地域マリンビジョン目標の達成に向けた取り組み（根室地域（落石地区））

●漁協施設を活用した地域水産物の販売（新規事業）

（1）地域マリンビジョンにおける取組内容（Plan）

地域 MV における取組の位置付け

【地域の将来像】未来へつなぐ漁村づくり

漁協施設を基盤とした落石産水産物の安定供給と地産地消による域内循環の活性化

【主な取組】

・大手航空会社「日本航空㈱」と大手総合物流企業「日本通運㈱」との連携による大手外食チェーン運営会社「コロワイド」への落石産水産物の提供
・広島県居酒屋への落石産水産物の提供による知名度・認知度向上
・地域おこし協力隊とのタイアップによる落石産水産物の売込

取組場所

取組内容に関連する実施の現状と課題

【現状】
・既存施設を改修し、加工処理施設を整備
・資源量減少による漁業者所得の減少

【課題】
・漁獲量・金額の変動の柔軟に対応する所得機会の創出
・落石産水産物の地産地消

取組による効果（数値目標）

落石産水産物の年間売上　目標値：R7　3,975 万円（基準値：R6　3,750 万円）　※年間 225 万円の増（目標年：R16　6,000 万円）

（2）取組内容・実施体制（Do）

取組内容、方法、手順、実施体制

・大手航空会社「日本航空㈱」と大手総合物流企業「日本通運㈱」との連携による大手外食チェーン運営会社「コロワイド」への落石産水産物の提供

【取組内容】大手航空会社「日本航空㈱」・大手総合物流企業「日本通運㈱」・大手外食チェーン運営会社「コロワイド」の３社とのタイアップにより、『空飛ぶサンマプロジェクト』と題した取組を実施し、「コロワイド」が運営する首都圏の居酒屋 17 店舗へ根室で水揚げされたサンマを迅速に提供。

【方　法】**漁獲された直後の根室産サンマを、花咲港落石市場から首都圏へ航空輸送で「直送」することで、水揚当日に飲食店への供給が可能となり、従来は不可能とされていた「高鮮度の根室産サンマ」を首都圏の消費者に届けることが実現した。**
※この迅速な流通方法により、根室産サンマの鮮度や品質の優位性を PR することが出来た。
時期：令和 7 年 9 月 26 日～10 月 15 日

【実施体制】日本航空㈱、日本通運㈱、㈱コロワイド、落石漁業協同組合

・広島県居酒屋への落石産水産物の提供による知名度・認知度向上

【取組内容】広島県広島市にある寿司屋「柳がわ」にて『北海道根室市落石フェア』と題し、落石産水産物を使用したメニューの提供。

【方　法】「秋鮭」「つぶ貝」「ミズダコ」「ヤナギダコ」「サンマ」の５魚種を提供し、合計 11 種類のメニューを提供した。
時期：令和 7 年 11 月 10 日～16 日
提供ﾒﾆｭｰ：秋鮭（にぎり寿司、ﾊﾞｯﾃﾗ南蛮漬け）、ﾐｽﾞﾀﾞｺ（刺身、にぎり寿司、天ぷら）、ﾔﾅｷﾞﾀﾞｺ（柔らか煮、タコ飯）、ｻﾝﾏ（手巻き寿司）

【実施体制】落石漁業協同組合、柳がわ、北海道開発局

・地域おこし協力隊とのタイアップによる落石産水産物の売込

【取組内容】根室市地域おこし協力隊とタイアップし、札幌駅の地下歩行空間にて「タコ加工品」をはじめとした落石産水産物の販売を行った。

【方　法】根室市地域おこし協力隊が現地へ出向き、落石産水産物をはじめとした根室特産品を販売した。
時期：令和 7 年 4 月 22 日

【実施体制】根室市地域おこし協力隊、落石漁業協同組合

（3）効果項目に対する評価（Check）

数値目標の達成度評価

・本事業の取組により、落石産水産物の年間売上高は、当初目標値 3,975 万円を大きく上回る 4,000 万円を超える取り扱いとなり、目に見えた成果が得られたとともに、安定した成長基盤が構築され、更なる拡大の可能性を広げることに繋がった。
・ふるさと納税の寄付件数は前年と比較して約 2.5 倍に増加しており、落石産水産物の消費拡大に一定の効果をもたらしたと捉えられる。
（R6：331 件、R7：807 件）

反省点

（4）取組の改善措置（Action）

取組内容の改善点

・人手不足により十分な供給・提供が行えなかったことから、今後は人員体制の確保や作業効率化に向けた改善が必要である。

取組の実施に必要なもの

・本事業の成功事例を踏まえ、今後は品質向上や新規市場の開拓、消費者ニーズに対応した商品強化を進めることで、更なる売上増加を目指し、持続可能な成長を目指すことが必要である。
・適切な人員の確保と各分野における専門性の向上が必要不可欠であり、事業運営を支える人材育成と確保が必要である。

関連資料

【取組の様子】

「空飛ぶさんまプロジェクト」
提供サンマ

広島県居酒屋での
「北海道根室市落石フェア」の様子

地域おこし協力隊とのタイアップによる
落石産水産物の売込の様子

●既存の取組の拡充・強化（継続事業）

（1）地域マリンビジョンにおける取組内容（Plan）		関連資料
地域MVにおける取組の位置付け	**【地域の将来像】未来へつなぐ漁村づくり** 海業振興による漁村地域の活性化 **【主な取組】** ・旅行代理店等へのネイチャークルーズの売り込み ・落石マリンポートフェスティバル・おちいし・味まつりの開催 取組場所 	【取組の様子】 **旅行代理店等へのネイチャークルーズの売り込みの様子**
取組内容に関連する実施の現状と課題	【現状】 ・ユルリ・モユルリ島などの天然記念物をはじめとした観光資源が豊富 ・全国でも有数の野鳥の生息地 ・ネイチャークルーズやフットパスなどの観光資源を活かした取組を実施 【課題】 ・観光資源の有効活用 ・新たな顧客の獲得 ・地域の魅力発信 	 **落石マリンポートフェスティバル・おちいし・味まつりの開催の様子**
取組による効果（数値目標）	イベントによる落石地区への入込観光客数　目標値：R7　6,300 人（基準値：R6　6,000 人）　※年間 300 人の増（目標年：R16　9,000 人）	
（2）取組内容・実施体制（Do）		
取組内容、方法、手順、実施体制	**・旅行代理店等へのネイチャークルーズの売り込み** 【取組内容】落石ネイチャークルーズの乗船者数増加並びに新たなコースの開発に向け、首都圏の旅行代理店へ売り込みを実施。 【方　法】首都圏の大手旅行代理店である「阪急交通社」「西遊旅行」「クラブツーリズム」を含め、合計５社へ出向き、ネイチャークルーズの乗船者数の増加の向けた売り込みを行った。 時期：令和７年２月３日・４日 【実施体制】落石ネイチャークルーズ協議会（構成員：漁業者、漁協職員、市観光協会、行政（市）ほか） (参考)乗船人数の推移　R3 367 名　⇒R4 827 名　⇒R5 779 名 ⇒R6 907 名　⇒R7 1,066 名 **・落石マリンポートフェスティバル・おちいし・味まつりの開催** 【取組内容】マリンビジョン協議会の目的にある「地域主導型事業」の理念により、漁協・行政が主体ではなく地域住民が中心となり、漁業者自ら対面販促活動を実施。消費者とのコミュニケーションを図り、まさに地域密着型の催事を運営することを目的として、平成 19 年度より継続的に実施している。 【方　法】悪天候により、会場を中央埠頭から市場内に変更し、「ほっき貝」「ウニ」「タコ」「花咲がに」などの新鮮な落石産の水産物を提供した。 また、紅白歌手である「新浜レオン」さんの歌謡ショーは、急遽、落石漁協内で行い、会場が満員となるなど大盛況となった。 日　程：令和７年５月 25 日 場　所：落石漁港 中央埠頭 来場者：約 4,500 人 【実施体制】マリンポートフェスティバル実行委員会、落石地区マリンビジョン協議会	
（3）効果項目に対する評価（Check）		
数値目標の達成度評価	・本事業において、旅行代理店等への積極的な売り込みが功を奏し、ネイチャークルーズの乗船者数は前年と比較すると約 1.2 倍の約 1,070 人となるなど、着実な増加が見られ、目に見える成果が得られた。一方で、「おちいし味まつり」については、悪天候の影響により規模縮小を余儀なくされ、前年と比較すると来場者が減少する結果となった。	
反省点	・屋外イベントにおける悪天候時の対応策や円滑な情報発信方法の検討など、リスクを想定した事前の検討が十分でなかった。	
（4）取組の改善措置（Action）		
取組内容の改善点	・ネイチャークルーズ事業において効果が得られた旅行代理店等への売り込みを継続・強化するとともに、新規顧客の獲得に向け、関係機関との連携を強化し、新たなコースの開発を進めていく必要がある。 ・天候の影響を受けやすい屋外イベントにおいて、悪天候時の対応策や事前・当日の情報発信強化など、リスクを想定した運営体制を構築することで、来場者数の減少を抑制し、落石地区への入込観光客数の増加を図る。	
取組の実施に必要なもの	・旅行代理店や観光協会などの関係機関との連携の強化。 ・柔軟な企画運営を行うための人員の確保。	