

グローバル・フードバリューチェーン推進官民協議会 第1回全体会合

海外フードバリューチェーン再構築緊急対策事業 (令和2年度3次補正)

海外受発注ITシステムをプラットフォームとした
産地連携水産フードバリューチェーンの再構築

2022年6月17日

グローバルフードマーケットコンソーシアム
(**GFMC**)

代表者：株式会社 築地太田 代表取締役 太田 秀彦

取組の概要

事業の目的

コロナ禍の影響

- 海外の外食産業にも大きな影響。
- 国際航空便の欠航・運休により国際物流が逼迫、大幅な国際貨物運賃高騰。
→水産物輸出は一時大きな落ち込み。
- 最近では現地マーケットも徐々にではあるが動き出している状況にある一部の国も出てきている。



- 既存商流への再起を図りつつ、新たな本事業によるビジネスモデルによる付加価値を提供することにより再構築を図り、さらにはフードバリューチェーンを地方複数生産・事業者とともに拡大させる。
- 本事業で得られたノウハウや再構築されたフードバリューチェーン・モデルをもとに、さらに他産地連携へと横展開を図り、オールジャパンでの生鮮品輸出サプライチェーン・プラットフォームの構築を目指す。

取組の概要

「グローバルフードマーケットコンソーシアム」の構成

代表社：株式会社築地太田

創業約60年の豊洲市場老舗水産仲卸。特に、2014年から本格的に取り組みを始めた輸出事業は、コロナ禍前には約20都市約600店舗に輸出額約10億円（2019年実績）まで急伸し、豊洲市場でもトップクラスで、あらゆる水産物の取扱技術・販売の他、輸出ノウハウも蓄積されている。豊洲市場内には対米HACCP認証取得の高度衛生管理の加工施設もあり、輸出鮮度管理もディストリビューターと研究開発した技術を持っている。

デジタル化の先駆けとして、自社で海外受発注システム「Tsukiji OFM System」を開発。直接貿易の実現や輸出業務自動化等その取り組みが高く評価され、農林水産省の「令和2年度輸出に取り組む優良事業者表彰」で「農林水産大臣賞」を2020年12月に受賞。豊洲市場仲卸初の認証CoC MEL認証も2020年11月に取得。

株式会社アキラ水産

福岡市中央卸売鮮魚市場で九州最大の仲卸。鮮魚介類の仲買や加工販売を行う1918年創業の水産物のエキスパートでタイやブリなどをはじめとする豊富な九州の魚種をコーディネートすることが可能である。2006年にISO9001認証、2021年にはISO22000を九州の鮮魚仲卸として初めて取得、高度衛生管理を実現。

日本通運株式会社

日本最大の総合物流企業・フォワーダー。国内外に幅広いネットワークを持ち、物流改善、物流コスト削減、鮮度保持などあらゆる輸送課題に対するソリューションを提案しながら、全国の産地から出荷される生鮮貨物を航空輸送とトラック輸送ネットワークを活用し、新鮮な状態で海外消費地へお届けする物流ノウハウを持っている。同社では、全国産地の生鮮食品を海外に輸出する事業を強化してきており、本事業では同社の全国産地の農水産食品輸出案件を取り扱う国際航空貨物統括部生鮮プロジェクト部門が参画し、最適な輸出物流を提供する役割を担う。

事業の概要

海外フードバリューチェーン再構築に向けた

- 〔川上〕輸出に向けた産地レベルアップ事業
(衛生管理、輸出梱包、鮮度保持や出荷物流の実証、価格値付け・販売方法等輸出ノウハウ)
- 〔川下〕米国バイヤーに向けた産地製品のモニタリング調査

産地現場訪問ノウハウ伝授

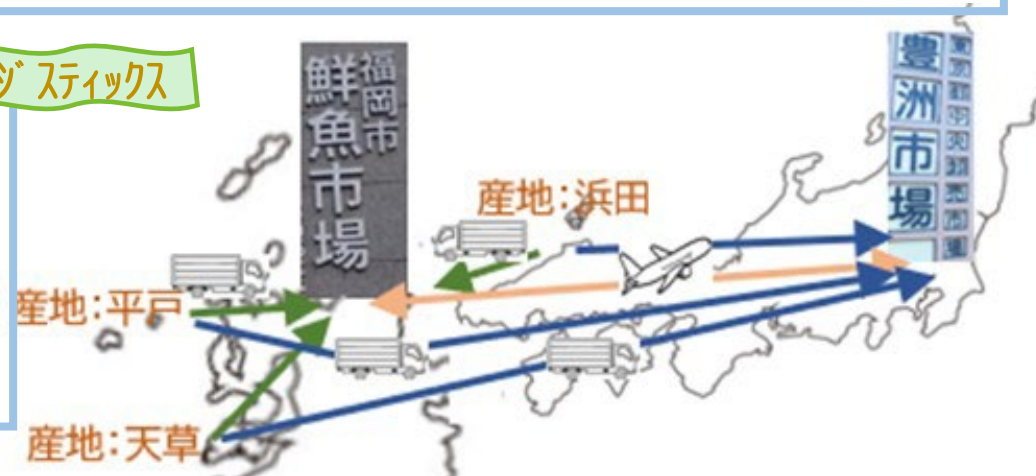
産地輸出力向上

- 築地太田・アキラ水産：水揚げ時取扱(しめ方、保冷、梱包等)、国際水準の高度衛生管理
- 日本通運：国内輸送(輸出拠点東京・福岡までの産地出荷)、国際生鮮ロジスティックスのノウハウ

産地発輸出発地に出荷輸送実証

ロジスティックス

西日本のアキラ水産、東日本の築地太田の2拠点に向けて、上記ノウハウをもとに輸出水産貨物を想定し実際に輸送。着荷状態の確認、物流ルートの実証による最適輸出国内物流の実証等実施。



Tsukiji OFM Systemの改修

DX

本事業の地方産地出荷対応のため、当該部分を改修。

サンプルPR海外発送・モニタリング

FS・モニタリング

サンプルに対する評価、反応、要望、課題などモニタリングを実施。併せて、輸出国際物流の実証として、物流鮮度保持技術を活用し、着荷状確認態（目利き、鮮度、梱包、外形、官能等）等調査。

OFM SystemビジネスモデルPR

現地パートナー候補/既存商流と本コンソーシアム商材（新規地方産地産品等）及びOFM SystemのPRを実施。



GFMCビジネスモデル



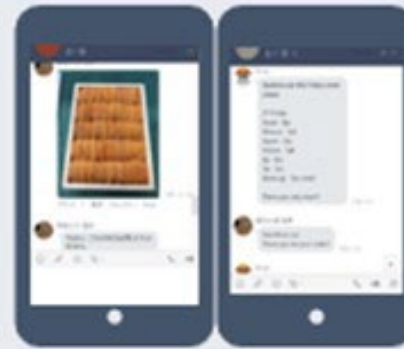
OFM System

Tsukiji OFM System®



- 日本中から豊洲市場に集まる鮮魚の最新情報を現地言語で表示
- PC、スマートフォン、iPadからも注文可能
- 店着の価格を現地通貨で表記することで、取引の分かりやすさを実現

SNSを用いたお客様サポート



システムの不明点や
当日の仕入状況につ
いて、リアルタイム
で情報をやり取り

自社アプリ



多様なSNS



LINE



WhatsApp



WeChat



Skype

アナログによる作業を削減し、
スピーディな出荷を実現

航空便の大量受注・発送
にも対応可能に

世界中のお客様の
利便性向上

OFM System

Tsukiji OFM System®の画面イメージ

トップ画面

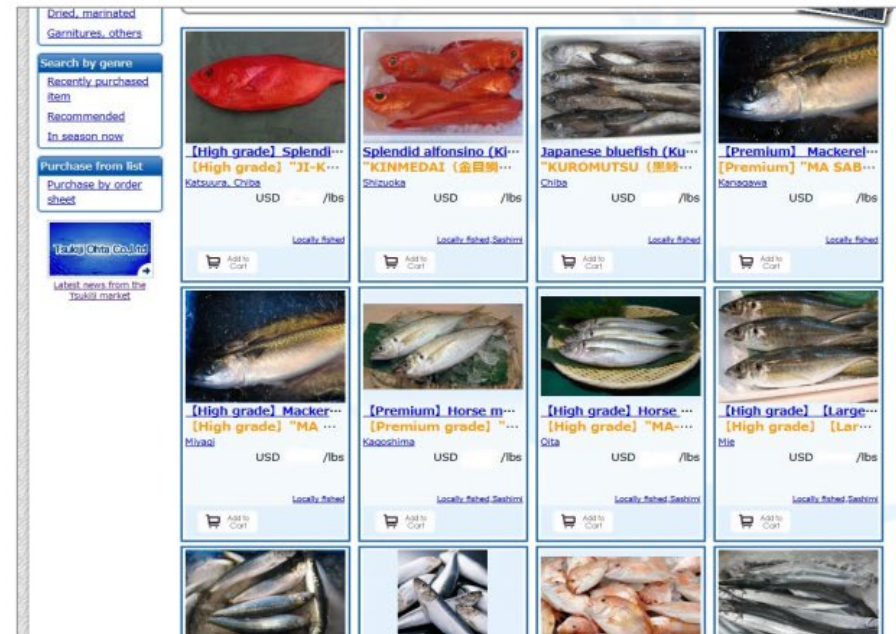
複数のカテゴリやジャンルから商品を検索することができます。シンプルでわかりやすい仕様です。



©2022 Tsukiji Ohta Co. Ltd. All Right Reserved

一覧画面

現在豊洲市場に入荷している魚種と価格が現地言語、現地通貨で一目でわかります。



OFM System

輸出業務自動化

受注してから出荷に至るまで、輸出に必要な書類は多岐に渡る。人的事務作業では正確性やスピードに問題が生じ、生鮮品の受注拡大へと繋がらない。

現地の飲食店からの受注データは現地ディストリビューターとも共有されている。受注データに基づいて仕入出荷関連だけでなく通関に必要な書類及び現地での配送リスト等、輸出業務はほぼ自動化されている。

直接取引実現

通常、商社を介した取引では価格決定権は先方であり、思うような営業活動ができず、お客様との関わりも薄い。直接繋がり、成長性のあるビジネスにしたい。

ディストリビューターとの役割分担を明確にした。先方には、営業活動、配送、代金回収をおもな業務としてもらい、為替を考慮した売価は当社が決め、顧客対応も当社がおこなう仕組みをシステム導入により実現。

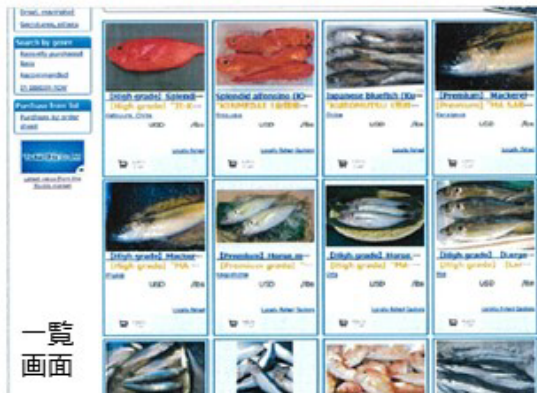
鮮度管理徹底

HACCP加工場での高い衛生管理でパッキングをおこなっても、現地の飲食店に届くまでの高品質を担保するのが課題であり、試行錯誤を繰り返した。

鮮魚を傷めることが無いように、出荷時は荷崩れ防止用にラッピング。コールドチェーン構築のために容器の大きさ・材質・梱包資材・氷の量等をロジスティクス会社や現地ディストリビューターと一緒に研究開発。



▲ HACCP加工施設



パッキングされた荷物は、荷崩れ防止用のラップを施した後、冷蔵トラックで成田や羽田空港に向けて出発します。



温度データロガー



箱内の温度を低温で保つ特殊パッキング。温度データロガーによる綿密な温度管理。

実施取組と成果

実施取組と成果

産地現場訪問ノウハウ伝授

産地輸出力向上

- 築地太田・アキラ水産
水揚げ時取扱(しめ方、保冷、梱包等)、国際水準の高度衛生管理
- 日本通運
国内輸送(輸出拠点東京・福岡までの産地出荷)、国際生鮮ロジスティックスのノウハウ
- GFMCとして産地連携先とのネットワーク構築、関係強化の活動の一環として3産地を訪問。
- 視察訪問を通じて、漁港の水揚げ場の状況や魚の取り扱い方法等の確認や有望出荷候補者との意見情報交換を通じた交流やネットワーク構築。
- 一コロナ禍における豊洲市場、福岡市場、産地等の状況、一付加価値ある「いい魚」を作ることの必要性や取り組み方につき、意見情報交換・アドバイス。等
- 輸出向け、及び、福岡市場向け鮮魚の調達可能性を調査。

実施取組と成果

産地発輸出産地に出荷輸送実証

ロジスティクス

西日本のアキラ水産、東日本の築地太田の2拠点に向けて、ノウハウをもとに輸出水産貨物を想定し実際に輸送。着荷状態の確認、物流ルートを検証による最適輸出国内物流の分析等実施。

産地A(アジ)→福岡長浜市場

○時期: 2021年7月下旬

○現況行っているままの形態で出荷輸送

○状態評価

・脂がすごく乗っていて驚いた。ここまで脂が乗っているものはあまり福岡には無い。味も良い。

・冷やし込みの温度がかなり低く、内蔵が固まっていた。



産地A(アジ)→豊洲市場→米国

○時期: 2021年7月下旬

○現況行っているままの形態で出荷輸送

○状態評価(豊洲市場)

・脂がのっていて味わいもよく美味しかった。

・豊洲に流通している産地Aのものと変わらず、ブランドの安定を感じた。

・釣リアジと比べると身が緩いが、脂は間違いなく乗っており、とても美味しい。

・ツラが悪い→豊洲に届いている産地Aアジの方が見た姿は綺麗。
→おそらく、今回サンプル出荷してもらったハイブリッドアイス等の影響で色が飛んでしまっているのではないかと推察。

・腹に餌が一杯詰まっていた。

・魚の味は間違いなく、脂もしっかりとのっていた。

産地B(クエ、キジハタ)→福岡長浜市場

○時期: 2022年1月上旬

○現況行っているままの形態で出荷輸送

○状態評価

・今回は産地Bと話し合い、実際の輸出想定で翌日着でなく3日後の着日での発送とした。

・活×神経抜きを行い冷やし込み2日間冷蔵保管をして発送。

・今後の課題としては、産地Bのクエは3キロ前後キロ単価5800円、対して現時点の福岡での活×神経抜き同サイズはキロ3000円前後と産直と市場での値差が大きくその差をどういった形で差別化や付加価値価値を図るかが課題。

・次のページ冒頭の写真の通り、エラの赤みもあり冷やし込みもしっかりしているので身の状態とても良い状態での着荷を確認。

実施取組と成果

産地発輸出産地に出荷輸送実証

ロジスティクス

西日本のアキラ水産、東日本の築地太田の2拠点に向けて、上記ノウハウをもとに輸出水産貨物を想定し実際に輸送。着荷状態の確認、物流ルートを検証による最適輸出国内物流の分析等実施。

産地B(クエ、キジハタ)→福岡長浜市場 (前ページのつづき)



産地C(コロダイ、イシガキダイ、キジハタ、)→豊洲市場

○時期: 2021年11月上旬

○産地訪問を受けて、出荷輸送
(→米国LA、アトランタにもサンプル輸出)

○状態評価

- ・産地C→中継地で転送→豊洲市場(直接出荷できる市場便無し)、翌日着であったが、物流テストについては全く問題無し。
- ・腹の中もしっかりと洗っていただいております、鮮度的にもとても良い魚の状態。氷は、ほぼ溶けていなかった。

・産地C出荷時



・豊洲市場着荷時



実施取組と成果

FS・モニタリング

サンプルPR海外発送・モニタリング

サンプルに対する評価、反応、要望、課題などモニタリングを実施。併せて、輸出国際物流の実証として、物流鮮度保持技術を活用し、着荷状確認態（目利き、鮮度、梱包、外形、官能等）等 調査。

産地A(アジ)→豊洲市場経由→米国

○時期: 2021年7月下旬

○現況行っているままの形態で出荷輸送

○評価状況

(米国: NY2店舗、LA1店舗に輸出、各顧客からヒアリング)

LA: 水曜出荷→現地水曜(時差で当日)納品

NY 水曜出荷→現地金曜納品

- ・身は柔らかいが脂があって良い
- ・通常弊社から出しているアジを3日程寝かした程の脂があるので、さらに寝かしたら、もっと脂がのってくると思う。
- ・サイズの一番使いやすいサイズ。
- ・継続購入したい。
- ・身が柔らかい分、より脂が感じやすい。
- ・背の方が、少しだけ茶けていた。
- ・シンプルに美味しい。
- ・脂がのっている分、皮を引いたら腹の部位が身割れしてしまった。
- ・腹内に餌があり、腹が若干溶けてしまっていた



○考察

- ・提供する商品や顧客の好みにもよるが、顧客反応は総じて好評。既に希望顧客も出ているが、顧客に広くサンプル提供を行い、新規商材提案を行いたい。
- ・脂がある分、鮮度保持、取扱方法はある程度テストする必要有り(輸送の距離時間が延びるので、脂がどの程度載っているものが現地では最適か等)。

実施取組と成果

FS・モニタリング

サンプルPR海外発送・モニタリング

サンプルに対する評価、反応、要望、課題などモニタリングを実施。併せて、輸出国際物流の実証として、物流鮮度保持技術を活用し、着荷状確認態（目利き、鮮度、梱包、外形、官能等）等調査。

米国NYに訪問：PR・意見交換

○時期：2021年11月

○訪問者：築地太田

○現地11社を訪問（ディストリビューター1社、寿司業態店舗10社）

○現場意見交換

- ・各社・店舗に訪問し3産地)の案内、本取組の紹介、産地からの魚を扱う事による他社との差別化(ブランド化)を図ることなど、意見情報交換。
- ・現況お届けしている鮮魚の問題点や意見交換を実施。

米国向けサンプル・モニタリング輸出

○時期：2021年11月から2022年3月まで、計8回実施。

○総評

サンプル出荷した店舗様含め高評価をいただいております。今後、戦略的にどのように販路や販売魚種を広げていくか検討を進める必要がある。

○品評コメント

- ・サンプル出荷店からの評価としては、あまり使わない魚だが身質は非常に良かった。
- ・鮮度が良く、しっかりと血抜きもされており良質だった。

- ・身質が締まっていて、とても良かった。
- ・安定供給があるとなお良い(時化で欠品があったため)。
- ・サイズもちょうどよく、使いやすい。
- ・内臓除去(水洗い)がしっかりしており、品質劣化が防げている。
- ・引き続き注文したい。



全 体 レ ビ ュ ー

～横展開できる情報の共有と取組を通じて見えた課題～

全 体 レ ビ ュ ー

○輸出に向けた「よりよい魚を作ること」

- ・対象とした産地は従来、地産地消、最寄り消費地卸売市場、一部豊洲市場・福岡長浜市場への出荷を行っていた。豊洲市場及び福岡長浜市場を東西の輸出拠点として海外に販売していくとなると、従来の着荷までの時間や輸送距離が大幅に伸びることから、現状の水揚げ・出荷時における産地での取扱方法・技術では（特に海外現地アッパー向け顧客向けでは）、輸出魚の十分な身質・身塩梅、痛み具合の進捗など、付加価値商材を目指す上で課題となるケースが、産地訪問やサンプル輸送などの場面で散見された。
- ・コロナ禍のなか、長く続く緊急事態宣言、まん延防止重点措置の合間を縫って産地訪問が実現。産地が持っている漁獲物や手法、課題等と豊洲・福岡のトップクラス仲卸の持っている情報、取扱技術ノウハウ、商流が、産地訪問により相互に交わることで、補完関係となり、上記課題の解決、付加価値を高めよりよい魚を作る上で有効な手段であることを再認識した。
- ・実際にサンプル輸送を通じた着荷状態の確認、品評、改善事項へのアドバイスなどを重ねることで、高付加価値輸出水産物として耐えうる状態にまで持っていくことが、サンプルに対する評価、反応、要望、課題などのモニタリングを海外現地に向けて実施、産地への実施結果のフィードバックなど本取組を通じて実現できた。
- ・輸出想定国におけるコロナ感染症拡大によるロックダウン・隔離措置等により、当初予定していた海外現地渡航による活動がままならない状況にあった。訪問産地船団長は、「今や漁師（生産者）は、川下（最終消費者）をよく知った上で、川上（生産：「いい天然魚を作る」）を行わなければならない時代」との考えで豊洲市場等も巡回訪問を積極的にされているが、輸出においても今後、海外現地の訪問等を通じた現地マーケットを研究し、生産に取り組んでいくことが肝要。
- ・水産業は特に天然魚はこれからは「量から質」の時代であり、いかに付加価値を作り差別化して「魚を作る」か、産地と流通の情報・技術ノウハウ等の差を埋めていくことを通じて、輸出の取り組みがきっかけとなり、ひいては国内産地の水産物の高い付加価値化にも繋がるものと考えている。

全体レビュー

○輸出における「商流と一体となった物流」の重要性

- ・言わずもがな、輸出販路開拓において、商流のみならず、商流と一体化した国際物流の構築は重要である。〔産地〕→〔福岡・東京の輸出者〕→〔東京、福岡の国際空港〕→海外というルートを取るようになるが、立地上3産地とも、年々出荷難の傾向にある物流ルートの確保、物流コスト高となる国内横持ち物流が大きく発生する。国内での横持ち物流コストは、時に日本からの国際物流コストよりも割高になることも多く、国内他産地との競争力の面でも大きな課題の一つとなっている。本プロジェクトでは、現地ヒアリングによる出荷ルートの現況・物量とタイミングなど調査を行い、物流の最適化に向けたコーディネートも開始したところである。
- ・輸出を行う際に、地方産地では最適なルートの国際空港、国際港を使うことになるが、いずれも、当該産地が国内出荷する大消費地に立地しており、上記課題は、輸出のみの固有の課題ではなく、国内における出荷物流の課題でもある。輸出活動を通じた出荷量の増加は、多くの産地が抱える国内大消費地向け出荷物流の維持・確保にも繋がるものである。
- ・コロナ感染症拡大により、国際便の運休・欠便により、当初予定していた海外現地渡航による活動がほとんど実施できなかった。国内も地方空港の復便需要が国内幹線便（東京・大阪・福岡・札幌）に限られ、産地から集約地への輸送ルートが狭まっていた。現時点も含め、航空運賃、燃料費の異常な高騰による国際輸送コスト負担の大幅な増加、航空会社の生鮮輸送スペースの安定供出が困難な状況が長期にわたって継続しており、当初予定していた海外現地渡航による活動、輸出物流の最適化（ルート、コスト、輸送時間等）の取り組みがままならない状況にあった。

今後の展開 ~本事業を通じて得た知見を今後を活かして

- ・全国の水産品事業者をはじめ、さまざまな生鮮品事業者、ロジスティクス会社より当社のビジネスモデルに賛同するパートナー企業を募ります。
- ・**オールジャパンでの生鮮品輸出サプライチェーンを構築し、ジャパブランド生鮮品の輸出促進を図ります。**

STEP 1 商流拡大を目指す = 日本全国の生鮮品出荷業者が参画しやすい土壌作り

● 顧客数の増加

高品質な鮮魚類を安定的に供給し続けることで、Tsukiji OFMブランドを浸透させます。また、現地商社のホームページやSNS上に当社のつながるQRコードをリンクとして貼り、広報活動を積極的に行い、世界各国の利用者を増やしていきます。

● 新たな輸出国の開拓

国ごとに異なる輸出ルールを習得し、現地の状況に合わせた梱包方法や配送ルートを確立することで、新たな輸出国を開拓していきます。

STEP 2 パートナー企業との協働による輸出拡大

鮮魚輸出によって海外のお客様を開拓し、安定的な商流を構築していくのと並行して、「ジャパブランド生鮮品の輸出拡大と日本食文化の世界的普及」というビジョンに賛同してくれる企業を募り、オールジャパンでの生鮮品輸出サプライチェーンを構築し、日本の生鮮品輸出促進の一助となるよう努めます。

**海外輸出プラットフォームを構築し、
ジャパブランド生鮮品の輸出拡大と日本食文化の世界的普及を目指す**