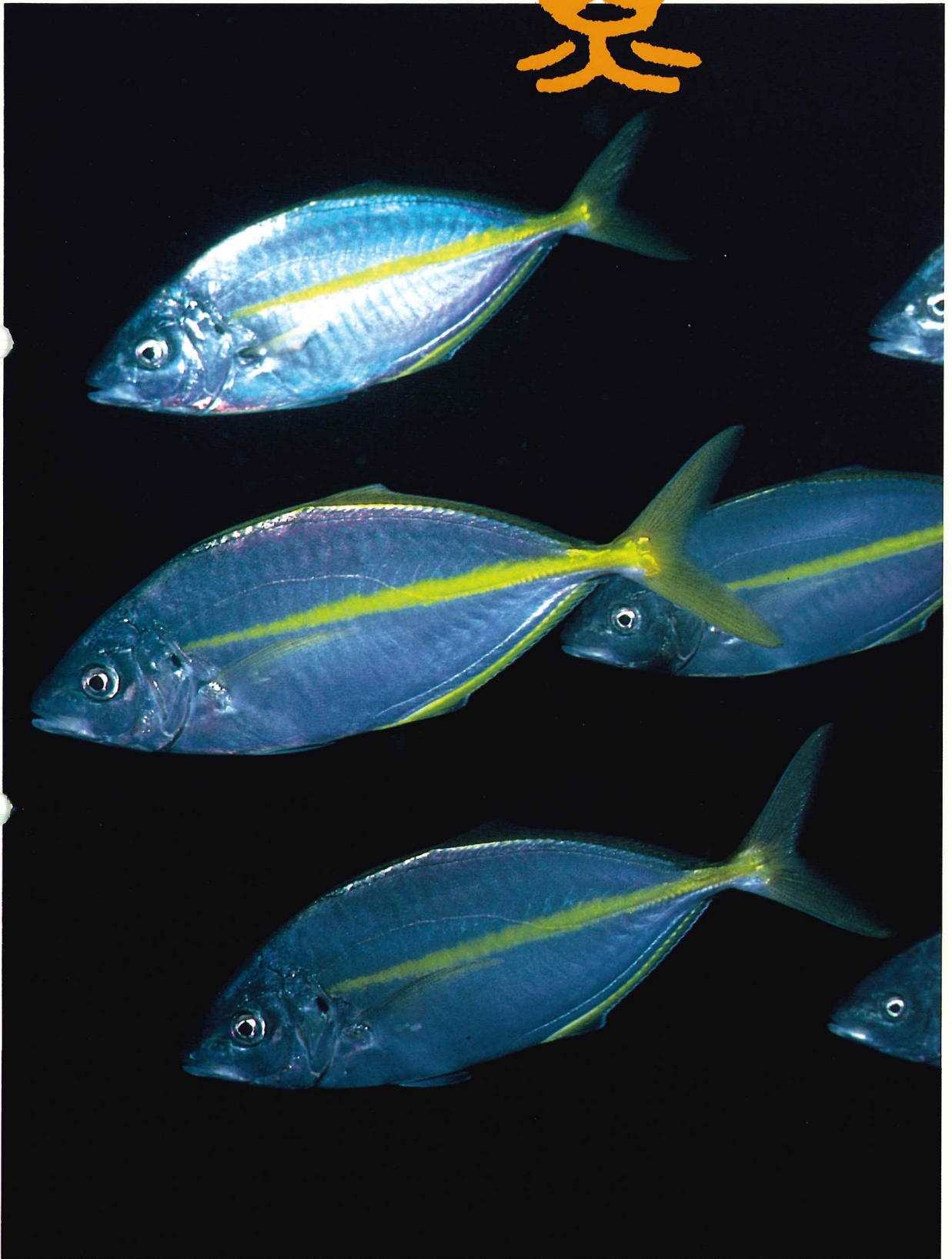


'89.7-8

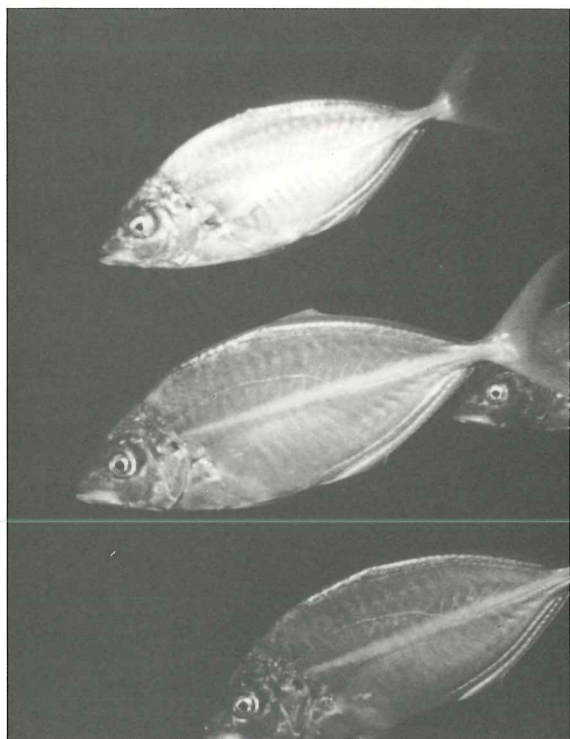


No. 55





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



シマアジ(伊豆半島 水深15mで)

全世界の温帯域、熱帯域に広く分布するポピュラーなアジの仲間である。日本でも南日本の沿岸では、沖縄まで普通に見ることができる。大きいものでは体長1mを超えるものもある。

刺身、すし種にされる高級食用魚で、現在は養殖も行われている。味は三宅島以北で漁獲される2kg前後のものが最高とされ高価である。そして、三宅島以南のものや沖縄サンゴ礁海域のものは味も淡泊であり値段も安い。15年程前、ハワイのオアフ島の魚屋に、30cm程のシマアジがあり、値段も安く、グレイマレット(ボラ)の1/3くらいだったので、買って半分を刺身、半分を塩焼きにして食べたが、淡泊で味もなく、安いのも当たり前と思ったのを覚えている。同じ魚でも、漁獲される場所によって味も異なる良い例である。市場の人達がいう三宅島以北も大きな意味を持っているのだろう

表紙写真撮影と文 益田 一(ますだはじめ)

1921年、東京生まれ。水中写真家・伊豆海洋公園ダイビングセンター所長。1960年頃、益田海洋生物研究グループを結成。カラー写真、映画等による生態観察の成果を次々と報告、発表。著書も多数。

C O N T E N T S

目次

■フレッシュアップ/さかな最前線……………1

特集 いま、シーフードレストランが
集 トレンディ!

■フロム・オーバーシーズ/さかなワールド…7

うなぎ

■うちの味じまん魚料理……………10

うなぎ料理「川八」

(三重県志摩郡磯部町)

■水・族・館……………12

天草海底自然水族館

■市場探訪/港・市場・魚……………13

明石・魚の棚商店街(兵庫県明石市)

■シリーズ/子どもとお魚たち②……………14

子ども嗜好めしとRブーム とおニャン子ライス

学校食事研究会事務局長 阿部裕吉

■データ・ファイル……………16

■インフォメーション……………18

■おさかなQ&A……………20

■水紋……………21

特集 いま、シーフードが トレンドイ!



今、シーフードの世界に新しい波が訪れている。それは、レストランであったり、鮮魚のマーケットであったりするが、どれもこれまでの行き方とは違っている。ただ、新しい店に共通しているのは、何か工夫やアイデアを加え、単なるレストラン、マーケットであることを超えて、楽しさやプラス・アルファの魅力を持っていることだ。簡単には誰にも真似のできない部分を持っているのである。今回は、そんなお店のうち、2軒を訪ね、その独特のノウハウを探ってみた。

◀ニッセイコルトンプラザの正面ゲート。カーニバルプラザはこの右脇にある



▲フィッシャマンズワーフの入り口では、イワシの円形水槽が立派なインテリア

最大規模のサーカスレストランは世界初! カーニバルプラザ市川スタジアム

カーニバルプラザ市川スタジアムは「サーカスレストラン」と銘うった、まったく驚くべきレストランである。場所は千葉縣市川市、ルート14（京葉道路）の市川インターからJR総武線の線路に向かっていくと、線路につきあたる手前の右側に巨大なアラビアンナイトの城のような建物が見えてくる。

ここは、日本毛織の工場跡地で今は「ニッケ・コルトンプラザ」というショッピングセンターを中心に、広い敷地にいくつもの独立したレストラン・日本料理店などが立ち並ぶ、全国でも珍しい一角である。

なかでも、ひときわ目立つのが、アラビアンナイト風で、これがカーニバルプラザなのだ。この建物は、



▲サーカスのテント小屋をイメージしたという外観

サーカスのテントをイメージしたものだという。なるほど、現実離れた、夢空間という感じはする。

アヒルのショーの舞台やサーカス列車を模したポップコーン屋台の並ぶデッキ風の通路を歩いて行くと、やがて入り口になる。

外観と内部はまったくイメージがちがう。木肌を生かしたアーリー・アメリカン調の内装で、照明は暗い。ハワイやアメリカ西海岸の観光地でよく見かけるレストランと感じが似ている。入ってすぐ右手に、占いと似顔絵のコーナーがあり、その先にピエロ人形など輸入雑貨を売るスーベニアショップがある。

その左手に直径7～8メートルほどの池があって、その上の天井には空が映じだされている。

突然、雷鳴のようなものが轟き、その空の雲が流れ

▶店内のスーベニア・ショップにあるピエロの人形。他に、さまざまな輸入雑貨がある



▲カーニバルプラザの池。ここでは25分に1回、雷が鳴って雨が降る。ピエロの演技もここが中心

だす。稲妻が光ったと思うと、池に雨が降りそそぎ、脇から滝が流れ落ちる。やがて、雨がやむと空には虹がかかり、ゆっくりと夕焼けになり、夜のとぼりが下りて星がまたたく。

「驚かれましたか。これはコンピュータ制御で、25分ごとに繰り返しているんですよ」

声の主は、カーニバルプラザの秋山裕道氏。このレストランの副支配人である。

「カーニバルプラザは、この市川スタジアムで3店舗になります。6月6日には、4軒目の姉妹店シーフード・レストランの「カーニバルタイムス」も京都でオープンしました。これは大正12年に建てられた電気通信技術資料館を改装し、NTTと共同でつくったものです」

カーニバルプラザは、ミスタードーナツのチェーン展開で知られる(株)ダスキンフードサービス事業部が手がけた、大規模レストランである。ひとつひとつのお店に違った特徴を持たせている。最初は昭和58年12



月、大阪吹田市でオープンしたカーニバルプラザ江坂スタジアムで、延床面積 734坪、客席数 785席という巨大なもの。テーマを“お祭り”とし、常時店内で行なわれるイベントを見ながら食事できる趣向になっている。開店以来五年間で、400万人を超える入場者を集めたそうだ。内部はシーフードホール、バーベキューホール、港のラウンジの3つのコーナーに分かれている。旭川紡績が、大正7年に建てた赤レンガ造りの建物をそのまま利用していて、先の雷鳴から日没までのアトラクションもここで初登場。好評を得たものを踏襲しているという。

リーズナブルで満足できる料理 そして楽しいクラウンショータイム

市川スタジアムは、774坪、900席でスケールは江坂スタジアムを上まわる。おそらく世界でも最大規模のレストランといえるだろう。しかも新築で、開店は昨年11月25日、すでに半年以上が経過している。

「お客さんの反応は、まずまずです。土日など満員になって、30分くらい待っていただくこともあります。ウィークデイの昼間などは、多少お客さんが入っても、広すぎるのでガランとして見えますけど」

取材は、火曜日の午後2時。なるほど、スパゲッティなどの軽食とドリンク専門のラウンジに、若いカップルが目立つ程度で、ほかはほんのチラホラという感じ。だが、よく見るとお客さんはちゃんと入っている。

秋山氏の案内で店内をまわる。1階と2階があり、1階左手の池の奥が「港のラウンジ」(170席)、さらに池の右手奥が「シーフードホール」(400席)、2階が「バーベキューホール」(330席)となっている。歩いてみると、本当に広い。それぞれのコーナーの入り口には、客席への案内嬢のカウンターがあり、キャッシャーがある。このスタイルも、アメリカ式だ。「それぞれ独立した店が、同じ空間のなかにあると思っただければいいんです。3つのコーナーがありますから、3度いらしても、まったく違うメニューがお楽しみいただけます」

したがって、2階でシーフードを食べたくてもそれ

は無理。逆も、もちろんお断りだ。

1階、シーフード・メニューのおすすめは、カニ。アラスカ毛ガニ(約600g 4700円)や、ダンジネスクラブ(レギュラー1800円、ラージ2800円、ジャンボ3800円)などがメインのメニュー。スペシャル・セットもあり、ダンジネスクラブに、甘えび、ホタテ、クラムチャウダー、サラダバーがついて3100円。ロブスタープラターセットというのは、コールドロブスターに、カニを除いた上記と同じものがついて3200円という具合だ。

2階のバーベキューは、もっと予算が少なくてすむ。ラムのバーベキューセット1300円、十勝ビーフのバー



▲豪華メニュー「シーフードプラター」(1人前4800円)。写真は2人前

ベキューセット1900円。もちろん1、2階とも、ビールやワインを飲みながらということになるから、これだけでは済まないが、どちらも決して高くはない。シーフードで1人3500円程度、バーベキューで2500円程度というのが、平均的なところだろう。いわゆる郊外レストランの類よりは、少し高めで、その分、料理も雰囲気も本格的。アラカルトもいろいろ揃えてある。カップルや家族連れが、たっぷり食べてゆっくり過ごすだけの条件は整っているというわけだ。

と、ここまでは第一号店の江坂とそれほどの違いはない。市川の目玉はやはりサーカスである。

11時半の開店時、扉が開くといっせいに10数匹のアヒルが外にとびだし、デッキの上を小屋に向かってよたよたと走っていく。つまり、最初のお客はアヒルの行進に迎えられるわけだ。

土日なら、ほどなく本職のクラウン（ピエロ）によるサーカスが始まる。池を中心に、あるときは客席も駆けめぐって笑いをふりまき、愛敬たっぷりの演技を見せる。クラウンは常時7～8名、それぞれアメリカのクラウンカレッジやフランスの国立フラッテリーニ・サーカス学校を卒業した、サーカスの芸術家ばかりである。

「日本にもサーカスはありますが、やはり客の楽しませ方のテクニックはあちらのほうが群を抜いています。長い伝統もあるし、層も厚いですから」

クラウンのショータイムは、土日はお昼から1日8回程度、平日は夕方から4回程度、それぞれ10分～15分ほど行なわれる。回数は、お客の状態で決まる。

「クラウンカレッジにサーカスレストランの話を持ちこんだとき、最初はあちらもとまどったようです。いくら大規模レストランとはいえ、本物のサーカスに比べれば、舞台は圧倒的に狭いですし、ここでショーができるかどうか、かなり問題だったようです。でも、決めてからはここのためのプログラムをつくり、本当に楽しませてくれますよ」

こんなサーカスレストランというのは、秋山氏ですらほかに聞いたことがないという。おそらく、世界唯一のレストランなのである。

「7月の中ばからは、中国の雑伎団がやってきて、2ヵ月ショーを受け持ちます。その間、クラウンはお休



▲カーニバルプラザの看板



▲副支配人・秋山裕道氏

みですが、これもまた楽しいですよ」

アイディアには兜を脱ぐが、この店のようなことは、たとえ思いついたとしても、規模といい企画のスケールといい、大企業でなければできない仕事といえる。また、こういうアメリカン方式のシーフードレストランというのも、まだ日本ではさほど多くはない。今後は増えることが予想されるが、このカーニバルプラザが築いた牙城はなかなか崩されそうにない。

ダスキンでは今後も、カーニバルプラザの姉妹店を増やしていく方針だそうだ。また、ここのサーカスのように、何か思い切った試みをレストランとシーフードの世界に持ち込んでくれるかもしれない。

海の幸のオープンマーケット 本牧フィッシャーマンズワーフ

次に紹介するのは、まったく新しいタイプの魚屋、フィッシャーマンズワーフだ。店頭で魚を並べて売っているのだから、魚屋さんに違いはないのだが、売り方がユニークなのだ。生きているのだ。それも、まだ死んでいないという状態で魚が横たわっているのではなく、水槽のなかを元気に泳いでいる。

町にはよく、店内にいけすを備え、指した魚をその場ですくって、活造りなどしてくれる割烹料理の店があるが、このいけすと、魚の種類をドンと増やした感じと考えれば、このお店のイメージは、ほぼ当たっている。好きな魚を選べば、注文どおり網ですくってくれるのも同じである。

この店は今年の4月30日にオープンしたばかりの「マ

イカル本牧（横浜市中区）というオシャレなショッピングビルの1階にある。同じデザインの5階建てくらいのビルが数棟並び、1番街、2番街、3番街……と呼ばれ、それぞれ「住空間 コーディネーションギャラリー」とか、「インターナショナル スクエア」という種類別のビルに分かれている。

フィッシャーマンズワーフは、1番街「高感度生活プラザ」の1階にある。生活の高感度という点は確かにそうだろう。この店のマネージャー、渡辺輝夫氏はこう語る。

「食べものに携わる以上、やはり鮮度・品質がいちばん大切です。鮮魚の場合、浜辺や船の上で、獲れたての魚を刺し身にしたり、塩焼きにして食べるのが最高なわけですよ。そんなことを追求していけば、生きている魚を売りたいと思うようになります。まあ、この店は行きつくところまで行ったということですね」



▲ずらりと並んだ水槽の魚は30~40種。子供たちの教材にもなる

お店は実によく、気が配られている。魚種は海水魚が40種ほど。ヒラメやタイ、アジにイサキ、ロブスターやカニもいる。水槽には、なかで泳いでいる魚の名称と値段を札に書いて、一目でわかるようにしてある。買った魚は、板前さんがオープンキッチンのなかで待機し、さばくことから、活造りまで注文に応じてくれる。ちなみに、三枚、二枚におろして1匹 200円、活造りは大型魚が 600円で、魚の値段とは別に払う仕組みだ。



▲注文の魚は、水槽から網で好きなものをすくってくる

また、生きたまま持って帰りたい人のために、簡易な酸素入りポリ袋（400円）も用意されている。さまざまな刺し身が5、6枚づつきれいに盛りつけられ、一盛り数百円で置かれているコーナーもある。これは、新鮮な刺し身をプロの盛りつけて、いろいろ味わってもらうためだという。備長炭で焼いている鰻の蒲焼きのコーナーもあるし、カウンターとテーブル席を置いた鮎バー「峯」もある。

テーブル席が15ほど並んだシーフードレストラン「シーズ・バレット」には、活造りから、ムニエルなど和洋の料理がウィンドーに並んでいた。入り口付近には貝のコーナーもある。小じんまりはしているが、シーフードで思いつくお店はすべて揃っているのだ。

「この水槽で見た魚を、刺し身ですぐ食べたいという



▲奥のコーナーにある鮎屋「峯」。さすがにネタは新鮮

ようなお客さんも、けっこういるんです。刺し身や活造りはキッチンで、ポイルや焼いたりして食べるのはレストランのほうで、できるだけ対応しようと、今、態勢づくりを急いでいるところです」



▲シーフードレストランでは、和洋の魚料理を注文に応じて

まったく新しい形のシーフード販売 新しいニーズを掘り起こすかも

水槽には、あまり見たことのない魚もいた。大きな水槽の底に沈んで、じっと動かない1メートルはありそうなクエ。お値段は35万円、鍋なら100人前と添え書きがあった。天然ヒラメは、特大の5キロというのが、4万6500円。天然ものは、それと表示し、何も書かれていないものは養殖だという。

「やはり、安定供給していくためには、養殖魚は欠かせません。魚種も選ぶとなると、どうしても高級魚が多くなります」

その他、脚まで広げると70センチくらいのタカアシカニ(1尾1万円)、ニュージーランド産ロブスターは1尾3300円(550gくらい)などなどである。



▲巨大な魚はクエ。季節によっても入荷する魚が違う



▲フィッシャマンズワーフでは、三枚おろしから、活造りもやってくれる

店名はもちろん、サンフランシスコの観光市場として有名なフィッシャーマンズワーフから名づけた。「海の幸のオープンマーケット」と謳っているが、その名に恥じないアイテムは揃っている。開店から、まだわずか2ヵ月だが、ユニークな販売法を伝え聞いて、見学者もあとを絶たない。

「毎日のお客さんが1000人、見学者が300人もきます。日曜がお客さんはいちばん多いですね。店に入り切れないこともあります」

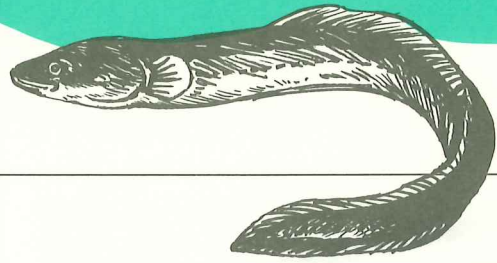
これまでの最高は、何と父の日。お父さんにおいしい刺し身を食べさせてあげようと、活造りの注文が多かったという。

こうした新しいタイプのシーフード・マーケットが、簡単に増えていくとは思われない。しかし、従来の魚屋の店頭販売やスーパーの魚コーナーとは違った方式を開拓したことは確かである。これは、また今までとは違った顧客を開拓していくに違いない。数年後にもう一度訪ねて、成果を聞いてみたいお店である。



▲看板もサンフランシスコをイメージ

◀マネージャーの渡辺輝夫氏



ウナギ

ウナギの蒲焼は夏バテ防止の妙薬として、その馥郁^{ふくいく}たる香りや豊醇な味わいととも、日本人の心を踊らせ続けてきました。一昔前までは、年に1度の丑^{うし}の日にしか食べられないほどの贅沢品でしたが、今では家庭の総菜として気軽に食卓に並ぶ料理になっています。その理由とは、質の良い養殖もののウナギが大量輸入されるようになったため。今回は、(株)ニチレイ冷凍食品第二課・松枝輝美課長代理、佳成食品(株)森山喬司代表取締役、宝食品(株)斉藤吉信水産部長にお話を伺ってみました。

輸入は台湾、中国産の独壇場

日本人にとってウナギは、古来より御馳走中の御馳走。万葉集にも夏瘦せを療するものとして、ウナギの名が歌われています。夏に精をつけるために、土用の丑の日にウナギを食べるという習慣は、平賀源内の提唱がきっかけになったといわれます。とはいえ、当時は庶民にとって、あまりに高級すぎる存在でした。

ウナギの20年前の年間消費量は約2万尾。やはり多くの人々にとっては、年に1度の丑の日に専門店に行つて食べる“高級料理”だったようです。それが、昨年は約9万尾で20年前の4倍以上。そして、この6割に当たる約5万3千尾が輸入のウナギです。内訳は約4万4千尾が台湾産、9千尾弱は中国産。

「台湾で養殖ウナギが大量生産されてきたことが、ウナギの大衆化に大きく貢献したんですよ」（斉藤さん）
「台湾でウナギの養殖が始まったのは昭和43年頃。安くて良質のウナギを大量生産して、国民1人当り年間2尾は食べてもらおうということで、台湾の大手資本と提携したのです」（森山さん）

台湾からの輸入が本格化したのは昭和50年頃。
「大手スーパーが台湾産加工ウナギの大量販売を始めたんです。それ以前は、年に1、2度特設コーナーを設ける程度でしたが、常設コーナーができて店舗スペースも広がりました。夏以外にも食べていただくよう、キャンペーンも展開しました。台湾では当初からウナギの加工にも力を入れていましたが、スーパーで販売



されたのは、この調理済冷凍品です。いつでも手軽に食べられるところが、ご家庭に受け入れられたようです。おかげで、50年の一世帯当たりの年間消費金額は、49年より1,000円も上がりました」（松枝さん）

台湾産ウナギの主軸は、加工ウナギ、50年頃は冷凍白焼きでしたが、現在では冷凍蒲焼き。そのまま暖めれば食べられる便利さがうけています。家庭での需要ばかりでなく、ドライブインや、レストランでの需要も伸びています。

こうした台湾産の輸入増大のおかげで、ウナギの価

格は10年前と変わっていません。



近代化が進む台湾工場

「専門家ほど、台湾産ウナギを評価します。もともとウナギの育成に適した所ですし、やっているのは台湾の大手資本。養殖も加工も巨額な投資をして、立派な設備を作り展開しています。品質管理も日本以上に厳しい。家内工業や個人経営の多い日本の状況とは、根本的に違います」(斉藤さん)

日本の養殖はハウス養殖ですが、台湾の養殖は素掘りの路地堀で行われています。池の広さは、日本の10～15倍。池面積からするとウナギの数も少ないのです。つまり、自然に伸び伸びと育てられているわけです。また、水質保全のために、年1回は池を干し、沈澱物の除去や消毒が行われています。水車で池に酸素を送り、その水流によって沈澱物を回収している所もあります。

「良質のウナギは、背がダークブルーをしているといわれますが、台湾産ウナギはまさにそれ。このウナギは、身も皮も柔い。職人にとっても調理しやすいのです。しかも、台湾産は品質が均一です」(森山さん)

養殖が行われているのは台湾南部。屏東、嘉義、台南、高雄等。活きたまま(活鰻)流通する場合は、ここから台北や高雄の国際空港近くの包装場に運び、ここで清流にさらして身をひきしめた後、酸素と水と氷を入れたビニル袋に梱包して、航空便で輸入されます。

池から揚げてから約1日で、日本に到着します。この活鰻は、専門店や日本の加工工場が購入しています。

「日本の厳しい品質基準をパスしなければ、通関できませんので、台湾国内での品質管理も、日本以上に



厳しく行われています」(斉藤さん)

この点は、加工工場も同様です。台湾では日本の品質基準にあった製品を生産するために、工場規模や設備について基準を設け、認定制度を行っています。現在、認定工場は26ヵ所。新たに4工場が建設中です。

台湾の工場では、ウナギをさばくことは手作業ですが、後の串打ちから、焼き、冷凍、計量、パック詰め



まで、すべてオートメ化されています。その設備も規模も日本より数段勝っています。ただし、それだけでは日本人が好む製品を作れるわけではありません。

「毎年、前年の消費動向から、焼き具合や蒸らし方、タレの具合等を検討します。その上で、取引先のスーパーさんと共に、提携工場に行き、試作しながらその年のマニュアルを決定します。ところが、先方の工場では、自分達の判断だけで、マニュアルを変更してしまう。すると、当初プランと違うものが、1日に20～30tもできてしまいます。彼らの考えるいいものと、消費者が好むものとの間にズレがあることを理解してもらえたのは、2～3年前のことです。総じて、

工場、輸入業者、量販店が共に切磋琢磨している所は、顧客も広がり、よりいいものを作り伸びていますね」(松枝さん)

変わりつつあるウナギ市場

台湾主軸の状況に、最近になって変化のきざしが見えはじめています。台湾に稚魚シラスを20~30t輸出している中国が、独自の養殖・加工に力を入れてきているのです。しかも、中国産の輸入は一昨年から昨年にかけて約3倍と、驚異的な伸びを見せています。加工



工場も広東省、福建省、浙江省に建設中のものも含め9工場。品質は台湾や日本ほどではありませんが、その安さが注目されています。

「これからは中国が急伸し、台湾が落ち込むのではなにか、といわれています」(松枝さん)

中国との合弁会社を作ろうとする企業も目立ち始めました。これまでウナギを扱ってこなかった企業が参入に意欲をみせるケースもあります。ウナギは人工孵化ができず、相場変動が激しいことなどから、大手企業は敬遠さみだっただけに、これは大きな変化といえ



るでしょう。

また、古い慣習の見直しも進んでいます。ウナギはこれまで1kg当たり6尾のものが、一番良いとされてきました。このサイズのウナギが重箱に1匹きれいに収まるからです。しかし最近では、4尾ものの方が肉厚で美味しいといわれるようになってきました。

「結局、消費者が好むものを求めやすい形で提供していくことが大切でしょう。ウナギを売る場合でも投機的な売り方をせず、顧客ルートを安定拡大させていくようにしています。その方が、その場の利は薄くても、市場は育っていきますからね。また、サイズについても大きなものの方が消費者にとっても求めやすいのです。カットの仕方や販売の仕方など、今後は検討していくべきでしょう」(松枝さん)

過去3年間の鰻輸入実績

		昭和61年	昭和62年	昭和63年
台湾	活鰻	16,175	17,468	12,617
	加工鰻	16,990	17,689	31,516
中国	活鰻	1,012	2,506	6,275
	加工鰻	663	917	2,363
合計 その他	活鰻	21,058	20,056	18,895
	加工鰻	17,655	18,606	33,944

加工鰻は活鰻換算 歩止り65%(単位t)

うちの **味まん** 魚料理

志摩・磯部

(三重県)

うなぎ料理「川八」

天の岩戸、おおむ岩、的矢湾などの名所、史跡に囲まれた志摩周辺は、うなぎの名所としても名高いことをご存知でしょうか。今回は、磯部“う料理”の老舗である『川八』を訪問。80年の歴史が造り上げた、うなぎ料理の極意を井爪和弘社長からお聞きしました。



▼11代目当主の井爪社長(左・38歳)と、いとも簡単にウナギを握りしめる先代の井爪卓三さん(78歳)



▲80年の歴史を誇る川八本店。うなぎファンを600人も収容できる一大スペースだ

『川八』が旅籠として暖簾を掲げたのは明治10年。当主の井爪和弘さんは、11代目を継承したばかりだ。「5代目、6代目が八兵衛と名乗ったところから、当時“川辺の八兵衛”と呼ばれたんですね。それがこの“川八”の由来です。うなぎ料理を始めたのは、明治44年。9代目が、この地がうなぎの生育に適していることに眼をつけて、うなぎの養殖に着手したんです」
神路川、池田川などの良質で豊富な水をたたえる川

うなぎのフルコース



を擁する三重県磯部地方。9代目の狙いどおり、磯部の伊雑浦で養殖されたうなぎはスクスク育って、浜松に負けないほどのうなぎが獲れるようになったそう。以来、『川八』は80年にわたって“うなぎ料理”一筋の店として今日にいたっている。

「当店の自慢はなんといっても蒲焼き。うなぎ自体の味はもちろん、うち独自のタレは他さんではマネできないですよ。創業当時のタレに足し続けてきたのですから、昔のタレが何万分の一かは残っているんです」

80年の歴史がタレの中にしみ込んでいるというからこれは、スゴイ。

「まあまあ、うちの自慢は蒲焼きだけじゃないですよ。うなぎのフルコースがありましてね」

うなぎのフルコース!なんと美味しい響きではありませんか。しかし、うなぎといえば白焼きや蒲焼き、それにキモ焼きくらいしか思い浮かばないのだが…。

ところが、卓上に出されたうなぎづくしを見て驚くことしきり。あれも、これもという程のうなぎ料理が所狭しとならんでいる。数えてみると、①蒲焼き②キモ焼き③磯巻き④柳川鍋⑤徳利蒸し⑥うなぎの洗い⑦唐あげ⑧骨せんべい⑨うざく⑩粕漬⑪う酒⑫うなぎの卵焼き、のなんと12品目。うなぎ2匹分に相当するというから、夏バテ防止にこれ以上ふさわしい料理は



▲のどかな磯部町の全景。遠方に見える伊雑浦から川八のうなぎはスタートした

▲史跡・おむ岩の前にある語場。この中で詩を吟ずると大変美しく響いたという



◀おむ岩の歴史を刻む記念碑。磯部には名勝、史跡が数多く存在する



ないだろう。

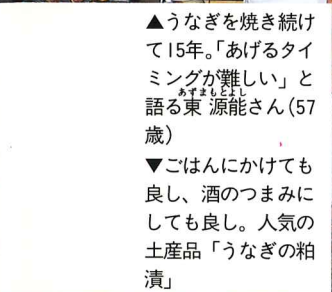
もちろん、味の方はどれも絶品。80年の歴史がしみ込んだ「蒲焼き」は、口の中でとろけるほどに柔らかい。逆に、シャキシャキと歯応えが心地よいのは、うなぎの「洗い」。また、いくらでもお酒がすすみそうな珍味は、うなぎの「粕漬」。そして酔と合わせてサッパリいただける「うざく」。さらに、ヒレ酒風の口当たりの「う酒」……。全品を言葉で表現しようとすれば、誌面が足りないほどに美味しい。

「関西を中心に、全国からわざわざうちのうなぎを食べに来てくれるお客様が、けっこういらっしゃいます。とくに7、8月は1日に約500匹のうなぎがテーブルに乗っかりますよ」

大阪から近鉄特急で約2時間半の三重県磯部町。それでも、全国からただひたすら美味しいうなぎを堪能しにやってくるというお客様。その気持ちがよ〜わかるフルコースでありました。



▼見るからに美味しそうなおうなぎの徳利蒸し。単品のお値段は400円也



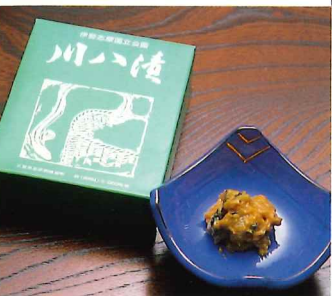
▲うなぎを焼き続けて15年。「あげるタイミングが難しい」と語る東源能さん(57歳)

▼ごはんにかけてもよし、酒のつまみにしてもよし。人気の土産品「うなぎの粕漬」



▲京都のハモを連想させる「うなぎの洗い」。今が一番注文が多い夏向き料理だ

◀日本酒とうなぎの栄養がほど良くミックスされた健康酒「う酒」



うなぎ料理『川八』インフォメーション

営業時間 8:00~20:00 年中無休 収容可能
人数600名 ☎05995-5-0005

天草海底自然水族館

館長
川原征一郎

神秘の海底洞窟



藍より青くの天草の海。その海は、海中公園として三カ所も指定を受け、生物も豊富な母なる海なのです。有明海、不知火海、そして東シナ海へとつながり、満潮と干潮の差が大きいときで5メートルもあろうかという湾の奥まったところに、私達の水族館があります。

もともと海だったところに、鉄筋三階建ての円筒形の水族館が建てられたのです。入り口から8メートルほど降りると、そこはもう海底です。何やら、観客のささやき声が聞こえてきました。「おや、お魚がバナナを食べている」「この魚はどうなってるの?」「あらあら、パイナップル、スイカ、レタス、それにニンジンまで食べちゃったよ」「変わったお魚!と思ったら、魚に混じってお姉さんがジュースを飲んでいる!」「水の中で、よくジュースが飲めるね」その姿と対称的に、大きな口を開けたまま丸一匹の餌サバを、お姉さんから口の中に入れてもらい、それでもまだ足りないのか、口を開けたままのハタ類のクエという魚に、観客は大笑いしていました。

これは、神秘的な雰囲気のある海底洞窟での魚群とたわむれるスイムガールの水中ショーの風景です。頭上から周囲至る所まで魚が泳ぎ回り、アクアラングをつけないで自分も魚といっしょになって泳ぎ回っている錯覚さえ起こってくるのです。続いて、金網の水中エレベーターに乗ってさきほどのスイムガールが再登場です。少し顔がこわばっている様子ですが、それもそのはずです。彼女の周囲には、ドチザメ、ネコザメそして歯が鋭いウツボが群がってきました。水中エレベ-

ーターの窓から餌を差し出しての餌付けショーなのです。あっという間に餌はなくなってしまいました。このサメはおとなしいサメの類ですが、形だけは人食いザメと同じ独特な形をしていて、見るからに気味悪いものです。じつはこのサメ達も、先ほどの魚達と同様に、スイムガールとはもう友達のようになっており、さしずめ学校給食のお姉さんとも思っているのかもしれない。

神秘的な海底洞窟を抜けると円周42メートルの回遊水槽が見えてきました。シマアジ、カンパチ、イシダイ、ハマフエフキ、ウミガメにкуついたコバンザメ達が泳いでいます。また、ここでもスイムガールが魚と泳ぎを競うかのように回転運動をしながら泳いできました。観客も人魚のような彼女に見とれています。

一番奥の水槽には、熱帯魚の群舞がみられます。天草では普通にみられる魚も、観客にとってはおとぎの世界の魚に見えるのでしょうか。その色彩、形そして泳ぎに、しばし酔いしれているようでした。300種、9000尾の魚群とスイムガールのふれあいは見事なものです。また、館内から一步外へ出ると、そこは海獣パークと呼ばれ、イルカ、アシカ、トドのショーが見られるところです。一方、展示館では鯨、魚、貝などの展示がみられます。いつも楽しい雰囲気の中で、生命あるものへの関心を育んでほしいと考えています。

天草海底自然水族館

〒863 熊本県本渡市本渡町広瀬996 ☎0969-22-3161

市港市場探魚訪

明石・魚の棚商店街(兵庫県明石市)



「安いで安いでエ。2500円の明石のタコ、1000円でエエわ!」「子持ちのカニが4はいで1000円だよ〜!」「はいはい、タチウオ一盛り1000円!」

イキのいいおにいさん、おねえさんの声がかたまる見慣れた市場風景。しかし、よく眺めてみると、周囲はモダンなアーケードが広がる、とてもオシャレな商店街だ。「鮮魚丸正」「清水」など書かれたお店の看板の横には「魚の棚」ののぼりがはためいている。「おさかなの町」のニックネームで知られる明石市。この明石駅前から港(フェリーポート)方向へ5分も歩くと、そこにもう『魚の棚商店街』(魚の棚と書いて「うおんたな」と読むのだそうだ)がある。商店街には八百屋や果物屋、洋服店などもチラホラ見られるが、鮮魚店の数が圧倒的に多い。

「江戸時代には大小200隻もの漁船が毎日、明石港に集結していました。それから終戦直後にはヤミ市としても栄えていたんです」(明石市役所商工観光課の田中実さん)

明石の魚市場は古い歴史を持っているのだ。この市場が「魚の棚」と呼ばれる

ようになった時期は定かではないが、名前の由来は、魚がズラリと並べられた様子を表現したといわれている。

「昭和62年の終り頃にアーケードが完成して、新・魚の棚商店街が誕生しました。そのうち鮮魚と干物を扱う店は40店くらいでしょうか。規模としてはそう大きくはないですが、とにかく魚のイキの良さはすごい。生きたまま店頭で並ぶので有名なんです」(田中さん)

確かにアーケードを歩いてみると、どの店の棚にもピチピチとはねる魚たちに出会う。「とくすい」という店は、店内に20にもおよぶ水槽を設けて、その場で網ですくい上げて売ってくれるという徹底ぶりだ。

なぜ、これほど新鮮なのか。その理由は昼12時頃にすぐ近くの明石港で活魚のセリが行われるから。売りさばかれた魚が、そのまま店頭で並ぶのだから、新鮮でないわけがない。そのためだろう。魚の棚では午後1時頃が一番活気がある。

また、値段の方も安いこと安いこと。例えば、伊勢エビが一匹1800円、大きなタイの尾頭つきが2000円。刺身用のサケが3000円。誰が見てもこれは安い。しかもこの値段はあくまで「正札価格」らしい。時間とともに安くなっていくことが多いという。

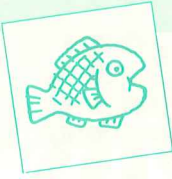
「売り方も豪快そのもの。一匹いくらより10匹一盛りや一箱単位が主流なんです」(田中さん)



大きな袋を抱えて歩いていた主婦が、こんなことを言ってくれた。

「いやあ、こんなええところがあるんやもん。お肉はよう食べませんわ」

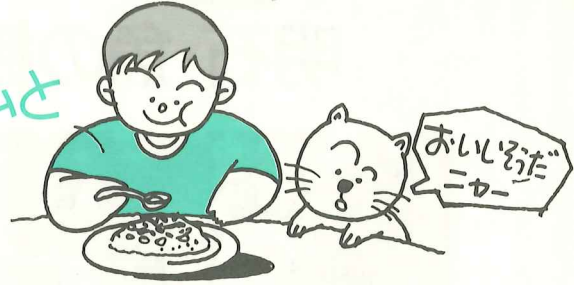
「明石に行けば、うまい魚が食べられる」という江戸時代からの評判は、現在でも脈々と息づいている。



シリーズ 子どもと

子ども嗜好のレトロブームと おニャン子ライス

学校食事研究会 事務局長 阿部裕吉



子ども嗜好のレトロ化

子どもが、どんな食べ物を好きかという調査を昭和46年から、ずっとみてくると、そんなに大きな変化はなく、例えば昭和56年では、ベストワンにカレーライス、以下、やきそば、ハンバーグ、スパゲッティ、カレーシチュー、フライドチキン、ラーメン、コーンシチュー、コロケとつづいています。

ところが、最近ちょっと様変わりしているようです。昭和60年ではハンバーグ、ハンバーガー、やきそば、フライドチキン、カレーライスとつづいて、さして変化がないようにみえますが、7位に「みそ汁」が入り、次いでスパゲッティが8位にランクされ、9位に「すきやき」がはいったのが注目されるのです。

昭和56年の子どもの嗜好メニューは、どれをみても外来語の片カナメニューですが、60年になって、「みそ汁」「すきやき」という漢字やひらがなで書かなくてはならないような献立が、ランク入りしたのが注目されるわけです。

これを数値でみていくと、はっきりします。外来語のカタカナの snack メニューが子どもの大好きな率を占める割合をみると、昭和46年には、41.1%だったのが、徐々に上昇して、56年には、73.2%に達し、60年には一転して、30%に下降してしまったのです。

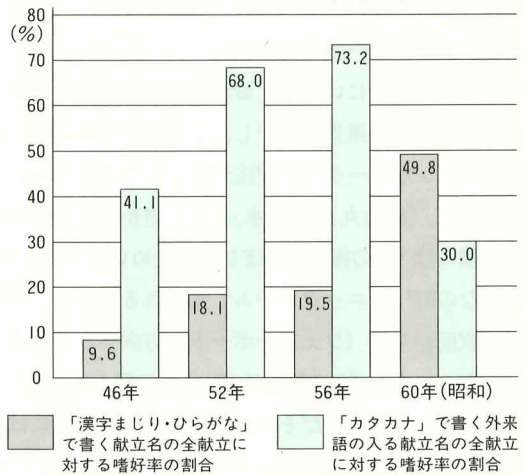
これに反し、「漢字まじり、ひらがな献立」は、昭和46年にたった9.6%だったのが徐々に上昇し、60年には49.8%に達してしまいました。

ちなみに、60年の下位にランクされている「漢字まじり、ひらがな献立」は、「きつねうどん」「けんちん汁」「おでん」「赤飯」「すまし汁」「目ごはん」……

とつづいています。

こういう傾向は、いままでなかったことで、子どもの嗜好が、ひと世代飛び越えてしまうのではと思われまます。折から、レトロブームという流行語がはやり、大正レトロのファッション化が進んでいるのと符号を合わせるように、子ども嗜好もレトロ化の波に洗われているようです。

■学校給食で子どもの好きな献立中の「漢字まじり・ひらがな」および「カタカナ」献立名の占める割合の推移
(学校食事研究会調べ)



ミルクファイバーライス

その子ども嗜好のレトロ化のきわめつきが、次にご紹介する「おニャン子ライス」なのです。わたしたち学校食事研究会は、昭和57年頃「ミルクファイバーライス」を開発しました。

この新しいライスは、当時「タケちゃんマンライス」として、全国に普及したのでご存知の方もおいででしょう。簡単に説明すると、麦ご飯を牛乳で炊いたご飯にいろいろな具をまぜ合わせるだけの料理

お魚たち2



で「タケちゃんマンライス」は、あさりのむきみ・むきえび・たまねぎ・にんじんを炒めた具をまぜたものでした。

どうして、麦ご飯なのかといいますと、ご飯を牛乳で炊くと粘りが出て、おじややおだんご風になってしまうのを、麦を入れることで、パラリと炊き上がり、具を入れると子ども達は、ピラフみたいと喜んで食べてくれたので、成功したわけです。

つまり麦は、ご飯をピラフ風にする調理特性を持っていたといえるのです。それで、ダイエタリーファイバー(食物センイ)いっぱいの麦のイメージをとって、ミルクファイバーライスと名づけたのです。このご飯は牛乳のタンパク、カルシウム、麦のビタミン、センイがヘルシーなイメージで、いまでも定着したイメージになっています。

「オニャン子ライス」と鰹(かつお)のみなまり

さて、このミルクファイバーライスを和風にして、よみがえらせようと、わたしどもの栄養士が、昭和61年に鰹のみなまり節をほぐして、甘辛く煮た具を、ミルクファイバーライスにまぜ合わせた新しいご飯を開発しました。はじめ、出来上がったご飯を見て、わたしは「なんじゃ、これ。ネコメシじゃないか」と叫んでしまいました。

こんなご飯が、子どもにうけるのかと思ったのですが、それを子どもの調査にかける前に、各学校の先生に試食していただきました。試食して、いちばん喜び、涙を流さんばかりに「なつかしい味だ。本当にうまい。うちのバアさんにつくってもらおうので、メニューをください」とおっしゃったのが校長先生だったのです。

わたしは、ガックリ肩をおとしてしまいました。なぜなら校長先生がおいしい、好きだといった料理は、いまでも子どもにうけたためしがなかったからです。しかし、調査を実施し、その結果が出て、ガク然としたのです。何と、子ども達が「好き」にし

た割合が、94%に達してしまっただけです。子どもが94%も支持するものは、ご飯やお料理ではいままでもなく、アイスクリームやポテトチップスのようなおやつに多いのですから驚いたものです。

子どもに名まえをつけてもらうと、「ネコご飯」とか「キャットライス」とか、猫のイメージがたくさん出てきました。当時、猫は子ども達にとって、とてもいいイメージで、「キャッツ」というミュージカルが流行し、「子猫物語」という映画が上映されました。その中に「おニャン子ライス」というネーミングがあって、当時おニャン子クラブが人気だったところから「おニャン子ライス」として普及し、いまでも各地の学校給食で実施されています。

日本の伝統的な味である鰹の味を子ども達が好み、彼らの両親を飛び越えて、校長先生の嗜好に近づいたということが、わたしを驚かせたのです。まさに、子ども嗜好のレトロ化を示唆したのが「おニャン子ライス」だったのです。

ミルクファイバーライスの作り方

※材料は1人分です。

① 水 90~100cc 麦 14g 精白米 70g
牛乳 30~40cc サラダ油 1g

米と麦を合わせて洗米し水につけザルにあげてから計量した水と牛乳、油を加えて炊きあわせます。

② かつおのみなまりはさつと湯通しして、ほぐしながら骨と皮をとりずす。

③ さとう 4g しょうゆ 10g 水 20g かつおのみなまり 30g みりん 2g 酒 6g

鍋にしょうゆ、酒、さとう、水を入れて火をつけ、みじん切りのしょうがをのみなまりとともに入れてにこみます。

④ ①のごはんには③を盛り、荒みじん切りに、せんじ切りの煮しめの葉をのせ、白いりごまをふります。

別名 オニャンコライス



近頃子ども達は、学校給食でどんな魚をどんな料理で食べているの？また、しっかり噛んで食べてるの？

今回は、大日本水産会および学校食事研究会の調査結果から、小学生の食事情について考えてみました。

データ1

給食での使用率No.1はイカ

学校給食では20種類を超えるさまざまな魚介類が素材として利用されています。なかでも、栄養士さんが好んで使うのはイカ。次いで、海そう類、エビ。これは他の単品の魚介類に比べ、いろいろな素材と組み合わせて使いやすいというメリットがあるからでしょう。「使ったことがある」の数値の高さはもちろん「よく使うもの」というアンケートでも、80%を超える高率を記録しています。そして、他の魚で特筆すべきはサバ。「使ったことがある」学校は85.6%で第9位ですが、「よく使う」学校では59.4%と、第5位に入る健闘を見せています。



学校給食でよく使用される魚介類

	30	40	50	60	70	80	90	100%
1. イカ							91.3	99.5
2. 海そう類							86.9	99.5
3. エビ						81.2		98.9
4. サケ・マス				61.6				94.6
5. イワシ			56.7					92.6
6. サンマ		48.8						91.6
7. アサリ	34.5							91.6
8. シシャモ			51.5					87.5
9. サバ				59.4				85.6
10. メルルーサ		45.5						84.7

使ったことがある よく使う

「第4回学校給食調査」(1989. 3月/大日本水産会)より

3回も噛まない子がいる!?

データ 2

給食の主流はフライ、唐揚げ。 焼き物は器具普及が課題

では使用率ベスト10にランクされた魚介類の調理方法を紹介します。グラフをご覧になれば一目瞭然ですが、1位は揚げ物。フライや唐揚げ、立田揚げなど手軽なメインディッシュになるところが魅力のようです。以下は焼き物、煮物(他の材料と合わせて使用)和え物の順。自由回答の中には、「焼き物器」がないために、「焼き物が作りたくても作れない」といった意見が多数ありました。焼き物を含めた魚料理の促進には、調理器具の充実が、切っても切れない関係にあるといえるでしょう。

魚介類の調理方法(魚種別)

(%)

	煮物		焼物	炒め物	蒸し物	汁物	揚げ物	和え物	生
	単独のもの	他の材料と							
イカ	○ 35.6	○ 59.7	○ 38.1	○ 62.5	・ 4.9	○ 22.5	○ 75.1	○ 65.6	・ 0.3
海そう類	・ 9.6	○ 78.4	・ 4.1	・ 29.6	・ 5.2	○ 60.0	○ 16.4	○ 69.0	・ 4.7
エビ	・ 7.7	○ 52.1	・ 9.9	○ 66.4	○ 17.4	○ 39.1	○ 66.4	○ 39.9	・ 0.0
サケ・マス	・ 5.8	・ 8.9	○ 58.5	・ 1.4	○ 21.6	○ 18.2	○ 68.3	・ 7.5	・ 0.3
イワシ	○ 25.3	・ 8.5	○ 26.8	○ 0.0	○ 0.9	○ 27.9	○ 81.5	○ 1.5	・ 0.0
サンマ	○ 24.7	・ 0.9	○ 57.4	・ 0.0	・ 3.6	・ 1.2	○ 65.2	○ 0.3	・ 0.0
アサリ	・ 4.5	○ 43.2	・ 3.0	○ 31.0	・ 2.1	○ 64.6	・ 5.4	○ 17.3	○ 0.6
シシャモ	・ 4.7	○ 0.6	○ 31.5	・ 0.0	○ 0.3	○ 0.0	○ 88.8	○ 0.0	○ 0.0
サバ	○ 51.9	・ 5.4	○ 42.7	・ 1.9	・ 4.8	・ 1.6	○ 61.1	○ 4.5	○ 0.3
メルルーサ	・ 2.9	・ 3.5	○ 23.5	・ 1.3	・ 9.0	・ 2.9	○ 88.1	○ 2.9	○ 0.0

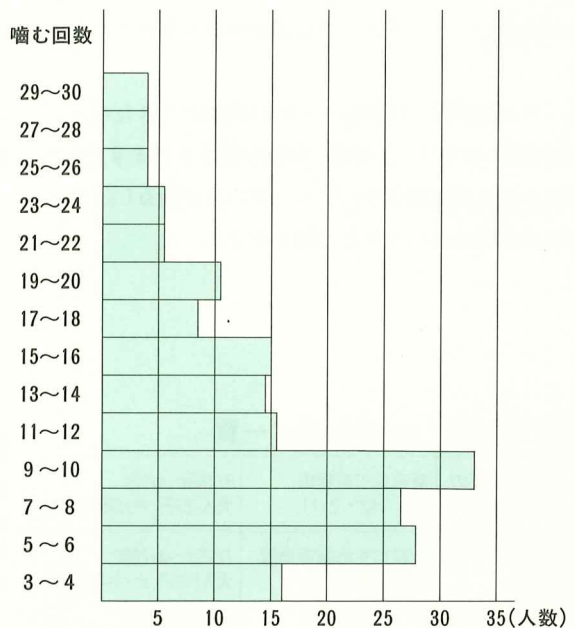
「第4回学校給食調査」(1989. 3月/大日本水産会)より
※○の大きさは各項目の割合に比例している

データ 3

ひと口、3回も噛まない子がいる

小学生は、ひと口含むごとに何回噛むかを調査したのがデータ3です。この「カミカミ調査」によると、いちばん多いのが9~10回で、第2位は5~6回。驚くことに3~4回しか噛まない子どもが、第4位に入っています。しかも、この数字には3回未満のケースも含まれているのです。これは、ほとんど噛まずに飲み込んでいるといってもいいでしょう。魚料理の場合は肉料理に比べて柔らかい分、噛む回数が少ない子どもも多いと考えられます。育ち盛りの子どものため、魚は大切なタンパク源です。よく噛んで、胃に負担をかけないように、ご用心!

子どもはひと口平均何回噛んでいるか



「食生活研究情報」
(1989. 5月/健康で風土に合った食生活研究会)より

海のイベント・ア・ラカルト さかなと出会う夏休み

お子様も会社員の皆様も、待ちに待った夏休みの到来。あれこれイベント・プランを練っていらっしゃると思いますが、本誌のおススメは珍しい魚をじっくりと見て回る「おさかな展」巡り。

- ①「悠久の大河にすむ中国神秘のさかなたち」(東京) 中国の長江に30匹位しかいないといわれるエレファントフィッシュ、世界最大の淡水魚エンペラーフィッシュなど3~4m級の巨大魚を本邦初公開。その他珍魚、怪魚を約40種類400匹を展示します。また、「魚の実験・体験ランド」や「魚と一緒に写真を撮ろうコーナー」など、お子様がよろこぶイベントもたっぷり。
- ②「世界のナマズ展」(新潟)——世界に200種類はいるといわれるナマズの中から、南米を中心に東南アジア、ヨーロッパなどから20種類を集めて一挙公開します。同時開催としてイルカショーも行われる予定。
- ③「大ピラニア展」(茨城)——アマゾン川に棲む“殺し屋”ピラニアが約15種類・100匹も集結。この他、最新型のスクリーン水槽ではタツノオトシゴの誕生・生態を映像化しファンタジックな海の世界を見せてくれます。
- ④「サメの世界」(愛知)——約15種類の生きたサメと100種類のホルマリン標本、剝製が展示されます。小さなものから巨大鮫まで、ジョーズに泳ぎ回る(?)サメさんの勇姿をじっくりとご覧ください。

■夏休みの「おさかな展」一覧

①中国の神秘のさかなたち	新宿京王百貨店 03・342・2111	7/28(金)~8/9(水) 大人700円、中・高500円他
②世界のナマズ展	上越市立水族博物館 0255・43・2449	7/15(土)~8/20(日) 大人900円、小・中400円他
③大ピラニア展	大洗水族館 0292・67・5151	7/21(金)~8/20(日) 大人1030円、小人520円
④サメの世界	碧南海浜水族館 0566・48・3761	7/16(日)~8/31(木) 大人500円、小人200円

魚と人間の泣き笑い劇場

「魚に寄せる日々」(川口祐二著)

三重県熊野灘を望む漁村に暮らして30年。環境問題の研究者としても広く知られる川口祐二さんが、魚への愛情を余すことなく書き尽くしたエッセイ集です。内容は二章に分かれ、第一章はタイトルと同じ「魚に寄せる日々」。この章は、魚への親しみが薄れはじめている都会の主婦や若者に、ぜひ読んでほしいところ。鰹節は誰が考えたか、古墳から出てきたアワビの貝殻、毒魚ごんずいのおいしい食べ方、青のりのジャムはおいしいなど、28種類の海の幸のおもしろエピソードやおいしい料理方法を紹介しています。

第二章の「今、漁村は…」は、水質汚染による赤潮の発生や四季折々の漁民の悩みなど環境問題に真正面から取り組んだエッセイの数々。海の汚れが広がる漁村の現状を見つめ泣き笑いの中でのきびしい漁民の生活を描いています。

「汚れた海を蘇らせることは、われわれ現代に生きる者の責務。漁民にとって最も貴重な財産である沿岸漁場の水問題について、明るい方途を見つけ出さない限り、漁村の再生はない」

と言い切る川口さん。魚を愛する人はもちろん、現代に生きるすべての人達に読んでいただきたい、味わい豊かな一冊です。

魚に寄せる日々

B6判変型 196ページ
定価 1,300円(税込み)
光出版印刷(株)
Tel 0598・29・1234



熱帯夜が涼しくなる 「海のビデオ」

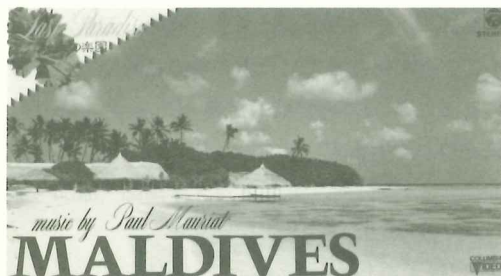
母なる海は、生命のふるさとのみならず、美と知識の宝庫です。海が教える自然の美しさ、海が伝える生物の神秘。夏の夕暮れ、深遠な瑠璃色が秘めた知の世界に、ビデオ映像を通して身をひたしてみましょう。

夏、そして海がテーマのBGV。常夏の海辺のリゾート気分になれる快適ビデオが『地上の楽園』（日本コロムビア）シリーズです。セイシェル、モルジブ、グレート・バリア・リーフなど世界の代表的なマリリゾート8編が眺められます。バックに流れるポール・モーリア楽団の音楽は心地良い南風のささやき。空と海が画面いっぱいに広がる鮮やかなブルーのパラダイスです。魚たちのファンタスティックな姿、水中バレエの名演が存分に楽しめます。ダイバー気分海中散策が楽しめる『マリンファンタジア』（サンリオ）。音楽は

夏にピッタリの軽快なLAサウンド。美しく青き不可思議な世界は理屈抜きで素敵です。

家族そろって歴史・地理・芸術が学べるのが『海のシルクロード』（ポニーキャニオン）です。かつてのシルクロードには、草原と砂漠の道の他に第三の道、つまり海の道がありました。波濤を越えて行き交った産物、人物、宗教などに触れながら、壮大な夢とロマンを語るこのビデオ、夏の夜にふさわしいスケールで、果てしない冒険心までもかきたててくれるでしょう。

世界最高の科学映像を自他共に認める『ナショナル・ジオグラフィック』シリーズ（TDKコア）。30巻におよぶこの驚異の映像博物誌でも、海に生きる生物、人々が主役となっています。『美しき海のハンター・鮫』『創造の世界への潜水』などと共にお薦めしたいのが『巨大鯨に迫る』。絶滅の危機に瀕している海の王様、クジラ。彼らの神秘のベールに包まれた暮らしぶりとかジラを理解し守ろうとする人々の姿が、つくりもののドラマにはない感動を誘います。



▲「地上の楽園」（日本コロムビア）



▲「マリンファンタジア」（サンリオ）

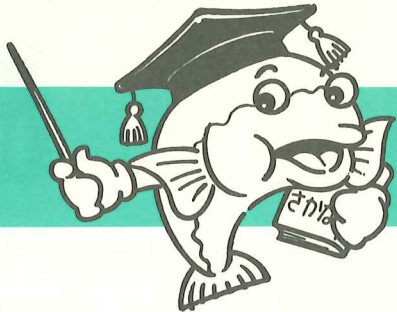


▲「海のシルクロード」（ポニーキャニオン）

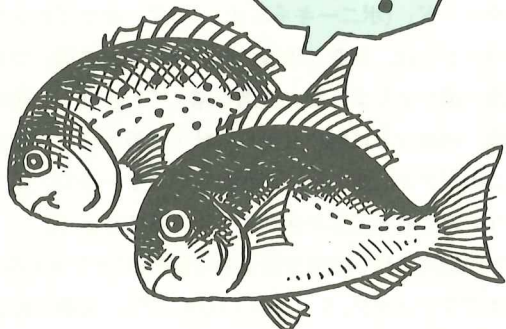


▲「ナショナル・ジオグラフィック」シリーズ（TDKコア）

おさかなQ&A



春子?



Q 「魚」No.53の11ページに「春子ダイ」とありますが、この魚についてもう少し詳しく知りたいのですが？
また「春子」を「カスゴ」と読むのは東京では一般的なのでしょうか？

(兵庫県西宮市／大塚 滋)

A カスゴはマダイ、キダイ、チダイの10cm程度の幼魚につけられた方言のひとつです。魚の名前には学術的な約束によって付けられる、世界共通の学名があります。学名は難しいものが多いので、普通はその魚が分布している国々で特有の名前がつけられています。日本に生息する魚の日本名は和名です。さらにマダイという和名をもつ魚も、日本各地ではそれぞれの地方で独特の名前がついています。日本全国に分布していて、それぞれの地域の人たちに親しまれている魚ほどたくさんの方言を持っているわけです。たとえば日本全国に広く分布し、全国民に親しまれているメダカは方言が4000以上もあるといわれています。

マダイ、キダイ、チダイの小形のものを、東京の魚市場ではカスゴと読んでいるようです。和歌山県の湯浅や辰の浜、瀬戸内海の明石や淡路島ではマダイの幼魚を、高知ではチダイの幼魚をカスゴと呼ぶことがあります。これらの地方で呼称される方言が、東京の魚市場に伝わったのではないのでしょうか。

カスゴのカスは方言では「屑もの、生意気者」などの意味があり、タイの幼魚は体の割りに目が大きく、目をむいたような顔つきをしています。そこから「生意気な子鯛」という意味でカスゴと呼ばれるようになったのではないか、という人もおられます。

さて、カスゴに「春子」の字をあてる意味は明らかではありません。しかし、カスゴと呼ばれる幼魚は春にとれますので「春にとれる子」の意味があるのかも。さらに、春をカスと読ませる（例「春日」と書いてカスガ）ことに掛け合わせてカスゴを春子にしたのではないのでしょうか。

なお、魚の名前について興味がおありのようですが、たとえばマダイにはサンカ（宇和島）チャリコ（堺）ネプトゴ（富山湾）ベン（東京市場）マコ（東京）モンド（加太港）といった方言が。またキダイはレンコダイともいわれ、シバ（熊本）ハナオレ（宇和島）ハナダイ（神奈川）ベンコ（広島）など。チダイはエビスダイ（大阪、京都、広島）グレ（和泉淡輪）シバコダイ（高知）チコ（戸畑）ヒダイ（対馬、五島）その他多くの方言があります。日本の魚の名前についてお調べになるとき『日本産魚名大辞典』（三省堂、1981年）が役に立つと思います。

回答者／東京水産大学講師・服部 仁



—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

先般、ある新聞社が主催する“米国水産物視察セミナー”に、大日本水産会・おさかな普及協議会専門委員の立場で参加した。その折り、NMFS(フロリダ半島の漁業・資源調査や水質検査をしている政府研究機関)マイアミ研究所の南東地区水産貿易担当官ウィリアム・アンドレー氏から「米国における水産物の消費動向」について、レクチャーを受けることができた。その一部は次のようなものである。

米国における水産物の消費は、1982年を機に増加をたどっている。ちなみに1987年の水産物の消費量は、一人当たり15.4ポンドで、5年前と比較すると25%増加している。牛肉の消費量は一人当たり72.5ポンドで同10%減、チキンは同78ポンドで22%増となっており、水産物が著しく伸びている。1966年に比べると水産物の消費量は5倍になっている。この理由は、水産物=健康食品としてのイメージが米国に定着しつつあり、健康に対する興味、栄養に対する認識の高まりとあいまって、需要増となって現れている。

アメリカ人の健康に対する「カテゴリー」に、運動を心掛け、タバコを抑え、平均体重を維持する、という三原則が一つの流れになっており、低カロリー、低コレステロー

ル、消化の早いタンパク質、ビタミン、ミネラルが多く、健康に良い脂(EPA)を含んだ魚は“ブレンフーズ”(脳の働きを良くする食べ物)として、人気を高めている。

また、テレビなどマスコミによる水産物のPRで、一般家庭への新しい料理知識としての普及活動を行うことも、消費拡大につながっている。

魚が一番消費されている所は、レストランである。レストラン業界は常に、新鮮な魚、新しい魚料理をいかにとり入れるかに注力しており、メニューも、シーフードが中心になりつつある。従って消費者は、レストランで魚に会うチャンスがますます多くなると考えられる。今後の課題としては、家庭での消費拡大、次に学校・病院への水産物の採用であろう。

以上は、アメリカにおける水産物動向のほんの一部ではあるが、近年アメリカ人は、健康志向を魚にもとめておりアメリカ人に見合った魚種を選択し、彼らのニーズに合った商品の開発を行えば、急速に魚食の普及は拡大し、魚の輸出国から輸入国へと変わり、食文化にも大きな変化が起こりうると感じた次第である。

編集室から

◆特集/フレッシュアップでは、ユニークなスタイルで話題になっているシーフード・レストラン「カーニバルプラザ」とトータルな意味でのシーフード・マーケットを目指す「フィッシャーメンズワーフ」取材させていただきました。水槽に泳ぐ魚をみて「これ、ください」と言えば、切り身しか知らない若奥様もきっと少なくなることでしょう。

◆夏といえば、やはりウナギ。今回の「うちの味自慢・魚料理」では、なんとウナギのフルコースをご紹介します。機会があれば一度、足をはこんでみてはいかがでしょう。

◆シリーズ『子どもとお魚たち』の第2回では学校給食での「おニャン子ライス」の大ヒット

をテーマにしています。作り方も紹介していますので、ぜひ試してみてください。

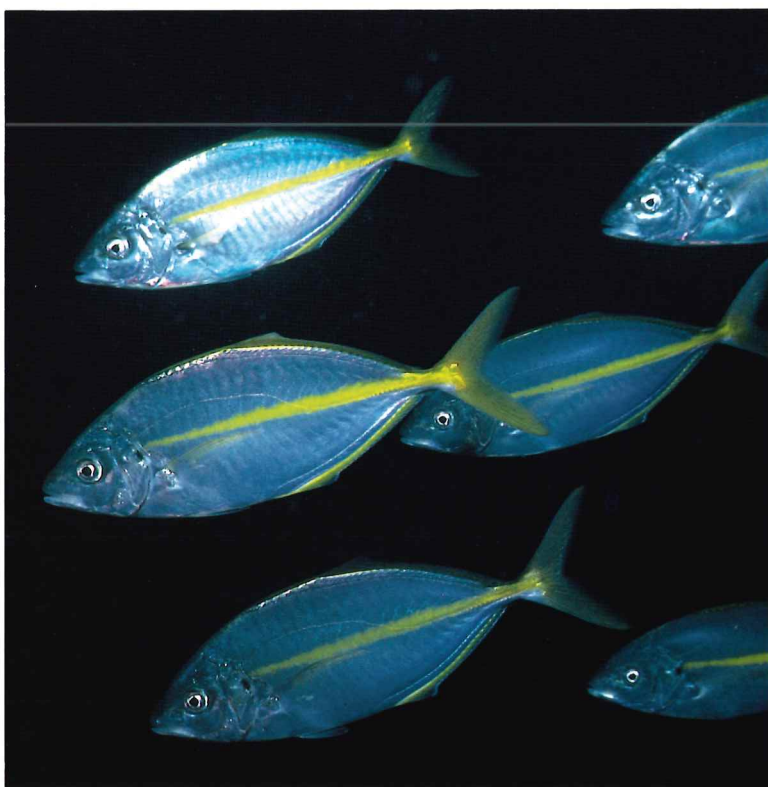
◆「おさかなQ&A」をはじめ、読者のみなさまからのお便りをたくさんいただいています。機会をみて少しずつでもご紹介するページを増やしたいと思います。

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



第55号 平成元年7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1-9-13三会堂ビル TEL.03(585)6684