

# 日本の「魚離れ」回復を目指し、魚介類消費拡大に向けた取り組みを考える

日本人の魚離れが2000年代に入り、急速に進んでいます。日本の年間一人当たり魚介類の消費仕向量<sup>\*</sup>のピークは1989年で72kgでしたが、以降10年間は5kg前後の増減を繰り返し、2001年に69kgとなりました。2002年以降は毎年マイナス2.6%のペースで下落し、2021年には41kgと、1989年と比較し43%も下落しました（図1）。加えて、日本の人口も減少しており、2021年の国全体の消費仕向量は、ピーク時（1989年、891万トン）から42%減の517万トンとなっています（図1）。

原因と対策について、水産経済学がご専門の大東文化大学 山下東子教授に聞きました。

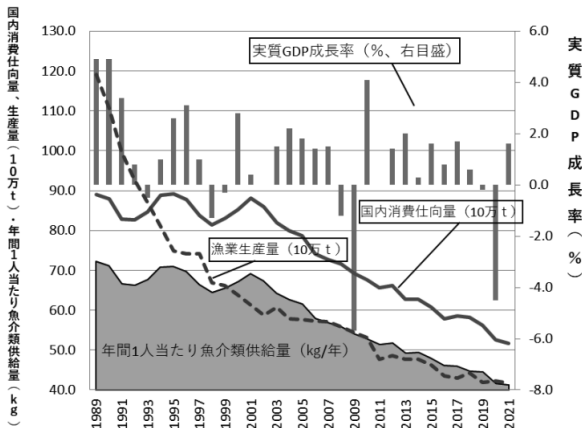
※消費仕向量＝1年間に国内で消費に回された食料の量（国内市場に出回った食料の量）を表す量

## 1. 日本の魚離れの状況

— 先ず要因として、魚介類の価格は高いというイメージを持たれています

かつて魚価は高いイメージでしたが、生鮮

図1 食用魚介類の国内消費仕向量、生産量と経済成長率



出所：魚介類消費量は農林水産省「食料需給表」、生産量は水産庁「漁業・養殖業生産統計」、GDP成長率は内閣府経済社会総合研究所「経済成長率」

魚介・塩干魚介とも2021年7月までは消費者物価指数の上昇率を下回って落ち着いた水準にありました。ただ、その後円安やコロナ禍での供給量減少などがあるのでしょうか、魚価は消費者物価指数の平均値とは乖離して、短期的には急上昇しています。

— そもそも魚介類の供給量は減少しているのでしょうか

国内生産量は1984年の1,261万トンをピークに減少し、2021年は417万トンになっています（図1）。要因としては、気候変動や海洋汚染などの海洋環境の変化が生産量を低下させていることに加えて、魚価が下落し漁業の収益も低下し、漁業者が減り、供給量が低下していることも考えられます。

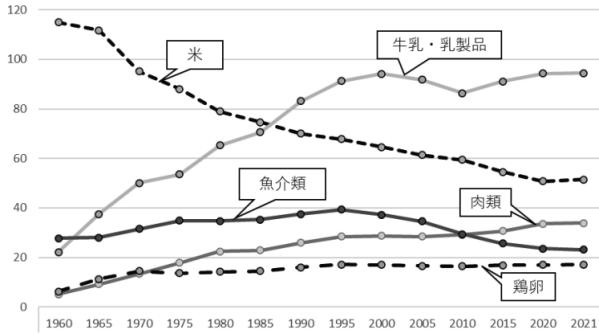
— 魚介類の代替財として、肉類の消費が増加しているのでしょうか

確かに肉類（牛肉、豚肉、鶏肉の合計）の一人当たり年間供給量は長期的に増えていきます。しかしながら、魚介類の減少を埋め合わせるほどの増加ではないのです。価格の低い鶏卵を合わせた動物性蛋白質（肉・卵・魚）の合計消費仕向量は1995年の85kgをピークに減少し、2021年には74kgになっています（図2）。魚介類の代替として肉類へのシフトはある程度進んでいるものの、むしろ動物性蛋白質の摂取量が全体として減少しているのです。減少した要因として、高齢化や所得の低下が考えられます。

— 高齢化などの人口構造の変化や所得の低下が、魚介類を含む蛋白質摂取量にも影響しているのですか

日本の人口はすでに減少局面を迎えています。高齢化という人口構造の変化に伴う影響

図2 年間1人当たり消費仕向量の推移



注：純食料、2021年は概算値  
出所：農林水産省「食料需給表」

として、魚介類を含む蛋白質摂取量は二つの相反する方向性を示すとされます。一つは「加齢効果」です。年齢が上がるほど魚介類消費が増えるという傾向です。確かに「高齢者は肉より魚を好む」という言説は、常識的にも想像しやすいと思います。しかし加齢効果による魚介類消費の反転上昇は予想に反して出現しませんでした。厚生労働省の「国民健康・栄養調査報告」に基づき2011年と2019年の魚介類および肉類の年代別消費量を比較した結果、すべての年代で魚介類から肉類へのシフトが観察されました。もちろん高齢であるほど魚介類消費量は多くなりますが、今の高齢者は9年前の高齢者ほど魚介類を食べないことが観察されたのです。高齢者にも魚離れが発生していると言えるでしょう。

もう1つは、高齢になると食べる量が減る、すなわち蛋白質摂取量も減るという方向です。実際に上記の厚生労働省調査からは、年齢階層が上がるほど、肉と魚を合わせた蛋白質摂取量自体が減る傾向が見取れます。そのため、日本が全体として高齢化していくと、所得が低下するためエンゲル係数が上がる(図3)とともに国民全体の蛋白質摂取量も徐々に下がっていきます。

一食の好みも変化しているのではないのでしょうか

水産白書(平成28年)では、子どもの頃と比べて魚介類を食べる量が増えたかどうか

とその理由に関する調査を行っています。「減った」(38.2%)という人は「増えた」(29.6%)という人を上回り、やはり魚離れは観察できます。その理由として上位に挙げられているのは、「価格上昇」、「調理が面倒」、「品質が悪化した」、「ごみ処理が困難」、「調理時の臭いが気になる」などで、調理に関するものが目立ちます。それは嗜好の変化というより、むしろ調理の技術・時間・環境といった条件の変化です。なお、増えた理由としては「健康志向」、「おいしいから」、「品質が向上した」、「季節感や旬を感じられる」、「ご飯と合うから」などで、むしろ嗜好の変化が消費を促しているのです。

一魚料理への敬遠の要因には家事の時短傾向もあるのです

大日本水産会が2022年3月に実施した水産物消費嗜好動向調査によると、46%の人がコロナ禍で自炊による食事が増えたと回答しています。調理時間の短縮や片付けの手間を減らすことは、健康に良い料理を作ること以上に重要視されており、特に20代女性の70%、30、40代女性の60%以上がこれを重要としています。なるべく短時間で調理ができ、サッと食べられて、後片付けも楽なメニューが優先され、結果として下準備が必要な調理食材は敬遠されているのです。

2人以上の勤労者世帯において、妻の有業率と収入がともに増加する傾向があります(出所：家計調査)。2000年には39.1%だった有業率が増減を繰り返しながらも上昇し、2020年には54.7%と半数を超え、妻の収入が家計実収入に占める割合も、10%から14%に上昇しています。仕事に行けばその分家事に割く時間は短くなります。刺身のよう調理が簡便であっても、日持ちのしない食材は多用できません。夫婦の収入を合算すれば家計に余裕はできるので、家事時間を短縮する代わりに、割高になる食材=調理済み食品などに手を伸ばすことはあり得るのです。

一調理済み食品の割合は増えているのでしょうか

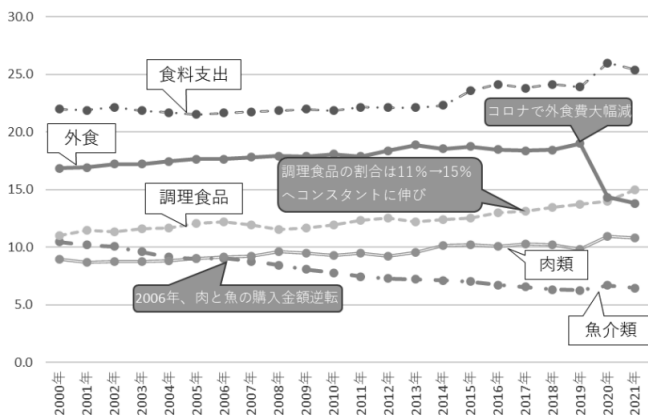
食料支出に占める調理済み食品の割合は年々高まっています。家計調査から調理食品を見ると、2000年に11%（8,266円）だったところ、2021年には15%（11,748円）とほぼ一貫して増加しています（図3）。ここでも水産物との代替が生じています。

## 2. 魚離れ対策、魚食振興に向けた取り組みについて

一魚離れに対して、国や漁業者団体はどのような取組みをされているのでしょうか

水産庁は、次のような取組みをしています。一つが「ファストフィッシュ」です。簡単に調理できる食品や器具を加工業者などが提案し、これを水産庁が支援。具体的には、食材と調味料を組み合わせたミールキットやシーフードミックスなどの調理の簡単な商品の開発、スーパーやコンビニでの魚メニューの充実化や、時短レシピの開発などがあります。また2022年、水産物の消費拡大と持続的な利用を目指して、「さかなの日」を制定。毎月3～7日を「さかなの日」とし、特に11月3～7日は「いいさかなの日」として、種々のイベントを行っています。

図3 食料支出に占める品目別支出の割合



注：食料の数値は消費支出に占める食料支出の割合（エンゲル係数）。それ以外の品目の数値は食料支出に占める割合

出所：総務省統計局「家計調査年報」より作成。二人以上勤労者世帯

全漁連は2014年から「プライドフィッシュ」というスローガンを打ち出し、魚介類の本当の美味しさを消費者に伝える取り組みを実施しており、漁業協同組合が地魚を使ったオンライン料理教室を開催しています。

その他に料理系YouTuberや有名料理人を活用した調理法のオンライン配信により、魚料理をより身近に感じてもらう取り組みも盛んに行われています。

## 3. 魚離れを食い止めるために

一魚介類が身体に良いという点からも、もっと食材として手軽に利用する必要がありますね。肉類と比較し、水産物の効能は多岐にわたります。魚介類がオメガ脂肪酸をはじめとする栄養特性と機能性を持ち、美容と健康に効果があることは、多くの方が知っています。また魚介類にはバラエティがあり、さまざまな好みを持つ人の季節ごとのニーズを満たしてくれます。価格面でも旬の魚は購入しやすくなっています。ですから食べたい意欲はあるものの、時間や調理の煩わしさから、購入行動を避けざるを得ない実態が浮き彫りになったのです。

水産業界が取りかかるべき課題は、調理食品に匹敵する保存性の良さ、調理の簡便さ、見た目の華やかさを備えた水産物を安価に提供する事だと感じ、そのための製品開発を行う事ではないでしょうか。

つまり魚離れを食い止めるには、水産業界だけでなく、調理の補助や保存性を良くするための冷凍技術、包装素材、物流機能の高度化、調理器具やレシピ開発など、関連産業の技術革新にも係わってくると言えます。

水産物は限りある天然資源です。水産資源を無駄にせず、保全し賢く利用し、美味しくいただくことが、漁業の発展を支え、魚を守る方法だと考えます。