水産物の高鮮度出荷技術について

～平成24年度漁業士研修会

平成24年10月23日、かながわ県民センターにおいて漁業士研修会を開催しました。テーマは「水産物の高鮮度出荷技術について」とし、我が国の魚食の現状や活けジメ技術について水産庁研究指導課情報技術企画官　上田勝彦氏にご講演いただきました。

良い魚でも売れない

- 魚が獲れないのに魚の値段が上がらない。特に高級魚が売れない状況が続いている。
- 日本人の魚離れは、ここ数年単位のものではなく、1970年代の高度成長期以降、食の欧米化によって続いてきた。
- その状況がバブル経済以降は景気の悪化も手伝って、加速している。
- 漁業者や魚屋は、魚食の衰退が食文化の変化という構造的なものであると認識しておく必要がある。

子どもたちは魚の味を知ることなく育つ

- 今の青少年は魚を日常的に食べる習慣がない。魚の味を知る機会が無いので、そもそもその味を知りようがない。
- マクドナルドハンバーガーは1970年代初頭、日本に入ってきたとき子どもたちをターゲットに商売を始めた。それから40年間経つが、今では中高年でさえ抵抗無くハンバーガーを普通の食事として受け入れている。
- 味覚は小学校6年生くらいで刷り込まれる。子供達が魚の味を知らないことは、今後将来にわたって、魚を買わないし、食べない。そういう日本人が主流になるということを示唆している。
- こうした状況は、国民に替わって水産資源を食料として供給する漁業者の地位を危うくすることに繋がる。

味を知らない人に魚を売るには

- 魚は種類も、大きさも、鮮度もさまざまである。魚食が当たり前であった昔日は、それを上手く流通できるようなシステムがあり、魚を知っている多くのプロによって魚食が支えられていた。
- 今日、こうした決め細やかな流通システムが崩壊しつつある。魚の味を知らない人に魚を売るには、魚に熟知した人が魚を知らない人に直接情報を提供して売るような場づくりが不可欠である。
- 魚を知らない人は魚そのものというより、魚を紹介してくれた人や情報にお金を出すのである。漁業者、荷受、仲買人等、魚を知る人たちが連携し、魚の味を知らない人を、魚食のリピータとしていく活動を広めていく必要がある。

高鮮度の極意「活けジメ」

- 「活けジメ」は、魚が死後硬直の直前と直後で高まる筋肉中の旨味成分をより高め、その持続時間を長くする効果を持っている。
- 「活けジメ」は①活け越し、②即殺、③放血、④神経抜き、⑤保冷の5段階で構成される。
- 魚のシメ方には野ジメと活けジメがある。
- 野ジメは鮮度保持には向かないが、大量に獲れた場合は野ジメで対応するしかない。
- 良い魚が獲れたとき活けジメにする等の漁獲の状態によって使い分ける必要がある。
- 魚の旨味は死後硬直の前後で2回高まる。
- 野ジメなどの方法では、死後硬直までの時間が短く、旨味成分があまり高まらず、鮮度ももたない。
- 活けジメを本格的に導入している漁協では、料理屋でお客の前に並ぶ時間を考慮し、逆算して活けジメを行っている。
- 活けジメを導入してもすぐに価格が向上する訳ではない。ただし、辛抱強くアピールを行ったところは、価格が着実に上がっている。

①活け越し
水揚げした活魚を遮光した水槽内で一晩、休ませる段階で、 筋肉中に溜まった疲労物質（乳酸）を分解させる。

↓

②即　殺
魚が暴れないように、塗れた軍手をして静かに取り上げ厚手のマットに置き、手カギ等で脳を壊して動きを止め、活けジメ中に疲労物質をためないようにする。

↓

③放　血
のど元一箇所だけを切り、活け越された海水で自然に完全に血抜きをする。尾にも切り込みを入れたりすると血圧が抜けて上手く血抜きができなくなるので注意！

↓

④神経抜き
脳から繋がる背骨に沿って通っている神経を、太さに応じたピアノ線やワイヤーを通し、しっかり壊す。脳を壊した後でも神経から出る分泌物質を止め、筋肉の動きを止める。

↓

⑤保　冷
下側は海水で濡らした新聞紙等を敷き、上側はパーチで乾燥を防ぎ、氷が魚体に直接触れないようにして箱内の温度を6～7℃に保つ。氷を入れすぎれば硬直が早まり、活けジメの効果は失われる。