



第12回

Fish-1 グランプリ

国産水産物料理コンテスト応募概要
及び出場メリット

Fish-1グランプリの価値を最大化 魚の本当の美味しさや産地の魅力を再発見！

日本の水産物に光を当てる魚の祭典である「Fish-1グランプリ」の第12回は、産経新聞社とアドギルド・ジャパンが運営を担当することになりました。「地元水産物の魅力を伝え、産地に行って食べたい魚介料理」を国産水産物料理コンテストのテーマに設定。プライドフィッシュや低未利用魚を始めとする地魚を活用することで、魚の本当の美味しさや産地の魅力を感じていただき、その料理を目的に産地を訪問してもらい、国産水産物の消費拡大と漁港を中心とした地元を元気にする魚料理を募集します。会場だけでなく、産地でも展開することで、Fish-1グランプリのバリュー（価値）を最大化します。

圧倒的な集客力

姉妹イベントを合わせた累計来場者数が約300万人に上る日本最大級の魚介グルメフェスティバルである「SAKANA&JAPAN FESTIVAL（魚ジャパンフェス）」との同時開催により圧倒的な集客を実現。Fish-1グランプリ開催日の来場者数 7万～8万人を実現します。

圧倒的なメディア露出

フジサンケイグループメディアを総動員。産経新聞において、出場団体の料理や使用したプライドフィッシュなどの魚介を紹介する事前特集紙面、グランプリの結果を詳報する特集紙面を掲載し、ウェブサイト「産経ニュース」でも配信します。さらに、フジテレビの情報番組とタイアップし、密着リポートを放送します。リリース配信やPR会社を活用したメディア誘致活動も展開し、TVを始めとするメディア露出を最大化。プライドフィッシュなど国産水産物の魅力を来場者以外にも広く発信します。

産地への来訪機会の創出と地域創生に繋がる料理

今年のテーマは「地元水産物の魅力を伝え、産地に行って食べたい魚介料理」。消費者が「コンテストに出品されたあの料理を食べるために、産地を訪れたい」と思える、産地の水産資源や加工品を生かした地方創生につながる料理を募集します。本グランプリの狙いは、イベント会場での提供だけに終わりません。「地産地消」による水産物の消費拡大と、漁港を中心とした地域の賑わい創出（産地回遊）を目的としています。そのため、大会終了後にも産地の飲食店、漁協直営店、直売所、または他エリアの店舗等でスムーズに提供・販売できる料理であることを重視します。グランプリ開催後は、公式SNSや各種メディアを通じたPRを実施するほか、「Fish-1グランプリ出場料理を産地に食べに行こう！キャンペーン（仮称）」を展開。もう一度食べたい来場者はもちろん、イベントに来られなかった方や地域の方々にも産地で味わってもらう機会を創出します。最終審査に出場した8団体には、グランプリ終了後に本料理を産地で提供・PRして「産地への来訪促進」を図る取組（協力飲食店への手当て、インフルエンサー取材費、店頭POP等の広報制作費など）として、1団体あたり最大10万円の経費支援を行います。（※グランプリ受賞者には、本支援とは別に副賞を差し上げます）

グランプリ料理をプロモーション

グランプリを受賞した団体に、グランプリ料理や使用したプライドフィッシュなどの魚介をプロモーションすることができる副賞を授与します。イベントへの出店やグランプリ料理の商品化、YouTuberとのタイアップ動画の配信などのプロモーションメニューを用意。出場団体のグランプリ獲得へのモチベーションを高めるとともに、地元水産物の魅力発信と消費拡大を実現します。

「第12回 Fish-1グランプリ in お台場」開催 国産水産物料理コンテスト応募概要

【開催概要】

1. 開催日 2026年12月6日（日）10時～17時（予定）
2. 開催場所 お台場青海地区P区画特設会場（東京都江東区青海1-1-16）
（SAKANA & JAPAN FESTIVAL（魚ジャパンフェス）2026 in お台場との同時開催）

【応募概要】

1. 応募料理テーマ

「地元の水産物の魅力を伝え、産地に食べにいきたくなる魚介料理」

2. 応募資格

- ①各漁連・府県漁協、漁協、自治体（都道府県・市）
 - ②さかなの日賛同メンバー（但し、企業・団体に限ります。）
 - ③その他、加工メーカー及び飲食店等
（但し、漁連・漁協・自治体のいずれかとタイアップした企業・団体等に限ります。）
- 上記応募者の中から書類審査の上、2026年12月6日の最終審査出場者8団体を決定いたします。
- ※①②は単独での応募は可能ですが、③は漁連・漁協・自治体のいずれかのタイアップが必須です。

3. 応募方法

専用応募用紙（3枚又は4枚）に必要事項を記入後、下記応募フォームへご登録ください。

また、応募フォームへの登録が難しい場合は事務局までメールにてご応募ください。

【応募フォームアドレス】 <https://formup.jp/contest/fish1gp/>

【メールの場合】 fish1gp@adguild.co.jp

※応募に関わる費用は、応募者のご負担とさせていただきます。

※専用応募用紙（Excelデータ）は、下記よりダウンロードいただくか、事務局までご請求ください。

<https://www.pride-fish.jp/F1GP/oubo.html>

4. 応募期限

2026年9月7日（月）23時59分まで

応募に関する詳細は専用サイト

（<https://www.pride-fish.jp/F1GP/oubo.html>）をご参照ください。

5. 応募条件

（1）テーマに則し、下記①～③のいずれかの生鮮・冷凍・加工品（商品）を使用した料理

①プライドフィッシュ

・8月末日までに登録済み及び、登録完了予定のプライドフィッシュを使用してください。

・生鮮であれば開催時期に合わせたもの、また他の時期のものはその旬の期間に漁獲し、冷凍したものに限りします。

②低未利用魚

・低、未利用魚の明確な定義はありませんが、流通の都合上、ア) 数量やサイズの不揃い、イ) キズがある、ウ) 知名度が低かったり、地域によって馴染みのない魚などの理由で価格が低くなったり、流通しづらい魚がそのように呼ばれています。

③その他国産水産物

・①②含む地魚や他県産を含む、国産水産物全般を示します。

※生ものの提供も可

※提供が12月（秋～冬）であることも考慮してください。

※1食(1/3人前)あたりの食材費は500円/食想定でお願いします。

（2）産地への来訪機会の創出、地域創生に繋がる料理

消費者がコンテストに出品した料理を目的に産地を来訪したいと思う料理であり、また、産地の水産資源や水産加工品を活用することで地域創生につながる料理を募集します。また、コンテスト終了後、産地の飲食店や漁協直営店、直売所、又はその他エリアの飲食店や販売店舗で提供・販売できる料理である点も考慮してください。

圧倒的な集客力

累計来場者300万人 日本最大級の「魚ジャパンフェス」と同時開催

姉妹イベントを合わせた累計来場者数が約300万人に上る日本最大級の魚介グルメフェスティバルである「SAKANA&JAPAN FESTIVAL（魚ジャパンフェス）」との同時開催により圧倒的な集客を実現します。今回は、2024年11月に、第10回Fish-1グランプリを同時開催した実績がある東京都江東区のお台場青海地区の特設会場での開催です。2024年も、Fish-1グランプリ開催日の来場者数は、7万4000人に上りました。お台場青海地区では2026年10月～12月に、東京都主催による国際的な芸術祭「TOKYO ATLAS」が開催されており、相乗効果により、インバウンドを含む、さらなる集客アップが期待できます。

2年ぶりのお台場開催



**SAKANA & JAPAN
FESTIVAL**
魚ジャパンフェス

SAKANA&JAPAN FESTIVAL（魚ジャパンフェス）2026 in お台場

主催：SAKANA&JAPAN FESTIVAL実行委員会

開催日時：2026年12月4日（金）～6日（日）の3日間

開催会場：東京都江東区のお台場青海地区特設会場

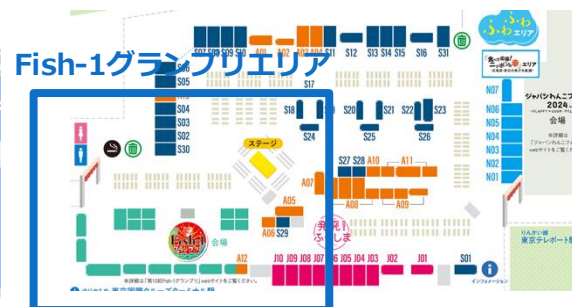
出店数：60ブース

来場者見込み：15万～20万人

魚ジャパンフェスは、日本の大切な食文化で、栄養豊富な魚食の推進を目的に年3回開催している日本最大級の魚介グルメフェスティバルです。前身である「ジャパン フィッシャーメンズ フェスティバル～全国魚市場&魚河岸まつり～」が2016年に日比谷公園でスタート。その姉妹イベントとして、魚ジャパンフェスは2019年2月に東京・代々木公園で初開催。フィッシャーメンズフェスと合わせた累計来場者数は約300万人に上ります。

国際芸術祭開催で熱い注目エリア 十分なエリアを確保

会場は約1万7000平方メートルの広大な敷地面積を持ち、Fish-1グランプリの会場として十分なエリアを確保できます。ゆりかもめの台場駅と東京国際クルーズターミナル駅、りんかい線の東京テレポート駅など、各方面からのアクセスも抜群。「肉フェス」や「オクトーバーフェスト」などさまざまなイベントが行われています。2026年10月10日～12月20日までの72日間、東京都主催の国際芸術祭「TOKYO ATLAS」が開催され、今年のお台場青海エリアは熱い注目エリアです。



圧倒的なメディア露出

魚ジャパンフェスと一体展開で広報PR展開

集客のための広告PRは魚ジャパンフェスと一体となって展開することで、Fish-1グランプリの集客の最大化を実現します。

駅張り・新聞広告などでPR展開

駅張りポスターB0判

駅張りポスターB1判



JR新橋駅

産経新聞全5段広告

産経新聞1面フロントアド

産経新聞グループメディアを総動員

産経新聞グループメディアを総動員。出場料理を紹介する事前特集紙面、コンテストの結果を詳報する事後特集紙面、「Fish-1グランプリ出場料理を産地に食べに行こう！キャンペーン」特集紙面を産経新聞に計3回掲載し、ウェブサイト「産経ニュース」でもそれぞれ配信します。Fish-1グランプリ開催告知、出場団体決定、グランプリ決定の記事も掲載します。

産経新聞全国版10段カラー「出場料理紹介特集紙面」（第11回事例）

国産水産物の魅力発信！

30日(日)東京・日比谷公園で魚ジャンフェスティバル開催

絶品魚料理を食べ

産経新聞グループメディアを総動員。出場料理を紹介する事前特集紙面、コンテストの結果を詳報する事後特集紙面、「Fish-1グランプリ出場料理を産地に食べに行こう！キャンペーン」特集紙面を産経新聞に計3回掲載し、ウェブサイト「産経ニュース」でもそれぞれ配信します。Fish-1グランプリ開催告知、出場団体決定、グランプリ決定の記事も掲載します。

産経新聞全国版カラー10段事後採録特集紙面（同上）

日本の魚のおいしさ再発見

JFみやぎ / 戸倉SeaBoys 連覇達成

11月1日(金) 2日(土) 3日(日) 4日(月・祝日)

東京・お台場青海島地区特設会場

発見！ふくしまお魚まつり

常盤もの食べて応援しよう

産経新聞グループメディアを総動員。出場料理を紹介する事前特集紙面、コンテストの結果を詳報する事後特集紙面、「Fish-1グランプリ出場料理を産地に食べに行こう！キャンペーン」特集紙面を産経新聞に計3回掲載し、ウェブサイト「産経ニュース」でもそれぞれ配信します。Fish-1グランプリ開催告知、出場団体決定、グランプリ決定の記事も掲載します。

産経新聞全国版カラー10段キャンペーン特集紙面（イメージ）

ウェブサイト「産経ニュース」

産経ニュース

Fish-1グランプリ JFみやぎ / 戸倉SeaBoysが連覇 漁師自慢の魚料理

2025/11/20 19:31

ライフ / くらし

産経新聞グループメディアを総動員。出場料理を紹介する事前特集紙面、コンテストの結果を詳報する事後特集紙面、「Fish-1グランプリ出場料理を産地に食べに行こう！キャンペーン」特集紙面を産経新聞に計3回掲載し、ウェブサイト「産経ニュース」でもそれぞれ配信します。Fish-1グランプリ開催告知、出場団体決定、グランプリ決定の記事も掲載します。

産経新聞全国版社会面記事

圧倒的なメディア露出

TVなどメディア誘致活動展開

リリース配信やPR会社を活用したメディア誘致活動を積極的に展開し、TVを始めとするメディア露出を最大化します。グループで、会場のお台場にあるフジテレビとも連携し、国産水産物の魅力を来場者以外にも広く発信します。広告PRと同様に、メディア誘致活動も魚ジャパンフェスと一体で展開します。

フジテレビ番組で密着リポート



フジテレビの報道・情報番組で、コンテストに密着したリポートを放送します。放送番組は「ノンストップ!」や「NEWS イット!」などとタイアップを調整して決定します。

リリース配信



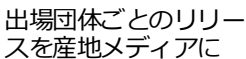
メディア露出1200件、広告換算額12億円超！

魚ジャパンフェス2024 in お台場（前回お台場開催時の実績）			
テレビ	露出件数：17件	広告換算額：503,067,607円	
新聞	露出件数：110件	広告換算額：137,906,057円	
雑誌	露出件数：4件	広告換算額：5,793,450円	
WEB	露出件数：1,067件	広告換算額：594,173,157円	
露出件数合計：1,198件			
広告換算額合計：1,240,940,271円			



産地で出場決定&審査結果をリリース配信 産地を盛り上げ、地産地消、推進

出場団体決定リリース



グランプリ決定リリース

[illegible]

「Fish-1グランプリ出場料理を産地に食べに行こう！キャンペーン（仮称）」開催

今年のテーマは「地元水産物の魅力を伝え、産地に行って食べたい魚介料理」。消費者が「コンテストに出品されたあの料理を食べるために、産地を訪れたい」と思える、産地の水産資源や加工品を生かした地方創生につながる料理を募集します。本グランプリの狙いは、イベント会場での提供だけでなく、「地産地消」による水産物の消費拡大と、漁港を中心とした地域の賑わい創出（産地回遊）を目的としています。そのため、グランプリ開催後に公式SNSや各種メディアを通じたPRを実施するほか、「Fish-1グランプリ出場料理を産地に食べに行こう！キャンペーン（仮称）」を展開し、もう一度食べたい来場者はもちろん、イベントに来られなかった方や地域の方々にも産地で味わってもらう機会を創出します。



産地でも食べられる、買うことができる料理を

産地で食べられている地魚を使った郷土料理や漁師飯、新たな目玉となるような創作料理、水産加工品を使った料理などを広く消費者に知ってもらい、食べてもらうことで、産地の消費拡大に繋げるキッカケとチャンスをFish-1グランプリという大舞台で活かしします。

イベントの熱を“産地回遊”動機に。新たな名物料理にも

Fish-1グランプリのイベントの熱を、「産地に行って出場料理を食べてみたい！」という「産地回遊」の動機に昇華。もう一度食べてみたい人、イベントに来場できなかった人、そして、地元の皆様にも食べてもらえる機会＝「Fish-1グランプリ出場料理を産地に食べに行こう！キャンペーン（仮称）」を創出。イベント本番だけでなく、事後も継続的に展開することで、一過性ではなく、長く安定的な消費の場面を提供し、定番化や名物化を目指します。



キャンペーン展開の協力として、10万円分相当を支援

コンテスト出場団体に対して、イベント終了後、出場料理を使って産地来訪に繋がる取組を実施する団体に、その取組にかかる諸経費（飲食店への協力金、インフルエンサーを活用した情報発信費、広報資料制作等）を最大10万円分支援します。また、産経新聞やSNSを活用した強力なプロモーションを展開することで、提供飲食店等への送客を図り、協力のメリットを最大化します。

※支援内容は、最終審査出場団体の要望を踏まえ、主催者が水産庁と協議の上、決定いたします。支援の対象期間は、令和9年2月28日までの取組とします。

飲食店とのコラボや、産地で食べたい動機付け、キャンペーン費用支援、送客PRで“産地回遊”を推進します。



【グランプリ特典】 グランプリ受賞料理&お魚をプロモーション権（100万円相当分）を贈呈

グランプリを受賞した団体に、グランプリ料理や使用したプライドフィッシュなどの魚介をプロモーションすることができる副賞を授与。イベントへの出店やグランプリ料理の商品化、YouTuberとのタイアップ動画の配信などのプロモーションメニューを用意。出場団体のグランプリ獲得へのモチベーションを高めるとともに、産地水産物の魅力発信と消費拡大を実現します。

イベント出店案

2027年2月に開催される「魚ジャパンフェス in 代々木公園」などのイベントに出店し、グランプリ受賞料理を販売。フェスの目玉メニューとして、リリースなどで強力にプッシュすることで、プライドフィッシュなど使用しているお魚の魅力を広く発信できます！



飲食店でのメニュー化案

東京都内または産地の飲食店とタイアップしグランプリ受賞料理をメニューとして提供する取組を支援します。Fish-1グランプリ料理が食べられるという注目度抜群のプロモーションにより、プライドフィッシュなど使用しているお魚の魅力を広く発信できます！



お取り寄せ商品化案

グランプリ受賞料理をお取り寄せできる商品として発売します。商品開発やパッケージデザイン、広告などの費用を支援。プライドフィッシュなど使用しているお魚の消費拡大を実現します！



YouTube動画配信案

人気YouTuberがグランプリ受賞団体の産地に赴き、グランプリ料理やプライドフィッシュを取材。産地に行き行って食べてみたい、お取り寄せして食べてみたいと思ってもらえる動画を配信し、消費拡大を実現します！



※支援内容は各案を基に、受賞団体の要望を踏まえ、主催者が水産庁と協議の上、決定します。

事前・当日・事後の3段階で `熱狂演出&産地回遊、プロモーションを展開

「Fish-1グランプリ」の盛り上がりイベント単発の効果で終わらせず、`産地回遊、につなげるため、最新デジタルツールと産経新聞グループメディアをフル稼働させ、事前・当日・事後の3段階で強力なプロモーションを展開します。新規開設の公式SNSと出場団体ごとの特設LP（ランディングページ）を活用し、オンラインから実店舗への送客を図る「O2O（Online to Offline）」施策により、`産地回遊、を実現します。



公式SNS
(Instagram/X)



特設LP
(事務局管理)



産経新聞
(全国紙)



公式HP

AIによる高頻度発信で「今週末、お台場でこれが食べたい!」という食欲とバズを創出。Vloggerによる拡散の起点。

イベント前後で活躍する出場団体の紹介サイト。終了後「産地の提供店舗ガイド」へと進化するデジタル送客装置。

圧倒的なリーチ力。事前の集客起爆剤と、事後の「産地・実店舗への送客」を強力に後押しする最強のアナログ土台。

公式情報・リリース発表の基盤。

【事前】公式SNSと特設LP開設による「食欲」醸成（9～11月）

- ・**公式SNSと特設LP開設**：プロモーションの起点となる公式SNSを新規開設し、フォロワーを確保する施策を展開。出場団体ごとに出場メニュー、CPN参加店舗の情報を紹介する特設LPも開設。

- ・**イチから創る！SNS「バズと食欲」の最大化**：AIを活用した高頻度投稿で料理のシズル感と「プライドフィッシュ」などの産地水産物の魅力を発信。フォローCPNで参加意欲を煽る。

- ・**産経新聞・産経ニュース**：出場メニューを紹介する特集紙面を掲載。紙面のQRコードやウェブ記事のバナーから特設LPへ誘導し、来場ラッシュをブースト。

【直前・当日】会場の熱狂演出とO2O導線の確立（11～12月）

- ・**Vlogger（動画配信者）による超直前シズル拡散**：前日の先行実食動画を即日UPし、週末の来場を創出する。
- ・**ユニークQR投票から特設LPへ誘導**：QR投票完了の直後に、投票した団体の特設LPを表示し、産地回遊の動機を醸成
- ・**【会場限定】応援投稿の最大化**：産地応援の指定タグCPNで、会場の熱気をSNSへ拡散。

【事後】O2Oの実践による特設LPから実店舗へ送客（12月～）

- ・**特設LPのアップデート**：受賞結果を各団体の特設LPにアップし、公式SNSから誘導し、CPN参加店舗に送客する「O2O」を展開。
- ・**CNP特設LPの開設**：「Fish-1グランプリ」公式HPに、CPN参加店舗や提供期間のなどを掲載するLPを開設。
- ・**産経新聞・産経ニュース**：CPN参加店舗や「プライドフィッシュ」などの産地水産物の魅力、産地の魅力を紹介する特集紙面を掲載し、紙面のQRコードやウェブ記事から、特設LPに誘導し、参加店舗に送客。

【プロモーションのゴール】 **イベントの単発消費で終わらせない！**

東京での食体験 → 情報インプット → 産地回遊

お台場から産地へと導く最強の送客ツール群

公式SNS(新規開設)や特設LPと産経新聞グループメディアを連動させ、イベントへの集客を図るとともに、産地でもう一度食べたいと思った人やイベントには参加できなかったけれど情報に接触して食べてみたいと感じた人を、産地へと回遊させるコミュニケーション網を構築します。

公式SNS (X・Instagram)

イチから創る「食欲とバズ」
役割: 「今週末、お台場でこれが食べたい!」という食欲をダイレクトに刺激し、イベントへの期待感を醸成し熱狂を演出する拡散ツール。CPN参加店舗への送客を図る「O2O」の入り口としても活用。
強み: 公式SNSを新規で立ち上げます。既存のしがらみなく、AIを活用したシズル感のある高頻度投稿を行うことで、魚好きが集まる純度の高いファンコミュニティを一気に構築します。



特設ランディングページ

熱を逃がさない「産地ガイド」
役割: 各団体の出場メニューやCPN参加店舗の情報を掲載し、SNSと実店舗をつなぐ「O2O」の架け橋。「プライドフィッシュ」など産地水産物の魅力や購入できるお店、味わえるお店なども紹介し、産地の情報が詰まったウェブ上のガイドとして活用。
強み: 公式SNSや産経新聞グループメディアのほか、当日のデジタル投票完了画面から誘導する「受け皿」として機能。お台場で高まった熱狂をそのまま、「産地に行っておきたい」という動機に昇華させます。



産経新聞・産経ニュース

食卓と産地を繋ぐ最強の「招待状」
役割: 家庭の食卓からイベントへの集客やCPN参加店舗への送客を実現する最強の土台。
強み: 消費意欲が高く、イベントや旅行などへの関心が高い中高年層を中心とした新聞購読者層にアプローチ。紙面に掲載したQRコードやウェブ記事のリンクから、産地ガイドの特設LPに誘導し、産地への回遊を図ります。



公式ホームページ

情報解禁の「ベースキャンプ」
役割: 募集開始や最終結果など、オフィシャルな情報を発信。
強み: 出場団体や出場メニュー、最終結果、CPN参加店舗、提供期間などベーシックな情報を一覧で確認することができます。



連絡先

株式会社 産業経済新聞社

メディアビジネス局 小塩 史人（こしお ふみひと）
携帯 090-4389-9543 メールアドレス fumihito.koshio@sankei.co.jp
〒100-8079 東京都千代田区大手町1-7-2 産経新聞社9F
TEL : 03-3275-8313 FAX : 03-3275-8932

株式会社アドギルド・ジャパン

西出 有希（にしで あき）
携帯 090-2448-4680 メールアドレス nishide@adguild.co.jp
〒107-0061 東京都港区北青山1-5-12 北青山ホームズ201
TEL : 03-6811-1135 FAX : 03-6862-9554

株式会社ふくぷろ

井上 実（いのうえみのる）
携帯 090-5551-9689 メールアドレス inoue@fukpro.co.jp
〒979-1308 福島県双葉郡大熊町下野上字大野116-5 CREVAおおくま217
TEL : 0240-23-7795 FAX : 0240-23-7797