

2018年2月15日

報道関係各位

dot science株式会社

「もったいない」を「美味しい」に変え「フードロス」を減らす食の新プロジェクト
「ETHICAL SEAFOOD CHALLENGE」
第一弾商品 “エシカルな高級フィッシュソーセージ” 「シーフードフランク」
伊勢丹新宿店「オンリー・エムアイ キャンペーン」に出品・初お披露目
キャンペーン販売期間：2018年3月7日（水）～20日（火）

シェフ、マーケター、科学者を中心に食の領域の課題解決に取り組むスタートアップ企業、dot science株式会社（本社：東京都中央区銀座3丁目11番3号／代表取締役：小澤 亮）は、この度、たべることで海の課題解決に繋がるプロダクトを開発・販売する新プロジェクト「ETHICAL SEAFOOD CHALLENGE（エシカルシーフードチャレンジ）」を開始いたしました。その第一弾商品として、宮城県三陸地方の若手漁師たちからなる「フィッシャーマンジャパン」と、株式会社鈴廣蒲鉾本店（神奈川県小田原市）、三越伊勢丹（東京都新宿区）、そして当社の4団体が共同でエシカルな高級フィッシュソーセージ「シーフードフランク」を開発、2018年3月7日（水）から20日（火）まで、伊勢丹新宿店（東京都新宿区）にて開催される「オンリー・エムアイ キャンペーン」に出店し、初お披露目をいたします。特設ページ：<https://foodvisioning.science/ethical-seafood-challenge/>



◆ 「シーフードフランク」、伊勢丹新宿店「オンリー・エムアイ キャンペーン」出品概要

販売期間：2018年3月7日（水）～3月20日（火）

販売場所：伊勢丹新宿店 本館地下1階・フレッシュマーケット（魚勢ショップ）

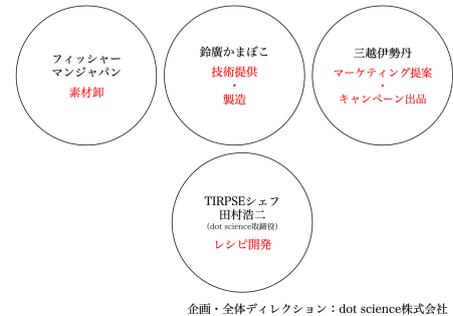
出品内容：「シーフードフランク（ホタテ）」、「シーフードフランク（牡蠣）」の2品 2本入り・864円（税込）

※3月12日（月）にシェフの田村が店頭に立たせていただきます。

◆「もったいない」を「美味しい」に変える！「ETHICAL SEAFOOD CHALLENGE」とは

消費者が「たべる」ことを通じて「海」の課題解決に貢献できる、そんな海のソーシャルプロダクトを、漁師・メーカー・ベンダー・シェフ・食べ手など、さまざまな人を巻き込みながら、連続的な開発・販売をするプロジェクトです。第一弾では、本格フィッシュソーセージ「シーフードフランク」の開発を通じ、魚介類における「フードロス」の課題解決にスポットを当てます。「フィッシャーマンジャパン」の漁師が収穫した魚介類の中で、規格外の不ぞろいの海産物を原材料に、弊社取締役であり白金台のフレンチレストラン

「TIRPSE」のシェフでもある田村浩二がレシピを監修、鈴廣かまぼこがフィッシュソーセージに関する技術提供・製造をおこないました。そして、三越伊勢丹に、商品開発・マーケティングアドバイス並びに、店頭キャンペーンでの出品の機会を提供いただきました。弊社は、企画発案・全体ディレクションという形で携わっております。



◆第一弾商品「シーフードフランク」誕生の背景

dot science 代表の小澤は、マーケターとして述べ 200 名以上の日本全国の農業・漁業に携わる生産者を訪ね支援する活動を行っており、宮城県三陸エリアにて、漁業の未来を切り開こうとしているフィッシャーマンジャパンの漁師たちと出会いました。そこでは、味や栄養は同じにも関わらず、大きさや見た目の問題で規格外の烙印を押され、海産物が廃棄されてしまう「フードロス」の問題を知り、また、漁師たちが環境に配慮した漁業を行い、高い技術を用いて海産物の付加価値を高めても、それが消費者に十分に伝わっていないことも分かりました。「これらの課題を解決し、たべることが漁業の課題解決に繋がるような、海のソーシャルプロダクトを開発できないか」そんな想いから、弊社では、フィッシャーマンジャパンの漁師たちが収穫した、規格外の海産物を用いたフィッシュソーセージづくりに着手しました。そんな時に会ったのが、生産者に会うために積極的に生産地を訪問する情熱的な三越伊勢丹のバイヤーでした。生産現場で発生しているフードロスの削減への想いにご共感いただいたことで、商品化にあたりマーケティングやパッケージなどの観点からのアドバイスおよび、「オンリー・エムアイ キャンペーン」で販売の機会をいただきました。一方、製造にあたっては、シェフ田村による魚介類の味わいを生かした斬新なレシピを実現してくれる製造元を探すのは困難でしたが、幸運なことに魚肉加工技術と職人の技を持つかまぼこ製造の老舗鈴廣かまぼこの出会いにより、商品化が最高の形で実現しました。「フードロスを失くしたい」、けど「本当に美味しいもの消費者に届けたい」という想いを持った、多くのプロフェッショナルの方々が関わり、シーフードフランクは誕生しました。

◆「シーフードフランク」概要～三陸の不ぞろいシーフード、本格フレンチに出会う～

少し小さかったり、尾が欠けたりしただけで規格外として廃棄されてしまう、そんな不ぞろいだけでも、実はとても美味しいシーフードが「シーフードフランク」の主役です。使用している素材は、フィッシャーマンジャパンのメンバーが収穫した海の幸で、味はホタテと牡蠣の2種類です。それぞれのソーセージの肉は「阿部 勝太のホタテ」と「牡蠣」を贅沢に使用。つなぎの脂は、旨味たっぷりの「鈴木真悟の銀鮭のハラス」を使用しています。また、食感をよくするために「阿部 勝太のこんぶ」の未利用部位を刻んで入れています。そこに、小田原の老舗鈴廣かまぼこの職人の技が合わさり、独自の食感を

つけることに成功、これまでにない本格的なフィッシュソーセージが出来上がりました。濃厚な旨みとジューシーでとろけるような味わいが特徴の逸品です。

《シェフ田村のコメント》

僕が世界の最前線で感じて学んできた調理技術と美味しさのデザイン力を、鈴廣さんの伝統のある魚肉加工技術を掛け合わせて作り上げました。味わいとしては、食材の味（牡蠣、ホタテ）を伝わりやすいよう配合やサイズ感にこだわりを持たせ、その味わいが活きる香りをつけています（牡蠣には燻製香、ホタテにはタイムと醤油の香り）食感は、フランクの様なしっかりとした食感を鈴廣さんのタンパク質の加工技術を用いて出しています。更に銀ジャケのハラスの油脂分を加えた事で、ジューシー感や適度な弾力を。食べ方としてはしっかりと焼き色を付けてアツアツの状態でご頂戴するのがおすすめです、食材の香りと旨味が活きます。お酒としてはビールが一番合いますが、ワインや日本酒もおすすめです。

《商品概要》

商品名	シーフードフランク（ホタテ）	シーフードフランク（牡蠣）
	 <p>※写真はイメージです</p>	 <p>※写真はイメージです</p>
名称	魚肉ねり製品	
原材料名	種もの(ホタテ、鮭ハラス、昆布)、魚肉、香辛料、食塩、魚醤、卵白、砂糖、魚介エキス(えびを含む)、豚腸	種もの(牡蠣、鮭ハラス、昆布)、魚肉、でん粉、食塩、香辛料、卵白、砂糖、魚醤、魚介エキス(えびを含む)、豚腸
内容量	60g×2本	
発売日	2018年3月7日(水)	
販売期間	「オンリー・エムアイ キャンペーン」：2018年3月7日(水)～3月20日(火)	
販売場所	伊勢丹新宿店 本館地下1階・フレッシュマーケット(魚勢ショップ)	
製造業者	鈴廣かまぼこ株式会社 神奈川県小田原市風祭 245	
販売業者	dot science 株式会社東京都中央区銀座 3-11-3	

◆フィッシャーマンジャパンと「シーフードフランク」使用素材について

フィッシャーマンジャパンは、「三陸の海から水産業における”新3K”を実行するトップランナーになる（新3K=カッコいい、稼げる、革新的）」を活動理念とする若手漁師で構成される組織です。三陸地方を支える重要な産業である漁業の従事者は、2011年の震災以降も減少傾向にあります。そんな中で、2024年までに三陸に多様な能力をもつ新しい職種「フィッシャーマン」を1,000人増やすことをビジョンとして掲げ、漁業体験プログラムや漁師専用シェアハウスの運営などを行い、水産業従事者をサポートしています。

阿部 勝太のこんぶ



ステーキのように肉厚で良質なこんぶ。つかったのは、良質にも関わらず、色味が違うことから市場に出ない未利用部位。それを刻んで入れて歯ざわりのよい食感を実現しました。

阿部 勝太のホタテ



予約がとれない鮎店にも採用されている甘みが特徴的なホタテ。食味はよくてもあまり市場には出ない、小さな個体もできる限り使用しています。

鈴木 真悟の銀鮭のハラス



日本で初めて養殖技術を確立した国産サーモンのハラス。その脂をソーセージのつなぎにすることで、ジューシーで重厚な風味を実現しました。

◆鈴廣かまぼことその魚肉加工技術について

慶応元年(1865年)から網元魚商を営みながら蒲鉾を作り続けてきた鈴廣かまぼこ。

150年の間、厳選した海の幸を保存料や化学調味料は一切使わずに、一本一本丹精込めて蒸し上げ、人々に喜ばれる味づくりを追い求めてきました。その鈴廣かまぼこには、蒲鉾づくりにおける国家技能士の最高峰「1級技能士」が13人も在籍しています。かまぼこづくりには毎日魚の状態を見極めながら微調整できる技術が必要で、また、その職人による技術を科学的に分析した上で保全も行なっています。今回のシーフードフランクの独自の食感、タンパク質の形成(変成)の仕方で食感を変化させる鈴廣ならではの魚肉加工技術があったからこそ実現いたしました。



◆伊勢丹三越「オンリー・エムアイ キャンペーン」について

お客さまの潜在的なニーズに対応し、新たなマーケットを確立すべく毎年3月と2月の各2週間のキャンペーンを全社で実施しています。独自性が高く、顧客にとって本当に価値のあるモノやコト、仕組みを作り上げることが目的です。生鮮においては産地や生産者との繋がりを深めて、新たな価値創造にチャレンジするキャンペーンを行なっています。

《レシピ監修シェフ プロフィール》

田村 浩二（たむら こうじ）

料理人。アロマティザンクリエイター。「Restaurant FEU(レストラン フウ)」でキャリアをスタートし、「Edition Koji Shimomura(エディション・コウジ シモムラ)」の立ち上げに加わる。その後イタリア料理に移り南イタリアの郷土料理を学ぶ。表参道「L'AS(ラス)」を経て渡仏。フランス南部マントン「Mirazur(ミラズール)」、パリ「Restaurant ES(レストラン エス)」で1年間修業した後に帰国。2017年から「TIRPSE」シェフに就任。2017年春に『香り 薫る 馨れ』をブランドテーマに掲げたオリジナルブレンドアロマティザー「L'aromatisane (アロマティザン)」を発表。自身の作る料理の核を『香り』とし、レストランのみならず様々な方面で『香り』を用いたプロダクトを発信していく。



《dot science について》

dot science はシェフ、マーケター、科学者を中心に構成された食の領域の課題解決に取り組む専門家集団です。「FOOD VISIONING」を掲げて、理想の「食」の未来像を描きながら、課題解決にチャレンジします。「ビジョニング」の意味は、「継続的に変化していく世の中の未来を見据える」ということです。様々なものが、刻一刻と変化する社会環境から見据えていくのは、わたしたちの「食」の未来。それを時代に合う形で変化させていきながら、良いものをつくる生産者が、100年後までその事業を続けられるような、そんな未来を模索していきたいと考えています。社名の「science」とは、科学的知識体のこと。これは、各業種ごとに点在する個々のプロフェッショナルによる集合体を意味しています。2017年10月に、たべられる花屋 EDIBLE GARDEN をリリース。無農薬栽培のバラを中心としたエディブルフラワーのブランディングを開始。エディブルフラワーはミシュラン星付きレストランなどでも愛用されています。2018年1月には、「香りをたべる」アイスクリームブランド「FRAGLACE」を新たにローンチしました。

■EDIBLE GARDEN : <https://ediblegarden.flowers/>

■FRAGLACE : <https://fraglace.jp>

【会社概要】

会社名 : dot science 株式会社
資本金 : 1,000,000 円
住所 : 〒104-0061 東京都中央区銀座3丁目11番3号
電話番号 : 03-4540-4271
代表取締役 : 小澤 亮
ホームページ : <https://ediblegarden.flowers>