

海と食地域モデル 年間スケジュール

1年目 立上げ

- 地域での課題開発（フォーラムやイベント等）と体制（プラットフォーム）づくり
- 地域プラットフォームを利用したメニュー開発
- 飲食店20店舗以上と連携したムーブメントづくり

2年目 拡大

- 開発メニューの拡販（食機会増）
- 学校や社会教育施設との連携により開発メニューを通したメッセージの発信
- 飲食店20店舗以上と連携した更なるムーブメントづくり
- 3年自走化に向けた種苗づくり（商品開発/小売り連携/認証制度 等）

3年目 自走

- 2年目にテストした自走化に向けての事業を本格化（商品開発/小売り連携/認証制度 等）
- 学校や社会教育施設での提供の定番化（流通の整備等）
- 飲食店20店舗以上と連携した自走化を前提とした長期間のイベント



飲食
小売での
定番化

学校給食
定番化

商品

新たな
体験コン
テンツ

海のごちそう 地域モデル事業in ● ● (2021年成果)

函館

函館ブリたれカツ

HAKODATE BURI TARE KATSU



名称

メニュー写真

魚種

ブリ

定性成果

函館ブリたれカツバーガーキャラバンは毎週売り切れ続出。ターゲットの若者から大人まで幅広く支持。函館空港にも出店。学校給食は10校3300名に提供。さらに、中学校や他小学校でもブリたれカツが学校給食化（自走状態）。プリフェスは昨年20店舗から3倍の60店舗連携を実現（飲食と小売）。来期に向けてブリ節での塩ラーメン開発で話題に。学校からの授業依頼や講演依頼も多数。

定量成果

連携店舗数：60店舗（飲食&小売）
販売数：5,800食（BT&B&給食）
体験プログラム：函館地プリパーク：予定
メディア掲載：45回/10月5日時点・新聞18回（日経新聞※全国 他）・テレビ9回（NHK、UHB、HTB他）・ラジオ2回・雑誌6回（AIRDO機内誌rapora、北海道じゃらん、JAFメイト他）

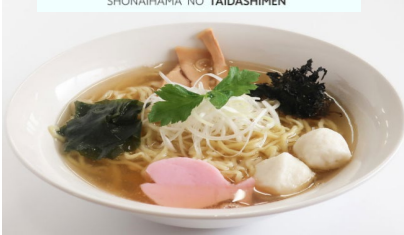
自走化への課題

飲食店、小売店には10月＝プリフェスの意識をもう1年で定着化させる。学校給食は予算の都合もあるのでプリ協議会との連携を提案。次はより家庭に入っていく必要がある。プリ自体の消費量を増やすために産業化にトライすることが必要。

山形

庄内浜の鯛だし麺

SHONAIHAMA NO TAIDASHIMEN



タイ

鯛だし麺が庄内地域で浸透しつつある。既に販売期間の延期を決定した店舗あり。飲食店の方から講演依頼があったり、店舗独自のメニュー看板設置などを行うお店も。県からは、水産振興課が行うキャンペーンへの連携を依頼。水産振興課がSNSで鯛だし麺の情報発信を行うなど、行政からの注目も大きい。学校からの依頼により授業の一環で講義を行った。また、昨年度開発した商品が【山形のうまいもの「フィンフードコンテスト」】調味料・その他部門で最優秀賞を受賞。

連携店舗数：32店舗
体験プログラム：海のマルシェ（予定）
クロストークイベント（予定）
漁村体験会（予定）
メディア掲載：5回
テレビ1件 新聞3件 雑誌1件

プラットフォーム構築に向けて地域プレイヤーの巻き込みを行っていく。海の課題、メッセージをより多くの人に深く伝えていくことが必要。

鹿児島

桜島美味深海バーガー



深海魚

“いお・かごしま”魚食普及拡大推進協議会（開発者【鹿児島市】と市場関係業者で構成）と連携し流通の仕組み（プラットフォーム）を作成。昨年の取り組みを知った飲食店からイベント出店依頼あり。また、深海魚を使用した新商品の開発をしたいと飲食店や企業から打診が入った。昨年に比べ、イベント連携飲食店も様々な業態（若年層向けのカフェやテイクアウトのキッチンカーなど）が増え、連携店舗数も31店舗に増。学校給食納入業者からの依頼により、学校給食を実施予定。その際、授業の一環で海の学びを取り入れた授業を行う予定。

連携店舗数：31店舗（飲食店、キッチンカー、ケータリング、デリバリーなど）
美味深海オンラインイベント（予定）
美味深海アートフェスティバル（予定）
学校給食、こども食堂（予定）
メディア掲載：10回
テレビ1件（10/22海の日に放送）
※鹿児島市へ表敬訪問

深海魚を流通させることで、深海魚を使用した特産品化、メニューの定番化、イベントの開催等を継続的にプラットフォームの作成を目指す。自走化に向けて、中心となって動いていくリーダーの育成が必要。

射水

射水 シロエビ くりーむ・コロッケ



白エビ

自発的にコロッケの販売に取り組む店舗が出現。（店舗によっては1日に100食販売する店舗も）。また、富山大学やミシュランシェフ、観光協会や旅行会社など、異業種の繋がりをさらに増やした。

連携店舗数：飲食店19店舗、販売店4店舗、ふるさと納税1サイト
販売数：1万個
体験プログラム：10/9に実施予定
商品化：販売中、流通のPBとしての展開も進行中
メディア掲載：新聞1回、WEBサイト3回

富山県全体へ事業を拡げ、県の事業として2023年度の自走化を目指す。販売店が自主的に取り組めるような土台作りを行なう必要がある。また、売れる店舗とそうでない店舗の差がある。

大間

熱海

ロゴ



メニュー写真



魚種

白身魚

アジ類等未活用魚

定性
成果

- ・大間町長始め教育長、商工会長、漁協組合長、観光協会長と関係機関の事業理解、協力体制ができあがった。青森県の水産事務所、観光、食開発の研究も事業を成功させようとして支援。
- ・地元の2小学校では、広報物を全校児童に配布。特に大間小学校では学校ぐるみでキャンペーンへの全面協力体制ができあがった。

体験プログラムのチラシを1000部市内小学校に配布し、情報を広くリーチ。オンラインプログラムは熱海市内と首都圏、関西、九州など全国から参加。満足度100%の取り組みとなり、プログラム後には「まとめ新聞」や感想文が多数寄せられた。

参加者からは「魚や鯨に興味があり参加したが、海の環境問題にまで興味が広がった」「熱海で思った以上に魚が獲れることに驚いた」といった声などがあり、講座を入口に海への興味関心、現状や課題を知る機会を作ることができた。網代漁業との連携や、ごちそうウィークでは市内飲食店との連携、星野リゾートや都内おむすび店など、複数連携の話も来始めている。

定量
成果

連携店舗数：20店予定
販売数：1500食予定(イベント+弁当+給食)
体験プログラム：子ども漁場探検隊、栗原心平さんと調理実習(予定)
メディア掲載：キックオフ→テレビ2新聞3、漁場探検隊→テレビ2新聞1、YAHOO!ニュース2

連携店舗数：10月5店舗、年内20店舗。
販売数：これから販売予定
体験プログラム：「熱海めぐる海の学び舎」をオンライン実施。全国から小学生25名参加
商品化：未活用魚を活用した削り節、出汁粉
メディア掲載：オンラインプログラムのみで新聞とWebで5媒体。10月の飲食店連携でもメディア掲載を控える。

自走化
への
課題

- ・冷凍技術をうまく活用しながら、通年での地産地消の体制を確立すること。メニューの冷凍食品化(飲食店連携でも学校給食展開でも必須)。
- ・ビジネスとして成立するロード数にまで展開チャネルを増やしていくこと。

未活用魚を活用した出汁(削り節と出汁粉)の開発を進めており、飲食店やホテル(toB)及び家庭にダイレクトに入れる(toC用)に販売、製品化を動いている。

具体的にどのくらいの量産が可能なのか、体制も含めての検討が必要。

ロゴ
写真
メニュー
魚種

函館

函館ブリたれカツ
HAKODATE BURI TARE KATSU



ブリ

○自走化の強化
 ・給食、飲食、小売連携の定番化
 ・家庭でのブリたれカツ普及
 ・ブリ節の製品化と商品開発
 ・朝市でのアンテナショップ出店
 ▶ブリ節の産業化目指した発信

山形

庄内浜の鯛だし麺
SHONAIHAMA NO TAIDASHIMEN



タイ

・地元で知名度が確実に上がってきているので、より定着するために、連携先を増やしていく。
 ・県も非常に乗り気なので、県を中心とした自走化のプラットフォームを構築。

鹿児島

桜島美味深海バーガー



深海魚

・1から作った深海魚の流通をより磐石のものにするため、スーパー、学校、飲食店、商品化などの出口をより強化
 ・自走に向けた最終年として、いおがご推進協議会（流通会社と飲食店の連携団体）を中心に、自走のプラットフォームを構築。

射水

射水 シロエビ
イリーむ・コロック



白エビ

○自走化への土台強化
 ・シロエビくりーむコロック商品の販路拡大
 ・学校給食参入&認知拡大

大間

大間アゲまが子
OMA FRIED FISH



白身魚

○認知拡大・自走化への土台作り
 ・飲食店連携の強化
 ・加工品の基盤づくり
 ・小学校での海の食育授業（調理実習+講義）

熱海

千魚バシ



アジ類等未活用魚

○認知拡大・自走化への土台作り
 ・メニューの商品化
 ・飲食店、宿泊施設連携の強化
 ・食育キットの開発
 ・教育コンテンツの着手

来期のポイント