

岡山水産物流通促進協議会

岡山県岡山市

事業者の概要

当協議会は、魚価の上昇による漁業者所得の向上、魚食普及による地域の活性化を図る目的で、令和元年6月に設立されました。

岡山県内の漁業者団体、流通、加工、販売に至る関連業者や行政が連携して、低利用となっている県産の地魚を使用した加工品の開発や消費拡大の取組を行っています。

プロジェクトの概要

岡山県のプライドフィッシュにヒラという魚があります。ヒラは、「小骨がなければ献上魚」と呼ばれていて、身は美味しいもののハモ同様に小骨が多く、昔から岡山県以外ではほとんど食われていませんでした。さらに近年、岡山県では年間50トン程度の水揚げがあるものの、県内でも一般に流通することとはほとんどなく有効に利用されなくなっ

てしまいました。

当プロジェクトは、協議会構成員である株式会社長谷井商店が、平成29年度国産水産物流通促進事業で取組んだヒラを使った新商品の開発や認知度向上等の

活動を、ヒラに加えて、ハモ、スズキ、クロダイ等の近年低利用となってしまうている魚にも拡大するため、漁業者、流通業者、加工業者、行政や研究機関が連携体制を構築して実施することとしています。

森下会長に伺いました

プロジェクト実施の背景は？

私は、2019年1月に県内で初めて、魚食文化の普及・伝承に努める「お魚かたりべ」に水産庁から任命されました。これまで、県の水産研究所、県漁連に勤務して、漁業の活性化・魚食普及に努め、講演活動、メディア



への情報発信、魚関連のイベントへの参加、魚食メニューの開発などを進めてきました。県が認定するプライドフィッシュ12魚種を紹介する執筆も行ってきました。

ヒラ・スズキは県のプライドフィッシュに指定されているものの、地元の食文化の衰退、小骨が多いことから消費者が敬遠して流通しづらい、鮮魚店や飲食店でも調理の手間で敬遠されたり、調理メニューを知らないなどの理由により、一部でしか流通せず、有効利用されていません。長谷井商店のヒラの加工品開発の取組は、地元水産業や地域振興への貢献という観点で非常に重要で、メディアにも大きく取り上げられました。

しかし、このような取組は、継続して、また行政を含む様々な機関と連携して実施することが重要であり、そのためには、漁業者から流通業者、加工・販売業者、飲食業者までを含め、切れ目なく連携して取り組む必要性を感じ、この度の協議会の発足に繋がったわけです。

協議会の役割は何か、ひらについて

るのですか？

現在、協議会の構成員は、県の「お魚かたりべ」である私、岡山市中央卸売市場の水産物卸売業者である株式会社岡山県水、練り製品製造業者の株式会社長谷井商店、岡山県水産研究所センターです。それ以外に、生産者団体である岡山県漁連とも連携しています。県漁連と岡山県



水は、対象となる低利用魚の漁獲量・価格、魚の捌き方から調理方法までの情報発信、長谷井商店は対象魚の積極的な買取りと新商品開発、水産研究所センターは対象魚の成分分析を通して消費者の購買意欲向上のための研究等を行います。

Q連携するメニューは何でしようか？

協議会構成員が個々に情報発信しても、なかなか消費者の魚食普及にはつながりませ

ん。栄養成分や調理メニューの情報だけでは、消費者はどこで買えるのか、どこで食べられるのかわかりませんよね。

そこで事務局の長谷井商店が、構成員の取組による個々の情報を取りまとめ、漁獲量・価格、調理メニュー、新商品、販売店、飲食店などの情報を、協議会として、ホームページやSNS等を活用して総合的に情報発信します。一般消費者が、対象魚種について一連の情報を取得・利用することで初めて流通の促進につながると考えています。また、発信は一過性ではなく継続的に実施することが重要であって、様々な業種が連携してこそ、このような普及活動の効果を上げることが出来ると思います。

Q成果について教えてください。

現在は情報発信用のホームページを作成中で、2月中に原案が出来てきます。また、インバウンド対応の県水産物のパンフレット（日本語、英語、中国語等で、魚の紹介、料理メニュー、飲食店まで含めて記載予定）を作成中です。これは、パンフレットを使っ

てもらったことで、国内及び外国人観光客も飲食店で料理を注文できるなど、提供する側・提供される側の両者にとって利便性の高いもの

にしたと思います。現状では、県の観光協会から水産物を紹介するコンテンツがないと言われているので、これを活用してもらおうようにしていきたいですね。

Q今後の取組はいかがですか？

現在は新たな加工品の開発や、協議会が主体となり、県外も含めた様々な関係業者へこれらの低利用魚の活用を積極的に働きかけます。飲食店による手叉を使ったカレーの試作や、地元での試食会の開催を通して、和食のみならずイタリアン等様々な業態でも普及させていきたいと考えています。3月には



東京のアンテナ
ショップでプロ
モーションも予
定しています。

また、取り扱う
魚関連のグッズ
や店頭でのPO
P広告等を作成
して、販売促進に活用してもらえようとし
ていく予定です。

(取材日：令和2年1月23日)



チヌ(クロダイ)のカレー