

水産政策審議会企画部会
第64回議事録

水産庁漁政部企画課

水産政策審議会第64回 企画部会

1. 開会及び閉会日時

開会 平成28年10月14日（金）午後1時00分

閉会 平成28年10月14日（金）午後3時06分

2. 出席委員

（委員）大森 敏弘 姜 明子 佐藤 安紀子 長瀬 一己
橋本 博之 馬場 治 浜田 峰子 東村 玲子 平野 澄子
細川 良範 水越 和幸

（特別委員）遠藤 喜志雄 久賀 みず保 久保田 正 鈴木 博晶
高橋 健二 千葉 康則 中田 薫 若狭 信行

3. その他出席者

（水産庁）長谷水産庁次長 大杉漁政部長 保科増殖推進部長
高吉漁港漁場整備部長 中企画課長 佐藤加工流通課長 石川参事官
藤田管理課長 黒萩漁業調整課長 岡計画課長
大久保水産業体質強化推進室長

4. 議 事

別紙のとおり

水産政策審議会第64回企画部会
議事次第

日 時：平成28年10月14日（金）13:00～15:06

場 所：農林水産省本館7階 第3特別会議室

1 開 会

2 挨拶

3 議 事

（1）加工・流通・消費・輸出に関する施策の展開

（2）その他

4 閉 会

目 次

1	開 会	1
2	加工・流通・消費・輸出に関する施策の展開	3
3	閉 会	3 4

○企画課長 皆さん、こんにちは。定刻、13時となりましたので、ただいまから水産政策審議会第64回企画部会を開催したいと思います。

開催に当たり、長谷水産庁次長より御挨拶を申し上げます。

○水産庁次長 皆さん、こんにちは。御多忙の中、御出席いただきましてありがとうございます。

浜田委員がちょうど御出席で、前回部会での浜田委員、菅原委員の御発言に従いまして、私、今日は胸にちょっと真珠をつけてみまして、気恥ずかしい思いがいたしておりますが、よろしく願いいたします。

本日は、水産基本計画の見直しに向けて、加工・流通・消費・輸出施策の展開ということでございます。

まず水産加工業について申し上げます、工場は大半が沿海の市町村に立地しておりまして、雇用の場を提供するなど、漁業とまさに両輪で漁村地域を支える重要な基幹産業となっております。しかし、ほとんどは中小企業で、従業員50人未満の経営体が9割以上というところでございます。労働生産性や資本装備率も低い状況でございます。

次に、水産物流通に関しましては、従来からある卸売市場を通じて需要者や流通業者への販売ルートに加え、近年では漁業者から加工・小売・外食業者などに直接販売を行う市場外流通の重要性が増しております。

一方、消費におきましては、買い置きができないことや、調理の手間、価格の高さなどから、消費者の魚離れ、残念ながら進んでおります。国民1人当たりの年間の魚介類摂取量は減少ということでございます。

このような状況の中、水産業が消費者ニーズに対応する商品を生産するためには、漁業者、水産加工業者、流通業者等の関係事業者が創意工夫を發揮しつつ、みずから、または相互に連携し、漁獲物の品質管理、未利用魚の有効活用、新たな商品開発や販路開拓などに取り組むことが求められております。

政府全体として農林水産物の輸出拡大に向けて取り組んでおります。本年8月に閣議決定されました未来への投資を実現する経済対策におきましても、平成31年に水産物の輸出を3,500億円とすることが目標に掲げられております。昨年の爆弾低気圧の影響による北海道のホタテの減産などマイナス要因もございますけれども、この目標達成に向けて諸施策を適切に進めていきたいと考えております。

本日は限られた時間ではございますけれども、これらのことにつきまして御審議いただ

き、委員の皆様から忌憚のない御意見を賜りたいと存じております。

簡単ではございますけれども、本日もよろしく願いいたします。

私、一度退席させていただきますが、また後ほど戻ってきたいと思っております。どうぞよろしく願いいたします。

○企画課長 それでは、早速事務的事項について報告させていただきます。

委員の出席状況でございます。水産政策審議会令第8条1項の規定により、審議会の定足数は過半数とされておりますが、本日は、委員11名中9名の方に御出席を賜っております。定足数を満たしておりますので、本日の企画部会は成立していることを御報告いたします。また、特別委員につきましては11名中8名の方の御出席をいただいております。

なお、8月に新たに特別委員に選任されました久保田正氏が御出席ですので、御紹介いたします。久保田正特別委員です。

○久保田特別委員 長崎県信用漁業協同組合連合会の久保田でございます。よろしく願いいたします。

○企画課長 どうもありがとうございます。

続きまして、当審議会の議事の取り扱いにつきまして御説明いたします。

水産政策審議会議事規則第6条によりまして、会議は公開とされており、傍聴者もお見えになっております。また、同規則第9条2項によりまして、議事録は縦覧に供するものとされており、会議終了後、委員の皆様には議事録を御確認いただいた上で、水産庁のホームページに掲載して公表させていただきますので、御了承のほどお願いいたします。

それでは、本日の配付資料の確認をさせていただきます。

お手元に資料1及び資料2を用意させていただいております。資料1は加工・流通・消費・輸出に関する施策の展開、こちらと、中田特別委員から事前に御提出いただきました資料が資料2でございます。よろしいでしょうか。

また、いつもどおり委員、特別委員の皆様のお席には、御参考資料といたしまして、前回までの企画部会における水産基本計画の変更に関する資料をファイルにとじた形で配付させていただいております。

それでは、ここからの議事進行は馬場部会長にお願いしたいと存じます。部会長、よろしく願いいたします。

○馬場部会長 部会長を務めます馬場です。よろしく願いします。

それでは、議事に入らせていただきます。

本日は、議題（１）として、次期水産基本計画に関する加工・流通・消費・輸出に関する施策の展開の審議となっております。本日の企画部会は午後３時までの予定となっておりますので、議事進行に御協力をよろしくお願いいたします。

それでは、加工・流通・消費・輸出に関する施策の展開を事務局より説明をお願いします。

○漁政部長 皆さん、こんにちは。漁政部長の大杉でございます。着席で資料の説明をさせていただきます。

お配りしております資料１をご覧ください。加工・流通・消費・輸出に関する施策の展開という資料でございます。

１ ページ以降が加工・流通・消費に関する施策の展開でございます。

２ ページをお開き下さい。

まず、水産加工の現状について御紹介いたしますと、水産加工業は、水産物の保存性や付加価値の向上などを担い、2014年の数字でございますが、出荷額は約３兆1,000億円でございます。ちなみに、左下の表にありますように、水産加工業については原材料使用額は約２兆1,000億円ということでございます。

右側の絵にありますように、食用魚介類の国内消費仕向量の６割が加工向けでございます。水産加工業は漁業にとっても重要な大口実需者であるわけでございます。

右下の表をごらんください。水産加工業の工場の大半ですけれども、冒頭、次長の長谷のほうから御紹介しましたとおり、沿海市区町村に立地をしています。水産加工業は、雇用の場を提供するなど漁業とともに漁村地域を支える重要な基幹産業であるわけでございます。

３ ページをお願いいたします。

水産加工業、これも冒頭、次長の長谷から御紹介しましたとおり、従業員数50人未満の経営体が９割以上、そして10人未満が約半分を占めるという状況でございます。

右上の表にありますように、労働生産性や資本装備率は全製造業と比べて、そしてまた食品製造業一般と比べても低い状況でございます。

右下の表をご覧ください。水産加工場のH A C C P導入率は9.7%と低水準でございます。

４ ページをお願いいたします。

次に、水産物流通の現状でございますが、水揚港に隣接する産地卸売市場で漁獲物などの集荷が行われまして、魚種、サイズ、品質等により仕分けされて、産地出荷業者、加工

業者等に販売されるわけであります。他方、都市周辺などの消費地卸売市場では、各地の水産物や輸入水産物が集められ、さらに細かな用途に応じて仕分けされた後、仲卸業者、小売業者などに販売されるわけでございます。

近年の状況でございますが、小売・外食業者などと産地出荷業者などの取引や、漁業者から市場を介さずに加工・小売・外食業者などに直接販売したりする完全な市場外流通が増えつつあるところであります。

5ページをお願いいたします。

それから、水産物消費の現状でございますが、国民1人当たりの年間の魚介類摂取量は、この十数年間は減少しています。年齢を重ねることで1人当たりの消費がふえる、いわゆる加齢効果というものも、近年は40歳代以下では見られなくなっているという状況でございます。消費者が魚介類を食べる頻度を増やしたいと思わない理由としては、買い置きができないことや調理の難しさ、価格等があるようでございます。

6ページをお願いいたします。

一方、左側のグラフにありますように、消費者の多くは魚介類を食べる頻度を増やしたいと考えており、健康にいい、あるいはおいしい、御飯に合うといった理由で魚介類を評価しているわけであります。簡便に調理できること、調理方法の提供、高鮮度、旬や産地が特定されていることなどが水産物の消費増にとって有効と考えられるわけであります。

7ページをご覧ください。

ここで、水産加工業、流通業の健全な発展、それから消費者の役割を論じていく上で基本法の規定を見ていきますと、「良質な水産物が合理的な価格で安定的に供給されなければならない」という大きな理念のもとで、水産業の健全な発展は、水産資源を持続的に利用しつつ、高度化し、かつ、多様化する国民の需要に即した漁業生産、水産物の加工、流通が行われるよう、3つの青い箱で囲んであるとおり、効率的かつ安定的な漁業経営の育成、漁業、水産加工業、水産流通業の連携、そして漁港、漁場その他の基盤の整備によって図られるとされているわけであります。

そして、水産加工業、流通業の健全な発展に関連しては、事業活動に伴う環境への負荷の低減、資源の有効利用の確保に配慮しつつ、事業基盤の強化、漁業との連携、流通の合理化、その他必要な施策を講じることとされ、また、消費者の役割に関連しては、水産に関する理解を深め、水産物に関する消費生活の向上に積極的な役割を果たすものとされているわけであります。

8ページをお願いいたします。

以上のような認識のもとで、まず消費者ニーズ等に応じた水産物・水産加工品の供給についての方向性といたしましては、手軽・気軽においしく水産物を食べられるファストフィッシュ商品の開発・提供ですとか、鮮度の高い商品、旬や産地を特定した商品の供給ですとか、そういったことを促進することが必要と考えられます。大消費地向けだけでなく、各地域のニーズに応じた水産物の供給が必要であろうかと考えます。地域の学校ですとか、郷土料理、漁家民宿などの観光面での連携も重要と考えます。子供や訪日外国人を含め、多様な消費者を想定して取り組む必要もあるのではないかと考えているところであります。

9ページをお願いいたします。

また、消費拡大に向けた魚食の普及と消費者への情報提供についての方向性といたしましては、学校給食・学校教育などとの連携を強化して、あわせて水産物の健康面での特性ですとか地域性・季節性、あるいは資源状況や魚食文化についての理解も促進する必要があるのではないかと考えています。ユネスコ無形文化遺産にも登録されました「和食」に不可欠な食材として、水産物というのは、米など国産農産物・林産物とセットで普及に取り組む必要があるのではないかと考えます。

消費者等に対しましては、産地の水産物に関する情報を適切に伝達する仕組みとして、例えばエコラベルですとか地理的表示、GIですね、それから原料原産地表示、そしてトレーサビリティといったことを検討し、導入していくことを考えていく必要があるのではないかと思います。

10ページをお願いします。

さらに水産加工・流通業の健全な発展についての方向性といたしましては、漁業者、水産加工業者、流通業者等の関係者が創意工夫により、自ら、あるいは相互に連携して、漁獲物の品質管理ですとか、未利用魚の有効活用ですとか、新たな商品開発や販路開拓などに取り組む必要があると考えています。水産加工・流通業については、品質・衛生管理体制の強化ですとか、新たな技術・生産体制の導入ですとか、産地市場の強化や多様な流通ルートの構築などによりまして、事業基盤の強化、流通の合理化を進めることも課題であるわけでございます。漁業者においても、漁獲「量」、漁獲の量から販売「額」、販売の額へ意識を転換するとともに、漁獲物の付加価値向上と手取りの確保を図ることが重要ではなかろうかと考えています。

11ページ以降が、2つ目のテーマであります輸出促進施策の展開についてでございます。

12ページをご覧ください。

水産物輸出の現状についてでございますが、原発事故に伴います諸外国の輸入規制の強化やリーマンショックの影響で輸出額はやや低迷していましたが、右側のグラフにありますように、2013年以降堅調に増加し、2015年の輸出額は2,757億円となっております。

品目別に見ていきますと、左下の円グラフにありますように、ホタテ、真珠、ナマコ、サバ、ブリなどの輸出額が多いところであります。ホタテについてですけれども、2016年は噴火湾での大量へい死や、一昨年、昨年の冬の低気圧、為替の影響などによりまして輸出は減少する見込みでございます。13ページ、次のページの下を表が関連資料でございます。

主な輸出先でございますが、12ページの右下の円グラフをごらんください。香港、米国、中国、ベトナムなどがございます。

13ページをご覧ください。

主要な品目別に主な輸出先国・地域を見ていきますと、ホタテについては中国、香港、米国、真珠については香港、米国、ナマコについては香港、14ページにまいりまして、サバについてはタイ、エジプト、ベトナム、ブリについては米国といったところでございます。

15ページをお願いいたします。

本年8月に閣議決定されました「未来への投資を実現する経済対策」におきまして、農林水産物・食品輸出額について平成31年に1兆円を達成することとされたわけでありまして。そのうち水産物は3,500億円ということで、その目標の達成に向け、本年5月に取りまとめられました「農林水産物の輸出力強化戦略」に基づきまして、一層の輸出拡大に取り組んで行くこととしています。

具体的には3つの柱がございまして、第1の柱、生産体制の整備ですけれども、すぐ下の青の四角で囲んだところの左半分をご覧ください。養殖業についてでございますが、自然災害があっても輸出を落ち込ませないよう養殖生産を拡大するという内容で、例えばホタテの養殖地の拡大に向けた候補地の海洋環境などの調査を本年5月から新たに実施をしますとか、漁港水域を有効活用して、船が出入りするところにナマコ養殖を行うですとか、また、その下にまいりまして、災害や餌料価格に左右されない生産体制を構築するという内容で、例えばブリ養殖で人工種苗の活用による赤潮発生前、5月、6月ということですが、その出荷を推進するといったようなこと、また、その下にありますように、低

魚粉配合飼料の導入や給餌量の削減によりまして餌料コストを低減させるといったような内容でございます。

右半分にまいりまして、漁業についてでございますが、適切な資源管理により資源を増大させる、また、運搬船の鮮度保持機能の強化や水揚地の冷凍処理施設の整備を支援し、高品質な輸出向け冷凍製品を生産するといったようなこととか、グループ操業、運搬船の共同利用、省エネ・省力化技術によりまして低コスト生産を推進するといったような内容でございます。

16ページをお願いいたします。

2つ目の柱といたしまして、海外市場の拡大でございます。新たに輸出先国・地域の事業に精通した水産物専門の現地在住の海外コンサルタントを配置する、また、輸出先のニーズに即したプロモーション活動、現地輸入業者とのマッチングを効果的に実施するといった内容でございます。四季の変化が少ない輸出先において、日本の季節に応じた多様な水産物をアピールする、また、米・日本酒など消費の相乗効果が期待できる産物と連携して、戦略的に日本の水産物の魅力を売り込むといった内容でございます。

17ページをお願いいたします。

3つ目の柱であります輸出先に応じた輸出環境の整備、そういうことの一環でございますが、HACCP対応についてでございます。水産物におけるHACCPの現状を見ていきますと、米国、EUなどにおいてはHACCP導入を義務化した上で、輸入水産物についても同様にHACCPを要求しているところ、我が国は、右側の表にあるように対EU・HACCP認定施設が諸外国に比べて非常に少ない状況でございます。

18ページをお願いいたします。

そこで、認定件数の少ない対EU・HACCPにつきましては、平成26年10月から厚生労働省保健所ということでございますが、に加えまして水産庁も認定業務を開始しております。HACCP対応のための水産加工施設の改修ですとか研修会、現地指導等を支援しているところであります。

なお、EUは、漁場から輸出までのフードチェーン全体の管理も要求しているということですので、養殖場や産地市場、また漁船の登録を推進するとともに、二枚貝の海域モニタリングですとか養殖魚の残留動物用医薬品検査ですとか、こういったことに対して支援も実施しているところでございます。

19ページをお願いいたします。

これも輸出先に応じた輸出環境の整備の一環でございますが、原発事故による諸外国・地域の輸入規制の撤廃・緩和の問題があるわけでありまして。諸外国・地域において講じられている放射性物質関係の輸入規制に関しては、私ども、さまざまな機会を捉えて撤廃・緩和を求めてきたところでございます。その結果、何らかの規制を設けている国・地域の数というのは、原発事故後の53から、平成28年9月現在で35にまで減少しております。

一方で、こうした輸入規制を維持している国・地域の中には、我が国水産物の主要な輸出先であります香港、中国、台湾、韓国なども含まれておりまして、引き続き科学的な根拠に基づいて輸入規制の撤廃・緩和を粘り強く働きかけていく必要があると考えています。

20ページをお願いいたします。

それから、この問題に関して、むしろ我が国サイドの問題として、各種輸出関連証明書の発行手続の簡素化・迅速化があるわけでございます。水産物の輸出に当たっては、原発事故関連の証明書だけではなくて、輸出先によっては衛生証明書ですとか漁獲証明書ですとか、こういったものが添付を要求されているわけでありまして。これらの証明書発行に係る手続の簡素化・迅速化のため、NACCS、輸出入・港湾関連情報処理システムですけれども、これにより処理できる証明書の範囲を拡大する、あるいは証明書の受け取り場所の拡大を行うといった取り組みを進めることとしております。

21ページをご覧ください。

ホタテ輸出の増大の事例についてということですが、前々回、8月5日の企画部会で佐藤委員から、例えばホタテのように輸出が急激に伸びた成功事例において、どういう取り組みをしていたのかということを検証し、そういった取り組みを広げていくことが基本計画の方向性ではないかといった趣旨のコメントをいただいたわけでございます。それに答えまして21ページの資料を用意いたしました。

右下の表をご覧ください。ここに輸出拡大戦略の、先ほど御紹介しました3つの柱、生産体制の整備、それから下に行きまして海外市場の拡大、輸出先に応じた輸出環境の整備、それぞれごとに道漁連の取り組みと国の支援を整理してございます。

まず、生産体制の整備についてでございますが、道漁連の取り組みとしては、昭和30年代から40年代に資源の枯渇を経験したことを契機として、増養殖による安定生産体系を確立しているわけでございます。これに対して国のほうも漁場管理と連携した地まき式の種苗の大量放流、それから種苗放流関連施設等の整備を支援してきたわけでございます。

その下の段ですけれども、海外市場の拡大については、道漁連としては海外での販促活

動や市場調査、海外バイヤーを招聘しての産地のPRや商談会等を実施してきたわけでございます。国も海外でのプロモーション活動や国内の生産・加工業者と流通業者や海外の輸入業者とのマッチングイベントなどを支援してきたわけでございます。

そして、その下の段ですが、輸出先に応じた輸出環境の整備については、道漁連としては平成25年にMSC認証を取得したところであります。国としては水産加工施設のHACCP対応等を推進し、漁港における一貫した衛生管理体制を構築するとともに、各種規制緩和に向けた働きかけを行ってきているところであります。輸出向け水産エコラベル認証スキームを新たに構築すべく作業中であります。

ただ、業界団体から聞こえてくる話の中には、この成功、輸出の急増ということでございますけれども、ちょうどそのころ、中国産ホタテ、あるいは米国産ホタテが大幅に減産していた、そこに食い込んでいくことが出来たのではないかという話がございます。あわせて御紹介をさせていただきました。

資料説明は以上でございます。どうもありがとうございました。

○馬場部会長 ありがとうございました。

ただいま事務局から御説明のありました内容について御審議いただきます。

資料にもありますように、2つのパートに分かれています。最初のパートが加工・流通・消費で、2つ目のパートが輸出となっておりますので、審議につきましても、この2つのパートに分けて御審議いただきたいと思っております。

まず初めに、加工・流通・消費に関する施策の展開、資料でいきますと10ページまでにつきまして御審議いただきたいと思っております。資料につきまして御意見、御質問を受けたいと思っておりますが、何人かの方に御発言をいただいた後、区切りまして従来どおりまとめて事務局から御返答いただくという形で進めたいと思っております。

なお、御意見につきましては、今後の事務局における検討の参考とさせていただきます、御質問につきましてはできる限りこの場で事務局から御回答いただくということにしたいと思います。時間としては概ね2時15分までを考えております。

まず初めに、中田特別委員から事前資料が提出されていますので、中田特別委員より資料の説明をお願いしたいと思います。なお、中田特別委員の資料の中でも加工・流通・消費に関する施策の展開に関する部分についてのみ、ここでお願いします。

○中田特別委員 意見出しについては、いろいろ書いておりますので、それは後で見たいただくことにいたしまして、1点だけ、私自身が研究所出身ということもありますから強

調したいのが、ページ8の上から2番目の所です。加工・流通ということの基礎にある鮮度保持技術とか品質管理技術、この部分のぜひ高度化、とりわけ研究開発といった部分に視点を入れていく、力を入れていくということをお願いしたいということです。残りは見ていただければ良いと思います。

それからあと、こちらに関して質問です。裏側を見てください。日本の原料をアジアの国に送って、それを加工してまた日本に戻すというような動きがあるというのを聞いております。実際、その現状について、もともと日本で流通・加工していたものを海外に移転して加工し、また日本が輸入しているのがどのくらいに上るのかというようなことを教えていただきたいと思います。よろしく願いいたします。

以上です。

○馬場部会長 ありがとうございます。

それでは、改めて皆様からの御意見、御質問を受けたいと思います。お願いします。

久賀特別委員、いかがでしょうか。

○久賀特別委員 久賀でございます。よろしく願いいたします。

私は意見を述べさせていただきます。2点ございます。

まず、8ページのI-7. 消費者ニーズ等に応じた水産物の供給の方向性の丸の1つ目についてです。ここに書いてありますとおり、簡便化志向という消費者ニーズに対応した水産物の提供を政策的に支援するというのは、そういうニーズがあることは間違いのないので良いと思うのですが、その政策的支援の対象が加工品の開発、すなわち水産加工だけというのは、少し違うのではないかと思います。

水産物の簡便化を実現しているのは水産加工業だけではなくて、普段買い物をする食品スーパーの鮮魚売り場の店頭も該当すると思います。丸魚を切り身や刺身に調理するような調理サービスを提供してくれるですとか、あるいは店内調理によって惣菜化までするというところまで加工機能を高めて、消費者ニーズに合わせた商品を提供しようというスーパーも今は珍しくないわけです。現実には、水産売り場の店頭の加工機能を高めて消費者ニーズに応え、集客に成功しているという事例、ローカルスーパーは、都市、地方問わず各地域地域に存在しています。また、小売店の売り場で加工されたもののほうが、消費により近いところで加工するので、当然鮮度が良いですし、よりおいしいものが提供できます。したがって、この文言にございますように、鮮度の高い商品ですとか旬を表現できる商品の提供ができるのは、水産小売の店頭ではないかと思います。

6 ページのアンケートの結果で「水産物の消費を増やすために有効だと思われる取組」として、例えば一番上にありますように切り身や前処理済みの商品を増やして欲しいとか、5 つ目にあるように、店頭で知識のある人がニーズに合わせて商品を提供して欲しいですとか、こういったことが挙がっているわけですが、まさにこれは消費者から小売店店頭で期待があるというのが明らかだと思います。

したがって、この基本計画の方向性にありますように、消費者ニーズへの対応を何らかし支援するというのであれば、加工業と同時に鮮魚流通プラス小売店店頭の加工機能を支援する政策というのが必要ではないかと思えます。それがなければ、ちょっと片手落ちではないかと思えます。

ただ、小売業なので商業ですから、そこに水産庁がどこまで政策を打てるのかどうか、ちょっと私はよくわからないのですが、でも、基本計画に掲げる以上、やはり小売のところまで取り込んだ政策を打たないと実効性がないものに終わってしまうのではないかと考えています。それが1 つ目です。

それから2 つ目は、次のページの9 ページの魚食普及に関しても意見を述べさせていただきます。

水産物の特性を理解していただいて、それを促進させるというようなことで魚食普及をするんだというようなことが書いてあると思うのですが、この2 行目の水産物の特性の中に「おいしさ」というような言葉が抜けているというのは、私は非常に問題だと思っています。食べ物なので、おいしくなければ普及しないと思うのです。これは当たり前のことなのですが、この文書からは、それが意識されていないのではないかなと感じました。おいしいから食べましょうというような普及の仕方、働きかけをもっと意識するべきではないかと思えます。

実際の皆さんの購買行動を振り返っていただいてもわかると思うのですが、「この魚は健康にいいからどうですか」と言われるよりも、「この魚、おいしいからどうですか」と言われたほうが選ぶと思うのですよね。魚食普及も全く同じだと思っています。幾らラベルがついていても、GI がついていても、やはりおいしそうでなければ絶対に選んでもらえないので、味覚的な特性を伝えて五感に訴えるような取組みというのを魚食普及に関する計画に盛り込めないでしょうか。少なくとも、文言の中には「おいしさ」といったような言葉を書き込むべきではないかと思っています。

以上です。

○馬場部会長 平野委員、挙手されていましたがね。次、東村委員、お願いします。まず平野委員からお願いします。

○平野委員 平野と申します。

今の御意見、非常に賛成です。実は消火器の工場に一度お邪魔をしたときに、昔の火事の原因の1位というのはてんぷら火災だそうです。ところが、今は全くてんぷら火災って激減しておりまして、それは理由は何かという、てんぷらを家庭で揚げなくなったからというようなことを言われました。同様に、てんぷら、それからフライ類を家で揚げなくなっている家庭が非常に多いということがありますので、それというのは全く食べないわけではなくて、外に求める、地域の小売店とかスーパーの惣菜コーナーに求めている、その顕著な例ではないかなと思います。ですから、小売店の店頭サービスにも、こういうようなことをしたら魚の消費が増えるというような情報を流すのも一つの手ではないかと思えます。

それに、お肉売り場と違いまして、魚売り場というのは非常に季節感を感じさせる売り場が多いと思います。秋になれば「ああ、サンマが出たね。秋サケが出たね」というようなことで、お肉売り場にはない良さがあります。ですから、そういうことも含めて、お肉とは違う魚のアピールの仕方というものもちょっと考えていただければいいかなと思います。

特に魚を食べたくない訳ではないのですけれども、若い世代で非常に遅く帰ってくる。そこに魚を焼いたり煮たりというのは出来ない。簡単に、やはり簡便に作れて、なおかつごみが出ないというのも非常に大きな消費者からのニーズだと思いますので、そういうことも含めて、さまざまな視点からのニーズをつかむことというのは非常に大事ではないかなと思いますので、ちょっと述べさせていただきました。

○東村委員 東村でございます。2点意見を述べさせていただきます。

1点目は少し質問も含まれているのですが、5ページの右側の「魚介類を食べる頻度を増やしたいと思わない理由」というアンケートの結果がございます。これ、6ページの「水産物の消費を増やすために有効だと思われる取組」と出典がほぼ一緒なので、6ページのほうは複数回答と書いてあるものですから、1つだけ選ぶという質問だったのかなという前提でお話をしますと、「その他」が44.5%もあるということになります。この「その他」がこれだけ多い理由として2つ理由が推測されるんですが、1つは、自分でも増やしたいと思わない理由が特に思いつかない。そうすると、消費者自身が頻度を増やしたいと思わない理由について、特にこれといった理由がなく何となくというのですと、非常にこ

ういう人たちに対して水産物を食べる頻度を増やすというマーケティングを行うのは難しいということになります。

もう一つ、「その他」が多い理由として考えられるのは、選択肢がそもそも消費者の気持ちにフィットするものではなかったから、どれも当てはまらないので「その他」を選んできたということが考えられます。これはもう終わってしまったアンケートですので、今からやり直してもどうというわけではございませんけれども、こういうときに、何となく前提として農林水産省の方でこうなんじゃないかなと思っていることがそもそも間違っていて、消費者のニーズを捉え切れていないのではないかと。「その他」に、もし具体的に何か書いてもらっていたら、その分析が非常に有効になるのかなと思います。44.5%ということは半分ということになります。

それと、あわせて6ページの「水産物の消費を増やすために有効だと思われる取組」、これを消費者に聞くのは大変大前提だとは思いますが。ただ、私、消費者がこう言っているからといって、本当にこれをしたら増えるのかというのは、もう一段階分析が必要だと考えます。皆さん、それぞれ、これも選択肢の作り方が非常に難しいところだと思っています。もう終わったアンケートについて、また再度同じことを申しますけれども、こういうことに関しましては、私よりも魚食普及などに取り組んでいらっしゃる委員の方々のほうがもちろんよく御存じかと思えますけれども、アンケート調査をよく研究手法としている者としては、もう少し踏み込んだ分析が必要なのではないかと考えます。

それから、2点と申しましたが3点目ですね。9ページでございます。基本計画における方向性。ここはさすがに書いていないのもありますし、書くべきだとも思わないのですが、暗にですけれども、水産物の特性として、これまでも安くておいしい魚をというふうを考えていらっしゃる、そういう前提で魚食普及を頑張っている方が私の地元の福井県などでもよく見受けられるのですが、高くておいしい、先ほど久賀特別委員からもありましたけれども、「高いけれどもおいしいよ」という、高いことも含めてあわせて消費者に理解して、その何に対して高いかという、高い、安いというのは、例えばお肉に対して高い、同じ1キロにしたとき、可食部分の1キロに対してボリュームに対して高いというような比べ方もあるんですけれども、そこは特性の一つかなと。ただ、ここに「高価なもの」とか「安価ではない」とか、そういう文言を私は直接入れる必要はないとは思いますが、そういう方向も考えて行くべき。もしそういう方向を現すとても良い言葉があれば入れていただきたいと考えます。

以上でございます。ありがとうございました。

○馬場部会長 では一旦ここで区切りまして、御回答いただける部分がありましたらお願いいたします。

○漁政部長 中田特別委員からは、メモの形で御意見、あるいは御質問を数多くいただきました。どうもありがとうございました。基本計画見直しに向けて貴重な御意見として参考にさせていただきたいというふうに思います。

先ほど口頭で御紹介されました質問事項といいますか、それについてお答えいたしますと、まず第1点目、水産物の鮮度保持技術の高度化に関することであつたと思いますが、資料の中でも紹介いたしましたが、鮮度の高い水産物を供給するための品質・衛生管理対策、これは極めて重要であるという認識しております。そういうことも含めて基本計画の見直しの作業を進めていきたいというふうに思います。

それから、もう一点でございますが、海外に加工業が展開する、その移転率のようなものということでございますが、まず、我が国の食品加工業が海外に水産加工場を建設する、つまり外に出ていくという事例というのはあると承知しております。ただ、移転率といったようなデータについては、大変申しわけございませんが把握をしていないところでございます。

それから、久賀特別委員から貴重な御意見をいただきました。どうもありがとうございました。今後の基本計画見直しの参考にさせていただきたいと思います。特に簡便化志向に関連して、その対象は加工魚だけということではないんじゃないか、例えばスーパーといった小売の店頭、つまり鮮魚だつてその対象じゃないかといった御意見、まさにそのとおりだと考えております。必ずしも十分な資料ではなかったかもしれませんが、8ページに久賀特別委員が御紹介されたとおり、ファストフィッシュといった加工品だけではなく、鮮度の高い商品、あるいは旬や産地を特定した商品と言っているのは、まさに鮮魚をも意味しているものでございまして、そういったものの供給を促進するということが重要であるというふうに認識をしております。

いずれにいたしましても、水産物の小売の店頭の特異性といいますか、利点といいますか、そういった観点は私どもも十分踏まえたいと思います。どうもありがとうございました。

それから、6ページの資料に関連する形で、小売の流通については水産庁の施策の範囲外かもしれないという話がございましたけれども、私ども水産庁として、これはまさに取

り組むべき課題だと、またこれまでも取り組んできた課題だというふうに考えております。基本計画の見直し作業の中でもこういった観点を踏まえたいというふうに思います。

それから、おいしさの追求といたしますか、おいしいから普及していくんだといったような働きかけ、これはまさにおっしゃるとおりでございます。資料のほうには、魚介類を食べる頻度及び食べる理由というところに入っているという紹介をして、基本計画の方向性のほうには十分表現されていなかったかもしれません。十分御意見を踏まえたいと思いません。

平野委員からも御意見をいただきました。どうもありがとうございました。水産物については、肉類と違って旬というものがやはりある、そういった点も含めてPRを行って行くべきだ、あるいはPRのやり方を考えるべきだという御意見、ごもっともでございます。参考にさせていただきたいというふうに思います。

それから、東村委員からいただいた御意見でございますが、6ページの右側、それから、戻って5ページの右側、アンケートなんですけれども出典が同じということで、そのアンケートの取り方をもう少し研究すべきではなかったかという点については、私ども、反省すべき点があれば、もうこれとしては終わった話でございますが、今後役立てて行きたいというふうに思います。

6ページにあります「水産物の消費を増やすために有効だと思われる取組」としてアンケートで出てきた結果だけを念頭に置いて施策を進めていくというふうには私どもは考えておりません。どういうふうな施策を講じていけば有効に消費が増えるのかということを考えて、またいろいろ御意見をいただきながら検討していきたいというふうに思います。

それから、9ページの資料に関連して、水産物の特性といたしますか、安いということでは必ずしもなくて、むしろ高いけれども、あるいは高くておいしい魚という推進の仕方もあるのではないかと御趣旨の御意見でございました。ただ、この9ページの中にも、それに関連する内容を盛り込んだつもりでございます。3つ目の丸にあります「消費者等に対し、産地の水産物に関する情報を適切に伝達する仕組み」として、エコラベルですとか、地理的表示ですとか、原料原産地表示ですとか、トレーサビリティですとか、こういったものを検討して導入していくことを考える必要があるということをお説明させていただきました。

これ、もう少しかみ砕いて言いますと、トレーサビリティですとかエコラベル、またGIの導入に向けては、より価格の高い製品であっても、消費者が選択し得るということをお

含めて、消費者に対して、その製品の地域性ですとか、地域に結びついた品質の良さですとか、あるいは資源状況ですとか、そういったことを理解してもらうべく情報を提供して行く、こういった手法でもってアプローチしていくということが重要なのではないかとこのように考えております。基本計画の作業の中で生かして行きたいと思っております。どうもありがとうございました。

○馬場部会長 引き続きまして、高橋特別委員、浜田委員、佐藤委員、大森委員。

○高橋特別委員 まず、10ページ目の基本計画における方向性という中に、丸の一番下の、漁業者においては、漁獲「量」から販売「額」への意識の転換だと、こういうことを書いていますが、基本法が求める第2条の水産物の安定供給の確保というところですね。「良質な水産物が合理的な価格で安定的に供給されなければならない」ということが、この基本法の理念だと私は思っています。ここでいう販売額への意識の転換というのは、漁船の方から見れば水揚げ価格の上昇を目指すということだと思っております。

そうすると、この基本法との兼ね合いをどのように整合していくのか。片や合理的な価格と言いながら、片や水揚げ金額、魚価を上げなさい、収入を上げなさいと、こういうことと思っておりますので、その辺の整合性をどうするのか、それから、その後ろの方に自らのマーケティングの発想に基づく取り組みということですが、4ページの流通の現状の括弧の中の2つの丸の下の方なのですが、市場外流通、相対取引が増えていると、こういうことですね。これはここでは危機感をあおっているわけですから、そうすると、片方では市場外流通が増えて余りよろしくないということを言いながら、片方では、自らの発想に基づいて販売をなさいということをごをここで言っているわけです。この辺をどのように整合していくのか。基本法の理念と基本計画の理念が相反するようなことになっていくのではないのかというような心配をしております。その辺を教えていただければと思います。

○馬場部会長 続きまして、浜田委員、お願いします。

○浜田委員 浜田でございます。

私からは、まず9ページです。こちらに、東京都内の小学校における魚食普及の活動の事例が書かれております。魚食普及の活動や食育といった活動を見たときには、小学校に行きましたという事例が圧倒的に多くございます。ところが、私が若い世代と接して感じて感じることは、小学校のときだけ食育を指導しても、その後、中学校、高校で部活が忙しい、受験が忙しいということで、小学校のときに行った内容をすっかり忘れてしま

っているという若者が非常に多いんですね。

私が今、講師をしております新宿調理師専門学校では18、19、20歳の学生が、15、16、17歳の高校生向けに料理教室しております。若い世代から若い世代に魚食、それから食育の伝承という活動をさせておりますが、やはりそこに来る高校生でも、小学校の時に何となく習った気がするとか、教えてもらった気がする、さわったことがあるかもしれないとか、本当におぼろげな記憶で終わってしまっておりますので、やはり小学生に力を入れることも大切なのですが、それ以上に継続性ということが普及を考えたときには大切になってきていると思います。

食に興味を持つ入り口として、こういった小学生や小さいお子様向けの普及活動というのは大変大切なことでありますが、ある程度小学生向けの食育活動がたくさん行われてきているという現状の中で、次に考えることは、やはり継続性をいかに持たせるかということではないかと思えます。やはり大人の入り口に立つまで継続して魚食に興味を持たせるということが非常に大切だと思えます。

そういった、受験が忙しいですとか塾が忙しい、部活が忙しいという中学生時代、高校生時代を経ても、なお自らの意思で食にもっと深く関わりたいと思って農業高校を選んだり、水産高校を選んだり、調理学校を選ぶ学生も最近減ってきてはおりますがおります。そういった自らの意思で食にかかわりたいと思う若者に関しては、もっと社会の中で大人が機会を与えて育成していく必要があるのではないかと思っております。ですので、継続性を図るところももう少し方向性の中に織り込んでいただきたいと思っております。

ページが戻りまして8ページでございます。

ファストフィッシュに関しましては、私、5年前からファストフィッシュ委員会の副委員長をやらせていただいております、この5年間を振り返りましても、ファストフィッシュの中からFish-1グランプリという新しい事業が発生したり、どんどん進化を遂げております。とりわけ、このファストフィッシュに応募してくださる全国の生産者の方の御意見を聞きますと、自分の作った商品が霞が関に集められて、そこで認めてもらえたということが非常にうれしいという、やる気に繋がったという御意見をいただいた時は、関わっている私も大変うれしかったですし、そういったきっかけを水産庁の中央の方が中心になって進めていらっしゃるというのは、大変大きな取り組みではないかと思っております。

最近新しく「ふるさと」という新たなカテゴリーが設けられまして、地域性、郷土性

をより濃く映し出した食品に対して認定をするという活動も始まりましたので、また新たな進化があるのではないかと考えております。愛知県のとある生産者の方は、「ファストフィッシュ認定の連絡をもらった日は寝られませんでした。興奮して寝られないぐらいうれしかったです」という御意見もいただきました。

その中で、やはり消費者ニーズに対応してこれからも行って行くことというのは大切だと思うのですが、1つ、消費者ニーズというのが多様化してきております。そういった細かなニーズというのをどこまで捉えるかというのが大切だと思います。ちまたには主婦向けの商品ですとか、主婦向けのプロジェクト、プロモーションなども多くございますが、私も身を置いている30代、40代の世代というのは、主婦という言葉で一括りに出来ないほど多様化してきております。私自身はフルタイムで働いておりますし、働く女性というカテゴリーに入れていただいたほうが、より当てはまるように思います。主婦という定義自体が少し曖昧になってきておりますのと、圧倒的に働いている女性が多くなってきております。自分のライフスタイルを振り返りまして、午後6時に仕事が終わって、1時間かけて自分の最寄り駅に行って、そこから買い物をして、レジに人が30分ぐらい並びますので、買い物を終えるともう8時なんですね。そこから家に帰って調理をすると、どうしても御飯をつくるのが午後9時ぐらいになってしまいますので、そうすると、とても家族は9時まで待てませんから、日々、宅配と作り置き、これを駆使しながら平日5日間を乗り切るということをやっております、調理師専門学校で教えているんだから、家ではさぞおいしいものを食べさせているんでしょうというふうに見られることもあるんですけども、仕事帰りに新鮮なお魚を手に入れることが難しく、これは苦勞しております。

というのは、大抵のスーパーが、お魚を丸で買って、それを三枚おろしにして下さるサービスを午後5時までで終えてしまいます。ですので、午後6時、7時に最寄り駅に帰ってくる働く女性というのは、お魚を丸で買って三枚におろして下さるサービスを受けることが出来ないということで、あとはもう切って盛ってあるお魚やお刺身を買うしかないという現状があります。では、宅配はどうかといいますと、宅配でお魚1匹だけ頼むということは全くできませんし、魚種も非常に限られますし、大体、冷凍や酢締めしたものか、みりんで加工したものか、味を強く入れたものか、乾燥したものという選択肢になってきますので、なかなか日々の生活の中で自分から足を運んで動いていかないと、新鮮なお魚を丸ごと手に入れるチャンスがないなということを日々実感しております。働く女性が多くなって時代は変わってきていますので細かなニーズを捉えていく必要性が有るという事

を盛り込んでいただきたいと思います。

以上です。

○馬場部会長 次、佐藤委員ですかね。お願いします。

○佐藤委員 久賀委員の御意見、私も大変共感いたしました。私も、小売の現場というのが水産庁の施策にどこまで入るのかと思っておりましたが、先ほどそこも「水産庁に入ります」ということのでございましたので、力を得て御質問というか、意見を申し述べさせていただきます。

やはり今、人の育て方ということで、ずっと水産人を育てるということが漁業の現場で言われていると思うんですが、流通においても人を育てるという視点が大切ではないかと思えます。今、魚を理解して買える主婦が少なくなってきましたけれども、昔は魚屋さんが説明をしてくれていました。魚屋さんが、その家の状況まで知った上で語ってくださり、魚料理も教えてくれていました。主婦が買いに行った時間に合わせて、そこに置いてある魚でどんなふうにもその家の料理が組み立てられるかまで教えてくれるようなお店が多々あったと、うちの会に集まる女性たち、特に高齢層のお話にはよく出てきます。そうした重要な役目を担ってくれたお魚屋さんがちょっと前までは東京では3,000店あったのが今は1,000店を切っていると聞きます。今、魚屋さんと主婦が献立について会話をして買い物をするということはまずありません。残念なことです。だけれども、今、新しい動きとして一生懸命やっている魚屋さん各地に出てきておられます。今の時代に合った形で主婦たちと会話しながら販売する魚屋さんです。そこにまでたどり着けない魚屋さんたちの中でも、さまざまな試行錯誤を苦労しながらやっているお店があります。魚屋の学校をつくろうというようなことも民間で動き出しているとも聞いております。

ですので、消費者と結びつくところの魚屋さんというのを大切に考えて、流通の人材も育てるといったような施策が入ってくると、水産物の消費にも良い影響が出てきます。消費が増えるという言い方よりも、皆さんがもっと食べやすくなる、食べたくなる、それから買いやすくなるということにつながるのではないかと思います。意見を申し上げます。

それがどこにあたるかというところ8番でしょうか。基本計画における方向性のところに、どういう言葉で入るのが良いかわかりませんが、「魚屋の人材育成」というような形で入ってくると良いのではないかと考えます。

それから、もう一つ、今の30代、40代の子供たちと、その子供たちが何処で買い物をして食べるかという、家庭で間に合わないときにはコンビニエンスストアで買ってくる、ある

いはファストフード、ファミリーレストランに行きます。そこには魚のメニューが、ファストフィッシュとか選びやすいものも出てきていますけれども、出来上がったメニューに魚料理バラエティがまだまだ少ないという声をたくさん聞きます。ですので、ぜひ外食産業も水産庁の枠内で考えられ得るということでありましたら、外食との提携をもっと積極的に進めていただいて、和食メニューや魚メニューが増えるような、そういう研究会を具体的に立ち上げて進めていただくと、生活の様々な場面において魚を食べるチャンスがもっと増える可能性が広がるのではないかと思います。魚を食べたいという声はたくさんある、というのが本日の資料の中にございましたので、その声に応えるには、そういった施策、あるいは方向性が入ってくると、より広がるのではないかと思います。

以上です。

○馬場部会長 続きます、大森委員、お願いします。

○大森委員 水産物の卸売市場の経営率の推移が4ページの右のほうに載っているわけです。これが、上のほうにも市場外流通が増えつつあるというところと対応した形で書かれているわけですが、やはり我が国の非常に多品種にわたる水産物、これを生鮮で流通させるという意味では、時間的な制約、また多獲性魚みたいなものを大量に流通させるという面では、卸売市場の機能は不可欠であります。ですから、そういった機能をしっかり担ってきているということ、きちんと強調していただきたい。

また、市場外流通が増えつつあるというところが余りにも強調されることで、卸売市場の機能の評価がどこかに飛んでしまっているようにも見えます。市場と市場外流通のバランスある流通という前提を置いていただきたいと思います。

また、10ページ目の方向性のところでもそこがかかわってくると思うのですが、1つ目は、この10ページ目の上の丸の2つ目にあるように、多様な流通ルートの構築等というのが、枕詞のように出てくるわけですが、流通の多様性というものについて、国として、この多様な流通についての戦略というものを、この基本計画の中で打ち出していくのか。そのところはしっかりと位置づけをした上で明確に示していただきたいと思います。

また、そのことについても、やはり卸売市場機能というのが弱体化すれば機能しませんし、我々のもとになる産地市場、この産地市場の強化というものもここでもうたわれていますけれども、産地市場の機能を強化しても、本来の卸売市場機能が弱体化すれば、この産地市場も機能しなくなりますので、そういったところも、この方向性のところで再整理

をしていただければと思います。

また、次回のテーマで東日本大震災への対応というのは入ってはいるわけですが、ここの流通のところでは、震災後で消費、特に加工にかかる消費が置きかわってしまって、なかなか棚がとれないと、こういった課題についてここでは全く触れていませんので、この辺を後ほど、次回、震災関係のところでも触れた上で、この加工・流通のところに入れるのか、その辺のところを教えてくださいたいと思います。その3点です。

○馬場部会長 では、ここで一旦区切りまして、御回答をお願いします。

○漁政部長 高橋特別委員から御質問、御意見をいただきました。どうもありがとうございました。

まず、10ページに関連して、10ページにある漁獲「量」から販売「額」へ意識を転換するという表現、記述に関連してでございます。

基本法との整合性といったようなことも質問されましたが、私ども、この10ページで書きました、このフレーズはどういうことをイメージしていたかといいますと、ちょっと昔風ではあるのですが、漁業者、生産者は、大漁だとそれで大喜びというようなこともあったわけで、ただ、そういう場合、豊漁貧乏といって、価格が暴落して、結局金額はむしろ落ちたというようなこともある、それでは意味がないわけで、しかも資源にも悪影響を与えているということですから、そういった量ということではなくて、できるだけ高い価格で売ること、売れることを考えて行くのではないのか、資源管理をする、そういうことを前提とした漁獲をしていく、そういったことを念頭に実は書いたわけでございます。

それに加えて、同じく10ページで漁獲物の手取りの確保を図ることが重要であるというふうに書いております。これは高橋特別委員がおっしゃったように、水揚げの金額、漁獲物の価格を上げるという取り組みが重要なのではないかということの意味しておりまして、そういったことを通じて形成されていく価格というものが、基本法で言っている合理的な価格で安定的に水産物を供給するんだということと整合性がとれているというふうに考えております。

それから、2点目の御意見、4ページの資料に関連してですが、市場外流通のほうにむしろ力点がある、これと卸売市場との整合性はどうかといった御質問、あるいは御意見をいただきました。先ほど大森委員からも同趣旨の御意見、例えば量販店は取り扱いやすい魚しか買わないのに対して、卸売市場では全部売っていかうとしていると、こういう市場の一番の機能というのは重要なんだと、売れにくいものをどうするかということも重

要なんだといった御意見をいただきまいした。

私どもも、この4ページでは後半部分、つまり市場外流通に力点を置いて記述しているわけではございません。大前提といたしまして、卸売市場には直接取引にはない機能や役割があるというふうに認識しております。特に直接取引とは異なって、売り手、買い手とも多くの関係者が参加をして、そして多様な需要が反映されて供給が行われると、こういうのがまさに卸売市場であろうと考えておりますし、こういった機能を強化していくこともまた重要ではないかというふうに思います。

浜田委員から幾つか貴重な御意見をいただきました。どうもありがとうございました。食育の継続といいますか、大人になる入り口まで食育というのを切らすことなく継続していくことの重要性ですとか、あと、ファストフィッシュについてお褒めの言葉をいただきました。お褒めの言葉をお伝えいただきました。どうもありがとうございました。光栄に存じます。

それから、佐藤委員からいただきました御意見、魚屋を育てていくという、それも人材育成の一つだと、そういう形で消費を増やして行くということに繋げていく施策も重要なのではないかといった御意見、また、外食との連携をもっと進めていくべきだといった御意見、私ども、基本計画見直しの作業に反映をさせていきたいというふうに思います。

大森委員から最後にいただきました御意見、次回以降のテーマになっていく東日本大震災からの復旧・復興ということに深く関連するわけですが、復旧しても流通が途切れたことで、流通が途切れたといいますか、販売先を失ったことで、それを回復するのはなかなか難しいといったような話というのは、私どももよく聞いているところでございます。水産庁といたしましても、被災地の水産加工業者が販路を回復できるように、専門家による個別指導ですとか、あるいはセミナー、また東北復興水産加工品展示商談会というようなものを開催するなどしております。被災地の水産加工業者の販路の回復や新規開拓に必要な加工機器の整備に対して支援をしているところでございます。

基本計画のテキストにどういう形で、この東日本大震災からの復旧・復興という切り口と、それから、この水産加工業の問題を扱っていくかについては、今後もよくよく検討していきたいというふうに思います。どうもありがとうございました。

○遠藤特別委員 部会長、ちょっとだけ話していいですか。

私、卸売市場の当事者でございまして、非常にいろいろと身につまされることが多い現状でございしますが、やはり魚屋さんが魚を売っているだけでは食えなくなってきたんです

ね。これはもう八百屋さん、肉屋さん、皆さん同様でございます。いろいろな原因があるわけでございますが、やはり量販店の店舗展開、これによって、具体的に言えばイオンさんですとかセブン&アイさんが店を出せば、その周りの10軒ぐらいの何々屋というのは、もう必ずつぶれます。ですから後継者がいない。これは農業関係でも全く同じでございますね。

そういうこともいろいろありますが、今一番大事なのは、天然物の魚がもう激減しているんですね。気候の変動でありますとか、海の中の問題ですとか、それから国際政治的なことですから、いろいろな要素がありまして、特に今年は生イカ、サケ、サンマなんかも遅れましたし、カニはもう高くて手が出ない。カツオ等も北上する前に南の方で獲られてしまう。非常にこれはもう、ホタテなども輸出どころでなくて、国内で食べるものの方が無くなってきているという状況で、今、築地を初めとして卸売市場が非常に今までにかつてない危機感を抱いております。

この水産白書で載せることがどうなのかと私もいろいろ迷うんですけれども、この間、昨年、第10次の卸売市場整備計画の策定に当たりましては、海洋大学の濱田教授もおっしゃっていただきましたけれども、やはり魚においての生鮮流通、これは五十二、三%に下がっているものの、やはり卸売市場の力はまだまだあるというふうな心強い御意見をいただきました。私自身も、やはり量販店においても市場がないと、彼らもいろいろな多種多様な魚を手に入れることは不可能であります。境港からイオンさんがいろいろ魚を直接買ったりはしていますけれども、しかし、売りやすい魚、売りやすいサイズ、そういうものしかやっぱりさばきませんので、では、残った魚をどうするかということになりますと、やはり地元の加工業者でありますとか、そういった場所がないと魚はさばけない。

いろいろ申し上げたいことがいっぱいあるんですけれども、とにかく天然魚が、かつては世界の7つの海から日本を目がけて魚が飛んできたのが、今や逆に日本に魚が入ってこない。これがまことに現状でございます。世界の人口は90億人になろうとしようとしているのに、日本だけが人口が減っている。もろもろの要因がございまして、水産庁の白書の中にどういうふうなことで卸売市場の現状をもうちょっと言葉を選んで書いてもらおうと大変ありがたいと思います。

以上でございます。

○馬場部会長 わかりました。

以上で最初のパートは終わりにしたいと思います。

○鈴木特別委員 1つだけ手短かに申し上げたいのですが、毎年の白書の中での魚のニーズの扱い方についてです。今回も、「ニーズはある。食べたい人はいる。ところが流通・加工上にいろいろなネックがあるとか、利便性に問題があるとか、そこを解消すればニーズに応えられる。」という書かれ方がずっと続いているかと思います。私は、これは全くそうではないのではないかなと思っています。ニーズはもう絶滅危惧種だと、このままではニーズは確実に無くなるという、そういうスタンスでお書きいただけないでしょうか。

40代の方に加齢効果がないということが明らかになっています。これは、やはり40代の人たちは子供のときにマクドナルドの第1号店が出てきて、そこでたらふくそれを食べさせられているのでお肉大好き。ですから、そういうお肉大好きになった人は、年をとっても絶対魚に戻らない。どんなことをしても魚に戻らない。そういうものがここから見てとれると思うので、先ほど浜田委員もおっしゃっていましたが、大人になるまで魚づくしでべたべたに教育しないと、これは何をやっても無駄だと国が腹をくくらないと、魚食なんていうのは絶対絶滅すると思うのです。何とかもう少し漁業白書の中でそこを強調していただけないか。アメリカから怒られるのはよくわかりますけれども、とにかく魚食を子供のときから徹底的に教育するということが、まずは、どんと欲しいなと思います。

以上です。

○馬場部会長 姜委員、手を挙げましたか。

○姜委員 すみません。時間が過ぎて、1つだけ、畳みかけるようで申しわけございません。

メディアをつくっている、コンテンツを毎日つくっている者として、年間に5,620人の読者の方たちの3食分を簡易カメラで撮ってもらって集計をしております。それ以外に150人のエスノグラフィーをかけてお宅訪問ということもやらせていただいています。その結果で、たんぱく質を取っている内の89%のたんぱく質は、実はお肉になっています。その5,620人プラス150人です。残りの11%の内に、朝食のサケというのを魚として換算すると、それが6%ということは、朝昼晩で5,620人プラス150人で魚をたんぱく質として取っている方が5%しかいないという、これは現実がそこにあるということを数字をもってちょっと皆様にお知らせしたくて、ちょっと時間を過ぎましたけれども申し上げさせていただきます。

そして、以前にこちらでも申し上げましたけれども、魚の特集をすると本が売れないということです。何とか魚を食べてもらいたいということで、10年前までは「30分で料理が

できる」というふうに書くと本の部数が上がる。もう5年ぐらい前からは「15分でできる」というふうに入れないと売れないということで、15分でできる簡単魚料理というのを一度出してみたんですけども、これも結果は思わしくなかった。そして、それでは、もうちょっと簡易的な言葉でと思って「ちゃちゃっとできる魚料理」というふうにしても売れなかったという、何をやってもこういう状態があるという現実がそこに横たわっているということ、もう一度消費の深度化も含めて、皆様がおっしゃられていることと一緒にしたいと思いますけれども、考えて行けたらなと思っております。

以上です。大変失礼いたしました。

○馬場部会長 ありがとうございます。

まだ御意見がとおりかと思っておりますけれども、御意見がとおりの場合は事務局にメール等でお寄せ下さい。これでひとまずパート1のほうの審議を終わりたいと思います。

続きまして、2つ目のパートの輸出促進施策の展開につきまして御意見、御質問を受けたいと思います。よろしくお願ひします。

まず、中田特別委員から。

○中田特別委員 では、簡単に、1枚目の一番下です。ちょっと言葉が抜けていて申しわけなかったんですけども、16ページのところに輸出先国、それから地域事業に精通した現地在住の海外コンサルタントを配置し、地域のニーズに即したプロモーション活動、それから現地輸入業者、ここ、言葉が抜けていますけれども、とマッチング等を行うとのこと。こういうことが本当に必須なわけですけども、これに加えて、さらにインフラや背景の文化調査にまで迫った情報が準備されると、「ニーズ」の先の「ウォント」につながる新需要を掘り起こせる可能性があるというようなことを御指摘したいと思います。

たまたま私どもの大学で今年、若い先生方、それも、しかもフランス語の先生と流通経営の先生が一緒になって、今、フランスでカニかまがすごく売れているけれど、では、第二のカニかまというのをどうしたら作れるだろうということについてアイデアを出そうという話がありました。だから、必須の条件プラスアルファのところの情報を掘り下げてあるいは幅を広げて入手するという、出来れば入れていただければいいなと思って書かせていただきました。

それから、質問です。裏を見てください。これ、18ページのものに関してです。対EUのHACCPを考える場合に、フードチェーン全体を考える必要があると書かれています。この中で唯一書き込みがない漁船への対応というのはどういうことを考えられているのか。

あるいは、今後考えられていく予定があるのか。その辺をお聞かせください。

以上です。

○馬場部会長 では、御意見、御質問がありましたらお願いします。

東村委員。

○東村委員 東村でございます。

まず、中田委員が最初の方でおっしゃったように、加工貿易の話を少し確認程度でございますけれども、この、輸出をしているいろいろな国というか、余り国数は多くはないのですが、最終消費を目的として輸出している。例えばナマコの香港とか、サンゴの台湾とか、恐らくこの辺は、これからその国でどんどん消費を拡大していくという方向のプロモーションが非常に有効ですし、必要ですし、そういうふうにするべきだと思うのですが、加工貿易している国が、ちょっと数字的に私が押さえていないので、12ページでいうと例えばマレーシアとかエジプトとかタイ、ベトナムあたりは、もしかしたら加工貿易の輸出先、しかも加工貿易で日本に入ってくるのではなくて、そこからさらにどこかに行っているおそれもあるわけです。加工貿易の場合は、人件費が上がると、もう次のさらに人件費が安い国へ移っていきますので、ここはちょっと戦略を変えていかなければいけないというのは周知の事実なんでしょうけれども、あえてちょっとお話ししておきたいなと思います。

結構ベトナムに物が行っているようですので、そのベトナムが最終消費地なのか、将来性のある輸出国として挙げられているので、恐らく最終消費地なのかなと考えていますけれども、この辺の国はやはりちょっと日本へ憧れみたいなものもありますので、水産物だけではなくて文化として売り込んでいく。当然御承知のことでしょうけれども、ちょっと1つコメントでございます。

もう一件、HACCPの件なんですけど、実はこれは先ほどちょっと言わなかったのですが、3ページに非常に導入率が低いということが挙げられております。勿論、17ページにも挙げられていて、特にEU向けが非常に少ないということです。私も一応カナダですとか、カナダといったら先進国ですし、東南アジアの主に海外に向けて水産物を作っている水産加工場を訪問するのですが、そういう東南アジアの水産加工場というのは、どの国へ行っても大体同じ感じで、とても高度で、HACCPは当然EUもアメリカも取っていて、なぜそれが日本で出来ないのか。日本のHACCPが何か難しいのかということ考えたきっかけとなったことが、実はカナダで、古い、もともと普通の住宅だったのではないかなというところを、単に加工する場所と包装する場所が分かれているだけでHACCP認

定を受けているというんですね。これ、もしかして、日本のHACCPが非常に難しくなり過ぎていて、水産加工場がとでも取りにくくなっているのではないかという、ちょっと疑問があって教えていただきたいと思います。そして、もしそれがアメリカもEUも納得する形で少し簡単にというのは何ですが、導入しやすくなるのであれば、そういう方向性もいいのかと思います。なぜ発展途上国、開発途上国でできることが日本でできないのだろうか。これから新しく工場を建てるときにもHACCP対応にできてしまっていて、日本はもうつくってしまってから、これから改造するのが大変というのかもしれない。

それから、MSCに関しては、先ほど日本向けでもより良いものとして、すみません、MSCではなかったですね。そういう認定をしていくということでしたが、MSCというのは、本当に海外に輸出するときには非常に重要になってきて、日本よりもずっとMSCへのありがたみを感じていて、私はズワイガニの研究をしていたら、日本とアメリカにズワイガニを輸出している人とかと考えると、MSCなどを漁獲で取って、それで上乘せになるのですかと言ったら、日本市場はならないけれどもアメリカ市場はなりますと言われて、だから、やっぱりMSCなんかも、日本市場だけ見ていると、何か漁業者の方はお金ばかりかかって、ちょっと何だか期待外れという声も聞かれないことはないのですが、先ほどもいろいろお話が出ていますように、日本で消費してもらえないなら海外にどんどん売ればいいのかと思いますし、かなり暴論ですけれども、そういうことを考えた施策、ぜひ推進していただきたいと思います。

ありがとうございます。

○馬場部会長 大森委員、お願いします。

○大森委員 国内消費をどうするのかというところがある中で輸出の話をするのは非常に虚しい思いがするのですけれども、日本の人口がこれから減っていくから、もう国内はどうでもいいから輸出にいくんだというような、そういう安直な魚の流通というのを国として示していくということではなくて、やはり国内をしっかりとどうするのかということを前提に置いて、輸出の展開を図っていただきたいと思います。

その上で、海外に輸出して加工に回して他国へ行く、それから日本に戻ってくる、そういった部分の輸出と、その国の実需でとらまえて消費をされるというものを明確に分析して、国としてどういう狙いで、どういう国にどういう魚種を展開していくのか、まさにそこが国の戦略だと思います。いろいろな事例はありますけれども、例えばノルウェーサーモンは、生産の部分の国の管理というのがありますけれども、流通・販売、そこにも全て

国が関与している。輸出をこれだけ展開するぞという戦略を打ち出しているわけですので、そういった戦略というものを国として我が国も展開出来るかということが、この基本計画の中では出てくる必要があるのではないのでしょうか。

それから、16ページで現地コンサルの活用というのがあります。必要なことですがけれども、ここに書かれているとおり、コンサルの仕事というのはPRなりマッチングなり情報収集・提供、こういったことまでですので、コンサルは最終的な責任は負いません。ですから、やはり実商売につながるプロモート機能というのが最も重要ですので、ここをやはり国が責任を持って前面に立つて行う戦略が必要だと考えます。

それから、少し別の視点でありますけれども、19ページに輸入規制の撤廃・緩和に向けた取り組みというのがございます。今、韓国に対するパネルの取り組みを水産庁を中心にさせていただいておりますので、ぜひここは早期に解決ができるようお願いしたいと思っておりますけれども、韓国だけではなくて、規制を設けている国がたくさんあるわけでございます。ここに書いてあるとおりです。そういった他国への取り組みというのが、これからどうしていくのか。それから、今どうなっているのかということも含めて、はっきりと見えません。また、モニタリング結果に基づいて我が国の水産物の安全性と、この辺をきっちりと訴えていくんだと、さらに各国に発信していくんだということについてもしっかりと触れさせていただいた上で、この計画の中で取り組んでいただきたいと思っております。

以上です。

○馬場部会長 もう一人いけますか。高橋特別委員、手が挙がっていますけれども。

○高橋特別委員 先ほど中田委員の方からも話がありましたが、EUのフードチェーンの問題です。日本も輸入し、加工して輸出をする形態が多くあると思いますが、その中で漁船の漁獲証明書についてどのようにお考えなのか。日本船籍の船であれば、当然水産庁がこの漁獲証明書を発行すると思いますが、外国船籍の船、また一部にはFOC、IUU漁船の漁獲物が入ってきた場合の証明書の確認というのをどのようにお考えなのか、教えていただければなと思っております。

○馬場部会長 では、ここで一旦区切って、御回答がありましたらお願いします。

○漁政部長 まず、中田特別委員、どうもありがとうございました。

最初にいただきました御意見についてですが、現地のインフラや背景の文化調査にまで迫ると、「ウォント」に繋がる新需要を掘り起こせる可能性があるのではないかと、いう点でございますが、それはまさにおっしゃるとおりであろうかと思っております。水産物・水

産加工品輸出拡大協議会が、主要輸出先国・地域において現地コンサルを採用しまして市場調査を行っている、あるいは行うこととしております。新需要を掘り起こせるような調査になるように、よく協議会とも相談をして行きたいというふうに思います。

それから、18ページの資料に関連してですが、対EU・HACCPを考える場合にフードチェーン全体を念頭に置く必要がある、例えば漁船への対応はどうかということについての御質問であったかと思えます。これも資料の中で御説明いたしましたけれども、EUは生産から輸出までのフードチェーン全体で管理を行うことを要求しているわけでございます。ですから、加工施設の認定に加えて漁船ですとか、それから養殖場ですとか市場の登録を必要としているわけでありまして。輸出されてくる水産食品の原材料が、モニタリングを実施している海域で生産された、例えば二枚貝であるとか、また、残留動物用医薬品などのモニタリングを実施している養殖の魚介類であるとか、こういったことを要求しているわけでございます。

そういった中で漁船ですけれども、漁船の登録、これはEU向け輸出の漁獲を行うという登録でございますけれども、また、定期的な年1回以上の監視が県庁の水産部局において実施をされています。漁船の登録の問題ですけれども、水産物が接触する表面とか使用される機器・器具が洗浄しやすく耐腐食性の適切な材質である、それから水産物に使用する水の取水口が水の供給時に汚染を引き起こさないような位置にあるとか、また、装置とか容器などを含めて漁船が清潔に保たれているとか、そういったEU側が求める漁船の要件を満たしているかどうかということを確認するために、各県庁の水産部局が現地調査も行っているところでございます。

それから、東村委員から御意見をいただきました。どうもありがとうございました。同じ輸出といっても、輸出先国で最終消費される場合と、それから加工貿易が行われる場合とで、その国に対する輸出の戦略を変える必要があるんじゃないかということですが、それは私どもも認識がございます。そこで最終消費されるということであれば、それを念頭に置いた戦略を立てていかなければなりませんし、また、加工貿易だということであれば、その人件費の変動によってそこが移り変わっていくということを念頭に置いて輸出戦略を立てる必要があるというふうに考えております。

それから、特にその国で最終消費されるような場合には、水産品というものだけではなくて、日本の食文化と一緒に売って行くということが重要だという点も認識をしております。

HACCPについて御質問がございました。最も厳しいと言われている対EU・HACCPが、資料にもありますように日本が諸外国に比べて認定施設数が少ないということでございますけれども、私ども、対EU向けHACCPの認定の加速化のために努力をしております。まだまだレベルとしては低いわけですが、認定をする主体として厚生労働省、保健所、それに加えて2014年10月からは水産庁も認定業務を開始して、現在、まだまだですけれども、11件を認定をしております。それから、そういった形で輸出に取り組む加工業者に対しては、HACCP導入のための研修会の開催ですとか、現地へ行って指導するといったようなこと、それと、27年度補正予算、28年度補正予算で計上しておりますが、HACCP対応のための施設の改修などにも支援をしています。いろいろな手法を駆使しながら、諸外国に負けないようなEU向けHACCPの認定を実現して行きたいというふうに思います。

それから、ちょっと伺っていて感じたことではございますが、HACCP、例えば日本食品マネジメント協会が行う民間認証なんかも含めてHACCPというのは、基本的にコーデックスのガイドラインに沿った食品の衛生管理という形で行われるものでございます。そういう意味では共通であります。

その中で、なぜEUは難しいんだ、対EUはなかなかHACCPにならないんだということですが、厳しいというのは、HACCPそれ自体というか本体というよりも、施設の構造基準ですとか、あるいは運搬の基準ですとか、そういうものがEUの場合にはあるということでもあります。繰り返しになりますけれども、EUは生産から輸出までのフードチェーン全体で管理を行うということを要求しているということでございます。漁船、それから養殖場、市場の登録も必要としています。原材料がモニタリング実施している海域で生産されていると、これは二枚貝についてですけれども、残留動物用医薬品のモニタリングを実施していることが養殖魚介類では必要だとか、こういったことが入っているわけでございます。漁船については、先ほど御紹介したとおりで、繰り返しを避けたいと思いますが、そういった事情を御理解いただければというふうに思います。

MSCの重要性についてでございますけれども、それは認識をしております。ただ一方で、私どもが本日用意しました資料でいきますと21ページでございますが、ホタテ輸出増大の取り組みの事例についての資料でございますけれども、この右下の表の一番右下にあるように、MELジャパンの中に輸出向け水産エコラベル認証スキームを新たに構築すべく作業を行っているということございまして、MSCもさることながら、日本発の水産

エコラベルでありますMELの進化にも努めていきたいというふうに思っております。

それから、大森委員からいただきましたコメントに関連してですけれども、人口減少社会において輸出ということ振興していくことが重要だという大前提として、国内消費をどうしていくのかということとしっかりと押さえていかなければいけないというのは、まさにそのとおりであろうと思っております。また、海外コンサルは責任をとらないので、本当のプロモーションというのを国としてどう考えているのか、どう取り組むのかということについては、御案内のとおり、政府としても国別、品目別に戦略的なプロモーションなどを行っていくということで、海外コンサルタントによる現地の流通システムですとか、商慣行ですとか、消費者ニーズの調査を行って、それを踏まえて消費者、実需者に対して効果的な働きかけを行っていくこととしておりますので、国はまさに前面に立って実施していくということでございます。

諸外国・地域の輸入規制に関連して御意見を頂戴いたしました。御案内のとおり、現在韓国に対する日本産の水産物の輸出については、8県の水産物が全て輸入停止ということになっております。これは2013年9月以降の措置でございます。また、同時に、このとき、それまでは韓国側の検査でセシウム、またはヨウ素が検出された場合でも、基準値100ベクレルパーキログラム以下であれば輸入が可能だったわけですが、この2013年9月9日以降は、水産物も含めて韓国側の検査でセシウムまたはヨウ素が微量でも検出されれば、追加でストロンチウム、プルトニウムの検査証明書を要求するという形になったわけがあります。WTOパネルにおいて争っているところでございます。同時に、このパネルとは別に二国間でも輸入規制の撤廃・緩和に向けた働きかけを韓国に対して行っているところでございます。

19ページをご覧いただきたいと思いますが、これまで政府としては、さまざまな機会を捉えて、原発事故による諸外国・地域の輸入規制の撤廃・緩和については働きかけを行い求めてきたわけでございます。その結果として、冒頭に御紹介しましたように、何らかの規制を設けている国・地域の数というのは大きく減少をしています。引き続き科学的根拠に基づいて粘り強くやっていきたいと思っておりますけれども、19ページの右下のEUの規制緩和の事例というのは、先ほど御紹介しませんでした。福島県以外については、2014年4月から直近1年間基準値超過がなかった品目については検査証明書を要求しないというふうになりました。その結果、ここにありますように、活魚、海藻、ホタテ以外の水産物について東京都と神奈川県は検査証明書から産地証明書に緩和されていますし、また、201

6年1月からは埼玉県産について同様に緩和されているわけであります。そして、福島県産についても2016年1月の規制緩和によって、過去2年間基準値超過がなかった場合については、その品目については検査証明書を要求しないというふうになったわけでございます。その結果、活魚、海藻、ホタテは証明書の添付が不要というふうになったわけでございます。

これは水産サイドで水産庁として働きかけを行っていくというよりも、むしろ農林水産品横断的な話でございますので、大臣官房国際部、あるいは食料産業局が前面に立って、EUの保健総局というところと折衝を行って、こういった成果を出してきているところでございます。今後とも、この問題は我が国の水産物の輸出にとっても極めて重要な論点でございますので、引き続き全力を挙げていきたいというふうに考えております。

私からは以上でございます。

○加工流通課長 最後に高橋特別委員の方から、漁船の漁獲証明書についての御質問をいただきました。

ただいま漁政部長のほうから御説明いたしましたEUの規制については、これはEU・HACCPについての輸入の要件でございます。御案内のとおり、それは衛生管理という観点から行っておりまして、その一環として加工場だけではなくて、そこに原材料を供給する漁船等の管理も必要だということでございます。

恐らく、今、高橋特別委員のほうから御質問がありましたのは、それとは別にEUはIUU漁業対策の観点からも漁船の漁獲証明書を求めているということで、また別の制度として、それはEUに対して対応しなければいけないということだと考えております。

○馬場部会長 もう時間になっておりますので、ここで締めたいと思いますが。

○佐藤委員 時間が押していますのにすみません。

私が思うに、やはり国内のことを考えることと、こうやって輸出を考えるのが一緒にとするのはかなり難しいことだと思います。今、農林水産省全体で輸出促進を進めようというところで魚も入ってきているのだと思いますが、野菜、米については日本と同じような国はたくさんあると思いますが、魚については日本は他国と違います。これだけ少量多品種の魚を漁獲・生産し、流通させ、食べている国というのは、日本独自のスタンスだと考えます。そうした状況の中で、日本中のあまねく漁業者、あまねく流通加工者に同じように輸出に向かっていってちょうだいと言っても、輸出に合う方と合わない方が当然出てくる。その中でいかに焦点を絞っていくかということ念頭に置いて、この施策に取り組ん

でいかれませんと、お金はたくさん使った、でも何の成果もないということになりかねないのではないかと思います。

先ほど大森委員が言われたように、ノルウェーの成功例というのが日本に当てはまるとは限りません。ノルウェーについて言うと、まず人口が日本の30分の1です。そして魚に関して言えば主としてサーモンとサバ、それから若干の魚類、たとえばシシャモ等に絞って世界に向けて売り出しています。獲れる魚種が限られているからです。そして数十年前から日本という国へ狙いをつけて、日本にノルウェーサーモンを定着させようということでもマーケティング戦略をたてて取り組んできました。最終的にはお寿司にもサーモンを、という作戦を持って取り組んできたそうですが、いまではノルウェーの作戦どおりすっかり日本の子供たちはノルウェーサーモンのお寿司が大好きになりました。これがノルウェーの成功事例ですが少量多品種の日本の漁業にそのまま当てはめることは出来ないことと思います。あるいは、先ほど私が言いかけた、外食チェーンのメニューを想像してみてください。特に喫茶店やカフェなどのメニューを見ると、魚のメニューというのはほとんどない中で、サーモンはサンドイッチとしてどこにでもあるんですね。

そういったノルウェーの作戦というのは魚種や食べ方が絞れているから出来ることで、日本もこうしたことを進めていくのであれば、例えば和食の素材である日本ブランドの再構築を目指すことです。日本ブランドにこだわるのが大切だと考えます。その中で、今、おせち料理の中にはほとんど日本の食材は無くなってしまいました。例えば「3年かけておせちの中に世界に売っていくものを5品目見つけるんだ」とか、何か具体的な目標も決めて輸出戦略を組み立てていかないと、あまねく輸出だ、輸出だと言っても成功は出来ません。日本中、どこも加工業者は小規模なところが多い中で、それらの皆さんに「HACCPを取りなさい、HACCPを取らないと輸出出来ません」と言っても、実現出来るところと出来ないところ、それを見きわめていきませんと、みんながそれをしなければいけないのじゃないかということになると、本来別のことに傾けられるべき努力がこちらに向けられるのは実にもったいないことではないかなと思います。

ですので、今、国を挙げて農林水産物全部を売って行くんだということであれば、それをどのように水産の中で落とし込むかというところで、政府が日本ブランドの再構築をいかに進めるかという戦略を立て、「特に魚においては〇〇をやっていく」という目標とターゲットをしっかりと固め、このことに関わるに皆さんが納得出来るような方向性とロードマップを創り上げて進めていただきたいと思います。

以上です。

○馬場部会長 ありがとうございます。

申しわけありません。まだ御意見があろうかと思えますけれども、事務局のほうにメール等でお寄せください。

以上で本日の議題は終わりによろしいですかね。

○企画課長 本日は皆様、御審議ありがとうございました。本日いただきました御意見を踏まえまして、事務局にて水産基本計画の骨子案の取りまとめに反映させていきたいと考えております。

事務的な連絡でございますが、次回の予定でございます。次回、第65回につきましては、11月24日木曜日、午後1時半から午後4時半までの開催の予定となっております。お忙しいこととは存じますが、御出席をお願いいたします。

本日は、皆様、御多忙の折、企画部会に御出席いただきありがとうございました。事務局からは以上でございます。

○馬場部会長 以上をもちまして本日の企画部会を終了させていただきます。