



## 射水シロエビ・くりーむ・コロッケ ご報告

3月27日

海と食の地域モデルin射水実行委員会

## 前提となる部分について

シロエビを通して、  
「海を大切に思う気持ち」を浸透させる

これは、射水シロエビくりーむコロッケのパーパスをでもあり、コロッケの枠を超えた活動を行いながら実践しました

※商品を守るだけでは、メッセージの地域への浸透は難しい



## TOYAMA ONLY ONE THE EXPERIENCE





## 3つの取り組み

射水シロエビくりーむコロツケが、次年度以降で自走化  
= **メッセージツールであるコロツケが**  
**特に射水市で常に食べることが出来る状態**  
にしていくために、注力した3つの「軸」

①コロツケ（海のメッセージ）を多くの人に届ける

②コロツケの認知度を上げる

③キーマンとの連携

# ①コロッケ（海のメッセージ）を多くの人に届ける

シロエビくりーむコロッケの販売数を増やすことで、「海を大切にしたい気持ち」を伝える

## 1年目・2年目

- ・漁師・行政と共にコロッケの商品開発を行ない、飲食店と連携して、「射水シロエビ・くりーむ・コロッケ」の取り扱いを開始
- ・冷凍食品として商品化、飲食店に加え、お土産店で販売をした

## 3年目（本年度）実施内容

- ・「射水シロエビくりーむコロッケ」発売から本年度9月時点で約4万個販売
- ・スーパー40店、飲食店20店、販売店5店、ふるさと納税2店で販売
- ・卸店と連携し、スーパーや飲食店（射水市以外）での販路を拡大





射水シロエビ・くりむ・コロッケを、  
飲食店20店舗、販売店5店舗で連携。



北陸最大のスーパー「アルビス」40  
店舗にてコロッケを販売。海のメッセー  
ジも店頭で展開。



プロジェクトの目的を伝えるため、明  
確でシンプルなメッセージを、リーフ  
レットなどで馴染みやすく広める

## 4年目（来年度）

- ・射水シロエビくりむコロッケについては、食品メーカーと、シロエビ問屋が連携し販売を継続
- ・飲食店 約15店、道の駅などの販売店5店、ふるさと納税2店で販売を継続
- ・卸店と連携し、スーパーや飲食店での展開も可能。北陸博報堂が間に入り、新規開拓や量販店でのスポット販売も継続する

## ②コロッケの認知度を上げる

シロエビくりーむコロッケの認知度を上げることで、メッセージに触れる機会を増やした

### 1年目・2年目

- ・「シロエビ」を通して、海の課題について考えるイベントを開催
- ・取材や報道によるPRを積極的に実施、YoutubeなどのSNSを開設



### 3年目（本年度）実施内容

- ・キッチンカーを活用し、コロッケの販売を射水市を超えて実施
- ・取材や報道によるPRを実施、海のごちそうウィークでは誌面を賑わせた
- ・関係者からの情報発信を促すことができた
- ・ミシュランシェフを連携し、商品リニューアルを実施した





コロッケの認知度アップを目的に、イベントに積極的に参加（富山2回、大阪1回、東京1回）



地元の親子がシロエビを通して、富山湾の課題などを深く学ぶイベントを開催



射水シロエビくりーむコロッケに関連する情報発信を実施することで、海洋問題に関する意識の啓発、及びシロエビの盛り上げに貢献した。

## 4年目（来年度）

- ・シロエビに関するマルシェや販売イベントを射水市内で開催しているが、飲食店がイベントにコロッケを出店する動きを作れた（飲食店、シロエビ漁師）
- ・大規模イベントは予算がかかるため継続は難しい

## ③ キーマンとの連携

自走につなげるべく、キーマンの自分ごと化につながるアクションを実施した

### 1年目・2年目

・海と食の地域モデル in 射水 実行委員会のコアメンバーである北陸博報堂や北日本新聞社が中心となり動いていた

### 3年目（本年度）実施内容

- ・事業に関わるキーマンとの協業や巻き込みを行った
  - － 「富山湾しろえび倶楽部」が自信のWEBサイトで商品を販売
  - － 射水市（行政）とやしろえび倶楽部と共にマルシェへ参加
- ・富山大学と連携し、グッドデザイン賞の受賞することでシビックプライドの向上を目指した
- ・ミシュランシェフを連携し、商品リニューアルを実施







海の課題解決ソーシャルアクションとして  
グッドデザイン賞の受賞を目指したが、  
トップ100の受賞は逃した



シロエビ俱樂部（シロエビ漁師）がイ  
ベント出展の際、コロッケも合わせて販  
売してくれるようになった



ミシュランシェフとコラボレーションして、  
射水シロエビクリームコロッケの商品をリ  
ニューアルを実施

## 4年目（来年度）

- ・販売はシロエビ問屋の棚辺水産が実施、製造もサンマルコ食品が実施する
- ・海のメッセージの浸透はしろえび俱樂部が実施する
- ・イベントを企画するような中心となる人物や実行委員会がくれなかったが、北陸博報堂が  
継続して座組形成を進めていく