

目標3 ニーズの変化に対応した商品づくりと販路の拡大

(1) 需要に応じた供給体制の確立

■背景

県内で水揚げされた水産物は、産地卸売市場や漁協の荷さばき所などに集荷された後、消費地卸売市場を経由し、最終的に小売店などの店頭で並ぶという流通経路をたどります。これらの市場は、漁業者に対しては継続的で安心できる販路を提供し、消費者に対しては生鮮食料品を安定して供給するために重要な役割を果たしています。

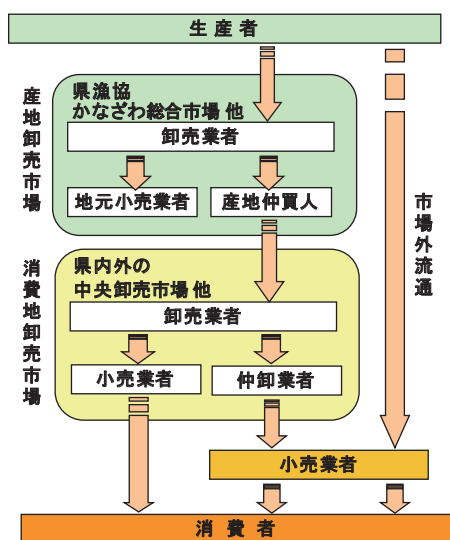
北陸新幹線金沢開業以降、県内の消費地卸売市場における取扱金額が増加するなど水産物の需要が増加しており、県内産地は高鮮度の水産物を安定して供給することが求められています。

一方、冷凍品や加工品の増加や、産地と直接取引を行う市場外流通が増えたことなどから、全国的には卸売市場を経由する水産物の割合は減少傾向にあります。

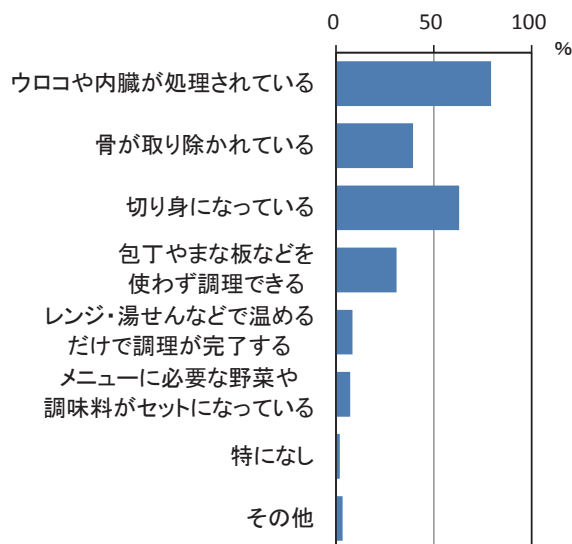
また、人口動態やライフスタイルの変化に伴い、消費者の間では、調理の手間を省き手軽に食べられる加工品へのニーズが高まっており、調理や生ゴミの処理に手間がかかる鮮魚を避ける傾向が見られます。

このような、実需者や消費者の多様なニーズに対応するため、漁業者や石川県漁協と流通加工業者などが連携し、鮮魚に加え冷凍品や加工品の出荷にも対応できる体制の整備や販路の確保が必要となっています。

◆生鮮水産物の主な流通経路



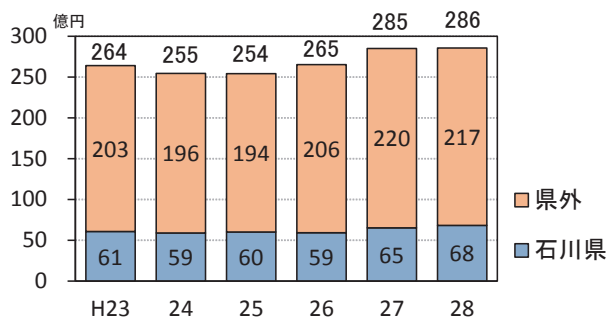
◆家庭で魚料理を増やすために便利だと思う商品 (県政モニターアンケート調査)



資料：石川県

「いしかわの水産物についての県民意識調査」

◆金沢市中央卸売市場における鮮魚の産地別取り扱い金額の推移



資料：金沢市「金沢市中央卸売市場年報」

■ 施策

高鮮度な鮮魚の安定供給に向けた体制整備

- ・ 漁獲物の鮮度保持期間を延ばす活締めや神経締め、保冷方法などの普及により、高鮮度な県産魚の供給拡大を図ります。
- ・ 水産物の集出荷の拠点となる産地市場において、高度な鮮度管理に対応した荷さばき所・製氷施設などの整備を支援することにより、水揚げから出荷まで一貫した鮮度管理・衛生管理を実現します。

輪島漁業生産組合の取り組み

日本海で大中型まき網漁業を営む輪島漁業生産組合の船団は、活魚の收容・運搬が可能となるよう、運搬船に海水循環装置や冷却装置を備えており、ブリを生きた状態で港へ運ぶことができます。

水揚げしたブリは1尾ずつ活締めと血抜き作業をして出荷しており、高鮮度が維持されることから、同船団のブリの価格は他船団より4割程度高くなっています。

さらに、使用する網の小型化や出漁日数の削減により漁獲量を減らすことで、高品質な製品を維持させるだけでなく、資源に優しい操業に取り組んでいます。

このような取り組みが評価され、平成27年にはME Lジャパン（資源管理と生態系への影響の配慮を認証するための制度）による認証を大中型まき網漁業では全国で初めて取得しました。



◆ 高度な鮮度管理施設の整備事例



日差しや鳥糞を防ぐ屋根付き岸壁での陸揚げ

殺菌海水を用いた魚体の洗浄

閉鎖型の低温荷さばき所での計量・箱詰め

鮮度を保持したまま保冷車へ積込・出荷

資料：農林水産省 aff（あふ）2015年3月号（一部改変）

冷凍品や加工品の供給に向けた体制整備

- ・ 水揚げの集中時や需要が少ない時期の値崩れを防ぐため、鮮魚出荷だけでなく、冷凍品や一次加工品需要にも対応可能な出荷体制の整備を支援します。
- ・ 各市場の冷凍施設や加工施設を有効に活用するため、市場間連携による機能分担や柔軟な市場運営体制の構築を進めます。
- ・ 新たな需要先の開拓やマッチングを図るため、漁業者、流通業者、加工業者や小売業者などで産地の水揚げ情報や市場の需給情報の共有を推進します。

目標3 ニーズの変化に対応した商品づくりと販路の拡大

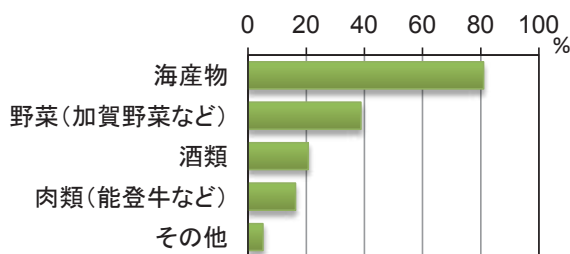
(2) 地域の特色ある水産物の魅力発信

■背景

本県には、ブリ、ズワイガニ、アマエビ、カキやトリガイなど、優れた品質や特徴を持った品目が数多くあります。北陸新幹線金沢開業以降は、地元食材への関心が高い観光客が増え、産地市場ではズワイガニ、ノドグロなどの価格が上昇しています。

県では、これまで、特色ある品目のブランド化を推進するとともに、首都圏でのトップセールスなど県内外での魅力発信や商談機会の設定に取り組んできました。今後は、需要者のニーズに応じ、販路の拡大を一層進めるとともに、本県の特徴である四季折々に漁獲される多様な魚介類の魅力を発信することで、漁業者の収入の確保を図ることが必要です。

◆観光客の期待度が高い地元食材（金沢市内の観光客へのアンケート調査（2014年1～2月実施））



<観光客全員/n=116 複数回答>

資料：金沢大学地域創造学類 香坂研究室

・(株)日本政策投資銀行

「加賀野菜の認知度等に関するアンケート調査」

(2014年3月)

◆県産水産物のブランド化の取り組み事例

区分	品名	商標出願人	これまでの取り組み
1 県が開発などに関与した品目	能登とり貝 	石川県漁業協同組合	<ul style="list-style-type: none"> 県内飲食店などを対象とした試食会の開催 「シーフードショー東京」、「百万石マルシェ」への出展などによる首都圏でのPR活動 活貝の出荷規格・検査体制の整備
2 地域に根ざした品目	輪島海女採り さざえ あわび 	石川県漁業協同組合	<ul style="list-style-type: none"> 県アンテナショップや「世界農業遺産フェア」への出展 蒸しあわびなどの加工品の開発
	天然能登寒ぶり 加能ガニ 	石川県漁業協同組合	<ul style="list-style-type: none"> ブランドを示すタグの取り付け 県漁協による出荷規格の統一 「百万石マルシェ」への出展などによる首都圏でのPR活動 漁協直営レストランを活用したPR活動
	能登ふぐ 	能登ふぐ事業協同組合	<ul style="list-style-type: none"> 飲食店、旅館向けの加工品、レシピの開発 調理講習会の開催 県内・首都圏飲食店における食談会の開催
	能登かき 	石川県漁業協同組合	<ul style="list-style-type: none"> 地元の観光施設と連携した振る舞いイベントなどの開催
3 地域の文化と密接に結びついた特色ある品目	いしかわ里山どじょう 	いしかわ里山どじょう振興協議会(代表)	<ul style="list-style-type: none"> ドジョウ養殖、食文化の振興を目的とした、生産者とかば焼き店からなる協議会の設立 ドジョウのかば焼き試食販売会の開催

■ 施策

ブランド化に意欲のある産地の競争力強化

- ・地域の食文化と密接に結びついた特色ある品目について、石川県漁協やブランド化に意欲ある産地が行う販路開拓や生産拡大などの取り組みを支援します。
- ・県が養殖技術を開発した「能登とり貝」については、種苗の安定供給、養殖技術の改善による生残率向上など、ブランド化を支える技術の確立に努めることで、生産及び販路の拡大に取り組む石川県漁協や漁業者グループを支援します。また、出荷時期が限られるため、高品質な冷凍品や加工品の商品開発を支援することにより、年間を通じた供給体制を整備します。

輪島海女採りあわび・さざえなどの魅力発信に向けた取り組み

輪島の海女漁は約400年の歴史を持ち、母から娘へ知識や技術が継承されることや、漁獲を制限する厳しいルールを設けることで海の生態系を壊すことなく資源を管理するなど、民俗学的にも大変貴重な存在です。

石川県漁協輪島支所では、海女の所得安定に向け、海女が採ったあわび、さざえを「輪島海女採り」ブランドとして商標登録しています。

県では、輪島の海女漁を無形民俗文化財に指定するとともに、貴重な技術を継承する海女を「いしかわ里海の至宝」に認定しており、文化的価値の発信や海女採りブランドの認知度向上の取り組みを推進しています。

輪島海女採りあわび



海女漁の様子



特色ある県産水産物のさらなるブランド価値の向上

- ・県アンテナショップ（いしかわ百万石物語・江戸本店）や百貨店、高級ホテルなどでのフェアなどを通じ、首都圏での効果的な魅力発信を実施します。
- ・「百万石マルシェ」などでの食材利用の提案に取り組み、新たな販路開拓を推進します。
- ・「世界農業遺産 未来につなげる「能登」の一品」認定制度や、「石川県ふるさと食品」認証制度などを活用することで、認定を受けた商品のPRを推進し、県内外における販売促進活動を支援します。

◆特色ある県産水産物のPR



「百万石マルシェ」での食材利用提案



「シーフードショー東京」でのPR活動

目標3 ニーズの変化に対応した商品づくりと販路の拡大

(3)地産地消と食育の推進

■背景

金沢市の1世帯当たりの魚介類への年間支出額は、全国52都市(都道府県庁所在地及び政令指定都市)の中で25位(平成27年)であり、中位の水準となっています。品目ごとの支出金額を全国平均と比較すると、鮮魚のブリ、カレイ、カニの支出は2倍以上となっていますが、全国的に支出額の多いマグロや水産加工品の支出は全国平均をかなり下回っています。

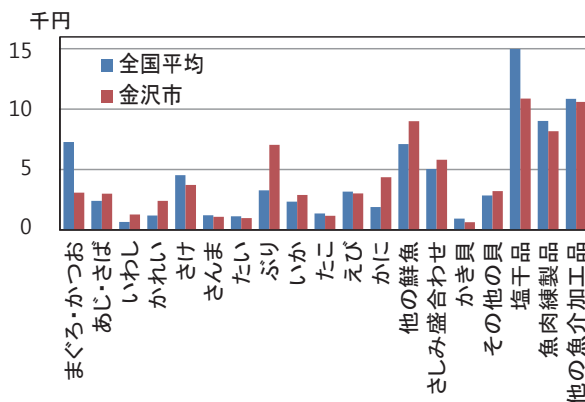
同じ北陸地方の富山市(全国1位)や新潟市(全国4位)と比較しても、金沢市は一部の鮮魚に支出が偏る傾向があり、結果として魚介類の支出金額が少ない傾向にあることから、地元で獲れる多種多様な水産物の魅力を県内の消費者に知ってもらい、地元消費をさらに拡大していく必要があります。

また、金沢市の1世帯当たりの支出金額の推移を魚介類、肉類、米、パンで比較すると、平成19年以降、肉類、パンの支出金額は横ばいから増加傾向にあるのに対し、魚介類と米の支出額は減少が続いています。

かつては魚介類の支出額が肉類を、米の支出額がパンを上回っていましたが、平成21年にはパンの支出額が米を初めて上回り、平成26年には肉類の支出額が魚介類を上回りました。このような家計における支出額の推移は、県民の食生活の洋風化・多様化が進み、「和食離れ」にもつながっているものと考えられます。

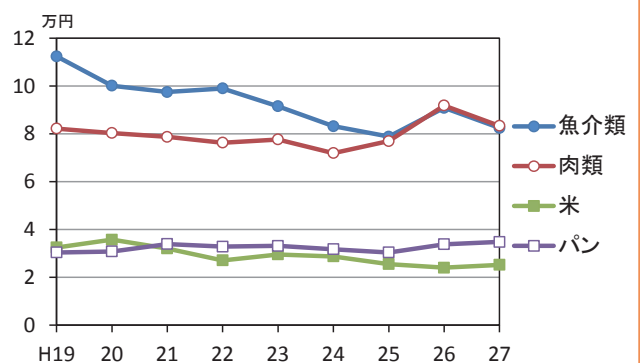
県民に魚食のおいしさ、楽しさ、良さを伝え、その理解を促進するため、これまでも漁業者や流通関係者などが連携して魚食普及活動に取り組んできましたが、今後とも水産物の生産から販売に携わる広範な事業者、団体などが連携した取り組みが重要です。

◆魚介類の1世帯当たり年間支出額



資料：総務省「家計調査」 二人以上の世帯

◆金沢市における食料品の1世帯当たり年間支出額の推移



資料：総務省「家計調査」 二人以上の世帯

■ 施策

生産から流通販売までの関係者が連携した地産地消の推進

- ・ 石川県漁協が県内消費地市場と連携した共同集荷などの取り組みを拡大するとともに、小ロットでの販売など地元の実需者ニーズに応じた出荷の改善を進めることにより、県内消費地市場や小売店などへの県産魚の流通を促進します。
- ・ 地域の特色ある水産物の出荷、消費者の多様なニーズに呼応した加工品の開発、県民や観光客への新商品の提供といった、生産から流通加工、販売に至るまでの1・2・3次産業における広範な事業者、団体などが連携して取り組む、地元の水産物を活用した加工品や料理メニューの開発を支援することにより、地元での利用拡大を図ります。
- ・ 漁業者自らが地元販売店などで行う対面販売や水産物のPR活動など、消費者に対して漁業者の顔が見える販売活動を支援します。

市場連携による共同集荷・販売の取り組み

県内では、産地卸売市場（石川県漁協）と消費地卸売市場（金沢市中央卸売市場）が共同で産地からの集荷・販売を行う「朝せり」の取り組みが、平成20年より続けられています。

地元で水揚げされた直後の魚が店頭に並ぶため、消費者からの評判も良く、スーパーでは「石川の朝とれもん」のコーナーが設置されるなど、県産魚の取り扱いが拡大しています。

また、それぞれの市場で実施していた「せり」を共同実施することで、買参人が増え価格が安定し集荷量も増加しています。

この新しい流通システム構築により、漁業者、流通販売関係者、消費者がWin-Win-Winとなる関係を築いたこと、無理なく環境負荷を軽減できることが評価され、日本デザイン振興会主催の「グッドデザイン賞 2013」や、地球温暖化防止全国ネット主催の「低炭素杯 2015」を受賞しました。

金沢市中央卸売市場の「朝せり」



「石川の朝とれもん」のロゴマークとマスコットキャラクター



幅広い層を対象とした食育の推進

- ・ 「いしかわ食育推進計画」に基づき、学校給食での県産魚の利用拡大を図るとともに、子どもから大人までの幅広い層の県民が参加するさまざまな食育の機会において、漁業者や市場関係者などが講義や料理教室などを行う取り組みを拡大します。

金沢おさかな普及協会の取り組み

金沢市中央卸売市場の関係者が主体となって運営している金沢おさかな普及協会では、県産魚のおいしさを多くの方に知っていただくため、高校生、大学生、主婦、観光客など幅広い層を対象にお魚料理教室を開催しています。

魚のさばき方、料理方法、見分け方などの多彩な内容の講習会を通じて魚料理への関心を高めるとともに、観光客に対しても、自ら調理を体験してもらうことで、石川県の食材の魅力を実感していただく機会を提供しています。

大学生を対象としたお魚料理教室



目標3 ニーズの変化に対応した商品づくりと販路の拡大

(4) 県産水産物の海外展開

■背景

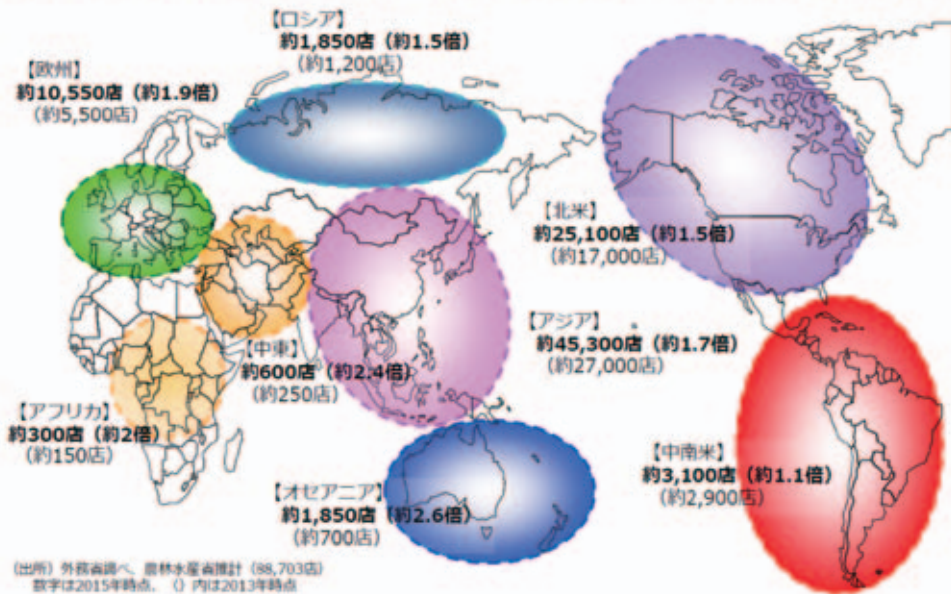
日本国内では、人口減少などによる市場の縮小が見込まれる一方、和食のユネスコ文化遺産登録などを端緒とする世界的な日本食ブームの広がりにより、アジア諸国を中心に魅力的な市場が形成されてきています。本県の食材についても、食文化提案会の開催などにより東南アジアなどで関心が高まっているものの、漁業者の輸出の取り組みはわずかなものとどまっています。

県では、海外でのセールス活動や現地レストランシェフ・食品商社バイヤーの産地招へいに取り組み、輸出の先行事例づくりを進めることにより、海外展開の足がかりを作ることとしています。

今後は、本県の特徴である四季折々に漁獲される多様な魚介類を強みとして生かすことで、現地でのセールス活動や、輸出に意欲的な漁業者などとバイヤーとのマッチングなどに取り組むとともに、インバウンド消費の拡大も視野に入れ、現地での魅力発信にも取り組みます。

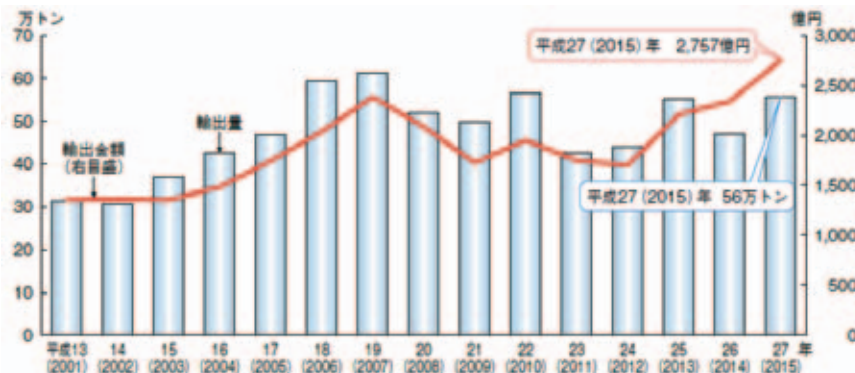
◆海外における日本食レストランの数

日本食レストランは約2.4万店(2006年)→約5.5万店(2013年)→約8.9万店(2015年)に増加。



資料：農林水産省「平成27年度水産白書」

◆我が国の水産物輸出货量・輸出金額の推移



資料：農林水産省「平成27年度水産白書」

◆輸出向け展示商談会



輸出オリエンテーションの会
展示商談会 (H24 金沢)

■施策

意欲ある漁業者などに対する海外販路開拓の支援

- ・優れた特徴を持つ県産水産物の海外への販路開拓を視野に、現地レストランシェフや食品商社バイヤーの県内産地への招へいやマッチングを介してネットワークを構築するなど、輸出に意欲ある漁業者などの取り組みを支援します。

◆海外販路開拓の取り組み



小松ー台北便を利用した
県産水産物の台湾輸出



海外レストランシェフや食品商社
バイヤーの産地招へい



シンガポールのレストラン
での食材利用

海外に向けた県産食材などの魅力発信

- ・多品目という本県の特徴を生かせるよう、食材に加え、器や調理技術を含めた食文化の総合力により、県産食材の魅力を海外に発信して、新たな販路開拓とインバウンド需要による消費拡大を推進します。
- ・食材を調理して提案する「百万石マルシェ」の手法などを活用し、高級レストランでの県産食材の利用につなげるなど、魅力を生かした販路開拓を進めます。

◆台湾版「百万石マルシェ」の開催



県産食材を使用した料理



地元料理関係者への
食材提案



県産水産物のPR