

3月7日「さかなの日」に調査データを発表 静岡県民はマグロ好き、熊本県民はタイ好き、アジは…？ 2024年4月より全国の地域情報紙41紙ネットワークで 「さかなをたべよう！」キャンペーンをスタート

水産庁「さかなの日」賛同メンバーに登録、多様な業種との協業で「さかな食」拡大に取り組みます

株式会社サンケイリビング新聞社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：砂原一隆）と、全国のリビングネットワーク17社、計18社が発行する地域情報紙「リビング新聞」計41メディアでは、2024年4月より、消費者発の日本産水産物を応援する「さかなをたべよう！」キャンペーンをスタートします。

それに先駆け、全国の消費者に、「さかな食」の実情と意向を聞くアンケート調査を実施。全国3755人の回答を得て、3月7日に発表します。また、本キャンペーンでは全国・地域、官民間問わず、多くの日本産水産物を応援する事業者や専門家と連携していきます。



「さかなをたべよう！」キャンペーンロゴマーク

「もっとさかなが食べたいくなる」コンテンツを全国の地域情報フリーペーパーとWEBサイトで発信

「リビング新聞」は、東京都のJR中央線沿線で1971年に創刊。その後全国に発行ネットワークを広げ、地域での生活、ショッピング、イベント、教育など幅広い分野の情報掲載で、女性を中心に愛読者を持つフリーペーパーです。近年では、地域情報WEBサイト「リビングWeb」などデジタル領域や、イベント、セールスプロモーション企画などにも事業の幅を広げています。

- 地域情報サイト「リビングWeb」 <https://mrs.living.jp/>
- サンケイリビング新聞社事業サイト「アドラボラトリー」 <https://ad.sankeiliving.co.jp/>

私たちの、「各地域で生活者に密着したコンテンツを届けられ、また地域発の情報を全国の生活者に届けられる」という力を活かし、2024年4月より実施する、日本産水産物の消費拡大を応援する「さかなをたべよう！」キャンペーン。全国の「リビング新聞」で、「もっとさかなを食べたいくなる」コンテンツを継続掲載するとともに、読者イベントや、事業者と消費者との交流なども企画してまいります。

そのキャンペーン開始を前に、全国の消費者3755人に対して「さかな食」に関する調査を実施。興味深いデータが得られました。

<報道関係の方からのお問い合わせ先>

株式会社サンケイリビング新聞社 担当：藤田（東京）携帯 070-3116-1932 MAIL：fujtkei@sankeiliving.co.jp
伴（大阪）携帯 070-2499-2760 MAIL：banharu@sankeiliving.co.jp

【調査データ①】 水産品をもっと食べたいという思いはあるものの、課題はコスパ&タイプ

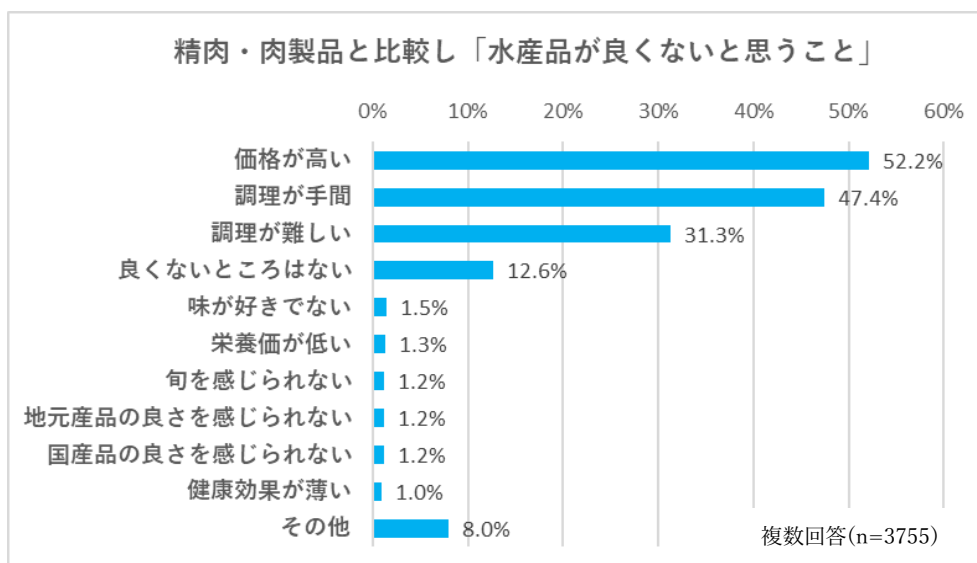
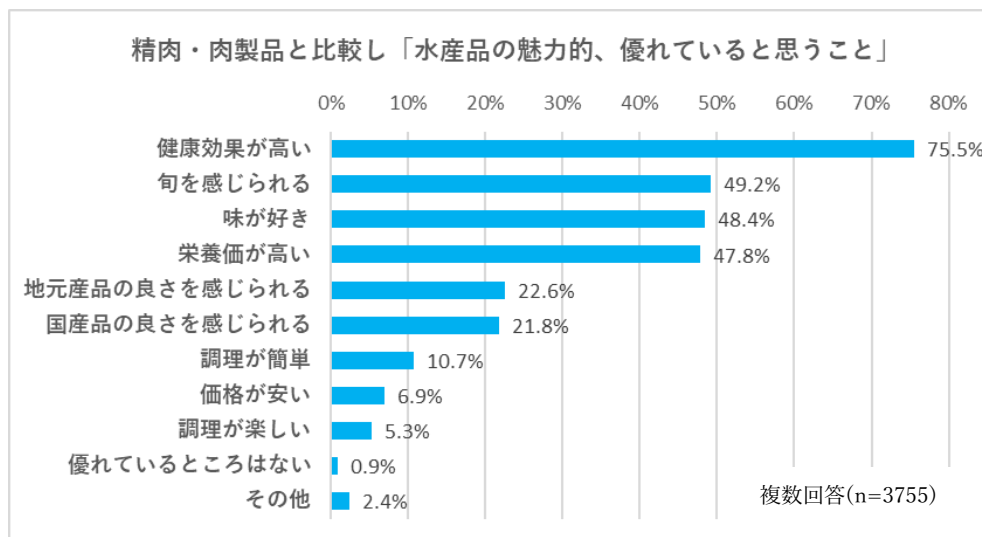
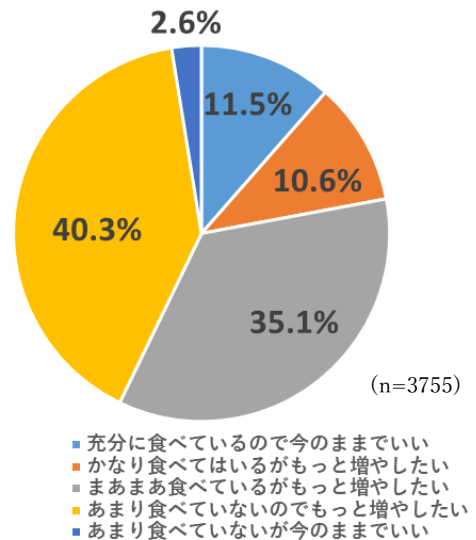
水産品を食べる頻度を増やしたい人が 85.9%

「十分に食べているので今のままでいい」「あまり食べていないが今のままでいい」という人を除く、食べる頻度を増やしたい人が、全体の 85.9%にも達しました。精肉・肉製品と比較した「水産品の魅力的・優れていると思うこと」では、「健康効果」を上げた人が 75.5%。「匂を感じられる」も 49.2%となり、水産品の魅力は認知され、「もっと食べたい」という気持ちも十分にあります。

「価格が高い」「調理が手間・難しい」が、さかな食の壁に

しかしながら、実際には水産品の消費が伸びていない背景を知るために、精肉・肉製品と比較した「良くないと思うこと」を聞きました。「価格が高い」が 52.2%に達し、「調理の手間」47.4%、「調理が難しい」31.3%と合わせて、いわゆる「コスパ・タイプの悪さ」に指摘が集中しました。

水産品を食べる頻度を増やしたいと思いますか？



<報道関係の方からのお問い合わせ先>

株式会社サンケイリビング新聞社 担当：藤田（東京）携帯 070-3116-1932 MAIL：fujtkei@sankeiliving.co.jp

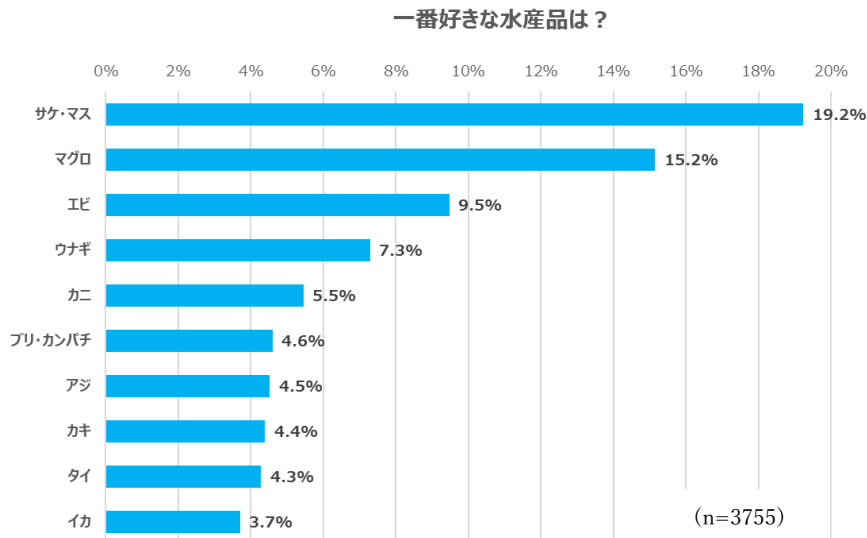
伴（大阪）携帯 070-2499-2760 MAIL：banharu@sankeiliving.co.jp

【調査データ②】全国が均一化する中でも、地域ごとの「さかな愛」はまだまだ個性的

※地域別のデータは回答数 40 以上を得られた 22 都道府県について集計・比較しています

「一番好きな水産品」の 1 位は「サケ・マス」、2 位は「マグロ」だが、地域によって差が

24 種の水産品から「一番好きな水産品」を回答してもらったところ、1 位は「サケ・マス」、2 位は「マグロ」。3 位以下は「エビ」「ウナギ」「カニ」と高級系食材があがりました。都道府県ごとに見ると、マグロが 1 位となる県もあり水産品への嗜好の地域差がうかがえる結果となりました。



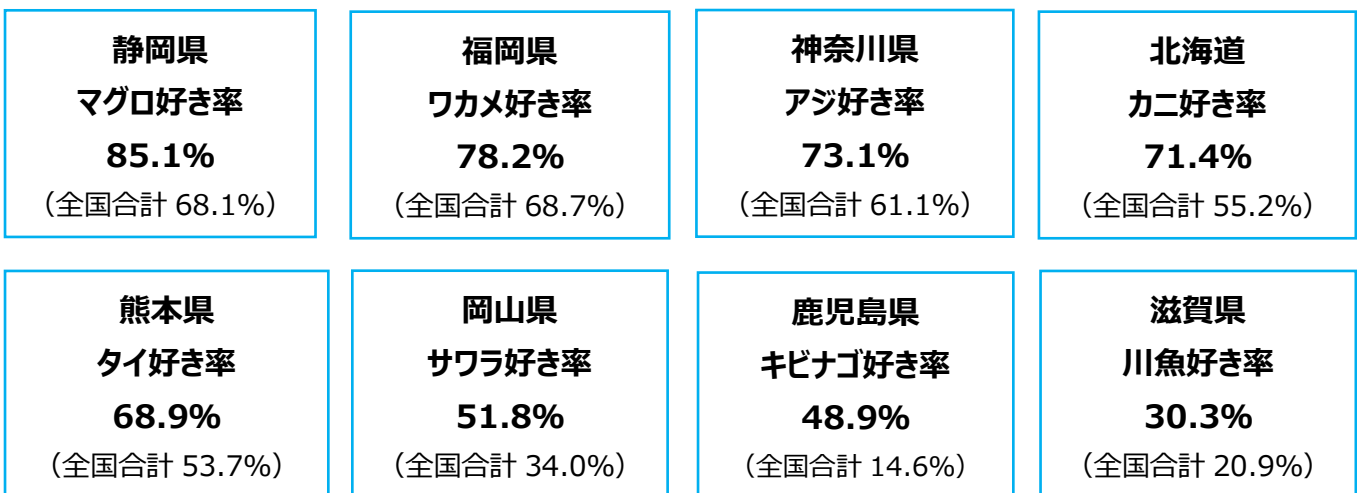
※22 都道府県の中で
一番好きな水産品がサケ・マスではなく

「マグロ」なのは…

1. 千葉県 26.9%
2. 静岡県 26.4%
3. 栃木県 24.4%
4. 神奈川県 21.7%
5. 和歌山県 20.6%

「好きな水産品」で、全国合計での値と大きな差が出た「都道府県の推し魚」は？

24 種の水産品から「好きな水産品」について当てはまるものすべてを選んでもらう設問で、全国合計の値と大きな差が出た、比較上「その水産品が大好きな県」がありました。全国的な食生活の画一化が進む中、地域による個性がまだ際立つ「さかな食」。次世代の「地元愛」を育むにも、「さかな食」は重要なファクターといえます。



複数回答(n=3755)

集計対象都道府県と回答数

【回答数】全体 3755、北海道 42、宮城県 163、福島県 58、栃木県 41、埼玉県 134、千葉県 156、東京都 389、神奈川県 253、静岡県 87、愛知県 156、滋賀県 142、京都府 291、大阪府 440、兵庫県 451、和歌山県 63、岡山県 83、広島県 76、香川県 63、愛媛県 80、福岡県 248、熊本県 74、鹿児島県 94

<報道関係の方からのお問い合わせ先>

株式会社サンケイリビング新聞社 担当：藤田（東京）携帯 070-3116-1932 MAIL：fujtkei@sankeiliving.co.jp

伴（大阪）携帯 070-2499-2760 MAIL：banharu@sankeiliving.co.jp

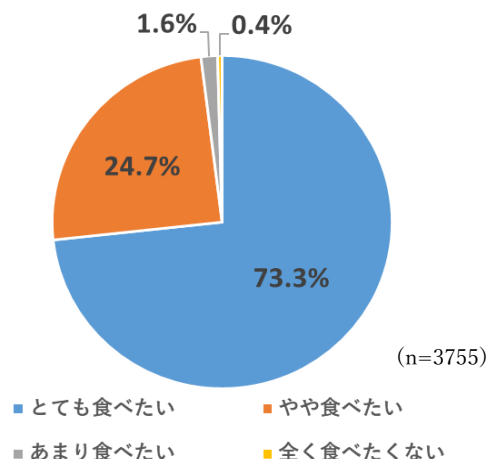
【調査データ③】「旅」と「さかな食」の親和性は高く、「さかな食ファン」を作る絶好の機会

「旅に行ったら水産品を食べたい」が 98%にも

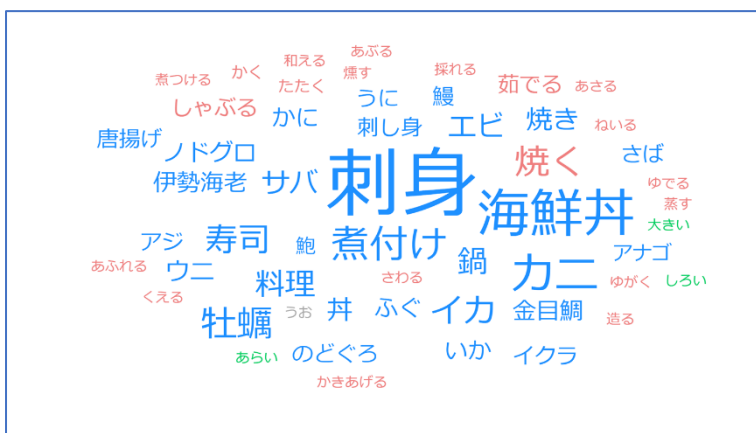
日常の食シーン以外、旅行先で「その土地ならではの水産品」を食べたいか？と聞いたところ「とても食べたい」が 73.3%、「やや食べたい」24.7%、合計で 98%の人が、旅行先で、その土地自慢の水産品を食べたいと思っているという結果に。

また「旅行先で食べた水産品で印象に残っているものがある」人が、62.6%。これは、年代を問わず似た数値となっており、旅が「さかな食」で、より印象深いものになっていることが分かります。「さかな食」の経験を広げ、新たな「さかな食」ファン作りを考える上で、「旅行先」というシーンは欠かせないステージです。

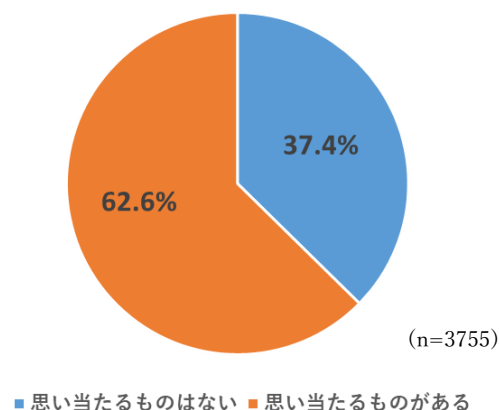
旅行先で「その土地ならではの水産品」を食べたいか？



ワードクラウドによるフリーコメント分析図



旅行先で食べた水産品で印象に残っているものはある？



回答者フリーコメント「さかなをたべよう！」への意見

- 魚はさばいたり、骨を取ったり、箸でほじりながら食べたり、家庭料理はなにかと手間がかかる印象なので、そのハードルが下がるような、簡単、手軽さを打ち出した情報を知りたいです。（東京都・31歳・女性）
- 天然資源である魚を食べることにやや罪悪感があります。養殖だったり、持続可能性だったりがかきちんとされているのか。海を守れているのかをきちんと教えてほしいです。（千葉県・40歳・女性）
- 高く魚が買えないと耳にする。スーパーでも魚が買えるのは少量を夫婦2人で食べるような年代の方が多気がする。日本は海に囲まれた国なのに不思議でたまらない。食べ盛りの子どもにたくさん魚を食べさせてあげられる豊かな国になってほしい。（福岡県・41歳・女性）
- 知らない水産品の紹介や身近に美味しい水産品が食べられるお店を知りたい。都道府県の特産や郷土料理が食べられるお店も紹介してほしい。（滋賀県・58歳・男性）

調査概要

調査方法：オンラインアンケート調査。「リビング新聞」記事、リビング Web ユーザー、会員向けメールマガジンなどから誘導

調査時期：2024年1月18日～2月7日（21日間）

有効回答数：3755人

回答者プロフィール：女性 79.2%・男性 19.8%、答えない 0.1%、20代以下 3.9%・30代 18.6%・40代 24.1%・50代 26.9%・60代 18.4%・70代以上 8.1%（平均年齢 50.6歳）

<報道関係の方からのお問い合わせ先>

株式会社サンケイリビング新聞社 担当：藤田（東京）携帯 070-3116-1932 MAIL：fujtkei@sankeiliving.co.jp
伴（大阪）携帯 070-2499-2760 MAIL：banharu@sankeiliving.co.jp

水産庁「さかなの日」賛同メンバーに登録 多様な業種との連携に取り組んでいきます

サンケイリビング新聞社は、水産物の消費拡大に向けた官民協働の取組を推進することを目的に水産庁が制定した「さかなの日」（毎月 3 日～7 日）の賛同メンバーに登録しました。今後、多様な業種・業態の魚食推進事業者と連携して当キャンペーンを推進し、消費者の皆様へ有益な情報を届けてまいります。

■「さかなの日」公式 HP <https://sakananohi.jp/>

■2024 年 5 月より、リビングネットワークリレーコラム「さかなをたべよ

う！」がスタート。各地域の編集部員が紹介する、地元で愛されている水産

物の料理を食べられるお店の情報、各地域の人気商品のプレゼントなどを掲載し、全国の読者・WEB ユーザーに届けます。

WEB サイトでの公開は、「さかなの日」に合わせて、毎月月初に行います。



おいしい×サステナ=いい未来

さかなの日

全国リビングネットワークについて

【リビングネットワーク 18 社】

仙台リビング新聞社、福島リビング新聞社、栃木リビング新聞社、静岡リビング新聞社、名古屋リビング新聞社、滋賀リビング新聞社、京都リビング新聞社、和歌山リビング新聞社、播磨リビング新聞社、山陽リビングメディア、福山リビング新聞社、広島リビング新聞社、えひめリビング新聞社、高松リビング新聞社、福岡リビング、熊本リビング新聞社、南日本リビング新聞社、サンケイリビング新聞社（首都圏・大阪神戸）

【全国リビング新聞 41 紙】発行部数合計約 562 万部

リビング仙台、リビング福島、リビング郡山、リビングとちぎ、リビングさいたま、リビング千葉、リビングかしわ、東京リビング、リビングむさしの、リビング多摩、リビング横浜、リビング田園都市、リビング静岡、リビング名古屋東山の手、リビング名古屋みなみ、リビング名古屋中央・北、リビング滋賀、リビング京都中央、リビング京都西南、リビング京都東南、リビング和歌山、リビング豊中・吹田・箕面、リビング高槻・茨木、リビング枚方、リビング尼崎・伊丹、リビング西宮・宝塚・芦屋、リビング神戸ひがし、リビング神戸にし、リビング姫路、リビング加古川、リビング明石、さりお、リビングふくやま、リビングひろしま、リビングまつやま、リビングたかまつ、リビングふくおか、リビング北九州、リビング熊本、リビングかごしま、リビングきりしま ※2024 年 4 月時点

■各社 HP リンク・各紙の発行部数ほか <https://ad.sankeiliving.co.jp/media/living/area/>

※一部 2024 年 3 月の情報で掲載しています

株式会社サンケイリビング新聞社について

暮らしに役立つ生活情報を発信するフリーペーパー「リビング新聞」、オフィスで働く女性に特化した共感型メディア「シティリビング」の発行をはじめ、インターネット等を含めたコンテンツ全般に関する事業を展開。コンテンツ制作力を活かし、各地で行政関連の制作物受注、会員組織を活かした調査、各種イベント、セールスプロモーション支援事業なども実施。

【会社概要】

社名 : 株式会社サンケイリビング新聞社

代表取締役社長 : 砂原一隆

所在地 : 東京 / 〒160-0023 東京都新宿区西新宿 8-17-1 住友不動産新宿グランドタワー 36 階

大阪 / 〒541-0048 大阪府大阪市中央区瓦町 2-6-6 ミラータワービル 6 階

事業内容 : 新聞・雑誌の発行、出版、放送、インターネット等を含めたコンテンツ全般に関する事業、および演劇・音楽・映画、その他催し物の企画制作、興行並びにその事業販売全般に関わる事業、以上に付帯する事業全般

HP : <https://www.sankeiliving.co.jp/>

<報道関係の方からのお問い合わせ先>

株式会社サンケイリビング新聞社 担当 : 藤田 (東京) 携帯 070-3116-1932 MAIL : fujtkei@sankeiliving.co.jp

伴 (大阪) 携帯 070-2499-2760 MAIL : banharu@sankeiliving.co.jp