

さかなの日推進委員会（第4回） 議事要旨

日時：令和6年3月12日（火）13:00～14:00

場所：農林水産省8階水産庁中央会議室（対面・リモート開催）

- ・議題：（1）「さかなの日」の実施報告
（2）水産物の消費拡大に向けたこれまでの「さかなの日」の取組と今後の推進方針（案）
（3）令和6年度「さかなの日」推進方針（案）に関する意見交換

○議題（1）について事務局(NKB)から、議題（2）について水産庁中平加工流通課長から説明後、意見交換での出席委員の主な意見は以下の通り。

- ・新型コロナ発生以降家庭料理が再注目され、簡便商品の売上げが伸びている。
- ・魚食普及に向けた売り場での魚メニューとのコラボ提案は重要。ただ実際に売り場に立って接客するのは難しいため、調味料や調理器具、POPなどと合わせてPRすることが出来ると良い。
- ・また、（当社が実施し好評だった）売り場での魚に関するスタンプラリーをどこのスーパーでも実施できると面白い。
- ・魚食が減り始めたのは、専業主婦が減少し共働きが倍になったタイミングと同じだと思う。60歳以上の人が増え、定年退職して家事を始める男性が増えた一方、家事を定年する女性が増えており、シニア向けのご飯が課題。シニアは環境意識が高く、時間の余裕もあるため、シニアご飯へのアプローチに可能性があるなど年代や働き方に応じた取組が有効。魚食普及には「わざわざ作りたくなる理由」が必要であり、例えば、パリオリンピックなど、エンタメ、トレンドといった時流を取り入れた提案を行い、消費者が楽しさを感じるためのアプローチも重要。
- ・ノルウェーのような共働き先進国でも魚の消費量は減少していないので、根本的な原因を考えた方が良い。
- ・さかなの日に登録したものの、具体的にどのような取組を行うべきか分からないメンバーは多い。せっかく835の企業や団体等の賛同メンバーがいるので、メンバー同士のマッチングや情報交換などの機会が増えると良い。
- ・魚食を意識している消費者は多いが、他方、調理時の臭いや調理後の片付けの大変さから魚調理を敬遠している実態もある。レシピだけでなく調理や掃除等の課題にフォーカスして、消費者の魚食に対するモチベーションが高まるような提案を考えるべき。「おいしく、簡単、安い」という要素を入れて、続けられるハードルを下げる必要があるのではないか。
- ・新型コロナ発生以降健康意識や環境意識が高まっているが、具体的行動に移せない方々がいるので、その点、うまく情報発信をする必要がある。
- ・レシピや食材、栄養価だけをテーマにするのではなく、一步踏み込んだテーマとして、「寝不足にいい」、「老化防止にいい」、「炎症にいい」など、今の自分に合う商品を提供するなど、消費者が興味をもって手に取り、注文したくなるような具体的且つ細分化したテーマ設定が必要ではないか。

- ・冷凍技術の発達により故郷の味が東京でも食べられる時代。このような冷凍技術の仕組みを活用して新しい可能性に繋げていくことが重要。
- ・魚食普及を考える上で生産者サイドの意見も重要。五島の生産現場では、少子高齢化や漁業者収入の悪化による後継者不足、気候変動等による漁獲量・種類の変化、漁協の機能縮小、資源減少など水産業が抱える様々な問題に直面している。このため、利益が見込める売価を得るにはどういった流通が必要か考えていくことも重要である。また、多くの漁協が小さくなっているが頑張っているので、そのようなことを応援していくことも必要。

以上