

シリーズ
食の未来

オレンジページ 暮らし予報 レポート

No.29



今回のテーマ》 今後の魚事情

魚を調理するのは 「フライパンのほうが多い」 48・0%

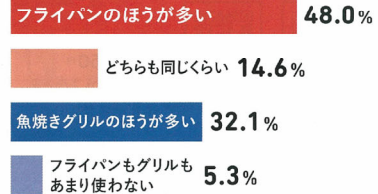


塩焼きと刺し身は忙しい日の味方!

さまざまな変化の途上にある日本の食事情を掘り下げる、「食の未来」シリーズ。今回は魚について考えます。水産庁によると、日本人1人あたりの食用魚介類の消費量は、2001年の40.2kgをピークに減少に転じ、2016年には24.6kgと半減しています。

オレンジページの調査でも、魚料理の頻度が最も多いのは、週2〜3回の41.4%。5年前の調査に比べて4.4ポイント下がっていて、魚を食べる頻度はじわりと減っているようです。また、魚焼きグリルを使うことが多い人は32.1%に対し、フライパンを使うことが多い人は48.0%。「魚焼きグリルをほぼ使わない」34.3%、「魚焼きグリルを洗うのがめんどろ」87.5%という結果を踏まえると、魚焼きグリルを手間がかかる……と、調理を避けている人も多いのかも!?

Q 自宅で魚を調理するとき、フライパンと魚焼きグリルを使う割合は、どちらが多いですか。
(n=821. 魚を食べる人)



魚をもっと食べたい・食べさせたい 69.8%

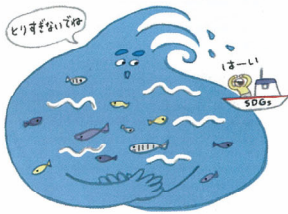


食卓によく登場する魚料理は、1位が塩焼き75.2%。2位は刺し身65.2%。その理由は、塩焼きは「焼くだけで簡単だし、おいしい」(30代)、専業主婦、「刺し身は「買ったときからそのまま食卓に出せて時短になる」(50代・フルタイム)など、手間がかから

約7割の人は、今より魚を「もっと食べたい」という気持ちがあり、実際に「魚が苦手な家族のために調理法や味づけを変える」(50代・専業主婦)や「骨を取って子どもも食べやすくする」(30代・フルタイム)などの工夫をしている人も少なくありません。消費量が減っているとはいえ、これだけ多くの人がもっと食べたいと思えていることから、やはり日本人は魚好きといえます。一方で「子どもが喜ぶレシピがわからない」という声も多く、魚料理の登場回数が増えるい壁になっている可能性も?

これからの「魚事情」はなる!?

「サステナブル・シーフード」に注目!



ベイトブランド トップバリュ も、海の環境を守り、その恵みを持続へと残していくために、サステナブル・シーフードの取り扱いを増やしています。

日本の消費は減っています。かつては水産資源の34%はとりにぎといわれています。そのおもな原因は、気候変動や人口増による過剰漁獲。そこで、将来も魚を食へつづけられるようにするため、国際的な取り組みがあります。



【商品の一例】写真左から、「トップバリュ グリーンアオナチュール 環境にやさしいMSC認証 ライトフレーク」かつおオイルオイル漬] 70g 321円、「トップバリュ グリーンアオナチュール asc 認証 ごちそうサーモン」100gあたり494円(店舗によって価格が異なる場合があります)/イオントップバリュ <https://www.topvalley.net>

作る漁業「陸上養殖」の時代に!?



海の生産能力低下や海洋汚染問題を受け、陸地で魚を育てる「陸上養殖」に取り組んでいるのが、養殖コンサルティングを手がける「さかなフアーム」。陸地に養殖場をつくるこ

とで、海水の状態や気候に左右されることなく、安心・安全な魚を安定的に供給できるように。エサの管理もより効率的に行えるため、魚本来の味をしっかり引き出すことができます。

温暖化で「未利用資源」の活用が課題に

温暖化や黒潮の蛇行が魚の生息分布に変化を及ぼし、これまでとれなかった魚種が増加する現象も起きています。しかし、調理方法がわからず活用されな

はうつつが増加して、たこや特産の伊勢えびが食べられてしまう問題が発生。そこで、生産者企業、自治体が一体となり、これまで流通しなかった食材を活用しようという取り組みが、小社も参画する「食地政学」に基づくグリーンジョブマーケットの醸成共創点プロジェクト。3月には、未利用食材について学び、試食するオンライン晚餐会を開催。「コラゲン」がとれるのはうれしい! 「未利用食材を活用できれば食の幅も広がるなどの声も寄せられました。



その見た目が敬遠されがちなうつつ。脂がのって弾力があり、甘酢あんかけ(写真下)やから揚げにするとおいしい。

暮らし予報 明日はこーする!

お魚事情は、どんどん変わってる!
選び方、買い方、
食べ方も変わるでしょう

今や水産資源は世界各国で奪い合いとなり、漁獲量の減少は顕著に。次の世代に魚を食べる食文化を残すために、これまでにない発想で、「作る」「守る」工夫が必要になっています。魚を買うときは、珍しい魚も食べ方を工夫して取り入れてみる、養殖のものやサステナブル・シーフードを選ぶなど、私たち消費者にも、これまでとは違う視点で魚料理を取り入れることが求められているのかもしれない。

