

データと図解で徹底解説! ここが「魚」の現在地

Weekly
Toyo Keizai

週刊 東洋経済

明治28年11月14日第3種郵便物認可
第7176号 2024年6月1日発行
毎週土曜日発行(5月27日発売)
ISSN0918-5755

2024
6/1
特別定価880円

全解剖

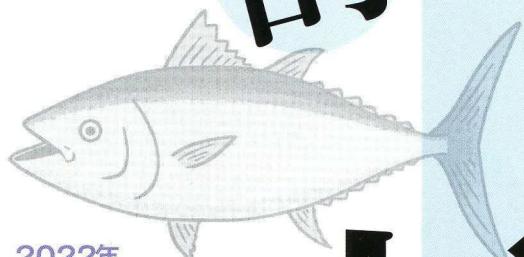
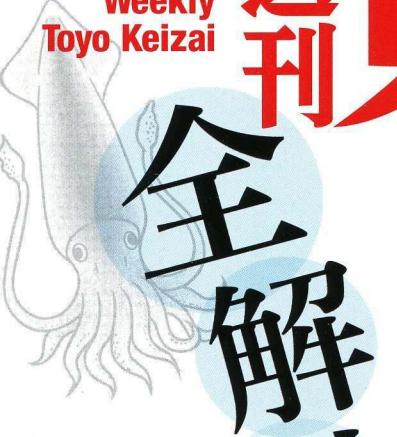
日本の 食 ビジネス

いつまで魚を
食えるのか

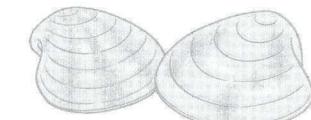
ウナギ・サンマ・イカも高騰
日本の漁獲量はピーク比7割減

現地ルポ 企業が殺到
マグロ、ブリ、サーモンは養殖で

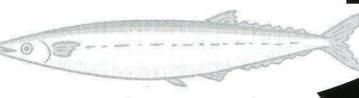
主要漁港・水揚げ高ランキング
都道府県別・漁獲量ランキング



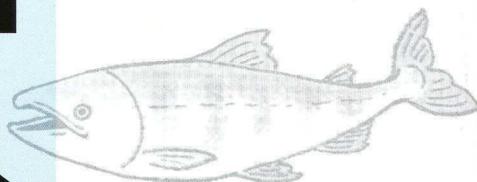
2022年
2700円/kg
↑
2009年
1855円/kg



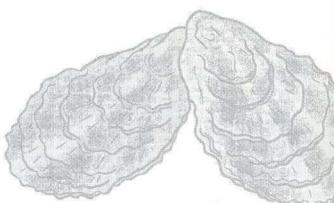
2022年
783円/kg
↑
2009年
386円/kg



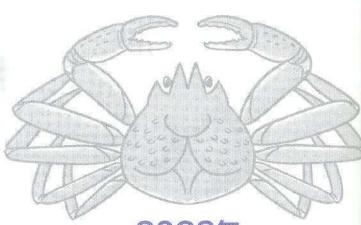
2022年
552円/kg
↑
2009年
74円/kg



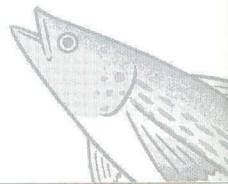
2022年
787円/kg
↑
2009年
335円/kg



2022年
773円/kg
↑
2009年
574円/kg



2022年
6179円/kg
↑
2009年
2042円/kg



未利用魚が食卓を救う

商品開発が成功

加工処理をしたら、“海のフォアグラ”に変身する例も。

水産研究・教育機構 水産技術研究所 宮田 勉

日本には魚介類を刺し身で食べる文化があるため、消費者の鮮度志向が非常に高く、鮮度によって魚介類の価値が決まる。魚介類流通は高鮮度のまま全国津々浦々の店舗まで運べる日本特有のシステムだが、売れるかどうかわからない知名度の低い魚介類は、販売先を探す時間がかかるので、主要流通に乗ることはないと、よって多くの種類の魚介類が产地で未利用や低利用となる。重要な水産資源の二枚貝を食い

荒らしているエイ類については、自治体によつては補助金を出して駆除している。エイ類は尾ひれに毒針があり、食用のイメージもなく、アンモニア臭があるので、エイヒレを除けば、一般的のスーパー や外食で見かけることはない。

これを解決すべく取り組んだのが愛知県にあるプロ・スパー社の鈴木裕己社長だ。アンモニア臭を抑制するため、漁業者に船上で簡易的な1次処理をしてもらい、自社加工場でも処理を行い、臭いの抑制に成功した。とくにアカエイの肝は“海のフォアグラ”といわれるまでの人気商品になった。

空揚げの定番商品になる

ほかにもある。00年ごろ、水揚げされたメヒカリの大半は市場に流通しなかつた。全国的に知名度が低かつたメヒカリは地元で流通する魚。少しでも量が多くなると価格が下がって、「豊漁貧乏」を引き起こした。獲つても価格が安いことから、漁業者は鮮度保持のための氷も十分に使用せず、サイズ分けもしなかつた。

このことから鈴木氏は、鮮度保持の重要性、サイズで異なる需要



アカエイはアンモニア臭を消して、肝以外の商品も開発。値段も上がった(上)。メヒカリは鮮度を保ち、大手居酒屋チェーンなど新たな販路の開拓に成功(下)

を漁業者に説明。商品価値のあるメヒカリが水揚げされるようになつた。その後は約2000店舗の新販路を開拓でき、大手居酒屋チエーンでは空揚げの定番商品である。産地市場での価格も従来と比べて1・7倍となつた。

日本近海には約3900の魚種が生息しているといわれる。全国から水産物が集まる東京都中央卸売市場には、国産魚が約600種入荷されるが、うち半分以上はめつたに上場されない魚種である。

大半の魚種は水産のプロでもほとんど見ることがなく、消費者は見たことも聞いたこともない。

だが、本当においしい未利用や低利用の魚介類は多く、味の観点からすると、なぜ売れないのか、なぜ安いのかと考える。アカエイやメヒカリをはじめ、資源量がそれなりにあれば前述のような取り組みが有効だが、決して多くない魚種でも地方の特産品としてPRすることで、流通が改善された例は少なくない。未・低利用魚は潜在的な新商品であり、地域振興資源でもあるといえるのだ。

みやた・つとむ 岩手県厅や国際農林水産研究センターを経て現職。北里大学や吉備国際大学非常勤講師も。専門は水産経済学で漁業・漁村振興を中心に研究。日本および東南アジアが主なフィールド。