



<報道用資料>

2022年10月

株式会社紀文食品

水産庁制定「さかなの日」 紀文食品が賛同メンバーとして参加・活動

株式会社紀文食品（以下 紀文食品）は、水産庁が制定する「さかなの日」のコンセプト “ さかな × サステナ ” に賛同し、今後賛同メンバーとして活動してまいります。



「さかなの日」… 毎月3～7日を「さかなの日」と制定
特に11/3～7は「いいさかなの日」

【紀文食品の参画への経緯】

紀文食品は、主力商品である水産練り製品や Web サイト、SNS などを通じ、四季折々の食卓に合ったレシピや、蒲鉾では飾り切りなど食卓の一品に彩りを添える楽しみ方を提案してまいりました。

紀文食品が取組んできた水産練り製品を中心とした食の取組みと、「さかなの日」の魚食普及活動に取組むコンセプトが合致したことから、その活動に賛同し、参画することを決定いたしました。

【紀文食品の今後の取組み】

水産練り製品は、現在文献として残っている最古の資料としては、古文書『類聚雑要抄（室町時代の写本）』の中で1115年（永久3年）に催された貴族の宴席メニューへ記載されている、伝統的な魚肉を素材とした食品です。

また昨今、原材料であるスケトウダラのすり身は、消化の良い良質なたんぱく質として認知されており、カニカマをはじめ水産練り製品は、骨も皮もなく、簡便即食で食べやすい食材として注目と需要が高まっています。

この伝統と現代が融合し地域性に富んだ食材である水産練り製品を、「さかなの日」を活用した魚食普及活動を通じて、今後も守り、発展させ、次世代へ継承してまいります。

この資料に関する問い合わせ先
株式会社紀文食品 広報室 TEL. 03-6891-2751 FAX. 03-6891-0706
〒105-8626 東京都港区海岸 2-1-7
紀文 Web サイト www.kibun.co.jp
※画像データをご希望の方は広報室までご連絡ください

<参考：水産庁資料より>

【「さかなの日」コンセプト】

さかな×サステナ

- ◇ 魚を選択して食べることは、SDGsの「持続可能な消費と生産のパターンを確保する」（目標 12）ことにつながり、SDGSの達成に向けた消費行動である。

《魚食 = サステナブルの理由》

- ✓ 水産資源は元来持続可能な資源
- ✓ 日本では適切に水産資源を管理
- ✓ 養殖業においても持続可能な生産を推進



【「さかなの日」制定までの課題認識】

- 世界では1人当たりの食用魚介類の消費量が過去半世紀で約2倍に増加、近年においてもそのペースは衰えていない。
- 一方、我が国については、約50年前の水準まで低下
(日本人の水産物の年間消費量は2001年度の40.2kgをピークに、2019年度の23.8kgまで一貫して減少。2020年は新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、家計の食料支出額に占める魚介類の支出割合が25年ぶりに増加。)
- 魚食に関する意識については、魚料理自体は食べたいが、魚の「扱いにくさ」、「調理の手間」といった水産物のマイナス特性が家庭での消費にブレーキ*
*農林水産省「食料・農業及び水産業に関する意識・意向調査」(2019年12月～2020年1月実施)
- 水産物等に含まれるEPA・DHAなど「健康に良い」といったプラス特性も、かなり認知が進んでいるものの、消費を拡大するまでに至らない状況
- 消費者によるSDGs意識の高まりとともに、購買活動として環境に配慮された食品等を選択

【課題に向けた取組み】

- 水産物のマイナス特性を払拭するとともに、水産物の消費機運を高める方策を検討
- 国産水産物の魅力などの情報発信、学校給食関係者等向けの講習会など、情報発信を効率的・効果的に行うべく「さかなの日推進委員会*」を官民協働で設立
*さかなの日推進委員会；官民協働して魚食ムーブメントを創るための活動情報を持ち寄り、発信し、互いの取組みの効果的な連携を行うプラットフォーム
- 水産資源が持続可能性と高い親和性があることを訴求
⇒ 新たな生活様式に対応した水産物の、より一層の消費拡大を図る