

「あまくさあじ」のブランド化への取り組みについて ～天草から新しい形のブランド品作り～

天草漁業協同組合天草町一本釣小組合

組合長 川端一裕（熊本県青年漁業士）

1. 地域の概要

私達の住む天草町は、天草下島の最西端に位置し、東シナ海に面した美しい海岸と山々は、雲仙・天草国立公園に指定されており、大変自然豊かな町である。

美しい海に囲まれ、温暖な気候を生かした漁業や農業のほか、天草陶石としても有名な陶石産業や、下田温泉、南蛮文化、キリシタンの歴史など豊かな資源を用いた観光を主産業として発展してきた。（図1）

平成18年3月に2市8町の合併により、現在の天草市が誕生したが、市の人口96,000人に対して、天草町の人口は4,200人で、昨今の不況等により、水産業をはじめ、地域全体の経済も非常に厳しい環境におかれている。

2. 漁業の概要

私が所属する天草漁協は、市の合併に先駆け、平成17年4月に、天草管内4つの漁協が合併して発足し、約5,000人の正・準組合員で構成される県内最大の漁協である。

農林水産統計による、天草町の平成18年の生産量は1,782トンで、他地区に比べると、漁獲量の落ち込みは小さい方であるが、漁獲金額の急激な減少は、漁家経営を圧迫している。

海面漁業では、底曳網や一本釣、刺網、小型定置網に加え、漁協自営の大型定置網漁業などが行われており、ブリ・マダイなどの養殖も行われている。

3. 一本釣小組合の組織と運営

一本釣小組合は、今回発表する「あまくさあじ」の一連の取組の中で、平成14年7月に、漁協天草町支所に発足した組織で、当初3人だった組合員も、今では16名が所属している。

運営は、月1,000円の会費で行っており、漁獲や取扱、販売方法などを検討する定例会の開催、漁協職員を交えての意見交換会や先進地研修、これから述べる「あまくさあじ」のブランド化の取組など、多くのことに積極的に取り組んでいる。

4. 実践活動取組課題選定の動機

私は以前から定置網の傍ら、アジの一本釣りを行っていたが、定置網による漁獲の減少や魚価の低迷による所得の減少を補うために、本格的にアジ釣りに取り組むようになった。

元々、天草灘の激流にもまれたアジの品質には自信があったが、当初は、出荷方法や魚の取扱の問題もあり、単価が低く、思ったような副収入に繋がらなかった。

そこで、「せっかくのいいアジだから、もっと高く売ってみたい！」という思い

で、平成11年から取り組みを始め、現在の成果に繋がった「あまくさあじ」のブランド化の事例について、その経緯や現在の課題、今後の展望などについて報告する。

なお、今回の発表は、少しでも多くの人に「あまくさあじ」を知ってもらいたいということと、今後の更なる取組の参考として、私たちの一連の取組に対する評価や意見を聞きたいという思いからである。

5. 実践活動状況及び成果

取り組み前の釣りアジは、簡単な氷メをした後、バラッと3kg箱に詰めて、近隣の市場に出荷していたが、kg単価は500円から1,000円程度と、安く売られていた。

そんなある時、市場担当との話の中で、「釣りアジ」が、取扱や販売方法を工夫することで、高値が期待できることを知り、「自分たちも何かできるのではないか？」ということを引きかけにブランド化への取り組みがスタートした。

まず、最初に検討したのは、出荷の方法であったが、熊本市内まで3時間かかることを考えると、活魚輸送では、ストレスによる痩せやスレにより、よい状態が保たれないと考え、鮮度のいい状態でのメ物出荷を選択した。メ物となると、時には、大量出荷による値崩れも考えられたが、自分たちの自慢のアジを「最高の状態で食べて欲しい。」という気持ちからの選択である。

また、市場担当のアドバイスを参考にしながら、自分たちでも試行錯誤を繰り返して、魚の取扱や荷造り方法などで、次のような改善を図った。(図2)

まず、つり上げたアジは、決して素手で触らないようにした。これは、素手で触ることにより、魚が「やけど」の状態になり、流通先まで、魚にくっつきりと私たちの手の跡が付くことを防止するための措置である。

また、釣り上げたアジを活かしておく、船の生け簀の色にも工夫をした。これは、魚が本来持っている輝きやつやを残すための工夫であり、仲間同士のちょっとした会話の中から生まれた取組である。

次に、陸に帰るとすぐに、水氷でメて仮死状態にした後、血抜きをし、再度、魚の血が混ざった水氷でメるようにした。魚の血には、アジの体色を鮮やかにする効果があり、2度メは、魚の戻りによる荷姿の崩れや魚の擦れを防止するためである。

血抜きの際には、魚体を傷つけないように、ナイフを使って鰓から延髄を破壊する方法を用い、少しでも擦れのある魚は、出荷から除いた。水氷でメる時間は、死後硬直がはじまる時間を少しでも遅くするため15分とした。これは、さまざまなメ時間を試して、たどり着いた結論である。

また、荷造りでは、下氷を打ち固め、氷とアジが直接接触しないように発泡シートの上に紙パチを敷き、きれいなアジの腹を見せるように並べた。

さまざまな試験や関係者からの聞き取りの結果、輸送中の鮮魚箱の温度を5℃から10℃に保つことが、鮮度保持に有効であることも発見した。

自信のあるきれいな魚体を強調し、取引しやすい量とするため、出荷は、すべて3kg箱とし、魚の上には、これも魚の“焼け”を防止するために、水氷に浸して冷やしておいたパチをかぶせ、さらに生産者の氏名を書いたチラシを同梱した。

このチラシは、販売の現場でも活用されており、「安心・安全」が求められるこ

の時代に「生産者の顔が見える。」ことで、アジの付加価値を高めるという、大きな役割があると考えている。

今年中には、一匹、一匹にブランド名の入ったタグを付けて流通させる予定であり、近い将来には、チラシに、生産者の写真を貼付する計画である。

写真を見て、魚価が下がらないか心配ではあるが・・・。

出荷先については、何よりも、「おいしい魚を、地元の人に食べてもらいたい」という考えから、熊本市の市場に絞って出荷し、出荷調整も行わず、鮮度のよい獲れたてのアジを熊本の消費者に届けることにした。

また、消費者が少しでも購入しやすく、多くのアジを出荷する目的で、大きさの規格も他のブランドアジよりもやや小さめの「150g以上」と設定した。

出荷を始めると、すぐに「鮮度が長持ちする」、「身が締まっている」など、仲買業者の評判を呼び、取組を継続することで、単価も、徐々に上昇した。アジそのものの良さもあったが、私たちの努力も報われる形となった。

当初、アジには、名前を付けていなかったが、取組を初めて2年ほど経過した、平成13年10月頃から、天草を代表するアジという意味も含め「あまくさあじ」と命名し、それまでの無名ブランドは、有名ブランド品となった。(図3)

ポスターを作成し、市場や小売店舗での掲示をお願いして回った。(図4)

また、名前を付ける時期と前後して、私たちは、評価が上がってきたアジのロットを揃え、より力のあるものとするために、仲間呼びかけて、一本釣小組合を結成することにしたが、誰もが、仲間に入れる訳ではなく、取扱や荷造り等について、先輩漁師、漁協・市場の職員に認められた者だけが仲間となることができ、「あまくさあじ」の名前を付けることができることにした。(図5)

さらに、仲間みんなにブランドの意識を強く持たせるために、普通の「アジ」と「あまくさあじ」を区別して呼ばせている。

このような一連の取り組みの成果を単価の推移で見ると、一目瞭然で、単価が取り組み前の2倍から3倍となった。(図6)

当時は、この結果にみんな大満足し、「あまくさあじ」が、ブランドとして確立したことを実感する瞬間であった。

どの取組も、仲間との話し合いを基本とし、それを実現しようと協力し合った結果であり、私たちの財産である。それを、ここであえてさらけ出しているのは、私たちの「あまくさあじ」を「もっと知って欲しい」という一心である。

6. 波及効果

何よりも、一本釣りの漁師に活気が戻ってきた。

自分達の努力が価格に反映されることは、何よりの励みであり、組合員からは、積極的な意見も多く聞かれるようになり、「ブランド品を扱っている」という大きな誇りと自信が持てるようになった。

このことは、他の魚の取扱にも現れ、みんな以前にも増して、魚を丁寧に扱うようになったし、仲買業者も「良いものは良いと評価してくれる。」という漁業者と仲買業者の信頼関係が再生されたと思う。そして、何でも話し合える仲間もできた。

7. 今後の計画や問題など

以前は、3 kg箱で10,000円の単価が付いたこともあったが、現在は単価が低迷している。(図7)

これは、水産物全体の魚価が低迷していることが最大の原因と思われるが、ある程度ブランド化に成功したことにあぐらをかいた、いわゆる自分たちの「慢心」も原因の1つではなかったか、と考えている。

当然、魚の取扱や出荷など、以前と、何も変わってないが、現状に満足し、それ以上の商品への「こだわり」や新規販路の開拓など、もっと「高み」を目指す姿勢がいつの間にか消えていたのかもしれない。(図8)

漁獲量の増大や単価の上昇もあまり期待できない中で、私たちはもう一度原点に立ち返り、更なる付加価値向上のために、いくつかの努力をすることにした。

そのひとつは、もっと多くの人に知ってもらい、食べてもらいたいという願いから、それまで、市場だけだった出荷を、一部、熊本市内の鮮魚店や居酒屋等へ直接発送し、より新鮮なあまくさあじを食べて、ファンになってもらおうという取組である。

居酒屋では、店の協力で「あまくさあじフェア」を何度か開催してもらい、好評を得ているので、今後は、チェーン店等で取組が拡大できないか探っている。

また、熊本市内の鮮魚店での販売や同鮮魚店内の食堂やテイクアウトで「あまくさあじ丼」の販売をする予定で、購入者を対象とした天草へのご招待企画も盛り込んだ計画を検討している。(全国大会の席上では、簡単な報告ができるかもしれない。)

最後になるが、ブランドとは一体何なのだろう？ 高値になることで生産者の収入は増えるが、極端な高値は消費者離れを起こす。

その証拠に、取組当初の「あまくさあじ」は、急激な単価の上昇により百貨店や料亭などでの取扱となり、一般消費者に届く機会が少なくなったと聞いた。

ブランドとは、一般的には、「高くて、よいもの」と考えられるが、消費者サイドから言えば「高くて、手の届かないもの」となっているのではないかな？

もし、そうであるとすれば、今後我々は、従来のブランド品とは違った形、端的に言えば「少々手間がかかっている分、普通のアジよりちょっと高いけど、その分おいしいから買って、夕食に食べよう」と思ってもらえるような、新しい形のブランドを目指したいという思いがある。

したがって、消費者の方々へ、いかにして私たちのアジを届けるかということ、強く意識していく必要があると痛感しており、居酒屋や鮮魚店での取組もそのためのものである。

地域に根ざし、地元の人に愛されるブランドを作っていくためには何をすべきか？ということ、もっともっと模索し、実践していくつもりである。

これまでの一連の取組で、仲間との連携や協働の必要性を学んだし、知恵を出して努力すれば、まだまだ、漁師もすてたものではないことを実感した。

4人の子供の親として、まだまだ頑張りたい！！

そして、これからの「あまくさあじ」に御期待いただきたい！！

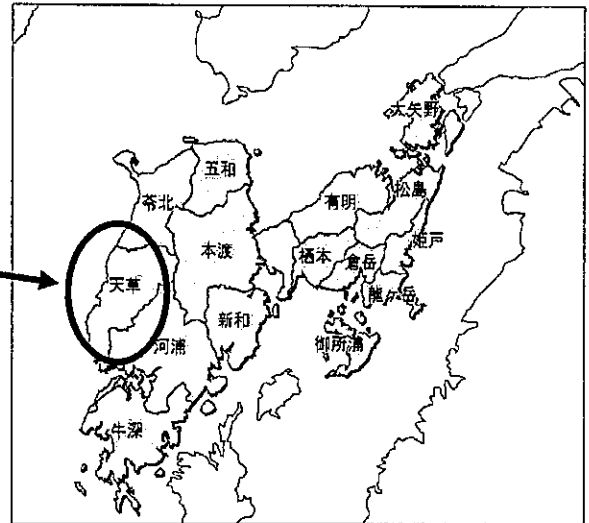
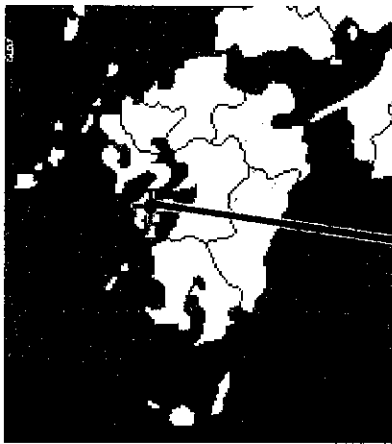


図1 位置図

課題選定の理

定置網中心の漁家経営(傍らでアジの一本釣り)

↓ <定置網による漁獲の減少や魚価の低迷による所得の減少。>
漁家所得向上のため、本格的にアジ釣りに参画

↓ <単価が安く、思ったような副収入に対ながらず・・・>
「品質のいいアジだから、高く売りたい!!」とブランド化の取組に着手!

これまでの取組事例について、その経緯や現在の課題、今後の展望などについて報告する。発表をおこなうことで、自分たちの取組の評価や意見を聞き、今後の取組に活かしたい!!

研究・実践活動および成果

取組のきっかけは、市場荷受け担当の話のなか。

<取扱や販売方法を工夫することで、高値が期待できる???)>

↓
まず、「釣いたて」の状態で消費者に商品を届けるため、「メもの」での出荷を選択し、試行錯誤を行いながら、さまざまな改善をおこなった。

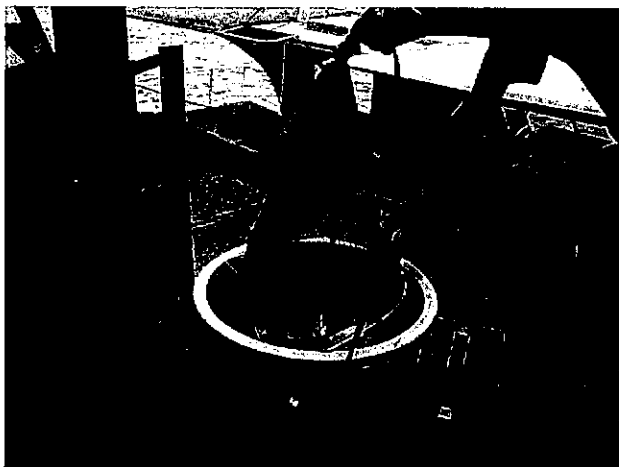
<生産の現場から出荷方法や規格など多岐に亘る取組>

↓
地道な取組を継続した結果、単価も徐々に上昇し、取組前の2~3倍に!

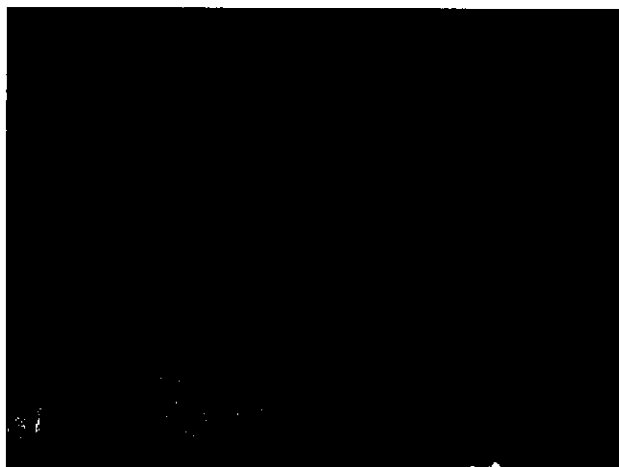
<取組のなかで「あまくさあじ」と命名。>

↓
ブランド化を実感!! <努力が報われた・・・・。>

取扱方法や荷造りの改善方法（図2）



素手で触らない。（アジの火傷防止）



船の生け簀の色にも工夫
（アジの本来の色や輝きを残す。）



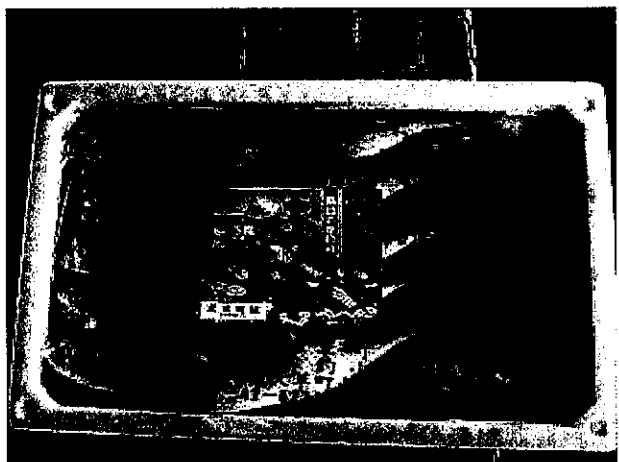
水氷でめて、仮死状態にする。
（魚の血が混ざった水氷で2度め）



血抜き方法にも工夫した。（ナイフを
使って、内部から延髄を破壊する）水



荷造りにも工夫。
（規格、並べ方、氷焼け防止など。）



生産者の名前が入ったチラシを添付
（付加価値向上）

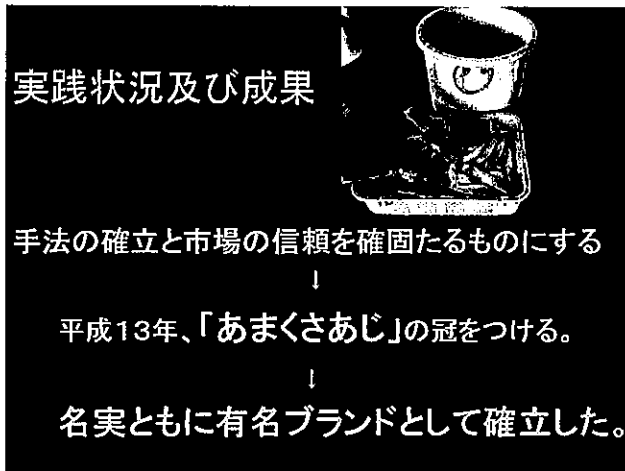


図3 「あまくさあじ」と命名。



図4 ポスターやのぼりを作成し、配付

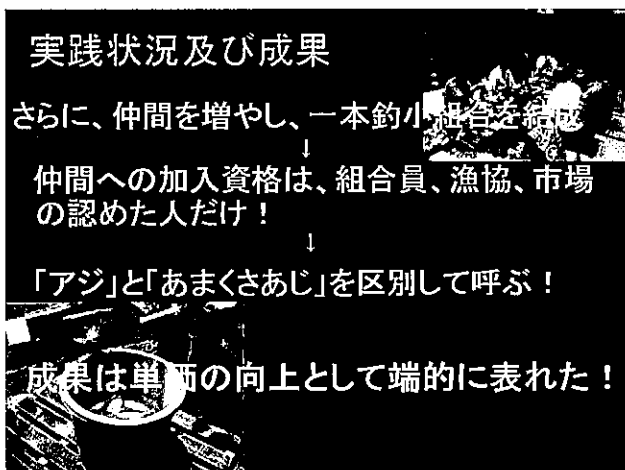


図5 仲間を増やし、ロットを揃える

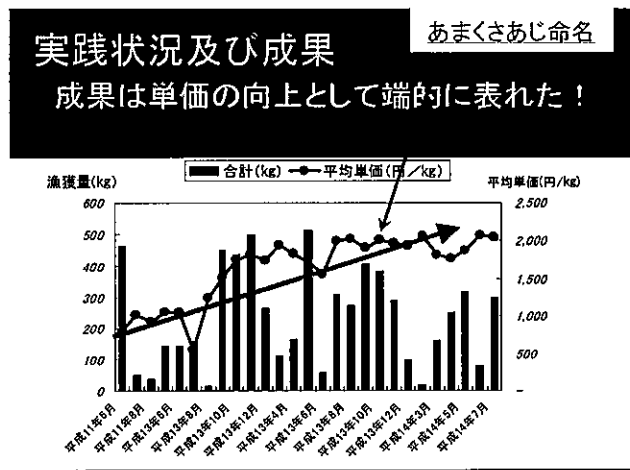


図6 産地の努力による成果は顕著に

名実ともに有名ブランドとして確立した・・・・・・??。

成功の秘訣は・・・・

どの取組も、仲間との話し合いを基本とし、それを実現しようと協力し合った結果であり、仲間すべての財産である。

波及効果

- ・一本釣りの漁師に活気が戻ってきた。
- ・大きな誇りと自信が持てるようになった。
- ・仲買業者との信頼関係が再生された。
- ・そして、なんでも話し合える仲間ができた。

単価が下落している……。

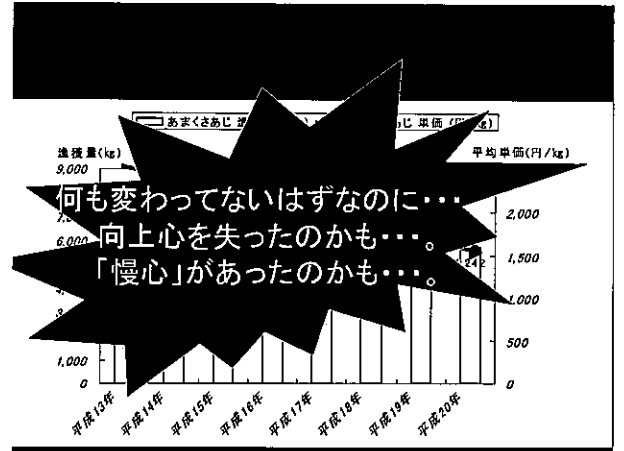
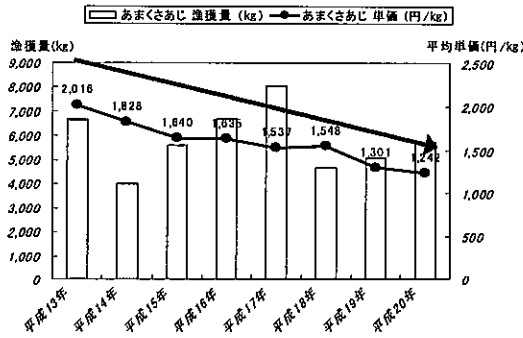


図7 問題点など (単価が下落している。→ 自分たちは変わっていないつもりだったが……、もっと高みを目指す姿勢を失っていたのかも。)

今後の計画や問題点など

もっと、多くの人に「あまくさあじ」を多くの人に知ってもらいたい！！
 もっと、多くの人に「あまくさあじ」を食べてもらいたい！！

↓

鮮魚店や居酒屋などへ直接出荷することを決意し、実行。

新たな取り組みとして……

- 組合員による店頭販売
- 居酒屋で「あまくさあじフェア」
- 鮮魚店で販売フェア(プレゼント企画も)
- 個体識別タグの導入検討 など

図8 新たな展開へ
 漁獲量の増大や単価の上昇も期待できないなかで、原点に戻り、新たな取り組みを開始した。

最後に……

一時期、あまくさあじは……、
 価格の上昇により、一般消費者への流通が滞る。

↓

「ブランド」ということについて、見つめ直すきっかけに。

↓

いろいろ考えたが、私たちが目指す「ブランド」とは？……、
 「少々手間がかかっている分、普通のアジより高いけど、その分おいしいから夕食に買って食べよう」という新しい形のブランド。

↓

今後とも……、
 地元で根ざし、地元の人に愛されるブランド品を作っていきたいと強く考えており、そのためには何をすべきか？ということを探求しつつあります

↓

これからも、私たちの「あまくさあじ」にご期待ください。