

## 「売りたい・食べたいとっりの魚発信事業」の実施内容について

令和4年5月11日  
水産振興課

昨年12月に実施した「鳥取県の魚アンケート」（回答者418名）によれば、魚の購入先の82.5%がスーパーであった。

そこで、鳥取県産水産物の販売促進、消費拡大企画を検討するために、3月～4月にスーパーや百貨店バイヤーから意見を聴取した。

【意見の概要・詳細別紙のとおり・】

バイヤーからは県産魚は「鮮度」が魅力であり、消費者に対し「季節感」や「旬」（バイヤーはおいしい時期というよりは水揚げの多い時期として言葉を使用）、をアピールできる。加えて、行政から時期にあった「食べ方」や水揚げカレンダーなど統一した情報発信があれば売りやすいとの意見があった。

※ 水産物の場合、大量に漁獲できる時期とおいしい時期としての「旬」が必ずしも一致しない（例：マグロの旬は脂ののった冬だが境港では夏に水揚げされる）ため、鳥取で水揚げされる魚の時期に合わせた販売戦略が重要。

### 1 実施内容

県民に食べてほしい「春夏秋冬ごとのおすすめ魚」を「四季の県魚」として選定し、重点的にPRし認知度や売り上げの向上につなげる。

具体的な施策は令和4年度当初で予算化した以下の3つの事業やスーパーマーケット等へ配布する販売促進ツールを作成等により展開

- (1) 境港高度衛生管理型市場の主要施設（2号上屋）の完成に併せた県内外のイベントの実施
  - ・料理教室、食育セミナー、家事シェアセミナーと連携した料理教室など
- (2) 主に県内における「まるごと境港市場（仮）」の実施
  - ・ウイングトラック（4t車程度）の荷台を利用した新境港水産市場のPR動画放映やシャーベツトアイス体験等を通し、境港を身近に感じてもらう企画を展開
- (3) 県漁協が行う「東京路線の高速バス」による貨客混載出荷を活用した県産魚のPR
  - ・秋冬の猛者エビ、松葉ガニなど

### 2 企画の具体的な内容

#### (1) 魚種選定 「四季の県魚」

① 県内の量販店、直売所等鮮魚販売に携わる方々（パート、アルバイト含む）、仲買事業者にプロの視点で県民に食べてほしい県産魚を季節毎に提案（Webを中心に投票を実施）いただく。お勧めの食べ方、レシピについてもお示しいただく。

⇒ 家庭での消費を促すことを主目的とするため、飲食店の料理人は対象外とする。

② 提案結果をもとに季節（春夏秋冬のイメージ）ごとの県魚を検討

※ 提案されたおすすめのおすすめの食べ方については、簡単に家庭で調理できるものを中心に調理（水産振興局・県漁協職員で調理・撮影）動画を作成。（既存動画改修も含む。）

#### (2) 選定後の取り組み（「まるごと境港市場（仮）」、貨客混載出荷、県内スーパーでの展開など）

① 量販店向け県産魚販促グッズ（ポスター、ポップ、商品貼付用シール等）の制作、配布。

② 消費者に季節を意識させるカレンダーの制作、配布。

※近年、経費削減のため企業がカレンダーの配布を控えていることから、季節の魚と捌き方、豆知識+魚食動画のQRコードを盛り込んだカレンダーを作成。販促に利用していただく。

※カレンダー、ポスター類は、紙にこだわらず、県HPからのダウンロードも併用する等自由度の高いものとする。（データでほしいとのスーパーからの声を反映）

③ 核家族化や時短調理ブーム等消費者の買い方の変化に対応するための新しい売り方へ支援。

⇒店内で魚を捌くサービスの多くは夕方終了するが、本当にニーズがあるのはその後と考える。また、家に帰れば油で揚げるだけでよいところまで調理するサービスや県産野菜とのセット販売等について試行的に協力していただける量販店に委託し、その成果を県内に普及する。

- ④ 令和2年から水産振興課で製作している魚食普及動画の改修や新規動画の作成  
 ⇒既に公開している動画（水産振興局・県漁協職員で調理・撮影）は長い（長いものは5分程度）ため、短く編集しナレーションも入れるなど工夫する。  
 ⇒令和3年度に採用された水産技師3名の他、20代の若手水産技師が増えていることから、彼らの仕事ぶりの紹介もはさみながら、親しみやすい動画を制作する。

(3) 市場開拓局事業との連携

- ① **もっと地産地消推進月間**（10月ごろ…中心は農産物や加工品）に併せて、鮮魚売り場で四季の県魚販売促進を行う。  
 ⇒野菜と組み合わせたレシピ提供など。  
 ② 社会的ニーズに対応した地産地消サブスク×宅配実証事業  
 ⇒漁協にも声掛けを行う

3 事業実施スケジュール（主なもの）

時期	区 分	各種イベント
R4. 5-6月	県内の鮮魚販売者等の投票ののち、県産魚PR推進協議会で「四季の県魚」の選定・決定	
7月	販売グッズ作成	
8月	県産魚PR本格実施  量販店での県産魚フェア／魚食動画配信／魚カレンダー配布・PR／食べ方、売り方チャレンジ支援	境港2号上屋オープン
9月		まるごと境港市場(仮)テーマ:ベニガニ
10月		まるごと境港市場(仮)テーマ:旋網 もっと地産地消推進月間との連携
11月		首都圏への貨客混載 松葉ガニ等
R5. 1月		首都圏への貨客混載 モシビ等

## 鳥取県産水産物の販売等に関する聞き取り調査まとめ

令和4年4月12日 水産振興局水産振興課

### 1 調査の目的

令和4年度の新事業「売りたい・食べたいとつとりの魚発信事業」の企画立案を進める中で、昨年12月に実施した「鳥取県の魚アンケート」（回答者418名）において、魚の購入先として全体の82.5%がスーパーと回答していることを受け、鳥取県産水産物の販売促進、消費拡大につながる企画とすることを目的として、県内量販店（スーパー等）から意見聴取を行った。

### 2 調査概要

- (1) 調査期間：令和4年3月～4月
- (2) 調査対象：県内量販店（9社）の鮮魚担当者 等  
イオン、サンマート、エスマート、東宝ストア、トスク、ザ・ビッグ、業務スーパー、鳥取大丸 他
- (3) 調査内容：県産水産物の取扱状況、販売上の課題、販売促進につながる行政施策 等

### 3 主な調査結果

質問事項	主な回答
販売額の大きい県産水産物として挙げられたもの	松葉ガニ、親ガニ、白イカ、アカガレイ、ハタハタ、イワガキ、サバ、アジ、ブリ（ハマチ）、マグロ、サーモン、エテガレイ 他
もっとPRすべきと考える県産水産物について	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特定の魚種というのではないが、<u>全般的に「季節感」（水揚げの多い時期）や「旬」（一番おいしい時期）を打ち出してアピールした方が売りやすい</u>（例：浜田市の「どんちっち」）</li> <li>・<u>ブランド化の取り組みが小規模かつ継続していない（墨なし白いか、墨止め甲いか等）。</u></li> <li>・大衆魚はブランド化により価格が上がるのは困る、売りにくい</li> <li>・イワガキ（夏輝）、トビウオ（アゴ）、ベランスガレイ、モサエビをPRすべき。</li> </ul>
県産水産物を取り扱う上でのメリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・<u>地物を取り扱うことは鮮度感を打ち出せるなどメリットしかない</u></li> <li>・<u>「地元」という点でニーズがある</u></li> <li>・朝獲れの鮮度の良い水産物を仕入れることができる</li> </ul>
県産水産物を取り扱う上でのデメリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特にないが、数量、魚種をもっと揃えてほしいという声はある</li> <li>・漁師減、水揚量減、魚種減で単価が高くなっており、販売しにくい。</li> <li>・時化が続くと売り場を埋められず困る。</li> <li>・<u>鳥取県の水揚げ最盛期であるが、時期的に脂の乗りが悪く、味が美味しいという意味での「旬」だけで押すと扱いづらい魚種がある。</u> <u>（例：アジなど）</u></li> <li>→<u>水揚量などによる売りたい時期・季節での切り口が良いのではない</u> <u>か。旬からはずれるが、その時期の状態でおいしい食べ方の提案が必要</u></li> </ul>
県産水産物を取り扱う上での課題等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県産魚は価格が高いし、乱高下が激しい→高いと売る気にもならない</li> <li>・漁業者は単価が高いものばかり狙って獲っている→売る魚種が減っている</li> <li>・箱の量目を減らしてほしい（高くなるなら不要だが） →小型店舗だと5kg箱だと大きく、鮮度面で取り扱いにくい。 ※希望3kg箱</li> <li>・<u>消費者の魚離れが顕著</u> →<u>核家族化、共働き、調理時間が短い等により、買い方が変化</u></li> </ul>
販売促進につながると思う行政の施策等について	<ul style="list-style-type: none"> <li>・鳥取の魚を売るため、<u>例えば沖底で取れる時期</u>に訴求した販促企画（ハタハタ等）</li> <li>・<u>魚種ごとの情報や漁獲カレンダーのようなものを発信し、消費者に対して商品の多い時期に合わせて販売促進企画を展開し、購買意欲を促す取り組みが良いのでは。季節毎や一品毎のポスターをデータで頂けたら店側で工夫</u></li> </ul>

	<p><u>できる。</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>調理メニューや捌き方等の動画 (youtube) や販促グッズ等の活用 →「<u>季節・四季折々</u>」の県産水産物の売り場に掲げるポスターやPOP (県内共通のものが良い)</li> <li><u>地元の方向けの売り場での調理法動画配信やレシピ配布等</u> <u>※お客様の声の70～80%は調理に関する要望</u> ※簡単・時短調理法やQRコードの活用を考えてはどうか。</li> <li>魚食普及に向けた捌き方講習等を実施 →地道な草の根運動だが、体験学習を通じた気付きを与えることが重要であり、魚食の持続性につながる</li> <li><u>コロナ禍が終息した時のキャンペーンに合わせた、県産水産物のキャンペーンを実施してみてもどうか。</u></li> <li>マスメディアの活用、『県知事』『BIG BOSS』に取り上げて頂く？情報発信！</li> </ul>
YouTube 動画について	<p>○動画について「知っていた」3票、「知らなかった」6票</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>もっと広く周知する方法を考えてほしい</li> <li><u>長くても1分30秒の動画が良い (消費者は長く見ない)</u> →<u>現在の動画の長さは、3分30秒～5分</u></li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>「まるごと境港市場」のような<u>ウィングトラックでのイベント開催なら旗艦店舗が適当</u></li> <li>その際、売り場づくり、撤去の他、保健所のハードルが高いため、販売は店内が適当</li> <li>丸魚は売れない (県中部)</li> <li>魚を捌くサービスが好評であるが、鮮魚コーナーは人手不足</li> <li>丸魚が売れる。全国的にも珍しい。(県東部)</li> </ul>