

水産物の消費拡大に向けた これまでの「さかなの日」の取組と今後の推進方針

**令和 6 年 3 月 29 日
水産庁加工流通課**

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））

➤ 水産基本計画において、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%

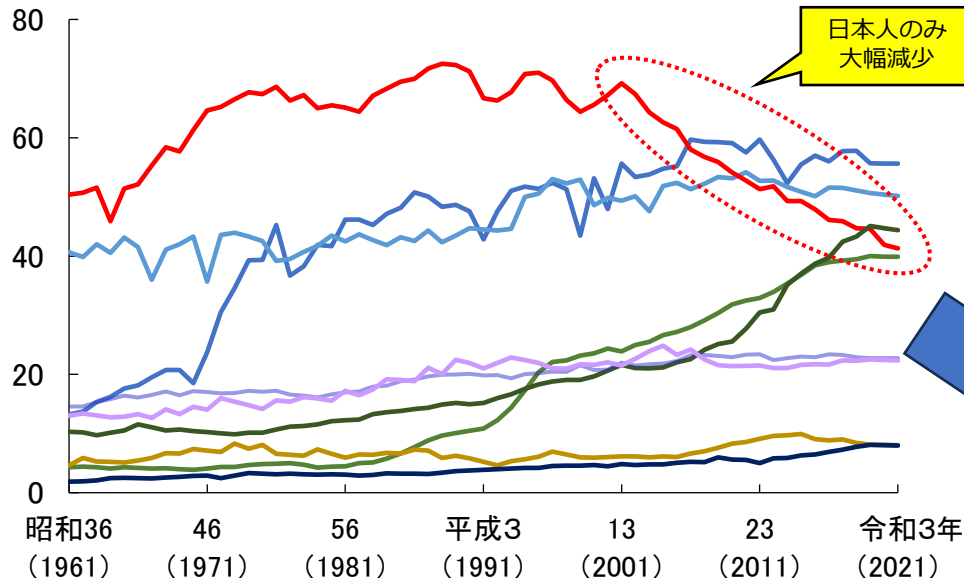
我が国における水産物消費の状況

- 世界では1人当たりの食用魚介類の消費量が過去半世紀で約2倍に増加し、近年においてもそのペースは衰えていない。一方、我が国の食用魚介類の消費量は、約50年前の水準を下回るまでに低下。
- 日本の水産物の年間消費量は2001年度（平成13年度）の40.2kgをピークに減少傾向にあり、2021年度（令和4年度）には22.0kgまで減少。2011年度（平成23年度）に初めて肉類の年間消費量を下回った。

○主要国・地域の1人1年あたり食用魚介類消費量の推移
(粗食料ベース)

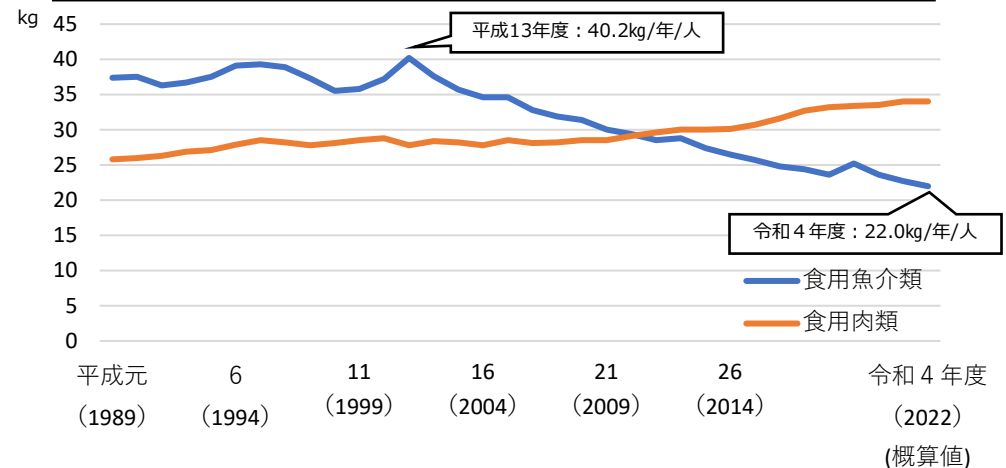
韓国 ノルウェー 日本
中国 インドネシア EU・英国
米国 ブラジル インド

kg/人年



資料：FAO「FoodBalance Sheets」（日本以外の国）及び農林水産省「食料需給表」（日本）に基づき水産庁で作成
注：1）粗食料とは、廃棄される部分も含んだ食用魚介類の数量。
2）中南米は、カリブ海地域を含む。

○魚介類及び肉類の1人当たりの年間消費量（純食料）の推移



資料：農林水産省「食料需給表」

注：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

現状でも水産物の消費量の減少が継続
→ 当面は少なくとも、消費量を横ばいにしていくことを目標とすべきと考える

水産物の消費拡大に向けたこれまでの対策と今後の取組の方向性（案）

これまでの取組

- ① 令和4年10月に官民協働で水産物の消費拡大の取組を推進するために「さかなの日」を制定。賛同メンバーは1年4ヶ月で835まで増加（令和6年2月29日現在）
- ② 令和4年11月に開催した「さかなの日」キックオフイベントにおいて、さかなクンを「さかなの日」アンバサダーに任命し、「さかなの日」の情報発信を推進
- ③ 「さかなの日」HPで賛同メンバーのフェア・イベントや、魚食に関するコンテンツ（レシピ、捌き方など）の情報を発信
- ④ イベントやSNSを通じて「さかなの日」の情報を発信
- ⑤ 令和5年11月の「いいさかなの日」には、魚料理の輪を広げる取組「#さかな料理部」を創設するとともに、1級マグロ解体師の川村文乃さんをはじめとするハロー！プロジェクトの魚好きメンバー6名を「さかなの日」応援隊に任命し、「さかなの日」の情報発信を強化

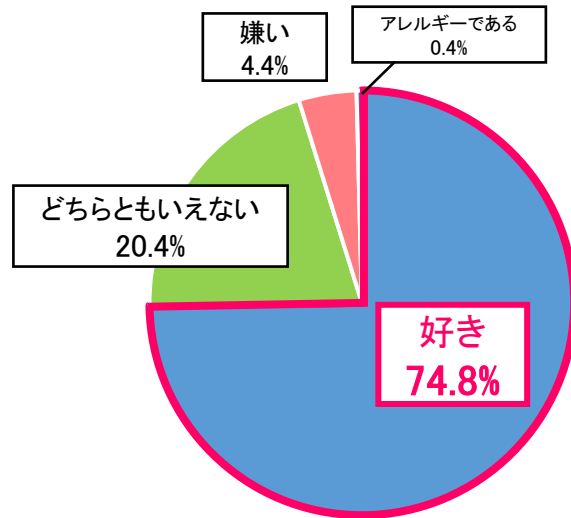
今後の取組の方向性

- ① イベントやSNS等を通じた情報発信だけでなく、水産物の流通、販売に大きな影響力のある大手量販企業と連携した取組が必要ではないか？
- ② 官民が連携した「さかなの日」の認知度向上の取組は今後も継続しつつ、水産物の消費量の減少要因に具体的にフォーカスした取組が必要ではないか？

消費者の水産物消費の意識

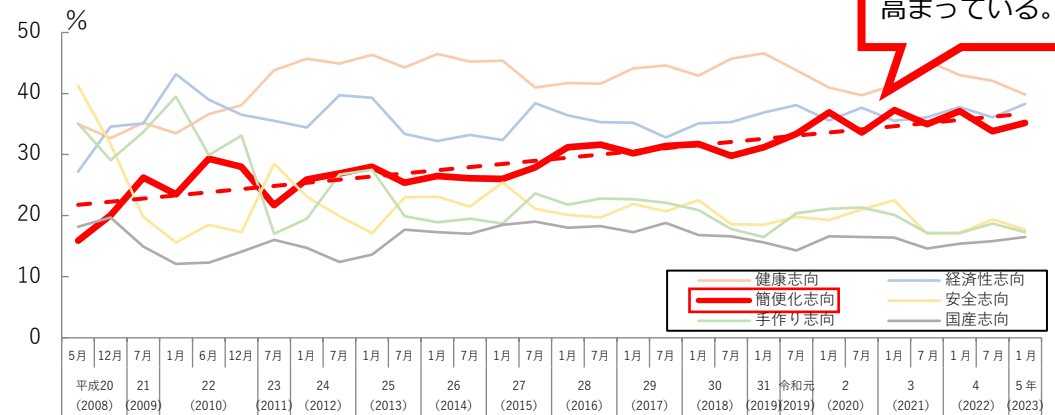
- 魚食に関する意識については、魚料理自体は食べたいが、魚の「扱いにくさ」、「調理の手間」といった水産物のマイナス特性が家庭での消費にブレーキ。また、水産物等に含まれるEPA・DHA など「健康に良い」といったプラス特性の認知や、環境に配慮した水産物の選択意識が高まっているものの、消費を拡大するまでに至らない状況。

○魚の料理の好感度



資料：（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～」

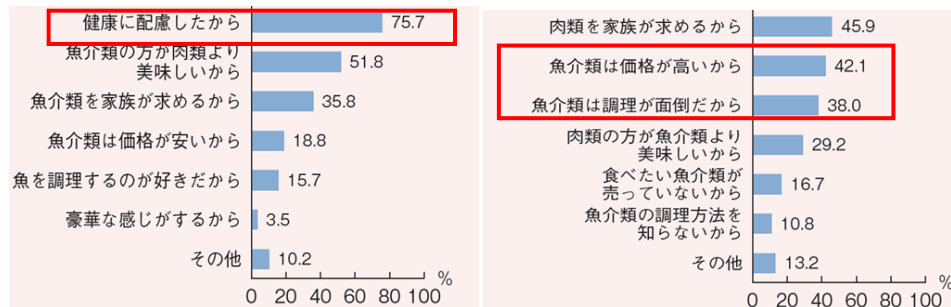
○消費者の食に対する意向



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

○魚介類をよく購入する理由（複数回答）（左）

○魚介類をあまり購入しない理由（複数回答）（右）

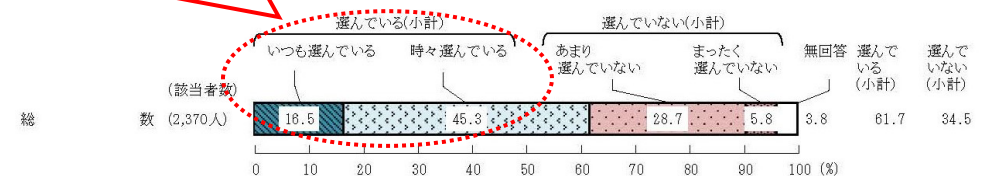


資料：農林水産省「食料・農業及び水産業に関する意識・意向調査」（令和元（2019）年12月～2（2020）年1月実施、消費者モニター987人が対象（回収率90.7%））

○環境に配慮した水産物を選ぶ意識

Q.あなたは、日頃から環境に配慮した農林水産物・食品を選んでいきますか。

選んでいると回答した人は61.7%



資料：農林水産省「令和5年度食育に関する意識調査」

水産物の消費拡大に向けた今後の「さかなの日」の推進方針

以上を踏まえて、令和6年度の「さかなの日」の推進方針を以下のとおりとしたい。

① 大手量販店企業等との連携の強化

- ・「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
- ・「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
- ・「さかなの日」賛同メンバー間の連携の促進

② 環境、健康などにフォーカスした取組の推進

- ・地域の旬の魚、郷土料理、加工品と漁業の特色、海業や資源管理の取組等を組み合わせた、小売段階でも活用できる新たな広報資材（ポップ等）の活用等による「さかな×サステナ」の情報発信の強化
- ・「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

- ・調理器具メーカー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
- ・家庭での魚の調理が促進されるための時短レシピ等の情報発信の強化や料理コンクールの改善