

会長賞受賞者記念講演

① 庄内おぼこサワラのブランド力維持と研究所が果たす役割

山形県水産研究所 資源利用部

庄内おぼこサワラ研究チーム 代表者 高木牧子

【背景と目的】

庄内おぼこサワラは、平成 22 年にブランドが立ち上がってから、今年で 12 年目を迎える。魚価安や操業コストの増加等により厳しい漁業経営を強いられていたはえ縄漁業であったが、平成 17 年頃からサワラの来遊が増え始め、当初は馴染みがなく非常に安価であったが、平成 22 年には神経締め等の高鮮度保持技術を施したサワラを「庄内おぼこサワラ」として売り出した。水産研究所では、品質の科学的な評価を行うことで、漁業者の取り組みを後押ししてきた。

【内容】

水産研究所では、平成 24 年度から「高鮮度保持技術開発」に取り組み、K 値を指標とした庄内おぼこサワラの評価によって、生食の普及とブランド化に寄与した。また、ブランド力の維持という課題に対し、延髄破壊等の処理が技術マニュアルに沿って適切に行われているかを検査する「抜き打ちチェック」や、更なる品質向上を目指した「技術マニュアルの見直し」等について必要な試験を行い支援した。さらに、代謝産物を網羅的に解析できるメタボローム解析を活用した熟成魚に関する研究を開始し、庄内おぼこサワラの特徴である「熟成」という新たな価値の提案を行っている。

【成果と普及】

平成 22 年当初は築地での平均単価は 1,404 円/kg であったが、平成 25 年には 1,692 円/kg、最高値は 3,500 円/kg となった。以降もブランド力維持の取り組みにより、平均単価は 1,450～2,207 円/kg と高水準を維持している。また、ブランド化前と比較して、はえ縄漁業者の漁家経営は大きく改善し、平成 27 年度から平成 29 年度にかけては、7 隻のはえ縄漁船が新造され、その全てが庄内おぼこサワラのメンバーであった。さらに、平成 28 年度には、庄内おぼこサワラの成功事例を他の魚種にも広げていくための枠組みとして、「庄内浜ブランド創出協議会」が設立され、関係者一体となったブランド化の体制が構築された。