

魚庭旬魚 黒鯛物語



旬魚
魚庭

古くから魚の豊富な大阪湾を魚庭(なにわ)と呼び
なかでも黒鯛は愛されてきた。

また大阪湾を古事記や日本書紀では茅渟(チヌ)の海と
記された。それが元となり大阪湾で多くとれる
黒鯛をチヌとよび親しんできたという。

茅渟の宮遺跡(大園遺跡)は天皇にまつわる宮で
黒鯛などの遺物が出土。食卓に献上されたことがわかる。

大阪の商家のお正月はにらみ鯛(赤い真鯛)と共に
黒字の縁起物として黒鯛が祝い御膳にあがった。

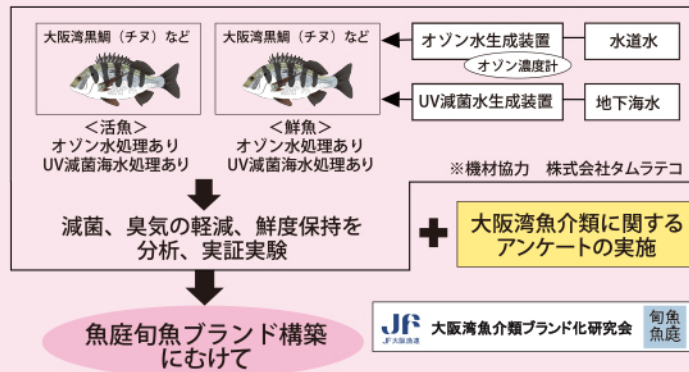
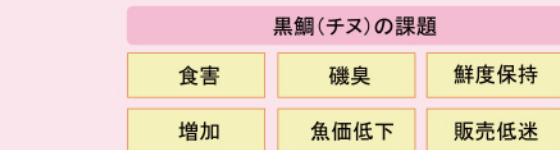
時が経ち鮮度管理の難などにより漁獲減少により増加した。

黒鯛による魚介類など食害が増加。

養分の多い大阪湾では磯臭の課題。

現代の暮らしの要望に合わせた鮮度処理など実施管理が望まれる。

NANIWA SHUNGYO



※事業監修 澤崎聡事務所 澤崎聡(内閣府 地域活性化伝道師)
※アンケート実施協力 株式会社0724

大阪湾魚介類に関するアンケートの実施

回答者：生産者19人/流通・飲食店29人/一般消費者72人/子ども88人 総合計208人 (2025年3月5～25日 大阪府および近郊)

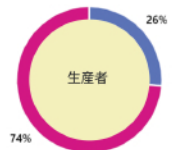
◆生産者

黒鯛が歴史的ブランド魚と知っている？

知っていると答えた生産者は約3割。アンケートを通じて黒鯛が歴史食であることを共有。

黒鯛(チヌ) 歴史的ブランド魚

- 知っている 5
- 知らない 14

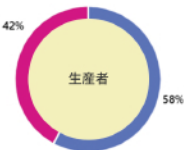


黒鯛が食害を起こしているのを知っている？

黒鯛は増えていると回答する生産者の約6割。大量に網にかかるとも聞かなく(ヒアリングより)。

食害問題

- 増えている 11
- 増えていない 8

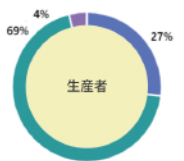


黒鯛の課題は？

黒鯛(チヌ)は「人気がない」が約7割。豊かな大阪湾ならではの磯臭が課題と回答があった。

新ブランド活動

- 磯臭 7
 - 人気がない 18
 - 品質(味) 1
- ※複数回答



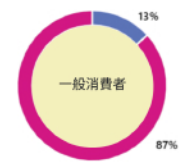
◆一般消費者

黒鯛が歴史的ブランド魚と知っている？

黒鯛は歴史食として知っている人がいる。食べた経験のある人は、食べたいけど売られていないと回答(ヒアリングより)。

黒鯛(チヌ) 歴史的ブランド魚

- 知っている 10
 - 知らない 59
- ※未記入 6

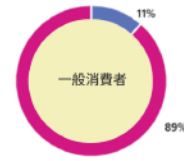


黒鯛が食害を起こしているのを知っている？

ほとんど知られていないが、歴史食として知っている人もおり、黒鯛が食害をおこしていることを知り食べた方がいいと回答(ヒアリングより)。

食害問題

- 知っている 8
 - 知らない 62
- ※未記入 2

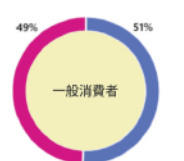


回転すし店等での鮮度保持を知っている？

水産物の鮮度保持について認識している一般消費者は半数いる。

新ブランド活動

- 知っている 35
 - 知らない 34
- ※未記入 3



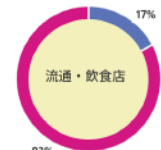
◆流通・飲食店

黒鯛が歴史的ブランド魚と知っている？

黒鯛が歴史食であるのと知っているのは約2割。歴史食として知る一般消費者がいるが、食べられていないとアンケートを通じて共有。

黒鯛(チヌ) 歴史的ブランド魚

- 知っている 5
- 知らない 24

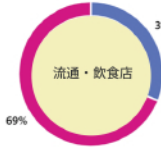


黒鯛が食害を起こしているのを知っている？

黒鯛が食害をおこしていること知っているが約3割ほど。漁業関係や漁師から聞いたという人も(ヒアリングより)。

食害問題

- 増えている 9
- 増えていない 20

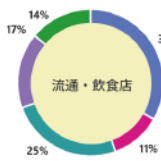


黒鯛を扱わない理由は？

磯臭や品質、鮮度の課題や、人気がないが流通が少ないなど。商品として扱えない。歴史食の黒鯛(チヌ)として知る一般消費者は食べたいと思っていることを共有。

新ブランド活動

- においがある 12
 - 鮮度保持が難しい 4
 - 人気がない 9
 - 品質(味)が悪い 6
 - その他 5
- ※複数回答



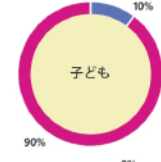
◆子ども

黒鯛が歴史的ブランド魚と知っている？

9割は知らないが、大阪湾を「ちめの海」ということを学校で習ったり、校歌にも出てくるので知っているなど(ヒアリングより)。

黒鯛(チヌ) 歴史的ブランド魚

- 知っている 9
- 知らない 79

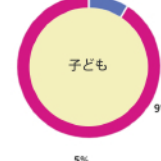


黒鯛が食害を起こしているのを知っている？

知っているのは1割程度のみだが、今回知ったなどの感想を伝えてくれたり、海を守るSDGsの意識は高いと感じる。

食害問題

- 知っている 8
- 知らない 80



魚は食べる？

魚を「食べる」と答えた子どもが7割以上。自由回答に自分の好きな魚を記入し、知っている魚について語る子どももいて魚についての関心が高いと感じた。

新ブランド活動

- 食べる 64
 - あまり食べない 19
 - 食べない 4
- ※未記入 1

