

## 「小伊津アマダイ」ブランドを築く

— プール出荷・販売による魚を高く売る取り組み —

佐香漁業協同組合  
購買係長 金築 恭治

### 1. 地域と漁業の概要

佐香漁協は島根県の北東部、島根半島のほぼ中央に位置している。組合員は168名で、古くから一本釣、延縄漁業が盛んで、鯛、アマダイなどの高級魚が中心となっている。平成8年度の漁協の総漁獲量は54.8トン、生産額は5億5千6百万円であり、そのうち小伊津地区におけるアマダイ漁獲量は47トン、生産額は1億1千6百万円であった。

### 2. プール出荷のはじまりと課題

漁協のプール出荷は、昭和20年代後半に漁協が開設していた卸売市場が仲買業者の倒産によって廃止に追い込まれたことから始まった。魚の売り場を失った我々は、廃業した仲買人の1人を漁協職員として雇い、鮮魚の出荷販売を開始したが、この時、従来仲買業者が行っていた「魚の規格化」を漁協で実施することを決定し、集荷時に魚の重さで仕分ける銘柄制を導入した。プール出荷開始当時は担当職員が仲買人当時のルートを活用し、相場を見ながら出荷していたが、そうした取引は従来と同じリスクがあることから、出荷先を県漁連に一本化した。

プール出荷はこれまで個々の漁業者が自信をもって販売していた漁獲物を他人の魚と混ぜ合わせて販売することであり、従来より値下がりするのではないかと懸念や数十人の漁業者が漁獲物の鮮度や見栄えを揃えるための労力、更に販売能力など漁協に対する信頼性の確保など解決すべき課題は多く、以来、約30年にわたって、漁業者、漁協が一体となった取り組みを実施してきた。

### 3. 実践活動状況

#### (1) 漁業者による鮮度保持の取り組み

漁獲物のプール出荷を実施するためには、複数の漁業者が漁獲物の鮮度、色合いなど品質の均一化と向上を図ることが絶対の条件である。漁協では、プール出荷の開始以来、30人以上のはえ縄漁業者が「水産研究会活動」などを通じて組織的にこの問題に取り組んできた。一口に鮮度を均一化するといっても時期毎に氷の使用量を変えるなどきめ細かな処理を数十名の漁業者が同じように実施する必要があり大変苦勞の多い取り組みであったが、現在では技術の改良が進み、鮮度について一定の評価を受けるまでに至った。

アマダイの鮮度保持は単に魚肉の鮮度保持だけでなく、発色した美しい色をいかに残すかということが重要になってくる。アマダイは死ぬとすぐに発色し、そのまま放っておくと色がさめる。このようにデリケートなアマダイの鮮度保持について、これまで様々な取り組みを行ってきたが、現在は以下のような点に気をつけている。

- ① 前日までの漁模様から当日の水揚げ量を予測し、出港前に適当量の水氷を作っておく。水温は概ね4℃位である。氷は冷水が持続し冷え過ぎないように角氷を使用する。
- ② 大漁時にはアマダイの量に合わせてさらに水氷を調節する。水の量が少ないと氷で魚体がすれ、粘膜や鱗がはがれるなど魚が傷む。また水の量が多すぎると当然、水温が高く、魚体も冷えにくくなる。
- ③ 小さいアマダイほど色が消えやすいため、特に水氷の温度を調整する必要がある。

## (2) 漁協による取り組み

漁協の役割は「集荷」と「規格化」である。鮮度を落とさず品質を揃えることに最大の努力を払いながら、次のような行程で漁獲物の処理を行っている。

- ① 選別：魚を受取り、すばやく魚の色、傷み、サイズを判別し6銘柄に選別し計量する。
- ② 計量：同一サイズの魚を3kgあるいは5kgに計量し、水氷の中で魚体を洗う。
- ③ 魚箱：スチロール箱に半分よりやや多めに細かい砕氷を入れ、専用のコテで強くならしその上に鮮魚紙を敷く。鮮魚紙は魚が直接水と接触し、色合いや魚体が悪くなることを防止する。長距離の輸送や夏場には特に有効である。
- ④ 箱詰：下水と鮮魚紙を敷いた魚箱にサイズの揃ったアマダイを丁寧に並べその上にパチをかけ、さらに隙間があれば上氷を載せて蓋をする。

現在出荷サイズは表1に示したとおり6銘柄と1つの無銘柄である。そのうちS以上の大きなサイズは主に大阪向けで3kg入り、2S、3S、無銘柄は県内向けで5kg入りである。

毎日の集荷の際、色が落ちていたり、傷の多い魚については漁協職員が漁業者を注意する。鮮度や品質に関する問題は、常に漁協職員と漁業者の話し合いにより解決している。

## (3) 出荷時間短縮等の取り組み

プール出荷では、大阪市場までの出荷時間の短縮が大きな課題となっていた。従来の集出荷体制では漁獲の2日後に大阪市場に到着しており、このことが、我々の鮮度保持と高品質化の効果を大幅に縮減させていたのである。

出荷時間の短縮について漁協と組合員が幾度となく検討したがなかなか改善を進めることができなかった。昨年3月に県漁連から呼び掛けがあり、漁業者の代表と漁協職員が大阪市場を視察し、我々の出荷物の評価や改善点について市場関係者と協議することができた。

大阪市場の視察で受けた指摘や要望に答えるために、県漁連の協力を得ながら次の3点について改善策を取りまとめ昨年6月から実施した。

### ① 出荷時間短縮

大阪市場で翌日販売するためには、松江市場から大阪に輸送するトラック便の出発時間の繰り下げと、漁協における集荷時間の繰り上げが必要であった。トラック便については県漁連を通じて輸送業者と協議し、従来の3時から4時に変更することができた。漁協では集荷時間を従来の午後3時から1時に繰り上げ、松江市場4時発に間に合わせる事が可能となった。図1に従来の出荷時間と改善後の出荷時間を示す。丸1日出荷時間を短縮することができると共に次のような効果が発生した。

(a) 県漁連の冷蔵庫の保管料1箱40円が削減できた。

(b) 帰港後15時の集荷まで各自が魚倉で行っていたアマダイの鮮度保持(夏場は特に水

温のむらができやすいため鮮度が落ちる原因となる)の作業が不要になった。

(c) 大阪市場に隣接し、アマダイの需要が強い京都市場にも出荷することが可能になり、大阪市場以上に評価を受けることができた。

## ②箱のサイズ変更

魚箱の大きさをかえるに当たっての問題点は5kg入りに比べて3kg入りでは箱数が増え箱代など出荷経費が余分にかかるのではないかとということであった。実際に箱サイズ変更に伴って変わった箱代、氷代、運送代を合計して比較してみたところ約30円/kg程度3kg入りの方が高くなったが、心配していたほどの減益でなく、それより多くの人に買ってもらえるという利点の方が長い目で見るときは良いだろうと考えている(表2)。

大阪出荷の3kg入りの変更にあわせて魚箱に「山陰 小伊津港」のステッカーを貼り差別化を図った。

## ③Sサイズの大坂出荷の試み

一般にアマダイは大きいほど単価が高い魚である。従来松江市場では小型のSサイズ以下を主に販売し、Mサイズ以上を大阪で販売していた。大阪視察で量を増やして欲しいとの要望をうけて6月から市況を見ながらSサイズも大阪市場への出荷を開始した。その結果、松江市場で2S、3Sの単価が上がっている(図2)。

## 4. 取り組みの成果と波及効果

図2に佐香漁協の平成9年のアマダイの規格別の月別平均単価の推移を、表1に平均単価を示した。LLサイズでkg当たり4,000円、2Sサイズでも2,300円の価格を実現している。価格は、最近の景気の低迷にも関わらず、安定的に推移している。

なお、昨年6月から実施した出荷時間の短縮等の取り組みについては、直ちに成果が現れるものと期待していたが、これまでは目立った価格の上昇は見られていない。この原因としては、現在大阪市場などでは、中国産アマダイが大量に輸入されていることやアマダイのように単価の高い魚については、需要が景気などに左右されることなどが考えられる。しかし、取り組みの方向は間違っておらず、長く継続することで成果につなげたいと考えている。

## 5. 今後の課題

漁業生産の増加が期待できない現状では、販売対策はより重要性を増している。また、今日の水産物の価格形成を見ると強力な販売力を持たない単協では生産者が期待するだけの価格を達成することは不可能である。佐香漁協では、早くから県漁連の協力を得て「製品の品質の確保」を漁協が担い、大阪市場への出荷を含めた「販売」については、情報と販売力を持つ県漁連が担うという役割分担によって他に勝る価格を達成してきたのである。

つまり販売事業で漁協系統である県漁連との協力体制を推進してきたことの成果であると考えている。

今後の販売事業のあり方を考えたとき、漁連を中心として系統の販売力をいかに強化するかということが大きな課題であり、実現のための取り組みが必要であると考えている。

漁協においても「獲った魚に最大の価値をつけることが我々に課せられた使命である」ことを認識し、品質の向上に向けてさらに努力する所存である。

表1. 出荷銘柄と重量、出荷先

号数	サイズ	重量 (g)	平均単価 (円/kg)	出荷先
5	LL	1,000 以上	4,000	大阪市場、京都市場
4	L	600 ~ 1,000	3,600	大阪市場、京都市場
3	M	400 ~ 600	2,900	大阪市場、京都市場
2	S	300 ~ 400	2,600	大阪市場
1	2S	200 ~ 300	2,300	松江市場
下	3S	~ 200	2,200	松江市場
	△	傷や色の悪い魚		松江市場

表2. 魚箱サイズの出荷経費比較 (小伊津漁協~大阪市場)

内訳	魚箱 5kg 入り (円)	魚箱 3kg 入り (円)
魚箱	210	188
砕氷	146	88
パーティ	6	6
運賃	448	290
諸掛け	14	14
合計	824	586
1kg あたりの経費	165	195
1kg あたりの差額		30

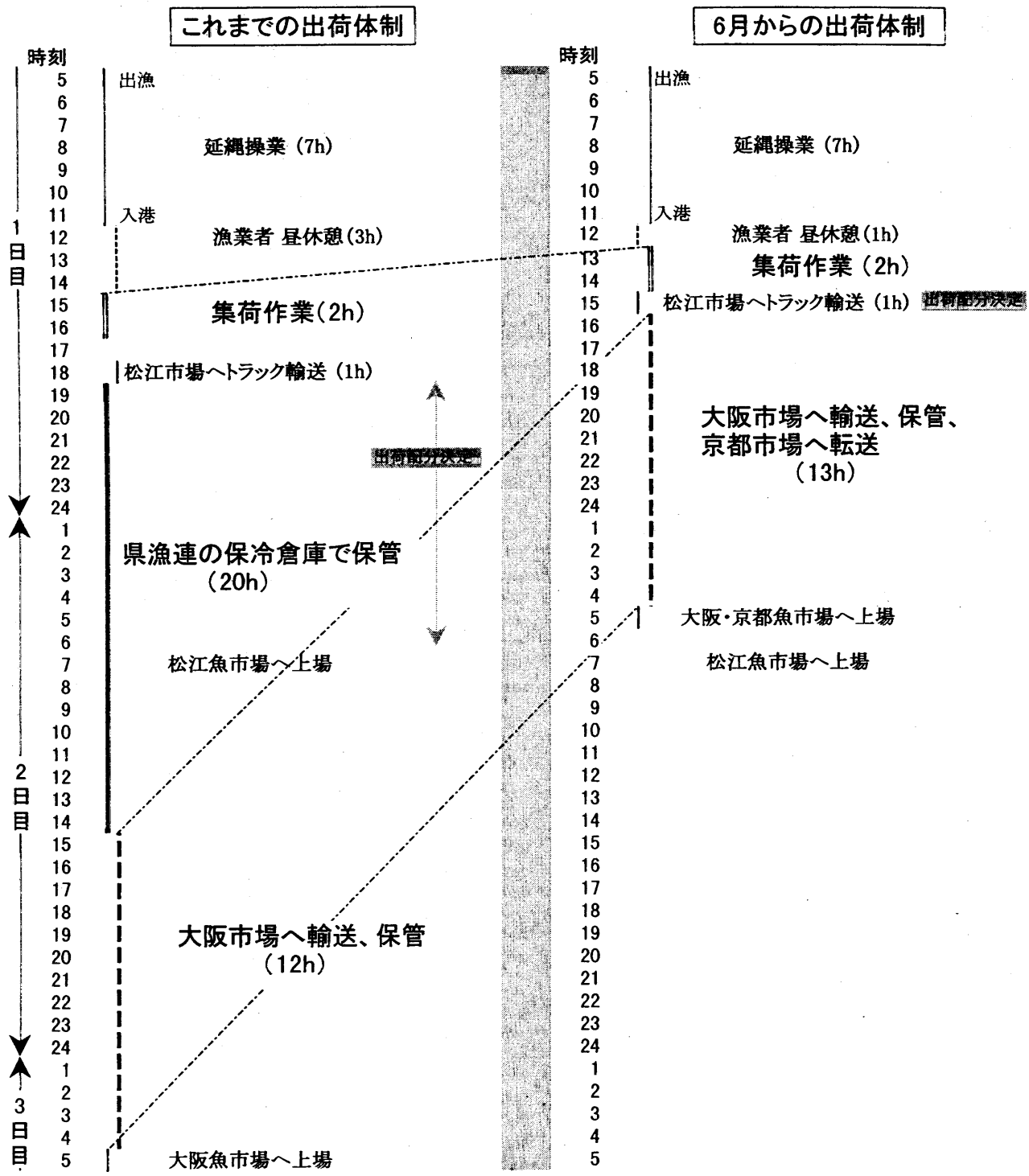


図1. 集出荷体制の比較

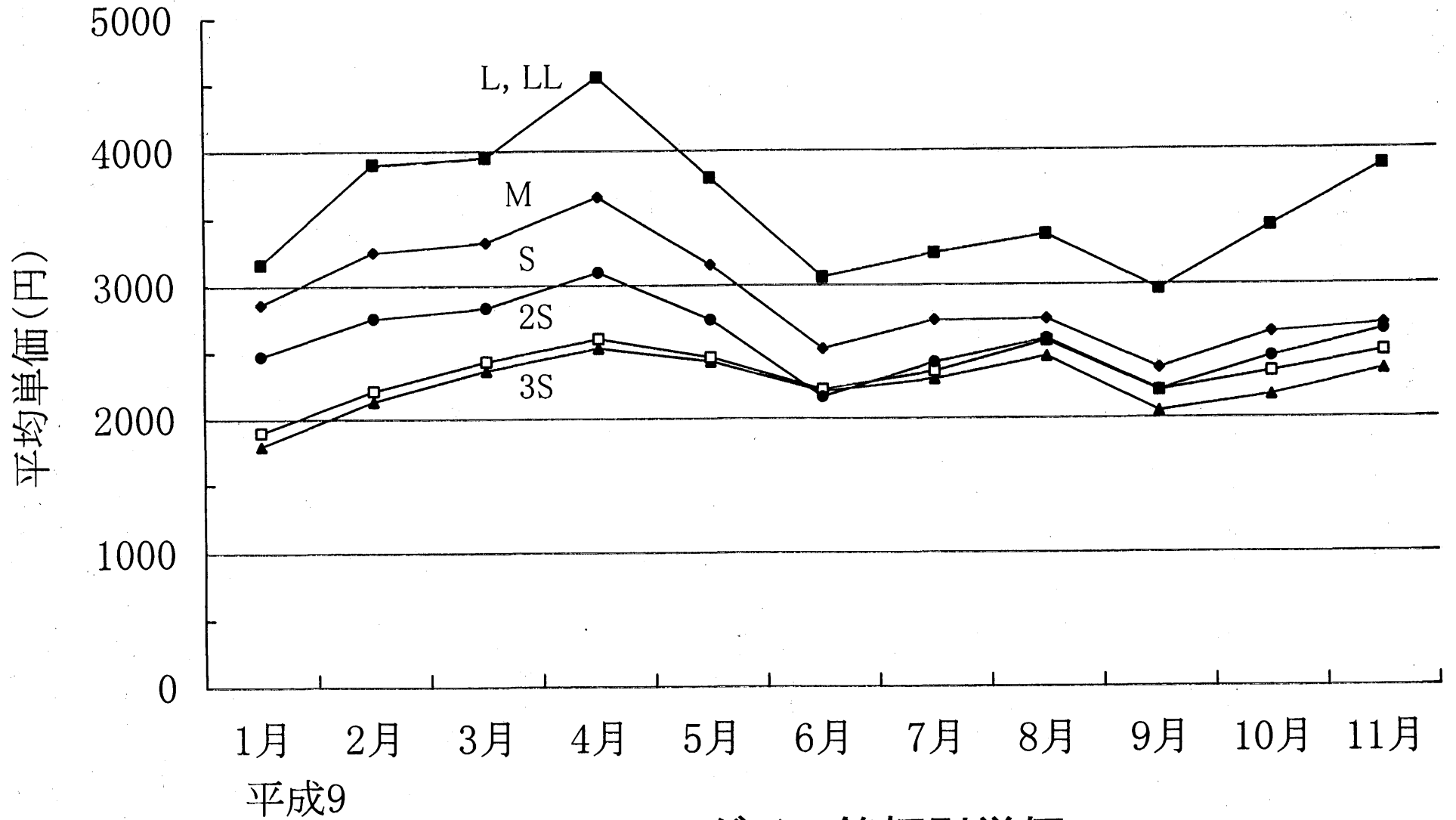


図2. アマダイの銘柄別単価