

輸出事業計画

※申請者名：山松水産株式会社、品目：冷凍マグロ

1. 輸出における現状と課題

【現状】

- 水産物の消費量は人口減少や魚離れなどにより、年々減少傾向にある。
- 2020年の1人当たりのマグロの年間購入量は、2000年と比較するとおよそ35%下落しており、需要の減退は明らか。
- 欧米やアジアでは、日本食ブーム及び健康志向の高まりから、冷凍マグロ製品の需要も増えてきている。
- 海外における日本食レストランの軒数は大幅に増加している。(2013年 約5.5万店 → 2019年 15.6万店)
- EU諸国では、マグロを寿司や刺身の他にも、ステーキなど加熱調理して食べる文化もあり、日本のマグロ製品は高く評価される傾向にある。
- 米国については、コロナ禍で一時的に需要が減少していたものの、現在は回復基調にあり、冷凍マグロ製品の需要がある。

【課題】

- EUへの水産物輸出には、生産から加工、保管までの工程においてEU・HACCPの認定が必須。
- 現状では、日本からEUへの冷凍マグロ製品の輸出はあまり多くないため、販売先の確保が必要になる。
- 海外バイヤーの求める規格や加工形態、品質基準等を把握する必要がある。
- 米国への水産物輸出には、対米施設認定の取得が必要である。

2. 輸出事業計画の取組内容

【取組み①】

EUへの輸出には、EU・HACCPの認定が必須となるため、HACCP現地指導員の指導の下、工場及び冷蔵庫の必要箇所を改修し、令和4年度中の認定取得を目指す。対米施設認定については、令和4年10月頃に取得する予定。

【取組み②】

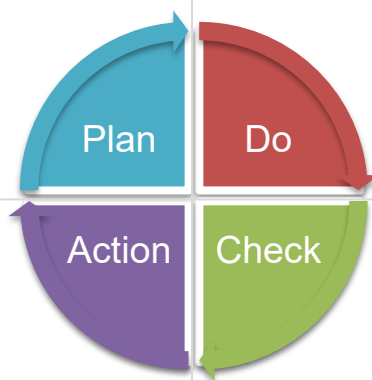
販売先を確保するため、当社の連携業者と共同で海外バイヤーとの商談を進める。また、商談会や展示会等にも参加し、新規の販路開拓にも取り組む。

【取組み③】

ジェトロ静岡や現地に拠点を持つ業者などと連携し、販売先のニーズや動向を調査する。

3. 輸出事業計画の実証と見直しを行うためのPDCA実施体制

- ① 輸出計画の作成
② 施設の改修工事
③ EU・HACCP、対米施設認定取得
④ 支援機関と連携した情報収集



- ① 連携業者と共同で輸出に取り組む
② 商談会や展示会等に参加し、新規の販路開拓を行う
③ 原料調達先の確保

- ① 商品の見直し・改善
② 検証結果を受けての販売活動
③ 問題点の改善

- ① 社内及び連携業者、支援機関と販売活動の結果検証
② 現地ニーズの再確認
③ 問題点の検証

4. 輸出目標額

	冷凍マグロ	現状(令和3年)	目標年(令和7年)
輸出額(円)		44,903,498	100,000,000
輸出量(t)		24.4	50
輸出先国		韓国	韓国、米国、EU 他