

## 6次産業化で京都の魚をおいしく食べ隊

農林水産部

流通・ブランド戦略課 辻 大地  
水産課 谷本 尚史

## 推薦理由

## 【アピールポイント(組織力の発揮)】

《所属長(代表):水産課長 井谷匡志》

京都府で水揚げされているながら、京都市内の食卓に届かない現状を打破するため…

- 府職員が、生産者、産地加工業者、消費地加工業者、流通業者、量販店を結び、消費者に新たな商品を提供
- 府職員が、消費者視点で新商品の企画を提案、加工業者や流通業者とともにビジョンを語り、製品化へと進展
- 担当職員は対話の効果と自身の熱意が業者を動かすことを体感でき、モチベーションアップと今後の飛躍が期待される

## 【プロセスの工夫、横展開が可能な点】

《アセッサー:流通・ブランド戦略課 荻安彦》

《アセッサー:水産課 粟屋克彦》

- 1) 漁業者と消費者を結ぶ加工・流通に存在する課題への気づき  
→ 府職員がコーディネーター役を担い、解消
- 2) 生産者、加工業者、流通業者、消費者の相互理解が重要  
→ 府職員が各々の現場を相互に見学・意見交換できる場を設置することで円滑な取組を支援  
⇒ 今後、さらに消費者ニーズの把握に努め、生産者、加工業者、流通業者が持つ得意分野とのマッチングを図ることで、幅広い展開が期待

# 取組内容(1)

## ➤ 取組の分野 (該当に○、複数選択可)

創造的事業・府民サービス向上・業務効率化・職場環境改善

### ➤ 現状、課題

- 京都府ではおいしい魚がたくさん水揚げされるのに、京都市内のスーパーには出回らずあまり知られていない
- 京都府民に京都のおいしい魚を食べてもらいたい
- 府内の魚の価値を少しでも上げたい  
(漁業者の所得向上につなげたい)



### ➤ 目指す姿、状態

- 京都産の"朝獲れ"鮮魚を京都市内の消費者に届けられる仕組みを作りたい
- 府内の加工業者と連携して、府内産水産物の本来の価値を引き出す魅力ある加工品を開発・販売したい
- そうすれば、需要が拡大して漁業者の所得が向上するだろう

### ➤ 取組の対象、顧客、ターゲット

- 京都市内の消費者
- 食に対する意識の高い消費者

### ➤ チーム体制、ネットワーク

- <気づき> 水産課職員が発案
- <対話> 流通・ブランド戦略課職員と相談
- <実践> 生産者、産地の加工・流通業者を巻き込み、消費地の流通、販売業者に提案

# 取組内容(2)

## ➤ 取組内容とプロセス

### <着想(気づき)～対話～企画立案、事業化まで>

- ・ 府内の魚が京都市内の人にあまり食べられていない(府)  
→どんな魚なら食べてもらえるのだろう?(府)  
→高速が開通したので、その日獲れた魚を届けられるかも?(販)
- ・ サゴシが安いので何か加工できないか?(府)  
→脂がのっていないので良い煮干しになる!(ダシ製品業者)  
→産地の煮干し業者に試作を依頼!(府)

### <実行、実践の内容とプロセス>

- ・ 新鮮だが知名度の低い京都府産鮮魚の販売を提案(府)
- ・ 販売方法を量販店とともに試行錯誤(府・量)
- ・ 毎月、生産者、行政、量販店が集まり販売会議を開催(全者)
- ・ 次月の販売にフィードバック(販)
- ・ ダシ製品業者にサゴシ煮干しの試作品を提供(府)
- ・ 試作品を利用したダシ製品の試作を依頼、製品化(ダシ業者)
- ・ 有名料理人等へ試作品提供、意見聴取して改善(府)
- ・ 協力して販売先を開拓、PRを実施(府)

## 工夫したポイント

- ・ 店頭販売での消費者の声や、現場の販売員の感覚を大切に!
- ・ 他素材(アゴだし)の成功事例も出しながら、何度も取組意義を訴え、生産者、加工業者に理解を求めた!

## 工夫したポイント

- ・ 量販の担当者に漁港を見学してもらう
- ・ 漁業者に量販で魚を売ってもらう
- ・ ダシ製品業者に漁港や煮干し加工場を見学してもらう
- ・ 煮干し業者にダシ製品加工場を見学してもらう

# 結果とふり返し

## ➤ 成果、目標達成状況

「舞鶴産“朝獲れ”鮮魚便」

- ・ 量販店舗の定番製品に成長
- ・ 初年度は1.8t、2年目には18.7tの府内産魚を販売
- ・ 朝獲れ便実施日は相場が上昇
- ・ 朝獲れ便が採算ラインに乗り、仕組みが確立

「さわらだし」

- ・ 全国初の商品として開発、広報したところ、新聞各紙やNHKで大きく取り上げられ、販売好調(初年度目標を超える40t出荷(鮮魚ベース))



## 取組から学んだ点

- ・ 良い物は売れる
- ・ 売る人に生産現場を見てもらうことは効果的
- ・ できるだけ多く、しつこく、対話の場をセッティングする努力が必要
- ・ 商品開発のストーリーをメディアやバイヤーに上手に伝えることは非常に重要

## ➤ 今後の展開

「舞鶴産“朝獲れ”鮮魚便」

- ・ 販売店舗をさらに増やすとともに、当日水揚げされた魚であることをさらにPRし、京都府産鮮魚の需要を拡大

「さわらだし」

- ・ 購入希望への確実な対応のため、煮干しの生産体制を強化
- ・ 煮干し業者とダシ業者の連携により、国内外の販路開拓と、商品力をさらに向上。さわらの取引相場を底上げ。

## さらに工夫したい点

- ・ 消費者への様々なレシピのPR
- ・ 府民への京都府漁業のPR
- ・ 煮干し業者からのサワラ以外の新商品の提案