

「水産物消費拡大と魚食普及活動連携」開催

第1回
シンポジウム

大日本水産会 魚食普及推進センター

同センターは、昨年度分野別シンポジウムを開催し、それぞれの分野ごとの魚食普及に関する現状や課題などを探った。今年度は問題提起から一歩踏み出し、魚食活動の連携を図りながら、具体的な活動につながるような対策を検討していく。1回目となった今回は、パネリストと来場者が直接意見交換し、水産物の消費拡大と普及活動の連携を図ることを目的に開催。会場からは「普及活動はな

大日本水産会・魚食普及推進センターは6月28日、平成25年度第1回シンポジウム「水産物消費拡大と魚食普及活動連携」を都内で開催した。シンポジウムのもよびを紹介する。

かなか効果がみづらい。モチベーションを保ち続けるためには、数値化するなど効果が目で見え分かるようにしていく必要がある」と意を同じくする人々の商品作り、育て、魚食活動の継続を促したい。学校教育の中で、調理を含めて五感に訴えるようなことをしていく必要がある。現状では、焼石に水、のような感じはあるが、皆に力を借りたい。このシンポジウムを通して活動のネットワークを築き、連携の

相乗効果が出てくることを期待したい。パン食が増える中、パンに合う魚料理や洋風化も考えたい必要がある。魚はずだにハシの日の食材になりつつある。ケの食材にしていく必要がある。海外では魚が健康によいとメーカで消費が伸びており、日本でもこれがあるから魚を食べよう、という強い

イメージづくりも必要ではないか」と、率直な意見が相次いだ。

コトナイターの馬場治東京海洋大学教授は「業界全体で、魚食の低迷に対し、危機感を皆さんもたれていると思う。すでに、魚食活動を超えるペースで魚離れが加速している。今以上にもっと効果的なことができないか、シンポジウムを通じて議論していきたい」と呼び掛けるとともに、「魚食普及と水産業が生き残らなければ、水産資源を見捨てることになる。海底資源は注目を集めているが、水産資源も同じだ。まずは魚を食べることを、着々と実効あるものにしていかなくてはならない」と述べた。

パネリストとして、伊藤繁則(鯖生鮮流通研究所代表取締役)、コトナイター食育グループ「結」の福谷孝氏、小林三千夫マルハニチロホールディングスCS&統括部課長、渡辺聡(トク水産販売事業部)販事業グループマネージャー、神谷長成(中部水産販売促進部長)、並木英子(東京都栄養士会幹事)がそれぞれの魚食に関する意見や活動の実態、今後何が必要となるかなどを報告した。



会場からも意見が相次いだ



コトナイターの馬場教授

活動集の見える化求める

各パネリストが意見交換



小売サイドからみる 費の減少に歯止めを掛
と、昔と比べて魚は売 けることができるので
れなくなった。 はないか。魚は健康に
有職主婦の増加な よいことをもつとPR
ど、家庭で調理をする していくことも必要
こと自体が減少してい だ。魚の骨が嫌いな子
る。家庭で増やしたい 供も多いが、それなら
食材は「魚」との声も ば骨を取ったものを提
多く、魚食普及活動を 供してもよいのではな
行っていくことで 消 いか。それが時代なの

時代変化へ柔軟な対応

伊藤 繁則 氏
鮮流通研究所 取締役 代表

で、間違った対応では
ないと思う。時代に合
わせて柔軟に対応すべ
きではないか。有職主
婦が増加する中、簡便
性の高い商品が売れ始
めている。
魚購入の7割が量販
店やスーパーなどで購
入していることから
も、小売業態もしっか
りこの問題に取り組ん
でいかなければならな
い。魚は扱いが難しく
赤字になると売場を縮
小さめる所が多いが、
ロスリーダーでもよ
い原価で売さくらい、
小売がしつかり魚に目
を向けてもらわないと
いけない。

魚食普及活動として とだ。よかれと思て
座学と調理実習を組み も、触ただけでし
合わせて行っている。 ルギーを起すことも
幼稚園から大学、一般 あり、注意が必要だ。
まず、「どこにも行 また授業とは、いろい
く」というスタンスで ろなことを教えたくな
行っている。活動で注 がるが、できるだけ下
意しなければならな い又は絞った方がよい。
点として、アレルギー 皆が知っていることや
の生徒が増えているこ 生活と結びけて話を



活動効果見えるように

神谷 友成 氏
産 水 部 販 売 促 進 部 長

した方が身につきやす
い。
さまざまなかろで
授業を行っているが、
その場では区別はある
が、果たして実際に家
に帰ってから魚を食べ
てくれるのか、活動は
速効性がなく、効果が
あるのか全く分からな
い。活動のモチベーシ
ョンを保ち続けるため
には、活動の効果が見
えるようにしていく必
要がある。
また、それぞれの活
動のゴールは違ふと思
うが、消費拡大に向け
て関係者間でベクトル
を一つにしていくこと
が大切だ。

魚は「非日常食」に

ちい「結い」
プー あー
コー グル
食育

福谷 佳子氏



最近の消費者は味がそのまま過ぎている。料理教室で「今回は魚料理」といって「家でできないのでうれしい」との声が出る。これは魚料理が日常ではなく少なくなっていることを意味している。利用しない理由としては「値段の割にボリュームがない」「レンジで簡単調理」や「骨を取るのに集中力がある」とスマービー、こうしてしまったトフミンをじりながら食事をする若者が増える中で、かつてない状況が起きている。これまで、調理が面倒、お箸（はし）も使えなから、子供も親も「食卓で骨が取れない」という状況が魚利用の減少につながっている。これは放っておけない問題だ。「食べやすい」としては「値段の割にボリュームがない」「レンジで簡単調理」や「骨を取るのに集中力がある」とスマービー、こうしてしまったトフミンをじりながら食事をする若者が増える中で、かつてない状況が起きている。こ日本の魚文化が崩れ、れまでの調理が面倒、お箸（はし）も使えなから、子供も親も「食卓で骨が取れない」とをもちている。

近隣住民などに教室開く

マルハニチロHD
CSR統括部課長

小林三千夫氏



弊社では魚食普及活動の一環として、料理教室や魚肉ソーセージ工場の見学を通して原料や製造方法、アシ

ン料理の紹介などを
行っている。このほか、シニアのためのクッキング料理教室と缶詰を利用した
ものや、アヲロの解体
ショーをしながら、生
態や部位別の構造など
も説明し、魚というも
のを知ってもらう取
組を行っている。また、理科実験授業
としてサケの一生を学
び、命を大切にすること
を学べる。先生や
子供にも評価をいただ
いている。教室

では、天然エビの食べ比べや養殖カサパチの生産を紹介したり、実際に食べてもらう取り組みを行っている。さ
らに、ただ食べてもら
うだけでなく、アレン
ジ方法なども紹介して
いる。



JF全漁連販売事業が、地域で水揚げされる魚の食普及は、広域的なものに関しては、水揚げが不安定なため、系統販売強化チームで販売に取り組んでいる。水揚げされた魚は大型から小型まで用途別に販売している。JF高知県漁協は少量しか揚がらないが、

変化に対応した商品開発など必要

JF全漁連販売事業部直販
事業部長 マネージャー
渡辺 聡 氏

食べるおいしい工夫を利用した「高知県産にぎす丸干し」などを販売し評価を得ている。JF全漁連では、売場を借りての商品の食べ方教室を行っているが、最近はまだ商品化するだけでなく、ストーリー性のある商品が求められている。魚食普及には、画期的な解決策がまだ得られていないのが現状。コンビニで魚を買うように、世の中は変化しており、商品開発や流通経路の開拓なども必要になっている。

産地などからの魚情報求める

東京都栄養士会
幹事 並木英己子 氏



学校給食では魚よりは、シシャモやワカメの方が利用頻度が高いと思われがちだが、ササギなど魚種が限定されてしまう。地方などでは地場と揚がったものを提供していることでもあるのだが、都心では肉も魚も同じ量となっている。ただ給食部ではなかなか難しい。高い魚は使えないのが現状。どのようない小魚が水揚げされるのか、価格面も含めて情報を提供していただけないか。

基本的には子供は魚をよく食べる。魚のほかには海藻の人気も高くなっている。一回も食べること魚介類を好きになっくよう。ただ食べない子供が多いので、栄養士の声掛けやきれいに骨が取れるよう先生の指導も必要。保護者に対して行ったアンケートでは、「もっと子供に魚を食べさせたい」と回答しているが実際は食べていない。やはり、親に対しても、魚食に関する情報を発信していく必要がある。

今以上の

効果ある対策を

今回のシンポジウム 魚食普及活動者の皆 こと、活動の自己満足 ので、向かう先を一つ 動の現状がさらにみえ
には、広範な地域、多 さまがかかえる課題、 だけではなく、即効性 に定め、そのためには てきました。
様な分野から、80人を 活動の連携への関心の や消費拡大、収益増大 どのような連携が効果 今回のシンポジウム
深さを改めて認識致し じかに具体的に貢献 的なのか、考えほし において本会、魚食普
及推進センターの果た
すべき役割、期待度の
高さを美感激しました
ので、オール水産の旗
頭として、水産物の消
費拡大という目標に向
かい、その成果が美感
・共有できる体制づく
りに尽力したいと思ひ
ます。



第1回シンポジウムを終えて

大日本水産会 白須 敏朗会長

超える多くの方々の参 意見交流では、各地 感はほしいという指摘 した。
加をいただき、用意し て魚食普及の活動をさ がなされ、食育、魚食 「おさかな食べよう
た大会議室は満席とな れている皆さんが相互 普及、消費拡大とおの ネットワークとも年 りに尽力したいと思ひ
りました。 連携を待ち望んでいる おのゴールが異なる 目を迎え、魚食普及活 ます。

◆事務局後談◆

シンポジウムには、 た。意見交流から学ぶ 国魚食普及市場マップ
北は北海道、南は宮崎、 ことは、「全国各地の の作成を行うなど、み
海から遠い長野県など 魚食普及活動者の相互 えにくい部分をみえや
広範な地域から、また 連携、活動を行ったと すくして、魚食コミュニ
消費者団体、行政関係、 いただけではなく、そ ティーを明示し、確
養殖業、加工食材、機 れがどのくらい消費増 実な成果を目指した魚
材製造など多様な業態 大、収益拡大に貢献し 食普及活動が求められ
から、多くの方々に参 たか。するが、目にも ており、皆さんと一緒
加いただき、連携活動 える数値的評価をすべ に一歩前に進むため、
への関心の高さを高め きではないか」に尽き 尽力したいと思ひま
して認識させられまし るかと思ひます。 す。

魚の旬、漁獲・生産
量、当該地人口・潜在
市場規模などを示す全