

# 小樽のホタテブランド化



## 官民取り組み 9月飲食店フェア

小樽市の隠れた名産品とされるホタテ貝の知名度を高め、継続的な地域活性化を図る取り組みが官民で始まった。市内100店舗が参加し、9月から1か月間開催する「おタテ飲食店フェア」を柱に、「おタテ」と銘打ち、小樽産ホタテ貝のブランド化を目指していく。

事業主体の「小樽ホタテブランド化推進プロジェクト実行委員会」で、事業推進ディレクターを務める高野宏康さん（小樽商科大）

▲ 小樽市で行われているホタテ貝の養殖事業（高野さん提供）

ローカル戦略推進センター（学術研究員）によると、小樽では明治から昭和初期にかけて、ニシン漁とともに天然ホタテ漁も盛んだったが、次第に資源が枯渇していった。

しかし、同市の祝津地区で1982年にホタテ養殖の事業化に成功。当初は成貝を主に出荷していたが、2000年からは稚貝出荷が主流になり、日本海側では全国有数の稚貝産地となった。

成貝の出荷も続けられており、身が引き締まって味がい深いのが特徴という。ご当地料理や地域の魅力をPRするイベント「全国ふるさと甲子園」では18、19年に「小樽産焼ほたて串」がそれぞれ3位と2位になる高い評価も得た。

ところが、市内では一部に流通しているだけで、小樽産ホタテ成貝の知名度は地元では低い。このため、6月に実行委員会が発足、祝津産のホタテを「おタテ」の名でブランド化する事業を開始した。

事業の柱となるフェアは9月4日にスタート。参加100店舗が、10月3日までの期間中、祝津産の「殻付き活ホタテ」を使ったオリジナルメニューを提供する。参加店や小樽産ホタテを紹介するPRガイドブックも作成、配布する予定だ。

フェア終了後には祝津地区で10月9、10の両日「祝津おタテ祭り」も開催。ブランド化に向けたロゴマークを作成するなどの事業も展開する。