

# 規格外が人気メニューに

## もったいない魚

JR有楽町駅近くの新東京ビル「魚治」は、「築地もったいないプロジェクト」と銘打つ居酒屋だ。築地の都中央卸売市場で売れ残った魚がその日のうちにカウンターに並ぶ。

「網でウロコがはがれたノドグロやキンキなどの高級魚、脚折れカニは特に人気で即完売。夜の客単価は平均4、5千円ですが、銀座で1万円以上いただける質だと自負しています」。料理長兼店長の大田原淑亮さん(32)が胸を張った。

この日の目玉は本マグロ。大トロの刺し身(1380円)が口の中できちんと。尾の形そのままのテール煮(1380円)のむっちりした甘辛味に、たまらずご飯を注文。日本酒がとまらない。客層は近隣サラリーマンが中心

廃棄されアランチにダイチ&ランチの「ダイチ」が中心。千代田区丸の内、オシャレな「ダイチ」が中心。千代田区丸の内、オシャレな「ダイチ」が中心。



味や安全性に問題がないのに「大きさが規格外」「傷がある」「マイナー種」といった理由で棄てられていた魚が、飲食店の人気メニューに昇格している。国内の水産業を応援し、格安でおいしい魚が食べられる新たな試みの合言葉は、日本発の世界共通語「もったいない!」。(重松明子、写真も)

## 近ごろ都に流行るもの

で、64席の店に夜は100人以上、ランチで200人近くが詰めかけている。

2年前。食品プロモーションを手がける「エドドット」の伊達晃洋社長(31)が、市場関係者から「買い手のつかない魚を毎日大量に廃棄している」との話を聞いたことが始まり。築地の仲卸「山治」、飲食店事業「MUGEN(ムゲン)」の3社で活用策を探り、昨年1月に魚治をオープンさせた。伊達社長は、新たなパートナーと廃棄食材の仕入れルートも開拓し、昨年中にレストランや立飲み屋も相次ぎ都内に出店。今後増やす計画だ。

一方、有機食材宅配「大地を守る会」では、規格外の「もったいない魚」を平成22年から販売している。26年度の売り上げは5100万円。27年度は1月末現在で、すでに前年度を17%上回る6千万円と絶好調だ。「手頃な価格で『主婦の味方』と人気。常に品薄です」と、浅海博志・畜産水産チーム長(57)はうれしい悲鳴を上げる。

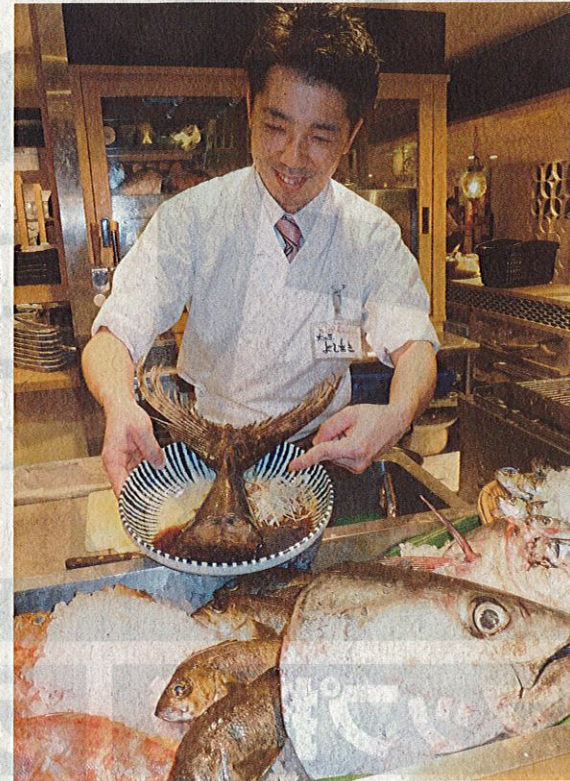
同社は今年「日本の中心で、食品ロス問題を考える場を作りたい」と、千代田区丸

ベルカフェ」に、もったいない魚メニューを登場させた(29日まで)。

16、22日のランチ素材に予定されている「ローニンアシ」は温暖化で熱帯から北上し、流通のあてなく水揚げされた魚だ。

取引先の福岡市の水産加工会社専務、稲澤昌茂さん(62)は「捕れなかった魚が突如捕れ、捕れていた魚が捕れなくなっている」と近海の異変を指摘する。「漁場の東シナ海では外国漁船による乱獲が横行するなど日本の漁師は苦労している。水揚げされた魚を最大限利用して、収益化する仕組みが求められている」。以前は商品にならなかったという「細すぎる太刀魚」や「小柄なサバ」を自宅で調理してみると、むしろ単身者や弁当用には小さい方が使い勝手が良いと感じる。何でこれが雑魚?

26年農林水産省発行の「食品ロス削減に向けて」によると、本来食べられるのに廃棄されている日本の食品ロスは年間約500万〜800万トンにも上る。「もったいない」とともに「いただきます」という日本語をかみしめて、無駄な殺生なく命を頂戴したい



魚網による傷や大きさを理由に売れ残った魚を素材にする居酒屋。本マグロの尾も無駄なく煮付けに  
—千代田区「魚治」