

(3) 「富山のさかな」のブランド化と販路拡大

ア 「富山のさかな」の県内外へのPR活動の推進

〔展開の方向〕

全国的に向上してきている「富山のさかな」全体に対する知名度をさらに高めるため、富山湾の良好で豊かな自然・漁場環境を背景とする本県漁業の特徴を最大限に活かして、県内外へのPR活動を強力に推進するとともに、「富山のさかな」を目当てとした観光客の受入れを促進します。

○ 「富山のさかな」のキャンペーンの充実

① 「うまさ一番 富山のさかなキャンペーン」協力店における、のぼり・タペストリーの掲示により、県産魚のイメージアップと消費促進を図ります。また、大衆魚を含む「富山のさかな」全体の美味しさを再認識してもらい、その消費拡大につながるよう、同キャンペーンサイト内において、魚をテーマにしたイベント、旬の魚やレシピに関する情報を提供するなど、継続的な取組みを進めます。

② 「うまさ一番 富山のさかなキャンペーン」や首都圏における『「富山のさかな」おもてなしフェア』などにより、本県漁業の優位性（富山湾の豊かな自然、漁場の近さによる高鮮度、伝統ある定置網等のサステイナブルな営み、資源管理に努めながら良質な水産物を供給する漁師の姿など）を最大限に活かし、その良さがしっかりと伝わる形で「富山のさかな」全体のイメージアップを図ります。

③ メディアのアンケート調査では、「富山のさかな」は比較的高い年齢層から支持されていることから、より若い年齢層をターゲットに、SNS等による情報発信も活用してPRを強化し、ファン層の拡大を図ります。

④ 情報発信力のある有名料理人等に生産現場を含めて「富山のさかな」を実感してもらうことや、県内の漁師と料理人をHPで紹介することなどにより、「富山のさかな」の魅力の一層の発信に努めます。



平成31年2月「富山のさかな」おもてなしフェア

○ 「富山のさかな」を目当てとする誘客促進

⑤ 東京アンテナショップの活用や、首都圏でのフェアの開催、各地のイベント等への積極的な参加により、「富山のさかな」のPR活動を推進します。

⑥ 観光との連携や、「とやま食の街道」、「越中料理」、「富山湾鮭」など食のブランド化の取組みと一体となって、食文化を一層磨きあげ、地域の魅力を高めます。

⑦ 漁港周辺のさかなに関する観光ガイド本を県外のイベント等において配布することにより、付近の観光名所や特産品と組み合わせてアピールするなど、漁港地域全体の魅力を発信し、県外からも「富山のさかな」を目当てとした観光客の受け入れを促し、高い評価に結び付けて一層のブランド価値の強化を図ります。

コラム⑨ 富山のさかなが美味しい理由

富山湾で獲れる魚は、メディアのアンケート調査で上位になるほど美味しいと評価されてきていますが、その理由をご紹介します。

①鮮度が飛びぬけてよいこと

富山湾は大陸棚がせまく、深い海が海岸の近くまでせまっているのが特徴です。そのため、定置網の漁場はほとんどが漁港から約4 km、20分程度と近く、また、深い水深に生息するシロエビ、アマエビ、ベニズワイガニなどの水産物の漁場も近いため、短時間で水揚げでき鮮度抜群です。

②食事がいいこと

富山湾は、温暖な対馬海流と年間を通じて水温1～2度の冷たい海洋深層水が層をなしています。そこには魚の餌となるプランクトンが豊富に存在し、おいしい魚が育ちます。

③水がいいこと

富山湾には、大小の河川と北アルプス・立山連峰からの伏流水が1年中、注ぎ込みます。この水で新鮮な酸素と栄養が補給され、魚たちにとっていつも快適な環境となっています。

④住まいがいいこと

富山湾は大陸棚が狭く、1,000mを超える海底谷が海岸近くまで迫っています。藍瓶（あいがめ）と呼ばれる16もの海底谷があり、魚たちの格好の住まいになっています。

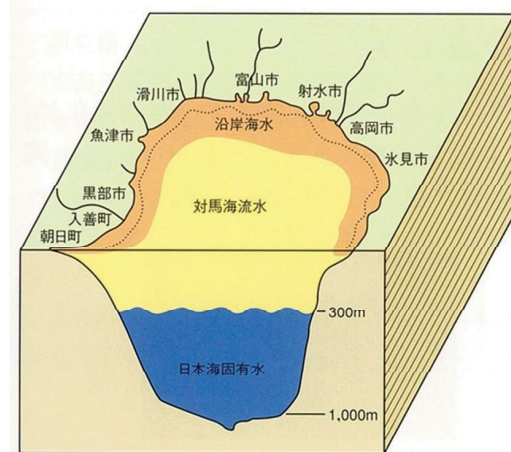
⑤しつげがいいこと

富山湾にやってくる魚たちは、日本海の複雑な潮流、激しい波浪を乗り越えてきています。そのため、適度に鍛えられ、身が引き締まり、ほどよく脂がのっています。

⑥技術がいいこと

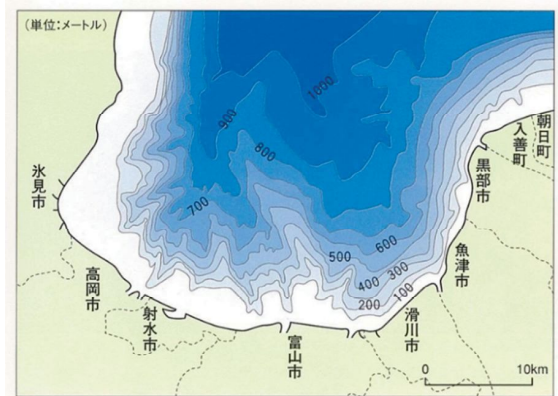
船上において、獲ってすぐに氷水に入れる「沖締め」という技法などにより鮮度を保ちます。常に最高の状態で市場に出荷しています。

＜富山湾の海水構造図＞



【富山県おさかな普及協議会提供】

＜富山湾の海底地形＞



【富山県おさかな普及協議会提供】

イ 「富山のさかな」の海外向け情報発信

[展開の方向]

国内の水産物市場が縮小する一方で、世界の水産物市場はアジアを中心に拡大していることから、「世界で最も美しい湾クラブ」富山県総会の開催や東京オリンピック・パラリンピック等も活かして、水産物の輸出やインバウンド消費の拡大を目的とした「富山のさかな」の海外向け情報発信に取り組みます。

○ 輸出やインバウンド消費の拡大を目的とした海外向け情報発信

- ① 「うまさ一番 富山のさかなキャンペーン」サイトや富山のさかなを紹介するリーフレットの英語・中国語（繁体字）・中国語（簡体字）版を制作し、海外に「富山のさかな」の魅力を発信します。
- ② 海外における日本食人気や、水産物の優れた栄養特性に対する評価の高まりから、世界的に水産物の需要が増大している状況に鑑み、漁業団体や流通・加工業者が行う、販路拡大の取組みやHACCPの考え方を取り入れた衛生管理体制の整備を支援するなど、県産水産物・水産加工品の輸出を促進します。
- ③ アジアのバイヤーを本県に招聘しての県内事業者との商談会の開催や、海外での食品見本市への出展支援等など、販路開拓機会の創出に取り組みます。

コラム⑩ 資源の持続性に配慮した水産エコラベル認証

地球環境問題の解決に向けて、2015年9月の国連総会において「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択され、その中に「持続可能な開発目標（SDGs）」として、17のゴールが設定されました。SDGsの14番目には「持続可能な開発のために海洋・海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する」ことが記されています。

世界の漁業・養殖生産量は増加し続けており、水産資源の多くは満限あるいはそれ以上に利用されていることから、資源を適切に管理していくことが求められています。こうした中、生態系や資源の持続性に配慮して生産されたものであることを示す「水産エコラベル認証」を取得・活用する動きが、欧米を中心として、世界に広がりつつあります。

世界には多数の水産エコラベルが存在しますが、日本国内における主な認証は、一般社団法人マリン・エコラベル・ジャパン協議会によるMEL認証と、イギリスに本部を置く海洋管理協議会によるMSC認証の2つが存在し、日本国内における認証数は、MEL認証が48漁業（平成31年3月時点）、MSC認証が6漁業（平成31年3月時点）となっています。大手スーパー等では、エコラベル認証を受けた魚、すなわち「サステナブルシーフード」に関する調達方針を打ち出して販売が推進され、一部の会社の社員食堂でも「サステナブルシーフード」が導入されています。

ウ 「富山のさかな」の一層のブランド化の推進

〔展開の方向〕

本県を代表する水産物のブリ、ホタルイカ、シロエビ、高志の紅ガニ（県産紅ズワイガニ）の一層のブランド化（高付加価値化）を推進するとともに、各浜発のブランド魚の育成を支援します。

○ ブランド化・高付加価値化の一層の推進

① 新たなブランド魚としてブランド化を推進している「高志の紅ガニ」（県産紅ズワイガニ）について、本県を代表する水産物のブリ、ホタルイカ、シロエビとともに、県外・県内での知名度や評価向上を図ります。

② 資源の持続性に配慮した商品であることを示す水産エコラベル認証については、国内外で設立された複数の認証スキームが存在することから、各認証の特徴について情報収集し、漁業関係者への周知に努めるとともに、その認証取得について、本県漁業の実情も踏まえ、漁業関係者と協議、検討を進めます。

【富山のさかな】（平成8年10月選定）



「富山湾の神秘 ホタルイカ」



「富山湾の王者 ブリ」



「富山湾の宝石 シロエビ」

※富山県産「紅ズワイガニ」のブランド化



「富山湾の朝陽 高志の紅ガニ」

- キャッチコピー 富山湾の朝陽
- 全体の名称 「高志の紅ガニ」
- トップブランド 「極上 高志の紅ガニ」



<県産紅ズワイガニの特徴>

- ・漁場が近く、水揚げまでの時間が短いため鮮度が良い。
- ・県産紅ズワイガニはズワイガニよりも早く漁期が始まり、旬を先取り。

<トップブランド『極上 高志の紅ガニ』の規格（タグ付け出荷）>

産地	県内の漁港で水揚げされたものであること
大きさ	甲幅 140mm 以上
重さ	概ね 1,000g 以上
その他	すべての脚がついていること 堅ガニ(身入りがよいもの)であること

○ ブランドの育成支援

- ① 各漁協がそれぞれの地域の漁業の優位性を最大限に活かした、新たなブランドとなる魚種の発掘や育成、販路拡大など消費拡大に向けたPRを支援します。
- ② 各漁協において既にトップブランドとなっている魚種や、県漁連が選定した「プライドフィッシュ」など、一定の評価を得ているブランド魚について、「地域団体商標」の登録や「富山県推奨とやまブランド」の認定など、地域を代表するブランドとなるよう、さらにその良さをブラッシュアップします。

※富山県漁業協同組合連合会「プライドフィッシュ」

春	ホタルイカ、スルメイカ、マイワシ
夏	シロエビ、バイ貝、イワガキ
秋	紅ズワイガニ（高志の紅ガニ）、カマス、フクラギ
冬	ブリ、ゲンゲ、ウマヅラハギ



魚津寒ハギ



入善深層水あわび



神通鮎

エ 魚食普及の推進

[展開の方向]

おさかな給食の普及などに努め、県産水産物の地産地消の拡大を図るとともに、富山ならではの魚食文化を守り発展させます。

○ 地産地消、魚食普及の推進

① 県産魚の学校給食への提供を支援し、児童生徒が魚食に親しむ機会を提供するとともに、ふるさと富山湾に関する副読本を配布（小学校5年生）し、富山湾で獲れる魚や水産物の仕組みなどの理解を深めます。



おさかな料理セミナー

② 公民館や地区センター等における一般消費者を対象とした料理教室の開催や、高校生・短大生を対象とした、お

さかな料理セミナーの開催を支援し、魚に関する知識、和食を基本とする富山の伝統的な料理、さばき方、料理方法の普及を促進します。また、料理教室等の参加者への食に関するアンケート調査などにより、魚離れの実態と要因の把握に努め、魚食普及の推進に活用します。

③ 水産物に多く含まれるDHAやEPA等の栄養素の重要性、栄養のバランスに関する情報を提供するなど、健康をキーとした水産物に関する情報発信やPRを進めます。

オ 民間に期待される役割

[展開の方向]

「富山のさかな」のブランド化を推進するためには、漁業者をはじめ、漁業団体、流通関係者、大口需要者物販、飲食、旅館等）、県内消費者などの関係者が、それぞれの役割を果たし、連携・協力を進めていくことが期待されます。

○ 漁業者

① 「富山のさかな」のブランド化を支えるのは自分たちであるという自覚をもって、品質管理・衛生管理に積極的に取り組むことが期待されます。

○ 漁業団体

② 漁協や県漁連は、民間の知恵と創意工夫を活かし、自ら積極的に事業主体となり、販路拡大や県内外へのPR、魚食普及等に取り組む必要があります。

③ それぞれの地域の漁業の優位性を最大限に活かした新たなブランドとなる魚種の発掘や育成のほか、それらの魚種の販路拡大に取り組むことが期待されます。

○ 流通関係者

④ 生産者が品質管理にかけたコスト相応の収入が得られるよう魚の価値を評価するとともに、富山湾で獲れた新鮮な魚を安全確実に消費者に届けることが求められます。

⑤ ブランド価値を維持向上させるため、食品表示法等の関係法令を守り、品質の良さを取引先や消費者にアピールすることが求められます。



産地市場の様子

○ 大口需要者（物販、飲食、旅館等）

⑥ 「富山のさかな」ファンの拡大のため、可能な限り富山湾の魚を使用することが期待されます。

⑦ 観光客が求める情報を積極的に提供するなど、ホスピタリティの向上に努めることが期待されます。

○ 県内消費者

⑧ 富山湾で獲れた魚が、新鮮でおいしいことを理解し、「富山のさかな」を進んで購入するとともに、家庭の味として親しんでいくことが期待されます。

⑨ 富山の伝統の味となっている、昆布じめ、塩干物、いかの黒作り、ます寿し、かぶら寿しなど、漁獲される多様な魚種をおいしく食べる富山ならではの食文化を理解し継承していくことが期待されます。

⑩ 「富山のさかな」を県外の方々に自慢するなど、「富山のさかな」の良さがクチコミや情報発信ツールであるSNSなどを活用して、広く県外に伝わることを期待されます。