

水産物の輸出拡大と海苔業界への期待

水産物の輸出拡大機運高まる

このところ水産物の輸出拡大への動きが加速し、本格化しております。と申しますのも、わが国政府は平成 25(2013)年 8 月に「農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略」を定め、公表しましたが、そこに掲げられた平成 32(2020)年に水産物の輸出額を 3,500 億円に増加させるという目標の達成に向け、今日その実効性ある取組が強く求められているからです。

そのためには、平成 26(2014)年の輸出額(2,337 億円)を前記目標額の達成に向けて、今後も着実に増大させていく必要がありますので、水産物輸出をオールジャパンで取組む早期体制づくりが求められることとなり、業界の主要 5 団体(一般社団法人大日本水産会、全国漁業協同組合連合会、一般社団法人全国海水養魚協会、全国水産加工業協同組合連合会、全国蒲鉾水産加工業協同組合連合会)が結集し、去る 2 月 23 日、その司令塔的役割を担うべく水産物・水産加工品輸出拡大協議会が設立の運びとなり、微力ながら筆者がその会長の重責を担うこととなりました。

当該輸出拡大協議会は、日本国内で採取又は製造された水産物及び水産加工品の輸出を行うおとする者及び水産物の輸出の拡大を図ろうとする者が主体となって行う情報の収集、交流活動、海外広報活動等の事業を連携して実施することにより、政府が定めた前記目標額の達成に向け、水産物・水産加工品の輸出拡大に資することを目的とするものです。

わが国は元来、水産物の輸出国で、高品質なサケ、カニ、ツナ等の缶詰は戦前より外貨獲得の目玉とされており、戦後から高度経済成長期に至る長きにおいてもサバ缶やそれらの品物は「GEISHA ゲイシャ」ブランドとして欧米市場や西アフリカ市場において根強い人気を博していたようです。

しかしながら、ご承知置きのとおり 1970 年代に入り、世界の沿岸各国が 200 海里体制に移行したことから、北洋漁業を中心にわが国の漁業生産量は激減し、加えて急激な円高によってドル建ての輸入水産物単価が大幅に下落したことから、各生産国の水産物は世界で最たる魚食大国である日本の国内市場に向けられ、わが国は長きに亘り大幅な輸入超過国に転ずることになりました。

そして近年、わが国は少子高齢化社会に突入し、さらに食の多様化、洋風化などに伴い、わが国における食用魚介類の 1 人当たり年間消費量は平成 13 (2001) 年度の 40.2 kg/人をピークに減少をし続け、平成 24(2012)年度には 28.4 kg/人となるまでに低迷し、世代を問わず魚離れが深刻な状況となっており、国内市場は日増しに縮小の一途をたどっております。

一方で、農林水産省によれば現在 340 兆円といわれる世界の食の市場規模は、2020 年には 680 兆円に倍増し、特に中国・インドを含むアジア全体で考えると、市場規模は、2009 年の 82 兆円に比べ、229 兆円へと約 3 倍になることが想定されるとしております。

かような背景を踏まえ、日本の水産業が持続的発展を遂げるためには、資源の適切な管理を図りつつ、所得向上を目指して収入拡大やコスト削減の取組を進めていくことが必要であり、その中で輸出の取組は、収入拡大を図る上での重要なポイントになってくるわけです。

農林水産物・食品の輸出拡大に向けた官民挙げての取組は、第三次小泉内閣時代に華々しくスタートした経緯があり、農林水産省リードの下、2005(平成 17)年 4 月 27 日に農林水産物等輸出促進全国協議会(会長は故木村尚三郎東大名誉教授)が設置(筆者も当時同協議会幹事会メンバーの一員)され、農林水産物・食品の輸出額を 2009(平成 21)年までに「5 年で倍増する」目標が掲げられるなど、輸出という「攻め」の施策に転じる機運が一気に高まりましたが、その後の円高推移やリーマンショックに伴う国際的金融危機、さらには東日本大震災の発生による原発被害にも直面し、初期目標の達成には到底及びませんでした。

それから 10 年の時を経た今日、安定した長期政権が見込まれている安倍内閣は景気浮上策を全面に掲げ、政権が総力を挙げて第一次産業の発展と地方創生に取り組んでおり、そのための予算計上もされておりますので、この機に乗じることこそ懸案の輸出拡大実現に向けた最後のチャンスと思われまます。

和食に対する高い国際的評価

一方で、水産物が食材としての重要な位置を占める“和食”が、平成 25(2013)年 12 月にユネスコ無形文化遺産に登録されたことに象徴されるように、日本食は世界中で急速にマーケットを拡大しております。

また、日本産の水産物は高級グルメ食材としても注目され、安心、安全、高品質という評価の下、欧米のみならず、所得向上のめざましいアジア諸国や中東においても需要が拡大してきております。

事実、ジェトロが 2013(平成 25)年 3 月に発行した「日本食品における海外消費者アンケート調査 7ヶ国・地域(中国、香港、台湾、韓国、米国、フランス、イタリア)比較版」によれば、好きな外国料理の 1 位は日本料理とされ、回答者の 83.8%が「日本料理を好き」との結果が示され、2 位にイタリア料理、3 位には「近隣国の料理」が評価されており、好きな日本料理の「寿司、刺身」「焼き鳥」「天ぷら」は既に定番メニューとして浸透し、今や専門店の増加やアニメの影響でラーメンやカレーも人

気と記され、和食人気を裏付けており、食材としての「水産物」も総じて高い評価を得る結果となっております。

さらに、同じくジェトロが 2014(平成 26)年 3 月 3 日公表した新興市場の 6 都市(モスクワ、ホーチミン、ジャカルタ、バンコク、サンパウロ、ドバイ)における類似の調査結果においても、6 都市合計では「日本料理」が 38.4%と好きな料理のトップとなり、次いで「イタリア料理」15.6%、「中国料理」14.0%と続く結果が示されております。

なお、当該調査結果によれば和食が海外市場において極めて高い評価を得る一方で、「日本産品を買わない理由、問題点」に関する問では、総じて「価格が高い」ことが挙げられ、個別にみると韓国では安全性への懸念、イタリアではパッケージ・ラベルに対する問題、米国では食材の使用法や調理法がわからないという指摘がなされており、これらは今後の取組課題として大いに参考とすべき点かと思われます。

とりわけ高い寿司人気

さて、このように世界で高い評価を得ている和食の中でも定番メニューとして、とりわけ高い人気を保っているのが「寿司」ではないでしょうか?!と、申すのも欧米、アジアを中心とした世界の主要都市には必ずと言っていいほど寿司を供する和食店や専門の寿司店が多く見られますし、スーパー等においても巻物を中心とした寿司コーナーが常時設けられております。筆者も何度か訪れたフランスのパリ市内においても約 800 店ほどの寿司屋(写真 1)が存在すると聞いておりますし、ビジネスで度々ホーチミン市(ベトナム)を訪れている知人の話によれば、同市内の日本人レストラン街(レタントン地区)には居酒屋や寿司バー(写真 2)など約 100 店舗が営業しているとのことですので、今や寿司は老若男女を問わず各国で多大な人気を博しており、国際的に広く浸透した食べ物と言えるでしょう。



人気に相応しい質の高い寿司を供すべき

これだけ人気の寿司なのですが、パリ市内でも正統派の寿司屋は1割程度で、まだまだ日本人の手に係るものは少なく、現在海外で供されている寿司の多くは、日本人以外のアジア系の方々によって供されているため、我々日本人からすると異質なものが多く、現地の食材事情にもよりまじょうが、総じてシャリはベチョベチョ、マグロは褐変(かっぺん:色が黒ずむこと)するなど、とても日本人の口には合わないようです。巻物も海苔よりサーモンが主体(写真 3)のようですし、巻かれる具材もしかりで、サーモンやアボガド程度のもので、寿司本来の魚介類を中心とした旬の食材による多様性に欠け、パリ市内のとあるスーパーで売られている「おにぎり」(写真 4)は酢飯で握られていたと言うのですから、驚きです。もちろん海苔はほぼ韓国産とされています。

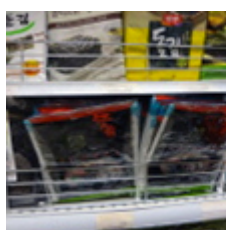


こうした懸念の裏で、例えばスペインのサン・セバスチャン市内のスーパー(AMARA)には日本人の手による寿司のテイクアウトコーナーが設けられているようで、ここの寿司はわが同胞が食べても旨いそうですから、世の動きは想像以上に早そうです。和食がユネスコ無形文化遺産に登録され、「和風だし」や抹茶、柚子(ゆず)、山葵(わさび)などが料理や菓子類に食材として広く世界で重用され、食の祭典とされるミラノ万博も開催された今日、わが国もトップセールスにより、日々世界に向けて本格的な和食のPR努力が行われておりますので、この機に乗じて水産物輸出の拡大を实のあるものにし、世界の各地で人気に相応しい質の高い寿司を供していけたらと思うのです。



海苔の輸出促進への期待

さて、和食の定番メニューが寿司となれば、寿司に欠かせないのがネタとなる魚介類と海苔!です。とりわけ巻き寿司は具材により好みもありまじょうが、筆者は手巻き、軍艦巻きよりも昔ながらの巻き簾による「かんぴょう巻き」や、擦り下ろした山葵のみの「さび巻き」を好みとしています。これらに巻く海苔が良質のものならば、視覚(黒光り)、聴覚(切り音)、臭覚(焼いた香ばしさ)、味覚(磯の風味)、触覚(さわり心地)の五感に触れる味わいを楽しめますので、まさに和食がユネスコ無形文化遺産に登録されたことで、その存在感を増す食材と言えるのではないのでしょうか!



そんな魅力を有する海苔ですが、海外で販売されている海苔は画像(写真 5)に示す通り、ほぼ韓国産で占められており、日本食材店の全てとは申しませんが、ここで売られている海苔は日本のブランドですらも韓国産を使用とのことです。今後は地名やブランド名の商標登録には万全を期した上で、価格問題(総じて現地の日本産海苔は韓国産の倍額以上で売られている)もありましようが、わが国の海苔業界に対し、今こそ腰を据えた輸出努力を促したいと思います。

なお、前記のごとく、昨今では和食の定番メニューである寿司に加え、アニメ等の影響によりラーメン人気も急速に高まっているようで、去る4月14日付読売新聞朝刊の囲み記事「異国ログ」の中にも「ロンドンではいま、とんこつラーメン店に長い行列ができています。数年前から徐々に増えてきたところに昨秋、一風堂、金田家という福岡を拠点にする二つの有名店が、中心部の同じ通りを挟んで相次いで開店し、ブームに火がついた。・・・」と報じられておりますので、ラーメンと相性抜群の海苔ですからこの分野でも大いに消費拡大の余地があるものと思われまます。

海苔指導団体の果たすべき役割と期待

このような背景を踏まえますと、海苔の国内市場もご多分に漏れず、食の多様化や少子高齢化等に伴う縮小化により消費が落ち込み、かつては贈答品の花形だった高級海苔も今や昔日の感となっておりますので、今後は業界団体も各種食品(料理)に見合った海苔の特性ニーズやPR方法などを考慮し、新たな戦略の下に輸出という攻めの施策を前向きに推し進めてほしいのです。

とりわけ水産食品の欧米輸出には HACCP(危害分析重要管理点方式)管理が義務付けられておりますが、筆者の理解では米国 HACCP 規則における水産食品の定義は魚介類(水生動物)を原料とするものとされておりまますので、海苔・海藻類(水生植物)の加工品は管理義務から外れることとなり、この一面のみ見てもかなりの負担軽減となりますので、輸出を考える上での大きなメリットと考えられます。

さらに、国内海苔業界の再活性化のためには、せつかく定められた海苔の日(2月6日)や恵方巻の日(節分)をより積極的にPR努力するとともに、全国や県レベルで開催されている天皇杯に直結した農林水産祭参加表彰行事をより効果的に活用し、現状の農林水産大臣賞の受賞段階で満足することなく、過去の実績を振り返り、積極的に産品部門での天皇杯取得を目指すべきだと思っております。

と申すのも、筆者は約15年ほど前に、天皇杯他三賞への選考作業に係る専門委員をつとめた経験を有しますが、前記表彰参加行事に指定された各種品評会で農水大臣賞を受賞した後、その上位の天皇杯受賞案件として申請される際の推薦文書の内容をみますと、品評会の内容と審査

基準がごく簡単に記されているのみですので、専門委員が天皇杯に推奨したくても、それに応じる申請当事者の熱意やストーリー性に乏しく、推奨しようにも本審査の委員を納得させ得る文章が書けなかった記憶があります。天皇杯はブランド力を高める格好の機会なのですから、品評会当事者の熱意と業界団体の指導力に奮起を促したいものです。

当該リレーエッセイでは既に著名な海苔専門家の諸先生方が、海苔養殖の沿岸海域浄化に果たす役割や海苔・海藻類の有する機能性、栄養性などに触れ、スサビノリ主流の今日、味よし、香りよしと言われるアサクサノリが感慨深く記されてもおり、海苔養殖は生産段階から加工、流通、消費に至るまで、伝統食材ゆえに、極めて話題性に富んだ食材であることが窺い知れます。大学から海苔の講座が消え、専門家の数もごく限られてきたとの懸念の声がある中で、これら諸先生方の英知をお借りし、和食の食材を象徴する海苔の伝承と海外市場への飛躍に向け、少しでもお役に立てれば幸いです。

齋藤 壽典(さいとう・としのり)

一般財団法人海苔増殖振興会理事、一般財団法人農林水産奨励会理事、一般社団法人大日本水産会顧問、水産物・水産加工品輸出拡大協議会会長