

北海道水産物の小口輸出拡大策の検討 ～輸出先の風土を考慮して～



松尾 優子 (まつお ゆうこ)

苫小牧工業高等専門学校環境都市工学科准教授

2003年北海道大学工学研究科修士課程修了後、札幌市役所に勤務。09年海上自衛隊(施設幹部)へ転職、11年8月から現職。



片石 温美 (かたいし あつみ)

室蘭工業大学地域共同研究開発センター准教授

1990年北海道大学工学部土木工学科卒業後、パシフィックコンサルタンツ(株)入社。2001年(南)マリンプランニング代表取締役、07～12年3月まで北海道大学大学院水産科学研究院特任准教授。13年1月から現職。

1 はじめに

著者らは平成26年度の(一財)北海道開発協会助成研究において輸出先の風土、嗜好を考慮した北海道水産物の輸出拡大に向けた販売(輸出)方法の提案を試みた。対象とする輸出先としては一例として、日本農水産物の最大輸出先であり、富裕層が多いことから「香港」に着目し、主要輸出品である冷凍ホタテ以外に魅力ある北海道水産物の小口輸送による輸出拡大の可能性について検討した。また、香港は日本からの水産品、水産加工品の輸入規制がほとんどなく、自由貿易政策のため関税が課せられず、輸入にあたりライセンスを必要としないなど、他の地域と比較して輸出しやすいことも着目した要因の一つである。

本稿では、同助成研究の成果報告から主に小口輸送を対象として、レストランへのヒアリング調査、個人顧客向けのアンケート調査をした結果をまとめる。

2 香港の食文化、習慣

本研究の着想に至った経緯として、平成25年度に著者らは北海道水産物の流通についてスーパー、運送会社にてヒアリング調査を行った。その際に、香港では「日本産」なかでも特に「北海道産」の商品の人气が高く、寿司や刺身もスーパーでパック詰めコーナーが設けられるほど需要があり魚の生食の文化が定着しているのを確認した。一方で、スーパーの「日本産」コーナーに陳列されている野菜や果物は九州などの北海道以外の産地のものが多く、北海道産の商品は人气が高いという評価にも関わらず、ほとんど見られなかった。これらの調査結果により、香港に北海道水産物の輸出拡大の可能性を感じたほか、輸出を検討する第一段階として、広範囲の地域を対象とし各国の食文化、規制、書類等の対応を一度に議論するのではなく、既に日本産の生鮮品が流通している香港で、北海道産のシェアをどう増やしていけるかに焦点を絞ることが、より効果的で実現性の高い議論に繋がると考えたからである。

香港の食文化、習慣については、文献および事前の調査に加えて、著者の在籍する苫小牧工業高等専門学

校に国際交流事業として来道した香港学生を対象にアンケート調査を実施した。これらの結果を以下に示す。

(1) 香港の食文化・習慣

- ・ 香港ではおいしいだけではなく体に良いものを食べる「医食同源」を基本としている。
- ・ 世界中の外食産業が進出しており、洋食、日本食などの飲食店が大衆向けから、高級なものがある。そのため、味覚に厳しい。
- ・ 味と価格に対する評価が厳しく、おいしいと感じないと買わない。一方で「良いもの」「おいしいもの」には出費を惜しまない。
- ・ 日本の食文化は浸透しており、中華料理の次に日本食は人気が高い¹⁾。
- ・ 旧正月、中秋節など旧暦に基づく節句時期には贈答品として月餅、果物など食品を贈る習慣がある。

(2) 香港学生を対象としたアンケート調査

アンケートは香港学生および引率教員の計12名に対し、①食事で重視する項目、②「北海道」からイメージされる食材、③「北海道水産物」に対するイメージについて伺い、一部の水産物の試食も各漁業協同組合の協力により実施し、④試食品に対する評価を尋ねた。アンケートの概要と主な調査結果を以下に示す。

実施日：2014年6月23日

対象：計12名（香港学生10名、引率教員2名）

※対象学生は全員実家からの通学者

試食品：ホッキ貝、タラコ（苫小牧漁業協同組合）

サラ貝（いぶり中央漁業協同組合）

① 「食事で重視する項目」

食事で重視する項目について、図1に示す「味」「健康」「栄養」「コスト」「量」「ブランド」の6項目の選択肢からあてはまるものを3つ選択し回答してもらった。その結果、全員が「味」を選択し、次いで「健康」、「栄養」の順となった。前述したように香港では味に対する評価が厳しく、「医食同源」の食文化が確認できる。

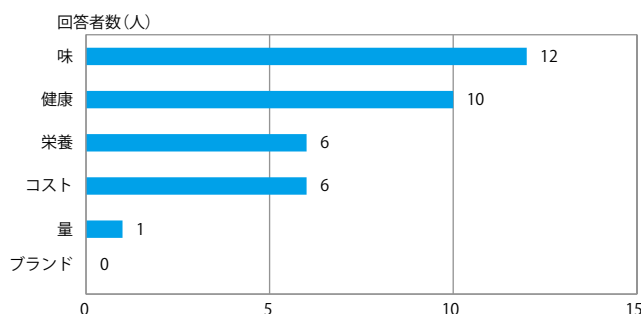


図1 食事で重視する項目 (3項目選択回答)

② 「北海道」からイメージされる食材

「北海道」というキーワードからイメージされる食材17項目よりあてはまるもの全て選択回答してもらった(図2)。最も多かった回答は「カニ」「牛乳」であった。次に多かったのは「ホタテ」「ホッキ貝」「ウニ」であり、水産物のなかでもこれらの商品は「北海道ブランド」としての認知度が高いことがわかる。

③ 「北海道水産物」に対するイメージ

図3には「北海道水産物」に対するイメージについてあてはまる項目全てを選択してもらった結果を示す。「新鮮」「味が良い」「質が良い」「安心・安全」などの大変良い印象であることがわかる。

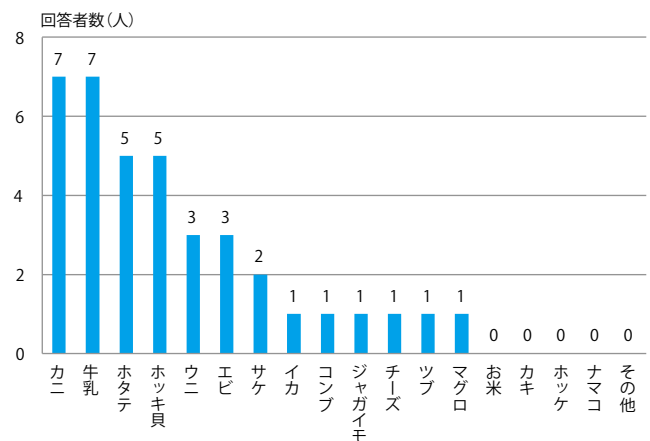


図2 「北海道」からイメージされる食材

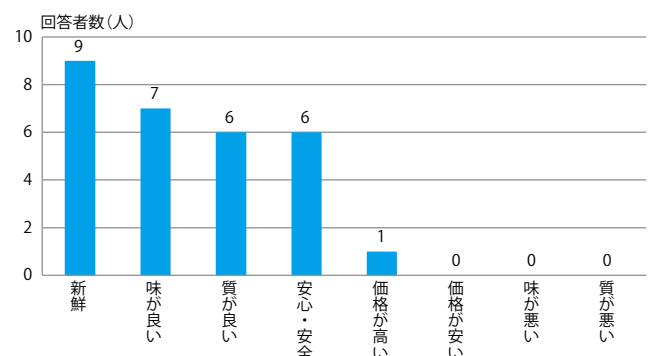


図3 「北海道水産物」のイメージ

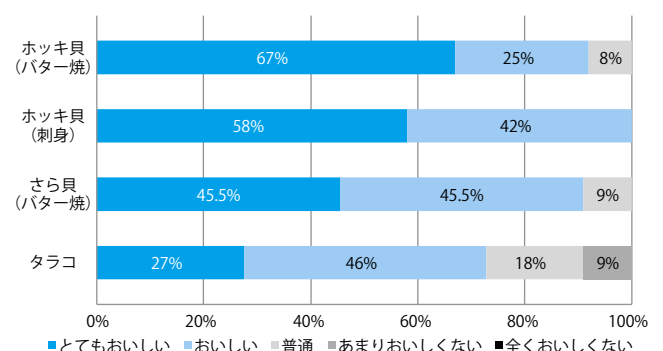
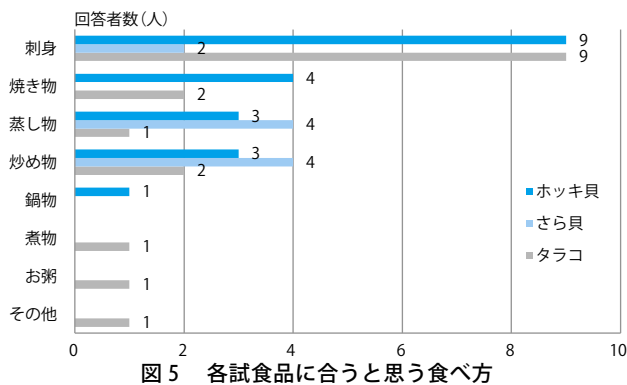


図4 各試食品の評価

④ 試食品に対する評価

試食品は各漁業協同組合の協力を得て、ホッキ貝、タラコ（苫小牧漁業協同組合）、サラ貝（いぶり中央漁業協同組合）とした。これらの試食品に対し、**図4**に示すように「とてもおいしい」から「全くおいしくない」の5段階評価としたが、いずれの試食品にも「全くおいしくない」の回答は皆無であった。**図4**の横軸は回答数を総人数（12名）で除して全体の割合で表している。最も評価が高かったのはホッキ貝のバター焼き、次はホッキ貝の刺身であった。**図5**に「各試食品に合うと思う食べ方」をあてはまる項目を全て選択してもらった結果を示す。**図4**の結果においても評価が高かったように、ホッキ貝は「刺身」が合うという回答数が最多であった。



3 香港への輸送手段

ここでは、北海道内の中小企業や漁協などが直接香港からの注文を受け小口で輸出することを想定して、北海道から香港向けの既存の国際小口冷蔵・冷凍空輸便の輸送サービスを**表1**に示す。ここで、表内の最上段にあるHOP1とは、北海道国際輸送プラットフォーム²⁾推進協議会（事務局：北海道開発局、北海道、札幌大学）が取組の一つとして開始した小口冷蔵・冷蔵混載輸送サービスである。HOP1サービスは、北海道内どこからでも台湾・香港・シンガポール・マレーシアの店先または軒先まで、荷物1箱から冷凍・冷蔵を含む温度帯で荷物が集荷されてから最短2日で輸送するもので、輸送と海外取引にかかる各種手続きはヤマト運輸が行うものである。これまで、小口の輸出を

始めるにあたり、海外取引が不慣れな業者にとっては、検疫・通関などの手続きが煩雑、小口輸送を取扱う業者が少ない（あるとしても輸送料金が高額）などの課題があったが、HOP1サービスはこれらの課題を解消するものである。

表1より集荷回数はA社とB社が毎日受付けており、HOP1とC社は週1回の集荷である。15kgサイズを輸送する場合の単価はB社が最安値であるが、香港到着時には香港国際空港にて荷物の引取りが必要なため手間と費用がさらに必要となる。また、B社の輸送の最小単位は45kg以内（約3万円）であり小規模の取引には不向きである。一方、HOP1は通関料や現地（香港）での配達料も表内の価格に含まれており、輸送に必要なInvoice（送り状。外国貿易で荷送人が作成する明細）等の書類もヤマト運輸が代行して作成する。そのため、価格、手続きの容易さから小口の海外輸送にあたりHOP1は比較的に利用しやすいといえる。

以上より後述する個人顧客向けの試食会では**表1**の既存の輸送サービスのうち、HOP1を用いて食材を輸送することとした。

表1 既存の国際小口冷蔵・冷凍空輸便

	集荷回数	輸送所要日数	15kg輸送時の単価	冷凍	冷蔵	香港到着後の対応
HOP1	週1	2~5日	11,880円	○	○	配達先まで輸送
A社	毎日	3~4日	26,950円	○	○	配達先まで輸送
B社	毎日	3~4日	10,000円*	○	○	空港で引取りが必要
C社	週1	3~4日	17,400円	○	○	配達先まで輸送

*B社は最小単位が45kg以内：約3万円からの価格設定であり、表の値は比較のため15kgに換算した価格である。

4 レストランオーナーへのヒアリング調査

(1) 調査対象店舗

香港で開業しているレストランオーナー（寿司店2店、居酒屋1店）にHOP1サービスなどの小口輸送による北海道水産物の購入可能性についてヒアリング調査を行った。平成26年10月31日「すし廣 コースウェイベ 銅鑼湾本店」、11月2日に「京笹（居酒屋）」、「鮭銀座おのでら」に伺った。すし廣は中級クラス、鮭銀座おのでらは高級クラスの寿司店である。

(2) ヒアリング内容

- ・ 香港人の嗜好として、刺身好き、貝好きである。刺身はサーモン、ハマチ等脂身がある魚種が好まれる。産地は他県の場合は「博多」など地名の方がわかりやすいが、「北海道」は北海道内の地名よりは「北海道産」という大きな括りで評価されている。
- ・ 取扱われている北海道水産物は、北海道にある寿司店とほぼ同じ品揃えである。香港でも問題なく入荷できる。
- ・ 香港までの水産物の入荷経路は、大別して①「香港の貿易会社からの購入」、②「日本の卸売市場の業者へ注文」の2つがある。いずれも業者からレストランオーナーへの情報発信はSNSが利用され、その日の価格表、お買い得品、旬のお勧め品、市場の商品写真が毎日配信され、注文を受けた翌日には配達可能である。
- ・ 上記経路①では発注システムが複数あり、例えば香港内に水槽や冷蔵庫を保有し小口（数枚、数個）の注文にもその日のうちに素早く対応する。②は①より日本全国に渡る幅広い水産物の注文が可能である。市場は主に築地、大阪、九州を主として利用している。また、本社が日本にある飲食店の場合、本社が市場からまとめ買いをし、日本の支店と香港の支店向けに発送する、あるいは自社便で香港の店舗に発送等、複数のルートがある。各レストランでは、その日の価格、取扱商品、天気予報からシケによる影響を推測して①または②のルートから取引先を使い分けて注文している。これらの仕入れルートによりレストランでは在庫を抱える必要がなく、毎回の注文する量は数日以内に消費できる程度ですむ。
- ・ 輸送システムや梱包方法は築地市場のものは非常に良い。築地では夜に注文したものが、翌朝の競りで購入され、羽田または成田から午前の香港便に乗り、夕方香港に到着し、夜の営業前には店に配達される。北海道は直行便を利用した際でも、夕方便しかないため築地より最低1日は多く要する。また、北海道は海外への輸送（長時間輸送）に不慣れな業者も多く、国内輸送時と同じ方法で梱包され、鮮度

落ちしている場合もある。

- ・ 香港では「新鮮さ」が重視され、「活のもの」は特に好まれる。新鮮さのアピールとして商品提供時のパフォーマンスにもなるため、活輸送の需要度は高い。
- ・ 産地から流通まで、高鮮度高品質を維持して出荷できるレベルに達せるか、飲食店のニーズに対応して出荷できるかが求められている。香港は世界各国から、様々な食材が輸入され、北海道からの水産品も多く出回っているため、産地はいかに魅力的な食材を出せるかが輸出拡大に対する課題である。

5 個人顧客を対象とした試食会・ヒアリング調査

個人顧客を対象に香港の一般家庭にホッキ貝、サラ貝、室蘭のブランドホタテ貝（蘭扇）を送付し、2015年3月14日に男性4名、女性2名、計6名の香港人を対象に試食会を実施した。各貝の輸送にはHOP1サービスを利用し3日間要したが、ホッキ貝、サラ貝の鮮度は良好であった。ホタテ貝は13枚送付したが通関時の食品サンプル検査（ランダム）により7枚（約1kg）採取されたため、到着したのは残り6枚であった。ホタテは一度開封され、箱内の温度が外気温に触れたせいか活力も落ちていた。そのため当初予定していた「ホタテ貝の刺身」ではなく素焼きで提供した。

(1) 試食会について

表2に各試食品とその評価を示す。最も評価が高かったのは「ホッキの刺身」（湯通しせず生の状態）であった。冷凍のホッキ貝（カナダ産）は香港のスーパーの寿司・刺身コーナー、冷凍食品コーナーでも販売されており、ホッキ貝は一般的な食材である。しかし、生の刺身、殻付の活のものは参加者全員が「初めて見る」と答えた。そのため、貝のむき方、食べられない（取り除く）部位、火加減などの調理方法がわからないという意見が多かった。サラ貝は大きさや味が

表2 試食品評価

食材	試食品（提供方法）	評価
ホッキ貝	・ 刺身(湯通し無) ・ ホッキのフライ	・ 刺身が非常に好評 ・ 「活ホッキ貝」は香港では見たことがない ・ 「活ホッキ貝」の調理方法はわからない
サラ貝	・ サラダ ・ 酒蒸し ・ チーズのオープン焼	・ 「はまぐり」「あざり」に似ている ・ 白い外観と平たい形状が面白い ・ 香港ではあまり見ない
蘭扇 (ホタテ貝)	・ 素焼き ※予定していた刺身は中止した	・ 貝のサイズが大きい ・ 香港でもホタテは一般的な食材

香港でも親しまれている「はまぐり」や「あさり」と似ているため、調理法や味についてよりは、白い外観と平たい形状が話題になった。ホタテ貝（蘭扇）は蘭扇の特徴でもある貝柱の大きさを活かした新鮮な刺身を提供できず「新鮮さ」「目新しさ」に対する評価は得られなかった。しかし、貝の大きさに対しての評価は高く、香港では中国産（青島など）の活ホタテ貝は生鮮市場などで売られているが、蘭扇と同等サイズのものあまり無いようである。

(2) 北海道水産物の購入に対する関心について

試食会の参加者に「北海道水産物をオンライン購入で自宅まで直接配送するサービス」の利用可能性についてヒアリング調査を実施した。

- ・ 北海道産は「新鮮」「おいしい」「安全」「高品質」というイメージがあるが、「価格が高い」印象もある。
- ・ 以前、小樽に行って食べたホタテ貝が大きくておいしかった。その場で購入したかったが、旅行中であり、香港まで持ち帰るのは難しいと思い止めた。香港帰国後、同等サイズのものを探してみたが、香港では見つけられなかった。価格次第では購入したい。
- ・ 活ホッキ貝やサラ貝は香港では見たことがない。ホッキ貝の刺身は新鮮で非常においしかった。しかし、調理法や他にどんな料理に使えるのかわからない。特に殻付ホッキ貝は貝のむき方や適切な加熱時間を見極めるのが難しそうに見える。

以上より、北海道水産物に対して非常に興味はあるが、購入するか否かは「価格」と「品質の良さ」次第というのがわかり、前述した「価格にシビアだが良いものにはお金を出す」といった香港人の特徴を表している。

6 今後の課題

本稿では香港のレストランオーナー、個人顧客（学生含む）を対象に行ったヒアリング調査結果を報告した。ここでは今後の取り組みに向けた対策として1)輸出システムの構築と2)広報宣伝活動の2点から提案する。

香港レストランを対象とする場合、鮮度が良いうちに食材を使い切ることが必要となるため、小口（2kg程度）で多品目での提供が求められる。さらに、到着

時に鮮度や商品が不良だった場合、通関時に食品サンプルとして採取された場合等に迅速な対応が必要になる。輸出ルートとしては、既存の築地などの販売ルートに便乗する方法もあるが、産地との価格競争や、集荷から到着までの日数が余計にかかり鮮度保持上問題が生じる。これらの課題の対策として、香港現地において冷蔵倉庫や蓄養水槽をもつ北海道の生鮮品を香港で集約する拠点を設置し、現地に対応可能な輸出システムの構築を提案したい。他県では、香港に倉庫を所有し果物・野菜等を出荷している事例も既にある。これには各事業者が個別に取組むのではなく、「北海道」として、販路や水槽・冷蔵庫などのハードも持ち合わせた既存の香港商社を利用するなどして、北海道の生鮮品流通の中継的な役割を担うことで利便性が向上し、さらに可能性が広がると考えられる。一方、個人顧客においても、前述したようにヒアリング内で「観光した際に食べたホタテを購入したかった」という意見や、香港では旧正月等に食品を贈る習慣があることから、旅行者への「お土産」としての販売強化とオンライン販売との連携が期待できる。

2点目に、広報宣伝活動としては、これまで九州、四国などは自治体が一丸となり継続的に宣伝を行ってきたことで、香港におけるシェアを伸ばしてきている。今後は北海道全域で自治体、事業者が一体となり広報活動や売込みを行っていくことが輸出拡大への大きな鍵となると考えられる。

謝辞

本研究の調査では、苫小牧漁業協同組合、いぶり中央漁業協同組合、室蘭漁業協同組合の方々のご協力を頂いた。ここに記して深く感謝の意を表する。

参考文献

- 1) JETRO日本貿易振興機構、「香港消費者の日本食品に対する意識調査報告書（香港在住20歳代から50歳代男女へのアンケート調査）」、2012年3月、日本貿易振興機構農林水産・食品部農林水産・食品調査課
- 2) 国土交通省北海道開発局、「北海道国際輸送プラットフォーム」、http://www.hkd.mlit.go.jp/zigyoka//z_kowan/platform/index.html
※ 松尾優子・片石温美「輸送先の風土を考慮した北海道水産物の海外販売戦略に関する研究」2015「北海道開発協会平成26年度助成研究概要・詳細（一財）北海道開発協会ホームページ」