

うべ産水産物プロモーションに関するアンケート調査結果

- **調査目的** うべ産水産物のプロモーションについて、各関係者の意向を確認するため、アンケート調査を実施したもの
- **調査対象** うべ産水産物官民連携プラットフォーム会員
- **調査期間** 令和4年8月5日から令和4年10月3日まで
- **回答方法** アンケート調査票又はヒアリングによる回答
- **回答数** 12名/12名（回答率100%）

プロモーションの対象とする魚種について（複数回答可）

プロモーションの対象魚種については、小エビ類が6票で最も多く、次いでハモ、チヌ、レンチョウ、コチ（コチ・メゴチ）が5票、ケンブツジャコ、サワラ、貝類が3票、イカが2票、クルマエビ、マダイが1票となっている。各会員からの意見等は次のとおり。

	意見等
関係団体 A・生産者 A	<ul style="list-style-type: none"> ● 通年では小エビ類（ブトエビ、アカエビ）、レンチョウ ● 春のイカ、夏の天然クルマエビ
関係団体 B	<ul style="list-style-type: none"> ● 魚種が多いので対象を絞るのが難しい。 ● 季節が外れると商品が揃わない。 ● ケンブツジャコ、メゴチ、ブトエビ。ケンブツジャコは夏場に安くなる。認知度が高くなると、漁業者の所得向上になると思う。 ● チヌは通年で獲られており、意外に見逃されている。時期的には、秋から春までが良く、春は味が落ちる。 ● マダイは回遊しているので、7月から9月までに限定される。漁獲量は安定していない。価格はマダイと同等又はそれ以上 ● ワタリガニは宇部で獲れているが、全体的に漁獲量が少ない。宇部で消費するには、価格が高すぎる。 ● 宇部の人買いやすくて、常時獲れるものが良いのではないか。 ● 日陰の魚を世に出していくという考えで良いのではないか。 ● 価格が高いものは難しいと思うので、安いもので良いと思う。
関係団体 C	<ul style="list-style-type: none"> ● 魚種を一つに絞るのは難しい。魚種を特定しない方が良い。 ● 雑魚（ケンブツジャコ、メゴチ、ブトエビ、アカエビ）が良いのではないか。 ● 冬場のチヌは美味しいが、自店でチヌを使ったことがない。
関係団体 D	<ul style="list-style-type: none"> ● シェフによると、チヌは皮が固く、臭いので、使いにくい。チヌのイメージ

	意見等
	<p>を変えていくと、おもしろいかもしれない。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 一般の人でも食べられるものが長続きするのではないか。
関係団体 E	<ul style="list-style-type: none"> ● レンチョウ、白ミル ● 魚種については、漁業者の意向（困っている、利益が上がるなど）を反映・尊重できれば。県内で1番など、何かしら理由が付けられると良い。料理として提供するときの価格等も検討
生産者 B	<ul style="list-style-type: none"> ● マダイ、ハモ、サワラ、レンチョウ。いずれも漁獲量が多く、価格が安いので、消費を増やして価格の向上に繋げたい。 ● 3月～5月はマダイ、6月～10月はハモ、10月中旬～12月中旬はサワラ、12月～3月はレンチョウ
生産者 C	<ul style="list-style-type: none"> ● チヌ、ハモ、サワラ、レンチョウ ● チヌは2月と8月が美味しい。チヌを獲る人は限られているが、価格が上がると、増えるかもしれない。 ● ハモとサワラは、獲る人が多い。ハモは、全国的に獲れるときに価格が安くなるので、そのときに宇部で売れると良い。盆を過ぎると、価格が10分の1程度に暴落する。サワラは、宇部で獲れる時期が早く、11月が美味しい。
生産者 D	<ul style="list-style-type: none"> ● 夏のコチ、冬のチヌ ● 梅雨から夏まではコチの活かしこみ。コチは宇部のブランドで、フグにも負けない。宇部のコチは、東京でブランドになっている。価格が全然違う。 ● コチは地域差がある。東京では高級魚。今はコチよりもレンチョウの方が高くなっている。コチは外道になっているので価格が安い。コチの価値が認められていない。 ● 昔、チヌはマダイ以上の価格で取引されていた。グループで水槽を設置して、活かさないとダメ。冬場は身が引き締まっている。 ● コチとチヌの価格が下がっているので、価格を上げていくことが良いのではないか。コチとチヌのイメージが変わると良い。本来の価値が付いていない。 ● 活きで売れる魚は、活かしこみでないとダメ。活き締めにしたなら、身にストレスがないので、柔らかくて美味しい。
生産者 E	<ul style="list-style-type: none"> ● 夏のハモ、冬の貝類（赤貝、トリ貝、タイラギ） ● 通年では小エビ類（ブトエビ、アカエビ） ● ハモの時期が早いのが強み。ハモ1本で良い。 ● 貝類は1月から3月まで、身が引き締まって美味しい。赤貝、トリ貝は漁業者以外の認知度が低い。 ● 簡単に食べられるものが良い。
宇部市 A	<ul style="list-style-type: none"> ● ハモ <p>首都圏・関西圏で高級魚と言われるハモは、宇部市においては漁獲量も多く、鮮度の良いハモが骨切り加工して出荷され、飲食店で提供されるだけ</p>

	意見等
	<p>でなく、スーパーや鮮魚店でも気軽に購入して食べられている。宇部のハモは安くて美味しいということをもっとPRすると良いと思う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 小魚・小エビ類 レンチョウ、ケンプツジャコ、メゴチなど、瀬戸内の小魚として特徴的な魚種がある。また、季節によって異なる小エビ類（アカエビ、フトエビ、シラサエビ等）が豊富に獲れる。出張者や観光客などに、ご当地の特徴的な食やその美味しさをPRするのに良いと思う。
宇部市 B	<ul style="list-style-type: none"> ● イカ、コチ、ハモ、サワラ、白ミル、小エビ類、チヌ ● 春のイカ、夏のコチ、秋のハモ・サワラ、冬の白ミルと季節ごとに旬をむかえる魚をPRすることができる。小エビ類、チヌは年間を通してPR可能。また、底びきや刺し網、潜水器など、多くの生産者に関係することも理由の一つ。

※太字は推したい魚種

プロモーションの対象とする魚種の料理方法について

各会員からの意見等は次のとおり。

	意見等
関係団体 A・ 生産者 A	<ul style="list-style-type: none"> ● イカは刺身、ブトエビは塩辛
関係団体 B	<ul style="list-style-type: none"> ● 居酒屋などのお通しで、宇部産のものを出してもらう。 ● ケンブツジャコは唐揚げ、小エビ類はかき揚げ ● 宇部まつりで出店したときは、ケンブツジャコ、メゴチ、ブトエビが中心で、チヌカツカレーを販売したこともある。
関係団体 C	<ul style="list-style-type: none"> ● 宇部の雑魚料理（雑魚丼）が売りやすいと思う。県外の人が、好んで食べることが多い。他所では食べられない。頭を取るだけなので、料理も難しくなない。難しくない方が良いのではないか。洋食にも使いやすい。 ● ケンブツジャコは唐揚げ、南蛮漬
関係団体 D	<ul style="list-style-type: none"> ● いろんな魚介類を使える丼物（天井、海鮮丼等）が良いのではないか。 ● ブトエビやカニなどを使って、ソースや出汁を作れないか。ソースや出汁が有名なまちというのもおもしろいのではないか。 ● 料理方法を共有することで、売れない魚が売れるようになるかもしれない。
関係団体 E	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域で消費される設定であれば、刺身など新鮮なままで食べていただきたい。地域で広く展開していくこと、仕入状況や在庫管理などを考慮すると、他の調理方法が良いかもしれない。 ● 料理を提供する各店舗で考案。多彩な調理方法。「地域らしさ」×「お店らしさ」 ● 昼食向け、夕食向け、いずれも、を検討 ● 宇部産の農産物と組み合わせも検討 ● 消費者のニーズ調査 ● 予約なしで提供可能
生産者 B	<ul style="list-style-type: none"> ● マダイは刺身、カルパッチョ、加熱食 ● ハモはしゃぶしゃぶ ● サワラは炙り ● レンチョウはムニエル、唐揚げ、煮付け
生産者 C	<ul style="list-style-type: none"> ● ハモはフライ、しゃぶしゃぶ、湯引き ● サワラは刺身、西京焼き、吸い物 ● レンチョウはムニエル、煮付け、小さいものは干し
生産者 D	<ul style="list-style-type: none"> ● コチとチヌは刺身
生産者 E	<ul style="list-style-type: none"> ● ハモは湯引き、フライ
宇部市 A	<ul style="list-style-type: none"> ● シン・宇部ラーメン

	意見等
	<p>豚骨茶濁色の濃厚な宇部ラーメンとは違う、例えば、ハモの骨出汁・塩味・燻製ハモのせのシン・宇部ラーメンを展開。ハモは高級感があるが、宇部では手軽に食べられることをPR</p> <p>(・活き×骨切り済みハモを首都圏・関西圏の飲食店に展開)</p> <p>骨切りができる職人は飲食店には少ない。獲れたてのハモをすぐ加工して出荷できることは強みである。例えば、鮮度を保てる急速冷凍を行い、首都圏等に直送ができるとなれば、需要は高いと思われる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 小魚・小エビ類 <p>唐揚げ、南蛮漬け、茹で、煮付け。揚げ物は、まるごと食べられ、食べ応えがあり、カルシウム豊富で美味しい。地酒やビールに合うため飲食店での提供や、たんぱく質やカルシウムを取り入れたい子育て世代にも食べてほしい。</p>
宇部市 B	<ul style="list-style-type: none"> ● イカ、白ミル、小エビ類はかき揚げ丼 ● ハモ、サワラ、チヌはコース料理やフライ

プロモーションの実施方法等について

各会員からの意見は次のとおり。

	意見等
関係団体 A・ 生産者 A	—
関係団体 B	<ul style="list-style-type: none"> ● 生産者、仲卸、飲食店の三者が、連携していかないといけない。行政には P R を頑張ってほしい。 ● 地道な取組を継続していくことが必要だと思う。
関係団体 C	<ul style="list-style-type: none"> ● 飲食店で雑魚を使ったグルメフェア ● 宇部は美味しい魚のまちという P R にした方が良い。 ● 魚の捌き方を新聞に掲載してもらうのも良いかもしれない。 ● 皆が儲からないといけない。 ● 宇部は魚が美味しいと思ってもらわないといけない。
関係団体 D	<ul style="list-style-type: none"> ● 前回の講演を聞いて、地元の人が盛り上げていかないといけないと思った。
関係団体 E	<ul style="list-style-type: none"> ● ストーリー、背景、地域の思い ● 漁業者にスポット ● 対象（ターゲット）の設定 ● タイトル、ネーミング、ロゴ、メインビジュアル ● 初回キャンペーン ● 持続性、継続性 ● リピート、回遊性の仕掛け ● アピールポイント
生産者 B	—
生産者 C	<ul style="list-style-type: none"> ● テレビの影響力は絶大。イベントを開催してテレビに取り上げてもらうと良いかもしれない。
生産者 D	—
生産者 E	<ul style="list-style-type: none"> ● イベントの開催が良いと思う。おもしろくないと長続きしない。
宇部市 A	<ul style="list-style-type: none"> ● プロモーションは大事だと思う。ただ、プロモーションの前に、その商品売り出すためのストーリーづくりや商品力の向上が必須だと思う。なぜその商品を選び、どういう過程でそれが生まれたのか、消費する側に何を知ってほしいのか、作り手のこだわりや他との違い、美味しい食べ方等を細かく検討し、それを丁寧に伝えていくプロモーションが必要だと思う。
宇部市 B	<ul style="list-style-type: none"> ● 鮮魚店の店頭販売用のパックに貼付する「うべ産」シールの作製 ● うべ産水産物取扱店用ののぼり等の作製 ● うべ産水産物を使用したグルメフェア、イベント等の開催