

水産物消費拡大実行計画会議（第1回） 議事要旨

- ・日時：令和3年9月17日（金）10:00～11:50
- ・場所：農林水産省8階 水産庁外国人応接室（リモート開催）
- ・出席委員：山下 大東文化大学 教授（座長）
 - 織茂 東信水産株式会社 代表取締役社長
 - 神戸 公益社団法人日本栄養士会 理事
 - 木村 日本水産（株） 水産事業副執行
 - 熊本 マルハニチロ（株） 戦略販売第一部部長
 - 佐藤 （株）プランニングファーム 代表取締役
 - 須藤 元公益社団法人福島相双復興推進機構 総括審議役
 - 竹葉 全国水産加工業協同組合連合会 専務理事
 - 長岡 一般社団法人 大日本水産会 常務理事
 - 中川 一般社団法人 ウオー 代表理事
 - 河野 全国漁業協同組合連合会 消費拡大対策室長（三浦委員代理）
 - 溝上 （株）NKB 執行役員
- ・行政：（水産庁）神谷長官、五十嵐加工流通課長
（復興庁）中見参事官
（経済産業省）須藤福島復興推進グループ長、殿木福島復興推進グループ総合調整室長
- ・議題：（1）水産物消費拡大実行計画会議の設置について
（2）意見交換

<議題（1）について、事務局から説明後、（2）意見交換での各委員からの意見の概要は以下の通り>

- 「さかなの日」は面白い取組であると思う一方、また新しいイベントや販促の話が来たという認識で終わってしまうことを危惧しているため、「さかなの日」にしっかりとした思想を入れなければならない。最終的に販促・イベントというのは、目的を達成するための手段でしかなく、目的をしっかり持ってこの新しい「さかなの日」を進めていくことが必要。
- 学校給食では、魚はタンパク源だけではなく、カルシウム源としてワカサギのフライや、ビタミンD源としてサケなどを取り入れている。また、スポーツをする大学生では、魚の摂取量が非常に少ないということが分かっているので、出来るだけ安く簡単にできる、缶詰等を利用した料理を奨めている。子供の食育では、保護者も取り込んでいかないと実際に家庭の中で使ってもらえない上、消費へ繋がらないので、保護者を含めた食育が鍵となる。
- コロナ禍で非接触型販売のEコマースや宅配が伸びている。今後、様々な事が変わっていく世の中において、その状況に適した食材のかたちが必要。タンパク源としての魚だが、乳タンパク、植物タンパク、畜産関係の肉もある中、肉に対抗してどうしていくかというところを考えているが、コスト面で競争するのは厳しい状況。魚の良さを如何に消費者に伝えるか、本当の魚の良さをどう訴えていくかという点では、家庭内で消費するためには、調理方法や下処理の仕方などを食育で教えたり、魚の健康に対する効能を訴えたりしていくべき。また、「さかなの日」というのは、如何に消費者に売れる機会をつくる日を設定できるかが重要。

- 「さかなの日」を推進することについては、消費者の方々、消費者に触れる流通業者も含めているような業界の方々に消費拡大の機会を与えられるという意味では非常に価値があると思う反面、新しい販促が一つ増えたように見えないようにきちんと整理して、中身をきちんと詰めていくことが必要。これまでの検討会の議論の中で、魚料理をする側にとっての魚の難しさや調理の負担を本当に軽減していくということと、この「さかなの日」をワンセットで動かしていくなどの調整が必要。
- 今回の「さかなの日」について、ほぼ類似のものとして、福島県いわき市の取組事例がある。いわき市は昨年2月に条例で「さかなの日」を制定して、開始したばかりである。「さかなの日」の制定の理屈や趣旨などのコンセプトについては、しっかりしていなければ広がりをもたないため、「さかなの日」を決めることに相当難儀した。「さかなの日」決定の議論としては、結果論として語呂合わせになってしまったが、その過程では色んな議論があり、商売の縁起担ぎとして7か8にしたいという意見が相当根強くあったと聞く。現実的判断を踏まえた上で、最終的にはいわき市長が思い切ってこれにしようと言って決めたのが実態である。
- 水産物の食用向けの仕向量は約6割が加工品となっており、今後の水産物の消費拡大において、加工品の消費拡大も非常に重要と考える。コロナ禍でもしっかり消費ができる商品の開発等に取り組んでおり、今回の「さかなの日」に期待したい。
- 「さかなの日」の設定に関しては、定着させること、どう定着させるかが重要であるが、3月7日や10月10日などが既に「さかなの日」に設定されていること、煮干しの日、ワカメの日、鰯の日、マグロの日、冷凍食品の日などたくさんあることも意識しながら設定していくことが必要。
- 魚を美味しく食べることで消費減少だけでなく水産業界のさまざまな課題が解決できることが、水産のすごく良い点だと希望に感じている。楽しい、美味しいといったわくわくする要素をふんだんにちりばめることで、みんなが勝手に集まってくるという状態にすることが肝である。水産だけではなく、他の業界も巻き込みやすいテーマであるため、全体でのムーブメントのような状態であることが重要。産地、流通や小売店と様々な事業の中で課題があるが、「さかなの日」を作るのであれば、特売のようなものに加えて、同時に楽しさという点で面白い魚や丸魚を仕入れるなども含めてやることも一つの案。また、魚嫌いのお子さんでも自分で釣ったばかりの魚には特別な美味しさを感じて、好きになるということも多い。「さかなの日」の一環として、親子連れの釣りイベントなど自分で釣らせてみるという体験型を入れてみるのも面白いと思う。
- 水産物はどうしてもマイナスの面が目立ってしまうが、プラス特性もある。プラス特性の栄養面や健康面、それらの情報発信というところがこれまでの取組に欠けており、ここをどうやって解決していくのがポイントだと考える。
- 今、独居老人という65歳以上の一人暮らしの食が非常に問題となっており、こういう部分で魚の消費を増やせないか考えている。独居老人の方は、毎日飲食店へ行かないし、近くのスーパーで買い物をして自分1人分を作らないだろうと考える。魚を活用した栄養がある食事は、独居老人が病院に入るまでの新しいニーズになると思うため、こういった分野で「さかなの日」の動きに合わせて、独り暮らしのお年寄りに食の良さを提供できないかということを考えている。

- 大学の講義で学生に「週に何回、魚を食べていますか」というレポートを書かせた際に、極端な二例として、独り暮らしを始めてから魚を全然食べていない者と、祖母と一緒に住んでいて毎日サケを食べている者がいた。魚を全然食べていないとは言っても、例えば、たらこスパゲッティをコンビニで買い食べるなど実際には至る所で水産物を食べており、その認識がないだけではないか。もう一人は毎日食べているが、祖母の家を離れたら、サケからも離れたいと思っているかもしれない。このことについて、無意識のうちに食べさせるのが良いのか、それとも意識して自分で選んで食べる方向に持って行くのが良いのか、一体どちらが良いのかと考えている。「さかなの日」というのはプッシュ型、意識的に食べてもらうというものだが、一方で、加工食品など魚という意識がなく、安くて美味しいということで食べることもあるかもしれない。
- 量販店の水産売り場がだんだんと減っている一方で、総菜売り場がだんだんと増えているという実態がある中で、昨年コロナの特需があり、水産の販売は増えた。しかし、水産物販売のダウントレンドはこれからも続いていくのかなということで、不安を感じている。今回の「さかなの日」を進めていくということで、量販店での販売でも微力ながら協力したいと考えている。
- 「さかなの日」の制定には色々な苦勞が発生すると思うが、大きな見地から魚食普及という日本のために頑張ってくださいようお願いする。今年はトライアルなので、知見を積み重ねる観点に立って、日にちの選定はテンタティブなものとしてやっても良いのかもしれない。いわき市の「さかなの日」は、単純な方が覚えやすい、3月7日は良かった、毎月7日はリピートするのにちょうど良かったなど、結果として市民の方にご賛同を広く得られることに繋がった。こういったことを参考にしつつ、委員の皆様方には、議論の土台にしてもらいたい。
- イベントや販促における営業方針として、圧倒的に食料を売るという販売戦略と、エンターテインメント性を打ち出していくということの二つに大きく分かれる。エンターテインメント性の話になると、人々の記憶や思い出に残りはするが、それだけで消費拡大されたかという点で難しい。圧倒的な食料としての供給と販促・イベントの考え方を分けながら話を遂行してもらった方がいいのではないと思う。「さかなの日」の制定については、海全体の話から詰めていく方法もあるかもしれない。例えば、7月第3月曜日が海の日なので、これに近い日にするなど、一つの新しいポイントとして、何か海全体の話と連動できるような形があると良いと思う。
- 全体的には流通しやすい、消費しやすい今出回っている一般的な魚の量を増やしていくのが大前提だと思うが、市場にあまり出回らないような魚や神経締めした魚の流通に力を入れている若手漁師もいる。数や量ではなく、質を重要視する考え方への転換を目指して頑張っている。その方たちにあこがれて、新しい担い手の若者たちが水産業界に少しずつ流入するという現象が各地を回ると起きている。大きいパイを動かすための戦略が大切だと思うが、それだけでなく、細やかな活動をされている漁師にも光を当てるなど、彼らを尊敬した上でできる施策があると嬉しい。
最近、消費という言葉自体が嫌いという若者が増えていると感じる。特殊な例だが、自分の中のSDGsの基準をどの様にもって洋服一枚買えば良いか分からないから、古着屋でないと買えないという人がいる。消費という言葉が出ることによって拒否感が生まれないように、若者たちにどのように魚を食べるべきか提案しなければならない。様々な立場の方に向けて、それぞれの方に尊敬の念をなくさないような施策として盛り上げていくことができればすごく嬉しい。