

[概要]

近年国内の養殖業が輸入水産物との競争の激化や、餌料の高騰など様々な課題を抱える中、消費者に人気のあるサーモンにブランド価値を付けた、「ご当地サーモン」の生産が全国各地の養魚場で行われている。その数は約 100 種類に上っている。このように現在水産業では、水産物の地域ブランド化が盛んとなっている。本稿では 2014 年に地域団体商標登録された養殖魚「信州サーモン」の生産体制を事例に、地域ブランドの価値を維持するための「均質化」と個人事業主としての品質向上を通じた同業者との「差別化」のバランスをどのように調整しているのか分析した。その結果信州サーモンの品質管理は各養魚場が「管理指針」を遵守することを前提に、各養魚場に出荷基準を委ねることが分かった。各養魚場は取引先の需要を満たすため、飼育方法や加工方法、出荷基準、出荷方法を工夫し、結果的に各養魚場に出荷される信州サーモン商品に差異が見られた。地域ブランドの先行研究では、飼育方法を統一し、出荷工程の管理を徹底することで地域ブランド商品の均質化を図ることを主張した。しかし本研究の事例では、各養魚場の強みを活かした生産体制が同じブランド内の多様性を生み出し、取引先の需要を最大限に満たしていた。各養魚場が独自の飼育基準や養殖技術を向上させた結果、品質が向上し、県全体のブランド価値が向上した。

キーワード：ご当地サーモン、出荷基準、地域団体商標、品質管理、養殖業