

# 養殖魚に対する消費者と生産者の認識のミスマッチ解消への挑戦

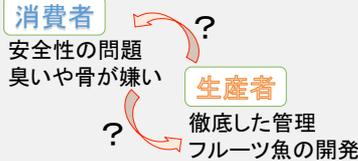
農学部・海洋生産科学特別コース

発表者 服部純也・石塚拓真・佐々木健輔・重松佑依・西川宗徳・三浦智恵美  
\*指導者

## 研究背景

○世界的な水産物の動向  
肉に変わる動物性タンパク源  
健康志向の高まり  
消費増大  
安定的に量と質を確保できる  
「養殖もの」に期待！！

○日本における養殖業の現状  
「魚離れ」が深刻化



仮説 消費者が求めることと生産者の工夫・努力が互いに伝わってないのではないかと？

## 研究目的

消費者のニーズと生産者が望むことを調査し、ミスマッチを解決する手段を考え実行する。

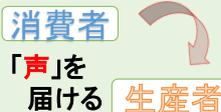
## 消費者は生産者に何を求めているのか？

### 調査① 消費者の養殖業に対する意識調査アンケート

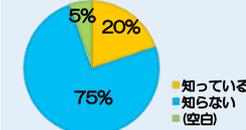
○天然と養殖どちらを選ぶ？



・イメージ 養殖<天然  
・生産者の取り組みを知らない  
・養殖業についての情報や工夫努力について知りたい！



○生産者の取り組みをしているか？



○生産者へ求めること  
・餌の成分の情報開示。  
・生産者の工夫をわかりやすく教えてほしい。  
・養殖と天然の違いを教えて。  
・価格を安くしてほしい。



## 生産者の工夫や努力とは？

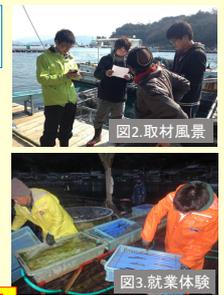
### 調査② 生産者の取り組み調査

アンケート調査結果  
取材就業体験

課題  
・養殖業の正しい情報が伝わっていない  
・興味関心が低い

打開策

パンフレットによる意識改革  
海の授業による教育活動



生産者

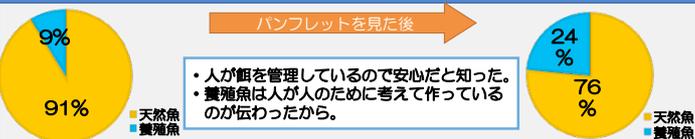
「想い」を届ける

消費者

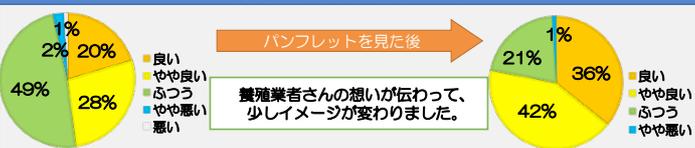
### 調査③ パンフレットを用いたアンケート調査

一回目のアンケートから消費者が知りたいことを、様々な養殖業者の方にインタビューを行い、それをもとにパンフレットを作成した。パンフレットの内容は『過程・イクス・魅力・工夫・環境・稚魚・葉・餌』である。パンフレットを見る前と後で学生約130人にアンケートに答えていただいた。

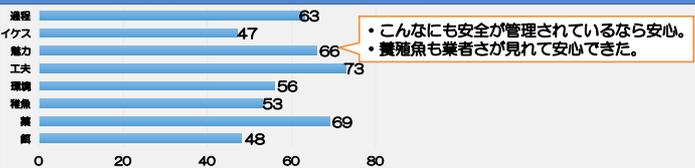
同じ価格の魚がある場合天然魚と養殖魚どちらを選ぶか



養殖魚に対するイメージ



養殖業についてパンフレットで初めて知ったこと

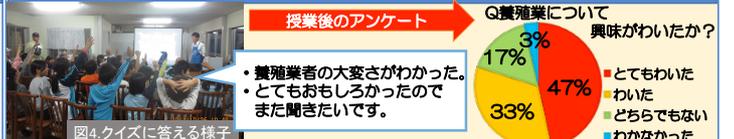


養殖魚のイメージ向上に繋がった生産者の思いが消費者へ伝わった

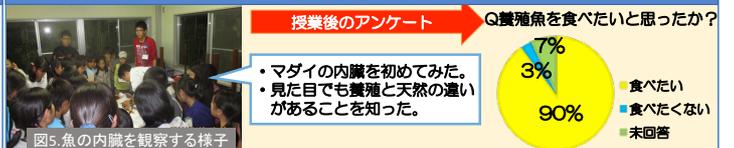
### 調査④ 小学生を対象にした海の教育活動

松山市内の小学生(高学年)30人を対象に、以下の3項目に分けて海の教育活動を行った。養殖業における問題点を知ってもらったり、実際に目の前で捌き命の有難さや、魚の体を知ってもらったりした。知って・見て・触って・食べてといった体験してもらった。そのあと、アンケートに答えていただいた。

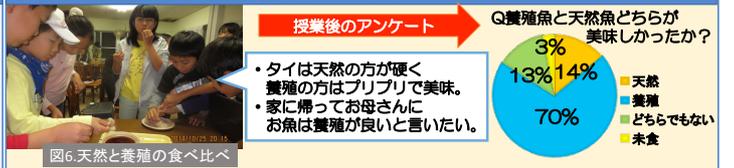
養殖業に関するクイズと授業



魚のからだのひみつ



鯛の養殖魚と天然魚の食べ比べ



海や魚、養殖業に対して興味を持ってもらえた養殖業へのアピールに繋がった

## まとめ

- ★水産・養殖業について正確な情報が消費者にあまり伝わっていない。
- ⇒ 不確かな情報によってマイナスイメージを持たれてしまう。
- ⇒ 生産者側もせっかくの努力もアピールできていない。

パンフレットなどでリアルな情報や努力をアピールしてイメージの向上を！  
ぎょしょく教育を通して、幼少期から魚に触れ親しむ体験を！

## 今後の展望

- ◆ 積極的かつ継続的な活動
- ◆ 都市部での実施と効果
- ◆ 新たなアプローチの模索