

魚

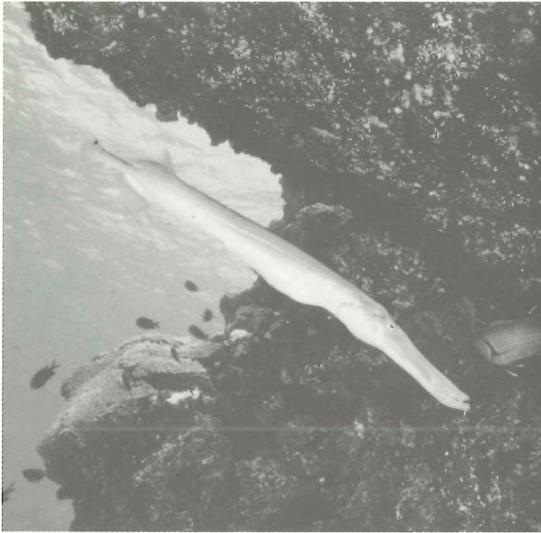
'87.5—6

NO. 42





は中国の秦代に作られた篆書(てんよ)で「魚」。学研漢和大字典・藤堂明保編より転用。



武内宏司: 表紙写真撮影と文

1947年、愛媛県生まれ。海洋写真家。1975年、海のフォトライブラリー『マリンプレスジャパン』設立。水中写真のみでなく、その被写体は海に関するすべて。流水の海からサンゴ礁と世界の海をめぐっている。著書にダイビングエッセー『海底の旅』がある。

『ヘラヤガラ』(小笠原諸島北之島、水深8mで)

馬のように長い吻をしたひょうきんなこの魚は、小笠原、沖縄をはじめ、世界中の暖海で普通に見られる。全長1m近くになり、その体色は黄色、グレー、茶色などが見られる。

この魚はなかなかの知恵者で、自分の細長い体を利用して、海底に木の枝のように生えたヤギという生物などに身を寄せ、その枝になりきって敵の目をごまかしてしまう。こうした行動を擬態というが、この魚はその名人(?)である。しかし自分の体の色までは知らないようで、ときどき黄色のヘラヤガラが赤いやぎの枝になりきって、安心したようにじっとしている滑稽な場面を見ることがある。

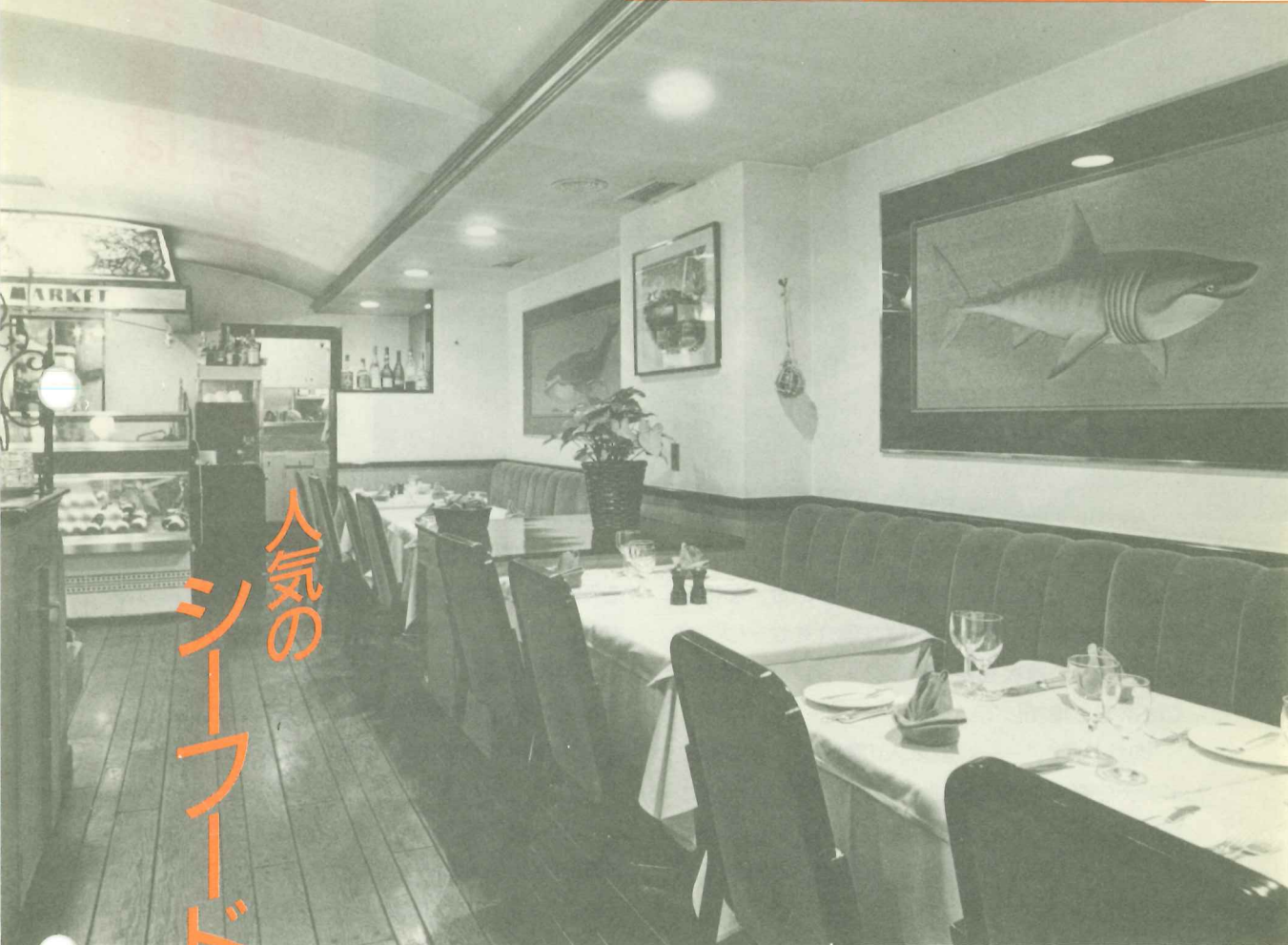
こんな魚だから普段はのんびりと泳いでいるが、餌をとる時は意外な敏しように性を見せる。小魚の群れの近くに長い間じっとして、小魚が油断するのを待って、瞬間的に口にくわえてしまう。

重要な食用魚ではないが、一度だけ沖縄の漁師が味噌汁をごちそうしてくれたことがあるが、白身の魚で、刺身でもおいしそうであった。

目次

42 ホットライン /今これが新しい…………… 1 人気のシーフードレストランを探る	ヘルシー食事学 /魚と“仲良し”、“けんか”の仲間…………… 14 豊川裕之
サカナワールド /オキアミ…………… 7	水族「訪問」館 /サンシャイン国際水族館…………… 17
プロのひと味 /九州郷土料理 有薫…………… 10	おさかなQ&A …………… 18
データ・おいしい風景 …………… 12	情報広場 …………… 20

ホットライン 今、これが新しい



〈フィッシュマーケット〉

取材／フリージャーナリスト 小宮和行

人気の
シーフードレストラン
を探る

海の幸の盛り合わせヴェロニク風
〈フィッシュマーケット〉

洋風の魚料理をメニューに揃えたシーフードレストランが、今、若い人たちの間で人気があるという。魚料理といえば和食というイメージも、このシーフードレストランの出現で、ずいぶん変わってきているようだ。若い人たちが、あまり魚を食べなくなったといわれるが、こうしたシーフードレストランに足を運ぶようになったのは、どうしてなのだろうか。メニューの種類や経営方針、また将来性を探りながら、シーフードレストランのもつ魅力を考えてみたい。



マハクランラムチャウター(左上)
ストークラフ(左下)
コンタ目の刺し身(右)
〈東京ジョーズ〉

「若者は、 魚を知らない…。」

「シーフードレストランプーム」とマスコミの一部でありたるほどの実態ではないが、多種多様な外食産業の一角に、新鮮な魚介をセーリング・ポイントに看板を掲げるレストランが、徐々にではあるが増加している。

“肉から魚へ”——。欧米人の間では、とりわけインテリ層を中心に動物性脂肪分の少ないフィッシュメニューへの人気が高まっている。いわゆる「ヘルシーブーム」を背景とした食生活を志向する表われだろう。

わが日本人はどうか。近頃、健康に対する関心はスポーツ活動の盛況ぶりにみられるように欧米人並みといえるが、食生活全般に対する細心の注意は、飽食時代の昨今、昔より劣るのではないかとさえ思われる。ライフスタイルの洋風化が進むと同時に、インスタント食品や甘味飲料類の氾濫が食生活の健全性を蝕んでいるのだ。

「とくに若い人たちは魚の名前も知らなければ、その美味しい食べ方も知らない。当店では、そうしたお客様にメニューを見せて説明し“この魚はこういう料理で食べると美味しいんですよ”と教えてあげるんです」

あるシーフードレストランのマネージャー氏の話である。

四方を海で囲まれ、海洋民族とされながらも“魚を知らない世代たち”が増えつつあるとはなげかわしいが、この点もシーフードレストラン業界全体の発展をはばむ、ひとつの要因でもあろう。

一方中高年層はどうだろう。彼らはむしろ幼少年期の食卓で魚に馴染んだせいもあってか「シーフード? 何だそれ? ああ、サカナのことか…」と大方は無関心が、あるいは刺し身や焼魚、煮魚以外の魚料理に“外”でゼニを払ってまで食べる気がしない……ということだろう。

こう述べてくると、わが国のシーフードレストランの市場背景は、まことに心もとない限りの印象だが、それでも、とくに和風料理を主体とした“魚大好き人間”が諸外国に比べて著しく多いことも事実。そのことは今後のシーフードレストラン市場の成長性を占う重要なポイントといえるだろう。

結論を先に述べた感じになってしまったが、では、現実にシーフードレストランとして著名になりつつある「店」とは、どのようなところか。今回の取材で東京都内の5店を探訪してみた。

その5店とは、「フィッシャーマンズワーフ」(港区赤坂)、「東京ジョーズ」(同)、「マンボウズ」(渋谷区神宮前)、「タイガーシーフード」(港区青山)、「フィッシュマーケット」(同南青山)。

シーフードレストランは意外にも、青山、赤坂といった若者に人気のプレイゾーンに集中している。店舗立地は経営戦略上の第一の重要ターゲット。その町の雰囲気を持つ“らしさ”がコンセプトの確立と密接不可分である。

『シーフードレストラン』と看板を掲げる以上、魚介を含めた食材の新鮮さは当然なこと。それ以上に顧客を吸引するセールス・コンセプトが大切だ。たとえば他店にない味付け、メニューの種類、雰囲気、従業員のマナーとサービス、料金などのトータルバランスに基づく「魅力」である。

「魅力がなければ客は来ませんよ」とは、さるシーフードレストラン経営者の言葉だが、それゆえに商売は厳しいものだ。

先の5店は各々独自性や個性に工夫を凝らしているが、そうした横顔を責任者の声を交えながら紹介してみたい。

まず、一步店内に足を踏み入れて驚かされるのは表参道をちょっと、小わきに入った「マンボウズ」。檜の一枚板を使ったバーカウンター(18席)の壁面に水族館並みの水槽が埋め込まれていて、ゾーンで区分された大小数百匹の海水魚と淡水魚が色鮮やかに遊泳している。このカウンターが客の間でも評判。

㈱ケイ・コーポレーションの運営で(昭和60年10月にオープン)、テーブル席は全部で136席。面白いのは、その3分の1ずつがレッド、グリーン、イエローと客層別に色分された配置となっていることだ。「お客様はサラリーマンやOLが多いのですが、年齢層は30代を中心に、20代、そして40代以上の方々と実にさまざま。場所柄、ヤッピー人間風の人が多い。私どもは、そうしたお客様たちのリラックスした雰囲気を大切にしています」と大平信満店長は語る。

床もテーブルクロスも先の3色で区分している理由は、入口に近いグリーンゾーンには20代の客を集め、真中のレッドゾーンは30代、イエローゾーンには40代以上と年代別にし、各々のグループ

が互いの年代を気にせずワイワイガヤガヤと楽しめるよう工夫を凝らしたものののだ。

「一見、カフェバー風の雰囲気ですが、年代別にグッドミックスするための最善の方法を考えました」(大平店長)。

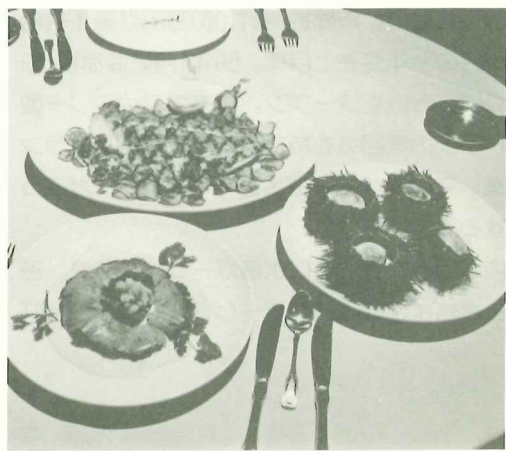
他方、メニューは35~36種類。すべてオリジナルを自負し、「当店の要」として次のようなポリシーを打ちだしている。

〈日本の新鮮な魚介類を、フランス風の繊細さで味付けをし、イタリアのように豊かな自然の材料を生かし、アメリカの量感を合理的な値段で、ご奉仕する……〉

こうしたメニュー哲学のもとで、メイン料理はその時どきの鮮魚で月替わりさせ、来店客の予算に応じた店側の“おまかせ調理”を売物にしている。3~4名のお客様であれば中華風に盛り付けて出してもいる。



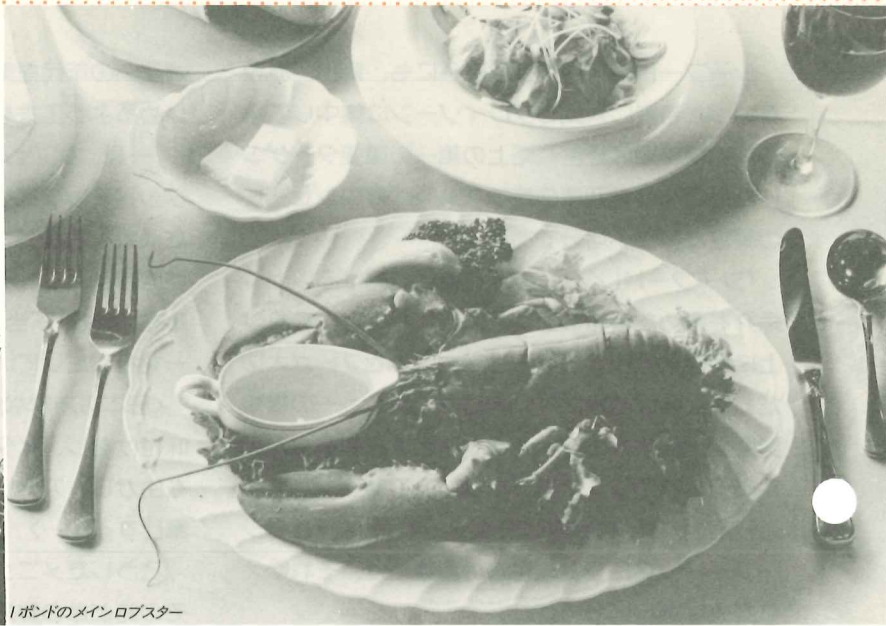
〈マンボウズ〉



マタイのタリエ(左上)
ノルウェー産サーモンソテー(左下)
飛付ウニのクラッシュ(右)

『生き残るは 本格派か？ 大衆派か？』

〈タイガーシーフード〉



1ポンドのメインロブスター

シーフード料理のみの客単価は約5,000円。税・サービス込みで1人6,500~7,000円ほどの予算で十分だという。大平店長は「外人客も多いんですが、当店としては、やはり日本人の嗜好に合わせていくことを大事にしたい。それと、どんな店舗を作っても、店の雰囲気はお客様自身が作るもの。したがって当店の雰囲気に合わない感じのお客様には来店をご遠慮させていただきます」と、雰囲気維持のためにはかたくなな程である。

次いで、同じ青山通りに店を構えるのが神宮球場に近い「タイガーシーフード」と青山学院大に近い「フッシュ・マーケット」。

「タイガーシーフード」は、58年10月にオープン。食品・衣料品スーパーの忠実屋が、米国西海岸に本拠を置く、米国シーフードレストラン・チェーン「ハングリータイガー」の経営ノウハウを導入して開店したもの。年間約2億1,000万円が第1号店の青山店の今年度売上目標。59年1月には赤坂・田町通りに2号店をオープン。「従来のファミリー型レストランの雰囲気を持つディナー型レストランを目指しています」柳田弘喜マネージャーがこう強調する。

店内入口とレジ近くに水槽が一つずつあり、各々に生きたままのロブスター(オマールエビ)とダ

ンジェネスクラブ(カニ)が数十匹のっそりと水中で動き回っている。ロブスターは米国メイン州産、カニはカナダ・バンクーバー産。「シーフード・プラス・ディナーの独自メニューの展開」(柳田氏)の同店ご自慢のメニューはいうまでもなく“カニとエビ”を主体としたものか？といっても、その食し方はきわめてシンプル。「ロブスターは当店ゆでたものを、溶かしバターと3杯酢とマイルドドレッシングで召し上がっていただきます。ディナーでは1ポンドまたは1.5ポンドのロブスターがよく出ます。場所柄、若いカップルが目立ちますが、会社の接待利用もかなり多い。来店客全般の年齢層は20代から50代以上の人々と幅広い」

ロブスターの1ポンドものは約450g。1.5ポンドものは680g。料金は前者が5,000円。後者が6,800円。同店のゴールドカード会員には2カ月おきに特別フェアを開催して、1ポンドもののロブスターを3,500円から4,000円ぐらいで提供している。「サービスで勝負」を謳い文句にしているのだ。大体常連客が4割~5割という。

メニューの種類はランチを含めて約40種類。魚介のほか、ステーキコースもある。ソフトシェルクラブ(大西洋産)という脱皮した状態のカニなど珍味もある。ディナーコースでの平均客単価はカ

〈フィッシャーマンズワーフ〉



リフォルニア産のグラスワイン1杯のサービス付きで約6,000円。

店内は濃いグリーンでしっとりと落ち着いた雰囲気。38卓147名の収容が可能。無論、貸切りパーティもOKだ。「結婚式の二次会やクラス会などを中心に、若い人も開拓したい」と大平店長。ちなみに同店では生きたままのロブスターやカニも小売りに応じている。

「フィッシュ・マーケット」は58年にオープンした、席数40の小ぢんまりとしたレストランだ。鎌倉の鮮魚店「丸七」(若宮大路)の直営レストランとあって、メイン料理は伊勢エビ、オマールエビ、イシダイなどを使った月替わりのフレンチ・シーフード。コースは無論、スープやクルマエビ、アワビなどの前菜料理、コーヒーがつく。料金は税・サービス込みで大体、5~6,000円といったところ。

同店の自慢は、「丸七」を通して、相模湾産の魚介を直接生きたまま調理場まで運び込めること。シーズンによって異なるが、タイ類を中心に、カレイ、ヒラメ、メバル、カサゴ、カマス、タコ、サザエ、アワビなど。

柿沢俊雄マネージャーの話はこうである。「相模湾の地元の魚は当店独自の仕入れによってメニューに直結している。約20種類のメニューの単品価

格は平均2,000円ぐらい。当店のモットーは新鮮な魚介を大衆価格でご奉仕することです。フランス料理にとくにこだわっているわけでもなく、新鮮な魚介をソフトに調理することを心掛けています」

若いサラリーマンやOL客が多いという。続けて、柿沢マネージャーがこう語る。「たしかに若い人たちは魚といえば切り身しか知らない人が増えている。魚というものを教えながら商売しなければならぬ。それと今後を考えた場合、魚の獲れる量も少なくなって値段も下りにくくなる。鮮度を売り物とするシーフードレストランの経営も、そう考えると先行きむずかしい気もしますね」

いいものを安く提供するということが困難になるのでは、と一抹の不安を持っている。とって鮮度の落ちる冷凍モノでは「客離れ」の心配も生じる。柿沢マネージャーの心配はシーフードレストラン市場の大衆化路線を考えた場合の全体的課題に連なるものにちがいない。

一方、シーフードレストラン店の将来像について次のような意見を持つ経営者もいる。

「競争は今後激しくなると思いますが、結局は料理の質の勝負でしかない。だから料理人はモラルを高め、勉強しなければならない。そうして生き残るのは本格派のレストランとデニース感覚のレストランのいずれかで、中途半端な店は行き詰まるのではないか」

米国でシーフード・クッキングの腕を磨き、5年前、赤坂TBS近くにオマールエビを主体とした専門店「フィッシャーマンズワーフ」を開店した藤田芳則オーナーの言葉である。

同店は40名ほどの顧客収容が可能だが、650~700gの本格的なオマールエビのクッキングが売り物だ。他に北大西洋産のドーバーソールというカニも自慢としている。メニューの種類は約40種類だが、藤田オーナーは独自の味付けにこだわりを持ち、メニューの細かい内容には触れたがらない。

「メニューの中身はウチのノウハウです。以前、店の入口にゲスト用に出しておいたらよく盗まれ

ました。お客様は主に商社や外資系ビジネスマン、外国大使館関係者が多い。年代は40代、50代の人たち中心。若い人は、ご遠慮願っているんです」と藤田氏はキツパリという。雰囲気を守りたいのだ。

コースメニューは4コースあり、料金は8,000円、9,000円、1万1,000円、1万4,000円。

米国メイン州より生きたまま直輸入のロブスターを食すコースは1万1,000円と1万4,000円のコースに含まれる。無論、シュリンプ、生ガキ、アワビなどの前菜も盛りだくさんに加わる。

いわゆる「職人気質」を強烈に経営の個性として発揮する藤田氏だが、「真剣に商売すれば、お客様はついてきます。」と決して生半可でない、プロの意地を覗かせた。↗

さて、しんがりは、「東京ジョーズ」。米国のシーフードレストランの老舗「ジョーズ・ストーンクラブレストラン」のノウハウを得て昭和60年3月、「ダスキン」が直営店としてオープン。店内はアーリー・アメリカン調のシックな造り。BGMは常に軽快なデキシーランドジャズが心地よく流れている。

旧キャバレー美松跡を買収した店内は客席300席と広く、カウンターバーもある。

メニューのメインは米国マイアミ産直輸入の通称「石ガニ」と呼ばれるストーンクラブス。捕獲後、ただちにスチームドボイルして冷凍。日本に運び込んで解凍する。食し方はレモン汁、溶かしバター、辛しマヨネーズを塗りかけて食べる。食べる



〈東京ジョーズ〉



部分は最もおいしいとされる大きなハサミである。そのハサミが3〜5個ほど皿に一盛りされて税・サービス抜きコースメニューで約8,000円ほどという。もちろんメニューは多彩で、「ワインを含めアルコール類も豊富だ。

「当店の場合、40代を中心とした社用族の方々が多い。ウチは一切宣伝をしないのでお客様の口コミの効果が非常に大きい。それだけに味や雰囲気が悪ければ絶対、お客様は来ない。常に私どもも感謝の気持ちでご奉仕させていただいておりますが、あえて私どもは「フード業」と称さず「人間喜ばせ業」と内部的には申しております」と、松本淳

二総支配人の話。さすが「祈りの経営」という異色経営哲学で知られるダスキンの直営店らしい。経営は手段であって、利益は「お客様に喜んでいただいた結果の賜物」とさえいう。人間社会の原理・原則はそこにあるからというわけだ。

話の最後は、松本氏の次のような意見だ。「シーフードレストランが今後、定着するための決め手は、やはり味と価格。シーフードレストランを含めた魚介類を扱う業界全体が、おいしく安いものが庶民の口に入るための共通目標を一致させる必要があると思う」

サカナ ワールド

1

オキアミ

21世紀の食糧、最後のタンパク資源といわれるオキアミ。それは海洋に残された未利用資源のうちでも、その膨大な資源量に注目されているからであり、一説によるとその資源量は数億トンから数十億トンともいわれています。しかし、一般の食卓にはまだまだなじみの薄い食糧でもあります。そこで、今回は日本水産(株)中央研究所の刀根正樹さんと日本共同捕鯨(株)の酒井好二さんにお話をうかがいました。

★世界各国が注目する、 南氷洋のオキアミ

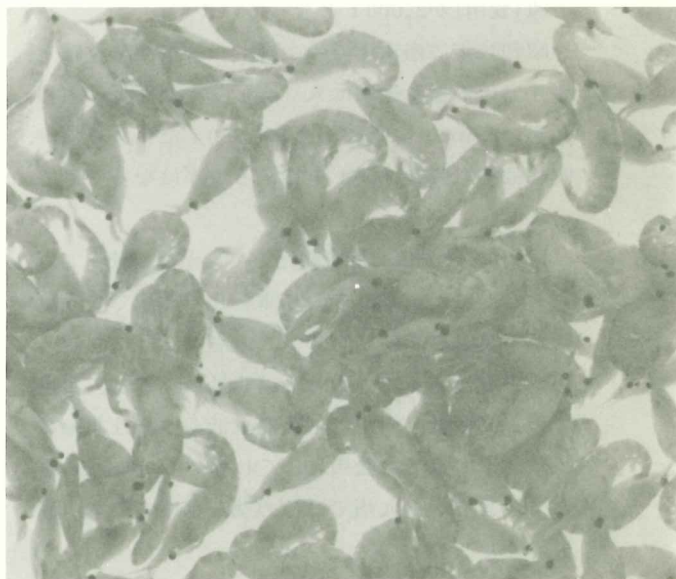
外見がサクラエビに似ているオキアミは、動物プランクトンの一種。南緯60度付近、南極大陸の周辺の海に生息しています。甲殻綱軟甲亜綱オキアミ目に属し、体長は4～5cm、体重1gくらい。

通称はクリル(Krill)。ノルウェー語で“クジラの餌”という意味を持っていますが、この通称どおり、クジラやアザラシ、ペンギン、イカなどが、オキアミを餌に暮らしています。

「オキアミの存在は、戦前から知られていました。南氷洋でクジラを追っていると海が赤くなっているので何だろうと思ってみると、小さなエビだった。食糧にしたらいいと言われてきたのですが、実際にオキアミ開発を目的とした調査を海洋資源開発センターが担当して行なったのは、昭和47年からです」(刀根さん)



●南氷洋海域で操業するオキアミトロール船。



オキアミ開発を最初に進めたのはソ連で、昭和36年に魚の調査に合わせてオキアミの調査研究を進めました。ソ連ではオキアミはペーストに加工され、「オケアン」(大洋という意味)の商品名で売られています。

ソ連、日本を中心に、西ドイツ、フランス、チリ、ポーランド、台湾などの国々も調査船を派遣。世界各国が、オキアミの研究を進め、南氷洋への強い関心を示しています。

「公海で自由に魚を獲れる海は、現在ほとんどありません。残された海域は南氷洋海域だけです。膨大なオキアミの資源量とともに、このことも南氷洋が魅力になっているといえるでしょう」(酒井さん)

オキアミ

★食用オキアミの需要は、 徐々に増えている

日本から11,200km、漁期は、南氷洋の夏。10月から4月にかけて出漁し、南氷洋から約1ヵ月かけて日本に戻ってきます。

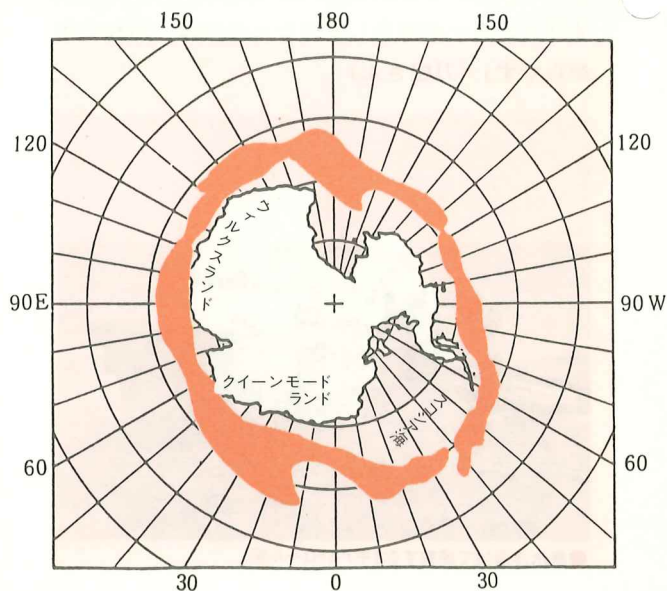
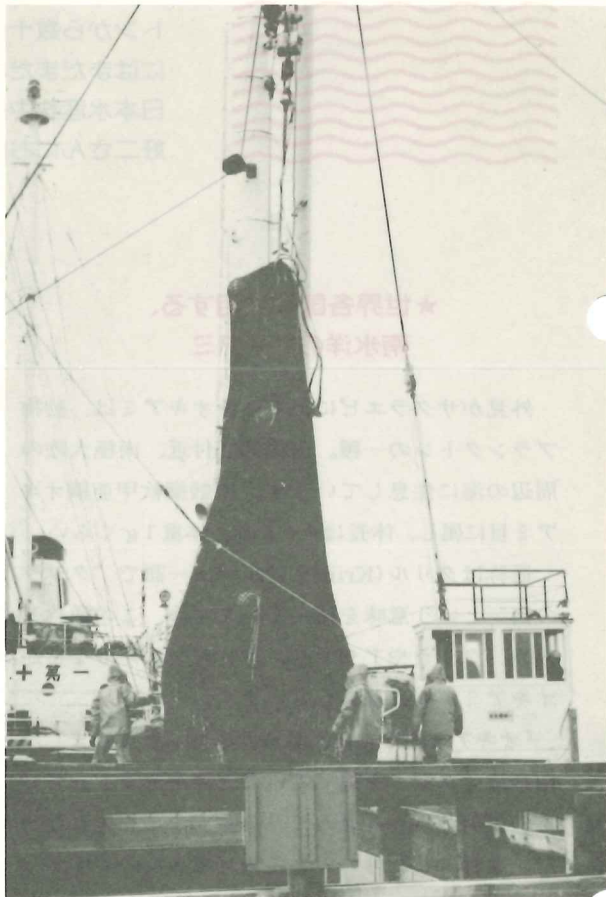
昭和61年度のオキアミの漁獲量は、25,200 t。うちわけは、生冷凍(主につり餌)が13,900 t、ボイル冷凍(食用、一部つり餌)が9,300 t、生むき身冷凍(食用)が2,000 tとなっています。

昭和49年に南氷洋での中層トロール漁法を確立、オキアミの量産体制に入りました。漁獲量は昭和49年に2,500 t、昭和50年に4,800 tだったものが、昭和52年以降20,000 tを超えるようになってきています。

「最初、オキアミは食糧としてなかなか使ってもらえなかった。それでつり餌として九州で売り出したら脚光をあびまして…。オキアミはつり餌という感覚があるんですね。消費量でみると、食用では東高西低、餌用では西高東低。つまり北海道や東北、関東では食用としてオキアミが受け入れられています。九州ではその壁が厚いのです」(酒井さん)

「ムキ身を作る機械が開発されて、食用のオキアミの漁獲量も増えてきました。しかし、まだ機械も小型です。食用のオキアミの需要を伸ばすためにも、大型機械の開発にも力を入れていく必要があると思います」(刀根さん)

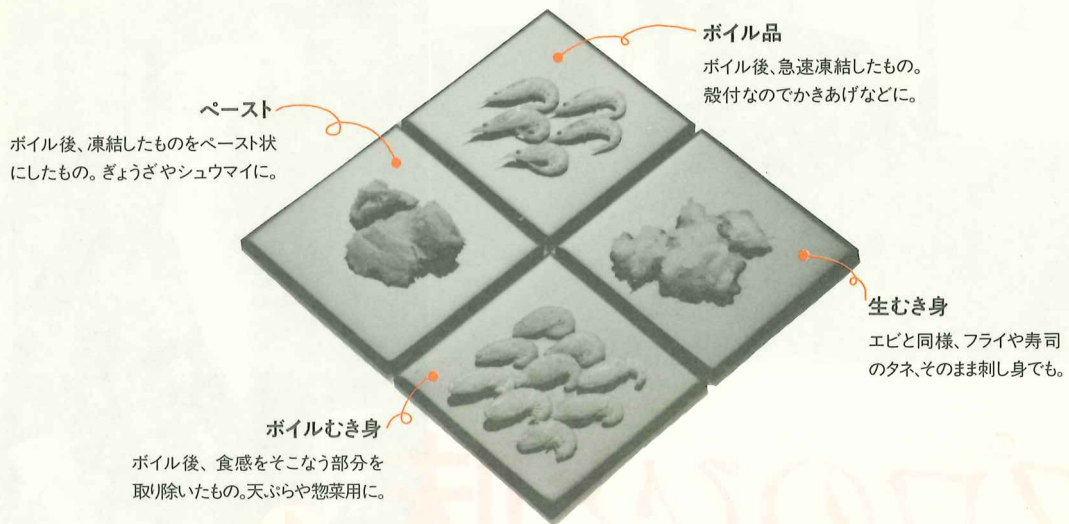
●網の重さは5~6t。一網20t近くも獲れる。



ナンキョクオキアミのおもな分布域

(昭和47~58年)

(資料提供:海洋水産資源開発センター)



オキアミの成分

	オキアミ ボイル(殻付)	オキアミ ボイルむき身	オキアミ 生むき身	オキアミ ペースト	クルマエビ	牛肉(肩)
水分(%)	77.8	75.6	84.8	78.1	80.0	75.7
タンパク質(%)	13.6	15.6	12.5	12.6	16.0	19.3
脂肪(%)	4.3	3.8	0.4	4.3	1.1	3.7
糖質(%)	—	0.6	0.1	0.4	1.5	0.3
灰分(%)	3.6	3.7	2.1	3.8	1.4	1.0
カロリー(cal/100g)	100	106	58	98	84	117
ビタミンA(IU/100g)	400	100	70	470	100	40

★オキアミを21世紀の大切な食糧に

オキアミの魅力の一つが、高い栄養価。とくにタンパク質の栄養価をきめる必須アミノ酸を大量に含み、そのバランスがとてもよい食品です。カルシウムについてもクルマエビ70mgに対し約5.5倍、牛肩肉5mgに対し約80倍。ビタミンAは970IU/100g。クルマエビ100IUに対し約10倍、牛肩肉の40IUに対し24倍という数値になっています。

現在、オキアミはかきあげに最も多く使われています。この他、ぎょうざや春巻、輸出菓子などの加工品、タラの生すり身にオキアミのむき身を入れた製品など、いろいろ使われるようになってきました。この5月には一般家庭用向けの缶詰が市販され、スーパーや小売店の店頭で“オキアミ”が顔を出し、これからは消費者にとって身近なものになってきそうです。

「オキアミを、日本人の食糧資源として育てて、21世紀の大切な食糧にしたいですね。これはオキアミにたずさわる者全員の夢ですよ。ただ、オキアミを食べてもらうためには、クジラの食文化を育ててきたのと同じように、努力と時間とお金がかかると思います」(刀根さん)

「学校給食や魚肉ソーセージにも使われるなど、オキアミの味が徐々に受け入れられはじめていると思います。今はやっと食糧としての土壌ができたところですが、この2～3年にはめどがつかないでしょうか」(酒井さん)

世界で一番美しい海、南氷洋で漁獲されるオキアミ。食糧としての需要がこれからどのように伸びてくるのか注目されています。



プロのひと味 ①

九州郷土料理 ゆう くん 有薫

●「料理は素材がいのち」と語る高山店長。

★「子供に九州の魚を食べさせたい」という九州出身のおとうさん。

昭和33年、まだ郷土料理という名前がない頃、東京・銀座に店を出した『有薫』。現在、地元九州・久留米市と東京に5軒のお店があり、東京店は都心のオフィス街にあるためか、連日サラリーマンやOLでにぎわっています。

取材は、赤坂店にお願いしましたが、赤坂店は、土・日曜日にも営業しているため、平日はサラリーマンが、週末は家族連れがこの店の主な客層となるそうです。「子供の頃に食べたものを、奥さんや子供に食べさせたいといって、連れていらっしゃる九州出身のサラリーマンの方がたくさんみえます」と、店長の高山喜一郎さん。

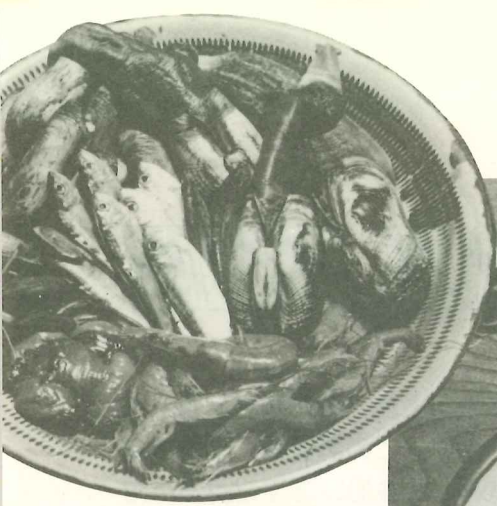
有明海と玄界灘で、朝獲れた魚を空輸しているため魚は新鮮。そして、有明海ならではの珍しい魚もたくさんあります。「刺し身は新鮮な魚をお出ししたいと思っていますから、毎日多品目を少量ずつ空輸しています。ですから次の日まで持ち越

すということはありません。もしも、刺し身用の魚が残ってしまった時には、さつまあげの材料として使っています」

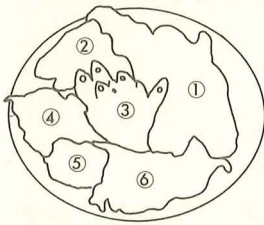
前日の残った材料を使うといっても、ハモやヒラメなどのおいしい魚ばかり。残る魚の量が日によって違いますから、毎日さつまあげの味も変わり、これも『有薫』のさつまあげの魅力になっています。

有明海といえば、ムツゴロウが有名ですがワケ、メカジャ、ウミタケ、アゲマキ、ワラスボなど、有明海ならではの魚介類がたくさんあります。ワラスボは有明海のガタに生息する目のない魚、ハダラはコハダに似た斑点のない魚……。一般家庭ではなかなか手に入りにくい魚介類ばかりですが、魚の扱い方や料理の基本については、大きな違いはないようです。

そこで、高山さんにさつまあげと小アジをつかってもおいしい、ハダラのボンボン焼きのコツをうかがいました。



●有明海の魚介類



- ① ウミタケ(貝)
- ② アゲマキ(貝)
- ③ ハダラ(小魚)
- ④ メカジャ(貝)
- ⑤ ワケ(イソギンチャクの一部)
- ⑥ ササラエビ(東京ではシバエビ)



●ハダラのポンポン焼き

●さつまあげ

★いい材料が決め手——
さつまあげのコツ

家庭でさつまあげを作ると、市販のものに比べてどうしても割高になってしまいます。でも、たまには家庭でおいしいさつまあげを、と思う時にお試しになってはいかがでしょうか。

まず、いい材料を使うことが必須条件。スケトウダラの冷凍すり身だけでもおいしくできますが、ちょっとぜいたくに作る時は、ハモやヒラメ、イカ、エビのすり身も入れます。次に、練り込むわけですが、ゴマ油をちょっとたらし、腕がいたくなるくらい練ります。手を抜くと味が落ちますから、十分に練るのがコツ。練り込むほど歯ざわりが違ってきます。砂糖、塩、調味料で味を整え、キクラゲ、ゴボウ、ニンジンのささがきを入れて160～165℃の油で5～6分揚げます。

好みによっては、つなぎに卵を入れて練り込んだり、んにくやしょうが汁を入れると、また違った風味が楽しめます。

★頭からしっぽまで食べられる——
ハダラのポンポン焼きのコツ

昔は有明海でよく獲れた魚ですが、今はなつかしい味になっているハダラ。新鮮なハダラを焼くと、腹が割れウロコがはじくので、その音を誇張してポンポン焼きという名前がついたそうです。『有薫』では、ウロコのついた新鮮なものを一度素焼きをして、完全にさましてもう一度焼いてから、とうがらし入りの酢じょうゆに漬け、温かいうちにもみじおろしとねぎをそえて出しています。

家庭ではハダラが手に入らないので、小アジを使うといいでしょう。ハダラより大ぶりなので、骨まで食べるには小アジを一度素焼きし、新聞紙の上で完全にさましてから油で揚げます。一度焼いてさますことで、水分や油分がとれ、揚げ油もいたまらずにすみます。揚げたてをとうがらし入りの酢じょうゆに漬けましょう。見た目も美しく、香ばしく仕上げることがができますから、お客さまの時ににお出ししてもいい一品です。



よく食べる魚はサバ、イワシ

(社)大日本水産会・おさかな普及協議会がまとめた「おさかなと私」というデータの中から、興味深いものを紹介します。この調査は、おさかな普及協議会が全国で実施している『おさかな教室』に参加した12,229名を対象に、昭和60年4月から昭和61年11月に実施し、まとめたものです。

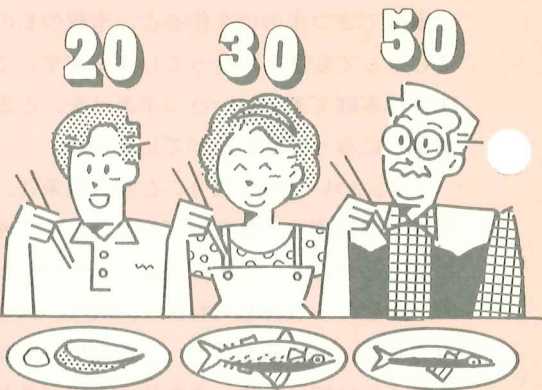
☆よく食べる魚は、20代がサケ、30代、40代がサバ、50歳以上ではイワシ。

よく食べる魚は、サバと答えた人が全体の41.9%と最も多く、次いで、イワシ(40.7%)、アジ(38.5%)、サンマ(33.4%)の順で青背の魚に人気が集まりました。これ以外ではサケ(31.6%)、イカ(30.2%)、マグロ(25.7%)と続き、これらの魚は、4人に1人以上がよく食べる魚としてあげています。

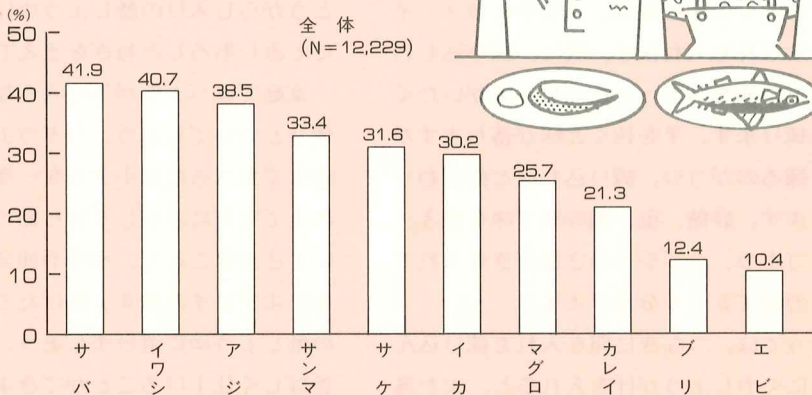
年齢別にみると、29歳以下ではサケ、30代40代ではサバ、50歳以上ではイワシがトップになっています。また、海の有無の地域別に見てみると、海のある県で

はアジ(44.1%)、イワシ(42.8%)、サバ(42.1%)。海なし県ではサンマ(50.2%)、サケ(47.8%)、サバ(46.6%)がベスト3でした。

好きな魚の料理方法については、4人に3人(75.6%)が「焼く」を好きな料理方法としてあげています。「生で」と答えた人は46.5%、「煮る」は45.4%、「揚げる」は41.9%でした。



よく食べる魚 (自由回答)





☆1週間に魚を食べる日は、平均3.8日。

1週間に何回、魚料理が食卓にのぼるのでしょうか。1週間に3～4日という人が2人に1人(50%)の割合。3日という人が28.2%、4日が21.8%で、平均して3.8日という結果が出ました。なかには、1週間毎日魚料理を食べている人が1割弱(8%)も。年齢別では、29歳以下が2.9日、30代が3.3日、40代が3.6日、50代が4.2日、60歳以上が4.3日。50代、60歳以上では5人に1人が6～7日、ほぼ毎日食べていると答えています。

好きな魚の料理方法

(年齢・ブロック別)
(単位:%)

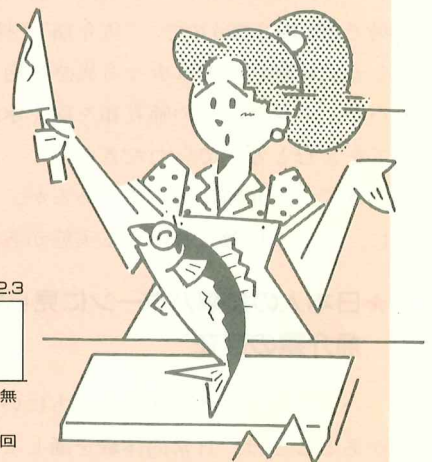
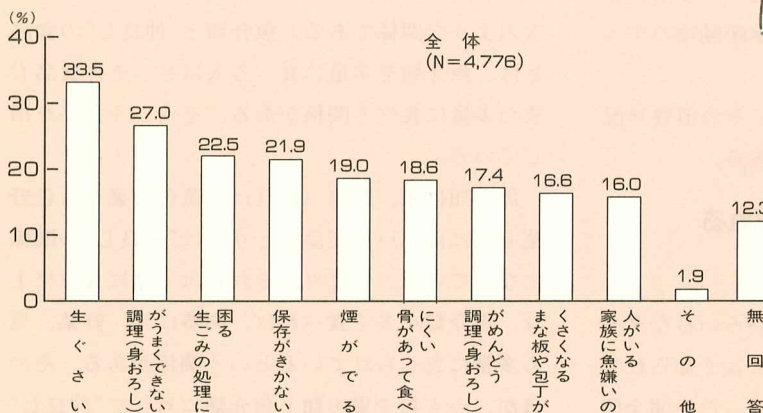
		生	焼く	煮る	揚げる	その他	無回答
全体		46.5	75.6	45.4	41.9	2.5	1.3
年齢	29歳以下	45.9	79.7	40.5	36.5	1.8	0.5
	30代	57.5	87.5	58.4	53.6	2.8	0.8
	40代	61.0	86.4	61.1	58.2	3.5	0.5
	50代	59.2	88.4	62.6	60.8	3.7	0.9
	60歳以上	58.9	85.2	69.3	61.5	7.7	1.6
ブロック	北海道	31.3	81.8	40.1	42.3	2.8	0.8
	東北地方	37.2	81.9	44.4	43.9	1.6	1.6
	関東地方	49.3	77.7	46.5	37.2	2.4	1.3
	中部地方	44.3	78.0	49.7	43.0	3.1	1.2
	近畿地方	44.3	77.6	44.1	42.1	2.4	1.0
	中国地方	56.9	66.0	45.3	52.1	3.3	1.5
	四国地方	56.7	73.5	47.3	45.7	2.8	0.6
	九州地方	48.9	56.9	35.6	41.4	1.9	2.1

☆魚料理の難点は、生ぐさいこと。

「魚料理はにが手で……」という声を耳にしますが、魚料理の難点として「生ぐさいから」をあげた人が、33.5%いました。以下「調理(身おろし)がうまくできない」(27.0%)、「生ゴミの処理に困る」(22.5%)、「保存がきかない」(21.9%)などを、5人に1人以上の人があげています。

いずれにしても、魚料理の難点は生ぐささ。でも週に3～4日は魚料理を作っている主婦たち。魚離れといわれる昨今ですが魚料理のない日本の家庭の食卓は、この調査をみるかぎり、考えられないようですね。

魚料理の難点(複数回答)



①

魚と“仲良し”、 “けんか”の仲間

★“うお”、“さかな”と“魚介類”

魚を“うお”と読むのも“さかな”と呼ぶのも勝手次第で、自由に気の向くままに使っているようだが、我々の先祖が長い年月をかけて築き上げてきた文化の中では、意外なほど厳しく使い分けていたようである。“うお”または“いお”は生きた魚に対してだけに用い、“さかな”は死んだ魚にも用いられた。“生きうお料理”はまだそのことが生きているが、“うお釣”は“さかな釣”と共用されるようになっていっている。魚は栄養学では“魚介類”という表現で取り扱われている。“魚貝類”という字を当てる人もいるが、“介”には貝類のほか頭足類も含むので“貝”よりも広義であるという理由もあって汎用されている。

さて、本論では、公衆栄養や地域栄養という立場で魚を取り扱うので、“魚介類”を採用することになる。耳馴れぬ方は少々奇異感を抱くかも知れないが、クジラなどの哺乳類を除く水産動物のすべてを含むと考えていただきたい。

さて、魚介類についてであるが、その消費状況に、一つの特徴ともいえる実態がある。

★日本人の食事パターンに見られる 魚介類の存在

一人ひとりの食生活や食べ方にいろいろなクセがあることは、日常的体験を通してよく知られているが、日本人の食事上のクセといった集団全体の中に見出される“傾向”や“パターン”については、

単に日常生活の中の観察だけでは分らない。大数観測が必要である。仮に、“代表的日本人”の食生活を観察すればよいといえるが、それでも、“代表的日本人”を偏見や独断なしに選べる保証はない。そこで客観的に先入観を排除した観察が要求される。

ここでは、国民栄養調査(厚生省)の資料(食物摂取状況)を統計処理して、魚介類と他の食品群との相互依存の関係を調べた結果を紹介しよう。この統計計算は、相関関係を求めるものであって、読者の多くはそれがどんなものであるかをご存じだろうと考え、その結果だけを表1に示す。

表1には、魚介類と他の食品群のそれぞれの摂取量の間にある関係を分りやすく図示したものである。そして肉類についても併記して比較することにした。

まず、表1に示した“仲良し”と“けんか”とは、次のような関係である。魚介類と“仲良し”の食品とは、魚介類を多量に食べる人ほど、その食品もまた多量に食べる関係がある、そういう食品を指している。

魚介類は米、野菜(これは緑黄色野菜も淡色野菜も共に)、豆・豆製品ととりわけ“仲良し”の関係になっている。つまり、それらは一緒に食卓に上り、魚介類を多く食べれば、同時に米、野菜、豆も多量に食べられているという関係がある。そのほか、いも類や果実類も魚介類に対して“仲良し”だが、米、野菜、豆ほどではない。逆に、肉類、

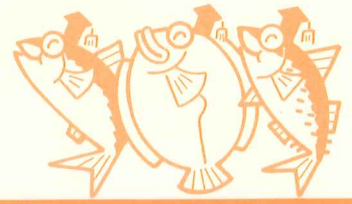


表1 日本人の食生活における
魚介類の社交性

(肉類との対比において)

食品群	魚介類 と 肉類	昭和60年度	
		魚介類	肉類
米 類			—
小 麦 類			
い も 類		>	
砂 糖 類			—
菓 子 類			<
油 脂 類			<
豆・豆製品			
果 実 類			—
緑黄色野菜		>	
その他の野菜		>	
海 藻 類			—
調味・嗜好飲料		>	
魚 介 類		—	
肉 類			—
卵 類			<
乳・乳製品			
加工食品		—	—

表2 日本女性にみる、
魚介類と肉類の社交性の比較

(N=2426)

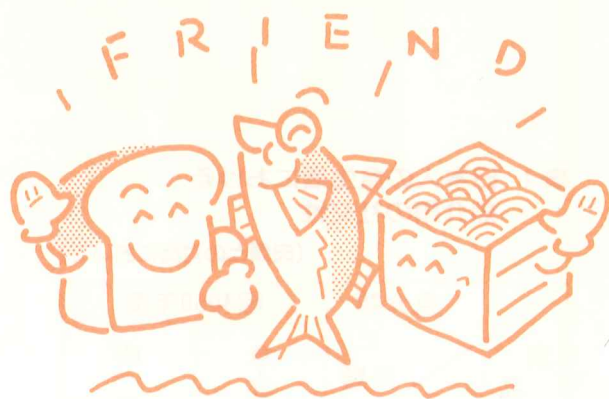
食品群	魚介類 と 肉類	昭和59年度	
		魚介類	肉類
米			
パン			
めん			
いも			
砂糖			—
菓子			
油脂		—	
みそ			
大豆類		—	
くだもの			
緑黄色野菜		>	
その他の野菜			
つけもの			
海藻類			—
酒類			<
魚介類		—	—
肉類		—	—
卵			<
乳類			

……正相関、仲よし関係、相互依存

— ……無相関、どちらともいえない

……負相関、けんか関係、相互排他

>、< ……どちらも正相関のとき、大きさを示す不等号



乳・乳製品、小麦(パン、めん類)は魚介類に対して“けんか”関係である。つまり、これらを多量に食べる人ほど魚介類を摂らない、という関係がある。

これは昭和60年度国民栄養調査成績の一部である。したがって、ほぼ現代の日本人の食生活の実態を客観的に示していると考えてよい。

一方、肉類は、豆・豆製品と魚介類に対してだけ“けんか”関係が成立しているので、一見して肉類の方が魚介類よりも“仲良し”仲間が多いかのように見えるが、“仲良し”の度合いが全般的に弱い。したがって、魚介類の方が肉類よりも、日本人の食生活の中で、定着した食べられ方をしていることが客観的に認められる。

★魚介類はパン・めん類と仲良しにならなければ…

魚介類の一人1日当りの摂取量は、国民栄養調査(厚生省)によれば約90gである。ほとんど変化がないまま近年は経過している。魚介類をもっと食べるためには、“けんか”関係を解消するように食生活を考える必要がある。魚介類と乳・乳製品では“ヒラメのムニエル”しか一緒に成れないと考えるのはダメであって、焼き魚とコーン・スープが食卓にのぼるようなメニューも開発しなければならない。とくに、パンと魚介類の結びつきを改善することは大切であろう。しかし、何といても、ごはん(米飯)との結びつきが強いことを考慮に入れるならば、食糧庁が努力している米飯給食も効果的である。また国際協調が提唱されているが、食品群間の相互依存関係の改善も同じくらい大切である。

食品群摂取量の年齢層別集計(女性)

(1人1日当り、単位:g)

	10代	20代	30代	40代	50代	60以上
対象者数	183	126	694	693	583	170
米	109.1	243.7	207.8	226.2	239.5	224.1
パン	48.5	24.1	30.8	23.1	18.6	19.3
めん	34.1	27.7	32.3	27.5	29.2	21.6
いも	31.5	66.9	48.0	54.9	62.5	57.1
砂糖	8.9	15.5	13.2	13.0	14.6	15.7
菓子	20.0	29.6	28.2	32.9	36.8	37.5
油脂	25.7	18.6	19.0	17.5	16.4	14.2
みそ	9.4	18.5	15.4	18.0	20.5	19.7
大豆類	13.7	47.7	46.3	51.1	56.0	51.5
くだもの	82.0	148.7	128.2	143.8	167.6	164.1
緑黄色野菜	31.9	51.2	58.3	59.3	64.9	52.3
その他の野菜	131.6	245.9	251.6	242.3	259.2	224.9
つけもの	6.5	34.7	32.3	41.3	45.8	46.8
海藻	2.1	4.0	4.3	5.8	6.1	6.2
酒類	17.6	16.8	20.5	16.6	17.2	13.4
魚介類	52.4	79.4	84.2	82.3	90.4	85.4
肉類	72.7	61.7	61.0	56.2	51.3	52.6
卵	43.1	39.0	39.0	39.5	39.2	39.2
乳類	140.3	107.6	116.0	108.2	93.4	93.6



『幻の魚 ガーデンイール』

思い起こせば9年前のある日、私は当館の故・堀家邦雄館長に1冊の古めかしい洋書を見せられた。そして、「この中に君が今まで見た事のない魚の写真がある。これを何年かかろうとも入手し、飼育研究するのが君の仕事の一つであり、小生の夢でもある」と館長は静かに語られた。それはひどいピンボケであったが、砂底から黒い帯状の長い物体がたくさん揺れ動いている白黒写真であったことを、胸の高鳴りとともに今でも覚えている……。それが幻の魚“ガーデンイール”と私の初めての出会いであった。

ところが今、そのガーデンイールが私の勤めているサンシャイン国際水族館にいるのである。しかも1種類だけでなく4種類もである。奄美大島産のチンアナゴ56尾、八丈島産シンジュアナゴ12尾、インド洋産ニシキアナゴ36尾、与那国島産ゼブラアナゴ（仮称）14尾が、写真で見た通り砂の中から半身を乗り出して、ユラユラさせながら餌のプランクトンを追っている。夢ではなく現実である。このガーデンイールという言葉は、『ガーデン・オブ・イールズ』(Garden of eels)というのをもとで、1938年海洋探検家のウィリアム・ビーブがカリフォルニア湾で潜水球による海底探索を行なった際に、砂底で揺らいでいる魚たちに名付けたとされている。日本では漁師たちが、海底に海藻のようなものがユラユラと沢山あるので潜水し、取りに行ったが、3～4メートルほど近づくと消えてしまった。ところが、十数メートル先に

また見えるので再び近づくと、またしても消えてしまい、気味が悪いので急いで船に上がったという。こんなことが「幻の魚」といわれるゆえんであろう。

世界で初めてガーデンイールの飼育展示を試みたのは、アメリカのスタインハルト水族館であった。当時その105号水槽の下には“世界でたったひとつのもの”と明記していたとのことである。

1979年3月、当館のスタッフが奄美大島江仁屋離島でチンアナゴ27尾を採集し、飼育展示を開始してから、はや9年になる。そして1980年6月にはシンジュアナゴを展示し、現在では4種類となった。これほど展示している水族館は世界でも当館だけであろう。ガーデンイールと呼ばれるものは、これまでに世界で約30種確認されているが、未だその生態などは明らかにされていない。分類学上でも現在アナゴ科に属しているが、外国の研究者の中には、「ガーデンイール科」と単独に分類する人もいるほどである。今後このような珍魚を入手するには、やはり自分たちで採集するしか方法がないと思われる。そこで当館では世界各国の水族館、研究者などと交流をはかり、ガーデンイールに関する資料・情報の交換を行なっている。いつの日かサンシャイン国際水族館で、世界各地のガーデンイールをガラス越しに見られる時が訪れ、また、2代目、3代目の繁殖を実現させる—それが、今は亡き堀家館長に捧げるメッセージであり、私の夢である。

おさかな Q & A



A ★数億年もかかって、状況に応じた生理的な機能を整えてきた魚達。

地球の上に住む生物は、半年以上も氷に閉ざされている極地から、1年中気温の高い熱帯地方まで、極めて複雑で多様な環境の中で生活しています。地球の70%を占める海は、水の温度、流れ、海の深さ、底質などいろいろな条件が複雑に異なるさまざまな環境があります。その中で魚をはじめ、たくさんの生物がお互いに、食ったり食われたり、追いまわしたり逃げ回ったりといった生活をくりひろげ、なんとか自分達が生き残るように、子孫を増やすようにと努力を続けているのです。

このように海の複雑で多様な環境の中で、多くの魚達がお互いに自分達の子孫を増やそうとして、餌やすみ場所をめぐる厳しい競争を数億年にわたってくり返してきました。

今日世界の海には2万種余りの魚がいますが、彼らは数億年もかかって、他の種類の魚とは違ったすみ場所を選択し、そこで効率よく餌を摂り、泳ぎ回ったり、じっとしていたりして暮らしてきました。そしてそこに適した姿かたちや生理的な機能をうまく整えることができて、他の魚との競争にも打ち勝って生き残った魚達なのです。与えられた環境に最

Q 魚には雑種はないのでしょうか。サンマとシマアジを結婚させるとか、フグとトビウオを結婚させ、空飛ぶフグを作るとか。ソ連のサケと日本のサケを結婚させ日本に新居を持たせてやるとか。このような研究は進められているのでしょうか。

(東京都・加藤直人さん)

も適した生活の仕方を形づくることのできなかった多くの種類は、次々に滅んでいったのです。

★生物の種は、相互に交尾が可能で、生まれた子が生殖能力を持つ集団。

気の遠くなるような永い年月をかけて、やっと作り上げた他の種類とは違った生活の仕方や姿かたちは、その魚がこれからも生き残って子孫を殖やしていく上で大変重要なものです。ですから魚達はそれを子孫に確実に伝えていくために、いろいろな工夫をしています。

その一つは受精前に働く仕組みで、種類ごとに卵を産む季節や時間帯、場所などが違っていることが挙げられます。また、多くの種類では、異性を惹きつけるための求愛行動の様式が決まっていたり、その種類固有の化学物質を分泌して仲間かどうかを確かめるなどのことも行なわれています。

もう一つは受精後に働く仕組みで、違う種類の間で受精が行なわれたとしても、卵の発生がうまくいかず孵化するまでに死んでしまうことが多いのです。また、たとえ孵化しても発育が遅かったり生存率が極めて低いのがふつうです。場合によっては違う種類の間にできた雑種が無事に親まで育つことがあります。

ますが、その親が作り出す精子や卵は受精能力がありません。

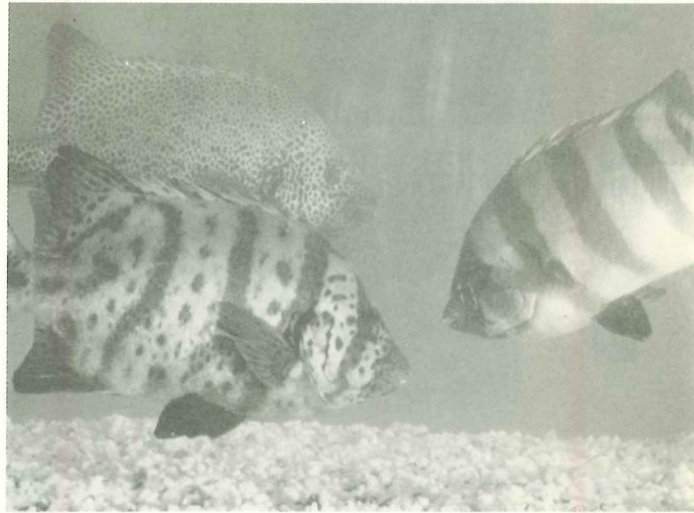
こうしたことから、生物の種というものは、相互に交尾が可能で生まれた子が生殖能力を持つ集団である、と定義することができます。つまり、サンマやシマアジなどといった異なった種の間には、両親の形質を併せ持つ生殖能力のある子孫、すなわち雑種はできないのです。それが種というものを分ける大きな前提なのです。

★バイオテクノロジーを用い、 雑種を作る研究も進められている。

このように自然の海の中では、異なった魚種間の雑種ができない厳しい仕組みができあがっていて、実際に自然界で雑種をみることは極めてまれです。しかし、最近我が国では、40余種にのぼる魚種の一生を通じての飼育が可能となるに従って、自然界の魚達が持っている他の種との間の雑交を避けようとする仕組みを人間の手で取り外し、父親と母親の両方の種が持っている優れた特徴を兼ね備えた子供を作ることが試みられるようになってきました。和歌山県白浜町にある近畿大学水産研究所では、精子の凍結保存技術などを活用して産卵場所や時期や生殖行動の違いなどによって保たれている雑交のタブーを、人工的に採取した卵と精子を混ぜ合わせることで打ち破り雑種を作ることに成功しています。現在までにマダイ×チダイ、ブリ×ヒラマサ、イシダイ×イシガキダイなど、味や姿かたちが消費者の好みに合い、しかも病気に強く養殖しやすいといった特徴を持つ11の組合せの雑種が作られ、一部は市場に出回り始めています。

近年発展の著しいバイオテクノロジーを活用して、種間の壁をのり越えた雑種を作りだそうとする研究も始まっています。三重県にある水産庁の養殖研

●雑種：キンダイ(手前)、その父親イシガキダイ(左後方)、
母親イシダイ(右)。<写真提供/近畿大学水産研究所>



究所を中心とするグループは、ニジマスの精子をかけたアマゴの卵に高い温度や圧力をかけて生存率を高める方法や、メダカなどの卵を用いて受精後のごく若い胚の細胞同士を融合させ雑種を作る方法などの研究に着手しています。さらに厳密には雑種とはいえませんが、耐病性や高成長性、回帰習性などの特徴を持った魚を遺伝子組み換えの手法によって作り出すための基礎的な研究も、今年から始められました。

このような新しい手法を用いた雑種作りが、いつになったら農産物の新品種のように水産業に役立つようになるのかということについては、今のところ予測がつかかねます。しかし、多くの魚は体外受精を行なうことや産卵数が多いことなど、バイオテクノロジーによって雑種作りを進めるのに適した性質を持っているので、案外早い時期にそれができるようになる可能性もあります。

(回答者/水産庁研究部研究課

研究管理官 畔田正格)

<ご質問歓迎>

暮らしの中で感じた魚に関するご質問をお寄せください。
誌上採用分には粗品(図書券5,000円分)を贈呈します。



別冊家庭画報
『今人気のおいしい
シーフード料理』
(世界文化社 1,950円)



フランス料理、アメリカのヘルシー料理、地中海料理、日本の家庭料理……。こんなにも、家庭でできる魚料理があったのかと驚かされるほど、料理がたくさん。また、なかに(社)大日本水産会・おさかな普及協議会主催で毎年開かれている「おさかな料理コンクール」の入賞作品が17点、紹介されています。いずれも豪華な写真で紹介されており、見ていただいても楽しい本です。



(日本実業出版社
980円)

『箸の本』
本田総一郎著

日本では、箸中心の食習慣や食文化が形成されています。ですから、箸使いは日本人の食生活の基本であり、食事のマナーの柱になっているといっていいでしょ。箸を正しく使えない子供達や若い人が増えているといわれ、食事のマナーのいいかげんさも指摘されるようになってきています。この本では、箸の歴史や箸にまつわる興味深い話、箸の正しい持ちかたや動かしかた、箸使いのマナーなどを、おもしろく解説しています。箸の文化の再発見やマナーの習得の参考になる一冊です。

情報広場

「おさかな料理コンクール」 参加者募集!!

今年のコンクールのテーマは、「おさかな新郷土料理コンクール」。日本各地には、地域の特産物を使った郷土料理がたくさんあります。今回は、その各地の特産物と魚をうまく組み合わせ、ユニークな新郷土料理を皆さんの手で作り提案していただくというもの。入賞の6名には、副賞としてハワイ旅行がプレゼントされます。



昨年の授賞式

募集要項

★応募資格

おさかな料理に自信のあるアマチュアの方。
(性別・年齢・国籍不問)

★応募方法

八ガキの応募に限ります。

(a) どこの郷土料理をイメージして作ったか。

(b) メニュー名、材料、作り方、コツなど。

(ただし、応募者が地元で入手可能な素材を使用すること)

(c) 住所、氏名、年齢、職業、電話番号、性別、未婚・既婚の別。

★応募締め切り

昭和62年6月30日(火)必着。

★あて先・お問い合わせ先

〒104 東京都中央区銀座2-16-7

恒産第1ビル「おさかな室」TEL03(543)0591

魚コミュニケーション

わが家の食卓は三代の人間が取り囲む。息子2人が成長して、今日の味付けは甘過ぎる辛過ぎると一番うるさく家内を悩ませている。父は明治24年の生まれで満95歳を数えているのだが、食事についてはうまいまずい言うことは殆どない。理想の漁村・理想の農村づくりが夢であった父の生涯を考えれば納得できる。生産者の苦勞を思って、ただひたすら感謝の念もて、もくもくと箸を動かす。水産界に身を投じてかれこれ70年、さすがお魚の食べ方はマネのなかなかできぬ見事さである。父の皿の上には、よく漫画などに描かれるネコの食べた魚の残骸と全く同じ状況が再現される。

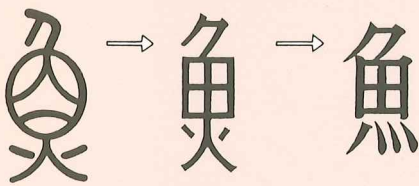
朝食のメザシやアジのひらき類から始まって、夕食のメインディッシュに至るまで、わが家の食卓から魚の消える日とてない。ところで、自己紹介がおくれました……私二代目はと言えば、これはもう何とも中途半端。魚が好きとも言い切れない。上手に食べようと

もしない。多年味について感じないではないが、いちいち口を出すことはしない。魚コミュニケーションが父の寿命と共に続き、魚食とエンが切れないことを無意識に願っているのかも知れぬ。それにしても魚はイキさえ良ければ美味しいといつも思う。

紅一点家内は4人の男が満足して食べているかどうか細かく神経を使っている様子。「今日のお魚美味しかった？」と判でおしたように息子達に反応を求める。考えれば特段の魚種を目新しく求めてくるわけでもない。新しい料理法を次々に開発しているわけでもない。だから美味しさもそれほど変わらない道理である。それより長い長い年月、副食の王者としてわが家の食卓に君臨している魚クンの魅力、実力を認めないわけにはいかないと思う。平凡な日々、平凡に食されているわが家の魚クン達は、それはそれはきっと満足して成仏してくれているのではないだろうか。

(株)ニチレイ 広報室 室長 飯山 仁平

魚字典



「魚」という漢字は、中国の神話伝説上の皇帝だとされている「黄帝」の家臣蒼頡によって考案された象形文字（上図参照）がもとになり、それが変形してできたといわれているが、この漢字が日本に伝わったのは西暦385年の応神天皇の時代だとされている。

(旺文社文庫『新・魚ものがたり』末広恭雄著より抜粋)

編集室から

●新しいシリーズ「水族訪問館」はいかがでしたか？

1年以上も前になるだろうか。本誌をずっと愛読してくれているという、ある水族館長からおハガキを頂戴した。その縁で水族館を見学させてもらったが、新しい視点にたったの館の構成・展示手法などはこれまでの水族館のイメージを打ち破る強烈なものだった。あらためて子供達を魚好きにするノウハウを教えられた思いだった。そんな水族館の紹介記事が、読者からお母さんや先生、そして子供達へと伝わり、魚好きの子供がもっと増えれば、との願いを文中に酌み取っていただければ、今回の水族館紹介シリーズは成功なのだが……。

本誌に関するご意見やご要望がありましたら、「おさかな普及協議会『魚』編集部」までお寄せください。

「魚」第42号 昭和62年5月30日発行（隔月刊）



社団法人 大日本水産会
おさかな普及協議会

東京都港区赤坂1-9-13三會堂ビル TEL 03(585)6684

