

第V章

第V章 国産水産物新需要創出

ビジネスモデル化実証事業

V-1 北海道漁業協同組合連合会の取組

事業主体名：北海道漁業協同組合連合会

1. 実証事業の事業内容

(1) 全体の事業計画

北海道の漁業は、昨年、秋鮭・ほたてなどの基幹魚種において魚価回復の兆しがみえたものの、依然として長期低迷傾向にあり、漁業就業者数の減少、後継者不足と相俟って漁業再生産の確保が危惧される厳しい状況が続いている。

また、WTO交渉など輸入自由化交渉の結果によっては、昆布などの北海道の魚種が深刻な打撃を受ける恐れがあり、道内漁協系統の基盤強化が求められている。

特に北海道の基幹魚種である秋鮭・ほたて・昆布については安定消流対策の継続が求められており、また、産地市場機能が低下する中、従来、中央卸売り市場中心の流通であった、一般鮮魚についても漁協・系統の鮮魚流通対策への取組の充実・強化が求められている。

このため、これら諸課題に対する積極的な対応が緊要となっており、従来の取組を継続するとともに漁協系統による新たな「北海道ブランド」を確立し、新たな需要を創出することで漁協・生産者はもとより、北海道の水産業界の活性化に繋げることとしたい。

① 全道高鮮度産直鮮魚ネットワークの構築

生産者・漁協（認定漁協・合併漁協）・漁連が相互に連携し、北海道産の鮮魚の需要創出を図るため、産地から首都圏・道央圏へ向けた全道の産直鮮魚ネットワークを構築する。

② 秋鮭・ほたて・昆布製品等の新需要創出

北海道の基幹魚種である秋鮭・ほたて・昆布製品等の新需要を創出することにより、魚価維持・向上を図る。

(2) 17年度の事業内容

事業費 58,450 千円（うち国庫補助 29,225 千円）。

項目	概要
高鮮度産直鮮魚ネットワーク	①高鮮度鮮魚の需要創出 ②大規模量販店向け需要創出 ③寿司ネタ・刺身向け需要創出
いくら新需要創出	生いくら・生冷いくら・チルド醤油いくらの開発による、需要開拓
生秋鮭新需要創出	うるこ取り生フィレの開発等
ほたて貝柱新需要創出	①寿司ネタ向け高品質・高鮮度商品の開発
ポストボイルほたて新需要創出	②冷凍ボイルほたてに代わる新商品の開発
道東産昆布新需要創出	サラダ用昆布製品の開発

2. 実証事業の実施状況

項目	実施内容	販売先	取扱 (トン・千円)	
全道高鮮度産直鮮魚ネットワーク	関東圏・道央圏での新たな鮮魚流通対策の実施	① I社・M他 ② K社・M1社	50	33,000
いくら新需要創出	①生いくら (タレ付) ②生冷いくら ③チルド醤油いくら	①関東生協・E社など 通信販売 ②中食向け K社 ③関東生協	40	91,000
オホーツクサーモン新需要開拓	①生フィーレの開発 ②フライ製品開発	①L社 ②道内学校給食	8 5	4,100 2,600
生秋鮭新需要創出	実施せず (スキンレス)		0	0
ほたて貝柱新需要創出	実施せず ~ 価格高騰		0	0
ポストボイルほたて新需要創出	①生ボイルほたて 2~3月実施	①I社向け (深層海水使用)	5	4,600
さんま需要開拓	さんま生開きの開発 (チルド流通)	関西圏生協	2	700
道東産昆布新需要創出	サラダ用昆布製品の開発 (道東産こんぶ)	①道内量販店 ②道外量販店	25	10,000
新凍結手段	アルコール凍結試験 (ぎょれん道東食品)	C社 (いくら・秋鮭フィーレ)	4	10,700
計			139	156,700

3. 実証事業の評価

事業実施計画	事業の評価
(1) 全道高鮮度産直鮮魚ネットワーク ①高鮮度鮮魚の需要創出	<p>①鮮なんばんえび (朝セリえび) の道央圏・関東圏での当日販売実現</p> <ul style="list-style-type: none"> ・部会の協力による鮮度保持対策による差別化、先取りにより午前4時に荷渡しにより当日販売実現 ・チャーター便での輸送、関東圏には航空便を利用することで、道央圏は水揚げ当日開店時から、首都圏では当日15時から店頭販売 ・一定期間一定価格の実現 (前年の平均価格を参考に年間同一価格) ・量販店よりは高鮮度と産直の信頼感で今後も継続が実現 <p>②石狩湾春ニシン (刺身向け) の開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・鮮なんばんえびの取組みを参考に道央圏での刺身向け商品の新規開発

<p>②大規模量販店向け需要創出</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・部会の協力による刺身向け仕立て（発泡3kg水氷仕様）で差別化 ・鮮度管理のための衛生管理マニュアル作成 <p>①I社（関東圏120店舗）との鮮魚供給取組み開始</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現行の参加漁協は14漁協 ・取扱魚種：ババガレイ他各種カレイ、真タラなど主体に、ナンバンエビの当日販売も実施（IY当日販売取組み店舗25店舗） ・各産地から荷物を集約し鮮魚特急便（陸送）での活用で一括輸送 <p>②C社などとの量販店とも取組み開始</p>
<p>③寿司ネタ・刺身向け需要創出</p>	<p>①K社との取組み開始</p> <ul style="list-style-type: none"> ・なんばんえび・ほっき・ほたてなど寿司ネタ、刺身向け商材を供給し、該社の回転寿司・立ち寿司業態でメニュー展開、ほっきはトップシール包装に変更供給 ・輸送体制の見直しにより供給体制を改善 <p>鮮魚供給の取組みを本格化したことにより、参加漁協の鮮魚供給の意識も向上しており、取引量販店等の評価も定着しつつあり、今後の供給拡大が期待できる。</p>
<p>(2)いくら新需要創出</p>	<p>①生いくら</p> <p>消費者の生筋子をほぐす手間を簡略化し、好みの味付けにできる専用タレを添付し協同購入向け及び量販店で販売</p> <p>②生冷いくら</p> <p>寿司チェーンを展開する京樽などの外食産業向けに取引先独自の味付けが可能な生冷いくらを供給</p> <p>③チルド醤油いくら</p> <p>生鮮（チルド）で供給可能な醤油いくらを航空便を利用し、イトーヨーカ堂などに翌日配送しフレッシュ感、産直イメージを強化</p> <p>いからの新たな需要を開拓することにより、道産いからの消化も順調に進み、秋鮭メス価格の評価も向上した</p>
<p>(3) オホーツクサーモン新需要開拓</p>	<p>ほとんどが従来塩蔵品や加工原料として流通していたが、生フィーレ加工することにより、量販店での生鮮販売（フィーレ、切身）、学校給食向けフライなどの新たな需要を開拓</p>
<p>(4) さんま需要開拓</p>	<p>冷凍解凍ものの主体の開きさんま流通にチルド形態での新たな流通を開拓し、コープ北陸などの関西圏の生協に試験的に販売</p> <ul style="list-style-type: none"> ・原魚を鮮度保持して釧路・根室から陸送し関西の加工メーカーに開き加工を委託しチルド流通
<p>(5) 道東産昆布新需要創出</p>	<p>消流に苦戦している道東産昆布の「サラダ向け昆布」としての新たな販路開拓食感の良さから販売先の評価は高かったが、販売価格は三陸産との競合もあり差別化までは至っていない</p> <p>今後は更なる差別化を目指し、刻み昆布のタレ付き三連パック商品を開発し、今年度は一部試験販売を実施、次年度本格生産を目指す</p>

(6) 新凍結手段	C社の委託を受け、アルコール凍結機による凍結試験及び新製品の開発を行う 3月におこなわれた「C社合同商談会」で展示され、ドリップが非常に少ない、食感も良いなど評価は高かった しかし、製造効率に問題があるため大量生産には向いておらず差別化した高付加価値商品の開発が必要
-----------	---

V-2 山口県漁業協同組合連合会の取組

事業主体名：山口県漁業協同組合連合会

1. 実証事業の事業内容

(1) 全体の事業計画

- ① 消費者ニーズを把握し、ニーズに合致した直接販売ルートの開拓。
- ② 効率的な物流ルート及び店舗オペレーションを考慮した流通システムの構築。
- ③ 県産水産物の旬の時期等を科学的に分析し、データを蓄積することにより、県産水産物の付加価値を高める。
- ④ 県産水産物を利用した新しい商品の開発。
- ⑤ 県産水産物の優れた特性を直接消費者にPRするとともに、多様化するニーズや安全・安心志向に対応した選択的な消費の促進。

(2) 17年度の事業内容

事業費 57,000 千円（うち国庫補助 28,500 千円）

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">(1) 学識経験者、漁協、流通業者等による協議会の開催。(2) 県内主要産地市場の漁獲情報等の共有化と受発注の簡素化・迅速化。(3) 発送用の函・シールの規格統一と新規規格スチロール箱の開発。(4) 県内集荷体制の整備と県内外の配送体制を構築。(5) 県内水産物の科学的分析とデータの蓄積。(6) 消費宣伝と消費者のニーズの把握。(7) 新商品の開発と新たな需要の創出。(8) インターネットを利用した販売推進。(9) 県産水産物を効率的に供給するための機器・備品の整備。(10) 鮮度保持向上のための技術の習得。 |
|--|

2. 実証事業の実施状況

- (1) 8月26日第1回、3月10日第2回協議会の開催。
- (2) 県内主要市場の入荷・市況情報をインターネットで発信。
- (3) 出荷用スチロール箱や包装資材の開発・・・「新鮮やまぐちマーク」「瀬付きあじのブランド名」明記の出荷用スチロール、「赤ナマコ」出荷用袋、ケンサキイカ用のスチロール箱の開発、「血抜きアマダイ」をブランド化するためのタグの開発。
- (4) 物流の効率化・・・県内各拠点市場を結ぶ集荷ルート、県内量販店（対象34店舗）への配送ルート、東京・大阪地区へのDAYゼロルートの構築
- (5) 科学的データの収集・・・凍結方法の違いによる鮮度維持、「アジ」の脂肪含有率の分析とデータの蓄積
- (6) 消費者への県産魚に対するアンケートの実施。
- (7) 新規加工品の開発と販売・・・「瀬付アジフライ」、「骨切ハモ」、「メバルフィーレ」
- (8) インターネットを通じた県産魚の販路拡大・・・インフォマートへの出店

- (9) 鮮度保持技術の向上・・・出荷担当者による鮮度保持のための研修会
- (10) 物流効率化のための倉庫情報システムの構築・・・在庫照会、出荷指図、入庫・出庫案内、請求照会

3. 実証事業の評価

事業実施計画	評価
(1) 協議会の開催。	開催回数が少なく意見を集約できていない。
(2) 漁獲情報等の共有化と受発注の簡素化・迅速化。	日々情報は発信しているものの、受発注の簡素化・迅速化に結びついていない。
(3) 発送用資材の規格統一と開発。	資材の開発によって、規格の統一が進み、県内産魚のPRにつながった。
(4) 県内集荷体制の整備と県内外の配送体制を構築。	県内集荷及び配送ルート構築済で、運用も良好。県外への配送ルートの拡大が今後の課題。
(5) 県内水産物の科学的分析とデータの蓄積。	新たな凍結方法を導入することで鮮度評価が向上した。「アジ」の水揚げ時期に合わせて成分分析及びデータの蓄積を行いたい。
(6) 消費宣伝と消費者のニーズの把握。	早急にアンケートの集計を行い、消費者ニーズを把握し、今後の消費宣伝活動に役立てる必要がある。
(7) 新商品の開発と新たな需要の創出。	3品の新商品を開発し、魚価の向上と新たな需要の創出ができた。
(8) インターネットを利用した販売推進。	販路拡大に向けた新たな取り組みが必要。
(9) 機器・備品の整備。	システムの普及を推進し、物流の効率化を図る必要がある。
(10) 鮮度保持向上のための技術の習得。	講習会を開催し、個々の鮮度保持技術の向上に努めた。

V-3 魚津漁業協同組合の取組

事業主体名：魚津漁業協同組合

1. 実証事業の事業内容

(1) 全体の事業計画

これまでの漁協の枠を超えた地域協同体を創設し、地域連携型のビジネスモデル事業として、新商品開発を漁協、水産加工業者及び流通が一体となり大学において実証されている手法の導入によって構築し、消費者の信頼を得ることにより価格競争にくみしない製品作りを目指す。

① 地域共同体の連携組織構築

まずは地域ブランドの供給源である地域共同体の構築を目指す。共同体組織としてどのような法人を構築するかは地域の実態等を検討のうえ選択することとした。

② 新たな製品づくりにおける実施手順等

電解水を用いて漁獲物の鮮度保持（賞味期限の延長）と酸化防止、加工原魚の酸化による変色防止試験を行う。併せて製品の賞味期間の延長、食味の向上試験を行い、流通との連携により販売を展開する。

(2) 17年度の事業内容

事業費 31,820 千円（うち、国庫補助 15,910 千円）

- ① 新需要創出企画事業として消費動向調査、消費水産物成分調査、新商品開発企画を行う。
- ② 実証実験事業として、集出荷指導、現地研修会、流通戦略企画、広報資料作成、水揚げ時の鮮度管理、新物流手段の構築、新凍結手段の実証、輸送資材の開発、新商品の成分分析、消費アンケートと成果の普及活動を行う。
- ③ ビジネスモデルプログラム化事業として情報システムの設計・開発と機器設置等を行う。

2. 実証事業の実施状況

- ・ 実証及び生産拠点とする加工場の借用を行い、合わせて実証を行うための加工機器の選定及び発注を行った。
- ・ 地域協同体については水産加工業者の参画予定が3社であったが、ベニズワイ加工を営む加工業者も加わることになり、漁協を中心として計5社による有限責任事業組合（LLP）の構想が固まったところである。
- ・ 2月中には、最大の懸案事項であった新組織の立上げ（LLP）が可能となり、漁協と新組織が連帯して各種実証事業に取り組んでいる。
- ・ 大学との新商品開発は完成に至っていないが、概ね方向性は定まっているところである。実証拠点の加工場の改装を終え、少ない残り時間の中での事業遂行を目指している。
- ・ 組合長を筆頭に大手量販（中島水産、コープネット事業連合、イオン）向けの営業を開始、事業の説明を含め取引をお願いしてきたところである。情報システムについては2月中に機器設置を完了した。
- ・ ただ、交付決定から3月末までは非常に時間が少ないことから、多い項目の消化が懸念されることである。

3. 実証事業の評価

事業実施計画	評 価
<p>(1) 新需要創出企画事業 消費動向調査 消費水産物成分調査 新商品開発企画</p> <p>(2) 実証実験企画事業 集出荷にかかる現地指導 現地研修会開催 流通戦略企画 広報用宣伝パンフ作成</p> <p>(3) 水揚げ時の鮮度管理実証試験 新物流手段 新凍結手段実証実験 新輸送資材開発 評価・検討協議会の開催 新商品成分分析 アンケート調査及び訪問調印派遣 成果の普及活動</p>	<p>最大の懸案事項であった地域共同体の連携組織（LLP）が2月に認可され、同時に本格的事業の実施となった。そのため、本年度の事業で実施できなかったことは18年度以降実施することとしている。</p> <p>当初の計画より対象魚種を増やして開発を進めている。ある程度開発の目処が立ちそうである。ホタルイカボイルにおける賞味期限の延長も実証を進めている。（電解水を利用した無添加の塩辛、エビガラの有効利用商品等）</p> <p>量販向けの商談を進めており、取引の可能性は高く、拡大の様相を見せている。</p> <p>大手量販向けの物流手段の構築は可能となった。</p>

V-4 兵庫県漁業協同組合連合会の取組

事業主体名：兵庫県漁業協同組合連合会

1. 実証事業の事業内容

(1) 全体の事業計画

JF兵庫漁連とJFが連携し、水揚（生産）から輸送、加工（惣菜）、小売（販売）までを一元化し、「県産魚の鮮魚・惣菜の産直システム」を構築し、新たな流通チャネルの基礎作りとする。

- ① 消費者ニーズに応えた惣菜商品の開発
- ② 商品販売計画を策定の上、漁連と漁協による県内水産物受発注システムを構築する。
- ③ 県内水産物を既存の加工センターに集約し、高鮮度の状態での一次加工や惣菜加工を行なう。
- ④ 「兵庫県産の惣菜と鮮魚を売るモデル店」としてショッピングセンターに出店し、漁連自らが小売販売するシステムを構築する。
- ⑤ 販売技術、消費者ニーズ、商品開発、店舗マニュアルの作成などデータの蓄積と分析を行う。

(2) 17年度の事業内容

事業費6,000千円（うち、国庫補助3,000千円）

- ・ 県産魚の鮮魚・惣菜の産直システム企画調査、分析
マーケティングプラン作成、マーチャンダイジングプラン作成、店舗コンセプト、基本設計、店舗実施設計、監理、ビジュアルマーチャンダイジング
- ・ 県産魚の鮮魚・惣菜の産直システム商品開発
商品の開発

2. 実証事業の実施状況

- ・ 本年度は事業計画のとおりショッピングセンターへの出店に向けて、店舗設計や商品開発などの事前準備を行った。
- ・ 店舗はまだ工事中で、4月29日にオープンする予定である。
- ・ 取扱う水産物は、現在、協力を積極的な県内の組合20ヶ所から仕入れることとしている。
- ・ 水産物を集荷する場所は姫路にある加工場とし、鮮魚の一次処理や、惣菜の前処理をここでを行い、最終加工は店舗で行なうこととした。
- ・ 店舗では惣菜6：鮮魚4と少しの弁当と汁物を販売することとしており、惣菜の商品数は約60～70品を取扱うこととしている。
- ・ 店舗の大きさは17坪で売上目標は6,000千円/月としている。

3. 実証事業の評価

事業実施計画	評価
(1) 消費動向調査に関する事項 県産魚の鮮魚・惣菜の産直システム企画調査	事業は12月からの開始となったが、本年度について

<p>(マーケティングプラン作成、マーチャング ジングプラン作成、店舗コンセプト、基本設計、 店舗実施設計、監理、ビジュアルマーチャング イジング)</p>	<p>は当初計画とおり店舗出店に向けての準備を進める ことができた。</p>
<p>(2) 新商品開発調査に関する事項 県産魚の鮮魚・惣菜の産直システム商品企画 調査 (マーケティングプラン作成、マーチャング ジングプラン作成、店舗コンセプト、基本設計、 店舗実施設計)</p>	<p>4月のオープン後本格的に営業が始まった段階で 様々な問題がでてくるものと思われ、評価も18年度 以降行っていきたい。</p>

V-5 西日本魚市場株式会社の取組

事業主体名：西日本魚市場株式会社

1. 実証事業の事業内容

(1) 全体の事業計画

事業調査および分析
生産飼育実証試験準備
事業協同組合設立準備
流通調査・販売調査
加工品開発試験
閉鎖式陸上養殖技術の開発・実証
事業協同組合設立
組合員間情報ネットワークの設計
閉鎖式陸上養殖管理・監視システムの開発

(2) 17年度の事業内容

事業費 69,946 千円（うち、国庫補助 34,973 千円）

- ① とらふぐを対象として、陸上養殖の生産技術の確立を想定し、それに合わせた商流の検討および構築を図る。
- ② 同時に陸上養殖であわびの生産施設の設計および飼育準備も進め、次年度に生産技術の確立を目指すものとする。
これらの陸上養殖を事業として成り立たせるために組合組織の設立を目指し、生産―流通―消費の安定化および合理化を図る。

2. 実証事業の実施状況

① とらふぐ

- ・ 生産者や小売業者の協力を得るため、関係者全般に渡って打合せを行うとともに調査に関する計画立案や準備資料作成を行った。
- ・ 既存流通（生産―流通―消費）の実態調査および新しい販売スタイルの実証試験、加工開発および市場の反応の把握などを行った。

② あわび

- ・ 実験施設の設計や設備の製作、実施場所の選定を行った。
- ・ 実験場所の決定や施設の建築後、飼育比較実験のため飼育条件の異なる水槽を複数用意し、種苗を投入する。また、陸上養殖の生産管理ソフトの開発も行った。

③ 組合組織の設立

- ・ 組合員候補の選定や説明会、組合設立のための資料作成や官庁などへの事前相談を行った。
- ・ 設立のために官庁関係への事前相談や書類作成を引き続き行い、設立申請のための準備を行った。

3. 実証事業の評価

実施項目	実施内容	評 価
流通調査・販売調査	陸上養殖トラフグ事業の効果検証を行うため従来の海面養殖トラフグの流通実態を調査	生産地（海面養殖）～流通～加工地・消費地の各工程におけるとらふぐの流通実態が明確になった。当調査により、次年度事業で計画している陸上養殖とらふぐの効果検証の基礎情報を把握できた。
	既存の流通販売における課題を検証する	とらふぐ専門店複数店舗にて、調理人やお客様へアンケートおよびヒアリング調査を行い、ふぐ食文化に対する概念や嗜好が明らかになった。今後の啓蒙活動や販促に有効な情報を得た。
	養殖用餌飼料の開発	今年度は、稚魚育成段階であったため現飼料の効果判定に留まった。次年度は成長率を見ながら給餌方法やバランスなどについて検討する。
	長崎県より養殖生簀から活漁船、活魚トラックを用いて、加工場や消費地の活魚センターへ配送し、さらには加工製品や活魚センターなどのストックポイントから小売店の店舗まで調査を行った	一般に、とらふぐは下関を経由して流通されているイメージが強いが、コスト削減や品質の差別化を際立たせるには産直が有効であり、海面から店舗までの産直流通の実態が本調査で詳細に明らかとなった。
加工品開発試験	長崎県の海面養殖トラフグを用いて、加工品開発試験の実施	商品化として 5 品目の開発商品を創作した。開発商品については、各種展示会への出展や試食会、サンプル配布などを行い市場の反応を見ることができた。
閉鎖式陸上養殖技術の開発・実証	活魚の小口配送対応のための出荷試験	海水と酸素量を調整して活魚パックの形態で、とらふぐ専門店 23 店舗に 5 日間に渡り出荷し、生存率や魚の状態、商品価値などについて検証した結果、歩留は約 9 割であった。しかし、季節による環境要因などで歩留が変わる可能性も示唆されるので次年度も引き続き検証を行う。
	陸上養殖トラフグ閉鎖型陸上養殖技術の研究	今年度は、稚魚育成段階なので成長などのデータを収集中である。1 年で 1kg まで成長を目指しているが、稚魚からの育成期間を半年超えた段階で、予定成長率の 90～100%の範囲である。
	モデル養殖場の設計立案	次年度の成魚を確認してから検討する。
	陸上養殖アワビ閉鎖型陸上養殖技術の研究	飼育施設の設計や場所の選定を行い、実験飼育施設を施工した。
	種苗導入後、養殖比較試験を行うため、実証事業の実施	3 月に入り実験施設完成に伴い、稚貝を 3,000 個投入。次年度のテーマとして環境設定の異なる飼育実験を行う準備が整った。

事業協同組合設立	事業協同組合設立準備	関係各省庁などへ設立相談や書類作成を行ったり、説明会を複数回行った。
組合員間情報ネットワークの設計	組合員間情報ネットワークの構築検討	情報ツールとして HP のデザインを作成した。公開ページと非公開ページを設けて情報を管理できる。また、飼育ソフトへのリンクも可能。
閉鎖式陸上養殖管理・監視システムの開発	閉鎖式陸上養殖に関する飼育や衛生、作業などの管理システム構築を行う	日報レベルでデータを入力していき、原価管理や生育状況が把握できるソフトを開発した。次年度からの使用を行い実証試験とする。

V-6 沖縄県漁業協同組合連合会の取組

事業主体名：沖縄県漁業協同組合連合会

1. 実証事業の事業内容

(1) 全体の事業計画

沖縄県漁連と伊藤園産業が連携を核にしつつ、さらにその連携を強化するため、沖縄県漁連においてはモズク価格の安定化によるモズク養殖漁業の安定経営を図るため、原藻の確保と加工場の稼働率の向上を図り、伊藤園産業においては県内の業者（株式会社U社）における二次加工（細割、包装）を委託し、新たな乾燥モズク製品の開発を行い、また伊藤園産業がすでに有しているブランド力、販売力を駆使して新たな販路として病院給食、老人ホーム給食、学校給食などを開拓するとともに、惣菜メーカー等に対してもモズクを利用した新たな製品の開拓につなげることをしたい。

(2) 17年度の事業内容

事業費 2,050 千円（うち、国庫補助 1,025 千円）

乾燥モズク原料の確実な調達に向けての調整・会合等を各モズク産地漁協等にて積極的に実施する。乾燥モズクを含めたモズクの消費拡大を図るために、各種イベントに参加するとともにポスター等の作成を行った。

2. 実証事業の実施状況

- ・主に浜廻りを実施し、生育状況、浜の状況を確認するとともに、18年漁期の生産予想、原藻確保の協議などを行った。
- ・販促イベントである「おきなわ花と食のフェスティバル」に出店し、本事業にて提携している伊藤園産業(株)の乾燥モズクを展示販売するとともに、これを使用した「モズク炊き込みご飯」、「みそ汁（モズク入り）」の食事提供を行った。
- ・4月16日に開催する「モズクの日」でも類似した出店を予定しており、これに向けた準備作業等を行っているところである。

3. 実証事業の評価

事業実施計画	評価
(1) 生産（原藻集荷） ・ 沖縄県漁連を核としたモズク養殖漁協との原藻確保の協議 ・ 原藻の洗浄から輸送までの品質、衛生管理指導	平成18年産原藻モズク集荷に向けて浜廻りを糸満事業部職員3名を中心に積極的に実施した。 主に1次加工場施設がない産地漁協に対しては、水揚げから製缶または輸送までの処置を浜廻りの際に指導しているところである。
(2) 加工 ・ 原藻の冷凍保管（沖縄県漁連冷蔵庫）	収穫時期を考慮すると、平成18年原料モズク集荷および冷凍保管は、今年度は行われなかった。乾燥モズクに適した固めの原藻を使用するため本格的な買い付けは4月以降となるため。

<ul style="list-style-type: none"> ・ 沖縄県漁連モズク加工場の稼働（採算性） ・ 乾燥モズク（シート状製品）の生産、保管 	<p>平成 17 年産のモズクは 300 円/kg を超え高騰したことから十分に原藻が確保できず採算性を考慮し、乾燥モズクシートの生産は 11 月末にて終了し、加工場は現在一時休業の状態にある。</p> <p>平成 17 年産原藻モズクが確保できなかったことから、本事業にて提携している伊藤園産業(株)の乾燥モズクは原藻換算にて 80 トン(生産目標は 300 トン)しか生産できなかった。</p>
--	---

V-7 伊藤園産業株式会社の取組

事業主体名：伊藤園産業株式会社

1. 実証事業の事業内容

(1) 全体の事業計画

沖縄県漁連と伊藤園産業が連携を核にしつつ、さらにその連携を強化するため、沖縄県漁連においてはモズク価格の安定化によるモズク養殖漁業の安定経営を図るため、原藻の確保と加工場の稼働率の向上を図り、伊藤園産業においては県内の業者（株式会社U）における二次加工（細割、包装）を委託し、新たな乾燥モズク製品の開発を行い、また伊藤園産業がすでに有しているブランド力、販売力を駆使して新たな販路として病院給食、老人ホーム給食、学校給食などを開拓するとともに、惣菜メーカー等に対してもモズクを利用した新たな製品の開拓につなげることをしたい。

(2) 17年度の事業内容

事業費 20,000 千円（うち、国庫補助 10,000 千円）

- ・ 乾燥モズクを業務用として販売するための基盤を確立する。
- ・ 供給先の需要に応じた切断等二次加工を行いさらなるマーケットの拡大を図る。
- ・ 販売先の拡充を図るため全国的な営業活動を実施する。
- ・ 乾燥モズクの新たな需要を創出するため新商品を販売先とともに開発する。
- ・ 業務用専門の業界紙などに掲載することにより乾燥モズク製品の知名度を高める。

2. 実証事業の実施状況

平成17年12月15日がスタート日。商品説明会、サンプリングを主体に実施

① 問屋への商品説明会実施

12/22	I社	打合せ
12/29	K社	商品説明
1/18	A社	説明会
1/7	T社	説明
1/8	T1社	説明
1/9	H社	説明
1/10	K1社	説明
1/14	N社	説明
1/15.16	W社	展示会出展
2/22.23	I社	顧客説明

② 学校給食への商品説明

1/13	A市	説明
2/2	E、H市	説明
2/7	T県	説明
2/17	S県	説明
2/27	S県	説明

③ 病院・老健への商品説明

- 12/26 N社 打合せ
- 1/27 N社支店 打合せ
- 2/17 K社 説明
- 2/21 O社 説明
- 2/21 K社 説明
- 2/21 I社 説明
- 2/28 G社 説明
- ④加工メーカー商品開発
 - 1/20 M社 打合せ
- ⑤加工品完成 → 販売企画

※3月も同様に実施

3. 実証事業の評価

事業実施計画	評価
(1) 生産 沖縄県漁連との協議 (2) 加工 株式会社U社との協議 (3) 販売 ①問屋への商品説明会実施 ②学校給食への商品説明 ③病院・老健への商品説明 ④加工メーカー商品開発	1/25 3/6 実施 ・新年度に向けての原藻確保について ・新価格について ・品質について 打合せ実施するも4月以降に再実施予定 1/24 3/2 実施 新工場完成を7月に向け生産性・品質管理体制の打合せ実施 ・知名度は、着実に広がってきているが生モズクとの品質の違い・価格が高額であることが障壁となり購入までには至っていないケースが多い。 ・高付加価値の加工食品と併用しての販売を実施し取扱量の増加を今後図っていく。