

H25年度個別研究「海外市場開拓調査」

公益財団法人福岡アジア都市研究所 主任研究員 天野宏欣

■本資料について

本資料は、平成25年度個別研究として行った「海外市場開拓調査～アジアへの唐泊恵比須牡蠣の輸出可能性について～」の成果物です。

当研究は、香港の最高級レストラン向けに輸出されたことでブランド力が向上した福岡市の唐泊恵比須牡蠣を対象に、その香港への輸出が成功した要因を分析し、他のアジア地域市場を開拓するためのヒントを探ろうとしたものです。調査の過程で、モノや食材の輸出だけでなく、“Made by Japan”という牡蠣の養殖産業そのものの輸出の可能性についても検討することができました。

本資料の作成にあたっては、福岡市農林水産局水産振興課、福岡市漁協唐泊支所などの関係者と頻繁にミーティングを行い意見を吸収し、また、JETRO、水産振興課、福岡市漁協などの複数のセミナーにおいて様々な視点からの貴重な意見をうかがうことができました。

国内消費市場の縮小傾向、水産従事者の高齢化、気候変動や乱獲による漁業資源の脆弱化など、水産業を取り巻く環境は決して明るいものではありません。福岡市は豊かな海に恵まれている地域であるからこそ、危機に面しているこの産業の価値を今一度見直し、持続可能に成長させるための施策を導入する必要があるのではないのでしょうか。水産物とその加工製品、技術やサービスの輸出は、水産業を成長産業にさせるための一つの方策であると考えます。

以上のような視点から本資料を取りまとめましたが、水産業・水産品に限らず、農林業・農林産品を含む福岡市の一次産業の輸出戦略を考える参考になれば幸いです。

海外市場開拓調査 ～アジアへの唐泊恵比須牡蠣の輸出可能性について～

2014年3月 URC 天野宏欣

目次

1. 福岡市の水産物海外展開に向けての背景と課題

2. 唐泊恵比須牡蠣の「香港モデル」の成功要因

3. 水産品の“Made from Japan”輸出に向けて

4. 牡蠣養殖産業の“Made by Japan”輸出に向けて

1. 福岡市の水産物海外展開に向けての背景と課題

2. 唐泊恵比須牡蠣の「香港モデル」の成功要因

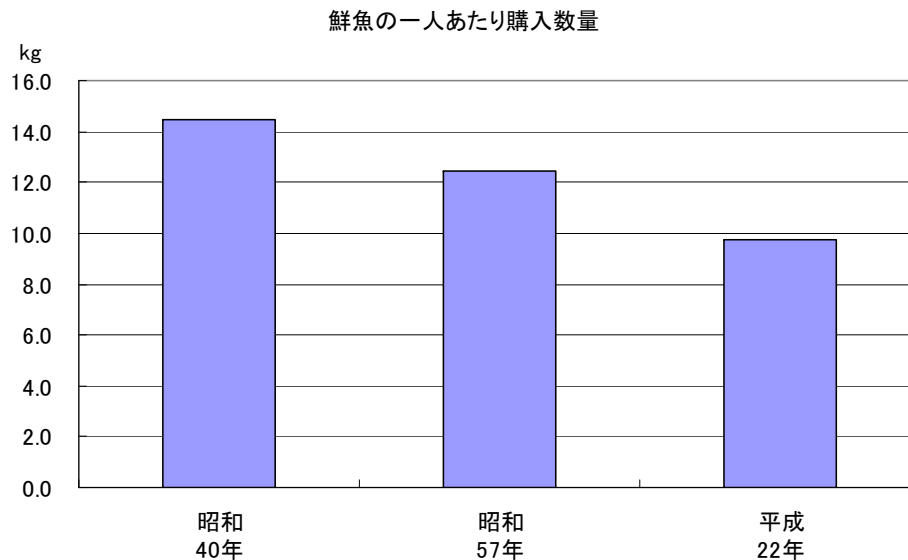
3. 水産品の“Made from Japan”輸出に向けて

4. 牡蠣養殖産業の“Made by Japan”輸出に向けて

背景と課題 ①市場環境(Customer)

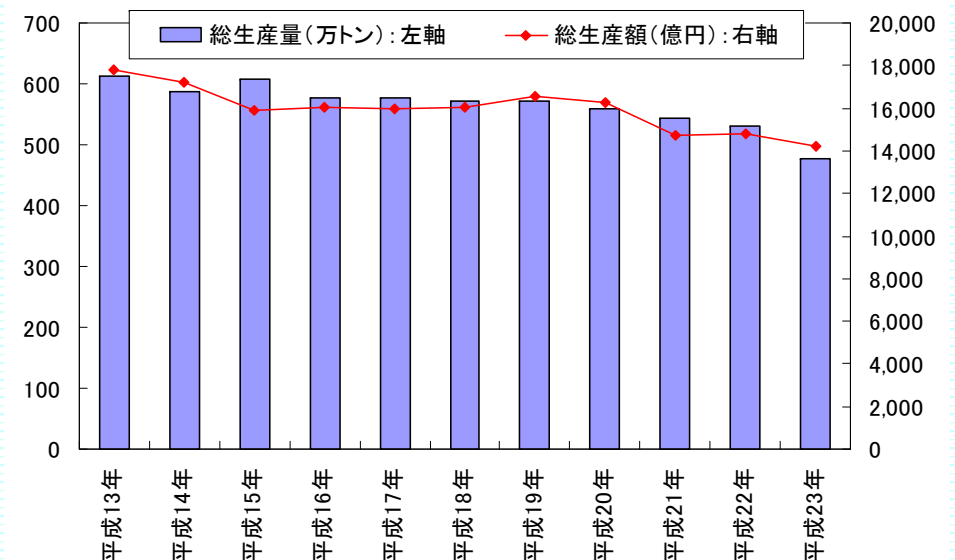
国内市場は縮小の一途をたどっている。

□ 鮮魚の購入数量は半世紀で4割減



出所：総務省「家計調査」(昭和40年、昭和57年は全世帯(農林漁家世帯を除く)、平成22年は二人以上の世帯(農林漁家世帯を除く))に基づき水産庁作成

□ 漁業総生産量・生産額とも10年で2割減



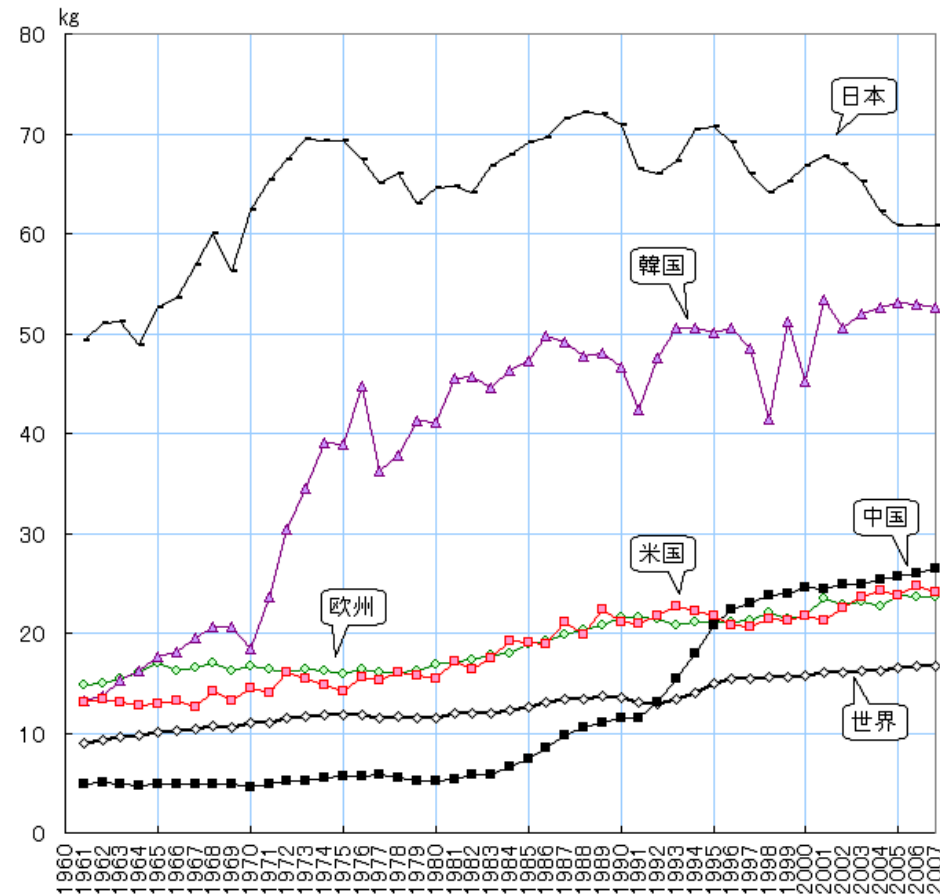
出所：農林水産省

背景と課題 ①市場環境(Customer)

海外需要は堅調に増加している。

- 日本の消費量が減少しているのに対して、海外需要は堅調に増加している。

世界の一人あたり食用水産物 年間消費量の推移



(注) Fish, SeafoodのSupply/Cap/Yr (Kg)の推移である。欧州は英仏独伊4カ国の単純平均
 (資料) FAOSTAT Food Supply 2010.7.24

背景と課題 ②自社環境(Company)

福岡の生産者から新たな強みが創出されている。

□ 第1回「かき日本一決定戦」にて唐泊恵比須かきが総合第2位に輝く。

□ 玄界島ではアワビの生産力向上に取り組んでいる。

■ 総合順位

順位	1	2	3	4	5
作品名	華漣	唐泊恵比須かき	室津かき	さこし忠臣蔵	能登かき
合計得点	2409.4	2393.7	2389.3	2386.8	2375.3
安心安全	362	353	390	379	385
流通方法	0	0	0	0	0
サイズ	245	245	245	245	245
デザイン	401	407	400	383	377
オリジナリティ	212.5	207	196.5	215	194
食感	401	415	395	394	388
味	393	379	375	384	393
総合評価	394.9	387.7	387.8	386.8	393.3

出所：日本オイスター協会 かき日本一決定戦実行委員会

◎ 漁場の生産力の向上に係る取組

取組名	取組内容	活動状況
アワビ種苗放流	アワビの種苗(3.3万個)を水深約3メートルの磯場に放流することで、資源の増大化を図り、生産力の向上に取り組みました。	

◎ 創意工夫を活かした新たな取組

取組名	取組内容	活動状況
アワビの養殖	養殖イカダを設置し、アワビ種苗(9千個)の養殖を行い、新規漁業に着手しました。	 

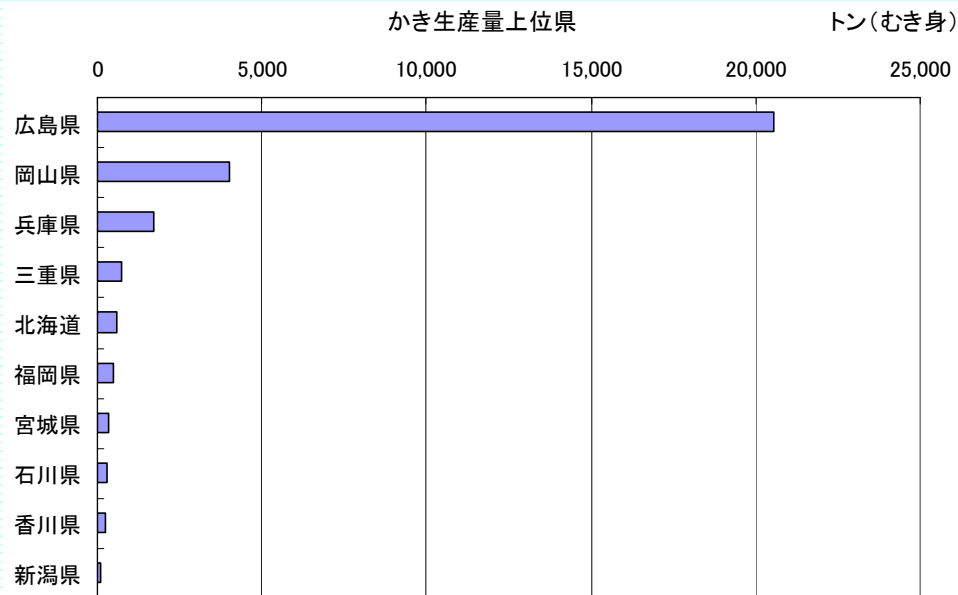
出所：福岡市水産振興課

背景と課題 ④競合環境(Competitor)

質での差別化や、チャネルでの差別化など工夫はまだ必要。

□ 競合に対して量でかなわない場合は、質での差別化戦略が必要になる。

□ 競合に対して知名度でかなわない場合は、チャネルの工夫等の販売戦略が必要になる。



出所：福岡市「水産物ブランド化と流通対策事業(牡蠣現況調査)」

外国人が興味を持っている都道府県ランキング(2013.6)

順位	都道府県	訪問者	訪問者増減	順位変動
1	東京	265562	+35.0%	
2	京都	135724	+50.6%	
3	神奈川	84834	+40.0%	
4	大阪	76224	+37.7%	↑1
5	北海道	62112	+9.2%	↓1
6	山梨	55643	+43.4%	
7	奈良	34715	+46.2%	↑1
8	栃木	31053	+39.7%	↑3
9	広島	30781	+40.2%	↑3
10	岐阜	29002	+20.5%	↓3
11	兵庫	28406	+24.4%	↓1
12	沖縄	25626	+32.5%	↑2
13	愛知	24946	+25.7%	
14	長野	24108	+4.9%	↓5
15	千葉	22031	+34.4%	
16	和歌山	20833	+41.2%	
17	福岡	16936	+30.2%	
18	石川	12590	+27.2%	↑1
19	群馬	12229	+21.8%	↓1
20	鹿児島	11980	+32.5%	

出所：ジャパンガイド(japan-guide.com)

背景と課題 ④競合環境(Competitor) 戦略的に取り組むことが必要。

□ 広島県のような輸出戦略プランを策定する必要がある。

□ 戦略に沿ったブランドやチャネルの構築が必要になる。

【戦略1】 商品力の向上と品目の拡大	・ニーズに基づく輸出品の再評価と新たな輸出品づくり ・観光連携によるイベントやトップセールス等を通じたブランド力の向上 ・GAP, HACCPへの取組支援
【戦略2】 意欲ある生産者等の拡大	・関連団体を通じた輸出に取り組む生産者等の発掘, 育成 ・輸出手順標準モデルによる実践促進
【戦略3】 的確な情報収集と発信	・関係機関や県内輸出商社及び各国バイヤー等との関係構築 ・広島県農水産物輸出研究グループ等への継続的な情報発信
【戦略4】 ビジネスパートナーの確保	・ビジネスパートナーの発掘 ・組合せ等による販路拡大(既存輸出品と新規商品等)
【戦略5】 生産・販売体制の構築	・産地, 他県等連携による輸出促進 ・他産業との連携による輸出品の付加価値の向上

出所: 広島県農水産物輸出戦略プラン

【事例】日本酒「獺祭」の単一ブランド戦略

- ・ 山口県・旭酒造の一商品ブランドだった
- ・ 獺祭のみにブランドを絞り、経営資源を集中
- ・ 直営店として「獺祭bar23」を開店
- ・ ワイングラスでの飲み方提案による世界マーケットへのアプローチ
- ・ 海外の日本食材輸入企業とのコラボレーション

出所: ハルデザインコンサルティング

背景と課題 まとめ

戦略的に海外展開を考える必要性があるのではないか？

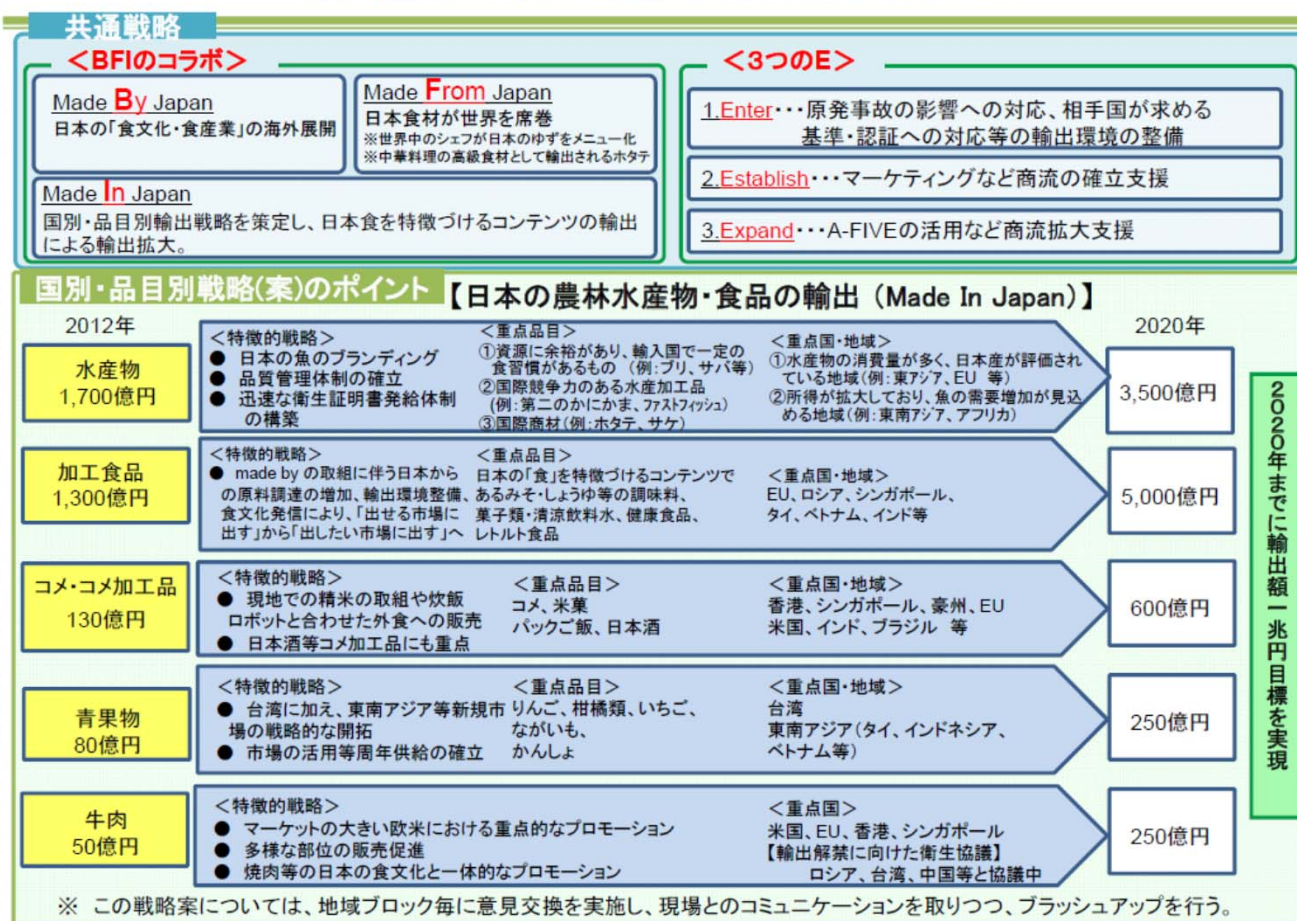
- 福岡市の水産業の生き残りには、海外展開が必要不可欠。
- 新たなチャレンジの動きもあるが、業界全体の機運にまではなっていない。
- 差別化を意識した企画や戦略を策定することでしか競争に対峙できない。

福岡市の水産業の戦略的な方向性は？

国別・品目別、MADE BY / FROM / INといった視点での戦略策定が必要。

- 農水省の日本全体を対象にした戦略を一つの参考に、福岡市独自の水産物輸出戦略を検討する必要がある。

農林水産物・食品の輸出促進のための具体的戦略



Made By Japan

- 日本の食文化・食産業の海外展開

Made From Japan

- 日本の食材の海外展開

Made In Japan

- 日本食を特徴付けるコンテンツの輸出拡大

1. 福岡市の水産物海外展開に向けての背景と課題

2. 唐泊恵比須牡蠣の「香港モデル」の成功要因

3. 水産品の“Made from Japan”輸出に向けて

4. 牡蠣養殖産業の“Made by Japan”輸出に向けて

福岡市が誇る輸出の成功事例 唐泊恵比須牡蠣の成功要因を分析し、その戦略を踏襲してはどうか。

- 唐泊恵比須牡蠣は、少量ではあるが香港の最高級レストランに流通されており、その結果、国内でのブランド価値向上による販売単価上昇が見られる。
- 香港でのインタビュー調査を通じてその成功要因を把握した。



写真： 唐泊恵比須牡蠣は、香港でミシュラン星付きを含む複数の高級レストランの食材として輸出されている。

唐泊恵比須牡蠣の成功要因

①最高の鮮度で提供できる鮮魚市場と航空物流の存在

- 空港との近接性から、福岡市鮮魚市場で午前5時に競り落とされた牡蠣は、梱包作業を経て午前8時には国際線貨物ターミナルに到着、午前9時には通関し、午前10時過ぎの香港行き便に搭載される。
- 午後3時前に香港に到着する牡蠣は、検査を経て当日の各店舗の調理に使用される。

インタビュー先	ポイント
寿司レストラン	- 福岡からその日のうちに鮮魚を直送で仕入れている。鯖、鯛などの鮮度は築地以上であると認識している。品質の良いものが福岡から来る。 - 鮮魚は築地、福岡以外に北海道からも届いているが、北海道は火金の週2便しか荷を詰めていないのに対して、福岡便は市場が動いている日は便があるので、鮮度が良い。
フレンチレストラン	世界中から食材は調達しているが、福岡は航空便が週6便飛んでいるので、いいものがすぐに手に入る位置づけの場所である。
グリル・バー	香港にいたので、世界中の牡蠣を調達してきているが、福岡からは新鮮なものが届いている。福岡という場所は、香港にとって食材調達という観点からとても良いパートナーだと思う。
寿司レストラン	- 香港は場所柄、福岡か築地のもの「しか入らない」といっても過言ではない。 - 殻付き牡蠣は生で出すことに価値があると思う。海外まで殻付き牡蠣をエアのコストを乗せて提供するので、新鮮なものでシンプルに出している。

唐泊恵比須牡蠣の成功要因

② 高名なシェフに上質な食材を体験してもらうことからスタート

- 大量生産、大量販売する産品ではないため、一般的な輸出促進事業として行われている流通業者やバイヤーとのマッチングでは効果が現れにくい。
- その代わり、食材を使っていただくシェフをピンポイントで招聘することで、そのニーズにあった食材を提供することができた。

インタビュー先	ポイント
フレンチレストラン	• 唐泊恵比須牡蠣の調達福岡での食材視察から始まったもので、視察は大変有意義でいい思い出になった。是非また福岡に食材探索に行きたい。
グリル・バー	• オイスターリーフや乳製品も九州から調達しているが、福岡での食材視察で発見した。 • 新しい食材を使えるようになったことで、これまでできなかったメニューの幅が広がったと思っている。

唐泊恵比須牡蠣の成功要因

③シェフの食材に対するニーズを汲み取る御用聞き的な流通業者の存在

- 牡蠣の味、大きさ、形状等は、シェフの好みによって、あるいは消費者の嗜好によって異なってくる。
- このようなニーズの違いを汲み取り、生産者に伝達して適切な発注を行っている流通業者の存在が極めて重要。

インタビュー先	ポイント
フレンチレストラン	・ シングルシードのサイズは今の状態で満足。もう少し大きいとより良い。 ・ 香港人は大きめの牡蠣が好きなので、冬の真牡蠣は大きいものをスライスして提供している。唐泊の真牡蠣のサイズはパーフェクトだと思っている。
グリル・バー	・ 牡蠣は小さいサイズのものが好みであるが、唐泊のものは自分の好みに合っている。 ・ 唐泊のシングルシードは食べやすく、クリーミーすぎず、塩付けがそこまで強くないところが良い。
イタリアンレストラン	・ カジュアルな新しい店舗を近日オープンする予定であるが、今調達しているシングルシードだけでなく、大きい真牡蠣も使ってみたいと思っている。 ・ 個人的にはサイズの少し大きめのシングルシードが完璧だと思って好んで使っている。
流通業者	・ 牡蠣に関しては、シェフによって要求するサイズが異なるので、それぞれのレストランのニーズに合った牡蠣を提供することで、香港・福岡間の唯一のサプライヤーになっていると自負している。

唐泊恵比須牡蠣の成功要因

④他の食材輸出にも波及する、流通業者の食材の提案

- 定期的にメニューを更新する高級レストランでは、シェフへの食材の提案が流通業者の腕の見せどころ。
- 提案がヒットすることで既存の食材へのアレンジが加わったり、新たな食材が輸出されたりすることが期待される。

インタビュー先	ポイント
フレンチレストラン	新しいメニューを作る上で、唐泊恵比須牡蠣という食材は助けになっている。
グリル・バー	- オイスターリーフや乳製品も九州から調達しているが、福岡での食材視察で発見した。 - 新しい食材を使えるようになったことで、これまでできなかったメニューの幅が広がったと思っている。
イタリアンレストラン	唐泊の牡蠣以外にも九州からの乳製品を調達して活用している。品質には大変満足している。
流通業者	- ミシュラン星付きのお店は3ヶ月に一度程度のメニュー替えをするので、常に新しい食材を提案するようにしている。 - 新しい食材によってシェフは新しいインスピレーションを生み出すので、その提案が新たな食材の取引に発展する。

唐泊恵比須牡蠣の成功要因

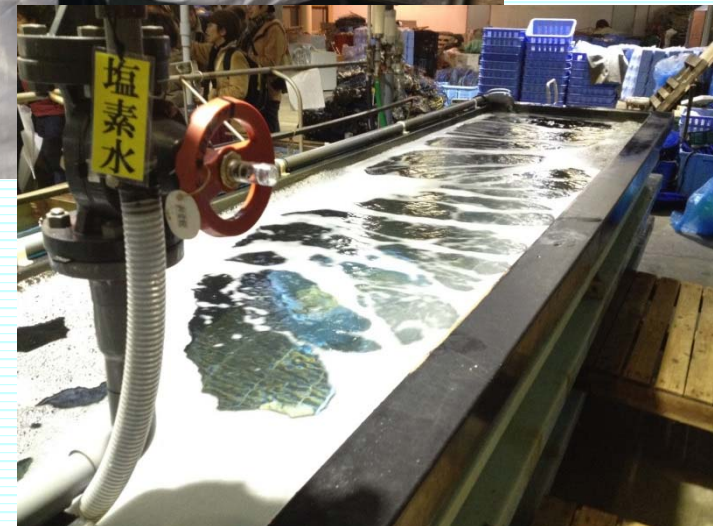
⑤上質な食材(産品)が生産者の努力によって作られている

- 唐泊恵比須牡蠣は生産管理から出荷の衛生管理までが徹底されている。
- また、流通業者のニーズ把握に従い、それに応える産品の生産・出荷を行っている。

品質を高めるための付着物等を取り除く作業



新たな生産方式と高度な衛生管理の試行



唐泊恵比須牡蠣の5つの成功要因(まとめ)

関係主体の様々な努力によるもので、簡単に成功したものではない。

1. 産品提供の物流ルートが出来上がっている
 - 日本の最も新鮮な水産物を輸送できるルート(福岡空港ー香港)がある
 - 毎日安定的に供給できている
2. 特定の高名なシェフに上質な食材を体験してもらうことからスタート
 - 優れた食材を追い求める高級レストランのシェフを招聘
 - 生産場所での適切なプレゼンテーション
3. シェフのメニューの工夫について、そのニーズを汲み取る流通業者がいる
 - 福岡を拠点とする流通業者がしっかり供給者として位置づけられている
 - 流通業者はシェフの御用聞きとなり、シェフの食材ニーズを把握している
4. 流通業者はニーズ対応以外にも食材の提案を随時行っている
 - シェフの要望に応えるために生産者とのやりとりを行う機能を担っている
 - 定期的なメニュー変更に合わせて新たな食材の提案行う機能も担っている
5. 上質な食材(産品)が生産者の努力によって作られ、輸送(出荷)されている
 - 形状、味、食感をよくするための不断の生産管理活動
 - 出荷までの衛生管理の徹底

1. 福岡市の水産物海外展開に向けての背景と課題

2. 唐泊恵比須牡蠣の「香港モデル」の成功要因

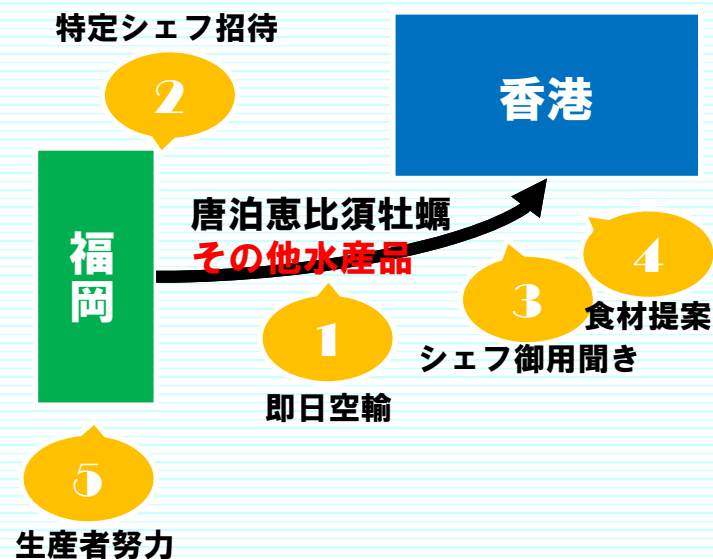
3. 水産品の“Made from Japan”輸出に向けて

4. 牡蠣養殖産業の“Made by Japan”輸出に向けて

Made from Japan輸出に向けて 「香港モデル」を踏襲して、次のニッチ市場の開拓を。

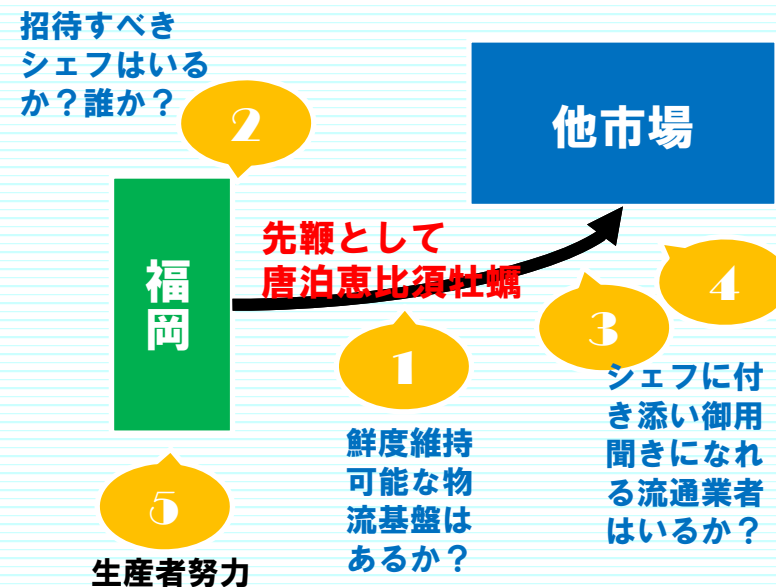
- 香港モデルの5つの成功要因を再現できる次のターゲットを開拓するべし。
- 成功要因が揃っている香港市場は他産品の流通にチャレンジ可能。

香港市場における他水産品のヨコ展開



- 要件が揃っている香港市場は、他産品（あわび、高級魚など）の展開を

他国における香港モデルのヨコ展開



- 他市場の開拓は、香港モデルの要件の確認から進めていく

Made from Japan輸出に向けて 通り一遍の市場調査・PRではない活動が必要。

- 一般的な「Made in Japan」のための市場調査や商談会は、Made from Japan輸出を想定している場合は不必要。
 - 市場調査は、香港モデルの5つの成功要因のうち、高級ホテル・レストランの存在、シェフの調達意向、御用聞きとなれるような流通業者の存在などを明らかにしていく調査活動が重要になる。
 - 商談会は、バイヤーや流通業者とのマッチングではなく、シェフを招聘して食材を実際に使ってもらうような品評会的なマッチングが必要。

輸出戦略の違いによって、市場調査もPR活動も変わる

	Made in Japan 輸出	➡	Made from Japan 輸出
市場調査	・ 現地経済・社会情勢 ・ 消費者の嗜好、飲食店での提供形態 ・ 消費者の認知度、ブランドの有無 ・ 流通価格・商流、市場規模など		・ 高級ホテル・レストランのリストアップと評価 ・ シェフのリストアップと評価 ・ 現状の商流の確認 ・ 商品提供までの物流基盤など
PR活動	・ イベントの企画・計画・広報・実行 ・ 販促会の開催 ・ 無料試食試飲会の開催 ・ バイヤー商談会など		・ シェフ招聘 ・ シェフへの食材・料理例プレゼンテーション ・ 品評会 ・ 調理会など

Made from Japan輸出に向けて 衛生管理に投資を惜しまないことが肝要。

- 唐泊では既に海水電解(塩素)殺菌、オゾン殺菌が出荷前に行われており、食味を変えずに安全性を高めることに尽力している。
- 今後もこのような殺菌という工程を入れることが重要であるが、理想としては、より安全性を高められる清浄な海水を製造するための設備投資が必要であろう。
 - ノロウイルスを物理的に除去する膜処理(ろ過処理)を施した清浄海水を使用する設備の整備の検討が必要。

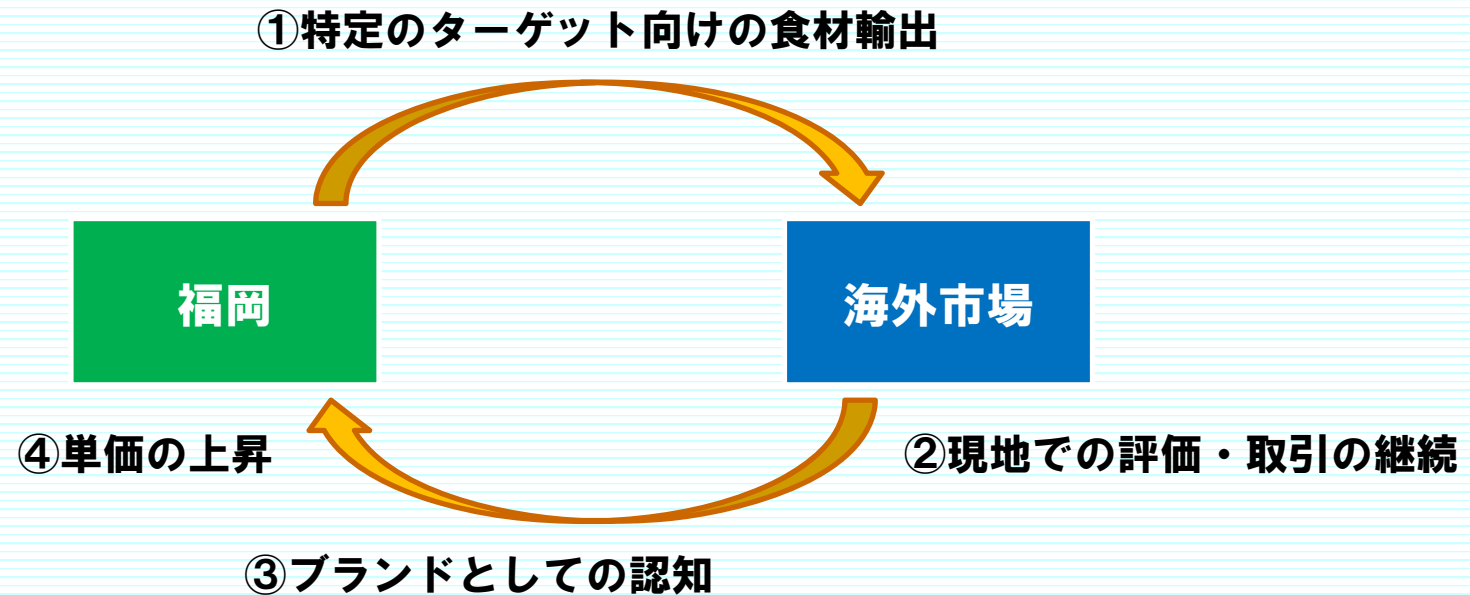
牡蠣の衛生管理についての専門家の意見

ノロウィスルの対応について	- 一般的にノロウィルスは塩素で対応されているので、唐泊が導入している電解海水(塩素)殺菌自体は正解である。 - ただし、電解装置で殺菌しても、ノロウィルスの比率は下がるが、100%死滅することはない。
理想的な衛生管理について	- 根本的には、ノロウィルスが出ない海面で作ることが一番の戦略。 - 海域にノロウィルスが存在していて、汲み上げて使う海水にノロウィルスが入っているのであれば、まずそれを除去する必要がある。 - いかに清浄な状態(有機物の少ない状態)で電解装置を使っているかが大事で、電解装置を使用する前処理が一番大事。 - つまり、浄化に使う海水は、ノロウィルスを物理的に(膜等を使って)除去した海水を使用することが最も理想的。

Made from Japan輸出に向けて 最終的に実現すべきは、ブランド価値の逆輸入。

- Made from Japan輸出の最大の目的は、海外市場の拡大ではなく、海外の特定のレストランで食材として活用されることでのブランドづくりにある。
- ブランドづくりによって販売単価が上昇することが最も実現すべき成果である。

輸出戦略によるブランド逆輸入のサイクル



1. 福岡市の水産物海外展開に向けての背景と課題

2. 唐泊恵比須牡蠣の「香港モデル」の成功要因

3. 水産品の“Made from Japan”輸出に向けて

4. 牡蠣養殖産業の“Made by Japan”輸出に向けて

他国政府からの要請に応じて

インドネシア・バリ州とスリランカに、先方政府の要請により視察した。

- 本調査の実施中に、インドネシア・バリ州とスリランカのそれぞれの政府関係者から、唐泊恵比須牡蠣の生産者・行政の視察要請があった。
- 当初は「Made from/in Japan」の輸出の可能性を探る位置づけであったが、結果的に「Made by Japan」輸出の示唆を得ることができた。

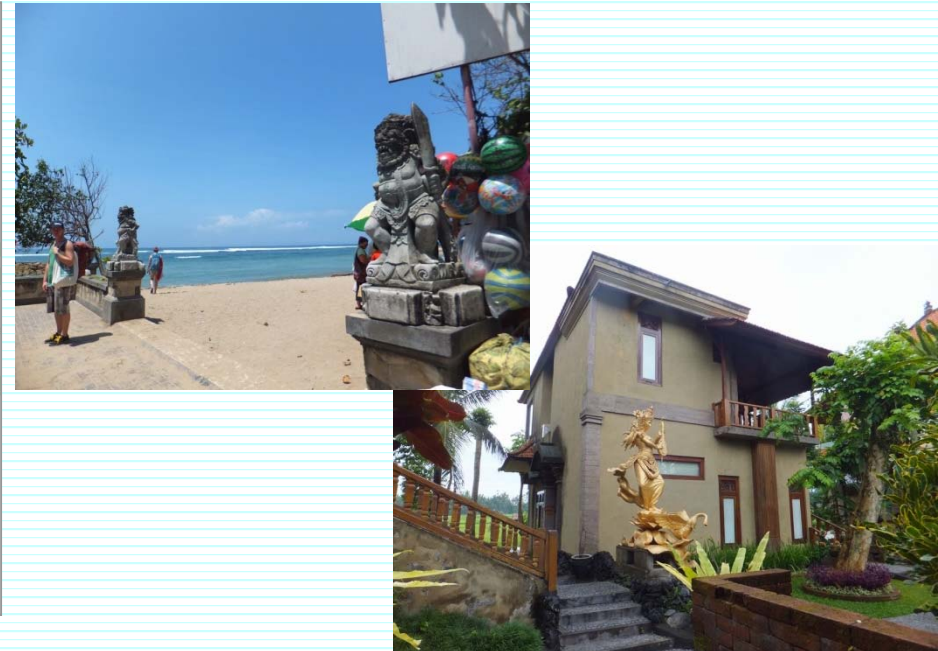
インドネシア・バリ

バリは東南アジアのビーチリゾートのモデル地域。

- 早くからビーチ・リゾートが開発されてきたため、世界的な観光地となっている。
- 東南アジア各地のビーチ・リゾートのモデルとなっている。
- ジャカルタ、シンガポール、バンコク、オーストラリア等近隣諸国・諸都市の富裕層が別荘を最も構えている地域。
- 世界最高級のホテル、多数のリゾートホテルがひしめき合っている。



© M.Minderhoud



バリとの貿易関係

日本はインドネシアにとって輸出入両面で最大の貿易国。

- 日本・インドネシア間は経済連携協定(EPA)も発効済み。
- 2011年のインドネシアの対日輸出は2兆7,160億円、対日輸入は1兆4,123億円(財務省貿易統計)であり、日本の大幅な輸入超。

日本とインドネシア間の貿易の内訳(2012年)

2012年	輸出(百万円)	輸入(百万円)
食料品及び動物	3,098	97,240
飲料及びたばこ	85	224
食料に適さない原材料	25,377	376,043
鉱物性燃料	8,083	1,382,073
動植物性油脂	300	6,650
化学製品	115,965	62,216
原料別製品	363,491	269,045
機械類及び輸送用機器	1,023,753	233,441
雑製品	47,485	136,701
特殊取扱品	31,047	12,760

出所:財務省貿易統計・国別概況品別表

バリの輸入規制

水産物に関する輸入規制がある。

- エビと特定の魚が輸入禁止品目、エビと水産物は輸入制限品目とされている。

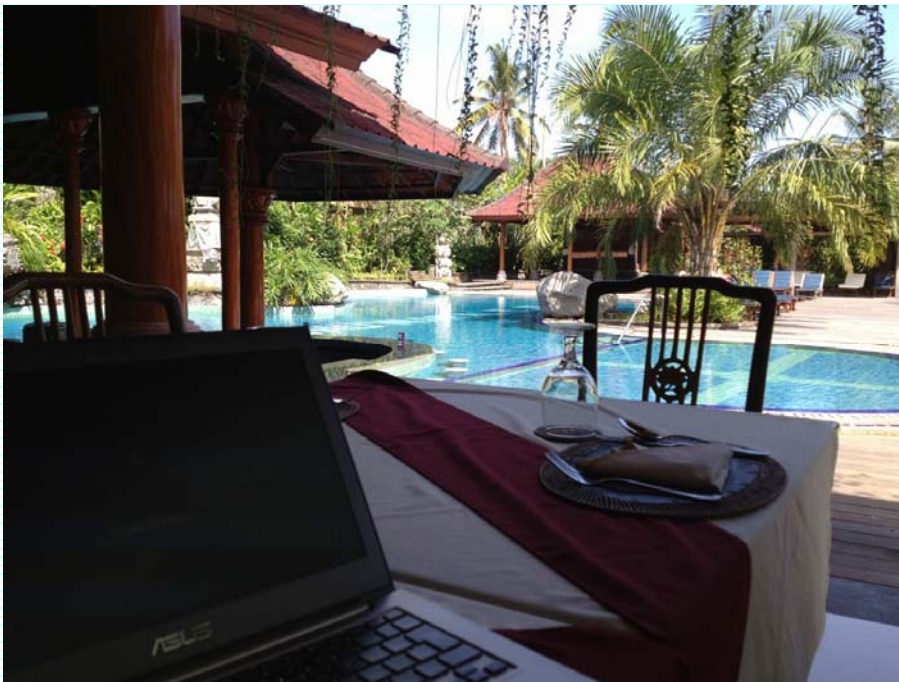
輸入禁止品目	対象となるエビ 輸入が禁止されるエビの対象はHSコードEx. 0306.13.00.00、同Ex. 0306.23.30.00 に該当するエビ。 対象となる特定の魚 天然資源の保護と人体に危険を及ぼしかねないという懸念からインドネシア国内への搬入が禁止されているのは、フグ5種類、ナマズ10種類、ピラニア11種類、カワカマス3種類、デンキウナギ1種類の計30種類の魚
輸入制限品目	対象となるエビ HSコード0306.13.00.00、0306.23.30.00以外のエビの輸入は、ヘッドオンでもヘッドレスでも、以下の港・空港を通じてのみ可能：a. 北スマトラ州メダンのベラワン港とポロニア空港、b. 首都ジャカルタのタンジュンプリオク港とスカルノハッタ空港、c. 中ジャワ州スマランのタンジュンマス港、d. 東ジャワ州スラバヤのタンジュンペラック港とジュアンダ空港、e. 南スラウェシ州マカッサルのスカルノハッタ港とスルタン・ハサヌディン空港 水産物 水産物の輸入は輸入業者認証番号（API-P あるいはAPI-U）を有する輸入業者または省庁が可能だが、海洋水産省水産物加工販売総局長が発行する水産物搬入許可を取得することが義務づけられる。搬入許可を得るには、Health Certificate、原産地証明、汚染に関するラボラトリーテスト、HACCP（ハサップ）証明、遵法の食品ラベルなどを有していることが条件となる。搬入港は主要5海港（メダンのベラワン、ジャカルタのタンジュンプリオク、スマランのタンジュンマス、スラバヤのタンジュンペラック、マカッサルのスカルノハッタ）と全国の国際空港に限定されている。

出所：JETRO

バリ現地の牡蠣の流通

高級ホテルはUS、AU産が納入されている。一般には流通していない。

- プラダ等の高級ホテルにおいては米国やオーストラリアから輸入されている生食用の牡蠣が振る舞われている。
- 小規模で各地に点在するリゾートホテルには流通していない。
- 島内各所の海岸沿いにあるレストランで提供される水産物(魚、貝)は基本的にその近隣地域で採れたものが使われている



バリ現地の様々なニーズ

APEC会議での利用、在バリ領事館のイベントでの活用等、引き合いはあった。

- 大規模ホテル以外の小規模なリゾートホテルでの提供もニーズとして確認できた。
 - 物流の課題は大きい。マーケティングはまだ必要。
- その他、APEC会議での晩餐会や、在バリ総領事館でイベントを行う際に提供できないか等の引き合いがあった。

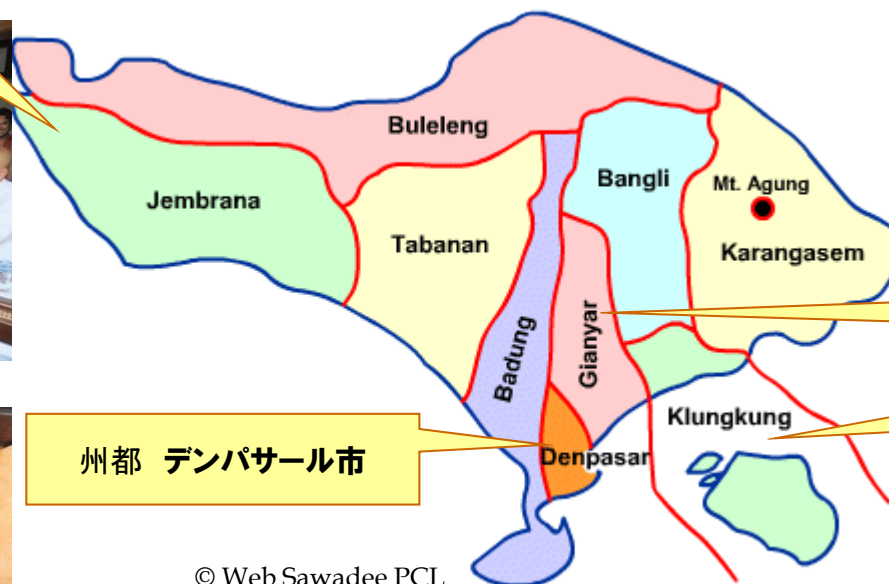


バリ現地の様々なニーズ

しかしながら、地方政府のニーズは産品ではなく、産業そのもの。

- バリ州は九州の1/6ほどの面積に9つの自治体があるが、そのうちの4つの自治体に公式に訪問し、牡蠣の認知度や地方政府からの見方を探った。

ジャンブラナ県



ギャニャール県



クルンクン県



州都 デンパサール市



バリ現地の様々なニーズ

「日本の技術指導で現地に養殖業を」が地方の最も強いニーズ。

- 現地の水産業はまだまだ後進レベル。
 - 養殖している海苔のクオリティ・コントロール・ノウハウ(クルンクン県)
 - ブローカーによる買い叩きを避ける方法(クルンクン県)
 - 日本からの水産品、種苗等の調達(クルンクン県)
 - 牡蠣養殖の技術移転(デンパサール市、ジャンブラナ県)
 - 漁業廃棄物の処理施設の整備(ジャンブラナ県)
 - 漁村集落の集落排水整備・技術支援(ジャンブラナ県)



バリ現地の様々なニーズ

「日本の技術指導で現地に養殖業を」が地方の最も強いニーズ。



スリランカでの水産業経営

スリランカ調査はバリの経験を踏まえ“Made by Japan”の視点で調査した。

- スリランカへは直行便もなく、時間がかかるため、「香港モデル」で重要な鮮度を保つための物流基盤が整っていない。
- そのため、バリ同様“Made by Japan”の視点で調査を行った。

水産業の経営について

- 内戦が終わってようやく行政制度が動き出したが、現状はメガプロジェクトを引っ張ってこようとする意向が強い印象。
- 水産品は大きな外貨獲得源である。マグロ、エビ（対日本では大きい）。水産品はこの国が持っている資源なので、国内で付加価値をつけることを考えないといけないことが課題となっている。
- 会社の設立は複雑ではないが、沿岸漁業は外資参入が認められていない。遠洋漁業は外資3割出資の上限がある。出資規制はローカル産業の保護が目的なので、ローカルにない水産の加工業は優遇措置が適用される。
- 水産加工業は輸出につながる分野なので、政府としては外資を呼び込みたい意向が強い。

水産物や牡蠣の養殖について

- 水産に関してJICAの技術指導、NGOの協力実施されているが、最終的に現地のビジネスとして育てていけるかはまだ不透明。
- 海産物は非常に豊富であるが、港での冷凍施設、冷蔵施設が整っていない。
- 鮮魚をやる技術や、コールドチェーンが整っていないため、販売までに価値が下がってしまう。
- 牡蠣はスリランカでも養殖されている。日本食料理の店で提供されている。

出所：JETROコロンボ事務所ヒアリングよりまとめ

スリランカへの産業輸出が狙うべきゴール 仮にスリランカ向けに産業輸出ができれば、狙いは欧州市場か。

- 現状、日本からEU向けに水産品を輸出するためには、EUの規制に適合するための膨大な投資を要する。
- 調査では、EU向けに出荷する水産加工場を視察することができたが、将来このような工場との提携を通せば、スリランカで養殖された牡蠣を欧州市場に輸出できる可能性がでてくる。
 - EUのHACCP認証と自国の認証等を取得できている加工場がすでにある。

鮮魚を解体してさしみ用として欧州に輸出している工場の内部



スリランカ政府の期待は大きい スリランカは今の牡蠣養殖をもっとシステマティックに行う技術を欲している。

- 水産大臣への表敬訪問の際に、牡蠣養殖の技術協力に関する考えを伺うことができた。

水産大臣のコメント

- スリランカで初めて牡蠣の養殖を始めたのは水産大臣。
- 内戦後には東海岸、コロンボから1～2時間の距離でも養殖が始まっている。コロンボの高級ホテルで提供される牡蠣は、それらの養殖場からきている。
- スリランカの研究者で、牡蠣養殖の技術提供をしている博士がいる。
- 漁業者で養殖に取り組んでいる人もいる。
- 日本から養殖技術支援、投資支援があれば是非協力は受け入れたい。
- スリランカの水産業の中で、価値を一番上げていきたいのは牡蠣だと考えている。
- 日本からの投資は合併で、その他色々な事業も進めることができる。
- 福岡に行ける機会があったら是非養殖場も含めて見せてもらいたい。

現地で販売されている牡蠣



水産業新たな価値提供のありかた

“Made By Japan輸出”（産業輸出）の市場としてアジアを捉えられる。

- 福岡からアジア向けに輸出できるのは、産品だけでなく「産業」もあり得る
 - 養殖技術のトレーニング
 - 養殖技術指導
 - 機械設備導入・技術指導
 - 牡蠣種苗輸出

- これらは生産者の産品以外の新たな提供価値にもなりえる。なぜならば、産業の輸出に関しては、生産者の視点・知恵・取組み意向が欠かせない。