

- 4) 小長谷 輝 夫 (1972) : 餌料の種類と漁獲方法、昭和47年度日本水産学会漁業懇話会。
- 5) 小長谷 輝 夫 (1969) : カット一本釣漁業における活餌の種類と需要量について、日本水産資源保護協会、No 68。
- 6) 三重県浜島水産試験場 (1973) : 漁業技術研究報告書、カット餌料船内蓄養技術改良試験。

## 6. 冷凍鰹の評価と仕向について

増 田 富士雄 (焼津漁業協同組合)

焼津魚市場において最近水揚された南方冷凍鰹の状況について簡単に記して見たい。一本釣漁船の1~2年間の大型化、装備の充実、冷凍技術の向上は飛躍的であり、マリアナ、マーシャル方面は勿論西経海域迄漁場を開拓し、小は1.5Kgから大は15Kgと非常に変化に富んだサイズの鰹が水揚されるようになった。又この水揚期間が4~7月のトンガ鮪盛漁期を除き殆んど周年水揚されて居り、この鰹を原料とした各種加工業にも大きく経営形態を変化させ、新製品の開発又は缶詰工場の専業化等、陸上の受入れ側にも大きく発展が見られて居る。

焼津魚市場においては一船一括売、又は枕崎、山川の如き水揚数量の90%以上が各種の鰹節に生産される様な状況とは異なり、各鰹のサイズの特徴を生かした仕向が他市場と若干違ふ点である。即ち大別して鮮魚向、鰹生利向、鰹節向、缶詰原料向、佃煮及び特種加工生利向、原魚の輸出向と六部門に区別されて居る。昭和48年1月から12月末迄に水揚された南方冷凍鰹の部門別の割合は下記の通りである。

鮮魚向 2%、 鰹生利向 10.2%、 鰹節向 33%  
缶詰原料向 26.6%、 原魚の輸出向 24%、 其他 4.2%

次にこれ等を仕向別に検討を加えて見る。

### 1. 鮮魚向

この部門が生産者、買受人、市場関係者すべてにとって扱数量、販路の拡張に一番希望をつなぐ所である。現在各人の努力、消費者の理解で漸増はしているものの今一步の感が深い。これが伸び悩みの理由として4~8月の近海鰹の期間は生物に押されて荷動きがない事、解凍技術のきめ手にも問題があると思うが肉の変色する時間が非常に早い事等である。生食用として販売する場合は、出来得れば一本売でなく冷凍魚の儘二ツ割又は四ツ割にして消費者に提供する方がよいと思う。消費者は当人の食事の時間にタイミング宜しく解凍すれば変色の不利は防止出来る訳である。当魚市場の冷凍の鮮魚ルートは現在浜松を中心とした東海道筋に重点がおかれて居るが、49年下半期になって銚子、常磐地方、三陸方面にも出荷されるようになった。焼津買受人組合の東京都区単位の産直、焼津経済

同友会の京浜及京阪神のキャンペーン等を通じ、都会消費者の冷凍鰹に対する理解認識を深め、販路の拡張につながる様期待するものである。

## 2. 鰹節用

一時期化学調味料に人気を奪われていた鰹節も自然食普及のムードに乗り、昨年は非常に好調で、焼津水揚分の30%以上が何らかの姿で鰹節類に加工された。概ね本鰹節35%、花鰹節50%、パック詰15%の割合である。

鰹節生産は他の加工品と違い相当日数を要する品で生産数量も見込生産であり、一般社会の経済状態が鰹節の相場を大巾に左右する訳で、勿論これが浜の冷凍魚相場に大きく影響する事になる。最近開拓された西経漁場の魚は大型物(7~9Kg)程鰹節用として適当な肉質であり、小型物(1.5Kg)は脂が極端に少なく最適とはいえないようである。大型魚は特に好まれて枕崎、山川等で仕上げられ、裸節の姿で沖繩方面で多量に消費されている。これは八重山群島近海の大型魚を喰っていた地元沖繩の食習慣が現在に続いて居ると見てよいと思う。参考迄に最近の沖繩向大型魚の高値は本年4月中旬10Kg当り3,800円~3,500円(約70t)であった。

## 3. 鰹生利節

生利節も現在の原料魚の周年の水揚と並行して一年間の販売ルートが確保出来る様になった。原料魚のサイズ及び消費地の大別は下記の通りである。

	原料魚	割合	出荷先
大型生利	3Kg~4Kg	40%	京浜地区
中型生利	2.5Kg	45%	関西地区
小型生利	2Kg以下	15%	中京神戸

生利節の商品価値を評価する場合、魚の肌の銀色が貴重な材料となる為、魚体左右平均化して凍結されるブライン凍結の魚が好まれる。最近の焼津よりの出荷量は伸び悩みの状態にあるが、新販路の拡張は調理方法の指導PR等が必要であろう。又一部企業が新設の加工用地に進出、高圧蒸気を使用、ベルトコンベアシステムによる生利節生産に乗出したが、注目に値する製造方法である。

## 4. 缶詰及び冷凍輸出

缶詰原料としては量的に一番多い2.5Kg~4.5Kg物がこれに仕向けられるが、水揚量が周年平均化された為、季節的に果物、魚と原料を切替えた缶詰工場が鰹に専業化され、非常に能率的になった。需要は米国、カナダ、欧州が殆んどであるが、一般的な傾向として世界的不況ムードの中で魚缶詰も上物(とんぼ缶)より並物(鰹缶、鯖缶)と需要が動いて居るようである。

缶詰及び原魚の輸出は海外の経済状態、為替レート等が大きくその様子を左右して居るので楽観は許されない状態にある。昨年の冷凍缶の清水經由輸出された数量は約50,000tと推定される。

## 5. 特種加工生利及佃煮

鰹のたゝき、土佐作りは一昨年頃より販売の軌道に乗ったが、やはり3~6月が最盛期である。この加工品は生食、鮮魚と同格であって、関西を中心に関東各地にも順調に売上げをのびして居る。製造過程において製品がきれいに仕上がる為、比較的脂の少ない南方鰹が好まれる訳である。人間の交流

が激しい今日、一地方の郷土料理も全国各地で有望な水産食品となりつつある。

次に冷凍技術について若干のべて見る。48年に散見された問題であるが、船に限られた凍結能力以上の魚を漁獲した場合、海水予冷等を行って順次凍結して居る様であるが、海水予冷の段階で温度が下がらない儘、ブライン凍結に移行(この段階で既に魚は腐敗)し水揚されたものは、缶詰又は鯷節製造過程において不良鮮度(ハニカム)のものとして、多数発見されて居る。これは現在の冷凍装備及技術の過信が招いた事故であって、充分考慮に入れなければならない。

最後に情報の提供についてであるが、現在南方冷凍鯷の50%以上が缶詰若しくは冷凍魚の姿で海外に輸出されて居る訳で、国内の消費の動向と共に国際的要素を加えて相場が成立して居る。その為水揚数量、内容等を正確に把握し妥当な魚の評価が出来る様、各船に御協力を願う次第である。

## 7. 船凍マグロ普及宣伝のためのキャンペーンについて

菅 原 啓(宮城県北部鯷鮪漁業協同組合)

宮城県北部鯷鮪漁業協同組合は6月20日、地元気仙沼を皮切りに東北一円に亘る「船凍マグロを食べましょう」のキャンペーン活動を開始した。

これは鯷漁業危機が叫ばれる中で立ち上った焼津経済同友会の趣旨に共鳴した日本の鯷漁業者による一連のデモンストレーションと理解されて良いと思う。

アラブの石油戦略に端を発した鯷漁業の危機は、生命の綱である燃油の3倍に及ぶ高騰により、その産業構造は根底からゆさぶられた。加うるに関連資材の大幅な値上げ攻勢である。しかし生産物である鯷の生産者価格(魚価)は、インフレ動向の中で買い控えられ、総需要抑制政策の浸透により、更に需要の減退が顕著になって来ている。

一時的な現象と考えるには世界の経済情勢は樂觀を許すものではなく、むしろアラブ諸国が石油資源を対外政策の具として用いる事を止めず、世界的インフレによる経済社会の混乱を来す事態も当然考えられる。

このような社会不安の中で、鯷漁業だけが従来の安易な流通機構に乗せた販売方法で、生産者コストをカバー出来る魚価を得ることは不可能と考えられる。

これまでの市場におけるあなたまかせの価格形成のシステムからの脱皮を計り、いかにして生産者が鯷の価格を生産者コストの取れるものにするかが第一のポイントとなっている。この事は鯷漁業者の長年の悲願でもあったが、それが鮮魚故にこれまでなし得なかったのである。しかし、ことごとく至って生産者も自ら魚価形成に大きな関心を持ち、なんとかして、この危機を乗り越えねばならないと云う気運が醸成され、始めて魚価対策が業界をあげてその総力が結集されようとしている。

こゝにおいてその手段が第一に問題とされた訳であるが、本組合の若手グループで組織されている経済研究会は、こゝに鯷の魚価対策の一環として、船凍マグロの普及宣伝を旗印として、鯷の消費拡