

食の輸出 Part 1

～ユネスコ登録から10年～

「和食」がユネスコ世界無形文化遺産に登録され10年に。
「高品質で安心安全な食材」は海外から高評価！

1. はじめに



函館税関の管轄する地域は北海道、青森県、岩手県及び秋田県となっており、国土の約3割を占めています。

その中で北海道は、広大で肥沃な大地に裏付けされた「農業」、様々な海流が栄養を運ぶことにより数多の魚種が水揚げされる「漁業」、またそれら生産物をふんだんに使用し新たな商品を生み出す「食品加工業」と、食に関する産業が数多くあります。

普段なにげなく食べている食事。それは海外においても同じことです。海外旅行がお好きな方は、訪れた先で「日本食」を目にすることも増えてきたのではないでしょうか。

実は、昨年2023(令和5)年は、2013(平成25)年12月に「和食文化」がユネスコ世界無形文化遺産に登録されてから10年という節目でした。その間、世界へ向け日本の食文化を発信し続け、豊富な農水産品や日本酒、納豆など多岐にわたり輸出されています。

貿易統計を見ると、2022年には日本全体で初めて1兆円を突破、函館税関管内においても同年に初めて1千億円を突破するなど、ユネスコに登録された2013年と比較し、その規模は拡大しています。

これは各産業界だけではなく官民一体となって世界基準での「安心・安全」なイメージを獲得され、それを継続し続けている成果であり、いまや世界各国に輸出され、世界の食を支えています。

そこで今回は「食の輸出」をテーマに取り上げたいと思いますが、9つの分野に分かれていますので、2部作でお届けしたいと思います。

令和6年5月：「肉類・同調製品」「酪農品・鳥卵」「魚介類・同調製品」

「穀物・同調製品」

同 年6月：「果実・野菜」「糖類・同調製品・はちみつ」

「コーヒー・茶・ココア・香辛料類」「他の調製食料品」「飲料」



本記事における「食の輸出」とは、以下の輸出概況品コードを集計したものです。

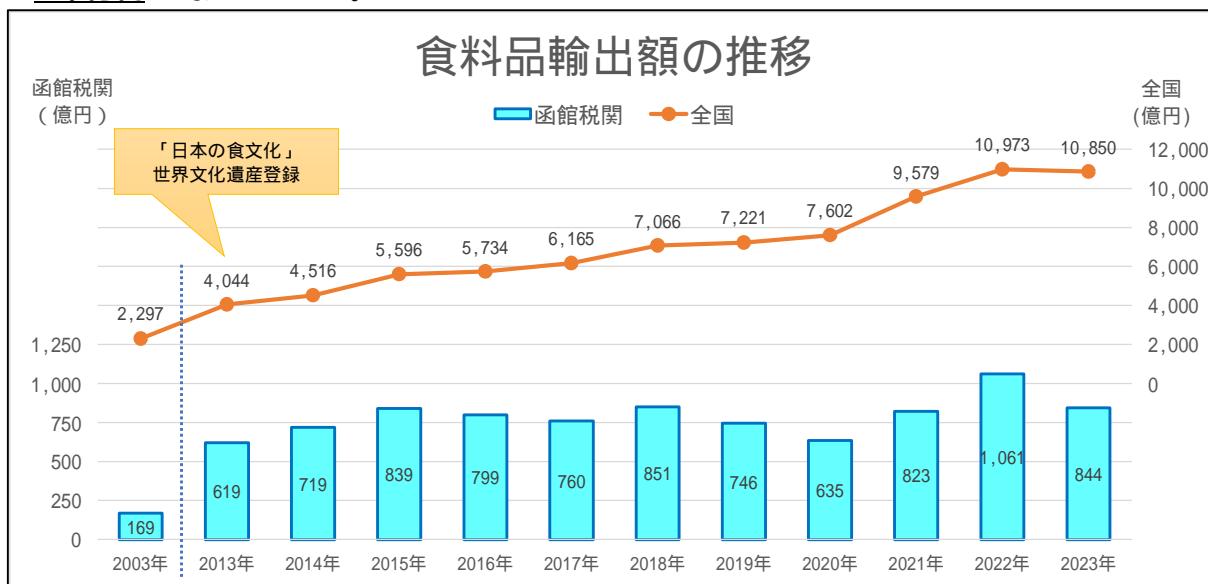
003：肉類・同調製品 / 005：酪農品・鳥卵 / 007：魚介類・同調製品 / 009：穀物・同調製品

011：果実・野菜 / 013：糖類・同調製品・はちみつ / 015：コーヒー・茶・ココア・香辛料類

019：他の調製食料品 / 101：飲料

2. 輸出推移

食品全体の輸出額の推移を見てみると、日本全体では2013年の約4千億円から2023年までの10年間で約2.5倍に拡大しています。函館税関管内は農水産業に代表される「第一次産業」の割合が多いため、作況や水揚げなど生産量に左右される部分が大きく、その年により増減はあるものの、登録初年である2013年から堅調に推移しており、2022年には初の1千億円に到達しました。

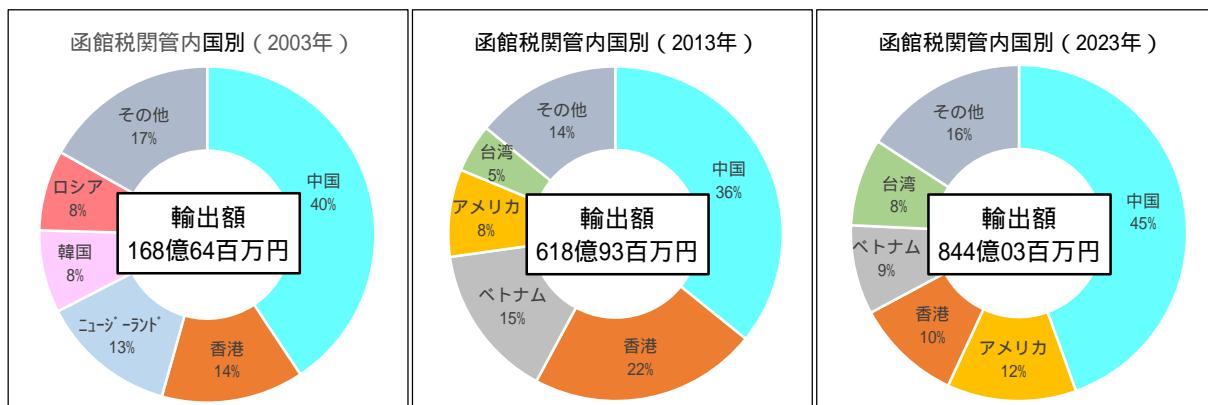


3. 輸出相手国

では、函館税関管内における主な輸出相手国のシェアを見てみましょう。

下の円グラフは、ユネスコに登録される10年前の2003年、登録年の2013年、そして昨年2023年をそれぞれグラフ化したものです。

これを見ますと、今も昔も、中国を筆頭にアジア諸国は函館税關からの主要輸出相手国であることに変わりはないのですが、2013年にはアメリカが上位国に入ってきて、2023年では第2位のシェアを誇っています。



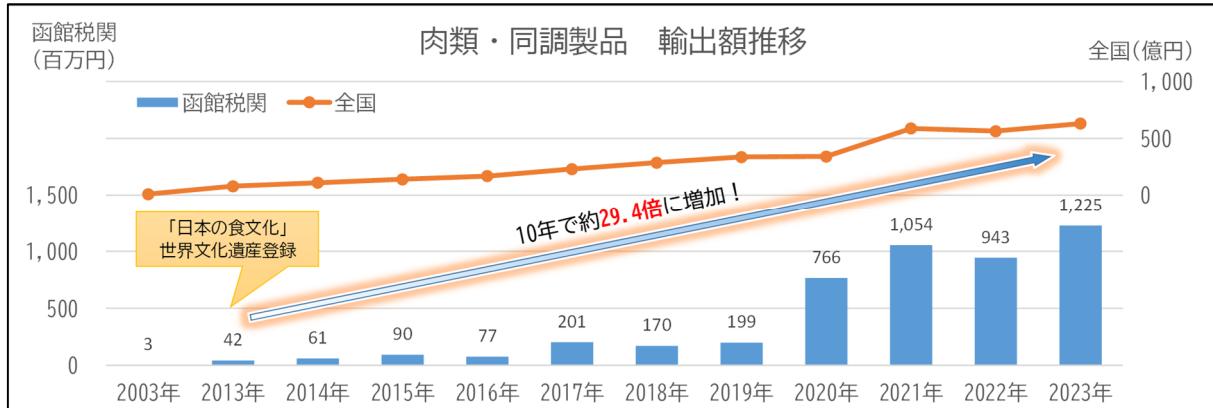
ここからは、輸出される食品それぞれの状況について、「食の輸出」を構成する品目ごとに見ていきたいと思います。

肉類・同調製品

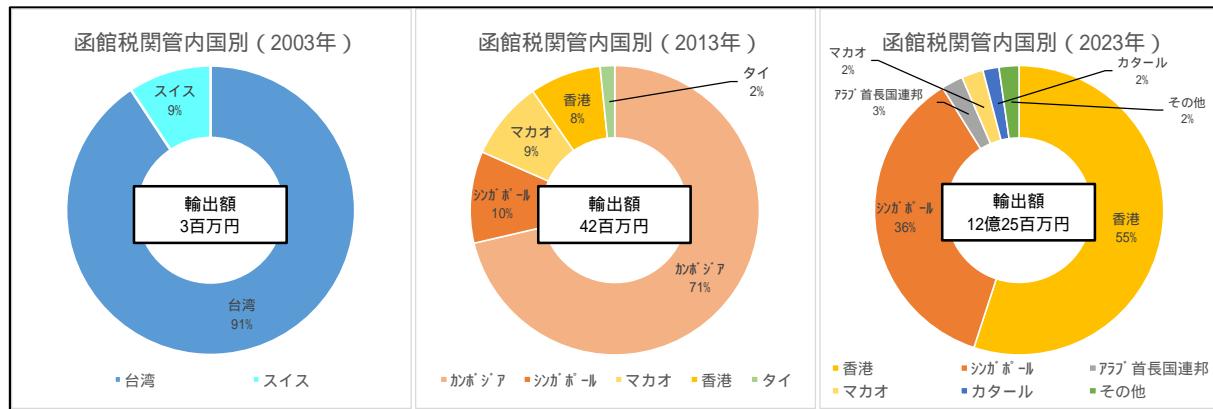
輸出の主役は「鶏肉」から「豚肉」へ！輸出額も大幅な増加！

函館税関管内の基幹産業のひとつである「畜産業」は、広大な大地で育まれた豚・牛などが食肉へと加工され、国内はもとより海外にも高い評価を得ています。

輸出額の推移を見ますと、10年前の2013年(42百万円)と比較すると、2023年には12億25百万円となり、約29.4倍まで大幅に増加しました。肉の種別で見ますと、2015年頃までは鶏肉が多く輸出されていましたが、その後2018年頃からは豚肉が急激にシェアを拡大し、直近5年間の輸出額シェアは50%以上となっています。



輸出相手国別で見ますと、20年前の2003年は2カ国であったものの、10年後の2013年には東南アジア諸国がメインとなり、2023年にはアラブ首長国連邦など中東にも輸出されています。



ルーツは“野生のイノシシ”？！～知られざる「豚」の起源～

豚は元々「野生のイノシシ」を家畜用に品種改良して作り出された動物だったことをご存じでしょうか？大昔の石器時代からイノシシが食されていたことが分かっており、その後野生のイノシシを飼い始めた、とされています。

「雑食性で多産」「環境に順応しやすい」などが主な理由のようです。馬や牛の産仔数は1頭が基本であることに対し、イノシシは複数回出産が可能で、かつ4~5頭/回であることから、食料として重宝されたのではないかと言われています。

家畜として飼育され始めたイノシシは、長い年月をかけ品種改良や交配を繰り返し、現在の豚へと進化してきました。豚はさらに繁殖能力が高いことから、その後大きく変化し、豚肉の美味しさが広まっていったものと考えられています。

(出所：株式会社 HyLife Pork Japan)

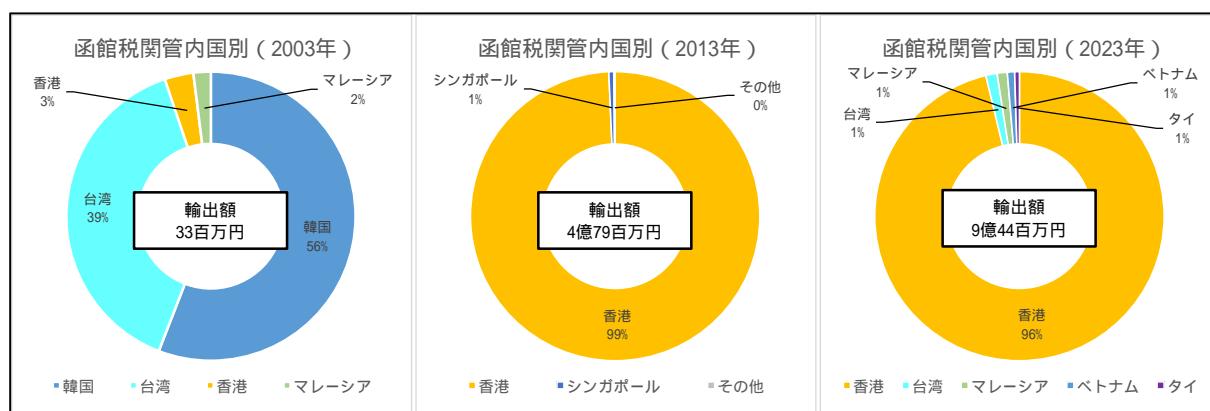
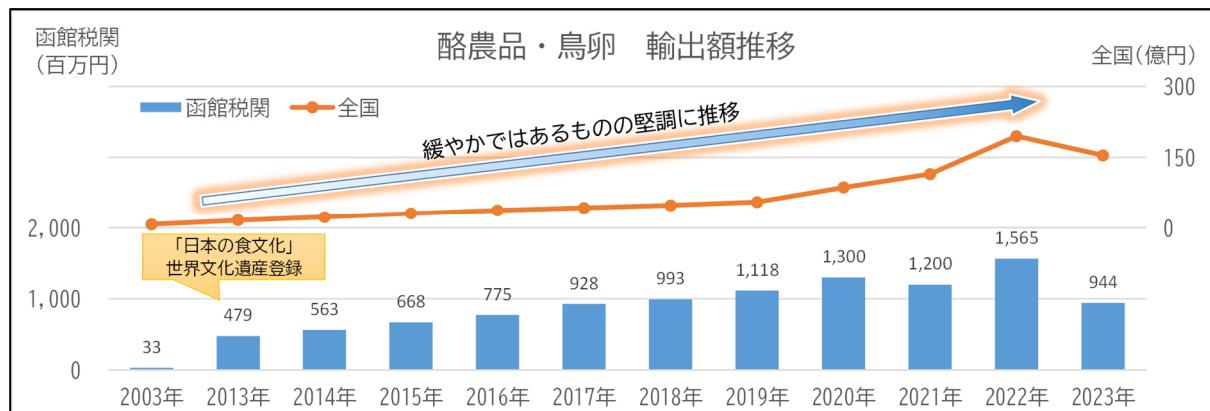


全国・管内ともに緩やかに増加、2022年は過去最高に！

函館税関が管轄する北海道の基幹産業の一つ「酪農業」では牛乳やバター、チーズなどが挙げられますが、とりわけ函館税関管内からは「牛乳」の輸出額が全国シェア上位を占めています。農林水産省「牛乳乳製品統計」を見ますと、北海道の生乳生産量は2015年に約53%と全国トップシェアになっています。(2位は関東圏、3位は九州圏)

輸出推移を見ますと、2008年に国外で起きたメラミン混入事案を受け、翌年から香港向けの輸出が急増、同年は数量・価額ともにシェア70%を超える全国トップとなったほか、2013年以降は緩やかではありますが毎年過去最高を更新しつづけてきました。

函館税関管内から輸出されている牛乳は、ほぼ「LL(ロングライフ)牛乳」と呼ばれ、未開封状態の場合、賞味期限は2~3ヶ月と長持ちするため、常温流通が可能です。また、今後はより鮮度の高い「チルド牛乳」についても輸出を拡大させていくことが期待されています。



成長や健康に欠かせない“たんぱく質”は牛乳から！

成長期の子供の体づくりに欠かせない栄養素が「たんぱく質」。大豆や牛肉などたんぱく質が含まれる食品は様々ありますが、中でも良質なたんぱく質を豊富に含むのが「牛乳」です。

「良質」と言われる理由は、9種の必須アミノ酸をすべて含み、かつ非常にバランスよく構成されているからだと言われています。

通常の食事だけで必要な栄養素を摂りきれない事もあると思いますが、おやつなどと共に気軽に補えるのが牛乳の良い点でしょう。また「美しく豊かな髪」を目指す大人にも重要な栄養素なのです。

手作りのおやつなどにも牛乳を取り入れてみるなど、健康・美容のために、様々な取り入れ方を考えてみてはいかがでしょうか？

(出所：JA全農)

魚介類・同調製品

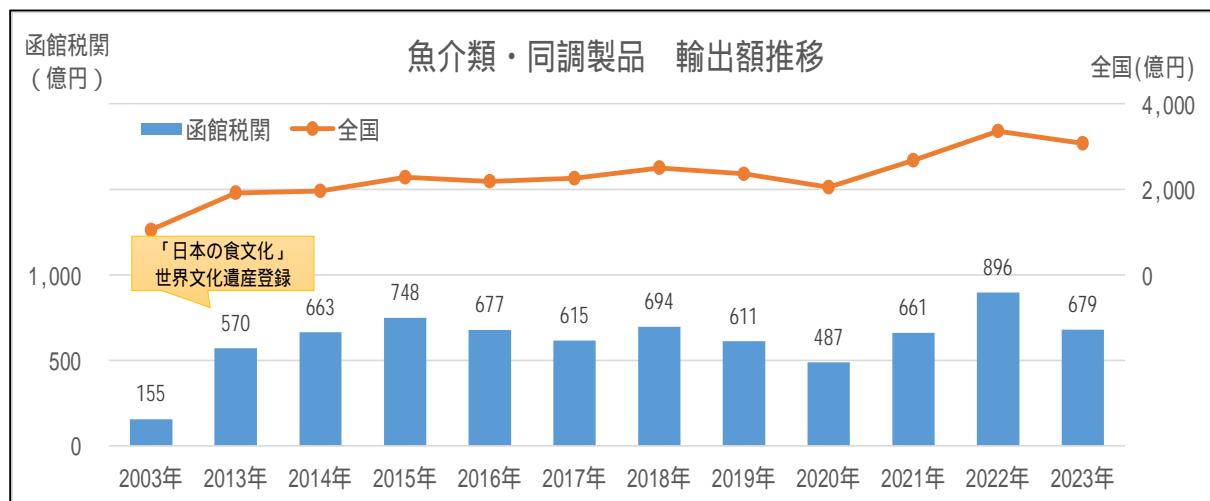
漁獲・養殖量全国No.1の「ほたてがい」を筆頭に世界へ！

我が国は四方を海に囲まれ、豊かな漁場が育む水産物は世界からの評価も高く、ブランド化されている魚種もたくさんあり、生鮮や活、冷蔵、冷凍や加工に至るまで、様々な形で世界各国に輸出されています。

さけ・たら・さば等の魚介類はもとより、なまこ・いか・たこ等の甲殻類・軟體動物も以前から函館税関の主力輸出品目の一つでしたが、なかでも「ほたてがい」は2010年頃から輸出が拡大し、2023年までの函館税関の日本全体におけるシェアが輸出量は14年連続、輸出額は13年連続で50%以上となっています。

まずは輸出額の推移で見ていきたいと思います。ユネスコに登録される10年前(2003年)と登録初年(2013年)を比較しますと、数量ベースで約1.8倍、金額では約3.7倍に増加し、その後2020年頃まで増減を繰り返していましたが、水産物の輸出と国内流通のバランスを確保するためであり、ある程度は避けられないものでした。

ですが2021年から復調し、翌2022年には数量・金額ともに過去最高を記録しました。



日本が誇る“世界商材”～国境なき食材「ほたて」～

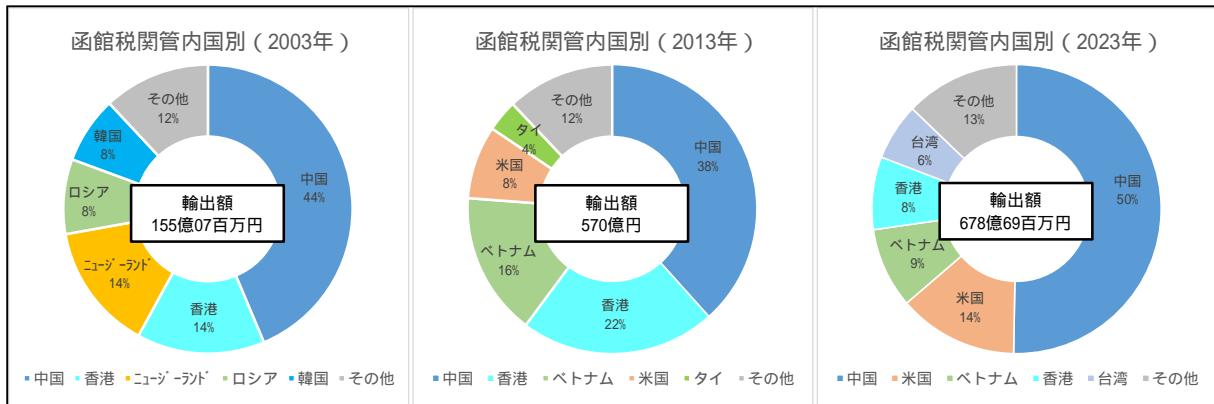
我が国が誇る食文化「和食」では「刺身」「寿司」のように生食が主体ですが、バター焼きや鍋、また干し貝柱や燻油漬は酒肴としても広く知られており、世界各国でも各々の食文化に合わせ姿を変えます。

中国料理ではフカヒレ・干しアワビとともに珍重され、濃厚な出汁は欠かせません。フランス料理ではほたての貝殻にベシャメルソースで和えた魚介類を盛り付けた「コキーユ」と呼ばれるグラタンがあるほか、アメリカでは加熱されて提供される料理が多いですが、寿司ブームから生食されることも増えてきているようです。さらに、イスラム教の「ハラル」に代表される宗教的制約にも該当しないとのことです。

このように世界各国に愛される食材であることが「世界商材」と呼ばれる所以なのです。

次に、主な輸出相手国を見てみましょう。登録初年の2013年を軸に前後10年のデータと比較していきます。

グラフをご覧いただくとお分かりいただけますが、今も昔も中国向けが主力を占めています。また、以前はニュージーランドやロシアなどにも輸出されていましたが、ここ10年ではベトナムやタイなどの東南アジア、アメリカなどが相手国として増えたほか、数量・金額は小さいもののベルギーやオランダなどの西欧にも輸出されるなど、世界各地に輸出されています。



では、それぞれの主要国にどのようなものが輸出されていたのでしょうか。ここでは、2003年のニュージーランド・ロシア、2023年のアメリカ・西欧諸国を見ていきますとともに、2003年と2023年の中国についても見ていきたいと思います。

2003年の上位国であるニュージーランドは主に冷凍魚・冷凍イカが輸出されており、ロシアには冷凍タラ・冷凍ニシンなどが主力商品として輸出していました。今では漁獲量が激減しているイカですが、この頃は輸出されていたんですね。

月日は流れ、20年後の2023年。主要国の一つ、アメリカへは冷凍殻なしホタテが圧倒的なシェア(97.7%)を誇っています。そして西欧全体への輸出も冷凍殻なしホタテであることからもわかるとおり、日本のホタテは世界中で愛される食材となりました。

そして、常に上位国である中国ですが、実は20年前と今では全く魚種が異なっていました。2003年の魚介類・同調製品の輸出額約67億72百万円のうち冷凍サケが約80%を占めるなど、冷凍魚類が全体の約85%となっていましたが、2023年には総額341億45百万円のうち約74%を冷凍ホタテが占めており、20年の時を経て「冷凍魚類」から「甲殻類・軟体動物」へシフトするなど、時代や食文化などの変化に則して取引される魚介類も変化しています。

回転寿司で大人気の「サーモン」は「鮭」と一緒?

鮭(サケ)は英語で「サーモン(Salmon)」なので一緒にと思いきや、日本では「鮭」と「サーモン」に違いがあるのをご存知でしたか?実は、サーモンは生で食べられるもの、鮭は生で食べられないものという区分けがされています。

「鮭」と称される魚は天然が基本で、海水に生息しオキアミなどの甲殻類を餌としていますが、それらにアニサキス(寄生虫)が宿る場合があり、それを餌とする鮭にも宿る場合があることから、鮭は「焼く」「揚げる」など加熱して食されます。

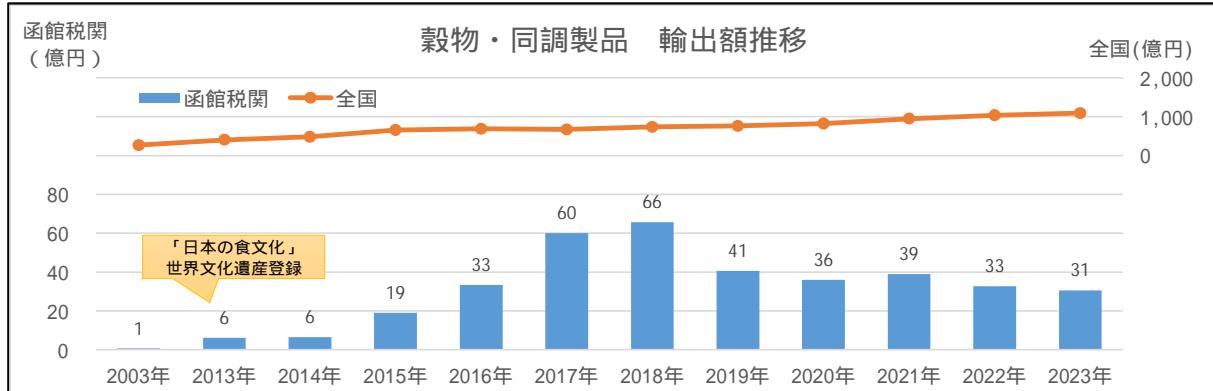
一方の「サーモン」は基本的に養殖物で、淡水に生息することが多く魚粉などをペレット状にした餌を与えられることから、寄生虫の危険性がなく、生で食べられています。

穀物・同調製品

2018年に過去最高を記録！その後半減するも堅調に推移

函館税関が管轄する北海道は日本有数の農産地ですが、食品の加工製造も多く行われております。海外に輸出されているものも多数あります。当関からは主に「米」と「他の穀物調製品」が輸出されており、小麦粉を使用した菓子類やパスタなども海外の人気が高いとのことです。

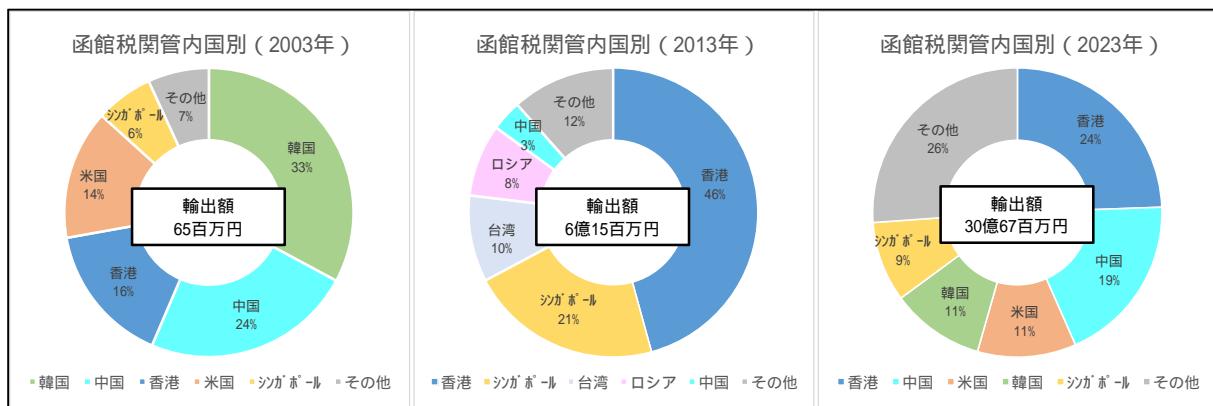
輸出額の推移を見ますと、日本全体としては2003年から常に堅調に増加し続け2022年には1千億円を突破しました。当関の推移としましては、2003年には1億円に届かなかったものの翌年に初めて1億円を突破し、2011年には初の10億円に。その後2015年から急激に拡大し2018年には約65億円と過去最高を記録しましたが、その後は感染症拡大に伴う緊急事態宣言などで経済活動も滞り、輸出額は約半減しましたが、根強い人気は衰えていないようです。



次は仕向国別に見てみましょう。各年の上位国をご覧いただくとわかりますが、やはり香港や中国、韓国などアジア圏の国々が上位に来ています。そんな中、アメリカやロシア、オランダやドイツなど欧米諸国にも輸出されています。

では、各年の上位国にはどのような物が輸出されていたのか、少し掘り下げてみます。

2003年の最上位国である韓国には「即席めん類」「他の穀物調製品」が多く輸出されていました。次に2013年の第2位であるシンガポールですが、こちらも「他の穀物調製品」が多く、その他「米」「パスタ」と続いております。そして、2023年最上位国の香港へは「米」が最も多く、次いで「他の穀物調製品」となりますが、麺類や菓子類など多岐に亘る品目が輸出されていることが分かります。麺類が多いことには少々驚きましたが、アジア諸国にも麺類の食事は多いですから、納得ですね。



「他の穀物調製品」を構成する統計品目番号のうち【1905-90.900】が主な輸出品目です。

～関係者への取材を終えて～

単に「食の輸出」といっても、貨物の種類や業態が違えば、それぞれが抱える課題や悩みなども大きく異なり、大変ご苦労されていると感じました。

取材にご協力いただきました皆様から、官民それぞれの立場で、現状や今後の課題などをお伺いすることができました。

- ・ コールドチェーンの発達や輸送コストの軽減などが進めば、冷凍品だけではなく生鮮食料品の輸出拡大が見込めると考えている
- ・ 以前とは採捕される魚種も漁獲量も変化してきてるので、新たな魚種でのマーケティングも進めていきたい
- ・ 現在輸出されている菓子など加工食品類の原料は地産品でないものも多いことから、いすれは主たる原料全てを地産品で構成できるようにしたい
- ・ まだ輸出実績のない国・地域に対してもマーケティングを進め、ニーズを見極めながら、更なる輸出拡大を図っていきたい

また、皆様の共通認識として、

更なる輸出拡大に向けては、相手国の食文化や流通事情、季節変化や国民性などを踏まえながらニーズの把握に努め、さまざまなタッチポイントを探していくことが効果的である

ということが根底にあることも知ることができました。

今回のトピックスは初の二部作となります。

次回は後編として、当管内特色ある輸出品目の一つである「果実・野菜」や、和食文化には欠かせない日本酒などの「飲料」などにスポットを当てていきますので、ぜひご覧ください。

【取材協力】

北海道、北海道経済産業局、北海道農政事務所、ホクレン、北海道ぎょれん

【本資料に関する問い合わせ】

函館税關 調査部 調査統計課

〒040-8561 北海道函館市海岸町 24-4 函館港湾合同庁舎 3 階

TEL : 0138-40-4281 (直通)

函館税關ホームページ <https://www.customs.go.jp/hakodate/>

本資料を引用する場合は「函館税關の資料による」旨注記願います。