

第5回 「食」と「漁」の地域活性化シンポ 報告集

美味しい魚がっなぐ浜と消費者

食べよう美味しい庄内浜の魚 学ぼう浜の食文化

- と き — 2018年10月20日(土)
- と ころ — 第1部シンポ：県立加茂水産高校体育館
第2部交流会：加茂水族館「魚匠ダイニング沖海月」
- 主 催 — 庄内浜の魚消費拡大総合プロジェクト推進本部
一般財団法人 東京水産振興会
- 後 援 — 山形県・鶴岡市・酒田市・遊佐町・山形県漁業協同組合・鶴岡市立加茂水族館
庄内浜文化伝道師協会・庄内おばこサワラブランド協議会



2019年10月

発行：一般財団法人 東京水産振興会

■ 開催趣旨 ■

魚食から遠ざかると言われる日本人。街から鮮魚商がなくなり、水揚げ魚は都会の中央市場に集中出荷され、地方の海辺の街でも新鮮な地魚を見る機会が減っています。一度、築地に出荷された魚が地方に逆配送されスーパーにならぶなど「おかしな流通」も見られます。また、家庭からは出刃包丁が消え、魚の調理力が低下し、地元の魚も知らない消費者とくに若者が増えています。これでは日本人が魚食から遠ざかるのも当然かもしれません。地元消費者に新鮮で美味しい魚を届け、浜の食文化と魚の調理力を伝え、漁民と消費者の交流を増やし、地魚の魅力を伝えていくこともこれからの地域漁村活性化の課題です。本シンポではこのような課題に、行政、漁協、飲食・販売・観光業界が一体となって果敢に取り組んでいる山形県の事例を取り上げ、浜と消費者・観光客を結ぶ魚の流通と魚食文化の普及のあり方について討論します。

■ プログラム ■

主催者挨拶：西本真一郎（一般財団法人東京水産振興会振興部長）
駒林雅彦（庄内浜の魚消費拡大総合プロジェクト推進本部長）
趣旨説明：二平章（コーディネーター・茨城大学人文社会科学部客員研究員）

《第1部》シンポジウム

■ 特別講演 ■

美味しい魚がつなぐ浜と消費者
馬場 治（東京海洋大学教授）

■ トークセッション ■

1. 山形県漁協直営「庄内海丸」と県内流通促進
阿部勝樹（山形県漁協由良総括支所長兼産直加工特別アドバイザー）
2. 生産者が挑む船上活〆神経抜きサワラの出荷戦略
本間和憲（庄内おぼこサワラブランド推進協議会会長）
3. 庄内浜文化伝道師が拓く食
石塚 亮（庄内浜文化伝道師協会会長）
4. やまがた庄内浜の魚応援店と消費拡大
石川豊明（株式会社 T・S Company 取締役副社長）

■ パネル討論 ■

山形・庄内魚の魅力発信と地域未来づくり
司会：二平章（コーディネーター）
パネラー：馬場 治（東京海洋大学教授）
桂 和彦（山形県水産振興課長）
阿部勝樹（山形県漁協産直加工特別アドバイザー）
本間和憲（庄内おぼこサワラブランド推進協議会会長）
石塚 亮（庄内浜文化伝道師協会会長）
石川豊明（T・S Company 取締役副社長）



《第2部》庄内浜の魚料理を楽しむ交流会

会場：加茂水族館「魚匠ダイニング沖海月」
料理プロデューサー：須田剛史（魚匠ダイニング沖海月料理長）
実演：「庄内おぼこサワラ」・「ふぐ刺し鶴盛り」のお造り
料理：庄内おぼこサワラ（しゃぶしゃぶ、刺身、握り）

庄内浜産天然とらふぐ（ふぐ刺し、からあげ、握り）
山形の地酒
協力：庄内おばこサワラブランド推進協議会

《特別企画》世界一のクラゲ水族館「ナイトミュージアム」見学



プロフィール

【特別講演】

●馬場 治（ばば・おさむ）

1955 年高知県土佐市生まれ。東京大学農学部水産学科を経て、大学院では銚子沖合の底びき網漁船に乗船しながら底魚類の生態研究によって学位を取得。その後、東京水産大学（現東京海洋大学）資源管理学科に助手として採用となり、資源管理型漁業に関する研究をスタートに漁業や流通の現場での研究を中心に行い、20 年ほど前からは途上国に対する漁業関連の国際協力に関する研究と実践にも取り組んでいる。おさかなマイスターの講師を務めながら魚食普及にも努めている。

【話題提供】

●阿部勝樹（あべ・かつき）

1967 年山形県（旧）温海町生まれ。1988 年に山形県漁業協同組合に勤務。販売業務と水産加工業務の専門部門を経て、漁協の移動販売車や鮮魚の直売所「庄内海丸」をスタートさせる。現在、由良総括支所長の傍ら産直加工特別アドバイザーとして庄内海丸をサポートしている。

●本間和憲（ほんま・かずのり）

1969 年山形県鶴岡市（旧温海町）生まれ。実家の商売を 1 度は継いだものの、海がすきだから海の仕事がしたい！という思いが強くなり、底曳網漁業の乗組員を経て、2006 年、はえなわ漁師になった。2010 年庄内おぼこサワラブランド推進協議会が設立され、会員として活動後、2018 年 2 代目会長に就任。若きリーダーとして個性派ぞろいの会員をうまくまとめ、みんなで上を目指すべく、日々奮闘している。

●石塚 亮（いしづか・りょう）

1952 年生まれ。鶴岡市三瀬の老舗旅館「坂本屋」の 9 代目当主。坂本屋は江戸時代享保年間に創業、270 年以上の歴史をもつ。1975 年早稲田大学卒業後、聖徳調理師学校に通学しながら都内で修行。1976 年に帰省。1996 年～2006 年まで鶴岡市教育委員。郷土料理にも詳しく、様々な食材や食文化を研究、藤沢周平文学への造詣も深い。現在、庄内浜文化伝道師協会会長。

●石川豊明（いしかわ・とよあき）

1973 年山形県東根市生まれ。兄弟で家業である飲食店を継ぎ平成 22 年法人化、現在株式会社 T・S Company 取締役副社長。祖父母が魚の行商をしていたため、お魚大好き。子供の

ころから「私が食べた魚のあとは猫も食べない」と言われるほど綺麗に食べていた。日本酒と猫をこよなく愛する 45 歳。お魚検定 2 級合格

【料理プロデュース】

●須田剛史（すだ・たけし）

山形県日本料理熟練者指導者

全国技能グランプリ 29 回敢闘賞四位・山形県代表選手(日本料理部)

庄内河豚処理講師・魚匠ダイニング沖海月料理長

【シンポコーディネーター】

●二平 章（にひら・あきら）

北海道大学卒業後、茨城県水産試験場で長く魚類の資源研究に従事。退職後は立教大学兼任講師、茨城県北生涯学習センター講師などを歴任。現在、茨城大学人文学部市民共創教育研究センター客員研究員、北日本漁業経済学会会長、JCFU 全国沿岸漁民連絡協議会事務局長、家族農林漁業ネットワークジャパン副代表。農学博士。魚食と地域漁業の大切さを考えようと、「食と漁を考える地域シンポ」をこれまで 38 回全国各地で企画、コーディネーターをつとめる。地元のひたちなか市では「魚の美味しいまちづくり」運動を提唱、活動中。



主催者挨拶

西本真一郎

(一般財団法人東京水産振興会振興部長)



皆さん、こんにちは。一般財団法人東京水産振興会の西本です。「食と漁の地域活性化シンポジウム：おいしい魚がつなぐ浜と消費者」の開催に当たりましてご挨拶をさせていただきます。

私どもの財団は公益目的支出の実施事業として日本の水産業の発展に役立つための水産振興事業を行っています。その事業の中で地域活性化支援を目的に、二平先生と平成21年から「食と漁の地域活性化シンポジウム」を全国の水産関係地域で継続開催をしてきています。二平先生から、「山形県では庄内浜の魚の消費拡大に向けた活動で地域を盛り上げて頑張っている方々がおられるので、ぜひ、この取り組みを紹介したい」とのお話があり、今回のシンポジウムの企画・立案をお願いしました。

シンポジウムを開催することで、地元の魚と食文化のことを知っていただけるよい機会になると思います。私も庄内浜の魚の消費拡大の活動に取り組まれている皆さまの報告と意見交換を大変楽しみにしています。過去に実施した食と漁の地域シンポジウムの開催内容は報告書として取りまとめており、東京水産振興会ホームページの「食と漁の地域活性化シンポ」へアクセスいただくと、スマートフォンやパソコンからもご覧いただけます。ぜひ一度ご覧になってください。

地域活性化の活動を担われている皆さま方が意見交換を行うシンポを通して、その活動を知るきっかけ、考えるきっかけ、知り合いにつながるきっかけを作っていただきたいと思います。そのきっかけを基に地元の業者の皆さまをはじめ、漁協関係者の皆さま、流通販売関係者の皆さまのつながりで地域活性化の活動が継続、発展することを期待しています。

最後になりましたが、本シンポジウムの開催に当たり共催、後援をいただきました関係者の皆さまに心よりお礼を申し上げ開会の挨拶とさせていただきます。本日はどうぞよろしく申し上げます。(拍手)

主催者挨拶

駒林雅彦

(庄内浜の魚消費拡大総合プロジェクト推進本部
本部長・山形県農林水産部長)



皆さん、こんにちは。第5回「食と漁の地域活性化シンポジウム」にあたり一言ご挨拶を申し上げます。本日は大変ご多忙の中、県議会議長様や山形県漁業協同組合長様をはじめ漁業関係者の皆さま方、さらには県内外から多くの皆さまにご出席いただき誠にありがとうございます。また、ご講演をいただく東京海洋大学の馬場先生、そしてパネリストの皆さま方には快く大役を引き受けていただきありがとうございます。

この山形県の庄内浜では四季折々においしい魚貝類が水揚げされますが、山形県でも内陸部では交通面などの課題があり庄内浜の魚がなかなか食べられない状況にありました。こうした課題を克服し、美味しい庄内浜の水産物を県内の皆さまにたくさん食べていただくということで、平成28年度に庄内浜の魚消費拡大総合プロジェクト推進本部を立ち上げ、漁業者、流通、販売関係者、飲食店など多くの皆さま方からご協力をいただき、さまざまなプロジェクトおよびプロモーションを実施してきました。例えば、漁協さんによる対面販売のインショップである「庄内海丸」を山形市内に設置しました。また、県内の内陸部の120を超える飲食店において庄内浜の魚に親んでもらうため、「やまがた庄内浜の魚応援店」の取り組みなどを行っています。さらに、漁業者が自ら取り組む「庄内おぼこサワラ」のブランド化や庄内浜文化伝道師による浜文化の伝承と魚食普及なども行っています。

本日はこのような山形県で行われている独自の取り組みを全国に向けて発信するとともに、これまでの取り組みの評価とさらなる発展のためのご意見を頂くよい機会になるものと期待しています。山形県では昨年3月に第3次となる農林水産業元気再生戦略を策定し、農林水産業の振興に向けた各種施策等を展開しています。水産業の分野においても明日、加茂の水産試験場内に、加工品の試作機能、鮮度保持技術等の研究機能、そして魚食普及・漁業の担い手育成・確保のため3つの研修機能を合わせ持つ施設がオープンします。そして来年秋に竣工する予定の漁業調査船最上丸の新船整備の取り組みなど新たな内容も加え、漁業振興計画を策定したところです。この計画において県産水産物の付加価値向上のための技術開発、そしておいしい山形旬の魚キャンペーンなど消費の拡大に向けた取り組みにより海面漁業の振興を図りながら地域の活性化にもつなげています。引き続き関係の皆さま方のご理解とご協力をよろしくお願いします。

最後になりますが、シンポジウムの開催に当たりご協力いただきました関係者の皆さまに心よりお礼を申し上げるとともに、今後とも庄内浜の魚がますます消費拡大につながるようご祈念申し上げご挨拶とさせていただきますと思います。本日はどうぞよろしくお願い申し上げます。(拍手)



開催趣旨説明
浜と消費者を結ぶ地域活動

二平 章

(茨城大学人文社会科学部地域共創教育研究センター)



皆さん、こんにちは。ご紹介いただいた茨城大学の二平といいます。コーディネーターとして今回のシンポの企画をさせていただきました。なぜ、山形県でこのシンポジウムを開催することにしたのかを少しご説明したいと思います。

これまで何度か山形県内を事前調査で歩き、今回のテーマを「おいしい魚がつなぐ浜と消費者」というタイトルにさせていただきました。私はこれまで全国でのシンポを企画してきましたが、あらためて日本は魚が実に豊かな国だということがよく分かります。世界には2万5,000種海水魚がいるそうです。日本はそのうち3,800種が生息する世界で最も生物多様性が高い国の一つです。

今は外国人の方がたくさん日本に来られます。アンケート調査で、「何で日本に来たのか」と質問すると、答えは日本の食事がおいしいからが60%だそうです。人気の食事は、1位が寿司、2位がラーメン、3位が刺身で、なんと1位と3位が魚です。生魚がおいしいので日本に来て食べたいという外国のお客さんが多いのです。それだけ日本は魚がおいしい国なのです。

外国へ出かけた方は分かると思いますが、今、海外は魚食ブームです。その影響もあり、ヨーロッパやアメリカ、韓国、中国などで魚の輸入量が増えだしています。中国でもサンマの塩焼きが大人気です。しかし、日本では逆の現象が起きています。日本人は元々肉よりも魚をたくさん食べる国民だったのですが、2000年代半ばから魚を食べる量と肉を食べる量が逆転しました。日本人は「魚食の民」から「肉食の民」に変わってしまい、今はその差がさらに開いています。残念ですがこのようなことが今、日本の中で起きています。

私が住んでいる茨城県のひたちなか市は15万人の都市ですが、そこで起こっていることを少し皆さんにご紹介しながら、今の浜と陸の一般市民との「へだたり」について考えてみます。今日の議論のきっかけになると思います。

私は地元で商工会議所の皆さんと魚食にかかわる活動をしています。その活動の中で「市民に地元の魚が見えない」、「市民は地元でどのような魚が漁獲されているか知らない」ということが見えてきました。地元の市場から出荷される新鮮魚は、ほとんど市場で発泡スチロールに詰められ、東京築地をはじめ県外へと出荷されてしまいます。活魚もトラックで運んでいき地元にはなかなか出回りません。

市内の料理店主さん、居酒屋店主さん、ホテル業の方々といろいろとお話すると、皆さ

ん、最初は地元の魚を知らないという方がほとんどでした。日々どのような魚が市場に水揚げされているか知らないのです。そして地魚を客料理に使用していない方が非常に多かったのです。私はひたちなか市内にある県の水産試験場で長く働いていましたが、退職する数年前から自分が住む町の皆さんが地魚も漁業も知らないことは大変なことだと思うようになり少しずつ活動をはじめました。確かに市民の皆さんは地魚から遠くなってあまり触れ合う機会がありません。そこで地元での地域シンポの時、商工会議所の会頭さんに、「一緒に魚の美味しい町づくりをやりませんか」と提案させていただきました。商工会議所の会員の皆さんは、地域の商店主・事業主さんたちで、同時に自治会や学校 PTA、消防団、観光協会、飲食業組合など実に多彩な地域活動をされています。まさに地域を支える「旦那衆」の皆さんです。とくにひたちなか市の商工会の皆さんは気さくでユニークな方々ばかりで、私のような研究屋の提案にも積極的に協力してくれました。はじめは、「旬魚万来サロン」と名付けた捕り手（漁業者）・作り手（商工・飲食業者）・食べ手（消費者）が一同に集まり楽しく地魚を食べるサロンを企画して、漁業界と商工会と一般市民の方々との人的交流をはじめてみました。そこに市長さんや市議会議長、議員さんらも参加してくれ多彩な地魚料理、未利用魚料理そして漁業や魚の話を楽しんでくれたのです。商工会議所の会頭さんは少し前までは、漁協は近寄りたいたいと言っていました。僕は全然そんなことはないと思っていたのですが、一般の人には、漁協や漁業者の方々は少し近寄りたいたいと感じるようです。でも、活動以来、すっかり顔見知りになって、花火大会や海水浴の海開きなどでは、商工会と漁協の皆さんの協力体制がスムーズになったと喜ばれています。

また、私は幼稚園や保育園の理事や評議員をしています。そこで、北九州や北海道出身のお母さん方と会う機会があるのですが、皆さん「茨城にはおいしい魚がありませんね。魚が獲れない県なのですか？」などと質問されるのです。私は「えっ？こんなに魚が水揚げされているのに」と思いました。確かに北九州や北海道の方々には普通に新鮮魚を市内市場で見て買って料理します。大学時代に住んでいた函館では、早朝に水揚げされたイカをその日のうちに市民市場や生協店に買いにいき、家庭で刺身にするという文化があります。私の妻は函館の人なので、イカは透き通ってないとイカではないと言うのですが、北九州や北海道の方々には新鮮な魚が手に入れやすく普通に親しんでいます。「茨城はおいしい魚がないですね」という奥さんの気持ちもわかる気がします。

もう一つ、最近、家庭内で魚調理をする力がなくなってきていることにも気がつきました。そこで、魚食普及の一環で私も 30 歳代の幼稚園や保育園のお母さん、市民の皆さん対象の魚料理講習をしています。必ず漁業や漁具、魚の資源生態の話もするようにしています。幼稚園の先生や子育て中の母親の皆さんに聞いてみると、近いところに漁港があるのに水揚



げする市場も見たことがないし、実際の漁船も網も見たことがないのです。また、丸のままの魚をあまり買うことがなく、買ってもおろせません。そこで私の講習では、イワシ・サンマの三枚おろし、ヒラメ・カレイの五枚おろし、イカの刺身の作り方を教えているのですが、30代の主婦は全くこういう経験がない人ばかりです。魚は調理済みのトレーに並んだものを買うか、スーパーで「おろしてください」と言って頼んでいるとのこと。



また、私は「小出刃包丁」の話をする。「小出刃を持っていますか、なければ必ず小出刃を家庭に1本用意してみてください。駅前の雑貨屋に行けば2300円で買えます」とお店まで紹介します。講習では小出刃での魚のおろし方を手ほどきするのですが、皆さん小出刃包丁も知らないし、もちろん持っていないというのが今の子育て中の母親たちの状況です。これが私の町の現実です。

さきほども触れましたが、10年ほど前に「魚のおいしい町づくりをしましょう」と商工会議所会頭さんにご提案して以来、商工会議所の中に40団体からなる「魚のおいしいまちづくり推進協議会」を結成していただき皆さんと一緒に活動を続けてきています。取り組みは全国商工会議所から表彰され、市議会では「魚のおいしいまちづくり」をめざす「魚食普及条例」を市議会議員さんの全員一致で可決してくれるところまでできています。

それでも、活動はまだまだなので、私は「魚のまちづくり」のコーディネーターとして、どこかに良い模範はないかと思い調べていました。そのような中で、山形県さんが官民一体の地魚の地域流通をめざすすばらしい取り組みをされていることに初めて気が付きました。それで文献を調べさせてもらい、これまでに何度か山形県内を訪問して現地調査させていただきました。おいしい庄内の魚も食べさせてもらいました。昨日もサワラのしゃぶしゃぶと山形の地酒を楽しみました。

庄内魚の県内流通と魚食普及をめざす山形県の皆さんの取り組みは県庁と自治体、漁協、商工業界、市民が一体となったすばらしい取り組みです。ぜひとも、全国に知らせていき



たいと思う内容です。私も今日は皆さんのお話を聞き、自分のまちの取り組みの参考にしたいという思いです。私個人の思いも強いのですが、そういう意図もありこのシンポを企画させていただきました。

シンポでは、皆さんに山形県での取り組みをくわしくお話いただき、地魚の地域内流通、魚食普及活動について討論したいと考えています。よろしくお願ひします。(拍手)

美味しい魚がつなぐ浜と消費者

開催趣旨説明



二平 章

(にひら・あきら)

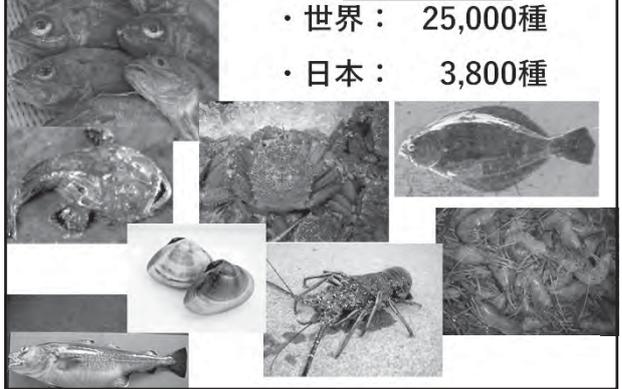
シンポコーディネーター
茨城大学人文社会科学部
客員研究員
北日本漁業経済学会/会長

2018.10.20 食と漁を考える地域活性化シンポ(山形県鶴岡市)

日本に分布する魚介類

海の多様性
世界ナンバーワン

- ・世界： 25,000種
- ・日本： 3,800種



外国人 日本訪問の動機

日本の食事 60%

人気の食事

- 1位 寿司
- 2位 ラーメン
- 3位 刺身
- その他 カレーライス おでん



国民1人1日あたり魚介類と肉類の摂取量の変化(g)

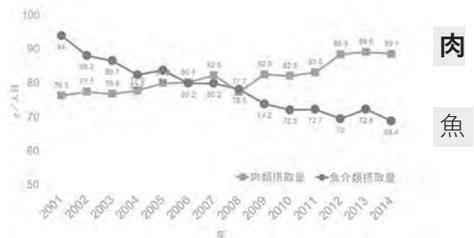


図2 国民1人1日あたり魚介類と肉類の摂取量の推移
平成26年度 国民健康・栄養調査より

外国は魚食へ関心 日本は逆
魚食の民から肉食の民へ

●魚の風景 私の住む街①

茨城県 H市

- ・市民に地元の魚が見えない
- ・魚は水揚市場から東京・大消費地へ
- ・街の料理店主 居酒屋店主
- ・地魚を知らない 使っていない
- ・水揚げ情報知らない



●魚の風景 私の住む街②

- ・地魚と遠い住民
- ・「漁協は近寄りがない」 商工会議所会頭
- ・「漁民の方は怖そう」
- ・「でも海を見るのは大好き」
- ・「回転寿司は大好き」
- ・「にひらさん、茨城は美味しい魚がとれない県なのね」
- ・北九州や北海道出身の奥さん



●魚の風景 私の住む街③

- 調理する力が無くなった
- 子育てママ 幼稚園・保育園 30才代
- 水揚市場も船も 見たこと無し
- 丸の魚 3枚おろし 5枚おろし イカの刺身 まったく経験無し
- 魚は調理できたものを買う
- 小出刃包丁ってなに？
- さかな調理を知らない



お魚料理出前講座



地魚料理講座



幼稚園子育てママの魚料理講座



私の街で
「さかなの美味しい街づくり」
を提案
ただいま奮戦中
魚食普及条例市議会で決議

- どこか良い参考事例はないだろうか？
- あった！**山形県！**



●本日のトーク

- 馬場さん 全国の例から
- 阿部さん 山形県漁協
- 鮮魚直営流通 海丸
- 本間さん 漁業者のサワラブランドの取り組み
- 石塚さん 庄内浜文化伝道師の活動
- 石川さん 庄内魚を使った飲食店舗



今日のシンポ
どうぞよろしくお願いします

特別講演
美味しい魚がつなぐ浜と消費者

馬場 治
(東京海洋大学教授)



今、ご紹介にあずかりました東京海洋大学の馬場と申します。海洋政策文化学科という、ほとんどが理科系の学科ですが、唯一の文化系の学科です。中身はいろいろですが、水産物の流通や漁業経営など、いわゆる社会経済系を担当している学科です。先ほどご紹介いただいたように、以前、山形県の水産物流通を考える委員会の座長を務めさせていただきました。

当初この委員会に呼ばれて来たときに、県の主旨は私の記憶では庄内の魚をどうやって首都圏に売っていくのかというテーマだったと記憶しています。ただ、私はそのときに失礼ながら申し上げたのは、生産量の大きくない山形庄内の魚を例えば東京という大消費地に持っていくメリットがあるのかということをお願い、むしろ県内の消費はどうなのかという質問を投げかけました。

実は県内の大きな消費地である山形市内だとか、いわゆる内陸にはあまり庄内の魚は流通していません。これは直接聞いたわけではありませんが、内陸の消費地の方々はむしろ太平洋側の安い魚を食べ慣れていて、せっかくおいしい庄内の魚があるのにそれが内陸に行ってもなかなか買ってくれないという状況をお聞きました。それで、もう少し庄内の魚を県内で売っていく努力をされたらどうかというお話をしたと思います。それがおいしい庄内浜の魚というものにつながっていきいていると思います。もしそれが引き続きうまく広がっていくのであれば非常にうれしいと思います。

時間も限られていますので写真を中心にお見せします。前半の講義的な部分は少し簡単に説明するにとどめたいと思います。これは先ほど二平さんの話にもありましたが、現在日本人の魚食はどんどん下がっていてもう肉に抜かれているということです。1人1日当たりの魚の消費量ですが、全体的には年齢階層が上がっていくと消費量は増えていきます。しかし、各年齢層別、年代別をみると、高齢者においても年々魚の消費量が減っていることがわかります。

これはよく冗談で言うのですが、日本にマクドナルドが入ってきた最初の世代がたぶん60代です。これから後は年を取ってもマックを食べるとい時代に入っていくのではないかと言う方もいます。魚の品目別の購入構成をみると、たくさん食べているものはサケやブリなど、私たちがご三家と言っているスーパーに一番出回っているものです。今の消費者は大体7割が水産物をスーパーで買っていると言われていますが、当然、サケ、マグロ、

ブリに収斂してきています。

平成元年に一番購入量が多かったのはイカです。イカは生製品の中でも内臓などの処理がしやすいので優等生でした。ところがこの優等生のイカもどんどん減っています。今は水揚げが減っていることありますが、現在では第5位になっています。山形県はイカの産地でもあるので残念ですがこれが現実です。

県庁所在地別の1人1年間当たりの鮮魚購入量です。横の軸が鮮魚全体の購入量です。縦軸が先ほど申し上げたご三家、サケ、マグロ、ブリの合計したものの割合です。これは県庁所在地別の統計ですが、山形市は残念ながら全国2位の低さです。一番低いのは那覇ですが、これは当然です。私もこれを見てこんなに低いのかとびっくりしました。内陸ですから否定はできませんが、同じ内陸の甲府や前橋、宇都宮、埼玉はもっと多いです。しかもこの赤い折れ線はいわゆる近似線で購入量とご三家の割合の関係を示したものです。当然ながら購入量の少ない都市はご三家の魚しか食べていないことがわかります。一方、日本で一番消費量が多いと言われているのは昔から青森です。青森ではたくさん食べるというよりいろいろな種類を食べており、ご三家の割合も低いのです。そういう関係が見えます。

ただ一方で、農林漁業金融公庫のインターネットアンケートでは、健康志向で魚貝類を増やしたいという意向はあるようです。また、料理はできるだけ簡単にただおいしいものを作りたいという、自分の思いがはっきり出ているような結果になっています。

今までのことを総合すると、よく魚離れと言いますが私は消費離れ、特に家庭の中での調理離れだと思っています。都市部では特にごみの収集などの制約があり、なかなか平日に丸魚を買ってということにはなりません。これはよく聞く話です。そのため一方で簡便化や外食となり、特に居酒屋は海鮮系の居酒屋が次々に出ています。一方で産地とのマッチングが難しくてうまくいかないことも起きています。ただし外食への期待は大きいです。

2点目は地産地消への期待です。かつてバブル期の頃にグルメブームで地産地消がずいぶんと言われました。今はそういう状況ではなくもう少し地に足の着いた地産地消だと思っています。3点目は特に最近、外国人を含め観光需要が増えています。しかもかつての観光需要とは違い、豊かな本物の農水産物を味わいたいというのは日本人だけではなく外国

人の間でも増えてきています。

ここで少し注目したいのは、先ほど申し上げた観光客の需要をどうつかまえるかということです。これは観光庁のデータです。観光入込客数の統計があります。かつては統計の基準が一定ではなかったのですが、現在、観光庁では共通基準で取ることが平成20年代から始まっています。そこで山形県の数字を見てみました。山形県は県外の日帰り観光入



込客数は北海道も含め東北圏内では1番で断トツに大きいです。その数の多さもあり2番目の観光消費額単価、県外の日帰り客の消費単価が大きいです。また、観光消費額の単価は断トツではありませんが、人数が多いので総額としての観光消費額は大きくなります。

山形に来る県外の日本人宿泊ビジネスマンの消費単価は3万4,000円ということで、北海道、東北の中では一番高いです。東北地方の観光地点や行祭事、イベント当たりの入込客数では、山形は観光地点当たりの入込客数が東北においては宮城県に次いで高い数字です。あとは歴史文化に関わる観光地点や温泉、健康、その他が非常に大きいのですが、山形県は観光事業がかなり期待できるのではないかとことです。特に先ほど出した県外の日帰り客ですが、これは恐らく宮城県や福島県から、あるいは秋田、新潟から日帰りで来ています。ということは、日帰りの買い物ツアーの人たちも期待できるということです。

観光事業と漁業生産について。そうはいつても漁業生産が観光事業に対応できるのでしょうか。まずは優位性ということですが、漁業側から見た場合に当然魚需要があります。さまざまな観光客がいるので高級品でも買ってくれるという期待があります。さらには観光で来たお客さんたちをつかまえ、そこに生産者の顔が見えるようになれば生産者と消費者をつなぐいい接点ができるのではないかと考えられます。問題点として、どうしても低価格志向が一方で強いこと、ホテル等では大量注文、安定供給を要求され、これにはなかなか対応できないことがあります。

一方で現在の市場流通を考えると、山形県に限りませんが小生産地のものは現在の大規模流通には乗りにくい状況があります。市場そのものもだんだん弱っており、これは産地の消費地も同じです。産地に水揚げはあるけれども、なかなか消費のある消費地にうまく流れていかず、生産と消費のミスマッチが起きているということがあります。こういう状況の中で漁業はどうあるべきか、ということです。これは言われて久しいわけですが、取って出荷するだけの漁業ではもう無理です。かといって市場が要らないというわけではありません。私は市場流通の円滑化は不可欠なものだと思っています。

実際によくテレビ等に登場する産直がありますけれども、実際に首都圏で行われている産直で成功している例はありません。マスコミは一切流しませんけれどもほとんどが失敗しています。逆に首都圏を目指すのではなく、よく東京に行けばおいしいものは何でもあると言いますが、本当においしいものは東京にはありません。やはり一番おいしいのは鮮魚です。それは水揚げ現場、産地に行かないと実現できないと思います。

そういう意味で漁業はただ魚を取って供給するのではなく、地元にお客さんを呼び込む役割も持っていると考えべきだと思います。生産地からの情報発信をもう少し強化して



いくことです。お客さんが来てそれを受け入れる観光施設などが、充実している地域では発展していきます。そのためには地域にあるいろいろな資源を活用すべきです。もちろん漁業もそうですし農産物もそうです。いわゆる外国との関係でいえば今日本はインバウンドの客で非常に潤っていますが、国内インバウンドをもっと発展させるべきだと思っています。

ここからは写真ですので気軽に見てください。まず1つ考えるテーマになっているのは、今産地で行われている販売の取り組みです。さまざまなものが出てきていますが、私がここで注目しているのは日常の消費をお客さんに提供していくことです。つまり観光客で長距離持ち帰り家に持っていく客をターゲットにするのではなく、日帰りの観光客は当然狙えるターゲットです。生鮮品はクーラーボックスで持っていけばいいわけです。そこは本当に地元の魚屋さんで買うのと同じように、例えば近隣の県から山形県に買いに来れば需要は非常に大きいはず。そういうことを念頭に置いていろいろと写真をお見せしたいと思います。

これは宮崎県の延岡です。延岡の沖合にある離島の小さな島です。その女性部が島で直売をやっても誰も来ないわけです。フェリーで行かないといけない島なので、そこにはわざわざ誰も来ません。しかし、島にはいい魚があるのでこれは何とかできないかということで、地元の女性部が延岡の町のアーケード街の魚屋さんのなかに、出品コーナーを設けた例です。看板は自分の店の看板よりも女性部の看板が大きいのです。町の中の魚屋さんに島から朝フェリーで魚を運びその中のショーケースに置かせてもらっています。

奥が従来の鮮魚店のショーケースで、手前に島の女性部が送ってきた魚があります。手前はシイラで1本350円です。これは外国の行政官に言ったらびっくりしていました。1本350円は途上国でも安すぎると言っていました。シイラは外国では非常に高価な魚でトップクラスです。恐らくこんなに安いのは日本だけです。

こうやって鮮度がいいものが安くあり、お客さんはこれが目当てでこの店に来るのです。奥に行くとマグロの刺身があるからそれも買おうと相乗効果でお店の方も喜んでいて、もちろん手数料は払っています。

次に、宮崎県の川南町漁協という小さな直売所です。ここは14.9トンのマグロはえ縄、



底はえ縄の基地です。そのお店には瓦版があります。この時期はこういう魚が売りだと書いてあります。鮮魚はあまりなく、加工した総菜物が中心です。小型のマグロ船の基地ですのでマグロの内臓です。マグロの腸をボイルしたホルモンです。これはまだ味付けしていないので、これを各家庭で味付けします。こりこりとして非常においしいです。サメ肉もあります。これは決して観光客が来て喜んで食べて

いくようなものではありません。明らかに近隣の知っている人たちが買いに来るのです。

これは近くの門川漁協というところなんです。ここは小型底びき網が中心の漁協です。ここは非常に漁協施設が立派で、私は金をかけ過ぎだと思いました。漁協事業で立派なものを作ってしまうとどうしてもそのコストに追われてしまいます。よく聞いてみると補償金を使ってやったということでした。

観光地点	観光客数	観光客数	観光客数	観光客数	観光客数	観光客数	観光客数	観光客数	観光客数
仙台市	171,000	14,430	24,200	15,000	19,241	22,912	24,639	29,128	
仙台市	14,587	3,420	5,247	3,100	4,092	13,858	4,871	14,991	
仙台市	21,197	4,500	3,294	5,322	2,484	3,004	2,893	5,847	
仙台市	42,244	2,866	10,764	5,889	6,111	7,845	8,011	12,927	
仙台市	21,429	2,719	7,700	4,703	2,584	1,897	5,458	10,170	
仙台市	18,139	3,300	4,126	4,142	3,160	2,997	10,737	9,247	

ここは有名なのが伊勢エビとハモです。ハモというと京都なので京都に売り込みに行きましたが、京都の間屋さんからそんな漁だったら来ないほうがいい、地元で売ちなさいと言われて帰りました。その次は築地に行きましたが、そこでもそんな漁ならば地元で売れと言われてすごすごと帰りました。仕方なく浜料理を始めたら地元で大ヒットしました。特にお盆の時期になると皆さん帰省するので、それまではほとんど売れずに在庫がたまっていきますが、浜料理として使い始めてほぼ地元で完売するようになっていきます。

鮮魚コーナーもあります。ここは鮮魚だけではなくアンテナショップのようになっています。農産物や蜂蜜など地元にあるいろいろなおいしいものを一緒に売っています。水産物の直売所の一番困るのは、シケの時に物が無いことです。こうやって農産物と一緒になっていると、農産物は毎日入ってくるので農産物を買って帰ります。JAの直売所でもよくこの声を聞きます。JAの直売所に水産物を置いておくと非常によく売れます。JAの直売所の方に聞くと、漁協の方が店頭に来てくれると非常にいい、もっと売れるそうです。それを漁協の方に言うと、もう職員がいないから送れないと言われ、結局品物を置いているだけですけれども相当売れているので、やはり内陸でも人気があるということです。

これは少し変わり種ですが、これは日向市漁協でカツオ、マグロの基地です。実は日向市の近くに地域の観光地があり、この前を観光バスがよく通るので、日向市から地元漁協にここに直売所を出さないかと打診したのですが、漁協はそんな余裕がないと断っていました。すると、日向市が作るから指定管理で漁協に管理してくれと言って始まったものです。刺身の柵や寿司があります。レストランも併設しています。カツオやマグロの基地なのでそういうものがたくさん出ます。

これは高知県の宿毛という西の外れにある地区です。こういう直売所の1つの問題点は売り子さんをなかなか確保できないことです。本来は生産者が来て消費者と直に話をして消費者のニーズを取り入れるのが良いのですが、生産者は忙しくて来られず、かといってこういう地方で店番をしてくれる人も探せないということでNPOの方が担当してくれています。

次は14.9トンの巻き網船の船主船頭、船頭の奥さん、乗組員の奥さんから漁業者の直売です。巻き網は漁獲が多のですが、市場に任せておくだけでは面白くないというこ

とで、朝の水揚げ前に一部だけ魚を加工場に持ってきて朝から加工し始めて、昼過ぎぐらいから、派手な車で売り歩きます。

鮮魚は実はあまり持っていわずに加工品中心です。巻き網ですから獲るものはアジ、イワシ、キビナゴなどです。アジ 100%の練り物、キビナゴの天ぷらなど総菜物を主に作ってこれを車で売り歩きます。どうやって売るかという



という、午後 2 時から 3 時頃に市内の事業所、保育園や役所や病院の前に行ってスピーカーで、ヒメイチが売りにきましたとマイクで流します。そうするとそこで勤めている女性の方たちがでて来ます。この女性たちは普通は仕事が終わった後にスーパーで買い物するのですが、スーパーに行く前の客をつかまえるために事務所の前で販売するのです。

その後、今度は住宅街を回ります。高知県は非常に高齢化が進んでいるため独居老人がたくさんいるので、そういうところを巡回していきます。そうするといつも出てくるおばあちゃんが出てこないのをおかしいと思って見ると病気で寝込んでいたりします。そういう監視機能もあり非常に面白い取り組みでした。

高知県では、今では県内の人たちも自分でカツオのたたきをやる機会はありません。食べてはいるけれどもそんな機会はないのです。そこで、観光客に体験をさせます。生のカツオをおろすところから食べるまでやります。わらを燃やしますので施設の床は特殊なコンクリート造りになっています。通常は冷凍のカツオを使いますが、ここでは地元周辺の生カツオしか使わず非常にこだわりをもった作り方をしています。レストランもあり体験しなくても食べるだけでもできます。

横浜から少し南に車で 15 分ぐらいの横浜市漁協にある直売所です。ここは日曜日の午後だけですが非常に人気がありたくさんお客さんが集まります。そこが数年前に始めたのが井です。ここは穴子が有名な産地なので穴子の 1 本揚げの井が名物です。ほぼ穴子料理だけで穴子の天ぷらと煮穴子ぐらいです。始めた当初は洗う人を雇えないということで、全部容器が使い捨てでした。ただ、今は洗うものに変えています。こういう取り組みをしていました。ここは徹底的にコストをかけない方針です。施設は漁具倉庫だったものを改装しただけです。テーブルや椅子も全部見るからに中古品です。

静岡県の伊東漁協では漁協自営の食堂を持っています。市場では売れないもの流通には乗らないけれどもおいしい魚があるので、そういうものを使った食堂を開設したのです。いわゆる地魚だけの海鮮丼や天ぷらを作ったりしています。建物は、実はファミレスのデニーズだった建物です。漁協がデニーズに貸していたのですがデニーズが出てしまいました。賃貸収入が安定的に入ってくるので楽だったのですが、出ていってしまっとうかと思い、自分たちでやってみようと思ったものです。

神奈川県には朝市がたくさんあります。その中の一例ですが、神奈川県の事業で始まったもので、県の一次産業振興に取り込んだものです。JAの大型直売所を作るのには県がかなり手厚い補助金をつけています。その中に水産物売り場を設けてもらったのです。それも毎日ではなく、月2や週1で漁協が魚を運び、JAの直売所で売るという取り組みを県が支援したのです。海のJFから内陸のJAの直売所に売りに行くシステムです。

次は、全漁連が主催している全国青年・女性漁業者交流大会で大臣賞を取った事例です。今は合併して宗像漁協となっていますが、かつては鐘崎漁協でした。もともとフグはえ縄の基地でした。フグはえ縄がだんだん駄目になってきてどうしようと悩んでいたときに、地元がいい釣りアジがあり、これは地元では有名だけれども何とかできないかということでブランド化を考えました。ブランド化では関アジ、関サバのように大消費地に向かって発信していくのが通常ですが、ここはそれだけの供給量はありません。そこで地元を向きました。福岡が近く、旅館やホテルがあるのでそこと連携し、活魚化して地元におろします。ただ、釣り船の帰港時刻が旅館の忙しい時間と当たります。そこで漁師さんたちが活魚タンクをトラックに積み旅館まで行きバケツで旅館に渡しました。地元の自治体と旅館と漁業者が一体となって取り組み、釣りアジのブランド化で販売単価を上げ、旅館・ホテルのお客さんを喜ばせた事例です。

今度は加工品の例です。全国の女性部がいろいろな加工品の製造・販売に取り組んでいます。簡単に紹介します。これは水産庁の補助事業で取り組んだものです。女性加工サミットと呼んでいましたけれども、全国の女性部に自分たちの自慢の商品を持ってきませんかと呼びかけて、海洋大学の食堂で試食会兼コンテストを行いました。高知県のキビナゴ加工品や練り物、餃子、ケンサキイカの中にフカのすり身を入れたもの、魚を使ったダシ、ごまだし、佐賀市漁村女性の会のノリ製品など全国から多彩な加工品が出されました。

高知県の柏島という辺りな島の女性部はまわりにたくさんあるツワブキを商品化してつわぶきの粕漬をつくっています。自分の周りにあるものは何でも商品化しようという事例です。

さまざまな料理コンテストがありますが、懲りすぎていてそのレシピを見ても誰も作る気が起きません。もっとシンプルな食べ方があります。ただ、それにはやはり鮮度が必要



です。全国まき網漁業協会のホームページに、全国のいろいろな浜の食べ方を紹介しています。まき網ですので、アジ、サバ、イワシが主です。

長崎県のアジのすり身を使った「ちょこ焼き」、これは冠婚葬祭の時の料理だそうです。富山県のアジ、イワシ、サバをたたいてすり身状にした「ととぼち汁」。島根県のサバを醤油・酒・砂糖で煮た「いり焼き」。漁師さんの番屋の

つまみです。千葉県の「にろにろ」、サバのすき焼きです。すき焼きの肉の代わりにサバを使います。これも非常に簡単です。

富山県の氷見の「そろばん漬け」。カタクチや小ぶりのウルメイワシを骨ごとぶつ切りし、酢みそをかけて食べます。千葉県の「酢なめろう」。イワシ・アジなどをたたき、酢をうっすらとかけます。燗酒でこれを食べると非常にすっきりとして、酔いはするけど酔いが覚めるという面白い料理です。

3年前にモロッコに行ったのですが、モロッコはイスラム圏で肉食のイメージしかなかったのですが、非常にシンプルな魚料理がたくさんあります。バーに行くと必ずそのお店のカタクチのマリネが必ず出てきます。築地場外のような魚売場には、エビやシャコの丸揚げやアジとイワシの丸焼きがありました。

私は料理がもう少し身近となると良いと思います。魚が新鮮ならば「ぶつ切り料理」もできるのです。お客さんに魚を運ぶのではなく、お客さんを産地に呼ぶその力を魚は持っています。重要なのは魚の鮮度です。庄内浜の魚が山形市内に出るようになったのはもちろん喜ばしいことですが、次は庄内にたくさんの人が来てもらい、さらに浜が活性化することを期待したいと思います。どうもありがとうございました。(拍手)

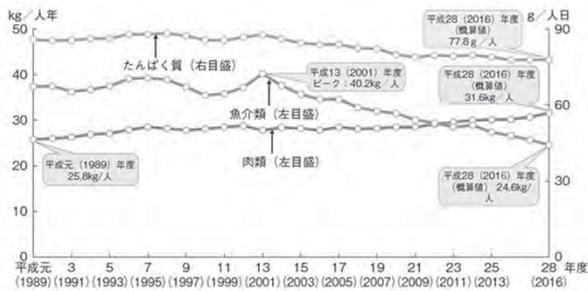


美味しい魚がつなぐ浜と消費者

馬場 治
(東京海洋大学 海洋政策文化学科)

日本の魚食の現状

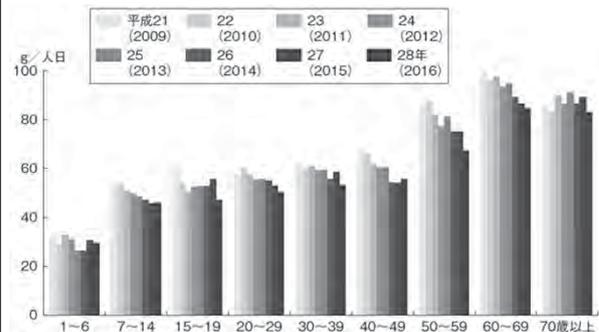
食用魚介類・肉類(純食料)とたんぱく質の1人1年当たり消費量



資料：農林水産省「食料供給表」

平成29年度水産白書より

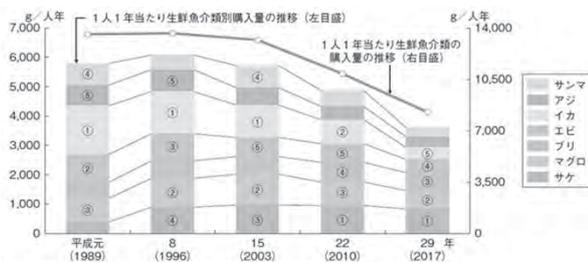
年齢階層別の1人1日当たり魚介類摂取量



資料：厚生労働省「国民健康・栄養調査」に基づき水産庁で作成

平成29年度水産白書より

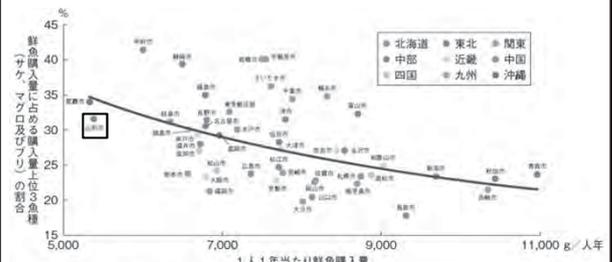
生鮮魚介類の1人1年当たり購入数量と品目別構成



資料：総務省「家計調査」(平成29 (2017) 年) に基づき水産庁で作成
注：1) 二人以上の世帯(農林漁業世帯を除く)。
2) グラフ内の数字は各年における購入量の上位5位までを示している。

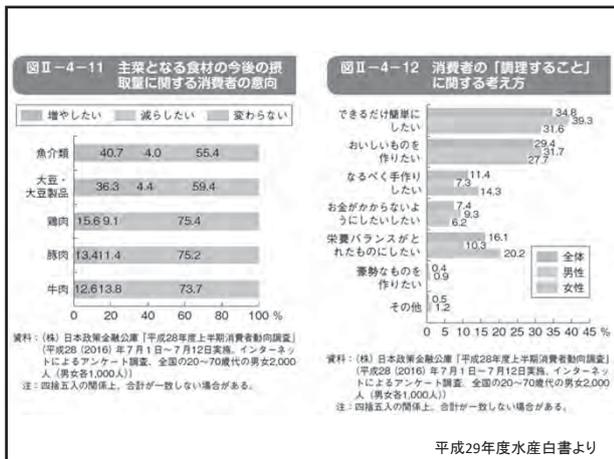
平成29年度水産白書より

県庁所在地別1人1年当たり鮮魚購入量とそれに占めるサケ・マグロ・ブリ3魚種の割合



資料：総務省「家計調査」(平成29 (2017) 年) に基づき水産庁で作成
注：二人以上の世帯。

平成29年度水産白書より



水産物消費を巡る環境変化

- 家庭における魚調理離れ(消費離れではない)
→簡便化・外食への期待
- 食の安全安心への意識
→地産地消への期待
バブル期のグルメブームを背景とする産直との違い
- 観光需要の増加
→豊かな農水産物への期待

東北地方の観光客数 (日本人・観光目的)

都道府県	①観光入込客数(千人回)				②観光消費額単価(円/人回)				③観光消費額(百万円)			
	県内		県外		県内		県外		県内		県外	
	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り
01 北海道	6,474	35,046	3,737	186	23,839	3,896	79,210	22,447	154,329	136,551	295,981	4,175
02 青森県	528	6,741	1,279	3,331	18,120	4,539	30,837	8,890	9,574	30,596	39,454	29,614
03 岩手県	983	3,786	1,633	2,105	17,791	4,161	29,288	6,318	17,493	15,753	47,826	18,300
04 宮城県	1,606	16,315	2,396	4,399	16,821	4,373	28,633	6,380	27,017	71,346	68,598	28,064
05 秋田県	403	6,705	923	3,217	14,607	3,296	23,874	5,572	5,884	22,100	22,043	17,924
06 山形県	914	6,989	1,790	8,041	20,567	3,331	29,601	6,871	18,789	23,280	52,978	55,241

注：福島県は集計中

資料：平成28年「共通基準による観光入込客統計」(観光庁)

東北地方の観光客数 (日本人・ビジネス目的)

都道府県	①観光入込客数(千人回)				②観光消費額単価(円/人回)				③観光消費額(百万円)			
	県内		県外		県内		県外		県内		県外	
	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り
01 北海道	3,571	1,152	1,898	-	16,747	4,657	27,708	-	59,807	5,367	55,367	-
02 青森県	718	185	1,453	502	16,085	2,921	30,743	5,054	11,485	541	44,682	2,538
03 岩手県	794	78	1,338	797	16,044	3,179	30,665	5,037	12,737	246	41,032	4,013
04 宮城県	1,076	302	2,572	1,256	16,044	3,412	30,904	5,051	17,266	1,031	79,490	6,347
05 秋田県	499	179	899	306	16,087	2,738	30,589	5,042	8,033	488	27,494	1,543
06 山形県	545	425	1,146	414	16,084	3,675	34,973	5,052	8,761	1,564	40,068	2,094

資料：平成28年「共通基準による観光入込客統計」(観光庁)

東北地方の観光客数 (日本人・訪日外国人)

都道府県	①観光入込客数(千人回)				②観光消費額単価(円/人回)				③観光消費額(百万円)			
	観光目的		ビジネス目的		観光目的		ビジネス目的		観光目的		ビジネス目的	
	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り
01 北海道	2,135	-	95	-	133,853	-	68,163	-	285,780	-	6,466	-
02 青森県	101	1	44	-	31,819	12,063	40,929	-	3,219	7	1,787	-
03 岩手県	73	43	28	-	33,872	12,035	40,165	-	2,482	523	1,117	-
04 宮城県	68	6	71	-	32,488	9,952	41,873	-	2,210	57	2,981	-
05 秋田県	48	-	17	-	36,779	-	40,113	-	1,775	-	673	-
06 山形県	43	-	14	-	34,370	-	41,590	-	1,484	-	572	-

資料：平成28年「共通基準による観光入込客統計」(観光庁)

東北地方の観光地点数、行祭事・イベント数

都道府県	観光地点	観光目的						行祭事・イベント
		自然	歴史・文化	温泉・健康	スポーツ・レクリエーション	都市型観光	その他	
01 北海道	856	110	149	145	263	77	112	320
02 青森県	298	42	61	46	71	52	26	133
03 岩手県	281	37	62	76	55	27	24	133
04 宮城県	301	36	80	36	65	53	31	125
05 秋田県	405	30	52	63	68	20	30	142
06 山形県	296	39	76	47	69	31	34	92

資料：平成28年「共通基準による観光入込客統計」(観光庁)

東北地方の観光地点・行祭事・イベント別 観光入込客数

都道府県	観光地点	観光入込客数						行祭事・イベント
		自然	歴史・文化	温泉・健康	スポーツ・レクリエーション	都市型観光	その他	
01 北海道	121,604	14,629	24,295	15,987	19,241	22,912	24,539	25,128
02 青森県	34,587	3,420	5,347	3,198	4,092	13,858	4,671	14,897
03 岩手県	21,197	4,040	3,254	5,522	2,484	3,004	2,893	5,842
04 宮城県	42,564	3,966	10,764	5,868	6,111	7,845	8,011	13,927
05 秋田県	21,425	3,374	2,799	4,703	3,594	1,497	5,458	10,170
07 山形県	39,815	3,205	8,335	8,746	5,195	3,997	10,337	9,007

資料：平成28年「共通基準による観光入込客統計」(観光庁)

観光需要と漁業生産

- 優位性(漁業側から見た)
 - 旺盛な業務需要…宿泊施設、外食、土産物屋など
 - 多様なニーズ…高級品、珍味、イベント性など
 - 観光を通じた生産と消費の接点の創出
- 問題点
 - 低価格志向
 - 大量注文、安定供給への対応など
 - 消費者ニーズへの的確な対応

市場流通の現状

- 産地市場
 - 漁業者の減少・高齢化、漁獲量の減少
 - 小ロット化、産地市場経営の困難化
 - 産地出荷業者の弱体化
 - ⇒市場流通の機能不全(広域流通困難)
 - 消費地市場
 - 小売(量販店)主導による市場流通支配
 - 場外流通拡大(市場経由率低下)
 - ⇒消費の規格化
- ⇒生産と消費のミスマッチ

新たな漁業像

- 獲って市場に出荷するだけの漁業には限界
- 地場産業としての漁業像の構築
 - 漁獲、販売、情報発信など、それぞれの分野でのプロの力の結集によって地場産業育成
- 地域資源、地域の人材の活用による地域活性化…みんなが楽しめる地域活性化

沿岸で魚をとること、売ることの意義

- 高鮮度魚介類の供給
- 低コスト・低エネルギー生産
- 沿岸資源の有効活用
- 就労機会の提供
- 定住促進
- 地域社会の保全
- 地域からの情報発信

産地の新たな販売への取り組み事例

…日常の消費を顧客に

島浦漁協女性部アンテナショップ(延岡市)



アンテナショップ店内
～既存鮮魚店の協力～



販売品例



川南町漁協直売所(宮崎)



直売所掲示板



川南町漁協直売所店内



川南町漁協直売所販売品例



門川漁協(宮崎)直売所・レストラン



門川金鱧、伊勢エビ



鮮魚販売



刺身・農産物・加工品



日向市漁協直売施設(宮崎)



鮮魚・惣菜販売



レストラン



宿毛市内のNPO直売所(高知)



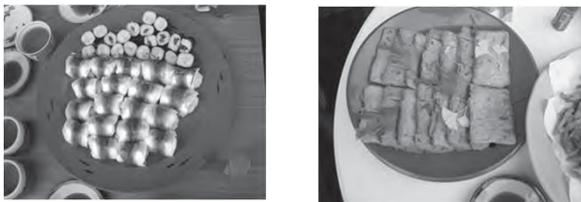
宿毛の漁業者家族の惣菜販売



移動販売車

加工施設

惣菜各種



寿司

じゃこ天



キビナゴ天ぷら

土佐佐賀黒潮一番館(高知県) ～カツオ薫焼きタタキ体験～



体験スペース



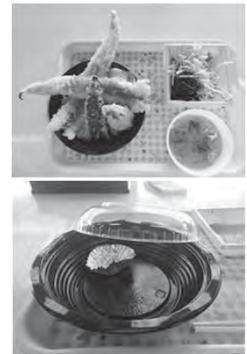
食事メニュー例



横浜市漁協柴支所直販施設



横浜市漁協柴支所食堂 「小柴のどんぶり屋」



いとう漁協(静岡県)直営レストラン



定置の雑物の有効利用



神奈川県内直売所・朝市



(神奈川県資料)

水産物直販支援推進事業
大型直売センターでの鮮魚販売支援

- 朝ドレファーム ← 真鶴町漁協
真鶴町漁協事業、月2回
定置網
- 秦野じばさんず ← 平塚市漁協
漁連事業、週1回
定置網、釣り物等
- 川崎黒川・セレスアモス ← 柴支所
漁連事業、週2回(火・金)
底曳網、その他
- 丸魚中心の販売
売り子不足
魚の選択(大漁で値下がりのものなど)

大型直売センターでの鮮魚販売



(神奈川県水産課資料)

宗像漁協(鐘崎本所)の釣りアジ「玄ちゃん」
鐘崎特産釣りアジ「玄ちゃん」～地元産アジのブランド化と町おこし～

- ふぐ延縄漁の衰退に直面し、「いつまでも漁師一人一人がばらばらでやっていたらいけない。生き残っていくためには皆で協力しあひ一枚岩になる必要がある。」
- 関アジに引けをとらない鐘崎近海の瀬付きアジをどうにかできないか。→ブランド化
- 活魚出荷先として地元近辺の旅館・ホテルに働きかけ。
- 釣りアジ船団、旅館組合、町が一体(企画委員会)となり地域おこしの一環として鐘崎産アジを売り出す。
- 鐘崎には活魚水槽がない。漁船の帰港時刻が旅館の忙しい時間帯と重なる。
↓
- 漁業者がポリ容器で船の生簀からトラックに積んだ水槽に移し、旅館まで運ぶ(バケツリレー方式)

宗像漁協(鐘崎本所)の釣りアジ「玄ちゃん」

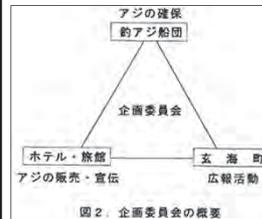


図2: 企画委員会の概要

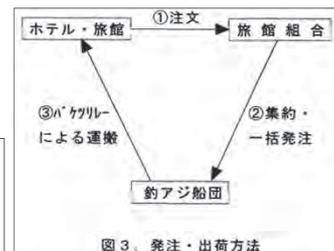


図3: 発注・出荷方法

2000年全国青年・女性漁業者交流大会資料より(漁業経営改善部門 農水大臣賞受賞)

漁村発信の水産物加工品

漁村における水産物加工の抱える課題

- 販路確保
- 生産能力の限界
- 後継者確保
- 加工施設・機器整備
- 衛生管理、品質管理
- 商品開発、パッケージング
- 事業資金

漁村女性部による水産物加工の事例

財団法人 魚価安定基金主催「全国漁村女性加工サ
ミット」(水産庁補助事業)より

漁村女性加工サミット試食会



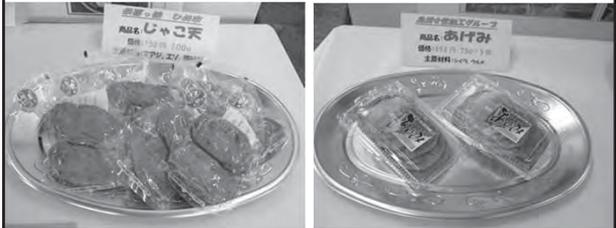
キビナゴ加工品



柏島加工グループ
(高知)

島浦女性加工グループ
(宮崎)

練り製品



栄喜っ娘 ひめ市
(高知)

島浦女性加工グループ
(宮崎)

練り製品



柏島加工グループ
(高知)

美濃崎水産加工グループ
(大分)

練り製品



満天クラブ
(高知)

小部漁協レディースチーム
(愛媛)

練り物系



「イカフカ尽くし」ケンサキイカにフカのすり身詰め

栄喜っ娘 ひめ市 (高知)

魚だし系



めばる (大分)



美濃崎水産加工グループ (大分)

海苔の付加価値化



佐賀市漁村女性の会 (佐賀)

低利用魚の活用



栄喜っ娘 ひめ市 (高知)



輪島崎女性部 (石川)

低利用魚の活用

ノロゲンゲの唐揚げ



輪島崎女性部 (石川)



輪島崎女性部 (石川)

低利用魚の活用

とんび貝(シオフキ)のしぐれ煮



香良洲漁協女性部 (三重)

地場産品活用



輪島崎女性部
(石川)

地場産品活用



柏島加工グループ
(高知)

地域に自生する
ツワブキの有効
活用

魅力的な浜の食べ方

～生産者が家庭で作る～
～魚料理をもっと手軽に～

浜の食べ方

(一社 全国まき網漁業協会HPより)



ちよこ(ちよく)焼き:長崎県(アジ)



ととぼち汁:富山県(アジ、イワシ、サバ他)



いり(炒り)焼き:島根県(サバ)



にろにろ(煮ろ煮ろ):千葉県(サバ)



そろばん漬け:富山県(カサチイワシ、ウルメイワシ)



酢なめろう(たたきなます):千葉県
(イワシ、アジ、ヒラメ、ネウボウ他)

モロッコの魚食



リレートーク 1

山形県漁業直営「庄内海丸」と県内流通促進

阿部勝樹

(山形県漁業協同組合由良総括支所長
兼産直加工特別アドバイザー)



ただ今紹介にあずかりました山形県漁協の阿部と申します。私からは山形県漁業直営「庄内海丸」と県内流通促進についての取り組みをご紹介します。私たちが漁業を営む庄内浜は海岸線が約 135 キロで、全国で 2 番目に海岸線が短い地形ですが沿岸には 15 もの漁港があり、市場には天然のおいしい魚が約 130 魚種も水揚げされています。庄内地区は山形県の北西部に位置しており、同じ山形県の内陸部とは出羽山脈で隔てられ、直線距離で約 100 キロも離れています。そのため昔から同じ県内でありながら、物流と交通アクセスが発展していきませんでした。そのことから庄内魚は庄内で消費する分を除き、日本海側の物流ルートに乗り大半が県外に出荷されていました。

一方、内陸部は山岳地に囲まれた盆地といった地理的要件も影響し、庄内地区とは異なる食文化が発達してきました。例えば山形県の郷土料理で知られている芋煮ですが、内陸では牛肉のしょうゆ味、庄内では豚肉のみそ味です。正月の雑煮に入れる餅の形も丸餅と角餅といった大きな違いがあります。このように物流と食文化との違いから、内陸では水産物の多くは塩干物、練り物など加工品が多く流通しており、鮮魚では太平洋側のカツオやサンマなど赤身の魚が多く食卓に上る状況にあります。

そこで私たちは、地元で取れた地魚を内陸に住む人たちにもっと食べてもらおうと地産地消を考えました。漁業者が水揚げした魚を漁協が入手し、漁協が自ら売参権を持ち市場で買い付けをします。その後、漁協の水産加工所に集荷し鮮魚と加工品を新鮮なうちに内陸へ届けます。消費者の食卓に上げるため、認知度と消費量を上げるため 100 キロ離れた山形市内生協店舗内に直売所を設置することを決めました。100 キロは大変遠いです。私も去年、おととしと半年以上通いましたが、片道 2 時間半かかります。

漁協直営店「庄内海丸」は生協さんから絶大なご協力をいただきました。もともとあったコープしろにし店の店舗内のインショップとして開店することができました。オープンショーケースが 2 本あり、4 名のスタッフで毎日営業しています。小さい店ですが工夫をこらした販売方法でお客さまより好評をいただいています。

「庄内海丸」の販売方法をご紹介します。

海丸の一番の特徴は未利用魚と低利用魚の販売です。浜の人でなければ見たことも食べたこともないキツネダラ、ハナタラシ、カメノテなど市場にあまり出回らない珍しい魚を販売しています。こういった未利用魚と低利用魚の売上は売上代の約 1 割を占めます。キ

ツネダラは少し見てくれの悪い魚ですが、このキツネダラを売り出して大変好評となり、昨年度は売上単品で第6位にまでなっています。金額で40万円ぐらい年間に売れています。

さらに、商品は庄内浜の水産物以外は置かないこと、1年を通して庄内浜の水産物のみで営業をしています。これは以外と大変です。年間4日ぐらいは商品が空になることがあります。基本的には前日の夕方に水揚げされた新鮮な鮮魚を丸のまま店頭で並べて販売します。そこで昔ながらの鮮魚店のようにお客さまが選んだ丸魚を刺身や三枚おろしなど、好みの状態にさばく無料調理サービスが大変好評をいただいています。

取れたて、できたて、新鮮さが売りです。鮮魚はもちろんのこと、仕入れにより生きたヒラメやカニ、サザエなどの活魚も提供しています。元気に動く生きた魚には家族連れの子供たちも興味津々で水族館に来たように楽しんでくれます。また、店内において低温でじっくりと熟成させ乾燥させた出来立て干物も庄内海丸の定番商品となっています。また、平台1ケース分をコーナーとして、漁業者の賄いにしかなかった小魚を加工し総菜にした浜のかあちゃんの、「んめものおかず」を出品します。「んめもの」は人気商品で、その商品は漁師の奥方によって作られます。総菜を手取るお客さんは、何々さんの総菜は味が良くておいしいと名前を選んで購入していく方も多くいます。

材料はカナガシラやカスベ、サクタロウといった未利用魚を利用して総菜にします。和洋中の味付けを変えた本格的なものから家庭的なものなどさまざまなラインナップを持ち、浜のかあちゃんそれぞれのファンがついています。もともと二束三文にしかならなかったサイズのそろわない魚を浜で食べるように総菜に作り替えたものです。付加価値を加えることで今までになかった利益を生み出している「海丸」にしかない取り組みだと思っています。

一番のポイントは、漁協スタッフによる対面販売です。うちの事業は結構売上が順調なのは2名の販売員の力が大変大きいです。一人はフォローで入ってくれる1週間に2回ぐらいの方です。この方はもともと庄内浜の魚に取り組んで、内陸のほうで料理教室を開いていた方で庄内浜の魚に詳しい人です。1週間のメインは内陸の現地採用ですが、最初に面接をしたときに「自分の子供たちが大きくなったら私は飛島に行って海女になる」と言うほど庄内浜に大変興味を持っている方です。



この方たちは、お客さまと販売スタッフ、生産者の3者の顔が見える関係性を作るために徹底した庄内流の販売を意識してやっています。

1つ目は庄内浜の魚の旬です。庄内浜のおいしい食べ方の情報を紹介しながら販売しています。魚汁に何を入れるのか聞かれると、庄内

では何も入れないという説明をします。また、煮付けの味付けなどでは庄内ならではの調理方法をお伝えしています。

2 つ目は庄内浜で水揚げされてから販売するまでの魚が持つストーリーを説明しています。庄内おぼこサワラなどは、漁業者がどれだけの手間と思いが詰まっているかを紹介しながら商品をお勧めしています。

3 つ目は試食を勧め、お客さまに納得いただいてから販売することを心掛けています。お客さまのアンケートでは、知らない魚を購入しない理由は食べたことがないからが一番です。そのためなじみのない魚をできるだけ試食で提供し、味を確かめさせてからお勧めしています。

4 つ目はこうした丁寧な販売を行うことでお客さま、販売員、生産者の顔の見える関係をつくり、見たことも食べたこともない魚貝類を繰り返しで買ってもらえるようになってきました。また、SNS による情報発信。これはうちの販売員が作業の合間に Facebook や LINE で入荷状況をアップしています。SNS を見てくださった方からたくさんのコメントや「いいね」を頂き、食べ方の質問を受けたり、多くの方が興味を持ってくださっていることが分かります。海丸を仕入先とされている飲食店や一般の消費者の中には、LINE でその日の入荷情報を見て来店される方がいます。情報発信がいかに大切か認識しています。

食育による魚食普及です。「庄内海丸」では自然に食育を教える場となっています。見たことのない魚を見て名前と形を覚え、自分が食べるものを吟味し、選び、自らおろして食べる。海丸の常連さんであるこの兄弟は今まさに食育の真っ最中です。この子がしょっちゅう来る子です。店では「お魚くんジュニア」と言っています。ものすごくマニアックなことを聞いてくるので、私ども販売員もいろいろと勉強しないと答えが見つけれないこともあり後から返事をしています。

この子は毎日のように来店します。2 歳の男の子ですが、毎日来店しないと気が済まないようで、店の前を車で通り過ぎようとする車の中で泣くそうなので引き返して店に来るといのが毎日続いているそうです。「海丸」オープン以来1歳の頃から来ていて、今ではショーケースの前に来て丸魚を見てニコニコと喜んでいます。アオイ君というのですが、そのお母さんからアオイ君が自宅で紙で作ったタイの姿造りをスタッフにプレゼントされたことがあります。うちのスタッフがその姿造りに1万円の値札を付けて店に飾ったらアオイ君は満足そうに帰っていきました。このようなエピソードもあり、売り場をすごく和やかにしてくれる「海丸」のコアなファンもいます。

季節ごとのイベントの開催もします。売り場において常に同じやり方をしているとお客さまが飽きてしまうため、「海丸」では季節ごとに旬の水産物をテーマにしたフェアを開催しています。冬の郷土料理タラのどんがら汁や紅エビ汁の振る舞い、オープン記念のイベ



ントとしてお客さま参加の模擬競りなどを実施して好評を得ました。ただ単に売るだけでなく、お客さまに参加してもらおう工夫をし、店自体を常に新鮮に保つことを心掛けています。

最後になりますが、漁協直営「庄内海丸」をオープンして学び感じたことは、内陸でも私たちが思っている以上に多くの庄内浜の魚ファンがいてニーズがあることを知りました。また、お客さまから直接ニーズを聞くことによりお客さま目線の販売方法を組合業務に反映することで庄内浜水産物の消費拡大と漁業者の職務向上のため、漁協でなければできないさらなる取り組みをしていきたいと思えます。ご静聴ありがとうございました。(拍手)





3 浜の母ちゃんのおかず



①市場に出荷できない低価格魚、低利用魚等を使い、漁師のお母さん達が一般家庭向けのお惣菜を作り、庄内浜の身近な味を「浜の母ちゃんお惣菜」として販売。

②作り手の顔が見える加工品販売。

私が作ってます。



～商品ラインナップ～

- ・カナガシラのフライ
- ・フライドカスベ
- ・サクタロウの南蛮唐揚げ
- ・甲イカ(子)の柔らか煮
- ・ズワイガニの出汁巻き卵
- ・紅エビのビスク

Etc.

4 漁協スタッフの対面販売

① 専属の販売員による「庄内浜魚の旬」や「庄内浜でのおいしい食べ方」などの情報を紹介しながら販売する。

② 庄内浜で水揚げされてから販売されるまでの「魚が持つストーリー」の説明。



③ 試食をお勧めし、お客様に納得いただいたから販売する。

④ お客様と販売員、生産者が「顔の見える関係」を構築。

5 SNSによる情報発信

- ① 一般消費者に向けた庄内海丸の入荷情報の配信。
- ② 「やまがた庄内浜の魚応援店」に向けた庄内浜の水揚げ情報の配信。
- ③ 食べ方や、取扱いに関する消費者からの問い合わせへの対応。



6 食育による魚食普及

① 店頭の魚を使って「お魚クイズ」美味しさだけでなく魚の知識も。

② 「庄内海丸」常連の男の子は自宅キッチンで鮮魚を捌く腕前。

③ 今日の食卓に上る食材を見て、触れて感じる買い物体験。



7 季節ごとのイベント・フェアの開催

- ① 開店記念、一周年記念のイベントでお客様参加の模擬セリを開催。
- ② 庄内を代表する冬の郷土料理「寒鰯汁」やブランド魚種「紅エビ汁」の振舞い。
- ③ 季節ごとに旬の水産物にテーマを絞ったフェアを開催。



リレートーク 2

生産者が挑む船上活締め・神経抜きサワラの出荷戦略

本間和憲

(庄内おぼこサワラブランド推進協議会会長)



こんにちは。鶴岡市の温海地区ではえ縄漁師をしている本間です。船の名前は千修丸です。庄内おぼこサワラブランド推進協議会の会長をしています。今日はよろしくお願ひします。

私たちの活動を紹介する前に山形県が抱えている問題についてお話ししたいと思います。最近魚価が安い上に操業コストが増加し漁業者の生活は苦しくなる一方です。実際に廃業に追い込まれる漁業者も出てきており状況はかなり深刻です。何とか魚の評価向上につなげたいと活締め、神経抜き、冷水器の設置など鮮度保持の努力をしてきました。しかし、その努力に見合った評価を地元ではなかなか得ることができず、いろいろと工夫しても何も工夫しなかった魚と同じ値段ではとても努力する気力さえなくなってしまうような状況でした。

そのような中で、近年、山形県ではサワラの水揚げが増えてきています。平成17年前までは珍しい魚でしたが、平成17年頃から水揚げ量が増加し平成19年には120トンも水揚げされました。回遊魚なのでその年によって若干ばらつきはありますが、平成27年、28年には140トンを超える水揚げになっています。サワラは魚偏に「春」と書きます。瀬戸内海のほうでは春の魚ですが、山形県では今が最盛期で、9月から12月の間に多く水揚げされます。

このサワラに目を付けたのが私たち協議会の初代会長である鈴木重作さんです。重作さんをご存じの方もおられると思いますが、ただの酔っ払いオヤジではありません。やる時はやるオヤジです。このサワラは山形県の漁業再生の光になると確信した初代の鈴木会長は、長年の研究により築きあげた高度な鮮度管理技術を私たち仲間に公開し、このサワラを県のトップブランドにするために志を同じくするえ縄漁師13名とグループを立ち上げました。

こうして平成22年に庄内おぼこサワラブランド推進協議会が設立され、途中で会員の増減もありましたが現在13名で活動しています。この会の目的はおぼこサワラを通して山形県の新たな漁業モデルを作ることです。このサワラをトップブランドにするためにまず大前提となるのが、市場が良い魚は良いと適正な価格で評価してくれることです。これまでいくら努力をして良いものを地場に出荷し続けても、残念ながらその努力は報われませんでした。地元で評価してもらえないならば、良いものは良いと評価してくれる中央市

場に出荷し、中央からこのおぼこサワラに火を付けようと決断し、初代会長が長年の努力で信頼関係を築き上げた東京の築地魚市場株式会社へ出荷することになりました。現在はご存じのとおり豊洲になっています。

次に大事になるのが徹底的に高品質を維持することです。おぼこサワラというブランドを作るからには漁業者によりその品質にばらつきがあってはとてブランドとは言えません。そのため初代会長が編み出した技術をマニュアル化し、メンバーが確実に守ることで高品質を維持しています。さらにサワラー本一本に船名、名前、タグを取り付け、箱にはシールを貼ることでメンバの一人一人が自分の魚に誇りと責任を持つようにしています。1人でもクレームがつくような悪い状態でおぼこサワラを作れば会全体のイメージが損なわれるので、本人には内緒で抜き打ちチェックや技術の研修会を現在も行っていきます。

私たちは魚を取るのではなく魚を作るという意識で常に操業しています。はえ縄で釣り上げたサワラはマニュアルに沿って生きの良い状態のものだけを選び、即座に絞めて神経抜きをし、保全温度にも細心の注意を払って出荷しています。この技術をまねする人が出たとしても、私たちと同じサワラは絶対に作れないという自信はあります。それぐらい自分たちは良いものを作っていると思っています。

一般的にサワラといえば鮮度落ちが早い魚で、西京焼きなどの加工品が有名です。一方、おぼこサワラの一番の特徴は鮮度持ちが格段にいいことです。このおいしさを味わってもらうには刺身や炙り、しゃぶしゃぶなどやはり生で食べてもらうことをお勧めします。私たち漁師の感覚ではおぼこサワラは何も手当てをしなかったサワラよりも断然鮮度持ちが良いというのは分かっていました。サワラを生で食べる習慣がなく、首都圏に売り込むに当たりそれを誰でも納得できるようにデータで示す必要がありました。そこで山形県の水産試験場において鮮度の試験をしたところ驚くべきことが分かりました。

このグラフは鮮度を表す指標の1つであるK値を測定した結果です。K値が20%までは刺身で食べられる高鮮度、20から40%だと煮たり焼いたりするのに適する鮮度、40から60%は加工原料に回される鮮度、60%以上になると食べるのには適さないことを表しています。白いグラフが水揚げしてから何もしなかった普通のサワラです。一方、赤のグラフがおぼこサワラの鮮度変化を表しています。このグラフのとおり普通のサワラが水揚げから2日で刺身に適さなくなるのに対し、おぼこサワラは1週間も刺身で食べられる鮮度を維持することが分かっています。



この刺身で食べられる高鮮度を1週間も維持するということが、これまでになかった熟成が可能になりました。おぼこサワラは水揚げ後1週間その味がどんどん変化しうま味が増していきます。私たちは今までの取れたて新鮮だからおいしいという刺身のイメージを一新する熟成という新たな価値観を提案していきます。熟成したサワ

ラは今まで食べたことのないような味だったことを鮮明に覚えています。これは食べた人に本当に感動を与えられる魚だと思っています。

私たちの取り組みは地元でも表れています。おぼこサワラをブランド化した平成 22 年より前とその後での地場のサワラの浜値を比べてみると、ブランド化前は平均でキロ単価 634 円だったのに対し、ブランド化後は 927 円

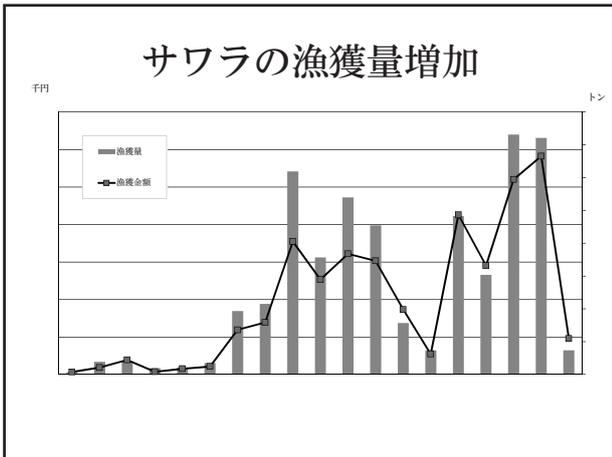
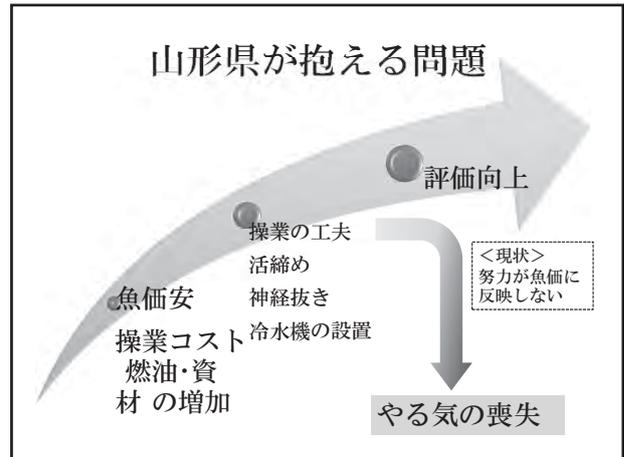
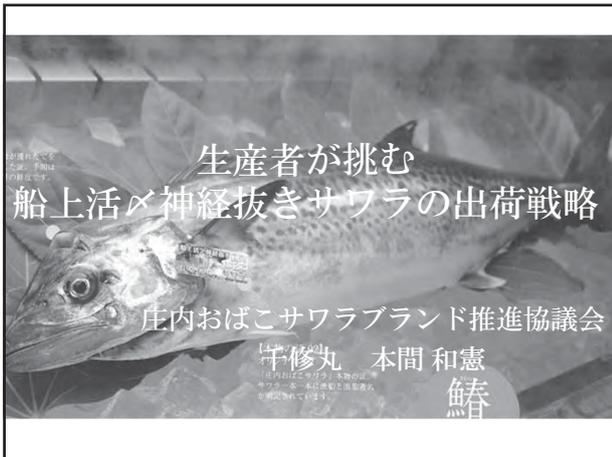


と 293 円も単価が上がっています。私たちが狙っていたとおり築地市場で火が付いたおぼこサワラは地場のサワラの値段も押し上げるという波及効果を生み出しています。築地で火を付けるまで地元へは出荷しないという当初の戦略を貫き、最初の 3 年間は築地にのみ出荷しました。地元でも愛される本物のブランドにするため、平成 25 年からは地元でも試験的に販売を開始しています。地元での販売に当たっては私たち漁業者自らが自分の魚に値段を付けたいと考えていました。そこで県内の販売については地元の市場には出さず、漁協を窓口として試験的にキロ単価 1,800 円として、平成 29 年まではロー単価で販売していましたが、十分に通用する手応えを感じたため、今年度からはキロ単価 2,000 円でお荷しています。

また、私たちが直接県内の温泉旅館の料理人の方々に PR して売り込む取り組みも行っています。そして平成 29 年からは県、沿岸市町村、仲買人組合などから組織される庄内浜ブランド創出協議会が立ち上がり、その中のサワラ部会として私たちおぼこサワラの協議会も参加しています。サワラ部会の活動の一つとして、庄内地域の飲食店で庄内おぼこサワラキャンペーンなどを行い、地元でも広くおいしさが認められるようになってきています。そのような活動の結果、県内での認知度も徐々に高まりつつあります。今後、地元の出荷量を増やしていければ豊洲出荷に伴う運賃、販売手数料など経費の削減にもつながると思っています。県内での販売体制がこれからの課題です。

私たちは今後これまでのような人任せの販売ではなく、自分の魚をアピールしながら価格の目標設定をして、それに見合った良い魚を作っていきたいと思っています。私たちは季節によりいろいろな魚を漁獲していますが、おぼこサワラの取り組みで養った技術と向上心は他の魚の取り扱いにも反映しています。とても大きな波及効果を生んでいると思っています。今後は他の魚にもブランド化の取り組みを広げていき、第二、第三のおぼこサワラを生み出していきたいと考えています。庄内おぼこサワラが私たちにくれたチャンスを生かし今後の山形県の漁業のために頑張っていきたいと思っています。

去年の今頃、加茂水産高校の生徒たちが私たちのえ縄漁船に乗って研修をしました。このような若い人たちがどんどん漁業をやっているような取り組みを今後もしていきたいと思っています。今日はありがとうございました。(拍手)



庄内おぼこサワラの誕生

このサワラは山形県の漁業再生の光となる！！

- ・鮮度保持の技術
- ・自ら開拓した築地への販路

↓

- ・志を同じくする仲間に公開。
- ・グループを作って山形県を代表するブランドを作ろう！

庄内おぼこサワラブランド推進協議会の設立

- ・平成 年月 日設立
- ・会員：はえ縄漁業者 13名

目的

庄内おぼこサワラを通して、ただ獲るだけの漁業から脱却し、漁業者自らが漁獲物に付加価値を付けて商品を提案する、山形県の新たな漁業モデルを作る！

トップブランドにするために

- ・「いいものはいい」という適正な評価

➔ 「(株)築地魚市場」への出荷

トップブランドにするために

- 徹底的に高品質を維持
 - ➔ 技術マニュアルの作成
 - ➔ 船名と名前入りのタグ・シールの作成
- 自分の魚に「誇り」と「責任」を持つ



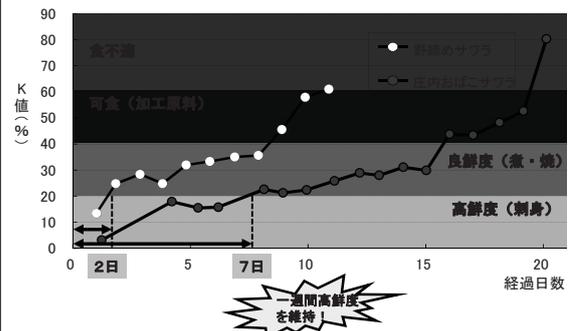
操業における意識の改革 「獲る」のではなく「作る」



庄内おぼこサワラの魅力



驚きの鮮度保持日数

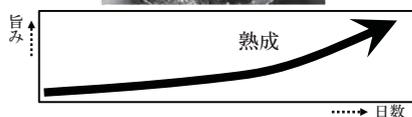


食べ方の提案

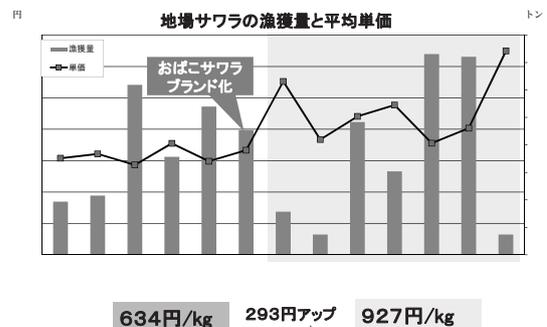
- 長距離出荷にも有利
- 漁獲からの日数が経つにつれ旨みが増加
- 新たな刺身の価値観「熟成」の提案



庄内おぼこサワラの炙り



地元への波及効果



地元での販売

漁業者自らが自分の商品に値段を付ける

地元試験販売開始時 1,800円/kg $\xrightarrow{200\text{円アップ}}$ 現在(H30～) 2,000円/kg



私たちの描く未来



リレートーク 3

庄内浜文化伝道師が拓く食

石塚 亮

(庄内浜文化伝道師協会会長)



よろしくお願ひします。なかなか「庄内 浜文化伝道師」ときちんと呼んでもらえず、役所の方にも「庄内浜 文化伝道師」というふうに呼ばれています。庄内と浜文化の間に「・」が付いたほうが良い名称です。

私たちは浜の海女たち、いわゆる行商のおばちゃんたちの跡を継ぐべき者として誕生しました。このエプロンで何年生かが分かるようになっています。今や認定者は200人を超え、もう300人近いです。今は更新制を取っていますが、その更新制をクリアしているのは半分ぐらいですが、やる気のある人ばかりです。私は基本的に魚が分母であればどんな切り口の活動でもオーケーだと思っています。これが認定試験の様子です。これはタイを使っています。これは渡部孝太郎さんですが、渡部さんと近くで魚をさばいて刺身を作り、もう1品その魚を使って料理したものに点数を付けています。浜文化伝道師でありながら魚をおろせないのはまずいということで魚をおろしています。

私は4年ぐらい続けて三女の保育園へアンコウ汁を作りに行っています。アンコウのちょうちんはここで、アンコウはこのちょうちんで小魚を集め大きな口でパクっと食べるのだとか、アンコウは泳ぐのが苦手であり動きのない魚だから心臓が小さいということをお教えながらやっています。

子供たちと話をしながら魚の説明や、魚の生態の話をしています。このように料理を見せていきます。伝道師仲間がお互いに手伝いをしながら子供たちの前でいろいろなさばきをしています。これはサケを子供たちが包丁をもってさばいています。包丁を持つところまではなかなかできないのですが、子ども達の手を取りながら教えています。包丁の使い方がうんぬんとか包丁が危ないとかではなく、包丁はどうすれば安全なのかということをお話していると思います。

浜文化伝道師は物流ではなく人とのつながりを大事にしていきたいと思っています。子供からお年寄りまでの年代層が参加します。内臓などは気持ち悪いというだけで子供たちは見過ごしていましたが、きちんとどんな役割をするのか分かっていると魚を見る側も教える側も張り合いがあるぐらい真剣になります。

特に保育園の人たちには反応が良いようです。魚というものはどういうものをまだ知らないことも大事ですが、嫌な臭いとかマイナスの部分をまだ知らないということもあります。どんなものを食べるかとか魚の生態を教えています。子ども達は、魚は触って

みるとぬるぬるするねとか、最初は気持ち悪いと言いながらだんだん興味を持ち、口の中に手を入れたりなでたり、そうやって魚に親しんでいきます。

子供がこういう料理教室でおいしい魚を食べ、親に今日はおいしい魚を食べたということを伝えると、親は子供が言うならばやってみようかとなります。アンコウのつるし切りなどもやります。今、アンコウのつるし切りは



なかなかやらなくなりました。しかし、文化の中ではきちんとアンコウのつるし切りということで位置付けられています。先ほどの話にもあったように、その土地の文化、その浜の文化も私たちはそれを伝える役目としていますが、文化というのはなかなか時間のかかることです。サワラもいずれはこの土地の文化になっていくのだらうと思います。

東北の震災のときには石巻や女川に炊き出しにも行きました。3月30日ぐらいだったと思います。私はそのときに800人分の炊き出しをしました。水族館の須田さんと私とで二手に分け、向こうはハタハタ、こちらはすり身を使った鍋でした。女川では漁師さんたちが取った魚を私たち浜文化伝道師が料理をして、女川の漁師たちが被災した宿に私たちが魚を持っていきました。総勢90人ぐらいいました。その人たちが帰り際にみんなで見送ってくれました。いろいろな子供たちの頑張ってくださいというメッセージもこちらから持っていき渡した記憶があります。

レベルアップ講座もやっています。マイスターが浜文化伝道師に自分の技術を教える講座です。伝道師の仲間内で研さんしていこうということで、行っています。

私たちは今のところ行政のイベント中心の活動になっていますが、本来は一人一人が何をすべきかを考えていく必要があるかと思います。中には一生懸命考えている人もいます。庄内浜の寒タラ祭では、一生懸命タラ汁を売りますが、タラ汁は決して見たくれのいい鍋ではありません。タラ汁にもストーリー性があるのでその文化の話をしていくべきだと思っています。山形の人や庄内の人、地域では鶴岡と酒田などいろいろな場所でタラ汁にもいろいろな食べ方があります。そのいろいろな食べ方も浜文化伝道師各人が説明していきます。

タラの解体ですが魚体が大きくなると家庭ではおろしにくくなり魚屋さんをお願いすることになります。それが板前さんたちの仕事になるのです。タラは何も冬だけがおいしいのではなくて身を食べるのであれば春から夏がおいしい季節であるということも教えています。

浜文化伝道師が増えていくということで、魚に関心を持つ人たちが増え、魚にはいろいろな食べ方があることを一人一人の切り口で伝えていくことにつながります。これが私たちの仕事です。魚は海で魚を獲る人、漁協でさばく人、販売の人を経て一般消費者と私た

ち料理人に渡ります。それぞれのルートをつなぐ役目が私たちの仕事だと思います。

私もサワラのブランド化には大賛成です。ぜひブランド化をしてもらい2割でも3割でも魚の価値を上げることで、地元の人たちが1割でも安く食べられるようになってほしいのです。私たちは浜文化伝道師として、浜から水揚げされたものをどのように食べるかということを皆に伝えていきたいと思います。ご静聴ありがとうございました。(拍手)



「庄内浜文化伝道師が 拓く食」

庄内浜文化伝道師協会
会長 石塚 亮

庄内浜文化伝道師 認定証授与式



庄内浜文化伝道師 認定実技試験



庄内浜文化伝道師講座



被災地への炊き出し



レベルアップ講座



全国豊かな海づくり大会 ～やまがた～



庄内浜寒鱈まつり
in 山形



イベントでの
魚料理振る舞い



新しい伝道師の仲間たち



リレートーク 4

やまがた庄内浜の魚応援店と消費拡大

石川豊明

(株式会社 T・S Company 取締役副社長)



皆さん、こんにちは。株式会社 T・S Company の石川です。よろしく申し上げます。(拍手) まず弊社のご案内をさせていただきます。弊社は平成 22 年に法人化して本年度で 8 期目になります。現在は山形市、天童市、鶴岡市内でグループ 5 店舗プラス 1 事業を展開しています。社長は 30 代と若く県内の飲食業の活性化、にぎやか創造のために努力しています。

庄内浜の魚応援店への加入の経緯です。1 番目ですが、飲食店として天童温泉街、山形駅前と県外から来られるお客さまが多い駅でそのお客さまに山形をアピールする食材を探していたことです。2 番目はお客さまに対して同業他社との差別化です。他の飲食店やスーパーなどの量販店に行っても、一般流通ではどの飲食店でも同じ食材、同じ魚種で代わり映えしないと感じていたことです。3 番目は地産地消、地域活性化という流れが弊社の考えと一致したことです。私は今飲食業ですが以前は出張の多い仕事をしており、その中での楽しみが出張先での地元のおいしいものと地酒でした。その中で山形の内陸では、自分が県外から来られたお客さまの立場になったときに、サクランボ、牛肉、豚肉、山菜、芋煮の中で魚は？という不思議さが常にありました。実際に自分の店舗でも庄内浜の魚を業者さんに発注しても入らず、太平洋側産の魚種では代わり映えしないものばかりでした。

また、弊社社長の釣り好きから庄内浜の漁師さんと仲良くさせていただく中、新聞でやまがた庄内浜の魚応援店の活動を知り、平成 27 年より加入しています。その中で試食会、勉強会、漁業体験、食材の情報提供、主催イベントへの参加など店長、料理人、スタッフも積極的に参加し勉強しています。

次に弊社での庄内浜食材の活用事例を紹介します。まずは和食業態です。天童温泉にある店舗では、店頭で山形地鶏ののぼり、食の都庄内ののぼり、そして「庄内浜の魚、入荷しました」というのぼりを立てています。温泉街、観光地ということもあり県外からのお客さまが多く、街中を浴衣姿でそぞろ歩くお客さまにはよいアピールになっています。温泉宿の窓から見えるため、特大の庄内浜の魚の看板も掲げて集客につなげています。

店舗の入り口に掲げているお勧めメニューですが、旬の時期ということもあり、今は庄内のおばこサワラ祭を開催しています。おかげさまでお客さまに好評で今年で 2 年目の開催になります。おばこサワラの刺身の鮮魚と熟成の食べ比べやわら焼き、炙りのセット、しゃぶしゃぶなどを提供しています。熟成 8 日目のおばこサワラを提供し、試行錯誤しな

がら熟成魚のおいしさを提供できるよう勉強しています。熟成させている魚の温度変化、衛生状態を保てるように通常お店で仕様している冷蔵庫とは別に熟成用に冷蔵庫を設けています。今もタイなどで熟成を試しているところですが、他の魚にも広げていく予定です。

わら焼きはカツオが有名ですが、当店ではサワラなどで提供しています。燃えやすいワラが一瞬で 800 度近い高温に上がり、魚の表面

だけを炙ることで香ばしさと薫製にも似たわら特有の良い香りが食欲をそそります。大きな炎を上げてお客さまにアピールするため、一度どこかのテーブルで注文が入ると他の席のお客さまからの注文が立て続けに入る人気商品です。ただ、ガスや炭とは違い炎が上がり、ススが舞うので、設備の面やメンテナンス費用がかかってしまうのがネックとなります。



日替わりの手書きメニューでは、この日は本日のお刺身でマダイ、スズキ、メバル、アイナメが庄内浜産でした。カメノテも庄内浜産を塩ゆでで提供しました。全国放送の『ザ！鉄腕！DASH!!』の番組でも紹介されていて一般のお客さまにも認知度はだいぶありますが、実物を見るのが初めてだと言う方が多く、特に女性の方々からは見た目でなかなかご注文いただけません。カメノテは自分たちが勉強したことや食べた感想などを言って、試食をお勧めし、売れておいしいと言っていたいたときのうれしさがスタッフのやる気と向上心につながっていると思います。他に庄内浜産のもずくなども大変人気があります。

年末年始の忘新年会プランとして庄内浜のブリづくしコースを提供したこともあります。ブリ刺し、ブリしゃぶ、ブリ大根。こちらのプランはテレビでも紹介されて大変人気でしたが、やはり年末ということもあり海が荒れて漁に出られる、出られないということがあり材料の確保に苦労するところがありました。仕入れた魚の写真を SNS や Facebook、Instagram を毎日更新することで良い宣伝になっています。

店内には、お付き合いさせていただいている漁師さんの大漁旗やおぼこサワラや紅エビのポスターなどを掲示しにぎやかな雰囲気とともに庄内浜産の食材をアピールしています。天童温泉の店舗でも特大の庄内浜の魚の看板を掲げています。庄内浜産の魚の刺身や紅エビ、ガサエビの唐揚げ、そして鼠ヶ関の弁天茶屋さんから直送していただいている干物や塩辛が大変人気です。価格的にはどうしても県外産、外国産よりも割高になりますが、それでもお客さまに選んでいただけているのは庄内浜産や産地直送のこだわりがお客さまに認めていただいていると感じます。

山形駅前にある洋食業態の店舗です。スペインのバルをコンセプトにしています。先ほどもあったカメノテですが、スペインではペルセベと呼ばれる一般的に入手可能な高級食材で滋養強壮に良いと大変人気だそうです。こちらの店舗でもそういったうんちくを絡め

ながらお客さまに提供させていただき、大変人気があります。天童温泉にあるバー業態のお店でも庄内浜産の魚貝類が大変人気でよく使わせていただいています。魚貝好きのためのパーティープランもありカルパッチョやエビのマリネ、貝のワイン蒸しなどで庄内浜産のものを使わせていただいています。

魚とワインのペアリングイベントを行っておりスペシャルフードとして日替わり、週替わりで提供させていただきました。カナガシラのアクアパツァ、貝類と魚を白ワインで煮込んだスープです。骨から大変良いダシが出るので切り身の魚よりお頭の付いた小型の魚を使用します。そこでカナガシラなどは非常に使い勝手のいい魚だと思います。

庄内浜産のサザエを使ったつぼ焼きです。胡椒とバターを乗せて焼き上げたエスカルゴ料理のサザエ版です。他にも香草ローストやアヒージョ、カルパッチョなどが人気です。定番メニューに入れてしまうには食材の入荷の不安定さや量の問題があつて難しいのですが、そこを逆手に取り日替わりや数量限定という言葉を使い特別感や希少性をうたうことでお客さまの購買を刺激できていると思います。

天童市内にあるグループ店舗ですが、店名にマグロとありますが、マグロをメインに魚貝に特化した店です。店内に大型の水槽を設け、マダイ、カナガシラなどの魚や貝を活着で確保しています。ここの店舗では弊社グループ内の魚貝類を取り扱う流通のハブ的な役割も果たしています。庄内浜産の見慣れない、聞き慣れない魚貝類を使った刺身の盛り合わせを提供します。一般の流通経路では入手困難な魚を自社仕入れ流通のメリットから提供できるため、一般の方がこの魚は知っている、この魚は見たことがある、この魚は食べたことがあるという話題の魚種を増やすことに貢献しているものと自負しています。

食べ放題のイベントも行っています。食べ放題の中には数量限定でおぼこサワラも提供しています。150個と限定ですがサザエのつぼ焼きも提供しています。また、漁師さん直伝の漁師汁も提供しました。漁師さんに直接店頭に来ていただいています。価格を見てもらえば分かりますが、店側としては大変赤字で泣いています。しかし、ここでは話題づくりのために頑張っています。開催日にはオープン前に行列ができるほどの人気イベントになっています。雨が降っていても傘を差して並んでくださるお客さまがいます。

冬期間の鍋メニューですが、庄内浜産の魚貝しゃぶしゃぶ2種盛りや庄内浜産のズワイガニの鍋を提供しました。庄内浜直送のタイをしゃぶしゃぶですが、庄内浜の塩で作った塩ポン酢で提供して大変人気でした。

現状と今後の課題です。やまがた庄内浜の魚応援店に加入し勉強している中で従業員一同は魚貝類に関する興味、知識が深くなりお客さまに対して自信を持って積極的に接客ができるようになりました。先日、酒田で行われたさかな検定受検では私も2級に合格しま



した。他にも休日にドライブがてら庄内に勉強に来て市場を覗いたり、魚を食べたり、アルバイトのスタッフ自ら食材を探してくるということもあり、従業員にも良い変化が見えてきているものと思います。また、庄内浜産地直送という表記で他店との差別化、高付加価値化が図られていると思います。漁師さん直送という言葉も使わせていただきながら、県外のお客さまはもちろん地元のお客さまからも喜ばれています。

次に課題です。現在は宅急便での食材調達が主になっています。数年前より県や漁協さん、流通関係者の方、小売店の方々の努力でだいぶ良くなってきているのですが、魚種、サイズ、流通、価格の面でまだまだ課題があると思います。漁協さんの「海丸」さんからも仕入れておりますが、やはりどうしても買いに行かなければいけないというところがあり、うち以外の個人経営のお店ではネックになっているという話も聞いています。

また、繁忙期に鮮魚調達がしづらいこと。年末年始どうしても鮮魚需要が増える中、やはり刺身の需要が増える時期と漁に出られない時期が重なってしまうところがあります。熟成などの方法を試していますが、やはり鮮魚需要は外せないものだと感じています。そして納品日ですが、漁が不安定なため庄内浜産の表記がしづらい場合があります。欲しいものが欲しいときにないと定番メニュー化は厳しいです。先にもあった魚のパーティープランでも、入荷が不安定のため庄内浜産という表記ができていません。実際に入らないときに庄内浜産という表記をして県外産を使ってしまうわけにはいかないのです。

また、日替わりや数量限定では仕込みに手間がかかる場合があり、せっかく一般のお客さまに庄内浜をアピールできる週末や繁忙期にどうしても数がそろわない、大きさがばらばらだと使うことをためらう場面も出てきます。以上、ご紹介させていただきましたが、今後とも積極的に庄内浜産の海産物を取り扱うことで庄内浜の魚貝類の流通拡大、魚食文化の拡大に微力ながらお役に立てれば考えています。本日はご静聴ありがとうございました。(拍手)



やまがた庄内浜の魚応援店と消費拡大

株式会社T・S Company
石川 豊明

弊社のご案内

株式会社T・S Company
ティー・エス カンパニー

弊社は平成22年法人化し本年で8期目
飲食店(和・洋)の経営およびコンサルティング
業を営んでおります。

現在、山形市、天童市内で直営店4店舗ほか山
形市、天童市、鶴岡市内でグループ5店舗+1事
業を展開しております。

社長も30代前半と若く、県内の飲食業の活性
化、賑やかさ創造のために鋭意努力させていただ
いております。

やまがた庄内浜の魚応援店への加入の経緯

- * 県外からのお客様に提供する県産食材として
- * 地元のお客様に対する他店との差別化
- * 地産地消の世の中の流れ

・私の前職での楽しみ

出張先の地元の美味しいもの+地酒

- ・内陸で庄内の魚を提供できていない不思議さ
- ・社長の釣り好き



新聞の情報から

やまがた庄内浜の魚応援店を知り
平成27年より加入

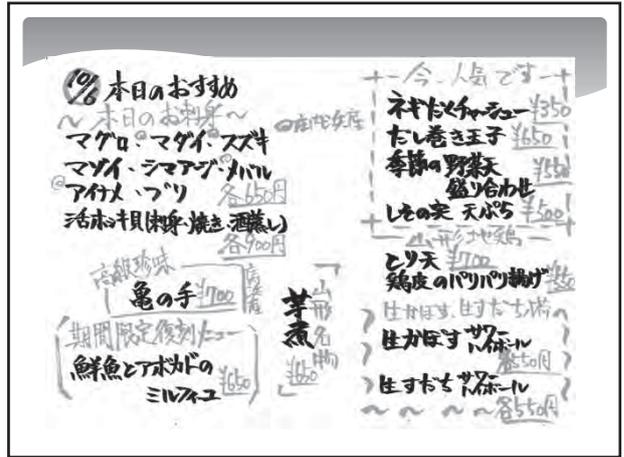
- 食材の試食、勉強会
- 漁業体験
- 漁業者の方との交流会
- 食材の情報提供
- イベント参加



店長・料理人・スタッフも積極的に参加し
勉強させていただいております。

当店での事例 和食業態





洋食業態



山形駅前



天童温泉

魚の宴
Wine
8月15日(月)~9月10日(土)
スペシャル 特価
フード 飲み放題 ワイン
飲み放題

1000 1500円



Don Don Tofu
本日のおすすめ
・2倍アツい活きたまごの
お漬りワレ 560円
・徳川 5味アツい
揚げアツ 720円
・お豆腐の香ばし
揚げアツ 720円
・サツマアツい
揚げアツ 720円



山形市内・天童市内



現状と今後の課題

現状

やまがた庄内浜の魚応援店に加入し、勉強させていただいている中で、従業員一同「魚介類」に関する興味、知識が深くなり、お客様に対して自信を持って積極的に接客できるようになってきた。お魚検定受験、休日に庄内までドライブがてら勉強になどまた、「庄内浜産」「産地直送」との表記で他店との差別化、高付加価値化が図れている。県外からのお客様はもちろん地元のお客様からも喜ばれております。

課題

- ・現在は自社便、宅急便にての食材調達が主になっている。
運送費による原価上昇・食材管理
- ・繁忙期に鮮魚調達し辛い。
年末年始等どうしても鮮魚需要が増える
- ・納品日、量が不安定なため「庄内浜産」の表記がし辛い場合がある。
安定供給の方法

今後も積極的に庄内浜産の海産物を取り扱うことで、庄内浜の魚介類の流通拡大、魚食文化の拡大に微力ながらお役に立てればと考えております。

御清聴ありがとうございました。

パネル討論 「庄内浜の魚の魅力発信と地域未来づくり」

司会 : 二平 章 (シンポコーディネーター)

パネラー : 馬場 治 (東京海洋大学教授)

桂 和彦 (山形県水産振興課長)

阿部勝樹 (山形県漁協産直加工特別アドバイザー)

本間和憲 (庄内おばこサワラブランド推進協議会会長)

石塚 亮 (庄内浜文化伝道師協会会長)

石川豊明 (T・S Company 取締役副社長)



二平 : では、パネルディスカッションを行いたいと思います。山形県の皆さんの取り組みについて、少し事前に勉強をさせていただきました。こんなに官民一体でまともやっておられる県、実践されている方々の生の声を発表で聞いたのはとても感動でした。なるほどと思うところがたくさんありました。私も、皆さんの取り組みをぜひ私の町の皆さんにも伝えたいと思います。

馬場先生からは各地のいろいろな取り組み事例の紹介がありました。私も初めて聞いた事例もたくさんありました。また、魚を取り巻く日本の状況についても分かりやすく解説いただいたので、とてもいい基調報告だったと思います。

阿部さんには山形県漁協さんが直営で「庄内海丸」を出されていて、庄内の魚を天童市から山形市などへ広く普及されているという活動内容について報告がありました。私も「海丸」がある生協しろにし店に3回見学に行きました。山形に来るたびに生協に立ち寄り「海丸」コーナーのすてきな販売担当の女性に毎回

お会いし、庄内魚コーナーで、客の奥さんや子供たちと楽しく接しながら魚の紹介と販売をやられている姿に感心しました。漁協さんとして本当に素晴らしい取り組みだと思いません。

本間さんが話されたおばこサワラブランドですが、これは水産経済新聞でも紹介され全国発表大会で賞を取った取り組みです。ブランド化の素晴らしい取り組みを今は13名の方がやられています。ブランド力を作るための神経抜きや熟成技術があることも今日説明を聞いてよく分かりました。

石塚さんには庄内・浜文化伝道師の活動内容についてお話をいただきました。私も非常に興味を持って聞かせていただきました。ポイントは1人だけやるのではなく、団体をつくり、団体活動を通して皆で高め合いながら活動し、ベテランの方は次の伝道師さんに技術を伝えておられます。震災復興支援で被災県に行かれ、また近隣保育園から山形市内までお忙しい中を駆け回り、庄内の浜文化や魚についての伝承活動をしておられます。素晴らしい取り組みに感銘を受けました。

石川さんからはお店の取り組みをお話していただきました。こんなお店があったら漁民にとってもお客さんにとっても大変ありがたいと思います。庄内浜の魚の大きな看板をお店に掲げてあれば、天童温泉に来た旅行客はすぐ分かります。庄内浜の魚を知らなかった人でもあの看板を見たら、山形には庄内浜というブランドの魚がある、ぜひ旅の思い出に食べていこうと思います。こういう取り組みを飲食業の中でやっていただいている。漁業や浜にとってこんなにありがたい会社さんはないと思います。

このように、今日は皆さんから素晴らしい内容のお話がありました。私も少し聞いてみたいことがあります。皆さん個々の素晴らしい取り組みをされていますが、この取り組み全体の仕組みを作られ、推進していく点で私は山形県庁さんの力が大きかったのではないかと思います。漁協や商工関係の皆さんの取り組みの背景に県庁職員の方々の地道な縁の下の働きがあることが、山形県での事前調査でよく分かりました。現場に密着して仕事をされている点で山形県行政の方々はたいへん素晴らしいと思いました。県庁がこのような取り組みを支援されるきっかけについて、県の水産振興課の桂さんに少し紹介していただきたいと思います。



桂 : 水産振興課の桂と申します。よろしくお願ひします。もともと私も二平さんと同じように研究畑を歩いてきて、平成 25 年の年に県庁に came ました。そのときには、すでに浜文化伝道師活動やおぼこサワラの漁業者の取り組みが活発に行われていて、私もその活動を初めて知りました。そして何気なく知事の耳にそ



ういう活動をお話しました。その時に知事は「やれ」とは言いません、「どうして山形市内でおぼこサワラが食べられないのか」とか、「魚屋さんに行ってもどうして庄内の魚が売ってないのか」とつぶやくのです。食べたいとか買いたいとは言いません。食べられないのか、買えないのかという言い方をされていた記憶があります。それが平成 25 年、26 年の 2 カ年ぐらい私の耳にしょっちゅう入ってきました。

当時、私たちも浜文化伝道師さんの活動やおぼこサワラの活動も知っていたので、何とか私の前任者あたりから庄内浜の魚を県内でもっと食べられるようにしようという動きが出てきたのです。そして、当時のスタッフが庄内浜の魚がどういうふうに消費されているかを調べた経緯があります。古いデータになりますが、その当時は庄内の魚の 5 割が築地と北陸の温泉街に出ている、4 割は地元の庄内で食べられていて、1 割しか山形市内に入っていないという実情が分かりました。これではさすがに知事の言うとおりの山形市内では庄内の魚が食べられないし買えません。さあ、どうしたものかというのがきっかけでした。

そこで、県庁内のスタッフ、部長からもいろいろと示唆があり、まずは庄内の魚を内陸で、最終的には県内の消費というのが頭にありましたが、とくに大消費地である山形市をターゲットに、まずはそこで認知度を高めて食べられるようにしようというのが 1 つありました。そこで庄内浜の魚を使いたい、使わせてくれというお店さがしがはじまりました。庄内の魚の応援をしてくれるお店を求めて、当時の県庁スタッフが毎日のように自腹を切って店に行き、庄内の魚はこんなにおいしいと PR をしながら、応援店になってくださいとお願いをしていきました。担当した県庁スタッフの女性は相当太ったようです。お酒の好きな女性だったので、お酒と魚、自分がおいしいと思ったからこそ勧められたと思います。そのような努力の甲斐があり、足で稼いだ応援店は先ほどご紹介のあったとおり 127 店舗となります。今は山形市内だけではなく、遠いところでは米沢市内にも応援店舗ができました。

そのようにして庄内の魚が応援店で食べられるようになりました。しかし知

事のつづやきにもう一つ、お魚屋さんで売ってないというのがありました。そこで目を付けたのが漁協の直営店です。初めは漁協さんからは強固な抵抗に合いました。対面販売は人件費の面もあるので非常に厳しいのです。そういった厳しいなかで漁協さんをお願いして、やっと山形市内の生協しろにし店のインショップとして「庄内海丸」をオープンさせることになりました。

私はオープン当日は応援に行きましたが、やはり対面販売の威力はすごいという記憶が残っています。今年で3年目になり固定客もつき、先ほどご紹介がありましたようにちびっこまで来てくれています。今日初めて私はそれを聞いたのですが、やっと定着してきたという思いがあります。そういったきっかけで応援店やインショップの直営という形を進めてきたところです。

二平 : ありがとうございます。山形県庁では本庁も、庄内の出先機関の事務所も本当に一生懸命取り組まれていることが僕も何度かお邪魔して分かりました。素晴らしいというのが私の印象で、他県の県庁の皆さんにもぜひ報告をしておきたいと思っています。

生協店内の「庄内海丸」のコーナーに初めて行ったときに、阿部さんもおられてお話を聞きました。未利用な魚、珍しい魚、そして丸魚だけ、庄内魚だけを出すと言われていました。「海丸」では庄内の特徴のある魚を厳選して並べていると考えても良いですか。

阿部 : 私は漁協に入って30年になります。当初から競り人をやっていますが、どうしても競り場で売れない魚が出てきます。これは競り人の一番の悩みです。高く売れる魚は黙っていても売れます。競り人が一番気を使うのは売れない魚です。売れない魚が揚がったらどうしようという不安がずっとありました。この「庄内海丸」ができる前は自分で買い付けをやり、出荷や外販もやっていましたが、なかなか未利用魚、低利用魚は売れません。例えばノログゲですが、石川県では食べる風習があるので、石川県に出荷すれば売れるのではないかといろいろと試したのですが、それもうまくいきませんでした。



私は加工所の工場長もしていましたので、加工したら売れるのではないかと思います。しかし、やはりなじみのない魚にはお客さまは手を出しません。そこで今の「庄内海丸」を始めたときに、はじめて対面販売で説明をす

れば何とか売れると感じました。店に若い店長がいるのですが、その店長も競り人をやっていたので、売れない魚に並々ならぬ思いがあるわけです。それでとにかく未利用魚をどんどん置いていくと、どうやって食べるのかとお客さんが食いついてきました。タイやヒラメを並べていてもお客さんは寄ってきません



が、ところがキツネダラやガンコなどの珍しい魚を並べていると魚に興味がある方はそれに寄ってきます。そこで販売員との会話になり、人がいるとまた人が人を呼ぶ感じで、お客さんが未利用魚を買ってみると言いますと、あっという間にその売れなかった魚が 1 箱全部売れるということが起こってきたのです。庄内の魚は自分たちのエゴだけではなく店の集客の武器にもなるということで、今、力を入れて販売しています。

ただ店舗を展開してみると、なぜ他の量販店さんや料理屋さんが手を出してこないかも分かってきました。やはりさばくのに手もかかり作りにくい、ぬるぬるする、見た目が良くない、姿が悪いなど、おいしいけれども何かのマイナス要因があって売れないのです。私たちも買ってくれ、買ってくれではなく、売れない理由や原因も分かるようになってきました。それならばパン粉を付けて売ろうなどと、お客さん目線で魚を見られるようになりすごく良かったと思っています。

二平 : 私たちの町でもさかなのおいしいまちづくりの推進協議会を持っています。そこでのテーマでもありますが、市内の飲食店、居酒屋さんなどに前浜の魚を使っただけ、観光客も多い地域なので、地元の魚料理を食べて帰っていただこうと思っています。しかし、地元の飲食店さんは漁協市場から直接買うことができません。一つ一つの店舗でその日に使う魚の量は少量なので、地魚を仕入れることが困難なのです。「海丸」さんでは店に庄内の魚を並べると同時に SNS などで発信して、お店屋さんが欲しいもの、欲しい量を小売りの方々が買えるシステムをまた別に持っているのですか。

阿部 : そうです。店舗売りと移動販売をやっています。当初は 5 箇所ぐらい JA さんの産直施設で移動販売をやっていましたが、それだとロスが大きかったので今は飲食店さんを回るようにしています。ただ、人員の限りもあるので週 1 回ぐらいです。店のほうでは、低利用魚・未利用魚は手をかけないと売れないので、そちら

のほうに力を入れたほうが良いということで方向転換をして店に力を入れています。

二平 : 漁協さんが直接魚を運び生協さんに売ることに対して、一般の消費地の市場流通がありますが、その流通とバッティングしない意味で未利用魚を扱っているのでしょうか。一般消費地市場の卸業者の方とも面会しましたが、漁協さんの直接出荷に反対されてはいませんでした。普通だったら問題が起こると思うのですが、そういう点は問題はないのですか。

阿部 : 今のところ私の耳には入っていません。魚屋さんからは漁協さん頑張ってという声を頂いています。

二平 : 漁協が庄内魚の直接県内流通をする場合、既存の魚卸業者さんとの間との関係については、県庁サイドでは気を使われると思いますが。いかがでしょうか。

桂 : 漁協のほうにはそういうお話はないと思いますが、県としてはその部分では気を使います。直営店の場合は県が連携してやっているのですが、民間の方々からは自分たちのところにも支援を頂きたいという話も聞こえてくる場合があります。

二平 : ありがとうございます。本間さん、スタートで言ったように私は昨夕、おぼこサワラのしゃぶしゃぶを食べてきました。とてもおいしかったです。サワラのブランド化を13人の漁師さんでやられているというお話がありました。実際、それを売られている応援店からは、皆さんにもっとこうしてくれとか、いろいろと要望がでてくるのでしょうか。

本間 : 応援店の方と直接話す機会はあまりないのです。使っていただけるお店のほうから漁協や県に要望があれば、間接的にこちらのほうに連絡が来ます。問題点があれば会全体で話し合ってから対応しています。



二平 : 庄内のブランドサワラが山形県内ですごく評判になってきて、いろいろなところに掲載され宣伝が効いてきています。同時に東京市場への発送もありますね。そうすると魚が足りなくなることはないのでしょうか。

本間 : 実は去年と今年はサワラが大変不漁でした。今はキャンペーンをいろいろとやっていたのですが、数量は足りません。県内にも出荷したいし築地にも出荷したいですね。サワラは回遊魚なのでどうしてもばらつきがあります。養殖魚とは違い欲しいときに欲しいだけ獲れません。そこは本当に悩みの種です。

二平 : ブランドサワラが欲しい場合、直接連絡が来るのですか。

本間 : はい。例えば組合の販売課から20本注文があったので20本作ってもらいたいと言われると、会員の中で分けて作ってやっています。

二平 : それは漁協の販売課のところに全部注文が行くようなスタイルになっているのですか。

本間 : そうです。あとは個人的に付き合っている料理屋さんもあるので、そういったところに直接販売しています。販売した後は年間何本個人で売りましたということをお店のほうにも組合のほうにも報告しています。

二平 : 分かりました。本当においしいブランドになってきているので、やはりたくさん獲れてほしいのが願いですね。

本間 : そうですね。

二平 : 石塚さん、もともとは庄内浜には、おばちゃんたちがリアカーを引きながらいろいろな家を直接訪問し販売しながら、浜文化や料理法、魚のことを教えていた地域が全体的にあったということですか。

石塚 : その通りです。そのようなおばちゃんが1,000人ぐらいいました。

二平 : 1,000人ですか。

石塚 : はい。1人の海女さんがいたとしたら、檀家を持っているわけです。檀家というのはお得意さんです。お得意さんの家族の好みまで全部知っているわけです。今日は刺身を勧め、昨日は刺身だから今日は煮物



に合う魚を勧める、そうやってその家の中まで入ってコミュニケーションを作っていくわけです。

私たちの仕事というのは人の気持ちの中までも入っていけるものです。物流うんぬんももちろん大事ですが、文化というのはそんなに1日や2日でできるものではありません。そのときに当てはめられた環境

や条件の中でどうやって生きていくか、考えながらそうやって浜文化を続けつなげていくのです。その中で海女たちがだんだんと減っていきました。おばちゃんたちが浜文化を伝え続けていくのが大変だとすればその代わりになるためにもその浜文化を知る必要があるのです。新しい文化も取り入れてつなげていくことが大事だと思います。

当初、団体名に文化は付かなかったという話を聞いた記憶があります。名前を付けるときに魚や物流だけではなく、浜の文化を伝える仕事にしなければということで浜文化の名が入ったそうです。私は個人的には伝道師という名前が気に入って関わりました。



二平 : そうですか。団体組織としてはいろいろな試験や実技などがあり、テストには筆記もあるのですか。

石塚 : 筆記もあります。

二平 : そのテストは年に何回かやるのですか。

石塚 : 最初の頃は毎年でしたが、近年は2~3年ありません。人数が膨れてしまうと把握もできないし、県予算の枠もあります。100人ぐらいになったときにはもういらぬと言われました。その中で研鑽しながら一人一人が動けるようにと考えていました。今の100何人がきちんと更新して活動できるのはすごくうれしいことです。伝道師も年齢も職業もいろいろと違うので、その立場、立場で、庄内の浜文化伝道師が育てば良いと思っています。

二平 : 一人一人がというコメントがありましたが、画一的なものを目指すのではなく、その年齢、個性に応じた浜文化を伝えていく活動をしてほしいという石塚さんの思いが一人一人という言葉になったわけですね。

石塚 : 全くそのとおりです。ただ、「浜」というキーワードは外せません。「浜」が付いて魚に関わるものは大事にしていきたいと思います。

二平 : なるほど。そうですか。100名の方々が所属されていますが、その事務局的な役割はやはり県ですか。

石塚 : 料理教室も県が回数を決めます。県がだんだんと予算を抑えていかなければいけないときに、材料費を抑えても回数を減らさないで来たのはとてもうれしかったです。

二平 : そうすると伝道師さんの活動について、県は縁の下の力持ちで事務的なことも含め支えているということですね。

石塚 : やはり事務局がしっかりしているというのはとてもありがたいことです。

二平 : 分かりました。テストがあるということはテキストや問題集もあるのですか。

石塚 : 全然ありません。テスト前にレクチャーで県の水産試験場と保健所が話をします。また、文化の話は私がしますが、酒田と鶴岡の文化がかなり違うので、私は鶴岡の食文化の話をするのですが、酒田の方にとっては違和感があるかもしれません。

二平 : 講座みたいなものがあってそれをきちんと受講した上でテストを受けてくださいという形になっているのですね。

石塚 : 落とす試験ではないので理解してもらえたらそれで良いのです。1回実技試験がありますが、今の言葉でいけばそこそこできればということです。しかし、中には料理人さんも主婦もいます。確かに腕の差はあったとしても一定のレベルを超えれば認定してもらえます。



二平 : そうですか。素晴らしい制度だと思います。ありがとうございます。さて石川さん、石川さんの話はここで初めてお聞きしました。庄内の魚の大きな看板を出し、いろいろなお店で庄内の魚のキャンペーンをやりながらお客さんに来ても

らい味わっていただくということをやっておられていてすごいと思いました。最終的にはそういうお店がたくさん出ることが魚が売れることなので、そういう面では素晴らしい取り組みをされていると思いました。

最後のところで、そうはいてもいろいろな問題があると幾つか問題点を挙げていました。そういう点を乗り越えていくのにお店として今後どういうふうにしていかれますか。例えば漁協さんや県への要望はあるのでしょうか。

石川 : やはり飲食業を営む者としては安定的な仕入れがどうしても外せません。おぼこサワラのようにとれるかとれないか分からないというのではなく、必ず定期的にこれはあるというものを蓄養などで確保してほしいのです。年末は海が荒れて漁に何日間も何週間も出られないと、飲食店というのはどうしても庄



内浜の魚をせっかく使うようになってもまた離れていってしまう店もあると思います。そうならないための蓄養なり、冷凍や一次次加工でも考えていただくと良いと思います。そうしていただければ、内陸での庄内浜の飲食業への流通は大きく変わってくると思います。

二平 : 私の県の日立市でも似たような取り組みをやっていた事例があります。そこでも居酒屋さん、料理屋さんところで安定的に材料が欲しいけれども、海のもので獲れるときも獲れないときもあり、困っていました。お店屋さんとしてはコンスタントに材料を入手しなければいけません。茨城の場合はアンコウですが、アンコウは漁協さんのところである程度カットして真空パックにして漁協冷蔵庫に全部ストックします。そして注文に応じて出します。全ての魚をそうすることはできませんけれども。太平洋側はイワシの子供の生シラスが有名です。シラスは漁協が「海の輝き」というブランドを作っています。よく選別をして、味を付けるものと付けないものがありますが、それを作ってパックして冷凍で保存し、生シラスの注文があればそこから店員がコンスタントに出せるようしています。日立市ではそんな取り組みをしています。そういう意味では加工施設の竣工式が明日あるということですが、今は冷凍技術がすごく進んでいるので、そういうようなものも加えながら安定的供給みたいなことを考えていかれたら良いと思います。



桂 : 石川さんからもお話がありましたが、多くの応援店の方々から使いたいときに魚がないという声が県のほうにたくさん寄せられています。私たちとしてはその部分をどうしていくかということで、次の仕掛けとして漁協さんと連携してリキッドフリーザーという高性能の冷凍機を試験的に入れていただいています。冷凍技術が進んでいるということから冷凍品も応援店で活用していただくような

取り組みを進めていきます。

もう一つ畜養という話も出ましたが、これも水産試験場のほうで畜養の技術開発をしていただこうと考えています。畜養、冷凍と来れば、あと一番コンスタントに使えるのは加工です。生協しろにし店のほうでも浜のお母さん方の作った加工品が非常に人気があるということです。私たちのもう一つの仕掛けとしては女性グループが作る浜のかあちゃんたちのお総菜をもっと内陸に普及させたいという思いがあります。実は明日オープンするお隣の水産試験場の新しい施設の中には、浜の母ちゃんたちが自由に使える調理場を準備しているので、ぜひグループでそこを使ってほしいのです。

浜のかあちゃんたちが生協店に出している加工品に次ぐ新しいもの、もしくは自分の家で昔から食べているものを商品化してぜひ内陸のほうにお届けしていただければという思いです。その辺も県はバックアップしていきたいと思いますので、お声を上げていただければと考えています。

二平 : ありがとうございます。今いろいろな山形の方々のお話がありました。馬場先生は全国をたくさん見えています。馬場先生は本当に日本一現場を歩いている大学の先生ではないかと思っています。馬場さんは皆さんのお話を聞いて、何か助言なり感想があったらよろしくお願いします。

馬場 : 県の水産物流通の会議に最初に呼ばれて来たときに、今回の庄内浜の魚のプロモーションの例になるのではないかと思ってお話ししたのが日立市の取り組みでした。日立は日立製作所のお膝元でサラリーマンがたくさんいます。日帰り客もいるしサラリーマンの方もいました。



仕事が終わってから 1 杯やって帰る人もいたり、地元の関連会社の人もたくさんいるので飲み屋さんが結構あります。私たちも時々調査に行って飲み屋に入るのですが、日立という名前から想像するように都市と全く同じ居酒屋さんでした。チェーン店もありましたし地元の居酒屋さんもありましたが、正直言って全く魅力がありませんでした。



ところがそのすぐ近くに小さな漁協の定置網があり、そこに行ったときにいろいろと面白いものが取れていました。その定置網の魚は実は近くの大手量販店の魚売り場の中に 1 コーナー持っていました。その量販店で聞くと、量販店の本社仕入れの魚売り場は全く駄目だけれども、地元の定置の魚を置いてあるコーナーはどんどん売れていくとのことでした。何でこれを居酒屋で使わないのだろうと想着いたら、そのうちいつの間にか居酒屋さんの前に日立の魚を使っていますという看板を何件か出し始めました。そこに行くとメヒカリなど地元で揚がる魚を使い始めていました。これは何とか庄内地域でもやられたらどうかというので参考例に出しました。

それがこのように広がっていて、実は東京で私の知り合いのお店もおぼこサワラを使っています。築地の業者さんたちと私たちは前に 1 回産地ツアーをやりました。そのツアーでこちらを訪問したときにおぼこサワラを試させていただきました。そのときにその知り合いの店の調理人も来ていたのですが、これはいいから使いたいと言ってシーズンになるとお店で使うようになりました。ただ、安定供給がなかなか難しいという話でしたが、私はそれでいいのではないかと思います。

実は私の大学の敷地のすぐそばに静岡県の定置網が直営している居酒屋があります。ここの売りは朝取ったものをその日のうちに出すことです。そういうルートを持っているからできるのですが、そこは漁がないと休みます。しかも予定ができないので、行ってみると今日は漁がないので休みですと書いてあります。来て帰るお客さんがずいぶんいます。しかも品川駅の駅前ではないので駅から少し歩きます。今は Facebook もやってないので来たら突然休みなっていて戸惑う方もいます。予約の方には、すみません、今日は漁がないのでお休みしますと電話をします。

特殊かもしれませんが、私はそれもありだと思います。それでも客はつきます。やはり朝取れの刺身を食べてみたいのです。皆さん全然違う、東京でこんな魚が

食べられるのかと言います。これは特殊な例ですけれども、安定供給ができないから駄目だとか、あまりそういうことを考えず、そういう商売もこういう食べ物だからこそあっていいのではないかと思います。

二平 : ありがとうございます。安定供給を考えなくてもそれが浜の文化だというのはあるかもしれません。すごくいいお話でした。皆さんは今ものすごく頑張っておられますが、これからもっとこんなことをやっていきたいなど、抱負があれば最後に一言ずつお願いします。

石川 : 今のところ弊社グループで庄内浜の魚とお魚屋さんから仕入れている魚、自社で直接仙台の市場まで行っているのです、その割合は庄内浜が3、お魚さんが3、仙台からが4ぐらいの割合になっています。その割合を少しでも庄内浜産を上げていけるような調理法なり何なりを考えてまだまだ庄内浜というものを売っていきたくと社長と今話し合っているところです。

二平 : ありがとうございます。石塚さん、どうぞ。

石塚 : 今、石川さんがおっしゃったような新しいもの、それはそれでいいと思います。しかし、そこで生まれ育ち小さい頃から食べてきたもの、その大切さを知ることが大事なことだと思います。庄内地区は浜があるので、浜で獲れる魚をきちんと知っていることが大事だと思います。大人になりお年寄りになってもきちんと残っていくものになれば良いと思います。

サワラの例では熟成という考え方もあります。熟成も良いですが浜のそばだから塩焼きにして食べようかなど、もう少しバリエーションを持ると良いと思います。熟成魚を3日後に食べるのであれば、今からそれを準備しておこうなど、知恵を持ってその文化を楽しむことが大事です。魚の価値を決めるのが食べる側だとすれば、食べる側が獲る人の大変さを知ることができれば一方的な話ではなく両方の落とし所が見つけられる気がします。それは私たちの仕事でもあるような気がします。今日は勉強になりました。ありがとうございます。

二平 : ありがとうございます。本間さんどうぞ。

本間 : 漁師になったのは海が好きだから





です。漁師という仕事は大好きで大変楽しいです。ただ、楽しいだけでは食べていけないので、その辺を頑張ってやっていきたいと思っています。昔の近江商人には「売り手良し、買い手良し、世間良し」の三方良しの考えというのがありました。それは今の漁師にもつながると思います。仲買人さんも、販売店も、食べる方々にも喜んでもらえるような魚を今後も頑張って作っていききたいと思います。

二平 : ありがとうございます。若い人が多いので頑張って次の時代の山形漁業を背負っていただきたいと思います。

本間 : はい。

二平 : では、阿部さんどうぞ。

阿部 : 私ども漁協は最初から目的があり、漁業者の所得向上を目指しています。これからはブランド魚の取り組みと同時に、未利用魚、低利用魚が増えていく傾向にあるので、所得向上につなげられるような仕組みや展開を目指していきたいと思っています。

二平 : 馬場さん何かありますか。

馬場 : 内陸にやっと庄内の魚が行くようになったのは良いのですが、さっき私が少しお話ししたように観光客が多いところです。県外の日帰り客もいるので、東北の中でも非常に恵まれている地域だと思います。ぜひそれを生かしてさらに飛躍してほしいと思います。

二平 : では、桂さんお願いします。

桂 : 今、阿部さんからお話があったように、県という立場で考えれば最終的には漁業者の所得向上につながらない取り組みは失敗だと思っています。今、土俵はたくさん作りました。その土俵がどのように漁業者の所得につながるかをきちんと考えていくことが大切だと思っています。

もう一点、地元の消費が大切だということが一番ですが、やはり県外や内陸か

ら庄内に来ていただくことも大切だと思っています。幸い今年は新潟、庄内のDCキャンペーンのプレで来年が本番という大きなイベントがあります。そういうイベントを活用して庄内浜の魚を全国に発信していきたいと思っています。

二平 : ありがとうございます。皆さん次の時代を目指した素晴らしい取り組みをやっていただけだと思います。意外だったのですが、日立市の取り組みに私も少し絡



んでいたのでこの山形シンポで馬場さんから日立の話題が出てくるとは思いませんでした。

石塚さんのお話をお聞きし、浜文化を伝えていくということは魚に物語があるということだと思います。魚には必ず背景に様々な人々や歴史、文化があると思います。それは自然に放っておくと語り継がれないで消えていく文化なのかもしれません。石塚さんたちの活動が、その物語を伝えていく上で大切な役

割を果たしておられるのだと思います。お客さんに魚を食べていただくとき、山形県庄内地域のタラやイカやアンコウにはこんな物語があるということを知っていただきながら食べていただければ、山形県の印象も味もアップすると思います。そういう意味で浜の文化を知らせていくことの大切さがあるということは、私も茨城県内での活動で本当にそう思いました。

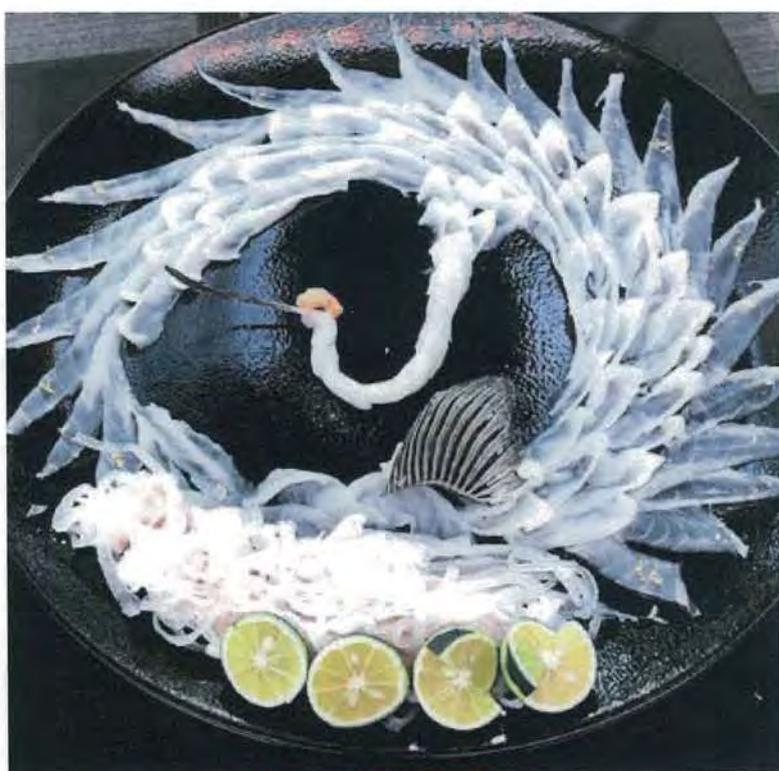
庄内浜にはいろいろな浜の歴史や文化があるので、ぜひ浜の文化をこれからも大切にしていきたいと思います。今、庄内魚が山形県内でどんどん宣伝されるようになってきているのはとても良いことだと思います。馬場さんから話があったように、山形県にはたくさんの観光客が入っておられます。そういう意味では他の県よりも魚を食べていただく、販売していくという意味では、皆さんは大きなメリットをお持ちだと思います。そういう利点を活用してたくさんの観光客に食べていただき、また庄内魚をより一層県下に流通させていただけるよう各団体の方々には連携しながら頑張っていたいただければと思います。

初めにも言いましたが、山形の皆さんの取り組みにもまだいろいろな課題があると思いますが、皆さんの取り組みは全国の県が参考にできる素晴らしい内容だと思います。そういう点で皆さんにはぜひこれからも庄内浜の魚を使ったいろいろな取り組みをやってください、他の県をリードするような役割を果たしていただけるよう期待をしております。私たちも楽しみにしています。私も庄内魚を食べにこれからも来ます。地酒と地魚は山形県だという県づくりをぜひ頑張っていたいただければと思います。今日は長い時間本当にありがとうございました。(拍手)

表紙

鉄刺編

扱いと理解



魚匠ダイニング沖海月 須田剛史

トラフグの扱い

今年の講習会では柵の取り扱いを勉強して頂きました。

平造り、へぎ造り、薄造り、糸造りの切り方

意外や意外、出来るのと知っているのでは理解ができない方が多く並べ方も知らない方多かった。



これらのことから分かった事が河豚の免許を取得しても扱える方少ない事、身欠きを使うが生で扱いができない方、フグ刺しも薄く引けないために歩留まり率が悪い事でフグを扱う料理人がいないことがつかめる。

下の写真は全てレストランで仕込みをしている内容です。(身欠き、皮引き、湯引き、鉄刺、定食) 5年目で完成形まで来ている。





柵の取り方

左右の柵を頭下にして半分渡す。引くときは下の柵は尾から引く
上の柵は返して頭から引く
これらの柵を適当でならない様に仕分けする。



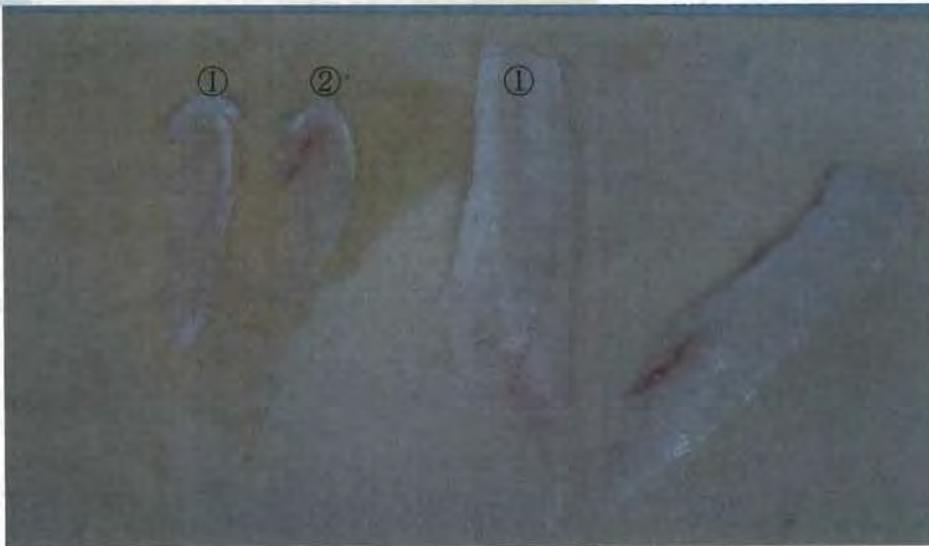
引き方の柵の角度

- ① 腹が右の場合柵は真っ直ぐで薄造り
- ② 腹が左の場合柵は角度つけ薄造り



引き方

引き方は人差指と中指を使い広げながら引く（寄れを無くして引きやすいようにする。又必ず庖丁のあごから引くようにすること



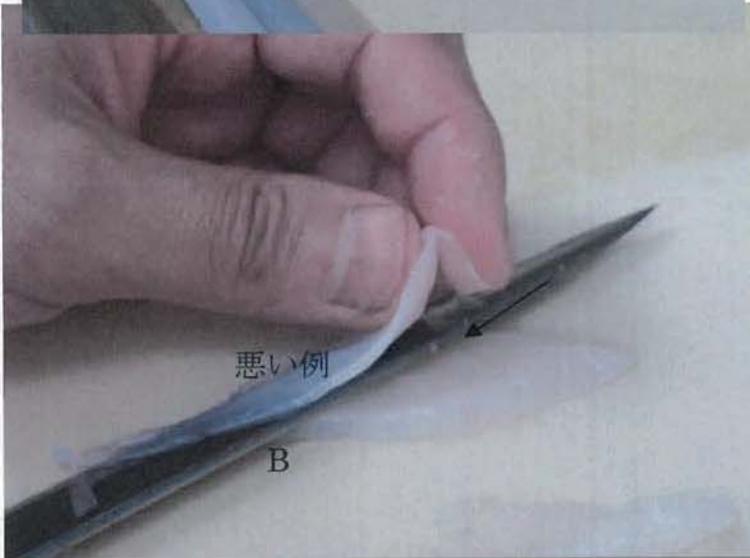
部位によって切り方が違うが鉄刺にした場合テクニック技術で同じ形にすること。

中心に合わせて並べる
右側の際を真っ直ぐ並べることができれば
とても綺麗に見える

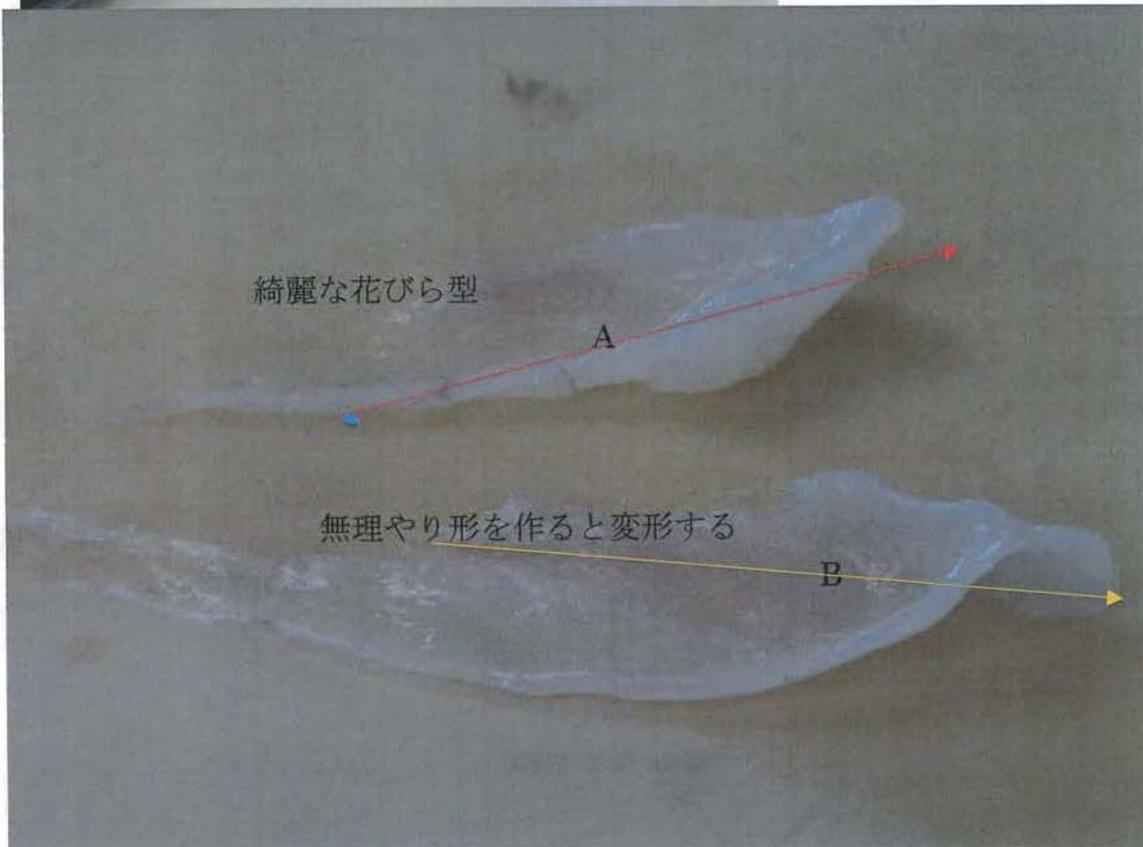




A 際の折り方を熟知すれば綺麗な菊の花の一枚になる。



B 実際に折る事ばかり考えてると上手く際が立たないし形が悪くなる





立体的に並べる



100回やると特技になり
1000回やると必殺技なり
10000回を超えると神技となる
訓練や技術向上を狙い上手く
なるための練習を欠かせない
ものです。

山形県熟練指導者 須田剛

庄内おぼこサワラの扱い（魚匠ダイニング沖海月）

無駄な水分を使わず熟成させる

- 1日目 内臓を入れて寝かせる。死後硬直から完全硬直（肉を）させるために寝かせる
- 2日目 量販店から仕入れ（手元に来る）
- 3日目 頭付で酸性水で（真水）で皮目を洗う（エラ、髓から水が入らない様厳重に注意する！）
内臓を取り少しの水で洗う（濡れタオルで拭く）
タオルで包む（脱水させる）
変動しないチルドで熟成、氷温熟成が注目されてきたのかと言うと、雑菌が繁殖しないよう、1度から2度くらいの肉が凍らない低い温度で、**熟成**させる。
（3度から腐食していくスピードアップする。）

- 4日目 タオル交換
腹のタオルも交換
4日目からが食べごろ

- 5日目 から熟成度が変わりイノシン酸の旨味が増す。
- 6日目
- 7日目
- 8日目
- 9日目 ここまで熟成させる事により旨味も増し身も縮り
最高峰の庄内おぼこサワラの持ち味が出る

魚の扱いについて

水分を徹底的に OFF

増やさない事

ココに関わる“水”には2種類あります。

- ・魚を捌く際、洗った水道水。自由水
- ・肉から染み出る自由水（ドリップ）です。

どちらもダメはだめですが、菌数の多いのは前者で、菌が繁殖しやすいのは後者です。ですから皮に付いた水分、ヌメリ等を肉にくっつけるのはダメなんです。

先ず、熟成目的でしたら必ず自由水を取り除くためにリードペーパーやタオルで巻き脱水させる

死後硬直から完全硬直させる意味（肉の色でわかる）

生体のエネルギー源であるアデノシン三リン酸が時間の経過と共に分解してゆき、旨み成分であるイノシン酸を生成してゆく。さらなる時間の経過の中で、アデノシン三リン酸が完全に分解消滅した時に、イノシン酸の最大値となる。



魚の特徴を熟知する

- 野締めは血が毛細血管に行きわたっているために熟成はならず腐食していく
- 活〆では延髓を切り神経を破壊して血が抜けるがそれでも不十分で尚、扱いが難しく品質の差が大きいため熟成になりにくい
- 活〆神経抜きでは延髓切り神経破壊し神経も抜いている。また、ある方法で血を 100%近くまで血抜きをしているために熟成が可能である

イノシン酸が強い魚

鮪、鰹、鯖、鰯、内蔵を入れて完全硬直までいかせる
魚体で熟成させることができる

白身魚 傷みやすい魚は内蔵を取り除き魚の粘膜を取り除き柵で熟成させることができる



山形県日本料理熟練指導者 須田剛史



地域漁業考えよう

鶴岡で20日 シンポ、初の開催

地域漁業の発展と食文化の育成を目的に全国で開催されている「食と漁の地域活性化シンポジウム」が20日、鶴岡市加茂地区で初めて開かれる。庄内文化伝道師の魚食普及活動など、本県独自の取り組みを紹介し、庄内浜産水産物の消費拡大や認知度向上につなげる。

シンポジウムは東京水産振興会の地域活性化支援事業として、自治体などと連

携して開催している。これまで和歌山県や静岡県などを会場に、地元の漁業を核とした地域づくりについて意見を交わしてきた。

同振興会から委託を受けているコーディネーターが昨夏、全国から高い評価を得ている「庄内おほこサワラ」のブランド化事業を視察。独自の取り組みに関心をもち、鶴岡市での開催が決まった。

今回は加茂水産高でシンポジウムを開き、東京海洋大の馬場治教授が特別講演する。トークセッションでは、石塚亮庄内浜文化伝道師協会長や本間和憲庄内おほこサワラブランド推進協議会長らが取り組みを紹介。庄内浜の魚の魅力発信をテーマにしたパネルディスカッションも行われる。

引き続き同校近くの加茂水族館で、シンポジウム参加者限定の交流会（先着50人）やナイトツアー（同100人）を開く。参加費はシンポジウムは無料、交流会は2千円。問い合わせは「庄内浜の魚消費拡大総合プロジェクト推進本部」事務局の県水産振興課023(630)2445。

山形・庄内浜で地域シンポ

東京水産振興会など20日、参加者募集

第5回食と漁の地域活性化シンポジウム「美味しい魚がたなぐ浜と消費者 食べよう美味しい庄内浜の魚、学ぼう浜の食文化」(庄内浜の魚消費拡大総合プロジェクト推進本部・一般財団法人東京水産振興会主宰)が20日、山形県鶴岡市で開催される。現在、地魚の魅力を訴える同イベントの参加者を募集している。

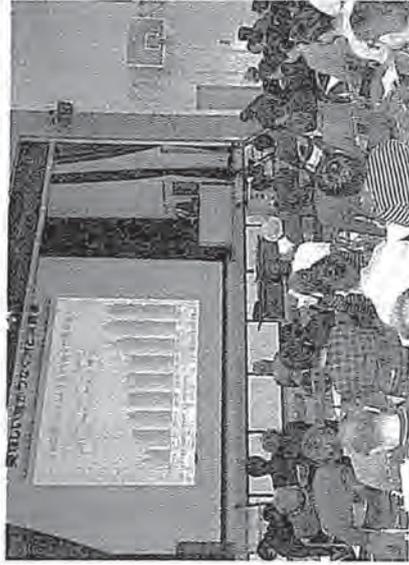
第1部のシンポは、馬場治東京海洋大学教授が「美味しい魚がたなぐ浜と消費者」で特別講演。トークセッションでは、JFやまがた直営販売コーナー「庄内海丸」やブランド魚「庄内おほこサワラ」をはじめ、多種多様な水産物を産出する庄内浜の魅力を紹介。そのうえで「山形・庄内魚の魅力発信と地域未来づく

り」でパネル討論する。第2部「交流会」は限定50人の企画で、旬の魚を味わいながら参加者同士の交流を促進する。

会場は、シンポが県立加茂水産高校体育館(山形県鶴岡市加茂字大崩595)、交流会が加茂水族館「魚匠ダイニング沖海月」。シンポは無料で、交流会は2000円。シンポの参加申込者の先着100人を加茂水族館に招待したうえで、抽選で30人をバックヤードツアーに案内する。

▽申込先・山形県庁水産振興課(星川氏) ☎023-630-1244
023-630-1244
5、FAX023-1630-13257、Eメール hoshikawatom@pref.yamagata.jp

漁業を核に地域づくりへ 鶴岡で「食と漁の地域活性化シンポジウム」



地魚の魅力発信と地域の活性化を考えた「食と漁の地域活性化シンポジウム」

地域漁業の発展と魚食文化の育成を目的に全国で開催されている「食と漁の地域活性化シンポジウム」が20日、鶴岡市の加茂水産高で開かれ、漁業者や飲食店経営者らが地元漁業を核とした地域づくりについて意見交換した。

シンポジウムは東京水産振興会などが地域活性化支援事業として、自治体などと連携しながら開催している。今回が5回目。県内では初めて開かれ、同振興会の関係者が昨年、「庄内おぼろ」のブランド化事業や魚食文化推進など庄内独自の取り組みに関心を持ったことがきっかけとなり、鶴岡市で開催された。庄内地域の漁業者や水

産関係者、県漁協、県や鶴岡、酒田両市の行政関係者ら約120人が参加。新潟、秋田両県の関係者も訪れた。

東京海洋大の馬場治教授が「美味しい魚がつかなく浜と消費者」と題して特別講演し、「東京に行けばおいしい物が全てあると思われるが、本当においしい物、本物のおいしさは産地にある。漁業者側からの情報発信を強化し、旅館や飲食店など地域にあるものを全て活用し、他地域から人を呼び込んでほしい」と語った。

引き続きトークセッションがあり、阿部勝樹県漁協由良総括支所長が山形市内のスーパーに開設している県漁協直営販売の「庄内海

丸、本間和憲庄内おぼろサララブランド推進協議会長が漁業者自ら取り組むブランドの出荷戦略、石塚亮庄内浜文化伝道師協会長が魚食文化の普及事業、天童市内などで庄内浜の魚介類を提供する飲食店を展開する石川豊明さんが内陸地方での消費拡大の取り組みを紹介。全国で開催するシンポジウムのコーディネーターを務める仁平章さんを進行役に、馬場さんとトークセッションの発案者をパネリストに、庄内浜の魚の魅力発信と地域づくりをテーマに意見を交わした。

消費拡大へ、関係者一丸

パネル討論で意見一致



活発にパネル討論

山形県鶴岡市で「食と漁の地域活性化シンポジウム」

【鶴岡】山形沿岸地域（庄内浜）の魚の消費拡大などについて話し合う「第5回食と漁の地域活性化シンポジウム」が20日、山形県鶴岡市加茂の加茂水産高校体育館で開かれた。最前線で活躍する4人が鮮魚直売、ブランド化、食育、飲食店利用などの事例を紹介した。その後、パネル討論を行い、多くの水産関係者の取り組みで認知度が向上しているとした。最終的に「山形のオール水産で今後も売り込んでいく」との意見で一致した。

シンポジウムは東京水産振興会が国内各地で現地団体など共催している。今回は庄内浜の魚消費拡大総合プロジェクト推進本部と美施した。地

元の水産卸、加工業者、漁協、行政関係者ら約20人が参加した。最初に発表を行ったJ

良総括支所長は、漁協による鮮魚の直売事業について紹介した。山形では沿岸部との交通の便が悪い内陸部では庄内浜の魚がほとんど食べられていなかった。その状況を打開するため3年前、山形市内の量販店内に「漁協直営」の鮮魚販売コーナー「海丸」をオープンした。

このほかにも、庄内の食文化の継承を行っている庄内浜文化伝道師協会の石塚亮会長、庄内浜の魚を利用したメニュー展開に力を入れる飲食店運営会社（株）T・S Companyの石川豊明副社長らがそれぞれの活動内容を紹介した。

最後に、基調講演を行った東京海洋大学の馬場治教授、山形県水産振興課の桂和彦課長も加わり、茨城大学の二平章客員研究員をコーディネーターにパネル討論を行った。

山形の魚は少量多品種が特徴となっている。それを生かし、「未利用・低利用魚も積極的に販売している。食育提案にも力を入れているため、見たことがない魚でも興味をもつお客さんがどんどん来るようになった」と

説明した。

今後の消費拡大について

「シケで出漁できない日が続く冬場の安定供給が課題」とした。一方で「希少性は顧客を引き付ける要素にもなる」となると売り方による解決策についても語り合った。

最後は二平コーディネーターが「山形では川上から川下まで多くの人がそれぞれの立場で消費拡大に向けた活動をしている。この動きこそが強みなのではないか」とまとめ、全員で「今後も県内外に庄内浜の魚を売り込んでいく」との意見で一致した。

■「食」と「漁」の地域活性化シンポとは■

■目的

海に囲まれた日本の沿海地域には多くの地方漁村・水産都市が広がるが、地域創生のかげ声とは裏腹に、漁業ばかりでなく加工業など水産関連産業や地元商店街などの衰退が著しい地域が見受けられる。地域振興の核となるべき地方自治体や商工団体、漁協団体も予算の縮小、人材不足などもあり、地域の未来づくりに向けた議論を起こすことができず展望を描けない地域も多い。一方、同様に過疎化・高齢化がすすむ農山村のなかには、商工連携や観光、あらたな商品開発や流通開拓など、地域産業づくり、地域振興策をかかげ、活発な活動を展開し、若者回帰を成し遂げている地区もある。このような事例は農山村地域にはめずらしくないが、沿海漁村地域は他業種団体や個人と連携・協同しながら取り組みを行うことが不得手な地域が多い。

そこで、シンポでは、地域漁村の抱える問題点や課題を明らかにしながら、他の産業や地域づくりの先進的な取り組みを学ぶとともに、地域づくりの専門家や有識者からの助言・提言を得る機会を提供する。また、シンポの開催を通じて地域内の水産業・商工業・他産業関係者、また、全国の有識者や関連する人々を結びつけることにより、「食」と「漁」を守り生活できる豊かな漁村地域にむけた未来づくりに貢献することをめざす。

■開催実績■

第1回：「魚のおいしいまちひたちなか」の地域未来づくり

と き：2016年8月28日（日）13:00～18:30

ところ：ワークプラザ勝田

報告者：根本悦子（クッキングスクールネモト）・鯉沼勝久（あ印水産社長）
岡田裕輔・根本裕之・熊田竜介（磯崎漁協）・根本経子（那珂湊漁協）
横須賀威・大和田聡・桜井裕士（那珂湊加工組合）
大内祐子・戸室寿江・澤田美幸（はなのわ幼稚園 PTA）
板垣浩二（十五夜オーナー）

参加者：300名

第2回：「日本一」の宗田節と新たな地域未来づくり

と き：2016年10月1日（土）13:00～16:30

ところ：土佐清水市立中央公民館

報告者：泥谷光信（土佐清水市長）・二平 章（茨城大学人文学部）
福田 仁（高知新聞社）・山下良夫（高知県漁協下ノ加江支所）
武政嘉八（土佐清水鯉節水産加工組合）
山岡大樹・徳村佳代（土佐清水元気プロジェクト）
田中慎太郎（ウエルカムジョン万カンパニー）

参加者：150名

第3回：魚食観光日本一・ぬまづの地域未来づくり

と き：2018年2月25日（日）13:00～18:30

ところ：ホテル沼津キャッスル

報告者：藤村望洋（海洋観光推進機構）・後藤義男（ぬまづみなと商店街協同組合）

増田剛史（沼津漁協青壮年部）・土屋真美（内浦漁協直営いけすや）

長澤健司（長庄水産株）・中島寿之（食事処「丸吉」）

渡辺勝巳（沼津市観光戦略課）

参加者：100名

**第4回：カツオとともに生きる地域未来づくり／「鯉漁」発祥の地・紀州から考える
（全国カツオまつりサミット記念）**

と き：2018年3月24日（土）13:00～17:00

ところ：すさみ町周参見中学校体育館

報告者：竹内太一（高知カツオ県民会議）・坂下緋美（和歌山県印南町）

鬼束俊六・岩切孝次・鈴木安士（宮崎県日南市）

田中慎太郎・山岡大樹（土佐清水市）・下山忠志（鹿児島県枕崎市）

境好美・明神里寿（高知県黒潮町）・池田洋光（高知県中土佐町）

朝本紀夫（和歌山県すさみ町）・鈴木正男・今井和子（千葉県勝浦市）

参加者：300名

第5回：美味しい魚がっなぐ浜と消費者

と き：2018年10月20日（土）13:30～17:00

ところ：県立加茂水産高校体育館

報告者：馬場 治（東京海洋大学教授）・阿部勝樹（山形県漁協）

本間和憲（庄内おばこサワラブランド推進協議会）

石塚 亮（庄内浜文化伝道師協会）・石川豊明（株式会社 T・S Company）

参加者：150名

■「食」と「漁」を考える地域シンポ 開催実績■

第1回：銚子の魚イワシ・サバ・サンマの話題を追って

と き：2009年12月5日（土）13:00～16:00

ところ：銚子市漁業協同組合4階大会議室

報告者：川崎 健（東北大名誉教授）・小林 喬（元釧路水試）・岡部 久（神奈川水技）

参加者：140名

第2回：食としてのカツオの魅力を考える

と き：2010年1月9日（土）13:00～16:00

ところ：愛媛県愛南町「御荘文化センター」

報告者：二平 章（茨城大地総研）・河野一世（元・味の素食文化センター）

明神宏幸（土佐鰹水産KK）・藤田知右（愛南漁協）・菊池隆展（愛媛水研セ）

参加者：110名

第3回：「黒潮の子」カツオの資源動向をめぐって

と き：2010年1月11日（月）13:00～16:00

ところ：黒潮町佐賀「黒潮町総合センター」

報告者：二平 章（茨城大地総研）・新谷淑生（高知水試）・東 明浩（宮崎水試）

竹内淳一（和歌山水試）

参加者：120名

第4回：水産物の価格形成と流通システム

と き：2010年3月12日（金）15:00～17:00

ところ：東京都中央区「東京水産会館」

報告者：市村隆紀（水産・食料研究会事務局長）

参加者：80名

第5回：サンマの生産流通と漁況動向

と き：2010年8月21日（土）13:00～16:00

ところ：千葉県銚子市「銚子市漁業協同組合」

報告者：本田良一（北海道新聞社）・小林 喬（元釧路水試）・鈴木達也（千葉水総研セ）

小澤竜二（茨城水試）

参加者：107名

第6回：道東サンマの不漁をどうみるか

と き：2010年11月12日（金）13:00～16:00

ところ：北海道釧路市「マリントポスクしろ」

報告者：中神正康（東北区水研）・小林 喬（元釧路水試）・本田良一（北海道新聞社）

森 泰雄（北海道釧路水試）・山田 豊（北海道荷主協会）

参加者：170名

第7回：タコ日本一・魚の美味しいまちひたちなか

と き：2011年9月17日（土）13:30～17:30

ところ：茨城県ひたちなか市「ワークプラザ勝田」

報告者：二平 章（茨城大地総研）・根本悦子（クッキングスクールネット）・宇野崇司（那珂湊漁協）

根本裕之（磯崎漁協）・熊田 晃（磯崎漁協）・岡田祐輔（磯崎漁協）

根本経子（那珂湊漁協）・千葉信一（多幸めしシジケート）・鯉沼勝久（㈱あ印）

横須賀正留（ひたちなかトカチャー研究会）・清水 実（ひたちなか商工会議所）

参加者：300名

第8回：鹿児島ちりめんの魅力を語る

と き：2011年10月15日（土）13:00～16:00

ところ：鹿児島県鹿児島市「ホテルパレスイン鹿児島」

報告者：廻戸俊雄（㈱ジャパンクッキングセンター）・小松俊春（元・江口漁協）

堤 賢一（志布志市商工会）・田浦天志（志布志市商工会）

大久保匡敏（鹿児島県機船船曳網漁業者協議会）

参加者：65名

第9回：黒潮のまちでカツオを語る

と き：2012年2月11日（土）13:00～16:00

ところ：高知県黒潮町「黒潮町総合センター」

報告者：田ノ本明彦（高知県水試）・菊池隆展（愛媛県農林水産研究所）

福田 仁（高知新聞）・嘉山定晃（長井水産㈱）・東 明浩（宮崎県水試）

参加者：69名

第10回：紀州漁民の活躍史とカツオ漁の今を考える

と き：2012年2月18日（土）13:00～16:30

ところ：和歌山県串本町「和歌山県農林水産総合技術センター水産試験場」

報告者：川島秀一（リアスーク美術館）・坂下緋美（印南町文化協会）・杉本正幸（郷土史家）

雑賀徹也（郷土史家）・朝本紀夫（すさみ町商工会）・吉村健三（和歌山東漁協）

参加者：100名

第11回：スルメイカ・アカイカの資源動向をさぐる

と き：2012年5月9日（水）13:30～16:00

ところ：青森県八戸市「八戸水産会館」

報告者：桜井泰憲（北海道大学）・木所英昭（日本海区水産研究所）

酒井光夫（国際水産資源研究所）

参加者：150名

第12回：今年もカツオ水揚げ日本一をめざして

と き：2012年6月6日（水）13:00～18:30

ところ：宮城県気仙沼市「サンマリン気仙沼ホテル観洋」

報告者：森田貴己（水産庁増殖推進部研究指導課水産研究専門官）

馬場 治（東京海洋大学教授）・菅原 茂（気仙沼市長）

参加者：250名

第13回：秋のサンマはとれるのか？

と き：2012年9月12日（水）14:00～17:00（交流会は17:30～19:00）

ところ：東京都中央区豊海町「豊海センタービル」

報告者：石部善也（全国さんま漁業協会専務）

小林 喬（元・北海道釧路水産試験場漁業資源部長）

巢山 哲（東北区水産研究所主任研究員）・上野康弘（中央水産研究所グループ長）

参加者：80名

第14回：まぐろシティ・いちき串木野をめざして

と き：2012年11月24日（土）13:00～17:00（交流会は17:30～19:00）

ところ：鹿児島県いちき串木野市「シーサイドガーデン さのさ」

報告者：香川謙二（水産庁増殖推進部長）・鈴木平光（女子栄養大学教授）

上夷和輝（鹿児島まぐろ船主協会理事）・早崎史哉（鹿児島まぐろ同友会会長）

上竹秀人（鹿児島まぐろ船主協会会長）・田畑誠一（いちき串木野市長）

濱崎義文（串木野市漁業協同組合長）・松元 要（新洋水産有限会社社長）

井ノ原康太（鹿児島大学大学院生）

参加者：220名

第15回：道東海域で魚種交替が起きつつあるのか？

と き：2012年11月27日（火）13:00～16:30（交流会は16:45～18:30）

ところ：北海道釧路市「マリントポスクしろ」

報告者：戸田 晃（釧路市漁業協同組合代表理事組合長）

小林 喬（漁業情報サービスセンター道東出張所長）

森泰雄（釧路水産試験場専門研究員）・中神正康（東北区水産研究所主任研究員）

川端 淳（中央水産研究所資源評価グループ長）・山田 豊（釧路水産物流通協会）

参加者：118名

第16回：「食」と「観光」のまちづくりをどうすすめるか

と き：2013年1月26日（土）13:00～16:30

ところ：高知県土佐清水市「土佐清水市立市民文化会館くろしおホール」

報告者：中澤さかな（道の駅萩しーまーと駅長）・土居京一（(社)土佐清水市観光協会）

福田金治（松尾さえずり会）・問可証善（高知県漁業協同組合）

瀧澤 満（窪津漁業協同組合）・武政光安（土佐清水鯉節水産加工業協同組合）

徳村佳代（土佐清水元気プロジェクト）

参加者：145名

第17回：カツオ・鯉節の食と文化

と き：2013年4月19日（金）13:00～17:00（交流会は17:30～19:00）

ところ：東京都中央区豊海町「豊海センタービル」

報告者：福田仁（ジャーナリスト）・二平 章（漁業情報SC・茨城大学地域総合研究所）

坂下緋美（和歌山県印南町文化協会会長）・秋山洋一（にんべん専務取締役）

近藤高史（味の素 KK イノベーション研究所主席研究員）

竹内太一（土佐料理「ねぼけ」社長）・朝本紀夫（すさみ町商工会会長）

堀井善弘（東京都島しょ農林水産総合センター八丈事業所）

参加者：100名

第18回：下北の地域漁業とスルメイカの漁況動向

と き：2013年4月26日（金）13:00～16:30

ところ：青森県むつ市「むつ来さまい館」

報告者：山田嘉暢（むつ水産事務所）・野呂恭成（青森県水産総合研究所）

三木克弘（中央水産研究所）・高橋浩二（漁業情報サービスセンター）

木所英昭（日本海区水産研究所）・清藤真樹（青森県水産総合研究所）

澤村正幸（函館水産試験場）・渡邊一功（漁業情報サービスセンター）

参加者：100名

第19回：太平洋サンマの資源動向と来遊予測

と き：2013年8月7日（水）14:30～17:30

ところ：宮城県気仙沼市「気仙沼市魚市場3階会議室」

報告者：佐藤亮輔（気仙沼漁協代表理事組合長・気仙沼水産復興グループ運営会議代表）

小林 喬（元・北海道釧路水産試験場漁業資源部長）

巢山 哲（東北区水産研究所主任研究員）・渡邊一功（漁業情報サービスセンター）

ウラジミール・ツルポフ（ロシアサブサングループ・アジアパシフィック）

参加者：140名

第20回：魚食の文化をどう伝えるか

と き：2013年9月27日（金）13:00～17:00（交流会は17:00～18:30）

ところ：東京都中央区豊海町「豊海センタービル」

報告者：根本悦子（クッキングスクールネモト）・宮本博紀（大日本水産会）

大森良美（日本おさかなマイスター協会）

高橋千恵子（NPO 法人食生態学実践フォーラム）・木村 恵（東京水産振興会）

渡邊一功（漁業情報サービスセンター）

参加者：70名

第21回：マサバ資源は増大するのか？

と き：2013年10月29日（金）14:00～17:00

ところ：千葉県銚子市「銚子市漁業協同組合」

報告者：川端 淳（水研セ中央水産研究所）・内山雅史（千葉県水産総合研究センター）

森 泰雄（釧路水産試験場）金光 究（茨城県水産試験場）

参加者：60名

第22回：サケの資源と流通をめぐる今日的課題

と き：2013年11月9日（土）10:30～17:30（18:00～19:30 懇親会）

ところ：北海学園大学国際会議場

報告者：清水幾太郎（中央水研）・梶山雅秀（北海道大学）

宮腰靖之（北海道さけます内水試）・小川 元（岩手県水産技術センター）

高橋清孝（元・宮城県内水試）・宮沢晴彦（北海道大学）

佐野雅昭（鹿児島大学）・鈴木 聡（北海道漁連）

山口修司（北海道水産林務部）・津田 要（北海道漁業共済組合）

参加者：126名

第23回：ウナギと日本人

と き：2014年7月7日（月）13:00～17:00（17:30～19:30 懇親会）

ところ：東京都中央区豊海町「豊海センタービル」

報告者：太田慎吾（水産庁漁場資源課長）・望岡典隆（九州大学農学研究院准教授）

堺 美貴（有限会社「日本橋」代表取締役）

高嶋茂男（株式会社「日本養殖新聞」取締役）

飯島 博（認定NPO法人アサザ基金代表理事）

御手洗真二（全国内水面漁業協同組合連合会業務部長）

参加者：100名

第24回：道東海域へのサバ・サンマの来遊動向をさぐる

と き：2014年8月8日（金）13:00～16:30（17:30～19:30 懇親会）

ところ：北海道釧路市「マリントポスクしろ」

報告者：黒田 寛（北海道区水産研究所）・内山雅史（千葉県水産総合研究センター）

三橋正基（釧路水産試験場）・渡邊一功（漁業情報サービスセンター）

参加者：130名

第25回：サンマをめぐる国際情勢と今期の来遊見込み

と き：2014年8月17日（日）14:00～17:00（17:15～18:30 懇親会）

ところ：宮城県気仙沼市「サンマリン気仙沼ホテル観洋」

報告者：田中健吾（水産庁資源管理部首席漁業調整官）

巢山 哲（水産総合研究センター 東北区水産研究所八戸庁舎）

高橋晃介（水産総合研究センター開発調査センター）

渡邊一功（漁業情報サービスセンター）

参加者：100名

第26回：さかなの観光まちづくりとサバのブランド化

と き：2014年9月27日（土）13：30～17：00（17：15～18：30 懇親会）

ところ：宮城県石巻市「石巻グランドホテル」

報告者：後藤義男（ぬまづみなと商店街協同組合理事長・沼津魚仲買商協同組合理事長）
鯉沼勝久（魚のおいしいまちひたちなか推進協議会会長・㈱あ印代表取締役社長）
武輪俊彦（八戸前沖さばブランド推進協議会会長・武輪水産㈱代表取締役社長）
田中憲壯（西日本魚市㈱取締役相談役）
須能邦雄（石巻魚市場㈱代表取締役社長）

参加者：100名

第27回：風間浦鮫鱈のブランド化と「ゆかい村」観光

と き：2014年11月11日（火）13：00～17：00（18：30～20：00 懇親会）

ところ：青森県下北郡大間町「北通り総合文化センター ウイング」

報告者：朝本紀夫（和歌山県すさみ町商工会長・NPO法人魅来づくりわかやま理事長）
森 庸宏（(公社)青森県観光連盟主幹）
立川博之（東京神田鮫鱈料理老舗「いせ源」専務）
竹谷裕平（(地独)青森県産業技術センター水産総合研究所主任研究員）
中塚義光（蛇浦漁業協同組合代表理事組合長）
長谷雅恵（下風呂温泉旅館組合おかみの会会長）

参加者：130名

第28回：2014年のひき縄・竿釣カツオ漁をふりかえる

と き：2014年12月19日（金）13：00～17：00

ところ：南郷ハートフルセンター 文化会館

報告者：清藤秀理（(独)水産研究総合センター 国際水産資源研究所）
矢吹 崇（漁業情報サービスセンター）・小林慧一（和歌山県水産試験場）
平山仁斗（宮崎県水産試験場）・濱田敏雄（和歌山県すさみ町[澄丸]漁労長）
鈴木正男（千葉県勝浦町[天松丸]漁労長）・浅野貴浩（宮崎県南郷町[5清龍丸]漁労長）
上牧英男（宮崎県南郷町[88正丸]漁労長）・岩切孝次（宮崎県南郷町[8三代丸]船主）

参加者：110名

第29回：琵琶湖の魚食文化・その魅力をさぐる

と き：2015年2月15日（日）13：00～17：00

ところ：休暇村「近江八幡」

報告者：中澤さかな（山口県道の駅「萩しーまーと」駅長・総務省「地域力創造アドバイザー」）
左寄謙祐（老舗「魚治」代表取締役）・森田正行（沖島漁業協同組合組合長）
大沼芳幸（滋賀県文化財保護協会事務局次長）
田辺文隆（休暇村「近江八幡」総支配人）
三枝 仁（滋賀県農政水産部水産課副主幹・水産業普及指導員）
桂 陽三（琵琶湖汽船株式会社）・中村みち子（沖島漁協女性部「湖島婦貴の会」）

参加者：105名

第30回：道東沖のサンマ・サバ・イワシ漁の動向をさぐる

と き：2015年8月4日（火）13：00～17：00

ところ：マリントポスクしろ3階大研修室

報告者：田中健吾（水産庁）

ウラジーミル・ツルーポフ（ロシアサブサングループ・アジアパシフィック）

中神正康（水産総合研究センター東北区水産研究所）

稲川 亮（釧路水産試験場）・須能紀之（茨城県水産試験場）

三橋正基（釧路水産試験場）

参加者：130名

第31回：サンマの国際的 management と今期の来遊動向

と き：2015年8月11日（火）14：00～17：20

ところ：サンマリン気仙沼ホテル観洋

報告者：田中健吾（水産庁）

浅川雄喜（NHK 釧路放送局記者）

阿保純夫（水産総合研究センター開発調査センター調査員）

中神正康（水産総合研究センター東北区水産研究所主任研究官）

渡邊一功（JAFIC 漁海況部漁況グループリーダー）

ウラジーミル・ツルーポフ（ロシアサブサングループ・アジアパシフィック）

参加者：120名

第32回：水揚日本一・銚子の美味魚を生かした観光地域づくり

と き：2015年11月14日（土）13：00～17：00

ところ：銚子プラザホテル ロワイヤルホール

報告者：清水 実（さかなの美味しいまちひたちなか推進協議会・ひたちなか市観光協会副会長）

後藤義男（ぬまづみなど商店街協同組合理事長・沼津魚仲買商協同組合理事長）

小林崇亮（全日本さば連合会会長）

荻久保勝雄（銚子ボランティアガイド観光船頭会会長）

大塚憲一（銚子市漁業協同組合常務理事）

金野一男（銚子市漁業協同組合外川支所漁業者協議会代表）

清水俊和（銚子まちづくり株式会社代表取締役）

笹本博史（銚子市産業観光部長）

参加者：115名

第33回：神の魚・ハタハタと伝統の食文化ー東京から地域漁業への応援メッセージ

と き：2015年11月27日（金）13：00～17：30

ところ：スタジオ・プラスジー・ギンザ5階

報告者：浅岡元子（日本の伝統食を考える会事務局長）

杉山秀樹（秋田県立大学客員教授）

甲本亮太（秋田県水産振興センター主任研究員）

塚本研一（秋田県総合食品研究センター上席研究員）

三浦悦郎（三浦米太郎商店代表取締役）

渡部恵美（秋田郷土料理研究家）

参加者：70名



第1シリーズ「食」と「漁」を考える地域シンポ、第2シリーズ「食」と「漁」の地域活性化シンポの各回報告集は東京水産振興会のホームページに全頁掲載されています。

船上活×神経抜き

庄内おばこサワラ

食の都
庄内

キャンペーン



庄内おばこサワラブランド推進協議会の漁師の皆さん

情緒食酒 **炙茶家**

☎0235-24-0191
997-0031 鶴岡市錦町13-7

アル・ケッチアーノ

☎0235-78-7230
997-0341 鶴岡市下山添字一里塚83

湯野浜温泉保養所 **うしお荘**

☎0235-75-2715
997-1201 鶴岡市湯野浜1-11-23

城下町鶴岡 浜の台所 **沖海月**
魚匠ダイニング

☎0235-64-8356
997-1206 鶴岡市今泉字大久保657-1

あつみ温泉 **たちばなや**

☎0235-43-2211
999-7204 鶴岡市湯温泉丁3

鮮魚料理 **浜っ娘**

☎0235-23-8235
997-0033 鶴岡市泉町6-1

あつみ温泉 **萬国屋**

☎0235-43-3333
999-7204 鶴岡市湯温泉丁1

和洋創作料理 **べんけい**

☎0235-23-4575
997-0031 鶴岡市錦町12-16

居酒屋 GINZA **実國**

☎0235-25-0602
997-0014 鶴岡市大宝寺町3-48

すたんど割烹 **みなぐち**

☎0235-23-3791
997-0028 鶴岡市山王町8-10

夕日かがやく
網元の宿 **旅館仁三郎**

☎0235-73-2109
999-7463 鶴岡市三瀬己308

蔵屋敷 **LUNA**

☎0235-22-1223
997-0027 鶴岡市昭和町12-23

イタリアンレストラン **アンジェロ**

☎0234-28-9115
998-0023 酒田市幸町1-10-20日新開発ビル1F

旬味 **井筒**

☎0234-24-1422
998-0044 酒田市中町2-3-27

寿司・割烹 **鈴政**

☎0234-22-2872
998-0037 酒田市日吉町1-6-18

旬味 鮮心 魚屋 **富重**

☎0234-26-8044
998-0043 酒田市本町3-5-16

魚御殿 **やまもと**

☎0234-22-0238
998-0063 酒田市南新町2-1-2

時を奏でる宿 **若葉旅館**

☎0234-24-8111
998-0043 酒田市本町2-3-9

和心食事処

☎0234-42-1189
999-7781 東田川郡庄内町余目土堤下38-1

華み寿葎 はなみずき

☎0234-72-4187
999-8301 飽海郡遊佐町舞鶴30

漁師のプライドが詰まった
極上の逸品を
庄内のお店で食べよう！
熟成が旨い！！

「庄内おばこサワラキャンペーン期間」

平成29年

10月27日(金)～12月3日(日)

お店によって料理内容や営業時間等が異なりますので
ご予約の上、ご確認ください。

庄内浜ブランド創出協議会

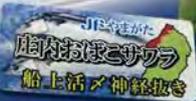
これが、船上活〆神経抜き 庄内おぼこサワラ

◆漁獲方法／はえ縄
◆旬／9月～12月

これが本物の証!

これが本物の証!

オリジナルの
タグ付き



マグロのトロにも勝るとも
劣らない旨み!!

刺身は、一週間も美味しくいただけます。
漁獲から三日までは抜群の鮮度を、四日
目以降は熟成した上品な脂の旨みを楽し
めます。皮を炙ったり、しゃぶしゃぶにし
てちょっとだけ熱を加えると、更に旨味
が倍増します。

地元で堪能!
「庄内おぼこサワラ」
お料理あれこれ♪

魚編に春(鯖)と書くサワラ
ですが、これは産卵期から
ですが、これは秋から冬
にかけて脂が乗って最も美
味しい季節です。

寿司

炙りサラダ仕立て

煮物

西京焼き

お店によって
料理内容や営業時間等
が異なりますので
ご予約の上
ご確認ください。

※料理写真はイメージです。

しゃぶしゃぶ

最

高にいいものだけを提供するという漁師の
プライドが詰まった極上のサワラ!

高品質を徹底し、築地市場でもトップブラ
ンド商品として人気です。

庄内浜では、
秋に脂が乗つ
たサワラをはえ縄で漁
獲し、活きの良いものだけ
を船上で活〆・神経抜きを行
います。一尾ずつに漁船と漁業者
名が入ったタグを取り付け、傷つか
ない様に丁寧に梱包して「庄内おぼこ
サワラ」が完成します。

「サワラ」ローメモ
高タンパクで、ビタミンも
たっぷり。特にビタミンB群や
D、DHAやEPAも豊富!
旨味成分のタウリン、イノシ
ン酸などの成分がサワラの味
を引き立てます。

地元で堪能!「天然とらふぐ」お料理あれこれ♪

てっさ
とらふぐ刺身

生白子

焼白子

雑炊

湯引き

唐揚げ

てっちり
とらふぐ鍋

「天然とらふぐ」の魅力♪
白身は「高タンパク・低脂肪」!
そして皮にはコラーゲンも
豊富です。

お店によって料理内容や営業時間等が異なりますのでご予約のうえ、ご確認ください。
※掲載している写真はイメージです。

お問い合わせ / 庄内浜ブランド創出協議会事務局 (山形県庄内総合支庁産業経済部水産振興課) ☎0234-24-6045

第5回 「食」と「漁」の地域活性化シンポ 報告集

2019年10月 発行

■編集・発行 一般財団法人 東京水産振興会

〒104-0055 東京都中央区豊海町 5-1 豊海センタービル 7階

TEL 03-3533-8111

FAX 03-3533-8116