

水産物の加工、食育、販売促進

【これまでの取組】

○ マーケット需要に対応した水産加工の推進

⇒ 消費者の食簡便化志向が増進。

県では、調理に手間が掛からず、簡単に食せるファストフィッシュ商品の開発に取り組む水産加工業者等を支援。

(H30年度からR2年度までの4年間に13品目が商品化)

○ ちばの水産物の魅力を伝える食育の推進

⇒ 若者の魚離れが進行

県では、小中学校や栄養士を育成する高等学校、大学などが行う料理教室に「おさかな普及員」を派遣するとともに、県産の旬の魚など食材を提供し、魚食普及の推進に努めている。

(H30:11回、R元:10回、R2:7回(コロナで減少))

○ 販売促進

⇒ H18年度に「千葉ブランド水産物認定制度」を創設。

全国に誇れる優れた県産水産物を「千葉ブランド水産物」として認定し、重点的にPRするなど、消費拡大・魚価の向上に取り組んできた。

また、千葉ブランド水産物を中心に、量販店での知事トップセールスを行うなど、県産水産物の販売促進に取り組んできた。

【今後の取組方向】

○ マーケット需要に対応した水産加工の推進

⇒ 従来の生産者側の視点で「よい水産物を提供」するプロダクトアウトの発想に加え、消費者の視点で「ニーズに合った水産物を提供」するマーケットインの発想で販売力の強化を図るため、生産から加工・流通・販売までの関係者が連携し、消費者ニーズに応えるバリューチェーンの構築を支援。

○ ちばの水産物の魅力を伝える食育の推進

⇒ 魚離れ対策には、幼少期から水産物に親しみ、魚食習慣を身に付けることが重要なため、学校関係者や栄養士等との連携を強化。

○ 販売促進

⇒ 消費者ニーズを捉えたPRの実施。