

【ホヤ等の関西・首都圏等販路開拓のための「加工業者×流通×メディア」連携】

H29年度チーム化事業
報告概要

～ホヤ等の関西・首都圏等販路拡大チーム～

背景：	ホヤの従来の最大の販路であった韓国の輸入規制により、需給ギャップが発生し、国内でのホヤの販路開拓が必要。しかし、ホヤは鮮度の劣化が早いこと等から、東北以外で消費者が目にする機会が少なく、また関西等の飲食店ではホヤの取扱いが少ない
取組概要：	東京や大阪における大規模外食イベントへの出展や、復興イベントでのホヤPRの実施により、消費者に対するホヤの認知度向上に取り組むとともに、大阪での大規模商談会に出展し、関西圏におけるホヤの販路開拓に取り組む。
取組成果：	東急ストアの東北フェアにおいてホヤ商品54個販売、ホヤの消費拡大に関する取組を掲載した記事を10万部発行、全国魚市場&魚河岸まつりにおける売上金額約140万円、大阪で開催した「東北縁日」において瓶詰ホヤ200個完売、シーフードショー試食提供数530食。
全体総括：	ホヤの国内消費量を増やすためには、認知度向上に向けたPRや、外食イベントでの露出を継続的に実施し、東京、大阪といった大都市における潜在的ニーズを丁寧に掘り起こすことが重要がある。

実施した取組の具体的内容

【取組① 販路開拓のためのテストマーケティング】

a) テストマーケティング

日時：平成29年7月28日～31日

場所：東京都 東急ストア本店（中目黒店）、大森店

概要：東京におけるホヤの販路拡大を目的に、東北水産加工業者（三陸オーシャン）の商品（ほやご飯の素、ほや汁）を、東北フェアとして取扱い専用の棚を設け、試食販売を行った。専用棚には、ポスター等を作成してPRを実施した。

■ 売場全体



■ マネキンによる試食実演販売の様子



【成果】

- ・ホヤのポスター等により、幅広い客層へホヤをPRした。
- ・非認知商品は、1日に5個程度売れば良いと言われている中で、54個の売上げを達成（購入者のほとんどはホヤを知らなかったとのこと）。

b) メディアを活用した情報発信

日時：平成29年11月15日（食品商業発行日）

媒体名：食品商業

概要：流通業者向け専門誌「食品商業」にテストマーケティングの取組を記事として掲載し、情報発信を行った。

■ 記事が掲載された「食品商業」



【成果】

- ・首都圏（1都3県）を中心に101,000部を発行。
- ・ほとんどの読者がバイヤーや店長、売場担当者のため、東京でのホヤの成功実例を業界関係者の幅広い層に対してアピールすることができた。

実施した取組の具体的内容

【取組② ホヤの認知度向上に向けた取組】

a) 首都圏でのプロモーション

日時：平成29年11月16日～11月19日

場所：東京都 日比谷公園

参加者：三陸オーシャン

概要：魚食文化普及を目的として、日本全国の魚介類産品を中心とした魚食メニュー販売や物産販売を行う「全国魚市場&魚河岸まつり」に、ホヤの調理品を販売しつつPRを行う店を出店。調理アドバイザーの指導を受け、ホヤ汁、ホヤ串焼きを販売。

イベント全体では4日間で延べ14万人の来場があった中で、ホヤの店舗についても、被り物やチラシ配布等の効果もあり、各メディアから取材を受け、多くの露出があった。

■「三陸ほや」出店の様子



【成果】

- ・4日間で約140万円の売上げを達成し、試食も好評であった。東京におけるホヤのニーズを感じた。
- ・ブースの前でホヤの被り物を被り、チラシを約3,000枚配布することで、来場者やメディアに対してPRできた。

b) 関西圏でのプロモーション

①東北縁日2017

日時：平成29年6月11日

場所：大阪府 大阪ステーションシティ（JR大阪駅5F）

概要：復興庁主催「東北縁日」の東北マルシェに出店している気仙沼の水産加工業者の「山証」によるホヤの瓶詰の販売にあわせ、ホヤの被り物を被って、パネルでホヤの説明を行い、販売促進活動を行った。

②シーフードショー大阪

日時：平成30年2月21日～2月22日

場所：大阪府 ACTホール（アジア太平洋トレードセンター内）

参加者：南三陸おふくろの味研究会「魚市場キッチン」

概要：約15,000名の水産関係者が集う展示商談会「シーフードショー大阪」に、ブースを出展し、ホヤの缶詰を試食として提供した。

■ホヤの被り物を被っての説明



■シーフードショー大阪でのブース出展



【成果】

- ・東北縁日では、関西の消費者に好評で、200個の瓶詰ホヤが完売。
- ・シーフードショー大阪では、2日間で530食の試食を提供。また、10社と継続商談を実施。ホヤを試食した人からは、関西では販売してないので目新しい等の意見があった。