

年 組 名前：

問1

ニザダイは、なぜ、海の厄介者と
言われているのですか。

.....
.....
.....
.....

問2

回転ずしチェーン店は、何を
参考にして、どのような工夫で
ニザダイをすしネタとして
商品化しましたか。

.....
.....

海の「厄介者」、 すしネタに

くら寿司 餌に野菜、臭み減

大手回転ずしチェーンのくら寿司が、キャベツを与えて養殖した「ニザダイ」の写真を商
品化し、数量限定で提供を始めた。ニザダイは身に臭みがありネタとして使
いづらいう上、海藻を食べて海中を荒らす「厄介者」として扱われてきた。キャベツを餌に使うこ
とでさっぱりとした味わいになり、商品化が実現した。には新たな収入源となる。円安で輸入魚の仕入れ値が上がる中でくら寿司も調達コストを抑えられ、双方に利点がある。

ニザダイは、西日本の定置網漁で取れることが多いが、これまでは市場に出ても値が付かない魚だった。海藻を主食とするため、他の魚の産卵や成長に必要な海藻が消失する「磯焼け」の一因とされ、駆除対象にもなっていた。

商品名は「キャベツニザダイ」で価格は220円。長崎県や宮崎県で取れた魚を活用し、約14万皿限定で全国の店舗で提供している。

くら寿司の担当者が、同じく磯焼け要因とされるウニにキャベツを与える対策を実施していることを知り、磯焼け対策の一環でニザダイにもキャベツを与えたところ、身のえぐみが軽減する効果も判明したという。商品化が実現したことで漁業者

(2022年9月21日付 山梨日日新聞 8面)

問3 海の厄介者を商品化することで、どのような利点がありますか。

.....
.....

問4 商品化したニザダイは、何県で取れた魚ですか。

..... 県 県