

■研究・実践の課題（テーマ）

「さかな丸ごと食育」に関わる研究と実践：産地と食卓、人をつなぐ魚介類入手可能性に関する情報システムの構築

■主任研究者 安達内美子

■共同研究者 足立己幸

■研究・実践の目的、方法、結果、考察や提案等の概要

【目的】

地理的、文化的にも日本人にとって魚介は大切な食物であるばかりでなく、健康面でも日本人の長寿を支える重要な食物である。しかし、水産庁の水産物の消費動向 (http://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/wpaper/h22_h/trend/1/t1_2_1_1.html ; 2016 年 4 月アクセス)によれば、平成 18 年には初めて肉類の摂取量が魚介類を上回り、その後、肉類と魚介類の摂取量の差は拡大し、消費される魚介類の種類も変化している。そして、これらの背景には、購入形態と購入先の変化があるとしている。

2016 年 3 月に発表された食育推進基本計画(第 3 次)の重点課題の 1 つに「食の循環や環境を意識した食育の推進」が掲げられている。そして、自然や社会環境との関わりの中で、食料の生産から消費に至る食の循環を意識し、生産者を始めとして多くの関係者により食が支えられていることを理解することが大切であるとしている。我々は、魚介類の購入形態、購入先の変化による摂取量の減少や消費される種類の変化には、消費者の魚介類に対する選択の多様性が狭まり、消費される魚介類の量だけでなく種類も減少する負の循環が起きているのではないかと考えている。今後一層、人々が自然や社会環境との関わりの中で、食料の生産から消費に至るより良い食の循環を意識できるような食環境づくりが重要と考える。

さらに、我々はこれまで魚介類入手に関わる食環境調査法について研究を行ってきた。その中で、魚介類の入手可能性には提供者側のアベイラビリティよりも、消費者側のアクセシビリティの影響が大きいことが明らかになった。消費者のアクセシビリティの決定要因として、人々が食料の生産から消費に至る食の循環を意識することに加え、家族や友人、地域社会とつながりを持つことなどが挙げられる。そのためには産地と食卓がつながり、人々のネットワークが広がる情報システムが必要と考える。

そこで本研究では、多くの人々が地域の魚介の多様性や、魚介を取り巻く自然や社会環境を知り、魚介をより身近に感じアクセシビリティが高まるおよび人々のネットワークが広がる食環境を実現するための情報システム構築を目指す。名古屋を中心とする地域(以下、名古屋圏)を事例に、2016 年度はその基礎資料として、名古屋市中央卸売市場における過去 10 年間における魚介類の産地と相場(入手可能性)について明らかにする。

【方法】

名古屋市中中央卸売場が中日新聞を通じて公表している生鮮食品の相場と主な産地における魚介と、名古屋圏の世帯の魚介類への支出金額及び購入量について、約10年分(2005年3月～2014年12月)を集計し、平年値の分析を行った(①名古屋圏で入手可能性が高い魚介の品種、②月ごとの入手可能性が高い魚介、③魚介ごとの産地、④季節に関係なく入手可能性が高い魚介における産地の移り変わり等)。

【結果】

名古屋圏において、東海4県が産地で入手可能性が高い(流通量が多く、安価)魚介が明らかになった。全部で25品あげることができた。その中でも、産地が愛知県で入手可能性が高い特徴的な魚介は、アサリ(3月～6月)、アナゴ(7月)、ウナギ(4月～8月、10月)、スズキ(12月～1月、3月～5月)の4品。岐阜県産ではアユ、ウナギの2品。三重県産ではアサリ、イサキ(4月～9月)、カキ(10月)、カツオ(4月～6月)、サバ、スズキ、ハマグリ(2月)、ヒラメ、マダイ(3月～7月、10月)、ワカメ(1月～2月)の10品。静岡県産ではアジ、ウナギ、カキ、サバ、ブリ(12月～5月)、マダイの6品だった。その内、アユ(岐阜県)、サバ(三重県、静岡県)、ヒラメ(三重県)、アジ(静岡県)の4品は季節に関係なく(1年間に7か月以上)入手可能性が高かった。しかし、アユは11月～3月、ヒラメは3月、8月、11月、アジは2月のみ入手可能性が低かった。その他にも、メカブ、コウナゴ、大アサリ、タコ、カマス、イワシ、チリメンジャコ、ハマチ、ツバスが東海4県産で入手可能性が高かった。

季節に関係なく入手可能性が高かった魚介(5品)を除いても、月に平均6品あげることができた。最も多かったのは5～6月の9品、最も少なかったのは11～12月の2品だった。品別にみると1品平均4か月間入手可能性が高かった。最も短いものは、ハマグリ(2月)、アナゴ(7月)、カキ(10月)の1か月間だった。

また、海水魚(アナゴ、スズキ、イサキ、カツオ、サバ、ヒラメ、マダイ、アジ、ブリ等)だけでなく、淡水で養殖可能な魚(ウナギ、アユ)、貝(アサリ、カキ、ハマグリ等)、海藻(ワカメ等)まで多様な魚介を抽出することができた。

【考察】

文化や経済的なつながりから、地域を東海4県として考えると、名古屋圏では毎月5品から14品の地域産である魚介の入手可能性が高いことが明らかになった。米を主食、魚介を副食のひとつとした多様で地域の特徴を活かした食事の実現可能性が示されたと考える。それは1年間を通じて、全25品という量的なことだけでなく、季節ごとの魚介の多様性、内陸(湖、河川)、汽水域、沖合等の漁場の多様性、日本全体から見た場合の東海4県の地域性等が組み合わさった結果からといえる。これらは名古屋圏には、消費者がもっと知るべき地域や季節の魚介の多様性や、魚介を取り巻く自然や社会環境(生産から加工、流通、販売の特徴や多様性)があることも示唆する。

本研究では、東海地域産で流通量が多く安価な魚介を入手可能性が高いとした。しかし、消費者の食物入手可能性を左右することとして、消費者の価値観も重要である。量や価格だけでなく、

品質やブランド、鮮度、保存性、産地、旬、栄養価等に対する考え方である。さらに、消費者の購入、調理、消費等に関する食知識や調理スキル、どのように販売されているか(販売形態や単位)なども挙げることができる。

また、価格の安さが必ずしも旬や社会的ニーズと一致しないことが分かった。旬や社会的ニーズが高まる(例えば、桃の節句のハマグリ、土用のウナギ)時期は、流通量は多くなるが、需要も高まるので価格が高くなることがあった。旬や社会的ニーズと生産(漁獲/水揚げ)量、流通量、価格の関係も整理する必要があると考えている。

今後は、結果とこれらの考察を踏まえ、生産者(生産から加工、流通、販売)と、消費者(購入、調理、消費)の接点をつくっていきたい。多くの人々が地域の魚介の多様性や、魚介を取り巻く自然や社会環境を知り、魚介をより身近に感じアクセシビリティが高まる(魚介に対する価値観の変化や選択の幅が広がる)および人々のネットワークが広がる食環境を実現するための情報システムとして、教材ならびに食育プログラムを作成していききたい。