

第Ⅱ部 地域ブランドの形成手法に関する実証的考察

第6章 地域ブランド形成の形成手法に関する実証事業 ー青森県八戸市における地域ブランド形成を事例にー

1. 実証事業の経緯

5章では、宮城県石巻市の道の駅「上品の郷」における農産物を中心とする地域ブランド形成を取り上げながら、4章までに取り上げてきた地域ブランドの価値形成の方策、価値伝達の方策について実証事業を行いながら検証してきた。5章で述べた実証事業では、地域内におけるコンセンサスの形成、価値創出、価値伝達の取り組みが地域ブランドを形成する上で有効であることがわかった。また、地域が一体となる地域ブランド形成の取り組みは、地域が抱える問題解決を図るのに有効であることも確認することができた。しかし、5章で述べた取り組みは、様々な諸問題が存在するものの、地域ブランド形成の主体となる組織体が存在し、道の駅内の機能もある程度機能していた。顧客との直接的なコミュニケーションを行う環境も整っていた。価値形成に対する意識や危機に対する意識も、同駅駅長を務める太田氏（元桃生郡河北町長）の尽力により醸成されていた。すなわち、5章で述べた実証事業は、地域ブランドの構築や価値形成に向けた環境が整備されていたと考えることができよう。

しかし、地方社会における第一次産業および関連する製造業の場合、5章で述べた事例のように、改革的な意識や危機意識が地域社会に醸成されているとは限らない。地域の規模や居住人口、地域の知名度、産業の規模、生産量についても一様ではない。また、販売手法についても、産直施設における販売と大消費地をターゲットにした販売では、基本的に異なる。地域ブランドの形成手法については、多様な観点に基づく検証活動も実施していかなければならない。本章以降では、青森県八戸市における地域ブランド形成に向けた活動を提示しながら、中規模地方都市におけるブランド形成手法の方策について考察していく。

序章でも述べたように、一次産品を生産する生産者や一次産品に関連する製品を製造する事業者は、生産業務のみに傾注し、販売活動については流通、販売業者に依存してきた。出荷についても、とかく系統的な出荷手法や開放的なチャネルを重視した手法を適用しており、産品や製品に目立った特徴を持たない場合、多くの産品や製品がコモディティ品として扱われてきた。産地の方針も、質的な優位性よりも量的な優位性を追求する傾向があり、このような状況にあつては、規格の統一化と量の確保を図ることが産地の課題となる。

筆者が居住する青森県八戸市においても、水産業および水産加工業の場合は、量的な優位性によって産地を形成してきた。漁港における卸売の単位も大きく、加工品の原料となる魚種の場合にあつてはトン単位で取引されることが慣例となっている。消費地に対する取引単位についても、冷凍魚の場合は10kg単位に箱詰めされたケースを複数単位で取引することが慣習となっている。このようなマス・マーケティングの観

点による商習慣は、消費地市場向けの流通を主眼においてきたため定着したものであると考えられるが、第一次産業の収益性が低下している状況や需要が消費を下回る今後の消費社会においては、既存の流通手法のみにこだわらず、多様な取引手法を模索していく必要があるだろう。さらに、価値伝達や顧客との関係を構築することが求められる現代的なマーケティング手法を重視するのであれば、量的な優位性から質的な優位性を追求していく必要があるだろう。

質的な優位性を追求していく場合、3章4節や5章で提示した事例のように、地域社会において地域ブランドを形成していくことは有効な取り組みになる。しかしながら、地域ブランドや現代的マーケティング手法で重視されている価値伝達や顧客との関係構築を図るためには、マーケティングの手法や流通チャネルの変革など、抜本的な改革を講じることが求められ、既成概念からの脱却に加え、マーケットインの発想によるマーケティングの手法や選択型、個別対応型の流通手法を積極的に採用していかなければならない。量的な優位性を確保しながら産地を形成してきた地域において、地域ブランドを形成していくことは可能なのか。また、地域ブランドの形成を図るためには、どのような取り組みを展開していくべきか。筆者は、このような課題を解決させるために、2006年度より青森県八戸市において八戸港で水揚げされるサバ¹の地域ブランドの形成に向けた実証事業を地域社会とともに着手することにした。6章と7章では、筆者が発起人となり、青森県八戸市で着手した水産物を対象とした地域ブランド形成事業を提示しながら、地域ブランドの形成手法、価値形成の手法、事業結果などについて考察していく。なお、本章では2節以降で、地域ブランド形成事業に至るまでの経緯とブランドの形成を目指して実施した試験事業の内容と成果を中心に述べていく。7章では、地域社会で着手した地域ブランド事業活動について述べていく。

2. 八戸沖で漁獲されるサバに関する諸調査

2.1 八戸漁港におけるサバの水揚げに関する実態

筆者は、2003年より八戸市に居住し、地域産品に関する調査活動に従事している。一次産品を中心とした調査活動では、青森県三八地域で生産されている農産物、水産物の優位性や生産地との関係性について、消費地における試験的な販売活動やヒアリング活動を展開しながら模索してきた。調査活動を進めるうちに、感覚的な判断であるものの、八戸港で水揚げされているサバの脂質含有量が他産地のものよりも多いのではないかと感じるようになった。そして、サバの脂質と地域性との間に何らかの関係性があるのではないかと考えるようになり調査活動を実施することにした。

水産関係者に対するヒアリング活動を通して、八戸を中心とする北太平洋海域の漁場で漁獲されるサバは、秋口の冷涼な海水温によって脂質が増し、築地市場などの消

¹ 本章における「サバ」・「鯖」・「さば」の各表記は、次のようなポリシーの下、表記方法を区分けしている。「サバ」…一般名称として使用する場合。「鯖」・「さば」…商標など、固有名詞として使用する場合。なお、「サバ」については、固有名詞として使用されている場合はその状況に応じて表記している。しめ鯖については、「鯖」を用いて表記している。

費地市場においては「秋サバ」という名称で取り扱われていることを知った。また、八戸沖のサバの漁場は、八戸漁港から比較的近い地域で漁獲されるため、鮮度が求められる²サバ漁にとっては、漁獲から水揚げまでの操業が短時間で行うことができるという特徴もわかってきた。このような地域性により、八戸市では古くからサバ加工品の生産が盛んであり、特に水産加工品として流通しているしめ鯖製品の生産量は全国の8割以上のシェアを占めていると言われている（東洋経済新報社 2006、八戸市 2006b）。サバを原料とする缶詰の生産についても、大手水産会社が製造拠点を設置しており、大手メーカーの缶詰を製造する工場関係者の話によると、「生原料から生産される上級グレードの缶詰は、そのほとんどが八戸で生産されている」ということである。このような状況から、八戸漁港は、水産業界関係者の中では、高品質なサバが漁獲される産地であることが知られていたと推測できる。しかし、八戸沖で漁獲されるサバの価値が水産業界関係者の中で認識されていたとしても、消費者や消費地の販売店には認知されていないことも事実である。たとえば、「秋サバ」の存在や価値が消費者に知られていたとしても、食品表示欄には「国産」と表記されているため、産地や流通業者が強いメッセージを発信しない限り、詳細な産地名は認識されていないものと考えられる。

八戸魚市場におけるサバの水揚量は、1970年から75年に至るまで、毎年20万トン以上であった。このような時期は、水産業の生産額の伸長状況を背景に、水産加工を営む各社は大規模冷蔵庫施設や生産機器の整備といった生産規模を拡充するためのハードウェア整備を積極的に実施していた。しかし、1989年以降は、序章の図1-4でも提示したように水産物の水揚量が減少傾向に転じ、2000年以降は最盛期の1/4以下となる200,000トン程度まで落ち込んだ（八戸市 2006b）。

八戸漁港においてサバの水揚げが少ない年については、水産加工会社も原料調達に苦慮する。サバ加工品を生産する水産加工会社は、他の国内産地や海外諸国から原料を買い付けており、産地としての利点を生かすことができないような生産活動を行っている。その一方で、八戸港のサバの水揚げ状況に関わらず、ノルウェーなどの北欧諸国で水揚げされたサバを加工用原料として積極的に買い付ける傾向にある。水産加工会社が北欧諸国からの買い付けを行う理由は、北欧で漁獲されるニシサバ（学名：Scomber Scomber）が国産のサバよりも魚体が大きく、かつ脂肪分が高い魚種であると認識されていたからである。現在、八戸市内でサバ加工品を製造する水産加工業者の多くは、地域性とは関係なく、国産の真サバを原料にした加工品と北欧諸国産のサバを原料にした加工品の双方を生産しており、北欧諸国産原料で生産した製品の方を高いグレードで販売している企業も存在する。

一方、漁港の産地市場における卸売価格の相場は、過去の取引実績、消費地までの距離、ロジスティクスの整備状況に関係すると言われている。一次産品がコモディティ品として扱われる場合、消費地市場における取引価格の相場はある程度、等級別に

² 「サバの生き腐れ」と言われるように、サバは傷みやすい魚種である。

均一化が図られる。しかしながら、物流コストについては、当然のことながら消費地から遠い産地の方が掛かる。このような取引形態を持つ場合、物流コストは産地の価格に吸収されるため、消費地からの距離があるほど、産地の卸売価格が安価になる傾向がある。同じ傾向がサバの取引においても散見される。表 6-1 は、サバの水揚げ量が久々に 50,000 トンを超過した 2006 年度の八戸漁港の卸売価格である。この表を参照してみると、八戸漁港における取引価格が地理的な制約によって低下していることを窺うことができる。このような傾向が継続すると、水産業の収益性が低迷する状況においては、八戸沖で漁獲されたサバが他の漁港で水揚げされるということも想定される。同じような現象が、北太平洋海域におけるサンマ漁でも起きている。宮城県の気仙沼漁港は、サンマの水揚げ地として知られているが、2006 年度は宮城県女川漁港の水揚げの方が多くなった³。卸売価格についても、気仙沼漁港の 54 円/kg に対し、女川漁港は 58 円/kg の値が付いている⁴。最近では漁船のエンジンの性能が向上しているため、漁場から漁港までの高速運搬が可能になった。漁船（船会社）は、多少の距離があっても、船上でコスト計算を行いながら高く売れる漁港を選択する傾向にある。数隻の船舶で操業している旋網船団の場合、母船が操業している間に、複数の運搬船が水揚げ地を選択して運搬している。

漁獲量や生産量が減少する状況においては、産地は生産者が満足するような価格を形成しながら卸売価格の相場を高めていく必要があり、水産物を買付けする仲買人や水産加工会社は、販売力の強化や付加価値の形成をはかることが求められるだろう。さらに、地域産品がコモディティ品として取り扱われている場合にあっては、地域性と産品の関係性を分析しながら価値を探究し、価値伝達を図ることが産業を維持するために必要な策になると考えられるだろう。

漁港名	県	上場水揚げ量 (t)	卸売価格 (円/kg)
八戸漁港	青森県	57,094	44
石巻漁港	宮城県	67,172	51
波崎漁港	茨城県	42,062	49
銚子漁港	千葉県	134,812	56
沼津漁港	静岡県	22,695	54
焼津漁港	静岡県	18,910	49
奈屋浦漁港	三重県	35,578	44

表 6-1 主要漁港におけるサバの上場水揚げ量と卸売価格 (2006 年度)⁵
水揚げ量 10,000 トン以上 出所：農林水産省 2007b

³ 気仙沼漁港の水揚げ量＝29,356 トン、女川漁港の水揚げ量＝33,459 トン

⁴ 2006 年 10 月に三陸沖（牡鹿郡女川町沖）で起きた気仙沼漁港所属のサンマ船第 7 千代丸の沈没事故は、八戸漁港から水揚げ地を変更して女川漁港に向かっている際に起きた。

⁵ 長崎県松浦港も日本有数のサバの水揚げ地であるが、同港は長崎県の管理による一般港として指定されているため、農林水産省の公的資料にはデータが提示されていない。

2.2 サバの品質に関する定量的調査

筆者は、コモディティ品として取り扱われている八戸漁港で水揚げされるサバについて、地域性と関係した価値や地域ブランドとしての機能の有無を探るために調査活動を実施することにした。そして、八戸市で水産加工会社を営む丸竹八戸水産株式会社（以下：丸竹八戸水産と表記）代表取締役社長の島守義昭氏の協力を得ながら、八戸で水揚げされるサバについて定量的な調査を行うことにした。調査の実施に際して、島守氏とともに下記のような仮説を立てた。

・八戸沖の漁場（北緯 40 度 30 分、東経 142 度海域）で漁獲されるサバは、旋網船による水揚げ海域としては日本の北端に近いため、他産地のものよりも粗脂肪量が高い。このことは事実であるか。

・サバの脂肪分には不飽和脂肪酸である EPA（エイコサペンタエン酸）、DHA（ドコサヘキサエン酸）が含まれており、粗脂肪量が高いと EPA、DHA の含有量が豊富であるといわれている。このことは事実であるか。

筆者らは、上記仮説の内容を検証するために、青森県ふるさと食品研究センターの協力を得ながら、八戸沖で漁獲されるサバの粗脂肪量を調査することにした。表 6-2 は、2006 年度に北太平洋海域の各地（八戸沖＝北緯 40 度 31 分海域、宮城県沖＝北緯 38 度海域、福島県沖＝北緯 37 度 39 分および 37 度海域）で漁獲された真サバの粗脂肪量を示したものである。

水揚げ日		漁場位置			区分	肥満度 avg.	粗脂肪量 (%)
2006.9.4	北緯 40°31′	東経 142°08′			小	15.9	17.52
					中	14.6	21.33
					大	16.8	24.25
2006.9.7	北緯 38°01′	東経 141°58′			小	16.0	15.59
					中	18.3	23.25
					大	17.0	23.32
2006.11.9	北緯 37°39′	東経 141°32′			小小	13.4	8.27
					小	15.9	16.74
					中	16.2	18.17
					大	15.3	18.32
2006.11.18	北緯 37°00′	東経 141°27′			小	16.0	15.53
					中	14.8	18.50
					大	16.0	20.77

※肥満度は同一海域における各重量 3 匹ずつの平均値である。区分の「小小」は 350g 前後、「小」は 400g 前後、「中」は 500g 前後、「大」は 600g 以上の鯖重量を表している。

表 6-2 北太平洋海域の海域で漁獲された真サバの粗脂肪量

出所：青森県ふるさと食品研究センターの調査データ

表 6-2 の調査で、八戸沖で秋季に漁獲されるサバは、他海域で漁獲されるサバよりも粗脂肪量が多い傾向があることがわかってきた。また、漁獲時期についても、他海域よりも早い時期に粗脂肪分が高いサバを漁獲できる傾向がわかってきた。図 6-1 は、気象庁が発表している 10 月の北西太平洋月平均海面水温平年値である。図 6-1 より、八戸沖を中心とする北東北の太平洋海域は、南東北の太平洋海域や九州地方でサバが漁獲される主要海域（五島列島や対馬沖）よりも海水温の低下時期が早いことが把握できる。島守氏は、漁獲時期と海水温との関係について「粗脂肪分が高いサバは海水の温度が 16～18 度になると漁獲できる」と経験的な見解を述べている。島守氏と同様の見解は、八戸市に所在する複数の水産加工会社経営者も同様の見解を示している。青森県ふるさと食品研究センターが調査した粗脂肪分のデータは、水産業界の経験的な見解を裏付ける資料となった。

また、八戸沖で漁獲される真サバの重量と粗脂肪量は、図 6-2 が示すとおり、正の相関が強く（ $R^2 \approx 0.63$ ）、魚体が大きくなるほど粗脂肪量が多くなる特徴も観察することができた。従来まで、国産の真サバの粗脂肪量は、前述したとおり、従来まで北欧諸国で漁獲されるニシサバよりも粗脂肪量が少ないと言われていた。食品標準成分表（独立行政法人科学技術振興機構）においても、ニシサバ（たいせいようさば）の脂質が 26.8% に対し、真サバの脂質は 12.1% と記述されている。しかし、今回の調査では、魚体重量が 600 グラム以上の真サバはニシサバよりも粗脂肪量が多い傾向が見られた。図 6-2 は、真サバの魚体の重量と粗脂肪量の相関関係を示したグラフである。

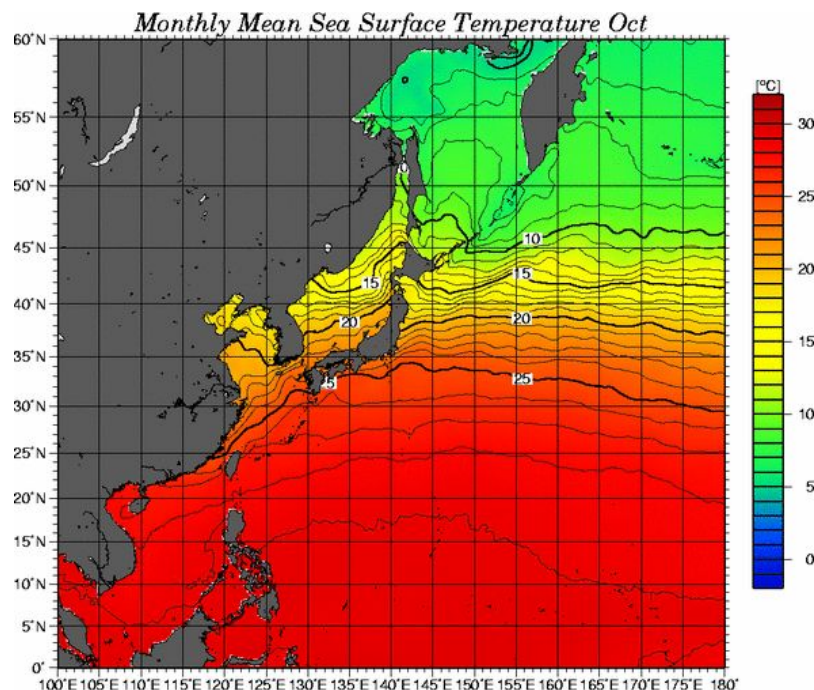


図 6-1 北西太平洋月平均海面水温平年－10 月 出所：気象庁気象統計情報

http://www.data.kishou.go.jp/kaiyou/db/kaikyo/ocean/clim/norsst_mon.html

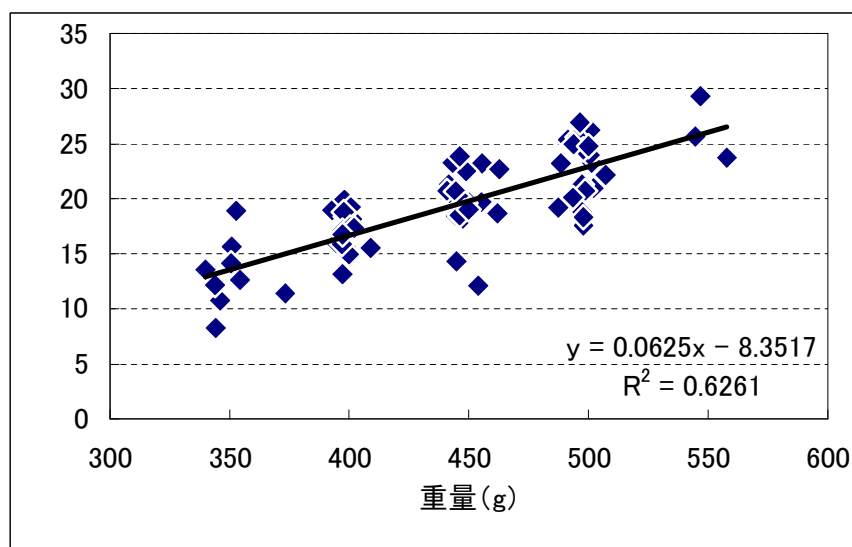


図 6-2 真サバの重量と粗脂肪量の相関
出所：青森県ふるさと食品研究センターの調査データ

次に、サバの粗脂肪分に含まれる不飽和脂肪酸である EPA と DHA の含有量について調査した。八戸沖で漁獲されるサバの不飽和脂肪酸の含有量については、公的機関が発表しているデータが存在しないため、含有量の調査を仙台市に所在する財団法人日本冷凍食品検査協会仙台検査所（厚生労働省登録検査機関）に依頼した。調査で使用する検体（真サバ）は、水産加工会社で選別される主要重量である 400g、500g、600g 前後の 3 種類とした。調査結果は、表 6-3 のとおりである。

(100g あたり)				
鯖重量	脂質	EPA	DHA	計 (EPA+DHA)
392g	16.8g	850mg	1300mg	2150mg
518g	23.8g	1600mg	1900mg	3500mg
596g	32.4g	2200mg	2500mg	4700mg

※丸竹八戸水産株式会社が扱っているノルウェー産ニシサバ（鯖重量 600g 以上）の EPA と DHA を調査した際に算出された数値は、EPA=1,610mg/100g、DHA=3,030mg/100g である。

表 6-3 八戸沖で漁獲された真サバに含まれている EPA と DHA の含有量

検体：2006 年 9 月 25 日、八戸沖（北緯 40 度 36 分、東経 142 度 01 分）で漁獲された真サバ

出所：丸竹八戸水産株式会社が財団法人日本冷凍食品検査協会仙台検査所（厚生労働省登録検査機関）に依頼した調査結果より

この調査で、本小節の冒頭で記述した八戸沖で漁獲されるサバに関する仮説は、ほぼ間違いないことが検証できた。このほかにも、八戸沖で漁獲される真サバに含まれる不飽和脂肪酸の成分（EPA と DHA）は、魚体が大きくなるほど多く含まれる傾向

がある。八戸沖で漁獲される魚体 600g 以上の真サバは、ノルウェー産ニシサバの粗脂肪分に引けを取らない含有量がある。EPA の含有量については、八戸沖で漁獲される真サバの方がノルウェー産ニシサバよりも多く、DHA・EPA の含有量のバランスも良いといった特徴も得ることができた⁶。

3. 試験事業に向けた諸準備

3.1 ブランドのコンセプトに関する検討

前節で述べた定量的な調査では、八戸沖で漁獲されるサバの粗脂肪分や不飽和脂肪酸の含有量に関する特徴を把握することができた。しかし、地域ブランドを形成する上で重要なことは、定量分析で得た産地の特徴が有効な要素になるのかということである。このことを確認するためには、消費地の販売店や消費者の意向を調査しなければ明確にならない。このような考えから、筆者と島守氏は、商業実践的な活動（試験事業）を展開しながら、産地の特徴の有効性について確認することにした。

まず、試験事業の着手にあたって、事業で取り扱う製品を選択し、試験事業におけるブランドの仮コンセプトを検討することにした。八戸市の水産加工会社で生産されている主な水産加工品は、表 6-4 のとおりである。表の数値からもわかるように、八戸で水揚げされているサバから生産される加工品の中で、とりわけ生産量が多いものは、しめ鯖、サバフィレー（サバの三枚おろし）、サバ缶詰である。サバフィレーについては、家庭においては調理の原料として使用されることが想定できるため、消費者の反応を直接的に聞き出すことは難しい。また、サバ缶詰については、味付けが評価につながると予想できるため、素材の価値を確認することが難しい。その一方で、しめ鯖については、店頭において試食会を開催することによって消費者の反応を聞き出すことができるとともに、原料魚の価値を判断することが容易である。このような考えから、試験事業ではしめ鯖製品を中心に用いながら、事業展開をはかることにした。

製品名	平成 11 年	12 年	13 年	14 年	15 年
塩サバ	322	380	136	0	5
サバみりん干	76	33	31	1	11
サバかぶら漬	163	128	86	48	30
しめ鯖	4,199	3,861	2,119	129	3,420
サバフィレー	5,241	3,410	3,048	109	1,696
サバ缶詰	6,949	7,447	3,943	3,565	3,523
年度合計	16,950	15,259	9,363	3,853	8,685

表 6-4 八戸市で生産されるサバ加工品の生産高（単位：トン）

出所：八戸市 2006b

⁶地域団体商標制度として商標登録査定を受けた松輪サバ（神奈川県三浦市：1 本釣り）の脂質含有量は、100g 当たり 17～20g（17%～20%）と公表されている。<http://www.matsuwa.ecnet.jp/pr.htm>

事業の展開に際して、地域ブランドの方向性について、地域ブランドやブランド論に関する文献を用いながら、島守氏と定期的に勉強会を開催することにした。島守氏の協力により、サバブランドの先進地でもある大分県大分市佐賀関地域の取り組みや消費地市場の取り扱い状況、取引価格についても調査した。諸考察や他地域の調査を通して、島守氏は八戸地域におけるサバの水揚げや水産加工の歴史的な経緯を振り返る必要性を感じ、「私のしめ鯖物語」という文章を執筆した。島守氏が執筆した文章（一部筆者が要約）は次のとおりである。

「私のしめ鯖物語」 丸竹八戸水産 島守義昭⁷

私が初めてしめ鯖を食べたのは、小学生の頃（昭和30年前後）だった。その当時の八戸は、関西や日本海側の各地域とは違って家庭で生鯖を処理してしめ鯖をつくるという習慣がなかった。また、家庭用冷蔵庫も無く、水産加工場にも急速冷凍庫が無い時代だったので、原料の鮮度を保つことが困難だった。

私が初めてしめ鯖を食べた場所は両親に連れて行ってもらった鮪屋だった。しめ鯖は刺身や握り鮪で食べた記憶がある。当時のしめ鯖は、一年中食べられるというのではなく、旬の時期でしか食べられない料理だった。秋の旬の時期になると、八戸沖で獲れた鮮度の良い鯖をそれぞれの鮪屋が工夫した独自の調味液と締め方で作っていた。先日、北海道の方としめ鯖の作り方について話す機会があった。彼の作り方は、塩に2時間どぶ漬⁸し、酢に15分だけ漬けて食べるという方法だった。この方法だと生の刺身と同じだと思った。しめ鯖の作り方は、人によって製法が全く異なる。いずれにしても、昔の人々が食べていたしめ鯖は、酸っぱくなく、しょっぱくなく、程よい生加減を残したものだだった。

水産加工品としてのしめ鯖は、昭和43年に弊社の先代の社長が開発し、商品化した。当時、加工品としてのしめ鯖を生産する際に一番注意したことは、しめ鯖で食中毒にならないようにすることだった。その当時は、合成甘味料や保存料、酢酸などを食品添加物として使用することが許可されていたので、しめ鯖を製造する際には酢酸に充分漬け込んだ。酢酸は、強度の酸味があるので、その酸っぱさを和らげるためにサッカリン、トーマロンといった旨みや甘さを出すための薬品を大量に使用していた。当時の包装は、現在のような真空包装機もなく、冷凍したしめ鯖をナイロンの袋に入れ、ステープラーで留めるという簡単なものだだった。当時は、現在では考えられないこのような商品でも顧客に認められて商売が成立していた。

同業の水産加工業者が、加工品としてのしめ鯖の生産を始めるようになったのは、昭和53年頃からだった。その当時は、包装方法がステープラーのナイロン袋から縦型の真空包装機、ロータリー式の真空包装機に代わっていた。八戸市におけるしめ鯖の生産量は、しばらくの間は100トンから200トンの間で推移していたが、昭和50年には、444トン、昭

⁷ 島守氏に執筆していただいた「私のしめ鯖物語」は、水産業界紙「みなと新聞」（2007年8月20日～21日）の連載記事として紹介された。

⁸ 魚を粗塩または塩水に漬けること。

和 53 年には 764 トン、昭和 55 年には 1,666 トン、昭和 57 年には 4,662 トンと倍増ペースで急激に伸びていった。

弊社は、昭和 61 年頃から八戸市内の他業者に先駆けて、酢酸を醸造酢に、サッカリンとトーメロンをステビアに変更し、安心かつ安全な商品を製造することにした。調味料の変更に伴い、資材費は 5 倍位に上がったが、加工品としてのしめ鯖製造の元祖として企業努力で困難を乗り越えた。また、この頃から無意識のうちに「酸っぱくなく、しょっぱくなく、程よい生加減」を残したしめ鯖造りを目指していた。味付けも平成元年から平成 8 年までの間に調味手法を 3 回変更した。そして、平成 8 年には国産の真サバを使用した無添加の商品を開発した。無添加のしめ鯖は平成 9 年度の全国水産加工連総合品質審議会において水産庁長官賞をいただくことができた。

今まで弊社がしめ鯖を生産することができたのも、八戸という地域性が強く関連していると考ええる。原料が八戸沖産だったので、脂ののった大変美味しい鯖で生産することができた。真サバの脂肪量や EPA、DHA の調査を実施し、その数値に驚いた。今までは脂肪量が 15%前後あれば十分に美味しい鯖だと言われていたが、今回の調査結果を見てみると小型のサバでもそれ以上の脂質がある。EPA と DHA の含有量も我々が考えていた数値よりものはるかに高い値だった。我々、八戸の水産業界に従事する関係者は、八戸沖で漁獲された真サバを八戸のブランドとして全国に発信するべきだと考える。

島守氏の文章から、八戸におけるサバ加工品の生産や生産技術に関する経緯を理解することができた。そして、筆者と島守氏は、試験事業のコンセプトを次のように位置づけることにした。

・素材（サバ）に関する検討

八戸沖で漁獲された真サバは、2 節で述べたとおり他の海域よりも成分面で優位性が期待できることがわかった。しかし、現在、八戸市の水産加工会社が生産している国産原料を使用したしめ鯖の多くは、八戸漁港で水揚げされる三陸沖の北緯 38 度～41 度という広い海域で漁獲されるサバを区分しないで使用している。このため、消費者が小売店でしめ鯖を購入する際には、サバの原産地が「国産」であるということしかわからない。しめ鯖を生産する水産加工会社は、八戸漁港で水揚げされたサバに関するデータ（原料として使用する真サバの漁獲日、漁獲地を表す緯度経度、漁獲した船名、漁獲の回数）を保有している。今回の試験事業で開発するしめ鯖については、水産加工会社が保有しているデータを活用しながら八戸沖で漁獲されたサバを原料段階で選別し、商品化することにした。

・生産方法に関する検討

島守氏が記述した文章にも示されていたとおり、しめ鯖は、元来、家庭や料理店などでつくられていた料理である。家庭や料理店でしめ鯖をつくる手法は、三枚おろしにしたサバを粗塩に一定時間漬け込み、酢に一定時間漬け込むというシンプルな工程

であった。このような手法で製造されたしめ鯖は、生さ加減が残っており、現在、加工品として販売されているしめ鯖のように甘味や酸味は無かった。現在、多くの水産加工業者が加工品として生産しているしめ鯖の味は、加工業者が衛生面や品質保持のために作り出した味であり、時代の経過とともに食品添加物や調味料などが使用されるようになったと考えられる。

近年は、スローフードブームにより、無添加の食品に対する消費者のニーズが高まっている。生産技術についても、急速冷凍や真空包装の技術が向上したことにより、添加物を使わないでしめ鯖を生産できるようになった。今回の試験事業で開発するしめ鯖については、加工品としてのしめ鯖が生産される前の「原点回帰」の味を再現することを目指すことにした。

・流通チャネル手法に関する検討

八戸市の水産加工会社の多くは、メーカーという立場から取引先を選択・限定しない開放的流通チャネルという流通手法で製品を出荷していた。開放的流通チャネルによる取引形態は、メーカーと販売店の間に中間業者が入ることが多いため、製品を販売する店舗が特定しにくい。今回の試験事業は、八戸沖で漁獲されたサバの地域ブランド化の可能性を検証することが主要な目的であるため、販売者を選択しながら商品を販売する選択的流通チャネルと、メーカーと販売者が提携しながら商品を販売する専属的流通チャネルの手法を適用することにした。

・ブランドのロゴマーク、パッケージに関する検討

地域ブランドの先進事例地を調査すると、多くの地域ブランド商品は自地域のブランドイメージを印象づけ、かつ他製品との違いを明確にするためのロゴマークを保有している。関サバ・関アジで有名な大分県大分市佐賀関地域（旧佐賀関町）も、隣接地域のサバ、アジとの違いを明確にするためのロゴマークを保有している。

試験事業においても、産地を印象づけるためのロゴマークを作成し、パッケージに貼付することにした。

3.2 ブランド製品の開発

3.1 で述べたコンセプトをもとにサバ製品の試作品を製作することにした。試作品の製作にあたっては、客観的な視点による開発の必要性を鑑み、株式会社伊勢丹で長年に亘って食品販売や仕入、催事などの業務に従事されてきた株式会社小倉伊勢丹営業統括部食品担当長の高橋貞男氏にご指導・ご協力いただくことになった。サバ製品の商品開発に際して、高橋氏からご指導いただいた内容は、次のとおりである。なお、本試験事業では、「地域ブランドの形成に際しては、生産海域のイメージを醸成する必要がある」といった高橋氏の助言を受け、ブランドの呼称を「八戸前沖サバ」と表現することにした。

・コンセプトを明確にする

日本には、昔からサバを食す習慣があるが、味の嗜好や調理法は地域によって異なる。商品開発にあたっては、日本全国のサバ料理を考察する必要がある。

・プレミアム性を明確にする

八戸前沖のサバは、他地域のサバよりも脂肪分が高くおいしい。今までは国産よりもノルウェーのサバの方がおいしいという見解が存在したが、八戸前沖サバはノルウェー産に劣らない脂肪分が含まれている。しかし、品質が良い商品であっても、パッケージのデザインや構成を配慮しなければ、顧客に品質の良さが伝わらない。また、地域ブランドの愛好者やリピーターを呼び込むためには、統一感を持った商品パッケージを製作することが重要である。

・消費者と産地を有機的につなげる努力を行う

食に対する安心感の醸成、安全性の確保という社会的な風潮・要請によって、生産履歴の公開を目的としたトレーサビリティシステムの導入の必要性が叫ばれているが、産地やメーカーは衛生面に関する自主的な努力をしても、生産や素材、産地の情報を消費者に伝えるという段階までに至っていない。百貨店の食品売場は、産地と消費者をつなぐ役割があると考えている。産地の努力次第では、商品を通じて直接的な交流まで発展できる可能性がある。生産履歴や産地情報の公開は、積極的に取り組むべきである。

筆者と島守氏は、高橋氏の助言を受けて、実際の製品やパッケージを製作することにした。高橋氏のご指導の下で製作した製品は、次のとおりである。

・八戸前沖無添加しめさば（伊勢丹限定商品）

八戸前沖で漁獲された 600g 以上の真サバ（粗脂肪量 30%前後）を原料に使用し、天然塩と米酢を用いながら、原点回帰の製法（料理店の製法）で仕上げた商品である。

・八戸前沖無添加昆布しめさば（伊勢丹限定商品）

前項の八戸前沖無添加しめさばの上に無添加の昆布を乗せた商品である。

・八戸前沖無添加かぶらしめさば⁹（伊勢丹限定商品）

八戸前沖で漁獲された 400g～450g の真サバ（粗脂肪量 15%以上）を原料に使用し、国産の野菜（大根、にんじん、しょうが、昆布）とともに漬け込んだ商品である。

・八戸前沖燻味しめさば（伊勢丹限定商品、丸竹八戸水産一般商品）

八戸沖で漁獲された 600g 以上の真サバ（伊勢丹以外は 500g 前後）を原料に使用し、くん液¹⁰を加えたオリジナルの調味液で漬け込んだ商品である。この商品は、高橋氏にご紹介いただいた伊勢丹の系列企業である株式会社クィーンズ伊勢丹（伊勢丹新宿本店地下塩干物売場）の食品担当の方からアイディアをいただいて開発した商品である。

⁹ 本来の「かぶらしめさば」は「かぶ」を使用するが、水産加工業者が製造する製品には大根が使用されている。

¹⁰ 食品添加物は、天然添加物と化学的合成品の添加物に分類される。化学的合成品の添加物は、厚生労働大臣の指定を受ける必要があるが、天然添加物は指定を受けなくても良い。

- ・八戸前沖鯖漬魚ー西京、もろみ、みりん、糠（伊勢丹限定商品）

八戸沖で漁獲された真サバを西京、もろみ、みりん、糠に漬けた焼き魚用の商品である。鯖漬魚（糠）は、日本海側の地域¹¹や九州地区¹²で鯖料理に糠を使用するという習慣に基づいて開発した商品である。

今回の試験事業で製作した製品パッケージは、図 6-3、図 6-4 である。ロゴマークは、図 6-5 である。製品の裏ラベルには、製品のコンセプトを表示するとともに、製品のロット番号から生産履歴の情報や産地の情報、アレルギーに関する情報、調理法（しめ鯖の切り方、鯖漬魚の焼き方）を閲覧できるように、Web サイトの URL や QR コード（2 次元バーコード）を表示した。図 6-6 は、パソコンから生産履歴を参照したスクリーンショットである。



図 6-3 八戸前沖サバ製品のパッケージ（表）

出所：丸竹八戸水産

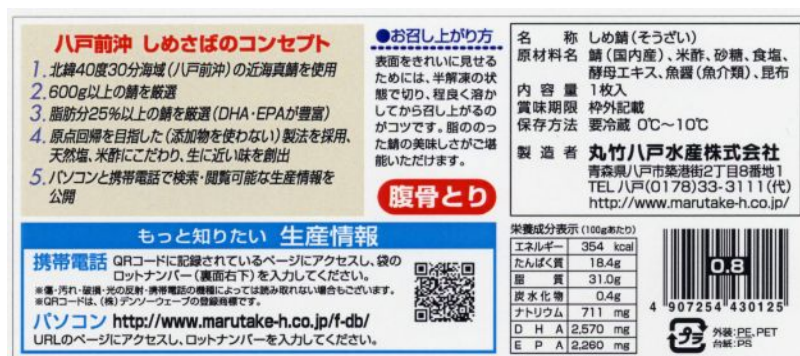


図 6-4 八戸前沖サバ製品のパッケージ（裏）

出所：丸竹八戸水産

¹¹ 日本海側の地域ではサバの糠漬けのことを「鯖のへしこ」、「へしこ鯖」と呼ぶ。

¹² 九州地方には「鯖の糠炊き」と呼ばれる料理が存在する。



図 6-5 八戸前沖サバ製品のロゴマーク
出所：丸竹八戸水産



図 6-6 生産履歴を公開する画面
出所：試験事業で適用した生産履歴公開システムより

4. 試験事業の実施

今回の試験事業で製作した商品は、小倉伊勢丹や伊勢丹の食品バイヤーの方々に評価していただき、幸いにも高い評価を得ることができた。そして、評価の結果、小倉伊勢丹の2007年度中元ギフトに「八戸前沖サバセット」（八戸前沖無添加しめさば、八戸前沖無添加昆布しめさば、八戸前沖鯖漬魚三種）として採用していただくことができた（図 6-7）。さらに、2007年5月18日からは、同店の地下食料品売場においても通常品として販売していただくようになり、売場には、八戸前沖サバの商品を陳列する専用のコーナーを設置していただいた。同店における消費者の反応を高橋氏に伺ったところ、「今回販売した八戸前沖サバ製品の中でも八戸前沖無添加昆布しめ鯖、八戸前沖無添加かぶらしめ鯖、八戸前沖鯖漬魚（もろみ、糠）が

消費者に支持されている」という回答・評価をいただいた。同店での販売は、他店への波及効果も生み出している。同店内にテナントとして入店している企業からは、別店舗においても八戸前沖サバ製品を販売したいという要請を受け、山口県や広島県の百貨店でも販売していただくことになった。



▶青森県八戸前沖から
八戸前沖(北緯40度30分、東経142度付近)で捕獲された鮭がのった秋鮭を原料に使用しております。

＜八戸前沖＞しめ鯖・鯖漬魚セット
803-173 MHS301 3,150円
※希少産品のため、数量限定で販売しております。
※冷凍品にてお届け。

また、八戸前沖燻味しめさばについても、予想以上の注文が入り、在庫の不足により休日に工場を稼働させることがあった。同製品の出荷状況は、図6-8のとおりである。

図6-7 八戸前沖サバセット

出所：2007 小倉伊勢丹中元ギフトカタログより

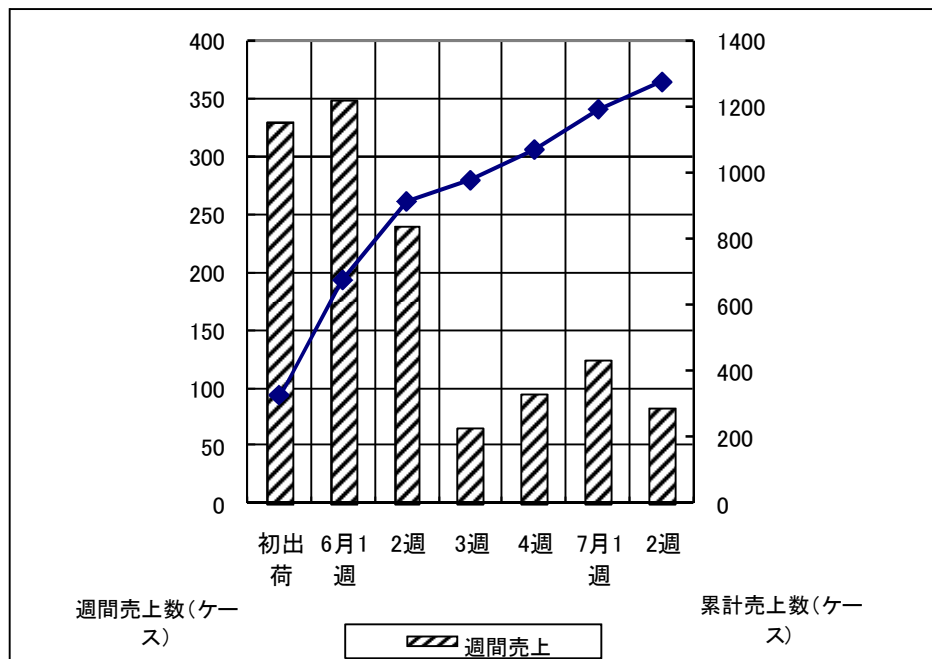


図6-8 八戸前沖燻味しめさばの出荷数と累積（2007年5月18日～7月13日）

注：1ケースあたりの入数は18個 出所：丸竹八戸水産の生産・出荷データ

2章1節でも述べたように、ブランドの形成に際しては、インターナル・ブランディングが必要になる。筆者らは、試験事業で開発した製品に対する地元消費者の反応を調査するために、八戸市十三日町に所在する百貨店（株式会社中合三春屋店）においても、燻味しめさばの試食販売会を開催した（図6-9）。



図 6-9 八戸市内で開催した地元消費者を対象とした調査
(2007 年 6 月 23 日中合三春屋地下食料品売場) 出所: 筆者撮影(同店撮影許諾済)

試食販売会では、消費者に対してアンケート調査を実施した。燻味しめさばに関する消費者向けアンケートの調査項目および結果は次のとおりである(調査日＝2007 年 6 月 23 日: n=164)。

設問: 八戸前沖燻味しめさばの味はいかがでしたか

回 答	人数	比率
とてもおいしい	94	57.3%
おいしい	26	15.9%
ふつう	27	16.5%
やや口に合わない	11	6.7%
口に合わない	3	1.8%
回答なし	3	1.8%

設問: 八戸沖で漁獲されたサバは、八戸の地域ブランドになると思いますか

回 答	人数	比率
地域ブランドになる	119	72.6%
どちらともいえない	36	22.0%
地域ブランドにはならない	9	5.5%

試食販売会において、燻味しめさばをおいしい(とてもおいしい、おいしい)と評価した人の割合は、73.2%であった。試食した人の中には、「今まで鯖が食べられなかったが、燻味しめさばならば食べられる」と述べる方や「サラダなど、洋風料理にも合う」、「青魚独特の臭いが無いため、子供が食べられるようになった」というコメントも寄せられた。一方、「やや口に合わない」「口に合わない」と回答

した方からは、「しめ鯖は酸っぱい方が良い」、「普通のしめ鯖の方が良い」という意見が寄せられた。

八戸沖で漁獲されたサバは八戸の地域ブランドになると思うかという問いについては、「地域ブランドになる」と回答した消費者の割合が72.6%となった。「地域ブランドになる」と回答した方からは、「商品開発を積極的に行うべきだ」、「商品の売り方を工夫するべきだ」、「大消費地に積極的に売り込むべきだ」、「消費者の意見を取り入れた商品開発を行うべきだ」という意見が寄せられた。八戸市の消費者の場合、地元産のサバに慣れている消費者が多く、サバブランド形成については関心が低いと考えていたが、調査の結果、当初の予想を上回る高評価を得ることができ、地域の支援を得る可能性があることもわかった。

このほかにも、横浜市に所在する貿易会社¹³と提携しながら、首都圏においてブランドアライアンスの有効性や価値伝達を図る試みる事業を展開した。玉川高島屋で開催した催事では、一般消費者の関心を観察するとともに、八戸前沖サバの特徴を「日本最北端のサバの漁場」→「秋口の海水温が低い」→「粗脂肪分と不飽和脂肪酸(EPA・DHA)の含有量が豊富」→「おいしい、健康によい」と表現しながら、ブランドの意味性機能を消費者や販売店に伝達する試みも行った。保証性機能の伝達についても、店頭においてデモンストレーションを実施しながら、一般的な食品表示には表示されていない原料魚の漁獲海域¹⁴や加工手法といった付加価値情報を積極的に提示していくことを試みた。その結果、1日あたり240個程度の販売数¹⁵を記録するとともに、同店との取引を実現させることができた。ブランドアライアンスによる取り組みは、提携先がブランドの価値を理解し、かつ評価を受けることができれば、従来までの流通手法では伝達できなかったブランドの意味性や保証性という機能を直接的に伝達できるとともに、地方の中小企業が不得手とする営業能力を補完することが可能である。



図6-10 貿易会社とのアライアンス事業で取り組んだ販売活動
(玉川高島屋地下食品売場) 出所：筆者撮影（同店撮影許諾済）

¹³ 同社は、イタリアからワインを輸入し、首都圏を中心とする百貨店や飲食店などに対する販路を保有している。

¹⁴ 産地証明書には、原料魚の漁獲船名、漁獲日、漁場の緯度、数量を記した。

¹⁵ 玉川高島屋によると、同店通常時のしめ鯖製品の販売数は、平均して15～20個/日である。

参考文献：

- 青森県、青森県産業連関表、1995
- 青森県、青森県産業連関表、2002
- 青森県、海面漁業に関する調査結果書、2007
- 青森県八戸市、八戸市統計書、2003
- 青森県八戸市、第5次八戸市総合計画、2006a
- 青森県八戸市、八戸の水産－統計資料編、2006b
- 阿久津聡・石田茂、ブランド戦略シナリオ－コンテキスト・ブランディング、ダイヤモンド社、2002
- 有馬和幸（編）、水産食品 HACCP の基礎と実際、NTS、2000
- 独立行政法人科学技術振興機構、食品成分データベース（五訂増補日本食品標準成分表準拠）、<http://food.tokyo.jst.go.jp/>
- 倉田亨、日本の水産業を考える－復興への道－、成山堂書店、2006
- 水産庁、水産白書、農林統計協会、2007
- 東洋経済新報社、都市データパック 2006
- 中島正道・辻雅司、中小食品企業のマーケティング読本－伝統食品マーケティングの実際－、農林統計協会、2006
- 農林水産省、食料・農業・農村白書平成19年度版、農林統計協会、2007a
- 農林水産省、農林水産統計（平成18年産地水産物流通調査）、2007b
- 丸竹八戸水産株式会社、八戸漁港水揚げサバの産地に関する記録、2006