

## 新名産「湘南はまぐり」資源復活～ブランド化の歩み

藤沢市漁業協同組合 湘南はまぐり部会 葉山 博史

### 1 地域の概要

私が所属する藤沢市漁協は組合員42人で、相模湾の真ん中、江の島の近くに位置(図1)する。湘南地区は、サーフィン等のマリンスポーツが盛んで、江の島は2020年に開催される東京オリンピックのセーリング会場にも選定されている。

全国有数の観光地の江の島が近くにあり、都市近郊で集客も多いことからしらす等の直売事業も盛んで、料理店にも直接出荷している。名産品は、「湘南しらす」と「湘南はまぐり」で、JF全漁連、神奈川県、藤沢市のブランド認定を受けている。その他に「湘南ながらみ」も特産品である。



図1 藤沢市漁業協同組合の位置

### 2 漁業の概要

藤沢の海は、相模湾の中央に位置する鵜沼から辻堂にかけての3.6kmの砂浜域(図2)で、しらす船びき網、貝桁びき網(ハマグリ、ナガラミ)、地引き網漁が営まれ観光地引きも盛んである。

### 3 研究グループの組織と運営

はまぐりの貝桁びき網漁を営む漁業者3カ統7人で「湘南はまぐり部会」を組織し、平成13年以降チョウセンハマグリの資源復活に挑戦し、平成28年以降は「湘南はまぐり」として、ブランド化を通じた知名度向上と販売促進～地域の名産品化に取り組んでいる。



図2 ハマグリの漁場

### 4 研究・実践活動取組課題選定の動機

藤沢の漁場は、鵜沼から辻堂にかけての3.6kmの砂浜域で、漁場がせまく、海藻やサザエが繁殖する磯根がないことから、漁業種類も限られてしまう。

藤沢では昭和30年代までハマグリ漁が盛んに行われていたが、昭和40年代の高度成長期に底質環境の悪化に伴い激減し、ハマグリ漁も衰退し、貝桁びき網漁はナガラミを対象とした操業に切り換えた。底質環境が改善された平成13年以降、ナガラミを対象とした貝桁びき網漁でハマグリが混じるようになり、資源復活に向け種苗放流と資源管理に取り組み始めた。

毎年継続して取り組んだ結果、平成23年以降ハマグリの漁獲量も安定し、貝桁びき網漁で1日当たり180kg前後の安定した漁ができるようになった。ハマグリの資源量と漁獲量の増加に伴い、「湘南はまぐり」をブランド化して、知名度向上と販売促進、湘南しらすに次ぐ新たな名産品化を目指した。

## 5 研究・実践活動状況及び成果

### (1) ハマグリ資源の復活～増殖に向けて

#### ① ハマグリの種苗放流

平成13年以降、千葉県海匠漁業協同組合より72mmの大型種苗を導入し、当初は250kg（50万円）、平成24年以降は600～900kg（100万円）で4,950～7,430個、種苗放流している(図3)。平成28年以降、下記勉強会での助言を受けて大型種苗から32mmの小型種苗に転換した。



図3 ハマグリ稚貝放流

#### ② ハマグリの生態を踏まえた資源増殖について

さらなる資源増殖を図るため、平成28年2月17日に、漁協、藤沢市、県、博物館の二枚貝の専門家による勉強会を開き、ハマグリ生態、漁獲/放流の費用対効果等について学ぶとともに、ハマグリ生態を踏まえた資源増殖について助言を受け、資源管理の取り組みを検討した。勉強会では、①ハマグリが海水中のプランクトンを捕食して成長に伴い深場へ移動すること、②5～6月に3歳から産卵し、4歳から産卵量が多いこと、③2歳に当たる25mm以上は生残がいいことについて学んだ(図4)。



図4 勉強会の様子

#### ③ ハマグリの生態を踏まえた資源管理・増殖の取り組み

平成13年当初より、①産卵量が多い4歳貝(7cm)を保護するため、貝桁びき網の袋網の目合いを大きくし、②獲り過ぎないために、漁獲頻度は月4回までとして1日300kgの漁獲制限を設けてきた。③種苗放流については、勉強会での助言を受けて、生き残りが良く、より多く放流できる小型種苗を導入することにした。これと合わせて密漁取締りを強化した。

#### ④ 小型種苗の導入による放流効率の向上

平成27年まで放流していた大型種苗(72mm)と小型種苗(32mm)の重量比(81.5/9.1g)は9倍で、単価/kgは大型/小型(1,650/750円)で2.2倍である。従って、同一予算100万円であれば小型種苗の場合、大型種苗と比べて $9 \times 2.2倍 = 20倍$ 、100万円で大規模種苗だと7,430個、小型だと14万6,000個放流することができ、放流個数が20倍に増大した。

表1 大型種苗と小型種苗の比較表

放流日	種苗	殻長mm	大型/小型種苗の対比		
			重量g	単価/kg	100万円での放流可能個数
3月28日	大型	72	81.5	1,650	7,436
5月9日	小型	32	9.1	750	146,520
<b>(大型/小型)対比</b>			<b>9.0</b>	<b>2.2</b>	<b>20</b>



図5 ハマグリの漁獲量と種苗放流量の推移

#### ⑤ ハマグリ漁の復活！ 漁獲状況

種苗放流を始めた平成13年から7年後に操業を開始、平成23年以降年間3t前後で漁が安定、平成28年以降は月3～4回操業し5t前後の漁模様となっている。ハマグリは貝桁びき網の経営体は3軒あり輪番で操業し、平成28年以降1日当たり180kg、27万円の漁獲がある。ハマグリは1,500円/kg、1個300円で直売しており、昨年は5.4t、810万円の漁獲があった。

⑥ 漁獲金額／放流金額の費用対効果

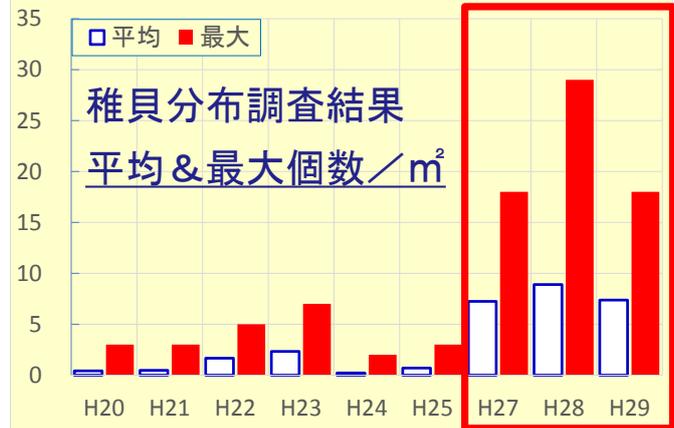
漁獲と放流の金額を対比した費用対効果では、平成13年以降の積算で5.1倍平均で7.6倍であった。5.4tで810万円の漁があった平成29年は、毎年の放流金額100万円に対し8.1倍で十分な費用対効果がある(表2)。

表2 漁獲と放流の金額を対比した費用対効果

	放 流		漁 獲		漁獲／放流	
	放流量 (kg)	放流金額 (千円)	漁獲量 (kg)	漁獲金額 (千円)	量	金額
累積	6,878	9,769	33,155	49,733	4.82	5.09
平均	459	651	3,316	4,973	7.23	7.64
2017年	900	1,000	5,400	8,100	6.00	8.10

⑦ 稚貝分布調査結果～資源復活を実感

辻堂から鶴沼海岸で実施している稚貝分布調査では、平成27年以降、放流サイズより小さい28mm以下の稚貝が7.3～8.9個/㎡と平成25年以前0.2～2.3個/㎡と比べて高い密度で確認された(図6)。



ハマグリは再生産も順調で、地先の資源として根付き資源が復活したことを実感できた。

図6 稚貝分布調査結果の推移

(2) 「湘南はまぐり」PR～ブランド化

資源の安定に伴い漁獲量も増加した。そこで「湘南はまぐり」の知名度向上と消費拡大を目指してPRを強化し、平成28年にブランド化に着手した。

<ブランド化の先駆け 品質向上～湘南はまぐりについてのこだわり整理>

① 品質保持向上：ブランド化に先駆け生産・出荷基準を策定し遵守を徹底した。

② こだわりアピールポイント整理

湘南はまぐりのこだわり(図7)やおいしい食べ方、直売・料理店情報を記載したPRパンフレットを作成し朝市や直売イベント等で配布した。

<ローカルPR>

③ 朝市やイベントでPR直売

毎月開催している朝市や集客の多いイベントでパンフレットを配布してPR直売した。来場者は、藤沢地先の海で天然の大ぶりで立派なハマグリが獲れることに驚いていた。



図7 湘南はまぐりのこだわりと地域特性

④ 湘南はまぐりまつり開催

藤沢市と漁協が共催で3月に実施した。親子70組(150人)が参加し、ハマグリ放流体験の後、藤沢の漁業や湘南はまぐりのこだわりについて説明を聞いて、湘南はまぐりのお吸い物を味わった。当日の様子は、NHK首都圏ニュースでも放映された。

⑤ 料理店でのメニュー化推進

料理店に湘南はまぐりの現物やPRパンフレットを配布して営業し、焼蛤やお吸物、酒蒸しが人気メニューとなっている(図8)。



＜生産者と消費者をつなぐための取り組み＞ 図8 湘南はまぐりメニューとPRのぼり

⑥ 「湘南はまぐり」ののぼり

のぼりを作成し直売所や料理店店頭に掲示し「湘南はまぐり」取扱店の目印(図8)とした。

⑦ ホームページを通じたPR

湘南はまぐりのこだわりや、直売情報、味わえる出荷先の料理店情報等を、藤沢市漁業協同組合ブログ(<http://jxfujisawa.blog.fc2.com/>)を活用して情報発信した。

⑧ 湘南はまぐり活魚出荷施設整備

平成29年7月8日に、活ハマグリのさらなる品質向上と安定出荷のため、滅菌冷海水装置の備わった活魚出荷施設を整備した。それと同時に、料理店の需要に合わせて、木曜日に漁獲して一日砂抜きして金曜日に出荷する体制に切換えた。これにより、料理店への出荷がスムーズで、さらに生きが良い状態で出荷できるようになった。しかし、夏場には、漁獲の際のベロ切れが原因で4日間生かすと斃死が発生し、今後の検討課題となった。

⑨ LINEを活用した迅速な受注～出荷体制

料理店に、より生きの良い状態で湘南はまぐりを提供するため、漁協および取扱店11店舗で「湘南はまぐりLINEグループ」を作成し、LINEを通じて漁獲～受注～出荷を迅速化した。

(3) ブランド化

藤沢市の「藤沢特産品」(H29.4.1)、神奈川県「かながわブランド」(H29.1.25)(図9)、JF全漁連の「プライドフィッシュ」(H29.4.14)、それぞれのブランドに認定ならびに選定され、トリプルタイトルのブランド品となった(図10)。

(4) ブランド化の成果

＜ブランド化の成果＞

① マスコミの取材急増～全国ネットでも！

県のかながわブランドとJF全漁連のプライドフィッシュの反響が大きく、読売、産経等、新聞各紙に「湘南の新名産」として掲載され、地域情報誌でも大きく取り上げられた。

その後、テレビ取材も急増し、NHK「首都圏ネット」や情報番組、全国ネットの番組でも湘南の新名産として放映された。全国ネット放映の反響は絶大で、放映後に新たな料理店の引き合いがあった。

マスコミを通じて飛躍的な知名度向上につながり、



図9 かながわブランド審査会



図10 トリプルタイトルのブランドに！

検索サイト「グーグル」の検索ランキングでも、「はまぐり直売」のキーワードで、ベスト10の内、上位9位までを「湘南はまぐり」の記事が独占し、「はまぐり」の四文字でも、属地のハマグリとしては、最上位にランキングされ、ネット上でも大きな関心呼び、ブランド化の成果を実感できた。

## ② テレビ放映等の反響

テレビ放映により知名度向上につながるとともに料理店の引き合いが急増し、ブランド化以前の平成28年に取扱料理店が4軒だったのが、ブランド化以降、新たに7軒が加わり、11軒となった。料理店だけでなく、地元有名ホテル等からの引き合いもあり、週に200個以上の大口の注文が来るようになった。ブランド化以後、取扱店舗が倍増したことにより、出荷量も200個から550個（52kgから143kg）と2.75倍となった(図11)。図12には、ブランド化前後の出荷先別の出荷量の割合などを示したが、料理店や消費者には1500円/kgで直売できるが魚市場へ出荷すると1400円/kgになってしまう。ブランド化以前は直売だけでは売り切れず単価が100円安い魚市場への出荷が大半を占めていたが、ブランド化を通じて料理店や消費者への直売で売り切るようになったので売上金額の向上にもつながった。

**かながわブランドの反響 → 直売シェア100%に！**

H28年ブランド化以前；魚市場50%、直売50%

H29年ブランド化以後；100%直売！（消費者&料理店）

× 魚市場 1400円/kg < ◎直売 1500円/kg



図11 ブランド化前後の取扱料理店店舗数

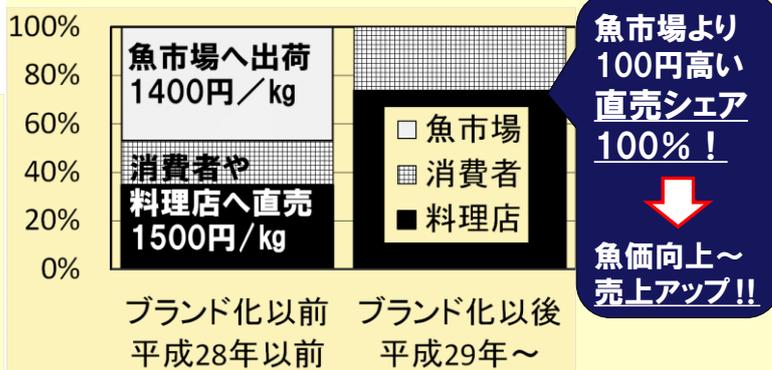


図12 ブランド化前後の出荷先

## 6 波及効果

### ① ハマグリ資源復活について

平成13年から取り組み始め、昭和40年代に一度は途絶えたハマグリ漁が復活し、漁業者の新たな収入源となり、昨年は1日180キロ、27万円の稼ぎとなり、年間で5.4t、810万円の売り上げとなった。稚貝分布調査でも資源復活を実感でき、小型種苗導入により放流個数も20倍に増大した。

そのことで、地先の海を生産の場として最大限に活用でき、地元市民に漁業生産の大切さを感じてもらえるシンボルにもなった。

### ② ブランド化の成果

マスコミを通じて飛躍的に知名度が向上し、料理店の引き合いが倍増、出荷量も2.75倍となった。漁業者の収益が向上するだけでなく、新名産として料理店の人気メニューとなり、地域の外食および観光産業にも貢献している。

③ 他地区にも普及

平成29年9月に、平塚の漁業者から「ナガラミ漁でハマグリが混じるので教えて欲しい」との要望があり視察を受け入れ、他の漁協にも資料を提供して普及した。

## 7 今後の課題や計画と問題点

① 資源を絶やさず、さらなる増殖

資源管理・増殖の取り組みを継続するとともに、種苗放流量の増加や、密漁取り締まりの強化を通じてさらなる資源増殖を図り、年間7 t、1,000万円以上の売り上げを目指す。

② 夏場に斃死するベロ切れハマグリ対策

漁具を改良しベロ切れが発生しないようゆっくり引き網するよう心掛けるが、他県の情報を聞いていると、夏場はそれでもベロ切れが発生すると思われる。そこで、生きている内にベロ切れの選別を徹底し、真空冷凍ハマグリとして製品化して、漁がない時に販売しようと考えている。また、真空冷凍品は全国ネット通信販売もできるので、全国を視野に入れた新たな展開も検討する。

\*既に真空冷凍ハマグリ(図13)を販売し、味も遜色なく扱いやすいとの評判を頂いている。



図13 湘南はまぐり真空冷凍品

③ 湘南地区全体の名産品化

他地区にもハマグリ増殖～漁獲技術を普及して、より広い地域でのハマグリの増殖を図り湘南地区全体で新たな名産品化を図りたい。

④ 東京オリンピックに向けて

2020年、江の島は東京オリンピックのセーリング競技会場として脚光を浴びる。それに向けてPRをさらに強化し「湘南はまぐり」の金メダル級のうまさを、ワールドワイドにアピールしていきたい。