

【単独組織の取組】

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名：全国漁業協同組合連合会（JF全漁連）

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-1GPやシーフード料理コンクール等の開催や様々な魚食普及の取組を展開

⑤問題・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地域資源の活用、課題解決に向けた取組

●第11回Fish-1グランプリの開催

2025年11月30日に日比谷公園にて魚ジャパンフェスと合同開催。来場者数約8万人。賛同メンバー（中島水産・門林水産・日光水産）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。他、長谷川町子美術館（サザエさん）、給食当番、日本ガス石油機器工業会、おやつカンパニー、デリア食品が出演・出展。

●第26回シーフード料理コンクールの開催

2025年12月13日に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）合計1,720件の応募の中から書類審査を経た出場者14名による実技審査を行い、農林水産大臣賞各賞を決定。

●大手量販店等とのプライドフィッシュフェアの展開やシーフードショーへのJFグループ合同出展

大手量販店等と店頭フェアや恵方巻等の取り組みを展開。また、シーフードショーにJFグループ10団体で出展し、販路開拓を支援。

●親子向け体験型や食育関連イベント等への出展

さかなクンを講師とした親子料理教室への協力や食育推進全国大会、沖縄ぜんぶ祭り等のイベントに出展し展示や貝殻お絵かき体験等を実施。また、大阪万博にJF大阪漁連と水産庁と合同でステージに出演。



⑦「さかなの日」や事業者連携への期待・要望：1,000を超える賛同メンバーとの情報交換や共同の活動・連携。

【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：静岡県漁業協同組合連合会

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、魅力を伝える企画書を賛同者で提案。メディアも活用して広めている。

⑤課題・背景：静岡県民は、魚の購入量と野菜の摂取量が全国に比べて少ない。
どちらも日常的に食べたいが調理が面倒、量を摂りづらいという課題がある。

⑥水産物の消費拡大や地域資源の活用、課題解決に向け事業者間で連携した取組

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、食品メーカーと販売店、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（販売店・メーカー・メディア）を集めた。
・メニュー選定会の実施、イベント（産業フェア）・等に出展することで、広く魚食の魅力を伝えると共に多様な世代に向けてメニューレシピを提案した。

工夫したところ 「体験」（試食・遊ぶ・学ぶ）を通して、県民に魚食の魅力を伝えた。

結果 ・参画する販売店が増え、新たなメニュー紹介で魚食の魅力を伝えることが出来た。

⑦「さかなの日」や事業者連携への期待・要望： さかなの日や「やさかな」を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に賛同する仲間を集め、魚メニューの裾野を広げた



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

※メーカー+3 ・販売店+2
(2025年比)

② 「体験」食べる・遊ぶ・学ぶを通して 魚食の魅力を伝えた



③ プロジェクト拡大し、お客様と直接繋がり、消費を増やしていく



店頭試食



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：日本遠洋旋網漁業協同組合

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。



【単独組織の取組】

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名：東洋冷蔵株式会社（TOREI）

③産業分類：水産物卸売業

④PRポイント：メディア発信×異業種連携で魚食文化を広げる！

⑤問題・背景：魚食文化の継承、さかなの日の趣旨共有・発信

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

【メディア発信】公式noteの開設

東洋冷蔵（TOREI）のサステナビリティ活動、魚食文化を広げていくための取り組み、水産事業を支える現場など、水産事業や海の恵みの魅力と価値に触れていただける、多彩なストーリーをわかりやすく、楽しんでいただけるように発信しています。



【異業種連携】

(1)人気カフェ×魚食

東洋冷蔵 公式note



季節のフルーツを使ったタルトや具だくさんサンドが人気の『ハチカフェ』とのコラボで、2025年3月7日の「さかなの日」から期間限定で“おさかなコラボメニュー”を実施しました。



(2)スポーツ×さかなの日

東洋冷蔵 公式note



スポーツを通じた地域交流の一環として、「さかなの日」に清水エスパルスの選手をお迎えしました。イベントではTOREIならではの「美味しい海！」をテーマにしたおもてなしをしました。



⑦「さかなの日」や事業者連携への期待・要望：事業者連携による魚食推進、楽しく学べる場の創出。

【単独組織の取組】

①水産庁HPへの掲載： ○

②組織名：株式会社フーディソン

③産業分類：水産物卸売業・鮮魚小売業

④PRポイント：気仙沼産かつおの首都圏への高鮮度流通による水産バリューチェーン構築

⑤問題・背景：首都圏では、かつおが鮮度の良い状態で食べられていないのではないか？

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

1. 首都圏23店舗(小売店・飲食店)での気仙沼かつおフェア開催

2. メディア関係者を招いたキックオフイベントで取り組みの情報発信



3. 新幹線物流による超高鮮度輸送(水揚げ当日に東京都内で販売、メニュー提供)



4. 苦労話：気仙沼かつおの水揚げ激減により相場高騰。新幹線の発車時刻に間に合わせるために一番手のかつおを高値でも買付せざるを得なかった。水揚げがない日は輸送費のキャンセル料がかかった。

⑦「さかなの日」や事業者連携への期待・要望：当社の鮮魚小売店サカナバック9店舗・取引飲食店5,000店舗を活用した製品のテストマーケティングや販路拡大のニーズがありましたらぜひ連携しましょう！

【単独組織の取組】

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名：三井物産シーフーズ株式会社

③産業分類：水産物卸売業

④PRポイント：自社B2Bサイト「IGETAYA」×さかなの日コラボレーション

⑤問題・背景：レストラン向けに食材を提供する当サイトにおいて、今後賛同メンバーの商品を掲載し、ロゴマークを活用し、視認率向上の施策を行うもの。

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



IGETAYAで今後実現出来る事

【課題解決 × 地域資源】 未利用魚・低利用魚の価値化

- ・サイズが不揃い、あるいは足が早くて地元でしか消費されない魚を、IGETAYAのネットワークで「本日限定の希少種」として都市部の飲食店や消費者に繋ぐ。
- ・「さかなの日」に合わせて、普段市場に出回らない魚の「ストーリー（漁師のこだわりや美味しい食べ方）」をデジタルコンテンツ化して配信。

【苦労、工夫したポイント】

1社では到底実現ができない事である為、賛同メンバー様でご協力できましたら幸いです。
1月20日発売の「月間食堂 2月号」にて当サイトの広告を掲載。該紙の購読者層は、新規開店予定のレストランや、オーナー企業様の為、水産専門誌以外の読者であるため、真新しい角度の提案に映ると思います。

⑦「さかなの日」や事業者連携への期待・要望

単なる魚の販売ではなく、漁獲シーンや地域の伝統的な食べ方を動画でIGETAYA上に掲載する事で、消費者が背景を知ること、価格競争ではない「価値」への納得感が生まれ、消費拡大に繋がります。

【単独組織の取組】

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名：三井物産シーフーズ株式会社

③産業分類：水産物卸売業

④ P R ポイント：本来廃棄されていた「中落ち肉」を骨肉分離機で抽出し、可食部100%の高品質なミンチとして再生しました

⑤問題・背景：現地で廃棄される部位の活用が進んでおらず、資源の無駄遣いが発生

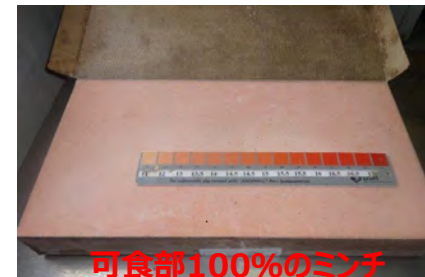
⑥水産物の消費拡大や地域資源の活用、課題解決に向けた取組

- バーティカルマーチャンドライジング（垂直的商品計画）の推進：原料段階から消費者の手元に渡るまでを一貫した計画で推進し、サーモンの「高価格」という概念をミンチ活用で払拭します
- 地域資源（国内養殖）への水平展開：チリ産だけでなく、国内各地の養殖魚、未利用魚での運用や国内の陸上養殖サーモンなど、国内の未利用部位にも骨肉分離機を導入し、地域ブランドの向上と収益多角化を図ります

フェーズ	KPI	目標値
品質	抽出ミンチの骨片含有率	競合製品の1/10以下
品質	生食喫食可能規格	初発：一般生菌 300以下、大腸菌群 陰性
効率	ミンチ回収率（対中骨）	45%以上 中骨発生：3,000MT×10%=300MT×45%=135MT
収益	製品の販売額（年間）	135MT×800円=108百万円
市場	外食チェーンへの導入	



骨肉分離処理



⑦「さかなの日」や事業者連携への期待・要望：毎月「さかなの日」等を通じて、単なる環境貢献だけでなく、消費者にとって実感可能な価値（安価で高品質なサステナブルフード）としての認知を広める活動を強化



みらいマルシェ ~ 産地とスーパーをつなぐプラットフォーム

- ① 水産庁 HPへの掲載：○
- ② 組織名：みらいマルシェ株式会社
- ③ 産業分類：その他(情報サービス業)

累計取引金額 **100 億円**

38 都道府県 の小売で利用

PROBLEM

これまで当たり前にあった魚が、市場に集まりにくい時代へ

水揚げの変化

担い手不足・燃料費高騰による出漁数減少や、乱獲や水温上昇などによる資源減少が深刻化。供給そのものが不安定になっています。

物流業界の変化

ドライバー不足の中、2024年問題や燃料費高騰も重なり、荷物が少ない不採算ルートは容赦なく切り捨てられる傾向にあります。

市場機能の変化

市場法改正や産直ECの登場により、市場の集荷機能は低下。経営難に陥る荷受・仲卸が増え、統廃合の加速が見込まれます。

SOLUTION

オンラインプラットフォームで仕入れネットワークを強化

売り場に彩りを与えつつ、将来への備えを実現する手段としてオンライン市場での仕入れを始めるスーパーが増えています。

[産地]



消費地市場

大量供給・大量消費に強み

[スーパー]



みらいマルシェ

① 即時性 ② 多品種 ③ テクノロジー

- ① 全国の水揚げがリアルタイムに発信され即時注文。季節やトレンドに即応。
- ② 少量でも扱えるため魚種が多様。地域の需要を喚起し、ファン獲得・拡大。
- ③ ペーパーレスやリモートを促進し、新たな働き方を支援。技術潮流に適合。

産地の出荷事業者やスーパーのご紹介をお待ちしております！



【単独組織の取組】

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名：UMAMI Bioworks

③産業分類：養殖業・水産食料品製造業

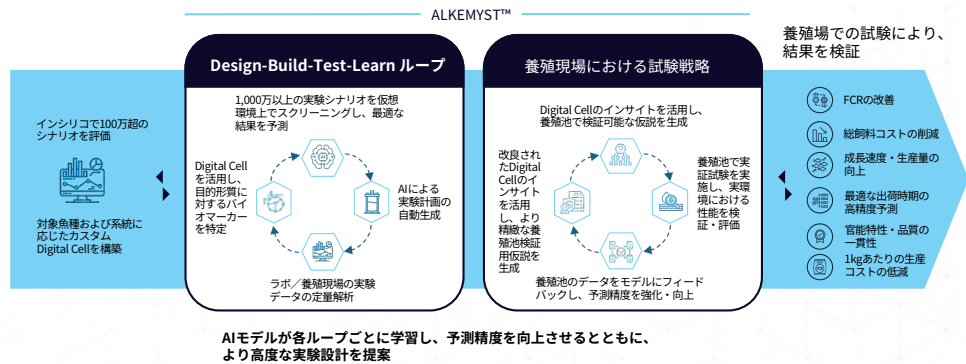
④PRポイント：魚類細胞データを基盤とするAIによる飼料・育種最適化と培養技術による安定供給

⑤問題・背景：天然資源および漁獲量の減少、魚・飼料の供給制約や価格高騰、海水温上昇による成長率の不安定化、疾病の増加、高齢化・人手不足など、水産業を取り巻く構造的課題

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

UMAMI Bioworksは、魚類の細胞生物学・代謝データを基盤とした独自のAIプラットフォーム「ALKEMYST」を展開しています。飼料設計、育種・成長最適化、栄養価・官能特性の改善、コスト低減までを仮想環境上でシミュレーションし、各社の養殖魚に応じた最適な飼料配合や生産条件を提案しています。これにより、生産コストの削減、味や栄養価の向上、疾病耐性の強化を実現し、水産物の価格競争力向上および消費拡大に貢献します。

さらに、培養技術を通じて天然資源への依存を低減し、ウナギ、キャビア、マグロなど資源管理が求められる魚種において、持続可能な供給を実現する培養魚肉という新たな選択肢の確立を目指しています。



培養ウナギ



培養キャビア



培養白身魚

⑦「さかなの日」や事業者連携への期待・要望：新技術を活用した持続可能な水産業の発展

【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：掲載可（○）

②組織名：かね七株式会社



③産業分類：水産食料品製造業

④PRポイント：（１）富山県での「がごめ昆布」養殖拡大 （２）地元漁師さんとの関係拡大
（３）富山湾内（海岸）のゴミ拾い活動

⑤課題・背景：

- （１）富山県は「昆布」消費量が全国でもトップクラスであり、富山市は年間消費金額が日本一である。そんな大好きな「昆布」が北海道をはじめ日本国内で大不漁となっている。昆布のみならず、いろいろな魚介類の資源が枯渇しつつあり、回復が難しい。これらは乱獲などもあるが、温暖化などの環境問題も大きく影響している。これらを収穫する漁師さんが全国的に年々減少しており、富山県でも厳しい状況である。
- （２）富山県の漁師さんは主に「ほたるいか」、「白えび」、「ぶり」、「ベニズワイガニ」が専門。それらでの収入源が大きいのが、昨今の不漁により仕事、収入が少なくなりつつある。養殖業は投資金額が大きく、容易に参入できるものではない。漁師さんは出荷したあと、自慢の魚の販売に力を入れていない。
- （３）富山県の海岸に大量のごみが漂着（特に冬の間時化た後に多く漂着する）。魚の住みにく環境。マイクロプラスチックなど環境面での健康への懸念。

⑥水産物の消費拡大や地域資源の活用、課題解決に向け事業者間で連携した取組

- (1) 富山県が各漁協さんと「がごめ昆布」、「真昆布」など海藻類の養殖に取り組んでいる。当社が参画し、各漁協様との取組み調整、種付けの増加、それによる収穫量の増加につながる。富山県での養殖成功により全国での取組みが本格化すればさらに全国での昆布の収穫量が増える。漁師さんの新たな収入源に貢献できる。昆布の生産量が増え、二酸化炭素の削減効果が期待でき、ブルーカーボンでの環境活動にも貢献。環境セミナーを開催することで、子供たちに地元での昆布養殖、環境への取組み活動をPRできる。新しい富山の名産品として商品づくりに取組みできる。
- (2) 水橋の漁師さんが獲ってきた「ほたるいか」のみ使用した「水橋産ほたるいか沖漬」を商品化。原料産地、漁師さんにかわって全国へ発信。（「FOODSHIFTセレクション2025」最優秀賞受賞）漁師さんの一生懸命な取り組みを代わって当社がPRすることで、地元にも貢献できる。
- (3) 富山県海ごみボランティア部に入部、定期的な海岸清掃、駅前清掃などに参加。



⑦「さかなの日」や事業者連携への期待・要望

かね七では「さかなの日」のPR活動にむけて、「Instagram」、「Facebook」などSNSを活用しPR。また「さかなの日」ロゴを商品裏面に掲載し、消費者の方にPR。

○是非賛同されているみなさまもさらに「さかなの日」をPRいただきますようお願い致します！



①水産庁HPへの掲載： ○

③産業分類： 水産食料品製造業

②組織名：マリンフーズ株式会社



④PRポイント:

地元の子どもたちが地場産業を体験! 釧路丸水にて白糖学園3年生の工場見学を実施

⑤問題・背景:

地元の子供たちに、地場産業でもある水産について興味を持ってもらうとともに、働くことや食の大切さを伝える

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

見学内容

生徒たちは、工場に入る際の粘着ローラーがけやエアシャワーの工程に興味津々の様子で入室。工場内では、いくら醤油漬、たこわさび、北海蒸したこの製造ラインを見学しました。特にいくら醤油漬の製造ラインでは「いい匂い!」という声が上がりました。「たこわさび」のラインではわさびの香りに「目が痛い!」と驚く様子も見られましたが、「たこわさびを見たい!」と機械の前で順番を決めて見学するなど、積極的に興味を示していました。



感想

生徒たちにさまざまな機械や食品製造の興味を持ってもらうことができました。中には「自分の親がたこの漁師」と話してくれる生徒もあり、地域とのつながりを感じる場面もありました。試食では、「このたこが一番おいしい!」「お母さんに持って帰りたい」といった感想も寄せられ、社員一同心温まるひとときを過ごしました。釧路丸水では、こうした地域との交流を大切に、地元の子どもたちが地場産業に親しみ、食の大切さを感じるきっかけとなるよう、今後も積極的に地域貢献活動を行ってまいります。



⑦「さかなの日」や事業者連携への期待・要望:

「さかなの日」として取り組みや、賛同メンバーとの連携により、相乗効果で注目度を向上させ、PRにつなげていきたい

【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：おやつカンパニー
海光物産株式会社

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地域資源の活用、課題解決に向け事業者間で連携した取組
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。

⑥水産物の消費拡大や課題解決に向けた取組(続き)

一昨年度の“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、新商品を開発。25年10月に発売となりました。(現在は終売)



▼水産白書より抜粋

東京湾で漁業・水産物の販売を行う海光物産株式会社と株式会社おやつカンパニーが連携し、コノシロを使ったスナック菓子の共同開発が実現しました。未利用資源の有効活用を通じた地域漁業の活性化モデルとして注目されています。

発売前からWebメディアがこの取組みを取り上げ、一部はYahoo!にも転載されて情報が拡散しました。また、海光物産様とともに船橋市長を表敬訪問し、その様子を新聞各社にお取り上げ頂くとともに、地元小学校での出前授業や食育の活動にも繋がりました。更に、テレビ番組でも複数回お取り上げ頂き、東京湾が抱える課題と、持続可能な「江戸前漁業」の取組みと共に、弊社商品についてもご紹介頂きました。販売面でも大手流通様にもご採用頂けるなど、大きい反響を得ることができました。

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。

【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：イオンリテール株式会社

③産業分類：百貨店・総合スーパー

④PRポイント：JF全漁連と協働し、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

課題①家庭内調理・扱いにくさ
 課題②魚は割高
 課題③若年層の魚離れと習慣形成不足
 課題④肉との競合による相対的な地位低下
 課題⑤資源量の減少・供給不安

⑥水産物の消費拡大や地域資源の活用、課題解決に向け事業者間で連携した取組

AEON NEWS RELEASE

2022年11月9日
イオンリテール株式会社

JF全漁連と協働し、地元漁師自慢の魚「プライドフィッシュ」を販売
 「プライドフィッシュフェア」を11月7日より開催
 宇和島の子どもの絵が商品のシールに1愛媛県のみかん魚の魅力を全面へ

イオンリテールは、11月7日（金）から9日（日）の3日間、「イオンスタイル」約380店舗にて、全漁連協賛組合連合会（JF全漁連）と協働し、漁師自慢の魚「プライドフィッシュ」を販売する「プライドフィッシュフェア」を開催します。



「プライドフィッシュ」は、JFグループ（漁業・漁協）が中心となり、漁師が自慢をもって選んだ魚介類を消費者へ出すための、産地産物の消費拡大への取り組みです。産地の方々の「魚の美のよい」と感動を共有してほしい」という思いから2014年に始まり、現在は2018年から販売しています。また、水産庁では2022年から官民協働で推進する新たな食育普及の取り組みとして、毎月3日から7日を「さかなの日」として制定し、イオンリテールとJF全漁連は取り組みに賛同しています。この度、当社は活動強化月間である「いまかなの日」の1日に合わせ、国内の水産物消費拡大に向けて初の地産「プライドフィッシュ」の販売にPR素材を活用した商品を展開します。

＜フェアのポイント＞

- 宇和島の子どもの絵「みかんぶり」「みかん鯛」の絵が商品のパッケージシールに
販促素材の「みかんジュース」の加工時に大量に発生、廃棄される産物を原料として有効活用した「プライドフィッシュ」「みかんぶり」「みかん鯛」を展開します。この度、これら「みかん魚」の魅力をお伝えしたいという思いのもと、宇和島市立吉田小学校の児童が描いたイラストを商品の販促シールとして使用します。
- 宇和島の産地産物「ブダイ」を愛用したメニューを展開
当社は、食べることが何よりも、魚食化を促すべくは消費されてしまう産地産物を使った商品展開に取り組んでいます。この度、宇和島市の産物を見守る「ブダイ」を原料としたメニューを展開します。

当社は、今後もより豊かな水産資源を守り、伝統的な食文化を未来の子どものために残していくため、パートナーの方々と協力しながら水産物の消費拡大の取り組みを推進してまいります。

全漁連 × イオン × 愛媛県 × 水産庁

イラスト最優秀賞2名の小学生も来店



11/7イオン品川シーサイド店において「プライドフィッシュフェア」を開催。11/7～11/9の3日間「イオン」「イオンスタイル」約380店舗で「プライドフィッシュ」を販売

【取組み概要】 プライドフィッシュ 愛媛県産みかんぶり、みかん鯛の取り組み
 宇和島市立吉田小学校にて実施した「みかん魚アートチャレンジ」で最優秀賞を受賞した作品は販促シールに採用。採用された児童を店頭取材会店舗に招き、生産者団体の職員と商品PRを実施。

⑦「さかなの日」や事業者連携への期待・要望：関係者の連携強化！

➡ (1)事業者間の連携強化 形式的→実務的 (2)情報発信により統一感を持たせる 合同キャンペーン (3)漁業者・小売・水産庁の三位一体で売れるものづくりを加速していく

2025年 11/7 プライドフィッシュフェア取組み報告



取組み①宇和島の子供たちの「みかんぶり」「みかん鯛」の絵が商品のパッケージシールに



取組み②全国の選りすぐりのプライドフィッシュを販売 仕入れたプライドフィッシュを魚総菜・お造り・鮨でも販売



取組み③千葉県産未利用魚「ブダイ」を利用したメンチカツ

- ★今後にむけて小売業が担える価値・課題
「おさかな」を新しい角度から楽しむ売場作り!
1. 簡便商品開発 (骨取り・臭み対策・下処理済)
 2. さかなの日にあわせた売場イベント・旬訴求
 3. レシピ提案・総菜化による調理負担ゼロ化
 4. 環境ストーリー (サステナブル×未利用魚) 明確化
 5. 漁協・加工業者・外食とのコラボ商品やフェア等

【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：中島水産株式会社・株式会社高島屋新宿店

③産業分類：百貨店・総合スーパー

④PRポイント：未来の水産業（農業・畜産業）を担う人材を応援・都道府県とのパートナーシップ

⑤課題・背景：「訪日の大きな目的となる」日本の生鮮食品のプロモーション・マーケティング
都道府県行政との連携による産地産品の紹介・持続可能な農林水産業への貢献

⑥水産物の消費拡大や地域資源の活用、課題解決に向け事業者間で連携した取組

- ・ 岡山県・岡山漁連：「クロダイのなめろう丼」11/3-7
R7年7月開催「EAT2033」（「サステナビリティシーフード」イベント）好評飲食メニューの商品化
- ・ 茨城県：「霞ヶ浦から直送！朝どれ生しらうお」11/3-4
知られざる産品を知って頂く契機として「朝どれ」企画バイヤーが同船し漁師さんと店頭で販売
- ・ 福島県：「福島県立小名浜海星高校 メバチマグロ」11/7
練習船「福島丸」航海実習に乗船した高校生が販売
中島水産が「切り落とし」「ネギトロ」に商品化
「いわき・常磐もの祭り」として「めひかり」等も販売

⑦「さかなの日」や事業者連携への期待・要望：

- ・ 新宿タカシマヤにおけるプロモーション・マーケティングご提案（中島水産での取り扱いによる）



【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：FISH A WEEK 四谷店

③産業分類：飲食店

④PRポイント：「三陸・常磐うみうまフェア」と「福井県高浜町フェア」の展開

⑤課題・背景：魅力的な地域の水産加工品を仕入れたいが、情報がなく調達先を見つけにくい。

⑥水産物の消費拡大や地域資源の活用、課題解決に向け事業者間で連携した取組

「復興水産加工業販路回復促進センター様」および「福井県高浜町」様に地域の水産加工品をご紹介いただき、オリジナルメニューによる独自フェアを期間限定で開催。

25年 9月実施 <https://umiuma.jp/topics/37/>

25年11月実施 <https://umiuma.jp/topics/45/>



公式HP



⑦ 「さかなの日」や事業者連携への期待・要望：他の自治体様からの情報提供希望

【事例】

2025年9月

三陸・常磐 うみうまフェア

2025.9.1 - 9.30

三陸・常磐のサカナを食べて生産者を応援しよう!



Instagram
プレゼント
キャンペーン

プレゼント
キャンペーン

#うみうまフェア
#FAWを投稿しよう!



キッコーマン豆乳
調製豆乳 / パナナ / 紅茶の
いずれか1本



秋海の恵みスペシャルセット

岩手県産サンマのつみれ汁付き
三陸・常磐の豊かな海の恵みを使った、期間限定の"うみうま"なセットです。

Special Set ¥1980



青森県産サバの
タンダー焼き
(イモ・スライスソース)
¥1700 ¥1450
¥1150 ¥1450



青森県産アノコの
西京焼き
(大根おろし柚子胡椒ソース)
¥1700 ¥1450
¥1150 ¥1450



千葉県産真いわしの
ガーリック焼き
(特選 SOY トリ・おろし)
¥1700 ¥1450
¥1150 ¥1450



宮城県産真だらの
西京焼きプレート
(山椒風味)
¥1700 ¥1450
¥1150 ¥1450



宮城県産ブリの
TERIYAKIプレート
(山椒風味)
¥1600 ¥1350
¥1150 ¥1350



宮城県産トロワオの
炙りホイル
(大根おろし・山椒)
¥1400 ¥1150
¥1150 ¥1150



宮城県産めかぶと秋ナスと
厚揚げの南蛮漬け 単品 ¥300



福島県産水タコと
肉厚わかめの酢の物 単品 ¥300



岩手県産サンマの
つみれ汁 単品 ¥300



FISH A WEEK 第一魚は、
水産庁が制定した「きかなの日」に賛同し、
魚食の拡大に協力してまいります。



2026年2月

福井県高浜町若狭の恵み スペシャルセット



福井県の1番西に位置する海辺のまち高浜町。
アジアで1番きれいなビーチもあります。
若狭湾で獲れる魚は一味違う!
海の恵みを目で舌で味わってください。



高浜町 Takahama-cho
福井県 Fukui
金沢 Kanazawa
京都 Kyoto
大阪 Osaka
東京 Tokyo



01. 宗八カレイの山椒焼き

(麻婆豆腐ソース)
香ばしく焼き上げた宗八カレイに、山椒の爽やかな香りをひとより。ピリ辛の麻婆豆腐ソースが食欲をそそる、ケセになる味わいです。

02. マヒマヒ(シイラ)の西京焼き

(大根おろし柚子胡椒ソース)
淡白な自身を西京味噌でふっくら香ばしく、大根おろしのさっぱり感に、柚子胡椒のピリッとしたアクセントを添えました。マヒマヒ(シイラ)は、未利用になりがちな魚をおいしく活かしたメニューです。

03. 連子鯛の香草焼き

(うちゅうらレモン豆乳ソース)
香草の香りをまもせて焼いた連子鯛に、特産「うちゅうらレモン」の爽やかさをプラス。まろやかな豆乳ソースが上品な顔の引きを引きます。

¥2,180



FISH A WEEK 四谷店・福井県高浜町は
水産庁が制定した「きかなの日」に賛同し、
魚食の拡大に協力してまいります



【単独組織の取組】

②組織名：株式会社フォーシーズ ピザーラ

①水産庁HPへの掲載：○

③産業分類：飲食店

④PRポイント：

- ・ピザーラ、ジョエル・ロブション、大かまど飯寅福など、和洋折衷56種類の飲食ブランドを展開する企業です。

⑤問題・背景：

- ・ピザーラでは地産地消プロジェクトを推進しています。
- ・現在、35都道府県の自治体・団体学校と取り組みを行ってきました。
- ・ゼロから水産物の加工をする場合、小ロットでの取り扱いのため、お受け頂ける企業様が少ない点が悩ましい。

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

- ・神奈川県横浜市金沢区にて、「太刀魚と海苔」を使ったご当地ピザを産学連携で取り組みました。
- ・現在も20都道府県にて、継続してご当地ピザ取り組みを行っています。

【単独組織の取組】

②組織名：株式会社フォーシーズ ピザーラ

①水産庁HPへの掲載：○

③産業分類：飲食店

④PRポイント：

- ・ピザーラ、ジョエル・ロブション、大かまど飯寅福など、和洋折衷56種類の飲食ブランドを展開する企業です。

⑤問題・背景：

- ・ピザーラでは地産地消プロジェクトを推進しています。
- ・現在、35都道府県の自治体・団体学校と取り組みを行ってきました。
- ・ゼロから水産物の加工をする場合、小ロットでの取り扱いのため、お受け頂ける企業様が少ない点が悩ましい。

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

- ・神奈川県横浜市金沢区にて、「太刀魚と海苔」を使ったご当地ピザを産学連携で取り組みました。
- ・現在も20都道府県にて、継続してご当地ピザ取り組みを行っています。

⑦期待・要望：⑤で挙げた「ゼロからの加工」の際、ご協力頂ける企業様と巡り会いたいと思っています！

⑦期待・要望：⑤で挙げた「ゼロからの加工」の際、ご協力頂ける企業様と巡り会いたいと思っています！

神奈川県「タチウオ de のりのり」

ご協力：横浜市立大学様、金沢漁港様、柴漁港様、金沢区役所様、〇〇様
2025年1月、横浜市立大学 高木ゼミとの産学連携でスタート。横浜市金沢区では太刀魚の地産地消を推進しており、金沢漁港ではブルーカーボン生態系の養殖を行っていることから、太刀魚と海苔を使ったご当地ピザを展開、学園祭で販売しました。

地産地消公式HP

・学園祭に向けて、ゼミ生と金沢区長を表敬訪問。
→メディア露出につながり、販売数が激増。
・ピザーラ公式SNS、公式noteで、事前告知や取り組みの過程について周知してまいりました。
・唯一、太刀魚の加工について、困難を極めました。最終的にはご協力頂ける企業様が見つかり取り組みは大成に終わりました！

▲プロジェクトに携わった西村さん、高橋さん、吉田さん、塩田さん（左から）
▲金沢漁港のタチウオを使用した「タチウオ de のりのり」=ピザーラ提供

【単独組織の取組】

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名：『鯛の鯛図鑑』佐々木蒼大

③産業分類：その他、学生

④PRポイント：胸びれがある魚には必ずあると言われている”鯛の鯛”という骨を集めて図鑑と標本を作る中学3年生の活動

⑤問題・背景：特に子供たちの魚離れについて、魚を食べる機会が少なかったり種類が少ないこと。魚に興味を持ってもらうことで食べることにも繋げたい。魚の骨が苦手な子が多い。

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

今年は中学3年生のため若干魚活動を控えめでした。3月より活動再開予定。
自作の鯛の鯛図鑑と標本で小中学生に展示などして興味を持ってもらいました。



高知県で開催された「ホネホネサミット」にて鯛の鯛標本と図鑑の展示
ホネホネサミットは今年で3回目の参加

横浜市で小学校・中学校に配布
「こどもタウンニュース小学生版」
「中学生タウンニュース」
に取材していただきました。

中外製薬の化学体験施設パイオラボにて小学生向けに鯛の鯛の取り出し方ワークショップ実施のお手伝いしました



横浜国立小山台中学校文化祭にて標本を展示 全校生徒に見てもらいました



@KO_SAKANA_SOTA



開始10日間で100%達成 & NEXT GOAL 挑戦中!

魚の骨“鯛の鯛”でサカナの魅力を発信したい!

『鯛の鯛図鑑』書籍化プロジェクト

2026年3月書籍版「鯛の鯛図鑑」出版

小学5年生～中学3年生で制作全9巻+書き下ろし全199種掲載
2025年に実施したクラウドファンディングにて目標の207%達成。出版準備中
自主出版のため、現在販売店等募集中



⑦「さかなの日」や事業者連携への期待・要望：4月から高校生なのでイベント参加など、鯛の鯛を通じて魚食の楽しさを発信する活動をできればコラボしたいです。

【事業者（賛同メンバー）が連携した取組】

②組織名：横浜市立大学国際商学部柴田典子ゼミ
チーム「ねぎとろ/NEGITOLLO」
(株)横浜食品サービス
小谷フードビジネス 小谷一彦（お魚かたり部）

①水産庁HPへの掲載：○

③産業分類：その他（大学・ゼミ活動）
水産物卸売業

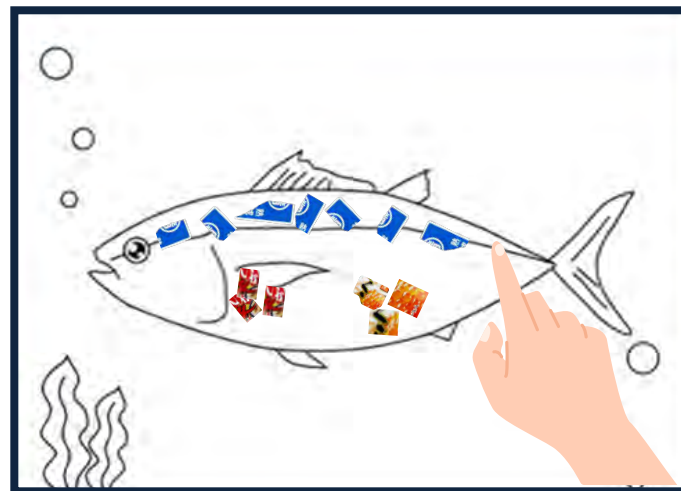
④PRポイント：地域の子どもたちに「楽しみながら」お魚に興味を持ってもらえること。
廃棄（余剰）シールについての問題提起であること。

⑤課題・背景：スーパー等で販売される魚のパックに貼られるシールが、横浜食品サービスで大量に廃棄されている現状がある（廃棄シール問題）。加えて、近年は魚食離れが進んでいるという課題にもアプローチすべく、捨てられるはずの余剰シールを有効活用しながら、魚食への関心を高める取り組みとして本活動を企画・実行している。

⑥水産物の消費拡大や地域資源の活用、課題解決に向け事業者間で連携した取組

【活動内容】

シールをちぎってお魚の下絵（我々が作成）に貼り、オリジナルの魚を作る活動を地元・横浜市金沢区の学童やイベントにて実施



(続き) ⑥水産物の消費拡大や地域資源の活用、課題解決に向け事業者間で連携した取組

【関係者】

- ・横浜市立大学柴田ゼミ ねぎとろ：企画・実施
- ・(株)横浜食品サービス：廃棄シールの提供
- ・小谷フードビジネス 小谷一彦氏 (お魚かたりべ)
：行政やメディアとの連絡・調整

【苦労・工夫】

- ・実施拡大に当たって学童一つ一つに直接交渉
- ・対象年齢にあわせて難易度調整

【当日の流れ】

- 1 廃棄シール問題の説明
- 2 お魚アート制作・サポート
- 3 おさかなBOOK配布 (大日本水産会様ご提供)

【実績】

- ・学童9施設+保育園1施設での実施
- ・水産庁様とイベント共同出店 (さかな文化祭、Fish-1グランプリ)
- ・500人以上にお魚の魅力を伝え、2万枚以上のシールを再活用
- ・メディア掲載 (時事通信社様、みなと新聞社様)



⑦ 「さかなの日」や事業者連携への期待・要望：

「さかなの日」や本取り組みを通じて、廃棄シール問題の現状を社会に広く認知してもらうとともに、未来の魚食文化の担い手が増えていくことを期待しています。廃棄シールの問題は他業界でも起きていることが明らかになっており、この問題を発信していくことで、他業界における廃棄削減にも貢献したいと考えています。

【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：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：水産物部マスコットキャラクターの制定と愛称の公募を通じた認知度向上

⑤課題・背景：年2～3回開催している「さかなの日」イベントは定着はしつつあるが、さらなる認知度向上と当市場への参加意識を高める取り組みを実施したいと考えた。

⑥水産物の消費拡大や地域資源の活用、課題解決に向け事業者間で連携した取組

賛同メンバー **むさかなの海**（佐藤香代子氏）に川崎市北部市場水産物部マスコットキャラクターの図案制作を依頼し、場内事業者等の代表の投票で選定、8月2日のイベントでお披露目した。

より親しみを持ってもらうため、愛称を公募し、約6百通の中から「ミライチ君」に決定、11月8日のイベントで発表した。



左：佐藤香代子氏 右：保坂水産仲卸組合理事長



上：水産物部マスコットキャラクターお披露目会
左：愛称「ミライチ君」授賞式



出張食育における園児とのふれあい



「ミライチ君」と「さかなの日」のオリジナルスタッフTシャツ

⑦「さかなの日」や事業者連携への期待・要望：他卸売市場との横連携

【単独組織の取組】

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名：寿司といえば富山DAO

③産業分類：その他

④PRポイント：「オンラインの“ファン”コミュニティ」で富山と富山のお寿司を盛り上げる！

⑤問題・背景：「寿司といえば、富山」のブランディングの取組みの輪を拡げ、富山県の関係人口を創出・拡大する

⑥ 寿司といえば富山DAO



富山の魅力を日々発信！

DAO及びX公式アカウントの
フォロワー数

DAO
メンバー
約320人

Xフォロワー 約1,400万/年
Xのインプレッション総数
(閲覧数)

*2026年2月時点

特徴

1

コミュニティには新しいことにチャレンジしたい方、富山や寿司が好きな方など様々なメンバーが参加しています。

特徴

2

富山県在住者の他に、東京、神奈川など関東在住の方が多数参加しております。

特徴

3

コミュニティ参加者同士の間によって富山の寿司を盛り上げる様々なプロジェクトを実施しています。



2024年10月に富山県とWeb3 Times合同会社が、実証実験プロジェクトの一環として設立しました。10月スタート以降、約320人の参加メンバー、Xのフォロワー、約7,700人まで成長し、富山の寿司をブランディングする様々な活動を展開しております。2025年5月より魚津水族館との連携やDAO発の商品開発を行うなど、新たなプロジェクトも進行中です。

寿司DAO内のプロジェクト

東京で富山のお魚を味わえる
お寿司握り教室を開催

お寿司握り教室を開催

富山湾のお魚を味わおう！「お寿司握り教室」を開催！



寿司DAO×富山県×魚津水族館
三位一体で食に関するイベントを開催



⑦「メンバー」及びコラボして頂ける「企業様」を募集しております！
エンゲージメントの高い、マーケティングが可能です。

寿司といえば富山DAO
公式Xアカウント



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、販促グッズなどご一緒させていただき、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」



▲ 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)

◀ 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。

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：株式会社E F インターナショナル

③産業分類：その他

④PRポイント：設置容易な冷凍・冷蔵庫代わりになる海上コンテナで海業・魚の価値を守る安定供給をサポート

⑤問題・背景：
・営業倉庫の逼迫と賃料高騰や既設冷凍倉庫の老朽化など、冷凍事業に掛かるコストが肥大化しています。
・漁業者の海業への転換支援が急務となっている。
こうした課題にリーファーコンテナを定置冷凍庫として提案、
短納期・低コスト・高性能保管を実現させたリーファーコンテナで、「さかなの日」の魚食文化と持続的発展を支えます。

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

冷凍機	MAGNUM PLUS	SUPER FREEZER	BLAST FREEZER
	設定温度:+30℃~-40℃ 時期や用途により冷蔵・冷凍まで、1台でカバーできます。	設定温度:-10℃~-60℃ 超低温冷凍に対応しています。	コンテナ型急速冷凍庫
	海苔漁師様(千葉県)  海苔の種網冷凍保管にご活用されています	マグロ卸業者様(神奈川県)  定置冷蔵庫としてご活用されています	新規取り扱い・ご提案  フォークリフトでの出し入れが可能な大型急速冷凍機です。
	卸売市場様(愛知県)  定置冷蔵庫としてご活用されています その他:北関東卸売場様の冷凍庫など	その他:回転寿司屋様(長野県) など	

移動・増設が容易で事業推移に柔軟に対応できる冷凍庫として魚の品質と安定供給を支えます！

⑦「さかなの日」や事業者連携への期待・要望：海業振興・水産業発展・冷凍品開発などに、是非リーファーコンテナが広く活用されて、お役に立てることを願っています。

【単独組織の取組】

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名：さかな文化祭

③産業分類：その他

④PRポイント：日本最大級の若年層家族向け魚食推進イベント

- ⑤問題・背景：
- ・物価高や簡便化志向による若年層家族の魚離れの加速化
 - ・子どもの「魚は嫌いだけど寿司は好き」という価値観
 - ・不慣れな料理で魚が嫌いになる前に魚はお店で美味しく食べる文化の創出

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

水産業の学びと体験による魚食文化の推進

誰もが正しい知識を持った循環型社会の実現を目指して「海と魚のSDGs」をテーマに、魚のプロである水産事業者が、対象である小学生とその家族を中心とした若年層家族に向けて「低価格・簡便化志向に優る知識や知恵の継承」を図ることで、水産物の大量消費による単純な魚食推進ではなく、漁獲技術や処理、品質を評価する目利き、加工・保存、調理道具や方法など「日本の水産を取り巻く環境に基づく食文化や食生活の価値」を学び、国内の魚食推進を加速化させる「食学食育による国産水産物の消費拡大」と「水産業の学びと体験による魚食文化の推進」を目的とした日本最大級の若年層家族向け魚食推進イベントの実施。



取組を進める中での苦勞、工夫等：単純な魚食推進ではなく「学びと体験」を重視した魚食文化の推進

⑦「さかなの日」や事業者連携への期待・要望：さかな文化祭への出展

【単独組織の取組】

②組織名：（一社）大日本水産会 魚食普及推進センター

①水産庁HPへの掲載○

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のイベント情報、お役所がわかる記事など
- 魚類・魚産品動向など、季節に応じたプログラムとの組み合わせ
- 魚の生態、お魚、コピペ・印刷です。

しらす干し ボラ 奇形? サザエが
内のフグ 大量死 苦い理由



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Flyby

③産業分類：その他

④PRポイント：「見えないコード」Luminary ARでイベント向け体験コンテンツをワンストップ提供

⑤問題・背景：水中光通信などの技術に取り組む中で、海と関連産業への興味関心を涵養する必要性

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

- 独自技術/サービスの“見えないコード”Luminary ARを活用したAR釣りゲームを横浜市うみ博にて展示し、好評を得ました
- スタンプラリー、フォトフレーム等のコンテンツを開発しています
- 単独では「場」が少なく、連携/採用して下さる事業者を探しています



デジタル
スタンプラリー

AR釣りゲーム



⑦「さかなの日」や事業者連携への期待・要望：弊社コンテンツを利用したイベント等をご提案したい

【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。



▶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

【単独組織の取組】

①水産庁HPへの掲載：○

②組織名：料理教室MIREIN（ミレイン）

③産業分類：その他生活関連サービス業（料理教室）

④PRポイント：スーパーで手が伸びない魚を、失敗しない家庭料理へ。レッスンと短い動画で継続を生みます

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

家庭で魚を買わない理由として多いのは、「下処理が難しそう」「焼く以外の調理法が思いつかない」「燻しそうで手が伸びない」といった心理的なハードルです。

料理教室MIREINでは、スーパーで見かけるのに手に取られにくい魚を、家庭で失敗しにくい料理に翻訳するとを目的に、料理教室・レシピ開発・短い料理動画を組み合わせた取り組みを行っています。

例えば、昨秋は焼き魚以外の使い道が浮かびにくい秋刀魚を、包丁を使わずハサミで下処理し、赤ワイン煮にするレシピとして紹介しました。「秋刀魚＝焼くもの」という固定観念を外し、家庭でも作りやすい一品として提案しています。

また、1月は鱈を使い、仕事帰りでも無理なく作れる温かいスープをテーマにしたレッスンを予定しています。時には切り身や下処理済みの魚を前提に、忙しい生活の中でも魚料理を続けられる工夫を伝えています。

レッスンでは「下処理を簡単にする方法」「火入れで失敗しない考え方」「他の魚種にも応用できる組み立て方」を重視し、「一度うまく作れる成功体験」を通じて魚料理への抵抗感を下げることを目指しています。

こうした実践を重ねることで、**普段選ばれにくい魚が、再び買われる食材へと変わる** 手応えを感じています。

今後は、料理教室で培った知見を活かし、企業・団体向けの料理講座や、魚の魅力を伝えるレシピ・動画制作にも取り組んでいきたいと考えています。



⑦「さかなの日」や事業者連携への期待・要望：「さかなの日」を起点に、生活者が魚を“買って作れる”提案が広がることを期待します。賛同メンバーの皆さまと、推奨魚種の情報共有、試作・撮影協力、レシピや短尺動画の共同発信を通じ、魚の消費拡大に貢献したいと考えております。

【単独組織の取組】

①水産庁HPへの掲載： ○

②組織名： 釣りアナウンサー・大塚ひとみ

③産業分類： メディア

④PRポイント： 元NHKキャスター

⑤目標： 【水産業界の広報係】を目指しています

⑥現在の取組

▼新聞やラジオで、水産の魅力を発信

→発信内容 … 季節の魚、魚料理（魚料理アドバイザー資格）、魚の保全活動報告

→最近の出演先 … スポニチ、文化放送、J-WAVE



▼水産企業の広報活動

→イベントMC、式典司会、PR動画ナレーション、店内放送、広報文の作成



⑦「さかなの日」や事業者連携への期待・要望： 何でもご相談下さい(*^_^*)



【単独&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：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：「さかなの日」や水産業、魚食の魅力を眼に見えるかたちで伝えていく

⑤問題・背景：毎月Xにて「#さかなの日」の期間はがんばっているが投稿はなかなか増えないことからまだまだ力が足りないと感じている。たくさんの人に日本の魚食の魅力、水産業の大切さを知ってほしいと思っています。「さかなの日応援隊」のファンのみなさんはすごく盛り上げてくれているので見ていて励みになります。

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→webやSNS、書籍で盛り上げる

(1) デジタル少年写真ニュースでの記事掲載

「さかなの日」バナーの掲載

※人員不足のため「さかなの日」関連の取材で公開していない記事が多々あるため頑張っ更新します



※サイト運営のため、スポンサー（広告）を募集しております。バナー広告は3000円（ひと月）から承ります。お願いします



<https://schoolpress.jp>

(2) 書籍の出版（「さかなの日」ロゴ入り）

「さかなの日」賛同メンバーを盛り込んだ書籍「ハヤタケ先生の子ども魚食大百科」出版
「水産女子」を著者に絵本「あま」を出版

大日本水産会早武忠利さんの書籍第2弾を出版、「さかなの日」活動をはじめ、賛同メンバーのそうすけくんやウオヒレウロ子さんも登場。鳥羽市の菅島で海女を営み、「水産女子」立ち上げ最年少メンバーでもあった小寺めぐみさんと娘のまなみさんが著者となり、海女の仕事、海を未来へ繋ぐ大切さを伝える絵本を出版

(3) 魚食SNSを運営



https://x.com/shonen_sakana

本の書評等で賛同メンバーである水産関係の各新聞社様にもご協力をいただきました。読者プレゼントでは、リビングふくおか様にお世話になっております。



⑦「さかなの日」や事業者連携への期待・要望：いろいろなメンバーとコラボをしたいです