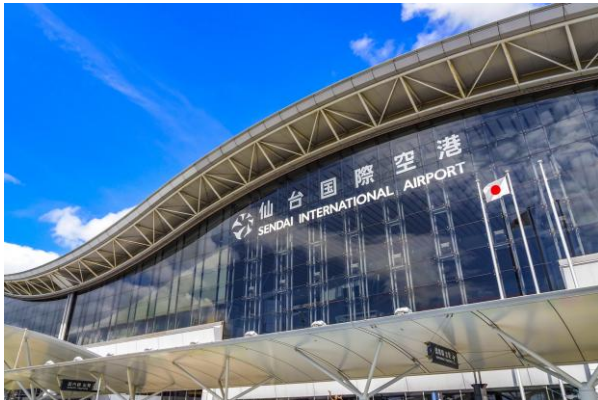


東北・食文化輸出推進事業協同組合 代表理事

株式会社ヤマナカ 代表取締役 高田 慎司



## 東北・食文化輸出推進事業協同組合

関西・食・輸出推進事業協同組合をモデルに2017年に設立

東北地方の食品を海外へ輸出することを目的に、水産物、農産物、畜産、菓子類、酒類など、多様な食品を扱う企業が参加する食品輸出に特化した地域商社

東北経済産業局、東北農政局、ジェトロ仙台、複数の自治体などが連携支援機関として協力している。

# 東北・食文化輸出推進事業協同組合 概要



- 名称 : 東北・食文化輸出推進事業協同組合
- 概要 : 東北からの農水産・食品の輸出促進を目的に設立された事業協同組合
- 設立 : 2017年4月
- 所在 : 宮城県名取市下増田字南原 仙台空港内
- 理事長 : 高田慎司（株式会社ヤマナカ 代表取締役）
- 組合員数 : 25社（宮城、岩手、福島、山形、青森、秋田から、  
水産14社、畜産1社、農産2社、加工食品・飲料7社、観光1社）
- 事務局 : 2社5名（仙台国際空港 2名、フィッシャーマン・ジャパン・マーケティング 3名）
- 関連団体 : 東北・食のソラみち協議会

# 2025年4月

# 東北・食文化輸出推進事業協同組合体制図

**事務局 サポーター**

- 株式会社フィッシャーマン・ジャパン・マーケティング
  - 水産物に輸出に強い販路を持つ
  - 輸出国：タイ、マレーシア、アメリカ等
- 古藤野 靖 (フリーランス)
  - 経営者経験があり、新規開拓のスペシャリスト
  - 輸出国：タイ、ベトナム
- 株式会社ツジショー
  - 酒類、水産に強い販路を持つ
  - 輸出国：ベトナム、マレーシア、シンガポール等
- KM international
  - マレーシアへのワイン輸出で引き続き協力を仰ぐ

業務支援

協力関係

**海外バイヤー**

- 【ベトナム】
  - SimBa
    - ベトナム全土、800店舗以上の日経飲食店へ食材を販売している
- 【タイ】
  - CTI Food Supply社
    - 海産物中心
- 【マレーシア】
  - オーシャン貿易
    - 水産物中心
  - Grand Brands
    - ワイン
- 【シンガポール】
  - Reginaa社
    - BtoC向け通販
- 【台湾】
  - 裕源
    - 冷凍和菓子中心

**理事長**  
Yamanaka Inc.

**専務理事**  
ABECHO  
株式会社 阿部長商店  
General Reconstruction Association  
GRA

**監査**  
SENREI

**事務局**

- 仙台国際空港株式会社
  - 組合は法人格を有することから、東北の地域商社として物流、決済、貿易実務が可能
  - 専任の事務局を置くことで、多種多様な要望や連携への取組みが可能

連携支援

**組合員 (総勢25社)**

<p><b>[水産]</b> ヤマナカ、阿部長商店、鮮冷含む</p> <p><b>Suenaga Kaisan Co., Ltd.</b></p> <p>KANEDAI</p> <p>株式会社マルリフーズ</p> <p>ヤマモト食品</p> <p>三養水産</p> <p>宮城県産電冷</p> <p>海心</p> <p>北三陸ファクトリー</p> <p>東 UOKIKU</p>	<p><b>[畜産]</b></p> <p>WIDEFOOD</p> <p>味匠</p>	<p><b>[農産]</b></p> <p>SHOTEI</p> <p>MARUSEN FARM</p> <p>マルセンファーム</p> <p>田伝おし</p>	<p><b>[加工食品・飲料]</b></p> <p>歴史と味の</p> <p>東匠 三全</p> <p>(株)小島洋酒店</p> <p>お茶の井ヶ田</p> <p>AKIU WINERY</p>
<p><b>[観光]</b></p> <p>株式会社インアクト・ワンダ事業</p> <p>Innbound Takaku Inc.</p>	<p>浅舞酒造株式会社</p>		

- ・東北・食のソラみち協議会 [ 仙台国際空港、七十七銀行、日本通運、三井住友海上火災保険、凸版印刷 ]
- ・ジェトロ仙台 ・東北経済連合会 ・中小機構東北 ・仙台市 ・宮城県 ・東北農政局 ・東北経済産業局

# 東北地域における農林水産物・食品輸出促進の歩み

- **2015年度（平成27年度）**：東北農政局主導で「東北農林水産物・食品輸出モデル検討協議会」を設立、輸出拡大に向けた基盤を構築。
- **2016年度（平成28年度）**：検討協議会の支援を受け、金融・物流・保険・印刷など異業種連携による「東北・食のソラみち協議会」を設立し、実務的な推進体制を確立。
- **2017年度（平成29年度）**：協議会の協力のもと輸出組合を設立、「TOHOKU」ブランドの海外展開戦略策定に着手。
- **2018年度～2020年度（平成30年度～令和2年度）**：JAPAMブランド育成支援事業に3年連続採択され、「TOHOKU」ブランドの普及ツール整備、海外販路開拓を推進。
  - 特に2020年度はコロナ禍の影響を受け、オンライン商談や国内での貿易実務サポート、組合員増強に注力。
- **2020年度（令和2年度）**：農林水産省「輸出に取り組む優良事業者表彰」にて東北農政局長賞を受賞し、これまでの取り組みが評価される。
- **2024年度（令和6年度）**：
  - 加工食品クラスター輸出緊急対策事業に採択され、マレーシアでのPR・マーケティング活動を実施。
  - 共同・協業販路開拓支援補助金にも採択され、台湾、タイ、ベトナムでの新たな販路開拓に取り組む。

**まとめ**：東北地域は、多岐にわたる機関と企業の連携により、戦略的なブランド育成と販路開拓を進めています。コロナ禍の困難を乗り越え、国内外での取り組みを強化しながら、アジア市場を中心に「TOHOKU」ブランドのさらなる浸透と輸出拡大を目指しています。

# 組合活動事例紹介

# Gulfood

## ジャパンパビリオン出展

組合からは果実と飲料チーム（ハラル準拠）が参加。  
高級ジュースがランボルギーニディーラーに採用。  
在ドバイ日本総領事館訪問しレセプションに参加。



株式会社ag-peopleの5年熟成・至高の山ぶどうジュース「アメジスト・マリアージュブラックラベル」



# 豊田通商タイランド TOYOTSU JAPAN FES

仙台国際空港の株主でもある豊田通商様のご縁でTOYOTSU FESに参加。3日間で10万人来場するイベント。東北ブースを作っていただき、商談から販売まで実り多きイベントであった。コロナ禍で一次中断したものの3年継続している。

3日間延べ1756目のラストのお客様と



# VIETNAM FOODEXPO

弊組合では毎年1・2月に次年度方針が決まり、国内・海外を含めた事業の計画が策定されます。主に参加する海外エキシビジョンや国内商談会の選定と独自に海外バイヤーの招聘事業なども行う。  
この年は既にベトナムで活動している組合員がおり、その顧客らに対し、組合(25社)の400を超える商品を紹介する場として、初めてベトナムのエキシビジョンに参加した。



## ローカルレストラン組合とオフィシャル サプライヤー契約調印

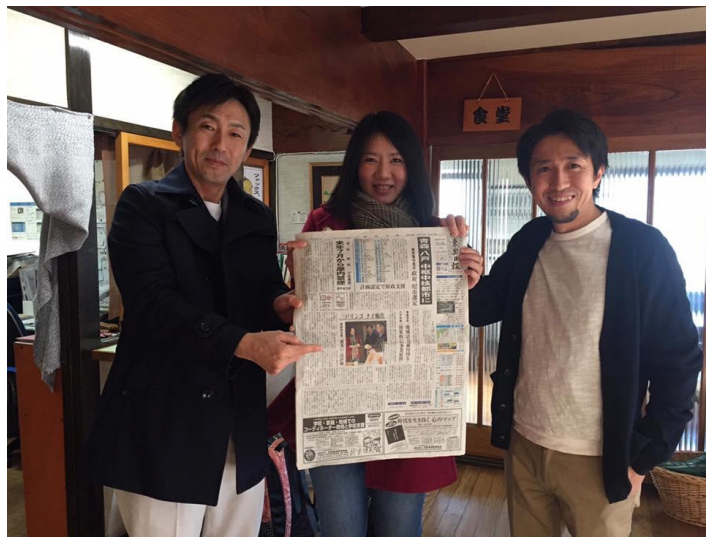
2019年ホーチミン市内のローカル企業16社、48店舗からなる飲食店組合と弊組合が「日本産食材オフィシャルサプライヤー」として連携協定。日系ではなくローカル系へ進出するための足掛かりとなり、水産・畜産・酒類など豊富な商品構成が決め手になった。



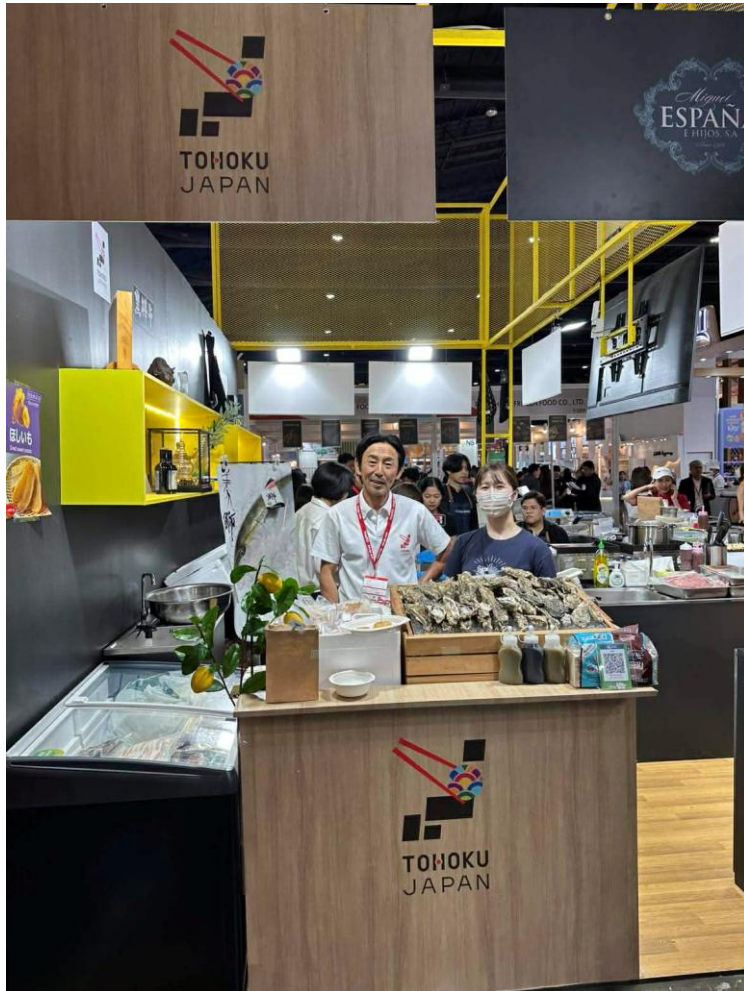
# 青森県三戸町のりんごをタイへ輸出

弊組合がタイからのバイヤー招聘を行い、青森県三戸町の果樹ファームと加工場を訪問。丸末果樹農園が生産したブランドりんごや加工品（ジュース）のタイへの輸出が実現した。

その後も台湾・UAEなどへの輸出に繋がっており、りんご輸出が盛んな青森県ではあるが、三戸町からの輸出は珍しく、弊組合が関与したことで、交渉から輸出手続き、決済に至るまでスピード感のある取引ができた。



出典 東奥日報2018年12月9日



出典 CTI WEBサイト

CTIフードサプライは2016年に設立され、「食肉」製品に特化したフードサービスソリューションプロバイダー。タイバンコクを中心に、国際基準を満たすコールドチェーンを構築し、日本産とオーストラリア産の和牛、米国産のアンガス牛、スペイン産の生ハム、魚介類、鶏肉、チーズ、加工食品、果物、ソース、調味料、アイスクリームなど、幅広い高品質ブランド製品を取り扱い、付加価値の高い製品をタイ国内に提供している。顧客にはレストランチェーン、ホテル、ケータリング、航空会社、クルーズ船、ハイパースーパーマーケット等がある。

弊組合は2016年より連携協定を締結しており、これまで宮城県石巻市の末永海産の冷凍牡蠣、女川町の鮮冷の冷凍帆立貝柱、岩手県花巻市にまいばしミートの牛肉F1（交雑種）、宮城県山元町のGRAのみがきイチゴなどを輸出してきた。

2016年以降タイ国内で開催されるエキシビジョンには、CTIより弊組合にオファーがあり、継続して参加している。

# 株式会社ヤマナカ活動紹介

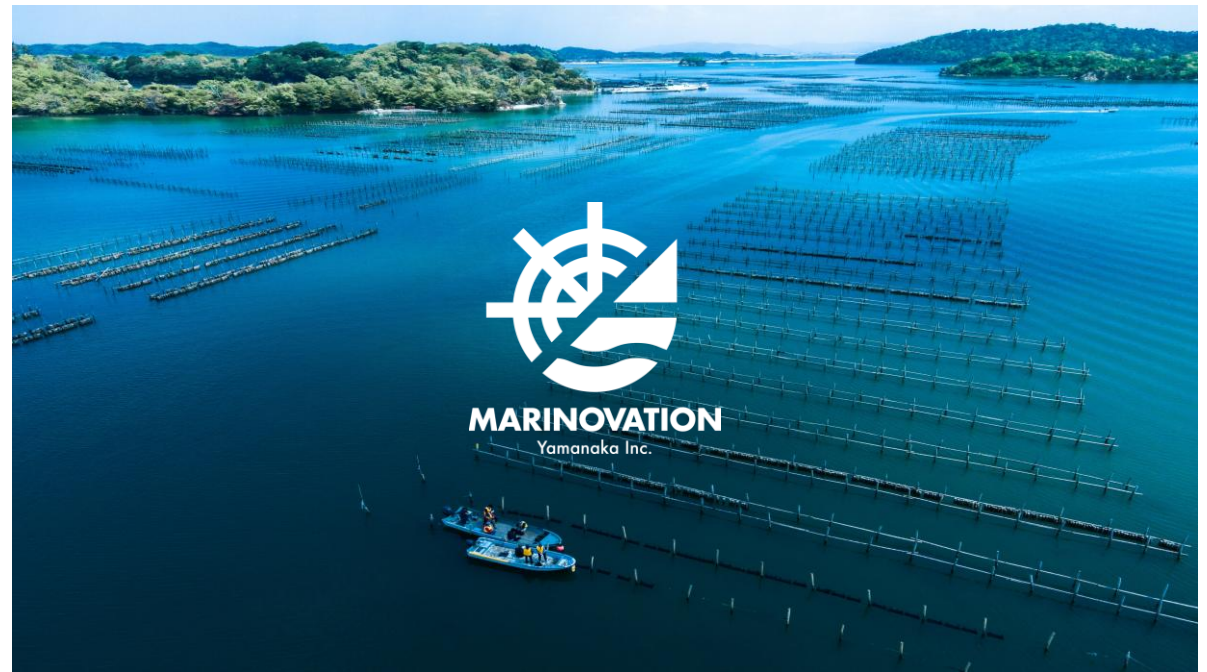
# Yamanaka Inc.

- 沿革
- 2007年 創業 宮城県石巻市 水産物卸売業
  - 2008年 株式会社ヤマナカ設立
  - 2009年 海外事業開始
  - 2011年 東日本大震災 工場流失 同年5月業務再開
  - 2017年 本社工場建設
  - 2017年 対米HACCP認証取得 米国FDAより承認
  - 2017年 経済産業省「JAPANブランド育成支援事業」採択
  - 2018年 七十七キャピタル資本提携 1,600万円に増資
  - 2019年 ベトナム現地法人設立
  - 2019年 輸出に取組む優良事業者 農林水産大臣賞受賞
  - 2020年 日本養蠣合同会社設立
  - 2020年 経済産業省「地域未来牽引企業」に選定
  - 2021年 水産加工品品評会 農林水産大臣賞受賞
  - 2021年 農水省「GFPグローバル産地」に認定
  - 2022年 三菱洋上風力株式会社と漁業振興で連携
  - 2023年 水産加工品品評会 水産庁長官賞受賞
  - 2023年 全国水産加工品総合審査会 農林水産大臣賞受賞
  - 2023年 経済産業省「はばたく中小企業300社」に選定

支社：北海道支社工場 北海道茅部郡森町鳥崎町211

子会社：日本養蠣合同会社 “JAPAN OYSTER FARMING LLC.” 宮城県塩釜市本町12-5

ベトナム現地法人：Yamanaka Vietnam Co.,Ltd. 102 Nguyen Minh Hoang Street, Ward 12,Tan Binh District, HCM



天然資源ではなく、養殖水産物に特化した事業を構築。地域で生産された水産物を国内外へ供給するインフラ的役割を担っている。

# 事業内容



## 貿易事業



国際認証取得  
ベトナム現地法人設置  
事業の柱となる米国に対し冷凍帆立貝柱を輸出

## 食品製造事業

2020年生鮮品の国内市場供給から高付加価値食品製造へ転換

オイスターパテ  
2021年 農林水産大臣  
賞



牡蠣グラタン  
2022年宮城県知事賞



ホタテチャウダー  
2023年水産庁長官



## 国際協力事業

JICA民間連携事業  
ベトナム水産業の振興に向けた人材育成等



ベトナム農業省第3海洋センターRIA 3  
及び国立ニャチャン大学と連携

独立行政法人  
国際協力機構

## 地域共生型事業

松島湾オイスターリゾート計画  
石巻市・塩釜市地域おこし協力隊受入  
秋田県男鹿市での漁業振興（牡蠣養殖）



秋田県・男鹿市・三菱洋上風力  
発電との連携事業  
日本海における養殖漁業振興



## 養殖事業

塩釜市浦戸諸島（松島湾）  
牡蠣の欧米式養殖法導入  
農水省GFPグローバル産地認定



農水省・宮城県・塩釜市との連携事業  
松島湾における海外向け牡蠣生産事業



# これまで関わってきた水産物の輸出について

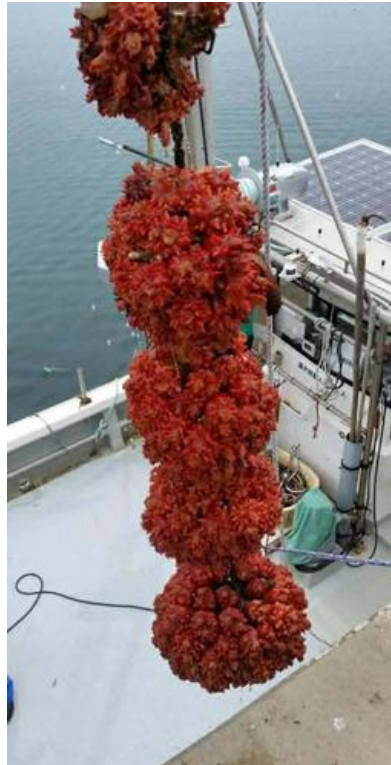
- ・ホヤ・帆立・牡蠣の輸出
- ・生鮮魚介類の空輸
- ・なぜ輸出なのか？

# 2009年から韓国へ宮城県産ホヤの輸出事業をスタートさせる

日本（主に宮城県）から韓国へのホヤ輸出は1990年代後半から2011年2月までの22年間

全生産量の7～8割が韓国に輸出されていた。

当時の国内消費は2,000トンから3,000トン

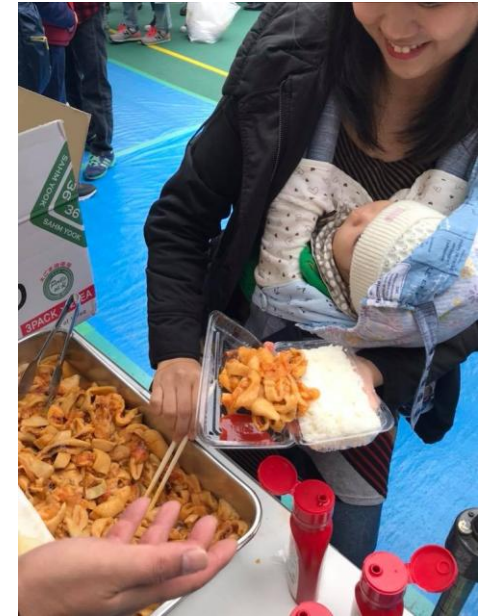


# 国内の都道府県別ホヤ生産量と輸出量

単位トン	統計上2003年から都道府県別の区分化					輸出統計
	宮城	岩手	青森	北海道	全国	
2003	10,079	1,828	531	48	12,486	10,864
2004	11,486	3,037	535	35	15,093	7,820
2005	6,883	1,282	396	63	8,624	2,719
2006	8,268	1,187	291	58	9,804	6,237
2007	8,284	1,337	485	63	10,169	6,254
2008	9,002	1,419	325	33	10,779	6,286
2009	8,986	1,485	440	26	10,937	7,409
2010	8,663	1,093	479	36	10,271	7,078
2011	0	71	464	158	693	8
2012	0	0	255	356	611	796
2013	94	4	225	566	889	651
2014	4,069	231	55	989	5,344	1,655
2015	4,873	443	250	2,721	8,287	2,982
2016	13,403	894	416	3,599	18,312	3,822
2017	12,326	1,486	540	5,287	19,639	5,203
2018	5,479	1,452	540	4,492	11,963	4,309
2019	5,163	※	※	5,812	10,975	4,926
2020	4,369	1,033	284	3,703	9,390	3,060

農水省統計と財務省統計を自社で集計

毎年開催される日韓交流イベント ソウルと東京同時開催の2017年11月



ホヤビビンバ

本事業を提案するに至った背景

生産状況と市場の動向

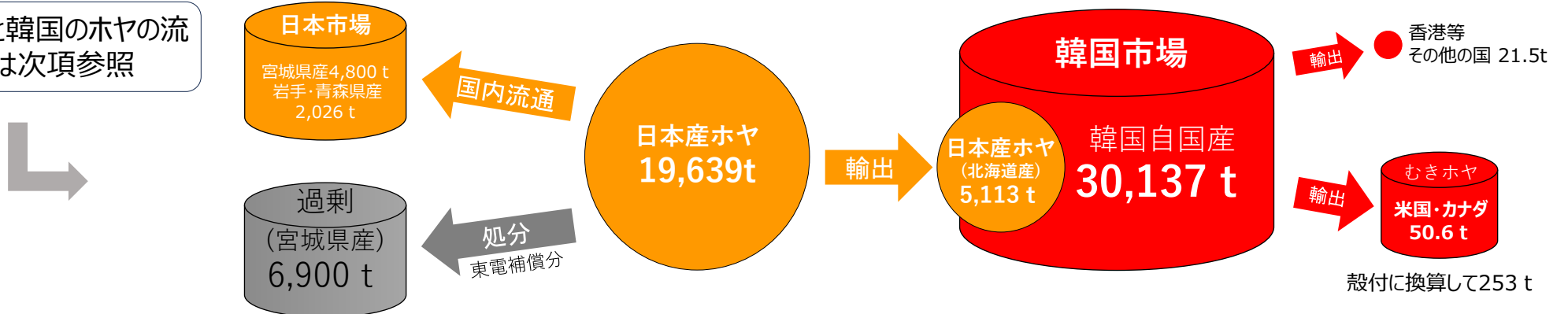
宮城県は養殖ホヤの一大産地。東日本大震災前に県産養殖ホヤの約7割を消費していた韓国は2013年9月、東京電力福島第一原発事故を理由に輸入を禁止。国内消費だけでは供給過剰となり、2016年は約13,000トンの水揚げのうち、約7,600トンを処分した。2017年も処分は約6,900トンに上った。(宮城県漁協)国内でのホヤの流通量は震災前が2,000トン程度と推計され、昨年は約4,800トンと拡大傾向にあるが、2018年2月に宮城県漁協は過去2年間の水揚げ実績を基に各生産者の生産規模を算定し、国内流通が見込める量に限り水揚げを促すなどの生産調整を実施するとしていたが、数量算定において根拠となる数値は生産者からの自主申告であるため、実態として不透明な部分もある。また廃棄処分の問題は取引価格にも影響が出ており、2015年までの中央卸売市場への卸価格がキロ当たり250円前後で推移していたものが、2019年の現在では平均して150円台まで下落しており、これは2009年以降の10年間で最低水準まで下落している。また宮城県各地の漁業者から弊社に対し、ホヤの新規引取り依頼が増加していることなどからも、現在も供給過多の状況は続いているとみられる。



市場の分析

日本国内でのホヤの生産地は宮城県を始めとする岩手県・青森県・北海道の1道3県で、農水省統計によると、2017年の国内全体の生産量は19,639トン(次項資料1)、その内訳は宮城県が12,326トン(処分済含む)、北海道5,287トン、岩手県1,487トン、青森県が540トンとなっている。現在は韓国の禁輸措置にかからない北海道産だけが韓国に輸出されており、その数量は2017年で5,113トン(資料2)、これは北海道で生産されたホヤの96.7%に当たる。また同年韓国で自国生産された量が30,137トン(資料3)であるため、2017年に韓国国内で流通したホヤは35,000トンを超える計算になり、韓国は一大消費地であることが分かる。また先日のWTO最終審で日本の敗訴が確定したが、例えここで輸入が解禁されていたとしても、韓国側からみれば原産地が現在輸入が可能な北海道に他の3県が加えられるだけで、日本の産地全体で考えれば供給過多の状況にあることは変わりなく、根本的な問題解決には至らない。また各産地での浜値価格にバラつきがあるため、価格を重視されると、浜値が宮城県の約1/2で推移している北海道産に優位性が働くと、問題は根深い。そのため現在の供給過多の状況を解決するには、漁協主導のもと、生産調整(減産)を行いながら、国内の需要拡大と輸出を増加させることが最優先課題である。

2017年日本と韓国のホヤの流通動向。根拠は次項参照



市場分析の根拠となる資料

資料1

2 大海区都道府県振興局別統計  
(1) 養殖魚種別収穫量(種苗養殖を除く。)

都道府県・大海区・振興局		ほや類
全	国 (1)	19,639 t
北	海 道 (2)	5,287
青	森 (3)	540
岩	手 (4)	1,488
宮	城 (5)	12,326
秋	田 (6)	-

出展 農林水産省統計 2017年

資料2

ほや(0308-90-110)の日本→韓国輸出統計

	2017年		2018年	
	量KG	金額	量KG	金額
1月	737,699	179,615	667,623	130,397
2月	340,911	79,708	453,995	83,626
3月	0	0	46,406	8,125
4月	8,000	1,725	0	0
5月	8,000	1,725	15,395	2,896
6月	8,903	2,155	0	0
7月	0	0	0	0
8月	79,122	18,855	28,150	5,748
9月	694,124	145,242	348,031	63,602
10月	887,326	197,017	742,658	138,986
11月	1,092,561	227,246	770,666	138,962
12月	1,257,133	251,484	1,142,513	203,362
累計	5,113,779	1,104,772	4,215,437	775,704

出典 財務省貿易統計

資料3

生産量 (単位: トン, %)

区域別  생산 동향	2017년		2018년		증감률		
	7월	누계	6월	7월	누계	전월	작년 동월
전 국	3,311	30,137	4,145	3,516	40,171	-15.2	6.2
경 남	78	24,653	2,942	29	34,193	-99.0	-62.8
경 북	408	1,141	261	397	1,226	52.1	-2.7
강 원	2,825	4,343	942	3,090	4,752	228.0	9.4

주: 2018년은 잠정치임  
\* 당 센터 추정치

출展 韓国海洋水産開発院 水産業観測センター

韓国の米国・カナダ向けの輸出動向

韓国からは韓国系住民が多く暮らす米国などに冷凍むきホヤが輸出されている。その輸出動向を分析すると、2017年に50.6トン(資料4)、翌年の2018年には250.5トンが輸出され、僅か1年で5倍の伸びを示しており、韓国国内の生産量が前年の30,137トン(資料3)から40,000トンを超えた2018年に急激に輸出量が増加している。これらのことから輸出量は韓国国内の生産量が深く関係していることが分かる。しかし2019年シーズン最初の3月の生産量が、前年同月比58.5%減少し(資料5)、キロ当たりの単価が1,749ウォンから3,108ウォンに77.7%(資料6)上昇しているため、輸出量が前年同月比で-75.6%(資料7)に激減していることも分かる。これは韓国国内でのホヤの生育状況などが起因しており、2年前に入れた種苗の状態が収穫シーズンのよし悪しが決まるため、生産量や価格に反映される。また今年3月に、韓国側の輸出向け冷凍ホヤの製造元から弊社に対し、日本産ホヤを使用したOEM製造の依頼があるなど、現地の事情が見て取れる。これらの状況から2019年の動向を推測すると、今シーズンの韓国産ホヤは自国消費に傾き、米国への輸出量は減少傾向になると推測されると同時に、9月から始まる日本(北海道産)からの輸入量にも影響が出ると考えられる。以上の分析から2019年は宮城県産ホヤが米国市場のシェアを獲得する好機であると言える。

韓国から米国向けに輸出される韓国産冷凍ホヤ



資料4 輸出量

수출 동향 (단위: 톤, %)

구 분	2017년		2018년		증감률		
	7월	누계	6월	7월	누계	전월	작년 동월
합 계	6.7	72.1	83.2	42.0	272.7	-49.52	526.87
활 명 계	3.0	21.5	3.0	2.9	22.2	-3.33	-3.33
냉 동 등	3.7	50.6	80.2	39.1	250.5	-51.25	956.76

주: 수출을 적용하여 활명계 중량으로 환산한 값임  
자료: 관세청 및 한국무역통계진흥원

資料5 月別生産量

지역별 생산 동향 (단위: 톤, %)

구 분	2018년		2019년		증감률		
	3월	누계	2월	3월	누계	전월	작년 동월
전 국	9,451	11,177	770	3,923	5,167	409.5	-58.5
경 남	9,202	10,059	400	3,740	4,140	835.0	-59.4
경 북	66	505	117	109	362	-6.8	65.2
강 원	183	613	253	74	665	-70.8	-59.6

주: 2019년은 잠정치임  
자료: 당 센터 추정치

資料6 2019년價格推移



資料7 2019年月別輸出量

수출 동향 (단위: 톤, %)

구 분	2018년		2019년		증감률		
	3월	누계	2월	3월	누계	전월	작년 동월
합 계	59.2	81.8	8.9	14.4	64.7	62.4	-75.6
활 명 계	3.0	9.3	2.8	2.4	8.1	-14.2	-19.2
냉 동 등	56.2	72.5	6.1	12.0	56.6	98.1	-78.6

주: 수출을 적용하여 활명계 중량으로 환산한 값임  
자료: 관세청 및 한국무역통계진흥원

出典 韓国海洋水産開発院 水産業観測センター

## 2011年3月 東日本大震災以降、ホヤの韓国への輸出事業は停止

津波による影響で養殖施設は壊滅し、カキ・ホヤ・ワカメ・海苔等の施設は激甚災害指定を受けた。これにより県内のホヤは消滅。ホヤは養殖開始から収穫まで3年以上かかるため、宮城県産ホヤは早くても2014年までは流通は停止する。

福島第一原子力発電所の事故を受け韓国政府による日本産水産物等の輸入規制措置。

2011年3月、福島県を含む8県50種の水産物の輸入禁止を始めとした日本産食品の輸入規制を実施。

2013年9月、福島第一原発における汚染水流出問題を受け、日本産水産物等の輸入規制が強化された。

全ての日本産食品で追加の放射性物質検査義務が課せられるなど、措置範囲が拡大された。2026年現在も撤廃されていない。



宮城県漁業協同組合志津川支所撮影

出典 JF宮城志津川町支所



出典 FNN仙台放送スーパーニュース2014年7月4日 オンエア写真

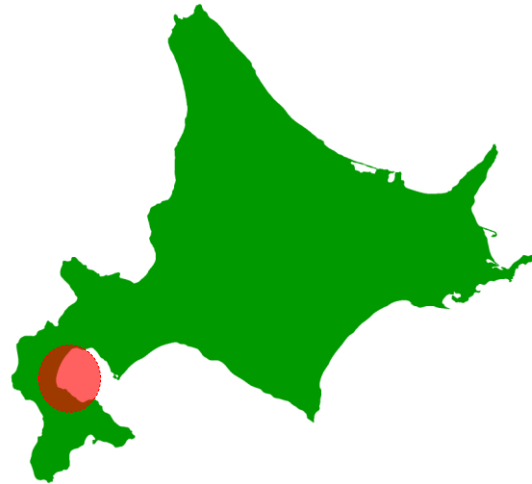
## 2011年5月に韓国から逆輸入

震災直前の2011年2月まで宮城県から韓国にホヤが輸出されてきたことは前述のとおりであるが、現地では規格外の原料を全て剥き身にして冷凍加工していたことから、原料としてそれを逆輸入（累計2回12トン）し、震災後の6月から8月までの期間、東北太平洋側のスーパーマーケットに供給。消費者に届けることができた。



## 2012年1月 北海道産ホヤとは

北海道八雲町(噴火湾)で2010年頃から一部の生産者が試験的にホヤ養殖(韓国輸出予定)を行っているという情報がもたらされたことから、現地に赴き、JF北海道八雲町落部地区の青年部と繋がった。協議の末、国内販売向けの原料として買受けることに合意。課題は北海道漁業協同組合連合会(道漁連)の買参権取得であったが、道漁連は被災地支援の一環なのか買参権を異例の即日発行。また使用していない漁師小屋を賃借し、八雲町落部地区に北海道工場を設置。作業員10名を現地採用した。これが2012年5月以降北海道産ホヤが全国的に流通する仕組みができ上がった瞬間である。また生産性向上を目的に宮城県女川町のホヤ生産者を雇い入れ、現地漁業者に対し技術指導と種苗生産の指導を行い、現在は年間5,000 tを生産するまでに成長している。



2012年に八雲町落部の漁師小屋を改装して作った工場。現在は隣町の森町に移転している。

2012年と2013年は北海道産が国内シェアをほぼ独占していたが、宮城県産ホヤが復活した2014年3月以降は、宮城県産は国内へ、北海道産を韓国輸出に切り替えた。（国内市場でのバッティングを避け、流通価格を維持させる目的）これは現在も継続している。

## 2013年 宮城県産生鮮帆立を仙台空港から香港に空輸

国内の帆立産地は北海道・青森・岩手・宮城の1道3県であるが、立地的に宮城県は最大の消費地である東京から一番近い帆立の産地ということで、2016年頃までは宮城県産帆立のほとんどが国内向けに生鮮出荷(活貝・生貝柱)されてきた歴史がある。また当時の宮城県では帆立を冷凍加工するという概念が無く、凍結設備を保有する事業者もほとんど無かった。

そのため日本から海外に輸出されてきた帆立(冷凍両貝・冷凍貝柱)は、国内生産量(約40万ト)の7割を占める北海道産が主で、2000年代以降はEUへ、2010年以降は中国や米国等へ輸出され、北海道ブランドが確立されてきた。宮城県産の帆立が海外に輸出されるケースは非常にレアであったが、香港側から品質が評価され、開始から1ヶ月後には3トン強/日が輸出されるようになっていた。これは仙台空港が民営化される前の事例であり、直行便もなく使用機材も小さかったことで、土日は乗客の荷物を優先させる方針が示され、現地需要を満たせなくなってしまい、新千歳空港に切り替えた。しかし新千歳まで陸送すると水揚げから1日遅れて現地に到着するようになってしまったため、鮮度保持に課題が残り、香港への帆立輸出事業自体が先細りとなっていく。その後、冷凍帆立貝柱の輸出の可能性を探るようになっていく。



香港フェニックスTVからの取材



宮城県女川町産の帆立



2013年4月 仙台空港の爆発物検査の様子



## 2013年香港・シンガポールの市場調査

生鮮帆立の香港輸出を行っていた頃、現地マーケットを調査中に目に留まったのが牡蠣であった。両国とも中華圏でありながら牡蠣を生で食べる（欧米文化）食文化が根付いており、レストランやホテルのビュッフェには必ずといっていいほど牡蠣が並んでいた。しかも全て生きており、米国・フランス・アイルランド・オセアニアなど世界中から集められた牡蠣であった。そこで疑問に思ったのが、日本は牡蠣の一大産地（世界第4位2019年）であり、距離的に欧米より香港に近く、輸送アクセスが良い日本の牡蠣が、何故店頭に並んで無いかということだった。帰国後に財務省の貿易統計を調べたところ、牡蠣の輸出実績はあるものの、統計上2011年まで、区分（生きているもの、生鮮、冷凍）されておらず、生きた牡蠣が輸出された実績は、2012年に僅かな量が東南アジアに輸出されているだけであることが分かった。

### テスト輸出

同年、宮城県内の牡蠣生産者から殻がついたままの牡蠣を仕入れ、試験的に香港とシンガポールへ2度の空輸を試みたが、現地からのフィードバックは「口が開いている・水槽に入れても復活しない・鮮度が悪い」など一考の余地がある回答であった。

そこから熟慮が始まり、フランスやニュージーランド現地の牡蠣養殖施設の視察や現地市場調査を行い、辿り着いた答えが日本と欧米諸国では牡蠣の食文化も異なり、養殖方法にも大きな違いがあることが分かった。もともと日本では牡蠣は冬に食べ、剥き身の状態で流通するのがビジネス習慣としても定着しているが、欧米やオセアニアでは当たり前のように生きている牡蠣が通年流通し、食卓に並べられる直前に殻が外される。そのため生産者も日持ちする生命力の強い牡蠣を生産することが一般的で、浅瀬や干潟等の潮間帯で養殖が行われていることが分かった。



財務省 1988年以降統計開始	
2011年までは「かき」HSコード	030710000
2012~2016年「かき」細分化	030711000 生きているもの 生鮮・冷蔵 030719100 くん製したもの 030719900 その他のもの
2017年~	更に細分化 030711000 生きているもの 生鮮・冷蔵 030712000 冷凍したもの 030719100 くん製したもの 030719900 その他のもの



## 日本の垂下式養殖と欧米の潮間帯養殖

垂下式養殖とは日本で考案され100年程の歴史がある伝統的な養殖技術で日本の各産地に導入されている。この養殖法の最大の利点は水深を活用し、限られた面で効率良く牡蠣を量産できることが挙げられる。この方法で作られた牡蠣は水揚げ直後に人手によって剥き身にされ出荷される。そのため殻の形状にはこだわりはない。  
 ※約1年～2年間、常に海中で育てられるため、水揚げから2日～3日程で口が開いて死んでしまう。



干満差を利用して、空気中で鍛えながら養殖する方法で、殻が厚く、貝柱が大きくなり、生命力の強い牡蠣に仕上がる。米国・フランス・アイルランド・オセアニアは主流。現地レストラン等では冷蔵ショーケース等に牡蠣を陳列させるため、殻付きで長期冷蔵保存が可能なものを求めている。  
 ※日本の漁港の棧橋や防波堤の水際には、牡蠣が覆いかぶさるように大量に付着している。干潮時は空気中に露出するが、牡蠣は生きている。



※当時日本での導入事例は北海道厚岸のみ。（1999年 豪州視察後に導入した先進事例）

なぜ輸出なのか？

# 牡蠣の事例 99年続いている伝統の牡蠣養殖

宮城県の牡蠣生産者数



**64%減**  
生産量は1/3



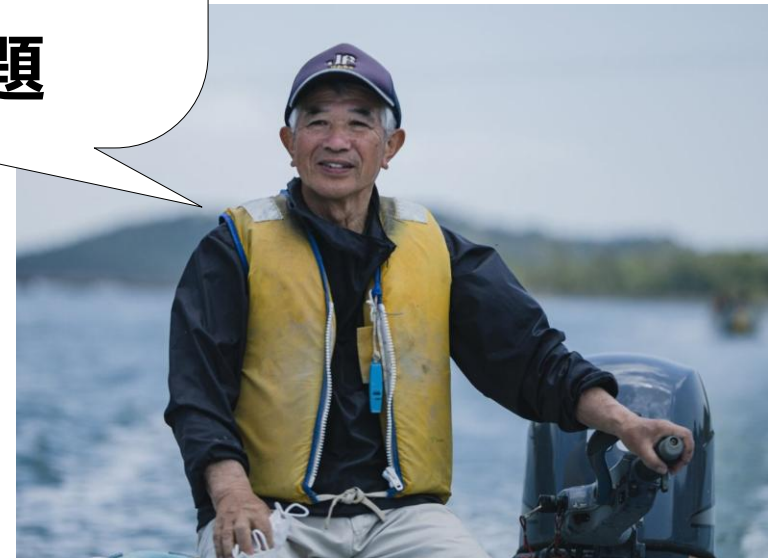
**低所得**

1 経営体当りの生産金額  
680万円 H27宮城県調査

**高齢化**

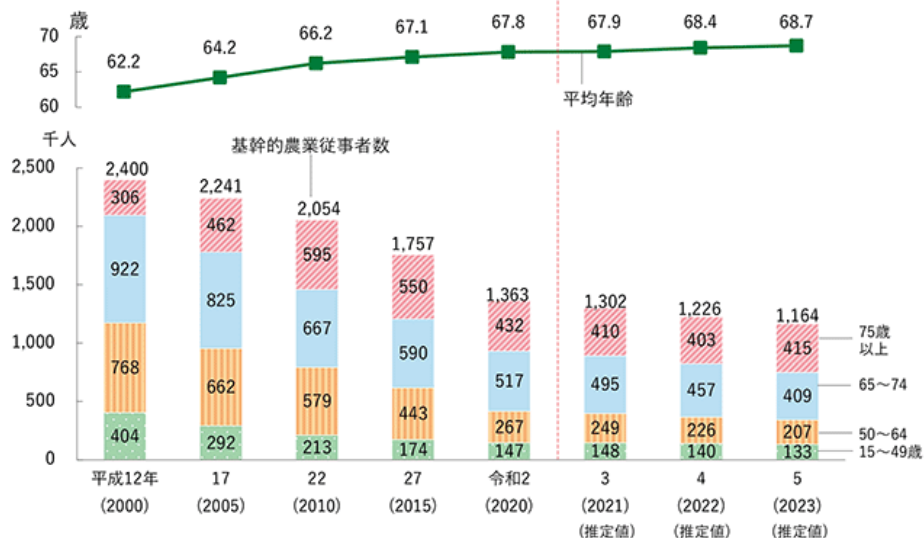
**担い手問題**

→ **何故？**



# 農業従事者・漁業従事者数推移

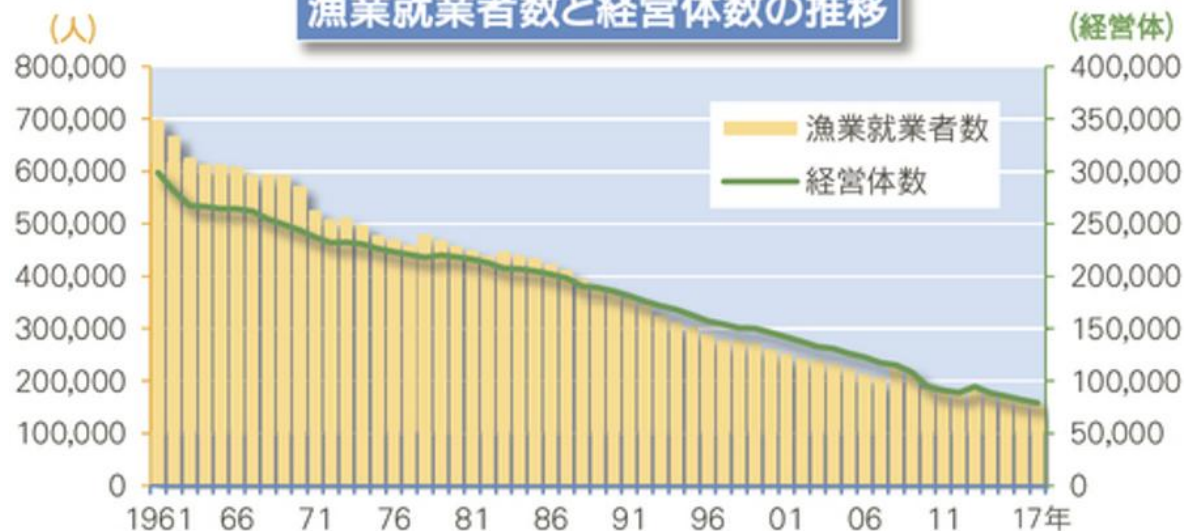
図表3-2-2 基幹的農業従事者数と平均年齢



資料：農林水産省「2000年世界農林業センサス」、「2005年農林業センサス」、「2010年世界農林業センサス」(組替集計)、「2015年農林業センサス」(組替集計)、「2020年農林業センサス」、「農業構造動態調査」を基に作成  
 注：1) 各年2月1日時点の数値。ただし、平成12(2000)、17(2005)年の沖縄県については前年12月1日時点の数値  
 2) 平成12(2000)年及び平成17(2005)年については販売農家の数値  
 3) 令和3(2021)、4(2022)、5(2023)年については、農業構造動態調査の結果であり、標本調査により把握した推定値

2020年に農林水産省が発表した調査では、農業就業人口は1960年の1,273万人からこの半世紀で約6分の1に大幅減少。2023年の基幹的農業従事者数は約116万人、また従事者の高齢化が深刻で、平均年齢は69歳を超えている。(2024年)

漁業就業者数と経営体数の推移



\*出所：農林水産省 \*漁業就業者数、経営体数ともに当年の11月1日時点の値  
 \*2010年、11年、12年は岩手、宮城、福島県を除く値  
 \*漁業就業者は満15歳以上で過去1年間、漁業の海上作業に30日以上従事した者を指す

農林水産省が発表した「平成29年漁業就業動向調査」によると、2017年11月1日時点の漁業就業者数は前年同期比4%減の15万3490人。統計が始まった56年前の70万人から減少が続く。また漁業者の高齢化が進み、廃業や陸上作業へ移行しているためと同省は説明している。

# 現在の日本のサプライチェーンは



生産者は**値付け**できない

## 卸売市場 オークション



卸売業者

## 卸売市場法

生産者と消費者の利益を平等に且つ公平公正な取引を目的に1957年施行





小売店 (量販店)



小売価格決定が流通価格に干渉？

# 総務省統計 区市町村別 住民1人あたりの年間平均所得 2018年

- 1位 東京都港区
- 2位 東京都千代田区
- 3位 北海道猿払村
- 4位 東京都渋谷区
- 5位 東京都中央区

品目別輸出額 (農林水産省)			
			
ホタテ貝	ウイスキー	日本酒	ソースなどの調味料
910億円	560億円	474億円	483億円
前年比 42.4% ↑	前年比 21.5% ↑	前年比 18.2% ↑	前年比 11.2% ↑



資源管理と **輸出**

オホーツク海のホタテ漁師

1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月

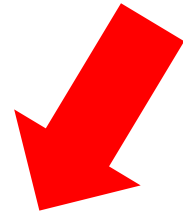
需要期

OFFシーズン

需要期



相対取引の海外へ



直接輸出

地域の資源は  
地域に還元

-50℃ 急速凍結  
2014年～

凝固点までの到達時間を  
極限まで短く



MIYAGI  
OYSTER  
PROJECT



生産者1,000万円  
プレイヤー誕生  
西日本に横展開

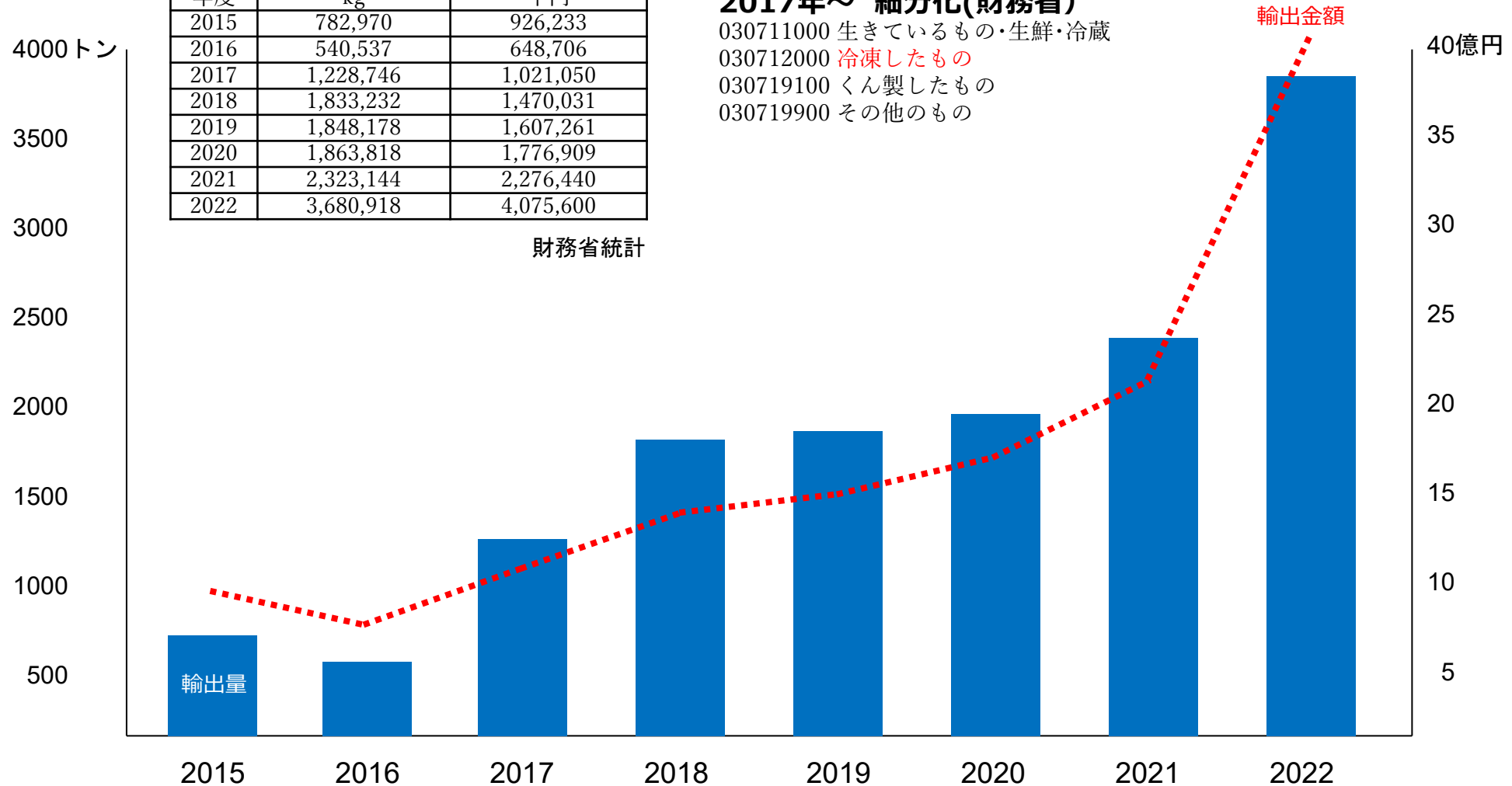
# 財務省輸出統計 冷凍殻付牡蠣

年度	kg	千円
2015	782,970	926,233
2016	540,537	648,706
2017	1,228,746	1,021,050
2018	1,833,232	1,470,031
2019	1,848,178	1,607,261
2020	1,863,818	1,776,909
2021	2,323,144	2,276,440
2022	3,680,918	4,075,600

財務省統計

## 2017年～ 細分化(財務省)

- 030711000 生きているもの・生鮮・冷蔵
- 030712000 冷凍したもの
- 030719100 くん製したもの
- 030719900 その他のもの



# トレンドになった冷凍殻付牡蠣輸出のビジネスモデル

2022年度  
冷凍殻付  
牡蠣  
3,680トン

台湾・香港・タイ・シンガポール  
ベトナム・マレーシア



2022 財務省輸出統計

105	中華人民共和国	KG	72880
106	台湾	KG	1318792
108	香港	KG	953004
110	ベトナム	KG	293682
111	タイ	KG	99944
112	シンガポール	KG	438040
113	マレーシア	KG	235115
116	ブルネイ	KG	900
117	フィリピン	KG	60723
118	インドネシア	KG	7680
120	カンボジア	KG	960
122	ミャンマー	KG	2250

我々は冷凍殻付牡蠣輸出のパイオニア 東北でも新規事業者増加

## 2016年 大型設備投資実施

- ・国内生鮮出荷から、米国進出を目指し、冷凍帆立貝柱（玉冷）製造に移行
- ・世界最高峰の日本の技術力
- ・HACCPプロセス導入後、FDA認証を取得



### ホタテ自動生剥機

自動化ロボット 11人分の処理能力  
殻・内臓・貝柱を自動で分離・手剥きと同等製品可



### トンネルフリーザー

マイナス45℃で20分 500kg/hの処理能力。  
高品質 高い生産能力




### プロトン凍結機

磁場を形成し、細胞を破壊せずマイナス40℃で急速凍結。  
解凍後のクオリティーに大きな差が生まれる

# 2017年 宮城県産の冷凍帆立貝柱「玉冷」が初の海外へ

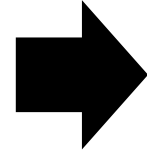


現在は9年が経過し、米国・台湾・タイに販路拡大。事業全体の柱に成長（売上規模の70%）している。

 2021年日本航空ファーストクラス機内食に採用

PIXTA

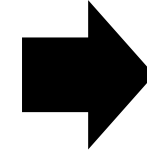
# 生鮮帆立貝柱



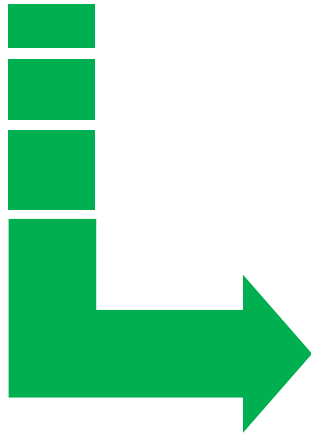
# 国内生鮮市場



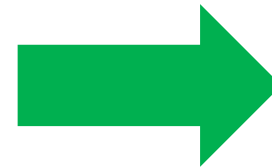
PIXTA



# 値崩れ (市場原理)



# 冷凍加工



# 相対価格で売買契約

年間の生産計画やKPI・ロードマップが作りやすい



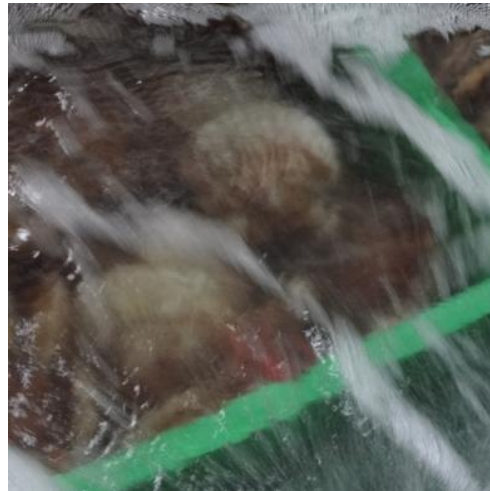
PIXTA

# 生鮮魚介類輸出 全国から集められた水産物を東京⇒世界へ



# 成田公設市場内に水槽設備設置（生鮮空輸の基地）

2019年7月にベトナムホーチミンシティに現地企業と合弁で現地法人YamanakaVietNam Co.,LTD.を設置。現在ベトナム国内のレストラン・ホテルなど300店舗弱に日本産生鮮魚介類を供給しており、製造→輸出→輸入→卸→飲食店経営まで一気通貫の体制を構築している。主に東京豊洲市場と成田市場に集まる様々な魚介類をベトナム等に週に2便のペースで供給しており、特にホタテやハマグリ等の二枚貝やツブ貝を成田市場内の水槽で畜養し、高鮮度（直前まで生きている）を保ったまま空輸している。また最近のトピックとしては日本国内で2022年9月の1号店オープンからわずか2年弱で200店舗、2025年には390店舗を突破し爆発的なスピードで急成長しているうなぎ専門店の「鰻の成瀬」のベトナム進出（現在3店舗）のサポート業務を行っており、日本と中国からの鰻の原材料を同社店舗向けに輸出から納品までを行っている。



成瀬WEBサイト

現地法人が運営するレストラン3店



石巻の企業とコラボ

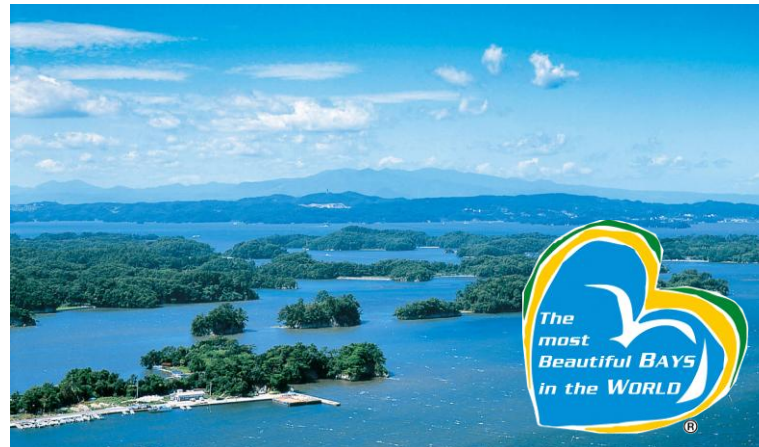


# 2019年 松島湾の浅瀬を活用した潮間帯養殖「生命力の強い輸出用の牡蠣づくり」



MATSUSHIMA BAY OYSTER RESORT PJT 令和2年度 GFPグローバル産地に認定

「最も美しい湾で作られた美しい牡蠣 牡蠣養殖×ツーリズム」 インバウンドと関係人口の増加・新規就労のフックに



2013年12月松島湾は日本初の世界で最も美しい湾クラブに認定

# 輸出の可能性を導き出すための調査ポイント（STP分析）

## Segmentation（セグメンテーション）：市場の細分化

地理的、人口動態（年齢・性別）、心理的（ライフスタイル）、行動（購買頻度）などの変数を用いて、市場全体を類似したニーズを持つ顧客グループ（セグメント）に分割する。

## Targeting（ターゲティング）：目標市場の選定

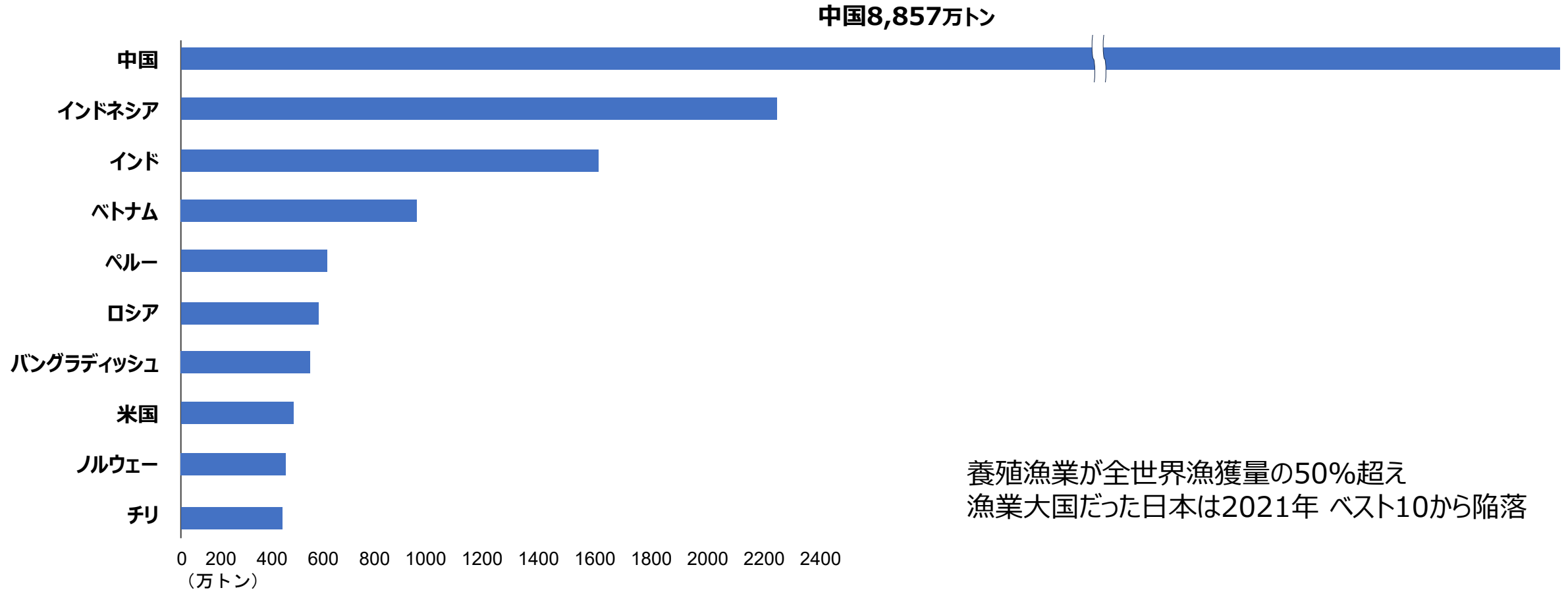
細分化した市場の中から、自社が最も大きな利益を上げられそうな、あるいは優位性を発揮できるセグメントを選び、ターゲットとする。

## Positioning（ポジショニング）：自社の立ち位置の明確化

選定したターゲット市場において、競合他社と比較して自社の製品やサービスが顧客にどのように認識され、どのような価値を提供できるのか（価格、品質、機能、デザインなど）を明確にし、差別化を図る。

# 仕向国の食文化・人口動態・飲食店数等の食料品事情をキャッチアップ

## 一例として漁獲量



養殖漁業が全世界漁獲量の50%超え  
漁業大国だった日本は2021年 ベスト10から陥落

出典 FAO (国際連合食糧農業機関) 2023年を参考

# 市場の細分化・ターゲティングとポジショニング

日系市場とローカル市場のサイズ（店舗数ベース）を数値化（2019年作成）

タイ Thai 人口6904万人	資本別	量販店 ショッピングモール 百貨店	コンビニ	飲食店
	ローカル	<b>940</b> 店 ベトナム資本 96 タイ資本 85	<b>10,007</b> 店 CPグループ タイ最大の民間企業財閥	<b>231,916</b> 店 泰 Wongnai2019 食ベログ
	日系	<b>85</b> 店 Maxvalu AEON・Fuji 東急・伊勢丹・高島屋	<b>1,230</b> 店 日タイ合弁 ファミマ・ローソン	<b>3,767</b> 店

ローカル 98.5%

日系 1.5%

出所 JETRO [Wongnai](#)（タイ版食ベログ）

ベトナム Vietnam 人口9554万人	資本別	量販店 ショッピングモール	百貨店	コンビニ	飲食店
	ローカル	<b>181</b> 店 ベトナム資本 96 タイ資本 85	<b>63</b> 店 ベトナム資本46 マレーシア4 韓国13	<b>1,295</b> 店 ベトナム資本 1019 アメリカ資本 276	<b>212,000</b> 店 越 投資計画省2018 ※Café 220,000
	日系	<b>4</b> 店 AEON	<b>1</b> 店 高島屋	<b>379</b> 店 ファミマ・ミニストップ 日越合弁	<b>770</b> 店 ホーチミン 400店 日本人オーナー50%

ローカル 99.7%

日系 0.3%

出所 JETRO Vietnam投資計画省

STP分析から導き出されたもの

## 輸出戦略におけるセグメンテーションとターゲティング

日本側・仕向国側の制度・規制を満たす必要があり、商品は仕向国側（当局）への登録が必要で、特に加工食品・使用している資材・食品添加物・農薬に至るまで、この手続きが必須となる。

### 日系社会向け

既にサプライチェーンは構築されており、日本産の商材は認識されやすく、ニーズもある。また原材料系商材より、最終製品の受入れが定番で、納入量は限定的。大手食品商社経由の輸出がセオリー。

#### 小売店向け

冷凍食品は可能。消費期限の長い加工品、ドライ製品・お菓子・レトルト食品茶葉・乾麺や調味料・酒類・米などのパッキングされた最終製品。冷蔵の生鮮食料品は難あり。

新興国においてはコールドチェーンや保管施設等に課題が残る

#### 飲食店向け

乾麺や調味料・日本酒や日本産ウイスキーなどの酒類・和牛など。

個人経営の場合、在庫リスクを避けるため輸入卸に依存。

輸入卸のハンドリング次第で冷凍水産物や生鮮食料品の供給は可能

### ローカル向け

市場は圧倒的に大きい。ローカル側で新たなサプライチェーンを構築するところから始まる。安全性や品質をアピールし、日本らしさ・日本の食文化のストーリーを活かし、新規市場を開拓できる素地はある。

#### 小売店向け

日本産食材の売り場がないことから、調味料や菓子類などの消費期限の長いものであっても限定的。

マーケットインの考え方で現地食文化に寄せた商材や商品づくりから戦略を立てる必要がある。

国内では手の届かない大手企業に採用されるケースもある。

#### 飲食店向け

積極的な商品の提案によって開拓できる素地は十分ある。

日本酒や日本産ウイスキー等の酒類・和牛・帆立貝柱・タコ・養殖ブリなど生鮮・冷凍問わず。

ローカルベトナム料理店のメニューに「刺身」が載るなどのミラクルもあり得る。

**長時間のご清聴ありがとうございました。**