

2019▶2022

金沢で食する海の幸 魅力向上計画



金 沢 市

はじめに

北陸新幹線の金沢開業から4年が経過した今もなお、国内外から本市に多くの方々が
お越しにいただいていることを大変うれしく思っています。

金沢には、藩政時代から受け継がれる豊かな食文化があり、そして、「天然の好漁場」
といわれる石川県沖合の豊富な海の幸を背景に、独自の魚食文化が発展してきました。

この魚食文化を支えているのが、生産、流通、飲食に携わる関係者のおいしさへのこ
だわりや創意工夫です。生産者と流通事業者が連携し、鮮度や品質にこだわった海の幸
が豊富な品揃えで提供されており、料理店では、食材のすばらしさを引き出す料理人の
高度な技術だけでなく、器や空間などへの気配りが育まれてきました。金沢にお越しの
方々の大きな楽しみが食であり、その筆頭が海の幸であることも大いに頷けます。

一方で、水産業を取り巻く環境は、近年、家族構成の変化等による家庭での魚離れや
食のニーズの多様化が進んでいるほか、漁業法や卸売市場法等の水産業の基盤となる法
律が改正されるなど、大きな転換期を迎えています。

本市では、平成29年度に、農林局を農林水産局に改称し、海の幸の魅力向上や情報発
信に取り組んできたところですが、このたび、取組を一層充実させるための総合的かつ
計画的な指針として、「金沢で食する海の幸魅力向上計画」を策定いたしました。

この計画では、海の幸の魅力向上による「地域経済の活性化」、「食文化の継承と発展」、
「都市イメージの向上」の実現に向けて、生産、流通、飲食などの各業界と行政が、自
らの責任と役割を認識し、連携・協力しながら各種施策を展開することとしています。

計画を着実に推進することにより、金沢の食文化の魅力が一層磨き高められ、より多
くの来訪者や市民、そして、幅広い年代の皆様においしい金沢の海の幸を食してもらえ
ることを願っています。

結びに、この計画の策定にあたりまして、数多くの貴重なご意見、ご提言をいただき
ました策定委員会やプロジェクトチームの皆様をはじめ、関係各位に心から感謝申し上
げます。

平成31年 3月

金沢市長 山 野 之 義

目 次

第1章 計画の概要

1. 計画策定の背景	1
2. 計画の目的	2
3. 計画の位置付け	2
4. 計画期間	2

第2章 金沢の水産業を取り巻く現状と課題、目指す姿

1. 生産	3
2. 流通	6
3. 消費	8
4. 市民・観光客のニーズ・意識	9
5. 水産業を取り巻く環境の変化	13
6. 現状と課題のまとめ	15
7. 目指す姿	16

第3章 金沢で食する海の幸の魅力向上に向けた施策体系

1. 3つの基本方針	17
2. 推進体制	17
3. 施策体系	18

第4章 各方針の個別施策内容

基本方針1：魅力を高める	20
基本方針2：魅力を発信する	26
基本方針3：魚食文化の継承と発展	36

参考資料

1. 計画策定の経緯	44
2. 金沢の海の幸魅力向上計画策定委員会 委員名簿	45
3. 金沢の海の幸魅力発信プロジェクトチーム メンバー	45
4. 現況（主な指標）	46

第1章 計画の概要

1. 計画策定の背景

本市には、藩政時代から培われ、市民の食習慣として生活に深く溶け込み、特有の発展を続けてきた豊かな食文化があります。海の幸に目を向けると、石川県の豊かな里山里海を背景に、金沢独自の魚食文化が形成されてきたといえます。この食文化を都市の大きな魅力・強みとして捉え、平成25年10月には「金沢の食文化の継承及び振興に関する条例」を施行しました。また、平成27年4月には「金沢の食文化の魅力発信行動計画」（第1期：2015～2017年度、第2期：2018～2020年度）を策定し、官民連携により食文化の継承・振興に取り組んでいるところです。

平成27年3月の北陸新幹線金沢開業を契機に、国内外から多くの観光客やビジネス客が本市を訪れています。市民の台所といわれる近江町市場や市内の飲食店は、にぎわいをみせており、金沢の食、特に「金沢で食する海の幸」に対して高い期待を抱いていることをうかがい知ることができます。

市民がこれまで当然と感じていた「金沢で食する魚はおいしい」は、観光客など外部からの高い期待や評価により、金沢の大きな魅力であることを再認識する機会となり、その背景には、食材の良さに加えて、生産、流通、飲食に携わる関係者の信頼関係やおいしく食べてもらうための創意工夫があることに改めて気付くことができました。

全国と同様、本市でも家庭における魚離れや食のニーズの多様化が進むほか、漁業法や卸売市場法等の水産業の基盤となる法律の改正など、水産業を取り巻く環境は大きな転換期を迎えています。

そこで、平成29年4月、本市の機構改革で農林局を農林水産局に、農業振興課を農業水産振興課に改め、これらの環境の変化に的確に対応しながら、これまで以上に海の幸の魅力向上や発信に取り組むこととしました。



2. 計画の目的

これまで以上に海の幸の魅力向上や発信に取り組むためには、生産・流通・飲食、いわゆる川上から川下までの、海の幸に関連する業界が一体となり取り組んでいくことが必要となります。そこで、本計画では、各業界の関係者と行政の役割を明確にし、それぞれが連携・協力しながら各種施策を展開していくこととします。

本計画を推進していくことで、海の幸に関連する仕事に携わる市民がいきいきと働き、将来にわたっておいしい海の幸が食べられる「まち」であり続けることで、本市の食の魅力を磨き高め、ひいてはそれが地域の活性化につながることで理想の姿と捉え、本計画の目的を、金沢で食する海の幸の魅力向上による

「地域経済の活性化」、「食文化の継承と発展」、「都市イメージの向上」と設定します。

3. 計画の位置付け

本市の目指すべき都市像とそれに向けて講じるべき施策をとりまとめた「世界の交流拠点都市金沢 重点戦略計画」（平成 26 年 2 月策定、H31 年 2 月改定）において、「海の幸の魅力発信」は重点的に取り組む施策として定められています。

このことを受け、本計画を金沢で食する海の幸の魅力向上に向けた水産振興マスタープランとして位置付け、本市水産業の更なる発展に向けた総合的かつ計画的な取組の指針とします。

4. 計画期間

本計画の期間は、「世界の交流拠点都市金沢 重点戦略計画」の計画終期に合わせ、2019～2022 年度の 4 年間とします。

第2章 金沢の水産業を取り巻く現状と課題、目指す姿

1. 生産

1) 漁場等の概要

石川県の沖合では、暖流の対馬海流と寒流のリマン海流が交わっています。また、海水の低層は、清浄で栄養塩が豊富な「日本海固有水」といわれる特異な海水が存在しています。そのため、暖水性と冷水性の多種多様な魚介類が生息する天然の好漁場となっています。また、石川県は雨量が多く、山と海が近いことから、里山の豊富な栄養分を含んだ雪解け水や雨水が海へと流れ込み、エサとなるプランクトンや小魚が多くいることも、好漁場を形成する要因となっています。

主要な漁業拠点は金沢港であり、県内有数の底びき網漁の水揚げ場となっています。

また、主な流通拠点は、産地市場が「JF いしかわかなざわ総合市場（以下「かなざわ総合市場」という。）」、消費地市場が「金沢市中央卸売市場」となっています。

代表的な小売施設であり市民の台所として親しまれている「近江町市場」は、本市のまちなかのほぼ中央に位置しており、北陸新幹線金沢開業を受けて、市民だけでなく金沢の海の幸を求めて訪れる多くの観光客でにぎわっています。





2) 漁業の特徴

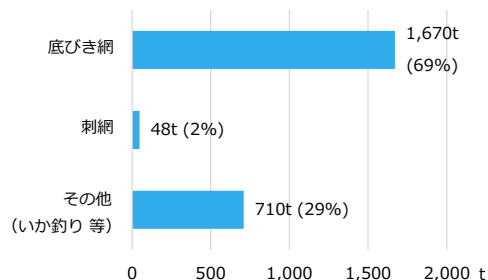
本市が面する海域には、ズワイガニやアマエビ、カレイなどが生息する砂泥域が広がり、底びき網漁が盛んに行われています。

そのため、底びき網漁で獲れる魚種が魚種別漁獲量の上位を占めています。

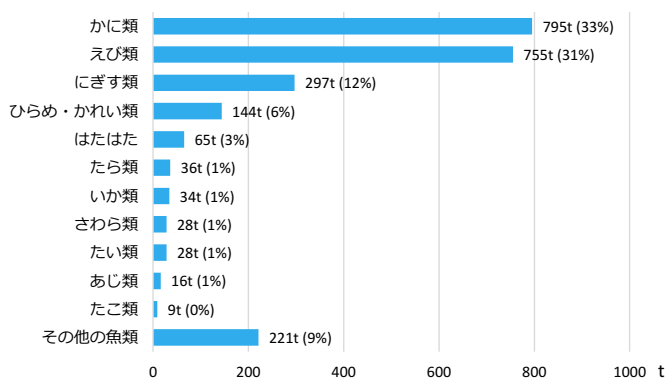
＜底びき網漁の様子＞



＜金沢市における漁業形態別漁獲量＞



＜金沢市における魚種別漁獲量＞



出典：農林水産省 海面漁業生産統計調査（平成 28 年）

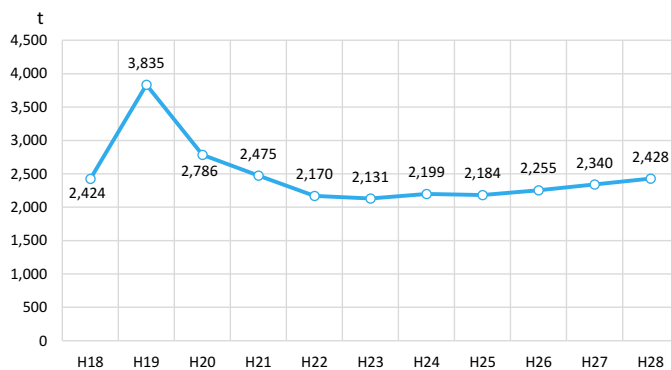
3) 漁獲量の推移

本市の漁獲量は、おおむね年間 2,000～2,500t 前後で推移しており、近年は微増傾向となっています（平成 19 年はあじ類が一時的に増加）。

平成 18 年と平成 28 年の漁獲量を比較すると、本市ではほぼ横ばいですが、中核市全体（25 都市）※では減少傾向（△22%）となっています。

※中核市の中で「海面漁業生産統計調査」にデータのある都市

＜金沢市における漁獲量の推移＞



※図表中の年の略記について：「年」を表す場合は単位を記載せず、「年度」を表す場合は単位を記載するものとします（以下同様）。

＜金沢市及び他中核市の漁獲量の推移比較＞

	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	増減傾向		中核市漁獲高順位	
												増減傾向図	下落率 (H18-H28比)	H18	H28
金沢市	2,424	3,835	2,786	2,475	2,170	2,131	2,199	2,184	2,255	2,340	2,428		0%	16	14
中核市総計	437,546	434,468	429,298	387,793	363,150	349,672	329,738	338,623	373,614	343,384	343,228		△ 22%		

単位：t

出典：農林水産省 海面漁業生産統計調査（平成 18 年～平成 28 年）

4) 他都市と比較した本市の漁業の特徴

本市のかに類、えび類、にぎす類、ひらめ・かれい類、はたはたの漁獲量は、全国の都市別ランキングで上位となっています。

特に、にぎす類は全国3位、えび類は全国4位であり、全国的にみても有数の漁獲量となっています。

＜漁獲量の多い魚種＞

分類	漁獲量	シェア	順位 (595都市中)	参考：1位の都市		
				都市名	漁獲量	シェア
かに類	795t	2.8%	10位	境港市（鳥取県）	3,823t	13.6%
えび類	755t	4.6%	4位	太良町（佐賀県）	1,562t	9.4%
にぎす類	297t	10.0%	3位	糸魚川市（新潟県）	417t	14.0%
ひらめ・かれい類	144t	0.3%	78位	塩竈市（宮城県）	2,314t	4.6%
はたはた	65t	0.9%	18位	岩美町（鳥取県）	1,362t	18.8%

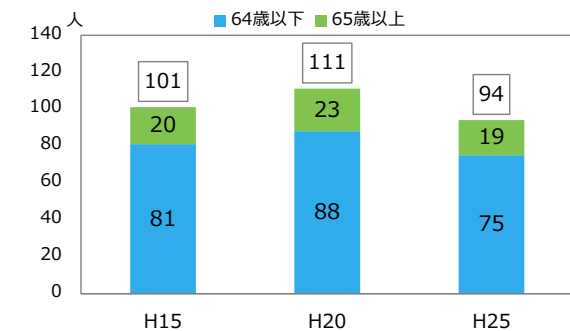
出典：農林水産省 海面漁業生産統計調査（平成28年）

5) 就労状況

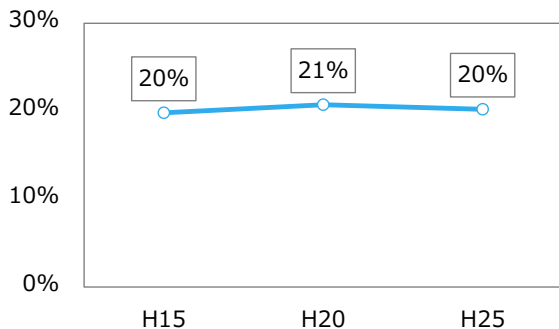
本市の漁業就労者数の推移は年によって多少の増減はあるものの、おおむね横ばいです。高齢化率（65歳以上の割合）は約20%で推移しており、こちらも横ばいとなっています。また、年齢別に就労者数をみると、就労者の多い特定の世代が存在することがわかります。

漁業就労者の減少や高齢化は現時点ではまだ顕在化していませんが、船頭クラスの担い手であることが想定される50代の就労者が高齢者となる頃には、担い手不足や高齢化が顕在化するものと考えられます。このことに対応するために、就業者の維持に向けた継続的な担い手確保の取組が求められます。

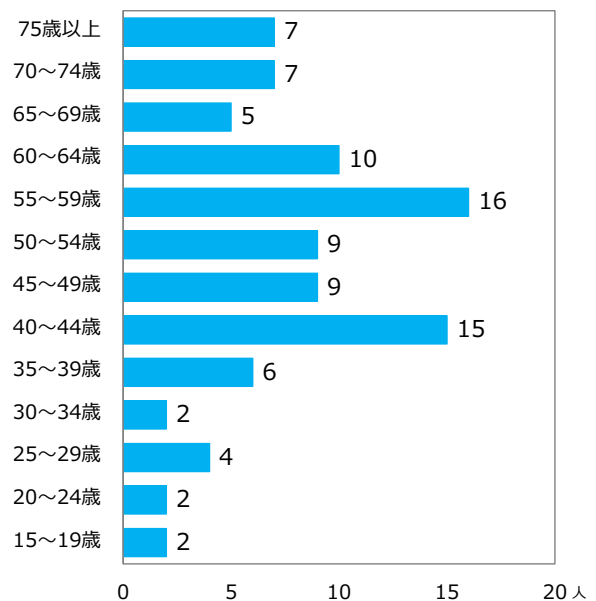
＜就労者数の推移＞



＜高齢化率の推移＞



＜年齢別就労者数＞



出典：農林水産省 漁業センサス（平成15年～平成25年）



2. 流通

1) 流通の概要

金沢や能登地方などで水揚げされた水産物は、産地市場であるかなざわ総合市場に集荷され、せりが行われます。その後、産地仲買人により、金沢市中央卸売市場や全国の消費地市場に流通します。

金沢市中央卸売市場には、金沢産をはじめとする石川県産の水産物に加えて全国から水産物が集荷され、せり等を経て、小売店や飲食店を通じて消費者に届きます。特に金沢産の水産物は、漁獲から消費者に届くまでの距離や時間が短く、低温輸送（コールド・チェーン）の配慮がなされており、新鮮な水産物が供給されています。

また、平成 20 年度から更なる流通の強化のため、産地市場と消費地市場が協力し、地物鮮魚の地産地消の強化と県外への魅力発信を目的とした「二番せり（朝せり）」といった取組も行われています。

＜金沢市中央卸売市場におけるせりの概要＞

せりの種類	通常のせり	二番せり（朝せり）
開催時間	午前 3:30～	午前 8:30～
取扱品物	国内外のあらゆる水産品	その日の朝に水揚げされた鮮魚

＜朝せり（二番せり）の取組について（石川中央魚市株式会社）＞

地産地消の推進・県外への魅力発信

従来、早朝に水揚げされる魚は夜中のせりに間に合わず、一部が翌日のせりにかけられていました。

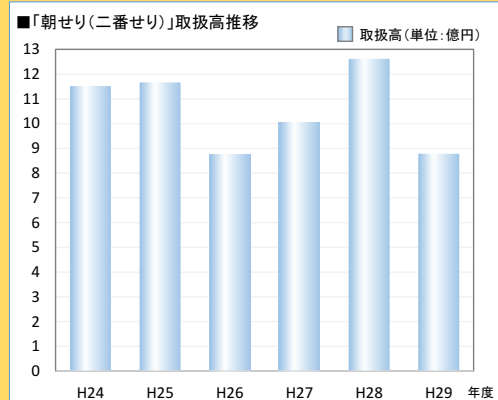
そこで、「朝せり」を導入することで、石川県産の『朝とれもの』※をその日のうちに地元消費者に提供し、「地産地消」を推進するとともに、県外に向けても、石川県産の鮮魚の素晴らしい味を届けることを可能としました。

※その日の朝に水揚げされた鮮魚

取組の広がり

「朝せり」では、石川県産の近海魚を漁港から大型水槽のまま市場の卸売場に搬入し、石川県産の『朝とれもの』に限定した卸売を行うとともに、加工品の開発や取扱いにも着手しています。

また、仲卸各社や売買参加者とも連携し、日曜日や休市日にも「朝せり」を行うなど、「朝せり」は平成 20 年度の開始以来、生産者や関係者の理解を得て徐々に浸透し、現在も安定的な供給がなされています。



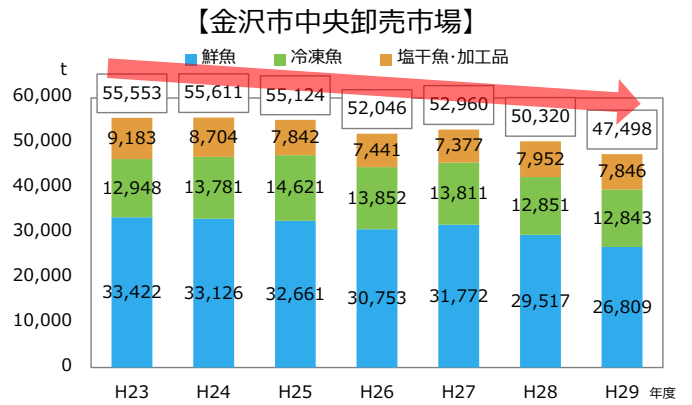
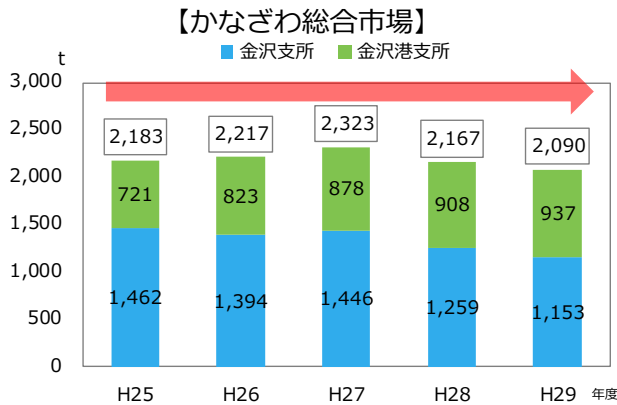
出典：石川中央魚市株式会社 HP より一部編集し抜粋

2) 取扱量、取扱金額及び平均単価の推移

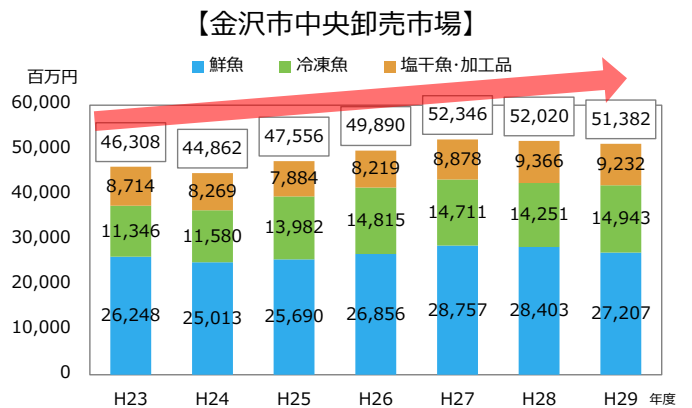
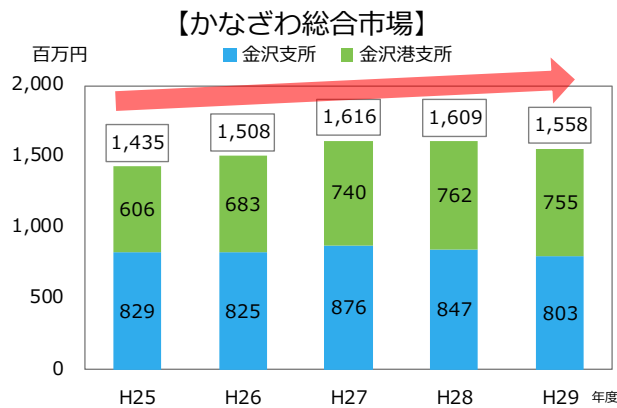
近年、市場の取扱量は横ばい又は微減傾向である一方、取扱金額は増加傾向にあり、平均単価は上昇していることがわかります。

これは、金沢への来訪者の増加による外食産業の活性化や、金沢の水産物に対する県外からの関心と需要の高まりを反映しているものと推測されます。

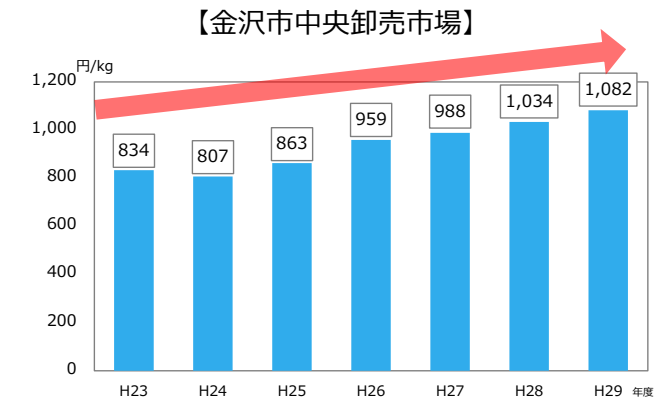
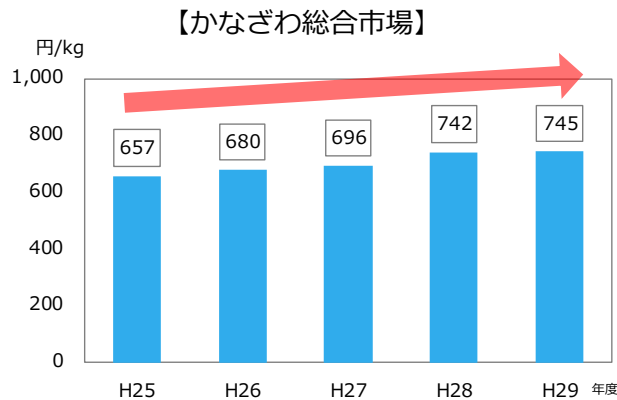
<取扱量の推移>



<取扱金額の推移>



<平均単価の推移>



出典：JF いしかわ提供資料

(平成25年度～平成29年度、かなざわ総合市場における金沢支所・金沢港支所の統計)
市場概要 (平成23年度～平成29年度、金沢市中央卸売市場)



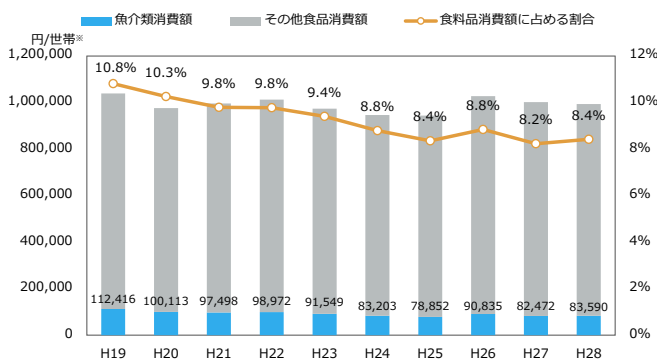
3. 消費

1) 魚介類の消費額

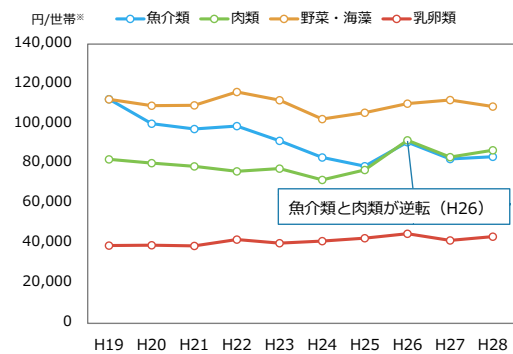
食品全体の消費額はおおむね横ばいにある一方、魚介類の消費額は減少傾向が続いています。食料品消費額に占める割合においても平成 19 年には 10%以上であったものが、平成 28 年には 8.4%まで下落しています。

主な品目別に比較すると、魚介類は減少傾向である一方、肉類が増加傾向をみせており、平成 26 年には魚介類と肉類の消費金額が逆転しています。

＜魚介類消費額推移＞



＜主な品目別消費額推移＞



出典：総務省 家計調査
※世帯は 2 人以上の世帯

2) 他中核市との比較

本市の魚介類の消費額は、中核市平均 (20 都市※) と比較しても大きく減少しています。平成 19 年の消費額は集計対象都市中 2 番目と高い順位となっていました。平成 28 年には 7 番目まで低下し、中核市平均に近づいています。

これは、流通の発達により各都市の消費傾向が平準化していることの影響も一因にあると考えられますが、本市の漁獲量はほぼ横ばいに推移していることから、市民の魚離れも背景にあると考えられ、これにどう歯止めをかけるかが大きな課題であるといえます。

※中核市の中で「家計調査」にデータのある都市

＜他中核市との魚介類消費額 (平均) の比較＞

	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	増減傾向		中核市消費額順位	
											増減傾向図	下落率 (H19-H28比)	H19	H28
金沢市	112,416	100,113	97,498	98,972	91,549	83,203	78,852	90,835	82,472	83,590		△ 26%	2位	7位
中核市平均	88,341	89,549	84,648	78,837	77,755	75,737	73,955	77,132	78,782	77,907		△ 12%		

単位：円/世帯※2人以上世帯

出典：総務省 家計調査

4. 市民・観光客のニーズ・意識

1) 金沢市民

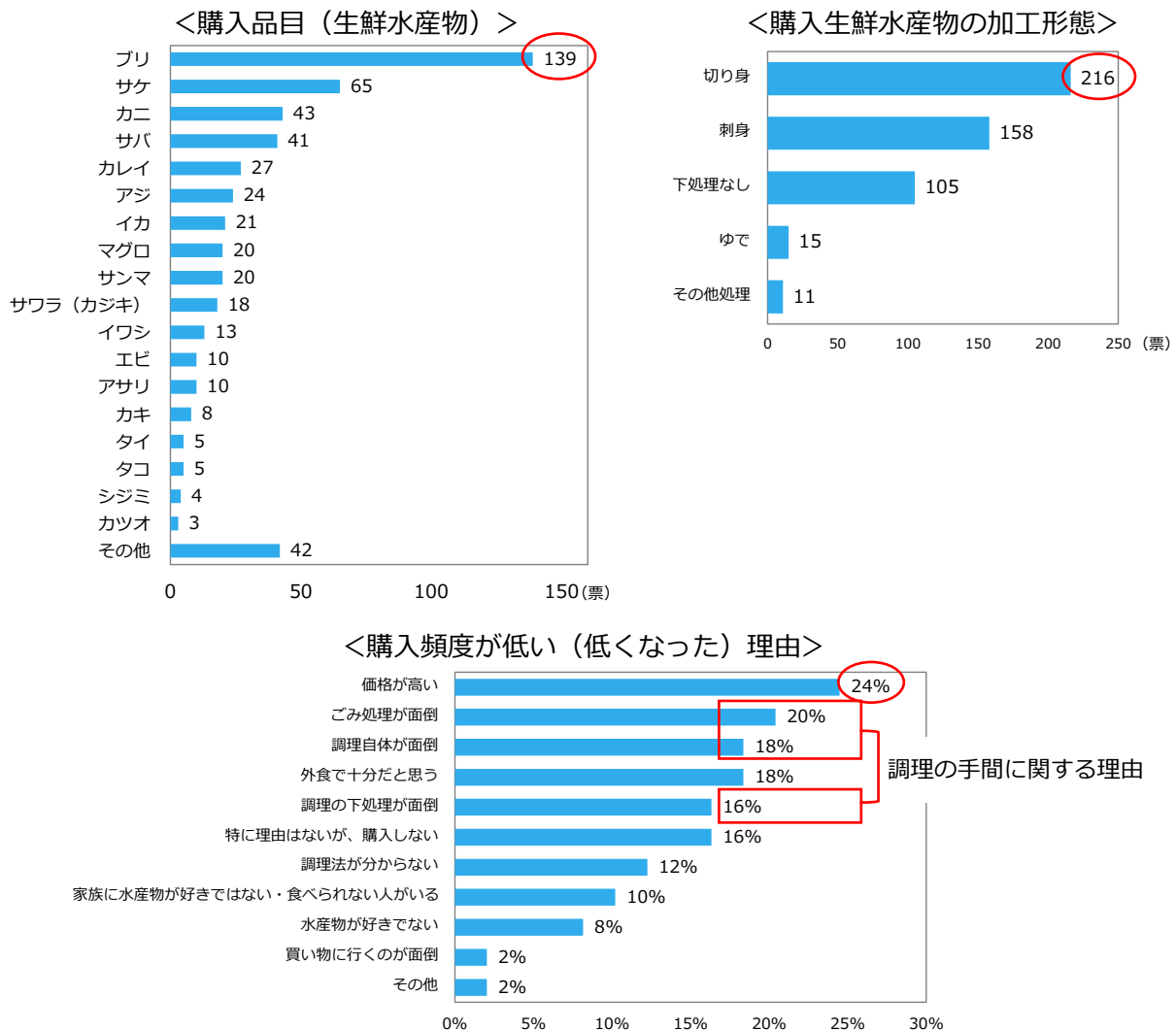
概要 市民 1,000 人を対象に郵送でアンケート調査を実施 [H29] (回答数 307 票)

(1) 消費行動（外食以外）

生鮮水産物の購入品目をみると、「ブリ」との回答が最も多くみられます。また、加工形態は「切り身」が多くなっています。購入品目をみても、切り身で売られることが多い比較的大型の魚種が多いことから、調理の手間が少ない加工形態の品目が好まれる傾向があります。

水産物の購入頻度が低い、又は低くなったと答えた回答者を対象にその理由を調査したところ、「価格が高い」と回答した人が最も多くみられました。また、「ごみ処理が面倒」、「調理自体が面倒」、「調理の下処理が面倒」と回答した人も多く、調理の手間に関する理由が多いといえます。

市民の魚離れに歯止めをかけるには、消費者に調理方法を伝え、手間をかけてでもおいしい水産物を食べたいと思うよう市民に動機づけることと、消費者のニーズに合わせ調理の手間の少ない水産物を提供するという2つの方法が考えられます。





(2) イメージ・ブランド意識（市民）

金沢の水産物として思い浮かぶ魚種では、「コウバコガニ（ズワイガニの雌）」、「アマエビ」、「ブリ」、「ノドグロ」が上位であることがわかります。コウバコガニ、アマエビ、ブリは以前からよく食べられており、昔から金沢の水産物として認識されてきましたが、ノドグロに関しては北陸新幹線金沢開業前後のメディアや飲食店のPR、あるいは県外観光客のSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）による発信等により、近年になって注目されるようになってきていると考えられます。

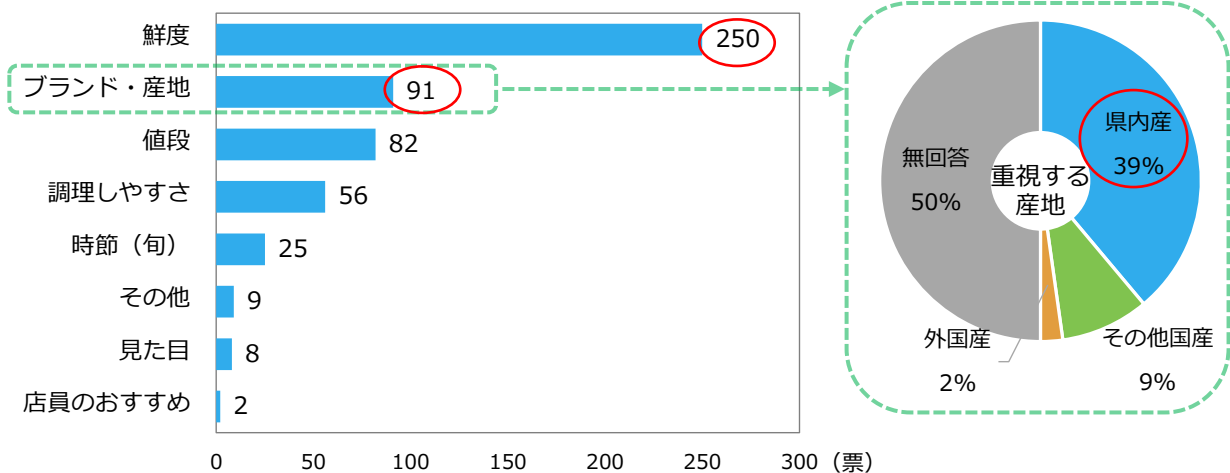
また、生鮮水産物の購入の際には、「鮮度」が最も重視され、次いで「ブランド・産地（県内産）」が重視されています。このことから、市民の地産地消の意識が高いことがうかがえます。

<金沢の水産物として思い浮かぶ魚種>

順位	魚種	ポイント
1位	コウバコガニ	1,143
2位	アマエビ	778
3位	ブリ（フクラギ、ガンド、コゾクラ）	710
4位	ノドグロ	521
5位	ズワイガニ	433
6位	ガスエビ	268
7位	イカ	92
8位	バイガイ	68
9位	ハタハタ	65
10位	ゲンゲ	55

※ポイントの考え方：アンケート設問にて、1位から5位まで順位をつけて回答したものに対し、1位：5pt、2位：4pt、3位：3pt、4位：2pt、5位：1pt と重み付けして集計

<購入時の重視項目（生鮮水産物）>



2) 観光客

概要 石川県外（東京・京阪神都市圏）在住者を対象に WEB アンケート調査を実施[H29]

①スクリーニング調査（無作為抽出）[回答数：20,000 票]

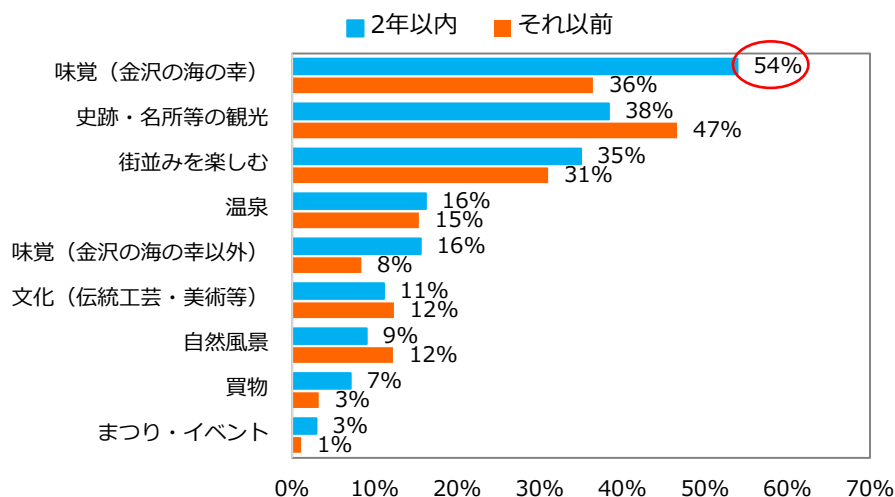
②本調査（①にて「金沢で水産物を消費した」と回答した人）[回答数：515 票]

(1) 消費行動（外食）

北陸新幹線金沢開業以降に金沢へ観光に訪れた人を対象に本市を訪れた動機・目的を調査したところ、「味覚（金沢の海の幸）」との回答が54%と最も多くなっています。

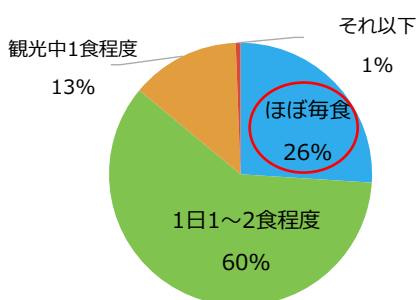
金沢で水産物を消費した人の消費行動については、ほぼ毎食水産物を注文した人が26%にのびります。また、水産物を食べた場所については、「近江町市場などでの食べ歩き」の回答が多く、次いで「回転寿司」、「回転寿司以外の寿司屋」と続き、その他、様々な場所で水産物が食べられていることがわかります。

＜金沢観光の動機・目的＞

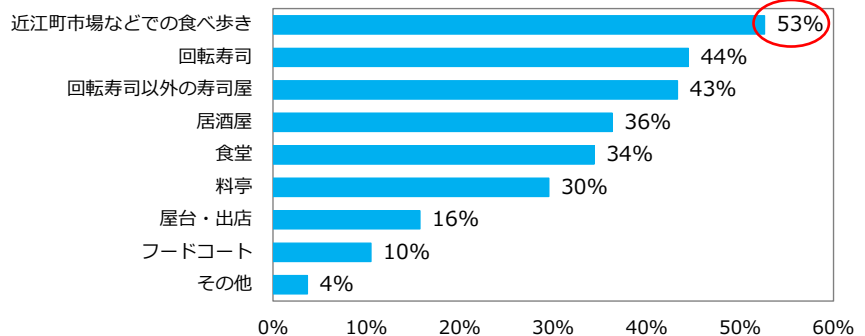


※本グラフのみ、スクリーニング調査対象者を集計

＜水産物を食べた頻度＞



＜水産物を食べた場所＞





(2) イメージ・ブランド意識（観光客）

金沢の水産物の良い点については、「素材が新鮮」との評価が突出して高く、次いで「季節や旬のものがおいしい」、「種類や品揃えが豊富」と続きます。

金沢の水産物に対する不満・改善点としては、「割高感がある」との回答が多く、次いで「外食の店やメニューが少ない」と続きます。

金沢の水産物として思い浮かぶものとしては、「ズワイガニ」が最も多く、次いで「ノドグロ」と「アマエビ」が並び、「ブリ」が続きます。

＜金沢の水産物の良い点＞

順位	項目	ポイント
1位	素材が新鮮	1,307
2位	季節や旬のものがおいしい	533
3位	種類や品揃えが豊富	452
4位	価格が手頃	244
5位	他の地域では食べられないものがある	207
6位	売場や市場などの環境・サービスが良い	74
7位	外食の店やメニューが豊富	33
8位	その他	11

＜金沢の水産物に対する不満・改善点＞

順位	項目	ポイント
1位	割高感がある	811
2位	外食の店やメニューが少ない	286
3位	他の地域でも食べられるものが多い	205
4位	売場や市場などの環境・サービスが良くない	148
5位	種類や品揃えが少ない	95
6位	季節や旬が感じられない・わかりにくい	86
7位	その他	73
8位	素材の新鮮さが足りない	64

＜金沢の水産物として思い浮かぶ魚種＞

順位	魚種	ポイント
1位	ズワイガニ	1,293
2位	ノドグロ	1,078
3位	アマエビ	1,037
4位	ブリ（フクラギ、ガンド、コゾクラ）	867
5位	コウバコガニ	695
6位	ガスエビ	323
7位	イカ	241
8位	ハタハタ	134
9位	バイガイ	118
10位	サワラ（カジキ）	103

※ポイントの考え方：アンケート設問にて、1位から5位まで順位をつけて回答したものに対し、
1位：5pt、2位：4pt、3位：3pt、4位：2pt、5位：1pt と重み付けして集計

5. 水産業を取り巻く環境の変化

1) 漁業法の改正

公布：平成 30 年 12 月 14 日 施行：公布の日から 2 年以内

水産資源の減少等により生産量や漁業者数が長期的に減少傾向にある中で、「70 年ぶりの抜本改革」として、平成 30 年 12 月、「漁業法等の一部を改正する等の法律案」が成立しました。

改正漁業法では、「新たな資源管理システムの構築」のため、科学的根拠に基づき漁獲可能量（TAC）を決定するとともに、漁獲割当てを従来の「非個別割当方式」から「個別割当方式（IQ）」にすることで資源の維持回復を図ることとしています。

また、「養殖・沿岸漁業の発展に資する海面利用制度の見直し」として、漁業権の優先順位規定を廃止し、これまで漁協や漁業者に優先して与えられていた漁業権を、民間企業も得られるようにすることで民間企業の参入を促し、海面の有効な利用を図ることなども盛り込まれています。

資源管理や漁業権の付与等の漁業生産に関する基本的制度を一体的に見直し、適切な資源管理と水産業の成長産業化を両立していくこととしています。

<漁獲可能量（TAC）について>

従来（非個別割当方式）	漁獲量を個々の漁業者に割り当てることなく自由に、又は各種規制の下で漁業者の漁獲を認め、漁獲量の合計が上限に達した時点で操業を停止
個別割当方式（IQ）	漁獲可能量を漁業者又は漁船ごとに割り当て、割当量を超える漁獲を禁止

2) 卸売市場法の改正

公布：平成 30 年 6 月 22 日 施行：平成 32 年 6 月 21 日（予定）

大手量販店主導のサプライチェーンの強化、生産者と需要者との直接取引の拡大、ネット販売等の販売手法の多様化など、市場外流通が拡大している状況に加え、品質（鮮度等）や安全性等、消費者の要求が多様化するなど、卸売市場を取り巻く環境が大きく変化する中、「卸売市場及び食品流通構造改善促進法の一部を改正する法律」が平成 30 年 6 月に公布されました。

改正卸売市場法では、取引規制の緩和により、卸売業者から仲卸業者・売買参加者以外に対する直接販売の禁止（第三者販売の原則禁止）や、取引される商品の市場への搬入（商物一致）といった規制を市場開設者が見直すことができるようになりました。

また、中央卸売市場の開設者を都道府県や人口 20 万人以上の市に限定し、国の認可制としてきたものが、国が認定すれば民間企業による運営も可能となりました。これにより、民間活力の導入・拡大による、卸売市場の経営戦略の多様化を促すための見直しも行われています。今後は、卸売市場それぞれが、取引実態やマーケット環境、将来展望などを踏まえて取引ルールや市場の運営方法を検討していく必要があります。



3) 入国管理法の改正 公布：平成 30 年 12 月 14 日 施行：平成 31 年 4 月 1 日（予定）

平成 30 年 12 月、外国人労働者の受入れを拡大する「出入国管理及び難民認定法及び法務省設置法の一部を改正する法律」が成立しました。

人手不足が深刻な 14 分野を対象に、一定の技能を持つ外国人や技能実習修了後の希望者に新たな就労資格が与えられます。これまで認めてこなかった単純労働者受入れに幅広く門戸を開くことになります。

同月、閣議決定された運用方針では、漁業分野における向こう 5 年間の受入れ人数の上限は 9,000 人、水産加工業では 10,500 人としています。

平成 30 年度末時点での漁業・養殖業の技能実習生は 2,759 人で、インドネシア国籍が大半を占めています。

4) 食品衛生法の改正 公布：平成 30 年 6 月 13 日 施行：公布の日から 2 年以内

平成 30 年 6 月、「食品衛生法等の一部を改正する法律」が公布されました。15 年ぶりの改正となりますが、その背景として、

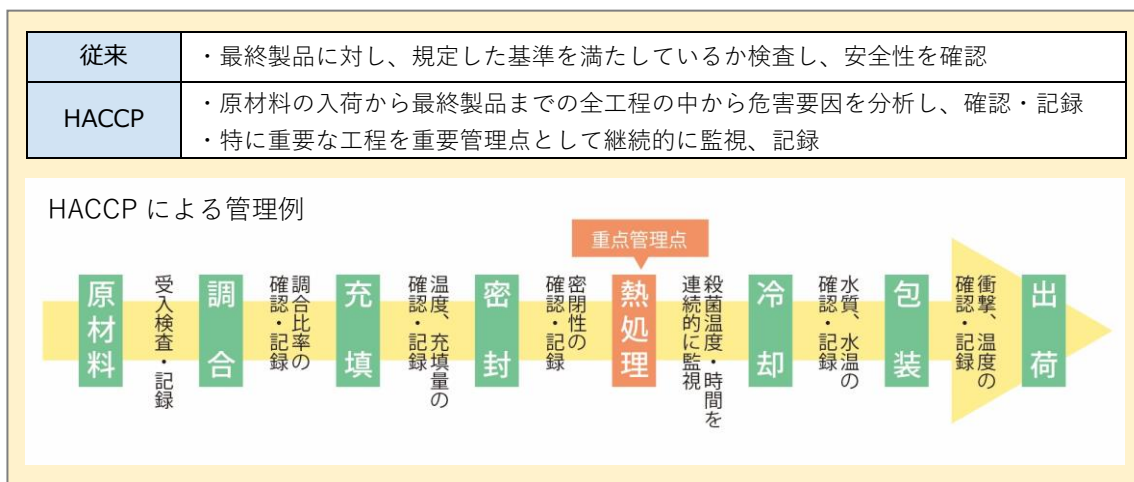
- ・腸管出血性大腸菌 O157 等を原因とする広域的な食中毒の発生
- ・ライフスタイルの変化に伴い食のニーズが外食や中食にシフト
- ・2020 年の東京オリンピック・パラリンピック開催に向けた食の安全性の向上

などが挙げられます。

改正食品衛生法では、原則としてすべての事業者が食品衛生上の危害の発生を防止するため、特に重要な工程の管理に対して、HACCP に基づく衛生管理計画を定めなければならないこととされています。

ただし、小規模事業者等の一定の事業者については、取り扱う食品の特性等に応じた HACCP の考え方を取り入れた衛生管理でよいとされ、業界団体が作成する手引書に基づき衛生管理に取り組むことになります。

<従来の管理手法と HACCP の違い>



6. 現状と課題のまとめ

本市の水産業を取り巻く現状や課題を整理すると、解決すべき課題と活かすべき魅力があることがわかります。

課題を解決し、魅力を活かすことで、金沢で食する海の幸の魅力向上による本市全体の「地域経済の活性化」、「食文化の継承と発展」、「都市イメージの向上」が期待できます。

区分	＜解決すべき課題＞	＜活かすべき魅力＞
消費	●金沢市の魚介類消費額は他の中核市と比べ大きく減少し、市民の魚離れが進行 ・魚介類消費額の減少率：<u>△26%</u>（金沢市） [H19→H28 比] ※他中核市平均：△12% ・食料品消費額に占める魚介類消費割合の減少：<u>10.8%→8.4%</u>（金沢市）[H19→H28]	●観光客からの金沢の海の幸に対する評価が高く、海の幸を観光目的とする人が増加 ・海の幸を観光目的とする割合：<u>36%→54%</u> （北陸新幹線金沢開業前→開業後） ●市民、観光客ともに金沢をイメージさせる魚種が共通 ・カニ：市民1位（コウバコ）、観光客1位（ズワイ） ・アマエビ：市民2位、観光客3位 ・ブリ：市民3位、観光客4位 ・ノドグロ：市民4位、観光客2位
流通	●金沢市中央卸売市場における水産物の取扱量が減少 ・水産物取扱量：<u>55,553t→47,498t</u> <u>（△8,055t）</u> [H23→H29（年度）] （ピーク時：108,055t [H4（年度）] H29（年度）取扱量はピーク時の44%）	●金沢市中央卸売市場における水産物の取扱金額や平均単価が上昇 ・取扱金額：<u>46,308 百万円→51,382 百万円</u> [H23→H29]（+5,074 百万円） ・平均単価：<u>834 円/kg→1,082 円/kg</u> [H23→H29]（+248 円/kg）
生産	●担い手不足や高齢化が懸念 ・40歳未満の漁業就業者数：<u>16人</u> <u>（全体の17%）</u> [H25 時点] ●資源量の減少 ・ズワイガニの資源量：<u>3年後半減の予測</u> （日本海区水産研究所調査[H30]）	●活用が期待される魚種の存在 ・ニギス：<u>全国シェア約10%</u> （全市町村中3位）[H28 時点]



7. 目指す姿

1) 生産

～ 持続可能な水産業の実現 ～

- ・資源保護や生態系に配慮した漁業を行い、持続可能な水産業を実現する。
- ・鮮度維持や選別による差別化、高付加価値化に取り組み、商品の魅力を高める。
- ・ICT（情報通信技術）を活用したスマート漁業を推進し、効率的な経営を行う。

2) 流通

～ 多様なニーズへの対応 ～

- ・商品の高品質化と食の安全安心のためのコールドチェーンを維持する。
- ・消費者のライフスタイルや嗜好の変化に対応した商品を開発する。
- ・高品質かつ豊富な品揃えを更に充実させ、消費者の多様なニーズに対応する。
- ・新たな販路を開拓し、金沢の海の幸の魅力を多くの人々に伝える。

3) 飲食

～ 食文化の継承と発展、おもてなし ～

- ・藩政時代から受け継がれる豊かな食文化を継承する。
- ・良質な素材と高い調理・加工技術を融合させ、新たな料理を創り出す。
- ・厳選された素材とそのおいしさを引き出す料理人の技術、器や盛り付け、空間にまでこだわり、金沢でしか食することのできない料理でもてなす。

4) 行政

～ 連携の調整役 ～

- ・金沢の水産業が魅力と活力にあふれた成長産業となるよう事業者間の連携を推進する。
- ・各事業者と連携し、魅力の発信や食育を推進していく。

5) 消費者

～ 金沢の海の幸のファン ～

- ・金沢の海の幸を食し、その魅力を伝える金沢の海の幸のファンとなる。
- ・家庭での食事に積極的に海の幸を取り入れ、次世代を担う子供を育む。
- ・栄養や機能性に理解を深め、食することで健康を維持していく。

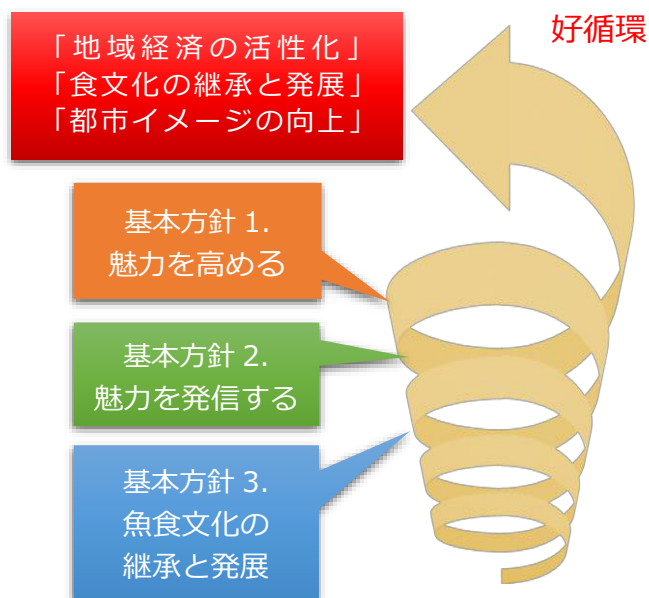
第3章 金沢で食する海の幸の魅力向上に向けた施策体系

1. 3つの基本方針

本計画では、金沢で食する海の幸の魅力向上による「地域経済の活性化」、「食文化の継承と発展」、「都市イメージの向上」を推進するため、基本方針として「1.魅力を高める」「2.魅力を発信する」「3.魚食文化の継承と発展」の3つを設定します。

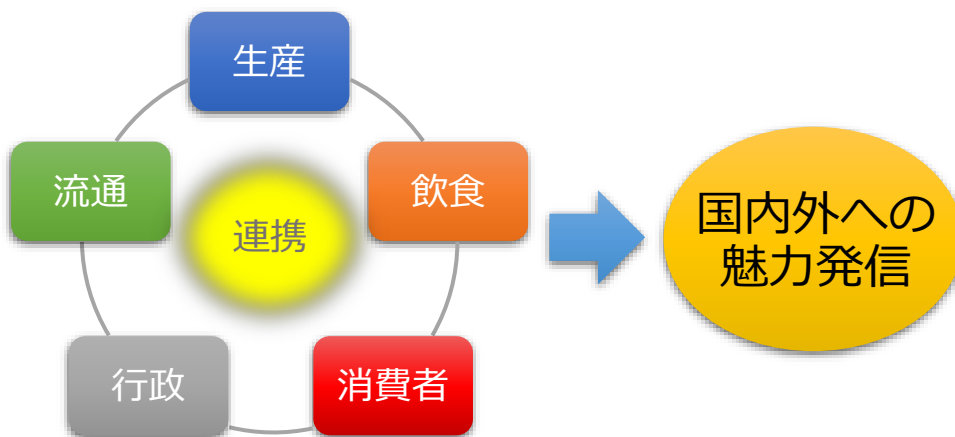
これら3つの基本方針に基づく施策の方向性や主な施策（具体的な取組）を定めた施策体系を構築し、それぞれの要素を相互に作用させることで、金沢で食する海の幸の魅力向上の好循環を創出します。

金沢で食する海の幸の魅力向上



2. 推進体制

本計画は、生産、流通、飲食などの金沢の海の幸に携わる事業者が、お互いの顔が見える関係を築きながらそれぞれの役割を果たし、これらに行政や消費者を含めた全体が連携することにより計画を推進します。





3. 施策体系

第3章

金沢で食する海の幸の魅力向上に向けた施策体系

目的	基本方針	施策の方向性
金沢で食する海の幸の魅力向上による ○○○ 都市イメージの向上 食文化の継承と発展 地域経済の活性化	1. 魅力を高める 	1) 豊富な品揃えや品質の維持・向上 2) 付加価値や商品イメージの向上 3) 新たな調理方法や加工品の開発
	2. 魅力を発信する 	1) 各種メディアを活用した食材や食文化の魅力発信 2) 海の幸をテーマにしたイベントの開催や観光商品の開発 3) 金沢の海の幸のファンづくり 4) 生産・流通・飲食の連携強化 5) 新たな販路の開拓
	3. 魚食文化の継承と発展 	1) 年齢に応じた食育推進 2) 家庭での魚食普及 3) 家庭や料理店での調理技術の継承 4) 持続可能な水産業の実現

主な施策	役割			
	生産	流通	飲食	行政
① 水揚げ時の選別・処理方法の改善	○	○		
② 飲食店等の要望を川上・川中が把握できる仕組みづくり	○	○	○	
③ 鮮度を維持・向上させる物流体制の構築	○	○		
④ 鮮度の高い底びきや朝とれの地魚の積極的販売・活用	○	○	○	
① 生産者による商品の差別化	○			
② 重点的 PR 魚種の選定とブランド化	○	○	○	○
③ 川上から川下までの工夫（ストーリー）を伝える販売の推進	○	○	○	
④ 海の幸の魅力を語れる人材の育成	○	○	○	○
⑤ 顔の見える販売の促進	○	○	○	
① 6次産業化の推進	○	○		
② 新たなメニュー開発の推進		○	○	
③ 魅力ある加工品の開発	○	○	○	
① 川上から川下までが連携した PR の実施	○	○	○	○
② 映像、SNS、フリーペーパー等を活用した情報発信	○	○	○	○
③ 情報の受け手に応じた PR の実施	○	○	○	○
① PR や交流を目的としたイベントの開催	○	○	○	
② 着地型観光商品の開発の推進	○	○	○	
① マスコットキャラクターを活用した PR				○
② 海の幸に親しむ機会の拡充	○	○	○	
① 業界関係者で構成する協議会設立・運営の検討	○	○	○	
② 実務担当者による意見交換会や勉強会の開催	○	○	○	
① ふるさと納税の返礼品への活用				○
② 各種展示商談会、フェアへの出展、アンテナショップでの販売	○	○		
③ 大都市圏への販路拡大や海外輸出の推進	○	○		
① 学校給食での地魚の利用拡大や郷土料理の提供				○
② 小中学校での出前講座の実施	○			
③ 大学生等を対象にした魚食の PR	○	○		
① 魚食の健康増進作用の PR 推進	○	○		○
② 調理しやすい商品（鮮魚・加工品）や惣菜の販売促進		○	○	
③ 家庭での魚食を推進するレシピ・加工品の開発		○	○	
① 多様な実施主体による料理教室等を通じた食育推進	○	○	○	
② 料理人による郷土料理や調理技術の継承			○	
① 新規就業や人材育成を目的とした取組の実施	○	○	○	○
② 水産業の仕事の魅力を発信	○	○		
③ 効率的な経営への転換やスマート漁業の推進	○	○		
④ 資源管理による付加価値の向上	○			



第 4 章 各方針の個別施策内容

基本方針 1：魅力を高める

1) 豊富な品揃えや品質の維持・向上

【背景】

金沢では、消費者に高い鮮度の水産物を届ける工夫が随所でなされています。

例えば、金沢港を拠点とする底びき船は、船内に海水冷却装置を装備し、水揚げした魚の鮮度を維持しながら帰港します。また、かなざわ総合市場では、次々と水揚げされる水産物の受入体制を朝昼晩で整え、鮮度にこだわった流通システムが構築されています。さらに、金沢市中央卸売市場でも、早朝のせりに加え、JF いしかわと協力して平成 20 年度から二番せり（朝せり）を行っており、その日の朝に水揚げされた新鮮な魚を消費者のもとに届ける取組がなされています。



＜船内の海水冷却装置＞

このような鮮度や品揃えにこだわった流通システムは、観光客に対するアンケート調査（P12）の満足度からもわかるように、高く評価することができます。そして、鮮度の向上を図ることで、販売方法や食べ方の幅が広がり、水産物の更なる消費拡大も期待できます。

金沢の海の幸が、市民や観光客から継続して高い評価を得るためには、水産業界が連携し、鮮度の維持向上に取り組んでいくことが求められます。

【関係者の声】

- ▶ 神経締めなど鮮度管理のレベルが今よりも高くなると、刺身にするなどの売り方や食べ方の幅が広がり、付加価値を高めることができる。〔第2回プロジェクトチーム※〕
- ▶ 「越前がれい」のように鮮度維持の取組が価格に反映するとわかれば、金沢の生産者も意欲的に取り組むのではないかな。〔第2回 PT〕
- ▶ 生産者側だけでなく、飲食店等の意見も鮮度管理の向上に活かすと市場の評価も高くなるのではないかな。〔第2回委員会〕
- ▶ 生産者が海水冷却装置を使用しているとは知らなかった。市民は、新鮮な魚が手に入ることが当たり前となっており、鮮度管理のレベルの高さに気付いていない。〔第2回 PT〕

※以下、「プロジェクトチーム」を「PT」と略記する。

【施策】

主な施策 ・ 具体的な内容	役割			
	生産	流通	飲食	行政
① 水揚げ時の選別・処理方法の改善 ・ 箱詰め方法の改善 ・ 沖締め・神経締め等の普及拡大	○	○		
② 飲食店等の要望を川上・川中が把握できる仕組みづくり ・ 意見交換会の開催	○	○	○	
③ 鮮度を維持・向上させる物流体制の構築 ・ 首都圏等向け商品の鮮度向上の検討 ・ 新たな鮮度維持技術の導入	○	○		
④ 鮮度の高い底びきや朝とれの地魚の積極的販売・活用 ・ 消費者向け PR の実施	○	○	○	

◆漁獲から出荷までの鮮度管理（株式会社鹿渡島定置^{かどしま}）

- ・ 魚の鮮度を保つため、水揚げされた魚を漁師が船上で神経締め
- ・ 海水シャーベット装置の導入により、獲れた魚を急速に冷却するとともに、魚の塩分濃度を維持し鮮度を保持
- ・ 輸送時も最適な温度帯を保ち、魚の自重による傷みを抑えるための梱包にも工夫



神経締め



海水シャーベット装置



冷海水による鮮度保持

出典：鹿渡島の魚（株式会社鹿渡島定置 HP）

◆越前がれいの活締め・神経抜き（越前町漁業協同組合）

- ・ 水揚げ後の越前がれいを生きたまま漁港の水槽へと運搬し、1日寝かせることでストレスにより発生した乳酸を解消
- ・ その後、出荷直前に活締め、神経抜きの順に作業を行った後、氷詰めされた箱で出荷
- ・ 活締め、神経抜きによる鮮度の高さを活かした刺身をはじめとするカレイ料理の試食会を実施し PR



活締めされる越前がれい

出典：活〆・神経抜きの越前がれいの水揚げから出荷まで（福井県越前町漁業協同組合 HP）



2) 付加価値や商品イメージの向上

【背景】

市民や観光客を対象としたアンケート（P9～12）では、金沢をイメージする魚種にカニやノドグロ、アマエビが共通して上位に挙がっていることから、金沢の海の幸のイメージが観光客の間でも定着していることがわかります。

魚種別にみると、ノドグロのように県内の漁獲量が少ないにもかかわらず、北陸新幹線金沢開業後に金沢の海の幸のひとつとして知名度が大きく向上したものがあります。一方で、アマエビのように漁獲量が多く、知名度が高いにもかかわらず、差別化やブランド化が進んでいない魚種もあります。メギス※に至っては、漁獲量が多いにもかかわらず、市民や観光客の認知度は低いのが現状です。

鮮度維持や選別によって付加価値を高め、品質的な差別化を図っていくことと併せて、飲食店等でのメニュー開発を進め、消費者に直接魅力やおいしさをPRすることが、商品イメージの向上につながるといえます。そのためには、生産、流通、飲食及び行政がそれぞれの立場で取組を推進していくほか、各主体間の連携が必要となってきます。

※「メギス」とは、金沢で親しまれる「ニギス」の呼び方。本章より「メギス」と表記する。

【関係者の声】

- ▶底びき網漁では1回の漁で4回網を入れるが、最後の新鮮なものを「あがりこ」と呼んでいる。これを選別し、ネーミングとともにプレミアム感を出せば、東京ならすぐに完売するだろう。[第2回PT]
- ▶地元では当たり前になっている海の幸の魅力に、観光客など外部から気付いてもらうとブランド化が進みやすい。[第1回委員会]
- ▶ブランド化を進めるなら「金沢に来て食べられる、金沢に来ないと食べられない」という発想も大事である。[第1回委員会]
- ▶品質の高さだけでなく、食べ方付加価値をつけることもブランド化の要素である。[第1回委員会]

◆香箱ガニのタグ付けによる魅力発信と差別化（金沢海産物ブランド化推進協議会）

- ・「金沢海産物ブランド化推進協議会」が、香箱ガニの更なる魅力発信と差別化を図るため、平成30年にタグを初めて作製
- ・タグ付けされた商品は、選別された証としてタグなしの商品よりも高値で取引（関係者談）



タグが付けられた香箱ガニ

出典：金沢海産物ブランド化推進協議会資料

【施策】

主な施策 ・ 具体的な内容	役割			
	生産	流通	飲食	行政
① 生産者による商品の差別化 ・ 船名を冠した販売手法の導入 ・ GI（地理的表示保護制度）等の活用	○			
② 重点的 PR 魚種の選定とブランド化 ・ メギスのブランド化等 ・ 旅館やホテルでのメギスを使った朝ごはんの提供	○	○	○	○
③ 川上から川下までの工夫（ストーリー）を伝える販売の推進 ・ 海水冷却装置や海洋深層水による鮮度維持の取組の紹介	○	○	○	
④ 海の幸の魅力を語れる人材の育成 ・ おさかなマイスターの育成 ・ 金澤市場人「錬成塾」の開催	○	○	○	○
⑤ 顔の見える販売の促進 ・ 船名入りタグ付き商品 ・ 近江町市場での対面販売 ・ 飲食店での素材や調理技法の紹介	○	○	○	

◆メギスのブランド化の検討（金沢の海の幸魅力発信プロジェクトチーム等）

- ・ プロジェクトチームでは、メギスを使ったメニューの試食を通じて、メギス活用の方向性やブランド化について検討
- ・ メンバーの一部の店舗では、既にメギスを新メニューとして販売
- ・ スポーツ観戦イベントでは、メギスのつまれの創作料理が販売
- ・ 平成 31 年度は金沢メギスのブランド化を推進するため、飲食店と連携したキャンペーンの実施、飲食ブース出展のほか、小学校給食へ食材を提供



メギスの昆布め握り



メギスのフライ

メギスのつまれ
豆乳金沢みそスープメギスのつまれ
アジアンカレースープ



3) 新たな調理方法や加工品の開発

【背景】

市民アンケート調査結果（P9）によると、生鮮水産物の購入頻度が低い理由として、調理の手間に関する理由が多くみられます。家族構成が変化し、働く女性が増加する中、魚の頭や内臓などの下処理やごみの処理などの手間は、生鮮水産物を遠ざける要因となっています。

今後、家庭で魚を調理したり、食べたりする機会が減ると、市民の魚離れが進み、消費が減るだけでなく、食文化の継承も困難になると考えられます。

一方で、購入する生鮮水産物として切り身が好まれる傾向にあり、調理の手間が少ない商品にニーズが高くなっています。

このような昨今の消費者のライフスタイルや嗜好の変化に対応しつつ、金沢の食文化を継承できる新たな調理方法や手軽に調理できる加工品の開発が求められます。

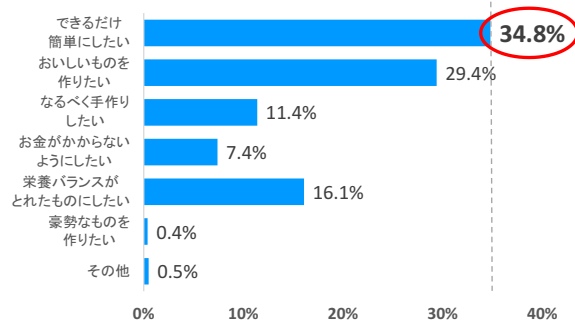
また、水産業界以外にも巻き込み、中身だけでなくパッケージにもこだわった魅力的な加工品を開発することで、家庭だけでなくお土産としての需要拡大も見込まれます。

【関係者の声】

- ▶近年、アマエビのサイズが小さくなる傾向にあるが、小さいものは加工品向けの需要が生まれており、価格も上昇傾向にある。[関係者ヒアリング]
- ▶消費拡大のためには、生産や卸のどこかが一次加工を担うのが望ましい。他県で進んでいる事例もあるが、経営的に苦戦しているようだ。[関係者ヒアリング]
- ▶観光客向けの加工品の開発に取り組んでいきたいが、パッケージのデザインは不得意な分野である。大学との連携や支援制度があると取り組みやすくなる。[関係者ヒアリング]
- ▶生産者や地元の人だけが知る食べ方に新商品開発のヒントがあり、それを活かすべきである。[第2回委員会]
- ▶生産主体の6次産業化や加工事業者が主体となる連携事業に対して、継続的な支援体制が必要ではないか。[第2回PT]

◆調理に関する消費者の意識

- ・消費者は、「調理すること」について、「おいしいものを作りたい」や「栄養バランスのとれたものにしたい」といった回答よりも、「できるだけ簡単にしたい」との回答が多く、少しでも調理に手間がかからないことを重視



出典：「平成 28 年度上半期消費者動向調査」（日本政策金融公庫 農林水産事業本部）

【施策】

主な施策	役割			
	生産	流通	飲食	行政
・ 具体的な内容				
① 6次産業化の推進				
・ 漁協や卸での一次加工	○	○		
・ 加工業者の新商品開発				
② 新たなメニュー開発の推進				
・ 飲食店やスーパー等の総菜売場での新たなメニュー開発		○	○	
③ 魅力ある加工品の開発				
・ 大学等との連携	○	○	○	
・ パッケージデザインの改良				

◆近江町市場での惣菜販売（大口水産株式会社）

- ・ 市民の台所といわれる近江町市場では、水産物を生鮮品だけでなく、惣菜としても販売
- ・ 旬の魚を家庭で手軽に味わえるとして、市民からも好評
- ・ 観光客もイートインスペースで地元の家庭料理を楽しむことが可能



店頭で販売される惣菜

◆メギスの加工品開発（イケウチ株式会社）

- ・ 金沢の海の幸魅力発信プロジェクトチームメンバーが、メギスの加工品を開発
- ・ 味付けの参考とするため、プロジェクトチームメンバー等で試食を実施
- ・ パッケージにも改良を加えた上で、今後、商品化を予定



メギスのいしる干し



基本方針2：魅力を発信する

1) 各種メディアを活用した食材や食文化の魅力発信

【背景】

市民や国内外からの観光客等に対し、金沢の海の幸の魅力や食文化を発信していくためには、多様なメディアを活用した情報発信が必要となります。

毎年9月に解禁される底びき網漁や、11月に解禁となるカニ漁などは、金沢の季節の話題としてメディアに紹介されています。更なる魅力の発信には、生産、流通、飲食及び行政が連携し、水産業界全体でPRに取り組むことも必要といえます。

また、若い世代に対しては、SNSを活用した情報発信が有効であり、外国人観光客に対しては、多言語対応が必要となるなど、ターゲットに応じた情報や魅力の発信が必要となります。

【関係者の声】

▶底びきものは、解禁となる9月上旬にスポットが当たる。旬の底びきものをブランドとしてPRしていけば、魅力向上や消費拡大につながる。 [第1回PT]

▶水産業界の関係者が情報交換を行いながら、業界が一体となって金沢の海の幸をPRしていくことも必要だ。 [第3回PT]

▶金沢市中央卸売市場ではテレビ番組を通じて旬の情報を発信しているが、基本的にはBtoBの場である。市場も消費者を意識した情報発信が必要になってくるだろう。 [第2回PT]

▶金沢の食文化が高く評価されるのは、素材や技術の良さはもちろん、器やしつらえにもこだわっているからだ。そういった金沢らしさを伝えていくことも大事だ。 [第2回委員会]

◆フリーペーパー『Fのさかな』による情報発信

- ・「Fのさかな」は、能登から魚文化を発信するフリーペーパー（Fの意味は「フレッシュ」、「フレンドリー」、「フード」、「ファミリー」、「フリー」）
- ・魚に特化したフリーペーパーとしては、「Fのさかな」とその姉妹誌「Eのさかな」（愛媛県）のみ
- ・「日本タウン誌・フリーペーパー大賞 2017 地方創生部門優秀賞」をはじめとした各賞を、7年連続受賞



Fのさかな 21号表紙

出典：Fのさかな（石川印刷株式会社Fのさかな事業部）

【施 策】

主な施策	役割			
	生産	流通	飲食	行政
・ 具体的な内容				
① 川上から川下までが連携した PR の実施	○	○	○	○
・ 底びき網漁やカニの解禁時等における一斉 PR の実施				
② 映像、SNS、フリーペーパー等を活用した情報発信	○	○	○	○
・ 地元ならではの情報や器やしつらえを含めた食文化の発信				
・ 新しい食べ方の提案				
③ 情報の受け手に応じた PR の実施	○	○	○	○
・ 外国人や女性、若者目線からの情報発信				
・ HP の多言語化				

◆様々な情報発信（金沢市）

【PR 動画（YouTube）】

- ・ 金沢市の委託を受け、金沢美術工芸大学の学生が PR 動画「海鮮金沢」を制作し、金沢市公式 YouTube チャンネル（City of Kanazawa）で公開（短編 5 本、まとめ版 1 本）
- ・ 学生目線からみた金沢の海の幸の魅力発信をテーマに、日常を切り取ったような見る人の共感と呼ぶ作品を制作



動画「海鮮金沢～友達編～」

【VR（仮想現実）動画コンテンツ（YouTube）】

- ・ 金沢の冬の味覚を代表するカニの初せり等を 360°カメラで撮影し、VR 動画コンテンツとして金沢市公式 YouTube チャンネル（City of Kanazawa）で公開



VR 動画「KANAZAWA360°カニ初競り」

【金沢市公式 HP「金沢の海の幸」の多言語化】

- ・ 金沢の海の幸の魅力を外国人に向けて発信するため、HP を多言語化
- ・ 現在、英語、中国語（簡体字、繁体字）、フランス語に対応



金沢市公式 HP「金沢の海の幸」英語版



2) 海の幸をテーマにしたイベントの開催や観光商品の開発

【背景】

水産物は旬が重視され、漁法や魚種によっては漁期が設定されるなど、季節性の高い食材といえます。漁の解禁や旬を迎える時期などに開催されるイベントは、市民だけでなく観光客に対しても産地や水産物をPRする絶好の機会となります。また、季節の話題として報道されることは、市民や観光客に向けた定期的なPRにもつながります。

また、イベントの開催は、生産者や地域の住民にとって「誇り」を実感する場となるほか、イベントを通じた生産者と消費者の交流や地域活性化への波及効果も期待されます。

イベント以外では、普段は一般の方が直接目にする事の少ない卸売市場でのせり見学も、水産物への関心を高める手段として有効であり、旧築地市場のマグロの卸売場の見学は外国人に大人気のツアーコースのひとつでした。海の幸を楽しむことが金沢を観光する目的の上位となっており、外国人観光客が年々増加していることから、本市においてもせりの見学は魅力ある観光素材となる可能性が高いといえます。

【関係者の声】

▶外国人観光客を対象にかなざわ総合市場の夜せりの見学のモニターツアーを実施したが非常に好評だった。旅行事業者が本格的な実施の意向を示している。 [事務局]

▶平成30年9月、漁協と金沢市が共同で「金沢甘エビまつり」を初めて開催したが、来場者も多く、底びきものへの関心が高いことがうかがえた。今後も金沢市の協力を得て開催していきたい。 [第2回PT]

◆各種イベントでの魅力発信

【金沢甘エビまつり】

- ・金沢港の代表的な水産物であるアマエビの魅力を発信し、消費の拡大を図るため、平成30年9月8日（土）に初開催（来場者数：3,000人）
- ・当日はアマエビのふるまいや金沢港いきいき魚市での鮮魚市などを実施
- ・平成31年度も継続開催予定



会場の様子

【カニ解禁イベント】

- ・ズワイガニの解禁に合わせ、近江町市場やかなざわ総合市場で市民や観光客を対象にしたイベントを開催
- ・お得なカニ汁の販売は長蛇の列ができるほどの大盛況



巨大なカニ鍋

【施策】

主な施策	役割			
	生産	流通	飲食	行政
・ 具体的な内容				
① PR や交流を目的としたイベントの開催	○	○	○	
・ カニやアマエビの PR イベントの実施				
② 着地型観光商品の開発の推進	○	○	○	
・ 観光客や外国人を対象にしたせり見学ツアー				

◆外国人向けせり見学ツアー（金沢市）

- ・ 金沢を訪れる外国人観光客を対象に、かなざわ総合市場で行われる魚のせり見学や厚生食堂での食事などを目的としたツアーを開催
- ・ ツアーは金沢市と Reach KANAZAWA※が共同で企画し、募集や催行は Reach KANAZAWA、現地のガイドは所属する金沢大学の学生が実施
- ・ 外国人観光客に臨場感あふれる体験を楽しんでもらい、金沢の海の幸の魅力発信と新たな金沢の夜の観光を提案

※金沢の文化にふれたい外国人留学生と、国際交流をしたい日本人学生がペアとなり、金沢を訪れる外国人観光客を案内するガイドマッチングサービスを提供する団体



せりの見学の様子

An amazing Fisherman's Wharf Night Exploration tour

HERE! ▶ reach-kanazawa.com

An amazing Fisherman's Wharf / Fish Market Tour at the Kanazawa Port!

The Fisherman's Wharf in Kanazawa is where all the seafood caught in the waters of Ishikawa prefecture start their journey to the bellies of seafood lovers all around Japan.

As soon as the catch of the day is unloaded, a hectic and exciting auction begins. Before you can say "fish", the seafood has found a new owner. In this tour, you'll experience the blinding heat of the auction and the bone freezing cold (-35°C!!!) of an enormous freezer, watch how the fishermen unload the haul of the day, and learn why Kanazawa's seafood is ranked among the best and freshest in Japan from a local expert.

Once you've worked up an appetite, finish off the tour with a scrumptious dinner featuring the freshest fish you will ever eat! Don't miss out on this once-in-a-lifetime experience!

PRICE 9000 Yen/2 or more person *Solo customer is also welcomed. However, the price is 11000 yen per.	DURATION 3 hours (Approx.)	GROUP SIZE 1 to 10	INCLUSIONS English guide, Driver, All entrance fee	EXCLUSIONS transportation fees (Taxi approx. 3000JPY)
NOTE Please participate with casual clothes which you would not mind getting dirty.			CANCELLATION There will be a fee, if you cancel on the day.	

START
17:30 at Kanazawa station, South entrance, in front of the taxi stand

英語パンフレット



3) 金沢の海の幸のファンづくり

【背景】

近年のソーシャルメディアの発達により、SNS は情報発信において欠かせないツールとなっています。また、消費者同士の情報交換が消費行動における重要な要素となっていることから、SNS を活用した「金沢の海の幸のファンづくり」は、金沢の海の幸の魅力発信や消費拡大を推進していく上でも効果的と考えられます。ファン自身が消費者となるだけでなく、金沢の海の幸の魅力を発信することで更なるファンを創出することも期待できます。

本市では、平成 29 年に金沢の海の幸のマスコットキャラクター「さかなざわ さちこ」が誕生し、金沢駅での観光客のお出迎えやスポーツイベントへの出演などの PR 活動を行っています。このような活動が観光客や子供とのふれあいの場となっており、金沢の海の幸のファンづくりに大きく貢献しています。

また、子供の頃の魚とのふれあいや魚を食べておいしかったという記憶は、その後の味覚の形成に影響するといわれています。食育や料理教室等を通して海の幸に親しむ機会を増やし、地道にファンを増やしていくことが将来の消費拡大にもつながります。

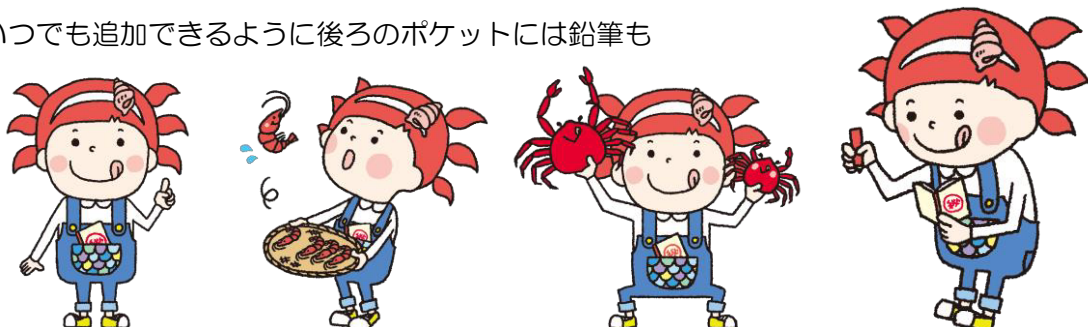
【関係者の声】

▶親子料理教室などは、子供の頃に魚とのふれあいや調理した記憶、魚料理を実際に食べておいしいという感覚を持ってもらうことができ、それが金沢の海の幸のファンづくりのための種まきとなり、未来につながる。

[第2回委員会]

◆金沢の海の幸マスコットキャラクター「さかなざわ さちこ」

- ・「さかなざわ さちこ」は、金沢の海の幸の魅力を市内外に発信するため、デザインや愛称を全国から公募した金沢市公式キャラクター
- ・金沢の海の幸が大好きな女の子
- ・毎日まちなかを走り回るくらい元気で明るい性格
- ・髪型はカニヘアー、カチューシャにはバイガイ、オーバーオールポケットは魚の鱗柄
- ・マル秘ノートには金沢の海の幸のおすすめポイントがたくさん！
いつでも追加できるように後ろのポケットには鉛筆も



【施策】

主な施策	役割			
	生産	流通	飲食	行政
・ 具体的な内容				
① マスコットキャラクターを活用した PR				○
・ 駅でのお出迎え、各種イベントでの登場				
・ SNS 発信、商品への活用				
② 海の幸に親しむ機会の拡充	○	○	○	
・ 食育や料理教室等を通じたファン拡大				

◆「さかなざわ さちこ」による PR 活動

- ・「さかなざわ さちこ」は、金沢の海の幸の HP や各種パンフレット等の印刷物に活用されるほか、水産やスポーツイベント等に登場し、市民や観光客との交流を深めながら、自身の Facebook や Instagram を通じて、金沢の海の幸に関する情報を市内外に発信



近江町市場での料理教室



金沢駅でのお出迎え



スポーツイベント（ツエーゲン金沢）



スポーツイベント（金沢武士団）



4) 生産・流通・飲食の連携強化

【背景】

本市では、平成 29 年度に「金沢の魚のおいしさを熱く語る懇話会」(計 8 回)を開催し、様々な意見交換を通して、関係者の意識や情報の共有を図り、平成 30 年度に懇話会の流れを引き継ぐ形で「金沢の海の幸魅力向上計画策定委員会」及び「金沢の海の幸魅力発信プロジェクトチーム」を立ち上げました。

委員会では、長年金沢の水産業に携わってきた有識者や、食や情報発信のプロなどの幅広い委員により、金沢の海の幸の魅力やブランド化の是非など様々な議論がなされました。また、プロジェクトチームでは、飲食店を会場とし、臨場感あふれる議論を行い、新メニューの開発やプロジェクトチームの継続が提案されるなど、魅力発信のアイデアについて活発な議論がなされました。

水産業に関わる多様な立場の関係者が一堂に会しての意見交換は、新たな発見やアイデアを生むと同時に、連携強化にもつながり、水産業界の発展に大いに貢献すると考えられます。このような連携の場を本計画策定後も設け、魚に関連する業界関係者が一体となり、「金沢で食する海の幸の魅力向上」に向けた継続的な取組が求められます。

【関係者の声】

- ▶PT に各分野の実務担当者が集まったので、何か形になるものを残したい。 [第1回PT]
- ▶PT に川上から川下までが集まり、意見を交わすことで、同じ水産業なのに知らなかったことに気付くことができた。このような場が今後必要である。 [第2回PT]
- ▶PT には残念ながら漁師が参加していない。PT が継続するなら、流通や飲食の実務担当者が何を望んでいるかを直接漁師に伝える場があればよい。 [第2回PT]

◆ズワイガニの生息数等に関する研修会（金沢市）

- ・ズワイガニの生息数が日本海側で 2021 年に半減するとの予測を受け、金沢市が水産業関係者等を対象に研修会を開催（平成 30 年 12 月）
- ・研修会には、漁業や流通事業者のほか、飲食業や宿泊業関係者も参加し、幅広く情報を共有し、今後の観光客や市民の期待にこたえるため、各業界で対策を進めていくことを確認
- ・平成 31 年度も継続して対策を検討



研修会の様子

【施 策】

主な施策	役割			
	生産	流通	飲食	行政
① 業界関係者で構成する協議会設立・運営の検討				
・ 具体的な内容				
・ PR や新たな施策を検討・実施する組織の設立	○	○	○	
② 実務担当者による意見交換会や勉強会の開催				
・ 協働・連携による品質向上や新商品開発	○	○	○	

◆金沢の海の幸魅力発信プロジェクトチーム（金沢市）

- ・ 金沢で食する海の幸の魅力発信について、各業界の実務担当者らによる新たなアイデアの掘り起こしを行うため、実際の店舗等で試食等を交えたプレゼンテーションと議論を行うPTを設置
- ・ 第1回の会議では、金沢市で漁獲量の多いメギスのブランド化の提案が行われ、これを受けて実際に店舗で提供する新メニューや新たな加工品の開発に進展
- ・ これまでになかった川上から川下までが一堂に会する意見交換を行うことで、生産や流通事業者が飲食店の要望を直接把握できるなど、連携による魅力向上を進めていくきっかけの場となることから、平成31年度もPTを継続開催予定



第1回 PT「メギスのブランド化の提案」



第2回 PT「メギスの新メニューの試食」



第3回 PT「近江町市場での対面販売の魅力紹介」



第3回 PT「食育キッズマイスターの取組紹介」



5) 新たな販路の開拓

【背景】

今後、金沢の海の幸の魅力を国内外に更に広めていくためには、多様化する販売形態への対応や、新たな販路の開拓に取り組んでいく必要があります。

そのひとつとして、本市の食文化の大きな柱である金沢の海の幸をふるさと納税の返礼品に活用することが考えられます。ふるさと納税の市場規模は近年拡大しており、新たな販路として有力といえます。「ふるさとチョイス」や「さとふる」といったふるさと納税専用サイトでは、納税者が返礼品を選びやすい環境が整えられており、各自治体の特産品のPRの場にもなっています。

本市においては、北陸新幹線金沢開業以降、海の幸が特に観光客から注目されていることから、返礼品としての優位性が高く、これまであまり金沢の海の幸に慣れ親しんでこなかった消費者層へのPRになることも期待できます。

そのほかにも、各種の展示商談会、フェア、アンテナショップへの出展や輸出に向けた取組を推進し、国内外を含めた金沢の海の幸の新たな販路開拓に取り組んでいくことが必要といえます。

【関係者の声】

▶日本では魚離れが課題となっているが、世界では健康志向の高まりなどから消費が増え続けている。新たな販路として国内だけでなく、富裕層が多くいる中国など海外も視野にしていかなければならない。

[第2回委員会]

▶中国では赤は縁起の良い色とされている。熱を通して赤くなるエビは多いが、アマエビは熱を通さなくても赤い。北欧産の冷凍の商品もあるが、金沢産の生のものが輸出できれば差別化を図ることができる。

[第1回委員会]

◆海外への販路拡大（ウロコ水産株式会社）

- 平成30年11月、県内で水揚げされたベニズワイガニを台湾に初輸出
- 台湾の富裕層の間で人気のある日本の食材を売り込むことを目的に、金沢市中央卸売市場青果部の丸果石川中央青果株式会社と共同で富裕層向けスーパー「裕毛屋」で物産展を開催
- 通常よりも高値で販売されたにもかかわらず、ベニズワイガニが完売したことから、月2回の頻度で空輸することが決定（平成31年1月時点）
- ベニズワイガニの定期輸出は、県内初となる試み



販売されたベニズワイガニ

出典：ウロコ水産株式会社資料

【施 策】

主な施策 ・ 具体的な内容	役割			
	生産	流通	飲食	行政
① ふるさと納税の返礼品への活用 ・ 鮮魚や魅力ある水産加工品の活用				○
② 各種展示商談会、フェアへの出展、アンテナショップでの販売 ・ 販促資材の拡充や各種展示商談会等への出展	○	○		
③ 大都市圏への販路拡大や海外輸出の推進 ・ 海外輸出に向けての情報収集や試験販売	○	○		

◆金沢の海の幸 PR ポスター「うまい魚、金沢にあり。」（金沢市）

- ・ 金沢の海の幸を PR することを目的に平成 30 年度にポスターを作成
- ・ 関係事業者に配布し、県外スーパーの水産売場で金沢の海の幸 PR に使われるほか、生産者や流通事業者が出展する国内外のイベントや商談会にも活用





基本方針3：魚食文化の継承と発展

1) 年齢に応じた食育推進

【背景】

藩政時代から受け継がれる豊かな食文化は、金沢を代表する伝統文化のひとつといえます。持続可能な金沢の水産業を構築していくためには、金沢の食文化とともに魚食文化を次世代に継承し、発展させていくことが重要となります。

このような観点において、学校は次世代に食文化を伝えていく場として重要な役割を担っており、そこで提供される給食は食文化を直接子供に伝える機会となります。

しかしながら、骨がある、定形でない、処理に手間がかかる、価格が高い※などの理由から、地元で獲れた魚が食材として採用されにくい状況にあります。

このような課題に対し、本市では、栄養士による給食向け加工品の提案がなされていますが、他都市では、「有名シェフ監修メニューの開発」や「卸売市場と連携した未利用魚の活用」など、民間事業者と連携し、地物の水産物を積極的に活用する取組も増えています。

また、石川県は人口に占める大学等の高等教育機関数、学生数ともに全国上位であり、金沢はいわば「学生のまち」でもあります。小学生から大学生まで、年齢に応じた食育を推進していくことで、金沢の魚食文化の継承を図っていくことが重要です。

※給食1食あたりの単価：小学校 250 円、中学校 293 円（平成 30 年度）

【関係者の声】

▶子供は食べたことのないものを食べようとしない。だからこそ、子供の頃に魚を食べておいしいと思う経験が必要である。

[第2回委員会]

▶子供への食育は、すぐに効果が出るものではない。また、色々な世代を対象に、継続的に行うことでようやく効果が現れるものだ。

[第2回委員会]

◆おさかなマイスターによる「金沢の水産業」出前授業（JF いしかわ）

- ・さかなの魅力を伝える伝道師「おさかなマイスター」が小学校に出向き、金沢の水産業について出前授業を実施
- ・「耳石※ハント」を通じて魚の体の構造やきれいな食べ方を学習
- ・金沢市が小学5年生向けに作成した副読本「金沢の水産業」を活用



副読本



「耳石ハント」の様子

※体のバランスを保つための小さな石のような組織で、頭蓋骨の中に存在。魚の種類によって大きさや形が異なる。

【施 策】

主な施策	役割			
	生産	流通	飲食	行政
・ 具体的な内容				
① 学校給食での地魚の利用拡大や郷土料理の提供				○
・ 学校給食向け商品の開発				
② 小中学校での出前講座の実施				
・ おさかなマイスター※の派遣 ※消費者に魚のことを伝え、おいしく食べてもらうための「伝道師」となる資格 (日本おさかなマイスター協会主催)	○			
③ 大学生等を対象にした魚食のPR				
・ 学食等でのPR	○	○		
・ 簡単に作れるメニューの紹介				

◆学校給食への食材提供（金沢市）

- ・ 地場水産物の消費拡大と若い世代への普及を図るため、学校給食に食材を提供
- ・ 平成30年度はアマエビを食材として提供
- ・ 平成31年度はメギスを食材として提供予定



給食の様子



アマエビの具足煮

◆大学生向けおさかな教室「もっと知ろう！もっと食べよう！金沢の魚」（金沢市）

- ・ 若い世代（大学生）に金沢の海の幸を気軽に調理し、食べてもらうことを目的に開催
- ・ 全3回の教室では、1、2回に金沢の魚の魅力や調理法を学び、最終回には同じ世代に食べてもらいたい料理を提案・調理し、試食会を開催



近江町市場での買物体験



学生が調理したメギスのメニュー



2) 家庭での魚食普及

【背景】

魚介類は、良質の動物性タンパク質を含む一方、総じてカロリーが低いという特長があります。また、ビタミン（D、E、B12）、必須ミネラル（カリウム、カルシウム、マグネシウム、硫黄、鉄、銅、亜鉛、ヨウ素、セレン等）などの栄養素も豊富です。さらに、魚介類には高度不飽和脂肪酸（DHA：ドコサヘキサエン酸、EPA：エイコサペンタエン酸）をはじめとする多様な機能性成分が含まれており、肉や乳製品に含まれる飽和脂肪酸よりも体内で固まりにくく、血液をサラサラにするなど生活習慣病の予防効果もあるといわれています。また、胎児や子供の脳の発育に重要な役割を果たすだけでなく、妊娠中に抑うつ状態になりにくい効能も報告されています。

このような優れた栄養や機能性の高さといった健康面のメリットを積極的に PR することにより、市民の魚食意識が高まり、食する機会が増えることで、市民の健康増進につながると考えられます。

また、スーパーなどの惣菜は調理いらずで手軽に食べられることから人気があり、売場面積も拡大傾向にあります。魚介類の惣菜の拡充は、魚を気軽に食べる機会を与え、魚食の普及や消費拡大にもつながります。

【関係者の声】

- ▶働く女性が増え、調理に費やせる時間が少なくなっている。スーパーの惣菜売場も増えていることから、魚の惣菜の販売に力を入れるべきである。 [第3回PT]
- ▶親子料理教室では、子供に調理を教えるほか、魚の栄養面も説明している。なぜ体にいいのか理解してもらいながら、食べてもらっている。 [第3回PT]
- ▶近江町市場の魚屋では下処理をしてもらえないと思っている市民もいる。対面販売が近江町の良さなので、気軽に食べ方などを聞いてもらいたい。 [平成 29 年度関係者ヒアリング調査]

◆ホームページでの魚の栄養成分の PR（金沢市）

- ・魚の料理レシピの紹介と併せて、魚の栄養成分についても紹介
- ・食べておいしいだけでなく、日々の健康管理や生活習慣病などの健康不安の予防に役立つ栄養成分がたくさん含まれることを PR し、毎日の食生活に魚を取り入れるメリットを PR



【施 策】

主な施策	役割			
	生産	流通	飲食	行政
・ 具体的な内容				
① 魚食の健康増進作用の PR 推進	○	○		○
・ 子供の成長や高齢者の健康維持に有益な栄養価の PR				
② 調理しやすい商品（鮮魚・加工品）や惣菜の販売促進		○	○	
・ ライフスタイルに合った商品や時短料理の提案				
③ 家庭での魚食を推進するレシピ・加工品の開発		○	○	
・ HP やパンフレットでのレシピ紹介				

◆パンフレット「金沢旬のおさかなレシピ」の作成（金沢市中央卸売市場）

- ・ 市民に旬のお魚をおいしく味わってもらうことを目的に平成 28 年度から毎年度作成
- ・ 「酒の肴編」、「子どもがよろこぶ魚料理編」に続き平成 30 年度に「郷土料理編」を発行
- ・ 平成 31 年度も続編を発行予定



「酒の肴編」



「子どもがよろこぶ魚料理編」



「郷土料理編」



パンフレットでは魚のレシピについても紹介



3) 家庭や料理店での調理技術の継承

【背景】

家族構成やライフスタイルの変化に伴い、魚を調理しない家庭が増えており、この傾向が続くと、魚を調理することに慣れ親しんでいない子供世代が成長するにつれ、魚離れが進行するものと考えられます。

家庭での魚の調理を促すためには、料理教室や魚のさばき方教室などを通して、親子が一緒に魚に慣れ親しむ場や機会が必要であり、これまでも、生産、流通、飲食及び行政がそれぞれの得意分野を活かした料理教室等を開催しています。

また、金沢の食文化を支える要素として、豊かな食材とともに、料理人の優れた技術が挙げられます。この料理人の技術は、長年にわたって受け継がれ、構築されてきたものであり、この土地ならではの郷土料理とともに、将来に伝えていく必要があります。

そのため、金沢の魚食文化の継承と発展を図るためには、料理人同士が店舗や料理の分野にとらわれずに技術や知識を継承し、料理人の技術を磨き高める連携の場を充実させていくことも重要です。

【関係者の声】

▶消費拡大のため便利な加工品の開発も大事だが、将来の子供達に何を残していくべきかを考えていく必要がある。魚をさばける親を育てることも大事だし、親が子供に教えていくことも大事である。食文化は人が伝えていくものなので、行政や自分達が危機感を持って食育に取り組んでいく必要がある。
[平成 29 年度懇話会]

▶今の若い世代は、そもそも魚料理を食べる機会が少ない。だから、さばき方だけを教えるのではなく、自らさばいたものを食べておいしいと気づき、また家でも作りたいと思わせるところを着地点にしなければ、食育の効果はない。
[第2回委員会]

▶近江町市場には多くの観光客に来てもらっているが、原点はやはり「市民の台所」である。年配のお客が多いが、次世代のお客となる 20、30 代の市民が来られるような環境にするため、キッチンスタジオの建設を計画しており、親子料理教室などを開催していきたい。
[平成 29 年度関係者ヒアリング調査]

◆金沢料理職人塾の名工による技術継承（金沢食文化名工会）

- ・「金沢の食の名工」に選ばれた料理人による職人向け講習会を開催
- ・和、洋、中などの料理の分野を越えて、名工の技術を次世代の料理人が学び、その技術を継承
- ・平成 29 年度、地物食材を最高の「食」へ昇華させる名工技術の一端を紹介するプロモーション映像「金沢の食の名工」が完成



「金沢の食の名工」

【施策】

主な施策 ・ 具体的な内容	役割			
	生産	流通	飲食	行政
① 多様な実施主体による料理教室等を通じた食育推進 ・ 市民に伝統的な食文化を継承する機会の提供	○	○	○	
② 料理人による郷土料理や調理技術の継承 ・ 料理人同士が技術を学び、高めあう場の充実			○	

◆多様な実施主体による市民体験・料理教室

【JF いしかわ・お魚食べ方教室】

対象：小学生の親子

目的：金沢市の水産業の特徴や、魚の構造、きれいな食べ方などを楽しく学習



【近江町市場ビジョン委員会・親子おみちよ体験】

対象：小学生の親子

目的：近江町市場で買物する楽しさ、料理を作る楽しさを体験



【大口水産株式会社・親子おさかな塾】

対象：5歳以上の子供とその保護者

目的：おいしい魚が食べられる理由や新鮮な素材を使った魚料理を本職の魚屋から学習



【一般社団法人金沢市中央市場運営協会・模擬せり体験会】

対象：小中学生の親子

目的：市場見学と模擬せり体験会を通して、市場の役割や流通の仕組みを学習



【金沢市・金沢食育キッズマイスター育成制度】

対象：小学生

目的：基本的な料理の調理方法や器具の使い方、食事のマナーなどを学習





4) 持続可能な水産業の実現

【背景】

日本の漁業就業者は、平成元年の 38 万人から平成 29 年には 15 万人まで減少し、その多くが後継者のいない高齢の漁業者であることが、水産業の将来を考える上で大きな課題となっています。人手不足を補い、効率的な経営を進めていくためには、ICT を活用したスマート水産業の推進も必要となります。

生産の現場に限らず、流通や飲食においても人手不足は深刻で、水産業全体の衰退を防ぐためには、新規就業者の獲得や若手の育成は必要不可欠となります。

また、国連の持続可能な開発目標（SDGs）への関心が高まっており、この目標の達成に向けて、水産業界でも持続可能な漁業に取り組んでいく必要があります。既に県内では資源保護や生態系に配慮した漁業を認証するマリン・エコラベル・ジャパン（MEL）を取得している生産者がいるほか、ズワイガニは漁期の短縮や脱皮したての「水ガニ」の全面禁漁に取り組んでいます。

しかしながら、日本海区水産研究所※の調査によると、3 年後の 2022 年にはズワイガニの生息数が半減するとされています。更なる漁獲制限や漁期短縮により資源を回復させ、付加価値を高めていく取組が今後必要となることが考えられます。

※青森県から山口県までの日本海沿岸及び沖合域における水産業に関連した調査研究を行う国立研究開発法人

【関係者の声】

▶ 県内資本のスーパーの店舗や、スーパーでの魚の売場面積が減っている。売り方や目利き技術が継承されておらず、人材不足を感じる。

[第1回委員会]

▶ 若者が水産業界を嫌っているというのは水産業に携わる側の勝手な思い込みで、会社説明会やインターンシップで学生と話をする、興味を持つ学生が少なからずいることがわかった。

[第3回PT]

▶ 獲るだけでなく、魚の資源を守ってこそ、魚のこだわりをアピールすることができる。

[第2回委員会]

▶ 資源保護により資源量が回復した事例はあり、こだわりがあるものとして消費者への訴求効果も高い。

[第2回委員会]

◆海中ゴミ清掃による海洋環境保護（金沢港水産振興協議会※）

- ・ 漁業活動中に漁網にかかるゴミを陸揚げして処理
- ・ 漁場のゴミが減少することで、魚の生息する環境の改善や生産者の安全操業につながることに加え、生産者自らがゴミを処理することで、自分たちの海を守り伝えるという意識も向上（金沢市が費用の 1/3 を助成）

※金沢港水産振興協議会の構成員

JF いしかわ金沢支所、JF いしかわ金沢港支所、JF いしかわかなざわ総合市場



陸揚げされたゴミ

【施策】

主な施策 ・ 具体的な内容	役割			
	生産	流通	飲食	行政
① 新規就業や人材育成を目的とした取組の実施 ・ インターンシップの受入れや金澤市場人「錬成塾」の開催	○	○	○	○
② 水産業の仕事の魅力を発信 ・ HP、SNS 等を活用した情報発信	○	○		
③ 効率的な経営への転換やスマート漁業の推進 ・ 人材不足を補うためのスマート漁業の導入検討	○	○		
④ 資源管理による付加価値の向上 ・ 漁獲制限や漁期短縮による資源回復	○			

◆マリン・エコラベル・ジャパン（MEL）の認証取得（輪島漁業生産組合）

- ・ 資源と生態系の保護に積極的に取り組んでいる漁業を認証し、その製品に水産エコラベルをつけて流通させる「MEL 認証」を、平成 27 年に石川県で初めて輪島漁業生産組合の輪島丸が取得
- ・ 活締めによって商品の付加価値を高め、少量の漁獲量でも採算が取れる漁業を展開し、漁獲に必要な資本・労働力の投入量（漁獲努力量）を 10～20%削減



輪島丸で獲れた活締め魚

出典：「MEL ジャパン 生産段階取得漁業概要（日本海輪島丸まき網漁業）」（公益社団法人 日本水産資源保護協会）

◆金澤市場人「錬成塾」（金沢市中央卸売市場）

- ・ 市場の将来を担う卸、仲卸、開設者の若手育成を目的に平成 29 年 6 月に開塾
- ・ 早朝勤務後の講義のほか、合宿や場内施設見学、他市場・市内料亭視察など、様々な研修を実施
- ・ 青果、水産、卸、仲卸の垣根を越え、金沢市中央卸売市場をひとつの経営体と捉え、培った知識や経験を次世代の卸売市場の創造に活用



講義



料亭視察



場内施設見学



参考資料

1. 計画策定の経緯

時 期	内 容
平成 29 年度	金沢の魚のおいしさを熱く語る懇話会開催（計 8 回）
平成 30 年 6 月 26 日	金沢の海の幸魅力発信プロジェクトチーム（第 1 回） 場所：酒と人情料理いたる本店 プレゼン内容：①金沢の「のどぐろブーム」の火付け役としての取組 ②メギスの食べ方の提案・ブランド化 ・金沢の海の幸の更なる魅力向上につながる取組やアイデア等に関する意見交換（「魅力を高める」についての議論）
平成 30 年 7 月 5 日	金沢の海の幸魅力向上計画策定委員会（第 1 回） ・金沢の海の幸魅力向上計画策定に向けた意見交換
平成 30 年 9 月 21 日	金沢の海の幸魅力発信プロジェクトチーム（第 2 回） 場所：金沢寿司割烹「魚匠庵」 プレゼン内容：①「金沢ブランド」による差別化の取組 ②金沢の海の幸 PR 動画『海鮮金沢』の紹介 ・金沢の海の幸の魅力発信のアイデアに関する意見交換（「魅力を発信する」についての議論）
平成 30 年 10 月 5 日	金沢の海の幸魅力発信プロジェクトチーム（第 3 回） 場所：近江町市場（大口水産～近江町交流プラザ） プレゼン内容：①近江町市場と対面販売の魅力 ②金沢食育キッズマイスターの取組 ・魚食文化の継承と発展に向けた取組のアイデアに関する意見交換（「魚食文化の継承と発展」についての議論）
平成 30 年 10 月 22 日	金沢の海の幸魅力向上計画策定委員会（第 2 回） ・金沢の海の幸魅力向上計画（骨子案）について
平成 30 年 12 月 21 日 ～平成 31 年 1 月 19 日	パブリックコメント実施
平成 31 年 2 月 13 日	金沢の海の幸魅力向上計画策定委員会（第 3 回） ・金沢で食する海の幸魅力向上計画の最終とりまとめ案について
平成 31 年 3 月	「金沢で食する海の幸魅力向上計画」策定

2. 金沢の海の幸魅力向上計画策定委員会 委員名簿

所 属・役 職	氏 名	備 考
石川県漁業協同組合 専務理事	田 淵 一 茂	
石川県漁業協同組合 金沢支所 運営委員長	大 杉 守	
石川県漁業協同組合 金沢港支所 運営委員長	筆 幸 友	
石川中央魚市株式会社 取締役専務執行役員	青 山 勝 人	
ウロコ水産株式会社 代表取締役社長	川 邊 俊 彦	
金沢丸中水産株式会社 代表取締役社長 (金沢中央水産物卸協同組合 理事長)	塩 川 英 広	
大口水産株式会社 代表取締役社長 (金沢魚商業協同組合)	出 口 力	
株式会社浅田屋 代表取締役社長 (金沢市旅館ホテル協同組合 理事長)	浅 田 久 太	
千取寿し本店 店主 (石川県鮨商生活衛生同業組合 理事長)	吉 田 勝 昭	
株式会社つば甚 料理長 (金沢市料理業組合)	川 村 浩 司	
フードアナリスト	雅 珠 香	
フードコーディネーター	つぐま たかこ	委 員 長
株式会社センド 代表取締役社長	宮 田 人 司	

(順不同、敬称略)

3. 金沢の海の幸魅力発信プロジェクトチーム メンバー

所 属・役 職	氏 名	備 考
石川県漁業協同組合 参事	青 山 邦 洋	
石川中央魚市株式会社 鮮魚2グループ課長	桜 井 航 介	
ウロコ水産株式会社 総務部長	下 出 雅 之	
イケウチ株式会社 代表取締役社長 (金沢中央水産物卸協同組合 副理事長)	池 内 孝 輔	
大口水産株式会社 総務管理統括課長 (金沢魚商業協同組合)	佐 良 光 広	
酒と人情料理 有限会社「いたる」店主	石 黒 格	リーダー
株式会社エムアンドケイ 商品開発本部 バイヤー (金沢まいもん寿司：一般社団法人日本回転寿司協会 会員企業)	新 保 明 大	
近江町海鮮丼家「ひら井」店主	平 井 慎 太 郎	
金沢美術工芸大学 デザイン科 教授	寺 井 剛 敏	
近江町交流プラザ 管理栄養士 (金沢食育キッズマイスターの講師)	寺 西 良 子	

(順不同、敬称略)



4. 現況（主な指標）

参考資料

区分	指標	現状	時点・出典等
計画 統計資料	生産	漁獲量（総数）	2,428t
		漁獲量の多い魚種の漁獲量	
		かに類	795t
		えび類	755t
		にぎす類	297t
		漁獲量の多い魚種の漁獲量・都市別ランキング	
		かに類	10位
		えび類	4位
		にぎす類	3位
	流通	かなざわ総合市場の取扱量（金沢支所・金沢港支所）	2,090t
		かなざわ総合市場の取扱金額（金沢支所・金沢港支所）	1,558百万円
		かなざわ総合市場の平均単価（金沢支所・金沢港支所）	745円/kg
		金沢市中央卸売市場の取扱量	47,498t
		金沢市中央卸売市場の取扱金額	51,382百万円
		金沢市中央卸売市場の平均単価	1,082円/kg
	消費	魚介類年間消費額	83,590円/世帯
		魚介類消費額の食料品消費額に占める割合	8.4%
		魚介類消費額の中核市順位	7位
計画 施策体系関係	魅力を高める	GI（地理的表示保護制度）の登録件数	0件
		メギスの漁獲量	297t
		おさかなマイスターの取得人数	1人
		金澤市場人「錬成塾」の修了生	16人
		6次産業化「総合化事業計画」の認定件数	0件
		6次産業化支援アドバイザー派遣事業の利用件数	0件
	魅力を発信する	PR・交流イベントの開催回数	10回
		金沢市公式HP「金沢の海の幸」の訪問数	8,227回※
		さかなざわ さちこのイベント出演回数	17回
		さかなざわ さちこのInstagramのフォロワー数	182人
		さかなざわ さちこのInstagramの記事投稿数	57件
		ふるさと納税（海の幸の返礼品関係）	0品目
			0千円
	魚食文化の継承と発展	小中学校での出前授業の回数	6回/年
		各団体等による料理教室の開催数	29回/年
		金沢食育キッズマイスターの修了者数	106人
		マリン・エコラベルの認証取得数	1件

注：この計画の策定時点においては、「天皇の退位等に関する皇室典範特例法の施行期日を定める政令」が公布されていますが、「元号を改める政令」は公布されていないことから、平成 31 年 4 月 30 日の翌日以降の元号については、便宜上元号を使用せず、西暦のみを表示しています。

金沢で食する海の幸魅力向上計画

発 行 平成 31（2019）年 3 月

発行者 金沢市農林水産局農業水産振興課

〒920-8577 金沢市広坂 1 丁目 1 番 1 号

T E L 076-220-2213 F A X 076-222-7291

E-mail nourin_s@city.kanazawa.lg.jp



さかなざわさちこ

金沢で食する海の幸 魅力向上計画

2019▶2022

