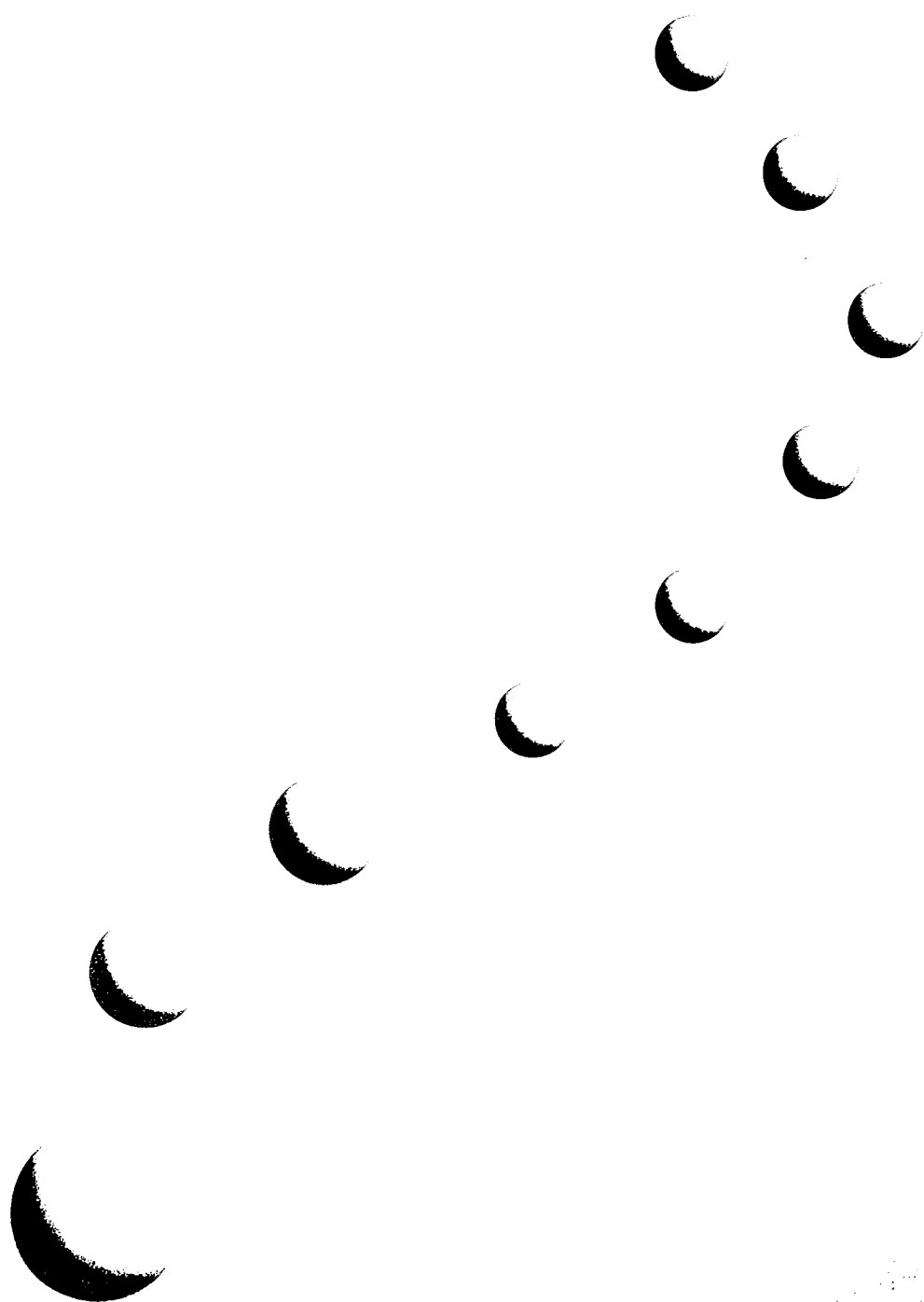


魚食普及マニュアル



はじめに

中央シーフードセンターでは、①水産物に関する国民の理解を深め、②水産物のイメージ向上を図り、③魚食普及の促進と魚需要の増大を目的として様々な広報・宣伝活動を推進しています。

中央と地方のステーションを結ぶネットワーク事業も軌道に乗り、各地の魚食普及活動も活発になってきました。このマニュアルは、普及活動の現場で、その推進役となっておられる担当の方々が、消費者、マスコミ、水産関係者とのつながりを通して、より充実した内容で、より円滑に、企画をすすめていただけるようにまとめたものです。

本編は、Ⅰ、Ⅱで消費者、マスコミとの対応、Ⅲで催事企画のたて方、Ⅳでは、普及活動の基本指針、またⅤとして魚についてのQ&A、Ⅵを資料編で構成しています。各章が、それぞれ独立した内容をあつかっていますので、必要なところだけ、ファイルからはなしてお読みいただけます。最初の頁から、最終まで、通しの頁ナンバーをふっていませんので、各章ごとにそれぞれ、内容を充実させたり、補足したり、あとで自由に改編できるのが大きな特長です。

今後は、消費者との対応もさらに活発になり、催事企画なども多彩になっていくことが予測されますので、それにともなってマニュアルもより充実させていくことにしております。

なお、本編をまとめるにあたっては、地方ステーション、大学、消費者団体、水産関係団体等の第一線でご活躍されている方々のご意見、資料、原稿のご提供など様々なご協力を賜りました。厚くお礼申し上げます。

企画 JF全漁連

平成16年3月

内 容

■はじめに

I. 消費者へのはたらきかけについて

1. 相談窓口業務の充実
2. 共通教材の貸し出し促進

II. 広報活動のすすめ方

1. 広報の役割
2. マスコミへの対応
3. ニュース資料のチェック・ポイント

III. 催事企画のたて方

1. 料理講習会のすすめ方
2. 講演会・研修会のすすめ方
3. イベント企画のすすめ方
4. 料理コンクールのすすめ方
5. 水産体験学習のすすめ方

IV. 魚食普及ネットワーク事業活動指針

1. 魚食普及活動行動理念
2. 行動方針
3. 魚食普及活動行動規範六ヶ条

V. 魚についてのQ&A

1. 食の安全と安心の確保

- | | | | |
|------------|-------------|-----------|---------------|
| ①食生活指針 | ②リスク分析 | ③食品安全委員会 | ④トレーサビリティシステム |
| ⑤JAS法 | ⑥食品表示ウォッチャー | ⑦食品表示110番 | ⑧食育 |
| ⑨ブランド・ニッポン | ⑩地産地消 | ⑪スローフード | |

2. 栄養効能

- | | | | |
|---------|--------|--------|---------|
| ①タンパク質 | ②DHA | ③EPA | ④カルシウム |
| ⑤タウリン | ⑥鉄 | ⑦ビタミンA | ⑧ビタミンB1 |
| ⑨ビタミンB2 | ⑩ナイアシン | ⑪ビタミンD | ⑫ビタミンE |

VI. 資料編

1. おさかな相談・問い合わせ先一覧
2. 地方ステーション一覧表

VII. 映像ライブラリー

1. 中央シーフードセンター
2. 資源管理
3. グループ実践活動
4. 環境保全



I 消費者へのはたらきかけについて

1. 相談窓口業務の充実

ステーションが、魚食普及活動の拠点として機能していくためには、消費者の生の声をキャッチし、常に食生活の実態と傾向を把握し、それに対応していくことが必要です。また同時に、消費者にとって親しみやすい窓口となることも必要です。

そこで、相談窓口としての業務の充実と親しみやすいイメージづくりを積極的に行っていくことが望まれます。

1. 相談窓口の目的

おさかなについて、食生活について、水産業についてなど、消費者の様々な疑問や相談に応じたり、情報提供を行っていくことで、消費者とのコミュニケーションづくりの拠点にしていくことが窓口業務の役割です。

2. 体制づくり

①スタッフ

- ・栄養士、消費生活アドバイザーなど、消費者と即、対応できる相談員の設置
- ・常駐の相談員では対応できない質問に応えるための外部の人材（ブレン）の確保

②設 備

- ・専用電話の開設
- ・資料の設置
(共通教材等広報ツール、統計資料、図鑑等)
- ・相談記録のファイル

③相談受付時間

- ・相談員のローテーションを決める

3. 窓口業務

電話、ファックス、メール、来所によって、持ち込まれた相談に対し、親切に、迅速に、回答してください。その場で回答できない場合には、よく調べた上で、後日電話か、ファックス、メールで回答するなどに対応しましょう。

4. 相談窓口のPR

マスコミや消費者団体に対し、“相談窓口”開設情報を「ニュース資料」「チラシ」などで流しましょう。



また、「料理教室」「おさかな祭り」などのイベントで使用されるパンフレット、チラシ類には、

できるかぎり、相談窓口に関する情報を掲載するようにしてください。

5. 相談内容のまとめ

相談内容はその都度、記録しておき、半年または一年サイクルで集計し、その後の魚食普及活動を考えるための資料としてください。料理教室のテキスト制作、講演会におけるテーマの選定、イベント時に配布するパンフレットの制作など、いろいろな方面で役立つと思われます。

2. 共通教材の貸し出し促進

共通教材は、シーフードステーションにおける広報ツール、またライブラリーとして、より多くの人に利用してもらいたいものです。そのためには、様々なルートを通じてその存在をアピールし、貸し出しの促進を行なうことが必要です。

1. 共通教材の目的

- ①貴重な食用資源としての魚を理解してもらう
- ②魚のおいしさや、健康面での効用を理解してもらう
- ③日本の水産業に関心をもってもらう

2. 対象

- ①小学生から中学・高校生の若い世代
- ②一般消費者
- ③水産、流通関係者など

3. 貸し出し体制

- ①各種共通教材の陳列、保管
- ②貸し出し記録のファイル等の管理、事務手続きの整備
- ③貸し出し条件（返却日等）の設定

4. 共通教材のPR

インターネットの共通教材に関する紹介を各種団体に発信すると共に、関係団体のホームページとリンクしてもらいましょう。

発信先の例：

- ①小中学校、高校、専門学校、短大、大学等の教育関係団体および教育委員会
- ②保健所、病院、栄養指導関係機関
- ③漁協婦人部、主婦の料理サークル等、活動する主婦グループ
- ④漁協、鮮魚店、スーパー等、生産・流通関係
- ⑤マスコミ等宣伝機関

なお、紹介チラシ等を発送した後、電話で重ねてのご案内をしますと、利用頻度があがります。

5. 利用範囲

- ①学校の副教材
- ②地域での講演会、料理講習会のテキスト、参考資料
- ③イベントでの利用
- ④百貨店、スーパーでのデモンストレーション用ビデオ・ディスプレイ
- ⑤保健所、銀行、駅の待合室、美容院などでのビデオ・ディスプレイ。パンフレット類の配布

6. 利用状況の把握

実際の利用者に対して、返却時などに簡単なアンケートをとり、教材に関する率直な意見や広報ツールに関する希望を聞き、より良い教材づくりに役立てたいものです。

7. 主な共通教材

- ①お魚ロボット
- ②着ぐるみ（お魚ボーイ・お魚ガール・お魚博士）
- ③バルーン（まぐろ・たい）
- ④パネル 23枚
- ⑤ビデオ 25本
- ⑥OHP 12点
- ⑦視覚障害者のためのテープ 6本
- ⑧音楽CD／テープ
- ⑨CD-ROM／コンピュータゲームソフト
- ⑩その他



II 広報活動のすすめ方

企業や団体は、それぞれ独自の経営理念に基づいて活動しています。一般に「広報」という場合、この経営理念に基づく事業活動や政策を公衆に伝え、理解してもらい、公衆との良好な関係をつくりだすことを意味します。いま、「公衆」という言葉を使いましたが企業・団体の組織が広範囲に及ぶ場合、組織員間のコミュニケーションを深め、経営方針などを浸透させていく組織内の広報活動も存在します。これを、社内広報と呼んで、社外（公衆・政府などの外部）広報と区別しています。

よく、「広告と広報の違いは何ですか」との質問を受けます。広告は企業・団体など情報の発

信者が、マスコミ等の媒体スペース（新聞のスペース、テレビのタイムなど）を買って、伝えたい情報を流すことです。一方、広報は、一般にマスメディアというフィルターを通して公衆に情報を流すことです。前者は広告料金を払いますが、後者の場合、マスコミの記者に情報を流し、金銭のやりとりは一切行われません。マスコミに流した情報が、記者にとって報道する価値がある（ニュースバリューがある）と判断された場合だけ報道されるのが「広報」です。「広報活動」はパブリシティとかPR（パブリック・リレーションズ）といった言い方もされます。

1. 広報の役割

地方センターが、それぞれの地域で消費者とのコミュニケーションを深め、おさかなに対するいろいろな面（栄養とか料理方法など）での理解を得ようとしてイベントを企画する場合、このイベントを最も効率よく消費者に伝えようとするにはマスコミにはたらきかけ、報道してもらうことです。

報道の仕方としては、

- ①事前告知
- ②テレビなどでの中継放送
- ③その日のニュース放映
- ④翌日の新聞報道
- ⑤ホームページ

などのスタイルがあり得ます。

広報する場合、①企画、②告知、③実施（取材協力）、④事後のフォローまでの一環した行程をこなしていくことが担当者の役割です。

「企画を考えるのは、企画担当者」と考えるとすれば、それは大きな誤解といわなくてはなりません。消費者情報から政治的情報に至るまで、たえず情報に対しては敏感であることを心がけている“広報マン”は、企画会議に積極的に参加し、良質の情報を伝え、データに基づいて提案し、さらに、企画文章をまとめあげる能力が要求されます。以下、広報の役割と実務をまとめました。

II-1 表 広報の役割

1. 情報収集	情報入手源（たとえばマスコミ、自治体）との関係を緊密に保ち、社内スタッフにフィードバックする。
2. 分析	いま、大衆が求めている“魚食に関する情報は何か”を分析する。
3. 提案企画	情報と分析に基づいて、発信すべきメッセージを提案し、それにふさわしい企画を立案する。
4. 情報の発信・提供	企画をニュース・バリューのあるものに高め、ニュース資料を作成し、マスコミ等へ情報提供する。

II-2 広報実務

1. マスコミ対応	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日常的なコミュニケーションの維持（情報入手） ・ ニュース資料の提供（イベント、調査データ、新商品等） ・ 記者対応（取材協力等対マスコミ窓口） ・ 記者タイアップ（特集記事の提案） ・ 企画タイアップ（イベント共催、後援等） ・ 記者懇談会（オピニオンリーダーの育成等） ・ 記者発表、記者会見
2. 行政機関、自治体、教育関係等の対策	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日常的なコミュニケーションの維持（情報入手） ・ ニュース資料の提供（調査データ等の資料） ・ 行政機関・自治体関係団体とのパイプ役 ・ 催事等におけるタイアップ（協力要請） ・ 学校等への教育教材の提供
3. 組織内対策	<ul style="list-style-type: none"> ・ 社内広報誌、パンフレット等情報誌の作成 ・ 消費者情報等の内部へのフィードバック ・ 漁連関係団体間のパイプ役 ・ 内部での企画・提案
4. 消費者対策	<ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者対応（苦情処理、質問への回答等） ・ パンフレット、ポスター等による情報の提供 ・ マスコミを通じた間接的な情報提供（パブリシティ） ・ 広告宣伝 ・ 消費者懇談会 ・ 消費者参加イベント

2. マスコミへの対応

団体が企画等をマスコミに情報提供することを「パブリシティ活動」といいます。情報を提供するということは、とりもなおさず媒体（新聞、雑誌、テレビ、インターネット等）を通じて、その情報を報道していただくことを目的としています。

では、マスコミはどのような情報だったらとりあげるのでしょうか。

本来、新聞をはじめ、雑誌、テレビ、インターネットなどのメディアは、大衆の欲している情報を、公平な立場で、正しく報道するといった社会的責任があります。つまり、伝えるべき価値のあるニュースを流すことが彼らの使命というわけです。

したがって、一般大衆に対して、情報として利益になるとマスコミ記者が判断した場合は、

記事として、または電波を通じて報道されることとなります。

そこで、われわれが「魚食普及の理念」に基づいてイベントを企画したり、タイアップ記事を掲載してもらう場合、常に、提供する情報が“社会的ニュース性”を持ちうるかどうかの判断が必要となります。言い方を変えますと、“広報マン”に求められる資質は、“ジャーナリスティックな着眼”ということだと思います。

マスコミとの間で良好なコミュニケーションを維持するためには自分がジャーナリストになったつもりで、企画をアレンジしてください。自分勝手な一方的な話をマスコミに持ち込んで、「広告を出せばよいでしょ」と言われるのが落ちです。

3. ニュース資料のチェック・ポイント

マスコミに流す情報を「ニュース資料」としてまとめます。ニュース資料のことを「ニュース・リリース」とも言います。

ニュース・リリースの上手なまとめ方のポイントは、次のようになります。

A. 体裁上のポイント

- ①一般にA4サイズ用の紙に打つスタイルをとります。
- ②最初のページには、左上に小さく「××シーフードセンター・ニュース」というようにいつも決まったロゴタイプを入れておきましょう。記者が一見して「漁連さんの資料だな」と分かるので役に立ちます。
- ③表紙をつける必要はありません。左上に「××ニュース」とあって、一行下の中央に大文字で、何の資料かはっきり分かるタイトルをつけていれば十分です。
- ④タイトルの下から文章を書き始めます。枚数は、できるだけ少なく、簡潔明瞭にまとめることが理想的です。

B. 文章上のポイント

①5W1Hを忘れるな

事実をあくまでも正しく、誤解のないように伝える、という信念をもってください。当然「いつ、どこで、誰が、何を、どんな理由で、どのように行なうのか」を記者は知りたいわけです。

②情報の発信人をまず明確にしよう

たとえば、「JF全漁連・中央シーフードセンター（東京都千代田区内神田1-1-12 **所長）では、×月×日、〇〇公園で△△祭りを開催します」というように、まず、主体をはっきりさせる習慣をつけてください。最初の1～2行で概略理解できることが理想です。以下、記述の順番としては、重要事項から書いていくことを心掛けてください。

③文章は簡潔にしよう

なるべく、1つの文章を短く、いくつもの情報を同じ文章の中に詰め込まないようにしましょう。これが、文章を簡潔にするコツです。

③リリースを送ったあとは、届いた頃をみはからって電話で確認しましょう。

「資料を送らせていただきましたが、ご覧になっていただきましたか」という具合です。見ていない場合は、リリースをもとに説明しましょう。捨ててしまった時には、再度送るか会いに行きましょう。

リリースの内容がイベントであれば、告知してくれるかどうか、掲載日はいつかにつ

いても確認しましょう。また、当日の取材の有無も確認しましょう。聞くことは失礼になりません。

④告知にしる、事後のニュースにしる、報道され、それを確認した時は、必ずお礼の電話をいれるようにしましょう。こうしたことの積み重ねで、マスコミとのコミュニケーションが築かれていくのです。





Ⅲ. 催事企画のたて方

地方ステーションにおいては、おさかな普及活動の一環として、消費者参加型のさまざまな催事を実施しているところが多くなってきました。こうした傾向から、今まで経験のないステーションから、今後は独自に催事企画をたて、地域社会との交流を図っていきたいという要望も強くなってきました。

こうした要望に応えるため、企画・運営のす

すめ方の基本項目とチェック・ポイントをまとめました。

あくまでも基本事項として、事例に基づいてまとめたものです。「こうしなくてはできない」といったことではありません。このマニュアルを参考に、地域それぞれの特性を活かした独自の企画をたててください。

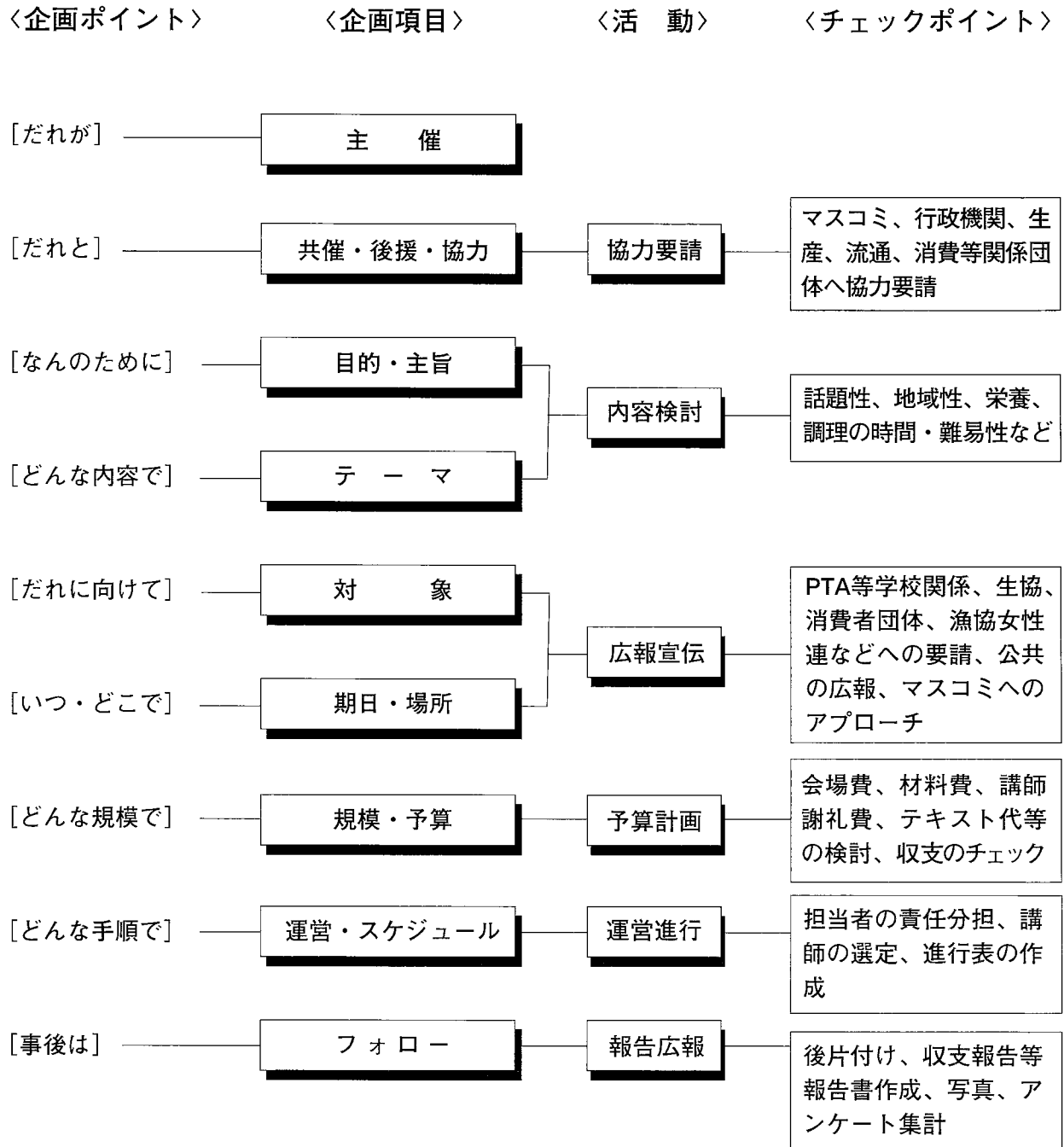
1. 料理講習会のすすめ方

魚料理は「調理がむずかしい」「後始末が面倒」といった苦情が、若い主婦の間に広まりつつありますが、“おさかな料理教室”はこうした消費者の苦手意識や面倒感をなくすにはとても効果のある活動です。また、地域の伝統的な郷土料理を若い世代に伝えていくにも、この料理講習

会は絶好の機会といえるでしょう。しかも、マスコミに取り上げられることも多い催しの一つです。従って、主催者にとっては、消費者に対する啓蒙とマスコミを通じた広報という点で、きわめて実践的効果の期待できる活動といえましょう。



企画のチェック・ポイント



〔立案段階のチェック・ポイント〕

1. 目 的

料理講習会の開催目的を明確に打ち出しましょう。

2. 主催、後援、協力

主催を明確にします。テーマに関連性のある関係機関・団体、異業種企業・団体に共同主催（共催）、後援、協力を呼びかけましょう。

マスコミとのタイアップですと、かならず同媒体で「事前告知」と「事後の報道」が約束されますので、高い相乗効果が期待できます。

3. 対 象

一般消費者、女子高校生など

4. 会 場

会場は、調理施設、講義室などの設備が整っているところが望ましいですが、出席者人数も十分考慮した場所を選定してください。また、集まりやすくするためにも交通の便のよい所、一般に地

域の中心的な所がよいでしょう。

受講者数は、運営・進行・スペースなどを考慮しますと、40名ぐらいまでが望ましいと言われています。

なお、講習会の内容によっては、ビデオやプロジェクター、OHPの使用もあり、こうした機器の利用も可能かどうか事前に確認する必要があります。

また、ガスや電気及び器具などの操作の仕方を事前にチェックしておくようにしましょう。

5. 開催日時

地域特性、対象層の特定など、条件によって一概には決められませんが、主婦の場合では一般的には、平日の10時～13時といった昼食時間に合わせた時間帯が集まりやすいようです。

また、男性、有職者、母子などの特別な場合では、平日の17時以降とか、日曜、祭日などに設定する配慮が必要です。

6. 予算項目

		項 目	金 額	摘 要
収 入	1.	自己負担金		
	2.	補助金		
	3.	参加費		
支 出	1.	宣伝費		ポスター、チラシ…
	2.	資料作成費		テキスト作成…
	3.	通信・連絡費		
	4.	会場費		
	5.	設営費		看板、受付…
	6.	材料費		料理素材…
	7.	交通費		
	8.	講師謝礼費		
	9.	雑費		

7. 告 知

〈団体への呼び掛け〉

学校給食担当者、PTA、生協、消費者団体、漁協女性連など、動員力のある団体関係者へ参加者募集の協力を仰ぎましょう。

〈公共の公報誌、企業・団体の広報誌の活用〉

県・市町村など公共の情報誌、企業・団体などで後援・協力を得られる機関の広報誌は、おおいに活用しましょう。それぞれの編集上の都合にもよりますが、開催2か月前ぐらいに広報担当者に伝えたいものです。

おさかな教室

日 時 2月16日午前9時～午後1時
会 場
内 容 講演「魚と健康」、調理実習「おさかな料理コンクール全国大会入選作品からイワシ料理などを作ります」
定 員 先着40人
持 参 品 エプロン、三角巾、包丁、ふきん、筆記具
申し込み あす13日午前9時から JF全漁連中央シーフードセンター

TEL 03-3294-9671
 FAX 03-3294-3347

おさかな教室（魚と健康）

日 時 7月16日午前9時～午後1時半
会 場
内 容 映画と講演、身おろし料理、魚食モニターの募集
定 員 先着 50人
持参品 エプロン、三角巾、ふきん、タッパー、魚用包丁
材料費 500円
申し込み JF全漁連中央シーフードセンター
 TEL 03-3294-9671
 FAX 03-3294-3347

〈マスコミ等、報道機関へのアプローチ〉

テーマがニュース性の高いものであれば、マスコミは取材協力を申し込んできます。積極的にアプローチしてください。

8. 講師の選定

講師は料理講習会の要です。事前に得意な料理、講義経験などを聞くなど、十分検討した上で選定してください。一般的には、調理師、料理学校長、漁協女性連関係者、板前さんなどに講師を依頼しています。

The forms shown are:

- おさかな教室開催依頼書** (Request letter for venue use, dated 平成 年 月 日)
- 「おさかな教室」実施準備表** (Implementation checklist table with columns for date, time, location, and various preparation items like materials, staff, and equipment).

ここまで準備しておくと、主催者、担当者も楽ですね



〔準備段階のチェック・ポイント〕

1. 開催までの確認

募集から開催までに最低でも下記の期間を見込んでください。

①募集期間＝15日～30日

②参加通知＝5日間程度

参加人数、取り揃えるべき材料の確認は、2日前までには済ませておきましょう。

2. 講習内容

魚種および調理方法は、つぎの点に留意してください。

①栄養バランス

②経済性

③家庭における調理時間

④調理の難易度

⑤素材の入手に関する「地域性」「季節性」

テキストは既存の資料を使うのが手間もかからず、簡単な方法ですが、独自のテキストを作って実施しているところもたくさんあります。

なお、当日行なう料理の調理方法は必ずテキストに入れましょう。

説明のしやすさ、わかりやすさ、など考慮して、ビデオ、スライド、OHP、プロジェクター、パネル、パンフレットなどを必要に応じて取り入れたいものです。このような時には共通教材をぜひ有効に活用してください。

3. タイム・スケジュール

料理講習会の所要時間は2時間30分～3時間ぐらいが一般的です。

①講師の講演（ビデオ、OHP等）……約30分

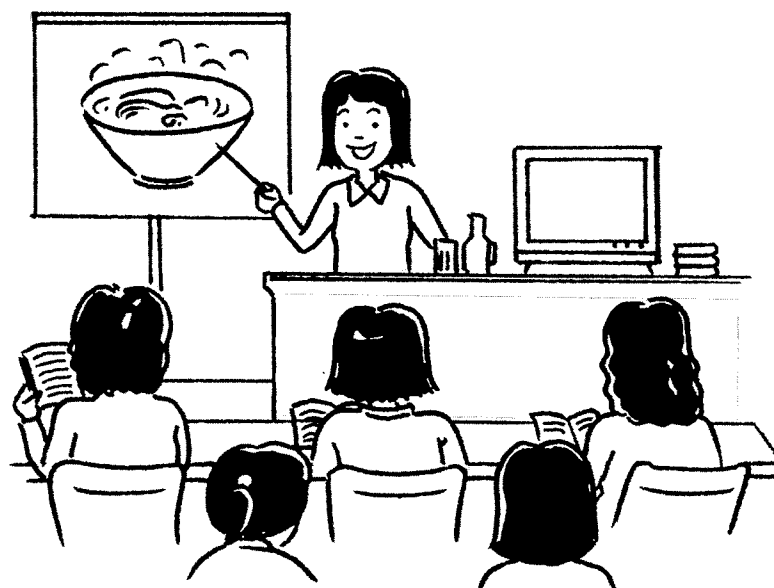
②実習・試食……………約90分

③後片付け……………約30分

4. スタッフ

それぞれの作業ごとに、担当責任者を決めてください。

調理実習、講演、調理の助手などが主な担当で、兼務すれば2～4名ぐらいの少人数で対応できます。

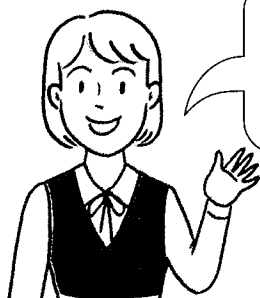
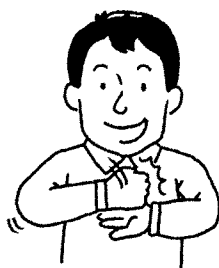
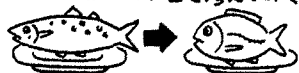


〔実施から事後のチェック・ポイント〕

1. 当日の準備

- ①準備時間に余裕をもたせてください。
- ②材料の確認。生ものは当日、そのほかのものは事前に手配しておきましょう。
- ③調理のための下準備、会場設営など、手際よくやりましょう。
- ④受講が有料の場合は、領収書が必要とされる場合もあります。

代用がたかく料理を考えておく



スタッフは、どのようなアクシデントが起きても機転をきかせて、臨機応変に対処しましょう。

2. 実習時

- ①刃物、火器を使いますので、安全にはとくに注意をしてください。
- ②進行スケジュールをたえずチェックし、開始・終了の時間は厳守したいものです。(やむをえず変更する場合は必ず受講者に伝えてください)

3. 後片付け

- ①備品の手入れと収納は受講者の役割です。最終的には勿論、スタッフが確認します。
- ②ガス、電気などの安全は厳重に確認してください。
- ③残さい物はできるだけスタッフが持ち帰るようにしましょう。

4. 報告書作成

内部資料として、結果をまとめておきましょう。

☆報告書の記載項目事例：

- ①開催目的とテーマ
- ②日時、会場
- ③主催・後援・協賛
- ④講師
- ⑤実習内容
- ⑥受講者名簿
- ⑦収支報告
- ⑧写真
- ⑨アンケートのまとめ

(講習会出席者に、実習の感想などをアンケート調査しておきますと、今後の活動の指針となる意見も抽出でき、おおいに参考になります)

普及普及講習会報告書	
平成元年 年 月 日	
〒 〇〇〇〇 〇〇 〇〇 〇〇	
開催日	〇〇年〇月〇日(日)
場	〇〇市〇〇区〇〇 〇〇 〇〇
場	〇〇市〇〇区〇〇 〇〇 〇〇 〇〇
担	〇〇市〇〇区〇〇 〇〇 〇〇
参加者人数	〇〇名(男性〇〇名、女性〇〇名)
主催者	〇〇市〇〇区〇〇 〇〇 〇〇
後援者	〇〇市〇〇区〇〇 〇〇 〇〇
協賛者	〇〇市〇〇区〇〇 〇〇 〇〇
実習内容	〇〇市〇〇区〇〇 〇〇 〇〇
その他	〇〇市〇〇区〇〇 〇〇 〇〇
備考	〇〇市〇〇区〇〇 〇〇 〇〇
写真	〇〇市〇〇区〇〇 〇〇 〇〇
アンケート	〇〇市〇〇区〇〇 〇〇 〇〇
収支報告	〇〇市〇〇区〇〇 〇〇 〇〇
その他	〇〇市〇〇区〇〇 〇〇 〇〇

5. フォロー

受講者名簿を整理しておきますと、後日、おさかな普及に関するパンフレットなど、様々な情報をそれらの方々に提供できます。名簿を有効に利用して“おさかな普及”の輪を拡げていきましょう。

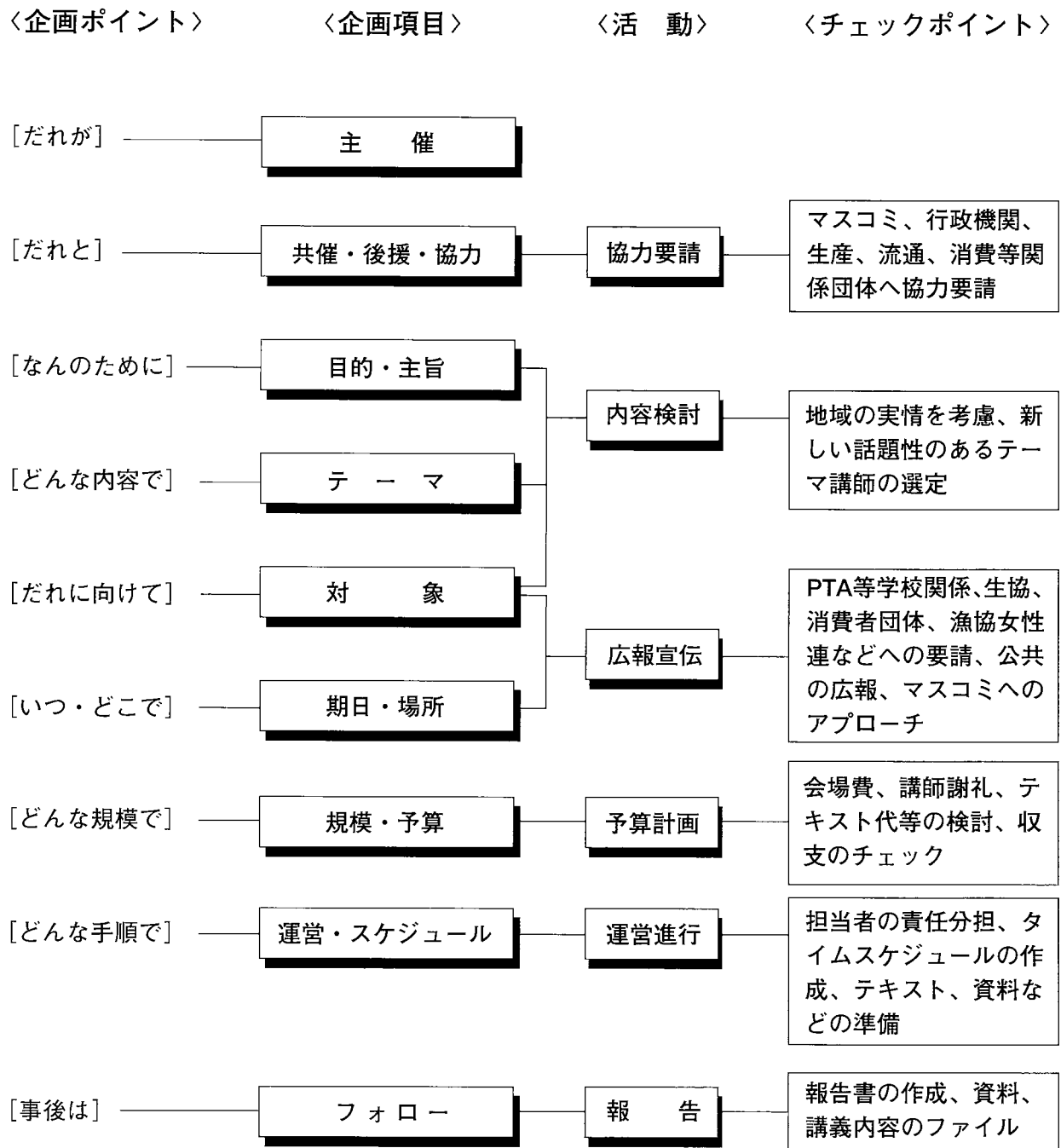
2. 講演会・研修会のすすめ方

講演会、研修会は、おさかなに関する理解を深めたり、新しい情報の蓄積を目的に行われます。研修会の対象は、おもに内部スタッフとか水産関

係者ですが、講演会となると、一般市民にまで広がりますので、それだけ、話題性のあるテーマ設定がとめられます。



企画のチェック・ポイント



〔立案段階のチェック・ポイント〕

1. 目的・テーマ

「講演会」の場合は、外部から講師を招いて（文化人、著名人など）一般市民を対象に行なわれるのが普通です。その目的は、一般市民に対し“魚食普及のための啓蒙活動”をすることです。

テーマの選定は、啓蒙活動だからといってあまり堅苦しくならないようにしてください。

「研修会」の講師は外部に託す場合もあれば、水産関係者に託す場合もあります。目的が、身近な問題に対する現状理解を深め合うことですから、現実的な問題点を浮彫りにしたテーマを選んでください。

2. 講演会の主催、後援、協力

主催を明確にします。テーマに関連性のある関係機関・団体・異業種企業・団体に共同主催（共催）、後援、協力を呼びかけましょう。

マス媒体とのタイアップですと、必ず同媒体で事前の「告知」と事後には記事（または電波）として報道されます。マスコミはこういった文化催事にはとくに協力的ですから、ぜひとも、積極的にアプローチしてください。

3. 講師の選定

「講演会」も「研修会」もその成功の鍵は、講師の選定にあります。つまり、①聴衆をひきつけられる話術と説得力をもった人、②講義内容に関する事前の準備をしっかりとってくれる人を選びましょう。

4. 講演会の会場

「会場」は参加者数に見合った場所で、交通の便がよく、受講者の集まりやすい街の中心を選ぶようにしましょう。

講義内容によっては、演台、マイク、ビデオ、OHP、プロジェクター、録音などの設備が備わったところが必要となります。事前に確認してください。

5. 講義資料

テキスト、資料等は、講師と事前に打合せをして決めます。各ステーションには共通教材があります。内容によっては副教材としてとり入れてください。

6. 講義時間

一般に、2時間程度が理想とされています。その中には質疑応答の時間も含めてください。午前中なら、10時～12時。午後なら、13時～15時がよいでしょう。

講師が1人でなく、2人の場合もあります。予め講義スケジュールを立てておいてください。

7. 予算項目

	項 目	金 額	摘 要
収 入	1. 自己負担金		
	2. 補助金		
	3. 参加費		
支 出	1. 宣伝費		
	2. 資料作成費		
	3. 通信・連絡費		
	4. 会場費		
	5. 設営費		
	6. 交通費		
	7. 講師謝礼費		
	8. 雑費		

8. 告 知

〈団体への呼び掛け〉

学校給食担当者、PTA、生協、消費者団体、漁協女性連などの動員力のある団体関係者を通じて、参加者募集の協力を仰ぎましょう。

〈公共の公報誌、企業・団体の広報誌の活用〉

県・市町村など公共の情報誌、企業・団体などで後援・協力を得られる機関の広報誌は、おおいに活用しましょう。それぞれの編集上の都合にもよりますが、開催2か月前ぐらいに広報担当者に伝えたいものです。

〈マスコミ等、報道機関へのアプローチ〉

テーマがニュース性の高いものであれば、マスコミは、取材協力を申し込んできます。積極的にアプローチしてください。

シンポジウム
子供の栄養と魚調理

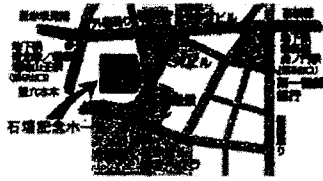
日時：平成 15 年 10 月 27 日（月）
開演：午後 2 時（開場 1 時 30 分）
会場：石垣記念ホール
港区赤坂 1-9-13 三会堂ビル 9 階

主催：社団法人 大日本水産会
後援：水産庁（社）東京都栄養士会

講演（1）「小児栄養の問題点と魚」
講師：青木菊麿（女子栄養大学 教授）

講演（2）「集団調理における魚の役割」
講師：千葉宏子（女子栄養大学 助手）

*当日本状を受付までお持ち下さい。
*複数お申込みの方で、本状が不足している場合はお知らせ下さい。



問合せ先：（社）大日本水産会 TEL03-3585-6682

9. スタッフ

それぞれの作業ごとに、担当責任者、担当者を決めてください。人員には限りがありますので、兼務体制が必要となってきます。

- ①総括責任者、②進行係、③通信・連絡係、
- ④受付、⑤報道関係者担当、⑥出席者担当、
- ⑦会計、⑧司会、⑨記録……など。



10. 報告書

内部資料として、「講演会」、「研修会」の結果はまとめておきましょう。あとで報告書をまとめるためにも、録音テープをとっておくとまとめやすくなります。また、使用した資料は、大

切にファイルします。当日参加できなかった人の参考のためにも、ファイルされた資料は役立ちます。

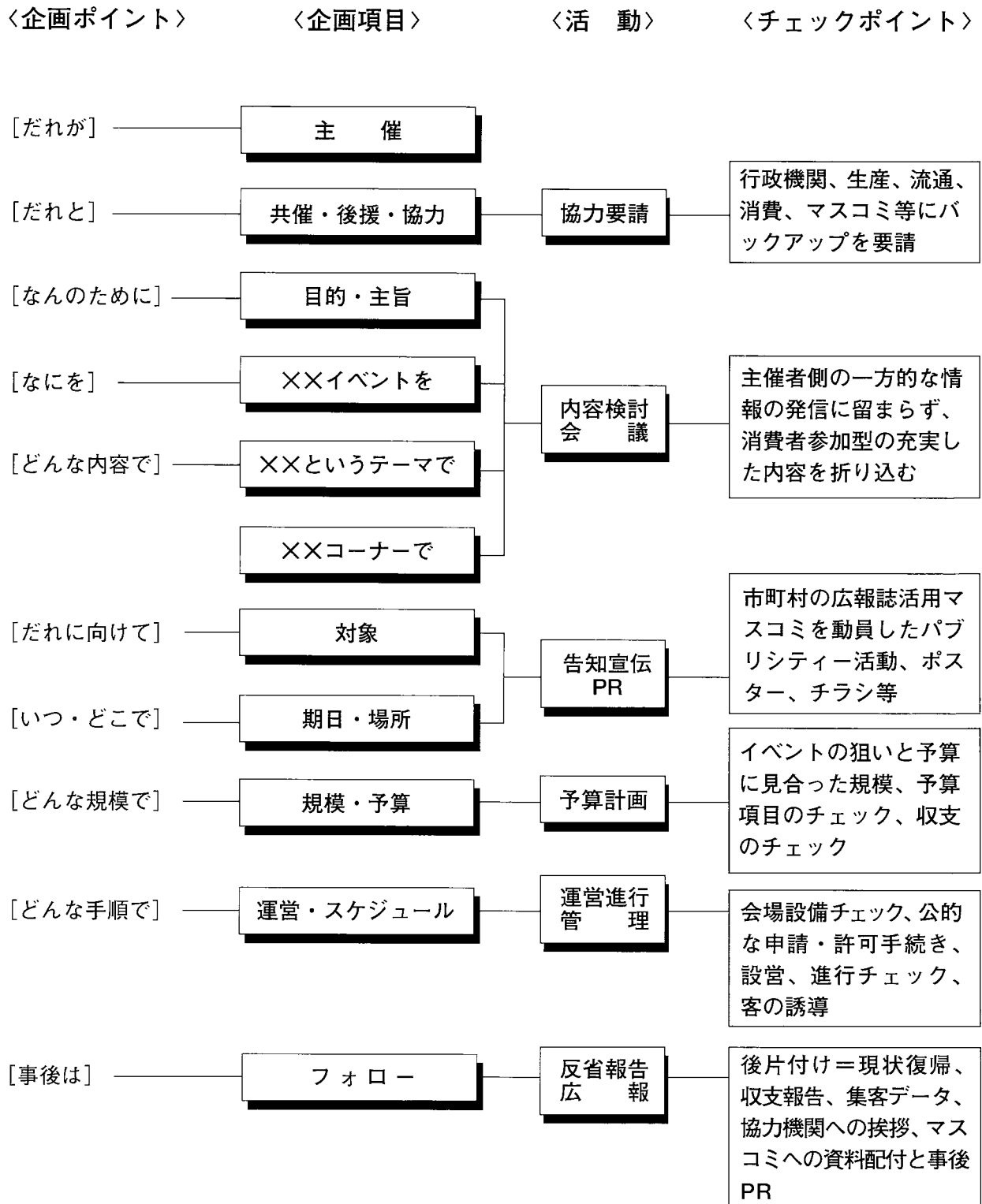
3. イベント企画のすすめ方

「おさかな普及」をスローガンに地域社会とのコミュニケーションを図っていくため、様々な趣向を凝らした企画が実施されています。イベントの目的は、直接的なふれあいを通して、水産業に対する理解やイメージの向上をめざすものです

が、できる限り多くの市民を動員し、できる限り楽しんでもらうことが重要です。市民に楽しんでもらうためには、充実した内容を企画することは勿論のこと、交通の便や、会場整理、進行の手際など、さまざまな配慮が必要になってきます。



企画のチェック・ポイント



〔立案段階のチェック・ポイント〕

1. 目的

「何のためのイベントか」をはっきりさせ、テーマを決めます。テーマを設定することによって企画は具体性を帯びてきます。

地域社会とのふれあいを密にするためのものか、販売に直結した成果を期待するものか、と

いった開催目的の明確化と主催者側の意思統一が図られなくては企画は進みません。

目的がはっきりしたら、そのテーマを一言で表現したタイトルをつけます。

2. 主催

主催を明確に打ち出しましょう。

主催者側の目的に協調できる関係機関・団体に協力を呼びかけたり、異業種等の他団体との共同主催（共催）とすることで、イベントの話題性が高まり、イベントそのものの規模を拡大

していく上で大変効果的です。

異業種共催の事例としては、おさかなの日、市場祭り、食品展、スポーツ大会、博覧会などがあげられます。

3. 対象

①なんのために、②だれが（どこが）が決まったところで、「だれに向けて」イベントを打つ

のか、その対象（ターゲット）を選定します。

4. 内容

テーマにそった内容の検討、構成の組み立てをします。

イベントを開催する意味は、主催者と参加者の相互交流の場を創ることでもあるわけですから、魚の安売りをすれば参加者は喜んでくれるものと単純に決めてしまうわけにはいきません。

主催者側の一方的な情報発信にとどまらず、消費者参加型の充実した内容を折り込んでください。

☆内容・構成の事例：

即売会＝鮮魚・加工品・その他（魚包丁など水産物以外）

試食会＝身おろしの実演、魚料理の紹介や試食
展示会＝パネル、模型、ビデオなどにより水産物の紹介や水産物の栄養を解説。活魚水槽、写真による魚の紹介。

その他＝クイズ、ゲーム、アトラクション、チャリティー抽選会、パンフレット等の配布、サンプル提供……等。

5. 規模と場所

規模は、イベントの狙いと予算に合った範囲で、また、協力団体との関係を考慮して企画してください。

場所は、イベントの内容、構成から選定されますが、その際にも交通の便のよい、市民が集まりやすい場所で、普及効果（＝PR効果）を考えれば、一般に地域の中心の所がよいでしょう。

人が動きやすいところを選ぶのも、安全性を考慮した大切なポイントです。駐車場を確保するのも、会場を混乱させないための事前の配慮です。

その他、電気、ガス、水道設備の有無も事前に点検しておきましょう。



6. 開催日時

「開催日」は、各種のイベントが多彩に催される、春や秋にタイミングを合わせるのがよいでしょう。勿論、その内容次第では正月休み、夏休みに照準を合わせてもよいでしょう。

また、何曜日の何時ごろがよいかということになると、地域特性もあって一概には言えませ

んが一般市民の集まりやすい休日の10時～16時がよいでしょう。

また、定期的を開催する場合は、時期、会場を毎回同じようにすると市民に定例行事として定着しやすいという効果があります。

7. 予算項目

	項 目	金 額	摘 要
収 入	1. 自己負担金		
	2. 補助金		
	3. 即売会売上		
支 出	1. 宣伝費		ポスター、チラシ…
	2. 通信・連絡費		
	3. 会場費		
	4. 設営費		ゲート、看板…
	5. 機材費		展示物、調理器具…
	6. 材料費		料理素材…
	7. 雑費		

8. 告 知

告知方法および告知媒体の選定は適切かどうか。また、対象層に対し正しく伝わるかどうかの確認をします。特別な団体、人物には、案内状、招待状の準備も必要です。

〈広報誌の活用〉

県・市町村など公共の情報誌を有効に活用しましょう。それぞれの編集上の都合にもよりますが、開催の2か月前ぐらいに広報担当者に伝えたいものです。

〈各種団体の機関誌の活用〉

イベントが企業とのタイアップであるなら、社内報で告知してもらいましょう。また、企業でなく、公共団体の場合でも、情報誌があれば、おおいに活用しましょう。

〈マスコミ等、報道機関へのアプローチ〉

少しでも多くの人に知ってもらおうとするならば、マスコミ等の報道機関へのアプローチは絶対に欠かせません。新聞、雑誌、テレビ、ラジオ等のマスメディアで報道されることがどれほど大きな反響を呼ぶかは明らかです。

〈ポスター、チラシ類、 宣伝カー等の活用〉

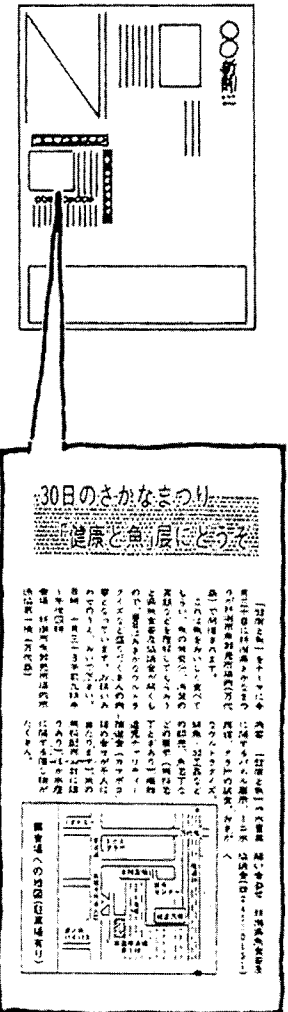
ポスターやチラシとなると、専門のデザイナーや、レイアウトに依頼しなくてはなりません。したがって、ポスターを貼ったり、チラシを配ったりする場所の検討と交渉、また、制作費を計上しなくてはなりません。

道行く人にストレートに伝える宣伝カーもよく使われる手段です。

〈ホームページの作成〉

インターネットのホームページから発信することは大きな効果を生むことがありますので、できれば考慮に入れたい集客方法です。

ホームページでは、より積極的で魅力的なイメージを打ち出すと共に、関係団体のホームページとリンクしてもらうことが大切です。



〔立案段階のチェック・ポイント〕

1. 内容の詰め

具体的な内容を詰めます。ここでは、「おさかな祭り」を例にいくつかのチェック項目をあげてみましょう。

〈即売会〉

- ①即売品のリスト整理と仕入れ準備
- ②即売品価格の設定
- ③売り場面積の割りだし
- ④保健所への申請・許可手続き
- ⑤スタッフの役割分担確認
- ……………など。

〈試食会〉

- ①試食品の決定と材料の仕入れ
- ②調理器具・機材の準備
- ③スペースの適切な割りだし

- ④保健所への申請・許可手続き
- ⑤スタッフの役割分担の確認
- ……………など。

〈展示会〉

- ①展示物の収集整理と作成
- ②展示物関連の器具・機材の準備
- ③展示物の配置とスペースの割りだし
- ④スタッフの役割分担の確認
- ……………など。

〈その他〉

クイズ、抽選会等の決定と関連器具・機材の準備、各種催しコーナーのスペースの割り振り、パンフレット等配布物の準備

2. 会場の設営

各種催しの内容が決まったところで、コーナー配置の青写真を作ります。入場者の流れを考慮し、安全で無理のないレイアウトを考えてください。

ここでの注意事項はつぎの点です。

- ①会場を下見し、使用上の諸条件（水が持ち込めないケースもあります）、電気・ガス・水道等の設備の有無と位置や能力等、事前のチェックをしてください。
- ②搬入物のチェックと搬入の手配。配車や搬入の手順を考慮したうえで設営を計画するのが賢明です。
- ③使用機材等のチェック・リスト作成。
- ④構築物等の崩壊、危険物の有無とその取り

扱い等、安全性の注意

- ⑤会場までの来場者の誘導方法（看板、地図、矢印等）のチェック。駐車場の確保、トイレの確保などもお忘れなく。

会場設営は、設営計画に基づき、責任者、担当者の役割分担をしっかりと決め、すみやかに行なうことが肝要です。段取りが悪いと運営に大きな支障をきたしますので十分なチェックが必要です。

また、定期的開催する場合は、その都度使用可能な資材（看板、ゲート、パネル、ユニホーム等）を計画的にそろえておくと、経費の節約や準備の簡略化の助けになります。

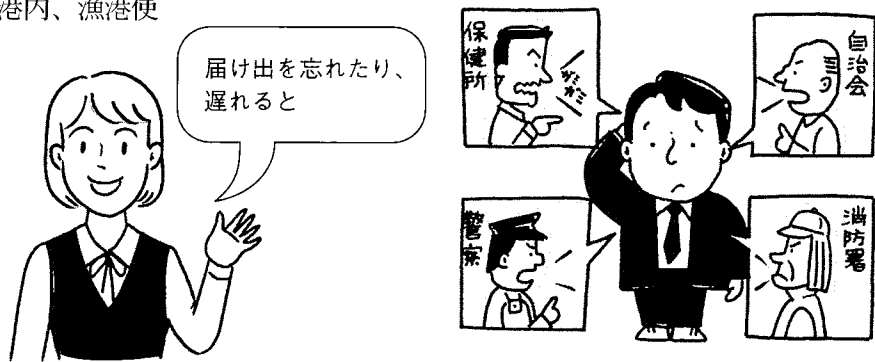
3. 申請・許可

内容によっては、公的な許可を受けなくてはならないケースもあります。その場合は、各種機関に事前に届け出をします。

- ①保健所の許可＝鮮魚・加工品販売、試食、調理等
- ②警察署の許可＝安全や交通関係
- ③消防署の許可＝プロパンガス等の使用
- ④港湾・漁港管理者の許可＝港内、漁港使用場合
- ⑤その他＝イベントに関する各種保険
イ、盗難保険、ロ、動産保険（事故による動産に生じ

た損害に対し）、ハ、施設所有（管理）者賠償責任保険（会場で火災がおき、参加者が死傷した場合など）など、損保会社により名称は異なりますが、以上のような保険があります。

なお、各種の申請、届け出は1か月前には済ませたいものです。



4. 協力依頼

イベントの内容に関係したり、その行事に影響を受けると考えられる地域の小売店等の商業関係者や企業への協力を要請するケースもでて

きます。後日、トラブルが起きないとも限りませんので、事前の報告、協力依頼などには細かい配慮が必要です。

5. 集客

広告・広報に関する計画案にしたがって集客のための準備を行います。

- ①マスコミへの情報提供、②県・区・市町村等の広報課への情報提供、③各種団体の機関誌担当者へのはたらきかけ、④ポスター、チラシ、

ホームページの作成類の配布等の準備に始まり、看板や矢印、さらには、招待状・招待券・試食券・割引券など、内容に応じて様々な集客方法が考えられます。

6. スケジュール

イベント当日のタイムスケジュールをきちんと立ててください。

- ①集合、②開会、③実施（各種催し、アトラクション等）、④終了まで、ある程度の余裕をもたせた時間の割り振りを考えてください。進行

担当者は、スケジュール表をたえずチェックし進行に支障のないように気を配ってください。

1度作った進行表は次回に使うとき大変役立ちます。

7. スタッフ

運営組織に基づいて、実行部隊の担当責任者、担当者を決めていきます。これだけはケース・バイ・ケースですが、おおよその担当名をあげておきましょう。

- ①総括責任者（事務局長が兼務する場合があります）、②進行係、③連絡員、④受付、⑤接客、⑥販売、⑦金庫係（商品・価格表管理、ツリ銭

の準備等）、⑧試食係、⑨展示係、⑩イベント係、⑪記録、⑫駐車場係、⑬会場整理、⑭救護班、……など。

大きなイベントでは、運営の要として、「イベント実行委員会」が組織され、実行委員長のもとに、副委員長、事務局長、企画制作委員会、宣伝広報委員会などの体制作りが行われます。

〔実施段階のチェック・ポイント〕

1. 最終準備

開会前には必ずスタッフ一同が集まり、最終チェックを行なってください。

- ①鮮魚・加工品等の搬入、器材、展示物は揃っているか、各コーナーのセッティング

に問題はないか、などをチェックします。

- ②関係者は来場者と識別できるよう、ユニホームを着たり、リボン、腕章をつけるようにしてください。

2. 実施

くす玉、テープカットなどにより開会され、終了の挨拶などで閉会されるのが、一般的なイベントですが、このように、オープニングとエンディングのめりはりをはっきりさせることはとても大切なことです。

実施中は、入場者数のチェックをしてください。また、安全には細心の注意を払い、事故の起

きないようにしましょう。

コーナーの整理整頓を心掛け、来場者に不快感を持たれないようにしてください。

来場者からの相談やクレームには、迅速に丁寧に対応してください。

タイムスケジュールを守ることも大切なことです。

3. フォロー

後片付け、展示品等についてのチェック、借用品の返却、合計チェックから反省会など、事後のフォローについて。

〈後片付け、展示品等についての

チェック、借用品の返却〉

後片付けの手順を事前に打合わせ、責任者の指示に基づき、速やかに行ないましょう。会場の都合などで、その日のうちに片付ける場合が多いようですが、関係者の方々は準備と催しで疲れていますから、くれぐれも事故につながらないように注意してください。借用物や今後も使用する物は破損、消失のないように気を付けてください。ゴミ処理の方法も事前に決めておきます。

使用した施設を通常の状態に復帰させることが後始末の基本原則であることをお忘れなく。

〈会計チェック〉

出入金のチェックは、事前も、実施中も、事後も、たえず行なってください。とくに、即売会などを行なうと入金処理が繁雑になりがちです。

〈反省会〉

イベント内容、会場の配置、入場者の反応等、次回への教訓を引き出すためにも、スタ

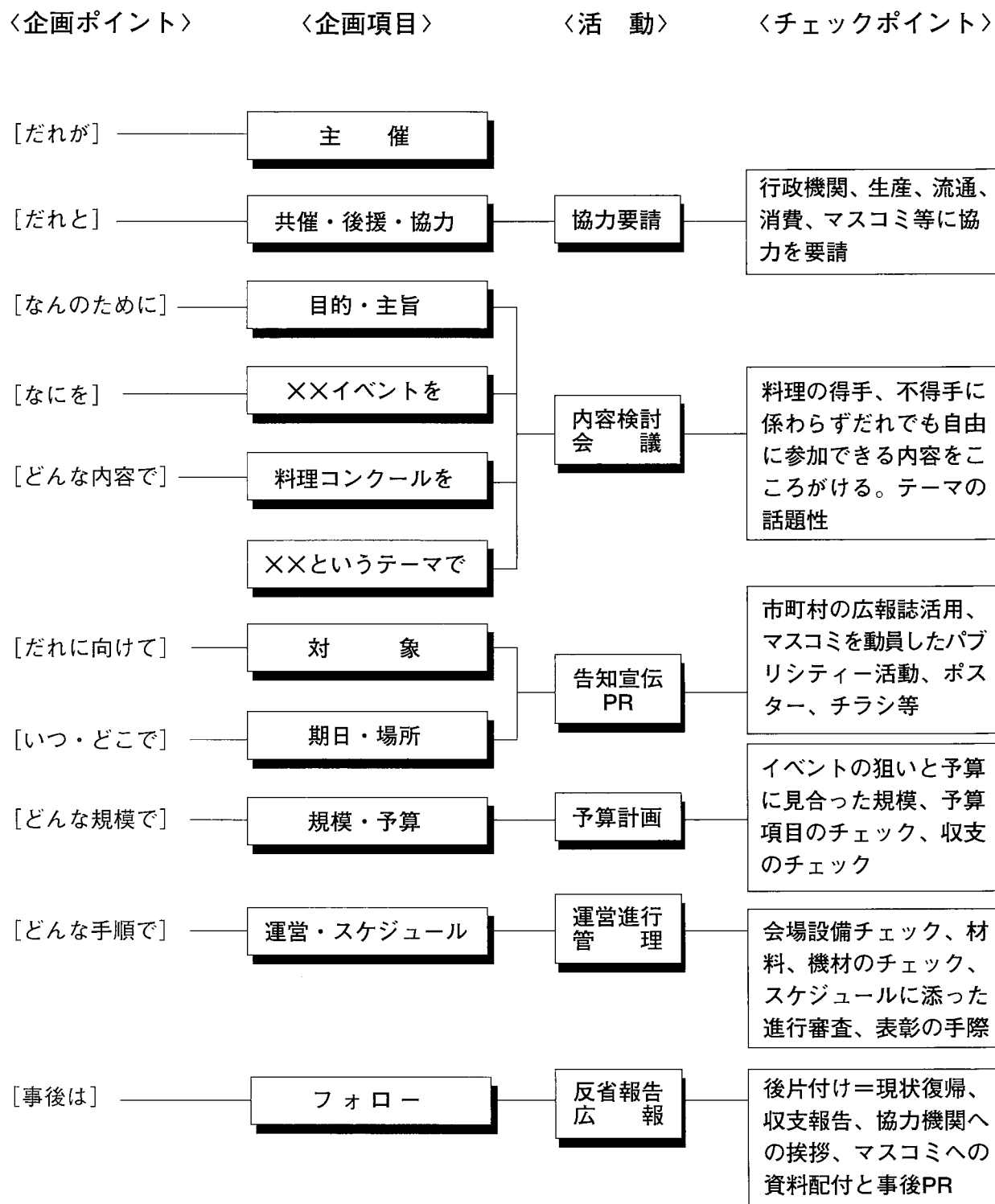
ップ一同で反省会を行なってください。来場者アンケートをとっていると大変役立ちます。PR効果の測定も必ずしましょう（報道媒体のチェックと記事の切り抜きファイル）。

〈イベント協力者、協力団体、媒体へのフォロー〉

①入場者データ、②イベント効果、③イベント当日の参考写真などを揃えて、報告書をまとめ、イベント協力者、協力団体、報道媒体に配付します。なかなかできないことですが、このようなフォローは次回開催協力を得たり、信頼関係をつくるためにも貴重な活動です。



企画のチェック・ポイント



〔立案段階のチェック・ポイント〕

1. 目的・テーマ

料理コンクールの目的を明確にします。目的の明確化に沿って、コンクールのテーマを設定します。テーマの設定と一言でいってしまえば簡単ですが、実は、このテーマこそがコンクールの方向性を決め、かつ、その成功、不成功を決定づける重要な要素となります。

テーマは、何よりも関心をそそられるものでなくては困ります。関心と呼ぶテーマ選びの指針として以下にあげてみました。

①トレンドイであること

時代の流れに沿った、“新しさ”がポイントです。

②話題性に富んでいること

「おもしろそうだな」という印象を持たれな

いようなものでは人は集まりません。企画の“ユニークさ”が欠かせません。

③参加することに必然性を感じるもの

「こんな主旨なら私でも参加できそう」とか、「ぜひとも参加しなくては」という気を起こさせるようなテーマでなくては集まりません。テーマの“絞り込み”が欲しいと思います。

最近、面白いテーマとしてマスコミに取り上げられたものでは「チビっ子がよろこぶおさかな料理」「YOU・ゆう気分のおさかな料理」（女子高校生大会）「おさかなお弁当料理」などがあります。

2. 主催・後援・協力

主催はどこかを明確にします。主催者側の目的に協調できる関係機関・団体、異業種企業・団体に共同主催（共催）、後援、協力を呼びかけましょう。

強力なマスメディアとのタイアップが成功しますと、話題性を高め、一般に注目されるという相乗効果が生まれます。

3. 対象

一般消費者、OL、女子高校生など。

4. 会場

会場は、調理施設、審査会場、控え室などの設備が整っていること。

また、交通の便がよく、一般市民が集まりやすい所が良いでしょう。

5. 開催日

地域特性、対象層の特定など、条件によって一概にはいえませんが出場者が出席しやすい土曜日か日曜日が良いでしょう。開始は午前10時から午後1時が理想的です。

6. 予算項目

	項 目	金 額	摘 要
収入	1. 自己負担金		
	2. 補助金		
支出	1. 宣伝費		ポスター、チラシ…
	2. 通信・連絡費		
	3. 会場費		
	4. 設営費		看板、受付…
	5. 材料費		料理素材…
	6. 賞品購入費		賞品、記念品…
	7. 審査員御礼費		
	8. 試食、懇談会費		
	9. 雑費		
	10. 広告活動費		

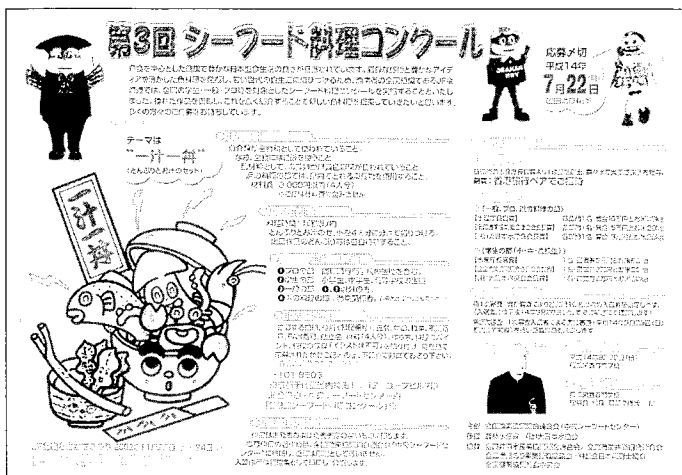
7. 告 知

告知方法および告知媒体の選定は適切かどうか、また、対象層に対し正しく伝わるかどうかの確認をします。特別な団体、人物には、案内状・招待状の準備も必要です。

〈公共の公報誌、企業・団体の広報誌の活用〉
 県・市町村など公共の情報誌、企業・団体など後援・協力を得られる機関の広報誌を有効に活用しましょう。それぞれの編集上の都合にもよりますが、開催の2か月前ぐらいに広報担当者に伝えたいものです。

〈マスコミ等、報道機関へのアプローチ〉
 テーマが社会的に関心を呼ぶものであれば、マスコミは喜んで取りあげてくれます。マスコミへのアプローチは積極的に行なってください。
 応募要領など必要事項を明記した「ニュース資料」を事前に配布してください。

〈ホームページの作成〉
 インターネットのホームページから発信することは大きな効果を生むことがあります。
 ホームページでは、より積極的で魅力的なイメージを打ち出すと共に、関係団体のホームページとリンクしてもらうことが大切です。



〔準備段階のチェック・ポイント〕

1. 開催までのスケジュール作成

出場者を始めとして、審査員の方々など外部との折衝をきちんと行なってください。また、開催までのスケジュール管理は慎重に行ないましょう。

出場者の募集から開催までに最低でも下記の

期間を見込んでおいてください。

- ①募集期間=15日～30日間
- ②書類選考=5日間程度
- ③参加通知=5日間程度

2. 応募要領

コンクールへの出場資格、応募方法を決定します。開催の目的、テーマ、審査基準などをま

とめた「ニュース資料」の中に、この応募要領を添えて、告知・PR活動を始めます。

3. 書類選考

事務局及び審査委員により応募書類の選考を行ないます。

選考方法は「審査基準」(後述)に基づいたものですが、地域特性、料理方法、魚種などの話

題性、ニュース性、ユニーク性を考慮した“総合評価”で行ないます。

なお、開催当日の欠席者などを見込んで、選考には次点を1～2名用意しておきましょう。

4. 出場者への通知

出場者には事前に下記事項の確認が必要です。

- ①開催当日の出席の確認
- ②正式な調理方法、材料一覧の提出依頼
- ③調理時間、調理器具、食器等の確認
- ④調理素材、調味料等の持参の有無を確認
(持参してもらうのが対処しやすいのですが、仮に主催者側で準備しなくてはならな

い場合はどうするかを、出場者と決めておかななくてはなりません。その際、購入物に関する支出面もはっきりさせておかないとトラブルのもとになります。)

- ⑤出場者の交通手段の確認

……………など。



5. 審査基準

審査は公平な立場で行なうことが基本原則です。

あとでのトラブル防止のためにも“慎重”に行なってください。

☆審査基準の事例：

- ①おいしさ、②独創性、③手軽さ、④経済性、⑤栄養のバランス、⑥普及性、⑦テーマ性……………など。

6. 審査員選定

料理専門家などの方々に審査委員を依頼します。
話題性のあるイベントをめざすなら、著名人、チビッコ代表などに依頼しても面白いのではないのでしょうか。

7. 会場設営

出場者数、審査委員等、関係者の動きやすいレイアウトを考えてください。

①看板、②受付、③審査会場、④控え室、⑤表彰式会場の設営

8. 大会資料

①テーマ、②出場者名簿、③料理名、④募集要領、⑤募集データ、など、開催当日、全出席者に配付する資料を作成します。

9. 賞の授与

記念品、賞品、表彰状の準備。
賞の決定（県知事賞、漁連会長賞……など）、贈呈者の決定。

10. 材料の準備

料理素材、調味料など、材料の準備

11. スタッフ

運営組織に基づき、担当責任者、担当者を決めていきます。

①総括責任者、②進行係、③通信・連絡係、④受付、⑤来賓・報道関係者担当、⑥出場者担当、⑦会計、⑧調理室担当、⑨試食・懇談会担当、⑩表彰式担当、⑪司会、⑫材料等購入……など。

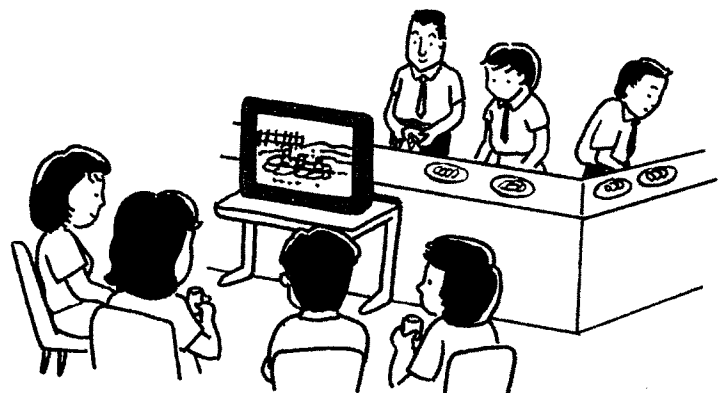
■タイムスケジュールの作成

当日のスムーズな進行を行なうためのタイムスケジュールを立てましょう。

①開会式	20分
●司会者挨拶		
●主催者挨拶		
●来賓挨拶		
●出場者紹介		
●審査委員長挨拶		
②調理開始	60分
③調理終了		
作品提出		
④試食審査	30分
⑤検討・集計		
⑥審査終了・決定		
⑦審査結果の発表・表彰式	20分
●審査結果の発表		
●表彰式		
●審査委員長総評		
●受賞者インタビュー・記念撮影		
⑧閉会		
⑨後片付け		



審査・集計の間、参加者を退屈させないよう配慮しましょう



〔実施後のチェック・ポイント〕

1. 報告書の提出

実施後はスタッフ一同で反省会を開いてください。

☆報告書の記載項目事例：

- ①開催目的とテーマ
- ②日時、会場
- ③主催・後援・協賛
- ④審査員
- ⑤審査基準
- ⑥出場者人数・出品数
- ⑦入選者・入選作品・賞の発表、審査員の講評
- ⑧応募作品の分析
- ⑨収支報告
- ……………など。

2. 事後の活動

新聞、雑誌、テレビには、必ず「料理コーナー」があります。「料理コーナー」の担当者には是非とも、入選作品の調理方法（写真添付が理想）などをまとめた「ニュース資料」を送り、記事掲載、オンエアされるべく、パブリシティ活動をしましょう。

また、応募作品の中から新しいアイデアが発見されれば、新商品（新メニュー）の開発にもつながります。せっかく開催したコンクールですから、何か少しでも事後の活動に役立つ発見をしたいものです。

応募者名簿を作成し、保存することにより、魚食普及のための貴重な意見、情報を提供してくれるモニターとして育成していくことも可能です。

事後に「料理教室」などを開くときには、こうしたリストは必ず役立つはずです。

5. 水産体験学習のすすめ方

漁業者や漁村の培ってきた知識、知恵、経験、そして、豊かな自然と水産業の現場は、水産体験学習に活用できる貴重な地域資源です。

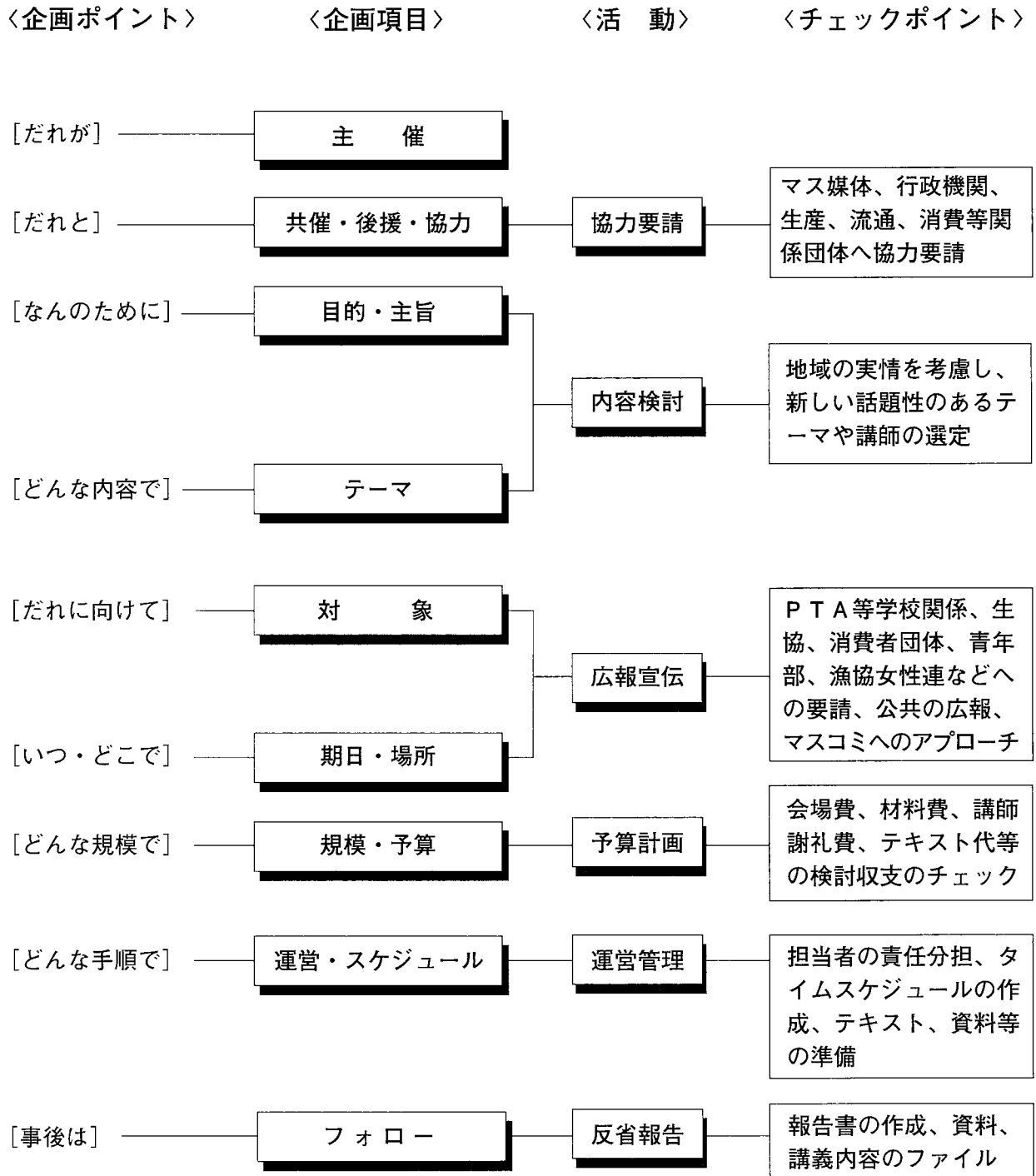
水産体験学習を通じて、多くの方々に自然(海)や水産業について面白い！楽しい！美しい！

おいしい！と感動していただくとともに、正しく理解していただくことは、結果的に水産業や漁村地域の社会的地位の向上、担い手の確保、水産物の消費拡大などにつながることを期待されます。





企画のチェック・ポイント



〔立案段階のチェック・ポイント〕

1. 目的

地域水産業に関する理解促進、交流による地域活性化を目的とします。

2. 主催者

主催を明確にします。プログラムに関連性のある関係機関、団体、漁業関係者、学校関係者等に共同主催（共催）、後援、協力を呼びかけましょう。

マスコミとのタイアップですと、必ず「事前告知」と「事後の報道」が約束されますので、高い相乗効果が期待できます。

3. 対象者

小学生から中学生・高校生の若い世代・一般消費者・高齢者など。

4. 内容

体験内容は地域の活性に根ざし、漁村らしさが味わえるものとします。

季節感が豊かな漁村では四季折々の資源を活用した内容とし、地域住民との交流を図れることができるようにしましょう。

例えば、漁の解禁日は一番忙しい日ですが、漁村の特徴が最もよくわかる日でもあるので、邪魔にならない程度に、漁模様や市場の見学ができれば、更に魅力的なものとなります。

自然体験＝自然観察・環境教室・潮干狩り・ホエールウォッチング

社会体験＝定置網・地引き網体験、稚魚放流体験、養殖体験、市場見学

文化体験＝調理体験、伝統漁法、朝市見学、漁村体験、塩づくり、工作教室

5. 場所

場所は、体験内容や参加者の構成から選定されますが、施設の下見と使用許可を確認し、必要があれば事前に関係機関と協議します。

また、使用するフィールドや施設における安全管理や体験活動の効率性を十分に考慮した上で、催行可能人数を決定することが必要です。

6. 開催日時

地域特性、対象者（参加者）の特定など、条件によって一概には決められません。雨天などによる代替日時や代替プランが必要です。

7. 予算項目

	項目	金額	摘要
収 入	1. 自己負担金		
	2. 補助金		
	3. 参加費		
支 出	1. 宣伝費		
	2. 資料作成費		
	3. 通信・連絡費		
	4. 会場費		
	5. 交通費		
	6. 保健費		
	7. 見学船等借上料		
	8. 材料費		
	9. 講師謝礼費		
	10. 雑費		

8. 告知

一般的には、体験学習の対象者や実施規模（募集人数）に応じ、可能なものを組み合わせて効果的に行ないます。

- ① 広報紙や各種団体の機関誌の活用
- ② 市町村の公共施設、駅、観光案内所への掲示やパンフレットの配布
- ③ 独自のホームページによる告知
- ④ 市町村や商工会などが行なう地域情報発信への掲示
- ⑤ 新聞、雑誌など広域媒体への掲示

〔準備段階のチェック・ポイント〕

1. 活動プログラムの作成

プログラムの作成にあたっては、様々な体験メニューを組み合わせつつ、受け入れ側と参加者相互に無理のないものとし、漁村の日常生活に密着したメニューとすることが必要です。

また、最近の社会的ニーズや消費者ニーズに合った内容を取り入れることも大切です。例えば、食の安全や環境問題は、体験学習を通じて参加者に伝えたい話題の一つです。

① メニューの作成

体験メニューは、地域の生活に根ざし、漁村らしさが味わえるものとしします。

② プログラムのメリハリ作り

プログラム案の検討参加者をあきさせないために屋外と屋内、動的なものと静的なもの、などのメニューを組み合わせ、プログラムの中にメリハリをつけます。

③ フィールドの確保

プログラムで使用するフィールドや施設の下見と使用許可などの条件を確認し、必要があれば事前に関係機関と協議します。

また、使用するフィールドや施設における安全管理や体験活動の効率性を十分に考慮した上で、催行可能人数を決定することが必要です。

④ 参加条件の決定

体験学習で使用する用具については、主催者側と参加者側が用意するものを明確に区分し、参加者側が持参するものはパンフレット等に明記します。

⑤ 参加費用の決定

プログラムの内容に応じた保険を精査し、その加入条件・料金を主催者側と参加者側の間で確認します。

⑥ プログラムの作成

プログラム全体を通して、基本方針に合致しているか、参加者に興味が湧くものか、水産関係等の関連する法規に適合しているか、安全対策は万全か、収支計画は適切か、などについて再度総合的に検討します。

2. ルールづくり

① 参加者側のルール

自然環境や水産資源の保護、地域文化活動や慣習などについて、あるいは、漁港・市場・漁場での注意事項、ゴミや騒音問題など、地域における行動や注意、禁止事項など、参加者に伝えたいことをわかりやすく、

親しみやすいメッセージにします。

② 受入側のルール

参加者に自然の厳しさや楽しさを体験してもらい、地域の活動に共感してもらうためには、受入側として地元の人たちやフィールドに対する配慮が必要です。

3. 協力依頼

プログラムの内容の関係者や、この催しに影響を受けると考えられる地域の関係者や企業への協力を要請する必要も生じます。後日、トラ

ブルが起きないとも限りませんので、事前の報告、協力依頼などには細かい配慮が必要です。

4. スタッフ

主催者のスタッフとして、地域の核となって活動を推進するコーディネーター（調整役）やリーダー（体験現場での指導者）の育成が必要です。これらのスタッフが中心となり地域の幅

広い関係者に活動の目的を理解していただき、多方面からの支援や協力を得ることで、よりスムーズな運営が可能となります。

〔実施段階のチェック・ポイント〕

1. 事前実施

体験学習を円滑に行なうためには、地元の小・中学生等をモニターとした試験的な体験学習を事前に実施し、活動計画のチェックを行なう必要があります。

- ① 活動による地域の魅力や水産業に対する参加者の理解

- ② 活動中の参加者やスタッフの行動把握と安全確保
 ③ 参加者のニーズとメニューなどの提供内容のギャップ
 ④ 体験内容と活動時間の割り振り
 ⑤ 参加者の健康確認の的確度

2. 安全対策

- ① 安全対策は自己管理が原則

- ・ 体調不良（持病や遊泳力なども）の時には、速やかに、その状況をスタッフに伝えること。
- ・ 救命用具や雨具などを一人で着脱できるようにすること。
- ・ 天候の変化などによる着替えなどは自己判断で行なうこと。

- ② 参加者に対する安全対策

- ・ パンフレットなどに安全対策について記載すると共に、実施受付時には必ず説明します。そのための注意事項をまとめておきます。
- ・ プログラム開始前、終了時には、必ず人数確認、器具などを点検します。
- ・ 安全器具や施設用具などは、参加者全員に行き渡るようにします。
- ・ 参加者の健康状態を把握（持病や体調、遊泳力など）します。健康状態については、保護者や学校との連絡を密にし、事前に報告を受け対処します。
- ・ 参加者や子供達の突然の行動を想定して、

臨機応変に対処できるようにします。

- ・ 子供の訴えには真剣に耳を傾け、何を訴えているのか、周囲の状況判断と共に掌握判断し、常に冷静沈着に対処します。

- ③ フィールドにおける安全対策

- ・ 実施場所の周辺地図を用意します。集合場所や本部として、見晴らしがよく、参加者の一人一人の安全確認が可能な場所を確保します。
- ・ 浅瀬や波静かな安全な場所、日陰や休憩場所、レクチャールーム、トイレ、シャワー、着替え場所、駐車場を確保します。
- ・ 船上での注意とともに、落水など考えられる範囲での事故救助体制（伝達方法なども）を組織し、スタッフの個々の役割分担を確認します。
- ・ 携帯電話の数や電波状態、救命器具などを確認します。
- ・ その他、活動範囲の確保や決定事項がフィールドに反映されているか確認します。

3. 申請・許可

内容によっては、公的な許可を受けなくてもはならないケースもあります。その場合は、各種機関に事前に届け出をします。また、プログラムの内容に応じた保険を精査し、その加入条件・料金を確認します。主催者として保険加入は必要ですが、参加者が学校単位の場合や旅行会社が介入している場合には、それら参加者側が保険に加入している場合もあるので、その際保険加入に関する主催者側と参加者側との間の確認方法を定めます。

- ① 保健所の許可＝鮮魚・加工品販売、試食、調理等

- ② 港湾・漁港管理者の許可＝港内、漁港使用の場合

- ③ 遊漁船保険或いは漁船保険

- ④ 民宿業者に対する保険

- ⑤ 傷害保険は、体験学習の開催中の事故に対して適用されるものです。リーダーの過失の有無にかかわらず、対象者が傷害、死亡（対人賠償）、或いは他人のものを壊した場合（対物賠償）という事実で支払われます。

- ⑥ 損害賠償責任保険

なお、各種の申請、届け出は1ヶ月前には済ませたいものです。

4. パンフレットの作成

パンフレットには、参加条件（申し込み金額、受付日時）、キャンセルの場合の条件や手続き、料金などを明確に記載します。

最低限必要な項目は、以下の通りです。

- ①事業のねらい・目的（コンセプト）、
- ②実施時期（期間）、
- ③実施場所、
- ④募集対象者

- と人数、
- ⑤活動内容・スケジュール、
- ⑥費用（食事の有無）、
- ⑦持参品、
- ⑧申し込み方法、
- ⑨主催者名と連絡先、
- ⑩天候や最低催行人数などにより、プログラムの変更や中止する可能性があることなどの注意事項

5. 報告書の提出

実施後はスタッフ一同で反省会を開いてください。

報告書の記載項目事例

- ① 開催の目的（コンセプト）
- ② 実施時期、実施場所
- ③ 主催・後援・協賛
- ④ 活動内容

- ⑤ 参加者名簿
- ⑥ 収支報告
- ⑦ 活動内容等の参考写真
- ⑧ アンケートのまとめ（参加者に活動内容等の感想などをアンケート調査しておくこと、今後の活動の指針となる意見も抽出でき、大いに参考になります）





IV 魚食普及ネットワーク事業活動指針

この活動指針は、魚食普及活動を通じてわが国における食料蛋白供給の重要な一翼を担う水産業界の安定的発展を図るため、消費者および関連業界に対し、水産物の魅力を効果的に訴求していくことを目的としてつくられるものである。現在、国内における水産物の消費量は停滞傾向にあり、このような状況において水産物の消費拡大をはかるには、積極的に水産物の新しい魅力を開発し、普及していく必要がある。

このためには、水産物の新しい魅力の柱となるイメージや生活提案力を高め強い影響を市場

に与える必要がある。

また、水産物の生産からはじまり、加工・流通・販売・宣伝にわたる消費拡大にかかわるすべての者が、魚食普及ネットワーク事業の中で共通の認識を持ち、かつ、おのおのの活動に相乗効果が生まれるべく活動を行っていかねばならない。

よって、この活動指針は魚食普及ネットワーク事業の行動面及び精神面における指針となるものである。

1. 魚食普及活動行動理念

- (1) 魚食普及活動にあたっては、国民の食生活の多様化、個性化等ライフスタイルの変化に合致した生活提案を幅広く国民各層に提供する。
- (2) 魚食普及活動にあたっては、新しい水産物のイメージを明確化するとともに魚食

のある生活がいかに豊かで健康的であり、かつ国民の食生活の質的向上に寄与するかを適切にかつ反復して訴える。

- (3) 魚食普及活動にあたっては、生産・流通・消費を三位一体として調和のとれた方針及び考え方で推進する。

2. 行動方針

行動理念を実現するため、魚食普及活動の効率的運用を図る必要があり、以下の点に留意して行動する。

(1) 人材の開発・育成

魚食普及活動に対する幅広い合意を得るため、さまざまな分野に同調者を求め、生産・流通・消費、各レベルにおいて人材を開発・育成する。

(2) 消費者ニーズへの対応

国民の食生活の多様化、個性化等ライフスタイルの変化に対応した水産物の技術

開発、商品開発を促す。

(3) 活動資金の効果的活用

公的資金と関連団体・企業の資金との有機的・効率的活用を図る。

(4) 情報・ノウハウの蓄積と活用

情報・ノウハウの蓄積と活用は、魚食普及活動の成否を握る鍵である。マーケティング情報を幅広く収集・分析し、関係業界、マスコミ、消費者等へ還元することにより消費拡大へと結びつける。

(5) 宣伝活動

ア. 宣伝活動の目的としては

- ①水産物に対する理解の促進
- ②水産物のイメージアップ
- ③魚食機会の増大

を図るといった三点に留意する。

イ. 魚食普及活動の目的および行動の統一を図る。

ウ. 宣伝活動においては、業界関係者、オピニオンリーダー、消費者等とより広

く意見・情報交換を行ない、相互のコミュニケーションの充実に努める。

エ. マスメディア等各種媒体を効果的に組み合わせ、最小投下費用による最大効果を確保する。

(6) 中央・地方ステーションの提携

魚食普及活動は、計画的、統一的に活動する必要があるため、中央・地方ステーションは相互に緊密な連絡・提携を行なう。

3. 魚食普及活動行動規範六ヶ条

(1) 魚食普及とは、単に水産物を売るのではなく、国民各層に水産物のある豊かな生活のすばらしさを提唱し普及に努めること。

(2) 魚食普及関係者は、国民の水産物に対する正しい知識の普及・浸透及びイメージの向上に努めること。

(3) 魚食普及活動は統一した方針及び考えのもとに、生産・流通・消費の三位一体となって効率よく推進し、既成概念にとらわれることなく、消費者ニーズに即応し

て展開すること。

(4) 消費者及び関係団体等からの情報は当活動の財産である。このため、関連情報の収集に努め、有効に活用し、魚食普及活動に着実に反映すること。

(5) 広報伝達は、消費者、関係業界、マスコミなどを対象にあらゆる媒体、あらゆる機会を通じて効率よく実施すること。

(6) 中央・地方ステーションは魚食普及活動の拠点であり、関係者はネットワーク事業の運営に一致協力して当たること。



V 魚についてのQ & A

1. 食の安全と安心の確保

- ①食生活指針
- ②リスク分析
- ③食品安全委員会
- ④トレーサビリティシステム
- ⑤JAS法
- ⑥食品表示ウォッチャー
- ⑦食品表示110番
- ⑧食育
- ⑨ブランド・ニッポン
- ⑩地産地消
- ⑪スローフード

2. 栄養効能

- ①タンパク質
- ②DHA
- ③EPA
- ④カルシウム
- ⑤タウリン
- ⑥鉄
- ⑦ビタミンA
- ⑧ビタミンB1
- ⑨ビタミンB2
- ⑩ナイアシン
- ⑪ビタミンD
- ⑫ビタミンE

1. 食の安全と安心の確保

① 食生活指針

Q 「食生活指針」ってなに？

A 「食生活指針」は、食生活に関する様々な問題を解決し、健全な食生活を実現するため、平成12年に当時の文部省、厚生省、農林水産省の3省により策定されたものです。

Q 「食生活指針」を守ると どんないいことがあるの？

A 食生活指針に示されている健康で豊かな食生活を送るために実行すべき課題を、できることから実行していただくことで、生活習慣病の予防や食料自給率の向上などに役立つものです。

Q 政府の取組みで人々の食生活が変わるの？

A 政府でも、食生活指針を皆さんに知っていただき、実践していただくために様々な取組みを進めています。しかし、食生活の改善には一人一人の心がけが重要です。皆さん一人一人が食生活指針の内容を理解していただき、できることから少しずつでも実行していただければと思います。

Q ほかの国でもやっているの？

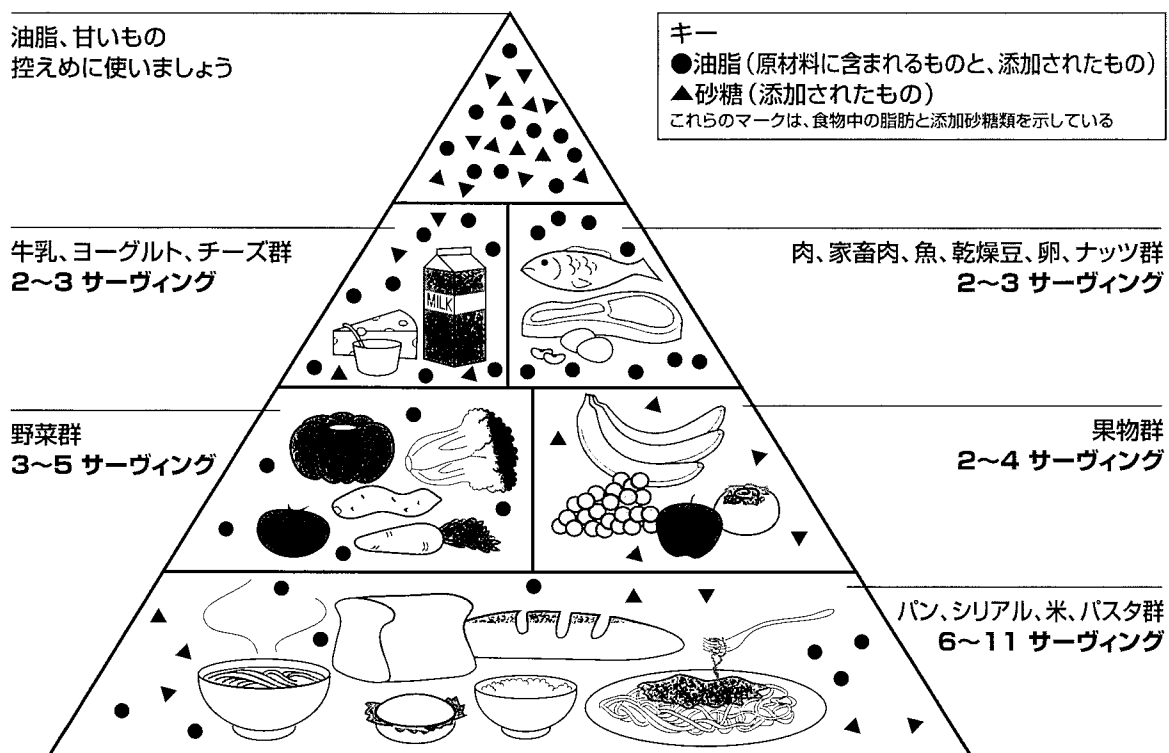
A アメリカでは1980年（昭和55年）から食生活指針を定めており、何をどれだけ食べるかを示した「フードガイドピラミッド」が作られています。このほかにも、カナダ、イギリス、オーストラリア、フランス、韓国、中国など多くの国でいわゆる「食生活指針」が定められています。

食生活指針

- 食事を楽しみましょう。
- 1日の食事のリズムから、健やかな生活リズムを。
- 主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。
- ごはんなどの穀類をしっかりと。
- 野菜・果物、牛乳・乳製品、豆類、魚なども組み合わせて。
- 食塩や脂肪は控えめに。
- 適正体重を知り、日々の活動に見合った食事量を。
- 食文化や地域の産物を活かし、ときには新しい料理も。
- 調理や保存を上手にして無駄や廃棄を少なく。
- 自分の食生活を見直してみましょう。

(文部省決定、厚生省決定、農林水産省決定)

米国のフードガイドピラミッド



※「1サーヴィング」とは、一般の人が普通1回の食事で食べる量のことです。例えば生野菜であれば1カップ、ゆでた野菜であれば1/2カップ、パン1枚などと示されています。

② リスク分析

Q 「リスク分析」ってなに？

A 食品安全性に係る「リスク分析」とは、食品を摂取することによって健康に悪影響が発生することを予防・抑制することを目的とし、「リスク評価」、「リスク管理」及び「リスクコミュニケーション」を行うことです。

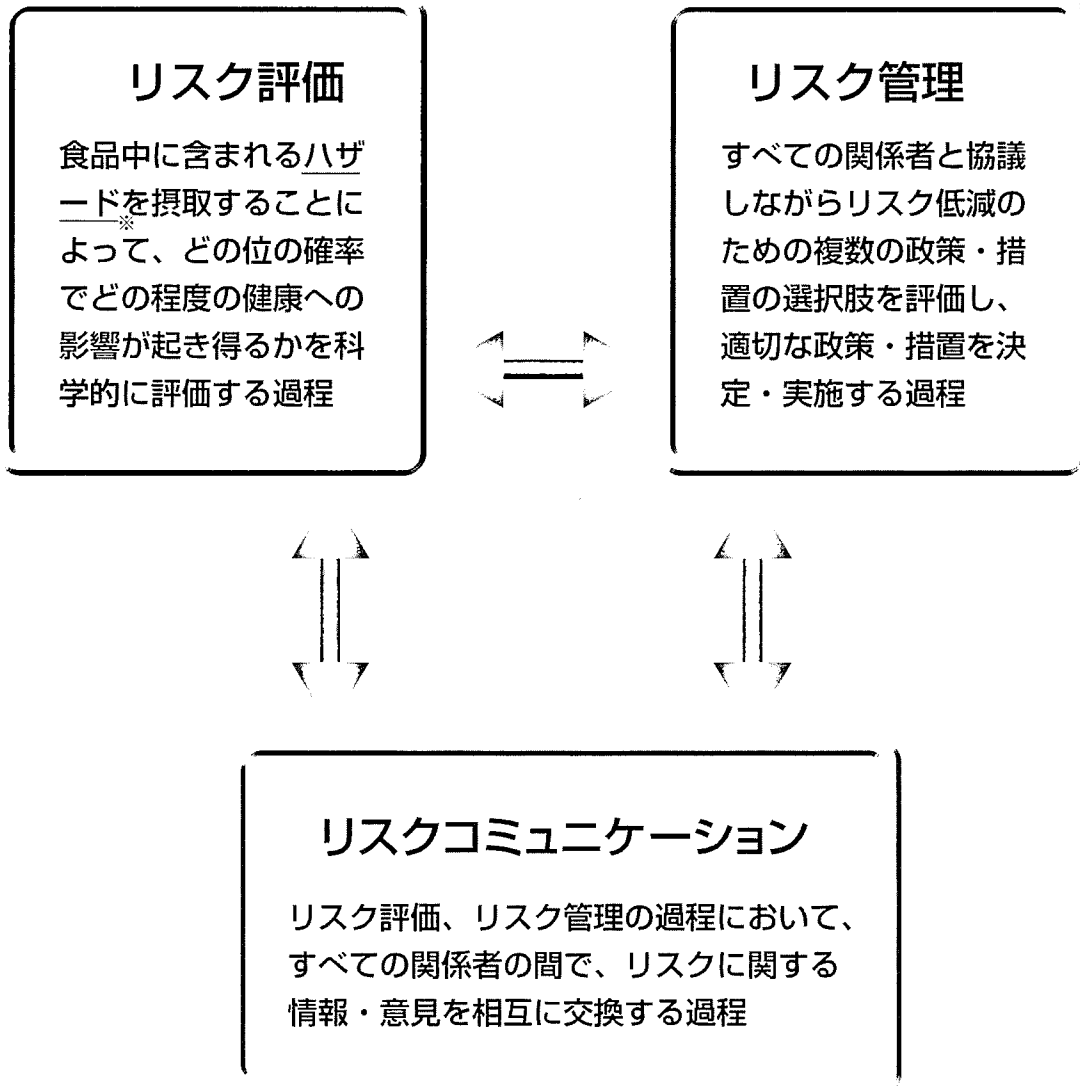
Q どうして「リスク分析」が必要なの？

A これまでの日本の食品安全行政の中では、「リスク評価」とこれに基づく「リスク管理」との区別が明らかでなく、「リスク評価」が必ずしも科学的・客観的に行われないというシステム上の問題が、BSE問題を契機として明らかになったことから、消費者の健康保護を最優先に、食品安全行政に「リスク分析」手法を導入することになったのです。

Q 「リスク分析」でなにが変わるの？

A 「リスク分析」手法の導入により、これまで一体であった科学的評価と政策決定の分離や、意思決定過程における消費者等とのコミュニケーションの強化が図られるため、消費者の健康保護を最優先した食品安全行政が可能となり、食の安全と安心が確保されることとなります。

リスク分析手法(食品安全性関連)の導入



※ハザード(危害)

食品安全にかかるハザード(危害)とは、健康に悪影響をもたらす可能性のある、食品に含まれる生物学的、化学的又は物理的な物質、あるいは食品の置かれた状態をいう。

③ 食品安全委員会

Q 「食品安全委員会」って なにをるところ？

A 「食品安全委員会」（仮称）は、現在その設立の準備が進められていますが、前項で述べた食品の安全に関する「リスク評価」を行う組織です。

また、① リスク評価の結果に基づいて農林水産省などに対し健康への悪影響を低減するための措置（リスク管理）をとるよう勧告を行ったり、② 勧告に沿った措置がとられたかをチェックしたり、③ さらには、食品の安全性について、消費者を含む幅広い関係者の間で情報や意見を交換するリスクコミュニケーションの総合的な管理を行います。

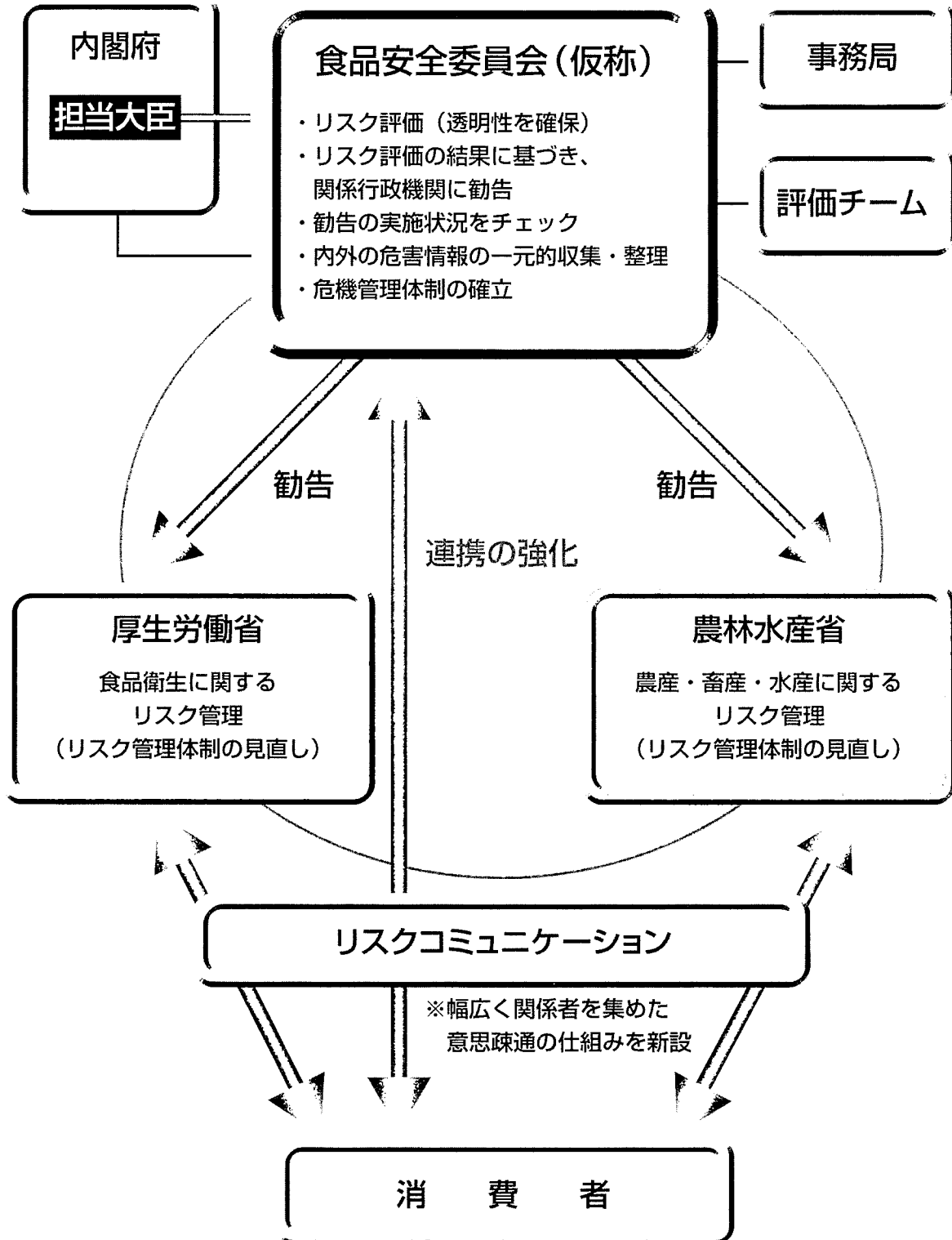
なお、大規模な食品事故等、緊急時においては、政府全体として危害の拡大・再発防止のため危機管理に機動的に取り組む要としての役割を担います。

Q どうして 「食品安全委員会」が必要なの？

A 前項でも述べたとおり、BSE問題を契機として日本の食品安全行政のシステム上の問題が明らかになり、リスク分析手法の導入が必要となりました。

このうち、「リスク評価」については、独立性、専門性の確保の観点から、これまで食品安全行政を担ってきた農林水産省や厚生労働省から独立し、これらの上位に位置する組織において、専門的知見を有する者によって行うことが必要であり、内閣府に、専門的知見を有する者数名で構成する「食品安全委員会」を新たに設置することになったものです。

食品安全委員会(仮称)の概要図



④ トレーサビリティーシステム

Q 「トレーサビリティーシステム」
ってなに？

A 「トレーサビリティーシステム」とは、スーパー等に並んでいる食品がいつ・どこで・どのように生産・流通されたかについて、消費者の皆さんがいつでも把握出来る仕組みのことです。（「トレーサビリティー」とは「追跡可能性」と訳されます。）

Q どうして
「トレーサビリティー」が必要なの？

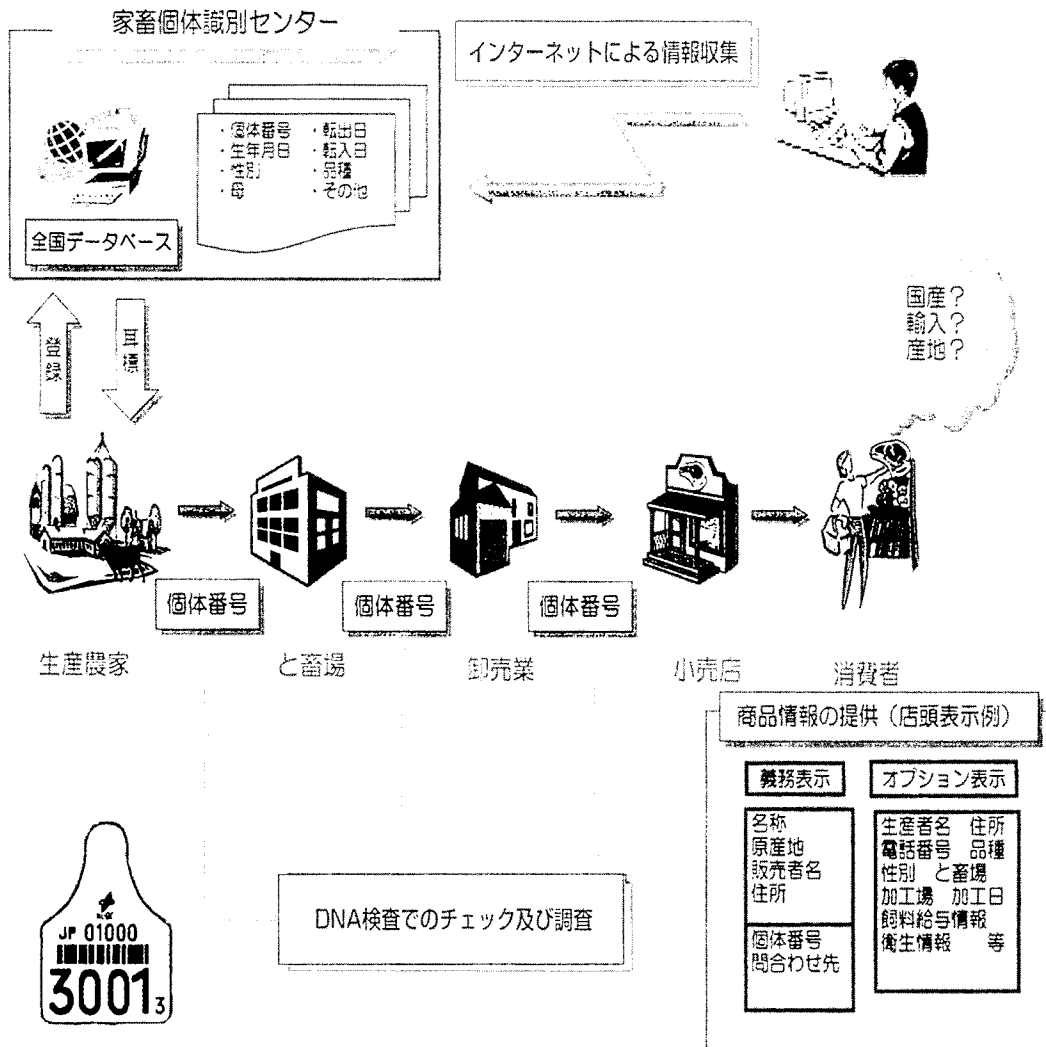
A 消費者が安心して食品を購入できるようにするためには、消費者と生産者の「顔の見える関係」を確立することが必要です。

このため、① 消費者が、自ら食品の生産方法等に関する情報を入手した上で、安心して食品を購入し、② 万一、食品事故が発生した場合にも、その原因の究明を容易にするトレーサビリティーシステムの開発・普及を行うことが大切です。

Q これから
どんな食品について行うの？

A 牛肉については本年度、モデル実証を行い、15年度以降トレーサビリティーシステムを導入していきます。また、青果物、米、豚肉、水産物等についてもモデル実証を行った上で、順次導入を目指します。

国産牛肉トレーサビリティのイメージ



- 1 耳標による個体番号で個体ごとに一元的なデータベースで管理
- 2 個体番号を消費段階からトレース (追跡) できる制度を構築
 - ・ 牛肉パックに個体番号の表示を義務付け
 - ・ と畜場でサンプルを採取し、DNA検査等で同一性をチェック
- 3 以上の情報に加え、オプション情報として、飼料給与・衛生情報等の情報を消費者に提供する仕組みを整備

⑤ JAS法

Q 「JAS法」の 目指すものは？

A 「JAS法」(農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律)は、食料品などについて規格や表示のルールを定めることにより、消費者が正しい情報を得て安心して食料品などを購入できるようにするとともに、良い商品を消費者に届けようとする生産者の努力が報われるようにすることを目的とする法律です。

Q JASマークって なにを保証しているの？

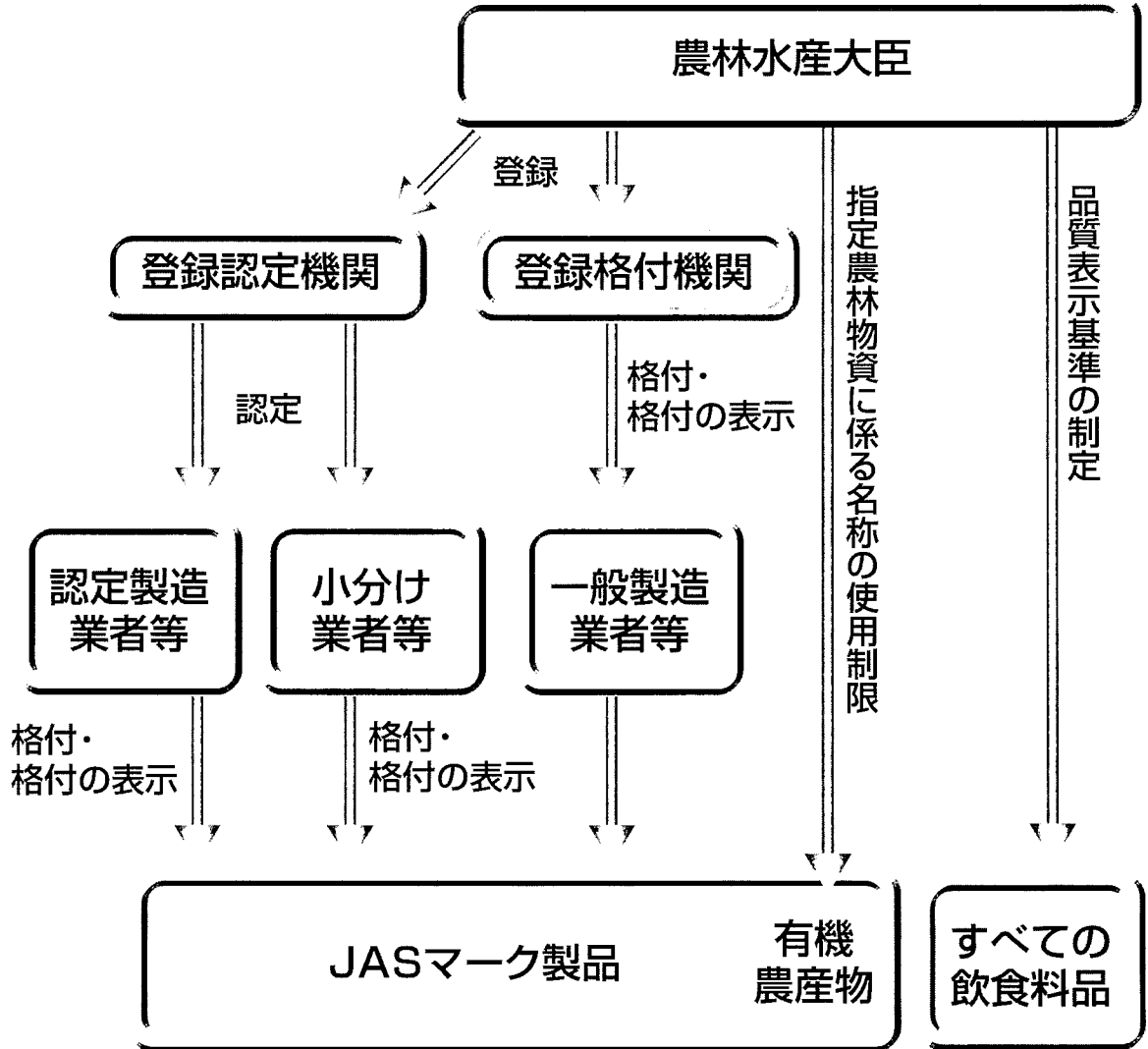
A JASマークは農林水産大臣が定めた日本農林規格(JAS規格)による検査に合格した製品に付けることができるマークです。

JAS規格では、品位、成分、性能等の品質に関する基準又は生産の方法についての基準が定められており、JASマークが付された製品はこれらの基準をクリアしたものです。

Q JAS法は表示について どのような内容を定めているの？

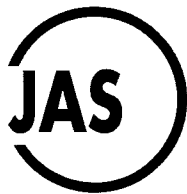
A JAS法では、消費者が商品を選びやすいよう、食品について一定の事項の表示を義務付けています。具体的には、生鮮食品の場合は名称と原産地表示を、加工食品の場合は名称、原材料名、内容量、賞味期限、保存方法、製造業者等の名称及び住所を表示しなければならないこととされています。

JAS法のしくみ

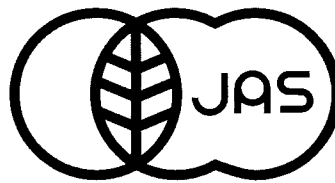


選んで安心JASマーク

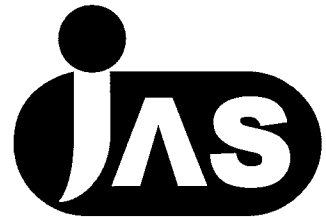
JASマーク



有機JASマーク



特定JASマーク



⑥ 食品表示ウォッチャー

Q 「食品表示ウォッチャー」 ってなに？

A 消費者の目線から食品表示をモニターしてもらうため、国（JAS協会）と都道府県は「食品表示ウォッチャー」を設置しています（平成14年7月現在1,500人）。

食品表示ウォッチャーは、店頭における食品表示の状況を日常的にモニターし、不適正な食品表示に関する情報を入手した場合には、国や都道府県等の行政機関に情報提供しています。

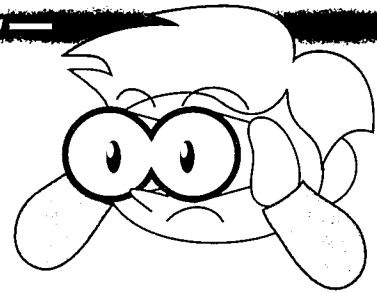
Q どうすれば 「食品表示ウォッチャー」になれるの？

A 国（JAS協会）が設置している食品表示ウォッチャーは、公募で選ばれた方と消費者団体からの推薦者からなっています。食品表示ウォッチャーになりたい方は、応募方法について、年度始めに国（JAS協会：03-3249-7120）にお問い合わせください。

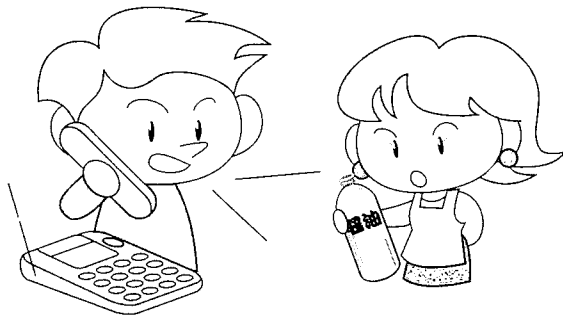
また、都道府県が設置する食品表示ウォッチャーについては、都道府県の食品表示担当部署にお問い合わせください。

消費者の味方！ 食品表示ウォッチャー

買い物など消費者の日常活動を活用した、食品表示の継続的なモニタリングと不適正な食品表示に関する情報提供を通じて、食品表示の適正化を推進することを目的に設置。



食品表示ウォッチャー



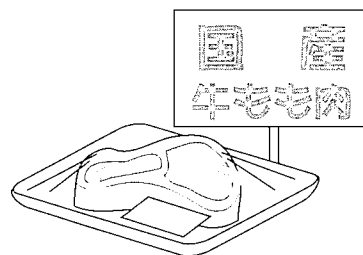
日常生活の中で食品の表示状況をモニターし、不適正な食品表示を見つけたら、国や都道府県などに情報提供

国や都道府県などは、必要な調査等を実施し不適正な食品表示があったら、適正な表示をするよう指導



適正な表示

名称	いちごジャム
原材料名	いちご、砂糖、ゲル化剤(ペクチン)、酸化防止剤(V.C)、酸味料
内容量	400g
品質保持期限	03.07.01
保存方法	直射日光を避け、常温で保存してください。
製造者	東京都港区赤坂〇〇〇〇(株)〇〇食品



⑦ 食品表示110番

Q 「食品表示110番」 ってなに？

A 「食品表示110番」は食品表示に関する「これってどんな意味なの？」や「この表示おかしいな。」という声を行政に伝えてもらうためのホットラインです。

平成14年7月現在、全国65カ所に設置されています。

〔 農林水産省本省、地方農政局、食糧事務所、
沖縄総合事務局、
独立行政法人農林水産消費技術センター 〕

フリーダイヤル（農林水産消費技術センター）
0120-481-239

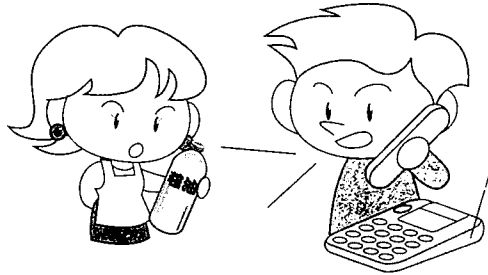
Q 「110番」にかけたら なにをしてくれるの？

A 報告された「この表示おかしいな。」という食品表示の情報は、何処がおかしいのかを確認した後、品質表示基準に違反している疑いがあれば、立入検査などを実施して、表示の適正化を図ります。

食品表示110番

消費者

「この表示
おかしくない？」



「食品表示110番に
連絡しよう。」

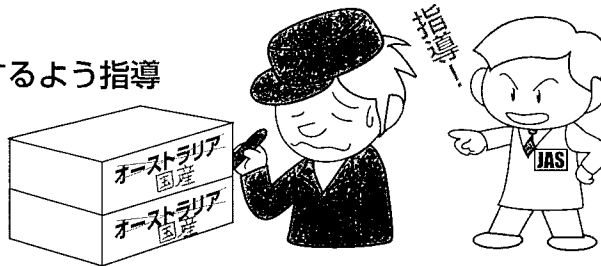
食品表示110番

「はい。
食品表示110番です。」



行政機関による検査を実施

不正があれば、
正しい表示をするよう指導



違反者

「二度と不正な表示は
しません。」



⑧ 食育

Q 「食育」ってなに？

A 「食育」は消費者に対し、「食」の安全に関する知識、「食」の選び方や組合せ方などを教えるものです。「食育」の対象は子どもに限られたものではなく、全ての消費者が各々の状況に応じ様々な情報提供を受けることが重要です。

Q どうして「食育」が必要なの？

A 「食育」は、最近の食品に関する様々な問題を踏まえ、今後の食品安全行政の重要な個別課題としてとらえられています。消費者一人一人が、食品や食料生産、食文化等についての情報をもとに、食品の選び方や組合せ方等を主体的かつ適切に選択し、健全な食生活を行っていくために必要なことをきちんと理解することが重要です。「食育」は、このような取組みを推進するものです。

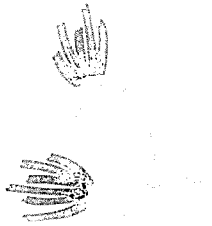
Q これからどう進めていくの？

A 今後の取組みとして、交通安全運動のような国民運動が必要です。このため、農林水産省では「食を考える国民会議」を中心として、食育の必要性や重要性などを中心とした「食を考える国民フォーラム」を開催したり、民間のボランティアの方々を中心とした地域における「食育」活動を進めるなど、積極的に活動を進めていきたいと考えています。

子どもへの食育



食べ物を正しく選べるようになろう。



自分で作ってみよう！

地域に根ざした食生活推進コンクール2001受賞事例より

食に関して考えるキャンペーン(米国の例)



3月は「国民栄養月間」

Four Steps to Food Safety



9月は「全国食品安全教育月間」

⑨ ブランド・ニッポン

Q 「ブランド・ニッポン」食品 ってなに？

A 日本ならではの食文化や地産地消の取組みなどの産地の特色を活かした新鮮でおいしい食品を「ブランド・ニッポン」食品と位置づけています。

Q 「ブランド・ニッポン」戦略は なにを目指すの？

A 「ブランド・ニッポン」戦略とは、「ブランド・ニッポン」食品を提供するために、産地が消費者の評価を踏まえて作成する、立地条件や地域資源を活かした生産・流通・販売戦略です。

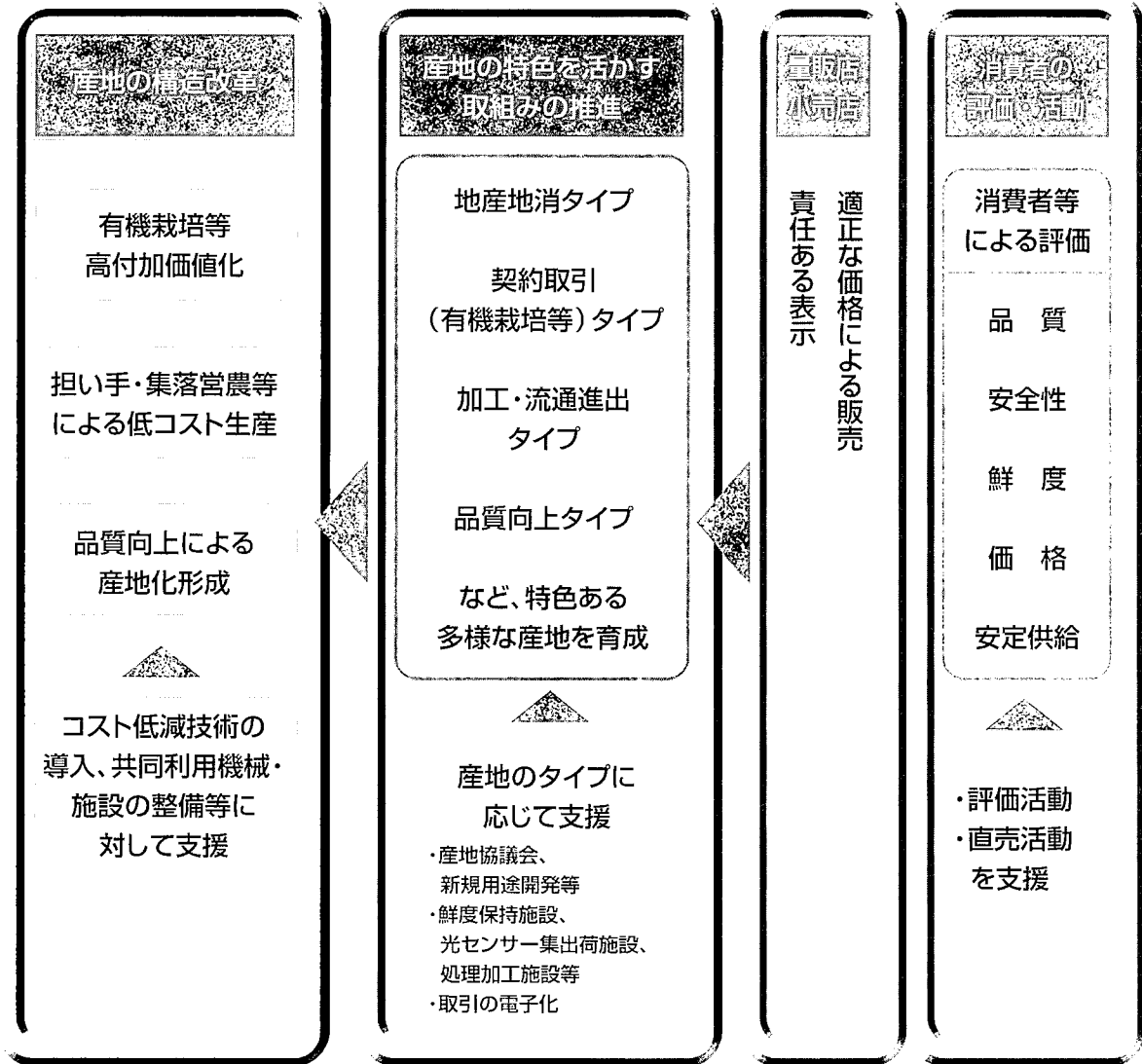
農林水産省は、消費者による農水産物の評価活動や地産地消活動への支援を行うほか、戦略を策定した産地に対して、

- ① 産地の特色を活かした環境保全型農業、契約取引、特色ある食品開発への支援
- ② 物流の合理化、次世代高性能農業機械の開発による生産・流通を通じた高コスト構造の是正などの施策を重点化することにより、「ブランド・ニッポン」食品の供給体制の確立を目指すこととしています。

「ブランド・ニッポン」食品の供給体制の確立

「ブランド・ニッポン」戦略
 —消費者の評価を踏まえ、産地の優位性を活かした戦略の策定—

消費者の評価反映



トレーサビリティシステム等の活用

水産物 ニーズを踏まえた技術開発
 関連対策の一体的実施 (きれいな水の確保等)

⑩ 地産地消

Q 「地産地消」ってなに？

A 「地産地消」とは、地域で生産された産物を、その地域で消費するという考え方により行われている取組みのことです。

各地域において、直売所を利用した新鮮な地域産物の販売、地域産物への理解を深めるための生産者と消費者の交流活動などの多様な取組みが行われています。

Q 「地産地消」をどう進めていくの？

A 「地産地消」については、現在、都道府県や市町村などが実施する生産者と消費者の連携活動等に対する支援が行われています。

今後、『「食」と「農」の再生プラン』に基づき、生産者と消費者との連携の下に特色ある農水産物の供給産地を育成することとしており、「地産地消」についても、その一環として、一層の推進を図っていきたいと考えています。

1 神奈川県JA横浜南の事例

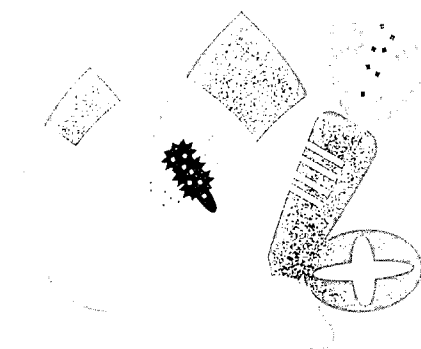
JA横浜南では、兼業農家などが市場に出荷できなかった野菜を、量・品目は問わずに農協に持ち込めるシステムを確立し、地元の量販店に販売しており、多品目と新鮮さが量販店の安定した人気を呼んでいる。

また、「農産物の地場消費」をテーマにブランド化を図り、地元産の野菜に『ハマッ子』マークをつけ、市内のスーパーや直売所で販売するなど、地域ブランドとして高い評価を得ている。



2 佐賀県鳥栖・三養基地域の事例

鳥栖・三養基地域では、県民とともに発展する農業・農村の実現を目的とする「さが農業・農村ふれあい運動」の一環として、県民消費者により構成される「さが“食と農”サポーター」との交流会を開催し、地元消費者への地元農産物の良さや生産状況の紹介、意見交換を行うなどの取組みを推進している。



⑪ スローフード

Q 「スローフード」ってなに？

A 「スローフード」とは、イタリアのブラ（Bra）という小さな町からスタートした、多忙な現代人の食生活を見直す運動で、単にファストフードの対極の言葉としてだけでなく、

- ① 消えてゆくおそれのある伝統的な食材や料理、質のよい食品、酒を守る
- ② 質のよい素材を提供する小生産者を守る
- ③ 子供たちを含め、消費者に味の教育を進めることがテーマに掲げられ、各地に残る食文化を尊重し将来に伝えていこうという活動です。

Q 日本でもさかんなの？

A 日本でも、郷土食や地方の特色ある野菜などの食材や日本酒を改めて見直そうという動きがあるなど、各地でスローフード運動に取り組む活動が行われています。

Q 「スローフード」で生活がどう変わるの？

A 日本では、古来から郷土食、地方の特色ある食材や日本酒などがあり、日常の中でスローフードが実践されてきました。しかし一方で、ライフスタイルの変化や効率化の追求の中で、全国で食事や味の画一化が進んでいます。ここで一度立ち止まってしっかりと食生活を見直してはいかががでしょうか。

スローフード運動発祥の地

トリノ (Torino)

ブラ (Bra)

ジェノヴァ (Genova)

ローマ (Roma)

ミラノ (Milano)

アドリア海
(Adriatic Sea)

ティレニア海
(Tyrrhenian Sea)



スローフード協会の カルロ・ペトリーニ会長の言葉

「私たちはスピードに束縛され、習慣を狂わされ、家庭のプライバシーにまで進入し、ファスト・フードを食べることを強制されるファスト・ライフというウィルスに感染しています。そこで、ホモ・サピエンスは聡明さを取り戻し、我々を滅亡の危機へと追いやるスピードから、自らを解放せねばなりません。」

2. 栄養効能

① タンパク質

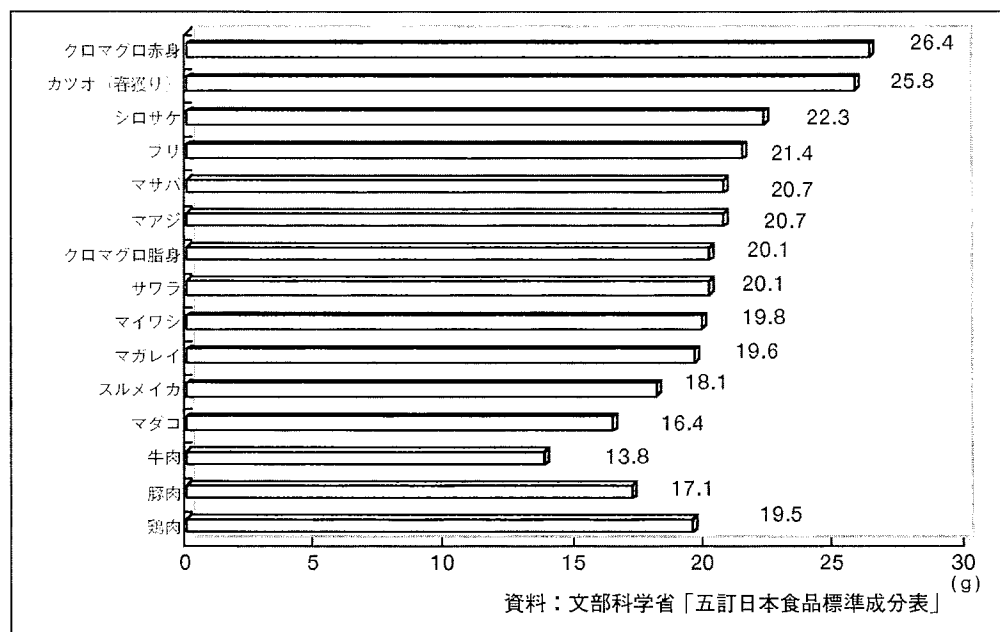
人間の健康をささえている大切な栄養素のひとつに、タンパク質があります。人間の体は、筋肉や血液、臓器、毛髪、骨はもちろん、体の働きにかかせない酵素やホルモンまで、大部分がタンパク質から作られています。

タンパク質は、約20種類のアミノ酸によってできていますが、このうち、リジン、トリプトファン、フェニルアラニン、メチオニン、スレオニン、ロイシン、イソロイシン、バリンの8つのアミノ酸は体の中で作ることができないため、食品から補給しなければなりません。食品によって、含まれるアミノ酸の種類や量がちがいます。

魚は種類が多く、筋肉の色が赤身のもの、白身のものがあり、それぞれ独特の味を持っています。また、肉質が柔らかいため、魚のほうが消化されやすく、赤ちゃんからお年寄りまで無理なく食べることができます。肥満や成人病の多いアメリカでは、低脂肪、低カロリーなのに栄養が十分とれ、かつ太らないということで、ダイエット食品としても見直されています。

魚のタンパク質は、体の中のいらぬ塩分を排泄し、成人病を予防する働きがあります。タンパク質が不足すると、脳卒中、高血圧、心筋こうそく、肥満などの病気にかかりやすくなります。タンパク質をたくさん含む魚は、マグロ、イワシ、ブリ、サバ、サンマ、サワラ、カジキ、アジ、ウナギ、カツオ、マダイ、サケなどがあります。

タンパク質含有量の多い主な魚介類 [可食部(生)100gあたり]



② D H A (ドコサロキサヘン酸)

DHAは、魚だけがもっているすてきな栄養素です。DHAは魚の脂に含まれている高度不飽和脂肪酸のことです。この脂肪酸は、体の中に入ってから多くの働きをすることがわかっています。

それは、DHAが血液をサラサラにする働きがあるので、血管がつまっておきる心筋こうそくや脳血栓などの病気を防ぐことができるということです。

DHAは、脳の中にあって、脳細胞のひとつひとつを独立させた細胞にする細胞膜をつくるための大切な栄養素です。

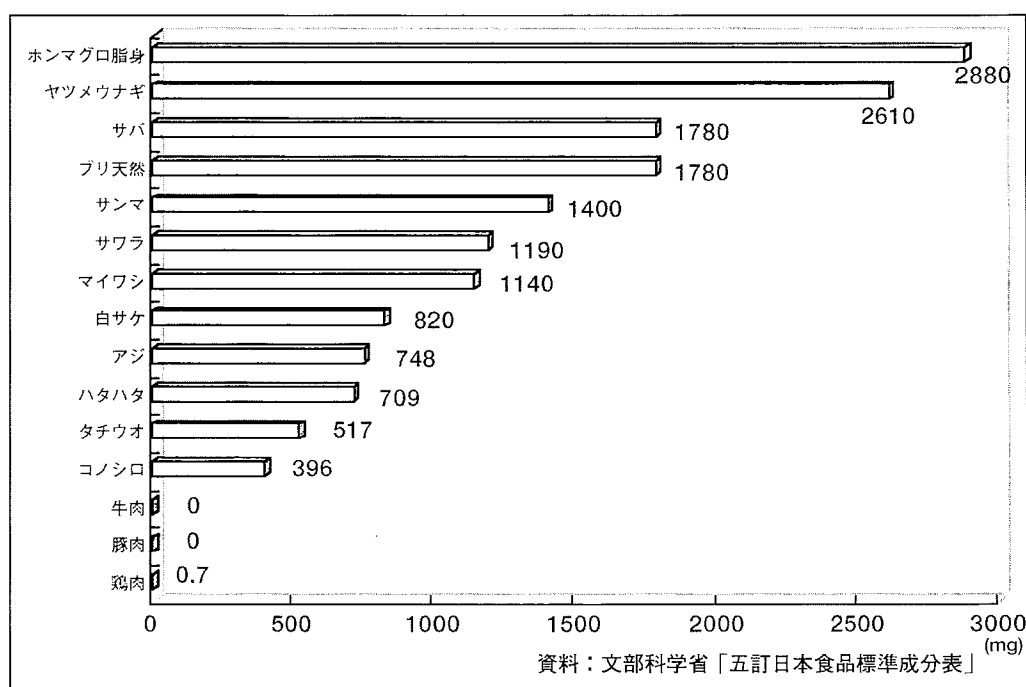
DHAが不足すると、脳の細胞の膜ができないことになり、脳細胞が少なくなってしまう。このため特に、脳細胞が作られる時期にあたる胎児や赤ちゃんは、大量に必要とします。

また、DHAは、幼児期だけではなく青年、壮年そしてお年寄に至るまで、一生とりつづける必要がある栄養素です。

最近では、このDHAは、ガンの予防やリュウマチによる炎症の治療にも効果があるということがわかってきました。

DHAが不足すると、発育不全、精神薄弱などの病気にかかりやすくなります。DHAを多く含む魚介類には、マグロ、イワシ、サケ、ブリ、サバ、サンマ、ハマチ、スジコ、マダイなどがあります。

DHAを多く含む主な魚介類 [可食部(生)100gあたり]



③ EPA (エイコサペンタエン酸)

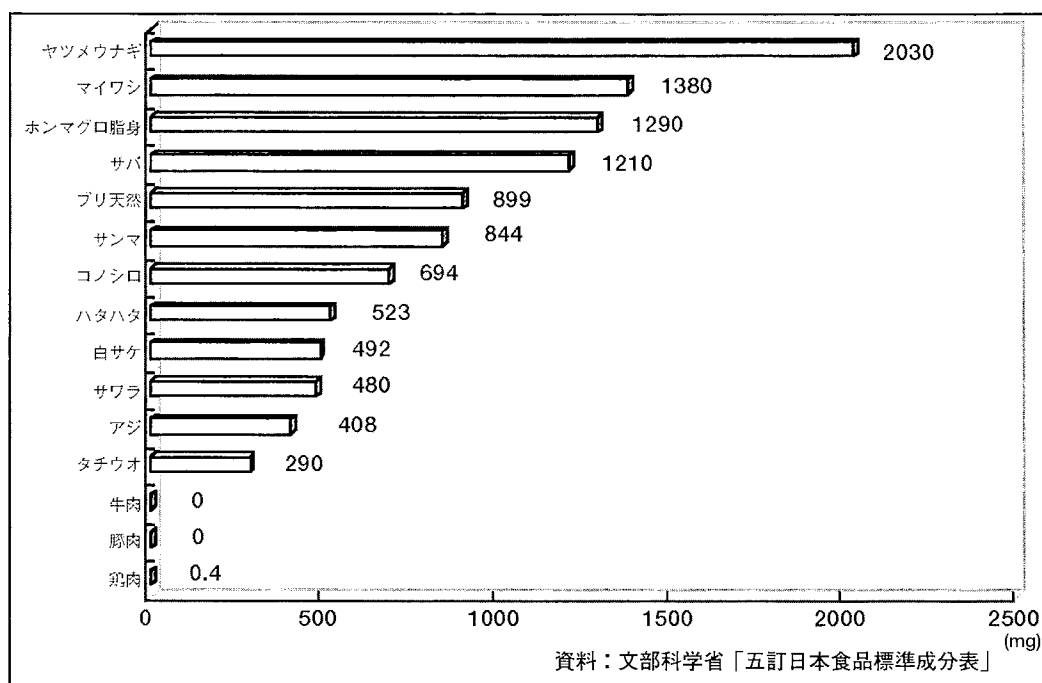
EPAというすばらしい働きをする高度不飽和脂肪酸が、今注目されています。これは魚介類だけに含まれている栄養素で、脳血栓や心筋こうそくなどの成人病を予防する働きのほか、EPAには、次のような働きがあります。

- ・ 血小板の凝集を抑え、血液のねばりけを予防します。
- ・ 血液中の悪いコレステロールや中性脂肪を減らし、動脈硬化を予防します。

この聞きなれないEPAの価値は、エスキモー人の食生活の調査からわかりました。彼らには高血圧や心筋こうそくの人の割合が、非常に少なかったのです。その原因は、彼らの食事にありました。エスキモー人の主食は、魚と、魚を食べているアザラシ。このため彼らの血液中には、他の人より多くのEPAが含まれており、高血圧や心筋こうそくの原因となる血栓ができにくかったのです。エスキモー人と同じことが、日本の調査でもわかりました。農村で暮らす人たちより、漁村で暮らす人たちの方が、成人病にかかる割合が少なかったのです。

すばらしい栄養素であるEPAは、水産動植物だけに含まれているもので、他の陸上動植物と比較できませんが、魚同士で比較してみるとヒラメやタイに比べて、寒流に棲むマイワシやアジといった背中の青い魚に、EPAが多く含まれていることがわかっています。EPAが不足すると、高血圧、動脈硬化、脳卒中などの病気にかかりやすくなります。EPAを多く含む魚介類には、イワシ、スジコ、マグロ、サバ、ハマチ、マダイ、ブリ、サンマ、サケなどがあります。もっともロスのない食べかたは、脂を逃さない刺身で食べることです。

EPAを多く含む主な魚介類 [可食部(生)100gあたり]



④ カルシウム

体の中のカルシウムの99%は骨を作っていますが、残り1%は、血液、筋肉、神経などに含まれており、大切な働きをしています。

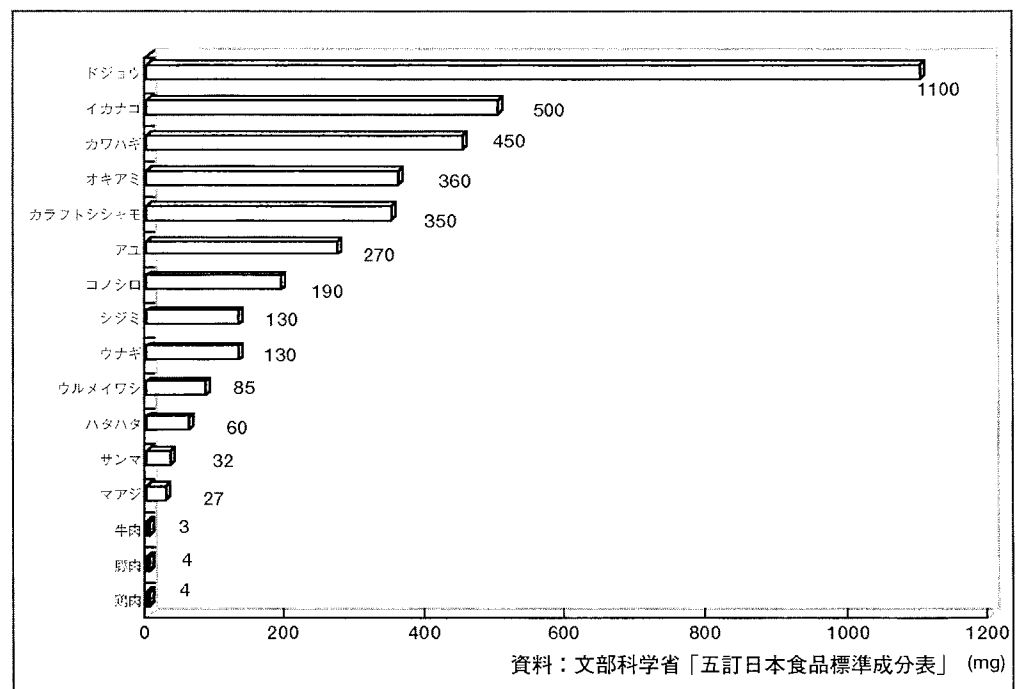
主な作用としては、次のようなものがあります。

- ・ 出血時に血液を凝固させます。筋肉の収縮作用を調整します。
- ・ 大脳の神経の興奮を適度にたもち、イライラを予防します。
- ・ 骨折、捻挫、虫歯などの予防に役立ちます。
- ・ 病原菌に対する免疫や抵抗力を高めます。
- ・ 骨粗しょう症の予防に役立ちます。

また、血液中のカルシウムが不足すると、骨や歯からカルシウムを補おうとします。食べ物から摂取するカルシウム量が少なくなると、血液中のカルシウム濃度と骨や歯に使用されるカルシウム量の調整がむずかしくなり、そのため、いろいろな病気の引き金になってしまいます。たとえば、高血圧、心筋こうそく、糖尿病、骨粗しょう症、老人性痴呆症（ボケ）などの病気がこれにあたります。

牛乳は、カルシウムの補給源として有名ですが、なんと煮干し（いりこともいう）などの小魚は、牛乳以上にすばらしいカルシウム補給源になります。とくに、まるごと食べることのできる魚は、カルシウムの吸収を良くするビタミンDも同時に補給できます。そして、このビタミンDは魚に多く含まれています。カルシウムを多く含む魚介類には、煮干し、サクラエビ、ハゼの佃煮、田作り（たづくり）、マイワシの丸干し、シラス干しなどがあります。

カルシウム質含有量の多い主な魚介類 [可食部(生)100gあたり]



⑤ タウリン

アミノスルホン酸の一種で、タンパク質の構成成分ではなく、遊離した形で人間の心臓、脾臓、肺、脳、脊髄、母乳などに広く分布している。

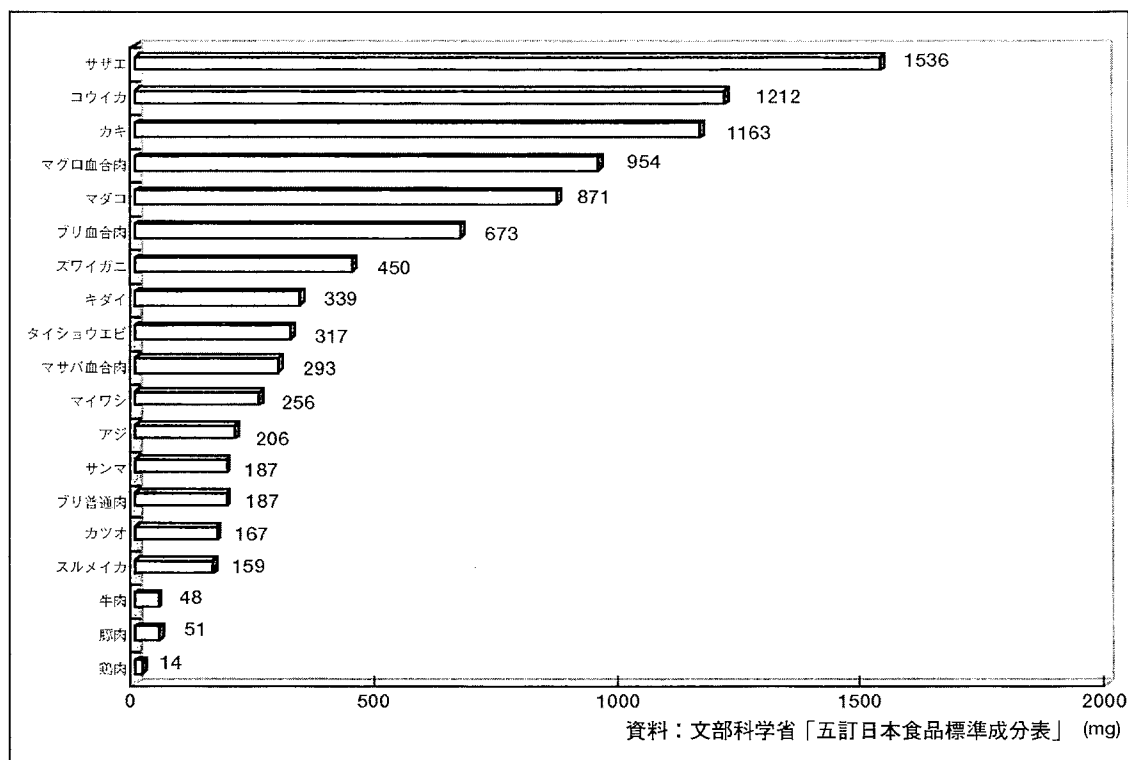
主な作用としては、次のようなものがあります。

- ・ 血圧を正しくたもち、血栓や心筋こうそくを予防します。
- ・ 血液中の悪いコレステロール（LDL）を減らして、良いコレステロール（HDL）を増やします。
- ・ 血液中の中性脂肪を減らします。
- ・ 視力の衰えを防ぎます。
- ・ 新生児の脳や網膜の発育を助けます。

タウリンを多く含むのはやはり魚介類です。魚の場合は、普通肉よりもカツオ、マグロ、ハマチ、などの血合肉に多く含まれています。さらに貝やタコ、イカにも、タウリンは多く、海藻のノリにも多く含まれていて、これらの魚介藻類はタウリンの補給にはピッタリの食品です。特に赤ちゃんの脳の発育や視力の発達には、タウリンが必要です。この大切なタウリンは、母乳に沢山含まれています。

タウリンが不足すると、動脈硬化、視力低下、肝臓病、貧血などの病気にかかりやすくなります。タウリンを多く含む魚介類には、マグロ、カツオ、ブリ、アジ、マダイ、キダイ、サンマ、イワシ、サバなどの魚類、イカ、タコ、アワビ、ホタテガイなどの軟体類、カニ、エビなどの甲殻類があります。

タウリン含有量の多い主な魚介類 [可食部(生)100gあたり]



⑥ 鉄

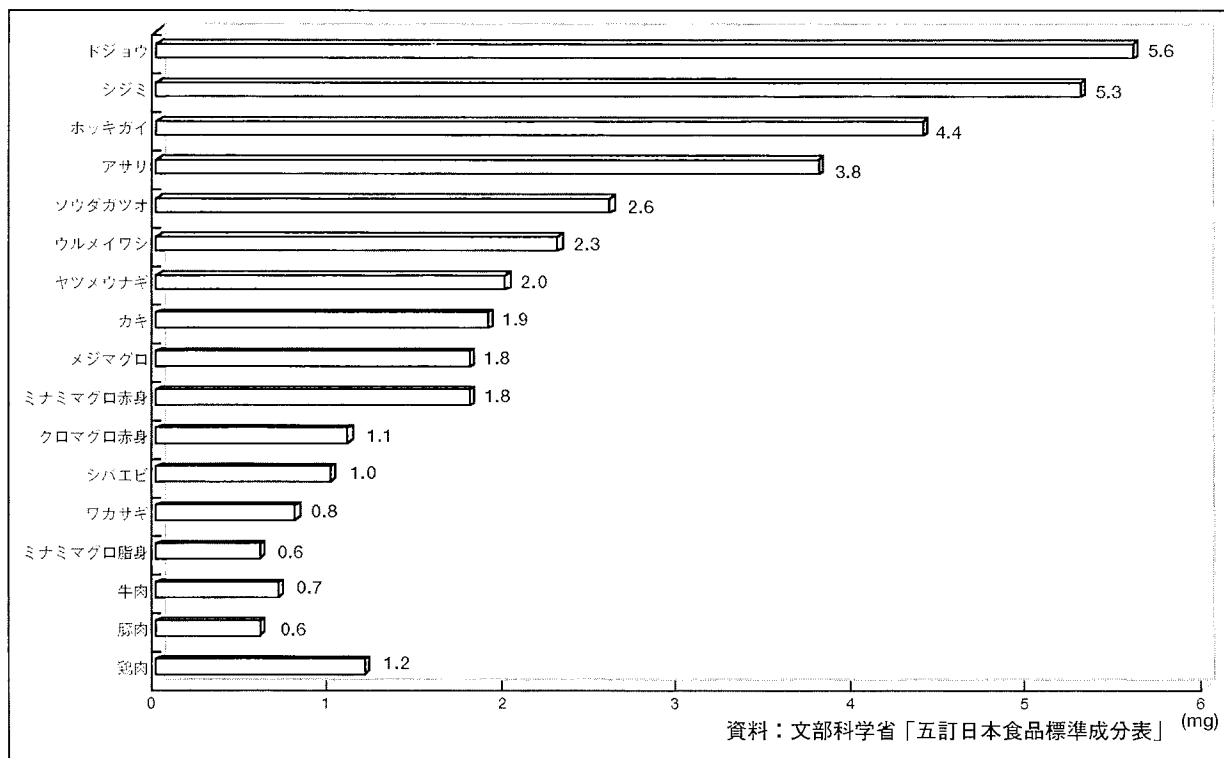
人体の中の鉄分の約60%は、酸素の運搬役である赤血球中のヘモグロビンに含まれ、残りは筋肉や酵素の成分となっています。一日の必要量は10mgです。しかし、月経のある女性の場合は12mgが必要とされています。

- ・ヘモグロビンの鉄は酸素を運搬します。
- ・ミオグロビンの鉄は血中の酸素を細胞に取り入れます。
- ・各細胞の鉄は、酸素の活性化に関係し、栄養素の燃焼に役立ちます。
- ・貧血の予防に役立ちます。

鉄が不足すると、貧血によるめまい、疲労感、息切れ、動機などの病気にかかりやすくなります。貧血の怖い点は、自覚症状がはっきりせず、発見が遅れやすくなることです。鉄もなかなか吸収されにくい成分のひとつですが、魚に含まれる「ヘム鉄」（血液中のヘモグロビンの鉄）は体内吸収率が35%と非常に優秀です。しかし、鉄を吸収させるためには、ビタミンCの助けが必要であり、魚とレモン汁、大根おろし、といった日本人の食事は、栄養を効率よくとるためにもたいへん有効です。鉄を多く含む魚介類には、ドジョウ、シジミ、ホッキガイ、アサリなどがあります。鉄を多く含む魚介食品には、ヒジキ（55.0mg/100g）、ハマグリ（佃煮：38.3mg/100g）、アオノリ（素干し：32.0mg/100g）などがあります。

鉄含有量の多い主な魚介類

[可食部（生）100gあたり]



⑦ ビタミンA

からだのどこかに変調をきたすと皮膚につやがなくなります。とくに、皮膚がかさついてきたり、毛穴に乾いたポツポツができたりザラザラした感触になってきたら、ビタミンAの欠乏かもしれません。

ビタミンAは、つぎのような作用を持っています。

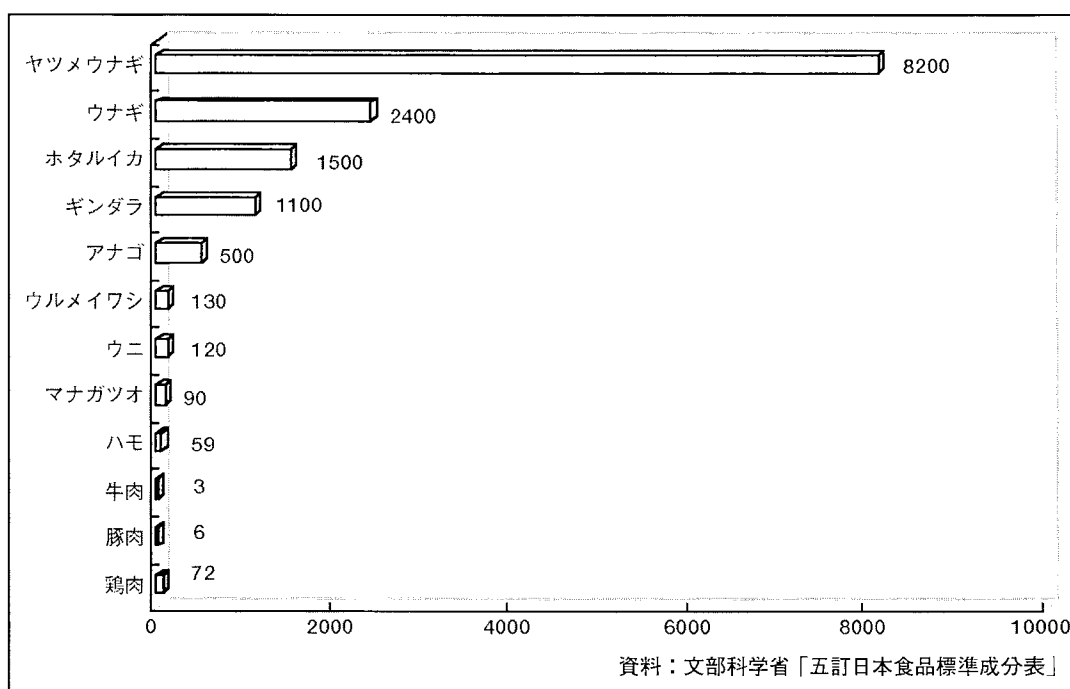
- ・皮膚や粘膜の健康を維持し、細菌に対する抵抗力を増します。
- ・視覚機能を助けます。
- ・発育を促進させます。

ビタミンAは、水にとけず、油脂にとけやすく、熱にやや不安定で高温でこわれてしまうといった性質のほか、不足しても、とりすぎても障害がでてしまいます。ビタミンAが不足すると、皮膚障害、風邪、味覚障害などの病気にかかりやすくなります。

ビタミンAを多く含む魚介類には、ヤツメウナギ、ウナギ、ホタルイカ、干しノリ、ハモ、ギンダラ、スジコ、ドジョウ、シシャモなどがあります。また、ビタミンAを極端に多くとりすぎると、頭痛や下痢などの障害がでることがあります。

ビタミンA含有量の多い主な魚介類

[単位：μg]



⑧ ビタミンB1

ストレスの多い社会で暮らしていくためには、脳神経を静める作用のあるビタミンB1を多く含む魚を食べることも必要です。こうした魚を食べることで、気持ちの高ぶりが抑えられると同時に、ビタミンB1欠乏症である脚気（かっけ）の予防にもなります。

ビタミンB1は、次のような作用を持っています。

- ・余分な消化液の分泌を抑止し、食欲を高めます。
- ・神経の働きを調節します。
- ・糖質の代謝を助けます。

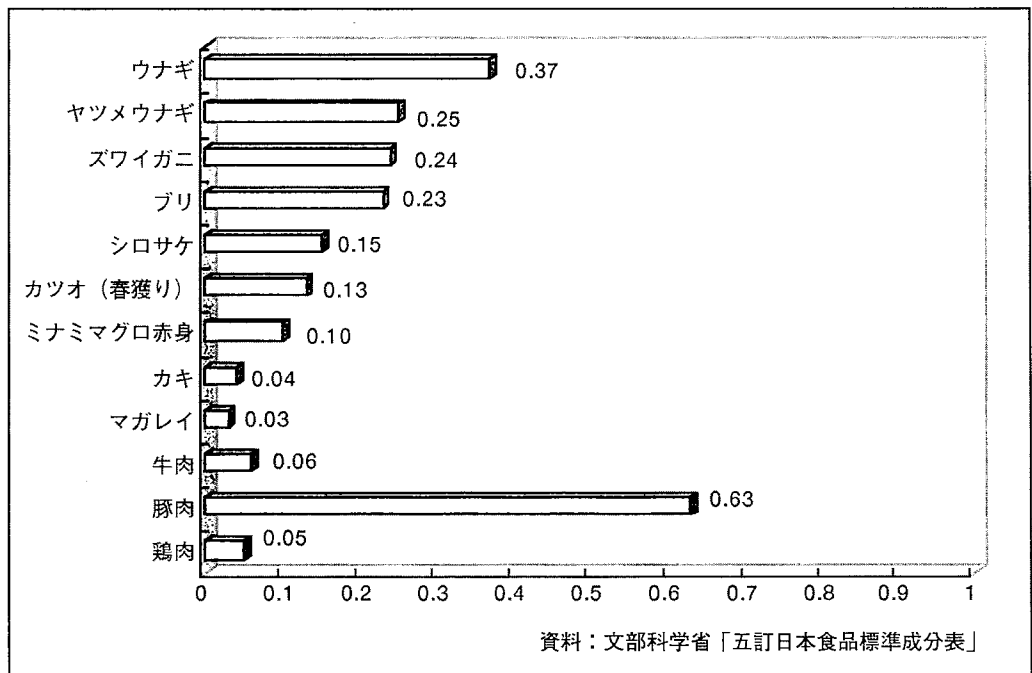
ビタミンB1は、水にとけやすいため調理するとほとんどなくなってしまいます。また、アルカリを加えて加熱するとこわれてしまいますが、弱酸性では安定という性質を持っています。

ビタミンB1が不足するとむくみ、便秘などの病気にかかりやすくなります。

ビタミンB1を多く含む魚介類には、ウナギ、タラコ、カツオ節、アワビ、フナ、サンマ、マダイ、ウニ、ノリなどがあります。

ビタミンB1含有量の多い主な魚介類

[単位：μg]



⑨ ビタミンB2

口のまわりがただれたり、舌にポツポツができた場合、ビタミンB2が不足しているかもしれません。よく魚の皮を除いて身だけを食べている人がいますが、魚の皮にはビタミンB2が豊富に含まれているので、嫌がらずに食べるとよいでしょう。

ビタミンB2には、次のような作用があります。

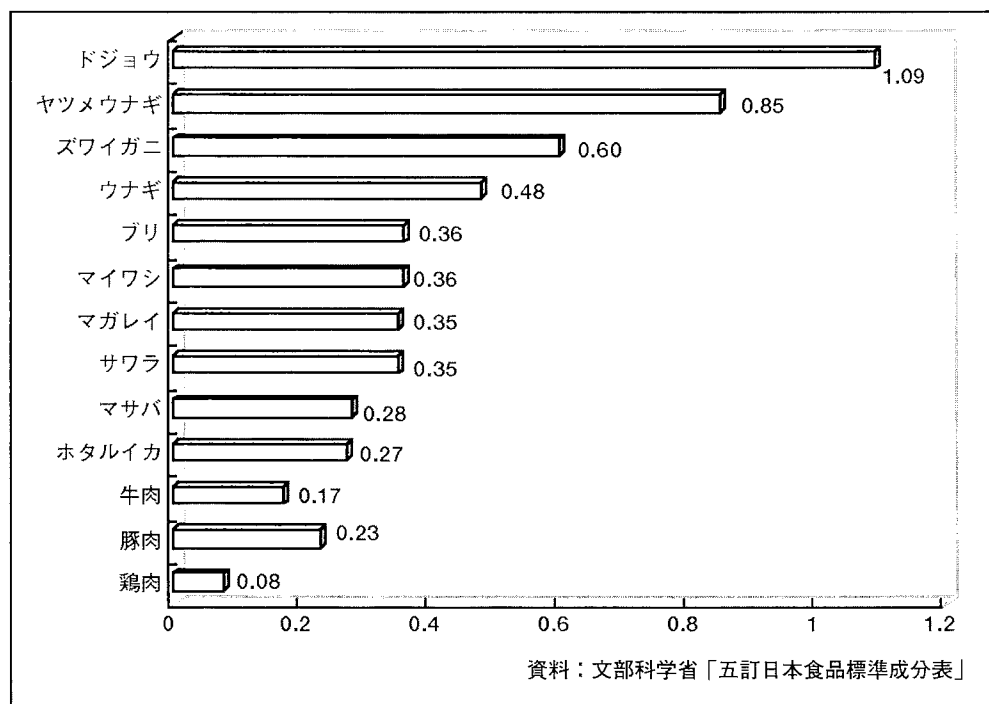
- ・発育に欠かせません。
- ・細胞内の物質代謝を助けます。

ビタミンB2は、酸や熱には比較的安定しており、水にややとけやすい性質を持っています。しかし、アルカリ性で不安定といった性質を持っているほか、体の中に貯蔵することができないので、毎日食べ物からとらなければなりません。また、光に弱いので、保存しておきたい場合は冷暗所に置かなければなりません。ビタミンB2が不足すると口内炎、口角炎などの病気にかかりやすくなります。

ビタミンB2を多く含む魚介類には、ウナギ、ズワイガニ、ウニ、タラコ、カレイ、サワラ、マイワシ、カツオ節、ブリ、カキ、サンマ、ニシン、アジ、マダイなどがあります。

ビタミンB2含有量の多い主な魚介類

[単位：mg]



⑩ ナイアシン

ビタミンB群のひとつで、ニコチン酸とニコチン酸アミドの総称として使われています。ビタミンとしての必要量は高く、不足すると皮膚炎、胃腸疾患、不眠や無気力などの神経疾患等を引き起こす要因となります。

ナイアシンは、次のような作用をもっています。

- ・胃腸管の働きを正常に保ちます。
- ・皮膚を健康にします。

ナイアシンが不足しますと、ペラグラといわれる病気の引き金になります。

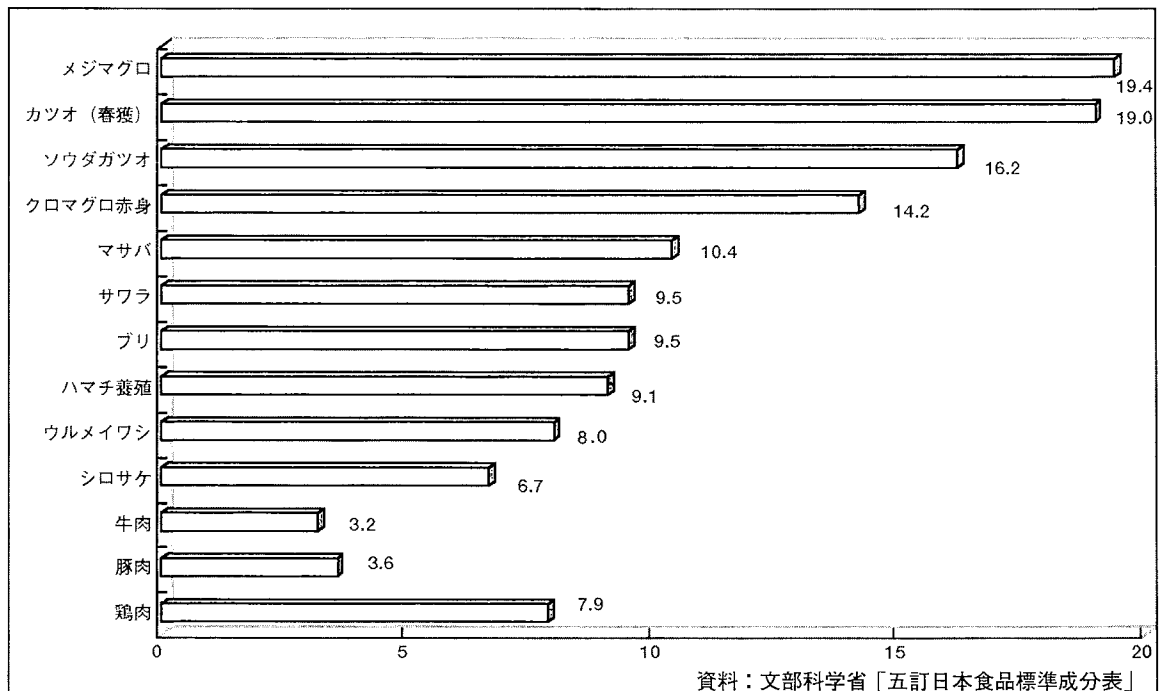
ペラグラとは“荒れた皮膚”という意味のイタリア語です。このペラグラの症状は、皮膚に鮮やかな紅色をした発疹ができ、日光に当たると皮膚がザラザラとしてきます。さらに、黒っぽくなるなどの色素沈着を起こします。

また、皮膚以外の症状としては、下痢や神経痛、食欲不振、胃痛、不眠、無気力状態などといった症状をひき起こします。

ナイアシンを多く含む魚介藻類には、カツオ、マグロ、サバ、サワラ、ブリ、かつお節、煮干し、タラコなどがあります。

ナイアシン含有量の多い主な魚介類

[単位：mg]



⑪ ビタミンD

ビタミンDは、カルシウムが腸で吸収されるときや、カルシウムが骨になるときに重要な働きをします。ビタミンDの不足は、骨のカルシウム沈着を悪くするため、骨が変形しやすくなり、O脚やX脚、背骨わん曲といった症状になって現れます。日光にあたれば体内でも作られますが、現代人は不足しがちなので、食品からとることが必要です。

ビタミンDには、次のような作用があります。

- ・カルシウムとリンの吸収を良くします。
- ・骨や歯にリン酸カルシウムが沈着するのを助けます。
- ・血液中のリンの量を一定に保ちます。

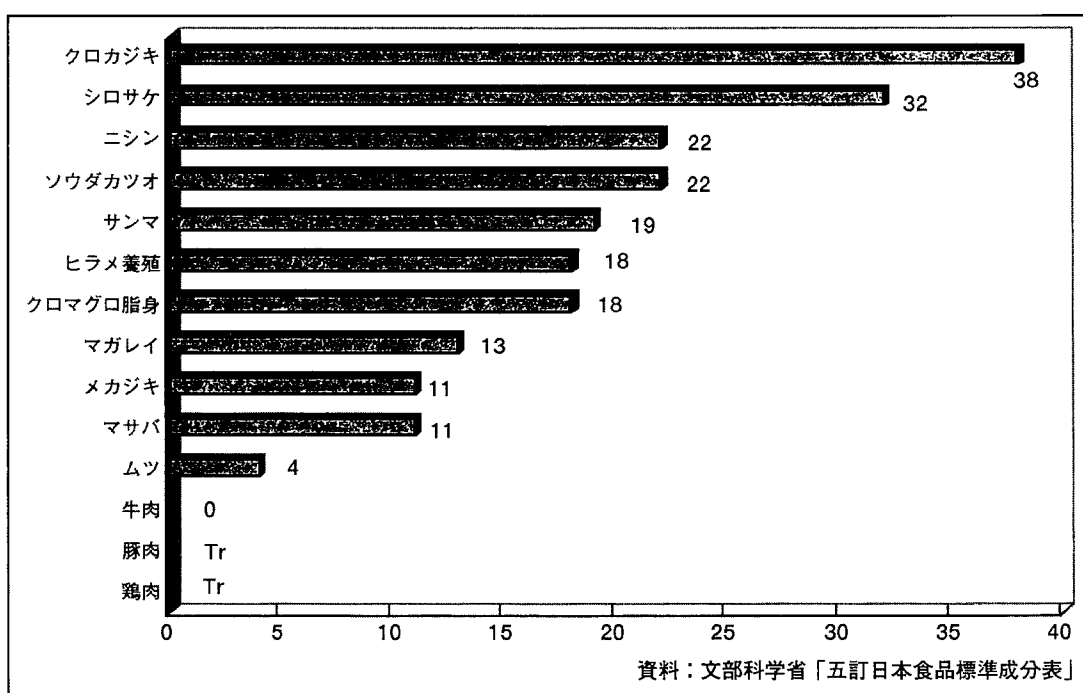
ビタミンDは、水にとけにくいですが油脂にとけ、加熱しても壊れにくいといった性質を持っています。

ビタミンDが不足すると、骨粗しょう症、骨軟化症などの病気にかかりやすくなります。

ビタミンDを多く含む魚介類には、メカジキ、ニシン、サケ、ギンザケ、クロカジキ、ヒラメ、マサバ、ムツ、カレイ、マグロ、カワハギ、ニジマスなどがあります。

ビタミンD含有量の多い主な魚介類

[単位：μg]



⑫ ビタミンE

若さをたもつための栄養素とされています。体内のビタミンEが少なくなると肌の細胞や体内細胞が壊れてしまうこととなります。こうなると急速に老化が進むこととなります。

ビタミンEには、次のような作用があります。

- ・食品の酸化を予防します。
- ・酸化を抑制する効果を持ちます。
- ・生殖機能を維持します。
- ・体内で過酸化脂質を作るのを予防します。
- ・老化の予防に役立ちます。

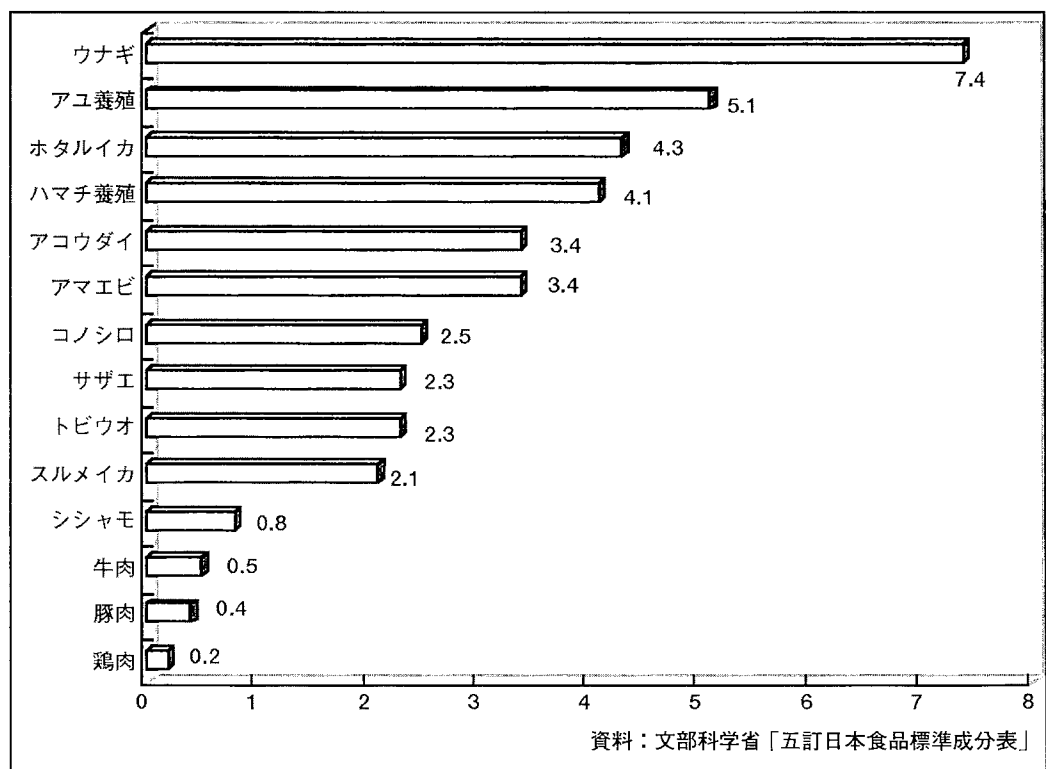
ビタミンEは、水にとけず、油脂にとけ加熱しても壊れにくいといった性質を持っています。

ビタミンEが不足すると、老化が進みます。

ビタミンEを多く含む魚介類には、アンコウ、マグロ、アユ、カズノコ、スジコ、タラコなどがあります。

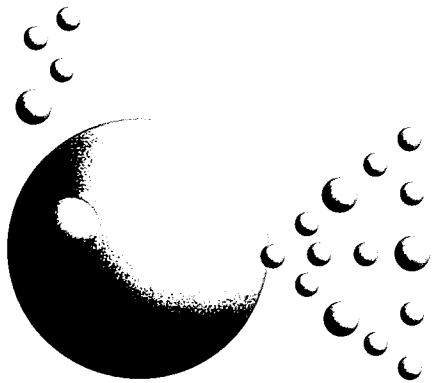
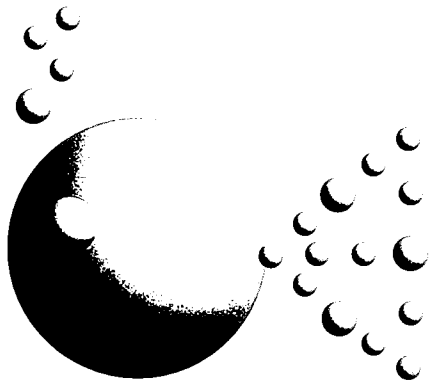
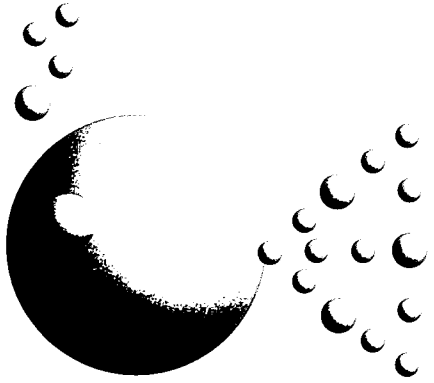
ビタミンE含有量の多い主な魚介類

[単位：mg]





VI 資 料 編



1. おさかな相談・問い合わせ先一覧

	名 称	〒	住 所	T E L
水産関係団体・会社	001 (社)海と渚環境美化推進機構(マリンプルー21)	107-0052	東京都港区赤坂3-21-15 東都赤坂ビル	03-3584-0955
	002 (財)温水養魚開発協会	105-0012	東京都港区芝大門1-2-13 第1丁子家ビル7階	03-5777-0835
	003 (財)海外漁業協力財団	107-0052	東京都港区赤坂1-9-13 三会堂ビル6階	03-3585-5381
	004 (財)海洋生物環境研究所	101-0051	東京都千代田区神田神保町3-29 帝国書院ビル5階	03-5210-5961
	005 (社)漁業情報サービスセンター	104-0055	東京都中央区豊海町4-5 豊海振興ビル6階	03-5547-6888
	006 独立行政法人 国際協力機構	151-8558	東京都渋谷区代々木2-1-1 新宿マインズタワー6～13階	03-5352-5311
	007 (財)食品産業センター	107-0052	東京都港区赤坂1-9-13 三会堂ビル7階	03-3224-2361
	008 (財)水産無脊椎動物研究所	103-0015	東京都中央区日本橋箱崎町16-11 ルミネ日本橋803	03-3667-3961
	009 全国遠洋かつお・まぐろ漁業者協会	101-8503	東京都千代田区内神田1-1-12 コープビル7階	03-3294-9634
	010 (社)全国近海かつお・まぐろ漁業協会	101-0047	東京都千代田区内神田1-5-4 加藤ビル2階	03-3295-3721
	011 全日本海員組合	106-0032	東京都港区六本木7-15-26 海員ビル5階	03-5410-8310
	012 全国蒲鉾水産加工業協同組合連合会	101-0025	東京都千代田区神田佐久間町3-37 全蒲ビル2階	03-3851-1371
	013 (社)全国かん水養魚協会	652-0844	兵庫県神戸市兵庫区中之島2-2-1 水産会館	078-681-9106
	014 全国漁業協同組合連合会	101-8503	東京都千代田区内神田1-1-12 コープビル7階	03-3294-9671
	015 (社)全国さんま漁業協会	107-0052	東京都港区赤坂1-9-13 三会堂ビル7階	03-3583-4008
	016 全国水産物卸組合連合会	104-0045	東京都中央区築地5-2-1 東京都中央卸売市場内8号棟	03-3545-1060
	017 全国水産加工業協同組合連合会	104-0061	東京都中央区銀座1-10-3 全水加工連ビル	03-3564-6333
	018 全国水産物商業協同組合連合会	107-0052	東京都港区赤坂1-9-13 三会堂ビル9階	03-3585-0661
	019 全国内水面漁業協同組合連合	107-0052	東京都港区赤坂1-9-13 三会堂ビル8階	03-3586-4821
	020 全国珍味商工業協同組合連合会	104-0054	東京都中央区築地4-2-7 フェニックス東銀座305	03-3541-9106
	021 全国調理食品工業協同組合	110-0015	東京都台東区東上野1-17-2 第2江口ビル4階	03-5688-1402
	022 (社)全国まき網漁業協会	105-0001	東京都港区虎ノ門2-7-9 第一岡名ビル4階	03-3591-3731
	023 (社)全国漁港漁場協会	100-0006	東京都千代田区有楽町1-12-1 新有楽町ビル326号	03-3214-2924
	024 全国海苔貝類漁業協同組合連合会	108-0074	東京都港区高輪2-16-5 東武高輪第2ビル	03-5423-5181
	025 (社)全国中央市場水産卸協会	107-0052	東京都港区赤坂1-9-13 三会堂ビル8階	03-3583-3642
	026 (社)全国豊かな海づくり推進協会	101-0047	東京都千代田区内神田2-2-1 鎌倉河岸ビル4階	03-5297-2651
	027 おさかな普及センター資料館	104-0045	東京都中央区築地6-20-5	03-3547-8824
	028 (社)大日本水産会	107-0052	東京都港区赤坂1-9-13 三会堂ビル8階	03-3585-6684
	029 東京魚商業協同組合	104-0045	東京都中央区築地5-2-1 東京都中央卸売市場内	03-3541-7415
	030 東京都水産物卸売業者協会	104-0045	東京都中央区築地5-2-1 東京都中央卸売市場内	03-3541-0107
	031 (財)東京水産振興会	104-0055	東京都中央区豊海町5-9 東京水産会館5階	03-3533-8111
	032 日本遠洋いか漁業協同組合	107-0052	東京都港区赤坂1-9-13 三会堂ビル2階	03-3585-4736
	033 日本捕鯨協会	104-0055	東京都中央区豊海町4-5 豊海振興ビル7階	03-5547-1940
	034 日本鱈鮪漁業協同組合連合会	102-0073	東京都千代田区九段北2-3-22 鱈鮪会館	03-3264-6161
	035 (社)日本缶詰協会	100-0006	東京都千代田区有楽町1-7-1 有楽町電気ビル北館1213	03-3213-4751
	036 (社)日本魚肉ソーセージ協会	105-0021	東京都港区東新橋1-3-9 桶本第6ビル	03-3573-5586
	037 日本水産(株)中央研究所	192-0906	東京都八王子市北野町559-6	0426-56-5191
	038 (社)日本水産資源保護協会	104-0054	中央区勝どき2-18-1 黎明スカイレジタルビル西館303-2	03-3534-0681
	039 (社)日本真珠振興会	104-0031	中央区京橋3-6-15 真珠会館	03-3561-4355
	040 (財)日本釣振興会	104-0032	東京都中央区八丁堀2-22-8 日本フィッシング会館3階	03-3555-3232
	041 独立行政法人 日本貿易振興機構(ジェトロ)	105-8466	東京都港区虎ノ門2-2-5 共同通信会館	03-3582-5511

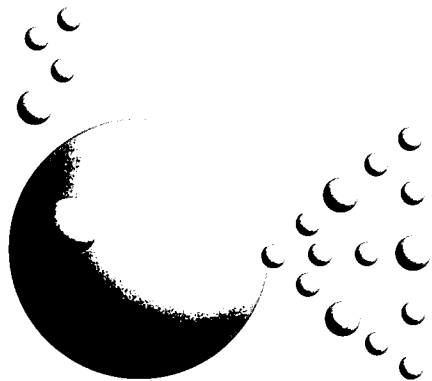
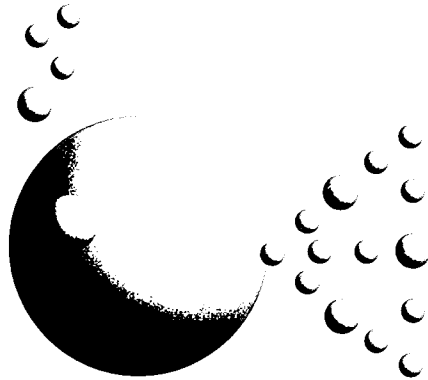
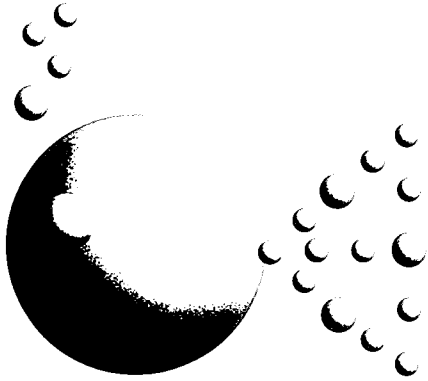
	名 所	〒	住 所	T E L
水産関係団体・会社	042 (社) 日本冷蔵倉庫協会	104-0061	中央区銀座2-10-18 中小企業会館	03-3543-1446
	043 日本生活協同組合連合会	150-8913	東京都渋谷区渋谷3-29-8 コーププラザ	03-5778-8111
	044 日本遠洋旋網漁業協同組合	105-0001	東京都港区虎ノ門1-15-11 虎ノ門SSビル8階	03-3519-5791
	045 (社) 日本冷凍食品協会	103-0024	東京都中央区日本橋小舟町10-6 桂屋第2ビル6階	03-3667-6671
	046 (社) 本州鮭鱒増殖振興会	107-0052	東京都港区赤坂1-9-13 三会堂ビル地下1階	03-3583-6404
	047 (社) マリノフォーラム21	110-0061	東京都台東区台東4-8-7 友泉御徒町ビル8階	03-3837-5212
	048 水産庁	100-8907	東京都千代田区霞が関1-2-1	03-3502-8111
	水産研究所	049 北海道区水産研究所	085-0802	北海道釧路市桂恋116
050 東北区水産研究所		985-0001	宮城県塩釜市新浜町3-27-5	022-365-1191
051 中央水産研究所		236-8648	神奈川県横浜市金沢区福浦2-12-4	045-788-7615
052 瀬戸内海区水産研究所		739-0452	広島県佐伯郡大野町丸石2-17-5	0829-55-0666
053 西海区水産研究所		851-2213	長崎県多良良町1551-8	095-860-1600
054 日本海区水産研究所		951-8121	新潟県新潟市水道町1-5939-22	025-228-0451
055 遠洋水産研究所		424-8633	静岡県清水市折戸5-7-1	0543-36-6000
056 養殖研究所		516-0193	三重県度会郡南伊勢町中津浜浦422-1	0599-66-1830
水産関係大学	057 水産工学研究所	314-0421	茨城県鹿島郡波崎町海老台7620-7	0479-44-4961
	058 東京海洋大学海洋科学部	108-8477	東京都港区港南4-5-7	03-5463-0400
	059 独立行政法人水産大学校	759-6595	山口県下関市永田本町2-7-1	0832-86-5111
	060 北海道大学水産学部	041-8611	北海道函館市港町3-1-1	0138-40-5505
	061 長崎大学水産学部	852-8521	長崎県長崎市文教町1-14	095-847-1111
	062 鹿児島大学水産学部	890-0056	鹿児島県鹿児島市下荒田4-50-20	099-286-4111
	063 三重大学生物資源学部	514-8507	三重県津市上浜町1515	059-23 1-9626
	064 広島大学生物生産学部	739-8528	広島県東広島市鏡山1-4-4	0824-24-7905
	065 東京大学農学部水産学科	113-8657	東京都文京区弥生1-1-1	03-3812-2111
	066 京都大学農学部水産学科	606-8502	京都府京都市左京区北白川追分町	075-751-6355
	067 東北大学農学部水産学科	981-8555	宮城県仙台市青葉区現通雨宮町1-1	022-717-8604
	068 九州大学農学部水産学科	812-8581	福岡県福岡市東区箱崎6-10-1	092-642-2802
	069 宮崎大学農学部	889-2192	宮崎県宮崎市学園木花台西1-1	0985-58-7151
	070 高知大学農学部栽培漁業学科	783-8502	高知県南国市物部乙200	088-844-0111
	071 日本大学生物資源科学部	252-8510	神奈川県藤沢市亀井野1866	0466-84-3800
	072 東海大学海洋学部	424-8610	静岡県清水市折戸3-20-1	0543-34-0411
	073 北里大学水産学部	022-0101	岩手県大船渡市三陸町越喜来字鳥頭160-4	0192-44-2121
074 近畿大学農学部水産学科	631-8505	奈良県奈良市中町3327-204	0742-43-1511	
075 女子栄養大学	170-0003	東京都豊島区駒込3-24-3	03-3576-2483	

2. 地方ステーション一覧表

	「シーフードネットワーク」名称	設置団体	郵便番号	住 所	電 話	ファクシミリ
北海道	シーフードステーション北海道	JF北海道漁連	060-0003	札幌市中央区北3条西7-1	011-231-2161	011-271-2987
青森県	魚食普及センター青森	JF青森県漁連	030-0803	青森市安方1-1-32	017-722-4212	0177-22-4786
岩手県	シーフードステーションいわて	JF岩手県漁連	020-8691	盛岡市内丸16-1	0196-23-8141	0196-54-7011
宮城県	シーフードミヤギステーション	JF宮城県漁連	980-0014	仙台市青葉区本町3-4-10	022-264-6830	022-265-2225
秋田県	シーフード秋田ステーション	JF秋田県漁協	011-0945	秋田市土崎港西1-5-11	0188-45-1311	0188-46-5039
山形県	漁協シーフードネットワークやまがた	JF山形県漁協	998-0036	酒田市船場町2-2-1	0234-24-5611	0234-22-6455
福島県	福島県魚食普及推進協議会	JF福島県漁連	970-8044	いわき市中央台飯野4-3-1	0246-28-9335	0246-28-9330
茨城県	茨城県魚食普及ステーション	茨城沿海地区漁連	310-0011	水戸市三の丸1-1-33	0292-24-5151	0292-24-0070
群馬県	群馬県おさかな普及協議会	農政部農業経済課	371-0026	前橋市大手町1-1-1	0272-26-3044	0272-25-0096
栃木県	シーフードネットワーク栃木	県卸売市場協会	323-0052	小山市下川原田954	0285-38-2626	0285-38-2727
埼玉県	魚食普及センター埼玉	(株)埼玉県水	331-0811	さいたま市北区吉野町2-226-1	048-665-5560	048-663-5301
千葉県	千葉県シーフード普及促進協	JF千葉県漁連	260-0026	千葉市中央区千葉港4番3号	043-242-6811	043-247-6052
東京都	魚食普及ステーション都漁連	JF東京都漁連	108-0075	港区港南4-7-8	03-3458-4161	03-3458-4030
神奈川県	神奈川県魚食普及センター	JF神奈川県漁連	236-0051	横浜市金沢区富岡東2-1-22	045-773-8877	045-774-1576
新潟県	新潟県魚食普及ステーション	JF新潟県漁連	950-0078	新潟市万代島4-1	0252-43-3681	0252-43-3684
富山県	魚食普及センターとやま	JF富山県漁連	930-0096	富山市舟橋北町4-1-9	076-432-6222	076-433-8262
石川県	シーフードステーションいしかわ	県漁業振興協会	920-0023	金沢市北安江町3-1-38	0762-34-8819	0762-65-5204
福井県	シーフードステーション福井	JF福井県漁連	910-0005	福井市大手2-8-10	0776-24-1203	0776-27-5432
山梨県	シーフードネットワーク山梨	水産物商業協組合	400-0043	甲府市国母6-6-4	0552-28-1755	0552-28-1754
静岡県	静岡県おさかな情報センター	おさかな普及協合	420-0853	静岡市追手町9-1-8	0542-52-5151	0542-53-3841
岐阜県	岐阜県おさかな情報センター	水産物商業協組合	500-8263	岐阜市西部新所2-5	0582-72-2330	0582-72-2354
長野県	長野県おさかな情報センター	水産物商業協組合	381-2202	長野市市場6-4	026-286-2811	026-286-2812
愛知県	愛知県魚食普及ステーション	JF愛知県漁連	460-0002	名古屋市中区丸ノ内3-4-31	052-971-3501	052-971-3546
三重県	みえぎょれんシーフードセンター	JF三重県漁連	514-0006	津市大明町323-1	0592-28-1288	0592-25-4511
滋賀県	シーフードセンター滋賀	JF滋賀県漁連	520-0801	大津市におの浜4-4-23	0775-24-2418	0775-25-4795
京都府	魚食普及センター京都	JF京都府漁連	624-0914	舞鶴市字下安久無番地	0773-77-2202	0773-76-5667
大阪府	大阪府魚食普及ステーション	JF大阪府漁連	596-0015	岸和田市地蔵浜町11-1	0724-22-4763	0724-37-2783
奈良県	奈良県魚食普及センター	奈良県漁連	630-8114	奈良市芝辻町85-10	0742-22-1410	0742-27-7735
兵庫県	兵庫県おさかな相談所	JF兵庫県漁連	652-0844	神戸市兵庫区中之島2-2-1	078-652-3447	078-671-6685
和歌山県	和歌山県魚食普及センター	JF和歌山県漁連	640-8241	和歌山市雑賀屋町東ノ丁30	0734-31-5101	0734-22-1137
鳥取県	シーフードネットワーク鳥取	JF鳥取県漁協	680-0908	鳥取市賀露町西4-1806	0857-28-0111	0857-28-7060
島根県	魚食普及ステーションしまね	JF島根県漁連	690-0007	松江市御手船場町575	0852-21-0001	0852-27-6130
岡山県	シーフードネットワーク岡山	JF岡山県漁連	702-8024	岡山市浦安南町494-8	0862-62-4443	0862-63-9678
広島県	広島シーフードセンター	JF広島県漁連	733-0833	広島市西区商工センター8-4-5	082-278-5115	082-278-5594
山口県	山口県魚食普及推進協議会	魚食普及推進協	750-0065	下関市伊崎町1-4-24	0832-31-2212	0832-31-6466
香川県	(社)香川県水産振興協会	JF香川県漁連	760-0031	高松市北浜町8-2-5	087-811-7738	087-822-6159
徳島県	シーフードネットワーク徳島	JF徳島県漁連	770-0941	徳島市万代町7-1-2	0886-25-8511	0886-22-5441
愛媛県	魚食普及センターえひめぎょれん	JF愛媛県漁連	790-0002	松山市二番町4-6-2	089-933-5115	0899-21-3964
高知県	魚食普及高知ステーション	JF高知県漁連	780-0870	高知市本町1-6-21	0888-23-1361	088-82-53065
福岡県	福岡県魚食普及推進協議会	JF福岡県漁連	810-0073	福岡市中央区舞鶴2-4-19	092-713-1161	092-713-1167
佐賀県	佐賀県魚食情報センター	JF佐賀県玄海漁協	847-0873	唐津市海岸通り7182-217	09557-2-2161	09557-2-2165
長崎県	長崎県おさかな相談室	JF長崎県漁連	850-0036	長崎市五島町2-27	0958-29-2413	0958-22-3119
大分県	シーフードネットワーク大分ステーション	JF大分県漁協	870-0021	大分市府内町3-5-7	0975-32-6611	0975-37-2045
熊本県	熊本県魚食普及センター	JF熊本県漁連	860-0053	熊本市田崎2-5-31	096-356-8551	096-356-8594
宮崎県	宮崎県シーフードセンター	JF宮崎県漁連	880-0013	宮崎市港2-6	0985-28-6111	0985-22-5759
鹿児島県	鹿児島県魚食普及ステーション	JF鹿児島県漁連	890-0064	鹿児島市鴨池新町11-1	0992-53-7811	0992-51-3509
沖縄県	シーフードネットワーク沖縄	JF沖縄県漁連	900-0016	那覇市前島3-25-39	0988-60-2600	0988-60-2601



Ⅶ 映像ライブラリー



1. 中央シーフードセンター

No	タイトル	内容	時間	製作・企画	年度
1	日本人と魚	漁協婦人部の例を通し、魚介藻類が見直されていることを紹介	21分	(株)協同宣伝	1985
2	魚をおいしく食べるために	三枚おろし、手開きなど魚の調理の基礎であるおろし方を紹介	25分	(株)協同宣伝	1985
3	望ましい食生活のために	日本型食生活の良さを諸外国と比較し、その中での魚食の重要な役割などを紹介	23分	(株)協同宣伝	1985
4	魚料理の基本	魚料理のポイントについて解説	23分	(株)協同宣伝	1985
5	楽しい給食一魚からいわせて	歴史と魚との関わり方、海外での魚食の人気などから魚の良さを紹介	27分	全 漁 連	1986
6	「それぞれの食生活における魚料理」 (乳幼児期・学童期)	乳幼児期・学童期における食生活のアドバイスや魚料理を紹介	42分	全 漁 連	1986
7	「それぞれの食生活における魚料理」 (思春期・成人期)	思春期・成人期における食生活のアドバイスや魚料理を紹介	40分	全 漁 連	1986
8	「それぞれの食生活における魚料理」 (中年期・老年期)	中年期・老年期における食生活のアドバイスや魚料理を紹介	40分	全 漁 連	1987
9	ヤングミセスのための魚料理のこつ	ヤングミセスに魚料理とその調理のコツをわかりやすく紹介	25分	全 漁 連	1987
10	母子で楽しむ魚料理	お母さんと子供で楽しく作れる魚料理を紹介	17分	全 漁 連	1987
11	おさかなとヘルシー	子供の成長・夫の健康・自分の美容のために魚食の大切さを紹介	21分	全 漁 連	1987
12	おさかな博士がやってきた！ 日本おさかな物語	さかなのワンポイントアドバイス・選び方・栄養等を楽しくわかりやすく紹介	20分	セーラー広告社	1988
13	この美しき海	日本の四季の海の風景とともに、未来の新しい漁業の姿などを紹介	15分	毎日EVRシステム	1988

※問い合わせ先：JF全漁連・中央シーフードセンター TEL 03-3294-9671

No	タイトル	内容	時間	製作・企画	年度
14	ゆみこの海	魚料理の工夫とアイデアをドラマタッチで表現	30分	広明通信社	1989
15	おさかな博士がやってきた！ 第2弾 おもしろお魚ゼミナール	おさかな博士がお魚テストを出題し説明をする。ためになるお魚ゼミナール	25分	セーラー広告社	1989
16	動く海のおさかな図鑑Ⅰ&Ⅱ	おさかな博士が、魚たちの海中生活を動く映像で紹介	各12分	セーラー広告社	1990
17	シーフード普及活動を紹介 シーフードコミュニケーション	モデル地方ステーションでの各種イベント事業等の事例を紹介	25分	(社)農林放送事業団	1991
18	魚料理は高血圧を予防する からだに美味しい魚料理	おいしく健康によい魚料理を和風・洋風・中国料理から9点を紹介	60分	広明通信社 トップシーン	1991
19	おはなしでお魚チョチョンガチョン	上手なおはなしの持ち方、次に魚の上手な食べ方をわかりやすく紹介	12分	(社)農林放送事業団	1992
20	点検！平成の食生活	現代の家族の食生活を分析し、バランスのよい魚の栄養・選び方を紹介	28分	(社)農林放送事業団	1993
21	DHAと健康	鈴木平光先生の講演ビデオを紹介	90分	(社)農林放送事業団	1993
22	魚の獲り方 「進みゆく日本の漁業」 ー漁船漁業ー	日本の沿岸・近海・遠洋における漁獲方法をコンピュータグラフィックを交え映像で紹介	15分	(株)協同宣伝	1994
23	人の手で育てられた魚たち 「つくり育てる日本の漁業」 ー栽培・養殖業ー	栽培漁業や養殖業を映像で紹介しながら、計画的生産の重要性を解説	15分	(株)協同宣伝	1994
24	リッキーマリンの おさかなパワーだ！全開だ！	リッキーマリンが現代社会における食生活の問題意識をなげかけます。	17分	トランス・アーツ	1995
25	安心・安全な水産物を提供します！	衛生管理をどう進めていくかを理解してもらうための基本的な項目を紹介	23分	(社)農林放送事業団	1998

※問い合わせ先：JF全漁連・中央シーフードセンター TEL 03-3294-9671

2. 資源管理

No	タイトル	内容	時間	製作・企画	年度
1	広域的な資源管理 ー香川の漁業を考える会ー	反数制限、大幅な目合拡大を実施。 2kg以上の魚を選択漁獲することが 可能になった。	30分	テレビ朝日 全漁連	1981
2	資源管理型漁業シリーズII 海光る ー伊勢湾のイカナゴ漁業ー	愛知県、三重県にまたがる広域管理。 漁業者によるモニタリング調査と シュミレーションにより儲かる漁獲 と親漁の取り残し量を決定。	23分	毎日映画社 全漁連	1982
3	資源管理型漁業シリーズIII 海光る ー福島全県でヒラメ水揚げ3倍計画ー	全県的取り組み。大量種苗放流。 サイズ規制。水揚げから5%を徴収 し、種苗生産費に充当。	25分	毎日映画社 全漁連	1993
4	資源管理型漁業シリーズIV 海光る ー摂津・播磨の バックフィッシュ運動ー	資源保護意識の普及によるモラルの 向上と漁青連活動を通じた一般市民 への運動の広がり。	20分	(社)農林放送 事業団 全漁連	1994
5	資源管理型漁業シリーズV よみがえるハタハタの海	3年間の全面禁漁。資源シュミレー ションによる計画的な管理の実践に より、資源が回復した。	20分	テレビ朝日 全漁連	1995
6	資源管理型漁業シリーズVI 海光る ～道東海域の資源管理～	遡河性魚種の再生産親魚確保の為の 操業打ち切り対策	18分	協同宣伝 全漁連	1996
7	資源管理型漁業シリーズVII 海光る ズワイガニ漁にみる決断と自信 ～京都府沖合海域の資源管理型漁業～ 資源管理型漁業シリーズVIII 海光る	休漁期、禁漁区の自主設定。試験 研究期間の支援のもとに生態、資源 量シュミレーションによる対応。	21分	協同宣伝 全漁連	1997
8	稚魚を育てて獲るために ～島根県美保関・福浦小型底引き 網漁業	目合拡大による、資源保護と作業負 荷の軽減、漁場分散	18分	毎日映画社 全漁連	1998
9	資源管理型漁業シリーズIX 海光る 資源管理と価格の向上 ～熊本県天草の小型底びき網漁業～	選別、出荷行程を各船の責任で迅速 に行い、出荷までの時間が大幅に短 縮した。併せて鮮度保持のための工 夫をこらし、遠隔市場への高鮮度出 荷が可能になり、魚価が向上した。	18分	テレビ朝日 全漁連	1999
10	資源管理型漁業シリーズX 海光る 実証から実践へ！ ～あなご筒の改良による資源の有効利用～	あなご筒の水抜き穴の拡大により 小型魚を保護する。東京湾内の他県 の同業者とも協議して実施。	25分	毎日映画社 全漁連	2000
11	テレビ朝日 全漁連	瀬戸内海各県の歩みよりによる、 禁漁期の設定、種苗放流による、 資源回復への取り組み。	20分	毎日映画社 全漁連	2001
12	資源管理型漁業シリーズ2 知恵と汗で育てた越前網 日本海西部アカガレイ・ズワイカニ 資源回復	小型のあかがれい・ずわいがにを 保護するために、漁業者・水産試験 場・改良普及員が力をあわせ小型底 曳網の漁具改良へ取り組んだ軌跡。	18分	毎日映画社 全漁連	2002

※問い合わせ先：JF全漁連・漁政部 TEL. 03-3294-9613

3. グループ実践活動

No	タイトル	漁業共同組合名	内容	時間	製作・企画	年度
1	播磨灘に燃ゆ	兵庫県 摂津播磨地区漁青連	ガザミ資源の復活へ！播磨灘沿岸の漁業青年達は、心を一つにして、沿岸一体に保護運動を展開させた。	30分	毎日映画社	1987
2	ひら磯を海の畑に	岩手県 小子内浜漁協青年部	主要生産物であるウニの合理的な計画生産をめざして、科学的な調査を開始した。	30分	毎日映画社	1988
3	西海にマダイ躍る	長崎県 鹿町漁協青年部	防汚剤に頼らず、養殖生簀をきれいに保ち "安全で健康なマダイ" を作る良い方法はないか。編み出した方法は？	28分	毎日映画社	1989
4	アイデアで勝負!! 魚類養殖の省力化	島根県浦郷漁協 養殖グループ	作業台は養殖漁業の重労働を解消するとともに、人手不足の問題も解決させた。漁業経営の改善が実現出来ることを紹介	20分	テレビ朝日	1993
5	お父さん！ ぼくといっしょに休もうよ！	大分県東国東郡 漁業青年協議会	東国東郡6漁協の一斉休漁日運動を紹介	20分	テレビ朝日	1994
6	ホタテの海とともに	青森県 平内町漁協婦人部	婦人部のホタテと海を守る運動を紹介	20分	テレビ朝日	1995
7	ふれあい育むきらめき アイランド	山口県 萩市大島漁協婦人部	島内ケーブルTVを通じた婦人部活動の紹介	20分	テレビ朝日	1996
8	絵を描く海の男たち	千葉県鴨川市漁協 「海の男たち展覧会」 を開く会	「海の男たちの展覧会」の開催活動の紹介	20分	毎日映画社	1997
9	コンブの海にウニ甦れ	北海道 浦河漁協白泉地区	かつては、普通に見られたウニとコンブの共存。その普通のことを取り戻す為になされた普通ではない努力とは？	20分	毎日放送 全漁連	1998
10	拡がれ水産サポーターの輪	宮城県 松島町漁協青年 研究会	自分たちの水産業を理解してもらおうと町の小学生にカキ養殖の体験学習をしてもらうことを企画し水産の輪が拡がる。	20分	(社)農林 放送事業団 全漁連	1999
11	海を活かす 魅せる漁業	静岡県 松崎町漁業協同組合	ダイビングを活用することで、地域の活性化を図る。また、ダイビングショップの関係者と共に環境保全活動にも取り組んでいる。	19分	テレビ朝日 映像・全漁連	2000
12	来ちよくれ、見ちよくれ、 食べちよくれ！	大分県杵築市 美濃崎水産グループ	婦人部が中心となり未利用魚を付加価値をつけてスタートしたが解散。再起をかけ「継続は力なり」と信じ奮闘してきた婦人部の15年の記録	19分	テレビ朝日 映像・全漁連	2000

4. 環境保全

No	タイトル	内容	時間	製作・企画	年度
1	環境、今私たちにできること (注) 多少テープ劣化あり	地球環境保全の必要性を訴えるビデオ	29分	(社)農山漁村文化協会	
2	私たちの環境宣言	環境の改善には何が必要か紹介	30分	JJC	1991
3	考えよう、わたしたちの水 ー水環境を通して 手をつないだ婦人達ー	水をきれいにするには何が必要か紹介	18分	佐賀漁婦連	
4	水！生命の詩	水の循環・水の性質を解説	14分	日本シネセル株式会社	
5	サンゴ礁からのメッセージ	サンゴ礁からの恵みを解説	14分	日本シネセル株式会社	
6	海からのメッセージ	海の恵みを解説 (小学校中学年以上)	14分	(社)大日本水産会	
7	渚からのメッセージ	干潟等の重要性について解説	14分	(社)大日本水産会	
8	森林とくらし	森の大切さを解説	13分	静岡県	
9	水光るくらし	水を守る活動を紹介		マリンプルー21	1995
10	森は海の恋人	山の環境保全は海生物に大影響を及ぼす事を解説	16分	東映教育ビデオ	
11	豊かな海は森づくりから	優れた漁場をつくる森づくりの方法	13分	マリンプルー21	1997 3月
12	「水・めぐみの旅」 (1996年12月23日テレビ東京にて放映)	水を守る活動を紹介	30分	マリンプルー21 (録画)	1996
13	水の音が聞こえる 一人と自然の共生を求めてー	名水地を訪れ、水にまつわる音を紹介	29分	マリンプルー21	1996
14	地球温暖化と食糧の未来 ー2025からのメッセージー	科学的なデータをもとに世界の有識者が地球温暖化と食糧の未来を紹介	30分	JA全中	1998

※問い合わせ先：JF全漁連・漁政部 TEL 03-3294-9614

平成16年3月発行

発行 **JF全漁連** **中央シーフードセンター**

〒101-8503 東京都千代田区内神田1-1-12
コープビル

Tel. (03) 3294-9671

Fax. (03) 3294-3347

