

まろやか味の大阪産(もん)モロコ佃煮の開発

水産研究部内水面グループ

■事業の概要

府下のため池で養殖されているタモロコを原料に、河内、泉州に伝わる「モロコ佃煮」を大阪産蜂蜜とのコラボレーションで変身させ、新しい大阪名物とする。

■事業の目的

大阪産モロコは、約10t/年の生産を誇っているが、その大部分が他府県に流れ、佃煮用として加工販売されている。

大阪の郷土食としてモロコを見直すとともに現代風の味わいを付加し、新たな商品開発につなげる。

■事業の内容

1 試作品の製造



生姜風味の試作品

加工協力業者とともに試作品を作成

(試作品開発のポイント)

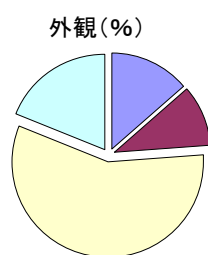
- まろやかさ
- 素材の姿がわかる色合い
- 食べやすさ



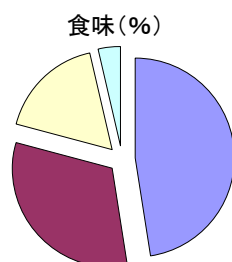
試作品の真空パック

2 開発品の官能検査

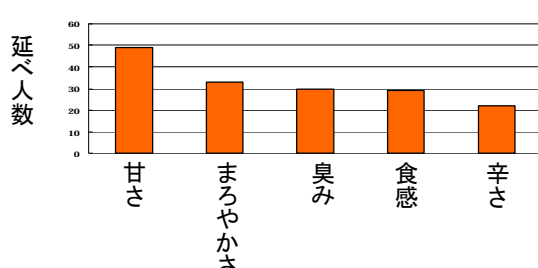
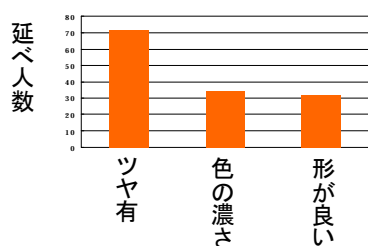
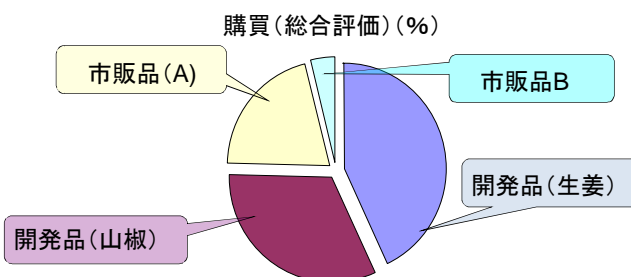
〇2つの開発品(生姜、山椒)と2種類の市販品計4種類についてそれぞれの由来を伏せ官能検査を実施



外観の内容(延べ人数)



食味の内容(延べ人数)



外観ではツヤやテリで市販品より劣ったが、食味では甘さ、まろやかさで開発品の方が優れ、どれを購入するかとの問いには、**開発品(生姜)が43%、開発品(山椒)が32%と市販品の21%及び4%を大きく上回った。**

今後は、商品化に向け大阪産(もん)登録、保存性調査、パッケージの開発、販売網等検討を進めることにしている。

【共同研究機関】

明治食品(株)、大阪府淡水漁業協同組合

まるやか味の大阪産（もん）モロコ佃煮の開発

宮下敏夫・内藤 馨・辻野耕實（水産研究部）
[共同研究機関：明治食品(株)、大阪府淡水漁業協同組合]

1. 目的

河内、泉州地域に伝わるモロコ佃煮を、次世代に引き継ぐとともに、新しい大阪名物として全国に発信するため、現代嗜好にあったまるやか味の佃煮を開発する。

2. 方法

(1) 試作品の製造

府下のため池で生産され、生き締めされたタモロコ（7, 8cm サイズ）1 回分 3kg を材料に、明治食品（株）で 6 回にわたり試作品を製造した。煮崩れ防止策、製品の色、ツヤ、食味について毎回検討し、改善を図った。

(2) 開発品の官能検査

10～70 代の、男性 99 名、女性 37 名、計 136 名の府民を対象に平成 24 年 2 月に、2 種類の開発品と 2 種類の市販品、計 4 種類について、それぞれの由来を伏せ官能検査を実施した。検査項目は外観、食味、購買意欲（総合評価）で最も好ましい佃煮を一つ選択し、その理由として、外観では色の濃さ、ツヤ及び形、食味では食感、まるやかさ、甘さ、辛さ及び臭みを複数選択させた。

(3) 価格及びモロコ佃煮の認知度調査

同上の検査とともに最も好ましいモロコ佃煮 100g 当たりの価格とモロコ佃煮を知っているかどうかの認知度調査を行った。

3. 結果および考察

(1) 試作品の製造

砂糖、水あめに加えみかん蜂蜜を用いることにより、まるやかさを出すことができた。当初半分近くあった煮崩れを、加工時間の 3 時間から 2 時間への短縮とザルを使うことにより数%まで減らすことができた。素材の姿がわかる程度の色の濃さを実現した。煮汁を煮詰めることにより、ツヤ・テリを出すことができた。6 回の試作を経て、生姜及び山椒風味の二つの製品を開発した。

(2) 開発品の官能検査

開発品はツヤ等外観で市販品よりも劣ったが、食味では甘さ、まるやかさで開発品の方が優れ、購買したい製品として開発品（生姜）が 47.4%、開発品（山椒）が 31.9% 選ばれ、市販品の 21.0% 及び 3.8% を大きく上回った。

第1表 官能検査結果

項目	外観	食味	購買意欲（総合評価）
開発品（生姜）	13.5%	47.4%	43.1%
開発品（山椒）	10.5%	31.9%	32.1%
市販品 A	57.1%	17.0%	21.0%
市販品 B	18.8%	3.7%	3.8%

なお、年代別、性別で好みの大きな違いはみられなかった。

開発品はやや柔らかく、身が崩れやすい傾向が見られた。ツヤの向上とともに外観の改善は今後の課題と思われる。

(3) 価格調査

100g 当たりのモロコ佃煮の価格は 700 円以下が 25.6% と最も多く、次いで 800 円の 23.3% で最高は 1200 円、2.3% であった。平均価格は 793 円であった。

また、モロコ佃煮を知らない人は 63 名（46%）と半数近くを占め、特に 30 代以下の若い人と女性ではそれぞれ 71% 及び 73% が知らないと答えた。

今後は、モロコ佃煮の商品化に向け保存性調査、大阪産（もん）登録、パッケージの開発、販売網の検討、若い人・女性向け PR 等を進めることにしている。