

イトーヨーカ堂で販売される 網地島の養殖ギンザケ

本誌編集部

東日本を代表する量販店、㈱イトーヨーカ堂のオリジナル商品「顔が見える食品」安心・安全をモットーに生産者を限定して販売しているこのシリーズで、宮城県網地島の養殖ギンザケが販売されている。県内でも良質のギンザケを産出しているという網地島の現場、あわせて量販店における鮮魚需要を報告する。

宮城県網地島のギンザケ養殖の様子を紹介する前に、今回の企画・取材が始まった経緯からお話してみたい。

そもそもこのきっかけは、本誌二二二号の巻頭特集「水産物流と商品化の新展開」を企画するにあたり、東京・築地市場における鮮魚の流通動向を調べたことに始まる。産地で水揚げされた鮮魚がどういう経路をたどって消費者に届くのか。その流通過程を知ること、離島地域の鮮魚をより高値で販売する道筋が見えてくるのではないかという期待があったわけだが、取材の結果、現在築地市場で取り引きされている鮮魚の約七割が量販店に流れているというこ

と、さらに、量販店のバイヤーが築地市場のような中央卸売市場、いわゆる消費地市場を通さず、産地市場の仲買人と直に取り引きをしながら鮮魚を仕入れていることが分かった。ならば、離島地域の市場ともやりとりしているのではないだろうか。買い手である量販店のバイヤーと直接交渉できれば、より高値で鮮魚を販売できるはず。

そんな雲をつかむような思いが、じつは初めの一歩だった。量販店の動向を知るなら、量販店のバイヤーに直接お話を聞くのが早い。そこで、取材協力をお願いしたのが㈱イトーヨーカ堂だ。関東近県を中心に北海道から中国地方

まで一七八店舗を展開している同社は、東日本を代表する量販店である。

少量なりの売り方がある 地魚類の扱ひ量が増えている量販店

「国内鮮魚の約七割を各地の産地市場から直接仕入れていきます。残り三割が中央卸売市場（消費地市場）ですな」

開口一番、こう語ってくれたのが、イトーヨーカ堂鮮魚部・鮮魚担当チーフデストリビューターの宮崎康郎さん。産地市場との付き合いが活発になってきてから一〇年以上は経つという。

「以前は中央卸売市場から鮮魚の大半を仕入れていましたが、産地市場の仲買人と直接つながることで、産地の情報ダイレクトに入ってきます。極端な例を挙げれば、出漁している漁船でいま何がどのくらい釣れているのか、リアルタイムで情報が入ってくる。その水揚げの状況から仕入れを判断していくこともあります」

旬の鮮魚情報が直に量販店のバイヤーに届くというわけだが、そこで気になるのが、鮮魚のロット、量である。

量販店で販売されている鮮魚の大方は、アジやサバ、イカなど一般大衆魚がメインとなる。つまり、ロットが揃うことで安価に販売できる魚種が好まれるのではと思っていたが、築地市場の関係者によると、ここ数年、量販店の需

要が変わってきているという声を多く耳にした。「ロットが揃わなくてもいい、旬のおいしい地魚が欲しい」といった具合に。値ごろ感のある一般大衆魚の品揃えも当然必要だが、一方で、消費者の購買意欲によりアピールするためには、その時期にしか食べられない、ちよつと珍しい魚、地魚類も揃えたい、という要求が高まっているという。

もしこれが本当なら、経営規模が小さい離島地域の漁業には福音ともなる。品質・味覚ともに優れている地魚が水揚げされても、ロットが揃わなければ市場に出しても安値しかつかないため出荷しないケースが多いからだ。築地市場の鮮魚の七割が量販店に流れている現状をみれば、量販店の需要が鮮魚の流通動向を握っているといっても過言ではない。その量販店が地魚類を欲しているということとは、販路を開拓する余地があるということではないか。

ただ、実際はどうなのか。宮崎さんに聞いてみると、「イトーヨーカ堂でも産地から仕入れた地魚類を扱っていますよ」とあっさり応えが返ってきた。ロットが揃わなくてもいいんですか？

「量が少ないなら、少ないなりの売り方をすればいいだけです。地魚が少なかつたら他の鮮魚や冷凍もの、輸入ものの魚の販売スペースを広げる。逆に地魚が多く入ったら、そのスペースを広げればいい。要は、各店舗の魚介類販売コーナーが全体として充実していればいいわけです。それ

に、地魚類でいえば、全店舗に並べなくてもいいんですよ。水揚げされた産地の近くにある店舗だけで販売することもあります。その方が、輸送経費も安くなるし、より鮮度のいい状態でお客さまに提供できる。

量販店でもいまは地産地消の考え方が導入されています。それぞれの地域の食材を販売することで、各店舗の特徴を打ち出していくことができるし、結果として商品が売りやすくなる。馴染みのある魚や野菜なら料理の方法もよく判っているから、お客さまも買いやすいというわけです」

さらに、旬の地魚類は、その時期にしか食べられないという稀少価値もある。もしかして、すでに離島地域とも取り引きしているのでしょうか、という浮足立った質問に、宮崎さん、少々困り顔。

「残念ながら、離島地域と直に取り引きしている事例はまだありませんね。おつき合いのある産地市場に離島地域の魚が含まれていることはありますが。本土に近い離島ならまだしも、本土からかなり離れている島の場合は輸送コストの問題も含まれてくるので、なかなか難しい。ただ、養殖のギンザケなら、宮城県網地島から全量を仕入れていきます」

全量ですか？

「そう、全部」

もしかして、全店舗で販売していらっしやる？

「ええ、全店舗で網地島の養殖ギンザケを販売しています」

高品質、安心・安全をモットーに選ばれた 網地島の養殖ギンザケ

イトーヨーカ堂のオリジナル商品「顔が見える食品。」シリーズの一つとして、網地島の養殖ギンザケを販売するようになったのは三年前から。「顔が見える食品。」とはその名称の通り、生産者の顔が見える食品。安心・安全をモットーに生産者を限定し、ラベルには、その生産者の似顔絵まで添付して販売している食品である。野菜、果物、肉類、卵、魚類の五種類があり、魚類の内訳はカンパチ、マダイ、ヒラメ、ブリ、ウナギ、トラフグ、ギンザケ。「顔が見える」というコンセプトなので、すべて養殖ものであり、ギンザケが全量、網地島産というわけだ。

「以前から宮城県産の養殖ギンザケは扱っていましたが、顔が見える食品シリーズにもギンザケを加えることができなにかと考えていました。そこで仲買業者を介して宮城県の漁協と交渉してみたところ、網地島のギンザケがイトーヨーカ堂のコンセプトにぴったりなのではという話をうかがったんです。実際、網地島のギンザケは品質がすごくよかったです。身がしまっていて、脂のりもよくて、養殖臭もありませんでした。何より生産者が一所懸命でしたね。生産履歴もしっかりととっていたので信頼できました。この



神奈川県・大和鶴間店の
イトーヨーカ堂。



大和鶴間店の魚介類販売
コーナー。



「顔が見える食品。」シリ
ーズの網地島の養殖ギン
ザケ。ちなみに、これは
塩ザケ。ラベルには生産
者の似顔絵が描かれてい
る。

シリーズは生産工程に嘘があつてはいけません。品質と同時にお客さまを裏切らない信頼関係があつてこそ成り立つ商品ですから。そういう点でも、網地島のギンザケは最適なものでしたんです」

ギンザケは国内ではポピュラーな魚の一つだが、天然ものは別にして、養殖ものの九割以上が宮城県産で占められている。宮城県でギンザケの養殖が始まったのは三〇年ほど前。ピーク時には県内に三四〇人ほどの生産者がいたが、平成元年と一三年に生産過剰による価格の暴落があり、現在の生産者は約八〇人。一方、網地島で養殖が始まったのは二一年前から。後発組でもある網地島だが、県の漁協が自信をもつて推薦する背景には、きつと何かがあるはず。生産者が意外にも多いのだろうかと思いきや、聞くと、たった四人しかいないという。それで全店舗展開？ これはもう、現地を見に行くしかない。

現地取材には宮崎さんのほか、網地島のギンザケをはじめ、イトーヨーカ堂で扱った魚介類を現地で買い付けている仲買業者、株マルイチ産商・水産商品事業部長の向山裕和さん、同事業部生鮮部鮮魚チームチーフの塩野敏之さんも同行してくれた。

牡鹿半島の鮎川からチャーター船で網地島の長渡漁港まで約一五分。港に入る前、養殖いけすのある場所を通過してもらい、その立地にまず驚いた。島の東海岸に位置する

そこは、ほとんど外海とわいていい。養殖いけすは湾内などの内海、波や風が比較的穏やかな場所に設置されるものだと思っていたからだ。これでは作業が大変ではないか……。しかし、この悪条件ともいえる環境が、じつは良質のギンザケを育てられることを後に知ることになる。

生産者には過酷な条件が、 ギンザケにはベストな環境

長渡漁港にある宮城県漁協網地島支所には、四人の生産者、阿部成幸さん、阿部利信さん、木村勝弘さん、阿部教郎さんのほか、支所長の阿部敏和さん、運営委員会委員長の阿部欽一郎さんが集まってくれた。訪ねたのは七月三日、「いまは比較的のんびりできる時期ですね」と語ってくれたのは生産者の阿部（成）さん。それもそのはず、今期のギンザケ出荷は数日前の二日に終了していた。

養殖ギンザケの出荷時期は四月下旬から七月下旬にかけて。ちなみに今期、網地島からの出荷が始まったのは四月二二日からだ。八月に入って海水温が上昇するとギンザケの致死率が上がるため、その前にすべてを出荷する。一方、八月からは北海道の天然の秋ザケが水揚げされるため、イトーヨーカ堂では八月から二月まで北海道の天然のものに切り替え、以降は冷凍保存、もしくは塩蔵保存した養殖ギンザケを販売し、四月の新物から再び生の養殖ギンザケを

扱うというサイクルである。

養殖の作業は前年の十一月に稚魚を業者から購入することから始まる。稚魚生産業者は宮城県と岩手県の内陸部にあり、五月から一〇月にかけて約六ヶ月間淡水で育てる。卵や稚魚は主にアメリカから輸入されているそうだが。一尾につき一五〇〜一八〇グラムまで成長した稚魚を養殖生産者が購入するが、淡水からすぐ海水に移すと稚魚が弱ってしまうため、網地島では二日間間は汽水状態で魚をいけすに放し、徐々に塩分濃度を高めていく。と言葉で説明すると簡単なようだが、実際はすごく大変なよう。

「これも離島ならではのハンディなんでしょうね。稚魚生産業者から鮎川の港までまずはトラックで稚魚を運び、港で五メートル四方の小さないけすに移しますが、このいけすは島から船で鮎川まで引っ張っていくんです。そしてこのいけすごと再び船で引っ張って稚魚を島に運んでから、養殖用の一三メートル四方のいけすに移すんですよ」

沿岸地域の養殖生産者に比べ、「いけすを運ぶ」という作業が余計にかかるというわけだ。養殖用のいけすは現在網地島には一三基ある。阿部（教）さんが四基、ほか三人の生産者が三基ずつ所有。一つのいけすに四トンの稚魚を入れるという決まりだ。トラックで一回に運ぶことができず、稚魚がちょうど四トンなので、生産者によっていけすを運ぶ作業は三往復、もしくは四往復かかり、すべての稚魚

が島に運ばれるまで半月ほどかかるという。

網地島の養殖ギンザケは「顔が見える食品。」なので、同じ島の生産者といえども、個別に生産者の管理・責任のもとで作業が行われる。生産履歴をしつかりとれるよう、仕入れた稚魚生産業者ごとにいけすも分けるという徹底ぶりだ。与える飼料も国内で加工されている良質のものを厳選している。

「給餌は早朝と午後の一日二回が基本です。飼料はペレット状になってるので、水でふやかしてから与えるんです。このほうが食いつきがよくなるんですよ。魚が成長するにともなって餌の種類、粒の大きさも変えます。最初は四ミリから始めて、六ミリ、八ミリ、一〇ミリと大きくする。魚の口のサイズに合わせてるんですよ」

単に飼料を与えればよいというわけではなく、飼育中最も気を使うのは、いかに生存率を高めるか、である。そのためいけすの網の掃除は定期的に行い、死んだ魚がいまいかどうかは毎日確認し、いた場合は即引き揚げる。

「それでもストレスがかかるんですよね、約二割は途中で死んでしまいます。ただ、網地島の場合、もっと大変なのは、海が荒れる冬場をどう乗り切るかなんです」

先にも記した通り、四人の生産者すべての養殖いけすは外海とっていいほどの場所に設置されている。ひとたび海が荒れば、船が出せなくなり、給餌もできなくなるのだ。



網地島の東海岸に設置された養殖用のいけす。外海とっていいほどの場所だ。



養殖ギンザケの出荷の様子。



養殖ギンザケの生産者のひとり阿部成幸さん（左）と、網地島支所長の阿部敏和さん。

「そんなときは島の高台に登って双眼鏡でいけすを観察しながら、大丈夫かなあと気をもむことぐらいしかできません。でもね、この環境がギンザケにはいいんです。潮の流れが早いぶん、自然と魚の運動量が増えるので身が引き締まるんですよ。さらに、常にいけすの底が潮の流れで動いているので、海水が清浄な状態で保たれる。県内でも網地島の養殖環境は最も厳しいところですが、ギンザケにとつてはベストな環境なんです」

県内の数ある生産地のなかから網地島に白羽の矢が当たった理由は、こんなところにもある。

生産者の結束力が、 より上質のギンザケを育てていく

数々の困難を乗り越えながら育ててきたギンザケたち、出荷が始まる四月下旬には一尾約一・二キロから一・三キロぐらいに成長し、七月後半には三キロ近くまで大きくなる。出荷はいけすごとに行われ、一回の出荷量は二五〇〇尾。お腹のなかに餌が残っていると身に餌の匂いがついてしまうので、出荷前の三日間は餌止めをする。そのため、出荷用の小さいけすに魚を移さなくてはいけない。

「どの魚を出荷するかは目で見て確認しながら一尾ずつ網ですくいます。すくうほうも大変ですが、魚にとつても相当のストレスがかかるので、養殖いけすに残された魚も三

日間ほど餌の食いつきが悪くなる。ただ、出荷はいけすごとに行うので、全部で一三基ありますから一つのいけすは一日から二日の周期で出荷が巡ってくるというペースです。魚たちの元気が回復して、通常の状態になったころにまた出荷が始まるのでちょうどいいんです」

いけすから上げたギンザケは船で鮎川の港まで運び、選別を行う女川めがわの市場まで陸送する。ここまでが生産者サイドの仕事であり、運搬などの諸経費も生産者が負担する。気になるのがギンザケの価格だ。イトーヨーカ堂が全量買い上げているため、生産者にとつても再生産可能な重量単価で価格を決めているという。

「以前は各生産者はそれぞれ女川の市場に出荷していました。市場出荷ですから価格は相場に左右されます。いいときもあれば悪いときもある。ですからイトーヨーカ堂さんを取り引きするようになってからは、シーズンを通して安定した価格で販売できるようになり、生産計画が立てられるようになりました」

と語る支所長の阿部さんは、県漁協からイトーヨーカ堂との取り引きの話被打診されたとき、最初は信じられなかったという。

「だまされているんじゃないかと思ったくらいです。でも実際にバイヤーの方が島まで来てくれて本当の話だったんだと。これで生産者の収入も安定する、ほっとしたという



女川にある市場。網地島のギンザケは、ここでサイズごとに選別され、加工所に運ばれる。

のが正直なところですね。でも、まだ三年目なので、生産者と出荷をどう安定させていくか、生産者たちも試行錯誤しています。つねに四人で集まっては話し合いをしていますよ」

生産者四人の団結力、これも網地島の特徴だ。養殖の現場では個人作業となるが、品質の統一を図るためにも情報は共有するよう心がけている。例えば選別を行う市場では

一尾ずつ魚の体温を測るが、このデータもダイレクトに生産者に届き、出荷状態の改善に結び付けているという。魚の体温が高いということは身のしまり具合があまりことを示すため、餌止めの日数を増やして身のしまりをよくしていこう、などと話し合いが行われる。

たった四人の生産者、されど四人だからこそ、共有できるものもある。宮崎さんをはじめ、生産者と直にやりとりをする機会も多いマルイチ産商の向山さん、塩野さんも網地島生産者の結束を高く評価している。「情報交換をしながら互いに切磋琢磨するということは、品質全般のレベルアップにもつながります。良質のものをつくってくれる生産者がいてこそ、私たちの商売も成り立つわけですから、現地の生産者の方々とは頻繁に話し合いの機会を設けています」

買い手と売り手、商売が介在すれば当然意見のすれ違いも生じる。例えば今期でいえば、魚体がまだ小さいうちから出荷要請があったため、生産者サイドとしては納得のいく重量で出すことがかなわず、さらにシーズン後半は市場価格が好調で、イトーヨーカ堂の買い取り価格よりも上回

ったそうだ。しかし、支所長の阿部さんにとっては、これも想定内のことだという。

「相手は生き物ですから、予測通りにいかないのは当たり前。大切なのはトータルでみて安定しているかどうかです。バイヤーさんとは常に話し合いができるので、いい関係ができていると思います」

迅速な一次加工、 水揚げされた翌朝には店頭販売へ

女川の市場に持ち込み、サイズごとに選別された網地島のギンザケは、市場近くにあるワイケイ水産(株)の加工所に運ばれ、一次加工が行われる。

まずはギンザケのウロコ、頭を落とし、ヒレと尾をカット。内臓を取り除き、三枚におろして氷詰めにしていく。工程のほとんどが機械化されているので、そのスピードは驚くほど速い。

「五キロ四〇〇ケースを約一時間で処理するペースです。ここで三枚におろして氷詰めにしたギンザケを、首都圏を中心に一〇ヶ所あるイトーヨーカ堂の集配センターに運び、そこから各店舗に搬入されるという流れですね。入荷の注文は午後三時ごろ入るので、深夜にかけて集配センターに運ぶ。ですから、女川の市場に水揚げされた翌日の早朝には各店舗にギンザケが陳列されます」



ワイケイ水産の加工所。ギンザケたちは流れ作業で次々と一次加工されていく。

と説明してくれたのは、ワイケイ水産取締役常務の鈴木浩一さん。三枚におろされたギンザケを切り身にしてパック詰めにし、生産者の似顔絵が描かれたラベルを添付していく作業は各店舗が行う。そのため、生産者が明確に分かるよう、女川の市場からネームプレートを添え、加工中もそのネームプレートごとに移動し、出荷ケースに名前を記しておく。

「顔が見える食品ですから他の生産者のものが混ざってしまつてはいけません。冷凍保存する場合も箱詰めにした段階ボールに生産者の名前を明記しておきます」

網地島のギンザケは出荷期間中の四月下旬から七月下旬までは生出荷するが、周年で店頭販売できるよう冷凍と塩蔵加工をして保存しておく。六月に入り脂ののりがよくなった二キロサイズから冷凍と塩蔵加工が同時進行で始まる。冷凍にする場合は頭とウロコ、ヒレ、尾、内臓を取り除いた状態でマイナス三八度の冷凍庫に入れ、一〇時間かけて凍結させる。

「塩蔵は三枚におろしてから塩漬けにして、真空パックをかけて冷凍保存します。辛口、中辛、甘口の三種類を作りますが、網地島のギンザケで甘口を作ったのは今シーズンが初めてなんです。これまで甘口は主に安価なチリ産のギンザケで加工してきましたが、値段は高くなっても国産ものでも売れるのではないかと。まだトライアルの段階です

が、店頭での評判はかなりいいですね」

辛口、中辛、甘口の塩ザケを試食させてもらったが、どれも脂がのつていてジューシーだった。お刺身も身がプリプリしている。「それ、冷凍ものなんですよ」という鈴木さんの言葉に、宮崎さんはじめ、マルイチ産商の塩野さんも「なるほどねー」といった表情。「冷凍にしても刺身でいけるほどだなあ」と宮崎さん。

「そうなんですよ。やっぱり網地島産は違いますね。身がしまっているのので、冷凍にして解凍しても身がだれないんです」

網地島のギンザケに対する鈴木さんの評価もかなり高いようだ。ワイケイ水産は宮城県で生産される養殖ギンザケの約二五パーセントを加工している最大手の業者なので、当然網地島産以外のギンザケも手掛けている。その鈴木さんが言うのだから間違いない。

需要は確実にある 担い手の確保と増産が今後の課題

実際、店頭での網地島産ギンザケの評判はどうなのだろう。後日、神奈川県の大和鶴間店のマネージャー、松崎隆さんにお話をうかがってみた。

「脂ののりがいい、臭みがないという声をよく聞きます。塩ザケの評判もいいですね。一切れ一〇〇円のチリ産に比

べて網地島産は二五〇円ほどですが、とくに年配のお客さまのご購入が目立ちます。この地域は干物系がよく売れるんですが、他店の塩ザケと食べ比べたうえで網地島産を購入してくださるお客さまがいらっしやるくらいです」

イトーヨーカ堂との取り引きが始まって三年目、出足は好調であるが、課題がないわけではない。一番の課題は生産量だ。今年は生の状態で五七〇トンの出荷となったが、宮崎さんによると八〇〇トンが理想だという。

「今の出荷量では冷凍と塩蔵の保存ものが充分に作れないんです。いけすの数でいえばあと三基増やしてくれるといいんですが」

足りないということとは、それだけ網地島のギンザケが売れている、ということだが、産地側には増産したくても対応しきれない事情がある。設備投資が必要なのも理由の一つだが、担い手の確保が難しいのだ。現在の四人の生産者は比較的若手であるが、繁忙期には島内の人を臨時に雇うしかし、その大半が年配者。島の漁業者自体が高齢化しているため、新たに仲間を増やすのは容易ではない。そこで鈴木さんはワイケイ水産としてギンザケの生産に関わることも視野に入れているという。

「今後は漁業者の高齢化がさらに進むでしょうから、いかにギンザケを安定的に確保していくかが重要になってくるでしょうね」

世間で騒がれている食糧危機は確実にやってくる、ということか。売り手と買い手、互いに利益を追求すると同時に、どう協働関係を構築していくかが問われている。

イトーヨーカ堂の宮崎さん、マルイチ産商の向山さん、塩野さんに現地取材を同行していただき、バイヤーや仲買業者としてのプロの視点、着眼の鋭さも実感させてもらった。網地島を訪れた際、漁港で見かけた水揚げされたばかりの生きているウニ、旬の時期にはアワビもあがるという話に間髪入れずに興味を持たれたよう。でも、量が少ないのではと思った利那、宮崎さんの言葉がよぎった。「量が少ないなら、少ないの売り方がある」。商談が成立する契機は意外なところに隠れているかもしれない。

あじしま 網地島 data

牡鹿半島の南端、鮎川港から約4kmに位置する。面積6.43km²、周囲20.7km、人口515人（平成20年8月現在）。島の南東部に長渡浜、北西部に網地浜の集落がある。昭和初期からカツオ漁を中心とする漁村として発展。戦後は県下有数の遠洋漁業基地として栄え、昭和30年代には3,000人以上の人口を数えていた。島の周辺一帯は、南三陸金華山国定公園に指定。先進的な地域医療を実践している網小医院があることでも知られている。

