

講演録

平成29年度 第2回国産水産物流通促進事業セミナー

魚食普及活動交流会

～様々な分野で行われる魚食普及活動の実際～

平成30年3月2日開催

於:大日本水産会 大会議室

平成30年3月

国産水産物流通促進センター

構成員 一般社団法人 大日本水産会

平成29年度 第2回国産水産物流通促進事業セミナー

魚食普及活動交流会

～様々な分野で行われる魚食普及活動の実際～

全国各地で様々な魚食普及活動が行われ、魚食普及活動主体は、水産会社、漁協、栄養学専門家、食育専門家、研究者、地方自治体、博物館、量販店、魚好きの有志など様々です。

今回、異なる分野（民間、行政、研究機関等）、異なる立場（業務、ボランティア）、異なる対象（児童、学生、一般）、異なる目的（魚の売上、教育、食育、地域振興等）を持った方々に集まって頂き、それぞれの魚食普及に関する活動報告を行う事で、さらなる魚食普及活動の発展を目的とした意見発表・交流会を開催致します。

活動報告会の発表では、別紙のプログラムに記載された方々に、それぞれの分野で活動されている立場、目的、活動内容をご紹介いただくとともに、今後の活動に向けた意見交換の場を考えております。

開催日：2018年3月2日（金） 13：00～17：00

会 場：三会堂ビル 8F 大日本水産会 大会議室

主 催：国産水産物流通促進センター（構成員：一般社団法人大日本水産会）

後 援：一般社団法人大日本水産会おさかな普及協議会

（マルハニチロ株式会社、日本水産株式会社、株式会社ニチレイフレッシュ、株式会社極洋、一般社団法人全国水産卸協会、全国水産物卸組合連合会、全国水産物商業協同組合連合会、全国水産加工業協同組合連合会、全国漁業協同組合連合会）

目次

魚食普及活動交流会 概要

ごあいさつ	1
一般社団法人 大日本水産会 常務理事 長岡 英典	
〈講演〉	
オリンピックに学ぶ魚食の普及と次世代の育成	2
— 食育専門家から見た魚食普及活動 —	
講師：食育専門家 浜田 峰子	
〈報告〉	
1. 兵庫県漁連における魚食普及活動	8
発表者：兵庫県漁業協同組合連合会 SEAT-CLUB 西本 広幸	
2. 「活動報告」	14
～魚食普及活動を考える～	
発表者：中部水産株式会社 神谷 友成	
3. 共創による魚食普及活動	25
発表者：八尋ビジネスサポート株式会社 小谷 一彦	
4. 魚食普及活動交流会 活動事例報告	29
発表者：有限会社まんでん 黒田 孝弘	
5. 海とさかな自由研究・作品コンクール	34
発表者：日本水産株式会社 杉山 健一	
6. 漢字でわかる魚のかんじ 知っておきたい魚のはなし ポスターのご紹介	38
発表者：公益社団法人 日本水産資源保護協会 鳴島 ひかり	
7. 魚のまち長崎応援女子会の活動について	40
発表者：長崎市水産農林部水産農林政策課 石丸 綾子	
8. 毎月第3水曜日はみやぎ水産の日	43
発表者：宮城県農林水産部水産業振興課 技術補佐(企画・消費拡大担当) 酒井 敬一	
9. おさかなマイスター制度と、おさかなマイスターによる魚食普及活動	49
発表者：日本おさかなマイスター協会 事務局長 大森 良美	
10. 「枕崎カツオマイスター検定」について	52
発表者：枕崎カツオマイスター事務局 枕崎市水産商工課 加治屋 昭則	
〈助言とまとめ〉	58

ごあいさつ

大日本水産会の長岡と申します。国産水産物流通促進事業の本
年度第2回目のセミナーという事で主催者を代表致しましてご挨拶
を申し上げます。ご講演をいただく浜田峰子先生他、各地域で
活動されていらっしゃる皆様は、日頃から魚食普及活動を精励し
ていただき、改めてこのご労力に敬意を表します。また、ご参集
の皆様、この期末のお忙しい中ご参加をいただきまして、お礼を
申し上げます。私、一つ二つお話をさせていただきます。毎週日
曜日昼過ぎに噂の東京マガジンという番組がありまして、よく見



ております。若い人にその場で調理をさせ如何に出来ないかを、視聴者の皆さんに示し笑っ
ていただく企画で、確か先週は出し巻き玉子、その前が鰯フライでした。何分和食を紹介さ
れますから、どうしても魚が多いのです。鰯のフライを見ていましたら…呆れる話ですけれ
ども、そもそも鰯がわからない。鯖か何か使っている人もいました。「鰯でしょ」と鰯の開き
をそのままフライパンで焼く、真っ黒焦げにして、本当に呆れてしまいます。見る度に我々
のこの魚食普及活動は地道に諦めずにやっけて行こうと感じているところです。この間私、初
めての海外出張でした。ニュージーランドの小さな町4万人位のネルソンと言うところに行っ
て参りました。ニュージーランドで一番大きな漁業基地で、主に白身魚のフライとか、フィ
レを作っている。大変な量を捕まえ、これをアメリカ、ヨーロッパに輸出をしている。町中
に行きますと、昔はそんな事はなかったらしいですけども、本当に日本でも中々見掛けない
ような真鯛とか、立派な鰯、後は鯖とか、かなり鮮度が良く、それもラウンド、丸のまま売っ
ている。それを向こうの皆さんは家庭に買って来て、洋食にするのでしょけれども、ちゃ
んと料理している。勿論、フィレを買って、フライにされるという事もあります。それから
町に一軒だけあったお寿司屋さんに行きましたら、日本人の方が単身で出てって、普通に日
本と変わらないようなお寿司を出している。そういった事を考えると、益々私共の和食、そ
れから魚食をしっかり保って行かなきゃいけないという風に思っているところです。

もう一つ、私、マリン・エコラベル・ジャパン協議会の役員でもあります。資源管理、環
境保全をしっかりやっけていただいている漁業者さんに、このマークを付けて捕った魚を消費
者の方に届けようという活動です。私共は主に生産者の方々、流通の方々を対象にやっけて
いるのですけれど、この活動も結局は消費者の皆さんがマークにどういう意味があるかを理解
していただかないと、私共の活動が根本的に成り立たないという事です。今日は詳しい話は
致しませんが、そういう意味では魚食普及活動とかなり共通する部分があると思います。セ
ンター長の川越さんにもお願いをして、この次のNHKのイベントから一緒に活動させてい
ただこうと思います。このマリン・エコラベル・ジャパンの活動についても魚食普及の活動
と連携をさせていただければ有難いと思っております。

本日のご講演と活動報告が今後の皆様の活動の更なる糧となるよう、期待をさせていただ
き、ご挨拶にさせていただきますと思います。

大日本水産会 常務理事 長岡 英典

〈講演〉

オリンピックに学ぶ魚食の普及と次世代の育成 — 食育専門家から見た魚食普及活動 —



浜田 峰子 (はまだ みねこ)

食育専門家

「美味しく楽しく 笑顔は食卓から」をコンセプトに、食の専門知識を生かし、水産庁水産政策審議会委員、水産庁ファストフィッシュ委員会副委員長、水産庁お魚かたりべ等の各種委員や学校法人にて産学連携特任教授を務める他、本の執筆やTVコメンテーターとして各メディアで活動。生涯食育セミナーや食を通じた地域活性化にも精力的に取り組んでいる。著書に「浜田峰子のらくらく料理塾」など。

公式HP <http://hamada-mineko.jp/>

本日のテーマは、「オリンピックに学ぶ魚食の普及と次世代の育成 食育専門家の視点から」です。私の講演はいつも時事ネタを取り入れるという事にしております。私の活動の基本理念と致しましては、食を通じて心豊かな暮らしを実現して社会に貢献をするという事を目的としております。

現在農林水産省では、各種委員をさせていただいております。学校法人に於きましては産学連携の特任教授、昨年からグローバルコミュニケーションや若い人の為の食に特化した英語、おもてなし英語のカリキュラムの主事として構築にあたっております。官公庁の関連で2012年に、シンガポールのジャパンネクストで、経済産業省が行っておりますクールジャパン事業イベントに出席を致し、日本の食文化をPRするプレゼンターをつとめました。また農林水産省ではユネスコに和食文化が登録をする際のシンポジウムでプレゼンターを拝命致しました。私は生涯食育という事を、一つ大きなテーマとして掲げております。生涯食育というのはライフステージに合わせ幼少期、成長期、高齢期ならではの食育があるはずという事で、全世代の人に向けた食育のセミナー、講演を行っております。外国人に向けては、日本の食文化を紹介するという事を活動の一つとして、現在までに14ヶ国の方とコミュニケーションを取り日本の伝統文化に触れて知っていただくという活動を行いました。その中で日本ならではの調理器具も紹介しますが、お魚をさばく為、お魚を美味しくいただく為、開発された日本ならではの調理器具というのが多数あります。外国人が一番びっくりするのは、鮫皮のおろしです。これは何だと言われ、shark skin だと言うと、日本人は器用なだけではなく何でも無駄にしない、鮫の皮まで利用するのかとびっくりします。それから都会の真ん中でこそ手作り味噌をする意味があるという事で、ワークショップも行なっています。食育の普及という事を考えた時、大消費地で、如何に普及をさせるか、目に見えるかたちにするか、というところを一つ目的としています。

「現代社会“魚をおろせる”だけでスゴイ」

まず三枚におろせますかというアンケート結果をこちらの方に出してみました。これを見ますと、主婦と言われる家庭の食卓を預かっている方のアンケートですが、何と「お魚をおろせます」と、「問題ありません」「出来ます」と答える方は、100人中19人です。この数を生徒にわかりやすく説明させる時に、教室の中で10人だけ立たせます。100人中19人っていう事は、5人に1人位の割合ですので、10人立たせて、その内の2人だけ座ってもらって、10人いたらこれ位しか出来ないのが現状ですと。私が教えております調理師専門学校では、18歳、19歳、20歳位の子が一番多く、学校でお魚を三枚におろせる人って聞くと100人中100人が手を挙げます。当たり前です。そんな18歳、19歳、20歳。これはもう魚食普及活動の中で金の卵と言っても過言ではありません。

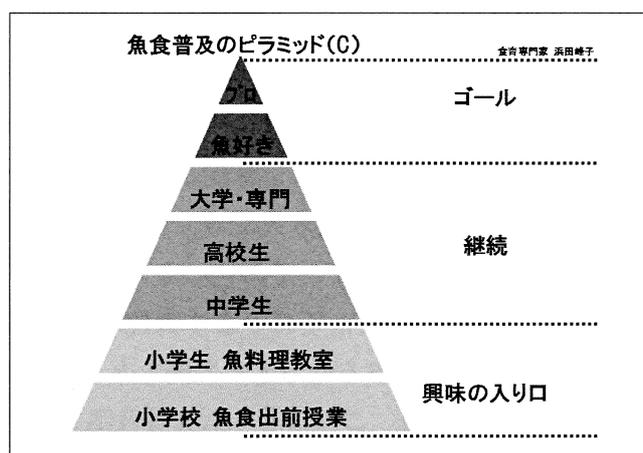
「次世代の育成と活用 教育現場から」

次世代の育成と活用につきまして教育現場からは専門的な知識を持つ若い世代を育成して、次世代に魚食の文化をより良く伝えていく事というのが、一つ大テーマと感じております。先ず専門的な知識を持つ若い世代。この世代を主役として扱う事が大切だと感じております。私が教えている調理師専門学校では、女子だけでフィッシュガールズというチームを形成しており、さまざまなイベントに出演して鮮やかに魚をさばいております。彼女たちには先々の魚食文化を見通す力になって欲しいところです。20キロ位の魚でも、女の子が小柄で155センチ位だと思うのですが、対比で魚がより大きく見えます。魚の解体ショーっていうのは、大体男の人のイメージが多いのですが、学校では女子チームにやらせる事によって一般の方が見に来た時にも、若い女の子が大きな魚を一生懸命さばいてる姿に、先ず感動します。そして我に返り、「最近出刃包丁でお魚をおろした記憶がない、自分も頑張らないと」という起爆剤になって欲しいという事で、このステージを用意しています。次々と解体されて行くこの様子をお客様は拍手で見て下さっております。今までは学校の学園祭で、この様子を皆様に発表していたのですが、コンテンツとして学校の外に提供する事になり、つい最近ですと、11月に日比谷公園で行われましたジャパン・フィッシャーメンズ・フェスティバル。そちらの方でイベントをさせていただきました。普段は、勝手知った学校で行うイベントですが、取材が入って外で一般のお客様に沢山見られて本当に良い経験をします。大きく新聞に載ると今度親御さんが喜びました。こうした自分の意思で自分の目的を持って、食に関わってくれる若者を大切にしなければ次世代の魚食というのではないと考えます。

「次世代の育成と活用 平昌オリンピックメダルラッシュから学ぶ魚食普及」

今回平昌オリンピックでは日本はメダルラッシュでした。年齢を見ましても、羽生結弦君が23歳です。10代からスケートの選手も宮原知子さんが19歳で、10代、20代の活躍は目覚ましいものでした。ご存知かと思いますが、フィギュアスケートで言いますと、日本の女子で3回転のトリプルアクセルを初めて跳んだのは、伊藤みどり選手で、その技で世界をあっという間に驚かせたのが1988年でした。しかしその後続の選手がなかなか出て来なくて、ようやく2000年代に入って出て来たのが浅田真央選手です。約20年掛かりました。その間スポーツ界は世界に羽ばたく選手を輩出することを目標に、若者の育成に力を入れて来ました。先ずは裾野を広げる事です。それが1988年からこの2018年の平昌に繋がって、羽生結弦君は2連覇、金メダル。スピードスケートは女子メダルラッシュという事で、広く愛されるスポーツ、豊かなスポーツ文化を醸成する為の基盤作りの結

果が出ています。なにより継続出来る土壌作りが、世界で活躍する選手を育てる事に繋がっていることがよくわかります。サッカーを例にしましても、このようなピラミッドになっています。まずは興味の入口として幼稚園、小学生を対象にふれあいサッカー広場、サッカースクールです。小学生からジュニアに入りまして、小学生、中学生とジュニアのシーズンを過ごしたら、その後は高校生になってアンダー18とか、もうジュニアでは



ないけどシニアの入口の子がここで育ちます。その高校生が今度学生になります。ユニバーシアードとかアジア大会等で活躍をし始め、その中からプロが生まれているというわけです。この入口と育成期間と、トップクラスの選手が生まれてくるまでというのは、このピラミッドが縦に繋がっていないとなりません。小学生でやっと興味を持ってくれたのに、中学校、高校と受験勉強で忙しいから、ちょっとサッカーから遠ざかる。そうするとやはりピラミッドの頂点には近付けないのです。これらのことから分かるように、普及させるには、中高生はエアポケットになってはいけません。ここに大きなヒントがあると思いました。スピードスケートで大活躍でした高木姉妹の故郷というのは、北海道幕別町、人口約2万人です。幕別町というのは面積的には広いですが、面積あたりの人口で2万人とすると、過疎地域で、実はレタスの産地です。幕別町に生まれた子は必ず1回はスケート靴を履いて氷の上に立ちます。滑って転んで真似事をしながら、スピードスケートします。ずっと続いて行って中学校でもスケート部に入り、高校でインターハイに出て、小学生で氷の上で滑っていた子が、ピラミッドが続いていて初めてプロが生まれてくるわけです。そこで、私は自身が教えている調理師専門学校では魚食普及のピラミッドをより縦に伸ばすために、10代の若者に10代の若者を教育させる料理教室というのを行っております。大人の私達がしゃしゃり出て知ったかぶりをして若い子を教えるというのは簡単ですが、育成という事を考えた時、10代の若者、専門学校生に高校生、中学生を教えさせます。その枠組み、基盤作り、環境作りを我々大人がやります。安全に料理教室が出来るような環境、スムーズに相手に伝わるような教え方のマニュアル、食への興味をそそるような知識の伝え方、そのような演出をするのが私達の役目と思っております。この料理教室は好評です。茶色いエプロンは高校生、白いのがうちの学校、緑のネクタイしているのが1年生。オレンジが2年生です、歳が近いのでワイワイワイ言いながら、1年でも2年でも専門的に勉強した学生は、技術力に差がでます。その繰り返しがピラミッドです。あの先輩みたいに、もっと早く玉葱を切れるようになりたい。お魚をさばけるようになりたい。身近なヒーローを作り出す為のこの10代の若者同士の料理教室です。料理の後には、学生が中高生に教えながらお膳に盛り付け「いただきます」。「このお魚もっとうこういう食べ方もあるね」などと会話をはずませながらコミュニケーションを図ります。

「カーリング女子銅メダル「そだねー」は流行語大賞候補！？商品作りのヒント！？」

カーリング女子も物凄い活躍でした。「そだねー」が今話題になっています。ここに私はヒットする地域活性化のための商品開発のヒントを得ました。彼女達は普通にバナナを頬張り作戦の打ち

合わせをしていました。「そだねー」は単なる方言で珍しい事と思っていなかったのですが、大きな話題になって、ついには流行語大賞ノミネートの大きな話まで飛び交うようになりました。私は地域の特色を活かした商品作りを行っています。私の商品作りはタイトルが「徹底的に地域の特色を活かした商品作り」決して横文字を使わないというのがルールです。片仮名言語を使った人は一発アウトです。ブランディングってそもそも何ですか。理解をしないで何となく使っている片仮名言語ではないですかと。徹底的に地域の特色を活かした商品作りってというのは、徹底的に自分達の良さを見直す事、掘り返す事で埋もれている宝を見つけることが大切です。当たり前のように使っていて、目にしているから気付かないだけで、実は周りの人にとっては称賛に値する。お金出しても買いたい物であったりします。灯台下暗しとはこういうことです。産学連携の商品開発という事では、学校の授業の中に商品開発を組み込みまして、徹底的に魅力を掘り下げる商品開発を学生に行かせています。商品開発シートというのを私が作り、これに細かく書かせます、自分達が考えたそのメニューのアピールポイント、真ん中は自分達が考えたメニューと生産者、食材の産地との関わりを書かせます。例えば、生徒は多くが関東近縁から通っているの、宮崎県の鰹を又は宮崎県の魚を使った商品開発の依頼があったとすると、誰も何も分からない状態です。そこで、宮崎県に自分達が行ってみたい、住んでみたいと思うまで、魅力を掘り下げる調査をさせます。地域活性の為に商品作りを地元の人達と一緒にいきます。規則は横文字を使わないことです。自分がよく分からないものを作っても相手には十分伝わらないからです。自分がかかわった商品の一番の応援団になる位、県庁のホームページ、町役場のホームページも見て、県の色、町の花、県の鳥、町の木。町を象徴するもの、町のシンボル。そういった事から得た情報を商品のパッケージのデザインに反映させる、それから商品の形とかメニューの内容に反映をさせています。

「魚食をインバウンドや海外に広めるキーマンは誰？」

2020年に向けて現時点では、日本に来るインバウンドの海外の方は約2千万人と言われていたが、2020年に向けて4千万人、倍になると言われています。そこでやはり食の良さを海外に伝えるという事が必要になって来るんですが、魚食をインバウンドや海外に広めるキーマンってというのは誰でしょうかと言うとずばり本日魚食普及交流会にお越しの皆さんです。皆さんは、外国人に日本の食材の良さ、和食の良さ、魚の美味しさ、魚の匂などについて専門知識を持つ魚食のピラミッドの頂点です。皆さんにお伺いします。世界遺産に和食は登録されました。日本の和食を構成する五味五法五色。日本語で答えよ。五味言える方。五法言える方。五色言える方。私の授業の中では英語の授業だとしても徹底的にここをやります。日本語で。暗唱出来る位やります。五味五法五色。これが日本語で言えて更に英語で言えるようになると、和食、レシピの説明も出来る。これはもう基本抜きで日本語で答えさせるのが、英語の授業ですけど。生徒は最初に言います。「先生英語だったよね、何で漢字ばかりやるの。最初の3回は徹底的に日本語でやります。五味とは、甘味、塩味、酸味、苦味、辛味。この5つ。five flavoursと言います。この5つですが、この5つはつまり砂糖、塩、酢、醤油、味噌の5種類からなっていて、この五味というのは、味覚の事ではなくて味付けの事を指します。五色というのは、白、黒、黄色、赤、緑です。日本人は青と言いますが、blueと訳してしまうと、お皿の中が、美味しくもない色になってしまいます。青々とした緑とか、青々としたって言うのは日本語の美しい叙情的な例えであり、実際に目にするのは緑色です。英語はそのまんまgreenと訳します。その組み合わせで日本料理の美しい盛り合わせは出来ています。五法は、

この5つが英語で言えると、だいたい日本の調理法、日本の料理というのは網羅しますので、これで説明が組み合わせで出来るようになります。新聞社さんに取材に来ていただいて、掲載していただいたのですが、学校に実際に外国人に来ていただきこれ2年生のクラスで、懐石料理を実際にお出しして、「こちらが先付です。本日の向付です。本日の強肴でございます。」と英語で説明しながら出してゆきます。という事はそもそも懐石料理の漢字の読み方が頭の中に入っていないと、英語で説明が出来ないのです。私は英語で流暢にペラペラと話すだけの人は国際人とは思いません。日本の文化を国際的な舞台に立って、堂々と話せる人。これを真の国際人だと考えており先ずは日本の事についてしっかりと勉強していないと中身がない英語になってしまいます。徹底的に最初の授業で日本の料理の基礎を学びます。皆さんに問題です。次の日本語を英語に訳しなさい。急に学校っぽくなりました。英語って聞いただけで眠くなる人もいるのですが大丈夫でしょうか。旬の味は美味しいです。お勧めです。これポイントは食の専門家ならば先ずは日本が世界に誇れる四季の食材の旬を言えないといけません。という事は、頭の中に食材の旬、魚の旬が全部入っていないといけません。どのお魚と言われた時に何月が旬ですと言えるように徹底的に授業をします。で、先ずは食の旬です。これが今シーズンだから美味しいですというのは、知っている人でしか言えない事です。外国から来た観光客の方、インバウンドの方が最も聞きたい事です。プロの目線で、日本に高いお金払って、飛行機でやって来ました。そこで食べるのだったらプロお勧めの日本ならではの美味しいものをぜひ食べたいと思うはずですよ。旬をお伝えする事によって、日本には1年に4回来てもらっても楽しめるというアピールが出来ます。3月に旬を迎える鰯というのは、皆さんもプロですのでご存知かと思えますけれども、魚偏に、参上の参と書きまして、これは漢数字の三を意味する参です。旧暦の3月に旬を迎える魚という事です。英語に直しますと horse mackerel と呼びます。鯖が mackerel です。という事は、鯖よりも鰯の顔が馬面だということです。切り身の鰯と鯖しか見た事がない人は horse が何故鰯に付くのかという意味がわかりませんから、食材そのものをしっかり見て理解しておくことが英語よりもまず必要です。食を学ぶ者としての美味しさを伝える tasty でも delicious でも良いですけど、食を専門的にしていられる皆さんが「これ美味しい」と言うのと、一般の人が美味しいと言うのでは「美味しい」の一言の意味や価値が違います。生徒達もそうです。今度2年生になるのが1999年生まれですが、今年成人式だった今の2年生は108万人。大体100万人位しかいない中で何人が調理師免許取れると思われますか。学校のデータを見ますと大体5千人位です。そうすると225分の1という数字が出て来ます。私は生徒達にいつも言います。同級生225人集めた中で、あなた方一人ひとりが一番食の専門知識がある。貴方達が美味しいって言うその美味しいが225人の中で一番価値がある。だから貴方達は日本語でも英語でもこれが一番おいしい。これが旬です。日本にまた来て下さい。そう伝える義務がある。技術にも味覚にもとにかく価値があると言います。その食の専門知識を持ってプロとしての確信を持って、外国人に対してこれがお勧めですと堂々と言いなさいと言います。単語でもポイントを外さない事が大切です。日本人として日本の和食について最低限知っておく事がインバウンドに対しての対応という事になるんです。鰹と鰺。それぞれ目はどちらでしょうか。鰹が左。そうですね。左鰹に右鰺です。で、これを英語に訳しますと、どちらに目が付いている flatfish、平べったい魚という言い方をするのです。ですので、鰹だったら左に目がありますから、left eye flatfish というのが鰹です。鰺だと右側に目がありますから、right eye flatfish というのが鰺の訳になります。ちゃんと日本語で、魚の姿を思い浮かべながら左鰹に右鰺という理解が出来ていないと、英語に訳せないという事です。

基本はとにかく日本の知識、日本に対する深い理解。これがインバウンドや海外へ日本の魚食を普及するときのベースです。刺身の作り方だって色々あります。それぞれ包丁も違います。これを全部cutって言うって良いのでしょうか。日本の料理っていうのは知れば知る程、本当に奥が深い。だからちゃんと理解をしていないとインバウンドの方にも海外にも伝わっていかないのです。

「次世代の育成と活用 まとめ」

次世代の育成と活用、そろそろ纏めに入って参ります。自分の目的と自分が極めたものと将来の目標を持ってその道に進む子っていうのが強いのです。そういう子が次世代のヒーローになるのです。箱根駅伝青学箱根駅伝4連覇を見てください。ハッピー大作戦、サンキュー大作戦、ワクワク大作戦。ハーモニー大作戦。名前はライトですけど、結果をしっかりと出しています。そして青学の原監督が言っています。厳しいだけ、叱るだけでは、もうこれからの若者は付いて来ないと。相手をどれだけ理解してどれだけ育成できるかというところに結果は付いてくる。と。私も、次世代の若者には、君達の舌は素晴らしい。味覚が素晴らしい。技術が素晴らしい。だから将来のそのお魚三枚におろせる腕を持って将来の魚食を担って欲しいという事を常に生徒たちに自分の口から伝えています。大人には若者が活躍できる舞台を用意して応援をするという陰になり日向になる姿勢を持つことが求められています。今自らの意思で農業高校だったり水産高校だったり調理師になりたいと思って、食に関わろうという信念で学校に進学した次世代の若者たちは、自分で明確に目標を持って自分で進路を決めている子です。そういう次世代をもっと大切にしましょう。小学生向けの魚食活動はたしかに大人が求めるようなリアクションがあって写真をとっても絵になって、助成金活動の報告書にまとめたときに写真栄えするかもしれませんが。小さいころに魚に触れさせておけばよいのではないかと「三つ子の魂百まで」という言葉を過信しがちです。しかし、真に普及ということを考えるなら、ちょっと難しい年齢であってもリアクションが薄くても中学生、高校生に教える機会を増やし社会に入り口に立つまでしっかりと魚食普及活動を継続していかなくてはなりません。魚食の普及と次世代の育成。それは社会の中で若者に活躍の場を提供し、活用しながら育成する事。それが先々の魚食文化の発展に繋がって行きます。

質疑応答

司会者：中にはドキッとするような基礎の話とかもありましたけれども、何方かございますか。私から質問で、味、5つで、私最初に旨味って書いたんですけども、旨味っていうのは、その5つの味には含まれずに何か別の考え方があるのでしょうか。

浜田峰子先生：旨味というのは先程、五味五色五法の五味って言うのは味付けですとお話しましたが、旨味というのは感じるものですので、感覚です。味覚です。味覚の中に旨味というのは入って来ますが、これは第六の感覚と言われていまして、日本人にしかないと言われていまして。日本人は生まれながらに、出汁と言う旨味を感じる、他の国の人にはない能力を一つ携えて生まれてきます。そこは非常に大事にしたいところですし、本人達は気付いてないのです。若い子達は、日本にずっといて自分達が他の国の人よりも味覚を1個多く持っているっていうそのアドバンテージに気付いてない事が多いですので伝えるように、君達は既に一個得しているんだという事を伝えるようにしています。

〈報告 1〉

兵庫県漁連における魚食普及活動



西本 広幸 (にしもと ひろゆき)

漁業：兵庫県漁業協同組合連合会 SEAT-CLUB
JF兵庫県漁連が平成21年より魚食普及活動を重点事業として掲げ設置した、兵庫の海・漁業と一般消費者を繋ぐ窓口「SEAT-CLUB」にて、一般消費者のほか子育て世代、子ども等を対象に幅広く食育・魚食普及活動に取り組んでいる。お魚かたりべ。

兵庫県漁連の西本と申します。私からは兵庫県漁業協同組合連合会で行っている魚食普及活動についてご紹介、ご報告させていただきたいと思います。

我々兵庫県漁連ではSEAT - CLUBというのを2009年に発足致しまして、任意団体等ではなく、ちょっとぼやとした存在ですが、魚食普及の窓口として運営しています。

このSEAT - CLUBを柱として魚食普及活動を展開しており、その活動をご紹介させていただきたいと思います。

5つが基本的な活動の軸というかたちで掲げております。一つずつご紹介します、一つ目が料理教室の開催です。大体年間130回弱2千名位の一般消費者の方を対象に教室を行っております。我々の入っている兵庫県の水産会館という建物に調理実習室がございまして、こちらで専門の担当職員を置いて、一般消費者の方に、費用もご負担いただきながら、プロのホテルのシェフであるとか有名寿司屋さんの板前さんといった方を講師にお招

兵庫県漁連における魚食普及活動

SEAT-CLUBについて

☆消費者と魚・漁業をつなぐ窓口として活動することを目的に2009年7月に発足

ひょうごのお魚ファンクラブ

SEAT CLUB

SEA(海)+ EAT(食)= SEAT(席)

SEAT-CLUBの活動状況について

- ◆ 旬の魚や県内で水揚げされる魚を使った料理教室の開催
- ◆ 食育活動（小中学生を対象とした出前お魚講習会、親子向けイベントの開催など）
- ◆ ホームページ・SNSなどを利用した情報発信
- ◆ 県内産水産物及び加工商品の斡旋及び通信販売
- ◆ 「ひょうごの地魚推進プロジェクト」の展開

きし、料理教室を開催しています。その他、漁業者や漁業者の奥さんにも料理教室の講師をお願いしながら、一般の方に魚食普及を進めております。

写真の左下の女性2人ですけれども、この料理教室でも勿論活躍していただいておりますし、これ以外にも様々な活動をしていただいておりますが、この御2人は一般の主婦の方です。主婦の方で、食育であるとか魚食普及というような活動に関心の高い方を募集し、今我々のところに15名程、SEAT-CLUB お魚講師というかたちで所属しています。こういった主婦の方にトレーニングを積んでいただき、様々な活動をしております。

こういう方々の活躍の場として一番大きなところが、食育活動です。小中学校を中心に活動しており、年間79校、177講座で受講者が6千人弱程度の講習を行っております。またこれだけではなく、少しですが大学・高校にも行き、幼稚園・保育園でも活動しております。内容は、そこで家庭科の授業を2コマいただいて、学校に魚を持参し、魚の三枚おろしであるとか、漁業の抱える課題であるとか、兵庫県の漁業の抱える課題を子供達に環境学習のような形で伝えています。それと親子の体験教室という事で、他のNPO団体と連携しながら体験学習教室を、そして地域の食文化の教室などもこの方達にやっていただいております。

こういう食育活動と併せてホームページとかソーシャルメディアによる情報発信と、クックパッドでの食べ方の発信もやっております。このホームページですが、DIYというか自前でサーバーの管理から全部を行い、情報の発信の速度は非常に早く、日々の水揚げ状況とかそういったものもSNSだけではなく、このホームページの方でもすぐに情報発信が出来るので、柔軟さは保っているのではないかなと思います。

このホームページを通してネット販売などもしており、魚食普及を行っているのと、この魚どこで買えるのという事を言われるのですけれども、ここで買えますよという出口も作りながら活動しています。

次が最後になるのですけれども、兵庫の地魚推進プロジェクト。通称、「とれぴち」と呼ばれていますが、ちょっと変わった取り組みです。我々兵庫県では地域の一番の量販店さんがコープこうべという地域の生協さんですけれども、非常に大きくて大体兵庫県内に店舗が161店舗で店舗以外にも宅配事業もしております。このコープこうべさんと連携して、兵庫県の地元の食材を推進して行きましょと、地産地消を掲げて活動しております。平成25年から連携が始まって、今までずっと続いております。

旬の魚を使った料理教室の開催

多彩なジャンルの講師による料理教室、旬の魚を楽しむ教室 127回、1,901名



ホームページ及び ソーシャルメディアによる情報発信



この活動を次でご紹介させていただくのですけれども、単純に店舗に魚を置くだけではなく、その時期の旬の魚をスケジュールをしっかりと固めて、これは重点的に普及して行きましょう。これは育成して行きましょう。という構成で、毎月魚を店頭に並べていただいております。ただ店頭に並べるだけではなく、魚離れが叫ばれて久しいのですけれども、量販店ではどうしても切り身の魚とかをそのままポンと売り場に置いておくだけというような事が非常に多く、中々旬の情報であるとか、魚の食べ方などの訴求は難しくなってくる側面がございます。

そこで生活協同組合はやはり組合員の組織ですので、これまで町の魚屋さんが担っていたような魚の食べ方の提案であるとか、旬の情報発信っていうのを一般消費者である組合員の方々に担っていただくというのがこの取り組みでございます。販売だけではなく料理教室であるとか、産地見学というような事を開催しております。産地見学や交流会は年間10回弱程度ですが、学習会・調理実習は、去年は48回ですけども、一番多い時で年間70回位の回数で、そんなに多いという感じではないのですけれども、こういったところで調理の仕方は勿論、地域社会の課題解決という切り口で、消費者の方にも関心を持っていただくという事で色々料理以外にもお話を聞いていただいたり、漁業者の方とワークショップを開いて交流する場を作ったりというような事を重ねております。それにつれて実際消費者の方はそういう知識が増えていき

ますが、それだけではなく、お店の売り場に立っている方達にもそういう知識を知ってもらい、更に広めてもらいましょうという事で、県下の兵庫県内にある店舗の水産担当者に、必ず1店舗に1人は絶対参加してもらおうというかたちで、漁業者と交流を行い、学習会等を毎年やっております。

こういった学習会でお伝えする内容が、コープこうべさんと我々と一緒に作っている資料です。これ1枚で兵庫県の漁業がどんな漁業とかどういう問題を抱えているとか、魚を食べる事は最終的に自分達の生活を守る事になるとの事まで含めてお伝えするというような仕立てで作っております。

ひょうごの地魚推進プロジェクト（とれびち）

◆概要

平成25年7月よりスタート

- ・コープこうべ、兵庫県漁連の両者が連携し、兵庫県産の魚の「おいしさ」や「食べ方」を訴求する。
- ・コープこうべ店舗での産直市の実施、普及員指導員の店舗への派遣、対象魚種のシール添付、メニューレシピの配布による普及活動等の取組。
- ・コープこうべ組合員とのコミュニケーションを通じて、「食文化の継承」や「地産地消」普及につなげます。



生活協同組合コープこうべ (2016.3.31現在)
 設立 1921年(大正10年)4月12日
 所在地 神戸市東灘区住吉本町1-3-19
 出資金 377.6億円
 組合員数 188.3万人
 供給高 2,401.0億円
 事業エリア 兵庫県全域、京都府京丹後市、大阪府北部

◆2016年度「とれびち」年間供給産品商品と普及スケジュール

実施月	魚種供給魚種	サブ重点魚種	魚種名	普及メニュー	品揃え魚種名
4月	赤かれい	釜揚げほたるいか	1) ほたるいか(生) 2) 釜揚げほたるいか	1) 煮付け、佃煮 2) 刺身等で	ハリイカ、フルセ、メイタ、ガシラ、アブラジ
5月	赤かれい	さむら	1) はたはた(生) 2) さむら戻り(たたき)	1) 刺身、煮付け、から揚げ、佃煮等 2) 戻り(たたき)	ハリイカ、メイタ、ガシラ
6月	さむら	たこ(下旬) 釜揚げちりめん	1) ちりめん(生) 2) ポールかご	1) ポール、ソテー 2) 刺身、刺の物	ちりめん(生)、アブラジ、チヌ
7月	釜揚げちりめん	たこ	1) ポールかご 2) ちりめん(生)	1) 刺身、刺の物 2) 煮付け、フライ	丸アジ、アコウ、穴子、サワラ、ペラ(煮・焼)
8月		たこ	1) はち(生身切身) 2) ひいか(生)	1) 湯引き、フライ 2) 刺身等で	川津えび
9月	赤かれい	さむら	1) うおぼ 2) ハタハタ	1) 煮付け、ソテー 2) 煮付け、佃煮	たろうお、ひいかハリイカ、黒メバル、川津えび
10月	赤かれい	ハタハタ	1) 赤かれい 2) ハタハタ	1) 煮付け、から揚げ 2) 煮付け、佃煮	丸アジ、メイタ、ガシラ、穴子、ハリイカ、黒メバル
11月	赤かれい	すずき	1) せごに(生) 2) ポールせごに 3) せごに(生)	1) 汁物、ポイル 2) そのまま 3) そのまま	丸アジ
12月	赤かれい	すずき	1) せごに(生)	1) 煮付け、刺の物 2) そのまま	生せごに
1月	赤かれい	舌ひらめ	1) のり(生) 2) のり(生)	1) 汁物、煮付け、佃煮 2) そのまま	ポイルせごに、ポイル風ズワイカニ
2月	赤かれい	舌ひらめ	1) わかめ(生) 2) 雲わかめ(生) 3) 雲わかめ(生)	1) サラダ、汁物、刺の物 2) 煮付け、佃煮 3) そのまま	ポイル風ズワイカニ
3月	新子(生) 赤かれい	釜揚げ新子	1) 新子(生) 2) 釜揚げ新子	1) 煮付け、煮付け、ハンバーグ 2) 煮付け、刺の物	新子、フエ(下旬) 刺の物



次の写真の中で黒い服を着てエプロンを付けている方々は我々が派遣しているマネキンさんです。店頭で試食販売してもらう方です。この左側の写真、お二人赤いエプロンと花柄のエプロンを付けている方がいらっしゃるのですが、この方々はマネキンではなくて、一般の消費者である生協の組合員さんです。ほぼ無報酬で自分達が地元の魚を普及しないとイケない。お魚を食べないとイケないという事で、自発的に自らお店に立って試食販売をやって下さっております。これで何が強いかというと、どうしてもマネキンさんだと初対面の人々にお勧めすることになるので、生協の組合員さんというのは地元の方なので、顔見知りの方にお勧めするという事で非常に効果的に供給まで進んで行っております。

こういうコアな活動をされている方もいらっしゃるのですが、皆が皆、そういう方ばかりというわけではなくて、ただお買い物に来られるだけという組合員さんもいらっしゃいますので、そういう方の為に、店頭にはこういうレシピを毎月送り込み、先程の資料の簡易版ですね、魚を食べるとこんな事があるというような事も含めてお伝えしていく事を両輪でやっております。

それが今までに至るところでどういう風になっているかというと、一番初め、平成 25 年、始めた時は 11 店舗だけで実験的に供給を開始し、非常に効果が高いという事で結局魚食普及をやった効果を何で見るかっていうと、我々は売上の数値で見るのが一番手っ取り早いねっていう事でやっています。元々このコープこうべさんと我々兵庫県漁連、鮮魚の取引はなかったのです。1 種類だけイカナゴという魚があるのですが、ちょっと特殊な商材なので、それは省いてそれ以外の魚っていうのは取引が全く 0 だったのですが、この取り組みがきっかけで、今では非常に大きな売上になってます。当初 11 店舗だったのが、2 年かけて 161 店舗まで拡大して県内のコープさんのお店ではどこでもこの取り組みの魚が買えるという風になっております。我々兵庫県漁連からコープさんに供給した魚だけがこのとれびちという名前の付いたシールを貼って供給していて、ある種、PB 化のようなかたちで進めていただいております。

この平成 27 年までのところまでは非常に数字的にも右肩上がり倍々ゲームのように増えて行ったのですが、ここから今に至る 3 年間位、横ばいから少し下降傾向になっています。それがこれから解決して行かないとイケない課題になっているのですが、それに対するアクションとして最後にちょっとお話をさせていただきたいのが、新たな展開という事で、未利用魚の活用に取り組んでおります。

「とれびち産直市」普及指導員・コープ運営委員等による店頭普及活動



兵庫県ではエイ、赤エイは、全く食文化が根付いておらず全く食べられていないのです。で、結局漁業者の人達が魚を捕りに行って捕れる魚は持って帰って来るのですが、こういう売れない魚っていうのは海でリリースしてしまうので、生態系が偏ってしまいます。そういった事も消費者の方に訴求しながら美味しく食べて海を守る事をテーマに、こういう未利用魚の開発をしていこうとの事で今取り組んでおります。

この左側の方、コープさんのバイヤーさんですけれども、コープこうべの朝礼でこういう取り組みを始めますと宣言をして、さらに売り場ではこういう風に展開させていただいております。ただ売り場でこうやって置くだけでは中々やはり全く見た事がないものは売れないので、最後のところですが、何故こういうものを食べないといけないのかって、先程少しお話したようなところも知っていただきながら、普及していただくという事でこういう販促ツールも作成して展開しています。

かなり割愛してお話させていただいたので見えづらい部分がかかなりあったかと思えますけれども、我々兵庫県漁連で取り組んでいる魚食普及活動は、調理実習をしても、この魚美味しいけど、どこで食べられるのという悩みが我々にありました。そこで、どこで買えるという出口まで作ってやっていく。尚且つこういった取り組みに使う、掛かる費用というのは学校も大体年間6千人程でやっているのですけれども、行政の委託事業等をいただきながら、基本的には持ち出しなしで活動しています。継続出来るかたちで、出口も作りながらというのがSEAT - CLUBの取り組みの方向性です。以上で活動報告を終わらせていただきます。

◆店舗水産売場での展開

◆経緯

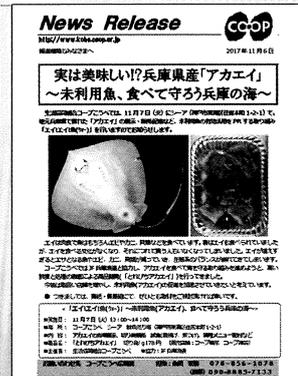
- ・平成25年7月から11店舗で実験供給を開始
- ・平成25年10月から54店舗に拡大
- ・平成26年4月から101店舗（コープ全店）に拡大
- ・平成27年10月から161店舗（コープミニ含む全店）に拡大



新たな展開 ~未利用魚の普及~



普及ツール



質疑応答

質問者:今年度6千人近く小学校のお魚講習会なさっていますが、先生方の連携っていうのですか、何名位先生候補がいらっしゃるのでしょうか。

西本 広幸氏:15人程です。

質問者:1人あたり年間10回位、それぞれがざっくりとやっているようなかたちで。

西本 広幸氏:そうですね。沢山入って下さる方と、これ以外にも個人で色々活動している方がいらっしゃるなので、沢山入っていただける方は集中的に入っていただいていますし、他に子供達への絵本を読み聞かせとかそういうボランティアをやっている方もいらっしゃるなので、そういった活動とバランスを取りながら、これる時に来ていただくというようなかたちでやって行っております。

質問者:その人達ってというのは、それぞれの人によってプログラムが異なるってというような意味でしょうか。

西本 広幸氏:基本的にはプログラムは全て我々の方で仕立てておりますので、固まったフォーマットの中でやっていただくというかたちです。その中にお魚語り部の方が大体7、8人位ですかね、いらっしゃいます。



〈報告 2〉

「活動報告」 ～魚食普及活動を考える～



神谷 友成 (かみや ともなり)

卸：中部水産(株)

2007年12月、名古屋市「食育応援隊」に参加。08年4月、販売促進部部長に就任し、魚食普及の担い手として社会貢献するよう命を受ける。同年8月、日本おさかなマイスター協会認定おさかなマイスター取得、愛知県食育推進ボランティアに参加。その他、水産庁長官任命「お魚かたりべ」として活動。

ご紹介にあずかりました神谷です。名古屋の中央卸売市場の「荷受け」つまり「大卸」に務めています。築地や豊洲の大卸と同じ立ち位置です。

流通業者なので、メーカーと違って、自社ブランドに縛られることなく、その時、その時を比較して、今年はこの産地の、こんな商品が良いとか、今ならこの産地が良いよ、って単純に比較して、アピールしたり、お勧めすることができます。

私たちの言う「魚食普及活動の目的」とは、魚を買って頂く事。もっとたくさん魚を買って欲しいのであります。したがって、もっとたくさん魚を買って頂くために、手当たり次第に活動しているのが実情です。それにはいくつかの手法、パターンがございます。

まず、「座学」です。

こんな感じで、会場や教室にたくさんの人を集めていろんな話をするわけです。例えばこれ、小学校です。体育館に小学生を集め、お魚のお話をするわけです。それから、中学生や高校生だと特設会場なんかでお話します。



魚食普及活動の実際

- ①座学
- ②調理実習
- ③体験型出前授業



画像をご覧ください。この時は、お米マイスターとご一緒させていただきました。前半戦はお米マイスターが「お米の話」を。後半、私が「魚の話」をして、それぞれが「食育」に着地するわけです。この画像は、大学の特別講座と言うことで、お魚の話を楽しませていただきました。この学生達は、将来管理栄養士になるべく、勉強をしている学生、つまり専門分野を学ぶ学生達になるわけです。

小学生から大学生まで、お魚に関連してお話をさせていただくわけですが、ある日気づいた事があります。水産業の話って、小学校3年生の社会の教科書、5年生の社会の教科書で習ってから、大学の専門分野にでも進まない限りもう習わないんじゃないか、そう思うのです。つまり、習った事を100%覚えていたとしても、小学校5年生レベル。つまり、私から見れば小学校3年生も、5年生も、その親も、ひょっとしたら先生方も、専門学部のこの学生たちもそんなに変わらない。なので、同じ内容、題材のお話でも、切り口を変えれば、どの人たちにでも聞いていただけるような気がします。

こういった「座学」のメリットは、一度に大勢の人に聞いてもらう事ができることです。でも、お話が終わり、拍手喝采があったとしても、安心してはいけません。実際に話を聞いた人たちが、会場を出た瞬間、どれだけ魚を買うか？今までよりたくさん魚を買うか？全く見えないからです。魚の購買意欲は拍手喝采では測れないのです。つまり、会場の大きさに比例して一度に多くの聴講者に向けてお話ができる反面、その人たちがどれだけ魚を買ってくれるか、成果測定が全くできないわけです。これからお見せする画像は「座学」の複合型です。例えば大学で座学を行えば、参加者の年・恰好はだいたい一緒です。小学校、中学校など「学校」では参加者はほぼ同じような世代ですが、親子教室になった途端に、年齢性別がバラバラになるので、ひとつの同じ話題で、お話をし、同じ言い回しで大人も子供も、お爺ちゃんも、お婆ちゃんも同時に「そうだ、そうだ」と言わせにゃいかんわけです。で、魚を食べてみたいと思わせなきゃいかんですから、いやはや、難しくなるわけです。

次の画像は、校長先生、家庭科の先生方、栄養教諭、給食職員などの集まり（教育委員会の研修会）です。つまり、みんな子供たちに教える立場の人、すなわち、先生やリーダーばかりを集めたところでお話をさせて頂いているワケなので、参加者の口を介して波状効果的に子供たちに伝われば良いなあという気持ちで、子どもに話す時のように、分かり易くお話をし、解説を加えるようにしています。

でもって、一番難しい「座学」はこんな感じです。小学校の体育館です。前の方から順番に、1年生、2年生、3年生という具合に座って、一番後ろが6年生。全校児童が集まっています。さらにその後ろに椅子が並んでいてPTAが腰かけています。よく見るとPTAだけじゃなく、近隣の人たちも話を聞きに来ています。この時は小さな小学校で、全校児童で102人でした。102人で79世帯だそうです。ところが保護者と近隣の人達70名が座っています。郊外に出れば、このように学区全体でお話を聞いてもらえるメリットがあるのが「座学」つまり、講演会です。でも広い年齢層に同じ話し方で、「なるほど！そうだ！」と同じように思わせるのは至難の業です。でも、せっかく世代が違う人たちが集まっている場所なので、親の威厳を示せるような工夫を取り入れて、子供たちのいる前で「さすがお父さん」「さすがお母さん」って思わせたいワケです。実は、思うことはとても大事なので…。そんなところが難しくなりますが、一度に沢山の人達にお話ができる「メリット」があることには変わりありません。

さて、次の手法は、皆さんも行っている「調理実習」ってヤツです。中央市場なので、食材の調達は得意中の得意です。

画像をご覧ください。どんな調理実習かって言うと、例えば、この画像は大学です。活きたタコを持ちこんで何か作って食べようというもの。つまり、調理と同時に「命を頂く」ことを体験してみようと言う企画です。活きた魚を調理すると、赤い血が出ます。この赤色にビックリする学生がいることを過去の経験で知っています。ならば、赤くなければ問題ないのかってことで、ヘモグロビン系ではなくヘモシアニン系、つまり軟体系のイカとかタコを使うようにするわけです。すると活きている状態からでもショックも少なく、笑顔で調理できるというワケです。調理実習も大学、中学、PTAと手当たり次第に行っています。次の画像は小学校のPTAの実習の様子です。小学生を子供に持つ親なので、若くて、きれいな人が多いです。そしてどの親も、「魚料理をするぞ〜！」って気合を入れてやって来ます。この時はたまたま、イワシの手開きを指導したんですけど…。今流行の格好なんでしょうか、この真ん中のお母さん、マフラーがまな板に付いちゃうよ。なんて心配もしなきゃいけないわけで…。さらに、最近のお母さん方は、爪のお手入れがすごく綺麗です。手開きで爪が心配だって言うんで、手袋をしてイワシを開くんですけど、それが便所掃除するようなゴツイ手袋なんで、ん〜、大丈夫かな？って。

でも、よくよく考えてみれば、調理実習に参加してくれるっていうだけ、まだましなんじゃないね。次の画像は中学生の調理実習の様子です。やはり、ショックを受けないように「お命頂戴」を経験する為、「活けダコを捌いて食べよう」と言う企画です。やはり赤い血が出ないので比較的すんなり実習できます。内臓を取り出し、塩もみをします。「みんなで協力してやってね」と声をかけると、意に反して…。次の画面をご覧ください。このスタイルになりました。一人ずつ順番に塩もみを体験して欲しかったのですが、担当の足を決め全員で同時に揉み始めるとはビックリしました。そこで思わず、「そうそう。そういうのを『引っ張りだこ』って言うでしょ！」みたいな感じで、生活のたとえ話にも結び付けられるのも実習の良いところです。

次の画像は幼稚園です。「お手伝い」というのが食育の入り口だと思います。まず最初は「混ぜる」「かき回す」ことから始めます。火も水も包丁も使わずできる最初のお手伝いです。そこで、混ぜるだけで佃煮ができるキットを開発しました。これらは、ダシの原料です。かつお節、イリコだし、塩昆布、ゴマ、スルメ、それに醤油だれです。ただ混ぜるだけ。たったそれだけなんですけど、いろいろな事が分かります。大きなボールで作っているのはこぼさないようにする為。こぼしてしまうと、つい注意したくなるでしょ。だからこぼれにくく工夫するわけです。ただ混ぜるだけ。こぼさないような工夫。どうです？この坊主の顔！「どうだ！」って顔してるでしょ！良い表情です。こんなことが大事かなって思っています。

これは特別支援学級で行った調理実習の様子です。参加する生徒の障害の程度が分からず、魚を触ったことが無いからっていうので、魚を触らせてあげようと、単純にそう思って出かけて行きました。でも、実際にはそんなレベルではないんです。80%が車椅子で、手をちゃんと握れる子が少ないのです。それでも「今日は調理実習だ」「魚を触ってみたい」



と、気合を入れて、この三角巾とエプロンをつけるだけでも30分以上かかって準備していたと聞きました。だから、そういった子供たちに何をさせたら良いのだろうか？って考えてること自体間違っていたように思えます。普段と同じように、魚に触れ、手伝ってもらおう。ちょっと支援することを加えるだけだったんですね。思うように動かない手にこちらの手を添えたうえで、彼らに手伝ってもらい、サケのチャンチャン焼きを作りました。そこで「君らが手伝ってくれたんで、超・美味しくできた」一緒に喰おうぜ。って言ったわけです。当然、彼らは大喜び。感動のものでした。後から聞いた話ですが、彼らは特別支援学級の中の選抜チーム。何らかの理由で、参加できなかった生徒がクラスに残っていたそうです。そこで、クラスに戻った彼らは「今日、魚に触って調理して食べた。すごく美味かった」と自慢げに大興奮で話したそうです。「こんなに嬉しそうな姿は見たことが無い」と先生から連絡を頂きました。

つまり、そう言った意味では、実際に体験し、食べることで大きな効果があるのが調理実習だと思います。ここまでで分かることは、調理実習は、実際に調理をすることで、それなりの魚を消費でき、調理 & 試食できる反面、一回の参加人数が少数だということです。つまり「調理実習」は、水回りと調理器具などの設備が無いと出来ません。大きな調理教室でも、シンク12台。ということは、5人1組で1回に60人しか体験出来ません。つまり、1回の参加人数が少なく、多くの人に伝えるためには、活動回数を増やさないといけないわけです。

先ほど発表された神戸の皆さんはかなりの回数をやって見えると思うんです。確かに、調理することで実際に魚を消費できて、そう言った意味では、効果測定もしやすいかもしれません。ところが、参加者は「魚を使った調理教室に参加するぞ！」って気合を入れて実習に参加しているのが実情です。実習ではできても、家庭に戻って魚料理をしているか？復習をしているか？魚を購入する割合が増えたか？などまったく見えないのも事実なのです。

次の画像は3番目の手法です。市場が最も得意とする「体験型出前授業」、こんな感じです。魚や魚を獲る道具などを学校にもって行って児童に触らせ、魚に対する親近感と、実物の漁具に触れ、漁師の大変さに身を持って触れ、感謝の念を抱かせる。つまり、生きて泳ぎ回る魚や、色々な種類の鮮魚を学校にもって行き触らせる。口の形が違うでしょ。歯の形が違うでしょ。ヒレの形が…、って感じで違いを比べたり、活きた魚やタコを泳いでいる状態で触る。ヌルヌルしてるとか、ザラザラしてるとか… こんな感じ。とにかくいろいろ体験させた後に、体育館に漁具を並べ触らせ体験させて、漁師さんってたいへんだろ？ってことを教えています。例えば、3.5kgのカツオの模型を釣らせる「疑似カツオ釣り体験」は、こんな感じですが、小学校5年生の児童だと、平均2割の児童は釣り上げられますが、8割の児童はできません。男女問わず、身長が高くないと出来ません。児童にしてみれば、本気出しかかっても8割が釣り上げられないのですから、できた人はスゲーな！って思うわけです。次の画像はアクアラングを背負ってみます。ボンベやフィンその他ウエイトが無くても15kgはありますから多分自力では立ち上がりません。そこにウエイト13kgが加わるとまったく自由に動けなくなります。この状態で「貝を獲るなんて」と体験させるわけです。実際には水中では浮力があるので、これらの重さは感じないはずですが…。

こちらの画像は、ベニズワイガニを捕獲する「カニカゴ」です。カニを獲る道具で、実際には海底に沈めて使います。君たちなら何人入ることができるのだろう。とチャレンジしているところです。こんな感じ。さらに、先ほど触った鮮魚の内、何種類かの「魚拓」をとらせます。こんな感じ。簡単な説明だけで、ぶっつけ本番で行っても、この程度できてしまいます。魚拓はあとあと

まで残る作品になるので、後日作品を見ながら、あの時、魚を触ったよな、なんて記憶が蘇るわけです。

これらの作品の活用は学校の先生方がどれだけ協力してくれるかによりますが、作った作品が次の教材として役立つことも多々見受けられるので有効的です。学校教育では「食育」の着地点が定められています。つまり、学校で行う「食育」の目標は次の6点と決まっているようです。

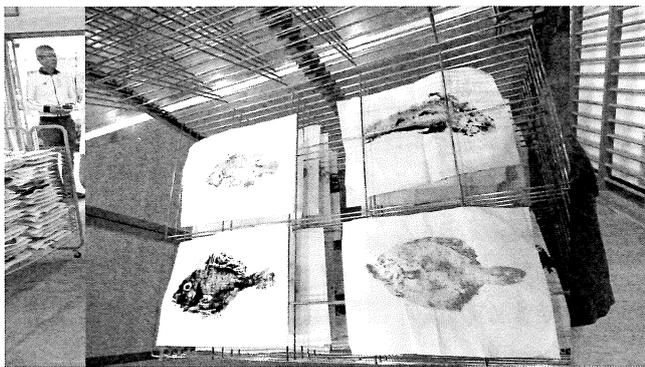
- ※食事の重要性を知らしめる
- ※心身の健康
- ※食品を選択する力を身につける
- ※感謝の心
- ※社会におけるマナーを教える
- ※食文化の継承

ここに着地しないとダメっていうルールがあるようです。ですから、これらにもう1点、

「※より良い食生活を身につけるために」を加え7点の内どれかに着地するようお話を進めて行くように注意をしています。つまり、学校に魚を持って行って触らせ、「ギャー！」って言わせ、全部一緒じゃないだろ！って体験させた後に、実物の漁具で、模擬漁獲体験して、「漁師さん、大変だね。ありがとう。感謝して食べようね」って言うことを教えるわけです。

大勢の人の前で「魚のお話」をしたり、調理実習をしたり、あれこれ持参して学校を訪ね、お魚の話と水産業の話をする。私、20年以上、やっているんですけど、全く効果が出ないと言うか、見えないと言うか…。皆さんはそうは思いませんか？やっても、やっても成果が出ないと言うか、見えません。むしろやればやるほど成果が見えなくなる。というか、効果あるんだろうか？って思っちゃうわけですよ。どうしてか？って、魚の需要というか、消費が伸びてこないじゃないですか！で、こんなに活動しているのに、「何やってんだ？お前！」みたいなこと言われちゃうわけです。

そこで、次に思いついたのが、1人で活動していても効率が悪い。だったら、「魚食普及のリーダーを作ろうや！」ということで、市場の仲間たちと一緒にあって、親やリーダー養成のためのセミナーを始めました。これが4つ目の手法です。魚食普及の為の活動



学校教育での「食育」の目標

- 食事の重要性
- 心身の健康
- 食品を選択する力を身につける
- 感謝の心
- 社会におけるマナー
- 食文化

学校教育における食に関する指導

- ※より良い食生活を身につけさせる
- ※食事の重要性を知らしめる
- ※心身を健康にさせる
- ※食品を自身で選択させる
- ※感謝の心
- ※社会のマナーを教える
- ※食文化の継承

比較して知る リーダーの為のセミナー

味比べ

鮮度比べ

リーダーを増やせば、増えた分だけ、10倍、20倍と、波及的に増えていくかも、と思ったわけです。

これはその一つ。親子教室での様子です。そこで、何をしたら良いかって考え、そのリーダーや親たちに、もっと魚を分かってもらおうと、セミナーでは、「味比べや鮮度比べ」をやってみました。ちょっと想像してみてください。今、水槽からすくってきたばかりの活魚を刺身にした物と、昨日メて熟成させたものを刺身にして食べ比べるのです。

親子教室では、子供に教えるふりをして簡単な言葉を使いながら、実は親に教えます。右側で箸を握っているこの児童に注目してください。彼女は魚を捌いた経験は全くありません。会場で突然、指名されました。この児童にいきなり包丁を握らせ、「こうして、ああして」って言いながら、魚を捌かせます。本人は「今まで包丁握ったことありません」って言いながらも、結果、さばけちゃうんです。もちろん、上手、下手は別ですよ。でも、活魚から刺身を作るところまで、できちゃうわけです。できたところで、「味見当番」。今、自分が作った刺身と鮮度の違う刺身を食べ比べる。当番として、みんなより一足先に食べ比べるわけです。そして、食べ比べて何がどう違うかを彼女の口からみんなに伝えてもらうのです。みんなはそれを聞いて、何が違うかを想像する。そういうことをやってみます。ほら！子供の目を見てもらうと分かるのですが、真剣に見ているでしょ！どうです？ほら！この子も、この子も！その位、真剣に食べる事について見ているという事なのです。彼女の言葉が頭に残っているうちに、みんな同時に試食してみます。さあ、言葉の意味が分かったのでしょうか？という具合です。言葉で違いを伝える。言葉で違いを知る。そんな体験をさせるわけです。この反応は小学生だけのモノでしょうか？

専門分野を学ぶ大学でやっても、ほら！このとおり。これは2種類の製法の違うカマボコの食べ比べ。味見当番です。ほら！この学生の真剣な眼差し！小学生と変わらないでしょ！ほら！やはり、食べること、特に「違い」には興味があるようです。

人の意見を聞き、どう違うかを想像する。それから実際に食べ比べて、どう違い、人にどう説明するかを身をもって体験する。そこから、自分の好みを選択できるようにする。そんなセミナーです。ところがやっぱり、そのセミナーが終わって、参加者が会場の扉を出た瞬間、それで、魚を買うんだらうか？食べる頻度が増えるんだらうか？魚を買う？買わない？全く見えません。魚をたくさん買ってもらう事が目的の魚食普及活動ですが、効果が全く見えないわけです。セミナーの効果ってあるんでしょうか？これで良いんだらうか？その場限りになっているのでは？と、グルグル頭の中を思いが駆け巡ります。皆さんはいかがですか？

例えば、子供たちに、好きな魚料理は何か？って聞くと、この10年も20年もの間、刺身、寿司はダントツで上位。これは変わらない。焼き魚や煮魚も顔を出すけれど、「好き」なベストテンにも「嫌いな」ベストテンにも同じように出現する。好きでもあり、嫌いでもある？つまり限られた魚しか食べていないというワケです。そんな傾向があります。

効果測定が難しく、 その場限りになり易い

好きな魚料理 刺身 寿司 → 放っておいても人気ある商品 お寿司 刺身 切り身

皆さんの努力のおかげで → 魚は健康に良い ヘルシーな食べ物
子供に食べさせたい
浸透している

目的は「魚を買ってほしい」 → 食べて欲しい

さらに、もう一つ分かっていることは、皆さんが頑張っていて活動してくれているおかげで、「魚はヘルシー」って言うことは消費者には広く伝わっているようです。これは、アンケートの結果、世のお母さんたちは、「ヘルシーだから子供にもっと魚を多く食べさせたい」と思っている割合が高

い事でよく分かります。つまり、魚は健康的な食べ物だ。発育途中の子供たちにもっと多くの魚を食べさせたい。特に給食に期待している。と、ここまでは浸透しているわけです。ところが良く考えると、給食は週5回、しかも昼だけです。魚をもっとたくさん食べてもらう為には、家庭での出現率を上げないとダメです。つまり家庭で、「魚をもっと食べて欲しい」「もっとたくさん買ってほしい」「食べさせたい」わけです。

そこで、こんなふうに考えました。自宅で簡単に再現できて、思わず魚が欲しくなる。しかも魚、最大のセールスポイント、多い魚種を自ら選んで食べさせる仕掛けは何か？って。刺身と寿司は放っておいても売れる。切り身も売れる。売れていないのは「丸魚」っていうことで、丸魚（ラウンド）が欲しくなる仕掛けを作ろうと言うことで、こんなことを始めました。これが今日の発表のキモの部分です。

一人でやってもダメなので異業種、つまり畑違いを巻き込んで、「連携」を意識しながら始めたのが「耳石を集めよう！」って言うテーマで行うセミナーです。脊椎動物には、平衡感覚を保つために三半規管と言うのが耳の奥にあります。その三半規管の中には炭酸カルシウムでできた「石」が入っています。「イシモチ」という名前の魚がいますが「石持ち」つまり石を持っている。その石こそが「耳石」の事なのです。その「耳石」を集めよう！って言うことを考えたわけです。

耳石は頭蓋骨の中にあります。つまり、「頭」さえ付いていれば、煮魚でも、焼き魚でも、開きでも、干物でも、料理方法は問いません。何からでも採取できます。炭酸カルシウムできているということは貝殻と同じ。直接火にかけない限り調理程度では壊れません。ところがこの「耳石」は、魚が大きければ耳石も大きいかと言えば必ずしもそうではありません。さらに魚の種類によって形が全部決まっています。つまり、魚を見れば耳石の大きさや形が分かり、耳石を見れば、その魚の「種」が特定できる。さらに採取における難易度は「魚種」によって決まっている。そこで、「自分で食べた魚から、自ら採取する」を唯一のルールとした、「耳石ハンター」になりませんか！！って呼びかけているわけです。

「耳石」との出会いですが、たまたま高校時代の恩師に合う機会があったところ、その先生、実は、耳石の権威でした。で、「先生、ちょっと力貸してください」ってことで、活動が始まったわけです。先生に絵を書いてもらって、採取の難易度をレベル分けしました。これ、「★星ひとつ」で見つけやすい。つまり「やさしい」。「★★星2つ」はやや難しい。「★★★星3つ」レベル3は難しい。レベ

熱中できて、自宅での再現率が高く丸魚が欲しくなる「何か」を探そう！

で、こんなセミナーを始めました。

隠しテーマ、「連携」を意識して！

大紅文雄（奈良文化財研究所客員研究員）

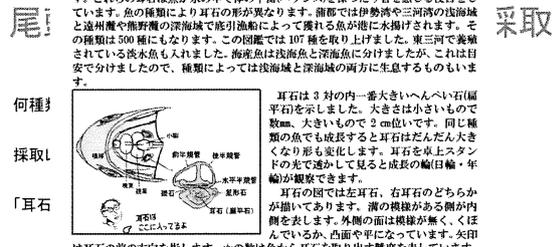
魚(硬骨魚)の頭の中には炭酸カルシウムでできた耳石が大小3対(合計6個)あります。これらの耳石は魚が水の中で体の平衡(バランス)を保つたり音を感じる役目をしています。魚の種類により耳石の形が異なります。前者では伊勢湾や三河湾の浅海域と遠州灘や熊野灘の深海域で底引漁船によって獲れる魚が池に水揚げされます。その種類は500種にもなります。この図鑑では107種を取り上げました。東三河で養殖されている淡水魚も入れました。海産魚は浅海域と深海域に分けましたが、これは自宅で分けたので、種類によっては浅海域と深海域の両方に生息するものもいます。

採取

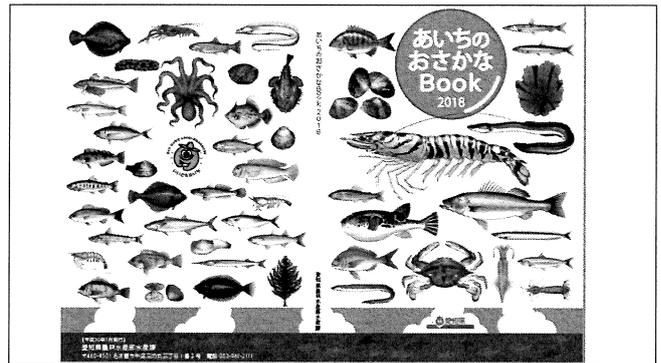
耳石は3対の内一番大きいへい石(扁平石)を示しました。大きさは小さいもので数mm、大きいもので2cm位です。同じ種類の魚でも成長すると耳石はだんだん大きくなり形も変化します。耳石を卓上スライドの光で透かして見ると成長の輪(日輪・年輪)が観察できます。

耳石の図では左耳石、右耳石のどちらかが描いてあります。溝の模様がある側が内側を表します。外側の面は模様が無く、くぼんでいるか、凸面や平になっています。矢印は耳石の前の方向を指します。*の数は魚から耳石を取り出す難易度を表しています。

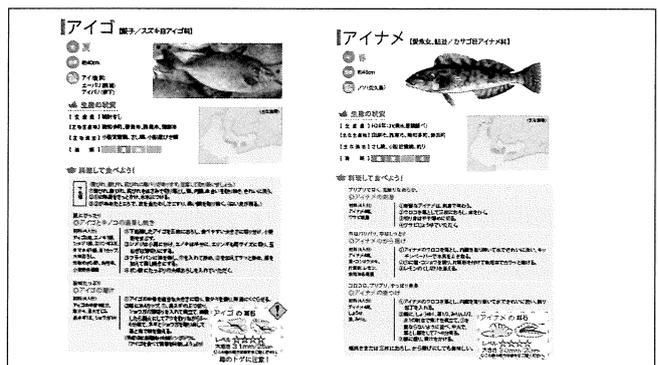
****・見つけやすい
 ***・やや見つけにくい
 **・見つけにくい
 *・超見つけにくい



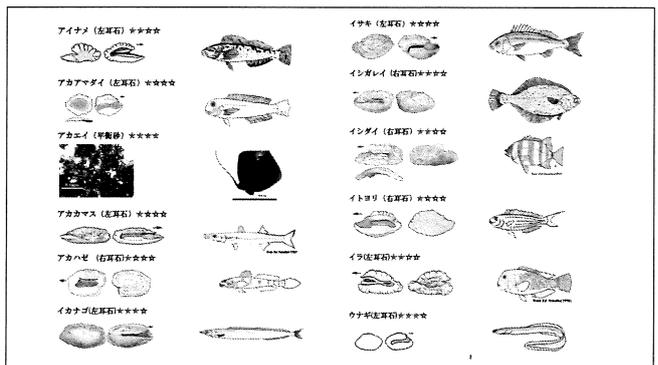

ル4になると超・難しい。ピンセットに顕微鏡が必要だぞ。みたいな。そんな「世界」を考えたわけです。画面をご覧ください。ハイ、こんな感じです。いろいろな魚から耳石を採取してファイルします。こんな感じで大きさも形も違います。これ！「スズキ」です。スズキの耳石はこんなにデカいです。例えば「イワシ」は超・難しいです。これ！薄っぺらで小さく1.2ミリほどしかありません。せっかく見つけてもピンセットでつまむと、勢い余ってパリんと割れちゃったりして…。割れると、皆さんやってみると分かるんですが、とても悔しいですよ。でも、この「悔しさ」や、上手に採取できた時の「うれしさ」や「達成感」が結構、起爆剤になるんですよ。そこで、愛知県の水産課が発行している「あいちのおさかな BOOK」に耳石の採取方法、採取レベルに耳石の形のスケッチを載せることを提案しました。これで耳石の教科書の出来上がりです。言うのは簡単ですが、お願いし、調整し、チェックするのは結構大変でした。で、出来上がった「あいちのおさかな BOOK2018」こんな感じです。愛知県のどこで獲れて、地方名は何で、旬はいつごろ。どんな風にして食べると美味しく、直売店はどこにあるか。などに愛知の魚の参考書です。



これ、見てください。「アイゴ」の耳石は25センチの魚から3.1ミリの耳石がとれて、採取レベルは2。つまり、やや難しい。レベル2までは素手だけで採取できます。愛知県のこのあたりで漁獲され、代表的な料理方法は、ほらここに書いてある。って具合です。さらに、こんな「ペラ」も作りしました。こんな魚で、こんな恰好をしてる。耳石の採取レベルは3で、こんな形だぞ。こっちは、こんな形でレベル1だぞ～。2だぞ～。ってね。



今見て頂いているのは、愛知県蒲郡で水揚げのある魚、100選の魚と耳石の採取レベルと形を一覧にしたモノです。こんな資料を使って去年1年間「耳石」を切り口に、色々な講演、セミナー、調理実習などを行ってきました。すると、思ったより喰いつきが良いと言うか、効果が見えてくることに気がついたので紹介します。



例えばこんな感じ。1例を紹介します。この時は、愛知県立三谷水産高校の食品科棟の教室を借りて行ったセミナーです。水産高校と連携して行ったセミナーですので、ここに



いるのはボランティアとして手伝ってくれた水産高校の生徒たちです。当然、参加する子供たちに教えられるように、前もって耳石の話をレクチャーしてあります。そして、さらに仕掛けが準備してあります。異業種との連携です。会場の設営や、現状復帰、ゴミ捨てや、後片付け、清掃、教室までのアテンドなどは地元のボーイスカウトと名古屋から遠征したボーイスカウトの2つの団にお願いしました。もちろん、一般参加者同様、一人500円の会費を払った上で、セミナーに参加してもらったことは言うまでもありません。ボーイスカウトの礼儀正しい姿勢と元気の良いアテンドは、参加者の親子15組に、すがすがしい印象を与え、主催者側（蒲郡地魚普及実行委員会）も、ボーイスカウト側もウィンウインの関係が築け、お互いが感謝です。

手順はこうです。主催者側のスタッフがボーイスカウトのそれぞれの班を指揮。会場設営、駐車場案内、備品チェックなど準備を整える。開始時には全員が参加者として受講。セミナー終了後、ボーイスカウトは会場の現状復帰、清掃などを行い終了とする。セミナー中は、三谷水産高校のボランティアがグループ分けしてある参加者の班を支援する。セミナー前半は座学。魚の基本に耳石とは何か？のお話を聞く。耳石採取の予行演習。煮干しの解剖で感触をつかみ、後半の調理実習へと進み、「ごちそうさま」を合図に耳石採取に取り掛かり、採取後ファイルする。こんな感じで進めます。

「煮干しの解剖」で、魚の構造を学んだ後、予行演習。煮干しから耳石をとって、これが耳石だ！みたいな実習をします。うまくできない親子には、水産高校の生徒さんについて個別に教えます。教科書として資料が配布してあります。その中のカタクチイワシの煮干しですから、耳石の形はこんな恰好をしていると見せてイメージさせておいてから、実際の煮干しで耳石をとるわけです。また、予行演習をしてから、鮮魚を使った、調理実習へとステップアップします。

この調理実習は、皆さんが行う調理実習とは目的がちょっと違います。つまり、調理することが目的ではないので、色々な魚種を準備して、ランダムに種類を選び食べさせます。つまり、全員同じ魚（同じ魚種）を調理するわけではないということです。準備した魚の多くは、ウロコをとって、内臓も出しておきました。時間短縮のためです。魚が欲しい。食べたいと思えば、次のステップとして、自然に調理に結びつくと考え、今日は「食べたい」「欲しい」と思わせることだけに専念しました。なので、上級者向けにウロコも内臓も付いたままの魚は1種類だけの準備にとどめました。一般の参加者は、魚の処理は上手にはできません。でも最初はそれでもOKです。細かい事は言わないように、巡回して個別に指導します。

でも、ここで、食品ロスについてどう考えるのだと指摘を受けることがあります。子供にこんな何種類もの魚を食べきれないのに食わせるのか？多過ぎやしないか？とのご指摘です。なるほど、分かっていますが、あえて「最初のステップ」だからと言うことで、やり切るようにしています。なので、子供たちは、上手に食べれないけれど2種類、3種類の魚を食べます。もちろん、馬鹿でかい魚は最初から準備していませんが…。

耳石採取は煮ても焼いても、どんな料理でもできますが、一番簡単ってことで煮魚を作ります。市販の調味液を薄めたものをフライパンや鍋に入れ、尾頭付きの魚を放り込む。火がとおったら出来上がり。それが基本です。「魚三秒水洗い」や「湯引き」はテーブルを回りながら、参加者のレベルに合わせて、個別に教えることにしました。出来上がったら、全員で昼飯にします。さっき予行演習で使った煮干しで出汁をひいた味噌汁と今、自分たちが作った煮魚で黙々と昼飯を食うわけです。食い終わったら、ここから今日のセミナーが始まります。

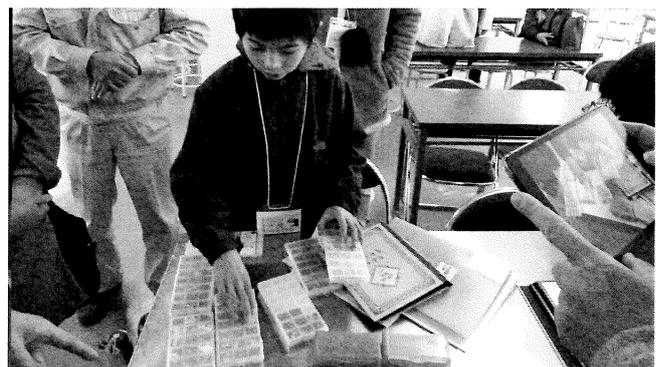
食い終わった骨から、頭蓋骨を探します。頭蓋骨から耳石を探そうぜ！ってことで探し始めるわけです。当然、お皿の上は、ベチャ、ベチャ。ぐちゃぐちゃになるのですが、ま、良いでしょうと言うことでやらせます。細かい事は言いません。最初ですから。2回、3回とやると、どんどんきれいにできるし、子供自ら、「きれいに食べると、耳石ってとり易いね」って気づくのです。その「気づき」も欲しいから、あえて自由にやらせます。昔の人は、煮魚を食べ終わったお皿にお湯を足して飲んだのですよね。スープの代わりにして。骨湯。ま、そんなことも個別に説明したりするわけです。



で、ここからがおもしろいです。みんな一斉に耳石を探します。耳石を発見すると子供たちは思わず「あったー」とか「見つけたー」と声を出します。指導者も、それを確認して「あったー」「見つけたー」とわざと大きな声を出すと、あら不思議、見つからない人が焦ります。というか、「よし！」と力が入ります。達成感や、悔しさ等から「熱中する」スイッチが入るんでしょうね。

この画像は、見つけた耳石を並べたところです。この小さい耳石は、さっきの予行演習で煮干しからとったカタクチイワシの耳石です。こっこのこの形はクロムツだと思います。で、自分でとった耳石はファイルさせるようにしています。こんな感じ。これで、2～3種類の耳石を集めたことになります。そこでさらに説明を加えます。「イシモチ」って魚がいます。イシモチってどうしてイシモチって名前かって言うかと言えば「石持ち」つまり石を持っている。その石って「耳石」の事だよ。しかも、こんなに大きい。レベル1だから誰でもとれるよ～。するとどうでしょう、例えばこの位の教室、50人くらいの参加者がいたとします。お昼にセミナーで煮魚を食べたばかりなのに、セミナー終了後、帰りに魚屋さんに寄って「イシモチ」を買って帰る親子が何組かいるのです。イシモチの大きな耳石をとってみたいから。「あれからイシモチを買って帰り、早速、煮魚にして耳石とりました」ってメールをもらうわけです。あれ？昼に魚食べたのに、また魚、買うんだ。買って！！と言わなくても買ってくれるんだ。「欲しい」って思うことが重要なんだ。ってつくづく思うわけです。調理が目的ではなく、魚を食べること、食べたいと思わせること。つまり魚を買ってもらう事が目的なので、ある意味成果が見えるオペレーションだったわけです。魚を食べたその耳石を集め、ファイルする。その方法と楽しさを教える。というか、一緒に体験するオペレーション。その道具はほとんどが「100均ショップ」で手に入ります。

この児童は夏のセミナーにも参加してくれました。その時は30種類位の耳石を持っていました。つまり、30種類の魚を食べたわけです。で、年が明けて2月のセミナーにも参加してくれたんですが、その時には113個、しかも、教えたとおりちゃんとファイルノートと一緒にきれいに整理してありました。113種類と言えば、おそらく、スーパーで販売されている魚、全種類です。たぶんそれだけじゃないと思います。そのほかにも、「未利用魚」と呼



ばれているものも食べて集めていると思うのです。

話をきいて気づくんですが、こうやって「耳石」を集め始めると、マイワシとカタクチイワシは違う。イシガレイとアカガレイは違う。耳石が違うから。今までは、「昨日も魚。で、今日も魚〜？」って言ってた子供が、種類が違うから、違うんだ。って言うようになる。魚の種類がたくさんあることが分かって、それぞれが欲しくなる。つまり食べるようになるわけです。「欲しい」となれば、「お母さん、買って！」と繋がるワケです。自ら欲しいと思わせる。種類が多いのが水産物の特徴。丸魚を買わせたい。頭さえ付いていれば料理方法は選ばない。集めているうちに食べ方、調理方法、旬、好みなどいろいろ分かって来る。「耳石ハンター」、この手法も一つの方法かな。と思ってあちこちで行っています。

次の画像は、この児童が地元の新聞で紹介された時のものです。2月のセミナー時に113種持っているって言ってました。この時のセミナーで114番目、キハダマグロの「頭」を提供したのですが、新聞取材時には121種類になってました。またコイツ新しい種類を食べたなって思うわけです。ま、こんな子供がいっぱい出てくれればなあと。

皆さんもやってみませんか「耳石ハンターのオペレーション」。いろいろご指摘はあろうかと思いますが、最初のステップってことで…。魚を欲しくなる、食べてみたくなる「仕掛け」ということで参考になれば幸いです。今日は実際に作った「あいちのおさかなBOOK 2018」を持ってきましたので見て頂ければ良いかなと思います。また、集めた耳石の一部、実物も持ってきました。合わせてごらんください。以上です。



〈報告3〉

共創による魚食普及活動



小谷 一彦 (こたにかずひこ)

流通・販売：八尋ビジネスサポート(株)

(株)イトヨーカドーに入社し、首都圏の店舗で鮮魚売場を担当後、首都圏、東北、中京、関西での仕入れ担当。商品部で約25年間、商品仕入れ、開発に従事。現在は量販店水産売場や水産加工業者等へのコンサルタントを行う。お魚かたりべ。

八尋ビジネスサポート(株)の小谷一彦です。本日は宜しくお願いいたします。魚が売れない、売れないのはなぜ？。魚食が落ちていると言われ続けています。原因は、いろいろとありますが、複合的に重なりあっていると思います。そのひとつとして、私の経験からお話しをしますと、量販で扱ってきた魚はいつのまにか『物』にしてしまったのではないかと考えています。生き物である魚が工業型の『品物』にしてしまったようです。対面販売で魚を売っていた街の魚屋さんの販売方法から、量販店ではセルフによる販売手法がとられるようになり、『量の販売』が中心となっていきました。

そして量を売るため、量を確保する為に発注という仕組みを作りました。ボタンキーひ

とつで北は北海道から南は鹿児島まで、国内外含め、発注で魚が得られる仕組みを作ったわけです。システム先行のなか、量販は魚を受発注にのせる為、漁業者、産地市場、漁協さんへ説明にまわり仕組み化をはかりました。これらは、市場外経由の商流/物流にも繋がり産直の名称で浸透していきました。

ただそうは言っても、実際に販売をするのは売り場の人達です。発注の仕組み、ボタンキーひと

魚食普及活動報告

共創による魚食普及活動事例
～大分県産魚かぼすプリ～

2018年3月02日
八尋ビジネスサポート株式会社
代表取締役 小谷一彦

八尋ビジネスサポート(株)

住所)中央区築地7-11-12 中銀築地604



自己紹介

代表取締役 小谷一彦

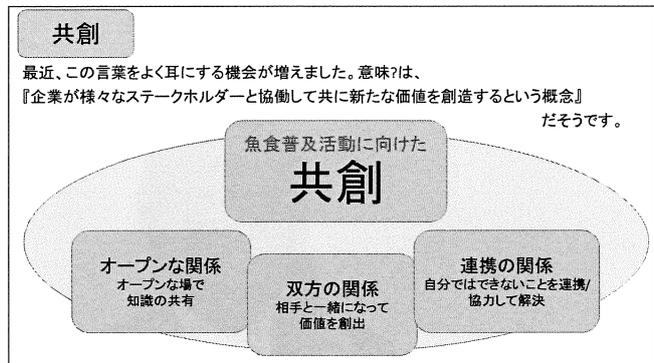
事業内容 水産を主とした商品、企画調達
コンサルティング

(株)イトヨーカ堂に入社後、千葉県・神奈川県内の鮮魚売場を担当。1992年以降、首都圏、東北、中京、関西での仕入れを担当。商品部において約25年間、商品仕入れ、開発に従事。

2012年より お魚かたりべとして『魚食普及活動』を行なっています

つで何でも届くといった仕組みのなかで仕事をしていると、全員とはいえませんが、いつのまにか『生き物であった』との認識は薄れがちになってしまったのかも知れません。魚を大切に扱おう、丁寧に売ろう、技術を磨いてより価値をつけて売ろうとの意識も薄れがちとなり、なにより小売現場と、産地、中間の方々とのコミュニケーション不足は課題です。

今回、お話をさせていただきますのは、このような課題を交えながら、活動をさせていただいた事例となります。切り口としてはタイトルにあります『共創』の概念です。意味は『企業が様々なステークホルダーと協働して共に新たな価値を創造する』。この概念を『魚食普及に向けた共創』というかたちに置き換えました。主となる三つの基本的な考え方として。



- ・一つ目はオープンな関係。オープンな場で知識の共有をしましょう。
- ・二つ目は双方の関係。相手と一緒に価値を創出しましょう。
- ・三つ目は連携の関係。自分では出来なかった事を一緒に協力してやりましょう。

ということです。これらの手法を使った切り口で行いました。

対象として、大分県のフレインという食品スーパーで行いました。

ここで、地元の魚食普及拡大に向け、大分県産カボスぶりを使用しての活動を行いました。取り組みに至るきっかけは大分県には県産魚の日、運営委員会というのがありません。これは市場、生産者、販売流通、消費者、行政といった県内の水産業界、関係者が一体となり県産魚の普及活動を行なう組織です。

今回、生産者、漁協、卸売市場、県行政と食品スーパーが一体となったの取り組みをめざしました。まずはオープンな関係、市場の両荷受関係者を交えたオープンな場をつくりました。そしてこの取り組みにあたり先ず、横串をはかる打ち合わせ、これを重ねました。そうする事によって、皆さん方とのベクトルが同じ方向に向き、複数の知見、失敗談が共有できました。

計画は、数値計画も立てました。魚食普及活動は数値にならない、見えないと言われます。それは何故かと言ったならば、魚食普及

<取り組みの概要>
大分県産魚の消費拡大を目指す、『おおいと県産魚の日運営委員会』とともに、県産養殖ブランド魚『かぼすぶり』フェアを行いました。

漁協・卸売市場・県行政・スーパーが一体となり協力

当日は
地元のマスコミ取材/
報道もあって。
活況感も増しました!!

今回の取り組みは、『魚食普及推進』に向け、漁業者、漁協、漁連、荷受、仲卸、県行政と食品スーパーとが一体となり計画を立案しました。

<取り組みに向け>
横断的な横串をはかる打ち合わせを行いました。
消費者に喜んで頂ける方法をともに話し合い共有をしました。

生産地(津久見市)に出向き、生産者の方々と主旨の共有。

オープンな関係
オープンな場で
知識の共有

全員のベクトルをあわせました。

の計画は数値化されにくく、計画/数値の反省がされていないからだと思います。また小売りにとっても販売した魚が、魚食普及に繋がるという考え方は薄いと思います。そのようななか今回、運営委員会のメンバーと小売りとが連携し魚食普及活動につながる計画をつくりました。

当日は、先ずお客さんに喜んで頂くとともに、子供達に魚を美味しく食べてもらい、購入して頂きリピーターを増やす循環した経済性が伴う魚食普及活動に向けた計画を立案しました。経済性が伴うこと、これは大切です。そうでないとイベントで終わってしまいます。将来を見据え、子供達に魚を美味しく食べてもらう。そういったことに向けた仕掛け作りが必要です。その為に、大分県のユルキャラ、『めじろん』を大分県の行政からお借りしました。因みにこのなかに入っているのは、フレインの広報の女性です。社内全体の取り組みであり、売場でないメンバーにも入ってもらい子供達とのふれあいをしました。試食については、お客さんに喜んで頂くことを念頭に食べやすいしゃぶしゃぶを400人分を用意。それとしゃぶしゃぶ以外のメニュー提案として、大分県産カボスを使ったメニューも用意。ユルキャラを登場させ、ぶりを丸ごと並べ、子供達にとって身近な魚になってもらうと言った、切身だけでなく、丸から加工された切身、刺身まで子供達にも見てもらう。子供達に触れてもらうといった主旨で品揃えを行ないました。さらに漁業者

に来店して頂き、直接に説明をして貰いました。海の色、波の様子、海風の香り、こういったことを知る漁業者の方に来ていただいたことにより、浜の様子が伝わりました。

試食したお客さんの声としては、しゃぶしゃぶにすると、いつもの倍以上食べられるわとのお言葉を頂きました。やはり魚食普及のポイントはこれだと思います。一般的な刺身醤油の試食で食べて貰っても魚食は増えません。それからお客さんの認知度の低い魚を販売しても販売量は期待できません。リピーターにも繋がりにくいと思います。その

点、ぶりや、しらすは小売りの売り場で広く売場が取られています。大きく面が取られている魚で、倍売れる仕掛けをどうするかといった提案をするべきだと思います。メニュー提案も、しゃぶしゃ

実施に向け、販売計画と数値計画を立てました。

運営委員会全員

『今回の取り組みが新たな魚食普及推進に繋がるケーススタディにしたい』との思いを持ち、計画を立案しました。

<計画にあたり>

お客様に喜んでいただく。

未来ある子供達に、魚を美味しく食べてもらう。そして、購入して頂き、リピーターを増やし、循環的な経済性が伴う魚食普及推進活動になるように立案しました。

大分県ユルキャラ
メジロンも登場



そのために、どうするか!!!
そこからはいりました。

<計画>

- ①食べやすいしゃぶしゃぶの試食。400人分。
- ②品揃えの拡充。
しゃぶしゃぶ以外にラウンド〜大分県地域メニューゆうきゆうまで10アイテムの取り揃え。
- ③ユルキャラを登場させ、ラウンドを置き子供達にとって身近な魚になってもらう。
- ④生産者にも来店して頂き直接説明をして頂く。
- ⑤チラシ投入。告知。社内各部署との連携



結果/お客様の声

大好評!!!

かぼすぶりのしゃぶしゃぶ

お客様の声。

しゃぶしゃぶにすると、いつもの『2倍以上食べられるわ』

関連商品として。

県産品かぼす、かぼすみりんの品揃えなど。より地域性を重視した取り組みになりました。さらに店内一体となった取り組みとして、惣菜部のかぼすぶり大根/ぶり握り寿司を連動。



ぶにすると倍は食べられます。きっと刺身だとお魚の好きな方も、ひとつの魚種の刺身で、2切、3切位だと思います。でもしゃぶしゃぶだとどうでしょう。明らかに倍以上食べられます。さらに関連販売として、カボスぶりの握り寿司、ぶり大根、青果のカボス、グロッサリのカボスぶりのすだちを並べ関連販売を行いました。

結果、当日はカボスぶりの販売量が通常の8倍。大分市内でも圧倒的な販売量でした。水産部の売上も通常4割増。なんとその日の半分はカボスぶりでの売上。お店全体でも来店客数が増え、他部門の売上にも波及しました。更に12月は県内食品スーパーにも拡がり月間の大分市場のカボスぶりの出荷数も大きく伸長。県全体の波及効果に繋がりました。次回は、大分県産ヒラマサを計画しております。新たに地元食品メーカーさんにも参加して頂き、今回の成功事例から、さらに進化させた魚食普及活動に繋がりたいと考えます。

最後に、私が思うには、魚食はまだまだ伸びしろがあると思っております。ただ活動は個々ではなく、もっと社会での取り組みで行なうべきだと考えています。共創の連携の関係、双方の関係、オープンな関係を用い、直接、水産に関わっている生産者の方、漁協さん、卸売市場の方、行政さん、小売だけでなく、食品メーカーさん、学校、研究者の方、料理教室、料理家の皆様など、個別でなく、もっと社会で取り組む事が必要ではないかと考えます。

/当日の検証/

- ①かぼすぶり販売量『通常の8倍』。
大分市内1番。圧倒的な販売量。
- ②フレイン下郡店水産部の売り上げ、前年の『4割増』。
売り上げの『50%』が、かぼすぶりとなりました。
- ③下郡店全体でも、来店客数/売り上げ増。
かぼすぶり効果で、お店全体も伸びました。
まさに『魚』で来店客増に繋がった結果になりました。

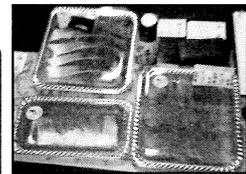
さらに12月月間、大分卸売場出荷のかぼすぶりも大きく伸長。

県内全体への効果に繋がりました。

<次に向けての準備>



ブリの次は『ヒラマサ』を計画
オープンな打ち合わせ



地元食品メーカーさんとの連携
打ち合わせ

/最後に/

今回の手法により『魚食』は、まだまだ伸びしろがあると手応え。

横断的横串を『共創概念』でベクトルをあわせ。

連携の関係
自分ではできないことを連携/
協力して解決

双方の関係
相手と一緒に
価値を創出

オープンな関係
オープンな場で
知識の共有

今回の生産者/漁協/卸売市場/行政/小売だけでなく、
次は、食品メーカー/学校/研究者/料理教室/料理家のみなさん含め、

個別から社会で取り組むことが必要ではないかと考えます。



〈報告 4〉

魚食普及活動交流会 活動事例報告



黒田 孝弘 (くろだ たかひろ)

加工・販売：(有)まんてん。

愛知県豊橋市で主に「目ヒカリ」に特化した水産加工を行う。学校給食に良く使われる「目ヒカリ」の認知度を高めるために、「目ヒカリの料理教室」を首都圏や関西の大学・短大などの栄養士専攻学生向けに行っている。おさかなマイスター。

私は加工という立場で今回参加させて頂いております。創業して14年目の会社です、元々食品の卸売業に従事しており、14年前に脱サラ、製造業の方に入りました。愛知県の豊橋市で生まれ育ち、そこで創業を致しました。私が今一生懸命やっている「目ヒカリ」は隣の愛知県蒲郡市で水揚げされたものを加工し、愛知県を中心に学校給食へ販売を行っています。私の会社の役割は、愛知県を中心として全国に魚「目ヒカリ」を伝えていきたい。国内の魚の価値高め、漁師を含め、水産業に携わる方達（私も含めて）の地位を向上したい。そして、子供たちにも価値ある魚を、子供の頃から知って頂きたい、当社の軸足は学校給食にあります。

平成19年に蒲郡の仲買いさんから、「目ヒカリ」が売れないから助けて欲しいと相談を受け、当時「目ヒカリ」という名前では、愛知県では魚が売れず、佃煮屋さんは「沖ハゼの佃煮」という名前で流通し、おせちの甘露煮等も「目ヒカリ」でない為、よく言う未利



有限会社まんてん. とは...

- * 有限会社まんてん。
- * 豊橋市神野新田町ヲノ割40-1
- * 平成16年9月21日創業(現在14期目)
- * 社員数20名(パート含む)
- * 愛知県蒲郡市で水揚げされた魚を加工し、
- * 愛知県を中心とした学校給食へ製品を供給している



有限会社まんてん. の役割

- * 愛知県をはじめ全国の魚を世の中に伝えていく
- * 国内の魚の価値を高め、水産業に携わる人達の地位向上を目指す
- * 価値ある魚を、子供の頃から知ってもらうため、全国の学校給食への普及を続ける



用魚でした。美味しいけれど売れない。仲買
いさんも大変困っていました。確かに水揚げ
の量は多いですが、中々値段がつかず、蒲郡
市の隣の豊橋市で育った私ですが、この魚を
全く知らず、紹介され初めて食べた時、美味
しいと自分が率直に感じました。まだそんな
に私が販路持ってなかった学校給食でこれ
をどうしても根付かせようと思いました。

私は子供の頃食べた給食のことが記憶に
残っていて、ソフト麺やココアパウダーと
か大人になっても懐かしく、食べたいと思
う事があります。学校給食には平成19年か
ら提案を始めましたが、栄養士の先生が知
らない魚を子供に食べさせたくないという、
最初のハードルは高く、親御さんに何て説明
すればいいのか、この分からない魚の栄養
価が鮪、鰹に比べて鉄分が約3倍くらいあ
り、カルシウムがししゃも、ワカサギの約2
倍位ありますという話をしても、「目ヒカリ」
自体を知らない先生に中々伝わらず、3年位、
全く実績がつきませんでした。しかし挫け
ず、すこしでも風穴をあけたいという気持
ちでお願いに参り、平成22年、大阪の高石
市という所で初めて給食として採用して頂
きました。

そこから現在に至るまでに要望があり、栄
養教諭の先生が子供に伝えたいと言われ、小
学校4年生の2クラス、毎年同じ12月に高
石市の小学校へ行っています。

愛知県も地産地消が高まり、震災以降、福
島の方にも給食として「目ヒカリ」を、西は
福岡の方まで商品を送らせて頂いています。

現在、食育の活動を始めたのが平成24年
位ですが、出前授業を行い、直接魚を持ち込
み、子供達にさばいてもらい、から揚げにし
て食べる所までを行なっています。

私は、栄養士の先生や栄養教諭の方にお願
いしているのは、親御さんにも参加して戴き
たい。

ここから本題・・・



活動内容(取組の背景)

- * 平成19年、愛知県蒲郡市で水揚げされる未利用魚であつた深海魚「目ヒカリ」を知り、その活用と販売先を検討。食文化として根付く方法はないか考え、先ず学校給食への利用を提案した。
- * 苦労した点が、学校給食の現場や栄養士の先生にヒカリを伝えても子供達に知らない魚を食べさせたくなど中々実績がつかず、3年と言う時間だけが経過しました

活動内容

- * 平成22年に現在も出前授業に毎年定期訪問させていただいております、大阪府高石市立取石小学校で初めての学校給食として採用
- * 翌年以降、愛知県下で提供開始。現在は福島県から福岡県までの全国20県で採用されている
- * 平成24年、食育活動を開始し、現在、豊橋市の教育委員会を通じて市内の小学校等で食育授業として、地元の魚を知る機会を増やすことで地産地消を進めた

取組成果

- * 地元、愛知県内の各市町村の学校給食での使用のほか全国にわたり広域で使用されている

子供に伝えた事を、親御さんにも伝えたいという思いがあります。最近豊橋市では子供が「目ヒカリ」を知っていて、親が知らないという現象が起きています。子供を通じて親に伝えたい。油調理をするから危ないので、親御さんに来て欲しい等と言い、親御さんを巻き込んだ出前授業を行うようにしております。

取り組みの結果・成果として、地元愛知県の献立にあがった95%位が当社から供給させて頂いております。

「目ヒカリ」のから揚げが、一部の先生によっては、「目ヒカリ」が縞々模様をしているので、私の本意ではないのですが、衣をつけて、縞々模様を消して欲しいという方もいて、「目ヒカリ」にパン粉をつけて出荷しています。

過去の事例ですが、大阪にある和泉市の南池田小学校で20名位の教室に、出前授業で子供達に魚に触れてもらいました。中には触りたくもない子も居ました。一緒に魚を切って、油で揚げる所までやります。魚に触りたくないと言う子達にも「楽しい」をテーマに行ってもらいます。楽しく無いと、学びが無いと思うので。そして魚に触りたくない子達が、残さず食べた事が、すごく嬉しかったです。

昭和女子大学でも出前授業をやらせてもらいました。「目ヒカリ」を知っていますかと質問すると、34名居たのですが、知っていたのは1名程でした。それも当然、いわきのお魚とされていて、愛知の「目ヒカリ」を知らない学生がほとんどでした。調理まで行い、2週間後位にアンケートを頂きました。

アンケートを頂いて、私がちょっと嬉しかったのが、病院や民間の栄養士になろうと思っていた子が、栄養教諭になり、今日学んだ事を子供達に伝えたい、という学生が何名か居てくれたのです。私にとって、行った意



毎年... 継続して活動中

- * 豊橋市立西郷小学校 4年生 1クラス
- * 大阪府高石市立取石小学校 5年生 2クラス
- * 東京家政短期大学 調理科学2年生
- * 昭和女子大学 調理科学2年生

味と価値があったと励みに思いました。

豊橋市西郷小学校の4年生の1クラスに毎年呼ばれ、大阪の高石市の5年生の2クラス、こちらでも2日間に分けて出前授業を行っています。東京家政大学の短期大学、昭和女子大学、ここは毎年行かせて頂き、「目ヒカリ」知っていますかという所から入るのですが、知っている人は、ほぼゼロです。

初めて「目ヒカリ」を知り、食べてみたら美味しい魚だと感じた感動を、子供達やこれから栄養教諭になっていく方に、伝えて欲しいという思いで続けております。

年間50トン位「目ヒカリ」を加工しているのですが、頭を約4割位捨てているのです。愛知県の水産高校の三谷水産高校の学生から、その「あら」で醤油を作ませんかという依頼があり、一緒に醤油を作りました。これが、昨年度の11月11日、文化祭でお披露目し、すごく美味しいだし醤油が出来ました。

ここがゴールではなく、私のストーリーとしては、折角、学生が考えた魚醬。三谷水産高校の学生に魚醬を使った料理のレシピも考えてもらい、これをもとに、蒲郡市の教育委員会に持ちかけ、将来、三谷水産高校に通う、学生が作ったレシピを学校給食で再現して欲しいという話をしています。

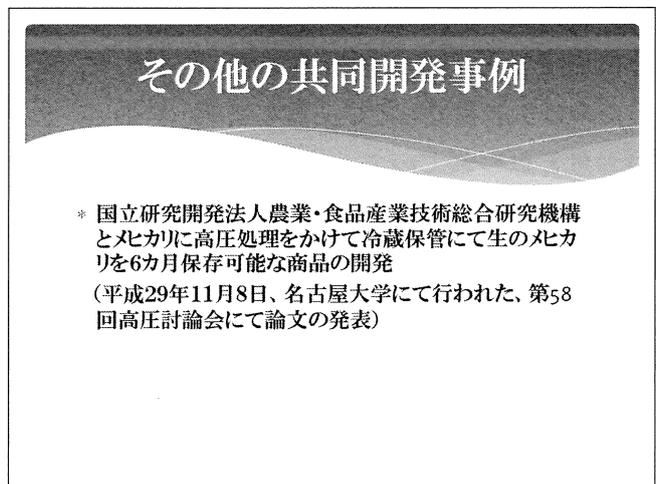
地域が一体となり、「目ヒカリ」に対して意識を持ってもらい、今までゴミとして廃棄をしていた頭の部分で魚醬を作ったという事、私の中では、そこが最終のゴールと思い、取組みをしています。

国立の研究開発所から、「目ヒカリ」は傷みが早いので、高圧をかけるとより日持ちがするのではと、お問い合わせを頂いています。

協同開発という事でやらせて頂き、去年の11月、名古屋大学で発表しました。

大体、半年程もつ冷蔵状態に出来たのですが、まだ商品化はできていません。論文発表をした状況になっております。

この様な活動を行っていたら、1月30日、東海農政局の方から地産地消の優良活動の表彰を頂きました。



私の中で、魚を売りたいと思うのですが、どうしても売り手と買い手のニーズが、合っていない事をすごく感じております。

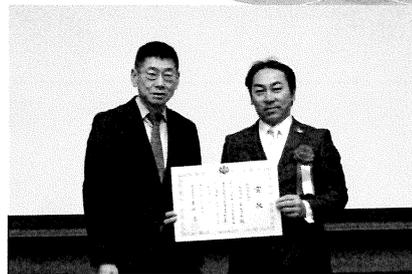
当然、一匹まるごとの魚を買って頂いたら一番良いのですが、売り手の思いだけで、中々伝わらない部分もあり、買い手のニーズをもっと拾っていきたいと思います。また、ほとんどが共働きです。キッチンに立つ時間が無いですから、そこでどうやって販売するのが良いかっていう事と、魚がどうしても高いというのが、大学生の皆さんの意見でした。回転すしで魚を食べて、あとは肉の方が今が安いから、肉を食べるという子が多く、給食も含めて何か上手い事打破出来ないか試行錯誤している所であります。

年数は少ないですけど、魚の良さを一緒になって伝えていきたいと思っています。

「目ヒカリ」が魚として名前が本当知られてないものですから、関東に来ると、いわきの魚だと言われるのですが、今、水揚げ量は愛知県が本当に多いです。

栄養価も高く中性脂肪も下げる効果があるとされる、オメガ3という脂質を持っている事、1人でも多くの方に知って頂き、手に取って感じでもらいたいです。買い手のニーズに見合う物を研究開発し、少しでも水産業の一握を担っていきたいと思っています。

平成29年度 東海農政局 地域振興部門 地産地消等優良活動表彰受賞



魚食文化を広める!!

- * 時代の変化に対応すべきと考えます
- * 売り手と買い手のニーズが違う観点から、買い手が何を求めているかを考え提供する
- * 共働きで核家族が増え、人口が減少していく... 魚は食べたいが肉に比べて高い、調理が手間と言うのが本音
- * 魚の美味しさを伝え、手に取りやすい形態で提供
- * 水産業に関わる人達が魚の良さを伝えていく

最後に... もう1回ヒカリ!

魚としては、名前がまだまだ知られていませんが... 栄養価も高く、中性脂肪を下げ、高血圧の予防にも働く大変優秀なヒカリです。

1人でも多くの方に知ってもらい、1人でも多くの方に食べてもらうことが、みんなの想いを、超満点にすることだと感じております。

こうした活動、食の研究・開発・提供をし続け、今後も日本の水産業の一役を担ってまいります!



〈報告 5〉

海とさかな自由研究・作品コンクール



杉山 健一 (すぎやま けんいち)

加工・販売：日本水産(株)

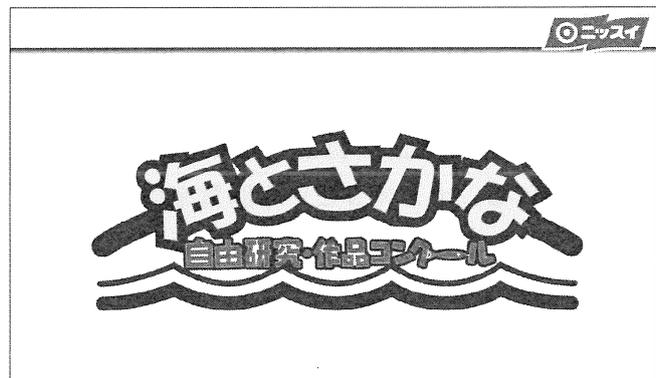
今年37回目を迎える小学生「海とさかな自由研究・作品コンクール」では、協賛企業として事前応募促進活動をすすめ小学校への出張授業や体験学習を行っている。毎年3万件前後の応募がある。

「海とさかな自由研究・作品コンクール」についてお話をさせていただきます。このコンクールは、小学生を対象に、海や魚について関心をもってもらい、最終的には、魚食普及に繋がればという思いで、会社で長きに渡り取り組んでいる社会貢献活動の1つです。

主なコンクールの特徴としては、5つ程あります。

1つ目は、今年で37年目、これだけ長く続いているコンクールは他には無い事。2つ目は、幅広いジャンルでの作品応募が可能という事。絵画コンクールや、作文コンクールというのがありますが、弊社のコンクールは、研究部門と、創作部門という2つの部門に分かれており、それぞれの下に6つの分野があり、得意な分野を選んで頂いて、応募できるのが特徴です。

3つ目は、毎年3万点近い応募作品があり、海外からも1,000点程の応募があります。4つ目としては、第19回より全都道府県から応募が続いているという事です。5つ目としては、応募の促進活動として、出張授業や体験学習を実施しています。



「海とさかな」自由研究・作品コンクールの概要

1. 主なコンクールの特徴

- ① 昨年まで36年間続いているコンクール
- ② 幅広いジャンルでの作品応募が可能
・研究部門と創作部門
- ③ 毎年3万点近い応募作品
・海外からも毎年1,000点程度の応募実績
- ④ 第19回よりすべての都道府県から応募
- ⑤ 応募への促進活動として、出張授業や体験学習を実施
・出張授業 6～7月 10数回、2～3月 4～5回
・体験学習 夏休み期間 2回

出張授業の中では特に、魚食に関するテーマで小学生に授業をしています。夏休み前の6月と7月に10数回と、毎年この時期2月と3月に4～5回の出張授業。それから夏休み期間に2回程、子供達を1回に30名程集めて体験学習をしています。

組織としては、協賛は日本水産ですが、主催は、朝日新聞朝日学生新聞社という、中立的な立場の新聞社になってもらい、農林水産省、それから文部科学省、以下関連団体の皆様に後援・協力を頂いて本コンクールを進めております。

応募ジャンルとしては、先程複数あるとお話ししましたが、研究部門としては、自由研究と観察図の2つから構成されています。創作部門は、絵画、工作、作文、絵本の4つで構成され、全て海や魚に関するテーマで取り組んだ作品を送ってまいります。賞としては、農林水産大臣賞、以下、日本水産株式会社賞まで8つの賞があり、各賞で研究部門、創作部門から、それぞれ1作品、合計16作品が最優秀賞として選定されます。16作品の中に、海外からの作品が入っていない場合は、特別に海外作品特別賞というのを設定しています。個人賞としては、最優秀賞、優秀賞、それから参加賞（参加賞は全員）です。

3万人応募が来れば、3万人の子供達に参加賞と、認定証をお送りします。それ以外に、本コンクールに関して、極めて優秀で積極的な取り組みをした、学校団体協力賞というのがあり、50校程に賞状や図書カードを、贈呈しています。

参加賞として子供達に配っている「海とさかな博士号認定証」は、1人1人名前を入れますので、参加者全員の個人の名前が入る認定証を作り、参加賞として、クリアファイルかマグネットを毎年交互に認定証と共に送っています。

去年のスケジュールですが、2月から3月に出張授業を4件程行い、6月から8月で出張授業13件、それから体験学習2件という活動になります。9月20日過ぎに、応募を締め切り、1ヶ月後位に、事務局審査会を開き、3万点近い作品の中から、最終的に74作品まで絞り込み、最終審査会へ提出します。11月初めに最終審査会を行ない、70作品程度の中から16作品を最優秀賞として選びます。1ヶ月後の12月初めに入賞者とその家族を招待して、2時間程、表彰式パーティーをロイヤルパークで行ないます。

コンクールとしては、翌年1月中旬に朝日新聞朝日小学生新聞で入賞作品を紹介し、また次年度

「海とさかな」自由研究・作品コンクールの概要



2. 組織

主催：朝日新聞社 朝日学生新聞社
 後援：農林水産省 文部科学省
 国立研究開発法人 海洋研究開発機構
 国立研究開発法人 水産研究・教育機構
 公益社団法人 日本水産学会
 公益財団法人 海外子女教育振興財団
 協力：社団法人 日本動物園水族館協会
 協賛：日本水産株式会社

3. 応募ジャンル

- ・研究部門(全学年対象)：自由研究、(1-3年生対象)観察図
- ・創作部門(全学年対象)：絵画、工作、作文、絵本

2

「海とさかな」自由研究・作品コンクールの概要



4. 各賞(研究部門、創作部門からそれぞれ1作品選考)

- ①農林水産大臣賞 ②文部科学大臣賞 ③海洋研究開発機構理事長賞
 - ④水産研究・教育機構理事長賞 ⑤日本水産学会会長賞 ⑥朝日新聞社賞
 - ⑦朝日学生新聞社賞 ⑧日本水産株式会社賞
- *上記①～⑧に海外からの応募作品がない場合、海外作品特別賞を選定

5. 賞の紹介

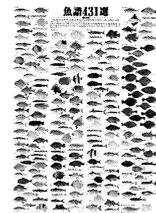
- ①最優秀賞(研究部門・創作部門) 16作品(作品返却)
 - ・賞状、盾、図書カード(50,000円)、東京で開催される表彰式・パーティー及び1泊2日でディズニーリゾート(ディズニーランドかディズニーシーを選択)へご招待(3名)
 - *海外作品特別賞1作品 賞状、図書カード(5,000円)
- ②優秀賞(最終審査会で選考対象となった全作品)(作品返却)
 - ・賞状、図書カード(1,000円)
- ③学校・団体協力賞 50校
 - ・賞状、図書カード(20,000円)
- ④参加賞
 - ・応募者全員に「海とさかな」博士号認定証と参加賞

3

海とさかな博士号認定証および参加賞



海とさかな博士号認定証



参加賞
 上段：クリアファイル
 下段：マグネット



4

の活動が2月から始まります。

本コンクールは、小学生を対象に実施しており、少子化が叫ばれていますのでお分かりと思いますが、赤の折れ線グラフが小学生の児童数です。オレンジの棒グラフが国内の小学校、この2つを見ても、右肩下がりです。小学校も統廃合が進んでいますし、児童も減っている状況の中、コンクールの応募数は、東日本大震災があった第30回で26,739点、これは前年の第29回に比べ、かろうじて10数点増えています。

翌年第31回から子供達にダイレクトに訴求する出張授業を始めて、3万点に近い応募になりました。第32回、33回と、3万点を大幅に超える数に到達したのですが、残念ながら、第34、35と3万点を割ってしまいました。昨年第36回は、もう一度ネジを巻き直そうと、色々な問題点を抽出し、対策を打った結果、31,622点まで応募が増えました。

海外作品の状況は、大体1,000点を越えていたのですが、昨年は残念ながら926点に落ちてしまい、今年の課題は、この海外の応募数をどうやって増やしていくかという事になります。これは、男女比と学年別の推移ですが、男女比については、ほぼ拮抗しています。学年は、傾向が顕著で、学年が上に上がるほど、受験もありますので、応募数は減ってきているのがこの図と表から読み取れます。

都道府県別の人数ですが、大阪がダントツで第30回の数字を見てみると、3,700点位の応募があり、第36回は7,100点で、ほぼ倍になっています。大阪の次に広島があり、その次に首都圏の神奈川、東京、埼玉。次に名古屋という大都市を抱える愛知になっており、大きな都道府県が上位を占めているというのが顕著に出ています。

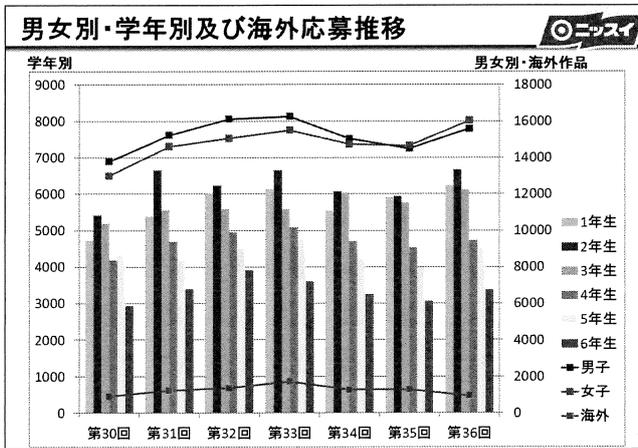
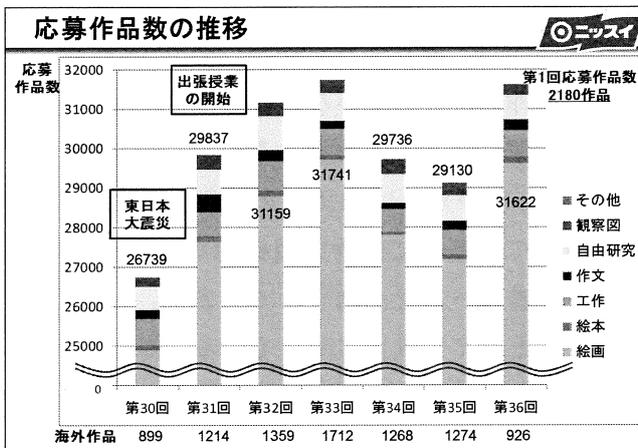
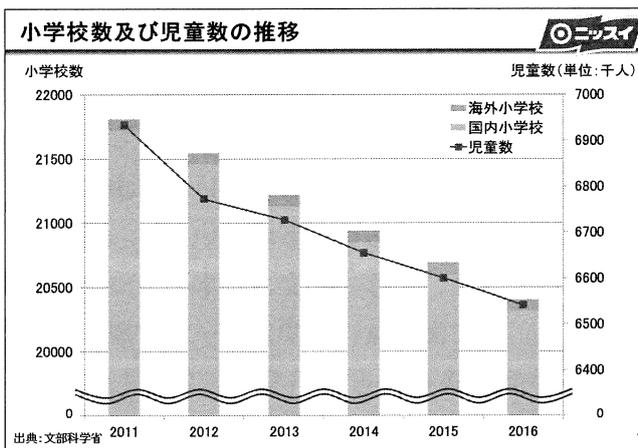
出張授業の応募数ですが、第31回目から出張授業を始め、折れ線グラフを見ると分かりますが、5校でした。去年の第36回は、

「海とさかな」自由研究・作品コンクールのスケジュール(昨年) 

6. スケジュール

2~3月 出張授業(4件)
 6~8月 出張授業(13件)・体験学習(2件)
 10月20日(金) 事務局審査会
 ・自由研究 13作品 ・観察図 5作品
 ・絵画 35作品 ・作文 11作品
 ・絵本 5作品 ・工作 5作品
 合計74作品が最終審査会へ
 ・海外作品特別賞候補 1作品
 ・学校・団体協力賞(51校)
 11月3日(金) 最終審査会(ニッスイ本社にて開催)
 12月2日(土) 表彰式・パーティー
 ・場所: ロイヤルパークホテル(最寄駅:水天宮前)
 ・時間: 12:00-14:00
 1月10日(水) 朝日新聞、朝日小学生新聞紙面で入賞作品の紹介

5



17校と大幅に増えています。

オレンジのラインが出張授業を受けてくれた児童数、グリーンの棒グラフが応募人数です。始めの第31回目はすごい比率で、応募してくれたのですが、その後少し低調な期間が続いて、第35、36回から学校の先生にフォローアップするような形をとり、800名を超える生徒の応募になっています。

これは、昨年、大日本水産会様からのご協力を得て実施した出張授業、勝浦小学校と奈良学園小学校です。先程お話頂いた神谷先生にご協力頂き、奈良学園小学校へ行き、右下の写真は、耳石を子供達が見つめています。すごくウケが良く、子供達もかなり興味を持っていたと思っています。

体験学習は1回30名程子供を集め、磯に連れて行き、生き物を観察します。午後は生き物の調べ学習や、砂浜で拾った貝殻を集めて工作をしました。

また、JAMSTECの横須賀本部に行き、船の上で使っているもやい結びやロープワーク等を行いました。

下の写真は、水圧を掛けて、カップ麺の容器が小さくなる様を見せています。このような授業を通してコンクールへの応募・参加を呼びかけています。

表彰式パーティーですが、8つの賞それぞれ2人ずつをステージにあげて、表彰状、盾、それから副賞を渡しています。この写真はパーティーの様で、8つのテーブルを作ります。それぞれの賞に、関係者と、児童・父兄が座って懇談して頂き、料理はビュッフェ形式になっていますので、自由に取ってもらいます。

年間行事の最後が表彰式で、この賞の後解散し、子供達は、副賞であるテーマパーク（千葉県浦安市）に1泊2日で行き、1年間の労をねぎらうというような形になっております。

我々の活動が、魚食普及にどれだけ寄与しているのかというのは、中々数字では表しにくいのですが、私は、このコンクールを6～7年位やっていて感じている事は、特に自由研究では、今までは魚を解剖するだけ、それから生態を観察するだけ等、そういうパターンが多かったのですが、最近魚を解剖して、その魚を自分で調理して食べ、感想を入れたり、鰹を買ってきて、自分で鰹節を作ってみたり、色々な魚を買ってきて食べた後に、それぞれ魚の骨を煮て、ゼラチン質を取り出し、そのゼラチンを使ってプリンを作り、どの魚のプリンが美味しかったか等、魚食関係に繋がるような作品も、自由研究の方から出て来ています。ゆっくりとした歩みかもしれませんが、我々の活動と、他の皆様の様々な魚食普及活動が子供達の間になんげと、じわじわと、広がっていると感じています。

都道府県別応募人数TOP10

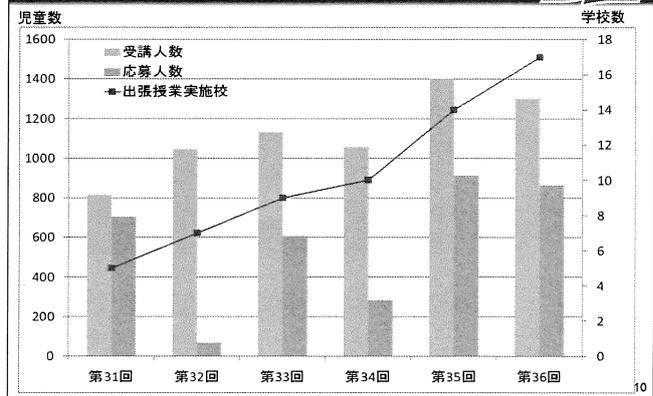


順位	第30回	第31回	第32回	第33回	第34回	第35回	第36回
1位	大阪(3693)	大阪(4658)	大阪(5553)	大阪(6478)	大阪(6708)	大阪(5996)	大阪(7121)
2位	埼玉(2284)	埼玉(2951)	埼玉(2743)	広島(2747)	広島(2436)	広島(2731)	広島(3051)
3位	神奈川(2106)	広島(2343)	広島(2623)	神奈川(2259)	埼玉(2180)	神奈川(2303)	神奈川(2185)
4位	広島(1715)	神奈川(2295)	神奈川(2073)	埼玉(2241)	神奈川(2112)	埼玉(1582)	東京(1454)
5位	茨城(1348)	愛知(1315)	東京(1461)	海外(1712)	愛知(1718)	愛知(1479)	埼玉(1390)
6位	愛知(992)	東京(1250)	海外(1359)	愛知(1565)	海外(1268)	海外(1274)	愛知(1372)
7位	兵庫(973)	海外(1214)	愛知(1284)	東京(1159)	東京(1040)	東京(1125)	徳島(1055)
8位	東京(902)	静岡(1000)	静岡(1065)	静岡(1020)	岡山(861)	徳島(946)	長崎(1018)
9位	海外(899)	長崎(969)	京都(846)	長崎(885)	徳島(844)	長崎(876)	海外(926)
10位	長崎(878)	兵庫(960)	兵庫(824)	徳島(833)	長崎(763)	福島(866)	岡山(924)

* 秋田県は、一昨年応募1作品だったところ、昨年は136作品へ急増。

9

出張授業実施校からの応募数



10

〈報告6〉

漢字でわかる魚のかんじ 知っておきたい魚のはなし ポスターのご紹介



鳴島 ひかり (なるしま ひかり)

(公社)日本水産資源保護協会

水産資源の維持増大と漁業生産の安定に寄与を目的とした協会に勤務。

水産庁補助事業である国産水産物流通促進事業の中で魚食普及推進を担当し、魚の漢字ポスター等を作成している。

2種類の魚のポスターをご紹介します。本日の交流会は、国産水産物流通促進事業という水産庁の補助事業の取り組みの一環として開催しております。このポスターも、事業の取り組みの一環として作成を始めました。

当初、学校給食に国産の魚を取り扱う機会を増やしていきたいという目的があり、何か学校にアプローチ出来ないかと考え、ポスターを作成する事になりました。

私は、小学生の頃に魚を食べる習慣があまり無く、食わず嫌いというものでした。私自身小学生の時に、どんな魚が給食に出ていたかと思い返してみたら、鮭やイカ、謎の白身が出ていたと、あまり覚えていませんでした。成長するにつれて、生き物として魚に興味を持ち、この世界に進み、自ずと魚を食べる機会も増えていき、魚に色々な種類がいて、美味しく、色々な味があることを学んでいる所です。今の子供達も、食わず嫌いの子が沢山居るのではないかと思います、まずは、魚に興味・関心を持ってもらえるような機会を作りたいと思いました。

こちらは、魚の漢字ポスターになります。B1版で横が1メートル、縦が70センチ位です。私の家にお寿司屋さんにある魚の漢字がたくさん書かれている湯呑みがあり、眺めていたところ、魚偏の右にくる字は、その魚の特徴を表している事が多いと気づき、この由来をまとめたら面白いのではないかと思います調べてみました。こちらのポスターは、生き物として魚の好きなどころをまとめたものです。私達哺乳類と魚は、異なる点がたくさんあり、面白いと思った点を詰め込みました。

約1年前に完成し、これまで学校給食会、市町村の教育委員会、都道府県、市町村の水産課のご協力のもと、小学校、中学校、特別支援学校といった教育機関や、県の施設などに配布致しました。また、魚屋さんにも子供達が来た時に見てもらいたいと思い、漁協や、水産の関係団体の方に協力をお願いして、合計3万1千部配る事が出来ました。

配布による効果は、配布先の学校の先生が、わざわざ電話を下さる機会が多く、栄養教諭からは「給食を学ぶ時間にポスターを使いました」、また国語の先生からも「漢字のテストをやりました」とのご報告を受けました。他にも、理科、家庭科、美術、図書館、図書室に貼りました等のご報告を受けております。今回、先生方からの報告を受けて感じたことは、食へ繋げるには間接的ではありますが、学校の授業に落とし込めるような内容にする事で、学校の中に長期間貼って頂ける事ができ、子供達目に触れる機会も長く作れるのではないかと思います。

本日はこのポスターのご紹介です。食育活動を行う、学校に行かれる機会に活用されたい方には、私の方から送らせて頂きます。本日配布資料の中に希望票がございますので、是非、ご提出をよろしくお願い致します。

配布結果・・・3月2日現在3.1万枚

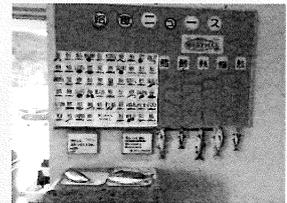
- | | |
|---|------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> 給食関係団体 市町村教育委員会 都道府県、市町村水産課等 | 小学校、中学校、水産高校
など教育機関
公共施設 |
| <ul style="list-style-type: none"> 漁業協同組合 水産関係団体 市場関係者 魚屋さん 等 | 関連施設、魚屋さん、
飲食店
※子ども達が行き来する場所 |

ご協力いただきありがとうございます。



配布による効果

- 給食
 - 国語
 - 理科
 - 家庭科
 - 美術
 - 図書室
 - 水産高校
- での活用が報告されています。



教育機関、魚屋さんの店頭に配布しています！
ご活用をご希望の場合は、お声がけください。 ※10セット以上より承ります。



〈報告 7〉

魚のまち長崎応援女子会の活動について



石丸 綾子 (いしまる あやこ)

長崎市水産農林部水産農林政策課

地場の魚をもっと市民や観光客に食べてもらおうと、様々な分野から女性15人が集まり「魚のまち長崎応援女子会」が結成され、その事務局として活動。女性ならではの視点でアイデアを出し合い魚食普及活動を進めている。

長崎のお魚のPRと魚食普及の活動をしています、「魚のまち長崎応援女子会」という団体についてお話をさせていただきます。長崎の漁獲量は全国2位、魚種は300種類を超えて全国1位と言われているのですが、観光客の目線に立ってみると、長崎と言えば、ちゃんぽん、皿うどんのイメージが非常に強く、長崎が魚のまちという事が中々知られていないというのが現状でした。また、豊富な魚がある一方で、市民の魚介類の購入金額も減少傾向。市民にも魚を食べる事の素晴らしさが知られていない現状がありました。

これがいちばん重要なのですが、水産業の分野がほとんど男性社会で、どこの地域でも同じだとは思いますが、日々の食卓や、旅先での食事の決定権を持っているのは、女性が非常に多く、そういった現状から水産業の分野に女性の知恵と、アイデアとパワーをという事で結成されたのが、「魚のまち長崎応援女子会」です。女子会の目的ですが、女性の観点を活かした事業の企画・立案を始



「魚の美味しいまち長崎」

長崎県の漁獲量・・・全国2位(平成28年農林水産省)
魚種・・・300種を超え、全国1位と言われている！

【現状・課題】

- (1)「長崎＝魚」のイメージが定着していない
- (2)魚を食べることの素晴らしさが知られていない
- (3)水産業の分野はほとんどが男性社会



水産業の分野に女性の知恵とアイデアとパワーを！
「魚のまち長崎応援女子会」



魚のまち長崎応援女子会って？

【目的】

魚のまちを大きく売り出す

魚のまち長崎の普及、情報発信、魚食普及を行うため、女性の感性をいかした事業の企画立案をはじめ、効果的な長崎の魚のPR、魚食普及に努める。

【女子会のメンバー】

長崎市の各分野で活躍する女性 15名

【発足】

平成23年11月

＼いつもわいわい活動中♡／



め、PR や魚食普及活動を通じて、魚のまちを売り出すというのが大きな目的です。メンバーですが、長崎市の各分野で活躍する女性15名で結成されています。水産業だけではなく、水産業が本業ではない方もいて、非常に面白いメンバー構成になっています。発足は平成23年11月、活動6年目を迎えております。女子会のメンバーをご紹介します。広報分野として、デザイナー、ケーブルメディアのテレビの方、生産者、水産加工業の小売の方、料亭の方、料理教室の先生といった、色々な方で構成されている面白い団体です。これらのメンバーですが、全て市の呼びかけで、女子会の主旨に賛同して集まって頂きました。

活動内容については、女子会の二本柱として、魚のまち長崎の市民・観光客へのアピールと魚食普及による市民の健康増進です。水産業が本業でない方もいますので、まずは、水産業の現状を理解しようと、魚市場の見学、定置網の漁業体験などを経験していただきました。学んだ事を踏まえ、自分達がどういった事が出来るか、色々なアイデアを出し合うワークショップを実施しました。平成25年度からは、このアイデアフラッシュで出た、アイデアを1つ1つ具体的に形にし、これまで色々な活動をしてきました。

障害者施設と連携（コラボ）で、おさかなトートバッグという物を作りました。長崎で漁獲が非常に多いトビウオと、長崎で水揚げされるお魚を紹介しています。単価は1枚2,800円と安い物では無いのですが、これまで400枚を売り上げて、障がい者福祉施設での収益にも繋がっており、非常に良い形でのコラボでした。

また、お魚を使った離乳食レシピ集、「フィッシュスタート」を作成しました。4ヶ月児健診で来られたお母さん方に、長崎のお魚を使って離乳食を作って欲しいという思いから、レシピ集を作り、年間3千人の受診者全員に行きわたりました。

地元商店街を回る「おさかなさるく」の「さるく」というのは、長崎弁で、ぶらぶら歩くという意味で、お魚をテーマに、市内の商店街を回る観光コースを女子会で考案し、アテンド（紹



個性豊かな女子会のメンバー！

分野	所属	役職	氏名
広報	オフィスノブル	代表	河村 楓子
広報	グラフィックデザイナー		東坂 真実
広報	長崎ケーブルメディア放送部	ディレクター	深松のぞみ
生産者	新三重漁協女性部	部長	櫻田喜美代
販売	日野商店・くじら日和	店長	日野 寛子
販売・料理	くらさき、とんぼ	女将	小畑 弘子
水産加工・商工	長崎商工会連所女性会	副会長	中嶋 美穂
水産加工	長崎クリエイション	代表取締役	林田 恵代
魚栄養	ニュートリ長崎	代表	村元 淑子
観光・商工	株式会社すみや	販売促進	貞住 史華
料理	料亭 一カ	女将	山本きよみ
料理	ボナベティ	料理研究家	赤崎奈穂子
学識	長崎の味研究グループ	講師	藤山 順子
学校	学校法人川島学園	副学園長	川島 明子
小売業	田中食品株式会社	取締役常務	山崎 美子
事務局	長崎市水産農林政策課		



活動内容

【女子会の二本柱】

- 1 魚のまち長崎の市民・観光客へのアピール
- 2 魚食普及による市民の健康増進



長崎魚市見学



定置網漁業体験



アイデアフラッシュ



活動内容



障がい者福祉施設とのコラボで
お魚トートバッグ制作



魚を使った離乳食レシピ集
フィッシュスタート制作



地元商店街を回るお魚さるく



だし教室



魚の美味しい料理店のガイドブック
Nagasaki魚のおもてなし制作



県外での長崎の魚PR

◎H30年度はフィッシュスタートに次ぐ「フィッシュセカンド(絵本)」を制作予定

介)をしながら回りました。

出汁教室(イベント)は、出汁の試飲、鰹の削り節の削り体験を実施しています。

魚の美味しい料理店のガイドブックは、女子会の皆さんが1人1人自信を持っておすすめ出来る料理店を、1人2店舗ずつ紹介をしてもらい、それをまとめたガイドブックです。

こういった活動を通して、マスコミにも取り上げられ、様々な団体から女子会の方にPRや講演会をして欲しいという依頼を頂き、長崎の魚をPRしています。「フィッシュスタート」という離乳食レシピを作りましたが、「フィッシュスタート」の次の段階という事で、平成30年度は、「フィッシュセカンド」に取り組もうと思っております。4ヶ月児健診の後に、3歳児健診があります。「長崎のお魚を学べる」に、興味を持って頂きたいお母さん達へ読み聞かせ、子どもに食べさせたいと思ってもらえる様な、内容を盛り込んだ絵本を作ろうと考えております。

女子会の取り組みを通じての効果と課題をまとめました。

効果として、行政の立場からですが、行政には全然無い、斬新で女性ならではの視点からアイデアを沢山頂き、行政単独では出来ないような事を発案しているのが非常に大きな効果です。また、女子会という名前がつくだけで、マスコミの反応が非常に良く。例えば、市がレシピ集を作りましたと言っただけでは、中々マスコミも動いてくれませんが、女子会が作ったレシピ集ですと、非常に反応が良く、テレビや新聞にも取りあげられ、それを知った市民の方がレシピをもらい

に来て、波及効果が非常に大きくなっています。また、様々な分野の女性が集まる事で、お魚を食べてもらうだけではなく、トートバックのデザインや、お料理教室等、多方面の活動が可能になっています。課題としては、女子会自身の予算を持ってなく、基本的には市が実施する事業に女子会の協力を頂くという形です。どうしても市が確保する予算に左右されてしまうのが非常に大きな課題で、皆さん、これもやりたい、あれもやりたいと、あるのですが、中々実現できないというのが事務局として苦しい所です。

活動内容のマンネリ化、これは私自身、事務局としての反省ですが、最近どうしても、食べる事を中心の活動になってしまい、料理教室の先生や、食の担当の先生ばかりが活動している状況で、デザイナーの方の活動や、皆が参加出来るような活動を生み出せておらず、今後は、料理に関わらず、先程の「フィッシュセカンド」の取り組みもそうなのですが、枠にとらわれない自由な発想で、長崎の魚をPRしていきたいと思っております。長崎の水産業を元気にするため、女子会の皆さんと協力をしながら粘り強く活動していきたいと思っておりますので、見る機会がありましたら応援の程よろしく願います。



女子会の取り組みを通じて

【効果】

- 行政にはない女性ならではの視点
- マスコミの反応がよい=波及効果大
- 様々な分野の女性が集まることで、多方面の活動が可能

【課題】

- 予算
- 活動内容のマンネリ化



長崎の水産業を元気にするため、粘り強く活動していきます!

〈報告 8〉

毎月第3水曜日はみやぎ水産の日



酒井 敬一 (さかい けいいち)

宮城県農林水産部水産業振興課 技術補佐(企画・消費拡大担当)

ボランティアの魚料理教室に20年近く取り組んできたことが評価され、2016年に「お魚かたりべ」として水産庁長官に任命される。試験研究機関での勤務が長く、料理教室においても、使用する魚介類の生物学や漁業・養殖方法について講義している。現在、毎月第3水曜日(みやぎ水産の日)に海の幸料理教室(http://funcookinglab.jp/classes/73_a.php)を開催。その他、不定期に子育て世代を対象とした料理教室や各地公民館の学習事業、教育機関等での魚食普及を実践している。

著書：「魚類図鑑 南三陸の沿岸魚」1986年旧志津川町発行

県庁の仕事は見えにくい所があり、県庁の役人が魚食普及と言うと、何か魚食普及を行っている人達に補助金をばらまいて、事務仕事だけやっているのではないかと思われがちなのですが、我々も現場で滝汗をかいたり、冷や汗をかいたりしている所をご紹介させて頂ければと思います。

7年前、本当に未曾有の体験を致しました。宮城の水産は、ゼロからのスタートと言うよりも、ほとんどマイナスからのスタートで、漁業も、養殖も、それから水産加工業も、それまで全国第2位の水産県であったわけですが、この写真のように浜辺は全部このような状況になり必死の努力で、復興庁、水産庁との連携をもとに、インフラを少しずつ直していきました。漁船をもとに戻し、魚市場の機能も従前どおりに戻してきましたが、出荷が停止し、供給がストップしていた間に、市場が他の地方の物で埋められてしまいました。そうすると今まで我々の物を使っていたのだから、使って下さいとは中々いかず、

毎月第3水曜日は
みやぎ
水産の日

第3水曜日は
みやぎ
水産の日

情報提供： みやぎ水産の日と魚食普及

宮城県農林水産部水産業振興課
酒井敬一(お魚かたりべ)

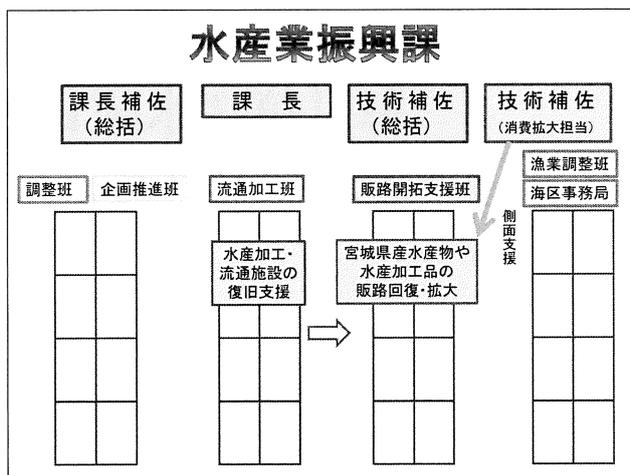


私どもの試験研究機関でもずっと放射性物質の検査をし、殆どと言うか今完全に検出限界以下になっているのですが、風評被害と言うのは根強く、距離が離れば離れるほど、特に韓国まで行くと、全く信用してもらえない状況が続いていました。

これらの対策が、我々にとって一番大きな課題でした。私が所属している水産業振興課は水産業基盤整備課と2つの課で水産行政を行っており、平常時ですと、庶務、企画、流通加工、漁業調整の4班で構成されています。震災後、先程の様な状況になり、流通加工班で魚食普及も行っていましたが、水産加工施設の復旧、いわゆるグループ補助金に追われていて、他所の県から職員に来てもらいながらやらざるを得ない水産物や、加工品の販路回復（販路を取り返す）の仕事をやる為に、8人編成の販路開拓支援班を作りました。そこで魚食普及の仕事もやりますので、魚食普及専門の技術補佐をここに置いたわけです。それが私になります。

私は一昨年、水産試験場を一旦退職し、その後、浜辺に再建した種苗生産施設でアワビとかヒラメを作って、生活していました。「お魚かたりべ」に、漁協女性部の推挙を受けたものですから、10年ぶりにネクタイをして、電車で通う生活が再開しました。余生が段々忙しくなり、中部水産の神谷さんほどではないのですが、本当に自分のスケジュールを自分で決められないようになっていきます。

とにかく、震災の重苦しい雰囲気、宮城県内からずっと抜けず、しかも水産物は絶対食べないという方々が増え、あまり理屈で攻めても駄目。安全安心だって言って、安全は確保出来ていても、心の安心までは取り返せない。それなら、もっとメンタルな面で攻めていこうと、毎月第三水曜日を「水産の日」という、シャレですね、ロゴも作り、とにか



「みやぎ水産の日」を核とした政策展開

「みやぎ水産の日」とは、県内で獲れるおいしい水産物や、水産加工品を、県民の皆様にもっともっと知ってもらい、食べてもらうために、平成26年11月に宮城県が制定しました。

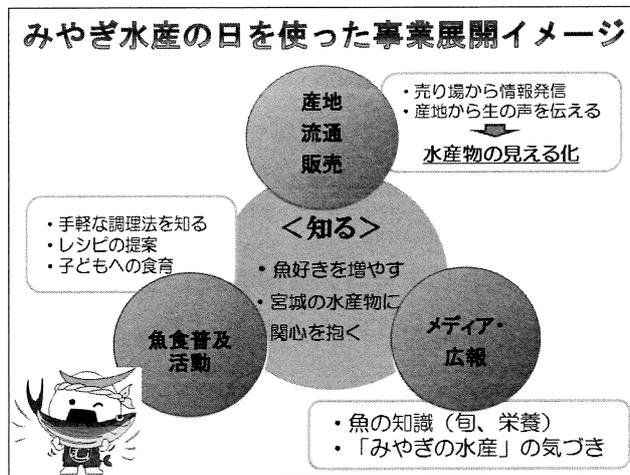
水曜日の「すい」 第3の「さん」

毎月第3水曜日は
「みやぎ水産の日」です。

大震災の重苦しい雰囲気を払拭

毎月第3水曜日は
みやぎ
水産の日

宮城の水産物を
食べよう!



平成29年度の みやぎ水産の日テーマ食材

4月 <small>※どちらかPRはします！</small>	5月 	6月 	7月 	8月 	9月
10月 	11月 	12月 	1月 	2月 	3月

毎月第3水曜日は
みやぎ
水産の日

く明るい雰囲気醸成していこうという事で、色々な仕事をやりました。

全体をまとめると巨大なプロジェクトになりますが、魚食普及に関係のある所を切りだしてみますと、広報と、産地から販売までに至る商品の拡大、それから今日のテーマになります、魚食普及活動、この3つで、魚食に関係ある部分を紹介させていただきます。

「宮城水産の日」というのが毎月第三水曜日なのですが、今月の旬の水産物に絞って（一応それをテーマにして）売っていこうと、毎年今頃、来年度分を選定しています。

まずは広報ですが、よくやる事です、チラシを作り（みやぎ水産の日だより）、裏に今月のテーマの魚料理のレシピを簡単に書き、それを「水産の日」の朝に職員が総出でハッピーを着て、ティッシュも作り、一緒に配っています。更に子供用の缶バッジも作り、テレビにも出演。毎月第三水曜日の「水産の日」に「むすび丸（宮城県の観光PRキャラクター）」の水産バージョンが人気あり、東京からも追っかけが来ています。「むすび丸」と一緒に番組に出て、その日の水産物を使った料理を「ほんまちゃん（東北地方で結構人気ある）」と言われているタレントが料理を食べ、方言丸だして美味しいと言ってくれます。

販売促進に繋がる仕事ですが、私どもが食べて下さい、何して下さいって言っても駄目で、大きな会社と連携しました。1つはエムサービスさんという全国規模の様々な事務所の食堂を委託で、運営している会社です。連携して、去年は100回以上、宮城県産フェアをやり、宮城県の食材を使ったメニューを展示しています。市内のレオパレスホテル仙台さんでは、第三水曜日に、その月のおすすめ食材を使ったメニューを比較的リーズナブルな値段で出して頂き、さらに食品メーカーとも連携協定を組んでコラボしています。カゴメさんは、去年の暮れから冬にかけて、宮

メディア・広報

水産の日だより おすすめ簡単レシピの配布

時期：平成26年11月～ 毎月第三水曜日
内容：「みやぎ水産だより」の作成・配布

メディア・広報

テレビ情報番組でPR

毎月みやぎ水産の日 放送
突撃！ナマイキTV「ナマなキッチン」

水産むすび丸も毎回登場

料理研究者による調理実演 タレントの試食とコメント

産地流通販売

飲食店や給食事業社との連携

内容：エムサービス様、ホテルレオパレス仙台様との連携による水産メニュー提供
時期：平成29年7月中旬・毎月みやぎ水産の日（レオパレス）

エムサービス様との連携協定事業 宮城県フェア
三井住友銀行様にて
TOTO様他112カ所にて
レオパレス仙台様にて

産地流通販売

食品メーカーとのコラボ

内容：カゴメ様との牡蠣料理開発・普及

自然を、おいしく、楽しく。 KAGOME

牡蠣のチリソース煮（カキチリ）

城県産牡蠣を使ったチリソース煮、牡蠣チリを作り、各スーパーの牡蠣コーナーの横に、カゴメさんのケチャップやピューレと、レシピを置いて、「この牡蠣の食べ方が美味しいですよ、子供も食べられますよ」というPRをしています。

味の素さんとのコラボですが、味の素さんは宮城だけでなく、被災地全般に支援活動を行っており、その1つとして、宮城県の水産物、地産地消応援、「浜のお母ちゃん」と協同し、スーパーで宮城県産の水産物の横に、味の素さんのクックドゥを並べ、PRを行っています。震災に関わらず昔から、宮城県の水産加工品の品評会を行っており、入賞した上位20位の商品を、仙台駅のコンコースで販売するというイベントを行い、その品評会

を拡大して、「みやぎ水産の日まつり」という大々的なイベントにしています。伊達武将隊の人達にプレゼンテーションを行って頂いたり、入賞商品を販売したり、関連する水産物の販売を5日間開催し、買って頂いた方が1万人を超え、売上も1千万円に達しました。

これは、フィッシュ&ディッシュプロジェクトと言いまして、実は、東京のレストラン・ホテルの総料理長さん達の組織です。ボランティアシェフの会というのがあり、東日本大震災の後、被災地に来られ、雑炊の炊き出しや焼きそばではなく、フルコースを被災者に食べさせるというイベントを行って頂いたのですが、段々必要性が無くなっていき、ボランティアシェフの方から、宮城に行き、宮城の食材で色々な料理を作るつき合いを続けたいと、非常にありがたいお言葉を頂きました。

私どもは年に4回、主要な魚市場を抱える水産都市で、今一番旬な食材を使い、シェフの方々に生産現場の市場の水揚げ状況を見て頂き、東京に持ち帰った食材を使った新メニューを商品化して頂くという、非常にありがたい仕事をやらせて頂いております。ここに1つ、「あ・ら〜麺」というのがあります。これは、麺屋武蔵の矢都木社長の努力した作品で、魚のアラで出汁を取っている、「はらーる」じゃないですよ、「あ・ら〜麺」です。魚の出汁で上品にアラ汁を取った上に、真鱈の排骨をのせたラーメンです。これが石巻の「元気いちば」という所で、今、食べられます。また、4月から商品化されますが、帝国ホテルの田中総料理長が自ら監修して、宮城県産銀鮭を使ったコンフィ（低温の油で加熱した物）、洒落たプレートになり、銀座の「わたす」という飲食店で4月から販売になります。

魚食ですが、私もたまたま20年間ボランティアで料理教室を行い、何とか政策にしたいと考え、仙台市のメルパルクホテルの調理実習室を使い、毎月第三水曜日の「水産の日」に、その月のお

産地
流通
販売

仙台駅構内での水産物PR

場所：仙台駅（2018年2月21～25日）
内容：みやぎ水産の日まつりの開催（水産加工品品評会受賞品）
購入者数 10,288人 総売上 10,950千円



産地
流通
販売

Fish & Dish Project

月日：平成29年6月～平成30年1月 計4回開催 3カ年計画
場所：気仙沼・南三陸・石巻・塩竈
内容：東京のシェフに生産現地研修。シェフが新メニュー開発。



すすめ食材を使った3品をご紹介します、作って、食べてもらっています。元々私は水産試験場で、分類や生態、技術開発の方が専門ですから、30分程、食材の生物的な話もさせてもらい、家に帰って作った時にこういった話をする「ハナタカさんになれますよ」という、おまけ付きの料理教室です。このほか不定期に行っているのですが、公民館の生涯学習や、学校の特別講義を合わせますと、だいたい月に平均4、5本位こなしております。

「ファンクッキングラボ」という、全国レベルの教室サイトがあるのですが、そこに登録をして頂き、九州や関東から、通ってくれる人はいないとは思いますが、東北地方の人にこんな事をやっていると、見てもらおうと思っています。この料理教室はリタイアされた方や、サラリーマンの方が来てくれるのですが、なかなか子供達に直結するような方々がありません。今年度から、不定期ですが、年5回程子育て世代の働いているママ達を集めて、簡単に骨が無い料理を教える、子育て世代の為の料理教室を開催しております。非常に人気あり、毎回24人の定員が、倍くらい応募があり抽選を行っています。来年から本格的に行っていこうと考えています。ママ達が料理教室だけで、家で作らないという訳ではないのですが、子供に直接アプローチしなくては行けないと、皆さん行きつく所だと思うのですが、子供の頃に食べた経験が、非常に残りますので、出来れば小学校低学年までに、本物の美味しい水産物を食べさせたいですね。幼稚園に食材（宮城県漁協のキッチンカー）を持って行き、ゆるキャラも積み込んで、お魚クイズで盛り上げて、途中から、「むすび丸」がサプライズで登場しますと、子供が大喜びで、しがみついて離れない。それをなだめて、銀鮭のシチューと、蒸しホヤと、ホタテのバター炒めを食べさせる。ホヤを食べたことのある子供はほとんどいなかったの

海の幸料理教室

魚食普及活動

月日：平成28年10月～毎月第3水曜日
 場所：仙台市「ホテルメルパルク 調理実習室」
 内容：毎月お薦め水産物を使った料理指導（お魚かたりべ担当）



子育て世代のための魚料理教室

魚食普及活動

月日：平成29年11月～平成30年2月 計5回開催
 場所：仙台市「中央市民センター」
 内容：簡単で子供が食べやすい料理指導（お魚かたりべ担当）



幼稚園でランチパーティー

魚食普及活動

月日：平成29年11月6日
 場所：仙台市「おたまや幼稚園」
 内容：銀鮭とホヤ、ホタテの試食・みやぎの水産PR

初めてホヤを食べる子がほとんどだった...

キッチンカーも出動

お魚クイズ



若年層への魚食体験

魚食普及活動

月日：平成29年11月10日
 場所：大崎市「古川工業高校」 内陸部での魚食普及
 内容：銀鮭のスモークサーモンと蒸しホヤの試食、みやぎの水産PR

古川工業高校 出動講師

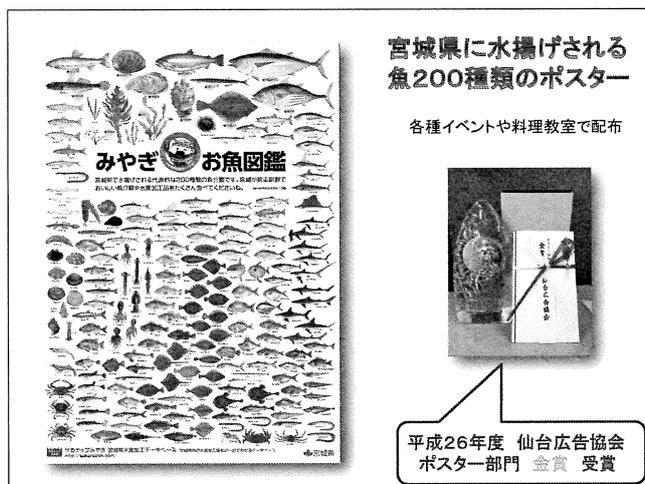
水産物をもっと食べよう!!



ですが、お母さん達に、ホヤだと言わないで欲しいとお願いし、何か分からないけど水産物だと言って食べさせたら、意外とすんなりと食べられた。親が嫌いだから、変な偏見やバイアスをかけてしまうとダメなのです。何もないうちに食べると結構食べられる。

小学校時代に、家でも魚を食べないまま育つと高校になっても魚を食べられない子が多くなり、高校生を相手に試食会や勉強会も行っています。

最後になりますが、「みやぎのお魚図鑑」という200魚種を掲載したポスター（B2サイズ）を、毎年5千～1万枚程刷り、料理教室やイベントの度に配布しています。仙台広告協会のデザイン賞を頂きました。



〈報告 9〉

おさかなマイスター制度と、 おさかなマイスターによる魚食普及活動



大森 良美 (おおもり よしみ)

日本おさかなマイスター協会 事務局長

魚介類に関する正しい情報の伝達や知識の向上と魚食普及を目指す「おさかなマイスター制度」の企画運営。おさかなマイスターによる小中学校での出前授業・調理実習、小中学生の親子向け食育セミナー「築地食育プラン」などの企画運営。お魚かたりべ。

おさかなマイスター制度と、おさかなマイスターによる魚食普及活動についてお話しいたします。おさかなマイスターとは魚介類の素晴らしさを伝える伝道師で、魚食普及の担い手です。これは、日本おさかなマイスター協会が認定している民間の資格です。平成 19 年 7 月にスタートいたしました。この日本おさかなマイスター協会は水産物市場改善協会、大日本水産会、全国漁業協同組合連合会の 3 団体で運営しております。

事務局があるのが、水産物市場改善協会、私はここに所属しております。この改善協会は、築地市場の中にある団体で、水産卸売会社などで構成しております。主に水産物と市場についての啓発、普及活動を行っています。

おさかなマイスター講座は、おさかなマイスターコース、おさかなマイスターアドバイザーコースの 2 つのコースがあります。どちらも 3、4 ヶ月講義を受け、修了試験に合格すると認定されます。現時点でおさかなマイスターは、432 名。おさかなマイスターアドバイザーは、176 名います。

講義は魚介類知識、栄養、食品衛生、水産流通、料理など多岐にわたっています。現在、4 月 7 日に開講する、第 21 期おさかなマイスターコースの受講を受け付けております。大学の先生等が科学的根拠に基づいた講義を行っております。料理に関しては、東京広尾にあります日本料理店「分とく山」の野崎洋光先生にお願いしております。

おさかなマイスターによる魚食普及活動についてお話をします。

おさかなマイスターは、それぞれの地域で様々な活動をしてはいますが、ここでは水産物市場改善協会が主催する魚食普及活動についてお話をします。現在行っているのは出前授業「魚には骨がある」、「旬のさかなクッキング教室」、「築地食育プランセミナー」で、この 3 つが柱になっております。この 3 本の中でも、今中心になっているのが、出前授業「魚には骨がある」です。子供が魚を嫌う一番の理由が、魚に骨があるという調査結果がありますが、魚の骨は子供だけでなく、大人も嫌っ

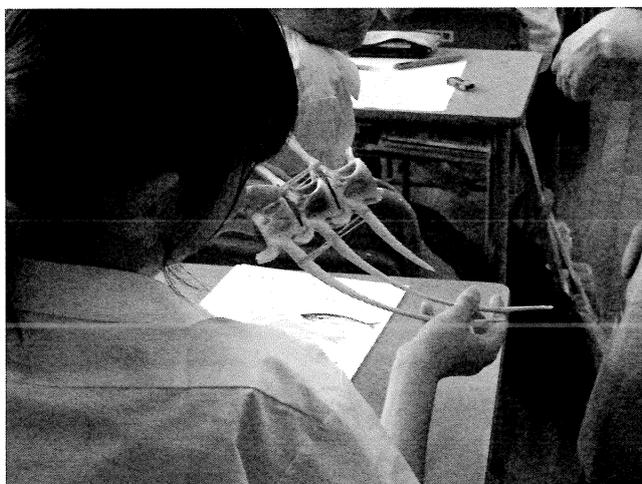
ています。今は、魚の骨がない加工品などいろいろな出回っておりますが、私達は、子供達に、魚の骨に興味を持ってもらい、どこに骨があるのかを理解した上で、魚を丸ごと、上手に美味しく食べる方法を教えています。

授業は平成21年から行っており、現在、年間30校以上実施しています。これまでに延べ215校、参加した児童、生徒は、17,500人を数えております。授業は基本的に、おさかなマイスターが、2人1組で行っています。前半、後半に大きく分かれており、講師が交代して授業を進めています。授業は魚の栄養、日本人と魚との関わり、旬、地域の代表的な魚の紹介、魚の体の仕組みを理解するために魚類から哺乳類までの進化のお話をしています。そして、マアジの骨格図を使って、どこにどういう骨があるのか、食べる時にはどの骨に注意をしたらいいのか、という事を教えています。その後は学校の協力のもと、給食にマアジの塩焼きを出してもらい、実際に箸の上手な使い方、塩焼きの食べ方を教えています。

この授業は原則として小学校5、6年生を対象に行っておりますが、小学校4年生から中学1年生まで対応しています。授業は小学校なら45分、中学校なら50分授業で、基本的に4時間目に授業を行い、その後、給食の時間で食べ方の指導を行っています。おさかなマイスター達は、青いネクタイとグレーのエプロンの制服を着ています。パワーポイントは基本的に使っておらず、黒板に教材を貼って授業をしています。横で写真を掲げたり、

文字カードなどを使っているほか、マグロの背骨の実物も登場します。塩焼きの食べ方では、一年を通してマアジの塩焼きを出しています。これは魚の骨格を理解しやすいだけでなく、いつでもスーパーなどで手に入るからです。但し、台風や時化などで生の原料が手に入らない時は、サンマを使うこともあります。

塩焼きの食べ方を教えていることで、担任の先生からよく言われるのが、普段は魚を食べない子供達が、魚を食べているということです。子供は面倒だと言いつつも、塩焼きの食べ方を教えると、食べるのです。教室で友達と一緒に魚を食べていることも大きいと思います。



次に「旬のさかなクッキング教室」ですが、これは中学と高校で行っています。中学校では秋限定で、鮭を使っています。1クラスあたり、鮭のオス、メスを1本ずつ持っていき、生徒と一緒に魚をさばいて、魚の構造を見せ、チャンチャン焼きと野菜がいっぱい入った具沢山汁を作っています。

「築地食育プランセミナー」は、水産物市場改善協会が、おさかなマイスターが始まる前の平成18年度から行っている食育活動です。築地市場から発信する食育事業ということで、水産物を中心に青果物についてもいろいろお話をしています。最近は夏休みの自由研究向けのセミナーや親子の料理教室を行っています。

おさかなマイスターの活動事例として、新潟県の例についてお話しします。新潟県の卸売会社の山津水産が、私どもが行っている、「魚には骨がある」の授業を参考に、「イートフィッシュプロジェクト」を平成25年5月に立ち上げています。季節に合わせた魚を使って幼稚園や小学校で出前授業を行っているようです。

最後に成果と課題についてお話しします。私たちは、魚食普及活動は何よりも継続していく事が大切だと思っています。学校からは毎年お願いしたい、定例としていきたいと、言って頂いております。時々質問されるのが、学校にどのようにアプローチをしたら良いか、という事ですが、初年度の平成21年度は、中央区と江東区の小学校全部に案内の文書を送りました。その翌年は、千代田区、港区、台東区に案内を送りました。それ以降は先生方の評判を頂いたことで、特にこちらから新規の案内文書は送らずに、学校から、今年もお願いしたいとお話を頂いています。先生方の移動などによって、新規の学校からの依頼もあります。出前授業は、学校側の負担はなく、無料で実施しています。都内の学校は、東京都から2分の1の補助を頂いて行っています。3年前から千葉県や、埼玉県、神奈川県でも出前授業を行っておりますが、これは国産水産物流通促進事業を利用させて頂いております。

これからもこのような魚食普及活動は、続けていきたいと思っております。



〈報告 10〉

「枕崎カツオマイスター検定」について



加治屋 昭則 (かじや あきのり)

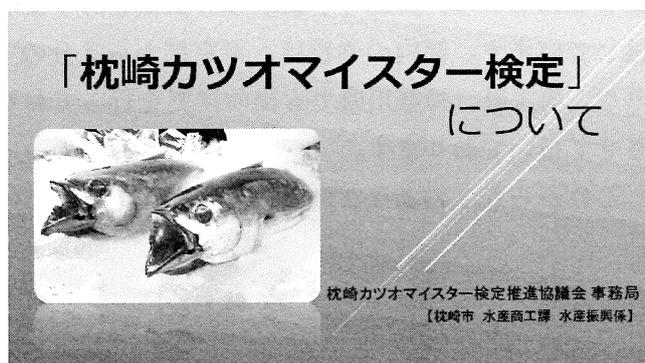
枕崎カツオマイスター事務局 枕崎市水産商工課
枕崎市水産商工課内 枕崎カツオマイスター検定推
進協議会事務局

官民学三位一体となったカツオマイスター制度の事
務局を担当。

地域の活性化を図っている。

最初に枕崎市について少しご紹介したいと思います。枕崎市は鹿児島県の薩摩半島の最南端に位置しております。市政施行と人口については表のようになります。カツオ一本釣り漁業と、鰹節製造が盛んな町で、また、気候も温暖ですので、農業も盛んで、特に、お茶や、電照菊など、一大生産地となっております。また、皆さんの中で飲んだ方もいらっしゃると思いますが、本格焼酎の「さつま白波」のふるさととなっております。下の写真は、本土最南端の始発終着駅であります枕崎駅、本市の西側に位置します火之神公園、写真は小さいのですが、九州唯一、8月の港まつり「きばらん海」で打ち上げられる3尺玉花火となっております。

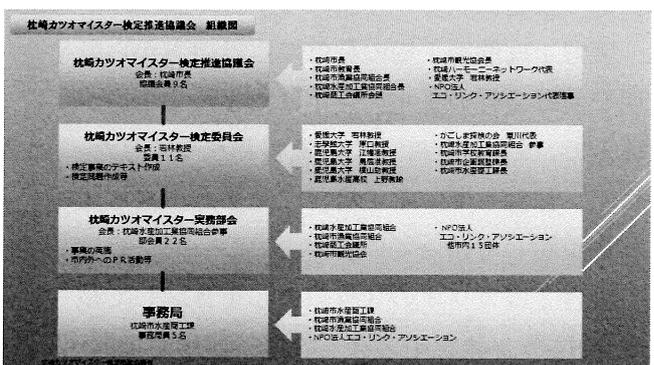
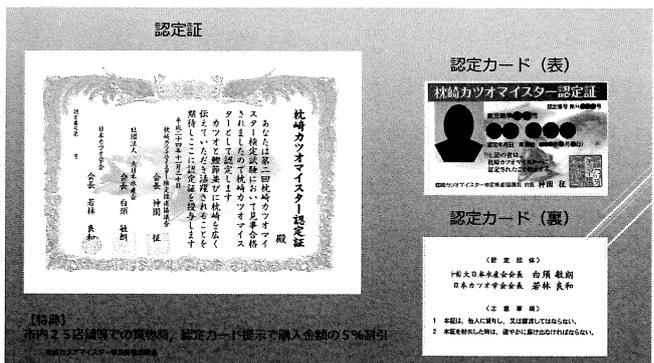
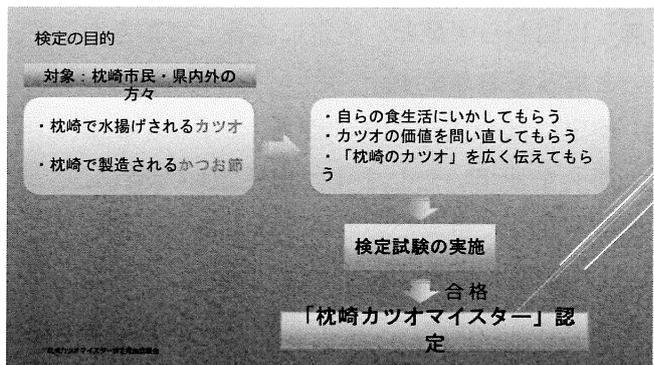
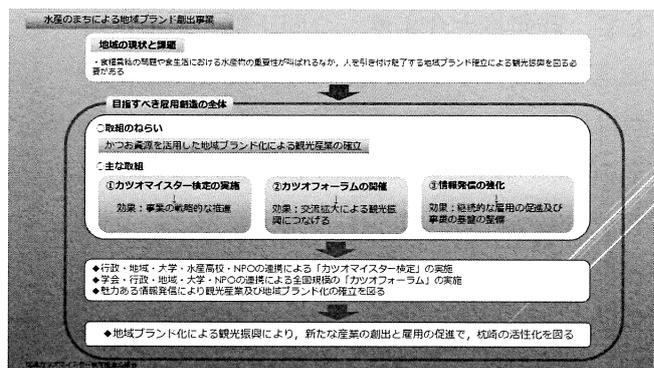
検定を行なうようになった目的、至った経緯ですが、市には、地域資源であるカツオを利用しましたご当地検定の実施に向け、平成22年に、「水産のまちによる地域ブランド創出事業」を活用し、NPO法人の協力を得て、表のようにカツオマイスター検定やカツオフォーラムの実施、情報発信の強化として取り組みました。カツオマイスター検定は、平成22年度の末に、小学5年生を対象に「枕崎こどもカツオマイスター検定」を実施し、平成23年度から一般の方を対象にしたカツオマイスター検定を実施しています。対象は枕



崎市民及び県内外の方々に、検定の目的は、枕崎で水揚げされるカツオや枕崎で製造される鰹節を自らの食生活に活かしてもらい、カツオの価値を問い直して、枕崎のカツオを広く知ってもらう為、正しい知識を身につけてもらいたく、検定試験を実施しました。合格された方を「枕崎カツオマスター」として認定しております。検定合格者には認定証と認定カードを授与しております。特典としては、市の商工会議所と協力しまして、現在市内25ヶ所の事業所で、食事や買い物などを行う際、認定カードを提示すると、各店舗により条件はありますが、購入金額から5%の割引を受けられます。特典の利用状況に関しては申し訳ありませんが、事務局側もまとめておりませんので、数字としては分かりません所です。

協議会の方は市長をはじめ、地元の漁協と、関係団体の長により構成され、その下に検定委員会があります。学識経験者と、市の関係課長で構成されております。先生方が、テキストの作成や、問題作成などを行っております。その下の実務部会で実際の事業の実施や、市内外へのPR活動を行っています。事務局は私が所属している水産商工課内に置いてあります。

「カツオマスター検定」は毎年11月中に開催いたしますので、8月下旬から10月下旬の間に募集を行っております。チラシは、共催して頂いています大日本水産会さん、日本カツオ学会さんはもちろんの事、近隣市や市内外の各事業所にもポスター・チラシ等の掲示をお願いしております。受験料は一般の方が3,000円、大学生以下の学生は1,500円を設定しております。第3回から、学生については、受験生の負担軽減として、一般の方の半額で設定をしております。チラシの中ほどに「フランスへご招待」とありますが、枕崎フランス鰹節工場が昨年完成した事を記念



して、昨年度と今年度、全問正解した中から抽選で1名、フランス招待をうたって募集をかけました。実際、昨年度、今年度、検定で全70問を設定しているのですが、全問正解者がおらず、これまでも1問不正解という方が最高という状況です。フランス招待というのは、来年度どのようになるか協議を行い決定しますが、このフランス招待の実施が有り無しに関わらず是非、検定に挑戦して頂きたいと思っております。

検定には公式テキストがあり、「カツオ学入門」を使用いたします。申込頂いた時に、枕崎を知って頂きたいという事もあり、特に2日目の昼食は自由になりますので、「枕崎食べ歩きまち歩きマップ」という、飲食店を掲載したパンフを送付しております。なかなか検定の時には行けないと思いますが、次に枕崎に行く事がありましたら是非お使い頂ければという事で考えています。

検定のメイン会場は、南薩地域地場産業振興センターです。次に検定の流れについて説明したいと思います。検定は2日間で行います。1日目に実習と研修、そして2日目に座学、昼から検定試験という流れです。

実習1は鰹節工場の見学で工場の方から説明を受けて行きます。今年はたまたま工場が休みで、パネルを持っての説明となりました。例年、稼働している工場で、鰹節が出来る工程を説明して頂いています。

実習2はカツオの3枚おろしを体験して頂きます。カツオマイスターの第一期生が指導・説明をし、検定を受ける方に体験をしてもらいます。

実習3は実際に鰹節を削って頂き、出汁作りを体験します。カツオマイスターの一期生で、水産加工組合の方が指導・説明を行ないます。

この3つを実習については、受験者数にもよるのですが、だいたい3班に分かれて行わ



れます。実習3でとった出汁が、昼食で利用されます。3つの実習は昼食をはさんで午後にかけて行われ、その後研修として、市内のカツオ資源を訪ねる4ヶ所の実地研修を行います。私の職場は枕崎漁港の近くにある水産センター内に事務所があります。この屋上で1箇所目の漁港の説明を受けます。2箇所目はカツオ供養塔と言いまして、市内の片平山公園という公園があるのですが、大漁祈願と、カツオの霊を慰めるという事で建立されたカツオ供養塔があり、そこで説明を受けます。次に3箇所目はカツオとカツオ漁業で、枕崎を語る上では欠かすことの出来ない立像、原耕の銅像と、鰹節行商の像がある原公園。4箇所目は水産加工組合の残さい処理工場ですが、市内の鰹節工場で管理された鰹節類の加工残さい等を様々な製品に加工をしている所です。カツオを捨てる事なく利用をしているという事を皆さんに知って頂く為、実地研修をしています。

実習及び視察終了後、2時限の講義で1日目終了し、2日目午前中に6時限の講義を受け、午後から検定試験という流れになります。

検定は2日間行いますが、1日目の昼食は受験生の希望者は、実習で作った出汁を使用しご飯に出汁をかける船人めしを食べいただきます。右下の写真は飲食店で提供されている「枕崎鰹船人めし」となりますが、このような感じとしてイメージしていただければと思います。事務局の方で、ご飯にのせるトッピング材料を準備し、受験生の皆さんに思いの船人めしを食べていただいています。また、カツオのハラスの入ったコロッケのカツオトロッケとおかずが昼食となります。

1日目の夜は、講師陣、協議会関係者、受験生で希望された方々を含めて、カツオ料理でもてなす「カツオについて語り合う夕べ」を開催しています。また、恒例となった「鰹



節削り大会」を参加者全員で行っています。当日の参加者でトーナメント表を作り、1分間でどれ位の量が削れるのかを競い、上位入賞者には、協議会関係団体から提供された地元の特産品が贈呈されます。

検定の受験者数と合格者数ですが、これまで7回開催して延べ503名が受験し、379名の方が合格し、合格率は75.3%となっております。今年は合格率が若干低かったのですが、全体的に7割強の人が合格されています。一般の方は検定に興味のある方のほか、鰹節製造業等の水産加工会社の方や、県の水産担当の方々を受講しているようです。特に水産加工の関係者の方々は、もっとカツオの事を詳しく知って、仕事に活かしたいと受講され、取得されている方が多いようです。

学生の方は、鹿児島大学には水産学部があり、講師の先生もいますので、水産学部生や、検定委員長であります愛媛大学の若林先生の学生や、鹿児島水産高校の生徒も受験しています。検定の合格者の出身別の内訳ですが、市内、県内、県外という事で分けていますが、市内の方の検定受験者は多いのですが、やはりいつでも取れるという意識なのか分かりませんが、県内と県外については、合格率が大変高い状況です。場所が枕崎という事もあり、旅費と時間がかかりますので、検定に対する意識が高いのではないかと、分析しています。特に、県内・県外の方々については、この機会に枕崎を知って頂いて、2日間の検定では時間がありませんので、この次に来て頂き、いけなかった所や、食べてみたい物があると思いますので、堪能して頂き、枕崎を知ると同時に、本検定の目的であります枕崎のカツオを、広く伝えて頂ければと思っています。

枕崎こどもカツオマイスター検定は、子供達にカツオや鰹節を学んでもらい、自信を持って枕崎や鰹節等の話が出来るような、ふるさとの枕崎を愛する子供に育てる事を目的として実施しています。小学校5年生の社会の授業で産業を学びますが、地元の産業、水産業も学びます。対象を5年生と、未受験の6年生(5年生の時受けられなかった)を対象にしています。こどもカツオマイスター検定に合格すると認定証を授与しています。また、5月4～5日に開催される「こどもの日かつおまつり」で、4日のまつりの冒頭で、毎年約10名程度、成績優秀者を会場で表彰しております。検定はこれまで7回開催し

357名が認定されています。これは市内の対象者の約2割弱となります。少ないなと思いますが、これはスポーツ少年団の大会等や、土曜日の休みに実施することが要因ではないかと思われます。

検定受験者数・合格者数

種別	第1回	第2回	第3回	第4回	第5回	第6回	第7回	計
受験者数	108	63	77	51	69	46	64	503
合格者数	96	55	61	35	54	40	38	379
不合格者数	12	8	16	22	34	6	26	124
合格率	88.9%	87.3%	79.2%	61.4%	61.4%	67.0%	58.4%	75.3%

検定合格者出身地別内訳

種別	第1回	第2回	第3回	第4回	第5回	第6回	第7回	計
市内	31	15	22	12	17	14	19	130
県内	37	33	30	14	27	19	15	175
県外	28	7	9	9	10	7	4	74
計	96	55	61	35	54	40	38	379

枕崎こどもカツオマイスター検定

目的 「枕崎カツオマイスター検定事業」

→枕崎で水揚げされるカツオや生産されるかつお節についての正しい知識を身につける等の目的を持って実施

「枕崎こどもカツオマイスター検定」

→こどもたちを対象とし、カツオを入口としてふるさと『枕崎』を深く理解するためのきっかけ(動機)づくりを目的として実施

枕崎こどもカツオマイスターとして学んだことを活かして、郷土に誇りを持つこどもを育てることに主眼を置く

- ・自分たちで考え、行動し、ふるさと『枕崎』への愛着を持つことができるようになるものとする。
- ・カツオで生きてきた枕崎の人たちに学び、枕崎の過去、現在に目を向け、自分の立ち位置を確認してもらう。
- ・未来に対する展望を持つことで、どう生きていくかという力を身につけられるものとする。
- ・枕崎出身というアイデンティティを持ち、自分自身への自信につなげられるようにする。

・小学校5年生で、「社会」の時間に日本の産業を学ぶ中で水産産業も学び地元の産業について学ぶ。

→対象を小学校5年生及び未受験の6年生とする

枕崎こどもカツオマイスター検定

認定証(こどもマイスター)

認定証授与(成績優秀者) こどもの日かつおまつり会場

こどもマイスター検定受験者数

種別	第1回	第2回	第3回	第4回	第5回	第6回	第7回	計
受験者数	69	44	56	32	47	43	55	357

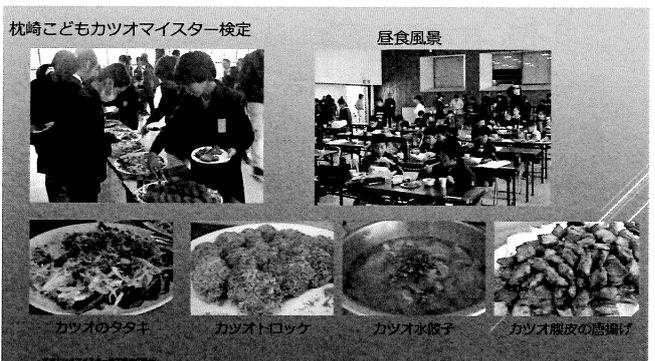
このような状況から第5回からは5年生時に受験できなかった検定未受験者の6年生も対象として、今に至っています。今年につきましては、2月24日に、66名の参加で実施しました。このこどもマイスター検定は1日で実施します。

写真は昨年の様子となりますが、検定は、午前中、マイスター検定と同様に3班に分かれ実習を行い、午後に筆記試験を行います。実習1として、マイスター検定と同じように鰹節工場の見学、実習2として、鰹節削り体験をしてもらいます。この時、茶節を作ります。実習3は会場の南薩地域地場産業振興センターの産業展示室でカツオやカツオ漁業の展示を見て、クイズを解いてもらい、その後、漁協の職員によるカツオのさばき方を見学してもらい、説明を受け、そのカツオを用いて薫焼きタタキ作りを体験してもらいます。子供達の中には、カツオをさばく時に血が出ますので、どうしても後ろの方に引いたり、気分が悪くなるからと控える生徒もいます。

この薫焼きタタキは実習を終えた子供達に、昼食として提供します。昼食は各自、ご飯と飲み物を持って来てもらい、おかずは事務局の方で準備します。実習で作ったタタキのほか、カツオが入ったカツオトロッケ、カツオの水餃子、カツオのはらがわのから揚げ等です。この様にカツオや鰹節の事、地元の産業を広く知ってもらいふるさと「枕崎」を愛する子どもに育てられる場として活用していきたいと思ひます。

最後に左の写真は第45回農林水産祭で内閣総理大臣賞を受賞した「枕崎ぶえん鰹」といひまして、船上で一本釣りのカツオを生き締めし血抜きして、急速冷凍したもので鮮度抜群です。弾力性のあるモチモチした歯ごたえと鮮やかな赤身が鮮度と美味しさの証です。この機会に皆様に紹介しますので、通販等もありますので是非ご賞味いただきたいと思ひます。

また、浜田先生が先程の講演でも触れたインスタ映えですが、右の写真は冒頭に紹介しました火之神公園に沈む夕日です。このような写真も天候が良ければ撮れますので、是非機会がありましたら、枕崎の方にお越しいただきたいと思ひます。



〈助言とまとめ〉

助 言

皆様大変貴重なお話、ありがとうございました。大変貴重な活動に、勉強をさせて頂く事が多々ございました。やはり、皆様それぞれが20年近くこの魚食普及に向けて努力されている中で、なかなか浸透していかないというジレンマを抱えていらっしゃるという事もよく分かりました。聞いておりますと、中学生、高校生、そこがやはりエアポケットだと思います。年齢的に言いますと、高校生や専門学校生、大学生という世代が、次世代なのですね。ここを取り込んでいかない事には、次世代の魚食は無いのです。今、一生懸命活動している小学生というのは、次々世代なのです。

普通の学校に食育授業で行きますが、中学生、高校生に会うと、小学校の時何をやったのか覚えておりません。

やはり、縦に縦にピラミッドを伸ばして、継続をさせていくという事が大事なのではないかと思いました。インバウンドの話ですが、日本の人口は一億人だが、世界に目を向けたら70億人居ると、1対70で、外国人が、日本のこれ美味しいと言い出したら、日本人もその価値を見直さざるを得ないわけです。そこでやはり海外に正しく発信していく事、インバウンドに訴えていく事が重要なのです。

日本において魚は物ではなくて、文化なのです。その文化が価値なのです。文化的な食事を送ってきた日本人には、魚のストーリーがあります。そのストーリーが、消費者にとって、購買動機なのです。その価値は足元にあります、灯台下暗しです。

付加価値は足元にあります。自分の地元には必ず落ちています。自分が何気なく使っている方言が商品名になるのです。まず、皆様ご自身が、海にロマンを感じて頂きたい、その上で、文化的な魚食生活を送って、それを発信して頂きたいと。何故なら皆さんはピラミッドの頂点にいるからです。

魚ひとつとっても、色々なロマンと歴史と文化が込められているわけです。それを掘り起こして、価値に変えていく、現代の私達の使命だと思いました。

食育専門家 浜田 峰子

まとめ

魚食普及推進センター：講演と各地で魚食普及を行う10名の方に発表頂きました。浜田先生には助言も頂きました。

ここで、簡単なまとめと関連付けて、大日本水産会から今後の活動の方向性について3点申し上げます。

まず一点目、本日のプログラムの中でキーワードがいくつかあったと思います。

「ゆりかごから墓場まで」、「無駄にしない」、「家庭課授業での教室」、「リーダーを育成する」、「連携」、「継続」、「男性社会だが決定権は女性にある」、「魚が好き」、「楽しく」等が挙げられましたが、「リーダーを育成する」という事について、大日本水産会の魚食普及チームで検討しているプログラム例をお話しします。

本日参加頂いた皆様は、楽しみながら魚食普及を行っているという事が一目瞭然だったと思うのですが、各地には、魚食普及活動を行いたいが行えば良いかわからない、講師がいない、という悩みを抱えた方々がいらっしゃいます。講師による出前授業を取り入れる事も一つの手ですが、地元のリーダー育成も重要ではないか考えています。その際、実施者自身が楽しめていない場合に「継続」は難しいと感じています。そのため、リーダーが即戦力として実施できるプログラム例を作れないかと考え、全国で応用可能で、話す内容や伝える内容の一例として、「鯛の塩釜焼プログラム」を製作中です。

老若男女、正月・お食い初め・誕生日等のハレの日向けプログラムで見栄えがするため、魚食普及が進むのではないかと考えています。現在登録者数400名強のメルマガで調理方法も含めたこのプログラムを皆さんに提供する事で、リーダーの役割を担う人材が現れないかと期待しています。各地で皆さんが奮闘する中で「魚食普及の教材としてヒントになる」のではないかと思いますので、参考にして頂けましたら幸いです。

二点目に、今後魚食普及活動を行う際に重要度が増しそうな分野に関しての情報です。

既にご存知の方もいるかと思いますが「地産地消」、「食物自給率」、「原産国表記」、「食文化」、「エシカル（倫理的なという意味）」、「グリーンコンシューマー」、「SDGs」、「持続可能な社会を目指して」等の言葉が食育現場や、義務教育の授業で取り入れられつつあります。

これらは、使い方や立場によって、追い風にも逆風にもなりますので、小学校や中学校の授業内容に含まれている事を念頭に活動すると相乗効果が高くなる可能性があります。地産地消の例でいえば、メヒカリを販売する意味では非常に使いやすくなりますが、海外のものを輸入してきた水産業界の方には使いにくい言葉です。反面、自給率で考えると海外からの食料輸入は必須でもあると説明できます。また、グリーンコンシューマーは「生物多様性を損なわないものを選びましょう」と中学校の教科書に載っていますが、例えば、鮫とか鯨は日本では資源管理出来ているにも関わらず、巷の情報で「絶滅」等の言葉とセットで消費者が結び付けてしまうと、美味しさ以外の面から選択されなくなる可能性があります。この分野もメルマガで発信できたらと考えております。

三点目として、魚食普及を後押し可能な技術についてのPRです。過去の情報や思い込み、噂で正当な評価を得る事が出来ていない技術を、業界、食育関係者が簡潔に説明できる事も水産商材の販売促進になると考えています。「缶詰は安いけれどシッカリした技術で骨まで食べられる技術だ」とか、「冷凍は鮮度をしっかり保持できる技術で漁獲した船の中で凍らせることも増えている」とか、「養殖は技術が上がり、法改正されて安心安全で、より美味しく便利になっている」等、それぞれの立場の方が利用できそうな内容を発信したいと考えています。

全国各地、様々な分野で立場や役割が異なる方が行っている魚食普及活動ですが、皆で仲良く楽しく行い、全体の底上げが出来たら幸いと考えております。

さて、予定ではここから質疑応答の予定でしたが、皆様が楽しみながら熱く発表して頂いた事で時間がかなり押しておりますので、ここでプログラムは終了とさせていただきます。

本日は、北は北海道、南は鹿児島まで遠方よりご参加、発表頂きました。

改めまして貴重な時間を頂戴し参加頂きましてありがとうございました。

この後の懇親会で情報交換をして頂ければと考えております。

講演録

魚食普及活動交流会 ～様々な分野で行われる魚食普及活動の実態～

平成30年3月

編集発行人 国産水産物流通促進センター
構成員 一般社団法人 大日本水産会
〒107-0052 東京都港区赤坂 1-9-13
電話 03-3585-6684
FAX 03-3582-2337
