

遠山貿易が国産魚対印輸出

安定機構報告会で意欲



インド輸出の取り組みを発表する
遠山貿易の遠山社長

水産物安定供給推進機構（東京都千代田区）は11月27日、水産庁補助事業を活用し、漁業者や加工業者、卸売会社らが連携して商品開発などに取り組む事例報告会を同区で開いた。遠山貿易（福岡市）はインド向けの日本産水産物の輸出状況などを説明。新しい海外マーケットとして「所得向上や食生活の変化により

今後大きな市場形成が期待できる」と意欲をみせた。

同社は台湾や香港、マカオ、ベトナム、タイ国、シンガポール、アラブ首長国連邦、モルディブ、カナダに日本産鮮魚の輸出実績がある。2024年からインド市場の新規開拓に着手。福岡市場の仲卸らと協議会を組織し、連携しながら同国内でのマーケティングなどに乗り出した。

同社によると、同国内で15年に約80店だった日本食レストランは25年に約400店に増加。タイ国やベトナムなど他の日本食が人気な国と比べて

依然少ないものの、日本企業のインド進出加速に合わせ、日本食の普及も現地日本人、インド人双方へ拡大し、「世界最大の人口を抱え、今後の急速な経済発展が見込めるインドは大きな商機、および日本産水産物のプレゼンスを高める機会と認識している」（同社）。

現在、インドの日本産水産物流通はハンドキャリーによる違法な持ち込みなどに限られるとされる。そのため同社は衛生的で品質の高い日本産水産物を正規ルートでリーズナブルに供給することを目指す。供給量が少ない初期は冷凍状態で日持ちのするパッケージ商品の開発を進める方針。30年度の年間売上高目標は7800万円。

同社は2月14日の在インド日本大使館天皇誕生日レセプションで大使館メインブースに出展、

にぎり寿司を提供した。26年の同レセプションでも同様の取り組みを計画する。

なお、同報告会には水産庁をはじめ、官民合わせて水産関係者約180人が出席。同社の他、自治体や漁協、卸、大手珍

味メーカートップらが自身の取り組み事例を発表した。同庁の補助事業を活用し、地域一体となった地魚や未利用資源の高付加価値化など、これら取り組みの横展開を図ることが目的で、参加者同士で情報交換も行った。

ジヨッキ、製造自動化に力

安定機構報告会で紹介

極洋の100%子会社で大手乾燥珍味メーカーのジヨッキ（東京都練馬区）の工藤昭英社長は、水産物安定供給推進機構がこのほど都内で開いた水産庁補助事業の活用事例報告会に登壇した。珍味商品の包装工程に自動計量機を導入することで人手不足を解消し、多種多様な魚種を生かした商品開発・製造に取り組んでいることを紹介した。

いて、三枚おろしや開き加工工程を機械化し、流通量拡大、県内漁業者の所得向上を目指すもの。

麻野さんは設備導入効果について、「ハモの加工生産量が1人当たり1・2倍にアップ。余った人員は別の魚の加工作業に配置する」などと説明。通年出荷できる地魚確保のため、急速冷凍できる液体凍結機も同協議会と導入した結果、既存顧客のホテルから液体凍結加工品を受注するなど

の成果があったという。今後は県外取引先への凍結加工品の拡販、電子商取引（EC）販売や輸出も検討したいと意欲をみせた。

同報告会ではその他、愛南サステイナブルフィッシュ加工連携協議会メンバーの愛南漁協がMEI（マリン・エコラベル・ジャパン）認証を活用した養殖マダイの流通促進、旬の地魚がおいしいまち・秋推進協議会メンバーの山口県萩市が地域一体となった低利用資源の活用促進、インド向け水産物輸出加速化協議会メンバーの遠山貿易とデイスカバリーワンが同国向け日本産水産物の輸出促進についてそれぞれ講演した。

同社は主力原料のイカ・日量1万袋から1万2000袋への増加が見込め、そうと話した。これら取り組みは「モノづくりの仕組みを見直す一環」と指摘。「人件費も上がる中、属人化から機械による自動化への転換が求められる」と強調した。

がメンバーとして参画する徳島水産物販路推進協議会の取り組みについても報告があり、同社社長室秘書でマーケティング担当の麻野紀子さんが地域連携による地魚の活用策を紹介した。全国トップシェアながら旬の時期以外は安価に取引されるハモや、下処理に手間がかかるため流通が難しい小型のボウゼ（イボダイ）やカマス、アジなどにつ

徳島魚市場は地魚活用促進

同報告会では、水産卸の徳島魚市場（徳島市）

工藤社長は自動計量化の効果として、包装工程での9人から5人への人員削減、生産パック数の



講演するジヨッキの工藤社長（上）と徳島魚市場の麻野さん

水産珍味の計量工程を統一

工藤ジョッキ社長、標準化で発表

水産物安定供給推進機構（本川一善理事長）は11月27日、都内で「2025年度第3回水産加工業者等による取組事例の報告会」を開いた。リアルとオンライン合計で過去2回を上回る180人が参加し、同機構が行う水産庁補助事業に採択された5事例の発表に耳を傾けた。このうち、極洋の完全子会社でコンビニエンスストア向けのおつまみ製品中心の製造販売を行う㈱ジョッキの工藤昭英社長は、主力魚種のイカが深刻な不漁に陥る中で、魚種によらず対応できる加工工程の標準化の現状を話した。

水産物安定供給機構・報告会

工藤社長が取り上げたテーマは、「CVSに向けた多様な魚種活用による商品展開」。同社の売り上げは大手コンビニ向けで9割を占め、イカ製品が7割となっている。

近年のコンビニの珍味売場は菓子、素材、珍味の3カテゴリーのうち、素材のグミ市場が大きく伸長。水産が含まれる珍味カテゴリーの売り上げは前年対比100%前後で推移している。

しかし中身をみると、水産に比べ原料の価格安



「水産加工業者等による取組事例の報告会」のリアル会場の様子

て軟らかい食感を好む近年の消費者ニーズに合った畜産の伸びが支える。グミ市場伸長の背景にあ

るかむ力が弱まった消費者の嗜（し）好にもマッチしている。

一方で、水産珍味はイカ原料不漁で3年連続値上げ。棚数も減って一商品当たりの販売量が低下する中で、ある大手コンビニの売場では「アイテム構成比が水産42%に対し畜産24%にもかかわらず、肉が売り上げ1位と逆転を許した」。イカ原料に限定しない提案が欠かせないと話した。

ただ、豊富な漁獲量を背景に安価に原料調達ができていた頃の名残で「個別の商品に特化した生産ラインが出来上がっている」現状があり、魚種別で使用する機械が異なるため加工工程の標準化の難しさに直面している。

そんな中で機構による25年度水産加工連携プラットフォーム支援事業を活用し立ち上げた多魚種活用プロジェクトでは、さまざまな商品形態があるため、基本は手詰め対応していた包装作業の計量工程に機械を導入し自動化。「統一化（標準化）が図れた」と実績を話した。標準化するうえで色や長さ、脂質の一定化のほか、鮮

度管理基準などを設けるなど原料調達会社と連携する必要があったことを紹介した。

標準化で持続的成長

生産ラインを一度つくり上げても、天然魚である以上は量が獲れないということがある。工藤社長は今後の「持続的成長のために標準化ができないか取り組んだ」と狙いを話したほか、「厳しい状況下だが、水産物を取り扱う一員として、水産物消費拡大に寄与できるよう最大限努力していく」と意気込んでいた。

当日は、徳島魚市場㈱の社長室秘書の麻野紀子氏が「地域連携による地魚の活用促進」、愛南漁協販売促進部の岡田孝洋部長が「MEI認証を活用した養殖マダイの流通促進」、秋市農林水産部水産課の白井暢水産振興係長が「地域一体となった低利用魚資源の活用促進」、遠山貿易㈱の遠山一記社長と網谷繁彦顧問、㈱ディスカバーワンの田窪三紀夫社長が「インド向け日本産水産物の輸出促進」で、それぞれ話題提供した。

