

『魚と日本人 一食と職の経済学』

濱田武士 著

食料領域 研究員 天野 通子

本書は、水産業の抱える複雑な課題について消費から生産まで遡りながらわかりやすく説明した好著です。著者が2014年に発刊した『日本漁業の真実』（ちくま新書）の続編にあたります。『日本漁業の真実』では日本漁業が対処すべき政策課題として、「漁場の再生」と「魚を取り扱う人たちのネットワークの再生」の2つをあげました。本書では「魚食と魚職の復権」というテーマを立てて、後者の課題に迫ろうとしています。

第1章は「食べる人たち」、第2章は「生活者に売る人たち」、第3章は「消費地で卸す人たち」、第4章は「産地でさばく人たち」、第5章は「漁る人たち」となっており、川下から川上の実態がイメージできるように話が進められています。

日本人の食生活が変化するなかで、水産物の消費は減少しています。農林水産省『食料需給表』の国民一人当たりの年間純供給量では、高度経済成長期から魚介藻類が緩やかに増加しましたが、2000年代からは減少に転じました。生活スタイルが変化し、食の外部化や個食化などが進み、丸のままの魚を食べることは少なくなりました。スーパーマーケットではパックに入った切り身の魚が並べられています。外食や中食で利用しやすいように加工された水産物が、海外から多く輸入されるようになりました。国内産地も消費者が求める食の簡便化に対応する動きが盛んです。著書はこうした流れの中で、魚を食べる喜びを知らない消費者が増えていることを懸念します。特に、鮮魚店が減少してスーパーマーケットで水産物を購入することが増え、魚を獲ることの苦労や、その魚の魅力などが消費者に届きにくくなり、魚を食べる日本人の食文化が衰退している、と著者は考えます。

水産業に関わる人たちは、魚食の復権を目指して様々な努力を行っています。都市部に複数店舗を展開する鮮魚専門店やローカルスーパーマーケットの中には、魚の目利きや魚をおろすことができるス

タッフを配置し、品揃えの充実を図り、売りに場に活気をもたらすイベントが行われています。消費地にある卸売市場では、スーパーマーケットや飲食店が

産地直送などに力をいれるなか、市場を介さない取引が増えています。こうしたなかで荷受の間では合併や企業連携が行われ、消費地のニーズに合ったサービスの提供を模索しています。また、朝セリを行うことで日をまたがずに魚が消費者に届く取組や、魚食普及活動を行う市場も増えています。

水産物には生産者が出荷する産地市場がありますが、漁業生産量は減少するなかで縮小が続いています。生き残りをかけて、高度衛生管理体制を構築する市場が増えています。水産加工業では、周辺の産地市場で水揚げされる魚を原料に様々な加工品が製造されます。ただ、水揚げが安定しないなか、産地で原料が集まらなければ海外原料を利用したり、人手不足を補うために加工の一部を海外の工場に委託したり、外国人実習生を雇用したり、あらゆる手段を講じています。さらに、消費者の食の安全を求め声が高まるなかで、安全を確保するための投資が必要になっています。漁業生産の現場では、漁業法に基づく公的管理や地域ごとの自主的管理のなかで資源の持続的利用が図られていますが、水揚げ量の不振、漁業者の高齢化と減少などに悩む地域では、課題解決に向けた方法が模索されています。

本書では、消費から生産現場に遡りながら、魚を取り扱う人たちのネットワークがどのような形で再生されるのか、わかりやすく解説しています。

なお、著者を含め水産業界では鮮魚消費を中心とした魚食の復活を重視する傾向にあります。現在の多様な食生活にフィットした新たな魚食のあり方が必要であることも忘れないでほしいと思います。



『魚と日本人
一食と職の経済学』

著者／濱田武士
出版年／2016年
発行所／岩波書店