

中国に向けた輸出への挑戦

松浦魚市場で一年間に水揚げされるサバのうち、鮮魚として出荷されるのは2割程度で、残りは缶詰や削り節、養殖魚の餌の原料として安く取引されています。

この加工原料となる300g以下の小型のサバが、中国では鮮魚として消費されています。このことから中国市場に狙いを定め、消費拡大を図る取り組みが始まっています。

ルートの開拓と魚料理の紹介

市や水産企業、団体などをつくる長崎県北松地域日中輸出入促進協議会（友広郁洋会長）が、中国との経済交流を通じた県北地域の水産資源活用を目的に、平成16年8月に発足しました。

同協議会は、これまで国内で加工原料として安く取引されている300g以下の小型の冷凍したサバを、中国に輸送するため、福岡や調川港からの試験輸出を行ってきました。今年、鮮魚での試験輸出に取り組み、輸送ルートの開拓を行っています。

また、中国での需要を増やすため、中国語版の料理レシピ集を独自に作成して配布したり、昨年は中国大連市で魚料理教室を開いたりしました。



試験輸出の積み込み



中国語版料理レシピ



大連での魚料理教室

上海魚食普及キャンペーン

9月24日から10月5日にかけて、上海市の大型デパートなどで、松浦魚市場に水揚げされた天然ブリ、アジ、サバ、養殖ハマチ・マダイなどの鮮魚を使い、日本の魚食文化のPRキャンペーンを行いました。

試食会と

アンケート調査

上海市の大手百貨店やスーパー、ショッピングモールの3店舗でハマチやアジ、サバなどの試食会や調理講習、アンケート調査を行いました。

アンケート調査は、年齢層や家族構成、よく食べる魚の種類に加え、価格や鮮度など買う際に重視する点などを盛り込んだ10項目について行いました。

その結果は、協議会で詳しく分析中ですが、刺身を食べた経験があると答えた人は全



キャンペーンのオープニング



試食会の様子



長崎県北松地域日中輸出入
促進協議会作業部会長
宮本 啓史さん
(志佐・大浜西、67)

体の7割以上を占め、若い世代ほど多いことや、購入平均価格は400円程度と、日本で流通している価格と同じくらいで、輸出経費の課題が出てくるのがわかってきました。
中国に住んでいる日本人や日本滞在経験者の回答のなかには、新鮮な魚が中国にはないため、今後は常設、定期的な販売を望む声もあがっていました。



アンケートで色々なことがわかってくる

水産業、
市の発展を願って

日本の人口は減少しており、魚の消費が減ることが心配されます。松浦の水産物が市場経済で生き残るには、隣の中国でも消費してもらうための挑戦が必要と考え、輸出経路の検討、中国での魚食普及などの取り組みを行っています。

これまでの輸出テストやキャンペーンでの課題を整理し、軌道に乗せることが生産者の所得向上と松浦市の発展につながるものと考えています。

キャンペーンを終えて

キャンペーンに参加したスタッフは「上海では想像以上に海産物に対する需要が高く、品質、健康への意識も高いことがわかりました。また、試食では中国の人にあった味付けをするなど、工夫をこらすことが必要で、今後の課題が見えてきました」と話しています。

同協議会では「鮮度の良いものをどういう手段で中国に送るか、いかに食べてもらうかなど、それぞれの課題を整理する必要がある。また、今後は協議会でやるべきこと、輸出の手続きなど国や県のレベルでやるべきことの役割分担をはっきりさせて、連携して取り組んでいくことが大事です」と話し、キャンペーンを締めくくりました。

