

令和5年度 とれてます!Oh!!さかなフェア開催結果について

道では、北海道での漁獲が急激に増加しているマイワシ、ブリ及びニシンについて、道民の皆さんにその魅力を広め、消費拡大を図ることを目的として「とれてます!Oh!!さかなフェア」を開催しました。

フェアでは、各魚種の旬にあわせて北海道内の飲食店等協力店舗にて北海道産のマイワシ、ブリ及びニシンを使ったオリジナルメニューの提供と参加協力店を巡るスタンプラリー企画を実施しました。また、家庭での消費拡大を図るため全道の量販店でオリジナルレシピリーフレットの配布を行いました。

フェア開催後には協力店舗の皆様へ簡単なアンケートを実施しましたので、実施概要とアンケート結果の概要をお知らせいたします。

< とれてます!Oh!!さかなフェア実施概要 >

- 1 実施期間 マイワシフェア : 令和5年10月1日(日) ~ 10月31日(火)
 ブリフェア : 令和5年10月1日(日) ~ 10月31日(火)
 ニシンフェア : 令和6年 2月1日(木) ~ 2月29日(木)



- 2 参加店舗数 マイワシフェア : 102 店舗
 ブリフェア : 112 店舗
 ニシンフェア : 102 店舗

- 3 開催地域 北海道内全域
 (札幌市、旭川市、函館市、帯広市、釧路市、苫小牧市、小樽市、北見市等)

4 主な実施内容

- ・フェア参加店舗でのオリジナルメニューの提供
- ・スタンプラリー企画「見て！味わって！北海道の Oh!さかなフェア スマホスタンプラリー」
- ・量販店でのレシピリーフレットの配布

5 広報等 PR 活動実績

- ・フェア特設サイト開設(<https://ohsakana.com/>)
- ・SNS 広告(特設 Facebook、Instagram、X)
- ・SNS 投稿(北海道庁公式 Twitter、水産林務部公式 Facebook「どさんぎょ」等)
- ・テレビ番組紹介(HBC「ブラキタ」、STV「どさんこワイド 179」)
- ・テレビ番組内パブリシティ(STV「どさんこワイド 179」、UHB「みんテレ」)
- ・テレビ CM(STV:9月~10月、UHB:1月~2月)
- ・新聞広告(北海道新聞題字下広告)
- ・パンフレット・ポスター配布(振興局、市町村、漁協等)
- ・北海道メールマガジン配信(Do・Ryoku)
- ・オータムフェスト会場ブース PR(9月)
- ・WEB サイト掲載(JP01、PR TIMES、ほっかいどう応援団会議)
- ・メタバース会場内広告(コネクト北海道ラボ)
- ・北海道じゃらん掲載(2月号)
- ・街頭大型ビジョン放映(札幌駅前大型ビジョン等札幌市内複数箇所)
- ・自動販売機電光掲示板放映

6 報道等実績 (※道調査による把握分)

- ・新聞掲載(3件)
- ・テレビ報道(2件)
- ・水産関係誌掲載(4件)

7 レシピリーフレット配布企画

オリジナルレシピリーフレット5種をフェアの開催にあわせて、アークスグループ、生活協同組合コープさっぽろ、イオン北海道株式会社の各店舗等で配布していただきました。

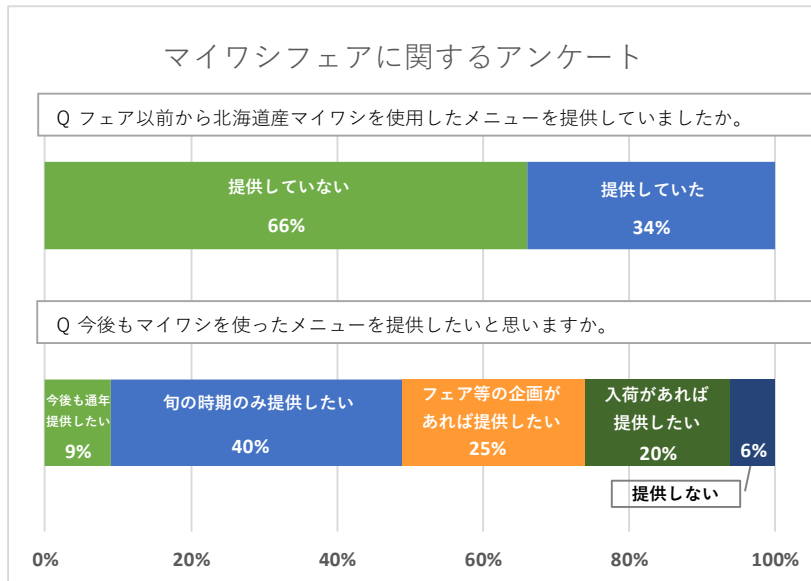
<配布リーフレット一覧>

- ・和・洋・中のプロが教えるワンランク上のマイワシレシピ
- ・和・洋・中のプロが教えるワンランク上のブリレシピ
- ・基本のマイワシレシピ
- ・基本のブリレシピ
- ・基本のニシンレシピ

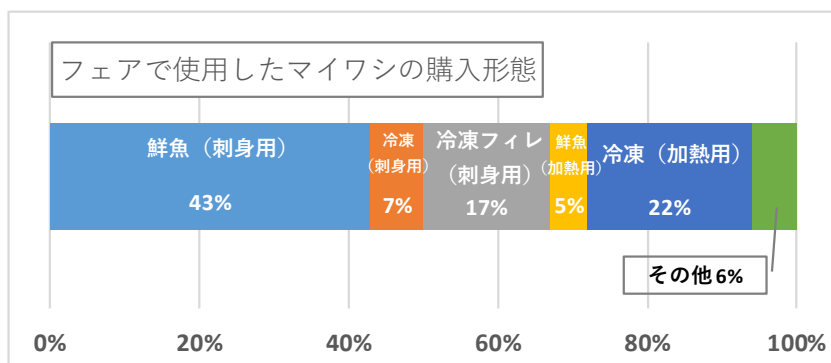
< アンケート結果概要 >

○ マイワシフェア （アンケート回答数:56 店舗）

アンケート回答店舗のうち、フェア実施前は 34%の参加店舗で北海道産マイワシを使ったメニューの提供を行っている状況でした。マイワシフェアを実施した結果、94%の店舗で今後も何らかの形でマイワシの提供を行いたいとの前向きな意見をいただき、フェアへの参加がマイワシの認識や利用価値向上につながったと考えられます。

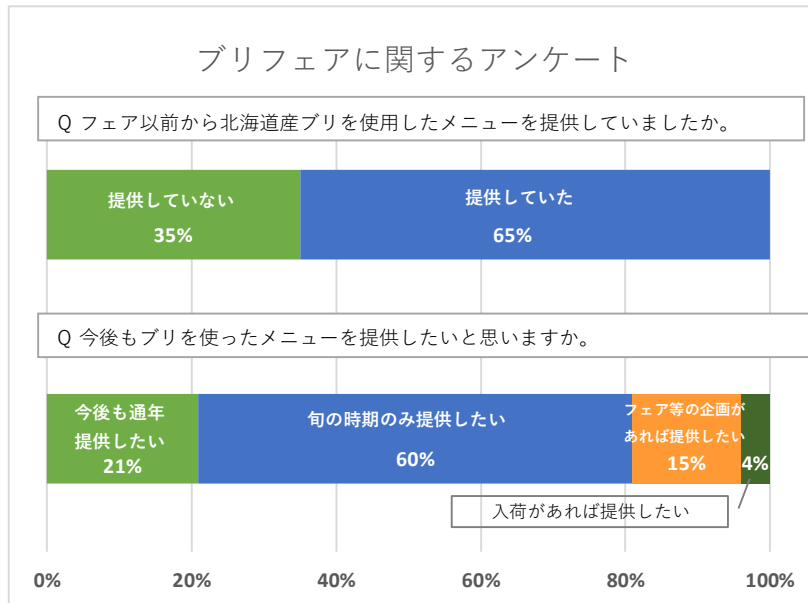


フェアでのマイワシの購入形態としては鮮魚形態が合計 48%と最も多く、北海道産のマイワシを使用した感想としては「脂乗りが良い、鮮度が良い、身質が良い」といった前向きな意見を多くいただきました。また、食材として重視することとしては、鮮度や脂の乗り、安定的な供給といった回答を多くいただきました。



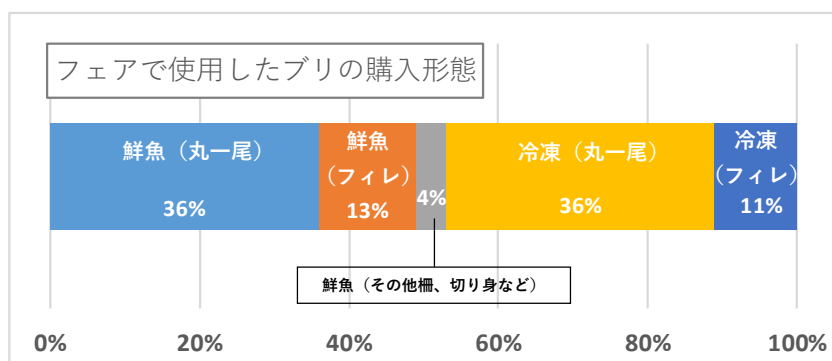
○ ブリフェア （アンケート回答数:61 店舗）

アンケート回答店舗のうち、フェア実施前は 65%の参加店舗で北海道産ブリを使ったメニューの提供を行っている状況でした。ブリフェアを実施した結果、アンケート回答店舗の全てが今後も何らかの形で北海道産ブリの提供を行いたいとの前向きな意見をいただき、フェアへの参加が北海道産ブリの認識や利用価値向上につながったと考えられます。



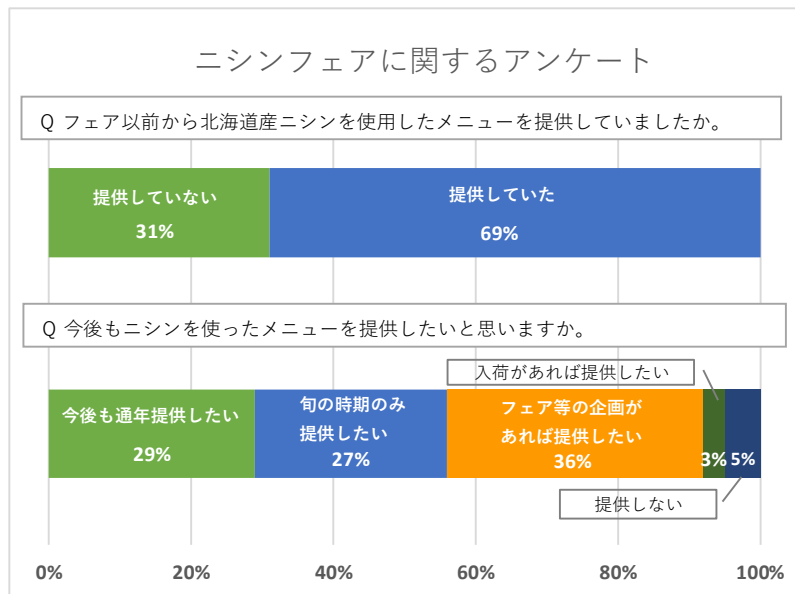
フェアでのブリの購入形態としては鮮魚形態が合計 53%と最も多く、北海道産ブリを使用した感想としては「脂乗りが良い、鮮度が良い」といった前向きな意見を多くいただきました。一方、脂が少ないといった意見もみられ、これは魚体による差等が影響していると考えられます。

また、食材として重視することとしては、鮮度や仕入価格、産地といった回答を多くいただきました。

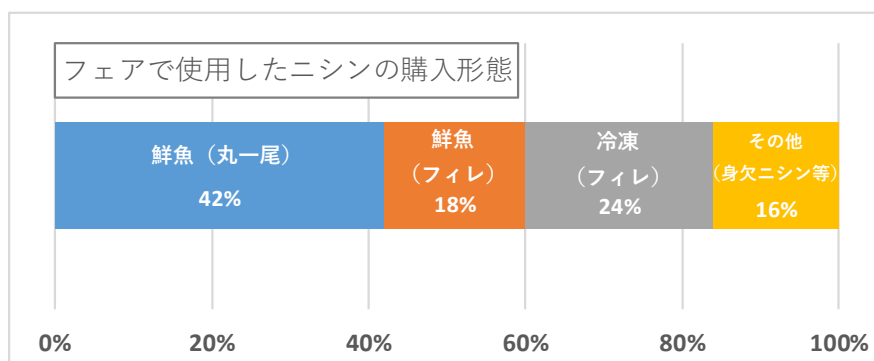


○ ニシンフェア （アンケート回答数:46 店舗）

アンケート回答店舗のうち、フェア実施前は 69%の参加店舗で北海道産ニシンを使ったメニューの提供を行っている状況でした。ニシンフェアを実施した結果、アンケート回答店舗の 95%が今後も何らかの形で北海道産ニシンの提供を行いたいとの前向きな意見をいただき、フェアへの参加が北海道産ニシンの更なる利用機会の増大や利用価値向上につながったと考えられます。



フェアでのニシンの購入形態としては鮮魚形態が合計 60%と最も多く、ニシンを使用した感想としては「脂乗りが良い、鮮度が良い、身質が良い」といった前向きな意見を多くいただきました。また、食材として重視することとしては、鮮度や脂の乗り、安定的な供給といった回答を多くいただきました。



○ その他 3フェア通してのまとめ

先述のとおり、各フェアにおいて、多くの店舗で3魚種の提供について前向きな意見が得られ、また、その他にもフェアへの参加によって新規客の増加や集客効果が感じられたという意見や、次回以降のフェア開催を望むといった声も数多くいただきました。

今年度は、昨年度よりも SNS 関係の周知・広告を重点的に行うとともに、引き続き各種メディアでの告知やスタンプラリーなどの企画と合わせて取り組みを実施しました。参加店舗や参加者からは概ね好評を得ており、SNS をきっかけとしてフェアに参加した人も増え、マイワシ・ブリ・ニシンの3魚種について徐々に関心の高まりや認知度の向上が実感できる結果となりました。

◆ 今回いただいたご意見につきましては、今後のマイワシ、ブリ及びニシン等資源増大魚種に係る消費拡大の取り組みの参考とさせていただきます。