

銚子つりきんめ

キラキラ輝く金色の目に、真っ赤な体。多種多様の魚が並ぶ銚子漁港の第3卸売市場でもその鮮やかさはひとときわ目を引きます。

「キンメの産地はほかにもあつけど、脂のりはなんととっても

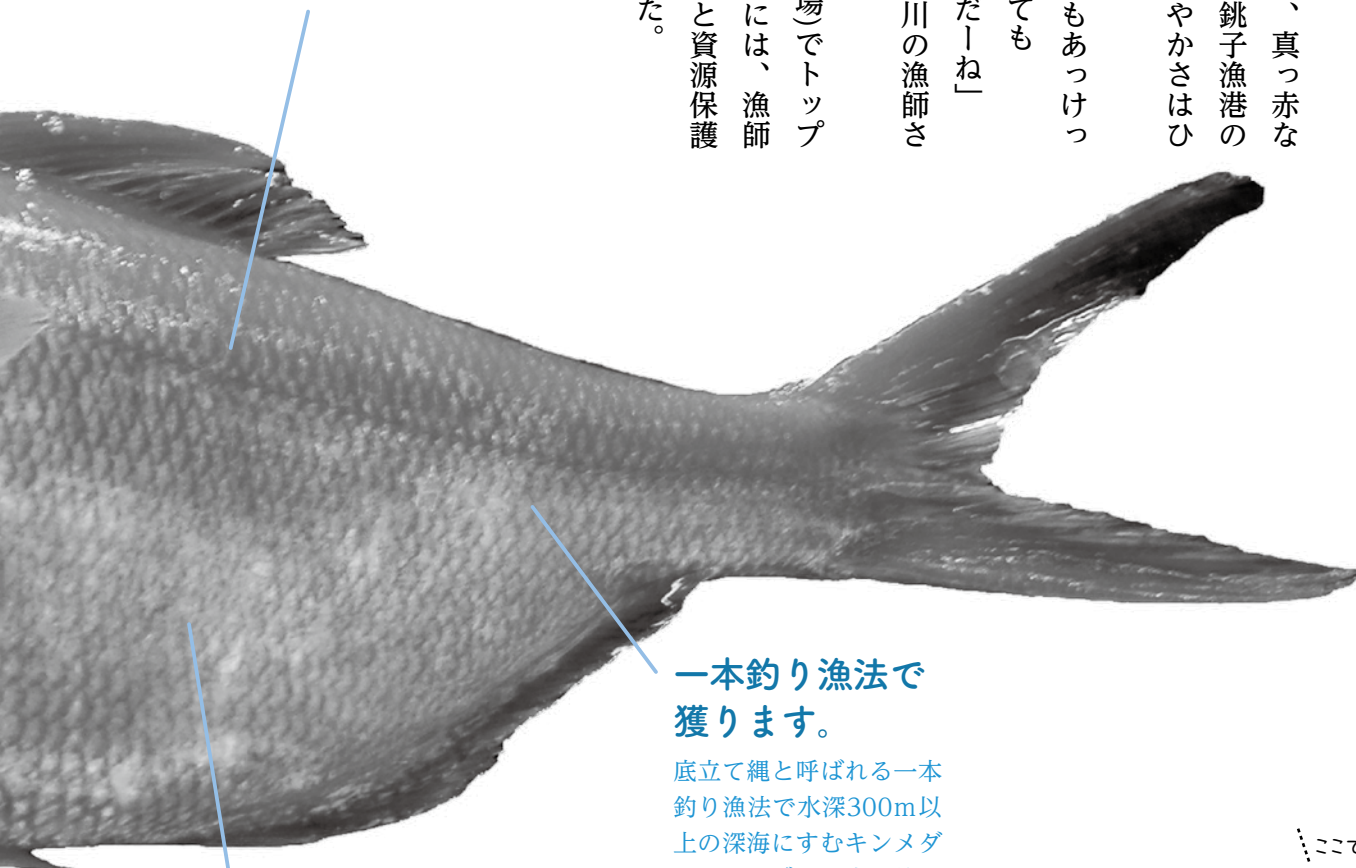
銚子つりきんめが日本一だーね」

銚子つりきんめを獲る外川の漁師さんたちは胸を張ります。

東京築地市場(現豊洲市場)でトップクラスの評価を得るまでには、漁師さんたちのブランド戦略と資源保護への取り組みがありました。

銚子つりきんめ ブランド

平成18年に千葉ブランド水産物第1号に認定。平成25年には「銚子つりきんめ」の名称が県内の水産物で初めて地域団体商標に登録されました。



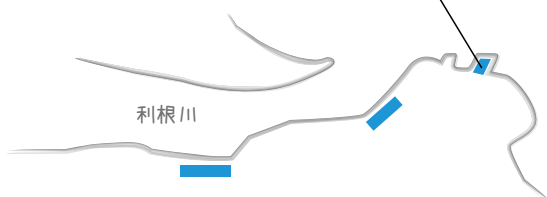
一本釣り漁法で獲ります。

底立て縄と呼ばれる一本釣り漁法で水深300m以上の深海にすむキンメダイを一尾ずつ丁寧に釣り上げます。一本釣り漁獲されたキンメダイはほかの漁法のものよりも魚体がきれいで鮮度も抜群です。

徹底した資源管理。

銚子つりきんめを釣ることができるのは外川の40隻80人の漁師だけ。漁は日の出から3時間、船員数プラス1本の釣り糸に針は60個、と魚を減らさないように厳格なルールを守っています。

ここで水揚げ
第3卸売市場



獲ってる人に聞いてみた

漁師自ら資源管理とブランド化、30年の歩み

昔は魚の単価が安いので量を多く獲る。すると資源が減って獲れなくなる、という悪循環でした。昭和の終わりころ「こっちはしょうねえ」と味に定評のあったキンメダイに魚種をしぼり、漁師たち自らが付加価値をつけて資源と生業を守る活動を始めました。針数制限などの操業規則を定め、キンメを認知してもらうためにきんめだいまつりで無料配布したり、県内外のイベントでPRしたりしました。今では単価がかつての2.5~5倍に。危機感を持って活動を先導してくれた先輩方のおかげで今の銚子つりきんめブランドがあります。



田辺丸 船長
田邊克巳さん (60)