

さかなの日推進会議（第6回） 議事要旨

日時：令和8年3月16日（月）13:30～15:00

場所：農林水産省8階（対面・リモート開催）

- ・出席委員：千野 和利 一般社団法人離島振興地方創生協会 理事長（座長）
小竹 貴子 クックパッド株式会社 Evangelist
コーポレートブランディング本部長
竹島 美保 株式会社ぐるなび 専務執行役員
松本 光司 株式会社イトーヨーカ堂 F&D事業部 鮮魚部
溝上 宏 キッズキッチン協会 事務局長
- ・議題：（1）令和7年度「さかなの日」の実施報告（事務局及び水産庁より報告）
（2）令和8年度「さかなの日」推進方針（案）について
（3）令和8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)および水産庁より報告後、議題（2）について水産庁より説明。その後、（3）意見交換での出席委員の主な意見は以下の通り。

・産地フェア等の実施にあたり、流通側のバイヤーが全国の産地や食文化の深い部分まで把握するのは難しい。1,100もの賛同団体がある中で、産地と流通を繋ぐコーディネーター的な役割を量販店が担うことで、末端の顧客へのアプローチをより強固なものにできる。また、魚価が高騰する中、料理の失敗が少なく簡便な「ミールキット」が幅広い層に支持されており、売り方を変化させることで消費者の水産物消費に対する「調理が面倒」というマイナスイメージを払拭することが可能である。輸入商材と国産商材を適切に組み合わせ、冷凍商品等も活用しながら、顧客の多様なニーズに応える選択肢を提示し続けることが、流通現場での使命であると考えている。

・家計において魚の価格高騰は深刻であり、単に「水産物を食べましょう」と呼びかけるだけでは解決できない、「食べたくても高く買えない」という現実がある。一方で、クックパッドの検索データでは「冷凍鮭」「冷凍鯖」「海藻」の需要が伸びており、冷凍技術の向上も相まって日常的に魚を食べる習慣の入り口となっている。今後は課題ばかりでなく、伸びしろのある分野（冷凍商材等）に着目したマーケティングを展開し、消費者が日常的に魚を選択しやすい環境を作ることが重要である。魚を「ひとくくり」に捉えるのではなく、現代のライフスタイルに合致する分野を特定し、そこを戦略的に伸ばしていくための具体的な施策が必要である

・飲食店をメディアとして活用し、魚料理の提供に関わる人や魚への感謝、「未来においしい魚を残す」といったメッセージを継続的に発信していくべきである。また、学校給食や保健だよりを通じて、子供たちに海の現状や感謝の気持ちを伝えることも、活動を継続する上で大きな意味を持つ。さらに、健康意識の高まりを踏まえ、特に若

年層に対しては筋肉づくりやオメガ3摂取など健康・栄養面からのアプローチも有効と考えられる。食材コストが高騰する中、単なるフェア開催にとどまらず、飲食店や教育現場を通じて「魚を食べることの価値」を多角的に発信していく必要がある。

- ・「さかなの日」の認知度は着実に向上しており、賛同メンバー間の交流意欲も高まっている。活動当初の厳しい評価を乗り越え、現在は官民の連携が深まっており、この勢いを活かして、より実効性のある活動へと発展させていきたい。特に子供たちの食育を担う立場からは、魚を教材として活用した先進的な取り組みを共有し、多くのプレイヤーが活躍できる場を広げることを強化していきたい。価格高騰などの悲観的な側面だけでなく、どうすればお魚をより身近に、そして価値あるものとして次世代へ繋いでいけるかという前向きな議論と交流を促進したい。

また、「さかなの日」は単なる水産物の販促の日ではなく、賛同メンバーが1,100を超えた、官民連携による魚食普及のプラットフォームである。2月に開催された「さかなの日」賛同メンバーの交流会には、やる気のある多くのメンバーが出席していた。この仕組みやモチベーションを有効に活用し、水産物の持続的利用を推進していくことが重要。

- ・円安や国際情勢の変化、水産資源の減少、人口の減少及び高齢化等により、地方の水産業の衰退が著しい。地方の生産力の向上、水産業の振興が急務となっている。「さかなの日」は水産物の消費拡大を掲げているが、増やすべき水産物がないし、価格は高騰し続けている。従来の「水産物の消費量が減ったから食べよう」という数十年間の比較に基づくキャンペーンから一歩進み、海の中の限られた資源やタンパク源としての魚に「感謝して食べる」という精神性を強調するフェーズに来ている。高騰する鮮魚と、利便性の高い冷凍商材とのギャップ（二極化）という現実を直視し、貴重な水産資源をいかに大切に食していくかという「感謝の運動」への転換が必要である。水産現場の実態と現行の「さかなの日」の水産物消費拡大キャンペーンの乖離を埋めることが急務であり、「さかなの日」は今の時代背景に即した、より一人ひとりの心に響くアプローチを再構築すべきである。

以上