

我が国水産物輸出に関する 取組の現状と課題 報告書

我が国水産物輸出に関する取組の現状と課題

報告書

平成30年7月

一般財団法人東京水産振興会

平成30年7月

一般財団法人 東京水産振興会

まえがき

政府は農林水産物の輸出を平成 32 (2020) 年度までに平成 24 (2012) 年度の 2 倍強に相当する 1 兆円に引き上げる目標を掲げています。

このうち水産物については平成 32 (2020) 年度までに 3,500 億円規模に拡大することを目標としています。

こうした国の施策の下、各都道府県においても EU、アメリカ、東南アジア等への水産物輸出拡大の取り組みが進められています。

しかしながら、我が国の水産物輸出の取り組みの実態については、なかなかオープンな情報として知ることは難しいところがあります。

そこで当会では、平成 28 年度に水産物輸出調査研究委員会を設置し、水産物輸出の調査に着手しました。

本調査研究事業は、水産物輸出の現状を、統計資料調査、既往資料調査、並びに事例調査により明らかにし、輸出拡大に向けての課題と方策並びに、輸出の拡大が国内漁業・加工業等に与える影響を検討し、提言を行うことを目的としております。

平成 28 年度は、水産物輸出統計資料調査並びに「ホタテ」「サケ」に焦点をあてた事例調査を実施しました。

平成 29 年度は「養殖ブリ」「サバ」「鮮魚類」に焦点をあてた事例調査を実施しました。本報告書は、調査 2 年目の調査研究結果をとりまとめたもので、関係各位にご参照いただければ幸いです。

なお、本事業の実施に際しましては、座長の東京大学大学院教授の八木信行氏をはじめ、委員としてご尽力いただいた各位、並びに調査を担当いただいた株式会社水土舎に厚くお礼を申し上げます。

平成 30 年 7 月

一般財団法人 東京水産振興会
会長 渥美 雅也

< 目 次 >

まえがき

本調査でわかったこと	1
序章 はじめに	3
1. 本調査の目的	3
2. 平成 28 年度調査結果の概要	3
3. 平成 29 年度調査の実施内容	4
4. 実施体制	7
第 1 章 水産物輸出の取組事例調査	9
1. 養殖ブリ類	9
1-1 ブリ類（海面漁業、養殖業）の生産動向	9
1-2 養殖ブリ類の輸出動向	12
1-3 鹿児島県・A 漁協における養殖ブリの輸出	15
1-4 宮崎県・K 社における養殖ブリの輸出	21
1-5 天然ブリ類の輸出にかかる諸事例	25
1-6 養殖ブリ類の輸出の現状と課題及び促進策	26
2. サバ類の輸出状況	28
2-1 生産動向	28
2-2 輸出の動向	31
2-3 銚子・波崎地区を拠点とした輸出への取組事例（T 社）	34
2-4 九州地域の輸出への取組事例（S 社）	37
2-5 サバ類の輸出の現状と課題及び促進策	39
3. 鮮魚類の輸出状況	41
3-1 鮮魚類の輸出概要	41
3-2 N 社の鮮魚類輸出への取組事例	45
3-4 福岡魚市場を拠点とした鮮魚類輸出の取組状況	48
3-5 鮮魚類の輸出の現状と課題及び促進策	54
第 2 章 水産物輸出の現状にかかるアンケート調査分析	55
1. アンケート調査の目的	55
2. アンケート調査票の配布・回収	55
3. 調査分析の結果	55
3-1 回答企業の属性	55
3-2 HACCP 認定について	57
3-3 輸出実績	58
3-4 輸出先	59
3-5 輸出をやめた理由・輸出経験がない理由	61
3-6 海外輸出のために重要なもの	62
3-7 海外輸出において国等機関に求める支援策	65
4. まとめ	67

第3章 まとめと次年度調査への課題	68
1. 平成29年度調査のまとめ	68
2. 次年度への課題	69
参考資料	71

本調査でわかったこと

本調査研究事業の2年目となる平成29年度調査においては、養殖ブリ、サバ類、鮮魚類を対象として輸出への取組状況を調査した。

養殖ブリの輸出実態は、アメリカへの依存をしつつ、東アジア・東南アジア（香港・中国・台湾・韓国、タイ・シンガポール等）の市場を確保している状況である。尾数で換算すれば概ね国内養殖生産量が1,800万～2,000万尾で、そのうち約10%の200万尾程度が輸出に仕向けられているものと推察される。総生産量がある程度規制されている中で輸出市場の規模に応じた適正な生産量の確保が必要である。全体の90%弱を占める北米向けでは、CO処理後に凍結した商品を販売可能である。また、フィレや3枚卸等の商品へのニーズも高い。一方、広がりを見せつつある東アジア、東南アジア諸国向けでは鮮度感を前面に出した生鮮品（香港では氷蔵ラウンド形態）が主体となっている。輸出量は伸びており、海外需要はまだ堅調である。さらに開拓しうるマーケットも存在しており、養殖ブリの海外市場は拡大の可能性がある。輸出相手国とのパイプの拡大（対中国）、CO処理の問題（対東南アジア諸国）等が技術的にクリアでき、輸出コストが低減できて最終用途のすそ野が広がれば輸出量の拡大が見込める状況と評価される。

サバは、国際商材として凍結商品の標準規格も認知され、競合するノルウェーサバとの価格優位性が確保されうる局面（例えば、国内生産が潤沢で産地価格が一定水準に抑制され、加えて為替変動の影響も円安基調でプラスに働く場合等）において、輸出市場が極めて有効な販路として機能している。特に、現在主流となっている「解凍鮮魚」用途を主とするアフリカ諸国等の海外市場においては、輸出先国での末端販売価格が一定水準を維持しており、依然として堅調な需要が続いている。かくして国内でのスソ物として位置づけられる200～400gサイズのサバは、輸出に仕向けられることで底値が支えられる状況を生んでおり、トラックスケールによりバルクで取引される北部太平洋沿岸の産地市場のサバ価格は堅調な相場形成が続いている。イワシ、天然ブリ類も基本的には同様の構造であり、産地価格が輸出相場に合えば輸出に仕向けられる。イワシは缶詰原料が主体で東南アジアへ仕向けられ、天然ブリ類は1kg～2kg未満のサイズで解凍鮮魚として東南アジアや中東、アフリカ諸国等、サバと同じ市場に仕向けられている。一方、国内の加工業者には、原料確保コストの増大が続き、経営面でのダメージが大きい。原料供給型輸出の機能を維持しつつも、国内加工製品の付加価値商品型輸出の推進も図っていくことが求められる。

鮮魚類の輸出は、国内産地市場又は消費地市場を中心に、買参権を持つ仲卸業者や一部の買出人（市場内の仲卸店舗から買い付ける人）が、海外からの注文に対応して航空便等で輸出する形態が主流である。特に西日本の有力な市場（福岡魚市場、長崎魚市場）では、国内出荷（特に関東以北向け）の延長といった感覚で取り組んでいる業者が多く、大小様々な業者が存在する。輸出先は、比較的貿易にかかる規制が緩やかな国・地域（香港等）に対して輸出する業者が多く、1社で手広く輸出先を持っているというよりは、商習慣等に慣れた国で信頼できる顧客を相手にするといった傾向が強い。通関手続きの円滑化も含め、中小・零細規模の輸出事業者が取り組みやすい環境整備を進めていくことが必要である。

水産物輸出の現状にかかわるアンケート調査結果を分析した。大日本水産会と日本貿易振興機構が共同で水産食品加工施設 HACCP 認定制度認定工場 95 社を対象に実施されたアンケート調査データをもとにした。対象となった企業のうち、55 社(58%)が調査時点において水産物輸出を実施していることが明らかとなった。一方で、HACCP 認定を取得した理由としては、「国内取引における信用向上」と回答する企業が 65 社(68%)に上り、「輸出」を目的として HACCP を取得したとの回答企業 54 社(58%)を上回っている。国内販路への対応を重視しつつ付随的に輸出にも取り組むといった企業が多いことが伺える。

また、従業員規模でみると、規模が大きくなるとともに輸出への取組割合が高まる傾向がみられる。輸出先はアジアや北米が中心であるが、アジアへの輸出は従業員規模に関わらず満遍なく取り組まれている反面、北米やオセアニア、EU 等の輸入にかかる衛生管理基準等が比較的厳しい条件となっている国・地域、いわば輸出の難易度が高い国・地域への輸出は、大規模な企業の取組となっている傾向がみられた。HACCP を取得した企業は、いずれも一定水準をクリアした衛生管理体制が整備され、かつそれを維持するためのモニタリング等も実施可能な企業といえる。しかし、輸出相手国の基準を満たすためには、十分な人的余力や、食品の安全性を担保するためのより高度な体制が必要であることが伺える。

さらに、輸出をやめた企業では、「儲からない」、「輸出先とのトラブル」、「輸出する原料がない」といった理由が挙げられ、特に、原料確保の問題を指摘する回答が高い割合を占めた。加えて、輸出経験がない企業では、「輸出販売先(取引先)を見つけるのが困難」、「社内の人材不足」を指摘する回答が多かった。前述のとおり、従業員規模によって輸出に取り組む企業であっても輸出先が限られることを考えると、海外でのマーケティングを行う人材やノウハウ、輸出取引に明るい社内人材の不足は高い障壁となっていることが推察される。

以上に示した輸出に取り組む企業の現状からも垣間見えるが、輸出拡大においては「現地のビジネス情報」や「商流の構築」、「人材」、「貿易の実務ノウハウ」が重要といった回答をする企業が多く、求める支援策もこれらの課題解決を期待する声が高い割合を占めていた。

海外で増加する水産物消費量や我が国の水産物消費動向の変化を踏まえると、国内需要の喚起を図りつつ、内需を調整するための海外輸出の推進(供給に余力のある水産物については積極的に輸出に仕向けること)が必要であり、両にらみの政策推進が必要である。しかしながら、水産加工業者へのアンケートでも指摘されているとおり、輸出に供する水産物が確保しきれなくなる等、拙速な輸出推進は国内の水産物需給動向や関連産業の構造にプラスの面もマイナスの面も含めて一定のインパクトを与える。日本の場合、ノルウェー等の他の水産物輸出国と異なって大きな国内需要が存在し、これを主体とした生産流通体制が構築されている。国内需要が縮小傾向とは言っても、これをないがしろにして輸出主体の生産流通構造へと移行することはあり得ない。国内需要への対応と輸出対応を両輪で互いに補完しあいながら伸ばしていくことが重要な観点となる。

序章 はじめに

1. 本調査の目的

政府は農林水産物の輸出を平成 32 年度までに平成 24 年度の 2 倍強に相当する 1 兆円に引き上げる目標を掲げている。このうち水産物については 3,500 億円規模への輸出拡大を目標に、昨年 10 月に TPP(環太平洋パートナーシップ協定)が大筋合意されたことを契機として、まずは我が国水産物の EU への輸出拡大を図るための衛生基準を整備する施策が進められている。一方で、こうした輸出拡大が推進される中で、一部の魚種においては従来の国内供給と輸出のバランスが崩れ、産地取引関係や取引価格に影響を及ぼしているほか、養殖生産においては水揚時期、養殖サイクル等にも影響がみられる。

日本全国の都道府県においても、EU やアメリカ、東南アジアへの水産物輸出が実施されているが、現状での取り組みの実態を調査研究しておくことは大きな意義があると考えられる。そこで、本事業では、全国で取り組まれている輸出事例を調査し、実態をあきらかにし水産物輸出の拡大に向けた課題を検討して、今後の輸出のあり方についての提言を行うことを目的とする。

2. 平成 28 年度調査結果の概要

2-1 水産物輸出に既存統計資料の収集・整理

貿易統計年報や漁業・養殖業生産統計年報等の統計資料を用いて、我が国の水産物輸出に係る現状・動向について統計的な把握を行った。対象とした品目は、2015 年において輸出金額で上位を占めたホタテガイやサバ、ブリなど 10 魚種。それぞれの輸出高の動向や主な輸出先国、商品形態・荷姿、最終用途等に加え、国内生産の状況についても集計・分析を行った。

また、我が国の水産物輸出をめぐる外部環境の動向として、為替の動向と輸出量等との関係、輸出相手先国における我が国水産物の輸出規制の状況、我が国の水産物輸出促進政策の現状についても整理した。

2-2 水産物輸出の取組事例調査

2-1 で実施した調査結果を参考に、代表的な水産物輸出の取組事例として、ホタテガイとサケを選定し、現地調査を実施した。現地調査の対象は、漁協、水産加工業者、鮮魚出荷業者などとし、輸出量や価格、品質、販売形態、輸出ルート、輸出開始当時の状況、輸出拡大における課題、輸出が国内需給に与える影響、エコラベル等の取組の効果等について調査を行った。

ホタテガイについては、2012 年以降中国向けの原料供給輸出(両貝冷凍品)が急増したことを契機に、主産地の一つである北海道噴火湾地区において、生産・流通構造が大規模に再編された。新たな流通チャネルの登場により産地取引における新規業者が参入したことに加え、国内供給量が縮小したことも影響し、価格が急激に高騰した結果、産地取引方法の変化や、国内消費の減退といった事態が生まれた。こうした原料輸出については、国内産業において必ずしも経済的効果を生み出すものとはいいがたく、ホタテガイ産業の安定化においては、生産量の安定化、国内消費の回復とともに、重要な課題の一つであり、慎重かつ組織的な対応が求められる。

サケについては、内需調整型の原料輸出品目のひとつであり、国際商材として世界的な需給動向の枠組みの中に組み込まれている。国際的な取引価格の水準に見合う国内生産価格が輸出条件になり、また天然魚の産地に加え、世界各地の養殖産地との競合が激しい。こうした内需調整型の品目は、国内需要を上回る生産量があった場合に、国内需給調整を目的として輸出されるが、世界市場でのシェアは小さく、その位置づけは必ずしも高くないものが多い。つまり、国際相場と為替変動も含めた国内価格が見合うかどうか最大の輸出条件となり、市場原理が絶対的な因子となる構造の下で輸出と国内需要向けの配分が決定されることが原料輸出の限界といえる。

3. 平成 29 年度調査の実施内容

3-1 実施フロー

平成 28 年度調査結果を受け、平成 29 年度調査では以下の流れで調査・研究を進めることとした。次項以降に、実施内容の詳細を示す。

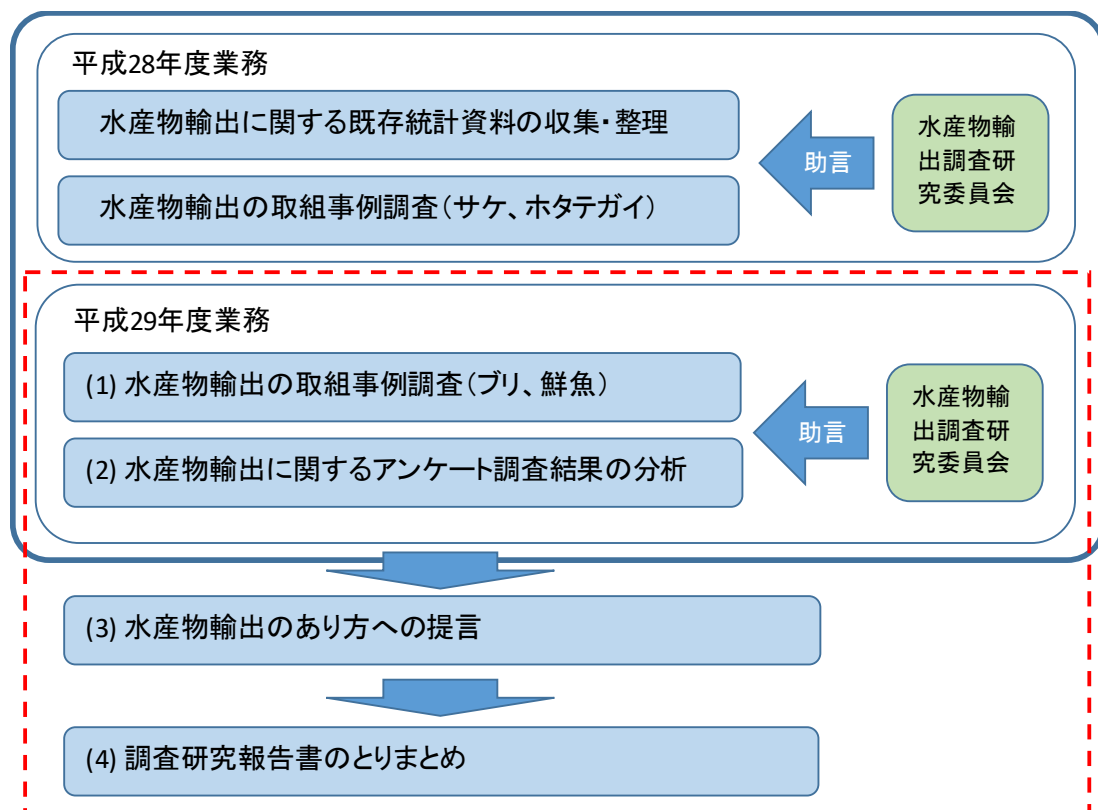


図-序.1 実施フロー

3-2 水産物輸出の取組事例調査

(1) 調査対象

平成 29 年度調査では以下の 3 品目を対象に事例調査を実施する。

- ①和食レストラン等の商材として米国やアジア諸国、EU 向けの輸出に取組み始めている「養殖ブリ」
- ②昨年度の調査対象であった「サケ」と同様に内需調整型原料輸出品目であり、アジアやアフリカ諸国に輸出されている「サバ」

- ③現在国際的な物流網の整備が進み、航空便を活用した生鮮水産物の輸出や最終製品の輸出が本格化していることを受け、「鮮魚」（一例として、比較的早くから取り組まれている「N社の中国向け鮮魚輸出」）

表-序.1 事例調査対象候補（平成 29 年度）

品 目	輸出品の主な商品形態	主な生産県	備 考
ブリ	天然物：ラウンド凍結 養殖物：フィレ	長崎県、石川県、島根県 鹿児島県、愛媛県、大分県	平成 29 年度 調査対象候補
サバ	ラウンド凍結	茨城県、長崎県、千葉県	
鮮魚類(マグロ、アジ、 その他雑魚)	生鮮	長崎県	

（２）調査内容

上記 3 品目を対象に、以下の項目を調査・検討する。

- ①我が国における生産の概要（養殖生産量、漁獲量、金額等の推移）
- ②輸出動向と近年の構造変化
 - ・輸出の開始時期及び、輸出量、金額の推移
 - ・輸出先や輸出方法（物流・商流等）の整理
 - ・輸出先での用途
- ③経年変化（構造変化）とその背景
 - ・国内外の需給構造の変化
 - ・国際商材としての位置づけや競合商材との関係
- ④輸出促進に向けた課題の整理
 - ・特に原料輸出に関しては、国内需要との関係も含めて課題を整理
- ⑤課題に対する方策の検討

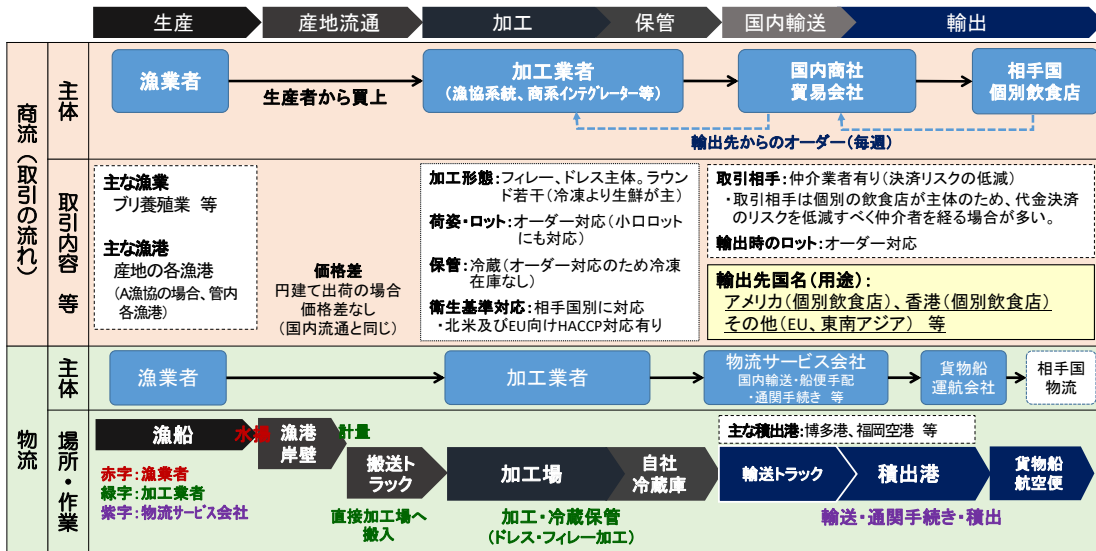
（３）調査方法

- ①統計資料、既往文献等の収集・整理
- ②輸出事業者への聞き取り調査
- ③聞き取り調査結果のとりまとめ、分析

（４）取組事例調査における各調査対象における調査のポイント

- ①養殖ブリ
 - ・日本近海固有の魚種として、北米中心に生鮮・冷凍商材の輸出が進展。
 - ・近年は東南アジア、東アジア諸国にも輸出量が伸びている。現地の日本食料理店での刺身・寿司向け用途が主体。
 - ・血合部分の褐変が問題で、輸出先は褐変防止のための CO 処理凍結品の輸入が認められているアメリカが主体となっている。
 - ・EU や東南アジア諸国など、CO 処理が認められていない国・地域においては、脱 CO 処理技術の開発によって需要を喚起できることが想定され、その意味では市場拡大の可能性のある品目といえる。

水産物輸出チャート図 魚種:養殖ブリ 主要輸出先国:アメリカ(北米)、香港 等



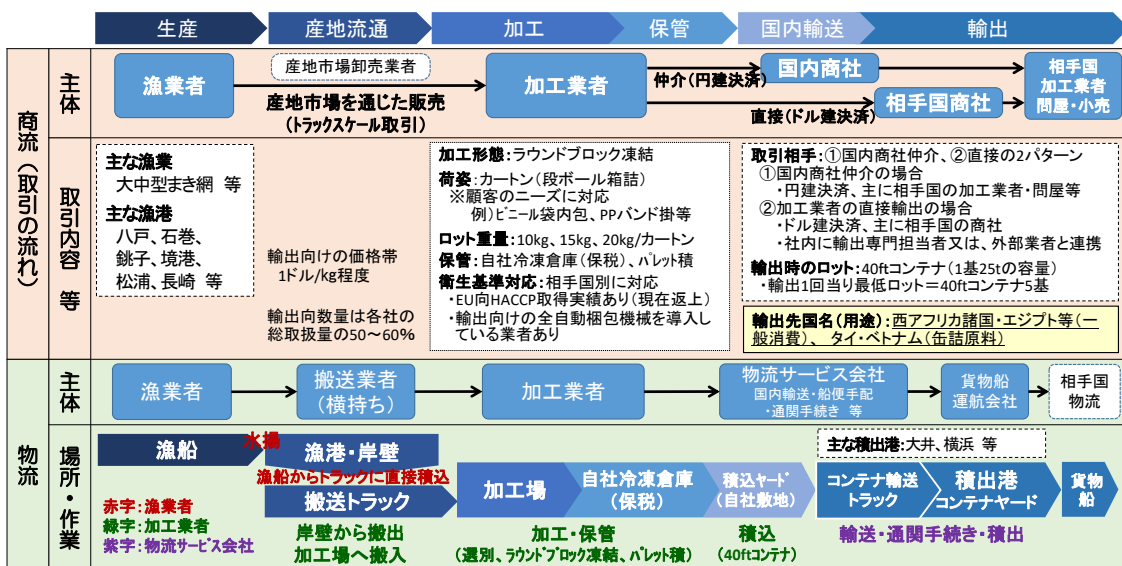
鹿児島県A漁業協同組合・加工課、全国海水養魚協会へのヒアリングなどから作成

- ・なお、天然ブリも漁獲量が増加傾向にあり、特に小型サイズは輸出され始めている。天然物は養殖物と異なる輸出構造にあると推察される。

②サバ (原料輸出)

- ・資源状況の回復に伴い、潤沢な生産量が確保されている。
- ・主に、国内食用需要を超過する劣等財 (300g 以下の缶詰原料向け、200g 以下のエサ向け等) を国際的な加工産地となっている東南アジア諸国や、食習慣のある中東・アフリカ諸国等に輸出。
- ・国際市場が形成され、為替変動等に輸出動向が影響を受ける。特に、サバは、ノルウェーからの輸入サバと国内需要面での競合があり、輸入・国内生産の供給動向が輸出に影響。国内の食用 (生鮮・上位加工製品) 市場は、輸入と競合。非食用市場では、輸出の活況により国内需要が逼迫 (マグロ養殖餌料向け需要と輸出の競合)。
- ・近年、生産量が急増しているイワシも類似した構造

水産物輸出チャート図 魚種:サバ類 主要輸出先国:エジプト、タイ・ベトナム



水産加工会社2社(波崎)へのヒアリングなどから作成

3-2 水産物輸出に関するアンケート調査結果の分析

水産物の更なる輸出促進に資する施策を検討することを目的に、平成28年11月、水産食品加工施設 HACCP 認定制度認定工場 95社を対象に、一般社団法人大日本水産会と独立行政法人日本貿易振興機構が共同でアンケート調査を実施している。同アンケートでは、各企業における水産物輸出の実態や水産物輸出に対する課題、輸出拡大に向けて必要な対策等が調査されている。同会及び機構の承諾のもと、これらのデータをもとに、企業規模や輸出先ごとの水産物輸出実態、課題について再集計・再分析を行った。さらに、再集計・再分析結果をもとに、その中から特徴のある輸出形態や内容の企業を抽出し、ポーリング調査として聞き取り調査等を実施し、詳細な内容を整理、分析した。

3-3 水産物輸出のあり方への提言

今年度実施する1-1～1-2の調査・分析結果を委員会において議論し、水産物の輸出のあり方に対する委員会の意見を本調査研究による提言として取りまとめる。

4. 実施体制

本調査は下図に示す体制で実施する。(一財)東京水産振興会は、学識経験者や漁業関係団体、水産庁、輸出関係者等で構成される水産物輸出調査研究委員会(以下、委員会という)を設置する。委員会は、(株)水土舎が実施する調査の報告をうけ、調査への助言を行う。

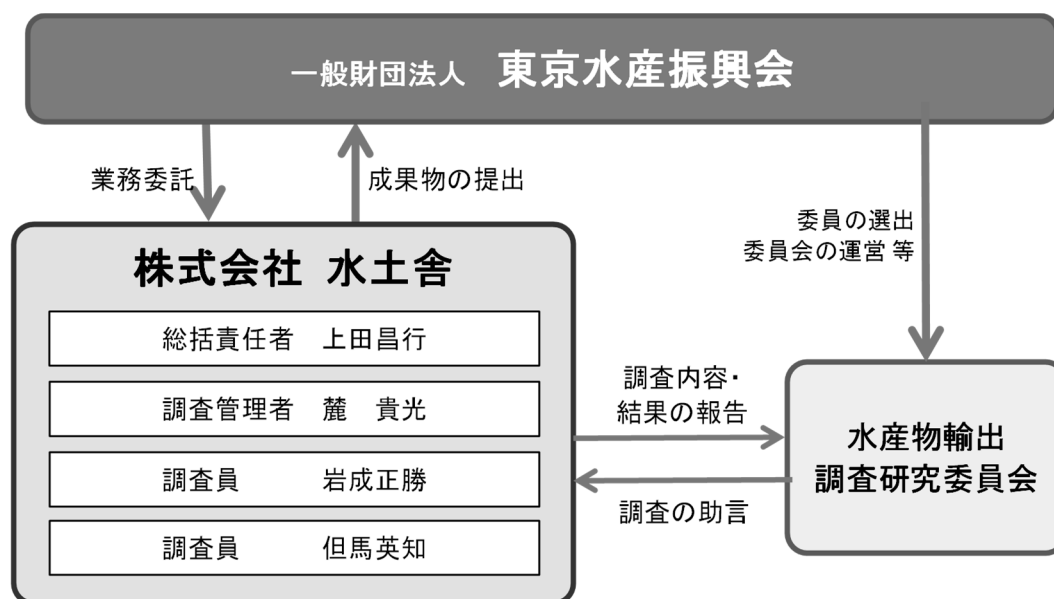


図-序.2 業務の実施体制

表-序.2 水産物輸出調査研究委員会の構成

	氏名	所属・役職
座長	八木 信行	東京大学大学院 農学生命科学研究科 教授
委員	石川 治	水産庁 漁政部 参事官
委員	三浦 秀樹	全国漁業協同組合連合会 輸出・直販事業部 部長
委員	今野 尚志	大日本水産会 国際・輸出促進部輸出促進室 室長
委員	末国 修司	北海道漁業協同組合連合会 東京支店 営業第一部長兼営業第二部長

平成 30 年 3 月 31 日現在（敬称略）

表-序.3 水産物輸出調査研究委員会・事務局

	氏名	所属・役職
	渥美 雅也	一般財団法人 東京水産振興会 専務理事
	西本 真一郎	一般財団法人 東京水産振興会 振興部・部長
	栗原 修	一般財団法人 東京水産振興会 振興部・次長

平成 30 年 3 月 31 日現在

第1章 水産物輸出の取組事例調査

1. 養殖ブリ類

1-1 ブリ類（海面漁業、養殖業）の生産動向

（1）生産量の動向

我が国のブリ類の海面漁業生産量の推移を図 1.1 に示す。

海面漁業の生産量は、2002 年には 5 万トン程度であったが、以降徐々に増産傾向が続き、2010 年以降は年間 10 万トンを超える水準となり、直近 2016 年まで 11 万～12 万トンの水準で推移してきた。

一方、海面養殖業では、2002 年以降 10 万～11 万トンで安定した生産が維持されており、末端マーケットに定着していることが伺える（図 1.2）。また、近年では、持続的養殖生産確保法に基づく漁場改善計画において、適正養殖可能数量が設定されている。これが養殖共済や積立ふらす、セーフティーネット事業等の利用要件ともなっていることから、養殖ブリ生産量の規定要因となり、生産量の安定に寄与していると考えられる。

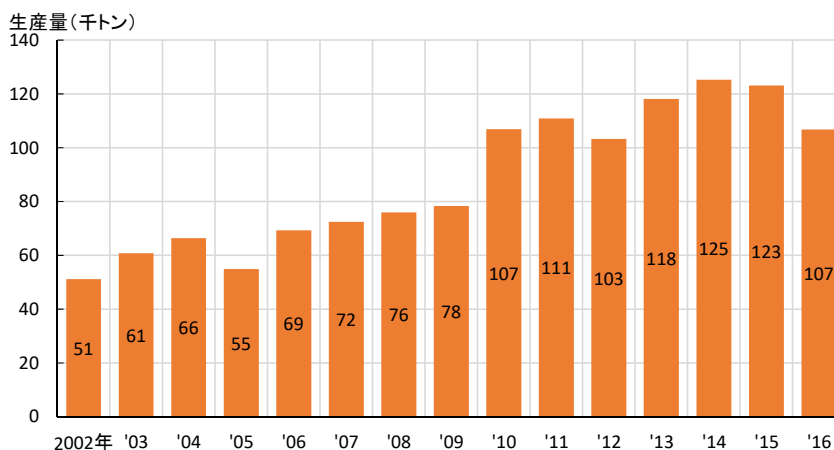


図 1.1 ブリ類（海面漁業）の生産量の推移

資料：漁業・養殖業生産統計年報

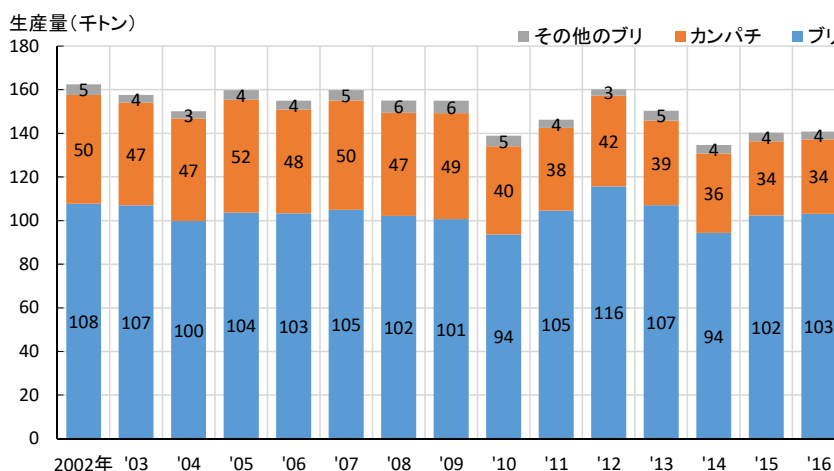


図 1.2 ブリ類（海面養殖業）の生産量の推移

資料：漁業・養殖業生産統計年報

(2) 生産金額・単価の動向

海面漁業によるブリ類（ブリ、カンパチ、その他のブリ類）の生産額は2015年で344億円と2002年以降最大の生産額となっている（図1.3）。生産量の増大に連動して単価は低下傾向で推移しており、生産量が10万トンを超えた2010年以降は250円/kg±20円/kgといった水準まで低下した。2010年以降の生産量と単価の関係は2010年以前と異なっており、生産量が増大しても単価は上昇する傾向がみられる。

一方、海面養殖業によるブリ類（ブリ、カンパチ、その他のブリ類）の生産額は概ね1,100億～1,200億円で推移している。2015年は1,200億円を超え、2002年以降最大の生産額を記録した。養殖の単価は生産量の動向によく連動し、量の増大→単価の低下といった負の相関がみられる。ブリ類全体で16万トンを超えると700円/kgを下回る単価水準となる傾向がみられる。

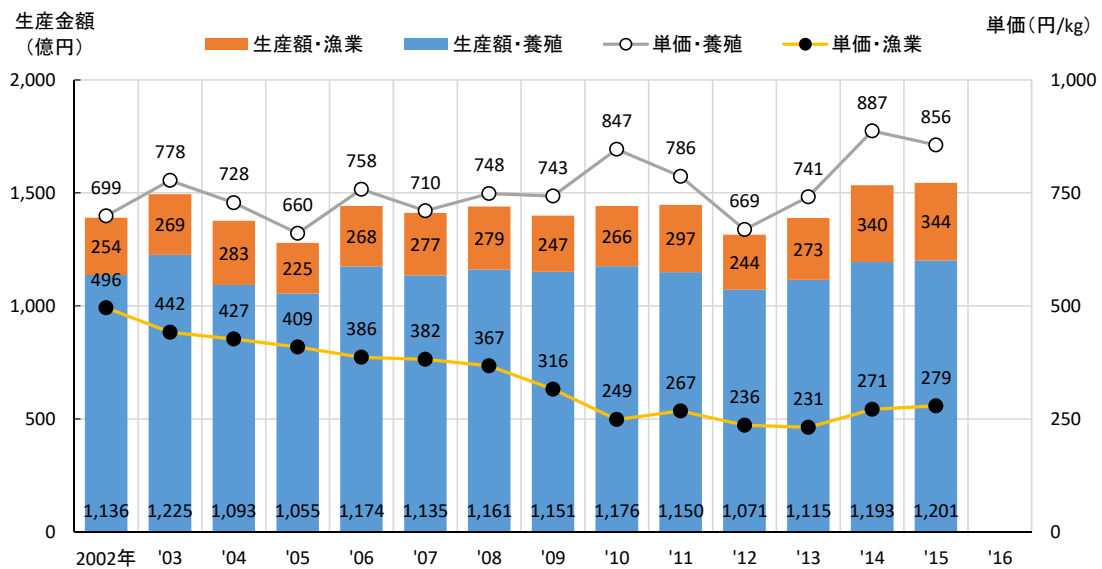


図 1.3 ブリ類の生産額の推移

資料：漁業・養殖業生産統計年報

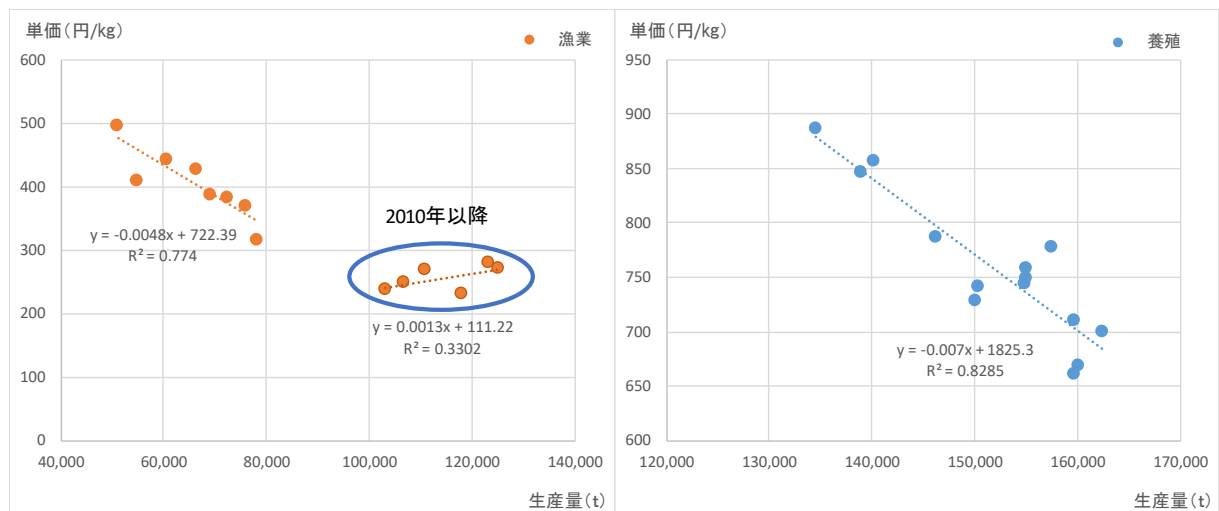


図 1.4 ブリ類の生産量と単価の関係

資料：漁業・養殖業生産統計年報

(3) 主要産地・漁法等

海面漁業における2016年のブリ類主要産地は表1.1に示すとおりである。年間1万トンを超える道県が5つあり、50%を超えるシェアとなっており、上位10道県で75%以上を占める。中でも、北海道が上位に入っていることが注目される。近年、北海道ではブリ類の漁獲量が増加しており、産地も全国に広がっている。ブリ類の資源量が増大傾向にあることに加え、海水温の上昇等の環境変化が影響していると考えられる。漁法ではまき網と定置網が主体で約90%を占めている。

海面養殖業では、九州・四国が主体で、上位5県で75%以上、上位10県で98%以上と、産地は西日本に偏っている。

表1.1 ブリ類の都道府県別・漁法別生産量（2016年）

産地	海面漁業漁獲量 (ブリ類)		産地	海面養殖収穫量 (ブリのみ)	
島根	12,630	11.8%	鹿児島	28,416	27.6%
石川	11,939	11.2%	大分	17,223	16.7%
北海道	11,882	11.1%	愛媛	16,375	15.9%
長崎	11,138	10.4%	宮崎	9,065	8.8%
鳥取	10,331	9.7%	高知	6,473	6.3%
千葉	7,862	7.4%	長崎	6,048	5.9%
岩手	3,995	3.7%	熊本	5,952	5.8%
福岡	3,907	3.7%	香川	5,532	5.4%
三重	3,763	3.5%	徳島	3,599	3.5%
青森	2,898	2.7%	三重	2,626	2.5%
福井	2,895	2.7%	佐賀	916	0.9%
宮城	2,508	2.3%	静岡	165	0.2%
新潟	2,422	2.3%	広島	129	0.1%
高知	2,186	2.0%		103,124	100.0%
富山	1,755	1.6%			
愛媛	1,742	1.6%			
京都	1,377	1.3%			
神奈川	1,321	1.2%			
山口	1,202	1.1%			
静岡	1,171	1.1%			
鹿児島	1,148	1.1%			
大分	1,122	1.1%			
茨城	1,110	1.0%			
和歌山	1,086	1.0%			
秋田	970	0.9%			
宮崎	843	0.8%			
熊本	443	0.4%			
山形	308	0.3%			
兵庫	221	0.2%			
徳島	218	0.2%			
佐賀	89	0.1%			
愛知	81	0.1%			
広島	53	0.0%			
福島	40	0.0%			
東京	36	0.0%			
香川	24	0.0%			
沖縄	23	0.0%			
岡山	13	0.0%			
大阪	6	0.0%			
	106,756	100.0%			

漁業種類		漁獲量(トン)		構成比
まき網	大中型	28,835	27.0%	46.5%
	中・小型	20,786	19.5%	
定置網	大型定置網	37,736	35.3%	43.0%
	さけ定置網	2,486	2.3%	
	小型定置網	5,695	5.3%	
釣・延縄	その他のほえ縄	1,491	1.4%	6.7%
	ひき縄釣	810	0.8%	
	その他の釣	4,887	4.6%	
その他の刺網		2,966	2.8%	3.8%
その他の網漁業		863	0.8%	
その他の漁業		201	0.2%	
合計		106,756	100.0%	

資料：漁業・養殖業生産統計年報

注：都道府県別生産量は属人統計による

1-2 養殖ブリ類の輸出動向

(1) 輸出高の動向

ブリ類の輸出について、財務省貿易統計では、養殖魚と天然魚で区分されていないが、実態としては、大部分が養殖ブリと推察される。ここでは、貿易統計のデータに基づいて輸出動向を概観する。

2008年以降、ブリ類の輸出量は増加し続け、2017年には9,000トンを超える水準に達している(図1.5)。ここで、輸出時の荷姿は一定の加工(フィレ、ドレス加工等)を施されているものと考えられるため、養殖ブリ類輸出の主要な取組主体であるA漁協の歩留まり設定値80%を使用して原魚換算すると、輸出量は11,000トンを超える水準と推定される。また、輸出に仕向けられる養殖ブリ原魚1尾あたりの重量を5kgと仮定すると、概ね220万尾が輸出に仕向けられていると推定される。

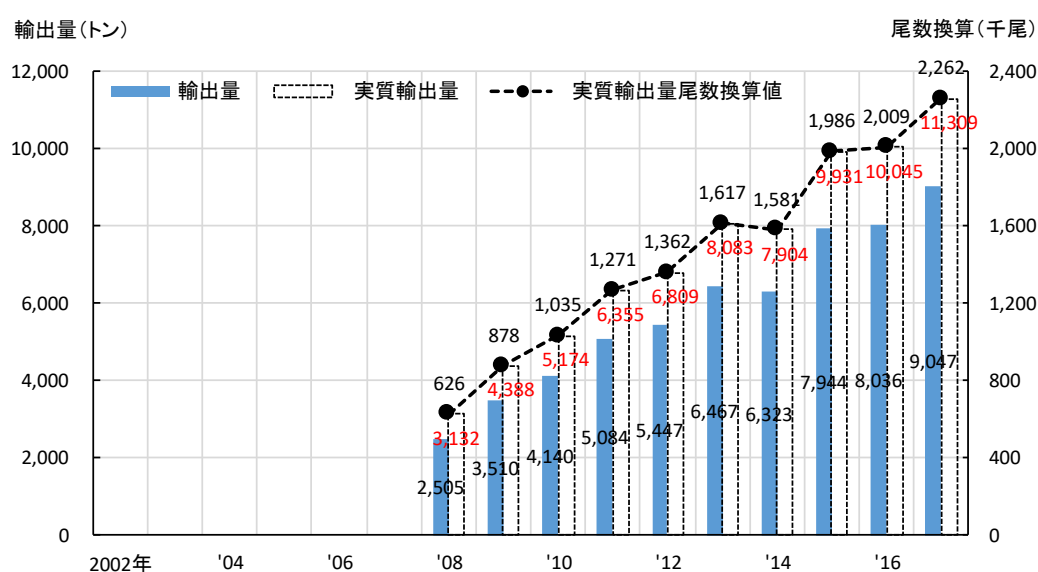


図1.5 「ブリ類(生鮮・冷蔵・冷凍)」の輸出量の推移

資料：財務省貿易統計

2016年のブリ類(ブリ、カンパチ、その他のブリ類)の養殖生産量は140,868トンで、このうち、養殖ブリの生産量は103,124トンである。輸出に仕向けられる品目は養殖ブリが大部分と推定されることから、生産量に占める輸出量の割合を算定すると、7.8%程度と推定される。上記のとおり、輸出時の荷姿を考慮した原魚換算の輸出量は10,045トンと推定されることから、原魚ベースでの輸出シェアは9.7%となる。すなわち、我が国ブリ類生産量の約1割が輸出に仕向けられる構造が定着してきていると考えられる。

輸出単価は2013年こそ1,350円/kgと下がったものの翌年には回復し、2015年で1,742円/kgと最高を記録している。荷姿を考慮した原魚ベースでの価格は2015年で1,394円/kg、前述のとおり、国内産地価格の平均は856円/kgであることから、概ね1.6倍の価格である。なお、統計上把握される輸出価格はFOB価格であることから、これには国内輸送、梱包費等の流通経費が含まれる。それを勘案しても、高い水準を維持しているといえる。

以上から、統計で把握可能な2008年以降だけを見ても、輸出量、輸出量シェアともに右肩上がりの上、価格も高水準を維持してきたことがわかる。2015年以降も輸出量が増大しながらも

価格水準は維持されており、海外需要は堅調に拡大してきたことが伺える。

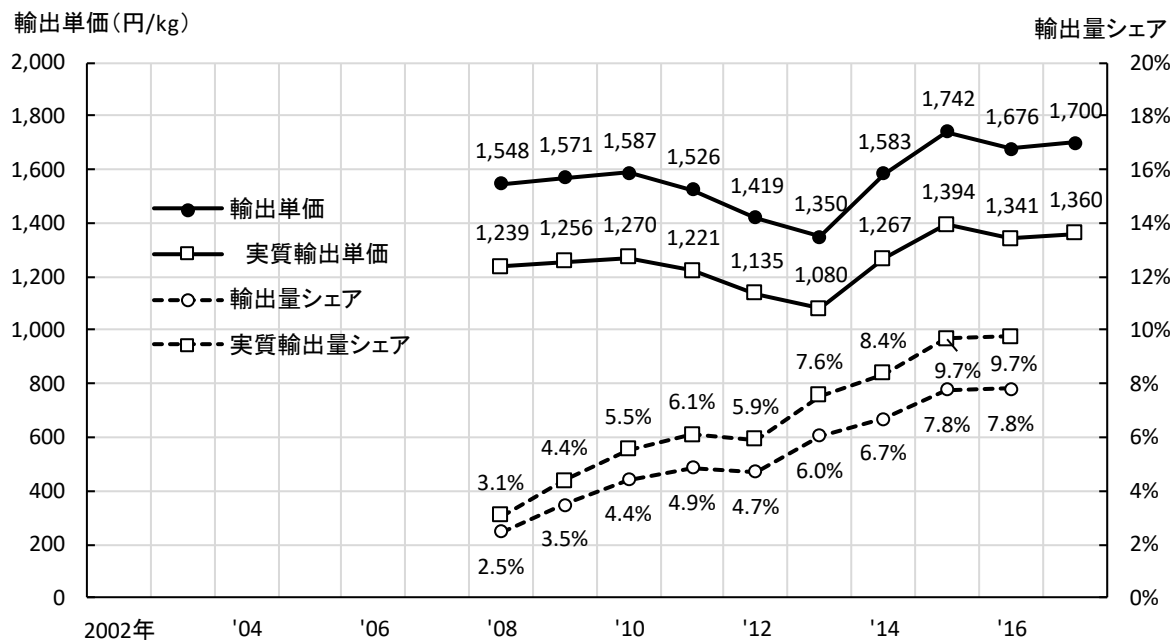


図 1.6 「ブリ属（生鮮・冷蔵・冷凍）」の輸出単価と輸出量シェアの推移

資料：財務省貿易統計

(2) 主な輸出先

ブリ類の輸出先は、アメリカが我が国輸出量の 85%程度を占めており、カナダも含めた北米が主要な輸出先となっている。この他、上位 10 カ国・地域をみると、中国、香港、台湾、韓国、タイ、シンガポールといった東アジア・東南アジア諸国が多く、次いで、イギリス、オランダのヨーロッパ圏が続いている。

表 1.2 主な輸出入先国

年、項目	2016年						2017年									
	輸出量(t)		輸出金額(千円)		単価(円/kg)		輸出量(t)		輸出金額(千円)		単価(円/kg)					
	実質	尾数換算	実質	尾数換算	実質	尾数換算	実質	尾数換算	実質	尾数換算	実質	尾数換算				
国	8,036	100.0%	10,045	2,009,087	13,472,932	100.0%	1,676	1,341	8,391	100.0%	10,489	2,097,748	14,164,151	100.0%	1,688	1,350
総計	6,773	84.3%	8,466	1,693,297	11,411,021	84.7%	1,685	1,348	6,994	83.4%	8,743	1,748,502	11,908,975	84.1%	1,703	1,362
アメリカ合衆国	233	2.9%	291	58,218	319,815	2.4%	1,373	1,099	258	3.1%	322	64,471	346,130	2.4%	1,342	1,074
中華人民共和国	200	2.5%	250	50,046	337,207	2.5%	1,684	1,348	233	2.8%	291	58,203	406,262	2.9%	1,745	1,396
香港	139	1.7%	173	34,658	222,366	1.7%	1,604	1,283	179	2.1%	223	44,641	236,440	1.7%	1,324	1,059
タイ	150	1.9%	187	37,423	282,934	2.1%	1,890	1,512	132	1.6%	165	32,937	248,594	1.8%	1,887	1,510
カナダ	105	1.3%	131	26,246	155,578	1.2%	1,482	1,186	79	0.9%	99	19,728	123,920	0.9%	1,570	1,256
台湾	68	0.9%	86	17,122	111,130	0.8%	1,623	1,298	78	0.9%	98	19,563	126,344	0.9%	1,615	1,292
シンガポール	74	0.9%	92	18,447	119,791	0.9%	1,623	1,299	64	0.8%	80	16,088	105,311	0.7%	1,636	1,309
大韓民国	74	0.9%	93	18,583	109,323	0.8%	1,471	1,177	59	0.7%	74	14,759	90,270	0.6%	1,529	1,223
英国	32	0.4%	40	8,042	54,469	0.4%	1,693	1,355	47	0.6%	59	11,824	81,276	0.6%	1,718	1,375
オランダ	42	0.5%	52	10,395	65,441	0.5%	1,574	1,259	36	0.4%	46	9,118	58,789	0.4%	1,612	1,290
ベルギー	5	0.1%	7	1,366	7,633	0.1%	1,397	1,118	32	0.4%	40	8,076	52,547	0.4%	1,627	1,301
ドイツ	29	0.4%	36	7,196	57,425	0.4%	1,995	1,596	24	0.3%	30	5,949	47,540	0.3%	1,998	1,598
オーストラリア	0	0.0%	1	105	1,000	0.0%	2,387	1,909	22	0.3%	28	5,592	32,730	0.2%	1,463	1,171
ベトナム	21	0.3%	27	5,345	43,167	0.3%	2,019	1,615	20	0.2%	25	4,962	41,364	0.3%	2,084	1,667
アラブ首長国連邦	5	0.1%	6	1,164	8,126	0.1%	1,746	1,397	19	0.2%	24	4,735	32,708	0.2%	1,727	1,381
イタリヤ	9	0.1%	12	2,373	16,114	0.1%	1,698	1,358	14	0.2%	17	3,407	24,453	0.2%	1,795	1,436
スウェーデン	3	0.0%	4	754	5,283	0.0%	1,751	1,401	13	0.2%	16	3,235	21,935	0.2%	1,695	1,356
デンマーク	7	0.1%	8	1,635	13,668	0.1%	2,091	1,672	10	0.1%	12	2,413	17,866	0.1%	1,851	1,481
ポルトガル	4	0.0%	5	961	7,589	0.1%	1,974	1,579	8	0.1%	11	2,107	18,299	0.1%	2,171	1,737
ノルウェー	4	0.0%	5	1,414	10,572	0.1%	1,869	1,495	8	0.1%	10	2,058	17,794	0.1%	2,161	1,729
マレーシア	6	0.1%	7	1,414	10,572	0.1%	1,869	1,495	8	0.1%	10	1,978	13,717	0.1%	1,734	1,387
イスラエル	11	0.1%	14	2,855	28,346	0.2%	2,482	1,986	8	0.1%	10	1,955	19,866	0.1%	2,540	2,032
ロシア	8	0.1%	10	1,991	14,456	0.1%	1,815	1,452	6	0.1%	8	1,504	11,447	0.1%	1,903	1,522
スイス	1	0.0%	1	125	740	0.0%	1,477	1,182	6	0.1%	7	1,402	11,083	0.1%	1,976	1,581
フィリピン	5	0.1%	6	1,133	7,845	0.1%	1,731	1,385	5	0.1%	6	1,141	8,704	0.1%	1,908	1,526
インドネシア	7	0.1%	8	1,685	12,672	0.1%	1,880	1,504	4	0.1%	6	1,112	8,843	0.1%	1,989	1,591
ニュージーランド	1	0.0%	1	167	1,185	0.0%	1,779	1,423	4	0.0%	5	994	7,091	0.1%	1,784	1,427
北マリアナ諸島(米)	4	0.0%	4	896	7,486	0.1%	2,089	1,671	4	0.0%	5	907	8,110	0.1%	2,237	1,789
レバノン	4	0.1%	5	1,091	7,701	0.1%	1,765	1,412	3	0.0%	4	858	5,993	0.0%	1,746	1,397
マカオ	1	0.0%	2	364	4,087	0.0%	2,811	2,249	3	0.0%	4	766	7,094	0.1%	2,315	1,852
バレーン	0	0.0%	1	125	1,204	0.0%	2,418	1,934	2	0.0%	3	595	4,980	0.0%	2,093	1,675
カタール	0	0.0%	0	99	789	0.0%	1,992	1,594	2	0.0%	3	575	4,654	0.0%	2,023	1,619
インド	2	0.0%	3	523	4,018	0.0%	1,921	1,537	2	0.0%	3	511	3,975	0.0%	1,947	1,557
サウジアラビア	1	0.0%	1	133	999	0.0%	1,878	1,502	2	0.0%	3	508	4,215	0.0%	2,073	1,659
クアム(米)	1	0.0%	2	301	2,498	0.0%	2,076	1,661	2	0.0%	2	387	3,246	0.0%	2,097	1,678
ミャンマー									0	0.0%	1	108	852	0.0%	1,977	1,581
モルディブ									0	0.0%	0	85	734	0.0%	2,159	1,727
ヨルダン	0	0.0%	1	118	1,079	0.0%	2,291	1,833	0	0.0%	0					
カンボジア	0	0.0%	0	23	245	0.0%	2,722	2,178								
クウェート	1	0.0%	1	200	1,731	0.0%	2,166	1,733								
フィンランド	7	0.1%	8	1,683	11,491	0.1%	1,707	1,366								
フェルトリコ(米)	3	0.0%	4	790	4,708	0.0%	1,490	1,192								

資料：財務省貿易統計

1-3 鹿児島県・A漁協における養殖ブリの輸出

(1) A漁協におけるブリ養殖の進展経過

A漁協では、ブリ養殖が始まった昭和41年以降、生産量は順調に増加してきた。その背景には、水産基盤施設の整備の進展があった。平成期に入ってから、竹島大橋の整備に加え、加工場用地の整備が行われた。こうした基盤整備は、漁協による加工場の整備の進展とともに、輸出も含めた販路の拡大に大きく貢献した。

さらに近年は、衛生管理に配慮した物揚場や岸壁における屋根の整備が行われた。これらは、新加工場の整備と機能の拡充と併せ、対米、対EU-HACCPに始まる水産物輸出施設認証の取得やそれによる輸出対象国の拡大にも寄与している。

A漁協の輸出への対応は早く、昭和57年以降からアメリカをメインとして拡大させてきた。輸出相手国の定める衛生管理基準が厳しさを増す中で、基盤整備の進展と漁協の取組みが相乗的に実施され、輸出の進展に寄与してきたといえる。

表 1.3 A漁協におけるブリ養殖の展開と基盤整備

年月	薄井漁港の整備状況	A漁協におけるブリ養殖の展開
昭和29年10月	第1種漁港に指定（旧東町管理）	
昭和40年3月	第2種漁港に指定（鹿児島県管理）	
昭和41年	以降、昭和40年代に漁港施設の整備が本格化 ・長島側の防波堤、-3m岸壁、-2m物揚場等の整備	長島（薄井地区）にて漁協自営のブリ養殖試験事業を開始
昭和44年		漁業者によりブリ養殖が本格化
昭和49年	黒之瀬戸大橋が開通	ブリ養殖が拡大、順調に生産量が伸びる
昭和50年	昭和50年代には長島側の漁港施設が概成	
昭和57年	・新東防波堤、西防波堤、-3m岸壁の整備 ・護岸整備と用地造成	対米輸出の開始
昭和60年	昭和60年代には、新たに竹島側に漁港整備を展開	
昭和63年	・-3m岸壁、-2m物揚場等の整備	漁協施設の拠点としての利用を目的に、最初の加工場を建設 ・都市部からの産地加工処理要請に応えるため ・ 海外輸出への取組を強化するため
平成元年	平成年代に入ると、竹島側の漁港整備がさらに進展	平成年代に入ると生産量が1万トンを突破
平成6年	・竹島防波堤、-3m岸壁、-2m物揚場等の整備 ・背後の水産物加工場用地の整備	新加工場の整備
平成10年	・竹島大橋の整備（平成8年） ・就労改善を目的とした浮桟橋の整備（平成11～22年） ・ 衛生管理に配慮した岸壁、物揚場への屋根の整備	加工場の衛生管理機能の向上を図るために施設改修 対米国輸出のための HACCP 認証取得（北米 HACCP 認定）
平成11年	平成14年3月第3種漁港に指定（鹿児島県管理）	持続的養殖生産確保法に基づく「漁場利用改善計画」の策定・認定
平成15年	現在、漁港施設の長寿命化対策、港内静穏度の向上を図る既存防波堤の改良等、順次、必要な整備を実施	対EU輸出水産食品取扱施設認定（EU-HACCP 認定）
平成17年		対中国輸出水産食品取扱施設登録
平成19年		対ロシア輸出水産食品取扱施設登録
平成20年		加工原魚尾数100万尾を突破 現在に至る

資料:「薄井漁港の整備と水産物の輸出促進の取組について」(漁港漁場 57 巻 1 号 P. 25～P. 28)、
A漁協への聞き取りより

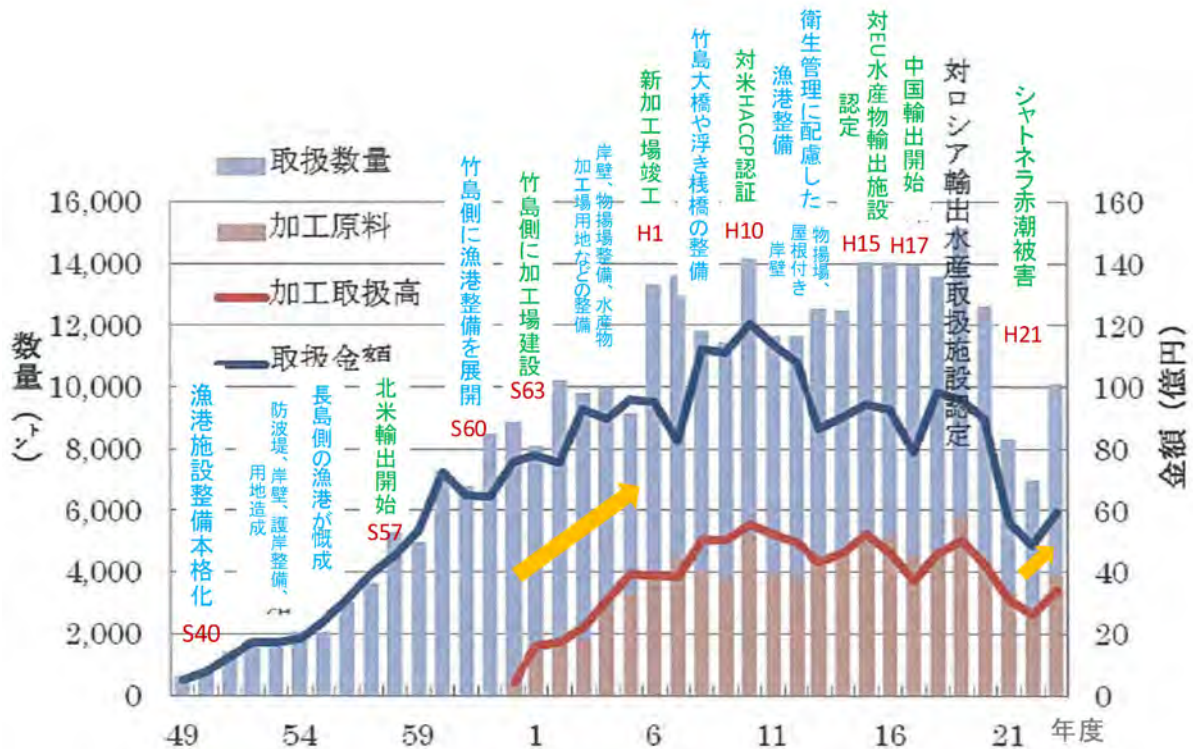


図 1.7 A 漁協におけるブリ養殖の進展経過

(2) 輸出への取組概要

A 漁協では昭和 43 年に今の生産形態でのブリ養殖が始められ、昭和 57 年から対米輸出が始められた。A 漁協が海外輸出を始めたきっかけは、当時取引関係のあった商社から輸出の引き合いがあったからであった。昭和 57 年当時、養殖ブリの周年生産・出荷体制が確立されつつあったため、いつ輸出の引き合いがあっても対応できるだけの体制は整っていた。

現在、取引のある国内の商社は複数社あり、輸出は商社との円建て決済で行っている。北米、EU 向け問わず、同じ商社から引き合いがある。基本的に商社から定期的にオーダーが入り、オーダーに合わせて加工・出荷をする。なお、海外の最終需要者からは、できるだけ大きい魚にして欲しいという注文を受けることが多い (6kg/尾など)。

A 漁協の養殖ブリの輸出仕向けでは、加工・出荷の工程で三度の冷やし込みを行い (国内向けは二度だけ)、保冷剤入りの発泡スチロールで出荷をする。三度の冷やし込みは、①原料タンク内、②フィレマシンの手前 (CCP)、③フィレパッキング後 (CCP) に行う。対米向けの生鮮冷蔵形態の商品には、フィレパッキング後に、TTI (time temperature indicator: 温度記録ロガー) をつける。出荷品はトラックで福岡空港まで輸送され、空輸される。なお、鹿児島空港経由の場合もあるが、主流は福岡空港となっている。

輸出先国によって嗜好が異なるため、嗜好に応じた様々な商品アイテム (商品形態) で対応し、それぞれの国に向けて出荷している。EU 向けの商品はラウンド、セミドレスが多い。対して、北米向け商品はドレス、フィレが多い。他にはマダイのラウンドも出荷をしている。北米向けはロサンゼルス、サンフランシスコ、シアトルなど西海岸が多い。他にニューヨーク、カナダのトロントなどもある。

輸出品の最終用途は飲食店での利用が主体と認識している。しかし、末端の販売は商社に任

せているため、各国の末端需要がどのような状況で、どういう食べ方をされているのかまでは正確に把握していない。商社を通じて、食べ方（レシピ）のお勧め等はしている。

A漁協における現在の輸出先は北米が60%以上を占め、EU向けも20%程度の割合である。高い衛生管理体制を求められる2地域が主力輸出先となっている。

メインの輸出先(H26金額ベース)

- 1位：北米（63%）
- 2位：EU（20%）
- 3位：東南アジア（15%）
- その他：中東、オセアニアなど（2%）

（3）現在の状況（取扱品目と輸出先）

A漁協では、輸出量は尾数で管理しており、1尾あたり5kgで重量換算している。また、輸出の荷姿はフィレ、ドレス、ラウンドなど、取引先の要望で異なる。A漁協では、輸出時の荷姿歩留まりを全体で80%と想定している。下表の輸出量は原魚換算となっている。

A漁協では平成13年に輸出量が1,000トン（200,000尾）を超え、以降、生産尾数の約1割（200万尾中20万尾）を輸出に向ける体制が整った。平成26年度の輸出量は195,043尾（5kg/尾であるとする）と約975トン、輸出金額は1,648百万円となっている。輸出先国は北米がメイン（金額50%以上）で、次にEU、アジア、中東、オセアニアと続く。

加工場の処理能力を見ると、概ね1,000尾/1.5hといった水準が標準的な水準となっている。1日あたりの加工処理量は出荷量によって変動があり、最小2,000尾～最大20,000尾である。年末の出荷最盛期が処理量が最大となる時期であり、これまでの実績では25,000尾/日を捌いた例が最大であった。その際は、就労するパートの女性職員等とともに漁協職員もフル活動を行い、何とか1日で捌ききることができた。これは、かなり大変な経験で、現在は就労者の確保も含め、25,000尾/日を捌ききことは難しいと考えている。

表 1.4 A漁協における輸出量の推移

年	生産量	輸出量	輸出金額
平成12年		752t	1,123百万円
平成13年		1,007t	924百万円
⋮		⋮	⋮
平成19年		1,033t	1,289百万円
平成20年	13,807t	—	—
平成21年	10,810t	シャトネラ赤潮の影響もあり、周年出荷体制がとれず、輸出が激減	
平成22年	10,810t		
平成23年	9,146t	405t	524百万円
平成24年	14,115t	645t	780百万円
平成25年	16,020t	1,000t	1,274百万円
平成26年		975t	1,648百万円

資料：生産量は鹿児島県農林水産統計年報、輸出量・金額はA漁協への聞き取りより

(4) 加工場の運用（主に衛生管理・HACCPについて）

①HACCP への対応

A漁協で HACCP 認証を取得したきっかけは、平成7年にアメリカで HACCP が義務化されたことである。A漁協では平成10年に加工場の対米 HACCP 認証を受けた。平成10年の認証は、養殖魚では国内で初めてのことであったので、認証には3年という時間がかかった。その間、輸出はストップしていた。

A漁協では、これまで HACCP 対応のために、開発費用や設備投資費用等、多くの費用をかけてきた。特に、HACCP 取得後のモニタリングにはコストがかかる。モニタリングは輸出実績ではなく、加工場の稼働状況に応じて行う必要がある、県の厚生部局が作るモニタリング計画の検査項目に従うと、モニタリングは20～30万円/月がかかる。その費用は加工場で負担しなければならず、経営面からは大きな負担となりうるが、現在は補助事業を活用して負担軽減措置を講じている。

HACCP 対応による費用の増加分も含めて考えると、輸出は近年になってやっと費用対効果がとれてきている。先駆者として市場開拓を行ってきたA漁協としては、これ以上競合相手が増えてほしくないとの考えが率直な考えとしてある。輸出促進を政策の柱とする国や所管省庁へは、現在の輸出先相手国のマーケットを十分に考慮して政策を展開する必要があるとの意見があった。特に、EU向け輸出に対応した HACCP 登録施設については、マーケットの開拓を含めて推進しないと、競合施設の増加によって、各施設の採算が取れなくなる可能性があるとの認識である。こうした認識も含めて、A漁協では所管省庁に対し、まずは「マーケティングありき」であり、市場開拓を最重要課題として位置づけることを提示している。

また、A漁協では、現在の衛生管理は過度に厳しいとの指摘もしており、基本的に「温度管理（特に商品の温度管理）」と「水の管理」だけをしっかりとっておけば十分な衛生管理を行うことが可能であるとの認識である（なお、所管省庁にも、この認識はすでに提示済みとのことであった）。

②加工場の運用

A漁協の加工場で使用しているスラリーアイス塩分が1%以下となっている。一般的な3%に比べると塩分が低いため腸炎ビブリオを抑制できる。またヒスタミン危害だが、魚体が氷に覆われていれば危害はない。スラリーアイスは買い取り制となっており、使った分だけを支払うシステムである。特に夏場にスラリーアイス製氷機が壊れることがあり、これが課題の一つである。

出荷作業工程のうち、フィレパッキング前に、人の手でフィレについた水分の拭き取り作業を行う。このふき取り作業は身のチェックを兼ねている。なお、商品の最終チェックとして導入している金属探知機は過去に1度役に立ったことがある。ブリの胃の中に金属製のジュースのキャップが入っていたことがあり、これの発見に役立った。イケスの中で漂流していたフタを食べていたと推察され、こうしたことが可能性としてある限りは金属探知機も稼働させておく必要がある。

対米、対EU向けともに輸出の作業用マニュアルは同じである。商社からは、加工場内のコントロールポイント周辺のサビ、カビを特に気にして欲しいとの指摘を受けている。

A漁協では、今までのクレームで商品に対してトレースバックをする必要があったことは一度もない。衛生管理体制の維持を図るため、対 EU 向けの厚生部局の査察への対応として訓練を半年に 1 回行っている。また、アメリカ向けでは FDA は今までに 2 回査察に来たが、1 回目の指摘への対応だけで 2 回目は特に何もなかった。1 回目の指摘も、通訳が不在でうまく意思疎通ができなかったことが原因であった。具体的には TTI（時間－温度インジケータ：時間経過と温度変化をモニタリングするポイント）が CCP（クリティカルコントロールポイント）になるなど、CCP が 6 つほど増えたことであった。また木のパレットをプラスチックにすることなどの指導を受けた。

加工場で働く女性就労者等は地元の方であり、水産加工場は地域の雇用創出に役立っていると考えている。しかし昨年末の 25,000 尾／日を加工する必要があった際にはバイトの募集をかけたものの、レスポンスはなかった。昨年末は人手不足が顕著に表れたため、今後の就労者の確保を考慮して、外国人技能実習生の導入等の検討を始めることも考えているとのことであった。

（５）輸出への展望

一般に輸出価格は、国内産地価格と比較して魅力的な水準にある。A漁協も例外ではなく、国内向けに比べて輸出向けの単価が高い（図 1.8）。ここに示した輸出価格は、FOB 価格であるため、フィレやラウンド、ドレス等への加工費用、梱包費用、空港までの国内物流費用等が含まれているが、それらを差し引いても輸出価格が国内価格よりも高いとの認識である。

生産量の 1 割を仕向け、かつ高い価格で販売できる海外市場は A漁協にとって、極めて魅力的で重要な販路となっている。また、一定量が輸出に仕向けられることによって、国内向けの需給調整も図られ、国内向け価格の維持にも寄与するものと考えられる。

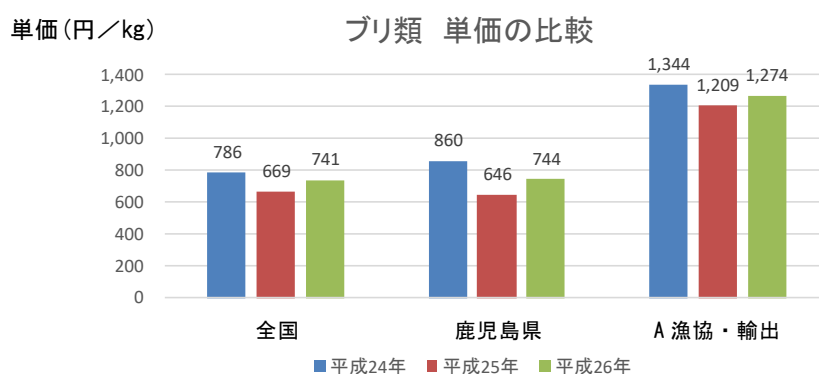


図 1.8 ブリ類の産地価格及び輸出価格の比較

一方で、A漁協の養殖ブリは以下に示すような課題も抱えており、輸出進展にはこれらへの対応が求められている。

課題① エサ代のコストを低くすること

エサ製造がブリ養殖にかかる総コストの 8 割を占めている。現在エサは地元の餌料会社 4 社に製造委託をしている。H17 年には、「ブリ養殖管理基準書」に則り、漁協がオリジナル餌料（EP）を開発したが、他所で使用される一般のレギュラー品よりもずいぶん安く供

給を受けている。他地域では、「他では考えられない値段」と言われることもある。しかしそれでも漁協では、現在の出荷状況で、やっとペイラインにのる程度となっている。魚粉（に加えてオイル）が高いことが問題だが、魚粉の質を下げると余計な添加物を入れざるをえない。そうすると商品の規格化・均一化が守られなくなるとともに、海を汚すことにもなってしまう。

課題②販路の拡大、様々な国に対するマーケティング

今後、日本国内では人口減になると言われている。そのため国内だけではなく、今後は海外にもっと目を向ける必要があると考えている。また、競合相手が多くなってきたこともあり、アメリカ市場は供給過剰気味である。そのことから、他国の市場開拓が必要である。

漁協には営業部があり、頻繁に直接、海外の商社へ営業に赴いている。今後はアジアが有望なのではないかと考えている。しかし中国への輸出は、過去に2回失敗をしているためリスクな国であることには間違いはない。

営業部は、直近ではマーケティング調査もかねて、ハワイ、ロシア、中国へと営業に行っている。また去年は、組合長がブラジルで商品を営業したことがあった。商品はおいしいと言われるものの、価格を伝えると相手が目を見開いて驚くという結果を聞いた。富裕層を狙う必要があるということである。

課題③非可食部を利用した加工品の展開

平成26年には、漁協が、総事業費約3億円をかけて総合加工場を建設・運営している。現在、回転ずしチェーン店用の水産加工品や、魚肉を使った総菜品の製造を行っている。

今後はさらなる新商品の開発を行いたい。頭や中骨を使った2次加工品、3次加工品の製造をし、流通の拡大を狙うことを検討している。

1-4 宮崎県・K社における養殖ブリの輸出

(1) NS社グループのK社におけるブリ養殖概要

NS社の水産事業部では、マグロ以外の養殖魚の販売を主たる業務としており、売上目標は110億円に設定している。主たる取扱養殖魚は、K社（宮崎）のブリ、境港（鳥取）のギンザケ、錦江湾（鹿児島）のカンパチである。このうち、K社のブリがNS社水産事業部の売上金額の7割を占めている。

T社からNS社が事業譲受を経てK社となった。T社は当時、カンパチの養殖も行っていたが、K社となってからはブリ養殖一本に絞っている。当時T社はブリ、カンパチ合わせて200万尾、K社となってからはブリのみ150～160万尾の生産規模となっている。養殖は宮崎県と鹿児島県にまたがる志布志湾で行っている。本海域は静穏性が低く、台風が来た際の被害が大きいため、養殖生け簀は“浮沈式”を用いている。

輸出事業もK社になってからのスタートである。現在国内の養殖ブリ年間生産量は1,800～2,000万尾程度であるが、このうちの約1割（150万～160万尾）をK社が占めており、単一の企業としては日本一のブリ生産となっている。（漁協単位でなら132～133軒の生産者で220～230万尾でA漁協が一番となっている。）その他では、大分のH社（大阪のUグループ：120万～130万尾）やO社（三重：ブリ40万尾）、M社がブリ類150万尾（ブリ：60万～70万尾＋カンパチ：70万～80万尾）等が企業的な経営をしている大手の生産者となる。また、個人養殖経営体でも、規模の大きい所では20万～30万尾ほどの養殖を行っている。

(2) 輸出への取組概要

日本の養殖ブリは主に国内流通がメインで、輸出は生産量の約1割程度（およそ190万～200万尾）とみている。このうち約85%がアメリカへの輸出となっており、A漁協等では北米市場を主対象としている。

K社では、生産量150万～160万尾のうち、2016年は7万3,000尾を輸出した。他社と比べると輸出の割合は少なく、2017年は輸出8万尾を目標としている。養殖ブリの輸出はアメリカに集中しているが、大手水産会社に関しては、諸々の事情からアメリカに輸出を行っていない。NS社の主な輸出先は香港である。2016年の輸出量7万3,000尾のうち、香港への輸出は5万尾と大半を占めている（なお、2016年の香港へのブリ類輸出総量は200,133kg。歩留を考慮した原魚換算で4kg/尾として尾数計算をすると、50,033尾となる。すなわち香港の日本産ブリ市場はK社のブリがほぼ独占していると推定される）。その他では、イギリスやドイツなどのヨーロッパ（1万5,000尾）や東南アジア（8,000尾）へも輸出を行っている。

過去に中国で養殖を立ち上げようとした際にパートナーとなった方の親類（香港出身）のディストリビューター（加工も手掛けているとのこと）がいるため、香港への輸出を行えることとなった。輸出にはこのような人のつながりが大事だと感じている。

輸出行程は、水揚・取り上げ→K社でめて梱包→福岡空港→香港という流れとなっている。福岡空港から香港へはおよそ3時間で、香港での通関手続きはそれほど面倒ではないとのこと。香港での受け取りや顧客への販売、販路の開拓等は、パートナーのディストリビューターが行っており、ディストリビューターから受けたオーダー分を週に2～3回（4～500尾）決まった便で送っている。固定の便があるので貨物スペース等の問題もなく、労力も国内流通と大差ないとのことであった。

全量生鮮で、香港への輸出は空輸で全量ラウンド出荷を行っている。香港への空輸時の運賃は 250 円/kg と高く、安い値段で届けることがなかなか難しい状況となっている。ラウンド出荷は、発泡スチロール箱に魚を入れ、500g の保冷剤を 3 個ほど入れて行っている。福岡空港では冷蔵で管理されているが、空輸中や香港の空港では常温で保管されている。しかし、温度ロガー等を利用し検査した結果、箱内の温度が上昇しているということもなく、発泡スチロール箱と保冷材の組み合わせならば常温保管でも問題ないという結論に至った。

ノルウェーサーモンなどは水揚げ後 20 日程度日持ちするとのことだが、エビデンスはなく、大体このくらいなら大丈夫だろうという曖昧な感じとなっている。NS 社の場合、水揚の次の日には香港につき、保冷材を利用したり、温度測定を行う等対策を行っており衛生的には 10 日ほどは問題なく食べることができる。しかし食の安全のため、安全率をかけて、日持ちは一週間（水揚げ日+6 日）以内としている。

ヨーロッパへは真空袋を用いて、生鮮フィレで出荷している。

K 社の加工場は、食の安全のため、国内でも早いうちに EU-HACCP を取得している。

（３）輸出にかかる問題点・課題

輸出をするにあたり苦勞が多い地域は、ヨーロッパであり、最近では中国もそうである。中国に関しては青島に子会社が一つあるが、輸出に際してのドキュメンテーションが大変だったり、着荷後に大量にサンプルを抜かれたりするので、難しさを感じている。

長崎県の N 社が上海への輸出を確立させており、輸出先では「長崎鮮魚」としてブランドが浸透し、差別化もされ、品質が高い商品として販売されている。また、輸出にかかる各種の書類も、長崎県は産地関係なし（他県のものも含む）に県が発行できる状況で輸出の後押しをしている状況にある。

ヨーロッパへは、日系レストランとのつながりが強い卸業者（T & S 社）とパートナーとなり取引している。和風料理を出している店やハイグレードな店のように魚の品質にこだわっているところならば、少々高価でも日本産の良いものをアピールできる。しかし、最近はオーストラリア産ヒラマサが安く輸入されており、安価であるため、質の良い日本産のブリとアピールしても扱ってもらいにくく、ヨーロッパへの輸出は困難な状況。やはり、取引のパートナーをどう見つけるかが輸出の課題となる。

なお、鹿児島県内のブリ類養殖全体では廃業する経営体が多くなっている。カンパチ養殖をしている鹿屋の漁協は、3 年で 15 経営体あったものが 9 経営体に減っている。垂水でも同じように減少している。対して、A 漁協は今でも大きな規模を残し、輸出もしているということで、先進的な取り組みをしていると感じている。近年、ブリに限らず養殖魚種の天然魚の漁獲が増加している。獲れすぎてしまうと、養殖魚の価格も同種の天然物の価格に引っ張られてしまうので、心配している。今年は比較的価格は保つことができた。

（４）今後の展望

日本が人口減少しており国内消費は厳しい状況となっている。今後は 8 万尾を目標に、輸出を拡大していくことが重要になると考えている。現状で香港はすでにマーケットが出来上がっているため輸出の伸びしろは少ない。海外販売推進課を立ち上げ、タイやベトナムといった東南アジアへの輸出拡大のための営業を行っている。一方、中国への輸出の拡大もしていきたい

が、上述のとおり通関の難しさや税金が多くかかるので難しさを感じている。

ブリに関しては、輸出を増やす前提ならば漁場をめいっぱい利用して生産を行ってもいいが、輸出向けが一定割合以下ならば、放養尾数を10%少なくすることが指導されている。*

すなわち、輸出を伸ばさないと、自分たちが持っている漁場を有効に活用できないし、事業としても先細りしてしまうと考えている。

※持続的養殖生産確保法に基づき、漁場改善計画を策定して適正養殖可能数量を規定することとされた。この数量は、①平成18年から22年までの種苗投入数量等の中庸3ヵ年の平均値より5%以上下回る数量、②平成8年から12年までの場合には10%以上下回る数量等の方法で設定することとされている。同数量の設定が「積立プラス」の加入要件となっているため、ほとんどの養殖漁場において適正可能数量の設定が行われ、実質的に種苗の池入れ量が規制されている状況。

ヨーロッパよりはアジアへの輸出拡大を考えている。理由として、フロリダやメキシコといった場所でも漁獲できるカンパチとは異なり、ブリは他の国での漁獲がなく珍しがられること、東南アジアでは脂がのりやすく身質が柔らかいものが好まれる傾向があることなどがあげられる。

ブリの扱いにくい点は、血合いの変色が激しいこと。アメリカはCO処理したものでも輸入・流通してもいいことになっており、ハマチとしてすしネタの主要な魚となっている。CO処理したものを禁止している国も多くあり、ブリ輸出が北米に集中している理由の一つとも考えている。

アメリカでは大型（フィレで2kg以上、ラウンドで計算するとおよそ6kg以上）でないと商品価値がない、立派なものとして認めてくれない傾向がある。大型にしなければいけないので、生産原価は50円/kgほど高くなる。

中国でも近年カンパチ養殖が盛んになっている。しかしあまりおいしいとは言えない。しかも、中国ではカンパチもブリも「脂甘魚」と表記され区別されないため、例えば「昨日食べた脂甘魚（日本産のブリ）は美味しかったけど、今日食べた脂甘魚（中国産のカンパチ）は美味しくなかった」などと言われる状況も想定でき、日本の養殖ブリを適正に評価してもらえないか分からず、難しいのではと考えている。日本産養殖シマアジは、中国に似た魚がいないために定着しているという。

養殖の高度化も今後の目標である。養殖技術の高度化だけではなく、違った魚種の養殖への参入も考えている。例えば、前身のあった会社を受け継いでマグロ養殖は行っている。餌で付き合いがあったカンパチ養殖業者が高齢で後継者もない状況であったため、引き継いでいる。鳥取でのギンザケ養殖は、前身があった会社を受け継いでいるのではなくゼロからスタートした。

（5）輸出促進のための要望

日本全体での輸出に対して、長崎のように自治体に養殖の運営をゆだね、輸出証明書の発行をできるようにする流れになることを願っている。また、加工度を高めていかないと物が売れない時代となってきた。新たに加工場を作ろうとする動きもある。原魚が高騰して手に入らない等で加工業者が苦しんでいるという状況はない。むしろ、加工業者は切り手の確保ができず、仕事を増やしたくても増やせない状況で、外国人研修生を活用し何とか運営しているところも

あり、切り手を確保し、フィレやスキンレスといった加工度を上げていく必要があると考えている。

1-5 天然ブリ類の輸出にかかる諸事例

最近は天然ブリの漁獲量が増えている。ロシアでは、1.5kg ほどのサイズ（イナダ）が好まれているようで、天然もので小ぶりなものの漁獲があればまとめて海外バイヤーを通して輸出されているようである。価格的には非常に安く、C&Fが150～180円でないと通らないと聞いている。また、浜にくる海外バイヤーが増加しており、ブリに限らず、大量の漁獲物で魚価が安い物ならまとめて輸出に回されることが多いという。

銚子・波崎地区の産地加工業者（生鮮冷凍加工主体）も、ブリ（特にイナダ）を輸出している。輸出先は東南アジアが主体。現地では解凍生鮮品として販売されており（写真参照）、価格が合えば需要はあるとの認識を持っている。



写真1 タイ・バンコク（スーパーマーケット BIG C）でのイナダの販売状況

1-6 養殖ブリ類の輸出の現状と課題及び促進策

(1) 現状のまとめ

養殖ブリの輸出実態は、北米（アメリカ、カナダ）への依存をしつつ、東アジア・東南アジア（香港・中国・台湾・韓国、タイ・シンガポール等）の市場を確保している状況が確認された。

尾数で換算すれば概ね国内養殖生産量が1,800万～2,000万尾で、そのうち約10%の200万尾程度が輸出に仕向けられているものと推察される。総生産量がある程度規制されている中で輸出市場の規模に応じた適正な生産量の確保が必要である。

全体の90%弱を占める北米向けでは、CO処理後に凍結した商品を販売可能である。また、フィレや3枚卸等の商品へのニーズも高い。一方、広がりを見せつつある東アジア、東南アジア諸国では鮮度感を前面に出した生鮮品（香港では氷蔵ラウンド形態）が主体となっている。輸出量は伸びており、海外需要はまだ堅調である。さらに開拓しうるマーケットも存在しており、養殖ブリの海外市場は拡大の可能性がある。輸出相手国とのパイプの拡大（対中国）、CO処理の問題（対東南アジア諸国）等が技術的にクリアでき、輸出コストが低減できて最終用途のすそ野が広がれば輸出量の拡大が見込める状況と評価される。

一方で、供給量をみると、養殖生産量は10万トン前後で頭打ちである。物理的に漁場が確保しきれない、漁場環境の保全を前提とした種苗池入れ量の規制といった課題が存在する。

(2) 課題と対策

①輸出相手国の掘り起し・拡大

現在の輸出相手国は北米が主体で順調に輸出量が拡大してきたが、輸出事業者の間では、既存相手国のマーケットが飽和しつつあるとの見方が定着してきている。養殖ブリは日本固有の商品でもあり、まだ開拓可能な海外のマーケットも多くあると考えられる。例えば、経済発展が進み、人口規模も大きな中国市場等は、まだ十分に開拓し得ていない代表的なマーケットと位置づけられる。こうした新たな輸出先マーケットの開拓を進めていく必要がある。

また、輸出相手国の拡大を図っていくにあたり、血合肉の褐変防止で使用するCO処理技術の問題を解決することも重要である。東南アジア諸国を始め、潜在的なマーケットとして期待される輸出相手国ではCO処理禁止国が多く、このことがマーケット開拓の障壁となっている側面がある。輸出相手国の拡大にあたっては、CO処理に替わる褐変防止技術の開発が必要となる。

(課題への取組1) 中国市場の開拓

長崎魚市場による上海市場だけでなく、主要都市周辺市場の開拓を進めていく必要がある。中国市場の開拓にあたっては、商習慣の違い等も踏まえ、信頼できる現地のインポーターとの関係づくりが大きな要素となる。

(課題への取組2) 通関事務手続きの簡素化

輸出相手国の掘り起こし・拡大のためには、長崎県で実施している通関事務手続きの簡素化も必要である。

(課題への取組3) CO処理以外の鮮度保持方法・技術の開発（血合肉の褐変防止方法）

CO処理禁止国に仕向けるための新たな技術開発が必要である。

②海外でのマーケティング活動の強化・推進

上記①で示した輸出相手国の掘り起こし・拡大を図っていくために、相手国の水産物消費動向や養殖ブリに対するニーズの確認等、市場調査やマーケットの可能性の検討を進めることが求められる。

また、輸出相手国における養殖ブリマーケットの掘り起こしを図っていくこと、さらには、相手国のマーケットにおいて養殖ブリが他に代替できない商材として定着させることが重要である。そのためには相手国の食文化や調理方法・技術等も踏まえ、和食商材としてだけでなく養殖ブリの消費の裾野を拡大することも重要な観点となる。

③輸出ニーズに応えうる適正な生産規模の実現

現在の養殖ブリの生産量は概ね10万トンで頭打ちであり、輸出の推進にあたっては、国内需給とのバランスを取りながら、生産量の拡大を図っていく必要がある。沿岸養殖漁場の利用状況も考慮しつつ、輸出の進展を支えるための生産量の確保を図っていく必要があり、沖合漁場での養殖生産技術の開発も含めて新規養殖漁場の開拓が必要と考えられる。

2. サバ類の輸出状況

2-1 生産動向

(1) 生産量の動向

我が国のサバ類の漁獲量の推移を図 1.9 に示す。2005 年に 60 万トンを超えて以降、高水準の生産量が維持されている。潤沢な資源量を背景として、直近の 2016 年も 50 万トンを超える生産量となっている。

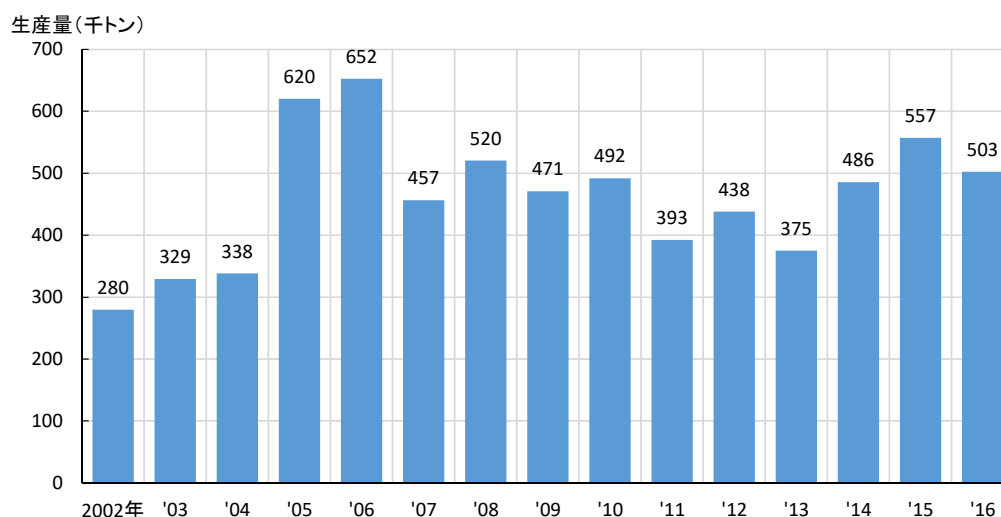


図 1.9 サバ類の生産量の推移

資料：漁業・養殖業生産統計年報

(2) 生産金額・単価の動向

生産額と単価の推移を図 1.10 に、単価と生産量の関係を図 1.11 に示した。

2002 年は 30 万トンを超える水準であったため、114 円/kg と産地価格も高かったが、30 万トンを超えた 2003 年、2004 年には 80 円/kg 台まで下がった。60 万トンを超えた 2005 年には 55 円/kg と 2002 年以降では最低水準を記録している。その後は生産量が高位で推移しているにもかかわらず、価格は上昇傾向を続けている。

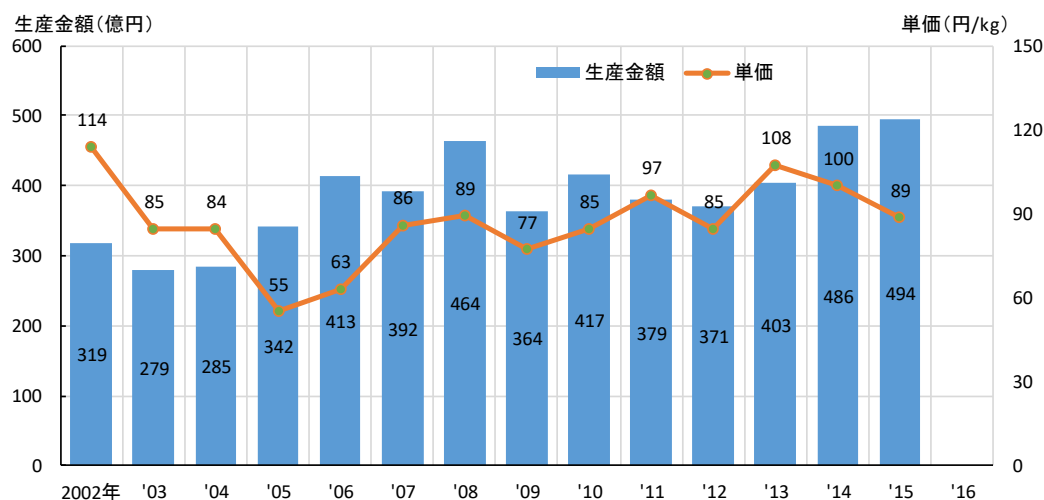


図 1.10 サバ類の生産額・単価の推移

資料：漁業・養殖業生産統計年報

後述するとおり、輸出は2006年から本格化しており、輸出という新たな販路が生まれたことで産地価格の底支えが成されたと考えられる。生産量と単価の関係は、全体としてはよく連動して負の相関を示すが、2002年～2005年までの需要曲線と2006年以降の需要曲線を比較すると上方にシフトしており、輸出が産地価格を押し上げたとみることができる。

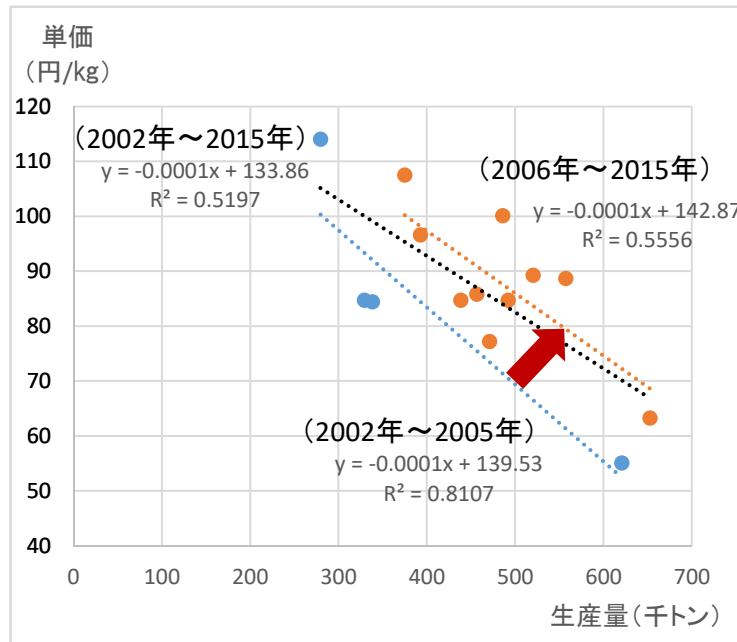


図 1.11 サバ類の生産量・単価の関係

資料：漁業・養殖業生産統計年報

(3) 主な産地・漁法

サバ類の漁法はまき網が主体で、生産量の約80%を占める。このため主要生産県は、まき網船団の根拠地となっている県が上位を占める（属人統計による）。なお、イワシも同様である。

表 1.5 サバ類及びマイワシの漁法別・都道府県別生産量 (2016 年)

		まいわし		さば類		マイワシ		サバ類	
			構成比		構成比				
船びき網		29,692	7.9%	117	0.0%	茨城	90,608	茨城	138,751
まき網		183,738	48.6%	353,232	70.3%	三重	58,560	長崎	69,033
大中型		110,291	29.2%	84,951	16.9%	千葉	21,052	千葉	46,257
中・小型		73,447	19.4%	268,281	53.4%	長崎	19,780	静岡	42,403
定置網		39,572	10.5%	44,877	8.9%	宮城	18,893	島根	28,144
大型		5,440	1.4%	4,272	0.8%	愛知	18,764	三重	26,267
小型		34,132	9.1%	40,605	8.1%	島根	18,378	青森	25,399
その他の網漁業		8,952	2.4%	11,432	2.3%	宮崎	16,462	宮城	20,281
その他の漁業		457	0.1%	3,770	0.8%	静岡	15,448	福島	19,535
合計		378,142		502,651		福島	12,883	鳥取	14,930
						鳥取	12,329	愛媛	13,827
						石川	11,951	岩手	13,661
						青森	10,642	鹿児島	10,670
						愛媛	9,537	宮崎	6,538
						北海道	8,879	石川	4,927
						富山	8,250	北海道	3,588
						大分	5,637	和歌山	3,467
						高知	3,871	高知	3,292
						鹿児島	2,913	山口	2,721
						和歌山	2,107	神奈川	2,295
						神奈川	1,528	福岡	2,160
						大阪	1,399	大分	1,483
						熊本	624	富山	754
						新潟	541	新潟	456
						兵庫	376	熊本	347
						京都	346	兵庫	270
						広島	282	福井	262
						山口	246	香川	239
						徳島	74	京都	228
						香川	57	愛知	208
						福井	47	徳島	96
						福岡	29	佐賀	58
						山形	4	大阪	34
						佐賀	1	秋田	32
						岡山	1	広島	19
						秋田	x	東京	12
						岩手	x	山形	3
						東京	-	岡山	1
						沖縄	-	沖縄	縄

資料：漁業・養殖業生産統計年報

注：都道府県別生産量は属人統計による。

2-2 輸出の動向

(1) 輸出高の動向

サバ類の輸出高は2006年に急激に進展し、その後は10万トン前後で推移してきたものの、2015年から再度伸び、直近2017年には23万トンを超える水準に達している(図1.12)。平成15年以降は金額も伸び、直近2017年の輸出額は219億円に達している。また、国内生産量に対する輸出量シェアは2016年で40%を超えており、国産のサバ類の販路として極めて重要な位置を占めるに至ったものと評価される。

一方、産地価格と輸出価格を比較してみると、輸出が本格化する2004年以前は逆転する現象がみられる。2005年以降は5~10円/kg程度の価格差が生じて輸出による利益が生じる状況がみられるが、2010年~2013年までは、再度逆転した。直近2年は7~9円/kgの価格差が生じている。極めて薄利の中で数量を取り扱うことで利益を生み出す構造と推察される。

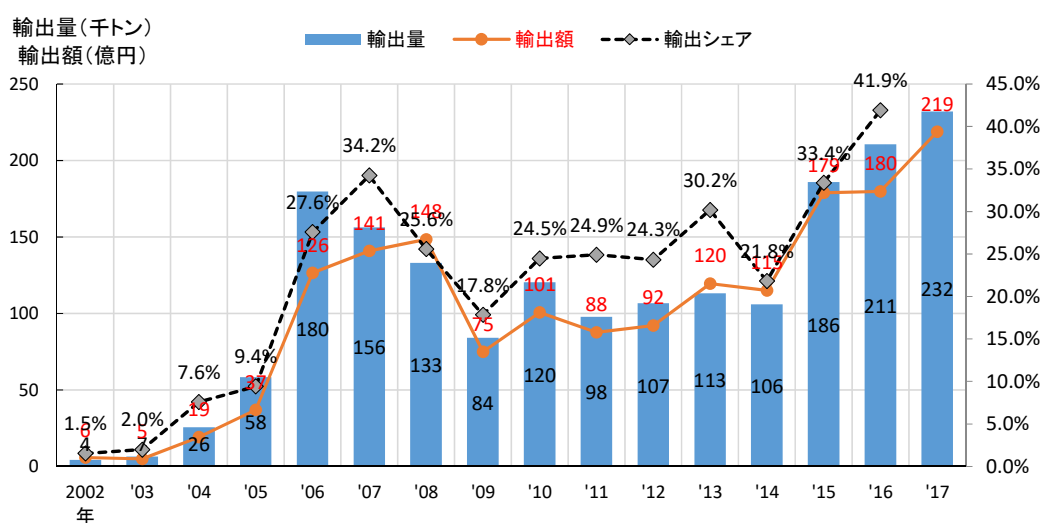


図 1.12 サバ類の輸出高の推移

資料：財務省貿易統計

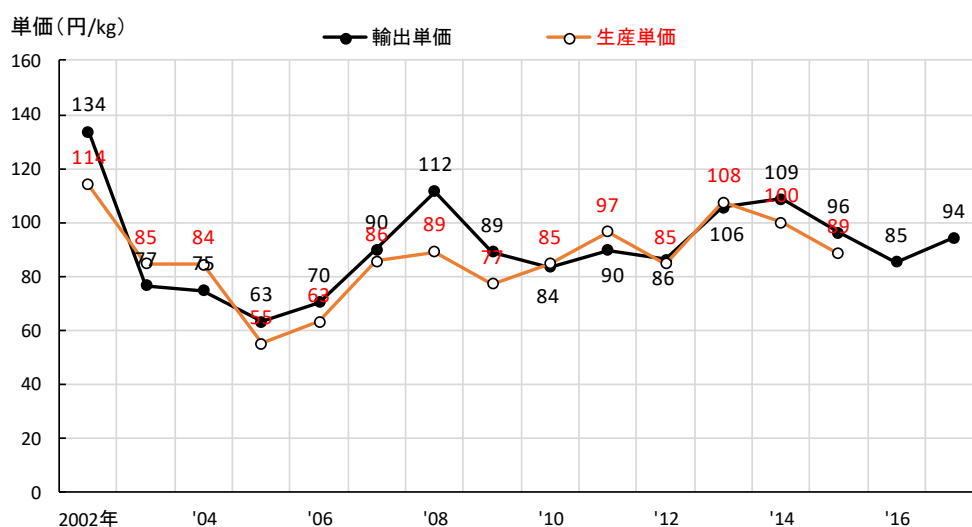


図 1.13 サバ類の単価の推移

資料：財務省貿易統計

(2) 主な輸出先

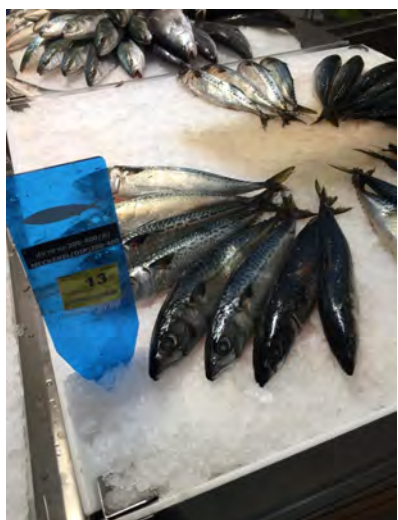
主な輸出先はアフリカ諸国で、エジプト、ナイジェリア、ガーナが主体となっている。この他、缶詰加工原料としてタイに輸出される割合が高く、ベトナム、フィリピン、インドネシア等の東南アジア諸国も主要な相手国となっている。

表 1.6 サバ類の主な輸出先

年、項目 国	2016年					2017年(11月末現在)				
	輸出量(t)		輸出金額(千円)		単価 (円/kg)	輸出量(t)		輸出金額(千円)		単価 (円/kg)
		構成比		構成比			構成比		構成比	
総計	210,606	100.0%	17,974,941	100.0%	85	190,203	100.0%	17,384,071	100.0%	91
エジプト	35,655	16.9%	2,939,825	16.4%	82	45,199	23.8%	3,922,541	22.6%	87
ナイジェリア	10,020	4.8%	901,980	5.0%	90	34,173	18.0%	3,140,646	18.1%	92
ガーナ	20,655	9.8%	1,800,626	10.0%	87	22,679	11.9%	2,144,852	12.3%	95
コートジボワール	4,061	1.9%	369,752	2.1%	91	2,897	1.5%	268,494	1.5%	93
南アフリカ共和国	1,972	0.9%	213,034	1.2%	108	1,848	1.0%	208,463	1.2%	113
タンザニア	3,406	1.6%	269,198	1.5%	79	1,787	0.9%	156,397	0.9%	88
ベナン	2,434	1.2%	225,363	1.3%	93	1,544	0.8%	141,162	0.8%	91
トーゴ	830	0.4%	71,683	0.4%	86	1,175	0.6%	110,192	0.6%	94
モザンビーク	2,847	1.4%	232,333	1.3%	82	721	0.4%	62,047	0.4%	86
ルワンダ	702	0.3%	58,363	0.3%	83	408	0.2%	33,955	0.2%	83
ウガンダ						187	0.1%	18,699	0.1%	100
ケニア	918	0.4%	73,030	0.4%	80	164	0.1%	13,377	0.1%	81
セネガル	50	0.0%	5,871	0.0%	118	96	0.1%	11,123	0.1%	116
ナミビア	51	0.0%	4,615	0.0%	90	72	0.0%	7,566	0.0%	105
ブルキナファソ	4,133	2.0%	373,543	2.1%	90					
コンゴ共和国						24	0.0%	2,091	0.0%	87
コンゴ民主共和国	168	0.1%	13,288	0.1%	79					
モーリシャス	2,908	1.4%	300,251	1.7%	103	1,299	0.7%	141,924	0.8%	109
リベリア	50	0.0%	4,358	0.0%	88					
カナリー諸島(西)	80	0.0%	9,160	0.1%	115	73	0.0%	8,643	0.0%	119
タイ	43,207	20.5%	3,330,400	18.5%	77	28,482	15.0%	2,362,083	13.6%	83
ベトナム	12,970	6.2%	1,388,593	7.7%	107	12,093	6.4%	1,301,901	7.5%	108
フィリピン	13,725	6.5%	1,077,696	6.0%	79	11,749	6.2%	1,027,658	5.9%	87
インドネシア	13,878	6.6%	1,029,927	5.7%	74	6,807	3.6%	542,828	3.1%	80
マレーシア	3,611	1.7%	319,649	1.8%	89	2,848	1.5%	245,875	1.4%	86
シンガポール	5,652	2.7%	571,975	3.2%	101	2,655	1.4%	296,746	1.7%	112
カンボジア	24	0.0%	1,461	0.0%	61					
ブルネイ	140	0.1%	16,791	0.1%	120	48	0.0%	5,565	0.0%	116
台湾	7,211	3.4%	690,641	3.8%	96	2,324	1.2%	249,173	1.4%	107
中華人民共和国	2,023	1.0%	213,261	1.2%	105	1,525	0.8%	191,961	1.1%	126
大韓民国	1,033	0.5%	96,759	0.5%	94	1,301	0.7%	149,104	0.9%	115
香港	35	0.0%	9,158	0.1%	264	6	0.0%	5,237	0.0%	846
マカオ	1	0.0%	474	0.0%	805	0	0.0%	208	0.0%	800
フィジー	399	0.2%	42,503	0.2%	107	1,051	0.6%	115,447	0.7%	110
キリバス	143	0.1%	15,403	0.1%	108	140	0.1%	15,496	0.1%	111
バヌアツ						37	0.0%	4,615	0.0%	124
仏領ポリネシア	520	0.2%	51,220	0.3%	99	32	0.0%	4,301	0.0%	136
サモア	270	0.1%	27,738	0.2%	103					
米領サモア						60	0.0%	6,600	0.0%	110
アメリカ合衆国	901	0.4%	85,255	0.5%	95	235	0.1%	38,225	0.2%	162
カナダ	3,692	1.8%	370,625	2.1%	100	3,246	1.7%	318,648	1.8%	98
メキシコ	6,509	3.1%	451,583	2.5%	69					
パナマ	10	0.0%	1,350	0.0%	135	72	0.0%	7,934	0.0%	110
トリニダード・トバゴ	125	0.1%	11,625	0.1%	93					
ペルー	65	0.0%	8,067	0.0%	124	45	0.0%	6,196	0.0%	139
バーレーン	25	0.0%	2,254	0.0%	91	24	0.0%	2,117	0.0%	88
アラブ首長国連邦	16	0.0%	2,640	0.0%	165	13	0.0%	2,596	0.0%	195
スリランカ	3,048	1.4%	250,275	1.4%	82	1,053	0.6%	90,073	0.5%	86
セーシェル	37	0.0%	4,035	0.0%	109					
モルディブ	97	0.0%	11,484	0.1%	118					
スペイン						10	0.0%	1,312	0.0%	128
ロシア	300	0.1%	25,826	0.1%	86					

資料：財務省貿易統計

アフリカ諸国、東南アジア諸国とも末端では解凍生鮮品として店頭で販売されており、一般家庭における日常の食材として利用されている。



上：スーパーマーケット 「TOPS」にて
左：スーパーマーケット 「BIG C」にて

写真2 タイ・バンコクでの解凍サバ販売状況

2-3 銚子・波崎地区を拠点とした輸出への取組事例（T社）

（1）海外輸出を始めたきっかけ

T社の輸出の取組は、国内の食用需要に向けても評価されず、餌料にしか向かない魚を国外へ輸出するという考えに則っている。現在、国内ではサバの生産量が潤沢で、どんどん輸出向けが伸びてきた。T社でも、10年前は3,000トン程度の取扱いだったが、現在では10,000～12,000トン程度になっている。

（2）現在の状況（取扱品目と輸出先）

T社のサバのメイン輸出国は、アフリカ諸国となっている。エジプト、ガーナが主体で、ナイジェリア等も伸びている。アフリカ諸国の経済発展も背景にある。また、地中海のモロッコ沖では昔からサバが漁獲されており、アフリカ諸国では燻製にして保存食として食べる食文化があった。しかし、現地のサバ漁獲量が資源の減少や乱獲等の理由から、2008～2009年以降、極端に減少した。サバの食文化があり、その需要に現地の供給が応えられなくなった反面、日本の漁獲量が大きく伸び、産地価格も現地の価格帯にはまったことから一気にアフリカへの輸出が伸びたものである。

T社の主な取扱品目は以下のとおりである。

①サバ類

ラウンド冷凍ブロック15kgカートンが標準。通常年は14,500tを買い付け10,000tを輸出に仕向ける。4,500tが国内鮮魚・加工原料向けとなる。サバは前浜ものだけでは足りないため、八戸、石巻、沼津で買いつけて陸送で工場まで運んでくる場合もある。

ただし2017年は取り扱いが増えており、12,000t程度を輸出に仕向けた。仕向先は、アフリカ諸国（ガーナ、エジプト等）がメイン。近年はナイジェリアにも相当量仕向けている。他にもアフリカ諸国の経済発展は目覚ましく、比較的裕福になりつつある国では買い気が強い。輸出相手国が広がってきている。震災後、一時的にアフリカへの輸出がストップしたこともあった。その時には、アフリカ以外の国も開拓する必要があると考えたが、アフリカ向けが動き出してからは、これに専念している状況にある。

アフリカ以外では、カナダにカニカゴ用のエサとして輸出する場合もある。かつては2～3,000t輸出するときもあった。現在も一定量は輸出されている。

②ブリ（特にイナダ）

東南アジア向けに春先のイナダを輸出することもある。荷姿はサバと同じで、ラウンド冷凍ブロック15kgカートン。1kgサイズは価格も合う。どちらかというと太平洋側では秋口からイナダが獲れ、小さくても比較的脂がのっているため、鮮魚で売れてしまう。九州の方で獲れるイナダが輸出に仕向けられている。

③イワシ

冷凍ブロックで、タイやベトナムなどの東南アジア（缶詰原料）向け。最近はいワシが獲れるようになってきたが、サバも潤沢なため、サバを主体にしながらイワシは餌料向けにすることが多い。

④サンマ

ロシアに輸出していたが、震災後の輸入規制で輸出困難の状態。

(3) 鮫子・波崎地区での輸出への取組み状況

2017年12月現在、鮫子魚市場へのまき網船の1日あたりの水揚量は5,000～7,000トン程度で、T社と同程度の取扱規模の大手業者7社が、概ね500トン/日を買付ける。すなわち、大手7社で1日の水揚の5割から7割程度を処理する体制となっている。これら大手業者は、かなりの投資をして選別パッキングラインを整備し、処理能力を高めて輸出に積極的に取り組んでいる。

また、近年は、大手7社の下のグループに位置する中小規模の業者（1日あたりの処理能力が100～200t程度）も輸出に取り組み始めており、地域全体での処理能力は向上している。

北部太平洋まき網漁連では、鮫子魚市場への水揚が7,000トン/日を超えたら2日休漁し、3,000トン/日を超えたら1日休漁する資源管理上の自主規制を行っている（実質は魚価維持対策の側面が強い）。このため、比較的水揚げが潤沢であっても、価格が高止まりすることが多く、4,000トン程度の水揚げでは原料不足気味となり、サバの産地価格で80～90円/kg台が維持されている。輸出に仕向けるには、産地価格が60～70円/kg台にならないと合わない。現在は、10,000トンくらい水揚げがあって初めてその水準になる状況である。

(4) 輸出向けサバのサイズ・用途等

これまで輸出に仕向けられてきたサバのサイズは200～400gが主流。300～400gくらいが缶詰原料、200～400g全般がアフリカ向け。

缶詰原料の場合、ある程度サイズをそろえる必要があり、その分選別の手間がかかる。しかしアフリカ向けは、200～400gとして比較的幅広のサイズ帯で混じっていてもかまわない。

輸出向けのサバの商品表示は、200～400gサイズ、300～500gサイズ、400～600gサイズとして区分されている。これはノルウェーサバが輸出される時のサイズ帯で、これが国際標準の規格として普及したもの。ノルウェーサバの商品表示は200～400gサイズでは300gアップのもので比較的揃っている（カートンを作る時に、サイズを上目でそろえて下目に表示する傾向）。日本産は全く表示のサイズ帯でバラバラである。

近年、アフリカ向けでも品質（特に脂の乗り）を要求してくる国が多くなった。多少高くても脂の乗っているものが要求される（1ドル/kgを若干超えても品質を重視する国が増えてきた）。ただし、エジプトは、とにかく安い方がよいというニーズである。国によってもニーズが異なっており、一口にアフリカ向けとはくくれない。

アフリカでは、まったく調理せず、頭、エラ、内臓込みで煮たり焼いたり調理する用途が主流のようである。そのため、ラウンドブロック凍結で全く手をかけずに商品を作ることができる。その点も魅力である。

(5) 輸出に関する今後の展望（海外輸出戦略）

輸出をはじめた2006年から10年以上になるが、輸出の取扱いは伸び続けている。輸出向け取扱量10,000tを超えて久しいが、まだアフリカ向けは伸びる可能性がある。現状では、EU向け輸出を再考することは考えられない。現状の取引で十分処理できておりEU輸出を再開しようとする現状の取引がおろそかになる。EU市場に旨味は感じない。主要市場であるアフリカ諸国の経済発展や為替動向をみると今後も特にアフリカ向け輸出市場はどんどん伸びるはず。国内の市場が縮小傾向にあるため、輸出をしないと消化しきれない。

輸出向けが、国内需要を超える供給量を吸収する良い市場として機能しており、特にスソ物の市場としては極めて効果的に機能している。現時点で、凍結主体の原料問屋にとっては、とにかく輸出に仕向けていけば、ある程度利益を確保することができる状況である。

一方で、加工業者にとっては、輸出向けで産地市場での底値が支えられてしまい、一定の水準で相場が形成されることから、供給量が潤沢である割には原料確保のコストが従来よりも下がらない。サバ、イワシ以外の加工原料が軒並み不漁で高騰する中、この2魚種に依存する以外ない状況である。輸出仕向けの進展の陰で、加工業者が経営面での影響を受けていることは否めない。

(6) EU認定を受けた経緯と補足的な情報

2009年度に水産庁が事業主体となって農林水産物等輸出ステップアップ推進委託事業(EU向け水産輸出推進事業)が実施された。事業の目的は、波崎地域をモデル地域として、サバを対象としたEU向け水産食品の地域輸出プランを検討・策定するというものであり、T社社長が検討委員として事業に参画した。

事業への参画をきっかけに、営業に来ていた海外の水産大手商社(イギリス、スコットランドなど)からの連絡や、上記の事業をとりまとめたコンサルタントの市場調査などを通じて、東欧(特にポーランド)で缶詰用サバ原料の需要が高いことを知った。ノルウェー産のサバはどちらかというと(脂が乗っており)燻製用となるため、ノルウェーのサバとの競合はないと判断した結果であった。北部太平洋で漁獲されるサバは脂が乗っておらず値が安い。相手国が望んでいるサバは、脂質が10~18%(15%前後)とのことだった。北部太平洋では春サバ以外であれば10%以上のサバが漁獲される。そのためEU輸出を視野に入れることができ、EU市場は非常に魅力的だと感じたことから、すぐにEU-HACCP対応のために投資をした。

工場の設立には、海外水産大手商社の仲介でノルウェーから設備一式を取寄せた。ノルウェーのファーストプロセス社の設備で、日本側の輸入代理店はN社であった。これまでの工場の設計から施工、工場の稼働に至るまで投資額は総額で10億円である。当時は仲介する商社からドレスにして輸出をしませんかという提案をされたため、ドレスマシンも取り寄せた。しかしながら結果的には工場がEU向けでまったく稼働しなかったため必要がなく、日本の水産加工会社に半値で売却した。

・ネット新聞記事(2009年5月)

さばのEU輸出目指す、実現すれば日本初(2009年5月:Food Engineer Times)

「サバなどの冷凍魚をEU向けに輸出しようと果敢にチャレンジしている水産会社がある。銚子港に近いT社(茨城県神栖市)は2008年秋にEU-HACCP対応の新工場と冷蔵倉庫を完成した。設備一式は施工までEUの企業が担当し、コンベアーにはモジュールプラスチックベルト(MPB)を全面的に使うなど、完全なEUスタイルのラインになっている。ノルウェーより選別機・パッキングラインなどを導入したことにより、サイズ選別・パッキングラインを全自動にすることが可能となった。原料搬入から箱詰めまでの時間を短縮することができ、より鮮度の良い物を消費者へ供給することが可能となった。」

2-4 九州地域の輸出への取組事例（S社）

（1）事業の概要

S社の取扱商品は鮮魚類全般がメインであるが、輸出商材は冷凍魚もある。その他水産加工品の製造・販売も行っている。鮮魚では特に遠洋まき網漁業で漁獲される青魚（アジ、サバ）が強みである。

商品の仕入先は、松浦市場が最も多く全体の約30%を占める。その次に主要な仕入先は長崎市場で全体の20～25%である。次いで福岡、唐津、佐世保、平戸である。これらの主要な市場で買参権を有している。

最大の仕入先である松浦周辺を物流拠点としており、各市場から仕入れた商材を松浦の冷蔵倉庫へ集約している。また、当地に水産加工工場を構えている。

水産加工業で発生した残滓は、マグロ養殖のための飼料となり、販売・配送を行っている。

輸入で商材を仕入れることもあり、10億円程度のノルウェー産サバを取り扱っている。

主な国内の売り先は、T社、D社、U社などの東京の卸売市場の荷受会社やS社やI社といった小売店や量販店である。築地への配送も行っており、一日当たり10t車を複数台仕向けている。築地便のタイムスケジュールは、3:00にセリで商材を仕入れたのち、オーダーに応じて梱包作業、12:00には車が出発し、24:00に築地市場前で待機できるようにしている。

九州地域の遠洋まき網漁業にて漁獲される漁獲物の品質に困っている。大きな容器に大量に収容し、かつ移送距離が長いために、鮮度低下が著しいからである。漁業者へ改善を要望している。

（2）輸出の取組実態

社内での輸出の取扱割合は、全体の15～20%程度である。国内の輸出商社を経由する間接輸出がほとんどであり、これにより代金回収リスクや為替リスクを回避している。

輸出商材は、アジ、サバ、ブリ、カワハギ、イカ、タチウオ、カツオ、ボラ、イナダ、シイラ、イワシ等である。

サバがもっとも取扱量の大きい商材であり、500tほど取り扱っているが、取扱量は減少しており、昔の半分となっている。これは主要な仕向け先であったエジプトの情勢が悪化し、取扱量が激減したためである。当時はサバの取扱量の80%はエジプト向けが占めていた。

アジは取扱量が少なく、人気がない。海外ではアジは馴染みの薄い魚種のようなものである。

ブリは天然ものを取り扱っており、中国に向けて年間200～300t取り扱っている。中華圏へもブリを輸出しているが、日本食の食材としては現地も魅力を感じているが、中華食材としての適応が課題である。

カワハギは中国で人気であり、季節変動があるが、200～300t程度取り扱っている。多いときは500tも取り扱うこともある。

ボラはポルト克蘭（マレーシア）、シイラはケープタウン（南アフリカ共和国）、イワシはタヒチのマグロ養殖用餌料として仕向けている。

マグロ養殖餌料としての冷凍魚が国内国外問わず需要が高い。以前は茨城や東北産のものが使われている傾向であったが、福島原発事故を受け、九州産のものを求める企業が多くなっている。逆にエジプトなどは、この餌料用冷凍魚が現地で食用として流通するため、需要が高まっている。しかし、海外の食用のものは、規格が細かく設定されており、アソート処理に手

間がかかっている。

仕向け先毎に商習慣や魚に対する嗜好が異なり、対応に苦心している。イギリスのスコットランド地方からくる品質検査員は、マサバの中にゴマサバが混じることをひどく嫌うなどである。

市場設備の衛生管理に課題を感じている。高度衛生化された海外の市場内には検品用の部屋があるのが通例である。福岡では吹き曝しの荷捌き場で仕分け・検品を行っている状況である。吹き曝しであるため、野生生物の侵入を許し、海外検査員からも指摘されている。以前にエジプトの取引先より、商品にカラスのフンのようなものが混入しているとのクレームが入ったこともある。

東南アジア圏からの高級店向け小口ロットのエア便も取り扱っている。しかし、小口ロットの対応だけでなく、魚一匹単位の重量の指定、魚一匹単位の現地配送先マークの付与など単純作業が多く、処理能力が追い付かないため、規模を拡大できずにいる。人員不足からくる処理能力の限界を、外国人労働者で補おうと試みたが、工場作業ではない外国人の就労が認められていない状況である。

輸出の際は、FOB 条件のため、船積みする船舶は現地から指定される。指定される船舶が外資系企業のものであるため、リーファーコンテナのコンテナヤード受付日程が本船出港日の前日に限定されてしまっている。一回の輸出で約 10 本のリーファーコンテナを船積みするため、コンテナ詰め作業には 2～3 日を要し、コンテナヤードへ搬入できる日までは、リーファーコンテナを自前で駆動させる必要があり、コストが発生している。

今後の輸出の展望としては、北米輸出を視野に入れており、そのために対米 HACCP 取得手続きを進めている。対 EU HACCP はハードルがあまりにも高く、取り組む意欲がわからない。地中海マグロ養殖用の飼料の需要は感じている。また、エジプト商流の復活も試みている。

2-5 サバ類の輸出の現状と課題及び促進策

(1) 現状のまとめ

サバは、国際商材として凍結商品の標準規格も認知され、競合するノルウェーサバとの価格優位性が確保されうる局面（例えば、国内生産が潤沢で産地価格が一定水準に抑制され、加えて為替変動の影響も円安基調でプラスに働く場合等）において輸出市場が極めて有効な販路として機能している。

特に、現在主流となっている「解凍鮮魚」用途を主とするアフリカ諸国等の海外市場においては、輸出先国での末端販売価格が一定水準を維持しており、依然として堅調な需要が続いている。

かくして国内でのスソ物として位置づけられる200～400gサイズのサバは、輸出に仕向けられることで底値が支えられる状況を生んでおり、トラックスケールによりバルクで取引される北部太平洋沿岸の産地市場のサバ価格は堅調な相場形成が続いている。

イワシ、天然ブリ類も基本的には同様の構造であり、産地価格が輸出相場に合えば輸出に仕向けられる。イワシは缶詰原料が主体で東南アジアへ仕向けられ、天然ブリ類は1kg～2kg未満のサイズで解凍鮮魚として東南アジアや中東、アフリカ諸国等、サバと同じ市場に仕向けられている。

(2) 課題と対策

①原料供給型輸出と付加価値商品型輸出の両輪の必要性

現在、サバ類の輸出は、潤沢な生産量を背景として、凍結処理のみの原料供給型の輸出に特化している。原料供給型の輸出では、労力をかけずに大量に処理できることから、内需調整の役割を担い、日々の産地市場における底値を支える機能を発揮している状況にある。このため、現在の原料供給型輸出は一定規模で維持される必要がある。

他方、原料供給型輸出への依存が過ぎると、国内加工業の原料確保や養殖餌料向け需要への対応等の面で競合が起きる可能性がある。薄利多売の原料供給型輸出だけでなく、国内加工業において付加価値商品を製造し、これを輸出に仕向けることも重要な観点となる。例えば、近年では即食製品（電子レンジで加熱調理する加工製品）等も進められており、コンビニ等で販売される高次水産加工製品も増えつつある。こうした商品開発を推進し、原料供給型輸出とともに、国内加工製品の輸出を推進することが重要である。

②原料供給型輸出におけるアフリカ諸国を中心とした既存市場の維持

現在の原料供給型輸出の主要市場はアフリカ諸国であり、まだ開拓の可能性が高い国も存在する。産地市場での価格形成において原料供給型輸出が果たす役割は大きく、これを維持するためにも既存市場の維持・確保は重要な取組となる。

③原料供給型輸出における新市場（アフリカ以外）の開拓

原料供給型輸出において、アフリカ以外の新市場を開拓していくことも重要である。潜在的なマーケットとして可能性のある中国や東南アジア諸国等、アフリカ諸国以外の新市場の開拓も並行して行っていく必要がある。

④新規参入輸出事業者の処理能力の向上（設備投資の支援）

主要産地における凍結加工ラインを有した加工業者（いわゆる凍結業者）は、生産ラインの処理能力をフルに活用している状況にある。原料供給型輸出への仕向を一定規模維持増大させていくためには、原料供給型輸出へ参入する加工業者が必要となる。近年では、これまで参入していなかった中小規模の事業者も参入し始めており、こうした参入業者の処理能力の向上を図っていくことが重要となる。

⑤商品開発の推進

付加価値商品型輸出の推進を図るため、海外市場でも通用するジャパンプランドの商品開発を進める必要がある。

⑥加工業者の原料確保対策

既に述べたとおり、原料供給型輸出は産地市場の底値を支え、堅調な価格形成を促す役割を發揮している。その中で、国内加工業者は一定の価格帯で原料を調達することとなっており、サバ類の生産状況に比して、比較的高い価格で原料を調達している状況といえる。

こうした状況を少しでも緩和するため、需給変動調整事業（かつての調整保管事業）等の制度支援で、加工原料の安定調達を図っていく必要がある（すでに平成30年度から制度化）。

3. 鮮魚類の輸出状況

3-1 鮮魚類の輸出概要

(1) 生鮮水産物の輸出量・金額の動向

鮮魚類の輸出については統計上正確に把握することは難しい。ここでは、鮮魚類の輸出動向を巨視的に把握すべく、貿易統計において品目コードが付された水産物のうち「生鮮・冷蔵形態」で輸出されているものを対象として集計した（表 1.7）。

表 1.7 集計対象とした魚種一覧

HSコード	大分類	中分類	HSコード	大分類	中分類
030211000	生鮮・冷蔵	ます	030431000	生鮮・冷蔵フィレ	ティラピア
030213000	生鮮・冷蔵	太平洋さけ	030432000	生鮮・冷蔵フィレ	ナマズ
030214000	生鮮・冷蔵	大西洋さけ	030433000	生鮮・冷蔵フィレ	ナイルパーチ
030219000	生鮮・冷蔵	その他のさけ科	030439000	生鮮・冷蔵フィレ	その他
030221000	生鮮・冷蔵	ハリバット	030441000	生鮮・冷蔵フィレ	太平洋さけ
030222000	生鮮・冷蔵	ブレイス	030442000	生鮮・冷蔵フィレ	ます
030223000	生鮮・冷蔵	ソール	030443000	生鮮・冷蔵フィレ	ヒラメ・カレイ類
030224000	生鮮・冷蔵	ターボット	030444000	生鮮・冷蔵フィレ	タラ系
030229000	生鮮・冷蔵	その他のヒラメ・カレイ属	030445000	生鮮・冷蔵フィレ	メカジキ
030231000	生鮮・冷蔵	ビンナガマグロ	030446000	生鮮・冷蔵フィレ	メロ
030232000	生鮮・冷蔵	キハダマグロ	030447000	生鮮・冷蔵フィレ	サメ
030233000	生鮮・冷蔵	カツオ	030448000	生鮮・冷蔵フィレ	エイ
030234000	生鮮・冷蔵	メバチマグロ	030449100	生鮮・冷蔵フィレ	まぐろ
030235100	生鮮・冷蔵	クロマグロ ティヌス	030449200	生鮮・冷蔵フィレ	ブリ
030235200	生鮮・冷蔵	クロマグロ オリエンタリス	030449900	生鮮・冷蔵フィレ	その他
030236000	生鮮・冷蔵	ミナミマグロ	030451000	生鮮・冷蔵その他魚肉	ティラピア・ナマズなど
030239000	生鮮・冷蔵	その他のマグロ・カツオ	030452000	生鮮・冷蔵その他魚肉	さけ科
030241000	生鮮・冷蔵	ニシン	030453000	生鮮・冷蔵その他魚肉	タラ系
030242000	生鮮・冷蔵	カタクチイワシ	030454000	生鮮・冷蔵その他魚肉	メカジキ
030243000	生鮮・冷蔵	イワシ	030455000	生鮮・冷蔵その他魚肉	メロ
030244000	生鮮・冷蔵	サバ	030456000	生鮮・冷蔵その他魚肉	サメ
030245000	生鮮・冷蔵	マアジ	030457000	生鮮・冷蔵その他魚肉	エイ
030246000	生鮮・冷蔵	スギ	030459100	生鮮・冷蔵その他魚肉	まぐろ
030247000	生鮮・冷蔵	メカジキ	030459200	生鮮・冷蔵その他魚肉	ブリ
030249000	生鮮・冷蔵	その他	030459900	生鮮・冷蔵その他魚肉	その他
030251000	生鮮・冷蔵	コッド	030631000	活・生鮮・冷蔵甲殻類	イセエビ
030252000	生鮮・冷蔵	ハドック	030632000	活・生鮮・冷蔵甲殻類	ロブスター
030253000	生鮮・冷蔵	コールフイッシュ	030633000	活・生鮮・冷蔵甲殻類	カニ
030254000	生鮮・冷蔵	ヘイク	030634000	活・生鮮・冷蔵甲殻類	ノルウェーロブスター
030255000	生鮮・冷蔵	スケソウダラ	030635000	活・生鮮・冷蔵甲殻類	コールドウォーターシュリンプ
030256000	生鮮・冷蔵	ブルーホワイティング	030636000	活・生鮮・冷蔵甲殻類	その他のエビ
030259100	生鮮・冷蔵	その他のタラ系	030639000	活・生鮮・冷蔵甲殻類	その他
030259900	生鮮・冷蔵	その他	030711000	活・生鮮・冷蔵軟体	かき
030271000	生鮮・冷蔵	ティラピア	030721000	活・生鮮・冷蔵軟体	スキャロップ
030272000	生鮮・冷蔵	ナマズ	030731000	活・生鮮・冷蔵軟体	イガイ
030273000	生鮮・冷蔵	コイ	030742000	活・生鮮・冷蔵軟体	イカ
030274000	生鮮・冷蔵	ウナギ	030751000	活・生鮮・冷蔵軟体	タコ
030279000	生鮮・冷蔵	その他のウナギ	030771000	活・生鮮・冷蔵軟体	あさり等
030281000	生鮮・冷蔵	サメ	030781000	活・生鮮・冷蔵軟体	アワビ
030282000	生鮮・冷蔵	エイ	030782000	活・生鮮・冷蔵軟体	ソデボラ
030283000	生鮮・冷蔵	メロ	030811000	活・生鮮・冷蔵無脊椎	なまこ
030284000	生鮮・冷蔵	シーバス	030821000	活・生鮮・冷蔵無脊椎	ウニ
030285000	生鮮・冷蔵	タイ	030890110	活・生鮮・冷蔵無脊椎	ホヤ
030289000	生鮮・冷蔵	その他			
030291000	生鮮・冷蔵	肝臓・卵・白子			
030292000	生鮮・冷蔵	フカヒレ			
030299000	生鮮・冷蔵	その他魚の一部			

資料：財務省貿易統計

最近3年間の生鮮・冷蔵形態での水産物（以下、「輸出生鮮水産物」と称する。）の輸出量・金額の合計値について集計した結果を図 1.14 に示す。輸出生鮮水産物は近年増加傾向となっており、数量で18,682トンから25,527トンと36%以上の伸びを示している。金額でも151億

円から 185 億円と 22%強の伸びを示しており、特に、2016 年から 2017 年の間の伸びが大きい。

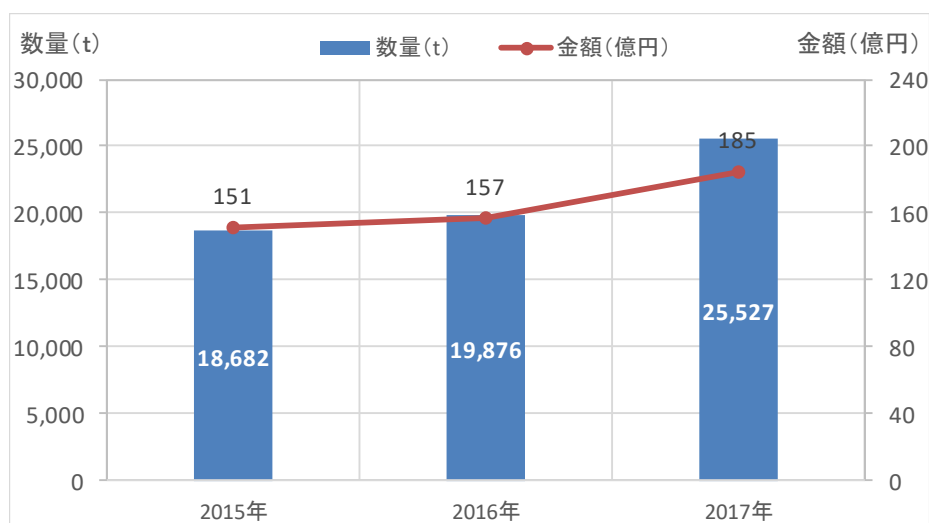


図 1.14 生鮮水産物の輸出動向

資料：財務省貿易統計

(2) 主な生鮮水産物輸出品目

輸出生鮮水産物の品目構成をみると、多様な品目が輸出されていることがわかる。上位 2 品目は、ホヤ、スケソウダラであり、主な輸出先は韓国である。この他、ブリ、エイ、メバチマグロ、タイと続くが、このうちのエイやタイの主要輸出相手国も韓国である。東日本大震災以降、韓国におけるわが国水産物の輸入規制の影響から輸出量・金額ともに低迷傾向であったが、回復基調にあることが伺える。

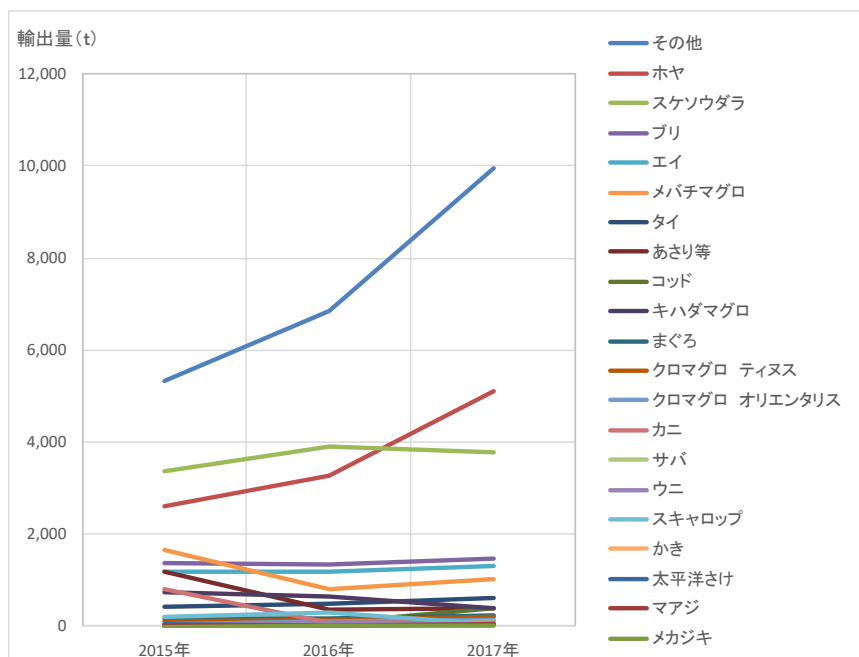


図 1.15 生鮮水産物の品目別輸出量の動向（上位 20 品目）

資料：財務省貿易統計

金額ベースでみると、ブリ、まぐろ（生鮮冷蔵フィレ形態）、ウニ、スケソウダラ、ホヤと続く。数量ベースで1位、2位を占めていたホヤ、スケソウダラは順位を落とし、単価の高いまぐろ（生鮮冷蔵フィレ形態）とウニが上位を占めている。なお輸血量・輸出金額においてその他の魚種については統計資料からは読み取れなかった。

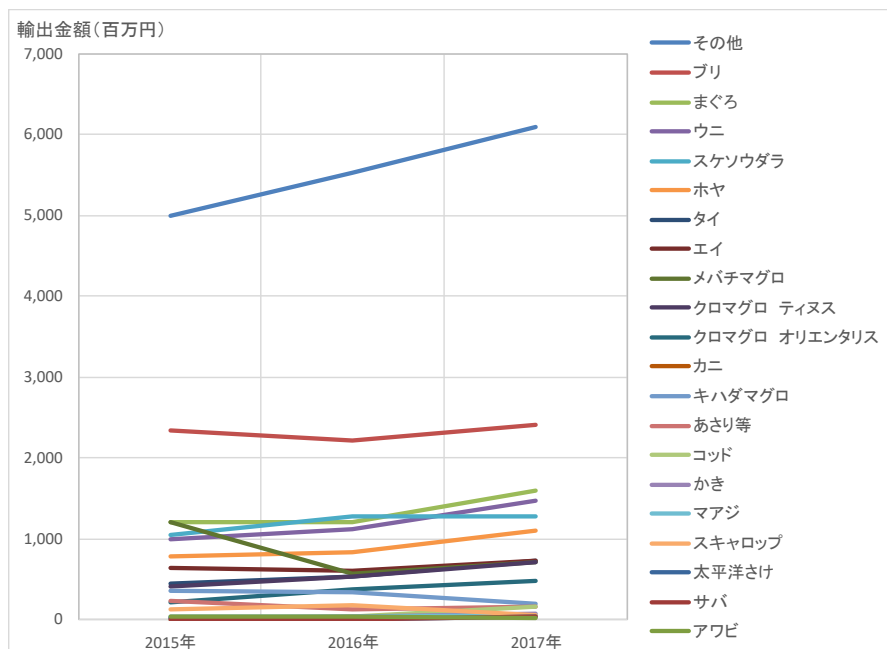


図 1.16 生鮮水産物の品目別輸出金額の動向 (上位 20 品目)

資料：財務省貿易統計

(3) 税関別輸血量から見た生鮮水産物輸出の近年の特徴

生鮮水産物の税関別輸血量を見ると、下関税関支署の取り扱いが2017年で10,000トンを超えており、最も多い。下関港は韓国への輸出窓口となっており、我が国からの生鮮水産物の輸出相手国として重要な位置を占めていることがわかる。

一方、最近3か年で急激に増加しているのが東京税関（本関）である。また、福岡空港税関支署と博多税関支署も伸びている。後述するとおり、福岡空港は九州一円の生鮮水産物の東アジア・東南アジア圏への輸出窓口となっており、福岡魚市場を中心とした小口の航空便輸出が盛んになってきている。近年の進展は、こうした動向を反映したものと考えられる。

東京税関（本関）での生鮮水産物の取り扱いの急激な進展も、羽田空港を基点とした東アジア・東南アジア圏域への航空便の拡充が影響していると推察される。羽田税関支署での伸びは少ないものの、東京税関（本関）管轄内の倉庫等で集荷・荷造りを行い、通関手続きを完了したのちに空港へ搬送していることが想定される。すなわち、東京税関（本関）での取り扱い量の急伸は、羽田空港からの航空便輸出が活発化していることを示唆するものと考えられる。

このほか、伸び率は少ないものの、全国的に空港所在の税関での生鮮水産物輸出の取り扱いが進展している傾向がみられる。背景には、生鮮水産物の集荷力に力を持つ消費地市場の卸売業者や仲卸業者等が、輸出に積極的に取り組んでいることがあると推察される。

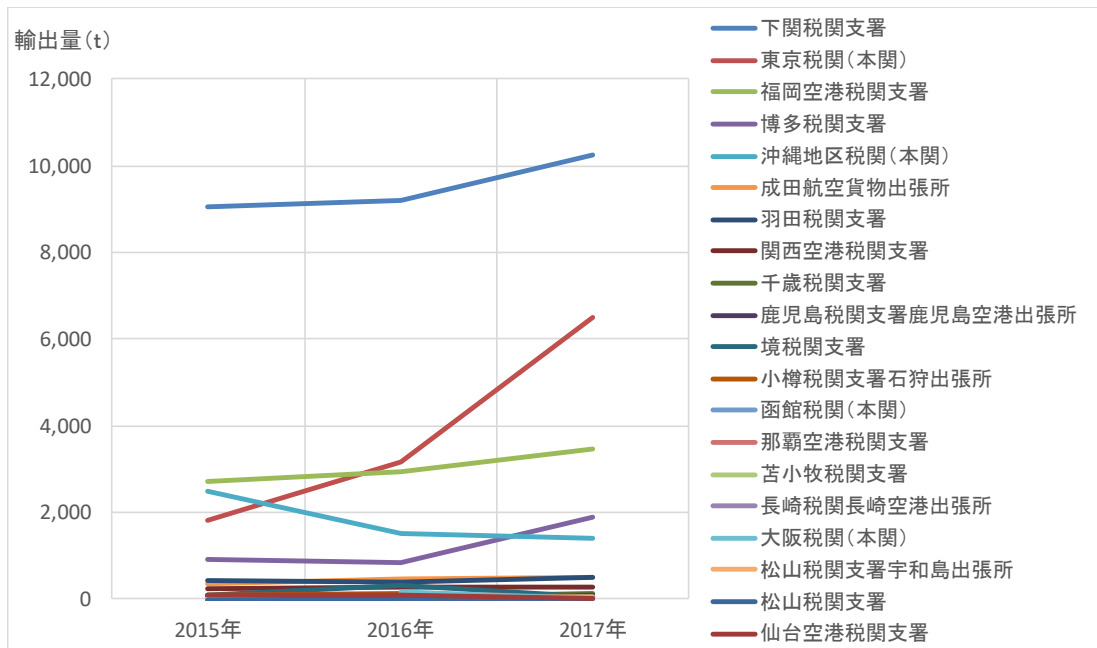


図 1.17 生鮮水産物の税関別輸出量の動向

資料：財務省貿易統計

3-2 N社の輸出への取組事例

(1) 長崎県における輸出への取組体制

長崎県における輸出の取組は、N社が1996年に中国・上海向けに冷凍サバを輸出したのがきっかけ。その後、長崎県漁連や西日本魚市(株) (松浦魚市場荷受) も取り組み始め、輸出量が徐々に伸びていった。

こうした取組の広がりを受け、各企業の輸出の取組を県単位で一本化し、県を挙げて推進する目的で、2007年5月に「長崎県水産物輸出戦略会議」(主な構成団体:長崎県漁連、長崎魚市場、西日本魚市場、佐世保魚市場、松浦市、長崎市、長崎県等)を設置し、「長崎県水産物輸出戦略」を策定した。

同戦略に基づき、2008年には県・関係市・関係団体で「長崎県水産物海外普及協議会」を設置して輸出の取組を推進。協議会を中心に、国の補助事業(平成22年度輸出総合支援事業、平成23年度輸出倍増サポート事業等)を活用しながら、県内事業者の輸出の取組を支援してきた。

2017年3月には、「長崎県水産物輸出連絡会」を設立。これにより、長崎県水産加工流通課内に事務局を置き、より裾野の広い県内事業者の輸出への取組を支援する体制が整備された。

現在は、定期的開催される連絡会の会合等で、会員各事業者の輸出への取組支援が推進されているとともに、県産水産物の需給動向の調整等も行われている。例えば、マグロ養殖の餌料として需要が高まっている冷凍サバ等については、県内養殖業者の需要動向も勘案しながら輸出による供給不足などが生じないように調整する機能も発揮されている。

(2) N社の中国輸出における背景

N社における中国輸出への取組は、以西底びき網漁業の取扱いを中心としていることが背景にある。

昭和52年以降、国際的に200海里体制が拡大していく中、昭和60年代まで、日本船籍の以西底びき網漁船は中国沿岸まで漁場として操業していた。しかしその後は200海里体制が定着し、沿岸国の漁場利用・管理の権限が強まっていく中、中国沿岸への出漁が制限されていった。こうした状況の下、以西底びき網漁業における漁船の老朽化や船員の高齢化の進行等の問題が顕在化し、大手漁業会社も撤退することとなった。

撤退にあたり、まだ稼働できる漁船は中国の漁業会社に売られた例も多かった。長崎魚市場では中国漁船の入港と水揚を受入れ、輸入という形で取り扱いをしてきた。当初は、漁獲物の扱いが悪く、鮮度・品質も悪かった。そこで鮮魚の扱いも含めて中国漁船に指導を行った。こうした現場レベルの人的交流を続けてきたほか、民と民、官と官の交流も盛んに行われてきた。

中国船の水揚のピークは平成9年で840隻、約10,000トン、45億円の水揚があった。しかし、中国国内での水産物需要の高まりから年々入船隻数が減少してきた。そのため、長崎魚市場での中国船漁獲物の取扱いは平成28年9月で終了した。

いずれにしろ、これまで培ってきた交流の積み重ねがあって現在のN社の鮮魚輸出が成り立っている。特に中国は商習慣や通関手続きなどにノウハウが必要であり、信頼関係が重視される側面が強い。その意味では、N社が交流に基づくノウハウを持っているといえる。

(3) N社の鮮魚輸出の現状

①取組経過

N社が中国・上海市に向けた鮮魚輸出に取り組んだのは2005年からである。それまでの中国船水揚げによる輸入の取組や冷凍品の輸出の取組がベースとなって立ち上げられた。2008年には現地の配送拠点、鮮度・衛生管理の展示、取扱鮮魚の展示などの機能を果たす現地拠点を設置した。

輸出開始当初、長崎大学に留学していた中国出身者が担当となったことも円滑に立ち上げられた要因の一つであった。また、現地の協力企業（上海長申魚市貿易有限公司）との信頼関係も取組の成功の重要な因子であった。

取組以降、平成23年の東日本大震災による影響で一時的に輸血量・額が減少したが、その後は右肩上がり推移してきた。直近の2016年（平成28年）には252トン、851百万円に達している（下図参照）。

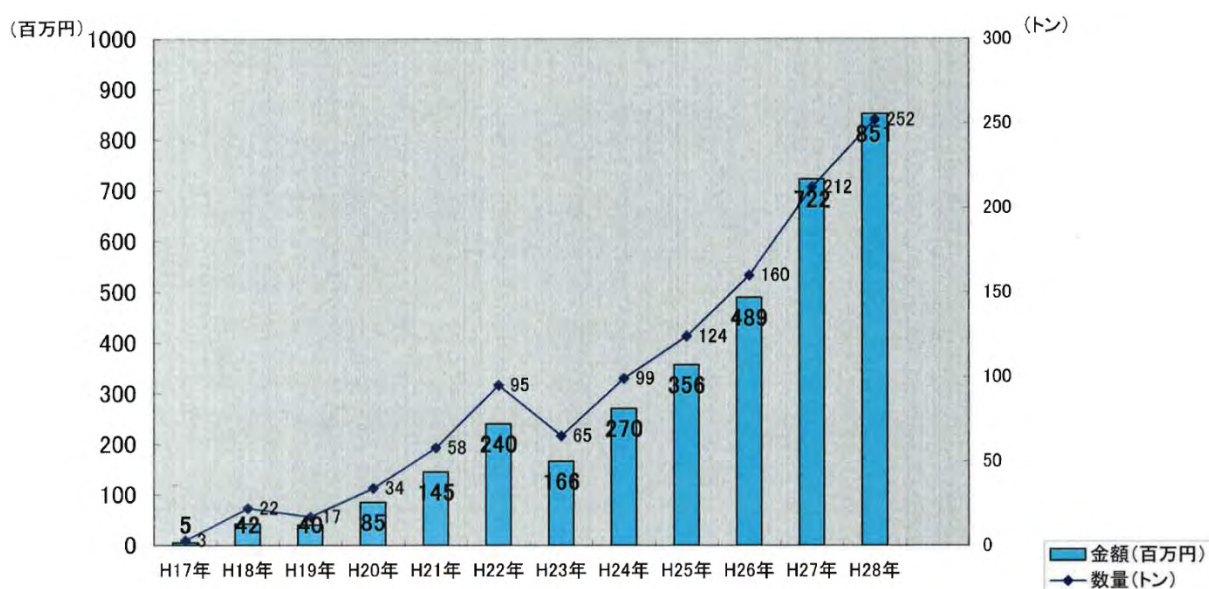


図 1.18 N社の中国向け鮮魚輸出取扱高の推移

資料：N社提供

②輸出方法

週3回（月、水、金）、長崎空港及び福岡空港から輸出している。基本的に受注発送方式で、現地の協力企業からの注文に応じて品ぞろえをして発送する。

1回あたりの発送量は、300～500 kg程度で、現在は福岡便を使用することが多い。

集荷方法は、N社が他市場や他社から直接買い付ける場合と、長崎魚市場に上場された鮮魚を買受人に依頼して買い付けてもらい、それを再度仕入する場合がある。前者は、養殖魚や他産地の水産物の場合が多く、後者は長崎魚市場に上場される鮮魚全般が対象となる。

当日の朝5:00～6:00頃に仕入れた鮮魚類を仕分け・梱包し、空港へ輸送する。その後、12:00頃に検疫・通関を空港で行い、上海に向けて発送する。その日の夕方（16:00頃）に上海空港に到着して検疫・通関手続きを行い、現地拠点に配送する。現地拠点で各販売先向けに仕分け・梱包をし、翌日の指定時刻に個店配送を行う。

つまり、産地での取引の翌日には上海の販売先に到着する物流システムが構築されている。

実態としては、国内流通とほぼ同等の流通時間で販売先に届けられ、感覚的には東京に出荷するのと大きな違いはない。新たな出荷圏ができたというイメージである。

③主な輸出品目と経年変化

主な輸出品目は、現在は養殖マグロが多くなってきた。基本的には長崎魚市場で集荷される鮮魚類は全て輸出対象となる。この他、北海道産のホタテガイ、カニ類、ウニ等も取り扱う。

当初は、長崎産を主体に取り扱っていたが、現地のニーズも踏まえて他産地産も取り扱うようになった。このことは、中国向け鮮魚輸出の日本の窓口的な機能をN社が有していることを示唆する。しかし、原則は変わらず、長崎産を主体に天然・養殖の鮮魚を扱うというスタンスである。

柱となってきた養殖マグロについては、当初は奄美大島産が主体であったが、県内でマグロ養殖生産が増大してきたことから、現在、長崎県における養殖マグロ生産量は4,000トン程度。全国1位の産地で県内産を主体としている。

④主な需要・用途・ターゲットと経年変化

主な需要は、業務筋向け。特に上海に出店している日本料理店向けが主体となる。中でも、一定の価格帯以上の中・高級店が販売先となる。仕入れ価格が高くなってしまったため、それ以下の店では扱いきれないというのが実態。必然的に、一定水準以上の所得層がターゲットとなる。

当初は、在中邦人がターゲットであったが、近年は経済発展を背景に上海市民の中にも中・高所得層が増えてきており、そうした現地市民もターゲットになってきている。扱える店も増えてきており、加えて日本料理店以外でも鮮魚需要が増えてきている。

また、当初は現地の百貨店の地下売り場等で小売りも行ったが、価格が高く、中華圏では自炊の習慣がほとんどないためあまり売れなかった。

長年の取組により、上海では「長崎鮮魚」ということでブランドも浸透している。

⑤その他

他県で中国向け鮮魚輸出が難航する中でN社がうまくいっている背景として、長崎県は、上海とも友好姉妹都市として交流が長く、そのことが輸出の後押しとなっている。また、中国向け輸出の阻害要因となっている各種の必要書類の発行については、「長崎方式」として簡略できるよう県・市が国に対して働きかけて実現した。必要書類の簡略化、通常は国の所管省庁による実地検査が必要なところを省略する等。他県に比べて輸出に係る事務手続きが大幅に簡略化されており、このことも成功している一因である。

3-4 福岡魚市場を拠点とした鮮魚輸出の取組状況

(1) 調査対象の概要

福岡魚市場は、九州圏内の水産物の集散地であり、福岡空港や博多港からの輸出の玄関口としても機能している。特に、近年は福岡空港と東アジア、東南アジア諸国を結ぶ航空便の整備が進み、国内と変わらないリードタイムで生鮮水産物を輸送できる体制が定着してきた。行政の後押しもあり、福岡魚市場が東アジア、東南アジア諸国への生鮮水産物の輸出の玄関口として機能している状況が生まれている。

ここでは、福岡魚市場を起点として輸出に取り組んでいる事業者の取組状況を整理し、鮮魚輸出の現状と課題について考察したい。表 1.8 に調査対象の概要を示す。福岡魚市場の大手仲卸業者及び、福岡魚市場の買出人（場内仲卸売場で仕入をして輸出に仕向ける業者）を対象として調査を実施した。

次項以降で各社の取組状況を整理する。

表 1.8 調査対象者の概要

調査対象	業種・業態	会社規模	その他
A社	福岡市場買出人 輸出を主業務	資本金 300 万円 従業員 4 名 年商 1 億～1 億 5,000 万円	野菜、フルーツ等も取扱い
B社	福岡市場買出人 輸出を主業務	資本金 3,650 万円 従業員 5 名 年商 1 億～1 億 5,000 万円	場内の一次処理場を利用
C社	福岡市場仲卸業者	資本金 5,000 万円 従業員 84 名 年間取扱高 102 億円	九州の最大手仲買業者のうちの 1 社 九州一円に買参権あり
D社	福岡市場仲卸業者	資本金 6,000 万円 年間売上高 170 億円	九州の最大手仲買業者のうちの 1 社 九州一円に買参権あり
E社	福岡市場仲卸業者		輸出取扱額 1 億 2,000 万円

(2) A社

①事業概要

主に輸出取引を行っており、鮮魚の他に、野菜やフルーツなども取り扱っている。

②輸出実態について

自社で輸出をしており、輸出先は日系の輸入卸企業（福翔貿易有限公司）と現地の卸をしている飲食店である。

仕向け先はほとんどが香港である。マレーシアへも少量であるが取り扱っている。

香港での配送先は量販店などではなく、高級店である。野菜などの取扱いも含めて、年商は 1 億から 1 億 5,000 万円程度である。

鮮魚の仕入先は福岡市場がメインである。商材は、ハタ類、白身の魚、養殖魚など引合いがある鮮魚はなんでも取り扱う。買参権を有してはおらず、仲買業者より仕入れている。以前は

買参権を獲得し、自社で仕入れていたが、効率が悪く、コストを削減することができなかった。仕入の際は、一匹単位で目利きしている。箱買いでは意図しないものが混入していることが多く、ロスが高くなってしまふ。

引合いのあるものであれば、福岡市場経由以外でもサブとして仕入れることがある。北海道のツブガイ、ホタテ、キンキ、サケ、築地や四国からのレンコダイ、アジ、サバ等である。

輸出に際しては、エアー便で配送しており、香港向けは週6便、マレーシア便は週2便である。8:00 出発の航空便に積み込み、現地へは15時ごろに到着する。香港便は一便当たり20-50箱積み込む。税関審査などを経て、16時頃には現地空港を出発し、18時前には現地配送先へ配達される。現地配送先へ19時まで仕入れることができなければ当日の仕入処理が間に合わない。ロットが小さくなる傾向があり、送料の割りが合わなくなってきた。

輸出実務にあたり、放射性物質規制に係る原産地証明書の取得、税関での審査、代金回収が課題となっている。代金回収は現地日系輸入卸を経由しているため、比較的安心している。輸出事業は現在5年目であり、税関審査基準が緩和されてきた感覚がある。

出荷に当たり、一次的な加工を需要に応じて施しており、現地ですぐに利用できるような状態にして出荷している。需要に応じて鱗とり、内臓除去、三枚おろしなどを施している。サイズ規格や配送先毎のマーキング、配送時間指定など、出荷に際する要望が多い。

輸出に際する全体的な課題としては国家間交渉が必要であると感じている。現地での税関検査、HACCPの対応基準、準備書類の統一などが課題として感じている。現在取扱い国以外からの引き合いもあるが、現地通関手続きでストップしてしまい、商品が使い物にならなくなるまで貨物がストップしてしまう。香港は比較的輸出障壁が低いいため、香港を経由して、各国へ転売されている状況であると考えられる。

市場の設備としては特段の不満はない。もちろん、衛生的に芳しくはないと感じている。

福岡空港では便数が少なく困っている。現地への当日配送を可能するために、朝方の便数を増便していただきたい。

(3) B社

①事業概要

6年前に地域の仲卸を買収し、会社規模を拡大した。自社の事業はほぼ輸出に関連する事業のみで、自社輸出のほか、地域内の大手水産商社や仲卸の輸出代行も商っている。

商品の仕入先は福岡市場で仕入れるものもあるが、熊本県牛深等の漁協から直接買い付ける場合が多い(メイン商材の養殖ブリ等)。五島や宗像からは、産地の仲卸企業を通じて仕入れている。

以前は久留米市場(消費地市場)の買参権を有していたが、直接仕入れは逆に効率が悪くなってしまったため、現在は実施していない。

②輸出実態について

主な仕向け先はアメリカ合衆国(ロサンゼルス、ハワイ)、香港、韓国(釜山)、中国(インドネシア経由深圳)などである。アメリカ向けが金額ベースで約70%を占める。以前は香港向け干しナマコが主流であった。

取扱い商材は高級店向けの鮮魚である。主に刺身にされる魚であるが、最近ではイタリアンやフレンチでの需要も増えてきた。日本産の魚類は和食以外でも可能性が十分にあると考えてい

る。

取扱い魚種は、ハマチ、タイ、ヒラメ、カンパチ、シイラ、イトヨリ、ヒメジ、ブダイ、ヘダイなどである。イトヨリやヒメジは中華食材として人気である。

メイン商材はハマチである。ハワイ、ロサンゼルス、香港へ月当たり合計4~5t出荷している。ハマチによる定量的な商流があるため、スポット的な商流や少量のオーダーに対しても、混載することで効率的に輸出することができている。航空運賃はロットの大きさに応じて設定されているため、ある程度の物量(300kg)以上に貨物をまとめて仕向けることで物流コストを抑制している。

ロサンゼルス、ハワイ向けのシイラが量では最も割合が高い。ハワイ近海でのシイラの漁獲量が減少していることが原因とのことである。また、現地では夏場は漁獲されないため、需要が高い。

今後は福岡市場を経由せずに漁獲物を仕入れる企業が増えることが予想される。しかし、福岡市場は東南アジアとの距離、空港との距離の短さという地理的強みを有しており、日本と漁獲物輸出拠点としての展望があると感じている。輸出拠点として機能できるような市場整備を進めることが必要であると感じている。

日本産の魚介類は鮮度・品質が高く、各国で好評である。ノルウェーの国策としてのサーモン、サバ輸出が大成功しているが、日本産魚介類にも十分にその成功の可能性があり、ノルウェーでのシステム以上のものをみんなで考える必要があると感じている。

輸出先の取引先展望として、ローカル企業への売り込みに展望を感じる。日系企業は取引が容易なため、飽和状態であると感じている。ローカル企業と取引するためには語学が必要であり、英語教室を知人のついでで開催しており、輸出意欲向上を図っている。外国語が輸出ビジネス参入に対するボトルネックになっていると感じている。

輸出に対する課題として、市場のEU HACCP 対応を感じている。現状はEU HACCP 対応済みの養殖物のみしかヨーロッパ向けは取り扱うことができない。ヨーロッパ圏の需要は強く感じている。養殖物ではなく、現在は取扱のない天然物の魚類は展望があると感じている。

原発事故に係る放射性物質規制に係る原産地証明書が輸出に際して障壁となっている。中国では、そのために実質輸出不可となっている状況である。国家間での交渉を望む。

福岡空港では直航便が少なく、課題であると感じている。海外のハブ空港を経由して輸出しているが、その間のコールドチェーンの継続が課題である。

(4) C社

①事業概要

九州北西部一円の主要な産地市場に買参権を有し、鮮魚出荷、原料販売等を展開している。九州圏内でも大手の生鮮冷凍魚介類・加工水産物卸売業者の1社である。

②輸出実態について

仕向け先国・地域は、アメリカ合衆国、カナダ、台湾、韓国、香港、マカオ、マレーシア、シンガポール、タイ、ニュージーランド、タイ、ベトナム、ドバイ、ドイツである。

仕向け先での用途は日本食飲食店向けや量販店向けである。

輸出商材は、エアー便を用いた鮮魚、冷凍コンテナ単位の冷凍魚、その他調味料、酒、野菜、食器など食と関わりあるものを幅広く取り扱っている。輸出全体で年間20億円の売り上げが

ある。肉類は取り扱っていない。

鮮魚が輸出全体の約60%を占める。ブリ、ハマチ、タイなどの養殖魚と福岡市場で仕入れる種々の天然魚を取り扱っている。養殖魚は鹿児島や宮崎から直接仕入れており、アメリカ向けのハマチがメイン商材である。

冷凍魚はブリ、ハマチ、ホタテなどを取り扱っている。

対米 HACCP は認証を受けている企業を経由した間接輸出で対応している。以前は化学物質規制から養殖物が輸出できない状況であったため、天然物で対応していたが、脂の乗りが悪いとクレームがきたことがある。これは、養殖物が天然物と偽って流通され、相対的に自社のハマチの脂の乗りを悪く評価されたのではないかと考えている。

輸出実態の調査の際に、「輸出」とひとくくりにして調査する手法に疑問を感じる。輸出形態（エア一便、バルクでのコンテナ単位）、仕向け先国、養殖かどうか、などにより輸出内容は大きく異なることを考慮しなければならない。

福岡魚市場は、諸外国と比べると衛生管理が遅れていると感じている。現在取り組まれている高度衛生化の取組をもってしても不十分であると感じている。閉鎖型施設にするのであれば、温度管理のできる設備でないと意味がない。かえって品質が悪化する可能性がある。

衛生管理体制として、対米 HACCP レベルでは不十分であると考えている。品質管理において、本来は漁獲時からの一貫した衛生管理である EU HACCP レベルが妥当であると考えている。

他地域で取り組まれているような一時的な輸出補助事業では継続した成果は得られないと考えている。ましてや福岡ではそういった補助事業の情報が入ってこない状況である。

海外での日本食人気とその広まりから日本産魚介類の需要はますます大きくなると感じている。反面、衛生管理問題や税関での処理内容など、制度が複雑になるばかりであり、課題であると感じている。

（5）D社

①事業概要

九州北西部一円の主要な産地市場に買参権を有し、鮮魚出荷、原料販売等を展開している。九州圏内でも大手の生鮮冷凍魚介類・加工水産物卸売業者の1社である。

②輸出実態について

輸出仕向け先は韓国（釜山）と中国である。一部、香港とマカオ向けもある。仕入先は愛媛、和歌山、大分、神奈川、千葉などの仲買人から仕入れている。

釜山への輸出経路は、下関へ陸送したのち、鮮魚運搬船で釜山へ仕向けられる。釜山は距離が近いので、輸出書類の準備よりも貨物の到着が早くなってしまふ恐れがあり、課題を感じている。通関が遅れてしまうと、販売するまでに3～5日要することとなり、商品が使い物にならなくなってしまう。

中国向けはコンテナ単位の冷凍魚が主流である。

一部、加工貿易を行っている。福岡、唐津、松浦、長崎で仕入れたアジをベトナムへ輸出し、現地でアジフライに加工し日本へ再輸出している。

輸出一般のリスクとして為替リスクがある。当社も一時期、ウォン安の影響で損失を被った。

現状は韓国向け輸出について、福岡からの活魚運搬船が就航していないため、下関へ陸送している。有明の漁獲物を輸出する際に、福岡をハブとした物流が効率的であると考えているが、

それが叶わない状況である。福岡から直接輸出できる環境にすることが地域経済的な観点からみても最も効率的であると考えられるので、ぜひ対策していただきたい。

国家間の調整内容になるとは思われるが、輸出入に係る手続きが複雑で困っている。行政的には姉妹都市の提携をしているにも関わらず、輸出に関しては、その恩恵は一切感じられない。姉妹都市の意義を感じられない。

輸出の拡大という政策に疑問を感じている。もちろん有望な販路の一つであるということは認識しているが、日本国内の大きな問題として、魚食離れもある。内需の確保をないがしろにするような輸出促進は問題であると考えている。

(6) E社

①会社情報について

中小零細企業で構成される「地元仲卸組合」に所属している。

②輸出実態について

輸出取扱量は金額ベースで年間約1億2,000万円である。

仕向け先国は香港とインドネシアである。業務の効率を考え、現在は各国1社のみと取引をしている。

取り扱い品目は鮮魚全般である。一便に30品目以上詰め込むこともある。商品の仕入れ先は福岡市場の荷受である。

輸出の際は福岡空港からのエア一便を使用している。一便当たりの配送先数は12~13である。それぞれの配送先でオーダーの商品も異なる。

輸出貨物は、輸出販売の際に国内消費税が免税となるため、仕入れた際の消費税を還付申請する必要がある。継続的な輸出取引のように、毎度決まったものをしだしているわけではないため、消費税還付に際し、実際に輸出した商品を証明することが難しい。そのため、輸出取引の約90%は、国内商社などを経由する間接輸出としている。

大手企業はまとまったロットを確保することで、ディスカウント交渉などを行っているが、規模の小さい当社ではそれがかなわない。代わりに、リードタイムの速さを推している。香港便を例に挙げると、福岡空港を10時頃に出発した便は、現地時間の17時頃に配送を完了している。素早い配送のために、梱包形態を店舗毎にする、配送時にミルクランをせず、店舗毎に配送車両を手配する、などを取り組んでいる。このリードタイムを実現することで、活魚も取り扱うことができる。

リードタイムの短縮と合わせて、決済方法は電子送金(T/T)にて締結している。そのため、代金回収のリスクや、仕入れ時の支払いと代金回収の間の運転資金の確保が課題となっている。代金回収リスクを軽減するために信用状取引(L/C 決済)を用いている大企業もあるが、手配に時間がかかってしまうため、採用していない。もちろん取引の際には現地銀行に与信調査を依頼するが、それだけでは不安なため、自らの足で現地企業を訪れるようにしている。

インドネシア向けの輸出手続きは特に複雑である。原産地証明書や放射性物質規制に係る書類のほか、衛生証明書や現地の輸入割当に係る書類も必要である。野菜の輸出はさらに書類が必要となり(植物防疫検疫など)現実的に不可能である。

日本の水産物輸出の一番の問題は福島原発事故に係る風評被害である。以前は東北産のイワガキやワカメが好評であったが、今は輸出規制があるため、他県産で代用しているものの、需

要を感じている。

各地で実施されている国の補助金を活用した輸出促進に疑問を感じている。補助金の活用により、本来、希少で高価なものが値崩れし、価値を失ったものも見てきた。「高いから現地では売れない」のではなく、「高いから希少性があり、ギフトとしての需要があった」ものが、その希少性をはく奪され、価値を失っているのである。現地での商品の用途などを考えて販促活動をしないと意味がない。

3-5 鮮魚類の輸出の現状と課題及び促進策

(1) 現状のまとめ

国内産地市場又は消費地市場を中心に、買参権を持つ仲卸業者や一部の買出人（市場内の仲卸店舗から買い付ける人）が、海外からの注文に対応して航空便等で輸出する形態が主流である。

特に西日本の有力な市場（福岡魚市場、長崎魚市場）では、国内出荷（特に関東以北向け）の延長といった感覚で取り組んでいる業者が多く、大小様々な業者が存在する（中には、輸出先の人が日本で会社を設立し、輸出者となっている場合も見られる）。

比較的貿易にかかる規制が緩やかな国・地域（香港等）に対して販売する業者が多く、1社で手広く輸出先を持っているというよりは、商習慣等に慣れた国で信頼できる顧客を相手にするといった傾向が強い。

(2) 課題と対策

①通関事務手続きの円滑化・簡素化

鮮魚類の小口輸出では、国内出荷の延長で西日本の産地市場・消費地市場仲買業者が盛んに実施している状況が確認された。中小・零細事業者が、海外の顧客相手にきめ細かな商取引を行っていることが特徴で、これらの取組を促進するためには、長崎県にみられる通関事務手続きの簡素化も含め、より円滑な事務通関手続き（証明書の発行等）が必要となる。

②輸出に向けた環境整備の推進

福岡魚市場で輸出に取り組む事業者の中には、仲卸売場施設の2階部分を使用して輸出向け鮮魚ボックスを仕立てている者もある。中小・零細規模の事業者が、衛生管理水準を確保しながら輸出に取り組むために、市場施設の中に荷分け・商品梱包等の施設整備を推進することも有効と考えられる。

③輸出先における取引業者とのマッチング支援

鮮魚での輸出は、相手国側の物流確保が重要となり、鮮度や品質を保持しつつ、確実に顧客に商品を届けることが重要となる。このため、相手国において鮮魚の取扱いに長けた卸・商社等を見つけ、マッチングすることが重要となる。JETRO等の関係機関と連携し、輸出を望む事業者と相手国における取引業者をマッチングする支援を実施していくことが求められる。

④輸出相手国の開拓（マーケティング支援）

上記③と関連し、輸出相手国の開拓を進めることが重要である。現状においても、事業者個社が独自に開拓している例も多く、これから輸出に取り組もうという意向のある事業者にとっては、マーケティング支援は有効と考えられる。

第2章 水産物輸出の現状にかかるアンケート調査分析

1. アンケート調査分析の目的

水産物の更なる輸出促進に資する施策を検討することを目的に、一般社団法人大日本水産会（以下、大日本水産会という）と独立行政法人日本貿易振興機構（以下、日本貿易振興機構という）が共同でアンケート調査実施している。本調査研究においては、同会および機構の承諾のもと、アンケートに関わるデータを入手し、水産物輸出実態の把握を目的に再集計・再分析を行った。

2. アンケート調査の実施内容

本アンケート調査票は、平成28年11月1日に水産食品加工施設HACCP認定制度認定工場を対象に配布され、大日本水産会が同年11月21日までにFAXにて95の調査票を回収した。

3. アンケート調査分析の結果

3-1 回答企業の属性

(1) 回答企業の所在地

アンケート調査票を回収した企業の所在地は表2.1に示すとおりである。北海道から九州までほぼ偏りなく回収されている。

表 2.1 回答企業の所在地

地区	都道府県	回答数		割合
北海道地区	北海道	12	12	12.6%
東北地区	青森県	7	21	22.1%
	岩手県	4		
	宮城県	10		
関東地区	茨城県	5	15	15.8%
	埼玉県	1		
	千葉県	3		
	東京都	2		
北陸地区	新潟県	3	4	4.2%
	福井県	1		
中部・東海地区	山梨県	1	17	17.9%
	静岡県	10		
	愛知県	6		
近畿地区	京都府	1	8	8.4%
	大阪府	1		
	兵庫県	3		
	和歌山県	3		
中国・四国地区	鳥取県	1	8	8.4%
	島根県	1		
	岡山県	1		
	広島県	1		
	山口県	1		
九州地区	愛媛県	3	10	10.5%
	福岡県	2		
	佐賀県	2		
	長崎県	1		
	大分県	2		
	宮崎県	1		
	鹿児島県	2		
合計		95		100.0%



(2) 回答企業の売上規模・従業員規模

回答企業の売上高別および従業員規模別数の内訳は表 2.2 に示すとおりである。

従業員規模別には、100～299 人規模(31 社)、50～99 人規模(28 社)、20～49 人規模(27 社)の企業がほぼ横並びで多く、これらが 3 つの規模グループを合わせると、総回答数の 90%を占めている。また、売上高規模別には、10～50 億円規模が 48 社と全体の 51%を占めている。50～100 億円規模の企業が 19 社(20%)、3～10 億円規模の企業が 16 社(17%)とこれに次いで多く、一方、売上金額 3 億円未満の企業は 6 社(6%)、100 億円以上の企業は 5 社(5%) と合わせて 1 割程度であった。

表 2.2 売上高・従業員規模別回答企業数の内訳

【従業員規模】			【売上高規模】		
	回答数	割合		回答数	割合
1～9人	1社	1%	5千万円未満	2社	2%
10～19人	2社	2%	5千～1億円	3社	3%
20～49人	27社	28%	1～3億円	1社	1%
50～99人	28社	29%	3～10億円	16社	17%
100～299人	31社	33%	10～50億円	48社	51%
300人以上	5社	5%	50～100億円	19社	20%
無回答	1社	1%	100億円以上	5社	5%
			無回答	1社	1%
合計	95社	100%	合計	95社	100%

3-2 HACCP 認定について

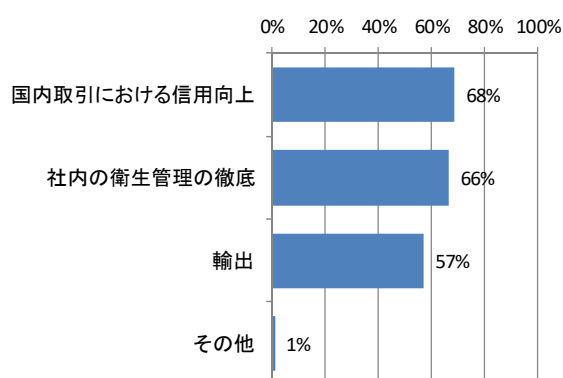
(1) HACCP 認証取得の理由

本アンケートで対象とした企業は水産食品加工施設 HACCP 認定制度認定工場であり、回答したすべての企業が HACCP 認証を取得している。これら企業が HACCP 認証を取得した理由については表 2.3 に示すとおりであった。

総回答者の 68% に相当する 65 社が、同認証を取得した理由に「国内取引における信用向上」をあげている。また「社内の衛生管理の徹底」についても 63 社 (66%) と 6 割を上回る高い選択率であった。「輸出」を目的に HACCP 認証と取得した企業は 54 社 (57%) であり、過半数を占めた。

表 2.3 HACCP 認証の取得理由 (複数回答可 N=95)

	回答数	割合
国内取引における信用向上	65	68%
社内の衛生管理の徹底	63	66%
輸出	54	57%
その他	1	1%
有効回答数	95	100%

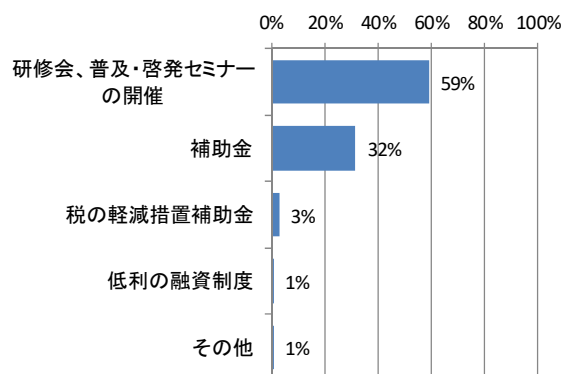


(2) HACCP 導入に対する支援策について

HACCP 導入において役に立った支援策については、「研修会・啓発・セミナーの開催」が 56 社と約 6 割の企業が同支援を評価している。「補助金」が 30 社 (32%) とこれに次いで多い一方で、「税の軽減措置補助金」や「低利の融資制度」はそれぞれ 3 社 (3%)、1 社 (1%) とごく一部の企業が評価するにとどまった。

表 2.4 HACCP 導入において役に立った支援策 (複数回答可 N=95)

	回答数	割合
研修会、普及・啓発セミナーの開催	56	59%
補助金	30	32%
税の軽減措置補助金	3	3%
低利の融資制度	1	1%
その他	1	1%
有効回答数	95	100%



3-3 輸出実績

回答企業の輸出実績については図 2.1 に示すとおりであった。

回答した 95 社のうち 58%に相当する 55 社が、現在「輸出を行っている」と回答している。また、「輸出を検討している」が 10 社ある一方、6 社は「過去に輸出を行っていた」が現在は行っていないと回答している。なお、全体の 25%に相当する 24 社については、全く「輸出の経験がない」と回答している。

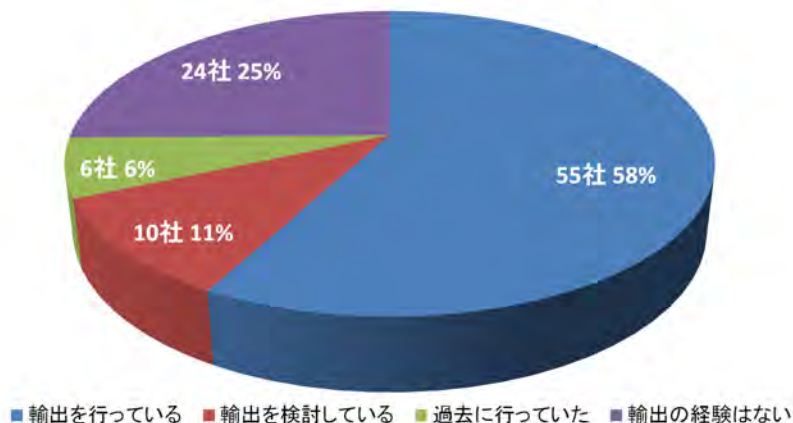


図 2.1 回答企業の輸出実績

次に、回答企業のうち、従業員規模数別の輸出実施状況を図 2.2 に示した。従業員数が 1~9 名の企業は 1 社のみで、当該企業には輸出の経験はない。10~19 名の企業は 2 社で、このうち 1 社が輸出を行っている。20~49 名の企業では輸出を行っているが 56% (15 社) と最も多く、次いで輸出の経験がないが 30% (8 社) であった。同様に 50~99 名の企業では輸出を行っているが 54% (15 社)、経験がないが 21% (6 社) であった。100~299 名の企業では輸出を行っているが 58% (18 社)、輸出の経験がない 26% (8 社) であった。300 名以上の企業では全てが輸出を行っていると回答している。従業員規模が大きい程、輸出を積極的に行っている傾向がうかがえる。

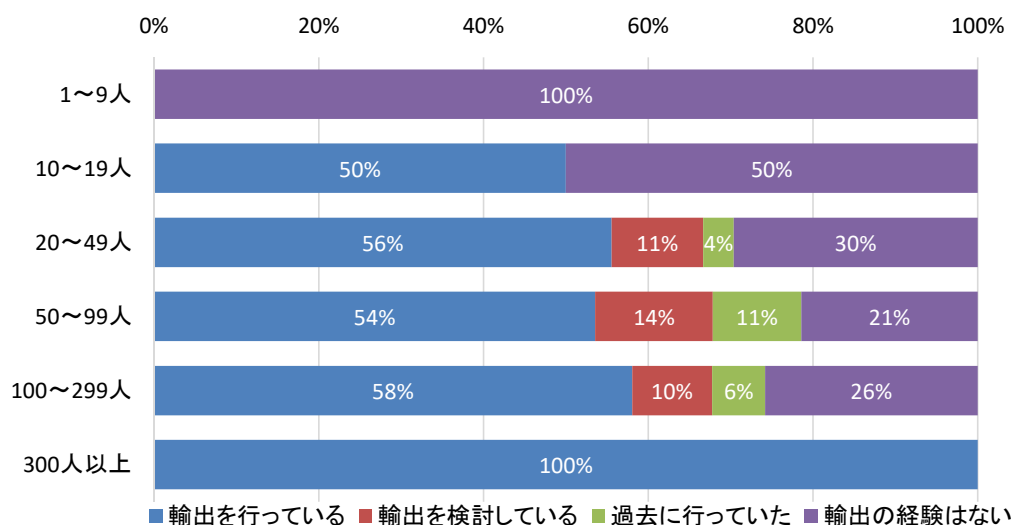


図 2.2 回答企業の輸出実績(従業員規模別集計)

3-4 輸出先

「現在輸出を行っている」と回答した 55 企業について、その輸出先に関する集計結果を図 2.3 に示した。なお、1 社は無回答であり、有効回答数は 54 であった。

回答した企業の輸出先として最も多かったのはアジアであり、54 社中 41 社と約 76% の企業がアジア方面への輸出を行っている。また、アメリカ・カナダ等の北米、オーストラリア等のオセアニア方面への輸出は、それぞれ 31 社、11 社が行っていた。一方、欧州方面への輸出を行う企業はわずか 2 社しかなく、全回答者に占める割合は約 4% に過ぎなかった。

回答企業の従業員規模別にみると、いずれの従業員規模においてもアジア（中国、台湾、タイ等）が最も多く、20～49 名の企業ではその 64% が、50～99 名の企業では 55%、100～299 名の企業では 53%、300 名以上の企業では 53% がアジア方面に輸出している。また、100～299 名の企業では米国やオセアニア、欧州等への輸出が他の階層より多いのが特徴的である。

従業員規模「99 人以下」と「100 人以上」に分けて輸出先の状況みると、アフリカ方面への輸出を除き 100 人以上規模の企業の方がやや高い輸出実績が認められた。特に、オセアニア方面への輸出については、99 人以下の企業では 10% の企業しか輸出を行っていないのに対し、100 人以上の企業では 35% の企業が同方面への輸出を行っていた（図 2.4）。

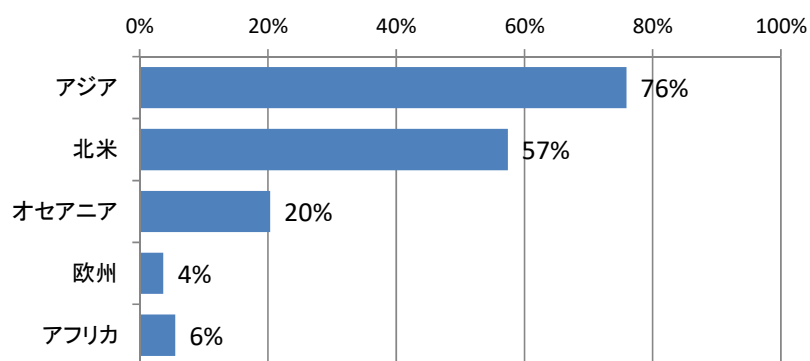


図 2.3 輸出を行っている企業の輸出先 (N=54)

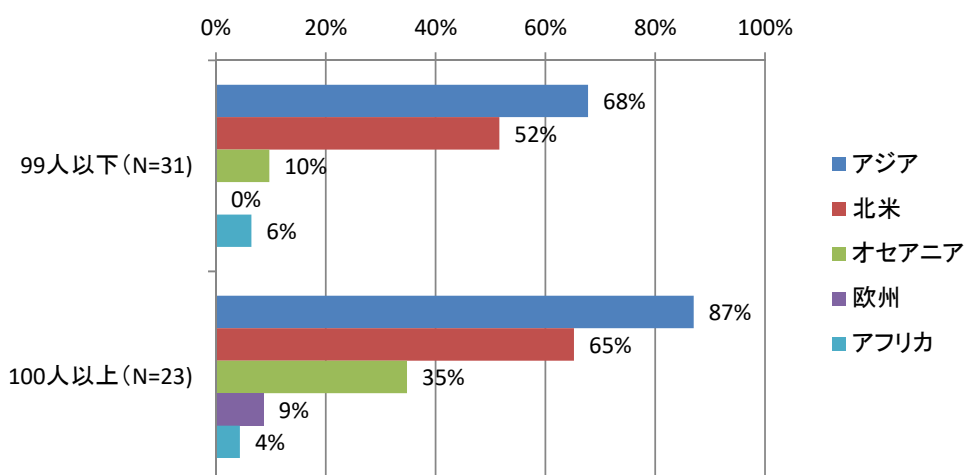


図 2.4 輸出を行っている企業の輸出先 (従業員区分別集計)

図 2.5 は、輸出先からみた輸出実績のある企業の従業員規模をみたものである。

アジアについては、従業員 50～99 人規模の企業で 60%とやや輸出実績が低いものの、全体的にあらゆる規模の企業も同地区への輸出を行う割合が高い。

北米輸出については、従業員規模が大きな企業ほど輸出実績があり、従業員が 50 人を上回る企業では過半数の企業が同地区への輸出を行っている。特に従業員規模が 300 人を超える企業では、その 8 割が北米輸出を手掛けていることが確認された。

オセアニア輸出は、アジア、北米に比べて輸出を行う企業数は少ない。従業員 99 人以下の企業でオセアニアに輸出を行っているのはわずか 3 社であった。100 人以上の企業についても同方面へ輸出を行う企業は約 40%と、アジア、北米に比べて同方面への輸出実績は少ない。

欧州への輸出を行っているのは、従業員「100～299 人」の企業と「300 人以上」の企業がそれぞれ 1 社のみであった。

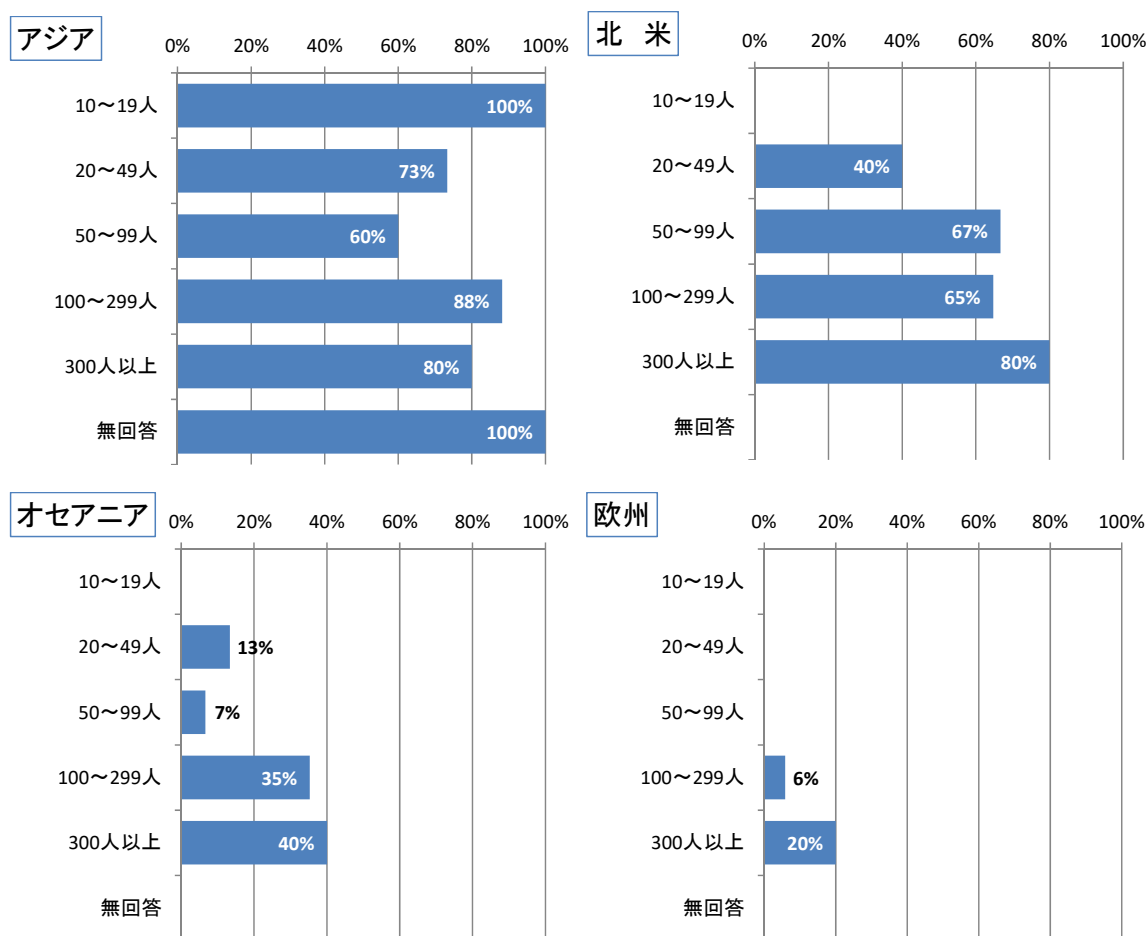


図 2.5 輸出先における企業の従業員規模別輸出実施割合（輸出を行っている企業）

また、売上高規模ごとに輸出先別の輸出実施割合は図 2.6 に示すとおりであった。

売上高 10 億円未満の企業では、アジア輸出、北米輸出を行う企業がそれぞれ約 67%、47%であった。オセアニアに輸出を行っているのはわずか 1 社のみであり、また欧州輸出を行う企業はなかった。

売上高 10～50 億円の企業については、アジア、北米がそれぞれ 76%、64%と 10 億円未満の企業のそれをやや上回る結果となった。オセアニアへは 6 社が輸出を行っていた。

売上高 50 億円以上の企業では、アジア、北米がそれぞれ 86%、57%と 10～50 億円の企業と同程度であった。オセアニアへの輸出も 4 社であった。

全体的には、売上規模による輸出先の違いはあまり認められなかった。

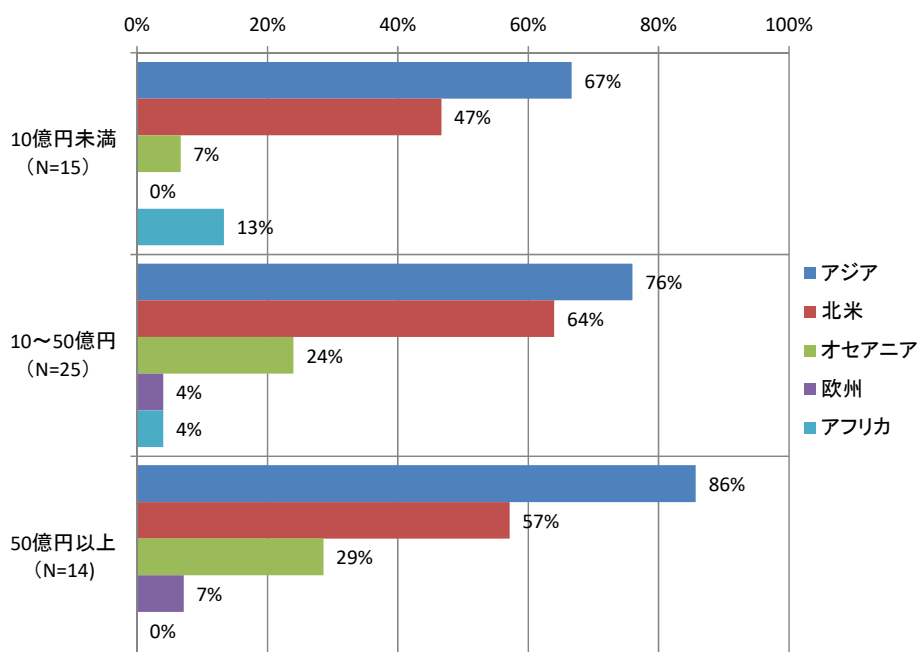


図 2.6 輸出先別の輸出実施割合(売上高規模別集計)

3-5 輸出をやめた理由・輸出経験がない理由

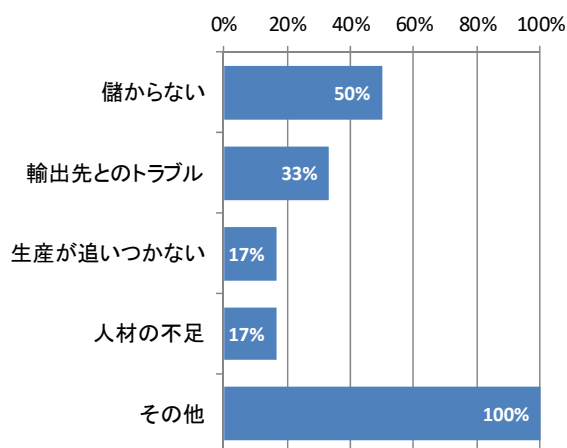
(1) 輸出をやめた理由

「過去に輸出を行っていたがやめた」と回答した企業は 6 社あった。これら企業が輸出をやめた理由は表 2.5 に示すとおりである。回答した企業の 50%にあたる 3 社が「儲からない」から輸出をやめたと回答している。「輸出業者とのトラブル」を輸出をやめた理由にあげた企業が 2 社、「生産が追いつかない」、「人材の不足」をあげた企業がそれぞれ 1 社であった。その他の回答では、輸出する魚(原料)の不足をあげる意見が多かった。

表 2.5 輸出をやめた理由(複数回答可 N=6)

	回答数	割合
儲からない	3	50%
輸出先とのトラブル	2	33%
生産が追いつかない	1	17%
人材の不足	1	17%
その他	6	100%
有効回答数	6	100%

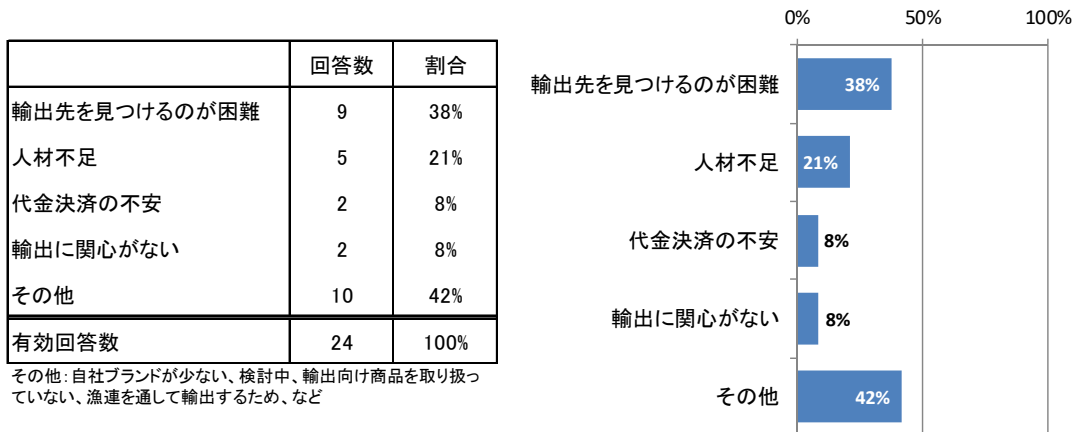
その他: 輸出する魚がない、原料の問題など



(2) 輸出経験がない理由

「輸出経験がない」と回答した企業は 24 社あったが、その理由は表 2.6 に示すとおりであった。輸出経験がない理由に「輸出先を見つけるのが困難」をあげた企業が 9 社(38%)と最も多く、「人材不足」が 5 社(21%)とこれに次ぐ。「代金決済の不安」や「輸出に関心がない」と答えた企業は、それぞれ 2 社と全体の 1 割に満たなかった。その他の回答では、自社ブランドが少ない、輸出向けの商品を扱っていないなど、商品面での課題をあげる意見が聞かれた。

表 2.6 輸出経験がない理由(複数回答可 N=24)

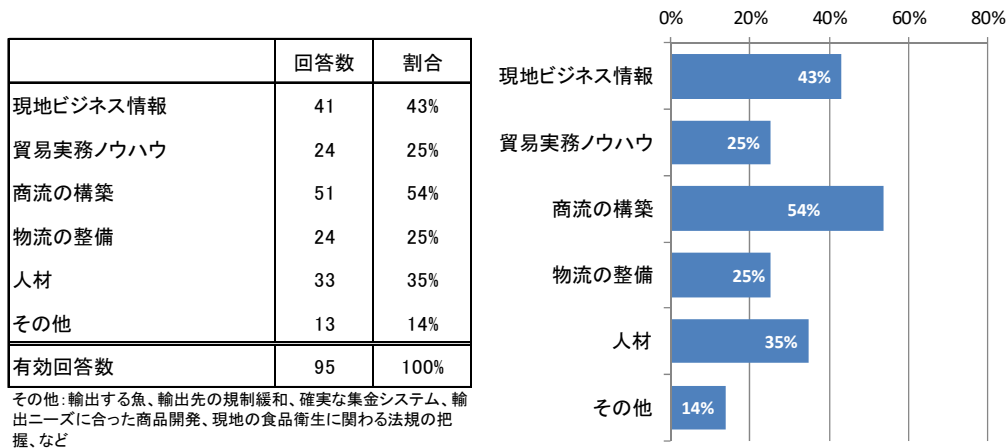


3-6 海外輸出のために重要なもの

(1) 全体集計

海外輸出のために重要なものについては、意見がやや拡散する結果となったが、その中でも過半数を占める 51 社が「商流の構築」をあげている。そのほか、「現地ビジネス情報」(41 社、43%)、「人材」(33 社、35%)、「物流の整備」(24 社、25%)、「貿易実務ノウハウ」(24 社、25%)についても、いずれも一定数の企業が輸出において重要と考えている。その他の回答では、輸出する魚(原料)や、輸出ニーズにあった商品開発、輸出相手国の食品衛生に関する法規の把握などの意見が聞かれた。

表 2.7 海外輸出拡大のために大切なもの(複数回答可 N=95)



(2) 規模別集計

回答企業を「①輸出を行っている、②輸出を検討している、③輸出を過去に行っていた、④輸出の経験はない」の4つ大別し、それぞれの現況において、海外輸出拡大に重要であると思う項目の整理を行った。現在も輸出を行っている企業と、検討等も含め輸出を行っていない企業とでは、重要である項目に多少の違いが認められ、輸出状況によって求められている項目が異なる様子がうかがえる。

①輸出を行っている企業

「輸出を行っている」企業では「商流の構築」が最も重要だと回答した企業が64%と最も多く、次いで「現地ビジネス情報」が45%であった。全体とほぼ同じ傾向にであった。

①輸出を行っている(N=55)

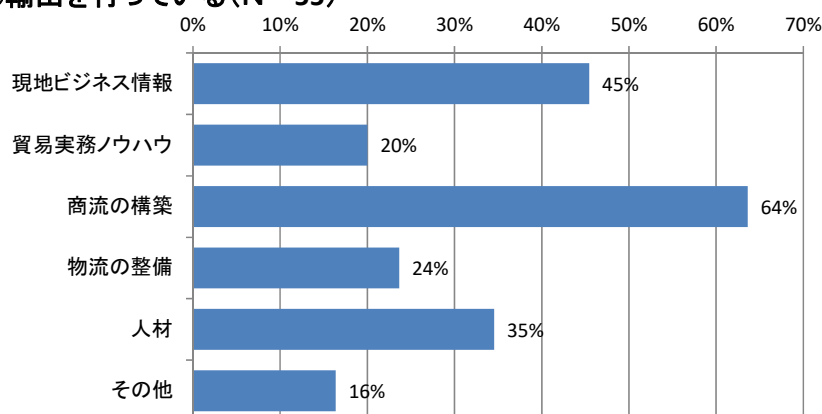


図 2.7 海外輸出拡大のために重要なもの(輸出を行っている企業 N=55)

②輸出を検討している企業

輸出を検討している企業では、70%の企業が「現地ビジネス情報」が最も重要と回答している。また、輸出を行っている企業同様「商流の構築」についても60%の企業がこれを選択している。

②輸出を検討している(N=10)

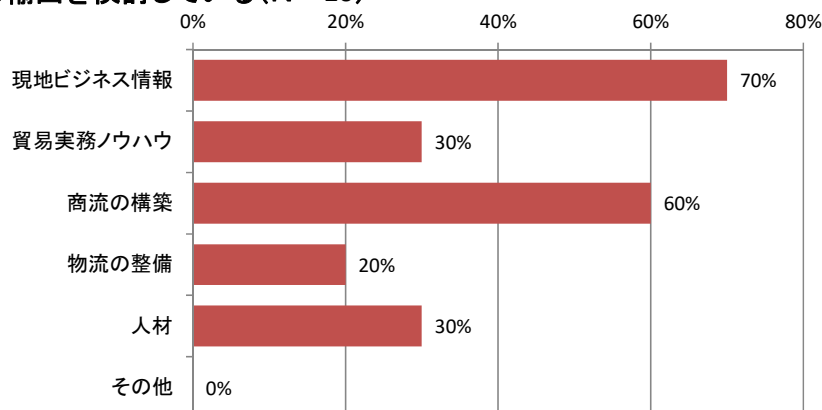


図 2.8 海外輸出拡大のために重要なもの(輸出を検討している企業 N=10)

③過去に輸出を行っていた企業

輸出を過去に行っていた企業では、「現地ビジネス情報」及び「その他」が最も多くが、それ

ぞれ 33%と、輸出を行っている企業あるいは輸出を検討している企業と比べると関心度が低い結果となった。その他の項目についてもそれぞれ 1 社のみと低い回答率であった。

③過去に行っていた(N=6)

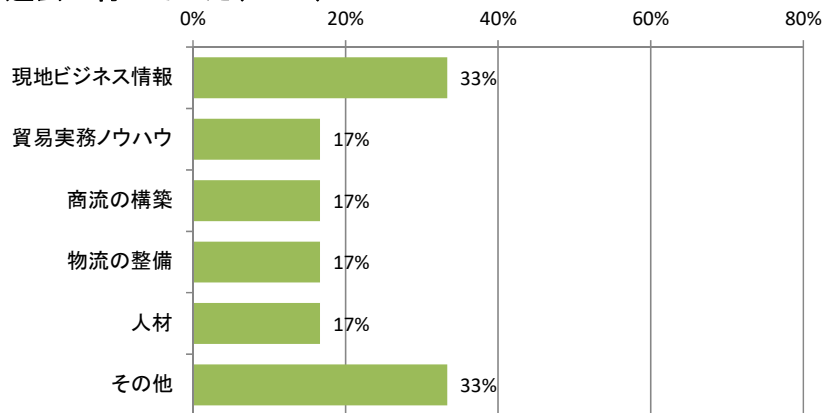


図 2.9 海外輸出拡大のために重要なもの(過去に輸出を行っていた企業 N=6)

④輸出経験がない企業

輸出の経験がない企業では、いずれもの選択肢が 30~40%程度の選択率であり、あらゆる情報や手法等が不足している状況がうかがえる結果となった。

④輸出の経験はない(N=24)

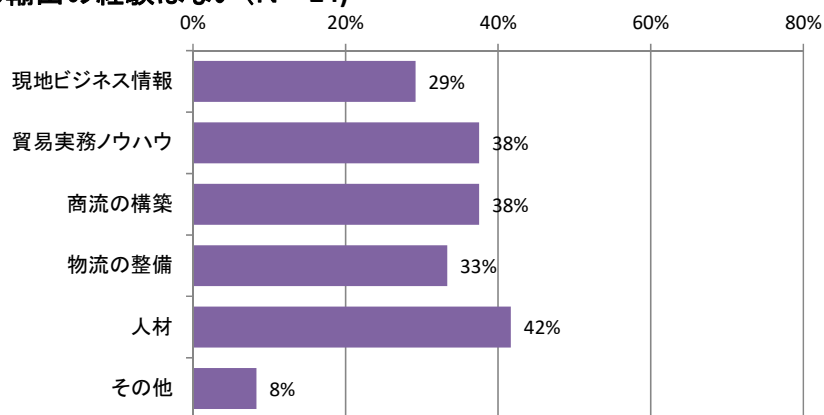


図 2.10 海外輸出拡大のために大切なもの(輸出経験がない企業 N=24)

3-7 海外輸出において国等機関に求める支援策

現在の輸出状況別に、国、地方公共団体、ジェトロ、大日本水産会に求める支援策を整理した。なお、漁協や加工組合に求める支援策については企業によって回答が多岐に亘るため一元的な整理は行わなかった。

(1) 国に求める支援策

国に求める支援策では、輸出を行っている企業及び輸出を検討している企業では「補助金等」を求める回答が最も多くそれぞれ12件、2件であった。過去に輸出を行っていた企業及び輸出の経験がない企業では「その他」が最も多かった。また、輸出を行っている企業、輸出の経験がない企業からは、輸出品の規制緩和を求める回答も目立った。

表 2.8 国に求める支援策（回答数）

	補助金等	HACCP認証の 一本化等	輸出規制の 緩和	その他	有効回答数
①輸出を行っている	12	4	9	8	55
②輸出を検討している	2			1	10
③過去に行っていた				1	6
④輸出の経験はない	1		1	3	24
全体	15	4	10	13	95

その他：ふぐ加工品の安全性の強調、外国人労働の緩和、国際保険制度の確立、沿岸資源の管理など

(2) 地方公共団体に求める支援

地方公共団体に求める支援策では、いずれも「その他」が最も多くその内容は多岐に亘ったが、次いで多かったのが補助金である。また、輸出を行っている企業からは商談会等の開催を望む声も目立った。

表 2.9 地方公共団体に求める支援策（回答数）

	補助金等	HACCP認証の 一本化等	商談会等	その他	有効回答数
①輸出を行っている	9	4	6	10	55
②輸出を検討している	1			2	10
③過去に行っていた					6
④輸出の経験はない	1			1	24
全体	11	4	6	13	95

その他：労働者の確保、上水道の検査結果のスムーズな開示、各種情報の提供、インフラ整備など

(3) ジェトロに求める支援策

ジェトロに求める支援策では、輸出を検討している企業を除き「現地情報等」を求める回答が目立った。

表 2.10 ジェトロに求める支援策（回答数）

	現地情報等	その他	有効回答数
①輸出を行っている	15	10	55
②輸出を検討している		3	10
③過去に行っていた			6
④輸出の経験はない	1		24
全体	16	13	95

その他：放射能問題に起因する輸入禁止の解除、輸出手続きのサポート、海外バイヤーとの商談、日本ブランドの構築など

(4) 大日本水産会に求める支援策

大日本水産会に求める支援策では、輸出を行っている企業、輸出を検討している企業からは多岐に亘る回答があり「その他」が多い。また、過去に行っていた企業を除き、HACCP 認証の推進・強化を求める回答も見受けられた。

表 2.11 大日本水産会に求める支援策（回答数）

	HACCP認証 の推進・強化等	HACCP認証の 取得等	その他	有効回答数
①輸出を行っている	5	3	19	55
②輸出を検討している	1		2	10
③過去に行っていた		1		6
④輸出の経験はない	2		1	24
全体	8	4	22	95

その他：放射能問題に起因する輸入禁止の解除、法律等の情報、各国の衛生基準、少額機器の補助など

4. まとめ

水産物輸出の現状にかかわるアンケート調査結果を分析した。大日本水産会と日本貿易振興機構が共同で水産食品加工施設 HACCP 認定制度認定工場 95 社を対象に実施されたアンケート調査データをもとにした。対象となった企業のうち、55 社(58%)が調査時点において水産物輸出を実施していることが明らかとなった。一方で、HACCP 認定を取得した理由としては、「国内取引における信用向上」と回答する企業が 65 社(68%)に上り、「輸出」を目的として HACCP を取得したとの回答企業 54 社(58%)を上回っている。国内販路への対応を重視しつつ付随的に輸出にも取り組むといった企業が多いことが伺える。

また、従業員規模で見ると、規模が大きくなるとともに輸出への取組割合が高まる傾向がみられる。輸出先はアジアや北米が中心であるが、アジアへの輸出は従業員規模に関わらず満遍なく取り組まれている反面、北米やオセアニア、EU 等の輸入にかかる衛生管理基準等が比較的厳しい条件となっている国・地域、いわば輸出の難易度が高い国・地域への輸出は、大規模な企業の取組となっている傾向がみられた。HACCP を取得した企業は、いずれも一定水準をクリアした衛生管理体制が整備され、かつそれを維持するためのモニタリング等も実施可能な企業といえる。しかし、輸出相手国の基準を満たすためには、十分な人的余力や、食品の安全性を担保するためのより高度な体制が必要であることが伺える。

さらに、輸出をやめた企業では、「儲からない」、「輸出先とのトラブル」、「輸出する原料がない」といった理由が挙げられ、特に、原料確保の問題を指摘する回答が高い割合を占めた。加えて、輸出経験がない企業では、「輸出販売先(取引先)を見つけるのが困難」、「社内の人材不足」を指摘する回答が多かった。前述のとおり、従業員規模によって輸出に取り組む企業であっても輸出先が限られることを考えると、海外でのマーケティングを行う人材やノウハウ、輸出取引に明るい社内人材の不足は高い障壁となっていることが推察される。

以上に示した輸出に取り組む企業の現状からも垣間見えるが、輸出拡大においては「現地のビジネス情報」や「商流の構築」、「人材」、「貿易の実務ノウハウ」が重要といった回答をする企業が多く、求める支援策もこれらの課題解決を期待する声が高い割合を占めていた。

第3章 まとめと次年度調査への課題

1. 平成29年度調査のまとめ

(1) 「養殖ブリ」、「サバ類」、「鮮魚類」の輸出の特徴

サバ類は薄利多売の安い価格のマーケットを対象に輸出され、一方で、養殖ブリは高い価格のマーケットに入り込んで、日本食をバックに新しいニーズを外国で開拓している点に特徴がある。いわば、両者は全く異なる2つの取組パターンとして位置付けられる。

他方、鮮魚類は多様な事業者がそれぞれの特徴に応じた輸出の取り組みをしている。その中で注目すべきは、相手国との通関手続きや商習慣も含めての関係及び、取引先業者との関係が極めて重要視されること、物流のロジステックスの重要性が際立つことである。九州地方の鮮魚出荷業者は、中国や東南アジアが近く、日本の関東方面に出荷する感覚で盛んに輸出に取り組んでいるが、物流的な距離の近さに加えて、上記2点が背景となっていることがある。

(2) 「輸出」の位置づけは内需と両輪で補完しあう

人口減少局面に突入した我が国において、国民1人当たりの水産物消費量も減少傾向となっている。他方、海外では水産物消費量は増加しており、国内の水産物消費動向の変化を踏まえると、輸出への対応は不可避といえる。すなわち、国内需要の喚起を図りつつ、内需を調整するための海外輸出の推進（供給に余力のある水産物については積極的に輸出に仕向けること）が必要となる。

日本の場合、ノルウェー等の他の水産物輸出国と異なって大きな国内需要が存在し、これを主体とした生産流通体制が構築されている。国内需要が縮小傾向とは言っても、これをないがしろにして輸出主体の生産流通構造へと移行することはあり得ない。国内需要への対応と輸出対応を両輪で、計画的に、互いに補完しあいながら取り組んでいくことが重要な観点となる。

(3) 輸出への依存度が高まることへのリスク

「輸出」の進展は国内の水産物需給動向や関連産業の構造に一定のインパクトを与える。例えば、輸出市場が活況となり、短期的な利益追求のビジネスとして輸出に新規参入業者が殺到した場合が典型である。こうした場合には一時的に国内販売が手薄になり、いざ輸出市場が下火になり、国内市場を取り戻すといった状況になった際に、極めて大きな負担が生じてくる。

また、輸出市場は相手国の社会経済情勢の変化等に大きく左右される側面を持ち、常に変動リスクを抱えた市場といえる。上記(2)で示した内需対応と輸出対応の両輪で補完しあいながら、国内における水産物の需給変動及び輸出市場の変動リスクも加味した上で、均衡を図っていく必要がある。

(4) 国内産業へのメリットをもたらす「輸出」の推進

内需対応と輸出対応のバランスを重視する観点とリスクのある輸出市場への適切な対応という観点をベースとして、さらに踏み込んで考えると、国内産業へのメリットをもたらすような輸出であることが求められよう。例えば、近年のサバ類輸出に関しては、国内の養殖餌料向け需要だけでは吸収しきれない生産量となっており、輸出に仕向けることで需給バランスが均衡

し、産地における生産者価格が維持されている側面がある。一方で、産地価格の底値が高止まりすることで、加工原料の価格も一定水準が維持され、加工業者にとっては目立ったメリットが生じていないとの状況も発現している。

こうした状況も踏まえ、国内外の水産物需要の動向を見据え、国内産業に与える影響を考慮した輸出の推進が必要である。

(5) 日本の食文化としての輸出推進

日本の水産物輸出の推進を図る基本的な考え方としては、上述のとおり、国内需要とのバランスを考慮し、長期的な視点で取り組んでいくことが求められる。この基本的な考え方に基づけば、価格やサイズ等の条件が合致することで輸出が進展している原料供給型輸出だけでなく、日本の水産物として他に代替できない付加価値型商品として輸出を推進していくことが重要である。

この一つの戦略として、日本の食文化と併せて輸出を推進することが挙げられる。例えば、水産物輸出協議会の活動では、生鮮ブリ単品での輸出プレゼンだけではなく、缶詰や加工品などと一緒に和食を構成する食材として食べさせる提案や和食のメニューになるというプレゼンをしてきている。国内製品は、輸出相手国にとっては高価格帯商品になる点で、輸出の進展を図ることには難しい側面があるが、まだ海外での日本食ブームは注目されており伸び代はあると考えられる。また、日本でおいしい寿司や日本食を食べて帰国した外国人がいるので、現地で日本食を食べられるように輸出をしていくという視点も重要と考えられる。日本の食文化を輸出するという大戦略の中に水産物の輸出も位置づけていくことが重要である。

2. 次年度への課題

(1) 鮮魚類輸出の実態把握

平成29年度では、主に九州地方の産地市場・消費地市場で取り組まれている鮮魚輸出の実態を調査した。その結果、国内出荷の延長の身近な販路として輸出が捉えられ、多様な取組が展開されていることが把握できた。こうした取り組みは全国の消費地市場でも拡大しており、卸売業者や仲卸業者が多様な取組を展開している状況にある。

こうした鮮魚類輸出については、新たな輸出推進方策の一つとして考えられることから、引き続き、その実態を調査することが必要である。

(2) 練り製品輸出の実態把握

練り製品については、近年の統計で輸出が進展している。国内加工の最終製品の輸出を推進することは、原料供給型輸出に偏る現在の水産物輸出構造の中で重要な課題の一つといえる。よって、近年、輸出が伸びている最終製品の事例として練り製品を取り上げ、この輸出実態について調査、整理する。

(3) マグロ輸出（特に生食商材としてのマグロ輸出）の実態把握

従来、カツオ・マグロの輸出についてはツナ缶詰原料としての輸出が主流であったが、近年は、養殖マグロの生産も増加し、刺身や寿司だねとしての生食商材として輸出される数量も増加しつつある。特に主産地の九州地域では、生鮮輸出の主要品目にもなっており、生鮮輸出の

実態を把握する中で、新たなマグロ輸出の実態についても把握していくことが必要である。

（４）輸出の変動リスクへの対応事例の調査・検討

平成 28 年度に調査対象としたサケやホタテガイに関しては、最近 2～3 年を見ても、生産量の変動が激しいことや輸出環境が大きく変化していること等により、輸出の変動リスクが顕在化する状況となっている。このような実際に生じているリスクに対し、現場で行われている対応はいかなるものなのか、わが国水産物輸出の在り方を検討する上での基礎資料とすべく調査・検討を行うことが必要である。

また、サバ類についても、輸出が産地価格の底支えに大きな役割を發揮している状況であるが、輸出がなくなった場合や生産量が減少した場合にどのような影響が生じるのか、輸出の変動リスクを推測、確認しておくことはわが国の水産物輸出の在り方を検討する上で重要である。

（５）わが国水産物輸出の在り方に関する総合的な検討

過年度 2 か年の調査結果において、輸出の進展にかかる関連産業及び国内需要の構造変化への影響は大きく、正負の両面で生じることが明らかとなった。必要となる方策は、内需対応と輸出対応の両輪で補完しあう取組であり、検討会においても、基本的なスタンスとしては国内需要を重視しつつ、補完的な市場として海外輸出を推進するといった考え方が示された。

現状では、基本的に市場原理の下で、国内の事業者が自身の経済活動の一環として輸出に取り組まれている。すなわち、輸出市場が各事業者にとって短期的な視点から利益が出る市場として位置づけられ、取組が活発化している状況といえ、国内需要への対応（食料の安定供給や国内関連産業に対する原料の安定供給等）といった長期的な視点での課題が顕在化しつつあるといえる。

以上から、短期的な視点と長期的な視点から我が国の水産物輸出の在り方、特に内需対応と輸出対応の両輪で補完しあう方策の在り方について総合的な検討を行うことが必要と考えられる。

参考資料

第1回委員会・議事録

開催日時： 平成29年6月23日（金） 15:00～17:00

場 所： 東京水産振興会 会議室

出 席： 委 員：八木、今野、三浦、末国、石川（欠席）

調査担当：上田、麓、古川（株水土舎）

事務局：西本、栗原（（一財）東京水産振興会）

議 題

- 1 平成28年度調査研究報告書内容について
- 2 平成29年度調査計画について

内 容

1. 平成28年度調査研究報告書内容について

- 昨年度に引き続き、水産物輸出に関して、いろいろな角度から調査に踏み込んで現場の実態に接近できるような調査研究を今年度も続けて検討し、その成果を実際の水産業に役立てていきたい。
- 報告書の配布先はどこか？
- 主な配布先は水産庁や都道府県庁の水産部署の行政関係ならびに全国の漁連など主要水産関係団体などである。
- 報告書の全体的な取りまとめについては、目次と序章の間に調査研究概要として「調査研究で分かったこと」を加える。
- 「水産物・水産加工品輸出拡大協議会協議会」の会員団体にも配布願いたい。

2. 平成29年度調査計画について

（調査対象魚種、調査視点）

- 本年度の調査対象魚種の候補として、養殖ブリ、サバ、それから鮮魚類輸出の取り組みを調べていく。調査内容は生産動向、輸出の最近の動向。経年の変化。国内外の需給構造の変化。その中で輸出がどう位置付けられるのかを調査する。輸出促進に向けた課題で、加工業との関係性も含めた国内外の需給バランスがどう変化しているのか課題抽出をする。課題を解決するための方策を委員の意見を聞いてとりまとめる。
- 調査方法は、統計資料と既往文献の収集・整理を踏まえ聞き取り調査を実施する。養殖ブリは西日本の先進的な漁協や企業を候補に。サバは西日本魚市。銚子・波崎地区では水産加工業者に直接お話を伺う。西日本でサバ輸出を手掛けている企業を候補に。鮮魚輸出については九州地域の企業を考えている。
- 事例調査の留意点について、サバに関しては、資源が回復しており北部太平洋海域でのサバの漁獲量が潤沢である。しかし国内のサバ市場を見ると、国産が増えているにもかかわらず、ノルウェーサバの輸入量が一定水準を維持している。ノルウェーからの直接的な輸入量は少し低位になってきてはいるが、中国を経由したサバ加工品も日本に再輸出される部分が一定量あることを考えると、ノルウェーサバが国内市場にもはや定着している。そういった

輸入物が一定のシェアを占めている国内需要量だが、国産サバのうち、中小型サイズが缶詰原料向けに東南アジア諸国、あるいは加熱商材として中東やアフリカ諸国に輸出されているのが現状である。こういう形でサバの国際市場が形成され、貿易取引相場がある程度の価格で定まると、それによって、どんどん輸出されてしまうという構造である。しかし従来、国内の魚類養殖用餌料に向けられていたものがどんどん輸出される状況のもと、養殖用餌料の国内供給が逼迫するという側面も生じてきている。サバについては特に、国内の食用市場では輸入サバが大きな割合を占め、そこからはじき出される形で小型サイズの国産サバが輸出に仕向けられており、従来は養殖用餌料で吸収していたものが輸出向けにシフトし、国内の餌料供給が逼迫しているという状況である。輸出が活発化することで影響が出てきているので、そうした観点に留意しつつ、国内需給のバランスをいかにうまく取って、輸出も促進していくのか。そういう観点で現状を見ながら、委員の意見を頂きたい。

- 養殖ブリの輸出は伸びてきているが、主要輸出先の米国とは異なり、褐変防止のためのC0処理が認可されていない国々への輸出をいかに増やすかが課題の一つ。C0処理によらない褐変防止対策を施したブリ輸出体制を整備して、より海外のマーケットを広げていく必要がある。そういった可能性も含めて、国内外の市場動向を確認しつつ、調査を進める。養殖ブリ以外に天然ブリも国内漁獲量が増加傾向で、特に小型サイズが輸出され始めているという情報も得ている。天然ブリも、恐らく原料輸出に近いような構造で出されているのではないかと想定をしているが、そちらも併せて情報収集する。

(平成29年度の調査内容と実施計画について委員からのコメント)

- 1 つ目はサバの輸出拡大で国内魚類養殖用餌料の供給が逼迫するという点である。その点について、国内の漁業生産と養殖業との連携のあるべき姿についても、ヒアリングなどで得られた知見に基づき考察できれば良い。漁業生産により餌料用原魚は安く手に入ってくるけれども、それだけでは足りないので、魚粉など輸入に依存する部分もあり、何かやっていることがちぐはぐではないのかという気がする。あるべき連携の姿があり、何故それができていないのかという考察もあればと思う。
- 2 つ目もサバについて。こちらの方でも漁業生産者と加工業者との連携のあるべき姿についても考察を願いたい。地元水揚げや国産原料を地元の加工業者が加工してくれればいいのだが、漁獲変動による原料調達不安定さやサイズ・品質が揃わないなどの理由があるため、輸入原料に頼っている部分があるのだと思う。そうした問題をどうやったらうまく解消できて、地場や国産の物をもっとうまく利用できるか、その辺りについての現場の方々の考えなどもヒアリング願う。
- 3 つ目はブリについて。輸出されているブリはほとんどが養殖である。養殖はやり方によっては輸出、すごくいい産業になる可能性がある。品質管理もできるし、生産も計画的にできるので、養殖は割合商業ベースに乗せなければいけない輸出産業と、マッチングがいい可能性がある。その点で、品質管理上の重要ポイントは何とか、コスト構造はどうなっているかなど、普通の漁業生産物以上に調べるポイントがあると思う。そこが注目点である。特に魚類養殖のコストについては、昨今の規制改革の議論の中で民間企業の参入問題や漁業権問題が取りざたされているところだ。調査を通じて、そうしたコスト負担の実態についても触れて頂ければと思う。
- ヒアリング先の候補で挙げたブリ輸出企業だが、その企業は鮮魚も結構出しているのか。そ

れとも冷凍だけか。

- おそらく鮮魚と冷凍を両方出していると思われる。
- 冷凍が中心と思った。他の企業では関西空港のそばに事務所を構えて、鮮魚輸出をしているところがある。今晚加工した鮮魚を空輸し翌朝にはすでにシンガポールやバンコクに着いている。養殖ブリでも冷凍と鮮魚の2つの視点が必要である。天然ブリでも中東向けでは大きなサイズの天然ブリのフィレの注文もある。
- 天然ブリは最近北海道の定置網でのブリ漁獲が増えているので、当然サケとかぶってしまいブリはそれほど大切に水揚げしていない。産地の仲買もブリの扱いには慣れていない。季節によっては脂の乗りも悪いので、総じて天然ブリは高い値段がつかない。最近ブリフィレ用の加工機械の導入も進んでいるようだが。
- 北海道ではサケの漁獲が減っているため、代わりに天然ブリを加工原料として漬魚にしたりフィレにしたりと対応する加工業者も出てきている。脂の乗りも日本海側とオホーツク海側では全然違う。
- サバの話だが、200gサイズの仕向けは価格が左右する。中東向け輸出の価格は、国内缶詰原料向けの価格と養殖餌料向け価格の間に入っている。サバの付加価値化商品もそうした価格水準を見る必要がある。
- 海外諸国の所得水準が上がってきているので、輸出向けの方が値段が出ている状態である。そのため国内養殖餌料向けが不足している。こうした生餌対策は国の方でも調整保管事業などで対応をしてはいる。
- シンガポールのワダツミでは、例えば焼き魚用としての日本の生鮮サバの需要とかはどのようなのか？
- 東南アジアでもノルウェーサバの方が人気で喜ばれている。
- サケやサバは、やはり国際市場価格で動いているというイメージである。
- やはり高付加価値化商品の輸出というのが今後の重点と思われる。国産のサケやサバでそこが突破できると良い。例えばシメサバなどは可能性が高いのでは。
- シメサバはある程度定着して輸出されている。

(水産物輸出に関するアンケート調査結果の分析)

- 平成28年に大日本水産会で実施されたアンケート調査の結果をクロス分析した。水産食品加工施設、HACCP認定制度で認定された232工場を対象に実施した。対象は232工場あり、回収できた調査票が95（回収率40%強）であった。
- 回答企業の売上規模と従業員規模を整理した結果、従業員数50人～100人未満と100人～300人未満の企業からの回答が多かった。恐らく水産加工業者の中で従業員の規模が一番厚い層のところ。売上高の規模は10億円から50億円までの企業が半分以上を占めている。
- HACCP認証について、取得理由として近年は衛生管理に関する国民的な意識が高まっているところもあり、スーパーなどもそれを条件として提示してくる。信用向上のために取得しているところが多かった。当然ながら57%の方々が輸出を目的としてHACCPを取っているという状況。
- HACCP導入に対する支援策で役に立ったものは何かという質問に対しては、研修会、普及啓発セミナーの開催、取得に対する補助金が、主な回答結果であった。
- 輸出を目的としてHACCP取得した企業が95社中54社あった。そのうち輸出実績を有してい

る企業が 55 社であった。これから 10 社が輸出を検討している回答であった。一方、全体の 25%に当たる 24 社が、全く輸出の経験がないという回答であった。その回答を規模別に分割してクロスしてみたところ、やはり規模の小さい企業ほど、輸出の経験がないという回答が多くなっていた。10 人以下のところは全く輸出の経験はなく、恐らくこれから先も、それほど輸出を積極的に行う意向はないと想定される。100 人～300 人未満の規模のところでは、過去に行っていたがやめたところや、今これからやろうとしているところが散見され、この規模の企業に、いかに積極的に輸出に取り組んでもらえるかが課題になる。

- 輸出先はアジア、北米、オセアニアが主体。やはり近くて、なお且つ日本からの輸出品に対する輸入規制の壁が低いところ。対アジアでは会社規模の大小を問わずどの企業も満遍なく輸出に取り組んでいる。北米、オセアニア、欧州は HACCP の対応力のある規模の企業に限られてくる。
- 輸出をやめた理由は「儲からないから」という回答が多い。輸出先とのトラブルが原因であったり、輸出する魚がないという意見も多かった。
- 輸出経験がない理由はノウハウがないという回答が多い。海外輸出に取り組むために重要なものとしては販路の構築、現地のマーケットビジネス環境などの情報、実務のノウハウを身に付けている人材の確保という回答の割合が大きかった。
- 必要な支援策については国に対しては輸出に対応するための体制整備や施設整備に対する補助金という回答。それから HACCP 認証の窓口の一元化。ジェットロに対しては海外現地情報等の提供やビジネスの取引をするに当たってのやりとりの段階で直接的な手伝いを希望していた。具体的には直接的な輸出手続きや海外バイヤーとやりとりをする際の英文メールを翻訳してほしいなど。そういう人材の確保が大きな課題になっていた。大日本水産会に対しては HACCP 認証の支援である。特に輸出先、相手国別にいろいろな基準をクリアする、衛生管理の基準をクリアするためのいろいろな支援というところが回答として多かった。

(水産物輸出に関するアンケート調査結果の分析に対する委員コメント)

- アンケートの HACCP というのはアメリカの HACCP なのか。それとも、EU も含まれているのか。
- 対米 HACCP が中心である。
- 大規模の大きな企業では、ヨーロッパに出しているところもアンケート結果に答えている。
- 対米 HACCP は厚労省と大日本水産会とで合わせて施設数で 350 ぐらいある。EU・HACCP はまだ 50 しかない。圧倒的に EU の HACCP を持っている加工施設は少ないということである。現時点で水産庁が認定したのが 15 施設。
- 300 人以上のところは、所在地域に偏りはあるのか。東北に多いとか、北海道に多いなど、そういう偏りはあったか。
- 地域的な偏りは見られず、アジア輸出では万遍なく全国から輸出している。対ヨーロッパはやはり北海道のホタテが多い。
- EU・HACCP はホタテとブリと練り製品がほとんどである。EU・HACCP は加工場のみならず、水揚げ場所や漁船等への条件も多いのでハードルが高い。
- そういう部分をきちんと対応していかななくてはならないという話になると、地域ぐるみで対策を立てないと難しいのではないか。
- このアンケート結果では、従業員 99 人以下のところは欧州に出しているのはどこもない。

- アンケートの設問にはなかったが、直接自分で輸出している企業と、商社など通じて輸出している企業は、それらは区別できるのか。
- 区別はできない。輸出に取り組んでいないと回答をしている企業からは「他社を通じて出しているので、自分は直接やっていない」という回答もあった。
- 北海道の加工業者では基本的に商社などを介在して輸出している。トラブル回避や手続き上の問題から、自社で直接やっているところはほとんどない。
- 加工業者の方も、国内販売ではスーパーなどだけを相手にしているから全然商売にならないので、輸出も両輪でやっていかないといけないというところが多い。
- この前の委員会の議論では、もう一回アンケートに答えて頂くことはかなりハードルが高いので、回答頂いた95社の結果を深掘りボーリング調査するのがよいとの話があった。
- 例えば茨城の波崎では回答いただいた企業さんは、サバがメインだと思うが、2年目の調査でヒアリング調査先と考えている。

(その他)

- 3年目の調査では、昨年度の委員会でも意見のあがった「練り製品」輸出調査テーマが面白そうである。「練り製品」輸出は100億近くある。東南アジアなどで日本から「練り製品」が輸出されてスーパーで売られている。日本の「練り製品」がなぜ売れているのか要因を導き出せたら面白い。塩釜の「練り製品」の業者も結構シンガポールに出しているの調査を試みる。

以上

第2回委員会・議事録

開催日時：平成30年2月27日（火） 15:00～17:30

場 所：豊海センタービル2階 A 会議室

出 席：委 員：八木、今野、三浦、末国、石川

調査担当：上田、麓（株水土舎）

事務局：西本、栗原、渥美（（一財）東京水産振興会）

議 題

1. 平成29年度調査研究結果報告（ブリ、サバ、生鮮魚の各輸出事例）
2. 調査から明らかとなった課題についての討議
3. 平成30年度調査について

内 容

1. 平成29年度調査研究結果報告（養殖ブリ、サバ、鮮魚類の各輸出事例）

- 水産物貿易については輸入品の影響で日本の浜で魚価が上がらないとの議論が20年前から言われてきたが、最近では国際的に魚の価格も上昇しているので、そのなかで日本はどうするのかという話題がある。タイミングが良く本調査研究も2年目に進んでいる。輸出ばかりを振興しても国内の体制がついていけるのか、あるいは国内の消費者にまわすものがなくなるとは困るという議論がでてきている。そういうプラスマイナスを含めてどうするのかという視点で、たいへんおもしろい調査になると思う。委員皆さんでの活発な議論を願いたい。

（養殖ブリの輸出状況）

- 海面漁業の生産量の動向としては、2010年に10万トンレベルに増えて現在までその水準が続いている。海面養殖業の生産量の動向も一定の10万トンレベルで推移している。生産金額としては漁業・養殖をあわせて約1,100～1,200億円の数字で推移している。単価は天然ものは@280/kgくらい、養殖ものは@800/kgを超える値段で推移している。主要産地と漁法に関しては、海面漁業の漁法ではまき網と定置網が主体。主要生産県（属人統計）は島根、石川、北海道の順位で近年、北海道が伸びてきているのが特徴。海面養殖の主要産地は鹿児島、大分、愛媛の順位である。ブリの輸出量動向は貿易統計から、養殖ブリで2017年で9,000トンが輸出されている。歩留り設定値80%で原魚換算すると11,000トンとなり、1尾あたり5kgで尾数換算すると、約220万尾が輸出に仕向けられている。養殖ブリが10万トンそのうちの10,000トンが輸出に仕向けられている。輸出単価は@1,300/kgを以上を推移しており、国内産地価格が@850/kgなのでおおむね1.5倍の価格である。主な輸出先は圧倒的にアメリカが多く、ブリ輸出量の85%を占めている。次に中国、香港と続く。
- ブリ養殖輸出の代表的な事例として、まず鹿児島県A漁協について。昭和57年に対米輸出をはじめ、その後加工場の整備をしながら、平成10年に対米HACCP認証を取得する。平成15年にEU-HACCP認証を取得した。輸出は国内の商社を通じて円建て決済している。商社から定期的にオーダーが入り加工して出荷する。6kgくらいのサイズにニーズがある。加工出荷の行程で三度の冷やしこみをおこない、鮮度の保持に注力している。フィレーのパッキング後に温度記録ロガーをつけて、輸出先のところまで物流の中での温度管理をしている。福

岡空港での空輸がメインである。A漁協での輸出先として、1位アメリカ、2位EU、3位東南アジアの順である。輸出量の推移として、赤潮の影響もうけて数量が減った年もあったがおおむね1,000トン前後、16億円の売上を得ている。輸出に仕向けることで単価が高く売れるのが魅力的である。輸出の進展を図っていく上で課題となるのは、①餌代を安くしていくこと。②仕向先はアメリカ中心に依存しているので他国の市場開拓が必要であること。漁協の営業部では海外の商社を訪問し営業して、今後アジア特に中国に注力していくようである。加工後の端材を利用した加工食品の展開も図っていた。

- 次に宮崎県K社での取組事例について。グループの親会社であるNS社の水産事業部門を窓口の販売業務を行っていた。現在は養殖ブリ専門の事業形態となっており、年間150～160万尾の生産規模である。国内の養殖ブリの年間生産量は1,800～2,000万尾であるので、そのうち1割近くをK社が占めており、単独の企業としては日本一のブリ生産となっている。その他では大分のH社で120万～130万尾、三重のO社で40万尾、MN社で60万～70万尾が養殖されている。輸出の取組概要は、輸出相手国は香港が中心である。アメリカへは養殖生産過程で使用する水産医薬品等がFDAに認可されているか等の問題で輸出はしていない。香港には200トンが輸出されていて、歩留を考慮して原魚換算すると4kg/尾として50,000尾となる。K社のブリが香港市場をほとんど独占している。輸出事業の立ちあげの際にパートナー企業がいたことと、九州福岡空港から香港への輸出が物流行程も含めてやりやすいということがあった。輸出にかかる問題点としては、相手国の通関手続きの処理が大変なところ、特に中国はハードルが高いことを感じている。ヨーロッパ向けには卸業者が入っていて輸出はやりやすいが長崎のN社のように中国には簡単には入れない。今後のブリ輸出の増加を図るうえで、タイやベトナムなど東南アジアは可能性がありそうなので営業をしている。今後も輸出に取り組みつつ生産量を確保しながら、増やした分は輸出に仕向けていく。C0処理の問題でアメリカが中心になっているが、C0処理したものが輸出できない国もあることが問題となってきている。輸出促進としての要望としては長崎のように輸出証明書がワンストップできちっとできて、県がかなり事業に支援している体制が、日本全国各自治体に広がっていけばもう少し輸出がやりやすくなるとのこと。
- 天然ブリだがサイズの小さいものが冷凍で輸出されている。解凍されてタイのバンコクのスーパーに並べられている写真があるので添付する。ブリ輸出の現状についてはブリ生産量の10%が輸出に仕向けられており、輸出量全体の90%が北米向けである。
- 課題としては輸出相手国とのパイプの拡大とC0処理問題を技術的にクリアできれば最終用途が広がり拡大が見込める。生産状況が10万トンが頭打ちの状況下で輸出向けの需給バランスをどうとっていくのが課題である。輸出を伸ばしていく課題では中国市場をどう拡大していくのか。N社だけでなく、日本の養殖ブリをいかに中国のマーケットに浸透させていくか。C0処理禁止国に仕向けるためのC0処理以外の鮮度保持技術の開発ができるかどうか。通関制度の改善をしていく。輸出ニーズに応えうる適正な生産規模の実現させるために、国内需給とのバランスをみて輸出に割り当てていくかを考えて新規養殖漁場の整備をしていく必要がある。
- 養殖ブリの輸出単価はどのくらいか？
- @1,300/kgくらいである。
- 香港などの水産物輸出イベントに参加をされているが、現地でのブリの評価はどのような感

じか。

- 東南アジアでは基本的に魚を好んで食べている。魚の値段では聞くところによるとノルウェーサバは@400/kgの値段をきっているが、ブリは@800/kgで2倍違う。基本的に寿司屋に出回っている。すそのを広げるためには褐変の問題を解消し、天然ブリも含めて輸出を伸ばしていくことが必要である。
- 北海道ではブリがかなり揚がっているが、北海道でのブリ輸出のトピックはないか。
- 北海道ではサケとぶつかってしまう。ブリは1万トンくらい増えてきている。集中的に水揚げされる場合があり、鮮度的な問題もある。加熱しないと食べることができなく、なかなか値段がとれない。イナダのような小さいサイズもフィレー加工をして国内向けにだしている。
- 前回の委員会で輸出に関しては EU 向けの輸出よりは、アジア向けの輸出のほうが現実的であると意見があがったが、アジア向けのブリ輸出はのびるかどうかが意見をうかがいたい。
- EUHACCP 認証をとっているところは養殖業とマグロとホタテと一部の練り製品である。そのなかで EU へ水産物の輸出を広げようと思うと加工場が EUHACCP を取得していないとなかなか難しく限定されてしまう。EU 認証を取得するのはハードルも高い。一方アジア方面では日本の水産物は安全でおいしいイメージを持っているのであまり輸入制限が厳しくないため、香港、シンガポールのようなところは輸出するには有利であろう。
- 衛生検査証を長崎県が発行していて他の県では発行できないとあるが、これは衛生証明書ではなく放射性物質検査証明書の間違いと思われる。水産庁は衛生証明書を発行していない。衛生証明書は厚生労働省が対応している。
- 質問だが養殖ブリの輸出価格が@1,300/kgくらいで国内産地価格の@850/kgから比べて高いと評価しているが、輸出価格とはいろいろなものが含まれての単価であるので浜値との単純比較はできないと思う。
- 逆に浜値のほうに国内物流費をうわのせしたほうが比較対象になるかもしれない。計算をし直してみて報告書に掲載する。
- 輸出向け原料の歩留まりが80%と記載していたが、内臓を除いただけの歩留まりと思うので、頭を落とし、ヒレを落とすと60%くらいに落ちる。加工賃ものっかってくるので加工業者がもうかる話ではない。
- 国内に向けられるのも加工されてフィレーになって流通されているので、産地価格に加工賃を上乗せして、@1,300/kgと比較をしないといけないと思う。
- アメリカにはラウンド、フィレー、ドレスで輸出される。そうしたいろいろな形態を含めて計算するとき80%歩留りで算出されているが、そこには加工賃、包装費、運送費も含まれているという理解で良いか。
- そうである。
- そうしたコストも含んだ計算をしているということを報告書にも記載願う。さきほどノルウェーサバが@400/kgでブリが@800/kgとなっているとの話があったが、代替つまりすぐにとってかわるような品物だったら勝負できない。補完財があって、何かにひっついて売れる材がある。マグロとカツオは代替のようである。マグロとイカは補完財と言われていて、マグロの刺し身の横にイカの刺身の盛り合わせがひっついているので、マグロが売れたらイカも売れる。ブリとサーモンのあわせ技で売れるようなパックを開発して、サーモンが売れば自動的にブリも売れるというような技を考えたらいいと思う。

(サバの輸出状況)

- サバの輸出状況について。サバの生産量は2005年に50万トンを超えて、その後も高水準で推移して2014年～2016年にかけて50万トン前後の数字である。生産金額では2016年で490億円くらい単価も@89/kgである。水揚げが多くなっても価格が急落せずある程度金額を維持している背景には輸出の影響がある。輸出の販路が産地価格をささえている。主な漁法はまき網である。波崎、石巻、八戸、銚子などが主な水揚げ港である。輸出の動向は2006年に18万トンと増えて、その後2014年まで10万トン前後で推移し2015年から18万トン2017年には23万トンまで伸びた。生産単価と輸出単価は@100/kg前後で差があまりない。ラウンドブロック凍結が輸出の荷姿である。冷凍加工賃も含めて薄利多売で、利益をだしているという状況が分かる。主な輸出先はアフリカ（エジプト、ガーナ、ナイジェリア）で輸出量全体の50%をしめる。続いて東南アジア（タイ、ベトナム、フィリピン、インドネシア）。タイは缶詰原料が多いが、解凍鮮魚でスーパーでも販売されている。1匹13パーツなので日本円にすると約40円くらいである。
- 次にサバ輸出の代表的な取組事例の調査結果について。茨城県波崎や千葉県銚子でサバ輸出に取り組む大手水産会社では年間10,000トン以上が輸出に仕向けられる。そういった会社が7社くらいある。そのうちの1社のT社に聞きとりを行った。輸出先はアフリカ諸国でエジプト、ガーナ、ナイジェリアが中心。アフリカ諸国では昔サバを燻製にして保存食として食べていた文化もありサバを良く食べている。現地での漁獲がなくなり、ノルウェーから入ってきた段階で、日本からのサバの価格とサイズがピッタリはまって輸出に動いていった経緯がある。T社の取り扱いはサバ、ブリ（イナダ）、イワシ、サンマの4魚種である。なかでもサバ主体。毎年15,000トンを買付けて10,000トン輸出している。4,500トンは国内需要に仕向けている。2017年は12,000トン輸出に仕向けていて、こちらの会社でも輸出数量は伸びた。T社以外の水産会社でも1日500トンくらい買付けて処理できる会社が7つほどある。これら会社で1日3,500トンの原料を処理できることが分かった。最近北部まき網船が1日7,000トンの水揚げがあったら2日間自主的に休漁をしていた。比較的水揚げは潤沢であるが価格はある程度高い値段でとまっている。輸出向けのサイズは200～400gが主流。全般アフリカ向けに仕向けられるがインドネシア向けにはかなり小さいサイズで輸出される。国によってサイズが異なる。ノルウェーサバはサイズをそろえて販売されているのが特徴。日本からアフリカにサバを輸出するときにはそこまで厳しく選別しなくてバラバラのサイズでよい。
- サバ輸出に関する今後の展望と課題と対策として、底値をささえるスソモノをきちんと価値化して価格をささえる機能が輸出にはある認識を輸出業者はもっている。マーケットとしてアフリカ向けはまだまだ堅調に推移し、まだ伸びるかもしれない、経済成長している国もあるので、輸出に仕向けられる国はまだまだあるのではないかと期待をしている。EU認定を受けたT社の補足的な情報として、今では継続して運用はしていなかった。その経緯を整理したところを掲載したので一読を願う。
- 続いて九州でのサバ輸出への代表的な取組について。九州にはまき網がある。それを輸出に仕向けているS社からヒアリングした。松浦、福岡、唐津、佐世保、平戸、長崎で買参権を持っていて、最大の仕入先である松浦と長崎を中心に仕入れている。ノルウェーサバの輸入もやっている。輸出の取組実態は売上の20%程度。扱っている魚種は多品種である。サバは

年間 500 トンの扱いがある。かつては 1,000 トン扱っていた。輸出仕向け先のエジプトがへったため。現在、冷凍バルクで取り扱いのある魚種として人気があるのが「天然ブリ」である。あとは小さい「カワハギ」に人気がある。産地価格が「アジ」よりも高くなることもある。イギリスへ輸出する場合は選別をきつく求められ対応に苦勞することがある。サバについての現状取組については、国内生産量が潤沢で、とくに北部太平洋側のサバは安定して漁獲されている。すべてのアソートを一定の価値化をして底値をささえる機能として輸出は有効に機能しているのが今の現状である。その一方で輸出という販路を、昔のミール相場のように底値をささえる位置づけになるのかどうかということもあるが、なるべく安定したマーケットとして輸出を維持していくこと。

- 主要な仕向け先がアフリカ諸国なので課題として、安定した底値をささえる既存の輸出マーケットをいかに維持していくかその重要な課題の一つと考えている。アフリカ以外のマーケットにも輸出できるように開拓していく必要があるのが二つめの課題。もうひとつは大手の水産会社で設備投資をして生産パッキングラインを作りそれをフルに運用しているが、それ以上に処理能力を向上させるには、大手の水産会社プラスアルファで中小規模の会社も参入してきている現状もある。最近の輸出の伸びはそうゆう新しい参入業者の取り扱いも背景にある。これからサバの生産量が伸びて外に向けていくことが求められたときには、輸出事業者の処理能力を向上させていく必要もある。これからのマイナスのインパクトとして、一定の底値をささえる機能が有効に働きすぎて産地の価格がある程度高く維持されているのは生産者にとってはいい話だが、凍結で外へ輸出する業者とは別に、きちんと価値化する加工業者の原料入手のコストのところ、数量的にはとれてはいるのに、価格が思っている以上にさがってこない。原料問屋から国内加工屋向けへの原料価格がある程度高くなっているから、そういう加工業者への安定的な原料供給の確保と価格の対策が必要となってくる。
- 最初にサバ輸出は薄利多売の話があったが、薄利多売でよいのかという声はなかったか？もうちょっと違う輸出戦略にしたらどうか？とかいう声はあがらなかったのか？
- 今回ヒアリングした 2 社はいずれも原料問屋的な会社であり、原料輸出をしているのであれば、このくらいの利幅でどんどん回転よく数量をまわすことで、よしとしている。毎日何万トンも揚がってくるので、まず処理しなければならないので、そういうマーケットとして輸出をとらえている。この 2 社からは付加価値づけをして、より価格を高く、日本産として加工品を販売していく考えはいまのところない。シメサバ加工をしている東北の業者に聞くと、もう少し違って自分たちの加工品を輸出していきたいと言うところはある。
- T社で EUHACCP ラインでは高次加工はやっていないのか？
- 高次加工ラインではない。
- 課題と対策のところ付加価値の向上や薄利多売の継続の是非とかを今後の対策の中に入れてたらどうか。
- サバ輸出について、今は生産量がよく輸出は安定しているが、サケと同じく資源が減っていく可能性はある。そうなったことを想定してやっておくべきこと備えておくべきことで委員からのご意見を伺いたい。
- 為替しだいのところはある。国内で @100/kg 以下のサバはマグロの餌である。その業態が値段の下支えをしている状況であるが、それは安定して輸出しているかことにはならないと思う。T社のようなブロック凍結をして輸出をする業者は「固め屋」と呼ばれ、薄利多売で商

売して利益を得ているが、少しでも付加価値をつけるような凍結方法など、鮮度品も含めて検討していく必要がある。そういった取組は石巻でとりくまれている。凍結温度、保管温度も含めてサバの付加価値化について検討している。サバは大量にいっぺんに処理しなければならない難しさがある。

- いわゆる内需調整型冷凍原料輸出のスタイルは残りつつ付加価値づけをそこにする方向性だろうか？
- 少し大きいサイズはシメサバ加工で使うとかあるが、数量的はたいしたことはない。
- ノルウェーにいくと、日本にはなぜ「固め屋」が多いのかと思う。ノルウェーではすべて自動的にフィレーンにしてから冷凍にしている。日本はなぜそれをやらないのか？ノルウェーもまき網なのでいろいろなサイズがとれているはずで、自動選別してラインにのせてやっている。
- ノルウェーは国をあげてサバをフィレーン加工して輸出に取り組んでいる状況であるため。
- 一番大きな問題は、日本の加工屋もノルウェーサバを使っていて、消費者がノルウェーサバを好んで食べている状況がある。日本のサバは脂質が少ないので加工に使うにも1ランク落ちてしまう。以前は日本のサバのほうがノルウェーサバよりもランクが上であった。しかしながら市民権はノルウェーサバが得ており、スーパーで売れるようになっていて日本のサバが国内加工で少なくなっている。その分が海外にどんどん輸出されている。もっと言えばアフリカにおいてもノルウェーサバを食べていたが、ノルウェーサバの値段があがっていったため、10年前から日本のサバに置き換わって行った。付加価値づけはしていかなければならないと思う。一番高い人件費で一番価格の安い魚を購入して海外に輸出している例になってしまうが、変えていかなければならない。
- いま中国が高い値段でサバを買うことは聞く。
- 本来であればいいサバを作って中国へ輸出はできると思う。しかしながらノルウェーサバを買っていくことになると日本のサバが使われなくなる。
- ノルウェーサバは国内加工では小さいサイズでも使っているのか？
- 使っている。サーモンと同じ現象がおきている。
- 日本のサバが調整型原料として輸出されている構造をどう変えていくかは難しい話である。
- 北海道でのサバ輸出の取組はどうか？
- 生産量データのおりサバの数量は少ないため、調整型原料として固めて輸出するのではなく、国内のメーカーへの加工原料として使ってもらおうとして動いている。サバにしてもイワシにしても手をかけて加工はしてこなかったのが、製品をつくっても苦勞している状況である。輸出向けではない。水揚げ量が増えれば固めて輸出するようなことになると思われるが。今は主要加工原魚のサケが不漁なので、サバでもイワシでも加工業者に向けて何とか動いている。加工業者が何かを作ろうとしている。
- 国内の加工業者が原料確保に困っている話があったが、新しい商品開発での工夫とか足りないような感じはする。
- 加工業者の原料確保対策として、調整保管事業で大量に魚が獲れたときに、輸出には仕向けずに国内向けに出していく支援制度が必要であると提案させて頂いた。以前からもこの制度はあったが、平成30年度からは飼料向けではなく、加工向けとして制度化していく流れである。

- やはり魚加工品の新商品開発の動きがある。たとえばスーパーマーケットショーを見に行くとサバとかサンマを使った加工品で、電子レンジしてすぐに食べられる商品開発をやっている。すごく売れている。水産カテゴリーの冷凍食品よりも上のクラスで電子レンジ商品での開発、いわゆる即食品の高度加工の商品開発をもっとやっていかなければならない。そういう項目を報告書には加えたほうがよい。
- 商品形態は冷凍それとも常温のどちらか？
- どちらもある。常温品の方が多かった。コンビニでのロス率が少なく、賞味期限が1ヶ月以上ある商品が特に売れていく。レトルト商品タイプが多い。骨抜き加工も特徴。
- 常温で日持ちが長い商品ほどお店でも管理しやすい。
- 東南アジア向けのサバ輸出はほとんど缶詰原料だと思う。缶詰以外でも、ジャパンプランドの商品開発を目指す方向性が必要。

(鮮魚類の輸出状況)

- 鮮魚類輸出の代表的な取組事例について。まず代表的な取組としてN社の調査結果について。1996年に中国上海向けに冷凍サバを輸出したのがきっかけである。長崎県も輸出の取組を推進していくために長崎県水産物海外普及協議会を設置して支援を行った。そして2000年に長崎県水産物輸出連絡会に組織替えし、輸出体制が整備された。長崎魚市場には県の体制がある背景で中国へ輸出がされている。もともと以西底引き網漁業の取り扱いを中心としてきたが、日本の底引網漁の縮小にともない、中国船の水揚げに代わり、その水揚げされた魚を輸入という形で扱ってきた。そういった中国側との古くからのつきあいや接点があった背景がある。中国船の水揚げピークは平成9年で10,000トン、45億円の水揚げがあったが、どんどん減少していき日本への輸出から自国内への水産物供給に変わってきたため、平成29年9月で中国から輸入は終了した。中国との交流があり、その積み重ねの上で、商習慣や通関手続きのノウハウを把握したことが、中国輸出事業がうまく進んだ経緯である。長崎での生鮮魚輸出の現状について、平成28年度に252トン、851(百万円)の規模になっている。上海中心に輸出している。
- 当初の担当者が長崎大学に留学していた中国人出身者であったこともあり、うまく蓄積してきたノウハウと担当者の力もあってうまく立ち上げることができてのびてきた。輸出方法は週3回月・水・金に空輸便で長崎空港や福岡空港から輸出する。基本的に受注方式で中国の魚市場関係から注文を受けて発送する。1回あたりの発送量は荷物300~500kgで、当初は長崎空港が使われていたが現在は福岡空港に変わってきた。集荷方法はN社が他市場や他社から直接買い付ける。長崎に水揚げされないものも含まれる。北海道のホタテやカニであったりする。その場合は直接他の市場から買い付ける。直接上場される魚は買受人に依頼して買い付けてもらい、それを買い戻す形をとっている。朝5時に仕入れた魚を長崎魚市場で仕分け・梱包をして空港へ輸送して12時ころに通関をきり、その日の夕方16時には上海に着いて通関処理をおこなう。その後、翌日には現地拠点には配送される。主な輸出品目は、長崎魚市場で取り扱うすべての魚種になるが、現在は県内で養殖されるクロマグロが増えている。その他、北海道産のホタテガイ、カニ、ウニが人気がある。お客は上海に出店している日本料理の中高級店向けが主体で在中邦人が中心であったが、最近は中国人もお金持ちが増えてきてこういう日本料理店を利用する人も増えてきて現地の人もターゲットになってきている。中国市場に入り込めた背景には長崎県と上海と友好姉妹都市を結んで交流が長いということ

と、衛生証明書の発行が厚生労働省による実地検査が必要なところを省略して簡略化できる
ところがあった。輸出に関する手続きが長崎県は簡略化できる。

- 次に福岡魚市場を拠点とした鮮魚類輸出の取組について。輸出に取り組んでいるのは福岡魚市場内の大手仲卸業者および福岡魚市場の買出人の5つの業者に聞き取りを行った。まずA社と社長が香港の人で現地から福岡に事務所をだし、中国現地へ鮮魚を輸出していた。B社も買出人で、C社とD社が大手の仲卸業者でE社が小規模の仲卸業者である。A社の輸出動向として輸出先として香港、マレーシアの日系の輸入卸売企業と現地の卸売りをしている飲食店である。商材は魚以外にも野菜もとりにあついている。輸入実務にあたり放射性物質に係る原産地証明書の取得、税関での審査、代金回収が課題である。出荷にあたり一次加工として包丁を入れる加工需要にも応じている。国内の顧客に対するサービスを輸出でもやっている状況。次にB社の輸出動向としてメイン商材は養殖ブリ。養殖現地から直接や産地市場から買い付けている。アメリカ、香港に輸出している。中国には直接輸出は難しいのでインドネシア経由で中国へ輸出しているケースもある。魚種もいろいろと取扱い、最近ではハマチやシイラといっためずらしい魚を扱っている。次にC社だが、こちらは大手仲卸会社の輸出動向として売上102億円のうち20%が輸出の売上になる。魚以外でなんでも扱えるものは輸出しており、輸出全体の60%が鮮魚で養殖魚中心である。衛生管理体制については高い意識を持っていた。次にD社も同じく大きな仲卸業者で輸出の実態として輸出先は韓国と中国である。韓国へは下関から船便で生鮮タチウオなどを輸出していた。取扱いの魚種も多品種である。課題としては輸出入の手続きが複雑であるところ。次にE社は地元の仲卸業者で国内の飲食店へ卸す感覚でインドネシアや香港に向けて輸出している業者である。福岡空港からのエア便を使いながら輸出をしていた。インドネシア向けの輸出手続きは複雑であるのが課題である。いずれも業者も国内に販売することとあまり変わらないイメージで香港や東南アジア各国へ宅急便を使いながら少量での細かなビジネスをしていたことが分かった。やはり輸出しやすい香港が中心になっている。特に小さな規模の業者は手間がかからないところを国内販売と同じように輸出に取り組めるようなところを相手にしていた。
- 鮮魚類輸出の現状と課題と方策については、やっていることが仲卸の売場でやっていることと変わらないので、包丁をいれたりする。小規模業者どうしの共同施設を整備することで、環境をととのえていければ、そこに参入できる業者も増えるかもしれない。輸出に向けた環境整備の推進が課題の一つである。福岡魚市場の2階には国内向けの作業場があり、そこを使って梱包して輸出にむけている業者もある。少量多品種の魚を輸出するので、輸出先における取引業者とのビジネスマッチングが課題の2つ目である。3つ目が輸出相手国の開拓で通関手続きの障壁をいかにさげることができるのかとい課題である。これを解決支援することで輸出に取り組む小さな業者が増えていくかどうか、その部分は大きいと思う。
- 長崎と福岡を選んだ理由は。
- 中国輸出がうまくいった事例として長崎を選んだのと、長崎魚市場を調べているなかで、東南アジアに向けて福岡空港から鮮魚類が輸出されていることが分かったため、福岡魚市場に入っている仲卸業者を調べることにした。
- 関東でもあるのか？
- 築地市場の業者は輸出している。
- 羽田空港経由で輸出されている。

- 築地市場での輸出実態も知りたくなる。
- N社の輸出先はD商事でM商事の中国の合弁会社である。
- N社が輸出手続きがスムーズに行くのはD商事との太いパイプ関係があるからと聞いている。
- 昔からの輸出実績があるので、中国側の税関と輸出先会社との関係ができていて早く通関が切れるようだ。中国側の慣習もあるようだ。
- 今回調査した福岡魚市場の仲卸業者からは中国へ輸出しているケースはなかったのか。
- 今回の調査で中国へ輸出しているところはなかった。
- 農林水産物輸出入統計資料には生鮮魚そのものの輸出数字はあるのか。
- ない。
- 築地市場ではどのくらい輸出されているのか知りたいが、統計資料はあるのか。
- ない。
- 荷受で築地魚市場は輸出をやっている。また大阪魚市場で輸出をやっている。
- 鮮魚は仲卸業者が輸出をやっている。鮮魚を詰め合わせで輸出していて、そうゆう細かな仕事は荷受ではできなく仲卸しかなかなかできない。カニとかウニとかの詰め合わせが多かったりする。うちも福岡便を週2回シンガポール向けに輸出をやり始めた。一部は仲卸業者と組んでやっている。北海道のウニで千歳から福岡に送ってシンガポールに輸出したが、売上で300万円くらいの金額になった。斬新な調査結果である。いままで鮮魚で輸出を調べたことはない。
- 課題のなかで証明書の発行を入れたほうがよい。それから日本にはハブ空港がないと報告資料には書いてあったが、あるのは韓国なのか？
- 韓国の仁川（インチョン）国際空港だったと思う。
- 日本では沖縄那覇空港をハブにする話はあった。まだ先の話だ。
- N社は中国上海周辺の窓口で、日本の全国の魚をN社経由で中国に輸出している流れもあるのは事実。
- それはD商事の戦略でもある。築地から安い魚が入ってきて価格破壊がおこさせないため。いろいろな業者が入ってきて困っているらしい。
- 鮮魚類の輸出数量と金額については、貿易統計の品名コード「生鮮・冷蔵形態で」を抽出集計した表の作成を試みる。

2. 調査から明らかとなった課題についての討議

- サバは薄利多売の安い価格のマーケットに入り、ブリは高い価格のマーケットに入り込んで、日本食をバックに新しいニーズを外国で開拓している感じがある。全く2つ違うパターンであった。鮮魚はいろんな雑多にあるが、鮮魚で注目すべきは相手の国との関係とか、物流の重要性とか、そういうのが面白いと思った。それぞれ見るべきポイントがあり面白かった。あと九州の輸出は割合元気な感じがした。中国や東南アジアが近く、日本の関東方面に持ってくる感覚で距離も近いので輸出している。新しい気付きが得られた。
- ブリもアメリカはほとんど冷凍だが、香港は空輸の生鮮であるので、東南アジアに関しては生鮮の輸出の流れになってきている。シンガポールも鮮魚が増えてきた。
- また輸出先の相手国に日本の魚の正確な産地の情報を伝えるということも重要である。
- 総合討議として委員の皆からご意見をいただきたい。今回の生鮮魚輸出の福岡魚市場の仲卸業者D社のコメントのところで「輸出の拡大という政策に疑問を感じている。もちろん有望な販路の一つであるということは認識しているが、内需の確保をないがしろにするような輸出促進は問題である」と意見がある。本調査研究の視点でも輸出拡大策とあわせて輸出拡大の方向性に対する意見を頂きたい。
- 内需の確保をないがしろにするような輸出促進は問題であるとういうのは、その通りと思う。輸出することのメリットが生産者サイドにでてこない輸出というのは振興しても意味がないと考えている。海外のほうが高く売れるということであれば輸出を進めていくべきと考える。国内で利益がでないのに輸出をすすめることは違う。
- 水産物輸出協議会の活動でも、生鮮ブリ輸出プレゼンだけではなく、缶詰や加工品など和食と一緒に食べて食べさせる提案や和食のメニューになるというプレゼンをしてきている。価格のところで高い値段になるので難しいところはあるが、そういったところを伸ばしていかないと本来の輸出の目的にはならないと考える。まだまだ日本食ブームが海外で注目されて伸びそうだし、日本でおいしい寿司や日本食を食べて帰国した外国人がいるので、現地で日本食を食べられるように輸出をしていくという視点も大事である。
- 北海道ではサケとホタテがいい例だが、輸出が活発になったときは加工業者を含めて皆さんはいずれも輸出すべきと言って、雨後のタケノコのようにたくさん業者がでてきて、国内販売がおろそかになった。さあ売れなくなったという時に、内実利益をとりもどすのに、いまのホタテでも大変なので、やはりそこは輸出と内販の両輪ですすめていくことが重要と思う。昔は内販でもものを売るために海外に隔離をする意味合いで輸出をしていたが、いま輸出のほうでもある程度の値段をとって、国内もある程度の値段をとって計画的にきちっとやっっていかなければならないので、どちらかがおろそかになってはいけないと思う。
- 内需は非常に必要で、そこをないがしろにして輸出はしないと思う。そうしたなかで統計をみると、この15年で日本人の水産物消費量が3割減っている。減った3割をどうするかと考えたときに、海外では水産物の消費が増えている現実がある。大きな方向性から言えば、どんどん消費が減っていった水産物自体が、水揚げがあって余るようであればやはり輸出で海外に買ってくれるところがあれば売ってお金をとっていくというのは補完政策としては必要であると考え。ブリもアメリカへ輸出が広まったのは、ブリ養殖が増えて価格が下がっていき養殖業者の廃業なども20年前に起こったわけで、そういう中で輸出がふえていった。国内消費拡大と輸出のどちらも必要だと思う。国内消費があるのが1番だし、国内が少

なくなっていけば、そこに向けなければならないと思っている。そこが一番重要である。補完的には海外輸出も必要と思っている。

- いまの議論のなかで、輸出の短期と長期の課題がある。短期的にもうかるからそれに集中してそれで長期的によいのかという話であるので、短期でもうかるから喜んでやっているのではなく長期的なことを見据えてやっといこうと意見が多かった感じがした。日本の場合、ノルウェーと違って水産物の国内消費があり、ノルウェーにはほとんどないので、日本独自の戦略があっていると思う。先程言われていた日本食とあわせて付加価値つけて輸出するのはありかと思う。以上で総合討議は終わりとする。

3. 平成 30 年度調査について

- 2年目の調査で特に面白かったのが鮮魚類のところであり、3年目も他の地域での魚市場関連からの鮮魚類の輸出実態を調べてみたい。
- 練り製品の輸出状況を調査して知りたい。おでんの練り製品が伸びている。日本の製品は価格が高いと思われるが、どのようにして輸出されていくのか。東南アジアではよく食べられている。
- 鮮魚輸出についてはもう少し詳しく調査して知りたい。
- N社をヒアリングした際に、マグロ輸出が増えているという話を聞いた。
- 委員からの意見から、練り製品輸出と、鮮魚輸出と、マグロ輸出を次年度候補として、次年度の調査をよろしくお願いしたい。

以上

～ 水産に関する調査研究事業～

当会では、水産物の生産・流通・消費、及び水産業に関する制度・経済問題、並びに水産業界に影響する諸問題等に関する調査研究を実施しております。また、その結果を報告書に取りまとめ、水産関係の企業・団体、教育機関・官公庁、研究機関等に配布する等、幅広く情報提供を行っております。

一般財団法人 **東京水産振興会**

会 長 渥 美 雅 也

平成30年7月31日発行

《本書の内容の無断転用を禁じます》

我が国水産物輸出に関する取組の現状と課題

— 平成 29 年度事業報告書 —

編集・発行：一般財団法人 **東京水産振興会**

〒104-0055 東京都中央区豊海町5-1

TEL (03) 3533-8111

FAX (03) 3533-8116
