

— みんなの力でおいしいマグロをいつまでも —

発行・一般社団法人 責任あるまぐろ漁業推進機構

目次

1・2面…巻頭インタビュー
 3面…OPRTウェブ上セミナー、まぐろコンシェルジュ認定
 3・4面…「10月10日はまぐろの日」キャンペーン

マグロにも新しい楽しみ方の提案を

(一社)大日本水産会 魚食普及推進センター 川越哲郎センター長

新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大により、私たちの生活は大きく様変わりしました。これまで当たり前に行われていた外出や旅行、イベントなどで自粛が続き、家族以外の人たちと「ワイワイ・ガヤガヤ」楽しみながら飲食を共にする機会が激減しています。ただし、こうした渦中にも新たな取組の余地はあります。魚食普及活動と水産物消費拡大に向けて取組む、大日本水産会魚食普及推進センターの川越哲郎センター長には、コロナ禍の下で起きたマグロなど水産物消費の変化や、これからの魚食シーンをより良くするために必要なプラスαの提案をいただきました。

(インタビュー・黒岩裕樹)



——コロナ禍の魚食はどのように変化しましたか。

川越センター長 東京・豊洲市場を例にとると、水産卸7社の2020年度上半期(4~9月)は、取扱数量が20万8,887トンで、前年同期に比べ2万ト近く減っています。

その上、特に外出向けの高・中級魚の需要が大きく落ち込み、場内取引が1割近い単価安となりました。寿司種などの特種物や高級マグロ、保管施設や調理技術を要する活魚にその傾向が強いです。

一方で、スーパーマーケットなどの量販店は堅調です。前年に比べると、総じて1~2割程度の売上げ増だと聞いています。とはいえ、水産物の市場全体で均してみれば、量販店だけで、とても外出の冷込みをカバーできるものではありません。

緊急事態宣言につながった感染拡大の第一波が過ぎて5ヵ月になりますが、業務用ルートの回復は遅れたままです。近年拡大を続けてきたインバウンド需要については、外国人

観光客の入国制限もあり、東京五輪・パラリンピックとともに、お預け状態にあります。

——イベントなど、人が集まる機会も激減しました。

川越センター長 3~4月は卒業式や入学式、歓送迎会、花見などで刺身盛合せや寿司類が特に売れる時期でした。6月のブライダル需要を逃したことも痛手でした。

冠婚葬祭も、自粛や規模の縮小、延期が相次いでいます。通夜振舞いや告別式後の精進落とし料理は、持ち帰りの弁当に変更せざるを得ず、定番だったマグロの消費は、このようにところどころでも減退しました。

——売上げを伸ばした商品はありますか。

川越センター長 量販店向けの加工品にその傾向が強くなり、特に干物やサケの切り身などは好調です。家族全員が在宅となった緊急事態宣言の期間は、朝昼晩の三食を自宅ですることになり、「味付けの手間なく焼

くだけでメインのおかずになる」ということで、評価を上げています。

簡単・手軽という意味では刺身も当て嵌(は)まりますが、やはり夜の主菜や酒の肴という印象が強く、食卓への登場機会は干物や切り身には及びませんでした。

——マグロには特徴的な動きがありましたか。

川越センター長 クロマグロやミナミマグロは外出のイメージが強く、家庭で食べるには、まだまだハードルが高いようです。しかし、量販店向けのキハダやメバチは、切り落としやネギトロが売れ筋商品になりました。

ただし、マグロ類全体としてさらなる消費拡大を目指すならば、刺身以外の食べ方や、購買意欲をそそる

(2面につづく)

(1面からつづく)

陳列、皿の上の盛り付け方にも、目新しい提案が求められます。

冷凍食品の売上げが伸びていることから、「家庭の冷凍庫でストックしておける食材」として、冷凍マグロをサクで売る量販店がありました。冷凍マグロは家庭用冷蔵庫の冷凍庫で、ある程度保存すると変色してしまいますから、家庭での保存期間や解凍法などもしっかりと案内した上で、サクだからこそ味わえる、おいしくて楽しい料理の提案がなされています。

塩コショウでサクのマグロに軽く下味をつけ、小麦粉、卵、パン粉の衣で、さっと揚げる「揚げたたき」あるいは「レアカツ」と呼ばれる料理は、完全解凍しないサクでこそおいしく作れる調理法だと聞きました。年齢を問わず喜ばれる料理だと思います。

——これから年末にかけて、予想される水産物の消費動向とは。

川越センター長 これまでとは違う生活環境で、我慢の日々が続してきたことから、コロナ疲れが深刻です。未だコロナ禍の最中ではありますが、しっかりと対策をとった上で、外食も楽しみたい気持ちが高まっているのではないのでしょうか。

東京都内では8月3日から出ていた営業時間短縮の要請が、9月16日に解除されました。東京発着が追加された「Go To トラベル」や「Go To イート」にも、水産物の消費促進や経済の循環を期待したいところ

です。

もちろん、以前と比べれば不自由さは免れません。現状で年末年始の海外旅行は困難と言わざるを得ません。ただ正月までには、実家へ久しぶりに帰省することが受け入れられやすい環境に戻っていて欲しいです。

年末年始には実家で過ごす、あるいは自宅の巣ごもりを選ぶ人でも、「おいしい物を食べて贅沢な気分を楽しもう」、「ちょっと高級なマグロにも手を出してみよう」という雰囲気を楽しみたいですね。

——自宅で過ごす“巣ごもり”の時間が増えていますが、魚食にプラスに働くことはありますか。

川越センター長 自宅で魚をさばく人が増えたようです。量販店の品揃えは画一的で、「通勤時に見て存在だけは知っていた」という鮮魚小売店へ足を運ぶ人の増加や、インターネット通販の利用者が増加したことが要因ではないでしょうか。

特にネット販売では、コロナ禍で在庫の滞留が顕著な農水産物の送料を無料にする国の事業が始まっています。消費期限が短い鮮魚は、まとめ買いに不利なため、送料の占める割合が高くなりがちです。「送料無料ならば試してみたい」との動機で購入を決めた人は、案外多かったのではないのでしょうか。

とはいえ、コロナ対策事業は時限的です。これからの魚食普及を考えた場合、「魚を買う」、「家で調理する」という行動を定着させる必要が

あります。

——「withコロナ」の時代にセンターの活動にも変化がありますか。

川越センター長 10月24日に開催した、東京湾再生官民連携フォーラムの江戸前ブランド育成プロジェクト「東京湾大感謝祭」で私たちは、無料オンライン料理教室を開催しました。約500世帯に鮮魚ボックスを届け、オンライン動画を見ながら皆で一斉にさばく料理教室です。

プロの料理人が手ほどきをする、初心者ほど、格差の大きさに「自分にできる気がしない」と挑戦する前から断念しがちです。「それなりにできる」という教え方であってもよいと私は考えます。

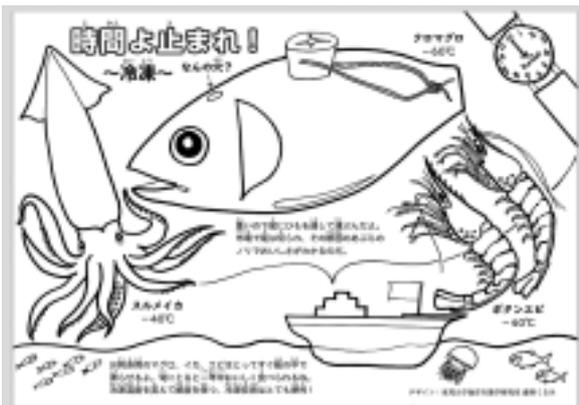
さらには、丸ごと1尾購入して調理する経済性や、普段食べている切り身・干物をよりおいしく食べる目新しい方法も、皆さんの関心事だと想定します。

「東京湾大感謝祭」に合わせてセンターでは、こうした課題に対応するコンテンツも準備しました。今後、私たちのホームページでも順次公開していく予定です。

また、小学校などで行う出前授業（出張授業）「おさかな学習会」は、コロナ禍による休校で開店休業状態でしたが、9月から依頼が増えてきました。社会科見学ができないことで、体験型の出前授業に人気が出てきたそうです。タッチプールや漁業の模擬体験など、様々なプログラムで対応していきます。



魚食普及推進センターのホームページ (<https://osakana.suisankai.or.jp/>) では、子供にも分かりやすい水産業の紹介や、魚に関するイベントの一覧など、充実した情報を見つけやすいよう整理されています。人気コンテンツは「魚レシピ」で、季節ごとの多彩なメニューを紹介するほか、学校給食で提供され特に好評な魚料理のレシピも掲載しています。



家族で楽しめるクイズも満載で、各種資料を閲覧・ダウンロードできるコーナー内には、10種類の魚のぬり絵をしながら、魚の秘密を知ることができる「おさかなぬりえ」(左下はマグロの塗り絵です)もあります。

子どもたちに水産業や魚の栄養について関心をもってもらうため、出前授業(右下はカツオ一本釣りの模擬体験)をおこなっており、その申込みが同サイトから可能です。更新された情報を提供するメールマガジンも毎月配信しており、興味のある方はぜひ登録をお願いします。



第1回OPRTウェブセミナー

FAO漁業・養殖業白書の概要

責任あるまぐろ漁業推進機構（OPRT）は、会員を対象とした今年度第1回セミナーを、新型コロナウイルス対応としてウェブ上の資料掲示方式で9月17～18日に実施した。国連食糧農業機関（FAO）が6月に公表した「世界の漁業・養殖業の現状（SOFIA2020）」の関連部分を長嶋大四郎専務が、抜粋の上、構成・和訳したもの。

カツオマグロの漁獲量は類似種を含め毎年増えており、2018年は790万トンを達した。ただ増加の主体は、2000年代からの中西部太平洋におけるカツオ漁獲量の増加である。

世界的な商取引で重要なピンナガ、メバチ、カツオ、キハダ、ミナミマグロ、大西洋クロマグロ及び太平洋クロマグロの7魚種をみると、17年には、その66.6%が生物学的に持続可能な範囲内で漁獲されたと推測。ただ、長嶋専務は、「資源状況に問題がないとされるカツオを除くマグロ6魚種に絞るとその比率は低下し、楽観はできない」とする。また、同白書では、カツオマグロの需要は高く、漁獲する漁船勢力は相当な過剰漁獲能力の状態にあるとし、過剰漁獲となっている資源を回復させ、持続可能な水準に維持するためには、漁獲制御規則（HCRs）の実施を含む効果的な管理措置が必要としている。

次に、FAOが進めている違法・

無報告・無規制（IUU）漁業への対策に関連する進展として、寄港国措置、IUU漁獲のインパクトの推定方法、転載の規制等の検討、漁具マーキングなどを紹介している。

さらにIUU対策の一つとして、漁獲証明制度が、欧州連合（EU）、米国、韓国で導入・実施されていることも同白書で紹介されており、長嶋専務は「刺身マグロ輸入量では世界最大市場を提供している日本も、これらの国・地域の制度に匹敵する漁獲証明制度を早急に実施すべき」と述べている。

なお、18年の世界の魚介類（水棲哺乳類及び海藻を除く）生産量は1億7,850万トンで、うち、養殖からは8,210万トン、捕獲漁業からは9,640万トンとなっている。

まぐろコンシェルジュ

10人を新たに認定

三崎港・西松

「まぐろコンシェルジュ」認定事業を全国で展開する神奈川・三崎港の西松は8月、青森県八戸市のスーパー・よこまちストアの店頭販売担当者を対象に、昨年2月に続き同ストアでの2回目の養成講座を開いた。今回受講したのは、前回認定された10人の冷凍マグロ販売担当者をサポートしている社員、エキスパート、女性パート職員ら10人で、全員が9月に認定された。

講師を務めた西松の相原宏介専務はこれまでと同様、マグロ漁業の現状説明やおいしいマグロ料理の作り方の実演指導に加え、違法操業防止やマグロを含む17魚種の資源管理、国連の持続可能な開発目標（SDG

s）等国際的取組についても説明した。

よこまちストアはかつて西松と連携し、地元水産高校の実習船が漁獲した冷凍マグロを販売。その際、「お客様にきちんとしたマグロ情報を伝えながら販売したい」と西松に依頼し、認定講習を受講した経緯もある。

よこまちストアのコンシェルジュ1期生は「われらマグロ伝道師」を合言葉に「よこまち自慢のまぐろアレンジ」と銘打ち、それぞれの売場で「まぐろとアスパラのガーリックソテー」などのほか、（DHAの酸化を防ぐセサミンを含んだ）ゴマを振り掛けた「まぐろのごまステーキ」等を自作・展示。今回の10人はそうした取組に触発され、受講を決めた。

西松が広島県を皮切りに始めた「まぐろコンシェルジュ」認定事業はその後、中国、九州、東北にまで広がり、これまで92人を認定。今回受

講したよこまちストア2期生10人を加え、全国のコンシェルジュは102人となった。

相原専務は「家庭での食材の主な購入者である主婦が「欲しい」と思う情報を提供できる女性パート職員さんまで今回初めて受講してくれ、冷凍マグロ消費拡大の強い味方になってくれると期待する。100年以上、マグロ廻船問屋、冷凍マグロ流通業に携わり、同漁業存続の支援こそが使命と考える当社としては、販売の最前線で働く『まぐろコンシェルジュ』に大きな期待を寄せている」と話す。



調理実習で作ったマグロ料理を試食する受講生

天然・刺身マグロキャンペーン

「ご飯とマグロ」

OPRT・全水商連

責任あるまぐろ漁業推進機構（OPRT）と全国水産物商業協同組合連合会（全水商連）は10月10日の「まぐろの日」に合わせて「天然・刺身マグロキャンペーン」を、10月1日～11日に開催した。全水商連傘下の鮮魚小売参加店では、対面販売を生かし、マグロの美味しさや調理法、資源の持続可能な利用や漁業の大切さも伝えてもらった。

17回目の今年は「ご飯とマグロ」を標語にした。米飯と刺身マグロのおいしさを訴えるため、リーフレットでレシピを紹介。握り寿司などの定番の和食のほか、ユッケ丼やライスサラダ、ポキ丼といった海外の食べ方も紹介している。

参加する鮮魚小売店舗は187店で、昨年より21店少ない。新型コロナウイルス感染拡大に加え、熊本県などでは豪雨の影響を強く受けたためだ。ただ、全水商連の千葉和男専務によると、コロナ禍でも交流サイト（SNS）などで情報発信する店舗では新規の顧客を増やしており、「特

に、男性客は購入単価が高く、多めに買う傾向もある」と、変化を語る。

OPRTの長嶋大四郎専務は、コロナ禍で各種イベントが軒並み中止になっている状況を、事前に往訪した店舗から聞いていた。「キャンペーンへの参加をお店のPRにも活用して貰えれば」と述べ、販促を通じた集客効果にも期待を寄せる。

キャンペーンではポスター700枚、リーフレット2万1000部と、参加各店へPR「のぼり」も配布。天然冷凍メバチのサク（約700円）が150人に当たるプレゼント企画を実施した。

マグロキャンペーン 参加店訪問

責任あるまぐろ漁業推進機構（OPRT）と全国水産物商業協同組合連合会（全水商連）は、「10月10日はまぐろの日」の標語を掲げ、10月1日～11日まで「天然・刺身マグロキャンペーン」を展開した。協力する全水商連傘下の鮮魚小売店では特売セールや、対面販売の特徴を生かした食べ方提案、資源や漁業の大切さなど、キャンペーンのリーフレットを手渡し紹介した。

東京・世田谷区三軒茶屋の「池田屋」は、豊洲市場で丸のままのマグロを、1週間に6～7尾のペースで自ら競り落として仕入れている。その強みを生かした毎週日曜日のマグロ解体販売は20年間も続けており、パフォーマンスと切りたての特価品を求めて、定時の午後2時30分には店の前に人だかりができた。解体が始まる前にリーフレットを配布し、「抽選でマグロが当たるよ」と盛り上げた。

店主の石川宏氏によると、同店の看板商品は先々代の創業時からマグロで、「1本買いただからこそ新鮮で安く、多彩な部位も売ることができる」と胸を張る。解体販売には子供を連れた家族が多く、「毎週自分が豊洲市場で競り落としたマグロを、

自分でさばいて、直接売れる。楽しいですよ」と話していた。

中野区中野の天神の魚屋「こみや」は打越天神近くの旧商店街に店を構えるが、SNSでの評価も高いため、少し遠方からも、こだわりのある着を求める20～30歳代の男性の姿がコロナ禍前から増えたとのこと。「お客さんの情熱に負けないよう、毎日豊洲市場へ通い、マグロも自分が気に入った天然ものを仕入れている」と、店主の小宮高之氏と長男の佑介氏は力強く語る。

杉並区の「魚菊」は京王井の頭線の浜田山駅前であり、取扱う魚種は豊富で、小魚でも1尾単位で買える使い勝手のよさが重宝されている。マグロは脂ものが好きな人のためのミナミマグロを基本としつつ、さっぱり味を好む人に向けたメバチも揃えているとのこと。「店にとってマグロは大事な商材。刺身盛合せには欠かせない」と、店主の安藤英雄氏は誇らしげに語った。

ミナミマグロを中心に扱う浜田山の「新潟屋」は期間中、3割程度の大値引きを実施。店主の粕川陸幸氏の「普段通りの味を、安価で提供するこの機会に覚えてもらいたい」との思いからだ。すべてサクで陳列し、注文を受けてから切り分ける。先代の80年前の創業時から仕出しを扱っており、仕出し用の和食器が豊富に

あり、近所に住む購入者には刺身を焼き物の皿に盛付け貸出している。

神奈川・横須賀市、京急の県立大学駅近くの「小田幸」は横須賀魚市場で毎日、仕入れを行っており、朝8時から店を開ける。周囲には漁港が多く、地の魚が集まり、店にも並べているため、鮮魚への関心が高いお客さんが集まる。マグロは冷凍のクロマグロおよびメバチを中心に扱っており、往訪時にはお買い得商品として、天然の大西洋クロマグロのサク（250g ぐらい）を1,500円で販売していた。店主の神保光秋氏は「キャンペーンには毎年参加しており、毎年、お客さん何人かからプレゼントのマグロが当たったと聞く。大変喜ばれている」と和やかに語った。

千葉・浦安市の「泉銀」は以前浦安魚市場で天然ミナミマグロ専門店として営業していたが、市場閉鎖に伴い山本周五郎の小説「青べか物語」で有名な元漁師町の堀江に移転。今では町の魚屋さんとして多種多様な魚、珍しい魚まで丸のままでも扱う。マグロは専らミナミマグロを扱う。店主の森田釣竿氏は「ミナミマグロの美味しさに集まったお客さんに、多種多様な旬の魚の魅力も伝えたい。マグロのサクを自宅で切ることをきっかけに、魚を捌く楽しさにはまるお客さんが増えてゆくのが楽しい」と語った。



池田屋：石川宏さん



魚菊：安藤英雄さん



小田幸：神保光秋さん[㊦]



こみや：小宮高之さん[㊦]・佑介さん



新潟屋：粕川陸幸さん



泉銀：森田釣竿さん

編集後記

本年のコロナ禍の下、商店街や地域の催しが中止になったところが多いとのこと。その中で、本年も「10月10日はまぐろの日」キャンペーンを実施しました。期間中に伺ったお魚屋さんの方々は、その中でも頑張って工夫をなさっておられました。感謝申し上げますとともに、少しでも早く「通常」が戻ることを祈念しています。

(長畠)