

令和7年度 食料・農林水産業・農山漁村に関する意識・意向調査 国産水産物の消費拡大及び水産エコラベル認証に関する意識・意向調査結果

- ・ 水産物を食べる機会・量を増やしたいとする消費者は 42.6%
- ・ 水産エコラベル認証を知っている/見聞きしたことのある生産者は 24.0%、流通加工業者は 41.5%、小売業者は 21.9%、消費者は 36.3%

本調査は、生産者 2,500 経営体、流通加工業者 2,500 事業所、小売業者 2,500 事業所及び消費者 1,000 人を対象として、令和7年11月下旬から令和7年12月下旬にかけて、国産水産物の消費拡大及び水産エコラベル認証に関する意識・意向について調査を実施し、生産者 1,161 経営体、流通加工業者 911 事業所、小売業者 807 事業所及び消費者 1,000 人から回答を得た結果である。

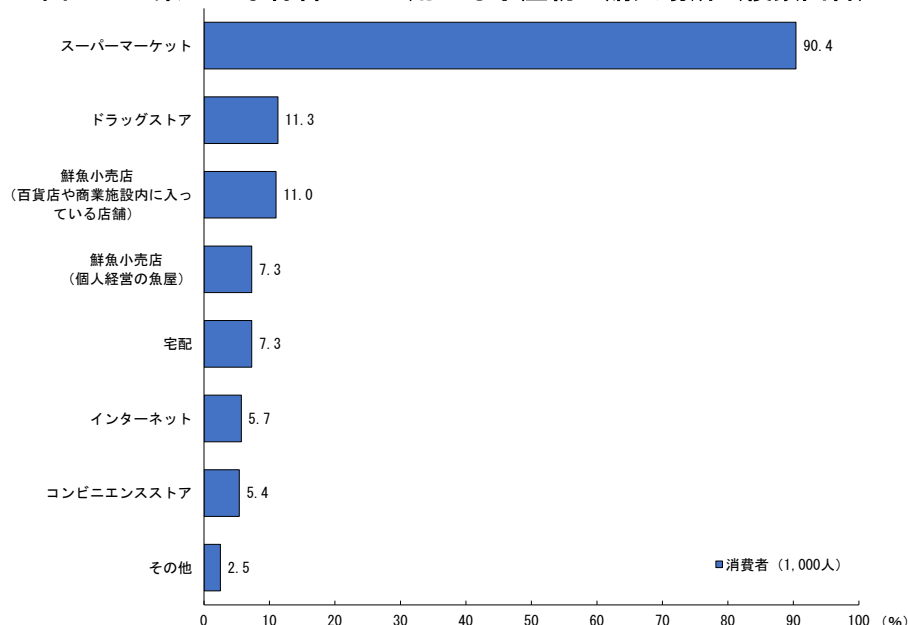
【調査結果の概要】

1 水産物の消費について

(1) 主菜の主な材料として用いる水産物の購入場所（消費者）

主菜の主な材料として用いる水産物の購入場所については、「スーパーマーケット」と回答した割合が 90.4%と最も高く、次いで「ドラッグストア」が 11.3%、「鮮魚小売店（百貨店や商業施設内に入っている店舗）」が 11.0%であった。（詳細は、統計表 4 (3) 参照）

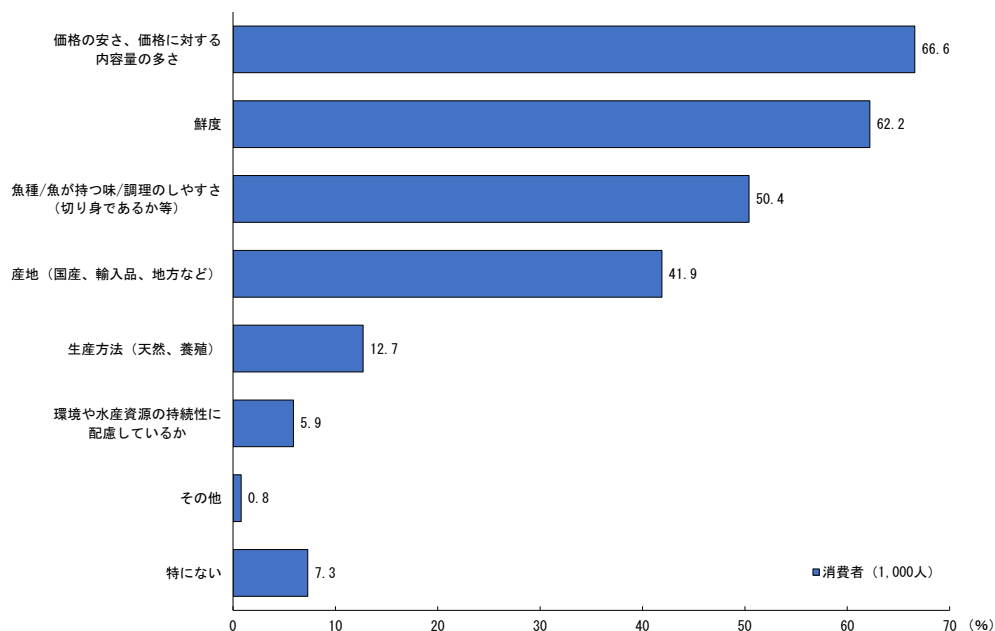
図1 主菜の主な材料として用いる水産物の購入場所（複数回答）



(2) 水産物購入時に重視すること（消費者）

水産物購入時に重視することについては、「価格の安さ、価格に対する内容量の多さ」と回答した割合が66.6%と最も高く、次いで「鮮度」が62.2%、「魚種/魚が持つ味/調理のしやすさ（切り身であるか等）」が50.4%であった。（詳細は、統計表4(4)参照）

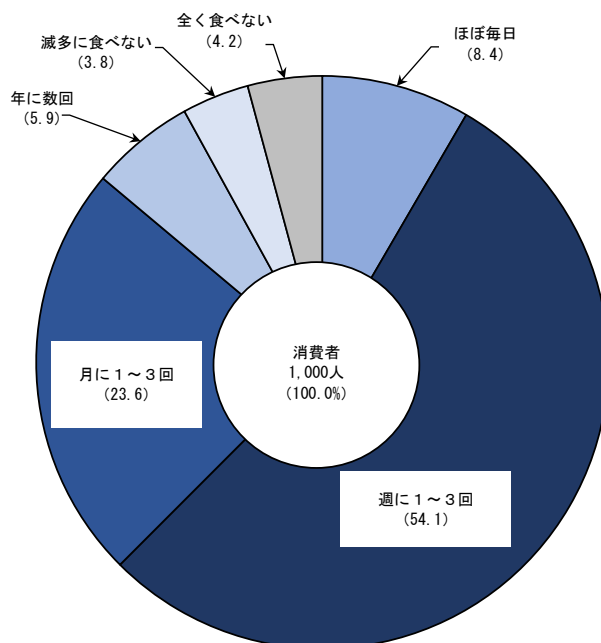
図2 水産物購入時に重視すること（複数回答）



(3) 水産物を食べる頻度（消費者）

水産物を食べる頻度については、「週に1～3回」と回答した割合が54.1%、「月に1～3回」が23.6%、「ほぼ毎日」が8.4%であった。（詳細は、統計表4(5)参照）

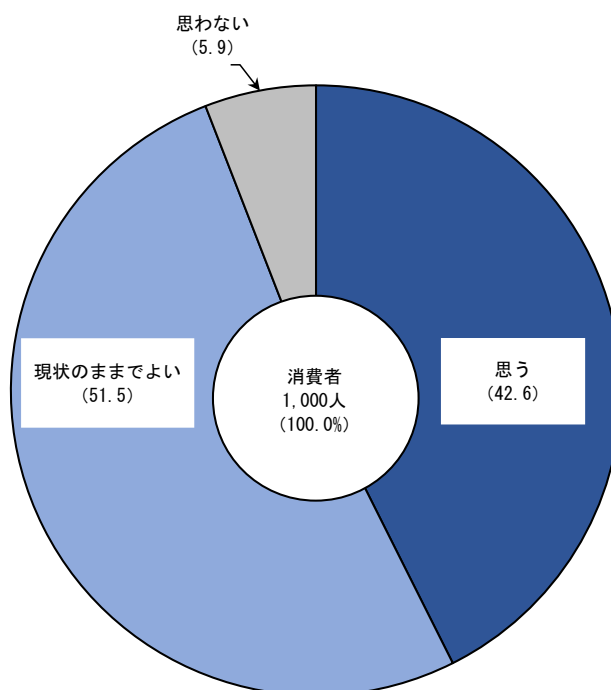
図3 水産物を食べる頻度



(4) 水産物を食べる機会・量を増やしたいと思うか（消費者）

水産物を食べる機会・量を増やしたいと思うかについては、「思う」と回答した割合が42.6%、「現状のままでよい」が51.5%、「思わない」が5.9%であった。（詳細は、統計表4(6)参照）

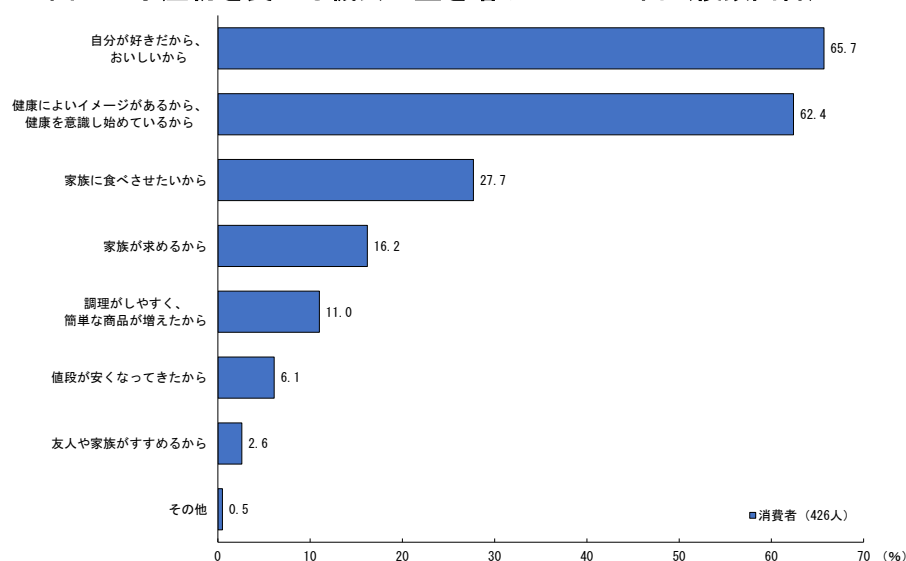
図4 水産物を食べる機会・量を増やしたいと思うか



(5) 水産物を食べる機会・量を増やしたい理由（消費者）

(4)で「水産物を食べる機会・量を増やしたいと思う」と回答した者において、その理由については、「自分が好きだから、おいしいから」と回答した割合が65.7%と最も高く、次いで「健康によいイメージがあるから、健康を意識し始めているから」が62.4%、「家族に食べさせたいから」が27.7%であった。（詳細は、統計表4(7)参照）

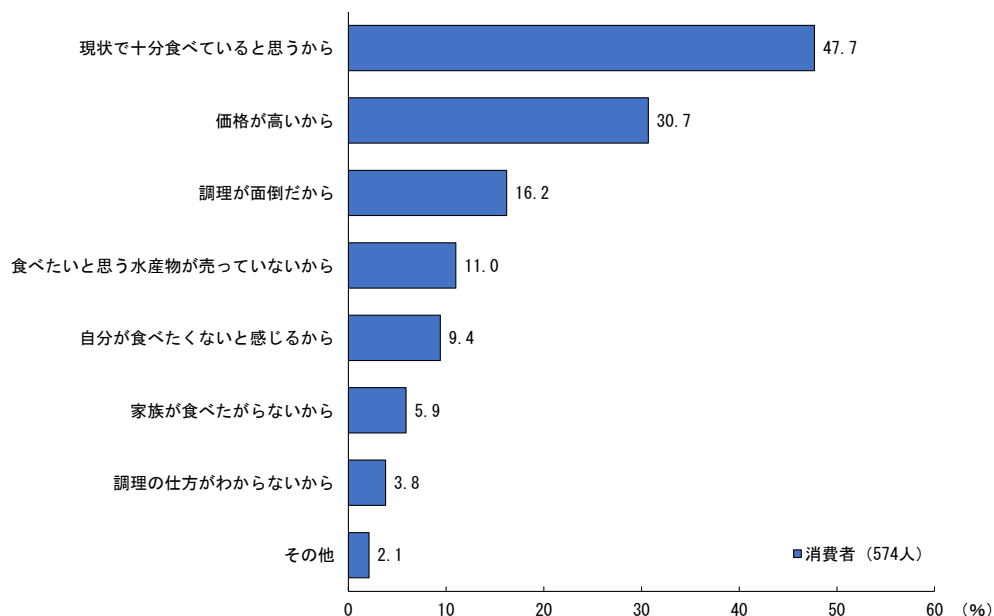
図5 水産物を食べる機会・量を増やしたい理由（複数回答）



(6) 水産物を食べる機会・量を増やしたいとは思わない理由（消費者）

(4)で水産物を食べる機会・量について「現状のままでよい」又は「思わない」と回答した者において、その理由については、「現状で十分食べていると思うから」と回答した割合が47.7%と最も高く、次いで「価格が高いから」が30.7%、「調理が面倒だから」が16.2%であった。（詳細は、統計表4(8)参照）

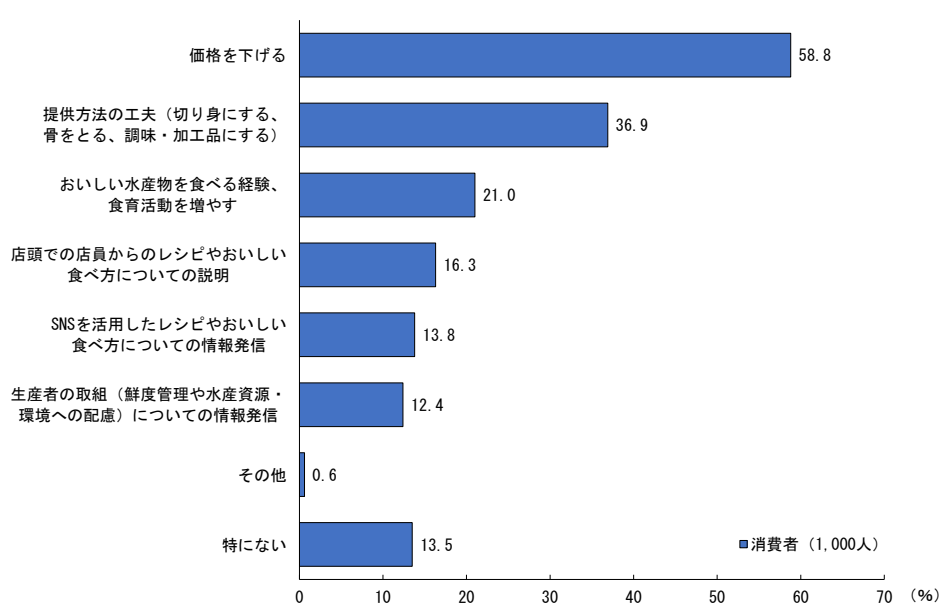
図6 水産物を食べる機会・量を増やしたいとは思わない理由（複数回答）



(7) 水産物を食べる機会・量を増やすきっかけになると思うもの（消費者）

水産物を食べる機会・量を増やすきっかけになると思うものについては、「価格を下げる」と回答した割合が58.8%と最も高く、次いで「提供方法の工夫（切り身にする、骨をとる、調味・加工品にする）」が36.9%、「おいしい水産物を食べる経験、食育活動を増やす」が21.0%であった。（詳細は、統計表4(9)参照）

図7 水産物を食べる機会・量を増やすきっかけになると思うもの（複数回答）



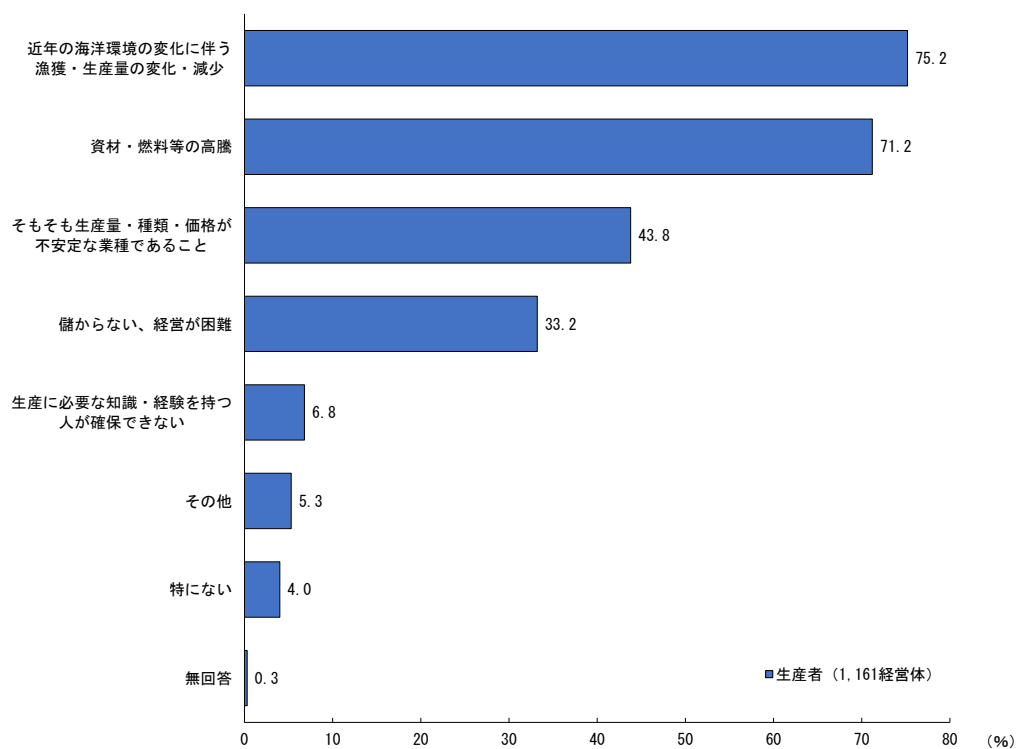
2 水産物の生産・販売について

(1) 水産物の生産に当たっての課題（生産者）

水産物の生産に当たっての課題については、「近年の海洋環境の変化に伴う漁獲・生産量の変化・減少」と回答した割合が75.2%と最も高く、次いで「資材・燃料等の高騰」が71.2%、「そもそも生産量・種類・価格が不安定な業種であること」が43.8%であった。

（詳細は、統計表1(4)参照）

図8 水産物の生産に当たっての課題（複数回答）



(2) 水産物の調達に当たっての課題（流通加工業者、小売業者）

水産物の調達に当たっての課題については、流通加工業者・小売業者ともに「仕入単価が高い」と回答した割合が最も高く、次いで「近年の漁獲・生産量の変化・減少に伴い欲しい商材が入手しづらい」が高かった。（詳細は、統計表 2 (2)、3 (2) 参照）

図 9 水産物の調達に当たっての課題（流通加工業者）（複数回答）

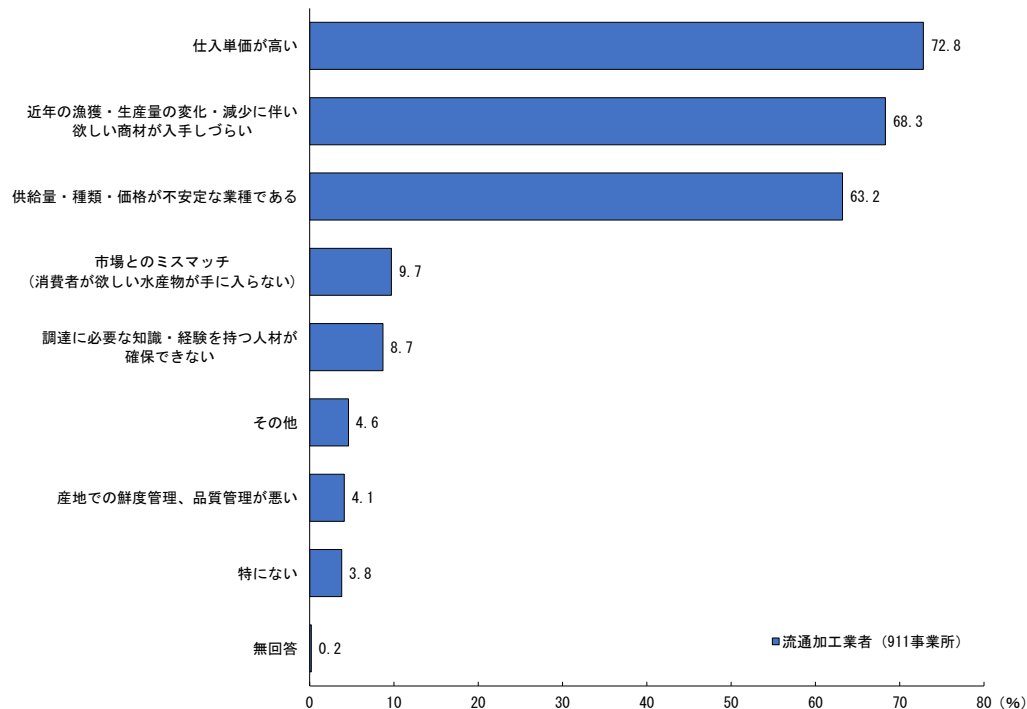
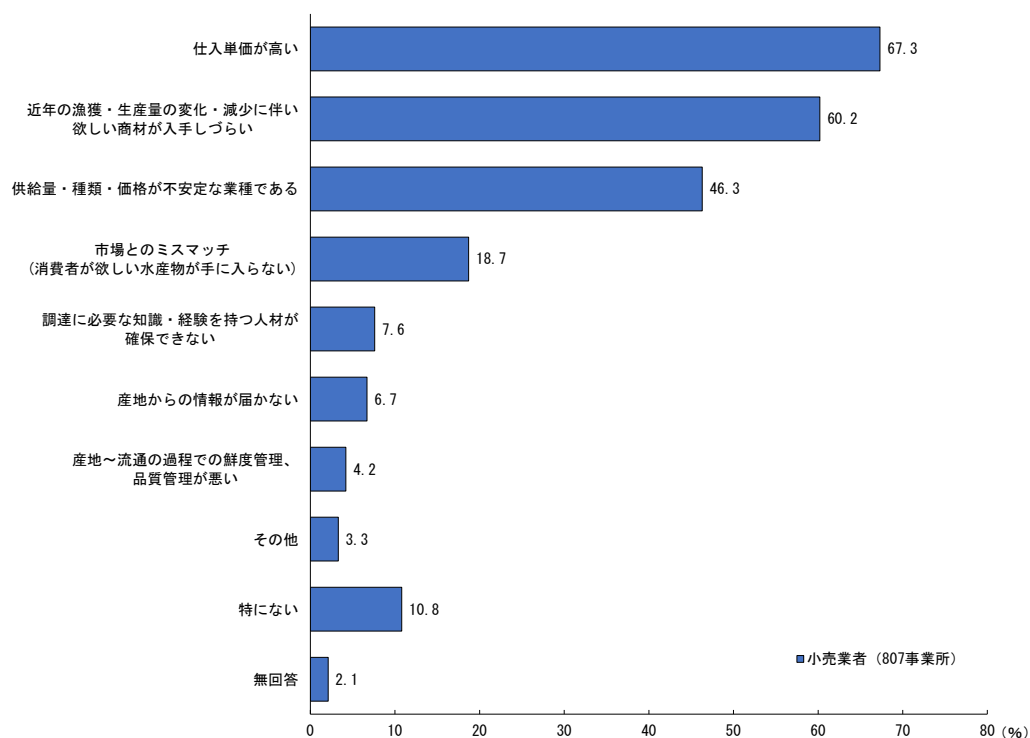


図 10 水産物の調達に当たっての課題（小売業者）（複数回答）



(3) 水産物等の販売に当たっての課題（生産者、流通加工業者、小売業者）

水産物及びその加工品の販売に当たっての課題については、生産者は「水揚げ状況等によって浜値が左右され、自分で売値を決められない」、流通加工業者は「販売価格を上げられない、上げづらい」、小売業者は「売価を上げられない、上げづらい」がそれぞれ最も高かった。（詳細は、統計表 1 (5)、2 (4)、3 (6) 参照）

図 11 水産物の販売に当たっての課題（生産者）（複数回答）

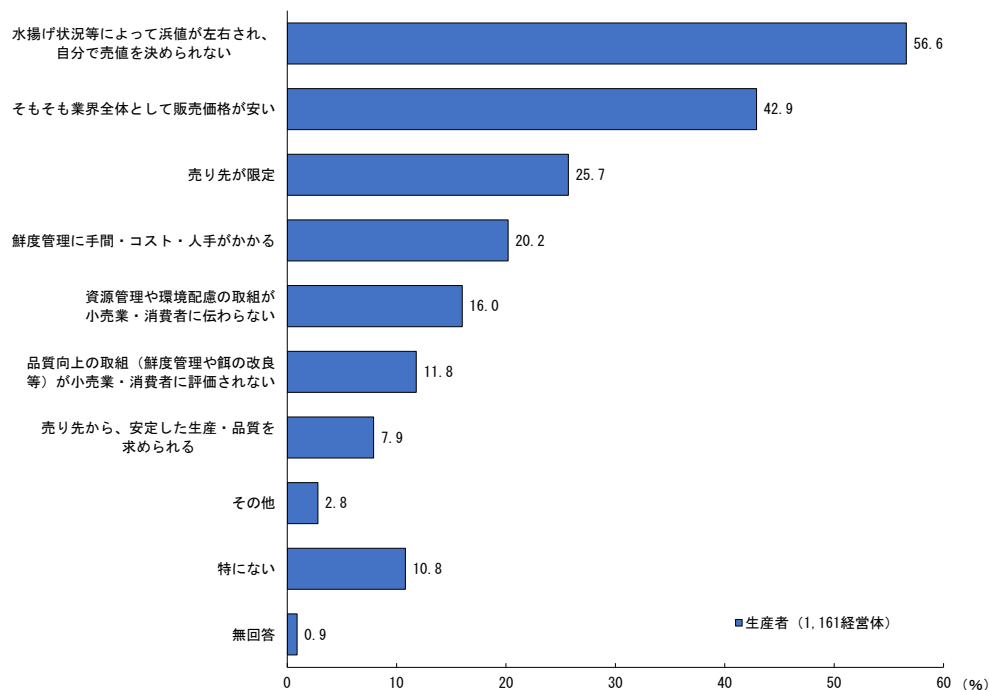


図 12 水産物・加工品の販売に当たっての課題（流通加工業者）（複数回答）

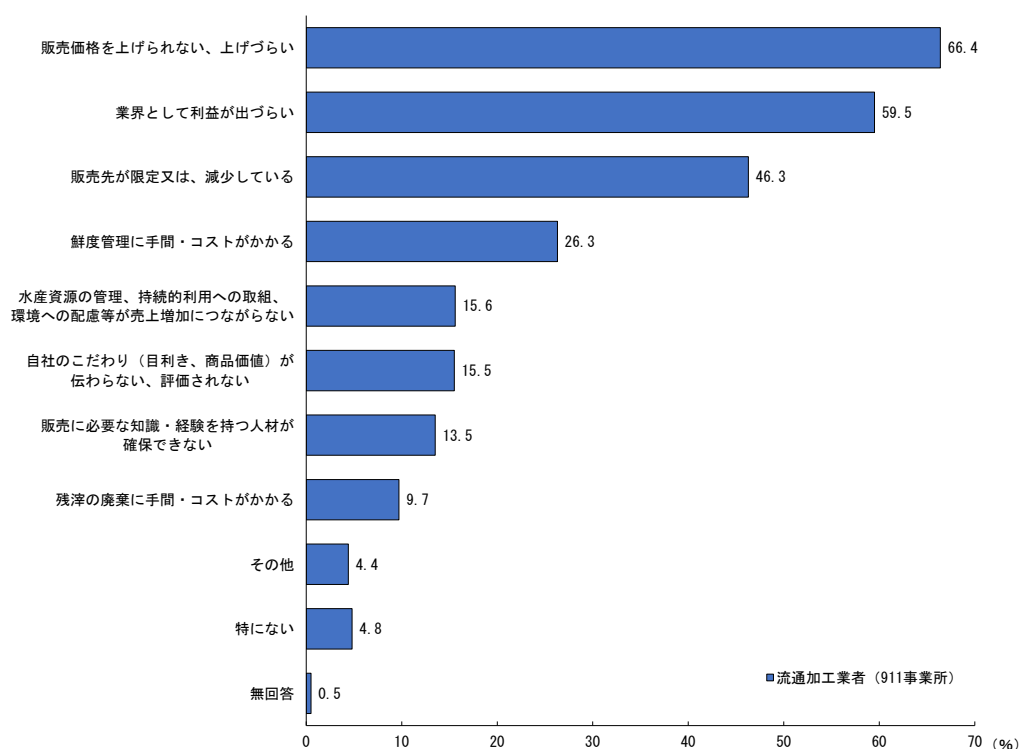
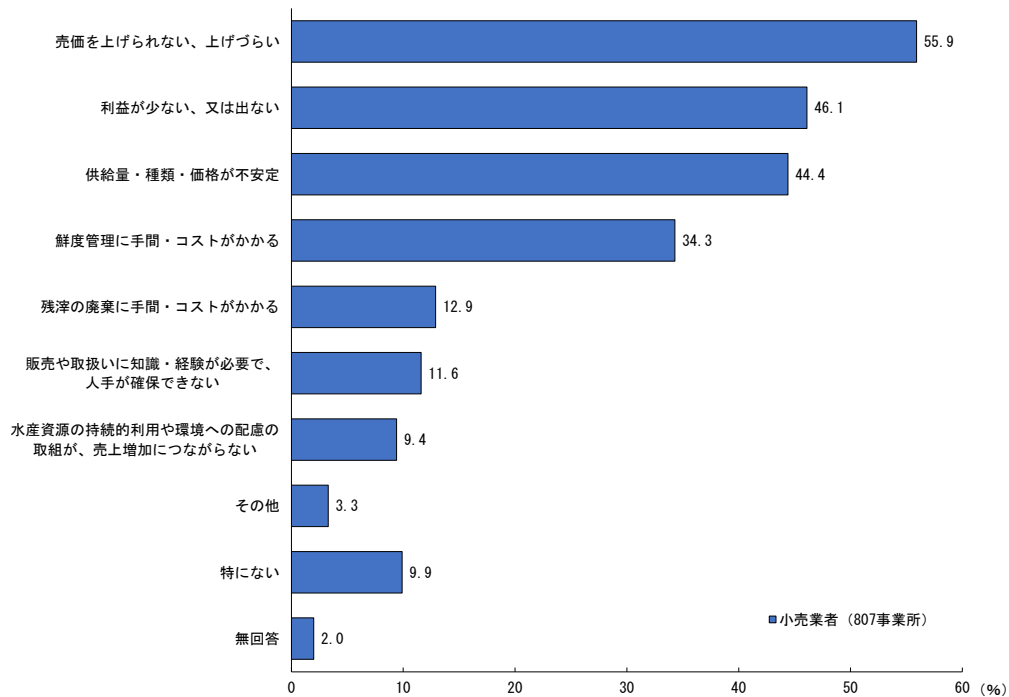


図 13 水産物の販売に当たっての課題（小売業者）（複数回答）



(4) 水産物の販売時に伝えたいこと（生産者、流通加工業者、小売業者）

水産物の販売時に伝えたいことについては、生産者と小売業者は「鮮度の良さ」と回答した割合が最も高かったのに対し、流通加工業者は「味の良さ（身のしまりや脂ののり等）」と回答した割合が最も高かった。（詳細は、統計表 1 (3)、2 (3)、3 (3) 参照）

図 14 水産物の販売時に伝えたいこと（生産者）（複数回答）

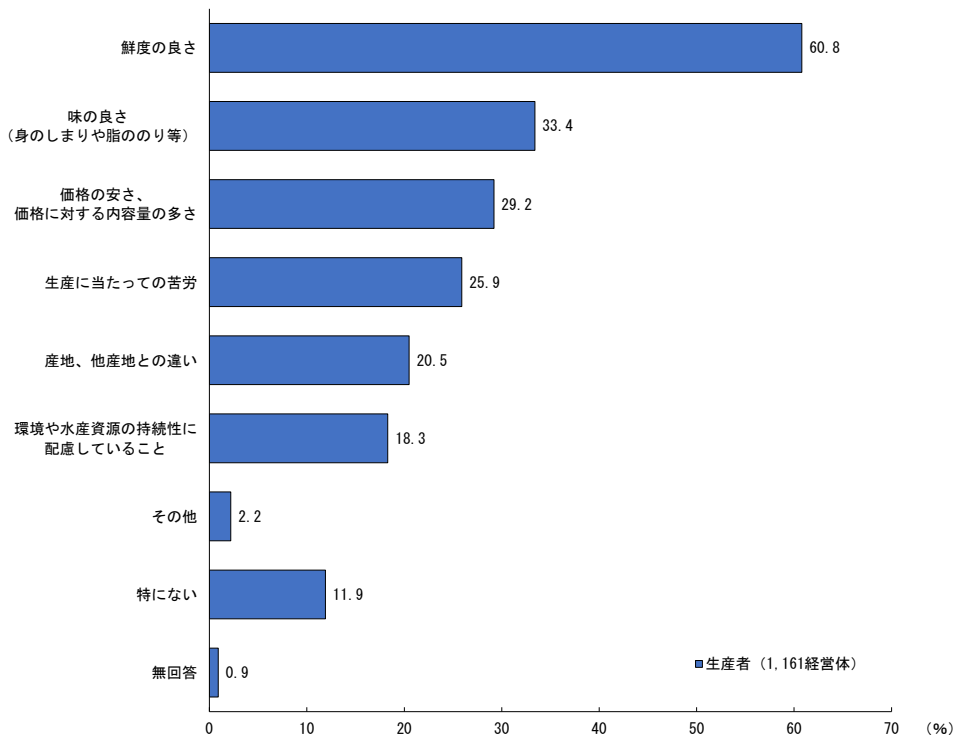


図 15 水産物の販売時に伝えたいこと（流通加工業者）（複数回答）

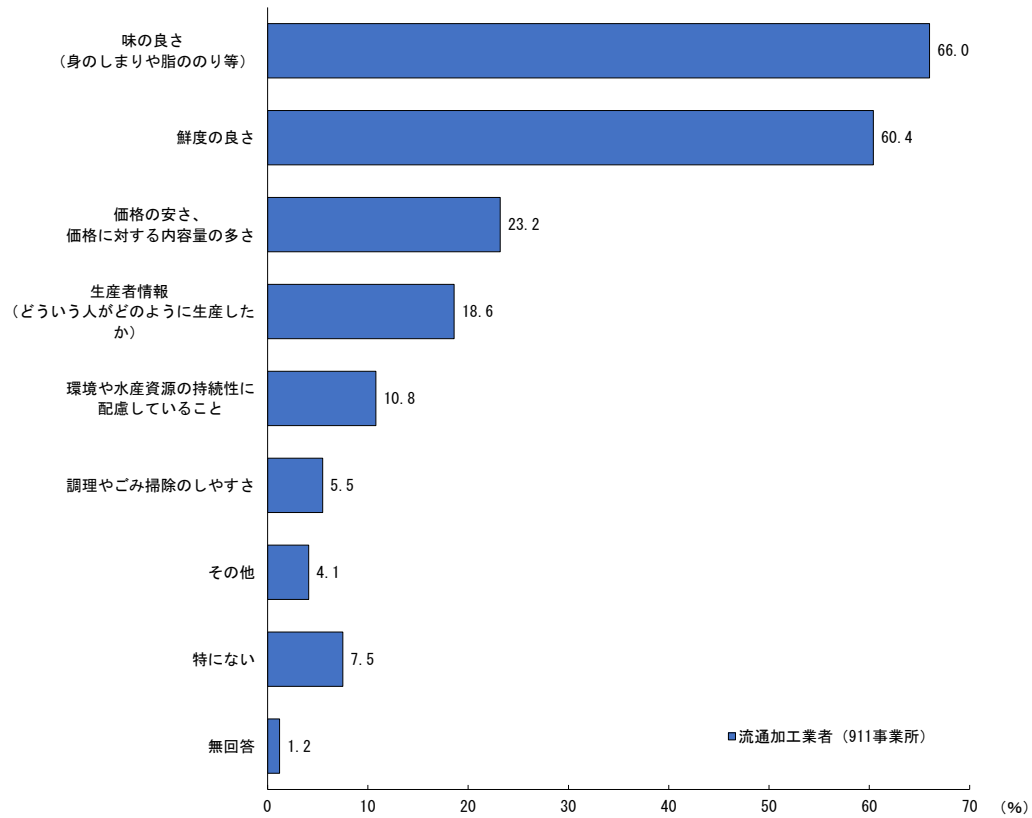
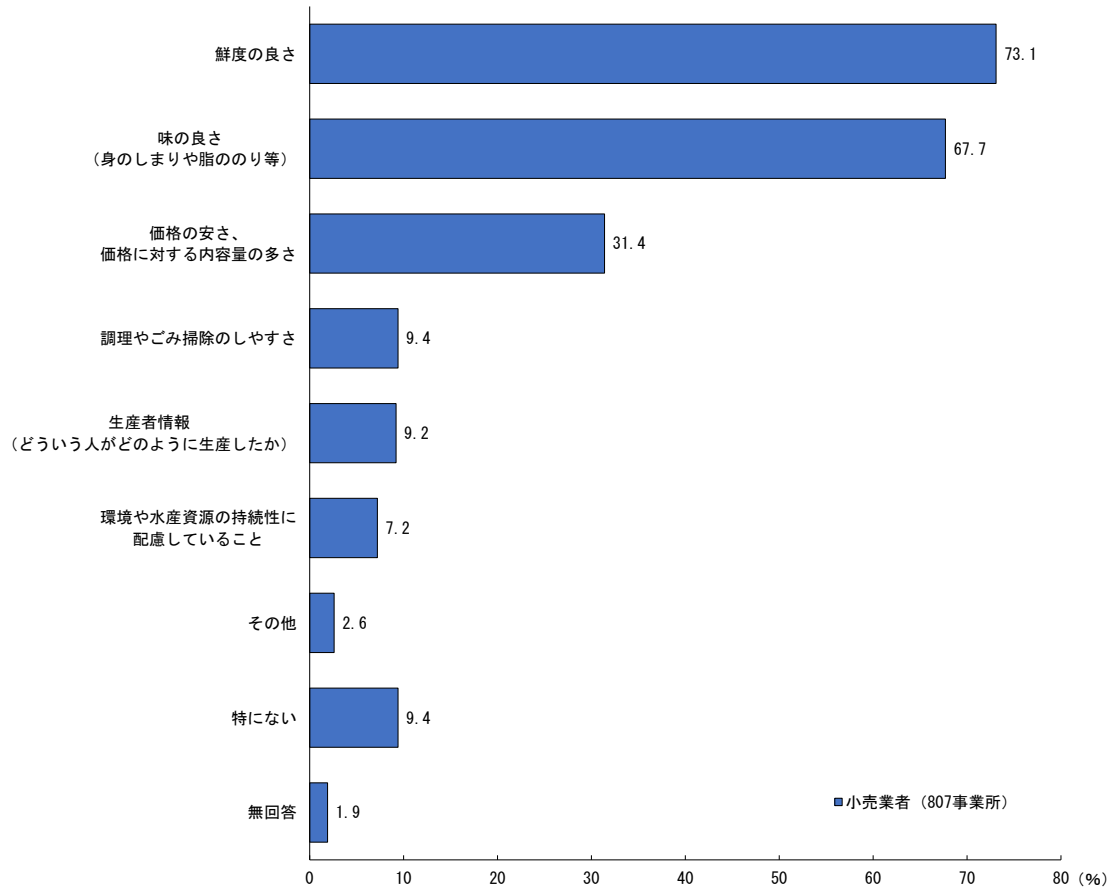


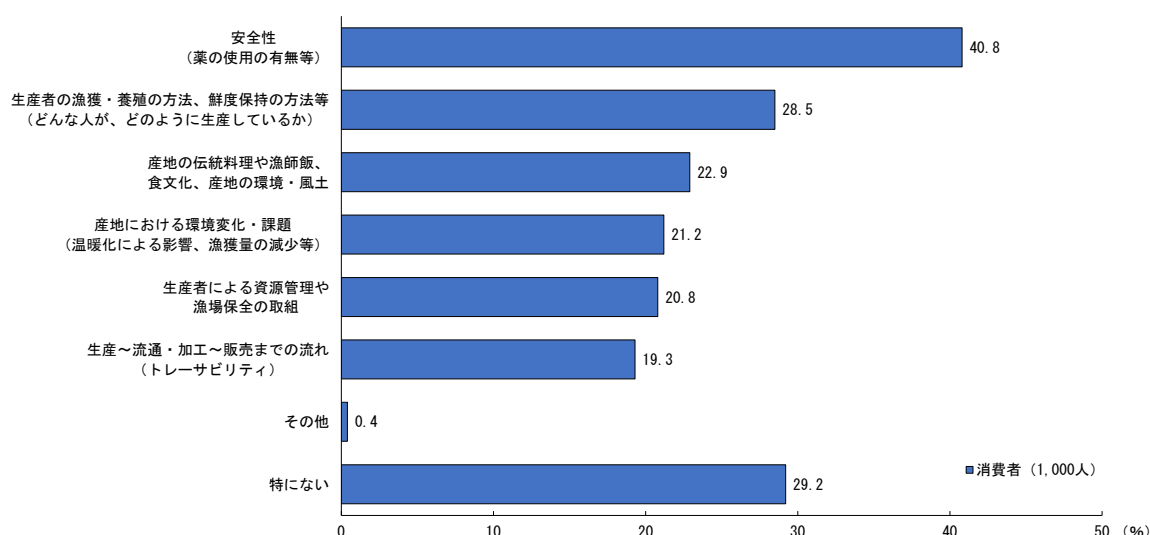
図 16 水産物の販売時に伝えたいこと（小売業者）（複数回答）



(5) 水産物の生産、流通・加工、販売に関して知りたい情報（消費者）

水産物の生産、流通・加工、販売に関して知りたい情報については、「安全性（薬の使用の有無等）」と回答した割合が 40.8%、「生産者の漁獲・養殖の方法、鮮度保持の方法等（どんな人が、どのように生産しているか）」が 28.5%、「産地の伝統料理や漁師飯、食文化、産地の環境・風土」が 22.9%であった。（詳細は、統計表 4 (10)参照）

図 17 水産物の生産、流通・加工、販売に関して知りたい情報（複数回答）

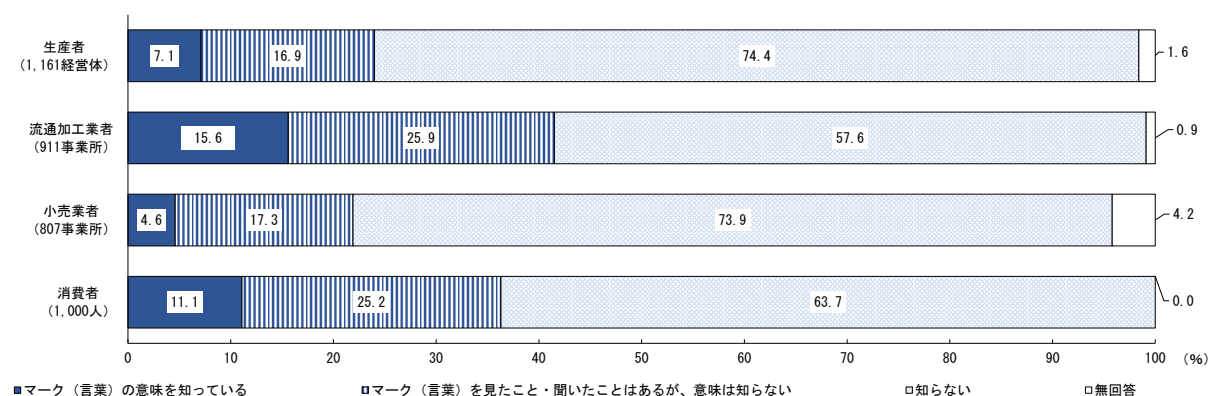


3 水産エコラベル認証について

(1) 水産エコラベル認証の認知度（生産者、流通加工業者、小売業者、消費者）

水産エコラベル認証の認知度について、生産者、流通加工業者、小売業者、消費者ともに、「知らない」と回答した割合がそれぞれ 74.4%、57.6%、73.9%、63.7%と最も高く、次いで「マーク（言葉）を見たこと・聞いたことはあるが、意味は知らない」（それぞれ 16.9%、25.9%、17.3%、25.2%）、「マーク（言葉）の意味を知っている」（それぞれ 7.1%、15.6%、4.6%、11.1%）の順であった。（詳細は、統計表 1 (7)、2 (6)、3 (8)、4 (12)参照）

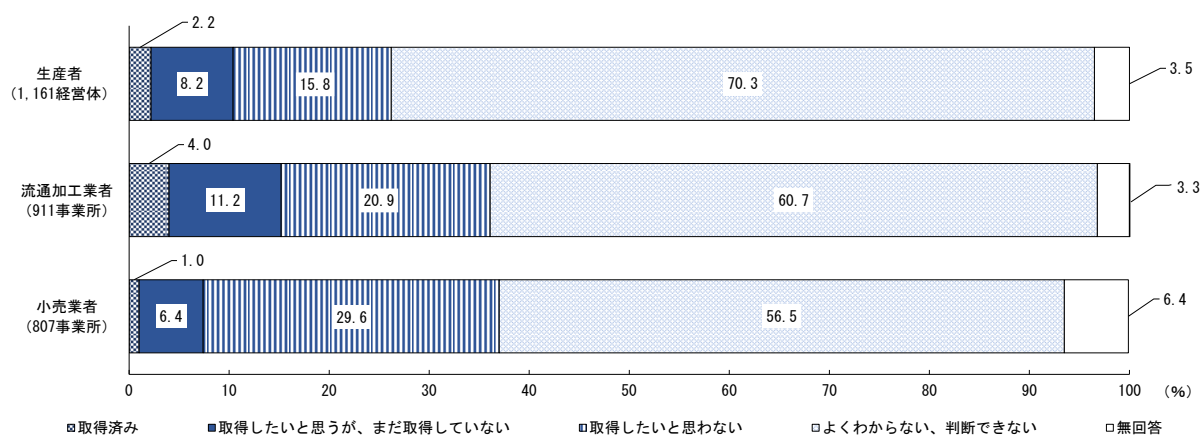
図 18 水産エコラベル認証の認知度



(2) 水産エコラベル認証を取得したいと思うか（生産者、流通加工業者、小売業者）

水産エコラベル認証を取得したいと思うかについては、生産者、流通加工業者、小売業者ともに、「よくわからない、判断できない」と回答した割合がそれぞれ70.3%、60.7%、56.5%と最も高く、次いで「取得したいと思わない」（それぞれ15.8%、20.9%、29.6%）、
「取得したいと思うが、まだ取得していない」（それぞれ8.2%、11.2%、6.4%）の順であった。（詳細は、統計表1(9)、2(8)、3(10)参照）

図 19 水産エコラベル認証を取得したいと思うか

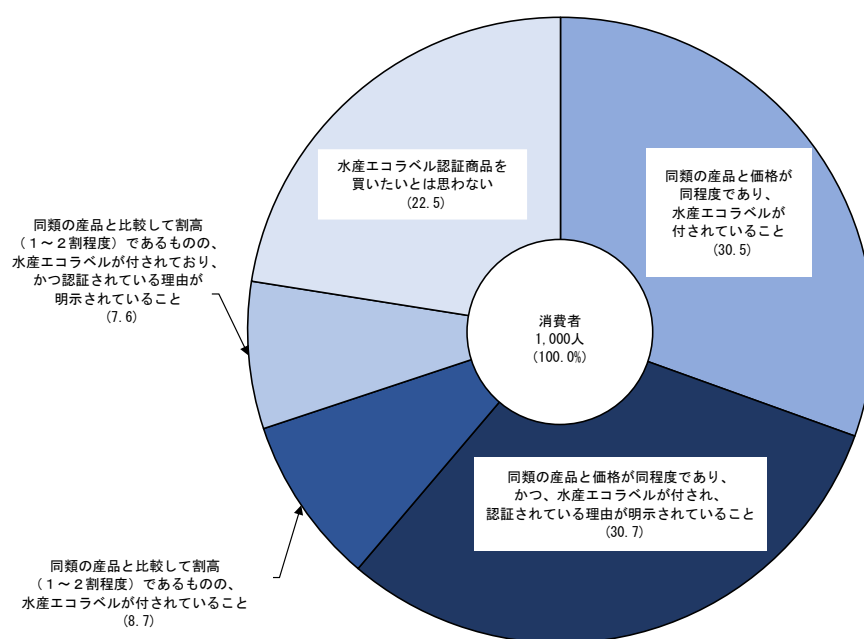


注：表示単位未満を四捨五入しているため、計と内訳が一致しない場合がある。

(3) 水産エコラベル認証商品の購入条件（消費者）

水産エコラベル認証商品の購入条件については、「同類の製品と価格が同程度であり、かつ、水産エコラベルが付され、認証されている理由が明示されていること」と回答した割合が 30.7%と最も高く、次いで「同類の製品と価格が同程度であり、水産エコラベルが付されていること」が 30.5%、「水産エコラベル認証商品を買いたいとは思わない」が 22.5%であった。（詳細は、統計表 4(14)参照）

図 20 水産エコラベル認証商品の購入条件



【統計表】

<https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files/data?sinfid=000040469875&ext=xls>

【調査の概要】

https://www.maff.go.jp/j/finding/mind/pdf/suisan_ecolabel_25.pdf

【ホームページ掲載案内】

本資料は、農林水産省ホームページの統計情報に掲載している分野別分類「農林水産行政等に対する意識・意向調査」でご覧いただけます。

<https://www.maff.go.jp/j/finding/mind/>

【関連リンク】

水産エコラベルの推進について：水産庁 > 分野別情報 > 水産エコラベルの推進について

<https://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/budget/suishin.html>

さかなの日：水産庁 > 分野別情報 > さかなの日～あなたの日々の消費で、おいしい魚を次の世代へ～

<https://www.jfa.maff.go.jp/j/kakou/sakananohi1137.html>

お問合せ先

◎本統計調査結果について

農林水産省 水産庁 加工流通課 認証推進班
電話：（代表）03-3502-8111 内線：6616
（直通）03-6744-2350

◎食料・農林水産業・農山漁村に関する意識・意向調査について

農林水産省 大臣官房統計部
統計企画管理官 統計データ分析支援チーム
電話：（代表）03-3502-8111 内線：3591, 3580
（直通）03-6744-2229

◎農林水産統計全般について

農林水産省 大臣官房統計部
統計企画管理官 統計広報推進班
電話：（代表）03-3502-8111 内線 3589
（直通）03-6744-2037



政府統計

政府統計の総合窓口
(e-Stat)

<https://www.e-stat.go.jp/>



SAFF

データの力で。

農林水産統計
Statistics of Agriculture,
Forestry and Fisheries



2027年国際園芸博覧会
2027.3.19-9.26 横浜・上瀬谷



©Expo 2027