

2019 年 11 月 13 日

報道関係各位

株式会社 T ポイント・ジャパン

**T カードの社会価値創造プロジェクト「T カードみんなのソーシャルプロジェクト」
未利用魚を活用した『五島のフィッシュハム』を 11 月 13 日より発売開始
～「T カードのデータ×T 会員ネットワーク×五島の魚」
サステナブルな漁業への貢献と五島の地域活性の一助となることを目指して～**

株式会社 T ポイント・ジャパン（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長兼 COO：北村和彦、以下「T ポイント・ジャパン」）は、6,900 万人超の T 会員、194 社の T ポイントアライアンス企業、T カードがもたらす約 50 億件の購買データなどを活用して社会や生活者に還元、貢献をしていく T カードの社会価値創造プロジェクト「T カードみんなのソーシャルプロジェクト」を実施しています。

2018 年 6 月に「T カードみんなのソーシャルプロジェクト」の第三弾として、地域の美味しいものを一次生産者と T カードでつくる「五島の魚プロジェクト」（<https://tsite.jp/r/tcardsocial/goto/>）を立ち上げました。「五島の魚プロジェクト」は、T カードのデータと T 会員ネットワークを活用しながら、五島の魚に付加価値を創出し、生活者の皆さまに喜んでもらえる商品として提供することで、継続した「六次産業化」の成立に取り組む商品開発プロジェクトです。このたび本プロジェクトを通じて、サイズが不揃い・魚種がマイナー・一定のロットに満たないなど様々な理由により価値がつかずに流通されない「未利用魚」を活用した『五島のフィッシュハム』が誕生し、2019 年 11 月 13 日より発売を開始することとなりましたのでお知らせいたします。



■五島の未利用魚について

五島列島は、世界最大級の海流である黒潮から九州南西部で分岐する暖流対馬海流が対馬へ流れ込んでいることで多種多彩な魚が回遊しています。このような豊富な魚に恵まれる五島列島ですが、鮮度保持や費用などの輸送問題により、都市圏に流通させにくい魚種が多く存在します。具体的には、定置網にかかる「アイゴ」や「ブダイ」、「ニザダイ」といった魚種が未利用魚として知られています。これらの魚は主に海藻を食べて育つため独特の磯の香りがあり、幅広く流通させるには工夫が必要になります。また、海藻を食べる魚が増えすぎると、同じく海藻を食べて育つウニなどが生息できず、魚類の産卵場所が確保できなくなるといった問題が発生しています。さらに食害によって海藻類の群集が枯死する「磯焼け」と呼ばれる状態では、一気に水質が悪化する恐れもあります。T ポイント・ジャパンでは、漁師・漁協・水産加工会社等の水産関係者からのニーズや課題を把握し、五島の魚ときれいな海を守るためにも、網にかかった未利用魚に一定の価値をつけて利用することが、サステナブルな漁業につながるのではないかと考えたのもと、五島の未利用魚を活用した商品開発に取り組みしました。



商品開発にあたっては、生活者代表としてTカードの様々なライフスタイルデータをもとに6,900万人超の中から導き出された※「魚介好きで食にこだわりがある」T会員12名、生産者代表として五島で水産加工業を手がける株式会社浜口水産、流通代表として「マルエツ」「マルエツプチ」「リンコス」などを展開するスーパーマーケットチェーン株式会社マルエツ、食のサステナビリティを考え推進するシェフ・森枝幹氏、そして五島市、一次産業の六次化を支援する株式会社農林漁業成長産業化機構の関連会社である株式会社津々浦々に参画いただき、異なる分野・立場のステークホルダーが有する知見をつなぎ、五島の抱える未利用魚問題の解決に挑戦しました。

※ 名前や住所などお客さま個人を特定しない方法によりデータを導き出しています。

■商品誕生までのステップ

商品開発の過程において、ステークホルダーの方々にTカードのデータに触れていただく機会を提供しながら、データから導き出される要素を企画に取り入れ、以下のステップを進めてまいりました。

(1) 2018年9月：「コンセプト発想」～五島の魅力を知るフィールドワーク

T会員12名が福江島を訪れ、五島の海での定置網漁を体験したり、フィールドワークの中で五島の魅力や漁業の課題を把握し、その体験をもとに五島高校の生徒たちとともに、鮮魚および原材料に「魚」が含まれた商品の購買データからコンセプト発想の幅を広げ、商品アイデアなどを出し合うセッションを実施しました。

(2) 2018年11月～2019年7月：「プロトタイプ作り」「商品ストーリー」「試作品作り」～商品開発セッション

T会員、(株)マルエツ、浜口水産、森枝氏がお互いの知見を出し合いながら、9月のセッションで導き出された商品アイデアと、流通の意見をもとにした流通の顧客特性データを照らし合わせて商品の方向性を模索し、「プロトタイプ作り」を行いました。その後、各ステークホルダーが商品プロトタイプを深掘りし、商品の方向性を一つに絞り込むセッションを実施しました。そして商品の喫食シーンの想定と、喫食シーンに関連したデータから仮説と検証を繰り返し、想定購買層を設定するとともに、データから想定購買層の志向性を分析して「商品ストーリー」「試作品」を作り上げました。

(3) 2019年2月～10月：「商品化」

商品開発セッションで生まれた試作品を元に、浜口水産、森枝氏、(株)マルエツと、想定購買層の購買特徴をデータから導き出し、商品化に向けたレシピ作りを行うとともに、想定購買層の求めるデザインなどのデータをもとに価格設定やパッケージ制作を行いました。

(4) 2019年11月：商品発売・飲食店での提供

「マルエツ」「こだわりや」「寿商店」「浜口水産」での商品販売、「谷中ビアホール」での提供を開始いたします。今後は商品の取り扱い店舗を順次拡大して予定です。

Tポイント・ジャパンは、本取り組みを通じて、日本の一次生産者が抱える課題を「六次産業化」として成立させること、また本商品を通じて五島の魚の素晴らしさを知ってもらい、五島に足を運んでもらうきっかけとなることを期待いたします。また未利用魚の活用が、サステナブルな漁業への貢献と五島の地域活性の一助となること、SDGsの目標達成に貢献したいと考えています。

今後も、Tカードが「人と社会をつなぐ」存在となることを目指し、引き続き、新たな社会価値創造に取り組んでまいります。



【『五島のフィッシュハム』商品概要】

本商品は、五島の地魚 100%で新食感とビールに合う美味しさを実現しました。未利用魚を使ってぷりっとしたハムの食感を出し、ここにブラックペッパーやハーブ、塩レモンをプラスしました。魚のハムというと、同じ水産加工品であるさつま揚げやかまぼこを連想すると思いますが、テイストはまったく異なります。例えるならば、厚めにスライスしたポローニャソーセージのような味わいです。袋から出してオリーブ油でさっと焼くだけで、ビールと相性抜群な一品に仕上がります。

■原材料：ぶだい、しいら、とびうお、卵、レモン、にんにく、食塩、白ワイン、魚醤、香辛料

■内容量：1枚 65g

■賞味期限：60日

■保存方法：要冷蔵（10℃以下）

■栄養成分（100gあたり）：熱量 94kcal、たんぱく質 16.1g、脂質 1.1g、炭水化物 4.8g、食塩相当量 1.4g

■メーカー小売希望価格：300円（税抜）

■特長：

（1）でんぷん不使用でこれまでにない新食感

つなぎのでんぷんを使わず、さつま揚げともかまぼこも違うこれまでにない新食感を実現しました。

（2）添加物、化学調味料、砂糖無添加

発色剤や保存料はもちろん、化学調味料、砂糖も無添加。低脂肪、低糖質、低カロリー、そして高タンパクです。

（3）原材料はほぼ五島産

原材料のうち白ワインと香辛料を除いてすべてが国産です。また国産の材料はほぼ五島産で、塩レモンのレモンと卵だけが島外産です。本商品の製造元である浜口水産では、毎年島のレモンで自家製塩レモンを作っているのですが、もともと商品開発用に作っていたわけではないため、現在の商品には島外の国産レモンを使っています。また魚だけでなく、にんにく、塩、魚醤までもすべて五島産というこだわりです。

■商品取り扱い店舗：

・「マルエツ」65店舗

・「こだわりや」45店舗（11月18日から発売を開始します。）

※「マルエツ」「こだわりや」取扱店の詳細はこちら <https://tsite.jp/r/tcardsocial/goto/product/#/store>

・「寿商店」ネット通販：<https://www.rakuten.ne.jp/gold/sakanaya/>

・「浜口水産」4店舗、ネット通販：<https://www.goto-maki.net/>

・「長崎物産館」（長崎県長崎市大黒町3-1 県営バスターミナル2階）

・「長崎浜屋」（長崎県長崎市浜町7-11）

■商品提供の飲食店：

・「谷中ビアホール」https://uenosakuragiatari.jp/shop_space/（東京都台東区上野桜木2-15-6 上野桜木あたり1号棟）

【浜口水産について】<https://www.goto-maki.net/>

海に囲まれ、豊富な漁業資源に恵まれた地の利を活かし、「新鮮素材」にこだわった練り物を作り続けて80余年。「昔ながらの手作り」「魚本来の味を十分に引き出すこと」、私たちの原点は、昔、それぞれの家で手作りしていた練り物の味、自然なそれぞれの魚の味がする、本来の美味しさです。浜口水産は、長崎県五島列島の会社として、島に住む人にも、島を離れた人にも、島を知らない人にも「五島がごちそう」と思っていただけるよう、お客様、お魚、お野菜、そして五島列島に寄り添って蒲鉾を作り続けています。





【森枝幹氏について】



専門学校卒業後、シドニーの「Tetsuya's」、表参道の「湖月」、マンダリンオリエンタル東京の「tapas molecular bar」で修行。その後、表参道の 246common 内にて独立、半年で施設内の三店舗を経営・運営。2 年後、代沢の「Salmon & Trout」のシェフを経て、新たに株式会社 eat creator を立ち上げ、食全般のプロデュースに関わる。プロデュースに関わった店舗は、新宿ゴールデン街の「The OPEN BOOK」、調布の「Maruta」、大森の「鯖なのに。」、青山の「UB1 TABLE」、青山の「Revive Kitchen THREE AOYAMA」、渋谷パルコのメインダイニング「chompoo」。またフードメディア「RiCE」の立ち上げや「The Food Film Festival Tokyo」のフードディレクター、「Chefs for the Blue」のリードシェフを務るほか、テレビやラジオ、雑誌様々なメディアでも活躍する。

【持続可能な開発目標（SDGs）について】

持続可能な開発目標（SDGs）とは、2001 年に策定されたミレニアム開発目標（MDGs）の後継として、2015 年 9 月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」にて記載された 2016 年から 2030 年までの国際目標です。持続可能な世界を実現するための 17 のゴール・169 のターゲットから構成され、地球上の誰一人として取り残さない（leave no one behind）ことを誓っています。SDGs は発展途上国のみならず、先進国自身が取り組むユニバーサル（普遍的）なものです。

「五島の魚プロジェクト」では、以下 5 つの目標達成につながることを目指しています。

- 目標 8：働きがいも 経済成長も
- 目標 9：産業と技術革新の基盤をつくろう
- 目標 12：つくる責任 つかう責任
- 目標 14：海の豊かさを守ろう
- 目標 17：パートナーシップで目標を達成しよう

【第一弾「T カードのビッグデータ×三陸の牡蠣で新商品を開発」】

プロジェクトサイト：<https://tsite.jp/r/tcardsocial/oyster/>

2016 年 11 月より、T カードのデータをもとに、三陸の牡蠣を食材とした商品開発に取り組む企画を開始いたしました。T カードの様々なライフスタイルデータをもとに 6,000 万人超の T 会員の中から導き出された"魚介好きで食にこだわりがある"55 万人の T 会員の方々に企画賛同を募り、その中から 9 名の T 会員に参加いただき、9 名が中心となって三陸の牡蠣を使った商品開発に取り組みました。そして、2017 年 10 月 5 日、味付き冷凍牡蠣フライ「カレーとガーリック味の大きなカキフライ」「パセリとチーズ味の大きなカキフライ」と、バジル風味の牡蠣「カキとバジルのオイル漬け」として企画した商品の発売を始めました。

【第二弾「Reborn-Art Festival × T カード」】

プロジェクトサイト：<https://tsite.jp/r/tcardsocial/art/>

2017 年 6 月より、子どもたちの未来と地域コミュニティをつなぐ取り組みとして「Reborn-Art Festival × T カード」を開始しました。「Reborn-Art Festival」とは、石巻・牡鹿地区を中心に行われる「アート」「音楽」「食」を楽しむことのできる新しいお祭りです。「Reborn-Art Festival × T カード」では、アートと音楽の祭典を大人だけではなく子どもたちも一緒に参画できるものとして、地域に根差しながら将来にわたって地域活性化の源となるようなアート作品を子どもたちが主体となって制作するものです。このプロジェクトでは、T カードのインフラ活用の一環として、社会貢献型 T カードの発行を行い、カード発行手数料の一部とカードの利用で貯まる T ポイントの半部分が、子どもたちが取り組むアート企画に役立てられました。

本件に関するお問い合わせ：

株式会社Tポイント・ジャパン

広報：安藤、TEL：03-6800-4464

「カルチュア・インフラ」を、つくっていくカンパニー。

