

うべ産水産物官民連携プラットフォーム第2回総会 議事要旨

1 日 時 令和4年10月21日（金曜日）13:30～14:50

2 場 所 宇部市総合福祉会館2階 ボランティアセミナールーム（大）

3 出席者（敬称略）

<会員>

高井 修	宇部市漁業組合連合会
繁光 裕二	宇部鮮魚組合
中村 信治	山口県飲食業生活衛生同業組合宇部支部
阿部 正和	宇部旅館ホテル生活衛生同業組合
佐々木 正志	一般社団法人宇部観光コンベンション協会
高井 智義	山口県漁業協同組合東岐波支店
岡本 幸樹	山口県漁業協同組合宇部岬支店
奥野 裕二	新宇部漁業協同組合
西中 和豊	宇部市産業経済部地域ブランド推進課長
中村 伸一	宇部市産業経済部水産振興課長

<アドバイザー>

行平 真也	九州産業大学地域共創学部地域づくり学科講師
-------	-----------------------

<宇部市>

濱田 修二	宇部市産業経済部長
宗野 行展	宇部市産業経済部次長

<事務局>

落合 博文	宇部市産業経済部水産振興課副課長
-------	------------------

4 議事次第

- (1) 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について
- (2) 意見交換
- (3) その他

5 議事概要

○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について

事務局から「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」を報告

<質問なし>

○意見交換

▽うべ産水産物プロモーションの基本方針として、「特定の魚種をブランド化するのではなく、本来、美味しい魚にもかかわらず、認知度の低さなどから、正當に評価されてい

ない魚種にスポットを当て、認知度を向上することにより、うべ産水産物全体の底上げと消費拡大につなげていくこと」に決定
＜主な意見等は以下のとおり＞

- ・ ケンブツジャコ、メゴチ、ブトエビなど、大変安価で美味しい魚が獲れている。また、チヌは、50年前から現在まで四季を通じて漁獲量が安定している。このような魚の認知度が上がって消費が上向くと、漁業者の所得向上になるのではないかと。(会員)
- ・ 宇部まつりに出店するなどの取組をしてきたが、単一の組合だけでは限界がある。この10年間の取組で、三者（生産者・鮮魚店・飲食店）が協力することができれば、もっとPR効果が上がるのではないかと痛切に感じた。(会員)
- ・ ケンブツジャコは、漁獲量が多いが、市場に出荷すると価格が安い。獲れるときは、市場でさばけないくらい獲れる。(会員)
- ・ 通年でプロモーションをする場合、魚種を一つに絞るのは難しいのではないかと。(会員)
- ・ 県外から来られた人には、ケンブツジャコなどの雑魚が好まれる。雑魚を一括りにして、それを売っていく方がやりやすい。(会員)
- ・ 魚種を特定せずに、宇部の魚が入っていれば成立するようにして、リーズナブルな価格で消費してもらう方が良いのではないかと。(会員)
- ・ 商品にならないブトエビやカニで、食べるというよりは出汁やソースなどの脇役で勝負する。宇部の魚に宇部のソースをかけて食べるとより美味しい。(会員)
- ・ 漁獲量の多い魚が、より高く売れることが漁師の理想である。(会員)
- ・ ハモの漁獲時期が早いのが強み。ハモだけで良いと思う。(会員)
- ・ コチとチヌの価格が下がっているため、価格を上げていくことが良いのではないかと。本来の価値が付いていない。(会員)
- ・ 夏の祇園祭が終わるまでは、京都にハモを送っているが、それが終わった途端、5000円、6000円であったものが500円まで下落する。1日で味が落ちるわけではないのに、1日で価格が下落する事態が起こる。また、7月、8月になると、チヌが市場に凄く並んでいるが、安いときには1ケース20円、30円になることがある。(会員)
- ・ マダイ、ハモ、サワラ、レンチョウは、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つなげたい。(会員)
- ・ 小型底びき網漁業が多いということで、通年ではブトエビ、アカエビ、レンチョウ、春になるとコウイカがたくさん獲れる。(会員)
- ・ ハモが良いのではないかと。プロモーションをするのであれば、各家庭の食卓に上がらないと意味がないので、通年で獲れる小エビ類でも良いのではないかと、皆さんの意見を聞いて思った。(会員)
- ・ 宇部では、いろんな魚が獲れているが、季節ごとに水揚げされる魚が違う。特定の魚種に絞るよりは、幅広くプロモーションをした方が取り組みやすいのではないかと。(会員)
- ・ 生産から流通・販売までの関係者が集まって意見交換をすることは、とても意義深いことである。この会議の中では、魚種を絞るべきではないという意見が多かった。宇部の魚を売るときに誰に売るとするのか、そこはターゲットを明確にして、プロモーションをしていくことが重要なことである。次の会議までに、様々なアイデアを集積し、良いプロモーション

をして、水産業を振興していくことが必要ではないかと思う。(アドバイザー)

○その他

<特になし>