



元気とタイムリーな情報を提供する

五十嵐レポート

発行:「町コン」五十嵐 勉

2026年09月28日 第1286「週刊五十嵐レポート」

水産物から見る経済

9月21日付日経新聞、「月曜経済観測」は「水産物から見る景気 広がる魚食、輸入高騰」。

秋の味覚の代表、サンマの季節が到来、しかし近年は不漁で値段が上がり、もはや大衆魚とは呼べない存在。水産物の漁獲動向と最新の消費事情、そこからの景況感をウミオス(旧マルハニチロ)の安田大助社長に聞いた。

水産物の需要動向は、健康志向を追い風に、世界全体で高成長が続いている。これまで肉中心だった欧米でも日常的に魚を食べる習慣が定着。その結果、2000年には1億4200万トンだった世界の水産物の生産量(天然と養殖の合計)が24年には6割以上増の2億3500万トンまで伸びた。それを支えているのが旺盛な(世界の)需要。需要拡大は水産会社にとって望ましい事態。

しかし、日本の食卓への影響を考えれば、喜べない。1993年にはタコの1kg当たり輸入単価は327円。25年は1519円と約5倍に。輸入数量は5分の1に減少。欧米の需要が急拡大、日本向けの価格上昇と量が減少。サバも同じ傾向。93年の同輸入単価97円に対して、25年は523円。日本で流通するサバの約6割は輸入、輸入単価の高騰はスーパー店頭価格の上昇に直結。

日本人の魚介類の消費量のピークは01年度で1人当たり年間40.2kg。これが24年度には21.3kgとほぼ半減。

「日本人が魚を食べなくなった」のではなく、世界中が魚を食べようになった結果、日本人が昔の値段では買えなくなった。

世界需要↑ → 国際価格↑ → 日本の輸入価格↑ → 小売価格↑ → 日本人の魚消費↓

魚離れの理由のもう一つは「若い人は台所に包丁がない人もいる」。消費者にとって、「高い + 骨がある + 調理が面倒 + 生ゴミが出る」という4重苦。

「焼かなくてよい」「骨がない」「レンジ3分」「皿を洗わなくてよい」くらいまで商品を変える必要があるかもしれない。水産物から「日本の購買力」「食文化のグローバル化」「養殖という製造業化」「タイパ消費」が見えてくる。

ちょっと
気になる出来事

9月23日付朝日新聞「日直」「学級会」エジプト全土で 日本式教育、海外本格展開へ」という記事。

エジプトの教育・技術教育相が、日本式教育を本格的にエジプト全土の小学校に広げたいとの考えを示した。

エジプトで行われている日本式教育は、日直や学級会、学校行事など、日本の学校では一般的に行われている。

「日直を置く」「学級会をする」「掃除をする」といった制度そのものではない。知識を教える授業とは別に、学校生活そのものを教育にしている点である。日本式教育は日常生活の中で身につけさせている。

役割を与える → 自分で考える → 周囲と相談する → 行動する → 結果を見る → 振り返る

これが「主体性」「協調性」「社会性」の育成につながっている。

日本式教育は人格育成に重点を置いている。「エジプト日本学校(EJS)」の子どもたちを見ると、自立しており、自分を管理できている。

日本の教育も輸出商品になる。



一口メモ
知識

自分の強みはわかりにくい

誰もが、自分の強みはよくわかっていると思う。

しかし、たいていは間違っている。わかっているのは、せいぜい弱みである。

(「明日を支配するもの」より) ドラッカー名言集 仕事の哲学 (ダイヤモンド社)より

強みは、自分で決めるものではない。お客が買ってくれた理由の中にある。

1. なぜお客は自社から買ったのか?
2. なぜリピートしてくれたのか?
3. なぜ他社ではなく、自社を選んだのか?

●「戦略社長塾東京」小岩校 毎週日曜日・水曜日 午前10時～12時

●「戦略社長塾東京」銀座校、武蔵村山校、豊岡校 開講中。

㈱五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5

TEL03-3659-7703 Fax03-3659-7077 info@igarashireport.com

