

輸出先の風土を考慮した北海道産水産物の海外販売戦略に関する研究

苫小牧工業高等専門学校 准教授 松尾 優子
室蘭工業大学 地域共同研究開発センター准教授 古屋 温美

I. はじめに

現在、日本再興戦略において「食文化、食産業のグローバル展開」が掲げられ、道産農水産品について高付加価値化・輸出増加に向けた取組等の国際展開を早急に推進することが求められている。これに向けて国土交通省では道産農水産品等の輸出拡大・物流活性化を図ることを目的に、北海道国際輸送プラットフォーム構築事業を推し進めている。

北海道産水産物の輸出は平成6年の中国向けのサケの輸出を機に成長し、現在、サケ（主に中国）、ホタテ（主に香港）、スケトウダラ（主に韓国）が主要3品目として輸出を牽引している。本研究は、輸出に向けての一事例として「香港」に着目し、ホタテだけでなく他の魅力ある北海道産水産物（特に胆振・日高地域）を輸出するための販売戦略を提案することを目的とする。ここで「香港」を事例として取り上げた理由として、以下の点がある。

- ・「日本産」、「北海道産」が高く評価されている。
- ・消費者物価指数²⁾が安定的に上昇しており、富裕層、高所得者が多い。
- ・食料自給率は1%と低く、我が国の農水産物の最大輸出先¹⁾である。（表1）
- ・自由貿易政策のため関税が課せられず、ほとんどの商品が輸入に当たりライセンスを必要としない。
- ・日本からの水産品、水産加工品の規制がほとんどない。

そのため他の国と比較して輸出へ容易に参入しやすいほか、日本の農水産物の輸出対策を議論するのではなく、既に日本の農水産物が流通している中で、北海道産水産物のシェアをどのように増やしていけるかに焦点を絞れ、効果的な施策により道産品の輸出拡大が十分に期待できるためである。

本研究で販売戦略を検討するにあたり、一般的にまず「何を売るか」といった商品の選定をし、次に、顧客のニーズを捉え、流通とのギャップを分析することが必要である。よって、本研究では、はじめにこれらの点を踏まえた上で、香港の食文化と胆振・日高地域の魚種を調査し対象とする商品を決定する。次に、それをを用いて香港で開業している日本料理店や個人消費者向けに商品サンプルの輸送や試食会を通じて課題を抽出し、販売戦略について検討する。本研究の構成は次のとおりである。Ⅱでは香港食文化の把握、胆振・日高地域における輸出可能な魚種の検討より本研究で対象とする商品を決定する。Ⅲでは、香港の日本料理店および個人顧客向けにサンプル輸送を行い、海外出荷にあたっての課題を整理する。Ⅳでは顧客（出口）の輸出拡大に向けた販売戦略を検討し、Ⅴでは研究のとりまとめとして輸出拡大策を提示する。

表1 農林水産物の主な輸出相手国・地域

区 分	2013年		2012年		2011年	
	1位	2位	1位	2位	1位	2位
農林水産物	香港 1,250(22.7)	米国 819(14.9)	香港 986(21.9)	米国 688(15.3)	香港 1,111(24.6)	米国 666(14.8)
農産物	香港 596(19.0)	台湾 568(18.1)	台湾 481(17.9)	香港 458(17.1)	香港 501(18.9)	台湾 477(18.0)
水産物	香港 650(29.3)	米国 305(13.8)	香港 524(30.9)	米国 244(14.4)	香港 606(34.9)	米国 236(13.6)

※表内の数値の単位は億円、()は、金額ベースの構成比(%)である。出展：農林水産省農林水産物輸出入概況

II. 対象商品の決定

本章では、1.香港の食文化、習慣などの地域性の把握と、2.胆振・日高地域の魚種より対象商品の決定を行う。1.では文献やインターネットおよび香港学生ら12名にアンケートを行い調査し、2.では地域の魚種の漁獲量と漁協へのヒアリング調査により実施した。

1 香港の食文化、習慣などの地域性の把握

(1) 文献調査結果

調査方法は、参考文献やインターネットによる文献調査ならびに、苫小牧工業高等専門学校に交流事業により来校した香港の学生を対象にアンケート調査を実施した。文献調査により得られた知見は以下である。

- ・香港人は、「食得係福」（食べることは福につながり幸せである）という考えをもち、食べるならおいしいだけではなく体に良いものを食べようと「医食同源」を基本としている。
- ・世界中の外食産業が進出しており、イタリアン、日本食などの飲食店が大衆向けのものから高級なものがある。そのため、食（味）に対する評価は厳しい。
- ・味と価格に対する評価が厳しく、おいしいと感じないと絶対には買わない。一方で「良いもの」「おいしいもの」には出費を惜しまない。
- ・共働きが多いため料理をあまりしない（外食、テイクアウトが多い）。また、家政婦を雇い家政婦が炊事等家事全般を担う家庭も多い。
- ・日本の食文化は浸透しており、中華料理の次に日本食は人気が高い²⁾。
- ・スーパーなどではパック詰めの寿司（写真1）や刺身（ウニ、サーモン、ハマチ、茹でホッキ等）が売られている。価格は1パック（サーモン、ハマチ、茹でホッキ各4切れ）で約80HK\$（1,200円 1HK\$=15円で計算）。
- ・冷凍ホタテは既に流通しておりスーパーでは北海道産の冷凍ホタテの貝柱、ホタテ片貝が店頭に並んでいる。
- ・目新しいものへの興味が強い。
- ・旧正月、中秋節、聖誕節など旧暦に基づく節句時期には贈答品として月餅など食品を送る習慣がある。



写真1 スーパーの寿司売り場 写真2 杵の春雨とがーリック蒸し 写真3 持ち帰り寿司店のリフレット

- ・ 広東料理においてもホタテ貝やマテ貝などの貝類を使った料理が多い。(写真2)
- ・ 持ち帰り専用の寿司販売店も多く、刺身、寿司は日常的な食材になっている。(写真3)

(2) アンケート調査結果

香港の食文化や味の好みを把握するため、苫小牧工業高等専門学校に交流事業により来校した香港の学生に対し、①食事で重視する項目、②「北海道」からイメージされる食材、③「北海道水産物」に対するイメージに関するアンケートを行い、一部の水産品の試食も各漁業協同組合からの協力により実施し、④試食品に対する評価を尋ねた。アンケートの概要と主な調査結果を以下に示す。

実施日：2014年6月23日(月)

対象：計12名(香港学生10名、引率教員2名 ※対象学生は全員実家からの通学者)

試食品：ホッキ貝(苫小牧漁業協同組合)、タラコ(苫小牧漁業協同組合)、

サラ貝(いぶり中央漁業協同組合)

①「食事で重視する項目」

食事で重視する項目について、図1に示す「味」「コスト」「ブランド」「栄養」「健康」「量」の6項目の選択肢からあてはまるものを3つ選択し回答してもらった。その結果、全員が「味」と回答し、次いで「健康」、「栄養」を重視しており、前項の文献調査結果でも述べたように香港では味に対する評価が厳しく、「医食同源」の食文化が根付いていることが確認できる。

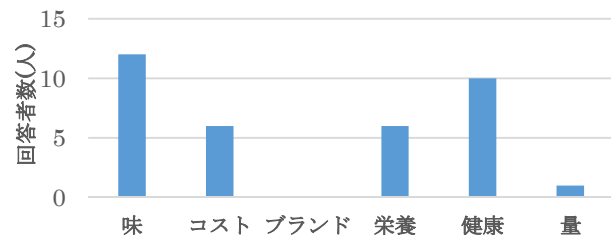


図1 食事で重視する項目(3項目選択回答)

②「北海道」からイメージされる食材

「北海道」というキーワードからイメージされる食材17項目の選択肢の内あてはまるものの全て選択回答してもらった(図2)。一般的に香港では「北海道」=「水産物」という認識が定着しているが、最も多かった回答は「カニ」、「牛乳」であった。次に多かったのは「ホッキ貝」、「ホタテ」、「ウニ」であり、水産物のなかでもこれらの商品は「北海道ブランド」としての認知度が高いことがわかる。

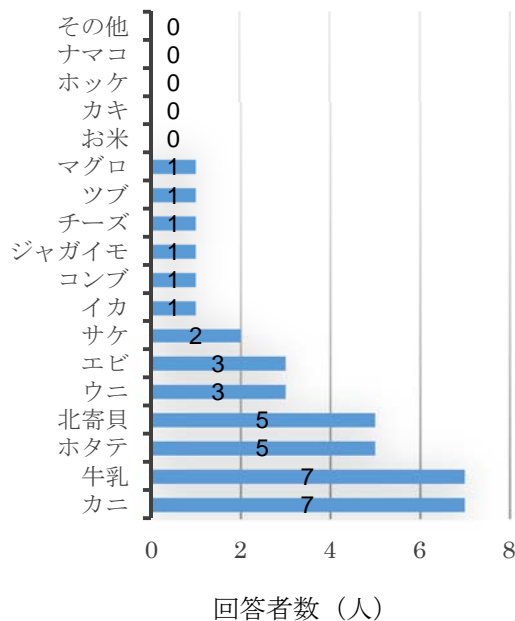


図2 「北海道」からイメージされる食材

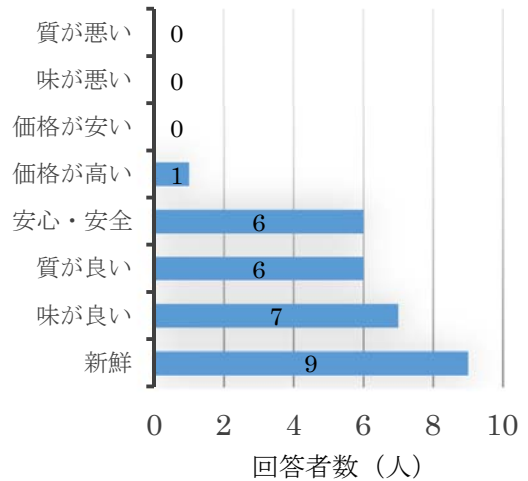


図3 「北海道水産物」のイメージ

③「北海道水産物」に対するイメージ

次に、「北海道産水産物」に対するイメージについて図3に示す8項目のうちあてはまるもの全てを選択してもらった結果、「新鮮」、「味が良い」、「質が良い」、「安心・安全」など大変良い印象であった。

④「試食品」に対する評価

試食品は胆振地域の漁協組合のご協力を頂き、ホッキ貝（苫小牧漁業協同組合）、タラコ（苫小牧漁業協同組合）、サラ貝（いぶり中央漁業協同組合）の3点とした。試食した香港学生には、味について「とてもおいしい」「おいしい」「普通」「あまりおいしくない」「全くおいしくない」の5項目から1項目を選択し評価してもらった。いずれの試食品においても「全くおいしくない」の回答は皆無であったため、残り4項目の回答をまとめた結果を図4に示す。なお、図4の横軸は回答数を総人数（12名）で除して全体の割合で表している。図4より最も評価が高かったのはホッキ貝のバター焼きであり、次いではホッキ貝の刺身であった。次に、各試食品に合うと思う食べ方をあてはまるもの全て選択してもらい、その結果を図5に示す。図4の結果においても評価が高かったように、ホッキ貝は「刺身」が合うという回答数が最多であった。この理由としては、香港では冷凍ホッキ貝が流通しているものの、活ホッキ貝や新鮮なホッキ貝の刺身は一部の高級レストランにとどまり、食する機会が少ないため北海道らしい「新鮮さ」に惹かれたと考えられる。

2 胆振地域の魚種と漁獲状況

胆振地域の水産物(主要魚種)を把握するためマリンネット北海道胆振総合振興局⁵⁾のデータ(2012年度)を表2に示す。漁獲金額、漁獲量ともにスケトウダラ、ホタテ貝、サケが上位を占めており、前述の香港学生のアンケートにおいて「② 北海道からイメージされる

食材」(図 2)でも回答が多かったホタテ貝、ホッキ貝は胆振地域でも主要魚種であることが確認できる。

3 対象商品の決定

ここでは香港の日本料理店へのサンプル輸送にあたり、これまでの調査結果および漁協へのヒアリングから対象とする商品を決定する。ヒアリングは 1) 室蘭漁協、2) いぶり中央漁協、3) 苫小牧漁協、4) 日高中央漁協の 4 箇所に実施し、各地域で獲れる魚種のなかで香港でも好まれ、海外発送において現地まで鮮度を保持する可能性が高い水産物を調査した。本研究ではここまでの調査結果と漁協との話し合いの中で、以下の理由から貝類に焦点をあてることにした。

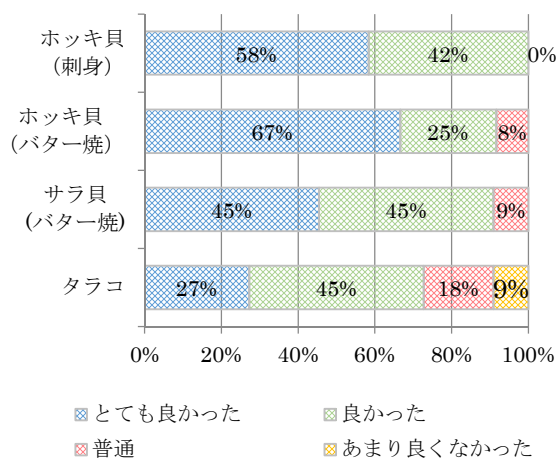


図 4 各試食品の評価

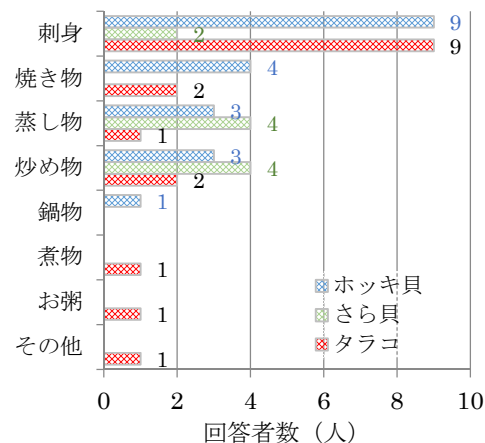


図 5 各試食品に合うと思う食べ方

表 2 胆振地域の主要水産物 (漁獲金額順)

No.	魚種名	漁獲金額(千円)	漁獲量(トン)	No.	魚種名	漁獲金額(千円)	漁獲量(トン)
1	スケトウダラ	2,753,931	34,092	11	そうはち	150,241	1,233
2	ホタテ貝	2,752,088	18,911	12	その他の魚類	132,325	690
3	サケ	1,561,717	3,218	13	なまこ	123,974	45
4	するめいか	799,200	2,479	14	みずだこ	108,939	187
5	毛がに	754,835	321	15	まがれい	100,431	332
6	ホッキ貝	734,906	1,583	16	きちじ	100,176	74
7	やなぎだこ	410,385	679	17	えぞばふんうに	81,783	11
8	たら	286,968	1,368	18	ひれぐる	71,395	227
9	ばかがい	166,608	167	19	つぶ類	71,188	396
10	その他のかかれい類	156,461	476	20	ほっけ	64,995	206

- ・ 広東料理においてもホタテ貝、マテ貝、アサリなど貝類を使った料理が多い。
- ・ 香港学生のアンケート調査結果でもホタテ貝、ホッキ貝の知名度が高い。
- ・ ホタテ貝はわが国の香港への主要輸出水産物の一つでもあり、苫小牧のホッキ貝は全国水揚げ量 No.1 である。

- ・胆振・日高地域で獲れるホタテ貝、ホッキ貝、ツブ貝などの貝類は既にブランド化されており日本国内でも評価が高い。

- ・貝類は鮮度持ちがよく、冷蔵空輸便であれば活の状態でも香港まで輸送可能である。

サンプル輸送の商品決定にあたり表 2 にあるように胆振・日高地域では多種類の貝類の水揚げがあるが、香港における知名度や各漁協の特色、ブランド力を生かし、ホタテ貝（室蘭）、サラ貝（いぶり中央）、ホッキ貝（苫小牧）、真ツブ（日高中央）と決定した（表 3）。

表 3 各漁協のサンプル輸送の対象商品（貝類）

漁協名	室蘭漁協	いぶり中央漁協	苫小牧漁協	日高中央漁協
対象商品	ホタテ貝（蘭扇）	サラ貝	ホッキ貝	真ツブ

Ⅲ. サンプル輸送

サンプル輸送では 1) 輸送手段、2) 輸送先を予め調べ、前項で決定した対象商品を香港で開業している日本料理店（以下、香港飲食店）へ既存の物流サービスのうち最も適する手段を利用し、各漁協で梱包し直接発送した。輸送手段の検討では現在北海道が道産品の輸出拡大・物流活性化に向けて取り組んでいる北海道国際輸送プラットフォーム（HOP: Hokkaido export Platform）の関連事業である国際小口冷蔵・冷凍輸送サービス（HOP1：空輸便、HOP2：船便）も含めて、既存の物流サービスを比較し、安価で利用しやすいものを選択した。輸送先となる香港飲食店は大衆向けの居酒屋チェーン店と、商品の鮮度、品質を確実に評価してもらうため中・高級すし店にも依頼した。

1 既存の国際冷蔵・冷凍輸送サービス

既存の国際冷蔵・冷凍輸送サービスの比較を行うため、サンプル輸送発送時の 1 箱あたりのサイズとして、重さは 15kg 以内、大きさは縦、横、高さの総計が 120cm 以内として料金等を比較した。サンプル輸送では「貝類の活輸送」を対象としており、航空輸送が前提であるが、輸送コストを考慮した商品単価を後（Ⅳ.1）に検討するため、海上輸送についても調査した。

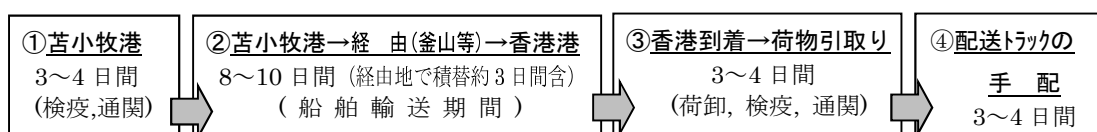
（1）海上輸送

既存の国際小口船便の輸送サービスを表 4 に示す。最も安価であるのは H 社であるが、最小単位は 1m³ と大きい上、港での直接受取りが必要となり小口には適さない。P 社は小口には対応しているものの、常温のみの取り扱いである。一方、HOP2 は最も高い価格ではあるが小口の冷蔵・冷凍輸送が可能であり、港での受取も必要なく配達先まで直接配送が可能である。いずれの輸送サービスも釜山等を経由し香港到着まで図 6 に示すように 3 週間程度を要する。現状では野菜などの農産物や冷凍品に利用されている。

表 4 海上輸送（国際船便）

	日 数	15kg 輸送時の 単価（手数料込）	常温	冷凍	冷蔵	香港到着時後の輸送形態
HOP2	3 週間程度	6,000 円	×	○	○	香港港から配達先まで輸送
P 社	3 週間程度	4,750 円	○	×	×	香港港から配達先まで輸送
H 社	3 週間程度	4,500 円*	×	○	×	香港港で荷物の受取が必要

※ H社は最小単位が1m³で約3.6万円～であるため、1m³につき15kgサイズの箱が8箱含まれるとし、表の値は1箱あたりに換算したものである。



※天候により3～6日程度遅延する場合も有

図 6 海上輸送における輸送フロー

(2) 航空輸送

北海道から香港向けの既存の国際小口冷蔵・冷凍空輸便の輸送サービスを表 5 に示す。航空輸送の現状では北海道から香港に送る場合、東京または他の地域を経由するルートが主であり、表 5 のうち直接香港へ輸送しているのは HOP1 のみである。発送頻度（集荷回数）は Y 社と N 社が毎日、HOP1 と P 社は週 1 回である。表内の単価は HOP1 以外の輸送業者は集荷料、通関料、配達料は含まれているが、関税、輸入国内消費税、付加価値税、その他の負担金は別途必要である。N 社の単価は最安値ではあるが、香港到着時には香港国際空港での商品の引取りが必要となり費用と労力がかかる上、出荷可能な最小単位の設定が 45kg 以内（約 3 万円）であり小規模の取引には不向きである。一方、HOP1 は通関料や現地の配達料が含まれているだけでなく、輸送に必要な Invoice などの書類作成も含まれており、国際輸送が不慣れな個人や小企業であっても容易に発送することが可能である。

以上のことから本研究で行うサンプル輸送の輸送手段として、HOP1 を用いるとする。

表 5 航空輸送（国際空輸便）

	集荷回数	日 数	15kg 輸送時 の単価	常温	冷凍	冷蔵	香港到着時後の運輸
HOP1	週 1 回	2～5 日	11,880 円	○	○	○	空港から配達先まで輸送
Y 社	毎 日	3～4 日	26,950 円	○	○	○	空港から配達先まで輸送
N 社	毎 日	3～4 日	10,000 円	×	○	○	空港に引き取りが必要
P 社	週 1 回	3～4 日	17,400 円	○	○	○	空港から配達先まで輸送

※N社は最小単位が45kg以内 約3万円から出荷可能であり、表の値は15kgに換算したものである。

2 サンプル輸送先と発送日程

前述したⅡ.3で決定したサンプル商品の香港到着時における鮮度状態と海外でのニーズにおける商品の品質評価のため、各漁業協同組合の協力のもと香港飲食店および個人顧客向けにサンプル輸送を行った。サンプル輸送した商品および発送日程を表6に示す。サンプル輸送は全5回行い、商品の発送時期は各水産物の時期を考慮して、前半9月から10月はサラ貝とホッキ貝、11月から2月にかけては、室蘭のブランドホタテ貝（蘭扇）とした。また鮮魚類の鮮度を把握するため1月にはスケトウダラとマダラも輸送した。輸送先となる香港飲食店は大衆向け（低・中所得者層）の居酒屋チェーン店と中級クラスと高級クラスのすし店2軒（以下、中・高級すし店）（中・高所得者層）とした。なお、送付先の中・高級すし店では日常的に築地経由や香港にある貿易会社より北海道水産物を毎日仕入れており、既存ルートからの商品とHOP1を利用して北海道から直送したときの商品を比較して鮮度や品質の評価をしてもらった。各飲食店のオーナーは居酒屋チェーン店の2軒は香港の方、他の居酒屋チェーン店では日本人オーナーであった。中・高級すし店は2軒とも日本人である。3月は個人顧客を想定し香港の一般家庭に送り、その場で調理し調理方法を説明しながら試食会を実施した。

3 サンプル輸送結果

（1）居酒屋チェーン店での評価

9月および10月に日本食の居酒屋チェーン店4軒（和風居酒屋）に表6に示すとおりホッキ貝およびサラ貝のサンプル輸送を行った。対象とした飲食店の価格帯はランチ約100HK\$（1,500円）～、ディナー約200HK\$（3,000円）～である。発送時には貝の紹介、調理法が記載されたパンフレット、アンケート用紙も同梱した。発送から商品到着時までに要した日数はいずれの商品も火曜の夕方に集荷され木曜日に到着し2日を要した。アンケートはHOP1のサンプル輸送事業を利用し、翻訳、回収はHOP1事務局が行った。サンプル商品についてのアンケート結果を表7に示す。なお、サラ貝については2回発送しており、2回目の回答については表中の（ ）内に示す。2回目輸送時に得られた回答は4軒中3軒であった。

表6 サンプル輸送の日程と送付先

	苫小牧漁協	いぶり中央漁協	室蘭漁協	日高中央漁協	送付先	発送から商品到着までに要した日数
2014. 9月		サラ貝 各 4kg			和風居酒屋店 4軒	火曜発送→木曜到着 2日
10月	ホッキ貝各 4kg	サラ貝 各 4kg			和風居酒屋店 4軒	火曜発送→木曜到着 2日
2015. 1月	ホッキ貝 各 4kg		スケトウダラ 各 8kg マダラ 各 8kg		中・高級すし店 2軒	火曜発送→金曜到着 3日
2月			ホタテ（蘭扇） 各 4kg	真ツブ 各 4kg	中・高級すし店 2軒	火曜発送→木曜到着 2日
3月	ホッキ貝 サラ貝 各 4kg		ホタテ（蘭扇） 各 4kg		個人顧客	火曜発送→土曜到着 4日

表 7 項目 1 の「到着時の鮮度」については、ホッキ貝、サラ貝とも「ほとんどが活」の状態であり、梱包状態、輸送時の温度管理には問題がなかったと思われる。項目 2 の「試食時の調理方法」はあてはまるもの全てを回答してもらった。ほとんどの店舗でホッキ貝、サラ貝（1 回目）ともに「刺身」、「焼き物」として試食されていた。これより、香港ではこれら活貝を食する調理法としては刺身、焼き物が主であり生食である刺身が受け入れられていることが確認できる。しかし、同梱したパンフレットでも説明があるようにサラ貝は刺身で食する際にウロの部分を取り除くと可食部は身の半分以下と非常に少なくなる上、ホッキ貝のような甘みが少ない。一方で、加熱するとだしが良く出るため酒蒸しや煮物、鍋物などが向いている。そのため、サラ貝の 2 回目の調理法の回答では刺身は減り、加熱する煮物などの回答が増えている。次に項目 3 の「香港で好まれる食べ方」についてはホッキ貝は刺身、焼き物となり、サラ貝は刺身、焼き物、煮物などに分かれた。項目 4 の「商品のイメージ」については、ホッキ貝、サラ貝ともほとんどが活の状態に到着していることから「新鮮」と評価されている。またホッキ貝は「味が良い」「見た目がよい」の評価が高いのに対し、サラ貝は「見た目がよい」、「料理の幅が広い」があげられた。これはサラ貝は前述したように加熱調理が向いており、煮物、蒸し物、鍋物など多様な料理（メニュー）にサラ貝が用いられると認識されたためであると思われる。また、価格についてはアンケート用紙内で HOP1 を利用して 5kg の商品を輸送した場合を想定し算出した価格を提示した。ここで、HOP1 の最小発送サイズは 5kg 以内であるため、最低発注単位を 5kg としている。

アンケート結果では「価格が高い」という指摘が 1 店舗からあった。また、1 商品だけで 5kg からの注文となると商品の品質（鮮度）が良いうちに 1 店舗のみで消費するのは非常に難しく、複数商品を混在させて 5kg とするのが望ましいという意見があった。項目 5 の「好ましい商品の形状」では、やはり「活の状態」との回答がほとんどであり、サラ貝については冷凍も可という回答があった。これは、サラ貝は加熱した調理法が考えられるためである。次に項目 6 ではサンプル品のホッキ貝、サラ貝を現在香港で既に仕入れている場合、その産地と価格を尋ねた。ホッキ貝については既に 2 店舗は扱っており、価格は 35~45HK\$ (525 円~675 円※1HK\$=15 円で計算) 程度であった。また鮮度・品質についてたずねると「同等」「サンプル品の方がやや良い」という回答であった。サラ貝についてはいずれの飲食店でも仕入れていなかった。

次にサンプル商品の取引において課題を整理するため、注文頻度、注文方法、決済方法、その他の課題について質問した結果を表 8 に示す。各質問項目において 4~6 項目の選択肢を設けていたがそのうち回答があった項目についてのみ表 8 に記載した。

項目 7 「望ましい商品の発送頻度」では週 1~週 7 のいくつかの選択肢から回答してもらった。その結果、週 2~3 回であり、つまり毎日ではなくても 1 日置きに入荷があるとよいとされている。項目 8 の「望ましい注文方法」は「E-mail」「Fax」「オンライン」「電話」「その他」から選択してもらった。「Fax」「電話」の回答が多く、実際にも現地香港において貿易会社や仲買へは「Fax」「電話」「SNS」を利用されている。次に「望ましい決済方法」では、「指定口座への振込(日本の銀行)」「指定口座への振込(香港の銀行)」「クレジットカード決済」「現金」「小切手」から選択してもらったところ、「指定口座への振込(香港の銀行)」

表 7 サンプル輸送商品の評価（居酒屋チェーン店 全 4 店）

項 目	内 容	ホッキ貝	サラ貝	
1	到着時の鮮度	ほとんどが活	3	4 (2)
		80%以上が活	1	0 (1)
2	試食時の調理法 (あてはまるもの全て選択)	刺身	4	4 (2)
		焼き物	4	3 (2)
		炒め物	2	1 (2)
		煮物	0	2 (3)
		その他(蒸し、鍋)	2	3 (2)
3	サンプル商品の香港で好まれる と思う食べ方 (あてはまるもの全て選択)	刺身	4	3 (2)
		焼き物	4	3 (2)
		炒め物	0	1 (0)
		煮物	0	2 (1)
		その他(蒸し、鍋)	2	2 (1)
4	サンプル商品のイメージ ※提示価格(送料込) ホッキ貝:5kg(10数玉) 約 12,000 円 サラ貝:5kg(約 55 枚)約 13,000 円	味が良い	4	1
		新鮮	4	4
		見た目が良い	4	3
		安心・安全	1	2
		料理の幅が広い	0	2
		健康	1	0
		価格が高い	1	1
5	好ましい商品形状 (あてはまるもの全て選択)	新鮮な活のまま	4	4
		冷凍品	0	1
6	サンプル商品と同等の商品の 現在の仕入れ状況	仕入れている場合：産地	北海道産	仕入れはない
		仕入れている場合：価格	35～45HK\$	

※表内の () 内数値は 2 回目のサンプル輸送時の回答である。

表 8 サンプル商品の取引について（居酒屋チェーン店）

項 目	回 答	項 目	回 答
7	望ましい商品の 発送頻度	週 2～3	2
		週 1	1
8	望ましい注文方法	Fax	2
		電話	1
		E-mail	1
9	望ましい決済方法	小切手	1
		現金	1
		指定口座(香港の銀行)	1
10	取引における課題	・注文方法が容易にできること ・商品到着時の鮮度保障 ・商品発送の頻度(現状は週 1) ・最小発注単位(1kg～)	

「現金」「小切手」であり、先ほどの注文方法と同様に現状での仲買との取引方法と同じ形態が求められている。項目 10 では香港から北海道へ直接サンプル商品を注文して取引する場合における課題について、「注文方法」「決済システム」「商品到着時の鮮度保障」「商品発送の頻度(現状は週 1)」「調理の手間」「発注から商品到着時まで要する日数」「その他」の選択肢からあげてもらった。その結果、「注文方法」「鮮度保障」「発送頻度」のほかに、項目 4 でも価格や最少発注単位に指摘があったように「最少発注単位を kg 単位ではなく個数単位とし、少なくとも 1kg からではないと厳しい」という意見があった。また、今回の

サンプル発送の時期は9月、10月と比較的涼しい時期であったため、鮮度は良好であったが夏場における鮮度保持を懸念する声も挙げられた。特に香港は亜熱帯気候のため夏場は高温多湿で暑い日は35℃を越える上、航空便の場合、積荷時にはしばらく外気温にさらされることになり、鮮度落ちの影響を懸念されるからである。

(2) 中・高級すし店での評価

対象とした2軒の中級クラス・高級クラスのすし店では、日常的に北海道水産物を取扱っており、東京築地や大阪、九州などの地域から毎日のように仕入れがある。各店の価格帯は、1軒目はランチ200HK\$ (3,000円)～、ディナーコース500HK\$ (7,500円)、2軒目はランチ280HK\$ (4,200円)～、ディナーコース1,380HK\$ (20,700円)～である。中・高級すし店へのサンプル輸送は計2回行い、1回目のサンプル輸送はホッキ貝、スケトウダラ、マダラそれぞれを火曜に発送し金曜到着で商品到着までに3日を要した。前回より1日多く要した原因は、香港での輸送ルートの一部に変更があり香港国際空港において通関等で時間を要した場合、当日の空港での現地輸送業者への荷物引渡しに間に合わず、1日余計に要するからである。香港での荷物は空港から一度、香港内の荷物集約センターに集められ、次の日に各地域を担当する支店の倉庫へ行き、そこから配達先へ配送される。そのため空港からその日のうちに集約センターへ届けられなかった場合、空港内倉庫で待機し、次の日の便の荷物と一緒に配送トラックで集約センターに行くため、1日遅れてしまうからである。

2回目のサンプル輸送では室蘭漁協からブランド活ホタテ「蘭扇(らんせん)」と日高中央漁協から真ツ貝を発送した。2回目は火曜日の集荷、木曜到着の2日間であった。

以下に各サンプル品に応じた中・高級すし店からの回答を記す。輸送先の中・高級すし店は同様な商品を既に日本から仕入れていることから、鮮度や梱包の方法について評価してもらった。なお評価は電話にてヒアリングした。

①ホッキ貝(苫小牧漁協)について

ホッキ貝は事前に1～2日ほど蓄養し軽く砂出しをした後に、一旦水揚げし2～3時間放置(水切り)してから発送した。梱包は発砲スチロールの箱(以下、発砲箱)にビニル袋を入れ、ホッキ貝の水管が上を向くように並べ(写真4)、その上に保冷剤を載せ、箱側面には苫小牧ホッキ貝のステッカーを貼付(写真5)した。写真6は商品到着時の状況であり、やや貝の口が開いているのが確認できる。以下に飲食店からの評価を記す。

1) 鮮度・梱包について

- ・貝も全て活の状態、鮮度は良い。
- ・梱包、鮮度は築地のものよりも良い状態。
- ・保冷剤の氷は完全に溶けてしまっている。
- ・発砲箱の底に水がたまっている。貝や魚が水に触れると鮮度は下がるため、箱の底に水を吸収するシートを1枚敷くともっと良い。シートの種類はユニチャーム(紙おむつの会社)から販売されている吸水シート(1枚10円程度)や厚手のキッチンペーパーなどがある。
- ・貝は乾燥すると鮮度が下がる。店舗で保管する際には海水で濡らしたキッチンペーパー

一で貝を包んで冷蔵庫に保管している。梱包時にホッキ貝全体の上に 1 枚湿った新聞紙や海水を濡らしたキッチンペーパーなどを入れると鮮度のもちが良くなる。

2) メニューとしての調理方法（提供方法）

- ・刺身、寿司、焼き物など。香港人はぬめりを嫌うため刺身の場合には一度軽く湯がいて提供している。

②スケトウダラ、マダラ（室蘭漁協）について

スケトウダラ、マダラは鮮魚の長時間鮮度保持に高い効果を示す、脱水シャーベット氷（海水シャーベット氷を脱水したもの）を敷き詰めて発送した。発泡箱内に詰める氷の量は梱包する発泡箱の容量と鮮魚が占める割合により決まってくるため、マダラの箱にはスケトウダラよりも多いシャーベット氷が詰められた。写真 7 および写真 8 に到着時の状態を示す。後述するヒアリング調査でも指摘があったようにマダラは若干氷が残っていたが、スケトウダラは完全に溶けている。輸送時（トラック・倉庫内）の温度帯はほぼ 4℃から 8℃以下を保たれているものの、海外発送の場合、商品到着まで 2～3 日要するため、国内輸送と同じ梱包で鮮度を保つのは厳しいのがわかる。以下にヒアリング内容を示す。

1) 鮮度・梱包について

- ・鮮度は良いが、梱包方法が通常の仕入れ時の魚が個装になっている一般的な梱包形態とは異なり、魚と氷を詰めただけの市場で陳列されているのと同様な梱包方法であった。
- ・スケトウダラのシャーベット氷は完全に溶けていた。
- ・マダラのシャーベット氷は少しだけ残っていた。また、輸送途中に箱が傾いてしまったためか、発泡箱の中の水が抜けていた。
- ・新鮮なマダラは白子に透明感があるが、到着時には既に白っぽくなっていた。（輸送に 3 日を要したことが影響したと思われる。）
- ・魚が水に触れると鮮度が下がり、傷みやすいため、氷が溶けた水が魚に触れないような工夫が必要。例えば氷をビニル袋に入れ、溶けても魚に直接触れないようにする。
- ・空気が多いと酸化が進み鮮度が落ちやすくなる。築地の梱包ではビニル袋に魚を入れ、ビニル袋内の空気をできるだけ抜くようにする。さらに、氷をビニル袋に入れ発泡箱内に入れていた。魚と魚、魚と水が触れないような工夫が必要。

2) メニューとしての調理方法（提供方法）

- ・スケソウダラの白子はポン酢や焼き物で普段から使用しているが、一尾で仕入れることはほとんどない。今回、身はあら汁として使用した。
- ・マダラは生たらこを焚いて使用した。通常、一尾で仕入れることはほとんどない。身を西京漬けにしたら味は良かったので、身だけの加工品、味付け冷凍加工品は調理の手間も省け、輸送費を安く抑えられるため商品価値があると思う。

③ホタテ貝：蘭扇（室蘭漁協）について

「蘭扇（らんせん）」は出荷直前に蓄養施設から水揚げし、箱詰め後酸素を注入した。さらに発泡箱の側面には蘭扇のステッカーを貼付（写真 10）し、保冷剤および蘭扇のパンプレットを同梱した。（写真 11）商品は火曜に発送され、木曜に到着した。

1) 鮮度・梱包について

- ・鮮度も梱包も非常に良いが、サイズが少し小さめだった。(写真 12)
- ・現在ホタテ貝は 1 枚 600 円くらいで北海道から週 2 回直送している。1 回に購入するのは常に新鮮なものを提供しなければならないので、今回 (4kg) の半分 (2kg) の量である。
- ・香港ではホタテ貝が一般的であり、特に「活もの」は好まれる。(提供時のパフォーマンスになる。)
- ・香港でも北海道産のホタテ貝を蓄養して「活ホタテ」を扱っている貿易会社がある。
- ・夏場は暑いのでホッキ貝などは強いが、ホタテは日本から送ってきても元気がなくなってしまうている。保冷剤を多くするなどの工夫が必要。



写真 4 発送時のホッキ貝



写真 5 ホッキ貝の梱包



写真 6 到着時のホッキ貝



写真 7 到着時のスケトウダラ



写真 8 到着時のマダラ



写真 9 到着時の真ツブ貝



写真 10 ホタテ貝の外装



写真 11 ホタテ貝の梱包



写真 12 到着時のホタテ貝

2) メニューとしての調理方法（提供方法）

- ・刺身、寿司、焼き物など香港人の嗜好は「刺身好き」「貝好き」なので、刺身での提供が多い。

④真ツブ貝（日高中央漁協）について

真ツブ貝は蘭扇と同様に日高中央漁協（浦河）から火曜に発送し、木曜到着であった。

1) 鮮度・梱包について

- ・鮮度、大きさも特大で非常に良い。
- ・築地市場でも 1 個 3,000 円程度する品物であり、築地でも常時に取扱いがあるわけではない。非常に良い品物である。

2) メニューとしての調理方法（提供方法）

- ・刺身、寿司、焼き物など

（3）個人顧客対象とした試食会の実施

3 月には、個人顧客を対象に香港の一般家庭にホッキ貝、サラ貝、蘭扇（ホタテ貝）を送付し、調理方法、味や北海道水産物について意見を伺った。各食材は火曜に集荷され、木曜の空輸便で香港に到着する予定であったが、悪天候（大雪）のため金曜の便になった。荷物は香港に金曜に到着した後、冷蔵倉庫内で保管され、試食会の開催（土曜）とあわせて土曜日に配達してもらった。よって、商品発送（北海道）から配送先にて開封し状態を確認するまでは 4 日間経過している。試食会は男性 4 名、女性 2 名、計 6 名の香港人を対象に実施した。ホッキ貝、ホタテ貝についてはⅡ.1. (2)の香港学生によるアンケートでも同様に既に北海道産ブランドとしての認知度や評価は高かった。しかし「蘭扇」というブランドやサラ貝についてはあまり知られていなかった。各食材の到着時の様子と試食会での評価を以下に示す。

①ホッキ貝（苫小牧漁協）について

1) 到着時の状況

- ・匂い：ホッキ貝特有の匂いは少しあるが、許容範囲である。
- ・発泡箱内の水：前回のサンプル輸送時に「箱の底に水が溜まり鮮度にも影響を及ぼす」という指摘があったため、今回は箱の下に薄手のスポンジを敷いた。水はスポンジで納まる程度であり、貝が直接水に接触する部分は前回より少なく抑えることができた。スポンジが吸収された水の量はサラ貝よりも多かった。
- ・鮮度：活の状態。口の開きはやや見られたが、水管部に触れると俊敏に反応したため鮮度は良いと判断できる。

2) 試食会での評価について

試食会では刺身、フライにして提供した。

- ・刺身：とても新鮮でおいしいとの評価が高かった。ホッキ貝は香港では冷凍ものがスーパーで販売されていたり、寿司などに使われていたりするため、よく知られていた。しかし、出回っているものの多くは湯通ししているものであり、生の刺身の状態のもの、殻付きの活のものは「初めて見る」と参加者全員が答えた。



写真 13 到着時(3月)のホッキ貝



写真 14 到着時(3月)のサラ貝



写真 15 到着時(3月)のホタテ貝



写真 16 蘭扇の素焼き



写真 17 試食会の様子 1



写真 18 試食会の様子 2

- ・フライ：味が良いという意見があったが、刺身のほうがインパクトは高かったようであった。
- ・調理方法：冷凍ものしか見たことないため、活貝はどこを取り除いて食べるのかがよくわからない。貝をむくの技術が必要に見える。火加減が難しい。という声があった。

②サラ貝（苫小牧漁協）について

1) 到着時の状況

- ・匂い：開封時の匂いは、魚臭さもほとんどなく全く気にならなかった。
- ・発泡箱内の水：箱の底に敷いた薄手のスポンジで吸水できる量であった。
- ・鮮度：活の状態。サラ貝は平べったく小ぶりであり、ホッキ貝ほど強くはないが、開封時はほとんどの貝が生存しており活の状態であった。

2) 試食会での評価について

サラ貝は、サラダ（パプリカ）、チーズとパン粉のオーブン焼き、酒蒸しとして調理した。

- ・チーズとパン粉のオーブン焼き：3品のうち最も人気があった。サラ貝は細かい砂が貝に残りやすいため、事前に身を貝から外してよく洗ってから調理した。砂は特に気にならなかった。
- ・サラダ：さっぱりとしていて、貝の食感とも合うと好評であり、3品のうち次に人気が高かった。サラダは先に身をよく洗い砂を落としてから、軽く湯通ししてパプリカなどの野菜を上に乗せた。
- ・酒蒸し：貝の酒蒸しは香港では一般的な料理のひとつであり好まれた。しかし、砂が残っていたため、そのまま調理するには事前に砂出しをしっかりとしておく必要がある。

- ・サラ貝は香港ではあまり知られていなかった。薄くて白っぽいので、見た目が興味深いようであった。調理方法については、貝の大きさから「はまぐり」や「あさり」などの貝と同様に扱えばよいという感覚があり、難しそうという意見は出なかった。

③ホタテ貝蘭扇（室蘭漁協）について

1) 到着時の状況

今回、ホタテ貝は13枚送付したが通関時の食品サンプル検査のため7枚（約1kg）抜き取られてしまったため、到着したのは残り6枚であった。

- ・匂い：活力は落ちていたものの、ほとんど気にならなかった。
- ・発泡箱内の水：写真15に示すように箱の底に黄色味がかかった水が少し溜まっていた。
- ・鮮度：貝柱を触っても反応がほとんどない。かなり衰弱している状態。通常、ホタテ貝は死亡すると臭いを発する。前述したように開封時に匂いはほとんどなかった。

2) 試食会での評価について

試食会では卵黄とマヨネーズを混ぜたものをオーブンで素焼きにして提供した。当初、刺身と素焼きを予定していたが、ホタテ貝の鮮度が落ちていたため刺身は中止した。

- ・素焼き：貝の大きさ、味の評価は高かった。香港では中国産（青島など）のホタテ貝が庶民が利用する市場などで売られているが、蘭扇のように大きいサイズのホタテは市場ではほとんど見られないようである。

香港ではホタテを使用した料理、刺身は一般的であるが刺身は冷凍品が多い。今回、貝の見た目に対しての評価は高かったものの、蘭扇の特徴でもある貝柱の大きさを活かした新鮮な刺身を提供できなかったため、「新鮮さ」「目新しさ」に対する評価は得られなかった。

④北海道水産物に対する関心について

試食後に北海道水産物に対する関心についてヒアリングを実施した。

- ・北海道のものは新鮮、おいしい、安全という認識があるが、同時に価格が高い印象がある。オンライン購入が可能であれば、価格次第で購入するかもしれない。
- ・自分用ではなく、友人などの贈答用になら買ってもよいと思う。
- ・以前、小樽に行ってホタテ貝を食べておいしかった。その場で購入したかったが、旅行中であり、香港まで持ち帰るのは難しいと思い止めた。香港では同様のサイズのものは売ってなく香港帰国後には買うことはできなかった。価格次第では購入したい。
- ・香港の夏場は非常に暑いので、北海道から直送した際に鮮度が保持されているか不安。
- ・ホッキ貝（活）やサラ貝は香港では見たことがない。調理法やどんな料理に使えるのかがよくわからない。特にホッキ貝は貝の剥き方や適切な加熱時間を見極めるのが難しそうに見える。

以上の意見をまとめると北海道水産物に対して非常に興味はあるが、購入するか否かは「価格」と「品質の良さ」次第というのがわかる。これらの上記の意見はⅡ.1でも前述したように「味への評価が厳しい」「価格にシビアだが良いものにはお金を出す」といった香港人の特徴を良く表している。

(4) 各サンプル品の課題

全5回における各サンプル品に対する評価と課題を表9に示す。

表9 サンプル輸送における評価と課題

サンプル品	評価	課題
ホッキ貝	2～4日間では、「活貝」として利用可能。 味、鮮度が非常に良い。	輸送中に貝が吐き出す水により鮮度落ちへの影響あり（吸水シートの使用を検討） 個人顧客にとっては、貝の調理が困難
スケトウダラ	飲食店では白子が利用されている 魚の大きさが良く品物が良い	一尾としての利用が少ない 氷と魚が直接触れないように工夫が必要
マダラ	飲食店では白子、生たらこが利用されている 身は味付きの冷凍加工品としても利用可能	一尾としての利用が少ない 氷と魚が直接触れないように工夫が必要
蘭扇 (ホタテ貝)	2～3日間では、「活貝」として利用可能 貝の大きさ、鮮度の評価が高い	4日目以降では鮮度が落ちる 出回っている中国産ホタテとの差別化
サラ貝	2～4日間では、鮮度は非常に良い 見た目がよい、調理方法のレパートリーが多い	しっかり砂出しすることが必要
真ツブ貝	2～3日間では、鮮度は非常に良い 築地でも手に入りにくい希少な商品	高価なため、対象となる顧客が限定される

1) ホッキ貝の鮮度は飲食店、個人顧客においても評価が高かった。一方で輸送中に貝が吐き出す水が箱の底にたまり、鮮度落ちの原因となるため、海外発送時には水の処理を検討する必要がある。

2) スケトウダラとマダラについては、飲食店では白子などの一部は利用されているが一尾としての利用が少ない。また今回は鮮度もちが良いと一般的にいわれるシャーベット氷を利用したが、到着時には全て溶けてしまっていた。原因としては、海外発送では国内輸送とは異なり輸送時間がかかること、書類作成、通関等の手続きのために時間を要することや、荷物の積卸や通関時では一時的（30分～1時間）に室外で待機するため外気により発泡箱内部の温度が上昇するなどが考えられる。

3) 蘭扇（ホタテ貝）は貝の大きさ、新鮮さにおける評価が非常に高かった。香港ではホタテ貝は一般的であり、小ぶりの中国産の活ホタテ貝も庶民の市場では流通している。また飲食店では、現在北海道産のホタテを蓄養している貿易会社から仕入れており、これらの既存で流通しているホタテとの差別化が必要である。

4) サラ貝は見た目がよい、多様な料理に使えるという意見が多かった反面、砂出しが課題となった。サラ貝は細かい砂を抱える特徴があり、一晚砂出しをしても残る場合が多い。しかし、サラ貝の特徴でもある白くて薄い殻を活かして調理する場合、酒蒸しなどの殻付のまま直接調理する料理が好ましい。そのため、長時間砂出しを行う、または事前に身を洗って砂を取り除くなどの手間が必要である。

5) 真ツブ貝は今回は特大サイズのを発送した。大きい真ツブ貝は日本においても高額な商品であるが、さらに輸送費を上乗せするとかなり単価が高くなる。そのため対象となる顧客は高級日本料理店などに限定される。

IV. 顧客（出口）の輸出拡大にむけた販売戦略

本章では1.商品単価を想定し、2.出口に応じた課題を探り、顧客拡大に向けた販売戦略を検討する。本研究で対象とした香港は自由貿易政策により、輸入品には関税を課していないため、ほとんどの商品は香港に入るためにライセンスを必要としない。また水産物、水産加工品では日本からの輸入が規制されている品目はほとんどない上に、日本産（特に北海道産）の水産品の人気が高い。そのため、他のアジア諸国と比較して輸出先として参入しやすい状況にある。しかし香港政府は水産物の輸入については、当該商品（原産国）の保健当局によって発行された食品衛生証明書の提出を推奨しており、衛生証明書が提出されない場合は香港に貨物が輸入される段階でサンプル検査の対象となる場合がある。また東北地方太平洋沖地震以降、香港では日本からの輸入食品に対してセシウムなどの放射能に関する試験をランダムに実施しており、その結果は毎日公表されている⁸⁾。この放射能の試験では、これまでおよそ 250,000 のサンプル検査が行われてきたが、「不合格」となったのは 2011 年 3 月に検査された 3 件のみであり、それ以降はない。本研究のサンプル輸送でも 3 月に個人顧客向けに発送した蘭扇（ホタテ貝）が検査対象として一部の商品が抜き取られたのはこれらの検査のためである。また、サンプルされた商品の代金は香港政府に申請することで単価から換算され後日返金される。貿易会社などでは、確実に商品を届けるため、サンプル検査用として単価の安い品を約 1kg 同梱するなどの対策を行っている。

以上の香港の貿易状況よりここでは関税やその他の手続きについては考慮せずに販売戦略を検討する。

1 商品単価の比較

北海道水産物の輸出検討にあたり、現在、既に出回っている北海道産のホッキ貝およびホタテ貝の香港における貿易会社からの仕入れ値とサンプル輸送で利用した HOP1 を使って輸送した際のホッキ貝とホタテ貝の売値について比較した結果を表 10 に示す。なお、HOP1 による輸送費（表 11）は 5kg、10kg、15kg の 3 サイズがありこれに手数料を加えた費用が発送先から配達先までにかかる総費用である。各サイズの輸送時の売値は保冷剤、梱包材の重量として 1kg 分を輸送サイズから差し引いた残りの重量を商品の重量とし、それに商品単価を乗じ、輸送費を加算し算出した。例えば、5kg サイズの場合は、梱包材が 1kg、商品が 4kg の計算である。また表内の個数は 1kg あたりの商品個数から目安として 1 箱あたりの個数を記載した。なお、計算に用いた商品単価は各漁協からのヒアリングにより参照し、「香港仕入れ値」は香港飲食店が実際に取引している貿易業者のホッキ貝、ホタテ貝の価格を引用した。サラ貝については、現地での取引事例がほとんどないため、記載していない。香港での仕入れ値はホッキ貝が約 900 円/玉、ホタテ貝は約 700 円/枚であった。一方、HOP1 を利用して 5kg サイズで直送した場合、ホッキ貝は約 850 円/玉、ホタテ貝は約 840 円/枚である。また 15kg サイズとした場合、ホッキ貝は約 600 円/玉、ホタテ貝は約 580 円/枚の売値となり、現在の香港の仕入れ値よりもホッキ貝は約 6 割、ホタテ貝は約 8 割の価格で提供することが可能である。しかし、サンプル輸送のヒアリング内容でもあったように、飲食店では少量単位で多種類の取引が必要であり、15kg の商品を 1 店舗か

ら注文をとることは現実的ではない。15kg 単位で輸送するのであれば、スーパーなどの大口の顧客を対象として設定することが必要である。

次に、現実的には活貝は海上輸送には適さないが、北海道プラットホーム事業では HOP1 に代わって、国際冷蔵・冷凍小口配送が可能な海上輸送 HOP2 の輸送サービスが試験的に始まったため、HOP2 による輸送費を勘案した単価も算出した。5kg サイズの場合、ホッキ貝は約 680 円/玉、ホタテは約 670 円/枚、さらに 15kg サイズではホッキ貝は約 460 円/玉、ホタテは約 440 円/枚の売値となるため、現在の香港の仕入れ値よりもホッキ貝は約 5 割、ホタテは約 6 割の価格で提供することが可能である。

2 物流ニーズと販売戦略の検討

ここでは、飲食店、個人顧客、販売店（日系スーパー）などの顧客（出口）向けの課題を整理し、商取引方法を検討する。表 12 にこれまでの調査より各顧客向けの課題と販売戦略の概要をまとめた結果を示す。なお、表 12 の④販売店（日系スーパー）は本助成研究（平成 26 年度）では実施していないが、平成 25 年度にヒアリング調査を行った内容から記載している。

表 10 香港での仕入れ値と HOP で輸送した場合の売値

	香港 仕入れ値 単価	HOP1(航空輸送)				HOP2(海上輸送)			
		5kg 輸送時の売値		15kg 輸送時の売値		5kg 輸送時の売値		15kg 輸送時の売値	
		単価	個数	単価	個数	単価	個数	単価	個数
ホッキ貝	約 900 円	約 850 円	12 玉	約 600 円	36 玉	約 680 円	12 玉	約 460 円	36 玉
ホタテ	約 700 円	約 840 円	12 枚	約 580 円	36 枚	約 670 円	12 枚	約 440 円	36 枚
サラ貝	——	約 180 円	56 枚	約 120 円	182 枚	約 150 円	56 枚	約 90 円	182 枚

※各商品の単価はホッキ貝 800 円/kg、ホタテ貝 750 円/kg、サラ貝 800 円/kg として計算している。

表 11 HOP1 および HOP2 による（国際冷蔵・冷凍庫小口）輸送費

サイズ	5 k g	10 k g	15 k g	手数料
HOP1（航空輸送）	7,000 円	9,000 円	11,000 円	2,000 円
HOP2（海上輸送）	3,000 円	3,500 円	4,000 円	2,000 円

※総輸送費＝各サイズの輸送費＋手数料

表 12 各顧客向けの課題と販売戦略

顧客	①日本料理店 (大衆)	②日本料理店 (中・高級店)	③個人顧客	④販売店 (日系スーパー)
対象	低・中所得者層	中・高所得者層	中・高所得者層	中・高所得者層
課題	商品単価が高額 卸業者との差別化	高品質な商品・鮮度保 持技術が求められる 卸業者との差別化	安い中国産・冷凍品と の差別化 調理方法の周知	棚料、販促費が高額 常設するには強い顧客 ニーズが必要
ニーズ	多品目を少量発注 輸送日数は3日以内	高鮮度・活もの 多品目を少量発注 輸送日数は3日以内	手軽な注文方法 自宅まで配送 北海道観光時の土産発送	「北海道」ブランド 新鮮・安全・良品・健康 客への商品魅力発信
戦略	SNS・PVによる宣伝 多品目・少量注文可 付加価値化	SNS・PVによる宣伝 梱包技術の改善 多品目・少量注文可	土産販売の強化 「お取り寄せ」としての ネット販売	自治体主導の宣伝対策 試食販売などで新規顧 客を開拓

(1) 香港飲食店 (日本料理店) 向けの販売戦略

日本料理店 (大衆および高級店) では水産品の仕入れ方法にあたり、大別して 1) 香港の貿易会社からの購入、2) 日本の卸売市場の業者に注文の 2 つがある。1) では発注システムが複数あり、例えば香港内に水槽や冷蔵庫を保有し小口 (数枚、数個) の注文にもその日のうちにすばやく対応する。飲食店への情報発信は SNS が利用されその日の価格表、お買い得品、旬のお勧め品が毎日配信され、注文を受けた翌日には配達可能である。2) は 1) より日本全国に渡る幅広い水産品の注文が可能である。また、本社が日本にある香港飲食店の場合、本社が市場からまとめ買いをし、日本の支店と香港の支店向けに発送する、あるいは自社便で香港の店舗に発送等、複数のルートがある。各飲食店の仕入れ担当者がこれらのいずれのルートで注文するかは、その日の価格、取扱商品、天気予報からシケによる影響を推測して 1) と 2) を使い分けて決定している。これらの仕入れルートにより飲食店にとっては在庫を抱える必要なく、毎回の発注は 1 日にさばける程度の量ですむ。

輸出対象を日本料理店とした場合、はじめに香港貿易会社に負けない情報発信、宣伝が必要である。週 2、3 回定期的に魚種、商品価格、写真など市場の状況を SNS より発信する。各地域ブランド品を特集した PV を作成し、店舗に備え付けられている大型テレビ等で流し、店舗に食事にきた客の興味を惹き出す。次に、北海道から直接海外へ小口発送を想定した場合、注文を受けた翌日配達は難しくさらに輸送コストが高いという課題がある。これは例え北海道直送であっても築地市場と比較して、日数を要する上、価格が高く不利な状況である。そのため、価格設定がやや高めでも購入してもらえるような差別化が必須である。例として、日本国内でのブランド力の強化、直接の売り込み、SNS、PV による宣伝、鮮度保持など付加価値を高めることが必要である。3 つ目に、輸送手段の検討である。サンプル輸送で利用した HOP1 では 5kg、10kg、15kg の輸送サイズのため最低発注単位が保冷剤等の重量を除くと約 4kg になる。しかし現実では 4kg の活貝などを鮮度の良いうちに使い切る日本料理店は香港でも稀である。そのため、より小さい小口 (2kg) 発送単位とする、あるいは他品目の水産品を詰め合わせたセット発送にするなどの検討が必要である。また HOP1 や北海道直送にこだわらずに販売する場合は、日本に本社を持つ香港飲食店独自のルートに便乗するなどが考えられる。一般的に市場間での輸送費は価格が安く抑

えられているため、北海道から築地等の市場に発送し、通常のルートに便乗することで輸送費が抑えられる。ただし、この場合産地での売値は安くなる恐れもある。

（２）個人顧客向けの販売戦略

外国人の日本食に対する関心度として、国土交通省観光庁の「訪日外国人の消費動向 平成 26 年 年次報告書」³⁾では「訪日前に期待していたこと」は 76.2%の観光客が「日本食を食べること」であり最多であった。同様に「滞在中に満足したこと」は「日本食を食べること」が 87.6%と、日本食に対する関心は非常に高く、日本食を食べることが来日の一つの目的になっている。これより、個人顧客を対象にする場合、北海道へ来た観光客に「お土産品」としてその場で購入してもらい、香港からオンラインを利用して購入してもらい、の 2 つの戦略が考えられる。III.2.(3)の香港の個人顧客向けの試食会では「観光した際にホタテがおいしく、購入して帰りたいかったが旅行中だったため購入できなかった」「食べ方がわからない」という意見があった。そのため、現地で商品を見て食べてもらい、食べ方を知って購入し後日発送してもらいシステムの強化が輸出拡大に期待できる。現実には、千歳から香港行きの直行便には観光客が購入した発泡箱（水産品土産等）の荷物が多数積まれている。通常、航空機の預け入れ荷物は重量や個数に制限があり、超過すると超過料金（約 3 千円～1 万円）が発生する。この超過料金はほぼ HOP1 の輸送費と同額またはそれ以上になることもある。外国人観光客が旅行途中で現地で注文し、帰国する日にあわせて自宅までの配達が可能システムは既に「HOP1 おみやげ便」があるが、これに対応できる店舗を増やしていくことが課題である。

また、II.1.(1)で述べたように香港の習慣では「旧正月、中秋節、聖誕節などの時期に贈答品として食品を送る習慣がある」ことから、シーズン時に贈答用企画として SNS やインターネットによる宣伝により前述の購入歴のある顧客がリピーターとして、または贈答品として購入し、他の顧客へ広がっていく可能性も考えられる。

（３）販売店（日系スーパー） 向けの販売戦略

飲食店向けでは発注単位が課題であったが、販売店（日系スーパー）を対象にする場合、比較的大口で購入される可能性がある。航空便で輸送した商品は輸送費がかかるため単価も高くなるが、表 10 より 15kg サイズで輸送した場合、他の貿易会社の価格と比較しても安い価格が実現可能である。また香港では AEON、一田、City Super など日本産の食品を取扱っているスーパーも多く、これらのスーパーには日本産のものを購入目的に訪れる客層が多い。そのため販売店（日系スーパー）で常時取扱ってもらうようになるためには、「北海道フェア」などの催事を行い、販売員により実演販売、商品の売り込み、試食などにより顧客のニーズを引き出すことが必要である。さらに催事で人気があった商品であっても 1 度限りでは商品は定着し難く、これらの実演販売を継続して行っていかなければならない。2014 年にヒアリングを行った販売店では、当初「長イモ」の取扱いはなかったものの、催事や実演販売を何度か繰り返していくうち、客から常時おいて欲しいという要望があがってきたため、「長イモ」も常設するようになったとのことであった。実演販売では新鮮さ、商品の魅力、調理法、栄養価を直接客に伝えることができ、客の興味も惹きだしやすいため、高い効果が期待できる。

またヒアリングより、北海道以外の地域では県庁などの自治体が主体となって地方商品の宣伝に直接店舗に訪れ、催事の販売員も自治体から派遣される場合が多いとのことであった。この傾向は飲食店においても同様であり、相手先にとっては会社単位よりも自治体からの売り込みのほうが宣伝効果は非常に高い。そのため、北海道も地域が一体となって宣伝、売り込みを継続的に行っていかなければ、輸出拡大への道は困難であるといえる。

V. 輸出拡大策～輸出システムの構築と広報宣伝活動～

本研究ではこれまで述べてきたように、文献調査、サンプル輸送、ヒアリング調査により香港における嗜好を探り、輸出に向けての顧客ニーズを調査し販売戦略を提案した。ここでは、本研究の取りまとめとして全ての顧客に対する根本的な輸出拡大策として1) 輸出システムの構築と2) 広報宣伝活動の2点から提案する。

本研究で対象としてきた香港では「北海道」ブランドとしての人気が非常に高く、「安全、新鮮、品質が良い」というイメージが定着している。一方で香港は世界中や日本各地から様々な食材が輸入され、北海道からの水産品も既に多く出回っている。このような状況の中でいかに魅力的な食材を提供できるかが輸出拡大への一歩となる。北海道水産品における魅力はやはり「鮮度」と「品質」であり、産地、物流、商社などが各工程において高鮮度高品質なものを維持して顧客側のニーズに合った形態で出荷できるかが求められてくる。本研究では顧客として飲食店、個人顧客、販売店の3ケースについて検討を進めたが、いずれのケースでも共通する課題は輸送費用と発注単位のギャップである。出品側は大量に発送するほうが効率よく輸送コストを低減できるのに対し、買い手側は鮮度の良いうちに消費可能な少量単位の注文を希望している。また北海道は中小企業が多く生産者側も小規模であるため、1社のメーカーでは出品品目も限定される。これらの対策として、香港現地において冷蔵倉庫や蓄養水槽をもつ北海道の生鮮品を香港で集約する拠点を設置し、現地に対応可能な輸出システムの構築を提案する。この新たな輸出システムの構築により、生産者側として次の利点がある。

- 1) 北海道農水産品を1度に大量に発送可能
- 2) 北海道各地の少量単位の商品を取りまとめて一括発送可能、幅広い品揃えが可能
- 3) 香港の拠点で直接注文受付（電話、SNS）商品の発送手配ができ、翌日配送が可能
- 4) 少量単位での販売が可能
- 5) 確実な代金回収やトラブル時の対応が可能（直接交渉、催促）
- 6) 商品クレーム時の対応が可能（状況確認、商品引取、商品を半値で他業者に転売）
- 7) 通関時の食品サンプル没収時の対応可能

一方、顧客側にとっても1) 少量単位での購入が可能、2) 発注してからすぐに商品が配達される、3) 国内で迅速にクレーム対応してもらえるなどのメリットがある。実際の例として青森県では現地に倉庫を持っており、りんごのシェアを伸ばしている。提案する輸出システムの構築は北海道が主体となり参入を希望する自治体からも出資を集め、香港の倉庫・運輸業者に一部を委託することで十分に実現可能であると考えられる。

次に広報宣伝活動では、北海道全域で自治体も一体となり広報活動や売込みを行っていくことが輸出拡大への大きな鍵となる。これまで北海道地域の広報に関しては個々に行われていたり、「北海道」ブランドの人気の甘んじてあまり積極的な活動はされてこなかった経緯があり、結果として他地域とはかなり遅れているのが現状である。実際に香港のスーパーでは、九州産、四国産、青森産の商品をよく目にするが、北海道産は人気が高いにも関わらず、店頭で陳列されている商品は他県と比較して極端に少ない。また地理的に近い九州は日系ではない地元の大手スーパーでも九州産の野菜等が販売されていたり、MTR(地下鉄)のコンコースでは壁全面に広告を貼り大々的に宣伝を行ったりなどしている。他県は当初はそれほど人気が高くなかったにも関わらず、広報活動、店頭キャンペーン、試食商談会、物産展など各自自治体や地域が一丸となって繰り返し実施していくことから、取り扱いを増やしてきたようだ。北海道も今後個々の事業者、生産者が行っていくのではなく、地域一体となって広報宣伝活動、輸出拡大に向けて取り組んでいくことが不可欠である。

謝 辞

本研究は(一財)北海道開発協会開発調査総合研究所の平成 26 年度研究助成を受けて、苫小牧漁業協同組合、いぶり中央漁業協同組合、室蘭漁業協同組合、日高中央漁業協同組合、ヤマト運輸の方々にご協力を頂いた。ここに記して関係各位に深く感謝いたします。

参考文献

- 1) 手塚裕貴、松尾優子、古屋温美：
「香港を対象とした北海道胆振地域の水産物の輸出拡充に関する研究」
平成 26 年度 土木学会北海道支部 論文報告集 第 71 号 D-19
- 2) JETRO 日本貿易振興機構
「香港消費者の日本食品に対する意識調査報告書(香港在住 20 歳代から 50 歳代男女へのアンケート調査)」
2012 年 3 月 日本貿易振興機構農林水産・食品部、農林水産・食品調査課
- 3) 国土交通省観光庁観光戦略課調査室
「平成 26 年年次報告書 訪日外国人の消費動向（訪日外国人消費動向調査結果及び分析）」2015 年 3 月

電子メディア情報

- 4) 国土交通省北海道開発局
「北海道国際輸送プラットフォーム」
http://www.hkd.mlit.go.jp/zygyoka/z_kowan/platform/hop1.html
- 5) 地方独立行政法人北海道立総合研究機構水産研究本部
「マリンネット北海道データベース検索」
<http://www.fishexp.hro.or.jp/marineinfo/internetdb/index.htm>
- 6) 農林水産省
「平成 19 年度 海外貿易制度等調査報告書（香港編）」
http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/h19_zygyou/enkatu/seido/hongkong.html
- 7) JETRO 日本貿易振興機構
「海外ビジネス情報・香港」
<https://www.jetro.go.jp/world/asia/hk/foods/exportguide/marineproducts.html#quarantine>
- 8) 香港特別行政区食物安全中心（CFS）
「食品調査プログラム（Food Surveillance Programme）」
<http://www.cfs.gov.hk/eindex.html>
- 9) 西日本シティ銀行
「香港における日本食品の販路拡大について」
http://www.ncbank.co.jp/asia_information/chuzaiin_news/pdf_files/hongkong_200903.pdf