

第1696号

5

2026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8年4月25日印刷納本  
令和8年5月1日発行(毎月1回1日発行 第1696号)

# 水産界

- ◇ 能登半島復興状況視察
- ◇ FOOD & HOSPITALITY VIETNAM  
への出展・参加



かなざわ総合市場第2期工事竣工式で祝辞を述べる枝元会長

## ハラルビジネスでニッチトップ戦略 ③⑧

世界中におよそ20億人存在するといわれるイスラム教徒。その膨大な人口を背景に、ハラルマーケットは今、輸出・インバウンドの両面で急速に拡大しています。

本連載では、一般社団法人ハラル・ジャパン協会が推薦する、ハラルビジネスを実践する企業を取り上げ、今後の市場動向とその可能性を掘り下げてまいります。

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>

## 株式会社ティ・エフ・ピィ

総合食品商社ジーケーエスのグループ会社として岐阜県羽島市に自社工場を置き、冷凍水産品や業務用食品など様々な食品の製造と卸売を行う。給食や病院、ホテルレストランなど中部・京滋エリアを中心に事業を展開する食品関連企業。

## 県産品の価値を強化！

## 日本水産「鮎」から始める事業展開

## ～ 自社工場でハラル認証を取得 ～

日本国内の学校給食や病院、ホテルブッフェなどに水産加工品・冷凍食品を提供している株式会社ティ・エフ・ピィが、今年新たな試みとしてハラルビジネスに参入。今回は、イスラム市場を視野に入れた販路拡大に挑む背景やハラル認証取得の過程、今後の展望などについて林田専務にお話を伺いました。

——Q.1 ハラル認証を取得したきっかけは何ですか？

弊社はもともと学校給食などを中心に卸していましたが、近年は食材の高騰でコストがあわず給食での魚の使用が減ってきて売り上げが減少傾向にあります。そこで着目した点のひとつが、ハラルビジネスでした。

ちょうどフーデックス・ジャパン2026の岐阜県の多様性プロジェクトのブースへの参加を25年来の付き合いがある友人にも誘われ、「今後は少しずつグローバルにいかないとね」とよく話していたことがきっかけにあります。よくよく調べた際、世界の人口の約4分の1がムスリムという現実がありましたが、同時に世界市場にはそれだけの需要があるのだというふうに捉えることもできました。また、海外の方には和食が人気で、特に東南アジアの方は甘い味が好きということも分かったので、ここはチャンスではないかと考えるようになりました。まずは岐阜県の多様性プロジェクトに参加することを目標に、何とかハラル認証を取ってビジネスを進めたいこうと計画したのが始まりです。

——Q.2 ハラル認証を取得した商品について教えてください。

岐阜県ではアユが県産品として有名でして、今回はそれを使用した「アユの甘露煮」を作りました。元々アユの甘露煮は販売していて知見も十分にあったので、そこに新たにハラル認証のアユの甘露煮を加えた、という感じですね。

ただ、完全に新しい開発商品ではないのに、調理加工や作業フローがオリジナルとは全く別のものになりました。私自身、調理師免許

を持っていて専門的な調理の経験もあったので、そのノウハウも活かしながら作れたことは良かったのですが、同じアユの甘露煮でも調味加工がガラッと変わったことは面白くもあり、驚きましたね。材料（岐阜県産鮎）だけが全く同じで他は全て変わった、ということです。（笑）

——Q.3 認証取得する過程で苦労したことはありますか？

そもそもの話になりますが、ハラルという文化・考え自体に馴染みがなく、醤油や砂糖など当たり前に使っていた調味料が使えない場合がある、ということに戸惑いました。豚肉やアルコールが使えない、ということは知っていたのですが..。もう少し深いところで、使用調味料がどこから作られているのかであったり、一次生産・二次生産と全て洗い出して調査をしなければならぬところが、非常に苦労しました。

工場の部分的なハラル対応についても、製造ラインの整備と保存場所、作業台や非ハラル商品とコンタミの恐れがある動線は審査対象になるので、全て確認していただきました。

最終的には、専用の釜を用意したり、作業台や原料を解凍する容器なども専用にしました。もちろん、アユの甘露煮以外にも商品製造がありますので、完全専用ラインでなく作業時間を管理し、交代制でコンタミ防止とハラル対応をしています。

細かい部分は沢山ありますが、その辺はこの取り組み初期にハラル・ジャパン協会様に二人三脚でフォローしていただき、可能性診断を行っていたので、アドバイスをもらいながら準備をしっかりとした上で本番の監査を迎えることができましたね。

——Q.4 ハラル認証を取得して変化したことはありますか？

弊社はもともとアレルギー等を気にする業

務ですので、コンタミ防止や衛生面など、ハラル認証取得と同時に、改めて注意喚起となり社内には良い刺激になったのではないかと思います。

意識が高まる一方で、もともと国内流通がメインの会社から海外向きのアウトバウンド商品を作ることが、果たしてどれほど受け入れられるのか、という疑問や温度差のようなものは多少ありました。例えば配送についても、自社配送でやっているのですが、海外となると郵送で展開していく可能性がありますが、そうした部分を含め、コストや効果など見えない問題もあるので議論を重ねている状況です。

私としては積極的に先手で動くことで、周りとの価格訴求になる前に地産品を拡大していけると考えているので、そこを社内で訴えていました。ハラル認証取得のアユの甘露煮は他にはないので、だからこそ進める価値があると思っています。

今後は、このラインで他の商品製造も可能になるので、展開していくのに本当に良いきっかけになったと思います。

もうひとつの変化としては、我々の商圏でもある東海エリアのホテルなどインバウンド対応の食材を卸せる、という告知がやっと出せるようになったことですね。社内展示会や関西エリアのお客様などへも周知して反応を伺っていただけらなと思います。

——Q.5 現在は主に国内販売ですが、具体的にどのような販売先になりますか？

基本は国内の学校食堂と病院、ホテルやレストランなどのインバウンド対応です。加えて、海外販売をする際は直接輸出というよりは、バイヤーなどに間に入っていただき販路開拓や今後の商品選定を一緒に行っていくと良いですね。市場調査をしながら、例えば「小ロットで和食×ハラル」など、地産品の価値を高めていければと思います。

国内の宿泊客はホテルのレストランだけでなくお部屋で過ごされる方もいらっしゃいます。そうした方には、アユの甘露煮はパック包装になっているので夜食や軽食として気軽に召し上がっていただけますし、売店や営業時間外の場合は常温での保存も可能です。お土産としても持ち帰れるので、ぜひ日本の真ん中で育てたアユを、上手に使って頂けたら嬉しいです。

—Q.6 今後の課題と展望について教えてください。

課題としては、これは水産業界に限らず食品業界全体になりますが...食品は特に様々なコスト高の影響を受けている業界であり、利益率も低めの業界になります。その中で、どう付加価値をつけていくのが重要となってきます。グローバルの時代に観光産業を助けるという意味も含め、どう対応していくかが課題ですね。

そして弊社の課題としては、今まで海外輸出をしてこなかったのが、輸出リスクや何か問題が起きた際にどう対処していくかなどをしっかりと準備することです。ただ、この点をクリアにできれば国内シェアのみならず全世界に対応可能になるので、ここはひとつ大きく成長すべきところかなと思っています。

そのためにもまずは国内でインバウンド対

応の基盤を固め、経験を積むことが販路拡大には必要ですね。

展望としては、やはりハラル認証取得工場を最大限に活かして、アユの甘露煮に加え今後は様々な商品を増やしていきたいと考えています。と言っていますが、実は既に始めていて、新たな商品作りに力を入れているところです。

国内販売と海外輸出どちらも視野を広げながら、こらからも岐阜県と日本水産の魅力をより強く伝えていければと思います。

—Q.7 最後に読者の皆様へひとこと

今年の秋頃、本社ECサイトでの販売も開始予定です。より多くの皆様へ届けていきたいと思しますので、ぜひよろしくお願ひいたします！

※自社工場での直接販売も行っています。お気軽にお問い合わせください。

\*ハラル・ジャパン協会を応援してください！

Instagram : @halal.japan

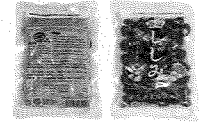
Facebook : https://www.

facebook.com/halaljapan/#



いいね・フォローよろしくお願いします！

(一社)ハラル・ジャパン協会 事務局 広報PR 株本あいか



## シーフードショー大阪に出展しました

桜の便りの中、これまた花盛りのパラリンピック、大相撲、WBC、選抜高校野球等々のスポーツイベントとはおよそ似つかわしくない戦火の拡がりも日常生活にも響いて来ています。歴史から学ぶ限り、戦火の拡大は関係国の衰退を招く要因となっている様です。

戦争の不条理さを幼少期に僅かながらも体験した世代にとり、日々の報道に心の痛みが募ります。「戦争はない、終わらせる」と豪語して再登板したにもかかわらず、またまたTACOになりそう。さもなくば泥沼化する。武力で脅せば誰もが屈服すると過信した暴走にどう付き合うか？各国のリーダーの胆力と見識、実行力が試されています。

### 1. 国際標準化関連

3月15-17日に開催されたSENA (Seafood EXPO North America) に加藤事務局長が出張しました。MELとしての出展等はありませんが、CSIとCoC認証の相互承認を突っ込んで話をしました。スキームオーナー間だけでなく、認証機関、認定機関にも関わることで、CSCとのMOU合意の原点に立ち返り、4月21-23日のバルセロナで課題を詰めお互いの実務に役立つ仕組みとして最終化を目指します。

dGSSI理事会は、3月16日事務局長のポスト (これまで使用していたCEOの名称から元の事務局長に戻した) に、6月1日付でガート・レルー (Gert le Roux) 氏が就任することを発表しました。ガート・レルー氏

は2023年よりGSSI理事を務めており、業務への理解はあると思われます。南アフリカのステレンボッシュ大学で水産養殖の修士号を取得後、最近6年間は南アフリカ最大の小売業であるウールワース社の水産物の持続可能性保証システムの責任者を務めました。これにより業務が正常化することを期待します。

### 2. 認証発効関連

今月の認証発効はCoC 2件でした。コンサル中が18件ありますが、発効は低水準傾向が続いています。

### 3. 認証取得者からのご報告

今、世の中の話題と注目を浴びておられるUmios(株)のサステナビリティ戦略部部長の佐藤雄介様に執筆いただきました。

#### 「SolutionとしてのMEL認証取得」

Umios株式会社サステナビリティ戦略部  
部長 佐藤 雄介

2026年3月1日、私たちは社名をマルハニチロからUmiosへ変更しました。Umiosという社名には、私たちのルーツである海“umi”を起点に、ステークホルダーや社会全体、そして地球と一体“one”となって、「食」を通じて地球規模の社会課題を解決“solutions”していく決意が込められています。地球温暖化の進行や、生態系バランスの崩れ、世界的な食料危機等と同様に、天然水産資源の枯渇