

県産水産物に関する意識調査

岡山県の漁業生産量は瀬戸内海全体の約4%（平成22年岡山県漁業の動き）とわずかであるが、四季を通じて多種類の魚介類が水揚げされ、県民の食生活に彩りを添えている。一方、水産物消費は全国的に減少傾向が続いており、生鮮魚介について支出額の減少要因をみると、単価の下落以上に購入数量の減少が大きく、厳しい家計状況の中で、魚離れが進んでいることがうかがえる（平成23年度水産白書）。

水産研究所では瀬戸内海の恵みを継続して利用できるよう、水産業に関わる調査や研究開発に取り組んでいるが、消費者ニーズの把握は水産研究においても重要である。そこで、本県における水産物消費の実態、県産水産物（地魚）に対するニーズについて、平成25年7月12日に岡山県消費生活センターで開催された消費生活講座「おかやまの旬の魚介類」の受講生を対象にアンケートを実施したのでその一部を紹介する。

アンケートには受講者43人のうち40名から回答を得た。回答者の性別は男性が7人、女性が30人、不明が3人、また年齢階級は30歳代1人（2.5%）、40歳代0人（0%）、50歳代4人（10.0%）、60歳代15人（37.5%）、70歳代14人（35.0%）、不明が6人（15.0%）で、60歳代以上が全体の72.5%を占めた。日常的な食事形態と魚介類を食する頻度は、素材から調理すると答えた方が35人（87.5%）、調理済みの食材を利用すると答えた方が5人（12.5%：うち2人は素材からの調理もすると回答）、また、1週間に魚介類を食べる頻度は3～4日が21人（52.5%）、5～6日が7人（17.5%）、毎日が4人（10.0%）、1～2日が6人（15.0%）、1日未満が2人（5.0%）であり、80%の方が週3日以上魚介類を食していた（図1）。講座のテーマが「旬の魚介類」ということもあり、普段から魚介類に関心をもち、日常的に魚食生活をされている方々がアンケートの対象とな



写真 県消費生活センター主催の講座

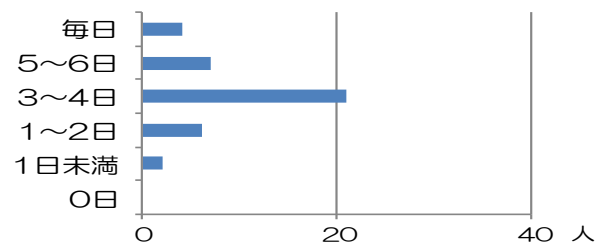


図1 1週間に魚を食べる頻度

ったようだ。よく食べる魚料理は、焼き魚が29人（72.5%）、煮魚が24人（60.0%）、刺身が21人（52.5%）で、刺身を除くと手間かけた料理法が上位を占めた。このような魚好きの皆さんが魚介類を購入する際に重視するポイントは、鮮度が37人（92.5%）とほとんどで、旬が17人（42.5%）、産地が15人（37.5%）、価格が14人（35.0%）と続いた（複数回答）（図2）。また、産地については、国産を選ぶが24人（60.0%）、地魚が20人（50.0%）、産地にはこだわらないが6人（15.0%）で、安全・安心な国産、地元水産物へのニーズの高さがうかがえた（複数回答あり）。さらに、地魚に対するイメージは、新鮮が23人（57.5%）と最も多く、味が良いが16人（40.0%）、安心が15人（37.5%）と続いた

が、価格が高いが9人(22.5%)、手に入らない(どこで売っているかわからない)といった回答もあった(図3)。

魚の売り方については、店頭で調理してほしい、値段を安く、すぐに食べられる状態で買いたい、一人暮らしでも消費できる少量販売といった要望の他、調理法、カロリーや塩分量の表示等の情報をもっとほしいといった意見が寄せられた。また、今後どのような情報を望むかについては、料理法が13人(32.5%)、旬が7人(17.5%)、どこに行けば地魚が買えるか(購入場所)が5人(12.5%)、このほかに産地、安全性についてと続いた。

ところで、よく食べる魚介類をたずねたところ、アジ、サバ、イワシ、サケ、イカ・タコ類といった本県ではあまり水揚げされない瀬戸内海産以外が上位を占めたが、特にサバ類、タコ類は調理の幅が広いことが要因と考えられた。一方、好きな地魚はサワラ、ウシノシタ類、タコ類、ガザミ、シャコ等、岡山を代表する魚介類が上位にあがっており、よく買う魚とほしい魚は異なることがわかった。本当は地魚が食べたいが、価格が高いことが消費意欲を妨げているようだ。

魚食を普及させるには、まず消費者が高いと感じる魚価を下げる必要があると考えられるが、他のタンパク質源に対して相対的に高い価値を消費者が実感でき、種類や扱いによって大きな味の差がでることを示すことが有用と考えられる。そのためには、今後一層、魚介類の機能性や地魚の特色等を明らかにし消費者に情報発信することが求められている。

最後に、アンケートにご協力いただいた方々に心からお礼申し上げます。(開発利用室：萱野)

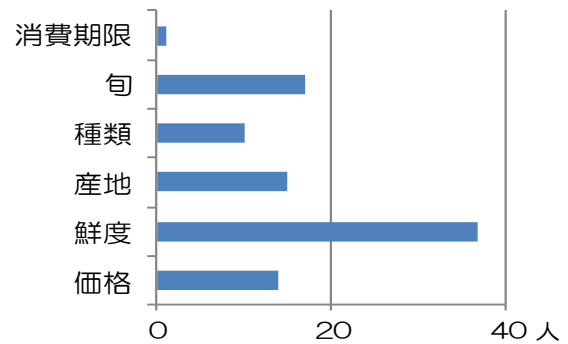


図2 魚介類購入時のポイント

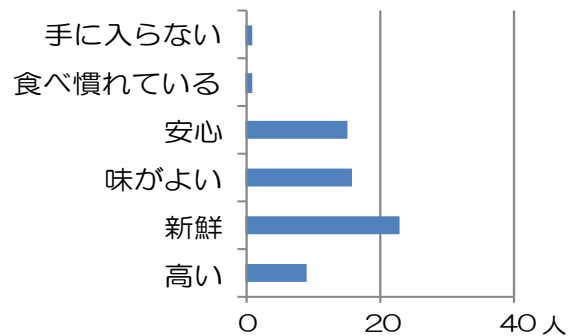


図3 地魚のイメージ

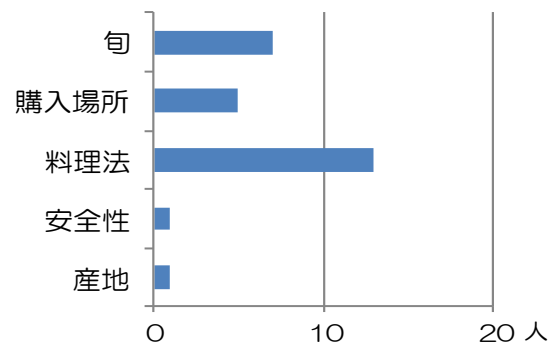
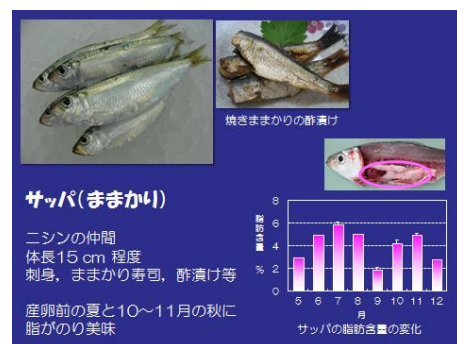


図4 消費者が求める情報とは



消費者にもっと地魚の旬や料理法をアピール