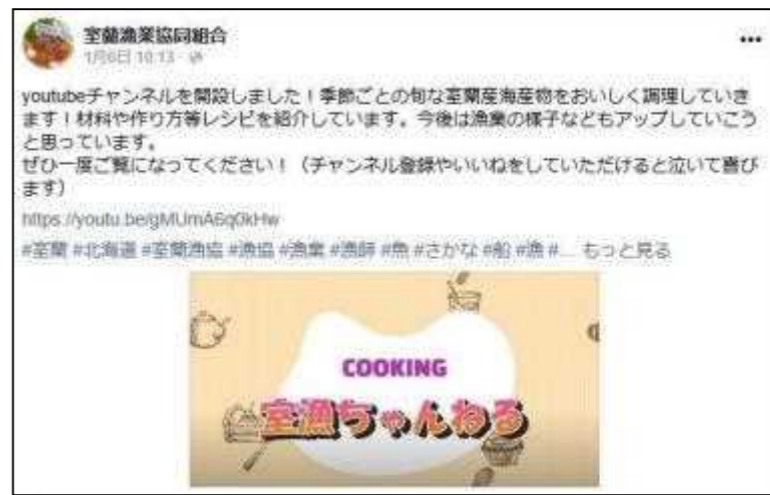


【室蘭地域】

地域マリンビジョン目標の達成に向けた取り組み

●インターネットによる情報発信

(1) 水産業を核とした地域活性化の取り組み（地域の目指すべき姿）（Plan）		関連資料
地域 MV における取組の位置付け	<p>【地域の目指す姿】 水産物流通・加工振興構想－販売戦略の構想 ・地域の水産情報の発信</p> <p>【主な取組み】 室蘭地域で今捕れている魚を初め、流通・加工に関する取り組み等、室蘭の水産全般について、インターネット（ブログ等）により高い頻度で情報を発信し、販売・消費の促進並びに、親しみの向上を図る。</p>	<p>【取組の様子】</p> <p>公式ホームページ</p>  <p>フェイスブック、Instagram、Twitter</p>  <p>フェイスブックでのユーチューブチャンネル開設紹介記事</p> 
現状における取組実施の背景	<p>地元の水産物を食べられる場所が少ないことや、地域の水産に関する情報不足が地域マリンビジョン検討会においても主要課題として挙げられており、販売促進の観点からも地域の顔が見える水産物の流通及び、地域の食との連携強化、水産関連情報の発信が求められている。</p>	
取組により期待する効果	<p>漁業への理解と認知度の向上、魚食普及による魚価の向上。</p>	
(2) 取組内容・実施体制（Do）		
取組内容、方法、手順、実施体制	<ul style="list-style-type: none"> 令和3年8月、室蘭漁業協同組合が公式ホームページを開設。室蘭の漁業やイベント等について情報発信 令和3年9月、室蘭漁業協同組合が公式ツイッターアカウント、フェイスブックアカウント、Instagramを相次いで開設。今捕れている魚や漁業の様子などを日々発信している 令和3年12月、室蘭漁業協同組合が公式ユーチューブアカウントを開設。室蘭で捕れる魚介類の食べ方を発信している 	
(3) 効果項目に対する評価（Check）		
効果目標の達成度評価	<ul style="list-style-type: none"> ツイッターに関しては積極的な情報発信とフォロワー数の多いアカウントとの絡み、プレゼントキャンペーンなどにより順調にフォロワー数を増やしており、効率的な情報発信に繋がっている 	
反省点	<ul style="list-style-type: none"> ユーチューブに関しては登録者数が現時点で約60人。調理方法を紹介する同じようなチャンネルは既に多数あることから、より多くの方に室蘭の水産物を知っていただくため、独自性や話題性など、今後どのように展開し登録者数を増やしていくかが課題。 	
(4) 取組の改善措置（Action）		
取組内容の改善点	<ul style="list-style-type: none"> インターネットは情報発信のツールとして手軽でタイムリーであるものの、パソコン・スマートフォンを使いこなせない方には情報が行き届かないため、新聞等の紙媒体も併せて活用することも必要と考える。 	
取組の実施に必要なもの	<ul style="list-style-type: none"> 定期的で新鮮な情報の発信の継続 	






【室蘭地域】

●オンラインショップでの加工品等の販売

(1) 水産業を核とした地域活性化の取り組み（地域の目指すべき姿）（Plan）		関連資料
<p>地域 MV における取組の位置付け</p> <p>【地域の目指す姿】 まちづくり推進構想—地域の顔がみえる食の提供 ・直売所や料理を通じた魚食の推進 【主な取組み】 漁協で計画する水産加工場での新たな特産品の開発、直売所での加工品、活魚等の販売、室蘭市の魚「クロソイ」などの販売を通じて、「室蘭産」の魚の知名度を高めていく。</p>	<p>取組場所</p> 	<p>【取組の様子】</p> <p>オンラインショップトップページ</p> 
<p>現状における取組実施の背景</p>	<p>室蘭漁協では平成 18 年に事務所併設の売店を開設し、サケの山漬けの販売が好評な状況にあるものの、水産加工への取組みによる特産品の開発並びに直売所の設置による水産物の販売への取組みが課題となっていた。</p>	
<p>取組により期待する効果</p>	<p>漁業への理解と認知度の向上、魚食普及による魚価の向上。</p>	
(2) 取組内容・実施体制（Do）		
<p>取組内容、方法、手順、実施体制</p>	<ul style="list-style-type: none"> 令和 3 年 8 月、室蘭漁業協同組合がオンラインショップを開設 これまで漁協事務所と道の駅でのみ販売していたサケの山漬けのほか、活毛ガニ、ボイル毛ガニ、ホッキガイ、秋サケをオンラインで販売 	<p>販売商品</p> 
(3) 効果項目に対する評価（Check）		
<p>効果目標の達成度評価</p>	<ul style="list-style-type: none"> 取組みが新聞報道されたことにより一定程度、漁業への理解と認知度の向上には寄与したものとする 	
<p>反省点</p>	<ul style="list-style-type: none"> 掲載した商品の販売状況が不振だった 漁協直売ということ考えると価格設定が高めだったため売り上げが伸びなかったものと思われる 販売システムの都合上、消費税・送料が別途かかる販売方法となっており、割高感があった 	
(4) 取組の改善措置（Action）		
<p>取組内容の改善点</p>	<ul style="list-style-type: none"> 取組みの周知が販売開始時の一度きりだったため、定期的な PR が必要と考える 漁協直売という強みを生かした価格設定が必要と考える 送料を代金に含めた販売方法の検討が必要と考える 	
<p>取組の実施に必要なもの</p>	<ul style="list-style-type: none"> 漁協が安価で直売を行うことによる市内鮮魚店からの苦言があるため、市内鮮魚店との関係性の構築が必要と考える 	

【室蘭地域】

●ホッキガイ等のドライブスルー販売

(1) 水産業を核とした地域活性化の取り組み（地域の目指すべき姿）（Plan）		関連資料
地域 MV における取組の位置付け	<p>【地域の目指す姿】</p> <p>まちづくり推進構想ー地域の顔がみえる食の提供</p> <ul style="list-style-type: none"> ・直売所や料理を通じた魚食の推進 <p>【主な取組み】</p> <p>漁協で計画する水産加工場での新たな特産品の開発、直売所での加工品、活魚等の販売、室蘭市の魚「クロソイ」などの販売を通じて、「室蘭産」の魚の知名度を高めていく。</p>	<p>取組場所</p> 
現状における取組実施の背景	<p>室蘭漁協では平成 18 年に事務所併設の売店を開設し、サケの山漬けの販売が好評な状況にあるものの、水産加工への取組みによる特産品の開発並びに直売所の設置による水産物の販売への取組みが課題となっていた。</p> <p>また、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、例年実施している漁港祭り「室蘭さかなの港町同窓会」が中止となり、年に一度の魚介類の直売会が実施できず、市民等に漁業と室蘭産魚介類を PR する場を失っていた</p>	<p>【取組の様子】</p> <p>ホッキガイを買い求める車の列</p> 
取組により期待する効果	<p>漁業への理解と認知度の向上、魚食普及による魚価の向上。</p>	
(2) 取組内容・実施体制 (Do)		
取組内容、方法、手順、実施体制	<ul style="list-style-type: none"> ・令和 3 年 10 月、ホッキガイの水揚げ港であるイタンキ漁港において、室蘭漁業協同組合ホッキ部会がホッキガイ、サラガイ、エゾバカガイの直売を実施 ・新型コロナウイルス感染拡大防止のため、ドライブスルー方式で販売 ・ホッキガイは 8 個入り 1,000 円、サラガイは 12 個入り 500 円、エゾバカガイは 15 個入り 500 円で販売 ・ホッキガイは 320 袋、サラガイは 204 袋、エゾバカガイは 184 袋を用意 ・漁業者(15 人)・漁協職員(4 人)が一体となり、車の誘導や貝の袋詰め、商品・代金の受け渡しなどを行った ・事前の告知は新聞、ホームページ、ツイッター、フェイスブック、インスタグラムで実施 ・当日の混み具合などはツイッターで発信 ・用意したホッキガイ等は販売開始から 1 時間程度で完売した 	<p>袋詰めや商品・代金の受け渡しを行う漁業者</p> 
(3) 効果項目に対する評価 (Check)		
効果目標の達成度評価	<ul style="list-style-type: none"> ・室蘭でホッキガイ・サラガイ・エゾバカガイが水揚げされることの認知度の向上に寄与したものとする ・漁港での販売実施により、漁業への理解と認知度の向上に寄与したものとする 	
反省点	<ul style="list-style-type: none"> ・販売数量は適切だったと思われる ・想像以上に車の列が長くなり、漁港からはみ出し住宅街に長蛇の列ができたため、車の整理方法に課題が残った 	
(4) 取組の改善措置 (Action)		
取組内容の改善点	<ul style="list-style-type: none"> ・一度に来場者が集中しないようする方法が考えられる 	
取組の実施に必要なもの	<ul style="list-style-type: none"> ・事前申込みによる来場時間の設定など 	

【室蘭地域】

●ホタテガイの直売

(1) 水産業を核とした地域活性化の取り組み（地域の目指すべき姿）（Plan）		関連資料
地域 MV における取組の位置付け	<p>【地域の目指す姿】 水産物流通・加工振興構想－販売戦略の構想 ・特産品、ブランド品の開発・販売</p> <p>【主な取組み】 室蘭産水産物の付加価値を高めた特産品の販売や新規の特産品、ブランド品目の開発に取り組んでいく</p>	<p>取組場所</p>  <p>【取組の様子】</p>
現状における取組実施の背景	<p>室蘭漁協では平成 18 年に事務所併設の売店を開設し、サケの山漬けの販売が好評な状況にあるものの、水産加工への取組みによる特産品の開発並びに直売所の設置による水産物の販売への取組みが課題となっていた。 また、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、例年実施している漁港祭り「室蘭さかなの港町同窓会」が中止となり、年に一度の魚介類の直売会が実施できず、市民等に漁業と室蘭産魚介類を PR する場を失っていた</p>	
取組により期待する効果	<p>漁業への理解と認知度の向上、魚食普及による魚価の向上。</p>	
(2) 取組内容・実施体制（Do）		
取組内容、方法、手順、実施体制	<ul style="list-style-type: none"> 令和 3 年 12 月、追直漁港内にある漁協敷地において、室蘭漁業協同組合がホタテガイとボイル毛ガニの直売会を実施 ホタテガイは 2 年貝 25 枚入りで 2,000 円。発泡スチロールに詰めた状態で販売。500 箱を用意した 別途貝剥き用のヘラと蓄冷材も販売。年末のお歳暮として、自身で蓄冷材を入れて郵便局等に持ち込めばそのまま発送できるよう工夫した ボイル毛ガニは 1 杯 5,000 円で 10 杯を用意 事前の告知は新聞、ホームページ、ツイッター、フェイスブック、インスタグラムで実施 当日は暴風による悪天候にもかかわらず、販売開始 2 時間前から並ぶ方もおり、販売開始時には 100 人程度が列を成していた ボイル毛ガニは販売開始から 10 分程度で完売 ホタテガイの販売数量は約 490 箱となり、わずかに売れ残った 	
(3) 効果項目に対する評価（Check）		
効果目標の達成度評価	<ul style="list-style-type: none"> 漁港での販売実施により、漁業への理解と認知度の向上に寄与したものとする 	
反省点	<ul style="list-style-type: none"> ボイル毛ガニの需要を過小評価していた 販売場所がわからず迷ったという声を複数いただいた 	
(4) 取組の改善措置（Action）		
取組内容の改善点	<ul style="list-style-type: none"> 年末の食卓を彩る食材として、また、お歳暮として需要のある魚介類の調査研究が必要と考える 販売場所の事前告知方法の検討が必要と考える 	
取組の実施に必要なもの	<ul style="list-style-type: none"> 室蘭産の毛ガニは 7 月・8 月が水揚げ時期。販売した毛ガニは、オンラインショップで活ガニとして蓄養し販売したものを、ボイルし冷凍したもの。今後も継続して販売することを考えると、より大規模な蓄養施設・冷凍施設が必要となる 	

【室蘭地域】

●浜のおかあさん料理教室

(1) 水産業を核とした地域活性化の取り組み（地域の目指すべき姿）（Plan）		関連資料
<p>地域 MV における取組の位置付け</p> <p>【地域の目指す姿】 まちづくり推進構想—地域の顔がみえる食の提供 ・直売所や料理を通じた魚食の推進 【主な取組み】 継続的に進めてきた漁協女性部による地元食材を使った料理教室の実施や料理レシピの提供などを継続し、室蘭の水産物及び水産業のPRを図っていく。このほか、小学校での地元食材を使った給食を継続的に実施していくなど、魚食や地産地消運動を推進していく。</p>	<p>取組場所</p> 	<p>【取組の様子】</p> <p>調理の様子</p> 
<p>現状における取組実施の背景</p>	<p>室蘭地域で陸揚される魚に関する認識の低さについてはマリビジョン取り組み当初より課題とされていた。そこで、「室蘭産」の魚とそれにかかわる人を軸とした話題づくりや情報発信に取り組み、室蘭産の魚、関わる人、地域住民の顔が見える・繋がる関係を構築するための取り組みを進めていくこととした。</p>	
<p>取組により期待する効果</p>	<p>水産物及び水産業への認知度と親しみを高め、消費や販路の拡大を図るとともに後継者の育成・確保を進める</p>	
(2) 取組内容・実施体制（Do）		
<p>取組内容、方法、手順、実施体制</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・例年地元の高校より漁協に対し地元食材を使った料理教室の実施について依頼あり。 ・漁協女性部が講師として高校に出向き料理教室を実施。 ・令和3年は高校生を対象に10月に2回開催 ・参加者数 生徒20名、教師2名 ・レシピ サケのアラ汁、サケとイクラの親子丼、サケのスティック春巻き ・新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から講師の数を減らすなど、感染予防対策を万全に講じた上での実施となった。 	
(3) 効果項目に対する評価（Check）		
<p>効果目標の達成度評価</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・室蘭の水産物を代表するサケを使用した料理教室を実施することで水産業への認知度と親しみが高まったと考える。 	
<p>反省点</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・特になし 	
(4) 取組の改善措置（Action）		
<p>取組内容の改善点</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・特になし 	
<p>取組の実施に必要なもの</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・特になし 	<p>サケのアラ汁、サケとイクラの親子丼、サケのスティック春巻き</p> 