

「GFPグローバル産地づくり推進事業」における グローバル産地計画

2020年3月17日

青森県漁業協同組合連合会
〒030-0803 青森県青森市安方一丁目1番32号 水産ビル



概要

名称	青森県漁業協同組合連合会
設立	1949年
代表者	代表理事会長 三津谷 廣明
所在地	青森県青森市安方一丁目1番32号 水産ビル
事務所数	3
職員数	67人

目的

青森県は、日本海、津軽海峡、太平洋と三方の海と内包する陸奥湾に囲まれています。

青森県漁業協同組合連合会は、この豊かな漁場に恵まれた県内の各漁業協同組合によって組織された協同組合の連合会です。

漁業を通じてよりよい地域社会を築くこと、そして組合員の経済的、社会的地位を高めることを目的としています。また、青く美しい海と豊かな海の幸を次の世代まで受け継ぐためさまざまな活動も展開しています。

※青森県漁業協同組合連合会HP「青森県漁業協同組合連合会とは」より



【対象商材】

ベビーボイルホタテ、ホタテ干貝柱、冷凍ホタテガイ、
その他鮮魚（イナダ、サバ）、その他水産物（ナマコ、シジミ等）

【背景（輸出ニーズ）】

①青森県産の高品質な水産物

②輸出促進

③青森県産ホタテの優位性

④輸出の引き合い増加



- 青森県産の高品質な水産物 -

青森県は「**日本海**」「**津軽海峡**」「**太平洋**」

と三方の海と内包する「**陸奥湾**」に囲まれており、
恵まれた海洋環境で高品質の水産物が生産される。

**全国有数の水産県であり、
世界で通用する商材に溢れる。**





- 輸出促進 - 県との連携

- ・ 青森県は「青森県基本計画『選ばれる青森』への挑戦」を策定（2019年度～2023年度）
輸出先の市場ニーズや流通環境等を把握し、関係団体と連携しながら県産品の販路開拓や取引の維持・拡大に取り組むこととしている
- ・ 青森県輸出拡大戦略(平成26年3月策定)に基づき
県と輸出関係団体等で組織する「青森県農林水産物輸出促進協議会」を設置
- ・ 水産等品目部会ごとに各国で輸出促進事業を実施
例：ベトナム【ホーチミン・ダナン】ベビーボイルホタテのレシピ開発や小売店でのフェア開催（2018）

JF青森県漁が主体となって水産物の輸出への取組を実施



- 青森県産ホタテの優位性 -

- ・ 青森県の**陸奥湾**は、北海道のオホーツク海、噴火湾と並び、国内屈指の**ホタテ生産地**

青森県は垂下式養殖(「**耳吊養殖**」 「**籠養殖**」)が主体

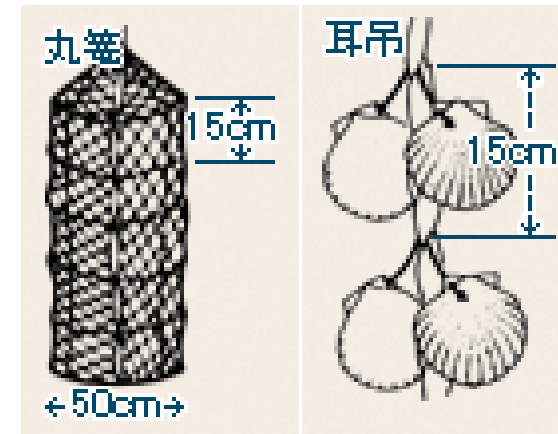
北海道は地まき放流（海底に稚貝を放つ）が主体

→ 青森県産ホタテガイは砂が付着しないことから貝紐付での加工が可能

- ・ 青森県は4月～7月頃、放卵が進み、貝柱が成長したホタテガイを水揚げ
- ・ 北海道は冬期、貝柱重量は劣るが成熟した卵を含むホタテガイを水揚げ

→ 青森県産ホタテガイは可食部位のうち貝柱重量の割合が多く

大きな貝柱と旨味が特徴





- 輸出の引き合い増加 -

青森県の輸出数量は・輸出金額は2015年以降、拡大傾向

青森県のほたて輸出量	
2017年	7,985トン
2018年	9,786トン



122%

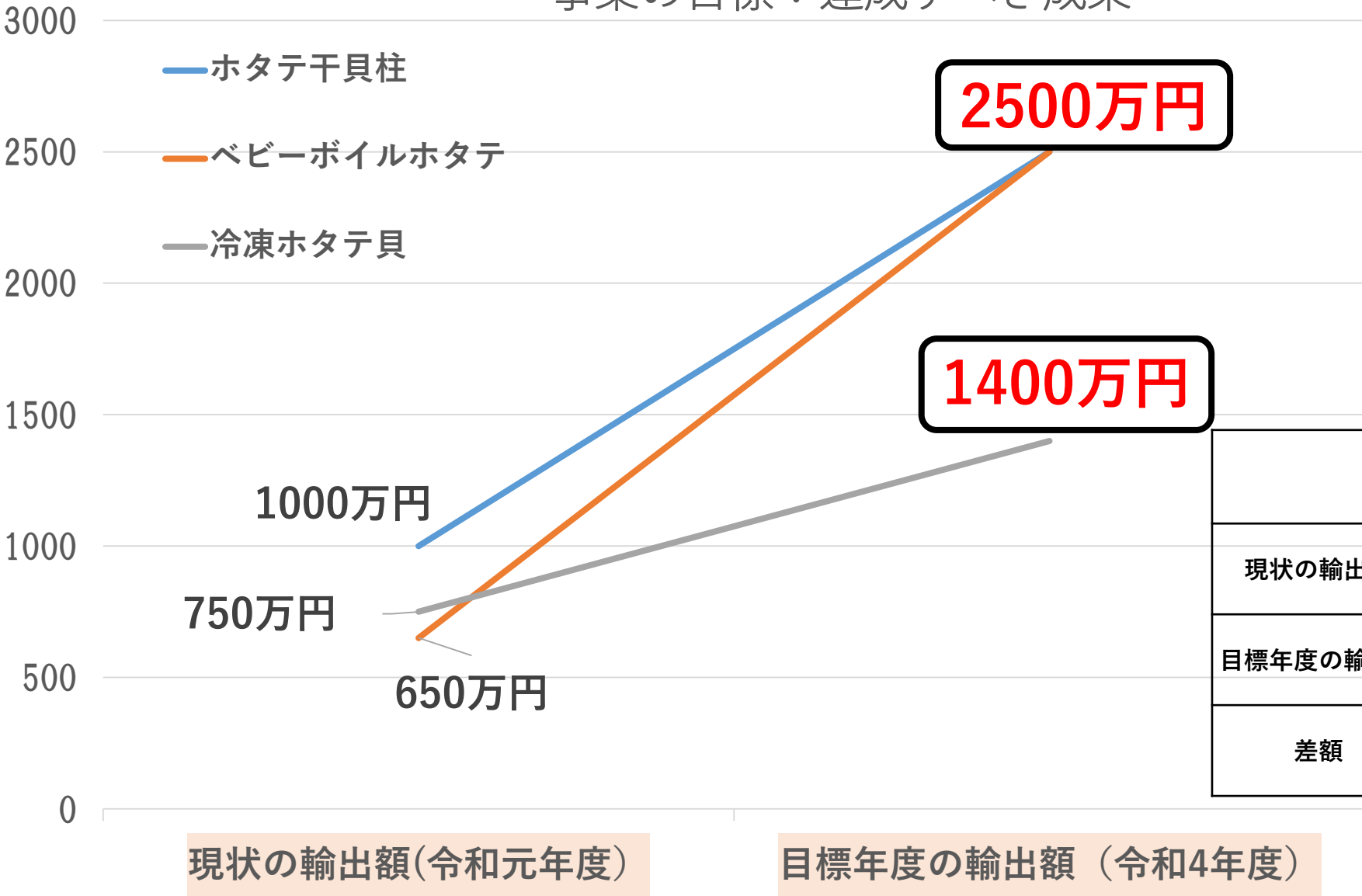
- ・北海道産は主に大型サイズを利用したステーキやバーベキュー向け等の業務用として販売
- ・青森県産は主に小型サイズであるベビーホタテの流通が多く、量販店において一般家庭用商材として

PR活動を行ってきたことにより消費者に浸透、結果海外からの引き合いも高まっている。



目標

事業の目標：達成すべき成果



	ホタテ干貝柱	ベビーボイルホタテ	冷凍ホタテ貝
現状の輸出額	1000	650	750
目標年度の輸出額	2500	2500	1400
差額	1500	1850	650

単位：万円



目標

鮮魚	ナマコ	シジミ
 <u>現在の状況</u> ・天然資源依存のため、環境変動の影響大 ・回遊次第で魚種・漁獲量の変動大 ・特定魚種での複数年計画は困難	 <u>現在の状況</u> ・過去3年間県産輸出の約95%が香港向け	 <u>現在の状況</u> ・県内漁獲量が減産傾向で高値推移
目 標 <u>コンテナ(20t)積載での輸出の達成</u>	目 標 新規地域向けサンプル輸出の達成	目 標 サンプル輸出の達成

POINT

- ・ホタテ以外にも多種多様な魚種の輸出を目指す
 - ・生産者・輸出者・販売者の連絡体制をジェトロ青森を軸として構築
- 「今」獲れている水産物の情報を共有、輸出先(販売者)でPR



現状課題①：輸出先国の多様化、輸出用商品の拡充

中国依存

青森県産水産物の輸出先は約9割が中国
安定的な輸出を行うため、輸出先国を多様化
する等のリスク分散が必要

輸出単価の低さ

中国向け輸出は加工コストの低い冷凍ホタテガイが中心
青森県における加工処理がほとんど行われず、輸出単価
は低い

【参考】ベトナムでの価格（2020年1月時点）

青森県産ホタテは中国産のホタテの2倍の価格

また、サバについても、青森県産は、中国、韓国、台湾産の1.3
倍の価格で取引が行われている

→**現地での価格競争への対策も必要**

解決策



中国以外のASEAN諸国（タイ、
ベトナム等）や台湾、香港等
の新規市場開拓

加工コストの高い商材の輸出
の比率を高める
（ベビーボイルホタテ等）

- ・イナダ、ナマコ、しじみ等の他の
県産水産品の輸出量を増やす
- ・急速冷凍（CA）機の導入等、
多様な県産水産品の輸出に特化した
加工場の整備も検討する



現状課題②：輸出先国のニーズ把握

刻一刻と変化するニーズへの対応

現状課題①「輸出先国の多様化、輸出用商品の拡充」を図る上では、時々刻々と変化する海外のニーズを的確に把握することが必要であるが、現時点では、海外からのニーズが生産者や加工業者に伝わっておらず、ニーズに応じた品質保持やロットの確保ができていない状況である



解決策

輸出先国のニーズを的確に把握する
パートナーの確保、タイムリーな情報収集

・パートナーから現地でのニーズを聞き取り、そのニーズに対応できるよう生産者、加工業者、輸出業者の連携を深め、輸出体制を整える必要がある

【参考】今年度の現地調査時の所感

共通：中国産および北海道産との差別化の必要あり

香港：輸出先候補(5社)と面談した感触に基づく、現地での高級日本食材ではなく中華食材としてのニーズが見込める

台湾：干貝柱の需要有り。中華向け業務用も含め、家庭料理の食材としての消費が進めば需要は増えると思われる



現状課題③：産地との連携強化

加工賃の流出による産業衰退

- ・青森県産ホタテの約9割は加工向け原料である
- ・輸出においては、冷凍処理のみの冷凍ホタテガイが増加傾向
- ・ベビーボイルホタテや干貝柱等の加工工程の多い加工製品は減少傾向

※付加価値を加える加工が産地において弱体化しており、加工品の輸出拡大が望まれる

解決策



- ・輸出先の需要を踏まえ、産地の生産者、加工業者、販売者が三位一体となり、輸出拡大に取り組む
- ・HACCPコンサルタント等外部機関と連携し、グローバル産地形成に向けた人材育成の推進
- ・海外バイヤー招聘、大規模商談会参加及び現地テスト販売を通じ、現地ニーズを生産者、加工業者、販売者の理解を促進し、輸出用商品を作成する



現状課題④：輸出を行う人材の不足

人材の不足

漁業所得の不安定化や漁業従事者の高齢化、地方における人口減少を背景に、輸出に必要な生産・加工に関する衛生管理の知識等について理解・習得する機会が無く、輸出業務を担う人材も不足

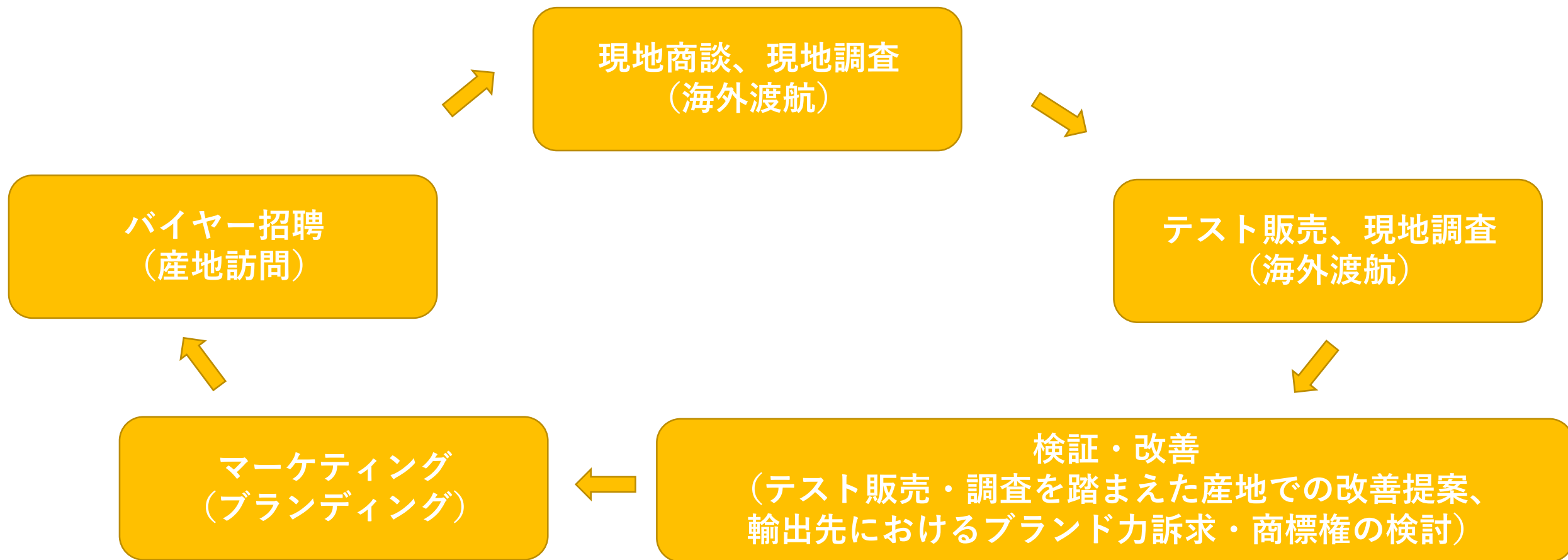
解決策



- ・H A C C P コンサルタント等外部の機関と連携し、生産、加工現場において、輸出を目的としたグローバル産地形成に向けた人材育成を進める



前項の課題を解決し、目標を達成すべく、年度ごとに次のようなPDCAサイクルを実施。
次項からの各事業を実施





実施事業

実施事業①：海外バイヤー招聘

香港、台湾、およびASEAN諸国（タイ、ベトナム等）のパートナーとなりうる海外バイヤーを青森県に招聘し、生産地及び加工場の視察後、輸出先ニーズを踏まえた改善点を検討する

期待される効果

1. 現地での青森県の水産物を販売する際に訴えるポイントとしての強み（安全性等）や特異性（魅力等）について認識させる

例：・強み（安全性）：過去麻痺性貝毒のおそれがなく、また砂の混入がなく、貝紐付きで流通可能

・特異性（魅力）：ホタテガイ貝柱が1番おいしい時期（旬の4月～7月）に収穫し1年分の加工を行う

加熱しても縮まない

2. 生産工程の確認等を行いながら現地ニーズの聞き取り調査を行う

例：包装形態、1パックの内容量等

視察先候補

1. 青森県漁業協同組合連合会事業部平内工場

及び青森県内水産加工業者（民間企業）

ベビーボイルホタテの生産を行う現在の加工場での
安全体制、生産体制の把握

2. JF青森漁連流通PRセンター

JF青森が運営する青森県内水産物の流通拠点
冷凍技術（プロトン凍結機）等の知識の勉強



実施事業②：大規模商談会への出展

香港、台湾、ベトナムでの大規模商談会、見本市への出展

期待される効果

B to B向けの販路拡大

大規模商談会には、当地の有望バイヤーが参加

新規の販路開拓、現地法人の小売業者との商談を行う

候補

香港：Food Expo（8月）：来場バイヤー数：25,000人

ジェトロ主催商談会：来場バイヤー数：100社

台湾：FOODTAIPEI（6月）：来場バイヤー数：60,000人

ジェトロ主催商談会：来場バイヤー数：100社

ベトナム：ジェトロ主催商談会：来場バイヤー数：100社

出展時の売り込み方法

- ・ 目的、売り込み先、販売方法をパートナーと検討の上、商談会を決定



- ・ 小売店、レストランをターゲットにする場合：パートナーと共同出展により売り込む
- ・ ディストリビューター、インポーターをターゲットにする場合：単独で出展する





実施事業③：現地テスト販売

香港、台湾、ベトナムのパートナーが選定した現地小売店でテスト販売を実施する

期待される効果

1. B to C向けの販路拡大
2. テスト販売で得られた情報から、輸出拡大に向けた改善点を明確化し、商品づくりに反映をする

実施方法案

- ・小売店舗でマネキンを利用し、各国のニーズに合わせた「食べ方」「調理方法」の提案
(例：台湾ではクリスマスに鍋の風習がある
クリスマス商戦時に鍋用商材としてベビーボイルホタテの試食販売を行う)
→ 青森県産ホタテの特徴(加熱しても、縮まず硬くならない点)をPR
- ・各国の購買意欲が高まる時期（クリスマス、旧正月）に実施
- ・ウィークエンド（金、土、日）で8週、毎日で4週等の期間で実施





実施事業④：輸出用商品の作成

- ・ 香港、台湾、ベトナム向けに商品を輸出するにあたり、現地ニーズを反映した輸出用の商品の作成を行う
- ・ 生産者に対し、輸出に必要なとなる認証（HACCP等）の研修を実施する

期待される効果

- ・ 海外バイヤー招へい、大規模商談会の出展、現地テスト販売で得られたニーズに対応する形でブランド/商品の開発を行う
- ・ 産地、加工業者、輸出業者、バイヤーが一体となり、海外ニーズを理解し、輸出に取り組む
- ・ 商品、ブランド戦略については、コンサル等の外部専門機関も含めて実施する

→ 「中国産」を始め、青森県産品より安価な「他国産」との競争に対応可能な商品を作成の上、販売を行う



実施事業⑤：商標権の確立

事業実施④にて商品/ブランドを作成した際には、各国での商標権の登録を目指す

期待される効果

- ・ 対象国地域(香港、台湾、ASEAN諸国（タイ・ベトナム等))で先行または類似案件を調査し、
商標権について検討し、「青森のホタテ（AOMORI Scallops）（例）」といった登録商標を確
定することにより、将来想定しうるニセモノへの対策として輸出先における輸出品の商標保護が可能

委託先候補

- ・ 特許業務法人 浅村特許事務所
- ・ 中村合同特許事務所
- ・ 志賀国際特許事務所



期間 関連事業計画		令和 2 年度				令和 3 年度			
		Q1	Q2	Q3	Q 4	Q1	Q 2	Q3	Q4
生産・加工等の 体制構築支援	規制調査								
	HACCP研修								
グローバル産 地計画の事業 効果の検証・ 改善支援	バイヤー招聘								
	現地調査								
	テスト販売								
	検証・改善								
	マーケティング								



実施体制

