

## 業界、需要拡大へPR **鯨を「第4の肉」に**

### 給食、病院食利用に助成も



商業捕鯨の対象に7月、ナガスクジラが追加され、捕鯨業界は鯨肉の販路拡大に向けた取り組みに力を入れている。消費量はピーク時の1%ほどと低迷しているが、関係者は「牛、豚、鶏と並ぶ第4の肉とした」と意気込む。一方、日本の捕鯨に対しては国際社会から厳しい目が向けられるなど、課題も多い。

刺し身にユッケ、煮込みハンバーグなど、ずらりと並んだ料理。捕鯨母船の拠点である下関市がある山口県の飲食業生活衛生同業組合は9月、神戸市で飲食店関係者向けに鯨肉の取り扱いを紹介する説明会を開いた。

県外の需要拡大を狙ったもので約30人が参加した。神戸市長田区の飲食店経営山下健司さん(59)は「考えたこともない調理法があって面白い。品質が安定するなら使ってみたい」と前向きな様子だった。組合の青木光海理事長は「鯨がスーパーに並んでも、一般の人は手に取りにくい。飲食店が先頭に立って鯨食の文化を全国に広げることで消費を広げたい」と語る。

日本鯨類研究所は広報の一環として、水産庁の補助金を受け、商業捕鯨を行う共同船舶（東京都）と日本捕鯨協会の共同企業体（JV）に業務委託し、学校給食や病院食での鯨肉利用に助成金を出している。給食の倍場合、費用の3分の2を国が負担する。

2020年度から始まり、22年度には28都道府県の延べ約5400校で約104トﾝが提供された。日本鯨類研究所の担当者は「鯨が食べ物だと子どもに認知してもらうのに、給食は貴重な場だ。食材として自然に受け入れられるようになってほしい」と期待する。

一方、商業捕鯨を巡っては国際的な批判も強い。ある捕鯨関係者は「外資の入ったスーパーなどでは、鯨肉の取扱量が著しく制限されたり、そもそも置いてもらえなかったりすることも多い」と漏らす。

鯨の資源を維持し、国内外に理解を広げ、消費量を拡大させるという難題に、共同船舶下関出張所の武田直樹所長は「捕鯨の未来のために、官民連携して取り組んでいく」と話した。

(令和6年10月16日(水) 秋田魁新聞より一部抜粋)