

- 水産物消費の減少要因の根本には、食の多様化や共働き世代の増加など社会的な要因も考えられることから、消費の拡大に向けては、地道な取組の継続が重要であると考えられる。その上で、消費の拡大に向けた個別の取組のより適切な実施に向けては、以下の課題が挙げられる。
 - ① 「さかなの日」の賛同メンバーが1,000を超えたことは大きな成果と言え、今後も更にメンバーを増加させていくことは重要と考えられるが、今後は、よりメンバー自身の活動が活発になる仕掛けや、メンバーからも要望が多いメンバー同士が連携した取組の更なる活発化の促進が重要ではないか。
 - ② Fish-1グランプリをはじめとした各種イベントについても、今後も継続していくことが重要と考えられるが、それぞれのイベントの成果を単発のものにとどめず、より他のイベント等の成果の拡大にもつながるような発信等をしていくべきではないか。
 - ③ 水産エコラベルの普及促進については、その認知度向上のための情報発信を引き続き行っていくことが重要であると考えられる一方で、そもそも消費者における漁業の実態や資源管理、漁業現場で生じている海洋環境の影響に関する理解は十分とはいえず、資源管理の取組等が購買のインセンティブとなっていないことから、水産物が消費者に届くまでの漁業者の鮮度管理や資源管理の取組をストーリーとして伝えるなど、より消費者に訴求力のある情報発信が必要ではないか。

令和6年度までの取組の成果と課題について（続き）

- ④ 子供・若者向けの取組については、学校給食での水産物の利用促進の取組を更に進めるとともに、**魚食への理解の促進や地元への観光振興にもつながる地場の魚の利用促進につながるような情報発信**等の取組も強化していくべきではないか。
- ⑤ 東日本大震災の復興地域の水産物の消費拡大やALPS処理水の海洋放出に伴う一部の国・地域の輸入規制による影響を受ける水産物の消費拡大は引き続き継続していくことが重要であるとともに、水産女子プロジェクトの取組についても、ネットワークづくりの促進を更に進めるとともに、**メンバーの個別の活動をより促進する情報発信の強化**も重要ではないか。
- ⑥ 水産物のマイナス特性を払しょくする方策については、ガス調理機器メーカー等との連携がようやく途に就いたところであるため、引き続きこれを拡大し、**簡単調理・簡単掃除等の情報発信を強化**していくことが重要ではないか。また、海洋環境の変化に伴い、量販店では、その地域でなじみのない魚を取り扱う機会が増加しているとの声も聞かれており、**時短レシピに加え、そのような魚の調理が促進されるレシピや調理方法の情報発信、料理コンクールの展開**も必要ではないか。