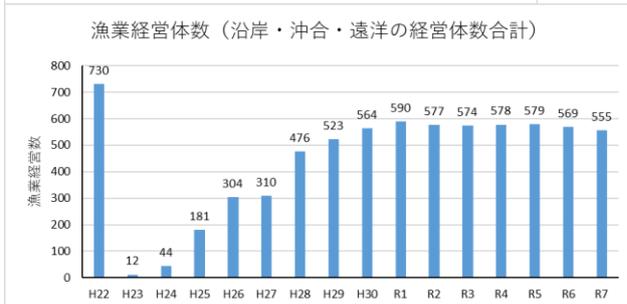
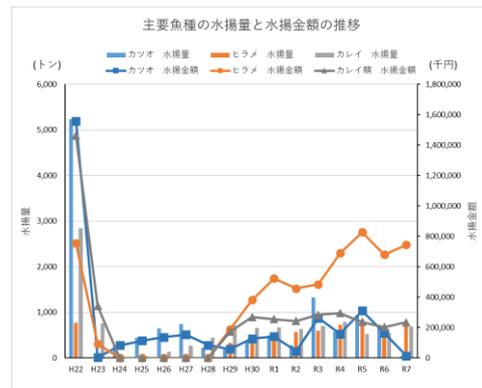
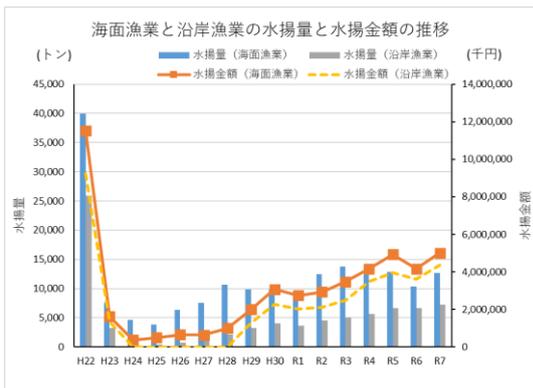


水産物【ヒラメ、カツオ、カレイ類】



1 現状と課題

- 海面漁業の現状は、福島県内への水揚金額が約50.2億円(R7県漁連速報値)、水揚量が約12,644t(R7県漁連速報値)となっており、震災前(H22年)と比較すると水揚金額は約44%、水揚量は約32%となっている。
- 海面漁業のうち沿岸漁業は、水揚金額が約43.7億円(R7県漁連速報値)、水揚量が約7,205t(R7県漁連速報値)となっており、震災前(H22年)と比較すると水揚金額は約47.3%、水揚量は約27.8%となっている。
- ヒラメ及びカレイ類の水揚げは、原発事故以降の操業自粛により一時期ゼロとなったが、平成24年6月から試験操業が始まり、令和3年4月には本格操業へ向けた取組に移行し、回復傾向にあり、ヒラメについては令和5年に過去最高の水揚量となった。一方で、カツオの水揚げは、令和3年に豊漁基調だったが、令和4年以降不安定になっている。
- 消費者の県産水産物に対する安全性への懸念は徐々に解消されつつあるものの、依然として不安の声が見受けられることに加えて、本県海域においては、ALPS処理水の海洋放出が断続的に行われており、新たな風評の発生が懸念されることから、引き続き、安全性や産地等の情報発信や販売対策の強化が必要である。
- 沿岸漁業の操業拡大に伴う水揚量の増加に合わせて流通量を拡大させるためには、仲買人や加工業者等の流通事業者への支援と他産地に負けない競争力の強化が必要である。
- 県産水産物の風評払拭・再燃の抑制に向けて、メディア等を活用した県産水産物の安全性や魅力等の発信を継続しておこなっていく必要がある。
- 震災後、トラフグ、イセエビ、タチウオ等の暖流系の魚種の水揚げが増えており、地元漁協を中心に地域特産品としてブランド化の動きがある。
- コイやイワナ、ヤマメ等の養殖対象魚や、ワカサギ、ヒメマス等の天然資源については、地域の貴重な特産品として定着している。これらは原子力災害以降、出荷量が減少した経過もあり、生産者は経営に不安を抱えており、販売の確保のため、認知度の更なる向上を図り、消費拡大につなげる必要がある。



(経営体数出典：水産課集計)

(水揚量、水揚金額出典：福島県海面漁業漁獲高統計

、福島県漁業協同組合連合会及び水産海洋研究センター集計速報値)

2 具体的な販売対策

【「ふくしま常盤もの」のブランド力向上と水揚量に応じた流通体制の構築】

- ヒラメ、カツオ、カレイ類など市場で高い評価を受けている「ふくしま常盤もの」について、流通事業者の積極的な出荷・取組を支援し、量販店等における取扱を積極的に働きかけ、首都圏、関西、東海に加えて新たな販売地域や店舗の拡大を図り、販売実績を積み上げることで販売棚の回復、拡大やブランド力の向上を図る。
- 「ふくしま常盤もの」を扱う店舗の検索・情報発信を支援するWEBアプリを活用し、アプリに掲載する取扱店舗数の充実を図ることで、県産水産物及び加工品の「おいしさ」や「品質の高さ」などの認知を高め、購買を促進する。
- 操業拡大に伴う水揚量の増加に合わせ、産地仲買人による共同出荷体制を構築するなど流通体制を整備し、流通量の拡大を図る。

【県産水産物の認知向上や消費拡大に向けた対策】

- 県内外での県産水産物の消費回復を促進するため、PRイベント(朝市、フェア、ふるまい等)の開催、料理レシピの作成など食べ方提案等による魅力の発信と魚食普及を継続して実施する。
- 県内水産消費地市場において、県産水産物の取扱を拡大するための計画策定を促進することで、市場毎の特性をいかした、創意工夫のある消費拡大の取組を奨励する。
- トラフグなど地元漁協を中心に地域が一丸となってブランド化を推進している新たな魚種については、今後の水揚量を注視しながら、認知の向上やブランド化に向けた取組を支援する。
- 全国の消費者が、県産水産物やその加工品の「おいしさ」や「品質の高さ」などの魅力に直接触れる機会を創出するため、県内事業者のオンラインストアへの出店等を支援し、オンラインストアを活用した販売促進を図る。
- 県産水産物の高付加価値化に向け、鮮度保持や、成分分析・品質評価等の利用加工分野の試験研究に取り組む。

【県産水産物の安全性や魅力の発信】

- 県産水産物の魅力や放射性物質の検査結果など県産水産物の安全性に関する正確かつ迅速な情報発信を強化する。
- テレビや新聞、ラジオなどのメディアとの連携や、SNSの活用などにより、漁業者の想いや取組、県産水産物の魅力を発信することで、本県水産業や水産物に関わる方への理解や共感を醸成する。
- 水産エコラベル(マリンエコラベル:MEL)等の第三者認証を取得した商品などの特徴を分かりやすく伝えるため、ポスター、パンフレット、POP等の作成を支援し、他産地に負けない競争力の強化を図る。
- コイやイワナ、ヤマメ等の養殖対象魚や、ワカサギ、ヒメマス等の天然資源については、喫食機会の創出等による認知度向上に向けた市町村や生産者団体など地域での取組を支援するとともに、安全性に関する正確な情報発信を継続して行う。



首都圏百貨店における福島県産鮮魚フェア



中京圏量販店における「福島 鮮魚便」