

真鯛とヒラメのブランド化を図り 海外展開も見据えて競争力を高める

課題

市場動向を見据えた 差別化策が必須

赤坂水産有限会社の設立は1988年。西予市三瓶町を拠点とする水産卸売業者だ。売上の内訳は、真鯛5割、ヒラメ4割、シラス1割。愛媛県の日本料理店や魚市場を中心に、中国地方の民間の卸小売業者、近年では関東地域の日本料理店や水産会社にも出荷している。

同事業所の強みといえるのが、自社で管理した真鯛やヒラメを選別し、近隣の魚類市場や加工所へ直接出荷する販売形態を取っていること。この形態は全国的に見ても珍しく、仲介業者等の調整が不要なため、注文を受けた日にすぐに納品ができる。主力商品である真鯛やヒラメについては、販売する魚を自社や近隣の連携先で養殖した魚に限定し、魚の品質管理やトレーサビリティをしっかりと担保している点も取引先に好評だ。

国内の消費量はやや減少しているものの、都市部や海外市場における需要は高まっており、近年では真鯛、ヒラメともに取引状況は堅調に推移している。日本食ブームの影響もあり、海外の水産物の消費量が拡大し、同事業所のヒラメも間接的に輸出されているが、今後大手企業の養殖業界参入により過当競争・過剰供給が生じ、真鯛やヒラメについても値崩れを起こす可能性は否定できない。加えて、ヒラメは韓国でも大規模に生産されており、さらなる差別化やトレーサビリティの明確化が求められている。

支援

Webの販促活動と 展示会で知名度アップ

出荷体制や魚の品質は好評だが、問題はこうした強みを他の地方の魚市場や加工場へ周知できていないこと。取引先が少なく、高い信用リスクに晒されている。今後の海外展開を考えると、真鯛やヒラメのブランド化が不可欠だ。

そこで西予市商工会では、広報とブランディング戦略に関して専門家とともに共同支援を行い、主に養殖真鯛及びヒラメのブランディング戦略について提案指導を行った。具体的にはシーフードショーなど展示会への出展を見据えて、現事業主の数理分析能力や経歴を活かしたPR方法や、海外展開も見据えたロゴ・ストーリー構築を提案。2018年7月豪雨の被災者であったことから、被災地域向け持続化補助金も活



外国語対応のホームページ

用しながら、広告を通じたPR戦略の一環としてWEBを通じた販促活動を進めている。

さらに、商工会では飲食店への配布物の配布やポスター、チラシなどを活用した売り場づくりや、新規開拓を狙う地域への販促策として地方テレビへのCM宣伝を提案した。今後は都市部で開催される展示商談会に出展してブランド力と広報力を高め、国内都市部での認知度を上げていく。営業利益率を大幅に改善した段階で、日本食人気が高まっている海外へも展開していく方針だ。

支援の経過

期間	支援内容
2019年2月	ミラサボ専門家派遣、被災地域持続化補助金の申請支援
4月～5月	ミラサボ専門家派遣
2019年1月～8月	展示会・商談会の開催情報提供

会社概要

会社名：赤坂水産有限会社
 住所：愛媛県西予市三瓶町周木6-112-2
 電話番号：0894-33-2863
 URL：https://akasakasuisan.co.jp/
 代表者名：赤坂喜太男
 創業年：1988年
 従業員数：16名
 商工会名・担当者名：西予市商工会・中村喜範