

次期・海幸金沢魅力向上計画 骨子案

1) 計画策定の目的

前計画策定後の本市の水産業を取り巻く環境の変化を踏まえ、社会情勢や消費者ニーズへ対応しつつ、本計画の目的を、海幸金沢の魅力向上による、

「地域経済の活性化」、「食文化の継承と発展」、「都市イメージの向上」

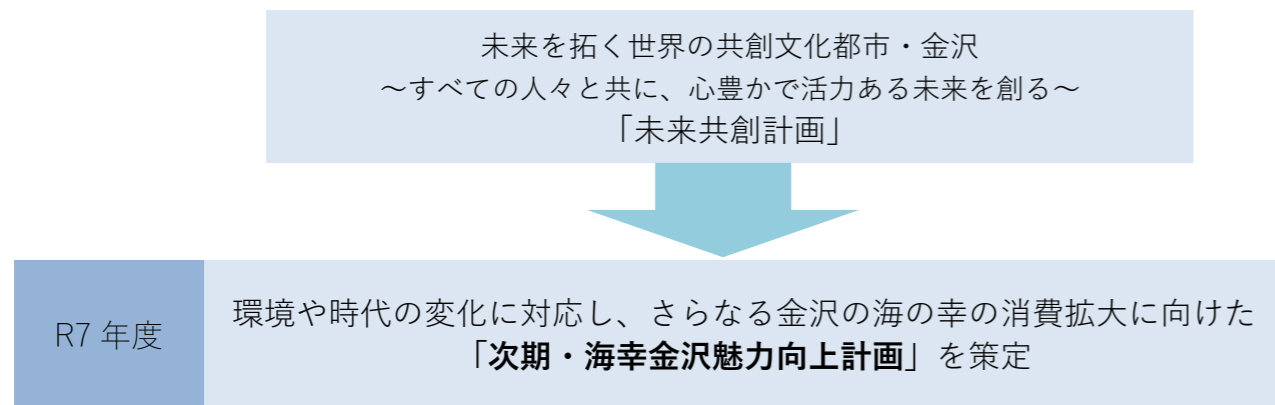
と設定します。

⇒ 水産業に関連する仕事に携わる人々がいきいきと働き、将来にわたっておいしい海の幸が食べられる「まち」であり続けることで本市の食の魅力を磨き上げるとともに、市内内外に向け、魅力を発信することで都市のブランド力を高めます。

2) 計画の位置づけ

本市のまちづくりの指針である金沢市都市像“「未来を拓く世界の共創文化都市・金沢」～すべての人々と共に、心豊かで活力ある未来を創る～”の実現に向けた行動計画として策定された「未来共創計画（R6.2 策定、R7.2 改定）」において、「海幸金沢の普及促進と魅力発信」は主な施策として定められています。

このことを受け、本計画を海幸金沢の魅力向上に向けた水産振興マスタープランとして位置付け、本市水産業の更なる発展に向けた総合的かつ計画的な取組の指針とします。



3) 計画期間

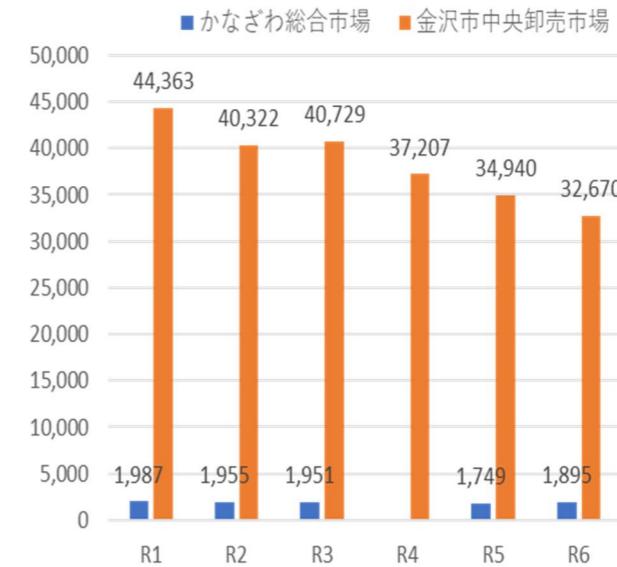
本計画の期間は、水産業を取り巻く環境や社会経済情勢の変化に鑑み、**令和8年度から令和10年度の3年間**とします。

4) 金沢市の水産業の現状

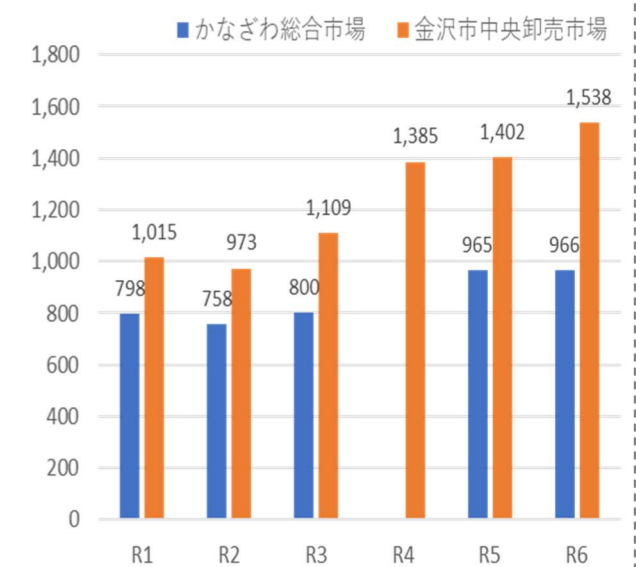
(1) 生産・流通

■近年、市場の取扱量は微減傾向である一方、平均単価は上昇傾向にあります。

▽取扱量 (t) の推移



▽平均単価 (円/kg) の推移

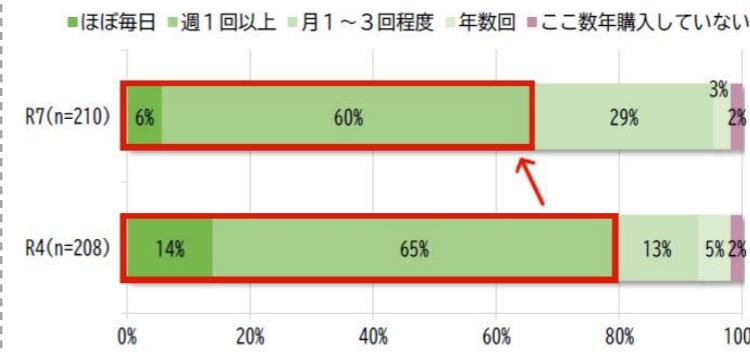


出典：石川県漁業協同組合、金沢市中央卸売市場（※かなざわ総合市場の R4 は算出不可のため未記載）

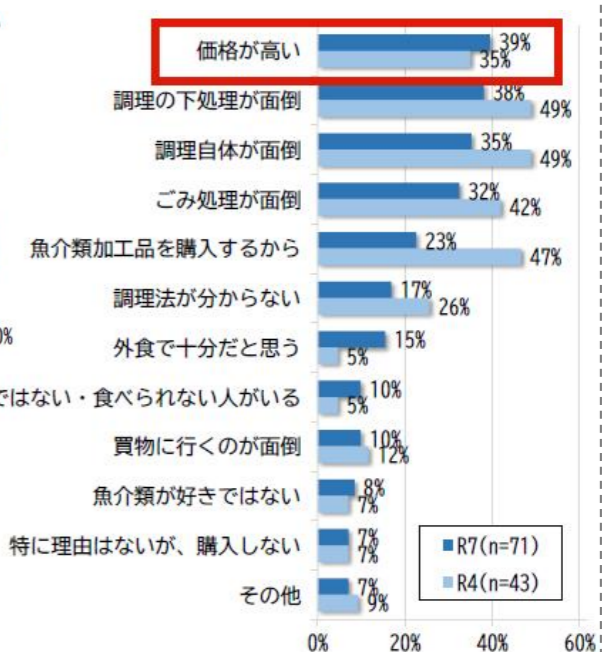
(2) 消費

■市民の魚介類の購入頻度は、前回（R4）よりも「ほぼ毎日」「週1回以上」の合計の割合が低く、購入頻度が低下しており、その理由として、「価格が高い」が増加しています。

▽市民の魚介類の購入頻度



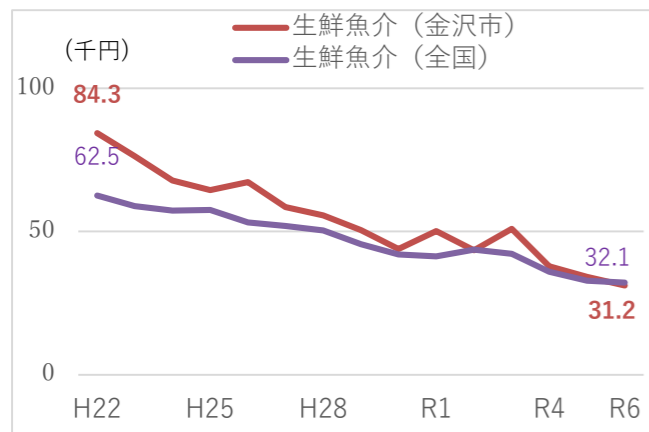
▽購入頻度が低い理由



出典：市民アンケート調査（R7 金沢市農業水産振興課）

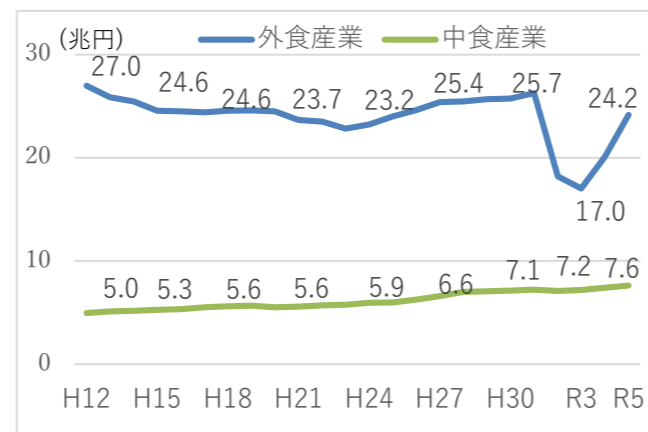
■市民 1 人当たりの生鮮魚介類の実質消費額は減少傾向で、令和 6 年には金沢市の消費額が全国を下回っています。また、中食・外食の増加など食生活にも変化が生じています。

▽生鮮魚介類の実質消費額



実質消費額 = 消費額(名目)/(消費者物価指数/100)
消費額(名目): 総務省「家計調査」

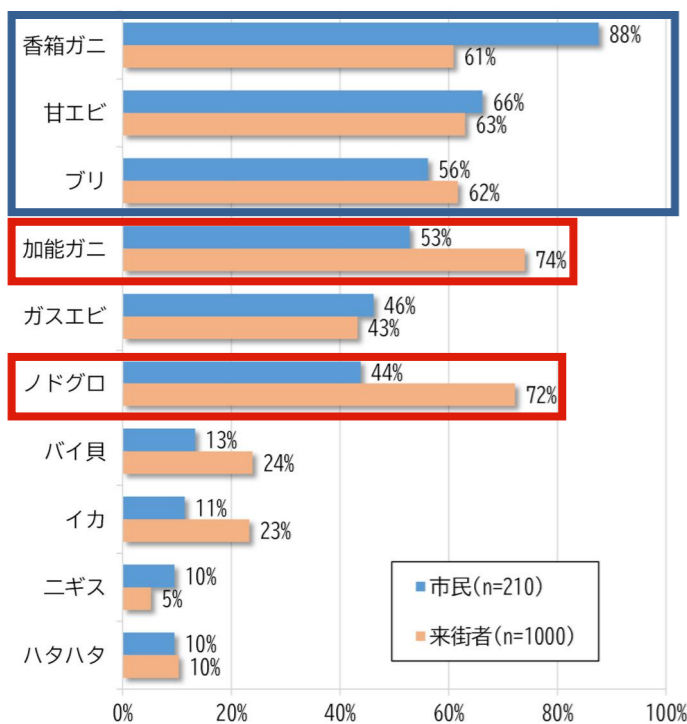
▽外食産業市場規模推計



出典: (一社)日本フードサービス協会
「外食産業市場規模推計の推移」

■金沢の魚介類としてイメージするものは、市民は「香箱ガニ」「甘エビ」「ブリ」、来街者は「加能ガニ」「ノドグロ」が多くなっており、カニや甘エビ、ブリ、ノドグロに集中しています。

▽金沢の魚介類としてイメージするもの(上位 10 品目)



出典: 市民アンケート調査、来街者アンケート調査
(R7 金沢市農業水産振興課)

▽かなざわ総合市場における水揚量が多い魚種

魚種	R6 かなざわ総合市場水揚量 (kg)
サバ	1,327,625
ブリ	787,595
スルメイカ	643,688
メギス	656,405
フクラギ	643,643
甘エビ	418,140
紅ズワイ	315,066
赤ガレイ	200,844
加能ガニ	159,634
香箱ガニ	134,711
サワラ	79,476
ハタハタ	75,555
ガスエビ	68,928
フグ・トラフグ	14,594
ノドグロ	13,745

出典: 石川県漁業協同組合

5) 策定の方針

■金沢市の水産物の現状を整理し、全国的な現状やこれまでの取組の評価を踏まえ、以下のように策定方針を定めます。

金沢の水産業を取り巻く課題

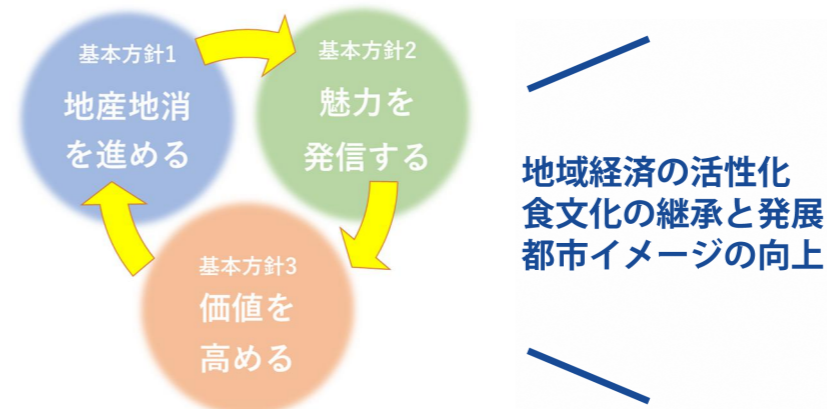
- 近年、市場の取扱量は微減傾向である一方、平均単価は上昇傾向にあります。
- 市民の魚介類の購入頻度は、「価格が高い」ことから低下しており、購買意欲を高める見せ方・売り方の検討が必要です。
- 市民 1 人当たりの生鮮魚介類の実質消費額は減少傾向で、令和 6 年には金沢市の消費額が全国を下回っているほか、食生活も外食や中食が増加してきています。
- 金沢の魚介類としてのイメージは、カニや甘エビ、ブリ、ノドグロに集中しており、金沢港で水揚げされる上記以外の「海幸金沢」のイメージは低い状況です。

基本方針

海幸金沢の地産地消を推進し、魅力を発信することで価値を高めていきます

- I 地産地消を進める
- II 魅力を発信する
- III 価値を高める

6) 目指す姿



- 3つの基本方針に基づき、
- ・施策の方向性や主な施策を体系として構築
 - ・各施策を相互に作用させ、海幸金沢の魅力向上・好循環を創出

7) 施策の体系

※ 現計画の取組からの変更内容は青文字、新規追加内容は赤文字

基本方針と施策の方向性		主な施策	取組例	役割	KPI (重要業績評価指標) (R8→R10)	
I 地産地消を進める	1. 家庭での地産地消の推進	①海幸金沢の消費推進	改・海幸金沢販売店の加入促進に向けた活動 新・海幸金沢販売店における水揚げの多い、ブランド魚種以外の金沢産水産物の定番の食べ方の発信 改・生産者の顔や産地の様子が見えるストーリー性のある情報発信の強化 (漁やせりなど食卓に届くまでの流れを紹介) 新・海幸金沢フェアの開催や地元メディアを活用したPR 新・金沢の生産者が水揚げする魚種のPR 等	生産 〇 流通 〇 飲食 〇 行政 〇	●スーパー等で一斉PRを実施した回数 (- 回/年 → 2回/年) ●海幸金沢販売店制度の登録店舗数 (10→20店舗)	
		②海幸金沢を含めたレシピの開発や情報発信	新・海幸金沢と加賀野菜等を使用したレシピの発信 ・大学と連携したレシピ開発・動画発信 ・海幸金沢を使用した料理を行う機会の提供 等	生産 〇 流通 〇 飲食 〇 行政 〇	●週1回以上生鮮魚介類を購入する市民の割合 (66→79%)	
	2. 年齢に応じた食育の推進	①学校給食等での地魚の利用拡大や郷土料理の提供	・学校給食向け商品の開発 ・学校給食等での地魚提供	生産 〇 流通 〇 飲食 〇 行政 〇	●食育の講座、教室の開催数 (16→18回/年)	
		②市民の理解を深めるための食育体験等の実施	・学校等における生産者交流会の開催 ・マスコットキャラクターによる保育園・幼稚園訪問 ・おさかなマイスターの派遣 新・海幸金沢の魅力伝える大人向け食育イベントの開催 等	生産 〇 流通 〇 飲食 〇 行政 〇	●「海幸金沢」イベントの実施回数 (2→4回/年) ●海幸金沢販売店制度の登録店舗数【再掲】 (10→20店舗)	
	II 魅力を発信する	1. 生産・流通・飲食・行政の連携によるPRの推進	①販売店等による消費者へのPR	新・素材だけでなく、料理による水産物のおいしさの発信 改・ブランドマーク、マスコットキャラクターを活用したキャンペーンによるPR 新・海幸金沢フェアの開催や地元メディアを活用したPR【再掲】 ・マスコットキャラクターの商品への活用の検討 等	生産 〇 流通 〇 飲食 〇 行政 〇	●飲食店等でのイベント・フェアの回数 (6→7回/年)
			②飲食店等と連携したフェアの開催	・「金沢甘えび」「加能ガニ金沢」「金沢香箱」の普及促進に向けたフェアの開催 新・旬のブランド魚種以外の海幸金沢のPRフェアの開催	生産 〇 流通 〇 飲食 〇 行政 〇	●生産・流通・飲食・行政が連携して情報発信した回数 (- 回/年 → 4回/年)
③川上から川下が連携したPRの実施			・金沢市水産物ブランド化推進協議会を中心とした業界関係者間の連携強化と情報共有 新・金沢港周辺での新たな海幸金沢発信イベントの開催 新・底曳き網漁やカニの解禁時等における一斉PRの強化 改・生産・流通・飲食など関係者によるPR強化に向けた意見交換会の開催 等	生産 〇 流通 〇 飲食 〇 行政 〇	●「海幸金沢」の認知度 (12→45%) ●マスコットキャラクターのイベントへの登場回数 (99→110回(累計)) ●さかなざわさちこのXのフォロワー数 (12,873→18,000人)	
2. 各種メディアを活用した魅力発信と海幸金沢のファンづくり		①ターゲットに応じた情報発信	・海幸金沢HPや各種SNSを通じた定期的な情報発信 新・インフルエンサーを活用した情報発信 新・海幸金沢販売店、飲食店における販売促進キャンペーンやフェアの開催 等	生産 〇 流通 〇 飲食 〇 行政 〇	●観光客のブランド魚種の認知度 (66→91%) (金沢甘えび、加能ガニ金沢、金沢香箱の平均)	
		②マスコットキャラクターを活用したPR	新・マスコットキャラクターによる海幸金沢販売店の紹介 ・各種イベントでの登場 等	生産 〇 流通 〇 飲食 〇 行政 〇	●海幸金沢の市外へのPR回数 (3→5→5回/年)	
3. 海幸金沢の魅力を活かした誘客促進		①観光と連携したPRの推進	・首都圏等でのフェアの開催 改・加賀野菜等の地元農産物と連携した金沢産食材の魅力発信 等	生産 〇 流通 〇 飲食 〇 行政 〇	●市民のブランド魚種の認知度 (72→91%) (金沢甘えび、加能ガニ金沢、金沢香箱の平均) ●海幸金沢販売店制度の登録店舗数【再掲】 (10→20店舗)	
4. 新たな販路の開拓		①各種展示商談会、フェア等への出展やインターネットを利用した販売	・販促資材の拡充や各種展示商談会等への出展	生産 〇 流通 〇 飲食 〇 行政 〇	●新鮮だから金沢産魚介類を買う市民の割合 (79→84%)	
		②大都市圏への販路拡大や海外輸出の推進	・海外輸出に向けての情報収集や試験販売	生産 〇 流通 〇 飲食 〇 行政 〇	●市内漁業者の人数 (175→175人/年)	
III 価値を高める		1. 付加価値や商品イメージの向上	①海幸金沢ブランドの推進	・「金沢甘えび」「加能ガニ金沢」「金沢香箱」のブランド力の強化 ・新たなブランド魚種等の検討	生産 〇 流通 〇 飲食 〇 行政 〇	
			②顔の見える販売の促進	・小売店での産地や船名表示の促進 ・市場等での対面販売を通じた海幸金沢のPR	生産 〇 流通 〇 飲食 〇 行政 〇	
			③料理人による調理技術の継承・発展	・料理人同士が技術を学び、高めあう場の充実 改・料理人による新たな調理法やレシピ開発の実施	生産 〇 流通 〇 飲食 〇 行政 〇	
			④魅力ある加工品やオリジナルメニューの提供	・ふるさと納税の返礼品への利用促進 改・加工業者の新商品開発 ・飲食店等でのオリジナルメニューの提供 等	生産 〇 流通 〇 飲食 〇 行政 〇	
	2. 品質の維持・向上	①水揚げ時の選別・処理方法の改善	・規格の設定、選別の改善 ・沖締め・神経締め等の普及の検討	生産 〇 流通 〇 飲食 〇 行政 〇		
		②鮮度を維持・向上させる物流体制の構築	・首都圏等県外向け商品の鮮度向上の促進 ・新たな鮮度維持技術の導入検討	生産 〇 流通 〇 飲食 〇 行政 〇		
		③鮮度の高い底びきや朝とれの地魚の積極的販売・活用	・海幸金沢を当日中に地元消費者に提供	生産 〇 流通 〇 飲食 〇 行政 〇		
	3. 担い手確保に向けた漁業の魅力向上	①水産業の仕事の魅力を発信	・HP、SNS等を活用した情報発信 改・中央卸売市場における学生のインターンシップの実施	生産 〇 流通 〇 飲食 〇 行政 〇		
		②効率的な経営への転換やスマート漁業の推進	・人材不足を補うためのスマート漁業を含めた効率的な漁業の導入検討	生産 〇 流通 〇 飲食 〇 行政 〇		
		③資源管理による持続可能な漁業の推進	・漁獲制限や漁期短縮による資源回復	生産 〇 流通 〇 飲食 〇 行政 〇		

(参考)用語の説明

ページ	項目	用語	説明
1	2	海幸金沢	金沢港で水揚げされる水産物
3	7	ブランド魚種	「金沢甘えび」、「加能ガニ金沢」、「金沢香箱」の総称
		おさかなマイスター	さかなの魅力伝えるために魚介類の旬、栄養、産地、漁法、調理、取扱方法などを学びさかなの魅力や素晴らしさを伝える「さかなの伝道師」
		金沢甘えび	石川県沖の漁場において、1回の出漁で最後に網揚げされる甘えび（通称「あがりこ」）で、5つある出荷区分のうち一番大きい「大」サイズまたは「子持ち」のもの
		加能ガニ金沢	金沢港で水揚げされたズワイガニのうち、甲羅幅11cm以上で脚折れがなく全て揃っているもの
		金沢香箱	金沢港で水揚げされたメスのズワイガニのうち、甲羅幅8.2cm以上で脚折れがないもの
		金沢市水産物ブランド化推進協議会	金沢市の生産者・産地市場・行政が連携して設立した、金沢港水揚げの水産物の情報発信や消費拡大を推進し、ブランド力の向上を目的とした協議会
		さかなざわさちこ	金沢の食文化を支える金沢の海の幸の魅力を市内外へ発信するために誕生した金沢の海の幸のマスコットキャラクター
		加賀野菜	昭和20年以前から栽培され、現在も金沢で栽培されている野菜 品目：さつまいも、加賀れんこん、たけのこ、加賀太きゅうり、ヘタ紫なす、金沢せり、金時草、打木赤皮甘栗かぼちゃ、源助だいこん、金沢一本太ねぎ、加賀つるまめ、二塚からしな、赤ずいき、くわい、金沢春菊
		神経締め	背骨付近の神経にワイヤー等を通し、神経を壊す魚の締め方
		スマート漁業	ICT、IoT等の先端技術の活用により、水産資源の持続的利用と漁業の産業としての持続的成長の両立を実現する次世代の漁業