

# 日刊食料新聞

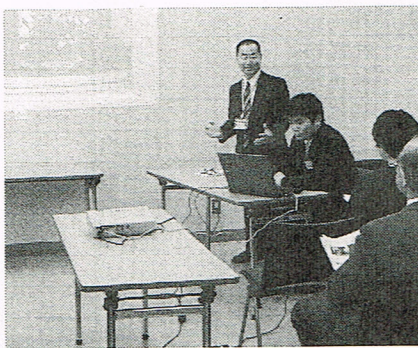
昭和25年7月13日第3種郵便物認可  
発行所  
〒135-0042 東京都江東区木場2-13-21  
新和印刷内  
(株)日刊食料新聞新社  
電話 03 (3642) 1075  
FAX 03 (3642) 1077  
ゆうちょ 銀行振替口座 00160-2-411553

## 普及食魚 消費者目線基本に 推進センター宮本氏が講演

大日本水産会魚食普及推進センターの宮本博紀事務局長は24日、東京海洋大学の楽水会館で行われた水産を考える会Ⅱにおいて「すれ違つ魚食普及と消費者」をテーマに講演を行った。

### 消費量肉は一定、魚だけ減少

宮本氏は「魚離れといわれているが、若い人たちも含めて魚が嫌いというわけではなく、魚は好きだと答えている。しかし、現実には水産物の消費は減って



講演する宮本氏

る。しかし、現実には水産物の消費は減って所)が量販店や駅周辺の魚売場に集中するなか、以後肉類の方が多くなっている。肉類は1995年以後消費

量は一定で推移しているが、魚介類が年々減りつつある。少しているため逆転さるが、魚介類が年々減りつつある。調理の難しさやコスト面が課題

水産物の消費が減っているのは消費者の魚嫌いに原因があるのかというところ、その理由は魚に対するイメージが低く、「健康に良い」というイメージが弱まっている。また、魚の調理の難しさやコスト面が課題となっている。魚の消費が停滞する主な理由としては、若い人では「調理の難しさ」「子供の頃に魚を食べる機会が少なかった」が挙げられ、高

齢者では「世帯人口の減少」「老化による食欲の低下」が挙げられている。また、母親は魚を子供に食べさせたことを考えているが、魚料理を作る動機づけが乏しく、栄養面よりも子供の好みを優先してしまつたために魚が消費されなくなっている。こうした中で、消費者目線を基本に、小学校でのおさかな学習会、栄養面のPR、給食への魚メニューの提案、お母さんたちへの調理教室の開催などの魚食普及活動を地道に行っていく必要があるとした。