

近年の水産物輸出動向及び輸出拡大に伴う 国内産地への影響

—ホタテガイと養殖ブリの事例—

食料領域 上席主任研究官 高橋祐一郎・研究員 天野 通子

我が国の水産物輸出は、近年の海外での水産物消費の増加や日本食ブームの広がり等を背景に2019年では2,873億円に拡大し、これは農林水産物・食品輸出金額全体の31.5%を占めています。本稿では、水産物の中で最も輸出金額が大きいホタテガイと、海外の日本食市場の寿司や刺身食材として輸出を活性化させている養殖ブリについて、輸出動向及び輸出拡大に伴う国内産地への影響に関して考察した結果を紹介します。

1 ホタテガイ

2019年のホタテガイの輸出は、生鮮・冷凍品が84千トン、447億円、ボイル等の調製食料品が12千トン、76億円、干し貝柱（他の品目の干し貝柱も含む）が0.8千トン、80億円です。このうち生鮮・冷凍品は、2010年代までは5～12千トン、90～113億円程度で推移していましたが、2012年から中国向けが急激に増加し、2019年の中国への輸出は70千トン、268億円です。この理由は、中国における国産ホタテガイと同種の貝（蝦夷扇貝）の減産が続いているからです。原因は、主要産地である遼寧省大連市の沖にある獐子島（しょうしとう）付近の海洋環境の悪化と言われています。

中国に輸出されるホタテガイの多くは、両貝（水揚げされた成貝）を洗浄、選別、冷凍した冷凍両貝

と呼ばれる形態です。中国では、これを中国料理の食材として消費するほか、解凍の際に保水作用がある食品添加物のリン酸塩水を高濃度で用いることで、水分で体積と重量を増加させる処理を行った貝柱を再冷凍して、大きな食材を好む米国等に再輸出しています。

中国への輸出の増加に伴い、産地価格は上昇し、2016年には国内の生産量の減少もあいまって、2012年の1.5～2倍にまで増加しました。生産者組合の中には、産地価格の値決めを、これまでの定期的な生産者と加工業者の協議から、高価格が期待できる入札に転換したところも現れています。

しかし、冷凍両貝の輸出拡大には種々の問題もあります。まず、輸出量や産地価格が中国の需給に左右されてしまい、国内向けの供給量や小売価格が不安定になる可能性があります。また、加工の度合いの高いボイルや貝柱等の製品に比べて安価な冷凍両貝の取扱が増加することで、加工業者の収益が減少し経営が悪化する懸念があります。さらに、貝の内臓が除去されていないことから、貝毒の未検査品が商品に混入するおそれがあり、食中毒が発生すればホタテガイの安全性を大きく損ねます。

一方、EU諸国への輸出は、ほぼ全量が冷凍両貝の形態で、2008年～2019年は、0.6～1.2千トン、8～35億円程度で推移しています。主な輸出国はオランダ、フランス、イタリア、ベルギーの4か国です。中でもEUの貿易ハブ国であるオランダへの輸出金額は、2008年の約2億円から2019年には約14億円に増加しており、一定の需要が獲得されていることがうかがえます。2019年2月に発効した日EU経済連携協定（以下、日EU-EPA）により、ホタテガイの関税が2027年までに段階的に撤廃されることから、輸出の拡大が期待されますが、EU-HACCPに基づく厳しい衛生管理を保つための高額なコストと労力がEU向け商品の生産のネックになっているといった新たな問題も生じています。

2 養殖ブリ

養殖ブリの輸出は、2008年のフィレ（三枚おろしの身）で2.5千トン、39億円から、2019年の10千トン、184億円と年々増加しています。輸出相手国の日本食レストラン等のニーズに合わせて、原魚で5キロ以上に畜養されたものがフィレにされ、大型で

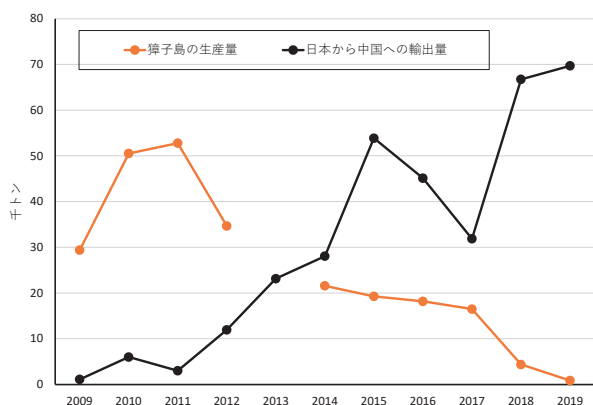


図 中国・獐子島の生産量と日本から中国向けの輸出量（生鮮・冷凍）の関係

資料：中国・獐子島の生産量は、2009～2018年はMSC（海洋管理協議会）のHPで公表されたサーベイランスレポートから引用、2019年は中国紙報道を基に2018年の値から推計。日本から中国への輸出量は財務省貿易統計。

脂質の多い魚体を好む米国向け（輸出量の約8割）を中心に、香港・中国、東南アジア、EU、中東等にも輸出されています。

養殖ブリの輸出を担っているのは、主に西日本に位置する水産物の集荷、加工、販売等を行う産地流通加工企業（以下、企業）です。1980年代から国内向け養殖ブリの供給過多が問題になり、一部の企業が米国向け輸出を行うことで国内の需給バランスの維持を図ったことが輸出のきっかけです。初期の輸出はラウンド（丸魚）でしたが、米-HACCPやEU-HACCPの認定を受けたフィレの加工場が建設され、次第に、国内外に対して出荷できる体制が整えられていったことから、1990年代にはフィレの輸出が主体になりました。2000年代に入り、政府の輸出振興政策が本格化すると、多くの企業が、輸出品展示会の参加や、米-HACCPやEU-HACCP認定施設の建設を積極的に行うようになりました。

養殖ブリの輸出ルートは、これら企業を起点にみると3つのパターンがあります。第1に直接に海外の輸入業者と取引する直接貿易、第2に国内の輸出業者との取引による間接貿易、第3に消費地卸売市場に出荷したものが卸売会社や仲買会社等を介して輸出業者に買い取られ輸出されるパターンです。信用ある取引先を確保しながら、為替差損等の様々なりリスクを回避できる第2のパターンを選択する企業が多いです。

これらの企業について、輸出方法、出荷形態、米国市場への参入時期等から類型化し、表のとおり整理しました。(I)と(II)の企業は米国市場への参入が早い先発型（輸出開始時期は1980年代～2000年代初頭）で、うち(I)の企業は、EU-HACCP認定を取得して積極的に輸出を拡大しています。(III)～(V)の企業は、2000年代後半以降に輸出を開始しています。(III)(IV)の企業は、米-HACCP認定を取得してEU諸国以外での地域を中心に輸出を拡大しましたが、このうち意欲的な企業では、EU-HACCP認定を追加で取得する動きもみられます。(V)の企業は、米-HACCP認定を取得したものの輸出には慎重的であり、主に国内向け販売に重点を置いています。売上に占める輸出割合が

増加しているのは(I)(III)で、その他は横ばいです。なお、(I)～(IV)の企業では、ASC (Aquaculture Stewardship Council) やMEL (マリン・エコラベル・ジャパン) などの環境認証の取得を検討し、輸出をより拡大しようとする動きがあります。なお、日EU-EPAでは発効時にブリの関税が即日撤廃されており、今後はEU諸国への輸出拡大が期待されます。

3 今後の課題

本稿で紹介した2つの品目は、いずれも近年の海外需要に応えることで輸出を拡大させてきました。しかし、昨今の新型コロナウイルス禍は、国内外の物流や食料需要を大きく変化させており、貿易にも影響があることは必至です。こうした中、国内水産業の成長産業化を見据えた輸出戦略には、輸出の拡大だけでなく、適切な資源管理のもと、国内外の生産・需給動向の的確な把握、生産・加工コストの削減を目指した技術の実用化の促進等による供給体制の高度化、国産水産物の付加価値に関する海外への一層のPR等が、国際競争力の向上や食料安全保障の観点からも有効と考えられます。

加えて、財務省『貿易統計』の一層の整備も輸出戦略には重要なポイントです。特に、加工の度合いが異なる商品については、それぞれが輸出統計品目として扱われることが望ましいです。例えば、ブリでは、2018年までは養殖ブリが主体となるフィレ（ラウンドの重量の約60%）のみに設定されていましたが、2019年から天然ブリが主体となるラウンドが新たに輸出統計品目に追加され、今後は天然・養殖の両方について、統計データから相手国の需要や国内生産物の仕向け等の把握が可能になりました。一方、ホタテガイでは、商品単価が異なる冷凍貝柱（両貝の重量の約10%）と冷凍両貝が、同じ輸出統計品目で設定されているため、輸出品に占める冷凍両貝の割合や商品形態別の輸出仕向け等の把握が困難な状態です。統計データの遡及、国際的に統一された輸出統計品目の設定等に配慮しつつ、商品形態を反映できる輸出統計品目の新設や再設定が必要と考えられます。

表 養殖ブリ輸出を行っている企業の類型化

企業の類型	I	II	III	IV	V
企業タイプ	先発型		後発型		
企業の特徴	先行投資	積極的参入	積極的参入		慎重的参入
水産物加工場の認定	EU-HACCP・米-HACCP	米-HACCP	米-HACCP (EU-HACCP、ほか)		米-HACCP
主な商品形態	冷凍>生鮮	冷凍>生鮮	冷凍>生鮮	冷凍<生鮮	生鮮
輸出方法	間接輸出・一部直接輸出	間接輸出・一部直接輸出	直接輸出・間接輸出	間接輸出	間接輸出
該当企業	2社	1社	1社	3社	6社
売上に占める輸出の割合	20～30%	40%	40%	5%前後	5%未満