

令和3年度以降の我が国水産の動向



第1章

我が国の水産物の需給・消費をめぐる動き



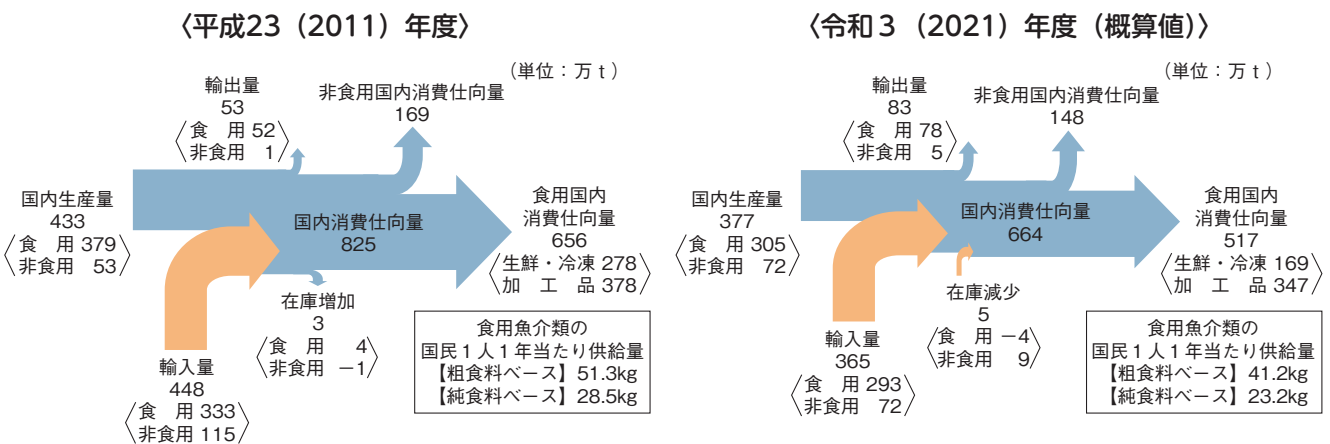
(1) 水産物需給の動向

ア 我が国の魚介類の需給構造

〈国内消費仕向量は664万t〉

令和3（2021）年度の我が国における魚介類の国内消費仕向量*1は、664万t（原魚換算ベース、概算値）となり、そのうち517万t（78%）が食用国内消費仕向量、148万t（22%）が非食用（飼肥料用）国内消費仕向量となっています。国内消費仕向量を平成23（2011）年度と比べると、国内生産量が56万t（13%）、輸入量が83万t（19%）減少し、輸出量が30万t（56%）増加したことから、需給の規模は161万t（19%）縮小しています（図表1-1）。

図表1-1 我が国の魚介類の生産・消費構造の変化



資料：農林水産省「食料需給表」

- 注：1) 数値は原魚換算したものであり（純食料ベースの供給量を除く）、海藻類、捕鯨業により捕獲されたもの及び鯨類科学調査の副産物を含まない。
- 2) 原魚換算とは、輸入量、輸出量等、製品形態が品目別に異なるものを、製品形態毎に所定の係数により原魚に相当する量に換算したものの。
- 3) 粗食料とは、廃棄される部分も含んだ食用魚介類の数量であり、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。
- 4) 表示単位未満の端数を四捨五入しているため、内訳の合計値は必ずしも一致しない。

イ 食用魚介類の自給率の動向

〈食用魚介類の自給率は59%〉

我が国の食用魚介類の自給率*2は、昭和39（1964）年度の113%をピークに低下傾向で推移し、平成12（2000）～14（2002）年度の3年連続で最も低い53%となりました。その後は、微増から横ばい傾向で推移し、令和3（2021）年度における我が国の食用魚介類の自給率（概算値）は、前年度から2ポイント上昇して59%となりました（図表1-2）。これは、輸出量が増加し、自給率の分母となる国内消費仕向量が減少したためです。

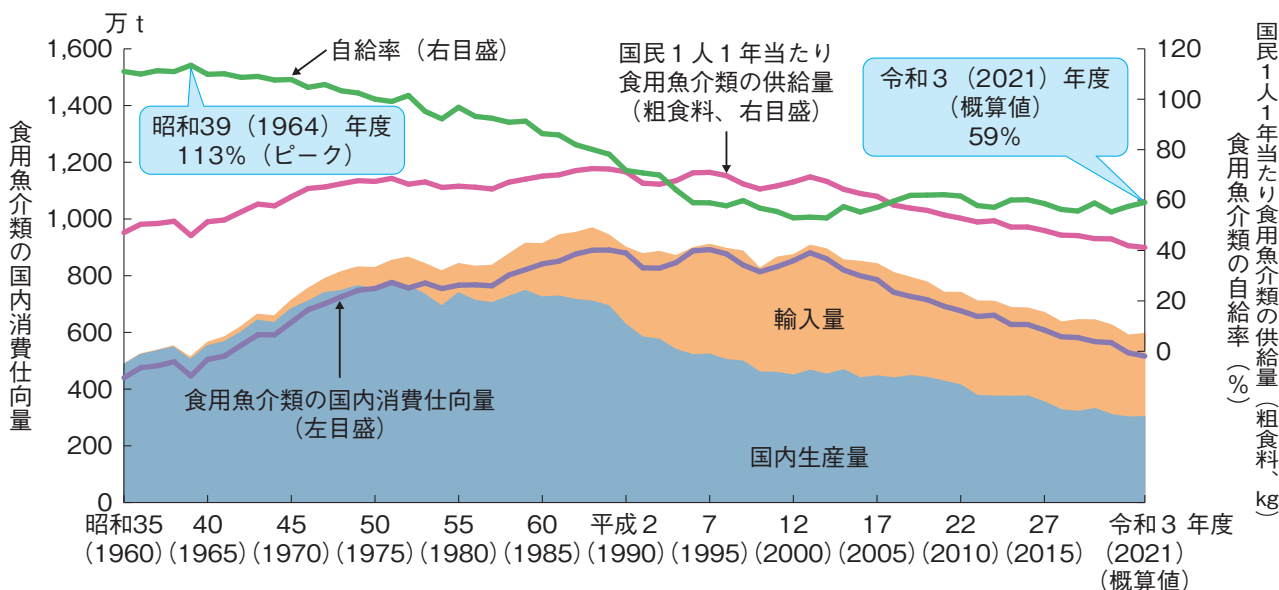
食用魚介類の自給率は、近年横ばい傾向にあります。自給率は国内消費仕向量に占める国内生産量の割合であるため、国内生産量が減少しても、国内消費仕向量がそれ以上に減少すれば上昇します。このため、自給率の増減を考える場合には、その数値だけでなく、算定の根拠となっている国内生産量や国内消費仕向量にも目を向けることが重要です。

*1 国内消費仕向量 = 国内生産量 + 輸入量 - 輸出量 ± 在庫の増減量。

*2 自給率 (%) = (国内生産量 ÷ 国内消費仕向量) × 100。



図表1-2 食用魚介類の自給率の推移



資料：農林水産省「食料需給表」

注：自給率 (%) = (国内生産量 ÷ 国内消費仕向量) × 100。

国内消費仕向量 = 国内生産量 + 輸入量 - 輸出量 ± 在庫の増減量。

(2) 水産物消費の状況

ア 水産物消費の動向

〈食用魚介類の1人1年当たりの消費量は23.2kg〉

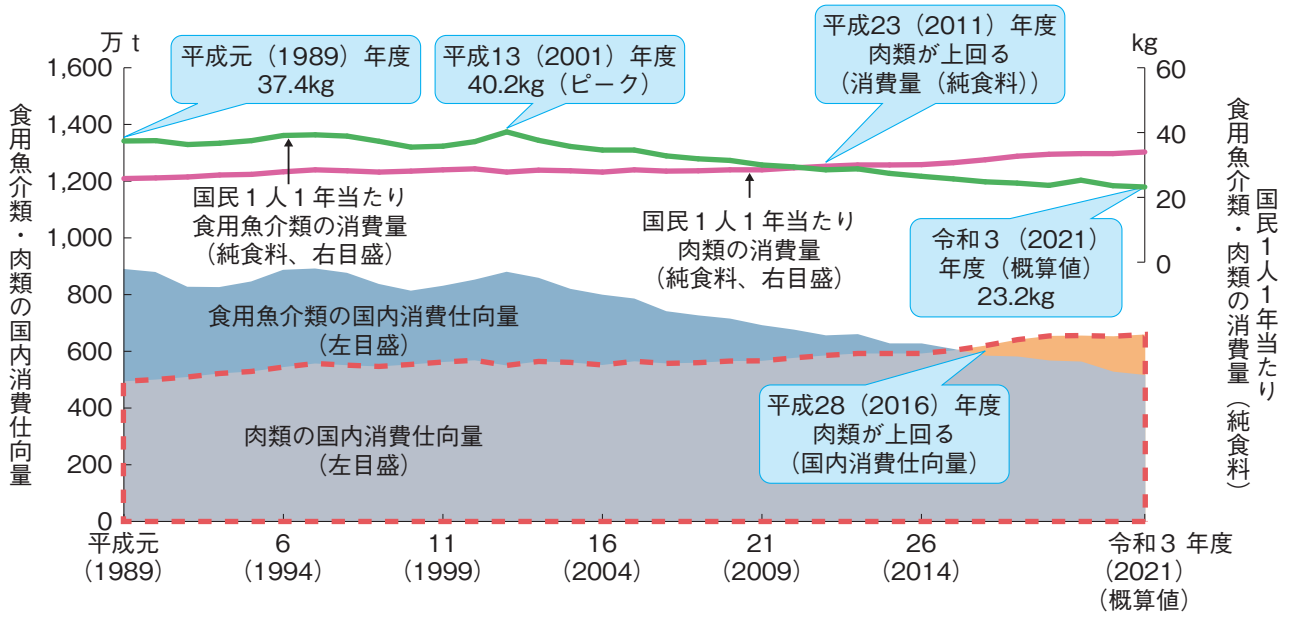
我が国における魚介類の1人1年当たりの消費量は減少し続けています。「食料需給表」によれば、食用魚介類の1人1年当たりの消費量*1（純食料ベース）は、平成13（2001）年度の40.2kgをピークに減少傾向にあり、令和3（2021）年度には、前年度より0.4kg少ない23.2kg（概算値）となりました。一方、肉類の1人1年当たりの消費量は増加傾向にあり、平成23（2011）年度に初めて食用魚介類の消費量は肉類の消費量を下回りました。

また、食用魚介類の国内消費仕向量は、平成初期に850万t前後で推移した後、平成14（2002）年度以降減少し続け、平成28（2016）年度には肉類の国内消費仕向量を下回りました（図表1-3、図表1-4）。

なお、年齢階層別の魚介類摂取量を見てみると、平成11（1999）年以降はほぼ全ての層で摂取量が減少傾向にあります（図表1-5）。

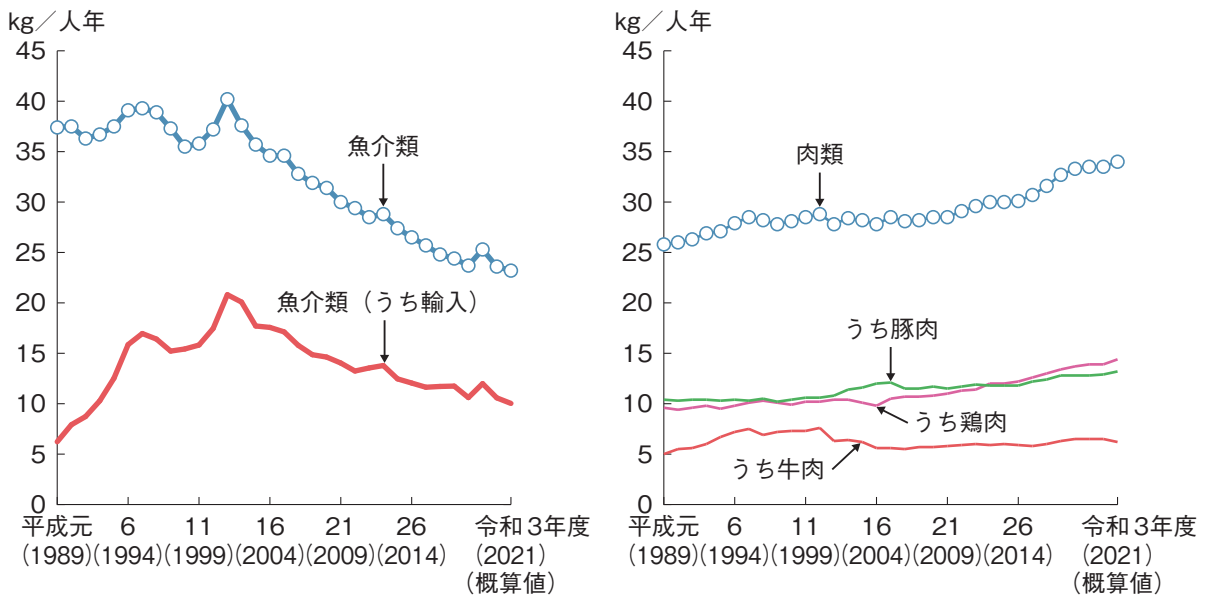
*1 農林水産省では、国内生産量、輸出入量、在庫の増減量、人口等から「食用魚介類の1人1年当たり供給純食料」を算出している。この数字は、「食用魚介類の1人1年当たり消費量」とほぼ同等と考えられるため、ここでは「供給純食料」に代えて「消費量」を用いる。

図表1-3 食用魚介類の国内消費仕向量及び1人1年当たり消費量の変化



資料：農林水産省「食料需給表」

図表1-4 食用魚介類及び肉類の1人1年当たり消費量の変化

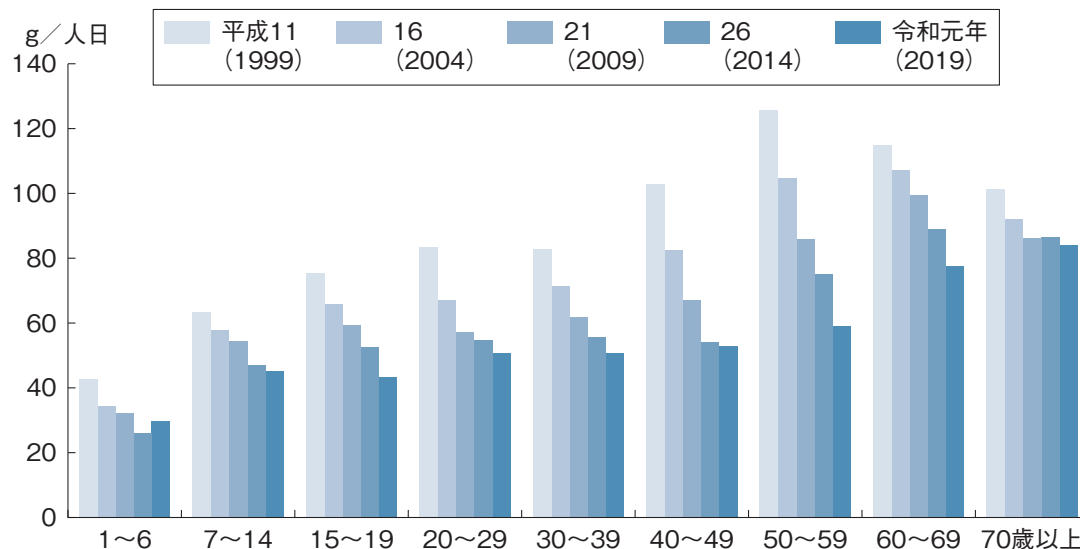


資料：農林水産省「食料需給表」に基づき水産庁で作成

注：魚介類の消費量のうち輸入分は、食用魚介類の消費量から国産魚介類の消費量（食用魚介類の消費量×食用魚介類の自給率）を差し引くことで求めた。



図表1-5 年齢階層別の魚介類の1人1日当たり摂取量の変化



資料：厚生労働省「国民健康・栄養調査」に基づき水産庁で作成

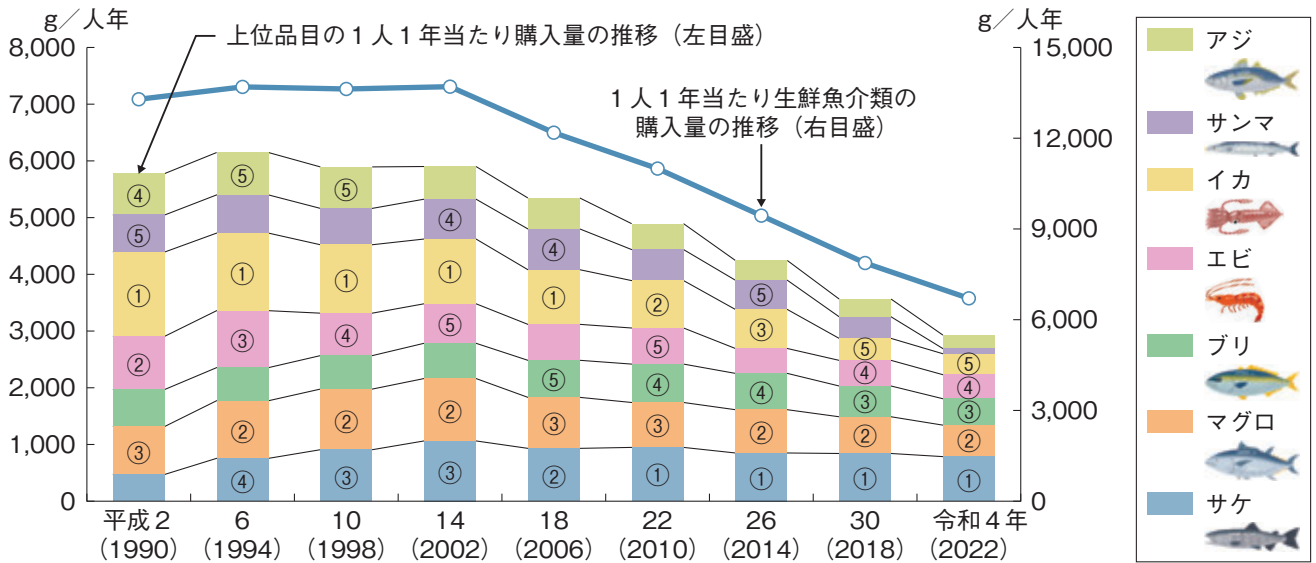
注：令和元（2019）年の70歳以上の摂取量は、70~79歳の摂取量と80歳以上の摂取量をそれぞれの調査対象人数で加重平均して算出した。

〈よく消費される生鮮魚介類は、イカ・エビからサケ・マグロ・ブリへ変化〉

我が国の1人1年当たり生鮮魚介類の購入量が減少し続けている中で、よく消費される生鮮魚介類の種類は変化しています。平成2（1990）年にはイカやエビが上位を占めていましたが、近年は、切り身の状態で売られることの多い、サケ、マグロ及びブリが上位を占めるようになりました（図表1-6）。

また、かつては、地域ごとの生鮮魚介類の消費の中心は、その地域で獲れるものでしたが、流通や冷蔵技術の発達により、以前はサケ、マグロ及びブリがあまり流通していなかった地域でも購入しやすくなったことや、調理しやすい形態で購入できる魚種の需要が高まったこと等により、これらの魚が全国的に消費されるようになってきています。特にサケは、平成期にノルウェーやチリの海面養殖による生食用のサーモンの国内流通量が大幅に増加したこともあり、地域による大きな差が見られなくなっています。

図表1-6 生鮮魚介類の1人1年当たり購入量及びその上位品目の購入量の変化



資料：総務省「家計調査」に基づき水産庁で作成

注：1) 対象は二人以上の世帯（平成11（1999）年以前は、農林漁家世帯を除く。）。

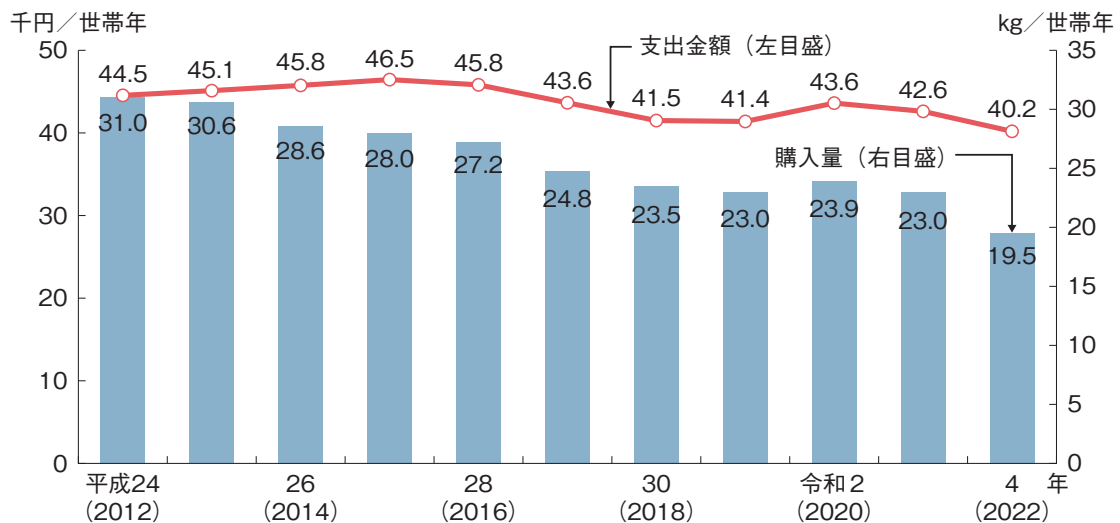
2) グラフ内の数字は、各年における購入量の上位5位までを示している。

3) 平成30（2018）年1月に行った調査で使用する家計簿の改正の影響による変動を含むため、時系列比較をする際には注意が必要。

〈生鮮魚介類購入量は長期的には減少傾向〉

生鮮魚介類の1世帯当たりの年間購入量は、令和元（2019）年まで一貫して減少してきましたが、令和2（2020）年には、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、家での食事（内食）の機会が増加したことにより、スーパーマーケット等での購入が増えた結果、年間購入量が増加しました。しかし、令和3（2021）年から再び減少し、令和4（2022）年は前年より15%減の19.5kgとなりました。年間支出金額についても、年間購入量と同様に、令和4（2022）年には前年より6%減の40.2千円となりました（図表1-7）。

図表1-7 生鮮魚介類の1世帯当たり年間支出金額・購入量の推移



資料：総務省「家計調査」

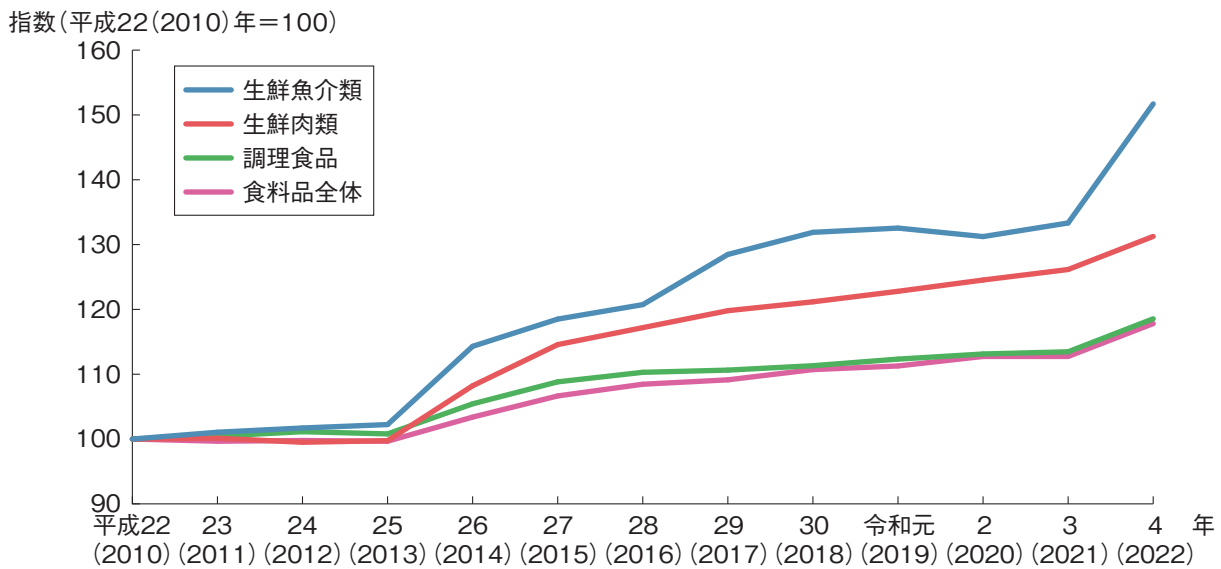
注：1) 対象は二人以上の世帯。

2) 平成30（2018）年1月に行った調査で使用する家計簿の改正の影響による変動を含むため、時系列比較をする際には注意が必要。



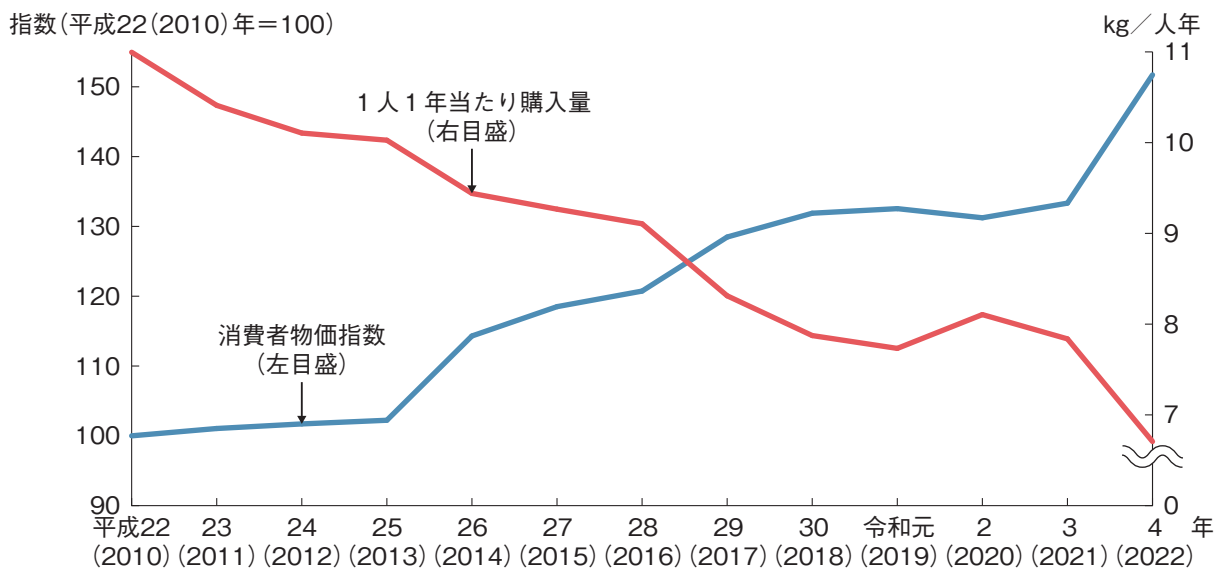
平成25（2013）年以降、食料品全体の価格が上昇しており、特に生鮮魚介類及び生鮮肉類の価格が大きく上昇しています。とりわけ、令和4（2022）年の生鮮魚介類の消費者物価指数は前年より14%と大幅に上昇しました（図表1－8）。これは、新型コロナウイルス感染症による世界的な経済活動の停滞からの回復、急速な円安等による水産物の輸入価格の上昇、国内生産の減少等の影響によるものと考えられます。生鮮魚介類の1人1年当たり購入量は令和4（2022）年においては前年より14%減少しました。これは、生鮮魚介類の1人1年当たり購入量は、価格上昇に反比例して減少する傾向にあることから、価格の大幅な上昇が一因と考えられます（図表1－9）。

図表1－8 食料品の消費者物価指数の推移



資料：総務省「消費者物価指数」に基づき水産庁で作成

図表1－9 生鮮魚介類の消費者物価指数と1人1年当たり購入量の推移



資料：総務省「消費者物価指数」及び「家計調査」に基づき水産庁で作成

注：1) 対象は二人以上の世帯（家計調査）。

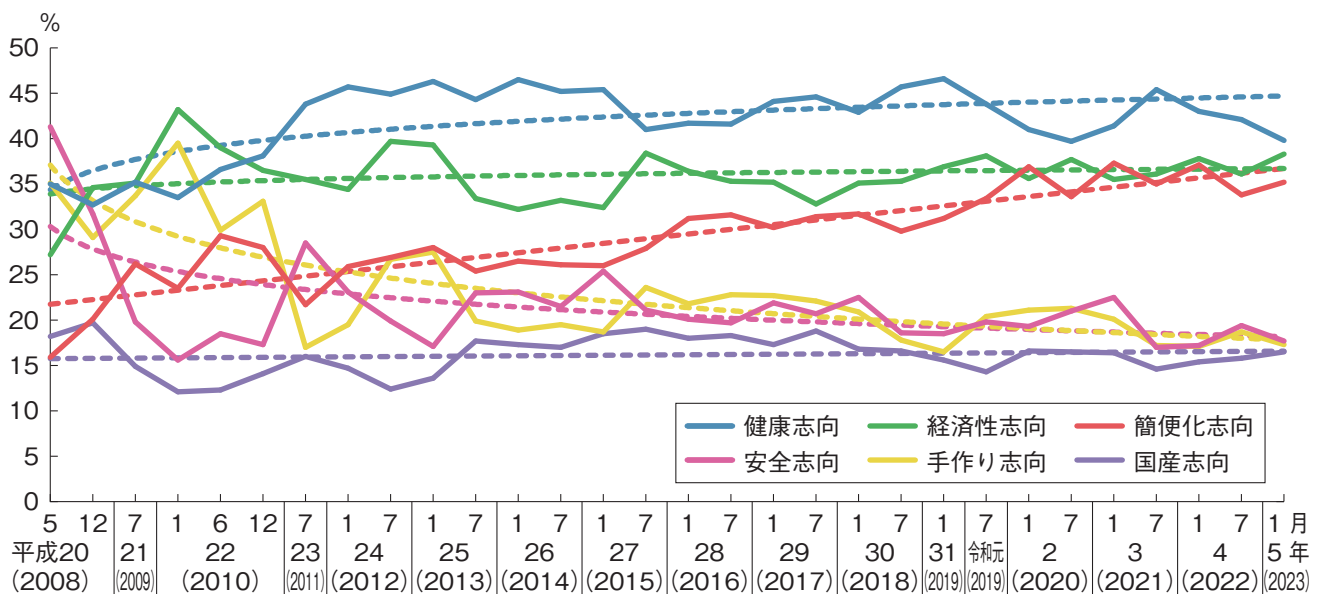
2) 平成30（2018）年1月に行った調査で使用する家計簿の改正の影響による変動を含むため、時系列比較をする際には注意が必要。

イ 水産物に対する消費者の意識

〈消費者の食の簡便化志向が高まる〉

水産物の消費量が減少し続けている一因として、消費者の食の志向の変化が考えられます。株式会社日本政策金融公庫による「食の志向調査」を見てみると、令和5（2023）年1月には健康志向、経済性志向及び簡便化志向の割合が上位を占めています。平成20（2008）年以降の推移を見てみると、経済性志向の割合が横ばい傾向となっている一方、簡便化志向の割合は長期的に見ると上昇傾向となっており、令和5（2023）年1月には、経済性志向の割合と同程度の割合を示しています。他方で、安全志向と手作り志向は緩やかに低下しており、国産志向は比較的低水準で横ばいとなっています（図表1-10）。

図表1-10 消費者の食の志向（上位）の推移



資料：株式会社日本政策金融公庫 農林水産事業本部「食の志向調査」（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
注：破線は近似曲線又は近似直線。

〈消費者が魚介類をあまり購入しない要因は価格の高さや調理の手間等〉

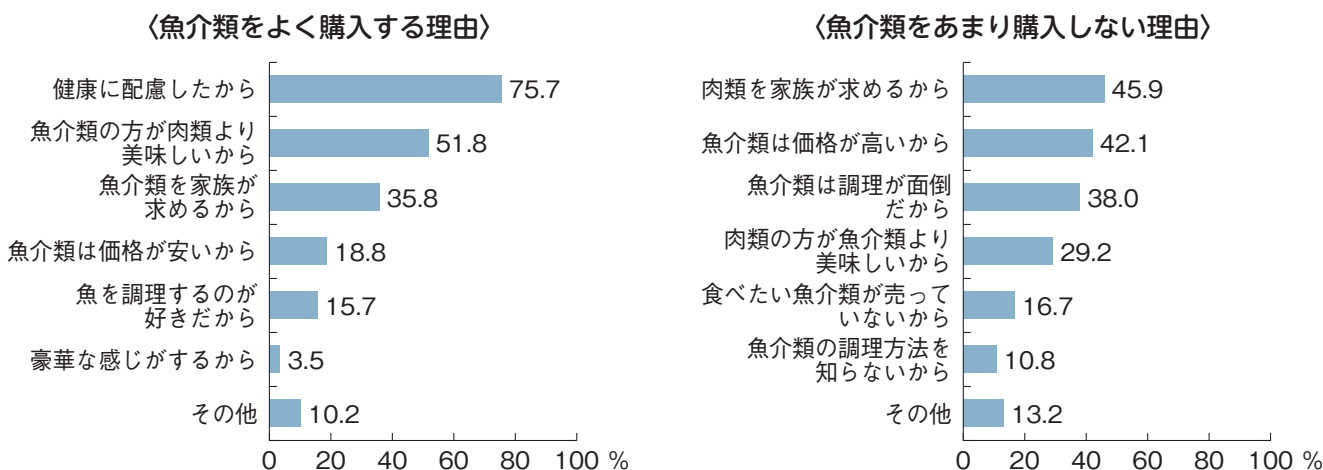
肉類と比較して魚介類を消費する理由及びしない理由について見てみると、農林水産省による「食料・農業及び水産業に関する意識・意向調査」においては、消費者が肉類と比べ魚介類をよく購入する理由について、「健康に配慮したから」と回答した割合が75.7%と最も高く、次いで「魚介類の方が肉類よりおいしいから」（51.8%）となっています。他方、肉類と比べ魚介類をあまり購入しない理由については、「肉類を家族が求めるから」と回答した割合が45.9%と最も高く、次いで「魚介類は価格が高いから」（42.1%）、「魚介類は調理が面倒だから」（38.0%）の順となっています（図表1-11）。



これらのことから、肉類と比較して、魚介類の健康への良い効果の期待やおいしさが強みとなっている一方、魚介類の価格が高いこと、調理の手間がかかること、食べたい魚介類が入手しにくいこと、調理方法を知らないことが弱みとなっていると考えられます。

このため、料理者・購入者の負担感やマイナス特性の解消、手軽でおいしい新製品の開発、健康増進効果や旬のおいしさといったプラスの商品特性を活かした情報発信等が必要となっています。

図表1-11 魚介類をよく購入する理由及びあまり購入しない理由



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%））

ウ 水産物の健康効果

〈オメガ3脂肪酸や魚肉たんぱく質等、水産物の摂取は健康に良い効果〉

水産物の摂取が健康に良い効果を与えることが、様々な研究から明らかになっています（図表1-12）。

1) DHA、IPA（EPA）

魚介類やクジラの脂質に多く含まれている $n-3$ （オメガ3）系多価不飽和脂肪酸であるドコサヘキサエン酸（DHA）やイコサペンタエン酸（IPA）*¹は、他の食品にはほとんど含まれていない脂肪酸です。DHAは、未熟児の網膜機能の発達に必須であるほか、加齢に伴い低下する認知機能の一部である記憶力、注意力、判断力や空間認識力を維持することが報告されており、広く胎児期から老年期に至るまでの脳、網膜や神経の発達・機能維持に重要な役割があることが分かっています。IPAは、血小板凝集抑制作用があり、血栓形成の抑制等の効果があることが分かっています。また双方とも、抗炎症作用や血圧降下作用のほか、血中のLDLコレステロール（悪玉コレステロール）や中性脂肪を減らす機能があることが分かっており、脂質異常症、動脈硬化による心筋梗塞や脳梗塞、その他生活習慣病の予防・改善に期待され、医薬品にも活用されています。

* 1 エイコサペンタエン酸（EPA）ともいう。

2) たんぱく質

魚肉たんぱく質は、畜肉類のたんぱく質と並び、人間が生きていく上で必要な9種類の必須アミノ酸をバランス良く含む良質なたんぱく質であるだけでなく、大豆たんぱく質や乳たんぱく質と比べて消化されやすく、体内に取り込まれやすいという特徴もあり、「フィッシュプロテイン」という名称で注目されています。また、離乳食で最初に摂取することが勧められている動物性たんぱく質は白身魚とされているほか、血圧上昇を抑える作用等の健康維持の機能を有している可能性も示唆されています。

3) アミノ酸（バレニン、タウリン）

鯨肉に多く含まれるアミノ酸であるバレニンは疲労の回復等に、貝類（カキ、アサリ等）やイカ、タコ等に多く含まれるタウリンは、肝機能の強化や視力の回復に効果があること等が示されています。

4) カルシウム、ビタミンD

カルシウムについては、不足すると骨粗鬆症^{こつそしうじやう}、高血圧、動脈硬化等を招くことが報告されています。また、カルシウムの吸収はビタミンDによって促進されることが報告されています。ビタミンDは、水産物では、サケ・マス類やイワシ類等に多く含まれています。

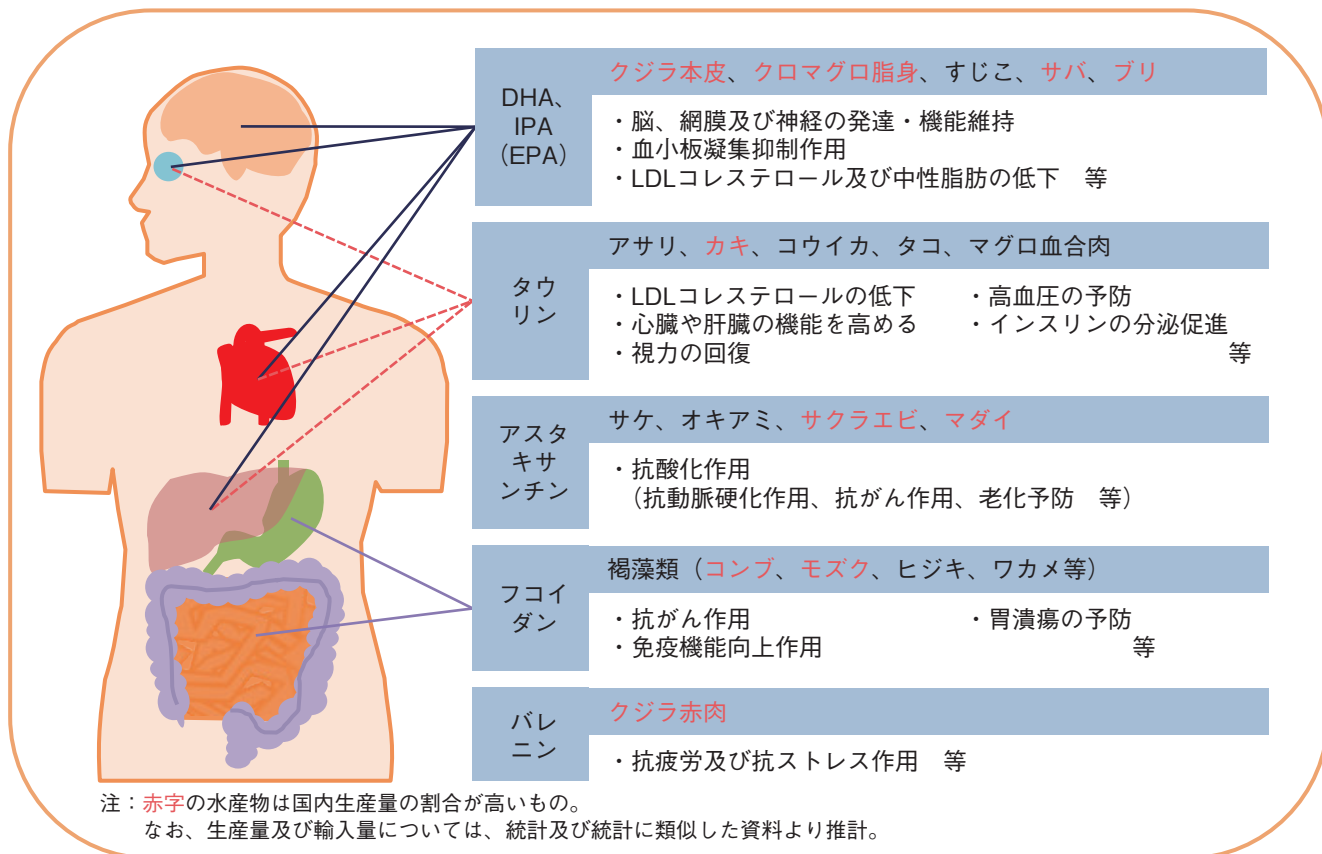
5) 食物繊維（アルギン酸、フコイダン等）

海藻類には、ビタミンやミネラルに加え、アルギン酸やフコイダン等の食物繊維が豊富に含まれています。食物繊維は、便通を整える作用のほか、脂質や糖等の排出作用により、生活習慣病の予防・改善にも効果が期待されています。また、腸内細菌のうち、ビフィズス菌や乳酸菌等の善玉菌の割合を増やし、腸内環境を良好に整える作用も知られています。さらに、善玉菌を構成する物質には、体の免疫機能を高め、血清コレステロールを低下させる効果も報告されています。くわえて、フコイダンは、抗がん作用、胃潰瘍^{い かいよう}の予防や治療の効果が期待されており、モズクやヒジキ、ワカメ、コンブ等の褐藻類に多く含まれます。

このように、水産物は優れた栄養特性と機能性を持つ食品であり、様々な魚介類や海藻類をバランス良く摂取することにより、健康の維持・増進が期待されます。



図表1-12 水産物に含まれる主な機能性成分



資料：各種資料に基づき水産庁で作成

図表1-13 主な食品の100g当たりのたんぱく質・脂質含有量

食品群	食品例	たんぱく質 (g)	脂質 (g)	
魚介類	くろまぐろ	26.4	1.4	魚介類の脂質にはn-3 (オメガ3) 系多価不飽和脂肪酸を多く含む
	かつお	25.8	0.5	
	しろさけ	22.3	4.1	
	まいわし	19.2	9.2	
	まだら	17.6	0.2	
肉類	牛肉 (ばら)	11.0	50.0	肉類の脂質には飽和脂肪酸やコレステロールが多い
	牛肉 (もも)	21.3	10.7	
	豚肉 (ばら)	13.4	40.1	
	豚肉 (ロース)	20.6	13.6	
	鶏肉 (もも)	16.6	14.2	
	鶏肉 (むね)	23.3	1.9	
乳類	牛乳	3.3	3.8	乳類の脂質には飽和脂肪酸が多い
豆類	大豆 (乾)	33.8	19.7	
	大豆 (水煮缶詰)	12.9	6.7	

資料：文部科学省「日本食品標準成分表2020年版（八訂）」、厚生労働省「食生活改善指導担当者研修テキスト」

注：「くろまぐろ」は天然・赤身・生、「かつお」は春獲り・生、「しろさけ」は生、「まいわし」は生、「まだら」は生、「牛肉（ばら）」は和牛肉・脂身つき・生、「牛肉（もも）」は和牛肉・赤肉・生、「豚肉（ばら）」は中型種肉・脂身つき・生、「豚肉（ロース）」は中型種肉・皮下脂肪なし・生、「鶏肉（もも）」はにわとり・若どり・皮つき・生、「鶏肉（むね）」はにわとり・若どり・皮なし・生、「牛乳」は普通牛乳、「大豆（乾）」は、全粒・黄大豆・国産、「大豆（水煮缶詰）」は黄大豆。

（コラム）速筋タンパクを食べて筋肉増加

ロコモーション（運動）機能の低下は、一定以上進むと健康寿命が尽きると言われており、健康寿命の延伸を目指す我が国においては、ロコモーション機能維持は大きな課題となっています。ロコモーション機能は、筋肉が中心的な役割を果たし、筋肉増加には、「十分なたんぱく質摂取」と「強度な運動」が必要とされています。

このような中、株式会社ニッスイの食品機能科学研究所は、スケトウダラのたんぱく質であるAPP（Alaska Pollack Protein）の機能性として「強度な運動と同様の筋肥大作用」を有し、運動介入を併用せずに筋肥大（特に速筋）を起こすことを明らかにしました。この研究成果は、練り製品市場の活性化や同社の「速筋タンパク」シリーズの製品化につながり、令和4（2022）年度（第23回）民間部門農林水産研究開発功績者表彰*の農林水産大臣賞を受賞しました。

* 農林水産省及び公益社団法人農林水産・食品産業技術振興協会が、農林水産業その他関連産業に関する研究開発のうち民間が主体となって行っているものについて、その一層の発展及びそれに従事する者の一層の意欲向上に資するため、優れた功績をあげた者を表彰するもの。



速筋タンパクのロゴ（株式会社ニッスイ）



エ 水産物の消費拡大に向けた取組

〈消費者のニーズに合わせた商品提供や流通効率化の取組〉

水産物の消費拡大には、簡単においしく魚を調理する方法を知らないこと、魚の調理自体が煩雑であること、下処理やごみ処理などの後処理に時間と手間がかかること等の課題がある中、近年、特色ある売場づくりを目指す地域の食品スーパーや鮮魚店等において、国産魚介類の販売拡大を目指した取組が見られます。消費者は食べ方が想像できないとなかなか商品を買ってくれないことから、魚介類の調理に詳しい人材が消費者との対面販売を行うことや、下処理のサービスを行うことで消費者のニーズに合わせておいしい魚を食べる機会を提供する取組が行われています。

また、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、内食の機会が増加したことにより、漁業者等によるインターネットを使った水産物の直接販売の取組を開始する動きが見られています。

このような中、水産庁は、調理の手間等の課題に対し、簡便性に優れた商品や調理動画の作成等による提供方法等を開発・実証する取組を支援しています。また、マーケットインの発想に基づく「売れるものづくり」を促進するため、生産、加工、流通、販売の関係者が連携し、先端技術の活用等による物流改善やコスト削減を図る取組及び鮮度保持による高付加価値化等のためのバリューチェーンの構築の取組を支援しています。

これらの取組により、消費者の潜在的な魚食のニーズを掘り起こし、水産物の消費拡大や多様な魚介類の価値向上につながることを期待されます。

〈学校給食等での食育の重要性〉

食の簡便化志向等が強まり、家庭において魚食に関する知識の習得や体験等の食育の機会を十分に確保することが難しくなっていることは、若年層の魚介類の摂取量減少の一因になっていると考えられます。

若いうちから魚食習慣を身に付けるためには、学校給食等を通じ、水産物に親しむ機会を作ることが重要ですが、一定の予算の範囲内での安定的な提供やあらかじめ献立を決めておく必要がある学校給食における水産物の利用には、水揚げが不安定な中で規格の定まった一定の材料を決められた日に確実に提供できるのかという供給の問題、加工度の低い魚介類は調理に一定の設備や技術が必要となるという問題があります。

これらの問題を解決し、おいしい国産の魚介類を給食で提供するためには、地域の水産関係者と学校給食関係者が連携していくことが必要です。そこで、近年では、漁業者や加工・流通業者等が中心となり、食材を学校給食に提供するだけでなく、魚介類を用いた給食用の献立の開発や、漁業者自らが出前授業を行って魚食普及を図る活動が活発に行われています。

また、「第4次食育推進基本計画」においては、学校給食における地場産物の活用が、地産地消の有効な手段であり、地場産物の消費による食料の輸送に伴う環境負荷の低減や地域の活性化は、持続可能な食の実現につながり、さらに、地域の関係者の協力の下、未来を担う子供たちが持続可能な食生活を実践することにもつながるという考えに基づき、学校給食における地産地消の取組が推進されています。同計画では地場産物の使用割合を現状値（令和元（2019）年度）から維持・向上した都道府県の割合を90%以上とすることを目標としています。学校給食における地場産物等を使用する割合を増やすという目標の下、地元産の魚介類の使用に積極的に取り組む地方公共団体も現れ、学校の栄養教諭、調理員等から漁業者や加工・流通業者に対し、地元の魚介類の提供を働き掛ける例も出てきています。

〈低・未利用魚の活用の取組〉

知名度が低いことやロットがまとまらないこと等により、非食用に回されたり、低い価格でしか評価されなかったりする低・未利用魚の活用が課題である中、水産庁は、低・未利用魚の有効活用の取組を支援しています。

【事例】低・未利用魚や部位を有効活用した新商品開発

島根県^{はまだし}浜田市では、水揚量の減少等の影響により、加工原材料向けの水産物の調達が困難な状況となっています。くわえて、当地域の主要な漁業であるまき網漁業や沖合底びき網漁業の特性上、サイズの不揃いやロットがまとまらない等の要因により、低・未利用となっている魚や加工残さ等として廃棄されている部位が存在し、その有効活用が求められていたところでした。

このような中、低・未利用資源の高付加価値化を図るため、地域の漁業者、水産加工業者、水産流通業者等からなる^{はま}浜っ粉^{こま}協議会^{きぎかい}を立ち上げ、行政や研究機関等とも連携し、低・未利用魚や加工残さを原材料とした粉末商品の開発に着手しました。

具体的には、ロットがまとまらなかったり流通させるには大きすぎたりと利用価値が低いと見なされていたエッチュウバイ（シロバイガイ）や脱皮したばかりのズワイガニ（ミズガニ）のほか、身は重宝されるものの可食部分とされず加工残さとして扱われていたアカムツ（ノドグロ）の頭部やウチワエビの殻等を原材料とし、高温乾燥・粉碎加工を施した「天然素材の魚パウダー」の開発を実現しました。

また、島根県内の菓子製造業者や醤油製造業者等の異業種とのコラボレーションにより、魚パウダーを使用したお菓子やだしパック、調味料、漬物の漬床等の様々な用途の商品が開発されました。この他にも、島根県内外の和食・洋食料理人と連携した商品開発を行うことにより、魚パウダーの消費が拡大しており、水産業を中心とした地域産業と連携した取組により地域活性化にも貢献しています。

同協議会においては、今後、各種の魚パウダーを栄養機能性食品として販売することも検討しているところであり、これらの取組を通じて、引き続き低・未利用魚の有効活用を図っていくこととしています。



天然素材の魚パウダー



アカムツの頭部（原材料）



ウチワエビの殻（原材料）

**(コラム) 毎月3日から7日は魚を食べよう「さかなの日」**

我が国の水産物の消費量が長期的に減少傾向にある中、水産物の消費拡大に向けた官民の取組を推進するため、水産庁は、毎月3～7日を「さかなの日」とし、11月3～7日は「いいさかなの日」として、水産物の消費拡大に向けた活動の強化週間と位置付けました。

水産資源は元来持続可能な資源であり、我が国における適切な水産資源の管理の取組等から、魚を選択して食べることは、持続可能な開発目標（SDGs）における持続可能な消費行動であるため、「さかな×サステナ」を「さかなの日」のコンセプトとしています。

令和5（2023）年3月末時点で、「さかなの日」の賛同メンバー数は726にのぼり、その業態は、小売、コンビニエンスストア、百貨店、食品メーカー、外食、水産関係（漁業者・卸・仲卸・鮮魚店等）、料理教室、メディア、地方公共団体、民間団体、個人等多岐にわたっています。各賛同メンバーは、例えば大手量販店による低・未利用魚や認証取得水産物の販売、コンビニエンスストアによる魚の総菜の販売の拡大、調味料メーカーによる魚を中心としたメニューの飲食店の開店、ECサイトによる価値がないとされてきた魚や加工段階で捨てられてきた部位の商品化等、水産物消費拡大に向けて、様々な取組を実施しています。

また、令和4（2022）年11月に開催された国産水産物の魅力を発信するイベント第8回「Fish-1グランプリ」（主催：全国漁業協同組合連合会）において、「さかなの日」キックオフイベントを開催し、さかなクンを「さかなの日」アンバサダーに任命するとともに、さかなクンによるトークイベントや水産庁PRブースにおいて、「さかなの日」や水産物の魅力について情報発信しました。



「さかなの日」の
ロゴ



「さかなの日」キックオフイベント
(第8回 Fish-1グランプリ)



水産庁「さかなの日」
ホームページ：
<https://www.jfa.maff.go.jp/j/kakou/sakananohi1137.html>



消費者向け「さかなの日」ホームページ：
<https://sakananohi.jp/>

(3) 消費者への情報提供や知的財産保護のための取組**ア 水産物に関する食品表示****〈貝類の原産地表示を厳格化〉**

消費者が店頭で食品を選択する際、安全・安心、品質等の判断材料の一つとなるのが、食品の名称、原産地、原材料、消費期限等の情報を提供する食品表示であり、食品の選択を確保する上で重要な役割を担っています。水産物を含む食品の表示は、平成27（2015）年より食品表示法^{*1}の下で包括的・一元的に行われています。

* 1 平成25年法律第70号

食品表示のうち、加工食品の原料原産地表示については、平成29（2017）年9月に同法に基づく食品表示基準が改正され、輸入品以外の全ての加工食品について、製品に占める重量割合上位1位の原材料が原料原産地表示の対象となっています*1。さらに、国民食であるおにぎりのノリについては、重量割合としては低いものの、ノリの生産者の意向が強かったこと、消費者が商品を選ぶ上で重要な情報と考えられること、表示の実行可能性が認められたこと等から、表示義務の対象とされています。

また、水産物の原産地表示については、1）国産品にあっては水域名又は地域名（主たる養殖場が属する都道府県名）、2）輸入品にあっては原産国名、3）2か所以上の養殖場で養殖した場合は主たる養殖場（最も養殖期間の長い場所）が属する都道府県名*2となっています。このようなルールが適用されている中、農林水産省は、広域小売店におけるアサリの産地表示の実態に関する調査において、漁獲量を大幅に上回る量の熊本県産アサリが販売されていることが推測され、科学的分析により、買い上げた熊本県産アサリのほとんどが「外国産あさがり」が混入している可能性が高い」と判定された結果を令和4（2022）年2月に公表しました。

また、同調査結果の公表等を背景としたアサリの産地表示の現状を確認するための調査を行った結果、熊本県産と表示されたアサリの販売は確認されず、中国産と表示されたアサリの販売割合が全体の7割に達したこと及びアサリを販売する店舗の割合が低下していることを同年3月に公表しました。

このため、アサリの産地表示適正化のための対策として、消費者庁は、同年3月に食品表示基準Q&Aを改正し、出荷調整用その他の目的のため、貝類を短期間一定の場所に保存することを「蓄養」とした上で、蓄養が上記3）の期間の算定に含まれないことを明確化したほか、輸入したアサリの原産地は、蓄養の有無にかかわらず輸出国となること等のルールの適用の厳格化を行いました*3。

これらのアサリの産地表示適正化のための対策の効果を測るため、農林水産省は、アサリの産地表示の状況に関する調査を行い、国産アサリの原産地別出回り状況や輸入数量の動向に乖離がない状況等を同年7月に公表しました。

イ 機能性表示食品制度の動き

〈機能性表示食品として、7件の生鮮食品の水産物の届出が公表〉

機能性を表示することができる食品は、国が個別に許可した特定保健用食品（トクホ）と国の規格基準に適合した栄養機能食品のほか、機能性表示食品があります。

食品が含有する成分の機能性について、安全性と機能性に関する科学的根拠に基づき、食品関連事業者の責任で表示することができる機能性表示食品制度では、生鮮食品を含め全ての食品*4が対象となっており、令和5（2023）年3月末時点で、生鮮食品の水産物としては、

*1 消費者への啓発及び事業者の表示切替えの準備のための経過措置期間は、令和4（2022）年3月31日で終了。

*2 ただし、サケ・マス類やブリ類等、養殖を行った2か所の養殖場のうち、第2段階の育成期間が短いものの、重量が大きい場合には、当該養殖場における育成により水産物の品質が決定されることから、重量の増加が大きい養殖場が属する都道府県が原産地となる。

*3 例外として、輸入した稚貝のあさを区画漁業権に基づき1年半以上育成（養殖）し、育成等に関する根拠書類を保存している場合には、国内の育成地を原産地として表示することができる。

*4 特別用途食品、栄養機能食品、アルコールを含有する飲料、並びに脂質、飽和脂肪酸、コレステロール、糖類（単糖類又は二糖類であって、糖アルコールでないものに限る。）及びナトリウムの過剰な摂取につながるものを除く。



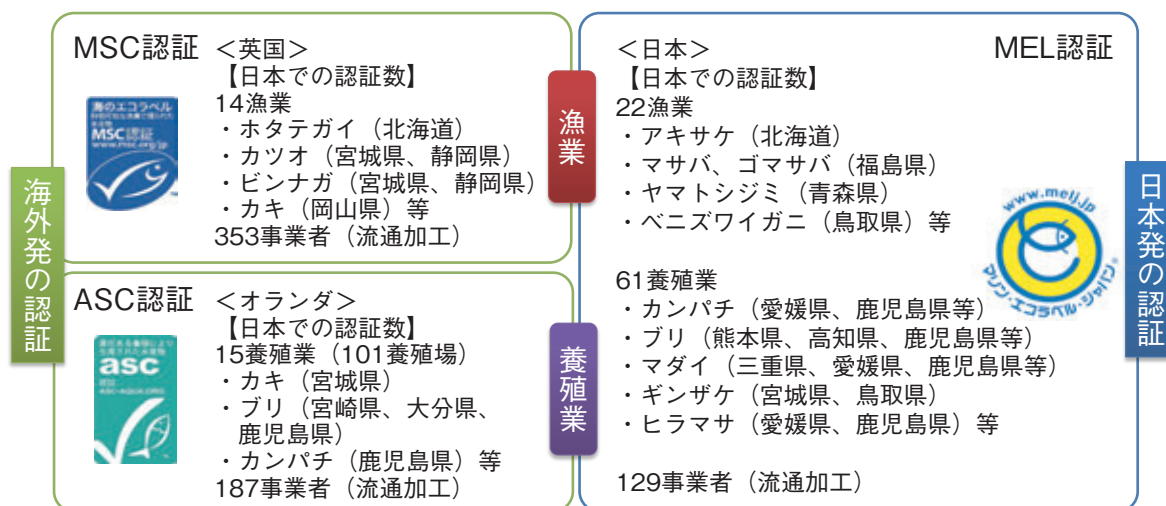
カンパチ2件（「よかとと 薩摩カンパチどん」及び「生鮮プレミアム 活メかんぱち」）、ブリ1件（「活メ黒瀬ぶりロイン200g」）、イワシ1件（「大トロいわしフィレ」）、マダイ1件（「伊勢黒潮まだい」）及びクジラ2件（「凍温熟成鯨赤肉」及び「鯨本皮」）の7件の届出が公表されています。

ウ 水産エコラベルの動き

〈令和4（2022）年度は新たに111件が国際基準の水産エコラベルを取得〉

水産エコラベルは、水産資源の持続性や環境に配慮した方法で生産された水産物に対して、消費者が選択的に購入できるよう商品にラベルを表示する仕組みです。国内では、一般社団法人マリン・エコラベル・ジャパン協議会による漁業と養殖業を対象とした「MEL」（Marine Eco - Label Japan）、英国に本部を置く海洋管理協議会による漁業を対象とした「MSC」（Marine Stewardship Council）、オランダに本部を置く水産養殖管理協議会による養殖業を対象とした「ASC」（Aquaculture Stewardship Council）等の水産エコラベル認証が主に活用されており、それぞれによる漁業と養殖業の認証実績があります（図表1-14）。

図表1-14 我が国で主に活用されている水産エコラベル認証



* 認証数は令和5（2023）年3月31日時点（水産庁調べ）

水産エコラベルは、国際連合食糧農業機関（FAO）水産委員会が採択した水産エコラベルガイドラインに沿った取組に対する認証を指すものとされています。しかし、世界には様々な水産エコラベルがあることから、水産エコラベルの信頼性確保と普及改善を図るため、「世界水産物持続可能性イニシアチブ（GSSI：Global Sustainable Seafood Initiative）」が平成25（2013）年に設立され、GSSIから承認を受けることが、国際的な水産エコラベル認証スキームとして通用するための潮流となっています。令和4（2022）年度末時点で、MSC、ASC、MEL等九つの水産エコラベル認証スキームがGSSIの承認を受けています*1。なお、国内では、令和4（2022）年度に、新たに国際基準の水産エコラベル111件（MSC42件、ASC24件、MEL45件）が認証されました。水産庁は、引き続き水産エコラベルの認証取得の促進や水産エコラベルの認知度向上のための周知活動を推進していくこととしています。

*1 ASCは、サーモン、エビのみがGSSI承認の対象。

また、我が国の水産物が持続可能で環境に配慮されたものであることを消費者に情報提供し、消費者が水産物を購入する際の判断の参考とするための取組として、国立研究開発法人水産研究・教育機構が「SH"U"N(Sustainable, Healthy and "Umai" Nippon seafood) プロジェクト」を行っており、令和4（2022）年度末時点で、44種の水産物について、魚種ごとに資源や漁獲の情報、健康と安全・安心といった食べ物としての価値に関する情報をWebサイトに公表しています。



水産エコラベルの推進について
(水産庁)：
<https://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/budget/suishin.html>



SH"U"Nプロジェクト（国立研究開発法人水産研究・教育機構）：
<https://sh-u-n.fra.go.jp/>

エ 地理的表示保護制度

〈輸出拡大や所得・地域の活力向上に向けてGI保護制度を見直し〉

地理的表示（GI）保護制度は、その地域ならではの自然的、人文的、社会的な要因の中で育まれてきた品質、社会的評価等の特性を有する産品の名称を地域の知的財産として保護する制度です。我が国では、農林水産物・食品等のGIの保護については、特定農林水産物等の名称の保護に関する法律^{*1}（地理的表示法）に基づいて、平成27（2015）年から開始されました。この制度により、生産者にとっては、模倣品排除とともに、産品の持つ品質、製法、評判、ものがたり等の潜在的な魅力や強みを見える化し、GIマーク^{*2}とあいまって、効果的・効率的なアピール、取引における説明や証明、需要者の信頼の獲得を容易にするツールとして活用することができ、また、消費者にとっても、真正のGI産品を容易に選択できるという利点があります。

このようなGI保護制度の機能の活用を促し、産品の輸出拡大、所得・地域の活力向上に更に貢献できるよう、令和4（2022）年11月に審査基準等の見直しを行いました。さらに、国際約束による諸外国とのGIの相互保護に向けた取組、GIに対する侵害対策等、海外における知的財産侵害対策の強化を図ることで、農林水産物・食品等の更なる輸出促進が期待されます。

〈海外でGI申請した我が国水産物が初めて登録〉

海外における我が国のブランド産品の模倣品排除とブランド保護のため、輸出品目について、海外でのGI登録も推奨されています。令和4（2022）年8月には、我が国のGI産品「みやぎサーモン」が、ベトナムにおいてGIとして登録されました。これは、海外において、直接申請により初めて登録された我が国のGI水産物です。このことにより、ベトナムにおいて「みやぎサーモン」の模倣品について、行政上の救済手段や輸出入における水際措置の活用が可能となり、現地でのブランドの保護に寄与することとなります。

* 1 平成26年法律第84号

* 2 登録された産品の地理的表示と併せて付すことができるもので、産品の確立した特性と地域との結び付きが見られる真正な地理的表示産品であることを証するもの。

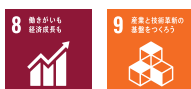


みやぎサーモン



地理的表示 (GI) 保護制度 (農林水産省) :
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/

(4) 水産物貿易の動向



ア 水産物輸入の動向

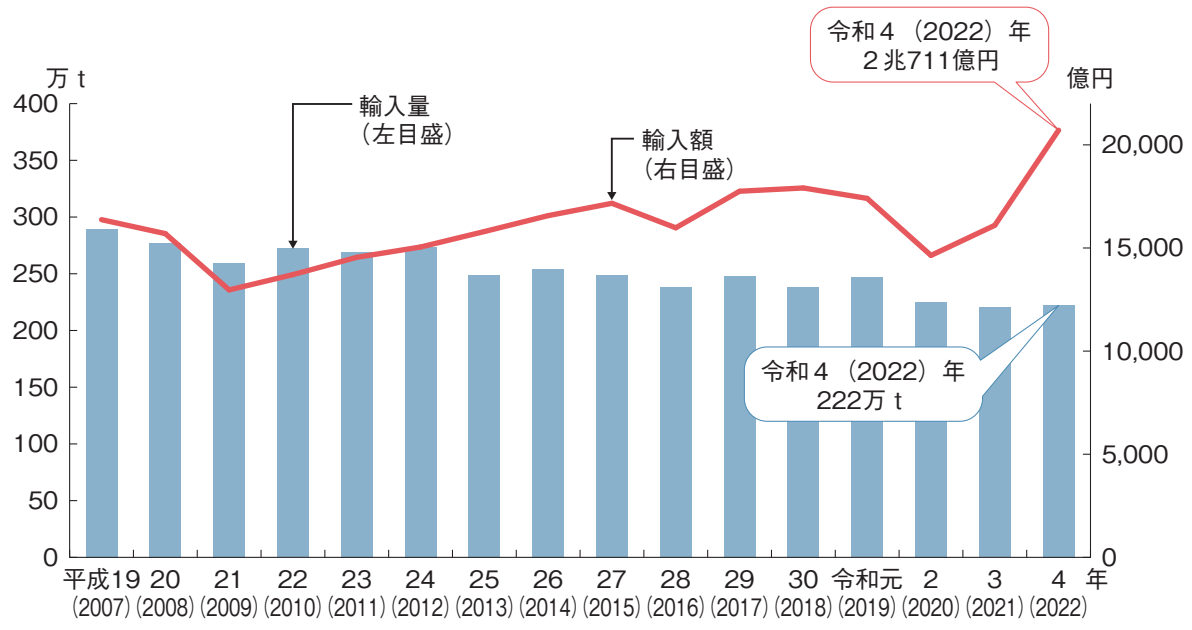
〈水産物輸入額は2兆711億円〉

我が国の水産物輸入量は、国際的な水産物需要の高まりや国内消費の減少等に伴って緩やかな減少傾向で推移してきました。

令和4(2022)年は、輸入量(製品重量ベース)は前年から0.9%増の222万tとなり、輸入額は、輸入水産物価格の上昇等により前年から28.6%増の2兆711億円となりました(図表1-15)。

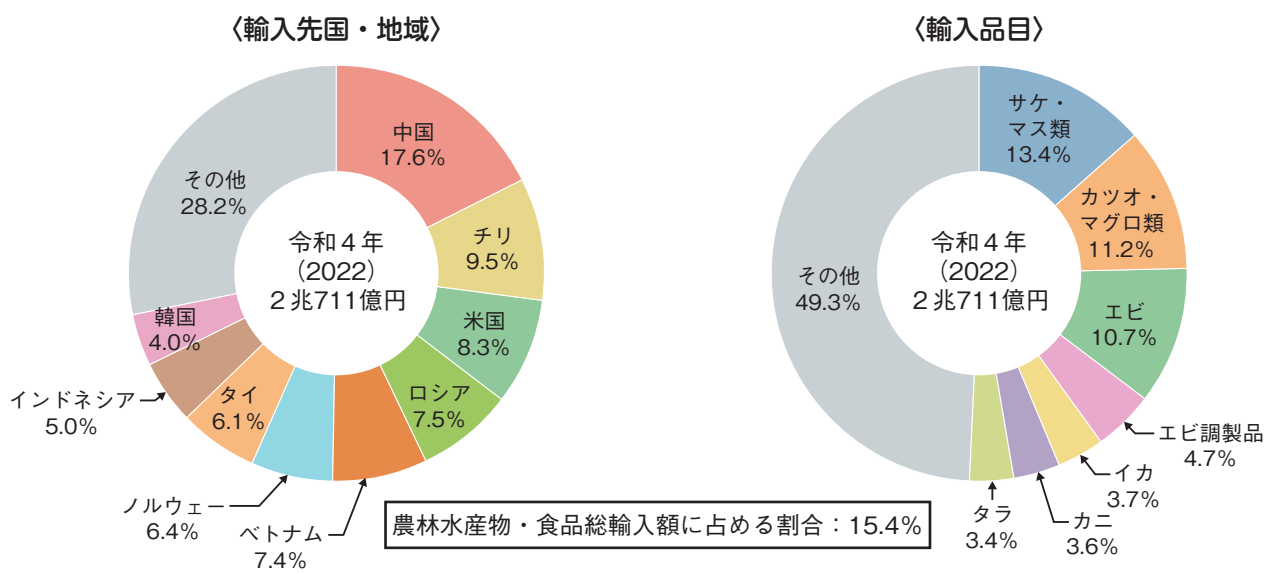
輸入額の上位を占める品目は、サケ・マス類、カツオ・マグロ類、エビ等です(図表1-16)。輸入先国・地域は品目に応じて様々であり、サケ・マス類はチリ、ノルウェー等、カツオ・マグロ類は台湾、中国、韓国等、エビはベトナム、インド、インドネシア等から多く輸入されています(図表1-17)。

図表1-15 我が国の水産物輸入量・輸入額の推移



資料：財務省「貿易統計」に基づき水産庁で作成

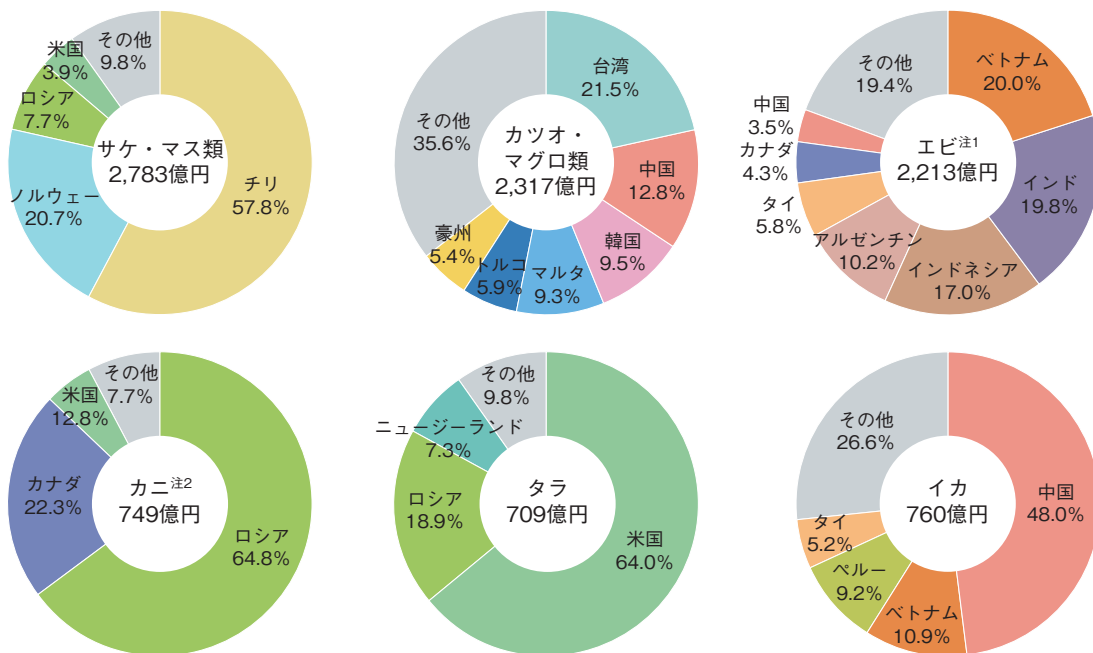
図表1-16 我が国の水産物輸入先国・地域及び品目内訳



資料：財務省「貿易統計」（令和4（2022）年）に基づき水産庁で作成
 注：表示単位未満の端数を四捨五入しているため、内訳の合計値は必ずしも100%とはならない。



図表1-17 我が国の主な輸入水産物の輸入先国・地域



資料：財務省「貿易統計」（令和4（2022）年）に基づき水産庁で作成

注：1）エビについては、このほかエビ調製品（977億円）が輸入されている。

2）カニについては、このほかカニ調製品（65億円）が輸入されている。

3）表示単位未満の端数を四捨五入しているため、内訳の合計値は必ずしも100%とはならない。

イ 水産物輸出の動向

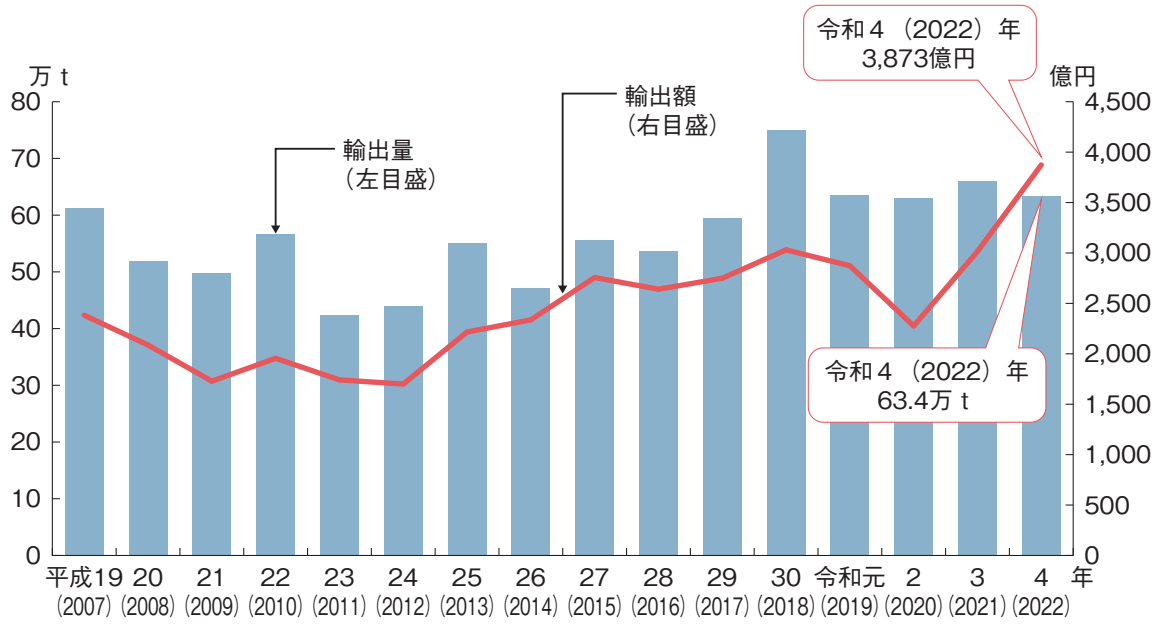
〈水産物輸出額は3,873億円〉

我が国の水産物輸出額は、平成20（2008）年のリーマンショックや平成23（2011）年の東^{とう}京電力福島第一原子力発電所の事故による諸外国の輸入規制の影響等により落ち込んだ後、平成24（2012）年以降はおおむね増加傾向で推移してきました。

令和4（2022）年は、輸出货量（製品重量ベース）は前年から3.8%減の63.4万tとなり、輸出額は前年から28.5%増の3,873億円となりました（図表1-18）。

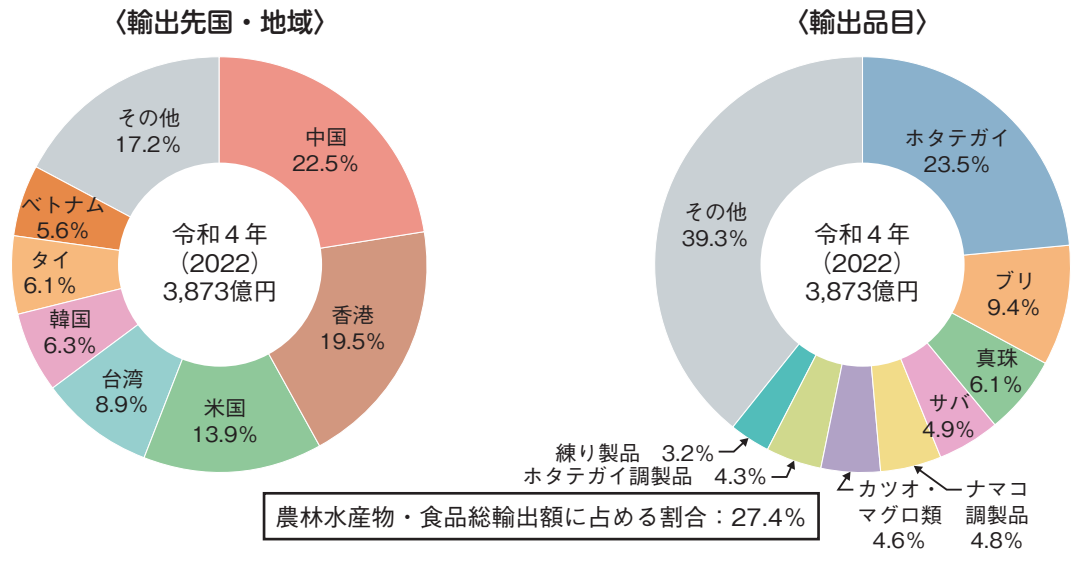
主な輸出先国・地域は中国、香港、米国で、これら3か国・地域で輸出額の5割以上を占めています（図表1-19）。品目別では、中国等向けのホタテガイや主に米国向けのブリが上位となっています（図表1-20）。

図表1-18 我が国の水産物輸出货量・輸出額の推移



資料：財務省「貿易統計」に基づき水産庁で作成

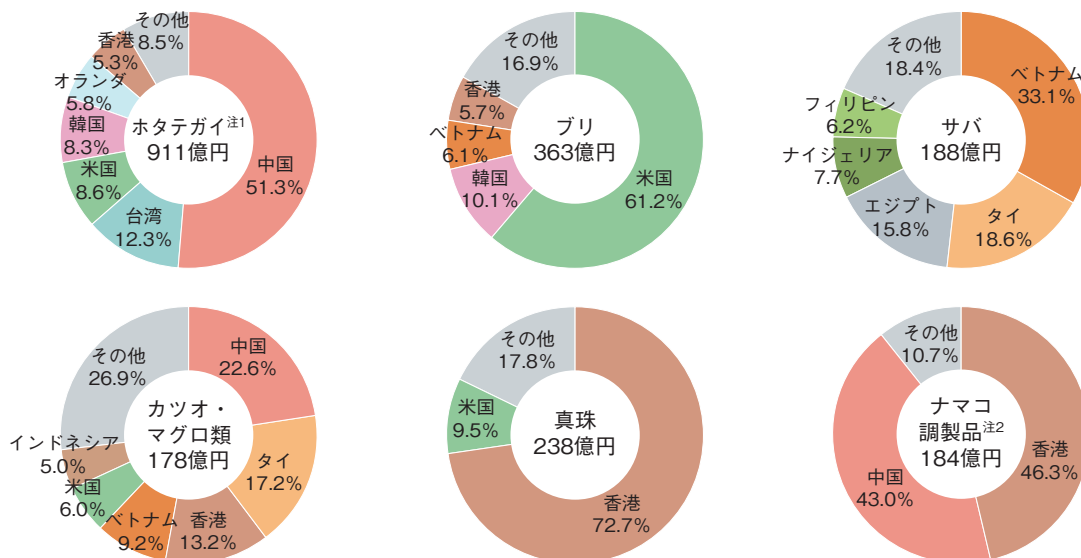
図表1-19 我が国の水産物輸出先国・地域及び品目内訳



資料：財務省「貿易統計」(令和4(2022)年)に基づき水産庁で作成
 注：表示単位未満の端数を四捨五入しているため、内訳の合計値は必ずしも100%とはならない。



図表1-20 我が国の主な輸出水産物の輸出先国・地域



資料：財務省「貿易統計」（令和4（2022）年）に基づき水産庁で作成
 注：1）ホタテガイについては、このほかホタテガイ調製品（168億円）が輸出されている。
 2）ナマコについては、このほかナマコ（調製品以外）（28億円）が輸出されている。
 3）表示単位未満の端数を四捨五入しているため、内訳の合計値は必ずしも100%とはならない。

ウ 水産物輸出の拡大に向けた取組

〈水産物輸出目標は、令和12（2030）年までに1.2兆円〉

国内の水産物市場が縮小する一方で、世界の水産物市場はアジアを中心に拡大しています。このため、我が国の漁業者等の所得向上を図り、水産業が持続的に発展していくためには、水産物の輸出の大幅な拡大を図り、世界の食市場を獲得していくことが不可欠です。

このような中で、「農林水産物・食品輸出プロジェクト（GFP）」により、輸出診断、ビジネスマッチング、輸出事業者のレベルに応じたサポートが行われているほか、新たに輸出に取り組む輸出スタートアップを増やしていくため、現場に密着したサポート体制を強化することとしています。このほか、独立行政法人日本貿易振興機構（JETRO）による輸出総合サポート、日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）による戦略的プロモーションや民間団体・民間事業者等によるPR・販売促進活動等が行われています。また、香港や米国等の主要な輸出先国・地域において、現地発の情報・戦略に基づき輸出事業者を専門的・継続的に支援するため、在外公館、JETRO海外事務所、JFOODO海外駐在員を主要な構成員とする輸出支援プラットフォームが設立されました。さらに、海外現地法人を設立し、設備投資等を行う場合の資金供給を促進するとともに、投資円滑化法^{*1}に基づき、民間の投資主体による輸出に取り組む事業者への資金供給の促進に取り組んでいます。くわえて、輸出先国・地域の衛生基準等に適合した輸出環境を整備するため、政府は、欧米への輸出時に必要とされる水産加工施設等のHACCP^{*2}対応や、輸出増大が見込まれる漁港における高度な衛生管理体制

*1 正式名称：農林漁業法人等に対する投資の円滑化に関する特別措置法（平成14年法律第52号）

*2 Hazard Analysis and Critical Control Point：危害要因分析・重要管理点。原材料の受入れから最終製品に至るまでの工程ごとに、微生物による汚染や金属の混入等の食品の製造工程で発生するおそれのある危害要因をあらかじめ分析（HA）し、危害の防止につながる特に重要な工程を重要管理点（CCP）として継続的に監視・記録する工程管理システム。FAOと世界保健機関（WHO）の合同機関である食品規格（コーデックス）委員会がガイドラインを策定して各国にその採用を推奨している。

制の構築、海外の規制・ニーズに対応した輸出産地形成の取組等を進めています。

令和2（2020）年4月に施行された農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律^{*1}（以下「輸出促進法」といいます。）は、我が国で生産された農林水産物・食品の輸出の促進を図り、農林水産業・食品産業の持続的な発展に寄与することを目的としており、本法に基づき、同月に「農林水産物・食品輸出本部」を農林水産省に創設しました。この本部においては、輸出を戦略的かつ効率的に促進するための基本方針や実行計画（工程表）を策定し、進捗管理を行うとともに、関係省庁が一丸となって、輸出先国に対する輸入規制等の撤廃に向けた協議、輸出証明書発行や施設認定等の輸出を円滑化するための環境整備、輸出に取り組む事業者の支援等を実施しています。

また、同年3月6日に開催された「農林水産物・食品の輸出拡大のための輸入国規制への対応等に関する関係閣僚会議」において、令和12（2030）年までに農林水産物・食品の輸出額を5兆円とする新たな目標が示され、同月31日に閣議決定された「食料・農業・農村基本計画」において同目標が位置付けられました。この目標の中で、水産物の輸出額は1.2兆円とされています。

さらに、令和2（2020）年12月に「農林水産業・地域の活力創造本部」において、マーケットインで輸出に取り組む体制を整備するため、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」を決定するとともに、令和4（2022）年12月には「食料安定供給・農林水産業基盤強化本部」において同戦略を改訂し、令和5（2023）年度に実施する施策及び令和6（2024）年度以降に実施すべき施策の方向を決定しました。同戦略では、海外で評価される我が国の強みがあり、輸出拡大の余地が大きく、関係者が一体になった輸出促進活動が効果的な品目として、29品目^{*2}の輸出重点品目（水産物では、ぶり、たい、ホタテ貝、真珠及び錦鯉の5品目）を選定して、これらの品目について、主として輸出向けの生産を行う輸出産地をリスト化することとしており、水産物については、延べ21産地（令和4（2022）年12月時点）が掲載されています。

そして、令和4（2022）年10月には輸出促進法が改正され、輸出重点品目についてオールジャパンによる輸出促進活動を行う体制を備えた農林水産物・食品輸出促進団体（以下「品目団体」といいます。）の認定制度や、株式会社日本政策金融公庫^{（にっぽんせいさくきんゆうこう）}による貸付制度である農林水産物・食品輸出基盤強化資金が創設されました。このうち品目団体については、令和4（2022）年度末時点で、真珠、錦鯉等17品目9団体を認定しています。

このような取組により、令和4（2022）年の水産物の輸出額は前年比28.5%増の3,873億円となり、農林水産物・食品の輸出額は、前年比14.3%増の1兆4,148億円となりました。



農林水産物・食品輸出本部（輸出先国規制対策）（農林水産省）：
<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/hq/index-1.html>



農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略の進捗（農林水産省）：
<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/progress/>

*1 令和元年法律第57号

*2 牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵、牛乳・乳製品、果樹（りんご）、果樹（ぶどう）、果樹（もも）、果樹（かんきつ）、果樹（かき・かき加工品）、野菜（いちご）、野菜（かんしょ等）、切り花、茶、コメ・パックご飯・米粉及び米粉製品、製材、合板、ぶり、たい、ホタテ貝、真珠、錦鯉、清涼飲料水、菓子、ソース混合調味料、味噌・醤油、清酒（日本酒）、ウイスキー、本格焼酎・泡盛。