

# 【ほやのイ梅チエン】

～ほや販路拡大プロジェクト推進チーム～

H30年度チーム化事業  
報告概要

背景 :	東北とくに宮城県が全国の生産量6割を占めるほや。消費量の7割を占める韓国の輸入禁止により国内販路拡大が重要。しかし、東北以外の地域では知名度が低いこと、苦手意識を持つ層が少なくないこと、鮮度管理ができていないケースが少くないことが課題。
取組概要 :	鮮度を保ち流通させることにより、美味しいほやの提供を目指す。また、未活用素材であるほや殻の有効活用を目指した取り組みや消費者向けレシピ開発等を通じて、ほやのイメージアップを図るとともに、チームでほやの販路拡大に取り組む。
取組成果 :	鮮度管理調査4回実施、飲食店対象のレクチャーの実施24名受講、展示会での試食数:7600食、ホヤ新規取扱い店舗数79店、ほやレシピコンテスト応募点数130点、イベント実施によるSNS投稿数105、ホヤのファンコミュニティ新規参加者数455名
全体総括 :	「ほやは臭い」というイメージを変える為20代女性、飲食店、卸などに提案を行った。実際に食べ話を聞いてくださった方には「ほやは臭くない」というイメージに成功した。一方で直接アクセスできていない層がまだまだほとんど。今後も継続的なアプローチが重要。

## 実施した取組の具体的な内容

### 【取組① ほやの鮮度管理、栄養価の訴求を通じたほやのイメージアップ】

#### a) 鮮度管理調査の実施

実施時期：平成30年7月

協力会社：味香り研究所

概要：ほやを取り扱う漁師、加工会社へ聞き取り調査を実施。そこで明らかになったポイント

(時間、糞、温度管理、殻の汚れ) を軸に味覚センサーで味分析を実施。また、水産高校で鮮度管理に関する調査を実施。



#### 【成果】

- ・時間軸、糞の有無による味の変化が顕著に数値に出た。今まで感覚でしか認識できていなかったことが数値化されたことにより提案がしやすくなった。また時間・糞をすぐに取り除いた加工品の優位性のサポート資料としても活用できることとなった。
- ・上記結果を受けてチーム化の加工会社1社で糞を取り除いた殻つきほやの新商品「美活ホヤ」を開発した。

#### b) 鮮度を保った流通・取扱いと栄養価に関する情報を伝える会の実施

実施時期：平成30年11月、平成31年3月

場所：仙台市、東京都、千葉市

概要：鮮度を保ったほやのおいしさを伝える為以下の取組みを実施。

- ・仙台市の飲食店を対象にほやの取扱い、栄養価に関するレクチャー
- ・「JFフードサービスバイヤーズ商談会2018」に出演。
- ・千葉県幕張における「FOODEX JAPAN2019」に6社合同でほやをPRするブースを出展。



#### 【成果】

- ・仙台市の飲食店16店舗24名の方にほやの鮮度管理、栄養価、活用法についてのレクチャーを実施。
- ・JFフードサービスバイヤーズ商談会においてほや試食およびほやの鮮度管理・栄養価等の情報を提供。
- ・FOODEXにおいて4日間で約7250食のほや試食および鮮度管理、栄養価、食べ方・取り扱い情報を提供。約600社の対応をし、60社が取扱いに大いに興味を示した。

# 【ほやのイ梅エン】

～ほや販路拡大プロジェクト推進チーム～

H30年度チーム化事業  
報告概要

## 実施した取組の具体的な内容

c) 鮮度管理のためのほや取扱い指南ツールと栄養

価情報に関するツールの作成

実施時期：平成31年3月完成予定

概要：鮮度管理のためのほや取扱い指南ツールを作成。

仕様：A5サイズ、16ページ

・栄養価情報に関するリリースを3回発信する。



## 【成果】

- 既にほやの取り扱いを行っている事業者・取扱いにポテンシャルを持つ卸・小売・飲食店等を対象に1000部の冊子を配布。
- 様々な方が見られるようPDF版をWEBサイトにUP。
- 現状ほやを取り扱う事業者および新規で取り扱いをする事業者などに鮮度を保つ取り扱い方を広く伝えるツールができた。
- リリース発信を3回実施し、新聞3件、テレビ1件、Web83件の情報発信につながった。

## 【取組②未活用素材であるほや殻の有効活用を目指した取り組み】

実施時期：平成30年7月～平成31

年3月

場所：石巻市、東京都、千葉県

概要：現在未活用素材であるほや殻の有効活用を目指して原料開発・試作を実施。

- 20-30代女性100名にほや殻を使ったビスケットを提供。
- ほやの殻を出汁用に活用するため、殻のみを加工しパック。
- 展示会Foodexで殻出汁の試飲を提供。出汁としての提案を行った。
- ほや殻を飼料に混ぜ、鶏卵の黄身を赤くする試験を実施。



## 【成果】

- 20-30代の女性F1層100名に殻を出汁に使ったビスケットおよびほやの刺身を提供。全体の8割が初めてほやを食べ、全体の8割がまたほやを食べたいと回答。ほやの新規ファン層の開拓および新たな食べ方提案を行うことができた。
- チーム化事業者において出汁用の殻を試作。その殻を活用しほや出汁を作りFoodexで820名に試飲提供。好き嫌いは分かれたが調味料として興味を持ってくださった会社が数社あった。
- チーム化事業者からほやむき身をつくる際に出る殻を提供し、鶏の餌に混ぜる実験を行った。ほや殻を投与した採卵鶏では、卵黄色改善効果が見られた。

### 実施した取組の具体的内容

#### 【取組③ 消費者を巻き込んだほやのイメージアップ】

消費者を巻き込んだイメージアップのための取組を実施する。

a) ほや好きネットワークを活用したレシピコンテストの実施とレシピの作成

レシピコンテスト募集期間：2018年7月10日～8月31日

審査、発表、商品送付、メニュー開発実施期間：2018年9月～2019年2月

概要：

- ・ほやのレシピコンテストのキャンペーンプロモーションを実施。SNSで「#ほやレシピ2019」と「#ほやラブ」をつけてほやのレシピの投稿を呼びかけ。10品の優秀レシピを選び受賞者にほや関連商品および賞状を授与。

- ・コンテストに応募したレシピを活用しながら、プロの料理研究家の監修の下、メニュー開発を実施。



#### 【成果】

- ・7月10日から8月31日のキャンペーン中130件のレシピ投稿があった。
- ・「#ほやレシピ2018」投稿数  
twitter : 179件 instagram : 61件 facebook : 集計不可 合計 : 240件
- ・「#ほやラブ」投稿数  
twitter : 602件 instagram : 935件 (インスタは期間外も含む累計)
- ・こちらのページで優秀投稿を発表https://hoya-hoya.com/hoyeripe2018/
- ・優秀投稿者のレシピを元に料理研究家によるレシピ作成、撮影を実施。

b) 20代女性を中心としたインフルエンサーを巻き込んだ発信

実施時期：平成30年10月

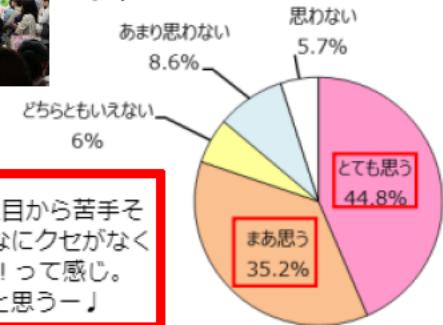
実施場所：東京都千代田区

協力会社：ABCクッキングスタジオ

概要：20代女性インフルエンサー向けイベントへ出展し、ほやの試食、魅力を伝える。SNS等を通じた情報拡散を促す。



Q.ほやをまた食べたいと思いますか？



#ほや 初めて食べたっ♪見た目から苦手そうって思ってたけど、そんなにクセがなくて美味しいかったです(^\`^)海！って感じ。ウニ平気な人なら美味しいと思うー♪

#### 【成果】

- ・ほやを食べたことがない20-30代のF1層にほやの魅力・美味しさ・背景などを知ってもらうことができた。
- ・参加者によるほや関連のSNS投稿が102件なされ参加者以外への訴求効果があった。
- ・105名の参加者のうち約8割がほやを初めて吃ると回答し、全体の8割が「また食べたい」と回答。
- ・参加出展者数7社のうち「ほやほや学会」ブースが「最も印象に残ったブース」として選ばれた。