

魚食を見直したい！



株式会社クリエイティブ・ワイズ 代表取締役 三宅曜子

数年前、水産庁からの依頼で魚食推進のための『ファストフィッシュ』に関する講演会を依頼され、魚食推進と意義についての話を本庁で行った。

『ファストフィッシュ』とは、魚離れが深刻な今日、魚そのものに骨があり、調理がしにくく面倒、ごみが気になるなどマイナス面のイメージが高いため、手軽・気軽においしく、水産物を食べること及びそれを可能にする商品や食べ方のことで、今後普及の可能性を有し、水産物の消費拡大に資するもの（近年の消費者の簡便性、即食を求めるニーズに対応する商品のバリエーションを増やすこと）で、簡単にいえば、もっとたくさん食べていただくために、手軽な魚の加工品などを『ファストフィッシュ』というマークをつけて、量販店などで付加価値の高い商品として紹介していこうというものだ。



ファストフィッシュのロゴ・マーク

この講演会には水産関係の事業者さんたちが大勢来られていた。彼らと話をすると、日本の食生活における魚離れを深刻に心配されていた。

一方、厚生労働省の国民健康・栄養調査報告書の平成26年度版をみると、「食品群別摂取量」・・・一人1日あたりの平均値では、1歳から70歳以上まで、肉類のほうが魚介類より圧倒的に摂取量が多いことがわかる。

しかも男性では7歳から49歳、女性では1歳以上から49歳までが肉の摂取量が魚の倍以上なのだ。

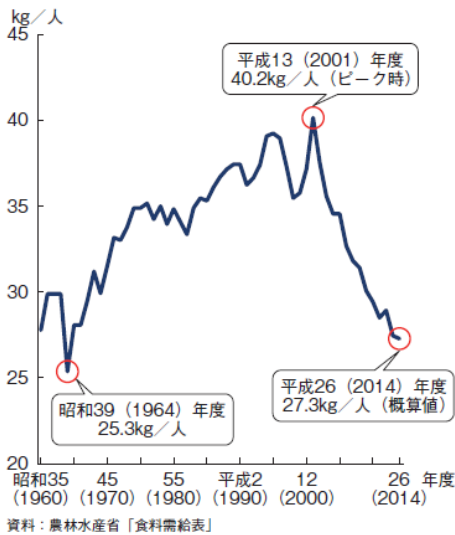
これは島国である日本のなかで、魚離れが深刻であるということが見えてくる。

水産物消費をめぐる状況の変化

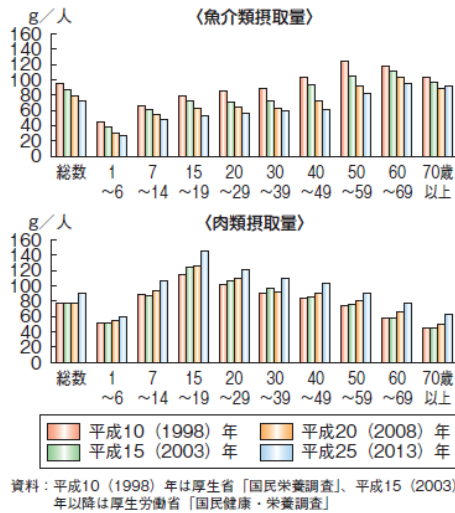
(我が国における1人当たりの年間水産物消費量と人口の変化)

- 1人当たりの年間水産物消費量は、経済発展に伴って大きく増加し、その後も漸増してきたが、平成13(2001)年度をピークとして急激に減少。平成26(2014)年度は、27.3kg/人と、昭和30年代後半と同水準。
- 年齢階層別に魚介類と肉類の摂取量を見ると、若い世代ほど魚を食べず肉を食べる傾向がみられ、近年では、40代以下の摂取量が50代以上と比べて顕著に低い傾向。また、ほぼ全ての世代で過去15年間に魚介類の摂取量が減少し、肉類の摂取量が増加。
- 我が国の人口の減少も、水産物の全体の消費量に影響。

1人当たりの年間水産物消費量の長期的な推移



年齢階層別魚介類及び肉類の1人1日当たり摂取量の変化



出典：厚生労働省平成26年度「国民栄養調査」

■現代人は魚不足！サプリより日常の食事が大切

ある大手の食品メーカーのサプリ部門の調査によると、健康に関心のある方約1400人のアンケートでは理想は週に3回以上、現実には週に2回以下という方が多いという結果になっている。

肉が中心の生活になると魚ならではの栄養成分摂取が少なくなり、健康的にもバランスが崩れてしまう。

よく聞かれる「DHA・EPA」など、血液サラサラ成分等、大切な役割があるが、やはり食べにくい、調理しにくい、時間がかかるなどのマイナスイメージが強いのが大きなデメリットだと考えられる。

また、これら魚の栄養成分をサプリで取ろうとする現代人も多く、サプリ業界は大きな成長産業になっている。

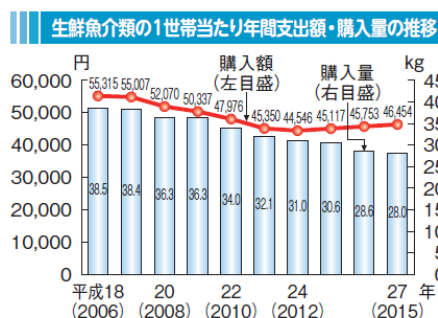
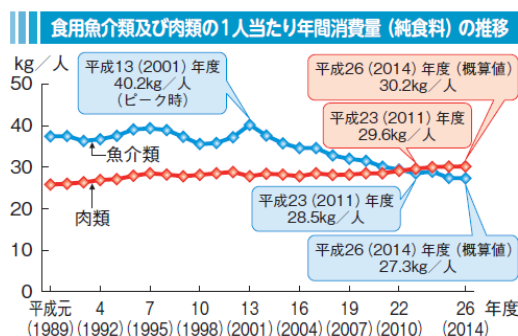
■平成27年度水産白書から読み取る問題点

厚生労働省の調査結果と合わせて水産白書にも、顕著に魚の消費量が少なくなっていることが見える。

食用魚介類の一人当たりの年間消費量は平成13年度の40.2kgをピークに減少となり平成26年度は前年比0.1kg減の27.3kgである。この13年間の間に32%減という数値だ。

水産物の消費動向

- 食用魚介類の1人当たり年間消費量は、平成13(2001)年度の40.2kgをピークに減少を続け、平成26(2014)年度は前年度比0.1kg減の27.3kg。
- 魚は良質なたんぱく源であるとともに、DHA、EPAなど健康を支える様々な成分を含有。バランスよく食べることにより、健康の維持・増進が期待される。
- 学校給食等を通じ、我が国の食文化である和食、魚食に親しむ機会を提供し、食に関する知識と食を選択する力を育んでいくことが重要。
- 魚食普及には、様々な関係者による息の長い取組が必要。様々な魚食普及活動が魚介類のおいしさに触れるきっかけとなり、消費拡大につながっていくことが期待される。



資料：農林水産省「食料需給表」

資料：総務省「家計調査」
注：二人以上の世帯。

出典：平成27年度水産白書

この問題を解決するためには、まず子供たちに魚に親しんでもらうことから始めていく地域が何か所かある。これは2005年の食育基本法に従って各自治体で食育推進企画が立案され、小中学校では学校給食など様々な機会を通じ、「食育」が推進されるようになった。その中で、愛媛県愛南町がすぐに取り組んだのが「魚食教育」。愛媛県は魚介類の養殖が日本一で、かつおの一本釣りでも有名であるが、これに続いて、大人の食育ともいえる、釣りたてのかつおを船上で脱血、スラリーアイスでその日のうちに松山市内に出し、新鮮な刺身で食べるというもので、これの企画から推進の仕組み作りまでを関わらせていただいた。

実は、私もそれまで生魚が苦手で、刺身などはほとんど食べなかったが、これをきっかけに食べるようになった。私は調理師の資格は持っているものの、大きな魚を刺身までにするのは魚が嫌いな分、苦手であったが、大きなかつおのさばき方や刺身の作り方までを習い、今では盛り合わせまでができるようになったのも、このおかげである。

この時に、刺身だけではなく、生の赤身の魚が苦手な私と同じような人向けに、様々なかつおのメニューを作った。

特に、醤油だけではなく、何種類かのたれで食べるメニューや、一晩おいた「漬け」、それを使ったお茶漬けなど、苦手な人にもおいしく食べてもらえるメニューを何種類も

作った。これを機会に魚が好きになったことは、「魚に触れることの大切さ」から始めると良いということもわかってきた。

■パッとできる！電子レンジで魚料理

その後、何とか「魚食推進」ができないかと思いを巡らしていた時に声がかかったのが、「広島魚商協同組合」「広島おさかな普及協議会」から「何とか簡単に、若い女性でも作ることができる」メニューを50品作ってほしいという依頼だった。

私は魚が苦手だったこともあり、レンジで作るのだったらにおいも出ないし、調理自体も簡単だということで、離乳食からシルバー世代向けのレシピと、合わせて魚の捕れる時期や魚種などの情報も入れ、魚屋さんで随时コピーをしてお客様に渡せるようにしたところ、大人気で、やはり作り方がわからない、面倒なのはいやだというニーズが見えてきた。

また、魚料理は生ごみの前日にしかしないということもわかってきたため、レンジで魚のアラを加熱することで生臭さがなくなることも指導した。

魚食推進というためには細かな部分までの提案が必要であることがよく分かった。



広島魚商協同組合からの依頼で作成した50種類の魚料理メニューの表紙

電子レンジで さかな 料理	電子レンジで さかな 料理
イカ イカと里芋の煮物 【作り方】 ①イカの胴は1.5cm幅に切り、足は食べやすい大きさに切ります。里芋は皮を厚めに切り縦横それぞれ半分に、大きさをそろえて切っておきます。 ②耐熱ボールにイカを平らに入れ、上に里芋を重ねないように加え、Aを混ぜ合わせて固くしめます。ラップをふんわりかけて、レンジで12分加熱します。 ③ラップをはずして上下を返してさらに5分加熱します。何度かまぜて、1〜2分おくと、つやがでてとろっと仕上がります。	サンマ サンマの山椒佃煮 【作り方】 ①サンマを2cm幅で横切りして、深さのある耐熱皿に入れ、塩少々ふりかけ、ラップをしてレンジで5分加熱します。粗熱が取れたら中身を箸でかきまぜます。 ②耐熱皿に昆布を敷き、その上にサンマを並べます。Aを混ぜ合わせ上からラップをしてレンジで5分加熱します。 ③サンマを取り出して煮詰まった汁と混ぜ合わせ昆布を取り出し、細かく切って盛り合わせます。
材料 (4人分) イカ 600g 里芋 中10個 しょうゆ 大さじ5 A 砂糖 大さじ4 酒 大さじ2	材料 (4人分) サンマ 4尾(600g程度) だし昆布 15cm×2枚 塩 少々 山椒粉 少々 しょうゆ 120cc 酒 120cc 酢 50cc 水 50cc みりん 大さじ2
1人分 211kcal	1人分 365kcal

簡単メニューの一部

■大人のための「魚食推進」

子供に魚を食べさせることは親が料理をしなければならない。また食べやすくすることも重要である。魚の小骨が気になる人も多くいるが、例えば圧力鍋を使うと小骨まで食べられる。先の「ファストフィッシュ」も、食べやすくする加工品が多く認定されている。このマークを見たら「食べやすい魚メニューや加工品なのだ」と思ってもらいたい。

私は今では各県のブランド魚のネーミングやロゴ・マーク、メニュー作り、販売戦略まで行うことになった。ほんの10年前まではほとんど魚が食べられなかった人間が、今やこんなことまで行うことになったのだ。きっかけが重要なポイントだと、つくづく思う。

マーケティングコンサルタントとして、中小企業支援及び指導、商業活性化事業、まちづくり事業等、顧客のニーズを的確に捉えた市場開発とアプローチ手法等、幅広い分野におけるマーケティング全般のアドバイスを全国各地で手掛ける。また、平成19年度より地域資源活用事業の政策審議委員、国会での参考人をはじめ、全国で地域資源を活用した事業推進、農工商連携事業、JAPANブランドプロデューサーなど幅広く活躍中。

- 経済産業省地域中小企業サポーター
- 同、伝統的産業工芸品産地プロデューサー
- 中小企業基盤整備機構経営支援アドバイザー
- 同、地域ブランドアドバイザー
- 内閣官房 地域活性化伝道師
- 同、クールジャパン地域プロデューサー
- 広島県総合計画審議会委員 他