

## 中土佐町の水産業活性化を目的とする マルソウダガツオ（めじか）のブランド化の取り組み

### ～地域限定流通から広域流通へ～

○中越竜夫<sup>1</sup>、松本泰典<sup>2</sup>、竹邑安生<sup>3</sup>、小松賢介<sup>3</sup>

（中土佐町地域振興公社<sup>1</sup>、高知工科大学 地域連携機構<sup>2</sup>、中土佐町役場 水産商工課<sup>3</sup>）

#### 1. はじめに

中土佐町の基幹産業である水産業の活性化を目的として、中土佐町役場、高知工科大学及び中土佐町地域振興公社は、町内に水揚げされる水産物のブランド化を図り販路拡大に取り組んできた<sup>1)2)</sup>。平成21年度から実施している鮮度実験により、町内に水揚げされる主要な9魚種からブランドに適していると考えられる4魚種（カツオ、マルソウダガツオ（めじか）、ウルメイワシ、サバフグ）を選定し、スラリーアイスを使用した鮮度保持流通法の構築を進めている。現在、スラリーアイスで鮮度管理した高鮮度商品は「ぴんぴ」というブランド名で販売しており、一本釣りで漁獲したカツオを船上からスラリーアイスにて保存することで、高付加価値商品のブランド魚第1号としてその流通事業を展開している。一方で、その他のブランド候補魚種であるマルソウダガツオについても鮮度実験を重ね、商品化に取り組んでいる。マルソウダガツオは歯応えの良さと、甘みのある味が好まれ産地とその周辺地域において高く評価されている。しかし、鮮度劣化の速さはゴマサバの約2倍にもなることから、産地以外への流通は非常に困難であった。本稿では、3年間の高知市内でのマルソウダガツオの試験販売を実績に、都市圏への試験流通を開始した本年度の取り組みを紹介する。

#### 2. マルソウダガツオ（めじか）の市場と評価

高知県沿岸では太平洋に面する広い地域でマルソウダガツオの水揚げが行われており、その水揚げ量は全国の30～40%を占めるものの、鮮度劣化の速さから鮮魚として流通可能なエリアが限定されており、遠隔地へと流通するのは宗田節のような加工品であった。宗田節はだしの素材として、旨みや香りが強いことから高く評価されているが、原材料である生鮮のマルソウダガツオは安価に流通することが多い。一方、8月中旬～9月末までの約1ヶ月半に漁獲される生後1年未満の「新子」と呼ばれる幼魚は、一部の産地とその周辺地域において鮮魚での需要が非常に高く、高価格で取引されている。特に皮を剥ぎ、血合い肉を取り除いた状態の刺身にブシュカンと呼ばれる酢みかんの皮を削り、その果汁を醤油と混ぜて食する文化は、近年広く知られることとなり、もちもちとした食感と甘みを求めて多くの観光客が訪れている。しかし、一部地域での流通量は限られており、水揚げ量に対して消費量は頭打ちとなり値崩れを起こす状態が頻発している。これらを解消し魚価の安定を図るには、販路の拡大、つまり流通可能なエリアを大消費地へと広げる必要があった。



図1 スラリーアイスに保存したマルソウダガツオ

### 3. 試験販売を高知市内から首都圏へ

マルソウダガツオに鮮度保持を施し、流通エリアを広げるために、関係者による品質保持方法の検討を行った<sup>3)</sup>。その後、マルソウダガツオの取り扱いに精通した高知市内の飲食店の協力を得て、商品化の可能性を図る試験販売を実施した。その結果、各店舗においてマルソウダガツオの評価は高く、また県内外から刺身を食すことを目的として来店する客が増加している。そこでマルソウダガツオをぴんぴブランドとして高知市内の飲食店へ本格販売することになった。この実績により目標である大消費地に向けた流通へと取り組みを進めるに至った。



図2 マルソウダガツオの刺身

首都圏を中心として実施した官能評価では、旨みという味に対して高い評価が得られた。これは漁獲地域において食感を珍重して高く評価する結果とはやや異なる部分である。協力店の分類については、日本料理店、西洋料理店、すし店、中華料理店など多様であったが、評価は一様に高く、刺身だけの利用に止まらず、それぞれの店舗に合わせた調理法による新しい料理も生み出している。また一部店舗ではテスト直後から受注にまで至り、すでに次年度の予約も発生していることから、来シーズンまでに流通体制を整えておく必要がある。

### 4. おわりに

これまでの水産物流通システムにおいては、どちらかといえば流通段階へ移った後に付加価値を付与した水産物がブランド化され、高価に流通することが多かった。そのため水揚げ時の魚価は水揚げ量に左右されることが多く、漁業者の利益の向上はやや難しいといわざるを得ない。しかし、中土佐町役場、高知工科大学、中土佐町地域振興公社の連携した本取り組みでは、漁業者に焦点を当て水揚げされた段階で付加価値を得られる船上からの鮮度保持に注力してきた。この手法は漁業者への作業負担も大きく、大量流通へとシフトした場合には品質保持や作業管理にも労力を割く必要がある。これらについては高知工科大学、泉井鐵工所との新たな連携により、作業負担を減らす装置の開発を行うとともに、漁業者をまとめる漁業協同組合など複数の関連機関との連携により解消していくものである。これまでぴんぴブランドとして流通を開始した魚種は2種類である。今後もブランド候補魚種の商品化に向けた取り組みを進める予定である。

### 参考文献

- 1) 中越竜夫、松本泰典「生鮮魚介類のブランド化の取り組みの進捗と地域間連携の提案」,産学連携学会第11回大会講演予稿集,pp.135-136(2013)
- 2) 中越竜夫、松本泰典「おらんくのカツオはうまいぜよ」中土佐漁師のお墨付き,産学連携学会第10回大会講演予稿集,pp.111-112(2012)
- 3) 松本泰典、中越竜夫、竹邑安生、小松賢介「高知県中土佐町と連携による生鮮魚介類ブランド化創出の起伏～マルソウダガツオ(メジカ)の高鮮度保持流通の取り組み～」,産学連携学会第12回大会講演予稿集,pp.242-243(2014)