

**【事業者（賛同メンバー）が連携した取組】**

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名：日本遠洋旋網漁業協同組合×生協

③産業分類：漁業

④PRポイント：コープ九州に所属する各単位生協様との産地交流会を活用し、組合の取組説明や商品開発に役立てています。

⑤問題・背景：産地交流会を通じて組合の取り組みを伝える機会が増える一方、組合員の声を商品開発への確に反映するための仕組みづくりが求められています。

**⑥-1 水産物の消費拡大や地域資源の活用、課題解決に向けた取組**

当組合ではコープ九州事業連合と連携の下、組合の事業拠点である長崎県松浦産地市場において、九州・沖縄各県の単位生協様との産地交流会を継続実施しています。交流会では各組合員様へ組合の取組説明（資源管理TAC・MELCOC・CSR活動（Jクレジット・営農型太陽光発電・漁網リサイクル））や、試食を交えての意見交換を実施し商品開発にも役立てています。その成果もあり2024年10月には生協初となる水産産直商品を販売することとなりました。

商品名「長崎県松浦産 産直サバフィーレ」

**「産直三原則」※生協が考える産直**

- 1.生産地と生産者が明確であること
  - 2.栽培、肥育方法が明確であること
  - 3.組合員と生産者が交流できること
- 産直3原則にもある交流を進めることで、顔の見える関係性を築き、常にコープ九州組合員さまのニーズに応え続ける製品づくりを目指しております。





## 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「夏休みは北部市場で自由研究!」「食彩まつり」
- 水産庁 仙台漁業調整事務所さん「夏休みこども見学デー」※
- 横浜市 中央卸売市場 魚食普及推進協議会さん「横浜市場まつり 2025」※  
※取り組みは次ページ

みなさんの企画に合わせ、幅広い形で連携し、出店や制作物、販促グッズなど一緒にさせていただき、楽しく実施できました!

子ども向けが得意分野であるのと、キャラクターの親しみやすさを活かし、多角的な魚食普及への認知や、「市場」や「漁業」がもっと子どもたちに身近に感じてもらえるよう工夫を重ね、より良い形での発信に繋がりました。

## ⑤課題・背景

### 1. 魚食文化をもっと身近に!

若い世代へお魚の魅力を広めていくことが大切です。  
市場や食べられるお魚に直接触れる機会を増やし、子どもたちが自然と楽しみながら、水産物を親しめるような、環境づくりを目指します。

### 2. お魚の魅力を子どもに届けたい!

お魚を「食べ物」としてだけでなく、まずは「生き物」として興味を持ってもらう機会を大切にします。イラストや遊びを通じた学びで、海の豊かさや不思議を知るワクワクの入り口を用意します。

## ⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取り組み

川崎市北部市場さん「夏休みは北部市場で自由研究!」「食彩まつり」



### ◀ 親子参加企画「おさかなカード合わせ」

知育企画では、楽しく親子で、生き物を学ぶ機会をつくっています。



### ▲ 水産部 マスコットキャラクター

市民からの公募で名付けられた、未来の水産・市場の発展を願うキャラクターです。川崎市カラーの配色で地域との一体感を出し、親しみやすいマスコットとして北部市場の水産振興を後押ししていきます。

### ▲ イベントポスター/チラシ

【賛同メンバー】  
川崎北部市場水産卸協同組合さん・横浜丸魚株式会社さん・横浜魚類株式会社さん  
(一般社団法人 大日本水産会さん・おやつカンパニーさん・海光物産株式会社さん・  
川崎冷蔵株式会社さん・浜一運送株式会社さん・一正蒲鉾株式会社さん など)

## ⑦「さかなの日」への期待・要望

広報の強化/活性化

「さかなの日」をきっかけに、日本の豊かな魚食文化がより身近になることを期待しています。今後は自治体や水族館、地元市場など多様なパートナーとの連携をさらに深め、広報や販促活動を通じて、次世代へ魚の魅力を繋ぐ一端を担ってまいります。

## 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

- 【再掲】
- 川崎市 北部市場さん「夏休みは北部市場で自由研究!」「食彩まつり」※
  - 水産庁 仙台漁業調整事務所さん「夏休みこども見学デー」
  - 横浜市 中央卸売市場 魚食普及推進協議会さん「横浜市場まつり 2025」  
※取り組みは前ページ

「学び」に特化した企画にも参加させていただき、子ども向けに制作する展示物への配慮や工夫など、私自身も新しい発見や学びがあり今後の活動に活かせそうで、うれしいです!



おさかなの海 TOP



osakanano-umi.com

## ⑤課題・背景

### 3. 地元の魅力を伝えたい!

地域を支える地元の漁場は、子どもたちにとっては少し遠い存在かもしれません。楽しめる体験を通して、近場で穫れる魚を身近に感じてもらい、愛着を育むきっかけを作る工夫が必要です。

### 4. 「また来たい」をカタチに!

家族で「行ってみよう!」と思える楽しい雰囲気づくりがポイントです。子ども発信で「また行きたい!」と感じてもらい、一度きりで終わらない、ずっと興味を持ってもらえるような、つながりを作ります。

## ⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組み

水産庁 仙台漁業調整事務所さん「夏休みこども見学デー」



◀ イベント看板/バナー



手作り竿で魚釣り!



ぼくの名前は  
フッカヒーレ!

◀「ヨシキリザメ」  
特産物キャラクター

気仙沼で水揚げが多いヨシキリザメをモチーフに、コラボを通じて地域の魅力を伝えるキャラクターとして制作。釣れた魚の紹介がすぐにイラスト付きで目に入り、地元で穫れる魚種を自然と学べる形にできました。

横浜市 中央卸売市場 魚食普及推進協議会さん「横浜市場まつり 2025」



自由にお絵かき!



塗り絵が下敷きに!



### ▲ 参加者プレゼント (記念缶バッジ)

### ▲ 見本イラストとして配布 (ポストカード)

リピーターのお子様も多いため、缶バッジのデザインをメダル仕様にする事でコレクションするような感覚で毎年集める楽しみを作り、繰り返しイベントに足を運ぶきっかけに繋がります。ワークショップの見本や無料配布用としてポストカードを提供することで、体験の思い出を形にしてお持ち帰りいただき、ご家庭でも魚に親しむきっかけを提供できました。

## ⑦「さかなの日」への期待・要望

広報の強化/活性化

「さかなの日」をきっかけに、日本の豊かな魚食文化がより身近になることを期待しています。今後は自治体や水族館、地元市場など多様なパートナーとの連携をさらに深め、広報や販促活動を通じて、次世代へ魚の魅力を繋ぐ一端を担ってまいります。

# 【単独組織の取組】

①水産庁HPへの掲載○

②組織名：（一社）大日本水産会 魚食普及推進センター

③産業分類： その他

④PRポイント：500万閲覧/年のHPで情報発信。消費者の疑問に答えて食卓を明るくしたい！

⑤問題・背景：生産・販売者側の説明は、言い訳に聞こえる事があり、行政の説明文は難しく、理解しにくい事も多い。どちらでもない団体の立場を利用して、**水産業の情報をポジティブに伝えたい。**

⑥水産物の消費拡大や地域資源の活用、課題解決に向けた取組  
500万閲覧のHPへの流入は、**検索経由が93%**。  
家庭でラクに魚をさばく・保存方法は、ケガ無く楽な裏ワザ。  
アニサキス、未利用魚等、消費者・メディアへ説明困難、  
時間がかかる話題を600ページ以上作成。  
↓微妙な話題は魚食HPの紹介で時短＋リスク発生無し。



**食育ぬりえ 全4種！市場祭り等でどうぞ！**



PICK UP

ピックアップ記事

- 魚食普及推進センター事務局のイベント情報、お取り寄せお魚メニュー
- 産地・産直活動をした！、手軽にお店がプログラムを紹介と作成
- 魚の生き物、ぬりえ、コピペ自由です。

しらす干し ボラ 奇形？ サザエが  
内のフグ 大量死 苦し理由



⑦「さかなの日」や事業者連携：「消費者やメディアに知らせたい・広げたい話題」を連絡ください。  
水産業を傷つけず、上手に消費者に伝えるページを作成し、水産への興味関心を高めます。

## 【単独組織の取組】

①水産庁HPへの掲載：

②組織名：デイブレイク株式会社

③産業分類：その他

④PRポイント：冷凍技術で魚の価値を最大化し、日本の水産業の持続的発展に貢献

⑤問題・背景：海の環境が変化する中で、鮮度を保ち、とれたてを再現できる冷凍技術を活用して、水産業の持続的な発展に繋がる支援をしたいと考えています。

⑥水産物の消費拡大や地域資源の活用、課題解決に向けた取組

### ・冷凍技術を活用した水産業の支援

自社開発の特殊冷凍機「アートロックフリーザー」を活用し、水産業の課題解決支援や新しい流通モデル構築を推進しています。とれたての鮮度を保ったまま流通地域を広げたり、時期が限られる食材の通年流通を実現したりと、事業の安定・拡大に貢献。

小売業界においては、刺身を盛り付けた状態で凍結・輸送することで、店頭では解凍して並べるだけで提供可能に。現場の負担を軽減しながら高付加価値化を実現しています。また、当社の冷凍技術を活用し、ふるさと納税の返礼品を提供する水産事業者も増加。その地域の水産物の高品質な商品化および長期保管、遠方への輸送を可能にし、地域水産資源の価値最大化と地域経済の活性化にも寄与しています。

### ・冷凍寿司の海外輸出による日本水産物の価値発信

高品質な冷凍寿司を海外へ輸出する取り組みも進めています。米国への輸出実績があり、今後は対象地域や業界をさらに拡大。  
寿司をはじめ、日本の食文化の魅力を世界に発信しています。



⑦「さかなの日」や事業者連携への期待・要望：水産事業者様との連携、冷凍の水産業界への貢献性についての意見交換

# 【単独組織の取組】

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名：株式会社ブランドクラウド

③産業分類：その他

④PRポイント：上場グループのAI×PR力で風評抑制と水産ブランド価値向上を実現

⑤問題・背景：水産業界ではSNS・検索による風評拡散や国際競争激化によりブランド力低下が進行。当社はAIを活用した風評被害対策とブランドリフティングにより、信頼回復と中長期的な価値向上を支援。

⑥水産物の消費拡大や地域資源の活用、課題解決に向けた取組

## ブランドリフティング

BRAND CLOUD

モノを広める様々なソリューションを有するベクトルグループと連携し、  
有力メディアへの露出を目指します。

0→1

1→10

10→100

PRTIMES NEWS TV vector

Ameba. famimo

Google TikTok

YAHOO! JAPAN

X



タクシー広告 TVCM webメディア

パライチ note

第三者メディア

Instagram Shorts

オーガニック流入

ファクトビルディング（事実構築）

コンテンツ数増加

認知増加

グループ会社と連携し、ブランドの土台となるコンテンツ（ファクト）を作成、有力なネットメディアへ公開します。もちろん、既存のポジティブ情報がある場合はそちらを活用することも可能です。

ファクトビルディングされた情報をさらに有力な第三者メディアへ掲載し、コンテンツ数を増加させていきます。公式サイト等一人称での発信に加え、第三者目線で情報発信することによってポジティブな空気感の醸成を目指します。

検索エンジンなどで情報を取得しようとしている、またはSNSで情報を受け取っているユーザーに対し企業/サービス(商品)に関するコンテンツへの流入を促していくことによって認知度の拡大を図っていきます。

認知度

▶情報の発信から拡散までを行い、企業/サービスなどの認知度を向上していく。

## 検索サジェスト対策

悪評やネガティブな内容を圏外へと下げ、  
大手検索サイトのサジェストをクリーンにいたします。

検索サジェストに悪評が…

検索サジェストのクリーン化

株式会社〇〇  
Q 株式会社〇〇 ホームページ  
Q 株式会社〇〇 炎上  
Q 株式会社〇〇 評判  
Q 株式会社〇〇 ブラック  
Q 株式会社〇〇 過労死

株式会社〇〇  
Q 株式会社〇〇 ホームページ  
Q 株式会社〇〇 社長  
Q 株式会社〇〇 マイページ  
Q 株式会社〇〇 会社情報  
Q 株式会社〇〇 株価

## 検索結果対策

検索結果の上位に表示されているネガティブサイトを押し下げ、  
目に入る機会を大幅に減少させることができます。

検索結果にネガティブサイトが…

検索結果のクリーン化

株式会社〇〇  
株式会社〇〇がブラックすぎる  
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
株式会社〇〇デメリットや年収は  
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
会社情報 株式会社〇〇

株式会社〇〇  
会社情報 株式会社〇〇  
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
株式会社〇〇 人事ブログ  
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
株式会社〇〇 新卒採用サイト

⑦「さかなの日」や事業者連携への期待・要望：

まずは課題の棚卸しや壁打ちの段階からでも、気軽にご相談いただけるような関係性を築ければ