

ベトナム市場向け根室産水産物のテスト輸出の結果について

平成 23 年 6 月 24 日
根室市総合政策部

根室市と根室市アジア圏輸出促進協議会（構成：根室水産協会、根室商工会議所、各漁業協同組合、根室市）は、ベトナム市場向け試験輸出品に係るヒアリング調査を行い、次のとおりバイヤーや小売店等の評価のポイントを取りまとめたしました。

なお、本件については根室市総合政策部までお問い合わせください。

記

1 輸送全般

（1）輸送温度の管理

今回の試験輸出においては、取扱品目が冷凍食品ということから、輸送経路において想定どおりの温度管理ができるかどうかの実験の重要な目的であった。

試験輸送については、5月というベトナムにおいては既に外気温が高い時期の実施となり、現地の港に到着した後の陸路により少なからずの影響も懸念されたが、最終目的地に到着するまで「品質劣化は一切認められず、高品質が保持されている」ほか、包装状態も良く、輸入者より高い評価を得た。

（2）通関

結果として今回は特段のトラブルはなく、想定どおり到着後 10 日足らずで輸入許可を得ることとなったが、このことは輸入者の在住地にて通関したことが大きく影響している。

特に、今回は、東日本大震災に伴う放射能安全証明等の提出を求められるなど、想定外の事態も生じたところであるが、輸入者が税関と直接コミュニケーションをとるなど、追加要求された書類の提出等にも素早い対応ができる輸入者が果たした役割は大きい。

また、今回はベトナム最大都市ホーチミンに輸送する一つの実験であり、「北部や内陸地など、仕向地や輸送手段、輸送ルートの組み合わせ、通関地を変えれば別の結果となる可能性」もあり、次年度以降のハノイ向け輸送経路の検証も必要と考えられる。

2 根室産冷凍サンマに関する評価（ポイント）

（1）輸入者・バイヤーの評価

根室産冷凍サンマを輸入した A 社は、輸入業と卸売業を事業の中心としており、一次卸業者を経由してレストランやホテル、水産加工業者などに出荷している。

今回の冷凍サンマ 6.7 トンの商品については、ベトナム市場で 8 割を占めるとされている“伝統的な流通チャネル”で販売するため、全量を中央市場に出荷し一次卸売事業者へ販売した。その後、商品は二次卸売事業者を経由して、ベトナム南部及び中部の各省へ商品が輸送された後、各地の公設市場や小規模小売店に

並び消費者に届けられた。

ベトナム市場における流通チャネル事情は、8割を占める公設市場などの“伝統的な流通チャネル”と、2割のスーパー等の“近代的な流通チャネル”に区分されるが、今回は伝統的な市場への流通として評価には注目していた。

しかしながら、中央市場における冷凍サンマの取扱量は、「市場の状況により変化するがおおよそ1日当たり2~5トンであり、今回の6.7トンという少量では十分な量が市場に流通しないことから、多くの評価を得ることは難しい」との結果も伺えた。

なお、バイヤーの評価のポイントは以下のとおり。

- ① 日々の売上高については、少量であるため評価は困難であった。
- ② “根室産”と競合する“台湾産”は、価格面から異なったサイズを取り扱っているため、単純に比較評価することは困難であるが、根室産は見栄えや質感など、特に梱包状態が非常に優れていること、又、内容量が正確であり、ベトナム市場で信頼を得ることは間違いなく、今後の取扱量は拡大すると考える。
 - ・ 根室産 — 100~125 g / 1尾
 - ・ 台湾産 — 140 以上 / 1尾
- ③ サンマの旨味や品質については、“焼き”、“揚げ”、“煮込み”のそれぞれの料理方法で試食したが、“根室産”と“台湾産”に違いは見い出せなかった。
- ④ 今回の“根室産”については、小規模小売店などで1パッケージ当たり5尾入で販売したところが多いようである。

(2) 消費者の評価

今回の“根室産”は安価で販売することができたため、富裕層ではなく多くの一般消費者に買っていただくことができた。

消費者は、「“台湾産”と比べて味の違いはわからない」とし、売値しだいで“台湾産”と競争できるとのコメントがあった。

(3) 今後の展開と課題

“根室産サンマ”の販売チャネルについて、他の水産物と同様に中央市場へ出荷する流通ルートに加えて、全国のスーパー等への「直接卸売チャネルの開発に取り組む」との考えを示した。

特に、現時点では「“根室産サンマ”のベトナム市場での成功する可能性は非常に高いと考えており、サンマ漁期が本格化する次期に向け、“根室産”の商品開発を引き続き行っていく」との考えを示した。

3 根室産冷凍秋サケに関する評価（ポイント）

(1) バイヤーの評価

根室産冷凍秋サケ（頭、中骨）を輸入したB社は、輸入業、卸売業、加工製造業を事業の中心としており、スーパー等の“近代的な流通チャネル”を通じて直接、METRO（全国14店舗）、Sai Gon Co.op（全国60店舗）、MaxiMark Mart（全国6店舗）、Nha sach Mart（全国20店舗）、Vinatext Mart、Lotte Martなどに水産物を卸している。

今回の冷凍秋サケ（頭）10 トンの商品については、頭をカット加工した上で発泡トレーに詰めた商品、又、頭をそのまま真空パック加工した商品の二つの商品を製造して、全国の近代的なスーパーへ全量を販売した。スーパーでは、1 トレ一当たりおおよそ 400～500 g の内容量で、34,000 VND（日本円で約 136 円）で販売され、現在、新たな仕入れ希望があるものの在庫なしの状態である。

一方、冷凍秋サケ（中骨）5 トンの商品については、公設市場やスーパー等に売込み宣伝をしているが、「いずれも評価は低く、低需要の市場状況」になっている。

なお、バイヤーの評価のポイントは以下のとおり。

- ① 卸売業社としては、“根室産” 秋サケの頭についてベトナム市場で成功する可能性は十分にあると考える。
- ② しかし、素材は良いものの、消費者の需要に合わせてどのように加工して供給するか、カット方法の検討など、今後、提案させていただきたい。

（2）消費者の評価

“根室産”に限らず、“日本産”の認知度が低く、ベトナム消費者は高く評価していない。（味についての良いコメントはなかった。）

ベトナムの消費者には、“ノルウェー産”の 400 g 当たり 32,000～33,000 VND（日本円で約 128 円）が一般的であり、このためフィーロン社では、ベトナム市場の需要にあわせた加工方法の検討が必要であるとした。

（3）今後の展開と課題

B社は、「短期間のうちに市場や消費者の評価を高めることは困難である」とし、5～10年かけて認知度を高める必要があるとの考えを示した。

（4）その他

今回、B社は、根室市における冷凍サンマの在庫が不足していたため、サンマを仕入れすることができなかったが、根室産サンマに対して「非常に高い関心」をもっており、次の意向を示している。

- ① これまで“台湾産”を取り扱ってきたが、“根室産”に高い関心がある。
- ② 当社のサンマの在庫は不足しており、詳しい取引情報を調べるために、責任者を再び根室市に派遣する考えがある。
- ③ 具体的には、“根室産”は 90～125 g / 1 尾のサイズを輸入したいので、“台湾産”と競争できるよう、数量の確保、価格の課題など、相談させてほしい。

（了）