

懇話会ニュース

日本水産学会水産増殖懇話会

テーマ：長崎県の水産物ブランド化の現状と将来展望

日時：平成17年10月15日(土) 13:00~16:50

会場：長崎大学全学教育棟 430 番教室

企画趣旨

石松 惇

(長崎大学環東シナ海海洋環境資源研究センター)

近年、全国的に水産物ブランド化の動きが目立ってきているが、水産県である長崎県においても、水産物ブランド化は地方自治体、流通業者、生産者などを巻き込んで多方面から活発に取り組まれている。最近の水産物ブランド化においては、「一定の評価基準を定め、これを公表し、この評価基準を満たすものだけをブランド化の対象にして（フィルタリング機能）、積極的に流通川下に生産者の主張を展開し、これによって競合同種商品よりも高い利潤率を確保すること」が主流である。このプロセスにおいては条件に合致する商品の生産量・流通量を拡大させることが大きな課題となっている。このブランド化の動きは、生産者および流通業者により実施され、地方自治体によって側面支援されている。本講演会では、このような流れに沿って展開している長崎県内の水産物ブランド化の現状を紹介し、今後の水産物ブランド化の戦略と方向性を討議した。

I. 均質化とブランド展開

亀田和彦（長崎大学水産学部）

To maintain the standard of commercial commodities as the branding strategy

KAZUHIKO KAMEDA

(Faculty of Fisheries, Nagasaki University)

ブランドの原則とは、他の競合商品と区別可能なマーク（商標—法的権利の有無は問わない—）と発声可能な商品名を持つ、に過ぎない。この原則の段階では、ブランドは「顔と名前」という単なる組み合わせである。そこには、認知させる努力や需要創造などの経営戦略的な努力要素はない。なお、ブランド化の成否は流動的なマーケットの中での同種商品との相対的な関係が決めるので、普遍的な商品の価値判断基準を定めることは至難である。

しかし現実的には、この原則には含まれない要素によってブランド化の成否が決まる。実際には、競合他種より大きな付加価値率を狙うとか、希少性に基づく熱望需

要層への販売などの、ブランド商品のメーカーや取扱業者の経営戦略事項によって、差別化（あるいは個性化）が認知され、一定の固定的マーケットが形成される。したがって、水産物のブランド化の成否は、生産から消費までの流通経路上にいる業者のビヘイビアが左右すると見るべきである。換言すれば、生産者だけが水産物の良さを主張しても、流通段階が増えれば増えるほどその主張は薄くなるばかりで、流通末端までは伝わらない。これをどう考えるかが、本報告の基盤である。

長崎県では、水産加工品の「平成長崎俵物」が着実にブランド化の成果をあげている。認定審査基準を定め認定審査会が応募商品を審査し、合格商品だけが商標を貼付できるという仕組みは、「一定の基準をクリアした長崎県内業者の水産加工品」という統合イメージを持たせている。また、活・鮮魚では、漁協・漁連、任意の漁業者集団あるいは個別漁業者ごとに銘柄を持つ商品の開発が進んでいる。これらは下記のことを示している。すなわち、出荷者が銘柄化（ブランド化）基準を設けて、生産者自身あるいはこれに協力する商業者が販路を開拓している。この「基準の設定」と選別の仕組みをFiltering機能と呼ぶとするなら、Filtering機能を実施する主体が持つ管理能力がブランド化の成功のカギを握っている。なお、活・鮮魚における基準の設定については、各生産者あるいは出荷者がそれぞれ一定の規格（定量・定質・定額・定時納品で表される4定条件を満たす基準を持つこと）を指す。ただしこれについては、同種の養殖魚を扱っている生産者なら同じ規格を持つと即断すべきではない。むしろ、競合商品との差別化と、差別化による利潤率の拡大のためにその生産者がどんな策をとるか、が基準設定の動機となる。

ブランドには「屋号ブランド」と「産商連携型ブランド」の2つがある。前者は、生産者であれ商業者であれ、売買局面で売り手が自らの価値基準に依拠した商品性を主張し、買い手がこれを評価し取引が成立し納品が終わり決済が完了する、という一連の関係において成立する。流通途中の売り手の価値主張を買い手が受け入れる関係だけで成立するので、生産者が持つ基準・規格が必ずしも流通末端まで維持される必要はない。しかし後者は、流通川上の基準・規格が多段階流通を経ても維持、貫徹されることを指している。

長崎県における活・鮮魚のブランド化戦略を整理する限りでは、産商連携型ブランドとして定着させようとしていると言えよう。これの成立には、下記が必要条件となる。すなわち、平成長崎俵物の認定規格に対する長崎県内の水産加工業界のように、①Filtering機能に対する積極的合意（「基準の設定」と選別の仕組みに対する積極的合意）を生産者が維持して、②商品の選別を厳密に実行する。この2点は、ブランド化戦略の基盤とな

る均質化の要点である。均質化を経た銘柄を有する活・鮮魚の商いにおいては、商業者には、③経営戦略面で生産者の価値主張に共鳴し、④生産者の主張する商品性を正しく川下に伝え、⑤積極的に選択購入する層が存在する、の3点が必要である。③から⑤まではブランド化された商品が流通し消費されるための要点である。上記の①から⑤までが同時に成立することが求められている。

II. 天然活クエの長崎魚市ブランド育成

岸川康幸（長崎魚市株式会社）

Branding strategy for live grouper captured in Nagasaki

YASUYUKI KISHIKAWA
(Nagasaki Uoichi Co.Ltd.)

クエは成長すると体長は1.5 mを超え、体重が40 kg近くになる巨大魚である。さらに、その身は最高級の白身で、まろやかな甘みがあり、脂がある割には淡白で魚の臭みがまったく無いところから、フグより旨いとされ、超高級魚である。

天然クエの水揚げ クエの漁場は九州西沖の男女群島から五島・対馬にかけての海域において形成され、釣りや延縄による漁業が行なわれている。その漁場に近い長崎魚市場は格好の水揚げ港となり、数十年前より、長崎魚市場にはかなりの量のクエが入荷していた。しかしその当時は活魚施設が整備されておらず、野締めや活き締めで出荷され、鮮魚として日本全国に発送されていた。従って、現在の様な活魚での流通は行なわれていなかった。昭和62年に長崎魚市場の活魚水槽（13 t）が整備されて、ようやく活クエの取り扱いが出来るようになったが、水槽の規模が小さく、量的には僅かなものであった。本格的になったのは、平成元年に新長崎漁港に移転し、大規模な活魚水槽が整備されてからの事であった。また、この時期から、活魚と活き締め物の価格の差が大きくなり、クエの取引は活魚流通に移行して行った。

活魚水槽の有効利用と仲卸の強化 平成2年に長崎魚市場に天然活魚販売水槽（150 t）が整備されてからは、活クエの取り扱いが増加し、仲卸によって関東や関西等に活魚として発送されるようになった。その後、10年程は取扱数量が13トンから18トン、金額で9千万円から1億1千万円の間で変動していたが、3年程前から、それまで養殖魚を主体に活用されていた長崎魚市場活魚センター（270 t）が、天然魚の短期備蓄用として利用されるようになると、活クエの取り扱いが増え、数量で20トン・金額で1億3千万円まで伸張した。さらに、昨年はクエを取り扱う発送仲卸が参入した事によって、仲卸の販売力が従来より強化されたため、全国から長崎に注文が来るようになり、相場形成力が強まった。そのため、生産者が長崎魚市場に出荷を集中するこ

とになり、一気に数量33トン・金額1億7千万円と大幅に取り扱いを伸ばした。

クエ生産者の漁獲量把握と仲卸への情報提供 また、昨年の長崎魚市場における活クエの大幅な取扱増のさらなる要因は、長崎魚市場がクエ生産者との密接な連絡を絶えず行い、漁の模様や漁獲高、さらに出荷予定などを把握し、この情報を活クエを取り扱う仲卸に提供し、相場が上がる時期や出荷数量を検討してもらい、漁船の入港・出荷時期を決定した事であろう。今後も生産者・卸・仲卸が連携して活クエの販売に当たる事で、全国消費地からの需要に対応出来る「長崎魚市場の仲卸に注文すれば常時、良質の活きた天然クエが入手できる。」と言う、天然活クエの長崎魚市場ブランドが形成されることになる。

III. 長崎五島まぐろ養殖の取り組み

徳野 豪（㈱日本鮪養殖 五島事業所）

Tuna farming in Nagasaki-Goto

TSUYOSHI TOKUNO
(Japan Tuna Farming Ltd. Goto Office)

当社は平成2年より柏島（四国）の種苗を沖縄へ運搬し養殖事業を行っていたが、柏島においてイリドウイルス感染症が発生し、沖縄養殖向け種苗供給に問題が生じた。これを機に更なる種苗の安定確保を目的に平成8年より長崎県五島において夏期鮪種苗採捕、活け込み試験及び当地における試験養殖を始めた。

開始当初は長崎五島において冬期の低水温におけるマグロの成長及び生残率が非常に危惧されたが、予想以上の成長と生残率を示し、また出荷したマグロの評価も非常に良く、本格的にマグロ養殖事業を開始するに至った。

長崎県五島の養殖漁場としての立地条件は以下のとおりである。

- 1) ヨコワが回遊する種苗採捕基地
フィリピン近海で孵化した稚魚は黒潮に乗って回遊し、四国、和歌山沖がヨコワ釣りの主漁場であるが、対馬海流にも乗って五島沖にも回遊する。毎年7月～8月に20隻の船団で種苗確保に努めている、但し採捕目標に達したら即打ち切りにする。
- 2) 恵まれた自然環境
台風の被害が少なく、海がきれいで潮通しが良い。沖縄・鹿児島に比べると水温は低いものの冬期の最低水温は13℃までしか下がらない。
- 3) 冬期の低水温による成長劣化
12月～3月の低水温時は餌喰いが悪いため成長はさほど望めない。販売は主に春需要を照準に合せる。この時期の取揚時の水温はまだ16℃～18℃のため身が引き締まり、身ヤケもほとんどない。