

# 「フィッシュプロテイン」をキーワードに需要喚起

奥野 勝

## 1. かまぼこ・魚肉練り製品業界の現状

世界の人口増大によってタンパク質の需要が増加する。それに備えて、タンパク質の供給源を将来どのように確保するか、産官学の研究会や協議会で議論されています。大所高所からのすばらしいことです。

翻って、日本では魚の消費量が年々減っています。日々の販売競争のなかで、利益確保に四苦八苦している業界・企業視点からは、人類の未来の食と現実とのギャップの大きさに複雑な思いがします。

さて、かまぼこ・魚肉練り製品（魚肉ソーセージを除く）は食用水産加工品のなかで生産量がトップの品目であり、全体の約30%を占めます。高齢者も魚より肉を食べる今、魚の消費を下支えしているのは、刺身や寿司と並んでかまぼこ製品と言えるかもしれません。それでも、かまぼこ製品の生産・消費は、我が国の人口減少や食生活の多様化により漸減しています。政府統計によると、生産量は2019年が44万トン（農林水産省統計）、出荷額は2018年が3,878億円（経済産業省工業統計）。一世帯当たり支出金額は2020年が8,601円（前年比103%、2人以上世帯、総務省家計調査）。久しぶりの家庭消費の増加は、コロナ禍による巣ごもり需要のおかげのようです。しかし、当業界の最重要課題は消費拡大であり、様々な形で需要を喚起しています。

## 2. きっかけはテレビ番組の反響

2018年9月、テレビ朝日の番組「林 修の今でしょ！講座」で「カニかまは筋肉を作る」、「カニよりすごいカニかまパワー」と題して、カニ蒲鉾が取り上げられました。健康と筋肉にスポットを当て、「手軽に最高のタンパク質をとれる」「消化がよく胃もたれしない」などと紹介されて、カニかまブームに火がつけました。それまでのマスメディアの取り上げ方は、見た目と美味しさが本物のカニ肉にそっくりなのに手頃な値段で調理に手間がかからない食材、といった視点が主流でした。

放送翌日、首都圏を中心に量販店やコンビニでカニかまが飛ぶように売れ、メーカー各社は注文が多すぎて出荷調整する程になりました。以前は、かまぼこ製品がテレビ番組で取り上げられると、ブームが続くのは1週間程度でした。しかし、今回は違って、翌年も年間を通じて好調が続きました。

折りしも消費拡大を最大の目標に据えた日本かまぼこ協会が設立され、「かまぼこ・魚肉ねり製品＝タンパク質＝筋肉・健康」が結び付いた販売促進ツールを作って、業界一丸となって訴求しようとなりました。そして、カニかまだけでなく、かまぼこ・魚肉ねり製品全般が消費者の関心を引き、購買行動につながるようなロゴマークとキャッチコピーの

作成に着手しました。ロゴマークの作成は、新しくなった業界団体の団結力を内外に示す意味もありました。

### 3. 「フィッシュプロテイン」のシンボルマークを練り上げる

実際にロゴマークを作成する段になると大変で、成案を得るまでに長時間を要しました。メインターゲットは誰か（消費者のどの階層にするか）、メインターゲットに最も響くキーワードは何か。分かり易くインパクトのある図柄は何かなど、プロの専門家に繰り返し相談しました。

タンパク質が再評価されてカニかまブームが起きたので、キーワードの候補はタンパク質です。では、魚肉タンパク質とフィッシュプロテインのどちらの呼称がいいか。カタカナ外国語は馴染みにくい、分かりづらい、という意見。一方、かまぼこ・魚肉ねり製品のイメージ刷新、新しい価値を発信するためにはフィッシュプロテインが良いという意見。図柄の当初案は9つでした。自社は和のイメージが強い商品が多いから和風のものがよい、魚を食べるイメージが伝わるものがよい、女性に受け入れられる可愛いデザインがよい、といった意見。色の当初案は5つでした。身体に優しく親しみがあり明るい家庭をイメージするオレンジ系、プレミアムを感じさせる



「フィッシュプロテイン」のシンボルマーク

疑似金色、海と魚と先進性をイメージする青色系など。更に色については、共通の1色に限定するか、または各社の製品包装の色を考慮して各社は色を自由に選べるのがよい、といった意見も出ました。

出来上がったロゴマークは、フィッシュプロテインをキーワードにして、魚の良質なタンパク質を手軽にとれるメリットを魚と食卓（お皿、スプーン、ナイフ）のイメージで表現しています。色は、クリーンな海と新鮮な魚を感じさせる青色です（黒色も可）。



「フィッシュプロテイン」のキャッチコピー

キャッチコピーについては、当初の35案から次の3つが決まりました。会員メーカーは、製品ごとに自由に選択して使用します。

- 1 パッと使えて、パッと栄養！
- 2 パッと使えて、パッとお魚！
- 3 魚がおいしい、家族がうれしい！

### 4. 協会ウェブサイト「フィッシュプロテイン」の説明ページ

消費者にタンパク質の重要性やロゴマークの意味を分かりやすく説明するホームページを開設しています（参考文献1）。主なメッセージは次の通りです。

- ・かまぼこ・魚肉ねり製品は、現代人の健康を支える大きなキーワードとも言えるタンパク質と、人間の体内では作り出せない必須アミノ酸をバランスよく含む良質なタンパク質の宝庫。

・フィッシュプロテインのロゴマークは、製品中に含まれる魚肉タンパク質の量が協会の定める基準（8.1g/100g以上または4.1g/100kcal以上）を満たしていることを表す。

なお、協会の自主基準は食品表示法の食品表示基準に規定されるタンパク質の基準値を満たします（参考文献2）。両者の相違点は、食品表示基準が植物タンパク質なども含むタンパク質の合計量であるのに対して、当協会はタンパク質を「魚肉」に限定しています。また、ロゴマークは強調表示ではありません。

この特設ページでは、手軽なおすすめレシピやレシピ動画も見られます。

## 5. 今年の進展

2021年は全国の会員が一体となって、フィッシュプロテインのロゴマーク付き商品を販売する実質的なスタート年です。どの食品スーパーにも魚肉練り製品だけの売り場がありますが、このロゴマークが有名量販店の注目を引き、PB商品に表示される動きが広がっています。会員の商品に加えてPB商品によってもロゴマークの市場認知度が向上し、練り物売場全体が盛り上がるのが期待されます。

一方、長年にわたって魚肉タンパク質の価値を啓発している会員メーカーは、プロサッカー選手の長友佑都さんと共に「魚肉たんぱく同盟」を昨年末に発足し、数あるタンパク質食品の中らかまぼこ製品の魅力を発信しています（参考文献3）。また、健康維持から一歩進んで積極的に身体を鍛える消費者向けにスポーツ用チクワやカニかまが新発売されて好評を得ています。

フィッシュプロテインに関連する話題があれやこれやメディアに登場する機会が増え、読売KODOMO新聞の今年2月号に特集記事が掲載されました。顧客拡大とロゴマーク普

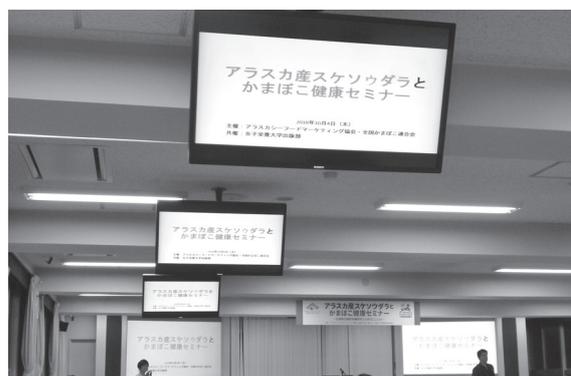
及のために、協会もタイムリーな企画を推進します。

## 6. かまぼこ原料魚スケソウダラのタンパク質

かまぼこの主成分のタンパク質については、その健康機能面に関して業界団体として2003年から7年間にわたって大学などに研究課題を公募し、34の課題に研究費を助成しました。研究のほとんどが動物実験ですが、蒲鉾のタンパク質は血圧上昇を抑えると考えられる、血糖値の上昇を抑制すると示唆される、脂質代謝が活性化されて抗メタボリックシンドローム効果が示唆される、などが報告されました。詳しくは協会ホームページの「研究助成事業」をご覧ください（参考文献1）。今後は、有効成分の特定やメカニズム解明が課題です。

最新研究では、かまぼこの原料魚であるスケソウダラのタンパク質に筋肉量を増加する作用があることが注目されています。これは、日本水産株式会社の食品機能科学研究所と愛媛大学などの共同研究によるもので、瞬発力に関係する速筋を増やす効果があるということです（参考文献4）。

会員企業の中には魚肉タンパク質研究の助成金制度を独自に創設したところもあり（参考文献5）、栄養や健康面の研究成果が次々と出てくるのが楽しみです。



アラスカ産スケトウダラとかまぼこ健康セミナー

## 7. EPA・DHAだけじゃない、 魚肉タンパク質の復活

水産物の宣伝文句としてEPAとDHAをよく見かけます。青魚に多く含まれるn-3系脂肪酸のEPA、DHAは、中性脂肪値を下げるなど血管・血液の健康維持に関係していると考えられ、今では魚そのものを食べるスタイルからEPA・DHAサプリメントでの摂取が盛んに宣伝されています。

一方、私たちの体はタンパク質からできているといっても過言でなく、体の約20%を占めるようです。ひと昔前まで、日本人は動物性タンパク質の多くを魚から摂取していました。日本が長寿国なのは魚食だからと言われた時期もありました。しかし、私たちの食生活は近年大きく変わり、タンパク質については、偏食や過度な食事制限による摂取不足が懸念されているようです。タンパク質の摂取量が十分でないと、筋肉量減少、子供や高齢者の体力や免疫力の低下、貧血などに陥るといわれます。

ヒトは魚も肉も食べ、タンパク質や脂肪をとります。お行儀のよいセリフでは、健康のために様々な食品をバランスよく食べましょう、となりますが、職業柄筆者は魚を鼯肩します。EPA・DHAが水産物消費の追い風になったように、今度は「フィッシュプロテイン」のワンワードとそのシンボルマークが魚のタンパク質をもっと際立たせ、かまぼこ・魚肉練り製品の需要喚起につなげれば嬉しい限りです。毎日の食事のなかで、今より1回でも多く喫食されるように地道に広報をしていきます。

### <参考文献>

- 1) 一般社団法人日本かまぼこ協会 (2021)  
<https://www.nikkama.jp>
- 2) 消費者庁、食品表示法の食品表示基準の別表12
- 3) 鈴廣かまぼこ  
<https://www.kamaboko.com>
- 4) 日本水産株式会社 (2021)  
<https://www.nissui.co.jp>
- 5) 一正蒲鉾株式会社 (2021)  
<https://www.ichimasa.co.jp>