

輸出に取り組んだ背景

- 昭和47年に東部物産貿易(株)稚内支店として設立し、当初は真鱈のフィッシュブロックの加工輸出販売を行っていた。水産資源により扱う魚介類が変化、現在は帆立・秋鮭を加工・輸出する。
- 平成27年10月にニッスイグループとなる。海外需要の高まる帆立等の貝類商材の有力な原料調達拠点としての位置づけに加え、宗谷稚内エリア全体の地場産業の発展へも貢献する。

課題と解決のポイント

👍 帆立需要量が変動

帆立は国際商品ではあるが、毎年浜値は変動し、又、サイズもばらつく。又、日本以外でも漁獲される為にマーケットは変化する。

日本水産(株)と共同で帆立のブランドとして「北海の玉手箱」の名称をつくり、2018年にブランド化。帆立出荷量の30%程にブランド名をつけて出荷。日本の北海道産のイメージを訴え、安定的な需要をつくりたい。

👍 人手の確保

帆立は夏から秋にかけて、秋鮭は秋に漁獲され、加工の人手も同時期が最盛期である。常時雇用のためには、オフシーズンでの仕事を確保する必要がある。

オフシーズン（冬期）に冷凍保管している秋鮭を活用し、秋鮭フレーク加工を行う。年間を通した加工業務を行うことで安定的な仕事量を確保し、雇用につなげ、且つ加工技術の継承を計る。

👍 国際認証の取得

2013年に北海道漁業協同組合連合会がMSC認証を取得。世界中でサステナブルな活動が重視され、エコ活動への取組みを重視されるようになってきた。

MSC認証を取得している漁業者の魚介類のトレーサビリティの確保を示すため、当社では平成25年8月にMSC CoC認証を取得。持続可能な世の中を求める消費者へ、安心を届ける一躍を担っている。



▲ブランド「北海の玉手箱」



帆立加工（凍結前）の様子



秋鮭の加工の様子



▲帆立貝水揚げ風景

今後の展望

- 帆立貝は国内有数の安定した資源でもあり、又、農林水産物で輸出額トップはホタテである。但し、それを処理する人手は不足しており、今後、機械化による省人化、処理方法での工夫及び商品の多様化を検討。
- 水産資源の資源量は海洋環境の影響を強く受けやすく、資源の安定は保証されたものではない。よって、工場の稼働、又、従業員の年間を通した安定的な仕事を確保するため、新たな加工品、又、他の魚種の扱い等を検討。

食料産業局長賞

出羽桜酒造株式会社 (山形県天童市)

吟醸酒
純米吟醸酒
大吟醸酒
純米大吟醸酒

・アメリカ
・香港
・オーストラリア

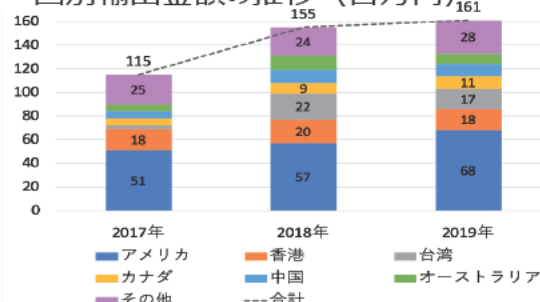
香り豊かな吟醸酒の魅力を世界中へ発信

取り組み内容

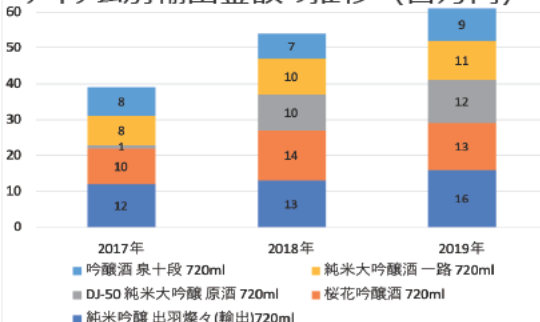
- 地酒メーカーとしては業界に先駆けて1997年から輸出に取り組む。現在34か国と取引中。地酒メーカーの中でも吟醸酒を中心とした日本酒の高付加価値化をリードし、酒造りを日本の誇る文化として、海外に積極的に発信。日本の食文化の一つとして吟醸酒の魅力を伝えている。
- 輸出パートナーや現地販売者を日本酒の代弁者と位置づけ、彼らへの日本酒に関するレクチャーに非常に力を入れており、時間をかけて理解を促している。
- 世界最大の品評会インターナショナルワインチャレンジではチャンピオンを2度受賞するなど海外での評価はトップレベルである。

輸出実績の推移

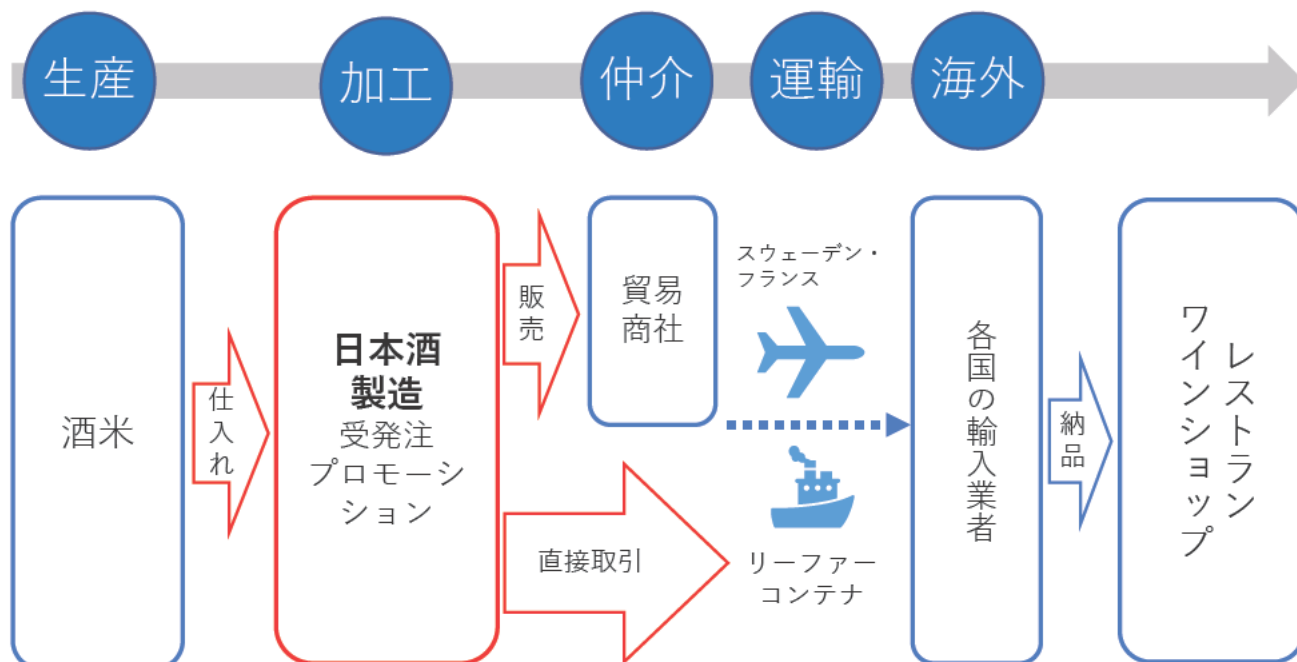
国別輸出金額の推移（百万円）



アイテム別輸出金額の推移（百万円）



輸出の仕組みチャート



輸出に取り組んだ背景

- 少子化で国内シェアが低下することを見込み、1997年より輸出をスタート。当初はアメリカから、次に香港に向けて輸出を開始した。アメリカは現在も輸出売上の約4割を占める。
- 当時海外では吟醸酒と普通酒の区別なく「sake」と一括りにされていたため、自社のこだわりである精米比率の高い香り豊かな吟醸酒を展示会などで積極的にPRしてきた。日本や地元山形の風土、文化とともに吟醸酒を楽しんでもらうため、生産ストーリーを伝えた。
- 輸出国ごとに販売パートナーを1社に限定し、信頼関係が構築できたパートナーに依頼。

課題と解決のポイント

👍 GIの認定

社長が代表を務める山形県酒造組合では、山形県産の日本酒に対して、地理的保証制度GIの認証を取得。ワインと同じように土地と酒の相関性を伝える。

酒造りはその土地の水と米を用い、その蔵でしかできない固有のものであることを、ワインの生産ストーリーの様に伝え続けていく。酒米農家などの生産者にも海外の様子を伝えるため現地視察を検討中。

👍 脱酸素装置

日本酒の輸出は長期間の輸送を伴うため火入れの日本酒が主流であった。しかし日本酒本来のフレッシュな味わいを楽しむためには生酒が適している。

生酒の輸送を可能にするため、大手メーカーとともに適度な酸素量をコントロールすることが可能な脱酸素装置を開発。生酒を長期間輸送しても香りや味、色が劣化せず、安心して楽しめるようになった。

👍 免税店での販売

国際空港内の免税店市場は重要な拠点と位置づけており、台湾の台北松山空港では地酒メーカーとして最も早く免税店と直接取引を開始した。

免税店は人目につきやすく、日本酒に触れたことのない人にも魅力を伝える機会を創出する。販売員には日本酒の魅力や商品の特徴、酒蔵の違いなどを伝え、自信を持って販売できるようなサポートを行う。



▲ 現地小売店での陳列



▲ 輸出商品出羽桜



▲ 現地飲食店での試飲会の様子



▲ 現地展示会の様子

今後の展望

- これまでは関係者限定公開だった蔵を一般に開放し、こだわりの酒造りを見学できる酒蔵ツーリングをまもなくスタートさせる予定。コロナ禍で今は難しいが、将来的にはインバウンド需要を見込んでいる。酒造り体験や出羽桜美術館の見学もルートに組み入れる。
- アメリカ全土で価格に差異がないよう同一価格にコントロールしていく予定。飲食店のみならず小売にも力を入れ定着させる。中国は10都県輸入禁止措置が解禁になれば有望。
- 食の分野だけでなく他業種とのコラボを通してライフスタイルの中での日本酒をPRすることを考えている。また、地域の産品と合わせた日本酒輸出も積極的に取り組んでいく。

食料産業局長賞

株式会社ウオショク (新潟県新潟市)

雪室熟成

- ・和牛
- ・交雑牛

- ・アメリカ
- ・シンガポール
- ・ベトナム

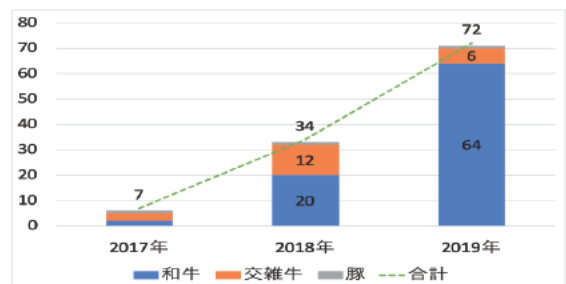
雪室で熟成させる加工方法で牛肉を高付加価値化

取り組み内容

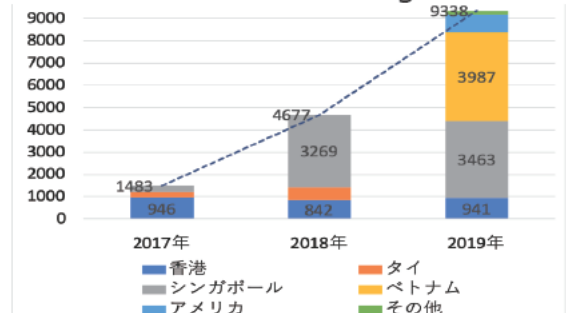
- 新潟県の山間部で昔から使用されている雪を使った天然冷蔵庫『雪室』にて国産牛を保存熟成させ、オリジナルブランド「雪室熟成和牛」「雪室熟成交雑牛」として海外に輸出。2019年末からアメリカ向けをスタートさせたところ、売り切れが続出。現在はアジア圏のほか特にアメリカで爆発的に売上を伸ばしている。
- 地元畜産農家とともに開発したオリジナルブランド越乃黄金豚も海外展開を行う。
- 3年前の輸出開始時から約10倍ほど輸出額が伸び、特に雪室熟成和牛・交雑牛は国内よりも海外でのニーズが大きい。アジアではベトナムの市場も拡大している。

輸出実績の推移

品目別輸出金額の推移（百万円）



国別輸出量の推移（kg）



輸出の仕組みチャート

