

食料産業局長賞

株式会社 兵殖 (大分県津久見市)

冷蔵
ブリ

・北米
・アジア
・ヨーロッパ

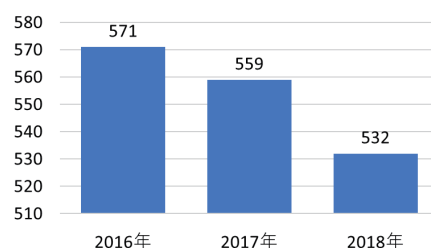
養殖ブリを自社加工、冷蔵ブリを北米・EU・アジアに

取り組み内容

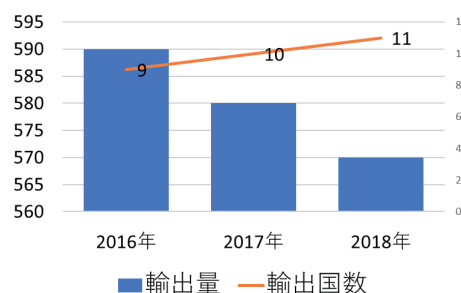
- 通常いけすの48倍の広々いけすで養殖した運動量豊富でおいしいブリを輸出国の食文化に合わせて加工。北米はフィレ、アジアは尾頭付きのラウンド。
- 水揚げから2時間以内にHACCP認証工場加工したブリを、航空貨物を使い冷蔵（チルド）で北米・アジア・EU諸国に輸出。
- 受注及び輸出業務は専門商社が行うが、納品先である飲食店には本社のスタッフが同行し、解体ショー等の販促やカットの実演指導等を実施。

輸出実績の推移

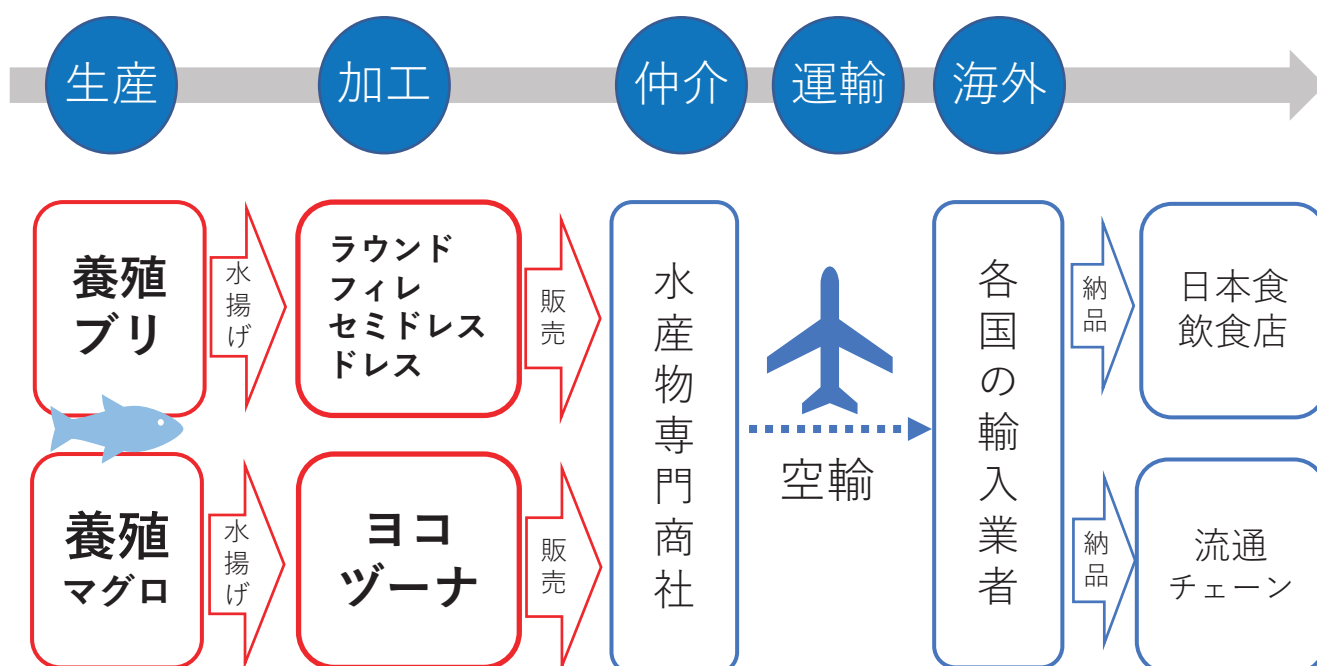
輸出金額の推移（百万円）



輸出量の推移（t）



輸出の仕組みチャート



輸出に取り組んだ背景

- 昭和60年に倉庫業者からの依頼で、当時品薄であった10kgの大型冷凍ブリを米国で営業する日本料理店に納めたことから輸出業務がスタート。
- 冷凍技術が向上して参入業者が増えたため競争が激しくなった。当社の特色を打ち出すために冷蔵（チルド）で最終ユーザーに届けることに変更。
- 受注と輸出業務は商社に任せるが、海外展示会には連携して積極参加し、世界各国の間屋と商談を実施。

課題と解決のポイント

血合いの変色

従来の冷蔵技術では魚体中央の血合いが茶色に変色してしまい、ブリの鮮度感が薄れてしまった。冷蔵でありながら、輸出する上での弱点となっていた。

改良を重ねた配合飼料の給餌、いけす内での運動量確保、水揚げ後に船上で行う活き締め等、様々な研究によって、血合いの変色を抑えることに成功。

チルド物流構築

空輸ではあるが、冷蔵温度帯を全ての物流工程で確保することが難しい。特に荷物を移し換える時に温度が上昇し、品質が劣化していった。

空輸した後の海外到着空港での保管方法改善等を現地関係者と一緒に試行錯誤して実証試験を行った。冷蔵庫や商品に温度計を設置して、出し入れ時の温度変化を記録した結果、適切な保管技術を確立。

知名度アップ

当社の冷蔵養殖ブリは食べておいしいため、高級食材としての人気は高いが、生産者（養殖）の知名度は低く、ブランド力が不十分であった。

輸出量が少ないアジアの開拓に向けて、サンリオと提携し人気のキャラクターハローキティでの販促をスタートさせた。世界のシェフが集まる大会に参加して金賞受賞。養殖マグロにも「ヨコヅナ」を命名。



ラウンドの荷姿



HACCP加工施設



MEL認証



国内向け
サンリオキャラクター



サンリオと提携した
ヨコヅナ

今後の展望

- 輸出先の9割は北米である。冷蔵ブリの大きな需要はEUにおいても見込むことができる。品質に厳しいEU向けにMEL認証を受け、展示会等に積極的参加する準備を進めている。
- 商社と連携して展示会に出展するだけでなく、納品先担当者においしく食べるためのカット指導等や販促としても解体ショーを実施する等、新たな販売先の開拓に向けて、最終納品先サポートを継続実施する。
- 取扱が少ない冷蔵マグロのブランド化も3年前から着手している。「ヨコヅナ」の名称を付け、海外向け会社のロゴも作成し、中国へのテスト的輸出を実施した。