

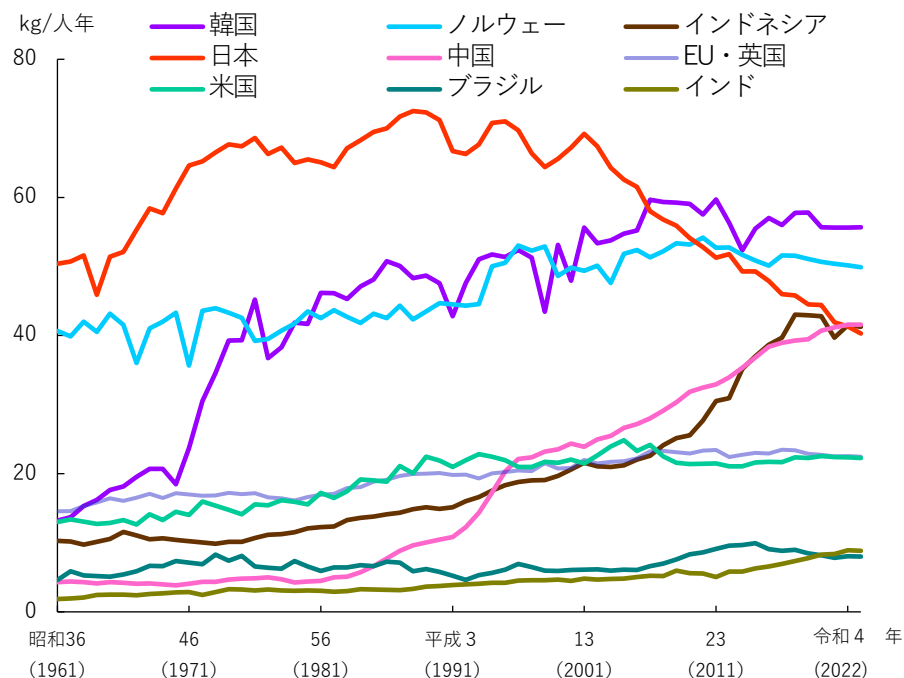
水産庁における 「さかなの日」の取組状況



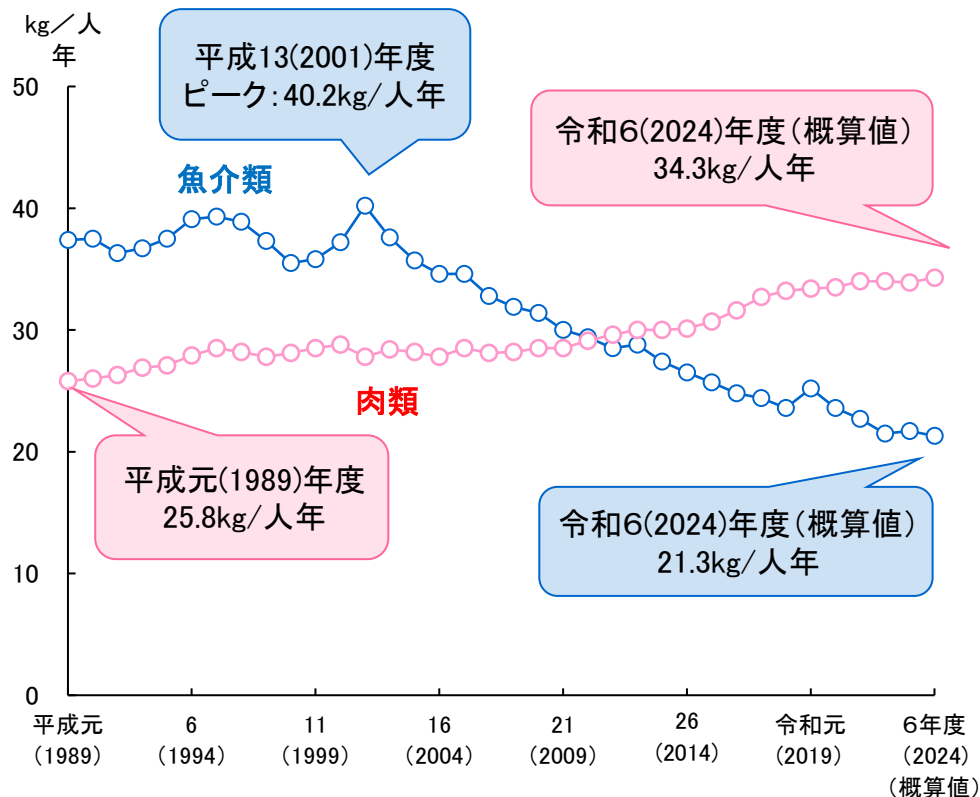
I 我が国における水産物消費の現状①

- 魚介類の1人1年当たり消費量は世界各国で増加している一方、我が国では減少傾向。
- 我が国の食用魚介類の1人1年当たりの消費量(純食料ベース)は、平成13年度の40.2kgをピークに減少傾向にあり、令和6年度は21.3kg(概算値)。平成23年、食用魚介類の消費量は肉類の消費量を下回る。

世界の魚介類の1人1年当たり消費量の推移(主要国別)(粗食量ベース)



食用魚介類及び肉類の1人1年当たり消費量の推移

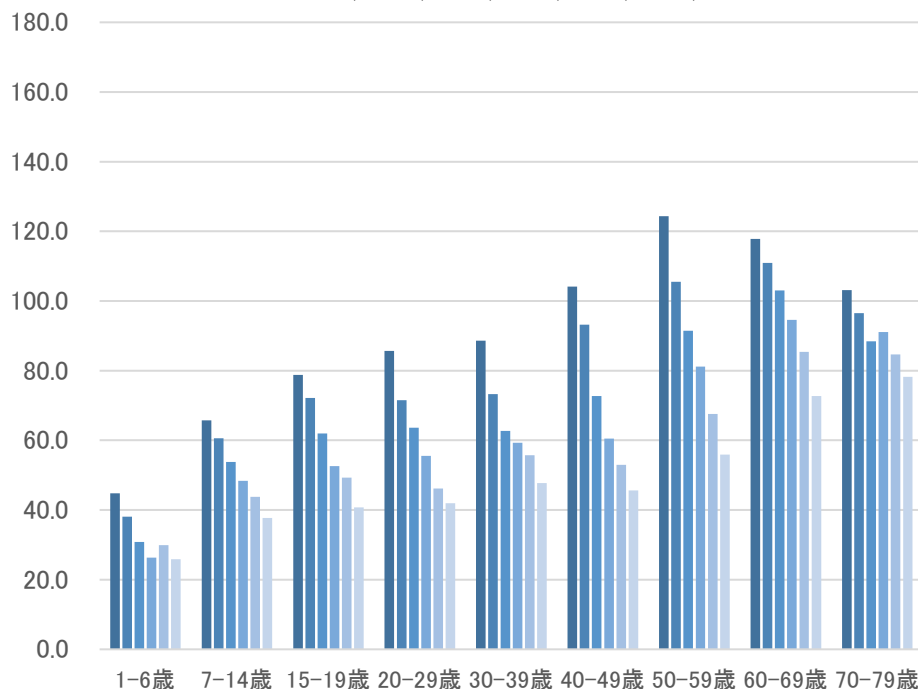


I 我が国における水産物消費の現状②

- 年齢階層別に魚介類及び肉類の摂取量の変化をみると、平成10(1998)年以降、魚介類の摂取量はほぼ全ての層で減少している一方、肉類の摂取量はほぼすべての層で増加。
- 同じ世代の加齢に伴う変化をみると、魚介類の摂取量は大幅に減少し、肉類の摂取量は増加。
R4年に60歳代の方は、H9年には30歳代であったことを踏まえ、魚介類と肉類の摂取量を比較すると、
30歳代(H9):魚介類95.4g 肉類92.2g⇒60歳代(R4):魚介類66.0g 肉類99.4g
と、加齢によって魚介類の摂取量は増加することなく大幅に減少しており、肉類の摂取量は増加。

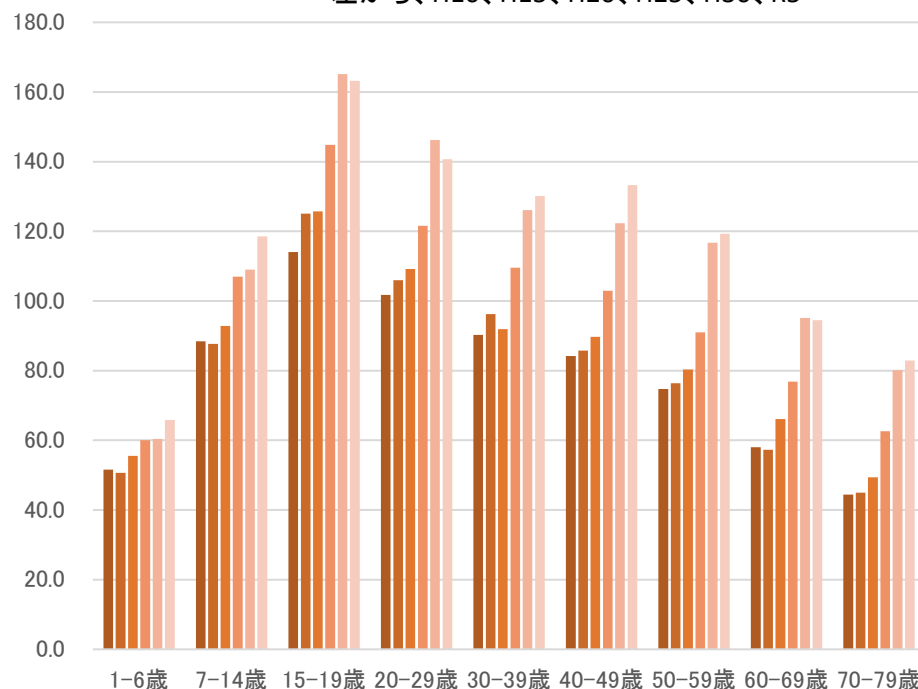
魚介類の摂取量(g/日・人)

左から、H10、H15、H20、H25、H30、R5



肉類の摂取量(g/日・人)

左から、H10、H15、H20、H25、H30、R5



資料:厚生労働省「国民健康・栄養調査」

注: H9、H14、H19、H24の70～79歳は、70歳以上であることに留意

2 食用魚介類の年間消費量の目標

- 水産基本計画(令和4年3月25日閣議決定)において、食用魚介類の年間消費量を令和9年度までに553万トンにすることを目標。これは令和2年度(概算値)と比較して5%増加する数値。

食用魚介類の生産量、消費量及び自給率の目標と実績

(単位:生産量・消費量 万トン)

	平成27年度 (概算値)	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度 (概算値)	令和9年度 (目標値)
生産量	362	329	324	334	312	301	387
消費量	614	585	582	568	564	526	553
自給率	59%	56%	56%	59%	55%	57%	70%

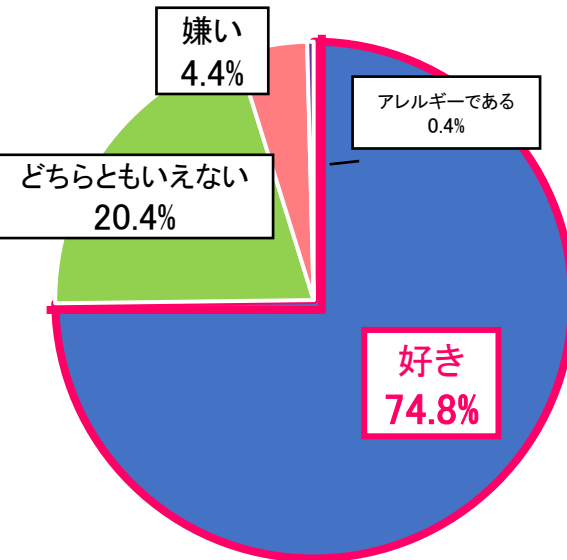
現状でも水産物の消費量の減少が継続

→ 当面の目標は、消費量の減少に歯止めをかけること

3 「魚食」に対する意識

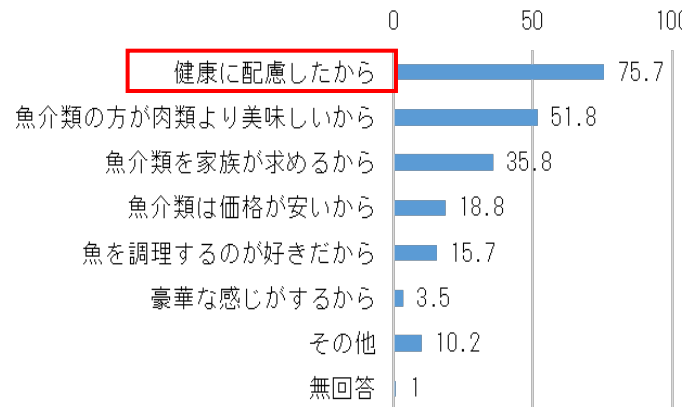
- 魚料理自体の好感度は高いが、魚の「扱いにくさ」、「調理の手間」といった水産物のマイナス特性が家庭での消費にブレーキ。
- また、水産物等に含まれるEPA・DHA など「健康に良い」といったプラス特性についての認知はかなり進んでいるものの、消費を拡大するまでには至っていない状況。

○魚の料理の好感度

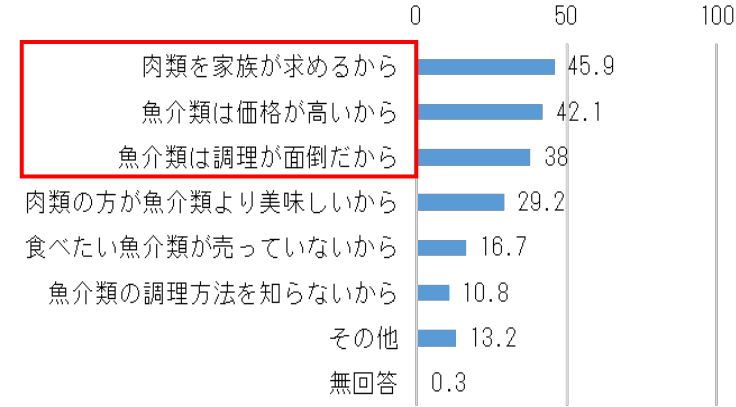


○母親に対する質問

(1) 魚介類をよく購入する理由 (複数回答)

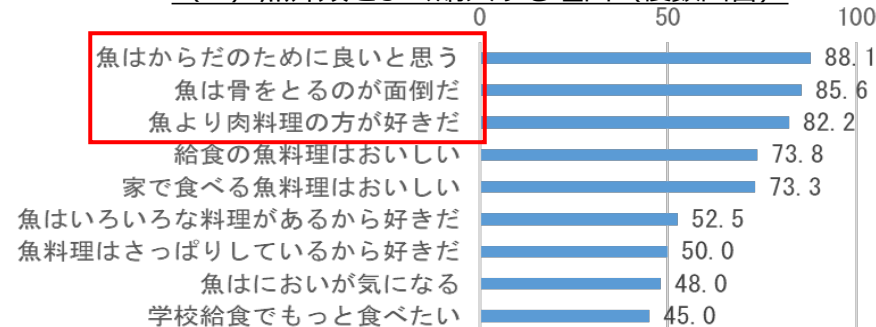


(2) 魚介類をあまり購入しない理由 (複数回答)



○子どもに対する質問

(1) 魚介類をよく購入する理由 (複数回答)



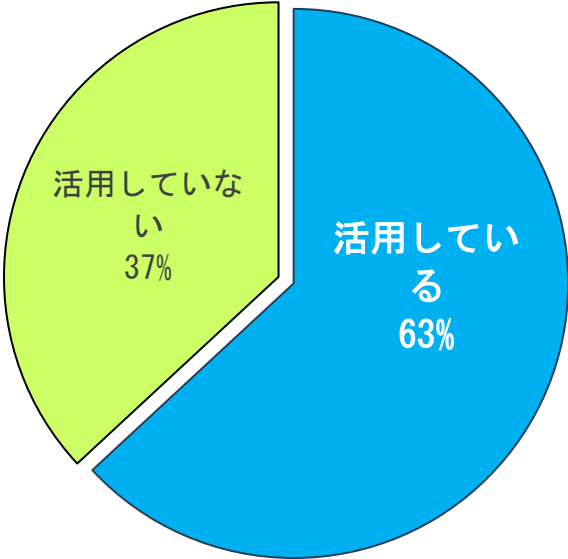
資料 (上、右下) : (一社) 大日本水産会「2022年 子育て世代の水産物消費嗜好動向調査 ～家庭と学校給食での水産物消費について～」

資料 (右上) : 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%))

4 学校給食における地元産水産物の活用状況

- 大日本水産会が、令和5年度に全国の栄養教諭・学校栄養職員3,040名を対象に実施したアンケート調査結果では、「地元産の水産物を活用している」割合は63.1%。
- 水産物を活用するうえでの課題は、「価格が高いこと」。

地元産の水産物の活用状況



学校給食の水産物を活用するために今後改善されると良い点（上位10位）

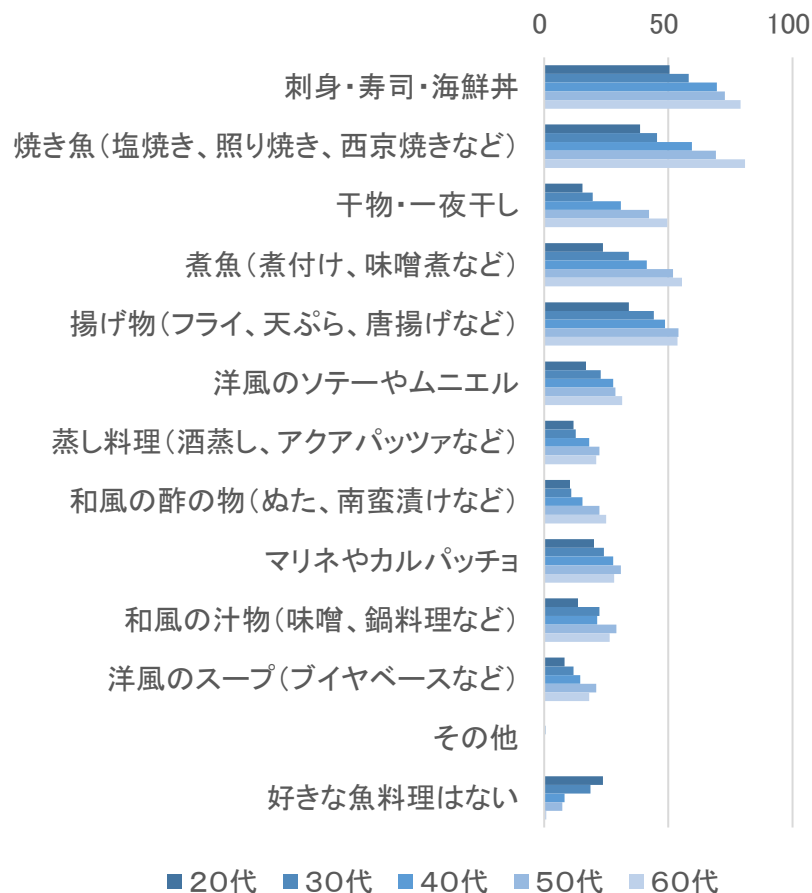


資料：大日本水産会「令和5年度 水産物消費嗜好動向調査」学校給食における水産物の活用～栄養教諭・学校栄養職員3000人に聞きました！～

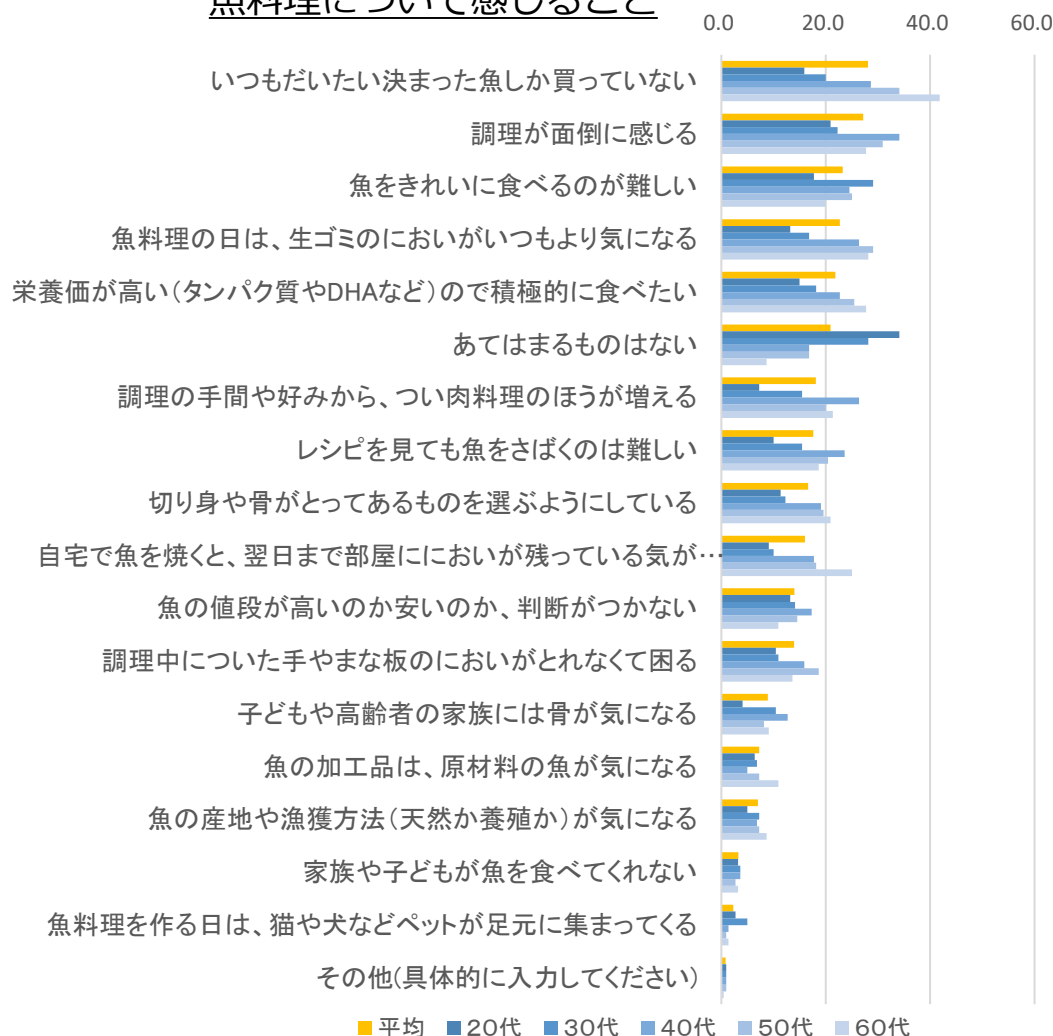
5 魚料理に関する意識調査

- マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると、
- ・好きな魚料理は「刺身・寿司・海鮮丼」「焼き魚」が約6割。焼き魚、干物、煮魚は世代による差が大きい。
 - ・魚料理について感じることは、「いつもだいたい決まった魚しか買っていない」、「調理が面倒に感じる」、「魚をきれいに食べるのが難しい」など。「栄養価が高いから積極的に食べたい」という意見も多い。

好きな魚料理



魚料理について感じる事



6 令和7年度「さかなの日」推進方針

1 大手量販店企業等との連携の強化

- (1)「さかなの日」賛同メンバー等への資源管理の取組等を含めた水産施策情報の積極的な発信と活発な意見交換の実施
- (2)「さかなの日」ロゴマークや「さかなの日」HP での賛同メンバーの取組に関する情報発信についての更なる活用の推進
- (3)「さかなの日」賛同メンバー間の情報共有や交流の強化を通じた更なる連携の促進

2 環境、地域、健康などにフォーカスした取組の推進

- (1)地域の旬の魚、郷土料理、加工品の特色、海業等、魚食に関連する様々な情報を組み合わせた、より消費者に訴求力のある情報発信の強化や連携した取組の推進
- (2)小売段階とも連携した漁業や資源管理、海洋環境の変化など「サステナ消費」につながる情報発信の強化
- (3)「さかなの日」賛同メンバーと連携した魚の健康効果などの情報発信や年代別等の課題にフォーカスした情報発信の強化

3 調理や掃除の簡便性にフォーカスした取組の推進

- (1)調理器具メーカーやレシピ共有サイト運営会社等と連携した魚料理の簡単調理・簡単掃除等の情報発信の強化
- (2)家庭での魚の調理が促進されるための時短レシピや消費者になじみのない魚の調理方法等の情報発信の強化や料理コンクールの展開

7 令和7年度の「いいさかなの日」



「いいさかなの日」は、“知って選ぶ”消費を広げる日。



近年、海洋環境の急激な変化により、
漁獲される魚の種類や時期、場所が大きく変わり、
産地では、想定していなかった新たな問題が生じています。

こうした中で大切なのは、
魚のおいしさに加え、その魚がどのような環境で育ち、
生産・加工・流通・販売の段階の努力・工夫を知った上で
水産物を選ぶこと。



消費者の選択の一つひとつが、水産業や地域の持続性を支え、
将来にわたって、おいしい魚を食べ続けることにつながる。

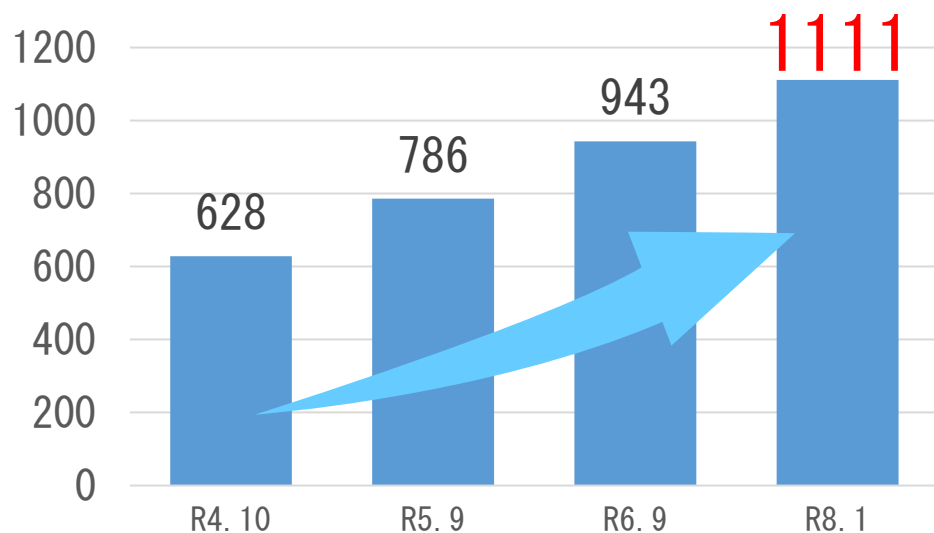
「いいさかなの日」に、賛同メンバーの皆様と、このことを発信するため、
2025年の「いいさかなの日」は、「サステナ消費」をテーマとしました。

8 令和7年度の取組成果と課題（Ⅰ 大手量販店企業等との連携強化①）

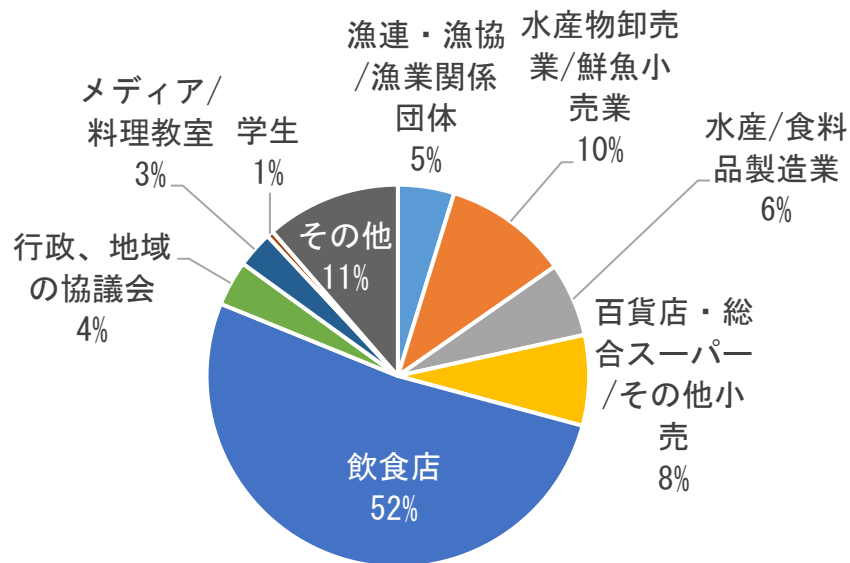
1) 「さかなの日」に取り組む企業・団体の増加

- ・賛同メンバー数が1,111に到達。漁連・漁協、自治体、学生グループ等が新たに参画。
- ・「ハロー！プロジェクト」所属タレントで構成される「さかなの日」応援隊の新体制のお披露目及び長官からの任命式を開催。応援隊からのさかな料理のSNS投稿に合わせ、魚料理を食べる多くのファンがXに投稿。
- ・「さかなの日」アンバサダーであるさかなくんが多くのイベントで「さかなの日」をPR。応援団であるサザエさん一家と賛同メンバーが、各種イベントやSNSで「さかなの日」をPR。

○賛同メンバー数の推移



○賛同メンバー数の組成



【課題・今後の方向】

賛同メンバーの数は増加したが、特に量販店から、売上増に直結しづらく、何をしたらよいかわからないとの意見があり、取組機運が低下。

⇒量販店から、産地とつながりを持ちたいとの意見があることから、「さかなの日」の枠組みを通じた交流を促進。

8 令和7年度の取組成果と課題（Ⅰ 大手量販店企業等との連携強化②）

2) 「さかなの日」賛同メンバーが連携した取組の増加

- ・「さかなの日」賛同メンバーが連携し、「いいさかなの日」には「サステナ消費」につながる新商品及び開発ストーリーの紹介、多様な主体が連携した取組を60以上展開。
- ・令和8年2月には、賛同メンバーによる交流会を開催（福岡、東京）。のべ約200名の賛同メンバーが出席。交流会をきっかけに、新商品の開発・販売、イベントや出版物への出演等、連携した取組が複数実現。

賛同メンバーが連携した取組



全漁連×イオンリテール(株)



海光物産×おやつカンパニー



ハウス食品(株)×イオンリテール(株)



東洋冷蔵(株)×長谷川町子美術館



デリア食品(株)×おやつカンパニー



フォーシーズ(株)×神奈川県



富山県×魚津水族館×寿司と言えば富山DAO

交流の機会創出



福岡会場(40名の参加)



東京会場(160名の参加)

【課題・今後の方向】

賛同メンバーから、賛同メンバーの交流や意見交換の場の増加を望む意見や、子どもが海や魚に触れる機会が減少しており、継続した魚食普及活動が重要との意見。

⇒賛同メンバー間の交流を促進し、賛同メンバー間が連携を促進する仕組み・手だてを実行。

⇒日本周辺で漁獲される多様なさかなの魅力を知ってもらう機会を増やしていく必要。

8 令和7年度の実績成果と課題 (2 環境、地域、健康などにフォーカスした取組の推進①)

1) 大阪・関西万博での「さかなの日」賛同メンバーと連携した情報発信

・令和7年6月、大阪・関西万博に「さかなの日」が出展。EXP0メッセ内ステージでは、(一社)大日本水産会魚食普及センター、長谷川町子美術館、水産庁との連携による貝磨きワークショップを実施。また、野外ステージでは、水産庁、「さかなの日」賛同メンバー及び水産女子メンバーが、日本の水産物の魅力や持続的利用の重要性を発信。賛同メンバーの取組が書籍化。

・山崎学園富士見中学校高等学校の探究活動に協力、生徒が探究成果を万博で発表。

賛同メンバーが連携した情報発信



賛同メンバーである青少年写真新聞社より、書籍化



【課題・今後の方向】

万博を契機に、賛同メンバー間で一定の連携が構築されたものの、一次的な連携に留まる可能性。

⇒万博を通じて形成された関係者間の連携を一過性のものとすることなく、水産資源の持続的利用、魚食普及の推進に向けた継続的な連携体制の発展を図っていくことが重要。



8 令和7年度の取組成果と課題

(2 環境、地域、健康などにフォーカスした取組の推進②)

2) 「クロダイのおいしさ認知向上プロジェクト」開始

令和7年6月、「クロダイのおいしさ認知向上プロジェクト」を開始。30以上の自治体、企業、施設と連携し、イベントや販売店において、クロダイのおかれた現状と課題、美味しさを伝えるため、クロダイ料理や商品を販売。小売業、外食チェーン店、料理人、メディア等から多くの関心・問い合わせがあり、漁業・加工現場からは、「クロダイの引き合いが強まり、驚いている」との意見。

クロダイ料理の販売



高島屋新宿店で中島水産が調理した岡山県産クロダイのなめろううどんを販売



道の駅保田小学校でクロダイ料理を販売



イベント・商談会でのPR



しながわ水族館でクロダイの展示



東京海洋大でクロダイフライの販売



さかな文化祭でクロダイのイタリア風南蛮漬けを販売



商談会への出展、イタリア料理シェフによる調理デモ



【課題・今後の方向】

クロダイのおいしさより、「食害魚」や「厄介者」を強調する取組が散見。
⇒クロダイが冬季に活動が活発になった背景には、経済活動の結果として発生している海洋環境の変化がある。厄介者といった評価ではなく、低・未利用魚を含めたすべてのさかなのおいしさを生かし、持続的利用を進めていくことが重要であるという考え方を含めて普及していく必要。

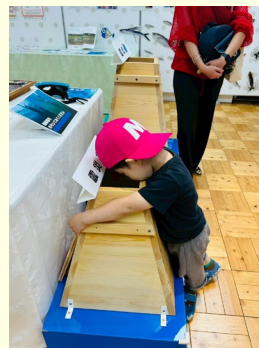
8 令和7年度の取組成果と課題

(2 環境、地域、健康などにフォーカスした取組の推進③)

3) 能登半島地震・豪雨からの復興支援

・令和7年10月、農林水産省の消費者の部屋において、輪島の海女3名及び石川県庁職員による復旧・復興の取組の報告会を開催。

海女漁の道具の展示を行ったほか、震災前後の海の様子を箱眼鏡を活用して展示。農林水産省のあふ食堂（株SANKO MARKETING FOODS）と連携し、石川県の水産物を使用した料理を提供。



消費者の部屋



【課題・今後の方向】

・能登半島地震・豪雨の影響が長期化。復興には相当な時間が必要。

⇒被災漁業者が、操業意欲を失わず1日も早く経営再建できるように継続した支援が不可欠。

4) 子ども、親子を対象としたワークショップ、展示の実施

・子ども霞ヶ関見学デー（令和7年8月）や「いいさかなの日」において、「さかなの日」賛同メンバーと連携し、子ども、親子を対象としてさかなの魅力や持続的利用の重要性を伝える情報発信、ワークショップを開催。



しながわ水族館での企画展示



さかな文化祭での横浜市立大と連携したワークショップ

【課題・今後の方向】

・子どもへの魚食普及活動は、一朝一夕で成果が出るものではない。

⇒魚食習慣を形成するため、学校給食や体験活動、情報提供などの取組を継続的に推進していくことが重要。

8 令和7年度 of 取組成果と課題

(3 調理や掃除の簡便性にフォーカスした取組①)

1) 簡単調理・掃除の情報発信

- ・Fish-1グランプリ（主催：全漁連、後援：水産庁）において、日本ガス石油機器工業会及び全漁連の連携のもと、ガスグリルを使った簡単でおいしく焼き魚を作るコツを紹介。グリル＝調理や掃除が面倒というイメージが払しょくされたとの声。
- ・シーフード料理コンクール（主催：全漁連、後援：農林水産省）は、時短・簡単・おいしいさかな料理を募集。
- ・農林水産省Xではクリスマスに簡単に作れるしゃけ料理を紹介。75万インプレッションを記録、多くの企業もしゃけ料理を投稿。一般消費者から「しゃけ料理を食べた」との投稿も多数。

簡単で美味しいさかな料理の募集・紹介



Fish-1のステージ「スコンロのグリル調理で魚料理をもっと手軽においしく」



シーフード料理コンクール最優秀賞



ガスグリル調理デモ



最優秀賞を受賞したのは小学校3年生！

SNSを活用した情報発信

農林水産省 @MAFFJ...・2025年12月18日
【クリスマスを楽しみに🎄】
いよいよ来週は#クリスマス🎄
クリスマスといえば#しゃけ🐟

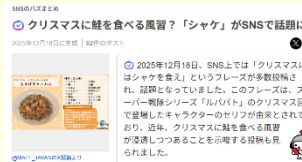
なぜかクリスマスにはしゃけがよく売れるんだとか...

#しゃけ界隈
#さかなの日



クリスマスにしゃけ推し再燃！「#クリスマスにはしゃけを食べ」流行

スーパー戦隊シリーズのクリスマス回で魅惑人「サモーン・しゃけキスタン」が叫んだ「クリスマスにはしゃけを食べ！」が元ネタで、毎年12月にXで復活。今年はスーパー戦隊公式の再投稿から農林水産省、王子サーモン、吉野家らが参加し、しゃけメニューが広がった。ユーザーたちは鮭定食や茶漬けを投稿し、全スーパー戦隊隊ではサモーン本人が「メリークリスマス！」とグリーティング。栄誉豊富なしゃけがユーモアたっぷりにクリスマスを温かく彩っている。



【課題・今後の方向】

消費者のタイパ、コスパを求めるニーズは高く、「魚調理は面倒」であることが消費のマイナス要因。

⇒消費者が気軽に組み込んでみたくなる簡単調理・掃除に係る情報発信とを行うとともに、調理の負担を軽減する商品やサービスの提供を継続的に進めていく必要。

9 令和8年度「さかなの日」推進方針（案）

1 大手量販店企業等との連携の強化

- (1) 「さかなの日」賛同メンバー等への資源管理の取組等を含めた水産施策情報の積極的な発信と活発な意見交換の実施
- (2) 「さかなの日」ロゴマークや「さかなの日」HPでの賛同メンバーの取組に関する情報発信についての更なる活用の推進
- (3) 「さかなの日」賛同メンバー間の情報共有や交流の強化を通じた更なる連携の促進

2 環境、地域、健康などにフォーカスした取組の推進

- (1) 地域の旬の魚、郷土料理、加工品の特色、海業等、魚食に関連する様々な情報を組み合わせた、より消費者に訴求力のある情報発信の強化や連携した取組の推進
- (2) ~~小売段階とも連携した漁業や資源管理、海洋環境の変化など「サステナ消費」につながる情報発信の強化~~
学校、地域、民間事業者等と連携し、特に子どもや親子を対象とした、さかなのおいしさや楽しさを体験できる取組や、海洋環境の変化に対応した資源管理についての学びの機会等を提供することにより、水産業への理解を深めるとともに、日常的な魚食習慣の形成や「サステナ消費」を推進
- (3) 「さかなの日」賛同メンバーと連携した魚の健康効果などの情報発信や年代別等の課題にフォーカスした情報発信の強化

3 調理や掃除の簡便性にフォーカスした取組の推進

- (1) 調理器具メーカーやレシピ共有サイト運営会社等と連携した魚料理の簡単調理・簡単掃除等の情報発信の強化、**消費者が日常的にさかなを選択しやすい商品形態での提供**
- (2) 家庭での魚の調理が促進されるための時短レシピや消費者になじみのない魚の調理方法等の情報発信の強化や料理コンクールの展開

上記の取組について、実施状況や消費者の反応等を把握しながら、好事例の共有や改善を通じて、継続的な取組に発展

10 水産庁事業の紹介

持続可能な水産加工流通システム推進事業

令和8年度予算概算決定額 582百万円（前年度 582百万円）

〔令和7年度補正予算額（原材料転換対策）804百万円〕

<対策のポイント>

海洋環境の激変による原材料不足や、人手不足といった水産加工・流通が直面する喫緊の課題に対応して水産物を持続的かつ安定的に供給していくため、サプライチェーン上の関係者による課題解決のための取組、加工原材料の安定供給を図る取組、「さかな×サステナ」をコンセプトとした水産物消費拡大に向けた取組を支援します。

<事業目標>

- 水産加工連携プラン支援事業の優良事例の全国的な横展開（5件以上〔令和14年度まで〕）
- 対象水産物の産地価格の変動（乱高下）の抑制（変動係数0.25以内〔令和14年度まで〕）
- 魚介類（食用）の年間消費量（39.8kg/人〔令和14年度まで〕）

<事業の内容>

1. 水産加工連携プラン支援事業

水産物を持続的かつ安定的に供給するため、生産・加工・流通・販売を含むサプライチェーン上の関係者や金融機関等の専門家が幅広く連携して行う、水産加工流通の課題解決のための取組を総合的に支援します。

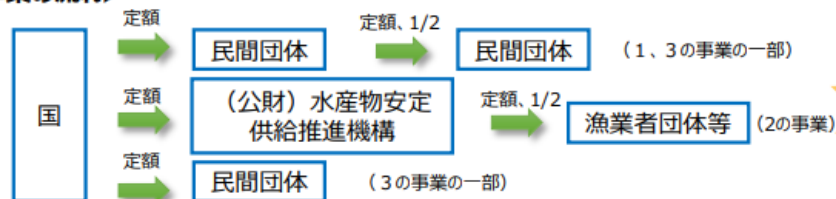
2. 特定水産物供給平準化事業

水産加工業者への加工原材料の安定供給を図るため、漁業者団体等が行う水産物の買取り・冷凍保管・販売の取組を支援します。

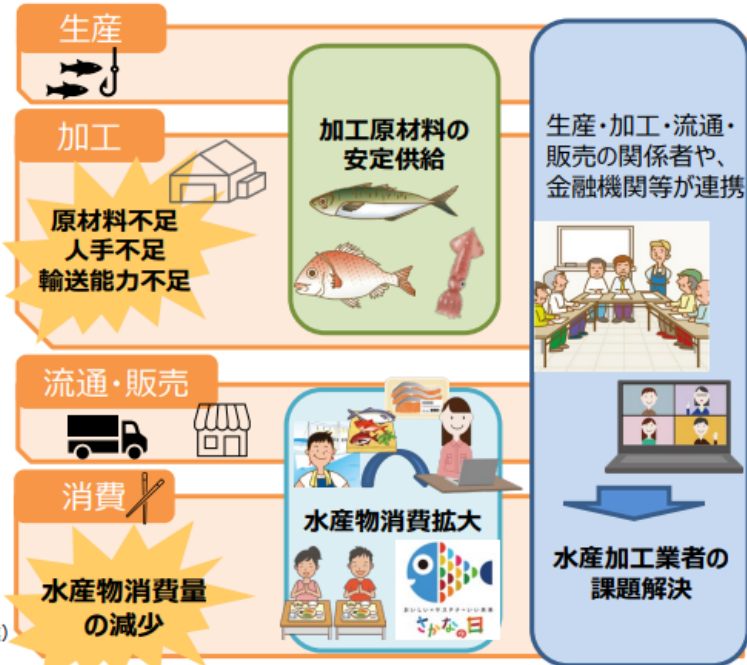
3. 持続可能な水産物消費拡大推進事業

持続可能な水産物の消費拡大のため、学校給食等を活用した魚食普及活動、「さかなの日」賛同メンバーの連携による水産物の消費拡大の取組を支援します。

<事業の流れ>



<事業イメージ>



〔お問い合わせ先〕 水産庁加工流通課（03-3502-8203）

1) 水産加工連携プラン支援事業

海洋環境の激変による原材料不足や人手不足、輸送能力不足といった水産加工・流通業が直面する喫緊の課題の解決に向け、生産・加工・流通・販売を含むサプライチェーン上の関係者や金融機関等の専門家の連携による水産加工・流通の取組を総合的に支援。

補助率: 定額、1/2

<事業の内容>

1. 加工流通等連携プラン策定支援事業

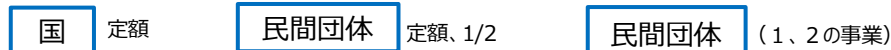
生産者、加工・流通業者、販売事業者、金融機関等の専門家による連携協議会の立ち上げや、連携協議会による水産加工・流通の課題解決に向けたプラン策定・審査・アドバイザー派遣等を支援します。

2. 加工流通等連携プラン・スタートアップ支援事業

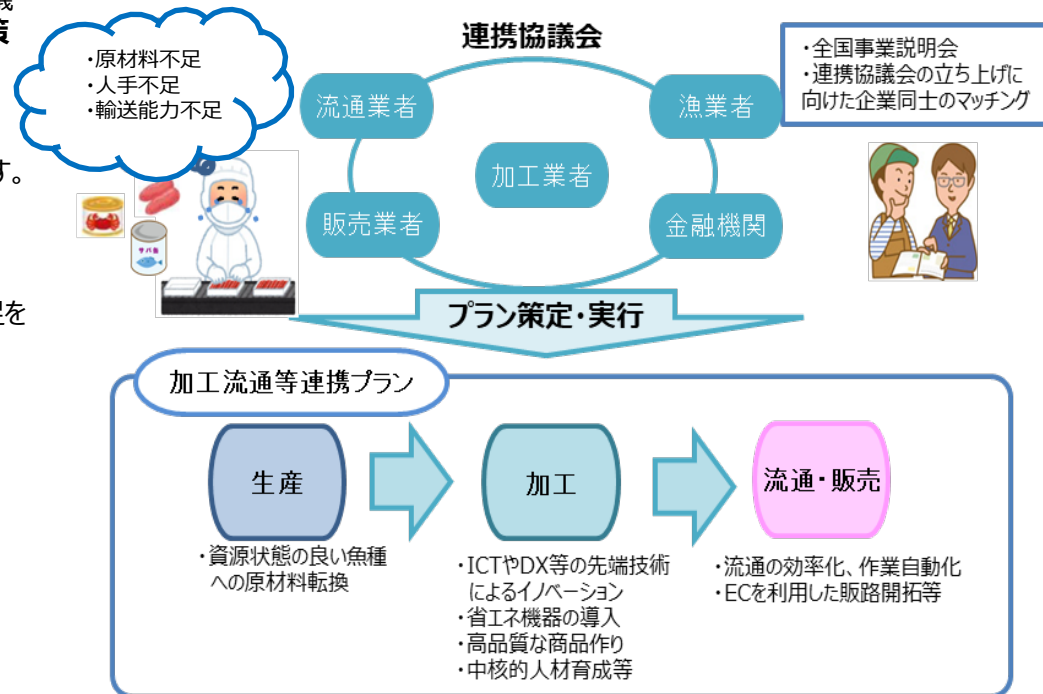
認定を受けたプランに基づく以下の取組を実行するために必要な経費を支援します。

- ① 海洋環境の激変等による原材料不足に対処し、資源状態の良い魚種への原材料転換等を行う取組
- ② ICTやDX等の先端技術、高品質な商品作り等による生産性を向上する取組
- ③ 流通の効率化、新たな鮮度保持技術の導入、作業自動化等を通じて人手不足を解消し無駄のない持続的な供給体制を構築する取組
- ④ その他持続可能な水産加工流通業の実現に資する取組

<事業の流れ>



<事業イメージ>



2) 学校給食及び課外授業を活用した魚食普及活動への支援

民間団体等が行う、学校給食及び課外授業を活用した体験型の魚食普及活動の取組に対し、経費の一部を支援。

支援対象：専門家の謝金・旅費、食材費、保険代

補助率：1/2

《令和7年度の活用事例》



川崎北部市場水産仲卸協同組合による幼稚園への出前授業

(一社)SD BlueEarth 青い地球を育む会による豊洲市場見学と料理教室の開催



小田原の魚ブランド化・推進協議会による寿司づくり体験

2) 広域浜プラン実証調査事業

広域浜プランに基づき、複数の漁業地域が広域連携で行う、地域全体での水産関連施設の効率的利用や機能の再編、共同出荷や共同販売による販売力強化等の取組を進めるための基盤調査や実証試験等に必要な経費を支援。

<支援メニュー>

① 漁協機能統合・再編メニュー

(漁協の経営・事業改善の促進に資する取組が対象)

・産地市場等の機能再編強化タイプ

各浜が有する荷捌き、加工、製氷施設や種苗生産施設を地域全体で再編し、機能の集約・強化を図る。

・共同出荷等の販売力強化タイプ

複数の漁協が共同で出荷・販売を行い、出荷コストの削減や仲買人の集積を図る。また、量販店や直売所の集約、共同で販売促進・PR等に取り組む。

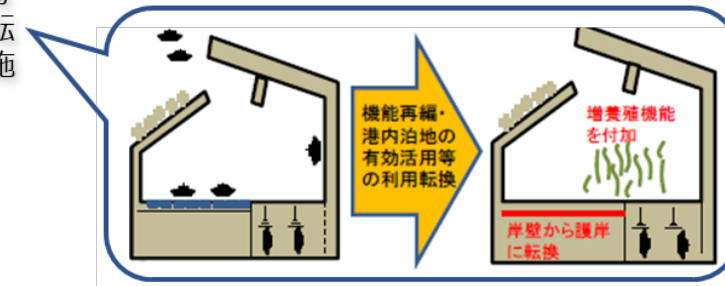
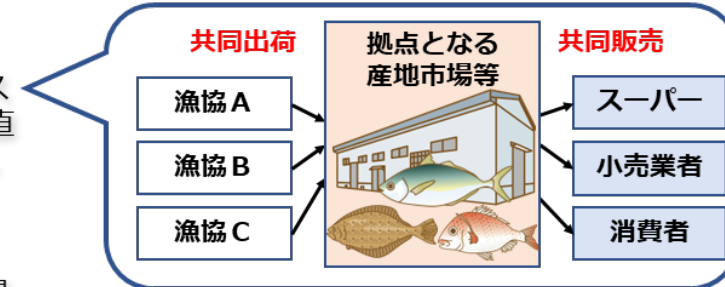
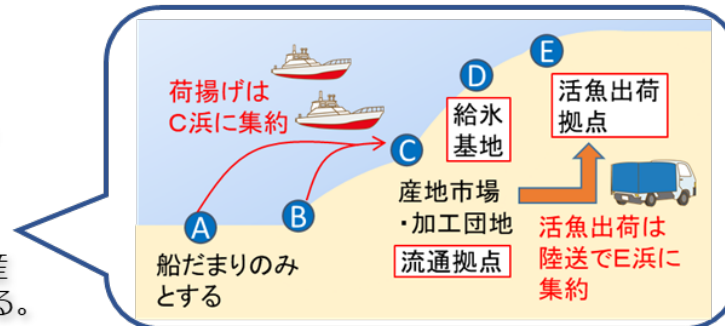
・漁港機能の高度化タイプ

漁港内の水域・陸域を有効利用する必要がある場合に、増養殖場や蓄養水面、親水施設等の利用の転換や、加工施設等漁港機能の高度化を図るための施設再編計画を検討する。

等

② 一般メニュー (第1期目のプランのみ対象)

漁協機能統合・再編メニュー以外のもの



<支援額>

①のメニュー

1取組当たり
上限200万円

(最長5年)

1プランで
複数の取組の
位置付けが可能

②のメニュー

1プラン当たり
上限200万円

(最長3年)

<交付先>

広域浜プランを
策定している
広域水産業
再生委員会
又は
広域漁船漁業
構造改革委員会

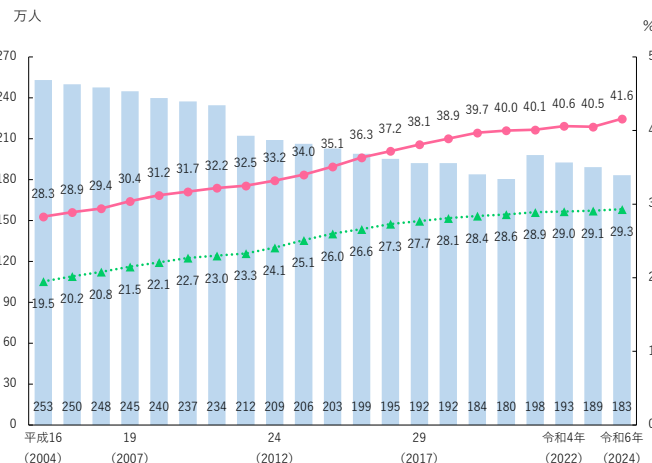
<主な支援対象経費> 設備機材リース費、検討会開催費、調査・分析費、試作品製作費、視察旅費 等

3) 海業の推進

- 漁村の交流人口は約 2 千万人と大きなポテンシャルを有しており、豊かな自然や漁村ならではの地域資源の価値や魅力を活かした海業の推進により、地域の所得向上と雇用機会の確保を図ることが必要。
- **令和 8 年度末までの目標**として、**漁港における新たな海業等の取組**を、おおむね**500件**展開。
- この目標の達成に向けて、漁港施設等活用事業や海業振興支援事業の創設等を行い、海業を推進。

■ 漁村の交流人口及び交流施設の設置状況の推移

	平成29 (2017)	平成30 (2018)	令和元 (2019)	令和2 (2020)	令和3 (2021)	令和4 (2022)	令和5 (2023)
漁村の交流人口 (千人)	19,854	20,024	20,222	18,558	20,108	23,420	23,710
水産物直売所等の 交流施設 (箇所)	1,371	1,390	1,451	1,490	1,458	1,473	1,476



資料：漁港背後集落の人口推移と高齢化率は水産庁調べ、全国の高齢化率は総務省「人口推計」(国勢調査実施年は国勢調査人口による)
(注：1) 高齢化率とは、各区分ごとの総人口に占める65歳以上の人口の割合。
(注：2) 平成23 (2011) ～令和2 (2020) 年の漁港背後集落の人口及び高齢化率は、若手、宮城及び福島県の3県を除く。



■ 海業の場として漁港を活用



水産物販売施設



漁業体験



岸壁前に立地するレストラン



漁村の魅力を活かした宿泊 (泊り)

海業の推進のための主な取組

(1) 改正漁港漁場整備法施行による「漁港施設等活用事業」の普及

令和 6 年 4 月に施行された「漁港及び漁場の整備等に関する法律」に基づき、漁港施設の長期貸付け、水面等の長期占用等を可能とする「漁港施設等活用事業」により、漁港を活かした海業の取組を推進。

(2) 海業振興関係予算

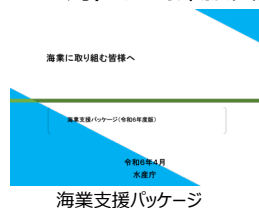
- 令和 6 年度補正予算及び令和 7 年度当初予算において、海業の立ち上げに必要な実証調査等に対する事業を新たに措置。
- 関係省庁等協力の下、海業に取り組む際に関連する施策をまとめた「海業支援パッケージ」を作成、周知。

(3) 情報発信、横展開

- 水産庁において、「海業の推進に取り組む地区」を募集し、86地区を決定・公表 (令和 7 年 4 月時点)。これら地区に対して、個別の助言や海業に関する情報共有を実施するとともに、「海業推進全国サミット」を開催。
- 地方公共団体、漁協・漁業関係者、民間企業、民間団体等を対象とした「海業推進全国協議会」を開催し、海業の優良な取組事例の普及・横展開等を実施。
- 大阪・関西万博「UMIGYO」の国際発信 (令和 7 年 6 月)。
- 海業ポスター、海業動画、海業マンガ、漁港マスコットキャラクターの作成。

(4) 体制

- 海業振興総合相談窓口 (海業振興コンシェルジュ) の開設。
- 漁港漁場整備部「計画課」を「計画・海業政策課」に改組するとともに (令和 6 年 10 月)、「海業振興室」を設置 (令和 7 年 4 月)。



マンガ「うみぎよう!」



漁港マスコットキャラクター

(左:「うみにゃーご」、中央:「ぎょっこん」、右:「うみーぎょ」)