Sui-Kei
日刊水産経済新聞
https://www.suikei.co.jp

支局網

北海道支局（札幌）	011-261-6062
東北支局（仙台）	022-263-8476
東海支局（焼津）	054-627-3141
大阪支局	06-6131-6021
長崎支局	070-5551-7132
釜　山	＋82-51-256-8400

産地に縛られてませんか？

アサリから考える評価基準

豊洲「吉善」吉橋社長に聞く

魚介類の中で、有史以前の生活を今に伝える史跡に貝塚があるように、少なくとも1万年以上前から人々の食を支えてきたのが、現在も食卓に欠かせないアサリをはじめとする二枚貝だ。ここ最近は一部でイメージを悪くしているが、このままにしてよいのか。かつての漁師町の千葉・浦安がルーツで、約70年前に貝類専門店として豊洲市場の前身である築地市場に入場し、今日まで業容を大きく拡大してきた水産仲卸の㈱吉善（よしぜん）の3代目社長・吉橋善伸さんに話を聞いた。

国内産地の多くで、春から夏にかけて身がよくなってくるアサリ

実家の作業場で地物のアオヤギのむき作業を見たのは、「子供の頃が最後」と語るのは吉善3代目の吉橋社長。今は専業仲卸として日本各地、世界各国からウニ・カキ中心に、さまざまな魚介類を集めて250種1000品目以上を品揃えする。相手の買出人の規模は大小さまざま。高単価品から低単価品まで幅広い質の商品を提案する対応力に定評がある。

公平な目で日々膨大な商品を見続けてきたからこそ、〝産地至上主義〟ともいうべき偏りのある考えが世間の注目を浴び、マスコミもあおるだけあおるという昨今の構図に疑問を感じている。

例えば二枚貝の代表格のカキ。オイスターバーや居酒屋のメイン料理として生食人気が上昇してから、通年楽しむ食材になった。しかし、特定の産地や品種にこだわっていては安定供給が利かないのマガキは終漁したが、都産や銚子産のイワガキ

特種物業会ではかき取引委員長を務める吉橋社長

「長崎産はこれから。京価基準がさらに産地重視になり、品質が軽んじられるような方向に向くとだ、これにより商品の評価基準がさらに産地重視になり、品質が軽んじられるような方向に向くとい。大産地の宮城や広島あたりも増えてくる」。

例えば高級食材アカ貝。国産がほとんどなく「中国産が9割を占めている」が、だから安値ということはなく高値取引されている。仲卸の方と話をすると、世間一般では〝産地至上主義〟が評価をゆがめている例が多いことに気付かされる。

手間省く むき身販売

熊本県産アサリで起きた産地偽装問題は、間違いなくいつかは正されなくてはならなかった。ただ、これにより商品の評価基準がさらに産地重視になり、品質が軽んじられるような方向に向くとしたら、食文化の継承という点で不幸なことだ。

「北海道産は冬場がいいが、本州以南の各地のアサリは4～6月の春から夏にかけてがいちばん身がよくなる時期」と吉橋社長。「焼きアサリや『深川めし』などのアサリご飯、酒蒸し、バター炒めをはじめ、イタリアンのパスタなどさまざま楽しめる食材」とPR。

「吉善」では、調理の手間が省けるアサリの「むき身」も販売している。

数の主力の中国産はもちろん、信頼回復へ歩み始めた熊本県産、北海道や愛知県などの他県産含め、産地にこだわり過ぎることなく良質のアサリをよい時に楽しみたい。

「吉善」で販売しているアサリむき身

中国産だってうまい

アサリ産地偽装問題により、外国産物も被害を受けた。だが、物言えぬアサリの身になれば「勝手に国産のラベルを貼っておいて、事態の発覚後は手のひらを返したように偽物扱いされた」というわけで、いい迷惑だ。

鮮魚泉銀（千葉・浦安市）の店主・森田釣竿氏は「味は何一つ変わっていないのに『中国産』に変わった途端、売れ残るのはおかしな話」とし、POPに「中国産なめんなよ」と赤字で強調（写真）。おいしい貝として正当な評価を、店頭で説明、販売している。

MSC認証取得も

ニチレイフレッシュ

ニチレイフレッシュは2006年から中国産アサリを同社のこだわり商材として取り扱っているが、11年からは世界自然保護基金（WWF）と中国・鴨緑江河口域でのアサリについて情報交換をしながら、現地生産者のMSC認証取得に向けて16年には漁業改善プロジェクトを開始。21年9月に中国では初の認証を取得している。

うおーく魚食にっぽん

vol.135

さかなで元気!!プロジェクト

豊洲のセリ人

④ 生ガツオ

中央魚類　角井 貴さん

世界一の魚市場である豊洲市場で、数多くの産地と連絡を取り合い自身が担当する魚種を選択肢豊富に取り揃える市場の花形「セリ人」は、生鮮水産物を安定供給する要の職業だ。彼らのもとには各地の膨大な産地情報が集積され、日々更新されている。その一端から魚食普及のヒントを探る。

【今月のセリ人】
鮮魚第二課課長。養殖のハマチ・カンパチを約10年担当したあと、「面白そう」という理由で志願し、獲れる時期や個体差が大きく天然魚の中でも癖がある生ガツオに担当替わりした。以来16年、現在は豊洲卸で最も多い数のカツオを動かす。

一本釣りとまき網は特性踏まえ

河岸での評価

脂の飲食と鮮度の小売

生ガツオを獲る漁法として、鮮魚流通する魚で物量的に多くを占めるのは一本釣りとまき網。それぞれ特性があるので把握したうえで扱いたい。

一本釣りは一尾一尾を別に扱うため、総じて日持ちする魚が多い。一方のまき網は、大量の氷を持ち込んで冷やし込みをしっかりやるので鮮度の評価が高いことが多い。

漁場までの距離や船ごとの魚に対する手当ての差によりしばしば逆転する場合があるので注意は必要だが、一つの参考として覚えておきたい。

飲食店は身脂を欲し、小売は鮮度や身色重視というのもカツオの面白い点。さらに個体ごと当たり外れが大きい特徴がある。角井さんは、リスク軽減のためセリ場に薄皮を剥いだ見本を置き、納得して買ってもらえる工夫をしている。「腹目などの外観と合わせて判断すれば大外れはない」。

今注目の産地

勝浦薄いが屋久島活発

4月中旬の週末のある日、角井さんだけで1日2500箱を販売した。産地は鹿児島産の航空便主体に、三重・和具産、静岡・御前崎産、千葉・勝浦産などさまざまだ。

今春は、小笠原諸島の海底火山噴火の影響か、南方にジャンボガツオの群れが見えない。勝浦の一尾8～10㌔サイズがほぼなかった。代わりに鹿児島・屋久島周辺で獲れた4～6㌔サイズの新口（1日物）が中心だ。

産地にこだわりはない角井さんは来たなりに扱うが、ほかの魚で痩せや小型化が目立つ中「ここ数年の生ガツオの質は総じていい」と強調する。

販売のポイント

半生フライはいかが？

生ガツオの食べ方は、加熱すると硬くなる性質があるために、刺身・タタキ・土佐造りに、洋風のカルパッチョなどの刺身系が主道だ。火をあえて通すとしたら、角井さんは「半生フライが選択肢にあるかも」と話す。刺身系以外あり得ないとの決め付けは避けたい。

定番の刺身はショウガ醤油が一般的だが、カツオ船の船員が水揚げしたばかりのカツオを食す時に船上で使う調味料は決まって「マヨネーズと七味」（角井さん）なのは知られた話。これらを参考にして、消費者が飽きずに食べ続けられるような提案をしていきたい。

セリ人のひとりごと

●迷いガツオ＝セリ場には各地の多種多様なカツオが集まってくる中、注目度が高まっているのが冬の日本海で揚がる「迷いガツオ」だ。氷見（富山）、石川、山口などからわずかに入荷がある。「餌の違いか味はマグロに近い。食べるならワサビ醤油で」と角井さん。

今月の注目データ

プラス、3か月連続

前月比はマイナス目立つ

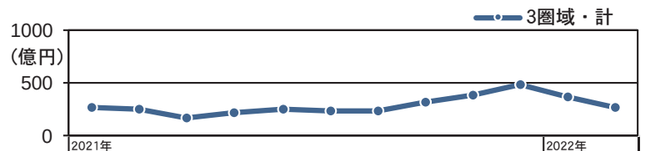
ホットペッパーグルメ外食総研

ホットペッパーグルメ外食総研が発表した首都・関西・東海3圏の2月度の外食市場規模は、前年同月比17・7％増の1603億円だった。プラスは3か月連続。16業態のうち、13業態が前年を上回って着地した。

ただ前月比では外食実施率、頻度、単価、市場規模いずれも減少。業態別では、市場規模の大きい居酒屋の回復の遅れが継続している。

水産関連の外食市場規模は、おでんなどの専業店が前年並みで、寿司などを含む和食料理店と回転寿司などは前年超えだった。しかし前月比ではこちらもすべてマイナスで、特に和食料理店の減少幅が居酒屋に次いで大きかった。

和食料理店（寿司、割烹〈ぼう〉、料亭、郷土料理専門店など）の市場規模



	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
3圏域・計（億円）	276	250	177	217	245	232	232	322	378	480	360	272
前年同月との差	-53	+144	+56	-86	-54	-95	-129	-54	-20	+125	+113	+63
首都圏　（億円）	143	158	97	131	132	123	130	195	237	286	200	171

やってみよう！ 最新紙面から出題 スイケイQUIZ Vol.4

Q1 国連食糧農業機関（FAO）の統計によると2020年の世界の水産物生産量は何㌧だった？
①5億1400万㌧
②2億1400万㌧
③1400万㌧
④400万㌧
2022年4月1日付1面から

Q2 JF長崎漁連は、全国初の何の自動販売機を設置した？
①冷凍ギョーザ
②ジュース
③刺身
④ちゃんぽん
2022年4月5日付1面から

Q3 オイシックス・ラ・大地は規格外や未利用食材などを積極的にメニューに活用したミールキットを販売しているが、どんな魚を使っている？
①サメ
②クジラ
③イカ
④タイ
2022年4月13日付6面から

答え Q1→③、Q2→①、Q3→②

なお、解説については水産経済新聞社のHPにある「魚食にっぽん」のサイトに掲載中です。https://www.suikei.co.jp/suikei-quiz/

私たちは魚食を応援します

一般社団法人　大日本水産会
魚食普及推進センター
キョクヨー
全国水産物卸組合連合会
海と大地と人をつなぐ
ニチレイフレッシュ
MARUHA NICHIRO
海といのちの未来をつくる
中央魚類株式会社
nissui
まだ見ぬ、食の力を。
株式会社水研