

第1回さかなの日推進委員会 議事次第

日時：令和3年10月25日（月）
13時00分～
場所：リモート開催

1 開 会

2 挨 拶

3 議 事

（1）さかなの日推進委員会について

① 水産物消費拡大方策について

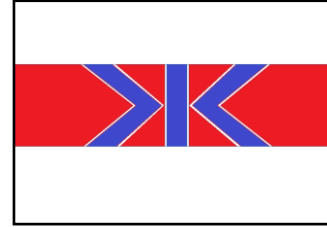
② R3年度「さかなの日」トライアルについて

③ トライアル期間に使用するロゴマークの承認について

（2）来年度の「さかなの日」の本格実施に向けた意見交換

（3）その他

4 閉 会



水産物消費の現状、課題及び対応方向について

新たな生活様式に対応した水産物消費拡大検討会 とりまとめ概要（抜粋）

令和3年9月17日

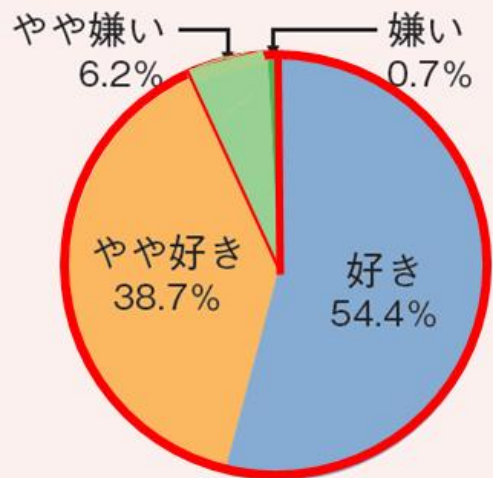
水産庁

水産物消費拡大に“今”取り組む意義 ①

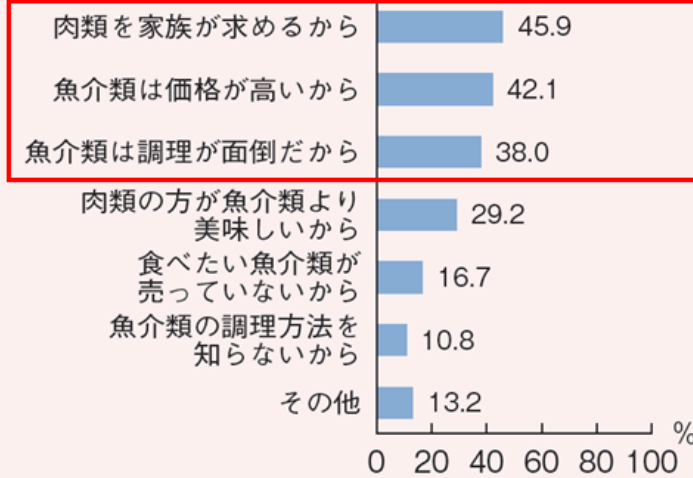
1. 水産物消費の現状と資源管理の推進

- **日本人の水産物消費量は、2013年度の40.2kg/年をピークに2019年度は23.8kg/年まで一貫して減少。**魚料理自体は食べたいが、魚の「扱いにくさ」、「コストパフォーマンスの悪さ」といった水産物のマイナス特性が家庭での消費にブレーキ。また、EPA・DHAなど「健康に良い」といったプラス特性も、かなり認知が進んでいるが、消費を拡大するまでに至らない状況。
- **我が国の漁業・養殖業生産量は、海洋環境の変動等の影響から資源が悪化し、1984年をピークに減少傾向（ピーク時の1/3程度）。**2020年12月施行の改正漁業法では、科学的な資源評価に基づいた管理により、中長期的に資源量を回復させ、国民に対する水産物の安定供給の確保を目指しているところ。

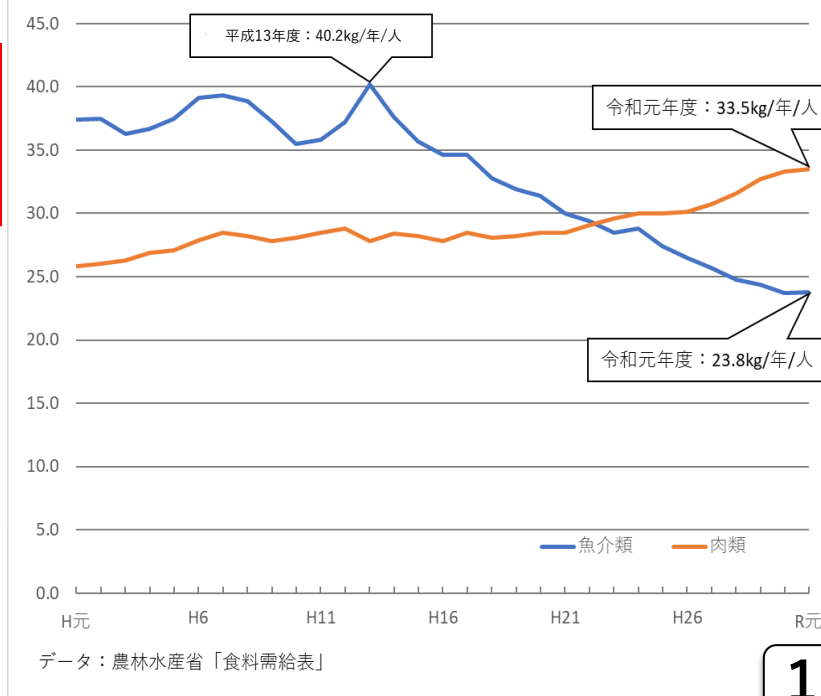
魚の料理の好感度



魚介類をあまり購入しない理由 (複数回答)



魚介類及び肉類の1人当たりの年間消費量（純食料）の推移



資料：(一社)大日本水産会「2019(令和元年)度水産物消費嗜好動向調査」

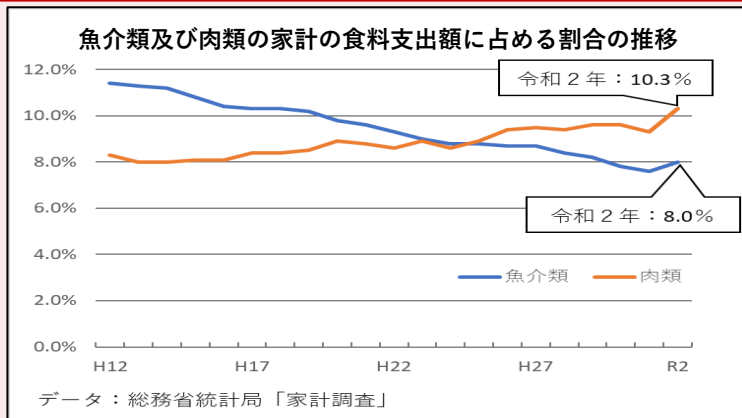
資料：農林水産省「食料・農業及び水産業に関する意識・意向調査」(令和元(2019)年12月～2(2020)年1月実施、消費者モニター987人が対象(回収率90.7%))

水産物消費拡大に“今”取り組む意義 ②

2. 足元の状況

全国的な消費動向

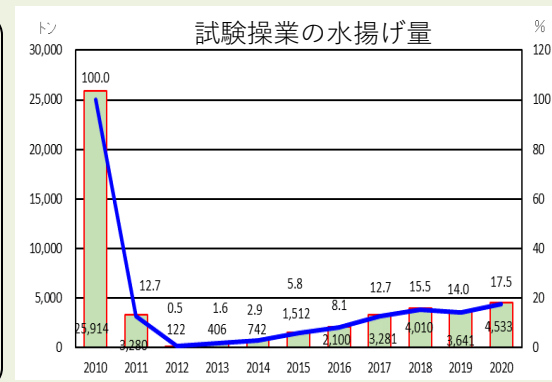
コロナ禍の影響により、外食需要が低迷する一方、巣ごもり需要により内食需要が拡大。水産物に関する消費者の購買行動も、**昨年は外食から家庭食へシフトし、家計の食料支出額に占める魚介類の支出額割合は25年ぶりに増加。**



復興水産物の消費動向

福島県を中心とした復興地域の主要地場産業である水産業の復活は道半ば。こうした中、4月から本格操業に向けた取組*へ移行しているが、**2021年4月にALPS処理水の放出が決定され、本格操業の取組に水を差すことが懸念。**

※本格操業に向けた取組
2020年9月より、相馬双葉地区にて「がんばる漁業復興支援事業」を活用し、沖合底びき網漁業の水揚げ量回復を目指した取組を開始。
5年後に震災前の5割以上を目指す。



3. 検討会立ち上げと検討方向

新たな生活様式に対応した水産物消費拡大検討会（令和3年3月3日立ち上げ、計4回開催）

【全国対応】

こうした状況を踏まえ、資源回復により中期的には増加が想定される漁獲量の受け皿を確保する観点からも、**水産物のマイナス特性を払拭するとともに、水産物の消費機運を高める方策を検討することが必要。**

【復興水産物対応】

こうした逆風を乗り越えて、復興水産物を国民に消費してもらうため、**水産物全体の消費拡大に向けた取組と歩調を合わせつつ、同時に復興地域独自の課題についても対応していくことが必要。**

水産物消費拡大に向けた課題と対応方向 ①

1. 水産物のマイナス特性を払拭する方策

課題

- 共働き世帯が増加する中で簡便化志向が強まる家庭では、調理自体が煩雑で、ゴミ処理など調理前後に時間と手間が必要、調理方法の世代間継承が不十分等の理由から、**魚に対する「買い控え心理」**が働く傾向。
- 時間と手間がかかる魚の処理に**家庭が負担を負うことなく手軽に魚を消費できる環境整備**が重要。
- **消費者の手元に届くまでに下処理や加工**を行うなど、消費者の手間を減らす工夫が必要。
- そのためには、**簡便性・保存性に優れた美味しい水産品・水産加工品の開発・普及**が必要。
- 魚は可食部位が他の食材と比べて限定され、原料当たりの単価が割高になるため、**コストパフォーマンスの改善による価格訴求力の向上**も併せて図ることが重要。

対応方向（令和3年度における支援事業）

新型コロナウイルス感染症の影響による**消費者の購買行動の変化を踏まえ、水産物のマイナス特性を克服し、もっと楽しく簡単に食べることを可能にする商品・提供方法等を開発、実証**していくため、国は「**新生活様式対応型水産物需要拡大支援事業**」を活用して民間の取組を後押し。



冷凍ホタテ原料



サイズ不揃いのホタテを活用した安価なミールキットの開発



レシピイメージ

国産原料を活用したシーフードミックスを開発し、料理教室でレシピを普及



2. 水産物の消費機運を高める方策

課題

- これまでの官民の様々な取組は、時期、場所、内容などで有機的な連携がなされず、一過性のイベントとなっているケースも散見。
- 魚の消費量が少なく、将来の消費の担い手となる若年層に対して、魚食を習慣づける取組が重要。
- 魚の持つ「健康増進効果」や「旬の美味しさ」といった魚の持つプラスの商品特性を活かしつつ、わくわく感や楽しさ・面白さが実感できる情報発信の工夫が必要。
- 今後は関係業界全体が連携、協働した上で、消費者に広く認知される規模、アクセスしやすい期間・場所で効果的な取組を行う。

対応方向（令和3年度における消費機運を向上させる取組の推進）

- ・ Fish-1グランプリ等のイベントによる国産水産物の魅力等の情報発信の実施。
- ・ 魚の学校給食への利用を促進する学校給食関係者等向けの講習会等を実施。
- ・ 水産庁長官任命の「お魚かたりべ」が学校を訪問し、魚の美味しさや漁業現場の楽しさ等を知ってもらう活動を展開。
- ・ 情報発信を効率的効果的に行うべく 「さかなの日推進委員会」を官民協働で設立。



「さかなの日」制定に向けての取組を具体化する必要

3. 復興水産物の消費拡大方策

課題

- 本格操業に向けた動きが円滑・迅速に進むことが必要。
このため、「**獲れば売れる。売れるから獲る。**」という好循環を産み出し、水産関係者が安心して事業継続できる環境を作ることが必要。
- 復興水産物についても、水産物全体の消費拡大に向けた取組と歩調を合わせつつ、消費者が復興水産物に抱くマイナスイメージを払拭する取組を行うことで、消費拡大を図る必要。

対応方向（令和3年度における支援事業）

福島県農林水産業再生総合事業

- ・ **水産エコラベル認証への支援**
MEL等の第三者認証の審査取得を支援。
- ・ **首都圏大型量販店に常設販売棚の設置**
県産水産物を「福島鮮魚便」として常設で販売し、専門スタッフが魅力と安全性をPR。
- ・ **県産水産物の高付加価値化支援**
産地流通加工業者等がグループを形成し、共同出荷を行い、取扱量の増加を図る取組等を支援。
- ・ **県産水産物の消費拡大イベント開催支援**
地元での消費拡大を目的に直売会等の開催を支援。
- ・ **県産水産物の社食への販路開拓支援**
首都圏企業の社員食堂にて、メヒカリ等を用いた料理の提供を支援。
- ・ **県産水産物の情報発信**
海外向けに水産物の魅力や安全性を発信する取組を支援。

復興水産加工業等販路回復促進事業

- ・ **アドバイザー指導、講習会・商談会の開催等支援**
アドバイザーによる商品開発等のサポートや消費地等での商談会の参加を支援。
- ・ **外食を活用したフェアの開催及び特設サイトによる情報発信**
外食店等にて水産加工品を提供する取組や特設サイトにおいて水産加工品のPRを支援。
- ・ **水産加工機器の整備等支援**
販路回復等の取組に必要な加工機器整備費、マーケティング経費等の一部を支援。
- ・ **水産加工品の原料確保支援**
福島県の加工協等が、他産地から原料を調達する場合に、輸送経費等の一部を支援。

水産物消費拡大の推進体制

官民協働の推進機関の再構築

課題

- これまでの魚食普及施策は、様々な主体がそれぞれの立場から別個に取り組んできたことから、全体像を分担し、効果的に取組むという点において課題があった。

対応方向（官民協働の推進機関の設置）

- 今後は、「水産物消費拡大実行計画会議」を設け、政府事業と民の取組の効果的な連携の下、戦略的に消費拡大事業を展開。
- 新たな生活様式に対応した水産物消費拡大検討会を改組して、同実行会議の下で水産物の消費拡大施策に関する官民協働の推進機関として「さかなの日推進委員会」の取組や予算事業、復興事業等も連携して一体的に取り組むことが重要。

消費拡大に向けた省内連携体制

- ・ 政策課食料安保室
- ・ 外食・食文化課食文化室
- ・ 農産局穀物課米麦流通加工対策室
- ・ 消費安全局消費者行政・食育課

水産物消費拡大に向けた官民協働の機関

水産物消費拡大実行計画会議
(事務局：加工流通課)

水産物消費拡大推進機関

さかなの日推進委員会

国産水産物流通促進センター
(政府予算事業推進機関)

水産庁

復興水産加工業販路回復促進センター
(政府予算事業推進機関)

復興庁
経産省

さかなの日を考える

●背景

新たな生活様式に対応した水産物消費拡大方策 (令和 3 年 6 月検討会とりまとめ抜粋)

- 多くの魚に関する記念日なども活用しながら、企業の創意工夫により、独自の販促や特売メニューの提案、イベント等を行う日として「さかなの日」を制定し、個別の企業活動との連動で大きな魚食ムーブメントを創るような取組が必要である。
- 取組に賛同する企業が集まって、活動情報を持ち寄り発信し、互いの取組の効果的な連携を調整するプラットフォームとして「さかなの日推進委員会」を設立し、官民協働の取組として行う必要がある。

●取組内容・スケジュール

- 今年度は、トライアルとしての 2021 年度版「さかなの日」を試験実施。
- 試験的に各種取組を進め、「さかなの日」の賛同企業を募る。
- トライアルの進捗状況や結果は実行計画会議へ報告。

9～10月	賛同企業の募集開始 さかなの日推進委員会の立ち上げ（事務局：NKB） 第 1 回さかなの日推進会議	} トライアルイベント
11～2月	EC サイトによるさかなの日 飲食店によるさかなの日 子供向けさかなの日 量販店によるさかなの日	

令和 3 年度

水産物消費拡大実行計画会議

●実行計画の策定（2 月目途）

トライアルでの経験を踏まえ、効果的な「さかなの日」の制定に向けてさかなの日推進委員会で具体案を検討頂く旨、令和 4 年度の実行計画において規定。

※ その他の消費拡大施策についても、令和 4 年度実行計画へ反映

さかなの日推進委員会

実行計画に従い、関係業界のヒアリングや賛同企業のアンケートを実施し、効果的な「さかなの日」及び取組の方向性について意見を集約する。

令和 4 年度

「さかなの日」を制定・取組の実施

実行計画会議において、「さかなの日」制定や取組内容についての評価を行い、次年度の実行計画を策定。



さかなの日推進委員会

2021.10.25

事務局

さかなの日推進委員会の立ち上げ経緯と目的



TOKYO
KAGI
gloch

「**小山薫堂 東京会議**」 <https://sakanaouen2020.jp/specialcontents/> 1回目放送：2021年1月30日(土) 2回目放送：2021年3月13日(土)

令和2年度水産物販売促進緊急対策事業のプロジェクト「海の恵み 食の底力 JAPAN」において実施された、BSフジ放送のTV番組「小山薫堂 東京会議」において、前水産庁長官 山口 英彰さん、音楽家の松任谷正隆さん、食育インストラクター、モデルの和田明日香さん、Simplicité オーナーシェフの相原薫さんと共に、「日本人にもっと魚を食べてもらいたい！」をテーマに会議を実施いたしました。その番組収録の中で、ひとつのアイデアとして生まれたのが「さかなの日」です。

さかなの日推進委員会の目的

消費者が国内の水産物を食べる、新しいきっかけを創出するために生まれた「さかなの日」というアイデアを消費者の間で幅広く定着させ、スーパーマーケット、飲食店、ECなどにおける大きなマーケットを創出し、業界全体のビジネスチャンスへと発展させることを目的として「さかなの日推進委員会」を設立いたします。



「海の恵み 食の底力 JAPAN」とは？

2020年。これまでの取引が休止してしまい、販売先を失ってしまった国内の水産物の新たな販路の開拓を目的として、外食産業・食品加工業・料理家・調理師学校等のあらゆる食に関わる専門家たちと共に立ち上がりました。次の時代に向けた新しいアイデアを実際にカタチにし、リアルな場で果敢にチャレンジすることで、日本ならではの新たな食文化が醸成されることを目指したプロジェクト。さらに、このウェブサイトを通じて、かけがえのない日本の「海の恵み」、そしてそれらを最大限に活かす、食に関わる人間たちの「底力」を体感できる多彩な機会をご紹介します。

さかなの日推進委員会運営の展望

2022年度以降の本格実施を視野に入れ、2021年度は試験実施を致します

2021

トライアルとして「さかなの日」を試験実施

水産物消費拡大のための各種取組を試験的に実施していき、
知見を得ながら「さかなの日」賛同企業を募る



2022~

2021年度の実績を踏まえ、
「さかなの日」の本格実施を目指す

「さかなの日」の設定

「量販店」「飲食店」「EC」の各業界で「さかなの日」を設定
賛同企業でフェア、イベントを実施し、各業界から訴求を行います

ターゲット



- とにかく美味しい魚を食べたい
- お得に買い物できる機会が欲しい
- 日頃魚は調理が面倒
- 魚が美味しいレストランを知りたい

定期的に魚を食べる
「きっかけ」を創出



量販店



量販店が特売を実施

飲食店



レストランの日替わりメニューや
おすすめメニューの食材に採用

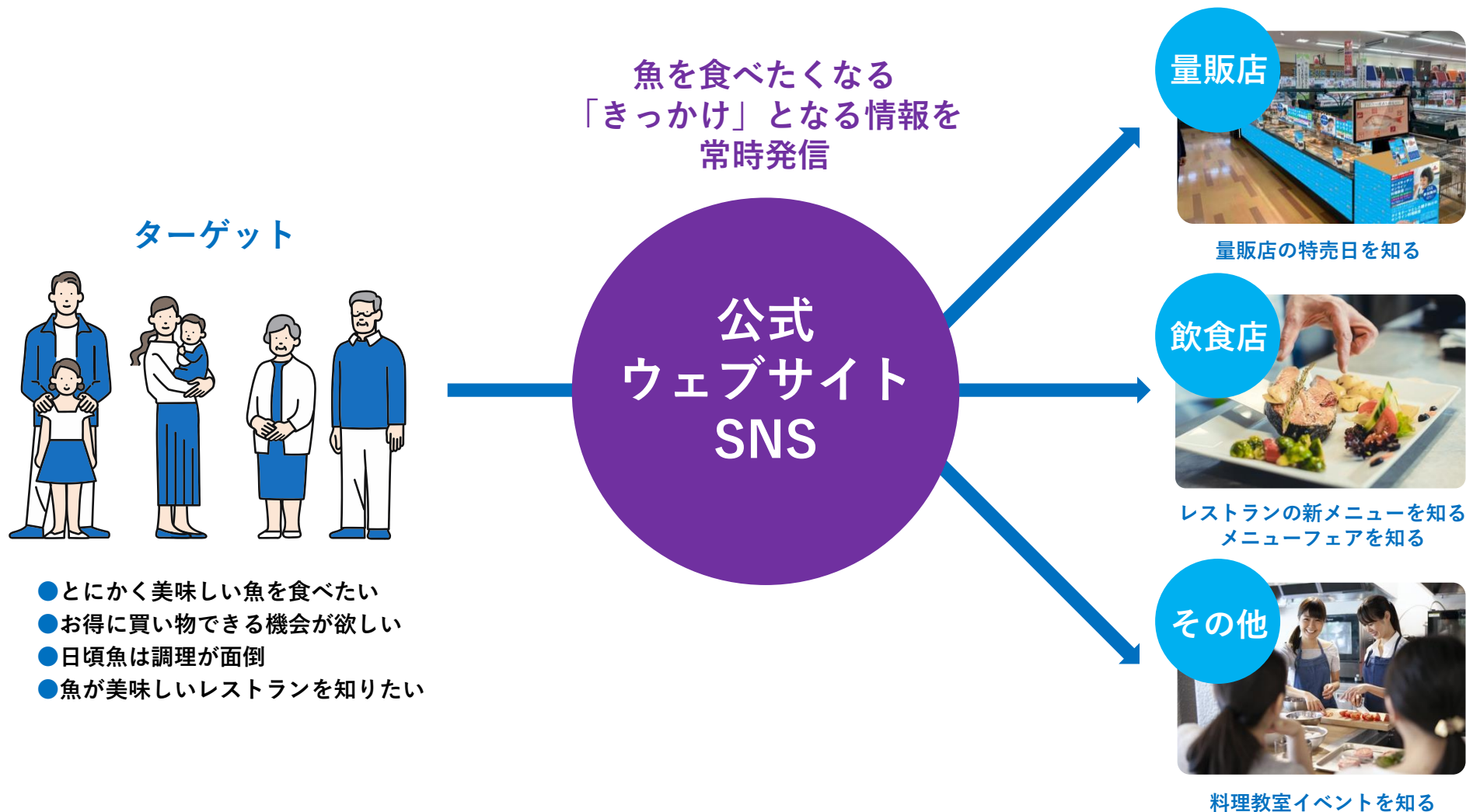
EC



ネットショップが特売を実施

賛同企業独自の特売日、フェア、イベントを「さかなの日」としてカレンダー化

賛同企業独自の特売日、フェア、イベントを「さかなの日」としてカレンダー化
公式ウェブサイトやSNSを活用した広報活動を実施します



※3月7日、10月10日などは既に記念日として設定されているが、各業界、企業独自で実施しているものの為、新たに各方面を包括した「さかなの日」を2022年度に設定する

情報発信や活動のプラットフォームとなる公式ウェブサイト・SNSの設立

「さかなの日」の様々な魅力的な活動内容や参加できるイベントなどが随時アップされる本事業のプラットフォームを構築します

【公式ウェブサイトイメージ】



TOPページイメージ

お知らせ

サイトの更新情報を表示
（「イベント情報」など）

インタビュー

委員会メンバーや魚食のキー
パーソンのインタビュー記事

お魚レシピ

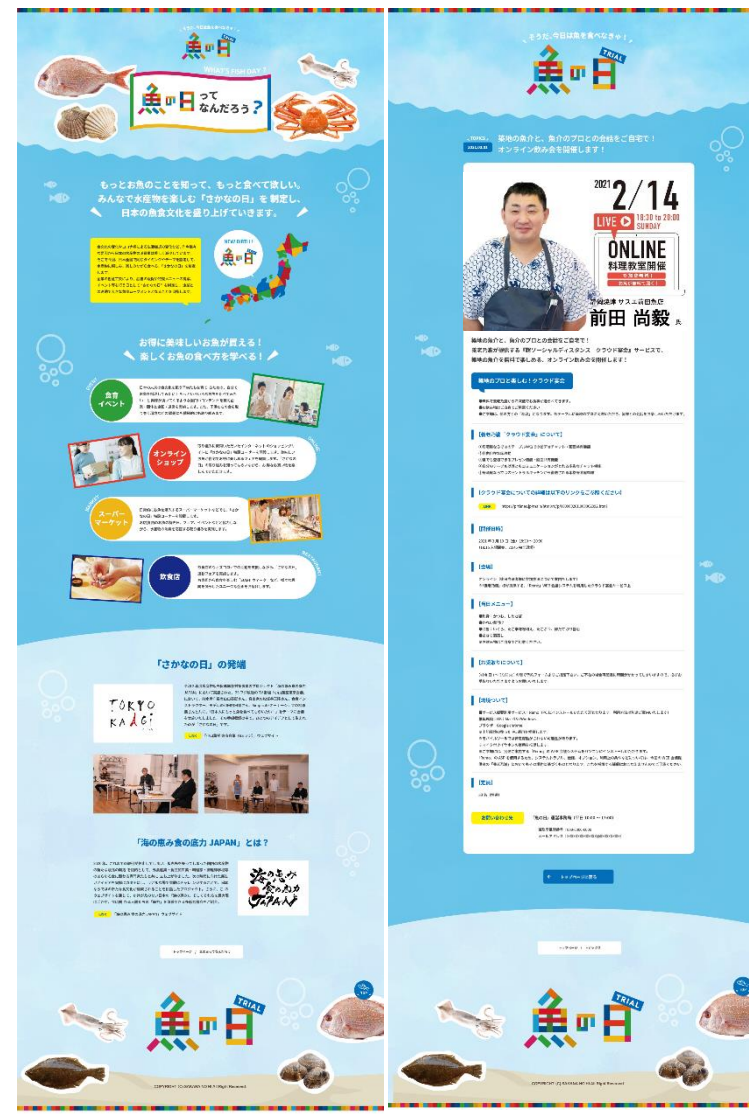
料理教室、飲食店連携でできた
レシピを掲載

コンテンツ

魚食が楽しくなる便利な
コンテンツを掲載

・例：
魚画像無料ダウンロード
<https://sakanaouen2020.jp/ra/>
魚の骨選権
<https://sakanaouen2020.jp/bone/>
魚の目引き
<https://sakanaouen2020.jp/mekiki/>

関連団体・事業のリンク集
SNSやメルマガへの動線



コンセプトページイメージ

告知ページイメージ

イベント情報を探す

各イベント情報のページへ遷移

【フェア・特売】
スーパー・EC：フェアや特売日、レシピ掲載、チラシの発信飲食店：旬のさかなのフェア、SUSHI ウィーク専門鮮魚店・生協等：フェア、特売日

【新商品・新メニュー】
製造メーカー：新商品開発、ミールキットの開発
コンビニ：さかなの新商品開発・販売情報

【料理教室】
料理教室：レッスン情報

【メディア】
雑誌：購読層に応じたさかな関係情報の掲載情報
ネット関係：さかなレシピ特集掲載情報

今月の旬食予報

天気予報と併せて旬の食材情報を発信するウェブメディア『旬食予報』の内容を掲載
旬食予報：<https://shunshokuyoho.com/>

オンライン料理教室

料理教室で使用したレシピ動画を掲載
(Youtubeリンク)

「さかなの日」を消費者に浸透させるために活動いただける企業とのアライアンス構築

日本全国のEC、飲食店、量販店などのBtoC企業や、子供たちへの教育活動を展開する組織などの賛同企業・団体とのアライアンスを構築し、一体となったお魚の普及活動を実施します

魚を食べたくなる「きっかけ」となる情報を常時発信



ECサイトによる
トライアルさかなの日
(11月実施を検討)



子供向け
トライアルさかなの日
(料理教室など)
(12月実施を検討)

公式
ウェブサイト
SNS

飲食店による
トライアルさかなの日
(1月実施を検討)



量販店による
トライアルさかなの日
(2月実施を検討)



日本全国の消費者へ
情報拡散

ECによる トライアルさかなの日（11月下旬に試験的に実施予定）

賛同企業のECサイトにトライアル「さかなの日」特設コーナーを開設し
美味しい魚が自宅でお得に楽しめるフェアを展開します

コロナ禍で昨年からの需要が急増しているECサイトにて、トライアル「さかなの日」をPR。
実際にお得な商品を購入できるフェア等を展開

キャンペーン施策イメージ①（さかなの日キャンペーン）

ECサイトごとに趣向を凝らした「さかなの日」
キャンペーンページを開設
この取り組みを知ってもらいながら、お得な商品が購入できる

【実施決定】

- 食文化社による特設ページの開設（2021/11/8～11/28）

-（株）食文化

「うまいもんドットコム」、「豊洲市場ドットコム」を運営。
プロの聖域だった市場の品揃えとクオリティを、一般人でも利用できるWEBサービスに進化させる。



特設ページでの展開イメージ

キャンペーン施策イメージ②（レシピ掲載）

レシピサイトとの連携を通して
魚を美味しく食べられるレシピを発信

【実施決定】

- 「海の恵み 食の底力 JAPAN」公式レシピサイトとの連携

- 海の恵み 食の底力 JAPAN
公式レシピサイト

水産庁「令和2年度 水産物販売促進緊急対策事業」で遂行されたプロジェクト。
コロナ禍で販売先を失った国産水産物の新たな販路開拓を目的として、外食産業や料理家など、あらゆる食に関わる専門家たちが4,000以上に及ぶ魚料理のレシピを開発。



海の恵み 食の底力 JAPAN 公式レシピサイト

子供向け トライアルさかなの日（12月に試験的に実施予定）

12月に主催実施予定の「食育カンファレンス2021」においてトライアル「さかなの日」にちなんだイベントを実施します

食育カンファレンス2021

～世界中の人たちの冬を食育で楽しくする！～

2021年12月4日(土)開催予定

場所 オンライン配信

参加者 一般消費者

参加費 無料

主催 一般社団法人キッズキッチン協会

後援 農林水産省
一般社団法人全国スーパーマーケット協会
合同会社 DMM.com

基調講演

食育の現状や課題、今後取り組むべきことなどについて有識者による基調講演を開催します

「食育の今と未来について」

井出 道雄 氏
(キッズキッチン協会会長)

「食育の重要性について～家庭での食育を伝授～」

服部 幸應 氏
(学校法人服部学園服部栄貴専門学校 理事長・校長)

その他スペシャルゲストが登場！
開始直前までのお楽しみ！

親子体験教室 子供向け、親子向けのワークショップ型オンライン料理教室をさまざまなテーマで開催します

「ピンクの熊と一緒に料理？
コアックマ特別オンライン料理教室」
北海道応援キャラクターのコアックマと一緒に
お昼ご飯を作ってみよう！

「日本・台湾のお魚料理を作ってみよう
～日本と台湾を結んで～」
日本と台湾をオンラインで結んで
日台両国のお魚料理と一緒に作ってみよう！

「うますぎてヤバイ！干物づくり
前田尚毅氏によるオンライン料理教室」
干物づくりのスペシャルが家庭でできる
干物づくりを伝授します

「シモーネ・カンタフィオ氏の
イタリア料理が学べるオンライン料理教室」
イタリア商工会議所さまのご協力による、元・ザ・ウィンザーホテル洞爺
エグゼクティブシェフの料理が学べる貴重な機会です！



Kids Kitchen

キッズキッチン協会とは？

キッズキッチン活動を推進する任意団体として、子ども達の食を取り巻く現状、児童教育などに問題意識を持つ企業、地方公共団体、学識経験者などを中心に、平成17年9月に設立されました。

キッズキッチン教室

当協会の要である子ども向け料理教室。インストラクターがアシストしながら子どもがひとりで料理にチャレンジ。協会主催の教室のほか、(株)三井食品様から依頼を受けて開催するイベントも実施。協会主催で参加するイベントは年に数回、キッチンスタジオ等を借りて教室を開催。また、農林水産省指導が開催する食育推進全国大会にも毎年参加し、ブースでミニキッズキッチン教室を開くなど、様々なキッズキッチン教室を開催。

創設者：坂本廣子氏 | 会長（代表理事）：井出道雄氏 | 副会長（理事）：坂本佳奈氏 | 理事：宝槻和政氏 | 理事：熊谷亜里氏 | 理事：萩原章史氏 | 理事：早武忠利氏 | 理事：村中悠介氏

インストラクター養成講座

キッズキッチン教室を実施する協会所属の認定インストラクターを育てる講座です。基礎編から応用編まで4つのカリキュラムで構成し全て受講すると、認定インストラクターの称号を授与。認定インストラクターは主にキッズキッチン教室で講師となったり、子どもたちのアシスタントとして活動。また、インストラクター個人がキッズキッチン教室を開催し食育を普及する活動も行う。



飲食店による トライアルさかなの日（1月に試験的に実施予定）

各飲食店と連携し、寿司から魚を好きになる、トライアル「SUSHIウィーク」を実施します

様々なジャンルの飲食店で寿司メニューを開発
 寿司を堪能し、寿司から魚を好きになるトライアル「SUSHIウィーク」を実施

実施イメージ

日本人が最も好きな魚料理のひとつ“寿司”をきっかけに、
 魚を好きになるキャンペーン

お寿司屋さん、日本料理店はもちろん、中華料理、フランス料理など、
 様々なジャンルの飲食店で寿司メニューを開発



トライアル「SUSHIウィーク」を設定し、様々なジャンルの飲食
 店で寿司メニューを楽しむキャンペーンを実施

気になるあのレストランが
 身近になる2週間

検索と
 予約はこちら!

レストランとお客様の「Nice to meet you (出逢い)」の場を提供するグルメフェスティバル「ジャパン・レストラン・ウィーク2016 ウィンタープレミアム」が開催予定の期間、
 食は多彩だから、女子会やデートなど大切な人との食事のシーンにぜひ利用してみてください。

JAPAN RESTAURANT WEEK 2016

Date! 2016.2.1mon - 2.14sun

第12回となるジャパン・レストラン・ウィークは、世界でトップレベルを誇る美食の国、東京を中心に、
 全国14都市、355のプレミアムなレストランで、この期間だけのスペシャルメニューがリーズナブルな価格で楽しめる。
 この機会に、貴院にお誘いしたいお店の予約も是非お進めください。

全国14都市、355店舗から選べる 多彩なレストラン!

今回の参加店舗は、全国14都市・355店舗1,378店舗も参加予定ですので、ぜひお申し込みをお進めください。
 当日は豊富なメニューとドリンクを併せてお楽しみください!

	札幌 寿司 鮎 園士		仙台 日本料理 豊和軒・園 切 伊波英		東京 フランス料理 gentil-h
	東京 イタリア料理 レストランチ ラブリムラ		横浜 和洋料理 Turandot 海鮮亭		金沢 日本料理 わら
	京都 日本料理 園風庵		名古屋 日本料理 園風		大阪 鉄板焼 北新地 鉄板焼 「翔」 SHOW
	奈良 フランス料理 ヴェルデパル		広島 鉄板焼 西宮の米		福岡 フレンチ料理 Restaurant Kazu

【参考事例】ジャパンレストランウィーク
 （上質なレストランで特別メニューをリーズナブルな
 定額料金を提供するグルメ週間）

量販店による トライアルさかなの日（2月に試験的に実施予定）

スーパーマーケットの魚売り場にて、「さかなの日」の定着や
企業独自の特売日、フェア、イベントを盛り上げる活動を実施します

本事業の統一したデザインのツールを制作・配布し、スーパーマーケットなどの魚売り場をトライアル「さかなの日」のイメージで演出することでイベント性を高めます

製作予定ツール

チラシ・ポスター（イメージ）



のぼり（イメージ）



※ポールや土台は店舗にあるものをご活用いただきます

スーパーマーケットの魚売り場での展開イメージ

その他イメージ：自販機を活用したさかなの日：サンデン・リテールシステム（ど冷えもん）

メディア等で話題沸騰の冷凍自動販売機での国産水産品のプロモーション活動を展開します

マルチストック式冷凍自動販売機

SANDEN
SANDEN RETAIL SYSTEMS CORPORATION

ど冷えもん

さまざまなシーンでビジネスチャンスを生み出します！

業界初！ マルチストック式で
多彩な包装形状に対応！

さまざまな冷凍食品が簡単に買えます！

時代に合わせた
新しい販売スタイルをサポート！

- 24時間無人販売で
人件費を削減！
- 非対面で
安心して購入できる！
- 冷凍だから
食品ロスが少ない！

「ど冷えもん」で
広がる新しい販売のかたち！

販売代理店 コスモ塩路株式会社 〒619-0035 京都府久世郡久美山町下津園川原18番地
TEL 0774-41-3144 FAX 0774-41-3225



飲食、時短の痛手補う
冷食用、多品目対応に進化

「ど冷えもん」は、従来の冷凍食品自動販売機とは異なり、多種多様な包装形状の冷凍食品に対応できる。また、24時間無人販売が可能で、人件費削減に貢献している。さらに、非対面での購入が可能で、安心して利用できる。冷凍食品だから食品ロスが少ないというメリットも大きい。このように、冷凍自動販売機は、飲食業界にとって非常に有効なツールとなっている。特に、忙しい朝や夕方、夜遅くまで営業している店舗では、大きな活躍の場を期待されている。

「冷食自販機」加速 ど冷えもん、半年で1000台突破 日本食糧新聞（2020.07.21）

コロナ禍ニーズに合致する冷凍食品の自動販売機が好調だ。マルチストック式冷凍自動販売機「ど冷えもん」（サンデン・リテールシステム）は1月末の発売以来、想定を大幅に上回る1000台以上の注文を集めている。一方、同機を活用して有名ラーメン店の冷凍ラーメン11品を販売する「ヌードルツアーズ」（丸山製麺）も好調だ。3月末に1号機を設置し現在14カ所に拡張、年内50カ所の展開を予定している。

メディア掲載実績

- 日経MJ（9/3掲載）
- テレビ朝日 中居正広のニュースな会（9/4放送）
- フジTV めざましどようび（9/4放送）
- 東京新聞 web（6/22掲載）
- 朝日新聞 デジタル（7/2掲載）
- テレ東 ワールドニュースサテライト（1/27放送）
- フジテレビ FNNプライムオンライン（6/16掲載）
- Forbs JAPAN オンライン（6/26掲載）
- 日本食糧新聞（7/21掲載）
- SankeiBiz（2/19掲載）



新聞やニュースなどで連日話題沸騰中

さかなの日推進委員・賛同企業 体制図

「さかなの日」を推進する委員会に以下の方々を招聘
また、事業の各種取組を実施する企業・団体を賛同企業等として位置づけ

水産物消費拡大実行計画会議

事務局：水産庁加工流通課

さかなの日推進委員会

- | | | | |
|----------|----------------------------|--------|---------------------------------|
| ◆ 発案者： | 小山薫堂氏
(オレンジ・アンド・パートナーズ) | ◆ レシピ： | 小竹貴子氏 (クックパッド) |
| ◆ 卸： | 伊藤晴彦氏 (中央魚類) | ◆ 飲食店： | 竹島美保氏 (ぐるなび) |
| ◆ 量販： | 湯山一樹氏 (イトーヨーカ堂) | ◆ 雑誌： | 飯塚真希氏
(ベネッセコーポレーション (サンキュ!)) |
| ◆ 離島・地域： | 千野和利氏 (離島振興地方創生協会) | ◆ 事務局： | 溝上宏氏 (NKB) |

賛同企業等 (今後拡大予定)

量販店

イトーヨーカ堂、
長崎屋 (コンタクト中)

⋮

飲食店

養老乃瀧、全国すし商生活
衛生同業組合連合会、
スシロー (コンタクト中)

⋮

EC事業者

うまいもんどットコム

⋮

料理教室

キッズキッチン協会

⋮

今後の活動スケジュール

10月25日	第1回さかなの日推進会議 (以下を試験実施)
11月	ECサイトによるトライアルさかなの日
12月	子供向けトライアルさかなの日
1月	飲食店によるトライアルさかなの日
2月	量販店によるトライアルさかなの日

トライアル「さかなの日」の認知を高めるロゴマークのデザイン（案）

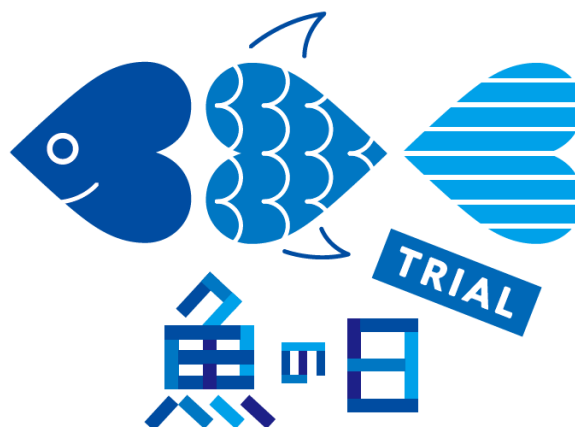
視認性が高く親しみのあるデザインのロゴマークを製作
 ロゴマークのステッカーを商品に貼るなど、トライアル「さかなの日」活動のPRに活用します

案 1



- 「魚」という漢字を使わずに視認性良くキャッチーに訴求するデザイン。ハートと尾びれの形が似ているので、デザインのアクセントとして活用

案 2



- ハート3つの形で魚を形どったデザイン。魚の日を通じてもっと愛して欲しいというメッセージを訴求

案 3



- 幾何学的な図形と色彩、手書き風の文字で子供たちにも親しみやすく明るいデザインに。わかりやすくお皿に載せたデザインを加えることも可能