

【調査の概要】

1 調査の目的

生産者、流通加工業者、小売業者、消費者に対して、水産物の販売・購入・消費に関する意識・意向や、水産エコラベル認証に係る理解・認知度、同認証の取得に当たっての課題等を把握することで、水産物の消費拡大及び水産エコラベル認証の取得・活用の促進に向けた課題を明らかにし、もってその課題解決に資する施策を企画・検討するための基礎資料とすることを目的とする。

2 調査の対象

(1) 生産者

2023 年漁業センサスの漁業経営体のうち、漁獲物・収獲物の販売金額がある経営体とした。

(2) 流通加工業者

事業所母集団データベースに登録されている事業所のうち、令和 5 年(2023)経済センサスにおける日本標準産業分類の小分類が「水産食料品製造業」又は「生鮮魚介卸売業」のいずれかであり、売上金額がある事業所（支所・支社・支店は除く）とした。

(3) 小売業者

事業所母集団データベースに登録されている事業所のうち、令和 5 年(2023)経済センサスにおける日本標準産業分類の小分類が「百貨店，総合スーパー」、「その他の各種商品小売業（従業者が常時 50 人未満のもの）」、「各種食料品小売業」又は「鮮魚小売業」のいずれかであり、売上金額がある事業所（支所・支社・支店は除く）とした。

(4) 消費者

農林水産省が委託した民間事業者が保有する消費者モニターのうち、20 歳以上の者とした。

3 調査事項（詳細は、別添「調査票」参照）

(1) 生産者、流通加工業者及び小売業者

水産物の販売に関する意識・意向、水産エコラベル認証の認知度、取得意向及びその理由等

(2) 消費者

水産物の消費に関する意識・意向、水産エコラベル認証の認知度、水産エコラベル認証商品の購入に関する意識・意向等

4 調査期間

令和 7 年 11 月下旬から令和 7 年 12 月下旬までの間に実施した。

5 調査方法

(1) 生産者、流通加工業者及び小売業者

農林水産省が委託した民間事業者が調査対象者に調査票を郵送し、調査対象者が記入した調査票を郵送又はオンラインにより回収する方法により実施した。

(2) 消費者

農林水産省が委託した民間事業者が登録モニターを対象に、Web 調査により実施した。

6 集計方法

農林水産省が委託した民間事業者が、

- (1) 各設問（各集計区分）の回答者数について、有効回答者の単純積み上げにより、
- (2) 各設問（各集計区分）計に占める割合について、各設問（各集計区分）の回答者数を当該回答者総数で除することにより、それぞれ算出した。

7 調査対象数、有効回答数及び有効回答率

調査対象数、有効回答数及び有効回答率は次のとおりである。

区分	調査対象数	有効回答数	有効回答率
生産者	2,500経営体	1,161経営体	46.4%
流通加工業者	2,500事業所	911事業所	36.4%
小売業者	2,500事業所	807事業所	32.3%
消費者	1,000人	1,000人	100.0%

注1：調査対象の選定等は次により行った。

- ① 生産者については、年間販売金額1位の漁業種類により、海面漁業経営体、海面養殖業経営体、内水面漁業経営体又は内水面養殖業経営体に層を分け、各層の母集団の大きさに応じて標本の比例配分を行い、各層を販売金額規模、都道府県の順に並べた上で、等間隔（抽出率の逆数）で抽出を行った。
- ② 流通加工業者については、産業小分類、売上（収入）金額、従業員数、所在地（都道府県）の順に並べた上で、等間隔（抽出率の逆数）で抽出を行った。
- ③ 小売業者については、産業小分類、売上（収入）金額、従業員数、所在地（都道府県）の順に並べた上で、等間隔（抽出率の逆数）で抽出を行った。
- ④ 消費者（消費者モニター）については、男女比、年代構成が日本の20代～70代以上の人口構成・分布に相関するように回収を行った。

2：有効回答数とは、集計に用いた調査対象者数の数である。

8 調査における留意点

本結果は回答のあった調査対象の意識・意向を単純に積み上げたものであり、生産者、流通加工業者、小売業者及び消費者の意識・意向全体を推計したものではないことから、利用に当たっては留意する必要がある。

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」

調査票

調査結果については全て統計的处理を実行し、個人が特定されないようにいたします。

また、ご回答いただきました内容についても、本調査目的にのみ使用し、他の目的で使用する事は一切ないことを誓約いたします。

回答にかかる時間はおよそ 10 分程度を想定しております。

お忙しいところ大変恐縮ではございますが、本調査の趣旨についてご理解・ご協力のほどお願いいたします。

ご記入に当たってのお願い

- 1 ご記入は、黒のボールペンまたは濃い鉛筆でお願いします。
- 2 あてはまる番号に○をつけるか、() 内に適当な言葉をご記入ください。
- 3 回答する選択肢の数は質問ごとに指示に沿ってください。
- 4 質問によっては、回答していただく方が限られる場合があります。
矢印や質問文をよくお読みください。
- 5 「その他」の選択肢にあてはまる場合は、お手数ですが () 内になるべく具体的にその内容をご記入ください。

オンラインによる回答について

本調査は、Web または紙ベースのいずれかでご回答いただけますが、可能な限り Web でのご回答にご協力をお願いいたします。Web 回答は、より迅速かつ正確な集計が可能となり、環境負荷の軽減にもつながります。詳しくは、同封の「オンライン回答方法のご案内」をご覧ください。

オンラインで回答する場合は、右記の二次元バーコードをスマートフォンやタブレットで読み取りアクセスいただくか、下記の URL をパソコン等のウェブブラウザのアドレス欄に入力の上、アクセスしてください。



▼ オンライン回答 URL

<https://marketing.post-survey.com/kouri2025/>

オンラインでの回答にあたっては、下記の ID とパスワードの入力をお願いします。

ＩＤ（半角数字）	00000
パスワード（半角英数）	ABC00

生産者の方向け

問1 自らが漁獲・生産した水産物をどのように販売していますか（複数選択可）。

- 1 卸売市場への出荷
- 2 小売業者や外食業者との直接取引
- 3 加工業者との直接取引
- 4 自営する店舗での活用・販売
- 5 道の駅や直売所等への出荷・販売
- 6 インターネットを活用した直売
- 7 その他（具体的に記載： ）

問2 輸出に取り組んでいますか（1つ選択）。

- 1 自らが輸出に取り組んでいる、携わっている
- 2 取引先の事業者が輸出を行っている
- 3 輸出に取り組んでいない
- 4 わからない

問3 漁獲・生産した水産物を仲買人や消費者等に販売する際、特に伝えたいことは何ですか（複数選択可）。

- 1 価格の安さ、価格に対する内容量の多さ
- 2 鮮度の良さ
- 3 味の良さ（身のしまりや脂ののり等）
- 4 産地、他産地との違い
- 5 生産に当たっての苦労
- 6 環境や水産資源の持続性に配慮していること
- 7 その他（具体的に記載： ）
- 8 特になし

問4 水産物の生産（漁獲・養殖）に当たっての課題は何ですか（複数選択可）。

- 1 儲からない、経営が困難
- 2 近年の海洋環境の変化に伴う漁獲・生産量の変化・減少
- 3 そもそも生産量・種類・価格が不安定な業種であること
- 4 生産に必要な知識・経験を持つ人が確保できない
- 5 資材・燃料等の高騰
- 6 その他（具体的に記載： ）
- 7 特になし

問5 水産物の販売に当たっての課題は何ですか（複数選択可）。

- 1 そもそも業界全体として販売価格が安い
- 2 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
- 3 売り先が限定
- 4 売り先から、安定した生産・品質を求められる
- 5 鮮度管理に手間・コスト・人手がかかる
- 6 資源管理や環境配慮の取組が小売業・消費者に伝わらない
- 7 品質向上の取組（鮮度管理や餌の改良等）が小売業・消費者に評価されない
- 8 その他（具体的に記載： _____）
- 9 特にない

問6 水産物の販売に当たっての課題を克服するため、力を入れている、又は今後力を入れたい取組は何ですか（複数選択可）。

- 1 付加価値の付与（鮮度管理の工夫、一次加工等）
- 2 産直販売（道の駅での販売、インターネット販売等）
- 3 新たな収入源の確保（食堂、直売所、宿泊施設の経営、漁業体験、遊漁等）
- 4 消費者に直接情報を伝える取組（食育活動、SNSでの情報発信等）
- 5 水産資源の管理、持続可能な利用への取組、環境への配慮等のアピール
- 6 その他（具体的に記載： _____）
- 7 特にない

問7 水産エコラベル認証※を知っていますか（1つ選択）。

※ 水産エコラベル認証とは、生態系や資源の持続性に配慮した方法で漁獲・生産している漁業者・養殖業者を第三者が認証し、消費者がその商品を選択できるよう商品にラベルを表示する仕組みのこと。

- 1 マーク（言葉）の意味を知っている
- 2 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
- 3 知らない

※主な水産エコラベル（取得数は令和7年3月末時点）



MEL（メル）
日本発のエコラベル。日本において、漁業で25、養殖業で71、流通加工で176事業者が取得。



MSC（エム・エス・シー）
イギリスに本部を置くエコラベル。日本において、漁業で24、流通加工で389事業者が取得。



ASC（エー・エス・シー）
オランダに本部を置くエコラベル。日本において、養殖業で48養殖場、流通加工で195事業者が取得。

問8 【問7で「1 知っている」又は「2 見たこと・聞いたことはあるが、意味は知らない」と答えた方】

水産エコラベル認証を知った(見た・聞いた)きっかけをお聞かせください (複数選択可)。

- 1 スーパーや鮮魚店での店頭の表示
- 2 インターネット記事、SNS (X、Instagram、Facebook、YouTube 等の動画)
- 3 テレビの放映
- 4 新聞記事、雑誌、本等の紙媒体
- 5 イベント
- 6 自治体、水産庁、会社からの情報提供
- 7 その他 (具体的に記載：)
- 8 覚えていない

問9 水産エコラベル認証を取得したいと思いますか (1つ選択)。

- 1 取得済み
- 2 取得したいと思うが、まだ取得していない
- 3 取得したいと思わない
- 4 よくわからない、判断できない

問10 【問9で「1 取得済み」又は「2 取得したいと思うが、まだ取得していない」と答えた方】

取得した、又は取得したい理由は何ですか (複数選択可)。

- 1 他商品との差別化を図ることにより、付加価値の向上を期待できるから
- 2 輸出を増大することにより、売上の増加を期待できるから
- 3 生産地／産地等のイメージの向上を期待できるから
- 4 水産資源や漁場環境を保全する必要性を消費者に訴えたいから
- 5 周りが取得している、又は取得しそうだから
- 6 取得することが世界的な流れだから
- 7 取引先に取得することを求められるから
- 8 その他 (具体的に記載：)

問11 【問9で「2 取得したいと思うが、まだ取得していない」と答えた方】

現時点でまだ取得していない理由は何ですか (複数選択可)。

- 1 水産エコラベル認証を取得する前の準備に手間がかかり、面倒だから
- 2 水産エコラベル認証を取得した後の維持コストが高いから
- 3 現時点では水産エコラベル認証を取得するコストに見合う売上が見込めないから
- 4 現時点では業界の中でもエコラベルの認知度が低いから
- 5 現時点では消費者の認知度が低く、商品の付加価値向上につながらないと思うから
- 6 現時点では輸出は考えていないから
- 7 現時点では取引先が取得していないためラベルを貼ることができないから
- 8 その他 (具体的に記載：)

問 12 【問9で「3 取得したいと思わない」と答えた方】

取得したいと思わない理由は何ですか（複数選択可）。

- 1 水産エコラベル認証を取得するメリットに対し、費用、維持費用が高いから
- 2 水産エコラベル認証商品が高く売れているわけではないから
- 3 水産エコラベル認証を取得するメリットを感じないから
- 4 水産エコラベル認証が消費者に認知されていないから
- 5 取得に手間がかかり、面倒だから
- 6 販売先から、水産エコラベル認証を取得するよう求められていないから
- 7 取引先が取得していないためラベルを貼ることができないから
- 8 その他（具体的に記載： ）

問 13 【問9で「1 取得済み」以外と答えた方】

どのような支援があれば取得したいと思いますか（複数選択可）。

- 1 費用、維持費用の低下
- 2 水産エコラベル認証の認知度向上に関する取組
- 3 水産エコラベル認証取得の手間の削減
- 4 水産エコラベル認証商品の付加価値向上に関する取組
- 5 その他（具体的に記載： ）
- 6 特にない

問 14 水産エコラベル認証商品の認知度を向上させるために有効だと思う取組は何ですか（複数選択可）。

- 1 SNS（X、Instagram、Facebook、YouTube等の動画）やインターネットを活用した情報発信
- 2 新聞記事、雑誌、本等の紙媒体での説明、情報発信
- 3 売り場での説明・商品紹介の広告・POP等の表示
- 4 テレビ放映
- 5 小売や外食と連携したキャンペーン活動（プレゼントの提供）、イベントの実施
- 6 幼少期からの教育
- 7 その他（具体的に記載： ）
- 8 特にない

問 15 国内において、水産エコラベル認証を普及させるために有効だと思う取組は何ですか（複数選択可）。

- 1 認証取得に係る支援制度の充実
- 2 消費者の理解向上
- 3 小売業や外食業の調達方針に認証商品の取扱いを明記すること
- 4 その他（具体的に記載： ）
- 5 特にない
- 6 普及すると思わない、普及させたいと思わない

問1 取り扱っている水産物の形態は何ですか（複数選択可）。

- 1 生鮮魚介類
- 2 冷凍魚介類
- 3 塩干品（塩蔵品、干物、くん製品）
- 4 加工水産物（練り製品、缶詰、つくだ煮等）
- 5 その他（具体的に記載： ）

問2 水産物の調達に当たっての課題は何ですか（複数選択可）。

- 1 仕入単価が高い
- 2 供給量・種類・価格が不安定な業種である
- 3 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
- 4 調達に必要な知識・経験を持つ人材が確保できない
- 5 産地での鮮度管理、品質管理が悪い
- 6 市場とのミスマッチ(消費者が欲しい水産物が手に入らない)
- 7 その他（具体的に記載： ）
- 8 特にない

問3 水産物を小売業や飲食店等に販売する際、伝えたいことは何ですか（複数選択可）。

- 1 価格の安さ、価格に対する内容量の多さ
- 2 鮮度の良さ
- 3 味の良さ（身のしまりや脂ののり等）
- 4 生産者情報（どういう人がどのように生産したか）
- 5 調理やごみ掃除のしやすさ
- 6 環境や水産資源の持続性に配慮していること
- 7 その他（具体的に記載： ）
- 8 特にない

問4 水産物・加工品の販売に当たっての課題は何ですか（複数選択可）。

- 1 業界として利益が出づらい
- 2 販売価格を上げられない、上げづらい
- 3 販売先が限定又は、減少している
- 4 鮮度管理に手間・コストがかかる
- 5 残滓の廃棄に手間・コストがかかる
- 6 販売に必要な知識・経験を持つ人材が確保できない
- 7 自社のこだわり（目利き、商品価値）が伝わらない、評価されない
- 8 水産資源の管理、持続的利用への取組、環境への配慮等が売上増加につながらない
- 9 その他（具体的に記載： ）
- 10 特にない

問5 水産物の販売に当たっての課題を克服するため、力を入れている、又は今後力を入れたい取組は何ですか（複数選択可）。

- 1 既存商品に対する新たな付加価値の付与（一次加工、高度加工、調味等）
- 2 新商品の開発
- 3 低価格の実現、価格に対するボリューム感の演出・提供（容器の工夫等）
- 4 調理方法、レシピの情報提供
- 5 旬、産地、鮮度、品質、おいしさの情報の提供
- 6 消費者に自社のこだわりを直接伝える取組（BtoCのネット販売、食育活動等）
- 7 新たな販売先の開拓、輸出
- 8 水産資源の管理、持続的利用への取組、環境への配慮のアピール
- 9 販売に必要な知識・経験を持つ人材の育成・確保
- 10 その他（具体的に記載： _____）
- 11 特になし

問6 水産エコラベル認証※を知っていますか（1つ選択）。

※ 水産エコラベル認証とは、生態系や資源の持続性に配慮した方法で漁獲・生産している漁業者・養殖業者を第三者が認証し、消費者がその商品を選択できるよう商品にラベルを表示する仕組みのこと。

- 1 マーク（言葉）の意味を知っている
- 2 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
- 3 知らない

※主な水産エコラベル（取得数は令和7年3月末時点）



MEL（メル）
日本発のエコラベル。日本において、漁業で25、養殖業で71、流通加工で176事業者が取得。



MSC（エム・エス・シー）
イギリスに本部を置くエコラベル。日本において、漁業で24、流通加工で389事業者が取得。



ASC（エー・エス・シー）
オランダに本部を置くエコラベル。日本において、養殖業で48養殖場、流通加工で195事業者が取得。

問7 【問6で「1 知っている」又は「2 見たこと・聞いたことはあるが、意味は知らない」と答えた方】

水産エコラベル認証を知った(見た・聞いた)きっかけは何ですか (複数選択可)。

- 1 スーパーや鮮魚店での店頭の表示
- 2 インターネット記事、SNS (X、Instagram、Facebook、YouTube 等の動画)
- 3 テレビの放映
- 4 新聞記事、雑誌、本等の紙媒体
- 5 イベント
- 6 自治体、水産庁、会社からの情報提供
- 7 覚えていない
- 8 その他 (具体的に記載：)

問8 水産エコラベル認証を取得したいと思いますか (1つ選択)。

- 1 取得済み
- 2 取得したいと思うが、まだ取得していない
- 3 取得したいと思わない
- 4 よくわからない、判断できない

問9 【問8で「1 取得済み」又は「2 取得したいと思うが、まだ取得していない」と答えた方】

取得した、又は取得したい理由は何ですか (複数選択可)。

- 1 他商品との差別化を図ることにより、付加価値の向上を期待できるから
- 2 輸出を増大することにより、売上の増加を期待できるから
- 3 生産地／産地等のイメージの向上を期待できるから
- 4 水産資源や漁場環境を保全する必要性を消費者に訴えたいから
- 5 周りが取得している、又は取得しそうだから
- 6 取得することが世界的な流れだから
- 7 取引先に取得することを求められるから
- 8 その他 (具体的に記載：)

問10 【問8で「2 取得したいと思うが、まだ取得していない」と答えた方】

現時点で取得していない理由は何ですか (複数選択可)。

- 1 水産エコラベル認証を取得する前の準備に手間がかかり、面倒だから
- 2 水産エコラベル認証を取得した後の維持コストが高いから
- 3 現時点では水産エコラベル認証を取得するコストに見合う売上が見込めないから
- 4 現時点では業界の中でもエコラベルの認知度が低いから
- 5 現時点では消費者の認知度が低く、商品の付加価値向上につながらないと思うから
- 6 現時点では輸出は考えていないから
- 7 現時点では取引先が取得していないためラベルを貼ることができないから
- 8 その他 (具体的に記載：)

問 11 【問 8 で「3 取得したいと思わない」と答えた方】

取得したいと思わない理由は何ですか（複数選択可）。

- 1 水産エコラベル認証を取得するメリットに対し、費用、維持費用が高いから
- 2 水産エコラベル認証商品が高く売れているわけではないから
- 3 水産エコラベル認証を取得するメリットを感じないから
- 4 水産エコラベル認証が消費者に認知されていないから
- 5 取得に手間がかかり、面倒だから
- 6 販売先から、水産エコラベル認証を取得するよう求められていないから
- 7 取引先が取得していないためラベルを貼ることができないから
- 8 その他（具体的に記載： _____）

問 12 【問 8 で「1 取得済み」以外と答えた方】

どのような支援があれば取得したいと思いますか（複数選択可）。

- 1 費用、維持費用の低下
- 2 水産エコラベル認証の認知度向上に関する取組
- 3 水産エコラベル認証取得の手間の削減
- 4 水産エコラベル認証商品の付加価値向上に関する取組
- 5 その他（具体的に記載： _____）
- 6 特になし

問 13 水産エコラベル認証商品の認知度を向上させるために有効だと思う取組は何ですか（複数選択可）。

- 1 SNS（X、Instagram、Facebook、YouTube 等の動画）やインターネットを活用した情報発信
- 2 新聞記事、雑誌、本等の紙媒体での説明、情報発信
- 3 売り場での説明・商品紹介の広告・POP 等の表示
- 4 テレビ放映
- 5 小売や外食と連携したキャンペーン活動（プレゼントの提供）、イベントの実施
- 6 幼少期からの教育、食育活動
- 7 その他（具体的に記載： _____）
- 8 特になし

問 14 国内において、水産エコラベル認証を普及させるために有効だと思う取組は何ですか（複数選択可）。

- 1 認証取得に係る支援制度の充実
- 2 消費者の理解向上
- 3 小売業や外食業の調達方針に認証商品の取扱いを明記すること
- 4 その他（具体的に記載： _____）
- 5 特になし
- 6 普及すると思わない、普及させたいと思わない

小売業者の方向け

問1 御社の業態に最も近いものを以下からお選びください（1つ選択）。

- 1 百貨店
- 2 総合スーパーマーケット
- 3 食料品スーパーマーケット
- 4 専門店（鮮魚店など）
- 5 その他（具体的に記載： _____）

問2 取り扱っている水産物の形態は何ですか（複数選択可）。

- 1 生鮮魚介類
- 2 冷凍魚介類
- 3 塩干品（塩蔵品、干物、くん製品）
- 4 加工水産物（練り製品、缶詰、つくだ煮等）
- 5 その他（具体的に記載： _____）

問3 水産物の調達に当たっての課題は何ですか（複数選択可）。

- 1 仕入単価が高い
- 2 供給量・種類・価格が不安定な業種である
- 3 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
- 4 調達に必要な知識・経験を持つ人材が確保できない
- 5 産地～流通の過程での鮮度管理、品質管理が悪い
- 6 産地からの情報が届かない
- 7 市場とのミスマッチ（消費者が欲しい水産物が手に入らない）
- 8 その他（具体的に記載： _____）
- 9 特にない

問4 水産物を消費者に販売する際、伝えたいことは何ですか（複数選択可）。

- 1 価格の安さ、価格に対する内容量の多さ
- 2 鮮度の良さ
- 3 味の良さ（身のしまりや脂ののり等）
- 4 生産者情報（どういう人がどのように生産したか）
- 5 調理やごみ掃除のしやすさ
- 6 環境や水産資源の持続性に配慮していること
- 7 その他（具体的に記載： _____）
- 8 特にない

問5 今よりも、水産物の取扱量・種類を増やしたいと思いますか（1つ選択）。

- 1 増やしたい
- 2 条件が整えば増やしたい
- 3 増やしたいとは思わない

問6 【問5で「1 増やしたい」又は「2 条件が整えば増やしたい」と答えた方】

水産物の取扱量・種類を増やしたいと思う理由は何ですか（複数選択可）。

- 1 利益率が高いから
- 2 他店との差別化につながるから
- 3 顧客からの要望
- 4 親会社や株主の意向
- 5 顧客にすすめたいと思うから
- 6 自分が好きだから
- 7 その他（具体的に記載： _____）
- 8 特に理由はない

問7 水産物の販売に当たっての課題は何ですか（複数選択可）。

- 1 利益が少ない、又は出ない
- 2 売価を上げられない、上げづらい
- 3 鮮度管理に手間・コストがかかる
- 4 残滓の廃棄に手間・コストがかかる
- 5 販売や取扱いに知識・経験が必要で、人手が確保できない
- 6 供給量・種類・価格が不安定
- 7 水産資源の持続的利用や環境への配慮の取組が、売上増加につながらない
- 8 その他（具体的に記載： _____）
- 9 特にない

問8 水産物の販売に当たって、力を入れている、又は今後力を入れたい取組は何ですか（複数選択可）。

- 1 フェア、セール等のイベントの開催
- 2 店頭におけるポスターや商品紹介の広告・POP等の表示、チラシ配布等
- 3 低価格の実現、お値打ち感やボリューム感の演出（低価格を強調した表示、ポイントの付与等）
- 4 対面販売による消費者への直接的な情報提供
- 5 惣菜、持ち帰り寿司等、中食の提供
- 6 販売に必要な知識・経験を持つ人材の育成・確保
- 7 水産資源の持続可能な利用、環境への配慮のアピール
- 8 その他（具体的に記載： _____）
- 9 特にない

問9 水産エコラベル認証※を知っていますか（1つ選択）。

※ 水産エコラベル認証とは、生態系や資源の持続性に配慮した方法で漁獲・生産している漁業者・養殖業者を第三者が認証し、消費者がその商品を選択できるよう商品にラベルを表示する仕組みのこと。

- 1 マーク（言葉）の意味を知っている
- 2 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
- 3 知らない

※主な水産エコラベル（取得数は令和7年3月末時点）



MEL（メル）
日本発のエコラベル。日本において、漁業で25、養殖業で71、流通加工で176事業者が取得。



MSC（エム・エス・シー）
イギリスに本部を置くエコラベル。日本において、漁業で24、流通加工で389事業者が取得。



ASC（エー・エス・シー）
オランダに本部を置くエコラベル。日本において、養殖業で48養殖場、流通加工で195事業者が取得。

問10 【問9で「1 知っている」又は「2 見たこと・聞いたことはあるが、意味は知らない」と答えた方】

水産エコラベル認証を知った（見た・聞いた）きっかけは何ですか（複数選択可）。

- 1 スーパーや鮮魚店での店頭の表示
- 2 インターネット記事、SNS（X、Instagram、Facebook、YouTube等の動画）
- 3 テレビの放映
- 4 新聞記事、雑誌、本等の紙媒体
- 5 イベント
- 6 自治体、水産庁、会社からの情報提供
- 7 その他（具体的に記載：_____）
- 8 覚えていない

問11 水産エコラベル認証を取得したいと思いますか（1つ選択）。

- 1 取得済み
- 2 取得したいと思うが、まだ取得していない
- 3 取得したいと思わない
- 4 よくわからない、判断できない

問 12 【問 11 で「1 取得済み」又は「2 取得したいと思うが、まだ取得していない」と答えた方】

取得した、又は取得したい理由は何ですか（複数選択可）。

- 1 他商品との差別化を図ることにより、付加価値の向上を期待できるから
- 2 輸出を増大することにより、売上の増加を期待できるから
- 3 生産地／産地等のイメージの向上を期待できるから
- 4 水産資源や漁場環境を保全する必要性を消費者に訴えたいから
- 5 周りが取得している、又は取得しそうだから
- 6 取得することが世界的な流れだから
- 7 取引先に取得することを求められるから
- 8 その他（具体的に記載： _____）

問 13 【問 11 で「2 取得したいと思うが、まだ取得していない」と答えた方】

現時点で、取得していない理由は何ですか（複数選択可）。

- 1 水産エコラベル認証を取得する前の準備に手間がかかり、面倒だから
- 2 水産エコラベル認証を取得した後の維持コストが高いから
- 3 現時点では水産エコラベル認証を取得するコストに見合う売上が見込めないから
- 4 現時点では業界の中でもエコラベルの認知度が低いから
- 5 現時点では消費者の認知度が低く、商品の付加価値向上につながらないと思うから
- 6 現時点では輸出は考えていないから
- 7 現時点では取引先が取得していないためラベルを貼ることができないから
- 8 その他（具体的に記載： _____）

問 14 【問 11 で「3 取得したいと思わない」と答えた方】

取得したいと思わない理由は何ですか（複数選択可）。

- 1 水産エコラベル認証を取得するメリットに対し、費用、維持費用が高いから
- 2 水産エコラベル認証商品が高く売れているわけではないから
- 3 水産エコラベル認証を取得するメリットを感じないから
- 4 水産エコラベル認証が消費者に認知されていないから
- 5 取得に手間がかかり、面倒だから
- 6 取引先が取得していないためラベルを貼ることができないから
- 7 その他（具体的に記載： _____）

問 15 【問 11 で「1 取得済み」以外と答えた方】

どのような支援があれば取得したいと思いますか（複数選択可）。

- 1 費用、維持費用の低下
- 2 水産エコラベル認証の認知度向上に関する取組
- 3 水産エコラベル認証取得の手間の削減
- 4 水産エコラベル認証商品の付加価値向上に関する取組
- 5 その他（具体的に記載： _____）
- 6 特にない

問 16 水産エコラベル認証商品の認知度を向上させるために有効だと思う取組は何ですか（複数選択可）。

- 1 SNS（Instagram、X、YouTube 等の動画）やインターネットを活用した情報発信
- 2 新聞記事、雑誌、本等の紙媒体での説明、情報発信
- 3 売り場での説明・商品紹介の広告・POP 等の表示
- 4 テレビ放映
- 5 小売や外食と連携したキャンペーン活動（プレゼントの提供）、イベントの実施
- 6 幼少期からの教育、食育活動
- 7 その他（具体的に記載： _____）
- 8 特にない

問 17 国内において、水産エコラベル認証を普及させるために有効だと思う取組は何ですか（複数選択可）。

- 1 認証取得に係る支援制度の充実
- 2 消費者の理解向上
- 3 小売業や外食業の調達方針に認証商品の取扱いを明記すること
- 4 その他（具体的に記載： _____）
- 5 特にない
- 6 普及すると思わない、普及させたいと思わない

消費者の方向け

問1 あなたの世帯構成を教えてください（1つ選択）。

- 1 単身世帯
- 2 夫婦のみ2人世帯
- 3 夫婦と子の世帯
- 4 その他（三世代世帯など）

問2 日々の献立のうち、主菜（魚、肉、卵、大豆製品などを主な材料とする料理）の主な材料として魚介類や海藻などの「水産物」を用いようと決める際、何を参考にしていますか（複数選択可）。

- 1 店頭での商品紹介の広告・POP等の表示
- 2 店頭での店員からの勧め
- 3 新聞記事、雑誌、チラシ、新聞広告等の紙媒体
- 4 料理レシピのサイト、SNS（X、Instagram、Facebook、YouTube等の動画）
- 5 テレビの放映
- 6 家族からのリクエスト
- 7 何かを参考にせず、自分の料理のレパートリーからその日の気分で決める
- 8 その他（具体的に記載： ）

問3 普段、主菜の主な材料として用いる水産物をどこで購入していますか（複数選択可）。

- 1 スーパーマーケット
- 2 鮮魚小売店（個人経営の魚屋）
- 3 鮮魚小売店（百貨店や商業施設内に入っている店舗）
- 4 ドラッグストア
- 5 コンビニエンスストア
- 6 宅配
- 7 インターネット
- 8 その他（具体的に記載： ）

問4 水産物を問3で回答した場所で購入する際、何を重視していますか（複数選択可）。

- 1 価格の安さ、価格に対する内容量の多さ
- 2 魚種／魚が持つ味／調理のしやすさ（切り身であるか等）
- 3 鮮度
- 4 産地（国産、輸入品、地方など）
- 5 生産方法（天然、養殖）
- 6 環境や水産資源の持続性に配慮しているか
- 7 その他（具体的に記載： ）
- 8 特になし

問5 水産物はどの位の頻度で食べていますか（1つ選択）。

- 1 ほぼ毎日
- 2 週に1～3回
- 3 月に1～3回
- 4 年に数回
- 5 減多に食べない
- 6 全く食べない

問6 今よりも、水産物を食べる機会・量を増やしたいと思いますか（1つ選択）。

- 1 思う
- 2 現状のままでよい
- 3 思わない

問7 【問6で「1 思う」と答えた方】

その理由は何ですか（複数選択可）。

- 1 自分が好きだから、おいしいから
- 2 家族が求めるから
- 3 家族に食べさせたいから
- 4 値段が安くなってきたから
- 5 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
- 6 調理がしやすく、簡単な商品が増えたから
- 7 友人や家族がすすめるから
- 8 その他（具体的に記載： _____）

問8 【問6で「2 現状のままでよい」又は「3 思わない」と答えた方】

その理由は何ですか（複数選択可）。

- 1 現状で十分食べていると思うから
- 2 自分が食べたくないと感じるから
- 3 家族が食べたがらないから
- 4 価格が高いから
- 5 調理が面倒だから
- 6 調理の仕方がわからないから
- 7 食べたいと思う水産物が売っていないから
- 8 その他（具体的に記載： _____）

問9 今よりも、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は何ですか（複数選択可）。

- 1 価格を下げる
- 2 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）
- 3 SNS を活用したレシピやおいしい食べ方についての情報発信
- 4 店頭での店員からのレシピやおいしい食べ方についての説明
- 5 生産者の取組（鮮度管理や水産資源・環境への配慮）についての情報発信
- 6 おいしい水産物を食べる経験、食育活動を増やす
- 7 その他（具体的に記載：
- 8 特になし

問 10 水産物の生産、流通・加工、販売に係る情報について、もっと知りたいと思うものは何ですか
(複数選択可)。

- 1 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）
- 2 生産者による資源管理※1や漁場保全※2の取組
- 3 産地における環境変化・課題（温暖化による影響、漁獲量の減少等）
- 4 産地の伝統料理や漁師飯、食文化、産地の環境・風土
- 5 生産～流通・加工～販売までの流れ（トレーサビリティ）
- 6 安全性（薬の使用の有無等）
- 7 その他（具体的に記載： ）
- 8 特になし

※¹ 資源管理：将来にわたって水産物を持続的に利用できるように、漁獲量を制限したり、漁獲してよいサイズを制限するなどのルールを設けて管理すること。

※² 漁場保全：魚介類の生息環境を守り、良い状態に保つこと。

問 11 【問 10 で「8 特にない」以外と答えた方】

どのような媒体・方法であれば、水産物に係る情報をもっと知りたいと思いますか（複数選択可）。

- 1 店頭での説明・表示
- 2 店頭での店員からの説明
- 3 新聞記事、雑誌、チラシ、新聞広告等の紙媒体
- 4 インターネット記事や SNS（X、Instagram、Facebook、YouTube 等の動画）
- 5 テレビの放映
- 6 生産者など、現場のことをよく知っている人から直接聞く
- 7 その他（具体的に記載： ）
- 8 知りたいと思わない

問 12 水産エコラベル認証※を知っていますか（1つ選択）。

※ 水産エコラベル認証とは、生態系や資源の持続性に配慮した方法で漁獲・生産している漁業者・養殖業者を第三者が認証し、消費者がその商品を選択できるよう商品にラベルを表示する仕組みのこと。

- 1 マーク（言葉）の意味を知っている
- 2 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
- 3 知らない

※主な水産エコラベル（取得数は令和7年3月末時点）



MEL（メル）
日本発のエコラベル。日本において、漁業で25、養殖業で71、流通加工で176事業者が取得。



MSC（エム・エス・シー）
イギリスに本部を置くエコラベル。日本において、漁業で24、流通加工で389事業者が取得。



ASC（エー・エス・シー）
オランダに本部を置くエコラベル。日本において、養殖業で48養殖場、流通加工で195事業者が取得。

問 13 【問12で「1 知っている」又は「2 見たこと・聞いたことはあるが、意味は知らない」と答えた方】

水産エコラベル認証を知った（見た・聞いた）きっかけをお聞かせください（複数選択可）。

- 1 スーパーや鮮魚店での店頭での表示
- 2 インターネット記事、SNS（X、Instagram、Facebook、YouTube等の動画）
- 3 テレビの放映
- 4 新聞記事、雑誌、本等の紙媒体
- 5 イベント
- 6 自治体、水産庁、会社からの情報提供
- 7 覚えていない
- 8 その他（具体的に記載： _____）

問 14 水産エコラベル認証商品について、以下のどの場合であれば購入したいと思いますか（1つ選択）。

- 1 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
- 2 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（資源管理がきちんとしていること、環境に配慮していること等）が明示されていること
- 3 同類の製品と比較して割高（1～2割程度）であるものの、水産エコラベルが付されていること
- 4 同類の製品と比較して割高（1～2割程度）であるものの、水産エコラベルが付されており、かつ認証されている理由（資源管理がきちんとしていること、環境に配慮していること等）が明示されていること
- 5 水産エコラベル認証商品を買いたいとは思わない

問 15 同類の水産物（水産物を使った商品を含む）より多少（1～2割）高くても良いから買ってみたいと思うのは、どういう商品ですか（複数選択可）。

- 1 品質向上（鮮度管理、養殖魚の餌の工夫等）をアピールした商品
- 2 メディア、SNS、口コミ等で話題になっている商品
- 3 環境配慮や資源管理をアピールした商品
- 4 食品ロスや地方活性化など社会課題を解決する商品
- 5 災害支援や復興を応援する商品
- 6 訪問したことがある又は関心のある産地、直接会ったことのある人の商品
- 7 その他（具体的に記載： _____）
- 8 高い商品を買いたいとは思わない