

沿岸域における 漁船漁業ビジネスモデル研究会

発行日：平成24年11月20日



一度は低迷したアマダイブランド化に、再チャレンジしています。

上：延縄で一本一本丁寧に釣り上げられるアカアマダイ。魚体に触れないようにハリスを切って処理する。

右下：アカアマダイ人工種苗に、漁業者自身がイラストマー標識を付けて放流する。

左下：「京のブランド産品」マーク。水産物ではアカアマダイが2例目の認定となる。

(写真：京都府漁業協同組合連合会)



- 小型底びき網でさかなを上手く「獲り、活かし、売る」Ⅱ 船上でさかなを活かす工夫と売る努力
- 甘鯛ブランド「丹後ぐじ」－再チャレンジ奮闘記－
- 漁師列伝 ～種苗生産から加工・販売まで手がけるナマコ漁師の心意気～

本研究会では生産～消費に至るあらゆる英知を結集し、漁業で儲かる仕組みを考えます。本ニュースレターはそのためのツールです。



編集 開発調査センター
独立行政法人
水産総合研究センター



地域の取り組み事例

No.12

小型底びき網でさかなを上手く「獲り，活かし，売る」Ⅱ 船上でさかなを活かす工夫と売る努力

徳島県立農林水産技術支援センター水産研究所 上 田 幸 男

紀伊水道の西側，徳島県海域の小型底びき網漁業においても景気の後退と魚離れに伴う魚価の低迷，燃料・資材経費の高騰，高齢化及び漁獲量の減少等により，経営体数が著しく減少しています。言うまでもなく，従来通りの獲り方と出荷を行っているだけでは漁家経営は次第にジリ貧になります。漁業は単に多く獲るだけでなく，漁獲物を丁寧に取り扱い，適正な価格で取引することが重要です。そのためには漁獲後の活かす技術と適正な価格で売る努力や工夫が必要です。



図1 徳島の漁師さんが開発したハモの擦れを防ぐ素麺流し。塩ビパイプの中をハモが流し素麺のように流れていく（経費は2～3万円）。生け簀に酸素やブローを送り，活力を保つ。

活かす技術

一般に死後硬直が始まった魚は，硬直前よりかなり安価になります。魚類では生きていて初めて活け^いめ^{しめ}・脱血 → 神経抜き → 温度管理等により，最も美味しく食べるための鮮度と時間を管理できるからです。

例えば全国トップクラスの生産量を誇る徳島産ハモは，死後硬直や苦悶死状態のものは単価数十円の練り物原料となってしまいます。このような状況を踏まえ，負傷を軽減し，活力あるままハモを京都・大阪市場まで運ぶため，小型底びき網漁業者は「素麺流し」と呼ぶ，揚網後に船尾から生け簀のある船首まで素早く運搬できる仕組みを船上に設置しています（図1）。鋭い歯をもつハモは水揚げ直後には興奮しているため，籠に入れて運ぶと

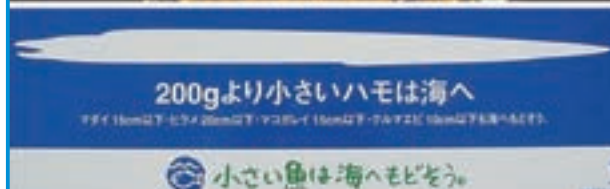


写真1 徳島の漁師さんが考案したハモの選別器。選別器から落ちた小さいハモはホースを通して海水の流れにより海へリリースされる。写真下は資源管理の取組を示すステッカー。

噛み合いにより筋肉に内出血を生じます。主に湯引きに調理されるハモは純白なほど高く評価されるため、内出血は致命的です。さらに、船上生け簀には酸素や空気を通気し、ハモの活力が回復するようにしています。

また、体重200g以下の小型のハモが良型サイズに混じると、ハモ全体の相場を下げることになります。このため、紀伊水道德島県海域では明らかに小型のハモは海上で再放流し、200g前後のハモは選別器にかけて港で放流することで、相場の維持と資源保護に努めています。

エビでも調理寸前まで活着していると、より色鮮やかで美味しく調理することができるので高価に取引されます。写真2のクルマエビとクマエビ（アシアカ）のにぎり寿司を見て下さい。活着しているものを茹でるからこそ甲殻類独特の色鮮やかな赤が映えます。ハモやエビに限らず、漁獲後の選別技術や船上生け簀の畜養技術の善し悪しが活魚の割合や品質を決定し、水揚げ金額に大きく跳ね返ります。

高く売る努力と工夫

紀伊水道の小型底びき網漁業では少量多品種ながら出漁日にはまとまった量の魚が水揚げされます。共同出荷、個人出荷、委託販売、産地仲買による競りなど漁協や個々によって出荷形態が異なります。一部は加工や直売に回りますが、多くは徳島卸売市場や関西・関東の卸売市場へ出荷されます。

徳島県では平成19年からの官民一体によるハモのブランド化の取り組みが始まりました。

これを機に共同出荷を行う漁協では新たなハモの販路を開拓するために漁業者の代表と漁協の販売担当者が関西・関東の卸売市場を周り、営業やイベント及び市場の調査を行うようになりました。全国には卸売市場が数多くあることを再認識し、与信性の高い市場流通をより広域に活用するようになってきました。また、漁協独自や委託加工によるハモの骨切り製品を漁協ブランドとして販売しています。漁業者が流通や価格決定の仕組みをよく理解した上で、販売担当者に委ねることが重要です。

近年、徳島県の小型底びき網漁業で最も注目されているのは卸売市場を通じた東アジアへの輸出であり、現在のところシリヤケイカ、ヒラ、タチウオが輸出対象になっています。

これからの小型底びき網漁業は、経費を削減し、効率よく漁獲するだけでなく、釣りや定置網に劣らない良品を生産し、多様なチャンネルを利用して消費者のニーズを把握しながら販売しなければなりません。漁業は単に獲るだけではなく「獲る・活かす・売る」の総合力で勝負する必要があります。



写真2 活きたクマエビ(上)やクルマエビ(下)を茹でると赤い色が映える。エビも魚類も活着していると色鮮やかに調理でき、価格も高い。



クマエビ（あしあか）：関東以西の内湾などに普通に見られる大型のクルマエビの仲間。脚が赤いので、西日本では「あしあか」と呼ぶ地域が多い。火を通すと赤の発色が強く、味が良い。この焼干しは鹿児島県の雑煮には欠かせない。それにしてもクルマエビといい、ウシエビといい、サリエビといい、どうしてエビの和名はケモノの名が多いのだろう。(hh)



地域の取り組み事例

No.13

甘鯛ブランド「丹後ぐじ」 ―再チャレンジ奮闘記―

京都府漁業協同組合連合会 総務部指導課 濱 中 貴 志

京都府の釣・延縄漁業で水揚げされるアカアマダイは「ぐじ」と呼ばれ、京料理には欠かせない食材のひとつです。釣・延縄漁業の経営は、高級魚であるヒラメ資源の減少や、タイ類などの価格下落による水揚げ金額の減少により厳しい状況にあります。このような中、平成15年に釣・延縄漁業者で組織される与謝地区釣漁業連合会から、漁業経営にとって重要なアカアマダイのブランド化に取り組みたいとの意向が示されました。そこで、京都府漁連を中心に、漁業者・漁協・行政および研究機関が連携したブランド化に向けた取組みを行いました。

ブランド化のためのマニュアルづくり

ブランド化を進めるにあたり、先進地でのブランド魚の生産や高鮮度な出荷方法等を調査するとともに、主な出荷先となる中央卸売市場に出向き、どのような魚が求められているのかなどを調べました。これらの情報をもとに検討、協議を重ね、ブランド魚として出荷する基準を体重300g以上、体色は濃い紅色、傷がなく高鮮度であることの3点としました。

従来の漁業の現場では、魚の取扱い方や船上での保管方法には個人差がありました。この個人差をなくし、全漁業者がブランド魚を生産できるように、漁獲から荷揚げまでの取扱い方法を示した「生産マニュアル」を作成しました。「生産マニュアル」には、釣獲時に魚体に直接触れないようにハリスを切ること

や（表紙写真）、保管時の氷の使い方や温度管理などについて記載しました。また、荷揚げから選別、出荷の過程においては、水揚げを担当する漁協や漁連の職員が皆同じことが出来るよう「流通マニュアル」も作成しました。

ブランド化がスタート（平成17年度～）

平成17年1月から、生産・流通マニュアルの基準をクリアできたアカアマダイを「**京丹後のぐじ**」と称して、PR用のパンフレットを添えて出荷することにしました（写真1）。丹後とは京都府北部地域のことを指します。

また、ブランド化を進める活動の一環として、中央市場関係者、料理人を対象に求評会を開催し、「**京丹後のぐじ**」と他県産ぐじの塩焼きの食べ比べを行いました。求評会では「京都産は鮮度が良い」との評価をいただきました。しかし、一方では、「京都でぐじと言えば一塩もの」といった厳しい意見もありました。



写真1 出荷される「京丹後のぐじ」。PRパンフレットを添えて出荷される。

このようにスタートしたブランド化への取り組みですが、冬季には時化のため出漁できず、注文に応えられないことが多くなったことや、京都では大きなサイズが好まれたこともあり、次第に取扱量が少なくなっていました。取扱量の減少は、漁業者や流通を担う漁連職員それぞれの「思い入れ」の希薄化を招きました。その結果、マニュアルに沿った生産が行われないものが見受けられたり、新たなPR活動が停滞したり、それぞれが果たさなければならない役割が徐々にほころび始め、ブランド魚の出荷は限られた市場のみとなっていました。

ブランド化のための再スタート(平成23年度～)

京都府漁連では、平成19年に「丹後水産物ブランド推進協議会」を立ち上げ、先行して「丹後とり貝」のブランド化を推進していました。平成23年には、行き詰まっていたアカアマダイのブランドを再構築しようと、本協議会で過去の反省点の洗出し、マニュアルの見直し、また関係者の役割の明確化などを行いました。同年12月の協議会において、「丹後とり貝」に続くブランド品として、基準を満たしたアカアマダイに「丹後ぐじ」という新たな冠を付して取り組みをスタートさせることが決定され、ブランド化へ向け再スタートすることとなりました。

また、アカアマダイ人工種苗に、漁業者自らがイラストマー標識を付けて放流するようになり(表紙写真)、漁獲した魚の標識をこまめにチェックするなど、漁業者自身がアカアマダイを大切な資源として育てようとする意識が高まってきました。

そのほか平成24年3月には、「公益法人京のふるさと産品協会」が推進する「京のブランド

産品」認証で、水産物では2例目となる認定を受けました(表紙写真)。この認証は主に京野菜を中心に認定されていることから、様々なイベントで京野菜とタッグを組んでPR活動を行うことが可能となりました。これまで京都市や東京都でのイベントに参加し、「丹後ぐじ」を京野菜とともにPRするなど、知名度向上に向けた新たな取り組みを進めています。(写真2・3)

現在は府内の限られた地区だけの取り組みですが、今後は地域を拡大することにより安定供給にも努めていくことが重要と考えます。一時は停滞してしまったブランド化への取り組みですが、関係者の強い意志により、何とか再スタートし、漁業経営の安定や地域の活性化にもつながっていくのではと熱い期待が寄せられているところです。



写真2 東京都内の鮮魚店に並ぶ「丹後ぐじ」



写真3 「京づくし」のイベントで「丹後ぐじ」の試食会



種苗生産から加工・販売まで手がけるナマコ漁師の心意気

北海道網走東部地区水産技術普及指導所 坂 本 樹 則

斜里町は、北海道の北東端、世界遺産である知床半島のオホーツク海側にあります。地域の漁業はサケ・マス定置網が主体で、シロサケ、カラフトマスの水揚げが金額ベースで漁業全体（119億円；H21年）の90%以上を占めています。

室本康博さんは、15年ほど前まで、兄とともにサケ定置網漁業に従事していました。斜里沖は全道でも屈指の秋サケ漁場で、漁獲量は常に高水準であり、経営的にも安定していましたが、魚価は低く、とくに身質が劣るブナザケは雑魚並の価格でした。秋サケの低価格と秋サケ漁の単調な操業に物足りなさを感じていた室本さんは一念発起し、当時、斜里前浜では誰も操業していなかったナマコ桁網漁業に取り組む決心をしました。

当時のナマコの価格はキロ当たり350円程度と安く、漁獲対象種としては魅力のあるも

のではありませんでした。そこで、室本さんは桁網によって漁獲したナマコを干しナマコに加工し、付加価値を付けることで経営の安定を図ろうとしました。加工技術を道央の加工業者から学び、中国と取引のある神戸の業者を見つけて販売先としました。幸運にも、室本さんがナマコ漁を始めた頃から中国の目覚ましい経済発展に伴い、中国向け干しナマコの需要が急激に高まり、ナマコの価格が一時はキロ当たり5,000円になるなど急激に高騰しました。現在は、ナマコバブルもやや落ち着きキロ当たり2,500円程度となっていますが、ナマコの高価格により、始めて間もない頃の不安定な経営が徐々に軌道に乗ってきました。

室本さんはナマコ桁網漁業の他に天然ホヤ、天然ホタテ桁網漁を行っています。それぞれの漁業の主な漁期はホヤが4月、ホタテは5～6月、ナマコが7～8月です。ホヤは



室本さん所有の第八志帆丸（4.9トン）、ナマコ漁業を始める際に新造された。



2回の煮熟後に屋外で天日乾燥を始めたばかりのナマコ、乾燥期間は1ヶ月程度で生重量の4%程度になる。



加工場に併設されている店舗の前で奥さんとともに



人工採苗したナマコの幼生を検鏡している室本さん

ナマコの混獲物として少々、さらに天然ホタテの生産は全く獲れない年から100トン近く取れる年があるなど極めて不安定ですが、漁獲の中心であるナマコの漁獲量は、近年、年間10トン前後で比較的安定しています。室本さんは、今や9月以降は沖にはほとんど出ず、自分では漁獲しない秋サケの加工に専念しています。最近では鮭節の製造にも挑戦しており、トバなどの珍味加工を中心に秋サケの加工取扱量は年間50トン程度にもなっています。従業員は秋の加工最盛期で6人程です。

現在、斜里町にはウトロ漁協と斜里第一漁協の2漁協がありますが、ナマコ漁業には斜里第一漁協に所属する室本さんの桁網の他斜里第一漁協1隻とウトロ漁協2隻による潜水器漁業の計4経営体が従事しています。4隻による水揚げは平成21年度では27トン、9,400万円でした。

中国の需要の高まりによって価格が高騰したナマコは、今や経営の中心的位置にあり、今後も原料を安定して入手することが最大の課題です。そのため、潜水器業者とともに毎日操業日誌をつけ、漁協、水産指導所とその分析を行い、資源動向を監視しています。また、漁獲制限重量もおそらく全道で最も重い150g

以上とするなど、資源保護にも取り組んでいます。しかし、室本さんはそれだけではもの足りず、利用する資源は積極的な手段で守りたいとの気持ちで、昨年からは斜里町振興協議会の支援を受けながら人工種苗生産にも取り組み始めました。まだまだ技術は発展途上ですが、将来的には人工種苗放流によって少しでも資源の補填ができればと考えています。種苗放流から販売まで手がけるという、ナマコを中心とした新たなビジネスモデルを創出し、現在も常に進化し続けています。地域では極めて珍しいタイプの漁業経営者の心意気をこれからも応援していきたいものです。



ナマコ漁獲物調査の一コマ、毎年、ナマコ桁網の漁期終了後、指導所とともにこの調査では、通常の漁獲サイズより小さなナマコの発生状況を調査し、次年度以降の資源状況を確認している。

Log book :



臼杵産タチウオを地元の臼杵市民に！：大分県臼杵地区で実施しているタチウオひ

きなわ実証化事業では、漁獲物の販路を増やし、販売単価を向上させ手取金額の増加を目指します。その取り組みを進める糸口として、地産地消、すなわち臼杵市内でのタチウオ需要の掘り起こしを図ります。まずは、地元弁当屋さんの協力のもとタチウオを使った弁当を調理・販売し、臼杵市民に食べてもらう機会をつくります。臼杵で獲られたタチウオの殆どは、水揚げと同時にトラックで福岡まで運ばれ、そこで競りにかけられます。そのため、地元市民の臼杵産タチウオに対する認知度が低く、大分県はタチウオの漁獲量が全国で2番目に多いということさえ知られていません。今回の取り組みを機会に、臼杵市民が地元産のタチウオを食べ、臼杵のタチウオ漁業への理解を深めることが期待されます。



臼杵産タチウオを使った「たち重」

幹事会、大分で開催！：ビジネスモデル研究会第7回幹事会が11/13-14に大分県臼杵市で開催されました。タチウオひきなわ実証化事業に関わる現地関係者も交えて、2年目を迎え大詰めとなったこの事業について議論が交わされました。また、今後取り組む予定の小型底びき網の経営改善を目的とした事業についても意見交換されました。

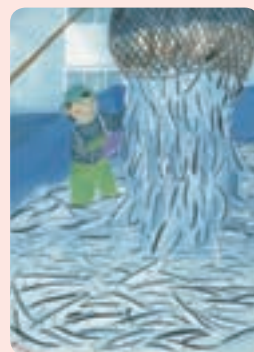
事務局だより：



▶京都府の甘鯛ブランド化の取組は、一度は停滞してしまったものの、反省点の洗い出しやマニュアルの見直し、そして関係者の役割の明確化によって、新たな一步を踏み出しています。強い意志と新たな創意工夫による再チャレンジは各地でも参考になるのではないのでしょうか。

▶本号から、全国水産業改良普及職員協議会のご協力により、各地の普及員の方から記事をご執筆いただけることとなりました。今号では、北海道網走東部地区水産技術普及指導所の坂本樹則さんに斜里のナマコ漁師についてご紹介いただきました。本研究会では、ニュースレター第1号の会長の言葉にもありますように、「我が国沿岸域の漁船漁業において具体的に利益を生み出す持続的な仕組みを創出すること」を理念としております。この実現のためには、浜の状況をよく把握されている普及員の方々との連携が不可欠と考えております。ニュースレターのシリーズに、新たに「普及指導の現場から」を設けて、今後、普及員の方々の、浜での活動で感じたことや、現場での課題などについても、幅広くご意見や情報を頂くこととしました。改良普及員の皆様、ぜひ、浜の声を伝えてください。

▶ニュースレターの体裁を本号よりリニューアルしました。



カット：かとうみやこ

沿岸域における漁船漁業ビジネスモデル研究会ニュースレターNo.007（2012年11月発行）

編集：（独）水産総合研究センター開発調査センター

沿岸域における漁船漁業ビジネスモデル研究会

会長：上田幸男（徳島県立農林水産総合技術支援センター水産研究所 次長）

副会長：牧野光琢（独立行政法人水産総合研究センター 中央水産研究所 経営経済研究センター漁業管理グループ グループ長）

事務局

〒220-6115

神奈川県横浜市西区みなとみらい2-3-3 クイーンズタワーB棟15階

独立行政法人水産総合研究センター 開発調査センター 山下、小田

TEL：045-227-2722~2724, FAX：045-227-2705,

E-mail：biz@jamarc.go.jp

<http://jamarc.fra.affrc.go.jp/enganbiz/enganbiz.htm>

本研究会およびニュースレターの内容に関するお問い合わせは、事務局まで
お願いします。皆様からのご意見や提案もお待ちしています。

掲載シリーズ

- ・地域の取り組み事例
 - ・漁具診断
 - ・開発調査の現場から
 - ・漁師列伝!!
 - ・普及指導の現場から
- 皆様からの投稿もお待ちしています。

表題画：澤田克彦（開発調査センター）

enganbiz

検索