が続く見込みである。また、海洋環境の変化により地域で漁獲される魚の種類が変化している。

このような状況を踏まえ、消費量減少の一因と考えられる魚の扱いにくさや調理の手間に関する消費者の食の簡便化志向の高まりへの対応、今まで食べていなかった魚介類を含む、水産物の栄養特性、旬や調理方法、おいしさなどに対する理解を深める魚食普及の推進が必要である。

このため、消費者による水産物選択の行動変容を促す観点から、官民協働による幅広い取組により魚食普及を推進する。

②　生産

海面漁業の漁獲量は、近年、地球温暖化に伴う海洋環境の変化が継続する中、多くの魚種において不漁が見られる。一方で、一部の魚種については資源量の増加や、これまで漁獲されていなかった地域や時期で獲れるようになっている。また、養殖生産量についても、海洋環境の変化によりノリ類等が近年減少傾向にある。

このような状況を踏まえ、生産の持続性確保のためには、気候変動による海洋環境の変化への対応が必要であり、漁業人材を確保するためには、若者に魅力ある職場環境の整備が必要である。

このため、漁業については、資源変動に対応した資源調査を行い、資源状態を速やかに高精度で評価し、これに基づき数量管理を中心とした資源管理の取組を進めるとともに、漁獲対象種や漁法の複合化・転換等により気候変動による海洋環境の変化への対応を図る。養殖については、消費者ニーズを踏まえたマーケットイン型養殖業を推進するとともに、配合飼料原料である魚粉の国産化や低魚粉飼料の開発、人工種苗の普及等の種苗の確保を図る。

さらに、若者に魅力ある職場環境とするため、労働環境の改善や省人化・省力化技術の導入等の取組を推進し、生産性・所得の向上を図るとともに、漁業・養殖業の成長産業化に向け、ICT・AI 等を活用した生産性向上を推進する。

③　輸出

アジアを中心に世界の水産物市場が拡大し輸出額は順調に増加してきたが、ALPS 処理水の海洋放出以降、一部の国・地域による水産物の輸入停止措置による影響が生じており、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」における輸出重点品目のうち「ホタテ貝」や「ぶり」については、東南アジアや EU 等への輸出先国・地域の多角化が進んでいる。

輸出の拡大に向けては、引き続き水産物に係る各種の輸入規制の緩和・解禁に向けた働き掛けを行っていくとともに、海外需要に応じた国内の生産・流通の転換も含めた対応、輸出先国・地域の多角化、日本産水産物に係る既存の商流が確立されていない日系以外を含めた現地商流への新規アプローチの強化が必要である。

このため、輸出重点品目である「ぶり」について、現地の大手スーパー向け等の海外需要に応えられるよう、人工種苗の増産や新たな養殖漁場の拡大を推進する。また、養殖産品を中心に、国・地域別の規制や調達基準等に合わせ、輸出認定加工施設の整備や民間認証の取得推進等を進める。

④　加工・流通

食用加工品の生産量や水産物流通量は総じて減少傾向にある。

水産加工業は、原材料の調達難、経営体力不足、従業員不足、市場や流通業は、水揚量の減少に伴う取扱量の減少、輸送経費の増大、人手不足といった課題を抱えている。

このため、水産加工業については、加工原材料の転換や安定供給の取組、サプライチェーン上の関係者と連携した高鮮度流通や中食需要に応じた高次加工品の開発等の付加価値向上の取組、省人化・省力化技術の開発・活用・導入、人材の確保等を進める。また、市場や流通業については、競争力強化のための市場機能の集約・効率化や食品流通における物流等の効率化や ICT 等の活用を推進する。さらに、簡便化志向の高まり等の多様化する消費者ニーズを踏まえたマーケットインの発想に基づく適切な加工・流通体制の構築等を推進する。

（９）花き・地域特産作物

①　花き

ア　消費

１世帯当たりの切り花年間購入額は長期的に減少傾向にあり、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の状況下で一段と減少したが、その後、ホームユース需要やインターネットを通じた継続購入（サブスクリプション）などの販売チャネルの多様化を背景に、増加に転換している。世代別の購入額を見ると、若い世代が少ない状況にあり、花き消費の拡大、特に若い世代への消費喚起を図る必要がある。

このため、コロナ禍後の需要の変化や若い世代の花き消費の促進に対応するための花きの活用策や商品開発（SDGs 対応等）を推進するとともに、花のある暮らしや花き文化の魅力について、業界が一体となりプロモーション、SNS や「２０２７年国際園芸博覧会」（GREEN×EXPO 2027）等の場を活用して発信し、国民の消費意欲を喚起する。

イ　輸出

切り花類の輸出額は直近 10 年で９倍に増加している一方、植木等については検疫等の問題から１割減少している。海外需要の更なる拡大を図るため、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」において、「切り花」を輸出重点品目の一つに選定し支援している一方で、輸出に主体的に取り組む産地が少なく、需要期のニーズに対応できないケースがある。

また、切り花輸出が拡大する中で、輸出先における輸送中の品質低下が一部で見られ、海外における日本産花きのブランド力向上のための栽培・輸送・保管に係る品質管理の改善が必要である。

このため、海外で需要のある品目についての産地への情報提供や産地と認