

加工食品輸出クラスターからの 取組事例紹介 石巻食品輸出振興協議会

株式会社フィッシャーマン・ジャパン・マーケティング
取締役 COO 土合和樹

目次

1. 自己紹介
2. 石巻食品輸出振興協議会
3. 加工食品クラスターづくりにあたり、振り返って効果的だったと思ったこと

ご参考

1. 東北農政局取りまとめ加工食品輸出クラスターの取組事例（石巻分）
2. 県産水産物の海外輸出について（過去の資料ご参考に）

1. 自己紹介

【名前】土合和樹

【所属・役職】(株)フィッシャーマン・ジャパン・マーケティング 取締役 COO

【出身】宮城県仙台市

【職歴】2008年～ 豊田通商(株)(アフリカ、インド、アメリカ等を担当)

2016年～ (株)フィッシャーマン・ジャパン・マーケティング設立

2017年～ 東北・食輸出推進事業協同組合 設立

2020年～ 宮城県食輸出促進協議会 幹事、石巻食品輸出振興協議会事務局

【趣味】カレー、読書少々、子ども



2. 石巻食品輸出振興協議会について

- 宮城県石巻市の食品輸出拡大に向けて、石巻市産業部の旗振りの下 2016年にスタートした協議会。2020年からFJMが事務局サポートへ加入。加工食品クラスターを形成してアメリカ向けへ輸出を本格化。
 - 2020: 改めて石巻の強みと弱みを分析検討。対象市場をアメリカに設定。
 - 2021: 市場調査の上、品目を冷凍水産加工品に設定。現地パートナーを開拓。
 - 2022: 農林水産省『GPFグローバル産地づくり推進事業』へ申請。FJM社員を1ヶ月現地に派遣。パートナー理解、人間関係構築。→輸出売上約1,000万円
 - 2023: 出張・招へいで相互理解深化。フェア実施。→輸出売上約5,000万円
 - 2024: 出張・招へいで相互理解深化、フェア実施。→輸出売上約1億円(目標)
 - 2025: FJM社員を現地パートナーへ転籍。さらなる連携、輸出拡大へ。



3. 加工食品クラスターづくりにあたり、振り返って効果的だったと思ったこと

- ① 輸送温度帯でクラスターを区切る(地域で区切らない)
- ② 商談窓口を一本化し、とにかく人間関係づくり
- ③ できれば商流・物流を仮決めしてから商談や展示会に臨む
- ④ やってみる(トライ&エラーでチームに知見を蓄積する)
- ⑤ 行政と民間の役割分担(別添参照)

産地一体で輸出に取り組み
稼げる産地
稼げる水産業にしていきたいと思います！

是非気軽にご相談下さい

株式会社フィッシャーマン・ジャパン・マーケティング
取締役 COO 土合和樹

目次

1. 自己紹介
2. 石巻食品輸出振興協議会
3. 加工食品クラスターづくりにあたり、振り返って効果的だったと思ったこと

ご参考

1. 東北農政局取りまとめ加工食品輸出クラスターの取組事例(石巻分)
2. 県産水産物の海外輸出について(過去の資料ご参考に)

民間
主導型

行政
関与型

一体型

石巻食品輸出振興協議会

お話を伺った方

左：石巻市産業部水産課

三浦 宏仁 さん

右：(株)フィッシャー・マン・ジャパン・マーケティング

村上 日奈子 さん



地域ぐるみで「石巻」の特産物の輸出拡大に向けた取組を！

東日本大震災により深刻な被害を受けた宮城県石巻市において、主要産品である水産加工品を中心とした地域の食品の共同輸出と輸出拡大に向けた取組を地域ぐるみで行うため、平成28年5月に官民からなる協議会が設立されました。

協議会は、石巻市のほか、地元の農協、漁協、卸売市場、商工会議所、観光協会などから構成されていますが、実際の活動はその傘下会員である30社の水産加工を中心とした事業者が行っています。

事務局は石巻市が務めています。活動の企画と推進を石巻に事務所を有する株式会社フィッシャー・マン・ジャパン・マーケティング (FJM) に2020年から委託をしています。FJMは輸出の専門知識を活かして輸出実務に係る相談窓口も設置しているほか、水産地域商社として輸出実務や代金決済なども行っています。



米国でのマーケティング調査



マレーシアでの「石巻フェア」

協議会は、最近では国の補助金も活用しながら、米国の小売店や飲食店でのマーケティング調査や商談、マレーシアの飲食店での「石巻フェア」の開催、海外のバイヤーやシェフの石巻への招聘などの取組を意欲的に行っています。また、主要輸出先国である米国の食品衛生規制に対応するため、専門家による勉強会の実施や現場監査等も行っています。

石巻には高度な衛生管理基準を満たす施設・設備及び高度な加工技術を有する水産加工事業者も多く、将来的には「石巻ブランド」として共通のブランドやパッケージで海外に輸出することを目指しています。

Q. 協議会を立ち上げたきっかけは？



東日本大震災からの復興にあたり、水産加工事業者が喪失した販路に替わる海外の販路開拓に取り組んでいましたが、市の主要産業である水産業等の振興のため、市として、本格的に取り組むべく、声掛けを行い、関係機関がオール石巻として一丸となった協議会を平成28年に設立しました。

Q. 「行政関与型」のメリットは？



事務局を市が務めることは、市として本気で取り組むという事業者への強いメッセージになりますし、財政面等の行政支援をより的確にできると考えています。

Q. 事務局を一部委託したのはなぜですか？



基本的な事務局業務は市が担いますが、活動の企画や推進、パートナーとの関係づくりなど民間に強みがある機能は事業者から信頼を得ているFJMに委託することで、官民両方の強みを活かす体制づくりができると考えたからです。

Q. 協議会の目指すべき姿は？



将来的には、石巻ブランドのもと、各事業者が自立した本格輸出に取り組めるようになればいいと思います。これまでの取組を通じ、新たに独自で海外に売り込むなど、事業者の意識がポジティブになってきていると感じます。

団体概要

所在地 宮城県石巻市 会員事業者数 30団体・組織
設立年 2016年
HP <https://www.ishinomaki-foodexport.jp/>

(令和6年2月時点)

STEP 1/4

平成28年5月
「石巻食品輸出振興協議会」
の立ち上げ



STEP 2/4

平成29年度～令和元年度
香港、シンガポール、タイを
中心に輸出の取組を展開



STEP 3/4

令和4年度～
新たにアメリカをターゲット
に追加



STEP 4/4

物流面での輸出体制の強化を含め、更に取組を実施することにより輸出を促進



輸
出
振
興
の
道
程

ご参考2

県産水産物の海外輸出について

株式会社フィッシャーマン・ジャパン・マーケティング
取締役 COO 土合和樹

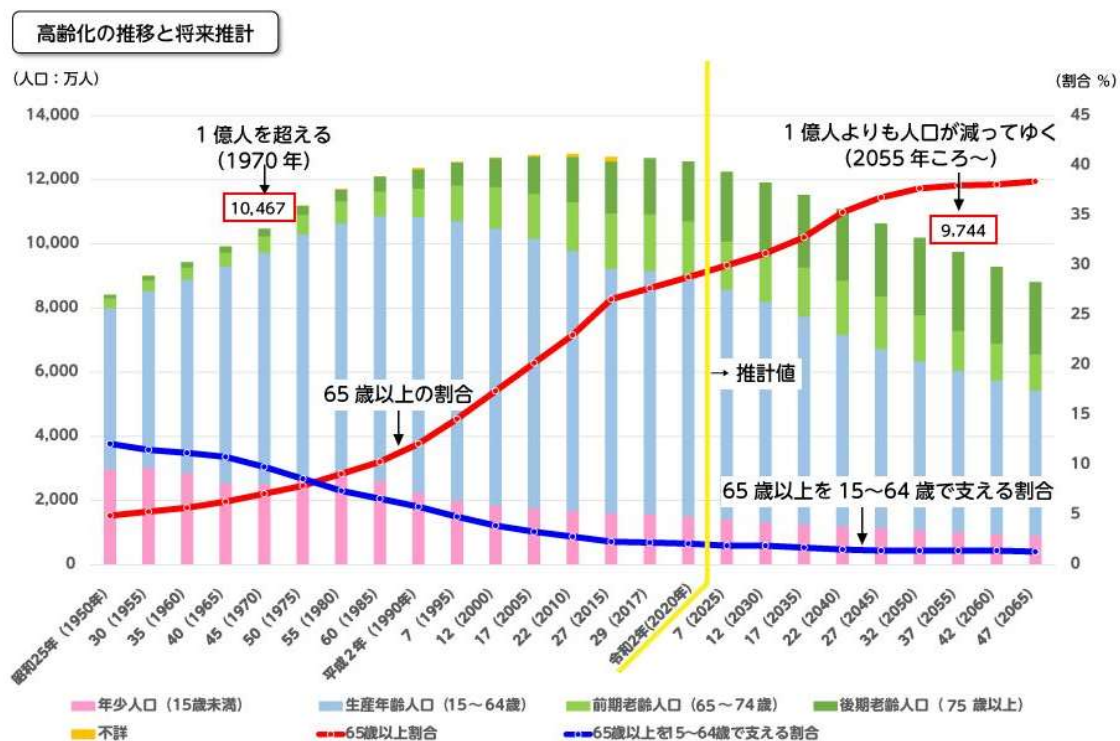
目次

1. 輸出した方がいいのか？
2. 産地がやらなきゃダメなのか？
3. 何から始めればいいのか？
4. 行政・漁協・市場の役割は？

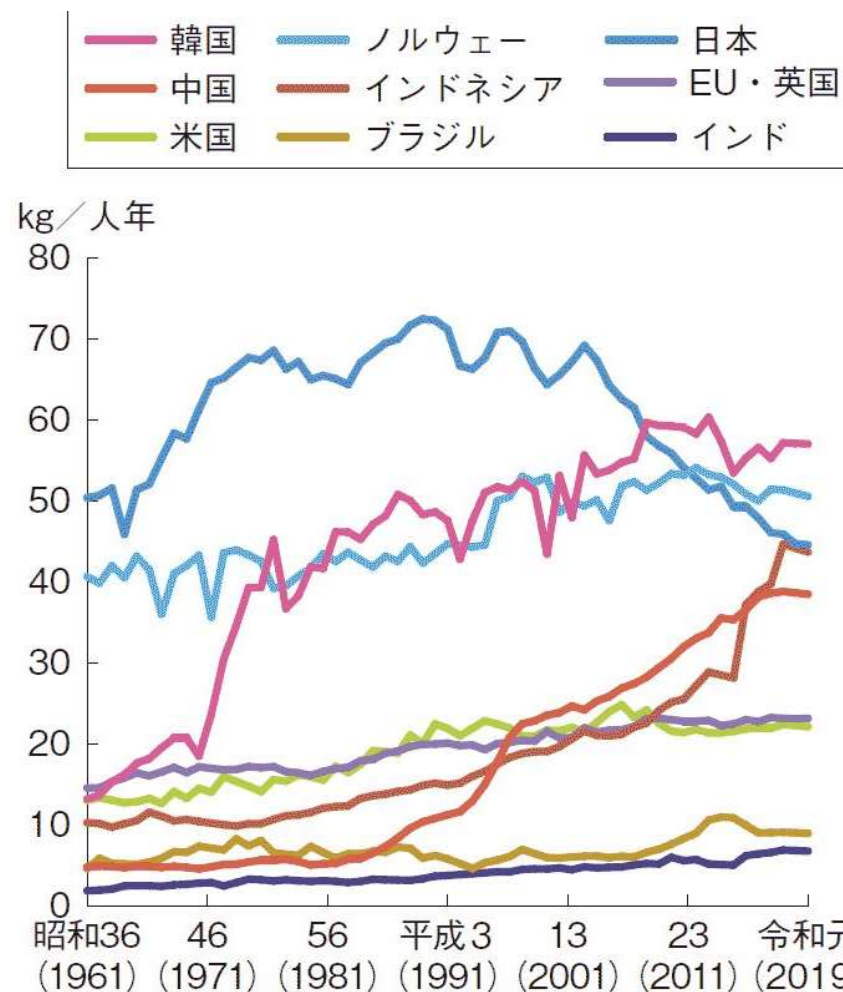
輸出した方がいいのか？

2. 輸出した方がいいのか？ 伸びまくる海外水産物市場規模

縮小・高齢化する日本、拡大し続ける海外 (内閣府)



世界の1人1年当たり食用魚介類の消費量の推移 (水産庁)

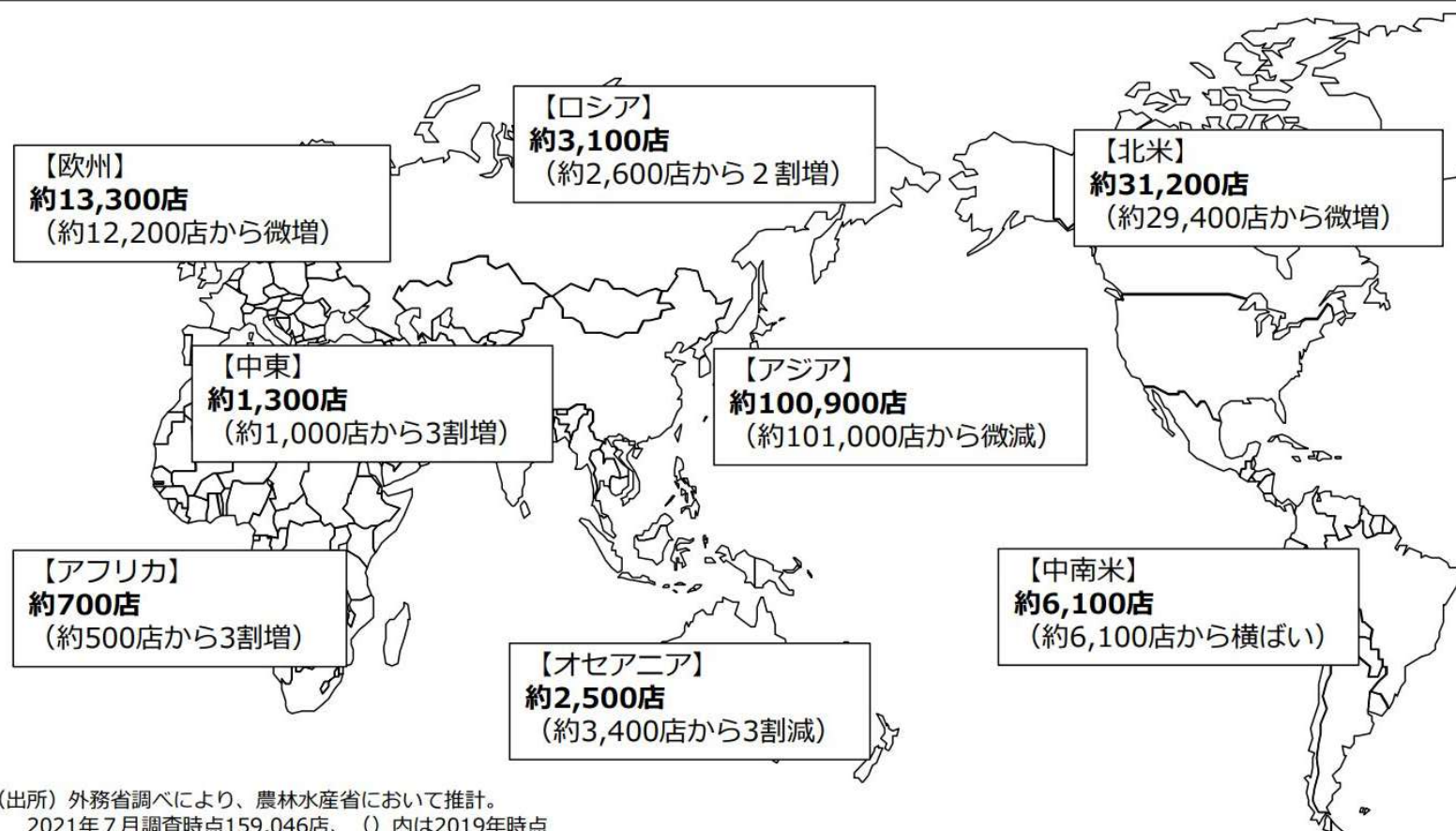


2. 輸出した方がいいのか？ 伸びまくる海外日本食レストラン

■ 2021年の海外における日本食レストランは、2019年の約15.6万店から微増の約15.9万店。

【約2.4万店(2006年)→約5.5万店(2013年)→約8.9万店(2015年)→約11.8万店(2017年)→約15.6万店(2019年)→約15.9万店(2021年)】
(7年間で2.3倍) (2年間で1.6倍) (2年間で1.3倍) (2年間で1.3倍) (2年間で1.0倍)

※2013年12月「和食：日本人の伝統的な食文化」がユネスコ無形文化遺産に登録。



(出所) 外務省調べにより、農林水産省において推計。

2021年7月調査時点159,046店、()内は2019年時点

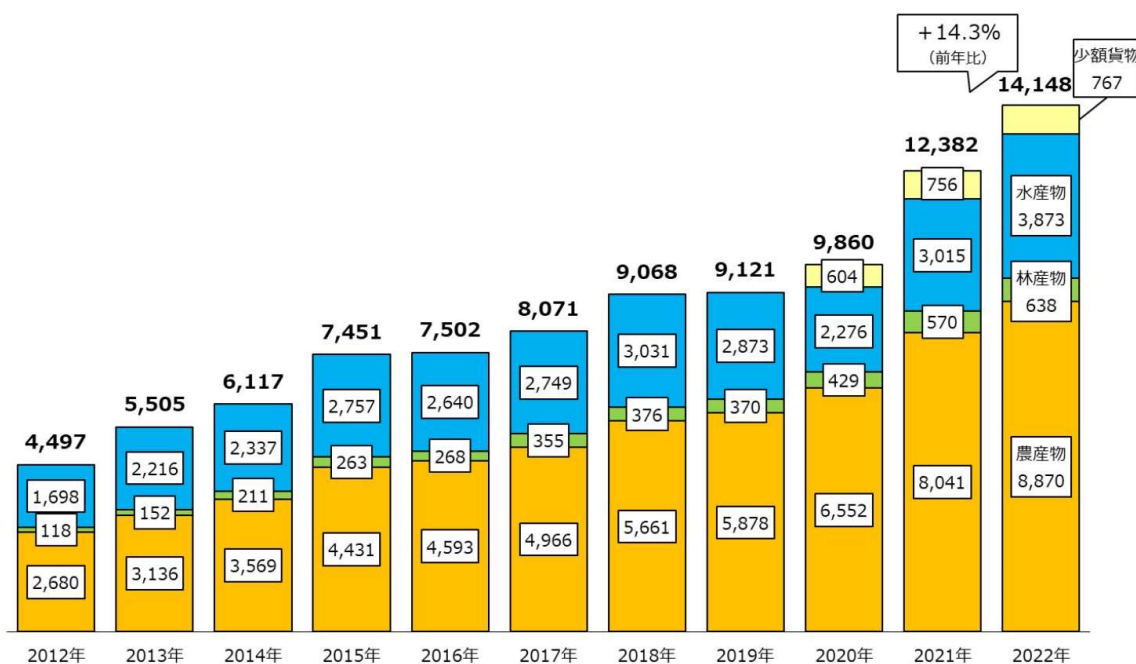
農林水産省 輸出・国際局 / Export and International Affairs Bureau, Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries.

2. 輸出した方がいいのか？ 日本政府も本気

農林水産物・食品 輸出額の推移

農林水産省
輸出・国際局

(単位：億円)



※財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

日本政府は農林水産物・食品の輸出拡大に向け、2025年2兆円、2030年5兆円を目標に掲げて様々な施策を展開。円安も追い風に輸出額は増大。

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/progress/attach/pdf/index-1.pdf>

(尚、政府が掲げる重点品目 29のうち、水産物は、ぶり、たい、ホタテ貝、真珠、錦鯉、のみ)

→たぶん、いや間違いなく、取り組んだほうがいいです



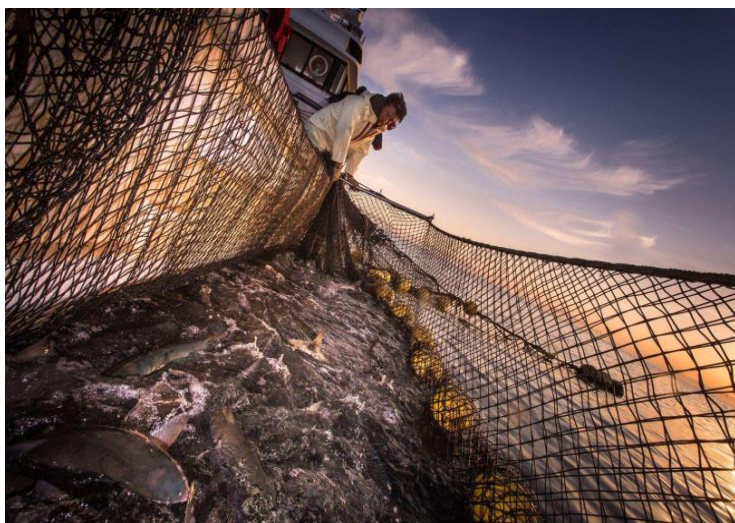
産地がやらなきゃダメなのか？

3. 産地がやらなきゃダメなのか？

- 商社、問屋、豊洲に任せたら
- アルプス処理水が放出されますね...
- 産地自らマーケットへ飛び込めば

3. 産地がやらないきゃダメなのか？ 産地自らマーケットへ飛び込めば

石巻食品輸出振興協議会：国、宮城県の後押し（GFPグローバル産地づくり推進事業）を得て、石巻の水産加工団地が一体となり「**石巻は最高のシーフード産地**」としてアメリカへ売り込み中。現地に足しげく通い、**マーケットニーズの把握&商品づくりへ取り組み中。**



最高の漁場・養殖場



**水揚げ市場の眼前に広がる
日本最大級の加工集積地**

→ **宮城のポテンシャルを実感。売上急拡大中！**

4. 何から始めればいいのか？

- ① どこへ売るか仮説を立てる
- ② 商流・物流を仮決める
- ③ 宮城の強みを定める(対豊洲、対他産地)
- ④ やってみる

4. 何から始めればいいのか？ ①どこへ売るか仮説を定める

我々（宮城の水産物・水産事業者）が勝てるのはどこか？

最大市場の中国＆入口としての香港？

比較的親日かつ若く伸びゆく東南アジア？

市場・一人当たり所得が大きめな欧米豪？

豊洲や他の産地と比べたとき、どの市場なら勝負できるか？
（石巻はアメリカを選んだ）

→仮説をつくって、まずやってみる



4. 何から始めればいいのか？ ②商流・物流を仮決めする

商品力を信じて商社に任せる？

売買・物流手配とも自分でやる？（直接貿易）

商流・物流を持つ企業とパートナーシップを組む？（間接貿易）

これを決めないうちはプロモーションはやらない

商流・物流次第で、アプローチすべき相手が違う



4. 何から始めればいいのか？ ③宮城の強みを定める(対豊洲、対他産地)

顧客／商社／パートナーに選ばれる、宮城の強みは...？

- 鮮度？バラエティ豊かな魚種？
- 安定供給？加工？？
- 産地感、躍動感あるコンテンツ？（海、漁師さんの写真や動画、なんなら
産地視察へ招待、ストーリー）
- トレーサビリティ？（米国海産ほ乳類保護法の事例）
- サステナビリティ？（我々がやらなければ！）

相応の覚悟を持って取り組めば、強い差別化の武器に。



5. 行政・漁協・市場の役割は？

本日お聞きの皆さまは、輸出に取り組む主体ではないかもしれないが、「産地の強み」を確たるものにするには皆さまの積極姿勢が必要不可欠。皆さまが「輸出やろうぜ！」と前向きな姿勢で臨めば、産地の強みは練度を増し、宮城からの輸出は間違いなく拡大します。

(再掲)宮城の強みは...？

- 鮮度？バラエティ豊かな魚種？
- 安定供給？加工？？
- 産地感、躍動感あるコンテンツ？(海、漁師さんの写真や動画、なんなら産地視察へ招待、ストーリー)
- トレーサビリティ？(米国海産ほ乳類保護法の事例)
- サステナビリティ？(我々がやらなければ！)

→**産地一体で輸出に取り組み、稼げる産地にしていきましょう！**



産地一体で輸出に取り組み
稼げる産地
稼げる水産業にしていきましょう！

是非気軽にご相談下さい

養殖海産物



ホタテ

- 需要 : ○
- 生産 : ○
- 競争力 : ?



カキ

- 需要 : ○
- 生産 : ○
- 競争力 : ○



ギンサケ

- 需要 : ○
- 生産 : ○
- 競争力 : △



ワカメ等

- 需要 : ↑
- 生産 : ○
- 競争力 : ?



ホヤ

- 需要 : ×
- 生産 : ○
- 競争力 : ?

天然水産物...加工が肝に



サバ類

- 需要 : ○
- 生産 : ○
- 競争力 : △



タラ類

- 需要 : ○
- 生産 : ○
- 競争力 : △

カレイ・ヒラメ

- **需要 : ○※**
- 生産 : ○
- 競争力 : △

マグロ・カジキ

- 需要 : ○
- 生産 : ○
- 競争力 : △

イカ・タコ

- 需要 : ○
- 生産 : △
- 競争力 : ?

タイ・スズキ

- **需要 : ○※**
- 生産 : ○
- 競争力 : △