

魚

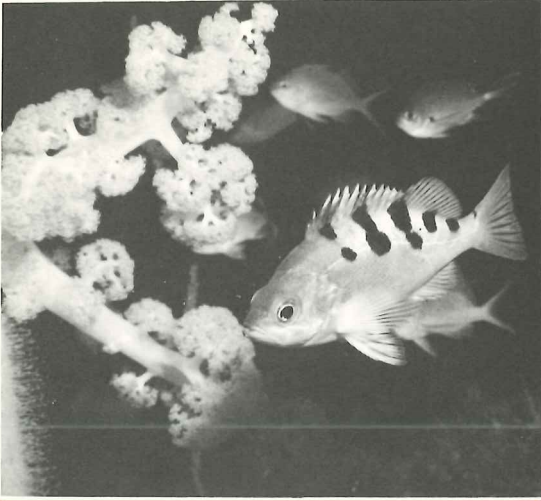
'87.9—10

NO. 44





「魚」は中国の秦代に作られた篆書(てんじょ)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。

『トゴットメバル』 (東伊豆、水深30mで)

青森県以南の日本各地の沿岸に見られるこの魚は、体長20cm位で水深20~40m位の比較的深い所で10匹位の群れを作り、岩陰などでじっとしていることが多い。普通、魚というのは横になって泳いでいるが、メバルの仲間は岩陰などで口を上にして立った状態でじっとしている時がある。カメラを近づけると面倒くさそうにして体を横にしてゆっくりと逃げるが、遠くまではいかず、岩の向う側で再び立った状態になってじっとしている。

トゴットメバルは卵胎性で、秋に交尾して冬から春にかけて、たくさんの子どもを産む。稚魚はしばらく流れ藻などについて浮遊生活をしたのち藻場に移るが、この時期の体長は3cm位で100匹単位で群れているのを見ることがある。

釣りの対象魚としても人気があり、主に夜釣りで釣れることが多い。食用としても高級な魚で、大きなものなら薄作りの刺し身でもうまいし、煮つけてもよい。

目次

ホットライン/今、これが新しい……………1
デパートでブーム!!「ミニ総菜」の人気を追う

サカナワールド/エビ……………7

フロのひと味/シーフードバーマリンクラブ……………10

データ・おいしい風景……………12

ヘルシー食事学/食生活指針にもとづき、豊かな食生活を/……14
豊川裕之

水族「訪問」館/東海大学海洋科学博物館……………17
鈴木克美

情報広場/「おさかな新郷土料理コンクール」開催……………18

おさかなQ&A……………20

ホットライン 今、これが新しい

ミニ総菜の
人気を追う！
デパートで
ブーム！



取材／フリージャーナリスト 小宮和行



大手のデパートでは、一人あるいは二人用のパックのお総菜を買い求める〇シや主婦が増えている。核家族、ダブルポケット族、子供のいない家庭、シングル……。世の中の家庭のあり方もずいぶん変わってきた。それに伴い、食事や総菜に対する考え方にも変化があるようだ。都内の大手デパートでの「ミニ総菜」の取り扱い方、考え方を探りながら、生活形態の変化の中でどのようにこの小さな、個人用の総菜が出現し利用されているかを追ってみたい。

主婦が料理を 作らなくちゃった!?

▼小ささ+ファッション性が加味された、新しいおにぎり(高島屋・東京店)



★ミニ総菜と呼ばれるものは、 1個60~100g

「個食」なる言葉、ご存じでしょうか。

別に国語の辞書に載るほどのシロモノではないのだけれども、当節、この言葉を知らないあなたは、残念ながら都会派の現代感覚に、少々うとくなっているのかもしれない。

今、東京、大阪などの一流デパートでは、いわゆる一人(分)用の“ミニ総菜”が静かなるブームなのです。どなたが最初に言い出したのかは知りませんが、一般用語的に「個食」イコール「ミニ総菜」のことなのです。量的にも1個当たり60gから100gあたりまでです。

日本橋の高島屋東京店では、商品本部の商品担当課長の保泉徹さんが次のように言います。保泉さんは同店地下1階食品売場にある個食コーナーの担当者です。

「一度、昼食時に見に来てください。近くの会社のOLたちが個食の売り場に行列を作ってランチ用に買いに来られているんですよ。仮に、おにぎり二つ買って、お総菜の個食を2パック買って、さらに何か飲み物を買っても600円くらいで十分の昼食代ですね」

人気の秘密を探りながら、もう少し高島屋東京店の個食の売り場を紹介しましょう。

同店の場合、地下1階食品売場に「個性色色」というキャッチフレーズの個食コーナーを設けています。種類も大変豊富です。たとえば具体的に値段と種類を挙げますと……。

個食は和食、洋食、中華系を合わせて全部で400種類。売れ筋の人気個食ベスト5を紹介しますと(1)おにぎり(100円~150円)、60種類(2)サラダ(200円~300円)、30種類(3)和総菜(200円~300円)、120種類(4)中華総菜(200円~250円)、30種類(5)サンドイッチ(200円~300円)、10種類。そして、その他モロモロ。お刺し身もあり、実にバラエティに富んでいます。

「おにぎり、サラダを除けば、イモの煮ころがし、きんぴらゴボウ、おから、煮豆といった“おふくろの味”の和総菜がよく売れますね」と保泉さん。

高島屋東京店の場合、昨年10月30日に「個性色色」コーナーをオープン。実際には約半年前の3月から実験的に個食を売り出していたそうです。その結果が上々だったところから売場改装を契機に専用コーナーを設けたというわけです。ちなみに「個性色色」コーナーの毎月平均の売上高は約2,000万円。

「昨年10月以来、おかげ様で順調な立ち上がりで来ています。売上げの半分以上は先の売れ筋ベスト5の個食で占められています。個食の人気の秘密は、お手軽な値段でメニューを自分で選んで



組み合わせを楽しむことができることにあります。それと、やはり社会現象的には世の中、有職女性が増えて、ご自分で手間ヒマかけて料理を作る時間が少なくなりつつあるのではないかと思います」保泉さんは、こんな感想を述べました。

たしかにそうかも知れません。そして、今後の見通しについても、保泉さんは「まだまだ伸びるでしょう」と大きな期待をかけているそうです。

★若い女性だけでなく、 年輩の男性にも人気！

では、他の都内のデパートの食品売場の場合はどうでしょうか。東急百貨店の食品売場（地下1階）では、高島屋東京店よりも、少しコーナーが小ぢんまりとした感じです。負けてはいられませんよといった表情で、食料品・食堂統括次長の宮沢正さんが個食の人気と同店の考え方についてこう述べます。

「当店で“ちょい菜”（チョイナ）と個食コーナーを呼んでおります。今年2月末から展開しておりますが、お客様の声を聴くと“便利なものができましたね”と言われる方が多くて、ホッとしています。お昼時はOLが中心ですが、夕方はお買い物帰りの主婦の方が多いですね。それと意外だったのは、結構、年配の男性、女性の方がお買い求

めになるんですね。やはり個食のニーズが世の中にあっただしょう」

東急百貨店の場合は、昨年秋頃から渋谷東横店で先駆的に“ちょい菜”と、これまたユニークなネーミングで個食コーナーを設けて販売展開を開始し、人気上々。日本橋店が後追いする形で開始したという次第です。

「オフィス街にある日本橋店でもいけるんじゃないかという判断があっただす」（宮沢さん）とのことです。

同店の場合は、約250～300種類の個食ミニ総菜が並んでいます。メニューは和食、洋食、中華が全体の約40%近くを占めていて、その40%中の約75%程度が和総菜ということですから、どちらかといえば個食の主力は和総菜に置かれているようです。

量的には、60g～80gぐらいのものが圧倒的に多く、値段的には、和総菜で平均100円～300円、中華総菜200円～300円、洋風総菜100円～320円というあたりです。洋風総菜はサラダ、グラタン主体で、サラダの種類は30種類以上が売り物です。もちろん、おにぎり（90円～100円）、弁当風個食（380円～600円）などもあり、魚の刺し身、カットフルーツと多彩に取りそろえられています。そして、個食全体の月平均売上高は約1,000万円とのこと。



▲刺し身も1人分のミニパック（東急・日本橋店）



▲OLが列をなす昼食時(東京・日本橋店)

宮沢さんが次のように言います。

「やはり当店の場合、お客様は圧倒的に有職女性が多いですね。人気の中心は、イモやカボチャの煮もの、ゴマあえ、ゴボウといった和風総菜にあります。それにカットフルーツ、お刺し身などの売れ行きも上々です。結局、有職女性の皆様にとっては、ライフスタイルが変化しつつあり、料理に時間を費やすよりも、他のことに時間を向ける傾向が強くなっているんでしょね。当店としても、やはり個食を手がけて良かったと思いますよ」

★外に出る機会の多い女性には、
“ミニ総菜”感覚がピッタリ

ライフスタイルの変化。最近、よく耳にする言葉ですね。結局、生活が多様化して、専業主婦も兼業主婦も、時間を自分なりに有意義に使いたいという傾向が強まり、外に出て働く人もあれば、カルチャー教室やスポーツ活動に余暇をふり向ける人が増えている現象があります。そうした人たちにとっては個食＝ミニ総菜が時として大変便利で、パックによって見映えもよく、価格的にも経済性があるということで受け入れられていると考えてよろしいようです。

話はとびますが、労働省婦人局編の『婦人労働の実情』(昭和61年度版)という調査資料が手もとにあります。この調査内容によりますと、昭和60年の女子労働力人口は2,367万人で、前年に比べて20万人、比率でいえば0.9%増という数字が紹介されています。また、もうひとつの興味深い事実は、60年の女子雇用者は1,548万人で、前年比30万人、20%増と堅調な伸びを示していて、雇用者全体に占める女子の割合が35.9%と、59年に比べて0.3%上昇。と同時に、女子雇用者が女子家事専業者を前年に続いて上回ったということなのです。つまり、このことから女性の社会進出が論じられる世相の一面、あるいは働く女性の増えていることが十分に理解できると思われます。

総務庁の『労働力調査特別調査』(昭和60年)によると、「夫婦のみの世帯数」は全国で582万世帯。そのうち、「働く妻」の比率は35.8%。また、「夫婦と子供がいる世帯数」は1,514万世帯。そのうちの「働く妻」の比率は45.5%。両方の差異を単純に比較して論じられませんが、つまり「働く妻」(有職女性)が多いという事実です。そして、総世帯数3,857万世帯のうち、この両世帯が50%を超えます。

★デパート側からみると、
“ミニ総菜”は、手間のかかる商品

さて、話を再び、東京都心の一流デパートの個食コーナーの“現場”に戻します。

「当店では4年ほど前からミニ総菜に力を入れています。ただ、高島屋さんのように専用コーナーは設けておらず、地下1階食料品売場の店奥にある“キャリアキッチン”というコーナーで取り扱っていました。が、ちょっと店奥という場所が場所なので、現時点では食品の元売り場での取り扱いを主体にし、目下、専用コーナー設置についても検討中です」

新宿・伊勢丹の食品部第一商品部係長（バイヤー）の加川信一さんのお話です。

正確に言えば同店の場合、特別に「個食」とも「ミニ総菜」とも売り場では表示や表現はしておりません。加川さんのお話にあるようにミニ総菜そのものは手がけていたのですが、専用コーナーを設けるなど集成的なミニ食品の販売展開にまで至らなかったために、本来の売り場で取り扱っているというわけです。その代りに、たとえば、ミニパック化して小売り販売を展開しているのが、食品売り場内にある「是永美奈子の店」というコーナーと「プチグルメ」があります。

「是永美奈子の店」コーナーでは、煮豆などの和風総菜や一般的な弁当などが売られていて、味の評判もなかなかです。そして、その隣にあるのがグラタンを中心として、揚げものやピザなど洋風総菜を売り物とする「プチグルメ」です。

前出、加川さんがこう言います。

「お客様にとっては便利性、経済性といった面から、ミニパック化した食品が受け入れられているのだと思います。ある調査によりますと、お客様がデパートの食品売り場に来られてから買って帰られるまで、約15分を要するといえます。その点での、現代人のお客様のお買い物時間の短縮化、そしてお持ち帰りやすさなどがミニパック食品の人気の原因ではないでしょうか」

多忙な生活を営む現代人の一面がうかがえるお話です。忙しいと、つい気分的にもせっかちになりがちです。そうした現代人の心のニーズにも、“小さな食べ物たち”が食卓を飾って慰めているのかもしれない。

半面、デパート側から見れば、案外、調理詰め作業で手間のかかる商品でもあるようです。むしろミニパック化するから一般的な容量のものよりも作業的にラクになるというわけではなく、かえって小さくすればするほど、大きいもの以上に手間がかかるようです。



主婦層の支持を受ける、手作りのおいしさ（新宿・伊勢丹）



▲家庭ではなかなか作れそうにない、魚介類の料理も並ぶ。(大丸・東京店)

個食の人気、どこまで伸びる？

◀自分の食べる量を、自分で容器に入れるのも魅力 (大丸・東京店)

★グルメ派の心をも満足させる“個食”

最後に東京駅八重洲口の大丸東京店の地下1階食品売場。買い物客で混雑する店内には、やはり伊勢丹同様、特別の個食コーナーは見当たりません。そのあたりの事情は店内を案内していただいた生鮮食品課・係長の後上隆一さんによれば、こうです。

「たしかに当店でも、個食的なミニ食品の人気は高まっていますので、現場としては専用コーナーがほしいと思っています。しかし率直なところ、食品売り場全体のスペースが手狭になっていますので、現状では各々の元売り場でミニ食品を取り扱っています。それと他店にない売り物は、中華総菜をバイキング方式で、お客様がどんな種類を、どんな量でもお好きなだけ詰め合わせて買い求められるコーナーが大変人気を呼んでおります」

同店の場合、和風総菜約25種類、洋風総菜約60種類、バイキング方式の中華総菜が45種類（その他、点心類45種類）が品揃えされています。和洋

総菜の場合は、量的にも最低単位は100g前後の商品が中心です。なるほど、中華総菜のコーナーは「香港菜館」といいますが、お客が入れかわり立ちかわり、それぞれにプラスチック容器に好きな総菜を選んで盛りつけています。最後にレジで料金を計算してもらう形です。中華グルメ志向の人にはピッタリ。

「私どもが今後、ミニ食品コーナーを設けるとしたら、やはり中途半端ではなく、きちんとした形する必要がありますね」と後上さん。

一般的な社会的背景から考えてみても、コーナーがあれば、それなりに話題性があることもたしかかもしれません。

ともあれ、売れる商品というのは、どんな種類のもので“お客の支持”にもとづいています。そういう意味で、百貨店の食品売り場の長い歴史の中で、突然(に近い)商品として姿をあらわした「個食」の人気、果たしていつまで続くものなのでしょうか。

サカナ ワールド

3

エビ

重要魚種の中では、一番小さいエビ。しかし、輸入されている魚介類、食品の中で占める金額は、第1位。1986年には21.3万tのエビが輸入されています。今回は、(株)極洋 貿易部貿易三課・佐々木照夫課長、松下聡さん、(株)ニチレイ 水産第一部水産第二課・岡本清彦課長、宝幸水産(株)貿易部貿易第二課・横山実課長、池添俊一さんに、輸入エビについてお話をうかがいました。

★台湾のエビ養殖は、農業感覚

1957年に始まった我が国のエビ輸入。この時の輸入先は中国と韓国で、1,482tが輸入されました。1961年にエビの輸入が自由化されてから、輸入量は増え続けています。

「1978年から1983年まで15万t前後だったのですが、1984年17万t、1985年18万t、1986年は52ヵ国から21.3万tと急激に増えています。これは台湾や中国での養殖技術が向上し、生産性が高くなったためです」(佐々木さん)。

「台湾では海岸線にあった農地をプールにして、

地下水と海水を使ってエビの養殖をしています。エビ養殖が成功して、農民から漁民へという図式になっています。海エビだけを輸入していた頃は、供給国中10位ぐらいだったんですが、去年は1位。質の良い養殖エビを作れるようになったことも大きいでしょうね」(横山さん)。

日本が輸入している主な国は、台湾、インド、中国、インドネシア、グリーンランド、オーストラリア、ベトナム、タイ、フィリピン、バングラデシュ、マレーシア、パキスタン、メキシコ、アルゼンチンなどで、東南アジア諸国と南米が大きな比率を占めています。



●養殖池から運ばれたエビ。水を切り、一かご当りの重量を計って取り引きされる(台湾)

★エビは、外貨獲得のために 各国が力を入れている商品

輸入されているエビの種類は、ホワイト、ピンク、ブラックタイガー、フラワー、タイガー、ブラウンなど。ホワイト系はフライや天ぷら、焼き物に、ブラックタイガーやタイガーは寿司や天ぷら、東南アジア系のピンク、ブラウンは寿司チェーン店の寿司だねや加工用、中南米のピンク、ブラウンは寿司、ムキエビは加工用、赤エビは刺し身や寿司だねに使われています。

「中南米からのエビの50%前後を扱っており、ブラジルの現地法人でブラジルやギアナのエビを獲っています」（岡本さん）。

「中南米を除く国々と取り引きしていますが、トラブルを避けるために1地域1パッカー（輸出業者）との契約が一般的です。昔は契約取引に関する認識が異なり、困ったこともずいぶんありました」（松下さん）。

「うちは、インドと台湾のウェイトが大きくなっています。台湾の養殖エビは“田植え”と同じで、供給が安定しているというメリットがありますね」（池添さん）。

エビの獲れる国の多くは、開発途上国。エビは

品種別輸入数量（1986年・推定値）

単位：t

ブラックタイガー	47,400
ホワイト系	45,000
東南ア・ピンク、ブラウン	9,300
中南米・ピンク、ブラウン	6,600
クルマ、タイガー、フラワー	16,600
赤エビ	19,200
ムキエビ	59,600
その他	9,100
合 計	212,800

（流研リサーチ調べ）

外貨獲得の手段として、各国が力を入れている商品であり、また日本にとっては、輸出過剰の貿易のバランスをとるための手段にもなっている商品のようです。

「船上凍結もありますが、現地の加工工場で製品化する場合は、衛生観念も教育程度も違いますから、数を数えるところから社員教育が始まったり、手を洗うことを教えたり、単に冷凍技術・製品化の指導にとどまらないところに、現地駐在員や担当者の苦勞がありますね」（岡本さん）。



●むきエビ生産を集中的に行っているパッカーの、むき身処理部門(タイ)

エビ供給国の推移

単位：数量；t、金額；千ドル

	1982年			1983年			1984年			1985年			1986年		
	数量	順位	金額	数量	順位	金額	数量	順位	金額	数量	順位	金額	数量	順位	金額
台湾	7,759	5	56,139	11,052	4	93,984	16,494	3	125,847	21,771	3	187,384	37,824	1	342,817
インド	39,833	1	274,278	36,912	1	251,673	38,498	1	243,173	36,235	1	215,926	36,727	2	258,010
インドネシア	23,600	2	220,905	21,767	2	211,043	24,051	2	206,991	24,357	2	196,809	27,742	3	267,701
中国	7,253	6	81,313	5,778	7	60,800	10,307	4	81,788	10,664	4	83,044	18,723	4	173,322
グリーンランド	201	—	979	579	—	2,850	2,632	16	12,332	6,247	9	29,623	9,477	5	56,792
オーストラリア	11,822	3	133,405	11,097	3	123,425	10,206	5	105,229	10,544	5	120,887	9,457	6	122,476
ベトナム	2,885	12	18,643	3,536	11	19,851	5,104	8	26,210	6,974	8	32,791	9,361	7	44,898
タイ	9,188	4	85,698	7,542	5	71,774	6,747	6	55,312	7,371	7	57,780	8,945	8	85,716
フィリピン	3,694	10	37,521	4,282	9	43,986	5,096	9	44,573	5,986	10	52,651	8,402	9	88,120
バングラデシュ	3,354	11	30,250	3,726	10	30,354	5,943	7	45,866	7,428	6	54,012	7,250	10	62,544
マレーシア	5,150	7	41,627	6,168	6	51,066	5,060	10	36,346	4,731	12	29,162	4,698	11	35,604
パキスタン	4,176	8	34,523	3,265	12	25,031	3,174	14	18,358	3,726	14	23,023	2,274	15	20,344
メキシコ	3,888	9	37,521	3,141	13	44,530	2,170	18	26,311	1,953	19	21,979	1,791	18	22,136
アルゼンチン	—	—	—	4,840	8	14,235	4,482	11	21,899	5,448	11	24,432	1,200	25	6,172

(大蔵省通関統計より流研リサーチまとめ)

★将来、30万tのエビが 輸入される可能性も

エビの輸入は、大手商社が最初に手がけ、水産会社は後発という形になっています。「商社にとっては、輸出・輸入のかねあいの中でエビを扱っているわけですが、我々水産会社は輸入が主体。技術指導をして、現地の漁業関係者を現地サイドのやり方を取り入れながら育て、取り引きするという形をとっています」（横山さん）。

「市況がいい時は、エビという名前がついていさえすればいいということもあります。そういう時には、品質を無視して買いつける商社も出てきて、『いつも厳しいことをいうのに、ある人はこれを全部買う』とか、混乱するようなこともありますね。

現地に対しても責任がありますから、どんなに市況がよくても売ればいいという感覚を一掃しないと……」（池添さん）。

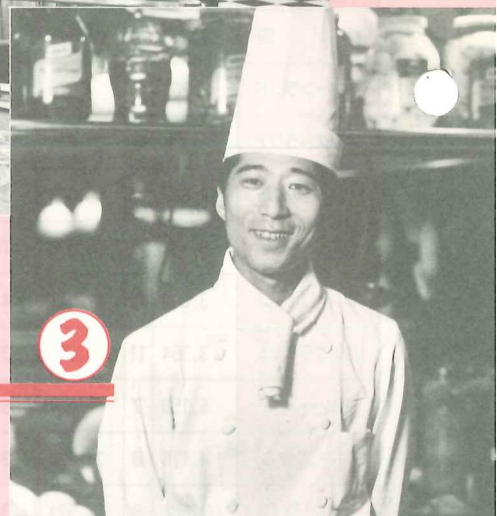
スーパーなどでも、パック入りのエビを気軽に買い求められるようになった昨今。1970年代には業務用が80～90%、家庭用が10%前後だった消費形態が、1986年には業務用45%、家庭用55%と、家庭で調理されるエビの割合が高くなってきています。

「輸入量30万tという時代が、近いうちにくるでしょう。エビは安くなっていますが、もっと受け入れやすい価格設定と料理方法を考えるなど、需要拡大のための努力をする時機だと思っています」（佐々木さん）。



プロのひと味

シーフードバー マリンクラブ



●「近海ものが高いのが、頭の痛いところでですよ」と話す平山コック長

★築地市場で毎日魚を見て、旬の、新鮮な魚を仕入れています

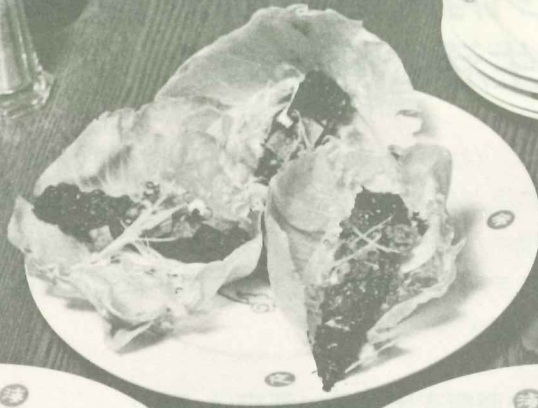
“上海租界”のイメージのインテリアと国籍を感じさせないシーフードメニュー。戦前の上海の、自由でおおらかな雰囲気を感じさせるお店です。高校生や大学生の若者が多く集まる新宿という街にありながら、この店の客層は30代、40代のサラリーマンやOL。「面白い料理や美味しいものを探している人達、グルメというんでしょうか、そういう方もよくいらっしゃいます」と話す店長の中島さん。

「料理のジャンルにはこだわらず、魚を美味しい食べ方で、美味しく召し上がっていただく」というのが、マリンクラブの方針。メニューも中華風をメインに、エスニック風、イタリア風、フランス風と多彩な構成になっています。

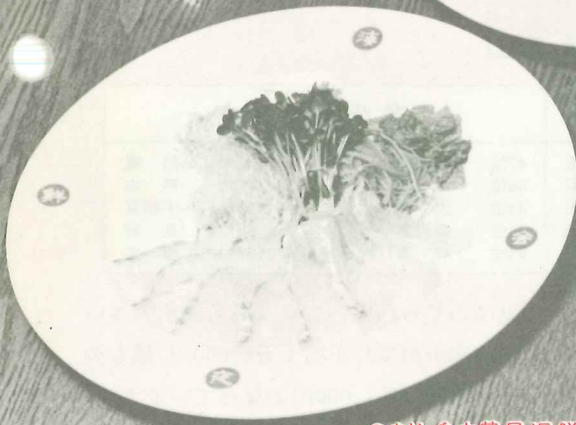
素材の魚介類で、カニやエビなどは直輸入。そして“今日のおすすめメニュー”の素材は、コック長の平山仁さん自ら、毎朝築地市場に足を運び注文してくるか。「毎日魚を見ることで、旬の魚を確かめられますし、新鮮な良いものを選ぶことができますね。魚は、肉のように今日使わなかったから明日使うというわけにはいかないので、去年のデータを頭に入れて仕入れているんです。築地からの帰りの電車の中で、“今日のおすすめメニュー”10品をどうするか考えるんですが、いい魚に出会えた時は発想もいろいろ浮かんできます」と、平山さん。

今回は「ちょっとしたアイデアで美味しく楽しくなる」魚料理3点をご紹介します。お酒のつまみにも喜ばれそうです。

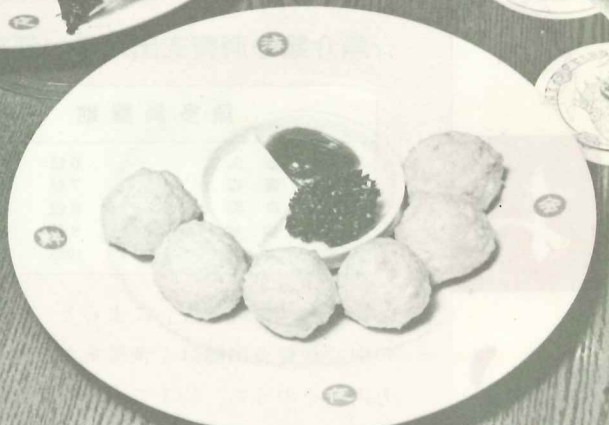
●イワシのレタス包み上海風



●刺し身中華風海鮮



●エビ団子



★みんなでワイワイ食べられる 「イワシのレタス包み上海風」

油ののった新鮮なイワシに塩、こしょうをし、強力粉をつけて油で2度(最初は160℃でじっくり、2度目は180℃でさっと)揚げます。店では北京ダックの時に使うテンメンジャンという味噌を使っていますが、家庭では赤味噌に砂糖少々を加えたものを、油で炒ります。火を通すと香ばしさが増します。これに揚げたイワシを入れてからめます。長ねぎのスライス、揚げたイワシ、ワンタンの皮を揚げたもの、針しょうがなどをレタスで包み、いただきます。

★「エビ団子」のコツは、強火で揚げないこと

シバエビを軽くたたいて、生クリーム、卵白、日本酒、塩、こしょう、味の素、片栗粉を加え混ぜ合

わせます。油をつけたスプーンで団子を作り、冷たい油に入れて全部団子が入ったところで、火をつけます。温度は120～130℃くらい。団子が浮かんでくれば、でき上がり。強火で揚げると団子が固くなってしまいます。

★「刺し身中華風海鮮」は タイの刺し身パックで

タイの薄切り(家庭では刺し身パック)、かいわれ大根、桂大根、桂にんじん、コーンフレーク、ピーナッツをくだいたもの、レモンの皮の薄切り、こしょう、セロリの葉、醤油、ピーナッツ油(植物性の油ならよい)を混ぜ合わせて、でき上がり。刺し身の盛り合わせを買い求めたら、マグロやイカ、ハマチなどは刺し身に、タイはこの中華風サラダにすると料理が2皿になります。



魚少消費地の方が、魚多消費地より 食生活に積極的！

今年3月、(社)大日本水産会から「水産物を中心とした食生活に関する調査」の結果が発表されました。この調査は、総務庁「家計調査」をもとに、マクロな視点から魚消費をとらえるために、魚消費の実態を地域別に分析したものです。この中から食生活に関する知識や魚を買う上での問題点などを取り上げました。

☆魚介類の消費支出が多い都市は、富山

魚多消費地			魚少消費地		
1位 富山	6位 大阪	47位 那覇	42位 前橋		
2位 青森	7位 横浜	46位 宮崎	41位 熊本		
3位 京都	8位 秋田	45位 大分	40位 宇都宮		
4位 仙台	9位 金沢	44位 鹿児島	39位 長野		
5位 大津	10位 津	43位 岐阜	38位 福島		

総務庁「家計調査」によると、家計費の中で食費支出額は1世帯あたり月約8万円。そのうち、約1万円が魚介類の支

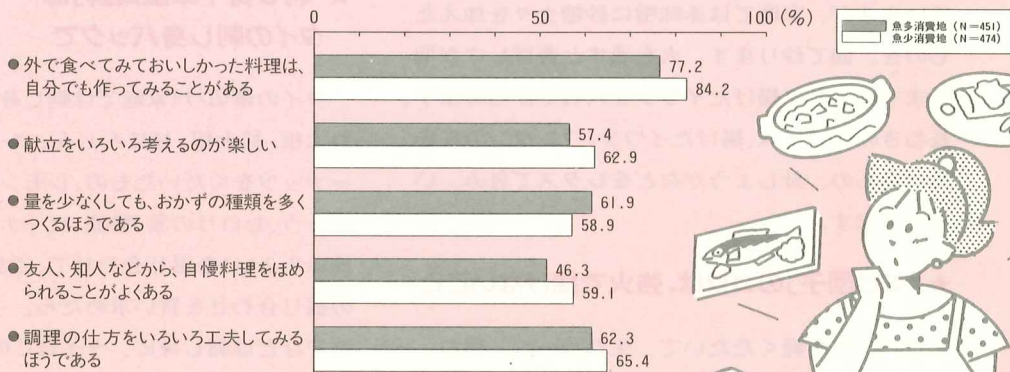
出に当てられています。最も支出の多いのが富山市で月平均1万4,000円、最も少ない那覇は約7,000円となっています。

☆「外で食べておいしかった料理を、 自分でも作ってみる」主婦は、約8割

食生活全般に関する意識について、魚介類消費の多い地域(魚多消費地)と消費の少ない地域(魚少消費地)を比較してみると、「外で食べておいしかった料理を自

分でも作ってみる」「献立を考えるのが楽しい」「友人や知人から自慢料理をほめられる」など、全般的に魚少消費地で、食生活に関する積極的な意識がうかがえます。

食生活に関する意識





☆「店に新鮮な魚が少ない」のが、魚少消費地での、悩みのタネ

魚を買う上での問題点では、魚多消費地、魚少消費地の両地域で、「魚の値段が高い」「魚の料理方法を教えてくれる店員が少ない」という答えが高い数値を示しています。

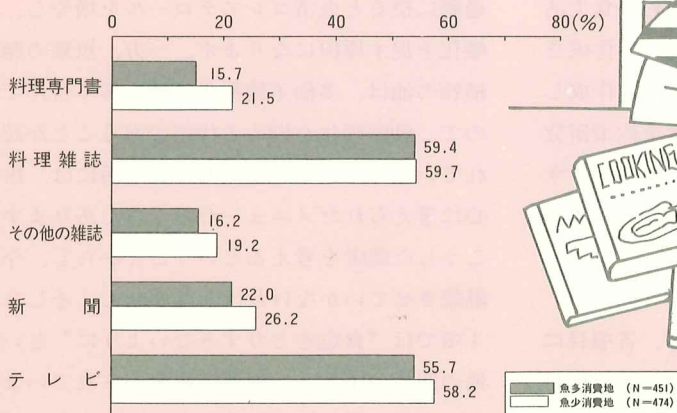
魚少消費地では、「店に新鮮な魚が少ない」「魚の種類が豊富でない」といった悩みも、魚多消費地より多く聞かれました。また、年齢別では、20代の「魚の料理方法を教えてくれる店員が少ない」という声が高くなっています。

☆魚料理の情報源は、料理雑誌とテレビ

魚料理を考える時参考にするものは、「料理雑誌」と「テレビ」と答えた人が半数以上。20代のヤング主婦は料理雑誌が多く、50代の熟年主婦はテレビの利用率が高くなっています。

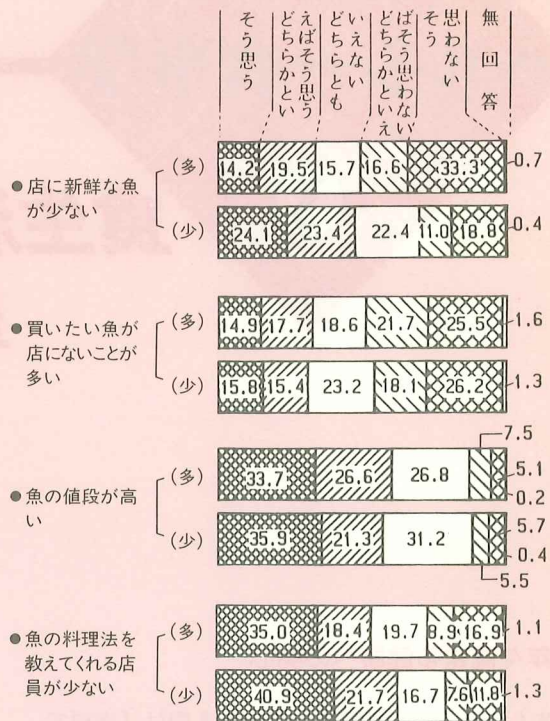
また、3人に1人は料理教室の経験者。「できれば通ってみたい」という人も半数以上いて、「何を習得したいか」については、「和風料理」がトップを占めています。

魚料理の情報源



魚を買う上での問題点

(多)魚多消費地 (N=415)
(少)魚少消費地 (N=474)



3

食生活指針にもとづき 豊かな食生活を!

★年々高まる健康への関心

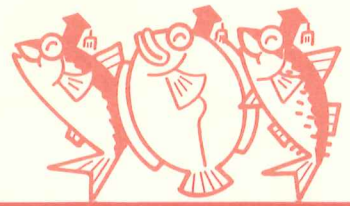
昔も今も、そして将来もずっと人間は「幸福でありたい」と願望し続けるでしょう。その願望は、戦争の時は「平和」を願い、貧乏であれば「裕福」でありたいと願い、飢えていれば「腹一杯食べたい」と願望します。そして、それらがほぼ満足すべき状況になった時、最後に標的になる願望は「健康」です。もっと欲張ると「不老長寿」を希望します。人間の欲望は無限に続くものかも知れません。

最近の日本では、健康に対する関心が高まり、健康に役立つとか、健康に良いというちょっと高い値段がついても購入する人が多いようです。そういう状況の下で「健康づくりのための食生活指針」が昭和60年5月に、厚生省によって作成されました。これは、先に農水省が後援して作成した「日本型食生活のすすめ」(食料・食業政策研究センター／食品需給研究センター)と似ています。後からできただけに、よくまとまっています。

★「脂肪は、量と質を考えて」

この指針は、5項目からなっており、各項目にはそれぞれ二つの肢がついていますので、5項目10肢の呼びかけから構成されます。この中で最も

大切な項目は第1項“多様な食品で栄養バランスを”でしょう。“1日30食品を目標に”という項目が添えられていますが、この条件を充たすためにも魚介類を食べることをおろそかにできません。ところが多様な食品を食べようとして、食べ過ぎになっては健康づくりに反することなので、第2項では“日常の生活活動に見あったエネルギーを”とうたって、食べ過ぎの歯止めをかけているのです。第3項では“脂肪は量と質を考えて”食べて欲しいとお願いしています。ここでは、魚類の油は植物性油と共に推薦されているのです。皆さんはもうご存じでしょうが、動物性の脂肪は一般に飽和脂肪酸とコレステロールを多く含んでいて、過剰に摂ると血清コレステロールを増やし、動脈硬化を促す原因になります。一方、魚類の脂肪や植物の油は、多価不飽和脂肪酸を多く含んでいるので、動脈硬化を抑える作用のあることが認められています。日本の伝統的な食生活には、魚を中心に考えられたメニューがたくさんありますが、こうした健康を考えるということからも、今後も継続させていかなければなりません。そして、第4項では“食塩をとりすぎないように”という、他の四つの項目とは異質の提案がされています。ところが、第1項の提案のようにいろんな食品を



栄養素摂取量の年齢層別集計 (女性1人1日当たり)

	エネルギー (kcal)	所要量	たん白質(g)	所要量	カルシウム (mg)	所要量	鉄(mg)	所要量
	平均		平均		平均		平均	
10歳代	1,671	} 1,800	68	} 60	663	} 700	9.3	12
20 //	2,194		85		755		13.2	12
30 //	2,087	} 1,700	85		779	} 600	13.1	12
40 //	2,117		85		780		13.5	12
50 //	2,178	1,600	86		775		14.3	10
60以上	2,055	1,500	82		742		13.5	10
	ビタミンA (I.U.)	所要量	ビタミンB ₁ (mg)	所要量	ビタミンB ₂ (mg)	所要量	ビタミンC (mg)	所要量
	平均		平均		平均		平均	
10歳代	1,576	} 1,800	0.6	} 0.7	1.4	1.0	77.3	} 50
20 //	1,745		0.9		2.0	1.0	139.6	
30 //	1,863		0.9		1.9	} 0.9	137.9	
40 //	1,857		0.9		1.9		140.8	
50 //	1,892		0.9		2.0	155.4		
60以上	1,700		0.9	0.6	1.9	0.8	137.6	

※色で示した数字は所要量に満たないもの

食べるためには、食塩と砂糖をたくさん使用したのではだめで、なるべく薄い味で、食品が本来持っている味を賞味するようにしなければなりません。したがって食塩を断つという考え方ではなく、本来から食品に備わっている味を大切にすることという考え方になるわけです。そういう意味で、第1項が最も重要になっています。第5項では“こころのふれあう楽しい食生活を”で食生活指針はしめくくっています。その肢には“食卓を家族ふれあいの場に”と“家庭の味、手づくりのこころを大切に”が添えられています。これこそ、今までの栄養指導要綱にはなかった人間味のある指針だという高い評価の根源だといえる文言です。

★魚料理は日本民族の文化的財産

さて、レビー・ストロースという文化人類学者がいうには——文化人類学とは、マーガレット・ミードの“菊と刀”や中根千枝の“タテ社会の人間関係”のように文化の特質を見事に切開きさせてくれる学問ですが——焼きもの料理と煮もの料理とを比較して、煮もの料理の方が“内なるもの”(仲間同士である)という意識を生むと主張しています。ビーフ・ステーキやブリの照り焼きを一人で食べるよりは、スキヤキをして互いに箸で具を突っつきながら食べる方が親しみを感じさせるものです。そして、土鍋のけんちん汁や三平汁など



を食べる方が一層、内輪同士という感じを醸し出してくれるとは思いませんか。ですから、心のふれあう楽しい食卓を演出するシナリオは簡単に作れませんが、土鍋やスキヤキの小道具を用意することは誰にでもできることです。これから秋も深まることですからなおのこと、ぜひともお薦めしたいところです。

鍋ものの具は魚と野菜がよく、だしは昆布・椎茸などのほかに、かつお節・だしじゃこ(いりこ)がよく、その日は、お父さんも早く会社から帰って家族団欒の中に加わってもらわないと困ります。

さて、魚料理は、実に豊富な種類があり、しかも、西洋料理や中華料理に我々が接するように固くらしいマナーも料理名もなく、我が家流の食べ方でよいので、日本人にとってほんとうに素晴らしい食べ方ですが、残念なことに、最近、だんだんと食べ方のレパートリーが減ってきました。前号で紹介しましたが、20歳代の女性は、魚と他の食品を組み合わせる食べ方は決して上手とはいええない状況にあります。さらに、表に示したように、10歳代の女性(大都市在住の学生・ほとんどが19歳)の栄養素摂取状況は、所要量を満たしていないのがかなりあります。

これに対してなんとか対策を立てなければいけません。しかし、そういう場合に、私達日本人はすぐに政府が、国が責任をもって対策を実施すべきだといいますが、私達自身の工夫が最も大切なのではないのでしょうか。そこで、食品流通の方々と消費者自身に1つの提案をいたしましょう。

デパートやスーパーの生鮮部門の方は、料理法・献立についてのアドバイスをサービスの中にしつかりと位置づけて、お客に親切に説明して欲しい。消費者の方も、値段や鮮度だけではなくサービスの良さを十分に計算の中に入れて欲しい。献立コンサルタント、調理法のインストラクターの上手下手が店の売れ行きに敏感に影響するようになれば、私たちの食生活も心豊かなものになっていくと思われれます。

小売店つまり魚屋さんも、お客さんの家族構成や好みもしっかり記憶の中にインプットして献立のアドバイスをしたり、料理の仕方を知らないというのであれば、“料理教室”もやってあげるというサービスと器用さが必要です。いろいろな販売経路があることが、いろいろな食品を流通させることになり、ひいては“多様な食品で栄養バランスを”が可能になるのです。



雌雄同体の魚 『サクラダイ』

駿河湾は日本一の深海湾である。ここは海洋の宝庫でもあって、魚だけでもぎっと1,100種、全日本産魚類3,300種の1/3ほどがこの海にいることになっている。駿河湾は造礁サンゴの北限地でもあり、そこから察せられるように、黒潮の影響が強い。黒潮勢力の盛んな夏から秋には、沿岸浅海の海中は熱帯におとらぬ華やかな賑わいを見せる。一方で、海が冷たくなる冬から春には、サクラエビやラブカで代表される深海生物が海面近くまで浮き上がり、親潮に運ばれたサケやホッケも、たまに姿を現わすことがある。

そして駿河湾には、サクラダイのような、千葉県以南の本州太平洋岸から九州西岸までの沿岸を中心に分布する暖温帯固有の魚が少なくない。これも一つの特徴であろう。

昭和45年に、清水市三保に東海大学海洋科学博物館が完成し、その水族館部門の責任者として赴任してきた私は、間近に駿河湾を眺めて、大いなる感慨があった。もちろん、陸から眺める駿河湾は、駿河湾の実体ではない。ただの海面である。海面を眺めたって、何も見えるわけではないが、この海の底に、どんなすばらしい未知の世界が広がっているかと想像しただけで、胸にこみ上げてくるような嬉しさがあった。

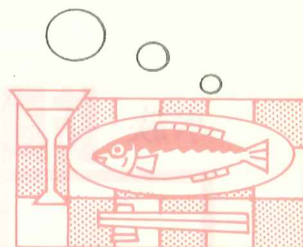
駿河湾は当時まだ、水族館で飼われたことのない魚、研究されたことのない魚のぎっしり詰まった宝の箱のような海だった。新しい水族館には、駿河湾の魚を入れよう。この水族館を、駿河湾の魚の研究所にしよう。宝の箱のふたを、力いっば

い持ち上げてみよう。そこで、新しいチームの研究テーマとして、手始めに、手近なサクラダイの生活史を調べてみることにしたのだった。

サクラダイは、駿河湾には普通の美しい小魚である。険しい岩礁地帯の水深30~50mに大群を作っている。オスは大きくて真紅の体色に真珠色の斑点があり、メスは小さくてオレンジ色で、背びれに大きな黒い円斑がある。潮通しのいい場所を好み、潮流に流されて来る動物プランクトンを食べている。繁殖期は夏で、海底のあちこちでオスの熱心な求愛行動が見られる。受精卵は真円の無色透明で直径0.7mm、1粒ずつ海水に浮く。秋には1cmたらずの稚魚が、親魚の群れよりもやや深い50~60mの海底の岩陰に現われる。生後1年たつとまずメスとして性的に成熟して卵を産む。サクラダイは雌雄同体で、早ければ、その年の繁殖期が終わった冬に性を変え、体色もメスからオスのそれに変わる。次の年の繁殖期にはオスとして成熟し、メスに求愛して卵を産ませ、受精させる……。

初研究のテーマになったサクラダイがたまたま雌雄同体の魚であったので、それがその後の私を、雌雄同体现象の研究にのめりこませるきっかけになった。日暮れて道遠しの思いはだんだん強くなるが、初めて潜った駿河湾の薄暗い海底で、乱舞するサクラダイの大群に取り囲まれた、あの日のひとときは忘れられない。私はたぶん、あれ以来、サクラダイに魅入られて、そのとりこにされてしまったのであろう。

「おさかな新郷土料理コンクール」 全国大会開催!!



(社)大日本水産会・おさかな普及協議会が農林水産省の後援で実施している、「おさかな料理コンクール」も、今年で6回目。今回のテーマは「おさかな新郷土料理」。全国から腕自慢・味自慢の作品がたくさん寄せられました。

☆応募総数は、むずかしいテーマにもかかわらず、1,529点

今回は、「新郷土料理」というむずかしいテーマにもかかわらず、1,529点(1,135人)もの作品が全国から寄せられました。

応募者の内訳は、女性1,049人、男性78人。ふだん料理を作る機会も多く、メニューを考えることが多いからでしょうか、今年は主婦の応募が圧倒的に他を上回りました。

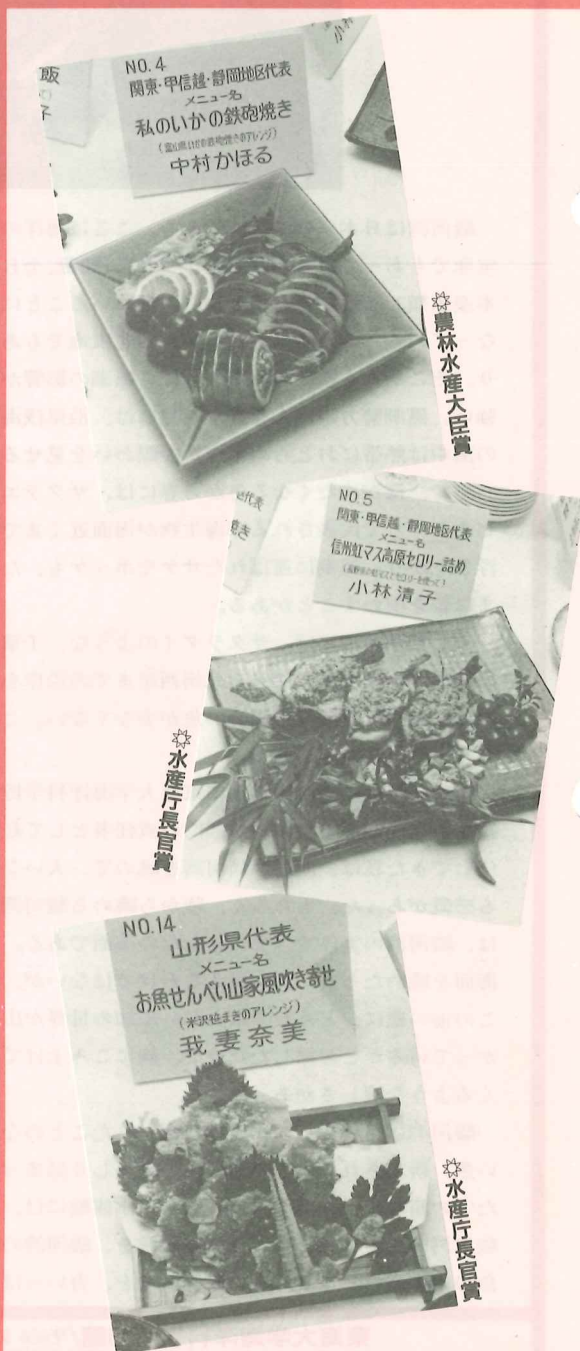
料理素材の魚は、イワシが昨年に引き続きトップ。以下、アジ、サケ、サバと続きます。今年は料理に“手に入りやすい魚で郷土色を出す”ということもあり、身近な大衆魚が多く使われているのが特徴です。

審査は全国を4ブロックに分けた地区大会と、府県別の大会(10府県)の2系統で予選が実施され4ブロックからの代表12名、10府県からの代表11名の計23名が全国大会で腕を競いました。

全国大会での審査基準は

- 調理時間、調理方法、材料費などが家庭料理としてふさわしいこと。
- 独創性に富んでいること。
- 味、香りの点で優れており、見映えがよいこと。
- 食べやすいこと。
- 栄養面で優れていること。
- 作り方が、広く一般に普及する可能性が大きいこと。
- 郷土色が感じられること。

などがポイントとなりました。



農林水産大臣賞

水産庁長官賞

水産庁長官賞

左から我妻奈美さん、小林清子さん、中村かほるさん、
梅津敦子さん、田中達子さん、渡辺ミツ子さん。

魚食メニュー開発事業 **おさかな新郷土料理コンクール**
全国審査会表彰式会場



情報広場

☆「一生懸命食べました。
どれもみんな美味しかった！」

全国審査会は8月24日、東京・日比谷の土井勝料理学校で開かれ、料理研究家の堀江泰子先生、堀江ひろ子先生、漫画家の黒鉄ヒロシさんによって審査されました。

審査の結果、各賞を次の方々を受賞されました。

- 農林水産大臣賞「私のイカの鉄砲焼き」（東京・中村かほるさん）
- 水産庁長官賞「信州虹マス高原セロリ詰め」（長野県・小林清子さん）、「お魚せんべい山家風吹き寄せ」（山形県・我妻奈美さん）
- 大日本水産会会長賞「石狩ご飯」（北海道・梅津敦子さん）、「おいしごわんど」（鹿児島県・田中達子さん）、「えその変りちくわ」（愛媛県・渡辺ミツ子さん）

「シロウトの、だんな様の代表として一生懸命いただきました。どれもとてもおいしかった。ただ、シロウトの悲しさで、批評となると頭がかすんでしまって、どう評価してよいのか……。どの料理も楽しい雰囲気美味しく食べられるものでした」（黒鉄ヒロシさん）。「日頃の知恵や工夫がいっぱい。私もいい勉強をさせていただきました。県や地区に持ち帰り、ぜひ出品された料理を多くのみなさんに広めていただきたいと思います」（堀江ひろ子先生）。「土地のものを生かして、これだけ立派な家庭料理が生まれるとは……。今日は入賞作品を選ぶのに、胸がしめつけられるような思いがしました」（堀江泰子先生）と、先生方が審査に苦心するほど、すばらしい魚料理が集まったコンクールでした。

NO.3
北海道・東北地区代表
メニュー名
石狩ご飯
(北海道の産物を使って)
梅津敦子



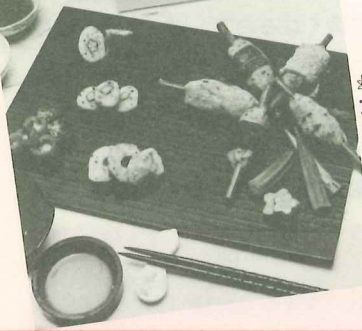
大日本水産会会長賞

NO.12
中国西部・九州地区代表
メニュー名
おいしごわんど
(鹿児島産をイメージして)
田中達子



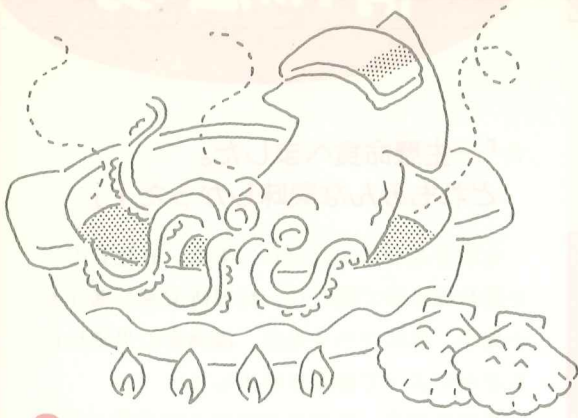
大日本水産会会長賞

NO.21
愛媛県代表
メニュー名
えその変りちくわ
(愛媛県産のえそを使った)
渡辺ミツ子



大日本水産会会長賞

おさかな Q & A



A

●イカの肉の組織について

イカは魚肉や獣肉と異なり、皮が外側と内側にあり、胴肉は筋繊維で体軸に直角に走り、その間の仕切り幕は細い繊維でできていて外皮と内側の皮の方向に走っています。すなわち、イカの胴は皮はタテに、肉はヨコと2方向に走っているのです。

●加熱について

イカは、焼いたり煮たり加熱することにより水分が失われ、繊維が縮まりゴム状の弾性が出てきます。生の時の歯当たりとは違った感触が出てくるのですが、加熱しすぎるとさらに固くなります。貝についても全く同じことがいえます。

柔らかく調理するには

①皮をむく

紋甲イカは特に皮が固く、必ず皮をむきますが、普通のスルメイカなども柔らかくいただくためには、まず皮をむくこと。特に生でいただく刺し身の時には、ていねいに外側の細い繊維を竹串を使って除きます。上から湯をかけ冷水にとり外側の繊維を除いてもよいでしょう。

②包丁目を入れる

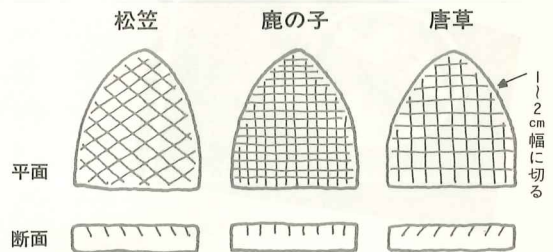
なるべく筋繊維や膜だけを切るように包丁目を入れます。イカの胴をそのまま煮つけたり輪切りにして煮る時なども、タテに細かく包丁目を入れるとよ

Q

イカや貝など、生のうちは柔らかいのに煮ると固くなるのはなぜですか。また、柔らかく煮る方法がありましたら教えてください。

(横浜市・古沢美雪さん他)

●イカの包丁目の入れ方



いでしょう。また、開いて扱う時には、図のように包丁を入れ、マッチ箱大に切って煮ます。

③長く煮すぎないようにする

イカを塩・酒で真白く煮る白煮や煮つけなどは、鍋に調味料を入れ煮立てたところに、下ごしらえをしたイカを入れ、約30秒さっと煮て取り出してしまう。煮汁だけ火にかけて煮つめ、取り出してあるイカをもどし、からめるようにさっと煮て、すぐ器にとります。鍋の中にそのままおくと余熱で固くなってしまいます。イカの足は胴より固いのですが、胴と同じように扱います。

貝についても、イカと同じで、加熱すると水分を失い、身が縮まって固くなるので、さっと火を通します。イカや貝を、特に柔らかいままいだきたい時は、圧力鍋を使うとよいでしょう。

(回答者/女子栄養短期大学助教授 滝口 操)

〈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。

今、なぜ養殖ハマチの説明会か、忘れまい漁場の環境保全

ごく最近、某県漁連とかん水養魚協会から「養殖ハマチについての説明会を築地市場で行いたいので斡旋してほしい」という依頼を受けた。

今、なぜハマチの説明会か、というとその県内の養殖ハマチについては、有害物としてさわがれているTBT0（有機錫系魚網防汚剤）の影響は全くないし（金網のイクスによる養殖法をとっているため）、その安全性と品質の良さを示すシールを貼って市場に出荷するので、そのPRをやりたいというわけだ。

昨年夏、環境庁から出されたTBT0の養殖魚などへの影響調査結果をキッカケに養殖魚の安全性をめぐる報道がくり返され、その結果、養殖魚の販売不振、魚価の低落という事態を招いた。この後遺症は今日でも完全に解消されてはいないようだ。こうした中で、前述の安全性をアピールするシールの発想ということになったものだが、そのことはともかく、消費者に不安感を抱かせるような汚染魚の発生だけは水産業界として絶対避けなければならない。

最近、健康食品としての水産物への関心が高まり、また魚食普及活動もようやく定着してきた。

そうしたことも、まず消費者が安心して食べられる水産物を供給することが大前提となっているわけで、汚染魚の発生は、たとえそれがごく一部であっても、水産物全般のイメージ・ダウンになり、折角の魚食のPRも台無しになってしまいかねない。

漁場の浄化が叫ばれてきて久しい。果たして実効は上っているのであろうか。かつての水銀・PCB汚染問題のような事態が起これば世をあげ大騒ぎするが、それが収まればすぐに忘れがちになる。

このところ、またTBT0のほか船底塗料剤、海洋投棄物の増加、それに赤潮の発生といった報道がしばしばマスコミに登場するが、もう一度漁場の環境保全の大切さを思い起こす時機にあるのではないだろうか。

なお一般消費者の誤解を招かないために、漁業生産者団体では、TBT0の全面使用禁止の徹底をはかるなど、養殖魚の信頼回復に全力投球を行っていること。また全国の市場を通じ販売されている魚については、食品衛生上の検査もあって大丈夫であるということをつけ加えておきたい。

全国中央市場水産物卸売業者協会
理事 宮田 修

魚字典

魚偏のつく漢字は数多くあります。さて、下の漢字をいくつか読めますか。

- | | | | |
|-------|-------|--------|--------|
| 1. 鯊 | 2. 鯔 | 3. 鮨 | 4. 鯉 |
| 5. 鱈 | 6. 鰈 | 7. 鮪 | 8. 鰻 |
| 9. 鯛 | 10. 鮠 | 11. 魚神 | 12. 鱒 |
| 13. 鮪 | 14. 鰻 | 15. 鮠 | 16. 魚希 |

1. ハハ 2. ホホ 3. ヨヨ 4. ヨヨ 5. キキ 6. カカ 7. シシ 8. ママ 9. ママ 10. シシ 11. ハハ 12. ナナ 13. ナナ 14. ナナ 15. ナナ 16. ナナ

編集室から

■当誌の発行時期に合わせた魚の旬を、掲載して欲しいと読者からお便りがあった。魚をうまく食べるためには、その旬を理解することは基本でもあるが、便利さに慣らされて食物の基本を忘れがちな昨今、今一度じっくりと足もとを見つめ直す記事も大切と考えています。

■大手水産会社が電子レンジで焦げ目つきの焼魚ができる技術を開発して、イカ・紅サケ・カレイ・サンマ・サバなど発売して好評という。煙の出るのを敬遠する主婦、魚を一度もおろしたことの無い主婦などが多くなった現在、魚料理の原点が遠くなっていく寂しさが感じられます。時代の変化の先取りと魚の基本をわかりやすく記事に織り込んでいきたいと思えます。

◆ ◆ ◆

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。

第44号 昭和62年 9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

