

新たな越前ブランド「越前がれい」

～活〆・神経抜き 越前がれいの取り組み～

越前町小型底曳網組合アカガレイ部会
山下弘嗣

1. 地域の概要

私たちの住む越前町は、福井県北部の西端に位置している（図1）。町の面積の7割以上が山地となっており、西部は日本海に面し、海岸線は岩礁地帯で国定公園に指定されている。冬の味覚の王様“越前がに”や冬に咲く可憐な“越前水仙”、日本六古窯のひとつ“越前焼”等の自然や文化に恵まれている町である。



図1 越前町の位置

2. 漁業の概要

越前町漁業協同組合（以下、漁協という）は、正組合員 905 人、准組合員 426 人で、主な漁業は、定置網、底曳網、いか釣り漁業等である。特に“越前がに”を漁獲する底曳網漁業は、水揚げ量、水揚げ金額ともに多く、県内でも主力の漁業となっている。

3. 研究グループの組織と運営

漁協には 20 トン未満の底曳網漁船 44 隻からなる越前町小型底曳網組合がある。その中で、若手が中心となり漁協を事務局として、“越前町小型底曳網組合アカガレイ部会”を平成 26 年に立ち上げ、アカガレイのブランド化に取り組んでいる。

4. 研究・実践活動取組課題選定の動機

漁協が開設する市場（以下、産地市場という）における底曳網の水揚げ金額はズワイガニが一番多く、全体の 56% を占めており、ズワイガニへの依存度が非常に高い（図2）。

福井県で水揚げされるズワイガニには、全国でいち早く産地証明の黄色のタグが取り付けられ、“越前がに”としてブランドの地位を築いている。現在は、最上級品の“越前がに極”の取り組みにより、さらに注目度も上がっている。

一方、水揚げ量ではアカガレイが一番多く、全体の 41% を占めている。煮物、焼き物、干物としてなじみ深い魚であるが、漁師の間では刺身にすると食感が良く甘みがあり、ヒラメ以上に美味と言われていた。また、福井県では四季を代表するにふさわしい魚を“越前若狭の旬のさかな”として定めており、秋の旬のさかなとして、県内で水揚げされるアカガレイを、水揚げ量の多い越前町の地名にちなんで、“越前がれい”と呼んでいるが、その知名度は“越前がに”ほど高くない。そこで、刺身で食せるという新たな魅力を提案す

ることで、知名度を高め“越前がに”に続く第二の越前ブランド“越前がれい”として地位を確立したいと考えた。

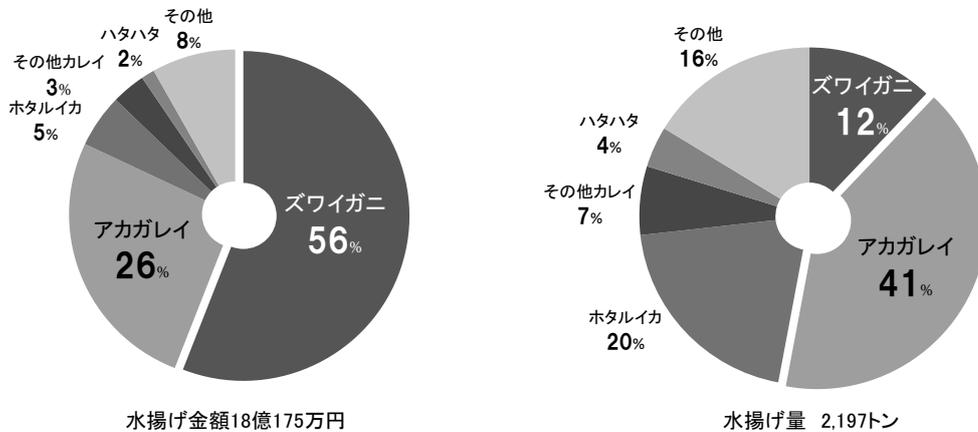


図2 産地市場における底曳網の主要種の水揚げ金額と水揚げ量の構成割合
取り組み開始時の平成26年計

5. 研究・実践活動状況及び成果

アカガレイは、水深200mから300m、水温5℃以下の海底に生息していることから、鮮度を保ったまま流通させることが非常に難しい魚である。漁期は9月から翌年5月で、6月から8月が休漁期間となっている。

平成20年に越前町小型底曳網組合の役員が中心となって、アカガレイを活魚で持ち帰り、一旦漁協の冷海水槽に收容して、活〆（延髄部と尾部動脈を切断し、海水中で放血処理）する取り組みが行われていた。平成21年には、報道関係者向けに刺身や寿司などの試食会を開催、県内の中央市場への出荷も行われ、高評価を得ていた。出荷体制は、活魚のアカガレイを漁協が購入し、漁協職員が活〆し、出荷を行っていたが、冷海水槽でスレ傷のあったアカガレイが死んでしまうことも多く、漁協の負担が徐々に重くなった。また11月から翌年3月は主にズワイガニを獲るのでアカガレイの入荷数が減少したことも重なり、残念ながら安定した出荷を続けることができなくなった。その後は、近隣の料亭に少量が提供される程度となっていたが、平成26年4月に越前町小型底曳網組合会長が交代したのをきっかけに、あらためて“越前がれい”のブランド化を目指し、活魚のアカガレイを試験出荷することになった。

越前町小型底曳網組合会長自らが軽トラに水槽を積み、県内の中央市場へ運び、セリにかけた。約5年ぶりの出荷であったが、平成21年の取り組み時の高評価を市場関係者が覚えており、通常のアカガレイよりも高値でセリ落とされた（図3）。



図3 県内の中央市場へ約5年ぶりの出荷

以前の取り組みが縮小したのは、評価が良くなかったためではなく、出荷側の事情によるものであり、安定した出荷ができれば、市場関係者にとっても刺身で食せるアカガレイは非常に魅力的であることがあらためて認識できた。試験出荷を数回行った後、休漁期間に入った。

休漁期間中に若手が中心となり“越前町小型底曳網組合アカガレイ部会”を立ち上げ、漁協、漁連越前支所とともにPRのための首都圏出荷を検討した（図4）。

出荷体制の検討には、越前町に視察に来ていた築地の仲卸にも参加してもらった。築地の仲卸は、刺身商材として高く評価してくれただけでなく、「漁師の努力や思いを消費者に届けたい」と、首都圏での取扱いを約束してくれた。

首都圏へは、“運送ルート”“コスト”“到着までの時間”を考え、活魚や活メではなく、神経抜き後の鮮魚を出荷することとなった。神経抜きとは、活メした後、ワイヤーなどで神経を破壊し、死後硬直の時間を遅らせることができる技術のことで、刺身で食せる時間を延長することが可能となる。今回は、漁師自らが活メ・神経抜き、箱詰めまで責任を持って担当し、漁連越前支所が出荷先との連絡調整、運送手配を担当することになった。

平成26年9月（平成26年漁期）に首都圏への初出荷を行うことになり、出荷当日には築地の仲卸による活メ・神経抜きの講習会を同時開催し、手法の統一を図った（図5、6）。

また、活メ・神経抜きをしたことが分かるように一匹ごとに「活メ・神経抜き 越前がれい」と記載したラベルを付けることにした（図7）。さらに、船名札を付けて出荷することで、うまく神経抜きができていないアカガレイがあれば、担当した漁師に情報が入り、改善できるようにした。

産地市場では、通常セリによって価格が決定されるが、「活メ・神経抜き 越前がれい」は注文販売による価格を事前に定めた相対取引とし、出荷サイズは刺身に向く1匹500g以上に限定した。漁師への仕切りは、同サイ



図4 出荷体制の検討の様子



図5 首都圏初出荷、講習会の様子



図6 活メ・神経抜き 越前がれいの手順

ズの例年のおおよその上限単価と下限単価の平均単価である 800 円/kg に設定した。

築地の仲卸は首都圏の飲食店へ積極的に宣伝してくれ、県内の中央市場でも担当者が商品展示商談会などで市場関係者へ積極的に売り込んでくれた。

平成 26 年漁期は、手間をかけて処理をした「活メ・神経抜き 越前がれい」より、野メのアカガレイのセリ値の方が高い場合も多かったが、アカガレイの知名度向上のため、価格は後からという考えで取り組んだ。また、ズワイガニを獲る時期でも、漁期を通して途切れずに出荷した。これができるのは、出荷先や漁師との連絡調整だけでなく、活メ神経抜きの処理についても積極的に行った漁連越前支所のおかげである。

2 年目（平成 27 年漁期）には、私たちの取り組みを応援するため、漁協が商工会議所と連携しホテルでの試食会を開催、町もポスターの作成やイベントなどで積極的に PR し、県内での地名度は徐々に高まった（図 8、9）。



図 7 出荷時に使用しているラベル

左は初出荷当時にプリンターで作成したもの、
右は漁協が作成した現在のもの



図 8 ホテルでの試食会の様子

下の写真は漁師が参加者に説明する様子



図 9 越前がれいのポスター

平成 27 年漁期においても野メのアカガレイのセリ値が高い日が多く、相対取引の価格との差がさらに目立つようになってきた。また、3 月以降はセリ値が下がりやすい傾向にあるため、「活メ・神経抜き 越前がれい」の利益がしやすい時期であったが、産卵期に入り痩せて刺身に向かない個体が目立つ 3 月以降は無理に出荷にこだわらず、平成 27 年漁期

からは取扱量を大きく減らすことにした。

平成 28 年漁期前の休漁期間中にこれまでの取り組みについて漁協の協力で販売データをもとに分析し、今後の方向について部会員で話し合った。

データを整理した結果、特に漁期前半（9月から12月）は野メのアカガレイのセリ値が高いこともあり、漁期前半を中心に取り組んだ船は利益が減少する結果となっていた。アカガレイの知名度向上のためであり、価格のことを気にして取り組むことではないとの熱い思いの声も聞かれたが、継続していくことが何より重要であるため、販売流通を担当している漁連越前支所にデータを示しながら単価を相談した。その結果、3年目（平成28年漁期）からは取り組みにより利益が減少する船がないように相対取引の単価を200円上げる見直しがなされた（図10）。

平成28年漁期には、取り組んだすべての船の利益が増加する結果となり（図11）、取組量、取組金額ともに年々増えてきている（表1、2）。

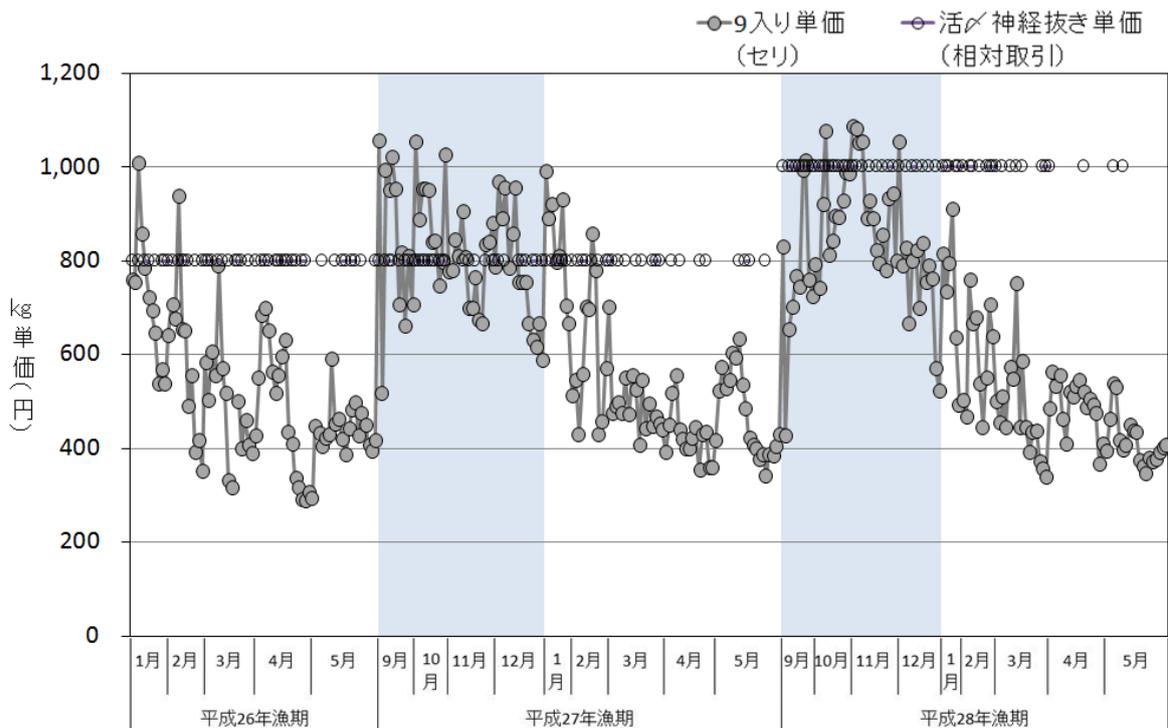


図10 活メ・神経抜きと野メ9入り銘柄の単価の推移

9入り銘柄は活メ・神経抜き 越前がれいと同サイズである。漁期前半に陰影を施した。

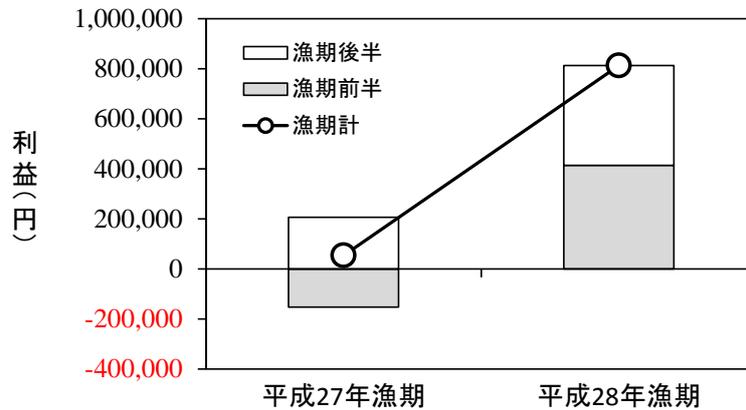


図 11 「活メ・神経抜き 越前がれい」の取り組みによる利益の比較
 利益は、活メ・神経抜き 越前がれいの単価と野メによる9入り銘柄のアカガレイのセリ単価の差に、取組量を乗じた値を日ごとに計算し、漁期前半、後半で合計することにより算出した。

表 1 漁期別の「活メ・神経抜き 越前がれい」の取組量

| | 単位: kg | | | | | | | | | 漁期計 |
|---------|--------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | |
| 平成26年漁期 | 427 | 942 | 66 | 10 | 208 | 369 | 891 | 435 | 107 | 3,455 |
| 平成27年漁期 | 643 | 1,248 | 155 | 285 | 374 | 465 | 269 | 43 | 36 | 3,518 |
| 平成28年漁期 | 1,172 | 1,098 | 327 | 269 | 386 | 410 | 246 | 23 | 6 | 3,937 |

表 2 漁期別の「活メ・神経抜き 越前がれい」の取組金額

| | 単位: 円 | | | | | | | | | 漁期計 |
|---------|-----------|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|-----------|
| | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | |
| 平成26年漁期 | 341,200 | 753,600 | 52,640 | 8,160 | 166,560 | 294,800 | 712,400 | 347,600 | 85,440 | 2,762,400 |
| 平成27年漁期 | 514,240 | 998,560 | 124,320 | 228,000 | 299,120 | 371,600 | 215,440 | 34,400 | 28,400 | 2,814,080 |
| 平成28年漁期 | 1,172,000 | 1,097,500 | 326,500 | 269,300 | 386,000 | 410,000 | 246,000 | 23,000 | 6,000 | 3,936,300 |

6. 波及効果

「活♂・神経抜き 越前がれい」自体は大きく利益を上げるものではないが、取り組みを開始してから、野♂のアカガレイの底値があがり、アカガレイ全体の価格向上につながっていると考えている（図12）。

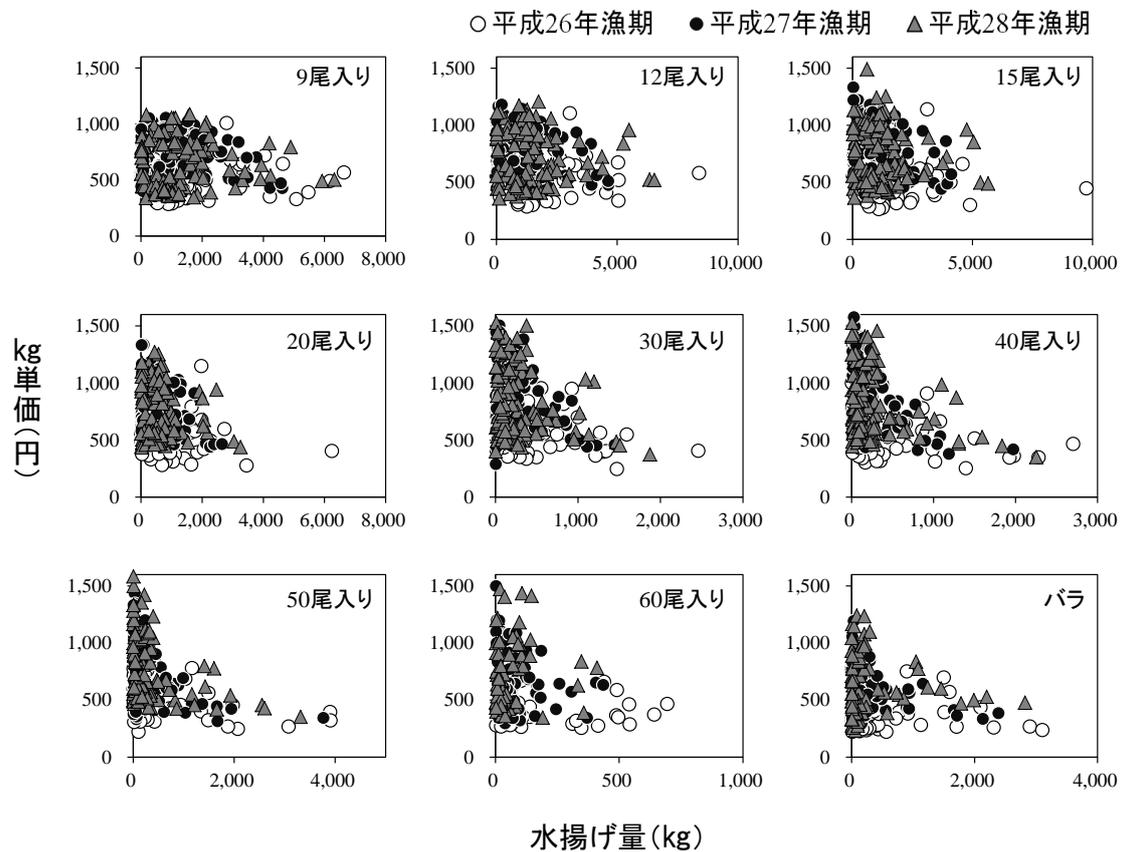


図12 産地市場におけるアカガレイ銘柄別の日別単価の漁期比較

平成26年以前は銘柄別の集計ができないため、平成26年漁期のみ漁期後半（平成27年1月から5月）のデータである。

7. 今後の課題や計画と問題点

“越前がれい”は、福井県の秋のプライドフィッシュにも選定された。「活♂・神経抜き 越前がれい」は、地元の民宿や料亭での取扱いはまだ多くないため、今後は、観光協会と今まで以上に連携し、“越前がに”のように、“越前がれい”を越前町に食べに来てもらうように地域全体で全国に発信していきたい。

また、アカガレイ資源の維持増大のため、生息環境を改善する海底耕耘に取り組んでおり、“越前がれい”が第二の越前ブランドとして地位が確立されるよう資源を守りながら取り組みを続けていきたい。