【「三陸ナマコ」の多用途商品開発推進事業】

～「三陸ナマコ」ブランド創生チーム～

H29年度チーム化事業 報告概要

背　　景：	被災地の水産加工品の販路回復に向け、「三陸ナマコのブランド化」を旗印に、事業者各々が既存加工技術を基に新商品を開発することにより、新しい風を吹き込み既加工技術を応用発展させることを目指した。
取組概要：	今まで「ナマコ」を取り扱っていなかった加工業者が参画したことにより、既存の取扱業者が新しい試みにチャレンジすることができた。 情報共有することにより、地域資源としての可能性を見出し、若い世代へ食文化として繋ぐことができた。
取組成果：	勉強会セミナー（全2回）、シーフードショー等への出展（全4回）、メディア等への掲載（6回・TV報道含む） 「三陸ナマコ」加工品＆レシピ：1．試作品「22点」　2．商品化検討商品「6点」　3．新メニュウ（レシピ）「5点」 4．ガイドブックの作成
全体総括：	今回14社により、開発された試作品「22品目」のうち「6品目」については、 商品化に向けて具体的な検討に入った。 「三陸ナマコ」加工品の素材の素晴らしさはアゼルバイジャンでも証明されたものの、販売するには中国ブランドとの差別化が必要である。

実施した取組の具体的内容

【取組①「三陸ナマコ」を主原料とした新商品開発】

日　時：平成29年7月5日（水）15時～17時
場　所：宮城県仙台市・東北福祉大学仙台駅東口キャンパス
参加者：青葉化成（株）、（株）エスエスフーズ、海鮮せんべい塩竈㈱
㈱かね久、㈱カトーマロニエ、㈱カネタ・ツーワン、㈱ヤママサ
㈱ケーエスコーポレーション、㈱五光食品株式会社
㈱DCT・HD六右衛門、蜂屋食品㈱、㈱フードケアリ、
概　要：参加事業者に対するナマコ食品についての情報共有と新商品開発に関する役割分担を議論した。

＜新商品開発＞
実施時期：平成29年6月～平成30年1月
実施内容：新商品の開発に向け、試作品を製造した。
試作品の食品検査ならびに官能分析を実施し、
「三陸ナマコ」のガイドブックを製作した。

【成果】 三陸地域で水揚げされるナマコは、高次加工は全くなされていないのが現状であった。今般、被災地14企業が、ナマコを主原料にとして新商品開発に取り組み、「三陸ナマコ」の素材の素晴らしさを体感したとともに、将来の商品化の可能性を実感していた。

【「三陸ナマコ」の多用途商品開発推進事業】
～「三陸ナマコ」ブランド創生チーム～

H29年度チーム化事業 報告概要

実施した取組の具体的内容

■「ジャパン・インターナショナル・フードショー」への出展
実施日時：平成29年8月23・24・25日
実施場所：国際展示場

■仙水グループ・第33回生鮮合同提案会
実施日時：平成29年9月27日(水) 9：30～15：30
実施場所：仙台卸商センター産業見本市会館「サンフェスタ」

【成果】
「ｼﾞｬﾊﾟﾝ･ｲﾝﾀｰﾅｼｮﾅﾙ･ﾌｰﾄﾞｼｮｰ」への出品は、「14社・22品目」であった。(ブースへの来場者：2,000名・試食提供：1,200・配布パンフレット数：1,500枚・名刺交換数：100枚であった。)
「仙水・生鮮合同提案会」へは、試作品から選別した5品目を出品した。

■宮城県水産加工品品評会
実施日時：平成30年1月31日
実施場所：女川町まちなか交流館
主　　催：宮城県水産加工業協同組合連合会、
宮城県水産加工研究団体連合会、宮城県

商品名	ナマコ入り牡蠣ペースト
メーカー名	五光食品株式会社
特徴	身入りのいい生食用牡蠣を当社独自のUV殺菌乾燥法で加工した「UV-Aクマモミーノかき」を、ご家庭でも楽しみやすいようアレンジいたしました。つなぎにアカモクを使用した牡蠣ペーストに、ゆしん切りにしたナマコで食感のアクセントを加えました。

商品名	味付けナマコ
メーカー名	株式会社エスエスフーズ
特徴	三陸産のナマコを使用しています。タレは化学調味料を使用せずに、かつお、昆布、ホタテ、椎茸のエキスを使用し風味豊かに仕上げました。

商品名	ナマコ和風あんかけ
メーカー名	株式会社仙台銀座 / 株式会社かねゆ
特徴	生のナマコを使用し、鮮度のいいうちに加工し和風あんかけ味に味付けしました。素材の良さをお楽しみください。珍味としてお酒の肴、食事の前菜等にぴったりな商品です。

商品名	ナマコ餃頭
メーカー名	株式会社エスエスフーズ
特徴	三陸産のナマコを使用した高級感あふれる絶妙な逸品です。ナマコの民ナ汁に味付けしてありますのでナマコの風味を存分に感じて頂けます。

商品名	ナマコ柚子胡椒
メーカー名	株式会社仙台銀座 / 株式会社かねゆ
特徴	生のナマコを使用し、鮮度のいいうちに加工し柚子胡椒味に味付けしました。素材の良さをお楽しみください。珍味としてお酒の肴、食事の前菜等にぴったりな商品です。

商品名	ナマコのふかひれ入り中華あんかけ(缶詰め)
メーカー名	株式会社カネタ・ツーワン
特徴	乾燥ナマコを丁寧に戻し、フカヒレを加えた自社独自オイスターベース調味料で味付けし、中華風の缶詰めを作成しました。手軽に本格中華が味わえる缶詰めです。

【成果】
試作品の中からブラッシュアップされた「6品」を出品したが、販売実績がないこと等から、入賞は逃したものの、多くの審査員から高い評価を得ていた。審査員による分析の結果は、今後商品化に向けた推進力となると考えられる。

【「三陸ナマコ」の多用途商品開発推進事業】
～「三陸ナマコ」ブランド創生チーム～

H29年度チーム化事業 報告概要

実施した取組の具体的内容

【取組②三陸ナマコの開発品の販売戦略構築とブランド化】

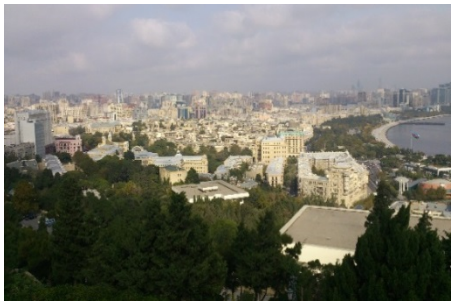
■インバウンド用料理「学生メニュー提案会」の開催

日　時：平成30年1月27日（土）9時～14時
場　所：宮城調理製菓専門学校（調理室・第7教室）
参加者：宮城大学、尚絅学院大学、東北福祉大学（A・B）
　　宮城調理製菓専門学校
概　容：全5チームがナマコ料理を提供し、有識者ならびに「みやぎおかみ会の代表」（計5名）に試食していただき、インバウンド向け料理の観点からナマコ料理の評価を実施し、評価基準に基づき各賞を授与した。

【成果】
本事業を通じて、「三陸ナマコ」独自のブランドイメージ構築のためには、①性能・機能性による差別化（高次加工による食べ方提案）、②販売顧客層による差別化（インバウンド、国内消費）が重要であることが分かった。

【取組取組③　海外戦略の立案】

日時：平成29年10月27・28日
場所：バクー（アゼルバイジャン首都・バクービジネスセンター
概容：「アゼルバイジャンン和食地酒EXPO2017」に出展
　　「三陸ナマコ加工品」をPRし、来場者にアンケート調査を行うとともに、現地の市場調査を行った。



【成果】　EXPO出展社数：60社、来場者数：約6,000名
アンケート結果にも表れているとおり、「三陸ナマコ」加工品の素材の素晴らしさはアゼルバイジャンでも証明された。販売実績を上げるためには、本場中国でのナマコ高次加工品販売への挑戦と養殖事業を含めたナマコの安定供給が重要。