

FISH

VEGETABLES

SAKE

FRUITS

TEA

Shinomono ジノモノ



ここだけのモノ、
ここからの未来。

A man with a mustache, wearing a bright orange raincoat and blue gloves, is focused on his work on a boat. He is holding a green rope. The background shows the blue sea and parts of the boat's structure. The overall mood is one of dedication and craftsmanship.

歴史、気候風土、そして人の力
土地に根ざした「ジノモノ」

恵まれた地形や気候などの条件により、
先人たちが見出し、受け継いできたもの。
あるいは進化する時代のなかで
新たな価値を加えて生まれたもの。
それぞれの土地に根ざした「ジノモノ」には
地域の魅力がたくさん詰まっています。
そして忘れてはならないのは
継承し、あるいは生み出すために奮闘した人。
その苦勞や思いを知ればより味わい深い
全国の「ジノモノ」をクローズアップします。

Contents

ジノモノの時代

05 進化し続ける産地ブランドの可能性

野崎洋光さん [分とく山 総料理長]

09 Jinomono Story

- 11 宮城県・女川町 / 01 国産煮付シリーズ [鮮冷]
- 15 北海道・泊村 / 02 甘づけウニ [古宇郡漁業協同組合]
- 17 青森県・大間町 / 03 大間マグロ [魚忠]
- 19 青森県・むつ市 / 04 夏秋イチゴ [A-berry]
- 21 青森県・東通村 / 05 炭火焼のしいか [岩屋漁業協同組合 婦人部]
- 23 青森県・六ヶ所村 / 06 本格焼酎 六趣 [六趣醸造工房]
- 25 新潟県・刈羽村 / 07 砂丘桃 [ビーチビレッジ刈羽]
- 27 新潟県・柏崎市 / 08 柏崎のアラ [新潟漁業協同組合 柏崎支所]
- 29 茨城県・東海村 / 09 東海村の干し芋 [テルズ]

- 31 伝える人魅せる人 / 01 千石あやさん [中川政七商店 代表取締役社長]
- 33 伝える人魅せる人 / 02 鈴木正晴さん [日本百貨店 プロデューサー・バイヤー]
- 35 福井県・高浜町 / 10 若狭の灰干し [まちから]
- 39 福井県・おおい町 / 11 名田庄の自然薯 [名田庄商会]
- 43 静岡県・御前崎市 / 12 深蒸し茶 [やまま満寿多園]
- 45 石川県・志賀町 / 13 能登志賀ころ柿 [JA 志賀]
- 47 福井県・敦賀市 / 14 蔵田昆布 [奥井海生堂]
- 49 福井県・美浜町 / 15 若狭ビール [若狭シーサイド・ブルワリー]
- 51 島根県・松江市 / 16 そのまんま食堂 [ヤマヲ水産]
- 53 愛媛県・伊方町 / 17 釜あげしらす [朝日共販]
- 55 佐賀県・玄海町 / 18 穂州鯛 [渡邊水産]
- 57 鹿児島県・薩摩川内市 / 19 きびなご [日笠山水産]
- 59 伝える人魅せる人 / 03 千葉大貴さん [マイティー千葉重 地域プロデューサー]
- 61 ジノモノばなし
- 65 SHOP LIST



穏やかな語り口とは裏腹に、料理人としての熱い思いを胸に秘める野崎氏。
定休日には生産地での農業支援や講演、料理教室などを精力的にこなしている

ジノモノの時代 進化し続ける 産地ブランドの 可能性

分とく山 総料理長

野崎洋光氏が紡ぐ

“ジノモノ”の新たな物語

野崎氏が創り上げる一品からは
ジノモノが持つ豊かな滋味と
唯一無二の獨創性が香り立つ。
日々、料理と真摯に向き合うなか、
食材に抱いている熱い思いを
たっぷり語っていただいた。

Sinomono × Professional
location / waketokuyama

全国の生産地を訪ね歩き 僕なりの応援をしたい

食材を求め、忙しい合間を縫って、今も全国を訪ね歩く野崎洋光さん。そうまでして、食材や生産者と向き合うのはなぜなのか。その行動力の源泉はどこにあるのか。

僕が生産地を訪ね続けているのは、新しい出会いや発見があるから。今でも空港から車で2〜3時間かかる場所に行きますし、山形の山峡へ足を延ばし、抱えきれないほどのワラビを持ち帰ったこともありました。さらに忘れられない思い出として、凍てつく風と波しぶきが舞う三陸沖で、震災前に漁船に同乗させてもらったこともあります。あのとき、真つ暗な海上で、命懸けで仕事をしているにもかかわらず、涙でついた値段は驚くほどの安さ……これでは漁師の方の労苦

が報われないと強く感じました。

そうした経験を重ねるなか、僕なりに生産者を応援したい思いが強まってきました。実際、現地に赴いて採れたての食材を手にするのと、厨房で手にするのでは、感覚がまったく違うし、現地ならではの滋味を活かした料理のイメージも湧きやすい。

それと、これは僕自身も意外な発見だったのですが、へこの香り、食感・色合いは面白い〜と可能性を感じた食材が、無造作に畑の隅に放置されていたことがありました。自分の顔の変化はわかりにくいの一緒で、毎日畑にいる生産者の方が目の前の宝物に気づいていないことも多いんですね。これも、生産地を訪ねた際の思わぬ収穫でした。

こんなふうに関わりながら生産地を訪ね歩きながら発見を積み重ねることで、僕なりの応援をしていきたいですね。



広尾駅徒歩5分の筈小学校西の交差点角に佇む風情溢れる「分とく山」。1・2階のカウンター席の他、小人数の宴席に適したテーブル席、個室もある



野崎 洋光

Hiromitsu Nozaki

1953年、福島県石川郡古殿町に生まれる。東京グランドホテル、八芳園、「とく山」料理長を経て、1989年「分とく山」開店。数多くのメディアにも出演し著書も多数。食材の伝統や特性を尊重しながら獨創的アレンジを加味する無二の創造性により、「和食」に新風を巻き起こしている。<https://waketoku.com>



四季折々の旬の「ジノモノ」を用いた伝統的かつ独創的な日本料理を楽しむ。写真は「おまかせコース」の一例

生産者と料理人で紡ぐ新たな「物語」

物流革新によって、遠くで採れた食材でも新鮮な状態で食せるようになった。そうした変化を、野崎さんほどのようにとらえているのだろうか。

物流システムの進化によって、北海道や九州の新鮮な滋味をその日のうちに東京で食べられるようになったことは、料理人にとっても生産者にとっても劇的な変化といえます。この進化は、冷蔵庫がなくて食材の保存が大変だった江戸時代の人が聞いたら、腰を抜かすほどの話でしょう(笑)。

北海道や東北らしい滋味や沖縄特産の滋味といった、その土地の水、土の味とする食材は、火山の噴火や雨水の侵食による地形の変化をはじめ、いく度もの地震、水害、干ばつ等の自然災害に見舞われながらも、脈々と今に受け継がれてきたものといえます。同時に長い歴史をもつ和食にも深奥な「物語」があり、その主人公といえる存在が、全国の生産者たちにはかなりません。彼らの創意工夫や労苦、哲学がこの「物語」を紡いできたことは間違いなく、今日に受け継がれる「ジノモノ」の魅力や滋味は悠久の時のなかで育まれた、とても貴重なものといえるでしょう。

生産者との信頼関係それが何より大切な基準

野崎さんは「ジノモノ」の選択基準に「明確な線引きがある」と言う。

僕がもっとも大切にしているのは、ブランドや有名産地といった看板に惑わされないこと。だから、現地に足を運んで生産者と対面し、苦労話や自慢話などの生の声を聞くことが、とても大切だと考えています。長崎にあるお茶の農園へうかがったときは、棚田を造る際の苦労や、高所と低所の棚田では水温、日光量の違いで風味が微妙に異なるという生産者の方のお話は気づきに満ちていましたし、風光明媚な棚田を眺めながら飲んだお茶の風味は得も言われぬものでした。そのほかには、岡山のわずか1000人足らずの村に行ったこともあり。このときは農家のご自宅でもてなしを受け、作物に対する愛着やこだわりについてお話をうかがい、生産者の方や「ジノモノ」に、よりいっそうの親近感を覚えたものです。

こうした経験のなかで、僕の「ジノモノ」を選択する基準ができていききました。それはやはり、生産者の方との信頼関係なんです。こだわりや哲学を持っている人がつくり、獲るものは生産者の方の愛情が感じられますし、ほかにない滋味深さに満ちていると思うんです。

「ジノモノ」に、プロの技や経験則を加味する楽しさ

最後に「最高の食材を調理すること」について、料理人としての矜持を話してくれた。

新鮮な「ジノモノ」を調理することで、旨味や風味を引き立てるのが料理人の仕事です。例えば新鮮なウニであれば、生食がもっともおいしい食し方とシンプルに考えがちですが、吸い物や炊き込みごはんにアレンジするのもひとつの方法です。そうした場合、当店ではお客様の眼前で鰹節を削る作業から始めて出汁をとるなど、提供する直前に調理することも珍しくないんですよ。もちろん手間

はかかるけれども、出汁をとる最善の湯温、時間、タイミングの理論が構築されていけば、鰹節からでも手際よくおいしい出汁はとれるものなんです。また、岩手から取り寄せている「干しエイの肝」は、フグと一緒にお客様に提供することで、商品の価値を上げることができます。要は新鮮な海産物などの、素晴らしい食材がまな板にのったとき、そこにプロの技や経験則をどう加味していくか。それを考えるのが本当に楽しいし、料理人の腕の見せどころですね。何より、料理を召し上がったお客様がぱっと破顔する瞬間が、料理人としての最高の喜びです。

日々、食材と真摯に向き合い、その可能性を追求し続けている和食界を代表する料理人の野崎さん。料理人と生産者の立場や哲学は違えども、ともに目指すべき目的地は同じく「消費者に安心して、おいしく食べていただくこと」に尽きるようだ。穏やかながらも、凛とした野崎さんの姿勢や話しぶりからは、「ジノモノ」と生産者に向けられた深い愛情が感じられた。

FISH

VEGETABLES

SAKE

FRUITS

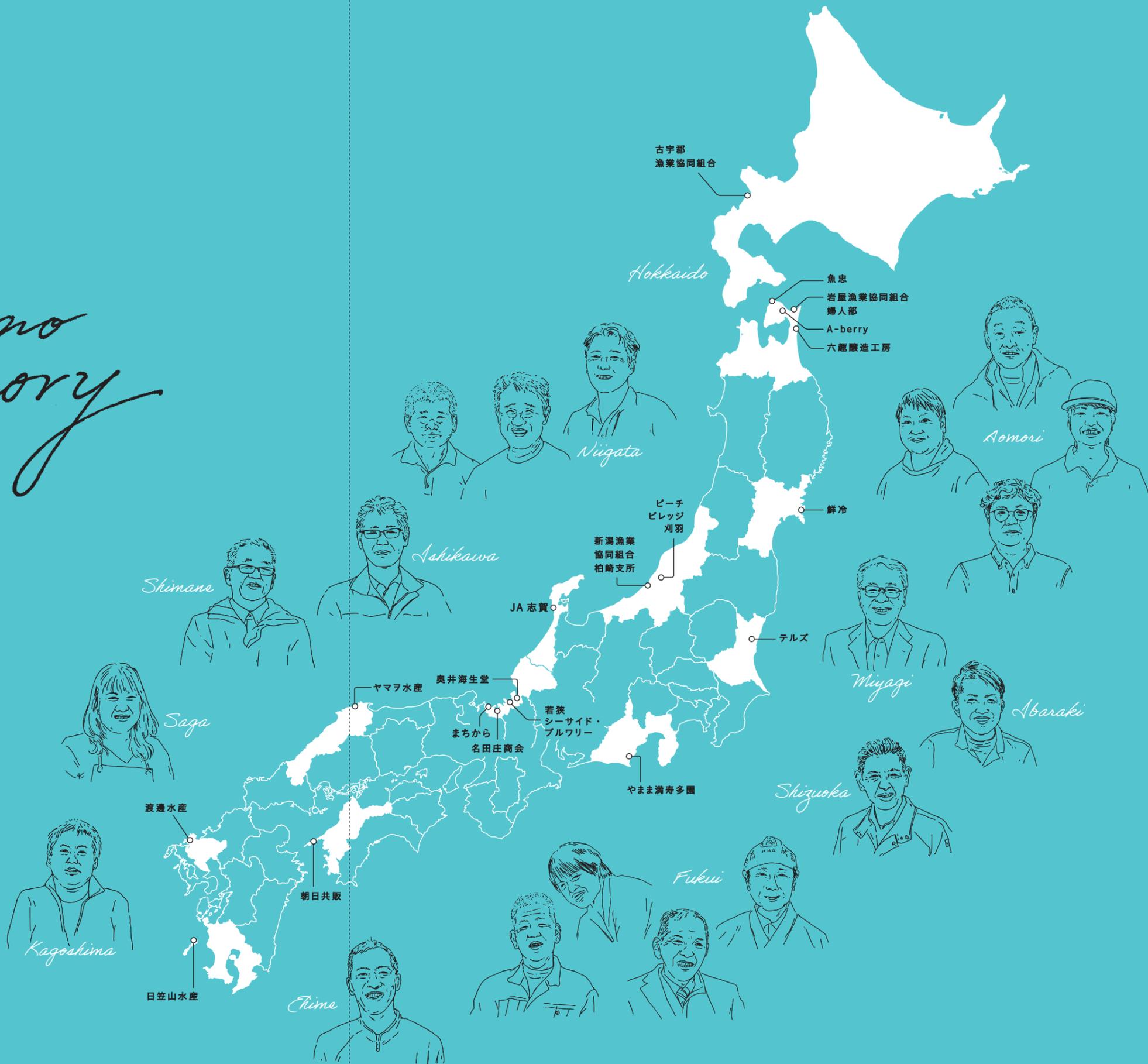
TEA

Spinomono story

自らの仕事に誇りをもち、
地域の未来を拓く彼らの笑顔は
私たちの食卓の安全・安心の証だ。

Contents

- 11 宮城県・女川町 / 01 国産煮付シリーズ [鮮冷]
- 15 北海道・泊村 / 02 甘づけウニ [古宇郡漁業協同組合]
- 17 青森県・大間町 / 03 大間マグロ [魚忠]
- 19 青森県・むつ市 / 04 夏秋イチゴ [A-berry]
- 21 青森県・東通村 / 05 炭火焼のしいか [岩屋漁業協同組合 婦人部]
- 23 青森県・六ヶ所村 / 06 本格焼酎 六趣 [六趣醸造工房]
- 25 新潟県・刈羽村 / 07 砂丘桃 [ビーチビレッジ刈羽]
- 27 新潟県・柏崎市 / 08 柏崎のアラ [新潟漁業協同組合 柏崎支所]
- 29 茨城県・東海村 / 09 東海村の干し芋 [テルズ]
- 35 福井県・高浜町 / 10 若狭の灰干し [まちから]
- 39 福井県・おおい町 / 11 名田庄の自然薯 [名田庄商会]
- 43 静岡県・御前崎市 / 12 深蒸し茶 [やまま満寿多園]
- 45 石川県・志賀町 / 13 能登志賀ころ柿 [JA 志賀]
- 47 福井県・敦賀市 / 14 葦岡昆布 [奥井海生堂]
- 49 福井県・美浜町 / 15 若狭ビール [若狭シーサイド・ブルワリー]
- 51 鳥根県・松江市 / 16 そのまんま食堂 [ヤマヲ水産]
- 53 愛媛県・伊方町 / 17 釜あげしらす [朝日共販]
- 55 佐賀県・玄海町 / 18 穂州鯛 [渡邊水産]
- 57 鹿児島県・薩摩川内市 / 19 きびなご [日笠山水産]





故郷への思いから
異業種が手を取り合い、
女川の海の恵みを世界へ

01 宮城県 女川町
jinomono story
国産煮付シリーズ
生産者 / 鮮冷(せんれい)



1・3 地元の生産者との連携を大切にしながら、確かな信頼関係を育んできた鮮冷。「収穫品質を見極め、適切で質の高い製品を提供する“目利き力”こそが私たちの財産です」と石森社長
2 魚のおいしさを常に考えた自慢の商品

開発秘話

きない状態が続いた。生産者も大きな被害を受け、仕入れもままならない日々。「地元生産者が元気だからこそ、自分たちの事業が成り立っている」という「あたりまえ」を改めて実感した両社は、この「あたりまえ」を守るために、女川の復興、そして水産事業の継続的發展を胸に手を取り合った。石森洋悦社長は「震災で石森商店が残ったことを、特別なメッセージとして受け取りました。仲間の役に立つ会社であることが、私たちの重要なミッションだと考えましたね」と当時を振り返る。

強みを活かし、補完し合う
関係が目標実現の基礎に

石森商店は堅実志向、岡清は革新志向

世界の三大漁場、三陸・女川震災をきっかけに異業種が手を組み、地域復興を志す

世界三大漁場のひとつ、三陸・金華山沖に臨む女川町は、日本有数の水揚げ量を誇る。魚種も豊富で、サンマやサバなどのほか、恵まれた地形を活かし、牡蠣、ワカメ、ホタテなどの養殖漁業も盛ん。特にホタテは、北海道・青森に次ぐ全国3位の宮城県だが、波風が穏やかなリアス式海岸で行われる垂下式養殖は、豊かな山林のもたらすプランクトンやミネラルのおかげで、地産式養殖が主流の他地域よりも貝柱が大きく甘く育つ。そういった地で、世界初のCAS凍結トンネルフリーザー(※1)をはじめとする安全・安心な新技術を導入し、



株式会社 鮮冷 [鮮魚販売・水産食品製造]
石森 洋悦さん (代表取締役社長)

宮城県女川町生まれ。1976年に家業の石森商店に入社。鮮魚の冷蔵・冷凍事業に従事し、2000年に三代目として代表取締役役に就任。2011年の東日本大震災をきっかけに、2013年、水産物加工・販売を行う「岡清」と共同出資して新会社「株式会社 鮮冷」を設立、代表取締役役に就任した。女川魚市場買受人協同組合の理事長を務めるなど、女川の水産加工業の発展と地域復興に力を注いでいる。https://www.onagawa-senrei.co.jp
商品の購入はSHOP LIST ▶▶ P65

海外の高級レストランへも販路を広げる鮮冷。その取り組みは、水産食品製造業界に変革をもたらす現実的かつ持続可能な6次産業として、注目されている。

鮮冷の前身は、牡蠣の行商から始まり、鮮魚の冷蔵・冷凍事業で存在感を示していた「石森商店」と、青果物商から始まり、水産物加工・販売の技と実績で信頼されていた「岡清」。戦後七十余年を経て、この2社も、大きな潮流のなかで緩やかな下降をたどっていた。そして起こった2011年の東日本大震災による、地域の壊滅的被害――。

石森商店は津波から免れたが、取引先の加工工場が被災したため、多くの鮮魚を廃棄せざるを得なかった。一方、岡清は、技術はあるのに工場が流されたため、何もで

と、社風からまったく違う2社が共同で出資し、2013年3月に「株式会社 鮮冷」を設立。違う釜の飯を食ってきた両社が即座に一体感を醸成することは難しいと考え、実稼働に入るまで3年余、職場交流を重ねることで、相互理解を促進した。同時に、世界に通用する高度衛生規格「FSSC22000」(※2)の取得という高い目標を掲げて共に勉強を重ね、2018年、鮮魚の冷蔵・冷凍事業、水産物加工・販売というそれぞれの技と実績を活かして、ついに「FSSC22000」の取得を実現した。「今考えると無謀なチャレンジでした」と石森社長は笑うが、この経験を経て、それぞれの社風を尊重し、その上で新しい文化をつくっていくことの大切さを学んだという。

複数の水産業者が一組織としてまとまったことは、経営の効率向上とリスク回避のメリットもたらした。漁獲高の減少で量から付加価値への転換が迫られていた石森商店と、その年の漁獲高次第で加工販売の事業規模がまったく変わってしまった岡清の課題は、相手の強みでお互いを補うことができた。また、春と秋が忙しい石森商店と、夏が繁忙期の岡清が一緒になったことで、閑散期の無駄も解消、計画の見通しを立てやすくなった。それぞれの分野への新規投資は分析と検証を行い、納得するまで話し合う。「何か問題が起こっても、解決すればいい。諦めなければ失敗にはなりません。次に進むのみです」と石森社長。互いを尊重し、信頼と経験を積み重ねながら、日々前進し続けている。

販売業者の
声

イオンビッグ株式会社 [ディスカウントストア]
岩永 健一郎さん (バイヤー)

「国産煮付シリーズ」5種をお取り扱いさせていただいています。化学調味料や保存料を使用していないので身体にやさしく、味も本格的。しかも価格も手頃とあって、单身の方からご家族の方まで多くのお客様に高く評価されています。特に「さばの味噌煮」は一番人気で、バイヤーのなかにもファンがいるほどです。



※1…細胞破壊を抑える先進の凍結技術。鮮冷では、世界で初めてCAS(Cells Alive System)技術とトンネル式急速凍結機(トンネルフリーザー)の組み合わせを実現した。
※2…オランダのFFSC(Foundation for Food Safety Certification/食品安全認証財団)によって開発された、安全な食品供給を目的とした国際的な認証規格。



「女川アヒージョ」は、タコやホタテのシールが瓶の側面を彩るパッケージがユニーク。変則的なシールのため生産効率はよくないそうだが、開い合わせはダントツとのこと

水揚げされた魚をその日のうちに加工したつみれ



CAS凍結加工されたホタテ貝柱。表面から中心部まで温度を均一に凍結し、細胞組織を破壊しないため、一般の冷凍よりも全体的に味が強く、おいしさを保つことができる



ECサイトから購入できる 女川の新鮮で豊かな味わい

ECサイト「女川さかな手帖」では、左記の商品をはじめ、CAS凍結加工したホヤの刺身など、三陸自慢の海の幸を販売中。手軽にできるアレンジレシピも公開しており、商品の新たな魅力、味わい方も発信。



最新の保存技術で 新鮮に、よりおいしく

鮮冷が何より大切にしているのが「鮮度を守ること」。「スピード」と「温度管理」にこだわり、水揚げした魚を女川港へ到着後すぐに氷漬けにして、車で5分とかからない工場へ運ぶ。工場では、石森商店のノウハウを取り込んだ独自設定の選別機を使用して素早く選別し、鮮度の高い状態で保存する。

新技術を導入して 女川の恵みを高付加価値化

女川はもともと「古い伝統より新しいモノ好き」な地域性があり、よそ者を受け入れやすいという。震災を経て、生産者との共存共栄をさらに意識した鮮冷は、まぢぐるみの6次産業化に取り組んだ。1次産業の漁業を担う生産者から思いを聞き、たとえ不漁でも毎月の最低収入を保証し、豊漁で売れなくとも引き取るなどの施策で漁師の待遇を改善。経済的事業で辞めざるを得ない漁師を減らし、後継者の育成や漁業権の解決に協力するなど、水産業全体のイメージ向上を図った。2次産業である従来の加工業でも、CAS凍結技術や窒素充填トレーシーラー、フレイマシ、ナノ・フレッシュャー®(ウルトラファインバブル発生装置)といった新技術を積極的に導入して高付加価値化に取り組んだ。

そして生まれたのが、煮付・アヒージョなどの一般消費者向けの惣菜や、ホタテ貝柱やサンマ刺身などの業務用食材の数々。なかでも「国産煮付シリーズ」は一番人気で、水揚げされた新鮮なサンマ、サバ、イワシを女川の家で昔からつくられている味付けでじっくりと煮込み、身はふっくら、骨はほろほろの柔らかさ。東日本大震災の経験から、冷蔵庫が使えなくてもおいしい魚が食べられるようにと、レトルトでも風味よく仕上げる技術を開発し、長期常温

保存を可能にした。中身が見える包装へのこだわりも、品質に自信を持つ証だ。

3次産業の商売は今のところスーパーなどへの卸しが主体で、自社単体での販売は10%だが、ECサイト・実店舗ともに充実させる予定。「1次×2次×3次で6次産業といわれていますが、僕らは掛け算ではなく、足し算だと思っています。掛け算だと、1つでも0になると全部0になります。足し算は残りますから」と石森社長は話す。

信頼構築は数字に基づく 科学的根拠の公開で

女川のブランド化や、生産者と消費者との信頼関係を念頭に、いいものを高く買、悪いものは買わない確かな目利き力。先進的な設備と、先人からあたりまえに培われ受け継がれてきた高い技術力。さらに国内外の飲食店や小売店舗から届く消費者の声を反映した商品開発と、世界水準の安全・安心の基準。女川の「おいしさ」を世界に届ける鮮冷の取り組みは、女川のみならず、日本の水産業のレベルを上げている。

例えば、獲れたて数十分で凍結加工する「CAS FRESH」という商品シリーズは、水揚げされた時の鮮度と旨味をいつでも再現できるため、地元で夕方に食べるよりも新鮮で、品質の高い刺身として世界中に送られる。海外でも試食してもらった結果、それまで北海道という地名しか

所に関わる細やかな情報公開の姿勢にも信頼を置いている。

「今、鮮冷は先駆者として大きく流れを変えていく時期にある」と石森社長は語る。「国産煮付シリーズ」が好調で、大企業も追随してきた。販売規模では敵わないが、大手に真似できない開発力で、次を見据える。成長というには必ずしも拡大ではない。真似する側より、真似される側でありたいですね。消費者のみならず、生産者・地域社会にとって必要な会社であること。仲間の役に立つこと。創業以来、毎年のようにホタテ不漁、サンマ不漁、貝毒、コロナ禍と試練は絶えないが、「泣いても仕方ない。今後は季節限定商品など、マーケットのニーズにもっと応えていきたい」と力強く語る社長の表情は明るい。

サポーターの 声



ミラリス 株式会社【プロデュース会社】
鈴木 圭介さん (パッケージデザイナー)

鮮冷さんが大切にしている女川の恵みや鮮度へのこだわり、おいしさをどのようなパッケージで伝えたいか、常に考えてデザインしています。「中身が見える包装」「全体の統一感」など、消費者目線も意識しながら一緒に作り上げた「三陸魚の煮付」シリーズが「Topwards Asia」パッケージデザイン賞を受賞したのはうれしかったですね。





北の海が育んだ
自慢のウニだから
「獲るから育てる」
漁業へ

02

北海道
泊村

jinomono
story



甘づけウニ

生産者 / 古宇(ふるう)郡漁業協同組合

開発秘話

2 1

3

1・4 水揚げ後すぐに加工場へ運ばれ、その日のうちに女性たちが素早く殻を剥く。内臓などをきれいに取り除くのもプロの技 2 長いタモを使ってウニを獲る「タモ漁」。メガネを使って海を覗き込み、確実にすくう職人技だ 3 イベントでも大人気のウニ丼 5 積丹半島の夏の景色を描いたお土産用パッケージ

4

5

漁法は長い柄のタモで海底のウニをすくうタモ漁と、鉄の爪の付いた漁具でウニを挟んで獲るはさみ漁。磯舟は6時ごろに出漁し、9時には港へと帰港する。約3時間という短時間に集中して行うのが特徴だ。現在は40代から80代まで、約20名の漁師が漁に取り組んでいる。

ウニの状態を見極めて加工する高級珍味

ウニを獲った漁師たちは、帰港後、すぐにそれぞれの加工場にて殻剥きを行う。その後、漁協に持ち込まれたウニの一部は、「甘づけウニ」に加工する。新鮮なウニを数時間、小塩に漬けることで余分な水分を抜き、より濃厚な旨味を引き出した高

積丹半島の荒磯で昆布を食べて育ったウニは人気の逸品

積丹半島の南西に位置する泊村は、日本海と山々に囲まれた美しい村。村名はアイヌ語の「ヘモイトマリ(マスを寄せる入海)」から名付けられた。ニシン漁で知られた漁業の村でもあり、ニシン漁が最盛期を迎えた明治期、港には多くの鯨番屋が建ち並んでいた。また江戸時代末期には茅沼地区で石炭が見つかったことから、1964(昭和39)年の閉山まで、日本のエネルギー政策を支えたという歴史を有する。1989(平成元)年には泊発電所が運転を開始し、泊村は再び「エネルギーのふるさと」となった。

級珍味だ。「ウニ本来の甘味を際立たせるために肝心なのは、塩加減と漬ける時間。塩加減は抑え、時間もあまり長くしないのがコツ。それにより「甘づけ」の名の通り、口に含んだ瞬間、甘味が広がる絶妙な味わいに仕上がるのです」と北端さん。

「甘づけ」にしたエゾバフンウニは、鮮やかなオレンジ色と強い甘味が特長で、ウニ特有の苦味はほとんど感じられないという。またキタムラサキウニは、舌の上でとろけるようなやさしい味わい。いずれも漁協の直売にて早々に完売してしまうという人気商品だ。いずれも「余分な調理は不要。そのまま食べるのが一番おいしい」と関係者は胸を張る。ミョウバンを使わずに出荷する生ウニの評判も上々で、「むしろ引き合いが増えているくらい」とうれしい悲



生産者プロフェッショナル

古宇郡漁業協同組合【漁業】

ウニとアワビが名物の古宇郡漁協。春はサクラマス、ホッケ、カレイ類、夏はウニ、イカ、秋はサケ、冬はタラやアンコウなど、多種多様な漁業を行いながら、「甘づけウニ」「イカ沖漬」など加工品も開発。すでに整備しているウニの種苗生産施設に加え、今後はサケやサクラマスの養殖施設も整備して、「育てる漁業」に力を注ぐ。一方、新たに若手漁業者によるホタテ養殖業も実施し、漁業の多角経営に取り組んでいる。現在、119名の組合員が在籍。

商品の購入はSHOP LIST ▶▶ P65



泊村役場総務課

阿部 龍矢さん(ふるさと納税担当)

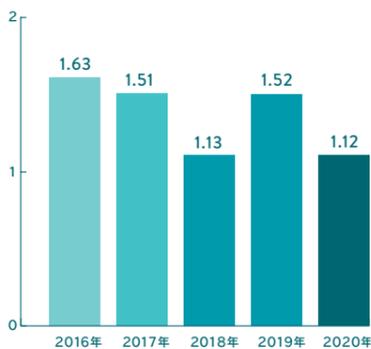
令和元年から、ふるさと納税の返礼品として甘づけウニを採用させていただいています。ウニの漁期は7~8月限定なので、生ウニはその時期だけしか食べられません。甘づけウニは保存がきくため、一年を通して泊村のウニの味を楽しんでいただけます。お値段もお手頃ですので、ぜひ一度味わっていただきたいです。



ふるさと納税サイト「さとふる」北海道泊村



直近5年間のウニの漁獲量(単位:t)



鳴をあげている。近年、自然から与えられた水産資源を未来につなげようとの想いから、漁業者たちは藻場の保存や回復、ウニなどの種苗放流にも取り組んでいる。たくましく未来へと歩む人たちの姿に、胸が熱くなった。



開発秘話



「大間の漁師と共に生きる」を
経営理念に、直売所を設立
自慢の高級マグロを全国に届ける



03 青森県 大間町
jinomono story
大間マグロ
生産者 / 魚忠(うおちゅう)



1・2 大間港に水揚げされる「魚忠船団」の本マグロ。一本釣りで豪快に！
3 透き通った赤色は天然マグロの特長 4 身と血合いを、ショウガと一緒に醤油で甘辛く煮込んだ人気商品
5 特産のムラサキウニを塩のみで瓶詰めた商品も扱う。ミョウバンは不使用、塩分控えめでウニ本来の味が楽しめる 6 豊洲市場で競り落とされた、魚忠のマグロ。「大間マグロ」のブランドシールが高品質と信頼の証

ここでしか買えない
本当においしいものを

「大間で水揚げされる海産物を扱えば扱うほど、地元漁師たちの安定収入につながる」と、これまでさまざまな魚介を扱ってきた。「お客さんの手元に届いたら、焼くだけで食べられるように魚を加工して販売したり、カニも売ったりしたけれど、全然ダメ」と新田代表。地元の漁師たちのため、大間のおいしいものを知ってもらうために商品を展開しても、どうも売上につながりにくい。そんななか、新田代表はふと、魚やカニを買うのなら「大間じゃなくてもいい」ことに気づいた。

そこで、主力商品を「大間マグロ」「塩うに」「もずく」の3種まで絞ることを決意。

「地元の自慢を広く届けたい」
その一心が原動力

「大間マグロ」を東京中央卸売市場に卸す「魚忠」が、地元である大間町に直売所を設立。港に水揚げされた本マグロを職人が目利きして厳選し、豊洲市場に卸すものと同等の大間マグロを直接購入できるとしても喜ばしいうえに、直売で抑えたコストが漁師にも還元される仕組みだ。

そんな「大間の漁師と共に生きる」を経営理念として魚忠を創業し、代表取締役を務める新田さんは、元ダンブカーの運転手という異業種出身の挑戦者である。マグロを確保するため、漁師に協力を呼び掛けることから一つひとつ手探りで準備を



株式会社 魚忠 [大間マグロ・海産物販売]
新田 忠明さん (代表取締役)

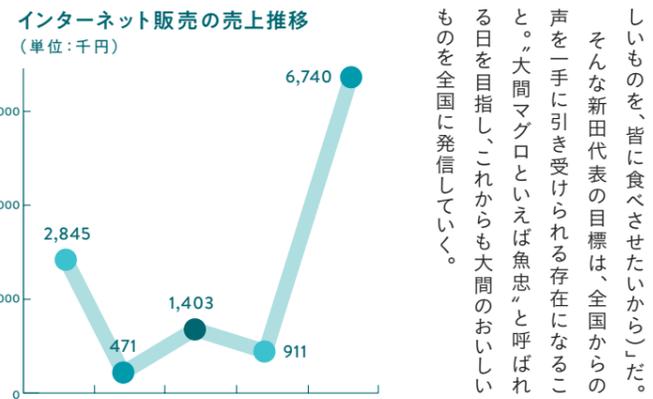
青森県大間町生まれ。むつ市の酒店で配達員などを経験したのち、地元大間町に戻り、ダンブカーの運転手として過ごす。漁協に勤める先輩から勧められ、大間マグロ直売店の運営を決意。「株式会社 魚忠」を設立した。自身の手でしっかり商品に向き合う姿勢を大切に、確かな目利きで厳選したマグロを自ら解体する。マグロ以外の大間の海産物の情報も積極的に発信している。
<https://www.rakuten.co.jp/uo-chuu/>
商品の購入はSHOP LIST ▶▶ P65

進め、2008年にオープン。事業を軌道に乗せようと試行錯誤を繰り返しているなかで、東日本大震災に見舞われ大きな痛手を受けてしまう。観光客の足は遠のき、大間に滞在していた大手企業の出向職員も町を離れてしまった。

そこで、インターネットを活用した販売や事業にもいち早く着手したものの、なかなか思うような成果にはつながらず日々が続いた。それでも厳しい歳月を懸命に駆け抜けて10年、苦勞は「日本ギフト大賞2017」プレミアムギフト賞受賞に結実する。プレミアムギフト賞受賞はきっかけのひとつに過ぎないが「ここ3年くらいでようやく安定してきた。インターネット事業を担当する若手社員のがんばりが素晴らしい」と新田代表はやさしく笑う。

大間ならではの「ここだけの逸品」をさらに厳選して、自信を持って提供することにしたのだ。また、ふるさと納税の商品提供や企業からの大口受注も積極的に請け負う。これは他の直売店では真似できない業界随一の対応力であり、現在は順調に売り上げを伸ばしている。

しかしながら、大間マグロを取り巻く環境は年々厳しさを増している。海水温の上昇により、マグロ漁の最盛期は過去20年足らずで2か月も遅くなっているうえ、自然環境のみならず、昨今はマグロの漁獲規制によって供給が制限されているためだ。逆境ではあるものの、新田代表は環境の変化に気持ちを折ることなく、新たな商品開発の手も緩めない。何よりも「本当にうめえのば、皆さ、かへてして(本当におい



しいものを、皆に食べさせたいから」だ。そんな新田代表の目標は、全国からの声を一手に引き受けられる存在になること。「大間マグロといえば魚忠」と呼ばれる日を目指し、これからも大間のおいしいものを全国に発信していく。

販売業者の
声



南部屋・海扇閣 [温泉旅館]
三上 郁雄さん (企画室室長)

大間のマグロの魅力はなんといってもその味の良さにあります。お客さまも当館のマグロ料理をお目当てにご来店されている方がたくさんいらっしゃいます。一本釣りで丁寧に釣り上げられているため品質が良く、そのなかでも魚忠さんのマグロは徹底的な品質管理をされているため、自信を持ってお客さまにご提供できます。





04 jinomono story

青森県 むつ市



夏秋イチゴ

生産者 / A-berry (アベリー)

1・4・5 色、形を見極めながら、熟れたイチゴを一つずつ収穫。夏秋イチゴの収穫は7月中旬から11月中旬頃まで。一部は業務用に冷凍され、洋菓子店やカフェで重宝されているほか、カクテルの飾りとして活用される例も 2 手作業でヘタを取り、マイナス40度で急速冷凍させることでイチゴの風味を閉じ込める 3 イチゴのスパークリングワイン「FRAISE(フレイズ)」はむつ市内の小売店のほか、ホームページからも購入できる

開発秘話

「農業」という職業を面白くして、次世代へつなげたい

2020年11月、白神ワイナリー協力の

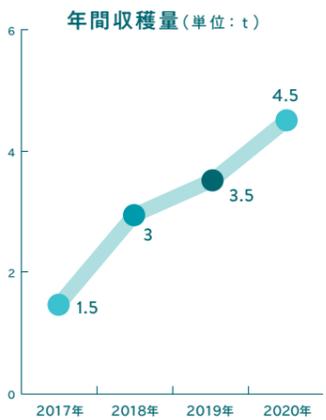
汁率が高いことが判明。では、その果汁を使ってワインがつかれないだろうかと考えた阿部社長は、ワインづくりに奮闘する場所をつくることでフードロスをゼロにするとともに、農閑期である冬場の雇用を確保するというビジネスプランを練り上げた。「2019年の『むつ☆ビジネスプランコンテスト』で発表したところ、最優秀賞をいただいたんです。それが後押しとなり、「A-berry」は同年3月に加工部門として立ち上げられた。

販売業者の 声



居酒屋 古今東西【飲食店経営】
 房間 主泰さん（代表）

私は青森市内で居酒屋を営んでおり、A-berryさんのイチゴ果汁とシロップ、冷凍イチゴを使ったカクテルを提供しています。夏秋イチゴはしっかり酸味があるので、さっぱりとしたカクテルに仕上がりに、料理にも良く合うんです。今後は冷凍イチゴを使ったデザートの開発に力を入れていきたいと考えています。



を行うなど、積極的に活動している。近年、下北地方では新規就農者が増えてきている。「自分たちの子ども世代にも農業が職業になるということを発信していきたい。そして、みんなで楽しみを共有し、農業を面白くしていきたいですね。」という阿部社長を中心に、下北農家の輪は広がっている。

食品ロスと雇用を解決する
 ビジネスプランが高評価

ハウス栽培が主流となった現代、イチゴの旬といえば、冬から春にかけてというのが一般的。だが青森県北東部、下北半島のむつ市で育てられる夏秋イチゴは、その名の通り夏から秋に収穫を迎える。夏季冷涼な気候にあつて、日照時間が長いという環境が夏秋イチゴの栽培に適しているのだ。

サラリーマン時代を経て、「家族との時間を大切にしたい」という思いもあり、農家に転身した阿部伸義社長。当時36歳。地元の農業人口が減少の一途をたどる現況に危機感を覚え、つくり手がいなくなることを何とか防ぎたいと一念発起。先輩農家のもとでの研修を経て、高齢により



生産者プロフィール

株式会社 A-berry【農業】
 阿部 伸義さん（代表取締役社長）

青森県むつ市出身。営業マンを経て、イチゴ農家へ転身。イチゴ栽培の「あべファーム」と加工部門の「株式会社 A-berry」を展開し、6次産業化に取り組んでいる。新規就農者を迎えるための取り組みにも力を入れており、イチゴの苗の定植から収穫、商品開発までをトータルで体験できるプロジェクトを実施。地元の学生らに農家のリアルを感じられる場を提供している。

<https://www.abe-farm-oohata.com/a-berry/>
 商品の購入はSHOP LIST ▶▶ P65

離農された人の畑を借り受け、イチゴ農園「あべファーム」のスタートを切った。中古のビニールハウス1棟から始めたが、6年目を迎える現在は、7棟を管理している。現在、栽培している品種は「赤い妖精」。きれいな円錐形で、秀品率が高いのが特長。味は程よい酸味があつてフレッシュ。「お取引先の関東の洋菓子店の方からは『ワイルドな味』との感想をいただきました」と話す。酸味が強いといった特徴から、生で食べるより加工して用いられることが多かった夏秋イチゴ。ならば自社でも加工できないかと思索。「規格外や奇形などで出荷できず廃棄となるものが、多いときは1日の収穫量の1割にもなる。それらを無駄なく活用できればと考えたのです」。手始めに果汁を搾ってみました。搾



「下北ジオパーク認定商品」として
自信をもって届ける津軽海峡の味



1 一枚ずつ手作業で丁寧にのしていく
2 冬の津軽海峡を吹き抜ける、乾いた冷たい風をイカに浴びせる
3 創設メンバーの子世代。これからの婦人部を担う
4 主力商品の「のしか」「のしたこ」。どちらも「下北ジオパーク認定商品」だ
5 ジュラ紀の湧き水で丁寧に洗う
6 下北の産品が一堂に会する直売イベント「下北マルシェ」へ出店

商品への強い信念と自信が 販路の拡大につながる

言うまでもなく、岩屋漁協婦人部は任意の集まりだ。家庭の仕事などをこなしながら、作業のある日だけ集まって製造している。結成当初は十数人いた部員も一時は3名まで減り、存続の危機があった。相馬部長自身も、その頃にスカウトされて参加した一人。共働き世帯が増え、婦人部の活

婦人部部長の相馬麻衣子さん。
30年前は商売にこだわらず、のしかを袋に入れることもなく、地元のお店で販売のみだった。時が流れ、人が替わり、現在は県外とも取引をするまでの商品に成長した。



05 青森県 東通村
jinomono story

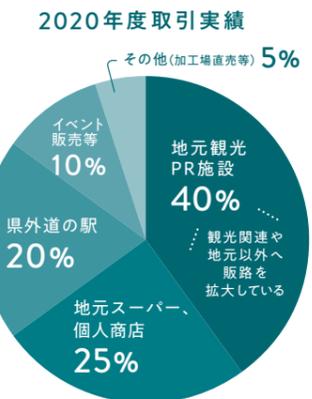


炭火焼のしいか

生産者 / 岩屋漁業協同組合 婦人部



みくに酒店【酒類・飲食品販売】
三國 巧さん（従業員）
岩屋漁協婦人部ののしかは手間のかかる方法で丁寧に作られていて、無添加で素材そのものの自然の味を楽しめます。そのまま食べてももちろんおいしいのですが、地元ではよく一味マヨネーズにつけて食べられています。当店のジオパーク認定商品「折水」との相性も抜群なので、ぜひ一度お試しください！



動に参加できる人員の確保は現在も懸念事項のひとつである。
そんななか、大きな転機が訪れる。のしかが下北のジオの恵みを活かした逸品として、下北ジオパーク推進協議会から「下北ジオパーク認定商品」に選ばれたのだ。ふるさと納税の返礼品に選ばれるなど自治体の協力態勢が充実し、産直イベントなどにも声をかけられるように。自分たちも待っているだけではなく、SNSを活用して積極的に情報発信し始めた。「少人数でもできる活動の幅を広げ、商品の露出も種類も増やしていきます」。

今後さらなる知名度の向上・販路の拡大に向けて緊急の課題としているのが、インターネット販売の体制づくり。最近加工場に真空機を導入し、「一夜干し」など新

無添加にこだわりのながら 炭火焼きで旨味を引き出す

スルメイカはケース単位で水揚げされるが、ケースから余ったイカや、漁で傷がついたものなどは出荷されず、漁師の「自家消費」になってしまふ。このイカに付加価値をつけて売り上げにつなげようと、1991年に考案されたのが「のしか」の製造だった。このときに集まった漁師の家族ら十数人で「岩屋漁協婦人部」を組織として結成した。

岩屋漁協婦人部ののしかは「下北産」にこだわってつくられる、生粋の東通村の幸。下北半島には、日本列島を形成する4つの地質がすべて集結しており、日本ジオパーク委員会より「下北ジオパーク」に認定された。

しい商品展開にも取り組んでいる。「挑戦はするけれど、自家消費に付加価値を」という原点は変わりません。大切なのは、新鮮でおいしい岩屋の魚介を無駄にせず、多くの人に味わってもらおうことだと思います。話を語るメンバーたち。商品への確固たる信念と自信で、より多くの消費者へ岩屋から津軽海峡の味を届ける心意気だ。

クとして認定されている。岩屋ののしかも、そんなジオ(大地)の恵みを最大限に活かしてつくられている。岩屋周辺ではジュラ紀の地層が有名で、スルメイカをこの「ジュラ紀の地層の湧き水」で丁寧に洗って完成だ。調味料も添加物も一切使用せず、素材の良さと丁寧に処理で「噛めば噛むほど自然の味がするのしか」と好評の特産品である。岩屋ののしか最大の特徴は、炭火焼きによって生まれる独特の風味。「インターネットで「炭火焼きのしいか」と検索してみてください。まずウチがトップに上がってくるから(笑)。それくらい、他ではやらない手間を加えて、おいしさに自信をもってお届けしています」と話すのは、



岩屋漁業協同組合 婦人部【漁業】
相馬 麻衣子さん（部長）

岩屋漁協婦人部は1991年に結成。もともと漁師の家族同士としてつながりはあったが、共通課題だった「自家消費」問題の解決を目的に、組織として設立された。婦人部の活動として、海周辺の見まわりや救命胴衣着用の呼びかけ、海難事故での炊き出しなども行っている。現在の部員は6名。InstagramやFacebookを活用し、商品情報や日々の作業などを積極的に発信している。
<https://www.instagram.com/iwayahujinbu/>
商品の購入はSHOP LIST ▶▶ P65



長芋の名産地、六ヶ所村の
原料の生産から醸造まで
地元で手がけられた本格長芋焼酎

06 jinomono story

青森県 六ヶ所村



本格焼酎 六趣

生産者 / 六趣醸造工房

開発秘話

- 1 もろみに蒸した芋と大麦を加え、よく混ぜ合わせてアルコール発酵をさせる
- 2 豊かな自然で育った栄養価の高い六ヶ所村の長芋が六趣の原料
- 3 大量の貯蔵タンクで約90日の貯蔵が行われる
- 4 左から「六趣スペシャル」「六趣レギュラー」「六趣五年」
- 5 樽の中で長期にわたり熟成されるスペシャル。ずっしりとした重みを感じさせる味わいのなかにも、まろやかな口当たりと甘い香りを楽しめる

「小さかったり丸かったり商品にならない長芋ですが、味や品質に大差はないんです。それに傷みやすく、変色しやすい長芋を仕入れてすぐに仕込みに持っていくので、いい焼酎につながっている手応えがあります」と鈴木さん。仕入れた長芋は手作業で選別が行われ、皮付きのまま釜で蒸し上げる。その後、一度冷やした長芋と、良質な大麦の麹で発酵させたもろみを混ぜ合わせてアルコール発酵を行う。この期間はおよそ10日から2週間ほど。発酵し終わったら蒸留し、でき上がった原酒は貯蔵タンクへと移される。この原酒が約90日の貯蔵後に精製され「六趣レギュラー」となるという流れだ。仕込みは例年4月から11月にかけて行われ、年間60トンもの長芋が使用されている。

六ヶ所村を訪れてほしい だから村内販売が中心

六趣は、六趣醸造工房での販売に加え、村内の小売店に卸しており、さらに小売店から居酒屋、飲食店に卸されている。そのため、村内では日常的に親しまれており、地域に根付いた商品といえる。「三沢空港など、一部村外でも拠点となるスポットには置いていただいています。基本的には村内での販売が優先。まずは村の方に飲んでいただきたいという思いがありますし、六ヶ所村のお土産として利用していただけたらうれしいですね」と鈴木さん。六趣にはレギュラーとスペシャル、五年という3種のラインナップがあり、レギュラーは基本的に通年購入できるが、スベ

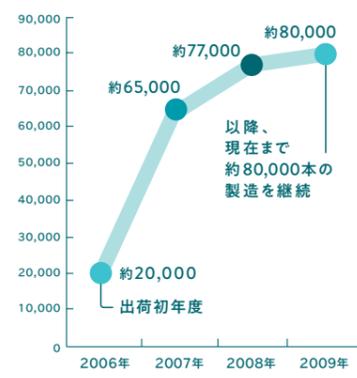


販売業者の 声
三沢空港ターミナル 株式会社【土産物販売】
柴田 聖明さん (事業(売店・経理)担当主幹)

「六趣」はクセがなく、それでいて芳醇で万人に受け入れられる味わいが魅力だと思います。空港の売店という県内外からお客様が来られる場所に置いて、胸を張っておすすめてできる青森県の商品です。県外のお客様からも「前回購入しておいしかったので、また買って帰ります」というお声をいただくことがあり、ファンが多い商品だと感じています。



六趣(レギュラー) 製造本数(単位:本)



シャルや五年は年に数回の抽選販売。それぞれ本数も限られており、地元の人も手に入れることが難しいほど希少な酒だ。また、六趣が六ヶ所村を訪れるきっかけになればということから、六趣醸造工房では工場見学も実施している。プレミアムな一杯が生まれる六ヶ所村に、足を伸ばす価値は十分ありそうだ。

規格外の長芋を活かし 焼酎づくりに着手

長芋の生産量トップクラスを誇る青森県のなかでも有数の産地として知られる六ヶ所村。冷涼な気候に加え、日照時間が少ない環境に耐えられるのが根菜類であり、村では昔から長芋やニンジン、ゴボウなどの栽培が盛んだったという。六ヶ所地域振興開発が運営する六趣醸造工房では、そんな長芋を使った本格焼酎「六趣」を製造・販売している。なぜ焼酎文化の薄い東北で焼酎をつくるに至ったのか。それは今から30年ほど前のことで、規格外の長芋を加工品として活かさないかという話がきっかけだったという。九州電力より日本原燃に出向されていた人から、「長芋で焼

酎をつくってみてはどうか」という提案があったというのだ。「それで、日本酒文化の青森県人にも飲みやすい焼酎を目指してつくられたと聞いています。長芋焼酎は口当たりがよく、濃厚な味わいが特徴です」と話すのは、六趣の醸造に携わり、総務部・製造部の係長を務める鈴木洋介さん。九州の酒造会社に商品開発を依頼し、1991年に誕生した長芋の本格焼酎「六趣」。以降十数年にわたり九州の酒造会社で製造が続けられてきたが、地元の農商業、観光振興へのさらなる効果を求め、2006年3月、「六趣醸造工房」を開設。村内での焼酎の製造体制を確立させていった。

六趣に使う長芋は、規格外などで出荷できないものを農協を通じて仕入れてい



六ヶ所地域振興開発 株式会社
六趣醸造工房【酒造業】
鈴木 洋介さん (総務部・製造部係長)

青森県上北郡六ヶ所村出身。2005年に入社し、九州の酒造会社での研修等を経て「六趣醸造工房」の立ち上げ時から六趣の醸造に携わる。六趣レギュラーの飲み方で個人的に好きなのは「ロックや水が少なめの水割り。ソーダ割もおすすめています」。樽の薫りや芋の旨味をどっしりと感じられるスペシャルや五年はロックやストリートがおすすめで。https://rokushu.com/

商品の購入はSHOP LIST ▶▶ P65



07 新潟県 刈羽村
jinomono story



砂丘桃

生産者 / ピーチビレッジ刈羽

砂丘の砂地と人の手が育てた
糖度の高い「幻の桃」

「ようやく収穫できるようになったのは、栽培を始めて3年目。その後も予定していた収穫量に届かない年も多かったですね」と飯田さんは振り返る。だが、10数名のスタッフが汗を流して桃畑を拡大。現在、畑は約3ha。桃の木は334本以上に増えた。決して収穫量は多くないが、販売

1 砂丘桃の品種はなつっこ、あかつき、白鳳、つきあかりなど。いずれも高糖度がウリ 2 砂丘地に広がる桃畑。ハウスではイチゴやトマトの栽培が行われている 3 収穫した桃はすべて糖度を測っている。今年の収穫では21度以上の桃も複数出たという 4 「滑りやすい砂地の傾斜地で、1個ずつ手作業で収穫作業を行っています」と、農業事業部の責任者である飯田裕樹さん(写真右) 5 「ずっしりとした手応えに苦労が報われる」と話すスタッフたち

開発秘話

戦後に強制伐採された砂丘桃の栽培に挑戦

中央部の平坦地を挟み、西に砂丘地、東に丘陵地という3つの地形から成り立っている新潟県刈羽村。砂丘地には、防風のための松が植えられており、それに守られるように桃畑が広がっている。砂丘地開発の歴史は、1852(嘉永5)年、塚田源太夫という人物により始まった。塚田はこの地に適した農産物として桃を選び、栽培の基礎を築き上げた。

栽培の最盛期は大正時代。約50haの畑で180戸の農家が栽培し、「砂丘桃」の名で県内のみならず富山県、長野県、福島県にまで出荷。当時は、柏崎駅と新潟駅を結ぶ越後鉄道に臨時停車駅「桃林駅」が設

ではそれを逆手に取った。「幻の桃」を謳い文句とし、大半を予約により販売。例年6月に予約を開始し、ほぼ2週間で完売する。一般の桃が糖度12度前後。13度あればかなり良い品とされるところ、砂丘桃は糖度20度になるものもあり、一度口にした人から口コミで評判が広がった。

飯田さんの目標は、良い桃をさらに多く栽培すること。今後も砂丘の開墾を進め、順次植栽を行っていく考えだ。また「砂丘桃に続く名物を」と新潟県のブランドイチゴ「越後姫」の育苗やトマト、イチジク、シャインマスカットの栽培にも取り組んでいる。「砂丘桃の生産を始めて5年、ようやくここまで来ました。引き合いも増えており、それに応えられないのが心苦しいくらい」と飯田さん。設備投資や人



ピーチビレッジ刈羽 株式会社
[農業、宿泊施設、入浴施設、レストラン、サッカー場等運営]

布施 弘樹さん (マネージャー)

新潟県三条市出身。20年前に柏崎市に移住。2012年のピーチビレッジ刈羽設立時より勤務している。また幼い頃からサッカーに組みこんできた経験から、アマチュア中学生サッカークラブ「柏崎ユナイテッドFC」の代表も務めており、サッカー人脈は、ピーチビレッジへのスポーツ合宿の誘致にも活かしている。

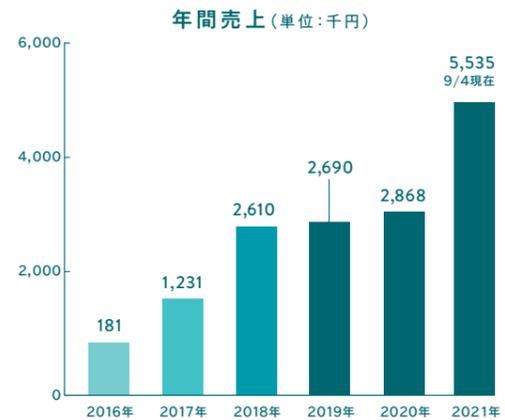
<http://www.tourinbo.com>

商品の購入はSHOP LIST ▶▶ P65



販売業者の
株式会社 至福の時間 [レストラン・カフェ経営]
米本 魁人さん (店長)

砂丘桃は甘みが強く香り高く、玉が大きめで皮も薄くて、他の桃とは一線を画したおいしさがあります。毎年桃の出回る時期には季節限定の桃スイーツを販売しており、今年の桃パフェやロールケーキは毎日完売するほどの人気ぶりでした。来年はまた違うメニューを開発する予定で、今後は品数を増やすことも検討しています。



件費などの経費が高いため、経営は決して楽ではない。それでも「この地の伝統的な農産物を未来につなげたい」と奮闘する飯田さんだ。

「砂地は水はげがよく、日の照り返しが強いので、糖度の高い果実が育ちます」と話すのは、ピーチビレッジ刈羽の布施弘樹マネージャー。2012年に設立された「刈羽村宿泊交流センター「ピーチビレッジ」」を運営。また設立時より農業事業部が砂丘桃の栽培に取り組んでいる。

栽培を始めた当時、砂丘桃は生産量が激減していた。栽培に取り組む飯田裕樹さんは、「一人でも多くの方に砂丘桃を味わってほしい。それが私たちの願い」と話



08 新潟県 柏崎市
jinomono story



柏崎のアラ

生産者 / 新潟漁業協同組合 柏崎支所

幻の超高級魚
「柏崎のアラ」で
地域振興に取り組む



1 漁を終えて帰港したら重量を測り、タグをつけて出荷の準備をする 2 美しく豊かな海と柏崎の港。真夜中、ここから船が漁に出航する 3 その敵ついで風貌からは想像できないほど、繊細な旨味を持つアラ 4 桶を使うのは、手練り寄せた仕掛けを収納するためでもある 5 まずは刺身で、熟成したアラの味をストレートに楽しみたい

超一流の味の良さを
官民一体となってPR

不思議なことに、アラは釣りたてを食べてもあまり味がしないという。それが4日くらい熟成させると、旨味が出始め、劇的に味が変わる。この熟成を可能にするのが、船上での神経締め作業と血抜きだ。熟成させたアラには濃厚で芳醇な旨味が生まれ、刺身や寿司で食べれば、その豊かな味わいや引き締まったきめ細やかな身質をダイレクトに感じられる。さらに頭やカマはかぶと煮や汁物などにすれば、生

柏崎独特の漁法と
徹底した鮮度管理

新潟県柏崎市沖には「桶流し一本釣り」で釣り上げる「アラ」という超高級魚がいる。最大で体長約1m、重さ10kgにもなるスズキ目ハタ科の魚で、背ビレとエラ蓋の棘が鋭く、荒々しい顔付きをしていることが「アラ」という名の由来ともいわれている。北海道から九州にかけて生息地が分布しているにも関わらず、全国的にアラの水揚げは少なく、その存在はほとんど知られていない。しかしその味は一度食べたら忘れられない、食通をも唸らせるほどのおいしさだという。



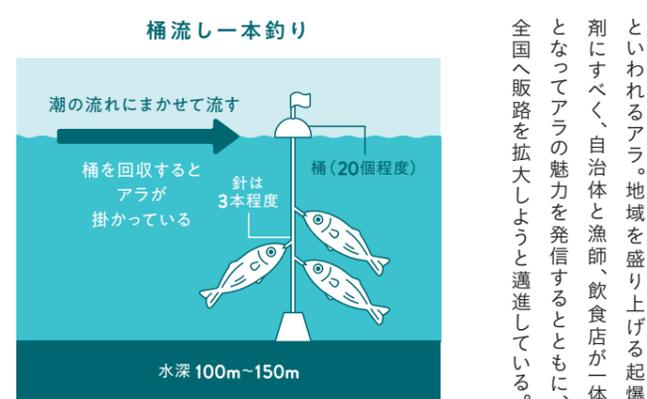
新潟漁業協同組合 柏崎支所【漁業】
柴野 一志さん(右)
保坂 典久さん(左)

柴野一志さんは若い頃から憧れていた漁師になって28年、刺網漁と桶流し一本釣りで漁を行っている。船の整備を怠らないのが漁の秘訣だそう。保坂典久さんは大手自動車メーカー勤務を経て、父親の跡を継いで漁師になる。刺網漁を主に、6~9月は桶流し一本釣りでアラやノドグロなどを獲っている。得意なことは潮の流れを読むこと。
<http://www.nigyokyo.jf-net.ne.jp>
商品の購入はSHOP LIST ▶▶ P65

桶流し一本釣りは柏崎だけで行われている独特な伝統漁法で、浮き代わりのとは違った旨味と香り、ホロリと崩れる食感を余すことなく堪能できる。そんな味の良さがありながらも、なかなか漁獲されない希少性からほぼ市場に出まわらず、「柏崎のアラ」は知る人ぞ知る存在だった。

しかし近年、もともと全国へ売り出そうという声が上がると、柏崎市が主導して取り組み始めた。2020年にアラを柏崎市ブランド魚として認定。翌年には柏崎市内のアラ料理を提供する店を市のホームページに掲載したり、のぼり旗を作成して提供店の店頭に掲示したり。まずは地域での消費拡大に努めて話題性を高め、来年度以降は全国展開を視野に入れて農林水産省のGI(地理的表示保護制度)登録も目指している。

一度食べれば誰もが熱烈なファンになる

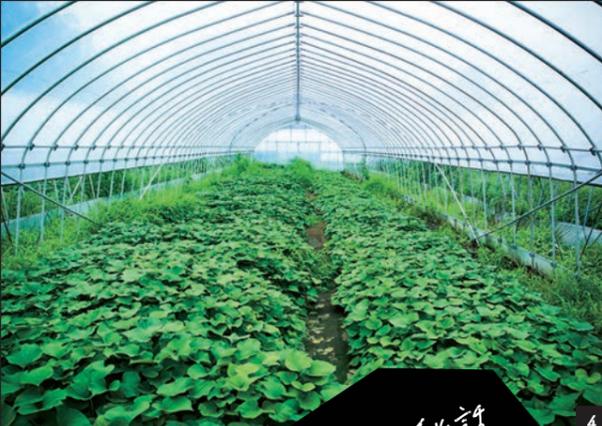


といわれるアラ。地域を盛り上げる起爆剤にすべく、自治体と漁師、飲食店が一体となってアラの魅力を発信するとともに、全国へ販路を拡大しようと邁進している。

販売業者の
声

ささ川【飲食店経営】
笹川 隆司さん(店主)

柏崎の魚は回遊魚よりも地付の魚、特に深海系の魚がおいしいですね。なかでもアラは旨味が強く、熟成させても身が柔らかくなり過ぎず、しっかりした食感があり、脂が乗っているのにクセがなく上品な味わいを楽しめます。肝醬油で食べる炙り刺し、骨を煮出して取った濃厚なスープなど、いろいろなアレンジができる魚です。



土地の良さに甘えず
"おいしい"だけを追求し
こだわりの干し芋を生産する

09 茨城県 東海村
jinomono story



東海村の干し芋

生産者 / テルズ

1 サツマイモの栽培から干し芋に加工するまでの全作業を自社工場で行う 2 霜が降りる前に収穫し、しっかり寒気に晒してでんぷんを糖質化 3 皮を深めに剥くのがコツ。薄皮を剥かないと酸化して黒ずみやすくなるそう 4 ハウスで苗を育て、約12haの畑で栽培 5 干し芋はカリウム、鉄分、ミネラル、食物繊維が豊富な食品として人気

「周囲のおかげで、何とかここまでできました」と、口癖のように語る照沼社長は実際に親しみやすい。芋へのこだわりやトラブルもトボけた調子で語れる朗らかさ、それでいて頼りがいのある雰囲気は、周囲を魅了する。東海村の商工会、法人会、ライオンズクラブ、消防団などの団体にはなるべく加入し、地域との関わりも積極的にやってきた。近所の方から「土地が空いたから使ってよ」と言われるたびに、少し

「周囲のおかげで、何とかここまでできました」と、口癖のように語る照沼社長は実際に親しみやすい。芋へのこだわりやトラブルもトボけた調子で語れる朗らかさ、それでいて頼りがいのある雰囲気は、周囲を魅了する。東海村の商工会、法人会、ライオンズクラブ、消防団などの団体にはなるべく加入し、地域との関わりも積極的にやってきた。近所の方から「土地が空いたから使ってよ」と言われるたびに、少し

土壌づくりからこだわり
品評会W受賞・連覇を達成

全国シェア9割を占める茨城県の特産品・干し芋のなかで、特に注目を集めているのが東海村の「テルズ」。社長の照沼勝将さんは、20歳から5年間ハーブ農園で修業し、土壌づくりを学んだ変わり種だ。「干し芋問屋を営んでいた実家から独立したのは、25歳のとき。芋に関しては素人でした」と笑うが、30歳で母と2人の弟と共に事業を法人化。2017年の「第10回ほしいも品評会・紅はるか部門」で金賞と県知事賞をダブル受賞し、翌年には品評会初となる連覇を果たす。躍進の理由は、「お客さんがおいしいと思うかどうか」を一番に考え、そのごく素朴な価値基準で



生産者プロフィール

株式会社 テルズ [干し芋製造・販売]
照沼 勝将さん (代表取締役社長)

茨城県東海村生まれ。取手市のハーブ農園での修業を経て、独立。芋の栽培から干し芋への加工製造・販売まで行う事業で、2016年に法人化した。干し芋は2017年「第10回ほしいも品評会・紅はるか部門」で金賞・県知事賞をW受賞し、連覇を果たす。TBS系「マッコの知らない世界」でも「干し芋通」に絶賛された干し芋は、ホームページやふるさと納税サイトで入手可能。

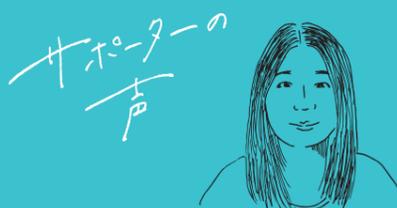
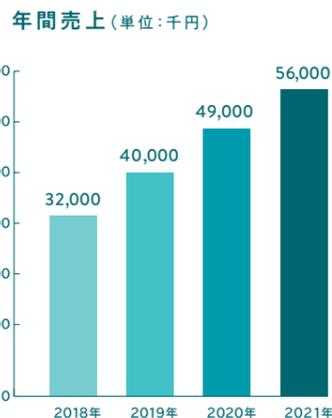
http://teru-s.com

商品の購入はSHOP LIST ▶▶ P66

品種を選び、栽培に適した土をつくり、できた芋を選抜、乾燥具合などを調整し続けていくからだろう。

テルズの芋はよく「ツヤツヤした黄金の輝きと、とろけるような食感が特徴」「他に比べて後味がスッキリしている」といわれる。茨城の黒土で育ち、収穫後にしっかりと熟成させた紅はるかは、色もきれいでしっとり甘い。とはいえ、肥料の過少はそのままエグみや硬さ、色に顕れてしまうため、毎年細かく土壌を分析し、微調整を繰り返す。その年の気候はもちろん、同じ畑でも位置によって出来が違うこともあり、その追求にゴールはない。しかも、蒸してみるまで出来は分からないという賭けの要素も。「干し芋にするのは、一定の糖度に達した高品質なものだけと決めていきます。

のやつにもちょうどよく、コロナ禍の内食ニーズにもマッチして売上が伸びたそう。「干し芋嫌いの孫も、テルズのは食べてくれる」と喜ぶ年配の孫も多い。自分たちがおいしいと思うものをただ真直に送り出すテルズの基本姿勢に、成功の秘訣があるようだ。



東海村産業政策課 [ふるさと納税担当者]
津田 智子さん (産業政策推進担当)

東海村のふるさと納税サイトでも特に人気のあるお礼品の一つです。「子どもたちが奪い合うほど」「リピート間違いなしのおいしさ」などのコメントや、高い評価を頂戴しております。黄金色の見た目に、ねっとりした食感、上品な香りにとろけるような甘さが魅力です。※納税サイトでのお礼品受付は期間限定(例年11月頃～数量に達し次第受付終了。2月上旬以降順次発送)



ふるさと納税サイト
「さとふる」
茨城県東海村



伝える人 魅せる人

日本各地の工芸品と
タイアップしたものづくりから
地域の活性化に挑む



明確なビジョンを持った

ものづくりが暮らしを豊かにし、

産地を元気にする

工芸を100年先につないでいくため
つくり手と想いを共有する。
ものづくりのストーリーとともに
その本質を消費者へ伝えることが大切なのだ。

つくり手と外からの視点 化学反応が新たな強みを生む

「日本の工芸を元気にする！」をビジョンに掲げ、日本各地の800社を超えるメーカーと協業して、ものづくりを行っている「中川政七商店」。もとは奈良で300年ほど続く麻問屋だったが、ここ20年で生活雑貨の領域に範囲を広げ、全国の産地とともに商品開発に取り組んでいる。ただ、「いいもの」というだけでは売れない時代に直面している今、全国の産地に息づく工芸が生き残っていくために求められていることは…。

「職人は黙して語らず」というのがよくしとされる文化が工芸の世界では根付いていたと思うのですが、コミュニケーション

01
JINOMONO
INTERVIEW
中川政七商店
千石あやさん
[代表取締役社長]

の方法がこれだけ多様化する現代において、黙っていて見つけてくださいというのはなかなか難しいと思うんです。どんな人がどういった思いをもって、つくっているのか。つくり手にしか分かり得ないストーリーを伝える努力をすることが大事な時代になっているのではないのでしょうか」と千石さん。それは農業、漁業においても同じことが言えるだろう。

ものづくりの ストーリーを通して 商品の本質を消費者へ伝える

「昨今、誰かのライフスタイルを真似するのではなく、自らが大切に思うことに従い、暮らし方や生き方を選ぶ時代へと変化

特産品が産地に人を呼ぶ

中川政七商店はコンサルティング事業にも注力している。その一例が長崎県の波佐見焼メーカー「マルヒロ」。存続の危機に瀕していたが、ブランディングにより波佐見焼への注目が集まり、地域の飲食店や宿も活性化。産地に人を呼ぶという産業観光につながっていった。「マルヒロさんは『人が集まる場所をつくる』というビジョンを持っていた。それが10年かけて現実のものになろうとしている。工芸を残す一つの方法として、産地を元気にすることが大切だと再確認しました。地域の強みを見つけ、磨き、活性化へとつなげていく。これらのノウハウは、農水産物を含むすべての特産品にも当てはまるのではないだろうか。

製造・在庫管理を徹底

製造スケジュールや在庫管理を行い、何をどのタイミングでどのくらい製造する必要があるのか明確にする。手間はかかるが、これらの作業をきちんと行うだけで利益アップにつながることも。



商品開発に固執しない ゴールは経営を 良くすること

常に何か新商品を出し続けなくてはという思考になると、ついデザイン勝負に陥りがち。いい商品ができたが販路が開拓できず、在庫を抱えてしまうというのはよくあること。だからこそ商品開発がゴールではなく、どう経営を良くするかという視点でブランディングを行うことが大事。

決算書を見直す

中川政七商店がコンサルを行う際、最初に行うのが「決算書」のチェック。データとして経営状況をしっかりと把握していくと、今必要なのは商品開発なのか在庫整理なのかなど、次の一手が見えてくる。

ビジョンを持つ

組織として何かを成すためには、ビジョンを持つことが重要。「日本の工芸を元気にする！」というビジョンを掲げて十数年。「今では全社員がビジョンに共感していると言える状態になったと思います」と千石さん。



暮らしを イメージした伝え方

商品の魅力や機能、製造背景に加え、これがあることで暮らしがどう豊かになるのか。消費者がイメージできるように、つくり手としての考えを伝えていくことが求められる。



中川政七商店 代表取締役社長
千石 あやさん

他社でのデザイナー、制作ディレクターを経て2011年、中川政七商店入社。製産管理、商品企画、「遊 中川」ブランドマネージャーなどを経て、2018年3月社長に就任。同社創業300余年の歴史を守りながら、ビジョンに基づいた事業を精力的に展開している。
<https://nakagawa-masashiichi.jp/>





3 季節感のある商品開発
春夏秋冬の商品が一つの生産者で賄えるようにものづくりをすれば、バイヤーは他の商材を探さなくても、一年中その生産者だけで売り場をつくれるため店は買い付けしやすい。

6 商品に対して愛情を持つ
大手企業の開発者でも、自社商品の良さをわが子のここのように熱く語る。自分が売る商品に愛情を持てれば、熱意を持ってその良さを伝えることができる。

1 思いやりのある商品開発
どういう人を買ってもらいたいのか、相手の立場になって想像力を働かせる。“思いやり”のある商品開発を行っていくことで、魅力ある商品が生まれる。

4 バリエーション展開
どんなに素晴らしい商品でも1種類しかない、店頭と並べにくいもの。少なくとも3種類程度バリエーションがあると、売り場が作りやすくなる。



2 胸を張って販売する
堂々と商品の素晴らしさやつくり手の思いを語っていくことが大事。同時に、自信を持って売っていくことのできる商品をつくり上げることを常に意識することも必要。

5 商売は人づきあいである
商売というと伝票のやりとりになりがちだが、ヒト対ヒトの仕事であることを忘れない。原点に立ち戻って、相手のことをしっかり考えながら人づきあいをしていくこと。

7 市場が求めるモノを目指す
地域のニッチなファンに売りたいのか、大きなマーケットで売りたいのか。目指すマーケットで求められているものを目指した商品とプロモーションが必要。



伝える人
魅せる人

地域を盛り上げる
商品を開発し、
実店舗で発信するバイヤー

思いやりと熱意を持ち
忘れがちな当たり前を
きちんとしていくことが大切



日本百貨店 取締役創業者
鈴木 正晴さん

前職で国内外のブランディング事業に携わり、独立後は国内のものづくり文化に根ざした“スグレモノ”を市場に広めるため、東京の御徒町に日本百貨店をオープン。ほか、日本橋や横浜などにも展開。地域振興を目的にした商品開発などにも携わっている。
<https://nippon-dept.jp>



消費者と向き合った商品 誠意と熱意のある販売

つくり手であり消費者であるという意識で、消費者への思いやりを持ってつくられていることが、「いい商品」に欠かせない要素だ。例えば量が過ぎて使い勝手が悪かったり、美への感性の高い若い女性向けなのに高力ローリだったり。消費者のことを想像できていない商品を「思いやりのない商品」と鈴木さんは呼んでいる。「おじさんが晩酌するとき、おつまみで手を汚したくないよね？ おばあちゃんの健康を考えた食べ物なのに、歯が折れそうなほど固いつてどう？ 一人暮らしにちょうどいい量は？ とか、想像力を張り巡らせるんです。パッケージもそう。通販で売ると百貨

店？道の駅なら？という議論が出てくるはずだ。」

その上でバイヤーの立場から「一般的な販売店は何が売れても良い」と思っていると指摘する。商品が何であれ、店としては売上が良いからだ。しかし特産品には気持ちが入りやすい、思いやりの精神に訴えかけやすいという強みがある。「この生産者さん、頑張っているから売ってあげよう」とバイヤーに思わせたら勝ちです」と鈴木さん。馴染みのない地域の特産品に対しても、一般の人は知らない地域だからと特に意識をしていない。「誠意と熱意を持って堂々と商品の良さを伝えること、人と人のふれあい」を差別化要因にしていくなかで、特産品が勝つための武器になります」と鈴木さんは確信している。

商品をしつかりと見直し 集中すべきポイントを探る

「今の時代、消費者は特産品だからという理由だけではお金を使いません」と鈴木さん。流通が発達してスーパーやコンビニ二エンスストアでも特産品が購入できるようになり、特別感はずれてしまっている。しかし、それまで小さいマーケットにいた特産品が、一般流通品と一緒に大きなマーケットで戦えるようになったということでもあり、特産品が一般品とどう戦っていくか、その戦略を今以上にしっかりと考えなければいけない。「ナショナルブランドは予算も人材も大量に投入して戦略を展開しているわけですから、僕らが同じことをやっても負けてしまいます。大きな

マーケットで生き残れる商品とは、本当においしいもの、いいものというのが大前提にあつて、強みをはっきり打ち出せている商品だと思います。」

「お客さまはどんな理由で商品を買っているのか」を繰り返し自問自答しながらその理由を見極め、本当においしいもの、いいものを提案していく。そして、そういった意識を持ってつくられた商品が認められていく。そのときに重要になってくるのが、実店舗の存在だ。対面することで、試食し口に入れた瞬間の笑顔や反応が瞬時に分かる。顔を見ながら、雰囲気を感じながらのリアルタイムでの双方向コミュニケーションができるのが実店舗であり、実店舗が担う役割はそこにあると鈴木さんは捉えている。

02

日本百貨店
鈴木 正晴さん
[プロデューサー・バイヤー]

JINOMONO INTERVIEW



開発秘話

1 甘鯛は体全体がピンク色。「灰干し」は美しい色合いを残す加工法でもある 2 解凍時にドリップを出さないプロトン凍結機 3 火山灰の上に特殊なフィルムを敷き、その上に甘鯛をのせる。さらに上にもフィルムをかけて火山灰を敷き詰める 4 加工場で働くのは漁師の女将さん。魚の扱いは慣れたもの 5 オフィス・加工場に併設した販売所



利用魚を活用した商品の創出。これにより漁業関係者の収益を高め、手に取っていただくことで魚食離れを防ぐこともできます。加工や販売を通して、地元雇用を生み出したいとも考えました」と名里代表。

高付加価値の灰干しと 低未利用魚を活かす新商品

目玉商品の「甘鯛灰干し」は、はえ縄漁で一本釣りされた甘鯛を使用。500g以上の大物は料亭などで重宝されることから、「灰干し」には250〜300gの小ぶりなものを使う。「灰干し」は、これまで高浜町にはなかった加工方法で、捌いて塩水に浸けた甘鯛を桜島の火山灰でサンドイッチにして乾燥させる。通常の干物と違い、程



10 jinomono story

福井県 高浜町



若狭の灰干し

生産者 / まちから

地域商社「まちから」を 設立し、商品開発を開始

好漁場に恵まれた若狭湾に面した福井県高浜町。高浜漁港や和田漁港で水揚げされる甘鯛は、高級魚として市場でも高値で取引されてきた。一方で、近年は漁獲量の減少、魚価の低迷、後継者不足などの問題がクローズアップされていた。こうした状況を打開しようと、行政や民間がタッグを組み、2012年に立ち上げたのが「6次産業勉強会」。議論を尽くすなかで、新たな「6次産業施設(UMIKARA)」の建設が決まった。建物は高浜町が建て、運営は複数の民間企業によるコンソーシアムが担当。加えて、そこで売る商品も独自性を持たせたいとの声が上がった。



株式会社 まちから [海産物加工品製造・販売]

名里 裕介さん (代表取締役)

福井県高浜町生まれ。プランニング業に就いていたとき、高浜町主導の6次産業化プロジェクト(6次産業勉強会)のメンバーとなる。その後、6次産業施設「UMIKARA(うみから)」の建設が決まり、販売用の商品を製造する地域商社「株式会社 まちから」を設立。ネットショップの充実や販路拡大などに奔走する日々。祖父は若狭湾の漁師。

<https://shop.umikara.co.jp>

商品の購入はSHOP LIST ▶▶ P66

よく水分を残しながら旨味を凝縮させることで、ふっくらとした食感となる。

一方、エソやシイラ、ツバスなどの低未利用魚は、骨を取り除いてすり身にした「と丸」、切り身にして串に刺した「くしもん」として商品化。「と丸はおでんや鍋物に、くしもんはパーベキューにおすすめ。いずれも手軽に調理でき、骨がなく食べやすいことから、魚の消費拡大に役買えるのでは」と考えました。12月からは店頭販売に加えて、ネット販売も始めた。メディアによる取材を積極的に受け入れたことから、実店舗やネットショップの知名度は徐々に上がっていった。近辺の道の駅から「土産物として扱いたい」との声が寄せられた矢先、コロナ禍に見舞われたが、状況が良くなれば、すぐに動き出す予定だ。

2019年6月に会社を設立し、同年11月には水産物加工直売所「はもと加工販売所」をオープン。ここは、若狭高浜漁業協同組合の加工場として整備されたが、マンパワーの不足により十分に活用されていなかった。そこでリフォームを行い、オフィス兼加工場とした。「まちから」のミッションは、高付加価値で魅力ある水産加工品の開発と、市場に出せなかった低未

地元民も日常使いできる 魚に特化した6次産業施設 「UMIKARA」オープン

2020年はコロナ禍により、高浜町も観光客は激減し、売り上げは伸び悩みに力を入れた。まずは外販。加工用に急速冷凍機で冷凍保存していた甘鯛などを地域の学校の給食用として売り込んだ。一時は学校が休校になり苦戦したが、再開後には定期的に注文が入り、子どもたちが魚食に親しむ好機となった。

次にネット販売の強化。ネットショップで、干物などの1万円セットを数量限定で販売したところ、1度目はわずか30分で完売。追加セットも当日中に売り切れた。「在

販売業者の
声



株式会社 クリアバス
cocochiセレクトショップ [ECサイト運営]

萬亀 信弘さん (バイヤー)

若狭湾の新鮮な地魚を使った灰干しセット、ズワイガニと甘エビの海鮮漬け、魚や肉を漬け込む4種の糀ソースセットを取り扱っています。ものづくりに対する強いこだわりが感じられる商品で、素材や味についてももちろん、商品企画やパッケージデザインなどもしっかり考えられています。ご自宅用だけでなく贈り物としても喜ばれている商品です。

cocochi
Selection





2

1 若狭の灰干し5種セットは、魚の美しい色合いを残しているのも特長 2 おでんや鍋物の具材として、食卓に取り入れやすい「とどまる」 3 ズワイガニや甘エビ、高浜産のアカモクを使用した「若狭の海華漬け」 4 高浜町の杜仲茶葉を使用したクラフトビール「ブルービーチビール」

3

ゴクゴク飲めるクラフトビール

「UMIKARA」オリジナル商品として開発が行われたのが、高浜町の杜仲茶葉を使用したクラフトビール「ブルービーチビール」。魚料理に合う味わいをコンセプトに、クセがなく、ゴクゴクと飲みやすい味に仕上がっている。開発にあたっては石川県の金澤ブルワリーが全面協力し、味のブラッシュアップに取り組んだとか。今後は高浜産の柑橘系を使用したビール開発も視野に入れている。



4

ECサイトから手軽に購入できる 若狭の味わい、いろいろ

「UMIKARA」のグランドオープンに先駆けて、ECサイトをオープンした。上記1~3の「まちから」の商品をはじめ、多彩な品々を販売中だ。高浜町を中心に広く若狭湾沿岸地域の商品を扱っており、地元の人気店のパン、若狭富士(青葉山)に自生するハーブのお茶などで地元の魅力をアピール。



2021年、高浜町にオープンした 魚と旅するマーケット「UMIKARA」

漁港と隣接した立地条件を存分に活かして、魚に特化した商業施設としてオープンした「UMIKARA」。その日に水揚げされたばかりの新鮮な魚介類の販売をメインとし、観光客だけではなく、地元民も利用しやすい。「まちから」の商品をはじめ若狭湾の産物が並ぶショップ、魚料理が味わえる食堂もあり、漁業を中心とした地元産業の盛り上げ役として、大きな期待が寄せられている。

庫をなくそうという苦肉の策。販売価格も抑えたため利益はさほどでませんでしたが、我々の商品に注目してくれる人がいたことが励みになりました」と名里代表は顔をほころばせる。同時にふるさと納税の返礼品にも「まちから」の商品が採用され、こちらの売り上げも堅調。漁師たちが命がけで獲った魚を活かすことができた。2021年7月7日には、待望の6次産業施設「UMIKARA」がグランドオープンした。海や漁港に隣接した立地条件を活かし、地元でチェーン展開するスーパーマーケットなどが経営母体となって取り組んでいる。施設内には生け簀のある魚屋、新鮮な地魚が味わえる食堂、軽食やバーベキューが楽しめるテラス席に加えて、「まちから」が運営する地元の良いものを並べたショップを整備。灰干しや一夜干し、桜干し(みりん干し)など自社で加工した海産物だけではなく、もろみや杜仲茶など高浜町の名産品を販売。加えて近隣の市町村の特産品も取り扱っている。「オープンに合わせて杜仲茶ソフトクリーム、と丸の入ったレトルトパックのおでんなど、オリジナル商品も開発。おでんは「高浜おでん」と名付け、新たなご当地グルメにした」と目論んでいます」と名里代表は話す。

商品の良さや内食需要が相まって、オープンから1か月足らずで当初に定めた目標を大きく上まわる売上を達成。そればかりが目標の2倍3倍以上の日も多いという。販売機能は「UMIKARA」に移った

後の「はもと加工販売所」は、セントラルキッチンとしての役目を果たしつつ、加工場直営ショップとなった。「わけあり品」などを手頃な価格で提供することで共存を図っている。また「UMIKARA」は観光客の受け入れと同時に、地元の方にはセカンドスーパーマーケットとして気軽に足を運んでもらいたいと願っている。

漁師町で培われた経験と最新の冷凍技術

「まちから」が走り出して間もなく思いもよらない苦難となったコロナ禍に、名里代表を支えたのは、若狭高浜漁業協同組合から派遣された、地域創生プランナーの小須田毅彦さんだ。日本各地の漁師町で商品開発やPRを指南してきた彼は、「よそ者の私だからこそ、この地区の魅力が分かる部分もある」と話す。売上をあげるために未利用魚を活用した商品開発を行ったほか、「UMIKARA」と連携して漬け丼を商品化し、食堂の名物にするなど、彼の功績は大きい。

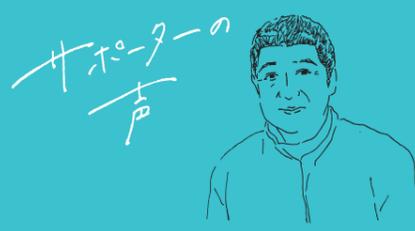
加工を担当している7名の女性スタッフたちの存在も忘れてはならない。いずれも漁師のお母さんや奥さんである。魚のことを熟知しており、下ごしらえなどの作業は正確でスピーディーだ。そんな女性の一人が手慣れた様子で甘鯛を捌きながら、ひよいと針を取り出す。釣り針を飲み込んでいることがあるという一本釣りの甘鯛の証だ。

地域で取り組む新しい 6次産業化の形に注目

若狭湾に面した漁師町は複数あり、越前ガニや若狭フグ、ホッコクアカエビなど全国区の知名度を誇る特産品も少なくない。「まちから」の加工品をこれらに負けない名物にすることが、直近の目標。そして次には「高浜町のまちから」を「若狭のまちから」として進化していきたいと願っている。「今後は近隣の市町、漁港、生産者と手を携え、魅力を何倍にも膨れ上がらせたい」と話す名里代表には、祖父から受け継いだ漁師のDNAが息づいている。

「はもと加工販売所」の強みは、加工場が漁港に隣接している点で、鮮度抜群の魚を商品化できる。しかも、豊漁のときに活躍する「プロトン凍結機」は、魚の細胞を壊すことなく瞬間凍結するので、解凍した際にタンパク質や旨味成分が含まれているドリップが出てくなくなる等、鮮度をさらに高いレベルで維持することが可能となった。

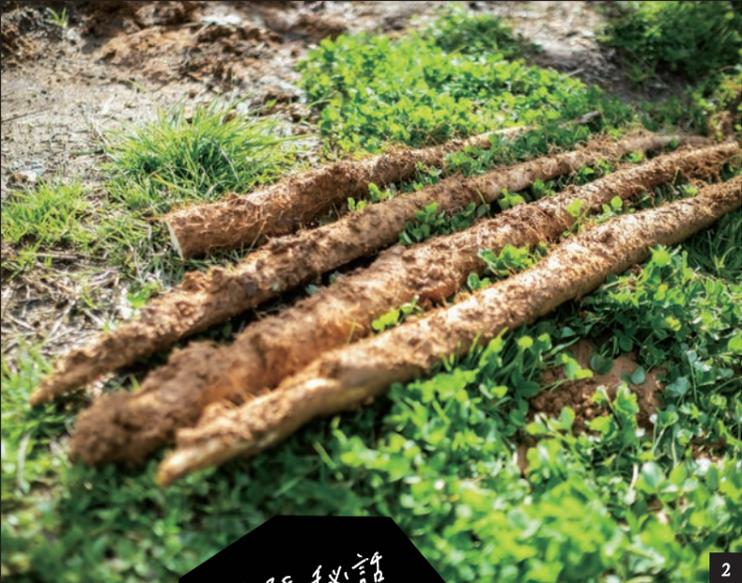
また、若狭のブランド品である甘鯛、高浜町で多く水揚げされる蓮子鯛などの赤皮魚種を灰干しにする場合でも、皮色の美しさをしっかり保持できるのも「プロトン凍結機」の利点だ。漁師町で培われた技量と最新の設備・機器により、高品質の加工品が生まれている。



若狭高浜漁業協同組合【漁業協同組合】
小須田 毅彦さん (地方創成プランナー)

大手量販店や商社バイヤーの経歴を活かし、2018年5月より高浜町の新たな名物づくりのサポートを担っています。この地域の魅力は、若狭湾と経験豊かな漁師たち。海産物の宝庫としての海はもちろん、サーフィンや釣りなどアクティビティのフィールドとしても大きな可能性を秘めています。これらを掘り起こすことで、移住や定住にもつながっていくはずだ。





粘り強くて、
甘み強い
気候や土質を味方に
天然に遜色のない
自然薯を

11

福井県
おおい町



jinomono
story

名田庄の自然薯

販売者 / 名田庄商会

開発秘話



1 名田庄商会の自前の畑で、自然薯を掘り起こす。春からの苦
労が報われる瞬間だ 2 まっすぐ伸びた自然薯は先端まで食
べ応えがある。天然ものにはない魅力だ 3 特製の化粧箱に
入れて販売する名田庄の自然薯 4 直売所「あきない館」。加
工品など様々な特産品が並ぶ

のあるこの地の気候と赤土系の土質によ
り、甘みと粘り気のある天然物に遜色のな
い自然薯の栽培に成功。新たな特産品と
して人々の期待が高まっていた。

**生産者の意識を高めて
自然薯を高級贈答品に**

名田庄地区の自然薯は、主に平地の畑
で栽培される。節にかけた赤土を長さ1
m以上のパイプに詰め込み、そこに種芋を
植え付けて畑に埋め込む。春に植え付け、
収穫は12月頃から。パイプをスツと抜き出
すことで収穫でき、折れや曲がりも防げ
る。しかも収穫期はお歳暮商戦真っ只中。
高級贈答品として、順調に売り上げを伸
ばすことができた。1998年には自然薯

販売業者の 声



ふくい南青山291【アンテナショップ】
古市 宏樹さん（店長・バイヤー）

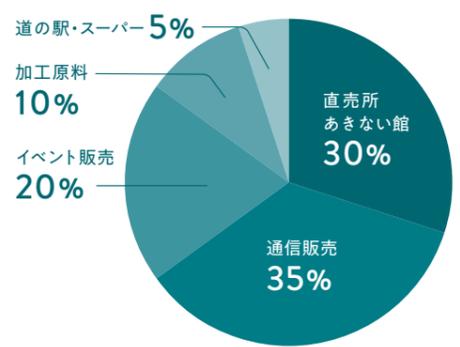
山間部の自然豊かな地域で育った野菜でつくられ
た名田庄漬は素朴で味わい深く、一度食べると忘れ
られない味です。以前から名田庄漬をご存知の方
たちだけではなく、初めて食べておいしかったから
と繰り返しご購入いただいている方がたくさんいま
す。名田庄は自然薯の有名な産地で、秋に季節限
定で販売しているむかごや自然薯そばも人気です。



の即売会・品評会などを行う「じねんじょ
祭り」を立ち上げ、PR活動も積極的に
行ってきた。同時に生芋の販売と並行
し、規格外品や自然薯パウダーを活用し
た自然薯そば、菓子類などの製造・販売も
軌道に乗った。

生産者で構成される名田庄自然薯生産
組合は組合員数30名を超え、質の良い名
田庄の自然薯は、名田庄商会の営業活動
も功を奏して県外の料理店からも注文が
入るようになった。近年は地元一般企業
も自然薯生産に参入し、安定した生産量
を確保している。一方で「量を増やすこと
も必要ですが、私たちが重視しているのは
質の良いものを生み出すこと。販売が順調
であれば、生産者間で良い競争が生まれ
ます。そうした気風を生み出すのも私たち

自然薯消費割合（2019年現在）



の務め」と話すのは、父親が生産者でもあ
る尼谷繁和さん。自然薯のような「粘り強
さ」を信条に、名田庄地区の未来のため
に力を尽くしている。

名田庄に新たな特産品を 生産者を支える地域商社

若狭湾の南、丹波山地の懐に抱かれた
おおい町名田庄地区（旧名田庄村）は、か
つては製炭業や林業で栄え、昭和初期ま
で約7000人がここで暮らしていた。
しかし、1950年代半ば（昭和30年
代）からは、地場産業の低迷などを理由
に、徐々に人口が流出してしまふ。そこで
旧名田庄村と名田庄商工会、名田庄農
業協同組合、名田庄森林組合が連携して
1984年に設立されたのが第3セクター
「名田庄商会」。新たな産品を掘り起こ
し、定住人口を増やすことを大きな目的
に掲げた地域商社の走りである。名田庄
商会が最初に取り組んだのは、新たな特



販売者プロフィール

名田庄商会【自然薯販売・加工品製造、観光施設の運営】

下中 敏也さん（部長）

下中敏也さんは福井県小浜市生まれ。結婚を機に20
年前におおい町名田庄地区へと移住。名田庄商会所
有の畑では、自らも自然薯栽培に汗を流している。上写
真右の尼谷繁和さんは福井県おおい町名田庄地区生
まれ。父親が名田庄自然薯生産組合の組合員であり、
生産者の苦労を誰よりも知る頼もしい存在。それぞれの
地域愛が、多様な事業に活かされている。

<http://natasho.co.jp>

商品の購入はSHOP LIST ▶▶ P66



「生産者との繋がりを大切にし、名田庄の魅力を伝えていく」総合サイト。自然薯やオリジナル商品なども紹介



物語仕立ての見応え抜群な動画をチェック

名田庄商会の取り組みを分かりやすく紹介したホームページが好評。なかでも「おーい名田庄ものがたり」と題した動画コンテンツでは、名田庄地区の美しい自然、そこに住む人々のさりげない日常が描かれている。「名田庄地区に遊びにいきたい、住んでみたい」という名田庄ファンを増やしたい…。そんな思いが伝わってくる。



道の駅 名田庄
国道162号沿い、福井県と京都府の県境のすぐそばに位置する「道の駅 名田庄」

買う、食べる、泊まる 名田庄地区の 観光拠点

「道の駅 名田庄」は自然に囲まれた好立地にあり、敷地内には宿泊施設「流星館」や飲食店「よってっ亭」などを完備。もちろん、自然薯や名田庄漬などを購入できる。「流星館」には、茅葺民家施設（宿泊可）やスポーツ施設も併設。また「よってっ亭」では、自慢の自然薯を使ったそばを提供。気軽に名物を食べられるスペースとして観光客にも人気だ。



流星館



よってっ亭



茅葺民家施設



名田庄漬は、キュウリ、大根、ナスを細かく刻み、醤油や味噌で調味した「あなた好み」など全5種類。ご飯や酒のつまみとして人気



事業の柱として育てたい業務用食品を製造

漬物から麺類まで 多様な加工品の製造拠点

2010年に建てられた「おい町農産加工センター」は、名田庄商会の加工品製造拠点。名田庄漬や自然薯そばなど、同社の看板商品の多くはここで製造されている。建物はおおい町所有で、名田庄商会は管理運営を委託されている。スタッフの多くが前身のJA時代から引き続き雇用されている。



平成の大合併を機に 新事業への取り組みを

2006年、旧名田庄村は大飯町と合併し、「おおい町」となった。この合併により、名田庄商会は新たな事業へと取り組むようになる。その第一が、翌年JAから受け継いだ特産品「名田庄漬」の製造。名田庄漬はキュウリやナス、大根、生姜など地元産の野菜を使った漬物で、合成保存料や合成着色料、合成甘味料は一切使用していない。野菜本来の甘みを引き出した、素朴な味わいが地元の食卓になくはない。ところが合併に伴い、JAが組織変更をするため製造休止が検討されていたが、「ぜひつくり続けてほしい」という地元の声に応え、製造に取り組みすることになった。農産加工センターを新設し、雇用も引き継いだセンターでは、そばや菓子類などの自然薯加工品の製造も行っている。

さらに名田庄商会は指定管理者として「道の駅 名田庄」、ホテル&スポーツ施設「流星館」、そば処「よってっ亭」などの運営も担うようになった。設立当初から考えれば、事業内容が大きく拡大しており、いずれも名田庄の魅力を広く発信したいという思いから取り組んでいる。「事業は増えましたが、ものづくりも施設運営も、生産者や地域住民、企業、消費者を結ぶという役割は同じ」と下中さん。名田庄の歴史や文化、自然など多様な魅力を、名田庄

商會を介して、さらに高めていく気持ちは一貫している。

そんな名田庄商會に、今後の課題を尋ねた。生芋自体の販売は堅調であることから、目下力を入れているのは情報発信と新商品の開発だ。情報発信においては、動画を使ったホームページを制作し、商品だけではなく名田庄地区そのものに興味を持ってもらえる内容となっている。

新商品としては、保存のきく自然薯パウダーを使った商品づくりに力を入れている。2013年には尼谷さんの発案で自然薯うどんを誕生させた。そば用の製麺機を活用できるため、無理なく製造を行うことができた。一方で失敗もある。京都の菓子舗に協力を仰ぎ自然薯せんべいを試作したが、自然薯の良さが出せず、商品化は断念。いろんな人のアイデアをいただきながら、「これぞ自然薯」と言わしめる商品を生み出したい」と模索中だ。

加工場や宿泊施設などを 管理する施設をさらに活用

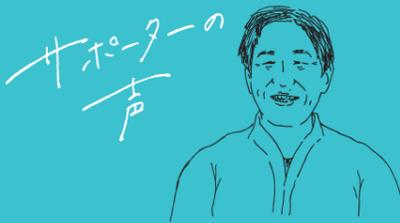
農産加工センターの稼働率を上げるためにも、さまざまな取り組みが行われており、大手飲食チェーンで提供する漬物の製造は軌道に乗っている。また、2020年11月に新たに始まったのは、寿司用の生姜の甘酢漬（ガリ）の製造。宝塚市に拠点を置く高級スーパーマーケットへ卸し、各地へと流通している。さらに、これまでの

飲食店とのつきあいや、おおい町産のキノコを使った業務用カレーの開発も大詰めを迎えており、道の駅をはじめ、町内の観光施設の飲食店での提供を最終的な目標としている。こうした食に関わる事業展開を下中さんと尼谷さんは振り返り、「自然薯などは、収穫時期を待ちかねて全国から注文が舞い込んできます。うちの自然薯は他産地に比べてやや高値ですが、リピート注文も多い。良いものをつくれれば、ちゃんと評価していただけることが分かりました」と力強く語る。

一方、道の駅や宿泊施設の運営に関しては、コロナ禍の打撃を大きく受けた一年となったが、その打開策として期待しているのは、スポーツ合宿の誘致。「流星館」には、テニスコートやサッカーグラウンド、ソ

フトボールグラウンド、室内競技が可能なコンベンションホールがあるスポーツ施設が隣接している。宿の客室数は全19室で定員47名。学校や社会人、プロチームなどを誘致し、その活用を二層進めたいと考えている。幸いなことに、おおい町は「学生合宿誘致推進事業」に力を入れており、宿泊費などの補助を行う制度もある。こうした制度を周知し、世の中の情勢を見極めつつ、アフターコロナ時代の反転攻勢に意気込んでいる。

「生産者と消費者を結ぶこと」「新たな特産品を開発すること」を目指す名田庄商會。時代の流れのなかで、担う役割は多様化した。その熱い思いを胸に着実に歩んでいる。



おおい町農産加工センター【農産物加工】
水井 房和さん（工場長）

JA時代から名田庄漬をつくり続けて、35年。つくり方は一切変わっていませんが、このセンターができ、より良い環境で製造できています。農産物を活かせること、地域の食卓を支えていることに誇りを感じています。県外の人にもこの味わいを知ってもらいたいですし、これからも安心できる製品づくりに邁進していきます。





開発秘話

1 荒茶をふるいわけし、選別する機械。全工程で世界基準の衛生管理が徹底されている 2 新茶の季節、地元小学生はワクワクしながら茶葉手摘み体験を行う 3 大きな茶葉は切断し、茶葉の形を整える 4 包装まで人の手と目で確実に行う 5 世界各国へ、さまざまなタイプのお茶を輸出している

「海外で販売せんといかんとは気の毒にもいわれた」という。輸出に際しても多くのハードルがあった。国内と比べて残留農薬などの基準が厳しく、認められるための資格を早急に必要な資格があったが、茶畑の土づくりから包装まですべてを自社でできる体制でその困難をクリアした。「有機JAS」や「FSSC22000」(※1)など、海外が認める高レベルな認証を取得していることは、やまも満寿多園のお茶がいかにか安全で衛生的な環境でつくられているかを物語る。それは私たち日本人にとっても、うれしいお墨付きだ。

新たなファンづくりで
先祖が拓いた茶畑を後世に



先祖譲りの開拓者精神と
時代を見据えた経営手法で
静岡茶を世界へ届ける



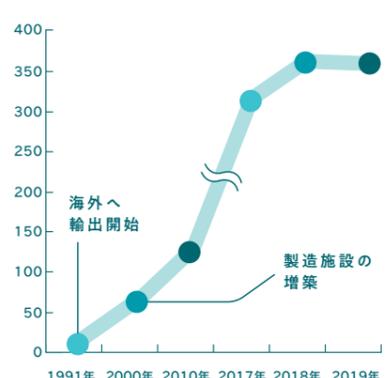
12 静岡県 御前崎市
jinomono story
深蒸し茶
生産者 / やまも満寿多園(ますだえん)



販売業者の
声
株式会社 徳寿園【茶卸・販売】
服部 辰夫さん(バイヤー・社長)
やまも満寿多園さんとは40年近くお取引引きさせていただいています。お茶本来の味わいを引き出す深蒸し茶の製造にいち早く取り組まれてきたパイオニア。海外市場にも早くから進出し、独自のノウハウで世界の厳しい基準をクリアした高品質なお茶は、「他に代わるものがない」と繰り返しご購入されるお客さまがたくさんいらっしゃいます。



海外輸出量の推移(単位:t)



現在では北米、アジア、ヨーロッパなど約30か国に輸出。日本のお茶の総輸出量の約7~8%を占めるまでになった。一方、国内では茶葉の消費は低迷が続く、地元でも茶づくりをやめる農家が増えている。「先祖が開墾し、代々受け継いできた土地を守り、次世代を育てたい」。そんな思いから、満寿多園では10年以上前から地元の小学生を招いて茶摘み体験や工場見学を実施したり、静岡県で開発され、御前崎市の温暖な気候に適した「つゆひかり」の製造や販売に力を入れたりするなど、地域を元気にする取り組みを積極的に続けている。2015年には、農林水産大臣賞受賞者の中から部門ごとに1個人・団体だけが選ばれる国内最高峰の栄冠、天皇杯を受賞。一貫体制でつくる深蒸し茶の品質の高

私たちが普段飲んでいる緑茶には2種類ある。香り高くスッキリとした味の「煎茶」と、濃い緑色とまろやかな甘さの「深蒸し茶」だ。今では全国各地でつくられている深蒸し茶の発祥の地は、静岡県牧之原台地。そこに、国内はもろろん世界からも高い評価を受ける製茶メーカー・やまも満寿多園はある。

「牧之原台地は日照時間が長いので、育つ茶葉は肉厚で、お茶にすると苦渋味が強く残る。そこで先人たちは、蒸し時間を長くして茶葉を柔らかくすることで苦渋味を軽減したのです」と話す社長の増田

生産者と問屋が
分かれていた時代に
独自の一貫体制を確立

剛巳さんは、約150年続く老舗の五代目だ。創業は1870(明治3)年。明治維新で失職した武士らを中心とした牧之原台地の開墾に、地元で田畑を耕していた初代も加わり、山地を切り拓いて広大な茶畑をつくり上げた。その後、先代までは茶葉の生産のみを行っていたが、丹精込めたお茶を自らの手で売りたいと増田社長が一念発起。生産者と問屋が完全に分かれていた時代に、茶葉栽培から商品化、販売までの一貫体制を目指し、1982年に法人化。販売ルートもネームバリューもまったくないとことから地道な営業を続け、徐々に体制を整えていった。

海外進出も早く1991年から。当時は国内の緑茶需要が高く、輸出を考える人は少なかった。



株式会社 やまも満寿多園【緑茶生産・販売】
増田 剛巳さん(代表取締役社長)
静岡県御前崎市生まれ。高校卒業後、静岡の「深蒸し茶」を扱う数少ない東京の茶問屋に勤め、「深蒸し茶」の魅力を広めたいとの思いを強くする。25歳で家業を継承。27歳で会社を設立。生産から販売まで、独自の体制をつくり上げた。営業の基本はひたすら歩いて一軒一軒サンプルと名刺を配る! エネルギーで温かい人柄は、地元でも世界でも頼られ、愛されている。
http://masudaen.com
商品の購入はSHOP LIST ▶▶ P66



1 個包装にすることで、高級感も生まれた 2 細長く先端が尖った形状が最勝柿の特徴 3 柿の「のれん」は能登の秋の風物詩 4 台湾で行われているフェアの様子 5 強い甘みをもつ「能登志賀ころ柿」は、高級贈答品として人気

2016年10月、能登志賀ころ柿は石川県内では2例目、能登では初となる登録が叶う。これにより、商品にはGIマークを付けて出荷できるようになった。

GI登録が契機となり 国内外での需要を伸ばす

「GI登録の反響は大きかったですよ」との言葉どおり、東京都中央卸売市場市場での取り扱いが始まり、年末年始の高級贈答品などの需要は目に見えて増えてきた。また、台湾など海外への輸出が始まったのも同時期。キロあたりの単価も300円ほど上がった。意気上がる生産者をサポートしたのは、自動の個包装機械の導入。それまで生産者は包装まで行っていたが、出荷日



13 jinomono story 石川県 志賀町

能登志賀ころ柿

生産者 / JA志賀

能登の人の手間暇が育んだ 「能登志賀ころ柿」

「能登志賀ころ柿」は、志賀町特産の最勝柿でつくる干し柿。藩政時代に農家が自家用につくったのが始まりとされており、400年以上の歴史を誇る名品だ。最勝柿は渋柿だが平均20度と糖度が高く、干し柿にすることで旨味は凝縮される。「生産者の手間暇が生み出す珠玉の味です」と話すのは、JA志賀営農部の土田茂樹部長。収穫は10月下旬から11月下旬にかけて。数日追熟させた後に、へたを取り、皮をむき、糸でくくって2週間以上自然乾燥させる。その後、2回にわたり手もみを行うのが、能登志賀ころ柿の特徴。さらにじっくりと寝かせて、ようやく仕上が



能登志賀ころ柿

JA志賀 営農部担い手支援室 [農業支援]

土田 茂樹さん (営農部部长)

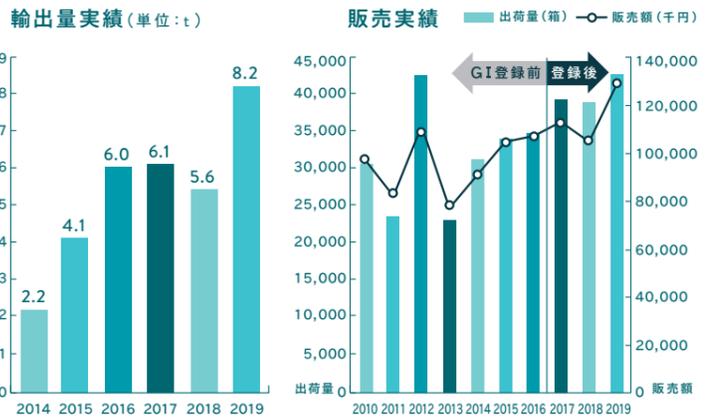
石川県志賀町生まれ。JA能登わかばを経て、1999年からJA志賀に勤務。一貫して営農に従事し、生産者に寄り添いながら尽力している。「この仕事の醍醐味は、農家さんと直接会話し、ともに知恵をしょり、汗を流せること。良い結果が出たときには、一緒に喜ぶことができます」。農産物や加工品の商品価値を高め、それが担い手の確保につながることを願っている。

<https://www.ja-shika.jp/tokusan/korokaki.html>

商品の購入はSHOP LIST ▶▶ P66

には夜を徹しての作業になることもしばしば。その負担を軽くすることができた。GI登録以降、作付面積は微増し、現在の生産者数は128名。高齢化により辞める方も出たが、新たな生産者も加わった。5年前と比べると横ばい状態ではあるが、なんとか踏ん張っている。

現在は大阪市場へ卸した商品のうち約7割は台湾などに輸出されている。国内の需要は年末年始に集中するが、台湾の旧正月は2月初旬から中旬まで。「売り時」がずれていることでより長く高値で売れるようになった。JA志賀ではさらなる需要拡大のために、3年前から台湾で定期的にフェアを行っている。「能登ブランドとして、評判は上々です」と土田さんは顔をほころばせる。



この品は大阪市中央卸売市場での評価も高かったが、一方で大きな課題も抱えていた。10年前、200名いた生産者は高齢化により、5年前には120数名に激減していたのだ。「この状況をなんとかしなければ」とJA志賀は、農林水産省の地理的表示(GI)保護制度への登録を試みる。「生産者に誇りを持ってもらい、市場価値を一層高めて、希望を持って生産してほしい」と考えたのだ。「それにより担い手が生まれれば、なおうれしいというのが、私たちの偽りのない気持ち」と土田さん。



販売業者の 声

大果大阪青果株式会社 [卸売]

岡林 雅之さん (果実部 課長代理)

能登志賀ころ柿は、市場に出回っている有名な干し柿のなかでも別格の存在です。干し柿専用の品種を使い、能登の厳しい寒さのなかで丁寧に乾燥させた干し柿は、甘くておいしいのはもちろんのこと、見た目の美しさも格別。国内の熱心なリーダーだけではなく、海外からの需要が非常に多く、世界から認められた味でもあります。





先人の保管技術を守り抜いて
つくられる国内最高峰の昆布が、
和食文化とともに世界へ

14 jinomono story

福井県 敦賀市



蔵囲昆布

生産者 / 奥井海生堂(おおいかいせいどう)

1 金ヶ崎本社工場では、手作業にて最終の袋詰めまでが行われている。2・3 協力業者のひとつ、手漉(てす)きおぼろ昆布の加工場。北海道産の真昆布を職人が一気に削り込む作業は圧巻。4 じっくりと時を重ねながら旨味を増していく1989年収穫の蔵囲昆布。5 温度や湿度を一定に管理した昆布蔵は、ワインカーブ(貯蔵庫)のような雰囲気。

やされている逸品だ。「実は蔵囲昆布、瓢箪から駒で生まれたものなんです」と吉川さん。当時、船便で敦賀に昆布が届くのは12月頃。雪に阻まれ、上方への移送は困難を極めた。そこで、春まで昆布を保管したところ、磯臭さが抜けて旨味が増していることに気づいた。まさに偶然からの産物である。

だが、保管状態いかんで商品価値を失ってしまいうリスクもあった。また、蔵の整備や保管に関わる経費も小さなものではない。交通事情が良くなるにつれて、「蔵囲」の手法は廃れていったが、奥井海生堂はこれにこだわった。現在は温度や湿度を管理した専用蔵で、「蔵囲」を守り続けている。また、昆布の最高峰ともいわれる礼文島(れぶんとう)香深浜(かふかはま)の一等品については、1989年か

産地から離れた敦賀市で高級昆布シェア日本一

1872(明治4)年創業の奥井海生堂は、高級昆布の老舗。大本山永平寺、大本山総持寺など全国の寺院や名だたる料理人の信頼を得ており、高級昆布のシェア日本一を誇っている。同社の昆布を高く評価した一人に、美食家として知られる北大路魯山人もいた。とはいえ、昆布の主産地は北海道と青森県。なぜ、遠く離れた敦賀市に、これほどの昆布商が生まれたのか。

「北前船による交易で、昆布が当地に運ばれてきたからなんです」と説明するのは、業務部の吉川朋伸さん。北前船は江戸時代から明治時代の半ば、北海道を航路し、日本海側を通じて物資を運んだ。その



株式会社 奥井海生堂 [昆布加工・販売]

奥井 隆さん (代表取締役社長)

福井県敦賀市生まれ。高級昆布の専門店である同社の4代目。和食ブームのなかで注目を集める昆布にまつわる講演依頼も多く、「漁業としての昆布」を「農業としてのワイン」の話になぞらえて、分かりやすく伝えることに定評がある。著作に『昆布と日本人(日本経済新聞出版刊)』。NPO法人日本料理アカデミー会員、「和食」文化の保護・継承国民会議理事、敦賀商工会議所副会頭、日本ソムリエ協会「名誉ソムリエ」。https://www.konbu.co.jp

商品の購入はSHOP LIST ▶▶ P66

主な荷荷が昆布であり、敦賀港は寄港地のひとつ。昆布の消費地である大阪や京都に届けるには、ここで荷卸して琵琶湖の北岸へ運び、丸子船と呼ばれる和船に積み替えて運ぶのが効率的であったという。さらには敦賀で加工して重量を減らすことでより運びやすくしたため、この地で加工技術が発展した。現在もおぼろ昆布やとろろ昆布の生産量は、敦賀市が全国シェア8割以上を誇っている。

産地を限定し、時間をかけて旨味を引き出す「蔵囲昆布」

そんな敦賀市にあって、大きな存在感をもつ奥井海生堂。とりわけ商標登録されている「蔵囲昆布」は、高級料亭でもは

ら毎年、定数を貯蔵。筵(むしろ)に囲われた昆布で古いもので30年以上、じっくりと旨味を熟成させている。

利尻昆布、羅臼昆布、長昆布、日高昆布、真昆布と産地によって異なる昆布の味わいや特性。その目利きに秀でているのが、奥井隆社長だ。ワインに造詣が深い奥井社長は、「昆布とワインの相似性」に着目。ワインはテロワール(土地や風土)とクリマ(気候)によって、味の違いが生まれる。またワインテージにすることで味の違いは際立っていく。

2013年、「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録されたことにより、日本の出汁文化が再評価された。出汁に付き物の昆布にも、世界から注目が集まり、奥井海生堂の高級昆布は海外のレス

海外輸出量(単位:kg)



販売業者の
声



福井県民生活協同組合 [生活協同組合]

木村 泰隆さん (加工食品担当)

昆布文化圏の福井県で「いい昆布ならば奥井海生堂」といわれるほど、こだわりのある上質な昆布製品をいただいています。特に「蔵囲昆布」という長期熟成された昆布は旨味が強く、雑味がなく、一度使った方が多くがリピーターになるほど。お求めやすい価格帯のものから贈答用まで幅広くそろっていますので、ぜひ一度お試しくださいと思います。





郷土自慢の名水だから
自信を持って挑戦
"地魚に合う"北陸初の
地ビールづくり

15

福井県
美浜町



若狭ビール

生産者 / 若狭シーサイド・ブルワリー

開発秘話



- 1 カナダで学んだ技術を活かすため、北米の機械を導入
- 2 ブルワリー内では、全国から集めたクラフトビールを展示
- 3 福井名物「へしこ」(サバのぬか漬け)とも好相性
- 4・5 製造を担当しているのは、美浜町出身の石橋幸城さん。アルコールが苦手な石橋さんが、自らが仕込んだ3種のビールは「やさしくてフルーティ。私もおいしく飲めます」と太鼓判を押す

全国酒類コンクール
地ビール部門で1位に輝く

製品は直営レストランや近隣の飲食店で味わえるほか、土産物としての販売も行われている。大手メーカーの量販品に比べると、価格は少し高めだが、上面発酵により醸し出されたフルーティな香りと味

ほどよい苦みのペールエール、香りとコクが強いアンバーエール、苦みを控えたパイツェンの3種。いずれもくだんのモルトに加えて、シアトル郊外のワシントン山脈で栽培されたアロマホップと美浜町の名水で仕込みを行っている。さらに工場長をまかせている石橋幸城さんの真面目な人柄も味わいを深めている。

わいの評判は上々。一度味わった観光客が「おいしかった」と通販を利用して購入するケースも多いそう。そればかりか、地元ファンも年を追うごとに増加。「やはり、魚に合う」というコンセプトが良かった。若狭の新鮮な海の幸との相性の良さがウケているようです。そのおいしさは全国酒類コンクール地ビール部門で第1位に輝くなど、全国的にも高く評価されている。

若狭への深い愛情から
地魚に合うビールを開発

1994年の酒税法改正で、小規模な業者がビールを製造することが可能になり、全国各地に地ビールが誕生した。北陸でもどこかやるかなと思っていましたが、なかなか出てこない。それならば自分でやろうと思ったのがきっかけです」と話すのは、若狭シーサイド・ブルワリーの橋本富夫代表取締役。地ビールに目を向けた理由はもう一つ、ここ美浜町の水のおいしさ。モルト(麦芽)とホップと酵母だけで仕込まれるビールは、水質がその味わいを左右する。料理人としてのキャリアを持つ橋本代表は、美浜町の水質の良さを誰よりも知っていたのだ。とはいえ、ビール醸造は素人。橋本代表



生産者プロフィール

株式会社 千鳥苑 [地ビール製造・販売]
橋本 富夫さん (代表取締役)

福井県美浜町生まれ。代々旅館業を営む生家の9代目として、当初は料理人として家業を支えていた。徐々に業態の多角化に積極的に乗り出し、現在は観光ドライブイン運営、特産のへしこ製造・販売に加え、地ビール製造・販売などに取り組んでいる。「若狭シーサイド・ブルワリー」は1997年、北陸初の地ビール製造所として開業。「海の幸に合うビール」として好評を博している。

<https://www.heshiko.com>
商品の購入はSHOP LIST ▶▶ P66

はビールづくりを学ぶためにカナダへと足を運ぶ。当時、日本の地ビール醸造所の多くはドイツ式の手法を選んでしたが、ドイツビールにはソーセージなど肉類が付く物。「私がつくるビールは、若狭のうまい魚に合う味」と考えたのだ。驚いたことに、橋本代表はブリティッシュコロンビア州の州知事に直談判し、醸造に必要な機器を扱う業者を紹介してもらったという。同時に、自らはカナダの老舗醸造工房に弟子入りし、ビールづくりのいろはを勉強。さらには州知事の口利きで、カナディアンロッキーの名水で育まれた有機栽培モルトを手する段取りも行った。

こうして1997年に、北陸初の地ビール製造所として「若狭シーサイド・ブルワリー」をオープン。製造しているのは、

2018年度 月別ビール製成数量 (累計・単位: 2)



販売業者の 声



リカーワールド華 [酒類・食料品等販売]
堀 安篤さん (販売企画)

この地域唯一のクラフトビールというのがまず一番の魅力で、ご購入される方の大半が女性です。福井・若狭を訪れた方にお土産として選んでいただいたり、地元の方が特別な日に楽しむためにご購入いただいたりして、大変好評です。若狭湾は魚がおいしいと有名。ぜひ若狭で水揚げされた新鮮な魚料理と一緒に味わっていただきたいビールです。





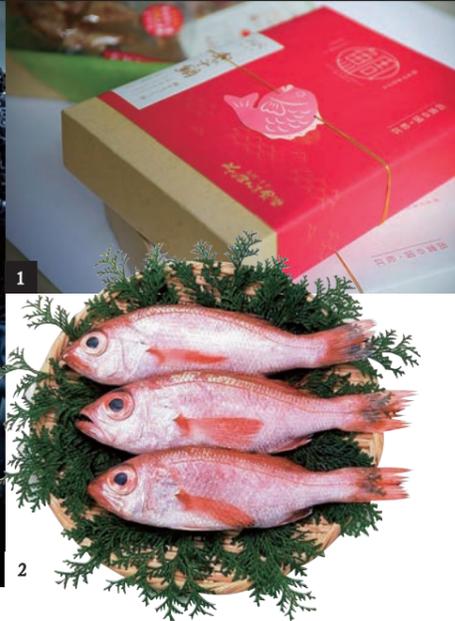
※調理写真はイメージ(実際には頭は付いていない)



4



1



2

食べやすく、保存しやすい
時代のニーズに応えに
高品質開発で
山陰沖の魚を全国に



16 島根県 松江市
jinomono story



そのまんま食堂

生産者 / ヤマヲ水産

開発秘話

1 自社運営の通販サイトからは、贈答品用の詰め合わせも人気が高い。「軽く炙って食べていただくと、よりおいしいですよ」と山本代表 2・4 山陰沖で獲れたノドグロ。脂のりが良く、柔らかい身が特徴 3・5 下ごしらえをするスタッフはベテランぞろい。鮮度を落とさないよう、水揚げされた魚を手早く処理する

購入できる。使用するのはノドグロやカレイ、イワシなど、山陰沖の魚と鳴門の海塩だけ。保存料や着色料、化学調味料は一切使用していない。パッケージは地元のグラフィックデザイナーに依頼して制作。商品名は山本代表の弟さんが考案した。

次の目標に向かって
米国向け HACCP
認定取得を

販売先の開拓を行うなか、「面白い商品だ」と快諾してくれたのが、菓子製造を行う中浦本舗。JR松江駅構内のシャミネ松江など、島根県内に複数の販売店を持つ。すると、観光客を中心に予想以上の売り上げを記録。少しずつ評判が

無添加で天然素材のみ
骨ごと食べられる干魚

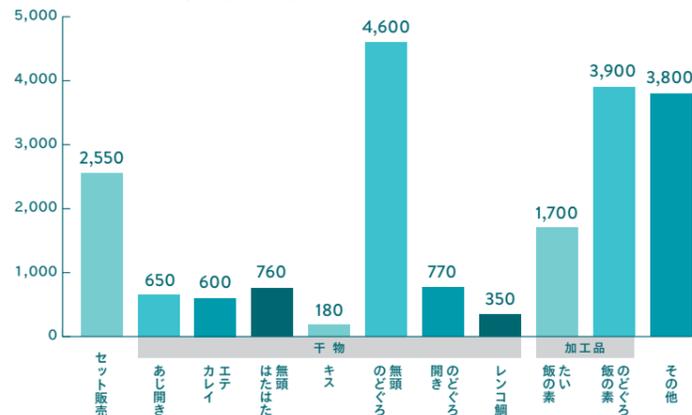
ヤマヲ水産は、松江西部の恵曇漁港のそばに立地。この港で水揚げされるイワシやカレイの干物加工業者として、1971年に設立された。「私の父は共同経営者の一人。子どもの頃から手伝っていました」と代表取締役を務める山本源一郎さんは振り返る。当時、恵曇漁港の周りには約30軒の加工業者があった。「恵曇の干物」は関東や北陸にも出荷され、つくれば売れるという状態だったという。しかし徐々に魚食離れ、他産地との競争などが原因で、値崩れが進んでしまう。2018年に山本代表が経営を引き継いだときには、まさに頭打ちの状態。「競争力のある商品

広がり、「ぜひ商品を扱いたい」という引き合いも舞い込むようになった。福岡県の卸売業者・ヤマエ久野からのオファーもその一つ。同社が取引をする深夜帯のテレビショッピングでも好評を博した。全国版女性誌や地元ニュース番組でも取り上げられるなど、順調な売上げを伸ばしていた。ところが、コロナ禍で観光客が減り、土産物の売上げは大きく減少した。この期間、山本代表が取り組んだのが、米国向け HACCP の認定取得。2020年7月に研修を受け、加工場の環境改善を行い、現在は正式認定の取得を準備中。両親への思いから生まれた「そのまんま食堂」。両親に食べてもらうことはできなかったが、高齢者向けに介護施設や海外向けの販路開拓など、山本代表の夢はふくらむ。

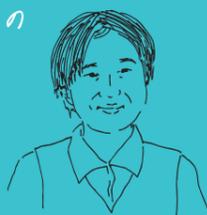
生み出さなければ未来はない」と考えた山本代表は、あることを思い出す。両親が介護施設に入っていたとき、誤嚥を防ぐためにペースト状にした魚を食べていました。魚好きなのに、かわいそうだな、骨ごと食べられる干物があれば……。その発想から約1年を費やして開発したのが「そのまんま食堂」。山陰沖で揚がった魚の頭や内蔵を取り除いて塩水に浸け、乾燥させ、干物にする。旨味を凝縮させた後に高温高圧調理し、レトルトパックにした商品だ。

この加工法には複数のメリットがある。第一に骨までやわらかくなり、丸ごと食べられること。カルシウムも豊富で、栄養価が高くなる。第二に商品が無菌状態にできること。第三に常温で保存できること。流通コストを抑え、土産として手軽に

2020年1月~12月 そのまんま食堂売上(単位:千円)



販売業者の
声



中浦本舗 シャミネ松江 [菓子製造・販売]
石村 真理さん (販売スタッフ)

場所柄、観光客が多いのですが、そのまんま食堂は常温で持ち帰られる点が好評です。特に「のどぐろ」の人气が高く、2019年秋に販売を開始したのにも関わらず、同年に約2,200個を販売、2020年はコロナ禍であって約1,100個が売れました。のどぐろめしの素も好評です。食にこだわる方には、山陰の魚(地魚)を無添加で加工している点も評価が高いですね。



有限会社 ヤマヲ水産 [水産加工品製造・販売]

山本 源一郎さん (代表取締役)

島根県松江市生まれ。異業種に就いていたが、父が共同経営者として創業したヤマヲ水産の後継者不在から、脱サラして2018年に代表者となる。売り上げ低迷の現状を打開するべく、干物製造のノウハウを活かした新商品「そのまんま食堂」の開発に成功。妻の美喜さんの支えを受けながら、旺盛なチャレンジ精神を発揮中。大学生の息子さんも(右)も長期休暇などに手伝う。

<https://www.yamawosuisan.com>

商品の購入はSHOP LIST ▶▶ P66



開発秘話



17 愛媛県 伊方町
jinomono story

釜あげしらす
生産者 / 朝日共販

水揚げから釜揚げまで
鮮度への飽くなき挑戦が
業界最大手への道を拓く

1・2 工場では独自の完全自動化システムラインを設け、魚に直接人の手が触れないよう工夫している。完成した釜揚げしらすはマイナス45度で急速冷凍して、水揚げから1時間でこの状態に。自社開発した特殊な解凍機により、通年安定供給できる体勢をとっている。3・4・5 日の出前に豊後水道へ船出。朝一番に獲れたしらすが最高とされている

上げる時間をさらに短縮し、素早くパック詰め。急速冷凍する。
「関東のバイヤーさんが『冷凍したものを解凍しているんでしょ？じゃあ、扱えないよ』と苦言を呈しつつ、実際に口にして『何なの？このおいしさは』と驚きの声を上げたときはうれしかったですね。今でも鮮明に覚えています」。漁場と加工場の連携、優れた加工の技術があるからこそその新鮮さと味に、今では全国の回転寿司チェーンが朝日共販の生しらすをネタに扱う。

地元雇用にも貢献
次に狙うは世界市場

5年前、売上50億円という目標は達成した朝日共販。もともと石材会社から

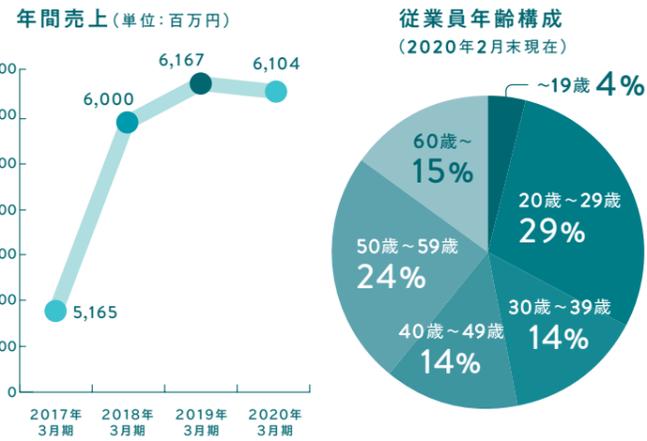
圧倒的な鮮度の高さに
全国のバイヤーが飛びつく
北は瀬戸内海、西は宇和海に面し、細く長く伸びる四国最西端の佐田岬。そのなかほどに、しらす漁とともに集落を築いた川之浜地区はある。この地に1995年、しらす加工で起業し、今や全国最大級の工場の規模と売上げを誇る朝日共販（福島大朝・代表取締役社長）だ。
「それまでは地元の漁師が獲ったしらすを湯がいて市場に出すだけでした。価格が左右される状況をどうにかしなければ、漁からパック詰めなどの二次加工、販売まで一貫してやることで地域の産業として固めようとしたのが始まりでした」。若き工場長・阿部慎一郎さんはそう語る。地元を



朝日共販 株式会社 [水産加工品製造・販売]
阿部 慎一郎さん (工場長)
愛媛県伊方町生まれ。大分市の大学に進学し、ホテル業に就く。28歳でUターンし、朝日共販に入社。東京営業所など営業職を経て、5年前に工場長に抜擢。朝日共販は1995年に創業。もともとは石材会社で、しらす漁の一次加工をしていた。二次加工の会社を立ち上げる段階で、グループ企業として朝日共販を創業。従業員数220名(2021年時点)。
<https://www.shirasu.jp>
商品の購入はSHOP LIST ▶▶ P66

中心に所属する16名の漁師は全員、自社の社員なのだ。白い砂浜が広がる海岸沿いに本社と工場はある。そこから車で5分の距離にある港に、10隻以上の自社の船が停泊する。夜明け前、一斉に1kmにも満たない漁場へ。日の出とともに漁は始まり、網にかかったしらすすが傷まないよう、すぐに引き上げて加工場を目指す。
水揚げから釜揚げされるまでの所要時間はわずか30分。抜群の鮮度と、地形もたらすしらすの質の高さが加わり、全国のバイヤーが飛びつくクオリティを実現する。「セリにかけられたものを加工するのが、一般的なやり方。しらすは傷みやすい魚だけに、我々のスピード感こそ、最大の武器になるのです」。特に扱いが難しいのが、熱処理をしない生のしらす。網を引き

始まり、その創業100周年を迎える2029年に、グループ全体で100億円を目指す。業界最大手が次に狙うのは、世界のマーケットだ。
阿部さん自身、伊方町で生まれ育った。大分市の大学に進学し、ホテル業に就く。小さい頃から海水浴に親しんだ豊かな海のあるこの町に28歳で戻り、朝日共販に再就職。30代で工場長に抜擢された。「伊方で獲れるしらすがおいしいのは当たり前です。だからこそ、加工の過程で最善を尽くすのが僕の役割。この海とともにある会社で働けるのは、何よりの誇りです。おいしいしらすを世界に届けることで、伊方の名をもっと広めていきたい」と阿部さん。工場の前に広がる美しい宇和海を眺めながら、胸に秘める思いを静かに語った。



販売業者の
声

イオントップバリュ株式会社 [イオングループ]
宮部 慶一さん (商品開発担当)

小分けのツインパックと大容量パックの2種類の商品を、トップバリュの商品として長年お取り扱いさせていただいています。原料産地から製造、流通まですべての工程をトレースできる体制で生産される高品質で安全・安心なしらすは、お客さまから非常に高く評価されており、朝日共販さんの商品はしらす売りのなかでもトップクラスの売上げを誇っています。



開発秘話



3

1・4 朝どり神経締めを行った鯛を加工し、3Dフリーザーの瞬間冷凍にかけて真空パックにすることで、旨味を凝縮。袋に入れたままの流水解凍で簡単においしく食べられる 2 渡邊水産では若い男性もがんばっている 3・5 「穂州鯛としゃぶしゃぶセット」は、鯛のスライスと美保子さんの実家などで収穫された旬の野菜2種を詰め合わせたセット



4

5

大勝負に、家族は猛反対。「それで逆に燃えた」と美保子社長。普通の鯛をつくっても値段の競争になり、大手には勝てない。「これは違う！ というものをつくらないといけない。だから借金覚悟でいいものをつくらうと決心したんです」。

こうして生まれたブランド。鯛の名は「穂州鯛」。「悲しむ間もなく家族みんなでやってきたので、この鯛を希望にしたかった」と長女の志麻さん。福岡で働いていたが、穂州さんを亡くした翌年に帰郷。夫もその思いに共鳴し、夫婦で母を支え、渡邊水産を守ってこうと決めた。今では次女・志織さん、三女・朱理さん、四女・佳穂さんも会社を手伝っている。

そんな家族の思いが詰まった穂州鯛を全国へ。美保子社長は、養殖で終わりは



玄界灘に面いた
美しい海で
母と娘たちが、未来に向かって
終わりは、挑戦を続ける

18

佐賀県
玄海町



jinomono
story

ほしゅうだい
穂州鯛

生産者 / 渡邊水産

販売業者の
声



漁家民宿 要太郎【民宿経営】
溝上 孝利さん（代表）

うちは渡邊水産さんのお隣で漁家民宿を営んでいますが、穂州鯛を扱っているのは身質が良くておいしいから。それが一番です。美保子さんたちが思いを込めてつくった鯛は刺身や焼き物、またギフト商品で炭火焼として提供しています。風評被害もまったくなく、他県からのお客様にも大好評。今後も価値のあるいいものをつくってくれることを期待しています。



なく、加工して発送するまでの一貫性を目指した。いかに新鮮なまま、鯛の刺身を届けるか。「私たちの時代は冷凍して食べるなんて論外と思っていたけど、今は冷凍技術も格段に上がっている。試行錯誤の結果、ドリップが出ず、冷凍したものをそのまま刺身で食べられる方法を確立することができたんです」。これによって全国発送が可能となり、需要も増えていった。

次の段階として、丸ごと一本の鯛ではなく、切り身に加工をした鯛と野菜を組み合わせた「穂州鯛としゃぶしゃぶセット」が誕生。地方新聞社45社46紙の担当者が見つけた全国の「こんなのあるんだ！」商品からナンバーワンを決める「こんなのあるんだ！」大賞2019では、佐賀県で初となる九州・沖縄ブロック賞を受賞した。

水産を担う若手男子を育成
共に未来への挑戦を

まだまだ水産業界は厳しい時代だという。「うちにはありがたいことに長女の旦那をはじめ若い子が頑張ってくれているけど、みんな跡継ぎがいなくて悩んでいる。うちも女性社長と4人の娘が切り盛りする水産会社として取り上げられがちだけど、いい魚をつくるのは男性の力も必要。だからこそ、地元の水産業を担う若手、男性にもスポットをあてていきたいです。若い人たちと共に恵まれたこの海で、これからも人がやっていないことに挑戦・発信していきたい」と美保子社長。先人の思いを継いで育てた穂州鯛。そのバトンを受け取り、養殖の未来を担う若手が育っていく。

亡き夫の夢を引き継ぎ
養殖鯛のブランド化を達成

玄海町と唐津市を結ぶ外津大橋を臨む、玄界灘に面した外津湾。風光明媚なこの場所で養殖業を営む渡邊美保子社長は、1973年から続く渡邊水産の3代目として、鯛の養殖から加工、発送まで一貫体制を敷いている。

20歳で嫁ぎ、夫・穂州さんとともに鯛の養殖に挑んできた。一度は活魚事業に転換していたが、転機は突然訪れた。2007年冬、夫・穂州さんが交通事故で急逝。「水産業が女性にできるわけない」。そんな周りの声もあったというが、美保子社長はすぐに立ち上がった。「夫は試験場の人が聞きにくくくらい、養殖についてもす

ごく長けた人でした。活魚事業で勝負することに限界を感じ始めていたので、他が真似できない、いい魚をつくってブランド化していくかと思っただけです」。

試しに、一つの養殖筏に5000匹だけ稚魚を入れて、いいエサを与えて育ててみた。すると、口の中に広がる鯛本来の甘み、旨味と、もちもちとした食感。驚くほどおいしい鯛に育っていた。ただ、ハイグレードなエサは経費がかかる。そこで、栄養が必要な最初の時期と出荷前だけハイグレードのエサに変えてみたら、「全然ダメだった」という。やはり、稚魚から成魚になるまでの2年間、変わらずいいエサを与えて体力をつけて丈夫にしておくことが重要だと痛感した。ただ、コストのかかる



生産者プロフィール

有限会社 渡邊水産【養殖業】
渡邊 美保子さん（社長）※写真前列左から2番目

佐賀県玄海町生まれ。20歳で結婚し、夫・穂州さんの実家の渡邊水産で働き始めた。1973年創業の渡邊水産の2代目だった穂州さん亡き後を継ぎ、再び養殖に挑み「穂州鯛」をブランド化。玄海町のふるさと納税返礼品や、全国の地方新聞社が厳選するお取り寄せサイト「47CLUB」でも好評。2020年1月にはカンテレ・フジテレビ系全国ネット「セブンルール」に出演。
<https://watanabesuisan.net>
商品の購入はSHOP LIST ▶▶ P66



自然豊かな鹿児島、離島には
きびなごも次産業化に挑む
海への男にかけた

19

鹿児島県
薩摩川内市

jinomono
story



きびなご

生産者 / 日笠山水産

1・4・5 安定した漁獲のため、日笠山水産をはじめとする甌島の漁師は保護活動に取り組んでいる。その活業が評価され、農林水産祭天皇杯を受賞 2・3 きびなごの加工品は、ノンドリップ製法でバラ凍結したもののほか、漁師づけや天日干し、唐揚げ、刺身を展開。それぞれの加工方法にもこだわっている

開発秘話

朝日が昇り始める頃、船は港へと帰ってくる。以前は水揚げのほとんどを市場へ売っていたというが、養殖のかんぱちをさばって売ることができるようになったのがきっかけで、自社できびなごの加工を始めた。水揚げ直後の鮮度をいかに保つか、そこに着目した誠社長は冷凍技術を学び、試行錯誤の末、きびなごに適した冷凍設備を入れることに成功。それは、魚体10cm程度のきびなごをバラして凍結させることで、ムラなく一気に凍らせることができる方法だ。さらに、中まで急速冷凍した後で外側にもう一層氷の膜をつくり、冷凍庫の開け閉めなどの温度変化にも影響されないようにする。こうした手間暇を惜しまず、水揚げ直後の鮮度を閉じ込め、全国各地への発送を可能にした。2018年9月には、市の

販売業者の
声



羽田市場 株式会社【水産物販売】
野本 良平さん（代表取締役）

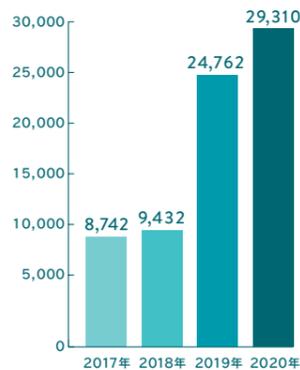
日笠山水産のきびなごは、大きさがそろって品質も安定している。刺身で食べたときに明らかな違いを感じますが、それは長年の資源管理の賜物でしょう。引き続き資源管理を徹底し、いつまでもおいしいきびなごが獲れるように海を守りながら、いい商品をつくっていただければ評価されるのは間違いない！それを私たちも応援していきたいですね。

魚食離れに一石を投じる 学校給食用の商品開発を

そんな誠社長には、現在進行形の目標がある。それは学校給食に採用されるこ

助成制度（6次産業化支援事業補助金）を受けて加工場を新設し、ノンドリップシヨックフリーザーを導入。ノンドリップで旨味を閉じ込める冷凍技術で、凍結前の新鮮さを完全に再現した。
「きびなごは魚体的に弱るのが早いので、その日獲れたものを夕方食べるよりも、冷凍のほうがおいしい。だから島の民宿でも、夕食にうちの冷凍のきびなごが使われているんですよ。お客さんも冷凍と聞いて驚いています」。

年間売上（単位：千円）



と。そのために鹿児島大学や栄養士と協力し、商品開発に臨んでいるという。「子どものときに、おいしいきびなごを食べていたら、きっとどこかでまた思い出すはずなんですよね。だからそれを狙っているんです」と笑う。子どもの魚離れが進む現代の流れに一石を投じる、日笠山水産のきびなご。そのおいしさは、東京でも北海道でも、どこで食べても変わらない。

獲れたての旨味を 封じ込める冷凍技術を導入

薩摩半島の約40km沖合、東シナ海に浮かぶ甌島。そこはきびなごの産地として知られ、その漁獲量は全国トップクラスを誇る。甌島のきびなごは他県のものに比べて魚体が大きく、身も厚いことから、刺身や塩焼き、天ぷら、唐揚げなどさまざまな料理に適している。

午前3時、一隻の漁船が港を発つ。日笠山水産の社長であり、第11寿恵丸の船長を務める日笠山誠さんと、その息子の太誠さん。さらに若手漁師2人が、威勢よく海へと飛び出した。きびなご漁には、刺し網漁という手法を用いる。きびなごの魚群をレーダーで見極め、灯りを落とし誘き



生産者プロフィール

日笠山水産 株式会社【漁業】

日笠山 誠さん（代表取締役社長）※写真左から2番目

鹿児島県上甌島（かみこしきしま）里村（現在の薩摩川内市里町）生まれ。先祖代々漁師の家系。名古屋の水産市場で経験を積んだのち帰郷。父の元で修業を経て独立し、1996年に日笠山水産を創業。3年前には息子の太誠さんもUターンし、ともに漁に出ている。2021年春には現在の第11寿恵丸に続き、新漁船「第12寿恵丸」を導入。父と子がそれぞれ船長を務め、2隻体制で漁獲量の安定化を図る。http://www.suamaru.jp

商品の購入はSHOP LIST ▶▶ P66

伝える人 魅せる人

「食」を中心に
商品開発など幅広く取り組む
地域プロデューサー

特産品と親和性の高い ECを積極的に活用して 魅力あるブランドに育て上げる

拠点である東北の食産業を中心に
特産品のプロデュースや地域振興に関わってきた
豊富な実績からたどり着いた答えが「原点回帰」。
ブランドは「産地と一緒につくり上げていく」ものだ。

生産者と一体になった 魅力あるブランドづくり

全体として売り上げが好調な特産品だが、実店舗を中心に販売していた事業者は、コロナ禍により商業施設や店舗、駅構内などの売場を一気に失い、ECが魅力的なマーケットとして映っている。家庭の食料調達先の中に含まれるECの利用率を「EC化率」というが、日本は先進国に比べ、かなり低い数値だったのが、コロナ禍により急激に上昇。それでもまだまだかなり伸び代があるといわれている。

そんな現状のなか、千葉さんは「コミュニケーション」がこれからの時代におけるECのキーワードとなると考えている。ECにおけるコミュニケーションと

は、サイト内での多種多様な評価のことだ。

「コミュニケーションが生まれるとコミュニティが発生し、自分と似たペルソナを持った人たちが投稿する評価により疑似体験しているように感じられます。コミュニケーションの幅や深さで商品の価値が変わってきます。それもECの特徴。最近ではAI機能を使って個人の嗜好を分析し、その人に適した商品を提案するようなサービスも出ていて、マーケティングとしてはより明確な戦略を立てやすくなっています」と千葉さん。約10年、販売テクニク的なところをやってきた千葉さんだが、最終的には原点に立ち戻ったという。「顧客の要望やマーケットの動向を捉え、生産者と一体でブランドをつくり上げる」ことが重要だと感じるようになりました。

産地全体でチームとなり 総合的な力で競争に勝つ

「例えば農産品であれば、特産品を開発する上で地元の畑で作物を育て、近くの加工会社と連携し、新鮮なうちに加工して完成品の魅力度を高めていく必要があります」と千葉さん。産地全体が一つのチームとなって行動していかなければ勝ち抜けない時代になってきているというのだ。さらに生産者が加工に必要な原材料を安定的に量産することができるよう、安心して生産できる環境の構築や、しっかりとした経営を行っていくことも不可欠な要素。生産者が経営を学びながら産地をつくり、産地と加工会社や各種メーカー、流通がしっかりと連携しながら、いい

ものをつくり出さなければならぬ。サプライチェーンそれぞれにプロフェッショナルとしての役割を求められている。

「最近ではヘルシー志向の商品や特産品に対する注目、関心が高まっていますが、そういう新しい分野にもアンテナを張って、トレンドを反映させながら柔軟に変化させていく商品開発がこれから必要になってくると思います」。単に「いいものをつくれ」という時代ではない。インターネットを活用しながら消費者のニーズやトレンドを捉え、地域の素材を活用した商品開発に取り組めるチームをつくるべきと千葉さんは提案する。「その上でつくり手側の思いがコミュニティに届くように発信すれば、風評被害などに関係なく、どの地域の商品も売れていくはずですよ」と話す。



消費者目線の 商品開発

POSレジのデータなどと連動させ、インターネットでの露出や検索履歴などのデータから統計を取り、プロモーション戦略を仕掛けていくことが有効。

コミュニティの活用

コミュニティの情報を活用することでマーケットがどう変化しているかを捉え、その内容を踏まえた上で戦略を柔軟に変革していくことが業績アップにつながる。

プロモーション

SNSなどを利用したテストマーケティングにより、試作の段階から評価のリアルタイム分析を行い、商品のブラッシュアップに反映させて良い商品をつくり上げる。

経営のリスク分散を 考える

危機はいつの時代にも必ず来るもの。リスクを管理するということはリスクの分散に通じているため、販路の分散など経営を見直すことも重要だ。

SNS等による 市場調査

自社商品と似た商品分野で検索をかけ、評価が高いもの、感想がたくさん上がっているものを積極的に取り入れることで「売れる」商品にしていくことができる。



ECと特産品は 好相性

ECでは普段手に入らない高付加価値の商品がお取り寄せとして購入される。販売ツールとしてECは特産品と非常に相性が良いため、積極的に活用したい。

マーケットシェアの 考え方

インターネットの世界では、競合関係にあたらない他社企業とも積極的に協力し、コラボ企画などを通じて、お互いが持つマーケットをシェアしていくことも有効である。



有限会社 マイティー千葉重 代表取締役
千葉 大貴さん

「地酒を楽しむ会宮城」「仙台名店.com」「仙台牛タウン」などの繁盛サイトをプロデュース。魅力的な商品開発と実店舗の連携まで幅広く活躍し、食産業を中心に全国各地で地域プロデュースに取り組んでいる。古民家を活用したツーリズム拠点施設も経営。
<http://www.mytycompany.jp>



03

マイティー千葉重
千葉 大貴さん
[地域プロデューサー]

JINOMONO
INTERVIEW

商品への愛と信頼が
生み出すデザイン

取材中、「鮮冷さんの思いをデザインで伝えたい」と話すパッケージデザイン担当のミライトスの鈴木さんに、「毎回期待を超えるんです。特に一番人気の『三陸魚やの煮付』は完全にデザインの勝利」と鮮冷のマーケティング室長の犬井さん。この信頼関係が、素晴らしい商品を生むのだと感じました。



鮮冷
取材班の
おはなし

▶▶本編はP11



▶▶本編はP23

六趣
醸造工房
取材班の
おはなし

六ヶ所村、地元の味があじさい!

初めて訪れた六ヶ所村。役場の方も来てくださり、ひしひしと伝わる地元愛。「六趣」の原料である長芋を撮影する際も、特産品販売所「六旬館」のスタッフさんたちとの連携プレーで立派な長芋を用意してくれました!

地元の魚
以外にも...
意外なアレが
有名だった!

新潟漁業協同
組合 柏崎支所
取材班の
おはなし

柏崎は回遊魚より、地付の魚がおいしいと教えてもらったときに「もずく」も有名と聞いたので、さっそく市内の飲食店へ。一般的な沖縄もずくとはまったく違うシャキシャキとした独特の歯ごたえに、ほんのりとした磯の香り。こんなもずくもあるんですね。

▶▶本編はP27



やま
ま
満寿多園
取材班の
おはなし

危うくランチ難民...取材班を救った
セブ島満寿多園さんのチームワーク

取材撮影のため愛媛から静岡を訪ねた私たち。朝の取材を終え、お昼休憩の時間になると、すかさず増田社長が「おいしいお店がありますよ!」〇〇さん電話番号を調べて! △△さん地図描いてあげて!」...すると、あっという間に皆さんが私たちの昼食のために一致団結。恐縮する間もないほど早く、そして手厚いサポートのもと、気づけば絶品トンカツをいただいでいました。その様子を思い出し、あのチームワークが海外輸出成功の礎なんだな、と改めて感じた取材班でした。

▶▶本編はP43

本編では書ききれなかった

ジノモノ ばなし

今回、全国を飛びまわり、
地域に根付いた自慢の食材を生産している
「ジノモノ」の生産者さんから、
たくさんのお話を聞くことができました。

渡邊水産
取材班の
おはなし

渡邊家の
親子漫才の日

「母は常に新しいことを考えていて、気持ちで突っ走ってます(笑)」としっかり者の長女・志麻さん。バイタリティあふれすぎる美保子社長を支え、時にぶつかりながら、家族みんなで渡邊水産を盛り上げています。取材時にも、美保子社長のマシンガントークに娘さんたちがツツコミを入れる姿が印象的でした。

▶▶本編はP55



JA志賀
土田さんの
おはなし

濃厚な甘さ
ころ柿ソフトクリーム

能登志賀ころ柿の風味を活かした「ころ柿ソフトクリーム」は、JA直営の「ころ柿の里しか」の人気商品。クリームに細かく砕いたころ柿を混ぜ込んでおり、強い甘みや香りを満喫できます。

▶▶本編はP45

若狭シーサイド・
フルワリー
(千鳥苑)
橋本代表の
おはなし

実はへこも
ついています

鰯などの青魚を糠漬けにした「へこ」は若狭地方の郷土料理。当社では、地ビールのみならず「へこ」も製造しており、「へこのアヒージョ」など変わり種も人気です。

▶▶本編はP49





**おいちゃん
漁師画家**

「UMIKARA」に飾られた、漁師町をモチーフにした絵画。作者の貝井善治郎は、高浜の漁師であり、福井県画壇のリーダーでもありました。実は私の祖父でもあるんです。

まちから
名里代表の
おはなし

▶▶本編はP35

ヤマラ水産
山本代表の
おはなし



手かき漁で獲った幻のシジミ

穴道湖のシジミは全国的に有名ですが、当社では神西湖で水揚げされた「神在シジミ」を扱っています。手かき漁で獲った神在シジミは殻がきれい。また湖が日本海に近く、潮の干満があるため、シジミの内臓が丈夫になるとか。「幻のシジミ」とも呼ばれる貴重なものです。

▶▶本編はP51



魚忠
取材班の
おはなし

**フマあい上手！
でも人見知りかわいらしい名物代表**

仕事では常に真剣な表情の新田代表ですが、お酒が入ると陽気になり、大間町で知らない人はほほいなくらい人づきあいが上手。でも実は緊張しやすく、人見知りだそう。大勢の前に立ったときの代表は、全身から緊張感がダダ洩れ。それがかわいらしい一面でもあります。

▶▶本編はP17

岩屋漁業
協同組合 婦人部
取材班の
おはなし

**メンバーの個性が光る
オリジナルシャツで気分上々！**

岩屋漁業 婦人部では、オリジナルポロシャツを制作しており、胸にあるロゴや背中中の文字はメンバー全員で考えて形にしたもの。しかも、各々の好きな色で作成した「自分カラー」とのこと。目を引くカラフルなラインナップは、まるでアイドルのよう！この笑顔、推したい…。

▶▶本編はP21



古宇郡
漁業協同組合
取材班の
おはなし

**海の男は口で語らず、仕事で語る！
漁協の皆さんのフコ枝に感動**

取材時、あまり多くを語らなかった漁協の皆さん。後で古宇郡漁協のウニ漁を改めて調べたら、まず海中のウニは簡単に見えないそう。さらに片手・片足で船をコントロールして…と、すべてが熟練の技でした。この甘づけにはスゴい技と苦労が詰まっていることを、後退いで感動したのであります。

▶▶本編はP15



**キュートな
越前和紙の
贈答箱**

越前和紙は1500年の歴史を誇る福井県の工芸品。近年はデザイン性に富んだ、かわいらしい製品も増えています。当社では越前和紙貼りの昆布の贈答箱を用意。贈られた方が小物入れとして愛用することも多いようです。

奥井海生堂
奥井社長の
おはなし

▶▶本編は
P47

名田庄商会
尼谷さんの
おはなし



**名田庄地区と
陰陽師の関係は？**

陰陽道宗家・安倍氏の遺跡が多数見つかっている名田庄地区。この地では陰陽師として知られる安倍晴明の子孫が天文、暦、易の三道を司っていたと言われ、墓所なども残されています。

▶▶本編はP39



日笠山水産
取材班の
おはなし

ワイルドに漁師の朝メシ

漁から帰ってきた日笠山さん親子は、取材班を朝食に招待してくれました。さっき水揚げ現場を目撃したあの「きびなご」が食卓に。丸ごと一匹、醤油や酢味噌で食べるきびなごは感動の鮮度！塩と唐辛子の味付けで湯通した郷土料理「じゃこぶう」もやみつきになるおいしさでした。

▶▶本編はP57

ビーチビレッジ
刈羽
布施さんの
おはなし



**ホワイトイオン
バスで肌磨き**

「刈羽村宿泊交流センタービーチビレッジ」の温浴施設「桃の湯」は、日帰り入浴が可能。特に刈羽平野を一望する露天風呂は、マイクロの気泡で肌を磨いてくれるホワイトイオンバス。ぜひその美肌効果を体感してください。

▶▶本編はP25

**百聞は
一見に如かず！
究極の産地に
誰もが納得**

美しい砂浜と澄んだ海が広がる、遠浅の宇和海。朝日共販の加工場からは、絶景の漁場が見渡せます。ただしこの場所へは松山空港から車で、山を越えて約1時間45分。お越しいただくのにまず一苦労ですが、実際に目の当たりにしたら即、商談が成立するんですよ。

▶▶本編はP53

朝日共販
阿部さんの
おはなし



15 若狭ビール [株式会社 千鳥苑 (若狭シーサイド・ブルワリー)] ... P49
 ■若狭海産バザール 千鳥苑
 福井県三方郡美浜町坂尻43-3-1 TEL/0770-38-1011(代)
 ■オンラインショップあり



16 そのまんま食堂 [有限会社 ヤマラ水産] ... P51
 ■オンラインショップあり



17 釜あげしらす [朝日共販 株式会社] ... P53
 ■佐田餅はなはな
 愛媛県西宇和郡伊方町三崎1700-11 TEL/0120-133-004
 ■オンラインショップあり



18 穂州鯛 [有限会社 渡邊水産] ... P55
 ■オンラインショップあり



19 きびなご [日笠山水産 株式会社] ... P57
 ■オンラインショップあり



09 東海村の干し芋 [株式会社 テルズ] ... P29
 ■直販あり 茨城県那珂郡東海村白方285 TEL/029-352-2462
 ■オンラインショップあり



10 若狭の灰干し [株式会社 まちから] ... P35
 ■UMIKARA 福井県大飯郡高浜町塩土5-1 TEL/0770-72-3528(代)
 ■はもと加工販売所 福井県大飯郡高浜町塩土1 TEL/0770-72-4847
 ■オンラインショップあり



11 名田庄の自然薯 [名田庄商会] ... P39
 ■道の駅 名田庄 福井県大飯郡おおい町名田庄納田終109-4-1
 TEL/0770-67-2255



12 深蒸し茶 [株式会社 やまま満寿多園] ... P43
 ■直販あり 静岡県御前崎市上朝比奈1739-1 TEL/0120-559-388
 ■オンラインショップあり



13 能登志賀ころ柿 [JA 志賀] ... P45
 ■道の駅 ころ柿の屋しか 石川県羽咋郡志賀町末吉新保向10
 TEL/0767-32-4831



14 蔵囲昆布 [株式会社 奥井海生堂] ... P47
 ■直販あり 福井県敦賀市金ヶ崎町9-10 TEL/0120-520-091
 ■オンラインショップあり



05 炭火焼のしか [岩屋漁業協同組合 婦人部] ... P21
 ■みくに酒店 青森県下北郡東通村岩屋115 TEL/0175-47-2525



06 本格焼酎 六趣 [六趣醸造工房] ... P23
 ■直販あり 青森県上北郡六ヶ所村大字鷹架内子内337-3 TEL/0175-71-3335



07 砂丘桃 [ピーチピレッジ刈羽 株式会社] ... P25
 ■直販あり 新潟県刈羽郡刈羽村大字刈羽4286-2 TEL/0257-31-8600(代)
 ■オンラインショップあり



08 柏崎のアラ [新潟漁業協同組合 柏崎支所] ... P27
 ■市内飲食店にて提供



01 国産煮付シリーズ [株式会社 鮮冷] ... P11
 ■オンラインショップあり



02 甘づけウニ [古宇郡漁業協同組合] ... P15
 ■直販あり 北海道古宇郡泊村大字泊村49-36 地先漁港埋立地
 TEL/0135-75-3111 ※漁協で購入する場合は要事前連絡



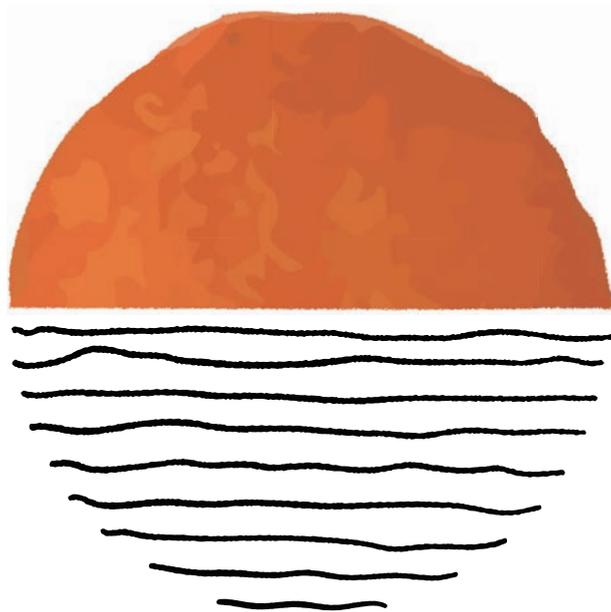
03 大間マグロ [株式会社 魚忠] ... P17
 ■オンラインショップあり



04 夏秋イチゴ [株式会社 A-berry] ... P19
 ■オンラインショップあり

Shinomono story SHOP LIST

ジノモノを買いに行こう



経済産業省
資源エネルギー庁

〔発行〕

経済産業省 資源エネルギー庁

〔お問い合わせ先〕

一般財団法人 電源地域振興センター 地域振興部
〒103-0012 東京都中央区日本橋堀留町二丁目3番3号
(TEL:03-6372-7305)