

オンリーワン農水産品創出事業

- 鳴門ワカメの新商品開発 -

横手孝英

増加する輸入農水産物あるいは激化する産地間競争に対抗するには魅力ある農水産品の開発、育成が極めて重要である。このため、他にはない（オンリーワン）商品性の高い「とくしまブランド」農水産品を創出するため、柔らかい葉と茎の食感が特徴の「芽生えわかめ」の生産技術開発を実施した。

材料と方法

ア 養殖技術開発

収量確保のため、里浦漁協青年部の通常のワカメ養殖のロープ間隔の半分（50cm）、さらに種苗差込間隔の半分（20cm）で養殖を行い商品価値のある「芽生えわかめ」が生産可能か検討した。また、種苗の種類を使い分けることによる同一漁期内での複数作の可能性を検討した。なお、種苗は早生種FKU-WS、晩生種HSO-YNEを用いた。

イ 商品化

「芽生えわかめ」の試作品を、とくしまブランド戦略推進協議会が実施したプレゼントキャンペーンに提供したほか、消費地の量販店で行われた料理教室に提供することによって市場調査を実施した。

結果と考察

ア 養殖技術開発

10月28日に早生種の養殖を開始したところ12月下旬には元茎10mm前後の「芽生えわかめ」サイズに生長した。養殖開始75日後に1株から10本程度ずつ選択的に収穫したところ、製品重量は3kg/mであった。「芽生えわかめ」サイズに満たない小芽を残しておけば2～3回刈りすることも可能であり、密殖することで通常養殖と変わらない収量が確保されると思われる。

1月11日に養殖を開始した晩生種は、3月前半には「芽生えわかめ」サイズまで生長、4月前半には大小サイズを除いた適サイズでの製品重量は4kg/mまで生長していた。

図1に1漁期内複数作での葉長の推移を示した。時期や品種を違えた種苗を用いることによって12月下旬から4月の期間「芽生えわかめ」を収穫することが可能であると考えられた。

イ 商品化

消費者が料理教室などで「芽生えわかめ」を試食した感想は概ね好評であった。このほか他店との差別化商材を求めている業者からの問い合わせがあるなど、商品化への手応えが感じられた。しかしながら、ワカメ養殖業者には「芽生えわかめ」の流通の基本型と考えている生鮮での出荷を経験したことがない業者も多いことから、今後商品化のためには、生鮮での中間流通の確立が必要である。

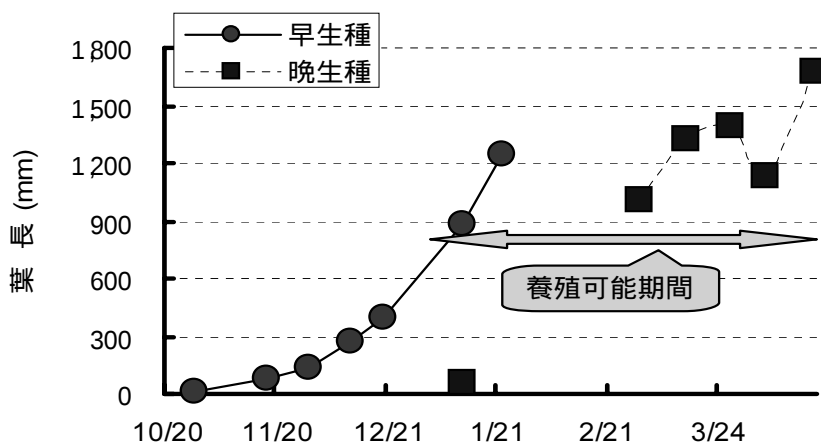


図1 1漁期内複数作時のワカメ葉長の推移