

令和7年度
階上アブラメブランド化推進事業
事業報告書

1. 資源管理

(ア) 標識装着・放流（連携：水産高校海洋生産科）

アブラメの生育状況や回遊範囲等を調査する目的から、今年度も標識タグ（アンカータグ）を稚魚に装着し放流しました。標識付けについては9月9日（火）青森県栽培漁業振興協会にて、職員の指導を受けながら水産高校生が実施し、アンカータグを約1,000尾の稚魚に装着後、9月12日（金）に小舟渡漁港沖合において放流を行いました。今回は灰色のアンカータグを装着し、採捕された際に、何年度に放流されたか分かるように区別しています。



高校生による標識付け



かごに分けている様子



水中放流前に準備するダイバー船

【放流尾数推移（直近5年）】表-2

年度	放流尾数内訳	合計
R3	10,000尾(標識3,000尾)+漁協7,500尾	17,500尾
R4	11,000尾(標識3,000尾)+漁協7,500尾	18,500尾
R5	4,400尾(標識1,000尾)+漁協1,700尾	6,100尾
R6	2,500尾(標識1,000尾)	2,500尾
R7	標識1,000尾	1,000尾

※尾数はおおよその数。

【水揚げ量推移】表-3（資料1-2）

年度	水揚げ量
R3	1.7 t
R4	3.2 t
R5	2.5 t
R6	3.0 t
R7	1.5 t

※量はおおよそ。

(イ) 漁業者説明会の開催

令和8年1月20日(火)に毎年度開催している漁業者説明会を開催しました。資源管理の継続を依頼し、来年度以降の取り組みを重点的に説明しました。

当日の説明を受け、今年度開始時点7名だったブランド漁業者の登録者が9名に増加し、来年度の水揚量増加が期待されます。

(ウ) 全長制限ステッカーのリニューアル作成

全長制限サイズを既存の20cmから30cmにサイズアップし、資源管理を行うことから、デザインをリニューアルし作成。漁業者等の関係者、関係施設へ配布。



(エ) 養殖実証調査(官学連携:水産高校海洋生産科 R4年度から)

ア 基礎データ収集

サーモンやブリなどの養殖主要魚種と違い、養殖に関するデータがほぼ皆無であることから、適正養殖尾数の割り出しや、給餌率の算定など、基礎的なデータ収集を八戸水産高等学校実習場で行っています。

近年は水温が下がる冬～春時期の餌食いの悪さを改善するため、様々な餌を与え研究している最中です。また、令和8年3月12日(木)に八戸市飲食店1店舗にご協力いただき、養殖アブラメ3尾のサンプル提供を行いました。

(参考) 県漁港漁場整備課と連携した藻場礁設置事業 (県漁港漁場整備課)

令和5年度より県事業「『つくる、育てる、稼げる』あおもりの漁業創出事業」の一つとして実施している「アイナメの生息環境に適した藻場礁の開発事業」のモデル地区として選定され、標識放流時に連携しています。

令和6年度に小舟渡漁港沖合水深7mに設置された4基の藻場礁を活用し、かごに250尾ずつ分けて、礁体天板上から水中放流しました。

また、これまでは放流後の追跡調査で確認されなかった標識アブラメ (R6年度放流) が、令和7年度に各礁体1~3尾程度確認され、他にも海藻の繁茂やイカの卵が確認されているため、今後の資源増加が期待されます。

2. 販促 PR

(ア) 町内外飲食店等へのアブラメ流通インフラの整備

町内アブラメ料理提供店との連携を開始しアブラメの試供・料理提供を行いました。鮮魚だけでなく、冷凍フィレ、冷凍切り身も提供しました。

また、町外飲食店にもイベント時に加工品を提供しました。



飲食店への原料試供の一例 (左: 冷凍フィレ、右: 冷凍切り身)

・東京都飲食店へのサンプル提供

シーズン外の12月となりましたが、青森県東京事務所 (青森県食ブランド・流通推進課) と連携し、東京都飲食店へのサンプル提供を行いました。

提供先は、ミシュランガイド東京2026で一つ星を獲得した店舗に提供し、鮮度や処理技術等、継続取引を見据え様々な視点から求評を行いました。先方からは、取り引き確約までの回答はなかったものの「店舗で十分に扱えるレベル」との高い評価をいただきました。来年度のシーズンを通したサン

ル提供に向け、話を進めたいと考えております。



送付したサンプル

(イ) 加工品商品化・販売

近年の消費者ニーズに対応するため、昨年度試作した冷凍加工品について、ラベルを作成し、はしかみハマの駅あるでい～ばで販売しました。

今後も継続販売し、食を通して「階上あぶらめ」の魅力を PR していきます。



販売した冷凍加工品

(ウ) 販促資材作成・配布

昨年度作成したブランドロゴを活用し、各種販促物品を作成し、配布しました。特にポロシャツは、あるでい～ばを訪れた一般の消費者からも「欲しい」という声があり、試験的に販売もしました。また、役場職員も購入するなど、PR の波が関係者だけでなく、地域、一般消費者への波及が期待されます。



左から：のぼり旗、取扱店ステッカー、ポスター

(エ) PR イベント等の実施

ア マスメディアを活用した PR

今年度デビューに際し、多くの新聞、テレビ、ラジオに取り上げられ、広く PR を行うことができました。今後も活動を報道機関に投げ込み、PR を継続したいと思います。

【主な出演】

- ・テレビ (1) ABA「ハレのちあした」(6/23 放送 デビューの件)
- (2) ATV「我が町ご自慢 Q&A」(6/11 放送 祭りの件)
- ※ (2) は Zoom による生出演
- ・ラジオ (1) RAB 放送「県広報タイム」(6/10 放送 デビューの件)
- (2) NHK 仙台「Nandary」(6/30 放送デビューについて)
- ※ (2) 生放送での出演

※テレビでは、活け締め研修会や「階上あぶらめ祭り」なども放送されています。

○上記以外で掲載された媒体

【SNS 等】

- ・LINE (1) 青森県公式 LINE 6/10 通知
- ・Youtube (1)「あおももの！-青森ものすごい農林水産業【農林水産部公式】チャンネル」 ショート動画掲載

【新聞】

- ・デーリー東北、東奥日報、読売新聞、水産新聞

イ 『「階上あぶらめ」お披露目式』 & 「階上あぶらめ祭り」の開催

6月22日(日) 標記イベントを開催し、ブランドデビューを果たしました。祭りでは、アブラメ塩焼きお振舞いやアブラメ漬け丼、アブラメ汁などの料理提供と、八戸水産高等学校の PR ブースを設置し、様々な年齢が楽しめるイベントを開催しました。

漬け丼・アブラメ汁は 100 食完売、塩焼きお振舞いは用意していた 150 食全てお振舞いし、多くの方にアブラメの美味しさを届けられたイベントとなりました。

また、一般消費者の町内飲食店への誘客促進のため、町内飲食店と連携し「階上町でアブラメ食べようキャンペーン」も同日開催しまし

た。今後、継続開催することで認知度向上に繋がりたいと考えています。



会員によるブランドロゴ発表



アブラメ料理販売に並ぶ参加者



塩焼きお振舞い

ウ 町外プロモーション活動

町外 PR 活動として、東京都飲食店で PR 活動を行いました。6月26日（木）は「そば酒房 福島」、27日（金）は「八戸都市圏交流プラザ 8base」にてイベントを実施しました。今年度はブランドアブラメ水揚げ可能漁業者（以下、ブランド漁業者）である長根勝二氏が同行し、漁の方法やアブラメについての説明を行いました。聞く機会のない従事者の話しであったためか、参加者は興味深く耳を傾けていました。



八戸都市圏交流プラザ「8base」での実施風

（オ）認知度調査

「臥牛山まつり」「いちご煮祭り」で来場者に対してアンケート調査を実施しました。両イベントで 316 件回収し、ブランド化について取り組んでいることを認知している方は 188 件で約 59%という結果でした。来年度以降も調査し、認知度把握に努めたいと思います。

【質問内容】

- ・町の魚「アブラメ」のブランド化に取り組んでいることを知っていた。
- ・令和7年6月に「階上あぶらめ」としてブランドデビューしたことを知っていた。
- ・どちらも知らなかった。

結果まとめ（小数点以下四捨五入）		
・ブランド化について何らかの情報を知っていた人	188件	59%
・何も知らなかった	128件	41%

3. ブランド品質管理・保護

（ア）ブランド品質維持

（1）活け締め研修会の開催・活け締めマニュアルの作成

4月22日（火）ブランド漁業者を参集し、研修会を開催しました。当日は食品総合研究所の職員にも参加いただき、5月からのシーズン前に、処理手順を確認しました。また、処理手順を確定させ、活け締めマニュアルも完成させました。



1回目活け締め研修会の様子

今年度は令和8年1月27日（火）に2回目を開催しています。この回では、活け締めマニュアル作成の際に様々な意見をいただいた、食品総合研究所 油野部長を講師としてお招きし、活け締めの必要性・効果について講義をしていただきました。活け締めの必要性を理論でも落とし込むことで、更なるブランド品質の向上が見込まれます。



2回目活け締め研修会の様子

（2）ブランド基準確認・協議

令和7年度シーズンは、アブラメ全体の水揚量が少ないことも影響した

ことから、ブランド漁業者、協議会員との協議を行い、①船上以外での帰港後の活け締め個体（畜養個体含む）も対象②ブランドサイズを 600g~1.2kg に拡大、の2点を変更し、令和8年度のシーズンから適用させることとした。

（イ）ブランド管理・保護

（1）商標登録の取得【自主事業】

他地域アブラメとの差別化を図り、ブランド保護するため、ブランドロゴマーク及び商品名について商標登録を申請しました。

ロゴマークと文字マークに分けて申請し、ロゴマークは令和8年1月27日付けで、文字マークは令和8年2月17日付けで、登録査定となりました。商標登録取得により、模倣商品等からの保護や消費者に対する品質保証、ブランドの社会的信用の向上が見込まれます。

（2）ブランド証明資材の作成

ブランド証明並びに消費者からの識別を容易にするため、出荷・販売時に使用するブランドタグを作成しました。

タグ裏面には船名、水揚げ日、個体No. を記入でき、簡易的なトレーサビリティ機能を持たせています。



ブランドタグ



タグ取付し販売している様子