

令和5年度以降の我が国水産の動向



いしのまき
石巻市水産物地方卸売市場（宮城県石巻市）

第1章

我が国の水産物の需給・消費をめぐる動き



ホヤ（宮城県産）

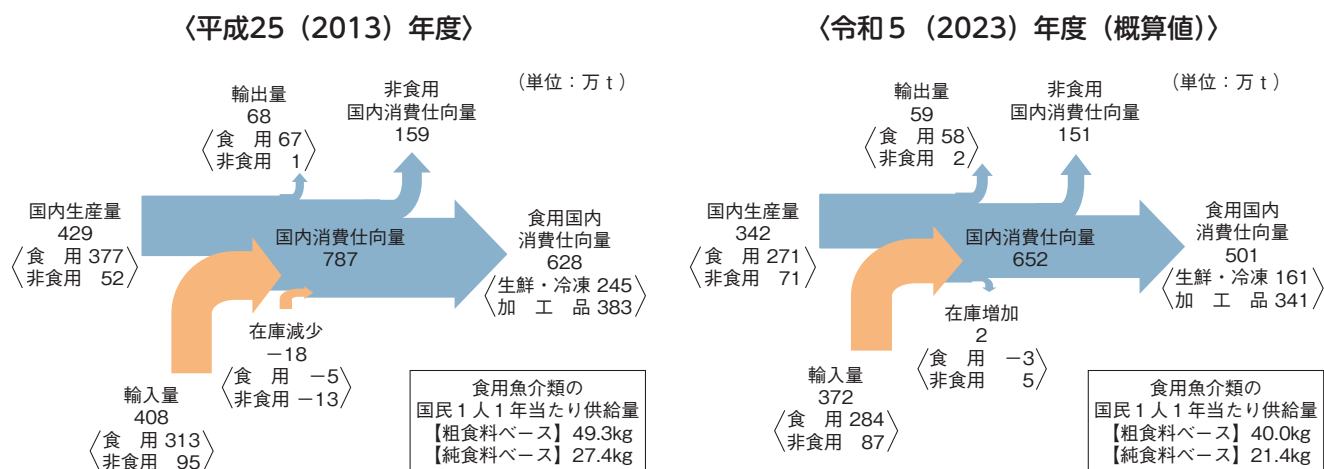
(1) 水産物需給の動向

ア 我が国の魚介類の需給構造

〈国内消費仕向量は652万t〉

令和5（2023）年度の我が国における魚介類の国内消費仕向量^{*1}は652万t（原魚換算ベース、概算値）となり、そのうち501万t（77%）が食用国内消費仕向量、151万t（23%）が非食用（飼肥料用）国内消費仕向量となっています。国内消費仕向量を平成25（2013）年度と比べると、それぞれ、国内生産量が87万t（20%）、輸入量が36万t（9%）、輸出量が9万t（13%）減少したことから、計135万t（17%）減少しています（図表1-1）。

図表1-1 我が国の魚介類の生産・消費構造の変化



資料：農林水産省「食料需給表」

- 注：1）数値は原魚換算したものであり（純食料ベースの供給量を除く）、海藻類、捕鯨業により捕獲されたもの及び鯨類科学調査の副産物を含まない。
- 2）原魚換算とは、輸入量、輸出量等、製品形態が品目別に異なるものを、製品形態ごとに所定の係数により原魚に相当する量に換算すること。
- 3）粗食料とは、廃棄される部分も含んだ食用魚介類の数量であり、純食料とは、粗食料から通常の食習慣において廃棄される部分（魚の頭、内臓、骨等）を除いた可食部分のみの数量。
- 4）令和5（2023）年度概算値については、令和6年能登半島地震の影響により、国内生産量に係る統計発表時点でデータのとりまとめができなかった石川県について、過去の生産量を基に推計。

イ 食用魚介類の自給率の動向

〈食用魚介類の自給率は54%〉

我が国の食用魚介類の自給率（重量ベース）^{*2}は、昭和39（1964）年度の113%をピークに低下傾向で推移し、平成12（2000）～14（2002）年度の3年連続で最も低い53%となりました。その後は、微増から横ばい傾向で推移し、令和5（2023）年度における我が国の食用魚介類の自給率（概算値）は前年度から2ポイント低下し54%となりました（図表1-2）。これは、国内消費仕向量が減少したものの、国内生産量がそれ以上に減少したこと等によるものです。

食用魚介類の自給率は、国内消費仕向量に占める国内生産量の割合であるため、国内生産量が減少しても、国内消費仕向量がそれ以上に減少すれば上昇します。このため、自給率の増減を考える場合には、その数値だけでなく、算定の根拠となっている国内生産量や国内消

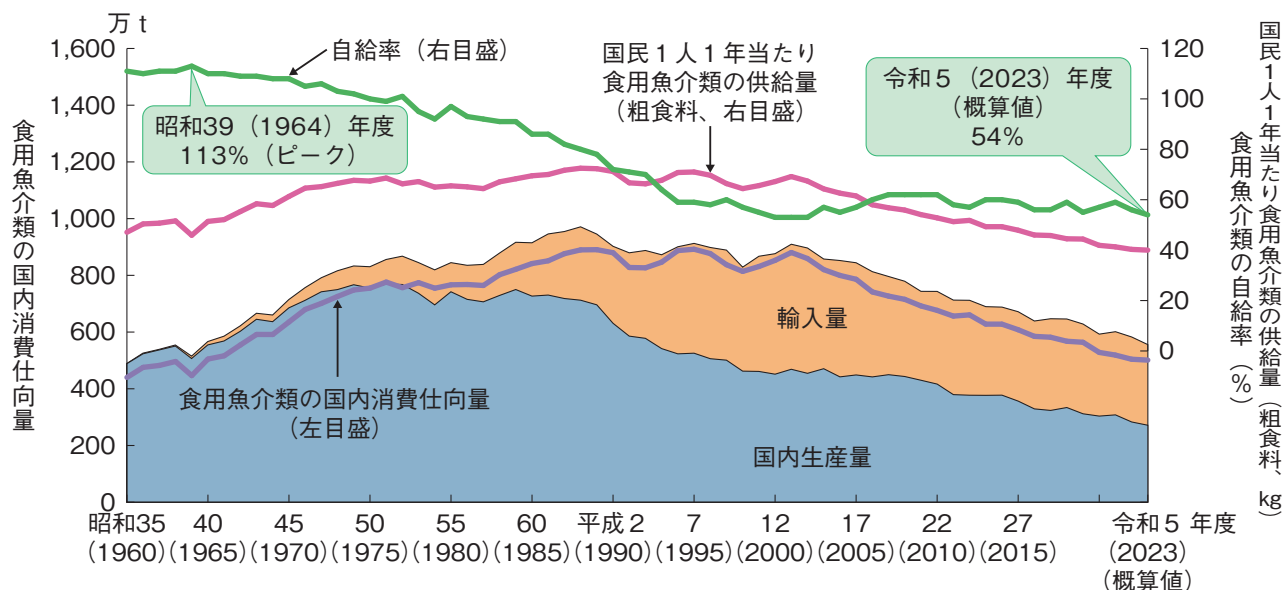
*1 国内消費仕向量＝国内生産量＋輸入量－輸出量±在庫の増減量。

*2 自給率（%）＝（国内生産量÷国内消費仕向量）×100。



費仕向量の動向にも目を向けることが重要です。

図表1-2 食用魚介類の自給率の推移



資料：農林水産省「食料需給表」

注：自給率 (%) = (国内生産量 ÷ 国内消費仕向量) × 100。

国内消費仕向量 = 国内生産量 + 輸入量 - 輸出量 ± 在庫の増減量。

(2) 水産物消費の状況

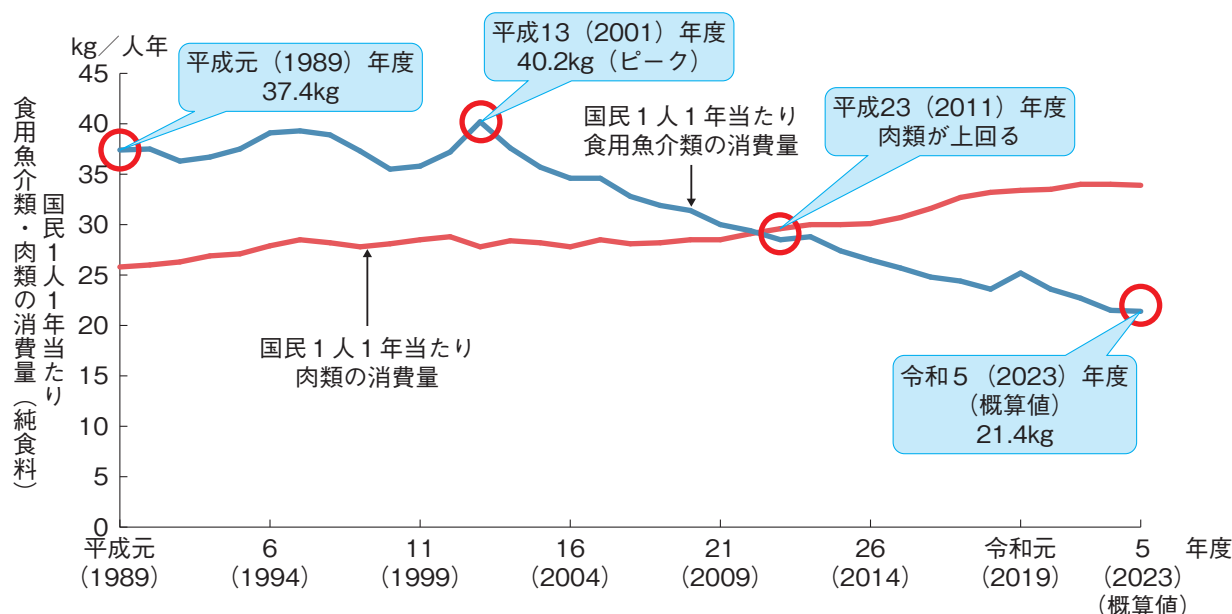
ア 水産物消費の動向

〈食用魚介類の1人1年当たりの消費量は21.4kg〉

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（2001）年度の40.2kgをピークに減少傾向にあり、令和5（2023）年度には前年度より0.1kg少ない21.4kg（概算値）となりました。一方、肉類の1人1年当たりの消費量は増加傾向にあり、平成23（2011）年度以降の食用魚介類の1人1年当たり消費量は肉類の1人1年当たりの消費量を下回っています（図表1-3）。

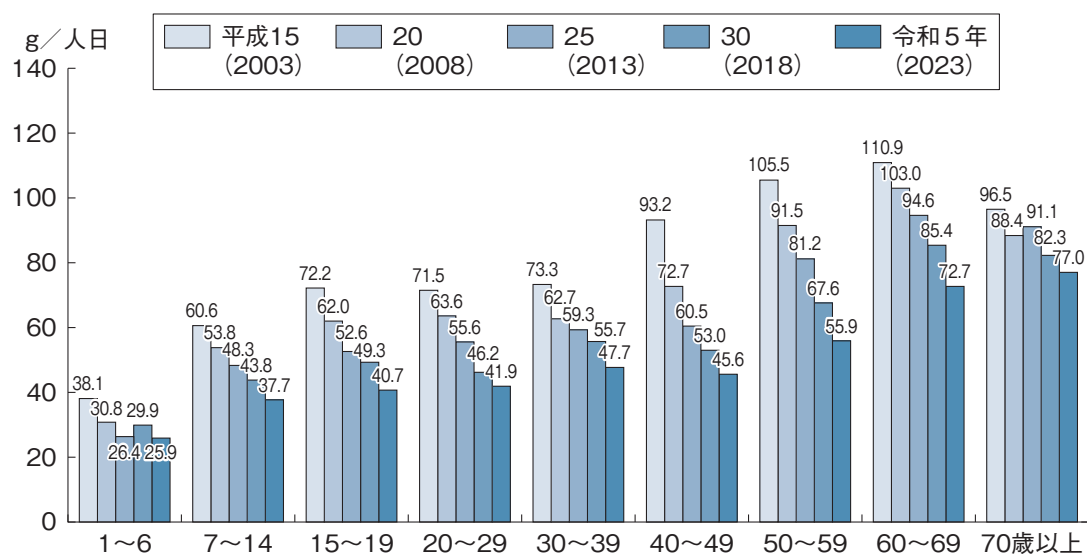
なお、年齢階層別の魚介類摂取量を見てみると、平成15（2003）年以降はほぼ全ての層で同摂取量が減少傾向にあります（図表1-4）。

図表1-3 食用魚介類の1人1年当たり消費量の変化（純食料ベース）



資料：農林水産省「食料需給表」

図表1-4 年齢階層別の魚介類の1人1日当たり摂取量の変化



資料：厚生労働省「国民健康・栄養調査」に基づき水産庁で作成

注：平成30（2018）及び令和5（2023）年の70歳以上の摂取量は、70～79歳の摂取量と80歳以上の摂取量をそれぞれの調査対象人数で加重平均して算出した。

〈よく消費される生鮮魚介類は、イカ・エビからサケ・マグロ・ブリへ変化〉

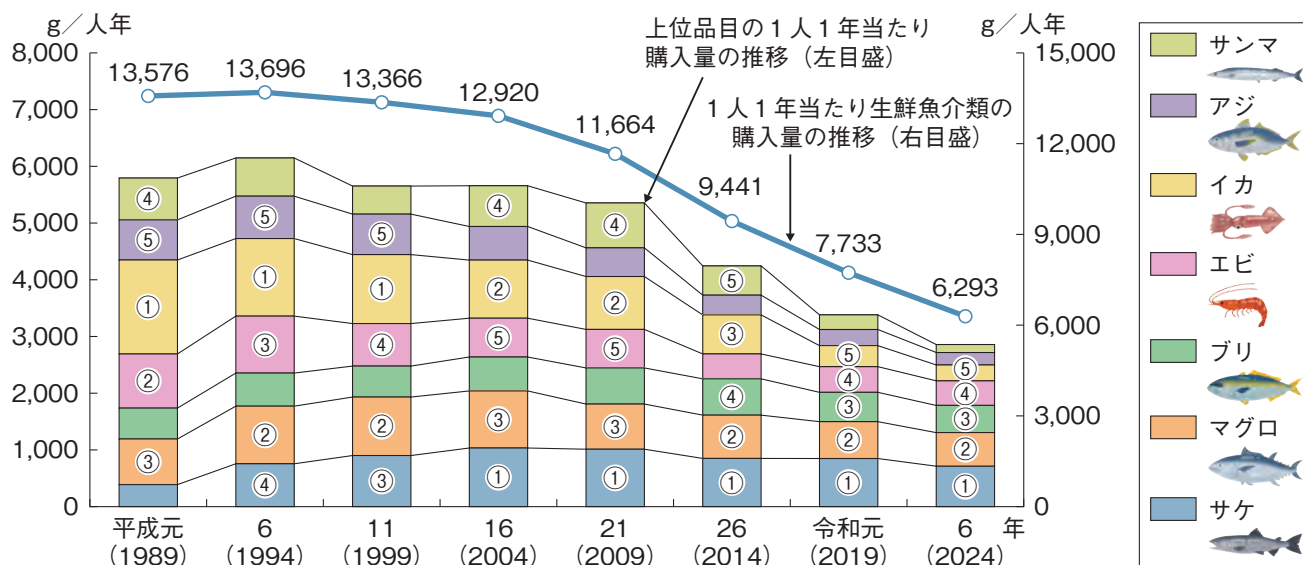
我が国の1人1年当たり生鮮魚介類の購入量が減少し続けている中、比較的多く消費される生鮮魚介類の種類は変化しています。平成元（1989）年頃にはイカやエビが上位を占めていましたが、近年は、サケ、マグロ及びブリが上位を占めるようになりました（図表1-5）。

また、かつては、地域ごとの生鮮魚介類の消費量が比較的多い魚種は、その地域で漁獲されるものが中心でしたが、流通技術や冷蔵技術の発達により、以前はサケ、マグロ及びブリがあまり流通していなかった地域でも購入しやすくなったこと、調理しやすい形態で購入できる魚種の需要が高まったこと等により、これらの魚種が全国的に消費されるようになって



います。特にサケは、平成期にノルウェーやチリの海面養殖により生産された生食用サーモンの国内流通量が大幅に増加したこともあり、我が国内の各地域間での大きな消費量の差がみられなくなっています。

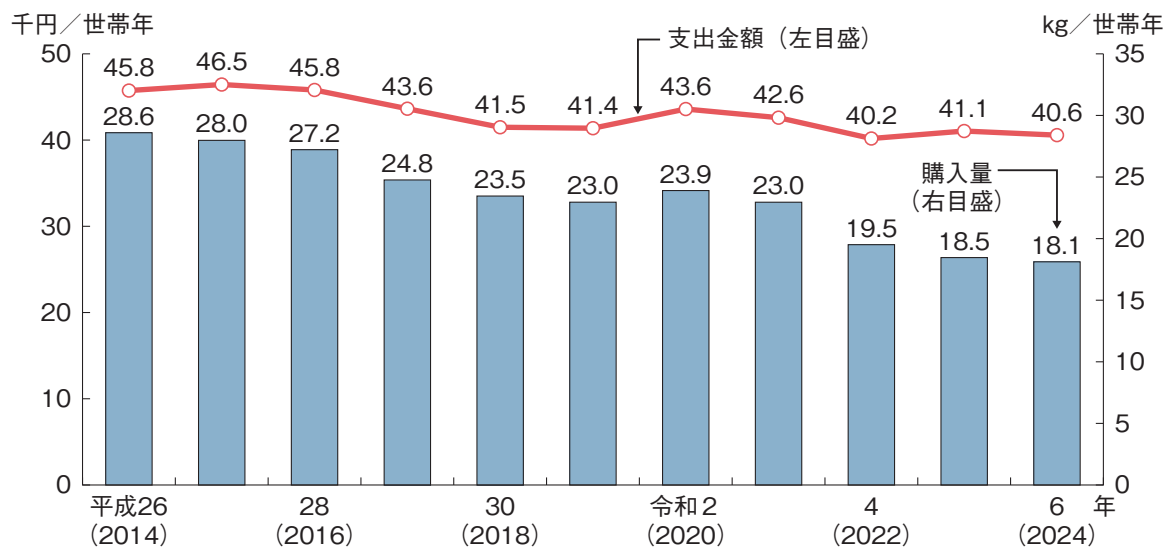
図表1-5 生鮮魚介類の1人1年当たり購入量及びその上位品目の購入量の変化



〈生鮮魚介類購入量は長期的には減少傾向〉

生鮮魚介類の1世帯当たりの年間購入量は令和元（2019）年まで一貫して減少してきましたが、令和2（2020）年には、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で家での食事（内食）の機会が増加したことにより、スーパーマーケット等での生鮮魚介類の購入機会が増加した結果、同購入量が増加しました。しかし、同購入量は令和3（2021）年から再び減少傾向に転じ、令和6（2024）年は前年より2%減の18.1kgとなり、年間支出金額は前年より1%減の40.6千円となりました（図表1-6）。

図表1-6 生鮮魚介類の1世帯当たり年間支出金額・購入量の推移



資料：総務省「家計調査」

注：1) 対象は二人以上の世帯。

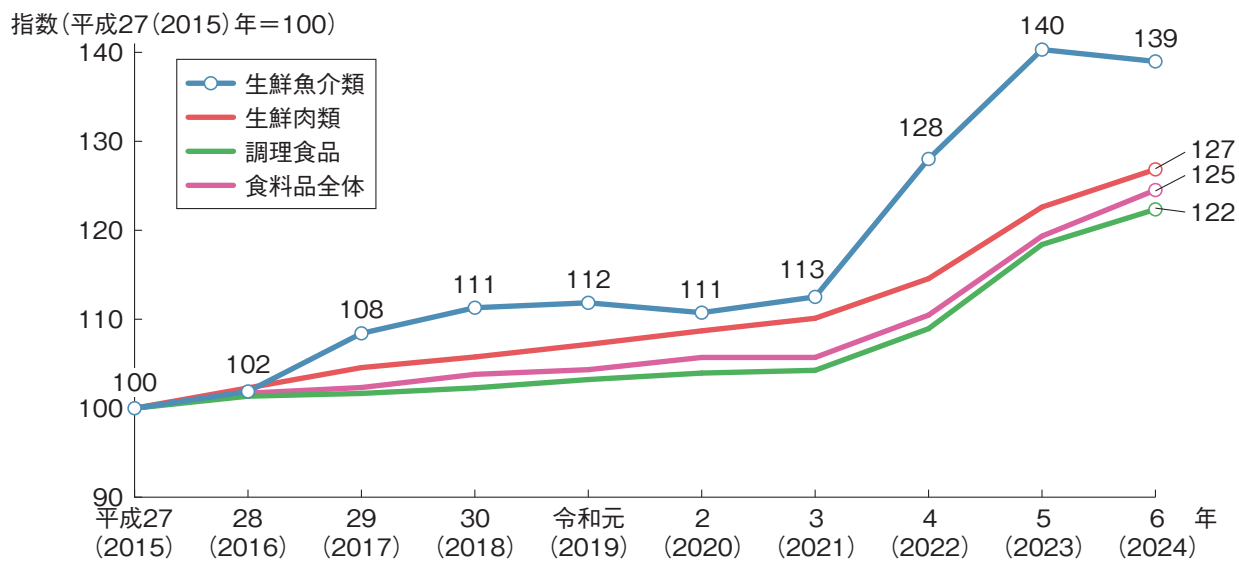
2) 平成30 (2018) 年に行った調査で使用する家計簿の改正の影響による変動を含むため、時系列比較をする際には注意が必要。

平成27 (2015) 年以降、食料品全体の価格が上昇しており、特に生鮮魚介類及び生鮮肉類の価格が大きく上昇しています。とりわけ、令和4 (2022) 年以降生鮮魚介類の消費者物価指数は大幅に上昇しており、これは、新型コロナウイルス感染症拡大による世界的な経済活動の停滞からの回復、急速な円安等による水産物輸入価格の上昇、国内生産の減少等の影響によるものと考えられます。令和6 (2024) 年の同指数は前年からほぼ横ばいとなっています (図表1-7)。

令和6 (2024) 年における生鮮魚介類の1人1年当たり購入量は前年より2%減少しました。価格の上昇による購入量への影響について、日本生活協同組合連合会が令和5 (2023) 年5月に行った調査によると、「(魚を) より安い商品に切り替えた」と回答した人は約6%である一方、「(魚の) 購入頻度や量が減った」と回答した人は約18%であり、同様に「購入頻度や量が減った」と回答した肉 (約13%) や野菜 (約8%) を上回っています (図表1-8)。生鮮魚介類の1人1年当たり購入量は価格上昇に反比例して減少する傾向にあることから、その価格の大幅な上昇は購入量減少の一因と考えられます (図表1-9)。



図表1-7 食料品の消費者物価指数の推移

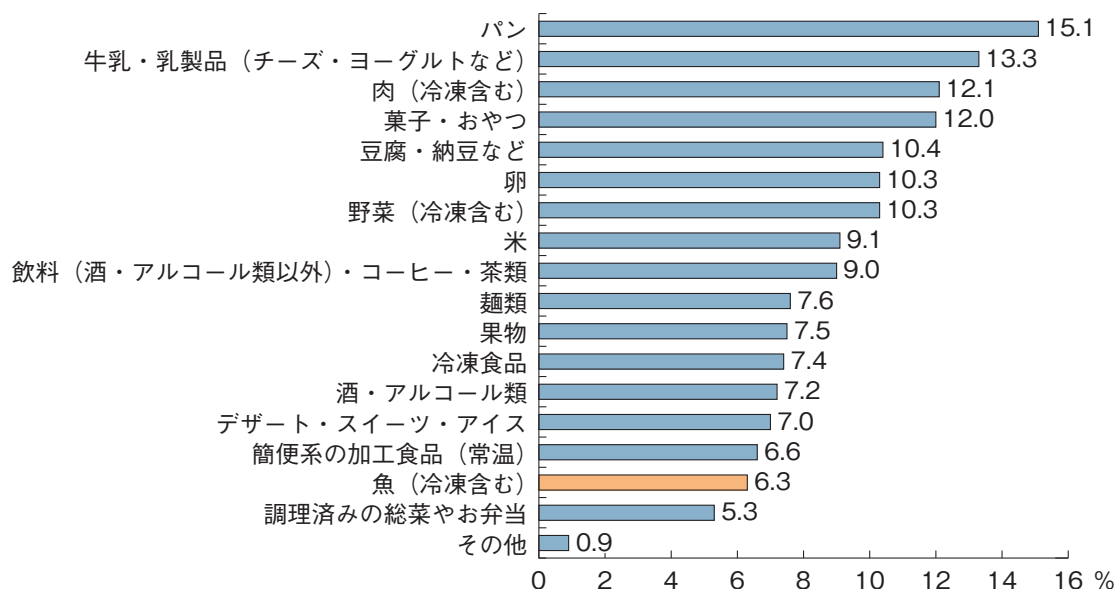


資料：総務省「消費者物価指数」に基づき水産庁で作成

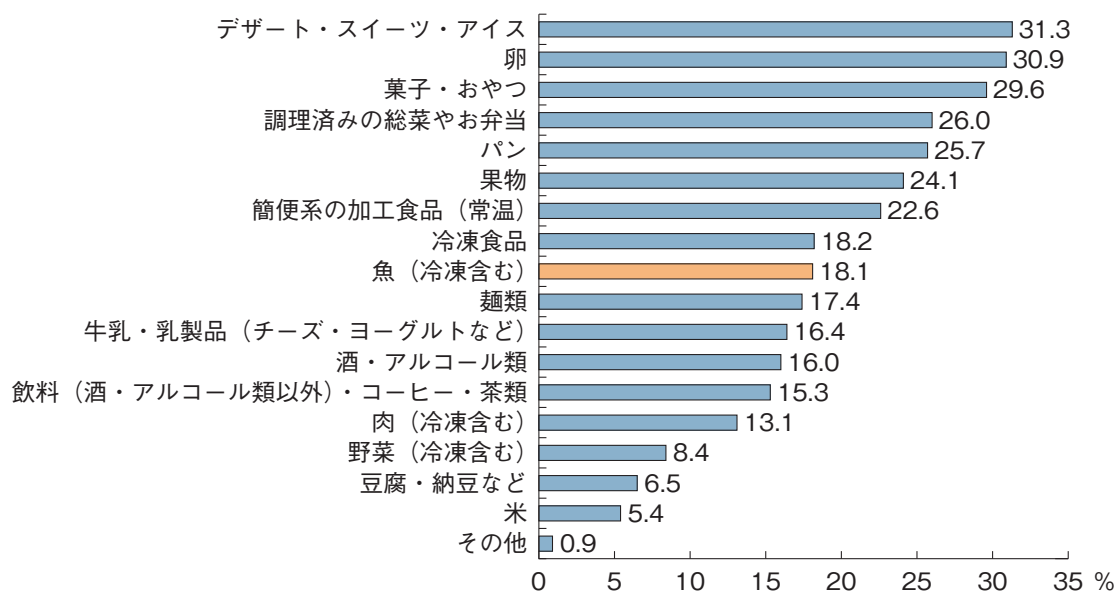
図表1-8 日本生活協同組合連合会による「節約と値上げ」の意識についてのアンケート調査結果

「食品・飲料・日用品で、値上がりにより、より安い商品に切り替えたもの、購入頻度や量が減ったものがあれば教えてください。」との質問に対する回答（複数回答可）

〈より安い商品に切り替えたもの〉



〈購入頻度や量が減ったもの〉



資料：日本生活協同組合連合会「節約と値上げ」の意識についてのアンケート調査（令和5（2023）年7月公表）に基づき水産庁で作成（食品のみを抽出し、「無回答」及び「特になし」については表示していない。）

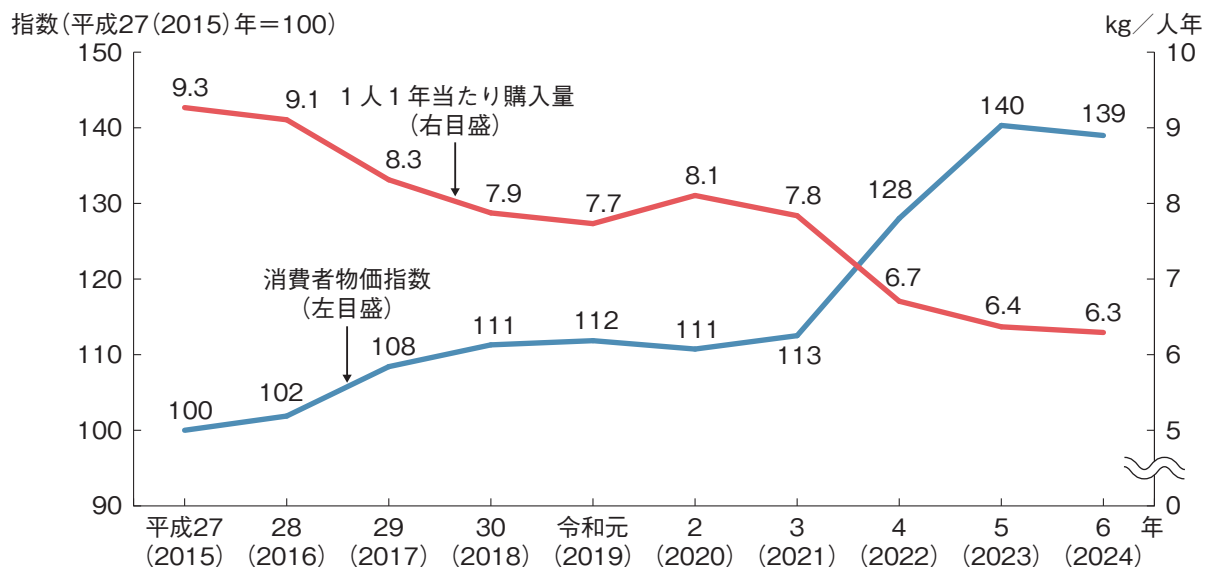
注：1) 「購入頻度や量が減ったもの」には、購入をやめたものも含む。

2) 簡便系の加工食品（常温）には、レトルト、パックご飯、カップ麺等が当てはまる。

3) 上記の項目以外に「特になし」及び「無回答」がある（より安い商品に切り替えたもの：27.6%、20.7%。購入頻度や量が減ったもの：19.3%、5.2%。）。



図表1-9 生鮮魚介類の消費者物価指数と1人1年当たり購入量の推移



資料：総務省「消費者物価指数」及び「家計調査」に基づき水産庁で作成

注：1) 対象は二人以上の世帯。

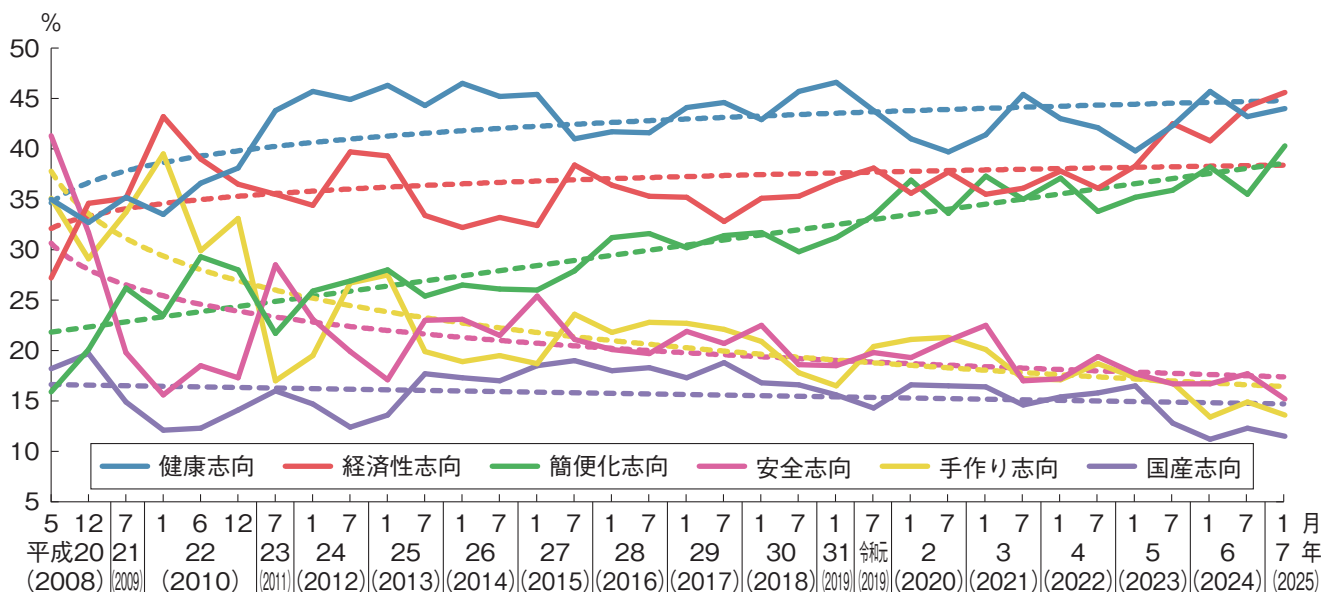
2) 平成30 (2018) 年に行った調査で使用する家計簿の改正の影響による変動を含むため、時系列比較をする際には注意が必要。

イ 水産物に対する消費者の意識

〈消費者の食の簡便化志向が高まる〉

水産物の消費量が減少し続けている理由を考えるに当たり、消費者の食の志向の変化は重要な要素です。株式会社日本政策金融公庫による「食の志向調査」を見てみると、令和7 (2025) 年1月には健康志向、経済性志向及び簡便化志向の割合が上位を占めています。平成20 (2008) 年以降の推移を見てみると、経済性志向の割合が横ばい傾向となっている一方、簡便化志向の割合は上昇傾向となっており、健康志向も微増傾向が継続しています。他方で、安全志向と手作り志向は緩やかに低下しており、国産志向は比較的低水準で横ばいとなっています(図表1-10)。

図表1-10 消費者の食の志向（上位）の推移



資料：株式会社日本政策金融公庫 農林水産事業本部「食の志向調査」（インターネットによるアンケート調査、全国の20～70代の男女2,000人（男女各1,000人）、食の志向を二つ回答）に基づき水産庁で作成
注：破線は近似曲線又は近似直線。

〈消費者が魚介類をあまり購入しない要因は価格の高さや調理の手間等〉

肉類と比較して魚介類を消費する理由及びしない理由について見てみると、令和2（2020）年に公表された農林水産省による「食料・農業及び水産業に関する意識・意向調査」では、消費者が肉類と比べ魚介類をよく購入する理由について、「健康に配慮したから」と回答した割合が75.7%と最も高く、次いで「魚介類の方が肉類よりおいしいから」（51.8%）となっています。他方、肉類と比べ魚介類をあまり購入しない理由については、「肉類を家族が求めるから」と回答した割合が45.9%と最も高く、次いで「魚介類は価格が高いから」（42.1%）、「魚介類は調理が面倒だから」（38.0%）の順となっています（図表1-11）。

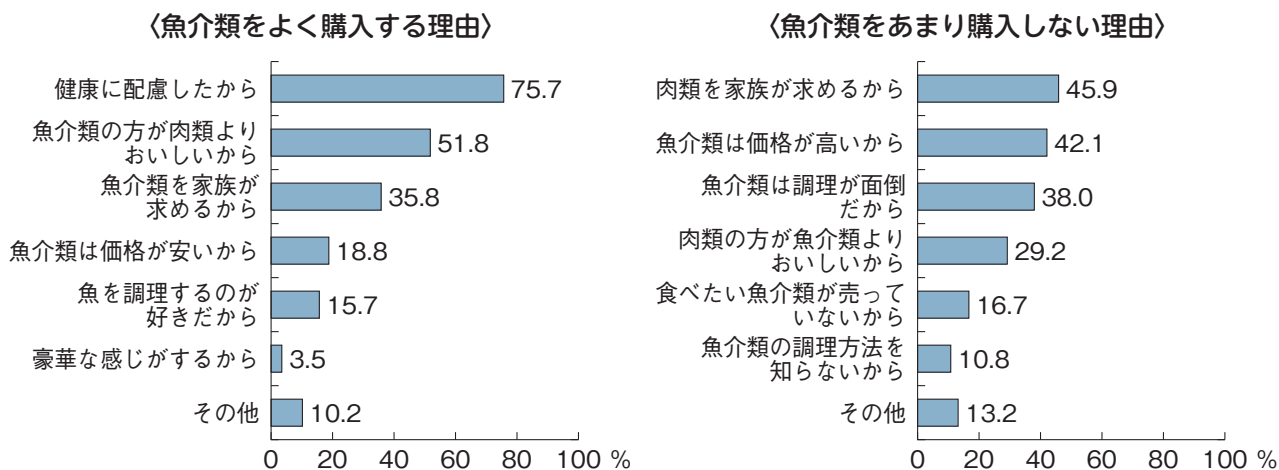
また、令和5（2023）年に公表された一般社団法人大日本水産会の「子育て世代の水産物消費嗜好動向調査」では、魚介類を購入する際の優先順位について、価格や調理の簡便さを重視していること、同調査における魚料理を食べたり料理したりする事が嫌いな理由では、「骨をとるのが面倒」、「ゴミ処理が面倒」等の回答が多くなっています（図表1-12）。

これらのことから、肉類と比較して、魚介類の健康への良い効果の期待やおいしさが強みとなっている一方、魚介類の価格が高いこと、調理の手間がかかること、調理後の片づけが大変なこと、調理方法を知らないことが弱みとなっていると考えられます。

このため、料理者・購入者の負担感やマイナス特性の解消、手軽でおいしい調理方法や新製品の開発・普及、健康増進効果や旬のおいしさといったプラスの商品特性を活かした情報発信等が必要となっています。



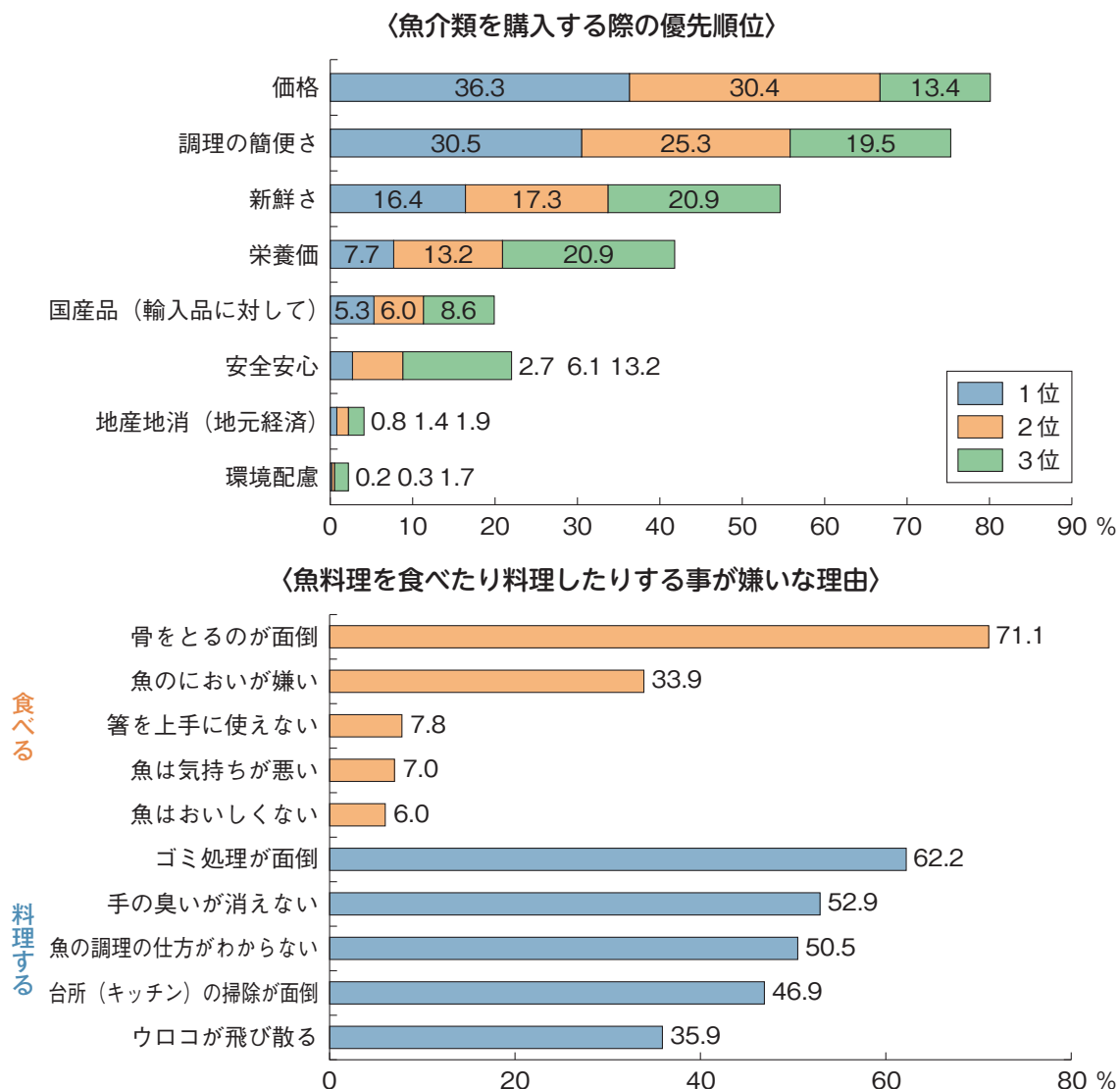
図表1-11 魚介類をよく購入する理由及びあまり購入しない理由



資料：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%）、複数回答可）

注：回答者数について、「魚介類をよく購入する理由」は313人、「魚介類をあまり購入しない理由」は582人。なお、無回答を含まない。

図表1-12 魚介類を購入する際の優先順位・魚料理を食べたり料理したりする事が嫌いな理由



資料：一般社団法人大日本水産会「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～」(令和5(2023)年6月、1,201人を対象としたWebアンケートにより実施)に基づき水産庁で作成

注：調査対象は、末子の学齢が中学生以下の子供を持つ母親。



(3) 水産物の消費拡大、消費者への情報提供や知的財産保護のための取組



ア 水産物の消費拡大に向けた取組

「さかなの日」の水産物の消費拡大に向けた取組を推進

四方を海に囲まれている我が国では、四季折々の多種多様な水産物に恵まれ、地域ごとに特色ある料理や加工品といった豊かな魚食文化が形成されてきました。また、我が国では、市場流通をはじめとする流通業の発達により、消費者は高鮮度な水産物が手に入る環境にあります。

しかしながら、我が国の水産物の消費量が長期的に減少傾向にあることから、水産物の消費拡大に向けた官民の取組を推進するため、水産庁では、令和4（2022）年10月から、毎月3～7日を「さかなの日」とし、11月3～7日は「いいさかなの日」として、水産物の消費拡大に向けた活動の強化週間と位置付けています。

水産資源は元来持続可能な資源であり、我が国では水産資源の管理の高度化に取り組んでおり、また養殖業においても持続可能な生産を推進しています。このため、このように適切に漁獲・生産された魚を選択して食べることは、持続可能な開発目標（SDGs）における持続可能な消費行動であるため、「さかな×サステナ」を「さかなの日」のコンセプトとしています。

令和7（2025）年3月末時点で、「さかなの日」の賛同メンバー数は1,011にのぼり、その業態は、小売、コンビニエンスストア、百貨店、食品メーカー、外食、水産関係（漁業者・卸・仲卸・鮮魚店等）、料理教室、メディア、地方公共団体、民間団体、個人等多岐にわたっています。各賛同メンバーは、例えば大手量販店による低・未利用魚や認証取得水産物の販売、コンビニエンスストアでの「さかなの日」のロゴを活用した魚総菜の販売、飲食店等による国産天然魚のフェアの開催、これまで価値がないとされてきた魚や加工段階で捨てられてきた部位のEC^{*1}サイトによる商品化、食品メーカーによる魚介類に合う調味料の開発、水産卸売市場でのイベント等、水産物消費拡大に向けて、様々な取組を実施しています。

また、「さかなの日」アンバサダーであるさかなクンに魚や魚食の魅力に関する情報発信を行っていただいているほか、「ハロー！プロジェクト」所属のさかな好きメンバーからなる「さかなの日」応援隊に魚食に関する情報発信に取り組んでいただいています。さらに、令和6（2024）年11月には、さかなと海にまつわる名前を持つ国民的人気の家族であるサザエさん一家を「さかなの日」の応援団に任命し、さかなのおいしさや魅力、漁業者等による資源管理の取組等に関する情報発信に取り組んでいただいています。

*1 Electronic Commerce：電子商取引。



「さかなの日」アンバサダー さかなクン



「さかなの日」応援隊



「さかなの日」応援団 サザエさん一家

「さかなの日」のロゴ
さかなクンが命名「いいなクン」

【事例】「さかなの日」賛同メンバー数が1,000に到達！

水産物の消費拡大に向けては、「さかなの日」の趣旨やコンセプトに賛同する企業・組織の協力のもと、官民連携で取組を進めていくことが重要であるため、賛同メンバーを募集しています。

令和7（2025）年2月には、「さかなの日」賛同メンバー数が1,000に到達しました。その業態は、小売、食品メーカー、外食、水産関係（漁業者・卸・仲卸・鮮魚店等）、地方公共団体に加え、メディアや調理器具メーカー等多岐にわたっています。

賛同メンバーによるフェアやイベントの開催など、様々な取組が行われているところですが、賛同メンバー間の情報共有と連携により、消費拡大の機運をより一層高めるため、令和6（2024）年度には2回目となる「さかなの日」賛同メンバー交流会を開催しました。

令和5（2023）年度の交流会をきっかけに、組織間連携につながった事例も生まれています。その一例としては、東京湾で漁業・水産物の販売を行う海光物産株式会社と株式会社おやつカンパニーが連携し、コノシロを使ったスナック菓子の共同開発が実現しました。

コノシロは成長するにつれて呼び名が変わる魚として知られています。小型のときはシンコやコハダと呼ばれ、寿司ネタとして好まれています。成長してコノシロになると小骨の多さから敬遠され、そのおいしさが評価されず、食材としての認知度が下がってしまいます。そこで、コノシロを落とし身にし、小骨が気にならない食べやすいスナック菓子にすることで、利用度と認知度向上を目指しています。

今後も賛同メンバー間の連携による取組の拡大、商機拡大の機運向上が期待されます。



「さかなの日」賛同メンバー交流会の様子



コノシロ



水産庁「さかなの日」Webサイト：
<https://www.jfa.maff.go.jp/j/kakou/sakananohi1137.html>



消費者向け「さかなの日」Web
 サイト：
<https://sakananohi.jp/>

〈消費者のニーズに合わせた商品提供や流通効率化の取組〉

水産物の消費拡大には、簡単においしく魚を調理する方法が知られていないこと、魚の調理自体が煩雑であること、下処理やごみ処理などの後処理に時間と手間がかかること等の課題がある中、近年、鮮度の良さや品揃えの多さ、消費者との対面販売により注文に応じて調理を行うことを売りにした特色ある売場づくりを目指す地域のスーパーマーケットや鮮魚店等が注目を浴びています。

水産庁は、調理の手間等の課題に対し、生産、加工、流通、販売の関係者が連携して行う簡便性に優れた商品や提供方法の開発、流通効率化の取組等のマーケットインの発想^{*1}に基づく「売れるものづくり」に向けた取組を支援しています。

これらの取組により、消費者の潜在的な魚食のニーズを掘り起こし、水産物の消費拡大や多様な魚介類の価値向上につながることが期待されます。

【事例】水産物も野菜も消費拡大「やさかなプロジェクト」

水産物同様、野菜の1人当たりの年間消費量も減少傾向にあります。水産物業界も野菜業界もどちらも消費者に「自分たちが手塩にかけて育てた生産物をもっと食べてもらいたい」という強い気持ちがあるものの、水産物も野菜も、調理の手間がかかることや、苦手な子どもがいる家庭では調理機会が減っていることなどが減少の原因になっていると考えられます。

そこで、静岡県おさかな普及協議会（事務局：静岡県漁業協同組合連合会）、静岡県、キューピー株式会社が連携し、調理が簡単で、水産物と野菜を一緒に食べてもらえるメニューの提案等を行う「やさかなプロジェクト」を開始しました。

現在、「やさかなプロジェクト」は「さかなの日」に合わせ、「やさかなメニュー」を静岡県内の量販店等の店頭で試食するイベントを開催して、水産物と野菜の販売促進をしたり、SNSを活

^{*1} 消費者や顧客の要求、困りごとを突き止め、それらに応える商品やサービスを提供しようとする考え方（令和2（2020）年度水産白書）。

用した情報発信、消費者との交流に取り組んでいます。



やさかなプロジェクトの概要



イベントでのメニュー提案、試食

〈学校給食等での食育の重要性〉

食の簡便化志向等が高まり、家庭において魚食に関する知識の習得や体験等の食育の機会を十分に確保することが難しくなっており、このことが、若年層における食用魚介類の摂取量が減少傾向にある一つの要因と考えられます。このため、若いうちから魚食習慣を身に付けるには、学校給食等を通じ、水産物に親しむ機会を作ることが重要です。

令和3（2021）年3月に策定された「第4次食育推進基本計画」においては、「学校給食における地場産物の活用は、地産地消の有効な手段であり、地場産物の消費による食料の輸送に伴う環境負荷の低減や地域の活性化は、持続可能な食の実現につながる」、「地域の関係者の協力の下、未来を担う子供たちが持続可能な食生活を実践することにもつながる」という考えに基づき、学校給食における地産地消の取組が推進されています。同計画では地場産物の使用割合を現状値（令和元（2019）年度）から維持・向上した都道府県の割合を令和7（2025）年度には90%以上とすることを目標としています。

一方、一定の予算の範囲内での安定的な提供やあらかじめ献立を決めておく必要がある学校給食における地場産水産物の利用には、その価格面の課題に加え、水揚げが不安定な中で規格の定まった一定の材料を決められた日に確実に提供できるかという供給面の課題、加工度の低い魚介類は調理に一定の設備や技術が必要になるという調理面の課題があります。

これらの課題を解決し、おいしい地場産水産物を給食で提供するためには、地域の水産関係者と学校給食関係者による連携が必要です。

近年では、児童に漁業への理解を深めてもらうとともに学校給食等による低・未利用魚の活用を図るため、漁業者が小学校に出向き、地元の漁業や魚に関する授業を行った後、児童と一緒に地場産の魚を使った給食を味わうといった取組も行われています。



【事例】次世代を育み、水産業を活性化する持続可能な「ぎょしょく」の構築

平成16（2004）年頃、愛媛県愛南町^{あいなんちょう}の主要産業である漁業・養殖業は、魚価の低迷、餌や燃油代の高騰など厳しい状況にあり、また、子供の魚離れも問題となっていました。

このため、平成17（2005）年に、愛南町、漁協、漁業者及び教育行政機関で組織する愛南町ぎょしょく普及推進協議会が設立され、従来の「魚食」のみならず、魚の生産、流通、環境、文化まで、七つのぎょしょく「1）魚触、2）魚色、3）魚職、4）魚殖、5）魚飾、6）魚食、7）魚植」を学ぶ「ぎょしょく教育」に取り組み始めました。

近年、特に力を注いでいるのが、学校給食での愛南町産水産物の活用です。町内はもちろん、東京都をはじめ町外でも、出前授業とともに、愛南町の水産物を使った給食メニューを提供しています。生産地と消費地の交流により、都会の子供たちに愛南町の魚や水産業に対する理解が深まるとともに、給食食材としての販路拡大にもつながっています。

さらに、令和4（2022）年度からは、関東圏の小学校5年生の社会科の授業で出前授業を行う人材育成を目的とした、「ぎょしょく教育伝道師育成事業」を開始しました。3泊4日の現地研修で、自身の体験に基づく授業を実施するために、実際に漁船に乗船して獲る漁業を体験をしたり、マダイ養殖の餌やりや出荷作業等の育てる漁業を体験したりします。現地研修終了後には、関東圏の小学校でぎょしょく普及推進協議会からの派遣職員が立会して、獲る漁業と育てる漁業で各45分の授業を行い合否を判定します。認められた者のみが「伝道師」として活動することで、愛南産水産物の消費拡大や魚離れの抑制が図られます。

伝道師制度により、新しい人脈やネットワークの形成、潜在的な愛南ファンの獲得など、波及効果も期待されます。



ぎょしょく教育



伝道師による出前授業



学校給食のメニュー

イ 水産物の健康効果

〈オメガ3脂肪酸や魚肉たんぱく質等、水産物の摂取は健康に良い効果〉

水産物の摂取が健康に良い効果を与えることが、様々な研究から明らかになっています^{*1}（図表1-13）。

1) DHA、IPA(EPA)

魚肉や鯨肉の脂質に多く含まれている $n-3$ （オメガ3）系多価不飽和脂肪酸であるドコサヘキサエン酸（DHA）やイコサペンタエン酸（IPA）^{*2}は、他の食品にはほとんど含まれていない脂肪酸です。DHAは、胎児期の網膜等の発達に必要であるほか、加齢に伴い低下する

^{*1} 島一雄・關文威・前田昌調・木村伸吾・佐伯宏樹・桜本和美・末永芳美・長野章・森永勤・八木信行・山中英明編『最新 水産ハンドブック』（2012）、鈴木平光・和田俊・三浦理代編『水産食品栄養学－基礎からヒトへ－』（2004）等を参考に、水産庁において記述した。

^{*2} エイコサペンタエン酸（EPA）ともいう。

認知機能の一部である記憶力、注意力、判断力や空間認識力を維持することが報告されており、広く胎児期から老年期に至るまでの脳、網膜や神経の発達・機能維持に重要な役割があることが分かっています。また、双方とも血小板凝集抑制作用があることや抗炎症作用、血圧降下作用のほか、血中のLDLコレステロール（悪玉コレステロール）や中性脂肪を減らす機能があることが分かっており、脂質異常症、心筋梗塞、その他生活習慣病の予防・改善が期待され、医薬品にも活用されています。

2) たんぱく質

魚肉たんぱく質は、畜肉類のたんぱく質と並び、人間が生きていく上で必要な9種類の必須アミノ酸をバランス良く含む良質なたんぱく質であるだけでなく、大豆たんぱく質や乳たんぱく質と比べて消化されやすく、体内に取り込まれやすいという特徴もあり、「フィッシュプロテイン」という名称で注目されています。また、離乳食で最初に摂取することが勧められている動物性たんぱく質は白身魚とされているほか、血圧上昇を抑える作用等の健康維持の機能を有している可能性も示唆されています。

3) アミノ酸（タウリン）

貝類（カキ、アサリ等）やイカ、タコ等に多く含まれるタウリンは、肝機能の強化や視力の回復に効果があること等が示されています。

4) カルシウム、ビタミンD

カルシウムについては、不足すると骨粗鬆症^{こつそしうしょう}、高血圧、動脈硬化等を招くことが報告されています。また、ビタミンDは、カルシウムの吸収を促進することが報告されており、水産物では、サケ・マス類やイワシ類等に多く含まれています。

5) 鉄

鉄は、ヘモグロビンや各種酵素を構成し、その欠乏は貧血や運動機能、認知機能等の低下を招きます。水産物では、イワシ、カツオ、マグロ、貝類、海藻類等に多く含まれています。

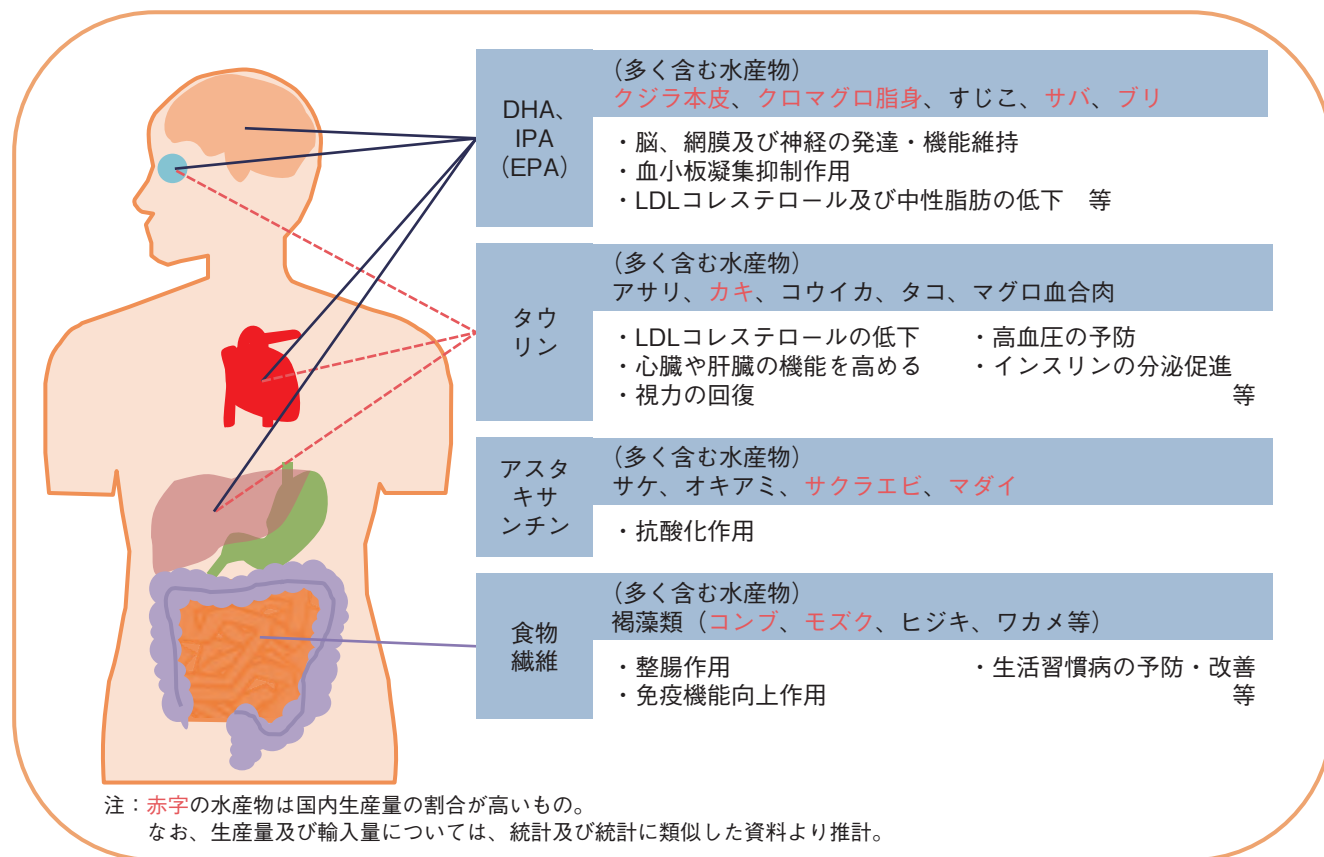
6) 食物繊維（アルギン酸、フコイダン等）

食物繊維は、便通を整える作用のほか、脂質や糖質等の排出作用により、生活習慣病の予防・改善にも効果が期待されています。また、腸内細菌のうち、ビフィズス菌や乳酸菌等の善玉菌の割合を増やし、腸内環境を良好に整える作用も知られています。さらに、善玉菌を構成する物質には、体の免疫機能を高め、血清コレステロールを低下させる効果も報告されています。海藻類には、ビタミンやミネラルに加え、食物繊維が含まれています。モズクやヒジキ、ワカメ、コンブ等の褐藻類に含まれるアルギン酸やフコイダン等をはじめとする海藻類の食物繊維は一般的に水溶性です。

このように、水産物は優れた栄養特性と機能性を持つ食品であり、様々な魚介類や海藻類をバランス良く摂取することにより、健康の維持・増進が期待されます。



図表1-13 水産物に含まれる主な機能性成分



資料：各種資料に基づき水産庁で作成

図表1-14 主な食品の100g当たりのたんぱく質・脂質含有量

食品群	食品例	たんぱく質 (g)	脂質 (g)	
魚介類	くろまぐろ	26.4	1.4	魚介類の脂質にはn-3 (オメガ3) 系多価不飽和脂肪酸を多く含む
	かつお	25.8	0.5	
	しろさけ	22.3	4.1	
	まいわし	19.2	9.2	
	まだら	17.6	0.2	
肉類	牛肉 (ばら)	11.0	50.0	肉類の脂質には飽和脂肪酸やコレステロールが多い
	牛肉 (もも)	21.3	10.7	
	豚肉 (ばら)	13.4	40.1	
	豚肉 (ロース)	20.6	13.6	
	鶏肉 (もも)	16.6	14.2	
	鶏肉 (むね)	23.3	1.9	
乳類	牛乳	3.3	3.8	乳類の脂質には飽和脂肪酸が多い
豆類	大豆 (水煮缶詰)	12.9	6.7	

資料：文部科学省「日本食品標準成分表2020年版 (八訂)」及び厚生労働省「食生活改善指導担当者研修テキスト」

注：「くろまぐろ」は天然・赤身・生、「かつお」は春獲り・生、「しろさけ」は生、「まいわし」は生、「まだら」は生、「牛肉 (ばら)」は和牛肉・脂身つき・生、「牛肉 (もも)」は和牛肉・赤肉・生、「豚肉 (ばら)」は中型種肉・脂身つき・生、「豚肉 (ロース)」は中型種肉・皮下脂肪なし・生、「鶏肉 (もも)」はにわとり・若どり・皮つき・生、「鶏肉 (むね)」はにわとり・若どり・皮なし・生、「牛乳」は普通牛乳、「大豆 (水煮缶詰)」は黄大豆。

ウ 水産物に関する食品表示

〈輸入品以外の全加工食品について、上位1位の原材料の原産地が表示義務の対象〉

消費者が店頭で食品を選択する際、安全・安心、品質等の判断材料の一つとなるのが、食品の名称、原産地、原材料、消費期限等の情報を提供する食品表示であり、水産物を含む食品の表示は食品表示法^{*1}の下で包括的・一元的に行われています。

食品表示のうち、加工食品の原料原産地表示については、輸入品以外の全ての加工食品について、製品に占める重量割合上位1位の原材料が原料原産地表示の対象となっています^{*2}。

また、水産物の原産地表示については、1) 国産品にあっては水域名又は地域名（主たる養殖場が属する都道府県名）、2) 輸入品にあっては原産国名、3) 2か所以上の養殖場で養殖した場合は主たる養殖場（最も養殖期間の長い場所）が属する都道府県名^{*3}となっており、出荷調整用その他の目的のため貝類を短期間一定の場所に保存する「蓄養」は養殖期間の算定に含まれないこととなっています^{*4}。

エ 機能性表示食品制度の動き

〈機能性表示食品として、8件の生鮮食品の水産物の届出が公表〉

機能性を表示することができる食品には、国が個別に許可した特定保健用食品（トクホ）と国の規格基準に適合した栄養機能食品のほか、機能性表示食品があります。

機能性表示食品は、食品表示法に基づく食品表示基準に規定されているものであり、安全性及び機能性に関する一定の科学的根拠に基づき、事業者の責任において、機能性関与成分によって健康の維持及び増進に資する特定の保健の目的が期待できる旨を表示することができる食品です。同制度では、生鮮食品を含む全ての食品^{*5}が対象となっており、令和7（2025）年3月末時点で、生鮮食品の水産物としては、ブリ1件（「うみのファームぶり」）、カンパチ1件（「よかとと 薩摩カンパチどん」）、イワシ2件（「大トロいわしフィレ」及び「大阪産マイワシ」）、マダイ1件（「伊勢黒潮まだい」）、サーモン1件（「薬膳サーモン」）及びクジラ2件（「凍温熟成鯨赤肉」及び「鯨本皮」）の8件^{*6}の届出が消費者庁ウェブサイトで公表されています。

機能性表示食品については、一部の製品による健康被害の発生を受け、当該事案を踏まえた今後の対応等が議論され、令和6（2024）年9月^{*7}から、健康被害と疑われる情報の提供を届出者に義務付けることや、新規の機能性関与成分等の届出に際し安全性や機能性について

*1 平成25年法律第70号

*2 おにぎりのノリについては、重量割合としては低いものの表示義務の対象。

*3 サケ・マス類やブリ類等、養殖を行った2か所の養殖場のうち、第2段階の育成期間が短いものの、重量の増加が大きい場合には、当該養殖場における育成により水産物の品質が決定されることから、重量の増加が大きい養殖場が属する都道府県が原産地となる（第1段階は種苗の育成期間であり養殖期間には含まれないものとする。）。

*4 輸入したアサリの原産地は蓄養の有無にかかわらず輸出国となるが、例外として、輸入した稚貝のアサリを区画漁業権に基づき1年半以上育成（養殖）し、育成等に関する根拠書類を保存している場合には、国内の育成地を原産地として表示することができる。

*5 特別用途食品、栄養機能食品、アルコールを含有する食品（アルコールを人体に摂取するためのものに限る。）、並びに脂質、飽和脂肪酸、コレステロール、糖類（単糖類又は二糖類であって、糖アルコールでないものに限る。）及びナトリウムの過剰な摂取につながるものを除く。

*6 届出後に、販売終了等により撤回届出があったものは含まない。

*7 新規の機能性関与成分の届出に際し安全性や機能性について専門家の意見を聴く仕組みの導入は、令和7（2025）年4月に施行。



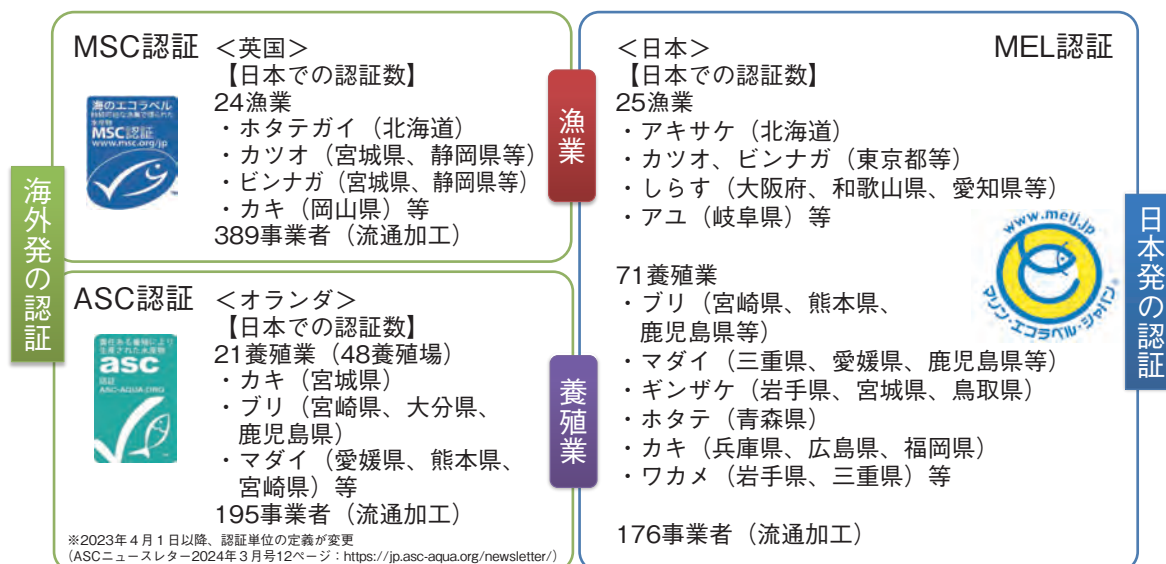
専門家の意見を聴く仕組みを導入すること等、信頼性を高めるための措置が導入されました。

オ 水産エコラベルの動き

〈水産エコラベルの認証・活用の推進〉

水産エコラベルは、水産資源の持続性や環境に配慮した方法で生産された水産物に対して、消費者が選択的に購入できるよう商品にラベルを表示する仕組みです。我が国では、一般社団法人マリン・エコラベル・ジャパン協議会による漁業と養殖業を対象とした「MEL」（Marine Eco-Label Japan）、英国に本部を置く海洋管理協議会による漁業を対象とした「MSC」（Marine Stewardship Council）、オランダに本部を置く水産養殖管理協議会による養殖業を対象とした「ASC」（Aquaculture Stewardship Council）等の水産エコラベル認証が主に活用されています（図表1-15）。

図表1-15 我が国で主に活用されている水産エコラベル認証



※認証数は令和7（2025）年3月31日時点（水産庁調べ）

水産エコラベルは、国際連合食糧農業機関（FAO）水産委員会が採択した水産エコラベルガイドラインに沿った取組に対する認証を指すものとされています。しかし、世界には様々な水産エコラベルがあることから、水産エコラベルの信頼性確保と普及改善を図るために設立された「世界水産物持続可能性イニシアチブ（GSSI：Global Sustainable Seafood Initiative）」から承認を受けることが、国際的な水産エコラベル認証スキームとして通用するための潮流となっています。世界全体では、令和6（2024）年度末時点で、MSC、ASC、MEL等7種類の水産エコラベル認証スキームがGSSIの承認を受けています^{*1}。我が国の漁業・養殖業の国内生産量に占める水産エコラベルが認証された生産量の割合は、MSCにおいて漁業生産量の16%、ASCで養殖業生産量の1.6%、MELで漁業・養殖業生産量の12%と推計されています^{*2}。水産庁では、引き続き水産エコラベルの認証取得の促進や水産エコラベルの認知度向上のための周知活動を推進していくこととしています。



水産エコラベルの推進について
（水産庁）：
<https://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/budget/suishin.html>

カ 地理的表示保護制度

〈これまでに計19產品の水産物が地理的表示に登録〉

地理的表示（GI）保護制度は、その地域ならではの自然的、人文的、社会的な要因の中で育まれてきた品質、社会的評価等の特性を有する產品の名称を地域の知的財産として保護する制度です。この制度により、生産者にとっては、模倣品排除とともに、產品の持つ品質、製法、評判、ものがたり等の潜在的な魅力や強みを見える化し、GIマーク^{*3}と相まって、効果的・効率的なアピール、取引における説明や証明、需要者の信頼の獲得を容易にするツールとして活用することができます。また、消費者にとっても、真正のGI產品を容易に選択できるという利点があります。

さらには、我が国のGI產品の保護のため、国際約束による諸外国とのGIの相互保護に向けた取組、GIに対する侵害対策等、海外における知的財産侵害対策の強化を図ることで、農林水産物・食品等の更なる輸出促進も期待されます。

GI產品登録状況については、令和6（2024）年度に新たに「枕崎鰹節」及び「指宿鰹節」の計2產品の水産加工品が登録され、同年度末現在で水産加工品を含む水産物の登録は計19產品となりました。また、日EU経済連携協定^{*4}により、我が国がGI產品として登録した12

^{*1} ASCは、サーモン、エビのみがGSSI承認の対象。

^{*2} MSCは令和5（2023）年の我が国の漁業生産量（概数）に対する令和5（2023）年のMSC取得の漁業生産量推計値の割合、ASCは令和5（2023）年の我が国の養殖生産量（概数）に対する令和5（2023）年のASC取得の養殖生産量の割合、MELは令和5（2023）年の我が国の漁業・養殖業生産量（概数）に対する令和5（2023）年のMEL取得の漁業・養殖業生産量推計値の割合。

^{*3} 登録された產品の地理的表示と併せて付すことができるもので、產品の確立した特性と地域との結び付きが見られる真正な地理的表示產品であることを証するもの。

^{*4} 正式名称：経済上の連携に関する日本国と欧州連合との間の協定



産品の水産物がEUで保護されているほか、日英包括的経済連携協定^{*1}により、10産品の水産物が英国で保護されています。さらに、海外に輸出する品目については、海外でのGI登録も推奨しており、例えばベトナムにおいて、「みやぎサーモン」が登録されています。



第168号 枕崎鯉節



第169号 指宿鯉節



地理的表示（GI）保護制度（農林水産省）：
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/

（4）水産物貿易の動向



ア 水産物輸入の動向

〈水産物輸入額は2兆613億円〉

我が国の水産物輸入量は、国際的な水産物需要の高まりや国内消費の減少等に伴って緩やかな減少傾向で推移してきました。

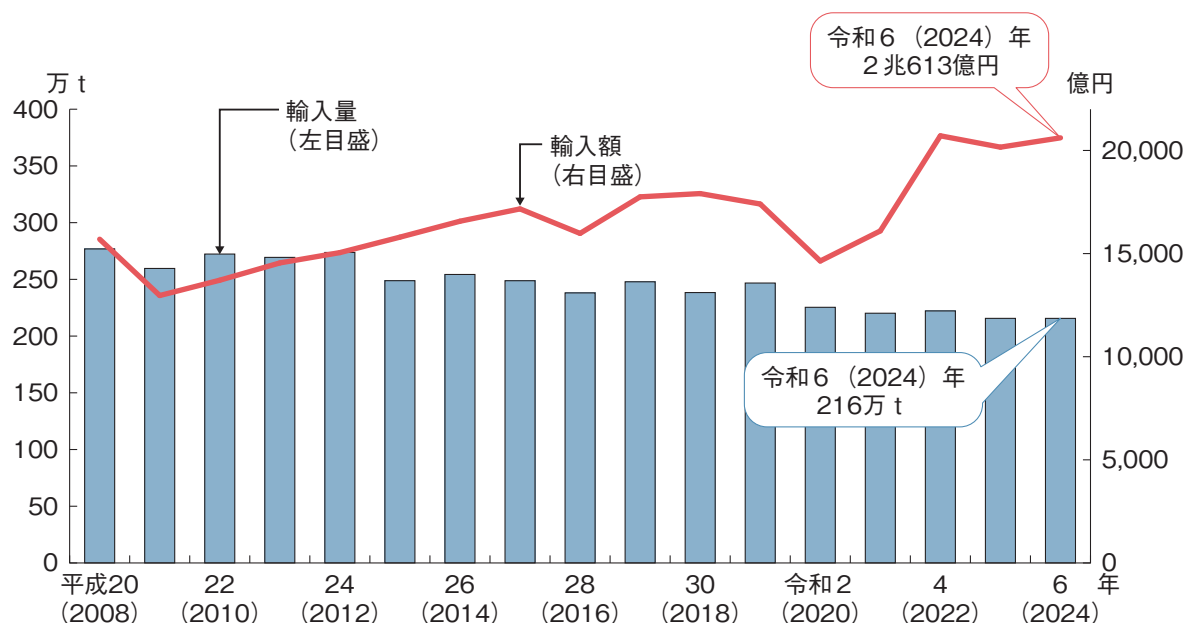
他方、近年では、大幅な円安の進展や世界的な物価高騰等を受け、冷凍水産物や加工原材料、輸入餌料等の輸入水産物の価格が高騰しており、これらの輸入水産物の価格安定も課題となっています。

令和6（2024）年は、輸入量（製品重量ベース）は前年と変わらず216万tとなり、輸入額は前年から2.2%増加の2兆613億円となりました（図表1-16）。

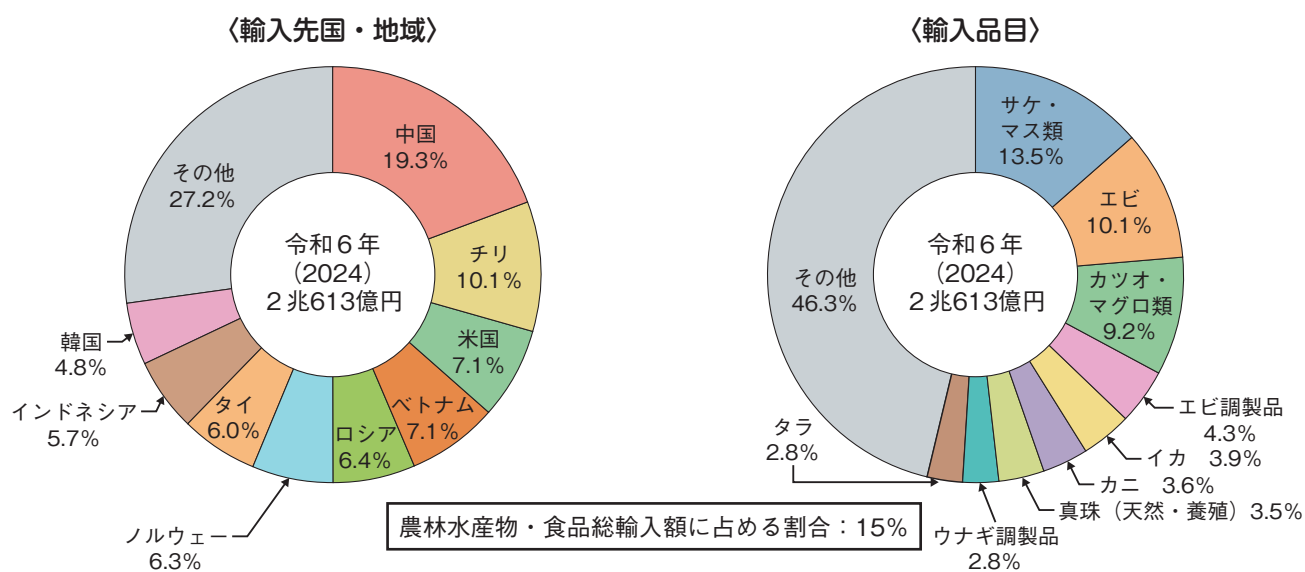
主な輸入先国・地域は中国、チリ、米国となりました。輸入額の上位を占める品目は、サケ・マス類、エビ、カツオ・マグロ類等となっています（図表1-17）。輸入先国・地域は品目に応じて様々であり、サケ・マス類はチリ、ノルウェー等、カツオ・マグロ類は台湾、中国、韓国等、エビはインド、ベトナム、インドネシア等から多く輸入されています（図表1-18）。

^{*1} 正式名称：包括的な経済上の連携に関する日本国とグレートブリテン及び北アイルランド連合王国との間の協定

図表1-16 我が国の水産物輸入量・輸入額の推移



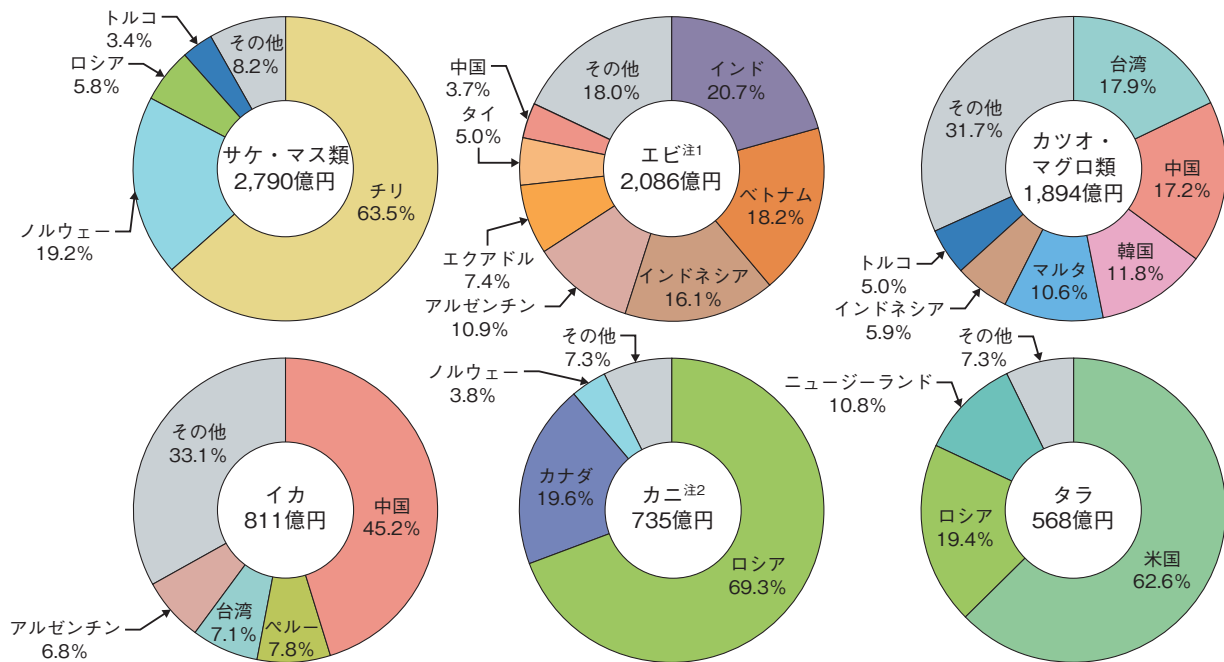
図表1-17 我が国の水産物輸入先国・地域及び品目内訳



資料：財務省「貿易統計」（令和6（2024）年）に基づき水産庁で作成



図表1-18 我が国の主な輸入水産物の輸入先国・地域



資料：財務省「貿易統計」（令和6（2024）年）に基づき水産庁で作成

注：1）エビについては、このほかエビ調製品（891億円）が輸入されている。

2）カニについては、このほかカニ調製品（94億円）が輸入されている。

イ 水産物輸出の動向

〈水産物輸出額は3,609億円〉

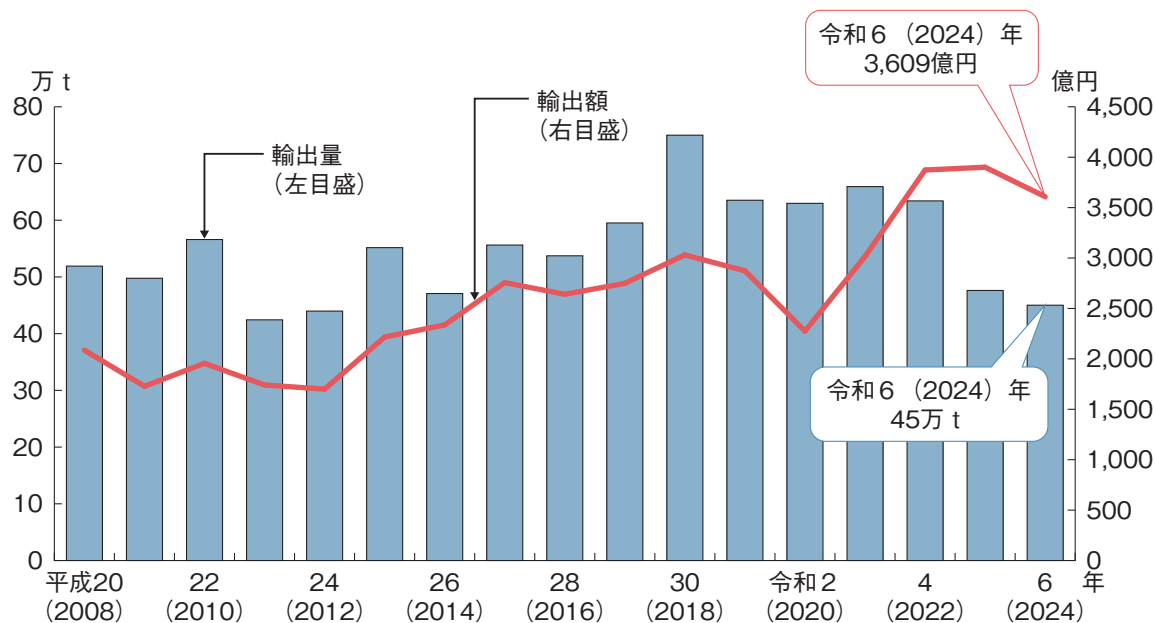
我が国の水産物輸出額は、平成20（2008）年のリーマンショックや平成23（2011）年の東京電力福島第一原子力発電所（以下「東電福島第一原発」という。）の事故による諸外国の輸入規制の影響等により落ち込んだ後、平成24（2012）年以降はおおむね増加傾向で推移してきました。令和元（2019）年末以降の新型コロナウイルス感染症拡大期においても、引き続き輸出は増加したものの、令和6（2024）年は、米国向けやベトナム向けのホタテガイや、韓国向けのブリの輸出が大きく伸びたものの、令和5（2023）年8月のALPS処理水^{*1}の海洋放出開始以降の中国による全都道府県の水産物の輸入停止等により、輸出货量（製品重量ベース）は前年から5.5%減の45万t、輸出額は前年から7.5%減の3,609億円となりました（図表1-19）。

同年における我が国水産物の主な輸出先国・地域は、輸出額の多い順に香港、米国、台湾となりました。中国については、令和4（2022）年には中国への輸出額が輸出額総額の22%を占めていましたが、令和6（2024）年には同国の輸入規制を要因として2%に減少しました。一方、米国については、令和4（2022）年には輸出額が輸出額総額の14%でしたが、令和6（2024）年には輸出先の転換や円安による後押し等を要因として21%まで拡大しました。品目別では、後述する輸出重点品目である、ホタテガイ、ブリ、真珠が上位となりました（図表1-20）（図表1-21）。

^{*1} 多核種除去設備（ALPS：Advanced Liquid Processing System）等によりトリチウム以外の核種について、環境放出の際の規制基準を満たすまで浄化処理等した水。トリチウムについても安全基準を十分に満たすよう、処分する前に海水で大幅に薄める。

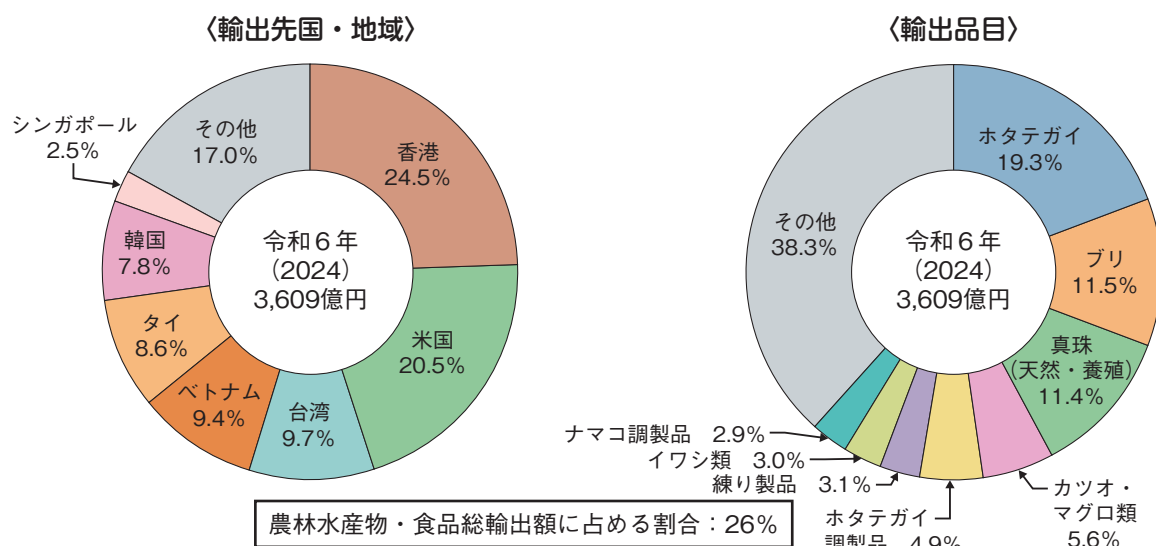
令和7（2025）年4月には、米国により、我が国からの水産物輸入も含め、関税率の引上げ措置が発動されたところであり、その影響について、十分な注視が必要な状況となっています。

図表1－19 我が国の水産物輸出量・輸出額の推移



資料：財務省「貿易統計」に基づき水産庁で作成

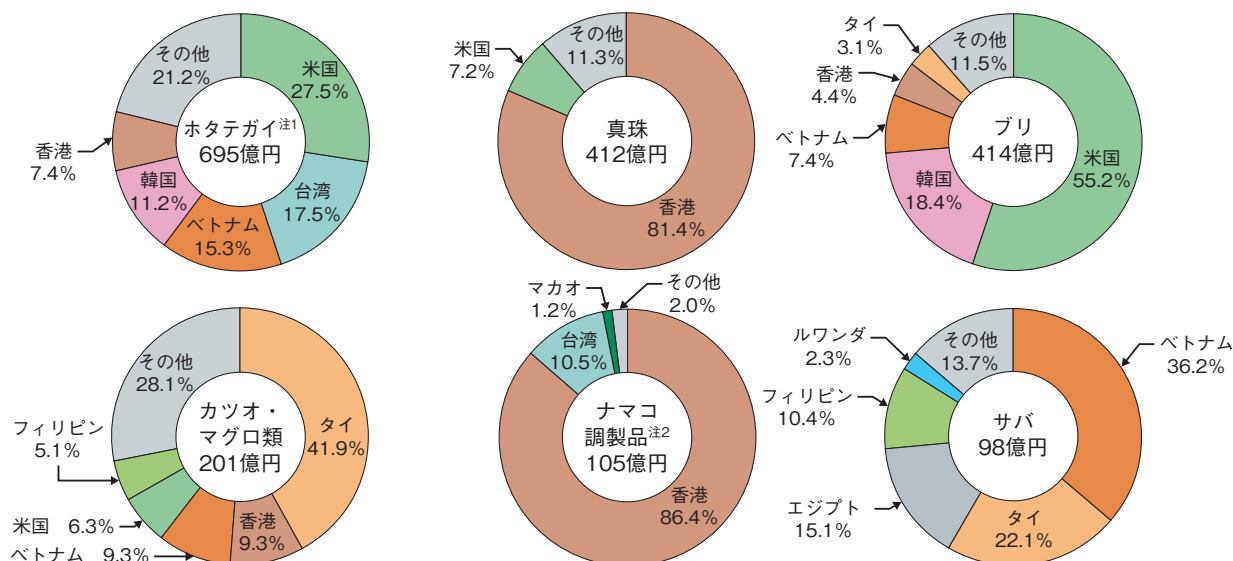
図表1－20 我が国の水産物輸出先国・地域及び品目内訳



資料：財務省「貿易統計」（令和6（2024）年）に基づき水産庁で作成



図表1-21 我が国の主な輸出水産物の輸出先国・地域



資料：財務省「貿易統計」（令和6（2024）年）に基づき水産庁で作成

注：1）ホタテガイについては、このほかホタテガイ調製品（177億円）が輸出されている。

2）ナマコについては、このほかナマコ（調製品以外）（17億円）が輸出されている。

ウ 水産物輸出の拡大に向けた取組

〈水産物の輸出拡大の基本的な考え方〉

国内の水産物市場が縮小する一方で、世界の水産物市場はアジアを中心に拡大している中、我が国の漁業者等の所得向上を図り、水産業が持続的に発展していくためには、水産物の輸出の大幅な拡大を図り、世界の食市場を獲得していくことが不可欠です。

このため、政府では、農林水産物・食品の輸出を拡大すべく、様々な取組を推進しています。

〈ブリ、ホタテガイ等を輸出重点品目として輸出拡大を推進〉

令和2（2020）年に決定した「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」に基づき、海外で評価される我が国の強みがあり、輸出拡大の余地が大きく、関係者が一体になった輸出促進活動が効果的な品目として、令和6（2024）年度末時点で、29品目^{*1}の輸出重点品目（水産物では、ブリ、タイ、ホタテガイ、真珠及び錦鯉の5品目）を選定しています。

また、農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律^{*2}に基づき、輸出重点品目ごとに、生産から販売に至る関係者が連携し、輸出の促進を図る法人を、法人からの申請に基づき、国が「認定農林水産物・食品輸出促進団体」（以下「品目団体」といいます。）として認定しています。品目団体は、市場調査やジャパンプランドによる共同プロモーションといった個々の産地・事業者では取り組む負担が大きい活動を担い、業界全体での輸出拡大に取り組んでいます。水産物については、令和6（2024）年度末時点で、水産物の輸出重点品目の5品目4団体が認定されています。

^{*1} 牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵、牛乳・乳製品、果樹（りんご）、果樹（ぶどう）、果樹（もも）、果樹（かんきつ）、果樹（かき・かき加工品）、野菜（いちご）、野菜（かんしょ等）、切り花、茶、コメ・パックご飯・米粉及び米粉製品、製材、合板、ブリ、タイ、ホタテガイ、真珠、錦鯉、清涼飲料水、菓子、ソース混合調味料、味噌・醤油、清酒（日本酒）、ウイスキー、本格焼酎・泡盛。

^{*2} 令和元年法律第57号

〈農林水産物・食品輸出プロジェクト等により生産者等の輸出の取組を支援〉 //

農林水産省は、農林水産物・食品の輸出を意欲的に取り組もうとする生産者・事業者等の育成や支援を行う「農林水産物・食品輸出プロジェクト（GFP）」を推進しており、専門家による輸出診断、ビジネスマッチング等を実施しています。また、輸出の熟度・規模が多様化していることから、輸出事業者のレベルに応じたサポートが行われています。

さらに、海外の規制・ニーズに対応した生産・流通体系への転換を通じた大規模な輸出産地形成の取組等を進めています。特に、海外の規制やニーズに対応して継続的に輸出に取り組み、輸出取組の手本となる産地はフラッグシップ輸出産地として認定しており、水産物については12産地（令和6（2024）年12月末時点。）を認定しています。

くわえて、輸出にチャレンジする事業者の資金面からの支援として株式会社日本政策金融公庫による農林水産物・食品輸出基盤強化資金や、税制上の特例（輸出事業用資産の割増償却）を措置しているほか、輸出先国・地域の衛生基準等に適合した水産加工施設等の整備や、輸出増大が見込まれる水産物を取り扱う漁港における高度な衛生管理体制の構築に係る支援、また、電子媒体による輸出証明書の発行等の輸出を円滑化するための環境整備を行っています。

〈海外におけるプロモーション等の取組を支援〉 //

独立行政法人日本貿易振興機構（JETRO）では、輸出セミナーの開催、輸出関連制度・マーケット情報の提供、相談対応等の輸出事業者等へのサポートとともに、海外見本市への出展支援、国内外での商談会開催によるビジネスマッチング支援等、輸出促進に取り組む国内事業者への総合的な支援を実施しています。また、日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）では、海外市場分析に基づく現地での戦略的プロモーションや日本食・食文化の魅力発信を行っており、品目団体等と連携した取組等を強化しています。特に水産物については、JAPANESE SEAFOODの統一ロゴを用いたブランディングや個別魚種の価値を訴求すると同時に、喫食方法の提案による需要喚起を図るなどの取組を実施しました。

さらに、米国や香港等の主要な輸出先国・地域において、輸出事業者を包括的・専門的・継続的に支援するため、在外公館、JETRO海外事務所、JFOODO海外駐在員を主要な構成員とする輸出支援プラットフォームを設置しています。

くわえて、海外現地において食品の流通・加工等に係る設備投資等を行う場合の案件形成への支援等を行うとともに、農林漁業法人等に対する投資の円滑化に関する特別措置法^{*1}に基づき、輸出に取り組む事業者に投資する民間の投資主体への資金供給の促進に取り組んでいます。

*1 平成14年法律第52号