

元気とタイムリーな情報を提供する

五十嵐レポート

発行:「町コン」五十嵐　勉　　2026年10月19日　第1289「週刊五十嵐レポート」

自社の事業とは

10月17日付日経新聞夕刊、「サンマ不漁で稼ぎ方転換」という記事。

サンマの不漁が北海道根室市の経済を揺さぶる。水産業は根室の就業者の3割が関わる基幹産業。サンマ漁獲量は10年で7割減少、加工や流通など港を支える仕事も細る。サンマ水揚げ量日本一を16年連続の根室。2024年の水揚げ量は約2万トンと14年から7割減。

一方、サンマの水揚げ額は14年の93億円から24年の97億円へ微増した。1キロ当たりの単価が148円から457円へ約3倍となり、数量減を高値が補う。単価高は漁師の経営の支えとなるが、水産加工や流通業には正反対に作用。数量減と原料高で仕事が減り、産業基盤が弱体化。

サンマ漁業者たちはサンマ漁船を活用し、春から夏にアカイカ漁の兼業に本格的に乗り出す。根室には産地としての強みがある。サンマの漁場に近く高鮮度で水揚げできる。

水産加工業にも転換の芽が。兼由(根室市)は10年前、年間5千～6千トンのサンマを扱っていたが、現在は200～300トンとおよそ20分の1まで縮小。ホッケやホタテなど多様な魚種のレトルト食品に。販路も変えた。SNSや展示会、イベント販売を通じBtoC(消費者向け)を拡大。

従来の経営はサンマ中心。大量仕入れ・一次加工・市場への大量出荷。

転換後の経営は多魚種・高付加価値。レトルト37種類・消費者向け販路。

中小企業も参考になる。

・商品を変えた:サンマ中心からホッケ、ホタテなど多魚種へ。

・加工度を高めた:素材や塩サンマから、調理済みレトルト食品へ。

・顧客を変えた:卸売市場中心から、消費者への直接販売も重視。

・競争の仕方を変えた:取扱数量の競争から、商品価値と利益率の競争へ。

売上高は以前より小さくなったものの利益率は改善。「サンマを加工する会社」から、「魚を使った便利でおいしい食品を提供する会社」へ。自社の事業定義を変えた。

ちょっと気になる出来事

10月17日付日経新聞夕刊、「日本製品は売れる」という記事。

日本の食品や日用雑貨を販売する電子商取引（EC）が米国で成長。大手Yamiの創業者アレックス・チョウ氏は「日本製品は高品質だという認識が広まり、いくらでも売れる」と指摘。

Yamiは2013年にチョウ氏が立ち上げた新興EC企業。日中韓など東アジア系の食品や日用品、家電などを専門に取り扱う。中西部カンザス州の大学に留学した際に、慣れ親しんだ食品の入手に苦労したことが創業のきっかけ。米国のアジア系の人口は2000万人を超え、アジアへの旅行経験者も増え、食文化や生活習慣が非アジア系にも浸透。

Yamiで売れ筋商品の総合順位をみると、首位がマルタイの「棒ラーメン」。上位10位以内には丸久小山園（京都府宇治市）の抹茶や象印マホービンの炊飯器、米P&Gが日本で開発・製造する化粧品「SK—Ⅱ」など。

米国在住の中国人留学生・移民が、故郷の食品を購入できないという不便に着目。大手が十分に対応していない顧客に集中。最大手Amazonがいる中で専門市場（日中韓の商品）での地位を確立したのはすごいこと。



一口メモ
知識

価値観に合った組織で働け

組織において成果をあげるには、自らの価値観が組織になじまなければならない。同じである必要はない。だが、共存できなければならない。さもなければ心楽しまず、成果もあがらない。

（「明日を支配するもの」より）　**ドラッカー名言集　仕事の哲学（ダイヤモンド社）より**

組織と個人の価値観は同じである必要はない。しかし、共存できなければならない。社員を自分と同じ考え方に変えようとする必要はない。しかし、会社が何を大切にしているかは理解してもらわなければならない。

1. 人にはそれぞれ大切にしている価値観がある。
2. 会社にも大切にしている価値観がある。
3. 個人と会社の価値観が違ってもよい。但し、お互いが受け入れられる関係でなければ、働く喜びも成果も生まれにくい。

●「戦略社長塾東京」小岩校　毎週日曜日・水曜日　午前10時～12時
●「戦略社長塾東京」銀座校、武蔵村山校、豊岡校　開講中。

㈱五十嵐コンサルティングオフィス　〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5
TEL03-3659-7703　Fax03-3659-7077　info@igarashireport.com

