


さしみシティプロジェクト認定事業一覧





番号	事業名	認定団体	活動内容	写真
第1号 (R3.10.14)	ココから発信！〈発進！〉 さしみシティ PR	(株)みらい長崎	さしみシティの PR 動画をみらい長崎ココワーク館内の各階に設置する 55 インチ大型モニターなど (12 箇所) で発信する。(約 5 分に 1 回の割合)	
第2号 (R3.10.14)	「さしみシティ×ながさーち」	ながさーち (ワールドダイブ)(株)	長崎の旅行、飲食店、イベント情報など長崎独自の魅力的な情報を発信しているサイト「ながさーち」を通じて、「さしみシティ」の取組みを域内外に広く情報発信する。	
第4号 (R3.12.22)	魚ギョッと普及！魚料理研究会	長崎大学 魚料理研究会	大学公認の部員 80 名程のサークル。 旬な魚を築町市場から仕入れ、魚のさばき方をはじめ、刺身・煮物などの料理を創作し、毎月 1 回、SNS で発信する際にさしみシティのキャッチコピーやロゴマークを掲載する。	
第6号 (R3.12.22)	おいしい魚を広め隊！売り隊！ ジョイフルな食卓を！	(株)ジョイフルサンアルファ	全 1 2 店舗において、毎月 1 9 日前のチラシに「食卓の日」のロゴを入れて新聞折込を実施している。 長崎産の鮮魚をチラシに入れる際には「さしみシティ」のロゴマークを入れて PR する。(折り込み部数 8 万部)	
第7号 (R4.3.16)	脇山料理教室での 魚料理の情報発信	脇山料理教室 主宰 脇山壽子	料理教室でつくった魚介類の料理を、写真と併せて材料とさしみシティのキャッチコピー、ロゴマークをフェイスブックで情報発信する。 情報発信には、教室の会員のうち知名度・影響力のある方を起用し、情報発信は、毎月 1 回以上実施する。	

さしみシティプロジェクト認定事業一覧

番号	事業名	認定団体	活動内容	写真
第 8 号 (R4.3.16)	長崎地魚全国発信事業	有限会社 亜紗 代表取締役 藤井 智明	長崎街道かもめ市場の店舗新規開店に合わせ、ホールスタッフ用に延べ 60 着のさしみシティ前掛けとさしみシ Tymask 200 枚を準備した。長崎が魚種の多さ全国一、四季折々の魚を楽しめる観光都市であることを観光客等へ PR していく。 さしみが一番の売りと自負している同社がこのキャッチコピーを取り上げていくことで、話題作りに寄与していく。	
第 9 号 (R4.7.14)	いつでも手軽にお刺身を！	長崎県漁業協同組合連合会	「2 4 時間・自販機で手軽に解凍してお刺身を！」本県産の新鮮なお魚を使った冷凍のお刺身を 2 4 時間いつでも手軽に買うことができる「冷凍自販機」を設置している。	
第 10 号 (R4.12.21)	さしみシティ長崎でもっとお魚食べて ALL HAPPY!	魚のまち長崎応援女子会	「魚食普及による市民の健康増進」をテーマに、事業企画・活動。現在、SNS を活用した長崎の魚を提供する飲食店の情報や、水産加工品、イベント情報など、長崎の魚にまつわる魅力的な情報を発信している。	
第 11 号 (R4.12.21)	魚に特化した料理番組で長崎の魚を PR!	(株)長崎ケーブルメディア	長崎ケーブルメディアで魚に特化した料理番組「魚芸人道ととメシ」を放送。 今年で 4 年目を迎える料理番組で、(長崎県住みます芸人)の長崎亭キヨちゃんボンと、居酒屋コバチ店主の辻竜太さんが、旬の魚を使った魚料理を“笑い”も交え楽しく教える。 毎月 1 本ずつ新作を制作し、長崎魚市の全面協力提供のもと、旬の魚の料理メニューを、毎回考案し詳しく紹介する。	
第 12 号 (R5.3.23)	長崎魚市場発！ さしみシティおいしい魚を食べよう	(一社)長崎魚市場協会	次世代を担う小学校から大学までの学生、また子育て中の主婦層などに、長崎の豊富な魚介類を、より多くの市民に消費していただくため、「魚のさばき方」教室を開催し、刺身の作り方を指導している。	

さしみシティプロジェクト認定事業一覧

仕様書別紙 6

番号	事業名	認定団体	活動内容	写真
第 13 号 (R5.3.23)	「長崎県の水産業の理解を深め、 魚食普及を目的としたゲーム教材」	長崎大学 教育学部 鎌田研究室 吉村 彩那	長崎県の水産業について学ぶことができ、かつ、魚食普及を促すことができるような教材を開発。 食べること(消費)だけを目的とせず、それ以前のプロセス(生産→流通→加工→消費)を体系的に捉えることができるよう工夫している。 長崎県の水産文化も知ることができ、長崎の魚の魅力を伝えることができる。	
第 14 号 (R5.3.23)	「釣り聖地化 TV」	(株)長崎国際テレビ	長崎の魚種の豊富さを顕在化し、釣りの聖地化にするという壮大なテーマを掲げ、「長崎＝魚」のイメージ定着を図っています。 MCに長崎出身の実力派シンガー宮脇詩音を迎え、釣りのビギナーだった彼女が、地元の釣り人ならではの情報などを発信する釣りバラエティー番組を制作し放送している。	
第 15 号 (R5.6.14)	「さしみシティロゴ入り! 釣り聖地化 TV 刺身醤油の商品化」	チョーコー醤油株式会社	NIB 制作番組「釣り聖地化 TV」とのコラボ商品。 パッケージは「さしみシティ」のロゴ入りのキャッチーなデザイン。 地元量販店(ジョイフルサン、夢彩都等)で販売している。	
第 16 号 (R5.6.14)	「関西から長崎へ! 学び、味わうさしみシティ。」	株式会社シティライントラベル	「長崎の魚を味わっていただく」ことをメインの目的とした大阪発着の団体旅行を企画。 生産現場・こだわりを学んでいただいた上で魚を食べていただく。 四季折々の旬の魚を PR し、長崎の魚のブランド力向上を図る。	
第 17 号 (R6.2.13)	「長崎白鉄火から広がる オール長崎 魚の輪」	株式会社エレナ	長崎産のひらまさを使った長崎発祥「白鉄火」を長崎ならではの食文化として、広く市民に日常に身近なスーパーとして発信。 「魚食普及」「地産地消」のため、白鉄火をはじめ、消費者に「魚」を意識・食べてもらうため、「さかなの日※」での販促イベントなど、創意工夫した販売を実施。	

※「第 3 号」「第 5 号」は事業者都合のため認定取り消し

以上