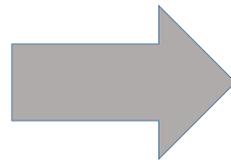


魚を通して気仙沼を海外で認知してもらうことは**可能**か？

342班 ~千葉悠加 高橋碧海 小山未来

序論

背景
気仙沼は漁業を通じて栄えていてカツオの水揚げが日本一だが、気仙沼の認知度はあまり高くない



目的
気仙沼を海外で認知してもらうことができれば、気仙沼のグローバル化が進み、それにより気仙沼がより発展していくと考えた。

仮説

魚を通して気仙沼を海外で認知してもらうことは**可能**か？



可能

根拠

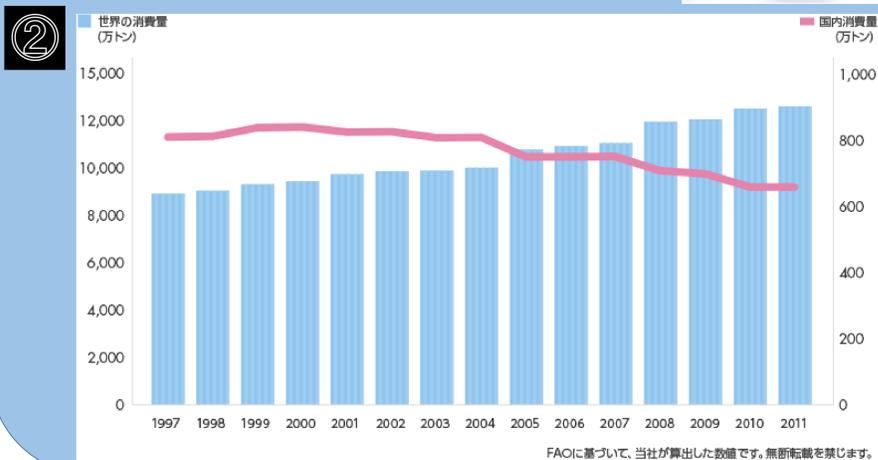
海外への輸出増加



仕向国	金額(百万円)	前年比(%)	構成比(%)
南アフリカ共和国	51	123.0	72.8
コロンビア	7	全増	10.4
インドネシア	6	184.4	8.1
ナミビア	2	全増	3.3
アメリカ合衆国	2	全増	3.0
総額	71	100.9	100.0

気仙沼では9万トンもの水揚げ量の中から約1万トン各国へ輸出している。
・様々な国との貿易
・前年より輸出量・金額などが増加
↓
これから先も増加すると考えられる

魚の消費量増加



世界では今「和食」がキてる！！
・日本食料店の増加
・健康ブーム
・お寿司など生の魚を使った料理が人気
↓
・生の魚を食べる外国人が増加
↓
・全世界での魚の消費量増加

直接輸出による貿易ルート拡大



流通業者を通さず高価格での取引

為替レートが有利な時に売る

漁業会社にも利点

・輸出入にかかる費用の削減
・価格などの状況把握が可能
・流通業者を通さず高価格での取引が可能
・両者とも納得できる製品開発・市場開発
・取引企業との信頼関係
↓
将来的に有利な条件で取引できる可能性
輸出する側 輸入する側 双方に利点

結論

参考文献

海外への輸出増加、全世界での魚の消費量増加、直接輸出による貿易ルートの幅拡大によって、魚を通して気仙沼が認知されることは**可能**で、さらなるグローバル化が期待でき、暮らしが良くなると考えた。
また、課題として情報発信が他地域に比べてできていないことがあげられる。SNSでの情報発信や他地域交流、また、気仙沼や海外についての知識を増やす事が我々にできる事だと考えられる。

- ・①カネダイ(参考資料)
- ・②魚の消費量
<https://www.maruha-nichiro.co.jp/ir/investors/guide/market.htm>
- ・③読売新聞(勝倉漁業)