

“TOYOSU・YAMAHARU”をハブとした日本産水産物の輸出モデル

株式会社山治

代表者：代表取締役社長 山崎 康弘

所在地：東京都江東区豊洲6-5-1

主な品目：ウニ、マグロ、養殖魚等 約130品目

主な輸出先国：香港・米国・台湾等 約20か国

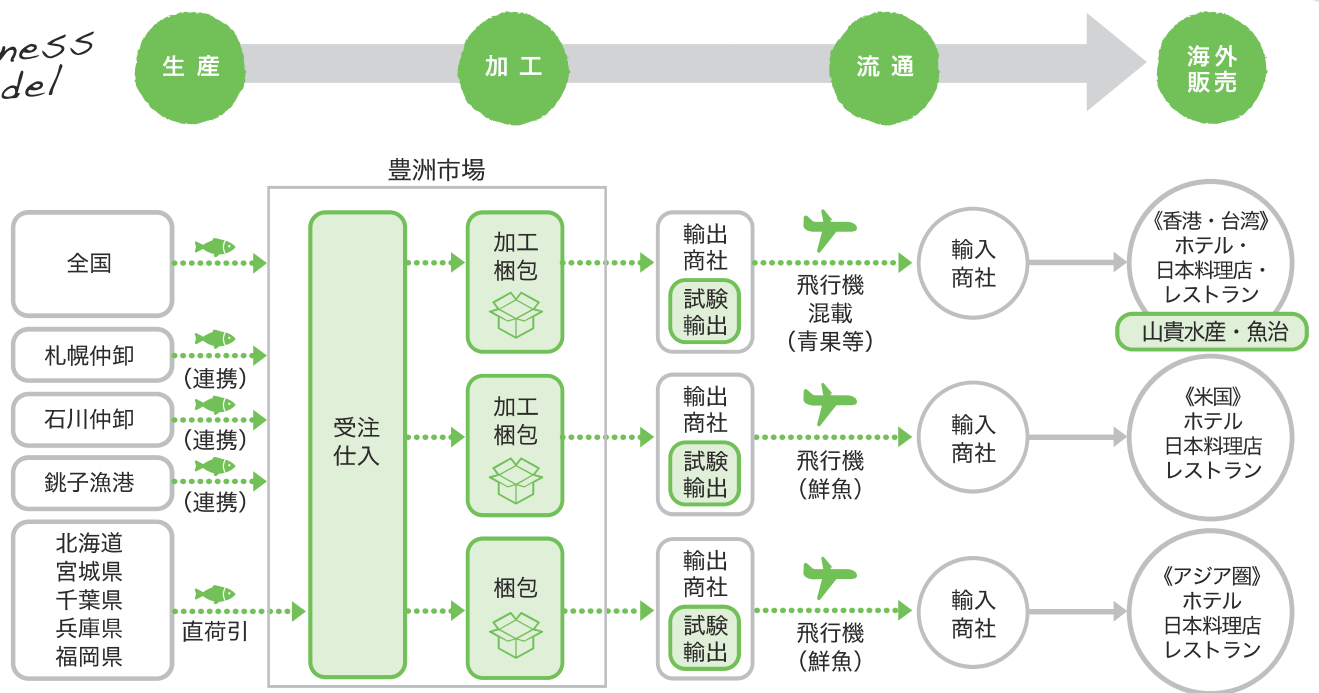
事業概要：

創業61年の仲卸であり、豊洲市場内の仲卸約500社の中でも最大規模を誇る。また、北海道、宮城県、千葉県、兵庫県、福岡県の産地市場からの直荷引により春夏秋冬の旬の魚を仕入れられる体制を構築している。



東京都
江東区

Business
model



輸出の取り組み内容

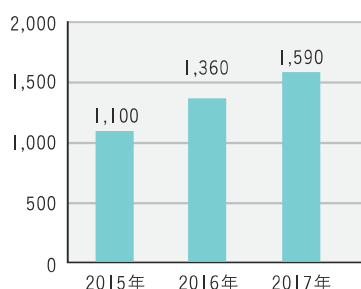
- 20か国24都市に鮮魚のみで約16億円を輸出しており、鮮魚の輸出シェアでは国内トップクラス。自社で受注対応し、市場および産地から仕入れた鮮魚を市場の冷蔵庫内に確保しているブースにて梱包し、羽田空港および成田空港から空輸で輸送している。香港・台湾・米国向けには朝仕入れた魚の一部を真空フィレ加工して輸出している。
- 仕入部門の営業部が「目利き」して仕入れた高級鮮魚を海外事業部が加工・梱包し輸出している。新しい輸出ビジネスに向けては、試験輸出段階では自社が輸出者となって輸出手続きを行って輸出を行い、ビジネスが軌道に乗った時点でその国に強い輸出商社に業務を委託している。

取り組み経緯

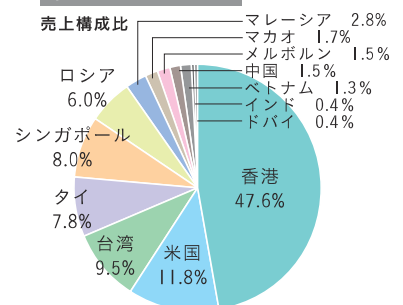
- 現社長が当社に入る前に豪州のフィッシュマーケットで2年間研修していた際に、TSUKIJIブランドを目の当たりにし、日本の水産物で世界と勝負したいと考えた。
- 帰国後、築地市場内で逸早くオーストラリアへ輸出を開始した際、当時は築地市場内で「あいつは国内じゃなく海外に商品売ってやがる。」と陰口を叩かれたが、実績に伴うに連れて市場内の仲卸からも協力を求められ、今では連携して輸出している。

実績

輸出額 (百万円)



輸出国別割合



Point!



- 「欠品しないこと」は信用に直結し海外でも重要との考えの基、日本で最も水産物が集まる豊洲市場を最大限に活用している。受注から仕入・梱包・発送を自社で行うことによってリードタイムを短縮しており、特に豊洲市場に移ってからは、冷蔵庫内にブースを確保し、常時5℃以下で梱包作業を行うことで食中毒の原因となるヒスタミンの増殖を抑えられ、より高鮮度での輸出が可能となった。

[課題と解決ポイント]

課題 01

鮮魚の輸送中に水産物が傷んだり、逆に氷を入れすぎて凍傷劣化することがあった。

課題 02

エア便での輸送のため輸送費のコスト負担が重かった。また地方から水産物の輸出に対してコストが合わないとの相談が多かった。

課題 03

和食の無形文化遺産への登録以降、水産物のみならず青果や調味料等の商品も要求されるようになった。

解決 01

輸出時に空箱に温度ロガーを入れて水産物と一緒に輸送することにより、梱包から現地で箱を開けるまでの温度を調べた。その結果を分析し、魚種ごとに梱包材や梱包方法を変更する等、当社独自の輸送方法を構築することによって輸送中の商品のロスも少なくすることができている。

解決 02

水産輸出の課題は「300kgの壁（輸送量が300kgを超えないとコストが合わない）」であった。地方の事業者からは「コストが合わない」との相談が多く、その課題を解決するために地方の仲卸や漁協と連携し、山治をハブとして「輸出したい水産物を市場便で送り、山治がまとめて輸出する」ことで輸送コストの削減に繋げるWIN-WINな取り組みを実現している。

解決 03

一部混載での輸出は昔から行っていたが、2016年に農林水産省の補助事業にて大田市場の青果仲卸と花卉仲卸と連携し、当社が輸出者となってタイ向けの混載物流の実証を行った。その結果、それぞれの品目の温度管理や現地での通関手続ノウハウを蓄積したことによって、現在は香港や台湾向けに混載物流での輸出も実現している。

今後の事業展開

豊洲市場は世界での有数の市場であり、豊洲の青果部門や大田市場とも連携することで、産地市場や都道府県という枠を超えて、「TOYOSU・YAMAHARU」がハブとなって日本の水産物、ひいては「和食」の輸出に取り組んでいきたい。



豊洲市場内の冷蔵庫ブース



タイでの混載物流の実証



真空フィレ加工