



385

行政院新聞局出版事業登記局版高市誌字第 158 號
高雄雜字第 125 號執照登記為雜誌交寄
中華民國 82 年 09 月 01 日創刊
中華民國 98 年 09 月 01 日出版

發行人 / 施教民
執行編輯 / 吳金鎮、李唐輝
發行單位 / 財團法人台灣地區遠洋魷魚類產銷發展基金會
地址：高雄市前鎮區漁港中一路二號三樓之一
電話：07-8117203 傳真：07-8315814
印刷所 / 天益印刷廠
地址：高雄市苓雅區廣西路 148 號 電話：07-7261326
全球資訊網 / <http://www.squid.org.tw/>
電子郵件 / squid@squid.org.tw
漁業發展基金補助

日本秋刀魚漁業動態

日本秋刀大型船解禁出海作業本年度漁期正式開始

8 月 18 日 100 噸以上之大型船解禁出海作業，本年度秋刀漁期正式開始。目前大型船作業的主漁場在俄羅斯水域形成，日本全國秋刀漁業協會限定的漁獲量為 35,500 噸。為穩定供給，設定各噸位別漁船的漁獲上限，19 日起實施 24 小時休漁措施。

上週的秋刀漁獲狀況，17 日計有 161 艘進港，卸魚量為 1,062 噸，18 日有 164 艘，卸魚量為 1,864 噸，大型船初次進港卸魚的 19 日，108 艘船卸魚量為 2,051 噸，20 日有 172 艘，卸魚量為 2,791 噸。

另一方面每公斤的平均價格，17 日為 174 日圓，18 日為 136 日圓，19 日為 122 日圓，卸魚量集中的 20 日約有一半漁獲在花咲港卸魚，魚價急跌，致平均價格僅為 74 日圓，全國平均價為 92~100 日圓。

漁獲組成以大型魚最多，約佔 5~6 成，中型魚約佔 2~3 成，小型魚佔 1~2 成。累計到 20 日止，進港卸魚計有 4,051 艘次(去年同期為 2,656 艘次)，卸魚量為 19,962 噸(去年為 12,784 噸)，平均單價為 206 日圓，較去年同期之 287 日圓下跌 28%，總漁獲金額為 41 億日圓。(吳金鎮，譯自日刊水產通信，2009 年 8 月 24 日)

國際魷業動態

日本

8月7日4艘作業船進函館共卸售37,908箱日本魷魚貨，其中23,416箱為個體冷凍，8月8日與8月10日分別有8艘與6艘作業船分別卸售47,226箱(25,654箱為個體冷凍)與61,186箱(42,676箱為個體冷凍)日本魷魚貨。

31尾裝價格維持不變，26尾裝價格有小幅下跌，23尾裝價格約在2,300日圓，8月10日塊凍51尾裝拍賣價格在1,495-1,471日圓，61尾裝為1,405日圓，71尾裝為1,380-1,350日圓。

8月10日有3艘作業船進八戶港卸售32,181箱日本魷魚貨，其中18,478箱為塊凍，個體冷凍拍賣價格資訊如下：26尾裝2,060-1,900日圓、31尾裝2,115-1,920日圓、36尾裝1,965-1,950日圓、41尾裝2,079-2,075日圓。

另外同日在八戶港出現大量由圍網船所捕獲日本魷魚貨，估計約有1,280公噸，大多為230-240克，拍賣價格為950-650日圓/10公斤，第33週圍網船估計捕獲量為400-500公噸，累計捕獲量約7,000公噸。

8月11日圍網船卸售715公噸日本魷魚貨，拍賣價格為922-550日圓，同日8艘魷釣作業船卸售70,612箱魚貨，其中37,967箱為31尾裝之個體冷凍魚貨。

阿根廷

根據官方統計資料顯示7月份阿魷漁獲量1,335公噸，較6月減少51%，亦較2008年同期減少95%，累計前4個月阿魷漁獲量為57,759公噸，較去年同期減少77%。

海關統計資料顯示7月份阿魷出口量為2,518公噸，出口值為450萬美元，前7個月累計出口量為32,115公噸，出口值為3,250萬美元。

泰國

根據泰國官方統計資料顯示，今年6月份計有3,341噸魷類產品輸入，輸入金額達到520萬美元，平均輸入單價為1.57美元/公斤，其量值分別較5月增加7%與3%，累計魷類產品進口量達到2萬公噸，進口值3,170萬美元，平均進口單價為1.59美元/公斤。

6月份出口之魷類加工品為4,129.7公噸(含添加物)，出口值為1,640萬美元，平均出口單價為3.99美元/公斤，其量值分別較2008年同期均減少7%，累計出口量為21,000公噸，出口值達到8,730萬美元，平均出口單價為3.99美元/公斤。

6月份魷類產品貿易順差為1,120萬美元，累計貿易順差為5,550萬美元。

西班牙

第 32 週西班牙加利西亞市場鎖管交易量為 6.83 公噸(31 週為 13.75 公噸)減少 50%，但市場價格由每公斤 4.03 歐元下跌至 3.79 歐元。

馬德里市場重要冷凍魷魚第 32 週交易量變動情形如下：鎖管 18 公噸(第 31 週為 17.7 公噸)，各規格交易價格為 7-10 公分 3 歐元/公斤、10-12 公分 2.7 歐元/公斤、12-16 公分 2.5 歐元/公斤、16-19 公分 2.3 歐元/公斤、19-22 公分 2 歐元/公斤、22 公分以上 1.8 歐元/公斤；美洲大赤魷 5.8 公噸(第 31 週為 3.2 公噸)，中型價格為 2 歐元/公斤、大型價格為 2.5 歐元/公斤；阿根廷魷各品項價格為 24-30 公分淨後胴體 2.3 歐元/公斤、20-24 公分淨後胴體 1.9 歐元/公斤、15-20 公分淨後胴體 1.7 歐元/公斤、18-22 公分胴體 0.9 歐元/公斤、23-28 公分胴體 1 歐元/公斤、28 公分以上胴體 1.4 歐元/公斤、200-300 克全魷 1.4 歐元/公斤、300-400 克全魷 1.3 歐元/公斤。(於仁汾，摘譯自 FIS-Market Reports，2009/8/19)

國際漁業資訊

阿根廷魷釣面臨近年最差漁況

要求阿政府降低阿魷出口關稅

根據阿根廷官方統計資料顯示至 8 月 13 日在阿國港口卸載阿魷量僅有 57,770 公噸，遠低於去年累計至 7 月 31 日之 247,665.2 公噸，目前大部份漁船已經進港停止作業，僅有少數漁船仍堅持作業，以期能在價格好的情況下彌補作業成本。

魷釣船主聯盟主席表示這是自 1993 年以來最差的漁況，南緯 44 度以南作業漁場魷群未大量出現，南緯 44 度以北作業漁場雖然有少量魷群，但數量稀少，導致今年阿魷漁獲量創歷史最低紀錄。

魷釣船業者聯盟要求政府減免或降低阿魷出口關稅以減少業者損失，也期待國會能將漁業議題列入議會議程。

各港口累計卸魚量仍以馬德普拉塔 39,053.4 公噸為最高，其次為馬德林港 12,863.8 公噸、德塞阿多 3,145.9 公噸。

漁業別漁獲量中以魷釣船 48,212.4 公

噸為最高，其次為生鮮作業船 4,924.7 公噸與拖網船 4,537.6 公噸。

阿根廷與烏拉圭共管水域也將在 8 月 31 日正式關閉作業。(於仁汾，摘譯自 MercoPress 2009/8/18 與 FIS World News 2009/8/18)

09 年阿國水產品出口量減少

阿魷出口量僅約 4 萬 4 千餘噸

今年 1 至 7 月阿根廷水產品出口量達到 262,932 公噸，出口值為 6 億 520 萬美元，與去年同期(318,375 公噸與 6 億 5,750 萬美元)相較出口量值分別減少 17.4%與 8%。

水產品出口量中 189,798 公噸為魚類，出口值為 3 億 8,760 萬美元，貝類出口量為 73,134 公噸，出口值為 2 億 1,760 萬美元。

狗鱈出口量 81,383 公噸(出口值 1 億 8,460 萬美元)仍居首位，其出口量值較去年同期之 77,638 公噸與 1 億 9,290 萬美元分別增加 4.8%與減少 4.3%。

其次為阿魷 44,425 公噸(出口值 4,970

萬美元)，遠低於去年同期出口量 121,455 公噸，其他較重要出口水產品項分別為蝦類 22,626 公噸(出口值 1 億 3,570 萬美元)、福氣魚 19,130 公噸(出口值 3,590 萬美元)、鯷魚 8,431 公噸(出口值 1,720 萬美元)、金吉利魚 4,548 公噸(出口值 1,600 萬美元)、扇貝 5,559 公噸(出口值 2,910 萬美元)、河魷 3,587 公噸(出口值 760 萬美元)、比目魚 1,695 公噸(出口值 700 萬美元)。

西班牙仍是阿根廷水產品最大市場國，累計交易量達到 55,057 公噸(交易額為 1 億 7,290 萬美元)，其次為巴西 34,806 公噸(交易額 8,210 萬美元)、義大利 15,872 公噸(交易額 4,990 萬美元)、美國 12,683 公噸(交易額 3,700 萬美元)。(於仁汾，摘譯自 FIS World News 2009/8/20)

俄羅斯漁業問題重重亟待改善

期能更新設備及增加作業船隊

據俄羅斯漁業經濟、信息與管理自動化系統研究院的報告顯示，人類水產品攝入的生理學標準應為年人均 20.7 公斤。據官方統計數字顯示，目前俄羅斯水產品的人均消費每年僅為 12 公斤，與日本的年人均消費 67 公斤差距很大。俄羅斯專家指出，俄羅斯公民水產品的人均消費量已經比生理學標準底 41.2%，而且無論採取甚麼措施，這一現象甚至在未來幾年都無法改觀。即使再過 5 年時間，俄羅斯國民水產品的人均消費量仍然比正常需要的標準低 23%。毫無疑問，這一狀況為俄羅斯國內的水產品加工企業提供了商機，當然這還只是政府的預期效果。近年來，世界上一些先進的漁業國已經完成了向低能

耗船舶和新式捕撈工具的轉型升級，而俄羅斯卻錯過了漁業領域的兩次革命。目前因受到老舊船隻過多、耗油量太大、盧布貶值等諸多因素的影響，俄國內水產品價格一直呈現出上漲趨勢。所以，許多相對不富裕的俄羅斯人可能就不會選擇吃魚了。

2007 年俄羅斯魚類銷售價格平均增長了 9.7%，但是當年魚類產品進口量卻增長了 30%，據市場分析人基穆拉·米圖博娃介紹，俄羅斯進口的魚類產品中有一半是來自挪威，其餘是由國外企業加工的俄羅斯自產魚類產品。去年俄羅斯漁民在遠東地區捕撈 80 萬噸狹鱈魚，只有 27 萬噸在本地上市出售，其餘部分“邁出了國門”，主要輸往中國，這對漁民來說是有利可圖的。而外國企業主則把俄羅斯的鱈魚冷凍後剔掉魚骨再重新冷凍，淋上大量的水或是加上各種甚至與魚類產品本身毫不相關的物質，製成大量的低質鱈魚排，然後以每公斤 2.7 美元的價格出口到俄羅斯市場。俄羅斯的國產鱈魚排則是直接在捕撈船上加工製成，是只經過一次冷凍的高質量產品。但是，能夠進行這種作業的船隻在俄羅斯只有 18 艘，在鱈魚船隊總數中佔比重不足 10%，僅靠這些加工船無法進行批量生產，因此其價格比外國產鱈魚排貴，為每公斤 4.3 美元。

俄羅斯政府總理普京在政府工作會議上指出，俄羅斯市場上進口水產品份額佔 38%，在百萬人以上的大城市這個數字可達 60%，同時，俄羅斯企業出口的產品主要是那些加價率很底的原料產品。同時，近年發生的金融危機使得俄羅斯公民的消費能力下降，俄羅斯本國漁業紛紛把眼光轉向了國外

消費者。

因此，對漁業進行根本性改革已是不爭的事實，針對漁業市場目前狀況，俄羅斯政府將採取如下措施：

1. 俄羅斯聯邦政府通過了《2009 年-2013 年提高漁業資源利用率和挖掘發展潛力》聯邦目標規劃。根據規劃，俄羅斯政府將在未來 5 年內，向漁業生產以及貿易領域投入 600 多億盧布的資金。該規劃的目標是使俄羅斯本國居民都能吃上國產魚，到 2013 年將俄羅斯捕魚量由現在的 300 萬噸提高到

470 萬噸，並使每年俄羅斯人均水產品消費量提高到 16 公斤，從而促進消費的增長。

2. 由於設備陳舊，碼頭和港口都需要進行現代化改造。根據目前的官方統計數據，俄羅斯每年捕撈量超過了 300 萬噸，而港口吞吐量每年只有 130 萬噸。也就是說，俄羅斯捕撈的魚類產品中實際上有 1/3 不能在俄羅斯本國港口卸貨，因此大西洋鱈魚等魚類就只好“游到國外去了”。(轉載自中國漁業網站)

專題報導

以水產品為中心之消費調查

國立高雄海洋科技大學

蕭玉田

取材自日刊水產經濟新聞 2009 年 08 月 19~20 日

對魚與抗老化(健康與美容)之接受度調查

「遠離魚類」一語已是眾所週知的辭彙，大日本水產會為了提升吃魚的普及率於是進行「水產品的消費實態以及動向」之每年度例行性調查。2008 年度是以『抗老化(美容與健康)』做為訴求，展開水產品消費之嗜好動向調查。並以追求「年輕貌美」、「青春永駐」的女性消費者做為調查對象，以新的觀點進行「吃魚」的相關性調查，其結果分為兩回合整理於後。其中，第一回合之調查是針對(1)在女性族群的飲食生活中魚類的真正消費實態(2)以「抗老化(美容及健康)」做為訴求時，女性消費族群之關心程度，第二回合之調查是以(3)連結「健康及美容」後，探討在提升吃魚普及率下的施政策略上之可行性。

第一回合之調查內容概要：這次的調查時間點剛好遇上普及吃魚活動正在推動實施，並以女性最關心的抗老化(健康與美容)做為標題或訴求，想要知道到底這個訴求是否會帶動或增加消費者在水產品上的購買或利用。問卷調查係採用網路填寫問卷的方式進行，參與問卷調查的消費者其年齡設定在 25~64 歲的女性，全部為 1044 人。

第一回合之調查結果概要：就女性的飲食生活習慣來說，她們對魚類的實際消費情形為，在一天當中以晚飯吃魚的機會最多。在年齡方面，年紀愈大吃魚的頻率愈高。在魚料理的攝取狀況方面，回答比一年前還增加者約佔 23.8%，275 人。其理由，以回答「吃魚對身體有益」者佔 68.4%最多。相反的，回答比一年前還少的只有 9.8%，為 152 人。其中，回答「因為每天太忙，根本沒時間做魚料理」者為 25.7%，回答「鮮度好的魚不容易得手」者佔 20.4%。

在詢問購買魚類的地點時，以回答在「超級市場」的魚類販賣處購得者最多，約 76.4%、783 人。回答在「超級市場」中的鮮魚店購得者居次，約 45.9%、470 人。可以看出來，在超

級市場購得者最多，其購入的型態以「魚片」的 89.8%最高，為 920 人。其次是「生魚片」的 69.7%、「魚乾」59.3%排在第三位。

有關抗老化(健康與美容)方面，回答知道「抗老化」一語者高達 95.9%，而回答連抗老化的詳細內容都知道者約 47%，比率不低。對於魚類具有抗老化功能，在健康方面有共識者高達七成以上；但是對於魚類也具有美容效果，卻有高達六成以上的女性消費者回答不知情。令人振奮的是，對於被問到吃魚之後可以得到「美容效果」時，有高達 47%的女性消費者表達高度的關心。

第一回合之調查背景與目的：社團法人大日本水產會，對於水產品的消費實態以及動向已從各個角度展開調查。近年來，雖然有潛在性的吃魚需求，但是吃魚的普及率卻逐年下降，不免令人擔心。若再加上去年世界性的石油價格高騰，食品的價格也隨之上漲，漁業相關人士不得不一起喊出休漁的措施，這在水產業界可以說是一大事件。為了步出此一慘澹的陰霾，政府相關單位無不在尋求可行之策。一連串的調查或是政策之實施，都是朝提升吃魚普及率方面邁進，希望能對水產品的消費有所幫助。

有關魚類的抗老化機能包括(1)促進腦部發育，延緩腦部之老化。(2)減少中性脂肪，防範動脈硬化等生活習慣疾病之發生。(3)新陳代謝併發症疾病(metabolic-syndrome)之預防效果非常好。(4)可以促進健康的皮膚細胞之形成，具有美化肌膚之效果。(5)可以改善血液之流動，促進肌膚之新陳代謝。

假設條件之架構：「抗老化」一詞在現今的詮釋上，被用來表示與美容、健康等方面有直接的關連性。無論是報章、媒體、出版業界或是美容中心都把焦點集中在此一「抗老化」的相關新聞上。女性族群原本就非常注意美容以及健康，因此，一開始便把焦點集中在家中有中、小學生的母親上，然後逐漸擴大至其他年齡層之女性消費者，以「抗老化」做為訴求中心，展開吃魚對身體有益處的相關調查，最後再論述普及吃魚政策之可行性。

假設條件：以提升吃魚普及率做為施政策略之考量，然後設想如何積極推動女性族群在某種誘因的情況下能夠「想吃魚」。因為女性族群比較重視抗老化(健康與美容)，希望藉此一有利的指導方針尋求新的施政策略。

問卷調查：為了驗證前述假設條件之架構是否正確或可行，於是進行問卷調查。其實施概要包括(A)調查對象，全日本 25 歲至 64 歲的女性。(B)調查方法，採用網路問卷調查。以各個年齡層的女性做為調查對象，而且不考慮婚姻狀況，然後從中抽出進行問卷調查。接著，為了區分年齡層別，將 25 歲至 64 歲的女性族群區分為四大區塊，包括 25~34 歲、35~44 歲、45~54 歲、55~64 歲。全部有效的問卷回答人數為 1044 名(依順序為 258 位、257 位、264 位、265 位)，平均年齡為 44.1 歲。實施調查的期間為 2008 年 10 月 15 日至 17 日。在問卷調查內容方面包括(1)在飲食生活中水產品之實際把握情況(2)對於「抗老化(健康與美容)」之關心程度(3)對於「抗老化」指導方針之接受度(4)回答問卷者之屬性。

綜合分析：(1)女性的飲食生活中魚類的消費實態調查，在一天三餐當中吃魚的頻率以

「晚餐」最高，其中又以每週平均吃魚 2~3 次最高，為 45.1%，其次是每週吃魚 1 次，約 19.4%，每天都吃魚者為 6.9%，完全不吃魚者只有極少數的 1.3%。在「早餐」方面，完全不吃魚者佔最多數，達到 51.7%，其次是平均每一個月吃魚 1 次，約 18.3%，每天都吃魚者只有 4.8%而已。在「午餐」方面，完全不吃魚者約 17.3%，每天都吃魚者約 4.1%，吃魚頻率最多者為平均每一個月 1 次，約 21.7%，其次是每一個月 2~3 次，約 21.2%、每週 1 次約 20.6%。由此可以看出，在 25 歲~64 歲的女性族群當中，三餐中以晚餐吃魚的頻率最高，至少每週一次以上合計為 83.5%，遠高於午餐的 39.8%、早餐的 21.5%。

(2) 與一年前相比較之消費調查，以回答「不變」者佔最多數，約 64.6%，其次是回答「增加」者，約 23.8%，後者高於回答「減少」者的 9.8%。(3) 在調查增加吃魚機會的理由方面(年齡別、複數回答)，平均以回答「吃魚對身體很好」者佔最多數，約 68.4%，其次是回答「促進血液循環、提升腦部機能」者的 33.5%、回答「因為在家吃飯的關係而增加吃魚機會」者的 25.8%，最少的是「帶便當的關係而增加吃魚機會」約 5.5%。若從年齡層來分析，在回答「吃魚對身體很好」當中，以 35~44 歲者最多約 75%。回答「促進血液循環、提升腦部機能」者以 55~64 歲者最多，約 53.9%，回答「因為在家吃飯的關係而增加吃魚機會」者以 25~34 歲者最多約 41%。

(3) 對於抗老化(健康與美容)之關心程度的調查，在「認知度」方面，回答「曾經聽過」者佔最多數，約 48.9%，其次為回答「內容知道得非常詳細」者，約 47%，完全不知道者只佔少數的 4.1%。至於對「抗老化」的印象調查方面，以回答「可以維持肌膚年輕化」等美容相關的資訊者最多，約 67.2%，其次是回答「不老長壽、防止老化」等醫學相關報導者，約 9.6%。

第二回合之調查結果概要：在抗老化(美容與健康)方面，頭腦的老化防止或是中性脂肪的減少功效、美容功效等魚類所擁有之抗老化效果之提示，讓消費者因這些功效而增加吃魚的機會，是否真的會如此，其實是這次調查的另一項重點所在。就調查結果來說，回答「吃魚可以預防頭腦老化」者最多，為 79.2%；而回答「吃魚具有美容功效」者位居第二，為 73.6%。在提示「只要每天吃魚一次，就可以有抗老化之功效」的情況下，回答「應該會增加吃魚的機會」者為 77.4%。至於應該在哪裡提供魚的抗老化資訊時，以回答「超級市場等賣漁獲物的攤位」者最多，約 67.3%，其次是「在電視資訊節目」，56%。

綜合分析：(1) 在「抗老化」的提示下，魚的消費動向變化：在提示魚類所擁有的「抗老化」功效之後，以下分別就各項功效加以調查，包括(A)在提示「吃魚可以預防頭腦之老化」後，以回答「應該會增加吃魚機會」者最多，約 45.9%，其次是回答「將積極增加吃魚的機會」者，約 33.3%，最少的是回答「今後並不會想要增加吃魚的機會」者，約 2.2%。(B)提示「吃魚可以減少中性脂肪」時，以回答「應該會增加吃魚機會」者最多，約 45.5%，其次是回答「將積極增加吃魚的機會」者，約 28.1%，最少的是回答「今後並不會想要增加吃魚的機會」者，約 2.6%。(C)在提示「吃魚可以預防新陳代謝之併發症疾病」時，與(B)類似，其回答比率順序為 46.5%、24.2%、3.1%，並無多大變化。(D)在提示「吃魚可以促進健康的皮

膚細胞之形成，具有美容之功效」時，回答的情況幾乎與(A)相同，其比率依順序為 45.2%、33.5%、2.4%。(E)提示「吃魚可以改善血液循環，促進皮膚之新陳代謝，具有美容效果。」時，仍然以回答「應該會增加吃魚機會」者最多，約 43.7%，其次是回答「將積極增加吃魚的機會」者，約 35.3%，最少的是回答「今後並不會想要增加吃魚的機會」者，約 2.4%。

(2)在「每天只吃魚一次也有抗老化效果」的情況下，探討魚的消費動向變化：一天三餐當中，只有一餐吃魚便具有抗老化效果，在此一訴求下，調查發現，以回答「應該會增加吃魚的機會」者最多，達 77.4%，其次是回答「保持現狀即可」者，約 18.3%，回答「並不會增加吃魚機會」者，約 4.3%。

(3)在「吃魚有抗老化效果」的各項調查中，分析未來的可能發展情形，包括(1)若以肌膚美白、改善血液循環、促進新陳代謝等做為訴求時。以女性族群來說，抗老化等同於「保持年輕貌美」，自然會受到關心與矚目，因此會積極增加吃魚的機會。但是，對於魚類在「美容」方面所具有的抗老化效果，知道的並不多。因此，只要讓「吃魚之後便具有美容效果」的新概念能夠得到消費者的認同以及廣為宣傳，那麼，應該可以喚起吃魚頻率非常少(每週 1 次以下)的消費族群，增加他們吃魚的機會。(2)「吃魚可以防止頭腦老化」已是眾所週知，可以說，在魚類所具有的抗老化機能當中最受矚目的功效。當然，在繼續推動此一訴求或常識之下，家中有小孩子的家庭或是年齡比較高的女性族群，應該可以響應政府所積極推動的「普及吃魚運動」。

(4)從哪裡得到「吃魚有抗老化的效果」的資訊呢？為了推廣或普及吃魚運動，當然必須要將相關資訊讓消費者知道，調查結果發現以回答「超級市場等賣漁獲物的攤位」者最多約 67.3%，其次是「在電視資訊節目」約 56%，排第三位的是「電視廣告」約 43.3%，料理或生活、健康系列等雜誌也有 32.3%，新聞報紙則為 31.7%。

(5)在「抗老化」飲食的前提下，魚所扮演的角色：為了吃出健康而將魚類推到檯面上，問題是，到底消費者怎麼看待這些漁獲物呢？其他的食材在抗老化(健康與美容)方面又是如何呢？經過調查發現，具有抗老化功效的食材當中以糙米、五穀米、豆漿、納豆、黃綠色蔬菜、水果、海藻類、青魚(秋刀魚)最被消費者所認識，都在 35%以上。如果是在追求抗老化的情形下，有 53.8%的消費者會選擇豆漿、納豆，其次是黃綠色蔬菜、水果約 48.9%、選擇青魚(秋刀魚)者位居第三，約 36.3%，接著是海藻類的 35.6%、糙米、五穀米約 28.5%、有機蔬菜只有 10%左右。紅色魚肉、白色魚肉、貝類、蝦蟹等都在 5%以下。

進一步調查選擇購買與攝食青魚(秋刀魚)的消費族群的年齡層，以 55~64 歲者最多，約 55.1%，其次是 45~54 歲者，約 38.3%；最少的是 25~34 歲者，約 21.3%。可以看出隨著年齡的增長比率愈高。全體調查平均值為 36.3%。

另外，調查選擇購買與攝食海藻類的消費族群的年齡層，以 55~64 歲者最多，約 47.9%，其次是 45~54 歲者，約 40.9%；最少的是 25~34 歲者，約 20.9%。與上述情況雷同，可以看出隨著年齡的增長比率愈高。全體調查平均值為 35.6%。