

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

気仙沼は、海に囲まれており、港や漁業で栄え昔から漁業を通じて海外との繋がりが深くあった。漁業の面ではカツオの水揚げが日本一であり、輸出も多くしている。しかし、気仙沼の認知度はあまり高くない。そこで私たちは「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」について調べることにした。

1 序論

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さらに発展していくと考えた。

2 本論

根拠1 気仙沼から海外への輸出の増加

表1 海外への輸出量・金額¹⁾

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

1つ目の根拠として「気仙沼から海外への輸出の増加」があげられる。毎年9万トンもの水揚げ量の中から約1万トンを各国へ輸出している。

気仙沼の主な輸出としてカツオ、サバが、タイ・エジプト・フィリピン、サンマが韓国・ロシア・台湾、サメが韓国・東南アジアとなっている。

その他にも表1のように様々な国と貿易をし、前年と比べると輸出量・金額共に増加していることから、これから先も増加すると考えられる。

根拠2 和食ブームによる魚の消費量増加

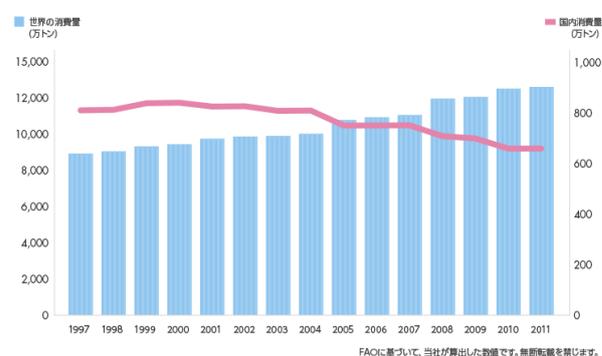


図1 世界の魚の消費量²⁾

2つ目の根拠として「和食ブームによる魚の消費量増加」があげられる。世界では今、和食がきている。また、海外での日本食料理店の増加、健康ブームにより、お寿司などの生魚を使った料理が人気で、生魚を食べる外国人が増加し、全世界での魚の消費量が増加している。

一方で、図1のように、国内消費量が年々減少傾向にあり、日本人の魚離れがすすんでいるため海外の人に行きわたりにくいなどという問題点も見られる。

根拠3 日本船による直接輸出による貿易ルートの幅拡大



図2 直接輸出について³⁾

3つ目の根拠として「日本船による直接輸出による貿易ルートの幅拡大」があげられる。

図2のように、直接輸出をすることにより、輸出入にかかる費用の削減や、価格などの状況把握が可能になることや両者とも納得できる製品開発や市場開発ができる。取引企業との信頼関係を構築することにより、将来的に今よりも多くの国と貿易できる可能性があるなど、双方に利点がある。

これらがこの先、より気仙沼に広がっていけば気仙沼の魚を海外の人に知ってもらえる機会が多くなり、気仙沼のことを認知してもらえきっかけになるのではないかと考えた。

日本かつお・まぐろ漁業協同組合によると、日本船による直接輸出を初めて成功させたのはここ気仙沼の勝倉漁業だそうだ。勝倉漁業の社長である勝倉宏明社長は「日本以外でも需要があることが実感できた」と手応えを感じているそうだ。

3 結論

以上のことから、海外への輸出増加、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を海外で認知してもらうことは可能で、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。

4 課題

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。皆さんの得意なSNSでの情報発信や地域交流、また気仙沼や海外についての知識を増やすことが私たちにできることだと考える。

私たちの行動次第で気仙沼の活性化、グローバル化を促進できるかもしれない。

5 参考文献

- 1) 株式会社カネダイ「海外への輸出量・金額」
- 2) マルハニチロ

<https://www.maruha-nichiro.co.jp/ir/investors/guide/market.html>

- 3) 「漁獲マグロ直接輸出」読売新聞 2016年8月27日