

大阪経済大学小巻ゼミ B チームの政策アイデア概要

分析自治体	函館市
テーマ	函館の活性化～ブリの活用～
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・「イカのまち」として知られる函館市を調査対象として選定。 ・函館市の漁業についての現状を、RESAS や他データにより調査分析。 ・漁業従事者の減少（図 1）、イカの生産量（図 2）、生産額の減少（図 3）といった課題を抽出した。 ・一方で、ブリの生産量は増加傾向（図 2）にあることが判明した。 <p>（図 1） 漁業就業者数</p> <p>（図 2） 函館 漁業生産量の推移</p> <p>（図 3） 函館 漁業生産額の推移</p> <p>出典：RESAS（漁業センサス）</p> <p>出典：函館市農林水産概要再編加工</p> <p>（図 3） 函館 漁業生産額の推移</p> <p>出典：函館市農林水産概要再編加工</p> <ul style="list-style-type: none"> ・分析結果から、イカを生産量は減少しているが、ブリの生産量は増加していることが判明したため、「ブリ」を活用して函館市を活性化するアイデアを検討することとした。 ・函館市水産物地方卸売市場の品目別取扱実績を調査したところ、2020 年には、販売数量と販売金額は、ブリ（販売数量：1,696 t、販売金額 559,549 千円）の方が、スルメイカ（販売数量：436 t、364,640 千円）よりも大きい。しかし、単価（1kg あたり）は、スルメイカ

(836円)が、ブリ(330円)の倍以上となっている。

・函館産のブリの単価はイカに比べ低く、認知度も高くはない。ブランド化や付加価値をつけて販売を検討する必要がある。具体的なアイデアを検討するため、ブランド化に成功した事例、現状の函館市での取り組みを調査した。

・ブランド化に成功した事例として、大分県佐賀関沖の「関あじ」、「関さば」の事例を調査。ブランド化を行う上では、地域の工夫や苦労、厳格な基準の設定などを行う必要があり、ブランド化を行うことは簡単なものではないということを確認した。

・函館市でのブリの取り扱い事例として、「函館ブリたれカツ」というご当地グルメを考案。「函館ブリフェス」といったイベントを開催することにより、「函館ブリたれカツ」の認知度向上、販売促進を行っている。他にも、ブリのロゴマーク作成など様々なブリを活用した取り組みを行っている。

・データ分析、事例調査結果をもとに、「ブリ」の活用による函館市を活性化するため2つのアイデアを提案。

① 函館産のブリを缶詰に加工して販売する

函館のブリの卸売価格は、ツナ缶の原料になるマグロ類よりも安い
ため価格の優位性がある。ブリを缶詰に加工し、沖縄県などの魚介類の缶詰の消費量が多い地域に販売する。

② 函館ブリをブランド化するための行政の役割を考える

販売先の確保、販売チャンネルの選定を行政が行う
ブランド化を進めるにあたって、補助金などの支援をはじめとしたサポート体制を整える。