

県産マアジを原材料とした干物加工業の検討

中村 真由美

福岡県の水産物は、福岡・北九州市の2大マーケットを抱え、ある程度の需要を確保できており、漁家経営は安定していた。しかし、近年、漁獲量が減少し¹⁾、さらに高速道路や冷凍機の発達により海外・国内他県からの参入が容易になり、供給過剰となることによって、魚価が低迷し、漁家経営は厳しいものとなっている。

輸入量が増加する一方で、消費者サイドからは地産地消を求める声もあり、今後の生産者サイドの経営のやり方次第では現在よりも収入を上げ得る可能性があると考えられる。

福岡県で最も多く漁獲される魚種はマアジであり¹⁾、また、福岡港の水揚げ量は全国第7位の実績をもっている²⁾。しかしながら、そのマアジの多くは地元市場で他県の干物の加工業者によって競り落とされている。そこで、マアジなどの地物の原材料を使った県内での干物加工業のあり方を検討するために、県内消費者の水産物及び干物の嗜好を調査した。

材料及び方法

1. 全国主要都市の水産物の嗜好の整理

総務省統計局が毎年発行している平成14～18年「家計調査年報」³⁾を用いて、札幌市・仙台市・東京都・名古屋市・大阪市・広島市・北九州市・福岡市（以下：全国主要都市）の1世帯当たりの品目別の支出金額を比較した。

2. 県内消費者の干物の嗜好

平成18年6月3・4日に福岡県宗像市で行われた筑前玄海魚まつりの鐘崎会場において、来場者350人に依頼文、干物に関するアンケート調査票、返信用封筒を1セットにして配布し、アンケート調査を行った。アンケートは選択肢をこちらで用意し、回答者に○をつけてもらった。

アンケートの質問項目は、「水産物を食べることが好きか」、「水産物を食べる頻度」、「普段食べている水産物加工品」、「干物を食べることが好きか」、「干物を主

に購入する場所」、「干物の原材料産地へのこだわり」、「干物を購入するときに重視する点」に関して設定した。

干物を購入するときに重視する点については、「産地」、「価格」、「魚の大きさ」、「脂ののり具合」、「新しいかどうか」、「魚の肉の厚さ」、「魚の見た目の色」、「1袋に入っている数」、「使用されている塩の種類」、「塩が薄いかどうか」の10項目について、どの程度重視するのか、「重視する」、「やや重視する」、「どちらでもない」、「あまり重視しない」、「重視しない」の5段階のいずれかを選んでもらい、因子数6で因子分析を行った。その他の質問項目については、単純集計を行った。

結果及び考察

1. 全国主要都市の水産物の嗜好の整理

表1に全国主要都市の魚種別（鮮魚）及び塩干魚介の1世帯あたりの年間購入量の5年間の平均値を示した。表中の魚種名等の表記は家計調査年報に従った。

福岡市と北九州市で消費量が全国平均と比べて多かったものは、「あじ」・「さば」・「たい」で、少なかったものは「まぐろ」・「さけ」・「かつお」であった。

元来、魚の消費というものは地域の歴史性に依拠するところが多い。福岡県では、他の地方と比べて、福岡県では鮮魚、特にアジ・サバなどの消費が多い傾向にあると昔から言われている³⁾。全国平均と比べて消費量が多かった魚種は、県内の水揚げ量も多く、流通形態が複雑になった現在でも、地元での水揚げ量が多いものを好むといった食生活は根付いていると推測できる。しかし、その一方でマグロやサケなどの関東以東で好まれている魚種も店頭に並ぶようになり、消費量は飛躍的に伸びているという現状もある。この要因としては、「魚を食卓にのせるまでの手間隙や前後の始末」を魚を買わない理由に挙げる消費者にとって、マグロのさくや塩サケの切り身はゴミもほとんど出ず、小骨もない、手やまな板が臭くなることも少ないという利便性のあるアイテムであるということが挙げられる³⁾。

消費者の水産物に関する知識は年齢が若くなるにつ

表1 全国主要都市の水産物の消費量の平均値

	全国	札幌市	仙台市	東京都区部	名古屋市	大阪市	広島市	北九州市	福岡市
まぐろ	3,239	2,889	3,267	4,133	4,135	2,390	1,177	785	814
あじ	1,824	248	783	1,584	1,236	1,493	2,458	3,568	2,511
いわし	951	283	598	703	720	1,072	1,503	1,911	1,420
かつお	1,371	684	2,729	1,277	791	1,109	961	533	552
かれい	1,363	2,745	2,689	871	761	1,469	1,523	1,648	1,158
さけ	3,168	5,742	3,690	2,978	2,458	2,636	2,567	2,057	2,149
さば	1,523	1,178	1,065	1,011	1,290	1,517	1,698	2,815	2,048
さんま	2,344	3,603	4,034	1,904	2,100	1,727	1,868	1,434	1,326
たい	818	153	229	446	650	1,213	1,594	2,816	2,100
ぶり	2,008	674	1,405	1,647	1,788	2,330	2,410	2,454	2,107
いか	3,338	4,774	3,473	2,586	3,156	3,284	2,533	3,288	2,325
たこ	937	1,196	864	807	810	1,396	1,076	756	684
えび	2,136	2,549	1,586	1,763	2,202	2,597	2,182	2,471	2,103
かに	1,058	1,804	710	698	1,013	1,561	872	1,174	729
他の鮮魚	7,120	9,123	6,613	5,166	4,950	5,975	7,121	9,975	7,656
さしみ盛り合わせ	2,355	1,417	2,397	2,244	1,942	1,892	2,268	3,232	2,481
塩干魚介	10,357	13,467	9,757	9,222	8,202	8,254	7,875	12,347	10,581

表2 アンケート回答者の性別ごとの人数

	人数
男 性	31
女 性	137
不 明	2

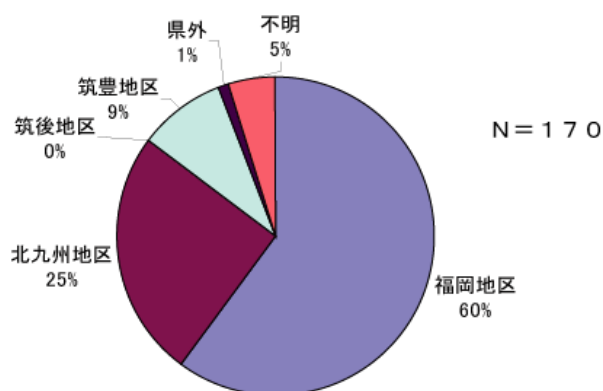


図1 アンケート回答者の居住地区

れ、少なくなっている。しかし、どの年代でも水産物に関するニーズはあり、このため、手軽に食べられる加工品が小売店などの店頭には多く並んでいる。これから県産水産物の販売戦略を考えていく上で、多獲魚に関しては加工も視野に入れていく必要があると考えられる。

2. 県内消費者の干物の嗜好

(1) 回収率と回答者

配布した 350 通のうち 170 通がセンターへ返送され、きた回収率は約 49 %であった。回答者のうち約 8 割が女性だった(表 2)。居住地区は、福岡地区が 60 %、北九州地区が 25 %であった(図 1)。また、回答者の対象が筑前玄海魚まつりの来場者であったので、ほとんどの回答者が水産物を食べることが好きで(図 2)、水産物を食べる頻度も高く、水産物を週 3～4 回以上食べると答えた人が全体の約 8 割いた。

(2) 干物の嗜好

1) 普段食べている水産物加工品

図 3 に回答者が普段食べている加工品を示した(複数回答可)。干物(89.9 %), 明太子(66.3 %), カットワカメ(59.8 %)の順に多く、干物は高い割合で食べられていることがわかった。

2) 干物を食べることが好きかどうか

干物を食べることが好きかどうかという質問に対しては、約 9 割の人が「好き」もしくは「どちらかといえば好き」と答えていた(図 4)。水産物を食べることが好きかどうかという質問と比べると、干物に限定した場合は「どちらかといえば嫌い」と答えた人の割合が若干増えた。

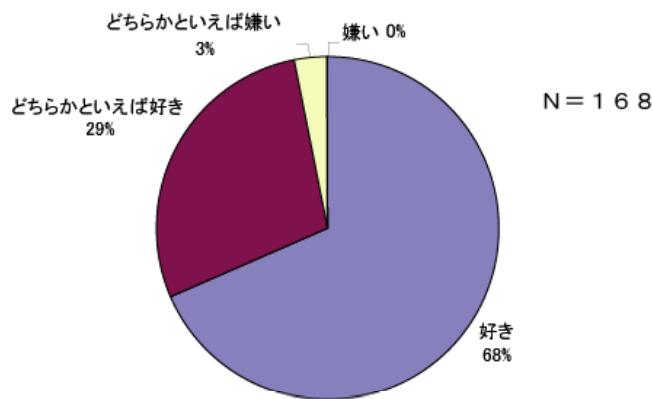


図2 水産物を食べることが好きかどうか

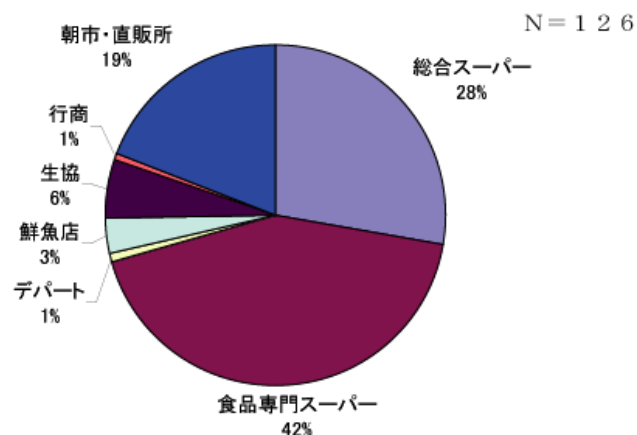


図5 干物を主に購入する場所

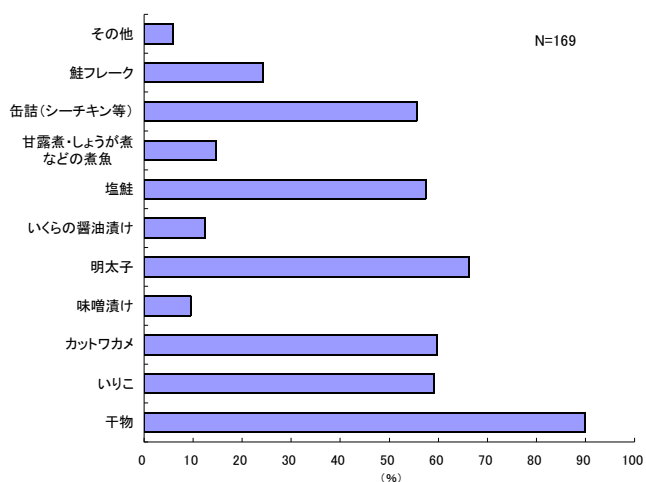


図3 普段食べている水産物加工品

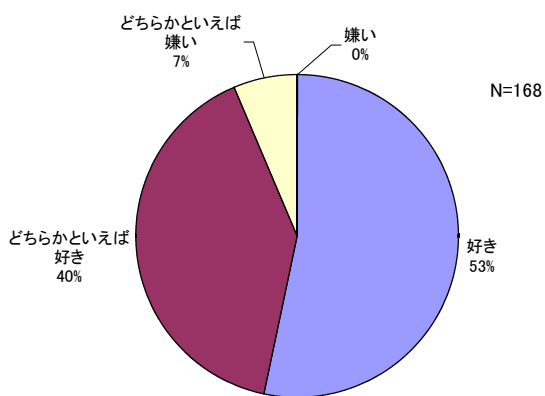


図4 干物を食べることが好きかどうか

3) 干物を主に購入する場所

普段どこで主に干物を購入するかという質問に対しては、食品専門スーパーが一番多く、総合スーパー、朝市・直販所と続いた。(図5)

4) 干物の原料の産地へのこだわり

干物の原材料産地へのどの程度こだわるかという質問

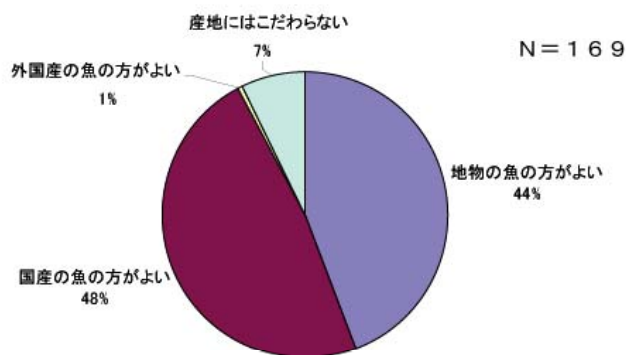


図6 干物の原材料産地へのこだわり

表3 干物を購入するときに重視する点の因子分析の結果

	因子1	因子2	因子3	因子4	因子5	因子6
魚の肉の厚さ	0.7261	0.0533	0.2502	0.2754	0.1900	0.0064
脂ののり具合	0.5377	0.1205	0.1603	0.0487	0.0315	0.2228
魚の大きさ	0.5112	0.5096	0.1522	0.0297	0.0451	0.0537
価格	0.0210	0.6568	0.0434	0.0771	-0.1143	-0.0356
1袋に入っている数	0.1137	0.5392	0.0411	0.0250	0.1705	0.0871
新しいかどうか	0.2240	0.0787	0.5863	0.0972	0.0192	0.2196
産地	0.1719	0.1047	0.1633	0.6936	0.2006	0.1177
使用されている塩の種類	0.1415	0.0300	0.1313	0.3285	0.6493	0.3183
塩が薄いかどうか	0.1341	0.0363	0.2006	0.1052	0.1825	0.6005
魚の見た目の色	0.2779	0.1011	0.4575	0.2157	0.2897	0.0827

に対しては、「国産の魚の方がよい(国産であれば特に地物にはこだわらない)」と答えた人と、「地物の魚の方がよい」と答えた人がほぼ同じ割合であった(図6)。国産の魚の方がよい(国産であれば特に地物にはこだわらない)と答えた人も、地物にはこだわらないものの、地物があればそれを選ぶ可能性は高いと考えられるため、地物の魚を原材料とした干物に対する県内消費者のニーズはあることが推測できる。

5) 干物を購入するときに重視する点

因子数6で因子分析を行ったところ、表3に示したような結果となった。因子1は「魚の肉の厚さ」、「脂のり具合」、「魚の大きさ」の3つの項目で魚そのもの

に關すること、因子2は「価格」、「1袋に入っている数」の2つの項目で販売の際に決定されることに關すること、因子3は「新しいかどうか」、因子4が「産地」であった。

このことから、消費者は原材料となる魚にはよい品質を求めており、さらに消費者自身の経済状態や家族構成にあった商品を求めていると考えられる。

以上のことから、福岡県内ではアジ・サバを中心とする消費傾向があり、地物を原材料とした干物のニーズもあることから、県内で多く漁獲される福岡県産マアジを使った干物の加工の可能性が示唆される。

しかし、現在県内で作られている多くの干物が、福岡県産のマアジを使っておらず、ニーズがありながら商品がないというギャップが生じているのが現状である。干物加工業を営んでいる漁業者に簡単な聞き取り調査を行ったところ、「県産魚を原料に使いたいのは山々であるが、単価が低いときに、大量に仕入れなければ販売価格

に見合わないが、大量に仕入れる資金はないので、他産地のものを使っている」との声があった。また、漁業者個人は、急速冷凍機をもっていないため、大量に仕入れることができたとしても、その後の対応が難しい。

今後、干物加工業を営んでいる漁業者だけでなく、マアジを漁獲している漁業者にも聞き取り調査を行い、漁協との連携も含めて、県産マアジを原材料とした干物加工業のあり方を検討していく必要があると考えられる。

文 献

- 1) 福岡県水産林務部漁政課：平成17年度福岡県水産業の動向―水産白書―，2006
- 2) 農林水産省統計情報部編：平成17年水産物流通統計年報
- 3) 水産庁：平成8年度水産物需要動向調査分析事業―マグロとサケの需要動向について―，1997

水産物消費拡大事業

徳田 眞孝

市場流通の衰退による流通の多様化に伴い、漁業者が直接消費者に販売する直販が盛んになってきている。また、食の安心に対する消費者の意識が高まっており、生産者の顔の見える直販は今後更に重要度が増していくと考えられる。

本事業は、水産物の消費拡大のために新鮮で美味しい水産物を入手できる朝市や産地直売店の情報を広く県民に提供することを目的としており、その一環として、直接販売の実態及びそれを訪問する消費者調査を実施したので報告する。

方 法

1. 直販所実態調査

県内の直接販売の実態を把握するため、漁協や漁業者がグループ単位となって主催もしくは参加して水産物を出荷している朝市、夕市及び産地直売店（ただし、個人経営のもの及びカキ等の単品種の取り扱いのものは除く、以下直販所という）を対象に、直販所の運営形態、販売実績、販売形態、漁業者の参加形態等について、直販所の運営者、漁協、参加漁業者等に聞き取り調査を行った。

2. 消費者調査

県内の直販所を類型別に分け、それぞれの代表的な直販所6カ所（姪浜朝市、志摩の朝市、JF 宗像福岡支所「お魚市場」（以下お魚市場という）、JF 遠賀 筑前あしや「海の駅」（以下海の駅という）、福ふくの里、汐入の里物産館（以下汐入の里という））において、平成18年11月～19年3月にアンケート調査を行った。調査を行ったそれぞれの直販所の特徴を、表1に示した。なお、直販所の客層は平日と日曜で若干変わることが予想され

表1 調査対象直販所

直販所名	場所	販売型	販売品目	立地等
姪浜朝市	福岡市西区	朝市型	主に水産物の販売	漁港
志摩の朝市	志摩町	朝市型	水産物+農産物の販売	公共機関隣接
お魚市場	福津市	店舗型	水産物のみの販売	漁港
海の駅	芦屋町	店舗型	水産物の販売+レストラン	漁港
福ふくの里	二丈町	店舗型	水産物+農産物の販売	道路沿い
汐入の里	北九州市若松区	店舗型	水産物+農産物の販売	公園隣接

たが、朝市の開催は日曜に限られるので、店舗型の調査もそれに合わせて日曜に実施した。

調査方法は、調査票を直販所を訪問した人に直接配布し、後日、郵送にて回収する方法とした。

結果及び考察

1. 直販所実態調査

平成18年度に開催されている県内の直販所の位置を図1に、開設数の推移を図2に示した。直販所は、県内に36ヶ所あり、うち特定の日に開催する朝市、夕市（以下朝市型という）は16カ所、常設の店舗（以下店

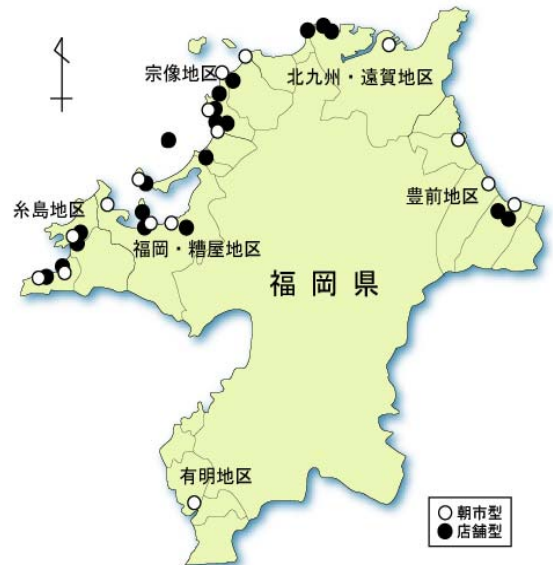


図1 直販所の位置

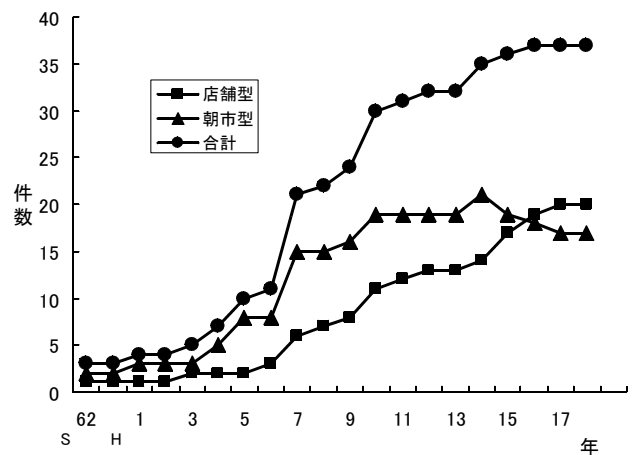


図2 直販所の件数の推移

舗型という)は20カ所であった。朝市型の開設数の推移を見ると、昭和61年に「志摩の朝市」が開設されたのが最初であるが、平成3年頃から10年頃まで、急激に増加した。その後、平成14年に21件とピークを示すが、近年は漸減傾向にある。店舗型は、平成7年頃より増え始め、平成16年度からは朝市型の開催数を上回り、現在も増加傾向にある。

次に直販所の販売額の推移を図3に、地区別の販売額の推移を図4に示した。なお、直販所の販売金額は、平成9年以前の資料は無く不明である。最近、店舗型は大型店が開設されて販売額が急激に増加し、平成17年度は、9億3千万円となった。地区別では、糸島地区、宗像地区が多いが、都市部の福岡・粕屋地区、北九州地区での販売額は少ない。

次に、県内直販所の実施形態を表2、3に示した。朝市型の開設主体の構成から、(A)漁協や漁協青壮年部が主体となって開設するもの、(B)地方自治体が主催し漁協が協力するもの、(C)商工会や有志による実行委員会

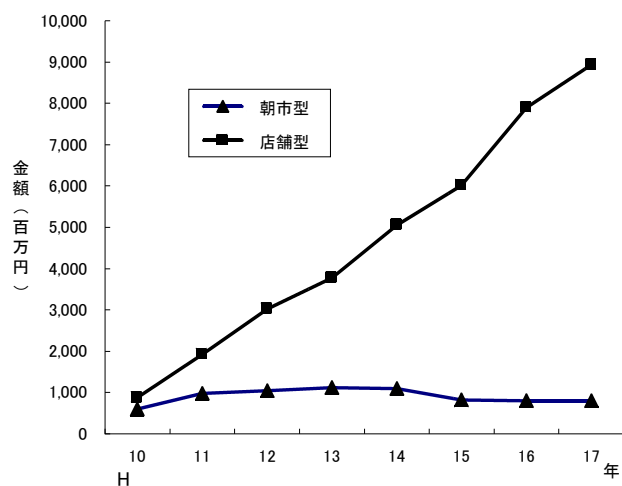


図3 直販所の販売額の推移

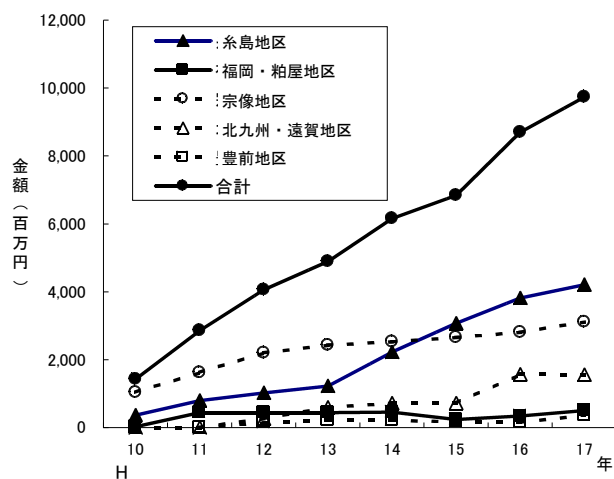


図4 直販所の地区別販売額の推移

が開設し個人で参加しているものに分けられるが¹⁾、(A)のものがほとんどであった。販売方式は、漁業者が個人レベルで直販所に委託販売するもの、漁協が組合員から商品を買取販売するもの、漁業者が直販所に出向き直接販売するものに分けられるが、全て直接販売であった。店舗型は、店舗の運営主体から、①漁協、②出荷者の利用組合、③会社、農協、商工会等（②が組織を強化して作った会社等を含む）に分けられるが、①が8カ所、②が4カ所、③が8カ所であった。販売方式は、委託販売が10カ所、買取販売が9カ所、直接販売が1カ所であった。店舗型については、近年、委託販売方式を採用した③の大型店舗での販売の伸びがめざましい。これからは大型店舗が参入することが予想され、今後は直販所同士の競合も激化すると考えられる。

2. 消費者調査

アンケート調査の配布数、回答数、回収率を表4に示した。6カ所で747票を回収し、回収率は61.6%であ

表2 朝市型の種類別開設状況

	委託販売	買取販売	直接販売
漁協や漁協青壮年部等が主体となって開設	0	0	12
地方自治体が主催し漁協が協力	0	0	0
商工会や有志による実行委員会が開設	0	0	4
合 計	0	0	16

表3 店舗型の種類別開設状況

	委託販売	買取販売	直接販売
漁協	0	8	0
出荷者の利用組合	2	1	0
観光協会等の地域団体	1	0	0
会社等の組織	7	0	1
合 計	10	9	1

表4 アンケート調査実績

配布場所	配布日	配布数	回収数	回収率
姪浜朝市	平成18年10月29日	193	104	53.9%
志摩の朝市	平成18年11月26日	200	122	61.0%
お魚市場	平成19年3月4日	200	126	63.0%
海の駅	平成19年2月18日 平成19年3月11日	220	113	51.4%
福ふくの里	平成18年12月10日	199	137	68.8%
汐入の里	平成19年3月11日	200	145	72.5%
合 計		1212	747	61.6%

った。

アンケート調査結果を図5～8に示した。直販所を訪れる人の性別は、男性が朝市型は68～72％、女性が28～32％に対し、店舗型は、男性が27～44％、女性が56～73％であった。年齢は、全体的に50、60代が多く訪れているが、直販所毎に若干の差が見られ、姪浜朝市、志摩の朝市、福ふくの里、汐入の里は50、60代が多く、お魚市場、海の駅は、60代が若干少なく、30代が多かった。職業は、全体的には主婦、会社員が多く、両者は併せて50～70％を占めるが、朝市型は主婦が20％弱と少ないのに対し、農産物を一緒に販売する店舗型は、50％と差が見られた。来訪の所要時間は、各直販所に違いが見られ、所要時間40分未満の客の占める割合は、姪浜朝市が96％と最も多く、汐入の里（78％）、志摩の朝市（66％）、お魚市場（55％）、福ふくの里（40％）、海の駅（36％）の順であった。

今回の調査では、各直販所によって性別、年齢、職業、集客範囲に違いが見られた。性別と職業については、朝

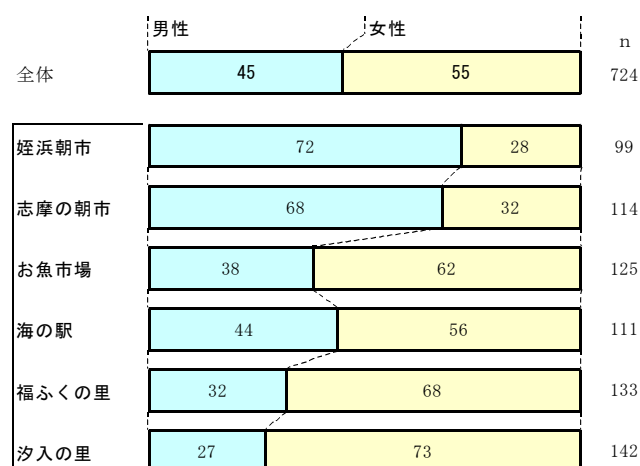


図5 直販所の来訪者の性別

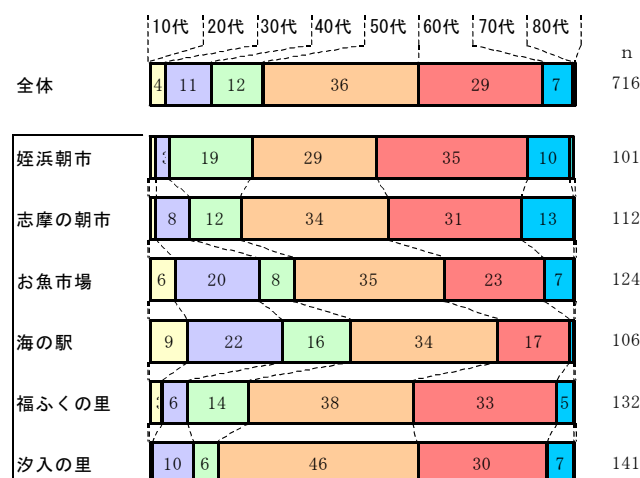


図6 直販所の来訪者の年齢

市型と店舗型で差が見られ、店舗型は女性客で特に主婦層が多く利用していると考えられる。年齢については、お魚市場、海の駅は、他の直販所より若い客層が来訪し、特に海の駅の客が最も若かった。海の駅は水産物レストランが併設されており、レストランの併設が来客の年齢層を広げると考えられた。来訪の所要時間については各直販所に違いが見られ、それぞれの直販所の集客範囲の広さは、各直販所の様々な条件が影響していると考えられる。集客範囲の広い直販所は、海の駅と福ふくの里であるが、海の駅は年令の場合と同様にレストランを併設することで観光的な要素が取り込まれ、広い範囲からの集客が可能になったと考えられる。しかし、福ふくの里については、立地的には福岡市－唐津市の中間地点にあり、一見、観光客の来訪が多い直販所のように見えるが、実際には、食材を買うのを目的に福岡市内から足を運んでいる人が多くみられ、単に福岡市内から離れた立地条件のために、家からの所要時間を要しているにすぎない。

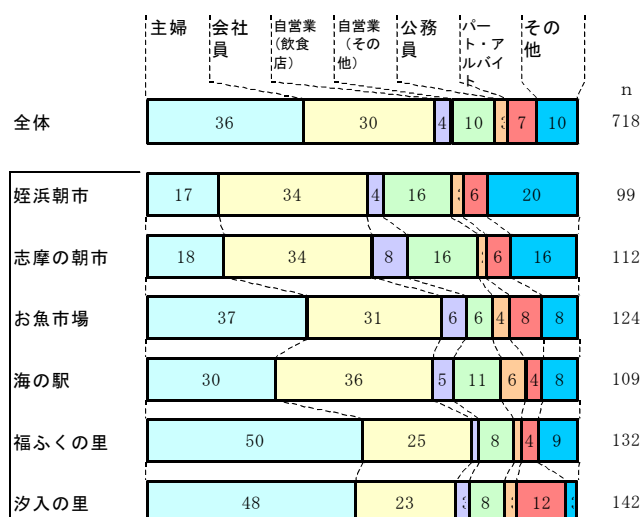


図7 直販所の来訪者の職業

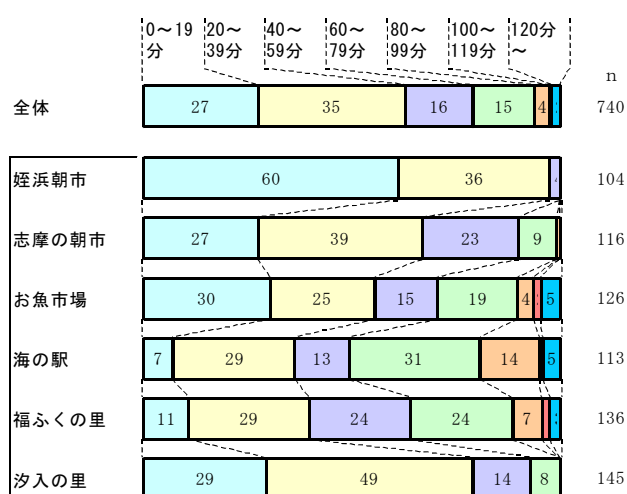


図8 直販所来訪者の家からの所要時間

福ふくの里は、地元の客に加え、福岡市内からの客を多く取り込むことで成功した直販所と言うことが出来る。

今回のアンケート対象者の居住地を表5に示した。調査対象とした直販所は6カ所中4カ所が福岡市、北九州

表5 各直販所来訪者の居住地

直販所名	福岡市		北九州市		その他の市町村		計
姪浜朝市	89	(100%)	0	(0%)	0	(0%)	89
志摩の朝市	60	(58%)	0	(0%)	44	(42%)	104
お魚市場	34	(31%)	5	(5%)	70	(64%)	109
海の駅	11	(11%)	51	(53%)	35	(36%)	97
福ふくの里	73	(58%)	1	(1%)	52	(41%)	126
汐入の里	0	(0%)	129	(95%)	7	(5%)	136
合 計	267	(40%)	186	(28%)	208	(31%)	661

市から離れて立地しているにも関わらず、福岡市内、北九州市内の居住者が 68 %を占めた。この2政令市の人口は、約 241 万人であり（平成 19 年 6 月現在）、福岡県の人口の約半数を占める。この2政令市の消費者は直販所の重要なマーケットと考えられ、これらの地域から消費者をいかに取り込めるかが直販所を振興していく上で、重要な要素と考えられる。

文 献

- 1) 日高健：都市と漁業－沿岸域利用と交流－,第 1 版,成山堂書店,東京,2002,pp.100.