

## 長崎ハーブさばの挑戦

長崎さば生産グループ  
谷川 政勝

### 1. 地域の概要

私の住む松浦市は、県の北部に位置し伊万里湾を囲むように、本土、離島、飛び地から成る自然豊かなまちである。水産業が主な産業であるが、最近では島や半島の変化に富んだ自然や多様な地元の産業を生かした農林漁業体験プログラムで体験型観光の取り組みもおこなわれている。

### 2. 漁業の概要

私の所属する新松浦漁業協同組合は、平成17年12月1日に伊万里湾に面する4漁協が合併し誕生した。青年部組織も平成19年に合併し、新松浦漁協青年部として86名で活動をおこなっている。地区内の水揚げは7,083トン、水揚げ金額は約51億円で、主な漁業は、魚類養殖業とまき網などを始めとする漁船漁業である。

特に魚類養殖業が盛んで、トラフグ、ハマチ、マダイの養殖が盛んにおこなわれており、養殖トラフグは、生産量日本一の長崎県の1/3を松浦で生産している。また、まき網によるアジ、サバは日本有数の水揚げを誇っており、まさに水産業のまちである。

### 3. 生産グループの組織と運営

長崎さば生産グループは、佐世保市と松浦市の養殖業者と流通業者の3業者で平成19年3月に結成し、特性のハーブ入り飼料で養殖し、販売、出荷までおこなっている。グループでは定期的に集まり、販売、種苗確保、養殖技術の向上、鮮度管理、トレーサビリティに関する意見交換を積極的におこなっている。

### 4. 研究・実践活動取組課題選定の動機

私が養殖を始めたころはハマチ、マダイを養殖していたが、同じ魚種に頼っているのは今後の経営に不安が感じられたので、12年前からサバの養殖を開始した。サバの養殖は半年から1年で出荷ができ、松浦市はまき網や定置網で300g以下のサバを活かして漁場から持ち帰ることが可能であったため、種苗が安定的に供給されるという魅力から、地域内でサバの養殖は一気に広まった。ところが、サバは餌をやればやっただけ食べるので、脂っぽくなり身が白くなるため養殖サバの市場評価は低く、知名度の低さと天然ものとの価格競争から次第に採算が合わなくなり、サバの養殖をやめる業者が相次いだ。また、最近では養殖種苗や餌料としての需要の増加、サバの不漁、価格

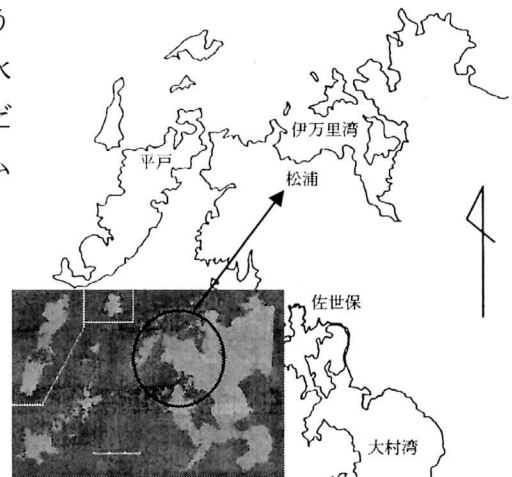


図1 松浦市の位置図

高騰により、種苗確保は困難になってきている。

そこで、サバの身質改善のためにサバ専用の飼料開発に取り組み、グループを結成し、専用飼料での生産拡大とブランド化、種苗確保、販売活動の強化に取り組むこととした。

## 5. 研究・実践活動状況及び成果

### (1) 専用飼料開発

養殖サバの身質の改良は、10年ぐらい前から取り組み始めた。飼料開発初期にはモイストペレットによる給餌をおこなっていたが、出来上がったサバの身の色は白く、特に刺身にしたときにドリップが多く脂も多いためモイストでの養殖はサバには合わなかった。

次にE P飼料を使って養殖を試みた。その当時、サバ専用のE P飼料はなく、タイやアジ用のE P飼料を使って養殖をおこなった。E P飼料ではドリップの流出は低減されたが、E P飼料が高カロリー・高脂質のため脂ののりがさらに強く、身が柔らかく、血合いの変色が早いことから、さらなる改良を必要とした。タイやアジ用のE P飼料を低脂質の餌に変え、ビタミン剤などを添加してみたが脂質含量と身質は改善されず、飼料開発は行き詰まった。

そのような折り、ハーブ入り飼料において畜産等で実績を持つ飼料メーカーの協力を得て、現在の専用飼料を開発した。この飼料の特徴は、今までの私の養殖経験から、脂質を5%としたことである。さらに、ハーブには人が食べられるナツメグ、オレガノ、シナモン、ジンジャーなどの西洋ハーブとガヴァ葉ポリフェノールを配合した。その結果、脂も適度に乗り、歯ごたえもあり、血合い部分の変色を抑制し、脂質の酸化を抑え、臭みが低減されたサバに仕上げるのが可能となり、身質の改善につながった。

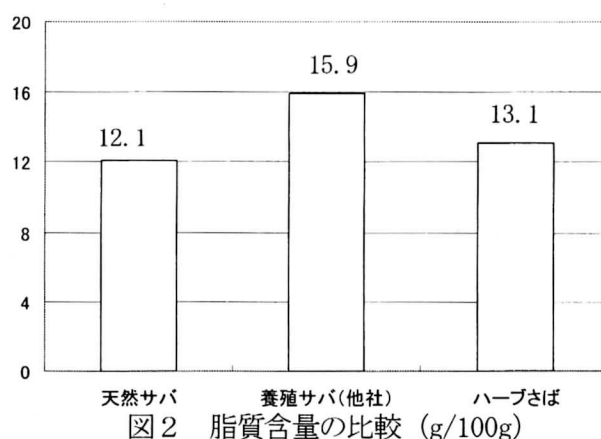


図2 脂質含量の比較 (g/100g)

### (2) グループ結成

専用飼料の開発が進み、品質の良いサバを養殖できるようになったが、私などの小規模な養殖業者が販売先を見つけ独自に販売をしていくには、数量的な問題の他にも時間的制約や経験不足などがあり限界があった。そこで、佐世保市で活魚販売及び養殖を行う業者と、松浦市で養殖と鮮魚及び活魚の販売、種苗確保に実績のある地元魚市にも専用飼料を提供し、専用飼料で生産した養殖サバのブランド化と販売、種苗確保をおこなうための「長崎さば生産グループ」を結成した。飼料開発では飼料会社から全面的な協力が得られ、グループにおいては生産者と大小の流通業者が協力することで生産から出荷、販売までの一貫した流れを構築している。

### (3) グループによる取り組み

養殖サバのブランド化にあたり、グループで生産するサバの規格を統一する必要があるため、次の2つの基準を設定し徹底した品質管理をおこなっている。

- ① ハーブ入りの専用飼料の使用
- ② 500g以上のマサバ

さらに、飼料メーカーと協議し、飼料を当グループ以外に販売しないことを約束しているため、長崎ハーブさばとしての付加価値を高められている。

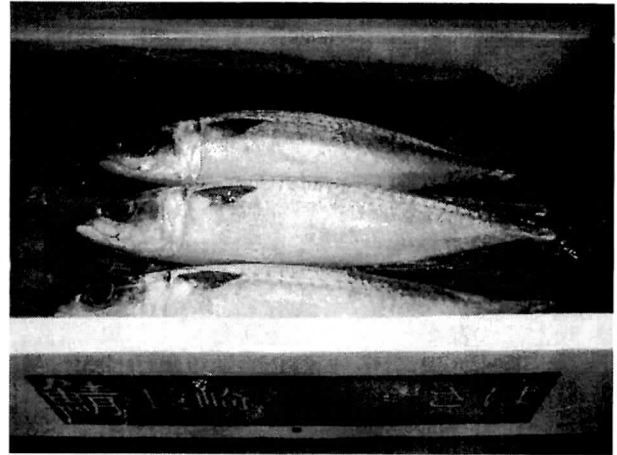


図3 長崎ハーブさば

グループで販路拡大を図るため、長崎食の商談会やジャパンインターナショナルシーフードショー、居酒屋産業展2008などに出店し、知名度の向上を図り、様々な業種にアピールし販売増加につなげている。

種苗の確保は、基本的に長崎県内で水揚げされるマサバを使用することを心がけている。これは、国内種苗が入手出来ないときに中国や韓国の種苗を導入したが、種苗入手サイズが100g未満のため成長が悪く、生残率も6割以下と苦い経験をしたことがあることと、消費者へ安心安全なサバを届けるためである。そのため、グループ化したことでまき網業者や県内離島の対馬や五島などの定置網業者等と種苗採捕の提携をおこなうことで種苗確保を行いやすくしている。

### (4) グループによる取り組みの成果

グループ化したことで、個人では2万尾であった養殖サバの養殖生産尾数が、平成19年にはグループ全体で20万尾まで生産出来る体制になり、今年は28万尾の生産を目指している。「長崎ハーブさば」としての出荷尾数は、平成19年は6万尾を出荷、今年度は14万尾を出荷する予定であり、ブランド化の効果を実感している。

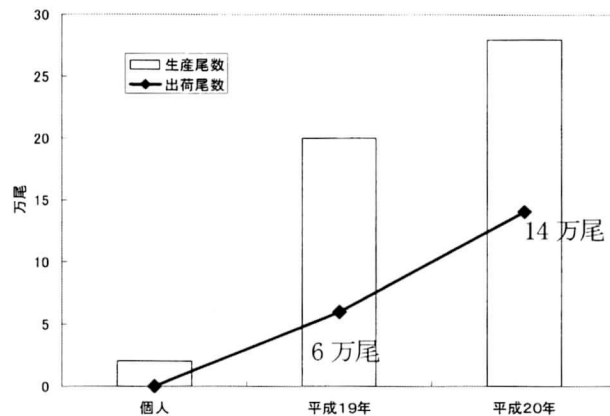


図4 生産と出荷尾数の推移

グループでの販売活動の他に個々が「長崎ハーブさばコーディネーター」として活動することでメンバー個人の販売力も生かし、北は北海道から南は鹿児島まで全国的に出荷することができるようになった。このように、当グループの特徴としては、養殖業者がもつ小ロットの販売ルートと流通業者が持つ大量ロットの2つの販売ルートで出荷出来るため、生産状況に応じてグループ内での出荷調整が出来る点にある。なお全国発送を可能にしたのは、長距離の輸送をしても脂質が酸化しにくい等、鮮度を長時間維持できるという「長崎ハーブさば」の特性によるところも大きい。関東地域で今まで刺身でサバを食べることがなかったお客様からも高い評価を頂き、有名ホテルの料理長からは他のサバに比べ脂の乗り具合がよく、食べてもしつこくなく、鮮度の良さが長持ちするとの評価を受けた。

ブランド化以前の単価は800円/kgであったものが、現在では1,500～2,000円/kgで取引されるまでになった。通常の飼料価格よりも1袋あたり250円程度上乗せされ、ブランド化の経費もかかるが、1尾あたりの収益は以前の約2倍以上あるため、利益の向上につながり、今では経営を支える魚種となっている。収益向上につながっているのは単価が上がったという要因だけではない。グループで種苗を大量に購入することで1尾当たりの単価を抑え、出荷時の輸送コスト削減の取り組みを進めることで収益を確保している。

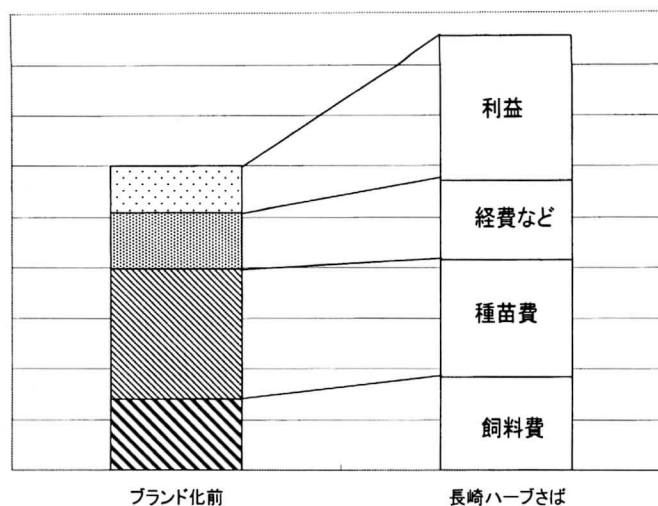


図5 ブランド化前後の収支の比較

## 6. 波及効果

グループを結成することで、佐世保市、松浦市の養殖業者、流通業者の3業者が地域を越えて活動を行っている。さらに平成20年には1業者が新たに参加し、今後、平戸市の業者がグループへの参加を予定しているため、長崎県内での生産者の広がりやグループでの生産量の増加、販売強化が促進される。

当グループでは、サバの稚魚を地元まき網業者や対馬等の定置網業者から大量に購入するため、定置業者等が今まで1尾10円程度で餌として出荷していたサバを約10倍の価格で取引するため、定置業者等の収入の向上にもつながり、長崎ハーブさばの生産が離島地区の他の業者にも波及している。

また、地元料理店にも出荷するようになり、お客様からも高い評価を受けている。一部料理店では、「長崎ハーブさば」を使ったフルコースや料理店が独自に開発した炙りしめ鯖を販売するなどしており、先日はテレビでも取り上げられるなど、地元料理店の知名度向上につながっている。

## 7. 今後の課題や計画と問題点

グループを結成し、「長崎ハーブさば」としてブランド化を進めてきて約1年半が経過した。グループでブランド化をすることで品質管理や無投薬給餌、作業の手間など休日返上で作業をする日が続く大変であるが、課題も見つかり改善する点も明確に見えてきたことから、対策の検討がより具体的に出来るようになった。

専用飼料については、消費者や販売先の意見を聞きながらより良い長崎ハーブさばにするために、飼料設計を改良し、品質向上を図る。

サバの需要は今後もますます増えることが予測されることから、生産量の維持、拡大を図る上では、種苗の確保を確実にこなす必要がある。そのためグループ内で生産量を増加させるため筏の整備を進めるとともに、種苗を確保する定置業者などにも種苗を集めやすいような環境整備を進めていくこととしている。

次に、販売に関しては、今後もブランド力を強化し、現在の単価の維持と生産尾数に占める「長

「長崎ハーブさば」の出荷割合を増やすとともに、今までつかんだ販路の維持と新規顧客の獲得が必要である。そのため販売イベントへ積極的に参加し、個々でも営業活動をおこない販売先の確保をおこなっていく。

専用飼料を使用するようになり、生残率は向上したが、更なる製品の均一化、経費削減は安定した経営を継続するためには必要な取り組みである。特に夏前から夏場にかけての高水温時期の飼育管理の改善で生残率を向上させるとともに、給餌量の調整等を行うことでグループ内での均一したサバの生産やコスト削減を図っていく。

また、大量に出荷する場合は1枠ごと出荷するため、500g以下の規格外のサバが1～2割程度の割合で発生する。こうした規格外のサバは網ずれにより再度生け簀に戻し養殖してもかなりの割合で斃死してしまうため、生産性の低下を招く要因となっている。今後、効率的な出荷方法を検討するとともに、規格外のサバについては消費者のニーズに合った加工品として提供出来るような商品づくりを進めて行くことを検討している。

消費者や仲買、小売店などでは全国的にもまだまだ認知度の低い「長崎ハーブさば」であるが、これからは、長崎のさばと言えば「長崎ハーブさば」と言われるように長崎のブランド魚として育てていけるよう活動を行っていきたい。