

全国へとどけ南川副漁協“きっ推”ブランド

南川副漁協水産振興研究部

部長 佐々木 成人

1. 地域の概況

私たちが所属する南川副漁業協同組合は、図-1に示すとおり、佐賀県有明海沿岸東部に位置しています。

2. 漁業の概況

組合員数は402名、ノリ養殖業の経営体数は204戸で、ノリ養殖への依存度が高い組合です。

私たちの主幹漁業であるノリ養殖の生産状況ですが、図-2に示すとおり、平成4年度までの生産枚数は、2億5千万枚を超えることはほとんどありませんでした。しかし、平成5年度以降は、アカグサレ病の大被害を受けた平成8年度を除いて、いずれも2億5千万枚を上まわっており、平均生産枚数は2億9千万枚と、平成4年度以前と比較すると大幅に伸びています。一方、生産金額については、概ね25億円～40億円の範囲で推移しており、生産枚数が増加しているにもかかわらず、ノリ単価の低迷により、あまり伸びてはいません。しかし、平成5年度以降はいずれも30億円以上の生産金額をあげており、平均生産金額では36億2千万円と好成績を維持しています。また、変動の幅も小さくなっています。

これは、今からお話しをする、平成2年度から導入したノリ品質の新しい格付け、「きっ推」による成果だと考えられます。尚、「きっ推」とは、南川副漁協独自の呼称であり、県漁連における入札会では、推等級として取り扱われていることを最初にお断り致します。

3. 研究グループの組織と運営

私たち研究部は、18才～35才までの73名の研究部員で構成されており、次のような活動を行っています。

- ① 採苗時のノリ芽付き検鏡指導
- ② ノリの新品種開発試験
- ③ 漁場の比重や流向流速等の環境調査
- ④ 養殖水位板の設置
- ⑤ 漁期反省会の開催
- ⑥ 漁場の清掃

このほかにも、県や漁連が主催する研修会やイベントにも積極的に参加しています。

4. 研究・実践活動課題選定の動機

「きっ推」を導入する以前の、昭和55年度～平成元年度までのノリの平均単価は、図-3に示すとおり、県平均を僅かに上まわった昭和58年度を除き、いずれも県平均を下回っていました。また、廃業者によってもたらされた、持ち網数の増大による海上や陸上の機械設備の大型化、労働力や人件費の増加、及び生産コストの高騰等により、純利益としては、持ち網数の増大にもかかわらず、現状を維持するのが精一杯でした。

また、毎年、漁期終了後に行なっている会社訪問の際には、「上級品の中に味が悪い製品が混入している」との指摘が幾度となくあり、私たちの組合の製品に対する評価が低くなっていることを実感させられてきました。

5. 研究・実践活動状況及び成果（効果）

いつまでもこのような評価を受けていては、「県下最大規模の南川副漁協におけるノリ養殖の未来はない」と研究部全員が危機感を抱くようになり、研究部では、この状況を打破するための組織作りを組合へ要請しました。その結果、平成2年度に、ノリ養殖における様々な問題に対処するため、漁協が「海苔対策協議会」を設置することになりました。この協議会は、ノリ養殖管理、製品の品質向上、ノリの検査体制、流通・販売などに関する問題点について、細部にわたり抽出するとともに、問題解決のための具体策を検討し、実行することを目的としています。

平成2年度の海苔対策協議会における主な決定事項は

- ① 秋芽網、冷凍網の初摘採ノリの食味試験を実施する。
- ② ノリ網の養殖水位は適正水位を遵守し、極端な低吊りは避ける。
- ③ 短め摘採を励行し、高品質でうまいノリ作りに邁進する。
- ④ 第1回目入札のノリ重量は310g～360gとし、基準重量の320gに極力近い製品作りを行なう
- ⑤ ノリへの異物混入を防ぐため、海上でのゴミ等の回収を徹底する
- ⑥ 検査体制強化のため、チェック員と補助員を設け、格付検査員の手前で事前にチェックして、選別が不十分なノリは持ち帰ってもらう。
- ⑦ 平成2年度の秋芽網、冷凍網の第1回目入札においては、1回摘みの上質ノリと通常のノリを区分してブランド化を図る。上質ノリとして出荷する枚数は、原則としてノリ網1枚当たり200枚とし、普通等級のみとする。

以上の7項目が掲げられました。

そして、⑦の上質ノリが更に厳選されて、「きっ推」の格付けが行なわれます。私たちの組合では、通常、ノリ網1枚当たり400～500枚に生長したノリが摘採されています。1経営体当たりの平均持ち

網数は約300枚ですから、年間の生産枚数は約130万～150万枚となります。その中から上質ノリとして出荷することが出来るのは、1経営体当たり秋芽網6万枚、冷凍網6万枚の合計12万枚です。それも、初回摘みで、重量が規格に適合し、チェック員による食味試験に合格するよう、生産者が手塩に掛けて育てあげ、一番上質であると自信を持って出荷した製品です。その中でも、厳選されて、「きっ推」の格付けが得られるものは、図-4に示すように、秋芽網では4.7～21.1%、平均で13.1%、冷凍網では13.5～40.5%、平均で22.0%とごく一部に過ぎません。

この「きっ推」が導入されたことにより、組合員は海上での養殖管理だけでなく、陸上での乾ノリ製造作業においても、これまで以上に細心の注意を払うようになり、製品の品質向上に努めるようになりました。また、同時に「きっ推」の検査格付けと取り組みについては、各商社へ文書を発送し、理解と協力をお願いしました。なお、この「きっ推」ですが、平成5年度に南川副漁協が登録商標申請を行ない、平成8年度には商標登録されています

このようにしてスタートした「きっ推」の取り組みですが、初年度である平成2年度は、冷凍網は重度のスミノリ症が発生したため、上級品の出荷がなく、「きっ推」は秋芽網のみの実施となりました。平成2年度の秋芽網における、「きっ推」と普通等級の入札単価を図-5に示します。特等～1等級までは、従来の普通等級と比較して、単価は38円50銭～17円25銭も上まわっており、高い評価を得ることが出来ました。しかし、上3～上4は、ロットとしてのまとまりが不可欠である業務用が中心であったため、大手の業務用の商社が買い控えたことや、上物中心の範疇には、上3～上4は不相当であったため、上物の買付商社にも敬遠されたことから、「きっ推」は、普通等級より2円49銭～3円43銭も安くなってしまいました。

このことを教訓にして、平成3年度からの「きっ推」は、上物の2等級以上の製品についてのみ格付けを行なうことにしました。平成3年度以降の秋芽網における「きっ推」と普通等級の年度別入札単価は、図-6に示すとおり、同じ等級に「きっ推」と普通等級がある場合は、「きっ推」のほうが高値で入札されており、上級品ほど、その価格差が大きく、特に平成4年度の場合は、「きっ推」が183円33銭、普通等級が57円61銭と、「きっ推」が約3.2倍の高値となっています。

冷凍網においても、図-7に示すとおり、「きっ推」と普通等級の入札単価は、平成3年度の上1等級がほぼ同額であった以外は、秋芽網と同様に、「生粋」が普通等級より高値で入札されています。また、「きっ推」と普通等級との価格差は、秋芽網、冷凍網とも、「きっ推」導入の数年間、かなり開きがありました。近年はノリ単価の低迷が著しく、その差は小さくなっています。

次に、「きっ推」の生産金額の推移を図-8に示します。これは秋芽網及び冷凍網の第1回目の入札価格を元に作図したのですが、秋芽網では全体の11.9～39.4%、平均で26.3%を「きっ推」が占めています。冷凍網においては24.4～46.1%、平均で32.0%を「きっ推」が占めています。

これまでは、「きっ推」について考えてきましたが、全体的にはどうでしょうか。図-9に「きっ推」を導入した平成2年度以降の、南川副漁協における平均単価の推移を示しました。平均単価は、スミノリ症の被害を受けた平成2年度と、活性処理が導入された平成5年度を除き、県平均単価を上回る好成績となっています。特に、平成3年度から8年度にかけては、県平均を77銭～1円32銭上まわっています。近年は、県平均との格差は小さくなっていますが、「きっ推」の導入により、組合員の品質向上への意識向上、商社の「きっ推」に対する評価などが、単価の底上げとなったことを意味しています。また、こればかりではなく、県下でも上質ノリが取れる漁協としてのプライドが、組合員に目覚め、網管理の徹底、病害対策の迅速な対応に積極的に取り組むようになり品質向上への予想以上の波及効果となりました。

6. 波及効果

平成2年度から取り組んだ「きっ推」こと推等級ですが、図-10に示すとおり、推等級を導入する組合が増加してきました。しかし、当初は取り組む組合は少なく、平成2年度は2組合、平成3年度は4組合、平成4年度は2組合と、あまり評価されていなかったようでした。その後、平成5年度に7組合、平成6年度は9組合、平成7年度は12組合と急速に普及が進み、平成8年度以降は13組合～14組合とほぼ安定しており、約7割の導入率となっています。また、秋芽網と冷凍網ともに実施する組合が増加しています。これは、「きっ推」が、商社の評価尺度として、定着してきたことの現われと考えられます。このように、推等級を導入している組合が大半となった現在、一応の成果はみられたと考えられます。

7. 今後の課題や計画と問題点

ノリ業界において、佐賀県は、全国有数の贈答用高級ノリの生産県として位置付けられ、発展してきました。しかし、平成元年度までは23億枚の消費があった贈答用高級ノリが、その後、毎年、約1億枚の割合で減少し、平成11年度には9億枚の消費に落ち込んでいます。

近年、ノリ流通においては

- ① 贈答用の需要が減り、上級ノリの単価が伸び悩んでいる。
- ② 業務用の増加により単価が低迷している。

という情勢にあり、特に①に関しては、推等級のメリットが現われにくく、「きっ推」の今後としては、大変厳しい状況下にあります。これを打開するには、「きっ推」の美味しいノリを、いかにして消費者に近づけるかが、今後の大きな課題と考えられます。また、私たちの組合が、「きっ推」を導入してから10年を経過し、県内外を問わず、同様な取り組みが行なわれるようになっています。従って、いわゆるマンネリ化の兆候にある、「きっ推」の見直しを行なう時期にきています。このようななか、全国ブランド化へ向け、更なる飛躍を期待するためには、消費者のニーズに対応した安心、安全、均一な品質の上質ノリ作りが不可欠であります。そのためには、品種の統一、網管理の徹底等が重要な課題であると思われま。これらのことを十分に理解したうえで、今後も関係機関の指導のもとに、努力、研究を重ね、より高品質のノリを全国の皆様へ提供していきたいと思っています。