

獲る漁業から売る漁業へ
—生産者と消費者の距離を縮めよう—

宇和島漁協プロジェクトチーム
リーダー 岡崎 忠生

1. 地域の概要

宇和島市は愛媛県の南西部に位置し、市街地は城山を中心にして形成される人口6万2千人の町である(図1)。西側は宇和海に面し、他の三方を険しい山地に囲まれており、南東部には標高千メートルを超える鬼ヶ城連山を擁している。鬼ヶ城系を水源とする河川には多くの渓谷美が存在し、宇和海沿岸は入り江と半島が複雑に交錯した典型的なリアス式海岸で、風光明媚なことで知られている。黒潮の影響を受けるため、気温は太平洋気候である。また、宇和島湾口に浮かぶ九島が冬の季節風を防いで風波を穏やかにしているため、湾内は天然の良港となっている。

2. 漁業の概要

こうした地形上の利便性を活かし、宇和島では魚類養殖、真珠養殖を中心とした海面養殖漁業が有名である。又、古くからまき網漁業・すくい網漁業といった漁船漁業も盛んに営まれており、宇和島漁協の漁船漁業の総隻数は1,022隻で内まき網漁業の総隻数は、115隻であり、まき網漁業による水揚げ金額は平成15年では、5億4千万円で内マアジの水揚げは、3億1千万円となっている

3. 研究グループの組織と運営

宇和島漁協まき網・すくい網青年部は、平成15年3月18日に愛媛県で第1号となる中核的漁業者協業体の認定を受けており、リーダー的役割の6名を中心にプロジェクトチームを発足させ、漁家経営安定を目指した販売網の構築に取り組んでいる。

4. 研究・実践活動課題選定の動機

近年、資源あるいは漁業の管理だけでは、漁家経営の安定が実現困難であると言われていく。これは流通や市場経済が仲卸・小売業者主導型システムとなっていることが主な要因と指摘されている。そのため、産地市場の仲卸及び量販店の競争激化による、生産者価格の低位固定化現象が顕著化し、販売力・交渉力・情報収集力の強化など生産者サイドの取り組みが重要な局面にきている。

5. 研究・実践活動の状況及び成果

① 地元における流通と価格形成について(なぜ、豊漁貧乏なの?)

まき網青年部では、平成9年度に地域の主要漁業であるまき網漁獲物(マアジ)を対象として、水揚げから消費者までの流通実態や価格形成について地元を中心に調査し、生産者価格と消費者価格との間に大きな較差が存在し、それが漁獲量に伴い大きく変動していることをつきとめた。つまり、豊漁時、不漁時に関わらず消費者価格は一定しているのに対し、生産者価格は豊漁時には安く、不漁時には高くなりいわゆる「豊漁貧乏」に陥る傾向が認められた(図2)。その結果、豊漁時には蓄養による計画的出荷が必要であり、生産者価格の安定化を目指した大消費地への出荷の検討が必要であることが示唆された。

② 大消費地への出荷試験(大消費地ではどうなるの?)

平成10年度には大都市圏での流通や価格形成について調査するとともに、仲卸・小売業者の意見を聞き取り、今後の「大消費地への出荷」の可能性について検討し、高鮮度のマアジを大消費地市場へ直接出荷することにより、中間マージンを生産者側で吸収できる販売方法の検討を行ったが、その結果地元と大消費地での生産者価格形成に差は認められず、市場では仲卸業者主導により生産者価格が決定され、生産者が介入する余地は無いことが解った。以上のことから「大消費地への出荷」にはリスクの割に利点がほぼ皆無に等しいと考えられた(表1)。

③ 商品開発とブランド化(まずは、ここから!)

平成11年度にはメ方の違いによる鮮度劣化が異なることが経験的に予想されていたことと、消費地市場や消費者の鮮度に対するニーズが高いことから、水産試験場の協力で、種々のメ方での鮮度劣化の試験(K値の経時変化)を行った(写真1, 2)。その結果、4℃の条件下で通常のメ方と比べ鮮度劣化を抑えることができるメ方を開発し、新鮮な刺身として賞味できるとされる、K値 \leq 20%の状態である期間を約1日引き延ばすことに成功した(図3)。これをトレードシークレット(企業の財産的秘情報)として今後、他県のアジとの差別化を進めて行くこととした。また、他県のマアジとの差別化に先立ちネーミングをおこなうことと一般公募により、新開発したメ方をしたマアジのみを、宇和島藩主であった伊達公と我々まき網青年部の「男伊達」にちなみ「伊達あじ」と称することとした。また、このマアジを開きに加工したものを「伊達あじ開き」として販売することとした。

④ ブランド化の推進とすくい青年部との連携(みんな、集まれ!)

平成12年度には先行してすくい青年部が推進していた「すくいちりめん」商標登録販売に続けと、まき網青年部でも「伊達あじ」を販売していくにあたり、出所表示・品質保証・商品識別等を明確化させ、顧客に対して、「食の安全性」を理解してもらえるように商標登録をおこなった(写真3)。また、すくい青年部と共同で販売活動を実施するためのプロジェクトチームを結成し、まき網青年部の「伊達あじ鮮魚」(写真4)、「伊達あじ開き」(写真5)そして、すくい青年部の「すくいちりめん」をミックス販売しておこなうこととし、それぞれに相乗効果の発揮を期待した。

⑤ プロジェクトチームの活動（いよいよ始動！売って、売って、売りまくれ！！）

過去行ってきた調査・研究等から抽出された問題点を検討し、具体的な販売網の構築に移った。価格については、マアジに関しては、他県のブランド物は早くから市場参入していたことから、宇和島のあじに比べ10倍以上の消費者価格が設定され販売されているのが現状である。そこで、「伊達あじ」はブランド化が成功したとしても、消費者価格を抑えて販売することに目標を定めた。しかし、商品を安く消費者のもとに届けるためには、流通経路の問題があった。前述の調査の結果、現在の流通機構は生産者から消費者へ商品を届ける場合、何段階もの卸売り業者が介入し、消費者が購入する段階では生産者価格の4～6倍の値段がつけられているのが現状である。この解決策として考えられるのが、青年部が直接全国の小売店や消費者相手に販売することである。具体的な方法としては、限られた経営資源でおこなえる「インターネット販売」導入の必要性が示唆された（図4）。現時点ではマアジを市場に水揚げした場合、その日の総漁獲量で生産者価格は大幅に変動し通常のマアジの場合平均で530円/kgとなる。しかし、プロジェクトチームにより「伊達あじ」ブランド化し、ホームページを立ち上げ（写真6）「インターネット販売」（写真7）することにより生産者価格は600～800円/kgと高値で安定推移することが解った（表2）。また、この生産者価格は消費者価格にも連動し、消費者も安く良い商品を手に入れることが可能となった。

6. 波及効果

「インターネット販売」では基本的にホームページ上の「注文フォーム」により受注がおこなわれるが、この時「コメント欄」で顧客からの調理方法、賞味期限等の質問を受け付けている。この質問にメールにより詳細な回答をおこなうことで「売りっぱなしは無し。アフターケアを大切に！」をモットーに「生産者の顔が見える販売」が可能となり、「食の安全性」が問われている現在のニーズに即した対応が可能となった。また、毎週土曜日を「一斉休漁日」と定め、プロジェクトチームによる蓄養マアジの「伊達あじ開き」の作製に当てており（写真8）、「資源保護」にも一役買っている。さらに、ホームページを閲覧したマスコミから多くの取材依頼が持ち込まれ、PR効果をもたらし今後もこの活動は世間の注目を浴びそうである。

7. 今後の課題

この活動は立ち上げたばかりで、現段階ではリピーターも多数獲得できており、再注文も多い。また「口コミ」で顧客も広がりつつあり、メールで本活動を応援してくれたり、助言を与えてくれる消費者も存在し一応の成功を収めることができたといえる。しかし冬場の休漁期に鮮魚商品が揃わないことが原因で顧客離れが危惧される。ただし、「伊達あじ開き」は真空パックと冷凍保存により商品の確保は可能なので、「インターネット販売」における顧客離れの防止はある程度可能であると考えられる。残された課題としてはPR活動の展開による潜在的顧客の掘り起しが揚げられる。今後はより活動内容を充実させて、漁家経営のさらなる安定を目指していきたい。

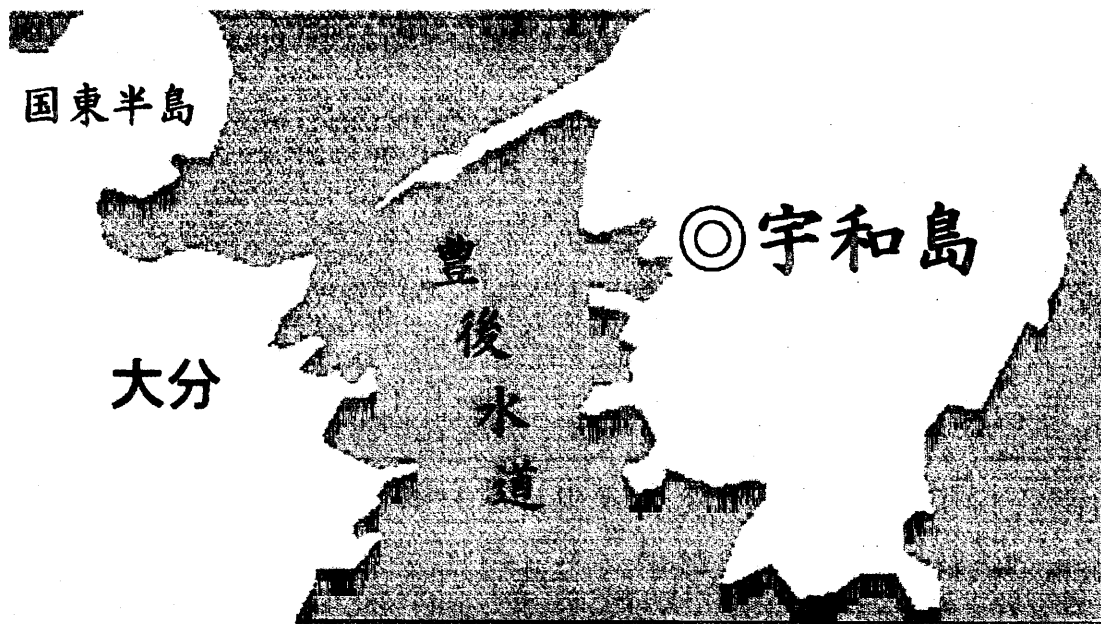


図1 宇和島の位置

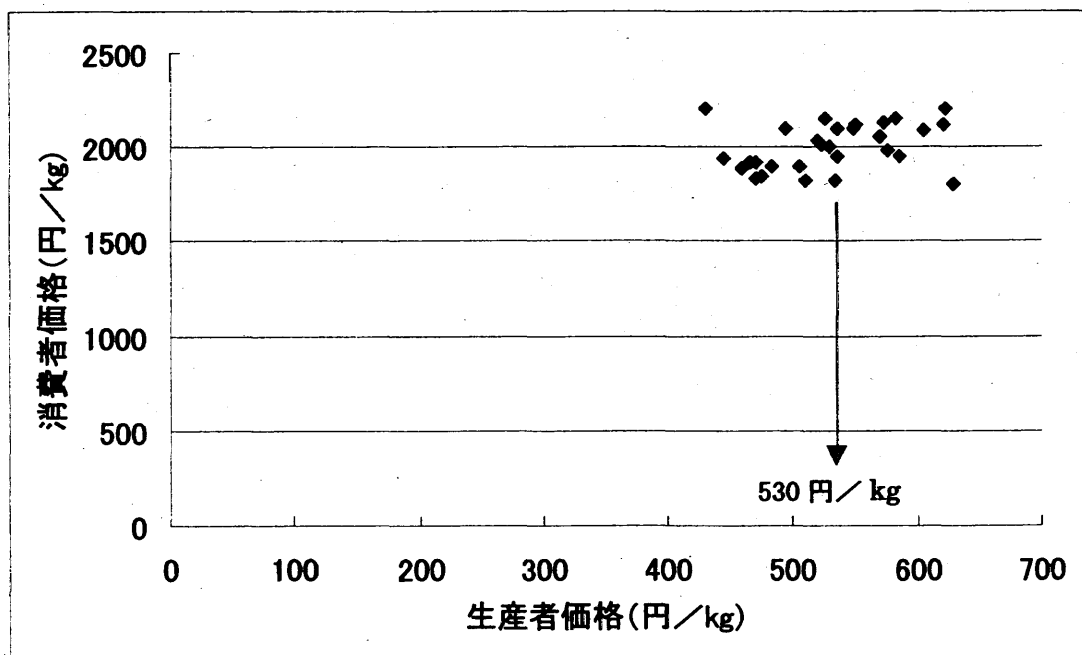


図2 消費者及び生産者価格の形成

表1 大消費地と地元の生産者価格

単位:円/kg

出荷先	大消費地(A)	地元(B)	価格差(A-B)
東京	342.5	429.1	-86.6
大阪	444.0	429.1	14.9
名古屋	571.3	429.1	142.2
平均	478.8	429.1	49.7

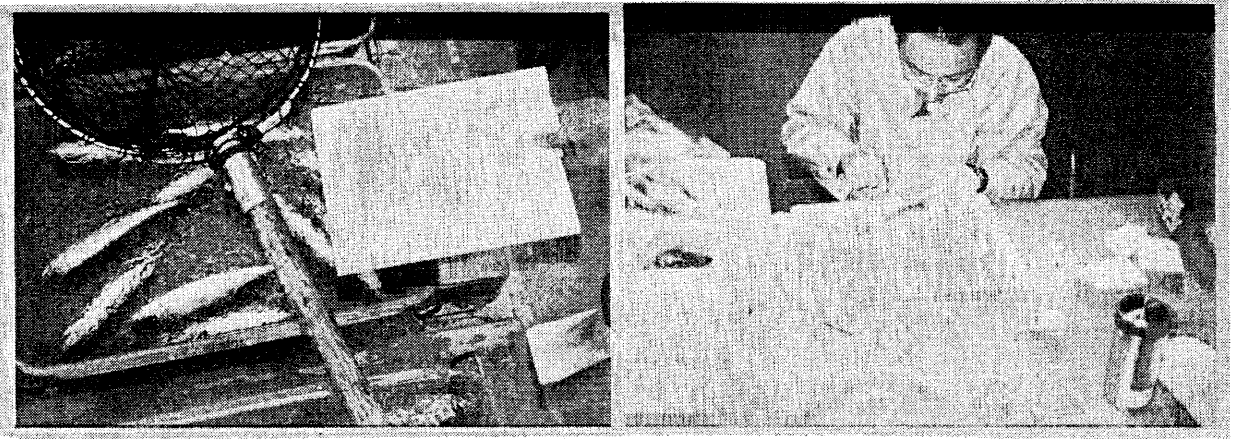


写真1、写真2 鮮度劣化試験

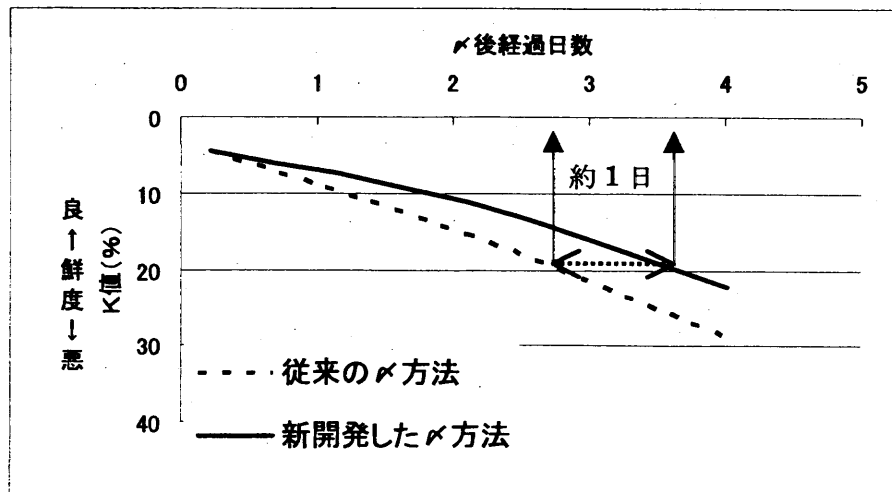


図3 鮮度 (K値) の経時変化



写真3 伊達あじ商標登録

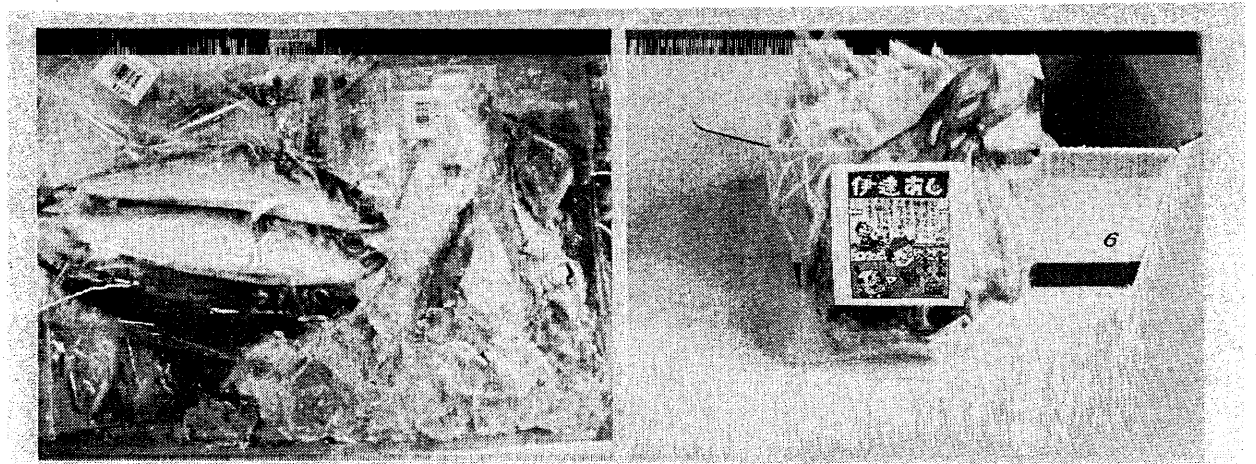


写真4 伊達あじ鮮魚

写真5 伊達あじ開き

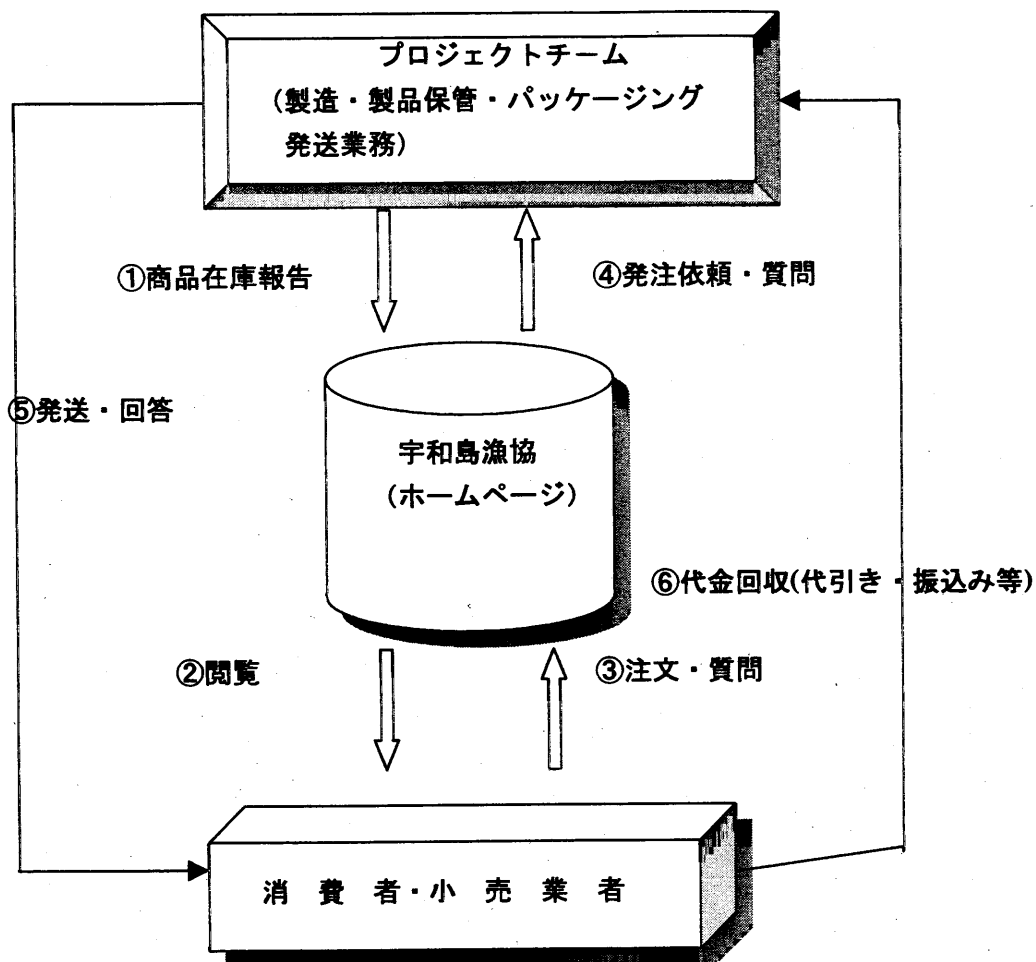


図4 インターネット販売のフローチャート



写真6 ホームページ

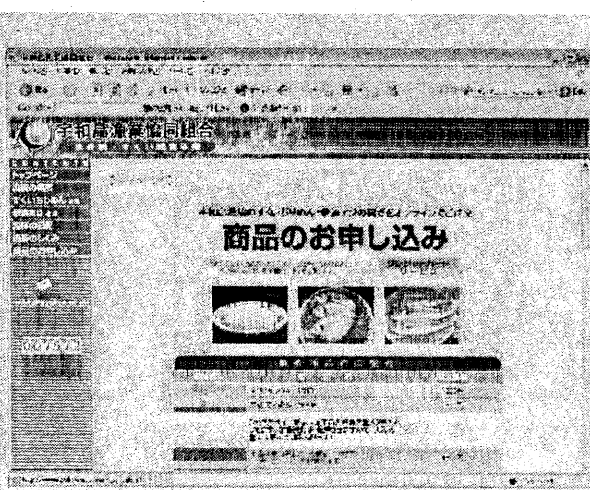


写真7 注文フォーム

表2 販売実績

単位:千円

	売上合計	伊達あじ鮮魚	伊達あじ開き	すくいちりめん
売上高(プロジェクトによる販売額)	7,316	2,790	2,291	2,235
仕入高(生産者からの買取額)	4,815	1,953	1,586	1,276
総利益	2,501	837	705	959



写真8 伊達あじ開きの作成