

# 大型ニジマスの販売戦略の推進

## (新成長戦略研究 大型ニジマスの低コスト生産技術の開発と販売戦略の推進)

(予算区分 県単独 研究期間 平成26～28年度)

担当：水産技術研究所富士養鱒場 鈴木邦弘 鈴木基生 佐藤孝幸 木南竜平  
開発加工科 小泉鏡子 倉石 祐

### 【研究の背景とねらい】

近年、輸入サーモンの消費増大に伴い大型ニジマスの生食が定着していますが、本県では大型ニジマスの生産・販売体制はまだ十分ではありません。そこで、大型ニジマスの生産・販売を拡大する上で重要な課題や消費者ニーズを整理した上で販売戦略を検討し、富士山に訪れた観光客と首都圏等の大消費地への販売体制を整えます。また、静岡県産大型ニジマスを高鮮度で届ける技術の開発を行います。

### 【これまでに得られた成果】

- ・ 漁協出荷の大型ニジマスである紅富士（あかふじ）の生産量と消費量の増大を目的とした協議会（紅富士ブランド化推進協議会）を発足しました。
- ・ 協議会では、販売目標の設定や訴求ポイントの絞り込みを行うとともに、関連商品を開発し、紅富士スモークは新商品セレクションで金賞を受賞しました（図1）。
- ・ 消費者の評価により、紅富士のストロングポイントは「色の強さ」「旨味の強さ」「食感の良さ」「高鮮度」であることが分かりました（図2）。また、味覚認識装置による分析でも紅富士は輸入サーモンと比べて旨味が強いことがわかり、輸入サーモンとの差別化が可能と考えられました。
- ・ 鮮度管理技術の一つとして、即殺処理により高い鮮度が持続できることが分かりました。

商品名 (発売)	紅富士でまり寿司 (H27.2)	紅富士しゃぶしゃぶ (H27.9)	紅富士スモーク (H27.10)
商品写真			
ターゲット	ショップ 女性 (市民・観光客)	ECサイト、料理店、直売 ファミリー	ECサイト、直売、酒屋販 洋酒店客
値段	500円/個	3,500円/300g	750円/50g
販売実績	100万円	83万円	5万円
備考	富士宮市と連携	ふるさと製活用 虎ノ門市場で全国放映	新商品セレクション 2015金賞

図1 販売を開始した紅富士関連商品

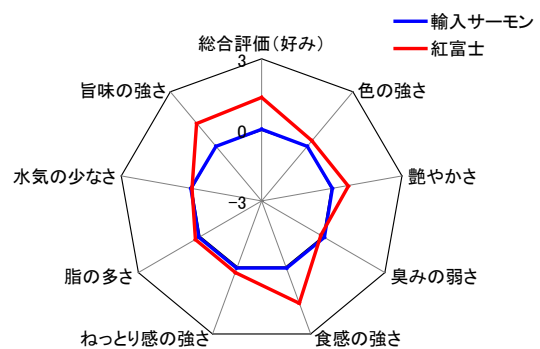


図2 紅富士の官能評価

### 【期待される成果】

消費者ニーズに沿った素材をより美味しく届けることで商品価値が高まり、消費拡大も進むことで新たな静岡県産ブランドとして確立することが見込めます。

### 【今後の計画】

鮮度管理マニュアルを作成して品質を安定化させるとともに、紅富士関連商品や紅富士のストロングポイントを活用し、流通業者、料理人、消費者等にPRすることで大型ニジマスの販売拡大を目指します。

(作成 平成28年4月)