

養殖経営をどんげかせんといかん！
—宮崎ブランド「ひむか本サバ」の挑戦—

北浦養殖マサバ協業体
中西 茂広

1 地域の概要

延岡市北浦町は、宮崎県の最北東部に位置しており、北は大分県と接し、東は日向灘に面している（図1）。また、海岸部はリアス式海岸を形成し、その美しい景観から「日向松島」と呼ばれ、昭和49年には日豊海岸国定公園に指定された。北浦町は、古くから水産業が盛んに営まれ、地域の基幹産業となっている。

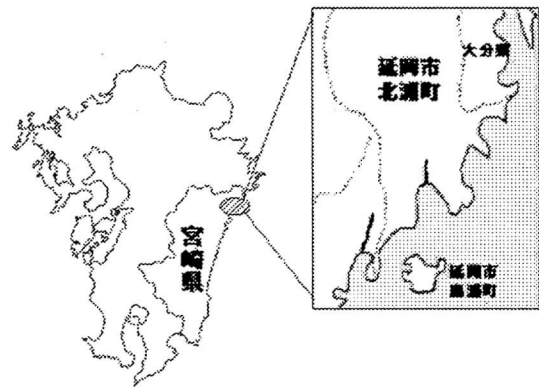


図1 位置図

2 漁業の概要

当地域の漁業は、養殖業とまき網漁業を主体に生産が行われ、生産量は約3万トンで県内トップ、生産額は約56億円で県内第2位、組合員数も633名で県内トップである。

このうち養殖業は、カンパチを主体に、約32億円の生産が行われており、これは漁協総水揚げの約58%を占めるとともに県内トップを誇っている。

3 研究グループの組織と運営

私たちの所属する北浦養殖マサバ協業体は、中核的漁業者協業体として平成14年に県知事から認定を受けたグループで、7経営体、19名で構成している（図2）。当協業体は、マサバの品質向上や販路拡大等に関して、意見交換や各種試験等に取り組んでいる。

4 研究・実践活動課題選定の動機

北浦地域の養殖業は、カンパチを主体として生産量・額ともに増加傾向にあったが、平成13年から全国的なカンパチの魚価低迷により、養殖経営が非常に厳しい状況となり、経営体数も減少して、現在では23経営体となっている（図3）。

このような中で、カンパチを主体とした養殖経営を維持するためには、経営コストの削減と販売力強化が不可欠であるが、小規模経営体では、これらの抜本的な改善が困難な状況にあり、養殖業の先行きに不安を覚える状況であった。

そのため、指導漁業士を含む数経営体が「養殖経営をどんげかせんといかん！」という気持ちで立ち上がり、カンパチ主体の生産体制から脱却し、収益性を追求した養殖経営を構築するために、全国的に取り組みが少なかったマサバ養殖を核とする新たな養殖経営に挑戦することにした。

5 研究・実践活動状況及び成果

(1) 活動状況

①安定した生産体制づくり

私たちは、規模の小さい家族経営のため、資金力と労力に制約があり、個々の経営体のみの活動では安定した経営体を確立することは困難であった。

そのため、小規模な経営体が一つの経営体のような役割を担うように、中核的漁業者協業体を立ち上げ、組織的な活動にシフトし、養殖経営の安定化を図った。

具体的には、協業体に参加する全ての経営体が一堂に会し、生産尾数を調整した上で、協業体全体のマサバの年間生産・出荷計画を定めている。個々の経営体の生産尾数は少ないものの、それらを合わせると大規模経営体並みの生産量を確保することができた。

また、大口の出荷先は、協業体共通とし、魚の成長等を見ながら出荷の順番を決めており、出荷時は各経営体が協力して作業を行っている。個々の経営体では家族程度の作業人員しか確保できないが各経営体が協力することで、大口出荷に対応できる人員を十分に確保できた。

さらに、異なる経営体であるからこそ、互いが切磋琢磨しより良いマサバを生産する励みとやる気を起こしている。

②消費者に信頼される商品づくり

次に、養殖経営の安定を図るために、消費者に信頼される商品づくりに取り組んだ。

まず私たちは、全国的に食の安全が注視されていることから、薬を一切使用しないこととした。マサバは病気やスレに弱い魚のため、頻繁な情報交換を行い各経営体の飼育管理技術の向上に努めた。また、「サバの生き腐れ」と言われるように、マサバは鮮度低下が早いことから、大学や県の協力の下で、鮮度低下を遅延させるための試験を行った。

その結果、余分な脂をそぎ落とし、臭みのない、まろやかな味に仕上げ、鮮度低下を遅らせることが可能となった。

このような取り組みを経て、私たちの生産した魚が「ひむか本サバ」として、平成17年度に宮崎県水産物ブランドの認証を取得し、消費者の信頼獲得のための土台ができあがった(図4)。

次に、昨今、食品偽装問題など、生産者のこだわりが流通・販売の過程で粗雑に扱われるケースが増えている。そのため、平成18年夏には、産地から出荷した「ひむか本サバ」とその魚箱に温度センサーを設置し、流通段階の取り扱いに関する調査を実施した。その結果、輸送途中での急激な温度低下や市場到着後の野外放置による急激な温度上昇など生産者の信頼を損なうような扱いがなされているという実態を確認し(図5)、流通業者に取り扱いの改善を指導したところである。

このように、宮崎ブランド「ひむか本サバ」は消費者の信頼を獲得するために生産・

流通の各段階で徹底した品質管理を行っている。

③商品の売り込み

生産から出荷まで手間暇かけたひむか本サバは、「高級魚」としての位置づけを狙っており、販売価格は、生産原価等を考えて、キログラムあたり1,500円と、通常の天然物や養殖物に比べて1.5～2倍の高い値段を生産者自らが設定した。また、多様化する消費者ニーズに適格に応えるため、鮮魚に固守せず、炙りしめさば、一夜干し等の加工品（図6）も商品化し、シール、ポスター等の販促資材（図7）を作成した上で売り込みを開始した。

東国原知事の誕生で「宮崎」の知名度はアップしたが、それ以前の知名度は非常に低く、宮崎ブランドとして売り出しても、早々には需要が拡大するものではなかった。

そのため、まずは、地元の人たちに「ひむか本サバ」の応援団になってもらえるよう、市内料理店への少量出荷から開始したが、日によっては、1日に1尾のみ、30kmも離れた料理店に活魚で配達するなど、ひむか本サバを知ってもらうには大変な苦労があった。

このような中で、ひむか本サバの知名度や販路が拡大していったのは、私たちが所属する北浦漁協の存在が大きかった。漁協には商談等に不慣れな私たちの良きパートナーになってもらい、商談やイベントなど漁協との二人三脚の活動を通して、知名度も販路も次第に広がりを見せるようになった。

また、販路拡大の大きなチャンスとなったのが、ジャパン・インターナショナル・シーフードショーである。私たちは、平成17、19年度に出展し、17年度には、大手料理チェーン店との商談が成立し、今もなお、ひむか本サバの良き理解者として取引を継続している。また、19年度には、これまでの県内外のPR等が功を奏し、ひむか本サバの名前が来場者に浸透しており、着実にその知名度が高まってきていることを確認した。

(2) 取り組みの成果

このような取り組みは、私たちが目標とした養殖経営の安定につながっている。

以前の養殖形態と比較すると、カンパチ主体の経営では全体の収入は多かったものの収益が少なく、時には赤字になることもあった。しかし、マサバ養殖では、収入は少ないものの、高値で安定した収入が確保できることや、餌代が少なく、薬代が不要などで支出が抑えられるため、今では毎年500万円ほどの収益が安定して確保できるようになった（図8）。

また、マサバは約1年の飼育で出荷ができるなど、養殖の回転が早いため、資金繰りが比較的容易で、養殖計画を立てやすくなった。

さらに、マサバ養殖は飼育尾数が少ないために給餌や網替え等の作業が軽減され、余裕の出た時間を販売促進活動に充てることができるなど、経営全体を見通しながら将来に向けた養殖設計ができるようになった。

このように、マサバ養殖を開始して以来、ようやく、経営が安定化の兆しをみせるようになっており、マサバ養殖が私たち小規模経営体にとって、「養殖経営がどんげかなる！」という道筋をつくったと実感している。

そして何よりも、私には20歳の息子がいるが、私がカンパチ主体の養殖を営んでいた当時は、好不況の波が大きく、大きな借金が経営を圧迫していたため、息子に後継がせようという気持ちにはなれなかった。しかし、マサバ養殖に転換してからは、安定した経営が見込めるようになり、息子が誰に促されるわけでもなく、自ら進んで後継ぎとなってくれた。

毎日を有意義に過ごす息子を見ていると、私の経営が次の世代に着実に引き継がれるという喜びが湧き、私自身も日々の仕事に充実感を覚えている。

6 波及効果

私たちのこれまでの取り組みは、新聞や雑誌にも取り上げられ、他の養殖業者も大きな関心を寄せている。協業体立ち上げ時は4経営体でスタートしたが、現在では新たに2養殖業者と1加工業者が参画したことで合計7経営体へと協業体の和が広がり、「小規模経営体の生き残る道」としての新たな経営モデルとなっている。

また、ひむか本サバの誕生は、仲買業者依存の流通を系統・生産者による直接流通に切り換え、しかも、価格は、生産者主導で設定するなど、多くの生産者が目指している新たな流通体制を築こうとしている。

さらに、当地域には、このひむか本サバに加え、全国市場で好評な宮崎ブランド「北浦灘アジ」があり、2つのブランド品が車の両輪となって活動していく中で、北浦産の魚が様々な面で知られるようになるなど地域の活性化に繋がるとともに、本県の水産物の知名度アップにも大きく寄与している。

7 今後の課題や計画と問題点

全国的にマサバ養殖が増加している中で、ひむか本サバの知名度は確実にアップしている。そのため、今後は生産量の規模拡大と更なる品質の向上を目指していきたいと考えている。

最後に、私たちの取り組みがここまで辿り着けたのは、JF、市、県の協力があったからであり、これらJFグループや行政との連携の大切さとありがたさを身にしみている。水産業を取り巻く状況は厳しい中にあるが、この状況を打開するためには、水産関係者が一丸となった行動が今後さらに求められると考える。

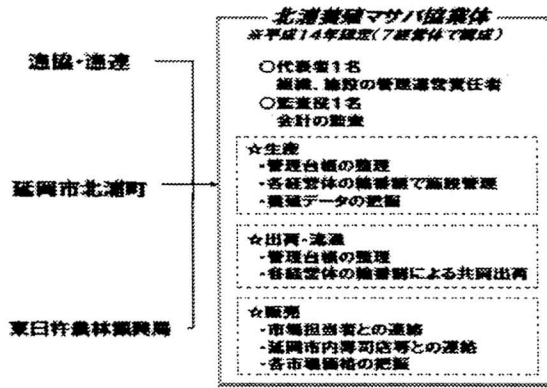


図2 協業体組織図

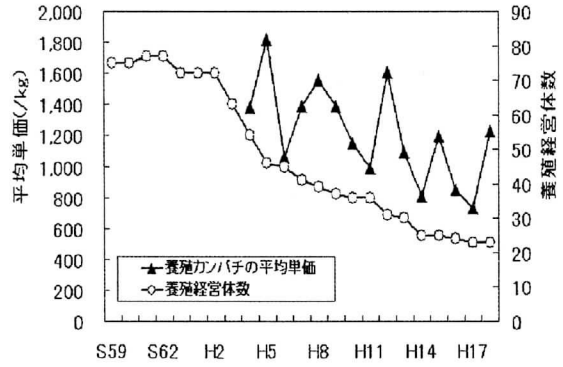


図3 北浦漁協の養殖業の推移

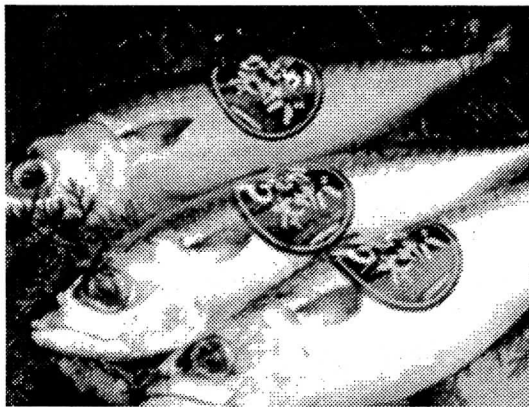


図4 ひむか本サバ

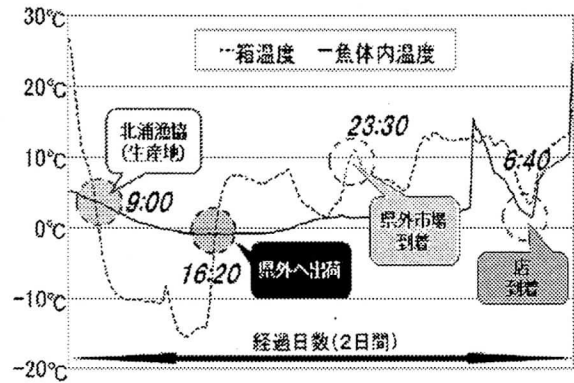


図5 流通過程調査結果

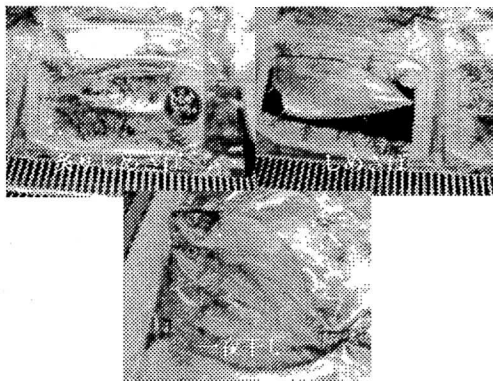


図6 ひむか本サバ加工品

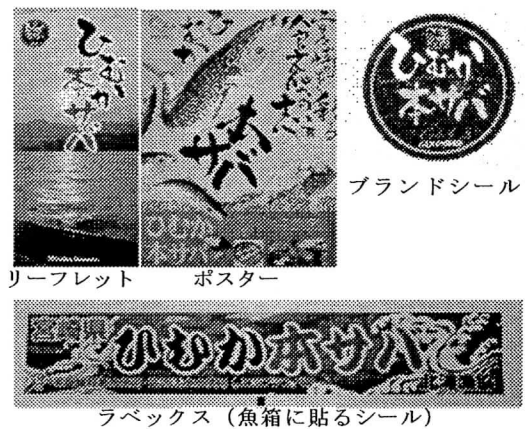


図7 販売促進資材

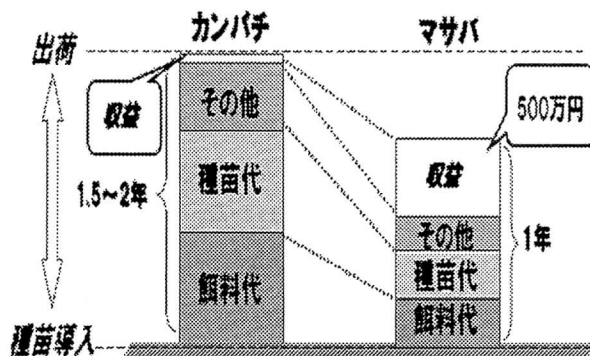


図8 以前の養殖形態との比較