

## 21 根室おさかな普及委員会

根室の新鮮で良質な水産物の消費拡大と、より一層のブランド化を図るとともに、漁業者が自ら消費者ニーズを把握し、今後の漁家経営の向上を強力に推進することを目的に、平成18年6月に根室市及び根室市内4漁業協同組合(根室・歯舞・落石・根室湾中部)からなる「根室おさかな普及委員会」を組織しています。

### (1) 主な事業

- ▶ 「顔」の見える産地づくりの推進
- ▶ 産地ブランドの確立を見据えた消費・流通事業の推進
- ▶ 根室産水産物の普及宣伝活動



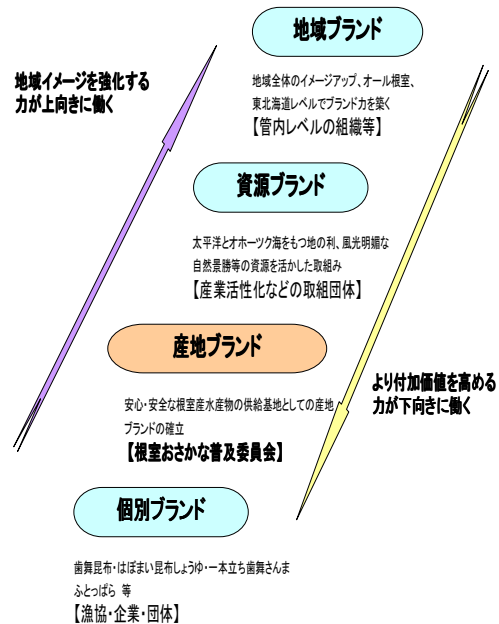
### (2) 当委員会が考える「産地ブランド力」

当委員会は、魚を愛食する多くの方々にご意見を伺ったところ、消費者ニーズが最も高い水産物情報は、「産地名」であったことに強い関心をもっています。

近年、商品ロゴマークやタグ、ネーミング等の取組みによりブランド化を進める事例が多く見受けられますが、やはり消費者は不易流行というのか、今も昔も「産地名」にその商品の信頼を置くということでしょうか。

当委員会は、産地に存在する多様な「漁法」と「魚種」で商品層を厚くし、消費者層への購買機会の提供と、そのマインドシェアを獲得することがいわゆる「産地ブランド力」であると考えています。

そのためには、個別の企業や団体が単体で商品開発や販路開拓の取り組みを行うのではなく、安全・安心な水産物を産地レベルで信頼を得て提供していくことが欠かせないと考えています。



### (3) 個別計画等

<個別計画>

個別計画	各年度の位置づけ				
	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度
<b>「顔」の見える産地づくりの推進</b> 【産地ブランド戦略】 ▶ こだわりの明確化 ▶ 物語りの組立て ▶ 品質管理の基準づくり …… 他団体との協働	●	●	●	●	●
<b>産地ブランド確立のための消費・流通事業の推進</b> 【消費・流通戦略】 ▶ PR宣伝隊の派遣 ▶ 販売ルート開拓 ▶ 飲食モニター店 ▶ 百貨店・量販店・通販 …… 他団体との協働 ▶ 直販機能の整備 【ファンづくり戦略】 ▶ 座談会の展開 …… 他団体との協働 ▶ モニター試食会の展開 …… 他団体との協働	●	●	●	●	●
<b>根室産水産物の普及宣伝活動</b> 【認知度アップ戦略】 ▶ 一般紙・誌 ▶ 専門誌・業界紙(年2~5回) ▶ 広報誌・ポスター ▶ テレビ・ラジオ ▶ インターネット ▶ イベント等 …… 他団体との協働	●	●	●	●	●

(注) 上記の「他団体との協働」と位置づけしている個別戦略については、当委員会においては様々な課題があり、必要な取組みであるものの、事業の主体として実施困難なものであります。よって、これらの分野を得意とする関係団体との連携・協力事業として行うものであります。