

### 第3回水産物消費拡大実行計画会議 議事要旨

日時：令和5年3月10日（金）10:00～11:40

場所：農林水産省8階中央会議室（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（高橋氏代理出席）
  - 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
  - 下浦 公益社団法人日本栄養士会 専務理事
  - 須藤 一般財団法人 都市農山漁村交流活性化機構 顧問
  - 竹葉 全国水産加工業協同組合連合会 専務理事
  - 田中 株式会社ニッスイ 執行役員
  - 長岡 一般社団法人大日本水産会 常務理事
  - 中川 株式会社ウオー 代表取締役
  - 松本 イオンリテール株式会社 食品本部 水産商品部長
  - 三浦 全国漁業協同組合連合会 常務理事（西岡氏代理出席）
  - 溝上 （株）NKB 執行役員
- ・行政：（水産庁）安東次長、五十嵐加工流通課長  
（復興庁）中見参事官  
（経済産業省）片岡福島復興推進グループ長、佐々木福島復興推進グループ総合調整室長
- ・議題：（1）令和4年度水産物消費拡大施策の取組報告について  
（2）令和5年度水産物消費拡大実行計画（案）について  
（3）意見交換  
（4）その他

○議題（1）、（2）について事務局から説明後、（3）の意見交換における出席委員による主な意見は以下の通り。

○2本柱を継続していくことはとても良い取組と考える。「さかなの日」を立ちあげて、結果的に700もの賛同があったことはありがたいことだが、経済産業省及び復興庁の「魅力発見！三陸・常磐ものネットワーク」は900以上の参加者がおり、まだまだの状況。復興地域における水産物の消費拡大の取組も積極的に取り組まれているため、今後「さかなの日」と「三陸・常磐ものネットワーク」をコラボして、毎月3から7日の期間に取組を実施してはどうか。相乗効果を生み出すのは良いことだと考える。

○賛同メンバー拡大の方策に関連して、3月5日にいわき市が魚食普及のフェスティバルを実施したが、震災後、いわき市の魚食文化がなくなるとの危機感から、いわき市の水産復活のため、魚食普及条例が制定され、同イベントが実施されたもの。いわき

市のさかなの日は3月7日であるが、水産庁の「さかなの日」に日程に幅があることを活用していわき市のフェスティバルを週末の3月5日に設定したと聞いている。同じように現場においても苦しみながら頑張っている市町村があり、水産庁から、内水面県も含め、「さかなの日」に関して、声かけや勧誘をしていくことが必要。

- 海業に関連して直売所などの取組が行われているが、道の駅等の関係者から意見を聞くと、漁業者が水産物や水産加工品を提供することは人寄せのために非常にありがたいと聞いている。直売所や道の駅などで水産物や水産加工品を販売する際に「さかなの日」ののぼり旗を直売所に設置すると喜ばれると思うので、直売所や道の駅等の関係者にも「さかなの日」に関して積極的に声掛けをしていくべきではないか。
- 中学校においては、総合的な学習の時間に「探求学習」が行われているが、海は謎だらけで「さかな」は良いテーマだと思うので、水産庁としても探求学習のための「さかな」等に関する学習教材を用意してはどうか。
- 注目すべき点として、簡便性という点はいまだに重要性が高いと考える。エビやイカ等比較的料理しやすく皆が好きなものから切り身にシフトしている点にフォーカスすると「簡便性」という意識はまだまだ必要であると考えます。
- 令和5年度水産物消費拡大実行計画には概ね賛成だが、Fish-1グランプリについてはまだまだ認知が足りないと考えている。せっかく良いイベントをされているので、もっと認知されるような方法を検討する必要がある。例えば、目黒のさんままつりは特筆すべきコンテンツはないものの、あれだけ話題になるイベントとして認知されているのは魚を食べるといってしっかりフォーカスしているためである。Fish-1グランプリもそういう部分をアピールできる部分はあるのではないか。
- 給食との連携も良いが、給食によって魚を嫌いになる人もいるため、給食での魚の提供や取扱については注意する必要がある。また、食事の場面において、魚を丸ごと見る機会が少ないものも多いため、子供たちを含め、切り身や刺身で出てきた魚に対して「この魚は何だろう」という興味を持たせる仕組みを若年層対策として飲食店や小売・販売店などで連携して検討していけると良い。
- 学校給食を通じて魚食普及を推進するのは良い。ただ、給食予算には限りがあるほか、魚を骨がついた状態で給食に出せないなどの制限がある。子供の味覚は正直なのでいまちおいしくないと感じてしまうこと、骨の無い魚だけに慣れてしまうことなど、怖い面がある。できれば、例えば家庭科などの特別授業を活用して、あえて質の良いおいしい魚を骨のある状態で子供たちに提供して、みんなで骨のある状態から上手に美味しく食べるという経験をして欲しい。
- 魚を食べることが健康面で良いという様々なデータを更に分析して、新たに魚食ブームを作ることが出来るのではないか。何となく魚は体に良いらしいという認識をもってはいるが、水産業界の各メーカーで明確に分析・比較されているデータをもとに、水産庁や有識者、インフルエンサー等と連携・協力して、情報発信すべき。例えば、筋

トレ時にたんぱく質を摂取するための魚肉を使用した製品が発売されているが、肉と魚の違いや含有するビタミン群・脂の違いなどによって体への作用は異なることから、そういった点を細かく分類し、当該データが響きそうな明確なターゲットに対して、水産庁やインフルエンサー等から呼びかけていけば、新たな魚食ブームが作れるかもしれない。

- 簡便性も重要だが、日本は四季があり、魚の旬が世界で一番楽しめる国である。今現在、みんなが旬と認識している魚もしくは外食・スーパーなどで旬の魚として提供できている魚種は少ないと考える。肉には無い魅力である魚の旬の面白さや漁師さんにもっとフィーチャーした取組も必要ではないか。また、日本財団では魚食普及の取組に力を入れており、水産庁も連携をすることを検討してはどうか。
- 「さかなの日」の取組として、卸売市場のイベントと連携した取組を実施していくことを検討中。また、Fish-1グランプリにおいては水産高校の生徒による水産加工開発商品のPRステージの再開、水産エコラベルについてはSDGsやエシカル消費をテーマとしたマリン・エコラベル・ジャパン協議会との連携、全国学校栄養士会協議会との連携等を行ってまいりたい。「さかなの日」アンバサダーである「さかなクン」は影響力があるため、引き続き、活用して欲しい。
- 水産物消費拡大のなじみの歌だが子供達にとっては新鮮な歌である「おさかな天国」のリユース・活用の検討をしてほしい。また、「さかなの日」の取組を推進していくにあたり、独自の取組支援の予算を検討してほしい。
- 水産物消費拡大実行計画については受け入れられる内容。令和4年度計画も多岐にわたり良い取組で効果が期待できる内容であったが、一番の問題は普及度がどれだけあるのか分からないこと。恐らく一般消費者に声が届いているのはごく一部ではないか。これだけ良い提案がある中で、どうやってこれを普及させるかという点に集中し、認知度や効果等に関する定量的目標と評価をできる仕組みを作ることが良いと考える。
- 「さかなの日」賛同メンバーの「さかなの日」に対する認識にしてもまだまだ低いのではないかと。それゆえに普及度が広まっていないという部分もあると思うので、700以上もの賛同メンバーがある程度一枚岩になり、同じ方向に向かっていく必要がある。そのために、賛同メンバー自らがさかなの日等を普及させるための取組を行う際の意識づけとしての施策（予算面の支援も含む）を検討していく必要がある。
- 昨年末からサバが取れず、地域でも漁獲できる魚が減少しており水産加工業者は厳しい状況にある。令和5年度実行計画に記載の取組もしっかりと進める必要がある。更に強化して頂きたいものとして、外食・総菜・弁当・お土産・コンビニなど、もっと手軽に魚が食べられる商品を開発して、これらの業態と連携するなどして、水産物の消費拡大を推進していくという取組を強化して欲しい。干物や切り身は焼くのが難しい面もあるが、冷凍品であってもちょっとした調理方法のコツで美味しく食べられる、また、調理がより簡単になり後片付けが楽な調理器具グッズなど、こういった点も消費者に情報発信して欲しい。また、品評会における大臣賞を受賞した商品など、エキ

ナカやデパートと連携したイベント開催を通じて水産物の消費拡大を図っていくことも検討してはどうか。

- 令和5年度の実行計画については、多岐に渡る取組があり、良いと思う。難しいこともあると思うが、出来る限り、協力させて頂く。「さかなの日」の賛同メンバーとなって以降、HP上のパンフレットへのアクセス数が通常の約2.5倍となった。魚食の教材の作成や学校での魚食普及についても、頑張っていきたい。また、賛同メンバーとの連携・交流についても、参加させて頂きたい。
- 復興庁や経済産業省からも情報を頂き、「さかなの日」で連動して取り組めると良いと考える。また、ぐるなびと連携して、「さかなの日」に港周辺でさかなを食べるというイベントの検討しているところであり、ご興味があればお声掛け頂きたい。
- Fish-1グランプリやシーフード料理コンクールなどをしっかりと開催するとともに、引き続きさかなクンとも連携して、これらの取組を実施していきたい。Fish-1グランプリの認知度向上については、事前にマスコミへの周知やSNSを活用した情報発信に努めてまいりたい。  
また、さかなの日の定着に向けた取り組みを賛同メンバーとして、量販店や回転寿司チェーン店等とタイアップしつつ、国産水産物の消費拡大に向けた取り組みを盛り上げていきたい。
- 令和5年度水産物消費拡大実行計画に問題は無いと認識している。  
「さかなの日」賛同メンバーとして、自分ごととして、どう啓蒙を図っていくかということが課題としている。当社としては、3つの柱として①サステナブルシーフードの展開の拡大②地域のおすすめ、魚食文化を守っていく（全国で200店舗において対面販売を実施し、お客様と対話をしながら、ご要望に応じて調理していくものであり、確実にプラスになっているものと認識）③低未利用魚を使用し関連調味料とのセット販売（カナガシラ、ハチビキ、シイラなど約50トンを販売予定）等を通じ、啓蒙を図ってまいりたい。
- 昨年度の本会議でも申し上げたが、目標をどのように設定するかが課題と考える。  
水産物の消費量は徐々に上昇していることが理想であるが、2021年度は下がってしまっている。「さかなの日」賛同メンバーをどこまで増やすべきなのか。「さかなの日」の認知度アンケートの実施は必要と考えられ、少しずつでも水産物の消費拡大の取組を進捗させていかないと消費者には届かないと考える。また、当社としては「認証水産物」の販売を増やしていくことを考えている。具体的には、水産エコラベル認証製品を店内で加工し、すぐ食べられる商品づくりを試食販売などともに、2023年度中に4～5回実施する予定である。「さかな料理部」の取組は面白いと考えており、是非参加させて頂きたい。