

## ◆ 流通・加工対策事業

# 県産水産物の国際マーケット情報発信事業

水産海洋技術センター 牧野清人

### 1. 目的

沖縄県産水産物は、モズク、クルマエビ、マグロ等、国内でも上位の生産量を上げているが、平均単価の推移は不安定である。また、県内各地域において、安定的に水揚げされるが県内外の取引では高値が付かない魚種も多い。今後漁業者や漁協が利益を拡大し安定した経営を維持するためには、新たな販路開拓が必要である。現状では、県産水産物の海外需要に関して、産地と海外マーケットの相互において情報が少なく、今後、県内で安定確保できる水産物に対し、海外において新たな需要の開拓が期待できる。本事業では、近年成長著しく、日本食への関心が高いとされる、シンガポール等のアジア圏への地理的優位性を利用し、県産水産物のテストマーケティングを行うことにより、将来的な国際的販路の拡大に繋げることを目的とした。

### 2. 方法

本事業は県農林水産部流通加工推進課よりおきなわブランド情報発信強化推進事業の位置付けとして委託事業費を受け、(株)アンカーリングジャパンに業務委託し、水産海洋技術センターが企画および進捗管理を行った。事業実施期間は平成27年9月10日から28年3月31日までであった。

#### 1) 県産水産物の海外輸出可能性の検証

県内の全漁業協同組合に対し、県産水産物の販路拡大を目的とする国際マーケット進出についてヒアリングおよび現地調査を行った。

#### 2) テストマーケティングによる情報発信

1) の結果を基にテストマーケティング対象品目を特定し、シンガポールの五つ星ホテルまたはレストランを含む飲食店11店舗へ提供する

と共に、これについてアンケートを実施した他、その後の取引の有無について確認した。なお、水産物の出荷は沖縄国際物流ハブ活用推進事業により、ANAカーゴ社のコンテナ輸送により行った。

#### 3) ヤイトハタ活魚の夏場における水無し輸送試験

9月および10月に水産海洋技術センターにおいて沈静化处理した養殖ヤイトハタを専用の輸送箱に梱包してシンガポールへ輸送し、到着までの輸送時間および生残状況について確認した。

### 3. 結果

#### 1) 県産水産物の海外輸出可能性の検証

県内42漁協に対する現地調査の結果、海外マーケットを視野に入れているが5漁協、海外マーケットに出せるほどの漁獲量なしが30漁協、その他販路拡大の計画なしあるいは回答なしが10漁協であった。そこで、海外マーケットを視野に入れている5漁協と調整した結果、以下の4漁協を選定し、対象品目の海外へのテストマーケティングを実施した。

伊平屋村漁協：ヤイトハタ

那覇市沿岸漁協：キハダマグロ、ビンチョウマグロ、メバチマグロ、ソデイカ、メカジキ、ウメイロ、ニザダイ

八重山漁協：ヤイトハタ

クルマエビ漁業協同組合：クルマエビ

#### 2) テストマーケティングによる情報発信

サンプル提供した店舗および提供した魚の形状は以下の通りであった。

魚問屋國丸食堂、GASTRO FUJIYAMA、Create restaurants Asia Pte Lt.、NUSS、Japan Foo

dHolding Ltd. Raffles marina Ltd、Mandarin orchard Hotel、L'Operetta group Pte Ltd. Shangrila Hotel、Fort Canning Hotel Boon

ビンチョウマグロ：ラウンド

キハダマグロ：四つ割り

メバチマグロ：四つ割り

メカジキ：冷凍

ソデイカ：冷凍

ヤイトハタ：ラウンド、セミドレス

クルマエビ：活、冷凍



ビンチョウマグロ（那覇市沿岸漁協）

取り扱っていただいた店舗の内、魚問屋國丸食堂シェフのアンケート回答は以下の通りであった。

Q1. 鮮度について

A1. 非常に良かった

Q2. 調理方法

A2. ビンチョウマグロ→海鮮丼、カルパッチョ、ソテー

メバチマグロ→海鮮丼、カルパッチョ、鉄火巻

Q3. 現地の客の反応

A3. 反応は良かった

Q4. 今後も取り扱いたいか

A4. 価格が合えば使いたい

Q5. 継続購入の場合の希望価格は

A5. 2,000円までの範囲内

Q6. 国内での需要の可能性

A6. どちらとも言えない

Q7. その他ご意見

Tat Bar and dine

A7. インドネシア等、近隣諸国で同種が水揚げされ、価格が安い。沖縄の魚を売り込むのであれば、鮮度の可視化等で差別化が必要



図1. ビンチョウマグロのカルパッチョ（魚問屋國丸食堂）



図2. ビンチョウマグロ海鮮丼（GASTRO FUJIYAMA）



図3. ヤイトハタスープ（GASTRO FUJIYAMA）



図4. 輸送前の活クルマエビ（白水水産）



図6. ヤイトハタ活魚の沈静化



図5. クルマエビ網焼き、刺身  
（シンガポール会員制レストラン）



図7. ヤイトハタ活魚梱包状況



図8. ヤイトハタ唐揚げ  
（シンガポール会員制レストラン）

### 3) ヤイトハタ活魚の夏場における水無し輸送試験

1回目：9月16日（1kgサイズ20尾輸送）

水産海洋技術センターにて梱包作業（日本時間11:30）→ANAカーゴ社搬入（01:00）→シンガポール着（10:00）→現地ホテル着（19:00）。梱包から開封までの時間：およそ18時間30分。

生残数：0尾。

2回目：10月8日（1.3kg9尾輸送）

水産海洋技術センターにて梱包作業（12:30）→ANAカーゴ社搬入（02:00）→シンガポール着（10:00）→現地ホテル着（17:00）。梱包から開封までの時間：およそ16時間。  
生残数：2尾。

### 3. 考察

近年、和食が無形文化遺産に登録されるなど、日本料理が海外においてブームになっており、水産物の品質も高く評価されている。今回、国際物流ハブ活用推進事業を利用したことにより、県産魚を使用した海鮮丼やたたき等、生食の料理として、テストマーケティングを行ったシンガポール内のホテル、レストラン等で提供できた。また、輸送した県産魚はこれら取扱店舗で高い評価を得ただけでなく、現在も那覇市沿岸漁協との間でマグロ、ソデイカ等、継続して取引が行われている。今後、多くの魚種で、新鮮さやトレサビリティー

等の付加価値を明確にし、諸外国と差別化することにより、アジア圏での消費マーケットが拡大してゆく可能性が高いと考えられる。

しかしながら、沖縄県における水産の現場では、漁獲量が天候に左右されることや、近海、沿岸魚種の資源量の減少、担い手不足など、生産性の問題を抱えている。また、多くの漁協で加工場、保冷库などの施設が整備されていないなど、大量な漁獲物のストックが出来ないことにより、供給できる数量が限られている。今回主にテストマーケティングを行ったシンガポールには、大型ホテルや高級料理チェーン等、高品質な水産物を取り扱う場所が数多く存在し、ヤイトハタにおいては常に1週間あたり1t以上の需要が見込まれる。こうした海外マーケットの需要に対し、ヤイトハタの年間生産量が100t未満と水揚げ量の限られている沖縄県において、水産物供給のアンマッチが発生しており、これは他の水産物においても同様な問題と考えられる。また、漁協で水揚げされた魚を原体で輸送せざるを得ないのが現状であり、マグロのブロックや近海魚のフィレー等の需要にうまく対応できていない。さらに、日本と海外との休日の違いにより、荷受側の国が休日の場合には、税関を含む政府機関が機能していないため、魚の鮮度を優先して輸出したくても輸出できないといった事象も発生している。今後国際マーケットへの供給を拡大するためには、これら諸問題の解決による可能な限りの生産量増に加え、保冷库や加工場等の施設整備が必要と考えられる。

為替の問題については、適切な為替リスク管理とヘッジ手法の選択が重要となる。非常に競争力のある商材を輸出できるのであれば、たとえ中小企業であっても、円建てで契約し、為替リスクを輸入相手に負担させることが可能となる。そのためには輸出競争力の高い商材を生産する必要があり、今後ASEAN諸国の安価で大量生産されている魚種と差別化した新鮮、安全、美味しい「沖縄の魚」としてのブランドディングが急がれる。

物流に関しては、日本と海外の休日および行事の違いにより、海外の受注日にANAカーゴが運休

しており、輸出できないといった事象が発生した。また、カーゴ便がシンガポールに到着し、税関通過後の荷受時において商材であるビンチョウマグロの箱の破損も相次いで発生し、これにより一度の輸送で7~8箱あるビンチョウマグロの貨物のうち4~5箱が破損していた。また、ヤイトハタの水無し活魚輸送試験において、空港到着から受け取りまでに長時間を要し、これにより生残の限界である輸送時間（14時間）を大幅に超えてしまい、多くが死んでしまう結果となった。輸出業者としては商材としての県産魚を新鮮な状態で届けることに努力しているが、今回のように輸送の度に5~6割の割合で破損したり、空港到着後の受け取りに時間を要しては、最速でアジアに輸送できても意味を成さなくなってしまう。今後、国内外での鮮魚輸送の取扱いの周知徹底が急がれると共に、更なる国際マーケットへの輸出を見越した様々な物流システムも視野に入れる必要がある。