

## 中国におけるサケ類の流通消費

しみずいくたろう  
清水幾太郎 (中央水産研究所 水産経済部)



### はじめに

近年、秋サケ価格は輸出によって下支えされるようになった。中国に輸出された秋サケは、二次加工されて欧米に輸出されるため、その製品には日本産のブランドは見えない。しかし、製造段階で HACCP 認定取得等の厳しい条件が課せられることやコスト面から、直接欧州に輸出する状況にはない。

一方、中国貿易業者への聞き取りやインターネット情報によると、輸出された秋サケの一部は、中国の東北地域や上海等沿海地域の国内市場にも流通しており、また、食の安全・安心の観点から日本製品に対する消費ニーズは高いとの情報がある。

将来、中国国内の需要に対応する製品を日本から直接供給することができれば、日本国内の秋サケ価格の安定と地域経済の発展に貢献することが可能になると考えられる。そこで、中国における秋サケの消費拡大の可能性を探ることを目的に、消費地及び加工地におけるサケ類の流通消費動向や製品加工体制について調査をした。

### 調査方法

中国国内における秋サケ流通消費動向に関する情報を収集するため、水産加工場が集積する大連市における製品加工体制、東北地域の中核都市である瀋陽市、哈爾濱市、及び沿海地域の大消費地である上海市における流通実態について、2009年12月18日から12月26日にかけて現地聞き取り調査を実施した(図1)。調査は中国におけるナマコの流通消費実態調査も並行して行った。

調査には水産総合研究センター中央水産研究所水産経済部から著者と流通システム研究室の廣田将仁研究員、及びナマコの流通に詳しい海外漁業協力財団の前田盛暢彦氏、通訳として大連外語学院大学院生の童琳さんが同行した。

### 地域情報

調査は大連からスタートし、瀋陽、哈爾濱へは鉄道で、さらに哈爾濱からは青島を経由して上海へは空路で移動した。

大連は中国東北地域遼寧省の港湾都市で人口

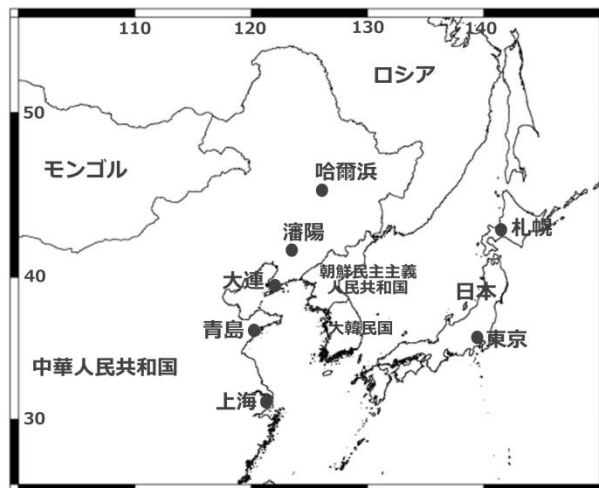


図1. 聞き取り調査した都市(北から哈爾濱、瀋陽、大連、青島、上海を示す)。  
哈爾濱(はるびん)はロシアとモンゴルに国境を接する黒竜江省に位置する。瀋陽(しんよう)と大連(だいらん)は朝鮮民主主義人民共和国と国境を接する遼寧省に位置する。青島(ちんたお)は黄海に面する山東省に位置する。

567万人、7月の気温は23.3℃、12月の気温は-1.5℃である。瀋陽は遼寧省の省都で人口698万人、旧満州では奉天と呼ばれた都市で、7月の気温は24.6℃、12月の気温は-8.9℃である。哈爾濱は中国最北部の黒竜江省の省都で人口975万人、町並みは帝政ロシアの趣があった。哈爾濱の7月の気温は23.1℃、12月の気温は-15.8℃であるが、著者が訪れたときは-25℃を記録した。天気は良かったが寒さが非常に厳しい中で、繁華街ではショッピングを楽しむ人々、川では氷上そりをする人たちが賑わっていた。一方、沿海地域の上海は中国の4大直轄市(北京、天津、上海、重慶)の一つで、人口1,858万人を有し、7月の気温は23-32℃で、12月の気温は2-12℃である。訪問時は2010年に開催された上海万博のためのパビリオンの建設真最中であった。

みずほ総合研究所によると、2009年の平均月収(年収)は、中国東北地域の都市部では30,205円/月(27,882元/年)、中国東部地域では42,070円/月(38,834元/年)である。これによると中国東部地域に属する沿海地域の月収は、東北地域に比べて4割近く高いことがわかる。

### 中国東北地域のサケ類流通消費

大連では水産市場とカルフル\*を調査した。店頭にはノルウェー産養殖アトランティックサーモン（以下アトランという）の生鮮品（1,248 円/kg）と冷凍品（624-780 円/kg）が目についた（図 2.）。大連の水産市場ではアトランは 7-8 年前から流通し始め、現在は 2 トン/月が主に日本料理店で生食向けに販売され、マグロ（390-780 円/kg で 1 トン/月）より価格、量とも上回っていた。アトランはノルウェーの養殖場で水揚げされてから 6 日間で中国の店頭へ並ぶ。

瀋陽の水産市場でも生鮮アトラン（519-25,480 円/kg）や冷凍タチウオ（224 円/kg）、冷凍エビ（959 円/kg）、興隆大家庭\*では半干しナマコ（25,168 円/kg）の品数が多かった。生鮮アトランの価格差が非常に大きかったが、市場での評価が一定していないためと考えられる。

哈爾濱の水産市場での生鮮アトランは北京から 24 時間以内に届けられる。一日当たり 21-24 尾（春節には 30 尾/日）が主にホテルやレストランでの刺身向けに販売される。一方、日本のサケは 10 年以上前の秋サケ価格の暴落後に、中国へ輸出された時期があったが、哈爾濱での流通は 7 年前頃からなくなり現在は消費者に認知されていない。替わってロシア産や地元産のシロザケが流通していた。

生鮮（910-1,170 円/kg）や冷凍（598-676 円/kg）のアトランの他に、ロシア産シロザケドレス（208 円/kg）、黒竜江産のシロザケ塩蔵品（416 円/kg）や薫製品（442 円/kg）、ロシア産イクラ（3,380-3,900 円/kg）、キャビア（3,250 円/kg）が数多く並んでいた（図 3-a）。黒竜江省は中国最北部に位置しロシアと隣接しているため、ロシア産の水産物が流通していた。中国語ではサケの表記を、アトランは「三文魚」、シロザケは「大馬哈魚」として明確に区別している。哈爾濱のウォルマート\*では、ロシア産塩蔵シロザケ（507-637 円/kg）、黒竜江産冷凍シロザケ半身（257 円/kg）、イクラ（カラフトマス卵・シロザケ卵混み、179 円/kg）で販売されていた（図 3-b）。

東北地域で明らかになったことをまとめると、

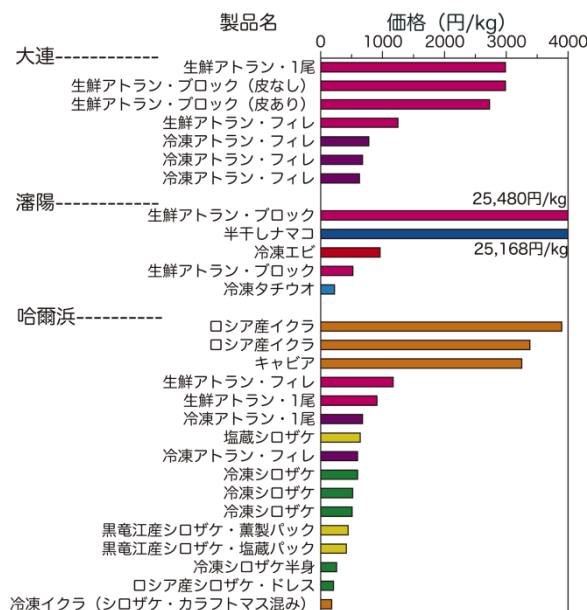


図 2. 中国東北地域におけるサケ類の価格。

- ①日本からの秋サケは現在販売されていない。
- ②ノルウェー産アトランの価格には幅があり評価が一定していない。東北地域の量販店において販売促進の最中であり、需要は未発達である。流通コストが大きいことも価格形成要因の一つと考えられる。
- ③ロシア産と黒竜江産（地元産）のシロザケやイクラが低価格で販売されていたが、品質は悪く日本では売り物にならない状態（あぶらやけ）であった。
- ④品質が悪くても需要があることから、日本産秋サケの需要拡大の可能性は十分にあるものと考えられる。

### 中国沿海地域のサケ類の流通消費

上海の久光百貨店は、2006 年にも調査していたが（Salmon 情報, No.1, 2007）、当時と比較すると生食用として販売されているサイズが刺身用から柵状へと大きい単位へ変化していた。柵状のものを購入して家庭でも刺身を作る食生活が普及したことを示している。水産加工品の売り場面積も拡大したことから水産物の消費が拡大していることが確認できた。刺身用魚介類の価格はホタテガイ（5,460 円/kg）、アトラン（4,290 円/kg）、マグ



図 3. a: 哈爾濱水産市場のロシア産シロザケドレス（手前）. 奥はノルウェー産アトラン. b: 哈爾濱ウォルマートの黒竜江産シロザケ. c: 上海の久光百貨店で販売される秋サケ加工品.

\* カルフル、興隆大家庭、ウォルマート；量販店（スーパー）、大規模小売店（百貨店）の名称。

ロ・ハマチ (4,160 円/kg), イカ (3,380 円/kg) などであった (図 4). 一方, 石狩水産品有限公司製造の北海道産秋サケ加工品は 1,460-1,820 円/kg, アトラン加工品の薫製サーモンは 5,673 円/kg であった (図 3-c).

石狩水産品有限公司の呉奇氏によると, 「揚子江の南北で食文化が違い, 北方は麦が主食であったのに対し, 南方は米が主食で醃酵 (塩辛, 豆腐) の文化が発達した」とのことであり, 江南地域の上海と中国東北地域では食文化が異なることが明らかである。また「ノルウェー産養殖アトランは一般家庭の食品としては浸透していない」とのことであり, この点については東北地域の調査でも伺われた。このような食文化の違いを踏まえた上で, 日本の秋サケを浸透させるには, 「日本文化の紹介などの環境作りから始めた上で北海道のブランドイメージを活かす工夫が重要」で, 具体的には「番組を製作して日本文化を発信するなど日常的に印象に残るところから行うことが重要であり, 食品といえども医学的に裏付けされた効能が示されれば更に販売効果が高まる」という考えであった。

沿海地域の特徴についてまとめると, ①沿海地域は米が主食で醃酵文化があり日本の食文化に近い要素を持っており, 日本の食文化 (郷土料理, 漁師の料理など) を発信させることが大切である。②アトランは商品規格を揃える養殖であるため, 刺身の形態でしか販売されていないのに対して, 秋サケは天然魚であるため品質が異なるが, それを活かした多様な商品作りや売り方が可能である。③沿海地域は所得水準が高く水産物の販売価格も高いので, 付加価値の高い商品を受け入れる潜在的ニーズがすでに存在すると考えられる。

### 秋サケの品質評価と中国消費者の特徴

大連の水産加工会社, 新中海産食品有限公司は, 日本から秋サケ原料を年 3 万トン輸入し, 秋サケ加工を主力に置いている。その理由は, ロシア産シロザケでは身色の赤い魚が 80% に留まっているのに対して, 北海道産秋サケでは 95% 以上と, 日本でのドレス加工時に選別が行われ, 原料としての品質が優れているからである。

2006 年の調査で疑問となっていた製造工程の情報として, 秋サケ加工時に出る端材の利用については, 全て養殖用餌料である魚粉原料にされるということが明らかになった。

中国の消費者の特徴としては, 食感, 色, 品質にこだわりを持っておらず, 価格重視の傾向が依然として強い。しかし, 20-40 代若年層は身色の

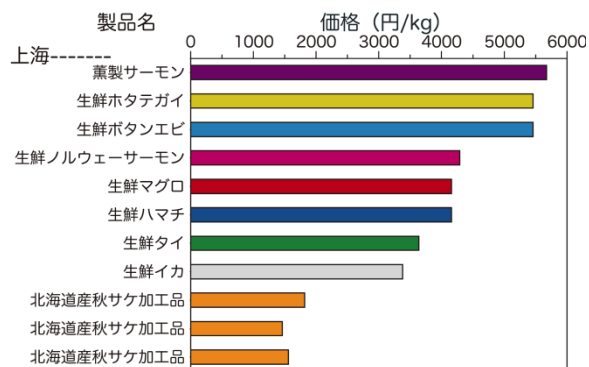


図 4. 中国沿海地域・上海におけるサケ類等水産物の価格。

赤い魚を嗜好しアトランが浸透していることから, 「秋サケ販売には将来性があり, 秋サケの美味しさを活かす調理の仕方や栄養成分の表示法などが今後重要になってくる」と新中海産食品有限公司の姜玉涛氏は考えている。この点については石狩水産品有限公司の呉奇氏の「医学的裏付けが重要」とする意見と同様であった。

### 中国への秋サケ輸出戦略の考え方

中国への秋サケ輸出戦略を考えるにあたって, 今回の調査結果からは以下のようにまとめられる。①中国への輸出を進めるには, 日本の内需拡大に対応すると同様に消費者ニーズを追求することが重要である。②生食を標準に規格化された養殖サケとは異なり, 秋サケは天然魚であり品質が不均一ではあるが, 食の安全・安心の観点から消費ニーズは高い。③品質重視サケ (高品質) や価格重視サケ (低価格) など商品の差別化を図るには, 成熟度の選別基準の地域内での統一化を図ることが重要である。④さらに, 日本の潜在的な感性 (見えないところも手抜きをしない) を活かした鮮度保持や歩留まりの向上等の加工技術の高度化を図りつつ, 中国国内の食文化の違い等を考慮した製品づくりを行うことが重要である。

このように, 日本の秋サケの優位性や高度な加工技術を活かした差別化商品の開発を通じて, 潜在的に拡大しつつある中国国内消費に向けた輸出メリットは非常に大きいものと考えられる。

### おわりに

調査に当たってご協力いただいた, 新中海産食品有限公司の姜玉涛海外事業部主管, 石狩水産品有限公司の呉奇社長, アライアンスシーフーズの角居営業本部次長に厚く感謝申し上げます。