

地域の取り組み事例 No.18

いにしえ

古よりの「伝説のイカ」に込められた思い Ⅲ ～自信の活イカを全国に届けるために～

島根県隠岐支庁水産局 島前出張所 主任水産業普及員 為石 雄司

島根半島の沖合に浮かぶ隠岐諸島の西ノ島では、^{いにしえ}古より島に関わりの深い「イカ」を中心に、地域が一丸となって島の一本釣り漁師の収入向上を目指し取り組んでいます。前号に続きこの取り組みについてご紹介します。

ゼロからの販路開拓

「伝説のイカ」と名付けた活イカに加えて、活イカをプロトン凍結*することによって、商品幅を増やし、自信作を製造するようになった活魚倶楽部の次の課題は販路開拓でした。

活魚倶楽部の販路開発の主な活動は“商談会”です。県内で開催される比較的規模の小さなものから、東京・大阪で開催されるジャパン・インターナショナルシーフードショーや居酒屋産業展、千葉で開催され

るフーデックスなどに、年間6～7回程度出展してきました。

出展を始めた頃は、商談会の勝手もわからず、がむしゃらに商品を売り込んでみたり、活イカを大量に持ち込み、板前を雇って調理デモをしてみたりと、随分派手な演出を行ったこともありましたが、その物珍しさに誘われて、出展ブースには多くの来客もありましたが、商談に結びつかず、出展する度に大赤字になることも珍しくありませんでした。それでも、商談会に出展し続けたのは、その商品の良さや隠岐の魅力を直接自分達で伝えることや、消費者ニーズを直接感じることを重要だと考えていたからです。昨今は、離島にいながら、たくさんの情報発信や情報交換も可能となっていますが、やはり「直接会って話をする」ということに勝るものはありません。

当初、空回りすることもあった商談スタイルも、単なる冷やかしではない本当に商品に関心を持って話を聞いてくれる相手が見つかるようになりました。また、商談会は新規の販路開拓の場であると同時に、販売先との情報交換の場であり、新たな商品開発のアイデアを見つける場にもなっています。



各地で開催される商談会での販路開拓も苦労しましたが、効果が出てきました。

*プロトン凍結…食品中の氷の結晶を最小限に抑え、解凍後も生鮮に匹敵する品物がつくられる凍結の仕方

隠岐というハンデが互いのプラスに

「活イカ」という商品は高値で取引される分、万人受けする商品ではありません。大手スーパーなどで「活イカ」が販売されている光景を見たことがある人など、まずいでしょう。また、必ずしも“活”でなくても、鮮魚流通のイカで十分に美味しい料理も作れます。それでも、この「伝説のイカ」は売れています。なぜなら、「活イカ」へのこだわり、「島根県隠岐」という産地へのこだわりが、売る側にとっても、買う側にとってもブランドとなるからこそ、この商品に価値が生まれ、ニーズへと繋がっているのです。これまで重くのしかかってきた「離島・隠岐」というハンデが、地域を挙げた取り組みにより、ようやくマイナスからプラスへと転じ始めています。

今後の課題と展望

活イカ「伝説のイカ」のH23年の販売実績はおよそ3,600パック（1パックに1杯）です。また、H23年から本格的な販売を開



出展商品：イカ以外にも、アワビやサザエの活魚パックも評価が高く、「隠岐のアワビは肉厚で味も違う」という反響も聞こえてきます。



キジハタの活魚パック：まとまって数が釣れる魚ではなく、活かすのは面倒ですが鮮魚出荷の経費を考えると、活魚出荷が有利です。

始したプロトン凍結イカは初年度ということもあり、「これぐらいなら売り切ることができるのではないか？」と、手探り状態のまま約1万杯を生産しました。品質の良さには絶対の自信を持ってはいましたが、最終的にそれを判断するのは消費者です。その消費者から「単なる冷凍イカ」としか見てもらえないのではないかと不安もありました。しかし、そのような心配をよそに、結果は予想以上の売れ行きとなりました。凍結イカは、生産に手間は掛かりますが、輸送単価が安いので販売単価も活イカより安く、その品質の良さに加え、墨袋の除去や長期間のストックが可能で安定供給できる点において高い評価を得る事ができました。この結果を踏まえ、H24年はさらに生産量を増やしつつ、新たな販路開拓に動んでいます。

このほか、アワビやサザエ、キジハタやオニオコゼの活魚パックでの販売など、イカ以外の商品についても取り組みはじめ、活魚倶楽部の販路開拓はまだまだ続きそうです。