

水産物ブランド強化新技術開発研究

(予算区分 県単独 研究期間 平成13～17年度)

担当：水産試験場利用普及部

【研究の背景とねらい】

全国ブランドとして必要な品質の管理(評価)と新しい利用加工技術について、研究を行い、本県水産物の全体的な付加価値の向上を図るとともにブランド強化を図ります。

【得られた成果】

- ・天然マアジに比べて養殖マアジは水揚げ後の活け締め処理が容易です。このため、天然魚に比べて、より高鮮度な魚を提供できるということを鮮度実験によって明らかにするとともに「朝締めアジ(締めてから24時間以内のアジ)」としてブランド化することができました。
- ・養殖マアジは、酢等の漬け等に加工することにより天然魚に対する差別化が図れることを明らかにし、養殖マアジを使用したアジ寿司の製品化を行いました(下図参照)。現在、沼津港周辺や内浦三津地区の旅館や食堂11店舗、さらにJR沼津、三島駅構内で販売されています。午前中に売り切れてしまうほどの人気商品となり、報道機関に大きく取り上げられています。
- ・養殖マアジの粗脂肪含量を生きたまま測定するための光センサー測定技術開発を行い、脂の乗った高鮮度なマアジだけを選別出荷する事が可能になりました。



アジ寿司 製品パッケージ



沼津駅構内のアジ寿司販売所

- ・餌にカツオ残滓魚油を添加することにより養殖ニジマスのDHA組成比をカツオ・マグロ類と同程度の25%まで増加させることができました。
- ・サバすり身の食感改善を行い、このすり身を使った新製品を焼津蒲鉾商協と協働で開発しました。現在、新しい焼津の特産品として商品化が進められています。

【成果の普及方法】

新たな水産加工品のマーケティングリサーチの支援等を行い、関係団体と協働して商品化を進めます。また、パブリシティを積極的に活用することで、本県水産物のブランドの強化を図ります。



サバすり身新製品のマーケティング

(作成 平成18年3月)