平成 24 年 8 月 31 日
社団法人大日本水産会
魚食普及推進センター

社団法人　大日本水産会主催
第２回分野別シンポジウム「消費者に聞く」
（プログラム）

5 月 29 日開催の前回分野別シンポジウム「量販・鮮魚専門店に聞く」では、水産物消費減少に立ち向かうべく、消費者の簡単簡便ニーズへの対応、多様惣菜メニュー製品、消費者との店頭対話、調理への助言システムなど、店頭における消費者対応が進化している様子をお聞きしました。今回は消費者の方々に、食の安全・安心、品質の選択、食の求め方、魚食の選択要件、店頭変化への認識など、パネルデイスカッション形式で、消費者目線の多様性をお聞きし、意見交流を行います。

１．開 催 日：　平成 24 年 9 月 4 日（火）13:30～　（受付開始：13:00）
２．場　　所：　社団法人大日本水産会　大会議室
（港区赤坂 1 丁目 9-13　三会堂ビル８F　問合せ先：TEL 03-3585-6684）
３．タイトル：　『消費者に聞く～どこで買う、どう選ぶ食・水産製品、課題は？～』
４．出 席 者：　コーデイネーター：　・東京海洋大学海洋科学部
教授　馬場　治氏
パ ネ リ ス ト ：　・東京都中央区消費者友の会
（順不同）　会長　成沢　敏枝氏
・コープあいち食育グループ「結い」
福谷　佳子氏
・毎日新聞社生活報道部
編集委員　小島　正美氏
・フードコーデイネーター（おさかなマイスター）
馬場　香織氏

進　　行：
13:30　主催者あいさつ　（社）大日本水産会常務 齋藤 壽典
13:35　パネルディスカッション
・馬場コーデイネーターによる進行

15:00　質疑応答
15:20　まとめ
15:25　閉会あいさつ
(社)大日本水産会 魚食普及推進センター長 小林　憲

≪コーディネーター紹介≫

東京海洋大学海洋科学部 馬場　治教授

高知県生まれ、1984年東京大学大学院農学系研究科博士課程修了、現在、東京海洋大学（旧東京水産大学）海洋科学部教授。

漁業管理の制度や実態、漁業経営、水産物流通など、水産業の社会経済的側面に関する教育研究に携わる傍ら、農林水産省独立行政法人評価委員会農業分科会専門委員、東日本大震災復興構想会議検討部会専門委員等を勤めておられます。

≪パネリスト紹介≫

① 東京都中央区消費者友の会　成沢敏枝会長：

地域消費者で構成する団体であり、中央区立女性センターブーケ２１を中心に消費者活動を行っております。消費者友の会については、

http://genki365.net/gnkc09/mypage/index.php?gid=G0000008

http://fukumin2010.blog134.fc2.com/blog-entry-74.html

② コープあいち　食育グループ「結い」福谷佳子氏

40万人を超える組合員、愛知県全域を事業地域とする生活協同組合コープあいちで食育部門を担当されています。日常の子育て支援活動、食育を通じた消費者目線で、お話をお聞きします。コープあいちについては、http://www.coop-aichi.jp/　から。

③ 毎日新聞社生活報道部　小島正美編集委員：

消費者に関する生活報道の傍ら著作もあります。今回は報道からの視点で意見交流に参加頂きます。「小島正美」で検索すると多くのリンクサイトが紹介されます。

④ 馬場香織フードコーデイネーター：

シカゴ、NYに在住経験があり、現在は東京にてクッキングサロン開催、NHK文化センター講師もされており、レシピ本も多く発行されています。ご本人紹介のリンクは、

http://www.kaori-cooking.com/profile.html　からどうぞ。

（以上）

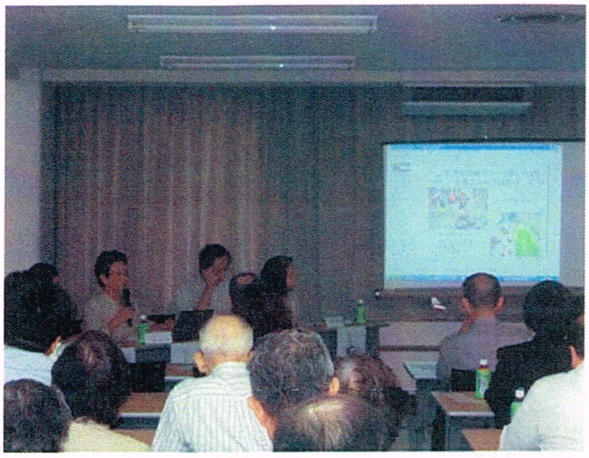
【9月4日分野別シンポジム「消費者に聞く」会場写真】

大会議室会場全景１

大会議室会場全景２

コーディネーター
馬場　治教授

パネリスト
中央区消費者友の会
成沢　敏枝会長



パネリスト
コープあいち食育
グループ「結い」
福谷　佳子氏

パネリスト
毎日新聞社生活報道部
小林　正美編集委員

パネリスト
フードコーディネーター
馬場　香織氏

大会議室会場全景３

最後まで熱気あふれておりました。

消費者目線でサカナ語る

魚食普及推進センターシンポ　マスコミなどの活用必要

大日本水産会の魚食普及推進センターはさる4日、第2回分野別シンポジウム『消費者に聞く』を同会大会議室で開催した（写真）。東京海洋大学・馬場治教授をコーディネーターに迎え、パネリストとして中央区消費者友の会の成沢敏枝氏、コープあいち食育グループ結いの福谷佳子氏、毎日新聞社生活報道部の小島正美編集員、フードコーディネーターでおさかなマイスターの馬場香織氏の4人が登壇、一般目線でサカナについての日頃の思いや魚食普及活動の今後の推進について、それぞれ意見を述べた。

地域で食育活動に取り組んでいる成沢氏は、独自調査に基づいた最近の世代別の魚食実態や調理傾向について紹介。「趣味で丸ごと魚を捌ける人がいる一方、ゴミのことや高齢者では食べきれない等で魚を敬遠する傾向がある。若い人は皮を嫌がる。それにカツオが旬と外れた時期に出回るなど、本当においしい魚が売られているのか疑問」などと話した。

福谷氏は、「ウナギに骨があるとクレームがある時代、何でも自分の家流にカスタマイズされないと購入しない。そんななか、ジャコやハンペンなど（加工品で）包丁を必要としないサカナの味を知ってもらうことから食育を進めるほうが実態に則している。一方、地方にはそれぞれの個性ある魚食文化があるので、それを広く知ってもらう活動も必要では」など話した。

小島氏は、「魚食普及の目標とするところがいまひとつ分からない」と疑問を提起した。「もっとサカナを売りたいならばマーケティング手法を検討する必要があるが、そうしたところで何をメリットとするのか。消費が伸びなくても漁業者の所得を安定させたいなら、やり方はまた別だろう」と述べた。

一部の魚種に消費偏る問題も

また前出の小島氏は、「一口に魚食離れというが、どの魚種が減り、何がそうではないというデータがあればマーケティングの参考になるが」と質問。コーディネーターの馬場教授は、「マグロ、サーモン、エビなど一部の魚種に消費が偏っている。それが価格不安定を招くなど問題もある」と説明。さらに会場の参加者にも意見を求めたところ、「日本沿岸では多種多様の魚種が水揚げされ、それを賞ってうまく使ってくれた魚屋が減り、売れるもの、売りやすいもの、儲かるものしか買ってくれないスーパーが流通の主流になったため、漁業者も困っている」（全漁連幹部）との意見が聞かれた。

一方、鮮魚小売商の全国団体・全水商連からの参加者が、組合員の地域での料理教室の開催など魚食普及活動の取組みを紹介。しかし「それなりに良い活動をがんばって行っているのになぜ期待する効果が上がらないのか」との疑問を残した。

第3回分野別シンポジウムは来月3日、流通・卸業者をテーマに予定されている。

9/10
日刊食料新聞

9/6 みなと新聞

打開策を探るために活発な意見交換が行われた第２回分野別シンポ

第２回分野別シンポ「消費者に聞く」

「魚離れ」打開策探る

データや正確な情報の発信を

大日本水産会

大日本水産会・魚食普及推進センターは4日、第2回分野別シンポジウム「消費者に聞く～どこで買う、どう選ぶ食・水産製品、課題は？」を大日本水産会で開催。東京海洋大海洋科学部の馬場治教授をコーディネーターに、パネリストとして、成沢敏枝（東京都中央区消費者友の会会長）、福谷佳子（生活協同組合コープあいち食育グループ担当）、小島正美（毎日新聞社生活報道部編集委員）、馬場香織（クッキングサロン主催料理研究家・おさかなマイスター）の4氏が参加してパネルディスカッションが行われた。

冒頭、主催者を代表して大日本水産会の齋藤常務は「現状を放置したままでは『魚離れ』が現実のものになるし、消費者の嗜好（しこう）阻害要因は努力次第で克服できる。皆さんとともに英知を結集して、具体的な打開策を見いだせなければならないというのが私たちに課せられた大きな使命だ」と述べ、5月に「量販・鮮魚専門店に聞く」で開催したのに続き、2回目の今回は「消費者に聞く」で開催、「消費者目線の多様性をお聞きし、水産物消費拡大へのアクセス戦略を見いだしたい。活発な意見交換をお願いしたい」と呼びかけた。

馬場教授は「『調理離れ』の一環として『魚離れ』があると思うが、『魚離れ』をどういうふうに感じているか」と問いかけ、「魚離れ」をどうみて、どう対応するかについて議論。最後に「マーケティングが弱い。根拠となるデータがない」（小島氏）、「雑魚に関する情報がない。知らせる必要がある」（成沢氏）、「今回は東京だが、地方によって魚も全然違うわけだし、もっと地方に出ていくべき。ここで決めてもそれはここにしか通用しない」（福谷氏）、「正確な情報発信をお願いしたい」（馬場氏）など、正確な情報の収集・発信・交換の重要性を指摘する意見が相次いだ。馬場教授も「わが国周辺にはまれな豊富な水産資源がある。その資源を生かすためには情報を共有し、身近なところから行動に移すことが重要だ」と強調した。

魚食普及推進センターでは10月3日、第3回分野別シンポジウム「流通・卸業に聞く～役割と課題」、11月8日にはおさかな食べようネットワーク交流シンポジウム「魚食普及活動者全国大会（仮称）」の開催を予定する。

9/6 みなと

9/6 水産経済新聞

多様な魚を消費者に

大水シンポ「どこで買う…」

9/6 水経

大日本水産会は4日、東京・赤坂の三会堂ビルで、第2回分野別シンポジウム「消費者に聞く―どこで買う、どこで選ぶ食・水産製品、課題は?」を開催した。4人のパネリストが消費者目線で魚食事情を報告し、日本の多種多様な魚食文化の見直し、〝魚離れ〟を把握する精緻なデータ収集、マスメディアを生かした戦略的なマーケティングの必要性などを指摘した。

冒頭で大日本水産会の齋藤常典常務理事が「消費者サイドから食のニーズや店頭変化の認識、アクセス戦略をうかがいたい」とあいさつ。続いて4人のパネリストが意見交換を行った。

コープあいち食育グループ「結い」の福谷佳子代表は、「世帯数の変化と、家庭で使う調理器具の少なさが魚離れの要因」と見解を示し、料理研究家の馬場香織氏は「魚の調理法を知らない人が多い」と報告。

東京都中央区消費者友の会の成沢敏枝会長は、「日本は魚の種類が豊富。店頭に並ぶ魚が7、8種類という現状が変わってほしい」と話し、毎日新聞社生活報道部の小島正美編集委員は「緻(ち)密なマーケティングやメディアを巻き込むPRが足りない。〝魚離れ〟という言葉も、消費者にマイナスイメージを与えるだけなのでは」と語った。

会場からも小売関係者が「地方にはいろいろな魚が並んでいる。魚離れは大都市の議論ではないか」と疑問を投げ掛け、大手……

多様な魚食文化の見直しと〝魚離れ〟の詳細な把握が指摘された。

水産加工メーカーの関係者が「売り方や宣伝方法を工夫しなければいけない」と発言。

パネルディスカッションの終盤にはコーディネーターを務めた東京海洋大学海洋科学部の馬場治教授が「魚の全体的な消費量が増えるだけでよいのか、漁業者の経営安定が最終目標なのか。将来のビジョンを明確にし、適切な魚食普及を行う必要がある」と議論をまとめた。

記者席

魚離れではなく〝食品離れ〟

◎…「魚離れと言われるが、量販店に聞くと、素材としての食品すべてが厳しいようだ。安易に魚離れと言うべきではないだろう」と語るのは、東京海洋大学の馬場治教授。大日本水産会主催のシンポジウムで、「魚離れ」と言われる現状を、多角的に分析した。「栄養調査年報や家計調査では『魚離れ』の実態は分からない。本当に魚離れが進んでいるのであれば、もっと真剣な分析が必要」と、魚食活動の方向性を決めるしっかりとしたデータ分析の必要性を指摘。

◎…「クジラ食文化の普及は重要なこと。日本の食文化や歴史になじみのない人にもクジラを食べていただきたくて開催した」と話すのは、松本宏一鯨の墓美粋店長。先日、「くじらの日」制定記念イベントを開催し、日本在住の外国人を招待し、自慢のクジラ料理を振る舞った。「初めての取り組みなので、どうなるか不安な部分もあった」と話すが、料理を口にした外国人が「おいしい」と笑顔になるたび、「開いてよかった」と手応え。

◎…近年は赤字続きのハンスイ。しかし今、主力の水産物販売事業に好転の兆しがみえてきた。「最初の5か月は会社の現状をみることに徹していた」と話すのは、就任2年目の声澤昌社長。分析を踏まえてつくった今年度予算は、「経費削減だけで利益は出ない。会社の両輪となる営業努力が欠かせない」と、売上高を数年間で10%引き上げるとの目標に向け、強気の増収予想を掲げた。それでもすでに「上半期の目標達成もみえた」と言い、社員らの予想を超える善闘をたたえていた。

THE SUISAN TSUSHIN
日刊水産通信

発行所　株式会社　水産通信社
〒102-0074
東京都千代田区九段南4-7-17　杉喜ビル
TEL　03（3261）4143㈹
FAX　03（3261）8667

（禁無断転載）

毎日発行（土・日・祝日休刊）　定価　月額5,000円　税込価格　月額5,250円　昭和25年10月1日　第三種郵便物認可

多種多様な魚の品揃えを

大日本水産会 分野別シンポ「消費者に聞く」開催

大日本水産会の魚食普及推進センターは、第二回分野別シンポジウム「消費者に聞く～どこで買う、どう選ぶ食・水産製品、課題は？」を、四日、東京・赤坂の同会会議室で開催した。

「雑魚も買いたい」と要望 魚食普及に向け活発議論

シンポは、水産物の消費拡大に向け、水産業関係者や消費者から分野別に意見を聞く交流会として行っており、今回は、消費者から意見を聞いた。パネルディスカッション形式で実施し、馬場治東京海洋大教授をコーディネーターに、パネリストとして東京都中央区消費者友の会会長の成沢敏枝氏、コープあいちの福谷佳子氏、毎日新聞社編集委員の小島正美氏、フードコーディネーター（おさかなマイスター）の馬場香織氏が参加。「魚離れ」と言われるが、どのように感じているか、消費拡大への打開策などについて、会場に来ていた漁業、市場、小売等関係者も交え活発な意見交換が行われた。

魚食普及に向けては、成沢氏が「魚は昔もっと美味しいものを売っていた。売り方も初ガツオから戻りガツオまでダラダラと同じ状態で売っており、よくない。消費者が食べたいものでなく、量販店が売りたいものを食べさせられている気がする」と課題を指摘。さらに「雑魚を買いたいが近くに売っておらず、遠くまで行く。多様な魚を品揃えしてほしい。こんなにも魚が多い国なのに寂しい」とした。

会場から長屋信博JF全漁連常務も「日本には多種多様な魚があるが、魚屋が減り取り扱われなくなっている。スーパー向けにロットをまとめるなど、流通とも一体となってどう食べてもらえるか考えていくことが必要」と発言。

馬場コーディネーターは「サケやマグロだけでなく、以前はいろいろな魚を食べていた。今は少数のものしか食べておらず食生活として寂しく、不合理だ。若い漁師は定置網で特定のものしか拾わなくなったという。売れないものは捨てられるからで、家庭や外食の中でもっと使われるべき。資源を上手く、無駄なく使う消費を実現していかなければならない」とした。

魚離れ分析し実態把握を

また、魚離れについて実際は調理離れであることが指摘され、原因として消費者が食べ方を知らないことや、調理方法等教えていた魚屋の減少、世帯の変化などが挙げられた。

福谷氏は「世帯が変化しており、対応することが必要。魚は切身や、骨取り商品など骨がないものが当然になっている。調理器具もフライパンが多く使われており、対応しなければならない」、馬場氏は「調理して作り上げる楽しさを伝えることも必要。小学校での食育授業で、子どもに骨のある場所を教えれば、とってから食べる。新鮮な魚は塩をふって焼くだけで美味しいが、どれくらい塩をふったらよいか知らない人が多い。簡単に美味しく調理できる方法はたくさんあり、普及させることが必要」とした。

小島氏は「魚の健康性や、頭に良いなどの情報をもっと発信すべき。ニュースに流れると一般の人は行動する。今まで言われてきたことでも、新しい部分を加えれば改めてマスコミに取り上げられる。ニュースをつくる努力をもっとすべき。水産は農業に比べニュースが少なく、メディア対応を積極的に行っていくべき」と語った。

さらに、魚離れは国民健康栄養調査や家計調査のデータから水産物全体の消費の落ち込みを見て言われているが、魚種ごとに分析をしっかりと行い、実態を把握した上で、何を目指して魚食普及を行っていくか明確化し、戦略的に取り組む必要性が指摘された。

次回の分野別シンポは、「流通・卸売業に聞く～役割と課題」をテーマに十月三日に開催する。十一月中旬には、おさかな食べようネットワーク交流シンポとして「魚食普及活動者全国大会」を開く。