

## 天産物における地域ブランド戦略の一段階について

### －三重県産ヒジキの場合－

北村物産 株式会社 北村 裕司

#### 1. はじめに

原料原産地表示の厳格化、海外産食品の様々な事故・事件により、輸入品が90%近くを占めるヒジキのマーケットにおいても国産至上主義とも言われる消費行動が顕著になってきた。その結果として地域ブランドに過度な期待が持たれるようになり、品質よりも何よりも「産地」が商品選択行動の重要な基準となった。

三重県産ヒジキは、消費市場でも高価格で流通しており、産地を冠した地域ブランドとしては「伊勢ひじき」(註1)としてすでに明治時代には確固たる位置を築いていたと言える。<sup>[1]</sup>

しかし、直近では価格の高騰及びそれを遠因とする品質低下が起きてきており、ブランド価値の低下傾向が発生していることを懸念している。

そこで本研究では、現状を分析し「三重県産ヒジキ(伊勢ひじき)」をヒジキのトップブランドとして市場から認知され続けるため、品質・価格・供給を安定させるための仕組みを考察する。

#### 2. 三重県産ヒジキの位置づけ

##### 1) 市場における三重県産ヒジキ

三重県産ヒジキの過去10年の平均収穫量(県漁連取り扱い量)は素干しで約240t、製品で約120tであり、国内市場5,000tの僅か2.4%に過ぎない。しかし、過去国内市場においては最も高く取引されており、さらに入札による値決めが4月上旬から行われるので、その後に行われる国内各地の相場状況に影響を与える。

##### 2) 価格の推移

図2のとおり、三重県産ヒジキは2000年までは概ね生産量の多寡に応じて相場が推移してきたと考えられるが、2001年10月には「産地偽装」という事件が起こり、その影響からか2002年に前年比157%と高騰した。さらに2004年9月に原料原産地表示基準の法改正の影響で2005年に前年比124%、2008年4月から施行された業者間取引における原料原産地表示の義務化により前年比251%と驚異的な高騰を示している。

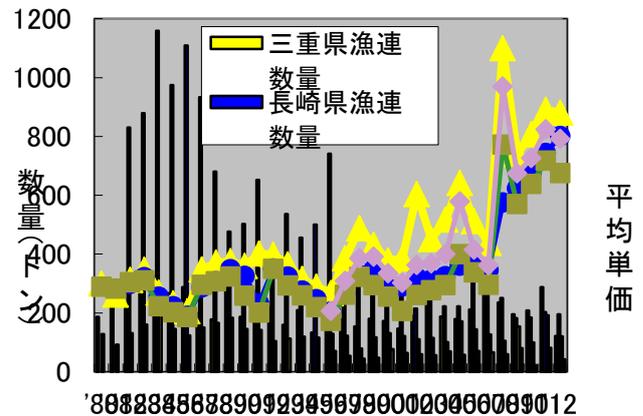


図2 三重県他3県の生産量と価格の推移

##### 3. 三重県産ヒジキのブランド力低下の現状

###### 1) 三重県産ヒジキの価格決定システム

三重県産ヒジキの原料は、漁業者が採取後天日干した原料を県漁連の共販において入札により値決めされる。入札は安定期においては「品質≒価格」となる優れた制度といえるが、反面「高く入札すれば買える」制度でもあることから、極端に需要が増大した際は価格の高騰に繋がり、品質に無関係な相場が形成されることに繋がる。

実際、近年の三重県産ヒジキ入札においては、価格の高騰により、品質の良くないものまで高値になる結果となった。

### 2) ヒジキの生態と収穫時期

ヒジキは褐藻であり植物の一種であるので、成長が進むと生殖器床が生成されるなど過熟或いは老化現象が起こる。

即ち、収穫を遅らせば成長が進んで収穫量が増加し、早く収穫すれば収穫量は減少する。逆に、早く収穫すれば良いものが収穫でき、遅くなれば過熟した良くないものになる。

このあたりのバランス感覚が漁村によって違うが、適切な時期に収穫し高値で取引される漁村と、価格が安くても良いから収穫量を確保したい漁村とに分かれる事になる。「量より質」か「質より量」かという判断基準である。

### 3) 入札結果と漁業者の行動

品質の良くないものまで高値になった結果、品質の良いもの、良くする努力をしたものと、何もしていないものの価格差が無くなり、逆転までの怪現象が起きた。

その結果、良い状態で収穫しよう漁業者は減少し、品質が低下したものが増加した。一方で収穫量が増加した。

即ち、図らずも「質より量」が三重県産ヒジキが採った方向性となった。

### 4) アンケートにも顕著に表れる

図3は、ひじき祭り実行委員会と日本ひじき協議会が共催しているアンケートの結果である。10

の設問の中の、「ひじきを選ぶときの基準は」という設問に対する回答の中から20歳代30歳代を抽出してまとめた。(註2)

その結果、伊勢産を選択基準とする人は2007年に3.67%から2011年には2.53%と31%減少した。

### 4. まとめ

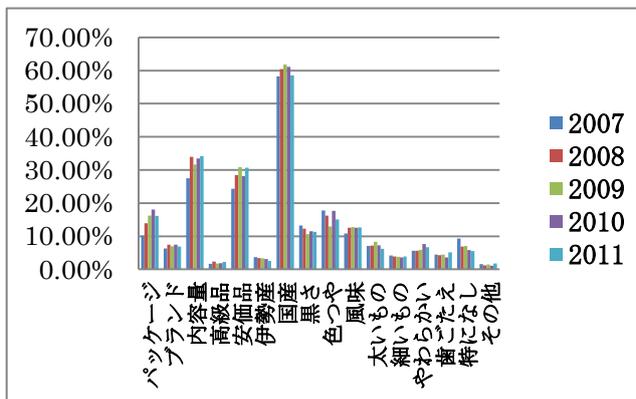
三重県産ヒジキは、地域ブランドが論議される以前から自然発生的にブランド化された商品である。そのため、ステークホルダーも多く効果的な戦略を全体で議論することすらできない状態で推移してきている。その結果として、新規業者の参入や、原料品質の向上に対する政策の欠如、価格高騰の歯止めシステムの欠如などの無策状態により、ブランド価値は低下局面を迎えてしまった。

また、生産量を増やそうとしても容易に増やせない天産物であり、生産量を徒に増やすことは品質の低下に繋がる商品である事も得意な商品であるともいえる。

三重県産ヒジキの地域ブランドとしての価値を維持向上するためには品質の確かなヒジキの供給体制を構築することが不可欠であると考える。

(註1)「伊勢ひじき」は三重県ひじき協同組合によって2007年10月19日に地域団体商標として登録されています。第5085286号。

(註2) このアンケートは、8月1日～8月31日の1ヶ月間、日本ひじき協議会のホームページ上で行われた。20歳代30歳代の回答数は2007年1,828人、2008年1,834人2009年1,156人、2010年992人2011年1,346人であった。



### 参考文献

[1] 第二回水産博覧会 審査報告  
 明治31-32年 農商務省水産局  
 乾製海藻欄