

水産物消費拡大実行計画会議（第2回） 議事要旨

- ・日時：令和4年3月16日（水）10:00～11:50
- ・場所：農林水産省8階 水産庁漁港部第1会議室（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
 - 熊倉 イトーヨーカ堂マルシェ部鮮魚担当シニアマーチャンダイザー
 - 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
 - 鈴木 日本水産（株） 広域営業本部 副本部長（田中委員代理）
 - 長岡 一般社団法人大日本水産会 常務理事（途中退席）
 - 山瀬 一般社団法人大日本水産会 魚食普及センター長（長岡委員代理）
 - 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）倉重次長、五十嵐加工流通課長
（復興庁）中見参事官
（経済産業省）殿木福島復興推進グループ総合調整室長
- ・議題：（1）令和3年度水産物消費拡大施策の取組報告について
（2）令和4年度水産物消費拡大実行計画（案）について
（3）さかなの日（仮称）の制定について
（4）意見交換

<議題（1）、（2）について、事務局から説明後、令和4年度実行計画について委員からいただいた意見の概要は以下のとおり>

- 民間が設定している水産物関係の記念日が年間の五分の一程度もあり、十分に活用できていないと思うので、これらを包括するような、個々の取組を応援するさかなの日にすべきと考えている。
- 実行計画に掲載されている多岐にわたる項目の中でもさかなの日の制定が最も優先順位が高い。既存のさかなの日（または上記と同様に水産物関係の記念日）には、日本の風習のものや水産業者が記念日登録したものがあるが、全体で水産物の消費機運が向上するような取組を決めてやってもらいたい。
- 水産物を食す上で簡便性が重要なことは理解しているが、加工されていない純粋な水産物の美味しさも伝えていって欲しい。また、水産エコラベルは、MELだけでなくMSCやASCも対象として普及推進してもらいたい。復興関係の体験型の取組は、参加人数は少ないもののコアなファンをつくれる貴重な機会。またこのような取組を SNS 等で発信することで大きな影響力が出てくるので、積み重ねていくことが非常に大切と思う。お魚かたりべの取組に影響力のある人材を巻き込むとともに、水産庁 HP に掲載するだけでなく、各種の情報発信ツールも積極的に活用したらもっと良くなると思う。
- どのようにしたら分野別に計画した取組が連動して魚の消費機運を上げるダイナミズムを生み出すかという視点を持って実施していただきたい。

<議題（3）について、事務局から説明後、（4）意見交換で主に「さかなの日（仮称）」のコンセプト・時期等の設定について、各委員からいただいた意見の概要は以下のとおり>

- 各種の水産物関係の記念日は、水産物を食べるための手段だと思う。新たに制定するさかなの日は、水産関係の記念日をオリンピック競技に例えると開会式のようなイメージとなり、年に1回あれば良いのかなと考える。コンセプトは、なぜ日本人が魚食文化を大切にしなければならないのかを哲学的に訴えるものにしてもらえればと思う。
- コンセプトとしては、魚の栄養や健康志向について訴えて欲しい。時期等の設定については、魚には旬があり、一定の日は難しいのではないかと。8月4日を栄養の日に行っている事例では、8月1日から7日までを栄養週間として消費者を巻き込んで栄養の日を考えるイベントを全国で毎年実施しているので、期間に幅があっても良いのかもしれない。
- 日本人の原点は魚を食べる民族であり、健康にも良く、サステナブルでもある。海の豊かさを守るようなSDGsの考えをコンセプトに取り込むと良い。さかなの日に実施するものとしては、従来の販売促進では値段勝負であったが、今は二十四節季ごとのメニュー提案などを行っている。時期等の設定は、四季ごとのさかなの日を議論して決めていけば良いのではないかと。既存の水産物関連記念日に重なっても構わないし、様々な業態が入ってきて、業態によっては春だけ参加するとか自由度もあった方が良くであろう。
- 時期等の設定について、年1回が持つ象徴性も重要だが、様々なタイミングで消費者が「魚を食べなきゃね」と思い出させる月1回とかあっても良いし、象徴的な年1回に四季ごとの旬の魚を打ち出すという設定をプラスした考え方も良いのかなと思う。コンセプトについては、SDGs的な観点や健康的な観点を入れつつ、さかなの日という言葉が強く表に出ていくようなシンプルな作りが良いのではないかと。
- コンセプトについて、SDGs的な観点を取り込んでいくのは良いと考えるが、消費者に対して魚がなぜSDGsなのか分かりやすく説明できるフレーズが複数必要であろう。魚と人との関わりを協調すればSDGsにつながる可能性は高い。健康志向と簡便志向はベースにあるので、引き続き必要な観点である。時期等の設定については、毎月特定の期間というので包括的にしておいて、参加できるタイミングで実施するという自由度を参加企業に持たせてやるべき。
- コンセプトには、環境、健康、食育、簡便といった4つの要素を取り入れてはどうか。魚は自然の中で再生産されるものであり、植物と同様に低炭素化につながる事が大事。健康にも良く、食育という観点で旬のものを知ってもらい食べてもらう、それが地産地消にも繋がり、環境への貢献にも繋がる。簡便性も重要であり、家庭での食品ロスにも繋がる。時期等の設定については、四季ごとに年4回としてはどうか。
- 量販店や飲食店で活用している毎月29日は肉の日のようにさかなの日を毎月やるのは負担かもしれない。一方で春と秋に実施している交通安全週間のように、魚を食べよう週間を年に複数回とかやれば良いと思う。コンセプトにSDGs的な考えを取り込んで、学校給食も魚を食べよう週間に取り込んで将来の消費者に対しての食育という意味合いを持たせるのも面白いと思う。また、コンビニ業界はシーチキンマヨネーズのおにぎりに代表されるように食文化を創る能力に長けているので、是非まき込んで欲しい。

- 魚は上手に獲って、上手に食べれば、減らない食べ物であり、ある意味無尽蔵な資源であることから、さかなの日のコンセプトに取り込んでいてもらいたい。期間や時期は、特定の期間に賛成であり、四季や二十四節気などで旬の魚、食文化の継承、地産地消に繋げて欲しい。魚を食べる運動週間を作ってはどうか。また、「魚を1日〇グラム」食べようというような数値目標のようなものがあると、消費者への良い意識作りになると考える。
- さかなの日のコンセプトには「美味しさ」も訴えていくべき。消費者が行動を起こすにはマイナス面を払拭するだけで無く、「美味しさ」のようなプラス面の訴求が重要。また、ムーブメントを大きくするには若者を巻き込んでいくことが重要であり、楽しい、格好良いなどの要素が無いと拡散されていかない。さかなの日には、例えば肉屋などの他の業界も巻き込めたら面白い。そうすると、何故さかなが日本人にとって重要なのかをメディアが深掘りして取材してくるであろう。
- 水産物のプラス特性として、栄養面や健康面の情報発信が重要。マイナス特性を払拭するためにはメニューの開発や、加工品の提案、調理器具の開発等も重要である。時期等の設定については、生産者の意見も聴いて考えていきたい。
- 四季ごとの旬の魚を応援できるようなさかなの日にしていきたい。また、飲食店で良く言われるのが養殖魚の地位向上。なんとなく養殖より天然の方がいいという風潮がある。肉も野菜も養殖なのに、魚だけそうじゃない。これから陸上養殖や海面養殖が増えてくる中で、さかなの日で養殖も美味しいから食べようというさかなの日であっても良いのではないかな。
- 時期等の考え方として、当初は月1回程度と考えていたが、四季ごとの設定でも良いのかもしれない。月1回の場合には、今月は養殖の日、来月は天然魚の日、再来月は国産魚と天然魚を食べ比べる日とか、食べるだけでなく釣りなどの体験の日もあると楽しそうで、マスコミにも取り上げられるのかと思う。最終的には「今日魚食べた？」という会話になることが大事。例えば、23時のニュースで「みなさん魚食べましたか？」など一日の締めくくりと言われるようなことがいいのではないかなと思う。