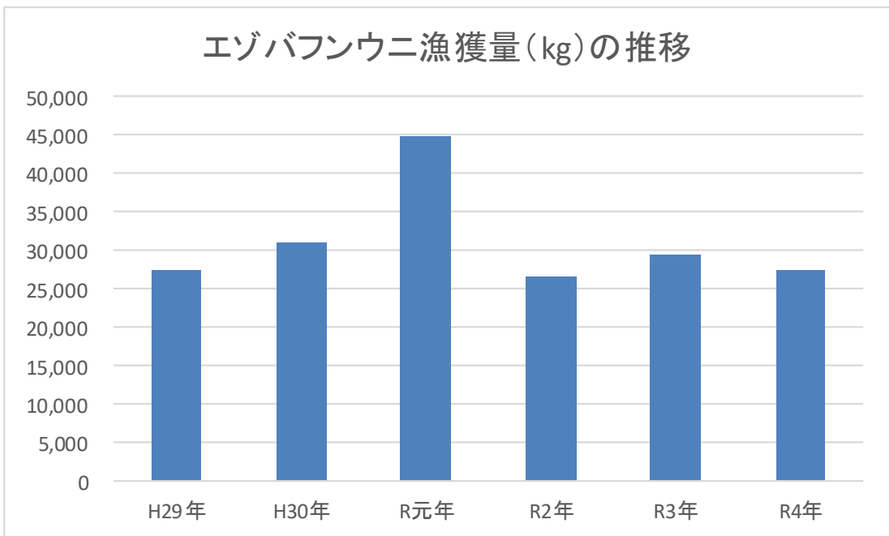
【室蘭地域】

地域マリンビジョン目標の達成に向けた取り組み

●エゾバフンウニ大型種苗放流（継続事業）

（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	【地域の目指す姿】 ①漁業振興構想－つくり育てる漁業の展開 ・種苗の中間育成・放流資源管理への取組 【主な取り組み】 エゾバフンウニの大型種苗を購入し、室蘭海域への放流を行っている。 取組場所 	【取組の様子】 **種苗放流の様子**
現状における取組実施の背景	「つくり育てる漁業」の柱のひとつとして、沿岸資源の増大を目的に、エゾバフンウニの種苗放流事業を継続実施。 従前は中間育成を行ったうえで放流していたが、令和 3 年度以降は種苗育成に係る業務省略のため中間育成放流を中止し、平成 29 年度から併せて実施している大型種苗（直径 20mm 以上）の直接放流のみを行っている。	
取組により期待する効果	資源量増大及び漁業者の所得向上。	
（2）取組内容・実施体制（Do）		
取組内容、方法、手順、実施体制	・令和 5 年 10 月 4 日に上磯群漁業協同組合からエゾバフンウニの大型種苗を 15 万 5,000 粒受け取り、株式会社 AS 物流の運搬用トラックで室蘭まで運んだ後、室蘭海域への放流を行った。 ・漁協職員(3 名)、市職員（1 名）が受け取りに立ち会い、漁業者とともに放流を行った。	
（3）効果項目に対する評価（Check）		
効果目標の達成度評価	・エゾバフンウニの資源量増大、安定的な水揚げの実施に寄与したものと考える。	
反省点	・毎年行っている事業であり、例年と同様に作業を円滑に進めることができたため、反省点は特にない。	
（4）取組の改善措置（Action）		
取組内容の改善点	・種苗購入数検討の段階で、現在の水産資源状況や海洋環境に合わせて、購入数を設定することが必要。	
取組の実施に必要なもの	・水揚量などをはじめとしたデータはもちろん、漁業者からの聞き取りなども含めた水産資源状況と海洋環境の把握。  	

●ほたてチリバーガーの開発・市内イベントでの販売（継続事業）

（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）		
地域MVにおける取組の位置付け	【地域の目指す姿】 ①水産物流通・加工振興構想－販売戦略の構築 ・特産品、ブランド品の開発・販売 ②まちづくり推進構想－地域の顔がみえるの食の提供 ・関わる人が見える水産関連情報の発信 ・ご当地グルメの開発 【主な取り組み】 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とともに、室蘭地域で陸揚げされる魚介類について市民周知を図り、認知度の向上に努める。	取組場所
現状における取組実施の背景	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、水産加工への取り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り組みは実施していない。	
取組により期待する効果	室蘭近海における漁業並びに室蘭産水産物への理解と認知度の向上、魚食普及による魚価の向上。	
（2）取組内容・実施体制（Do）		
取組内容、方法、手順、実施体制	・室蘭の特産品開発及び室蘭地域で水揚げされる水産物の知名度を向上させるため、室蘭産ホタテを活用して「ほたてチリバーガーを新規開発」し、市内イベントへ出店し、500円で販売した。 ・令和5年7月28日～30日　入江臨海公園特設会場にて開催された「むろらん港まつり」に出店し、420個売り上げた。 ・令和5年10月7日～8日　道の駅みたら横の特設会場にて開催された「FEELD GOOD SECOND MURORAN CAMP」に出店し、132個売り上げた。 ・イベントの当日は、漁協職員が調理及び販売を行った。 ・各イベントの告知はホームページ、ツイッター、フェイスブック、インスタグラムにより実施した。	
（3）効果項目に対する評価（Check）		
効果目標の達成度評価	・定期的なイベントへの出店により、ほたてチリバーガー及び室蘭産ホタテの魅力を周知することができ、室蘭産水産物の知名度向上に寄与したものと考える。 ・各イベントで準備した材料は適量で余すことなく消費することができ、大きな問題もなく各イベントで販売することができた。	
反省点	・昨年の出店経験から、作業の効率化や作業人数の削減に成功することができ、調理・販売を円滑に進めることができたため、反省点は特になかった。	
（4）取組の改善措置（Action）		
取組内容の改善点	・準備したホタテはすべて消費できたが、より多くの販売を目指した仕入れ数の見直しが必要。	
取組の実施に必要なもの	・イベントの規模や過去の売り上げを考慮した仕入れ数の検討。	

関連資料

【取組の様子】

ほたてチリバーガー

むろらん港まつり

FEELD GOOD SECOND MURORAN CAMP

●市外イベントへの出店（新規事業）

（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	【地域の目指す姿】 ①水産物流通・加工振興構想－販売戦略の構築 ・特産品、ブランド品の開発・販売 ・地域の水産情報の発信 【主な取り組み】 室蘭産水産物の販売・消費の促進並びに親しみの向上に取り組んでいくとともに、室蘭地域で陸揚げされる魚介類について市民周知を図り、認知度の向上に努める。	取組場所 	【取組の様子】 Sea級グルメ全国大会 in 沼津
現状における取組実施の背景	室蘭産ホタテを活用した「ほたてチリバーガー」を開発し、市内イベントにおいては販売を行っていたが、市外に向けた室蘭産水産物の知名度向上に係る取り組みはSNS等による情報発信が主であり、市外イベントへの出店等の直接的なPR活動が必要であった。		
取組により期待する効果	市外における室蘭産水産物の知名度向上、PR活動による消費拡大。		
（2）取組内容・実施体制（Do）			
取組内容、方法、手順、実施体制	・市外での室蘭産水産物の知名度を向上させるため、令和5年10月28日～29日にみなとオアシス沼津（沼津港）で開催された「Sea級グルメ全国大会 in 沼津」に出店し、室蘭産ホタテを活用した「ほたてチリバーガー」を500円で販売した。 ・みなとオアシス室蘭運営協議会会長・漁協職員(2名)・室蘭開発建設部職員（3名）・室蘭市副市長・市職員（2名）・地元高校生ボランティア（1名）の10名が一体となり、調理、販売、商品・代金の受け渡しなどを行い、2日間で2287個売り上げ、優秀賞（33団体中4～7位が該当）を受賞した。 ・イベントの告知はホームページ、ツイッター、フェイスブック、インスタグラムにより実施した。		
（3）効果項目に対する評価（Check）			
効果目標の達成度評価	・ほたてチリバーガー及び室蘭産ホタテの魅力を市外へ周知することができ、室蘭産水産物の知名度向上に寄与したものと考える。 ・準備した材料は適量で、余すことなく消費することができ、大きな問題もなく販売することができた。		
反省点	・想定販売数を大きく超えるほど盛況であり、優秀賞（33団体中4～7位が該当）を受賞することできたため、大きな反省点はない。		
（4）取組の改善措置（Action）			
取組内容の改善点	・想定販売数を大きく超えるほど盛況であったため、十分な休憩時間がとれなかったこと。 また、他店舗の商品や取り組みを見ることができず、今後の活動の参考にできなかったこと。		
取組の実施に必要なもの	・人員増加と作業のさらなる効率化。		

●浜のかあさんお料理教室（継続事業）

（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	【地域の目指す姿】 ①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 【主な取り組み】 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するなど、魚食や地産地消運動を推進していく。 取組場所 	【取組の様子】 **調理の様子** **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**
現状における取組実施の背景	室蘭地域で陸揚げされる魚に関する認識の低さについては、マリンビジョンでの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関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継続的に進めていくこととした。	
取組により期待する効果	室蘭近海における漁業並びに室蘭産水産物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。	
（2）取組内容・実施体制（Do）		
取組内容、方法、手順、実施体制	・例年、地元の高校から漁協に対し、地元食材を使った料理教室の実施について依頼があり、漁協女性部が講師として高校に出向き、料理教室を実施している。 ・令和 5 年は、北海道室蘭東翔高等学校の 3 年生と 2 年生を対象に、それぞれ令和 5 年 10 月 6 日、11 日に開催した。 ・3 年生は生徒 10 名、2 年生は生徒 16 名、教師は各 2 名ずつ参加し、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をつくった。	
（3）効果項目に対する評価（Check）		
効果目標の達成度評価	・室蘭産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。	
反省点	・漁期の関係から、毎年一定の時季でしか実施できない。	
（4）取組の改善措置（Action）		
取組内容の改善点	・例年、同様のレシピで実施しているため、レシピの多様化を検討したい。	
取組の実施に必要なもの	・新規レシピ考案及び、サケ以外の室蘭産水産物での実施を検討する。	

●オオズワイガニの直売会（新規事業）

（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	【地域の目指す姿】 ①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 【主な取り組み】 漁協で計画する直売所での活魚等の販売などを通じて、室蘭産の水産物の知名度を高めていく。 取組場所 	【取組の様子】 **イベントの様子**
現状における取組実施の背景	令和５年に大量発生したオオズワイガニは、本市カニかご漁にも影響を及ぼしており、オオズワイガニがカニかごに大量に入るため毛ガニが入らないという問題が発生していた。一方で、味はよいとされているので、直売会を実施することによってオオズワイガニの魅力が周知され、単価向上につながっていく可能性を考慮し、室蘭漁協は直売会を開催した。	
取組により期待する効果	室蘭近海における漁業並びに室蘭産水産物への理解と認知度の向上、魚食普及による魚価の向上。	
（2）取組内容・実施体制（Do）		
取組内容、方法、手順、実施体制	・室蘭産水産物の認知度向上のため、追直漁港内にある漁協敷地において、令和５年７月１日に室蘭漁業協同組合がオオズワイガニの直売会を行った。 ・オオズワイガニは１杯 200 円で販売し、約 5,000 杯が用意されていたが、１時間程度で完売した。 ・当日は販売開始の３時間前から並ぶ方もおり、販売開始前から 300 人以上が列を作った。 ・漁業者(１名)・漁協職員(６名)・市職員（４名）が一体となり、車の誘導や商品・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、インスタグラムにより実施。	
（3）効果項目に対する評価（Check）		
効果目標の達成度評価	・室蘭でおいしいオオズワイガニが水揚げされることが認知され、室蘭産水産物の認知度向上に寄与したものと考える。 ・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考える。	
反省点	・１人当たりの購入数に制限を設けなかったため、購入できない方が多数発生した。	
（4）取組の改善措置（Action）		
取組内容の改善点	・購入できない方々を極力少なくするため、仕入れ数の見直しや購入制限の検討が必要。	
取組の実施に必要なもの	・来年以降もオオズワイガニが大量の漁獲され、直売会を開催することになれば、今直売会の実績を参考に取り組むこととしたい。	