

ブランド魚の創出と流通拡大の取り組み  
—平戸を皆に知ってもらいたい！—

県北地区漁業士会  
坂野 雄紀

### 1. 地域の概要

私が住む長崎県平戸市は、九州本土の西端と南北に伸びる平戸島、そして周辺の大小 40 の島々で構成され、約 3 万人が暮らしている（図 1）。平戸市は古くから海上交通の要衝であり、西洋貿易の拠点として栄えたほか、県内で初めてキリスト教が布教されたと言われる異国情緒あふれる町である。また、平戸市の五分の一は西海国立公園に指定されており、美しい海と大自然に恵まれているのも特徴の一つである。

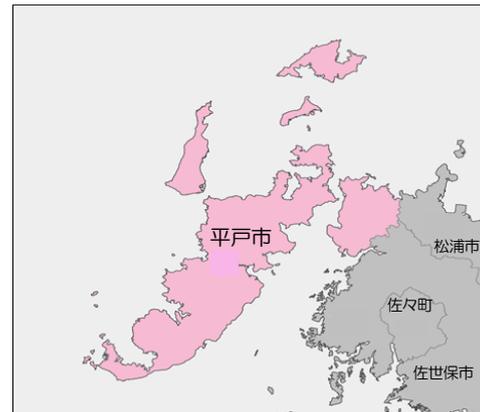


図 1 平戸市の位置図

### 2. 漁業の概要

平戸市では、多くの島と複雑な海岸地形や潮流の影響を受けて好漁場が形成され、一本釣り、刺し網、定置網、ひき網など多種多様な漁業種類が営まれており、平成 30 年の海面漁業生産量は約 6 万 7 千トンである。また、私が住む薄香（うすか）地区ではひき網や一本釣りが営まれているほか、静穏な薄香湾内では昭和 50 年頃から魚類養殖が行われており、現在は 4 社がブリやマダイの養殖を行っている。

### 3. 研究グループの組織と運営

私が在籍する株式会社坂野水産はブリやマダイをはじめとする 8 魚種の養殖を手がけている。当社は先々代が昭和 30 年頃に創業し水産加工業などを営む傍ら、昭和 50 年頃から魚類養殖を開始した。平成 10 年に有限会社坂野水産として法人化し、その後、令和 3 年に株式会社に移行し現在に至る。最近では平戸市内で生産されているサマーオレンジ「平戸夏香」を餌に混ぜたフルーツ魚の生産に取り組んでおり、「平戸なつ香ブリ」や「平戸なつ香タイ」としてブランド化して



図 2 坂野水産のメンバー

いる。従業員は 7 名で平均年齢 35 歳と若い世代が中心となっている（図 2）。

また、当社は長崎県適正養殖業者の認定を受けており、消費者から信頼されるよう安全で安心な生産体制を構築している。

#### 4. 研究・実践活動取り組み課題選定の動機

私は平成9年に当時の県立長崎水産高等学校に入学し、高校卒業後は佐賀県内の企業に就職していたが、家業を継ぐため、21歳のときに平戸にUターンした。私が中学生のころの平戸市の人口は約4万4千人(平成7年)であったが、私が帰郷した頃には3万8千人(平成17年)に減少しており、私の同級生の9割は市外に転出していた(図3)。人が減っていくふるさとを目の当たりにし危機感を覚えた私は、当社で生産している養殖魚をブランド化し、新たな特産品としてPRすることで、平戸市の認知度向上、ひいては地域活性化に貢献できるのではと考え活動に着手した。

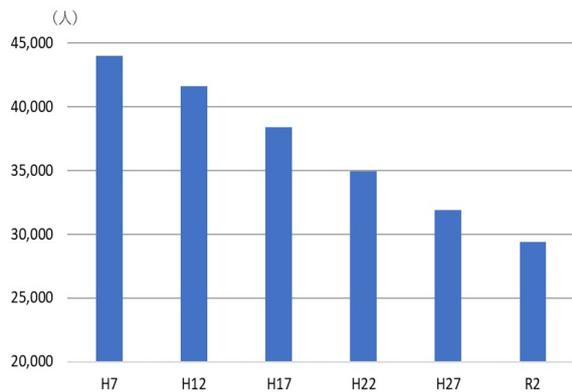


図3 平戸市の人口 (出典：国勢調査)

#### 5. 研究・実践活動状況および成果

##### (1) 平戸なつ香ブリの誕生

どのような養殖魚をブランド化するか検討していたところ、当時日本各地で生産され始めフルーツ魚が注目されていたことから、同様に柑橘類を餌に混ぜたブリの生産ができなにかと考えた。そこで、平戸市でしか栽培されていないサマーオレンジ「平戸夏香」に着目した。果樹園からの提供を受けることができたので、平成25年11月に1ヵ月程度、試験的にブリの餌(MP)に添加したところ、餌の成型も問題なく摂餌も良好であったことから、その効果を分析するため、長崎県などの協力の下、官能試験を行った。

官能試験は長崎県の補助事業を活用し、長崎県総合水産試験場、長崎大学の協力の下で実施した。試験は平成26年9月12日から平戸夏香の添加(1%)を開始し、12月17日に水揚げしたものを試験区、添加していないものを対照区とし、長崎大学水産学部の教官、学生計21人を対象に、12月18日および19日に試食を行った。

試食の結果、柑橘系の香りを感じた人は18日の試験区では62%、対照区では5%、

19日の試験区では94%、対照区では0%となり有意な差があった(図4)。また、総合評価でかなりおいしいと回答した人は、18日の試験区では57%、対照区では29%、19日の試

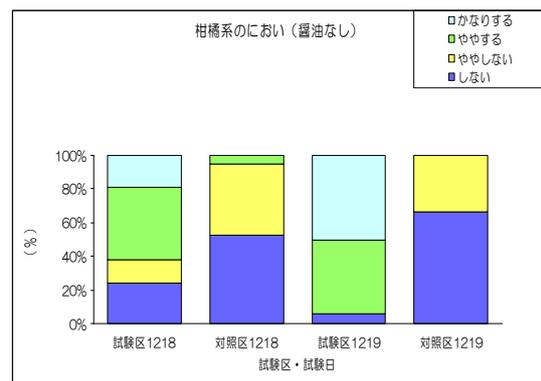


図4 官能試験の結果 (香り)

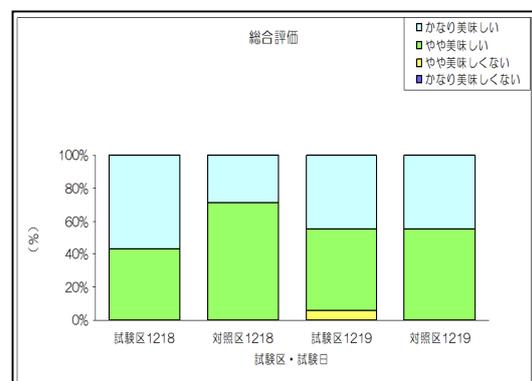


図5 官能試験の結果 (総合評価)

験区、対照区いずれも44%となった(図5)。以上のことから、ブリの餌に平戸夏香を添加することで柑橘系の香りが付与され、味についても高い評価が得られたことから、平戸夏香が肉質などに好影響を与えていると判断した。試験の結果を踏まえ、食べてくれた人が平戸市に興味を持ち、平戸市の知名度向上につながるようブランド名「平戸」の名を冠した「平戸なつ香ブリ」と名付け、本格的な生産・販売を開始した。

## (2) <sup>うみおとこ</sup>海男三兄弟の活動

平戸なつ香ブリの生産を開始したものの、新たなブランド魚として広く認知してもらうためには、平戸市民に対するPRが必須であり、またその方法もインパクトのあるものにする必要があると考えた。

当時、私と同じく長崎水産高校を卒業後、県外に就職した次男と三男が平戸市にUターンして、当社で従事していた。男三兄弟が魚類養殖に携わっている事例は珍しいことから3人で活動すれば目立つのではと考え、「海男三兄弟」と銘打ち、PR活動を開始した。

具体的には、販促用のパンフレットや自社のホームページに三兄弟の写真を掲載し、また、目立つようピンクの合羽を着用することにした。さらに、テレビやメディアの取材は3人で対応することで、とにかく三兄弟で平戸なつ香ブリを生産していることをアピールした。

また、平戸市民に平戸なつ香ブリを食べてもらう機会を作るため、3人で「平戸なつ香ブリを食べる会」の企画開催を行った。

この会は平戸なつ香ブリを振る舞うイベントでこれまで計7回開催した。1、2回目は平戸市内の居酒屋を貸し切り、普段お世話になっている人を対象に10数名の少人数で開催したが、その開催模様や先述した三兄弟の活動が広まり、参加希望の問い合わせが殺到した。そこで、3回目以降はSNSなどで一般の方も対象に広く周知して参加者を募るとともに、会場も平戸市内のホテルで開催することとした。その結果、直近に開催した7回目の会では109人が参加するほど規模が拡大し、大きなにぎわいを見せるなど、三兄弟の恒例イベントとして確立した(図6、7)。



図6 食べる会の様子

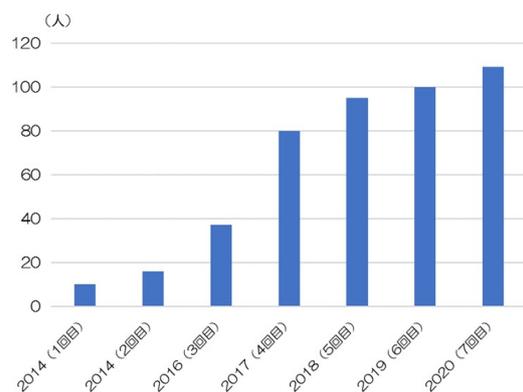


図7 参加者の推移

こうした取り組みが広まったことで、平戸市内で平戸なつ香ブリを取り扱う店舗が増えたことから、3人が写った販促用シールを作成して直売所やスーパーで販売する商品に貼ってもらい、三兄弟で平戸なつ香ブリを生産していることをPRしている。誰が生産したか分かるため、消費者は安心して購入ができるため、人気商品になっており、販売店側からも喜ばれている。

市内の直売所に併設されているレストランでは平戸なつ香ブリを使った海鮮丼が提供されている。土日は平均250食提供されるなど、高い人気を博している。この直売所は毎年40万人を超える観光客（平戸市観光統計より）が訪れる人気のスポットであり、平戸なつ香ブリが平戸市を代表する食材として、観光客を呼び込む一つの要素として貢献していると考えられる。

### （3）ピンチをチャンスに

平戸市を訪れる観光客数は毎年170万人を超えていたが、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、令和2年の観光客数は138万人と前年比の約22%減となった（平戸市観光統計により）。これにより、主な取引先である平戸市内のホテルや飲食店への客足は減少し、当社でも平戸なつ香ブリ等の出荷が減少し大きなピンチを迎えた。

私たちは、このような状況だからこそ情報発信の強化に取り組むことが必要と考え、新型コロナウイルス感染症が収まり観光などの経済活動が再び始まったときに平戸市に来てもらえるよう、インターネット上でのPR活動に取り組んだ。

新たに開設したSNSでは、三兄弟が日ごろ養殖作業に携わっている様子や魚にまつわるクイズを投稿し、併せて動画配信サイトでは平戸なつ香ブリなどの魚のさばき方の動画をアップロードし、さまざまな角度からの情報発信に努めた（図8）。また、自社ホームページをリニューアルするとともに、平戸なつ香ブリなどが多くの消費者の目に留まるよう、機会を増やすためECサイトへの出店を行った。



図8 配信した動画

その結果、SNSのフォロワー数は令和3年11月8日時点で1,366人となり、また、ECサイトでもブリ部門でデイリーランキング1位を獲得するなど、多くの人に平戸市を知ってもらい機会が生まれたことを実感しているところである。

## 6. 波及効果

三兄弟でのPR活動は市外にも広まり、今年度から東京都のアンテナショップや機内食で平戸なつ香ブリなどの取り扱いが始まり、より多くの人に平戸市を知ってもらうための材料の一つとして活用されている。また、SNS等でのPR活動により異業種との交流が拡大し、例えば料理動画を配信している人に平戸なつ香ブリなどを材料として扱ってもらう機会もある。こうしたさまざまな人との結びつきが生まれることで、多くの人々に平戸市に興味を持ってもらえるチャンスが増えている。

また、三兄弟の活動を通じて市内の小学校から社会科見学を希望する声があり、今では毎年の恒例行事となっている（図9）。

見学の際は養殖魚の餌やりや魚のさばき方などを体験してもらい、魚に触れてもらう機会を作っている。このような活動により、水産業に興味を持ってもらい、次世代を担う人材の育成に寄与している。



図9 社会科見学

#### 7. 今後の課題や計画と問題点

平戸なつ香ブリの出荷形態はインターネット販売向けに一部フィレ加工しているものの、ラウンドでの出荷が多く、消費者の選択肢が少ない状況にあることが課題となっている。もっと多くの人に平戸市のことを知ってもらうためにも、急速冷凍の導入やさまざまな加工の手法を研究し、家庭で手軽に食べられるような商品作りに取り組み、多様な消費者のニーズに応えられるような体制を整備していきたい。



図10 お魚料理教室（漁業士会）

また、地元の人に対しても、魚を食べてもらえる機会を増やすため、引き続き「お魚料理教室」や社会科見学を開催し、魚食普及に取り組むことで次世代の育成に尽力したい（図10）。

ゆくゆくは世界中の人々に平戸市を知ってもらいたい。平戸なつ香ブリがその一端を担えるよう、今後も三兄弟としての活動にまい進していきたい。