

手間を惜しまず魅力ある商品販売に向けて

—新鮮でおいしい商品提供の取組み—

北彩漁業生産組合

浜田 勇 一 郎

1. 地域の概要

私たちが住むむつ市大畑町は下北半島の北辺、中央部に位置し（図 1）、海、川、山に囲まれた自然豊かな町である。古くは第一次産業であるスルメイカを主体とした水産業や青森ヒバなどの林業で栄え、依然漁業が基幹産業となっている。

2. 漁業の概要

私たちが所属する大畑町漁業協同組合の主要魚種はスルメイカで、平成 17 年の水揚げ量は約 3,600 トン（全体の 76%）、水揚金額は約 114,000 万円（全体の 70%）となっており年変動が激しいスルメイカ資源に依存した漁業が中心となっている（図 2）。所属する大畑町漁業協同組合の組合員数は 689 名（正 264 名、准 425 名）である。



図-1 むつ市大畑町の位置

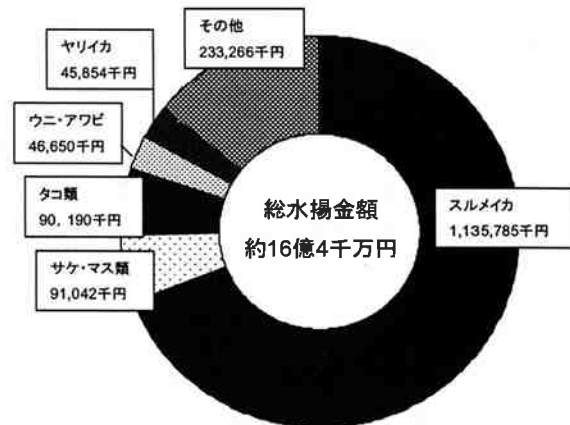


図-2 平成 17 年度大畑町漁協水揚げ状況

3. 生産組合の組織と運営

北彩漁業生産組合は、津軽海峡における「海峡サーモン」（ドナルドソン・ニジマス）養殖にチャレンジするため、平成 15 年 7 月、8 名で結成された。運営は会員の出資金及び事業収益で賄っている。

事業内容は淡水で 2 年間養殖した幼魚を毎年 11 月に搬入、海水馴致後、大畑沖に設置



写真-1 給餌風景

した生簀で養殖し（写真 1）、5 月より即売会やインターネットなどで鮮魚と加工品の販売を行っている。鮮魚販売は 7 月いっぱいまで終了、お中元やお歳暮用に加工品の販売は在庫が続く限り通年行っている。

4. 研究・実践活動取組課題選定の動機

海峡サーモン養殖は、当組合員数名が所属し現在では解散している大畑さけます養殖漁業研究会（平成元年設立）が始めたものであり、様々な技術改良が図られてきた。餌は、人件費などの経費がかかるモイストペレットから、飼料業者へ沈み方や脂質などを勘案し独自に配合してもらったドライペレットへの変更を行い、安定した品質と経費の削減を図ることができた。給餌方法についても 1 日 2 回の給餌や隔日給餌などの検討を行った結果、1 日 1 回の飽食給餌が海峡サーモンに適していることがわかり、平均魚体重が 1.8 キロ前後から 2.4 キロ前後まで増加し、生存率も 90% 近くまで上げることができた。また津軽海峡の荒波に耐えられるように、生簀の外枠の 4ヶ所をタイヤやヒバの木を使用して接続し、波の衝撃を吸収する工夫などを行い、養殖技術のある程度確立することができた。

しかし全国的に魚価の低迷が続いており、また海峡サーモンの知名度も低かったため、フィレー等が大量に余る年もあり、市場やホテルに出荷しようとしたが思うように売り込めなかった。

このため私たちは、ただ魚を育て販売するだけでは毎年同様の事態が起こり、経営が行き詰まると危機感を感じ、早急に対策を検討した。

そこで海峡サーモンのブランド力アップとその販売促進を図るため、直販を中心とした高品質な加工品開発やインターネット等を利用した販売方法を、県下北ブランド研究開発センターを始めとした関係機関の協力を得ながら取り組むこととした。

5. 研究・実践活動状況及び成果

1) ブランド力アップへの取り組み

①海峡サーモン祭

むつ市、地元商工会、旅館組合、大畑町漁協等と大畑海峡サーモン祭実行委員会を組織し、毎年 6 月、大畑町において「大畑海峡サーモン祭」を開催している。研究会レベルで関わっていたものを引継いでいるので、平成 18 年で 13 回を数えるが、一本釣りやタモすくい、サーモンレース等家族で楽しめるようにイベント内容を検討しながら開催し、良質な海峡サーモンを格安で提供している（写真 2）。



写真-2 サーモンレース

②即売会

また、直接消費者へ海峡サーモンをPRし、地元の特産品として定着させるため大畑町において即売会を開催している(写真3)。組合結成当初から継続しており、海峡サーモンの出荷が始まる5月から7月の毎週日曜日に行っている。その日の朝水揚げした新鮮な海峡サーモンを三枚下ろしにするサービスや宅配業者を併設して販売するため、贈答用に全国発送する消費者が多く、ブランド力アップに繋がっている。



写真-3 即売会の様子

2) 販売方法の検討

①加工品開発

刺身フィレーなど簡易な加工品のみでは、売れ行きが不調であり、消費者の多様なニーズに応えるため経費をかけても美味しい加工品のほうがよいと考え、贈答用などの新しい加工品作りを毎年行っており、現在販売している商品は14品目である

表-1 開発商品

	品名	開発年	商品例
1	お刺身ブロック	平成4年	 <p>写真: 詰合せセット 内容: お刺身ブロック、はらす、スモークサーモン、生切身、海峡煮、</p>
2	フィレー	平成4年	
3	はらす	平成4年	
4	新巻	平成4年	
5	スモークサーモン	平成8年	
6	鮮魚水氷じめ	平成10年	
7	西京味噌漬	平成15年	
8	生切身	平成15年	
9	海峡煮(塩味、しょうゆ味)	平成15年	
10	吟醸粕漬	平成15年	
11	甘塩仕上	平成15年	
12	山漬	平成16年	
13	鮮魚活じめ	平成17年	
14	半身姿造り	平成18年	

(表1)。海峡サーモンのブランドイメージを定着させるためそれぞれの加工品に見合ったパッケージデザインの検討や、お中元やお歳暮用に売れ筋商品である切り身漬物や刺身パックなど、消費者が買い求めやすい詰め合わせセットを作り、地元スーパーや県内大型デパートでの販売も始めている。

また、即売会においてお客さんの注文で三枚卸しを行った際、頭や背骨を持ち帰らないお客さんが多かったため、これを利用することを考え、レトルト処理で頭や骨まで食べられる商品も開発した。

②通信販売やPR活動

平成15年よりホームページを開設しインターネット上での販売を開始した。期間限定の鮮魚販売やお歳暮、お中元の詰め合わせセットの加工商品を全国から通年購入することができる体制を整えた。また海峡サーモンの紹介を掲載した商品パンフレットを作成し、電話注文やダイレクトメールでの通信販売を開

始した。ゆうパックでの販売や、各種イベントへの参加など積極的に宣伝活動も行っている。

3) 高鮮度出荷の取り組み

①活〆脱血

同じサケ科であるサクラマスに関し、活〆脱血（延髄刺殺後に、血が出やすいように尾部と鰓脇を切断し、水氷で冷却する）処理が鮮度保持に有効であるとの話を聞いたため、海峡サーモンでもこの技術を応用し高鮮度出荷に取り組んだ。水揚げした海峡サーモンを一匹ずつ手作業で処理したところ、これまでの氷〆のものに比べて高鮮度を保ったおいしい海峡サーモンを提供することが可能となった。



写真-4 設置看板

プリプリとした食感を約 15 時間保ち（図 3）、官能検査においても鮮度保持が有効でより美味しくなる（図 4）ことが明らかとなった。また血抜き処理により、魚肉の色も鮮やかな色を保ち、内臓に血液が残らないことから生臭さの減少や腐敗防止の効果もあった。

平成 17 年より活〆脱血処理の効果について看板を作成し、即売会場へ設置して 1 割増しの価格で販売している（写真 4）。

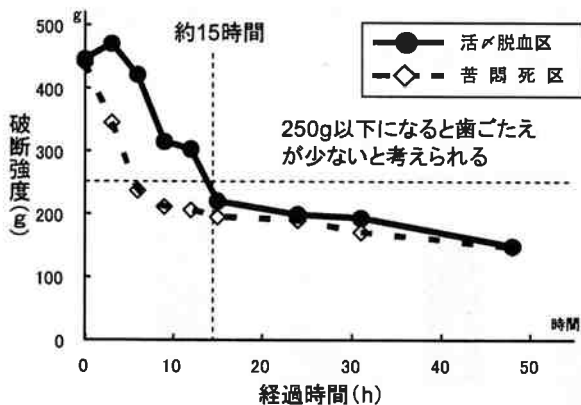


図-3 魚肉の破断強度測定結果

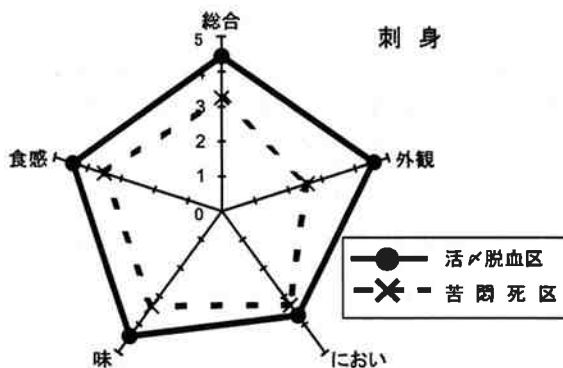


図-4 官能検査結果

②梱包箱の改良

以前、宅配用に発泡スチロール箱を使っていたが、お客さんから処理に困る

との話しがあった。そのため保冷効果があり、かつリサイクル可能な箱の使用を検討し、平成 17 年より専用ダンボール箱を開発し梱包箱に使用している。保冷実験も行った結果（写真 5）、従来の発泡スチロールと同様の保冷効果を持つことが証明された（図 5）。

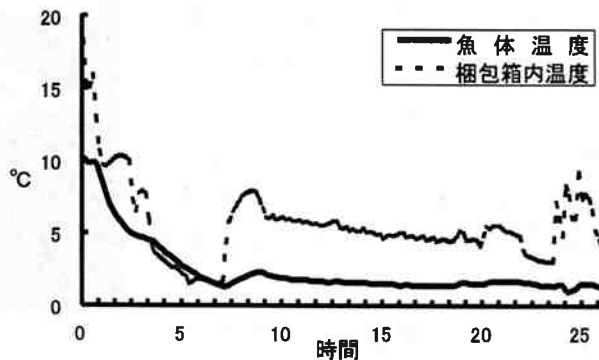
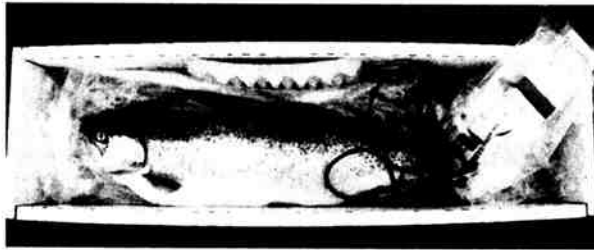


図-5 保冷実験結果

4) 成果

私たちの積極的な取り組みにNHKから取材要請があり、平成18年7月、「海峡

表-2 7月の即売会、DM、ネット鮮魚販売尾数

	平成17年度	平成18年度
即売会	774尾	1,082尾
DM、ネット販売	264尾	459尾
DM、ネット販売(活メ)	35尾	326尾
合計	1,073尾	1,867尾

育ち サーモトラウト」と題し全国ネットで放送された。放送後注文が殺到し7月の電話やダイレクトメール、インターネットでの注文は昨年7月の1.7倍以上に、特に活メは昨年の約10倍の注文があった（表2）。また関西方面の市場関係者や寿司屋関連からも問い合わせが数件あり、新たな販売先を得ることができた。

ゆうパック販売は、特に引き合いが多かったため郵便局の販売強化商品となり毎年1,500セット以上の詰め合わせセットが全国へ郵送されている。

平成18年度の生産販売量は22.8トン、売上高は3,100万円を上回る見込みである。そのうち鮮魚販売量は14.7トンと平成16年の鮮魚販売量を大幅に上回ることができた。しかし鮮魚販売が好調だった分、

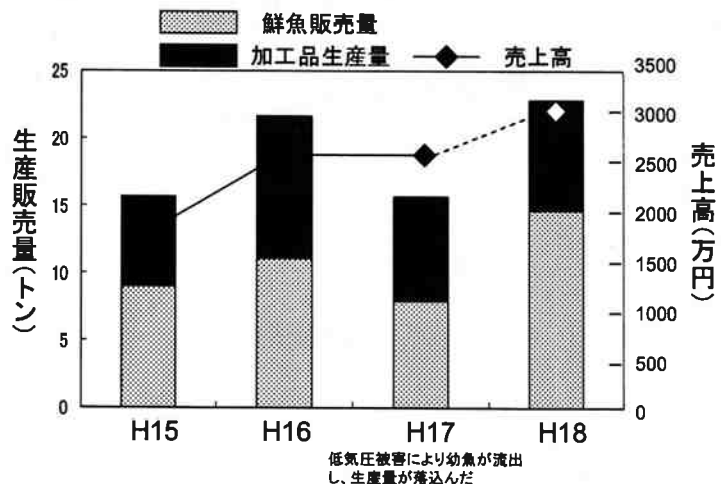


図-6 生産販売量、売上高の推移

加工へ回す原料が不足となったため、加工生産量は平成 16 年を下回る結果となった（図 6）。注文数を賄うことができず品薄状態となったので今後生産量を増やしたいと考えている。

6. 波及効果


海峡サーモン祭は海峡サーモンのみならず下北の新鮮な魚介類を安価で購入することができるため、県内外

から毎年 3,000 人余りが訪れる地域に定着した祭りとなっており、地域の活性化に大きな貢献をしている。

また、青森県下北地域の農林水産物のブランド化を推進している、下北ブランド開発推進協議会（平成 13 年 10 月設立、現在会員数 94 団体）により、平成 16 年以降現在までに 5 品目が下北ブランド認証商品として認定された（表 3）他、テレビ放送により全国的に周知されるなどブランド化のアップが図られつつある。

活〆海峡サーモンは普通の鮮魚より新鮮なため刺身で食べるとおいしいと好評を博し、多少高くても購入するお客さんが増えていて需要の増加も見込まれることから、事業拡大の方向性が見出された。組合員一同、これまでの取り組みに意を強くした。

表-3 下北ブランド認証商品

下北ブランド認証商品ロゴマーク	商品名	認証年月日
	海峡サーモン西京漬	H16.4.15
	海峡サーモン粕漬	H17.3.31
	海峡サーモン甘塩仕上	H17.3.31
	ニジマス(刺身用)	H17.5.27
	ニジマス燻製	H18.11.20

7. 今後の課題や計画と問題点

①生産量の拡大

設備投資のため当初赤字でスタートした単年度収支は、これまでの販売戦略が実り、ここ 2 ヶ年 400 万円から 500 万円の黒字に転換している。ここ当面は単体売りのできるサイズの養殖が安定化してきたため、鮮魚販売を中心とし、小型サイズは現在の加工品の需要推移や必要に応じた新規開発を行うなど付加価値を付けた販売を基本方針としており、今後は生産コスト、賃金を考えながら、作業員を増やし規模を拡大していくことを考えている。約 40 トンの生産をとりあえずの目標とするため、生産業者へ現在の 2 倍相当量の良質な種苗提供を相談している。生簀等の施設は規模を拡大できる体制にあるため、種苗を確保次第増産することを検討している。

②海峡サーモンをもっとおいしく

テレビ放送の効果により全国へ販売することができたが、これに満足することなく更なるブランド力アップとリピーターを確保するために、よりおいしい海峡サーモン作りと消費者が求める商品開発を行っていかねばならないと考えている。そのために関係機関の協力を得ながら事業の展開を図り、青森県を代表する安心安全な特産品として全国へ販売していきたい。