました」。料理人とのコラボレーションが相馬漁業の未来を切り拓ききっかけとなる。



プロジェクトから生まれた商品

鳥崎(からすぎぎ)アヒージョ

獲れたてのホッキ貝と、季節の野菜の旨味を凝縮させた贅沢アヒージョ。オリーブオイルの風味とプリプリのホッキ貝が浜風を運んできます。ごはんのお供にぴったりひと品。

お問合せ
浜の漁師飯・浜のかあちゃん飯推進プロジェクト
担当:高橋・芳賀(原釜青壮年部・女性部相馬支部)、阿部・石谷(女性部鹿島支部)
所在地:福島県相馬市尾浜字追川196
TEL:0244-38-8301



旨さが自慢のアンコウ「どぶ汁」で、いわきの誇りを取り戻す

日本有数のアンコウの水揚げ地として知られる福島県・いわき市だが、原発事故の影響で水揚げ量は減ってしまい、限られた数しか市場に出回らなくなってしまっている。「このままでは、いわきに伝わるアンコウの郷土料理が衰退してしまう」という危機を打開するために、「いわき水産商品開発協議会」が発足。調理に手間がかかると敬遠されがちなアンコウ料理を、手軽にかつ徹底的に美味しく食べてもらおうと、地元の料理人や野菜農家を交えて日夜商品開発に挑んでいる。

安全安心だけでなく、美味しさ勝負にこだわりたい

「震災以降、いわきの魚と聞くと、どうしても安全安心という視点が先に立ってしまう。安全安心だけでなく、抜群にうまいもの、まず美味しいと感じてもらえることにこだわって商品を開発したかった」と語ってくれたのはいわき水産商品開発協議会会長である鈴木健寿(けんじ)さん。プロジェクト発足のきっかけは、市内の小料理屋「わ多なべ」で食べたアンコウの「どぶ汁」の味に感動したこと。「どぶ汁」はいわきに伝わる郷土料理で、もとは沖に出た漁師が、貴重であった真水を使わず、野菜とアンコウから出る水分だけで調理したことが始まり。かつては各家庭の食卓にも登場していたが、臭みの除去や調理に手間がかかる等の理由から次第に家庭で食べる機会は減っていった。

「『わ多なべ』で久しぶりに食べたどぶ汁は臭みがなくコクがあって旨味が凝縮されていた。文句なく美味しく、「これを家庭に届けたい」と思ったんです」。即座に「わ多なべ」の親方・渡邊達也さんにレシピ開発の協力を取り付け、地元の野菜農家とも連携しながら「どぶ汁」の商品化に取り掛かることになった。「まずは市内の魚屋さんを中心に商品展開するつもりです。何よりも地元の人に改めてどぶ汁の美味しさに気づいてほしい。この取り組みがいわきに誇りを取り戻すきっかけとなれば」と鈴木さんは語る。市外からのお客様にも自慢できる郷土の味は、これからいわき市民の笑顔をますますうみ出していこう。



「さんまを暮らしに取り戻す」 オールいわきで挑む郷土料理再生計画

古くから漁師のまちとして知られる小名浜は、福島県の中型・大型船の港としてさんま漁やカツオ漁が盛んであった。かつては家庭の食卓には夏はカツオ、秋はさんまが毎日のように並んでいたが、震災に原発事故、漁師の高齢化による人手不足などが重なり、昨今の水揚げ量・流通量は大きく下降、小名浜の魚食文化は衰退の危機に直面していた。こうした中、さんま加工業者が音頭を取り、地元の仲卸や飲食店、企画会社など11業者を集結させ、小名浜の伝統的なさんま料理を商品化し、日常の魚食を復活させるプロジェクトが始動した。

再生への鍵はこだわり抜いた商品を“必死に”伝えること

プロジェクトで注目したのは小名浜の郷土料理「さんまのボ-ボ-焼き」と「さんまのみりん干し」。「さんまのボ-ボ-焼き」とはさんまのすり身に味噌、ネギ、生姜などを混ぜ、ハンバーグのように焼いた料理。小名浜が発祥とされ、漁師が船上で料理する際に、さんまの脂が炭火に落ちて「ボ-ボ-」と炎が出たことから名づけられたといわれている。一方「さんまのみりん干し」は腹開きにしたさんまをタレに漬け込み数日間干したもので、昔からのいわき市の名産品である。

「昨年、地元では「さんまのボ-ボ-焼き」を知らない世代がいるほど、食卓にあがる機会が限られた料理になっていました。もっと日常の風景に「さんまの郷土料理」を溶け込ませて、家庭料理として復活させたい」と熱い思いを抱くのは会長の上野臺優(ゆう)さんだ。商品開発に特別にこだわったのが鮮度。上野臺さんは、自前で加工場を持っていることを活かし、小名浜で水揚げされたさんまを24時間以内に加工し商品化することを徹底した。また認知度向上のために、地元飲食店14店舗に協力を仰ぎ「さんまのボ-ボ-焼き」をバスタやシュウマイなど様々な料理にアレンジしてもらい、各店舗での提供を始めている。「絶対に美味しいものを作って、それを必死で伝える。仲間を増やす。突き抜けた商品力と活力があれば、風評被害なんてきつと関係ないんです」とぶれない想いを持つ上野臺さん。「小名浜に賑わいを取り戻す」、その決意はこれからの小名浜の未来を創っていく。



プロジェクトから生まれた商品



どぶ汁

海のフォアグラ「あん肝」で作る「肝みそ」にアンコウの切り身といわき産のネギと大根を加え、加熱するだけでどぶ汁の美味しさを味わえる具材入り汁ものです。
<内容量>:1,000ml

美味しさにこだわり抜いた、 いわき市の郷土料理「どぶ汁」

お問合せ
いわき水産商品開発協議会
担当:株式会社魚たつ
所在地:福島県いわき市江ノ浦105番地
TEL:0246-59-0111

プロジェクトから生まれた商品

食卓に小名浜のさんまを

お問合せ
いわきサンマリーナ研究所
所在地:福島県いわき市
小名浜吹松3-8
TEL:0246-92-3163



さんまボ-ボ-焼き

さんまのすり身に味噌、ネギ、ショウガなどを混ぜ、焼き上げました。さんまの旨みをギュッと閉じ込めた小名浜発祥の郷土料理です。
<内容量>:2個入(1個100g)、3個入(1個60g)



さんま ふわっと みりん干し

旨みを高め、さんまの肉厚でふわっとした食感を極限まで引き出しました。小名浜元祖の味をぜひご賞味ください。
<内容量>:3枚



出汁入り鍋用干物 推進プロジェクト

いわき社中グループ 代表・石井英樹



干物文化復活への切り札となるか 干物で作る鍋料理開発プロジェクト

いわき市では、鮮魚のみならず「さんまのみりん干し」に代表されるような干物文化も古くから根づき、地域のあちこちで目にする魚の天日干しはまさしく浜の風物詩であった。しかし、震災の影響や担い手不足によって、いわきの干物産業は苦戦を強いられている。そうした状況を打開するために発足した「いわき社中グループ」。干物への新たな需要を掘り起こすべく、いわき発の革新的な干物ブランドの確立を目指すプロジェクトが始まった。

干物屋のプライドが斬新なアイデアを生む

プロジェクトをリードするのは干物の加工販売会社「海神(わだつみ)」の代表である石井英樹さん。いわき発の干物の新ブランドを構想するにあたり、活路を見いだしたのはなんと鍋料理への応用。「鍋料理で使われる鱈などの白身魚や鮭などは、煮込むと身崩れしてしまうことに納得がいかなかったんです。最後まで魚の存在感を残したまま鍋を楽しめないものかと以前から考えていました」。そこで考案したのが、鍋の出汁となり、かつ具材にもなる干物商品の開発。濃い味つけで旨味を凝縮した干物を作り、それをお湯に入れ加熱するだけで十二分に出汁が鍋全体に広がり、ほかに味つけすることなく美味しい鍋料理に仕上がるといいます。

干物商品は10月～2月頃の寒い時期に、売上が減少する傾向にあるという。干物を鍋の出汁と具材として使うことは、閑散期の消費需要の掘り起こしも期待でき、干物業界の新たなビジネスチャンスともなる。現在は輸入物の赤魚を使用しているが、いわきの水揚げの回復を待って、いずれは地場物も使用していく予定だ。「いま干物屋の自分ができることは何なのか、と必死で考えました。「することがない、暇だ暇だ」とチャンスを待っているのはダメ。少しでも可能性があるなら周りの同業者も巻き込んで次々とチャレンジしていきたい」と石井さんは意気込む。

プロジェクトから生まれた商品



鍋干物

干物をお湯で熱することで、しっかりと出汁がきいた鍋料理が完成。ほかの味つけもいらず手軽に鍋が楽しめます。
<内容量>:70g×2切

鍋で食べる美味しい干物

お問合せ
いわき社中グループ
担当:真木 俊介
所在地:福島県いわき市泉町滝尻字松原40
TEL:0246-68-6522

いわき市6次化水産復興 プロジェクト

いわき市水産物6次化推進協議会 会長・江川章



メヒカリに希望を託す いわき水産業復活への第一歩

いわき市の沖合は親潮と黒潮が交わる好漁場、八つの港を有するなど古くから水産業が盛んな地域であったが、震災・原発事故による甚大な被害を受け、現在の水揚量は震災前に遠く及ばない。こうした状況の中、いわき市の水産業の存続をかけて、いわき市漁業協同組合と地元の仲卸業者3社が協業し、いわきの魚のシンボルでもあるメヒカリを現代のニーズに合わせたかたちでブランドを再生し、いわき市水産業全体の活性化を図るプロジェクトが立ち上がった。

これまでの常識を覆すメヒカリ料理を提案

「震災前から、地元の各家庭では魚離れが進んでおり、それが震災でより深刻になってしまいました。いわき市の水産業が復活するには、まず市民が魚を食べることが大前提だと思っただけです」と、プロジェクト発足のきっかけを語るのは、いわき市漁業協同組合の吉田和則さん。吉田さんが水産業復活への切り札として希望を託すのが「いわき市の魚」として指定されているメヒカリ。全長15cm程と小振りながら、脂がどっさり乗った美味な深海魚だ。

かつてメヒカリは地元の食卓や給食の定番であったものの、丸ごと唐揚げにするか、干してから焼く以外の調理法はあまりなかった。そこで開発したのが下処理や味つけを済ませ、加熱するだけで手軽に食べられる商品。「セレブなめひかり」というコピーを掲げ、メヒカリに対する従来のイメージを覆すべく、マリネやパスタなど新たなレシピの提案も積極的に始めている。試食イベントでは地元の主婦からも好評だったと吉田さんは話す。骨抜きは完全な手作業であり、手間がかかるため、今後の量産体制に課題は残るものの、吉田さんはプロジェクトに確かな手応えを感じている。「メヒカリが間を取り持つかのように、仲卸と漁業組合、それぞれの港、加工場、家庭が一つにつながり始めている。いわき全体でまた魚のまちを取り戻したい」。



プロジェクトから生まれた商品



セレブなめひかり

子どもからお年寄りまで幅広い年齢層の方々に食べていただける、美味しいメヒカリを、面倒な下処理なしに手軽に味わえます。



手軽に楽しめるメヒカリ

お問合せ
いわき市水産物6次化推進協議会
担当:新谷 渡 (にいに わたる)
所在地:福島県いわき市中央台飯野4丁目3番地1
TEL:0246-29-3565

地域ブランド「常磐もの」による
風評払拭プロジェクト
いわき市水産物地域ブランド化推進委員会 委員長・矢吹正一



きまじめで心意気のある「常磐もの」たちで、 いわき市の元気を取り戻す

「常磐もの」とは、本来は茨城沿岸から福島沿岸の漁場で獲れた水産物を指す言葉である。親潮と黒潮が交ざる海域にあり、岩場や砂利場など多彩な“海の畑”に恵まれた「常磐もの」は、築地市場の目利きたちから美味しさの証としてそう呼ばれ、震災前は高値で取り引きされていた。津波の直接被害と原発事故の風評被害という二重の苦難に見舞われたいわき市の水産関係者は、「いわき市水産物地域ブランド化推進委員会」を発足させ、「常磐もの」の魅力発信へ想いを一つにしなが、水産業復興に立ち向かっている。

水産業の未来に大漁旗をなびかせるために

「プロジェクトが掲げる『常磐もの』の“もの”とは、単なる産品ではなく、いわきで水産業に携わり、復興しようと立ち上がる人々を含めた言葉でもあります」と語るのは事務局を運営するいわき市農林水産部水産課の片寄秀典さん。いわき水産物の信頼を震災前に戻すだけでなく、「常磐もの」の信頼回復に努める水産業関係者までもPRする目的もあるという。現在、いわき市では週に1~2回試験操業があり、ようやく沿岸ものの魚が魚市場にも並び始めた。しかし、水揚げ量は震災前の数パーセントにとどまっている。また、福島県漁業協同組合連合会では国の基準の半分以下と定めた自主基準のもとで放射性物質スクリーニング検査を行い、安全性を確かめて出荷しているが、現状では「いわき産」というだけで市場から敬遠されることもあるため、積極的に水揚げ量を増やすことができない。こうした風評の払拭を目指し、いわき市と水産関係者は力を合わせ、地域ブランド「常磐もの」の認知度向上・消費拡大に向けて立ち上がった。まずは「常磐もの」の認知度をあげるために、オリジナルのロゴマークをあしらったツールを制作し、市内外での積極的なPR活動を開始。今後は市内の飲食店や小売店で「常磐もの」を使った商品を提供していくことによって、「常磐もの」の美味しさを直接消費者に味わってもらう機会を増やしていくという。

いわき市漁業協同組合の組合長であり、「いわき市水産物地域ブランド化推進委員会」の委員長を務める矢吹正一さんもPR活動に積極的に参加。「風評をなくすには、生産者がもっと前に立って、情報発信をしなければ。これからは、水産業の未来に大漁旗をなびかせるために、私たち年長者も隠居してられない」と意気込む。安全性への取り組みと、品質や鮮度管理へのさらなる高い目標を課し、「常磐もの」たちは自ら発信を、続けていく。

※本プロジェクトは2016年にいわき市に引き継がれました。



お問合せ

いわき市農林水産部水産課
担当:片寄秀典
所在地:福島県いわき市
平字梅本21番地
TEL:0246-22-7487
<URL>
misemasu-iwaki.jp

「鯉に恋する郡山」プロジェクト
郡山市 市長・品川萬里
県南鯉養殖漁業協同組合 代表理事組合長・熊田純幸



伝統と革新。双方のアプローチによって 郡山市の特産「養殖鯉」の可能性を拓く

明治時代の一大事業として行われた安積開拓、明治期に完成した安積疏水とともに農業と鯉の養殖が発展し、現在では全国有数の鯉の生産地となった郡山市。しかし消費者の食生活の変化により鯉の消費量は徐々に減少、さらに2011年の震災の影響によってその課題は深刻化した。そうした中、鯉食文化を絶やさぬよう、生産者だけでなく産学官、そして市民までも一体となって鯉ブランドの創生に立ち上がった。プロジェクトの取り組みは、単なる「郡山の鯉」の再興だけでなく、鯉食への関心を通して地域の絆をより強めるとともに、時代に合った新しい商品やマーケットの創造にもつながり始めている。

「郡山の鯉」を“気軽に”親しみやすく

かつて全国一の高値で取り引きされていた郡山市の養殖鯉は、食生活の変化や震災の影響により出荷量が減少していた。市内でも日常的に鯉料理を食べられる場所が少なくなり、地域の食文化の継承が困難になりつつある中、「鯉に恋する郡山」プロジェクトは、郡山の鯉料理を“気軽に”食べてもらうことをコンセプトに動き出した。

プロジェクトでは、生産者をはじめ料理人、飲食業者、学生を集めて新商品の開発に向けたワークショップを行うとともに、和食として親しまれてきた鯉をほかの方法で調理しようと、鯉食文化を持つハンガリーの大使館や、市内の日本調理技術専門学校などの協力を得て新しい鯉料理の試作をくり返した。こうした活動が実を結び、2017年2月から1ヶ月間、イタリアンやフレンチ、中華などの市内飲食店14店舗で、新たな鯉料理を提供するキャンペーン「郡山の名店で鯉を食べよう」が実施された。食べやすくアレンジされた数々のメニューは、「来客時に郷土食としてすすめたい」と市民に好評を博し、期間終了後も「郡山の郷土料理を盛り上げたい」と、全店が鯉料理の提供を継続。さらに、新たに鯉料理を提供したいという店も現れた。また、「鯉に恋する郡山」プロジェクトでは、販売促進のロゴマークを市内にある国際アート&デザイン専門学校の学生と共同で制作するなど、市民と力を合わせて事業を推進している。これからも、地元の様々な人々の力を結集させ、新たな鯉食文化の創造を図っていく。



プロジェクトから生まれた商品



小田原屋漬物店 「鯉シリーズ」

地元漬物店が開発した鯉の風味を活かした瓶詰め商品。パーニャカウダ、アヒージョ、鯉フレーク、大葉味噌の全4種類。
<内容量>150g、80g

気軽に楽しめる鯉料理

お問合せ
郡山市農林部園芸畜産振興課 鯉係
所在地:福島県郡山市朝日一丁目23-7
TEL:024-924-3761
<URL>
www.city.koriyama.fukushima.jp



笑顔で結ぶ。人を、日本を。



KIZUNA Story Book 水産業編：福島 2015→2017

発行：「復興応援 キリン絆プロジェクト」水産業支援事業チーム 発行人：日本財団 荻上 健太郎 編集：SHUN GATE 発行日：2017年6月30日
〒107-8404 東京都港区赤坂 1-2-2 tel: 03-6229-5112