さかなの日推進会議（第5回） 議事要旨

日時：令和7年3月3日（月）13:30～15:00

場所：農林水産省内会議室（対面・リモート開催）

- ・議題：（1）「さかなの日」の実施報告（事務局及び水産庁より報告）
（2）今後の推進方針（案）
（3）令和7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)及び水産庁から、議題（2）について水産庁中平課長から説明後、（3）意見交換での出席委員の主な意見は以下の通り。

・ぐるなびでは、石川県等の自治体や企業と連携し、ミセメディアという飲食店に大型ディスプレイを設置し、来店客に視覚的に情報を提供する事業を30店舗で展開。通常、来店客は2時間以上滞在するため、これまでの調査でかなりPR効果があることが分かっている。来店客に対し、「さかなの日」や水産業の現状について情報提供することで、社会性も挙げられるのではないかと考えている。

・雑誌「サンキュ！」では、さかな料理の連載を行うとともに、記事として、魚料理の2大課題である、料理の面倒やボリュームにフォーカスした特集を行った。読者の反応としては、さかな料理は面倒だと思っていたが、タレをかけるだけでよいか、野菜などでかさ増しできるという提案が良かったといった反響があった。一方で、価格の高騰により手が出しづらいという声も多くあった。切り身を2人分買うだけで1,000円を超える場合もあり、ボリューム感を出す美味しい食べ方の提案は引き続き必要だと感じている。

・レシピサイトクックパッドを運営している中で、外食の動向も含めて調査している。外食、中食、内食に加え、SNSでも話題になると、多くのメディアでも取り上げられるようになる。楽しそう、おもしろそう、おいしそうと思わせるトレンドは、テレビで放映されやすい。テレビの影響力は大きいので、外食、小売、レシピサイトが連携した魚の消費促進企画を共同で取り組めたら良い。水産庁から声掛けしてはどうか。

・「魚離れ」は20年以上前から指摘されており、その課題として「調理の簡便性」が指摘されているが、消費量の減少傾向が止まらないということは、業界全体で、この課題を解決できていないということ。業界全体で取り組むことが重要。「さかなの日」は、毎月3-7日であるが、その期間に限定する必要はない。また、電子レンジやフライパンを使って簡単に調理できる商品の開発や情報発信にもフォーカスしてはどうか。

・食育という観点から、おにぎりをテーマにしてはどうか。おにぎりの具材は海鮮物が多い。ぐるなびの「今年の一皿®」の2023年は「ご馳走おにぎり」であり、手軽に食べられることから、国内外で大変人気となっている。2024年には「おコメ食べて笑おうプロジェクト」の一環として、ぐるなびが「べおにぎり&おつまみおにぎりグ

ランプリ」を開催している。「さかなの日」とも連携した取組が有効ではないか。

・ 昨今、漁業者の減少、高齢化が大きな課題となっている。「さかなの日」は消費拡大を目指しているが、魚を獲る人が減っている状況がある。魚を獲る人を増やしていくためには漁業・養殖業が、儲かる産業であることが必要。利益を生み出すことができる漁業のあり方を本気で考える必要。また、漁業者は魚をとるだけでなく、自分の魚がどこで、どのように消費されているのか知ること、マーケットインの発想が生まれる。産地と消費者が情報交流する機会を増やし、漁業者と販売者との対話を促進し、消費を知る機会を増やすことが肝要。

以上