

第2回iセンタースタッフ研修会の結果報告 「しいべしセレクション2006」のための取材講習会

- 日時: 11月21日(火)9:00~12:00
- 会場: 神恵内村 赤石集会所 現地
- テーマ: 「取材をとおして伝え方を考えよう」
- 参加者: 地域スタッフ11名

■実施内容:

【取材講習会①】 現地取材 (9:20~)

(話の内容については、P3「取材内容と意見交換会の結果」をご覧ください)

今回神恵内村からエントリーしていただいたのは「甘漬けウニ」と「湯の花」の2点でした。甘漬けウニは昨年の研修会でもご紹介いただいたもので、当日は、澤口裕美さんに甘漬けウニの作り方や、素材へのこだわり、販売方法についてご説明していただきました。



裕美さんは、神恵内村で初めて瓶ウニを販売された澤口誠吉さんの息子さんのお嫁さんです。



瓶に入っている「甘漬けウニ」と箱に入って板状になっている「粒ウニ」を食べ比べさせていただきました。

2つ目の商品「湯の花」の話聞きに、車で移動。リフレッシュプラザ温泉で迎えてくれたのは、管理者の三上正憲さん。湯の花を袋つめにする作業と、普段は滅多に見ることができない間欠泉を見せていただきました。



スタッフの方が手作業で袋詰めしている様子を見学させていただきました。



お湯は天然ガスにより自噴しているが、溜まったガスを時々こうして抜いています。

【取材講習会②】 意見交換会（11：00～）

現地取材を終えたあと、集会所に戻って意見交換会を行いました。商品に対するイメージを明確にするため、印象に残ったことを各自付箋に書いて発表しました。

皆さんから出された意見には、今回取材した内容を記事としてインターネットで公開することだけでなく、「ウニの採取風景を見学させるプログラムがあってもよいのでは？」「後志産の塩を使い、後志生まれの瓶ウニを作ってみては？」といった、PR方法についてもいろいろなアイデアが出されました。



いただいたウニを食べながら、特に印象に残ったことを発表しあいます。

【まとめ】 11：50～

意見交換会では、「漁業者の人やつくっているお母さんたちとのやり取りが大事だ」「そういうのを伝えたらいい」という印象を受けた人が多く見られました。どういった内容の話が印象に残ったか、自分が感心した内容をどのようにしてPRしていくか、参加者の皆さんと一緒に話し合うことで「本当に伝えたいこと」が見えてきました。

また、「後志の塩とウニのコラボレーション」といった新しいアイデアについて結びつくことも、取材を通して出てくるのが分かりました。

【取材講習会についてのご意見・ご感想】

- 製造課程の大変さがわかり違う見方が出来た
作品（特産品）をいかに多くの人々に伝えるか重要だと思います。
- 話を聞くことで、商品への思いが出る匠を作る
- 時間が足りなかったです。
- この様な研修会に初めて参加しましたが、その特産品への思い入れ等を知ることが出来ました。大変有意義な研修会でした。今後も是非研修会を開催して欲しいと思います。
- 非常に有意義だったと思います。知らない情報を知る感動がありました。
- かもえない産というより「かもえないに澤口さんの…」というPRができればいいのかな？
- 現場に行って生の声を聞いて生で見たら、商品（特産品）の魅力をよりわかり知ることができ勉強になった。
- 何度か研修に参加していますが、毎回新しい取り組み方や、情報を入手できるので、自分にとってためになる事が多々あります。他の地域では「こんなやり方があるのか」等、参考にさせて頂いて、自分の所属するiセンターで活用したいと思います。

【セレクション事業の取組みについて】

- 生産者の顔を出す。
- 今後続けていけるように期待します。各地域との情報交換の場があればと思います。
- 収益事業への結びつきを確立するために、どのような方向性にするか、早い段階で決定すること！
- 最終的にiネットでの販売（仕入する立場）となると話は別。例えば、後志管内のウニをつくっている人の全ての商品を試食して、本当においしいものを仕入する。
- 公正性・恣意性の排除をどうするのか？
- これがメリットだ、デメリットだという明確なイメージがまだわきませんでした。

取材内容と意見交換会の結果

[スタッフ研修会 2005 でエントリーされた商品]



甘漬けウニ [海産物・水産物]

澤口誠吉さんは、神恵内村で初めてウニをビンで販売した人です。79歳になった現在でもご自宅で製造・販売しています。村内では「甘漬けウニの元祖」として人気が高い一品です。

■製造元：澤口誠吉
古宇郡神恵内村大字神恵内村 91-2

■TEL：0135-76-5721

取材内容

■作り方

- ①水 100 に対して塩 4 kg の塩水をつくる。冷水器に入れ 5℃ ぐらいに保つ
- ②トレイと布巾を用意する
- ③150g の塩をトレイにしき、塩水でぬらした布巾をきつく絞ってかける。その上に 1 kg のウニのむき身をフライ返しで並べ、さらに布巾をかける
- ④最後に 250g の塩をかけ、垂木を並べた置き場に水分を切りながら 3 時間半ほどおく
- ⑤煮沸消毒した瓶に 70g のウニを箸で詰める

■基本情報・商品情報

- ・ 町内で製造を行っているのは 16 件程度。
- ・ 家によって味は異なる。かつては味の濃い、塩辛いウニがよくつくられていた。味の濃いウニはおにぎりに使われることが多かった
- ・ 塩で漬けているのに“甘漬け”と呼ぶのは、昔製造していたものと比較すると甘いため。昔の商品は“一夜漬けウニ”と呼んでいた
- ・ 年間 3000 本程度の製造
- ・ 賞味期限は 10 日程度だが、10 日かけて食べる人はあまりいないように聞いている
- ・ 水をよく冷やすことで質の良い商品ができる。身がふっくらする

■塩水をつくる理由

- ・ 昔は海の水をそのまま使っていた。近年は保健所より食中毒防止のため、使用禁止の通知があった。現在は加工塩を水に溶かし用いている。

■製造の際の留意点

- ・ 正確に分量を測ること
- ・ 衛生面。海水を用いない、水をよく冷やす、製造中にホコリよけのナイロンシートを用いる、瓶詰め時の環境配慮、瓶の煮沸処理等

■パッケージ

- ・ 同じパッケージを使っているのは、漁業組合の中でも半分ほど
- ・ 自分のブランドをつかって、オリジナルのパッケージを作っている業者が 2~3 件。味が微妙に違うので、自前の商品に付加価値をつけたいと考える製造者も
- ・ パッケージは一緒でも瓶の裏には製造者名が記載されているので、苦情も注文も直接受けることが可能

■素材と価格設定

- ・ 今年は漁業組合で仕入れたあこうの塩（兵庫県赤穂市）を使用。天然塩はウニの旨味成分が増すように感じた。
- ・ 化学調味料を用いると、冷凍保存している間に苦味がでてくるので使わない。
- ・ 海洋深層水塩など、塩にこだわりたいけど、コストが高くなってしまいうので難しい。食べてもらいやすい値段に価格設定している。

■販売

- ・ 漁業共同組合は販売は行っていない。魚組に問い合わせ、注文等あった場合は、魚組から各製造者へ連絡。再購入の場合は、製造者連絡先(パッケージの裏シール)を見て直接注文が来るケースが多い。
- ・ 消費者からすると個人製造者よりも魚組等の方が安心感はあるのかもしれない。何かあった場合、クレーム等も個人よりも地区の魚組への方がいいと感じているのではないか
- ・ 支払いは着払い
- ・ 受注生産のような状況。味付けの注文(希望)を受ける場合もある
- ・ 販売は年内くらいまででなくなる。(お歳暮時期) 本当は美味しい時期、2~3ヶ月で食べてほしい

■ちょっとした裏話

- ・ ウニそのものや気温などによって味が違う。経験と感覚で味付け(塩加減)や漬ける時間を調整している
- ・ ウニの身、色や厚みなど、見た目でも味が想定できる。この地区ではキタムラサキウニとエゾバフンウニの2種類が獲れる。エゾバフンウニの方が高級だがオス(白)とメス(オレンジ)とがあり、メスの方が圧倒的にとろけるように甘く美味しい。キタムラサキウニ

はオスメスの違いはあまりない。色が黒ずんでいたり、身がうすかったりすると美味しくない。

- ・ 水揚げしたウニ等、海水に入れておくと色落ち、痛み進むが、海洋深層水に入れると色落ち防止、日持ちする。(岩内)
- ・ 道外物産展等で瓶ウニを販売した際、反響大きくファン多い。全国的に品質トップクラスという自覚持っても良いのでは？(岩内)
- ・ 利尻・礼文等と比較するとネームバリューないと感じる

■PRしたい点

- ・ 「食べてみてください」
- ・ 神恵内に来て、漁師さんに気軽に声をかけてほしい。それで美味しいウニに出会える。漁師と親しくなって美味しい魚や海産物を食べてほしい。神恵内はそれができる町。漁師はやさしいし一生懸命な人が多いので。
- ・ 漁師から買えるのは理想的だが、できるというイメージがないので敷居が高かった

意見交換会の内容

■印象に残ったこと

- ・ ウニの甘漬けのお話を聞いて思いましたが、地元の方のお話を聞いて、有名ブランドに負けない「しりべしブランド」ができそうな気がしました。
- ・ ウニは高いというイメージを払拭
- ・ 甘漬けウニの製造過程の大変さをもっとPRしては？
- ・ 前浜で獲れたウニ（日本海）漁師が作った甘漬けウニ
- ・ 本当にうまい！
- ・ 気軽に声掛けてね！美味しいウニあるよ！
- ・ 自宅で製造、販売していることにびっくり！
- ・ ウニの作り方が分かった。
- ・ 瓶ウニのお寿司を食べてみたい
- ・ 食べ方？どう食べればおいしく食べれるか？

■後志の素材をつかった新しい商品の可能性

- ・ 塩とウニのコラボレーション。後志生まれの瓶ウニを作ってみる。
- ・ 「海洋深層水+ウニ」「海洋深層水+アワビ」
- ・ 積丹の特産品としての塩の開発（大量の地域需要が背景）
- ・ 岩内の深層水を使ったタラソテラピーとコラボできないか？（特にアトピー抑制的見地

から)

■ P R 方法

- ・ 素材のこだわりをどう消費者に P R できるか？
- ・ 3 時間半で乾燥できるのであれば、半日体験観光の可能性もあるのでは？イベント的なものでも、リピーター確保に繋がるのでは？
- ・ ウニの採取風景を見学させるプログラム
- ・ 販売戦略、イメージ戦略の必要性！（レア度、季節限定感）
- ・ ウニづくりの漁家を訪ね歩けるマップづくり
- ・ “手づくり、新鮮、良質のウニ” 神恵内ブランドをもっと外部にアピールするための、地域認証の仕組みづくりが必要
- ・ つくった人の顔が見えることが大切
- ・ ウニの瓶に製造者の顔（イラスト）を刷り込む
- ・ エリアとしての売り方
- ・

■ 伝えたいこと

- ・ 漁業者はやさしい
- ・ 西積丹荒波かあちゃんのつくった甘漬けウニ
- ・ やりとりが温かい。不便さを楽しめる

■ 「どこで買えるか」

- ・ 販売方法を情報提供
- ・ 売り手と関わっている時間、やりとりが大事
- ・ どこで買ったらいいか、一般的な場所がない
- ・ 地元では当たり前なのが案外近場でも知らない

[しりべしセレクション 2006 のエントリー商品]



湯の花

リフレッシュプラザ温泉 998 の湯の花。原料は大理石の原石と同じ成分です。お湯の成分や効能と共に、湯の花がどうやってつくられるのか、当日お話をうかがえます。

■製造・販売元: 神恵内村

■TEL : 0135-76-5100

■問合せ連絡先 : リフレッシュプラザ温泉 998 ■住所 : 古宇郡神恵内村字大川 116 番地 1

■内容量 : ボトル入 500g 998 円 パック入 40g 6ヶ…500 円 12ヶ…998 円

取材内容

■温泉窓口で販売されている湯の花関係商品

- ・ 温泉管や型枠で固化した湯の花。1 週間程度で固まる。
- ・ 出てくる湯によって色が変わってくる。
- ・ 色の違う湯の花が層になっており、削り加工することで断層が美しく出る。(大理石と同等)

■湯の花製造の見学

- ・ 固形の湯の花を業者で粉砕したものが温泉 998 に届けられる。その詰め作業を温泉施設内で行っている
- ・ 粉が白いのは、湯の花(固形)を採取する際に、湯の出口をタンクの底に沈めたため、湯の花(固形)が空気に触れないので白い状態を保っている。
- ・ 泉質は強塩泉だが、本製品は塩分を含んでいないため、一般家庭の浴槽でも使用することができる
- ・ 商品のラッピングもドライヤーを用い全て手作業で行っている

■施設(リフレッシュプラザ温泉 998)、泉質について

- ・ 温泉成分はアトピー等の皮膚疾患に効果があると言われている。
- ・ アトピー患者等が源泉を持ち帰ることもあるが、源泉は高濃度の塩分を含んでいるため、家庭の浴槽では利用できない
- ・ 建築施設横の貯水施設は温泉の排水貯水槽。定期的に排水を行うことで温泉スケール(温泉成分が排水管に付着した物)の付着を抑制している
- ・ 間欠泉は自噴。90℃近い温泉水が天然ガスにより噴出する

意見交換会の内容

■印象に残ったこと

- ・ 自分たちで商品をパッケージしている
- ・ 温泉のリサイクル利用がすばらしい
- ・ 取材をしてウニ、温泉それぞれの良さが理解できた
- ・ 湯の花は最近売ってないらしい
- ・ 日常利用している温泉でもその地域によって泉質が全く違うことが再認識できた