

【業務実施内容の変更】中国による日本産水産物の輸入停止措置により、現地における商談会やフェアの開催が困難となったため、道産活貝の現地（中国）商談会、フェアに代え、日本国内における訪日外国人（中国からの訪日客を含む）向け、道産活貝等のプロモーションを実施。
また知名度向上につながる情報発信についても、現地への発信が処理水放出の社会情勢で難しいため、現地インフルエンサーでなく、国内でシェフ等と連携し、各取り組みに合わせて実施。

【施策1】

インバウンド向け料理体験教室にて北海道試食フェアの実施

【実施概要】

- 日時：2023年11月2日（木）～12月28日（木）
- 場所：ABCクッキング丸の内スタジオ
〒100-0005 東京都千代田区丸の内
3丁目1-1 国際ビルヂングB2F
- 参加実績：インバウンド寿司ツアー
「Tsukiji Old Outer Market Tour + Sushi Roll Cooking」
参加者」（日本食（水産物興味関心者）112名

■実施内容

- ①料理教室で北海道産ホタテ・ホッキ・米の利用
 - ②料理教室講師による北海道産ホタテ・ホッキ食材の説明
 - ③北海道産活貝パンフレット（英語版）の配布
 - ④北海道産水産物に関するアンケートの実施
 - ⑤北海道応援メッセージSNSハッシュタグ投稿キャンペーン
- 対象魚種：ホタテ・ホッキ



道産水産物（活貝）の認知拡大

- ・北海道産水産物に対する高い評価と需要を再確認。
- ・20～30代と50代の参加者が日本の水産物に興味を示しており、それぞれに対するターゲットを絞ったプロモーション活動が必要。
- ・ホタテ・カキ・ホッキは外食での需要が高いことが示され、日本食レストランへの販促や家庭での調理方法を含めたプロモーションが需要拡大につながると考えられる。

【施策2】

北海道産水産物特別講座 & 意見交換会in 東京すしアカデミー

【実施概要】

- 日時：2024年1月24日（水）17：30～20：00
- 場所：東京すしアカデミー
〒160-0023 東京都新宿区西新宿
8丁目2-5
- 参加実績：海外出身受講生・海外嗜好受講生
30名（うち外国人7名・日本人23名）

■実施内容

- ①北海道産水産物生産者によるトークセッション
 - ②特別講義・試食会及び意見交換会の実施
 - ③アンケートの実施
- 対象魚種：ホタテ・カキ・ホッキ



道産水産物の販路拡大

- ・海外での輸入可能性が高い寿司職人にリーチした。
- ・ホタテ・カキ・ホッキの提供方法に関する具体的な示唆を得た。
⇒ホタテ：適切なサイズと料理情報の提供が重要。
⇒カキ：輸出先国の食習慣に合わせたブランド（商品種類）のニーズ検証が必要。
⇒ホッキ：輸出先国の食習慣に合わせた商品選定と調理方法の提案が効果的であり、ホッキとう魚種自体の認知拡大が必要。
- ・北海道産水産物の認知度はアジアでは高いが、欧米では低い。観光と組み合わせたブランディング戦略が必要。
- ・生産者の説明で北海道ならではの生産方法や供給安定性が伝わり、生産者の思いを海外バイヤーに伝えることが有効。

【施策3】

札幌在住アジア人向け道産水産物試食会

【実施概要】

- 日時：2024年2月20日（火）15：15～17：00
- 場所：オステリア エストエスト
(osteria EST EST EST)
〒060-0809 北海道札幌市北区
北9条西2丁目4-1 ホワイトキューブ札幌
- 参加実績：留学生・中華系料理従事者・
旅行従事者・その他計18名

■実施内容

- ①道産水産物魅力プレゼンテーション
 - ②レシピ動画の放映
 - ③試食会の実施
 - ④味付けワークショップ
 - ⑤意見交換会の実施（アンケートの回答）
- 対象魚種：ホタテ・カキ・ホッキ



輸出に向けた市場再調査

- ・アジアでは、加熱料理も需要がある。日本食だけでなく、イタリアンや中華料理など多様な加熱料理の展開が輸出拡大につながる可能性がある。
- ・ALPS処理水の海洋放出により、中国では北海道産水産物のイメージが低下している。訪日中国人は道産水産物に比較的抵抗が低く、今後の状況緩和に備えて、インバウンド及び在日中国人を一つのターゲットの切口とし、安全性を中心とした情報発信が効果的なアプローチとなる可能性がある。

レシピ動画PR制作/webサイトの更新/試食会参加者からのSNS情報発信等による需要拡大の促進