

高付加価値化・ブランド力向上と積極的な販路拡大

小川原湖漁協(青森県)

取組の概要

- ◎ 加工による高付加価値化の取組
- ◎ ブランド力向上による販売促進
- ◎ 「漁協直送」を活かした積極的な出展による国内外販路の開拓・拡大

取組のポイント

- 1 魚価が低迷していた魚種の加工による高付加価値化と安定出荷体制の構築
 - ① 行政などからの助成を受け、消費低迷や認知度不足等の要因で魚価低迷が続いていた「しらうお」の加工品開発のための施設を整備し、「釜揚げ」「生」の2種類のしらうお加工品の製品化に成功
 - ② 漁期が限定される不利な条件を、加工品の製品化によって通年出荷体制が構築
 - ③ これら製品を首都圏での催事、商談会等でPRし販路を開拓
- 2 地理的表示保護制度(GI)登録によるブランド力向上
平成29年12月15日に「小川原湖産大和しじみ」が地理的表示保護制度(GI)に登録、ブランド力の向上(高品質化)によって取引先が拡大し販売が促進
- 3 「漁協直送」を活かした国内外での積極的な出展による取引先増加と継続的輸出
 - ① 漁協直送の価値を「生産地の見える化」「価格の安定」「本物の産直品」と定義づけ、首都圏や関西、九州等、国内各地での催事、商談会等に積極的に参加し飲食店関係を中心にしじみ等の販路を拡大
 - ② 香港フードエキスポ出展をきっかけに香港の飲食店への輸出を開始、「小川原湖産しらうお」は継続的に輸出することに成功
「モクズガニ」「しじみ」「わかさぎ」の輸出も開始し、輸出量も増加傾向
 - ③ 現在は東南アジアにも販路を広げ、「モクズガニ」をシンガポールに輸出

取組の成果等

〈加工販売や輸出などの買取販売高の推移〉



- 漁協が管理・運営する卸売市場以外の新たな販売手段として、漁業者の収益向上が期待
- 漁協による積極的な催事、商談会等の出展、宣伝活動によって認知度が向上
- 地理的表示保護制度(GI)登録以降、豊洲市場関係者から、「小川原湖産大和しじみ」の評価が高まり、粒、品質ともに日本一と評価する声も寄せられる