

水産物消費の現状、課題及び対応方向について

新たな生活様式に対応した水産物消費拡大検討会 とりまとめ概要（抜粋）

令和3年9月17日

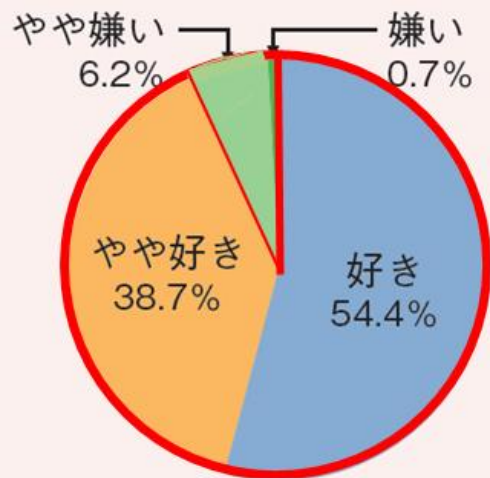
水産庁

水産物消費拡大に“今”取組む意義 ①

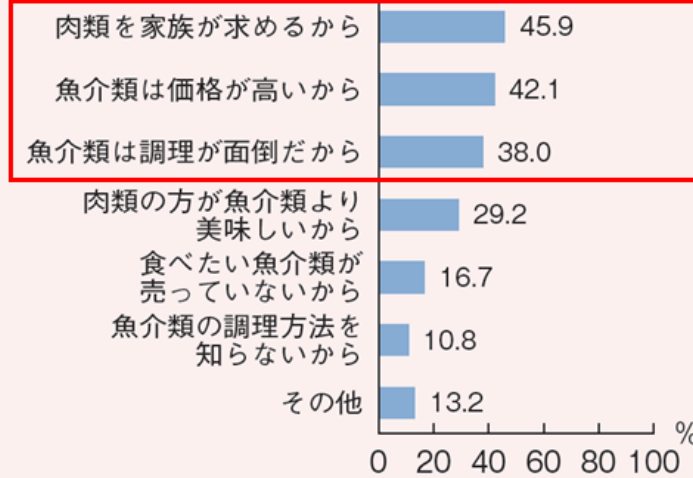
1. 水産物消費の現状と資源管理の推進

- **日本人の水産物消費量は、2001年度の40.2kg/年をピークに2019年度は23.8kg/年まで一貫して減少。**魚料理自体は食べたいが、魚の「扱いにくさ」、「コストパフォーマンスの悪さ」といった水産物のマイナステクが家庭での消費にブレーキ。また、EPA・DHAなど「健康に良い」といったプラス特性も、かなり認知が進んでいるが、消費を拡大するまでに至らない状況。
- **我が国の漁業・養殖業生産量は、海洋環境の変動等の影響から資源が悪化し、1984年をピークに減少傾向（ピーク時の1/3程度）。**2020年12月施行の改正漁業法では、科学的な資源評価に基づいた管理により、中長期的に資源量を回復させ、国民に対する水産物の安定供給の確保を目指しているところ。

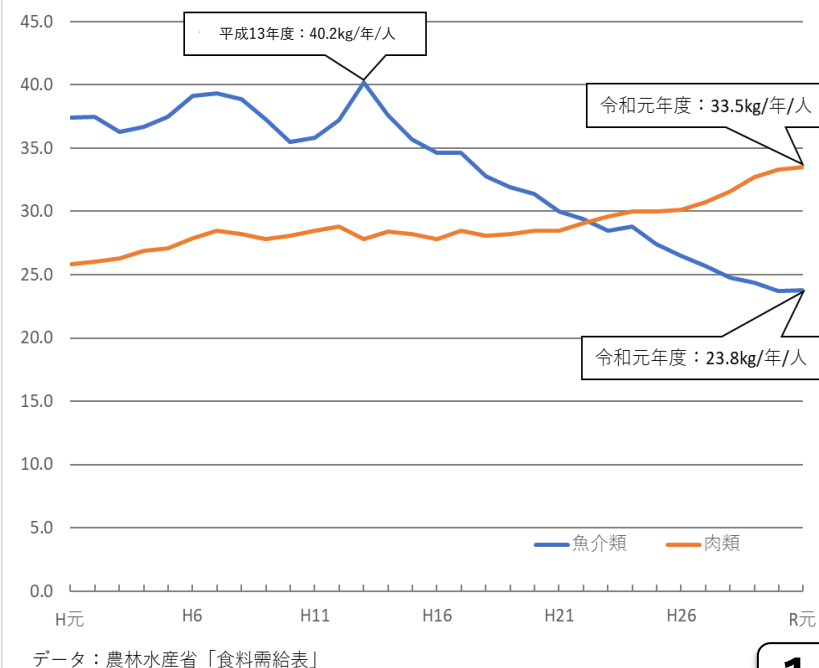
魚の料理の好感度



魚介類をあまり購入しない理由
(複数回答)



魚介類及び肉類の1人当たりの年間消費量（純食料）の推移



資料：（一社）大日本水産会「2019（令和元年）度水産物消費嗜好動向調査」

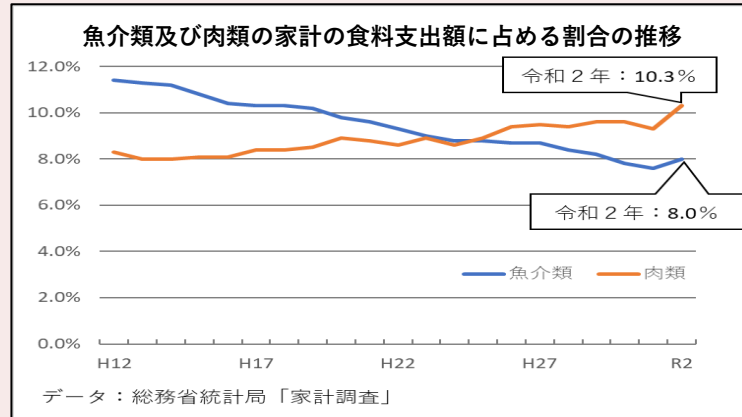
資料：農林水産省「食料・農業及び水産業に関する意識・意向調査」（令和元（2019）年12月～2（2020）年1月実施、消費者モニター987人が対象（回収率90.7%））

水産物消費拡大に“今”取組む意義 ②

2. 足元の状況

全国的な消費動向

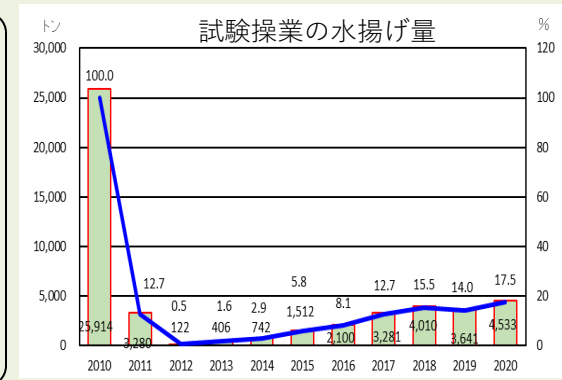
コロナ禍の影響により、外食需要が低迷する一方、巣ごもり需要により内食需要が拡大。水産物に関する消費者の購買行動も、**昨年は外食から家庭食へシフトし、家計の食料支出額に占める魚介類の支出額割合は25年ぶりに増加。**



復興水産物の消費動向

福島県を中心とした復興地域の主要地場産業である水産業の復活は道半ば。こうした中、4月から本格操業に向けた取組※へ移行しているが、**2021年4月にALPS処理水の放出が決定され、本格操業の取組に水を差すことが懸念。**

※本格操業に向けた取組
2020年9月より、相馬双葉地区にて「がんばる漁業復興支援事業」を活用し、沖合底びき網漁業の水揚げ量回復を目指した取組を開始。
5年後に震災前の5割以上を目指す。



3. 検討会立ち上げと検討方向

新たな生活様式に対応した水産物消費拡大検討会（令和3年3月3日立ち上げ、計4回開催）

【全国対応】

こうした状況を踏まえ、資源回復により中期的には増加が想定される漁獲量の受け皿を確保する観点からも、**水産物のマイナス特性を払拭するとともに、水産物の消費機運を高める方策を検討することが必要。**

【復興水産物対応】

こうした逆風を乗り越えて、復興水産物を国民に消費してもらうため、**水産物全体の消費拡大に向けた取組と歩調を合わせつつ、同時に復興地域独自の課題についても対応していくことが必要。**

水産物消費拡大に向けた課題と対応方向 ①

1. 水産物のマイナス特性を払拭する方策

課題

- 共働き世帯が増加する中で簡便化志向が強まる家庭では、調理自体が煩雑で、ゴミ処理など調理前後に時間と手間が必要、調理方法の世代間継承が不十分等の理由から、**魚に対する「買い控え心理」**が働く傾向。
- 時間と手間がかかる魚の処理に**家庭が負担を負うことなく手軽に魚を消費できる環境整備**が重要。
- **消費者の手元に届くまでに下処理や加工**を行うなど、消費者の手間を減らす工夫が必要。
- そのためには、**簡便性・保存性に優れた美味しい水産品・水産加工品の開発・普及**が必要。
- 魚は可食部位が他の食材と比べて限定され、原料当たりの単価が割高になるため、**コストパフォーマンスの改善による価格訴求力の向上**も併せて図ることが重要。

対応方向（令和3年度における支援事業）

新型コロナウイルス感染症の影響による**消費者の購買行動の変化を踏まえ、水産物のマイナス特性を克服し、もっと楽しく簡単に食べることを可能にする商品・提供方法等を開発、実証**していくため、国は「**新生活様式対応型水産物需要拡大支援事業**」を活用して民間の取組を後押し。



冷凍ホタテ原料



サイズ不揃いのホタテを活用した安価なミールキットの開発



レシピイメージ

国産原料を活用したシーフードミックスを開発し、料理教室でレシピを普及



2. 水産物の消費機運を高める方策

課題

- これまでの官民の様々な取組は、時期、場所、内容などで有機的な連携がなされず、一過性のイベントとなっているケースも散見。
- 魚の消費量が少なく、将来の消費の担い手となる若年層に対して、魚食を習慣づける取組が重要。
- 魚の持つ「健康増進効果」や「旬の美味しさ」といった魚の持つプラスの商品特性を活かしつつ、わくわく感や楽しさ・面白さが実感できる情報発信の工夫が必要。
- 今後は関係業界全体が連携、協働した上で、消費者に遍く認知される規模、アクセスしやすい期間・場所で効果的な取組を行う。

対応方向（令和3年度における消費機運を向上させる取組の推進）

- ・ Fish-1グランプリ等のイベントによる国産水産物の魅力等の情報発信の実施。
- ・ 魚の学校給食への利用を促進する学校給食関係者等向けの講習会等を実施。
- ・ 水産庁長官任命の「お魚かたりべ」が学校を訪問し、魚の美味しさや漁業現場の楽しさ等を知ってもらう活動を展開。
- ・ 情報発信を効率的効果的に行うべく「さかなの日推進委員会」を官民協働で設立。



「さかなの日」制定に向けての取組を具体化する必要

3. 復興水産物の消費拡大方策

課題

- 本格操業に向けた動きが円滑・迅速に進むことが必要。
このため、「**獲れば売れる。売れるから獲る。**」という好循環を産み出し、水産関係者が安心して事業継続できる環境を作ることが必要。
- 復興水産物についても、水産物全体の消費拡大に向けた取組と歩調を合わせつつ、消費者が復興水産物に抱くマイナスイメージを払拭する取組を行うことで、消費拡大を図る必要。

対応方向（令和3年度における支援事業）

福島県農林水産業再生総合事業

- ・ **水産エコラベル認証への支援**
MEL等の第三者認証の審査取得を支援。
- ・ **首都圏大型量販店に常設販売棚の設置**
県産水産物を「福島鮮魚便」として常設で販売し、専門スタッフが魅力と安全性をPR。
- ・ **県産水産物の高付加価値化支援**
産地流通加工業者等がグループを形成し、共同出荷を行い、取扱量の増加を図る取組等を支援。
- ・ **県産水産物の消費拡大イベント開催支援**
地元での消費拡大を目的に直売会等の開催を支援。
- ・ **県産水産物の社食への販路開拓支援**
首都圏企業の社員食堂にて、メヒカリ等を用いた料理の提供を支援。
- ・ **県産水産物の情報発信**
海外向けに水産物の魅力や安全性を発信する取組を支援。

復興水産加工業等販路回復促進事業

- ・ **アドバイザー指導、講習会・商談会の開催等支援**
アドバイザーによる商品開発等のサポートや消費地等での商談会の参加を支援。
- ・ **外食を活用したフェアの開催及び特設サイトによる情報発信**
外食店等にて水産加工品を提供する取組や特設サイトにおいて水産加工品のPRを支援。
- ・ **水産加工機器の整備等支援**
販路回復等の取組に必要な加工機器整備費、マーケティング経費等の一部を支援。
- ・ **水産加工品の原料確保支援**
福島県の加工協等が、他産地から原料を調達する場合に、輸送経費等の一部を支援。

官民協働の推進機関の再構築

課題

- これまでの魚食普及施策は、様々な主体がそれぞれの立場から別個に取り組んできたことから、全体像を分担し、効果的に取組むという点において課題があった。

対応方向（官民協働の推進機関の設置）

- 今後は、「水産物消費拡大実行計画会議」を設け、政府事業と民の取組の効果的な連携の下、戦略的に消費拡大事業を展開。
- 新たな生活様式に対応した水産物消費拡大検討会を改組して、同実行会議の下で水産物の消費拡大施策に関する官民協働の推進機関として「さかなの日推進委員会」の取組や予算事業、復興事業等も連携して一体的に取り組むことが重要。

消費拡大に向けた省内連携体制

- ・政策課食料安保室
- ・外食・食文化課食文化室
- ・農産局穀物課米麦流通加工対策室
- ・消費安全局消費者行政・食育課

水産物消費拡大に向けた官民協働の機関

水産物消費拡大実行計画会議
(事務局：加工流通課)

水産物消費拡大推進機関

さかなの日推進委員会

国産水産物流通促進センター
(政府予算事業推進機関)

水産庁

復興水産加工業販路回復促進センター
(政府予算事業推進機関)

復興庁
経産省