

令和7年度気仙沼市デジタル水産業推進協議会 第1回E分科会

日時： 令和7年6月26日（木）午前10時30分～

場所： 市水産研修センター＋オンライン

次 第

1 開 会

2 挨拶

3 出席者紹介

4 協 議

(1) E-2：気仙沼カツオのプロモーション及び水産バリューチェーン実証研究事業について

(2) E-2：水産バリューチェーン研究会の今年度計画について

5 そ の 他

6 閉 会

【配布資料】

- 1 次第（本紙）
- 2 出席者名簿
- 3 説明資料
- 4 説明資料－別添資料

令和7年度気仙沼市デジタル水産業推進協議会 第1回E分科会名簿

【気仙沼市デジタル水産業推進協議会E分科会員】

NO.	区分	所属	職名等	氏名	摘要
1	分科会長	株式会社カナダイ	代表取締役社長	佐藤 俊輔	会場
2	副分科会長	株式会社阿部長商店	経営管理部 部長	菅原 圭介	会場
3		株式会社さんりくみらい	代表取締役	藤田 純一	オンライン
4	学識経験者	東京海洋大学	海洋生命科学部 教授	東海 正	オンライン
5	各種団体・企業 (所属名順)	気仙沼漁業協同組合	代表理事組合長	齋藤 徹夫	欠席
6		気仙沼商工会議所	総務課長兼デジタル化推進室長	佐藤 淳一	会場
7		株式会社石渡商店	代表取締役社長	石渡 久師	
8		気仙沼漁業協同組合	魚市場部水揚管理課長	小野寺 雄一	会場
9		気仙沼市物産振興協会	事務局長	高橋 ちひろ	会場
10		株式会社八葉水産	取締役常務	清水 健佑	会場
11		株式会社藤田鐵工所	代表取締役社長	米倉 工雄	会場
12		宮城県漁業協同組合気仙沼総合支所	支所長	菊地 朋和	会場
13	関係行政機関	宮城県気仙沼地方振興事務所水産漁港部	総括技術次長兼班長	芳賀 圭悟	会場
14	気仙沼市	気仙沼市	デジタル補佐官	種子野 亮	

【オブザーバー】

NO.	区分	所属	職名等	氏名	摘要
1	外部企業	株式会社フーディソン	代表取締役CEO	山本 徹	オンライン
2		株式会社フーディソン	執行役員/部長兼地方創	木下 太志	オンライン
3		株式会社フーディソン	sakana bacca事業部 地方創生担当	山本 久美恵	オンライン
4	関係行政機関	宮城県気仙沼地方振興事務所水産漁港部	技術次長	中家 浩	会場
5		東京海洋大学三陸サテライト		小松 朋子	オンライン

【事務局】

NO.	区分	所属	職名等	氏名	摘要
1	気仙沼市	産業部水産課	課長	齋藤 英敏	会場
2		産業部水産課漁業振興係	主幹兼係長	小野寺 幸史	会場
3		産業部水産課漁業振興係	主査	川田 成海	会場
4	古埜企業	三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社	主任研究員	秋元 康男	オンライン

5	木正 久美	三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社	主任研究員	清 谷 康 平	オンライン
---	-------	------------------------	-------	---------	-------



令和7年度気仙沼市デジタル水産業推進協議会 第1回E分科会説明資料

令和7年6月26日(木)
10:30~12:00

目次

協議1.1.～1.3. E-2 : 気仙沼産カツオのプロモーション及び水産バリューチェーン実証研究事業

協議2.1.～2.2. E-2 : 水産バリューチェーン研究会の今年度計画

協議1.1. E-2：気仙沼産カツオのプロモーション及び水産バリューチェーン実証研究事業 概要

1. 概要
本市に水揚げされるカツオ（以下「気仙沼産カツオ」）を対象魚として、水産バリューチェーンの構築に係る実証研究を行うとともに、かつお溜め釣り漁伝来350年記念事業として、首都圏における「気仙沼産カツオ」のプロモーション活動を行う。
2. 背景・趣旨
 - (1) 本実証事業は、水産バリューチェーンの研究会の一環として、昨年整理した研究対象類型1「ライブコマース系」について、実証事業を通して具体的知見を獲得することを趣旨とする（協議1.2.～1.3.参照）。
 - (2) 本年がかつお溜め釣り漁伝来350年記念事業であることから、(1)の実現に際して、対象魚をカツオとし、首都圏へのプロモーション活動を兼ねる狙い。
3. 内容（詳細は別添参照）
 - (1) 概要
 - ① 小売店・飲食店フェア
 - ② プロモーション活動（かつお溜め釣り漁350年記念事業）
 - ③ アンケート調査（水産バリューチェーンの構築）
 - ④ 事後効果検証
 - (2) 期間 令和7年6月～令和8年3月
（うちフェア 令和7年9月後半～10月後半）
 - (3) 主体 協議会
 - (4) 委託先 株式会社フーディソン
 - (5) 予算 10,000千円

協議1.2. 昨年度のE-2：水産バリューチェーン研究会の振り返り

#	日時	協議事項
第1回	令和6年10月7日（月） 15時～17時	<ul style="list-style-type: none"> ● 水産バリューチェーンの定義 ● 水産物の流通工程～水産バリューチェーンの目指す取組み～水産物流通と気仙沼における課題の整理 ● 水産バリューチェーンの個別事例（国内・他分野）
第2回	令和6年10月18日（金） 13時～15時	<ul style="list-style-type: none"> ● 水産バリューチェーンの個別事例（海外） Fish With A Story（南アフリカ共和国） E-Fish/PacificSeafood/FULTON FISH MARKET（アメリカ合衆国） ● 個別事例を踏まえた意見集約

E分科会委員全体の意見を集約したうえで研究対象類型を複数に分類

研究対象類型1：ライブコマース系	研究対象類型2：FULTON FISH MARKET系	研究対象類型3：E-Fish系
<ul style="list-style-type: none"> ■ 生産者の顔が見える，消費者の意見が拾える，双方向の情報・価値とストーリー構築 ■ 消費者側から生産者（加工・流通業者）側に情報が戻る仕組み 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 一般消費者への正しい情報提供・理解醸成（気仙沼が取扱う魚種・食べ方） ■ 情報のプロダクトアウト ■ 消費者の意識変革 等 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 既存のバリューチェーンに対する「産地」としての新しい取組み ■ 一般消費者の興味・関心を引くトレーサビリティ，ブランド化

※気仙沼では，魚種・ビジネスモデルは複数成立する＝気仙沼の特性・強み

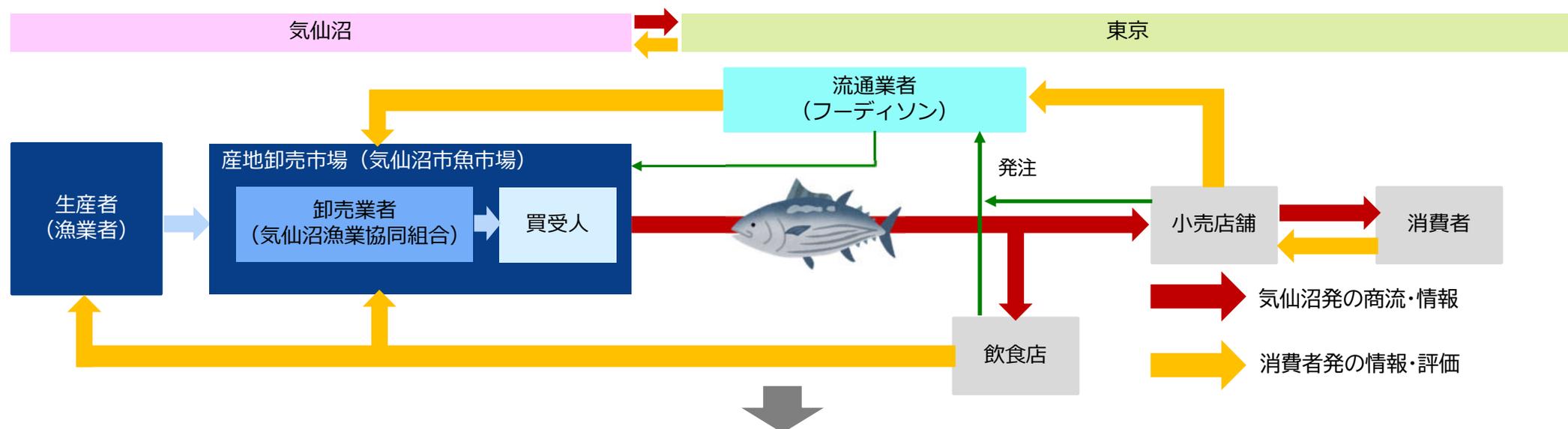
気仙沼に相応しい水産バリューチェーン（複数）の構築に向けた研究や講師招聘を進める

※水産バリューチェーン研究会は幅広い魚種・流通形態を有する気仙沼の関係者のビジネスマッチングと新しいビジネスモデルの構築を支援する組織...との位置づけを想定

第3回	令和7年3月26日（水） 10時～12時	<ul style="list-style-type: none"> ● 気仙沼における水産バリューチェーン構築水産バリューチェーンの定義 バリューチェーン構築全体イメージ 実証実験（案） ➔ 令和7年度に実証実験を実施することを決定
-----	-------------------------	---

協議1.3. E-2 : 気仙沼産カツオのプロモーション及び水産バリューチェーン実証研究事業 ポンチ絵

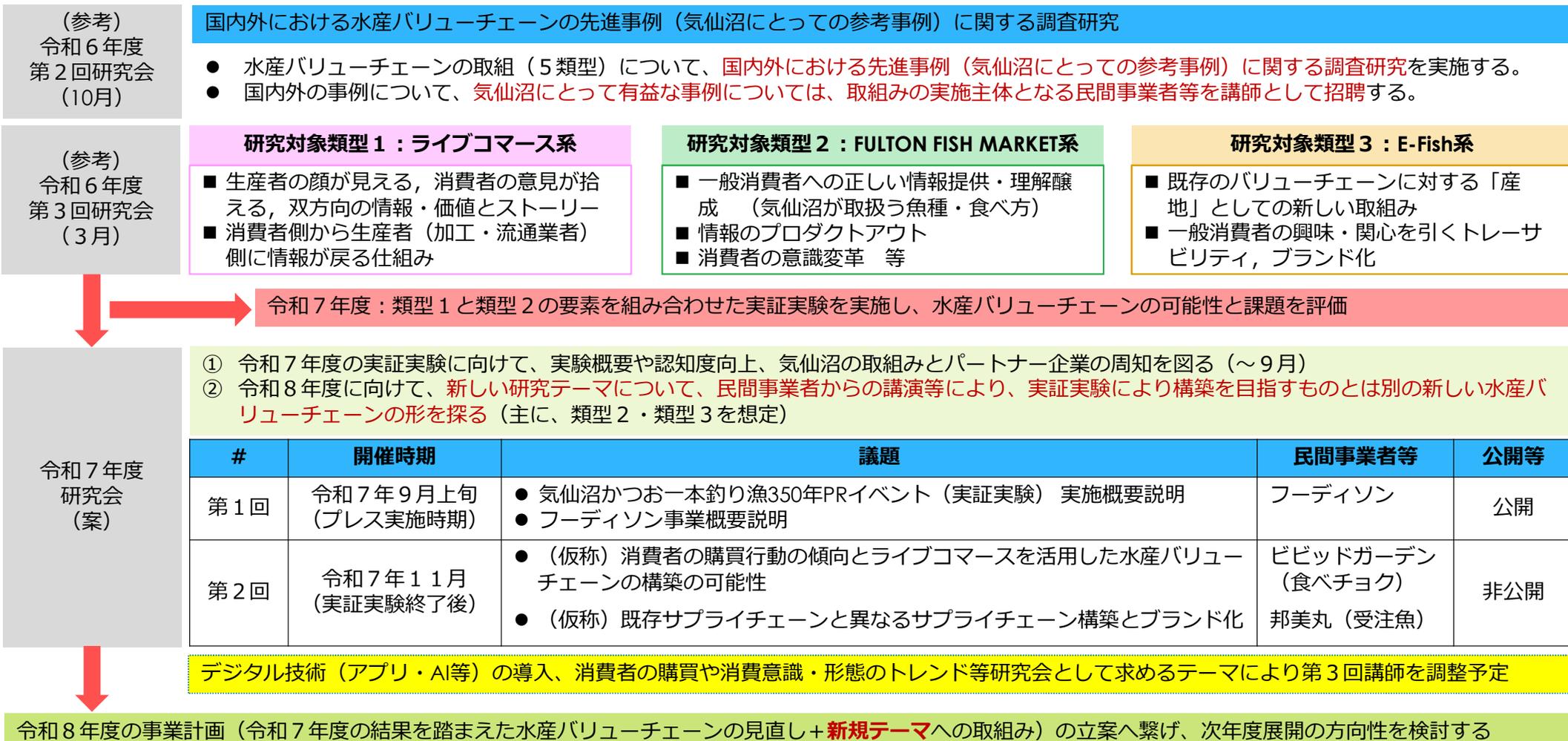
- E分科会で研究・協議を重ねてきた水産バリューチェーンについて、実際に気仙沼の商品を流通に乗せ、消費者に届けた場合、情報が適切に伝わるか、消費者から評価が得られるかなどについて、実証実験により、水産バリューチェーン構築のあり方を検証する。
- 実証実験（案）の概要は次のとおり。
 - 実施目的 : ①気仙沼産カツオ（商品）と付随する正しい情報を気仙沼から消費者に届ける（情報のプロダクトアウト）。
②気仙沼の商品を購入した消費者（飲食店等含む）から、商品に対する評価を把握し気仙沼にフィードバックする。
 - 実験概要 : 小売店フェア（量販店・sakana bacca・新幹線輸送）、飲食店フェア、PR（プレスリリース・メディア誘致）
上記に係るアンケート調査（消費者・バイヤー・飲食店シェフ）
実施時期 : 令和7年9月～10月
 - 対象魚種 : カツオ（気仙沼で最も一般的な魚種、かつ、一本釣り漁350年PR）
 - 協力事業者 : 株式会社フーディソン ※「首都圏とのネットワーク」「流通構造（sakana bacca等）」「販促活動支援実績」から選定



実証実験の結果を踏まえて、今後、気仙沼が目指すべき水産バリューチェーンの構築に向けた検討に活用する

協議2.1. E-2 : 水産バリューチェーン研究会の今年度計画 (案)

- 水産バリューチェーン研究会の設置目的は「気仙沼が目指す取組みや水産バリューチェーンのあり方を関係者間で具体化する」こと。



協議2.2. E-2：水産バリューチェーン研究会の今年度計画（案）②

令和6年度：気仙沼が目指すべき水産バリューチェーンの構築に向けた事例研究と実証実験の枠組み構築

令和7年度：実証実験を通じて気仙沼が目指すべき水産バリューチェーンの可能性と課題を評価

- 令和7年度は、気仙沼産カツオを商材とした実証実験を主要取組みと位置づける。実証実験は9月～10月に実施する。
- 実証実験後、11月から事業評価・分析を進め、1月には実証実験結果をとりまとめる。
- 実証実験の事業評価結果を踏まえ、**令和8年度の事業計画**の立案を進め、3月の研究会（分科会）で事業計画を決定する。
※令和8年度の事業計画は、令和7年度の結果を踏まえた拡充や新規テーマ（例：E-Fish系）の取扱いなどを幅広く協議して決定する。

項目・時期	R7.4	5	6	7	8	9	10	11	12	R8.1	2	3
E分科会			①									②
E-2作業部会	①②	③	④									
実証研究												
実施方針検討												
事前調整												
周知・PR												
実証（フェア）												
事業評価・分析												
結果まとめ												
研究会												
次年度計画立案												

プレスリリースと同日に研究会（一般公開）を開催し、実証実験のPRにも繋げる

FOODISON

気仙沼産かつおのプロモーション 及び水産バリューチェーン実証研究業務企画書

2025年6月26日

株式会社フーディソン

目次

● 目次	P2	● 進行方法	
● 当社サービス概要	P3	○ プロジェクト進行フロー	P19
● 企画整理		○ 実施体制	P20
○ 企画の目的	P4	○ 今後のスケジュール	P21
○ 企画概要と各施策の目的	P5	● 概算お見積り	P22
○ 全体の座組	P6	● 会社紹介	P23～37
○ 本企画においての高鮮度流通に関する取り組み	P7		
● 実施内容			
○ 小売店フェア			
■ サカナバツカフェア	P8～9		
■ スーパーマーケットフェア	P10		
○ 飲食店フェア	P11		
○ 商品企画	P12		
○ フェア開催の流れ	P13		
○ PR			
■ メディア誘致イベント	P14		
■ メディア誘致フロー	P15		
○ アンケート調査	P16		
○ プレゼントキャンペーン	P17～18		

ECとリアル店舗で地域産品の課題を解決する生鮮流通プラットフォーム

会社名	株式会社フーディソン
本社所在地	東京都中央区勝どき 3-3-7 ケンメディア 5階
代表者	代表取締役 山本 徹
設立	2013年4月
事業内容	<ul style="list-style-type: none">・飲食店向け食品 エコマース「魚ポチ」の運営・鮮魚セレクトショップ「sakana bacca」の運営・食品事業者向け人材紹介サービス「フード人材バンク」の運営
URL	https://foodison.jp/

魚ポチ

ITと市場の物流拠点を活用し、産地と消費地間の情報と物流を繋げることで、首都圏での高付加価値流通を実現

sakana bacca

魚や海に感度の高い首都圏消費者を顧客に持ち、高鮮度の鮮魚仕入や商品企画力を武器に首都圏10店舗を展開

フード 人材バンク

食の専門人材の紹介を通じて大手スーパーマーケット、大手チェーン飲食店とのネットワークを構築



1

気仙沼市における
最適な水産バリューチェーン構築のための実証実験

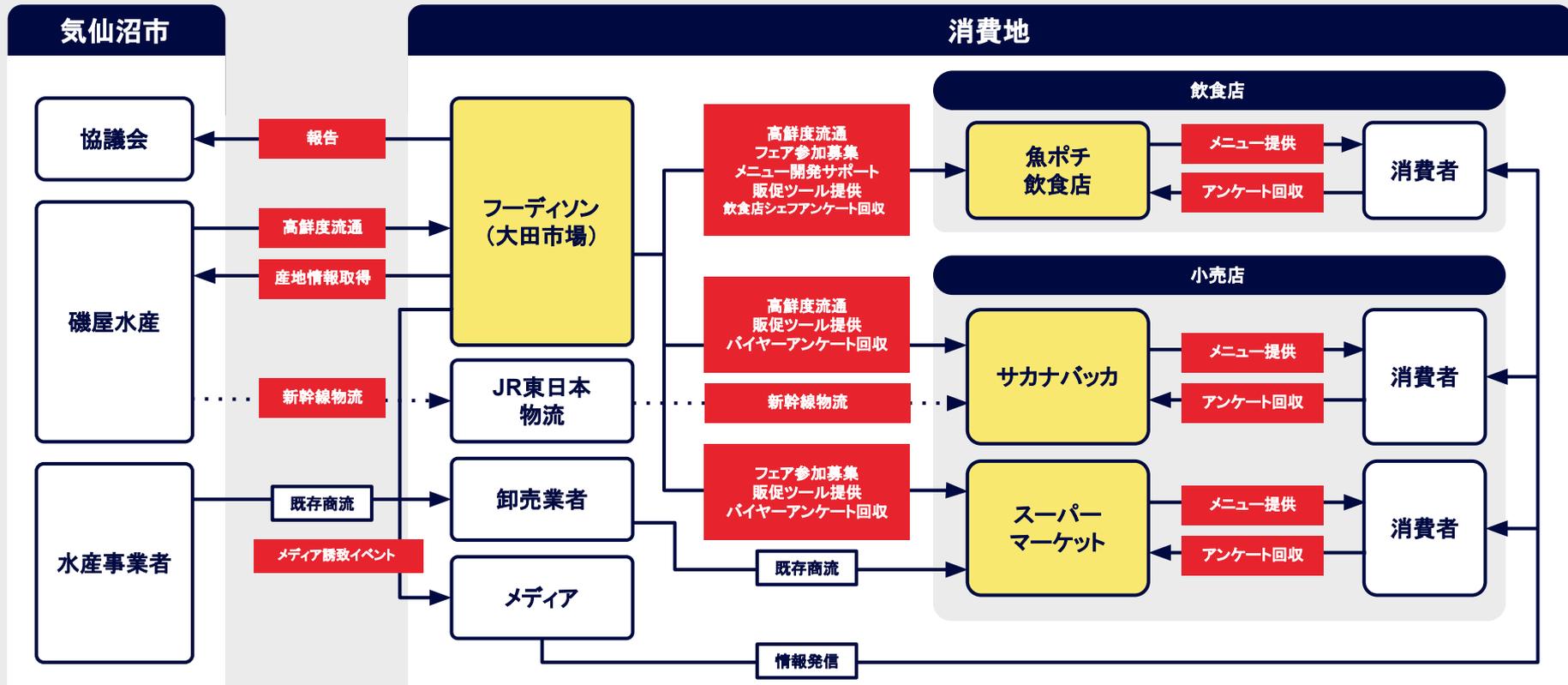
2

かつお溜め釣り漁伝来 350周年記念の
プロモーションを通して 首都圏での認知獲得

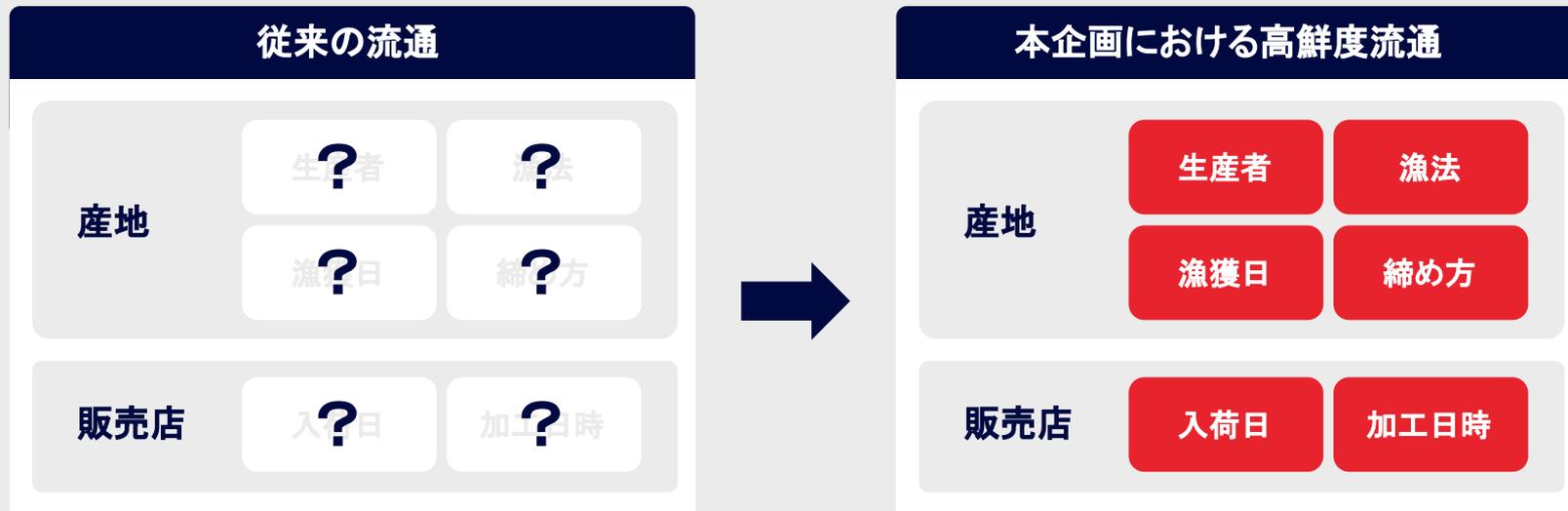
企画概要と各施策の目的

予算	993万円(税込)		
実施時期	9月後半～10月後半(戻り鰹のピーク時期)		
実施内容	小売店フェア	サカナバッカ(6店舗・2週間開催)	共通
		スーパーマーケット(4店舗・最大2週間開催)	
		新幹線輸送による超高鮮度流通(サカナバッカ 6店舗)	
	飲食店フェア	10店舗・最大1ヶ月間開催	共通
	PR	プレスリリース発信	350年PR
		メディア誘致イベント	
	アンケート調査	消費者	水産VC
		バイヤー	
飲食店シェフ			
事業評価	水産VC		

全体の座組



本企画においての高鮮度流通に関する取り組み



従来流通ではブラックボックス化していた情報を明らかにし、
鮮度・品質を担保して流通させることで、
水産バリューチェーンの構築に必要な情報を精査 する

実施内容

- 店内に気仙沼かつお販促コーナーを展開
- 鮮度の根拠を可視化した訴求
(水揚げ日・加工日時の明記等)
- 新幹線物流「はこビュン」による超高鮮度流通
- 消費者アンケート
- バイヤーアンケート

開催店舗

- ・sakana bacca中目黒
- ・sakana bacca都立大学
- ・sakana bacca中延
- ・sakana bacca五反田
- ・sakana baccaグランスタ東京店
- ・sakana baccaグランスタ丸の内店



輸送ルート



仕入先

株式会社磯屋水産

宮城県気仙沼市港町1-3

気仙沼で創業80年の水産仲卸
魚ポチとの取引実績あり



実施内容

- 店内に気仙沼かつお販促コーナーを展開
- 鮮度の根拠を可視化した訴求
(水揚げ日・加工日時の明記等)
- 消費者アンケート
- バイヤーアンケート



エリア	東京 23区内
選定基準	高鮮度の水産品を取り扱う店舗
開催期間	開催店舗の協力可能な日数で調整
開催候補店舗	<ul style="list-style-type: none"> ・紀ノ国屋 5店舗 ・福島屋 4店舗 ・松屋 2店舗 ・ロピア 61店舗 ・京急ストア 30店舗 ・小田急 OX 32店舗 ・ヒルママーケットプレイス 6店舗 ほか

実施内容

- 店内にフェア装飾を展開
- 気仙沼かつおを使用した限定メニューを提供
- 消費者アンケート
- 飲食店シェフアンケート



エリア	東京23区内
ジャンル	・中～高価格帯の海鮮居酒屋 ・館屋
開催期間	開催店舗の協力可能な日数で調整
開催候補店舗	<ul style="list-style-type: none"> ・さかなさま 浜松町、日比谷など系列 3店舗 ・酒場シナトラ 東京、目黒など系列 5店舗 ・酒場それがし 五反田、恵比寿など系列 3店舗 ・あいしてます 人形町 ほか

提供イメージ

- 提供方法
 - 刺身での提供を全店共通条件とする
 - 産地の食べ方を参考に厚切りで提供
- 訴求ポイント
 - 高知(カツオのたたき)との差別化
 - シズル感・脂のりを演出するネーミング
 - 例) 気仙沼とろかつおの厚切り刺身
 - 鮮度感・おいしさを想起するキービジュアル
 - シズル感のある写真
 - 迫力たっぷりの厚切り刺身



- 参加店舗へ企画の目的を説明し、趣旨に同意いただいた上で参加を決定。流通方法や提供方法を協議し、協力を要請する。
- フェア準備～開催期間中、開催後を通して、水産バリューチェーン構築のための課題・ニーズを把握し、適宜フォローを行う

開催の流れ



市長参加のオープニングイベントをフックに、テレビ、新聞、雑誌、ウェブメディア等へ積極的にアプローチし、メディア露出を図る。

プログラム案	内容例
オープニング・主催者挨拶	・フェア全体の趣旨、企画背景を説明
市長スピーチ	・気仙沼産かつおの歴史、品質 ・今回の産地連携について ・今後の展望
プレゼンテーション	・気仙沼カツオの魅力(水揚げ日本一のブランド力、漁法、鮮度管理) ・フェア内容紹介(期間、参加店舗数、メニュー例)
フォトセッション	・市長、生産者代表、飲食店シェフが登場 ・カツオ解体デモ(「一太刀目」を市長が担当)
試食タイム	・「産地鮮度」を体感できるテイasting形式で提供 ・シェフまたは水産関係者による素材解説
質疑応答・個別取材	・会場に専用ブースを用意し、自由に取材できるよう配慮



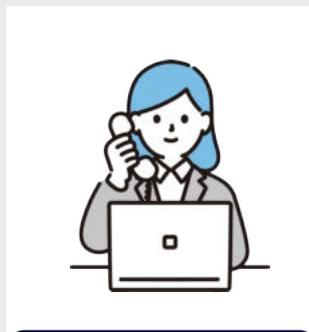
- 【付帯資料】
 プレスキット(データ+紙資料)
- フェア概要
 - 気仙沼かつおの解説資料(漁法、流通)
 - フェア参加店舗リスト
 - 写真素材(使用可マーク入り)
- メディア向けノベルティ
- 気仙沼PR冊子、小物グッズなど

露出のターゲットにしたいメディアリストを作成し、プレスリリースを送付。
露出確度を高めるため、関係性のある媒体にはメール・電話等で個別にアプローチする。



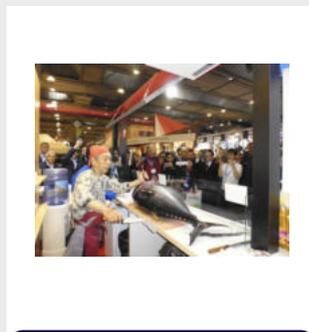
STEP.1
メディアリスト・
案内状作成/配信

露出のターゲットに最適な媒体
に取材・記事掲載してもらうため
のメディアリストを作成。話題に
なりそうな取材ポイントを踏まえ
て案内状を作成し送付。



STEP.2
取材誘致

露出確度を高めるため、掲載
実績のある媒体を中心に電話
や個別メール等による誘致・露
出交渉活動を実施する。



STEP.3
イベント開催

来場したメディアに記事掲載い
ただけるよう、参考資料の配布
など対応。



STEP.4
開催報告

開催後はオフィシャル素材と共
に開催レポートを配信し、出席
できなかったメディアへのフォ
ローも行う。

▼アプローチメディア例

メディア	媒体・番組名
日経新聞	電子版
読売新聞	電子版、紙面
NHK	テレビ、Web
朝日新聞	電子版、紙面
日本テレビ	テレビ「news every.」
日本テレビ	テレビ「ZIP!」
テレビ朝日	テレビ「サンデーLIVE!!」
テレビ朝日	テレビ「スーパーJチャンネル」
フジテレビ	テレビ「めざましテレビ」
水産経済新聞	電子版、紙面
日本テレビ	テレビ「DayDay.」
毎日新聞	電子版、紙面
共同通信	新聞各社で掲載

気仙沼かつおに対する評価を定量・定性的に把握するためアンケートを実施。
最適な水産バリューチェーンを構築するための基礎データを収集する。

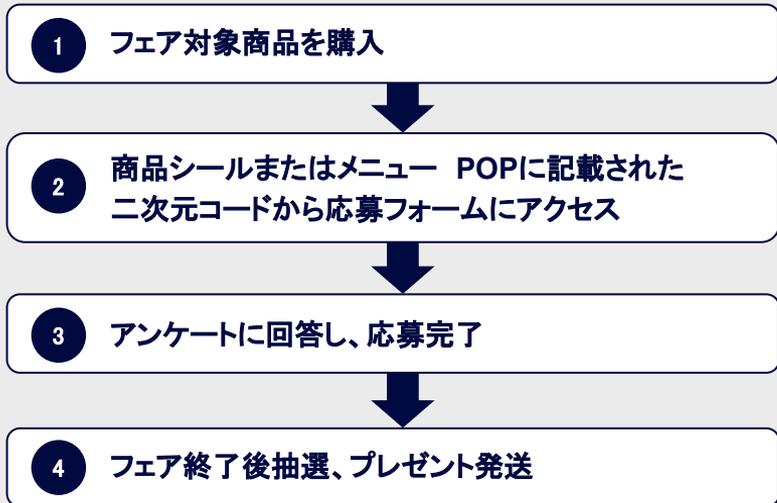
アンケートの目的

- ①気仙沼かつおの認知度実態を明らかにする
- ②イベントや取組において何が効果的なのかを明らかにする(効果測定)

対象	手法	調査項目例
消費者	商品シールまたはメニューPOPからwebフォームへ誘導	<ul style="list-style-type: none"> ・普段の鮮魚購入場所や頻度、購入の判断基準、調理方法 ・気仙沼かつおの認知度、味の評価、再購入意向、満足度
バイヤー	webフォーム ヒアリング	<ul style="list-style-type: none"> ・気仙沼かつおの品質評価、価格満足度 ・取り扱い意欲、販促への協力意向
飲食店シェフ	webフォーム ヒアリング	<ul style="list-style-type: none"> ・気仙沼かつおの品質評価、価格満足度 ・顧客の反応、継続使用意向

消費者のアンケート回答を促進するため、インセンティブとしてプレゼントキャンペーンを実施。販促ツール記載の二次元コードよりアンケートに答えると応募完了となる。

キャンペーンの流れ



小売店フェア

商品シールイメージ

2層になっており、1枚目をめくると、応募フォームへ誘導する二次元コードとシリアルコードが見れる



飲食店フェア

メニューPOPイメージ

飲食店各テーブルに配置する POPにてプレゼントキャンペーンを告知アンケート回答を促す

プレゼント商品には船凍かつおの刺身を採用し「旬のおいしさを閉じ込めたかつお」で 1年中いつでもおいしいかつおが食べられることをPR。併せてふるさと納税の返礼品であることも紹介し、ふるさと納税での寄付を促進する。



お酒の肴にご飯のおとも、和をテーマに揃えました
「父の日ギフト」で第1位

おとこの週末 2025年6月号掲載

この商品はふるさと納税の返礼品です！
ふるさと納税ページはコチラ

詳しくはバナーをクリック！

プロジェクト進行フロー

参加店舗募集

調整・準備

フェア開催

事業評価

小売店フェア サカナバック スーパーマーケット	産地に共感して くれる店舗探し	<ul style="list-style-type: none">・高鮮度の流通、販売方法の コーディネート・販促ツール制作	<ul style="list-style-type: none">・販促コーナー展開・はこびyun輸送・消費者アンケート・バイヤーアンケート	実施結果分析
飲食店フェア	産地に共感して くれる店舗探し	<ul style="list-style-type: none">・高鮮度の提供条件設定・メニュー開発支援・販促ツール制作	<ul style="list-style-type: none">・限定メニュー提供・消費者アンケート・飲食店シェフアンケート・メディア誘致イベント	実施結果分析

実施体制

自治体事業・飲食店営業経験のあるメンバー、産地仕入担当、PR担当を計6名配置し、フェアの円滑な運営を行う体制を構築

役割	氏名	所属	主な実績とスキル
総括責任者	木下 太志	sakana bacca事業部 執行役員 事業部長 兼 地方創生責任者	<ul style="list-style-type: none">・魚ポチ事業部において飲食店営業を3年間経験した後、小売事業「sakana bacca」の責任者と自治体事業を兼務し、17の自治体および企業と45件のプロジェクトを6年間にわたり実施。・飲食店プロジェクトについては令和元年の福島県水産課の事業において、総括責任者として飲食店店舗でのフェア開催を実施。・産地・産品の理解、および飲食店営業経験による消費地の流通理解の知識と業務実行スキルを持つ。
企画・進行担当者	山本 久美恵	sakana bacca事業部 地方創生ディレクター	<ul style="list-style-type: none">・地方創生ディレクターとして自治体事業を担当し、9の自治体および企業と23件のプロジェクトを3年にわたり実施。sakana baccaや魚ポチを活用したプロモーションの企画・進行を行う。・飲食店プロジェクトについては、飲食店32店舗参加のフェア開催を実行責任者として担当。参加店舗募集、メニュー開発サンプル手配、販促ツール制作、事務局対応等の全業務を実施する中で習得した、飲食店への営業スキル及びフェア開催の実行スキルを持つ。
営業担当者	棚原 健太	sakana bacca事業部 地方創生担当	<ul style="list-style-type: none">・人材紹介事業「フード人材バンク」において飲食店への法人営業を経験し、顧客である飲食店からの信頼を得て成果を上げる。・飲食店への営業を通じた関係構築力およびヒアリングスキルを持つ。
営業担当者	近井 荘太	sakana bacca事業部 事業企画チームリーダー	<ul style="list-style-type: none">・sakana baccaにおいて店舗開発を担当し、JRエキナカ店舗のデベロッパやJR東日本物流との関係構築力および営業スキルを持つ。・はこびュんを活用した店舗イベントの実行経験あり。
仕入担当者	北浦 浩	魚ポチ事業部 仕入チーム	<ul style="list-style-type: none">・魚ポチサービス開始当初より鮮魚仕入を担当。産地や商品理解および鮮魚流通の知見を持つ。・気仙沼かつおについては磯屋水産様と取引実績あり。
PR担当者	藤城 彩	経営管理部 広報担当	<ul style="list-style-type: none">・各種プロジェクトのプレスリリース作成、メディア連携、取材誘致など広報業務全般を担当。・2025年5月に放送されたTV番組「ガイアの夜明け」では約年に渡って魚ポチの現場や産地、制作会社など関係各所との調整を行う。

今後のスケジュール

	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月		
全体進行	企画承認	スケジュール 策定			事業評価・報告書作成				
小売店フェア (サカナパッカ)		はこびyun調整		告知開始	フェア開催				
		販促ツール制作							
小売店フェア (スーパーマーケット)		参加店舗 募集	流通・販売方法 コーディネート	告知開始					
		販促ツール制作							
飲食店フェア		参加店舗 募集	企画説明 メニュー開発	告知開始					
		販促ツール制作							
PR		メディア誘致イベント会場手配・参加者調整・ほか準備		イベント 実施					
		メディア リスト作成			メディアアプローチ				
			プレス リリース 原稿作成		プレス リリース 配信			開催報告 リリース 原稿作成	
							開催報告 リリース 配信		

概算お見積り

目的	実施内容		概算金額	評価点		
共通	小売店フェア	サカナパッカ 6店舗・2週間開催	事務局業務	8万円	300万円	流通量・金額 販売点数・金額 来店数・購買率 顧客の反応
			店舗使用料	126万円		
			販促ツール制作	71万円		
			新幹線輸送による超高鮮度流通(3回)	20万円		
		スーパーマーケット 4店舗・最大2週間開催	事務局業務	8万円		
			開拓営業	20万円		
			メニュー開発・撮影	20万円		
			販促ツール制作	27万円		
共通	飲食店フェア 10店舗・最大1ヶ月間開催	事務局業務	12万円	144万円	流通量・金額 メニュー提供数 顧客の反応 店舗満足度	
		飲食店訪問営業	50万円			
		メニュー開発・撮影	50万円			
		販促ツール制作	32万円			
共通	フェアLP制作		50万円			
350年PR	PR	プレスリリース発信	40万円	90万円	参加メディア数・記事掲載数・想定リーチ SNS波及効果	
		メディア誘致イベント	50万円			
水産VC	アンケート調査	消費者	2万円	8万円	消費者: 認知度・味の評価・満足度 バイヤー・シェフ: 品質・価格評価・顧客の反応	
		バイヤー	2万円			
		飲食店シェフ	4万円			
水産VC	事業評価		80万円			
企画・進行管理			231万円			
税別合計			903万円			
税込合計			993万円			



FOODISON

**株式会社フーディソン
会社紹介**

会社概要

社名	株式会社フーディソン / Foodison, Inc.
設立	2013年4月1日
代表取締役 CEO	山本 徹
所在地	東京都中央区勝どき 3-3-7 ケンメディアビル 5階
子会社	株式会社フーディソン大田 (完全子会社、大田市場仲卸)
従業員数	234名 ⁽¹⁾

(1) 2023年3月末時点、臨時雇用者含む連結の数字

MISSION

世界の食をもっと楽しく

VISION

生鮮流通に新しい循環を

食という産業はあまりに巨大だ。

生産から卸、流通、小売、消費者まで、関わる人口が全産業の中で最も多い。
だからこそ、局所局所で見ると、数え切れない課題が存在している。
プレイヤーたちの専門性は高いが、全体最適をする役割がない。
つい、誰かのせいにしてしまっている。だから何も変わらない。
わたしたちFoodisonは、それを俯瞰する。

食産業という巨大オーケストラの指揮者になることで、プロフェSSIONALたちが
持つポテンシャルを引き出し生鮮流通に新しい循環を生み出す。

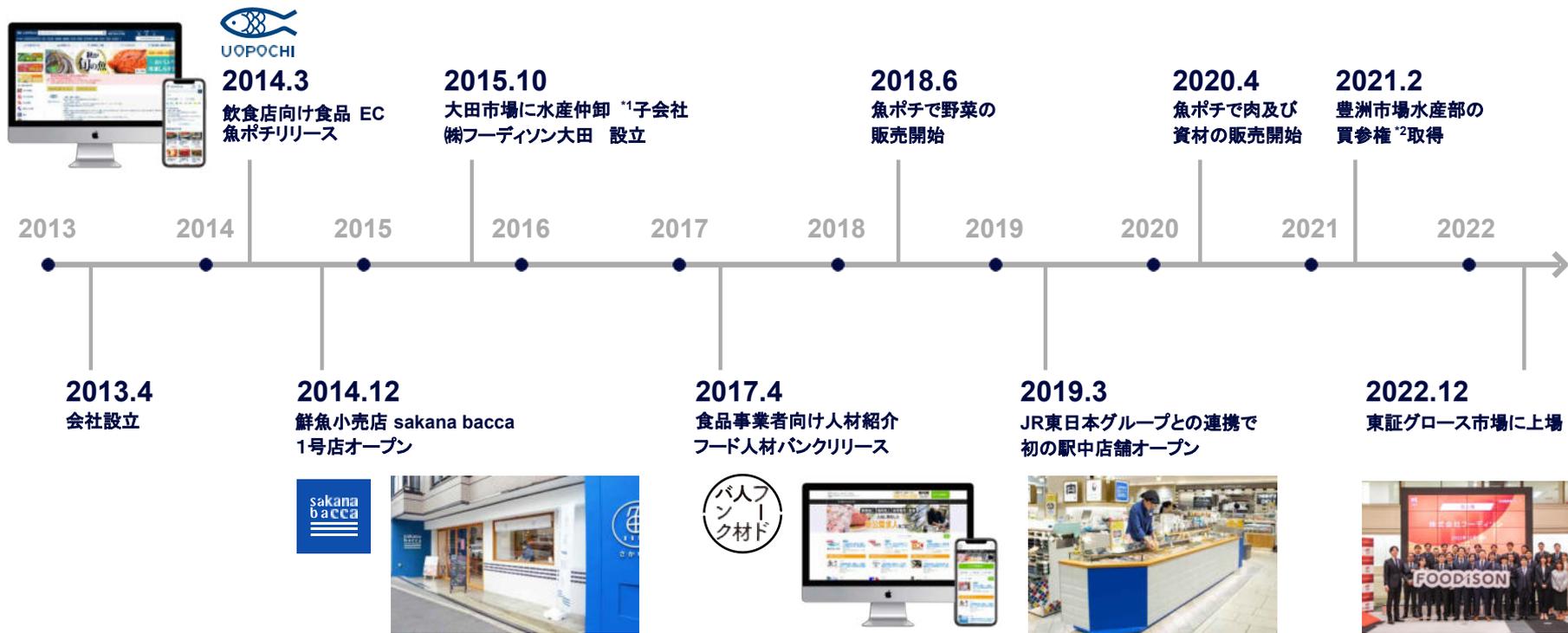
日本中の産地から、多種多様な食材を指先一つで仕入れられる世界。
食を扱う職人になりたい、という若い担い手が溢れる世界。
知らない魚のはじめての美味しさが、毎日の食卓に届く世界。

日本が世界に誇る食文化は、まだまだこんなもんじゃない。

FOODISON



沿革



* 1 卸売市場内で、卸売業者と小売業者を仲介する業者のこと
* 2 水産物の競りに参加する権利

現在の主要サービス

生鮮流通プラットフォーム事業上で3つのサービスを展開

BtoBコマース

EC



UOPOCHI

飲食店向け
生鮮品卸売EC

魚ポチ

since 2014

BtoCコマース

店舗



毎日の食卓に
新しい感動と冒険を

sakana bacca

since 2014

HR

人材紹介



フード業界に特化した
人材紹介サービス

フード人材バンク

since 2017

BtoB



日本中の産地をつなぎ、食材と料理人の最高の出会いを
うお

「魚ポチ」

BtoBコマース 飲食店向け食品Eコマース

飲食店向けの鮮魚を中心とした仕入れサービス。大田市場に自社の物流拠点を持つことで情報と物流を繋げ、鮮魚をはじめとした食材のスムーズな仕入れを実現。

主なユーザー層 **中小飲食店**

ユーザーの課題

数人で店舗運営しているので時間がない

朝、市場に行かないと商品が決まらない

高品質食材・珍しい食材も欲しい

魚ポチの提供価値

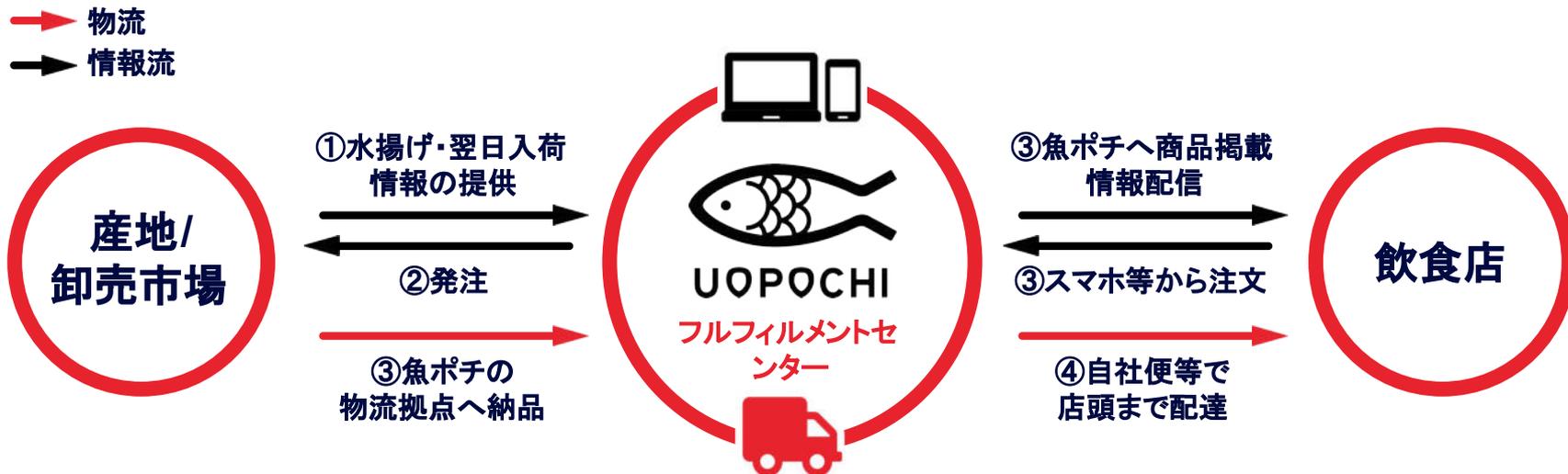
- スマホで簡単注文
- 店先配送
- 午前3時まで受付、最短翌日配送

- 午後3時半から翌日分の発注可
- プロのバイヤーによる透明性の高い情報提供

- 全国の産地から仕入れる鮮魚多数
- 大手流通に乗らない規格外や低利用の魚種も多く取扱い

魚ポチのビジネスモデル

全国の産地や市場仲卸から食材を仕入れ、飲食店に出荷・配送する卸売のモデル



魚ポチECシステムの特徴

毎日入れ替わる鮮魚を ECで効率的に販売する仕組みを独自に構築



鮮魚をECで販売する難しさ

- 販売できる商品は水揚げ次第
- 消費期限が短い
- 今日獲れたアジと先週獲れたアジは違うアジ
- ユーザーにより求める品質レベルのばらつきが大きい

魚ポチで実現していること

水揚げから数時間
以内に情報掲載する
オペレーションフローの
確立

水揚げ日、漁法、
バイヤーコメント等の
詳細情報を掲載

形態素解析などの
エンジニアリングによる
検索性の担保

魚ポチの概要

70以上の産地から届く鮮魚を全国 35,000店舗の飲食店へ1尾から配送

取引産地
70か所以上



登録店舗数
全国35,000店舗以上



沖縄・離島を除く
全国へ配送



- ・掲載商品数: 3,300商品
 - ・月間利用店舗数: 5,000店舗
 - ・1日平均出荷数: 1,500件
- ※2024年12月時点

BtoC



毎日の食卓に感動と冒険を
サカナバッカ

「sakana bacca」

BtoCコース

いつも新しい発見のある街の魚屋

失われつつある町の鮮魚店を現代的にアップデート。産地仕入れの高鮮度の鮮魚や高いデザイン性、商品企画力を軸に、首都圏 10店舗を展開中。

主なユーザー層

生活者、ワーカー、観光客



ユーザーの課題

スーパーマーケットの魚は鮮度や商品ラインナップに満足できない

魚を食べたいが種類も調理方法もよくわからない

食に関する学びや体験をする機会が少ない

sakana baccaの提供価値

- 市場直送の鮮度
- 専門店ならではの鮮魚多数

- プロによる安心な説明

- 食体験を追求した企画の実施
- 産地と連携したプライベートブランドを展開

sakana baccaの特徴

路面店舗 | 中目黒・都立大学・中延

主なユーザー層	近隣在住ファミリー
販売商品	丸魚、刺身、切身、寿司、海鮮丼、惣菜、調味料、酒
特徴	<ul style="list-style-type: none">・リッチな購入体験・魚に関心のある顧客・富裕層の顧客



エキナカ店舗 | 五反田・品川・新橋・東京・丸の内・秋葉原・大宮

主なユーザー層	在勤ワーカー、観光客、沿線在住ファミリー
販売商品	海鮮丼、寿司、刺身、惣菜、調味料、酒
特徴	<ul style="list-style-type: none">・手軽な購入体験・全国から多くの利用者が集まる立地・幅広い顧客層



HR



食の職人を憧れの仕事に専門技術をすべての人に
「フード人材バンク」

HR

フード業界の人材紹介エージェント

自社で鮮魚小売店を運営しているため、高い業界理解をもち人材の最適なマッチングが可能。

主なユーザー層

飲食店、スーパーマーケット、食品工場 など

ユーザーの課題

大手の人材紹介会社のデータベースはオフィスワーカー中心

人材紹介エージェントに技術レベルについて話しても理解されない

採用チャンネルがアルバイトをターゲットにしたものしかない

フード人材バンクの提供価値

▪ 食産業に特化したデータベース

▪ 高い業界理解のあるエージェント

▪ 食産業の正規雇用の紹介



フード人材バンクのビジネスモデル

当社のキャリアコーディネーターが求職者と求人企業のマッチングを行い、成功報酬として紹介手数料を得るビジネス
求職者は利用無料



地方創生の取り組み実績

年度	プロジェクト名	実施内容
2024年度	発見！ふくしまフェア	小売店にて福島県産鮮魚、水産加工品の PR販売
	宮城満腹大作戦！	小売店にて宮城県産鮮魚、水産加工品の PR販売
	釜石はまゆりサクラマズフェア	小売店にて若手県釜石のブランド養殖魚「釜石はまゆりサクラマス」の PR販売
	発見！ふくしま 秋のグルメフェア	首都圏飲食店にて福島県産食材を使用したフェアを実施
	福井県フェア	小売店にて福井県の水産品を PR販売
	三陸・常磐の水産加工品特集 2024	飲食店向けに三陸・常磐エリアの水産加工品の販売促進
	湾宝フェア	小売店にて長万部のブランドホタテ「湾宝」の PR販売
2023年度	能登応援フェア	小売店にて石川県産鮮魚の PR販売
	ホタテ応援フェア	自社開発のベトナム加工ホタテを量販店へ卸売販売 量販店でのフェア開催プロデュース
	ホタテ応援フェア	小売店にて国産ホタテの PR販売
2022年度	発見！ふくしまフェア	小売店にて福島県産鮮魚、水産加工品の PR販売
	三陸・常磐の水産加工品特集 2023	飲食店向けに三陸・常磐エリアの水産加工品の販売促進
	やんばるフェア	飲食店向けに沖縄県国頭村の高鮮度流通鮮魚の PR販売
	発見！ふくしまフェア	小売店にて福島県産鮮魚、水産加工品の PR販売
2021年度	ふくしま小名浜みなとマルシェ	小売店にて福島県小名浜漁港の水産加工品の PR販売
	指宿燈籠フェア	小売店にて鹿児島県指宿の燈籠製品の PR販売
	やんばる国頭フェア	小売店にて沖縄県国頭村の高鮮度流通鮮魚の PR販売
	小松島フェア	小売店にて徳島県小松島市の鮮魚、水産加工品を PR販売
	三陸・常磐の水産加工品特集 2022	飲食店向けに三陸・常磐エリアの水産加工品の販売促進
	三陸・常磐フェア	小売店にて三陸・常磐エリアの水産加工品の PR販売
	発見！ふくしまフェア	小売店にて福島県産鮮魚、水産加工品の PR販売
2020年度	三陸・常磐フェア	小売店にて三陸・常磐エリアの水産加工品の PR販売
	三陸・常磐の水産加工品特集 2021	飲食店向けに三陸・常磐エリアの水産加工品の販売促進
	小松島フェア	小売店にて徳島県小松島市の鮮魚、水産加工品の PR販売
2020年度	ふくしま常磐ものフェア	首都圏飲食店にて福島県産水産物を使ったフェア開催

