

研修会レポート その1

消費者の魚食ニーズを積極的に広げていくには、消費者に水産物の美味しさを知ってもらうことが大切です。そこで、日頃から消費者と接している鮮魚店・外食店等の方々に、水産物に関する知識や料理方法等をより熟知していただき、販売力を向上させることを目的とした研修会を開催しております。

今回は、飲食店関係者の方々を対象とした研修会の模様をご紹介します。当日は水産物の目利きのプロと養殖業のプロを講師に依頼し、参加者に水産物の特徴や利点などを解りやすく解説いただきました。

- 「飲食店 魚食研修会」
- 日時：平成 30 年 5 月 4 日（金）
- 15：00～17：00
- 場所：東京都内の飲食店
- 講師：吉田光信氏、徳弘多一郎氏
- 参加者：飲食店関係者 11 名



▲吉田光信氏



▲徳弘多一郎氏

定供給ができること、餌の改良により天然物とは異なる栄養価や付加価値を付与できる利点があることも説明しました。

参加者から「養殖魚の臭さは、過密で飼うことでのストレスが原因か？」との質問には、講師から「においの原因はエサの酸化脂質にある」など、質疑応答も活発に行われました。

最後に「工夫次第で、どんどん養殖魚の地位は上がる。ぜひ、お客様にも養殖魚の情報を伝えて欲しい」とメッセージを送りました。

研修後に参加者に対してアンケートを実施しました。参加者からは「今回の研修会の内容だけでは時間が短い」「もっと色々知りたい」という声が多くありました。また「生産者から直接話を聞きたい」との声もありました。参加者には水産物への興味や理解を持っていただけたと思います。「魚ごとにあった調理法を教えて欲しい」という要望もあり、今後の研修会では、デモンストレーションや実技講習を交えて開催していきたいと考えております。（国産水産物流通促進センター（構成員）公益社団法人日本水産資源保護協会）

日本の水産の現状は？

「日本の水産の現状」と題し、水産物仲卸の経験を持つ吉田光信氏（陸の漁師どっとこむ）に講義いただきました。日本は世界で第 6 位の生産量を誇る水産大国である一方で、水産物消費量は年々減少し、過去と比較し漁獲量や漁業従事者も減っていることなど、データを示しながら日本の水産の現状について解説しました。

講師から「漁師や市場、仲買人と飲食店とのつながりが薄く、飲食店の多くがスーパーマーケットで魚を調達している現在、市場は敷居が高いイメージはあるが、ぜひ足を運んで欲しい」と伝え、市場での流通業者との交流により、目利きの利いた食材や珍しい食材を入手ができることが店のアピールとなるなどのメリットを紹介。また、最近では ICT を利用した水産物流通業者も増え、ネットで手軽に魚介類を注文できるシステムが増えていることも紹介するなど、参加者に積極的に魚介類を利用してもらう機会が増えるよう情報を提供しました。

養殖魚のイメージを変えたい！

「日本の養殖魚」について、宇和島市でマダイ養殖を営む徳弘多一郎氏（徳弘水産）に講義いただきました。養殖業者は日々養殖の方法を工夫し、サイズの選別などの作業を惜しまずにいることなど、消費地ではうかがい知れない養殖生産の現場の苦勞を紹介し、多くの消費者が持つ従来の養殖魚のイメージ（＝臭い、おいしくない）を変えるべく、より美味しい魚を育てるための努力の一端を披露しました。さらに、養殖魚は天然魚と異なり、質やサイズが整った魚を安



▲養殖のマダイ