



日本さばけるプロジェクト

-施策のご提案-

一般社団法人 海と食文化フォーラム

この魚、 何かわかりますか？

私たちは魚を食べている。

でも、魚をどれだけ知っているのでしょうか？

その魚がどんな姿で、どうさばかれ

どんな文化をつないでいるのか。

知る機会は多くはありません。



魚は、切り身になる前が、面白い。



「魚をさばく」を日常に

MISSION

魚をさばく体験を、もっと多くの人へ。

魚をさばいたことがある人は、海の食べ物が好きになる。

VISION

さばける人が増えるほど、食卓が、豊かになる。

魚種によってさばき方は変わり、さばき方ひとつで味が変わる。
知るほど、食べるほど、豊かになる。

VALUE

さばくと、世界が広がる。

さばくは入り口。
その先には、魚の生態、漁の文化、海から生まれた食のすべてが広がっている。

日本さばけるプロジェクトは
リアルとデジタル、双方向からアプローチします。

リアルで体験

日本さばける塾

魚をさばく体験を通して、
海の恵みや食の大切さを学ぶリアル講座。
記憶に残る体験を提供する。



デジタルで広がる

YouTube さばけるチャンネル

チャンネル登録者数20万人超。
プロ料理人による魚さばきのレクチャー動画や
関連動画を公開する、YouTubeチャンネル。



魚をさばく体験を、全国で展開。

イベント
実施箇所

47 都道府県

全国の都道府県で様々な魚種を取扱い、
講師とコラボレーションしたリアルイベントを実施。

実施回数

200
回以上

2026年現在までに、のべ200回以上の
出張教室を実施し、様々な年代の参加者が体験。

全国のTVで放送

「さばける塾」の開催実績を
多様なメディアで展開

WEB掲載多数

新聞紙でも取り上げ

PR TIMES
掲載数

842件

事例

1

さばける塾
in 氷見

被災地におけるコミュニティの再興



内容

- ・地引網漁やフクラギの魚さばき、大漁鍋づくりを体験。
- ・氷見の魚食文化に触れ、地域住民同士の交流も深まった。

講師

大屋 進乃介（東京海洋大学大学院博士課程）
二塚 勉（鮮魚店「弥助」）

事例

2

さばける塾

in 東松島

外国人も参加した事例



内容

- ・海苔養殖の学びと海苔すき体験、手巻き寿司づくりを実施。
- ・多国籍の参加者が、日本の海と食文化への理解を深めた。

講師

成澤 みく、相沢 太（アイザワ水産・一社ODYSSEY）
大森 宣勝（ちゃんこ萩野井）



事例

3

さばける塾

in 能登

鍛冶職人が講師となって学ぶ



内容

- ・カワハギ・イカの魚さばきと、イカさばき包丁の鍛造見学を実施。
- ・能登の海の変化や食文化、職人技への理解を深めた。

講師

万行 一也（ふくべ鍛冶）、
下平 真澄（下平鮮魚店）



さばける塾 3つの波及効果

3つの柱で、企業・団体の価値向上に貢献します。

1

企業PR

ニュース露出など



メディア露出の獲得



「日本さばけるプロジェクト」の地元メディア（テレビ・新聞）を通じたパブリシティ効果が見込める。

CSR・SDGsへの貢献



海洋問題の啓発や食育活動を支援する企業としてのイメージアップ。

社会課題解決の姿勢



単なる営利目的ではなく、日本の魚食文化継承に貢献する企業スタンスのアピール。SDGs項目の何に該当するか紐づけ可視化。

2

商品販促

直接的・将来的な購買への接続



自社製品の自然な体験



イベント内での協賛商品（包丁などの調理器具、醤油・塩などの調味料、水産物）の効果的なサンプリングの場と宣伝。

中長期的な市場拡大



魚をさばく楽しさを知る層（未来の顧客、興味層）を育てることによる、将来的な魚食需要や関連商品の消費促進。

店頭との連動



スーパーなどの小売店が主催する場合、イベント後の精肉・鮮魚コーナーでの購買意欲の直接的な喚起。

3

参加者のファン化

体験価値化・ファン育成



一生モノのスキルの提供



参加者にとって価値のある「魚をさばく」という実用的な学び（食育）の実現。

顧客ロイヤルティの向上



良質な体験と達成感の提供による、主催企業やブランドに対する強い愛着（ファン化）の醸成。

参加者の自発的なPR



習得した特別なスキルや調理した魚をSNSやコミュニティで発信したくなる心理を活用した、参加者自身による自然な情報拡散。

もっといろんな魚を
さばいてみたい！

自分の食べる魚の生態を知りたくなりました。
(女性・40代)

さばけば
海が見えてくる。

海が近い環境にいても、
生きた魚に触る機会
がないので、
子ども達もとても
喜んでいました！
(女性・30代)

鮭の切り身が具体的に
どの部位を切り出しているのか
初めて知った。
(男性・50代)

せっかく島国にいるのに
肉ばかり食べているのは
もったいないと思った。
(男性・30代)

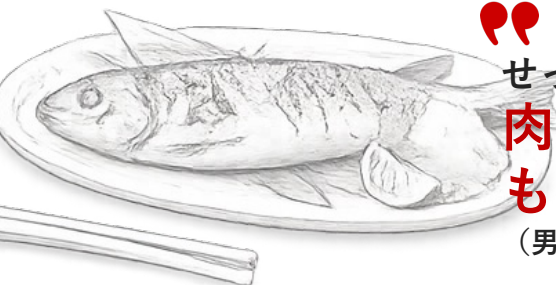
これからは切り身だけでなく
一尾の魚を買ってみようと思う。
(男性・20代)

ずっと気になっていた
イカさばき包丁。
カワハギの硬い骨もスパッと切れて
びっくり！
(男性・40代)

サバをさばくのは
最初は怖かった。
でも、みんなで協力して
だんだん楽しかった！
(女子・小5)

魚はあまり好きではないけれど、
自分で捕って、
さばいて、
料理をした魚は
とてもおいしい。
(女性・40代)

サステナビリティ関連の仕事を
していますが、今回の体験こそ
サステナビリティそのもの
だと感じた。
(男性・40代)



4つのプランからお選びいただけます。

スモール SMALL	スタンダード STANDARD	おすすめ ナショナル NATIONAL	オールジャパン ALL JAPAN
100万円	500万円	900万円	個別見積もり
開催エリア 1地域	開催エリア 5 地域	開催エリア 10地域	開催エリア 15地域
テレビ放送 1局	テレビ放送 5 局	テレビ放送 10局	テレビ放送 15局
参加者希望 ～20名	参加者希望 ～100名	参加者希望 ～200名	参加者希望 ～300名

※金額はすべて税別。参加者規模は1回あたり最大20名×開催箇所数の目安。エリア選定はご相談ください。

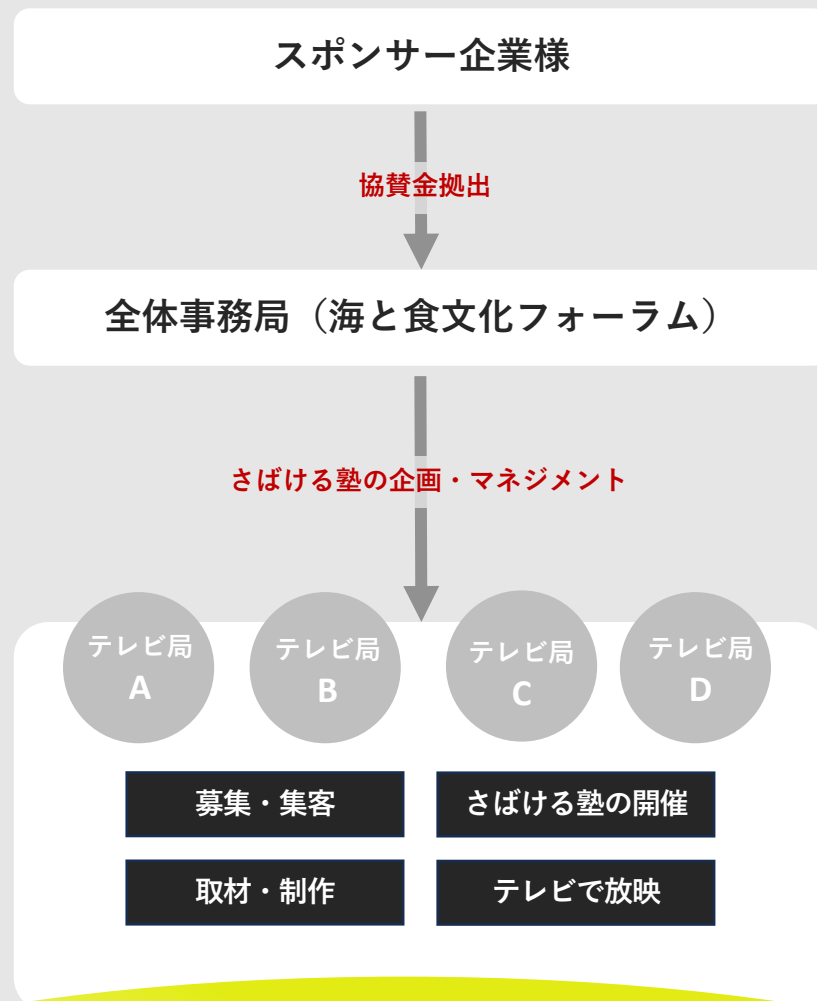
さばける塾を全国へ届ける 実施・発信・共創ネットワーク

協賛企業の想いを起点に、海と食文化フォーラム
が全国の放送局と連携。

地域ごとの開催、取材、放送を通じて

「さばける」を広げます。

企業PRや商品販促、ファンづくりにもつながる
共創プラットフォームです。



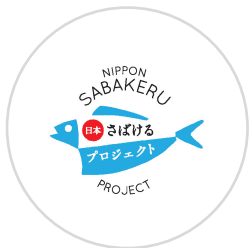
企業広報・PR、商品販促、ファン醸成へ

さばける塾の熱量を、その先へ。

さばける塾のイベント体験は、その日で終わりません。

YouTube「さばけるチャンネル」と連動し、

魚をさばく楽しさと学びを積極的に届けることが可能です。





さばけるチャンネル

魚のさばき方を発信するYouTubeチャンネル

チャンネル登録

225,537人



真鯛
-madai-



鰹
-katsuo-



鰯
-siira-



アカハタ
Blacktip grouper



ウツボ
Morogai



アカエイ
Red stingray

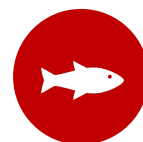
▶チャンネルとの連携はご相談ください。

登録者数



22.5万人

総再生回数



3,984万回

総再生回数



約200本

取扱い魚種



約100種

主な視聴者像

料理・調理に関心の高い中堅層が中心

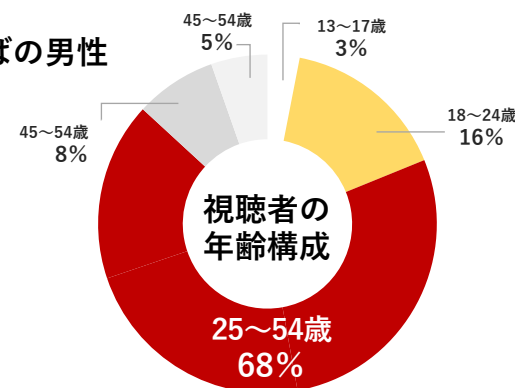
✓ 20代～50代半ばの男性

✓ 料理好き

✓ 釣り好き

✓ 魚好き

✓ アウトドア層



※データはすべてチャンネル開設（2016年）以来の累計データ



魚をさばくことは
単なる調理ではありません。
それは食卓を豊かにし、
人と海をつなぐこと。

貴社の製品とストーリーで
日本の食文化を、共につないでいきませんか？

お問い合わせ先

企画内容やご予算に応じて、最適なプランをご提案いたします。
お気軽にご相談ください。

一般社団法人海と食文化フォーラム

✉ umi-shoku@green-media.org

日本さばけるプロジェクトホームページ

<https://sabakeru.uminohi.jp/>

YouTubeさばけるチャンネル

<https://www.youtube.com/@sabakeru>