

買ってみな 食べてみな 俺たち自慢のイセエビを - 漁業者が挑む販路開拓作戦 -

平成16年1月16日
第50回千葉県水産業青壮年女性活動実績発表大会にて発表
夷隅東部漁業協同組合 大原地区青年部 山口 展政

1. 地域及び漁業の概況

私たちが所属する夷隅東部漁業協同組合は、房総半島太平洋岸のほぼ中央に位置し、太東・大原・岩船の3つの漁港を有している(図1)。



図1. 夷隅東部漁業協同組合の位置

大原沖には全国有数の広大な岩礁群があり、ここには多くの魚介類が生息している。その岩礁群を主漁場として、イセエビの固定式刺網漁業、イナダまき刺網漁業、タイやヒラメ、トラフグのはえなわ漁業などを営んでいる。

平成14年度の水揚げ金額は約12億7千万円で、うちイセエビは4億9千8百万円である。イセエビの水揚げ金額は総水揚げの38%を占めており、主要な漁業のひとつになっている(図2)。

2. 研究グループの組織と運営

大原地区青年部は昭和32年に発足し、部員数は現在35名、平均年齢は35歳である。これまでの主な活動内容はマダイの中間育成、イセエビ・サザエの資源管理等の研究活動や視察研修などである。

3. 課題選定の動機

千葉県は平成8年より7年連続でイセエビの水揚げ量が日本一となっている。また、当漁協においても平成11年以降イセエビの水揚げが大幅に増加し、平成14年度には109トンになった(図3)。

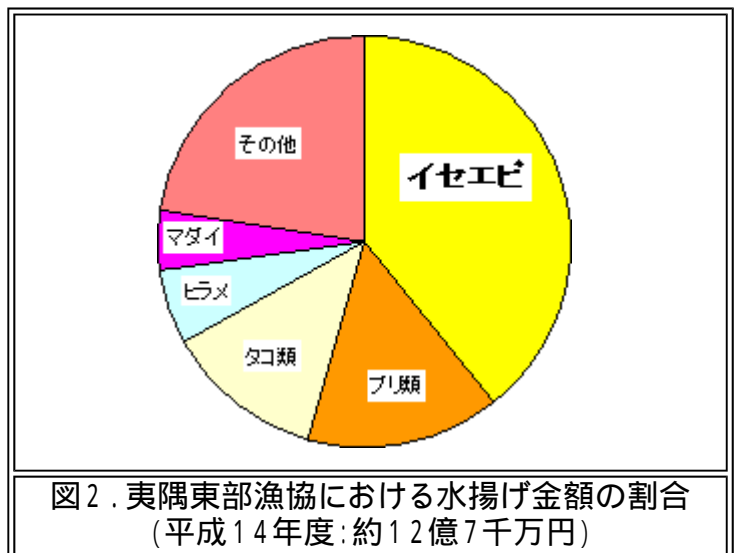


図2. 夷隅東部漁協における水揚げ金額の割合
(平成14年度:約12億7千万円)

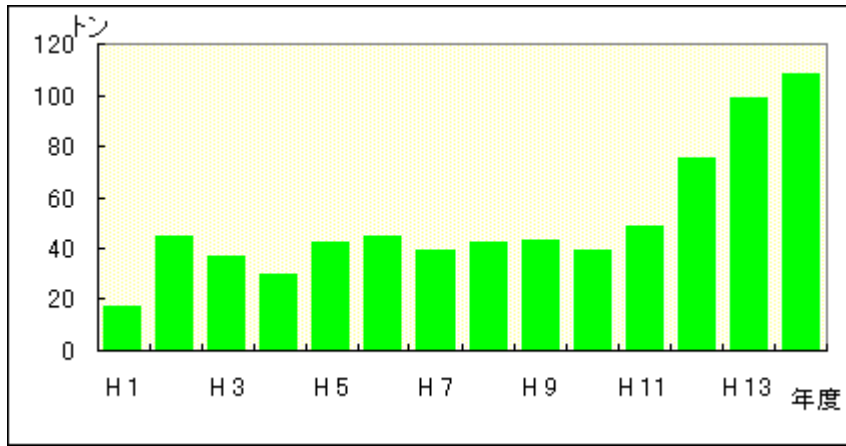


図3. 夷隅東部漁協におけるイセエビ水揚げの推移

こうした背景には、過去の当発表会で報告したように、我々がこれまで取り組んできた資源管理活動、特に小型イセエビの自主的な再放流活動は昭和50年から現在まで28年間続けられてきたことがこうした成果に現われたもの自負している。

しかし、景気の低迷もあいまって価格が思うように伸びなくなっている。青年部ではこうした状況に危機感を抱き、広くイセエビをPRして消費の拡大につなげるとともに、自分たちの力で価格を向上させたいという気持ちが高まった。そこで、イセエビの販売促進のために様々な取り組みを行った。

4. 研究活動状況及び成果

平成12年より漁協全体として販売促進事業に取り組み、定期市の開催・物産まつり等への出店・インターネットによる注文販売など、積極的な販売の拡大に努めてきた。その中で青年部が取り組んだ以下の3点を紹介する。

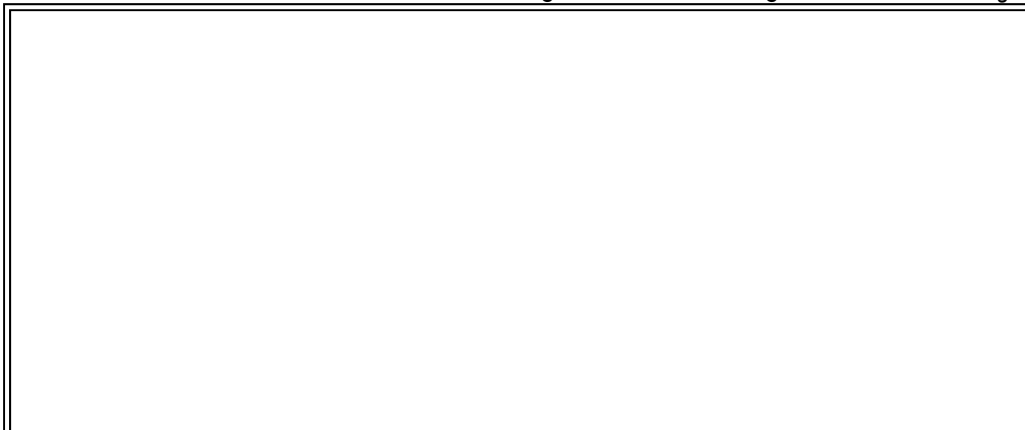
(1) 定期市の開催

定期市は、イセエビの知名度アップと地元をはじめ広く地域の方に買ってもらうことを目的としたもので、漁協の持つ「安い」、「新鮮」、「高品質」という好イメージ(漁協ブランド)を最大限に生かせる販売方法である。以前から、地元の物産まつりなどで活イセエビを出品し販売をすることがあった。平成12年に漁協が販売促進事業に取り組んでからは、我々青年部が8月から10月までの3ヶ月間で月2回ずつ販売する定期市の開催を決めた。この時期はイセエビの解禁後で漁獲も多く、比較的安く提供できると考えたからである。

定期市で販売するイセエビは、青年部が定期的に行っている資源調査時に漁獲したものを扱い、それが不足するときには入札で競り落としたものも用いるようにした。価格の設定については、安く良いものを売ろうということがねらいであったため、初めは入札の金額をわずかに上回る程度に設定した。しかし、その後入札価格が下がるなどの悪影響も出たため、バランスがとれるよう配慮して設定するようになった。

販売に当たっては、まず宣伝方法を工夫した。立看板や漁協ホームページはもとより、遊漁船客への案内、口コミ、新聞への折り込み広告など、出来るだけの宣伝を行った。後日、定期市を訪れた人へのアンケートから多くが地元在住であり、また海沿いの町村が多いことが判明したため、費用のかかる折り込み広告などは対象をそのように絞るよう工夫した。

これまでの売上は、平成13年は664kg、14年は301kg、15年は552kgであった(図4)。



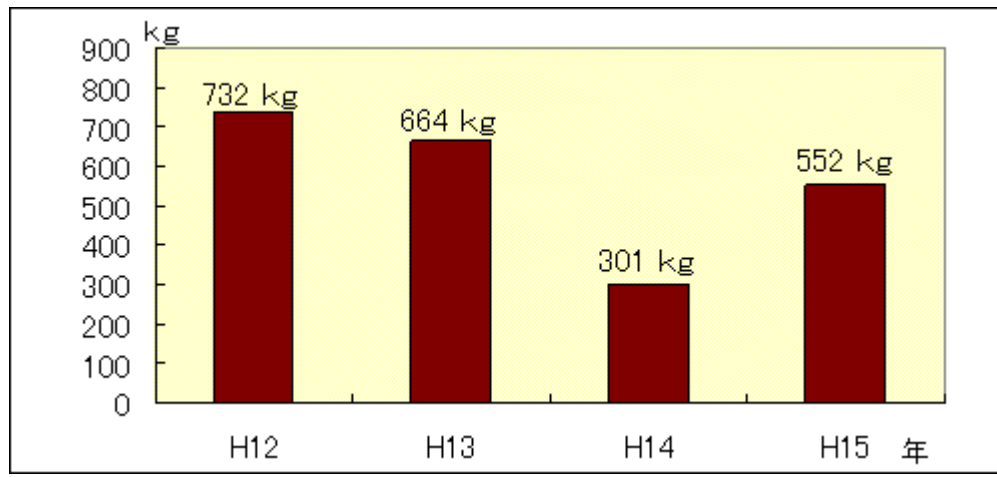
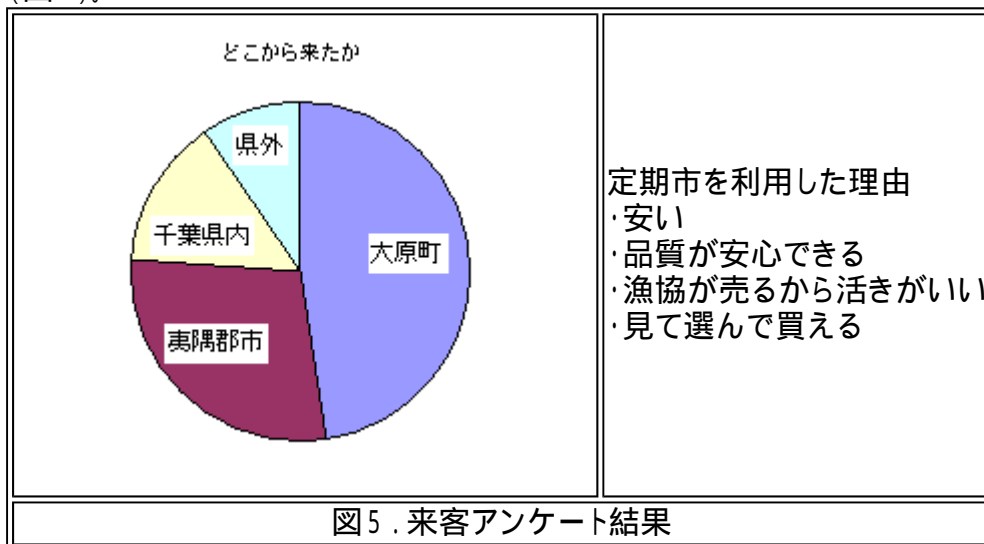


図4. 定期市の販売実績

平成15年における客一組あたりの購入量は平均約1.6kgであった。年によってはイセエビの確保や販売体制が整わず十分な販売が出来ない年もあったが、最近では開催の度に完売し、売買量のバランスも把握できるようになってきた。

平成15年8月12日に開催された第1回の定期市において、来客者にアンケートを取ったところ、21人中、地元(大原町)から来た人が10人、岬町・勝浦市・東京方面が各2人、御宿町・夷隅町・茂原市・大網白里町・千葉市が各1名と、地元以外の方が半数以上を占めており、改めて宣伝の効果に驚かされた(図5)。



- 定期市を利用した理由
- ・安い
 - ・品質が安心できる
 - ・漁協が売るから活きがいい
 - ・見て選んで買える

図5. 来客アンケート結果

また、なぜ定期市を利用するのか?の問いについては、「市価より安い」、「品質が安心できる」「漁協が売るから活きがいい」、「イセエビを見て選んで買える」など、漁協ブランドの効果を感じた。

このように、定期市を開催するごとに徐々に固定客が増え、今では口コミを中心にお客が集まり、お金をかけて宣伝をする必要がなくなった。これも品質の良いものを、新鮮なまま安く売ろうとした我々の考えが間違っていなかったことを裏付けており、販売促進において大きな自信となった。

(2) 新たな販売経路の開拓

定期市が成功したことから、青年部ではさらに生産者の側から積極的に販売に関与し、収益増加を目指すことが必要と考えた。そこでこれまでの販売形態にとらわれることなく、新たな販売経路を開拓することを目指した。

きっかけは平成13年に漁協が新たな販売経路のひとつとして冷凍イセエビ(図6)を取り扱ったことであった。これまで一般の業者では、活けで出せなくなったエビを凍結していたが、私たちが活きたものをシメて冷凍してみたところ磯臭さがなく、刺身にも十分利用できることがわかった。また、調理場では活きたエビだと暴れるため手を焼くこと、冷凍であればいけすが不要であること、また長期保存が可能で必要量だけ取り出せることなど、利便性の高い点が重宝され利用が広がった。青年部では、平成15年に県外のホテルを対象に約3トンの出荷を行っている。

凍結にあたっては、せいろを借りたり、自作したりと苦心した。平成13年に出荷を始めたときはイセエビを形良く整えたりするなど作業が繁雑であった。そのため作業を簡略化し、現在は氷水でイセエビをしめた後、細長いビニール袋に入れてせいろに並べ、凍結する方法を採っている。その後、冷凍イセエビの利便性の高さを業者が認め、近隣の業者が真似るようになった。

(3) 漁業体験への協力

千葉県及び大原町では、漁業後継者の育成を目的として、中学生を対象に「漁業教室」を開催している。これまで青年部では、地元中学校の体験乗船に協力してきており、さらに平成15年は、より漁業現場に近い体験としてイセエビ漁を体験してもらった(図7, 8)。これは、前日に青年部がかけておいた網を実際に中学生に揚げさせ、網からイセエビを外して網を片づけるまでを体験させるものである。当日、生徒はまず青年漁業士にイセエビ漁の方法について説明を受け、その後乗船して網を揚げ、漁港に戻ってエビを外して網を片づけた。それぞれの作業で我々青年部員が指導をした。

漁業教室は同じ生徒に対し見学や調理実習など、5回にわたって開講されたが、その中でも特に印象に残った内容として、受講した生徒の8割がイセエビ漁体験を挙げた。



図6. 冷凍イセエビ



図7. イセエビ漁業体験(揚網作業)



図8. イセエビ漁業体験(イセエビを網から外す)

5. 波及効果

(1) 定期市などによるイセエビの知名度アップについては、取材や問い合わせの回数が増加しており、ある程度のPR効果があったと考えられる。直売は、地元の利用だけでなく東京方面等から何度も訪れる客もあり、イベントとして定着してきている。

(2) 定期市の開催による消費者への直売と、業者に向けた冷凍イセエビの出荷によって新たに収入を得る道が開けた。

(3) 冷凍イセエビを地元の業者が自社製品として販売するようになり、冷凍物としてのイセエビの利用が広まった。

6. 今後の課題と計画

定期市が始まってから4年が経ち、イベントとして定着しつつあるので、今後はイセエビの安さ・新鮮さだけでなく、その場でも楽しみがあるようにイベントそのものも魅力のあるものになるよう工夫していきたい。

次に、業者への冷凍イセエビの出荷については、これまで冷凍や箱詰めなどの作業を青年部員が手分けして行ってきた。しかし操業の合間を縫っての作業は各部員の負担が大きいこと、また価格を抑えめに

設定しているために利益率が低いことが問題である。そこで、漁協との連携を図り、作業の効率化・省力化や適切な価格設定などに努め、より収益の上がる販売計画を立てていくこととしたい。

さらに、イセエビ漁業体験を通じて漁業に親しんでもらい、販売の促進につなげたいと考えている。現在行っている、地元中学生を対象とした漁業体験は地道な活動ではあるが、漁業者が漁業振興のためにさまざまな努力をしている姿と、自分の住んでいる町に全国に誇れる産物があることを知ってもらうため今後も続けていきたいと考えている。また、地元に対してだけでなく、漁業体験そのものを観光資源として利用し、ブルーツーリズム活動につなげていくことで、さらなる販路の拡大に努めていきたい。