

# 水産物の販売促進 - 多獲性魚に対する消費者ニーズ (マイワシ、カタクチイワシ、マアジ)

江川 公明 ・ 小林 良則 ・ 岩田 静夫

On The Sales Promotion of Marine Products -  
The Consumer's Requirements for the Fish of Large Catch

\*Kimiaki E<sub>GAWA</sub>, \*\*Yoshinori K<sub>OBAYASHI</sub> and \*\*\*Shizuo I<sub>WATA</sub>

## はじめに

本県沿岸漁業の主体である定置網漁業では、イワシ、サバ・ウマツラハギなどが漁獲量の大半を占めているにも拘らず、全生産額に占める割合が低く、漁業経営の不振を招いている(木幡1979)。この現状を打開するためには、従来の漁獲を主体とした漁業から漁業者自身が漁獲物売る漁業への転換を図る必要があることが指摘されている(倉田1980)。水産試験場では行政も加え1979~80年と1983~84年の2回にわたって、漁獲量の大半を占める多獲性魚の利用と漁業者の流通参画方法などの売る漁業の推進策について検討した。

第1回目ではウマツラハギを中心に加工方法、販売方法などを具体的に示し、売る漁業の実践を試みた(神奈川県1980)。しかし、生産者側の体制が整っていないこと、生産者側に人材が不足していたことなどにより、この試みは定着しなかった。

第2回目では三浦市金田湾漁協の養殖ワカメを取り上げ、その加工、販売方法を生産者に提示し「売る漁業」を実践するための生産者の主体づくりに取り組んだ(神奈川県1984)。その結果、1985年から金田湾漁協とかながわ生協との間でワカメの「産直」が行われるようになり、1987年には売上げ3,250万円に達した。

しかし、金田湾漁業の活性化を図るためには、ワカメだけの問題ではなく、金田湾漁業の漁獲量の約70%を占

めるマイワシ・カタクチイワシ、マアジなどの多獲性魚の高付加価値化による売上増と漁業者主体の流通への参画による多獲性魚の正当な価格などが最も重要な問題であると考えられる。

そこで、この問題について水産試験場、水産課、金田湾漁協との間で論議した。その結果「売る漁業」の一方方法として「朝市を開設する」という結論が得られ、1987年5月から金田湾漁協の主催により金田湾漁港で日曜朝市が開設され、現在も継続している。

朝市を開設の目的は、消費者の金田湾漁業に対する理解を得ながら販売金額を増大することにあり、金田湾漁業の漁獲の主体をなすイワシ類、アジなどの多獲性魚をどのように販売するかが大きな課題である。この課題を解決するためには、まずイワシ類、アジなどの多獲性魚に対し消費者がどのようなニーズを持っているかを把握する必要がある。この点について1987年~88年にアンケート調査と聞き取り調査を行い、若干の知見が得られたので報告する。

## 方 法

消費者と量販店を対象に行ったアンケート調査と聞き取り調査の概要を表1に示す。消費者に対するアンケート調査は、金田湾漁協が開設した朝市に来た人を対象に、金田湾漁協が表2の様式で、水産試験場が表3の様式で

表1 消費者ニーズ調査概要

区分	調査対象	調査方法	調査数	調査期間
消費者	金田湾朝市来場者	配付アンケート	77人（漁協が実施）	1987.6月 7日
＂	金田湾朝市来場者	面接アンケート	97人	1987.7月 5日
量販店	県内量販店	送付アンケート	40店（回収16店）	1987.9～10月
＂	アンケート回答量販店	聞き取り	4店	1988.1～2月

表2 消費者アンケート様式と結果

(金田湾魚協が朝市来場者に行ったもの)

朝市のアンケート			
あなたは朝市を何で知りましたか？			
1 新聞 (38人)	2 有線放送 (2人)	3 他の人から (30人)	4 その他 (7人)
どこから来られましたか？			
1 市内 (44人)	2 横須賀市 (21人)	3 逗子市・葉山町 (2人)	4 その他 (10人)
あなたが主に買いたい品物は何ですか？			
1 鮮魚類 (72人)	2 加工品（干した魚など） (1人)	3 農産物 (4人)	
この朝市にあと何があれば良いですか？			
1 魚の種類が多いほうが良い	(35人)		
2 農産物がもっとあれば良い	(33人)		
3 このままで良い	(10人)		
4 分からない	(5人)		

表3 消費者アンケート様式  
(研究チームが朝市来場者に行ったもの)

アンケート (金田の朝市)						
1 今日どんな魚を買いましたか (どれ位)						
マイワシ	カタクチ	アジ				
2 買った理由						
(1) 魚が好き		(2) 値段が安い		(3) 鮮度が良い		
(4) 健康・栄養		(5) その他( )				
3 今日買った魚はどのようにして食べますか						
(1) 刺身・たたき		(2) 酢のもの		(3) 塩焼		(4) 煮付
(5) 揚物		(6) 干物		(7) その他( )		
4 買わなかった理由						
(1) 魚が嫌い		(2) 値段が高い		(3) 運搬が困難		
(4) 鮮度が悪い		(5) その他( )				
5 マイワシ・カタクチイワシまたはアジについてお聞きます (どれか1魚種に限定)						
(1) 月に何回位食べますか						
(ア) 1回以上( )回位		(イ) 1回位		(ウ) 1回未満		
(2) 主にどこで買っていますか						
(ア) 魚屋		(イ) スーパー		(ウ) 生協		(エ) デパート (オ) その他
(3) 主にどんな状態のものを買いますか						
(ア) 鮮魚・・・a 丸のまま		b 刺身・たたき等		c その他( )		
(イ) 加工品・・・a 丸干		b メザシ		c 干物		d みりん干 e その他( )
(4) 1回当たりどれ位買いますか ( )						
(5) 魚の鮮度・価格はどうか						
(ア) 鮮度・・・a 良い		b 普通		c 悪い		d わからない
(イ) 価格・・・a 安い		b 普通		c 高い		d わからない
6 あなたの性別・年齢・職業・住い・家族数は						
(1) 性別: 男 女		(2) 年齢: 才		(3) 職業:( )		
(4) 住い: 三浦、横須賀、葉山・逗子・鎌倉、横浜、その他						
(5) 家族数:( )人						
ご協力ありがとうございました						

表4 最販店アンケート様式  
(マアジ、マイワシ、カタクチイワシについて各々作成した)

(店名) \_\_\_\_\_  
(記入月日) 昭和 〇〇年 月 日

マアジ についておききます。

そのほか、さしあ、みりん干、からあげなど食品で販売しているマアジの高値について記入して下さい。

		鮮魚(丸)	たたき	ひらき干し			
(1) どんな商品をどのような姿で販売していますか。 ○印をつけて下さい。	パック詰め						
	その他(田盛り、計り売り)						
(2) パック詰め商品の価格と数量を教えてください。 記入日または近日の産地品について書いて下さい。	8 売り	100g当たりの価格					
		1パックの数量					
	100g 売り	1パックの価格					
		1パックの数量					
(3) どこから仕入れていますか。 ○印をつけて下さい。 主な仕入先には◎をつけて下さい。	中央市場	東京					
		川崎					
		横浜					
	産地市場	県内					
		県外					
加工業者							
その他							
(4) 市場を過ぎ産地から直接仕入れることがありますか。(○印を付けてください)		有り・無し	有り・無し	有り・無し	有り・無し	有り・無し	有り・無し
(5) 県内の産地から直接仕入れる意思がありますか。(○印を付けてください)		有り・無し	有り・無し	有り・無し	有り・無し	有り・無し	有り・無し
(6) 最近一週間に仕入れた産地、製造元を教えてください。	県名、市町名、製造会社等						
(7) 最近一週間または10日間の販売量と金額を教えてください。	月 日から	数量					
	月 日まで	金額					
(8) 良く売れるのは何月頃ですか。							
(9) 最近2～3年の販売傾向を教えてください。 ○印をつけて下さい。	増えた						
	変わらない						
	減った						
	不明						
(10) 「マアジ」について今後どのようなものが売れると思いますか。(店の考え方など)							
(11) 「マアジ」について生産者(漁業者、漁協)または流通業者への要望を書いて下さい。							

御協力ありがとうございました。 返信用封筒で御返送下さい。

(連絡担当者：神奈川県水産試験場 漁業研究部 小林 電話0468-82-2311)

表5 量販店聞き取り様式

## イワシ、アジ店頭調査

(調査年月日)	昭和63年1月 日	(調査員)
(調査対象店)		(責任者)
(調査事項)		
従業員数	うち魚売場従業員	
総売上げ	うち水産物売上げ 鮮魚類 加工品類 海産類	
延床面積	うち魚売場面積	尺 設 ( nr)
	うち鮮魚売場	
	うち大衆魚	
	うち作業場面積	
来客の範囲 (どこからきているか)		
販売時間帯 (販売のピーク)		
魚が仕入れから店頭に並ぶまで(1日の仕事の流れ)		
商品の規格、価格は誰がどのように決めるか		
県内の産地からイワシ、アジなどを仕入れる場合の条件 (時間、運搬、量、荷姿等 わかれれば聞き取る)		

どんな商品が販売されているか (店頭で調べる)
売れ筋商品はどれか
その他

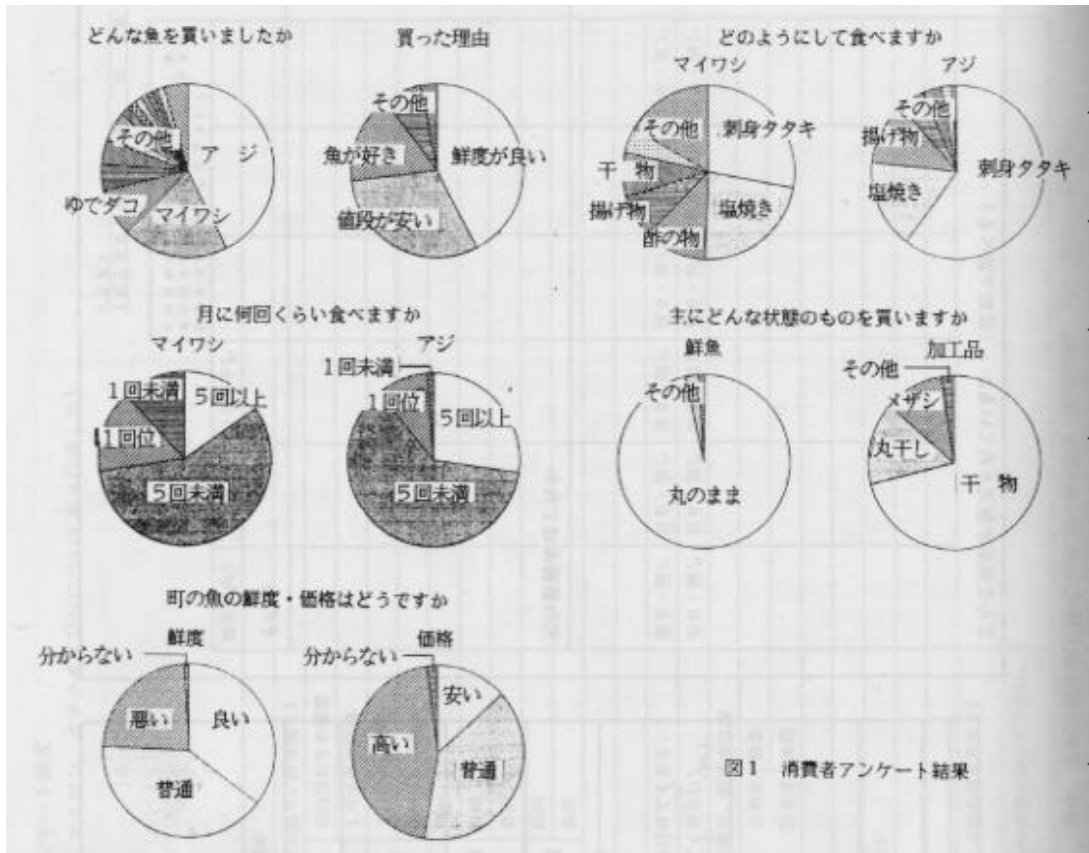


図1 消費者アンケート結果

図1 消費者アンケート結果

それぞれ行った。量販店に対するアンケート調査は、表4の様式で県内40店に郵送で依頼し、そのうち16店から回答があり、回答店のうち4店に対し著者等が表5の様式で聞き取り調査を行った。

また、横浜市中心卸売市場でのイワシ類の取扱量の動向を調べ、アンケートと聞き取り調査結果との関係について検討した。

## 結 果

### 1 朝市来場者のアンケート結果

朝市来場者に対するアンケート結果を図1に示す。

回答者の約60%が多獲性魚であるアジ、マイワシを購入している。買った理由として鮮度が良いこと、値段が安いこと、魚が好きであることなどをあげており、これらで全体の90%を占めている。食べ方は、マイワシを買った人の約50%が刺し身、タタキと塩焼きで、アジは約

60%が刺し身とタタキと回答している。食べる回数はマイワシとアジともに月5回未満という回答が60~70%を占め、5回以上食べるという回答はマイワシでは15%、マアジでは27%であり、マアジの方がマイワシより食べられていることが分かった。一般の小売り店で鮮魚として購入する場合、両魚種共に約90%の人が丸のままで購入しており、刺し身、タタキ、焼魚などで食していることが窺える。また、加工品では主に干物が購入されている。

購入理由として朝市の魚は鮮度が良く値段が安いとした人が多かったが、通常購入している小売り店の魚については、鮮度が良いとした人は回答者の約35%であり、価格は高いとした人が約45%いることが判った。

1987年朝市が開設された当初には約200人が来場したが、その後次第に増え、現在では約800人に増加している。来場者は三浦市内と横須賀市の住民が主体であり、

横浜方面から来る人もある。来場者の年齢構成はアンケートによれば40代が最も多く、次に30代と50代となっている。

神奈川県地域別魚類消費傾向（長谷川他1981）によれば、消費量は内陸地域に比べ沿海地域が高く、三浦市は特に魚の消費が盛んな地域である。従って、今回のアンケート結果が全県下の消費者の意向を代表しているとは言いが、少なくとも金田湾周辺住民はイワシ、アジ等の多獲性魚に対する関心が高く、鮮度、価格が購入の決定要因になっていることが判った。

このことは、今回の調査は魚類消費の盛んな三浦地域で行われたものであるが、多獲性魚であっても鮮度維持を図り、適正な価格で提供することにより、消費の少ない他地域でも消費拡大の可能性を示唆している。

2 量販店調査

量販店に対するアンケート調査結果を、表6、7、8

表6 量販店の主要取扱い品目と増減傾向

品目	取扱 店数	店当り 販売量 バック (PC)/日	最近2～3年の販売量増減傾向				
			増えた	変わらない	減った	不明	
マイワシ	店	平均pc	店	店	店	店	
	鮮魚	15	37pc	8	6	1	0
	丸干	13	20	5	7	0	0
	味噌干	11	8	2	7	0	2
その他	5	4	2	1	0	1	
カタクチ	店	平均pc	店	店	店	店	
	目刺し	12	19pc	5	5	1	1
	シラス干	10	48	5	5	0	0
	鮮魚	8	24	0	7	1	0
その他	1	3	0	0	1	0	
マアジ	店	平均pc	店	店	店	店	
	鮮魚	15	62pc	5	8	1	1
	開干	13	49	6	5	0	2
	タタキ	12	23	6	2	0	4
その他	14	32	4	4	1	5	

表7 量販店の販売方向

今後どのようなものが売れると思うか(店の考え方など)

店 番号	類 型			
	刺身等鮮度の 良いもの 高鮮度	刺身、タタキ、ドレ ほか加工品 簡便	健康食品(栄 養安全含む) 健康	その他 (サイズ、食べ方 等)
S K D M U I Se ke Ki R I r				

アンケート設問に対する回答を類型区分したもの

- マアジ
- マイワシ
- カタクチイワシ

に示す。表6によれば、マイワシ、マアジ共に販売量は鮮魚が最も多い。表には示していないがバック詰めで概ね300円以下に設定されている。鮮魚の次には開き、丸干しなどの干物が多い。カタクチイワシは目刺し、シラス干などの干物が主になっている。マアジはタタキその他の品物も多い。最近の販売量の増減を見ると三魚種とも「増えた」又は「変わらない」とした店が90%以上を占め、多獲性魚の消費拡大が進んでいることを示唆している。

量販店では今後売れそうなものとして、高鮮度のものと加工されたものをあげている。特にイワシ類は3店から健康食品としても伸びそうであるとの回答があった(表7)。生産者や流通業者に対する量販店の要望は、安定供給や価格よりも品質規格や鮮度の方が高い。また、県内産を希望している店もあり特にマアジに対する要望が高い(表8)。

店頭調査では、魚貝類の商品は全てトレーバックを主体にしたバック詰めである。商品種類は多く、加工品が

表8 量販店の要望  
生産者（漁業者、漁協）又は流通業者への要望

店番	類 型					
	品質規格	うち鮮度	安定供給	価 格	近海県内	その他
S K D M U I S ke Ki Y R						物が無い           直接仕入

アンケート設問に対する回答を類型区分したものの  
マアジ  
マイワシ  
カタクチイワシ

主体でラウンド物は少なかった。アジ、イワシ類の商品種類は多く、一店当たり平均25種を数え、その殆どが塩乾物である。商品種が多い店ではアジ開きだけで11種も並んでいた。売れ筋商品は店によって異なるが、アジ開き干しとシラス干しが塩乾物の基本商品となっている。生鮮品は一店当たり4～7種であったが、店内でドレス、フィレー、開き、刺し身、タタキ等を作り、消費者の手抜き簡便指向に対処していた。

規格、価格、仕入れはチェーン店とテナント店ともに主として本部の指示に依存し、販売担当者の裁量の余地は小さいが、鮮魚だけは担当者の意向がかなり反映されるとのことであった。県内産地からの直接仕入れについては、2店で安定供給または仕入れルートが解決されれば、実施したいとのことであった。また、イベント型の販売を実施し、好評を得たという例もあった。

店頭の従業員数、売り場面積は、量販店全体の従業員数や面積当たりの売上額によって決定されている。刺し身、タタキなど鮮魚加工品は作れば売れると述べているが、従業員は多忙なため、対応できない状況にあるとのことであった。

以上のアンケート調査から、(1)消費者調査、量販店調査とも「高鮮度品」に対する要望がもっとも高いことが判った。この要望に応えるためには漁業者側で魚の鮮度を保持し、迅速に供給できるような体制を確立する必要がある。(2)量販店では「簡便さ」、「品質と規格の統一」、「安定供給」などが上げられ、また最近の健康食ブームのなかで、新鮮なイワシ類の販売を増やしたいという話があった。ということになり、消費者は「高鮮度、簡便さ、健康」に対する要望が高いという結論を得た。

3 横浜市中央卸売市場でのイワシ類の取扱い動向

横浜市中央卸売市場のイワシ類の取扱動向によれば（表10）、鮮魚の取扱量は1975年の63千トンから1986年の70千トンと7千トン増加し、特にイワシ類の伸びは大きく、この間に1.9千トンから4.2千トンと2.3千トン増

表9 横浜市中央卸売市場でのイワシ類の動向

品 目	年	1975	1980	1985	1986
鮮魚（冷凍除く） 数量（千トン）		63	67	69	70
うちイワシ類 数量（千トン）		1.9	2.8	3.9	4.2
” 割合（ % ）		3.0	4.2	5.6	5.9
鮮魚（冷凍除く） 金額（億円）		305	451	485	507
うちイワシ類 金額（億円）		2.0	3.4	5.8	6.0
” 割合（ % ）		0.7	0.8	1.2	1.2

（横浜市市場年報）

加している。このことは、マイワシ鮮魚の消費拡大が進んでいることを示唆している。

考 察

金田湾漁港の朝市に訪れた消費者のイワシ類、アジに対する意向をアンケートと聞き取りなどで調査した。1987年に神奈川県県民部が消費者と小売業者に対し行った水産物購買意識調査によると（神奈川県県民部1988。以下「意識調査」という）、家族の好きな魚は、27種中1位はマグロ、2位はアジである。イワシは10位で、サバ、ハマチ、カツオ等よりも上位にランクされている。このことは、今回の調査結果が特定の消費者の意向から得られたものではないことを示唆している。

意識調査による消費者の購入店選択理由は、「鮮度が



良いこと」を1位に上げており、2位以下の「近いから」、「安いから」、「品数が多いから」、「身をおろしてくれるから」を大きく引き離している。特に専門店（魚屋）を選択する主な理由として「鮮度」と「身おろし」をあげている。魚料理の難点として、「生臭い」、「身おろしがうまく出来ない」、「保存がきかない」、「煙や臭いが出る」、「生ごみの処理に困る」等をあげているが、今回得られた「刺し身、タタキ」への人気は、これらの理由と関係しているものと考えている。つまり「刺し身、タタキ」は、鮮度が良いことを前提にした料理であり、魚料理の難点として上げられた項目は専門店でも身おろしをしてもらえば大幅に解消される。

また、意識調査では消費者の70%が「養殖魚と薬物」、「環境汚染の影響」、「添加物」、「輸入魚の安全性」などをあげて水産物の食品としての安全性に不安感を抱いている。量販店の調査ではイワシを健康食品として評価している店もあったが、イワシは不安感を抱かせる要因が殆どなく、安全性の高い魚であること、さらに高血圧、心臓病などに有効なEPA、カルシウム等の成分が多く含まれていることなどが健康食品としてのイワシの評価に結び付いていると思われる。

### 今後の課題

1970～87年の農林統計を見ると、本県の沿岸漁業の生産量は年間約3万トン、生産額は約100億円である。イワシ類の生産量は大きく全体の約50%（約1.5万トン）を占めるにもかかわらず、生産額は少なく約20%（約20億円）である。一方、イワシ類の消費動向を見ると（総理府家計調査年報、横浜市、川崎市中央卸売市場年報1986）、本県の需要量は1985年には鮮魚で約6千トン、塩干品は原魚換算で約1万トン、合計約1.6万トンになり、本県の生産量にほぼ見合っている。総購入金額は約112億円で、本県のイワシ類の生産額との差は大きく約92億円にもなり、イワシ類の流通経費を含めた付加価値額が極めて大きいことを示唆している。このことは、本県沿岸漁業の振興を図るためには、生産者がイワシ類などの多獲性魚を貴重な商品として位置づけ、付加価値化の促進と、流通を含めた経営を推進する必要があると考えている。

具体的方法として、まず、今回得られた「高鮮度」の問題に対し、生産者が真剣に対応する必要がある。この点について現在水産試験場でも効率的な鮮度保持法や沖合の蓄養生簀についての研究が進行中であり、一時期大量に獲れる多獲性魚の「安定供給化」にも対応可能なも

のである。

次に「簡便さ」については、塩干品や粉末煮干しなどの簡単な一次加工品の製造から始めるべきである。消費者レベルでは刺し身、タタキ等の生鮮加工品に対する需要が多いが、既に量販店、小売り店ともに、店内で加工することによって販売が促進されているので、生産者がこの部門に入り込むメリットは少ない。しかし、量販店の調査では「作れば売れる」が人手不足で対応不可能という回答も見られ、今後生産者としても消費者、需要者と協議しながら共同開発などを検討する必要がある。

第三の「健康」については、イワシ類だけでなく、水産物全体に使えることである。イワシ類は主として健康に関心の高い60歳以上の高齢者に人気があり、今後若年層に対する「健康食品」としてのイワシ類、アジなど多獲性魚のPRが必要である。特に食品としての「安全性」については高鮮度魚とその加工品をもっとPRすべきである。

今後生産者は生産の場としての海洋環境保全に努力すると共に、イワシ類、アジなど多獲性魚の生産、加工、流通、消費について、消費者と相互に理解する場を積極的に確保することが、相互に利益をもたらすことになろう。

### 要 約

生産者段階の漁獲物の高付加価値化と売る漁業の推進を図るための一環として、金田湾漁協の朝市に訪れる人や量販店に対しアンケート調査を行った。

この調査から、アジ、イワシに対し、消費者は高鮮度と価格に対する関心が高いことが判った。

消費者ニーズに対する生産者の課題は、まず漁獲直後から鮮度保持を行って漁獲物の高鮮度化を図ることであり、水産試験場として研究面から支援する必要がある。本報告をまとめるに当たり、調査研究の検討会や調査を行った活動チームのメンバーである清水詢道、石戸谷博範、笠原貞夫、作中宏、金杉佐一、田内大、水津敏博、前川千尋、大野知多夫の各氏に感謝します。

### 文 献

- 木幡 孜（1979）：定置網漁況から見た相模湾の生産性に関する考察 -、神水試相模湾資源環境調査報告書 - . 93～115
- 倉田 亨（1980）：80年代の漁業振興、水産海洋研究会報 . 89～93
- 神奈川県水産試験場（1982）：魚貝類及び肉類等に関するアンケート調査結果について

- (株) 商業界出版部 (1987): 日本スーパーマーケット  
名鑑 '86
- 横浜市 (1976 ~ 87): 横浜市中央卸売市場年報 '75 ~ 86
- 川崎市 (1986): 川崎市中央卸売市場年報 '85
- 総務庁統計局 (1986): 家計調査年報 '85
- 神奈川県県民部 (1988): 水産物購買意識調査
- 神奈川県 (1981): 多獲性魚の有効利用と適正評価に関する研究
- 食生活研究会 (1976): これからの食生活
- 長谷川保、水津敏博、米山健、木幡孜 (1981): 神奈川県下における魚消費の地域性に関する一考察、神水試  
研報 3 . 79 ~ 86