

# 提携から販売網が広がります！

## 産地提携の基本的な流れ

### ①提携の打診

- ・水産庁他政府機関からの紹介、漁連など地域団体からの紹介、既提携先からの紹介、直接連絡
- ↓

### ②マイナー魚・未利用魚の現状把握

- ・サンプル送付・水揚げ魚種や産地市況データ提供
- ↓

### ③産地視察(水揚・セリ)と漁協や漁業者との打ち合わせ

- ・既存の産地仲買人に配慮した、地域現状に即した取り組み方法を模索します
- ↓

### ④商品試作・商談

大手居酒屋チェーン店・大手回転寿司チェーン店・大手量販店・・・など商品にあった販売先に商談を行います。並行して、買い付け可能量、物流などのシュミレーションを行います。

## 実際の提携パターン

### ・漁協買い上げ型

漁協単位での取り組み時に有効です

### ・漁連買い上げ型

各県漁連主導での提携時に有効です。

漁連が取得している「〇〇ブランド」等を商標を活用して販売に役立てる際にも非常に効果的です。

### ・漁業者直接買い上げ型

弊社は提携産地において仲買人にはなりません。そのため直接取引の際は事前に漁協の合意文書を取り交わします。

1隻～数隻の先進的な漁船を機軸に取り組み始める場合もあります。

### ・魚種限定型

単品大量水揚げがされる産地ではその魚種限定での取り組みも可能です。

ある程度の計画数量を事前に設定するほうが、安定した販路の構築しやすくなります。

※提携初期の決済に関しては暫定的に JF 全漁連を通すことも検討可能です。(全漁連との取引開始済)

## 提携の効果

### ①新たな収入源の確保

「水揚げしてもダダ同然だった魚」を新たな販売ルートを開拓することで、文字通りプラスアルファの収入を得る糧となります。

### ②セリの底値を支える

「今日 00 が大漁で 00 円ぐらいまで買い叩かれそうだ。00 箱分を相対で買ってくれ」  
→上場数量が減ることにより相場の崩れが大幅に改善  
(弊社買い付け金額 1000 万/年で産地漁業者の手取り額 3000 万/年改善などの事例)

### ③広域販売ルートの開拓

既存仲買人の「市場掛け」による販売や近隣域限定での販売と異なり、安定した販売ルートを全国で開拓しています。

### ④地産地消の推進

大阪府産の魚を大阪府内の回転寿司チェーン店に販売・・・など  
(産地での衛生的加工が可能であれば産地業者を指定、適当な加工業者が見つからなければ弊社の新工場加工後産地周辺地域の販売先を中心に販売促進を行います)

### ⑤加工業者不在による販売不振の打開

加工業者が不在の産地は単一魚種の大量水揚げ時に大幅な価格下落傾向が見られます。  
それをできる限り回避するのが冷凍加工品の製造です。  
弊社新工場(愛知県蒲郡市)は HACCP 準拠の衛生的な工場で、日産 1 トン(原料ベースで 3 トン)の小型魚を使った寿司ネタ製造を行います。21 年度内に 50 魚種程度の国産刺身商材の製品化を想定しています。(極洋の指定工場にも認定予定)  
産地に適切な加工業者が不在の場合、ここでの加工品製造が可能です。

## なぜ売れるのか

### 徹底的な情報提供と販促支援で広域販売網の確保

トレース情報・魚種に関する知識情報・産地市況情報・販売促進 POP の自主作成・販売先に応じた総合的メニュー提案などを徹底的に行っています。  
大手水産会社(株)極洋との生食用商材販売提携により全国規模で販促を行えます。

### 安心・安全、そしてストーリー性のある商品作り

トレース管理を含め、今求められている食の安心・安全、食の国内回帰の流れの最先端の事業展開を水産庁の支援の下に行っているからです。  
いつ・誰が・どうやって獲ってきた・・・などの商品作りのストーリー性は広域販売に於いて最も求められている要素となっています。