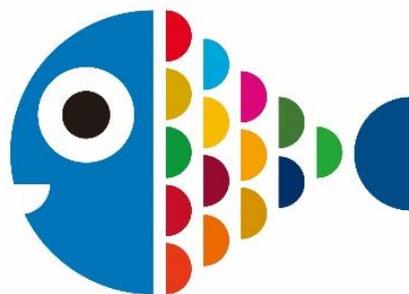


おいしい×サステナ=いい未来  
「さかなの日」にミツカンが賛同いたします！  
～毎月3日から7日はさかなを食べよう！～



おいしい×サステナ=いい未来

さかなの日

株式会社 Mizkan（本社：愛知県半田市、代表取締役社長兼 CEO：吉永 智征、以下：ミツカン）は、水産庁が制定する「さかなの日」の趣旨に賛同いたします。

「さかなの日」は「毎月3～7日（さかな）」、特に「11月3～7日」の「いいさかなの日」を全体の強化週間として、水産物の消費拡大を目指す取り組みです。

ミツカンは本取り組みに賛同することで、今後も消費者のニーズにあわせた、“より簡単にできるメニュー”を開発し、お魚メニューの需要促進に貢献いたします。

### 本取組の背景

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倍に増加し、近年においてもそのペースは衰えておりません。しかしその一方で、日本においては、消費量が大幅に減少しており、2001年度の40.2kgをピークに2020年度の23.4kgまで減少しています。

また、魚食に関する意識調査（※1）によると、魚の「扱いにくさ」、「調理の手間」といったマイナス特性が家庭での消費にブレーキをかけており、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認知が進んでいるものの、消費を拡大するまでに至っていない状況であることがわかりました。

こうした状況を踏まえ、水産物の消費拡大に向けた取組を官民協働で推進するため、水産庁では「さかなの日」を制定しました。

※1 農林水産省「食料・農業及び水産業に関する意識・意向調査」（令和元（2019）年12月～2（2020）年1月実施、消費者モニター987人が対象（回収率90.7%）

## ミツカンの取り組みについて

ミツカンは“さかなを活用したメニュー提案”を継続的に実施しています。かねてより「旬さんまのおろしぼん酢」、「かつおののつけ盛り」などのメニューを TVCM で訴求しており、秋冬の時期では消費者の需要も高い“お鍋”のメニューにおいて様々なメニューを提案しております。例えば、しゃぶしゃぶの食卓出現率が落ち込んでいた 2014 年には鰯を使用した「ぶりねぎしゃぶしゃぶ」というメニューをテレビ広告で訴求しメニュー活性化を図りました。広告訴求以降継続して支持されている人気メニューです。

最近では、定番の「寄せ鍋」から、消費者のトレンドを踏まえた「味付けしゃぶしゃぶ」など各種さかなを活用したメニューを作成し、美味しく、楽しいメニュー提案を実施しております。



旬さんまのおろしぼん酢



ぶりねぎしゃぶしゃぶ

本取り組み(「さかなの日」)については、2022年11月27日(日)に日比谷公園で開催されるイベント「Fish—1(フィッシュワン)グランプリ」においてキックオフイベントを実施します。

ミツカンは、企業理念である「買う身になって まごころこめて よい品を」に基づき、商品やメニューを通じて、お客様へ「おいしさと健康」を提供してまいります。

<商品に関する一般の方のお問い合わせ先>

ミツカングループお客様相談センターHP: <https://faq.mizkan.co.jp>