

第3回さかなの日推進委員会 議事要旨

日時：令和5年3月3日（金）14:00～15:00

場所：農林水産省8階（リモート開催）

- ・議題：（１）「さかなの日」の制定について
（２）「さかなの日」の実施報告及び公式ウェブサイトでの情報発信
（３）令和5年度「さかなの日」推進方針案及び意見交換
（４）その他

○議題（１）、（２）、（３）について事務局から説明後、意見交換での出席委員の主な意見は以下の通り。

- ・ これまでは各賛同メンバーが個別に取り組んでいたと思うが、「さかな料理部」などは、他の企業と共同で取り組むことができる。また、他の省庁の取組と連携して取り組むことも、とても良いと思う。
- ・ 業界関係者と話したところ、「さかなの日」の認知度についてはまだ課題があると感じる。賛同メンバーとして何をしたらいいのか、どうしたらいいのかという質問があったため、成功事例や課題を賛同メンバーに示していくことが重要と感じた。
- ・ 量販店においては、旬の食材や、その時のイベントに合った食材について、家庭で調理するためのメニューと合わせて提案していくことが重要だと感じる。
- ・ 読者の人気投票で魚の人気は低く、メディアにとっては魚の特集を組むのは難しい状況である。そのため、小特集や、レシピ特集のなかに魚食の提案をいれている。食育をかかげる料理家の特集やWebで、魚の簡便化を面白い切り口で紹介するなどすると反響があるので、そうした取り組みを今後ともしていきたい。
- ・ 「さかなの日」の取組に対する反響については、数値としては現れていない部分があり、現場の認知度はまだまだ低いと感じる。一方で、継続するごとに関心が大きくなっていることは間違いない。業界を横断して、ビジネスとして部門間、会社間の垣根を越えて巻き込めるムーブメントが、魚食にとってプラスになると感じる。
- ・ 各賛同メンバーは真剣に取り組む意欲は高いと感じる。一方で、漁獲の減少、消費の減少に危機感があり何とかしたいが、どうしたら良いかわからない。社員や顧客の認知度が低いとの課題も現実として存在している。小売業やメーカーなど、通常の日3日～7日、11月3日～7日の「いいさかなの日」などの期間に、あらゆる手段を使って「さかなの日」の浸透を図っていくべきだと思う。
- ・ 賛同メンバーの更なる拡大は可能だと思う。小売業は、店内放送で呼びかけることもできるし、「さかなの日」関連の動画があれば店内で配信することもできる色々な手立てがあると思う。如何にして啓蒙活動を浸透させるかが大切だと思う。
- ・ 小売業のバイヤーは真剣に魚の需要について考えている。なぜ魚食が減っているのか。色々な背景があると思うが、これを追求して一つ一つ潰していく必要がある。キャンペーンのためのキャンペーンになってはいけない。

以上