



国産水産物を用いて開発 した新商品事例



外食産業と連携した水産物の需要拡大対策事業
新商品開発等事業



索引

- ▶ 大阪市漁協株式会社（シジミ、ハモ） 1
- ▶ 香川県漁業協同組合連合会（讃岐さーもん） 3
- ▶ 鹿屋市漁業協同組合（ヘダイ） 4
- ▶ 株式会社喜代村（アナゴ） 5
- ▶ 小森食品（アメリカナマズ） 6
- ▶ 五光食品株式会社（カキ） 7
- ▶ 株式会社シーライフ（ノドグロ） 8
- ▶ 株式会社鮮魚たかぎ（アユ） 9
- ▶ 有限会社田向商店（アブラツノザメ） 10
- ▶ 株式会社仲野水産（未低利用魚） 11
- ▶ 枕崎水産加工業協同組合（カツオハラス） 12

外食産業等と連携した水産物の需要拡大対策事業
新商品開発等事業取組事例

大阪湾産シジミを使ったシジミ飴(大阪市漁協株式会社)



背景

大阪湾で漁獲されるシジミは、生あるいは冷凍の状態で大阪の市場に供給されている。シジミが大阪湾で生育していること、漁業者がシジミを生活の糧として生産していることを、多くの人に知ってもらい、需要を広げていくには、常温で流通できる商品が必要と考えた。

新商品のポイント

シジミの粉末を使い、形状もシジミを模した飴商品を開発。大阪で馴染みのある飴商品で認知度向上と需要拡大を図った。
商品パッケージに淀川産の葦を使った紙等を用い、地域性をアピールした。
お土産品として物産館等で販売中。



外食産業等と連携した水産物の需要拡大対策事業
新商品開発等事業取組事例

はもじゃこ天(大阪市漁協株式会社)



背景

ハモは大阪の漁業者にとって重要な水産物の1つだが、特定のサイズや、特定の時期のみ飲食店等で消費されている。ニーズに合わない魚を消費者に提供するには、季節やサイズに左右されずに販売できる商品、販路が必要であった。

新商品のポイント

ハモとちりめんじゃこを使用した「はもじゃこ天」を開発。毎日曜日に開催される岸和田マルシェでは来場者から高い評価を得ている。大阪産の原料を使用することで、大阪産水産物の認知度向上及び安全性をアピールできる商品として期待。



外食産業等と連携した水産物の需要拡大対策事業
新商品開発等事業取組事例

讃岐さーもん(香川県漁業協同組合連合会)



背景

ハマチ養殖が盛んな香川県では、近年、冬からハマチ養殖開始までの間にサーモンを養殖。

大型サイズは、生食向けとして流通するものの、中小型のまま水揚げしなければならぬサイズについては評価が低く、消費者ニーズに見合った容易に食べられる商品を開発し、消費を拡大したい。

新商品のポイント

手軽に調理して食べられる商品を目指し、関係者の協力の下、スモーク、漬け魚、そぼろ煮、煮魚、みそ漬けなど、多様な商品を開発。域内の量販店・コンビニエンスストア等で販売を開始し、認知度が向上。



外食産業等と連携した水産物の需要拡大対策事業
新商品開発等事業取組事例

ヘダイを使った洋食メニュー(鹿屋市漁業協同組合)



背景

鹿児島県錦江湾に生息する様々な天然水産物は、水揚げしても地元だけで消費されるため価値が低い。

そこで、カンパチ養殖の傍らで漁獲されるヘダイに着目。白身魚で適度に脂質がある点を生かした商品開発と、地元以外で新たな業態への販売を模索していた。

新商品のポイント

有名洋食店の協力を得て、洋食メニュー商品を複数試作した結果、料理人の扱いやすさに配慮した冷凍フィレが完成。

漁業者から地場産地価格を上回る価格でヘダイを買取ることが可能になり、漁業者所得の向上に寄与。



外食産業等と連携した水産物の需要拡大対策事業 新商品開発等事業取組事例

焼穴子商品(株式会社喜代村)



背景

アナゴは、関西の消費量が高く、焼きアナゴとして人気がある。

煮穴子や蒸穴子が一般的なその他の地方でも、焼きアナゴを普及させることにより、新たな需要が喚起され、食文化の普及、消費拡大が期待できる。

新商品のポイント

焼いたアナゴにタレを加えた焼アナゴ商品を開発。自社店舗を訪問した約3,000人からアンケート調査を行い、概ね良好な結果を得たことから、店舗でのマニュアルを整備。店舗販売やお持ち帰り用としても可能な商品にするべく、細部調整中。



※写真は既存煮アナゴ弁当

外食産業等と連携した水産物の需要拡大対策事業
新商品開発等事業取組事例

アメリカナマズを使った蒲焼等の新商品(コモリ食品)



背景

茨城県北浦地区は、近年資源が安定しているアメリカナマズの養殖に取り組んでいるが、認知度が低く、売上が伸び悩んでいる。消費者に直接アピールできる商品を開発することで、消費の拡大を図る必要がある。

新商品のポイント

スーパー等量販店からの協力を得て、消費者が手の取りやすい蒲焼やフライ商品を開発。また、地元飲食店向けに、刺身やしゃぶしゃぶ商品を開発し、提供。



外食産業等と連携した水産物の需要拡大対策事業
新商品開発等事業取組事例

極上かき三昧(五光食品株式会社)



背景

震災の影響や近年の消費動向により、塩釜地区のカキ生産量は減少傾向にあり、地区内の養殖業者の廃業等も起きている。同地域のカキ産業発展の為、UV乾燥カキを開発したものの、販売が伸び悩んでおり、より消費者が手に取りやすい商品提供が課題となっている。

新商品のポイント

UV乾燥カキを使用した小売販売・外食産業向け新商品として「極上かき三昧」を開発。商談会への出展等で、これまで取引のなかった大手商社からの問い合わせや、大手新聞社等から取材を受けた。塩釜カキの認知度向上及び品質面のアピールに成功。



ノドグロ燻製オイル漬け(株式会社シーライフ)



背景

ノドグロは、休漁等を行いつつ、資源に配慮して漁獲されるものの、時期や漁場によっては、小型でサイズが揃わないなどの理由で、安価に地元だけで消費されている。

資源の有効活用を図るには、付加価値を高めた商品の開発、消費のすそ野の拡大が必要である。

新商品のポイント

新商品「ノドグロ燻製オイル漬け」を開発。燻製したノドグロをオイル漬けにすることで、様々な食シーン向けとして高評価。

シンガポールや上海で試食会を開催し、概ね高評価を得るとともに、海外市場にも対応できる商品として期待。



外食産業等と連携した水産物の需要拡大対策事業
新商品開発等事業取組事例

琵琶湖産天然鮎のオイル漬け(株式会社鮮魚たかぎ)



背景

琵琶湖産アユは、域内において、佃煮等の煮魚として消費されている。

自社は、アユ取り扱いの後発で僅かな量だが、地域の水産業に貢献するためにも、新たな発想のもと、アユの消費のすそ野を広げたい。

新商品のポイント

関西における外国人観光客の動向に着目。常温流通可能な洋風総菜を目指し、新商品「天然鮎のオイル漬け」の製造に着手。世界各国の方に試食調査を行い、「アヒージョ」「ジェノベーゼ」「ローズマリー」「赤カレー」の4種類を開発。島根県出雲市で開催されたワイン学会で、高い評価を得た。



アブラツノザメの蒲焼(有限会社田向商店)

背景



アブラツノザメは、古くから東日本において、煮魚原料として流通してきた。自社では、昨今の消費者ニーズである簡単・簡易に食べられる水産商品を開発し、消費者向けに販売してきたが、低調な販売となっていた。

一方で、外食産業、特に寿司店においては水産物消費が好調であり、外食産業ニーズに見合った商品を開発することとした。

新商品のポイント

アブラツノザメ延縄漁業は、水産エコラベル(MEL)を取得している。持続可能な水産物を得意とする外食産業の協力を得て、商品のカット、包装、味付け等細部にわたる調整を実施。外食産業向けの新商品として認知された。



未低利用魚を使った惣菜(株式会社仲野水産)



背景

食のスタイルが変化する中、消費者の鮮魚離れが進行しており、魚惣菜に対する需要は増え続けている。

天然資源の魚は、サイズや価格の変動が激しいことから、多様な未低利用魚を原材料とした魚惣菜を開発し、流通量を増加させたい。

新商品のポイント

未低利用魚には小型の魚が多く、小型魚の一次処理に長けた加工業者と連携。

小型魚をつかったフライ製品は、野菜を使った餡かけ商品等を開発したほか、利用度の低い海藻類を活用することで、他社商品との差別化を図った。



外食産業等と連携した水産物の需要拡大対策事業
新商品開発等事業取組事例

カツオの腹皮(ハラス)を使ったレトルトカレー (枕崎水産加工業協同組合)



背景

鹿児島県枕崎市はカツオを使用した刺身や鰹節等の加工が盛んだが、その製造工程で生じる副産物のハラス(カツオの腹皮)はほとんどが非食用となっている。

特に、ハラスは食用として十分利用可能であり、新たな商品の開発、販路開拓により、付加価値を向上させたい。

新商品のポイント

ハラスをミンチにすることで、扱いやすい原材料となり、カレーの具材に使用した新商品「枕崎咖喱」が完成。

各種メディアでも紹介され、他社から、ハラスミンチを使った商品化に向け、ハラスミンチの購入量が増加。

