

## 金メダルなうまさ！銚子つりきんめ！

～千葉ブランド水産物に認定されて～

銚子市漁業協同組合キンメダイ・アカムツ研究会

鈴木 文晴

### 1. 地域の概要

私達の住んでいる銚子市は、千葉県北東部に位置している（図1）。沖合は親潮と黒潮の交差する日本屈指の好漁場が形成され、平成18年には銚子漁港の水揚げ量は日本一に輝いた。古くから漁業の盛んな地域として全国にその名が知られている。

### 2. 漁業の概要

銚子市漁業協同組合は平成8年9月に銚子市外川漁協を含む6漁協が合併して設立され、342名の組合員が所属している。当漁協では、大中型旋網、沖合底曳網及びさんま棒受網などの沖合漁業から、一本釣り、延縄及び小型底曳網などの沿岸漁業に至るまで、様々な漁業を営んでいる。私達の住む外川地区では、小型船によるキンメダイやムツ、メヌケ等を対象とした一本釣りや延縄漁業と、マダイ、ヒラメ等を対象とした延縄漁業といった沿岸漁業が主体である。



図1 銚子市と銚子市漁業協同組合の位置

### 2. 研究グループの組織と運営

私達のキンメダイ・アカムツ研究会は平成6年に発足した。主にキンメダイを漁獲している約40隻の船団の中で指導的な役割を担っている漁業者によって構成され、現在10名の漁業者代表が中心となり活動し、研究会で協議された事項は、さらに船団での合意を経て、漁業者全体の活動方針となる。

主な活動内容は、銚子沖漁場におけるキンメダイ等の操業に関わる協議や標識放流などの生態に関する調査、資源管理に関わる協議、他漁業等との漁場利用に関する協議と多岐にわたる。また銚子産キンメダイの普及を図るために、平成7年からは「きんめだいまつり」等の企画・運営を行うようになった。

### 3. 研究・実践活動取組課題選定の動機

現在、キンメダイの年間延操業隻数は増加傾向にあるが、乗組員1日1人あたりの水揚げ量は安定している。平成17年の水揚げ量、金額は705トン、9億4,000万円と過去最高を記録し（図2）、私たちにとって最重要魚種となっている。しかし、キンメダイ

の水揚げ量が減少した時の、漁家収入への影響を最小限に食い止めるため、さらなる資源管理措置や魚価向上の必要性を感じている。また、産地としては後発であるため、他地域との差別化を図る必要性も感じている。これらのことから、資源管理をさらに進めるとともに、積極的に銚子産キンメダイのブランド化に取り組み、漁家経営の安定を図っていくこととした。

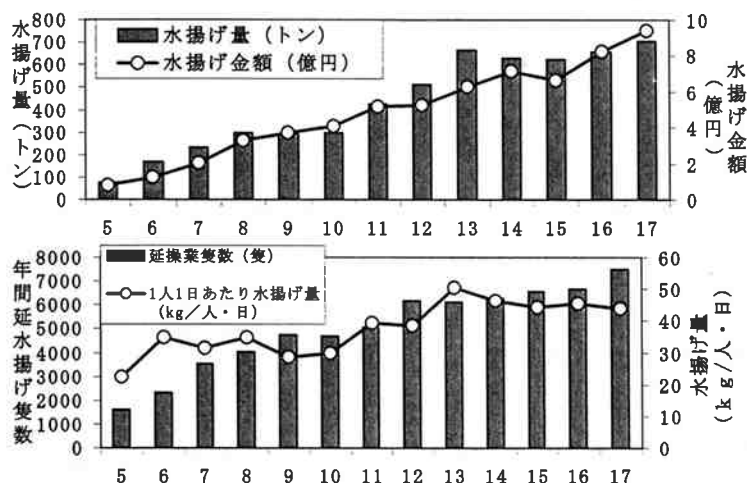


図2 銚子沖漁場におけるキンメダイの水揚げ状況

#### 4. 研究・実践活動状況及び成果

##### (1) 新たな資源管理措置の導入

銚子沖のキンメダイ操業については、昭和62年頃から申し合わせ事項があり、平成9年にこれを成文化した。その後も度々見直しを行い、12年には再放流サイズを全長22cmから25cmに引き上げた。主漁場である「台形場」では、1～4月を禁漁期として設定しているが、申し合わせ事項として、その沖側の漁場にも8～9月の禁漁期間を設け、さらに18年からは8～10月へ延長した。さらに17年からは、漁獲効率の良い延縄漁具を用いたキンメダイ漁を禁止した。このように、状況に応じて資源管理措置の見直しを行い、資源の持続的利用を図っている。

##### (2) 銚子産キンメダイPR活動「きんめだいまつり」

平成7年から、銚子産キンメダイのPRのため、漁業者手作りのイベント「きんめだいまつり」を始め、鮮魚の格安販売や料理の提供を行っている(図3)。漁協女性部や銚子市、観光協会、商工会議所等の協力を得て、当初数千人だった来場者数は年々増加し、近年では3万人を超えるようになり、銚子の夏を彩る一大イベントに成長した(図4)。来場者を対象としたアンケート調査によれば、来場回数は、「数回」～「ほぼ毎回」が63%を占め、リピーターを獲得していることがわかった(図5)。また市外からの来場者も約3割あり、県内では東



図3 銚子産キンメダイPR活動「きんめだいまつり」

葛、湾岸地域、県外では茨城県や神奈川県、東京都からの来場も多く、広く知られているイベントに育っていることがわかり、銚子産キンメダイの魚食普及、消費拡大に成果を上げていると考えている。

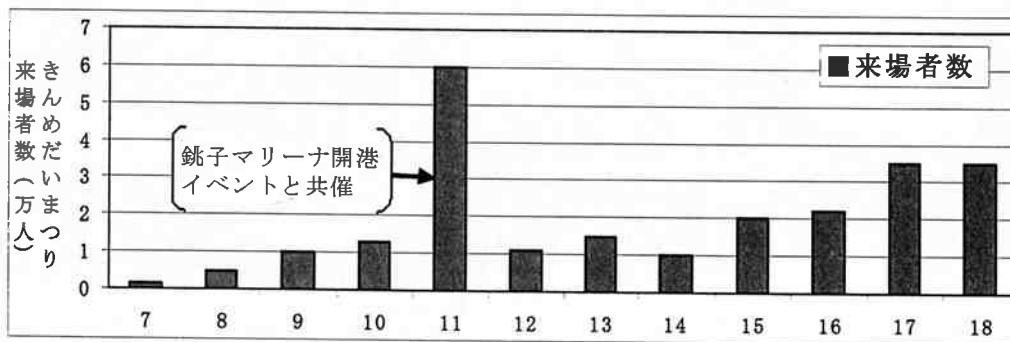


図4 きんめだいまつり来場者の推移

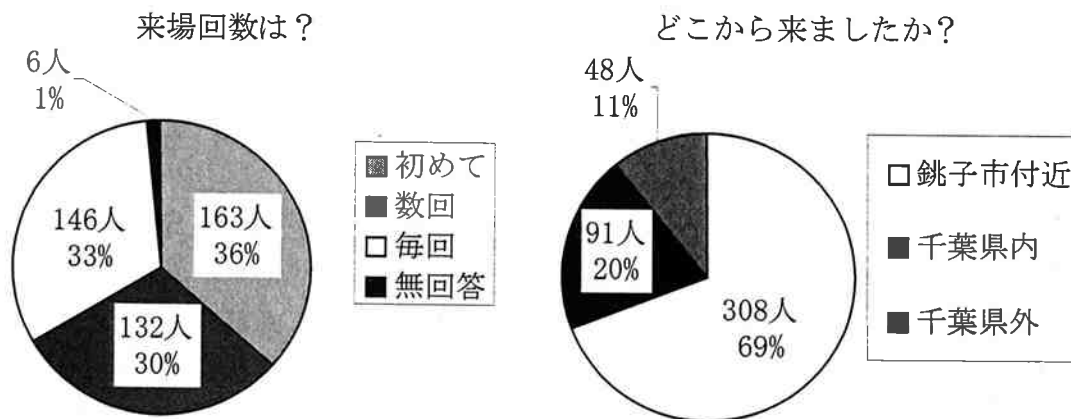


図5 平成18年のきんめだいまつり来場者へのアンケート結果

### (3) 「銚子つりきんめ」のブランド化作戦

他地域との差別化やブランド化には品質の向上が重要であり、船上や市場での取り扱いの改善も行うべきと考えた。まず、船上での取り扱いでは、漁獲後から水氷に入れるまでの時間を徹底して短縮させるように全船に呼びかけ、改善を進めている。また、釣り上げたキンメダイを振り回して針から外すと魚体が甲板等に打ち付けられ、体表が一部青黒く変色し品質が低下することがあるため、この行為を禁止する事にした。

市場では銘柄の選別から入札まで、漁獲物をコンクリートのたたきの上で取り扱っていたが、平成14年に市場側と協議を行い、衛生面と荷捌き上のトラブルを考慮して、選別後はトロ箱に入れて入札を行うようにした。さらに17年からは入札の順番性を導入した。各船は市場に到着した順にホワイトボードへ船名を記入し、番号札を取り、その番号順に入札を行うようにした(図6)。キンメダイの入札が行われる銚子市場第三市場は、他にも多くの船が水揚げを行う。このため、荷が集中し市場が混雑する日には、選別と入札の順番が前後して選別を終わらせてもなかなか入札の順番にならず、キンメダイを長時間外気温に露出させてしまうことがあり、鮮度の低下を心配していた。順番性の導入により、入札の様子を見ながら、魚を水氷の入ったタルから取り出し、選別できるようになり、外気中に露出する時間を短縮させることができるようになった。



図6 銚子市場における現在の入札風景

同時に、1番～5番札を持った船の選別が終わるまでは、入札を始めないこととした。その日の水揚げ状況を把握することで、入札価格の安定を図ることを目的としており、買い受け人からの要望を受け開始した。また、買い受け人や市場職員は、銘柄の選別に手鉤を使っているが、若手漁業者は、魚体へのキズを防ぐため、自発的に手で選別するようになった。

現場での作業改善を進める一方で、ブランド化の第一歩として、千葉県が平成18年度から始めた「千葉ブランド水産物認定制度」へ申請することとした。本制度は、千葉県の優良な水産物を県が認定し重点的にPRすることで消費拡大、魚価向上につなげることを目的としており、私達にとって願ってもない制度である。認定申請にあたり、一尾ずつ丁寧に釣り上げていることを強調するために、「つり」の文字を入れ「銚子つりきんめ」という名称を使用した。また、銚子沖のキンメダイは周年脂の乗りが良いことが特徴だが、特に脂の乗った大型の個体が多く漁獲される冬春季（11～4月）を特に美味しい時期、旬の中の旬と設定した。さらに、体重700g以上の大型のキンメダイのみを「銚子つりきんめ」と設定した。こうして申請した結果、これまでの資源管理の取り組みやPR活動も評価され、晴れて千葉ブランド水産物の第一号として認定された（図7）。



図7 千葉ブランド水産物第一号に認定された「銚子つりきんめ」（写真左）と現在使用を検討しているブランドマーク（写真右）

## 5. 波及効果

資源管理の取り組みやPR活動により、銚子沖のキンメダイ漁業は安定的な経営ができ

るようになってきた。水揚げ単価は、水揚げの急増により低下した時期もあるが、「きんめだいまつり」を開始した平成7年以降、水揚げ量が多くなっているにも関わらず、高値で安定して

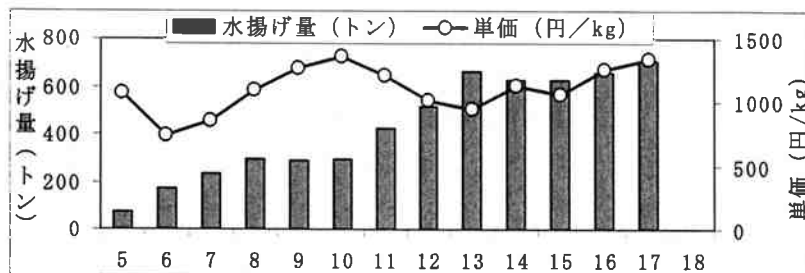


図8 銚子沖漁場におけるキンメダイの水揚げ量と単価の推移

いる(図8)。また、全国的に漁業後継者の減少が進む中、当地区では、主にキンメダイ漁を行っている経営体のうち、69%が「後継者がいる」経営体か「子供が就学中」の若手漁業者の経営体で、漁村の活性化も進んでいる(図9)。これらは、先輩漁業者達が多忙な中、積極的に資源管理やPR活動を開始したこと、それを今まで継続してきたことによる。これらの活動に必要な経費は、大部分漁業者が負担していることから、平成18年からは水揚げ金額の1%を活動資金としてプールする制度を設けた。

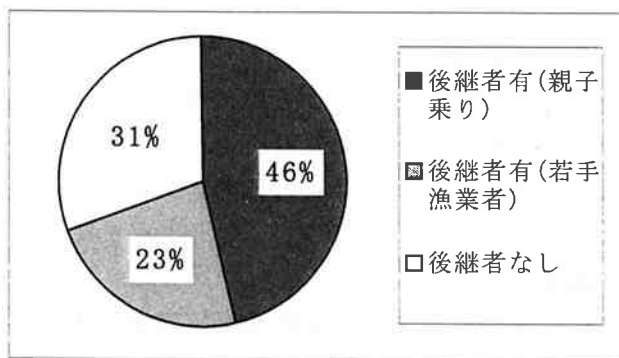


図9 外川地区でキンメダイ漁を主に営む経営体の後継者の有無

市場での荷捌きの改善は、市場職員との話し合いを繰り返し、協力を得ながら進めて来た。今回、ブランド化を進めるにあたっては、これまであまり交流のなかった買い受け人業者に協力を要請した。私達はこれまで新たな取り組みを行うときには、話し合いを重ねながら進めてきた。話し合いをとおして外川の漁業者の結束は強くなり、強い団結は今ではかけがいのない財産であると誇りに思っている。

## 6. 今後の課題や計画と問題点

これまで、私たちは漁場利用や資源管理といった魚を捕るまでの部分を中心に取り組んできた。今後、新たな活動として、流通や販売といったこれまでとは別の視点で課題に積極的に取り組んでいきたい。

ブランド化や魚価向上の取り組みは、漁業者だけではできない部分もある。現在、新たな取り組みを協議する場として、漁業者、買い受け人業者、銚子市を構成員とする協議会の発足に向けて活動を開始した。こうした場を活用して、関係者の協力のもと、さらに衛生面に気を配り差別化を進め、消費者の信頼を得られるよう、安全・安心の優良水産物「銚子つりきんめ」を提供していく方針である。

今回、千葉ブランドとして認定されたが、これに満足せず、全国的な展開を視野に入れ、地域団体商標への登録を目指すとともに、さらなる資源管理の取り組みを進めていきたい。これまでの様々な取り組みにより、漁業後継者も必ず増加し、魅力的で安定した漁業経営ができるものと確信している。