

第1676号

9

2024年

ISSN 0039-4866

水産総合月刊誌

明治25年9月26日第三種郵便物認可 令和6年8月25日印刷納本
令和6年9月1日発行(毎月1回1日発行 第1676号)

水産界

◇ 漁業法及び水産流通適正化法の一部改正について

◇ 高碕達之助先生顕彰碑



ロシア200海里水域さけ・ます試験操業の水揚げ（花咲港）

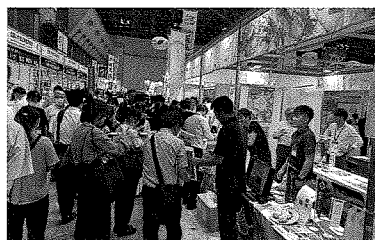
能登半島地震からの復興に向けた県産魚PR ～加賀も、能登も。「おもしろい県」～

— JFいしかわ & 石川県水産課 —

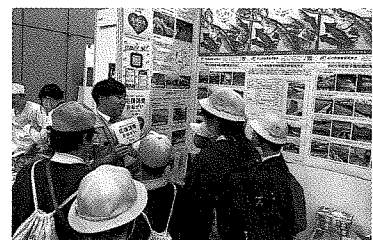
石川県は2015年北陸新幹線金沢開業、2024年敦賀延伸の影響も受け、人気観光地となり、観光客は食、その中でも海産物を目当てに来るといふ。しかし、残念ながらこれまでそのような絶好の機会をうまく生かすことができないまま、漁業者は、鮮魚流通をメインに市場へ出荷したら終わり、行政もさほど力を入れてきていなかった。

奇しくも転機は70年ぶりと言われる漁業法の改正だったのかもしれない。資源管理が1丁目1番地と言われる中、何のための資源管理なのか、資源が増えたら自動的に皆もうかるのか？現場漁業者、漁協、行政一体となって今よりもっとよくなる、「水産業の成長産業化」を目的に、消費者目線を持ちながら、需要は何か、求められているのは何なのか、川上から川下までを意識するようになった。

シーフードショーへの出展については、そうした中での話で、2023年8月に初出展した。石川県の強みを生かしたブースにしようと、①オール石川で全ブースを仕切らずにメインビジュアルを統一②観光、文化との連携③試食には地酒も併せて提供、の3点を工夫した。本県は、鮮魚流通主体でいつでも出せる商品は限りなく少ない中、逆に四季折々の魚のPR、石川県に来て食べてもらうための漁業関係者おススメの店をまとめた「魚の食べられるお店」冊子を配布した。試食は、輪島の海女手摘みもずく、小木の船凍するめい



シーフードショー-2023



シーフードショー-2024



かそうめん、甘海老&サワラの刺身の3パターンで、他のブースにはないこともあり、特に人気だったのはここに合わせた地酒であった。初出展で大きな成果だったのは、商談だけでなく、他の出展者の商品展開、また商談の中で求めるニーズが今どこにあるのか、を学べたことだと思う。次に展覧するのは1年後と思っていたが、まさかの2月に大阪で展覧することになった。きっかけは令和6年1月1日16時10分に発生した最大震度7の能登半島地震である。震災後2ヶ月弱の大阪は正直なところ、考えていなかったが、大日本水産会高瀬専務からの電話で、「ブースを設けるのでぜひ現状を来場者に伝えてほしい」とのことだった。大変な時だからこそ、テレビでは伝わらない現状を伝えるべき、また多くの支援をいただいたお礼もすべき、との思いで出展させてもらった。結果としては、商談できるものがあるわけではないが、「漁に出られるようになり、魚が揚がればぜひ取扱いたい」、「現状ここまでひどかったなんて知らなかった」、など励まされる形になり、きっかけをくれた大日本水産会に感謝である。

県内最大規模の輪島における漁の全面再開が未だできない状況下ではあるが、今年の夏のシーフードショーでは、震災の現状とそんな中、漁の再開をした四季折々の魅力ある「おもしろい県」の水産物をぜひブースにて見に来てもらえたらと思う。(もちろん、日本酒は昨年以上に準備)元通りまでにはまだまだ時間がかかるが、多くの方が石川県の魚を待っている、その思いをしっかりと漁業者にも届けたい。

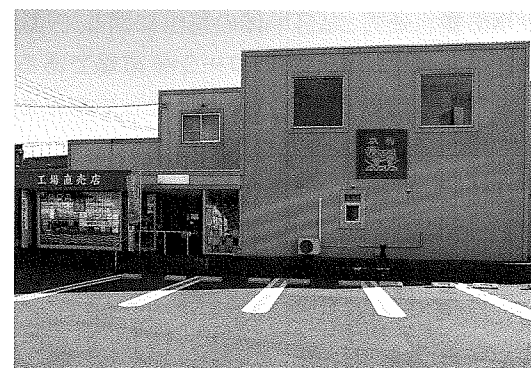
いざ輸出!! イスラム市場へ日本の水産業界

ハラルビジネスでニッチトップ戦略 ⑱

全世界に約20億人とも言われるイスラム教徒のハラルマーケットは、輸出、インバウンド共に今後成長が見込まれます。一般社団法人ハラル・ジャパン協会の紹介により、ハラル認証を取得し、イスラム教徒向け水産物販売に取組む企業を連載で掲載してまいります。

企画：一般社団法人ハラル・ジャパン協会 ホームページ：<https://jhba.jp>

株式会社 磯駒海苔



株式会社磯駒海苔は1984年に静岡市駿河区丸子で設立され、海苔を中心とした食品および贈答品の製造・販売を行っています。

静岡市が面している駿河湾は水深が深く、豊富な海洋資源を有しています。

特に、駿河湾の特産品である「桜えび」はその美しさと希少性から「海の宝石」と呼ばれ、その風味と品質の高さから、多くの人々に愛されています。弊社の人気商品である「のりたっぷり桜えびふりかけ」は、のりと駿河湾産の素干し桜えびを丸ごと贅沢に入れた逸品です。ふりかけ日本一を決定する「ふりかけグランプリ」にて2017年銀賞受賞、「ふりかけグランプリ2016inいわき」にて金賞受賞。また、本社ビルの1階には直営店を設けており、焼のり、はねだしのり、ふりかけ、すりごま、だし、粉末飲料のラテ(抹茶、紅いも、いちご、ほうじ茶)、飴など、ご自宅

でお使いいただける商品を豊富に取り揃えています。高品質で安全な食品を世界中のお客様にお届けすることを目指し、常に品質向上と新しい価値の創造に努めています。

近年、急速な時代の変化とライフスタイルの多様化に伴い、顧客のニーズも日々変化しています。私たちはその変化に応えるため、時代の先を見据えたギフト商品の開発・製造・販売に努めています。「感謝の心を伝える贈り物」を理念に掲げ、お客様一人ひとりに喜ばれる商品を提供し、豊かなライフスタイルをサポートしたいと考えています。今後とも変わらぬご愛顧を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

「老舗海苔メーカーの未来を見据えた事業多角化と持続可能な企業成長への道」

水産業界は気候変動による漁獲量の変動や市場の変化といった前例のない課題に直面しています。今回は、静岡市の海苔メーカー、株式会社磯駒海苔様の輸出事業戦略と地域に根ざした持続可能な企業の実現に向けた挑戦をご紹介します。

代表取締役社長深田浩介様にインタビュー形式でお話を伺いました。

Q1. 海苔以外の商品開発の舞台裏について教えてください

私たちは海苔メーカーでありながら、わか

びや桜えび、お茶、鰹節、オリーブや機能性食品まで幅広く商品を開発しています。

海苔屋が粉末ラテを売るのは珍しいと思われるかもしれませんが、そこにはいくつかの理由があります。

まず、海苔の生産量は天候や自然環境に大きく左右されます。近年の気候変動や温暖化の影響で海苔養殖が難しくなる可能性があり、さらに人口減少による国内市場の縮小も深刻な問題です。これらの課題に対し、安定した企業活動を続けるためには事業の多角化が必要だと考えました。

そこで、海苔を使用しない新商品の開発に取り組むことにしました。注目したのが、海外で人気のある抹茶を使用した粉末飲料、抹茶ラテです。静岡が銘茶の産地であることや、これまで返礼品としてお茶を扱ってきた経験もあることから、抹茶ラテは非常に良い選択肢だと考えました。

さらに、粉末ラテの製造工程には、これまで培ってきたふりかけ製造の技術を応用することができるため、コストを抑えながら新商品を効率的に生産することが可能だと分かりました。

既存の技術を新しい商品に活かすことで、新しい市場に挑戦することができます。国内外の市場での需要に応えることができますし、そしてなによりも、静岡の素材を活かした商品開発で地元へ貢献できることを大変嬉しく思っています。

Q2. 輸出進出の歩みを教えてください

2010年、初めて香港の展示会に出展し、ふりかけを試食していただいたお客様の反応が非常に良かったことから、輸出を志すようになりました。しかし、原材料に関する規制があることを知り、一時的に輸出を断念しました。

その後、新商品としてラテを開発し2014年シンガポールの百貨店のイベントに出展し

たところ売れ行きが好評でした。隣国のマレーシアやインドネシアからも富裕層の方々が来場し、良い反応を得ることができました。

2014年以降、東南アジア、中東（ドバイ）、アフリカ等、海外市場への進出を図っています。食品の安全を第一に考え、食品安全マネジメントシステムの国際規格であるISO 22000やハラール認証も取得しました。

輸出実績に関してもお話をさせていただきますと、イスラム市場内では海苔単体での輸出よりも、ラテ（粉末飲料）の輸出が多くを占め、次いでふりかけ（海苔を使用）が続いております。一方、海苔単体の輸出に関しては、弊社の場合、ユダヤ教のコーシャ市場であるイスラエル向けが主な輸出先となっております。

Q3. 市場ごとの輸出品の特徴と認証の有用性について教えてください

●中東市場

中東市場では、特にドバイを中心に粉末飲料であるラテの輸出が多くを占めています。2014年、ドバイの企業から抹茶や紅いもラテの大口注文をいただきました。その後もSIAL Middle East（アブダビ）やGlobal Village、Gulfoodといったドバイの展示会に出展し、好評を得ています。

特に紅いもラテは、アブダビで開催された国際総合食品見本市「SIAL Middle East 2016」で「SIAL Innovation」に選ばれ、大きな注目を集めました。中東市場でのハラール認証については、成分がハラールであれば商品登録時に原材料のチェックのみで済むことが多く、肉以外は比較的手続きがシンプルです。

当初、中東やシンガポールには「成分ハラール」の証明のみで輸出していましたが、マレーシアへの輸出を機に、海苔、ふりかけ、ラテ商品など18アイテムについて、JAKIMと相



互認証のある日本アジアハラール協会（NAHA）のハラール認証を取得しました。

そして、パッケージの見た目も重要なポイントです。特に中東向けにはエレガントでシックなデザインを採用することで、日本の商品も現地の好みにマッチさせることができます。中東やアフリカ市場に向けて、現地パートナーとの連携を進めるのは賢明な戦略です。現地の文化やトレンドに合わせた商品開発も可能になります。

●イスラエル

弊社にはコーシャ認証は所属していませんが、イスラエルの現地パートナーがラビ（ユダヤ教の聖職者）を日本に招聘し、生産地や製造工場のチェックが行われコーシャに則った海苔であることが認められました。

コロナ禍の影響でラビが来日するまでに3年を要しましたが、これはイスラエル市場での重要なステップでした。また、食品安全マネジメントシステムの国際規格であるISO 22000も取得しました。

●シンガポール・マレーシア

シンガポールでは、2014年の百貨店イベントに出展した際、抹茶や紅いもラテが非常に好評で、隣国のマレーシアやインドネシアからの富裕層のお客様からも良い反応を得ました。

マレーシアでは、輸出にあたりハラール認証

が重要であり、JAKIM（マレーシア政府のハラール認証機関）と相互認証のある日本アジアハラール協会（NAHA）で、海苔、ふりかけ、ラテ商品などの認証を取得しました。

東南アジア市場でハラール認証が必要な場合、認証機関による厳格なチェックが行われ、費用がかかる点が特徴です。そのため、販売先が確保されていない段階で認証を取得することは、慎重に考える必要があります。

現在、静岡産の抹茶、いちご、ほうじ茶に加え、沖縄産の紅いもを使ったラテも取り扱っています。戦略としては、米文化のある国には海苔やふりかけを、その他の国にはラテを直接輸出する方針で、事業を展開しています。

Q4. 今後の製品開発や事業展開について、どのような計画がありますか？

世界的な気候変動や円安、戦争など今までにない環境の変化が起きており、国産品の重要性が増していると思います。

未利用資源を活用したラテやふりかけなどの新商品を開発し、「もったいない」精神を活かす方向性で、持続可能な社会や環境に配慮した商品づくりをしていきたいと思っています。

聞き手：ハラール・ジャパン協会 広報ディレクター土岐