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

次世代へつなぐ…鰻愛

養鰻発祥の地である浜松市で、「鰻愛（うなぎあい）」あふれる街を次世代につなぐ」を使命に漁協と教育機関が一体となり取り組む「うなぎの街」プロジェクト実行委員会（うなプロ）が、活動を加速させている。今年5月下旬、浜名湖養魚漁協と1大学3高校1専門学校の5教育機関が連携、本格的に組織化した。ウナギ食の継承とともに、感謝と活力が循環する「鰻登りの街」の実現を目指す。古橋知樹実行委員長（浜名湖養魚漁協アンバサダー、㈲フルハシ3代目）に話を聞いた。

第１回料理コンテストで最優秀作品に選ばれた「うなカツキンパ」㊨

古橋委員長

「うなぎの街」プロジェクト

組織化で活動を加速

今年で活動4年目を迎えたうなプロは、すでに連携していた浜松湖南高校に加え、浜松調理菓子専門学校や浜松学院大学、オイスカ浜松国際高校、聖隷クリストファー高校が活動に賛同し、今年度から連携したことで、組織実態を伴った実行委員会が正式に立ち上げられた。浜名湖周辺で養殖された「浜名湖うなぎ」への理解を深めるとともに、若い力やアイデアを取り入れ、地域活性化を加速させる。

新型コロナウイルス禍中も回を重ね、思い出づくりの場を奪われた生徒らに活躍の場を提供してきた「高校生うなぎ料理コンテスト」は継続開催する。第1回では韓国料理からヒントを受けた「うなカツキンパ」が最優秀作品に選ばれた。古橋委員長は「思ってもみない食材の組み合わせや、ウナギをカツにする発想に驚きつつも、そのおいしさに感動した」という。

ほかにも未利用部位の活用も条件として盛り込んでいる。

参加生徒らは、うなプロでアレンジ料理を考案する中で、さまざまな形でウナギのおいしさを表現できることを実感。「新しいことに挑戦できる場」と、迫るコンテストに向け、意欲を燃やしている。さらに活動を通じ「ウナギの魅力を幅広く伝えたい」と〝鰻愛〟も芽生えている。

組織化を契機とし、今年度は新たにウナギのプロモーション動画を作る「高校生うなぎの街映像コンテスト」や、園児・小学生を対象にした「うなぎの街こども絵画コンクール」も企画している。12月15日には、昨年開催した「浜名湖立うな重高校文化祭」の流れを引き継いだ「『うなぎの街』フェスティバル」を市内の浜松学院大学で大々的に開催する予定だ。組織化を背景に、より一層「学生が主役となり、さまざまなアプローチで『鰻愛』を地域内外に広めたい」と古橋委員長は意気込んでいる。

若者のウナギ離れに危機感

うなプロを立ち上げた背景は、「若者のウナギ離れ」に危機感を抱いたことがきっかけと古橋委員長。2014年に国際自然保護連合（IUCN）のレッドリストで、野生での絶滅の危険性が高い「絶滅危惧1B種」に掲載されたことによるイメージダウン。さらにシラスウナギの不漁に伴う価格高騰で、最盛期は浜名湖周辺に500件ほどあった養鰻業者も現在は27件に減少してしまった。

「これまで日本の食卓に慣れ親しんできたウナギは大衆魚的な存在から高級魚になってしまい、子供時代に食べる機会が減ってしまった」。そこで18年、養鰻技術の勉強会などを行う生産者青年部「青鰻会（せいまんかい）」が、地域貢献事業として園児向けにウナギつかみ取りなどを開始した。

その矢先、新型コロナが流行。全行事が中止となり、青鰻会の活動もままならない状況になりながらも、教育機関との連携を模索してうなプロの形に昇華させ、逆境を乗り越えてきた。

「この地で養鰻が始まって120年以上の歴史がある『浜名湖うなぎ』が続いているのは、『鰻愛』あふれる地元の支えがあったからこそ。今度は自分たちが助ける番」と古橋委員長は強調する。この思いを次世代につなぐべく、うなプロの挑戦はまだまだ続く。

「うなぎチュロス」㊨と「うなぎねパンケーキ」

5月26日には決起集会を開いた

うおーく魚食にっぽん vol.161

さかなで元気!!プロジェクト

魚屋新時代

サカナヤマルカマ・後編

魚食文化の衰退につながる「魚離れ」を食い止め、さらには反転させようと、魚食普及の最前線である鮮魚小売の現場は日々、あらがい続けている。その激戦地にあえて身を投じた、将来の魚食を担うことを期待された〝新時代〟の魚屋を追った。

（一社）鎌倉さかなの協同販売所が運営母体となるサカナヤマルカマは、「地域がつながるさかなの協同販売所」を目指し、鹿児島・阿久根市からの直送品や、小田原市漁港の〝朝どれ〟鮮魚などが並ぶ。郊外住宅地にどんな魚屋ができたのか。企画・広報を担当する狩野真美さんに聞いた。

狩野真美さん（中央）
（企画・広報担当）

「なぜ?」が集まる謎の店

お店を開いた理由は?

鎌倉と鹿児島から待ち望まれた開業

同店には多くの「なぜ?」が存在する。シャッター街化が進む北鎌倉台商店街（今泉台）で開店したかと思えば、店頭には鹿児島・阿久根の鮮魚が並ぶ。

狩野さんはこれまで、鎌倉を拠点に地域間交流をテーマとしたプロジェクトを進める中で、阿久根市の漁業者と出会った。彼らは天然魚が豊富に揚がる漁場をもちながら、後継者不足と販路確保という課題を吐露した。

他方、鎌倉市は特に郊外で高齢化率が高く、古い商店街はシャッターが目立つ。サカナヤマルカマの店舗も、かつて営業していた鮮魚店の跡地だった。

この2つを結び付け鎌倉市内で移動販売を行ったところ、買い物難民になっていた高齢者が押し寄せた。もとより鎌倉の住民は、域外からの移住者も含め好奇心旺盛な気質がある。「食べたことがない魚も試してみたい!」。阿久根の魚も抵抗なく買っていくという。

地元と、さらに遠く離れた阿久根からも望まれた鮮魚店だった。

他店にない独自性は?

店舗の中も外も年齢層は幅広く

土曜日はキッズデーになる。軒先は週末になると、さらに広くスペースを使い、魚に関する絵本などを並べる。魚の頭のタッチコーナーも設けた。市場で値を付けづらい小魚を、子供たちにプレゼントすることもある。

週末はイートインスペースも設け、子供たちに魚を味わってもらう

そのうちに両親や祖父母を連れて店を訪れ、中には小遣いを持って自分の食べたい魚を選ぶ子供もいるそうだ。「丸魚の料理を通じて、家族の行事が増えてくれれば」と願う。

「なぜ?」の多い同店は、約10人のサポーターで運営している。ただし年齢は20～70歳代で、キャリアも住まいもバラバラだ。「魚や魚食を介さなければ、出会わなかった人たち」という。

商店街では新たに、パン屋も開店した。取材時はオープン前だったが、サカナヤマルカマに買い物に来た老夫妻が、「活性化してきたね」と、ほほ笑んだのが印象的だった。

見どころプラスワン

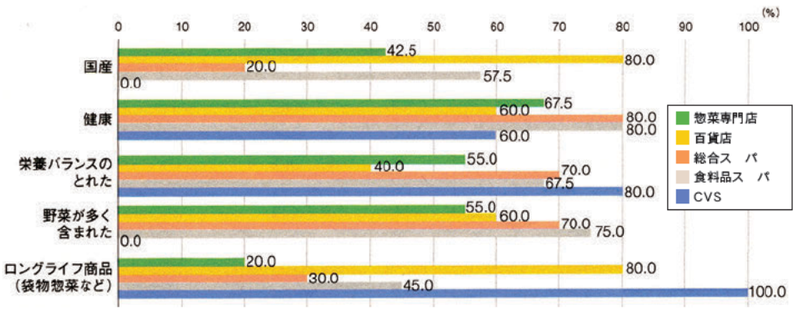
北鎌倉台商店街に店舗を確保した現在も、市内4か所で移動販売を行っている。現場で加工調理ができないため、ウロコや内臓を落とし「このまま煮付け、焼き魚に」と提供する。そのうちに店舗にも興味をもち、今ではここで丸魚を買っていく人もいるそうだ。

刺身盛り合わせのほか、マリネ、味噌漬などの惣菜も販売する

惣菜白書から読み解く 今月のトピックス

これから注力する商品特性

「健康」がキーワード



今月は、日本惣菜協会の「2023年版 惣菜白書」で「これから注力する商品特性」についてみてみましょう。

惣菜専門店や総合・食料品スーパーで最も回答が多かったのが「健康」でした。惣菜が普段の食生活に浸透する中、惣菜でも健康を意識したものの需要が伸びています。健康に続き、「栄養バランスのとれた」や「野菜が多く含まれた」が上位にランクインしました。

百貨店とコンビニエンスストア（CVS）は「ロングライフ商品」が最も多く、百貨店では「国産」も多くみられました。

また「家庭の味の再現、毎日食べても飽きない」や「冷凍惣菜」「ファミリー向け」なども多く挙げられました。

日本さかな検定 VOL.90 ととけん 問題にチャレンジ!

Q1 淡泊で上品な味は、江戸前の夏の天ぷらに欠かせないばかりでなく、昆布締めにして寿司にすれば、しっとり透けた身の香りとほのかな甘みがたまりません。漢字で魚へんに喜ぶとあらわすこの魚を選びなさい。

①イカナゴ
②キス
③コノシロ
④サヨリ

2023年（第14回）3級（初級）から

Q2 「県の魚」にアユを制定しているのは、名産地をもつ2県です。いずれも内陸県のこの2県を選びなさい。

①茨城県と滋賀県
②神奈川県と島根県
③群馬県と岐阜県
④高知県と熊本県

2023年（第14回）2級（中級）から

Q3 いつの時代でも不老長寿は人間の願望ですが、中国料理はこれを目標にした材料を用い、なかでも江戸時代に長崎から輸出された〝参鮑翅〟の3品はこれをめざしたごちそうでした。この3品にあたらないものを選びなさい。

①アワビ
②スルメ
③ナマコ
④フカヒレ

2023年（第14回）1級（上級）から

答え Q1→③、Q2→②、Q3→①

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/totoken_challenge/