シンポジウム記録 日本産水産物の高付加価値化—サンマのグローバルマーケティングの取組みに向けて—

N-1. フィレの EU マーケット評価

杉山公教

日本水産庁中央研究所

IV-1. Evaluation in marketability in Europe
for Pacific saury fillet

KIMINORI SUGIYAMA

*Central Research Laboratory, Nippon Suisan Kaisha Ltd.,
Hachioji, Tokyo 192-0906 Japan*

はじめに

日本近海・公海には利用されていないサンマ資源が35万トン程度存在する。日本のサンマ需要はほぼ均衡しているが、国際市場においては未だなじみの無い魚である。そのため、国際商品として通用する価値と市場の創出可能性について検討するために、EU マーケットでの受け入れ性をEU 現地に調査・評価した。EU マーケットでの市場性を評価するに当たり、EU 圏にある食品研究機関と協働して食材としてのサンマの嗜好調査を行った。併せてEU の水産・食品会社からも製品価値としての評価に関して情報収集を行った。

1. 嗜好性

食品研究機関 IMARES (オランダ) と行ったEU 圏での嗜好性と消費者調査は、ワーゲニンゲン大学 (オランダ) 内の官能評価施設にて行った。嗜好調査の評価パネルはEU 圏の各エリア (オランダ、スペイン、イギリス、ドイツ) のシェフより選定し、食に関する意識・傾向・食環境状況等も併せて調査した。消費者調査は、魚に対する嗜好性、新規食材に対する保守性、日本食に対する受け入れ性など、基礎項目によりパネラーを予備選定し、評価パネルを選抜し実施した。また、評価対象は消費者に留まらず、調理を行なう立場からの情報も収集した。評価試料はフライ・スモーク・スチーム・ダッチマリネ・刺身の6形態で行った。評価結果としては、生食では身が締まりすぎていることとピンボーンが

気になるとの指摘があった。一方、サンマ特有のにおいては魚の特徴と理解され気にならないとのことであった。

EU 圏ではトロリと柔らかい食感を好む傾向があり、いわゆる刺身の硬さ・弾力を好む日本人の嗜好性とは異なることが明らかとなった。EU 市場への参入のためにはEU 圏の嗜好性に配慮した加工処理提案が必要と考えられた。

2. 市場性

EU 圏内の事業形態が異なる水産会社数社より市場性について情報収集を行った。サンマのホール、H & G (内臓・頭尾部除去)、スキソフィレ、スキソレスフィレの4種類の凍魚を持ち込み、それを前にしての印象と科学的な知見を交え、広く意見交換を行った。

ニシン・サバ等の燻製品を取り扱っている水産加工会社 (デンマーク) では、サンマの受け入れ性は高く、内臓のみを除去し頭尾部付での形態の方が扱い易いとの意見であった。食品加工会社 (フランス) ではイワシと類似している印象があり、におい・サイズに関して違和感はなく、フライ・スモークとしての可能性があるとの意見であった。ヒアリングに参加した水産卸会社 (スペイン) は欧州冷凍食品展でサンマ商品を展示し、広く情報収集を行った。サンマの外観のシャープさに対して好印象であり、イワシと同様のカテゴリーとして位置づけていた。自身魚主体のスペインよりもポルトガル等の多様な魚を食す国で受け入れ性が高いと評価された。

3. まとめ

現在までのところEU 圏では商品として流通していないためサンマにはなじみがない。実際にサンマの食品或いは商品価値について調査した結果、イワシ・ニシン・サバ等と同様のカテゴリーであり、フライ・スモーク品等としての嗜好性・市場性が高く、将来的には商品導入可能であると考えられた。一方で、EU 圏での流通にはEU-HACCP 認証が必要であり、サンマを国際的商品とするための今後の実用的課題と考えられた。