

「美保関産活メさわら」ができるまで
～消費地ニーズにマッチした商品づくりへの取り組み～

漁業協同組合 JF しまね
福浦さわらの会 桜井 利弘

1. 地域の概要

島根県松江市美保関町は島根半島の東部に位置し、漁業の神様である事代主（恵比寿さま）を祭る美保神社や美保関灯台などの観光名所がある漁業の盛んな町である。

私たちの福浦地区は美保関町の南側、山陰最大の漁港である境港と境水道を挟んで向き合う位置にある。（図1）

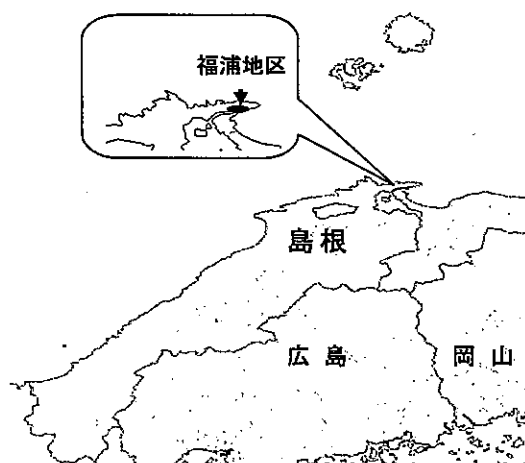


図1 美保関町福浦地区の位置

2. 漁業の概要

われわれが所属する漁業協同組合 JF しまね福浦出張所は正 27 人、准組合員 14 人で構成され、平成 20 年度の水揚げ量は 271 トン、水揚げ金額は 9,249 万円である。主な漁業種類は、釣り、船曳網であり、主にイワシ類、サワラ、サヨリが水揚げされる。

3. 研究グループの組織と運営

福浦さわらの会は、平成 19 年に JF しまね福浦出張所に所属するサワラ漁業者で結成され、現在会員数は 10 名である。会ではサワラの付加価値向上を目指し、各種取り組みを実践・検討している。

4. 研究・実践活動取組み課題選定の動機

島根県沿岸では、近年サワラの漁獲量が増加傾向にあり、沿岸漁業の極めて重要な対象魚種となっている。しかし、以前はますますの単価で取引されていたサワラも、最近では不景気による消費低迷等を背景に、単価は年々下落傾向にある（図2）。このまま手をこまねいても先行きは暗く、現状を変える取り組みの必要性を強く感じていた。

このような中で、平成 19 年 2 月に、サワラの本場である岡山市中央卸売市場の荷受担当者を招いた学習会が開催され、サワラは鮮度落ちが早く、適切に鮮度処理をしないと商品価値が著しく低下すること、また、身質が柔らかいことから丁寧な取り扱いに注意しないと「身割れ」を起こすことなど、漁獲後の取り扱いによって、品質や市場での評価が大きく左右されることを知らされた。これまで鮮度保持等にあまりこだわってこなかった私たちには、大きな刺激となった。

そんな折、同じくサワラの品質向上に着目していた普及員から、県の事業を活用してサワラの商品高度化に関係者が連携して取り組まないかとの提案があった。そこで、生産者、JF、行政による検討会議を立ち上げ、サワラの鮮度保持方法と販売方法の改善を目指し、「高品質サワラ」生産に向けた取り組みを開始した。

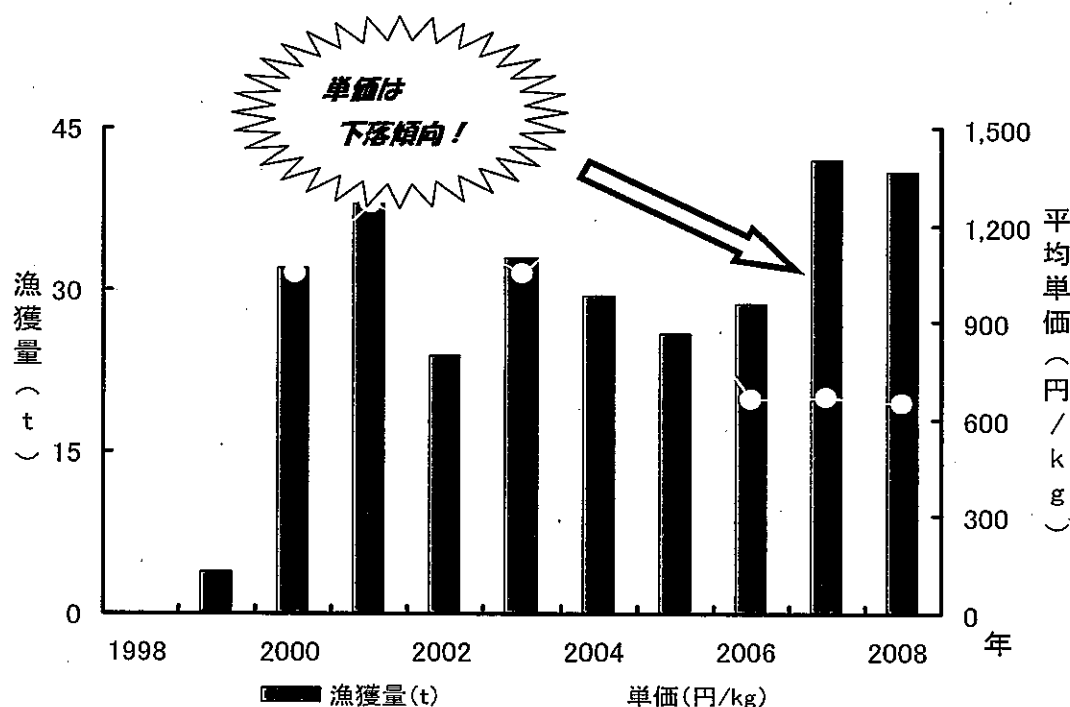


図2 美保関町でのサワラ漁獲量と単価(釣りのみ)

5. 研究・実践活動の状況及び成果

(1) 「サワラ取り扱いマニュアル」の作成

高品質サワラ生産の第一歩として、船上でのサワラの取り扱い方法を見直すことから始めた。まず、先進地での事例調査を行った結果、①身割れを防ぐため、スポンジ上で活〆・血抜き等の鮮度処理を行うこと、②速やかに冷海水浸けにすること、③尾だけを持たず、腹を上両手で持つこと、④魚体が曲がらないように大型クーラーボックスを使用すること等などが鮮度保持方法の重要なポイントであることを知った(図3)。また、これらの鮮度保持方法の品質向上効果を検証するため、県水産技術センターと連携し、鮮度の指標となるK値や身の硬さ等の分析も行った。

その結果、最適な鮮度保持方法を行えば、鮮度が良く身が締まった高品質なサワラになることがわかった。また、これまでの取り扱い方法では鮮度低下が著しいことや、身割れを起こしやすく、市場で買い叩かれても仕方がないこともわかった。

これらの結果を踏まえ、船上での鮮度保持方法から箱詰め方法までの最適な鮮度保持方法の手順を「取り扱いマニュアル」としてまとめ、それに沿って処理したサワラを岡山市場の担当者に確認してもらい、品質に太鼓判を得たことから、以降、会ではこのマニュアルの遵守徹底による操業を行っている。

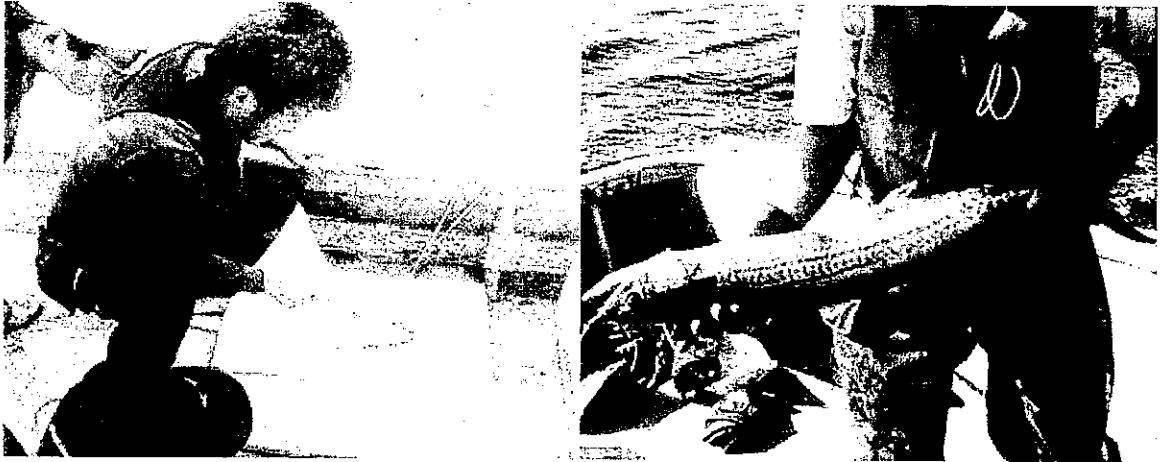


図3 サワラの扱い事例（左：スポンジ上で活〆・血抜き、右：両手でサワラを抱える）

（2）消費地ニーズにマッチした商品づくりと直接出荷への取り組み

次にわれわれが生産した高品質サワラの市場での評価を調査するため、地元市場への出荷を平成19年10月から開始した。結果として魚価の向上は確認できたものの、何とか出荷経費を回収できた程度であった。一方で、出荷にあわせて実施した仲買人へのアンケート調査結果から、出荷したサワラのほとんどが仲買人により消費地市場へ出荷されることを知った。これでは消費地市場に入荷した時点で漁獲後2日が経過しており、われわれのサワラの最大のセールスポイントである「鮮度の良さ」が、十分に発揮されないことがわかった。このため、われわれが直接出荷を行うことで、漁獲の翌日に消費地市場に入荷させることができれば、既存の有名産地を上回る品質を認めてもらうことにつながり、より魚価向上が期待できるものと考えた。

そこで、直接出荷の成功に向けて、いかに売れるサワラを仕立て、消費地ニーズにあった商品づくりに結び付けるのかを検討した。われわれは各消費地市場を訪問し、求められるサワラについて市場関係者から意見を伺った。市場により氷の敷き方、好まれるサイズや用途などニーズが異なり、消費地ニーズにマッチした商品づくりの重要性を知るとともに、その改善に役立てることができた。市場調査をもとに関係者で協議した結果、サワラの大消費地である岡山市場に直接出荷することを決定した。事前に高品質サワラのサンプルを、岡山市場担当者に送り、「鮮度・品質は上々であり、上場すれば高値がつきそうだ」との評価を受けていたことも大きな後押しとなった。さらに、有名他産地との差別化を図り直接出荷のメリットを最大限生かすため、作業時間は輸送トラックの定期便に間に合う午後1時まで短縮し、翌日の岡山市場に入荷できるように操業・出荷体制を見直すとともに、仕立て方は①新箱のサワラ専用箱の使用、②重量ごとに規格の明確化、③魚箱底に硫酸紙を敷き、魚体にパーチをする、④上氷で統一することを決定した。また、市場での認知度を高めるため、出荷開始前に岡山市場に出向きPRチラシなどで市場関係者への営業活動を実施した。さらに、魚箱に「美保県産活〆さわら」と銘打った鮮やかなステッカーを貼ることや、魚箱にナンテンの葉を添え、市場関係者が一目見て覚えていただくための工夫も施した（図4）。



図4 美保関産活アサワラの荷姿（施氷前）と魚箱のステッカー

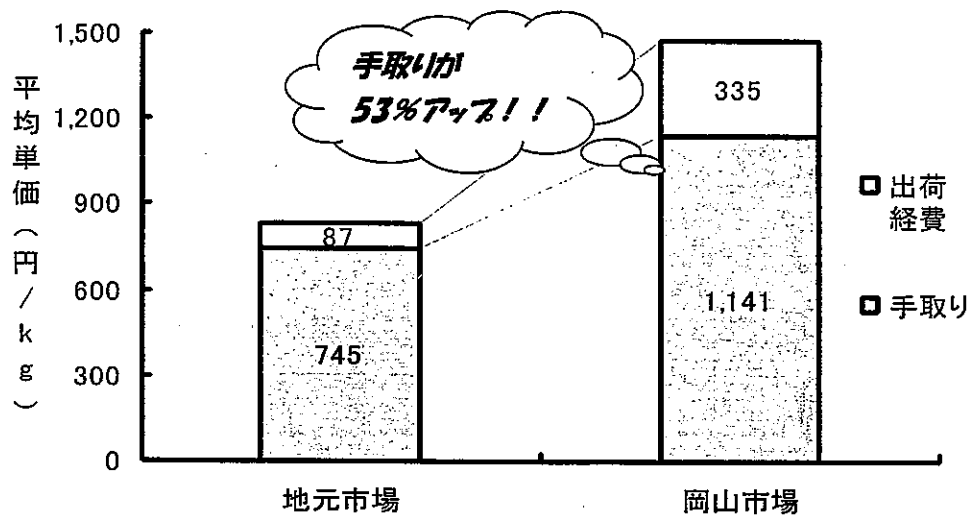


図5 出荷先による平均単価の違い(平成20年度)

直接出荷は、平成20年10月から開始した。その結果、地元市場に比べて2倍近くの単価で取引されることもあり、出荷経費を差引いても大変満足する内容であった(図5)。直接出荷の成果が短期間に現れたことに驚くとともに、われわれが作成した取り扱いマニュアルに従って商品づくりした美保関産活アサワラが高い評価を受け、大変大きな自信となった。平成21年度も10月から出荷を開始した。出荷開始直前には市場担当者や仲卸業者への営業活動を行うとともに、昨年度の出荷物の評価や認知度を調査した。市場担当者からは「鮮度処理は非の打ち所がなく、日本海側ではトップクラス」、仲卸業者からは「(ナンテンの)葉っぱつきのサワラは鮮度が良い」といった意見が聞かれ、市場での高評価や認知度が得られたことを実感した。不景気等による消費低迷のなか魚

市場での高評価や認知度が得られたことを実感した。不景気等による消費低迷のなか魚価は下落傾向であるが、今年度も美保関産活メさわらは地元市場より高値で取引されている（図6）。



図6 取組みが紹介された新聞記事の一部

(3) 量販店との連携（相対取引の実践と認知度アップ）

市場関係者との意見交換から、3kg以上の大型サワラは仲買人を通じて料亭やホテルに、2kg台は主に量販店が必要とするサイズであることを知った。岡山市場での営業活動を通じて、美保関産活メさわらの評判を聞いた岡山市内を中心に展開する高級量販店から「美保関産活メさわらを仕入れの第一候補にしたい」旨の提案があった。われわれにとっても量販店との連携は、2kg台のサワラの販売先確保および消費者への認知度向上にメリットがあると感じた。しかし、量販店は翌日の仕入れ数量を前日の午前中に決定してしまうため、これに対応してわれわれも出荷数量を午前中に市場に報告する必要があった。また、岡山市場からも、鮮魚販売の主流は相対取引であり、より早い出荷数量の情報提供が価格形成や販売先確保に有利であるため、産地からの出荷数量の情報提供の迅速化が課題であるとの指摘を受けた。

そこで、関係者と協議した結果、帰港後の午後2時前後に出荷数量を報告していたこれまでの方法を改め、操業中の午前11時30分からJF職員と漁船が連絡を取り合い、その日の漁獲状況や最近の漁模様から翌日の出荷数量を予測し、11時45分までに岡山市場に伝える取り組みを開始した。これにより、現在では出荷物すべてが相対取引となり、量販店が確実に2kg台のサワラを仕入れることができるようになった。また、量販店と連携した取り組みとして、美保関産活メさわらに関する販促資材を店頭飾り、消費者への認知度向上や産地PRを行った。量販店のバイヤーからは、「身が良く締まっていて、捌きやすい」、「他産地と鮮度が全然違う」など評価は上々である。今後も消費者に美保関産活メさわらが広く認知されるように取り組みを継続したい。

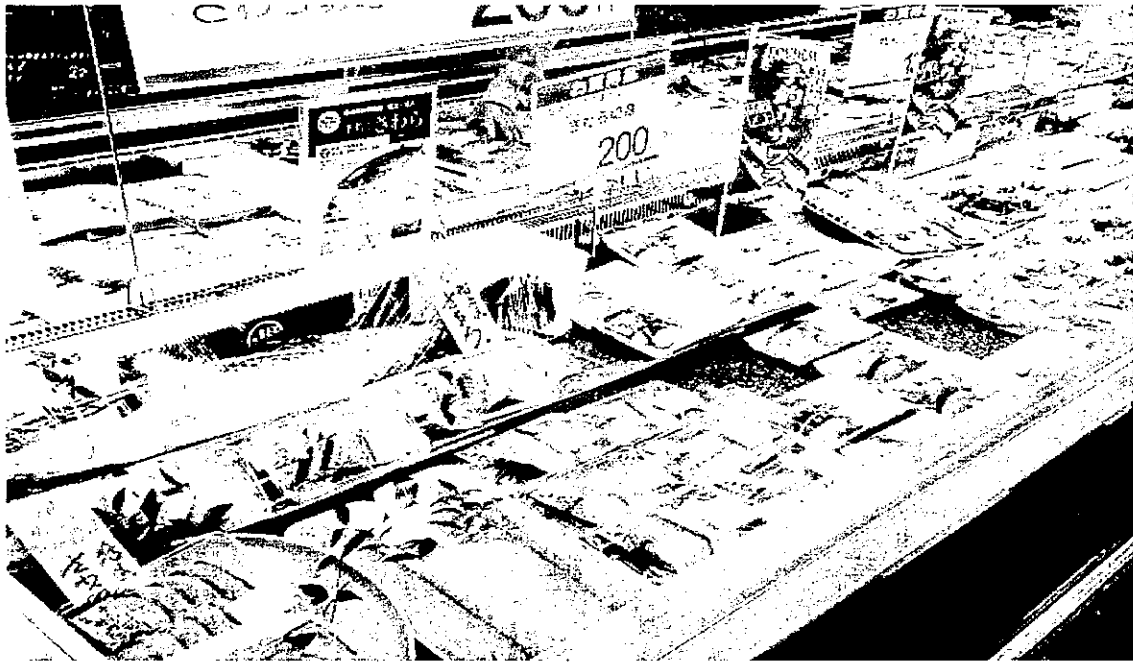


図7 美保関産活メさわらが並ぶ量販店の鮮魚コーナー

6. 波及効果

これら一連の取り組みの成果が魚価向上という形で報われたことは、漁業者にとってこれとない喜びであり、大変やりがいを感じることであった。市場や量販店で販売状況を調査した際、鮮度や品質に関しての高評価を直接伺ったり、われわれが出荷したサワラが鮮魚コーナーで魅力的にディスプレイされ、刺身パックが売れていく様子を見ると、ありがたく感じるとともに今後の操業に向けて弾みとなった（図7）。

福浦さわらの会は10名の小さな会であり、その年齢構成は20歳代から80歳代まで幅広く、また漁業歴も新規就業者から60年以上の大ベテランまで様々である。会での取り組みを通じて、議論を交わし一つにまとまり行動を起こすことは大変素晴らしいことであり、仲間同士の連帯感がより強くなった。

7. 今後の課題や計画と問題点

今後の課題は、これまでの取り組みで築いた市場関係者との信用を維持することである。このためには、取り扱いマニュアルの遵守徹底はもちろんのこと、市場関係者の声に積極的に耳を傾け、ニーズにあった商品づくりの継続が必要であると考えている。燃油高騰や魚価低迷など、漁業を取り巻く状況は一段と厳しさを増している。日ごろの努力が魚価に反映されないと、大儀になり魚の取り扱いが雑になりがちである。それではこれまでの信用を落としかねず、やがて魚価安になることは想像できる。かつてのような豊漁や好景気の再来が期待できない時代だからこそ、限られた漁獲物を丁寧に取り扱い、消費地ニーズにマッチした商品づくりを実践し、自信をもって漁獲物を出荷することに努めたい。