

オリーブハマちゃん奮闘記

－オリーブハマチを作って売って食べて、
そして‘笑顔’に!－

香川海区漁業調整委員会

会 長 濱 本 俊 策

第 **579** 号
(第 50 卷 第 3 号)

編 集 一 般 財 団 法 人 東 京 水 産 振 興 会
発 行

日本漁業は、沿岸、沖合、そして遠洋の漁業といわれるが、われわれは、それぞれが調和のとれた振興があることを期待しておるので、その為には、それぞれの個別的な分析、乃至振興施策の必要性を、痛感するものである。坊間には、あまりにもそれぞれを代表する、いわゆる利益代表的見解が横行しすぎる嫌いがあるのである。われわれは、わが国民経済のなかにおける日本漁業を、近代産業として、より発展振興させることが要請されていると信ずるものである。

ここに、われわれは、日本水産業の個別的な分析の徹底につとめるとともに、その総合的視点からの研究、さらに、世界経済とともに発展振興する方策の樹立に一層精進を加えることを考えたものである。

この様な努力目標にむかってわれわれの調査研究事業を発足させた次第で冊子の生れた処に、またこれへの奉仕の、ささやかな表われである。

昭和四十二年七月

財団法人 東京水産振興会
(題字は井野碩哉元会長)

目次

オリーブハマちゃん奮闘記
—オリーブハマチを作って売って食べて、
そして、笑顔、に！—

第五七九号

はじめに……………1

第一章 オリーブハマチの誕生……………4

オリーブハマチの誕生……………4

(1) 香川県のハマチ養殖と八〇周年記念事業……………4

(2) オリーブハマチの誕生……………13

第二章 オリーブハマチの……………26

生産拡大と販売促進・販路開拓……………26

(1) オリーブハマチの生産と普及の経緯……………26

(2) オリーブハマチの国内販売……………34

(3) オリーブハマチの海外展開……………51

第三章 飛躍への課題と展望……………75

おわりに……………107

謝辞……………110

参考文献……………112

参考ホームページ……………115

時事余聞 編集後記



濱本俊策

略歴

△一九七六年(昭和五二)に香川県に奉職。研究職六年、司法警察員で漁業調整九年、普及員・専門技術員七年、企画・振興・合併・養殖・流通等幅広く担当し、農政水産部水産課長で二〇一一年三月に定年退職。政策部参事として再任用され、(二財)かがわ県産品振興機構参事を経て二〇一五年三月に退職。

現在、香川海区漁業調整委員会会長、瀬戸内海広域漁業調整委員会委員、香川県水産審議会委員、さぬき海の幸販売促進協議会学識委員のほか、国立大学法人香川大学大学院地域マネジメント研究科非常勤講師を務める。兵庫県姫路市出身。宮崎大学大学院農学研究所水産増殖学専攻修了。漁業経済学会正会員。

オリーブハマちゃん奮闘記

—オリーブハマチを作って売って食べて、
そして、笑顔に！—

香川海区漁業調整委員会

会長 濱 本 俊 策

はじめに

二〇一六年（平成二十八年）四月、さわやかな春風の中、ここ瀬戸内・香川の海では、活魚船で遠くから運ばれてきたハマチ種苗を養殖生簀に移し替える光景が、春の風物詩の一つとして自然に目に入る。

ご存知のとおり、香川県の東端、東かがわ市引田の安戸池は、昭和三年（一九二八年）

二〇〇八年、香川県の行政と水産業界が一丸となった取り組みによりデビューした「オリーブハマチ」

に当地の網元の子息であった野網和三郎（のあみわさぶろう）氏が、弱冠二十歳にして世界で初めてハマチなど海産魚類養殖の事業化に成功した「養殖発祥の地」である。そして八〇年の時を経た二〇〇八年、野網氏の生誕一〇〇年と、平成七年に全国第二六番目の「県魚」として指定されたハマチの、養殖成功八〇周年という記念すべき節目の年に、香川県の行政と水産業界が一丸となった取り組みによりデビューしたのが「オリーブハマチ」である。

筆者は昨春までの三九年間、主に県職員として水産業の振興に微力ながら尽くしてきたが、とりわけ二〇〇七年に若い職員とともにオリーブハマチを発案し、研究開発から技術の確立、養殖業者への普及を図る一方で、県内を足掛かりに中四国から京阪神、そして首都圏への販売促進、さらにはシンガポール・香港・台湾など東南アジア各国への販路開拓に直接携わることができた最後の九年間は、水産の技術屋としてまさしく「至福の日々」であって、今となつてはその巡り会わせの粋に、魚の神様に（たぶんハマチでしょう！）心の奥で手を合わせている次第である。

今回、これまでの活動を取りまとめる機会をいただいたので、ハマチ養殖に携わる方々の思いも込めながら、筆者が自ら見て、聞いて、足で調べて得た知識と情報、公表された資料、および香川県や関係団体の協力によって得られたデータ等をもとに、「オリーブハマチとは何者か、どこへどうやって売ったのか、どんな問題があつたのか、そして今後どうしていくのか」等々について、行政のリーダーシップと生産者お

よび関係団体の努力、そして国内外のバイヤー・サプライヤーの評価も織り交ぜながら、少しでもロマンとグロバリゼーションが薫るよう、またリアルかつオープンにわかり易く書かせていただいたつもりである。なお特に断らない限り、文中の写真は筆者が撮影したかその場にいたもの、図表は自ら作成したものである。

本書が、魚類養殖業を営まれる方々や、水産物ブランド化に取り組まれる方々のご参考にご供され、水産業の発展に僅かでもお役に立てれば、筆者にとつて望外の喜びであり、かつまた大いなる記念となるものである。

第一章 香川県のハマチ養殖とオリーブハマチの誕生

(1) 香川県のハマチ養殖と八〇周年記念事業

野網和三郎と香川のハマチ養殖の歴史

野網和三郎氏は戦争による中断を経て一九五一年から本格生産を開始、生産者団体を創設して技術普及に努めるなど、その生涯を海産魚類養殖の振興発展に捧げた。

オリーブハマチの話に入る前に、まず香川のハマチ養殖の歴史をおさらいしたい。野網和三郎氏は戦争による中断を経て一九五一年から本格生産を開始、三重県から海女を導入するなどして、安戸池を中四国多数の観光地に仕上げるとともに、一九六〇年二月五日に、生産者団体である瀬戸内海かん水養魚協会（現（一社）全国海水養魚協会（以下、全海水という））を創設して技術普及に努め、高級魚であったハマチを国民が気軽に味わえる親しみ易い魚に仕上げるなど、その生涯を海産魚類養殖の振興発展に捧げられた。現在行われているクロマグロほか国内の多種多様な海産魚類養殖、ノルウェーやチリのサーモン養殖、スペインやメキシコのマグロ蓄養も、元はといえばここ、香川の安戸池で培われた技術である。

香川県では一九七五年頃まで、モジヤコから一キログラム前後の当年ハマチを養殖し、販路も京阪神地域までであったが、九州産ハマチの台頭により、生き残るためには首都圏への進出が不可避、との判断により、春先に一キログラム前後の当年種苗



昭和初期の野網和三郎氏 銅像は1970年8月3日に建立された。その眼前に広がる安戸池には、現在、体験学習用の小割生簀と釣り筏が設置され、近県から多くのファンが訪れている。（写真は「養殖発祥の地 香川—ハマチ養殖 80周年のあゆみ—」より転載）

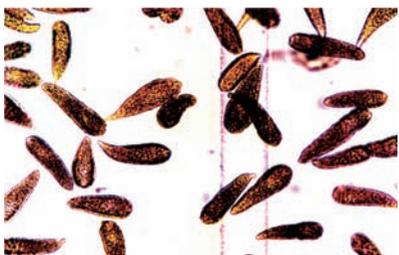
餌がモイストペレットに替わった結果、残餌や排泄物による漁場汚染が軽減され、海底耕うんなど生産者の努力もあって、ほぼ毎年猛威を振っていた大規模な有害赤潮も、ここ一〇年位は殆ど発生していない

を九州地区などから導入し、秋口から年末にかけて四キログラム余りに肥育して販売する二年魚養殖に徐々に切り替え、現在はすべて二年魚養殖である。餌はかつての冷凍魚のミンチのみから、配合飼料を半分程度混ぜて毎日各自が船上で製造するモイストペレット(MP)に切り替わり、一部では高温高圧ペレット(EP)に進化した。その結果、残餌や排泄物による漁場汚染が軽減され、海底耕うんなど生産者の努力もあって、一九七〇年代から播磨灘沿岸域を中心にほぼ毎年猛威を振るい、本県のハマチ養殖業を壊滅させるほどの被害をもたらした大規模な有害赤潮も、ここ一〇年位は殆ど発生していない。

赤潮による脅威は軽減されたものの、ハマチ養殖業の生産コストに占める餌料費の割合は、配合飼料の高騰で年々上昇していた。それでも販売価格が伸びないために生産者は強い危機



赤潮によってへい死した養殖ハマチ
(香川県三豊市志々島地先 2004.7.22)



養殖ハマチをへい死に至らしめる
シャットネラ・アンティカ
(播磨灘中央部 1978.7.21 深夜)

感を抱いていたこと、そしてモイストペレットの製造システムを各自が船上に保有していたことが、結果的にオリーブハマチのスムーズな普及拡大に繋がったと言える。

ハマチ養殖八〇周年記念事業の概要

日本中のあらゆる産品と同様、養殖ハマチについても『ブランド化』の言葉だけが独り歩きして行政・業界の枕詞にされて久しいが、これまでに生産者や飼料会社等の努力によってカテキン、ブドウ種子、ニンニク、シウガなど多種多様な飼料添加物が試されている。しかしながら成功例は少なく普及も限定的のようである。なぜなら、養殖技術そのものが先人の努力によってほぼ完成されており、一般的な餌と管理でそこそこの魚に仕上がることに、コストをかけて特別な魚に仕上げたとしても、そのコストを浜値(生産者価格)に上乗せして回収することが難しいこと、さらに浜値自体が他県の生産量(在池量)や天然ブリ・サケの漁獲量、サーモンの輸入量などの影響で乱高下することなど、生産者が安心して経営を続けることが難しい業態に変貌してしまっており、いわゆる「ブランド魚」づくりに取り組む余裕も意欲も、よほどでない限り持ち続けることは難しかったらうと思われる。

一方では、全海水が毎年定める割り当て尾数を守らずに生産過剰で浜値の暴落を招いたり、逆に種苗導入を控え過ぎて価格高騰を招くなど、個々の生産者が遵守すべきことをなおざりにしたため、もとより高騰する餌料費などをカバーする余力に乏しい

養殖ハマチの『ブランド化』の成功例は少なく普及も限定的

「ハマチ養殖八〇周年」という大きな節目が、「養殖発祥地としてのプライドを生産者に覚醒させ、再び香川のハマチを全国にPRできる絶好のチャンス」と確信

小規模事業者は、体力の消耗とともに生産意欲を失って、ついには廃業に至ってしまう、当然に後継者も育たない、という悪循環に陥り、一九六〇年代は全国一の生産量を誇った本県でも、二〇〇七年当時にはその順位を五位にまで下げていた。

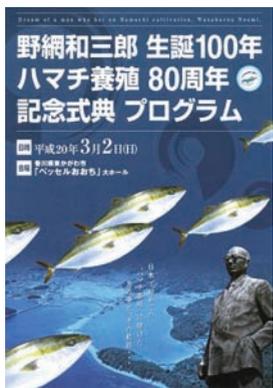
そうしたなかで「ハマチ養殖八〇周年」という大きな節目が、「養殖発祥地としてのプライドを生産者に覚醒させ、再び香川のハマチを全国にPRできる絶好のチャンス」と確信し、筆者はその数年前から少しずつ準備を進め、事前に香川県漁業協同組合連合会（以下、県漁連という）の服部都弘代表理事会長と香川県かん水養殖漁業協同組合（以下、県かん水という）の嶋野勝路組合長の協力を取り付け、県側も緊縮財政のなか、真鍋武紀前知事にゴーサインを出していただいた。そうして事務局の実質責任者として意気揚々と取り組んだのが「野網和二郎生誕一〇〇年・ハマチ養殖八〇周年記念事業」である。事業期間は二〇〇七年四月から二〇〇九年三月までの二カ年間で、県漁連、県かん水、引田漁業協同組合、香川県、東かがわ市の五団体で実行委員会を設置し、会長は服部会長で委員は一五名であった。共催は香川県信用漁業協同組合連合会ほか県関係水産七団体、そして水産庁、（社）大日本水産会、全国漁業協同組合連合会（以下、全漁連という）、（株）みたと山口合同新聞社、（社）日本養魚飼料協会からもご後援をいただいた。

二〇〇七年度は事業費二七、〇〇〇千円（うち県費五、〇〇〇千円）で大きく二つの事業を実施した。一つは野網和二郎翁を顕彰する式典を中心に、にぎわい市（い

二〇〇七年度大きく二つの事業を実施。①六つの記念事業、②四つの班を設置して戦略的に取り組む生産強化対策事業

ち）、作品展、体験学習、記念誌、遺品展など六つの記念事業を、もう一つは製品向上、加工品開発、地域団体商標登録、生産情報公表JAS、の四つの班を設置して戦略的に取り組む生産強化対策事業で、それら全てを同時並行で進めるといふ盛沢山な事業とした。詳細は既に報告済みであるのでここでは省略するが、オリーブハマチは製品向上班の取り組みによってこの世に誕生したものである。

なおこれらの事業をけん引した事務局員は、水産課など県機関や県漁連など関係団体から公募や自薦・他薦で約五〇名も集まるなどかつてない陣容となり、班ごとに頻繁に会議を持ちながら極めて熱い体制で、最後まで計画的に事業全体を進捗させて成功に導いてくれた。



記念式典のプログラムと同時開催のにぎわい市のパンフレット、のぼり（2008.3.2）

オリーブハマチ誕生のきっかけ

高品質なハマチを誕生させるため開発されたのが、オリーブの葉の粉末を餌に添加して養殖する「オリーブハマチ」

前述の製品向上班が考えたテーマは大きく二つ、一つは餌コストの削減と、もう一つは高品質なハマチの開発であった。具体的には、高騰する魚粉の使用量を減らすために、その代替えとして研究されていた植物性タンパク質とその欠点を補うタウリンの添加効果を現場で実証することと、低迷する養殖ハマチの消費拡大を図るために、ハマチ養殖発祥の地としてふさわしい高品質なハマチを誕生させるための餌添加物の開発であった。この二番目のテーマで開発されたのが、オリーブの葉の粉末を餌に添加して、切り身にしても血合肉の変色が少ないカンパチに対抗できる特別なハマチ、すなわち「オリーブハマチ」であった。

二〇〇七年五月九日に低魚粉飼料の研究で著名な、東京海洋大学佐藤秀一教授を委員長に製品向上研究会を設置、いずれのテーマも水槽実験程度では実用化に繋がらないと考え、当初から生産現場でのフィールド試験に挑んだのが大きな特徴であった。

養殖現場で正確に試験を行ってもらうため、県内の全養殖業者に声をかけたが、タウリン実証試験は良しとしても、オリーブの葉に関しては、「未知の物質を餌に混ぜて養殖するなど、ハマチが死んだり売れなくなるリスクが大き過ぎる」として、当初は誰もやるとは言ってくれなかった。唯一、嶋野組合長の子息である庵治漁協の嶋野文太氏が、それまでいろんな餌添加物を独自に工夫してきた経験から興味を持ち、自ら協力を申し出てくれたが、結果的にはそれが大正解であった。

そうして同年七月九日から一〇月一〇日まで、まずタウリン添加実証試験を実施、一〇メートル四方の鋼管生簀三基に各三、三〇〇尾を収容、使用した飼料は（社）日本養魚飼料協会、日清飼料（株）の協力で出来上がった、魚粉五〇％、魚粉三〇％、魚粉二〇％＋天然タウリン〇・五％添加の三種類のEPで、それぞれ三ヶ月間給餌し、県漁連および県かん水職員が合同でサンプリングとデータ収集に努めた。その間、嶋野氏は毎日毎日、極めて几帳面に飼育経過を記録しながら、試験方法の改善点を提案するなど重要な役割を果たしてくれた。

当時は安価な人工タウリンを養魚飼料に添加することが認められていなかったため、その実用化を目指す試験は小規模なものに限られていた。もし養殖現場で試験を行うなら、育てたハマチの販売を前提とする限り、人工タウリンの三十倍以上も高価な天然タウリンを使う必要があったが、ハマチ養殖のバイオニアである野網和三郎氏を顕彰する記念事業の一環であり、養殖業界に貢献することが究極の目標でもあったことから、関係者の理解と了解を得たうえで試験を始めたものである。

天然タウリン〇・五％添加のEPで育てたハマチは極めて順調に成長し、試食しても食感が良くて通常区とまったく遜色がなく、その有効性を事業規模で初めて証明できたことから、後に合成タウリンの使用を国が認可する際の参考データとされるなど、業界団体の取り組みを大きく前進させて所期の目的を達成することができた。

そして二つ目のテーマ、高品質なハマチを誕生させるための餌添加物の開発に取り

ハマチ養殖のバイオニアである野網和三郎氏を顕彰する記念事業の一環であり、養殖業界に貢献することが究極の目標でもあったことから、関係者の理解と了解を得たうえで試験を始めた

オリーブ葉粉末入りMPを投与したハマチは、体表の縦じまが金色に輝いて外観が美しく、血合肉も長時間変色せずに試食会で高い評価を得、量産化を望む声が数多く聞かれるなど当初の予想を上回る成果が得られた

かかった。当時でもポリフェノールが持つ抗酸化力はすでに認知され始めていたが、それを香川の何を使って発現させるかという部分でいろいろと議論した。そして最終的に香川では誰もが思い付く「オリーブ」に白羽の矢を立てたのである。さらにオリーブの何を使うかについて香川県農業試験場、香川県畜産試験場、香川県産業技術センター発酵食品研究所、オリーブ生産業者等の協力も得ながら、オリーブオイル、オイルの搾りかす、オリーブの葉で種々検討した結果、養殖現場で使い易くかつ強い抗酸化力を持つオリーブの葉を使うことに決め、同年一〇月三〇日から生産試験を開始した。

オリーブ葉粉末入りMPを投与したハマチは、体表の縦じまが金色に輝いて外観が美しく、血合肉も長時間変色せずに試食会で高い評価を得、量産化を望む声が数多く聞かれるなど当初の予想を上回る成果が得られた。

そこで、県産のオリーブ葉を使った「オリーブハマチ」は、本県特産のブランド魚にできる大きな可能性を秘めていると結論し、引き続き研究を続けて翌二〇〇八年から量産化して市販を目指すこととなったのである。

以上の成果は、新たに開発した可搬型ハマチ脂質含量測定器のデータもあわせて、二〇〇八年三月三〇日に静岡市の東海大学海洋学部で開催された「平成二十年日本水産学会春季大会」で直ちに口頭発表した。

なお、供試魚は販促体制の整備が間に合わなかったため、試食に使ったのみで市販

はしなかったが、オリーブの葉がハマチの健康に何がしかの影響を与えないか、福山大学の河原栄二郎助教授（当時）に調べていただいたところ、むしろ免疫力の向上が示唆され健康にも良い、とのことであった。

（２）オリーブハマチの誕生

なぜオリーブの葉だったのか

国がオリーブオイルを自給してオイルサーディンなどを製造し、輸出して外貨を稼ぐ目的で一九〇八年にアメリカから苗木を輸入して鹿児島、三重、香川の三県に移植し、唯一育ったのが小豆島であった

瀬戸内海は「世界の宝石」と称されるほどの美しさで、魚介類も極めて豊富である。国産オリーブ栽培発祥の地は、その瀬戸内海に浮かぶ香川県の小豆島である。オリーブの原産地は地中海沿岸とされるが、国がオリーブオイルを自給してオイルサーディンなどを製造し、輸出して外貨を稼ぐ目的で一九〇八年にアメリカから苗木を輸入して鹿児島、三重、香川の三県に移植し、唯一育ったのが小豆島であったという。

一九六六年に香川県の「県花・県木」に指定され、二〇一三年現在では香川県の栽培面積は小豆島を中心に一七〇ヘクタールで、九州全県が八三ヘクタールとその他の県三〇ヘクタールであるが、香川県以外はまだ取り組みが浅いため、国産オリーブ収穫量二六一トンのうち二五二トン、九七％が香川県産である。なお、オリーブは世界で一、二七五品種ほどもあるらしく、香川県では特にミッションが八割で、ルッカ、マンザニコ、ネバディロ・ブランコの四品種が主に栽培され、収穫されたオリーブの実

は本場イタリアからも最高品質と評価されるエキストラバージンオイルや、毎年一〇月頃には新漬け、化粧品などさまざまな商品に加工され販売されている。

二〇〇八年は、「県花・県木」のオリーブと「県魚」ハマチがともにメモリアルイヤードであった

そして二〇〇八年は、「県花・県木」のオリーブと「県魚」ハマチがともにメモリアルイヤードであった。うまくコラボレーションできれば話題性もあり、この上ない好感度をもって県民に受け入れられるのではないかと、とまずは閃いた。また、オリーブの葉はごく少量がオリーブ茶に使用されるのみでほとんど未利用であって、良い果実を取るためには剪定も不可欠のことで、それならば本県の養殖規模なら十分に必要量が賄えるだろうとの計算もあった。さらに実際に試験を進めながらいろいろ調べてみると、オリーブオイルの高い効能はすでに世界的に認知されていたが、オリーブの葉に含まれる主要成分、ポリフェノール



成熟したオリーブ果実と小豆島のオリーブ園（香川県 HP より）



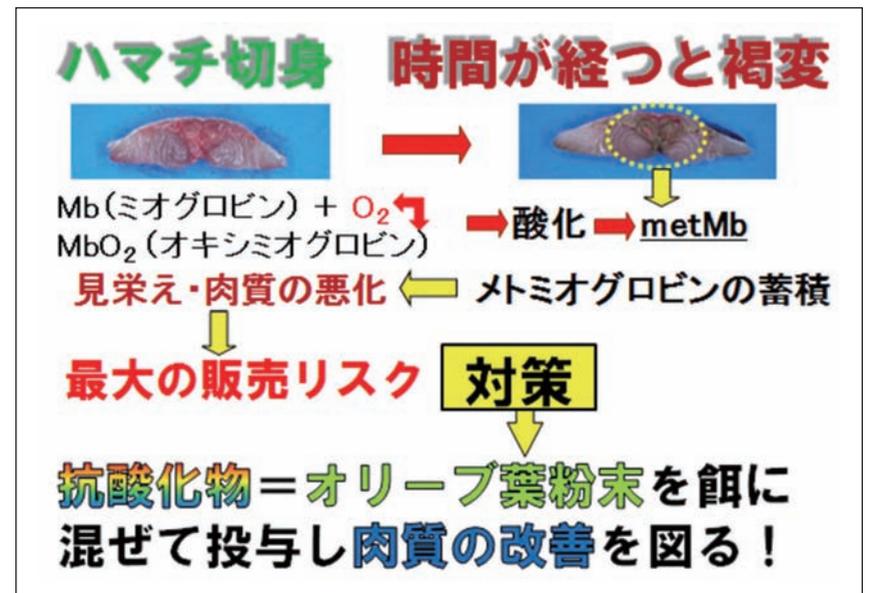
の一種オレウロペインについても、強い抗酸化力だけでなく、食品素材として注目を集めており、血糖降下作用、抗高血圧、抗ピロリ菌活性などの機能がすでに数多く報告されていることを知った。

効能を特に期待したのが、オレウロペインが持つ強い抗酸化力

ただ、我々がその効能を特に期待したのが、前述のとおりオレウロペインが持つ強い抗酸化力であった。

通常、ハマチの切り身はパック詰めされて店頭に並ぶと、時間の経過とともに血合肉から黒褐色に変わりし、見栄えも悪く商品価値が著しく低下するため、最後は見切り品で処分されてしまう。その原因は血合肉中の「ミオグロビン」という成分が、まずパック内の酸素によつて酸化されて「メトミオグロビン」に変化し、身に蓄積されるからである。

もともとミオグロビンは血合肉中に多く、酸素分子を代謝に必要な時まで貯蔵する役割を担っているが、ハマチ・ブリは広域回遊魚であるために特に血合肉が発達しており、これが旨味の元となる反面、鮮度低下の元凶ともなってしまう。それを防ぐには抗酸化力を身肉自身につけさせるのが一番との発想で、剪定したオリーブの枝葉を乾燥し、葉だけをちぎって（これが固くて手作業ではかなりな労力を要す）粉末に加工し、餌に混ぜて投与することとした。



オリーブハマチ開発試験の方法

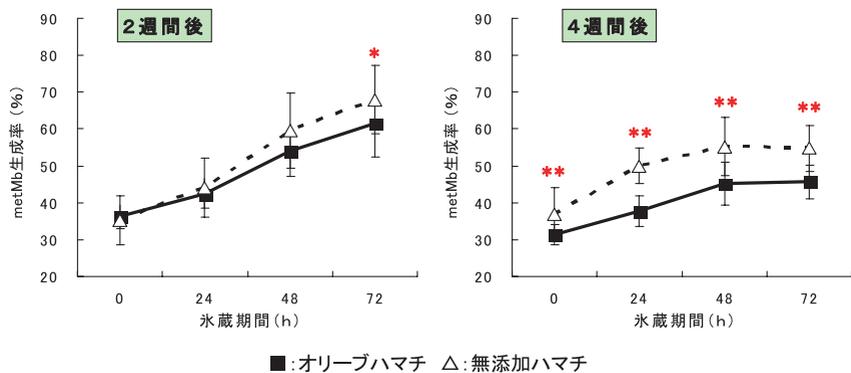
二〇〇七年の試験の概要を述べると、嶋野氏が毎朝六時頃から船上でオリーブ葉粉末入りのモイストペレットを製造し、直ちに圧搾空気以小割生簀まで飛ばし、一生簀あたり一時間以上の時間をかけて万遍なく摂餌させる。苦い餌ではあるがハマチは一気に飲み込む。試験開始後は隔週に一回サンプリングを行い、摂餌と成長、増肉の度合い、血液性状、内臓の形状など、成長と機能に異常が起きていないか詳しく観察して、身肉の性状と色彩変化など基本となる項目について六週間に亘って追跡調査を実施した。

オリーブハマチ開発試験の結果

オリーブ葉粉末を投与したハマチの体側中央部の血合肉を取り出してメトミオグロビン生成率の変化を調べた結果、二週間ですでに差が出始め、四週間ではサンプリング後のすべての経過時間においても有意差が認められた。

オリーブ葉粉末を投与したハマチの体側中央部の血合肉を取り出してメトミオグロビン生成率の変化を調べた結果、二週間ですでに差が出始め、四週間ではサンプリング後のすべての経過時間においても有意差が認められた(図1-1)。また六週間目の切り身は、七十二時間後でも無添加ハマチの二四時間経過後よりもメトミオグロビンの生成率が低かった。よって血合肉の褐変化の原因であるメトミオグロビンの生成が、オリーブ葉粉末の投与によって抑えられることが証明された。

また、六週間目のハマチの片身を肛門直上部で厚さ一センチにカットして色調の変化を調べたところ、無添加ハマチは切り身にして二四時間で褐変し始め、四八時間後



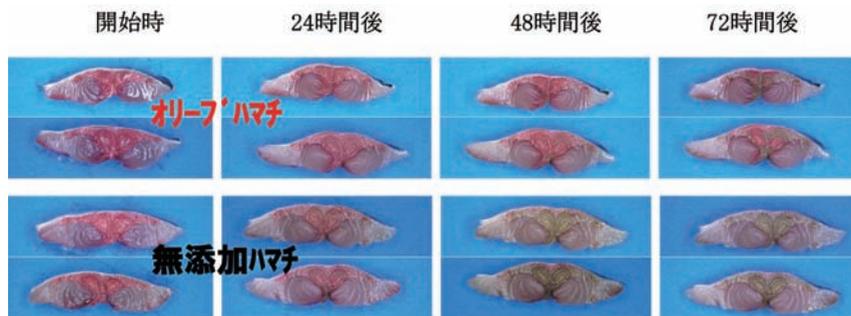
■:オリーブハマチ △:無添加ハマチ
 図1-1 オリーブ葉粉末を投与したハマチの切り身で認められた
 メトミオグロビン生成率の変化



嶋野文太氏と船上モイストペレット造粒機 釜の中に柄杓でオリーブ葉粉末を添加



ハマチの尾部大動脈から採血し保存 内臓をすべて取り出し病変の有無を検査



血合肉のみを取出し、4°Cの冷蔵庫内で
 サンプルを調整

真夜中のサンプリングも比較のため実施

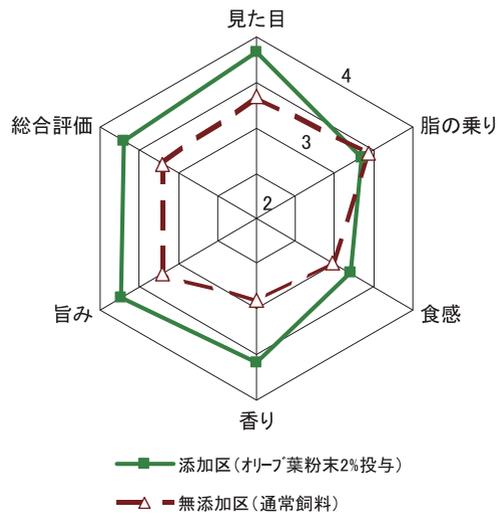


図1-2 オリーブハマチの試食結果のレーダーチャート (計43名による)
注：実線はオリーブハマチ、破線は通常ハマチを示す。

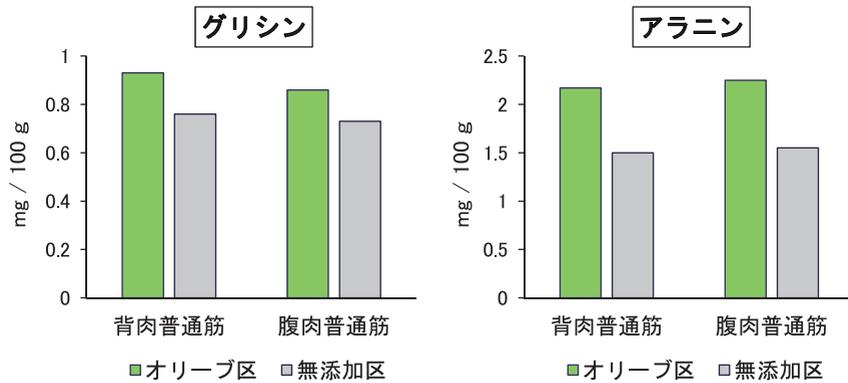


図1-3 オリーブ葉粉末入りEPを使った給餌試験の結果
(日本水産学会春季大会で香川県水産試験場 大山主任研究員口頭発表 2013.3)

仕上がったオリーブハマチを刺身・しゃぶしゃぶ・にぎり寿司にして、事務局員を中心に四三名で試食した結果、香り、旨味、見た目も良いということでも総合で高い評価であった

オリーブハマチの試食

仕上がったオリーブハマチを刺身・しゃぶしゃぶ・にぎり寿司にして、事務局員を中心に四三名 (男性四〇名、女性三名) で試食した結果、香り、旨味、見た目も良いということでも総合で高い評価であった (図1-2)。

その後、二〇二二年八月九月に引田漁協においてオリーブ葉粉末入りEPを使って給餌試験を実施し、身肉の遊離アミノ酸量を分析したところ、オリーブ投与区の背肉普通筋、腹肉普通筋ともに甘味成分の元であるグリシンとアラニンが、図1-3のと

には部分的な腐敗も始まったが、オリーブ葉粉末投与区は、七十二時間経過後に褐変が始まった程度で、見た目だけでも大きな差異が認められた。

以上、オリーブ葉粉末を六週間連続で投与したハマチは、切り身にして七十二時間経過後も褐変が殆ど認められず、身肉の分析をした結果、オレウロペイン様物質も検出することができた。したがって餌のモイストレットに混ぜたオリーブ葉粉末に由来するオレウロペインが、魚体内に取り込まれて肉質の改善に直接寄与した可能性が示唆された。

以上の結果は原著論文として二〇一〇年四月に日本水産増殖学会 (Japanese Society for Aquaculture Research) 会報第五八巻第二号に掲載され、学術的にも認知された。

おり無添加区より顕著に増加していることが分かった。これが、「オリーブハマチはほのかな甘みがあつて美味しい」といわれる所以であると考えている。

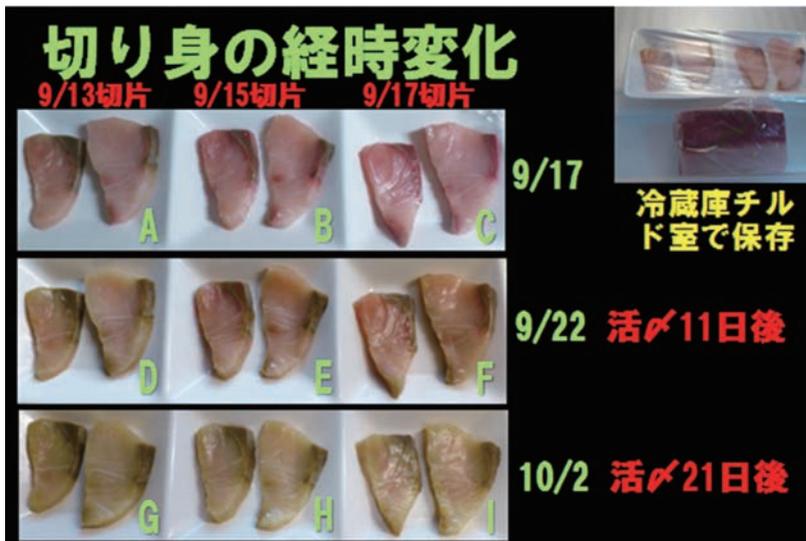
オリーブハマチ切り身の経時変化

毎年量販店で刺身パックを購入し、自分で食べてみて品質を確認しているが、二〇一五年は九月一五日の一斉販売を前に、嶋野氏が飼育した体重四・三キログラムのオリーブハマチを同月一日に受け取つて三枚に下ろし、四分一の背身中央部二〇センチ分を家庭用冷蔵庫のチルド室内（〇〜二℃）に保存して、あらためて身肉の変化を追つてみた。

開始日から七日目に柵から切り分けた身肉（C）は、見た目、匂いとも変化は認められなかった。ただし切り分けて四〜五日経過すると身の下側（背端）の血合い部分から変色し始め（A・F）、一〇日目には全体に広がつたが腐敗はしていない（D）。したがつてチルドで柵のまま保存すれば、一週間は生食で何ら問題がないことが再確認でき

た次第である。

瀬戸内海のほぼ中央に位置する香川県海域の水温は、夏期に二九℃程度まで上がる反面、冬期は逆に七度℃程度まで下がる。それがこの海域の大きな特徴で、この水温ではハマチは越冬不可であつて周年養殖ができないものの、秋口から急激に水温が低下することによって身肉に脂が一気に乗る。それが他の海域の養殖ハマチや天然ハマチよりも早くに旬を迎える所以である。オリーブハマチが、脂が乗っているのにさっぱりしている、と言われる美味しさの秘密がここにある。



で、ハマチを示す油甘魚はまさしく味そのものを表現しており、誠に興味深い。

2009年6月26日に県かん水が商標登録を行い、さらに販売先からの要望を受けて、4.5kg以上のサイズのオリーブハマチを「オリーブぶり」と命名し、2011年4月15日に商標登録を行って販売拡大を図っている。箱出荷の際には刺身パック貼付用の楕円形シールが、通常一尾あたり20枚添付される。

<認定基準（県かん水制定）>

- ① 組合員が毎年4～6月に香川県海域に導入し養殖した香川県産2年魚ハマチ
- ② 組合が指定した業者が摘採・製造した香川県産オリーブ葉粉末を飼料に2%以上添加
- ③ 出荷直前まで20日以上連続して給餌

<アピールポイント>

- 血合肉中のメトミオグロビン（metMb）生成率：給餌2週間で低下が認められて鮮度維持
 - 血合肉中の遊離アミノ酸量：グリシン・アラニンが特に多く含まれ、ほのかな甘味を感じる
 - 食味：脂っこくなく食べ易い、旨みがある、魚臭がない、などバランスよく高評価
- ☆県漁連は2003年に東かがわ市に香川県漁業協同組合連合会 引田水産加工センター（以下、引田工場という）を整備し、生簀から取り揚げた2時間後には新鮮なフィレが真空パックされて箱詰される。2014年10月14日にHACCPの認定を受け、輸出対応も強化された。自画自賛になるが、オリーブハマチは三枚に下ろす際に表皮も剥ぎ易く、刺身も角がきっちり立って色白で臭いもなく、見栄えも非常に良い。脂もきめ細かく「さらっ」として断面も滑らかに輝き、旨みがあつて刺身はもちろん握り鮓、カルパッチョ、しゃぶしゃぶなど用途は幅広い。



オリーブハマチ・ガイドンス

<生産地>



オリーブハマチ発祥の地は、香川県のほぼ中央の庵治漁業協同組合が免許を受けている、ここ高松市庵治町沖の大島地先漁場である。水深は約8mあり10m四方の小割生簀が十数台連なる。写真は開発当初から現在まで一貫してこだわりの生産を続けている嶋野文太氏と、所有する給餌船である。

2015年は庵治漁協ほか引田、鴨庄、さぬき市、牟礼、直島の県下6漁協において13業者がオリーブハマチを生産して日々技術の改善を図っている。

<プロフィール>



「オリーブハマチ」は、消費者の皆さんによく間違われるが種類名ではない。「オリーブの葉の粉末を餌に混ぜて食べさせた香川県特産のブランドハマチです！」と笑顔で説明し、試食もしていただきながら販売促進を行っている。また海外輸出の際に書類に記載する名称は、当然ながら学名 *Seriola quinqueradiata*、英名は Young Yellowtail であり、特段通常のハマチ・ブリと変わらないが、販売時のパック表示は、台湾では「橄欖青鮫」、香港では「橄欖油甘魚」である。カンランはオリーブの木のこ



第二章 オリーブハマチの 生産拡大と販売促進・販路開拓

(1) オリーブハマチの生産と普及の経緯

オリーブハマチの生産

二〇〇八年度は「ハマチ養殖八〇周年」を前面に出して実行委員会を衣替えし、県産ハマチの普及啓発や販売促進、販路拡大に本格的に着手した。おりしも香川県では瀬戸大橋開通二〇周年、オリーブ植栽一〇〇周年、手袋生誕一二〇年という節目も迎えたことから、これらの周年事業とも連携しながら、事業費一三、〇〇〇千円（うち県費五、〇〇〇千円、残りは業界団体）で同時並行の形で引き続き数多くの事業に積極的に取り組んだが、とりわけオリーブハマチはその中心的な位置付けであった。

まず、小豆島のオリーブ業者や県農業試験場、高松市内の沿木などからオリーブ葉を集めて品質等を吟味のうえ、県内の魚粉会社に依頼して最終的に五五〇キログラムの粉末を製造、水産試験場での予備試験を経て一〇月三日から庵治漁協の二業者が計一万尾の生産に着手した。そして実行委員会が「ハマチ大使」を公募により任命し、一〇月二日には東京・築地など県内外の流通関係者五〇名を招待して漁場見学・内

他の記念事業とも連携しながら、事業費一三、〇〇〇千円で同時並行の形で引き続き数多くの事業に積極的に取り組んだが、とりわけオリーブハマチはその中心的な位置付けであった

『香川ブランドハマチ三兄弟』

覧会及び試食会を開催、ハマチハンター選手権大会などのイベントや、京浜・京阪神地域、さらにはシンガポールでもハマチフェアを主催した。特に地域ブランドとして認定を受けた直後の「ひけた鰯」に、「なおしまハマチ」と「オリーブハマチ」を加えて命名した『香川ブランドハマチ三兄弟』は、そのネーミングが当たり、県産養殖ハマチの宣伝に大いに貢献した。よってこの二〇〇八年が、まさしくオリーブハマチのグラントデビューの年であり、同年一月一六日が記念すべき初売りの日であって、生産した一万尾はごく短い期間で売り切れるなど大きな反響があった。切り身にした後も変色せず大変使い易い、といった業者からの反応に加えて、それを食べた一般消費者からは、脂が乗っついてもサッパリとしており、臭みが無くて後味も良い、といった温かく好意的な言葉が届けられ、想定以上の反響であった。

翌年度以降、県かん水が毎年苦勞してオリーブ葉



香川ブランドハマチ試食会での服部会長と嶋野組合長（2008.10.21）





図 2-1 年度別オリーブハマチ生産尾数と経営体の推移 (県かん水調べ)



2013・2014年の初売り風景 (高松市中央卸売市場)

「三〇万尾の安定生産」も確実に射程に入った

を集めたこと、また生産者が積極的に増産に取り組んだ結果、図2-1のとおり毎年五万尾ずつ増え、二〇一三年度以降は浜値の上昇もあって若干伸び悩んだものの、二〇一五年度は二三経営体で二七万一千尾と過去最高を記録した。これは年末前後に天然ブリ・ハマチが不漁で、しかも一月の水温が高めに推移したため、例年より出荷期間を延長できたことが大きい。嶋野組合長が開発当初から目標としてきた「三〇万尾の安定生産」も、これで確実に射程に入った。

二〇一五年の初売りは九月一五日であったので、これで初売りは毎年九月中旬で定着した。販売サイドの要望もあってマスコミに告知もしたうえで、県内はもとより首都圏の量販店や小売店の店頭にも、一斉にオリーブハマチが並ぶシステムをすでに構築済みである。

以上のとおり、オリーブハマチは、次の世代まで何とんでも魚類養殖業を繋いでいこうと日々努力と研鑽を重ね、幾多の辛苦を乗り越えてこられた生産者の方々の、夢と人生の融合体、と呼ぶにふさわしい、名実ともに香川のトップブランドとなる日も近いと確信している。

さぬき海の幸販売促進協議会と香川県の活動

オリーブハマチほか香川ブランドハマチ三兄弟の販売促進・販路開拓活動を牽引してきたのは、香川の水産団体のトップであり、販売事業売上高が北海道漁連に次ぐ

試食宣伝やPR活動などの人的支援は、三者で組織する「さぬき海の幸販売促進協議会」で対応

全国第二位である県漁連の服部会長の力が一番大きい。そして店頭での試食宣伝やPR活動などの人的支援は、県かん水の嶋野組合長を先頭に、県漁連と（二社）香川県水産振興協会、香川県（農政水産部水産課）の三者で組織する「さぬき海の幸販売促進協議会」の事務局員が役割分担のうえ交代で対応し、毎年度必要とする約一、五〇〇万円の事業費は、県漁連ほか水産団体と関係漁協からの拠出金で賄っている。

加えてハマチは「県魚」であり、オリーブハマチは県の重要なブランド産品であるため、真鍋前知事に引き続き浜田恵造知事も就任当初よりトップセールスに積極的に取り組まれ、県内はもとより京阪神から首都圏、さらには香港・シンガポールなど海外でも活躍されている。

また、さぬき海の幸販売促進協議会はどうしても国内中心の活動となるため、海外については主に香川県交流推進部県産品振興課と（一財）かがわ県産



2015年の各量販店での初売り風景 (2015.9.15)



服部会長がセールス
(ゆめタウン高松 2008.12.28)



嶋野組合長がセールス
(イオン洛南店 2011.11.3)



活躍してくれた「笑顔」のハマチ大使と歴代の香川おさかな大使

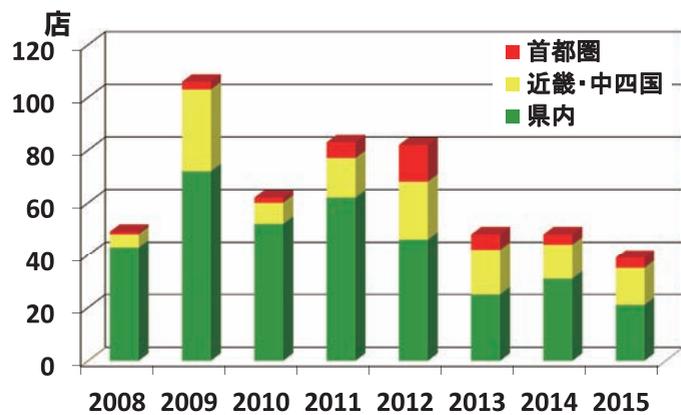


図2-2 ハマチ大使・香川おさかな大使派遣店舗数の推移（毎年度9～11月分）

首都圏および京阪神地区での流通懇談会をはじめ量販店等の店頭において、明るい「笑顔」でオリーブハマチのPRや試食の提供をして評判も良かった

品振興機構が他の県産品とあわせて販促活動を行い、国内でも政策的に必要な取引先は主体的に動くなど、業界団体と県とがそれぞれ培ってきたノウハウを最大活用しながら、攻めの活動を続けている。

香川おさかな大使の活躍

二〇〇八年に公募した「ハマチ大使」は予期以上の活躍で大変好評であったため、翌年から県漁連が県産水産物全体の販売を促進する「香川おさかな大使」を公募し、二〇一五年ではや七代目を迎えた。

首都圏および京阪神地区での流通懇談会をはじめ量販店等の店頭において、明るい「笑顔」でオリーブハマチのPRや試食の提供をして評判も良かった。その活動範囲は、二〇〇九年は県内中心でまず県民の皆さんへの周知を図り、特に二〇一二年からは県外を主軸に幅広く試食宣伝活動を行って、認知度の向上と販売促進に大いに貢献してくれた。近年は魚以外のイベントにも声がかかるなど活躍の場を広げているが、大学生が多いために学業優先で、若干活動が鈍っているのが残念である（図2-12）。もちろん県職員や業界団体職員も一緒になって精力的に販売促進に取り組んだ結果が、現在の生産・販売数量に繋がったものである。



浜田知事がトップセールス
(イオン野田阪神店 2012.10.19)

(2) オリーブハマチの国内販売

県内

・ 販促の経過と結果

順調に販売数量を伸ばすことができたのは、さぬき海の幸販売促進協議会が毎年事業計画を立てて普及・販売促進活動を計画的効率的に実施し、県内の大小すべての量販店と二百を超える鮮魚小売店から絶大な支援と協力を得た賜物

二〇〇八年に一万尾を販売して以降、今日まで本県の期間限定の特産品として定着させるため、量販店等の店頭で切れ目なく試食宣伝を繰り返して、まずはオリーブハマチの認知度の向上に努めてきた。そうして翌二〇〇九年に五万尾に増やし、その後も順調に販売数量を伸ばすことができたのは、さぬき海の幸販売促進協議会が毎年事業計画を立てて普及・販売促進活動を計画的効率的に実施し、県内の大小すべての量販店と二百を超える鮮魚小売店から絶大な支援と協力を得た賜物である。そして消費者に安心して購入していただいたが、もとよりそれはオリーブハマチの品質自体が素晴らしく、驚きと喜びを持って受け入れられたこと、そしてリピーターが倍々ゲームが増えていったからにはほかならない。

この間の協議会の活動を年度順に概略整理した。

二〇〇九年度…十一月一日に東京・大阪など県内外から関係者約一三〇名を招待して漁場見学会と試食会を開催。「香川ブランドハマチ三兄弟」を前面に、マルヨシセンター、マルナカ、イオン、イズミ、三越、天満屋、コープなどで試食宣伝を行う



とともに一月三日に魚商組合と連携してオリーブハマチの一斉販売を実施、翌年以降定番化された。前年好評であったハマチハンター選手権大会・親子ハマチつかみ取り大会を開催。食育教室や料理教室を開催するなどして普及啓発に努めた。飲食店に特製提灯を配布して県産ハマチの消費拡大を図った。

二〇一〇年度…一月七日に高松市の中心街で「ハマチの県魚指定一五周年」記念イベントを開催。「香川ブランドハマチ三兄弟」を前面に、多数の量販店で試食宣伝を行うとともに、一〇月二二日に魚商組合と連携してオリーブハマチの一斉販売を行った。

二〇一一年度…県内の市や町で開催されるマルシェや地域イベントに積極的に参画。引き続き多数の量販店で試食宣伝を行うとともに、オリーブハマチの一斉販売や高松市中央卸売市場で年一回開催される「たかまつ市場フェスタ」での大試食会、食育教室を開催するなどしてPRに努めた。

二〇一二年度…大好評のハマチハンター選手権大会・親子ハマチつかみ取り大会を三年ぶりに開催した。県内の市や町で開催されるマルシェや地域イベントに参画。多数の量販店で試食宣伝を行うとともに、オリーブハマチの一斉販売や「たかまつ市場フェスタ」で試食宣伝、食育教室を開催するなどしてPRに努めた。

二〇一三年度…日本さかな検定（第四回）を高松市で初めて開催。県内の市や町で開催されるマルシェや地域イベント、県が開催する「食の大博覧会」などに参画。多

数の量販店で試食宣伝を行うとともに、オリーブハマチの一斉販売や「たかまつ市場フェスタ」での試食宣伝、食育教室を開催するなどしてPRに努めた。

二〇一四年度…国の補助を得て九月二五日から三か月間、高松琴平電気鉄道（株）の琴平線にラッピング電車を一日八往復走らせてオリーブハマチをPR。日本さかな検定（第五回）を高松市で開催。県内の市や町で開催されるマルシェや地域イベント、県が開催する「食の大博覧会」などに参画。多数の量販店で試食宣伝を行うとともに、オリーブハマチの一斉販売や「たかまつ市場フェスタ」での試食宣伝、食育教室を開催するなどしてPRに努めた。

二〇一五年度…一月七日に高松市の中心街で「ハマチの県魚指定二〇周年」記念式典を執り行った。また、金毘羅宮への香川ブランドハマチ三兄弟の奉納、金毘羅参道や栗林公園の県のアンテナ



琴電琴平線のラッピング電車の出発式（2014.9.25）

ショップ「栗林庵」での大々的な試食提供も実施。長野市のアップルランド安茂里店で、おさかなシャトル（海産魚の普及宣伝用の移動水族館）も活用して「さぬき海の幸イベント」を開催。日本さかな検定（第六回）を高松市で開催。県内の市や町で開催されるマルシェや地域イベント、県が開催する「食の大博覧会」などに参画。多数の量販店で試食宣伝を行うとともに、オリーブハマチの一斉販売や「たかまつ市場フェスタ」での試食宣伝、食育教室を開催するなどしてPRに努めた。

以上、事務局はそれぞれ自らきつかけを作り、見つけ、店舗等からの要望をできるだけ受け止めて、時と場所は気にせず、そしてどこへでも出かけて行って積極的に県産水産物をPRした。その姿勢は、現在も脈々と受け継がれている。

そして開発当初から一貫して実行してきたのが、報道機関への情報提供を怠らない、ことである。県庁には記者クラブがあつて、県民に開かれた県

事務局員はそれぞれ自らきつかけを作り、見つけ、店舗等からの要望をできるだけ受け止めて、時と場所は気にせず、そしてどこへでも出かけて行って積極的に県産水産物をPRした



県魚「ハマチ」指定20周年記念式典（2015.11.7）

行政の推進」に必要な欠くべからざるものであるが、旬の情報を臨機に提供すれば、取材の可否はあちら任せではあつても、取り上げてもらえば大きなPRになる。特にオリーブハマチは手あかのついていない好イメージの素材であつたため、数多くの取材を受けた。とりわけ販売初年度の二〇〇八年にNHK高松放送局の斉藤政直アナウンサーが幅広く取材をされ、ローカルニュースを経て一二月二五日には「お元気ですか日本列島」で初めて全国放送されて以降、毎年同局をはじめ四国新聞社ほか県内のマスコミ各社に温かく好意的に数多くの報道をしていただいた。そのおかげで熾烈な水産物流通市場に、まさしく躍り出ることができたことは本当に感謝に堪えない。これが、県が開発に携わつたことの最大のメリットであつたと思う。

・今後の方向性

県内消費は、これからは当分横ばいで推移していくと思われる。今では九月中旬から一月半ばの間は「店頭にオリーブハマチが並んでいて当然」というところまでほぼ完全に定着できている。しかし量販店では、目先を変えるために、そろそろ他県産の養殖ハマチや天然ブリを店頭に並べる兆しが垣間見える。量販店では、目先を変えるために、そろそろ他県産の養殖ハマチや天然ブリを店頭に並べる兆しが垣間見える。購入を決めるお客が増えてきたのかもしれないが、高くて買う、が通用しなくなるとブランド化は意味をなさなくなるため、引き続き多数の量販店で試食宣伝を行うとともに、オリーブハマチの一斉販売や「たかまつ市場フェスタ」での試食宣伝、食

量販店では、目先を変えるために、そろそろ他県産の養殖ハマチや天然ブリを店頭に並べる兆しが垣間見える

育教室の開催などきめ細かくPRしながら、最高の応援団である県内消費者の購買意欲を絶対に落とさないよう、引き続き努力を続けていくことが重要であると考える。

サントリービア&スピリッツ（株）との連携

・販促の経過と結果

販売当初から企業連携の宣伝販売はいくつか取り組んだが、なかでもサントリービア&スピリッツ（株）中国・四国支社は、オリーブハマチと同社のプレミアムモルツをコラボレーションさせて、二〇一一年から二〇一五年まで五年連続でキャンペーンを打ち、デパートや量販店で消費者向けセミナーなどを開催しながら、県内はもとより四国内での周知性の向上と販売拡大に多大な貢献をされた。二〇〇五～二〇〇七年の三年連続でモンドセレクションの最高金賞を受賞した同社のトップブランドと、香川県産ハマチのトップブランドとのコラボ

サントリービア&スピリッツ（株）と五年連続でキャンペーン



申し合わせ調印式（向かって左から服部会長、井上支社長、浜田知事、田辺 JA 香川県理事長 2011.5.17）

双方のブランドイメージの更なるアップに繋がるとの思いが一致した共同企画であったが、それに量販店も相乗りした格好で展開できている

レーションは、双方のブランドイメージの更なるアップに繋がるとの思いが一致した共同企画であったが、それに量販店も相乗りした格好で展開できている。二〇一一年五月一七日に申し合わせ調印式を、そして四国内で二〇一二年一八二店舗、二〇一三年二五〇店舗と拡大、県漁連がサントリーと香川県に協力する形で、店頭において連続的にフェアが開催されたが、もとより最高品質の両者であるから、その取り組み自体が宣伝になった。夏はオリーブ牛、冬はオリーブハマチですでに定番化したフェアとなっているが、これは実藤重幸支店長（現サントリーコーポレートビジネス（株）西部支社 副支社長）の尽力によるところが大きい。

・今後の方向性

企業との連携はブランドイメージが最も重要となる。したがって実施場所・店舗選びも重要なファクターである。また双方の担当者が変わればすぐに終了、ということも多いはずの商品にクレームがあっても怖い。幸いにこのような取り組みが五年間も続くということは稀であろうから、今後もぜひ続けて双方の実売に繋がってほしいと願っている。

中四国・近畿

・販促の経過と結果

近畿では、県漁連と県が二〇〇九年から二〇一五年まで隔年で十一月に大阪府中央

ジャスコ（イオン）洛南店は毎年一月頃に開催する「香川県フェア」ではオリーブハマチ・ぶりを扱い、二〇一三年以降はさらになおしまハマチを定番化、イオン野田阪神店も二〇一二年からなおしまハマチを旬のハマチとして定番化されている。

卸売市場にて京阪神流通懇談会を開催してPRキャラバンも実施している。それに先立って阪神百貨店地下で日本有数の鮮魚売上高を誇る（株）阪神髭定の川口保社長が、二〇〇七年の試食段階からオリーブハマチを高く評価して、発売と同時に旬の定番品として取扱いを始め、毎年安定した数量を販売されている。ルートは大阪市中央卸売市場の（株）うおいちを経由して（株）阪神髭定である。またイオンリテール（株）は二〇〇八年から京都・大阪のジャスコで取扱いを開始、特にジャスコ（イオン）洛南店は毎年一月頃に開催する「香川県フェア」ではオリーブハマチ・ぶりを扱い、二〇一三年以降はさらになおしまハマチを定番化、イオン野田阪神店も二〇一二年からなおしまハマチを旬のハマチとして定番化されている。

一方、イオンリテール（株）中四国カンパニーは二〇一一年一〇月から、オリーブ葉粉末入りの特注EPを餌にして育てた引田産オリーブハマチフィレを使い、香川・岡山の八店舗でハマチオリンピック（店舗間競争）を開催して四、四〇〇尾分を取り扱い、年々そのエリア・数量を拡大して二〇一三年は一七、二〇〇尾に、さらに、ひけた鯛と同じ二五メートル四方の大型生簀で育てたオリーブハマチを、同社のトップバリューに認定すべく、生産者の服部会長の息子である引田漁協の服部秀俊氏と、県漁連引田加工場との交渉を重ね、価格・数量・表示方法等の細部の調整を経て二〇一五年に晴れて認定となった。同年九月一五日から一月中旬までの四か月間で約三二、五〇〇尾分ものフィレが、中四国・近畿・南関東・北関東新潟の各カンパニー



引田漁協の服部秀俊氏と大型生簀でのEPの投餌風景

イオントップバリュー商品（2015.10.16）

計四〇余の店舗で継続販売され、ブランドハマチとして素晴らしい実績を残した。

(株) 平和堂は近畿から中部・北陸地方まで一六〇店舗余を擁する量販店であるが、一九九四年からJ A香川県と青果物の直接取引の実績があったため、二〇一二年三月にビバシティ平和堂で開催した「香川県フェア」で夏原平和社長と浜田知事が懇談したことを契機に、オリーブハマチの取り扱いを申し入れており、その実現が待たれるところである。また、二〇一三年一月にはホテル日航大阪で飲食店、量販店、百貨店などのバイヤーを対象に県がセミナーを開催している。

隣県・近県では、愛媛県のフレッシュバリュー、徳島県のキョーエイ、岡山県为天満屋、イトーヨーカドー、イオン、広島県・兵庫県・鳥取県のイオン、大阪府の万代、ライフなど、すでに多くの府県の量販店でオリーブハマチフェアを開催済み

このほか隣県・近県では、愛媛県のフレッシュバリュー、徳島県のキョーエイ、岡山県为天満屋、イトーヨーカドー、イオン、広島県・兵庫県・鳥取県のイオン、大阪府の万代、ライフなど、すでに多くの府県の量販店でオリーブハマチフェアを開催済みである。

・今後の方向性

ハマチは関西が強いため、フェアを頻繁に開催しながら認知度を上げて顧客を増やしていく必要があるため、さぬき海の幸販売促進協議会が核となって引き続き販促活動が続けられる予定である。なお養殖・天然共に豊富に品揃えができる地域であるため、価格については当然にシビアであることは間違いないが、高品質を前面に出してきつちりと勝負していくことが王道であろう。

首都圏

・販促の経過と結果

(全般)

二〇〇八年の販売開始当初からオリーブハマチの首都圏進出は重要課題であり既定路線でもあったため、二〇〇八・二〇〇九年連続で流通関係者を香川県に招待して漁場見学会と試食会を大々的に開催した。あわせて県漁連と県が二〇〇八年から隔年で一月に東京都中央卸売市場築地市場にて卸五社との首都圏流通懇談会を開催しPRキャラバンも実施、二〇〇九年からは隔年でPRキャラバンのみを行っている。そしてマルエツ、イトーヨーカドーでのフェアの開催や、伊勢丹、千葉県柏市の「かしわ市場まつり」でPR販売を実施、東京海洋大学学園祭、実りのフェスティバル、築地まつりなどで積極的にPRを行ってきた。

百貨店や量販店での取り扱いには築地魚市場(株)経由の東信水産(株)が最初で、その後吉川水産(株)、(株)三越伊勢丹F.S.(クイーンズ伊勢丹)、(株)サカガミ等でも取り扱われている(表2-1)。

二〇一四年には首都圏の回転寿司チェーン「銚子丸」が一〇月二十五日から一か月間、八四店舗においてオリーブハマチのフェアを初めて開催して中央魚類(株)経由で約七千尾を取り扱い、二〇一五年もほぼ同数を取り扱うなど首都圏での販売拡大に貢献された。なお、中島水産(株)にはオリーブハマチではなく、なおしまハマチを毎年



香川おさかな大使を伴って東京・築地市場でPRキャラバン（2011.11.12）

表2-1 首都圏でのオリーブハマチ・ぶり販売尾数の推移

会社名	取扱開始	2013	2014	2015
①東信水産(株)	2008. 11	13, 200	12, 700	9, 500
②吉川水産(株)	2011. 10	1, 450	760	610
③(株)三越伊勢丹F. S.	2012. 11	4, 200	4, 600	3, 100
④(株)サカガミ	2013. 10	350	170	330
⑤(株)銚子丸	2014. 10	0	7, 000	7, 000

(県漁連・県産品振興課調べ)



銚子丸店舗ののぼりとチラシ（2014.11）

一万尾近く取り扱っていた。そのほか二〇一五年にオリーブハマチをトップバリューに認定したイオンは、南関東・北関東新潟カンパニーエリア内の店舗だけで約八、〇〇〇尾分のファイルを販売されている。

(東信水産(株))

二〇〇七年の試食会に参加し、翌年から首都圏でのオリーブハマチの販売を手掛けられ、初年度は三〇〇尾から始まって二〇一四年は一二、七〇〇尾、六、七八〇万円余まで取り扱いを伸ばすなど、首都圏販売のパイオニア

同社は一九四九年創業で首都圏に三三店舗を擁する。二〇〇七年の試食会に参加し、翌年から首都圏でのオリーブハマチの販売を手掛けられ、初年度は三〇〇尾から始まって二〇一四年は一二、七〇〇尾、六、七八〇万円余まで取り扱いを伸ばすなど、図2-13のとおりまさしく首都圏販売のパイオニアである。香川県産ハマチの認知度が首都圏で大幅に向上したのは同社のおかげである。この間、二〇一二年一〇月六日には荻窪の本社において織茂章則社長と浜田知事、服部会長および嶋野組合長の四者が販売強化に関する申し合せ書に調印するとともに、オリーブハマチに加えてオリブぶりの取り扱いもはじめ、翌年九月には織茂社長ほか幹部社員と築地魚市場(株)の吉田猛社長らが共に浜田知事を表敬訪問するなど、県との交流も欠かすことなく現在まで販売に特段の努力をいただいている。また県の支援事業も欠かしておらず、例えば二〇一四年は九月一三日の初売りから二月二二日までの三か月足らずの間に、荻窪総本店をはじめ各店舗にマネキンを入れて試食を出しながら、おさかな大使やお

さかなシャトルも活用して延べ九二店舗で試食宣伝を実施している。二〇一五年も同様に九月一八日の初売りから試食宣伝を開始したが、店舗整理があつて尾数・金額ともに少し落ちている。

一方、織茂信尋副社長の着想により、電子レンジで調理できる半調理品「TOSHIN PLATE」シリーズの販売や、シーフードスタylistが店頭で実演調理を行う「Toshin Kitchen」の設置、基本調理時間を表示したシーンプレゼンテーションという斬新な販売手法の導入など、魚食普及にも鋭意努めながら常に消費者目線を意識した販売戦略は、従来の対面販売の先を行く画期的な取り組みとして評価される。そして同社のホームページにオリーブハマチの特設サイトを設けたり、サワラやさぬき蛸などに加えて二〇一四年からは新たな香川ブランド「讃岐さーもん」を導入するなど、瀬戸内・香川の魚介類を高く評価して定番化していただいたのは、執行役員 商事部部長の小菅将光氏の尽力によるものである。

・今後の方向性

関係各社とは年に数度、特にハマチ販売の開始前と終了後には県と県漁連担当者が上京して打ち合わせを行い、漁期中にも漁場視察を実施するなどして安定した取引が継続されている。県側としてはそれぞれマネキンを入れたり試食魚を提供するなど特段の支援を続けており、国内販売のイメージリーダーとしての地位も保つてもらいたいと期待している。

関係各社とは年に数度、特にハマチ販売の開始前と終了後には県・県漁連担当者が上京して打ち合わせを行い、漁期中にも漁場視察を実施するなどして安定した取引が継続されている。

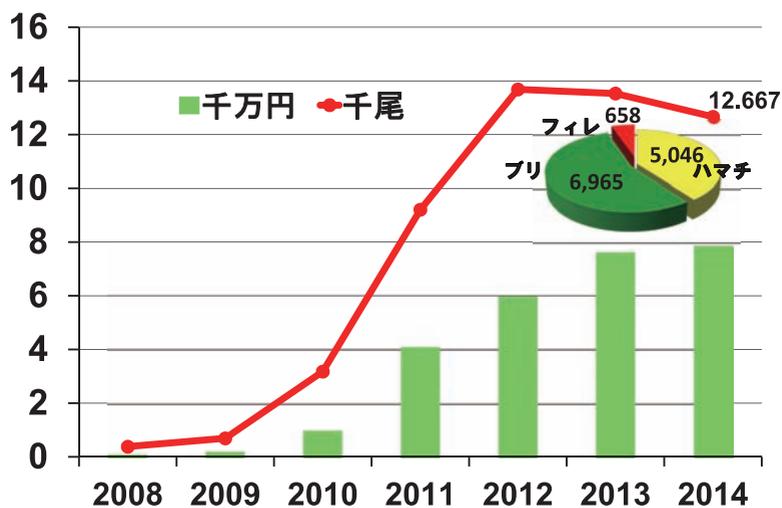


図 2-3 東信水産(株)のオリーブハマチ・ぶり取り扱い尾数・金額の推移 (県漁連調べ)



申し合せ書の調印(向かって左から嶋野組長、織茂社長、浜田知事、服部会長)と、
荻窪総本店での記念フェア(2012.10.6)



荻窪総本店のキッチンステージとシーンプレゼンテーション



「讃岐さーもん」の初フェアで3,100尾を販売(2014.4.25～5.27)

「戦略なき販扱は自滅する」ことを肝に銘じながら、双方が信頼できる取り組みをさらに深めていくことが重要

一方で県側としては首都圏販売をさらに伸ばす観点から、販売チャンネルをさらに増やしていく方向にあることは間違いないが、それは取り扱ってくれる側から見れば、目新しさがなくなる、独自性を失う、等々で、折角掴んだ顧客を失ってしまいかねない。「戦略なき販扱は自滅する」ことを肝に銘じながら、双方が信頼できる取り組みをさらに深めていくことが重要であると考えている。また、リピーターが増えるにつれ商品を見る目も当然に厳しくなるため、間違ってもブランドイメージを壊すような変な魚を送り込まないよう、県漁連は特段の注意を払っている。もちろんこのことは首都圏だけでなく全てにわたって留意すべき点である。

(3) オリーブハマチの海外展開

香川県産養殖ハマチの海外輸出は、一九九五年頃に県漁連がアメリカ合衆国向けに試験輸出をしたことがあったが以後は続かず、二〇〇八年のハマチ養殖八〇周年を契機に本格着手したといえる。

オリーブハマチについては開発当初から輸出を視野に販路開拓を行った結果、二〇一五年末までにシンガポール、マレーシア、タイランド、フィリピン、香港、台湾、そして中国本土への輸出が実現している。養殖ハマチの新しいブランドとしては比較的早く海外展開できたと自負しているが、数量がまだまだ少ないため、新たな戦

二〇〇八年七月に伊勢丹シンガポール スコッツ店において真鍋前知事が県漁連扱いのハマチをトップセールスしたのが最初

略を必要とする時期が来ていると考えている。

シンガポール

・販促の経過と結果

二〇〇八年七月に伊勢丹シンガポール スコッツ店において真鍋前知事が県漁連扱いのハマチをトップセールスしたのが最初である。T. C. LIM 社長と知事が年間取引確立のための申し合わせ書を交換した。また、大手スーパー約五〇店舗を展開する Cold Storage の主要店舗で九月に香川フェアを開催して刺身の販売を行ったが、これは (株) 巨峰の ADRIAN C. K. TEO 社長の協力によるものであった。

また、二〇一二年五月には浜田知事がトップセールスを行い、同じく T. C. LIM 社長と県産品の常設販売を目指す申し合わせ書を交換し、さらに水産物を取り扱う KIREI J. F. S. (株) の Ricky 社長への売り込みなども行っている。

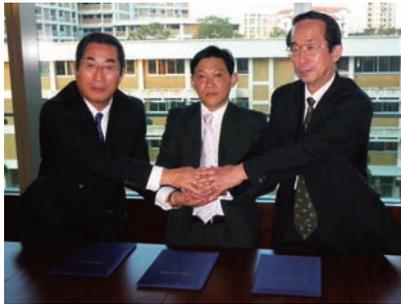
一方、県漁連によるハマチフェアは、JSTT SINGAPORE (株) の KOH K. J. 社長とその日本人である (株) JSTT JAPAN の荒張浩司社長



オリブハマチ・ぶりの国内販売・海外輸出概要図



Cold Storage での県産ハマチの販売 (2008.7.26)



JSTT KOH 社長と服部会長が覚書に調印
(筆者が立会 2009.12.12)



伊勢丹シンガポールスコッツ店 平嶋水産で
フェア実施



Giant Tampines 店での販促活動



用意した英文の販促用チラシ



シンガポールへの香川県漁連の輸出額推移 (県漁連調べ)

二〇一五年度は一月末時点で約
六五〇万円の取扱い額

の協力により、二〇〇八年一月中旬に大型
量販店の Carrefour Plaza・Giant IMM ほか
主要店舗で、香川産ハマチフェアを初めて開
催して刺身パックや寿司、カマなどが販売さ
れた。そして二〇〇九年二月には KOH 社
長と服部会長が継続販売を確認する覚書も交
換するなど、今日まで県漁連東京支所が中心
となって、相手先店舗も MEDLEY なども
水産など増やしながら取引を継続・拡大し、
二〇一五年度は一月末時点で約六五〇万円の
取扱い額となっている。

また二〇一三年一月には東京・サントレイド(株)の檜山社長と KIREI J. F. S.(株)
の Ricky 社長の協力により、Pan Pacific Hotel Singapore 内の日本料理レストラン「櫻」
にて香川フェアを開催、オリーブハマチのしゃぶしゃぶをメニュー提供した。
・今後の方向性

シンガポールでは水産物の輸入はライセンス取得業者が登録通関士を使って行
うが、関税はかからず販売時に七%の財・サービス税 (GST) がかかるのみである。
生カキなどを除いて検疫も不要であるが、二〇一一年三月二日に発生した東日本大



浜田知事によるトップセールス
(2012.5.12)

震災直後に輸入した日本産野菜から放射性物質が検出されたことで一時的に輸入停止措置が取られた後、同年四月二三日より同国向けに水産物を輸出する場合は、水産庁もしくは各都道府県水産部局長が発行した原産地証明の添付が義務付けられている。また、シンガポールの日本産生鮮魚介類市場はすでに成熟しており、新規参入は即座に国内他産地との価格競争に晒されるが、香川の場合は通常なら関西国際空港または羽田空港経由で割高となるため、JSTT向けは現在のところ九州産との混載で福岡空港から輸出している。

この国への輸出はパートナーに事欠かないが、高品質を前面に出しながら他の県産品も含めた販売が必要で、まず香川県そのものの知名度がなければダメということ。二〇〇九年から毎年、四国内の四県が協力して伊勢丹シンガポールで「四国フェア」を開催したり、農林水産省が毎年開催している日本の食に特化した見本市「Osishi Japan」に継続出展しながら地道な努力を続けている。

同国での主な販売ターゲットは現地在住の日本人と中国系の人達で、マレー系やインド系の人達はほとんど生食をしないので期待はできない。なお、刺身についてはサーモンやマグロのトロなど脂ののった魚が好まれるが、これは東南アジア共通とされており、県産ハマチについてもさっぱりした味わいのオリーブハマチより脂っこいひけた鰯のほうが好まれる。オリーブハマチは現地の日本人向けにPRして、二〇一三年以降にやっと輸出の主体となったところである。

全漁連は国産水産物の輸出拡大のためシンガポールに現地法人を設立し、二〇一五年一月には海外輸出戦略拠点として日本食レストラン「JF KANDA WADATSUMI」を開店させるなど、今後とも目が離せない、力が抜けない国である。

タイランド

・販促の経過と結果

タイランドの日本料理店向けに二〇一二年一月上旬に東京・うおん(株)の佐藤卓也社長の協力で、オリーブぶりを初めて少量輸出した。その後二〇一四年五月・六月にバンコクの KOI THAILAND (株) が県漁連扱いのセミドレスハマチ四九尾、一八六キログラムを使ってプロモーションを行ったうえ、八月下旬に同社の Praewnapa 社長を香川県が招へいして引田漁場と引田加工場に案内、そして九月下旬から一二月末にかけてオリーブハマチ一三尾に加えてひけた鰯四四尾、合計五七尾、二五四キログラムを正規輸出した。シンガポールと同様に気温の高い暑い国なので、脂っこいひけた鰯のほうが結果的に多くなった。物流ルートは県漁連⇩川崎丸魚(株)⇩うおん(株)・成田⇩バンコク・KOI(株)で、通関は(株)カンロジである。

二〇一五年は香川県特産のオリーブ牛の取り扱い実績を持つ、Siam Food Services (株) に対し漁期前の段階から県がオリーブハマチの販促活動を積極的に行った結果、一〇月五日のサンプル出荷で顧客にその品質の高さを評価していただき、以後輸出が

シンガポールへの輸出はパートナーに事欠かないが、高品質を前面に出しながら他の県産品も含めた販売が必要

タイランドの日本料理店向けに二〇一二年一月上旬にオリーブぶりを初めて少量輸出



KOI THAILAND (株) Praewnapa 社長の香川県招へい
(中央の女性：2014.8.23 引田・安戸池にて)



KOI (株)が作成した販促用チラシ



Siam F. S. (株)社員 20 余名へのプレゼン風景 (2015.9.15：県産品振興課提供)

拡大してセミドレスを週二回木・土で一二月二四日までに三六五尾、一・二トン、金額で二五〇万円余を輸出した。ルートは引田加工場↓中央魚類(株)・成田⇄バンコク・Siam F. S.(株)で、初年度としてはかなりの実績を残した。

・今後の方向性

タイには日本料理店がすでに一、五〇〇店以上あり、日本産鮮魚の消費量が多いために価格競争も激しい。ハマチ養殖発祥の地を最前面に出して他産地との差別化を図っているが、一流店にはブランドハマチを、二流店以下には冷凍天然ハマチと、ターゲットを分けて対応するほうが現実的であろう。関税は包装パックに印字があれば二〇%で、なければ五%なので商標のシールは初めから貼らずに通関後に現地で貼るなど、価格競争に勝ち抜くためのきめ細かい対応も必要となってくる。

Siam F. S. (株) は顧客 JW Marriott Hotel (Bangkok, Phuket)・Intercontinental Hotel Bangkok などハイクラスで幅広く、また魚の旬の捉え方も理解できており、ブランド魚として適切な評価もいただけたので、来年度以降、東南アジア輸出の要としてより早くより長く取り扱ってもらって輸出の倍増を狙っている。

香港

・販促の経過と結果

東京・(株) 艸堂の栄利社長の協力を得て、二〇一一年七月一〇月に国内流通業者

一流店にはブランドハマチを、二流店以下には冷凍天然ハマチと、ターゲットを分けて対応するほうが現実的



香港餐飲聯業協会会員による県漁連視察 (2012.5.28)



嶋野文太氏が養殖ハマチの神経抜きを実演



浜田知事によるトップセールス (香港・日本料理店「梁山泊」にて 2013.10.24)



二〇一二年一月五日、香港・九龍の日本食レストラン「梁山泊」向けにオリーブぶりを初めて輸出

二社および香港卸売業者等五社から直接聞き取り調査を行ったうえで、香港餐飲聯業協会との商談を正式にスタート、二〇一二年一月早々に協会所属の日本料理レストランオーナーほか六名を香川県に招へい、オリーブハマチの漁場見学の後、調理技術向上のためのワークショップを開催するなどした。そして、二〇一二年五月二七〜三十一日の五日間、同協会の陳首銘主席ほか三二名の会員を浜田知事が招へいし、申し合わせ内容を確認し合うとともに、農畜水産物ほか日本酒、讃岐うどん、オリーブなど、県内の産地を巡りながら県産品全般に亘ってプロモーションを行った。県漁連では伊吹いりこやさぬき蛸の試食宣伝を行っている。

そして同年一月五日、東京・うおん(株)の協力で香港・九龍の日本食レストラン「梁山泊」向けにオリーブぶりが初めて輸出され、同月三〇日には現地のレストラン関係者三〇名を集めて試食会を開催、その様子が微博(weibo)に投稿され、旅行雑誌「明周」などにも掲載されて好評を博した。

翌二〇一三年一月二四日には同じく「梁山泊」において現地のバイヤーやマスコミなど一〇〇名余を浜田知事が招待してセミナーを開催し、盛大にトップセールスを行っている。ルートは県漁連↓(一財)かがわ県産品振興機構↓(株)トラストジャパン・高松空港⇄台北(桃園)⇄香港・梁山泊、である。台北から香港への乗り継ぎ便があるので、高松空港から直に輸出できるのが強みである。なお同店は輸入業者も兼ねており、二〇一四年以降も毎年一月にオリーブぶり料理をメニュー展開

二〇一四年には日本食レストラン「Vegi」に現地バイヤーを招待して試食商談会を開催し、一月二四日から二週間にわたって期間限定でメニュー展開を行って好評であった

してフェアを定番化、二〇一五年は一〇月二八日からほぼ大都魚類（株）扱いで週二回木・土にオリーブぶりフイル計一二四万円余を輸出している。

一方、二〇一四年には日本食レストラン「Vegi」に現地バイヤーを招待して試食商談会を開催し、一月二四日から二週間にわたって期間限定でメニュー展開を行って好評であった。その際のルートは県漁連↓大都魚類（株）↓魚増（仲卸・輸出業者）・羽田空港↓香港・GO GO FOODS（輸入業者）↓Vegiであった。なお、二〇一四年一二月末にイオン香港（全一三店舗）で開催された「瀬戸内フェア」に出展するべく、香港本部バイヤーと粘り強く交渉を重ねたが、どうしても数量・価格が折り合わずに断念した経緯がある。

・今後の方向性

香港は関税もなく輸出は簡単で日本産食品の輸出第一位の国であるため、多くの商品で過当競争に陥っている。日本産水産物は香港外食産業の5%を占める、約一、八〇〇店の日本料理店に集中して、それ以外の

健康志向、日本食ブームを盾に、イメージの良いオリーブハマチは追い風があるとして、商品性を前面に出して売り込みを図っていくほかない

現地料理店ではまだほとんど使われていないという。東京・築地の仲卸業者等から多品目の鮮魚が毎日即着で輸出されており、したがって価格競争は激しい。香川県の場合は現地までのリードタイムにどうしてもロスが出て、鮮度、価格ともに厳しく、特に価格競争の激しい養殖ハマチは並大抵のことでは競争できない。したがって健康志向、日本食ブームを盾に、イメージの良いオリーブハマチは追い風があるとして、商品性を前面に出して売り込みを図っていくほかないと考えている。輸出関係書類が少ない、関税がかからないことは輸出する側にとって大きなメリットである一方、商品メリットは相手先の取扱業者、卸売業者、外食企業がともに享受し得るものである。また、梁山泊への輸出は四年続けたが、ここだけでは輸出数量が伸びないため、新たなパートナー探しが急務と考える。ただしハマチ一品目での連続輸出は至難の業であるため、野菜や果物などの農産物も合わせた「オール香川県産品」での輸出が



香港到着直後の発泡スチロール箱の破損状況（左）と改良箱（右）（株式会社ジャパン提供）



日本食レストラン「Vegi」の集客チラシ

必須と考えている。

なお、二〇一四年一二月に高松空港から台北乗り継ぎ便で輸出した際、二回連続で発泡スチロール箱の、主にハマチの頭の部分が破損する事故があったため、四隅を補強した箱に切り替えて羽田発直行便で香港まで輸出したことがあり、想定外の商品事故にも臨機の対応ができるよう、常に心掛ける必要がある。

台湾

・販促の経過と結果

二〇一三年一〇月、争鮮股份有限公司にカマなしフィレのサンプルを送付、さらに一一月には「台湾築地魚金」に試験販売用のラウンドとカマなしフィレを正規輸出したが、いずれも価格面で折り合わず以後は断念

二〇一二年から、まず台湾に約二〇〇店舗を展開する争鮮股份有限公司に売り込んで、二〇一三年一〇月にカマなしフィレのサンプルを送付、さらに一一月には九店舗を有する新光三越の天母店テナント「台湾築地魚金」に試験販売用のラウンドとカマなしフィレを正規輸出したが、いずれも価格面で折り合わず以後は断念した。そして台北市日本商工会の山本幸男総幹事の紹介で一二月から翌二〇一四年三月にかけて計三回、立ち食い寿司「上引水産」などを経営する、台北でも老舗の日本料理店である三井餐飲事業集團の黄社長に面談し、オリーブハマチだけでなく天然マダイやヒラメ、マダコ、殻付きタイラギやミルクイガイなどのサンプルも持ち込んで強引に売り込みをかけたが、最終的に「東京築地のブランドを、わざわざ瀬戸内香川に変えるメリットは、何もない！」という辛辣な結論を出されてギブアップ。放射能の心配がまった

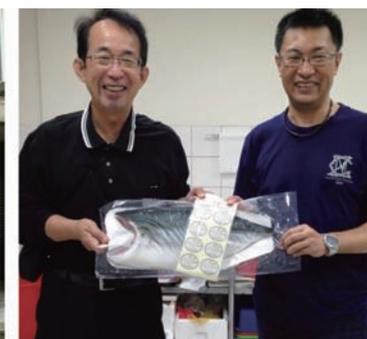
二〇一四年四月、丸屋海産有限公司の董事長であり京都で(株)小松商店を経営する草木憲一郎社長に面談してオリーブハマチの売り込みを行ったところ、現物を見ていないにもかかわらず品質の良さに惚れ込んで「ぜひ使ってみたい！」との即答を得た

くない、新鮮で美味しい瀬戸内海の魚であっても、築地ブランドには全く歯が立たないことがあらためて痛感された。しかし二〇一四年四月に台湾在住の香川アンバサダー、台湾伊都錦股份有限公司の多田良二総経理の紹介でようやくたどり着いたのが、主に日本海産の鮮魚を輸入して販売する丸屋海産有限公司であった。早速、同会社の董事長であり京都で(株)小松商店を経営する草木憲一郎社長に面談してオリーブハマチの売り込みを行ったところ、現物を見ていないにもかかわらず品質の良さに惚れ込んで「ぜひ使ってみたい！」との即答を得た。そして県漁連との商談、生産現場での商品確認を経て、丸屋海産を輸入業者として同年九月二二日にフィレとラウンドを初輸出。それまでに草木社長とともに台北市内を売り込み行脚していたおかげで、燈々庵、染乃井、海楽のほか、三花、のむら寿司、新都里、鮮一郎、えん、など一三店舗余で鮭や刺し身商材に使っていただけた。

物流ルートは大水京都に未明に到着できるタイミングで引田加工場でフィレにし、他の魚とともにパッキングされて関西国際空港で通関、昼発の中華航空便で桃園国際空港に到着、丸屋海産が関税と営業税を支払って通関、夜間に自社に引き取り、翌朝仕分けしてランチ、ディナーなど使用時間帯に合わせて保冷車で配達される。二〇一四年の取扱量は九〜二月でオリーブハマチフィレ二九二枚とオリーブ鰯ラウンド二六本で、初年度としてはかなりの実績を残した。二〇一五年も多くの店からリクエストがあり、一〇月から週三回、三〜四尾(フィレ一〜八枚)ずつ約一〇〇尾分



草木社長とオリーブハマチを売り込む
(左上から「三花」「燈々庵」「新都里」にて 2014.6.11)



無事の着荷を確認し思わず「笑顔」に (向かって左が筆者 2014.9.30)

のフィレを輸出している。

なお、草木社長は別途二〇尾ほどを初めてフィリピンで販売したところ、日持ちが良く色変りしない、これまでの物と全然違う、との高評価を得たという。二〇一六
 年秋の輸出が大いに楽しみである。

・今後の方向性

台湾はもちろん親日で、日本食に対する好感度は抜群である。しかし香川県の知名度の無さがここでも足を引っ張った。讃岐うどんは現地事業者の努力で有名になっているが、香川の県名はまったく別物である。オリーブハマチの品質の良さは取り扱う業者までは認識してくれるが、その先は試食宣伝が極めて重要になってくる。まだまだ努力不足を感じている。愛媛の「みかんブリ」などブランド魚もすでに一定量が輸入されており、これからはもっと競争が激しくなる。なお、二〇一四年度の筆者らの取り組みは、ジェトロの報告書で紹介されている。

なお、昨年現地で大きな議論を呼んだ、放射能検査証明の全品目への義務付けは、今のところ回避されているが、いつまた蒸し返されるかわからないとのことである。また輸入通関の際に衛生検査、放射能検査に加えて薬品検査が抜き打ちで行われるが、これに引つかかると最低三日間は検疫所に足止めを喰らい、生鮮品であるがために結局は廃棄処分となって輸出者側の丸損となってしまう。したがって輸出には中国本土と同等のリスクがあることを認識しておかなければならない。またハマチのラウンド

台湾は親日で、日本食に対する好感度は抜群だが、香川県の知名度は無く、オリーブハマチも試食宣伝が極めて重要になってくる。



長崎魚市（株）
呉永平総合企画部長



上海長申魚市貿易有限公司
曾波董事長（大洋世家集团股份有限公司）



は四二・五%の関税がかかり特別に高い。フィレでもカム付きは同じ率である。現地で水揚げされるカンパチの保護策との見方もあり、さらに日本の消費税にあたる営業税5%が、すべての食品に一律にオンされるため、最終的に現地価格は香川の浜値の三倍位になってしまったため、高品質を常に前面に出してよほどうまく売り込みをしなければ、リピーターの確保も難しいのではないかと思っている。

中国

・ 販促の経過と結果 （上海）

県産水産物の中国輸出への動きは、中国の春秋航空会社が香川県の誘致活動を受けて「上海⇄高松」便の就航を決定したことを受けて、二〇一〇年九月二日に香川県議会経済委員会視察団が上海長申魚市貿易有限公司・長崎鮮魚市場を現地視察したことが始まり

県産水産物の中国輸出への動きは、中国の春秋航空会社が香川県の誘致活動を受けて「上海⇄高松」便の就航を決定したことを受けて、二〇一〇年九月二日に香川県議会経済委員会視察団が上海長申魚市貿易有限公司・長崎鮮魚市場を現地視察したことが始まりである。このとき、上海に輸入された数多くの新鮮な長崎県産魚介類を前に、長崎魚市（株）の呉永平部長から、「黒字になったのはごく最近で、ここまで二〇年以上かかっている」とのお話を伺ったが、そのときは筆者は中国輸出に直接アプローチする前であってピンとこず、後にその難しさを思い知ることとなった。

春秋航空高松便の就航は二〇一一年七月一五日であったが、翌二〇一二年二月下旬に高松市で東京・築地魚市場（株）と東市築地水産貿易（上海）有限公司（以下、東



JFFIC による検体採取 検査済みのパッキング (引田加工場にて 2012.3.12)



検査結果) # (全検査数: 11)				
核種名	キーラ	判定	面積率	放射能値
I-131	0	非検出/	積算	0.0000
I-131	1	非検出/	積算	0.0000
Cs-134	0	非検出/	積算	0.0000
Cs-134	0	非検出/	積算	0.0000

香川県産業技術センターでの放射能検査 (当然に放射性セシウム・ヨウ素非検出 2012.3.14)



発泡スチロール箱にドライアイスをかまして梱包し通関 (2012.6.26)

二〇一二年一〇月下旬に上海に生鮮オリーブハマチフィレのサンプルを持ち込み、日本料理店「二条」にて肉質をチェックしてもらい、さらに一二月月上旬には日本料理店等九店舗にチェックを依頼して、その品質の良さは証明できたものの、三月中旬までに愛媛産との競合問題を解決することができず、結局このルートでの輸出は断念

市上海という)、県漁連と県の四者が県産ハマチの輸出に向けた活動を開始、厚生労働省による引田加工場の中国向け輸出施設の登録完了を受けて、三月中旬に(一財)日本冷凍食品検査協会(JFFIC)に冷凍ハマチ・マダイフィレの検査を依頼し衛生証明書の発行を申請した。四月上旬に県漁連役員視察団が東市上海を訪問、そして中国側の施設登録・輸入許可が五月上旬に下りたものの初めてのことで書類の完備に手間取り、ようやく六月二七日に冷凍ハマチ・マダイフィレ計一五〇キログラムを松山空港から中国東方航空便で上海に輸出ができた。

一方では、青島在住の香川アンバサダー、大谷吉治氏の紹介で上海峰二食品有限公司の小玉享董事長、愛媛県のナインウェーブ(愛媛産水産物輸出促進共同企業体)から鮮魚を輸入販売している海之興進出口貿易有限公司の稲田部長と面談、一〇月下旬に上海に生鮮オリーブハマチフィレのサンプルを持ち込み、日本料理店「二条」にて肉質をチェックしてもらい、さらに一二月月上旬には日本料理店等九店舗にチェックを依頼して、その品質の良さは証明できたものの、翌二〇一三年三月中旬までに愛媛産との競合問題を解決することができず、結局このルートでの輸出は断念した。続いて六月中旬には上海文展国際貿易有限公司の陳董事長と上海寅和商貿発展有限公司の周總經理を香川県に招へいし、県漁連及び県とオリーブハマチの試験輸出を具体的に協議、庵治漁協ハマチ養殖漁場・引田加工場を視察のうえ輸入通関業者になってもらうべく働きかけたが、やはり鮮魚の即日通関は難しいとの結論であった。そして築地魚



大連で開催の中国国際漁業博覧会（2013.11.5～7）



右から二人目が獐子島集團股份有限公司の吳厚剛總裁



青島で開催された同博覧会（2014.11.5～7）

鮮度を保持したままでの輸入通関が物理的に不可能で廃棄リスクが極めて高いとの結論に至り、最終的にオリーブハマチの生鮮輸出を諦めて今日に至っている。

市場（株）本社も交えて再々度の協議を行い、県側が最後まで生鮮輸出にこだわったため、二〇一三年八月上旬に東市上海の劉慧臣総経理が中国輸出入商品檢驗檢疫局（CIQ）に輸入許可の申請をしたものの、許可が下りたのが一〇月であった。そして生鮮ハマチ主体でしかも新規の取扱いとなると確実に通関検査され、その所用日数は四～五日とのことで、鮮度を保持したままでの輸入通関が物理的に不可能で廃棄リスクが極めて高いとの結論に至り、最終的にオリーブハマチの生鮮輸出を諦めて今日に至っている。

（大連・青島）

・ 販促の経過と結果

世界三大水産博の一つ「中国国際漁業博覧会」が二〇一三年十一月五～七日に大連で、二〇一四年も同日程で青島にて開催されたが、県漁連が大連の獐子島集團股份有限公司およびその窓口である東京・中央魚類（株）と連携して出展し、オリーブハマチ・ひけた鱈フィレを刺身、照り焼きにして試食宣伝を行うなど、県産水産物の売り込みを図った。しかし、一部のサンプルを除いて二〇一四年に販売用として冷凍で正規輸出したフィレは、輸入許可申請から通関完了まで二カ月近くを要した。商談は各五〇社以上あったが、冷凍であっても上海同様まともに輸出ができなければ商売は無理と判断し、ここでも生鮮輸出は断念した。

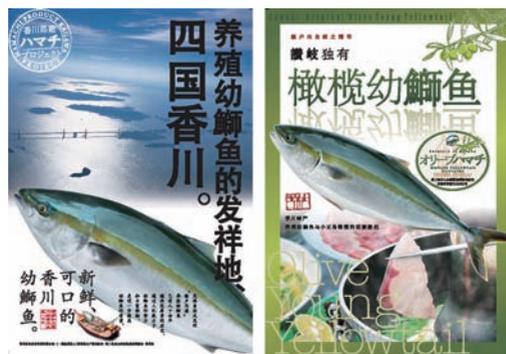
・今後の方向性

関税が一二%、増値税一三%、さらに販売時には営業税が一三%かかるため、卸値を下げることとは極めて困難

上海では冷凍ハマチを解凍して生食用に使うのが一般的であるが、当然に生鮮品であれば付加価値は高い。二〇一二年当時、上海で鮮魚を継続的に輸入していたのは主に長崎産を扱う上海長申魚市貿易有限公司と愛媛産を扱う海之興進出口貿易有限公司だけであった。そして鹿児島産の黒瀬ブリが Tax Free で香港から大量に輸入され、すでに価格競争を呈していた。養殖ハマチはキロ当たり二千円前半でなければ勝負できないと聞いていたが、この時の本県産は冷凍でしかも保冷剤ではなくドライアイスを使ったため危険物扱いで三千円を超えたため、現地では長期在庫になったようである。しかし関税が一二%、増値税一三%、さらに販売時には営業税が一三%かかるため、卸値を下げることは極めて困難である。

冷凍ハマチの輸出で二回とも実質二カ月を要したが、これでは事業として致命傷である。

これら中国輸出の問題点については、あらためて第三章で整理した。



用意した中文の販促用チラシ

第三章 飛躍への課題と展望

二〇〇八年から二〇一五年までの八年間における県産養殖ハマチの販売の浜値と養殖種苗の買値の推移

二〇〇八年から二〇一五年までの八年間における県産養殖ハマチの販売の浜値と養殖種苗の買値の推移をみると、一キログラムサイズの種苗価格は特にここ三年程は高めで、販売の浜値も二〇一四年は近年では珍しくキログラム当たり九二〇円の高値で始まったが、限界突破の兆しもなく残念ながら二〇一五年は下落した。この浜値に対しオリーブハマチの生産者はオリーブ粉末代としてキログラム当たり三〇円を上乗せして受け取るが、それは実費であって直接の利益には何ら結びついていない。

一方、餌のモイストペレットに混ぜ



図 3-1 香川県産養殖ハマチの価格推移

(販売の浜値は毎年9月の初売り価格、種苗の買値は同4月の1kg物：県漁連調べ)

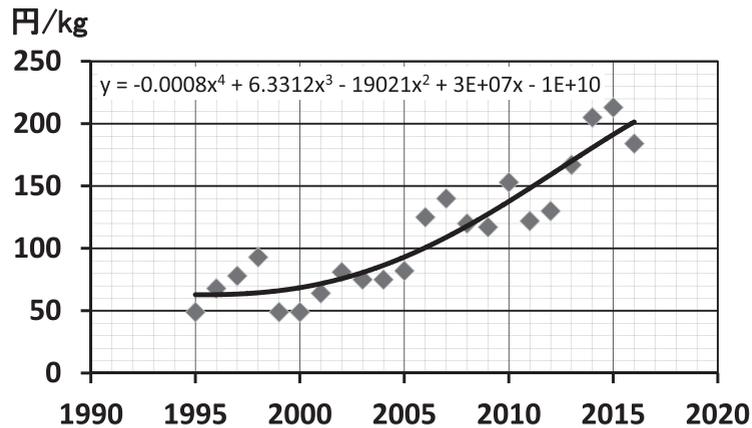


図 3-2 高騰するペルー産魚粉の価格推移 (イギリス CIF 価格 2016.3.9 現在)
(世界経済のネタ帳 <http://ecodb.net/> より筆者作図)

配合割合	原 材 料 名
50%	魚粉、(カニミール)
15%	小麦粉、でん粉
11%	大豆油かす、(エグゼン)
24%	精製魚油、植物性油脂、飼料用酵母、りん酸加水、 石灰末、サゴ-林、花卉抽出処理物、とうがらし粉末、 脱糖さとうきび抽出液、よもぎ発酵液漬生姜乾燥 粉末、ガーリック粉末、(炭酸カルシウム)

あるメーカーの配合飼料の成分表

「ブランド化の推進に「戻り道
はない

合わせる配合飼料の主成分である魚粉の価格は、取り組みを開始した二〇〇八年当時の二倍以上に跳ね上がり、特に円安の影響もあって二〇一四年は一時的に二五〇円／キログラムまで急騰している。その原因は供給国であるチリやペルーの生産調整と、淡水魚主体の養殖生産量が日本の数十倍規模もある中国による買い占めによって需給バランスが崩れているからで、それだけでなく国内産のエサ用のサンマやサバも、食用として中国に買い漁られていると聞く。

生産コストの約七割を占める餌代がこれだけ高騰すれば、生産者がいかに厳しい経営を強いられているかお分かりになるだろう。両国からの単純計算だが、浜値が一・五倍以上になっていないと引き合わないのに、現実はそのようではないばかりか逆に下落している年もある。

養殖ハマチのブランド化には一定の成果が得られたものの、商品自体の浜値が種苗の買値や天然魚の漁獲動向等に引張られて毎年大きく変動するうえ、二〇一六年に入って下落傾向にあるとはいえ、魚粉価格がここまで高騰してしまっただけでは、生産者はほんとに何を信じて経営を続けていけばいいのか頭を抱え込まれていると思う。しかし、だからといってこのまま何もしなければ、小規模生産者は最終的に潰れるしかないことは明白である。したがってブランド化の推進に「戻り道」はないのである。

販売九年目となる本年二〇一六年以降、オリーブハマチがさらなる飛躍を遂げるには、生産者が発祥の地としての歴史と伝統に裏打ちされた先取の技術をもって生産し

た、安全・安心・新鮮でおいしい香川のプライドフィッシュオリーブハマチを、関係団体が適確な流通手段をもって消費者に安定的に提供し、そして美味しく食べていただく「笑顔の輪」を広げていくことに尽きる。そのためには①高品質の持続、②研究開発の継続、③消費の拡大、④販促・販拡活動の強化、さらには⑤輸出の拡大、の五つの課題を確実にクリアしていかなければならない。そして、これまでに蓄積したあらゆるノウハウを活用して更なる飛躍を図るには、どうしても⑥中国輸出の問題点、について現状を把握しておく必要があると考える。

① 高品質の持続

「イメージの良さ、味の良さ、そして報道や口コミによる宣伝効果」

オリーブハマチが成功した理由を一言でいえば、「イメージの良さ、味の良さ、そして報道や口コミによる宣伝効果」に尽きる。さらに不動のブランド化に向けてやるべきことは、まずは優良種苗の導入、そして最適な養殖環境の維持と飼育管理全般にわたる技術の向上、およびMP用には最適・高品質の冷凍餌魚を常に使用していくことである。そして、
A. 出荷基準の統一、B. 良質なオリーブ葉



嶋野文太氏のハマチ養殖管理野帳
日々清書して年度毎に船内に完備

粉末の安定確保、C. 活〆・神経抜き・脱血・氷冷の徹底など、生産・流通・販売の全過程における統一的な管理が重要である。もちろん、養殖期間中の詳細な日誌帳によるトレーサビリティの徹底でリスクを回避することなど、ブランド力強化に向け生産者自らが取り組むべき課題は極めて多い。

A. 出荷基準の統一

二〇〇九年五月一八日に県かん水の嶋野組合長を委員長とし、生産者一〇名を委員とするオリーブハマチ管理委員会が設立された。二〇一五年度の委員は一五名であるが、ここで生産方針や割り当て尾数の決定、試験の内容、さらに毎年九月上旬に委員が生産したハマチを持ち寄って県や県漁連職員も交えたなかで試食し合ってそれぞれ採点し、仕上がり状況を確認したうえで一斉販売日を決めている。また出荷前には必要に応じて抜き取り検査でベコ病のチェックなど、身肉の直接確認もしてきた。

しかし生産者が増えれば工業製品でないだけに、均質性の維持がきわめて重要となる。MP主体の生産者が使用するサンマ、サバ、マイワシ、カタクチイワシなどの生餌は、それぞれ脂質含量も栄養組成も異なる。当然にオリーブハマチに仕上げる前段階で生産者間の差が生じているが、脂質含量はオリーブ葉粉末の投与によって、全体として通常ハマチより若干低めに仕上がることが開発当初から判明している。しかし、いかに最後にオリーブ葉粉末で仕上げようと、すでに大差が生じていれば似て非なるものができ上がってしまう恐れがある。消費者が「今日のハマチはこの前」とは味

二〇〇九年五月一八日に県かん水の嶋野組合長を委員長とし、生産者一〇名を委員とするオリーブハマチ管理委員会が設立

ばらつきが無く、いつ、どれを食べても、美味しい、と消費者に言っていただけのためには、それら変動要因をできるだけ排除する必要がある。

「が違う？」というような反応を示せば、信頼を一気に失うことになる。この難題をクリアするには、生餌の種類・サイズ・漁獲場所の統一が決め手となるが、それが容易なことではない。生産者はそれぞれがいわゆる「得意」の部分を持っているからである。最も簡単な方法は、既に十分な実績のあるオリーブ葉粉末入りのEPを全員が使えば、漁場の差によるもの以外はほぼ同じ魚ができる。しかしEPはMPに比べて摂餌し難い・成長が劣る・コストもかかる、と感じている生産者は多い。一方、MPは仕上げ時期、魚体サイズ、その味などを予想して生餌の種類や比率を変えられるし、栄養剤等の添加も容易である。そうしてMPを使うと、必然的に生産者によって魚の出来具合に差が生じてしまう。残念ではあるが、切り身の変色が少なくさっぱりとして臭みが無いといったオリーブハマチの特長が、生産者個々の力量によって何とか維持されているのが現状である。ばらつきが無く、いつ、どれを食べても「美味しい」と消費者に言っていただけのためには、それら変動要因をできるだけ排除する必要がある。そのために管理委員会の場を通じて生産者個々の理解を深めながら、せめて生餌の基本部分でも統一できないか、その方法を模索している段階である。また脂質含量測定器も開発したが、脂質含量だけでは品質の把握ができたことにはならないため、かんきつ類で普及しているセンサーや糖度計のように、新たな基準の見出しと機器の開発導入によって、基準以下のものはオリーブハマチの冠を付さないなどの厳しいチェック体制を構築することが、今後必要になってくると思っている。

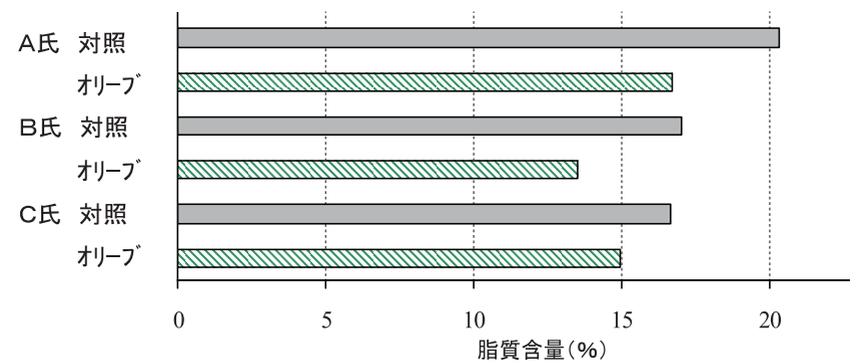


図 3-3 オリーブハマチと通常ハマチの脂質含量の比較 (三者)

B. 良質なオリーブ葉粉末の安定確保

さらに大きな課題がある。規定ではオリーブ葉粉末の投与量を単純に「餌に二%混ぜる」と決めているが、当然に量よりも質の方が重要である。オリーブ葉に含まれるオレウロペインの濃度は、その年の天候、摘採時期、保存・加工方法等に大きく左右されるため、管理委員会が毎年、県機関に分析を依頼している。また、オリーブ葉に含まれるポリフェノールはオレウロペインだけでなく、それらの+αがあつてオリーブハマチの特長が発現・強化されている可能性もあるが、分析によりオレウロペイン濃度が七・五%を下回った場合は、市販の栄養剤の中で身肉の変色抑制に効果があるとされるビタミンCの添加量を増やしている。そうするとさらにコストアップとなるため、管理委員会で激論の末に方針を決定している。

現在使用しているオリーブの葉は、オリーブ栽培に使われる農薬の種類、残留の程度の関係で、どこの葉でも良いというわけではないため、(株)ヤマヒサ(香川県小豆島町)の協力によって必要量を確保するのがよつとの状況である。したがって今後オリーブ業者の理解と協力を深める努力を続けて、県の支援も受けながら、小枝などの混ざり物が少ない良質の葉を、吉田飼料(株)(香川県東かがわ市)が安全性を保ちながら最適な粒子に加工したオリーブ葉粉末を、安定的に確保していく努力が不可欠である。このような理由もあつてオリーブ葉の粉末は高価となり、現在はkg当り一、〇〇〇〇円である。

現在使用しているオリーブの葉は、オリーブ栽培に使われる農薬の種類、残留の程度の関係で、どこの葉でも良いというわけではないため、(株)ヤマヒサの協力によって必要量を確保するのがよつとの状況

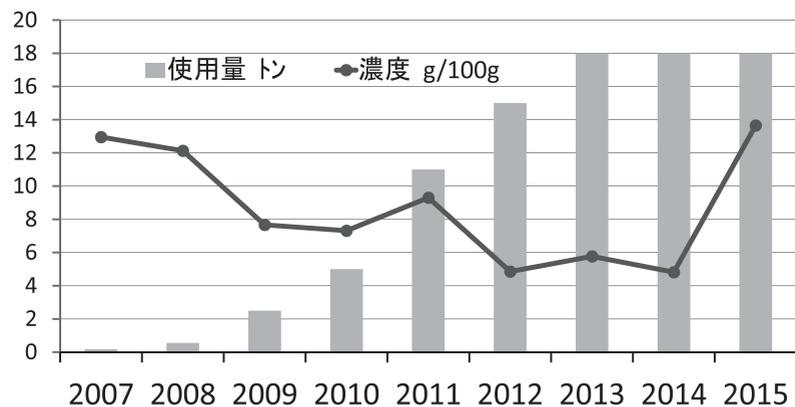
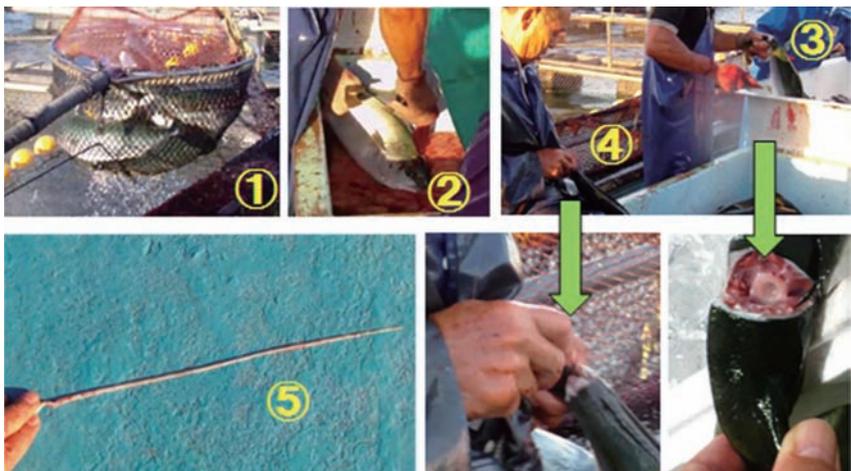


図3-4 オリーブ葉粉末の総使用量とオレウロペイン濃度の年変動
(使用量は県かん水、濃度分析は香川県産業技術センター)

オリーブハマチは出荷に際し、
養殖生簀から十尾程度を掬い上
げて一尾ずつ迅速・確実に手で
ズルことを繰り返す

C. 活ズル・神経抜き・脱血・氷冷の徹底

オリーブハマチは出荷に際し、養殖生簀から十尾程度を掬い上げて一尾ずつ迅速・
確実に手でズルことを繰り返す（写真①、②）。そこが定置網などで一時に大量漁獲
される天然ハマチとの大きな違いである。その後少しの時間氷水で冷やしながら脱血
させ、さらに一定量のオリーブハマチは「神経抜き」といって尾柄部の上半分を特殊
なナイフで切断し（同③）、露出した尾椎の中央に圧搾空気を注入して（同④）脊髄
を瞬時に抜いてまったく動けないようにしてからさらに海水氷で徹底して冷やし込ん
で、身割れを防ぐとともに生臭さの原因となる血液の身肉への残留を防ぐことで品質
維持に万全を期している。脊髄は尾部に近づくほど細くなるが（同⑤右側）、手で
正確に延髄を切断しないと、出口がないため体外に排出されずに脊椎腔の中で詰
まって腐ってしまう。船上で椅子に座って左手だけでハマチの尾柄部を持って膝上で
一本一本丁寧に処置するが、嶋野組合長によれば、四・五キログラムサイズまでが片
手で扱う限界で、一人で連続五〇〇本もやると腕が上がらなくなるといふほど厳しい
作業であるため、本県でもまだ生産者の半数足らずしか行えていない。人手と小出し
用の生簀を設置する必要があるが、海水氷の使い方にも工夫があるが、これも高品質を
維持するためには徹底しなければならぬ重要な作業である。この方法は他産地の養
殖ブリの一部、またマダイやスズキなど天然魚でも近年急速に普及しており、**瞬ズル**
という登録商標もある。



② 研究開発の継続

二〇〇七年以降、香川県水産試験場（前半は同赤潮研究所）が同産業技術センターに化学分析を依頼する形で研究開発を続けてきた結果が現在の高品質に繋がっているが、サンプリング等は県漁連や県かん水の職員が協力するなど、県が主導し関係団体が支援・協力する体制が出来上がっているからこそそれが可能となっている。さらに現在は地元の香川大学農学部との共同研究にも着手している。

フィールド試験の大原則六つ

- 生産現場でのフィールド試験の大原則は、
1. 同一の時期・漁場・生簀・種苗を使用し、
 2. 同一の同一基本餌料による給餌管理で、
 3. 同一人による日誌記帳と外部チェックを行ったうえで、
 4. 同サイズ・部位・手順で化学分析を実施し、
 5. 結果を取りまとめて査読のある学会誌等に投稿して掲載されたうえで、
 6. 新聞・チラシ等でも公表してPRを行う、
- という手順となる。この六つのプロセスのうち一つでも欠ければ、正式に認知されたブランドとは言えなくなってしまう。

表 3-1 オリーブハマチに関する試験研究結果と発表先

年度	試験研究結果の概要	発表先(年度)
2007	オリーブ葉粉末入りMPの摂餌と血合肉の褐変抑制効果を確認	日本水産学会(2007)・ほか
2008	9日間の絶食でも褐変抑制効果が持続することを確認	日本水産学会(2009)・ほか
2009	オリーブ葉粉末給餌による身肉の脂質含量の低減効果を確認	日本水産学会(2010)・ほか
2010	高水温期のオリーブ葉使用は不可、MPへは2%添加が適当	生産者委員会(2010)
2011	血合肉のアミノ酸含量の変化を確認、葉の1年間の保存は可	日本水産学会(2011)・ほか
2012	EPの性能を確認・給餌OKだが2%以上必要、ビタミンC添加は可	日本水産学会(2012)・ほか
2013	生葉の冷凍は不可、EP給餌後の絶食9日間でも効果を確認	生産者研修会(2013)・ほか
2014	V.C投与効果・メカボーム解析で低分子成分の違いを確認	日本水産学会(2015)・ほか
2015	保存した魚肉の抗酸化活性が高いことを確認	(日本水産学会ほかを予定)

(香川県水産試験場 大山主任研究員より)



普及啓発用チラシの表紙



折り込みチラシ例

二〇一一年から四年間の動きをみると、浜値の動きとは無関係に年々少しずつ値上がりしてきたように感じる

③ 消費の拡大

A・販売・消費動向の把握

量販店での特売価格は新聞の折り込みチラシで確認できるし最近ではウェブチラシが充実している。二〇一一年から四年間の動きをみると、浜値の動きとは無関係に年々少しづつ値上がりしてきたように感じる。二〇一四年は浜値が高かったため値上がりはやむを得ず、特売でも二五〇円／一〇〇グラムを下回ることがなかったものの、同じ時期・商品で五〇～一〇〇円／一〇〇グラムの差は大きい。

また通常価格は店頭へ行って確認するしかないが、二〇一五年に高松市内で隣接する量販店二店で刺身用柵の売価を定点観察したところ、引田加工場産フィレを取り扱うA店はもともと仕入れ値が高いが、需要期に合わせて価格を変える売り方をし、高松市中央卸売市場経由のラウンドを取り扱うD店は、オリーブハマチからオリーブぶりに変わって二〇円／キログラム下がった浜値にも対応したほぼ一定価格での売り方であった。ラウンドならカマもアラも売れるのでD店の方が単価を下げられると思うが、隣接する店舗で単価が異なるのに客が一方に流れていないのも興味深い。A店はEPで育てたハマチであるが、食感と色合いの違いをすでに顧客は把握しているものと思われる。

なお、図3-5・3-6のA・Dは同一店舗であるが、浜値が下がった二〇一五年の方が（図3-1参照）通常売価は高かったものと思われる。

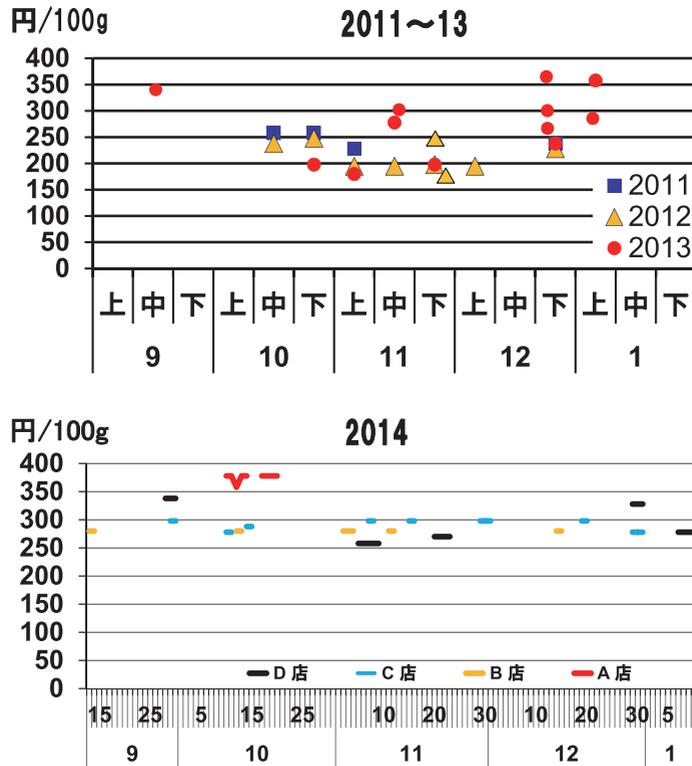


図3-5 オリーブハマチ刺身の特売価格（税抜）の推移
（折り込みチラシより著者作図）

何とか少しでも高く買ってもらえるよう、生産者の応援団である我々がもっと努力していくほかない

この五年間の価格推移をみて感じることは、ブランド化を進めても、結局は消費者の購入価格が高くなっただけで、生産者の手取りが増えたとは言えないのではないかと、生産者のために、という当初の目的を達成できていないのではないかと、という疑問である。誰のためのブランド化か、という根本的な命題の答えが、筆者自身まだ明確には見いだせてはいない。しかし単に価格だけで捉えるのではなく、生産者は、オリーブハマチは確実に売れる、計画的に生産できる、という大きなメリットがあつて、日々安心して仕事に打ち込める、ということ、ブランド化が間違つた方向だとは決して思つてはいないはずである。そういうことで納得するしかないが、願わくばあと数十円でも浜値が上がってくれば、その分は利益として潤うはずであるので、何とか少しでも高く買ってもらえるよう、生産者の応援団である我々がもっと努力していくほかないと思つている。

B. ブランド力の強化

二〇一五年一月二五日に富山県で開催された「全国豊かな海づくり大会」に出席した翌日に、氷見市まで足を運び魚市場を見学させていただいた。氷見と言えば産卵前で脂の乗つた「ひみ寒ぶり」が、全国津々浦々にまで知れ渡つた大ブランドである。氷見漁協は二〇一一年度から名称を統一し、図形付きの商標登録をして「販売証明書」を添付のうえ出荷されている。時期前でもまだ水揚げはされていなかったが、近隣施設の水揚げでは黒板に詳しく説明書きがあつた。ここでは映像で水揚げ作業も見てお

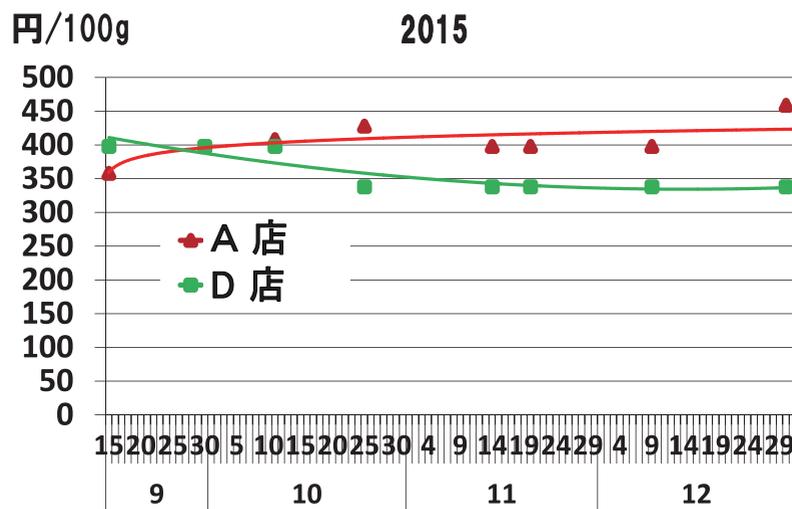


図 3-6 オリーブハマチ刺身用柵の通常店頭価格（税抜）の推移



東信水産(株)店舗での店頭販売状況
(丸広百貨店川越店で撮影していたもの 2012.12.15)

り、漁協の職員さんにも確認したが、ブリは網揚げと同時に魚槽内の氷水で瞬殺する「沖ペ」が鮮度保持の秘訣とされていた。

「不漁による寒ぶり宣言の見送り」のニュースが二〇一六年二月初めに全国放送されたが、近年、養殖ハマチの生産地は「ひみ寒ぶり」に負けじとばかり、こぞつてブランド魚づくりに積極的に取り組んでおり、特に多くの抗酸化物質を含んでいる柑橘類の果汁や皮を餌に混ぜて仕上げたブリ・ハマチ、いわゆる「フルーツ魚」が急拡大し、大手量販店や回転寿司チェーン店で定番化されているものもあると聞く。

今後は中国語ほか外国語でのヒット件数が伸びるよう、さらなる売り込み努力が必要

オリーブハマチ・ぶりは柑橘系ではないが、消費者の関心度が分かる Yahoo! Japan でそれぞれ二重検索をかけてみると、日本語ではオリーブハマチが一番であったが全体としてかなり拮抗していることがわかった。英語、中国語もヒットするがかなり少なく、特に中国語は繁体語・簡体語含めてこの件数ではまだまだ輸出も宣伝も足りないということである。今後は中国語ほか外国語でのヒット件数が伸びるよう、さらなる売り込み努力が必要であると感じている。

また、消費者にとっては生臭さが少なく香りの良い好みの魚を自由に選べるということで大変喜ばれるであろうが、生産者はコストアップと国内産地間競争の激化で一段と厳しい経営に晒されるのではないかと危惧される。体力勝負で共倒れにならないことを願うばかりである。

また香川県では、県かん水と関係漁協が「香川ブランドハマチ三兄弟」を順次商標

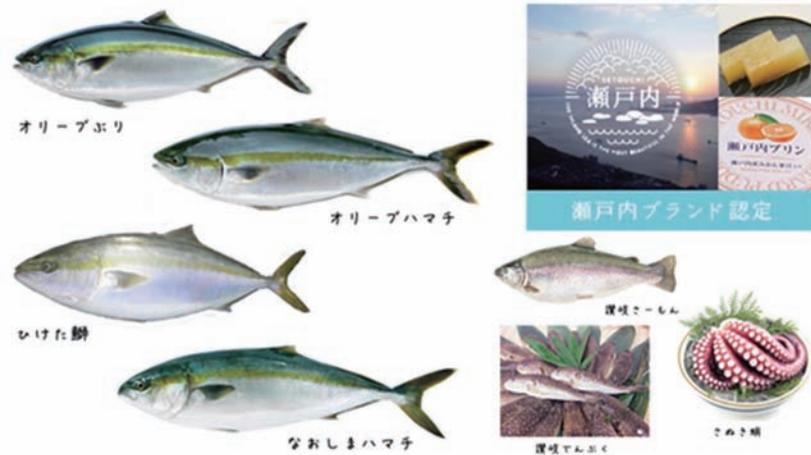
表 3-3 香川ブランドハマチ三兄弟の商標登録の現況

商品名	出願	登録	商標の種類
ひけた鰯	2008. 1	2008. 10	地域団体商標
なおしまハマチ	2012. 2	2012. 7	一般商標
なおしま鰯	2014. 1	2014. 7	〃
オリーブハマチ	2008. 11	2009. 6	〃
オリーブぶり	2009. 12	2011. 4	〃

海外に輸出するブランド品なら、相手国でも商標登録をしておく必要がある



長男「ひけた鰯」は大型生簀で 4kg 以上のサイズまでのびのび育ってよく脂が乗っている。
次男「なおしまハマチ・鰯」は潮流の速い直島でケルプ入りの餌で元気に育っている。



瀬戸内ブランド認定商品（香川県分）

登録してきたが、商標登録はブランドとして認知されるための最低条件であって、先願主義であるわが国にあっては、いの一歩に手をつけるべきことと考えている。海外に輸出するブランド品なら、相手国でも商標登録をしておく必要がある。

ひけた鰯については、当初から二〇〇六年に制度が発足した「地域団体商標登録」を目指し、二〇一六年二月二十九日現在では全国で五九二件が登録され、香川県は庵治石、ひけた鰯、伊吹いりこ、讃岐牛、小豆島オリーブオイルの五件のみでまだ全国最下位クラスである。より上位の制度として二〇一五年六月に施行された「地理的表示保護制度」は、GIマークを貼付した地域の特産品づくりが目的とされ、特に輸出先国でのブランド力が飛躍的に上がるという。これからはぜひ取り組んでいくべきと考える。

また、二〇一三年四月二二日に広島県が中心となり環瀬戸内海七県が連携して

表 3-2 柑橘系ブリ・ハマチの検索ヒット件数

商品名	開発地	販売開始	ヒット件数		
			日本語	中国語	英語
オリーブハマチ	香川	2008	274	3	33
オリーブぶり	香川	2011	102	0	7
柚子鰯王	鹿児島	2007	105	5	5
みかんブリ	愛媛	2010	160	1	12
かぼすブリ	大分	2011	157	5	10
すだちブリ	徳島	2013	72	0	6
レモンはまち	広島	2013	40	0	6

(Yahoo! Japan の二重検索(順番も含め完全に一致)結果 2016.3.10 現在)

「瀬戸内ブランド」が立ち上げられたが、これもブランドを名乗るための競争がすでに起きているほどで、今後もいろいろなブランドづくりを進めていく流れは止まらないであろう。

④ 販促・販拓活動の強化

二〇一一年一〇月、香川県は俳優の要潤氏を副知事に任命して「香川県からうどん県に改名」という動画サイトを公開し、それが二日間で約二二万件ものアクセスが殺到して二〇一二年新語・流行語大賞にノミネートされるなど、大きな話題を呼んだことは記憶に新しい。本気にした人もかなりいたようで、筆者も県外で何度か尋ねられたことがあった。ではなぜそれほどブレイクしたか？：それは、讃岐うどん^レが香川県の代名詞としてすでに全国に知れ渡っていたからに他ならない。そこであらためて表3-4をご覧いただきたい。讃岐うどんの認知度は、香川県のほぼ一〇〇％は当然であろう。しかし近年、関西圏や首都圏では認知度が下がりがつつある。他県のご当地うどんが頑張っているのか、それとも無関心派が増えているのかはよく知らないが、香川と言えば讃岐うどん^レを知らない人はいない：：と知っているのは、何もしなければ香川県人だけになるかもしれないのである。

同じ調査で明らかになった香川県産ハマチの認知度をみると、表3-5のとおり香川県でも記念事業に取り組む前は四人に一人ほどだったのが、その後一〇年足ら

讃岐うどんの例

香川県産ハマチの認知度は、二〇一五年に食品では讃岐うどんに次ぐ第二位にまでブレイク

ずで一気に上昇して二〇一五年には九三・三％と、食品では讃岐うどんに次ぐ第二位にまでブレイク、とりわけ関西圏、首都圏ではともに三倍ゲームで伸びている。香川の一〇〇％^Ⅱ一〇〇万人弱が、首都圏ではわずかに八％程度でほぼ同数になることから考えると、香川おさかな大使やおさかなシャトルを活用した宣伝販売がいかに効果的であったか、その重要性があらためて認識されたところである。

人は、どここの何かかわからないような食べ物^レは普通は口にしない。聞いたことがある、教えてもらった、テレビで見た、などは一番の決め手となる。ところが、讃岐うどん^レのようにすでに汎用されて商標登録も地域ブランド登録もできない、だれでもが使える

表 3-4 讃岐うどんの認知度の推移 (%)

地域	2006	2011	2013	2015
香川	97.4	97.1	94.3	97.7
関西圏	98.0	91.3	82.4	79.2
首都圏		90.4	81.4	70.0

次の表3-5とともに香川県交流推進部県産品振興課によるネット調査結果
2011年は520名、2013・15年はそれぞれ1,300名を無作為抽出

表 3-5 香川県産ハマチの認知度の推移 (%)

地域	2006	2011	2013	2015
香川	26.8	74.0	80.7	93.3
関西圏	-	2.4	7.4	16.8
首都圏		1.9	5.4	14.2

名称であるがために、他県でマズい讃岐うどんを食べさせられた方は少なくないはずである。

認知度の高さは価格プレミアムを生む場合が多いため、それを悪用する者が一人でもいれば、そのブランドは一瞬にして崩れてしまふ恐れがある

通常、認知度の高さは価格プレミアムを生む場合が多いため、それを悪用する者が一人でもいれば、そのブランドは一瞬にして崩れてしまふ恐れがある。県内では近年「年明けうどん」の普及に力を入れているものの、本家本元を守り抜く地道な努力を惜しんでほならないと思う。

水産物も同様である。商標登録したオリーブハマチは、生産段階から手を抜くことなく、これからもしっかりと宣伝販売を続け、安定した高品質のものを適正な価格で市場に提供し続けられ、ますます認知度は上がるはずで、またそうしていかなければならない。一旦立ち止まるとすぐに他のブランドに追いつかれる。及び腰ではなく、讃岐うどんのように、強いコシで常に前を向いて頑張る必要があると考える。

⑤ 輸出の拡大

二〇一五年は年初から年末まで対ドルレートで約一二〇円という安定した円安で、輸出を取り巻く環境はすこぶる快調であって、国策としての輸出促進も功を奏し、貿易赤字の解消も進んだようである。さらに年末のTPPの基本合意を受けて、二〇一六年は国を挙げて輸出拡大の大合唱が始まり、日本が抱える最重要課題の一つである国民の高齢・少子化による生鮮食料品の国内需要の落ち込みを、輸出拡大によつ

てカバーしていく方程式が一段と現実味を帯びてくるものと思われる。

一方で、二〇一三年に「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録された、二〇一五年開催のミラノ万博で日本館が好評を博した、等々のニュースが、「和食は今後間違いなく世界標準の食となり、それを支える日本の安全・安心で新鮮な生鮮魚介類の未来はバラ色だ!」というふうに関心されてくる。しかし本当にそうであろうか?

二〇一六年になって原油価格の急落や中国経済の減速が伝えられ、日本のマイナス金利という金融緩和策が意表をついて導入されるなど、我々庶民には分かり辛い経済動向となっているが、さらに三月に入って中国の貿易統計の悪化が報じられ、これから先も日本からの輸出がどんどん伸びる、などと安易には言っておれないようである。

香川県はこれまで政策的に海外の航空会社の誘致活動を行った結果、東南アジアと高松空港間の



浦東国際空港に到着した高松空港発の春秋航空便

発着便が徐々に拡充され、「高松⇄仁川」が週三便で最も古く、現在は「高松⇄上海」が週四便、「高松⇄台北」が週六便、さらに「高松⇄成田」が毎日二便就航して国際化の進展が著しい。さらに高松空港から海外への乗継便の充実など、外国人客の利便性の向上も図られている。それによって客をさらに呼び込め、航空貨物の増加というダブルメリットも生まれる。そしてそれは即、海外輸出の活性化という大きな変革を、我々の周囲に巻き起こしてくれる可能性をも秘めている。

海外では付加価値の高いブランド魚は、売り方によっては値が取れる

ハマチの浜値は既述の通り国内では期待するほどは上がらないだろう。しかし海外では付加価値の高いブランド魚は、売り方によっては値が取れる。空路の整備は間違いなくその近道となる。香川は、以下の準備さえ整えば、間違いなくこれからである。

A. 物流・商流ルートの構築

生鮮輸出の場合、リードタイムは付加価値を生かせるか否かの重要な要素である。航空貨物便の確保が必要である。なお高松空港に乗り入れた春秋航空は、中国本土でも貨物便はないとのこと、期待はずれであった。

B. 生鮮輸出業者の育成と各国制度への精通

生鮮輸出の場合は特別なノウハウを必要とするが、香川県内には取り扱える事業者が少なく、鮮魚に至っては皆無に等しい。これはあらゆる点で致命傷である。県漁連は海外との直接取引は基本的にできないため、生鮮輸出に精通した事業者の確保・育成は急務である。

C. 支援体制の整備

県は交流推進部が主体で動いているが、能力と適性を兼ね備えた専門職員の養成を同時並行でやっていかなければ間に合わない。関係団体との支援協力体制の構築も重要である。

D. 県名の知名度アップ

東南アジアでは「築地」「北海道」「長崎」が水産物の不動のブランドとなっており、残念ながら「瀬戸内海」も「香川県」もまったく通用しなかった。これまでの実績から当然と言えば当然だが、まず知名度を上げることが最優先であり、「ハマチの前に香川を売り込め！」ということである。シンガポールの「Oishii Japan」や昨年のミラノ万博への出展に引き続き、販路開拓と販売促進に繋がる、県が主体となった次の一手を期待したい。

「ハマチの前に香川を売り込め！」

⑥ 中国輸出の問題点

上海経由で鮮魚を正規輸出している長崎魚市(株)は、二〇〇五年からの積極的な取り組みにより二〇一二・二〇一三年の二年間で二・三トン、六二六百万円を売り上げていているが、これは業務提携先の上海長申魚市貿易有限公司(大洋世家集団股份有限公司)の特段に高度な販売力に依るときいている。また愛媛県のナインウェーブは、現地の海之興進出口貿易有限公司が販売を担って、二〇一〇〜二〇一三年の三年間で

二〇一四年春から衛生証明書の発行が県段階でできるようになったため若干業にはなったものの、書類は極めて多い

三四トン、六五百万円余を売り上げて一定のシェアを持っていたものの、松山空港発着の中国東方航空が航空貨物を取り扱わなくなって関西国際空港からの輸出となり、輸送コストの上昇に加えて度重なる通関検査での足止めの影響などで、二〇一四年三月末をもって一旦解散されている。

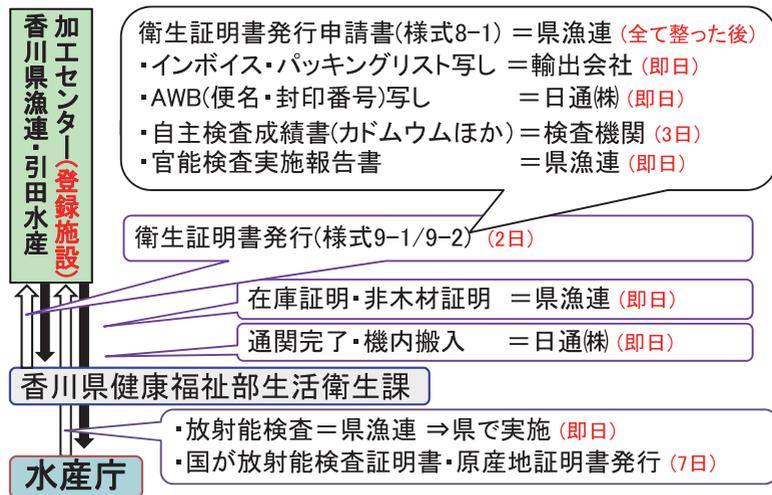
ここであらためて問題点を整理してみた。

A. 輸出前の準備書類の問題

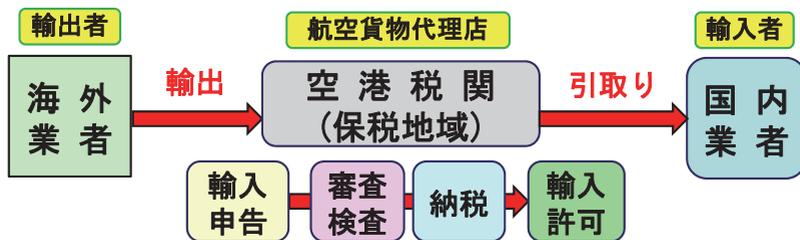
現時点で香川から上海へ輸出しようとした場合の関係書類のフロー図を示したが、二〇一四年春から衛生証明書の発行が県段階でできるようになったため若干業にはなったものの、図に示すとおり書類は極めて多い。そして県で実施した放射性物質の検査結果は引き続き国の証明を必要とし、その日数も意外にかかるし有効期間も三か月しかないうえ、官能検査も年一回は検証検査をやらなければならない。もちろん、上海側の輸入業者は事前に輸入許可が必要で最低二〇日はかかる。香川の場合は既述のように二回ともその倍以上の日数がかかったが、国内でも上海でも金と手間暇のかかるシステムである。

B. 到着後の輸入・通関手続きの問題

二〇一二年の下半期以降、日本から空輸されたすべての鮮魚が上海浦東国際空港に到着後C I Qの指定冷蔵庫に入れられ、さらに通関検査を受けて検査に合格しなければ商品を引き取れないシステムに変わった。長崎と愛媛はC I Qに施設登録済みの自



輸出関係書類のフロー図



日本の輸入手続き概要図

社冷蔵庫に輸入当日収納し、翌日から大部分の販売が可能とのことであるが、新規業者の場合、冷蔵施設を整備しても通関検査で四〜五日も足止めを喰らえば、鮮魚としての商品価値はゼロに等しくなる。

一方、日本に輸入された貨物は最新二〇一二年九月の財務省の調査によれば、一般貨物でも航空機の空港到着から輸入許可までに要する平均所要時間は一三・四時間であるが、ターミナルへの貨物の搬入や仕分けなど申告準備の時間が大半を占めており、実際に輸入申告をし税関審査を受け、関税・消費税を支払い、輸入許可書を得るまで僅か〇・三時間というほど早い。その後に貨物の国内引き取りを行って輸入者に配送するが、外国からの輸入品はできるだけ早く通関させよう、というのが日本政府の基本的な姿勢である。

中国への鮮魚輸出は、すべての書類を整えていざ実行したとしても通関検査でストップを喰らうため、現状のままでは営利事業として成り立たない

結局中国への鮮魚輸出は、すべての書類を整えていざ実行したとしても通関検査でストップを喰らうため、現状のままでは営利事業として成り立たない。オープンな制度のもとでフェアな競争原理が働かなければ、結果的に中国の消費者は高い輸入魚を食わせられることになり、そのことがさらに障壁を高くさせてしまうと思う。安全・安心、新鮮で美味しい日本産の鮮魚に、なぜことさらに衛生証明書が必要なのか、保冷剤をしっかりと入れ込んで完全に梱包された鮮魚パックを、数時間のフライトにもかかわらず再び開けて検査する必要性がどこにあるのかなど、首をかしげるばかりである。結局コストと手間がかかるようにシステムを複雑化し、高価格販売が避けられないよ

うにして日本産鮮魚の価格競争力をそぎ落とす、そして自国産の魚を守ろうとする、まさしく日本を狙い撃ちにした露骨な「保護貿易」としか思えないが、筆者の捉え方が間違っているのだろうか。

C. 輸出コストの問題

一般的な輸出経費の内訳は、日本での原魚代＋利益、保冷剤・梱包費、各種検査・書類費、陸送費、さらに航空運賃であるが、意外に航空運賃そのものは安いと思う。また中国においては商品代×関税×増値税×通関諸費用×陸送費×手数料（輸入者・小売店）など、すべて掛け算でオンされるため、日本の価格の約三倍が普通に販売価格となってしまうほか、店舗等での販促のための試食・マネキン・販促グッズ費に場所代、マージン、立会経費など、国内での試食宣伝とは比較にならないような経費が必要となる場合もある。加えて決済期間とその方法など重要な問題がある。

中国輸出に関しては、なぜ輸出が必要か、なぜ上海を選んだか、その輸入業者は信頼できるか、一定の継続性と発展性は見込めるか、それで生産者は儲かるのか、など、命題を十分に突き詰め、慎重に見極めてから取り組むことが極めて重要

以上のことから中国輸出に関しては、なぜ輸出が必要か、なぜ上海を選んだか、その輸入業者は信頼できるか、一定の継続性と発展性は見込めるか、それで生産者は儲かるのか、など、命題を十分に突き詰め、慎重に見極めてから取り組むことが極めて重要であると考ええる。

現在、中国の対日輸出入額は増加傾向にあるようだが、中国国内の景気の先行きや外交上の問題が依然強い影を落とし、現地日本人のなかには長年積み上げた信頼関係が一瞬にして瓦解することを恐れる人もいた。また水産物については「高鮮度・高価

格」という日本の常識が、必ずしも正しく理解されている国とは思えなかった。

筆者自身、たった二年や三年で結論を出してしまうような取り組み姿勢は、明らかに主義に反するとの思いはあったが、天・地・人が揃わないなかで安易に取り組みを進めることは、海外においては特に無謀であると考え、無理に進めることはしなかった。

しかし中国はやはり消費大国であつて、しかも二〇一五年に日本を訪れた中国人観光客は五〇〇万人でさらに増える見込みとのこと。筆者が手掛けた中で唯一やり残した国であるので、できれば県と県漁連が体制を整えて、オリーブハマチの生鮮輸出に再度チャレンジしてほしいと願う次第である。

おわりに

オリーブハマチの開発に着手して以降、この九年間に「さぬき海の幸販売促進協議会」など業界団体が主体となって推進した事業の直接経費は一億五千万円余に上る。事務局本部が県から県漁連に移って四〇人体制となったが、服部会長の大号令のもと引き続き積極的な販促活動が続けられている。もちろん、香川県の関係部局が単独で使った販促経費もこれに匹敵する額となろう。

全国におけるハマチ・カンパチなどブリ類の養殖生産量は最新二〇一四年の集計で一三四、六〇八トン、同じく天然のブリ類の漁獲量は一二五、三三二トンで、養殖に迫る勢いで増えている。香川県のブリ類の養殖生産量は二〇〇一年には過去最高の一七、四〇八トンであったが、餌代や燃油の高騰、個人消費の冷え込みで廃業者が後を絶たず、一九八九年の二三七経営体が一八年後の二〇〇七年には五一経営体に激減、生産量も八、四六〇トンと初めて一万トンを下回って以降、近年でも七千トン前後で推移して回復はしていない。特に養殖ブリ・ハマチだけをみると全国生産量は九四、四一九トン、うち香川は四、九五四トンで全国の僅か五%であつて順位も第八位にまで下げている。

この状態を打破するには、生産者が自信を持つて取り組める対象が必要である。香



上海の東方国際水産中心（センター）長崎魚市(株)の上海常設店、東市築地水産貿易（上海）有限公司もここにある（2013.5.8 夕方撮影）

事業の直接経費は一億五千万円余

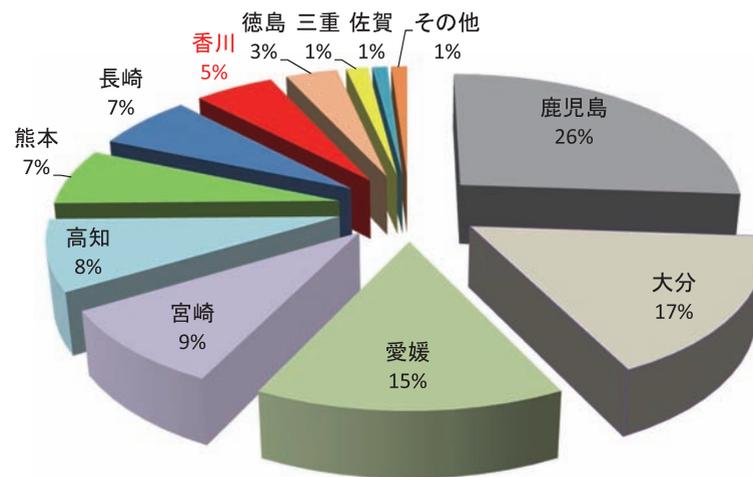


図 3-7 養殖ブリ・ハマチの県別生産比率 (2014 年度全国合計 94,419 トン)

香川県には生産者が連綿と受け継いできた魚類養殖のDNAと、養殖発祥の地としてのブランドが今も全く失われてはいない

川の場合、それがオリーブハマチであり香川ブランドハマチ三兄弟である。一旦下落した生産量を回復させ、増やしていくには、国内消費を拡大させるか輸出するしかない。そして浜値を上げられる可能性があるのは輸出である。地元の農水産物の売り込みに、知事や市長がトップセールスを行うのが最近では普通のこととなったが、サーモンの売り込みに国王や首相が世界中を飛び回っている国もある。魚食が紛れもなく世界のトレンドとなった今日、国内での地産地消や食育の推進のみならず、水産日本として国外にもつと目を向ければ、まだまだできることがあるはずである。

魚類養殖業が抱える構造的な欠陥はそう簡単には修復できないであろう。しかし香川県には生産者が連綿と受け継いできた魚類養殖のDNAと、養殖発祥の地としてのブランドが今も全く失われてはいない。それであれば、まず香川が率先して新たな方向性を示していく義務を果たすべきである。それができる環境を整えるのが、行政や関係団体の責務である。

香川県には日本唯一のオリーブ研究所があり、オリーブ産業強化プロジェクト推進事業にも取り組んで、オリーブ、オリーブ牛に加え、オリーブハマチの生産から新商品開発、販売促進まで力を注げる環境下にある。しかも香川大学・(株)百十四銀行・野村證券(株)の三者が「かがわアグリイノベーションズ」という産学官連携の研究コンソーシアムを立ち上げて、香川のオリーブ産業全体のブランド化に取り組むなど、オリーブハマチを取り巻く支援体制が一段と整備されている。あとは生産者がプライ

香川のブランドハマチ三兄弟の末っ子「オリーブハマチ」が、引き続き多くの方々の温かいご支援ご鞭撻によって、香川のみならず水産日本の魚類養殖業の、真の救世主となる日が来ることを心から願う

ドをもって、更なる努力を続けていく気があるかどうかにかかっている。

今回筆者は、読者の皆さんの参考にされ得る部分と一笑に付される部分を、分かつたうえですべてガラス張りで記述させていただいた。それで良かったか悪かったかの答えはいらない。ただ、香川のブランドハマチ三兄弟の末っ子「オリーブハマチ」が、引き続き多くの方々の温かいご支援ご鞭撻によって、香川のみならず水産日本の魚類養殖業の、真の救世主となる日が来ることを心から願うばかりである。

謝辞

これまで、極めて多くの方々のご努力によってオリーブハマチが一定のブランドに育て上げられたが、特に二〇〇七・二〇〇八年の記念事業実行委員会会長、そしてさぬき海の幸販売促進協議会会長を歴任され、常に先頭に立って販売促進と販路拡大に尽力された、販売団体代表である香川県漁業協同組合連合会の服部郁弘代表理事会長、生産者団体代表かつ応援団長として、生産規模拡大に尽力された、香川県かん水養殖漁業協同組合の嶋野勝路組合長、さらに開発試験から安定生産に至るまでの最大の功労者である庵治漁協の嶋野文太氏の、これまでの長きに亘るご努力に深く敬意を表したい。そして国内はもとより、シンガポール・香港など海外でもトップセールスを実現された香川県の浜田恵造知事に心よりお礼申し上げるとともに、労をいとわず筆者

と共に行動して惜しみない努力をしてくれた数多くの方々一人ひとりお礼を申し上げたいが、紙面の都合もあるので特に以下の方々にお礼を申し上げます。まず開発当初から一貫して販売促進に努めた香川県農政水産部水産課の棚野元秀、植田豊、竹森弘征の各氏、開発試験から今日まで研究開発を継続し生産者への指導を適確に行ってきた香川県水産試験場の大山憲一氏、そして販売の実務を担った香川県漁業協同組合連合会の伊藤芳彦、鎌田勝史、赤坂元春、黒石英之の各氏、海外および首都圏の販路開拓に携わった香川県交流推進部県産品振興課の廣田章臣、平岡淳一、古市智、塩田京子の各氏に、それぞれ厚くお礼を申し上げます。なお、国内、海外でお世話になったバイヤー・サプライヤーの方々は、本文中に所属とご芳名を明記させていただいたことで、お礼に代えさせていただきたい。また、本文中の具体的な氏名、数量・金額等は、事前に服部会長と嶋野組合長、および香川県水産課の北尾課長と同県産品振興課の大畑課長に確認いただいた。記してお礼申し上げます。

最後に、筆者も現役を退いた今、情報の収集にも不自由する有様では、オリーブハマチの応援も十分にはできないと思うが、まだまだ発展途上にあるブランドであるため、後進に委ねるのはもう少し先にと思っている。ただし、いつ気が変わるかわからないので、ここまで我慢して読んでくださった皆様にも前もってお礼だけはさせていただきます。『私のことは忘れても、オリーブハマチは絶対に忘れないでください！』……どこかで聞いたようなフレーズですが、オリーブハマチを生産者が大きく

育てて、流通業者が丁寧に取り扱って、そして消費者が美味しく食べて、そうして皆さんが笑顔になられることを祈念して、静かにペンを置くこととします。

参考文献（参考順に記載）

- 濱本俊策「野網和二郎生誕一〇〇年・ハマチ養殖八〇周年記念事業を活用した、地域活性化の取り組みについて」『漁協二〇〇七年秋号 No.一二五』（JF全漁連、二〇〇七年一月）一一～一四頁
- 野網和二郎生誕一〇〇年・ハマチ養殖八〇周年記念事業実行委員会会長 服部郁弘「養殖発祥の地 香川―ハマチ養殖八〇周年のあゆみ―」（二〇〇八年三月）全一一四頁
- 笹田布佐子・大西美弥ほか「オリーブを活用した鶏卵肉高付加価値化についての一考察」『香川県畜産試験場研究報告 第四二号』（香川県畜試、二〇〇七年一〇月）五一～六四頁
- 金沢和樹ほか「特集 ポリフェノールの養魚への活用」『月刊養殖二〇〇四年七月号』（緑書房、二〇〇四年七月）一四～二七頁
- 大山憲一・竹森弘征・Anupam Giri・大島敏明「養殖ブリの血合筋の褐変抑制に及ぼすオリーブ葉粉末の投与効果」『平成二十年度日本水産学会春季大会講演要旨集』（二〇〇八年三月）一二七頁

棚野元秀・長野泰三・三木勝洋・大山憲一・植田 豊・竹森弘征・濱本俊策・多田武夫・佐藤秀一・白鳥 勝・湯澤功也「野網和二郎生誕一〇〇年・ハマチ養殖八〇周年記念事業生産強化対策事業」『香川県水産試験場事業報告 平成十九年度』（香川県水試、二〇〇八年三月）一〇四～一〇六頁

濱本俊策「ハマチ養殖八〇周年を契機とした香川県水産業の活性化」『調査月報二〇〇八年四月号 No.二五四』（財団法人香川経済研究所、二〇〇八年四月）二～一〇頁

濱本俊策「ハマチ養殖八〇周年を迎えた香川県水産業の活性化」『月刊養殖二〇〇八年一月号』（緑書房、二〇〇八年一月）四〇～四三頁

ハマチ養殖八〇周年記念事業実行委員会事務局「ハマチ養殖八〇周年記念事業への取り組みとその成果の概要」（二〇〇九年三月）全五六頁

棚野元秀・長野泰三・佐藤秀一・白鳥 勝・植田 豊「ブリ養殖現場で確認した低魚粉飼料へのタウリン添加効果」『水産増殖 第五七巻 第四号』（水産増殖学会、二〇〇九年）五九五～六〇〇頁

濱本俊策「ハマチ養殖八〇周年記念事業の成果を活用した、香川のハマチ養殖業の活性化」『漁協二〇〇九年春号 No.一二二』（JF全漁連、二〇〇九年五月）八～九頁

小林謙一・夏川 大ほか「爆砕処理オリーブ葉粉末による脂肪吸収および胆汁酸再吸収の促進効果」『日本食生活学会誌 第二〇巻 第二号』（日本食生活学会、二〇〇九年）

一一一～一二六頁

大山憲一・榎野元秀・植田 豊・竹森弘征・多田武夫「養殖ブリの血合筋の褐変抑制に及ぼすオリーブ葉粉末添加飼料の投与効果」『水産増殖 第五八巻 第二号』（水産増殖学会、二〇一〇年）二七九～二八七頁

田村 章・佐々原浩幸「食品中の健康機能性成分の分析法マニュアル」『四国地域イノベーション創出協議会 地域食品・健康分科会編』（二〇一〇年三月）一～五頁
さぬき海の幸（ハマチ・ノリ・イリコ）販売促進実行委員会「さぬき海の幸（ハマチ・ノリ・イリコ）販売促進事業実績報告書」（二〇一〇年三月）全四一頁

さぬき海の幸販売促進協議会「さぬき海の幸販売促進事業実績報告書 平成二十二年三月～二十六年三月（五冊）」（二〇一一年三月～二〇一五年三月）各全四〇頁

織茂信尋「特集ファストフィッシュとスローフィッシュ…調理時間別提案で重層的な魚食拡大を！東信水産㈱」『月刊アクアネット二〇一三年一月号』（有隣文社、二〇一三年一月）三四～三七頁

日本貿易振興機構（ジェトロ）富山貿易情報センター「台湾におけるブリ等水産物における市場調査～富山産・三重のケース～」（二〇一五年三月）五～六頁

濱田英嗣「価格プレミアムとリピーター顧客の存在を目指す水産物ブランド試論」『漁業経済研究 第五四巻 第一号』（漁業経済学会、二〇〇九年六月）一九～三四頁

榎木 誠「長崎魚市にみる、中国向け鮮魚輸出の可能性と課題」『第五七回漁業経

済学会 一般報告会講演要旨』（二〇一〇年五月）一五頁

濱本俊策「オリーブハマチの中国輸出にかかる問題点」『第六一回漁業経済学会 一般報告会講演要旨』（二〇一四年五月）八頁

参考ホームページ（主なもののみ記載）

オリーブ・ミオグロビン・メトミオグロビン・ポリフェノール・オレウロペイン・フルーツ魚

<https://ja.wikipedia.org/wiki/>

平成二十五年産特産果樹生産動態等調査

<https://www.e-stat.go.jp/estat/guide/index.html>

ハマチ養殖八〇周年記念事業・香川の食／香川の県産品・報道発表資料

<http://www.prel.kagawa.jp/>

うどん県の県産品紹介ポータルサイト「LOVEさぬきさん」香川・讃岐の特産品や生産者情報

<http://www.kensanpin.org/>

世界経済のネタ帳…魚粉価格の推移

http://ecodb.net/pcp/imf_usd_pfish.html

魚の締め方（活け締め、神経締め）で一番ためになった解説動画

<http://angler.prummy.com/2014/11/131/>

瞬×ー漁魂 大傳丸

<http://www.daidenmaru.com/>

China trade 中国貿易

<http://www.aeis.net/~matsushima/>

築地↓上海、鮮魚輸出計画の難航「国同士の問題大きい」（東市）

<http://www.mynewsjapan.com/reports/1524>

第一〇回 輸入手続の所要時間調査（財務省）

https://www.mof.go.jp/customs_tariff/trade/facilitation/ka20120921.htm

平成二十六年 漁業・養殖業生産統計

<http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?lid=000001141864>

時事余聞

◇：党名や看板が変わったからといって俄かに人気が湧く訳ではなく、その逆もあり得る。民主、維新の両党は、新たな党名を「民進党」とした。合併による国会議員は一五一一人（衆院九二人、参院五九人）。野党による第一党を実現した。これにより第一党たる政府与党に迫ろうとするもの。ただ、名前や看板さえ付けかえるのは、来るべき参院戦を期待したのだろうか、目算通りゆくのか。結果はすぐ見えてくる。街を通り過ぎる人々の期待感はどのくらいか。

◇：権力主義の権化マキャベエリも「へつらい者避け、賢い側近を選び彼らだけに直言させよ」「吾が君のために死をも辞せぬ」といっている。問題はどうかだ。十八史略に出てくる楚の話が面白い。忠臣、伍挙と蘇从の話が出てくる。二人いずれも自ら死をとじて楚の荘王を戒めたのだ。以来楚王は命がけの忠臣二人を使い、楚の盟主になり上がった。◇：ところで「民進党」のこれからの行先はどうか。先ず関心が集まったのは「民進党」への支持ではなく、民進党に対する不信の根深さである。また名前自体が「民主」「維新」から字の読みで一字ずつ抜いた点である。三年三月月の民主党政権では普天間問題も扱ってニツチもサツチも行かなかった。現在の維新の党代表の松野氏はその時に民主党を離党した。政党政治家の一挙手一投足は非常に不安定である。常に付和雷同を繰り返して一カ所にとどまらない。これが常態であり、誰もが不思議には思わない。これが政治のマンネリ化にもつながっていく。

◇：実際に直言してくれる臣を持つことは難しい。「二国に争臣なければあやうし」という。趙の簡子の言葉に「千羊の皮は一狐の腋にしかず」という。つまり千匹の羊の皮があっても一匹の狐の腋の下の白い毛皮には及ばない。確かに民進党は頭数一五人の顔をそろえたが、さて次の参院戦にどれだけの力を発揮するか。天下注視の的となるだろう。大いに注視して眺めたい。(K)

編集後記

筆者の濱本氏は長年にわたり香川県の水産行政に携わってこられました。同県はハマチ養殖発祥の地です。その八〇周年の記念事業で「オリーブハマチ」がデビュー。県特産のオリーブの葉の粉末を餌に混ぜて養育することでハマチの高品質化を実現しました。本号では「オリーブハマチ」など県産養殖ブリ類の国内での販売促進や海外輸出に県を挙げて取り組まれた成果や課題をまとめて頂きました。筆者及び県の関係者の皆さまに厚く御礼を申しあげます。

「水産振興」 第五七九号

平成二十八年三月一日発行

(非売品)

編集兼
発行人 井上恒夫

発行所 〒104-0055 東京都中央区豊海町五番一
豊海センタービル七階

一般財団法人 東京水産振興会

電話 ☎ 三五三三八二一一

FAX ☎ 三五三三八二一六

印刷所 (株)連合印刷センター

(本稿記事の無断転載を禁じます)

ご意見・ご感想をホームページよりお寄せ下さい。

URL <http://www.suisan-shinkou.or.jp/>

平成二十八年三月一日発行（毎月一回一日発行）五七九号（第五十卷二号）