

秋田県内におけるハタハタに対する消費者の購入嗜好

小笠原 誠・甲本亮太・山田潤一（秋田県水産振興センター）

秋田県の「県の魚」であるハタハタの漁獲量は、昭和 40 年代には 1 万トン以上あったものが、平成 3 年には 71 トンまで激減した。そこで、秋田県の漁業者は平成 4 年から 3 年間の全面禁漁を行い、解禁後も厳しい資源管理を実施しながら漁業を行い、近年はおおよそ 2 千トン程度まで漁獲量が回復した。しかし、ここ数年は再び漁獲量が減少しており、平成 24 年には約 1,300 トンまで減少した。

一方で、ハタハタの単価は年々低下傾向にある上に、オスの単価はメスに比べ数分の 1 も低い状況にあり、サイズによる価格差も大きい。そのため、漁業者が十分な収入を得るためには、大型のメスを一定量確保できるほど漁獲しなければならず、また、獲ったハタハタを陸上で労力及び時間をかけて、雌雄及びサイズ毎に選別しなければならない現状にある。このため、漁業者の収益の確保と、ハタハタ資源量の維持を両立させるためには、オスや小型魚も十分量市場で扱われるような仕組みを確立することが望ましいと考える。

産地仲買業者がオス及び小型魚に対し十分な値段をつけない理由は、「消費者はブリコ（卵）が成熟したメスのみを好むから」と言われているが、その実態について調査した事例はない。また、魚価安の原因として、ハタハタに限らず魚離れが指摘されているが、魚を敬遠する消費者の実態を詳細に調査した事例も少ない。そこで、主にハタハタを中心とした魚に対する消費者の購入嗜好及び消費頻度等を把握するため、アンケートによる調査を行った。アンケート調査は平成 25 年 10 月 20 日、秋田市公設地方卸売市場の市場まつりに訪れた、一般の来場者を対象に行った。また、当日のアンケートでは年齢層に偏りがあったため、県内の小学生～大学生及び高齢者に対し別途アンケートを行い、合計 519 人から回答が得られた。

調査の結果、自宅用ハタハタを購入する際のハタハタ雌雄の嗜好として、最も回答が多かったのが「オスメス込み」で、全体の 32 % を占めた。他はオスが 16 %、メスが 25 %、「こだわらない」が 27 % であった。さらに、20 代以下の若者と、通常魚を買っていると思われる 30 代以上の年代とに分類したところ、20 代以下では「こだわらない」が 41 % と最も高く、他はオスが 12 %、メスが 24 %、「オスメス込み」が 23 % であった。一方、30 代以上では「オスメス込み」が 43 % と最も高く、他はオスが 21 %、メスが 26 % で、「こだわらない」は 10 % であった（図 1）。20 代以下の若者は雌雄へのこだわりが薄く、一方 30 代以上はオスもメスも込みで食べたいと考えていることが明らかとなった。また、好みのサイズは全年代で「中」サイズが最も好まれているが、若い人ほど小型個体を、年齢が高くなるにつれ大型の個体を好む傾向が認められた（図 2）。

今回のアンケート結果は、漁業者がハタハタを手間暇をかけて選別することが、消費者のニーズに答えているかということについて、疑問を呈する結果となった。このまま選別作業を行うのか、行うとしたらこのまま漁業者が行うべきかについて、消費者の視点を踏まえた上で検討する必要があると思われる。また、県内におけるハタハタ雌雄間の単価の差についても、消費者の雌雄に対する購入嗜好と一致しているとは言えない結果となった。

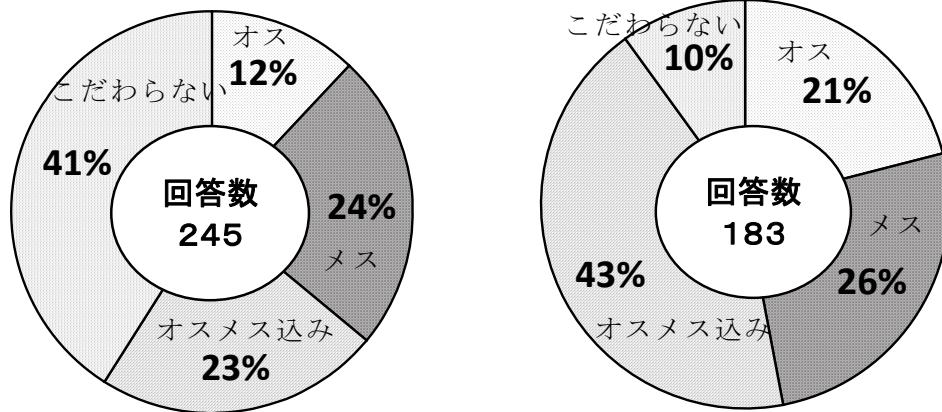


図1 自宅用ハタハタを購入する際の雌雄の嗜好 (左: 20代以下 右: 30代以上)

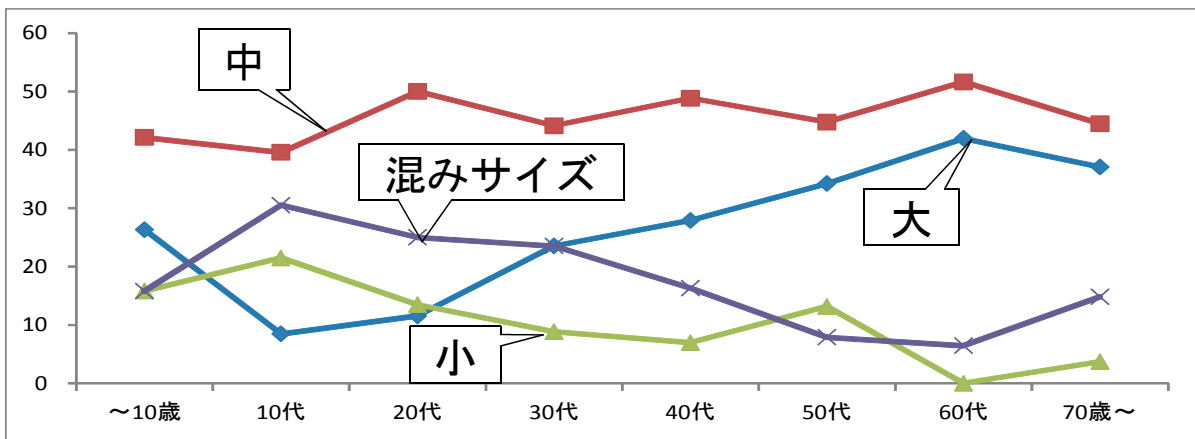


図2 自宅用ハタハタを購入する際のサイズの嗜好 (%)

魚を食べる頻度について年代別に比べてところ、全体的に高齢者になるほど魚を食べる頻度が増え、20代が最も魚を食べないことが明らかとなった(図3)。さらに、一人暮らしの大学生は魚そのものを食べないだけでなく、ハタハタに対しなじみが薄いことも明らかとなった。一方で、魚そのものに興味がないというわけでは決して無く、むしろ機会があれば食べてみたいという前向きな意見が多く寄せられたことから、工夫次第では若者により魚を食べてもらえる手応えを感じた。

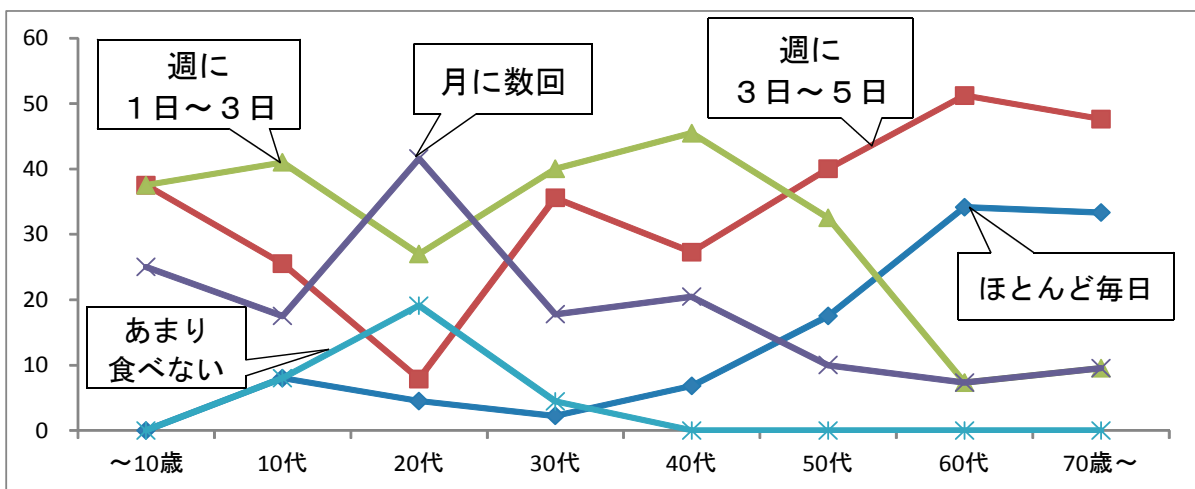


図3 魚を食べる頻度 (%)