

水産庁
長官賞

新コンセプトの商品開発！

『こがわ』を知ってもらったために

漁協を中心に進めた、



こがわ 小川地区 地域水産業再生委員会 (JF小川)

漁協の女性職員を中心に取組まれたのは、若者をターゲットにした斬新なコンセプトの商品開発。活動が進むにつれ、協力者が増え、全体の意識が変わり始めた。

①さばチキン ②焼津漁港 ③さば粕漬・さば干物・さば味噌漬け ④小川港さば祭りでの焼きサバ無料配布の様子 ⑤取組を進めた漁協職員 ⑥小川さばマルシェの様子 ⑦サバ漁の様子 ⑧小川で水揚げされるサバ

「小川」を『こがわ』と読んでもらうために

静岡県焼津といえばカツオやマグロのイメージが強いが、焼津漁港に拠点を置く小川漁業協同組合では、水揚げの7割近くがサバ類で占められている。焼津の知名度は高く、恩恵に預かる面もあるものの、主力魚種であるゴマサバの消費量を増やし、小川さばの認知を獲得することが求められていた。そして漁協職員たちの何よりの願いは、「小川」を「おがわ」ではなく、『こがわ』と正しく読んでもらうことだった。それが達成されることが、小川さばのブランドが浸透した

ことのパロメーターにもなるからだ。

若者をターゲットにした商品開発とイベント開催

小川漁協の漁プランは、漁協の女性職員を中心に進められた。ゴマサバの価値をより高めるために取組まれたのは、新たな商品の開発だった。当初1名の女性職員が始めたことが、次第に協力者を呼び、その他の職員、漁業者、地元加工業者などが協力して、試作が重ねられた。第1弾として開発されたのが、船上で活け締め・水抜きを施し、さっぱりした味の小川さばの特徴をいかした『さば干物』と『さば味噌漬け』だ。

しかし、これらは家庭での加熱調理が必要な商品で、購入する層が限られた。そこで、“さばパワーをまるごと手軽に”をコンセプトに開発された商品が、解凍してそのまま食べられる『さばチキン』だ。ターゲットは、魚が身体によりよことを知りながらも調理面などを理由に敬遠している、健康志向の高い若年層。そのままはもちろん、家庭料理を手軽にアレンジすることも受け、マスコミや他業種からの引き合いも出てきている。小川さばの認知度向上に向けて、販売の工夫も行われている。平成1

8年から継続開催されている、地域の一大イベント『小川港さば祭り』では、10,000食の焼きサバが無料で振る舞われる。また、女性職員のアイデアで、地域内外の若者をターゲットに新たに開催されているのが、『小川さばマルシェ』だ。ゆったりとくつろげるような雰囲気の話型イベントで、水産関係だけでなく、小川地域の飲食店など様々な業種の約20店舗の出店交渉を経て開催が実現した。これまで水産・漁業とは距離があった新たなターゲットを取り込むための工夫に富んだ事例だ。

女性職員を中心に、漁業関係者の意識が高まった

紆余曲折を経ながらも、こうした取組が実行できた背景には、女性職員の取組をバックアップしようという漁協内の意識が備わっていたことがある。漁プランでの取組をきっかけに、漁協内にはさらに強い連携体制とモチベーションが生まれ始めた。商品販売が順調であることはもちろん、女性職員とそれを支える関係者の努力により、『こがわ』という名が知られるようになってきている。

表彰選定委員会でのコメント (一部抜粋)
「取組を進める女性職員の姿を見て面倒な作業を漁業者が実践したり、一体体制ができている」
「(総合性の点において) 各業者間のつながり、マルシェの活動など、明らかに地域の底上げになっている」

再生委員会 情報
●委員会名: 小川地区地域水産業再生委員会 ●代表者: 橋ヶ谷 善生
●構成メンバー: 小川漁業協同組合、焼津市、善生丸漁業生産組合、(有)藤丸
●対象地域: 静岡県焼津市 ●対象漁業: さば棒受け網漁業、さばすくい網漁業、大型定置網漁業、刺網漁業 他

浜プラン詳細

