

- 目的：道産水産物の主要輸出先国である中国において、需要が期待できる活水産物のフェア等を行い、ホタテに続く主力品目の開拓・育成を図る。

(1) 実施項目

- ① 展示商談会の開催
- ② 現地飲食店でのフェアの開催
- ③ ウェブサイト、SNSを活用した知名度向上
- ④ フォローアップの実施
- ⑤ 業務処理計画書及び実績報告書の作成

(2) 対象品目：道産の活ホッキ及び活カキ

(3) 実施場所：中国国内（展示商談会：上海市、飲食店フェア：広州市等）

(4) 業務内容

- ① 展示商談会の開催
 - － 対象品目を水槽等により活状態で展示するとともに、バイヤー等希望者との商談を行う展示商談会及び一般消費者向けのPRを計2日間以上開催する。
- ② 現地飲食店でのフェアの開催
 - － 道産活貝の知名度向上、販売促進に向けて、現地飲食店において活ホッキ及び活カキを活用したメニューを提供するフェアを1週間以上実施する。
- ③ ウェブサイト、SNSを活用した知名度向上
 - － 令和4年度の道事業により作成したウェブサイト等を活用して、道産の活ホッキ及び活カキの現地での知名度向上に資する発信を行う。
- ④ フォローアップの実施
 - － ア展示商談会
各商談の進捗及び結果を記録するとともに、必要に応じ商談のアフターケア(連絡調整、サンプル手配等)を行うこと。また、各商談終了後、商談結果のヒアリングを行い、成否要因を分析すること。
 - － イ現地飲食店でのフェア
提供した活貝メニューに対するアンケート結果をフェアを実施した現地飲食店に説明し、評価を得ること。
- ⑤ 業務処理計画書及び実績報告書の作成

業務実施内容の変更

変更内容

**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する。
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する。**

業務処理要領の記載事項	変更案
2(1)ア 実施項目 (ア) 展示商談会の開催 (イ) 現地飲食店でのフェアの開催	(ア) 訪日外国人向け試食会等の開催
2(1)イ 対象品目 道産の活ホッキ及び活カキとする。 ただし、他の道産水産物であっても、 <u>ブース設営の都合等による必要最低限の展示は妨げない。</u>	2(1)イ 対象品目 道産の活ホッキ及び活カキとする。 ただし、他の道産水産物であっても提案可能
2(1)ウ 実施場所 中国国内（展示商談会：上海市、飲食店フェア：広州市等）	2(1)ウ 実施場所 日本国内（訪日外国人等を対象）
2(2)内容 ア 展示商談会の開催 対象品目を水槽等により活状態で展示するとともに、バイヤー等希望者との商談を行う展示商談会及び一般消費者向けのPRを計2日間以上開催する。 (ア) 通訳の配置 <u>業務の円滑な推進や、委託者による進捗確認への対応のため、開催準備から展示商談会終了までの間、日本語と中国語の通訳が可能なスタッフを1名以上配置すること。</u>	ア 試食会等 の開催 対象品目と 係る 一般消費者向けのPRを 首都圏及び北海道内において 、計2日間以上開催する。 (ア) 通訳の配置 <u>業務の円滑な推進にあたって、必要に応じて通訳が可能なスタッフを配置すること。</u>
(イ) 展示品の準備 展示商談(サンプル提供を含む)に必要となる対象品目を、各魚種必要数準備する	(イ) 試食会等 の準備 試食会等 に必要となる対象品目を、各魚種必要数準備すること。
(オ) 展示品パンフレットの作成 令和4年度の道事業により作成した展示品パンフレット（道産活貝PRパンフレット）を活用して、 <u>展示商談会等の来場者に道産水産物の魅力をPRすること。</u> 展示商談会に必要となる会場及び水槽設備、ミーティングブース等の備品を用意するとともに、 <u>展示物が活水産物であることに留意し、健康状態の管理に必要な措置を講じること。また、商談内容の漏洩防止にも配慮すること。</u> (キ) 会場管理 商談会会場には、来場者の安全管理、展示物の健康管理を含め3名以上の運営スタッフ及び1名以上の通訳を配置すること。なお、運営スタッフと通訳との兼務は (ク) 来場者アンケート 道産の活ホッキ及び活カキが、現地マーケットで商流を構築する上での課題や可能性を把握するためのアンケートを、 <u>来場者を対象に実施の上、成果のとりまとめと結果分析を行うこと。</u>	(オ) 試食会等用 パンフレットの作成 令和4年度の道事業により作成した展示品パンフレット（道産活貝PRパンフレット）を活用して、 試食会等 の来場者に道産水産物の魅力をPRすること。 (カ) 会場設営 試食会等 に必要となる会場及び備品等を用意するとともに、 鮮度 管理に必要な措置を講じること。 (キ) 会場管理 試食会等 の会場には、 参加者の安全管理、試食品の鮮度管理 を含め 必要に応じて 運営スタッフ及び通訳を配置すること。なお、運営スタッフと通訳との兼務は妨げない (ク) 参加者 アンケート 道産の活ホッキ及び活カキ等の 食味感想や購入希望価格等、現在流通している競合品との違い・優劣のほか、現地マーケットでの販売促進に繋げるためのアンケート を、 参加者 を対象に実施の上、成果のとりまとめと結果分析を行うこと。
ウ ウェブサイト、SNSを活用した知名度向上 令和4年度の道事業により作成したウェブサイト等を活用して、道産の活ホッキ及び活カキの現地での知名度向上に資する発信を行う。なお、実施にあたっては、次の事項に留意すること。 (ア) 展示商談会及びフェアとの連動 アによる展示商談会及びイによる現地飲食店でのフェアと連動した効果的な発信を含め、委託事業期間満了まで発信を行うこと。 (イ) 動画の活用 インフルエンサー等を起用した動画により、美味しさ、栄養価、安全性、おすすめ料理など、道産活貝の魅力を発信すること。	ウ ウェブサイト、SNSを活用した知名度向上 令和4年度の道事業により作成したウェブサイト等を活用して、 道産の活ホッキ及び活カキ等の今後の知名度向上並びに需要拡大 に資する発信を行う。なお、実施にあたっては、次の事項に留意すること。 (ア) 試食会等 との連動 アによる 試食会等 と連動した効果的な発信を含め、委託事業期間満了まで発信を行うこと。 (イ) 動画の活用 インフルエンサー等を起用した動画により、美味しさ、栄養価、安全性、おすすめ料理など、道産活貝の魅力を発信すること。
エ フォローアップの実施 (ア) 展示商談会 各商談の進捗及び結果を記録するとともに、必要に応じ商談のアフターケア（連絡調整、サンプル手配等）を行うこと。また、各商談終了後、商談結果のヒアリングを行い、成否要因を分析すること。 (イ) 現地飲食店でのフェア 提供した活貝メニューに対するアンケート結果をフェアを実施した現地飲食店に説明し、評価を得ること。	エ フォローアップの実施 (ア) 試食会等 各事業の実施結果 を記録するとともに、 事業終了後、協力事業者からのヒアリングを行い、今後の事業展開に向けた分析を行うこと。また、提供したメニューに対するアンケート結果を分析し、協力事業者等に説明し、評価を得ること。

再提案の考え方

- ALPS処理水の海洋放出による中国における日本産水産物の輸入停止措置を受け、北海道産水産物の安全性の情報発信を重視した提案とする
- 本来の事業目的に沿って、道産水産物（活貝）の認知拡大、市場ニーズ把握、需要拡大等の目標が達成できるような代替案を実施する

▶ インバウンド観光客向け施策

道産水産物（活貝）の認知拡大

- 日本食（水産物）に関心を持つインバウンド観光客向けに、北海道産の新鮮な活貝の魅力を広く発信。
- ただ露出を増やすだけでなく、北海道産活貝の安全性をしっかりと伝えていく。



道産活貝のブランディングを促進し、今後母国で該当水産物が輸出される際の商品拡大につながる

▶ 在日アジア人向け施策

輸出に向けた市場再調査

- 昨年度事業の結果から、中国を含むアジアに輸出する際に日本からの料理方法の提供が求められるため、現地市場にマッチする味付け等の市場ニーズを再調査する。
- アジア他国と道産水産物のかけ橋にもなる中国人を含む在札アジア人向けに、北海道産活貝の安全性をしっかりと伝えていく。



今後の輸出に向けた市場ニーズを把握し、活貝の魅力・安全性のプロモーションにおいて信頼性の高い在札アジア人からの口コミ効果を期待できる。

▶ 海外出身・海外志向シェフ向け施策

道産水産物の販路拡大

- 道産物の輸入者として期待できる海外出身・海外志向シェフ向けに、生産者からの説明等を通じて、道産活貝の魅力と安全性についてプロモーションを実施する
- 単なる商品の展示ではなく、料理教室と連携することで、海外市場での使い方等も伝えていく。



道産活貝のセールスを行い、使い方までレクチャーを通じて、今後の販路拡大につながる

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

3つの施策による今後の事業展開の分析示唆

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

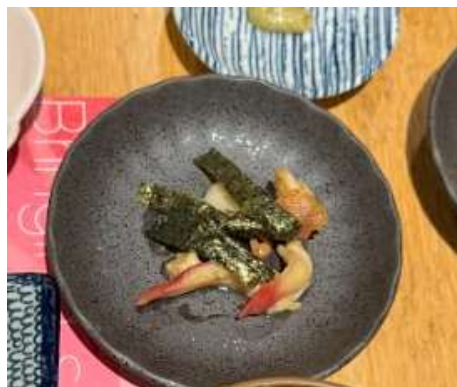
内容	インバウンドツアー向け北海道試食フェアの実施
実施月	2023年11月2日（木）～12月28日（木）
場所	ABCクッキング丸の内スタジオ 〒100-0005 東京都千代田区丸の内3丁目1-1 国際ビルヂング B2F
参加実績	インバウンド寿司ツアー「Tsukiji Old Outer Market Tour + Sushi Roll Cooking」 参加者（日本食（水産物興味関心者）112名
実施言語	英語（英語対応講師）
実施内容	① 料理教室で北海道産ホタテ・ホッキ・米の利用（日本酒ペアリングを含む） ② 料理教室講師による北海道産ホタテ・ホッキ食材の説明 ③ 北海道産活貝パンフレット（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（オンライン・英語） 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
対象食材	対象魚種：北海道産ホタテ・ホッキ ⇒対象魚種の魅力をより感じていただくため、北海道産米と日本酒のペアリングも合わせて実施 ペアリング：北海道産米ななつぼし 北海道産日本酒 千歳鶴・郷宝・北の勝・国稀

■ 提供レシピ

ホタテ：手まり寿司・ホタテの刺身（生がNGな方は表面をさっと焼き提供）



ホッキ：バター醤油炒めにし、わさびとりのりを盛り付け



■ 参加者実施風景



■ 料理教室講師による北海道産ホタテ・ホッキ食材の説明要旨

- ・ 説明原稿（日本語訳）

北海道、日本の最北に位置し、雄大な自然、温泉、パウダースキー、さまざまなアクティビティ、絶品グルメが楽しめる場所です。北海道は、訪れる人々に多彩な楽しみ方を提供します。また、新鮮な海産物や乳製品、ラベンダーなどの特産品も魅力です。

北海道は太平洋、オホーツク海、日本海に囲まれ、寒流と暖流がぶつかり合う潮目は魚のエサとなるプランクトンが豊富に育ち、ホタテをはじめ、鮭、昆布など全国一位の水揚げを誇る海産物が数多く存在します。

また、漁業従事者の数も、北海道は日本一。古くから漁業と密接に関わり積み重ねてきた経験は、一朝一夕には成しえませんが、その『先人たちの知恵と経験』を受け継ぎ、海洋環境の保全や資源の管理など努力を重ねながら、安全・安心で美味しい道産水産物を生産しています。

北海道のseafoodは海外でも人気が高く、世界各国への輸出も年々拡大中。『美味しさ』でつながる縁が、これからも沢山の人の感動を与えています。

今回は北海道産のホタテとホッキを使った特別メニューを提供しておりまして、併せて、北海道産の米とお酒をペアリングしております。是非日本を誇る北海道の味をお楽しみください。

【ホタテ】

ホタテ水揚げ量日本一を誇る北海道。プランクトンが豊富な北の冷たい海は、栄養と甘みがたっぷり詰まった、ぷりぷりのホタテを育みます。その殆どが養殖で、ふ化した稚貝を海に放って育てる「地撒き式」と、縄にホタテを吊り下げたり籠に入れて育てる「垂下式」の2種類の方法があり、年間を通じて消費者に安定供給されています。

また、定期的な貝毒検査を実施し、食の安全も徹底。北海道が一丸となって貝毒対策を行っているほか、水揚げされたホタテはすぐに産地の工場ですぐに取り出され、鮮度が落ちないうちに凍結まで加工されています。私たちが安心してホタテを食べられるのは、そのような取り組みの賜物なのです。

【ホッキ】

北海道は、日本有数の、ホッキ貝の産地。100%が天然物のため、厳しい漁獲量管理が求められます。北海道では殻長が7.5cm未満の魚は禁止しており、基準を満たさなければ再び放流します。出荷可能な大きさになるまで4～5年かけてじっくり育てられたホッキは、肉厚でシコシコした歯応えと、噛めば噛むほど広がる甘みと旨みが持ち味。一度食べれば、その美味しさの虜になると言われています。ホタテ同様、貝毒対策や、水揚げ後の鮮度管理など、食の安全に徹底して取り組んでいるほか、資源や環境に配慮した漁業の証である「水産エコラベル」認証を得ている地域もあり、資源と地域の未来を守りながら質の高いホッキを全国に届けています。

▼説明風景



■ 北海道産活貝パンフレット（英語版）の配布



■ 北海道産水産物に関するアンケートの実施（オンライン・英語）

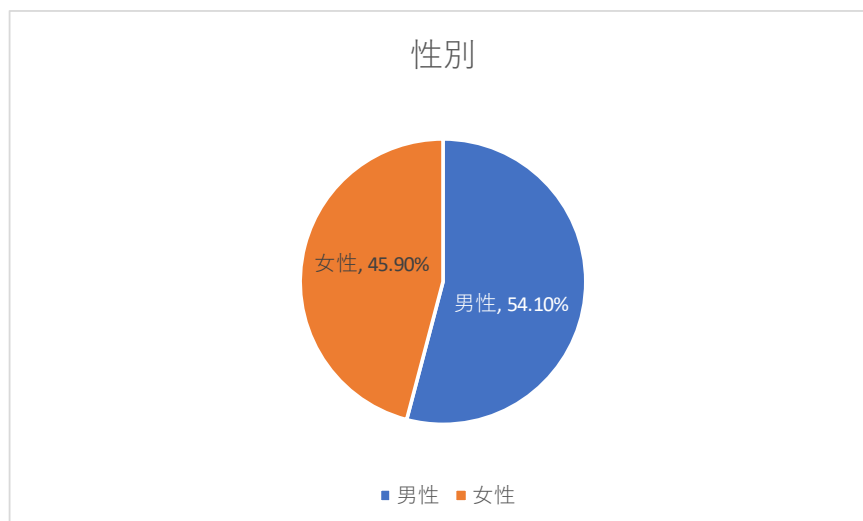
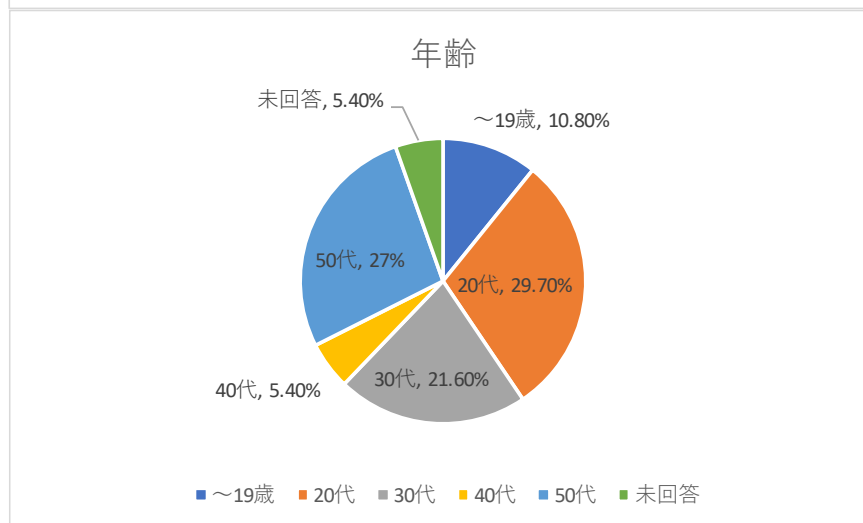
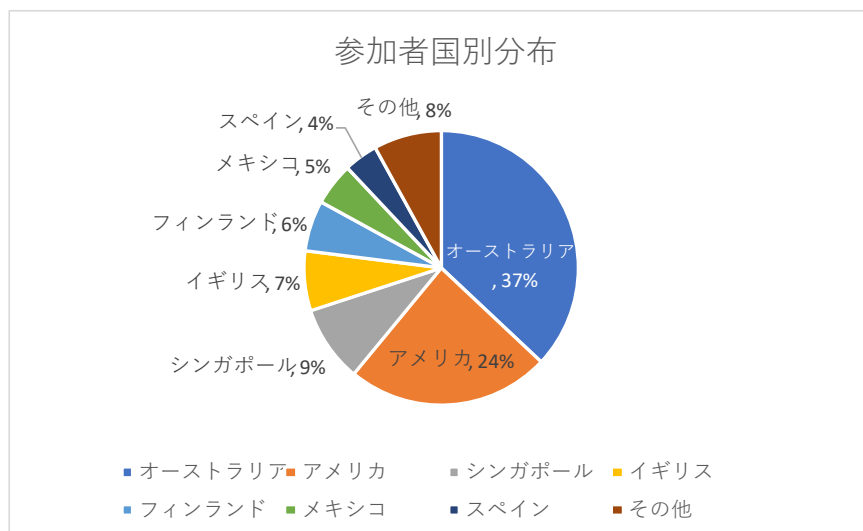
設問内容記入欄	
■（属性）	年齢
質問形態	
その他の有無	有
複数選択の有無	無
画像の有無	無
回答必須の有無	必須
■（属性）	性別
質問形態	選択形式
その他の有無	無
複数選択の有無	無
画像の有無	無
回答必須の有無	必須
■（属性）	婚姻状況
質問形態	選択形式
その他の有無	無
複数選択の有無	無
画像の有無	無
回答必須の有無	必須
■（属性）	職業
質問形態	選択形式
その他の有無	無
複数選択の有無	無
画像の有無	無
回答必須の有無	必須

Q1.	ご出身の国を教えてください
質問形態	選択形式（単一回答）
アンサーリスト1	
アンサーリスト2	
アンサーリスト3	
アンサーリスト4	
アンサーリスト5	
アンサーリスト6	
アンサーリスト7	
アンサーリスト8	
アンサーリスト9	
アンサーリスト10	その他（ ）
画像の有無	無
画像の個数	無
複数選択の有無	無
回答必須の有無	有
Q2.	北海道のホタテに関する感想を教えてください
質問形態	選択形式（単一回答）
アンサーリスト1	とてもよかった
アンサーリスト2	よかった
アンサーリスト3	普通
アンサーリスト4	やや悪かった
アンサーリスト5	悪かった
アンサーリスト6	
アンサーリスト7	
アンサーリスト8	
アンサーリスト9	
アンサーリスト10	
画像の有無	無
画像の個数	無
複数選択の有無	無
回答必須の有無	有

Q3.	北海道のホッキに関する感想を教えてください
質問形態	選択形式（単一回答）
アンサーリスト1	とてもよかった
アンサーリスト2	よかった
アンサーリスト3	普通
アンサーリスト4	やや悪かった
アンサーリスト5	悪かった
アンサーリスト6	
アンサーリスト7	
アンサーリスト8	
アンサーリスト9	
アンサーリスト10	
画像の有無	無
画像の個数	無
複数選択の有無	無
回答必須の有無	有
Q4.	北海道の米・お酒に関する感想を教えてください
質問形態	選択形式（単一回答）
アンサーリスト1	とてもよかった
アンサーリスト2	よかった
アンサーリスト3	普通
アンサーリスト4	やや悪かった
アンサーリスト5	悪かった
アンサーリスト6	
アンサーリスト7	
アンサーリスト8	
アンサーリスト9	
アンサーリスト10	
画像の有無	無
画像の個数	無
複数選択の有無	無
回答必須の有無	有
Q5.	今後母国での水産物利用希望を教えてください
質問形態	
アンサーリスト1	水産物購入_ホタテ
アンサーリスト2	水産物購入_ホッキ
アンサーリスト3	水産物購入_その他（ ）
アンサーリスト4	水産加工商品購入
アンサーリスト5	中食・お弁当の購入
アンサーリスト6	和食レストランでのご利用
アンサーリスト7	洋食レストランでのご利用
アンサーリスト8	その他（ ）
アンサーリスト9	
アンサーリスト10	
画像の有無	無
画像の個数	無
複数選択の有無	有
回答必須の有無	有

■ 北海道産水産物に関するアンケートの実施（オンライン・英語）

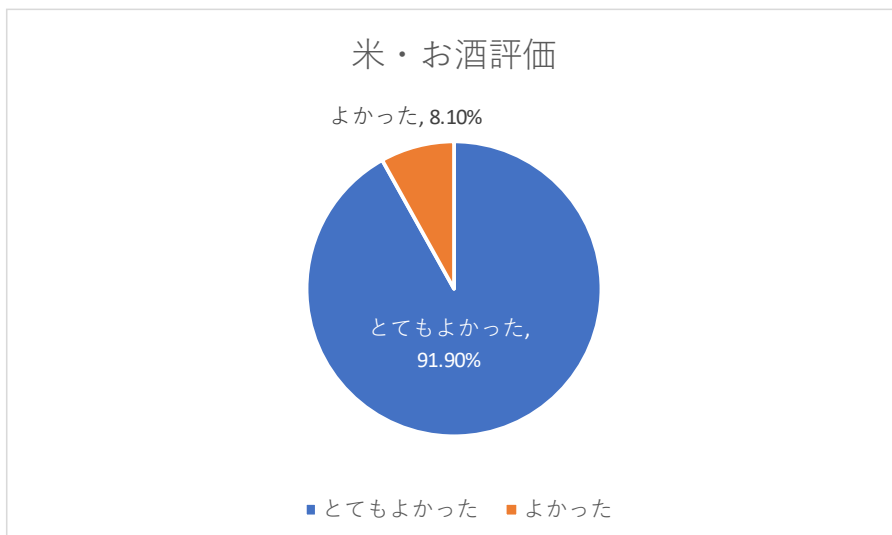
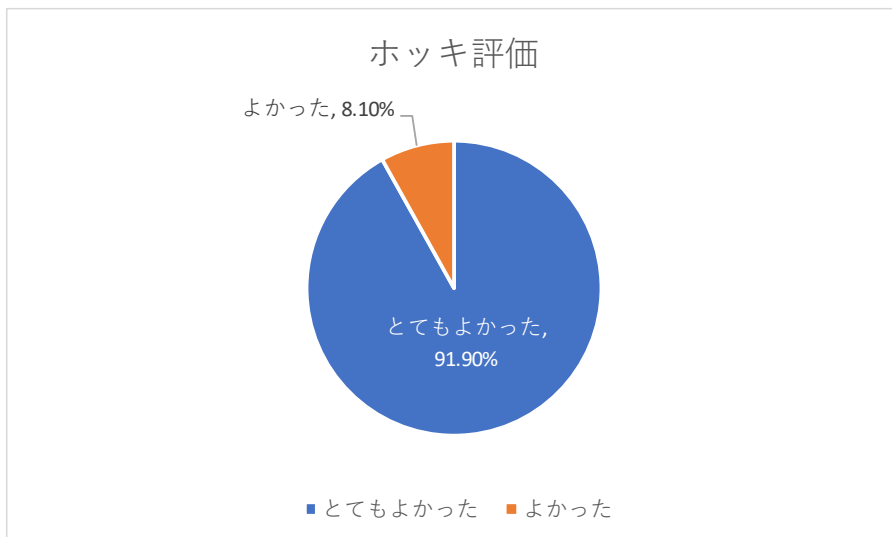
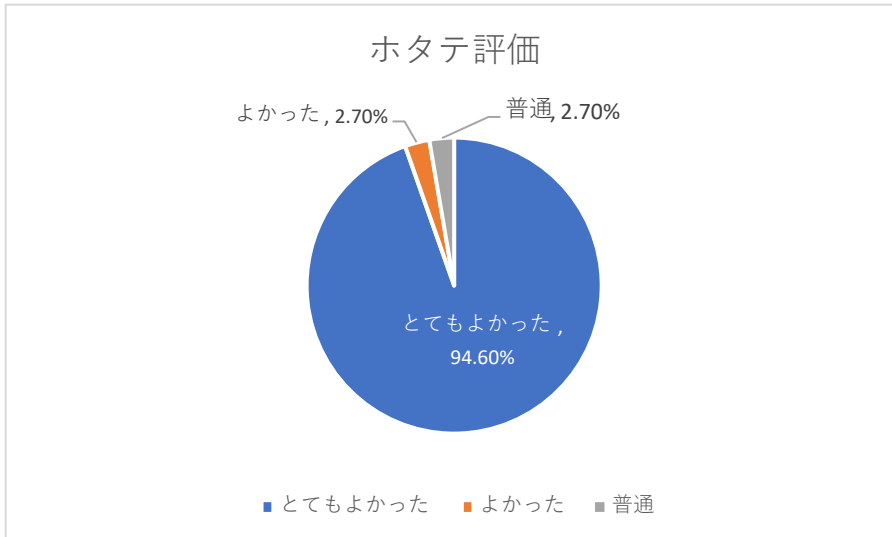
- 参加者のうち、オーストラリア出身の方が一番多く、その次に多いのがアメリカの方である。
- 年齢からみると、20代が一番多く、その次に多いのは50代、そして30代である。
- 性別からみると、男性は女性よりやや多かった。



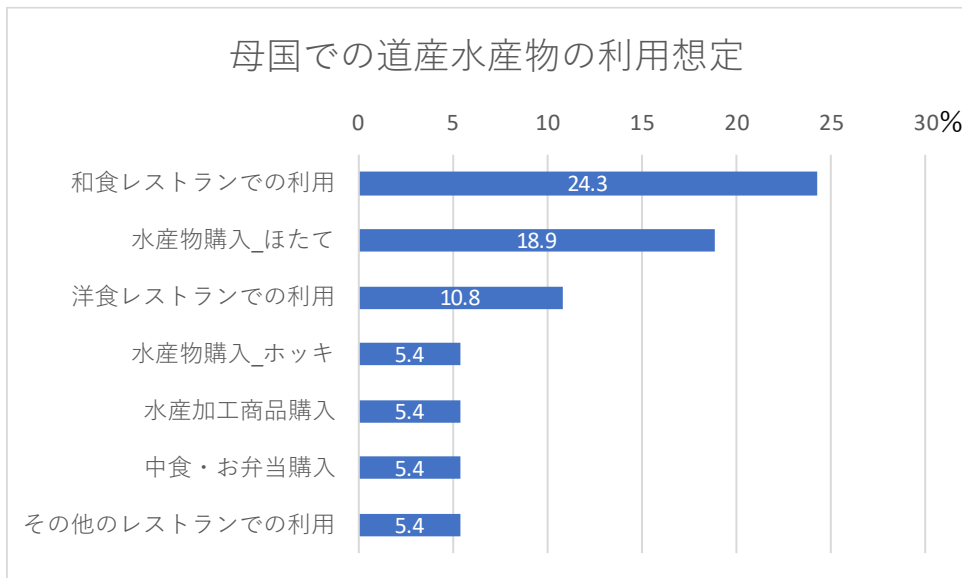
訪日外国人向け試食会等の開催

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

- 参加者はホタテ・ホッキ、及びペアリングの米とお酒への評価がとても高く、すべての提供品において、「とてもよかった」を回答した方が90%を占めている。
⇒北海道産水産物の高い評価と需要を再確認できた。



- 母国での道産水産物の利用について、和食レストランで利用すると回答した方が一番多く、その次に多いのが直接のホタテの購入、3番目に多いのが洋食レストランでの利用である。
- ホッキの購入を回答した方が比較的になかった。
⇒道産水産物（活貝）の輸出にあたって、**外食での利用可能性が高い**。その中、**和食レストランでの利用が多め見込まれる**。
⇒直接水産物（活貝）を購入し、家で調理するニーズに関して、**ホタテの利用可能性が比較高いが、ホッキの利用可能性は低い**。
⇒**お弁当等中食利用の可能性は比較的に低い**。



■ 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

実施方法：「HOKKAIDO SEAFOOD LOVE!」を持っていただき、SNSでハッシュタグ #HOKKAIDOSEAFOODLOVEで投稿していただける方に「ほたてチーズバター醤油味」をプレゼント



▼参加写真



▼参加者の口コミ投稿



Great experience at the sushi class

Nov 2023 • Couples

It was a beautiful experience! First we went to Tsukiji Market, where Akiko explained and show us typical Japanese ingredients. She also gave us many suggestions of what we could taste in different places! Then we had a lot of fun making our own cute sushi, with special Hokkaidou shellfish, and then we could taste four different type of Hokkaidou sake. Absolutely recommended!



Written November 16, 2023

This review is the subjective opinion of a Tripadvisor member and not of Tripadvisor LLC. Tripadvisor performs checks on our industry leading trust & safety standards. Read our [transparency report](#) to learn more.

素晴らしい経験でした!まず私たちは築地市場に行き、〇〇さんが日本の代表的な食材を説明し、見せてくれました。また、それから私たちは自分たちでかわいいお寿司を作るととても楽しかった。北海道産貝を使用し、4種類の北海道産日本酒を試飲させていただきました。お勧めです!

■ その他：北海道産おみやげ店チラシ&ペアリング提供品の説明資料（和訳）の配布



【なまつぼし】

北海道で最も食べられており、道外での人気も上昇中の品種です。あっさりとした程よい甘みと粘りは、毎日食べても食べ飽きすることがありません。お米の食味ランキングでは13年連続特Aを獲得。冷めても美味しい為、お弁当にも最適です。

【千歳鶴】

『千歳鶴』の仕込み水に使われるのは、札幌市内中心部を流れる豊平川の伏流水。北海道屈指の水質を誇る銘水です。千歳鶴の特徴である芯がしっかりした味わいは、大自然から贈られる、この澄んだ水の賜物です。

【郷宝】

水、米、人、全てを地元の宝で醸す、郷(さと)の宝「ごぼう」。道南の温暖な気候、肥沃な土壌、生産者の情熱に育まれる酒米は大きく粒が揃い、品の良い旨みをもたらします。酒造りに適した中軟水、横津岳の伏流水を使用しています。

【北の勝】

日本の最東端、根室市。透き通った空気と四季の移ろいは、酒造りで第一に求められる『安定した気候風土』という条件を満たしています。豊潤でデリケートなテイストを生み出すのは、酒造りの基本に徹した伝統の技術です。

【國稀】

日本海に面した増毛町の酒蔵、國稀。味の基調である『穏やかな辛口』のベースを司るのは、米などの原料と水です。秀峰・暑寒別岳の伏流水は軟水の中でも硬度が低めで、酒に柔らかな口当たりとふくやかな風味を添えます。



- ・ イベントを通じて、多くの方に北海道産水産物（特に活貝）の魅力を広く知っていただくことができた。特に、講師の詳細な解説とパンフレットの配布により、北海道産水産物の美味しさと安全性について情報を伝えることができた。
- ・ 参加者のアンケートからも、北海道産水産物に対する高い評価が得られ、需要の再確認ができた。
- ・ アンケート結果により、20代から30代と50代の方々が日本の水産物に興味関心を示している可能性が高いことが示された。
 - ⇒ 20代から30代の方々は新しい食文化や情報に敏感であることが考えられ、50代の方々は安定した収入を持ち、高品質な食品を求める傾向がある可能性がある。
 - ⇒ 今後は、若年層（20代から30代）と成熟年代（50代）それぞれに対してターゲットを絞ったプロモーション活動を行うことで、より良い効果が期待できる。
- ・ 該当の魚種は母国での利用に関して、日本食を中心とした外食での需要が高いという結果が示された。直接購入する場合には、ホタテはホッキよりも需要が高い可能性がある。
 - ⇒ 日本食レストランへの販促が重要なほか、家庭での調理方法なども含めたプロモーション活動を行うことで、需要拡大につながると考えられる。