

はくおうひらめ
「白皇鱒」(活け越し・神経締め)の取組について
—漁業者自ら漁獲から品質の把握まで—

新潟漁業協同組合岩船港支所
岩船港技術改良研究会 青年部
高木 雅貴

1. 地域の概要

私たちの所属する新潟漁業協同組合岩船港支所(以下、岩船港支所)は、新潟県村上市内の岩船港を中心として南は一級河川の荒川から北は旧山北町との境である馬下(まおろし)集落までとなっている。海岸線は約17kmに及び北部は岩礁域、南部は砂浜域からなっている。

当地区は最古の鮭増殖場で知られる三面川や県内でも有名な瀬波温泉を有しており、歴史もあり観光が盛んな地域である。

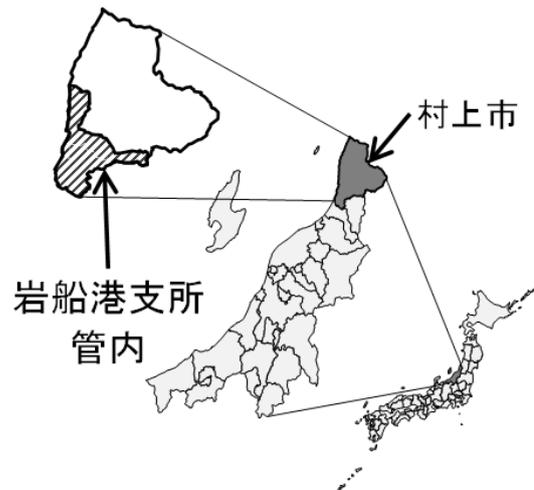


図1 位置図

2. 漁業の概要

岩船港支所の組合員数は、正組合員75人、准組合員220人で、水揚げ金額は4億9,000万円である。漁業種類は、小型底びき網、板びき網を主に、小型定置網、刺し網、採貝、採藻などで、小型底びき網では、ハタハタ、マダラ、板びき網では、ヒラメ、カレイ類、小型定置網ではサケが多く水揚げされている。

3. 研究グループの組織と運営

青年部は、岩船港技術改良研究会の下部組織として平成28年1月に設立され、研究会所属の60歳以下の漁業者10人で構成している。後継者の育成と魚価の向上を大きな目標に掲げ、各種の活動を行っている。

4. 研究・実践活動の取組課題選定の動機

岩船港支所は小型底びき網、板びき網漁業が盛んであるが、岩船港市場での魚価は、他地区と比較して安く、いつも悔しい思いをしてきた。このため、自分たちの手で何かを行って、少しでも魚価を上げ所得の向上に繋げていきたいと強く思った。特にヒラメは、漁獲量は年間約50トン、水揚げ金額は約3,500万円で県内でも上位を占めるが、水揚げが4~6月に集中し、この時は価格が極端に安くなり、1キログラム当たり300円以下になる

こともある。

そこで目をつけたのは「神経締め」である。神経締めは魚の脳をカギで壊し、血抜きを行った後、脊椎付近の神経を破壊し、魚の鮮度を保ち、旨味を増やす方法である。この技術は全国で普及しているが、われわれはさらに「活け越し」という処理を加えることにした。「活け越し」は板びき網で獲ったヒラメを生きた状態で水揚げし、さらに陸上水槽で活かすことで、魚体が休まり、餌が消化吸収され、疲労物質も分解されて、魚が元の自然な状態に戻る処理である。



脳破壊



血抜き



神経破壊

図2 「神経締め」の手順



生きた状態で水揚げ



水槽で一定期間飼育

図3 「活け越し」の手順

5. 研究・実践活動状況及び成果

(1) 神経締め技術の習得

青年部では技術の習得に当たり、まずネット上に公開されている神経締めの動画を何度も確認した。そして平成29年3月28日この技術の第1人者である、(株)ウエカツ水産の「上田勝彦」氏を講師に招き、研修会を開催し、技術を学んだ。その後も何度もヒラメを駄目にしながら技術の習得に努めた。



図4 神経締め研修会の開催

また、平成31年3月12日に新潟越後広域水産業再生委員会の主催で開催された神経締め講習会・指導者養成研修会に2人が参加し、上田氏から再び指導を受けた。講師の前で実演し、後にそのヒラメを開いて身の状態を確認していただいた。その結果、上田氏が実施したヒラメに比べやや赤みを帯びており、血抜きが不十分であることが分かった。

3月18日に講演会の参加者が講演で指導を受けたことをとりまとめ、青年部全員を集めて報告会を開催し、指導内容を伝えた。また、4月以降に青年部に入った人にも技術を伝授し、全員で技術の習得に努めている。



講師の説明



講師の前で実演

図5 神経締め講習会・指導者養成研修会に参加

さらに9月14～15日に視察研修を行った。まず、東京都中央卸売市場大田市場へ伺い、活魚の入荷状況と市場で実施している神経締めの方法を聞き取った。翌日、上田氏を訪ね、3回目となる神経締め技術の指導を受けた。この際、活け越し・神経締めしたヒラメを事前に送って確認していただいたところ、おおむね良好だが、一部うっ血しているところがあり、原因は神経締めする時、強く魚体を握ったためとのことであった。この他に上田氏から次のとおり指導を受けた。

- 1 神経締めする際、目利きをしっかりとすること。弱っていたり、暴れたヒラメを神経締めしても品質は上がらない。
- 2 神経締めした後の保冷をしっかりとすること。ただし、冷やし過ぎ（5度以下）は品質を落とす。
- 3 販売先は地産地消か地産近消。大都市はライバルがいっぱいいる。

（2）神経締めヒラメのPR

まず、料理人や観光関係者へ周知するため、平成28年10月に地元の瀬波温泉のホテル、旅館関係者を対象とした試食会を開催し、料理人からも好評であった。

平成29年6月には、一般消費者への宣伝のため、漁協直売所と連携し「ヒラメフェスティバル」を開催し、神経締めヒラメの実演、販売を行い、PRに努めた。この「ヒラメフェスティバル」はその後毎年6月に定め、これまで3回実施した。今年はテレビの放映があり、タレントの松尾伴内さんが来場し、大いに宣伝していただいた。

最初の「ヒラメフェスティバル」の時に、「活け越し・神経締めヒラメ」を大々的に売り出すために「白皇鰺（はくおうひらめ）」（白身の王様という意味。商標登録済）と名付けた。



テレビで放映



神経締めの実演

図6 ヒラメフェスティバルの開催

平成30年度は県の販売力強化支援事業を利用してポスター、のぼり、タオル等のPRグッズを作成し、PR活動に活用した。

平成31年4月11日には「知事との車座トーク」に参加し、花角英世知事に「白皇鰺」の取組を説明し、PRした。実際に食べてもらい、高い評価を得た。

その他、新潟中央卸売市場での「年末商品商談会」、朱鷺メッセでの「フードメッセ in にいがた」、村上ふれあいプラザでの「食のおもてなし講座」、そして、新発田市の高級魚を扱うスーパーでの「うまいもん市」等、各種イベントでPRした。



ポスター



のぼり

図7 PRグッズの作成

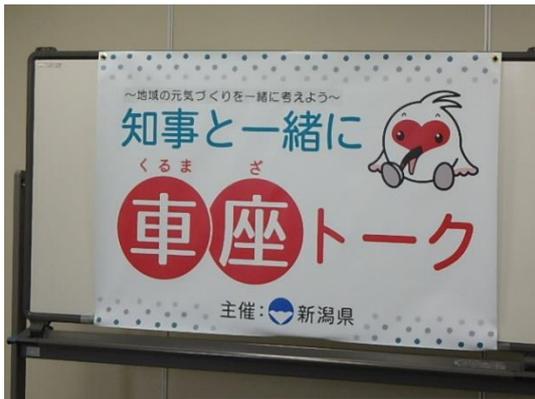


図8 知事と一緒に車座トークに参加

(3) 神経締めヒラメの販売

「白皇鰯」は、主に地元の瀬波温泉の観光ホテルに販売しており、通常の「野締めヒラメ（氷で締めたもの）」より1キログラム当たり1,000円高い価格で取引されている。平成28年から取引を開始し、令和元年8月までで、売上重量182kg、売上金額49万6,340円、平均単価1キログラム当たり2,727円で販売した。まだ数は少ないが、村上市内の高級割烹にも販売している。

表1 瀬波温泉のホテルでの「白皇鮭」の販売実績

年	販売数量 (kg)	販売金額 (円)
H28	3	7,940
H29	26	85,900
H30	49	122,240
H31	104	280,260
計	182	496,340
	平均単価 2,727 (円/kg)	

「ヒラメフェスティバル」の際に、「白皇鮭」と「野締めヒラメ」を一緒に販売しているが、「野締めヒラメ」よりキロ単価が1,000円高いにもかかわらず、「白皇鮭」を一人で何パックもお買い上げいただくお客さまがおり、毎年あっという間に売れ切れる状況である。

この他にも、新潟中央卸売市場から注文を受けて販売している。(船上で神経締めしたヒラメ)

表2 ヒラメフェスティバルでの「白皇鮭」の販売実績

年	「白皇鮭」			野締めヒラメ		
	パック数	販売金額 (円)	単価 (円/kg)	パック数	販売金額 (円)	単価 (円/kg)
H29	240	151,140	3,300	136	39,100	2,300
H30	264	181,840	3,500	167	51,099	2,500
H31	131	95,392	4,000	413	266,229	3,000
計	635	428,372		716	356,428	



トレイパックで販売



1人で何パックも買うお客さま

図9 ヒラメフェスティバルで「白皇鮭」を販売

(4) 品質比較試験

私たちの取組の特徴は、漁業者自らが漁獲から販売まで全ての行程を魚の状態を確認しながら行うことである。さらに、差別化を図るために、神経締めの効果を実科学的に分析し、「野締めヒラメ」との違いを数値でお客さまに説明できないかと考えた。

そこで、新潟県水産海洋研究所の協力を得て、令和元年10月3日に「白皇鰾」と「野締めヒラメ」の品質（硬直度、身の色、味、鮮度）の比較試験を実施した。

この結果、硬直度については、締めから9時間後を見ると、「白皇鰾」が10.0%に対して「野締めヒラメ」は53.8%で「白皇鰾」の方が硬直が遅かった。また、身の色は締めから1日後の段階で、「白皇鰾」は身の色が白く透明感があったが、「野締めヒラメ」は身が比較的赤みを帯びていた。味の方は食味試験の結果「白皇鰾」の方が総合評価が高い結果となった。鮮度（K値）については現在とりまとめ中である。

今後は、品質の差を具体的な数字でも示しながら、お客さまに説明しながら販売したいと考えている。

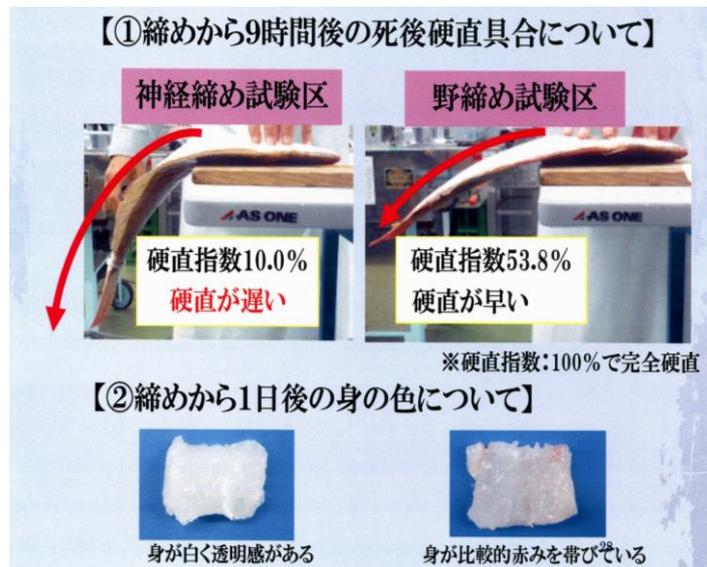


図10 品質比較試験結果

6. 波及効果

この取組を通して、村上市岩船地区で市民協働のまちづくり活動をしている「岩船まちづくり協議会」との交流ができた。ヒラメフェスティバルの時に協議会が近くの保育園児に「白皇鰾」の塗り絵を描いてもらい、展示して来場者に見ていただいた。同じくヒラメフェスティバルでヒラメバーガーを販売する際に使用したパンは地元商店街から購入するなど、地域の異なる業種の人たちとの交流を深めることができた。今後もヒラメを通してまちづくり協議会と協力しながら、地域を盛り上げる活動に貢献していきたいと考えている。

7. 今後の課題や計画と問題点

確かな製品を供給するために、これからも研修等に参加し、技術の継続・維持に努める。そして技術をしっかり身につけた者だけが販売し、お客さまの信頼を裏切らないようにする。また、品質を評価し、高く買ってくださるお客さまのみに販売する。

販売先は、上田勝彦氏の指導のとおり、ライバルの多い大都市を避けて、地産地消、地産近消で村上市を中心に新発田市、新潟市のホテル、旅館、寿司屋、割烹等に販売したいと考えている。

そして、ヒラメでの取組が定着した後は、マダイ、スズキ、サワラ等の他の魚種に広げ、最終的には岩船港支所全体の魚価の向上を目指していきたいと考えている。