

うべ産水産物官民連携プラットフォーム第5回総会 議事要旨

1 日 時 令和6年2月6日（火曜日） 13：30～14：35

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
古川 佐幸	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
篠澤 朝孝	一般社団法人宇部観光コンベンション協会
佐々木 正志	一般社団法人宇部観光コンベンション協会
吉井 秀文	山口県漁業協同組合床波支店
奥野 裕二	新宇部漁業協同組合
杉山 孝博	宇部市産業経済部地域ブランド推進課長
谷 信幸	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
森本 哲也	宇部市産業経済部次長
礪田 冴子	宇部市産業経済部地域ブランド推進課6次産業推進係長

<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) 新会員の紹介
- (2) 令和5年度うべ産水産物プロモーションの進捗状況について
- (3) 令和6年度うべ産水産物プロモーションの業務内容について
- (4) その他

5 議事概要

○令和5年度うべ産水産物プロモーションの進捗状況について

事務局から「令和5年度うべ産水産物プロモーションの進捗状況」を報告

<主な意見等は以下のとおり>

- ・レンチョウまつりが始まってから、鮮魚店にも波及効果があり、レンチョウの販売量が約2倍になった。レンチョウは、市民にとって子どもの頃からなじみのある魚で、現在でも漁獲量が安定している。今回の地魚フェアでは、レンチョウを対象にさせていただき、本当に良い企画であったと思う。(会員)
- ・レンチョウの刺身を並べるとよく売れるが、ヒラソやカンパチ、ブリなどのスタンダードな魚が売れなくなった。(会員)
- ・店頭にはポスターを貼っていると、高齢者の方からレンチョウを買ったら、何か参加できるのかとの質問を受けることがある。次回の地魚フェアでは、飲食店だけではなく、鮮魚店も参加できる企画のほうが面白いのではないかと。(会員)
- ・次回の地魚フェアは、できれば鮮魚店も参加できる企画でやりたい。実はインターネットで、レンチョウは家で食べるものだというを書いている意見があったが、私はそれに凄く共感している。飲食店ではなく、家で食べていただいてももちろん良いと思うので、鮮魚店で買っていただいてもありがたい話だと思う。(アドバイザー)
- ・昨年度、私はこの場所では来年度爆発させたいと言った。実際に、宇部市のお陰で爆発したので、これは本当に素晴らしい成果で、とても良い企画であったと思う。(アドバイザー)
- ・レンチョウのおいしさを再認識されたことが良かったと思うが、飲食店に食べに行かないと応募できないので、スーパーで買う人はどうなるのかなと思った。(会員)
- ・レンチョウを買う人が増えた。(会員)
- ・この時期は、レンチョウが肉厚になるので、それを並べると高く買ってもらえるイメージがある。(会員)
- ・スーパーも参加できる企画ができれば良いのではないかと。(会員)
- ・私も皆さんも、どこまでのことができるのかという想いがあったと思う。レンチョウまつりというのが見えてくれば、次回はより協力的な方が増えてくるだろうし、逆に協力できないという方もいると思う。今年度より良いものが来年度できれば良いと思っている。(アドバイザー)
- ・マップの紙面に制約があるため、どこにどの店があるのかわからない。これは、マップとしての意味をなさないものとなっているので、削除する方向で検討している。(事務局)
⇒マップを3分割にして、ページ数を増やすことはできないのか。(会員)
⇒最終的にはどのような形になるのかわからないが検討したい。(事務局)
- ・魚の下に目盛りがあるほうが良いのではないかと。(会員)
- ・料理と魚を一緒に掲載したほうが良いのではないかと。(会員)
- ・文字を大きくしてほしい。(会員)

○令和6年度うべ産水産物プロモーションの業務内容について

事務局から「令和6年度うべ産水産物プロモーションの業務内容」を説明

<主な意見等は以下のとおり>

- ・コンセプトは、「おいしい魚にもかかわらず、認知度があまり高くない魚にスポットを当て、新たな魅力を発信することで、より一層の消費拡大につなげていく」とし、プロモーションを推進していきたい。令和6年度の業務内容としては、「飲食店を対象とした

グルメフェア」と「鮮魚店を対象とした販売促進キャンペーン」とし、飲食店と鮮魚店を分けて開催したい。飲食店を対象としたグルメフェアの名称は、「うべ地魚フェア～レンチョウ～」としたい。宇部と言えばレンチョウ、レンチョウと言えば宇部ということを確認していくべきではないかと思っている。ターゲットは、市内宿泊者と市民。市民全体ではなく、魚に一番お金を使わない世代である20代から40代まで。将来的には、20代、30代、40代の方が、50代、60代、70代になったときに同じように魚にお金を使わないということが予測されている。何とか魚を食べていただきたいので、その年代をターゲットにしたい。鮮魚店を対象とした販売促進キャンペーンは、実証事業として実施したい。名称と対象魚種は、宇部鮮魚組合と協議した上で決定したい。(事務局)

- ・飲食店を対象としたグルメフェアの参加店舗は、市内の飲食店20店舗と書かれている。仮に、レンチョウを提供している飲食店が参加したいということで、25店舗になった場合はどのように対応するのか。(宇部市)

⇒参加条件を満たす店舗であれば、参加店舗を増やすことは可能。ただし、宇部市だけが頑張っても盛り上がらないので、協力的な店舗であることを参加条件としたい。(事務局)

⇒20店舗にこだわる話ではないということか。(宇部市)

⇒そのとおり。(事務局)

⇒今はそのような時期ではないということだと思う。第2回目からはより協力的な店舗に入れ替わって20店舗を超えても、それが協力的な店舗であれば、受け入れるということか。(アドバイザー)

⇒そのとおり。(事務局)

- ・ターゲットを20代から40代までとしているが、このターゲットのためにプラスアルファで何かを考えているのか。(宇部市)

⇒20代から40代までをターゲットにして、その年代の方が応募しやすい方法を考えていきたい。(事務局)

- ・鮮魚店で応募方法を聞かれて、時間や手間がかかることは避けたいのではないのか。(アドバイザー)

⇒店舗で応募されたものを組合に持って行き、組合のほうで一括して宇部市に持って行くという形であれば、組合としては代行することができる。(会員)

- ・20代から40代までをターゲットにすると、鮮魚店に行かれる方とのミスマッチが生じるので、マイナスになるとよくないと思った。(アドバイザー)

- ・最初は、私もふに落ちなかった。若いときは肉をたくさん食べるけど、年を取ったら魚を食べるというイメージであったが、現実には20代で食べない人は年を取っても魚を食べないというデータを見せていただいた。20代から40代までの子育て世代に魚を食べていただくことを仕掛けておかないと手遅れになる。それで、私は納得をした。(会員)

- ・企画の段階でのターゲットは、20代から40代までということで、子どもの施設にも積極的にPRをしていくということであれば、何となく理解することができる。(宇部市)

⇒20代から40代までをターゲットとしているので、SNSを活用したPRも考えている。(事務局)

- ・うべ産シールは、何枚か作っているのか。(会員)

⇒現在、ロゴマークとして使っているが、うべ産シールは作っていない。鮮魚店での販売

促進キャンペーンでは、対象商品にうべ産のシールを貼って、うべ産であることをPRしていきたい。(事務局)

○その他

- ・次回の総会は7月に開催する予定。鮮魚店での販売促進キャンペーンは、10月から11月までを予定しているので、定期的に宇部鮮魚組合と協議をしながら進めていきたい。参加店舗の公募は、鮮魚店は4月、飲食店は前倒しをして7月に行いたい。(事務局)