



新・みやぎ・シー・メール第23号

発行：令和元年6月26日

宮城県水産技術総合センター 〒986-2135 宮城県石巻市渡波字袖ノ浜 97-6

TEL: 0225-24-0159 FAX: 0225-97-3444

ギンザケは水産業の救世主になるか？

企画・普及指導チーム

はじめに

総務省が公表している家計調査年報によると、魚介類全体の年間消費支出は右下がりに減少を続けています。品目別に見ても、ほとんどの魚介類が同じ傾向を示しているなかで、「さけ」だけが顕著な右肩上がりになっています。日本人の食生活のなかで、「さけ」は消費支出が年々増加している「肉類」と同じ欧米型食材として認知されているのかも知れません。

宮城県は全国一位の養殖ギンザケ生産県です。今までは国際的な生産動向で国内のギンザケ産地価格が500円/kg未満で変動してきましたが、近年産地での価格が500円/kg以上と良好に推移しているのは、国内の消費支出増加も関係している可能性があります。

ギンザケは売れるか？

マーケティングリサーチとして、POS（ポイント・オブ・セール）等のビックデータを解析することは、販売動向を探る有力な手段です。皆さんが量販店で買い物をする際は必ずレジを通過しますが、そのときの買い上げ情報が全てPOSデータとして保存され、量販店の販売戦略に活用されています。どのようなことが分かるかについて、過去に宮城県内量販店の協力を得て実施した、さけ類刺身商材のPOS解析結果についてご紹介します。2013年4月から9月までに、さけ類（宮城産ギンザケ、輸入アトランティックサーモン、輸入トラウト）刺身商材を購入した29,542人の購買動向を解析した結果、以下のことが分かりました。

- 1) ギンザケ・アトランティックサーモン刺身商品は、仙台市中心部の店舗における販売数量が多く、トラウト刺身商品は仙台市郊外店舗における販売数量が多い。
- 2) ギンザケ・アトランティックサーモン刺身商品を購入する顧客は50歳代以下の年齢層が多く、

トラウト刺身商品を購入する顧客は60歳代以上の年齢層が多い。

- 3) 商品価格は、アトランティックサーモン刺身商品が最も高く、トラウト、ギンザケの順に安くなる。
- 4) 普段トラウト刺身商品を買う顧客がギンザケ刺身商品を買う場合は、価格が安い物を選ぶ傾向があり、普段アトランティックサーモン刺身商品を買う顧客がギンザケを買う場合は、価格が高い物を選ぶ傾向がある。
- 5) 普段トラウト刺身商品を買う顧客は、安定してトラウトを購入し続ける傾向がある（高年齢層が多く保守的）。普段アトランティックサーモン刺身商品を買う顧客は、補完的にギンザケ刺身商品を買う傾向がある。
- 6) ギンザケ刺身商品を買う顧客は、普段アトランティックサーモン刺身商品を買う顧客が多い。

以上のさけ類刺身商品の購買特徴から、ギンザケが水産業の救世主となるための販売戦略を推察すると、刺身用ギンザケ商品の訴求相手は、仙台市中心部に住む若年齢層もしくは転勤族であり、商品の販売戦略上の位置づけは、アトランティックサーモン刺身商品の比較的安価な代替品であると推察されます。そこで、輸入アトランティックサーモン刺身商品購入顧客を国産ギンザケ刺身商品購入顧客として固定化させるために、仙台市中心部の若年齢層・県外からの転入者の嗜好に合わせたアトランティックサーモン代替品としての生産・商品開発・販売促進が課題として挙げられます。

ビックデータとしてのPOS活用

商品は売れなくては意味がありませんし、水産物も売れなくては生産する動機がなくなってしまう。だいたい前から、一次産業もマーケットイン型の生産をすることが重要であると言われていますが、生産の在り方を見極めるうえでも、流通下流末端のビックデータであるPOS情報を活用することが、今後重要になるでしょう。

宮城県水産技術総合センター

ホームページ URL: <http://www.pref.miyagi.jp/soshiki/mtsc/>