



「さかなの日」の実施報告

さかなの日推進委員会
2023.03.03

さかなの日の制定



水産物の消費量が長期的に減少傾向にある中、水産物の消費拡大に向けた官民の取組を推進するため、毎月3～7日を「さかなの日」とし、11月3～7日は「いいさかなの日」として、水産物の消費拡大に向けた活動の強化週間と位置付け。

メディア掲載一覧

10月28日：読売新聞(高岡)夕刊 / 読売新聞(札幌)夕刊 / 読売新聞(大阪)夕刊 / 読売新聞(東京)夕刊 / 読売新聞(福岡)夕刊
 10月29日：日本テレビnew every / 産経新聞 / 北海道新聞新聞(札幌) / 岩手日日新聞 (一関) / 宮古毎日新聞 / しんぶん赤旗 / 紀南新聞 / 十勝毎日新聞 / 八重山毎日新聞 / 産経新聞(大阪)
 10月30日：日本農業新聞
 10月31日：日刊水産経済新聞、電気新聞 / みなと新聞 / 週刊水産新聞 / 水産タイムス / 朝日新聞(東京) / 地方行政 / 朝日新聞(札幌) / 朝日新聞(大阪) / 朝日新聞(北九州) / 朝日新聞(名古屋) / 津山朝日新聞
 11月1日：産経新聞(大阪)
 11月2日：朝日小学生新聞 / 日本食糧新聞
 11月3日：食品産業新聞 / 函館新聞
 11月4日：みなと新聞 / 食品新聞 / NHK首都圏ニュースアップ
 11月5日：コンビニエンスストア新聞
 11月6日：産経新聞(東京)
 11月7日：日刊水産経済新聞 / 読売新聞(東京)夕刊 / みなと新聞 / 水産タイムス / 読売新聞(大阪) / 読売新聞(高岡)夕刊 / 読売新聞(札幌)夕刊 / 読売新聞(福岡)夕刊 / 食料醸界新聞
 11月8日：日刊水産経済新聞 / みなと新聞
 11月9日：日刊水産経済新聞
 11月10日：週刊商業経済
 11月11日：日刊水産経済新聞 / 食料新聞 / 食料新聞
 11月12日：荘内日報
 11月14日：週刊水産新聞
 11月15日：みなと新聞 / 低温流通 / 日本和洋酒缶詰新聞
 11月16日：日本食糧新聞 / 帝飲料新聞日刊建設工業新聞 / 食料醸界新聞日刊水産経済
 11月17日：日刊建設工業新聞 / 食料醸界新聞
 11月18日：日刊水産経済
 11月20日：生協流通新聞
 11月21日：食料醸界新聞
 11月25日：宇部日報 / サンキュ！ / 静岡新聞(夕刊) / 夕刊デイリー(延岡)夕刊

11月26日：宮古毎日新聞 / 函館新聞 / 富山新聞 / 北国新聞 / 釧路新聞
 11月28日：世界日報
 11月29日：日刊水産経済新聞
 11月30日：日刊水産経済新聞 / みなと新聞日刊水産経済新聞 / みなと新聞釧路新聞
 12月1日：日刊水産新聞 / みなと新聞 / 水産タイムス
 12月4日：釧路新聞
 12月5日：日刊水産新聞 / みなと新聞 / 水産タイムス
 12月6日：釧路新聞
 12月8日：食料醸界新聞
 12月12日：食品新聞
 12月13日：みなと新聞
 12月14日：日刊水産経済新聞
 12月19日：日刊水産経済新聞
 12月23日：みなと新聞
 12月26日：日刊水産経済新聞
 12月30日：神戸新聞
 1月1日：日刊水産経済新聞 / みなと新聞 / 週刊水産新聞
 1月6日：みなと新聞
 1月10日：みなと新聞
 1月11日：みなと新聞
 1月12日：日刊水産経済新聞
 1月13日：日刊水産経済新聞
 1月15日：低温流通
 1月16日：水産タイムス
 1月18日：みなと新聞
 1月23日：水産タイムス
 1月27日：みなと新聞
 1月30日：週刊水産新聞
 1月31日：日刊水産経済新聞
 2月1日：日刊食品通信 / みなと新聞日本食料新聞
 2月3日：日本食料新聞
 2月6日：水産タイムス

告知実績抜粋 (TV)

▼ NHK 首都圏ナビ (2022年11月4日)

NHK 首都圏ナビ

NHK > 首都圏ナビ > もっとニュース > 毎月「さかなの日」で減少する水産物消費を拡大？販売強化の動きも

毎月「さかなの日」で減少する水産物消費を拡大？販売強化の動きも

2022年11月4日

#もっとニュース #経済

消費拡大を

おいしい×サステナ=いい未来
さかなの日

「NHK一般サイト プライバシーポリシー (パーソナルデータの取り扱い)」を公表しました。
[こちらからご覧ください。](#)

毎月3日から7日までの5日間は「さかなの日」、水産庁が新たに決めました。さかなの日の取り組みには、600あまりの企業や団体が賛同を表明し、企業の間では魚を使った商品の販売を強化する動きも始まっています。日本人の水産物の消費量の動向や企業の動きなどについてまとめました。

食の志向の変化 水産物の消費量 20年で40%減少

日本人の魚など水産物の消費量は、年々減少する傾向が続いています。農林水産省が2019年度に行った消費者に対する意識調査では、魚などの水産物をあまり買わない理由について、「肉類を家族が求めるから」、「魚介類は価格が高いから」、「調理が面倒だから」といった回答が多く、消費者の間で食の志向の変化が起きていることが大きな背景のひとつにあると見られています。

魚介類の年間消費量の推移 (1人あたり)

年度	消費量 (kg)
2001年度	40.2
2005年度	35.0
2010年度	30.0
2015年度	26.0
2020年度	23.4

20年で41.8%減少

出典：農林水産省「食料需給表」

農林水産省によりますと、日本人が1年間に消費する魚介類の量は、2001年度（平成13年度）の時点で、1人あたり40.2キログラムでした。この年をピークにその後、減少傾向が続き、2020年度（令和2年度）23.4キログラムに落ち込み、この20年で40%以上減少しました。

水産物の消費の拡大につなげようと、水産庁は、毎月3日から7日までの5日間を新たに「さかなの日」に定め、11月から始まりました。

国産の水産物のおいしさを伝える取り組みなどを通じて消費の拡大を促すということです。さかなの日の取り組みには、600あまりの企業や団体が賛同を表明し、企業の間では魚を使った商品の販売を強化する動きも始まっています。

コンビニの販売強化 焼き魚や煮魚をレンジで

このうちコンビニ大手のファミリーマートは魚を使ったプライベートブランド商品の販売を強化しています。

告知実績抜粋 (TV)

▼ news every. (日本テレビ) (2022年10月29日)



告知実績抜粋 (WEB)

▼ Yahoo! JAPAN トップページバナー掲載 (2022年11月3日～)



▼ Yahoo! JAPAN SDGs記事掲載 (2022年11月3日～)



四方を海に囲まれ、複数の海流に恵まれた日本。縄文時代中期から魚食をしていた

告知実績抜粋 (Fish-1 グランプリにおける告知)

2022年11月27日@日比谷公園



▼アンケートの実施



▼さかなクンのアンバサダー就任



▼ノベルティの配布



Fish-1 グランプリについて —日本を元気にする「魚の祭典」

今、日本では魚離れが進んでいます。しかし、この「魚の国」には、まだ知られていない水産物がたくさんあります。「Fish-1グランプリ」は、そうした日本の水産物に光を当てる「魚の祭典」です。

2013年度から2019年度にかけて毎年「Fish-1グランプリ」を開催し、会場に来場した消費者に、出品料理や商品を食べ投票してもらい、ステージや展示・体験ブースを通して、国産水産物の魅力を紹介してまいりました。

今まで食べたことがなかった水産物に出会い、おいしさを知ってほしい。そして、知られざる水産物を使った料理や商品が新しい名物になって、地域の観光や産業の活性化につながってほしい。

そんな願いをこめて、2013年度にスタートし、今年度は3年ぶりのリアル開催となる8回目になります。

賛同メンバー参画状況



小売	51
コンビニエンスストア	2
百貨店	2
食品製造	25
外食	532
水産業	51
料理教室	2
メディア	6
その他	12
地方公共団体	3
民間団体	20
個人	3

事例抜粋（小売店）

- イトーヨーカドー
- MEL認証、「顔の見えるお魚」をさかなの日企画でPR

■食料品の 売出し期間 11/5(土)~7(月)

11月3~7日はいいさかなの日

毎月3日から7日はさかなを食べよう

おいしい×サステナ=いい未来

水産庁 さかなの日

スープも味わう ぶりねぎしゃぶしゃぶ (32g×3)

手巻き寿司

刺身用 めばちまぐろ中とろ 切盛(解凍) 100g 1パック

ポイント10倍 対象商品 ※ポイント付とも11/7(月)まで

久喜・大井町・大和鶴間・湘南台・曳舟・アリオ深谷店は扱いません



▲チラシ、POPで告知。しゃぶしゃぶ、手巻きずしなど、メニュー提案と組み合わせて商品を展開

事例抜粋 (小売店)

○イオン

一約350店舗で「サステナブルシーフード」を中心とした水産物の展開を拡大



▲チラシ、POPで告知。「サステナブルシーフード」の展開拡大、JF全漁連との連携、未利用魚・低利用魚の販売といった取り組みを展開。

事例抜粋 (コンビニエンスストア)

- ファミリーマート
ートレー入りお魚惣菜の売場にPOPを掲出



▲店頭でPOPを掲載。 魚惣菜の展開強化をPR

事例抜粋（食品製造）

○キッコーマン

一飲食・キッチンカー等の新サービス「FISH A WEEK 週一魚」で魚を使用した食事を提供



11月 3〜7日
「いいさかなの日」
毎月3〜7日は魚を食べよう。水産庁が今年、さ(さ)かな(な)の(日)を制定した。魚類の消費拡大に向け、国民が魚の取り組みで、「いいさかなの日」となる。今年から始動。東京では新感覚の魚料理の店もオープンした。(輪島支社)

肉類の消費下回る
日本人の肉離れが言われて久しい。国民1人当たりの魚介類の年間消費量は、平成13年度の40・2キログラムに、令和2年度には28・4まで減少。平成20年度以降は肉類の消費量が下回る状況が続いている。

「昔から日本食は魚と野菜を多く取る健康的な食事でした。しかし、西洋化によってそれが崩れつつあり、結果として肉類の摂取で発症リスクが高まる大腸がんなどが増えています。病気になるリスクを減らす健康習慣についての著書もある。米カリフォルニア大学ロサンゼルス校の津川友介准教授(医療政策学)はこう指摘する。

魚料理自体は好きな人が圧倒的に多く、魚に含まれるEPA(エイコサペンタエン酸)、DHA(ドコサ

週に1度は魚 食べて健康に



「スパイス利かせて」
東京に今月1日、おしゃべりなカフェ風の店がオープンした。その名も「FISH A WEEK 週一魚(しゅういちさかな)」。(新宿区四谷)

「週に1度は魚を食べるといい」という思いを込めました」と、店を展開するキッコーマンの事業開発部、茂木潤一部長は説明する。メインは魚を使った6種

類の料理。この中から1品、8種類の野菜がたっぷり入った「おまかせ」をとりかき、もち麦(もち)と合わせてワンプレートで提供される。魚のおいしさを引き立たせているのが、和・洋・中・エスニックの風味豊かなソース。例えば、同じサバでも、「四喜焼き」には大根おろし(ごぼう)しょう油を合わせた和風ソース、「タンンドリ(焼き)」は、スパイシーなカレーソース、という具合に、バリエーションが楽しめる。

「何度も試作を重ねました。スパイス利かせると、とろみつきな味わいになりました」と、店を運営するキッコーマンの事業開発部、茂木潤一部長は説明する。メインは魚を使った6種

「サバのタンンドリ焼き」「エロリス(スパイスソース)」「ボロ(四喜)」「香ばしい焼き」「カレー風のソースが人気のカツ」は海をイメージしたデザイン。いずれも活魚を使介(紹介)考案された。

「サバのタンンドリ焼き」「エロリス(スパイスソース)」「ボロ(四喜)」「香ばしい焼き」「カレー風のソースが人気のカツ」は海をイメージしたデザイン。いずれも活魚を使介(紹介)考案された。

目指したのは、普通不足しがちな食材や栄養素、魚離れに加え、野菜や食糧繊維も摂取目標量に足りていない状態から、野菜の副産物を生かした、白米の約20倍もの食物繊維を含むもち麦を、白米に混ぜて炊いたもち麦ごはん。持ち帰り用などにも対応するほか、今月下旬には離れたオフィス街などへ出向くキッチンカーも始動する予定。さらに、魚を食べる習慣をつけてもらうべく、週に1回(月に5回)利用できるサブスクリプション(定額制)のサービスも、「忙しくても週に1度は魚の料理を食べたい」というニーズに応じたいと、そんな気になった。さかなの日を通じて、感じるかたを地味(じずみ)したい。」

産経新聞 (2022年11月6日)

<https://fish-a-week.kikkoman.co.jp/#concept>

事例抜粋（食品製造）

○キューピー

一魚介向け調味料を使った料理教室の開催

「さかなの日」に合わせ、
親子の調理・食育イベントを開催！

kewpie



おいしいさかなの日
さかなの日

野菜と魚の料理＝「やさかな」メニューで、
魚をもつと食卓に！



ガーリックで彩り野菜レシピ

いんど や さい

<材料 2～3人前>
生鮭：3切
ブロッコリー：1/2個
ミニトマト：9個
エリンギ：1本
塩：適量
サラダ油：小さじ1
ガーリックソース：1袋

- ① 鮭の両面に塩をふる。
- ② ブロッコリーは小房に分ける。ミニトマトはへたをとる。エリンギは半分の長さにして薄切りにする。
- ③ フライパンにサラダ油を入れて中火で熱し、鮭を皮目から中火で約2分焼き、裏返す。
- ④ ブロッコリー、ミニトマト、エリンギとソースを加える。
- ⑤ ふたをして中火で約4分、弱火で約4分、具材に火が通るまで蒸し焼きにする。
※加熱時間は火の通り具合をみて加減してください。
- ⑥ お皿に盛りつける。

(村岡直樹)

日本食糧新聞（2022年11月16日）

事例抜粋（外食）

○ぐるなび

一魚介を食べられる加盟店の特設サイトを制作。

及び加盟店でのポスター掲載。



加盟店 **2,228店舗** が賛同

▼ぐるなび（「さかなのうまい店」特設ページ）

▼加盟店によるポスターの掲載



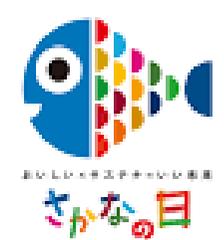
事例抜粋（外食）

○くら寿司

—お寿司でSDGS出前授業や、漁業創生について取り組み

11月2日から全国の店舗で「かに」フェア開催！





本ズワイガニや紅ズワイガニを存分に味わえます



▲出張授業「お寿司で学ぶSDGs」



2022年10月28日
くら寿司株式会社

**日本の魚食文化の発展を目指して
官民協働で推進する「さかなの日」
賛同メンバーにくら寿司が参画**

～11/27(日)開催の「さかなの日」キックオフイベント(Fish-1グランプリ内)に協賛予定～

回転寿司チェーン「くら寿司」を運営するくら寿司株式会社(代表取締役社長:田中邦彦、所在地:大阪府堺市)は、官民協働で推進する「さかなの日」の賛同メンバーとして参画いたします。また、11月27日(日)に開催される「さかなの日」のキックオフイベント(Fish-1グランプリ内)へ協賛し、今年の4月から全国の小学校で実施している出張授業「お寿司で学ぶSDGs」の特別授業を行う予定です。




近年、海外では健康志向の高まりなどにより魚食文化が広まり、魚介類の消費量が過去半世紀で約2倍に増加しています。一方で、農林水産省の調査によると、国内の1人当たりの魚介類の年間消費量は2001年度の40.2kgをピークに、2020年度の23.4kgまで減少。日本の魚食離れが問題視されています。

当社では、「全国のお客様に、国産天然魚をもっと手軽に、美味しく楽しんでいただきたい」という思いで、2010年から「天然魚プロジェクト」をスタート。現在では、全国116か所の漁港、漁協から直接買い付け、独自のルートで配送することで、新鮮な国産天然魚をより安く、より美味しい寿司ネタとして提供するとともに、子や孫の代まで日本の魚が食べられる未来のため、漁業者様との共存共栄を目指す取り組みを行っています。また、市場にあまり出回っていない低利用魚の積極的な活用も進めており、シイラやニザダイなども商品化し販売。貴重な海の資源の活用と魚食文化の推進につなげています。

そしてこの度、魚を扱う企業として、「魚を食べてほしい」、「魚食で国産水産物の消費拡大を応援したい」という思いに共感し、官民協働で推進する「さかなの日」の賛同メンバーに参画。11月3日から7日を「いいいさかなの日」として、今年の同期間をスタートし、毎月3～7日は「さかなの日」として制定され、様々な魚食普及活動に取り組みます。また、11月27日(日)に開催される「さかなの日」のキックオフイベント(Fish-1グランプリ内)に協賛し、今年の4月から開始し既に全国の小学校25校(※2022年10月28日時点)で実施している出張授業「お寿司で学ぶSDGs」の特別授業を行う予定です。

今後も、水産庁と連携を図りながら、様々なイベントや取り組みを通じて魚食文化の普及に努めるとともに、日本の漁業活性化に繋がる活動を推進してまいります。

▲プレスリリース

事例抜粋（外食）

○サッポロライオン
ー「さかな×サステナ」メニューの販売

東北・宮城の魚を食べよう！





宮城県仙台の和食料理店にて、未利用魚の使用をはじめとする魚食推進メニューを販売



▲食品ロス軽減メニューを展開

▼プレスリリース



NEWS RELEASE

株式会社 サッポロライオン

〒104-0061 東京都中央区銀座七丁目9-20 銀座ライオンビル5F

2022年11月2日
22025

サッポロライオンは水産庁制定『さかなの日』に賛同します
「さかな×サステナ」メニューを販売、水産物消費拡大に取り組む

株式会社サッポロライオン（本社・東京都中央区、社長・三宅祐一郎）は、水産庁が制定する『さかなの日』に賛同します。サッポロライオンが運営する海鮮居酒屋「おおい北海道 長万部酒場 銀座店」「おおい北海道 別海町酒場 新大手町ビル店」にて、規格外品となった水産食材を使用した料理を販売することで「さかな×サステナ」に取り組めます。



■『さかなの日』とは
水産庁は、日本での魚食拡大に向けた取り組みを官民協働で推進するため、毎月3日から7日までを『さかなの日』に制定しました。特に11月3日から7日までを「いいさかなの日」として、賛同メンバーの活動強化月間に位置付けました。
「さかな×サステナ」をコンセプトに置き、魚を食べることをSDGsの「持続可能な消費生産形態を確保する」目標につなげます。



■規格外品となった水産食材を使用した「さかな×サステナ」メニュー
サッポロライオンが運営する海鮮居酒屋「おおい北海道 長万部酒場 銀座店」「おおい北海道 別海町酒場 新大手町ビル店」の2店舗では、形が小さかったり、少し欠けていたりする水産食材を加工し料理として提供することで、食品ロス軽減に努めます。
『さかなの日』賛同の最初の取り組みとして、規格外となった北海道野付産の北海シマエビを使用した料理を11月3日～7日の期間限定で販売します。留萌のモチモチ食感のルルロックスと合わせ、北海道で人気なラーメンサラダ風に仕立てた「北海シマエビのルルロックスサラダ」、「北海シマエビと野菜のかき揚げ」、「北海シマエビ入りさつま揚げ」の3品を用意しました。

■海鮮居酒屋「おおい北海道 長万部酒場」「おおい北海道 別海町酒場」
北海道の町「長万部(おじゃまんべ)」「別海町(べつがいちよう)」の食をメインに楽しめる店舗。町とともに作り上げた「町役場公認」居酒屋です。



おおい北海道 長万部酒場 銀座店





おおい北海道 別海町酒場 新大手町ビル店



事例抜粋 (ECサイト)

○OSAKAMA

一さかなの日キャンペーンの実施

サカマアプリ限定
「さかなを食べよう！10%増量キャンペーン」



サカマ

×



サカマストア限定
「10%OFF キャンペーン」

11/3~11/7「いい魚の日」



魚をたくさん食べよう！
10%増量キャンペーン

魚食はサステナブル



おいしい×サステナ=いい未来
さかなの日

▼同社サービスにおいて、増量キャンペーン、割引キャンペーンを実施

- 魚をたくさん食べよう！10%増量キャンペーン！



開催期間：11月3日～11月7日

対象商品：アプリ内の特集ページ内の商品。主に鮮魚ボックスなど

販路：サカマアプリ <https://sakamatokyo.page.link/daa1>

主な商品、カスタム鮮魚ボックス。世の中にはたくさんの鮮魚ボックスがあります。でも、なかなか自分好みのものは出会わないですよ。そんな方にお勧めなのが、カスタム鮮魚ボックス。リクエストに応じてサカマが厳選したセットをお作りします。

サカマストア限定10%OFFキャンペーン！



開催期間：11月3日～11月7日

対象商品：チャレンジフィッシュ

販路：サカマストア <https://bit.ly/3JoMYaH>

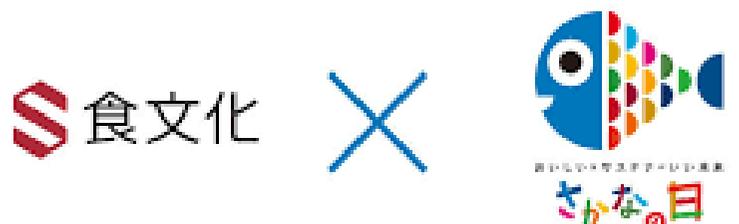
未利用魚も手間暇かけていただければ、美味しく食べることができます。魚たちの価値を改めて考えてほしい、そしてその手間暇かけることに改めてチャレンジしてほしい、という願いからスタートしたのが「チャレンジフィッシュボックス」です。

思っていた魚が届かなかったということもあるかと思いますが、「販売者が命を無駄にしないで、命をいただいてほしい」という願いを込めてお届けし

事例抜粋（ECサイト）

○食文化（うまいもんどットコム、豊洲市場ドットコム）
ーさかなの日キャンペーンの実施

うまいもんどットコム・豊洲市場ドットコムで「さかなの日」フェアを開催！

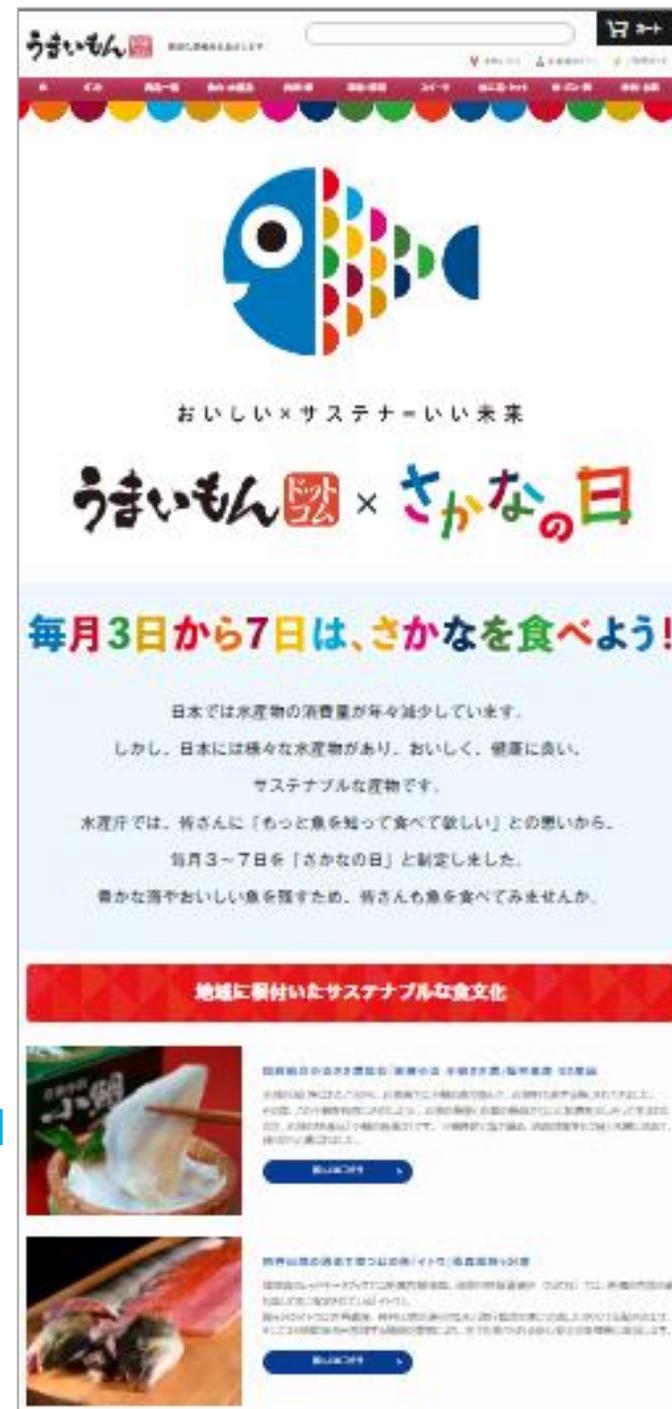


豊洲市場のマグロや地域に根付いたサステナブルな食をご紹介します



トップ > 魚介類・水産品

協同組合小浜ささ漁協会『若狭小浜 小鯛ささ漬』福井県産 計200g (100g×2個) ※冷蔵【GI産品】
協同組合小浜ささ漁協会



おいしい×サステナ=いい未来

うまいもん × さかなの日

毎月3日から7日は、さかなを食べよう！

日本では水産物の消費量が年々減少しています。しかし、日本には様々な水産物があり、おいしく、健康に良い、サステナブルな産物です。水産庁では、皆さんに「もっと魚を知って食べて欲しい」との思いから、毎月3～7日を「さかなの日」と制定しました。豊かな海やおいしい魚を殖すため、皆さんも魚を食べてみませんか。

地域に根付いたサステナブルな食文化



様々な切り口で水産商品を展開▲

事例抜粋（料理教室）

○ABCクッキングスタジオ
— 魚介を使ったメニューでレッスンを実施

**失敗しない工程をしっかりと伝授～絶品！
かにクリームコロッケと海老フライ～**





**2月料理パリエーションクラスで
かにクリームコロッケ・海老フライのレッスンを実施**

魚食でSDGsに貢献

昨年11月には「さかなの日」キャンペーンを盛り上げ、魚食の素晴らしさを発信したい。

「さかなの日」に照準を合わせ、賛同メンバーが一致団結した取り組みを展開する。

今年こそ魚食の意味・価値を見直し、その魅力を次の世代に継承していく必要がある。官民一体で「さかなの日」を盛り上げ、魚食の素晴らしさを発信したい。

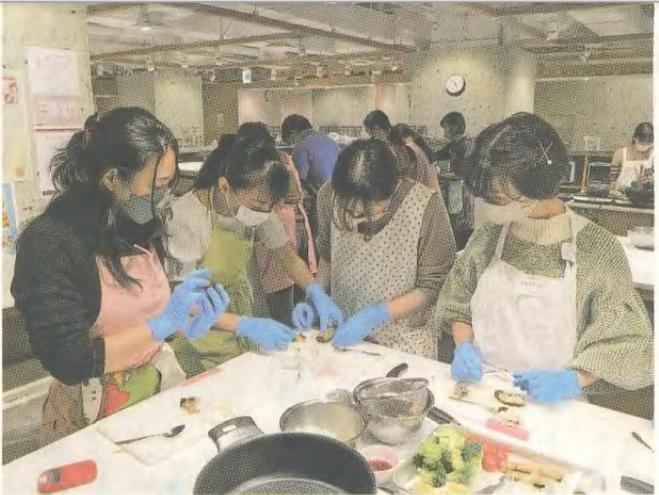
毎月3～7日の「さかなの日」に照準を合わせ、賛同メンバーが一致団結した取り組みを展開する。

今年こそ魚食の意味・価値を見直し、その魅力を次の世代に継承していく必要がある。官民一体で「さかなの日」を盛り上げ、魚食の素晴らしさを発信したい。

ECサイト、給食サービス、料理教室、メディア、水産・食品関連団体など賛同メンバーの顔ぶれは多岐にわたる。

「さかなの日」に照準を合わせ、賛同メンバーが一致団結した取り組みを展開する。

今年こそ魚食の意味・価値を見直し、その魅力を次の世代に継承していく必要がある。官民一体で「さかなの日」を盛り上げ、魚食の素晴らしさを発信したい。



ABCクッキングスタジオは魚介を使った家庭料理を継承する

▲週刊水産タイムス（2023年1月1日）

プレスリリース▶

ABC クッキングスタジオ 水産庁推進の「さかなの日」に賛同 日本の魚食文化の承継を目指しレッスンを展開

株式会社ABC Cooking Studio
2022年10月28日 14時00分

日本及びアジア、東南アジアに料理教室を展開する株式会社ABC Cooking Studio（本社：東京都千代田区丸の内、代表取締役社長 兼 CEO：志村なるみ、以下ABC）と株式会社ABC Style（本社：東京都千代田区丸の内、代表取締役：横井宏更）は、水産庁が水産物のより一歩の消費拡大を目指す「さかなの日」の取り組みに賛同することを決定いたしました。



—ABCの取り組み内容—
ABCは、2022年11月にリニューアルする「料理基礎クラス」に魚介を使用したメニューを積極的に導入しており、本クラスの推奨により、家庭料理に「さかなメニュー」を普及させます。また、そのほかにもさまざまなレッスンを通じて魚の調理方法を教え、日本の魚食文化の承継に貢献します。



メイン
「料理基礎クラス」以外でも魚介を使用したレッスンを実施
1 day レッスン（非会員でも参加できる1回完結型のレッスン）やabckids（4歳から参加できる子ども向けのレッスン）など、「料理基礎クラス」以外でも魚介を使用したレッスンを実施することで、対象者を広げ、より多くの方にさかなの食べ方やおいしい調理方法を伝えていきます。
また、会員向けの料理コースであるパリエーションクラスのメニュー内にも魚介を使用したメニューを取り入れています。



abc kids 11・12月1dayレッスン あきさけとほたてのグラタンパン