

感謝の心をこめて

Challenge & Smile



平成26年10月30日

No. 14-215

株式会社 いよぎん地域経済研究センター

## 愛媛の養殖魚輸出の現状と今後の見通し

～大魚に育て！愛媛の養殖魚輸出～

株式会社いよぎん地域経済研究センター（略称IRC、社長 山崎 正人）では、愛媛の養殖魚輸出の現状と今後の見通しについてとりまとめましたので、下記のとおりお知らせいたします。なお、詳細は、2014年11月1日発行の「IRC Monthly」2014年11月号に掲載いたします。

記

### 【調査要旨】

- ・愛媛は魚類養殖の生産量・生産額ともに全国1位で、マダイの生産量・生産額は1位、ブリ類は生産量・生産額ともに鹿児島に次いで2位となっている。
- ・県内商社（8社）へのヒアリングによると県内養殖魚の昨年の輸出量（推計）は1,903トンで、地域別ではアジアが1,469トンで最も多く、北米が396トンでこれに続いた。輸出額（推計）は18億3,800万円で、地域別ではアジアが12億2,500万円で最も多く、次いで北米が5億5,900万円であった。国別では、マダイの輸出が多い韓国が輸出量・額ともに最も多かった。
- ・養殖魚の輸出に取り組む理由としては、「日本の養殖魚の需要が海外にある」、「国内は人口減少などにより魚の消費量も減少していくため産地を維持していくには輸出が必要」などの声があった。
- ・今後の輸出方針を尋ねると、全ての商社が「輸出を増やしていきたい」と答えた。生産者のなかには「輸出にこだわらない」との声もあったが、多くの生産者が輸出は必要と考えているようだ。
- ・輸出に取り組む上での留意点としては、輸出先によって衛生基準・検疫による規制などが異なる、対EUHACCP認証取得のハードルが高い、輸出先によって食文化が異なる、産地間で価格競争がある、が挙げられた。
- ・輸出拡大に必要なことは、①養殖魚を輸出しやすい環境づくり、②対EUHACCPの認証取得、③日本料理・日本の養殖魚の認知度向上、④オールジャパンでの取り組み、である。
- ・日本の養殖魚の需要がある、あるいは将来的に見込める国・地域のマーケット調査や料理法の紹介などを通して、愛媛の養殖魚が世界に広まっていくことに期待がかかる。

以上

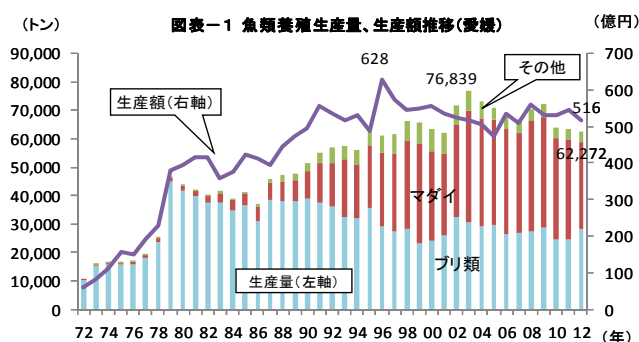
私たちはチャレンジします。みなさまの笑顔のために。

NEWS RELEASE

株式会社 **伊予銀行** 愛媛県松山市南堀端町1番地 〒790-8514 TEL(089) 941-1141

## 1. 愛媛の魚類養殖

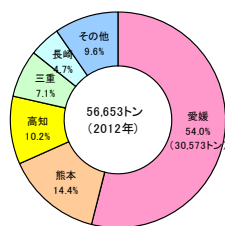
愛媛は魚類養殖の生産量・生産額ともに全国1位で、代表的な魚種はマダイとブリ類（ハマチ、カンパチなど）である。生産量は、2000年代初めまでは、増減しながらもマダイなどの伸びにより増加傾向で推移していたが、03年の7万7千トンとピークに減少傾向にあり、12年は6万2千トンとなっている。生産額も魚価の低迷などにより、96年の628億円をピークにやや減少するも、近年は520億円程度で推移している（図表-1）。



資料：中国四国農政局松山統計情報センター「愛媛農林水産統計年報」  
愛媛の2012年のマダイの生産量、生産額はそれぞれ3万1千トン、268億円でともに全国1位となっている（図表-2、3）。

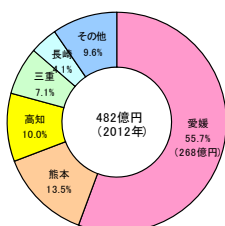
ブリ類はそれぞれ2万8千トン、198億円でともに鹿児島に次ぐ全国2位となっている（図表-4、5）。

図表-2 都道府県別マダイ養殖生産量の内訳



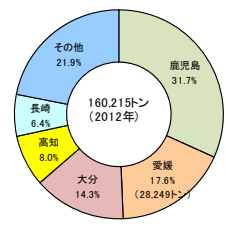
資料：農林水産省「漁業・養殖業生産統計」

図表-3 都道府県別マダイ養殖生産額の内訳



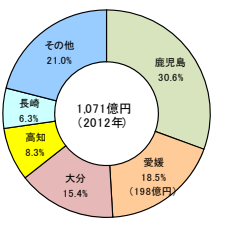
資料：農林水産省「漁業生産額」

図表-4 都道府県別ブリ類養殖生産量の内訳



資料：農林水産省「漁業・養殖業生産統計」

図表-5 都道府県別ブリ類養殖生産額の内訳



資料：農林水産省「漁業生産額」

## 2. 愛媛の養殖魚輸出

養殖魚輸出の現状を把握するため、県内に事業所・加工場があり、養殖魚の輸出に取り組んでいる事業者（商社・生産者）にヒアリングを実施した。

### (1) 県内養殖魚の輸出先・輸出量・輸出額（推計）

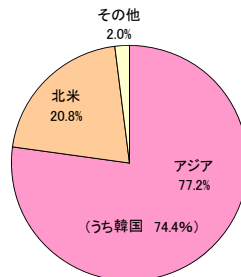
ヒアリングをもとに推計した結果、県内養殖魚の昨年の輸出量は1,903トンで、地域別ではアジアが1,469トン（77.2%）で最も多く、北米が396トン（20.8%）でこれに続いた。

国別では、マダイの輸出が多い韓国向けが1,415トンで、全体の7割強を占めた。魚種別では、マダイが約1,400トン、ブリが約450トンであった。なお、量はわずかだが、これら以外にも、中国やシンガポール、タイなどアジア諸国にはマダイやブリ、マグロ、クエなどが輸出されている。

輸出額は18億3,800万円で、地域別ではアジアが12億2,500万円（66.6%）で最も多く、北米が5億5,900万円（30.4%）でこれに続いた。魚種別では、マダイが約11億2,300万円で全体の6割強を占め、ブリが約6億5,200万円でこれに続いた（図表-6、7、8）。

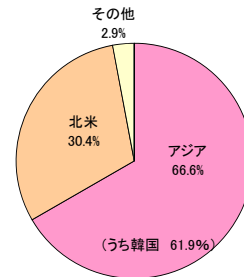
マダイ・ブリともに、韓国向けは松山税関支署宇和島出張所を通過している。その他の輸出先へは、ブリは多くが福岡で通関、近年では松山で通関するケースも増えている。輸送方法は、韓国向けはマダイ、ブリともに活魚で、北米向けは冷凍が最も多いようだ。

図表-6 輸出量の地域別内訳



ヒアリングをもとにIRC作成

図表-7 輸出額の地域別内訳



ヒアリングをもとにIRC作成

図表-8 県内養殖魚の主な輸出先別・魚種別の年間輸出量・輸出額(推計)

輸出先	魚種	量(トン)	金額(百万円)
アジア		1,469	1,225
韓国	マダイ	1,365	1,102
	ブリ	50	35
	その他	54	88
		396	559
北米	マダイ	35	21
	ブリ	346	529
	ヒラメなど	15	9
その他	マダイ、ブリなど	38	54
	合計	1,903	1,838

ヒアリングをもとにIRC作成

輸出に取り組む理由としては、「日本の養殖魚の需要が海外にある」、「国内は人口減少などにより、魚の消費量も減少していくため産地を維持していくには輸出が必要」などの声があった。

## (2) 今後の方針

今後の輸出方針を尋ねたところ、全ての商社が「輸出を増やしていきたい」と答えた。その理由としては、「日本は人口減少局面に入り、1人当たりの魚介類の消費量も減少しているため、国内市場の縮小は避けられない」や「生産量や価格を維持していくには輸出量を増やさなければならない」といった意見が多く、「日本食への関心の高まりから日本の魚に対する需要は増えており、国内よりも価格交渉の余地がある」といった声や「国内の価格競争を避けるために輸出は必要」といった声もあった。

また、生産者に養殖魚の輸出について尋ねたところ、「輸出用の養殖魚は国内で流通するものより大きなサイズであるため養殖期間が長くなり、赤潮のリスクにさらされることになる。また、産卵期に落ちた重量を戻すために時間とコストがかかる。これらを考えると輸出にこだわらなくてもいい」という声もあったが、ヒアリングした多くの生産者が養殖魚の輸出は必要であると答えた。その理由として「輸出することにより、国内の流通量が減り、相場の上昇に繋がる」、「国内の消費量が減少しているため」という声があった。

## (3) 輸出に取り組む上での留意点

### A. 輸出先によって衛生基準・検疫による規制などが異なる

輸出先によって検疫手続きや表示規制が異なったり、衛生証明書や原産地証明書の添付が必要であっ

たり、また養殖で使用可能な薬品が異なるといった点があり、商社や生産者は、国・地域ごとに異なる各種規制に対応するため多くの時間を割き、コストをかける必要がある。

### B. 対 EUHACCP 認証取得のハードルが高い

ヨーロッパに水産物や同加工品を輸出するには対 EUHACCP 認証が必要であるものの、現在、認証を取得している水産加工施設は全国で 30 (2014 年 9 月 24 日現在) にとどまり、そのうち養殖魚加工の認定を受けている加工施設は愛媛の 1 施設を含めて 4 つしかない。

県内業者の中には「審査が必要以上に厳しい」、「審査に時間が掛かる」といった声があった。

### C. 輸出先によって食文化が異なる

輸出先により食文化や嗜好が異なるため、高品質な養殖魚でも販売が困難な場合がある。

ブリは世界的な寿司ブームもあり、流通名ハマチがそのまま「HAMACHI」として通じる食材になっている地域もある。一方マダイは、韓国では刺身食材として一定の需要があるものの、その他の地域での需要は拡大していない。

### D. 産地間で価格競争がある

「現地の人にとっては愛媛産や九州産など関係なく、産地間で価格競争になっている」という声があった。特に、香港やシンガポールなど他の国と比べて輸入規制が少ない国では価格競争が起きているようだ。

## 3. 輸出拡大に必要なこと

### (1) 養殖魚を輸出しやすい環境づくり

各種証明書の発行など国内で行われている手続きに関しては、業界団体などから県・国などに積極的に働きかけ、輸出しやすい環境を整えていく必要がある。

最近の例をあげれば、中国への水産物輸出に際し必要な衛生証明書の発行手続きが、全国養殖魚輸出振興協議会などの取り組みにより簡素化された。それまで県内の商社は、神戸などにある一般財団法人

日本冷凍食品検査協会が発行する中国向け水産物輸出の衛生証明書を取得していた。しかし、本年1月から県内の6保健所でも同証明書を発行できるようになり、事業者の時間や労力、コスト削減に繋がっている。

## (2) 対 EUHACCP 認証取得

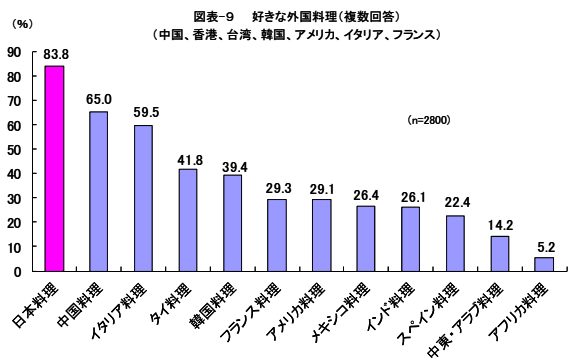
対 EUHACCP は、これまでの厚生労働省に加え、10月8日より水産庁でも認定できるようになり、今年度中に1号案件が認証される見込みである。厚生労働省も速やかな認証に努めたいとしており、窓口の増加、事務手続きの迅速化、加えて施設改修費の助成など、認証取得に向けた環境が整いつつある。

ヨーロッパへの輸出を考えている企業にとってはまさに好機であり、これを機会に認証取得に積極的に取り組む必要がある。単独で困難であれば共同組織などでの取り組みも考慮する必要があるかもしれない。認証取得が進めば、今後のヨーロッパへの輸出が拡大する可能性がある。また、認証取得により企業価値が高まるため、その他の国・地域への輸出も拡大する可能性がある。

日本の水産物を世界に普及させるためにも、今回のような制度・政策面の支援により、事業者の負担を軽減していくことが今後も求められる。

## (3) 日本料理・日本の養殖魚の認知度向上

独立行政法人日本貿易振興機構（ジェトロ）の調査によると、海外7カ国の日本食経験者の8割が日本料理を好きと回答しており、好きな日本料理メニューは寿司・刺身との結果が出ている（図表-9）。



寿司・刺身を選んだ人が好む寿司ネタ・刺身とし

ては、サーモン (12.8%)、マグロ (11.3%) の人気が高く、マダイは6.6%、ブリは4.7%であった。しかし、マダイは韓国で11.0%、ブリはアメリカで10.1%と人気が高い。いずれの魚種も日本からの輸出が多い国では認知度が高く、好まれていることが分かる。

アンケート結果から分かるのは、“一度でも日本食を口にしたことがある人は、基本的に日本食を好んでいる”ということである。まずは日本食に興味を持ってもらい、口にする機会をつくることが重要である。近年、世界的に日本食・和食が注目されており、今はまさに好機と言える。

## (4) オールジャパンでの取り組み

長期的な視点が必要になるが、国をあげて水産物の輸出に取り組む必要もある。まずは、日本の安全・安心で品質の高い養殖魚を世界中の人に知ってもらうために、マーケット調査や日本の養殖魚のブランド力向上が必要となる。農林水産省もオールジャパン体制の強化を打ち出し、産地間連携の促進、国家的マーケティングの検討などを掲げている。

ヒアリングでも「1つの企業ではノウハウや輸出業務、広告宣伝などをこなせる人材の育成に限界がある。日本全体での取り組みが必要」という声もあった。

## 4. おわりに

養殖業界は、餌料価格の高騰や、魚価の低迷により厳しい状況が続いている。国内では人口減少のみならず、魚離れも進んでおり、先行きは必ずしも明るくはない。

しかし、海外に目を向けると、欧米諸国における健康志向の高まりや、新興国の経済発展に伴い水産物の需要は伸びており、輸出拡大の可能性は十分にある。日本の養殖魚の需要が現在、あるいは将来的に見込める国・地域のマーケット調査や料理法の紹介などを通して、愛媛の養殖魚が世界に広まっていくことに期待がかかる。

(川原 隆司)