

松輪サバPR事業 ～生産者と消費者を繋ぐ架け橋～

みうら漁業協同組合 松輪小釣研究会
青年漁業士 鈴木 和紀

1 地域の概要

黒潮が沖合を流れ、「江戸前の東京湾」と「太平洋に大きく開口した相模湾」を抱く神奈川県は、海の幸に恵まれ、様々な漁業が盛んである。私が所属するみうら漁業協同組合松輪販売所は組合員167名で、県東部の三浦半島の突端、劔崎灯台の袂に位置する。

松輪では、平成3年より組合出荷を始め、共同出荷による魚の鮮度・品質管理を徹底して、販路開拓に取り組んできた。また平成6年に近隣の漁協と合併して組合員1,119名のみうら漁業協同組合となった。



2 漁業の概要

松輪地区は県下でも一本釣り漁業が最も盛んな地区で、100名の漁家が一本釣り漁業を主体として営んでいる。取り分け、脂がのっておいしい“松輪サバ”を対象とする一本釣り漁（漁期8-11月 平均漁獲量250t/年）が有名です。また、伊豆諸島海域の深場でキンメダイを釣上げる底魚立縄漁や、東京湾口部の漁場で釣り上げたスルメイカやヤリイカを活かして水揚げするイカ釣漁業も盛んである。また、松輪地先は磯根にも恵まれ、刺網やみずぎ、潜水漁業、冬場にはわかめ・こんぶ養殖も営まれている。

3 研究グループの組織と運営

昭和45年に一本釣り漁業者で構成される松輪小釣研究会が組織され、部会内部の課題、対外的な調整や情報交換に積極的に取り組んできた。現在、20～30代の後継者を主体として53名の会員で構成され、お互いの親睦を深めると共に、出漁した際の情報交換、同販売所の出荷委員会を通じた流通・市場に係わる連絡調整に至るまで、幅広く携わっている。

取分け、魚の鮮度・品質管理の意識は高く、漁業者サイドでの鮮度保持だけでなく出荷場での取り扱いについても徹底して。年に一度は、松輪サバを取扱う築地市場の視察や、取扱い出荷業者との意見交換会も開催している。

4 研究・実践活動取組課題選定の動機

松輪の魚は、有名な全国ブランドの松輪サバを筆頭に、市場でも高い評価を受けているが、バブル以降、高級な魚ほど値割れが大きく改めて松輪の魚の販売促進が求められている。一方、消費者の間では「食の安全・安心」に対する意識が高まり、水産物の生産現場にも関心が深まっている。現に、平成16年に視察に訪れたかながわ生協の消費者グループからも、「松輪サバのブランドは知っているが、漁法、出荷を含めた生産方法まではわか

らない。しかし、生産現場の情報は、消費者にとって最も関心が深い事項である。もっと、そういった情報を生産者から発信して欲しい」という声が多く聴かれた。また、平成12年に制定されたJAS法の品質表示基準に基づき、産地表示が徹底されるようになったが、漁法や魚の取扱いといった具体的な生産方法まではわからない。しかし、築地等の消費地市場では、産地はもちろん、生産方法、漁法によっても市場価値は大きく変わってくる。

そこで、「生産者から消費者への情報発信」をコンセプトとして、みうら漁協松輪販売所、松輪小釣研究会では、平成17年以降、松輪の魚PR事業に取り組んだ。

5 研究・実践活動状況及び成果

(1) PR事業

①パンフレットを通じた消費の現場でのPR

松輪サバの生産方法（漁法や出荷場の取り組み）、鮮度・旨さ・生産者の拘り等を掲載したパンフレットを作成した(図1)。

松輪サバ 地域団体商標登録 第5005200号

●松輪のサバ漁
三浦半島の南端、船越灯台の奥に位置する松輪地区では、マサバを一本ゴツ大めに釣上げるのが、本物の漁師です。釣り上げた魚はガッチリ身を凍らせてすぐに出荷するので新鮮抜群！松輪サバは「これが鯛か？」というほど肉付きが良く脂がのって美味しいので、産地だけでなく関西市場でも高い評価を受けています！

●サバ一本釣りと丸太丸った松輪のさば
脂の多いと身に色合いが走ります。

●サバは青魚の魚のはずなのに松輪のサバの切り身は白がかった白っぽいピンク色

●なぜ美味しい？「松輪サバ」
松輪のサバは太り目？ 一般的なマサバと松輪サバの太り具合を比べると、松輪サバの太り具合が顕著にわかります。松輪サバが美味しいのは、貯蔵期間が高い時期に当たるのが挙げられます。
松輪サバはグルメ？ 松輪サバは沿岸部に多く分布するイセエビやクルマエビの幼生、シラエビ等の小型の甲殻類を多く摂食しています。一方、沖合域に分布するマサバは魚卵を多く摂食しています。グルメ通をも認らせる松輪サバも実はグルメなんですわ！

さあどの一掃打ち！鮮度を誇る松輪の漁師の技！

●松輪では総合出荷による迅速な出荷体制を構築し水揚げ一掃打ちまでわずか5分！

●松輪の魚は、一本釣りのプロ！だから、釣り上げたサバは頭部一本中1.3秒、身には一切手を触れない。フックの間の呼吸を止めて、氷でサバを冷やして出荷！

●完全無菌状態で出荷には細心の注意を払って小瓶ですぐに安全な食料（鮮度抜群）

松輪サバ産地：みうら漁協松輪支所HP www.matsuwa.ecnet.jp

平成18年以降は、松輪サバ以外の活イカ・キンメダイ・貝類の魅力（鮮度・旨さ・生産者の拘り等）を記載したパンフレットも作成した。PRパンフレットは、経費を削減するため漁協のパソコンで作成し、A3カラー印刷した物にラミネート（防水）加工を施し、資材費は1枚当たり60円以内である。これを、松輪の魚を取扱う寿司屋、料亭、量販店等300店舗に500枚を配布し、消費の現場に掲示してPRした。



料亭・居酒屋など消費の現場でPR
← 図1 松輪サバPRパンフレット

②ホームページを通じた情報発信

平成17年8月にみうら漁協松輪販売所のホームページを立ち上げ、全国に向けて情報発信した。松輪サバ、キンメダイ、活イカ、貝類等の生産方法や魅力、なぜ美味しいかといったデータ等も掲載した。また、このページを見て、松輪の魚を食べたくなった消費者に向けて、松輪の魚取扱店の情報も掲載した。松輪の魚取扱店は、漁協直営のエナ・ヴィレッジ「地魚料理 松輪」を筆頭に、神奈川、東京、千葉県から大阪に至る、料亭や寿司屋、居酒屋、地元民宿等、地区別に70店舗を掲載している。

ホームページ開設後はテレビ局や新聞・グルメ雑誌等の取材が増え、グルメ番組等で松輪の魚が取上げられる機会が格段に増えた。その相乗効果もあり、開設当初からアクセス数(図2)は増加し、平成20年10月には34万件/月、1日平均1万件以上のアクセスがあり、yahooやgoogleといった大手検索サイトでも、「松輪サバ」で第一位に「サバ」という漠然とした検索でもyahooで1,750万件中第5位、googleで440万件中第3位に抽出されるようになった。また、松輪のホームページを検索する際のキーワードについては、全国ブランドの「松輪サバ」での検索が圧倒的に多く、「キンメダイ」、「活イカ」といったその他の主要魚種、「エナ・ヴィレッヂ」がそれに続いた。

ホームページ内でアクセスが特に多いページは、「松輪サバ」を紹介するページが最も多く、それを食することができる「エナ・ヴィレッヂ」や「松輪の魚お取扱店情報」のページがそれに続いた。このホームページが、松輪サバを始めとする松輪の魚の魅力を伝えると共に、その消費拡大に繋がっている様子が伺えた。

なお、日々の情報発信についてはブログを活用している。 QRコード →

●みうら漁協松輪支所ホームページ <http://www.matsuwa.ecnet.jp/>

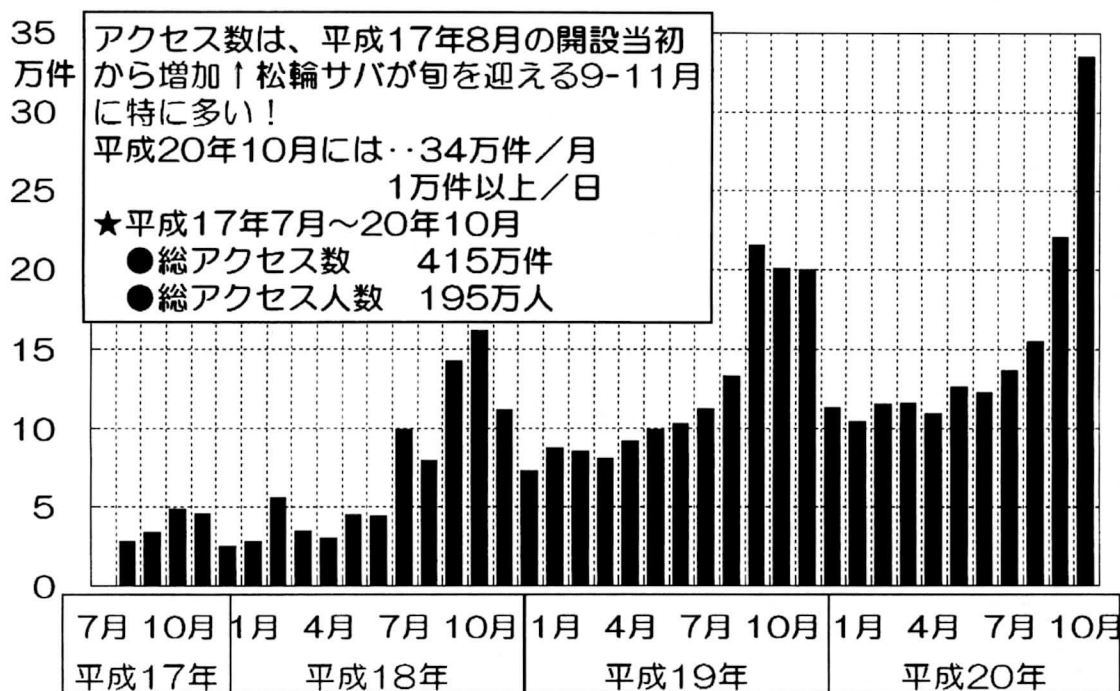


図2 松輪のホームページアクセス数の推移

③マスコミ（TVや新聞）を通じたPR

松輪サバは、「新どっちの料理ショー！」や「たべごろマンマ」を始めとする多くのグルメ番組やニュース、新聞やグルメ雑誌等で取り上げられた。テレビ番組の取材は、番組の制作会社がホームページを閲覧して来る場合が多かった。グルメ番組は、有名タレントが松輪の魚の美味しさを全国ネットで伝えてるため、PR媒体としても極めて有効で、番組放映の折にはホームページのアクセス数や漁協直営レストランへの集客の急増という形で、反響も確認できた。また、次に紹介する「松輪サバフルコースを味わうイベント」や、「地域団体商標登録」の取組みについても多くの新聞で取上げられ、松輪の魚のPRに繋がった(図3)。

生産者～消費者への情報発信③ 新聞&グルメ雑誌

松輪サバPR事業を通じて、
新聞やグルメ雑誌にも多く取
上げられた！



「黄金のサバ」
最盛期に活気

三浦・松輪漁港

サイズ 水揚げ量も回復
大きめ



大きめな水揚げの松輪サバ。船乗り、船長も活気を取り戻している。三浦・松輪漁港。船長 田中 正一

- ①サバの最高級ブランド
- ②フルコースイベント
- ③地域団体商標登録

新聞には上記3点の
トピックスで取上げられた！

マグロと並ぶ看板商品
長年の努力実る



図3 松輪サバが掲載された新聞記事の一例

(2) イベント事業

①全国豊かな海づくり大会での出展

平成17年11月に、横浜 みなとみらい21地区で開催された、「全国豊かな海づくり大会」に出展し、松輪の魚PRと松輪サバ、地キンメダイ、活イカの干物等の直売をした。PRに当っては、パネル展示と松輪の一本釣り漁のDVD上映等で趣向を凝らした。松輪小釣研究会としてもこの様な出張直売は初めての試みであったが、会員が自ら店頭立ち、消費者からの松輪サバの釣り方や漁期等の質問に答えながら直売した。2日間で43万円の売上げがあったが、松輪サバの試食や鮮魚販売を求める声が多く、来場者には松輪の魚を食べられる取扱店リストを配布し、松輪の魚の良いPRの場となった。

②松輪サバを味わうイベント

パンフレットやホームページ、マスコミは視覚的なPR媒体であるが、魚は味で味わう食べ物！「百聞は一食に如かず！」という訳で…松輪サバの美味しさを消費者に伝えるため、平成18年に漁協直営地魚レストラン「エナ・ヴィレッチ」において、松輪サバフルコースを味わうイベントを開催した。企画内容は、消費者に松輪サバの生産現場、一本釣り漁の模様をDVDで紹介した後、松輪サバを12品目のフルコースで堪能する(参加費5000円)(図4)。新聞やホームページを通じて参加者を募集した所、定員30名の12倍の363名の応募があり、当初1回だったのを追加して3回開催し、松輪サバPRパンフと各地域の松輪サバを食べられるお店情報も配布した。

参加者の大半は、松輪サバを初めて味わう人や松輪サバの漁法を知らなかった人が多く、イベント後のアンケート調査では「松輪サバはとても美味しい!」、「フルコースにも満足

できた」と、反応も上々(図5)で、松輪サバの良いPRの場となった。松輪サバのブランドイメージについては、消費者が、高級感よりも脂ののりや鮮度といった実質的な内容を求めていることが伺われた。消費者参加型のイベントは、平成19、20年にも「松輪サバ」を対象として3回、平成20年3月には「松輪のキンメダイ」を対象に開催して、こちらも多くの参加があり好評であった。また、本取組みとそのPRを通じて、漁協直営レストラン「エナ・ヴィレッヂ」の宣伝にも繋がり、それ以降のエナ・ヴィレッヂの売上げも前年比2倍以上に倍増して、波及効果も大きかった(図6)。



図4 松輪サバフルコース(12品目)

松輪サバ一本釣り魚のDVDも上映!

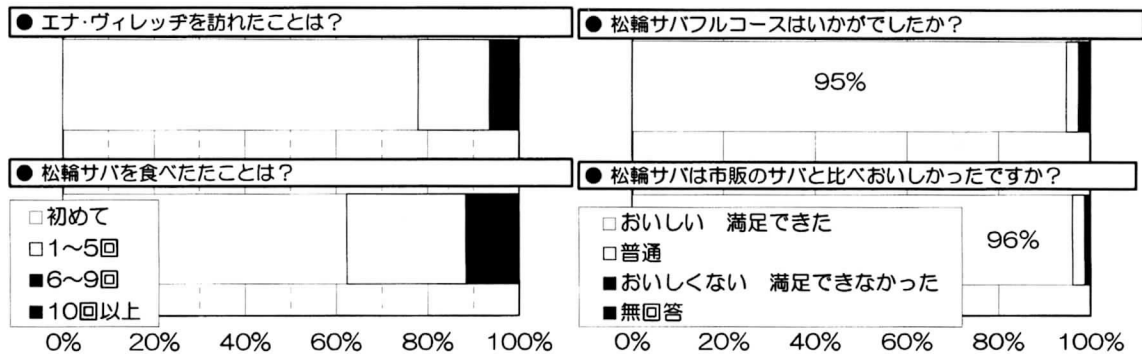


図5 アンケート調査結果

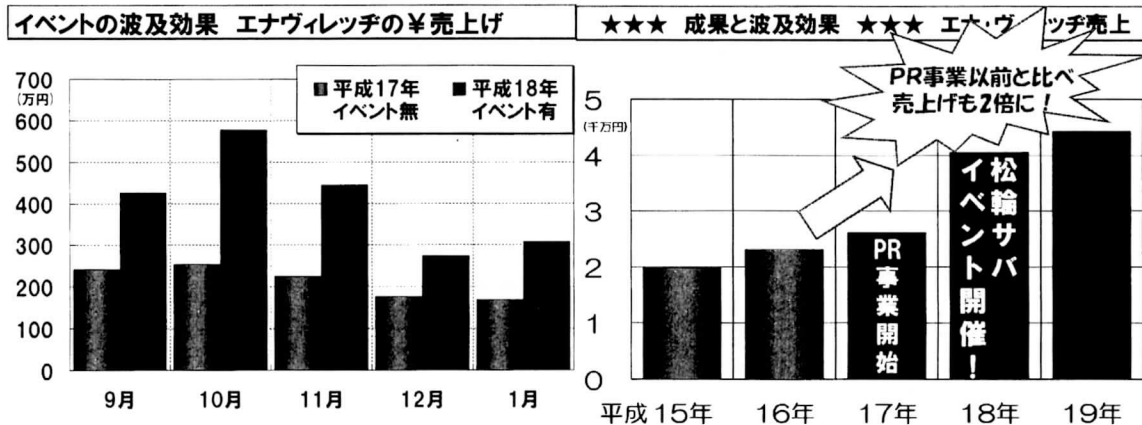


図6 イベント開始前後のエナ・ヴィレッヂの売上げ

③地元釣宿民宿での松輪サバ釣体験&味わうイベント

平成19年には、松輪小釣研究会所属会員の釣宿民宿で「松輪サバ釣体験&味わう企画」を実施した(参加費12000円)。当日は、漁師と同じ仕掛けでサバ釣体験をした後、民宿で松輪サバ尽くしメニューに舌鼓を打った。イベント参加者を対象としたアンケート調査結果では、「松輪サバはとても美味しい!料理にも満足できたと!」好評だった。また、松輪サバはテレビ、新聞、ホームページ、PRパンフ等、様々な広報メディアで見られており、PR事業の成果も窺われると共に、地域の観光資源としての可能性も見出すことができた。

(3) 地域団体商標登録

松輪サバの知名度向上に伴い増えてくる偽装品対策として、平成18年11月24日に地域団体商標登録した。この対策で、未だ具体的な成果は挙げていないが、新聞各誌で全国ブランドの「松輪サバ」として大きく取上げられた。[松輪サバ地域団体商標登録 第5005200号]

6 波及効果

① 松輪サバの知名度向上～消費拡大!

ホームページ開設(平成17年8月) → マスコミの取材増加 → ホームページアクセス急増 → 松輪の魚取扱店情報閲覧 → 取扱店でPRパンフ閲覧～注文 → 松輪の魚消費拡大!

上記フローの通り、様々なPR媒体が連鎖して、松輪サバ知名度向上と消費拡大に繋がった。実際に、PR事業を始めた平成17年以降は、既往の築地、大阪市場以外に、中京エリアからも新たな需要があったり、新規の料理店等からの引合いも増加している。

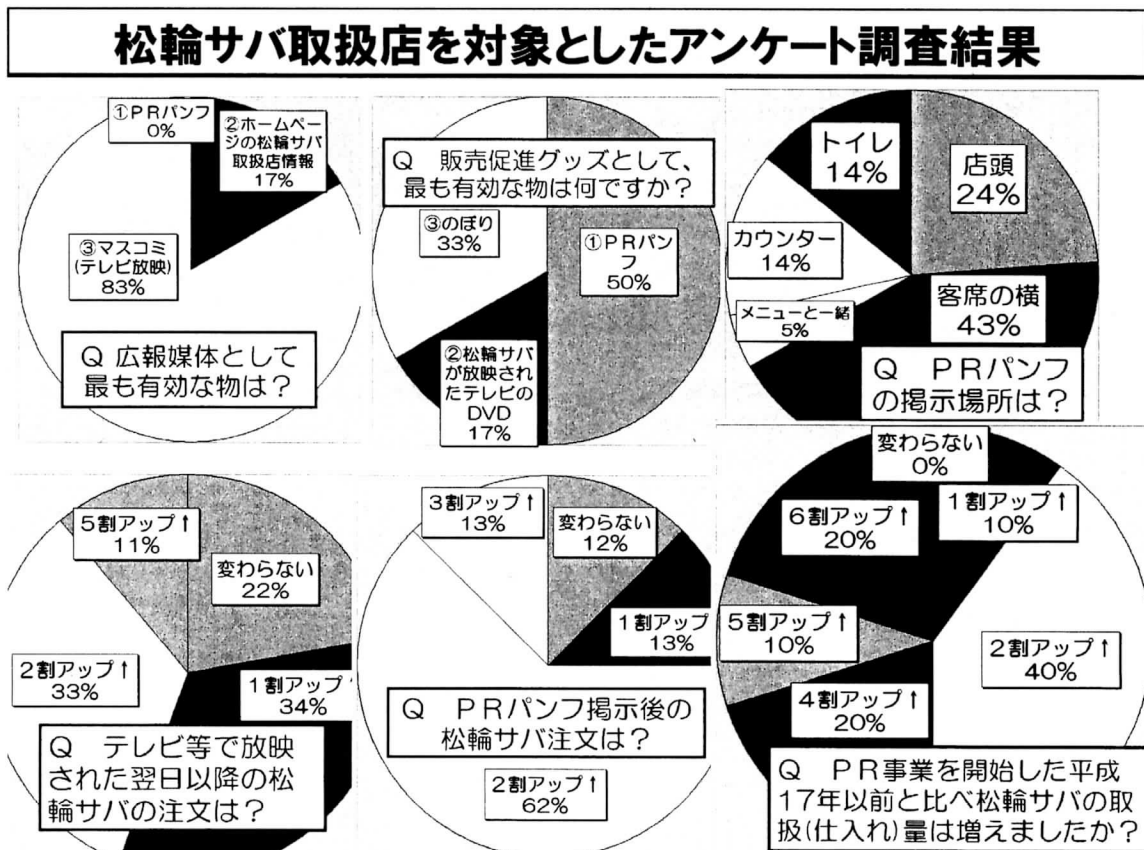


図7 松輪サバ取扱店へのアンケート調査結果

松輪の魚PRパンフレット掲示店10店舗を対象とした、アンケート調査を図7に示した。PR媒体として最も有効な物は、テレビを主体としたマスコミが8割を占め、ホームページの取扱店情報がこれに次いだ。テレビは、視聴した消費者が「松輪サバを食べたい！」という気持ちを抱くきっかけとなり、ホームページの取扱店情報は、消費者が店に足を運ぶ際の要となる情報である。実際にテレビで放映された直後の注文も1~2割アップという形で現れている。来客後の注文に係わる販売促進グッズとしては、PRパンフレットが最も有効で、実際にパンフ掲示後は、松輪サバの注文が2割以上増えた店舗が大半を占めた。

松輪サバPR事業には平成17年以降取り組んだが、それ以降の店毎の松輪サバ取扱(仕入れ)量は、2割アップが40%、4~6割アップが50%を占め、このPR事業が販売促進・消費拡大に着実に繋がっていることが確認できた。

- ② キンメダイや活イカもマスコミで取り上げられる機会が増え、知名度向上に繋がった。
- ③ 漁協直営 エナ・ヴィレッジの売上げも倍増!(図6)
- ④ 浜値&漁業収入もアップ

肝心な我々漁業者の手取り収入は浜値によって決まる。PR事業に取り組む以前の平成14-16年の3年間で、PR事業に取り組んでから以降、平成17~19年の3年間の漁獲量と浜値の比較を図8に示した。松輪サバの銘柄で750g以上と最も大きく、浜値が高い銘柄は丸特である。この、松輪サバブランドを象徴する「丸特」と「全銘柄」を含めた総漁獲量は、共に平成17年以降増加したが、浜値は丸特で27%、全銘柄を含めても9%上昇した。

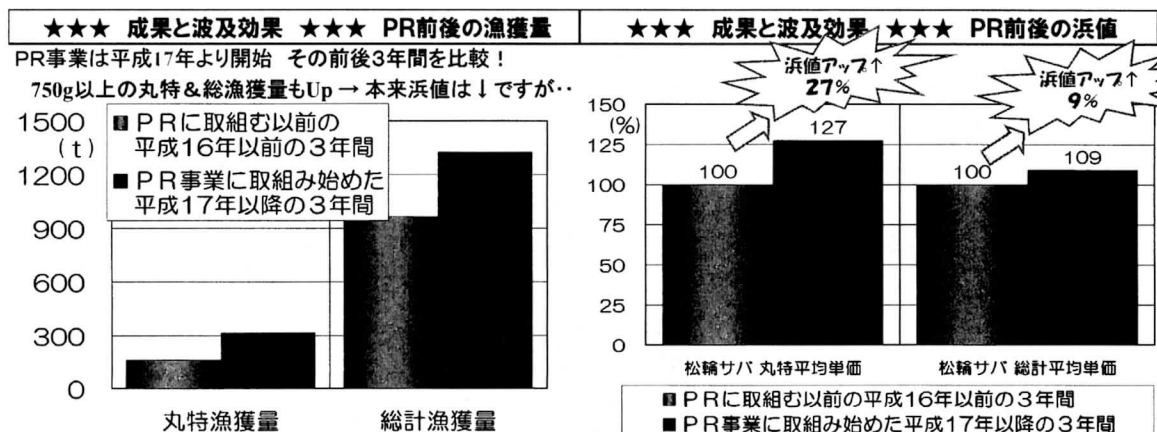


図8 松輪の魚PR事業に取り組む以前(~平成16年)と以後(平成17年~)の浜値の比較

7 今後の課題や計画と問題点

- ① より一層の品質管理体制の徹底と事業の恒例化 (築き上げたブランドイメージの維持)
- ② 知名度が向上した松輪サバのネームバリューを活かした事業展開
松輪サバは多い日には10t以上も水揚げされる多獲性ブランド魚である。
→ 松輪サバ製品化や直売事業への取組(需要vs供給バランス調整による更なる魚価向上)
- ③ 知名度向上に伴い増加する偽装品対策の強化