



## 【青島支店】

## 中国市場における日本産水産物の動向について

## 1. はじめに

日本産水産物は、中国の沿海部を中心に消費されていました。特に上海、広州、北京などの大都市では、日本食レストランや高級ホテルでの需要が高く、ホタテやマグロなどの高級食材が人気でした。また、福建省や浙江省などの沿岸地域では、日本産の魚介類が市場に流通し、地元の料理にも取り入れられていました。

さらに、中国内陸部でも日本産水産物の消費が広がり、武漢、長沙、鄭州などの都市では、輸入水産物を扱う市場やレストランが増えていました。特に富裕層向けの市場では、日本産の鮮度の高い魚が指名買いされることが多かったようです。

このように、日本産水産物は中国の沿海部だけでなく、内陸部にも広がりを見せていましたが、2023年の輸入禁止措置により市場の状況が大きく変化しました。

## 2. 日本産水産物輸入と禁止措置の影響

かつて、中国は豊富な近海漁業資源を有していましたが、経済発展に伴う乱獲により漁獲量が減少しました。特に都市部の発展により沿岸部の漁業資源が枯渇し、国内の水産業界は新たな供給源を模索することとなりました。その中で、日本産水産物は品質と安全性が評価され、高級食材を中心に輸入が拡大しました。ホタテ、マグロ、ナマコといった代表的な水産物の他にカンパチ、シマアジ、のどぐろ、太刀魚、ブリなどは、特定の企業による鮮度重視の指名買いが行われ、日本の水産業界にとって重要な市場となっていました。

しかし、2023年8月、東京電力福島第一原子力発電所の処理水放出を理由に、中国政府は日本産水産物の輸入を全面的に禁止しました。この措置は日本の水産業界に大きな影響を及ぼし、特に中国市場への依存度が高い企業は、新たな販路を開拓することを迫られることとなりました。中国においては、中国国内の水産業者は、遠洋漁業や輸送船を活用し、韓国、北米、ベトナム等世界各地の漁場で水産物を調達することで、日本産水産物の代替品を確保しながら業界の安定を図っています。日本食レストランは、日本産以外の食材を活用したメニュー開発を進め、日本食のブランドイメージの維持に努めています。当初、中国国内の消費者は日本食品全般の購入をためらったことで、日本食レストランの利用も一気に減少しました。また寿司等を提供する日本食は、都市部に集中し一般的に高級店なため、最近では節約志向の広がりも影響し、高級な日本食レストランの数は減少傾向にありました。また、残った店は、中国国内や韓国やベトナムといった国から

の仕入れで代替して対応を行っているようです。

■ 国別輸出額ランキング(2022年～2024年)

(単位:億円)

年度	1位		2位		3位		4位		5位	
2022	中国	871	香港	754	米国	539	台湾	346	韓国	244
2023	香港	1,016	米国	613	中国	610	台湾	330	タイ	245
2024	香港	883	米国	741	台湾	351	ベトナム	339	タイ	312

農林水産省 農林水産物輸出入概況を基に筆者が作成

しかし、時間が経過する毎に、状況は変化していると感じています。中国で処理水に関する報道や SNS への投稿がほとんど見られなくなったことや日中間でビザなし渡航が解禁され、訪日中国人の増加により日本で寿司や刺身等の水産物を食べる機会が増えたことで処理水放出時に比べ敬遠する消費者が減っていると実感しています。また、最近では、日本食レストランの減少も下げ止まったようで、大都市においては、日本食レストランの人気から今後は、徐々に増加に転じる可能性があると考えられています。

### 3. 物の安全性と美味しさ認知度向上へ

農林水産省が 2023 年に公表した統計によれば、中国における日本食レストランと呼ばれる数は 109 ヶ国合計 187,400 店舗中、中国は 78,760 店舗と全体の 42%も占めています。その中で水産物を提供するレストランも相当数あり、今でも潜在力の大きな市場に違いありません。日本食レストランでは、刺身、寿司といった定番の料理に加え、うな井、天ぷら、たこ焼き、明太子入り卵焼き、たこわさ等が提供されています。刺身で、マグロ、サーモンの他、シマアジ、カンパチ、のどぐろといった魚も人気があります。現在は、中国国内での養殖が多いようですが、鮮度は、日本の漁師が魚を採って血抜き、神経締めしたものがはるかに新鮮と言われています。



中国国内の回転すし店で入店待ちの人、食事風景(筆者撮影)

現実には、中国国内の日本料理に使われる水産物は、日本以外の国で水揚げされたものであり、代替として使われてから約 2 年が経過しており、以前ほど、日本産が重宝されるとも言い切れません。そのため、解禁に向けて、今できることを行い、事前準備をしておくことも必要ではないかと思えます。

一つ目は、水産エコラベルの取得があります。これは、水産資源の持続性や環境に配慮した方法で生産された水産物に対して、消費者が選択的に購入できるよう商品にラベルを表示する仕組み

みで差別化を図る上で効果的だと思います。世界には様々な水産エコラベルがあることから、「世界水産物持続可能性イニシアチブ (GSSI: Global Sustainable Seafood Initiative)」が 2013 年に設立され、GSSI から承認を受けることが、国際的な水産エコラベル認証スキームとして通用するための潮流となっています。

二つ目は、SNS による間接的な PR です。中国国内で日本産水産物の直接的な宣伝が制限される中、微信 (WeChat)、大衆点评、小紅書 (Red) などのソーシャルメディアを活用し、訪日観光に関連して日本料理店や居酒屋の動画を配信したり、寿司職人の技術、市場での競りの風景を流すことで間接的に日本の水産物を PR しています。また、中国人の一般人の投稿も数多く見られます。

三つ目は、訪日中国人に向けた直接的な PR です。現在、毎年、訪日中国人が増加している中、大都市だけでなく、地方都市にも中国人観光客は行くようになってきました。地方都市に来た観光客を対象とした訪日中国人等の外国人向けにイベントで、その土地で有名な水産物の魅力を体験する機会を提供することで、認知度が高まり、いずれは、消費拡大に繋がっていくものと思います。

#### 4. 輸出再開に向けて

5 月末に日本産水産物の輸出再開に必要な技術的要件について日中双方で合意したとの報道がありました。同時に中国での報道をネットで調べてみましたが、報道は、非常に少なく温度差を感じました。6 月初旬の時点ではありますが、実際の状況について数社の日系水産業者へ状況を確認したところ、まだ報道が出たばかりで顧客からの問い合わせや目立った動きは無い。日本の取引先からは、輸出再開に必要な手続きや確実に輸出が履行できることが分かるまで、動くことはできないが、確実にできると分かれば、すぐにでも日本から輸入するといった声もありました。一方で、日本から輸入ができるようになっても現状、代替の水産物で間に合っているため、日本から輸入を再開することは、考えていないとの意向もありました。まだ、政府間で合意したレベルで実際に輸出再開の動きがでるまでには、もう少し時間がかかるようです。

日本から輸出する水産物は、主に都市部に住む裕福な中国人が対象になります。一般の人にとっては、中々手が出ないため、回転すし等のチェーン店に流れています。また、現在は、日本産の水産物以外のもので代替が成り立っているため、一気に以前のような状況に戻るようなことは難しく、時間を必要とすると思います。

しかしながら、SNS では、日本の刺身や鰻の有名店を紹介する動画やその他の日本食もジャンルを問わず情報が溢れており、日本食ブームは、確かにあると感じています。私自身もやはり日本で採れた魚を食べた方が美味しいと感じます。中国人にとっては、日本の食品は、新鮮で美味しいとの評判は、今でも変わっていません。新鮮な日本の水産物は、これからも中国で受け入れられていくものと思います。

#### 5. おわりに

山口フィナンシャルグループでは海外への事業展開にご興味があるお客様のサポートを行っていますので、お気軽にお取引店または営業戦略部営業企画室海外事業グループまでお問い合わせください。

(山口銀行青島支店 上村 尚志)

---

【参考文献】

- ・日本貿易振興機構「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」  
[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/\\_Reports/02/2017/44f8fc5078d8e992/China\\_suisanreport.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2017/44f8fc5078d8e992/China_suisanreport.pdf)
- ・農林水産省「海外における日本食レストランの国・地域別概数」  
[https://www.maff.go.jp/j/press/yusyutu\\_kokusai/kikaku/attach/pdf/231013\\_12-4.pdf](https://www.maff.go.jp/j/press/yusyutu_kokusai/kikaku/attach/pdf/231013_12-4.pdf)
- ・水産庁「令和3年度以降の我が国水産の動向」  
<https://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/wpaper/R4/attach/pdf/230602-6.pdf>