

1 - 8 岩手県産ウニを対象とした地産地消の構造解明

宮田勉（中央水産研究所）・清水幾太郎（中央水産研究所）・竹ノ内徳人（愛媛大学）・
大野宣和（岩手県水産技術センター）・大谷誠（中央水産研究所）

【研究の背景】

国産ウニの需給動向を概観すると、バブル経済崩壊後に生産量及び価格は低下し、その後、微減あるいは低位安定している。ウニの輸入動向であるが、輸入量は概ね高位安定しているものの、2003年以降、価格低下が見られる。一方、岩手県産ウニの需要はほとんど低下しておらず、さらに岩手県内では岩手県を中心とした三陸産ウニの需要が高まっている。しかし、岩手県内において、三陸産以外のウニや輸入ウニも含めたウニ全体の需要はほとんど増加しておらず、すなわち、地元の消費者が岩手県産を中心とした三陸産ウニを選好していると考えられた。

本論は、高級水産物であるウニが、地方の消費地でこのような需要を形成したことに研究の問題意識を据え、そして、このような地産地消の構造が形成された要因を解明することを目的としている。

【方法】

盛岡市中央卸売市場のウニ供給動向が岩手県内の消費動向を代表していると想定し、当市場の統計データ分析及び当市場の卸売業者、仲卸売業者を対象とした聞き取り調査を実施した(2006,2008年)。また、岩手県内にウニ供給している岩手県及び青森県の産地加工場を対象とした聞き取り調査及び岩手県を中心に店舗を展開する小売業者を対象とした聞き取り調査を実施した(2006,2008年)。さらに、岩手県漁連ウニ共販の買受業者を対象としたアンケート調査等を行った(2006年)。

【結果概要】

- ・岩手県では伝統的に瓶ウニ（塩水ウニ）を食してきたことから、高鮮度のウニが志向されてきた。つまり、遠方地域で加工されたミョウバン漬けウニや輸入ウニ等は当地域で選好されなかった。
- ・岩手県内の新聞・ニュースでウニ解禁日にウニ漁の様子が毎年報道され、つまり、この報道は旬と岩手県がウニ産地であることを地域内の消費者にPRしてきた。これがウニを販売する店舗を増加させ、地域内消費者にとって親しみのある高級水産物（季節限定のハレの日商材）となったと考えられた。
- ・1990年代後半から、北海道・三陸で加工されたロシア産（北方四島、沿海州等）等の高鮮度のウニが、三陸産ウニの販売期間以外の時期（10月～6月）に流通するとともに、低価格を武器に総菜寿司や回転寿司等の市場を開拓した。
- ・しかし、加工業者は、品質、地元志向の観点から岩手県産ウニを求めつづけ、同様に、岩手県の消費者もロシア産ウニより鮮度の高い岩手県産を志向するとともに、慣れ親しんだ岩手県産ウニに拘りを持った。岩手県産ウニだけでは日々の漁獲量が安定しないので、青森県等の近隣からウニを購入し加工した。
- ・そして、岩手県内において、三陸産ウニは、ロシア産ウニが開発した総菜寿司や回転寿司等の市場を浸食するとともに、これまでの出荷期間を延長する努力を漁業者等が行うことによって（特に春期）、消費量が拡大された。
- ・これらのことから、消費者が、漁獲・加工された地域名及び地場産ウニの味覚に慣れ親しんでいたことから、地域内で生産されたウニが選好されたと考えられた。