

## 産地化を目指している地場産品 低付加価値部位から商品化模索



昔から継がれた、伝統の佃煮製造法を今に伝えている

佐藤食品株式会社

日本の主要産地であった三陸沿岸のわかめが震災で生産量が激減し、これまで存在感の薄かった秋田産のわかめにも出番が回ってきた。これを機に、従来は付加価値が低く、県内での商品化も進んでいなかった茎わかめの部位の商品化の可能性を模索して、新しい食べ方を提案できる商品づくりに取り組む。

### 品質指向の佃煮づくりにこだわり

かつての八郎潟では淡水魚の魚が盛んに行われ、それを原料にした佃煮づくりも盛んであった。八郎潟南東岸だけでも最盛期には80軒ほどの佃煮製造業者があったという。干拓されてからは漁獲量も減り、また食習慣の変化で佃煮の消費も減ったことから、現在では10分の1の8軒にまで激減している。

佃煮そのものがかつての庶民の日常食から嗜好性の強い高級食品に変化してきた中で、昭和7年創業の佃煮製造元・佐藤食品株式会社は、大手のような乾燥原料は使わず、昔ながらの生炊き製法にこだわって、良質の原料を確保するために時には県外の漁場に出張工場を設けて獲れたての小魚を現地で半炊き加

工するという、品質指向の佃煮づくりを現在まで続けてきた。

### 佃煮以外の商品開発にも取り組む

佐藤食品という社名には、佃煮に限らず幅広い食品づくりを目指したいという思いが込められているそうだが、そんな経営方針の下で生まれた「わかさぎのからあげ」は、風味にも優れ一躍大人気商品になった。

現在平成24年度あきた農工商応援ファンド事業に採択され取り組んでいる「茎わかめを原料とする新商品開発」も、佃煮にこだわらない新商品開発の一環だ。

我が国では岩手宮城の三陸沿岸がわかめの一大産地になっているが、昨年の津波被害で生産量は激減した。そのため、わかめの消費需要を補完するために秋田県でもわかめの産地化を急いでいる。わかめの茎の部分は、従来は付加価値が低く、県内での商品化は進んでいなかった。今回ファンドに採択された取組によって商品化できれば、秋田産わかめの消費拡大にもつなげられる。

### 提案性のある商品づくりを目指す

佐藤食品では、ファンドでミキサーや型枠を購入し、またフードコーディネーターも招いて、同じ海藻加工食品である「エゴ」に似た食品を試作してみた。イベントでの試食

佐藤食品株式会社

〒018-1401

秋田県潟上市昭和久保片田千刈田26

Tel. 018-877-2054 Fax. 018-877-4077

http://www.satousyokuhin.co.jp/

E-mail info@satousyokuhin.co.jp

営業時間 8:00~17:00

日曜・祝日休業、土曜不定休



佃煮以外の商品として開発された「わかさぎのからあげ」は今や大人気商品。(写真上)  
工場長の佐藤賢一さん(写真中左)は創業家の4代目。現社長は父親の佐藤忠廣氏。  
八郎潟で漁が行われる10~11月が佃煮づくりの最繁忙期。(写真中右)  
社屋は正面が直販店舗、奥が工場になっている。(写真下)

アンケートでは、「エゴ」のようなクセもなく美味しいという声も聞かれています。まずまずの評価であった。

年末までは佃煮製造の最繁忙期で忙殺されてしまうが、年が明けると一段落するので改めて茎わかめの商品化を急ぐ予定でいる。



茎わかめを「エゴ」風に加工した試作品。試食アンケートでは評判も上々だった。(写真上)  
定番商品「いかあられ」に入れる甘納豆は着色せず豆本来の色を生かす。(写真左)