

「香住のガニ」ブランド化企画委員会
かに関連市場の動向
～香住ガニのブランド強化と六次化への取組に向けて～

2017年2月23日

いのべ庵

佐野 鉦治

取組み方針

調査目的	<ul style="list-style-type: none">・「香住のガニ」ブランド化企画委員会は、コアとなり水産加工業者の活性化の取組を通してブランドの更なる強化を図り、但馬牛に続く地域ブランド創りを目指す。・そこで、基本情報として、カニに関する市場動向を調査し、トレンド等を抽出し、今後の取組方向との整合化を図る。
調査対象	<ul style="list-style-type: none">・カニの漁獲と消費・カニに関する食の動向
調査項目	<ul style="list-style-type: none">・対象：国内のカニ漁獲量と消費量、カニ関連の食における消費量や嗜好・方法：ネットからの情報収集
今後の取組み	<ul style="list-style-type: none">・調査実施：2016年7月～2017年3月・調査方法：各種公的情報を収集そして分析・成果物：調査報告書

I. カニの漁獲と消費

II. カニ関連の食の動向

カニ獲量ランキング

出所：農林水産省の大海区都道府県振興局別統計

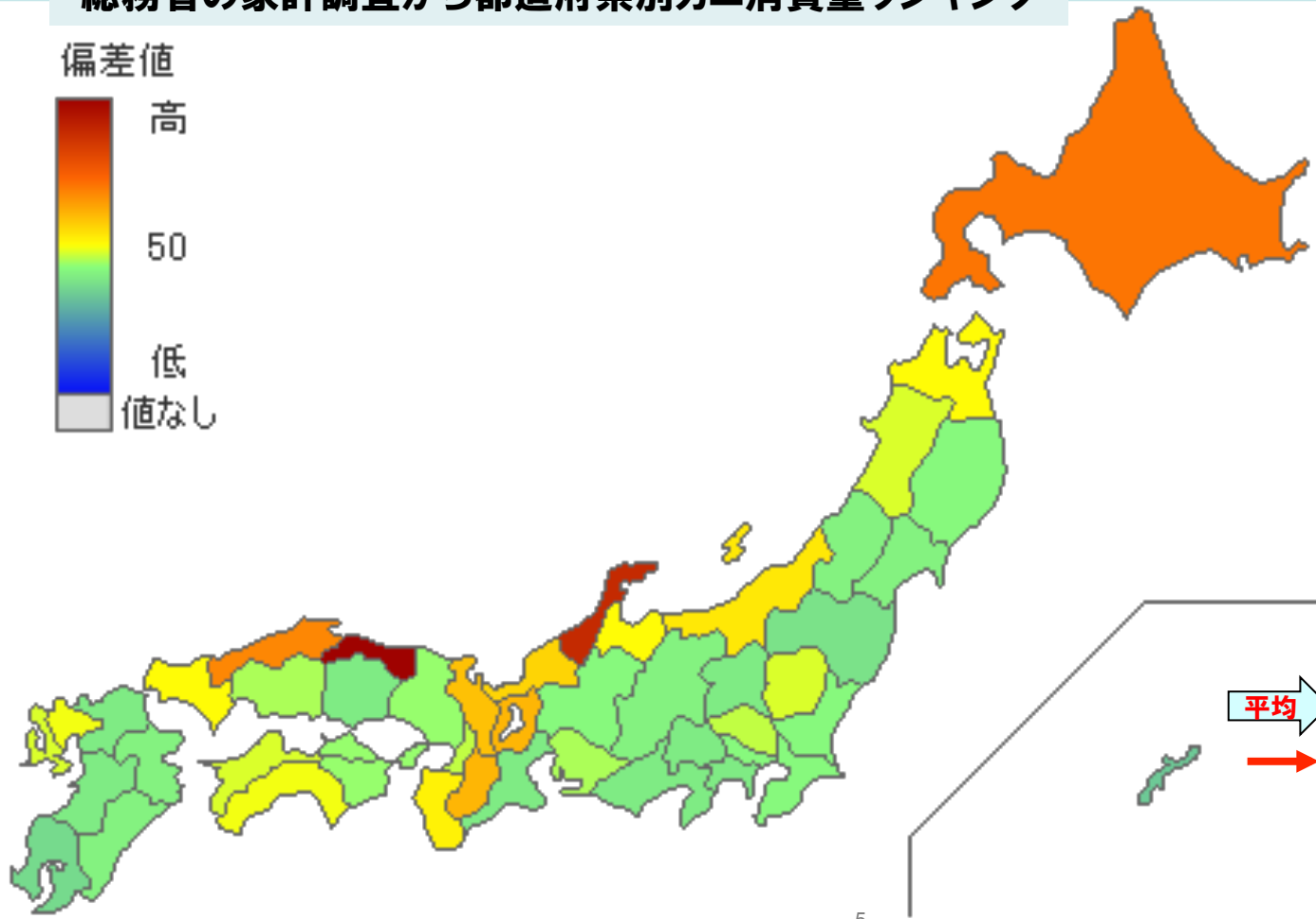
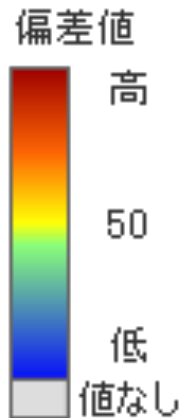
輸入は123,358t。国内生産の約4倍が、主にロシア、カナダ、アメリカから

	かに類漁獲量(t)										
	都道府県	ずわいがに	構成比	べにずわいがに	構成比	がざみ類	構成比	その他かに類	構成比	合計	構成比
1	北海道	139	3%	2,547	14%	33	1%	3,264	67%	5,983	20%
2	島根県	178	4%	4,161	23%	3	0%	6	0%	4,348	15%
3	兵庫県	1,373	32%	2,573	14%	84	3%	19	0%	4,049	14%
4	鳥取県	1,114	26%	2,861	16%	1	0%	4	0%	3,979	13%
5	新潟県	302	7%	2,291	13%	61	2%	46	1%	2,700	9%
6	石川県	524	12%	1,338	8%	6	0%	32	1%	1,901	6%
7	東京都	0	0%	0	0%	0	0%	810	17%	810	3%
8	秋田県	23	1%	689	4%	23	1%	7	0%	742	2%
9	愛知県	0	0%	0	0%	629	23%	56	1%	685	2%
10	富山県	49	1%	584	3%	32	1%	5	0%	670	2%
11	福井県	503	12%	50	0%	2	0%	7	0%	562	2%
12	山形県	68	2%	409	2%	5	0%	8	0%	490	2%
13	青森県	0	0%	279	2%	70	3%	124	3%	473	2%
14	愛媛県	0	0%	0	0%	296	11%	78	2%	374	1%
15	福岡県	0	0%	0	0%	282	10%	1	0%	283	1%
16	岡山県	0	0%	0	0%	204	7%	15	0%	219	1%
17	大分県	0	0%	0	0%	152	6%	33	1%	185	1%
18	長崎県	0	0%	0	0%	163	6%	16	0%	179	1%
19	香川県	0	0%	0	0%	156	6%	19	0%	176	1%
20	山口県	0	0%	0	0%	125	5%	5	0%	130	0%
21	岩手県	0	0%	0	0%	11	0%	118	2%	129	0%
22	熊本県	0	0%	0	0%	114	4%	3	0%	116	0%
23	宮城県	0	0%	0	0%	33	1%	79	2%	113	0%
24	京都府	81	2%	0	0%	3	0%	2	0%	86	0%
25	広島県	0	0%	0	0%	57	2%	19		76	0%
	全国	4,353	15%	17,782	60%	2,750	9%	4,883	16%	29,769	100%

カニ消費量 [2008年第一位 鳥取県]

- ・1世帯あたりカニ消費量1位は鳥取県で4641グラム。
- ・鳥取県の消費量は全国平均(742グラム)の6倍以上でかなり多い。
- ・魚類消費量は東日本と西日本で消費量に差があるパターンが多かったが、カニの消費量は太平洋側と日本海側で分かれていて日本海側で消費量が多い。
- ・兵庫県は全国平均より少なく、第25位。

総務省の家計調査から都道府県別カニ消費量ランキング



順位 並替	都道府県 北 南	消費量 (g)		偏差値	
		降順	昇順	降順	昇順
1	鳥取県	4,641グラム		98.37	
2	石川県	3,132グラム		78.49	
3	北海道	2,131グラム		65.3	
4	島根県	1,960グラム		63.05	
5	奈良県	1,642グラム		58.86	
6	滋賀県	1,617グラム		58.53	
7	京都府	1,526グラム		57.33	
8	福井県	1,424グラム		55.99	
9	新潟県	1,263グラム		53.87	
10	和歌山県	1,185グラム		52.84	
11	青森県	1,095グラム		51.66	
11	富山県	1,095グラム		51.66	
13	山口県	1,070グラム		51.33	
14	高知県	1,001グラム		50.42	
15	佐賀県	980グラム		50.14	
16	愛媛県	966グラム		49.96	
17	秋田県	953グラム		49.79	
18	栃木県	941グラム		49.63	
19	長崎県	901グラム		49.1	
20	大阪府	878グラム		48.8	
21	埼玉県	841グラム		48.31	
22	愛知県	802グラム		47.8	
23	広島県	748グラム		47.09	
24	徳島県	725グラム		46.78	
25	兵庫県	709グラム		46.57	
26	香川県	701グラム		46.47	
27	茨城県	656グラム		45.87	
28	岩手県	637グラム		45.62	
29	岐阜県	612グラム		45.29	
30	東京都	609グラム		45.25	
	全国	742グラム			

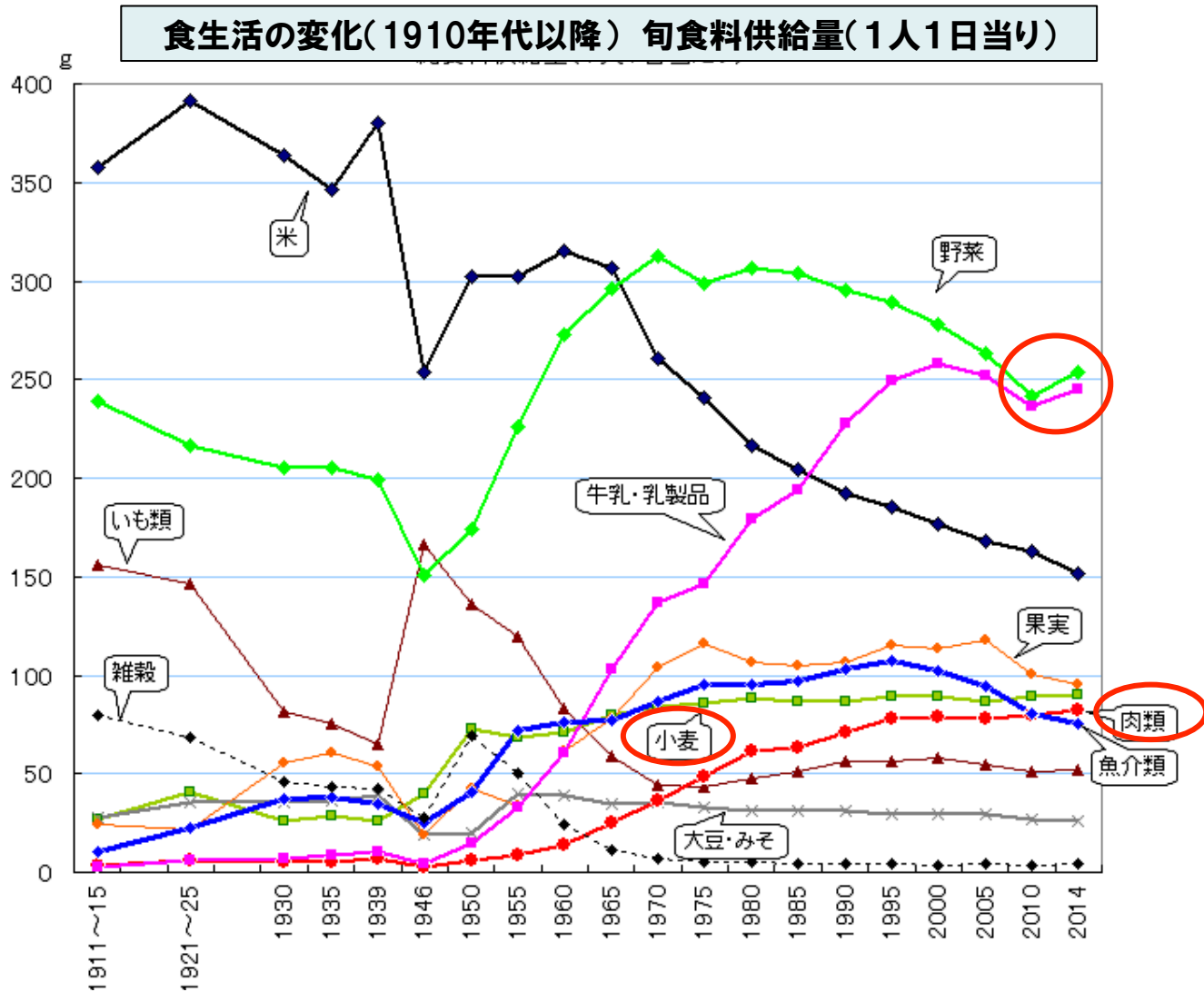
平均
→

I. カニの漁獲と消費

II. カニ関連の食の動向

市場動向① 食生活の変化

- ・2000年以降は、高齢化に伴って1人当たりの消費量が全般的に低減する中、**米と魚介類の減少**が顕著なこと、小麦と肉類だけは横這いか微増なのが特筆点。
- ・2010～14年にかけて、野菜や牛乳・乳製品が反転増加、また**肉類と魚介類が逆転**した点が特筆。
- ・上記2つの傾向は、食生活のパン食・肉食などの**洋風化**や、**ヘルシー志向**の表れと思われる。

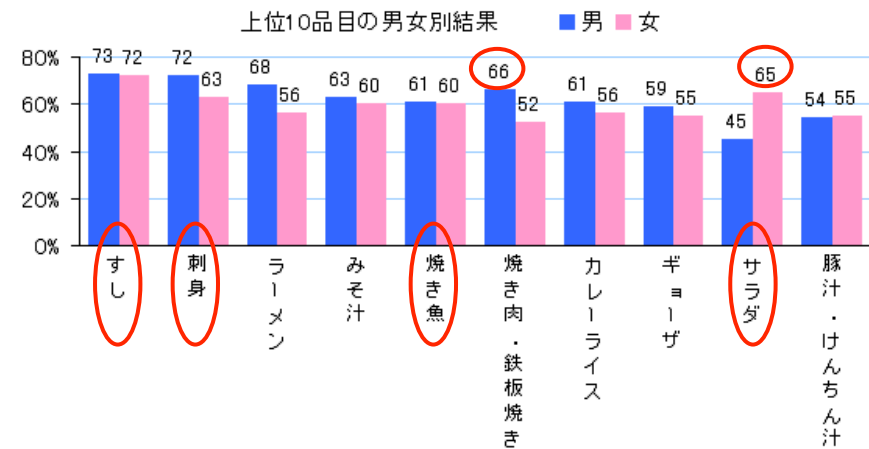
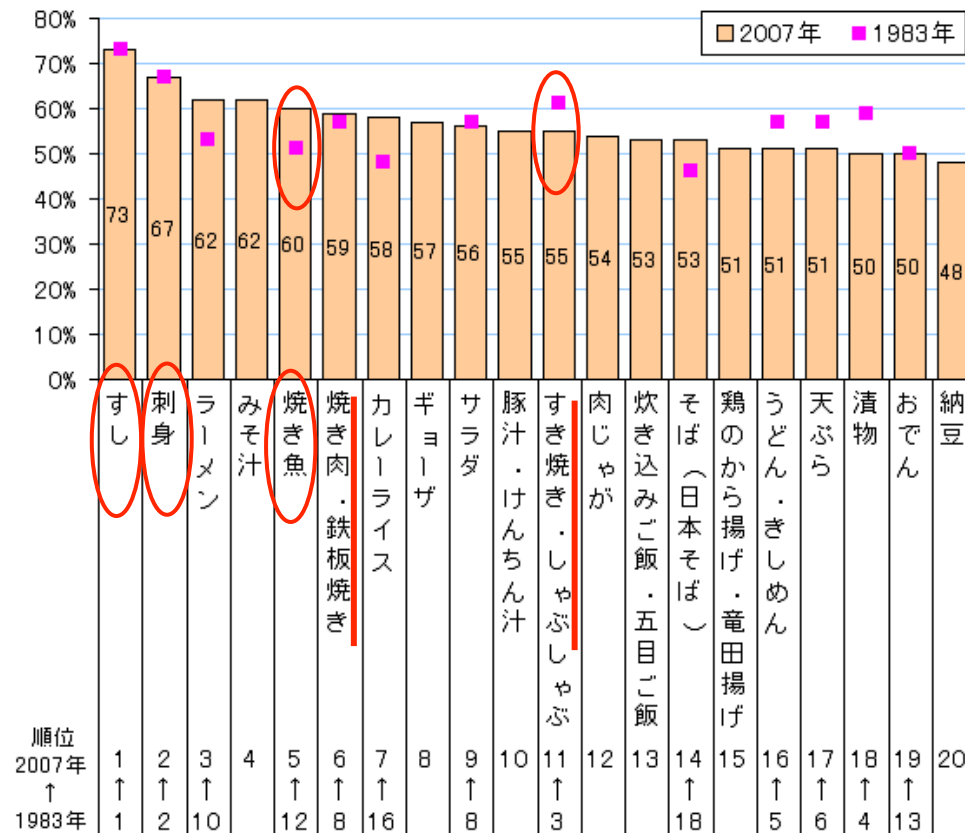


市場動向② 好みの料理

出所: NHK放送文化研究所世論調査部「日本人の好きなもの」2008年

- ・食生活の変化において、肉類と魚介類が逆転したが、下の傾向より、魚料理の方が肉料理よりステータスを上昇させている。また図示はないが、前回17位の「ピフテキ」が今回20位以下へと脱落しているのも同傾向を示すもの。
- ・それは、健康ブームの影響とみられる。また、女性の野菜嗜好が男性より顕著に多いのも同傾向と思われる。肉は逆。
- ・尚、実際の消費は魚の相対的な価格上昇(図録0410)もあって、肉が伸び魚が低迷している(図録0280)ので、意識や嗜好とギャップがあるといえる。
- ・すしの内容も高級品から身近なイメージに変化してきているが第1位は変わらない。小学生の好きな食べ物No1。

日本人の好きな料理ランキング



(注) 60の料理選択肢に対する複数回答結果(2007年)。1983年の順位記載がない料理は当時選択肢になかったか(例:みそ汁)、あるいは20位以下だったもの。

(資料) NHK放送文化研究所世論調査部「日本人の好きなもの」2008年
同「放送研究と調査」2007年12月

小学生の好きな食べ物 No.1は「寿司」	
好きな食べ物	男子 1位 寿司 2位 ラーメン 3位 カレーライス 4位 焼き肉 5位 ステーキ
好きな食べ物	女子 1位 寿司 2位 ラーメン 3位 ピザ 4位 カレーライス 5位 スパゲティ

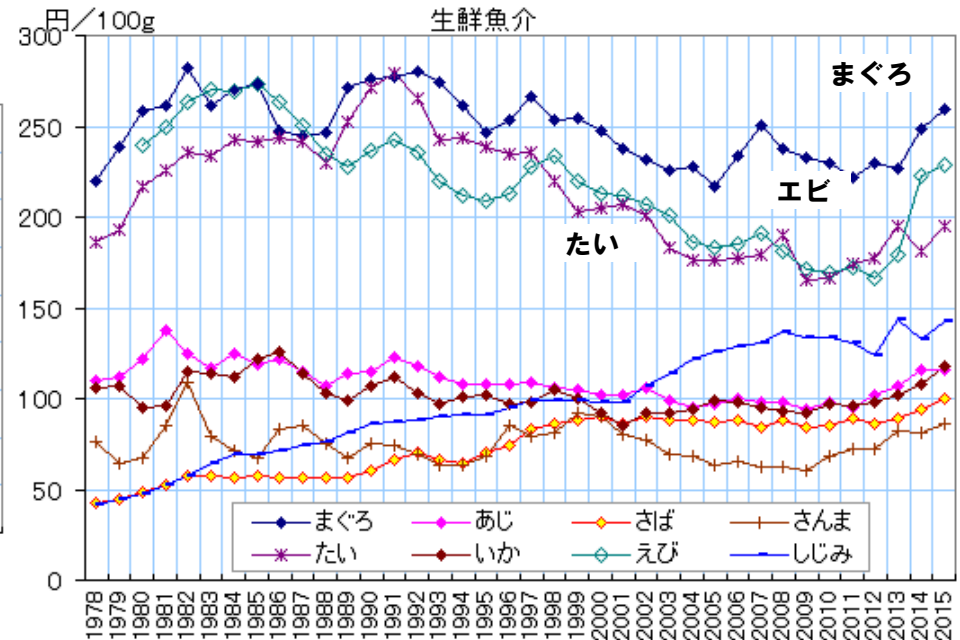
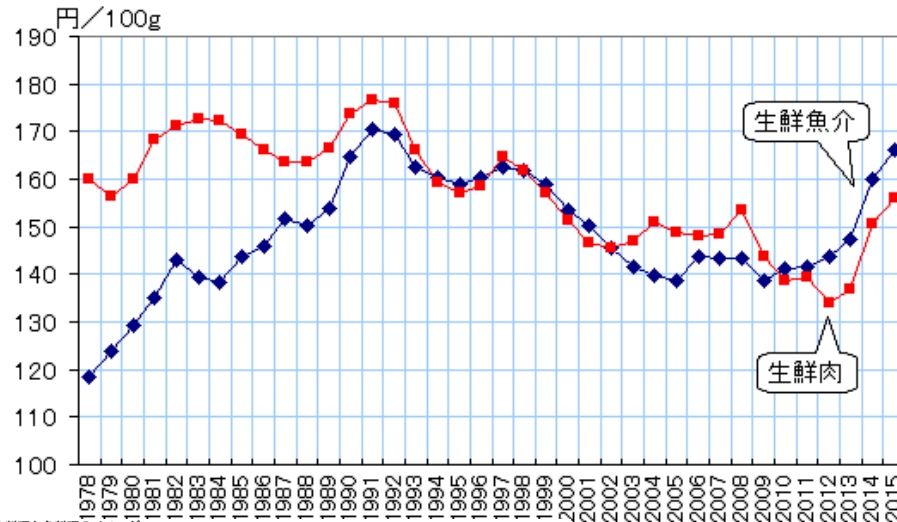
嫌いな食べ物	
嫌いな食べ物	男子 1位 サラダ 2位 焼き魚 3位 目玉焼き 4位 刺身 5位 シチュー
嫌いな食べ物	女子 1位 焼き魚 2位 目玉焼き 3位 サラダ 4位 刺身 5位 そば

出典:「小学生まるごとデータ(学研版)小学生白書」2005-2006

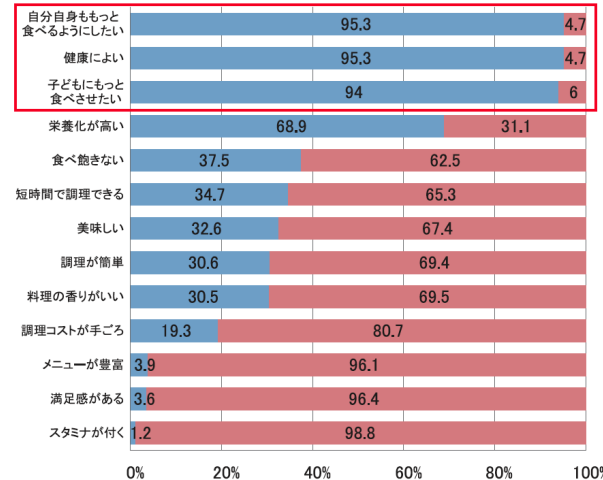
市場動向③ 生鮮魚介 & 肉の価格

- ・肉と魚では一時的な例外を除いて長い間、肉の方が値段が高かったが、2010年代以降は基本的に魚高傾向が続いている。しかも、肉と比べて魚の方が割高感がある。
- ・小中学生の子供のいる家庭の6割近くは、夕食に魚介料理を食べる頻度が週2日以下となっているという調査結果がある。その理由をきくと、「肉より割高」が第1位であり、第2位の「子どもが魚介類を好まない」、第3位の「調理が面倒」を大きく上回っていた((社)大日本水産会「水産物を中心とした消費に関する調査」2004年度)。

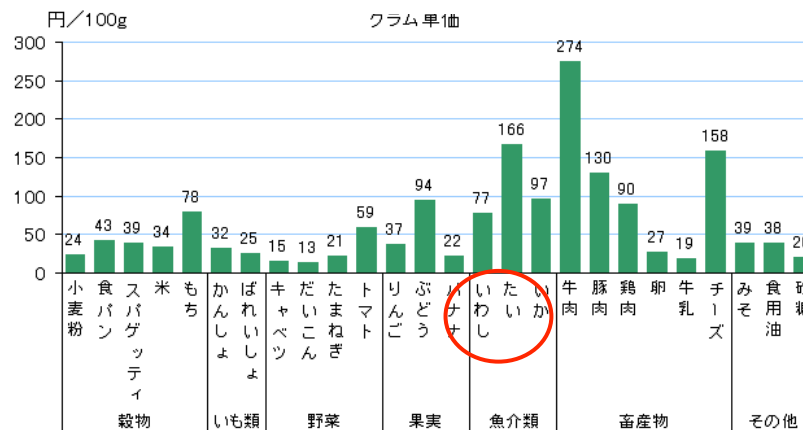
肉・魚の価格(100グラム小売単価)の推移



●肉料理と魚料理のイメージ



食品別のグラム単価とカロリー単価



(参考比較)香住港 水揚げ生鮮魚介のグラム単価

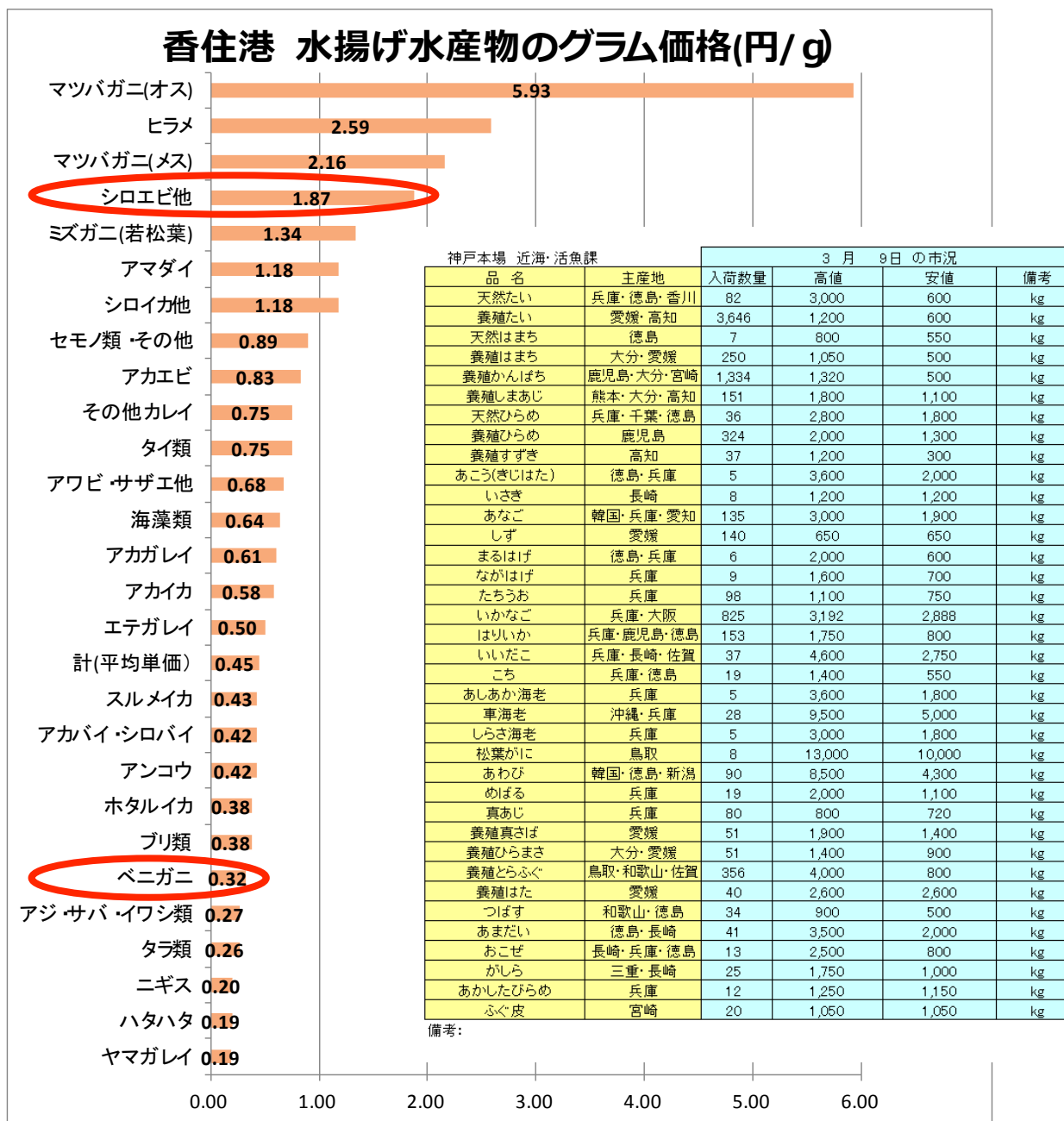
・前頁「市場動向③ 生鮮魚介&肉の価格」では、マグロが2.6円/gで最高値、次いでエビが2.3円/gと約1割安が続いている。

・香住漁港での水揚げ魚介類の価格からみると、白エビが約2.0円/gに対して松葉ガニは約6円/gと約3倍。従って、高級食材と云える。

・一方、紅ガニは約0.3円/gとエビの約15%と安価。しかし、棒身は5~8円/gと高価で、高級食材の仲間入りしているのが実態。

参考(出所:マルハ神港)

魚介類	価格(円/g)
ウニ	22
アワビ	9
イクラ	9
松葉かに	8
養殖車エビ	8
伊勢エビ	6
赤甘鯛	5



(参考)“ずわいがに”について①

<http://www.maruha-shinko.co.jp/uodas/syun/23-zuwaigani.html>

ズワイガニと言うより、冬の日本海を代表する“味覚の王様”としての「松葉蟹」や「越前蟹」という名前のほうが通りが良い。繊細かつ淡白で、しかも、ほのかな甘味がとろける蟹は日本人の味覚にピッタリ。(松葉蟹 一声あげて 競(せり)り落とす : 足立 堂村)

命名	木の枝や幹から細長く伸びた若い小枝のことを楚(すわえ)といい、蟹の細長い脚をその形に見立てたところから「すわえがに」と呼ばれた。山陰地方では「松葉蟹」、丹後半島では「間人(たいざ)蟹」、北陸では「越前蟹」や「ずわい蟹」、秋田地方では「たらば蟹」と呼んでいる。これらはいずれもオスに対する呼名で、メスに対しては山陰で「親蟹」、北陸で「せいこ蟹」や「こうぼこ蟹(こうぼく蟹)」などと呼び、区別している。ちなみに松葉蟹の由来は、木枯らしが吹いて松葉が落ちる頃に獲れる蟹という説と、漁師が浜で松葉を炊き、焼いて食べた蟹という説、松葉のように細く裂けることから呼ばれたという説などがある。 英名 Snow Crab & Queen Crab (ずわい蟹 産地で違う名で呼ばれ: 清七)
甲殻綱十脚目クモガニ科ズワイガニ	仲間にはベニスズワイガニ、タカアシガニ、クモガニ、ケセンガニ、ヒキガニ、イソクスガニ等がいる。ズワイガニにもオピリオ種、バルダイ種、ハイブリッド種が知られている。 <ul style="list-style-type: none">・オピリオ種・・・カナダ中心に漁獲される。クチバシの山が3つあり、目の色がオレンジがかっている。身肉は繊維質が細く、やや水っぽい。・バルダイ種・・・アラスカ中心に漁獲される。クチバシの山が4つあり、目の色が赤っぽく、身肉は繊維質が強くやや硬い上、脚のトゲが多く、甲羅の三角形はオピリオより平べったい。オピリオの大型がバルダイの小型サイズにあたるが、近年は資源が枯渇しつつある。・ハイブリッド種・・・ロシアを中心に漁獲される。上記2種の間種。 ベニスズワイガニ <ul style="list-style-type: none">・生の時から朱紅色で甲羅が三角形をしており、茹でるとズワイガニより赤味が強く、味はズワイガニより劣る。水深500～1000m近くの深海に棲息する。日本海北部から山陰まで、北海道～銚子辺りまでの太平洋沿岸に分布。・マルズワイガニ(レッドクラブ)<ul style="list-style-type: none">・ズワイガニとは全く別の種であるオオエンコウガニ科で、繊維は短くて弾力性があり、コロコロとした歯ざわりと甘味のある肉質が特徴。南西アフリカ沖産が輸入され、ズワイガニの代用として缶詰などに利用されている。
分布	北はオホーツク海からベーリング海を経てアラスカや北アメリカ沿岸まで分布。日本では日本海に多く、特に能登半島以南から朝鮮半島東南部にかけて多く分布する寒海性の蟹である。水深200m以上の砂泥底の海域に棲息する。
産卵	普段オスは浅場に、メスは深場に棲息しているが、交尾期になると浅場で混棲する。オスがハサミでメスの脚を挟みながら向き合っており、これをカップリングという。その期間は約1週間続き、その後、交尾する。産卵は12～3月頃で、放卵数は4～5万粒。受精卵はメスの腹部に外子として産出され、母蟹に抱かれたまま孵化まで過ごす。その期間は約1年
成長	孵化した幼生をプレゾエア、それがゾエアからメカリコバと呼ばれる幼生期を終えて成長してゆく。また、成体になっても脱皮を重ねる。オスとメスの見分け方は、カニを裏返してみると俗に「カニのふんどし」と呼ばれる三角の部分があるが、この部分の狭いほうがオスで広いほうがメス。
脱皮	表面がキチン質に覆われており、炭酸石灰を主とする鉱物質に因って皮膜が固くなり、その為、自由に成長が出来なくなる。よって、古い皮膜を脱皮によって捨てることを繰り返し、大きく成長する。メスは4～5年目に抱卵すると脱皮が停止してしまうため、オスとの大きさに差がつくことになる。
漁法	日本海では11月中旬に漁が解禁になり、翌年3月中旬まで行われるが、親カニのメスは子孫繁栄のため、翌年1月10日頃で終了する。蟹底刺網、蟹籠網にイワシやサバなどの餌を入れて漁を行う。蟹漁は大正時代になって手繰り網という底曳網漁法が開発され、さらに焼玉エンジン付きの漁船が導入されてようやくスタートした。
供給量	国内産は約1割の4～5千トン、輸入量は冷凍や生鮮物合わせて6～7万トンで、冷凍物は主にカナダやアメリカ、ロシアから、生鮮物はロシア、北朝鮮からである。輸入品は90%以上を占め、国内産のベニスズワイガニ約2.5万トンを含めた場合でも、70%近くを輸入品が占めている。

(参考)“ずわいがに”について②

<http://www.maruha-shinko.co.jp/uodas/syun/23-zuwaigani.html>

供給量	国内産は約1割の4～5千トン、輸入量は冷凍や生鮮物合わせて6～7万トンで、冷凍物は主にカナダやアメリカ、ロシアから、生鮮物はロシア、北朝鮮からである。輸入品は90%以上を占め、国内産のベニズワイガニ約2.5万トンを含めた場合でも、70%近くを輸入品が占めている。
カニ中毒	肝臓などの内臓には強い分解酵素が含まれており、死ぬとその酵素によって自分の内臓を溶かしてしまう。一匹の形のままでと、内臓を溶かした酵素が脚の肉まで染み込んで変色させてしまうという、腐敗菌による中毒が起こる。その為、茹でるとすぐ脚だけにして冷凍保管し販売している。
甲羅は宝の山	甲羅のキチン質を利用し、実用化されているものに下のものがある。下記以外にも多くの活用法あり、昔は処分に困っていたものが宝の山となった。 1. 医療用の人工皮膚、 2. 歯周病の治療薬、 3. 悪玉コレステロール防止としての機能性食品、 4. オーディオスピーカーの音質改良低音用振動板の強化剤で音のヒズミを少なくし、生感覚の音が再生できる。 5. 化粧品(保水性を保ち、肌をしっとりさせる。) 6. 衣料品(吸収性に優れ、吸収した汗を拡散、蒸発させる効果があり、スポーツウェアや下着に利用)
美味しく秘密	カニのエキス分にはグリシンやアラニン、アルギニン、グルタミン酸、イノシン酸、ナトリウム、リン酸カリウム等が含まれており、特にグリシンとアルギニンがアミノ酸の大半を占めているのが、美味しさの秘密。
アスタキサンチン	カニの爪などにある赤みが体によい成分として注目されている。その色素がアスタキサンチンと言う物質で、ニンジンなどに含まれているベータカロチンと同じカロチノイドの一種。 アスタキサンチンは、ガンを予防する発ガン抑制作用と動脈硬化などを予防する抗酸化作用を持つことが確かめられている。
外子内子	外子はセコガニのメスが腹に抱いている成熟した卵巣。茹で方や卵の成長度合いでオレンジ色やエンジ色のものがあり、卵のプチプチとした食感が美味。また、内子はセコガニの甲羅の中にある未熟卵の卵巣で、オレンジ色の固まり。口に広がる独特の味と香り、珍味として珍重されている。
国産と北洋産	両者を比べて見るとよく判るが、脚の長さは国内産の方が長く、カニの甲羅の中と脚の長さの比率が違う。 また、山陰地方や北陸地方で水揚げされたものには、漁港によってカニの腕にプラスチックのタグがついている。このタグには、水揚げされた「都道府県名」、「カニの呼名」、「漁船名」等が刻まれている。ただし、タグのついていない国内産もある。
カニの選び方	専門的には上蟹、赤焼蟹、水蟹、脚落ち蟹、青焼蟹の順にランクされているが、素人が見分ける場合は脚の太い物を選ぶほうが良い。ただし、脚を上から押してバコバコするものは身が少ない。値段が同じであれば甲羅の小さい物を選ぶ、そのほうが身がしまって美味しい。 次に、甲羅に黒い斑点がついているものを選ぶ。これは寄生虫の跡だが、見た目は悪くてもそのほうが美味しい。 また、甲羅を裏返してみて、腹が薄いピンク色のものを選んだほうが新鮮である。脚がダラリと下がるものは鮮度が落ちている。
食べ方	浅茹で蟹・・・カニは鮮度落ちが非常に早いので、長く持たせるために、沸騰したお湯に入れて30～40分茹で、直ちに冷水で冷す。一方、すぐ食べる浅茹でカニは、一度煮立ちさせてアクが浮かんで来たらすぐ取出し、まだミンが固まっていない熱々のところを何もつけずに食べる。どんな蟹料理もかなわない味である。このカニは1時間もすると鮮やかな紅色が見る間に青黒くなってしまう。 焼き蟹・・・エキス分が身肉に抱込まれ、水ぼさもなく、歯ごたえもよく旨味も抜群。二杯酢よりレモンの方が酸味のクエン酸と揮発性の香気成分によって、食酢を使った時より風味が出て美味しい。刺身は寄生虫が多いのでご用心を。その他、蟹すき、味噌汁、甲羅酒、蟹弁当や、肝臓である甲羅の内側のミンも美味しい。 (蟹料理 見兼ねて女中 指を貸し:善吉)、(蟹料理 しばらく酌を せずさせず:佑介)(通ぶって 蟹の甲羅に 酒を注ぎ:如水)

かに関連市場の動向:まとめ

□カニの漁獲と消費について

- ・カニ漁獲量では、兵庫県は第3位であり、島根県と鳥取県とほぼ同じ。
- ・しかし、兵庫県は松葉ガニが全国1位なのに兵庫県のプライドフィッシュに選ばれなかったこと、また全体で4位だがNo1が無い鳥取県が“蟹取県”と銘打って、産業振興に注力しているのは特筆。
- ・一方、世帯当たりのカニ消費量では、全国最多は鳥取県、3位は島根県は順当だが、2位が石川県、反面兵庫県は全国平均より少なく26位なのは意外。即ち、兵庫は地元密着より石川県等に販売。

□カニ関連の食の動向について

1)全体

- ・魚の消費量が低下傾向は米と同期、反面、肉の消費増加は小麦の消費増加と連動しているのは、食生活の内容が変わってきている為と思われる。
- ・その一方で、肉より魚の方が好まれている。それは、さなか離れには食生活の変化に加え主婦が多忙になるなか食事の準備に手間をかけられないという要素もあると考えられる。

2)カニ価格について

- ・魚価が肉より割高傾向にあるが、魚の中でも松葉は高級食材価格となっている。同時に、安価であった香住ガニも価格高騰により、デパ地下での価格は高級食材と同分類となっている。今後は、その価格に見合った商品開発そして販売により新たな市場開拓なされる可能性がある。

■世帯当たりのカニの消費量

- ・今後の香住ガニのターゲットとする候補市場は、当該データを参考に戦略的に取り組む必要がある。しかし、まず地元での消費促進を図る必要がある。しかし、まず消費量が少ない理由検討が必要。

■魚離れへの対応

- ・要因は、消費者の生活スタイルの変化によるものと思われるので、その変化への対応が必要。逆に、その変化への対応で消費者に受け入れられれば新たな成長軸が期待されるもの。