

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

(大型ニジマスの販売戦略の推進)

(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・松山 創

【研究の背景とねらい】

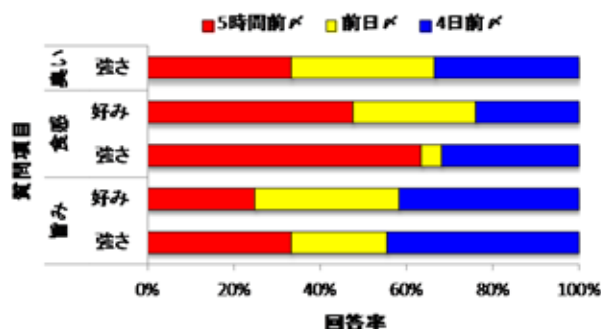
富士山の世界遺産登録に伴い、国内外から観光客が増加していますが、ニジマス料理を提供する飲食店が県内には少なく、生産されたニジマスの多くが県外で消費されている実態もあります。そこで、大型ニジマスの販売を拡大する上で重要な課題や消費者ニーズを整理し、戦略を検討することを目的に、協議会等によりその体制を整えます。また、静岡県産大型ニジマスを高鮮度で届ける技術の開発を行います。

【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;富士養鱒場長会長)を発足しました。メンバーは、水技研富士養鱒場、富士養鱒漁協、生産者、料理提供者、富士宮市とし、必要に応じてメンバーの増員が可能な組織としました。
- ・ 大型ニジマスの販売戦略案として富士山麓(富士宮市内)を自然が豊かで主生産域でもあり、ロケーションも楽しみながら超高鮮度の刺身を提供するA級エリアと、市街地でB級グルメのやきそば店が多く、鉄板を利用したホイル焼き等を提供するB級エリアにゾーニングをしました。今後、それぞれのエリアの特徴を活かした提供や流通方法を検討します。
- ・ 県西部地区の料理人を対象とした生産現場見学会(バスツアー)を開催したところ、流通経路が事前に確立している浜松市場の9月の集荷量は前月の1.3倍に増加しました。
- ・ 料理人のニーズを把握するため、上記見学会において大型ニジマスの刺身の試食試験を行ったところ、5時間前に活〆したものの食感が最も強く、料理人自体もそのような強い食感を好む傾向がありました。また、納入サイズや納入形態に関するニーズは料理ジャンルにより異なりました。



協議会第1回検討会の開催の様子、メンバーは県、富士養鱒漁協、生産者、料理提供者、富士宮市



活〆後の経過時間による影響

【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】

消費者ニーズを把握するため、引き続きアンケート調査を実施すると共に、静岡県産ニジマスをより美味しい状態で食べてもらうために必要な鮮度管理技術を開発します。

(作成 平成27年4月)