



基軸 4

コロナ禍による市場変化への対応

施策 13 新しい日常に対応した流通対策と 漁業者の事業継続支援

世界的な広がりを見せた新型コロナウイルス感染症は、私たちの価値観や行動様式に様々な変化をもたらしました。

接触機会を抑制するため、外食が減少した一方で、自宅での食事機会が増えたことなどにより、水産物の流通や消費形態にも変化が生じています。

新型コロナウイルス感染症の収束が見通せない中、「新しい日常」も定着しつつあり、東京の水産業においてもこれらの変化に対応していくことが求められています。

都は、新型コロナウイルス感染症による経済的影響から東京の水産業を守るため、東京産水産物の販路・販売形態の多角化や、漁業者の事業継続に必要な取組を支援していきます。



なぜ取組が必要か

新型コロナウイルス感染症の影響

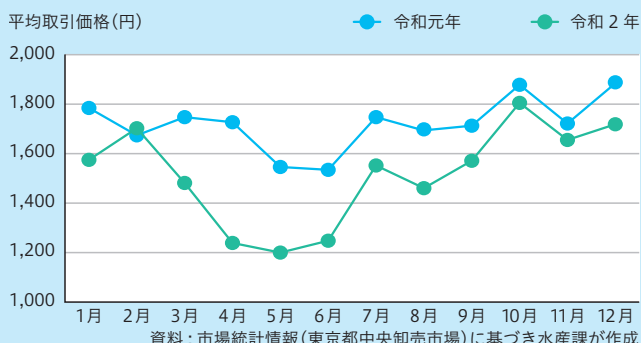
新型コロナウイルス感染症拡大に伴う外食需要などの減少により、水産物価格は全国的に大幅に下落しました。

東京産水産物でも、緊急事態宣言(令和2年5月)直後には、キンメダイなどの価格が過去最低水準に落ち込み、漁業者は休漁や漁法転換を余儀なくされました。

その後も感染症の収束が見通せない中、魚価はコロナ禍以前の水準にまでは回復しておらず、漁業者は厳しい経営が続いています。^{※図1}

魚価低下が長期化すれば、漁業者は漁獲量を増やすことで収益の確保をせざるを得ず、資源への影響も懸念されます。このため、魚価の回復を図っていくことが喫緊の課題となっています。

図1 豊洲市場の東京産キンメダイの価格の推移



水産物のニーズ・消費動向の変化

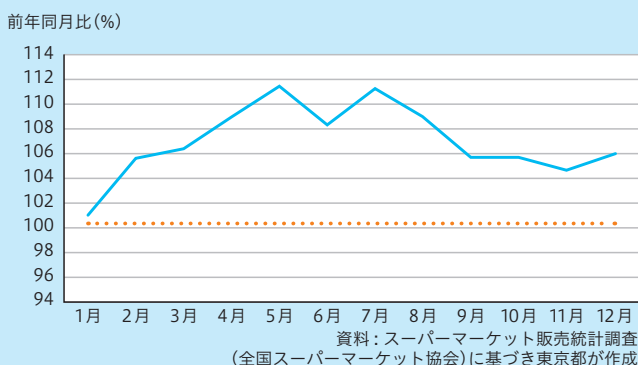
一方、スーパーなどの小売店では中食・内食の機会の増加により、水産物需要が伸びるなど、ニーズや消費動向に変化が生じています。^{※図2}

東京産水産物はこれまで首都圏の市場を中心に鮮魚で出荷されてきましたが、今後は、販路や販売形態の多角化などにより、新たな需要の掘り起こしを行い、魚価の回復に努めていくことが重要です。

漁業者の事業継続

コロナ下では、魚価の下落などによる減収を補てんする漁業共済制度の重要性が改めて見直されています。都は、漁業共済への加入促進などにより、漁業者が安心して操業に取り組める環境を整えていく必要があります。

図2 スーパーマーケットの水産物の販売実績(令和2年)



取組内容

販路・販売形態の多角化支援

- 小売店などと連携したPRイベント開催などにより内食・中食での需要開拓に努めます。
- オンラインの積極的な活用を図るなどして海外での新規・有望市場開拓を進めていきます。
- 東京だけではなく、全国の市場等への販売チャンネル確保の促進を検討します。
- 冷凍品や加工品などの開発などによる販路の多角化の取組を支援します。
- 東京の水産業に適した電子商取引(Eコマース)のあり方について検討を進めます。

漁業共済の加入促進

- 協定書作成支援等による新制度への円滑な移行を推進します。
- 魚価低下の長期化などに対応した制度改正を国へ要望していきます。
- 漁業共済制度の見直しを国に要望するとともに、都の支援のあり方について検討していきます。(再掲)



広がる電子商取引（Eコマース）市場

くさをを全国に発信する水産加工業協同組合の取組

国内Eコマース市場の伸び

我が国の電子商取引（Eコマース：EC）は、スマートフォンの普及などにより市場規模、商取引に占める割合とも増加傾向にあり、ネットでの買い物は当たり前の時代になりました。

更に今後は、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う、人々の生活様式や意識の変化などにより、Eコマース市場規模は一層拡大することが予想されます。

水産物のオンライン販売

これまでなじみの薄かった水産物のオンライン販売も、コロナ禍を機に流通の一手段として定着しつつあり、東京産水産物でも水産加工業者などがECサイトでの販路拡大に努めています。

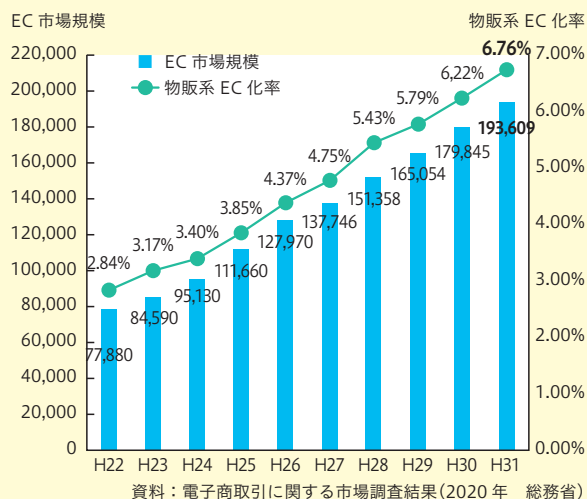
中でも、新島水産加工業協同組合では、コロナ禍による来島者の減少やイベントの中止などで、くさをの売上げが大幅に減少したため、独自のECサイトでの販売や、新島村と連携関係にある港区のECサイト「全国連携MINATOマーケット」、全国漁業協同組合連合会「ぎょぎょ市」などを通じ、新たな販路開拓に努めています。

また、ECサイト利用者には、くさを型のアルミ製洗濯ばさみをプレゼントし、くさをの魅力発信や、海洋プラスチックごみ削減にもつなげていくなど、ユニークな取組を行っています。

ピンチをチャンスに

くさは、コロナ禍以前から消費が減少傾向にあり、加工業者数の減少も課題でした。コロナ禍によるEC市場の拡大は、東京産水産物を広く全国に発信し、販路や消費拡大につなげる好機でもあります。都は東京産水産物の販路・消費拡大に向け、Eコマースなどの取組を応援していきます。

我が国のEC市場規模・EC化率



新島が発祥の「くさを」

写真提供：新島水産加工業協同組合



くさを模したアルミ製洗濯ばさみ「HOSSY」

写真提供：新島村商工会