



第11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地元の魅力を再発見！

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11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。「魚の本当の美味しさや地元の魅力を再発見！」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地元の魅力を伝え、国産水産物の消費拡大につなげ、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。Fish-1グランプリのバリュー（価値）を最大化します。

集客を最大化！

姉妹イベントを合わせた累計来場者数が約250万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。1日の過去最高記録である8万7000人に匹敵する8万人超の来場者を目指します。

メディア露出を最大化！

産経新聞グループメディアを総動員。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産経新聞に掲載し、ウェブサイト「産経ニュース」でも配信。リリース配信やPR会社を活用したメディア誘致活動を展開し、TVを始めとするメディア露出を最大化。TikTokライブ配信も行い、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。

地元の盛り上がりを最大化！

出場団体の地元メディア向けに出場決定とグランプリの結果を速報するリリースを配信するほか、地元インフルエンサーとのタイアップ動画の配信といった情報発信を展開し、地元を盛んに盛り上げます。

消費拡大・魚食推進効果を最大化！

グランプリを受賞した団体の料理や使用したプライドフィッシュなどの水産物のプロモーションを展開します。イベントへのブース出店、飲食店でのメニュー化フェアの開催、グランプリ料理の商品化、著名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。プライドフィッシュなど国産水産物の消費拡大や魚食推進につなげます。

「第11回 Fish-1グランプリ in 日比谷公園」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

2025年11月30日（日）

2. 会場

日比谷公園にれの木広場（東京都千代田区）「SAKANA & JAPAN FESTIVAL（魚ジャパンフェス）2025 in 日比谷公園」との同時開催

【応募概要】

1. 応募料理テーマ

「魚の本当の美味しさや地元の魅力を再発見！」

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）

※①③の出場枠5団体、②の出場枠3団体を書類審査の上、決定します。

※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. 応募条件

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

- ・9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・冷凍したものに限ります。

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11月（秋）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/食想定をお願いします。

4. 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

5. 応募締切

2025年9月5日（金）23時59分まで

6. 表彰

グランプリほか各賞を授与します。グランプリ団体には、副賞として料理や使用した魚介類のプロモーション権を贈呈します。

※実施内容はイベントへのブース出店、飲食店でのメニュー化、料理の商品化、著名YouTuberとのタイアップ動画配信などのメニューから受賞団体の要望に応じて決定します。

7. 地元での応援キャンペーン

出場が決定した団体の地元でインフルエンサーとのタイアップや地元メディア向けリリースなど各種情報を発信し、地元を盛り上げる施策を実施します。

※実施内容は出場団体の要望に応じて決定します。

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。

集客を最大化！

日本最大級の魚介グルメフェスと同時開催 合計来場者目標 8 万人超

姉妹イベントを合わせた累計来場者数が約250万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「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。会場も2019年以来 6 年ぶりに、抜群の集客力を誇る都心のど真ん中の日比谷公園にカムバック。1 日の過去最高記録である 8 万7000人に匹敵する 8 万人超の来場者を目指します。

3 年ぶりに発祥地の地・日比谷公園にカムバック！

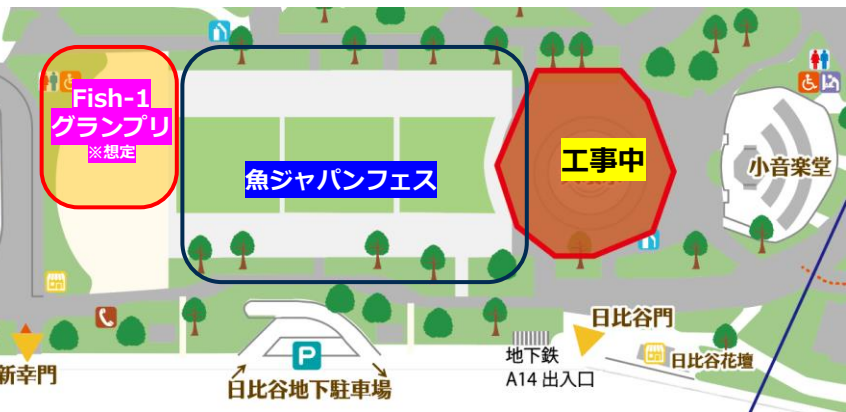




主催：SAKANA&JAPAN FESTIVAL実行委員会
開催日時：2025年11月28日（金）～30日（日）の3日間
開催会場：日比谷公園にれのき広場～花壇広場
出店数：30～40ブース（予定）
来場見込み：15万～20万人（3日間）

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。2016年に前身である「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250万人に上ります。2022年11月以来 3 年ぶりに発祥の地に戻ってきます。開催当初の2016年度からコロナにより開催中止となる前の2019年度までFish-1グランプリと同時開催し、互いに魚食を盛り上げてきました。

リニューアルで使いやすく 優先使用で会場を確保



日比谷公園では2023年からリニューアル工事が行われてきましたが、にれのき広場～花壇広場の整備が終了。2025年度から、イベントの開催が可能となりました。産経新聞社ではこれまでの開催実績に基づく優先使用により、いち早く日程を確保しました。使いやすく整備された、にれのき広場をFish-1グランプリの会場としてご用意します。

集客を最大化！

魚ジャパンフェスと一体で広報PRを展開

イベントへの集客のための広告PRを魚ジャパンフェスと一体となって展開することにより、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



両面チラシ



メディア露出を最大化！

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事後採録特集紙面を産経新聞に掲載し、ウェブサイト「産経ニュース」でも配信します。

産経新聞にイベント告知と結果詳報の2回特集紙面掲載 ウェブサイト「産経ニュース」でも2回配信

産経新聞全10段イベント告知特集紙面（イメージ）



ウェブサイト「産経ニュース」



「～漁師実演～旨みたっぷりみやぎサーモン」がグランプリに選ばれた4日午後、東京都江東区（西縁住重撮影）

国産水産物を使った魚料理コンテスト「第10回 Fish-1グランプリ」（主催・全国漁業協同組合連合会）が4日、江東区のお台場青海地区の特設会場で、最終日を迎えた「SAKANA&JAPAN FESTIVAL（魚ジャパNFエス）2024 in お台

産経新聞全10段事後採録報特集紙面（イメージ）

TVなどメディア誘致活動展開 TikTokライブ配信も

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 (Fish-1グランプリ含む)

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



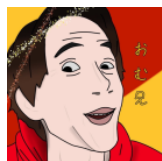
THE TIME,



人気TikTokerが食レポ配信 イベント告知も

TikTok LIVE

クリエイター候補



オムライス
兄さん



みいるか

YouTubeを凌駕するTikTokを活用。若者に人気のクリエイターが、イベント告知動画を投稿するほか、出場団体の料理の食リポをライブ配信を行い、若年層を中心とする視聴者を会場に呼び込みます。



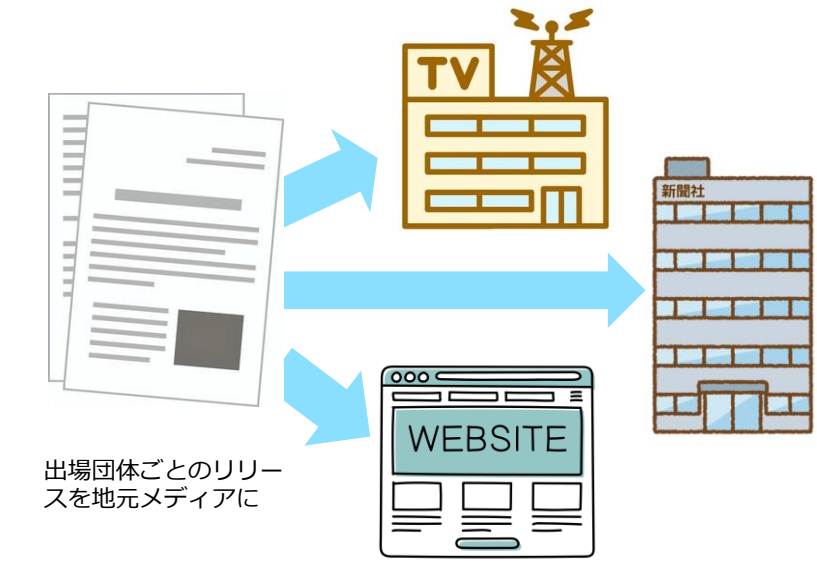
開催前から地元の盛り上げりを最大化！

出場決定＆結果をリリース配信！地元インフルエンサーとのタイアップも

Fish-1グランプリへの出場決定＆審査結果は、地元にとって大ニュース！ 出場団体ごとに出場決定＆審査結果を伝える独自リリースを作成し、地元のテレビ局や新聞社、都道府県庁の記者クラブなどに送付し、報道を促します。地元インフルエンサーとのタイアップした動画配信等も行い、出場団体を応援する機運を高め、地元を盛大に盛り上げます。

出場団体ごとにリリースを作成し地元メディアに送付

出場決定時に、団体ごとにエントリー料理や食材の魚介を紹介するリリースを作成し、地元メディアに送付します。東京支社・支局にも送付し、グランプリ当日の取材・報道を促します。グランプリ開催後にも、団体ごとに審査結果を伝えるリリースを作成し、各団体の奮闘を地元メディアで取り上げてもらえるよう促します。



地元の人気者が出場団体を応援！

出場決定後、出場団体の地元で活躍しているインフルエンサーとタイアップし、エントリー料理や食材を紹介したり、出場者の意気込みを取材したりして、出場団体を応援する動画を作成し配信。まず地元の人にプライドフィッシュなど地元のお魚の魅力を発信し、関心をもってもらいます。



※イメージ

グランプリ受賞後の展開で消費拡大・魚食推進効果を最大化！

グランプリ受賞料理&お魚をプロモーション

グランプリを受賞した団体の料理や使用したプライドフィッシュなどの水産物のプロモーションを展開。来年2月の「魚ジャパンフェス in 代々木公園」への出店や飲食店でのメニュー化、グランプリ料理の商品化支援、著名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、プライドフィッシュなど国産水産物の消費拡大や魚食推進につなげます。

受賞団体のニーズに応じてプロモーションメニューを選択できます！

【事例】

「魚ジャパンフェス in 代々木公園」で販売

2026年2月に開催される「魚ジャパンフェス in 代々木公園」において、グランプリ受賞料理を提供します。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！



飲食店でメニュー化し 期間限定で提供

東京都内または地元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化して期間限定で提供します。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！



受賞料理をお取り寄せ商品に

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！



著名YouTuberとのタイアップ動画配信

著名Youtuberがグランプリ受賞団体の地元に赴き、グランプリ料理やプライドフィッシュを取材。地元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！



お問い合わせ先

Fish-1グランプリ事務局（株式会社アドギルド・ジャパン内）

TEL：03-3524-7275（平日9：00～17：00）

Email：fish1gp@adguild.co.jp