

2015年(平成27年)11月13日(金曜日)

生産者から消費者まで

つなぐビジネス構築目指す

日本海老協会

水産

エビ食文化を アツプデート

昨年5月に発足した日本海老協会は、生産者から消費者までをつなぐビジネスモデルの構築を目指している。発足に先駆けて、13年に敬老の日に当たる9月第3月曜日を「海老の日」に定め、長寿の象徴であるエビを食べる新たな食シーンを演出。業種の垣根を超え、日本人が親しむエビ食文化のアップデートによる経済活性化を目指す取り組みを、藤井稚代理事に聞いた。



藤井稚代理事

「エビに関わる企業が大同団結し、エビ食の普及拡大をしていきたい」

藤井理事は協会の目指す方向性を語る。

エビは古くから贈答品や高級品として、日本人の生活の中にあっ

た。1961年には他の水産物に先駆けて輸入が自由化され、毎年多くのエビが食べられてきたが、今は消費量が伸び悩む。近年は世界で和食ブームが高まる中、日本はエビの買い付け状況が続ぎ、国内消費も伸びていない。そこで「新しいことを始めないといけない」との思いから、「海老の日」を柱にしたビジネスに着手した。

小売業向けには、SMの売場全コーナーを使って販促を展開。現在協会に加盟する水産・養殖、加工、商社など43の企業が垣根を超えて結果し、生鮮品、惣菜、調味料などと連携した取り組みを行う。また、エビはひげが長く腰が曲がっていることから長寿の象徴とされているため、「ベストシニア大賞」を制定。各業界で活躍するシニアリーダーを表彰する。

「海老の日」は藤井理事の務める天然エビの輸入、加工、販売を行う「毎味(こども)水産」の試みから始まり、商標を登録。「ふく」○の「日」と聞くと特売と思われがちだが、エビの価値を上げることが目的であるため、現在は同協会が商標を管理し、記念日の価値を磨いている。



エビ食に新たな脚光を集めるため、エビそのものの食としての魅力をさらに発信していきたい考えた。「単品としてエビを食べる人は少ない。他の食材と合わせて『食べたい』と思えるシーンを作り上げていくことが必要」と藤井理事は語る。高タンパク、低カロリーなエビは汎用(はんよう)性の高い食材でもあるため、外食、中食、肉食に広くアプロイチしていくことも視野に入れる。

「エビは世界中どの国でも使われる食材。『世界のエビ料理大集合』など、子どもからお年寄りまで楽しめる企画を提案していきたい」と、藤井理事は今後の活動のアイデアにあふれている。