

## 「紀州梅まだい」のブランド化推進について

紀州梅まだいブランド化推進協議会

岩谷 耕三

### 1. 地域の概要

串本町は、紀伊半島の南端に位置し、本州最南端の地として知られている。また、串本の海はサンゴ礁形成の北限となっており、黒潮からの暖水と熊野灘からの冷水の接するところにあるため、温帯の様相と熱帯の様相が混じる貴重な環境として平成 17 年にラムサール条約にも登録されている。



### 2. 漁業の概要

私たちの和歌山東漁協は、平成 20 年度に串本町と那智勝浦町の 10 漁協が合併した県内最大規模の漁協であり、私自身は串本町大島にある和歌山東漁協大島支所に所属している。串本町の周辺海域は上述の豊かな環境により、漁船漁業はもちろん、昔から養殖業が盛んに営まれている。養殖されている主な魚種はマダイやシマアジなどであるが、最近ではクロマグロの養殖も盛んになっている。

### 3. 研究グループの組織と運営

平成 20 年 5 月 27 日発足。紀州梅まだいブランド化推進協議会は、「まだい」という名称が付いているが、梅酢を配合した餌料で育てた養殖魚全般のブランド化を推進する事を目的としており、平成 22 年 12 月末現在、串本町内の養殖業者(4 業者)で構成し、会長 1 名、副会長 1 名で運営している。

### 4. 研究・実践活動の取組課題選定の動機

1980 年代には養殖マダイは高級魚としてキロ当たり約 2,000 円で取引され、養殖業者数も 50 軒を超えるほど串本町の養殖業には活気があった。しかしバブル崩壊後、養殖魚の魚価が急激に下落し、その結果、町内養殖業者の廃業が相次ぎ、最近では十数軒まで減少している。

私も父とともに魚類養殖を営んでいるが、その当時は危機的な経営難に直面していた。周りの同業者が次々に廃業していく中、遊漁船業を兼業するなどして何とか経営を維持していたが、限界を感じていた。やはり低迷する魚価をどうにかしなければと思い、養殖魚に付加価値を付けられるような方策を探していたところ、「梅干を毎日食べれば、いつまでも健康に暮らせる」という話が昔から地元で言われていることを思い出し、試しに梅干しを加工するときに産出される副産物である梅酢を平成 17 年に配合飼料に混ぜてみた。そして、配合率などを生簀ごとに変える等、いろいろ試行錯誤を重ねながら半年間ほどマダイを育ててみた。

すると、梅酢を与えた方のマダイの色つきや動きがまず目に見えて良くなった。味見をしたところ、さっぱりとした味わいで歯ごたえも良く、養殖魚特有の臭みも無くなり、天然マダイに近い食味を実現していた。

しかし、色や食味が良くなることが魚価を上げることには繋がらず、平成 17 年以降は梅酢配合飼料に切り替え、梅酢を与えたマダイを販売していたが、食味が著しく向上しているにもかかわらず、魚価は一向に上がらなかった。

そこで、梅酢配合飼料で養殖したマダイを「紀州梅まだい」と命名し、その生産とブランド化推進に賛同する漁協内の養殖業者に呼びかけて「紀州梅まだいブランド化推進協議会」を発足させ、ブランド化推進活動に取り組むことにした。

## 5. 研究・実践活動の状況及び効果

### ①マダイ養殖への梅酢利用効果実証試験



写真1 梅酢利用効果の新聞記事

私たちは、紀州梅まだいが普通の養殖マダイより見た目や食味が向上しているとはいえ、まずそこに具体的な科学的根拠が必要であると考えていた。そこで、和歌山県農林水産総合技術センター水産試験場に、マダイの梅酢利用効果の試験を委託した。

まず、餌料以外は同条件で別々で飼育したマダイを比較した試験の結果、まず成分分析において、通常のマダイに比べ、梅酢配合飼料を与えたマダイ（梅まだい）では EPA や DHA の高度不飽和脂肪酸が 13.5～15%多く、

高血圧を予防するとされるオレイン酸は 21.2%多く、うま味成分であるグルタミン酸は 26.1%多いという結果が得られた。なお、歯ごたえ向上の裏付けとして、筋肉破断強度が活け直後では 8.7%、それから 2 日後でも 5.9%高いというデータも得られた。さらにドリップ率でも 8.2%低い結果となり、通常のマダイより鮮度保持能力が高くなる事が分かった。

また、魚病の病原菌に対する耐性についても比較試験を行った。マダイ養殖に大きな被害をもたらすイリドウイルス病とエドワジエラ症について、病気にかかった魚と元気な魚を同じ水槽で飼育する同居感染実験を行った。その結果、イリドウイルス病については通常マダイは 20 日後の累積死亡率が 50%に達したのに対し、梅まだいは 35%に留まった。エドワジエラ症についても、通常マダイは累積死亡率が 30%に達したのに対し、梅まだいは 5%に留まった。なお、その裏付けとして、血中のバイオディフェンス能力も検査したところ、白血球食食能が 54.7%、血漿リゾチーム活性が 24.4%高いなど、有意な結果が得られた。

また、コスト面も視野に入れると、マダイ養殖に最も適した餌料への梅酢エキス配合率は 0.3%と判断した。

県水産試験場によるこれらの試験研究成果により、梅酢を利用することで食味や健康成分が向上する事が証明され、また魚病薬を使わない「安全・安心」な養殖マダイの生産も可能だということが分かった。

## ②紀州梅まだいとしての品質の保持

ブランド化に当たり、紀州梅まだいとして販売される魚の品質を一定に保たないとブランドとしての信用が無くなってしまいます。そこで協議会内で議論を重ね、魚の出荷について一定の品質水準を取り決めた。

まず出荷サイズを、身の歩留まりが良くなる 1.5～2kg/尾とした。そして出荷前には、その都度、全てのマダイについて姿と形を目視で厳正にチェックして、良くないものを取り除くこと。さらに、出荷前にはランダムに何尾かを抽出し、食味を確かめることとしている。

また、商標登録である「紀州梅まだい」の名称については、「安全・安心」を特に重視し、薬を使わず、協議会の上記水準をクリアした魚だけがその名称を用いることができると取り決めた。

なお、安全安心な養殖マダイを供給するため、HACCPの考えをもとにした和歌山県生鮮食品生産衛生管理システムの認証を取得するなど、協議会会員は養殖魚の品質保持に力を入れている。

これらの活動の結果、取引先からの評判が良くなり、紀州梅まだいの魚価は、通常の養殖マダイがキロ 600 円程度に対し、キロ 1,000 円以上の安定価格で東京や関西の市場に出荷できるようになった。



写真2 紀州梅まだい

## ③養殖技術と品質管理の他魚種への活用

梅酢配合飼料による養殖技術は、養殖マダイの品質向上にとっても効果があると分かった。そこで、シマアジ、クエ、クロマグロにもこの技術を活用したところ、マダイに見られたような色つきや食味の向上が見られた。既にいくつかの魚種では、科学的な試験を行っており、マダイと同様に良好な結果が出ている。

協議会では、梅酢配合飼料で養殖された魚種として、「紀州梅しまあじ」「紀州梅くえ」「紀州梅本まぐろ」を平成 20～21 年にかけて商標登録し、マダイ同様の一定品質基準のもと、生産に取り組んでいる。

## ④販売促進媒体の作成やブランド格付制度の活用

一定の魚価の向上を得たとはいえ、生産や出荷段階の努力だけで養殖魚のブランド化を成し得られるとは思っていない。全国に紀州梅まだいの名前が広がり、より多くの取引が生まれることを目指し、協議会では PR 活動と販路開拓活動を重点的に実施することとした。

まず、PR 活動に必要な販売促進媒体を作成することとし、その内容について皆で検討したところ、県水産試験場の試験結果を活用するほか、それ以外にも何か付加価値が分かるものを取り入れたいとの意見で一致した。そこで和歌山県の「和歌山県優良県産品推奨制度（プレミアム和歌山）」というブランド認証制度を活用することにし、平成 20 年度に紀州梅まだいの名称でプレミアム和歌山の認証を取得した。



写真3 販促用チラシ

そして、平成 21 年度には販売促進用 DVD やプレミアム和歌山のロゴマークを入れたポスター、チラシ、のぼりを作成し、PR 活動を本格化させた。

#### ⑤PR 及び販路開拓活動

PR と販路開拓のため、まず、関東方面の外食店に個別商談活動を行った。生産者である我々には商談経験に乏しく、当初は戸惑いもあったが、結果として東京周辺に約 10 店舗のチェーン店を有する会社との取引開始につなげることができた。

そして、もっと多くの方に紀州梅まだいを知って頂きたいと思い、3月に千葉県で開催される

「FOODEX JAPAN」、2月に大阪で開催される

「ジャパンインターナショナルシーフードショー」には平成 20 年度から 2 年連続で出展し、また平成 22 年 2 月には東京で開催された「スーパーマーケットトレードショー」にも出展した。これら食品見本市において試食、外食産業や量販店のバイヤーなどとの名刺交換を積極的に行った結果、新たな取引が多数生まれた。現在も、外食産業などの数業者と、取引前提での商談を継続しているところである。

なお、紀州梅まだいの取引が増えた事により、1 台のトラックに積載する数量が増加し、単価に対する物流コストも改善した。また、活魚での合理的な物流経路も徐々に確立してきている。



写真 4 食品見本市での PR 活動

#### 6. 波及効果

現在、大手百貨店や高級スーパーが紀州梅まだいを取り扱っており、紀州梅まだいの品質の高さが販売業界でもだんだん認知されてきている。

県内においても、和歌山市内の 5 つのホテルが紀州梅まだいを素材に個性的な料理で競演する企画が平成 21 年 2 月に実現するなど、観光ホテルや旅館組合などに紀州梅まだいの名前が浸透した。

また最近では、地元の加工業者と連携して、フィレとしての出荷形態で、大手企業との取引も決まるなど、養殖業だけに留まらない取り組みも生まれている。

クロマグロの養殖だけでなく、「串本町の養殖業」が全国から注目を集め始めている。

#### 7. 今後の課題や計画と問題点

現在の紀州梅まだいの魚価は、キロ 1,000 円以上と安定しているが、さらなる魚価の向上と販路拡大を目指し、生産活動や品質管理に工夫を加え、新たな販路開拓と PR 活動をしていかなければならないと考えている。

また、紀州梅しまあじ、紀州梅くえ、紀州梅本まぐろについても、ブランド化を推進していかなければならないと考えている。

養殖業を取り巻く環境は厳しいが、「安全安心で美味しい魚の生産を追求していけば未来は明るい」と考えて、これからも生産活動にブランド化推進活動に邁進していく。