

# 【福島のお魚を食べようプロジェクト】

～福島のお魚を食べようプロジェクトチーム～

H30年度チーム化事業  
報告概要

背景 :	震災から8年が経過した今も、福島県の漁業は限定的な試験操業にとどまっており、今後本格操業の再開に向けた計画的な操業拡大が求められる。しかし、その先にある販路開拓のためには、風評被害の払拭は不可欠となっている。
取組概要 :	福島の水産加工業者、仲卸、漁協、流通大手、外食チェーンとチームを結成。産経新聞メディアを活用し、福島県産水産物の安全性や魅力を発信し風評払拭を図ると同時に、大規模な食フェス、流通店舗、外食店で販売・PRを展開した。
取組成果 :	食フェスにおける福島エリアの売上高1300万円、来場者数16万人、メディア露出252件。流通店舗でのフェア14.5万円、外食店でのフェア25万円。食フェス出店やメディア露出による水産加工事業者の売上増約400万円。
全体総括 :	福島県産を理由に購入を躊躇する消費者は極めて少なく、安全性への理解や風評払拭が進んでいることを実感。消費・販路の回復を通じて本格操業再開を実現し供給量を拡大することが重要で、美味しさなどの魅力発信やブランド力強化が今後の課題。

## 実施した取組の具体的な内容

### 【取組① 第4回「JAPAN FISHERMAN'S FESTIVAL2018 全国魚市場＆魚河岸まつり」における福島県産品PR】

#### a) 事前告知・PR活動

実施時期：平成30年6月～10月

実施場所：東京都

#### 実施方法：

□チラシ2種（計6万部）を制作し、新聞折込や会場周辺の企業に配布

□ポスター1種（500部）を制作し、地下鉄駅構内等に掲出

□公式ウェブサイト及びSNSで、出店内容やPRイベント（海鮮プロレス）等の情報を配信

□福島県産水産品のPR情報を掲載したリーフレット1種（3万部）を制作し、全国魚市場＆魚河岸まつりの来場者に配布

□全国魚市場＆魚河岸まつりの開催期間中に、福島水産加工品のイメージキャラクターを活用したPRイベント（海鮮プロレス）を実施

・新宿調理師専門学校による「魚おろしショー」などのステージイベントを開催し、福島県産の水産物をPR

チラシ2種



ポスター1種



公式ウェブサイト



PRイベント（海鮮プロレス）



リーフレット1種



PRイベント（魚おろしショー）



# 【福島のお魚を食べようプロジェクト】

～福島のお魚を食べようプロジェクトチーム～

H30年度チーム化事業  
報告概要

## 実施した取組の具体的な内容

### 【取組① 第4回「JAPAN FISHERMAN'S FESTIVAL 2018 全国魚市場&魚河岸まつり」における福島県産品PR】

#### b) 全国魚市場&魚河岸まつりへの出店

実施時期：平成30年11月22日～25日

実施場所：東京都（日比谷公園）

実施方法：出店に関し、以下を実施した。

- ・全国魚市場&魚河岸まつりにおいて福島復興応援コーナーを設け、福島県産の水産物や水産加工品（常磐もの丼、うに貝焼き・浜焼き、さんまのポーポー焼き、ホッキ飯、かれいの姿揚げ）等を販売するコンテナおよびテント（計5店舗）を出店
- ・福島復興に関する来場者アンケートの実施



福島県観光物産交流協会  
(利き酒、福島県産品販売)



小名浜さんま郷土料理再生プロジェクト  
(さんまのポーポー焼きほか)



あざすコーポレーション  
(うに貝焼き、浜焼きなど)



あざすコーポレーション  
(常磐もの丼)



大川魚店  
(ホッキ飯、かれいの姿揚げなど)

#### 【来場者アンケート結果（概要）】※有効回答数 男女306名

- 福島県産の水産物の購入（飲食）についてどのように感じるか？  
安全性に不安ではなく产地を気にせず購入…85.9%
- 福島県の沿岸漁業が限定的な試験操業にどまっていることを知っているか？  
あまり知らない＆まったく知らない…58.9%
- 福島県産の水産物を今後購入したいと思うか？  
積極的に購入したい&機会があれば購入したい…96.4%

#### 【成果】

- ・福島エリア（5店舗）の売上：13,134,140円（税込）  
※食フェス1店舗あたりの平均売上：約170万円
- ・イベント来場者数：約16万人（前回は約14万人）
- ・メディア掲載数：252メディア  
(新聞60、雑誌13、テレビ14、ラジオ4、ウェブ161)

# 【福島のお魚を食べようプロジェクト】

～福島のお魚を食べようプロジェクトチーム～

H30年度チーム化事業  
報告概要

## 実施した取組の具体的内容

### 【取組② 産経新聞グループメディアを活用した福島県産品の情報発信】

実施時期：

- ①平成30年6月20日、②平成30年7月11日、③平成30年9月30日
- ④平成30年11月10日、⑤平成30年11月21日

実施場所：福島県

実施方法：福島県での取材を行った上で記事を制作し、産経新聞に掲載（計5回）した。記事は公式サイト「SAKANA & JAPAN PROJECT 推進協議会」のウェブサイトにも掲載するとともに、Facebook等を活用した記事への誘導を行った。



**【成果】**

- ・特集掲載数4回→5回へ増加
- ・産経ニュースでの記事配信数=計19本
- ・公式サイトでの記事配信数=計15本
- ・公式サイトに記事が掲載されるにつれ、閲覧PV数も日増しに増加。情報発信では安全性の確保など風評の払拭やおいしさなどの魅力に加え、漁業者や水産加工業者の熱い思いを消費者に伝えることが、販売の回復に繋がると実感。



### 【取組③ 流通店舗における福島県産品PRイベント・販路拡大】

実施時期：

- ①平成30年12月 8日
- ②平成31年 3月23日

実施場所：

- ①②いずれも イトーヨーカ堂アリオ葛西店

実施方法：イトーヨーカ堂店舗（1店舗）にて、福島県産水産品の販売等を行うイベント（1日）を2回実施した。

実施概要：

- ①「福島産直近海魚祭り」と題し、福島県産のアンコウやカレイを販売。アンコウ鍋の試食も実施した。
- ②「福島県産近海魚祭り」と題し、福島県産のメヒカリやカレイ、アンコウなどを試食を交えて販売した。



## 【成果】

- ・①フェア全体で約165パック（約9.5万円）、アンコウは約75パックを売上げ。売れ残りほとんどなし。

※独自で実施した日も含めれば、計2日で約330パック（約19万円）、アンコウは約150パックを売り上げた。

- ・②フェア全体で計5万円超を売上げ、鮮魚全体の売上げが前年比大幅プラスに。①に続き好調なフェアに。

※独自で実施した日も含めれば、計2日で10万円以上を売り上げた。

- ・来場者の声「旬で新鮮でおいしそうだから購入した。産地は気にならない（女性70歳）」「福島を応援しているので、積極的に購入するようにしている。こうした機会をもっと増やしてほしい（男性63歳）」

# 【福島のお魚を食べようプロジェクト】

～福島のお魚を食べようプロジェクトチーム～

H30年度チーム化事業  
報告概要

## 実施した取組の具体的内容

### 【取組④ 外食チェーン店舗における福島県産品PR】

実施日時：

- ①平成30年11月12日
- ②平成31年3月11日

実施場所：東京都

実施方法：(株)無洲レストラングループの外食店舗（ピアシス新橋店）にて、福島県産フェア（1日）を2回実施した。

実施概要：

「福島のお魚を食べようコース（税込4500円）」を提供するフェアを実施。福島県立いわき海星高校の生徒が練習船『福島丸』で2ヶ月かけてハワイ沖で取ってきたビンチョウマグロやひらめをメインに、魚介・肉・野菜・米からデザートまでのコース8品全てに福島県産食材を使用。



## 【成果】

・①9人がコース料理を実食。売上げは9万円（税込、コース料理のほか飲料なども含む）

※独自で実施した期間（11月13日～30日）も含めれば、120人が実食、売上げは85万円。

・②17人がコース料理を実食。売上げは16万円（同上）

※独自で実施した期間（3月12日～22日）も含めれば、82人が実食、売上げは60万円。

## 【フェア アンケート結果】

・「福島のお魚を食べようコース」を注文したのはなぜですか？

福島の復興を応援したいと思ったから	66.3%
福島の水産物に関心があったから	18.1%
産地に関係なくおいしそうだったから	14.7%
産経新聞の記事を読んだから	0.9%

・福島県産の水産物についてどのように感じていますか？

安全性に不安を感じず、産地を気にせずに食べる	99.0%
安全性に不安は感じないが、食べることをためらう	0.9%
安全性に不安を感じており、食べることをためらう	0.1%
安全性に不安を感じており、食べない	0%

・福島県の沿岸漁業が限定的な試験操業にとどまっていることを知っていますか？

試験操業についてよく知っている	56.4%
少しあは知っている	25.0%
余りよく知らない	13.0%
まったく知らない	5.6%

・福島県産の水産物を今後食べようと思いますか？

積極的に食べたい	79.8%
機会があれば食べたい	20.2%
余り食べようとは思わない、食べない	各0%

## ・具体的な感想

「がんばって発信つづけてください。負けずに世界に」「風評被害は感情的な部分が大きく対処が大変だと思いますが、現在、福島県産だけがどうのこうの言う科学的根拠はほとんど全くない状態状況だと思いますので、その点も効果的にPRしつつ頑張ってください」「水産物に限らず福島産を選んでます」