

# 新たな水産資源利活用モデル開発事業 海外販路開拓モデル実証 委託成果紹介資料

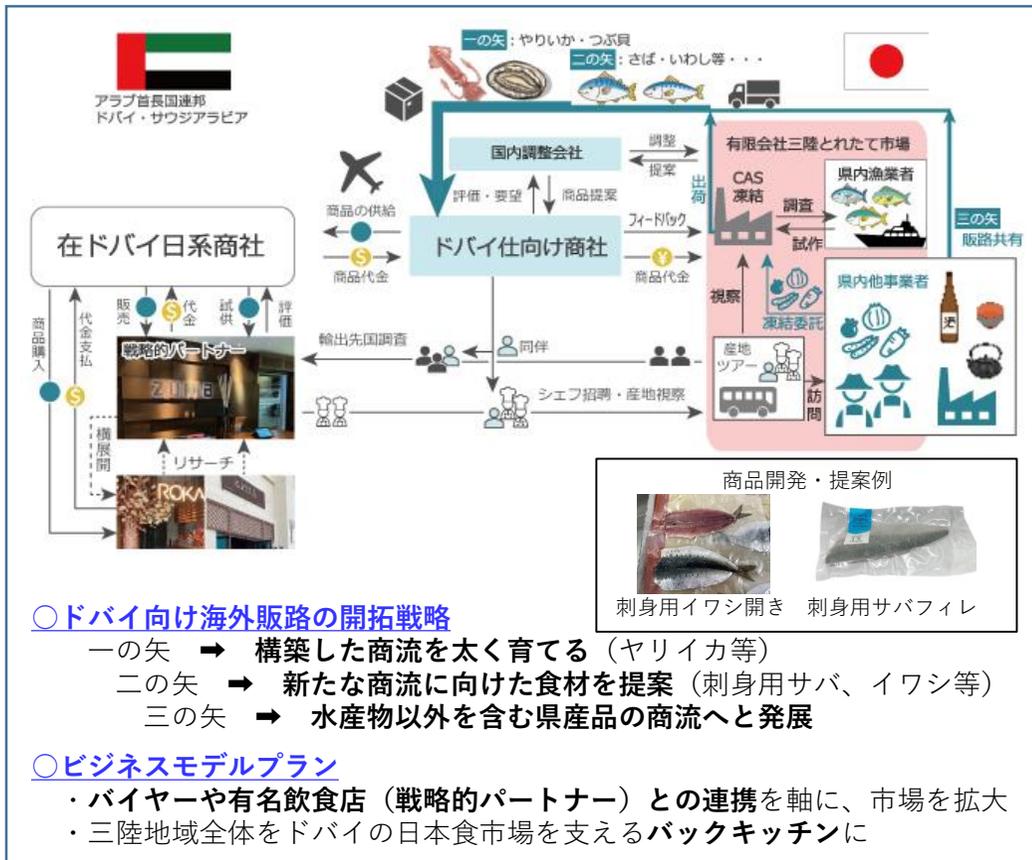
受託者：有限会社三陸とれたて市場 ードバイをターゲットとした海外販路の開拓ー

■ 輸出先国として有望なUAE（ドバイ）を対象とした、本県水産物の新たな商流の創出に挑戦

## 概要

## 取組イメージ

|      |  |  |
|------|--|--|
| 取組内容 | 取組背景・目的  | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ ドバイは、和食文化の浸透、購買力の高さ、高品質な魚介類の自国調達の困難さなどから、輸出先国として有望。</li> <li>■ 受託者は、高品質凍結製品の製造技術を生かし、増加している暖水性魚種を含む、<b>県産水産物の販路開拓</b>を目指した。</li> </ul>                              |
|      | 詳細   | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 現地飲食店等のヒアリングによる<b>現地ニーズ等の把握に係る調査</b>を実施。</li> <li>■ 現地ニーズを踏まえた<b>商品開発・提案</b>に取り組み、新たな商流の創出に挑戦。</li> </ul>   |
|      | 成果   | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 日本産水産物は、高品質なハラルフードとして、<b>寿司や刺身等を食べる機会も定着</b>。マグロ等に偏った<b>食材</b>に対し、<b>多様化ニーズが存在する</b>など、現地の実態を把握。</li> <li>■ 商品開発・提案を通じ、現地では<b>マイナーな刺身用サバ</b>などの食材で取引を創出。</li> </ul> |
| 課題   | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ ドバイにおける日本産食材市場の拡大に向け、<b>現地問屋や飲食店と連携した営業体制の確立</b>が必要。</li> </ul> |  |



### 事例活用に向けてのポイント

- 持続可能な海外市場の開拓に向けては、**国内提携企業や現地のバイヤー、飲食店等との連携が不可欠**。現地バイヤーや飲食店とのパートナーシップを軸とした普及戦略が重要。
- 世界的な「和食」文化の浸透が、本県水産物の海外販路開拓の追い風になると期待される一方で、**対象国の食文化や嗜好など、現地ニーズをとらえた商品提案**を行い、**商流を確立していくことが重要**。

# 新たな水産資源利活用モデル開発事業 県内流通モデル実証 委託成果紹介資料

受託者：株式会社メフレ —新たな魚種・商品の定着と輸送効率化による県内流通の創出—

■ 魚種転換、コロナ禍等による市場ニーズの変化、県内物流課題に対応した新たなビジネスモデルの構築

## 概要

## 取組イメージ

|         |   |
|---------|---|
| 取組背景・目的 | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 魚種転換、コロナ禍等による市場ニーズの変化、2024年問題等を背景とした県内物流課題に対応したモデル構築。</li> </ul>   |
|         | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 小売店や飲食店等へのヒアリングにより、商品ニーズを把握。</li> <li>■ ニーズに合わせた商品開発を行い、試食提案を通じて商品化に向けた評価を実施。</li> <li>■ 輸送効率化に向けて、共同配送による混載配送試験を実施。</li> </ul>                                    |
|         | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 近年、水揚量が増加している魚種については、認知度の向上等が課題であるものの、簡便商材でのニーズがあることを確認。</li> <li>■ ニーズを踏まえ、養殖サーモン等の商品開発・提案を行い、試食では高評価を得た。</li> <li>■ 同業種・異業種との混載配送試験により、配送コストの低減効果を確認。</li> </ul> |
| 取組内容    | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 詳細</li> </ul>  |
|         | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 成果</li> </ul>  |
| 課題      | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 新しい魚種・商品の販路拡大・消費定着に向けて、量販店等との連携による、継続的な食べ方提案が必要。</li> </ul>  |



## 事例活用に向けてのポイント

- 消費者に、新たな商品・魚種を認知し、口にしてもらうためには、長い目で食文化を作り、定着させていくことが必要。
- 簡便商材や寿司ネタなどのニーズをきっかけに定着を図りながら、流通コストも含めた、収益性の高い仕組みを作ることが重要。

■ 新たな物流体制の構築と水産物の高鮮度出荷概要

|         |  |
|---------|--|
| 取組背景・目的 | <p>■首都圏では板ウニ（ミョウバン加工）での流通が主体である中、<b>活ウニ及び生ウニ</b>（瓶入りウニ）をより<b>高鮮度で流通</b>させることが<b>利益向上に繋がる</b>と想定し、<b>流通試験を実施</b>。</p>   |
|         | <p>■<b>バス・新幹線</b>を利用してウニを<b>高鮮度で流通可能なシステム</b>（水揚げ当日に首都圏へ到着）を構築。</p> <p>■首都圏各店舗へ発送した<b>ウニの品質等</b>について<b>評価をいただいた</b>。</p>   |
|         | <p>■令和5年度は、<b>ウニ（殻付）</b>の品質を損なうことなく<b>首都圏まで発送出来た</b>。一方、飲食店では、調理に手間が掛からない<b>生ウニ（瓶・塩水ウニ）</b>の方が<b>需要があることが判明</b>したため、令和6年度は生ウニを中心とした試験に切り替えた。</p> <p>■令和6年度は、<b>生ウニ</b>を高鮮度で出荷し、<b>飲食店等から良好な評価</b>を得られた。また首都圏量販店では、販売を行い、<b>消費者からも良好な評価</b>を得られた。</p> |
|         | <p>■他の輸送手段より<b>運賃が高く</b>、高い運賃を支払ってでも<b>高鮮度出荷した商品が欲しい</b>という飲食店は<b>限定的</b>であること。</p>  |
| 詳細      |  |
| 成果      |  |
| 課題      |  |

取組イメージ



事例活用に向けてのポイント

- 運賃が宅配便等既存の輸送手段の2-3倍程であるため、**可能な限り1回当たりの輸送量を多く**することで商品1個に対する**運賃を減らす等の工夫が必要**
- **SNS等を活用した産地情報の発信**も併せて行うことで、**店舗における販促活動への寄与**が見込まれる

# 新たな水産資源利活用モデル開発事業 国内流通ビジネスモデル実証 委託成果紹介資料

受託者：(有)秀吉 ー新幹線・飛行機を活用し、鮮度よく岩手産水産物を飲食店に運搬

■新幹線・飛行機を活用した首都圏・関西圏飲食店等への当日・翌日着水産物運搬の仕組みづくり

## 概要

## 取組イメージ

### 取組背景・目的

■物流の2024年問題により、特にも岩手から関西圏へ翌日着が難しくなり、鮮度を命とする水産物の需要が減少している。鮮度よく岩手産水産物を届けられる仕組みづくりが早急に求められている。

### 詳細

■①大船渡市場から駅・空港までの運搬、②新幹線・飛行機での運搬、③到着した駅・空港から各飲食店への運搬についてそれぞれの仕組みを構築。

■飲食店に届いた時間や状況などアンケートを実施。

### 取組内容

### 成果

■新幹線・飛行機便共に、当日中に岩手産水産物を届けられた。

■当日中に届いた岩手産水産物について、鮮度や品質の良さを飲食店の料理人に認識いただいた。

### 課題

■①運搬費 ②発送日の事前確定 ③梱包時間 ④受渡し場所・時間 ⑤納品時間が挙げられるが、解決の方向性あり。



### 事例活用に向けてのポイント

■構築した運搬システムでは、航空便および陸送については5営業日以上前に申請が必要となることから、飲食店の日常使いよりも、イベントやキャンペーン等のスポットへの利用が適している。

■岩手県内の流通事業者が連携して首都圏・関西圏への流通を強固にし、運搬数の確保等に努めることで、運搬費の削減等に繋がる可能性がある。

■ 岩手県産天然アワビの国内販売に向けた商品開発と国内販売体制の確立

概要

取組イメージ

|         |  |
|---------|--|
| 取組背景・目的 | <p>■ALPS処理水の海洋放出後、干しアワビの主な販売先の中国へ輸出できなくなった。</p> <p>■国内販売に向けて干しアワビに代わる商品の開発と販路の開拓を行う。</p>   |
|         | <p>■県内外の飲食店や宿泊施設等の潜在的ニーズに合わせた新たな県産アワビの商品開発を行う。</p> <p>■県内外の飲食店等への営業や注文・納品に対応し、一般消費者にも県産アワビを訴求できるウェブサイトのページを試作する。</p>   |
|         | <p>■新たに以下の2商品を開発した。</p> <p>①「味付け煮あわび」(原料活アワビ、冷凍品)</p> <p>②「干しアワビ」(原料干しアワビ、冷凍品)</p> <p>■E C機能付きのウェブサイトを試作し新たにB to B、B to Cの販売体制を確立するとともに、国内高級中華料理店との干しアワビ取引に目処が立った。</p> |
|         | <p>■潜在的ニーズの把握による商品開発の継続。</p> <p>■営業活動の継続と地域を挙げたアワビのPR。</p>   |
| 課題      | 事例活用に向けてのポイント  |



■新たな商品開発に当たっては、干しアワビが戻しに時間を要すること等を理由として国内で扱える飲食店等が限られていること等を考慮し、より多くの飲食店等が素材として採用できるよう、戻し工程を不要とするなど商品開発へ配慮が必要である。

■E C機能付きホームページについては、最新の動向を調査の上、ホームページ訪問者に魅力的となるよう、またE C利用者に使い勝手が良くなるよう配慮が必要である。

■価格低下が著しいヤセアワビを活用した商品開発と販路開拓

概要

取組イメージ

**取組背景・目的**

- ALPS処理水放出による中国の日本産水産物の輸入停止によりアワビ価格が暴落。特に2号品（ヤセアワビ）は入札会で札が入らない浜も出るほど価格低下が著しい
- ヤセアワビの付加価値向上に向けた商品開発等を実施

**取組内容** **詳細**

- ヤセアワビを蓄養して太らせ、活アワビとして国内消費を喚起
- ヤセアワビを使った冷凍品、加工品等の商品開発による付加価値向上

**取組内容** **成果**

- 間引きコンブをエサに、かけ流し水槽で蓄養したところ、2ヶ月程度で活アワビとして販売できる肥満度まで回復
- リキッドフリーザー凍結により、生と遜色ない生食用の冷凍アワビ（写真）を供給すると共に、高品質なスキンパック冷凍品を開発
- 地元の高校生やシェフと連携して4品の加工品を開発

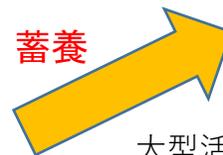
**取組内容** **課題**

- 生残率を高める蓄養方法の確立
- ヤセアワビを大量に蓄養できる施設と大量処理が可能なリキッドフリーザーの整備



ヤセアワビ

蓄養



大型活アワビ



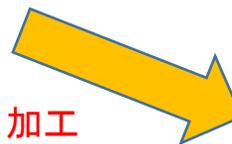
リキッドフリーザー&スキンパック



高品質冷凍アワビ



加工



アワビ加工品



事例活用に向けてのポイント

- アワビ蓄養時には毎日アワビを観察し、少しでも弱ったものは素早く取り上げて冷凍・加工することでロス回避
- 蓄養時に養殖ワカメ・コンブの未利用部分を給餌することでコストを削減しつつ高品質な活アワビ生産
- アワビの風味を生かした商品の開発