

【報道関係者各位】

2026年6月1日

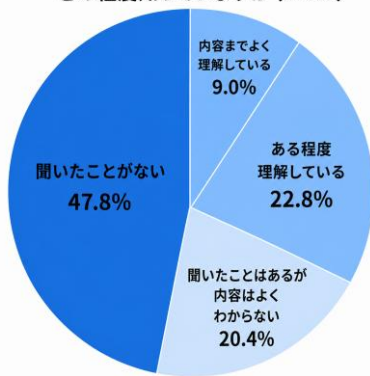
## 【6月8日は世界海洋デー】Oisixが「低・未利用魚」に関する意識調査を実施 約80%が“食べてみたい”と回答する一方で「調理方法がわからない」が壁に ～Oisixが現役大学生と連携し「低・未利用魚」活用した新商品販売（6/4～）～

食品のサブスクリプションサービスを提供するオイシックス・ラ・大地株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：高島宏平、以下 当社）が展開する食品宅配サービス「Oisix」は、6月8日の「世界海洋デー」に合わせ、「低・未利用魚に関する意識調査」を実施しました。調査では、低・未利用魚を“食べてみたい”との関心が高い一方で、「調理方法がわからない」といった不安が普及のハードルになっていることが明らかになりました。

Oisixではこれまで、低・未利用魚を手軽に食卓に取り入れられる商品の開発に取り組んでおり、2026年6月4日（木）からは、低・未利用魚「マルソウダガツオ」を活用した「お魚で楽しむ！フィッシュケバブサンドセット」の販売を開始します。本商品は、2026年6月1日（月）～6月12日（金）の期間、ゲートシティ大崎（東京都品川区）の職域食堂「雨晴食堂」のサラダバーにて提供します。

URL：<https://www.oisix.com/sc/marusouda> ※本商品は6/4（木）10:00～掲載されます

Q1.「低・未利用魚」について、  
どの程度知っていますか（n=667）



▲お魚で楽しむ！フィッシュケバブサンドセット



▲マルソウダガツオ

### <調査結果サマリー>

- 「低・未利用魚」という言葉について、約48%が「聞いたことがない」と回答。「内容までよく理解している」と回答したのは、わずか9%に留まりました（Q1）。
- 低・未利用魚を食べたことがない人は約59%に上りましたが（Q2）、「ぜひ食べてみたい」「機会があれば食べてみたい」との回答が約80%を占めました（Q3）。
- 低・未利用魚のイメージは「食品ロス削減につながる」が最も多く約43%でした（Q4）。購入したいと思う理由の1位も「食品ロス削減につながるから」約57%で、サステナブルな消費への関心の高さが伺える結果となりました（Q5）。
- 購入意向がない理由としては「調理方法がわからない」約17%、「下処理が面倒そう」約15%との回答がありました（Q6）。どのような形であれば購入したいか尋ねたところ、「価格が手頃であれば」約22%、「下処理済であれば」約20%といった回答がありました（Q7）。

### ■低・未利用魚の認知や購入ハードルをOisixが調査

農林水産省の食料需給表によると、日本人の1人当たり年間食用魚介類の消費量（純食料）は2001年度の40.2kgをピークに減少傾向にあり、2024年度は21.3キロと半分近くにまで落ち込んでいます（※）。いわゆる“魚離れ”が進んでいる一方、水揚げされながらも、サイズ・知名度・流通上の課題などから十分に活用されない「低・未利用魚」の活用の動きが広がっています。しかし、消費者における「低・未利用魚」の認知や理解は、まだ十分に広がっていないのが現状です。これまで低・未利用魚の活用に取り組んできた当社は、消費者の意識を可視化し、食卓に取り入れる上でのハードルを特定するため、6月8日の「世界海洋デー」に合わせて意識調査を実施しました。

（※）出典：「令和6年度食料需給表」（農林水産省）

#### <調査概要>

- ・調査時期：2026年5月15日～2026年5月17日（インターネット調査）
- ・調査属性：全国の10代～60代の男女667名

※本調査内容をご利用の場合は、出典元として「オイシックス・ラ・大地 低・未利用魚に関する意識調査」と必ずご記載いただきますよう、お願いいたします。

本リリースに関するお問い合わせ

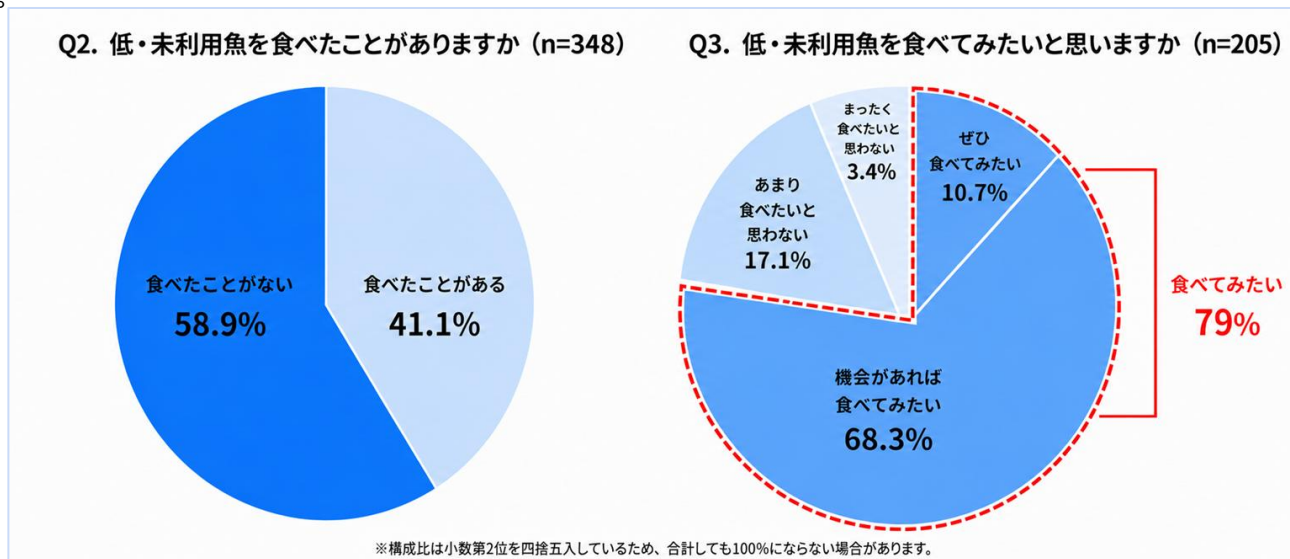
オイシックス・ラ・大地株式会社 広報：松田

TEL：050-5305-0549（直通） E-mail：publicity@oisixradaichi.co.jp

（上記内容は断りなく変更される場合があります/最新情報は上記お問合せ先までご連絡ください）

## ■ 認知はまだ発展途上も“食べてみたい”は約80%

「低・未利用魚」という言葉について認知度を調査したところ（Q1）、「聞いたことがない」と回答した人は約48%に上りました。「内容までよく理解している」と回答した人は9%に留まり、一般的な認知はまだ限定的であることがわかりました。一方で、「低・未利用魚」を「食べたことがない」人は約59%だったものの（Q2）、そのうち「ぜひ食べてみたい」「機会があれば食べてみたい」と回答した人は約80%を占めていることから（Q3）、認知はまだ高くないものの、食材そのものへの興味・関心は高く、今後広がる可能性を持つ食材であることが伺える結果となりました。

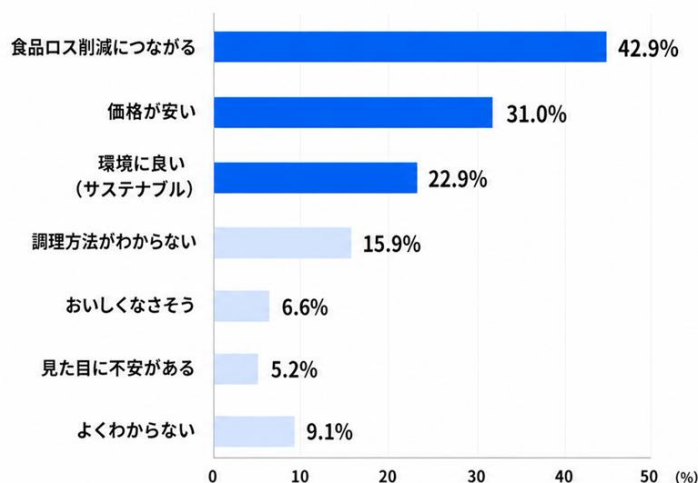


## ■ イメージは「食品ロス削減につながる」が最多 社会課題への共感も

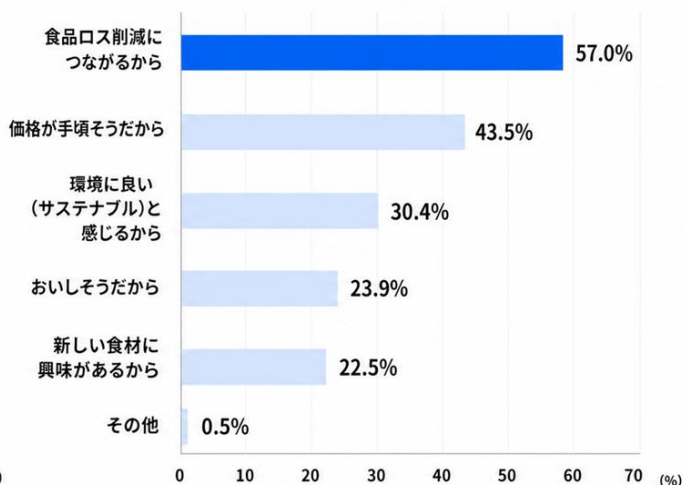
低・未利用魚のイメージについて尋ねたところ、「食品ロス削減につながる」が約43%で最も多く、次いで、「価格が安い」31%、「環境に良い（サステナブル）」約23%となり、「調理方法がわからない」約16%、「おいしくなさそう」約7%といったネガティブなイメージを上回る結果となりました（Q4）。

低・未利用魚の購入意向がある人にその理由を尋ねると、「食品ロス削減につながるから」が約57%で最多となり、サステナブルな消費への関心が高まる中、低・未利用魚についても、“社会課題に貢献できる食材”として受容されつつあると考えられます。

**Q4. 低・未利用魚を食べることに対して、イメージに当てはまるものを選んでください (n=667)**



**Q5. 低・未利用魚を“購入したい”と思う理由は何ですか (n=444)**



## ■ 「調理方法がわからない」が購入障壁に “手軽さ”へのニーズが明らかに

低・未利用魚に対して好意的なイメージや購入意向がある一方、実際の購入、調理にあたっては不安を感じる声も見られました。低・未利用魚を「あまり購入したくない」「まったく購入したくない」と回答した人にその理由を尋ねると、「よくわからない」約42%に次いで、「調理方法がわからない」約17%、「下処理が面倒そう」約15%といった、“調理のハードル”に関する回答が上位を占めました（Q6）。

また、「どのような形であれば購入したいか」を尋ねたところ、「価格が手頃であれば」が約22%で最も多く、次いで「下処理済であれば」約20%、「調理済でそのまま食べられる商品であれば」19%、「レシピや食べ方が提示されていれば」約10%といった、手軽さを求める声が多く集まりました（Q7）。

これらの結果から、低・未利用魚そのものへの抵抗感よりも、“どう調理すればよいかわからない”という心理的な不安が、購入をためらう要因になっていることが伺えます。調理の手間やハードルを下げることで、低・未利用魚の普及に向けた重要なポイントであると考えられます。

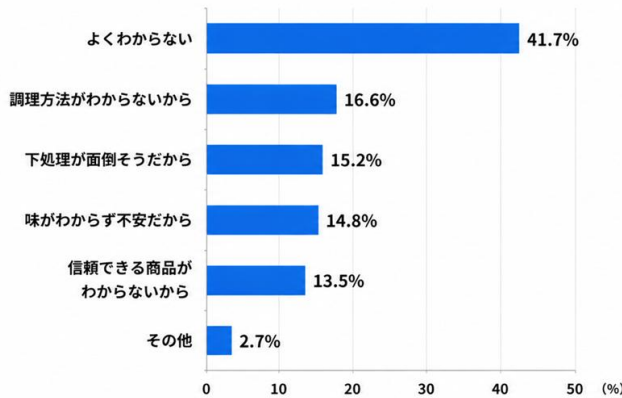
本リリースに関するお問い合わせ

オイシックス・ラ・大地株式会社 広報：松田

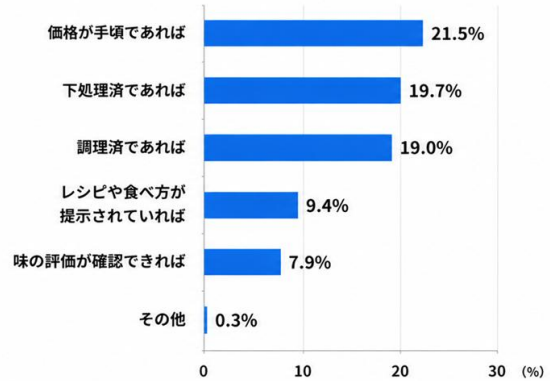
TEL：050-5305-0549（直通） E-mail：publicity@oisixradaichi.co.jp

（上記内容は断りなく変更される場合があります/最新情報は上記お問合せ先までご連絡ください）

Q6. 低・未利用魚を“購入したくない”と思う理由は何ですか  
(n=223)



Q7. どのような形なら低・未利用魚を  
購入したいと思いますか  
(n=585)



■ 低・未利用魚を“おいしく手軽に” 現役大学生と約1年半かけ共同開発

Oisixでは、東京海洋大学の非公認学生サークル「igoan (アイゴーン)」と連携し、低・未利用魚の「マルソウダガツオ」を使った新商品「お魚で楽しむ！フィッシュケバブサンドセット」を共同開発しました(※)。6月8日の「世界海洋デー」に向けて、2026年6月4日(木)から販売開始いたします。

共同開発は、学生側からのアプローチをきっかけに約1年半かけて実現。「マルソウダガツオ」は日本各地で水揚げされる魚種ですが、鮮度の低下が早いことから流通に乗せづらく、低・未利用魚とされてきました。商品化にあたっては、鮮度管理を適切に行い、丁寧に加工した上で、日常の食卓で手軽に食べられるフィッシュケバブに仕上げました。

(※) 本件は東京海洋大学との取り組みではなく、東京海洋大学の非公認学生サークル「igoan」との取り組みです。



<商品概要>

商品名：お魚で楽しむ！フィッシュケバブサンドセット

販売価格：1598円(税込)

販売開始：2026年6月4日(木) 10:00～2026年6月11日(木) 10:00

概要：フィッシュケバブとピタがセットになっています。マルソウダガツオ特有の酸味は、スパイシーな味付けによって食べやすく仕上げました。お好みの野菜と一緒にサンドしてお召し上がりください。

URL：<https://www.oisix.com/sc/marusouda>

※本商品は6/4(木) 10:00～掲載されます



<雨晴食堂での提供>

ゲートシティ大崎(東京都品川区)の職域食堂「雨晴食堂」では、人気のサラダバーランチでフィッシュケバブサンドもお楽しみいただけます。

開催期間：2026年6月1日(月)～6月12日(金) ※各日無くなり次第終了

食品宅配サービス「Oisix」について

2000年に設立。「つくった人が自分の子どもに食べさせられる食材のみを食卓へ」をコンセプトとした、有機野菜や特別栽培野菜など、できる限り添加物を使用せずに作った加工食品などの食品を取り扱うEC食品宅配サービスです。現在、会員数は会員数は360,703人(2025年12月末時点)で日本全国の方にご利用いただいています。2013年7月に販売を開始した、必要量の食材とレシピがセットになった、調理時間が10分から作れるミールキット『Kit Oisix』は、シリーズ累計出荷数が2.5億食(2026年2月時点)を突破しています。



オイシックス・ラ・大地株式会社について

オイシックス・ラ・大地株式会社は、「Oisix」「らでいっしょぼーや」「大地を守る会」の国内主要ブランドを通じ、安心・安全に配慮した農産物、ミールキットなどの定期宅配サービスを提供しています。子会社に、事業所、学校などで給食事業を展開する「シダックスコントラクトフードサービス」、病院、高齢者施設、保育園、幼稚園などで給食事業を展開する「シダックスフードサービス」、買い物困難者向け移動スーパー「とくし丸」、米国でプラントベース食材のミールキットを展開する「Purple Carrot」などがあり、食の社会課題を解決するサービスを広げています。また、「サステナブルリテール」(持続可能型小売業)としてSDGsに取り組み、サブスクリプションモデルによる受注予測や、ふぞろい品の積極活用、家庭での食品廃棄が削減できるミールキットなどを通じ、畑から食卓まで、サプライチェーン全体でフードロスゼロを目指しています。

本リリースに関するお問い合わせ

オイシックス・ラ・大地株式会社 広報：松田

TEL：050-5305-0549(直通) E-mail：publicity@oisixradaichi.co.jp

(上記内容は断りなく変更される場合があります/最新情報は上記お問合せ先までご連絡ください)