

福島の鯉のブランド化

．事業の特徴・概要

福島県は5年連続鯉の養殖量が全国1位である。しかしながら、実際は鯉を食べる文化は全国的にあまり浸透していない。県内でも日常的に鯉料理を食べる家庭は少数である。

この事業では、福島＝鯉というイメージ化を図り、桃や梨に匹敵する新たな特産物へとしていく。福島県出身者であり、水産学を学んでいる若者が、地元の活性化を図っていくべきとしてこの事業を提案する。

．課題

課題は大きく分けて2つ挙げられる。

1つは鯉食文化の全国の認識である。泥臭い・身が固そうなどの偏見をなくし、食べ方の提案をし(洗い・竜田揚げ・甘煮など...)、高タンパク低カロリーという点を知ってもらわねばならない。

もう1つは地域ブランド化への基本的課題である。それには大きく3点が挙げられる。

地域ブランド商品の差別化対応

他の地域(鯉ならば生産量は群馬・宮崎・茨城など)との差別化(競争戦略)をはかり、産地自体の付加価値生産力と交渉力からなる要素条件を強化しなくてはならない。

地域ブランド商品の市場定着のための商品管理

地域ブランド商品の需要条件の形成をめぐる業者との支援・提携関係を構築する必要がある。

商品の持続的供給

産地サイドは小売サイドの商品管理体制に対して弾力的・機動的に対応しなくてはならない。また、スーパーに一般的に陳列されているものでもないため、鯉食の浸透化もブランド化へ向けての課題と言える。

．新規性・競合性

地域ブランド化の前例としては、大分県の関サバ・関アジ、宮崎県のマンゴー「太陽のタマゴ」が挙げられる。それらの地域ブランド商品との競合性を下の図に示す。

	強み	弱み
関サバ・関アジ	従来から食べられている	大分県は首都圏から遠い
太陽のタマゴ	高い知名度・強いブランド	値段が高い・遠い
福島鯉	立地がよい・すぐに普及	認知度の低さ

鯉食文化は認知度が低い分、普及すれば新しい食文化の形成にもつながる。食料自給率が低い日本にとっては大きい手助けになるかもしれない。

．市場性・成長性

ターゲットとなる顧客は、魚食を好む人・スキーなどのウインタースポーツを楽しみに来た観光

客・温泉旅行などに来た旅行客などである。ちょうど鯉の水揚げ時期と重なる冬の観光客を主なターゲットとして計画する。

成長性としては、鯉食文化は自給率の低い日本の打開策になりうる可能性がある。資源が枯渇・食糧不足に陥ってしまった際の大事な食料源になりうることも考えられる。鯨食文化も同じように考えられることがあるが、鯉は鯨と違って世界的な問題も水銀などの問題もないので安心して食べられる。

・ 製造の実現性・販売の具現性

今現在、鯉食文化は養殖がさかんな地域以外では浸透していない。そのためには、まずは全国的に鯉の食べ方・鯉を食べること自体を知ってもらわねばならない。今後の展望として、来冬から 3 年間を目安とする。

今後の目標は、県内では鯉を日常的に食べる家庭を増やし、県外では鯉食文化の認知度 100%を目指すとともに、鯉を食べに来る・鯉を食べる機会のある観光客を増やすこととする。

・ 年度別アクションプログラム

上記で述べた、来冬から 3 年間の具体的な内容を示す。

第 1 期(平成 21 年 11 月～平成 22 年 10 月)

ここでは、県内への普及に重点を置く。学校給食に定期的に鯉料理を導入、地元の大手スーパーと提携して、県内で一般的に鯉料理が食べられるような環境をつくっていく。

第 2 期(平成 22 年 11 月～平成 23 年 10 月)

ここでは、県内の供給安定と県外への PR を主な内容とする。県内の温泉旅館の目玉料理として鯉料理を出し、地元出身芸能人による PR 活動や、都内のデパートの物産に参加するなどして、認知度を高めていく。

第 3 期(平成 23 年 11 月～平成 24 年 10 月)

最後に、地域問わず物産展に参加し全国での認知度を確かなものにし、県内で鯉に関する行事を催すことで県内での鯉食文化を確固たるものにする。

・ 波及効果・事業の課題

鯉は滅多に食べられないということでブランド化をはかり、温泉・スキーなどの旅行のついでに鯉料理を食べるということで、観光客の増加につながる。福島県は 2009 年の都道府県別魅力度ランキングで 38 位という結果だった。(総合ブランド研究所調べ)そういった観光客の増加が福島県の魅力につながればよいと思う。

課題としては、もし鯉を食べたいと思う人が想像をはるかに下回った場合が考えられる。その際は、夕方のニュースでとりあげるなど、有名グルメライターによる宣伝で、メディアや視覚で訴える。また、鯉の供給不足や環境による鯉の死滅などがあるが、鯉は海産物でないため、養殖業者の管理体制が徹底すれば問題は起きにくいものと考えられる。