



## ②組織名

**あつまれ!おさかなの海** みんなと描く海の未来。  
「おさかな愛」を育てよう!

## ①水産庁HPへの掲載

## ③産業分類 その他

## ④PRポイント

川崎市 北部市場さん\*と連携。市場イベントにて、  
キャラクターやARを活用したコラボが実現!  
ステキなイベントにてご一緒させていただきました。

### イベント詳細 (川崎市サイト)



**8月3日(土)**  
夏休みは北部市場で自由研究!  
「学べる&楽しい『おさかな』イベント」



**11月2日(土)**  
まぐろの解体ショーで市制100周年を  
お祝いだ! 1日早い「さかなの日」

\*川崎市中央卸売市場 北部市場水産物部さん・川崎北部市場水産仲卸協同組合さん・横浜丸魚株式会社さん・横浜魚類株式会社さん(おやつカンパニーさん・一般社団法人大日本水産会さん・鯛の鯛図鑑さん など)

## ⑤課題・背景

- 魚食文化の重要性** 若い世代への魚食文化の普及は課題であり、特に地元市場に触れる機会を増やすことは良いきっかけとなります。
- 市場への認知・関心** 地域市場を身近に感じてもらうことを目的に、特に若年層や家族連れが市場を訪れるきっかけを増やすことが課題となっています。

### コラボ企画&制作 事例

広告代理店での経験を活かし、マーケター兼デザイナーとしてイラストの提供に加え、販促物の制作はもちろん、集客支援企画の提案も可能。



## ⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取り組み



### ARカメライベントの企画

市場巡りをテーマにしたAR体験型イベントを提案し、親子で楽しめる学びの場として実現しました。



### ポスター&チラシ

市場の楽しさやイベント内容を効果的に伝えるため、オリジナルイラストを活用したポスターやチラシを制作。



## ⑦「さかなの日」への期待・要望

広報支援の強化/活性化支援

「さかなの日」の取り組みや魚食文化の普及はもちろん、企業が日本で穫れた海産物を活用した商品やサービスをPRする活動を支援するとともに、地元市場や漁協の魅力を伝える取り組みを全国的に広めていきたいです。自治体や地域市場、企業と連携した広報活動の一端を担い、充実させていきたいです。

【単独組織の取組】

②組織名：株式会社WithGreen

①水産庁HPへの掲載：○

③産業分類：飲食店

④PRポイント：日本の野菜や肉、米を使用した「主食」となるサラダボウル専門店です。

⑤課題・背景：サラダを通して日本の食材の良さをお客様に伝えたいが、魚のメニューにトライすることが出来ていない

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組

私たちは「シーズナルサラダ」という形で、四季折々の食材を使用したサラダボウルを販売しております。

お客様からは、「魚を使用したメニューを出して欲しい」というお声を都度いただくのですが、創業以来、魚を使用したサラダは販売できておりません。

理由と致しましては、

- ・店舗の設備スペックが低いため、調理方法が限られている
  - ・多店舗展開した際に、生魚だと衛生管理が非常に難しい
- といった点です。

日本の魚を使用したツナなどの魚加工品を見つけ、サラダボウルという形でお客様に提供していくと同時に、魚料理の新たな可能性を拡げ、日本の魚の消費量に貢献したいと思っております。

SEASONAL SALAD  
サラダボウルで感じる、日本の旬。

2か月でうつりかわる季節を感じるサラダボウル。旬を味わってもらいたいという思いをカタチにしたのが、シーズナルサラダです。旬の野菜とこだわりの肉たち。こんな組み合わせあり!?とお客様が驚き続ける。サラダの可能性を私たちはこれからも波及し続けます。

WithGreen



⑦「さかなの日」への期待・要望：サラダに合う、日本の魚を利用した魚加工品をご紹介頂きたい

**【単独組織の取組】**

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名： うおづら

③産業分類：その他

④PRポイント： 日本の海で育まれる魚の“顔”を楽しめるカレンダーを制作しています。魚の旬の時期、豆知識も掲載し、生活の中で魚たちの魅力を再発見できます。

⑤課題・背景： 観賞魚業界で一定の人気がありますが、一般消費者や水産業関係者への認知度はまだ十分とはいえません。

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組

「うおづらカレンダー2025」は、「さかなの日」の掲載を通じて水産物の消費拡大や魚食文化の発信ツールとして活用できるアイテムです。特に、カレンダーに掲載されている旬の魚に合わせ、「#さかな料理部」などと連携した魚食普及キャンペーンを展開することで、消費者が「どんな魚を買えばいいかわからない」というハードルを下げ、新しい魚の魅力を発見する機会を提供できます。こうした取り組みを通じて、日本の水産業の振興にも貢献していきます。

⑦「さかなの日」への期待・要望： 「うおづらカレンダー」とのコラボを通じて旬の魚の情報を発信し、さらに「うおづら」のキャラクターを商品PRに活用していただければと考えています。

**【単独組織の取組】**

①水産庁HPへの掲載：○

② 株式会社荏原製作所

③ 養殖業、その他

④ 「造る・育てる・届ける」の機能をワンストップで提供し、陸上養殖の産業化に貢献します

⑤ 気候変動による天然漁獲量の減少・タンパク質クライシス・天然資源の乱獲という社会課題から海の未来を守って、世界中の人が美味しい魚を食べ続けるために、創業以来培ってきた流体・熱制御などの技術を活用し、サステナブルな手法である閉鎖循環式陸上養殖の産業化に挑戦しています。

⑥ イベント：「親子で楽しく学ぶ えびの陸上養殖」をイオンタウンで開催

海洋問題とえびレクチャー

お気に入りのえび捕り体験

初めてのえび料理体験

えび串焼き



- 社会課題の解決としての陸上養殖やえびの生態について、クイズなども交えつつ子供達にわかりやすく楽しく学んでいただけるように工夫した
- 実際に見て、触れることで、食べることが命をいただくことの体感と「いただきます」の理解から、子供達の食育につながることを認識。 えび嫌いを克服する子も多数。

⑦ 陸上養殖場を増やして、海の未来を守り、おいしい魚を食べ続けられるサステナブルな未来を目指すパートナーを探しています。

**【単独組織の取組】**

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名：岡山県（東京事務所）

③産業分類：行政、地域の協議会

④PRポイント：漁業団体等と連携した消費拡大の取組

⑤課題・背景：岡山の水産物は「少量多品種」という特徴があり、一般消費者には季節ごとの旬の魚や食べ方が認知されにくい。また、販売側の求めるロット数に対応できる水産加工品に限られる。

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組

県が漁業団体等と加工業者・小売業者・飲食店等とのつなぎ役となり、漁業団体等と連携した消費拡大の取組を実施



全国チェーンの小売店  
約450店舗で販売  
岡山県産黒鯛のステーキ  
(柚子味噌味、ねぎ塩味)  
(R6. 6. 12～)



Fish-1グランプリ  
準グランプリ受賞  
“クロダイのなめろう丼”  
農水省食堂で提供予定  
(R7. 3. 3～3. 7)



県産黒鯛・海苔を使用した  
駅弁”岡山海苔弁「黒」発売  
(R6. 4. 10～)



県庁食堂で  
県産水産物を使った  
海鮮丼バイキング  
(R7. 2. 6～3. 31)



県内学校への出張授業  
学校給食への提供  
(R6年度：5回)

**【イチ押し県産水産物】**

牡蠣（全国3位）、海苔（全国8位）、黒鯛（全国9位）



まとまった量の原料確保が可能

⑦「さかなの日」への期待・要望：岡山県産水産物を使用したフェア等、ご興味ありましたら、漁業団体等との打合せの場をご用意できますので、ご相談ください

【単独組織の取組】

②組織名：小田原の魚ブランド化・消費拡大協議会

①水産庁HPへの掲載：○

③産業分類：行政、地域の協議会

④PRポイント：「小田原」の魚の魅力発信、付加価値向上に取り組んでいます！

⑤課題・背景：本協議会は小田原の魚を「知って」「買って」「食べて」もらうための各種取組を実施しています。近年は消費者の「魚離れ」に対し、新商品開発や体験型企画等の実施を通じ、より魚を身近に感じてもらい、食べてもらうための様々な施策を展開しています。

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組



instagram



youtube



note



水産業プロモーションソング  
「オー！サカナ！！」制作・配布

○過去に消費拡大に寄与した「おさかな天国」に着想を得て、令和版のお魚ソングとして楽曲・MVを制作。  
○眉村ちあき、藍坊主といったエンターテインメントの一線で活躍するプロの力を借りて制作。  
○さかなの日メンバーに声掛けし希望者には楽曲を提供。（水産物PRで使用する場合無償使用が可能。）



食べ歩きストリートフードとして  
「かます棒」を開発

○前浜で多く水揚げされるヤマトカマスを特殊なストロー状の器具「北条一本抜き器（特許取得）」を用いて加工し、フライにした商品「かます棒」を開発。  
○平成26年度の開発以降、学校給食への提供や、市内外各種イベントでも販売し、地元の人気商品として定着。



魚価下落時のアンコウを活用！  
「小田原あんこうカレー」を開発

○民間団体と連携し、盛漁期である春先に魚価が著しく下落するアンコウを活用したレトルト商品を開発。  
○令和4年度にクラウドファンディングで開発経費を集め、その後一般発売を開始。以降改良を重ね、令和5年度には第9回Fish-1グランプリに出場し、審査員特別賞を受賞。メディアにも多数掲載された。



各種イベントと連動し、  
体験型企画を実施！

○これまで数多くの体験型イベントを実施。  
○令和6年には地域の魚屋と連携し、「寿司・刺身づくり体験」を実施。食品プラスチックメーカーと連携し、簡単なキットを使った寿司づくりを実施。（200人定員に対し満員御礼で終了。）

⑦「さかなの日」への期待・要望：皆様と連携しながら水産物の消費拡大に取り組んでいきたいです。

【他の賛同メンバーと連携した取組】

②組織名： おやつカンパニー  
海光物産株式会社

①水産庁HPへの掲載：○

③産業分類：その他食品製造業

④PRポイント：低流通魚“コノシロ”を使ったスナック菓子の新商品開発、及び期間限定発売

⑤課題・背景：小さいときはシンコ・コハダと江戸前寿司として重宝されるが、成魚(コノシロ)になると“小骨の多さ”を理由に食用から敬遠され、ほとんどの生活者はコノシロの存在すら知らずにいる。今回、スナック菓子として“おいしい魚”という認知・理解を広めて、コノシロの価値向上に繋げる。

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組

おやつカンパニーは、魚の栄養素を、おいしく、手軽に味わっていただける、魚介をたっぷり生地に練り込んだスナック菓子を通じて、魚食普及に取り組んでいます。その中で“未利用魚/低利用魚”の有効活用という課題に着目し、スナック菓子としての商品化を模索しておりました。



素材市場いわしのスナック  
ほんのり生姜香る  
甘辛醤油味  
内容量 61g  
価格 オープン価格  
(店頭想定価格：税込み152円前後)



素材市場さばのスナック  
ほんのりスパイスの風味香る、  
さばカレー味  
内容量 61g  
価格 オープン価格  
(店頭想定価格：税込み152円前後)

栄養機能食品(カルシウム・ビタミンD)

**カルシウム**は、骨や歯の形成に必要な栄養素です。

**ビタミンD**は、腸管でのカルシウムの吸収を促進し、骨の形成を助ける栄養素です。

※製品画像のや栄養成分値は、リニューアルなどにより変更となる場合がございます。

## ⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組(続き)

昨年度の“さかなの日交流会”にて、海光物産様が東京湾の水産資源を守るための資源管理を行っていること、低流通魚“コノシロ”を使った食品開発に取り組む様子を拝見し、その活動に共感し、新商品の開発を開始することになりました。



千葉県船橋港 江戸前新運組

「瞬／すずき」の海光物産



商品化を進める中で、コノシロは数ある低流通魚の中でも、原料供給が潤沢で安定していること。また試作を重ねて、スナック菓子としても非常に美味しいものが出来上がったため、商品化に向けた全ての条件をクリアし、25年10月末を目途に期間限定で発売することが決まりました。

本商品の目標は、生活者にコノシロが“おいしい魚”だと知って頂くこと。お菓子を通じて“海の環境”を考える“エシカル消費”につなげることです。

そのためにも、様々なメディアにお取り上げ頂けますよう、交流を深められたらと思っております。

## ⑦「さかなの日」への期待・要望：

“さかなの日”が一般消費者により認知され、消費増に繋がるまで、一般消費者に向けた情報発信を継続・強化頂くとともに、賛同メンバーが発売する新商品をお取り上げ頂きたいと思っております。

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名：一般社団法人 海洋連盟

③産業分類：その他

④PRポイント：高校生が海の課題に立ち向かう「うみぼす甲子園」開催！これを盛り上げたい！

⑤課題・背景：海離れ→しかし社会課題意識も参加意欲も高まっている。自ら動く人を生み出したい！

⑥取組 「2人め」を生み出せる「1人め」になろう。 そんな高校生を発掘し、育てる



海を思い、行動する。  
高校生たちの熱意を  
応援したい！



海の課題に立ち向かう高校生たちが「ポスターと活動とプレゼン」で競うコンテスト

早期に自走事業へと展開を。  
現在、日本財団の  
「海と日本PROJECT」の助成事業。

事業を一緒に大きく育てる  
パートナーを募っています！

一過性のコンテストではなく、  
その後も活動し続ける  
「次世代のリーダー集団の育成」  
へと進んでいます。

⑦「さかなの日」への期待・要望：各種水産業の皆さん、コラボ、スポンサードをご検討ください！

【他の賛同メンバーと連携した取組】

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名：川崎市中央卸売市場北部市場

③産業分類：行政、地域の協議会

④PRポイント：賛同メンバーの連携により「さかなの日」を普及

⑤課題・背景：水産物の消費量が減少傾向にあり、「調理が難しい」、「量の割に価格が高い」イメージがあり、若い世代から敬遠されているといわれていることから、未来の消費者であるこどもに「さかな」に親しんでもらう。

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組

○令和5年に引き続き、令和6年の8月も「夏休みの自由研究」に役立つイベントを開催しました。

令和6年3月に「『さかなの日』交流会」で知り合った賛同メンバーに声をかけ連携して実施しました。

- ・ポスターデザイン あつまれ！おさかなの海
- ・「鯛の鯛図鑑」佐々木蒼大くんと魚屋さんによる解体ショー
- ・ぬり絵・資料提供 一般社団法人大日本水産会
- ・試供品提供 おやつカンパニー



佐々木蒼大くん（左）



あつまれ！おさかなの海



(一社) 大日本水産会



8月3日(土)は「さかなの日」

# 北部市場で さかなの日

## 自由研究!

2024年8月3日(土)

AM8:00~12:00 正午

会場：川崎市北部市場  
水産物低温卸売場・関連棟センター通り

学べる&楽しい「おさかな」イベント開催!

- 8:00~ おさかなの販売 (おさかなの鯛) / かわさきそだち
- 9:30~9:50 「鯛の鯛図鑑」佐々木蒼大くんと魚屋さんによる解体ショー
- 10:00~11:45 よさこいダンスチーム発表会 西側F駐車場

プレゼントもあるよ!

- 先着150名限定 「さかなの日」オリジナル 鯛角パッププレゼント
- 先着300名限定 いわしのスタンプ(小袋)プレゼント

同時開催 7:30~10:30 関連朝市 (関連棟センター通り)

8:00 (数量300名/日限定) フルーツシャーベットの配布

9:00~13:00 管理棟2階展示ホール 食品衛生検定費用 参加者は「ガチャ」を回してプレゼント!

食品衛生監視員体験会

川崎市

## ○公益社団法人川崎市幼稚園協会加盟園に対する出張食育

川崎北部市場水産仲卸協同組合は水産物への理解を深め、魚食を好きになってもらうため、幼稚園児に対し、「さかなに触る」などの食育活動を始めました。

この活動は令和6年度から開始し、公益社団法人川崎市幼稚園協会（中原区小杉町3丁目）の協力を得て、同協会加盟園（83園）のうち希望する園に対し食育活動を行っています。

令和6年度は3園、令和7年度は4園の実施を予定しています。

開催時には「さかなの日」ロゴ入りTシャツを着用し、PRも行っています。



宮崎台幼稚園

さぎぬま幼稚園



手洗いの説明をする食品衛生検査所長

おさかなの話をする水産仲卸組合理事長

さかなを手に持って説明する幼稚園教諭

どじょうに触る園児

### ⑦「さかなの日」への期待・要望：

「さかなの日」普及の取組みは各所で広がりを見せ、認知度が高まりつつあると思います。

今後も連携を強化することにより効果的に「さかなの日」が普及すると思います。

卸売市場で「さかなの日」賛同メンバーになっているところはまだ少ないので、今後、増加することによる相乗効果を期待します。

【他の賛同メンバーと連携した取組】

①水産庁HPへの掲載：

②組織名：給食当番

③産業分類：メディア

④PRポイント：一度聞いたら忘れないオリジナルソングでお客様を売り場に釘付けに致します

⑤課題・背景：「おさかな天国」が使えなくなった鮮魚コーナーに少し寂しさを感じます。お魚天国を超える使いやすい耳タコソングでもっとお子様の興味を惹く工夫が必要だと考えました。

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組

「一度聞いたら忘れない楽曲」を真骨頂とする作曲家サワグチカズヒコはNHKみんなのうたに2曲、クレヨンしんちゃん、ポケットモンスター等に多数の楽曲提供実績がございます。彼が主催する日本の第一次産業全力応援楽団が「給食当番」です。この度給食当番が一撃必殺魚食推進ソングとして制作した売り場用BGMが今回ご紹介させていただきます「釣られちゃった、でも後悔はしていない。」です。アピールポイントは釣られた魚自身がお客様に自分を買ってくださいとアピールするというお魚の立場に立った楽曲という点です。リズムカルに繰り返される「ツリツララ～」はお子様方のハートを強烈にキャッチすることでしょう。同時にサステナブルの観点から人類に「海を守って」とお願いする場面も描かれています。使用料も登録も必要ないこちらの楽曲を売り場で便利にお使い下さい。こちらのQRコードから楽曲をダウンロード頂けます。使用の際はご連絡願います→



⑦「さかなの日」への期待・要望：魚食推進のため皆さまと連携して取り組みたいです。

**【単独組織の取組】**

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名：共同船舶株式会社

③産業分類：捕鯨業

④PRポイント：母船式捕鯨が豊かな海を守ります

⑤課題・背景：鯨肉に対する消費者のイメージを変える

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組

現 状

- 鯨を捕ってもいいの？
- 鯨肉食べてもいいの？
- どこで買えるの？
- どこで食べれるの？
- 鯨肉は臭い
- 鯨肉は固い
- 鯨肉はドリップが出る
- 調理の仕方がわからない
- 鯨を食べる必要がない

望まれるイメージ

- 100年捕っても大丈夫
- 鯨を食べるとSDGsに貢献できる
- 通販でいつでも買える
- おいしいレストランがある
- 美味しい鯨肉商品がある
- 簡単に美味しく調理できる
- 鯨を食べると若返る
- 体によいサプリメントがある

⑦「さかなの日」への期待・要望：おいしくてヘルシーな鯨を食べてみんな元気に

【他の賛同メンバーと連携した取組】

②組織名：

「鯛の鯛図鑑」佐々木 蒼大（ささき そうた）中学2年生  
（川崎市中央卸売市場北部市場のイベントで出展）

①水産庁HPへの掲載：○

③産業分類：その他

④PRポイント：

2歳で魚に興味を持ち魚歴12年。いろいろな魚を食べながら「鯛の鯛」という骨を集めています。

⑤課題・背景：

小学校、中学校と今までクラスの友達に聞いても魚より肉の方が好き。と言われることが多かったです。もっと子供達が魚食を好きになって欲しいです。魚を食べることを楽しんで欲しいです。

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組

2024年8月3日

川崎市中央卸売市場北部市場さんの夏のイベントにて  
テーマ「夏休みの自由研究」  
お魚解体ショーの後に、ステージで鯛の鯛を取り出し実演しました。

2024年8月7日8日

夏休みの霞ヶ関キッズデーにて  
水産庁さかなの日ブースで遊びに来たお客様に  
鯛の鯛の魅力をアピールしました。



【他の賛同メンバーと連携した取組】

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組

2024年9月7日

北鎌倉台の魚屋「サカナヤマルカマ」さんのキッズデーにて  
鯛の鯛標本と鯛の鯛合わせ（自作のゲーム）を展示しました  
お店にきた子供達と魚クイズを楽しんで、いろんな魚に興味を  
持ってもらいました



2024年10月19日・20日

「ホネホネサミット 2024@しずおか」にて  
とにかくホネがテーマのイベント「鯛の鯛」275種を展示  
たくさんの方に興味を持っていただきました



インスタグラムで  
日々の活動を発信しています

⑦「さかなの日」への期待・要望：

お魚関係で出会った方に「さかなの日」を聞くと、まだ知らない方が多いです。学校の給食などで積極的に魚を食べる機会になるといいと思います。「さかなの日」の繋がりで、子供たちに魚を食べてもらうイベントとかできたら参加したいです。

**【単独組織の取組】**

②組織名：株式会社SANKO MARKETING FOODS

①水産庁HPへの掲載：○

③産業分類：漁業・水産物卸売業・水産食品製造業  
鮮魚小売業・飲食店

④PRポイント：「漁師をなりたい職業に」グループ全体で水産の6次産業化を実現する

⑤課題・背景：1次産業者として漁業に携わることにより、環境変動による漁獲量が減る中、未利用魚など買取が困難で安定した収入とならない点や、後継者不足による人手不足などを解決するための入口から出口まで一環した流通の仕組み作り。

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組

- ・ 漁業では「SANKO MEMBERSHIP」（連携船団）を組み、魚種や漁獲量、市場の相場に関わらず漁獲の全量を定額で買取保証。
- ・ 未利用魚や低利用魚などを余すことなく加工しお客様へ提供。
- ・ 買い取った魚は、最短距離で自店のお店に届くため、お客様は新鮮な魚を購入でき、店舗で調理された料理を飲食できる。

あたかも1社かのようなシームレスな一体運営



生産者とともに歩む「産地活性化プラットフォーム」

受託運営食堂を活用したPR  
石川県復興応援フェア実施

坂本農相、水産資源の消費拡大・被災地復興を願い  
「さかなの日」の当社取り組み「あふ食堂」石川県フェアを紹介  
能登半島地産復興応援企画「石川県フェア」あふ食堂 | ほかにて 6/3 (月) ~6/14 (金) で開催中



鮮魚小売+飲食店  
直営「アカマル屋鮮魚店」

⑦「さかなの日」への期待・要望：官民一体となって取り組みを大きくしていくため、環境に配慮されたMEL認証等の取り組みみや女性への漁業就農を応援する取り組みなど、月1回の「さかなの日」を通して、水産に関わる取り組みを併合して行えるよう広げていって欲しい。

【他の賛同メンバーと連携した取組】

②組織名：静岡県漁業協同組合連合会

①水産庁HPへの掲載：○

③産業分類：漁業・養殖業（漁連・漁協含む）

④PRポイント：賛同する仲間を集め、お客様に魅力を伝える企画を皆で実施、メディアも活用して広めている。

⑤課題・背景：静岡県民は野菜も魚も消費量が少ない。  
どちらも日常的に食べたいが調理が面倒、量が食べ辛いという課題がある。

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組  
課題 魚の購入が増えるような、有効手段が自分達だけでは見出せない。

対策 魅力ある魚と野菜の料理を知ってもらうため、食品メーカーと  
スーパー、メディアの力を借りて、現状プラス月1回以上食べてもらう。

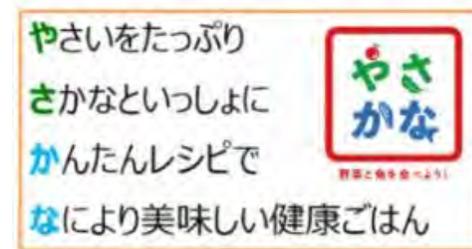
取組み

- ・やさかなプロジェクトをキューピーと立ち上げ、仲間（スーパー、メーカー、メディア）を集めた。
- ・メニュー選定会、店頭イベント等を開催し、メディアの取材に繋がった。

工夫したところ

- ・プロジェクトの社会的、経済的意義を伝えて仲間を集め、お客様とのタッチポイントを構築した

結果 参画する販売店、メーカーが増えて大きなプロジェクトになりつつある。  
25年は販売店での大きな販売企画が決定し、お客様と直接繋がるSNSを立ち上げた。



⑦「さかなの日」への期待・要望：「さかなの日」や「やさかな」をもっと広められるよう  
広報や企画のバックアップが欲しい。

# ① やさかなプロジェクトを立ち上げ、賛同する仲間を集めた



食品メーカー



スーパー



県内スーパーの  
約350店舗が参画

食品メーカーの  
商談力を借り、巨大な  
販売網を構築

# ② イベントや店頭で試食、販売企画を実施、メディア掲載も多数



「マグロとドレッシングが合う！ 子供も食べられた」、「簡単なので家でやってみたい」と喜ばれました

# ③ プロジェクト拡大し、お客様と直接繋がりを、消費を増やしていく



店頭  
販促企画



消費拡大  
キャンペーン



静岡おさかな  
SNS

【単独組織の取組】

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名：湘南魚類株式会社

③産業分類：その他小売業

④PRポイント：小田原漁港直送！地魚のおいしさを届けるキッチンカー&移動販売車

⑤課題・背景：女性の視点を活かし、小田原漁港直送の美味しいお魚を食べてもらうキッカケをつくり、魚食推進と水産業の活性化に貢献していきます。

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組

小田原水産女子プロジェクト

## キッチンカー & 移動販売車

水色のキッチンカーと移動販売車で、小田原漁港の旬の魚や食卓に便利な水産加工品、小田原水産女子オリジナルメニューを販売し、小田原漁港の魅力を発信しています。

キッチンカーでは、小田原産の地アジを使った大きなアジフライや、小あじのからあげ、キハダマグロを使ったマグロカツなどの地アジを使ったフードメニューと、湯河原産手むきみかんジュースなどを販売しています。

移動販売車では、旬の朝どれ地魚の刺身や海鮮丼、水産女子セレクトの美味しいものを販売しています。



“

小田原漁港を日本一の「女子漁港」にしたい

湘南魚類



”

⑦「さかなの日」への期待・要望：魚食推進イベント開催や参加企業コラボの促進

【単独組織の取組】

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名：株式会社少年写真新聞社

③産業分類：メディア

④PRポイント：学校現場に掲示される紙面での水産業にかかる取り組みや事例の掲載、書籍の発行、主にXアカウントを利用した「さかなの日」や魚食、水産業関連の情報提供など

⑤課題・背景：身近なようで身近ではない、当たり前にある日本の水産業を世代問わず正しく知って欲しい。当事者ではなく第三者がやることで知るきっかけづくりや新たな発見につながる

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組

(1) 「少年写真ニュース」による啓発  
(※2025年度よりwebになります)



(2) 書籍の出版による魚食普及  
「ハヤタケ先生の魚食大百科」  
魚食普及の教典。必携アイテム  
「ゆかいな魚たち」  
身近な魚たちの可愛い姿の写真集



2025年度は魚食関連書籍を出版予定です。  
出版企画や自費出版企画相談など  
お気軽にお問い合わせください

(3) SNSによる周知  
X (@shonen\_sakana)やnote (@shonen\_pr) で日々情報発信  
を行い、魚食普及の少しでも役に立てばと活動しております



⑦「さかなの日」への期待・要望：地味な会社ですが皆様と協力して楽しく魚食普及を行いたいです

【他の賛同メンバーと連携した取組】

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名：株式会社少年写真新聞社

③産業分類：メディア

④PRポイント：書籍の販売に絡めた共催コラボイベントや賛同メンバー主催のイベントへの参加

⑤課題・背景：自社でも魚食や水産、海に関連する書籍があるのでその販売機会の開拓や、当事者ではない第三者が参加することによる別の角度からの情報発信への協力ができるため

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組

(1) 夏休みのイベントへの参加 (大日本水産会様) (2) 「さかな文化祭」への参加 (スマートニッチ応援団様)



大日本水産会早武先生  
ウオヒレウロコさん  
日本事務器株式会社様  
にご協力いただきました



⑦「さかなの日」への期待・要望：みなさんにご協力して様々なことをやってみたいです

【単独組織の取組】

②組織名：水産人カレッジ（本部：東京海洋大学）

①水産庁HPへの掲載：○

③産業分類：その他（学生団体）

④PRポイント：水産について学ぶ大学生が全国の漁村と繋がり、水産業の今と未来に貢献！

⑤課題・背景：水産業の現場が身近ではない現代社会で、より多くの方に現場の実態を知ってもらい、現場が抱える課題の解決に取り組む仲間“水産人”を増やすことが重要。

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組

現場での学び



週末や長期休暇中に漁村に滞在し、漁師さんとの対話・漁業体験

大学での学び

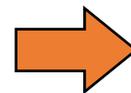


講義や月2回の水産人勉強会

個人的な活動

水産系アルバイト、海業推進、海洋教育、魚食普及、etc.

Instagramで情報発信



@SUISANCHU\_COLLEGE

⑦「さかなの日」への期待・要望：水産業の現場見学・水産業の課題解決に向けた賛同団体（水産庁含む）との共同事業や共同研究および活動の支援・水産系のお仕事への学生や卒業生の起用など

【単独組織の取組】

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名：FOOD GROOVE JAPAN 未利用魚チーム

③産業分類：その他

④PRポイント：未利用魚の個性はエンターテインメント！「未利用魚体験」を魚食の入り口に。

⑤課題・背景：魚食や水産業の現場から離れた日常を送る方にこそ、非日常体験として未利用魚やマイナー魚を食べたり触ったりすることを楽しんでもらえるのでは？

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組

新しい未利用魚活用「未利用魚体験」

様々な立場の魚のプロが企画運営



未利用魚やマイナー魚の有効活用  
多様性に富んだ魚食の普及

⑦「さかなの日」への期待・要望：未利用魚の活用方法の検討・未利用魚やマイナー魚（魚種を問わない）を使ったイベント開催

【単独組織の取組】

②組織名：全国漁業協同組合連合会

①水産庁HPへの掲載：○

③産業分類：漁業・養殖業（漁連・漁協含む）

④PRポイント：さかなの日及び賛同メンバーと連携したFish-1グランプリやシーフード料理コンクール等の開催

⑤課題・背景：水産物消費量が減少の一途を辿っている中、近年海洋環境の激変も相まって漁獲量の減少や円安等の影響による燃油や資材、養殖餌料等のコストの高騰により生産者は非常に苦しい状況に置かれている。その様な中でも国産水産物の消費拡大・魚食普及活動を実施していくことは魚食文化の維持と生業として漁業を存続させていく上でも重要な取り組みである。

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組（一例）

●第10回Fish-1グランプリの開催  
2024年11月4日に東京お台場にて魚ジャパンフェスと合同開催。来場者数7.4万人。

賛同メンバー含む8団体が出場した「国産水産物料理コンテスト」やステージ、展示体験イベントを実施。さかなの日ステージではサザエさん一家の応援団任命式やロゴマークの「いいなクン」の命名式を実施。

●第25回シーフード料理コンクールの開催  
2024年12月14日に東京服部栄養専門学校にて開催。

プロを目指す学生部門・魚活チャレンジ部門（一般）・親子魚活部門合計2,113件の応募の中から書類審査を経た出場者による実技審査を行い、農林水産大臣賞各賞を決定。

●大手量販店及び外食チェーン等とのプライドフィッシュフェアの展開

大手量販店や外食チェーン等と共同でフェアを展開。フ店頭取材会やマイクパフォーマンス等を実施し、復興と産地PRのためJFいしかわやJF長崎漁連等が参加した催事を開催。

●ウエカツ先生の豊洲市場で親子おさかな料理ワークショップの実施

2024年8月20日に豊洲市場にてシーフード料理コンクール25周年特別企画として開催。16組の親子が参加し、市場見学と上田勝彦氏による料理教室を実施。



●その他イベント出展の際のPRや、水産庁が出展したさかな文化祭やニッポン・フード・シフト等への協力、さかなの日WEBサイトの活用。

⑦「さかなの日」への期待・要望：970を超える賛同メンバーとの連携や情報提供。

**【単独組織の取組】**

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名：漁港の駅TOTOCO小田原（神奈川県小田原市）

③産業分類：その他（道の駅に準ずる施設）

④PRポイント：**【漁師さんを応援!】未利用魚・低利用魚を使った丼ぶりの提供!**

⑤課題・背景：多くの漁港で課題視されている未利用魚・低利用魚を有効活用し、漁師さんを応援!新鮮で美味しいのに、普段使用されずにいるお魚の魅力を、多くのお客様へ発信してまいります。

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組

小田原漁港では年間約3,000トンの魚介類が水揚げされています。その中には、日によって数十キロの未利用魚・低利用魚と呼ばれる利用度の低い魚介類が含まれます。馴染みのあるアジやサバなどの魚でも、美味しいのに傷がついている、小さすぎるなどの理由から“規格外”の魚とされ未利用魚に含まれてしまうこともあります。本来は美味しく食べられるのに様々な理由で利用されない未利用魚・低利用魚の魅力を、より多くのお客様にお伝えしたいという思いから、「なめろう頂上丼」が誕生いたしました。なめろうの“細かくたたきにする調理法”は骨やトゲが多く、食べられる部分も限られてしまう未利用魚・低利用魚の有効活用最適です。数量限定ですが是非小田原の美味しいおさかなをお楽しみください!

※漁港の駅TOTOCO小田原とは、2019年11月に開業。地場の鮮魚や水産品、土産、飲食店などを取り扱い、年間130万人以上の方が訪れる「魚のテーマパーク」です。



なめろう頂上丼 税込み1,000円

⑦「さかなの日」への期待・要望：今後、他の事業者様との連携を積極的に図ってまいりたいと考えております。

【他の賛同メンバーと連携した取組】

②組織名：大日本水産会 魚食普及推進センター  
＋ 有限会社 丸幸水産

①水産庁HPへの掲載：○

③産業分類：その他（魚食普及プログラム）

④PRポイント：都内20小学校で「講師不在」の出前授業を実施。鮮魚を触る「鮮魚タッチ」。

⑤課題・背景：既存の流通環境を食育に利用。出前授業のリソースを最小化する必要性。  
水産業界として過去10年で2000を超える出前授業を実施。どの地域も、予算、講師、実施内容で悩む。  
負担が大きい。リピート依頼は増加の一途。最も重要な「販売」につながっているか不明。  
→12年後に3割減の小学生児童数。売り上げ減少が見えている状況下、日常に入り込む必要性  
日本：出生数の減少（小学生人口：2024年594万人 2030年470万人 2036年400万人以下）、  
地域経済の停滞と衰退、人手不足、温暖化による魚種変化、食料安保。  
世界：人口増加による世界的なタンパク源の不足、物価上昇などなど  
→解消手段：「在庫リスクゼロの低加工度の鮮魚を食育に活用、かつ消費拡大の起爆剤」にしたい。

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組

- ・都内の希望20校に鮮魚（予算：1-3万円/校）を配布。休み時間などを利用して平均180名/校が体験。
  - ・触った事が無い魚を買える人は稀。まずは、とにかく体験と称して触らせる。
  - ・終了後は教員が持ち帰り、翌日食べた感想を児童に伝える（ズルイ！僕も食べたい！の誘発）。  
→各地の市場・鮮魚店・スーパー等で、年間600種を超える魚介類（未利用魚・低利用魚を含む）  
を提供する事で丸魚消費につながる（触る際は、色形が奇抜なほど喜ばれる）。
- 学校側に一定の負担を求める講師不在条件は、やる気のある先生の選別にもなり継続可能性高い？

⑦「さかなの日」への期待・要望：消費者に、鮮魚の楽しさを知らせたい！

刺身グレードの季節を楽しめる鮮魚が数百円で販売されている素晴らしい国の状況を、ポジティブに知ってほしい。市場・小売店の皆さん、情報交換して広げませんか？「初回は地域小学校へプレゼント！次回は5000円ぐらいで購入してほしい！休み時間で実施した学校や、プログラムで困るPTAさんの予算で土曜に実施した学校もあります！」等、実例を参考に、各地域で持続可能な形で広げたい。

さかなを触ろう！

# 鮮魚タッチ！

出前授業で大人気プログラム！  
12月2日～2月7日に、  
「鮮魚」を学校にお届け！  
講師不在！各学校でチャレンジ！

希望校は「鮮魚タッチ」で検索！  
希望日を(有)丸幸水産担当者さんと  
相談してください。

休み時間、朝の会、PTA活動など  
空いた時間でチャレンジ  
してみてください！

一社) 大日本水産会 魚食普及推進センター



**【単独組織の取組】**

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名：株式会社ニチレイフレッシュ

③産業分類：水産物卸売業

④PRポイント：「海と大地と人をつなぐ」というスローガンのもと、豊かな海の再生を通して、水産物の持続可能な調達を実現

**#環境保全 #豊かな海の再生 #海洋プラスチック #フードテック**

⑤課題・背景：ニチレイフレッシュは水産資源や畜産資源という地球の恵みに携わっており、この恵みを持続的かつ、少しでもプラスの力に変えていけるよう、消費拡大や再生につながる取り組みを増やしていきます。

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組

**🐟生命(いのち)の海プロジェクト™**



株式会社福岡魚市場様および天草漁業協同組合様と協同し、熊本県上天草市で水揚げされた芝えびの販売収益の一部を資金とするアマモ場再生活動です。豊かな海の再生を通して、水産物の持続可能な調達を実現します。



**🐟生命(いのち)の森プロジェクト™**



地球環境への配慮と持続的な素材調達を目指して発足したプロジェクトです。えび製品の売上の一部をマングローブの植樹や森林保全活動に役立てています。



<現地植樹>



植樹地域の変化(マングローブ公園)

**🐟食育プロジェクト**

食育プロジェクトでは、未来を担う子供達に「出張工場見学」を実施、魚食文化の普及とともに食の楽しさ、大切さを伝える食育活動を行っています。



**🐟サステナ食堂プロジェクト**

サステナブルな社会の実現を目指すという同じ想いを持つ企業様の食堂で、ニチレイフレッシュの未来価値素材を通して持続可能な取り組みを認知してもらうことで、一緒にサステナブルの輪を広げていく他社企業様とのコラボ企画です。今後実施していきたいと考えています。

⑦「さかなの日」への期待・要望：皆様と連携し、水産物の消費拡大につなげたい！  
取り組みの輪を広げ、より多くの生活者の皆様に、ニチレイフレッシュの水産物をお届けしたい！

【単独組織の取組】

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名：株式会社パロマ

③産業分類：その他

④PRポイント：昔とは違う！最近のガスコンロ（グリル）のご紹介

⑤課題・背景：魚は『焼くのが面倒』『後片付けが大変』というイメージを払拭する。

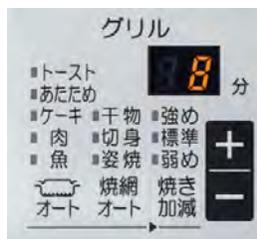
⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組

その2 グリル内をほぼ汚さずに魚が焼けます。

その1 ワンタッチで簡単に魚が焼けます。



水なし両面焼グリル



グリル操作部



フタ付きのグリル調理容器



両面焼グリルにセット



調理後、そのまま食卓に



姿焼



干物



切身

魚の形状を選択して、自動調理

その3 煙とニオイを抑えるコンロ



アフターバーナー+触媒フィルター+グリル調理容器で、調理時の煙とニオイを抑えます。



※なぜ『両面焼グリル』がおいしいのか？  
非常に高温（400℃以上）

→短時間で焼き上げる  
→食材の水分蒸発を抑える  
→食材に“食感”が残る

⑦「さかなの日」への期待・要望：魚食の効能をレシピに織り交ぜたいです。ご協力ください。

**【単独組織の取組】**

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名：株式会社 福岡魚市場 [うおざ 担当]

③産業分類：水産物卸売業

④PRポイント：魚食普及に資するお刺身をカフェテリア方式で提供する魚食普及推進施設（飲食店舗）の新築

⑤課題・背景：国内有数の取扱高を誇る福岡市場圏内で、魚食普及の拡大を図る

**⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組**

魚食普及推進施設『うおざ』は、長浜鮮魚市場東側に隣接し、福岡市の中心部天神から北へ徒歩12分の場所に位置します。敷地面積は1200坪、建物面積は440坪で、79台の駐車場があります。長浜鮮魚市場関係者の出資により建設・運営を行っており、その目的は文字通り、純粹に魚食の普及推進にあります。全国的に魚食の消費が減少している中、九州圏内はもとより全国の水産物が迅速に集荷、取引されるこの地元福岡で、新鮮でおいしい、移り変わる季節ごとの旬の魚を提供することで、魚のことをさらに知っていただき、魚食ファンを増やして消費の拡大を図るものです。刺身、焼き物、揚げ物を並べた長さ20m超のカウンターを持つ120席のフードホールでは、シンプルではありますが素材を活かした料理を提供しています。また350種類以上の水産加工品を販売する物販コーナーを併設しており、刺身の作り方を体験できる刺身道場の開設も予定しております。さらに、ゆっくりと個室で厳選したコース料理を楽しめる、会席場「海の国」もあります。施設内に設置したLEDビジョンでは、活造りの店、寿司、海鮮丼などを主体に市内の飲食店の紹介を行っており、福岡の飲食店全休で魚食普及に取り組んでいけたらと考えております。



⑦「さかなの日」への期待・要望：うおざの建物を活用した全国規模の商談会、展示会、即売会などの開催

【単独組織の取組】

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名：森永乳業株式会社

③産業分類：その他食品製造業

④PRポイント：乳製品を活用した魚レシピの開発と啓蒙活動

⑤課題・背景：乳製品を活用し、食の課題解決につなげる

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組

2. 魚イベントでのチラシ配布

1. 魚×乳製品レシピの開発・掲載



官能評価のデータと一緒に掲載！

缶詰などを使用した簡単アレンジレシピを開発  
おやつカンパニー様とのコラボレシピも掲載しました

- X
- instagram

簡単 満足 魚×乳製品を食べよう！

魚に「乳製品」をあわせることで魚の臭みや苦みが減り、食べやすく、また満足度もアップします。

サバのリエットにフィラデルフィアクリームチーズを加えた効果

サバのリエットにクラフト切れるチーズ+森永のおいしい牛乳を加えた効果

森永乳業おすすめ！魚×乳製品レシピ

レシピはこちら

森永乳業

⑦「さかなの日」への期待・要望：

さかな×乳製品 コラボしたお取り組みのご要望等ございましたらお声がけください。

【他の賛同メンバーと連携した取組】

②組織名：イオンリテール株式会社  
連携 全国漁業協同組合連合会

①水産庁HPへの掲載：○

③産業分類：スーパー

④PRポイント：福島県沖で漁獲後に余剰となり廃棄されるもったいない『未利用魚（あかえい）』を使用したメンチカツを発売。

⑤課題・背景：流通させるために必要な規格を満たさないことや、知名度が低く調理方法も分からないため食卓に並ばないなどの理由から、食べることが可能でも、商品化されずに多くは破棄されてしまう『未利用魚』を使用した商品開発に取り組んでいます。

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組



・「あかえい」は、尾のトゲに毒があり軟骨も多くサイズも大型で扱いにくいことから生鮮品としての流通や食品原料として利用される機会が少ない魚種、特長を活かした商品化、石臼でやさしく、じっくり練り込むことで、あかえい本来の繊維質を壊さないようにし、高温・低温の2段階油調で保温しながら加熱することにより、弾力のある身質を損なわずジューシーさを感じる仕上がりにしました。

⑦「さかなの日」への期待・要望：魚食分化の継承、魚を余り食べないNZ世代への情報配信

【他の賛同メンバーと連携した取組】

②組織名：イオンリテール株式会社  
連携 全国漁業協同組合連合会

①水産庁HPへの掲載：○

③産業分類：スーパー

④PRポイント：毎月自社セールス（生鮮大市）で地元漁師自慢の魚「プライドフィッシュ」を販売

⑤課題・背景：近年、日本の水産物の年間消費量は、減少傾向にあり、「魚離れ」が進んでいます。

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組



・「魚の真のおいしさと感動を共有してほしい」という思いから、全国漁業協同組合連合会（JF全漁連）と協働し「イオン」「イオンスタイル」で、漁師が自信をもって選んだ魚介藻類を消費者へおすすめる「プライドフィッシュ」を2015年から販売。

⑦「さかなの日」への期待・要望：魚食分化の継承、魚を余り食べないNZ世代への情報配信