

# 水産加工品に秘められた可能性

平成30年度 3年2組 (11) 門田 瞳子  
指導 農学部食料生産学科 竹ノ内 徳人

## はじめに

日本人は昔から海の恵みを食してきたが近年食用魚介類の自給率が減少し続けている。若者ほど魚介類の摂取量が少なく、特に40～50代の世代と比べて著しく少なくなっている。また、50～60代の摂取量も減少傾向にある。生鮮魚介類の消費量は減少し続けているが、消費される生鮮魚介類も変化してきている。平成元年ではイカやエビが上位を占めていたが、近年はサケ、マグロ、ブリが上位を占めるようになった。

## 実態調査

### 水産加工品を販売してる愛媛県葭刈の“こもねっと”の取り組み・展望

- 街をよりよくしたいという思いから“こもねっと”を起業した。葭刈の風景・景色を伝えることで地元の宣伝につなげている。
- ・加工品には、全て地元（愛媛）で採れた水産物を地元の人たちで開発・販売
  - ・獲れたての水産物を加工
  - ・加工場が地元にある
- 鮮度が落ちることなく新鮮なまま加工できる
- ・原価計算に基づく価格設定
  - ・地元住民の理解と協力



同社の取り組みの特徴として個々への丁寧な対応に尽きる。“こもねっと”や葭刈を多くの人に認知してもらい、販売を広げていくことを目指している。“和”の文化を守りつつ、食べやすさも工夫するなど加工場を持つ強みを活かそうとしている。“こもねっと”の思いには「地元で新鮮なおいしいものを食べてほしい」「地元を応援してほしい」「より活力のある葭刈に」「子供たちが自慢できる場所になるように」というものがある。



## 結論

働く女性や一人暮らしをする人が増えた現代社会では、従来に比べて食事にかかる時間が少なくなったことが水産物消費減少の主な原因である。消費者の事情を考えれば水産加工品による消費量アップの可能性はある。ただし、“こもねっと”の指摘にもあるように鮮度、加工コスト、なども相応にかかることがネックになる。したがって、水産物消費については簡単に調理できるような一次処理から、レシピ、調理時間、調理器具まで配慮しつつ、食べたいというニーズを刺激することが大事だ。生産者の思いと消費者のニーズが一致するにはまだまだ課題があるが取り組む意義はある。

## 今後の課題

日常生活だけでなく、最近起こった予測されていなかった豪雨災害や、これから起こると言われている南海トラフ地震の時にも加工品は役に立つだろう。加工品の中でもさらに商品を絞って研究を続けたい。

## 謝辞

本研究の指導をしてくださった愛媛大学農学部の竹ノ内先生、附属高校の横山先生、本当にありがとうございました。

## 目的

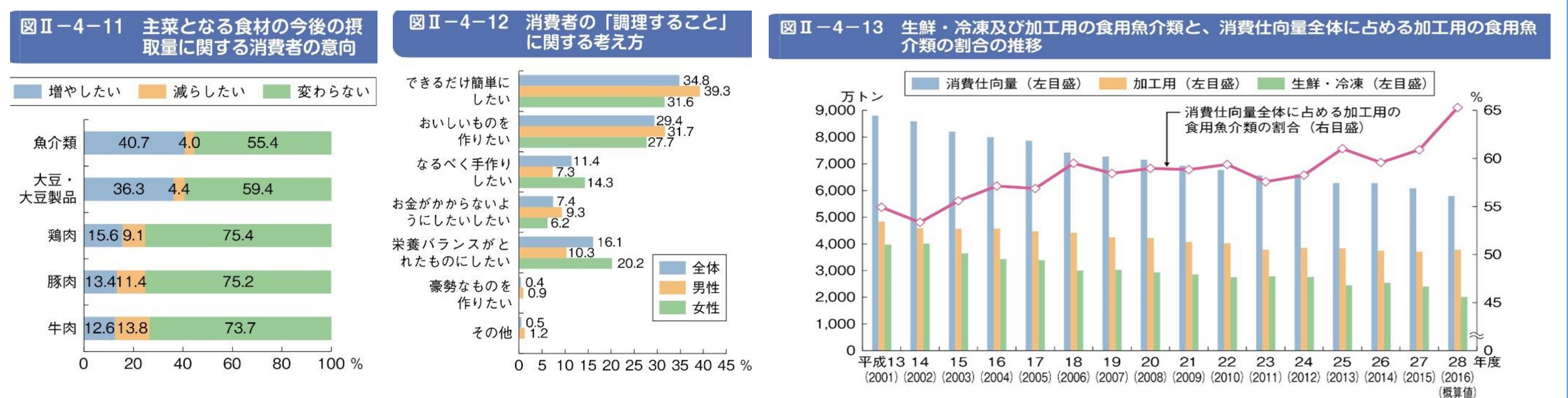
どのような原因があるのか現状を明らかにし理解を深める。魚介類の消費量を増加させるためにどのような工夫が必要なのか調べる。

## 仮説

家族構成や年齢別、性別で魚種の好みや食べる頻度などに違いがある。水産加工品を増やすことで消費量も増加する。

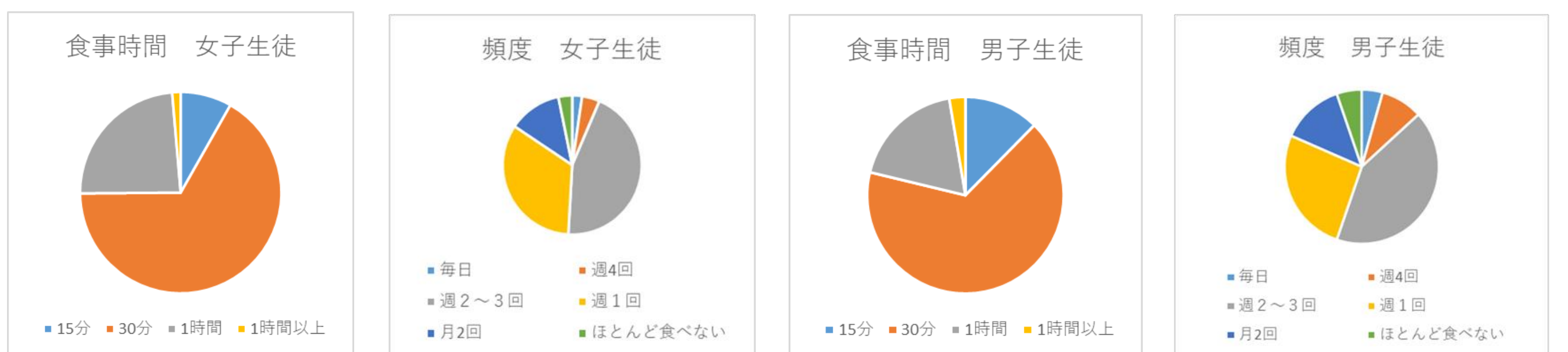
## 背景・状況

昭和50年代後半以降、魚介類の購入先は一般小売店からスーパーへ変化した。魚種やサイズが様々で、生産量も日により変化するため安定した供給を可能にするために冷凍輸入品が多く陳列している状況になっている。また家族形態の変化に伴い食生活にも変化がある。高齢化や共働き、一人暮らし等で忙しく調理に時間を割けられないという人も少なくない。生鮮・冷凍の食用魚介類の消費仕向量が減少傾向にある中で、加工用の食用魚介類の消費仕向量は下げ止まりの兆しがみられる。→消費仕向量全体に占める加工用の食用魚介類の割合が上昇している。

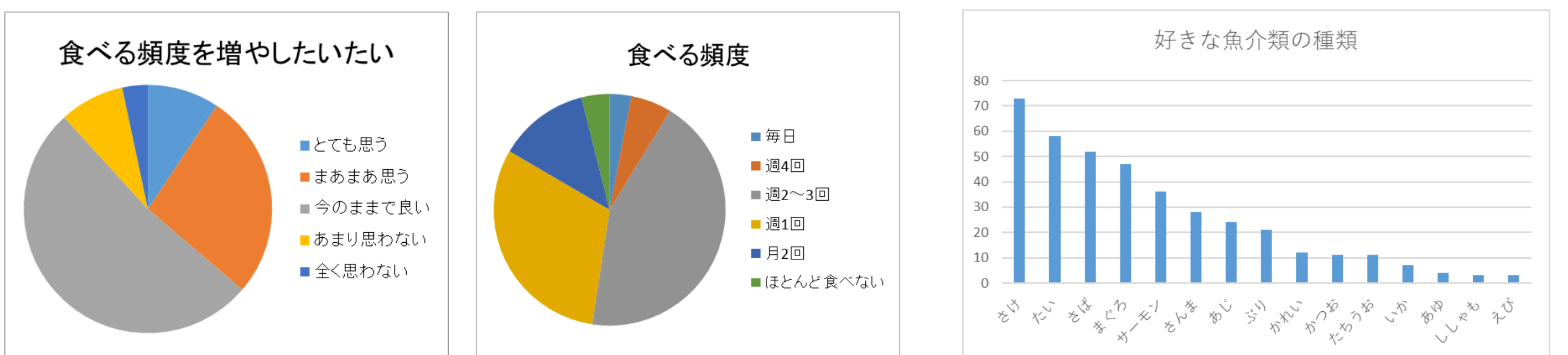


## アンケート調査

附属高校生360人にアンケートを取ったところ335人の回答が得られた。

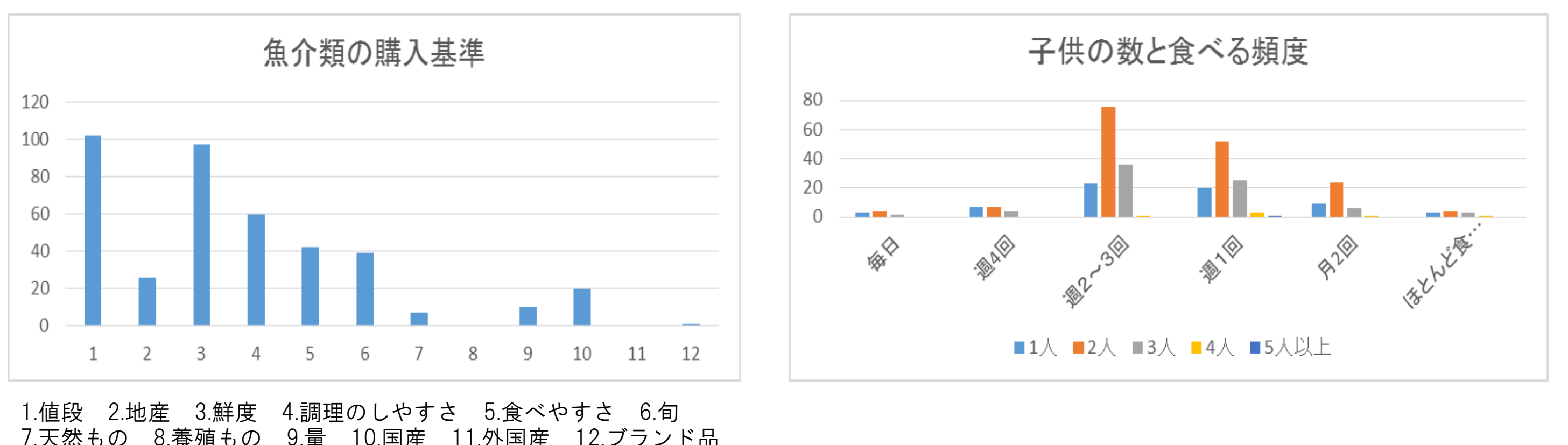


食事にかかる時間と魚料理を食べる頻度にあまり大きな関係はない。



月2回魚料理を食べる人は食べる頻度を上げたいと思っている人が多い。週2～3回、週1回程度食べている人は今のままで良いと満足している人が多数。魚料理のバリエーションが豊富なものほど人気がある。

保護者にアンケートを取ったところ141人の回答が得られた。



値段や鮮度を基準に購入する人が多い。産地や国産を基準に購入する人がいる→特に鮮度を気にしている。しかし鮮度が高い国産などは外国産に比べると値段が高い。→食べる頻度が減る。働きに出ていて時間がない、手間がかかる、魚をさばけないという人が多い。→調理しやすい状態まで加工してほしい。家族の人数によって食べる頻度の差が見られる。