

2022 宮崎の初かつおフェア実績報告（後半）



河野知事も応援!!
「食×農×音楽の祭典」(2022.5.3)

宮崎初かつおフェア実行委員会
〔宮崎のさかなビジネス拡大協議会〕
〔宮崎県おさかな普及協議会連合会〕

全国に先駆けて水揚げされる「初かつお」を県内消費者に広くPRすることで、宮崎県が27年連続日本一の漁獲量である「近海かつお一本釣り漁業」や令和3年2月に日本農業遺産に認定された「日南かつお一本釣り漁業システム」の認知度向上、日南・南郷地区で実施されるかつおフェアと連携・連動した取組を実施し、宮崎初かつおの消費拡大と県民の食としての一層の定着を推進した。

（前号からのつづき）

(6)日南フェア（宮崎観光ホテル）

- ・日南市と宮崎観光ホテルのコラボ企画
- ・ホテル内レストラン「一木一草」では、南九州大学の学生さん考案のかつおレシピ全11品を提供
- ・料亭「山吹」では日南かつおを使用した会席料理を提供
- ・その他、めいづ美々鮓を使用したメニューや日南で水揚げされたキハダマグロの解体ショー実施



高橋日南市長のふるまい



(7)日南市内のかつおフェア

- ・3月～4月にかけて、日南・南郷地域でかつおフェアを実施
- ・各取組主体とも、宣伝効果も含めて市内での相乗効果を実感

①南郷かつおめしフェア（3/1～3/31）「南郷どれさかな料理フェア実行委員会」

- ・町内5店舗の料理店でかつお飯フェアを開催（南郷町商工会）
- R4年は3,649食の利用（前年の1.8倍）
- 来場者アンケート調査結果(回答者2,292人)
- 住所；宮崎市49.3%,都城市12.4%,日南市11.9%
- 年齢；60代以上が55.6%、40～50代が23.8%
- 満足度；満足・ほぼ満足…93%
- フェアは何で知ったか；TV59.4%、クチコミ10.7%、新聞雑誌10.5%、インターネット5.2%
- 企画継続；続けて欲しい；95.5%

②外浦かつおフェア（3/1～5/8）（外浦漁協・道の駅なんごう）

- ・外浦漁協と道の駅なんごうのコラボにより、道の駅なんごうにおいて生鮮カツオの直売、レストランで刺身・虎節の提供（ふるまい）
- 期間限定メニュー（1,200円）：957食の利用
- 期間中ふるまい：2,700食の提供
- 虎節の売り上げ20%増



③カツオ炙り重フェア (4/1～4/30)

- 「日南一本釣りカツオ料理推進協議会」(日南商工会議所)
 ・市内飲食店9店舗で「カツオ炙り重」を1,000円(税込み)、1,000食で提供
 ○各店舗で1日20食限定のような限定を付けたため、開店時間から客入りは好調
 ○カツオ炙り重の年間食数は、H30年まで年間約2万食以上であったものがコロナの影響もありR2年は約1万5千食に落ちたが、R3年は1万9千食に回復
 ○3月～5月の提供数は、R1; 6,773食、R2; 3,247食、R3; 6,706食、R4; 8,200食となり、R2年以降のコロナ禍で外食需要が不安定な中、炙り重フェアの「みんなでカツオを食べようキャンペーン♪」の第1弾(R3)第2弾(R4)は誘客回復に大きく貢献していると評価



(8)総括

コロナ禍の中、従来のカツオフェア(2月のフェア旗渡り式、各種イベントやスポーツキャンプでのカツオのPRやふるまい、量販店や鮮魚店でのプレゼントキャンペーン)の実施ができず、試行的な取組の意味も含めて、3月1日の漁期到来宣言を皮切りとした日南・南郷地区のフェアと連携・連動した取組のほか、南九州大学と農業遺産保全推進協議会(日南市)、イオン系列店等とのコラボ企画による消費者に直接提案するカツオレシピ作成と販売、産地と量販店との提携による宮崎市での販売促進活動、TV番組での訴求力のあるPR、高橋日南市長自ら先頭に立った日南市の宮崎市内でのPR、購買促進活動という、各団体の連携による多面的、新たなアプローチによる広告宣伝、広報(PR)、販売促進活動に取り組んだ。

消費者への「明確なメッセージ」「具体性があり直接的なコンテンツ」「話題性や興味をそそらせるアプローチ」となり、この結果、TV放映後のAコープへのお客様の殺到、新レシピのカツオ商材やカツオ関連商品の大幅な売り上げ増という結果に寄与した。

日南・南郷地区のカツオフェアの盛り上がりや宮崎市の消費活動に波及させるという方向性は、withコロナの中で、効果的な取組であったと評価できるのではないかと。

2 2022年3月～5月の本県(宮崎市)のカツオの消費動向

表 都道府県庁所在市及び政令指定都市(※)別1世帯あたり「かつお」購入状況(宮崎市)

	3月				4月				5月			
	購入頻度 (100世帯あたり) (回)	順位	支出金額 (円)	順位	購入頻度 (100世帯あたり) (回)	順位	支出金額 (円)	順位	購入頻度 (100世帯あたり) (回)	順位	支出金額 (円)	順位
2022年	77	1	346	1	88	3	358	2	81	2	321	6
2021年	48	7	215	6	57	6	221	8	49	16	171	22
2020年	55	4	218	3	68	4	261	4	57	5	227	6
2019年	39	17	153	12	41	18	191	15	44	18	191	17
2018年	46	9	161	10	80	3	307	6	73	7	282	11
2017年	44	9	180	8	45	19	196	18	77	7	282	11
2017-2021平均	46.4		185.4		58.2		235.2		60		230.6	

出典: 「家計調査結果」(総務省統計局)を加工して作成
 (※) 都道府県庁所在市以外の政令指定都市(川崎市、相模原市、浜松市、堺市及び北九州市)

- ・2017年から2022年(6年間)の3月～5月の宮崎市の「カツオ」購入状況を上表にまとめた。
- ・3月のカツオの購入頻度と購入金額は、宮崎市が高知市を押さえ、日本一となった。
- ・過去20年の総務省の家計調査結果で、購入頻度、購入額が全国一位となるのは初めてのことであり、宮崎初かつおフェアと日南市と共同でプレスリリースした。
- ・2022年は黒潮の水温が低く、2月以降、南西諸島海域での漁場は北上が遅れ、土佐湾のカツオ漁は例年に比べ2週間遅れとなった。
- ・一方、2021年は黒潮ルートのカツオは十数年ぶりに来遊が多く、愛媛県、高知県、和歌山県、三重県の沿岸カツオ漁は大豊漁となった(土佐湾の漁獲量は対前年比1,000倍)。
- ・このような漁海況の情報と家計調査を比べると、2022年の3月「高知市の購入頻度・額が例年に比べて大きく低下」や、2021年の5月「四国、関西域の購買頻度・額の著しい増加」と符合していた。

- ・今期の宮崎市のカツオ購入頻度・金額は過去5年に比べて大きく上昇しており、今年の漁場形成や魚体が大きく品質のよいカツオが多かったということに加え、初かつおフェア関連の取り組みの注目度や盛り上がりから、今回の結果に一定の寄与貢献があったと考えたい。
- ・今後とも、県民の皆様から「宮崎県の郷土食」として、初かつおが一層のご支持・ご愛食が頂けるよう、関係機関・団体が連携して取り組むことが重要。

2022年3月 かつお購入頻度・購入額 初の全国1位!! (宮崎市)



宮崎市「かつお」の3月の支出額など 全国1位

「かつお」購入状況(宮崎市・3月)

	(頻度)	(支出額)
2022年	1位	1位
2021年	7位	6位
2020年	4位	3位
2019年	17位	12位
2018年	9位	10位
2017年	9位	8位



NHK 放送



宮崎日日新聞 2022年(令和4年)5月31日 火曜日

カツオ 購入額 購入頻度 宮崎市 全国1位

今年3月の1世帯当たりの「カツオ」の購入額と購入頻度で、宮崎市が初めて全国1位となったことが30日、総務省の家計調査で分かった。

日南市の「かつお一本釣り漁業」が昨年2月に日本農業遺産に認定されたことを受け、毎年春に開くPRイベントを拡充したことが、消費拡大につながったとみられる。

宮崎市の1世帯当たり(2人以上)の購入額は346円。2位の高知市(275円)、3位の山形市(274円)を引き離した。宮崎市は昨年の215円(全国6位)、2020年の218円(同3位)から大きく躍進した。同市の購入頻度も100世帯当たり77回で全

総務省3月家計調査
PRイベント奏功

国トップだった。本県では10年から毎年、春の「初ガツオ」のシーズンに合わせ「宮崎初かつおフェア」を開催してきたが、今春は内容を拡充。宮崎市のスーパーやホテルでのPRイベントを増やしたり、大学生が考案した給菜を販売したりしてきた。本県は近海カツオ一本釣り漁業の漁獲量が27年連続日本一。昨年1年間の同市の購入額は2111円(全国10位)だった。日南市水産林政課の古澤貴光課長補佐は「日南の船が水揚げしたおいしい初ガツオが春の風物詩として定着し、県内での消費量拡大につながれば」と話していた。(岩切康一朗)



■宮崎のさかなビジネス拡大協議会