

小松島市におけるハモ関連産業とブランド化

地理班 (徳島地理学会)

畠山 輝雄^{1*} 豊田 哲也²

要旨：小松島市の水産業・水産加工業における主力産業であるハモ関連産業と価格維持のためのブランド化について、実態調査をした。小松島市の水産業においてハモの重要性が高く、これまで漁師や漁協の努力によって漁獲の増加やブランド化による市場でのシェア拡大が図られてきた。しかし、近年のコロナ禍の中で消費が低迷しているだけでなく、これまで最大市場であった関西、特に京都市場でも他産地に押される状況となっている。一方、これまでハモを食べる文化のなかった東日本、特に日本最大の消費地である首都圏においても販路拡大を図っているが、まだまだ拡大途上である。

キーワード：ハモ、小松島港、底曳網漁、小松島漁業協同組合、加工品、ブランド化、京都市場

1. はじめに

本調査の目的は、小松島市の水産業・水産加工業における主力産業であるハモ関連産業の実態を明らかにすることである(図1)。また、わが国の水産業の現状と同様に、小松島市の水産業でも需要減少、産地競合などの影響から苦しい経営状況にあることを踏まえ、ハモ関連産業の持続化を目的としたブランド化の現状についても明らかにする。



図1 小松島港で取引されるハモ
2022年9月撮影。

調査方法は、文献調査、既存統計による分析のほか、小松島漁業協同組合(以下、小松島漁協)と水産加工業者A社への聞き取り調査および現地視察(漁協は2021年11月と2022年9月、A社は2021年11月)である。

2. ハモの性質とハモ漁獲量の地域的特徴

1) ハモの性質

ハモの生息域は、東シナ海・黄海、インド・西太平洋域と言われている(岡崎ほか2012)。日本の領海では、東シナ海、瀬戸内海、豊後水道や紀伊水道の浅瀬が主な生息域である。

ハモは、関西における夏季の食材として親しまれており、特に京都の夏の風物詩として定着している。津國(2004)における京都市民を対象としたアンケート調査¹⁾によると、市民がハモを食べる理由では季節感が43%と最も高いことも上記の裏付けとなる。

2) ハモ漁獲量の推移と地域的特徴

図2で、統計が存在する1956～2006年における

1 鳴門教育大学 2 徳島大学大学院社会産業理工学研究部

* 〒772-8502 鳴門市鳴門町高島字中島748

日本のハモ漁獲量の推移を示した。なお、2007年以降の統計が存在しないのは、海面漁業生産統計調査において「ハモ」の分類がなくなったためであり、それ以降の漁獲量は明らかになっていない。

図2をみると、1956年以降では、1960年代をピークに漁獲量が大幅に減少していることがわかる。これは、以西底曳網漁業の衰退によるものである（上田2009）。以西底曳網漁業で漁獲されていたハモは、主として練り製品の材料であったため、以西底曳網漁業の衰退が関西におけるハモ料理へ与えた影響はほとんどなかったという（津國2005）。その後、1990年代後半以降は微増傾向にあるものの、近年の漁獲量は不明である。

なお、輸出品については、少ない状況にある。統計で確認できた大阪市場（大阪府中央卸売市場統計年報）では、2020年に取引のあったハモの内、輸出品の割合は0.3%（数量kgベース）であった。なお、得られた中で最古の統計は2013年であるが、その際には0.8%であるため、減少傾向である。主な産地は韓国と中国であり、航空機で輸送されている。韓国においては、近年国内でのハモの需要が増加し価格が上昇しているため、国内市場をメインターゲット

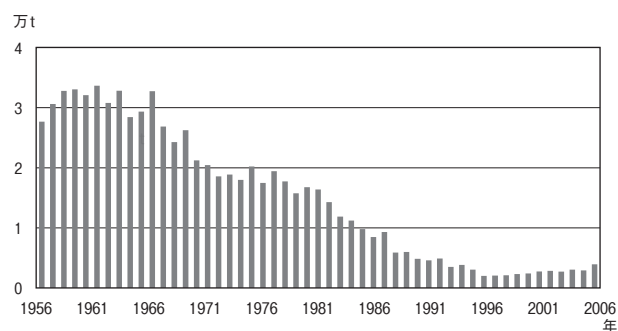


図2 全国におけるハモ漁獲量の推移
海面漁業生産統計調査により作成。

トとして輸出が減少してきた背景がある（津國2005）。

次に、ハモの漁獲量の多い県について、ハモの分類がなくなる2006年までの漁獲量の推移を表1に示した。この表をみると、福岡県や長崎県、山口県において、以西底曳網漁業衰退による漁獲量の減少がみられる一方で、兵庫県や和歌山県、徳島県、大分県などの瀬戸内海、豊後水道、紀伊水道を漁業域とする漁港が属する都道府県において2000年代に増加していることがわかる。

本稿で対象とする徳島県では、1980年代までは減少していたものの、その後は微増している。この理由としては、1997年と1998年産まれのハモの生き残りが良好であったことが挙げられる（上田2009）。また、小松島漁協への聞き取り調査によると、小松島におけるハモ漁では底曳網の改良（立ち網）により、中層域にいるハモの確保が可能となったという。また、後述するように、2000年代に京都市場で

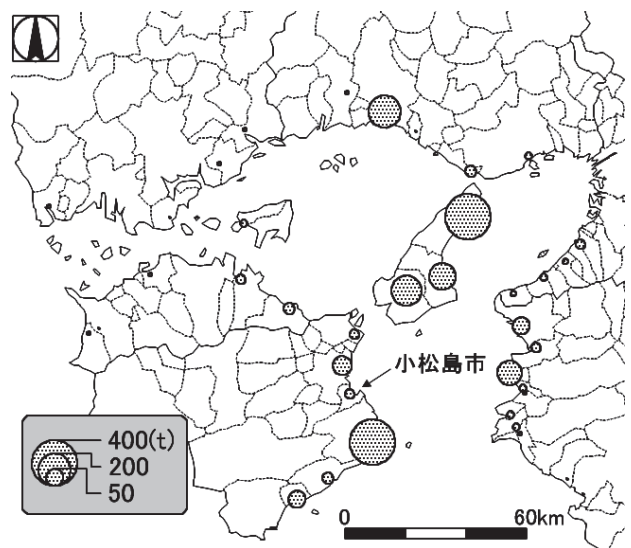


図3 瀬戸内、紀伊水道周辺の市町村別のハモ漁獲量
海面漁業生産統計調査（2006年）により作成。

表1 主な県別のハモ漁獲量の推移

年	兵庫県	和歌山県	島根県	山口県	徳島県	愛媛県	福岡県	長崎県	熊本県	大分県
1956	521	371	135	5,468	266	304	7,969	10,541	169	86
1966	186	203	38	7,169	195	735	11,066	11,713	89	28
1976	47	107	902	1,114	168	42	5,392	8,998	46	38
1986	84	78	700	650	121	187	1,991	4,038	146	117
1996	50	40	17	156	161	259	236	443	136	121
2006	931	238	4	334	581	465	24	97	187	476

海面漁業生産統計調査により作成。

の取引量が増えたこと、活魚によるハモ専用運搬車が導入されたこと、紀伊水道でのハモ生息が増加したことなどが影響し、2006年時点で、徳島県は全国2位のハモの漁獲量を誇るようになった。

次に、瀬戸内海から紀伊水道にかけてのハモ漁獲量の市町村別分布を、図3に示した。同図もハモの分類がある最新の2006年の状況について示している。この図をみると、紀伊水道周辺で漁獲量が多いことがわかる。これは、ハモが紀伊水道沿岸の浅所に着底しているからである（岡崎ほか2012；上田2009）。特に、吉野川河口域は上流から運ばれた泥の微粒子が沈降し、ハモが巣穴を作りやすいという。外海ではこのような海域が少ないため、紀伊水道や瀬戸内海がハモの生息域として好まれる。ハモは、成長に伴い浅所から沖合の深場へ移動する。

2006年時点の徳島県内では、阿南市が403tと最多であり、小松島市は16tにとどまっている。しかし、次章において別の統計で示すように、小松島市ではこの後漁獲量（水揚量）が増加することとなる。

3. 小松島漁港におけるハモ漁

小松島では、古くからハモ漁が行われており、小松島市史（中巻）によると、明治期にはハモ漁をしていた記録がある。現在では、淡路島の南側から伊島までの間の沿岸から2kmの許可された範囲において、底曳網漁で漁獲している。

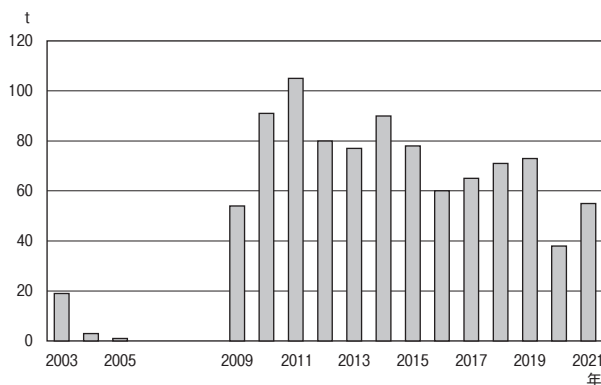


図4 小松島漁港におけるハモの上場水揚量の推移

注) 2006～2008年は小松島漁港の統計がない。
上場水揚量：調査区内の卸売市場で、せり、入札、
相対等によって取引された数量。
水産物物流調査（2021年は小松島漁協資料）により作成。

漁獲量については、2006年（図3）では、小松島市で16tであったが、水産物物流調査および小松島漁協資料による小松島漁港のハモ上場水揚量の推移を示した図4をみると、統計のある2009年以降に増加しはじめ、2011年には105tの水揚量を誇るようになっていくことがわかる。これは前述したように、ハモ漁における底曳網の改良、京都市場での取引増加、ハモ専用運搬車の導入、紀伊水道での資源増加などが影響しているものと考えられる。その後は、上場水揚量が減少傾向であり、2020年にはコロナ禍の影響で需要が低下したことにより上場水揚量が激減しており、2021年には多少回復したものの、需要拡大が大きな課題となっている。

なお、ハモの上場水揚量の変化については、小松島漁協への聞き取り調査によると、ハモの単価との相関関係があり、需要に応じて単価が安ければ獲りに行かなくなり、水揚量が減少することである。つまり、海洋資源の減少ということではないという。

次に、図5において小松島漁港と小松島漁協およびその他主要漁港におけるハモの卸売単価の推移を示した。この図をみると、小松島漁港および小松島漁協におけるハモの価格は、由良漁港（和歌山県）に比べると安いものの、全国平均に近い600円/kg前後の価格で推移している。ただし、使用している水産物物流調査における全国主要漁港には淡路島の

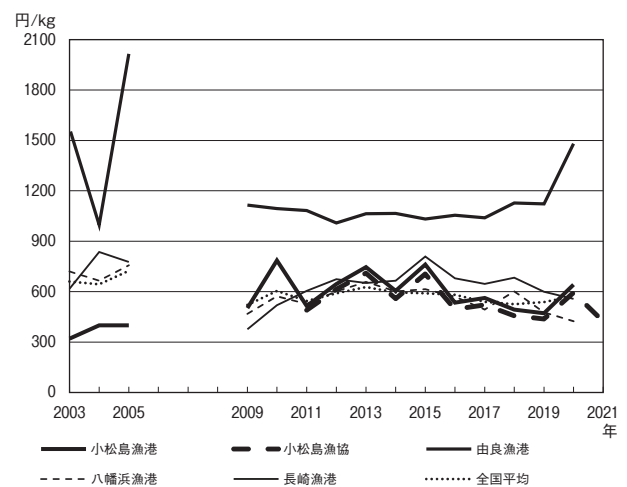


図5 小松島漁港とハモを水揚する主要漁港のハモ卸売価格の推移

注) 2006～2008年は小松島漁港の統計がない。
水産物物流調査および小松島漁協資料により作成。

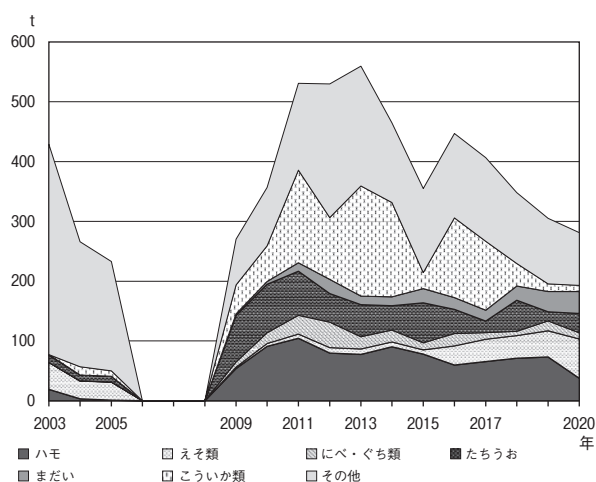


図6 小松島漁港における魚種別上場水揚量の推移
注) 2006～2008年は小松島漁港の統計がない。
水産物物流調査により作成。

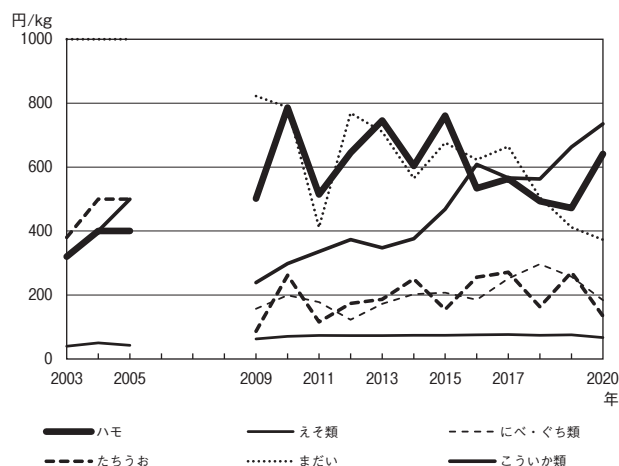


図7 小松島漁港における魚種別卸売価格の推移
注) 2006～2008年は小松島漁港の統計がない。
水産物物流調査により作成。

漁港が一つも入っていない。ハモにおいては、図3からもわかるように、淡路島で漁獲される割合が高い。このため、全国平均の価格の考察には注意が必要である。

一方、小松島漁港の卸売価格に限ってみると、2005年までに比べて2009年以降において価格が上昇している。この点には注目すべきである。

それでは、小松島漁港においてハモ漁はどのような位置づけなのであろうか。図6において、小松島漁港における魚種別の上場水揚量の推移を示した。この図をみると、ハモは2009年以降に多くの割合を占めていることがわかる。コロナ禍の影響のない2019年においては、全体の24%とすべての魚種において最多である。このように、小松島漁港において

ハモ漁は重要な位置づけとなっている。

図7では、小松島漁港における魚種別の卸売単価を示した。この図をみると、ハモはまだいと並んで高値で推移をしていることがわかる。また、近年はまだいの卸売価格が下落する一方で、えそ類の卸売価格が上昇しており、ハモと同様に高価格となっている。ハモに限定してみると、幅はあるもののおおむね500～800円台と安定して推移している。

以上のように、小松島漁港においてハモは、重要な魚種であり産業となっているといえる。

4. 大規模市場における徳島産ハモの流通

本章では、小松島産ハモの大規模市場での流通状況を明らかにするために、ハモの需要が多く取引が最も大きい京都市中央卸売市場第一市場（以下、京都市場）、同様に関西の大規模市場として取引の多い大阪府中央卸売市場（以下、大阪市場）、ハモの需要は大きくないものの、市場規模としては全国最大である東京都中央卸売市場（以下、東京市場）における実態を考察する。

なお、各市場の統計では、都道府県別に産地が公表されており、小松島産のハモを特定することはできない。しかし、小松島漁協へのヒアリングの内容において、徳島県産のハモの動向とおおむね一致することが明らかとなったため、上記統計により分析する。ただし、水産物の産地については、2003年に公表された「生鮮魚介類の生産水域名の表示のガイドライン」で、国産品については水域名（養殖については、主たる養殖場が属する都道府県名）もしくは水揚げした港名または港が属する都道府県名を記載することとなった。このため、各統計における2003年以降の産地については信頼度が高いものの、それ以前の産地は取引業者の所在地となっている可能性があり、信頼度には注意が必要である。

なお、2021年における各市場におけるハモの取扱量（kg）は、京都（606,922）²⁾、大阪（188,103）、東京（91,089）と京都市場が圧倒的に多い。徳島市中央卸売市場は、146,170kgであり、統計で明らかになった限りでは全国3番目の取引量であった。

一方で、2021年における平均単価（円/kg）では、東京（1,969）、京都（868）、大阪（679）、徳島（566）

と、東京で最も高値で取引がされている一方、主要産地である徳島で低いことは特徴的である。

1) 京都市場

まず、最もハモの取扱量が多い京都市場について確認する。図8は、都道府県別のハモ取扱量の推移を示したものである。この図をみると、統計データを得ることのできた2002年以降、全体の取扱量が減少していることがわかる。最新の2021年時点では、兵庫県産のハモの取扱量が最も多い。次に、愛媛県産、徳島県産の順である。徳島県産については、2000年代半ばから増加しはじめ、2000年代後半に最大のシェアを誇っていたものの、その後取扱量が減少しており、近年は兵庫県産や愛媛県産に押されている状況である。

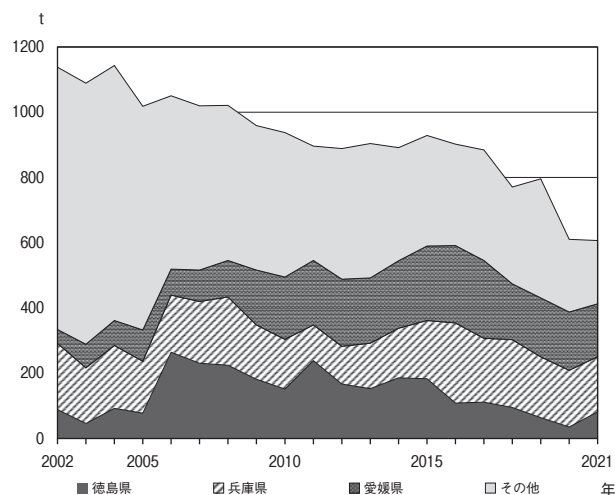


図8 京都市場における都道府県別ハモ取扱量の推移
京都市中央卸売市場第一市場統計年報により作成。

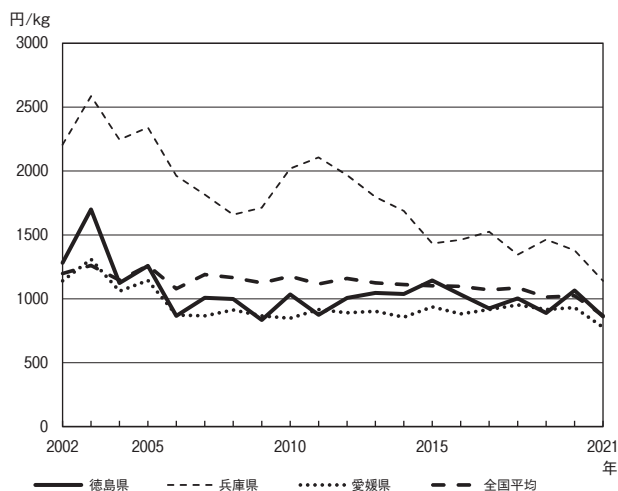


図9 京都市場における都道府県別ハモ平均単価の推移
京都市中央卸売市場第一市場統計年報により作成。

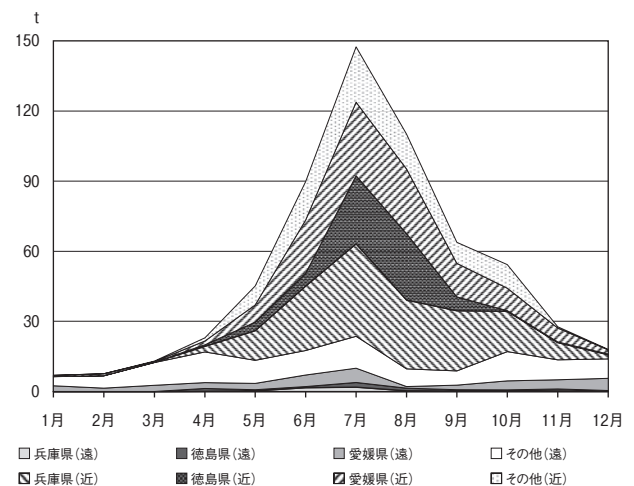


図10 京都市場における都道府県別の月別ハモ取扱量
注) 遠: 遠洋物 (鮮魚の漬物及び冷凍物, 冷凍漬物)
近: 近海物 (鮮魚)
京都市中央卸売市場第一市場統計年報 (2021年) により作成。

次に、図9において都道府県別のハモ平均単価の推移を示した。この図をみると、兵庫県産のハモの単価が相対的に高いことがわかる。一方で、近年京都市場でシェアが拡大している愛媛県産のハモは単価が相対的に低いことがわかる。徳島県産のハモは、おおよそ全国の平均価格と同様の推移を示している。

つまり、京都市場においては、単価の高い高級品の兵庫県産と安価な愛媛県産という対極な位置づけの地域のハモのシェアが拡大しており、中間的な徳島県産のハモのシェアが近年低下しているといえる。3章の分析から考えると、この単価が上昇しない現状が、漁師の漁の意欲にも影響しているともいえる。

図10で、2021年における月別のハモ取扱量を示した。なお同図では、遠洋物と近海物に分けて示した。この図をみると、6月から9月にかけての夏季に近海物を中心に取扱量が増えていることがわかる。産地については、兵庫県産、愛媛県産、徳島県産の順となっているが、8月のみ徳島県産が2位となっている。また、徳島県産については、7月と8月に取引が集中しており、それ以外の月では他産地のハモが中心となっていることも特徴である。

2) 大阪市場

次に、関西において京都に次ぐ大きなハモの市場である大阪市場について確認する。図11は、都道府県別のハモ取扱量の推移を示したものである。この図をみると、統計データを得ることのできた2013年

以降は、全体の取扱量に大きな変化はないことがわかる。最新の2021年時点では、兵庫県産のハモの取扱量が最も多い。次に愛媛県産、徳島県産の順である。徳島県産のハモは、2013年以降は常に3番手のシェアであり、取扱量に大きな変化はないが、兵庫

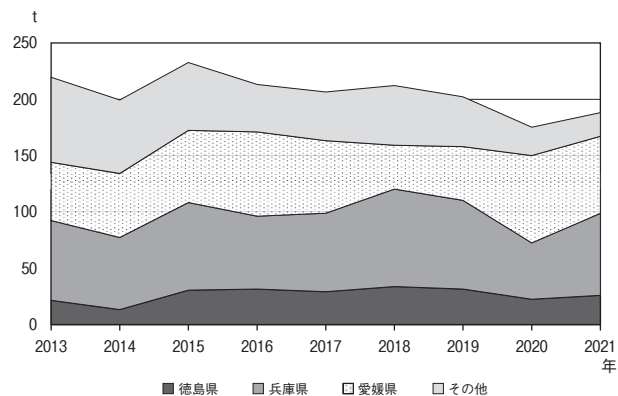


図11 大阪市場における都道府県別ハモ取扱量の推移
大阪府中央卸売市場統計年報により作成。

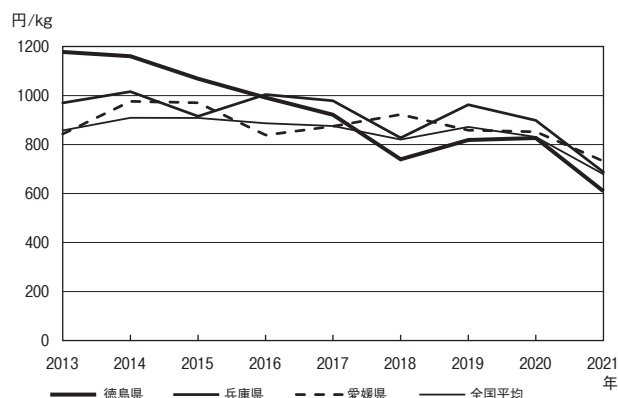


図12 大阪市場における都道府県別ハモ平均単価の推移
大阪府中央卸売市場統計年報により作成。

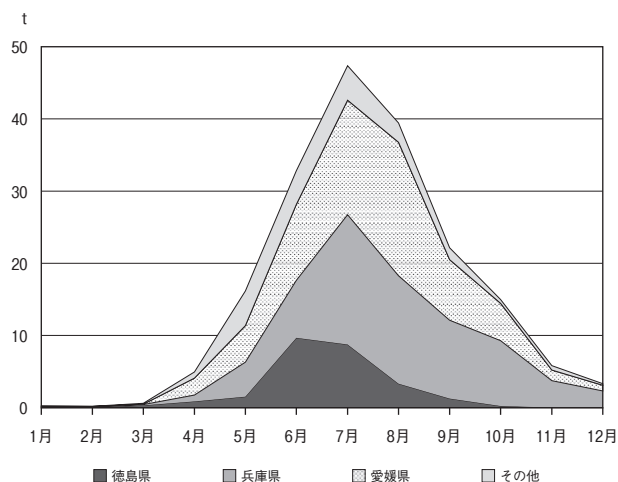


図13 大阪市場における都道府県別の月別ハモ取扱量
大阪府中央卸売市場統計年報（2021年）により作成。

県産と愛媛県産に押されている状況である。

次に図12において、都道府県別のハモ平均単価の推移を示した。徳島県産のハモの単価は、2021年を除き京都市場と大きな変化はない（図9）。また、2016年までは、他産地よりも単価が高い状況にあった。しかし、徳島県産のハモの単価は年々下落しており、2021年には600円と京都市場に比べても大幅に低くなった。

図13で、2021年における月別のハモ取扱量を示した。この図をみると、京都市場と同様に、6月～9月にかけての夏季に取扱量が増えていることがわかる。産地については、愛媛県産が最も多く、それに兵庫県産、徳島県産が続いている。徳島県産は6月と7月に取引が集中しており、京都市場とは時期がやや異なっている。また、大阪市場では、京都市場に比べると上位2県との差がより開いていることも特徴である。

3) 東京市場

次に、関東における最大の市場である東京市場について確認する。図14は、都道府県別のハモ取扱量の推移を示したものである。この図をみると、統計データを得ることのできた2002年以降は、全体の取扱量に大きな変化はなかったが、コロナ禍の影響が2020年以降は取扱量が減少したことがわかる。しかし、この2年間に減少したのはその他の部分であり、主要産地では大きな取扱量の減少はみられない。

最新の2021年時点では、愛媛県産が最も多く、熊

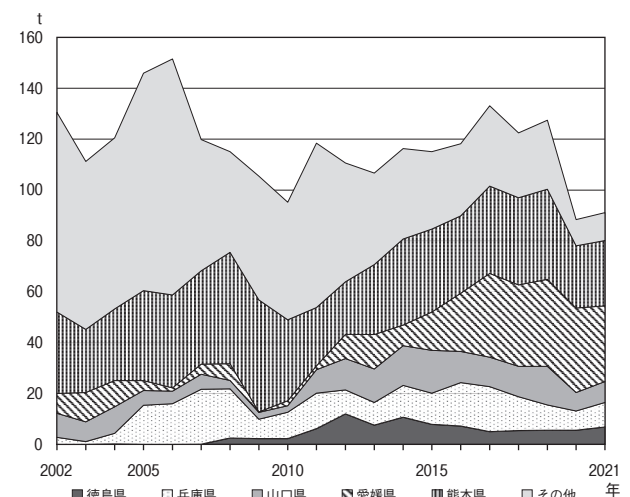


図14 東京市場における都道府県別ハモ取扱量の推移
東京都中央卸売市場統計年報により作成。

本県産、兵庫県産、山口県産、徳島県産と続いている。熊本県産と山口県産が上位に来るのは関西市場ではみられない現象であり、東京市場の特徴といえる。徳島県産のハモは、2017年以降は増加傾向であるものの、関西市場に比べるとシェアが小さく、東京市場におけるシェア拡大は課題といえる。

次に、図15において都道府県別のハモ平均単価の推移を示した。東京市場では、需要の小さいことが影響してか、全体的に関西市場に比べると高単価であることが特徴である。徳島県産のハモは、2000年代後半から単価が上がり始め、2016年までは全国平均よりも高値であったが、それ以降は価格が下落し平均以下となっている。しかし、それでも関西市場よりは高値で推移している。

図16で、2021年における月別のハモ取扱量を示した。この図をみると、関西市場と同様に、6月～9月の夏季に取扱量が増えていることがわかる。産

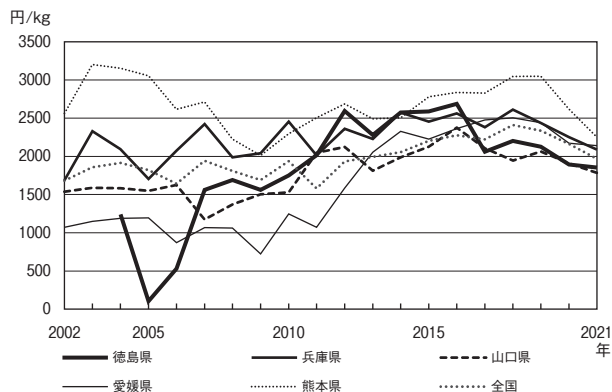


図15 東京市場における都道府県別ハモ平均単価の推移
東京都中央卸売市場統計年報により作成。

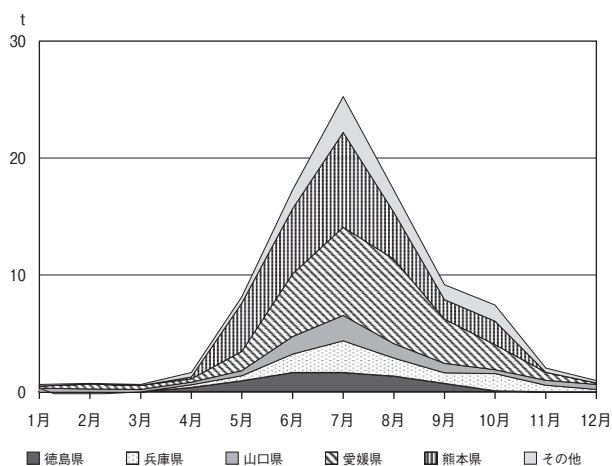


図16 東京市場における都道府県別の月別ハモ取扱量
東京都中央卸売市場統計年報（2021年）により作成。

地別には、図14における取扱量の推移で多かった県の傾向と違いはないが、徳島県産においては5月～9月の広範囲にわたって夏季と同様の取扱がみられる。これは、東京市場の特徴ともいえる。

5. 京都におけるハモの需要

本章では、津國（2004）の分析を中心に、ハモの取扱が日本最大の京都においてどのような需要であるのかを考察する。

前述した津國（2004）で実施したアンケート調査によると、京都におけるハモの個人消費は、夏季に偏っており、類似した水産物であるウナギやタチウオに比べて外食で食される割合が27.8%と高い。また、前述のようにハモを食べる理由は季節感が43%と最も多い。

つまり、京都の住民において上記のような需要があることから、夏季に徳島県内をはじめとした全国の産地からハモが多く届くこととなる。また、ハモの特徴として、小骨が多いことから、さばくために職人的技術が必要となる。このため、家庭よりも外食で食されることが多くなるのも特徴である。

京都でハモが多く取扱われる理由には、以下の点が挙げられている。まず、ハモは少量の水でも生きることができ、水から上げてすぐには死なず生命力が強いため、活魚輸送技術のなかった時代から内陸部の京都で重宝されていたことである。また、ハモには小骨が多く、職人的技術を持つ職人の在籍する京料理店での調理が必要であったことである。これらのことから、京都においてハモ料理が定着していったものと考えられる。

料理店からみると、一定以上成長したハモは小骨も太く、皮も厚くなるため食味が落ちるという（津國2004）。また、活け、活けメではない状態からの料理も味が落ちるとされる。このため京都では、1尾500～700gで活けのものが上質とされて「高級料理用」となる。1尾700gを超えると「焼き用」、2kgを超えるものは「すり身用」となり、極端に取引価格が落ちる。同様の内容は、小松島漁協への聞き取り調査でも明らかになっている。

以上のような中で、夏季は近海物ハモの市場への供給量が増えても、それ以上の消費があるため、価

格は低下せず上昇することとなる。なお、京都市場においては、2021年のハモの取扱総額は全体の3.6%となっている。これは、マグロ、マダイ、サケ、ブリ、キワダ、タラに次ぐものであり、京都市場におけるハモ取引の重要性がうかがえる。

6. 小松島産ハモの販路拡大とブランド化

本章では、小松島産ハモの価格維持を目的としたブランド化や、需要拡大を目的とした販路拡大の動向について明らかにする。

1) ブランド化

小松島漁協では、ハモの価格を維持し、漁師の生活の安定化を図るために、ブランド化をしてきた。小松島漁協への聞き取り調査によると、小松島のハモの最大の売りは、品質の良さと新鮮さであるという。ハモは活魚でこそ価値があり、活魚でない場合や傷がついていると価格が極端に安くなる。そこで、小松島漁協では、「そうめん流し」という、船から漁港の活魚水槽に直接送り込める装置を設置した（田中2010）。これにより、ハモ同士がかみ合うことを防いでいる。また、元々は他の魚と一緒に活魚運搬車で京阪神へ輸送されていた。しかし、品質が落ちることを防ぐために、また京都の業者からのニーズもあり、2008年に県の補助金（とくしま強い農林水産業づくり事業）を活用し、日本で初めてのハモ専用の活魚運搬車を購入して運搬することとなった（図17）。

また、小松島市が中心となり2015年に「こまつしまブランド戦略推進協議会」を立ち上げ、ハモも含めた小松島産の農林水産物のブランド力向上を図った。ここでは、商談会への参加や首都圏への販路拡大、情報発信のほか、地元での農林水産物に関するイベント開催、学校給食や徳島赤十字病院への食材提供などの地産地消に向けた取組をしていた³⁾。



図17 ハモ専用運搬車 2022年9月撮影。

その後、ハモやちりめんなどの水産物に特化してブランド化を図るため、2018年9月に小松島市や小松島漁協などで構成される「小松島はも・ちりめん普及促進協議会」を立ち上げた。同会では、小松島産のハモの販路拡大を目的に、小松島産のハモを提供する徳島県内外の料理店や小売店を「小松島産はも取扱店」として認定する制度を設けた（図18）。特に首都圏をターゲットとし、2019年以降に多くの店舗を認定し、認知度向上と消費・流通拡大を狙った。これは、図14で示したように、東京市場では、関西市場に比べて徳島県産のハモのシェアが小さく認知度が低いといえることが背景にある。

上記の「小松島産はも取扱店」は、2022年7月時点で20店あり、その内訳は東京都2店、神奈川県4店、香川県3店、徳島県11店である。これらの店舗は、特設サイト「こまつしまはもサイト」に掲載され、PRされている。もともとは和食で中心に取扱われてきたハモであるが、フレンチレストランなども認定されている。

このうち、徳島県松茂町の店舗は、徳島阿波おどり空港からバスで徳島中心部に向かう経路、また関西から徳島に向かう高速バスの経路に立地している。このため、同店舗がある街路沿いには、「小松島はも」というのぼりを立ててPRを依頼している。それ以外にも、NHKのほか、民放の地元局や関西キー局、各地の地方局からの取材依頼があり、それらにより宣伝をしている。小松島漁協への聞き取り調査によると、マスコミによる報道後は、全国から注文があるという。

また、徳島県の情報発信・交流拠点施設「ターン



図18 「小松島産はも取扱店」で提供されるハモ料理（ハモ天丼） 2022年8月撮影。

テーブル」(東京都渋谷区)のレストランにおいて、2022年に小松島産のハモを使った期間限定のランチメニューを提供するなど、首都圏での販路拡大を図っている⁴⁾。

なお、首都圏へ出荷されるハモの多くは、前述した専用車による輸送ではなく、空輸されている。小松島漁協への聞き取り調査によると、これらのハモはプロトン凍結機を使用して急速凍結されたものであり、1年間を通して出荷できる工夫がなされている。プロトン凍結をした場合には、電磁波によって細胞の核を動かしながら凍結させることにより細胞壁が壊れないことから、魚肉からドリップが出ない。このため、品質が良く料理店からも高評価を受けているという。

さらに、小松島漁協への聞き取り調査によると、全国への広報にも力を入れており、2022年9月には、北海道函館市や本別町において、小松島市や小松島観光物産協議会と共同でイベントに参加し、ハモの天ぷらなどのPRもしている。

2) 需要拡大を目的とした加工品の開発

活魚や冷凍のハモは、主に飲食店での調理を原則としている。これは、ハモは小骨が多く専門的な調理法が必要だからである。そこで、小松島漁協では、家庭での利用を中心とした、飲食店以外での需要拡大を狙い、漁協で職人によりさばいた後に骨切り機で骨を取り除いた加工品の開発をした(図19)。ハモしゃぶ、ハモの天ぷら、ハモの切り身という商品があり、インターネット販売もされている。

また、上記の加工品を製造する際に出るハモの頭については、以前は漁協において廃棄処理をしていた。しかし、2020年秋ごろから、水産物販売会社B社に状態の良いハモの頭を冷凍保存して販売し(図20)、それが首都圏の飲食店に販売され、ラーメンの魚介出汁やフランス料理のスープなどに多く使用されるようになった⁵⁾。

さらに、品質の良好でないハモは、練り物などの製品にも加工されている。小松島市漁港近くに立地する水産加工業者A社では、7～8年前から「はもカツ」という練り物の商品を製造している(図21)。A社への聞き取り調査によると、その当時、ハモを販売する販売業者C社から、鍋専用のハモ団

子を製造するように注文があり、余ったハモの練り物にパン粉をつけて実験的に製造したところ美味しいということとなり、商品化されたという。聞き取り調査時点での原料は、ハモとスケソウダラ(北海道産)がおおむね半分ずつであり、それらのすり身に野菜(玉ねぎとニンジン)を入れ、パン粉をつけて揚げている。鮮魚のハモが手に入らない時期には、冷凍したハモを使用している。ハモは、漁協を



図19 小松島漁協加工場でハモを加工している様子 2022年9月撮影。



図20 処理されたハモの頭と骨 2022年9月撮影。



図21 水産加工業者A社の「はもカツ」 2021年11月撮影。

通して多くは入荷するが、C社を通して捨てるような切れ端のものも入手している。

ハモかつは、1日に5,000枚程度の製造しかできず、1週間に3,000袋程度の製造となっている。特別注文を受け、それ以上の製造をすることもある。主な販売先は、徳島生協のほか、JAが運営する農産物直売所であるが、工場でも店頭販売している。

7. おわりに

小松島市の水産業においてハモの重要性が高く、これまで漁師や漁協の努力によって漁獲の増加や市場でのシェア拡大が図られてきた。しかし、近年のコロナ禍の中で消費が低迷しているだけでなく、これまで最大市場であった関西、特に京都市場でも他産地に押される状況となっている。一方、これまでハモを食べる文化のなかった東日本、特に日本最大の消費地である首都圏においても販路拡大を図っているが、まだまだ拡大途上である。

小松島における漁師の経営安定のための小松島産のハモの単価維持のためには、やはりブランド化による知名度向上が重要である。イベント参加やマスコミ等を通じて知名度向上を図っているが、さらなる知名度向上が必要であろう。

ハモについては、やはり「京都」のイメージが強く、水揚げが想起されることの少ない、生産と消費の場所がねじれて捉えられる珍しい水産物である。このため、関西圏や首都圏などの大規模市場を重要視しつつも、徳島に来る観光客へのPRにより、「徳島（小松島）＝ハモ」というイメージをつけていくような取組がより一層重要になるのではなかろうか。特に、京都では祇園祭とセットになるように、徳島の阿波踊りの時期にハモの水揚げが最盛期となるため、小松島（徳島）の夏の風物詩との組み合わせによるPRが有効ではないかと考える。

また、小松島市および徳島県内でのイメージ戦略も重要である。ハモが小松島市および徳島県での特

産と認識している住民がどの程度いるであろうか。特産品と認識する住民が増えれば、口コミやSNS等で情報が拡散されていくことも期待できる。そういう意味では、2022年から小松島漁協により企画されている、小松島市内の小中学校の給食でハモの唐揚げを提供するという取組は、市民に子どもの頃から小松島の名産と認識させることができ、中長期的には効果的であるだけでなく、保護者や教員を通じた認知度向上策として、短期的にも有効であると考えられる。

付記

本稿を執筆するにあたり、小松島漁業協同組合および水産加工業者A社の皆様には、聞き取り調査や現場視察、資料提供などで大変お世話になりました。この場を借りて御礼申し上げます。

注

- 1) 2003年9月に、ハローページ電話帳から抽出した京都市民300人を対象とした郵送アンケートである。有効回答は131人（回収率：44%）である。
- 2) 京都市中央卸売市場第一市場統計年報では、ハモが「遠洋物」（鮮魚の漬物ハモ及び冷凍物、冷凍漬物）と「近海物」（鮮魚）にわかれて統計が掲載されている。前者は主に蒲鉾などの練り製品の原材料用に冷蔵・冷凍で取引されるのに対し、後者はハモ料理の食材として「活け」（もしくは活けメ）で取引される（津國2005）。ここでは、双方を合算して表示している。
- 3) 小松島市農林水産課「小松島市6次産業化・地産地消推進戦略」2019年3月。
- 4) 徳島新聞2022年8月30日朝刊。
- 5) 徳島新聞2021年9月12日朝刊。

参考・引用文献

- 上田幸男（2009）：全国1位の生産額を誇る徳島産ハモ、徳島水研だより、59、1～9ページ
- 岡崎孝博・鎌田信一郎・和田隆史・上田幸男（2012）：徳島県産ハモの漁獲変動に及ぼす水温の影響、黒潮の資源海洋研究、13、57～61ページ
- 小松島市史編纂委員会（1981）：『小松島市史 中巻』ぎょうせい
- 田中克哲（2010）：日本一の「ハモ」ブランド確立を目指すJF小松島の取り組み、漁協、27（2）、24～27ページ
- 津國 実（2004）：特殊な食消費が規定する生産と流通の研究—「ハモ（鱧）」の需給と価格決定要因—、流通、17、183～190ページ
- 津國 実（2005）：京都の「ハモ料理」を支える韓国産ハモの需給条件と課題、漁業経済研究、50（1）、21～41ページ