

やまぎん

アジアニュース

平成 31 年 1 月

●釜山支店Tel010-82-51-462-3281 ●青島支店Tel010-86-532-85766222 ●大連支店Tel010-86-411-83705288
●香港駐在員事務所Tel010-852-2521-7194



【青島支店】

中国における水産物消費の変化

1. はじめに

中国は大陸国家であるため、古来より食卓に並ぶ料理は肉類が中心であり、日本でも馴染みのある中華料理は「酢豚」、「餃子」、「青椒肉絲（チンジャオロース）」など、肉類が中心です。

しかし、近年の経済成長に伴い、中国の水産物生産量は 2017 年には 6,938 万トンと世界第 1 位となり、その規模は更に拡大を続けています。ちなみに同時期の日本の水産物生産量は 383 万トンですので、規模の大きさがわかると思います。

規模に加えて特徴的なのは地域による消費量の差です。2016 年時点で中国の一人当たり年間水産物消費量は 11.4kg と、日本の一人当たり年間水産物消費量 46.1kg と比べて低い水準にありますが、内陸部と沿海部で大きな違いがあります。

例えば、内陸部にある青海省では 5kg 以下ですが、広東省、上海市、福建省等の沿海部での年間消費量は 20kg 以上の水準となっています。

中国の国土は広く、地域による差は様々な分野で大きいのですが、実は経済発展による所得向上、交通の発達、輸送技術の向上、冷蔵冷凍技術の向上、ネット販売の普及などが一気に進んだことにより、中国の水産物消費に今変化が起こってきています。

2. 水産物消費の変化

従来、中国の水産物消費は沿海部では海水魚、内陸部では淡水魚が中心となってきましたが、先に述べた様々な分野の発達により変化が生じてきています。依然として中高年世代は海水魚に抵抗感を示す向きもありますが、一方で若年層を中心に従来は地元には無かった珍しい食材への好奇心や健康志向から海水魚への抵抗感が薄れ、一般的な食材として中国全土で海水魚が認知され始めています。

販売方法も、従来は露天売りが中心でしたが、最近では日本と同様にスーパーで切身のパック売りや、生簀（いけす）での販売、冷凍品といった方法で販売されており、日本でも大きく報道された「双 11（11 月 11 日）」のスーパーセールではネット販売でも水産物等の日常食材が大きく売り上げを伸ばし、生鮮食品も中国全土で手軽に買える時代になったことを印象づけました。



「現地スーパーの水産物コーナー」

また、近年では外国産水産物の人気も高まっています。特に人気が高いのがサーモンであり、ノルウェー政府の全面的なバックアップに加えて、中国で「おめでたいこと」を象徴する赤系の色であることもあって急速に普及しました。今では一族が集まる春節やお祝い事の席にも登場する食材となり、ノルウェー産サーモンは中国で最も成功した食品輸入事例の一つとされています。実は日本人駐在員の中でも「サーモンは日本と遜色ないレベルの刺身が食べられる」と話題になることもあり、品質面でも向上が感じられます。スーパーでも大きな販売スペースを占める主力商品となっており、元々「生の魚」を食べる風習の無かった中国に変化をもたらしました。



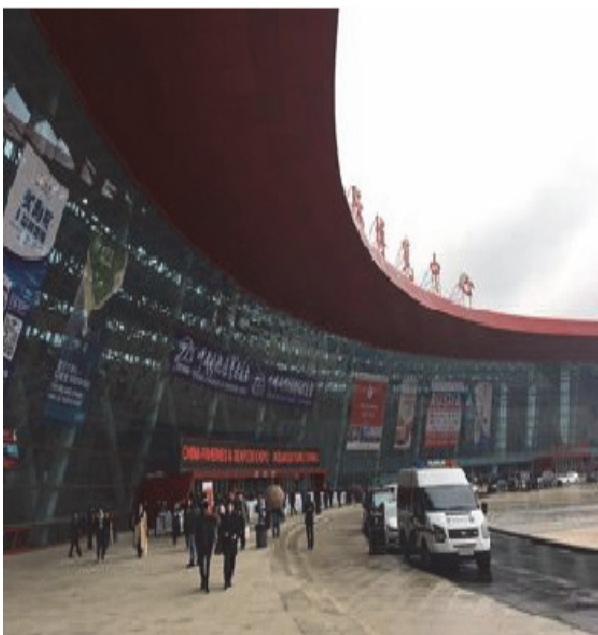
「スーパーで並ぶサーモンの刺身パック」

水産物は日本からの影響も大きく受けています。ウナギは従来より中国でも一般的に食べられてきた食材でしたが、ぶつ切りのまま煮込まれるのが一般的で、捌いて開かれる蒲焼は気持ち悪いと言われていました。しかし、近年の日本食人気の高まりにより、日本と同じ蒲焼の形式で販売されているのを目にする機会が増えました。また、味付けも日本のウナギのタレが用いられるようになり、新しい味覚として中国でも受け入れられています。価格は蒲焼1尾50元（約800円）と他の水産物と比較して高価なのですが、急速に一般的な食材として認知されつつあります。

3. 「中国国際漁業博覧会」

このような中国の水産物消費の変化を受けて、世界からは水産物消費マーケットとしての関心が高まり、また逆に中国も水産物調達先として世界のマーケットへ目を向けるようになりました。その変化を大きく感じる事が出来たイベントが先日青島にて開催された「中国国際漁業博覧会」です。

11月7日から3日間、世界三大漁業博覧会である「中国国際漁業博覧会」が青島にて開催されました。世界中のバイヤーなどをはじめ、51カ国1,500社以上が参加し、延べ3万人以上の来場者がありました。日系企業も多数出展し、中国のマーケットを調査するために多くの日本人が来場していました。お話を聞くことが出来た来場者の方々からは博覧会の規模の大きさや盛況ぶりに驚く声があったほか、「中国企業は、従来は外国産であれば何でも欲しがり、素材丸ごとでの購入が中心であったが、現在は品質を意識するようになり、形態も加工品のオーダーが増えてきた」といった具体的な変化を口にされる方もおられました。



4. 終わりに

近年の中国における輸入水産物への関心の高まりは、経済成長に伴う食の志向の変化や安心・安全な食品への関心の高まりが背景にあり、特に小さな子供を持つ若い世代や富裕層を中心に、健康に良い食材への意識が高まっています。これまで挙げた様々な発展や変化は著しいものがありますが、一方で中国国内では依然として船内保冷設備が無い漁船が多く存在するほか、水産物加工場の品質にもバラつきがあるのも実情です。



「漁船」



中国は世界第 2 位の経済大国に成長しましたが、依然として人口が増え続けている巨大なマーケットです。近年の経済成長に伴う「食」に対する志向の変化により今後水産物消費がさらに増えることが予想され、大きなビジネスチャンスが見込めるでしょう。

最近、中国を訪れる日本人出張者からは「日本はどんどん中国に買い負けている」とのキーワードが聞かれるようになりました。特に外国産の水産物は高いレベルで加工されているため、安全であるとのイメージがある中国では今後ますます外国産水産物の需要は高まるでしょうし、従来は日本に入ってきていた外国産水産物が手に入りやすくなっていくことが考えられます。

日本で耳にする中国の経済成長の印象は「不動産投資」や「ハイテク産業」などが中心かもしれませんが、「食」の分野も成長を続けています。

現在、中国向けに水産物を輸出する場合は施設の事前登録や、衛生証明書の添付など当局による様々な規制が存在します。このように日本国内への販売と比べて中国への輸出は煩雑な手続が必要となりますが、中国は世界最大の水産物消費市場へ成長しつつあり、大変魅力的なマーケットと言えるでしょう。

(山口銀行青島支店 浅上 雅典)

【参考文献】

- ・JETRO 日本産水産物の中国内陸部向け輸出可能性に関する調査報告書
- ・JETRO 外国産品の先行事例分析
- ・水産庁 平成25年度水産白書 第1部 第II章 第4節 (3) 水産物消費の状況
- ・山田コンサルティンググループ株式会社
中国／業界トピックス／水産加工業界の現状と日本企業のビックチャンス
- ・中国国際漁業博覧会公式ホームページ