

日本の冷凍水産物輸出協議会

■取組の背景

- 高級食材であるトラフグは、近年、国内におけるトラフグマーケットが縮小し、市場相場価格も下落傾向となっている。市場相場価格が下落していることから、トラフグ養殖業者を始めとして、トラフグを扱う飲食店等において、事業継続が困難となりつつある。
- 一方で、コロナウイルスの流行前はインバウンド客によるトラフグ消費量が一定量存在し、トラフグは日本でしか食べることのできない魚として認知が進んでいる。

■取組の目的

- トラフグを中心とした養殖魚の輸出版売
- 高品質を保持した製品輸送スキームの構築
- 輸出先現地における市場調査

■協議会の構成員と役割

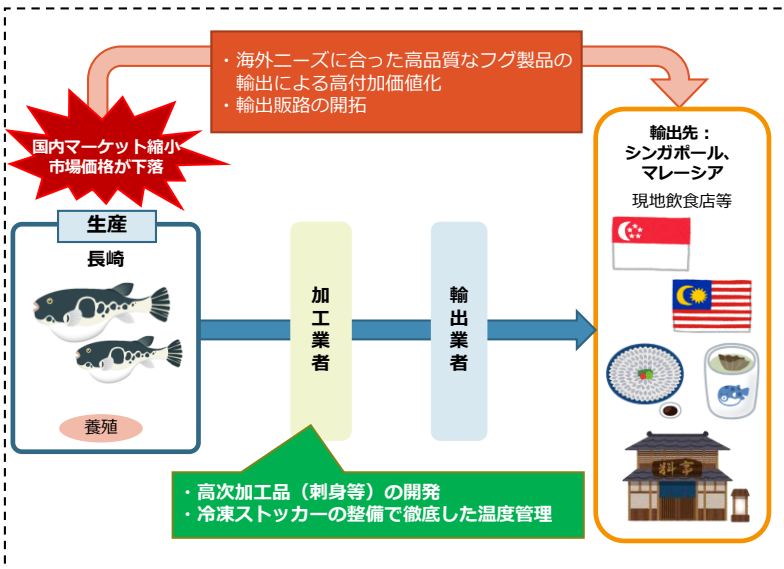
	段階	名称	具体的な取組内容
事業実施者	生産	有限会社島原種苗	・ フグを中心とした養殖魚の生産
	加工販売	株式会社関門海	・ 輸出対象魚の加工・販売
	輸出	有限会社ジェイズコーポレーション	・ 輸出業務

■取組内容

生産	◆海外におけるニーズの調査 ✓ 海外で需要のある魚種の調査➡海外においてニーズのある魚について調査を実施し、 ニーズに沿った魚種の輸出を検討 ✓ 出荷体制及び輸送方法の再検討➡高品質な冷凍商品を製造するためには、原料となる水産物の高鮮度保持が重要となるため、雪状塩水氷製氷装置を導入し、 高鮮度かつ活魚輸送よりも少ないコスト での輸送の実現を図る
	◆需要に応じた商品の開発・製造 ✓ 品質向上のための加工技術・機器の検討 ➡海外からの需要を踏まえ、衛生的な 高次加工品（刺身、ふぐし等） の開発 ✓ 輸出向けパッケージの検討 ➡海外における販売パッケージに関する調査結果を基に、 海外のニーズに沿っており、品質保持が可能なパッケージを検討 ✓ 冷凍ストッカーの整備 ➡高次加工品の保管には温度管理が徹底された保管体制が必須となるため、輸送業者に冷凍ストッカーを整備し、温度管理を徹底した商品の保管を行う
加工・流通	
輸出	◆販売促進のためのプロモーションの実施 ✓ 輸出市場及び販売ルートの調査 ➡輸出対象魚各々の販売ルート等について調査を実施 ✓ プロモーション活動の実施 ➡海外における展示会への出展等により、日本産養殖魚のPRを行う

フグを中心とした日本産養殖魚の輸出促進

■取組の概要



■取組の現状と今後の展望

- シンガポール現地ではコロナ禍が落ち着き、現地の飲食店も順調に回復。現地マーケットの回復に伴い、現在では定期的にフグの輸出（身がき製品中心）を実施。
- また、国際ふぐ協会と連携した現地でのPRを実施。
- 今後も現地でのPRを行いながら、フグの輸出を継続。特に、今後は現地でニーズのある白子やヒレなどの部位についても輸出拡大を図る。

★本取組によって得られたバリュー★

新規マーケット開拓

海外展示会への出展による日本産養殖魚のPR活動

付加価値向上

高次加工品の開発加工品原魚の高鮮度出荷体制の整備

商品開発

現地ニーズに沿った高次加工品の開発