



# おさかなサブスクPJ



# 本資料の取り扱いについて

1. 本報告書を他書類等へ引用転載する場合は改変せず原文のまま使用し、引用する文章は「括弧」で括るなどし他の文章と明確に区別したうえで、以下のクレジットを記載してください。  
「おさかなサブスクプロジェクト」（伊藤忠インタラクティブ株式会社）
2. 本資料は長崎市、長崎都市経営戦略推進会議、および関連社内での利用を想定し作成しております。外部公開を希望される場合はご相談ください。
3. 本資料内の画像やイラストに関しまして、転載する場合は著作者への確認が必要となります。

## 目次

- 01.はじめに
- 02.始まりの始まりは東京五反田オープンイノベーションスペース「DEJIMA」
- 03.大企業×長崎DEJIMA式プラス
- 04.そしてコロナへ突入！その功罪
- 05.爆誕！！「おさかなプロジェクト」
- 06.長崎側のステークホルダーの登場
- 07.長崎の声をきけ！日々是勉強
- 08.かと思ったら今度は先生！？産学官連携！
- 09.チーム長崎結成前夜！座組について
- 10.そして進み出す！お魚サブスクPJ
- 11.魅せろ！クリエイティブ！
- 12.ついに販売！実証事業！
- 13.賛否両論、、
- 14.新たな仲間たち！
- 15.そして新たな挑戦へ、実証実験第2章始動！
- 16.まとめ

# ITOCHU INTERACTIVE

*Marketing & Technology for All*

伊藤忠インタラクティブ株式会社  
ITOCHU INTERACTIVE CORP.

本社所在地 〒106-0047 東京都港区南麻布3-20-1  
麻布DAIWAテラス3階 03-6408-1770  
TEL (代表) 03-6408-1801  
FAX 市橋 典幸  
代表取締役 1982年1月  
設立 4億円  
資本金 19億円 (平成29年度)  
売上高 伊藤忠商事株式会社  
株主 130名 (2018年1月時点)  
従業員数



## 伊藤忠グループの中のIICの位置づけ

## Internet (Consumer)\*

**ITOCHU INTERACTIVE**  
Marketing & Technology for All

**famima.com**

**ITV** ITOCHU  
TECHNOLOGY  
VENTURES

**ADWAYS**

## IT Service (Enterprise)

**CTC**  
Challenging Tomorrow's Changes

**BELSYSTEM24**

**Benefit one**

**NTI**

**nci**  
NCI SYSTEMS INTEGRATION, INC.

## Mobile

**CONEXIO** asurion JAPAN  
人をつなく、価値をつなく

**NEW**

**mmbi**

## Media &amp; Content

**SKY PerfecTV!**

MUSIC 100% CHANNEL  
SPACE SHOWER TV

**CS**  
ITOCHU Cable Systems

**STAR**  
CHANNEL

**MOTTAINAI**

**ISHIMORI**  
PRODUCTION INC.

**TV JAPAN**

## Life Care

**imr.**

**Wellness Communications**

**A2 Healthcare**

# IICの強み

① Webに係る業務をワンストップで実行できる

② 伊藤忠グループのネットワークを活用したビジネス構築の信頼と実績

ワンストップ実行



要件定義

調査分析・WEB戦略  
立案・プランディング  
・コンセプト作成など



デザイン

カスタマージャーニー・  
シナリオ設計・  
画面設計など



開発

インフラ構築・シ  
ステム・デザイン・  
コーディング・  
テストなど



運用

サイト更新業務・EC運用  
や運営事務局など



マーケティング支援

GA分析・ABテスト  
・MA導入支援など

**ITOCHU**  
**GROUP**

**CTC**  
Challenging Tomorrow's Changes

**BELSYSTEM24**

**ITV** ITOCHU  
TECHNOLOGY  
VENTURES

あなたと、コンビに、  
**FamilyMart**

**YANASE**

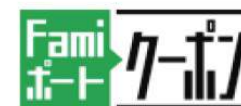
カシオコムウェア  
Wellness Communication

⋮

# 新規事業の例

伊藤忠連携

受託だけではなく企画から参画し事業リソース・リスクを共有

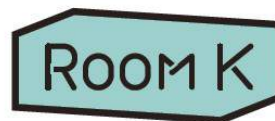


自社展開

さらにIIC単体で企画・事業展開するケースも

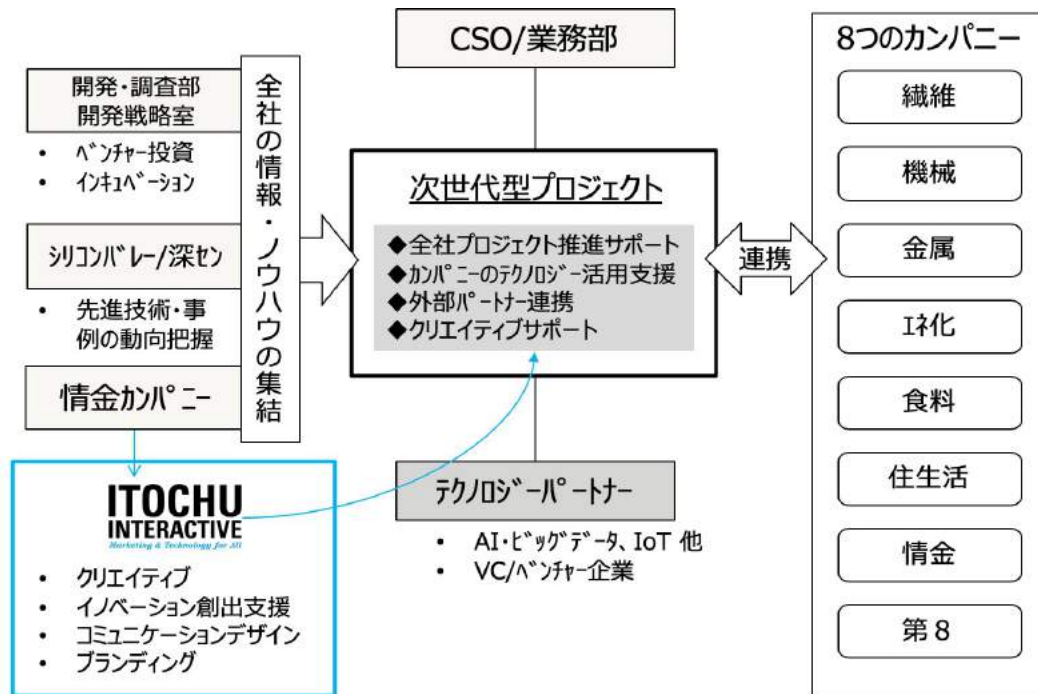


商談革命



保険証券をスキャンして簡単無料お見積り!  
スキャン de 見積りサービス

# 伊藤忠本社での機能的役割



伊藤忠全体のDXの方針策定についてビジネスデザインの切り口で参加・取りまとめ。

中期経営計画

## Brand-new Deal 2020

いざ、次世代商人へ

ITOCHU  
ITOCHU

**CTC**  
Challenging Tomorrow's Changes

**BELSYSTEM24**

その他、伊藤忠G企業の  
中期経営計画策定をサポート



# 商社機能と広告代理店機能

の

両者を持ち合わせることで、

ビジネスの立ち上げから

コミュニケーション戦略を行います

今回メンバーの部署について

Achievement Design Div.

IICデザイン専門チーム

# Destination Design for IIC

経営判断にクリエイティブ視点で影響を与える ≡ 広義のデザイン

## 意味のデザイン

Essence Design Management

全ての関係領域を踏まえてプロジェクトの価値を構造的に創造し最大化を目指す (本質を探りあてる機能)

プロジェクト全体(の仕組み)を生態圏でマネジメントする

## 五感のデザイン

Human Interactions Design

ユーザーアクションにおいて目的行動に対する振る舞いを最適化するデザイン (人間中心によるデザイン機能)

ユーザーへの提供価値をインターフェースに変換して伝達する

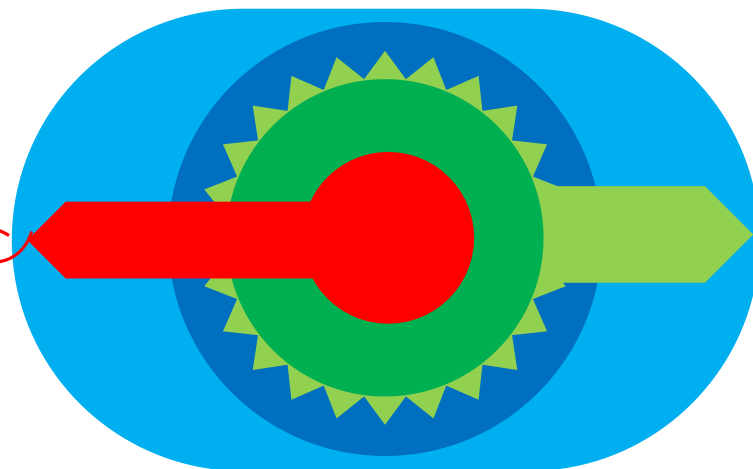
## 納得のデザイン

Team Circulatory Design

プロジェクトに関わる全てのコミュニティを共創型チーム視点で円滑化する (関係性を醸成するデザイン機能)

コミュニティマネジメントで関わる全ての人の物語を醸成する

意味を生むデザイン



五感で伝えるデザイン

納得を育てるデザイン



### 土居 充 プロデューサー

長崎おさかなプロジェクトのメイン担当。デザイナー出身のプロデューサー。元エンジニアであったり、WEBメディアやイベント企画等、担当領域を越境し、新しい取り組みを考えることを得意としている。お魚以外の新規事業としては、VR系の自社事業「VR VENUE」を立ち上げリリースしている。



### 水谷 正紘 コピーライター/プランナー

長崎県長崎市出身。伊藤忠商事の次世代化プロジェクトのコンセプトメッセージデザイン、ワタベウェディングの新事業のブランドメッセージ等、ブランディングに係るメッセージ、コンセプト設計の実績多数。



### 松本 純一 アートディレクター

長崎県大村市出身。練馬区のシティプロモーション、「いまできること」「みんな元気になるトイレ」「みんな元気になる福祉避難所」等、産官プロジェクトにまつわるサービスコンセプト設計、ブランド、サービス、製品プロモーションのアートディレクション、デザインの実績多数。

お待たせしました。  
今回の企画のお話です . . .

2020年

全世界が未知のウイルスに襲われるという  
未曾有の大災害に襲われた。

この物語は

そんな前代未聞の状況下の日本で

地域や立場を超えて

食の新しい価値創出へ挑戦し

ひた走った男たちの

ドキュメンタリーである。

あまがな

サブスク



オンラインバーション物語



## 01.はじめに

## おさかなサブスクとは？

おさかなサブスクとは  
一言でいうと「**パーソナライズされた魚の定期便**」です

**最新の冷凍技術「凍眠」**を利用し  
鮮度とおいしさを保ったまま、  
**魚種の豊富な長崎の魚**を提供します。

刺身の組み合わせメニューを  
**月2回、自宅に配送**します。





## 【産学取り組み事例】

・長崎総合科学大学にてコンペ形式の授業を実施  
2020年9月～12月の期間で長崎総合科学大学内で、週一コマでおさかなサブスクのサービス企画を学生が班に分かれて企画、プレゼンを行う授業を行った。今回の公募運営予定メンバー（土居、川島、福島、他）にてファシリテート、各班のメンターを務め、長崎の課題とそこから生まれるビジネスを考える教育の形で、サブスク内のアイデアを募った。最終日はNHKを含む4社からの取材を受け、メディアからも大きく取り上げられた。

## 【メディア掲載事例】

- ・ロイター：アングル：人口減の長崎・青森で地域再生に成果、地銀が「頭脳」にお魚サブスクの事例紹介  
<https://jp.reuters.com/article/regional-bank-idJPKBN27F0KP>
- ・NBC長崎放送 長崎経済サミット  
<https://www.youtube.com/watch?v=YOLkINmNRG4>
- ・日経新聞 オープンイノベーションで挑む 長崎の地域課題解決  
<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOJC085T9008032021000000/>
- ・西日本新聞  
長崎県との新規事業「おさかなサブスク」  
<https://www.nishinippon.co.jp/item/n/678172/>



東京企業



地域課題



DEJIMA  
式プラス

新規事業



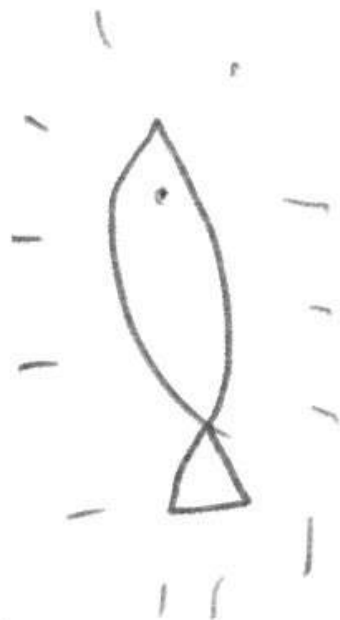




IIC 水谷

(長崎県長崎市出身)

たなか一品  
じやなく



魚種の豊富さで  
いきませんか?



よーかのコロナ大流行

おし  
こであえ  
ほいよ...

0000  
000000

ドッキリとかじゃ  
ないよよね

シンガ  
ポール



日本中  
リモート  
勤務  
解禁！！



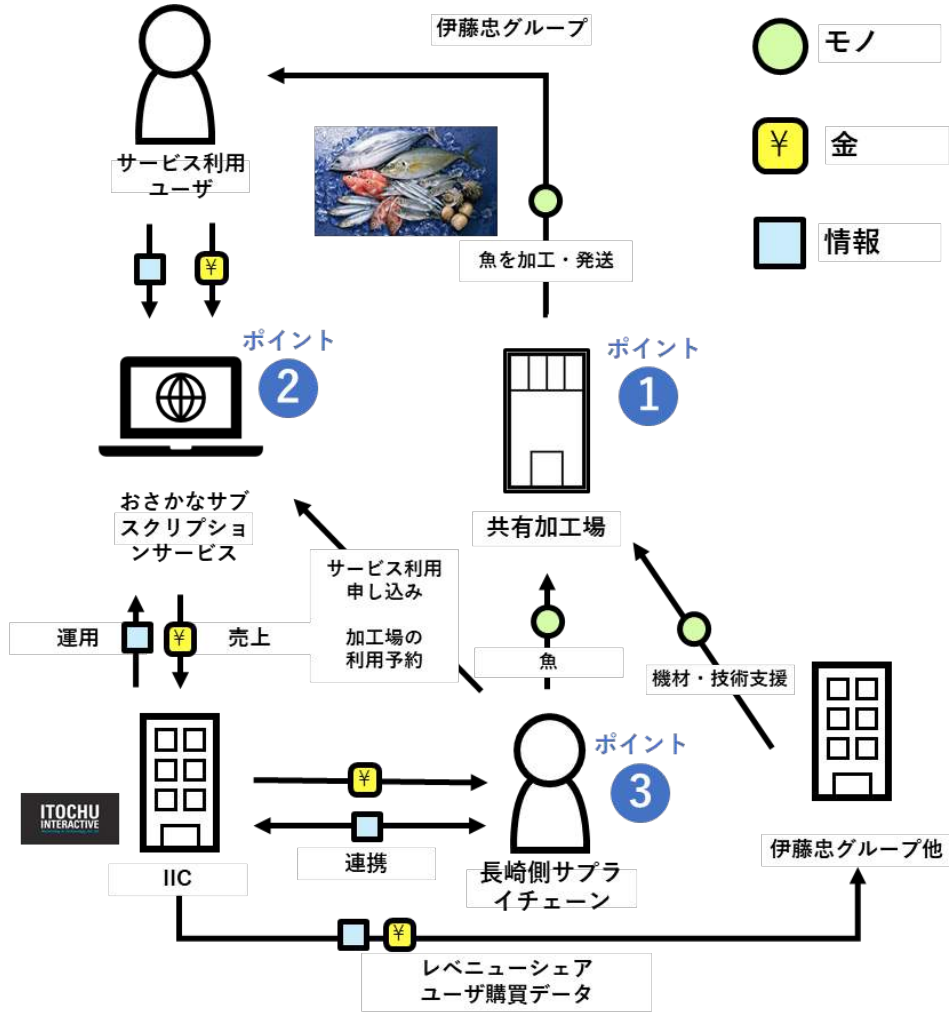
ZOOMで  
いつでも  
どこでも  
たれと  
でも

これは  
コロナ  
さまさま  
かも...





# お魚サブスクリプションサービス初期構想



## ポイント 1

漁業関係者に向けた共有インフラを提供

加工ソリューションを配置、サービス登録した漁業関係者に提供。  
将来的には漁業関連新技術についての実証実験の場として企業を誘致

## ポイント 2

ユーザ個人のパーソナル情報に合わせたおさかなセットのサブスク→IICがECで卸売

月額で、毎週個人のパーソナル情報（アレルギー、好み）に合わせた（選択可能）長崎のおさかなが届く。おさかなのパーソナルサブスクリプションサービス

## ポイント 3

専門の運用チームを配置し長崎漁業のブランディング施策を展開

IIC専門のチームを半定期的に配置し、サービスの運用と、サービスだけでなく、長崎漁業者のブランディングを現場と関わり長期でヒヤリングを行いながら展開。

商社だけができるオンライン、オフライン一気通貫のプラットフォームを提供  
長崎側のサプライチェーン収益を最大化することで漁業関係者の収益率を向上させる

# お魚サブスクリプションサービス初期構想

## 伊藤忠食品が出資、パートナー提携 テクニカン社「凍眠」で急速冷凍



### サステナビリティ

- ・ 鮮度品質をキープしたまま長期保存可能。フードロス対策。
- ・ ドリップ等廃液、廃棄物の削減で環境保全。

従来のエアブラスト

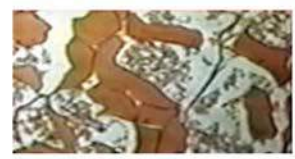
凍眠

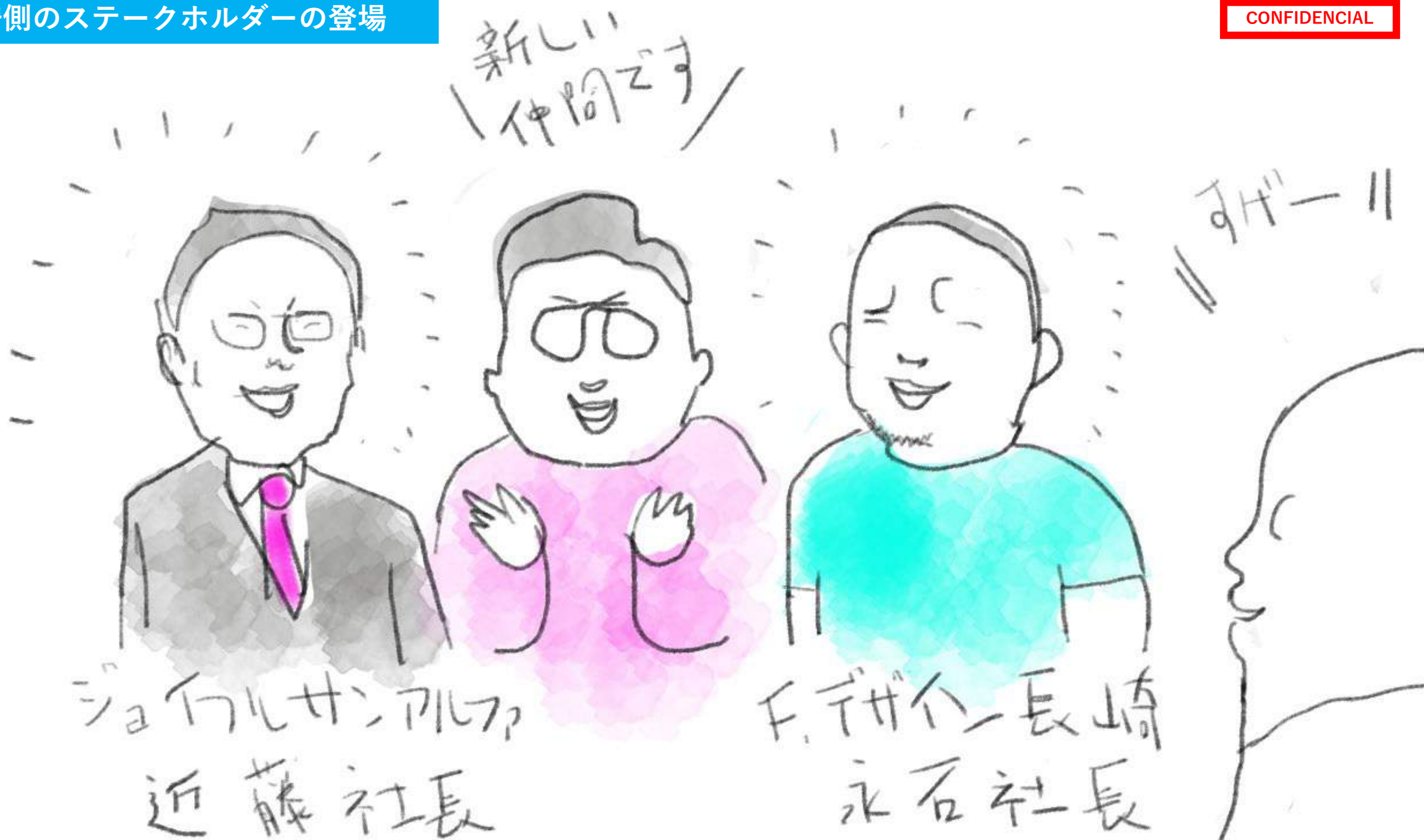


「凍眠」は氷結晶を大きくしない

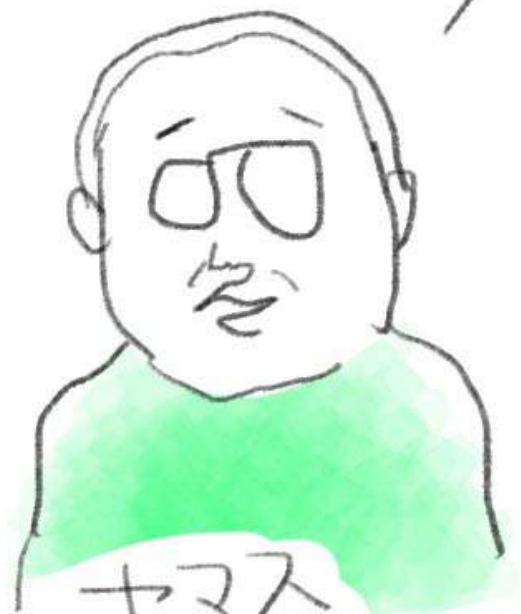


だから、細胞破壊しない



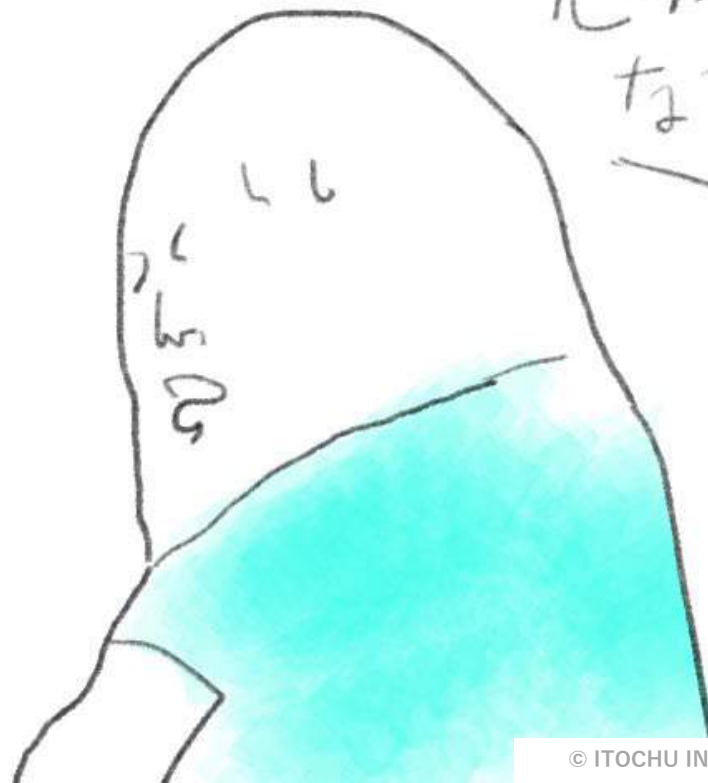


いろいろヒヤリングが、勉強させていただきました  
仲卸さん、大学の先生etc...



ヤマノ  
わたなべ社長

／ 今回の  
座組が  
／ いいよね



／ 勉強に  
なるなー

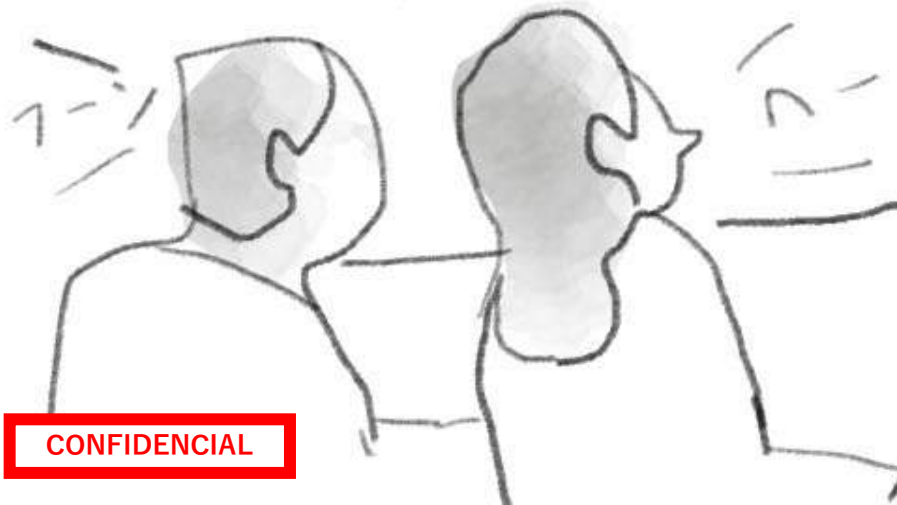
あさかな



サグスタ

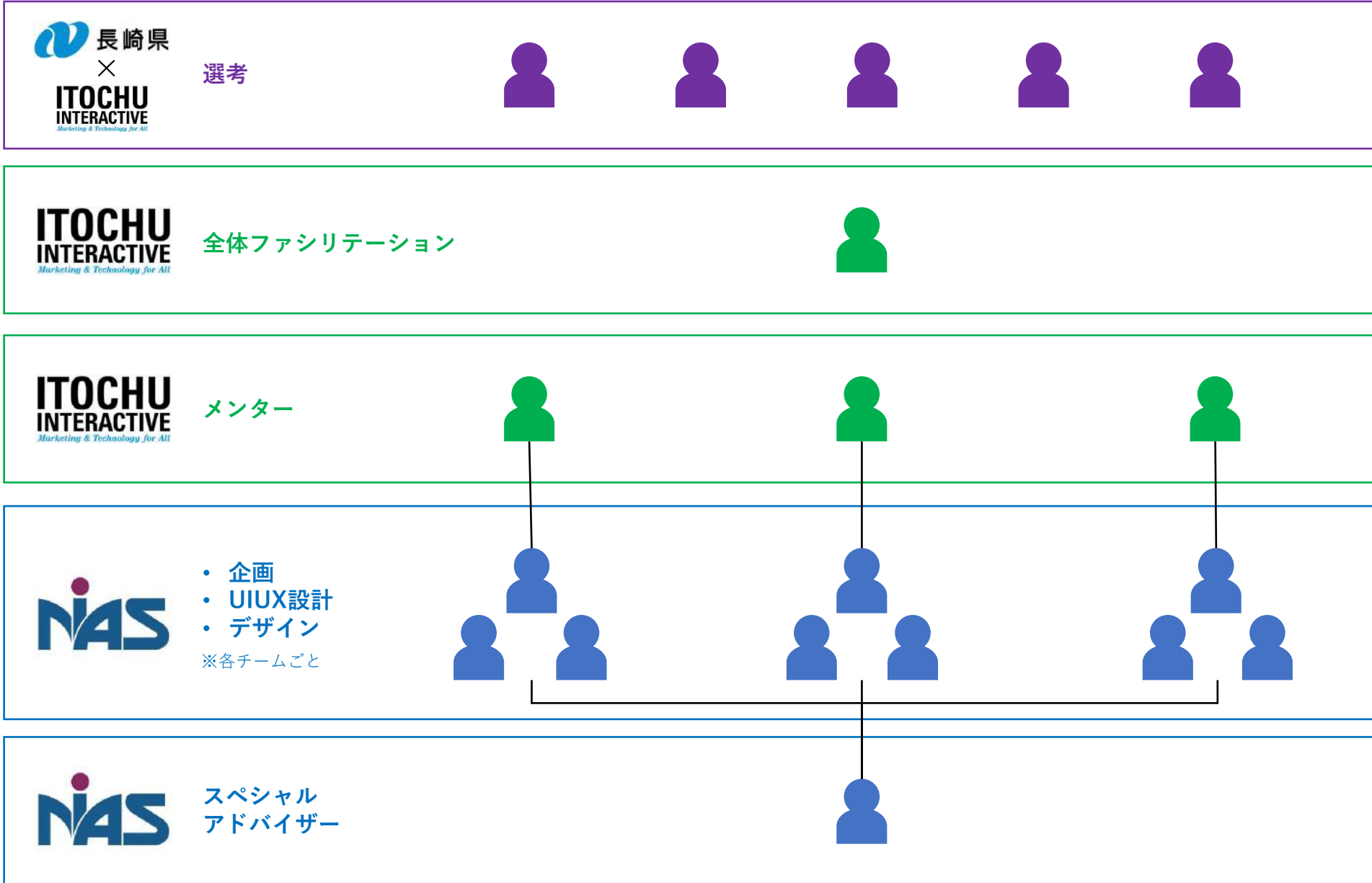
コンペ形式の授業を実施

あさかなについて  
11/11に  
考えてみましょう！



長崎総合科学大学

# コンペ推進体制



# 課題

魚のサブスクで  
漁業者の収入をアップするためには  
どうしたらいいでしょうか？

## 仮説検討/調査

**1**

おさかなサブスクサービスの基本要件を元に、誰が誰に向けてどのようなサービスを展開するのか仮説を立て、必要な調査を設計・実施。

## サービス企画

**2**

仮説を基に、ストーリーを考え、どのような手段で提供するのが良いか？どのような機能が必要なのか？必要なリソースは何かを定義し、ビジネスモデル図、収支計画を作成する。

## UI/UX設計

**3**

サービスに必要な機能を実現するUI/UXをデザインする。サービス提供の手段はWEBサイト、もしくはスマホアプリを想定する。ターゲットの属性やサービスコンセプトに基づいて最適なアウトプットを検討する。

## プレゼン/選考

**4**

コンペ参加者が集まり、企画の概要、コンセプト、特徴となる機能、主要画面のデザインを発表する（場合によってオンライン）。選考は伊藤忠インタラクティブと長崎県、市、銀行、長崎経済研究所が行う。



## STEP1



展開した資料を基にして  
こうしたらいんじゃないか？  
という仮説を立ててもらいます。

## STEP2



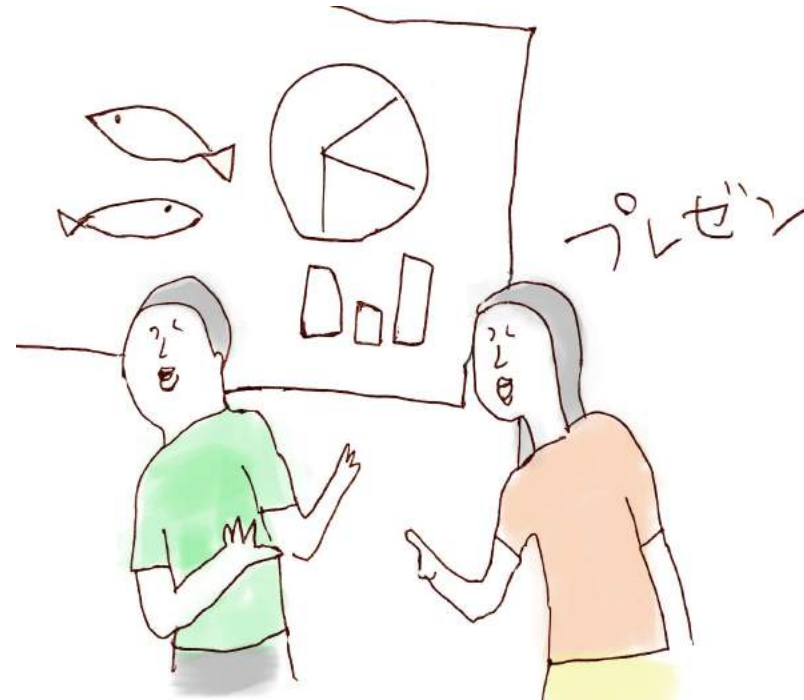
調査をしてもらいます。  
アンケートを考えて展開し、  
地元の企業に話を聞きに行っ  
てもらいます。

# STEP3



調査結果を使って  
企画を考えてもらいます。

# STEP4



最後に発表してもらいます！

## ■IIC体制図 メンタープロフィール



### 川島 勇我 プロデューサー

IIC共創デザイングループ グループリーダー。慶応義塾大学と共にイノベーション研修メニューを開発。自身の会社ぐるんとびーでイノベーション事業のアワードを獲得。鎌倉市との産官連携など実績多数。

**受賞例**：大阪国際デザインコンペティション受賞(2001)、販促会議モバイルビジネスコンペティション入賞(2007)慶応大学主催：未来デザイン会議/最優秀賞(2013)アジア健康長寿イノベーション賞[国内1位/アジア2位](2020)…etc※ERIA/JCIB、内閣官房健康・医療戦略室によるアジア健康構想、(AHWIN)の一環として実施されたアワードにて受賞。**講演&講師**：AIIT産業技術大学大学院：非常勤講師(2014)、日経BP [システムデザインマネジメント]特別講演(2014)、日本人間工学会分科会「SCDとしての社会ビジネス」(2014)、慶応義塾大学大学院SDM 授業(コミュニケーション)講師(2015)文科省後援 KEIO EDGE Project ゲスト講師(2015)…etc



### 福島 賢一 プロデューサー/フロントエンジニア

005年からWebデザイナーとして経歴をスタートし、フロントエンドエンジニア、Webディレクター、プロデューサーへと転身。プロモーション、システム開発、企画提案、要件定義、プロジェクト推進まで、ワンストップで対応する。ファミリーマート、パナソニックホームズ、ホンダ、ポールスミスなど大手クライアントの制作案件を担当。現在はプロデューサーとして、フードバリューチェーンの最適化を図るSFC構想研究会での消費者サービスの企画や、東海大学のWebコンサル業務を推進している。



### 水谷 正紘 コピーライター/プランナー

長崎県長崎市出身。伊藤忠商事の次世代化プロジェクトのコンセプトメッセージデザイン、ワタベウェディングの新事業のブランドメッセージ等、ブランディングに係るメッセージ、コンセプト設計の実績多数。



### 松本 純一 アートディレクター

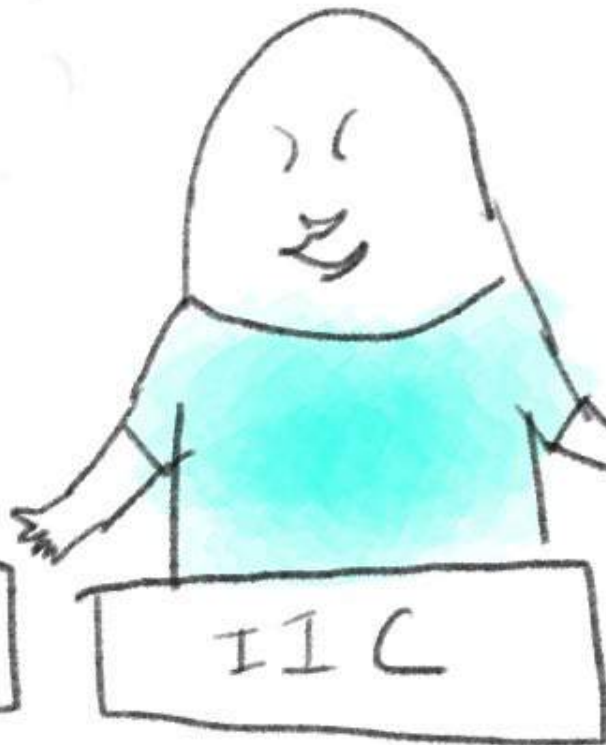
長崎県大村市出身。練馬区のシティプロモーション、「いまできること」「みんな元気になるトイレ」「みんな元気になる福祉避難所」等、産官プロジェクトにまつわるサービスコンセプト設計、ブランド、サービス、製品プロモーションのアートディレクション、デザインの実績多数。



森田 久保井さん



- カロ、運用



- "ボランティア"
- デザイン



- 商品企画

行政、銀行も伴走



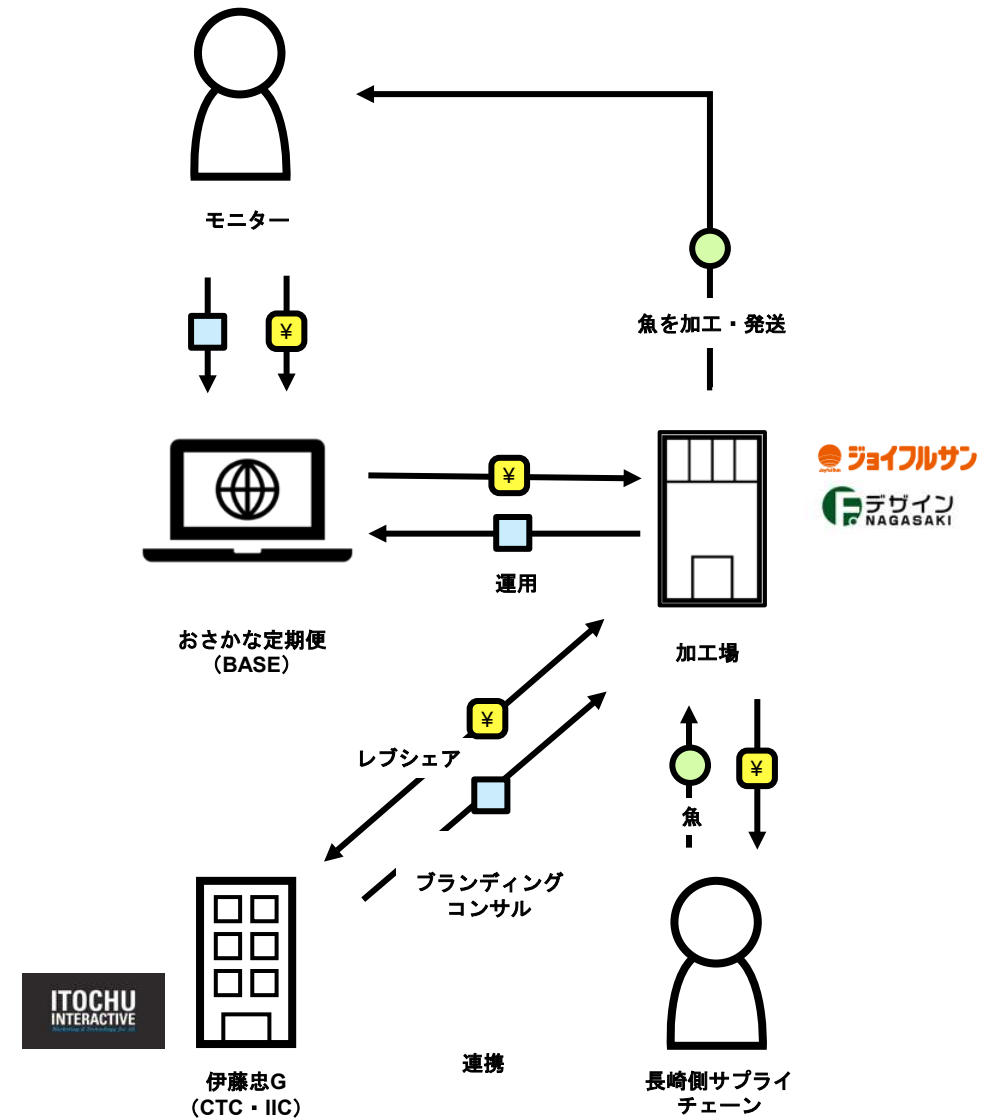
写真は  
市の山田さん  
が取りも  
します。

## ① サービスコンセプト

漁獲量が多く、魚種が豊富な長崎県の特長を生かした  
鮮魚のサブスクリプションサービス

目的	長崎の漁業従事者の収益アップ
課題	<ul style="list-style-type: none"><li>長崎県は北海道に続く漁獲量であり、魚種も豊富だが、国内で認知されておらず、特長が有効活用されていない。</li><li>漁業従事者の高齢化などにより、長崎県の水産業界が疲弊している。</li></ul>
サービス内容と目標	<p>長崎県内のステークホルダーの連携を設計し、魚の月額サービスを構築する。それにより、以下の効果を生み出す。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>①WEBにより、消費者へダイレクトに販売する月額課金サービスを構築し、長崎県外のサプライチェーンを省いた魚の販売を行う。安定収益の確保を図る。</li><li>②内外の視点を整理し、長崎の魚ブランディングと、情報発信の体制を構築する。全国への周知と付加価値による魚の価格向上をはかる。</li><li>③中央加工場の整備により、今まで、県内に向けてのみの展開にとどまっていた加工場を持たない漁業関係者へ新しい出口を提供する。</li></ul>

テクニカンの液体急速冷凍技術「凍眠」を利用して冷凍状態にした長崎県の鮮魚をサブスクリプションで販売する。そのための専用オンラインストアをクラウドサービス（BASE）を利用し、構築する。



## ②ターゲットペルソナ（仮説）

長崎県側の魚の供給量を踏まえ、薄利多売ではなく都内の高所得者層に向けて高価格のサービスを提供。

### 【ターゲットユーザーの属性情報（仮説）】

年齢	30～50代
性別	男性
所在地	東京都23区
職業	会社員、自営業
個人年収	600万円～
家族構成	夫婦と子供、2世帯同居



## ②ターゲットペルソナ（仮説）



年齢：38歳

職業：商社

企業：従業員数500名 売上52億

部署：営業部、課長

年収：1400万円

居住地：東京都世田谷区在住

家族構成：妻34歳、子供3歳

### 【ライフスタイル】

平日は早朝から深夜まで仕事漬けの毎日。昼間は会議、夜は企画書などを作成する日々。取引先との会食も頻繁にあり、個室の高級居酒屋などでの会食が多く、取引先に喜んでもらうためのレストラン選びなども得意で食にこだわりがある。

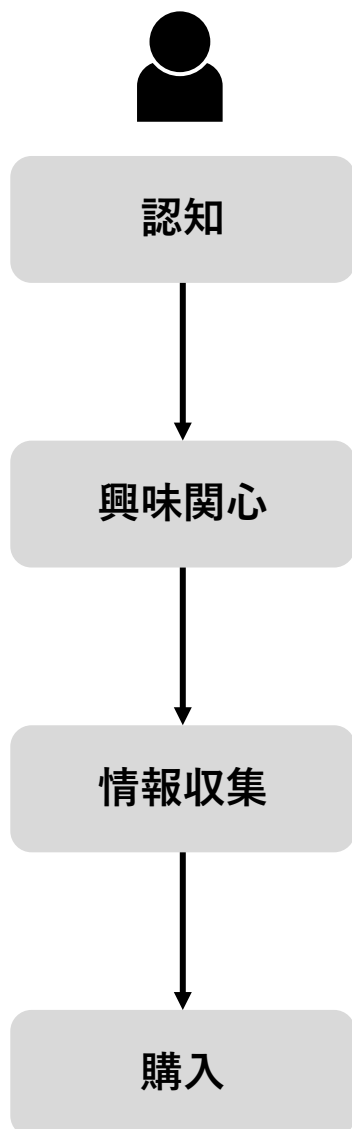
休日は、家族と過ごす時間を大切にしており、子供を連れて近所の公園に遊びに行くことが多い。休日の食事は子供が小さいため、家で食べることが多く、妻が料理することが多い。自身は独身時代から外食が中心の生活だったため、自ら料理することには慣れていないが、料理やお酒に対する知識は豊富。結婚記念日や妻の誕生日などの特別な日は、妻と二人で外食に行きたいと思うが、両親が遠くに住んでいるため預けることも出来ず、uberなどでレストランのデリバリーを頼むことが多い。妻に負担をかけることなく、美味しい食事を家で食べたいと感じている。

### 【好きな雑誌】

- DANCYU
- 自遊人
- 東京カレンダー



## ③コミュニケーションプラン（MVP用）



## 【認知拡大／興味喚起】

口コミ

- ・ 関係者の交友関係を辿った口コミでの伝播

SNS

- ・ 関係者に向けてSNSなどを使って情報発信

パブリシティ

- ・ 取組の様子を地元メディアに情報共有し取材を誘導
- ・ 長崎総合科学大学での特別授業実施

広告

- ・ 高所得者をターゲットとしたSNS広告など

## 【情報提供／アクション喚起】

チラシ

- ・ 商品価値の訴求や理念の紹介による共感醸成

WEBサイト

- ・ 商品の詳細説明、購入機能の提示

## ④ ターゲットの意識調査

### 1-1. 調査目的

東京都内在住のモニターの魚介類の利用・食用実態を把握するとともに、モニターを嗜好タイプ毎のクラスターに分け、どのようなタイプのモニターが魚介類の月額サブスクリプションにどのような意向を示すかを取得したうえで今後のサービス設計やブランディングに活用することを目的とする。

### 1-2. 調査方法 ※アンケート実施：マイボイスコム株式会社

弊社のインターネットモニターを対象としたWebアンケート調査。  
抽出した対象者にメールで協力依頼を行い、回答上限数までをWebで回収する手法。

### 1-3. 調査期間

2020年10月30日（金）～11月2日（月）

### 1-4. 本調査対象者

スクリーニング調査で、以下の条件に該当する方を抽出した。

- ①東京都23区に住む20～69歳の方。
- ②家庭の1か月間の食費が1万円以上の方。
- ③趣味やささやかな贅沢を楽しむ余裕が全くない方以外。
- ④魚料理を食べることがある方

### 1-5. 有効回収数

有効回収数 1000件（高所得層：500件、一般層：500件）

※高所得層：個人年収（600万以上） or 世帯年収（1000万以上）

一般層：個人年収（300万以上600万未満） or 世帯年収（500万以上1000万未満）

高所得層										
男性20代	男性30代	男性40代	男性50代	男性60代	女性20代	女性30代	女性40代	女性50代	女性60代	合計
50件	50件	50件	50件	50件	50件	50件	50件	50件	50件	500件

一般層										
男性20代	男性30代	男性40代	男性50代	男性60代	女性20代	女性30代	女性40代	女性50代	女性60代	合計
50件	50件	50件	50件	50件	50件	50件	50件	50件	50件	500件

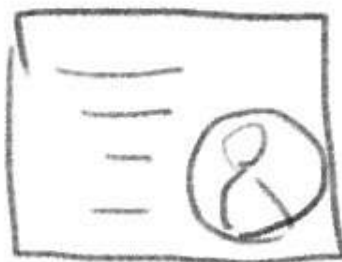
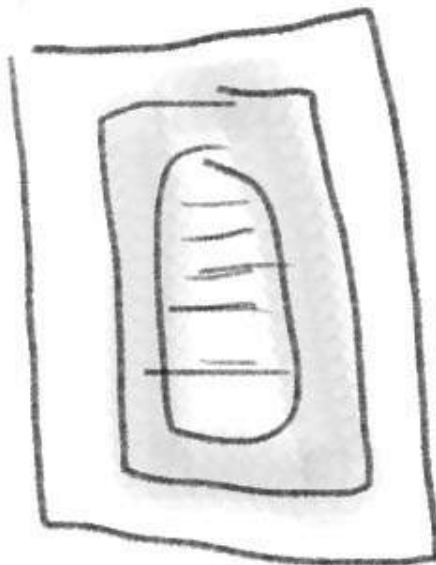






ITC 松本

(長崎県大村出身)



- 銀のふくろで  
冷凍の説明  
を省略できる
- 関係者のメッセージ  
をハガキの形で
- 漁師さんの  
紐をイメージ  
したパッケージ

CONFIDENTIAL



Find Fish's Future Project

© ITOCHU INTERACTIVE CORP. all rights reserved.

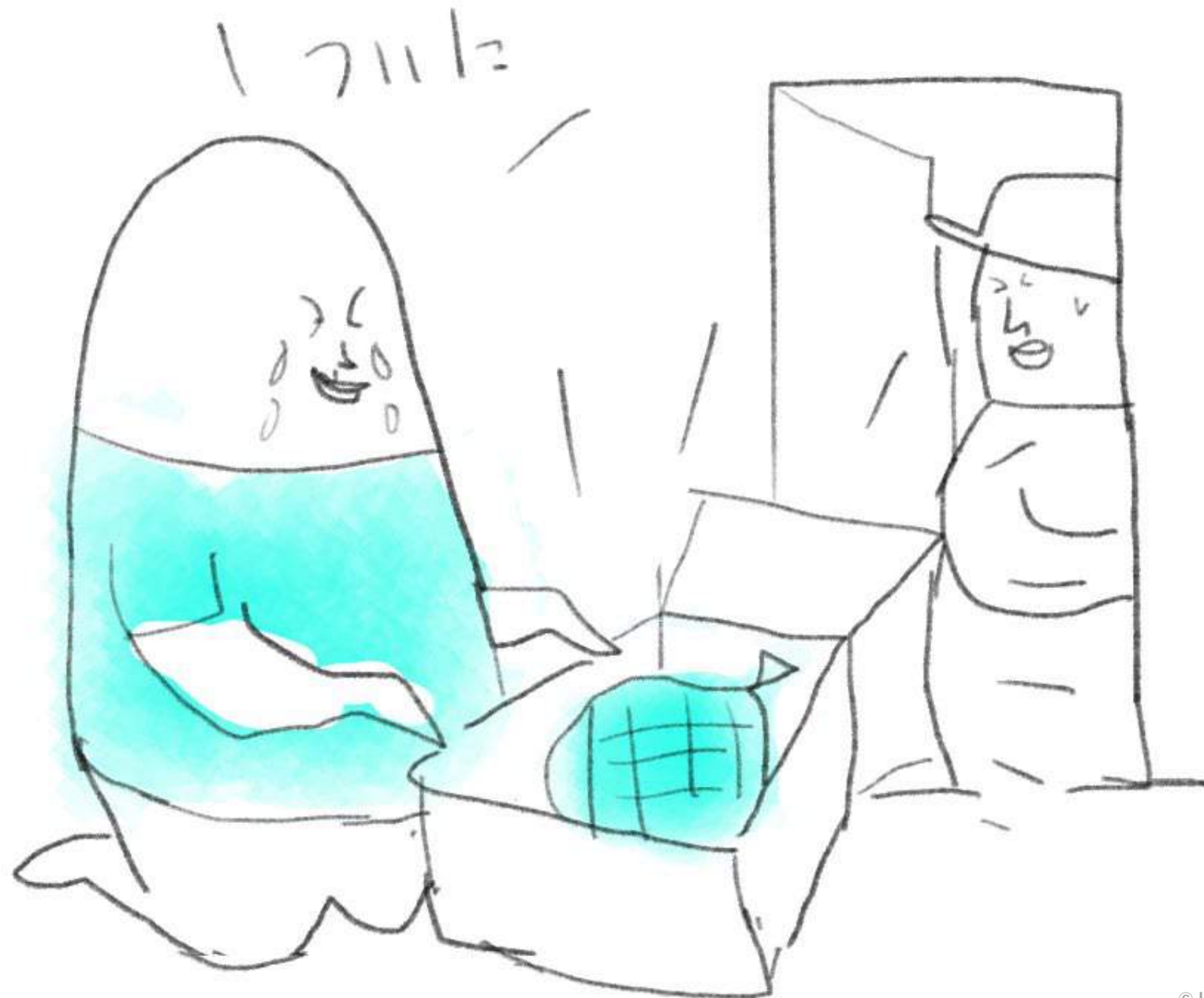
CONFIDENTIAL











# 販売サイト構築／販促物制作

## 【商品チラシ】

有料モニター募集 (3ヶ月限定)



# おさかなサブスク

新鮮でバラエティに富んだお刺身の盛り合わせを、  
長崎から急速冷凍で月2回お届けします。




長崎県は入り組んだ地形と海流に恵まれ、漁獲量は全国2位\*、魚種の数は全国1位の約300種類を誇ります。\*

長崎の漁師たちが様々な漁獲・漁法で獲った魚も、プロの料理人の目利きで厳選、お送りしております。種類の豊富さが自慢のひとつなので、定番から珍しいものまで、毎回何回か楽しみにお待ちください。(例えば、産地の長崎でもなかなか食べれる種類の少ないサカナなどは、ぜひご賞味いただきたい！)

また、最新の冷凍技術「凍蔵」によって実現した、鮮魚と変わらない食感と味にはきっと驚かれることでしょう。

---

下記のお魚をメインに、10種類ほどの鮮魚をお刺身の状態でお届けします。

※そのほかの魚種や季節限定、産地限定により、追加する魚の大きさ・量・種類が毎お届けごとに異なる場合がございます。その日、追加された魚の中でも、旬で食べ頃のお刺身を厳選いたします。

**お品書き**

- 真鯛のお刺身
- ヒラマサのお刺身
- 天然太刀魚のお刺身
- 平目の昆布締め
- 天然ウエのお刺身
- 天然真アジのお刺身
- 天然真サバのお刺身
- 天然イササキの濃湯通り
- 天然スキのお刺身
- 水イカ (アオリイカ) のお刺身と下足の湯引き など



---

定期使の商品

毎月2回、全6回のお届け。

2月13日 (土)・2月27日 (土)  
3月13日 (土)・3月27日 (土)  
4月10日 (土)・4月24日 (土) 計6回

※お届け日については、お申し込みの旨にお応えさせていただきます。  
※お申し込み後、翌月より毎月2回、第2、第4土曜日にお届け

21,600円 / 月 (税・送料込)

※お申し込みの金額は、お申し込みの旨にお応えさせていただきます。  
※お申し込み後、翌月より毎月2回、第2、第4土曜日にお届け



(表面)

## 【プロジェクトチラシ】



# Find Fish's Future Project

私たちが  
うまいと信じる  
サカナの未来



県内 × 県外企業によるオープンイノベーション

## 長崎から始まる、サカナの未来を探索するプロジェクト

サカナはうまい。私たちの活動は、ここからスタートしています。

長崎では当たり前になる食文化がありますが、いま、全国的には魚離れが叫ばれています。それはそれで、食の選択肢が広がっていることの表れで、もちろんいいことだと思います。でも、もし、うまいサカナに出会ってないだけだったら、それは少しもったいない。

品質の劣化したものを食べて害手意識をもっているだけだったら、それは少しもったいない。

まだまだサカナにはポテンシャルがある。底力がある。そう信じ立ち上がったのがこのFFF Projectです。

もっというと、われわれもまだ知らないうまい食べ方だって発見できるかもしれません。

私たちの活動に、サカナの未来に、どうぞ期待ください。もちろん僕にサカナ好きのみならず。







(表面)

### 細胞が壊れず、アニサキスも死滅する急速冷凍

急速冷凍技術「凍蔵」とは

真冬の冷たい自然風を30℃の冷却剤のコンベアにひたして凍結させる手法です。ポイントが空気ではなく液体で凍結すること、瞬間凍結の高効率冷凍スピードが細胞壊れ、凍結が壊れない。つまり、凍結したついでに凍結が保つことが可能です。また、これは凍結だけの特長ではありませんが、十分急速凍結によってアニサキスが死滅するとされています。つまり、食中毒のリスクが減って、でも一般の冷凍と違っておいしいまま、というメリットのある冷凍方法と言えます。

【優み・期待効果】

- 凍結・解凍のダメージが少なく、食の新鮮さ、食感、風味、栄養素をほぼそのままに保つことが可能です。
- 凍結・解凍によるダメージが少なく、2018年・2019年に比べて10%の凍結・解凍によるダメージが減少しています。
- 凍結・解凍によるダメージが少なく、凍結・解凍によるダメージが減少しています。

【凍蔵方法】

- 凍蔵に凍結剤を使用しており、「一番簡単な方法です」
- 氷を入れたゲルや、凍結剤を使用する。 (目途などは、説明書をご覧ください)

---

#### お支払い方法について

クレジットカード	口座振替	現金/現金決済	ポイント決済
<ul style="list-style-type: none"> <li>● VISA / Mastercard</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 当店の専用口座に振り込み</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 現金/現金決済</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ポイント決済</li> </ul>

---

#### 配達方法・配達会社について

当店の専用トラックにて、毎日長崎県内全域へお届けいたします。

---

#### 商品・交換・キャンセルについて

当店の専用トラックにて、毎日長崎県内全域へお届けいたします。

(裏面)

### FFF Projectの3つのVision

**今よりもうまいサカナへ**

加工や保存によって劣化するうまさを、いかにゼロに近づけるか。そして、今までにない、もっとうまい食べ方はないか。サカナ本来の味、未来の味を追求し、みなさんに食べてもらうことを目指します。

(食によりは私たち自身がうまいと信じて、というが王道なところ。)

---

**うまいサカナを、いきわたらせる**

心理・物理的距離への挑戦

まだまだサカナを食べてもらうハードルはあります。縁のこのこと、知らない文化、食文化、歴史、最新技術、地球との関係性、知ってもらえたら、買ってもらえない、押しつけてはダメ、最終的には当たり前になる食文化が本当に幸せだと感じるから、距離を縮めていきます。

---

**うまいサカナを、これからもずっと**

持続性への挑戦

消費量もっと増える環境にするには、消費者がもっと持続性を持てる環境を創出していくようにすること。生産者へ安心できるサカナを確実に供給できるようにすること。漁や大地に負担をかけるような持続可能なエコシステムをつくること。これから長崎にわたってうまいサカナを食べてくれる社会を目指して、今できることをやっています。





私たちがうまいと信じるサカナの未来



## Find Fish's Future Project

(裏面)

# 販売サイト構築／販促物制作

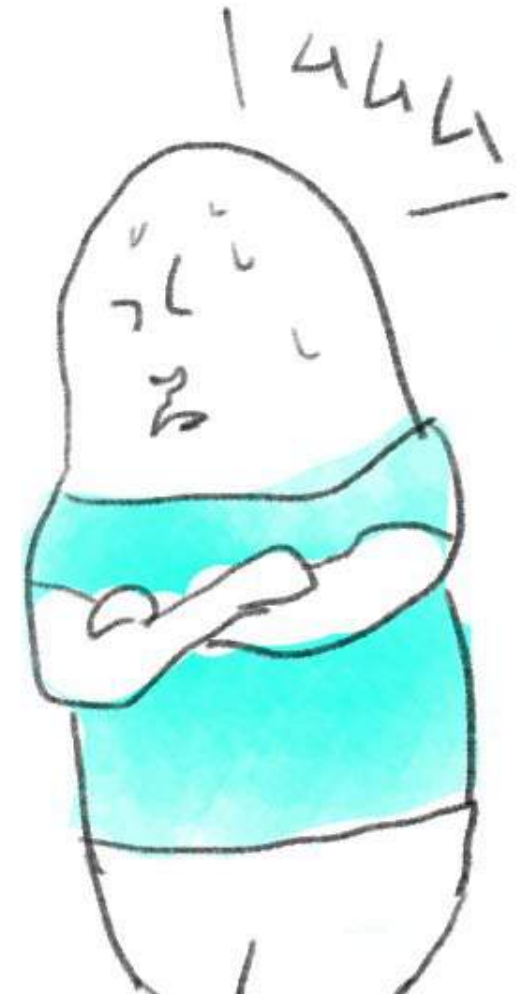
## 【販売サイト】



### 13. 賛否両論、



あからよはいたかど  
賛否両論



いっしょにどこかに  
売りにいきましょう



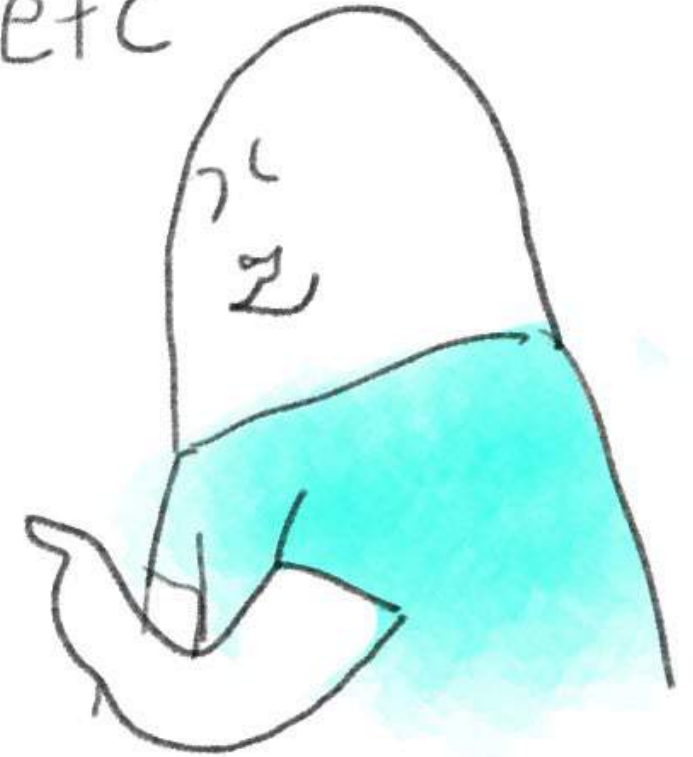
伊藤忠食品

一緒に  
何かできよう  
ですね



某保険会社  
某航空会社

etc







産官学、県内・県外企業を巻き込んだコンソーシアムとして進行中



# Find Fish's Future Project

私たちが  
うまいと信じる  
サカナの未来

県内 × 県外企業によるオープンイノベーション

## 長崎から始まる、サカナの未来を探索するプロジェクト

サカナはうまい。私たちの活動は、ここからスタートしています。

長崎では当たり前食卓に根付いている魚食の文化がありますが、いま、全国的には魚離れが叫ばれています。それはそれで、食の選択肢が広がり豊かになっていることの表れで、もちろんいいことだと思います。でも、もし、うまいサカナに出会ってないだけだったら、品質の劣化したものを食べて苦手意識をもっているだけだったら、それは少しもったいない。まだまだサカナにはポテンシャルがある。底力がある。そう信じ立ち上がったのがこのFFF Projectです。もっといえば、われわれもまだ知らないうまい食べ方だって発見できるかもしれません。私たちの活動に、サカナの未来に、どうぞご期待ください。もちろん既にサカナ好きのみなさんも。



## 今よりもうまいサカナへ

### 味への挑戦

加工や保存によって劣化するうまさを、いかにゼロに近づけるか。そして、今までにない、もっとうまく食べる方法はないか。サカナ本来の味、未来の味を探求し、みなさんに食べてもらうことを目指します。  
(なによりも私たち自身がうまく食べたい、というのが正直なところ。)



## うまいサカナを、いきわたらせる

### 心理/物理的距離への挑戦

まだまだサカナを食べてもらう余地はあるはず。味のこと、栄養のこと、知らなかった種類、食べ方、歴史、最新技術、地球との関係性。知ってもらえたら、変わるかもしれない。押しつけてではなく、長崎では当たり前魚食文化が本当に幸せだなぁと思うから、距離を超えて届けます。



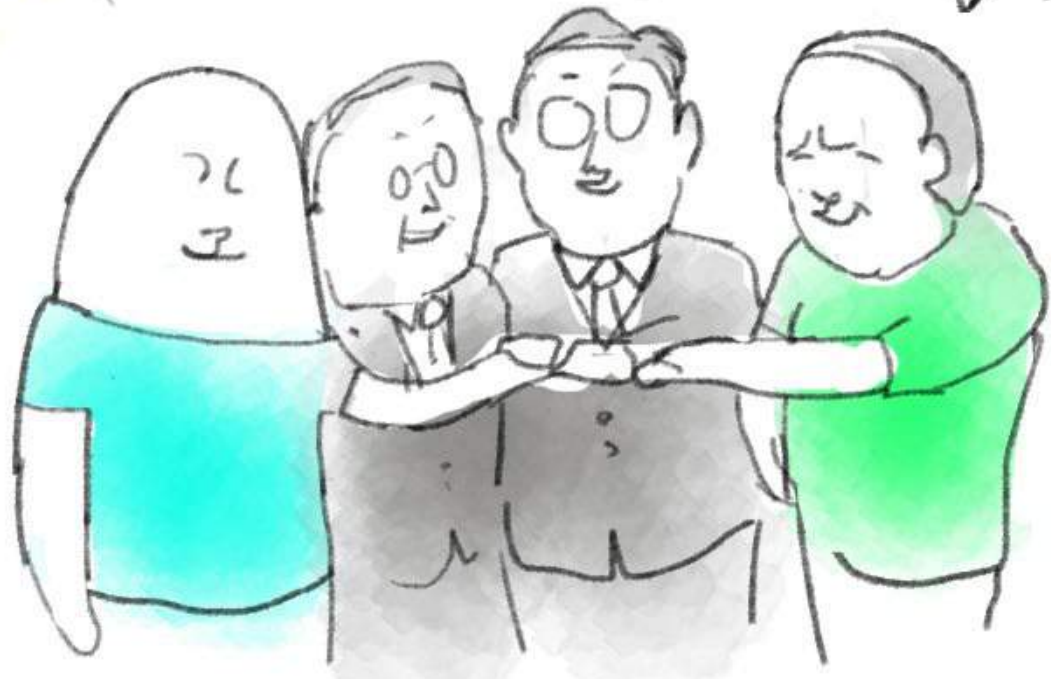
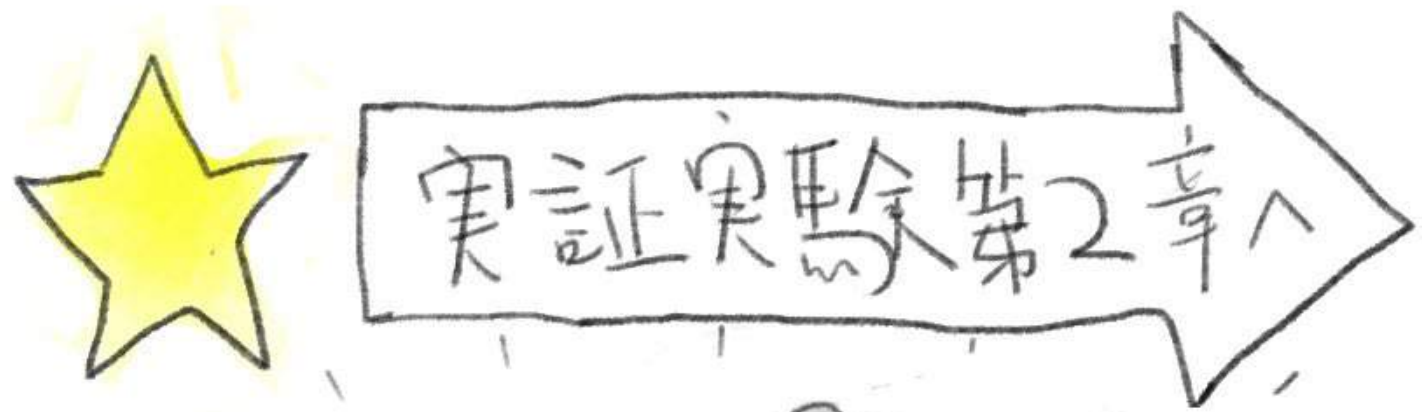
## うまいサカナを、これからもずっと

### 持続性への挑戦

漁業をもっと収入のある職業にすること。後継者が夢を持って技術を引き継いでいけるようにすること。生活者へ安心できるサカナを安定して供給できるようにすること。海や大地に負担をかけない持続可能なエコシステムをつくること。これから将来にわたってうまいサカナを食べ続けられる社会を目指して、今できることをやっていきます。



全社一致で継続へ！！



# 2020 スピード勝負・10月の功罪



10月10日

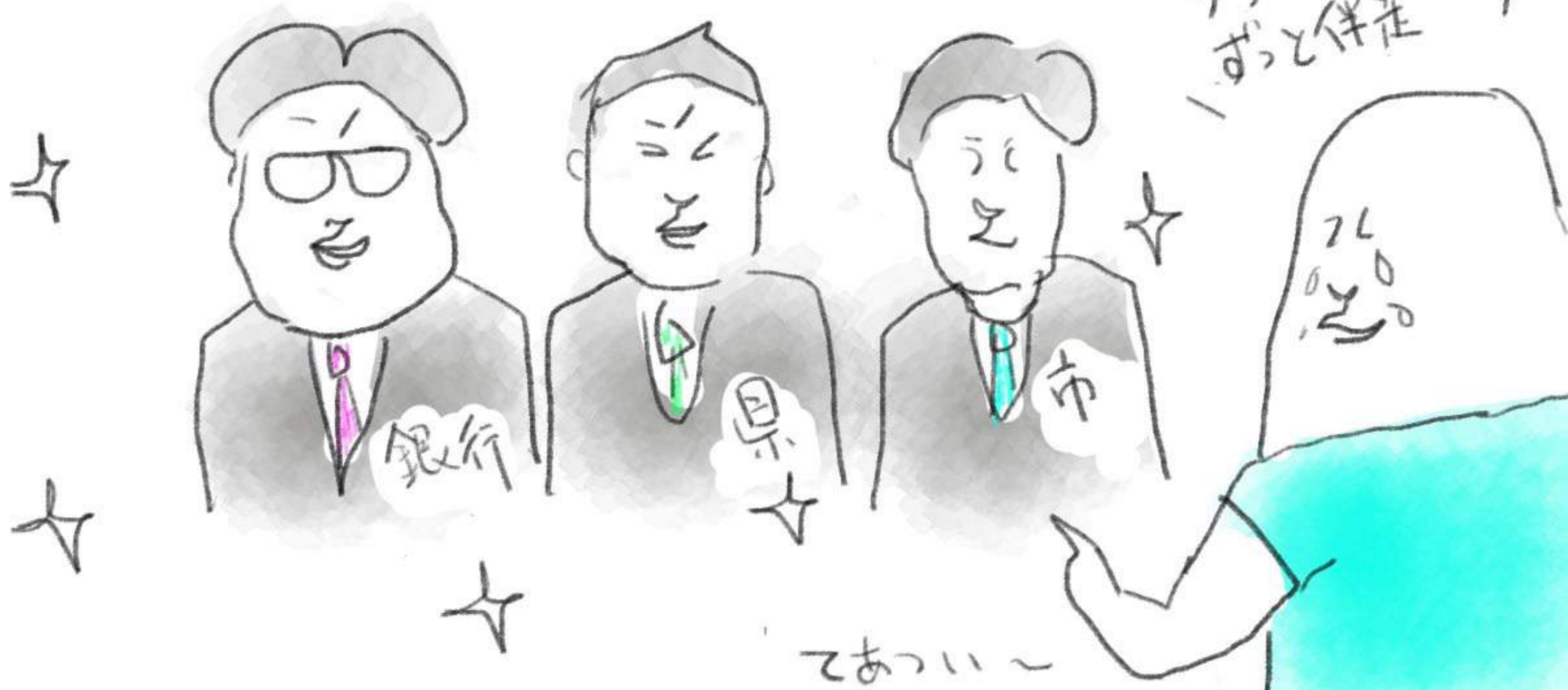


10月15日



サンプルリリース

# ☆ 産官学金連携 ☆



ご清聴ありがとうございました!!

ブランディング、新規事業開発、開発支援  
よろずご相談下さい!!

