

琵琶湖の魚かてちゃんと旨いねん

—琵琶湖の魚のおいしさPR活動—

滋賀県漁業協同組合連合青年会

中村 清作

1. 地域の概要

滋賀県のほぼ中央に位置する琵琶湖は、日本最大にして最古の湖である。その面積は670km²で、滋賀県の面積の約6分の1を占めている(図1)。広大な湖面を囲う湖岸線は、235kmにおよび、急峻な山々が湖岸に迫る岩礁地帯や、なだらかな水泳場を擁する砂浜、深く入り込んだ入り江、クリークで琵琶湖とつながる内湖など、さまざまな地形が点在している。また、沖合に目を向けても、どこまでも浅く広がる水草帯や、盛夏でも10℃以下の水温を保つ深さ100mに及ぶ湖心部など、変化に富んだ複雑な環境が備わり、固有種を始めとする特色ある水産資源を育てている。現在、滋賀県の人口は約141万人で、近年は南部を中心に近畿圏のベッドタウン化しており、流入人口は増加の傾向にある。

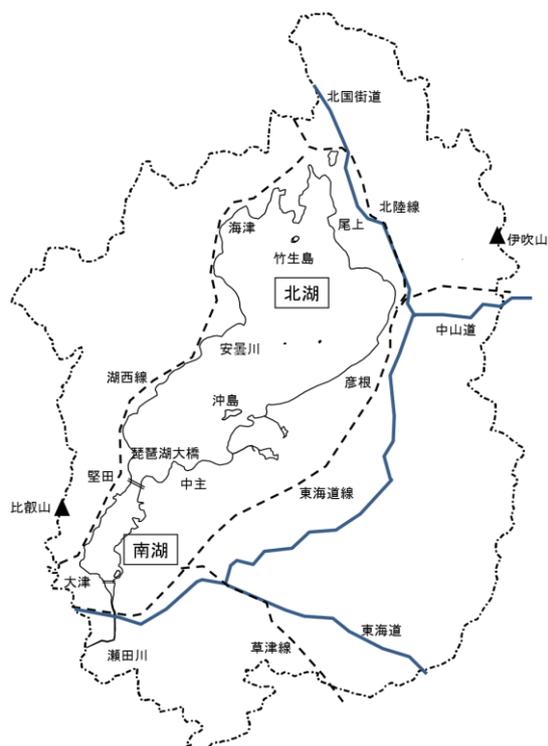


図1. 滋賀県と琵琶湖

2. 漁業の概要

琵琶湖は内陸の湖でありながら海区に指定されており、海の沿岸漁業で見られるような漁船漁業が発達している。伝統的漁法のエリ漁業(小型定置網)や、沖引き網(ちゅうびきあみ)漁業(手繰第1種)、貝引き網漁業(手繰第3種)、刺網漁業などが操業されているほか、琵琶湖独特の漁法として、追いさで網漁業やあゆ沖すくい網漁業、えびたつべ漁業などが存在する



写真1. エリ漁業のツボ揚げ

(写真 1)。

主な漁獲対象種は、地元で「小鮎（こあゆ）」と呼ばれるアユ、「ふなずし」の原料となるニゴロブナ、ワカサギ、エビ類、固有種の二枚貝セタシジミなどであり、佃煮類や「なれずし」の材料として地域の独特の食文化を支えてきた（図 2）。

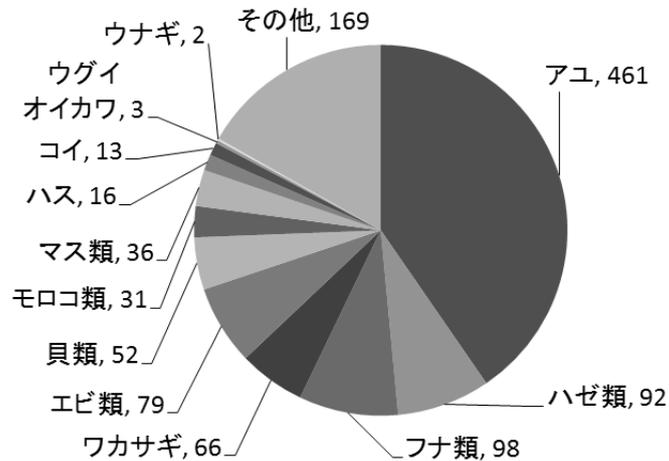


図 2. 平成 28 年琵琶湖漁業魚種別漁獲量 (t)

3. グループの組織と運営

滋賀県漁業協同組合連合青年会は、昭和 46 年 10 月 21 日に結成され、漁業技術と知識に関する研修の開催、漁場一斉清掃および合成洗剤追放等の漁場環境保全活動、ブラックバスなどの外来魚駆除活動、漁民の森づくり活動、魚食普及や食文化の継承に資する活動などを実施してきた。現在の会員は 21 人で、琵琶湖沿湖各地の 11 漁協からメンバーが集まって活動を行っている（写真 2）。



写真 2. 平成 21 年度漁民の森づくり活動

4. 実践活動の取組課題選定の動機

琵琶湖産の魚介類は、平安時代には都へと運ばれ珍重されたほか、地元で湖魚（こぎょ）と呼ばれ、地域の食材としてこよなく愛されてきた（写真 3）。しかし近年、流通量の低下と魚価の下落が顕著となってきている。

こうした魚価の下落について、当青年会で検討した結果、その原因はライフスタ



写真 3. 琵琶湖の特産品 ふなずし

ルの変化による消費意欲の減少にあるものと考えられた。すなわち、魚を食べる習慣は、親世代から子世代（おばあちゃんから母親など）へと魚を食べるための情報が受け継がれてきたが、近年では核家族化等により、魚の調理や取り扱い方のコツなどを親世代から伝授される機会が失われつつあること、とりわけベッドタウンへ流入してきた他地域出身の人々では、湖魚の食べ方はもとより魚の名前すら知る機会がないことが背景にあるのではないかと考えた（図3）。

こうしたことから、当青年会で、琵琶湖で獲れる魚介類の魅力を広く一般消費者へ伝える活動を行ってきたのでその概要を報告する。

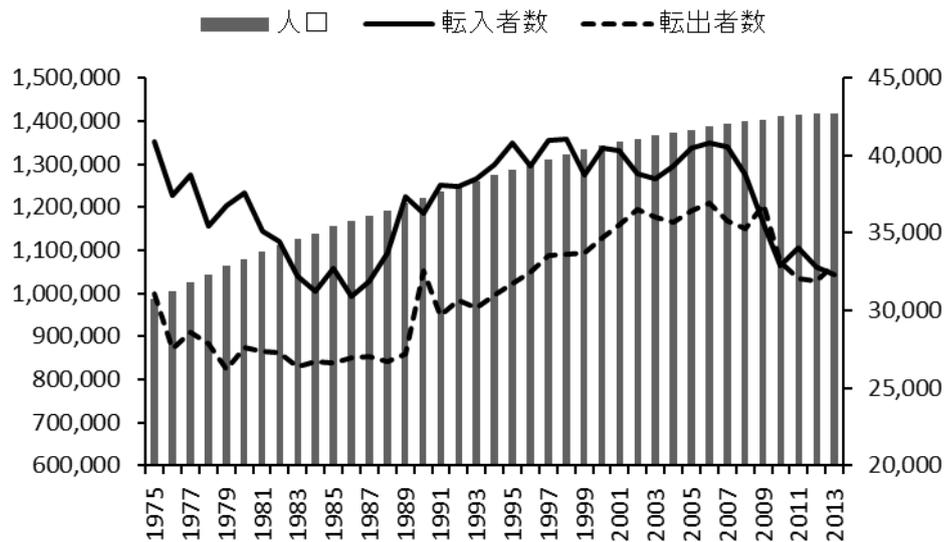


図3. 滋賀県の人口と流入・流出者数（人）

5. 実践活動状況及び成果

(1) 県内の学校等における魚食普及活動

地元の魚を食べる習慣を子どもたちやその保護者に伝えるべく、県内の小学校、高校、大学等と連携し、琵琶湖の漁業と湖魚食文化の魅力を伝える出前授業を実施している（表1）。

表1. 出前授業の開催実績

年度	小学校		高校		大学	
	回数	人数	回数	人数	回数	人数
平成26年度	2	108				
平成27年度	5	257	1	40	1	32
平成28年度	7	424	2	68	1	30
平成29年度	5	141	2	30	1	39
合計	19	930	5	138	3	101

出向いた小学校では、琵琶湖の魚について解説するとともに、外来魚をはじめとする環境問題など、漁業が抱える課題について解説している。また、教室に小糸網（こいとあみ）と呼ばれる刺網を持ち込み、対象種によって目合いを変えて操業していることや、小型魚を保護する工夫があることなどを教えている（写真4）。

さらに、講義を聴いたうえで実際に湖魚を調理して食べてみる体験として、小鮎の佃煮やセタジミのみそ汁などを児童と一緒に作る実習も行っている（写真5）。県が実施した県内の児童向けアンケートでは、どの学校でも魚嫌いの児童が20%程度存在することが分かっているが、出前授業で湖魚料理を作ると、ほぼすべての児童が「おいしい」と言って食べており、「自分で作って食べてみる」ことが魚を食べる魅力に気付く良いきっかけとなっていることが分かってきた。



写真4. 小学校での授業（漁具の説明）



写真5. 小学校で小鮎の佃煮の調理実習

また、高校や大学においても地域の伝統食を伝える調理実習の出前講座を行っている。これらの学校においては、小鮎の佃煮など伝統的な食文化の講習に加え、当日に漁獲したフナなどをもち込んで三枚おろしを体験させ、唐揚げやフライなど現代風の家料理として食べられることを教えている（写真6）。魚の三枚おろしは、通常の家では経験する機会が無いようで、ほとんどの生徒や学生は初めての作業にまずは戸惑うものの、青年漁業者が調理台を回って丁寧に指導して対応している。当初、対象が高校生や大学生といった多感な若者であることから、三枚おろし実習はさぞ大騒ぎになると勝手に予想していたが、案外魚に触ることやさばくことに抵抗が無く、むしろ自分で魚をさばけることに楽しみを感じてもらえる様子も見られ、青年会としても大いに意義の感じられる活動となっている。



写真6. 短大で魚のさばき方を講習

(2) 一般消費者向けの漁業と調理の体験教室

青年会では、すでに家庭で食事を作っている世代に対しても魚食普及活動も実践している（表2）。

表2. 漁業体験および料理教室の開催実績

年度	回数	人数	主な内容
平成26年度	4	66	地曳網体験と料理教室
平成27年度	4	82	沖すくい網漁見学と料理教室
平成28年度	8	143	エリ漁業見学と料理教室
平成29年度	5	223	地曳網体験、エリ漁業見学と料理教室
合計	21	514	

対象は、主に県内の公民館などで活動する料理サークルや企業、自治会などであり、地引網体験や漁船に乗ってエリ漁などの様子を見学（写真7）した後に、公民館の調理



写真7. エリ漁見学者への解説



写真8. 一般参加者にさばき方を講習

室へ移動して湖魚の調理を体験する内容で実施している（写真8）。参加者にとっては、普段目にする事の無い漁労作業を間近で見学できることに加え、魚のさばき方や特徴、調理のコツなどを知る機会となっているようで、出役したメンバーに対して活発に質問が寄せられる。参加者はほとんどが40歳～60歳代であり、本来であれば琵琶湖の魚を家庭で調理して食べている中心世代であるはずが、湖魚の名前や調理方法を全く知らないことも多く、消費者の魚食離れはかなり以前から進行していたことがうかがえた。

また、参加者からよく聞かれることとして、「湖魚がどこで買えるか」という質問がある。現在では、街の淡水魚店が既に減少しているため、消費者に購入意欲があっても湖魚が容易に入手できない状況となっており、魚食の回復には流通を改善させるという大きな課題があることに気付くことができた。

(3) Fish-1 グランプリへのチャレンジ

出前講座など湖魚の魅力を伝える取り組みを進めてきた一方、こうした取り組みは参加する意思を持った人に限定されるなど、効果には限界がある。琵琶湖にはうまい魚が

あるにもかかわらず、「淡水魚＝生臭い」というイメージが先行しているためか、そのおいしさの認知度はまだまだ低いと感じている。

そこで、より多くの人々に、琵琶湖の魚のおいしさを実感してもらうとともに、食べていない人にも「おいしそう」と伝わる活動ができないか考え、平成 28 年に開催された Fish-1 グランプリ＝プライドフィッシュ料理コンテストにチャレンジしてみることにした。

取り組みは、青年会のメンバーに加え、地元の飲食業者や流通業者にも声を掛けたいうえで連携して取り組むこととし、出品にかかる作戦会議から始まり、幾度となく集まって検討を重ねた。その結果、素材を滋賀県のプライドフィッシュのうち固有種のビワマスとし、琵琶湖の魚でも「刺身」でおいしく食べられることをアピールするため、刺身と腹子を乗せた親子丼を出品することとした（写真 9）。

出品に際し、青年会のメンバーだけでは必要な物品の調達や現場スタッフの人数の確保に限界があったため、親会である連合会に現場の状況を説明し、応援を取り付けた。また材料は、旬の時期に獲れたビワマスのうち、特に品質の良い物を CAS 冷凍してあるものを選定し、会場で最もおいしく食べられるよう、前日に解凍して骨抜きと皮の処理をして、保

冷トラックで運搬することにした。この前日準備には、出品を検討してきたメンバーに加え、県漁連の職員や理事までもが応援に駆け付けてくれ、作業がはかどった反面、とてもではないが手ブラで帰れる雰囲気ではない緊張感を味わえた（写真 10）。

発案当初は、東京で湖魚が評価されるか不安視する声もあったが、「行くからには優勝しなければ帰ってくるな」と暖かい（？）激励のもと、日比谷公園へ出発した。

現地では、自分たちが予想していた以上の評価となり、大勢の消費者が長蛇の列を作ってビワマス丼を購入してくれる状況であった。現場調理の応援に駆け付けてく



写真 9. 天然ビワマスの親子丼



写真 10. 関係者総出での準備



写真 11. 皆の想いが一つになった

れた仲間たちは、開始から約4時間全くの休みなしで親子丼を盛り付け続け、時間内に目標としていた1,000食を売り切ることができた。非常に忙しい作業となったが、「琵琶湖の魚かてちゃんと旨いねん」との想いのもと、仲間で一丸となって取り組めたことが、青年会にとって何よりの収穫となった。

図らずも、コンテストにおいて念願であったグランプリを受賞することができたが、これは、現地のスタッフのみならず、地元で応援してくれた人々や、こうした機会を与えてくれたJF全漁連など、多くの人の支えがあったからこそその結果であり、深く感謝するとともに、これを弾みに青年会の活動を深化させていきたいと考えている（写真11）。

6. 波及効果

出前事業を行った学校からは、翌年度も依頼が来るなど、実施が定着する兆しが見られている。1回の出前授業で直接魅力を伝えられる人数には限りがあるが、継続することでより多くの児童生徒に湖魚の魅力を伝えることができるものと期待している。また、漁業体験と料理教室に参加した公民館などのグループでは、横のつながりによって別のグループに情報が伝わり、人づてに新たな依頼が来るなど、参加した人だけでなく口コミでも湖魚の魅力と食べ方が浸透していくものと期待している。さらに、琵琶湖の魚がFish-1グランプリを受賞できたことで、水産業界のみならず地元の行政も含め、湖魚を地域の特産品としてPRしはじめる機運も出てきたように感じている。

そして何より、こうした活動に取り組む中で、青年会のメンバーの意識が変わりつつあり、「自分たちで動かなければ何も変わらない」との意見が出てくるようになったことが最大の成果であると考えている。

7. 今後の課題や計画と問題点

出前授業では、小学校からの依頼が大部分を占めており、中学校での実施ができていない。中学生は自らの生き方と進路を模索し始める年代であり、地域の魚食文化を伝えるだけでなく、将来の担い手確保の観点からも漁業の魅力を伝えたい年代でもある。今後は、メンバーの出身校に声を掛けるなど、中学校での出前授業実施に向けても努力していきたいと考えている。

これまでの青年会活動では、湖魚の魅力について認知度を向上させる取り組みを進めてきたものの、「買う場所がない・食べる店がない」といった課題を解決しなければ実際の消費量の拡大は見込めない。これまでの活動で、青年会のメンバー間に経営改善に向けた取り組みを進める機運が高まってきていることから、今後は、消費量拡大の実現に向け、食べる人や飲食店などが使いやすい湖魚の商品開発を進めるなど、青年会での活動を広げていきたいと考えている。