

# 九州・四国の漁港回り

～ 漁港で見つけた“変わりモン” ～

---

食一

田中 淳士

---

# 水産業の現状

## 水産業の衰退

1. 漁獲量の減少  
200海里問題、輸入関係、マイワシの減少
2. 魚離れ  
消費量の低下、魚の知識低下、魚価安
3. 漁師の高齢化・減少  
跡継ぎの減少



---

## 事例. 「関」ブランド

### 関あじ・関さばとは

大分県佐賀関で一本釣りされたあじ・さば

### うまさの秘訣

#### 1. 海の環境

潮流の速さ、餌の豊富さ、水温の変化

#### 2. 品質保持

面買い、新魚、活けじめ

#### 3. 一本釣り

餌のこだわり、魚体のきれいさ

# 事例.「関」ブランド

## ブランド確立まで

- S63 買取販売事業を実施
- H1 福岡中央卸売市場で販促キャンペーン
- H2~4 北九州中央卸売市場・東京・大阪で販促キャンペーン
- H4.10 商標登録の申請
- H8.10 商標登録の認可
- H9.9 関あじ・関さばの登録商標を発表  
特約店の看板を90枚制作
- H9.10 特約店制度の確立／注文販売へ移行  
タグをつけての販売
- H13.2 関あじ、関さば祭り



## 事例.「関」ブランド

### ハイブランドまでのキーポイント

#### 1. 先行者利益

だれもブランド化に着手していなかったこと

#### 2. 産官学の連携

ブランド化への戦略、品質保持の分析、行政の協力

#### 3. 時流

グルメブーム、芸能人の宣伝

### これからの課題

市場出荷率と注文販売率の逆転

## 事例. 三崎漁協の取り組み

### 三崎漁協の特徴

1. 仲買がない  
漁協の力が大きい
2. 漁協直営の飲食店・テナント・直売所を持つ  
積極的に三崎の魚介類を発信をしている
3. 自然派漁法  
後世に資源を残す漁法
4. 三崎漁協の歌をもっている  
印税収入、芸能人による宣伝
5. 漁協で加工場をもっている  
新鮮な魚の加工、加工～発送まで

## 事例. 今治漁協の取り組み

### 今治漁協の特徴

1. 漁師自身が販売  
夫婦の協力
2. 漁協が場所を提供  
今治水産物荷捌き所の提供
3. 9割以上が底引き船  
多種多様な魚が水揚げされる漁法
4. お客さんが一般消費者  
「漁師 → 消費者」の実現
5. 漁師自身で出荷調整  
売れ残りリスク、得意先の存在



## 事例. 川之江漁協の取り組み

### 水産祭

目的：魚食普及のため

商品内容：カツオのたたき  
活タイ  
鮮魚、活魚



まとめ:魚で盛り上がるためのキーポイント

## 6P (5P + 1P)

### 1. Product

商品(魚介類)

### 2. Place

発信場所、販売チャネル

### 3. Price

ターゲットを見据えた価格

### 4. Promotion

イベント、広告、口コミ戦略

### 5. Person

中心人物

+

6. Peculiar  
風変わりさ  
独特さ

# 魚で盛り上がるためのキーポイント

## 魚の“変わりモン”

