

水産物・水産加工品 輸出拡大協議会 御中

平成29年度 中東マーケット調査

2018年3月
アクセンチュア株式会社


accenture



High performance. Delivered.

Strategy | Consulting | Digital | Technology | Operations

目次

1. UAE 調査結果	3
2. サウジアラビア 調査結果	59

UAE 調査結果

UAE市場調査概要

輸入状況

- UAEでの水産物消費量の80%を輸入しており、輸入量は年々増加傾向にあるが2016年は減少。外食店での使用が中心
 - 現地産の価格高騰により輸入水産物へのニーズが高まっている
- 中継貿易が発達しており、アフリカや他中東諸国に再輸出されている
- 政府の方針として食料自給率を上げるべく養殖に力を入れている。ヒラマサの養殖も始まっており、ブリ・ハマチの代替品となりうる
- 水産物を消費する食文化ではない南アジア人が人口の6割以上
- 水産物を食べる食習慣を持つフィリピン人・東アジア人および健康意識の向上が目立つ欧米人・現地人が主に水産物を消費

日本産の流通状況・イメージ

- 人口の約12%を占める高所得者が主なターゲットであるが、所得に関わらず価格に敏感な国民性
- 日本からの主な輸出品は、練り製品、キャビア等、かつお・まぐろ、ぶり。東南アジア、米国、欧州など多くの競合が存在
- 日本との取引に必要な書類準備に係る時間が、ヨーロッパ諸国やベトナム等のアジア諸国と比べ、圧倒的に長い
- 日本産のプラスイメージ：高品質、健康的、エキゾチック
 - 健康志向が国内で高まっており、健康的なイメージのある日本産品のニーズが高まる可能性がある
- 日本産のマイナスイメージ：高価格、不安定供給

流通構造

- 日本産食材は輸出時の元値が高い上に、小売店・外食店の最終買取価格は輸入価格の3-4倍まで増大している
 - 非公式な税金（つまり税金と名前がつく不当なマージン）があり、トランザクションごとに金額がかさむ構造

外食店での取り扱い状況

- 中級店・高級店共に過去数年で和食の人气が急激に上昇しており、和食店の数が急増
- 日本産水産物・水産加工品は外食では主に寿司として消費されている
- 主な消費者は日本文化を知っている若年層や、訪日経験のある人々を中心

小売での取り扱い状況

- 日本産水産物・水産加工品は主に日系小売店でのみで扱われている。主要顧客は周辺国を含めた在留日本人
- さらに、多くの外資系・現地系小売店が試験的な取扱いに前向き

注意すべき規制

- 焙焼/マリネーティングでアルコール処理された商品や、UAEの法律によって使用が禁止されている着色料を使用する日本産加工品が多く、輸出時には規制に対応した商品を準備する必要がある

今後の有望品目・プロモーション活動

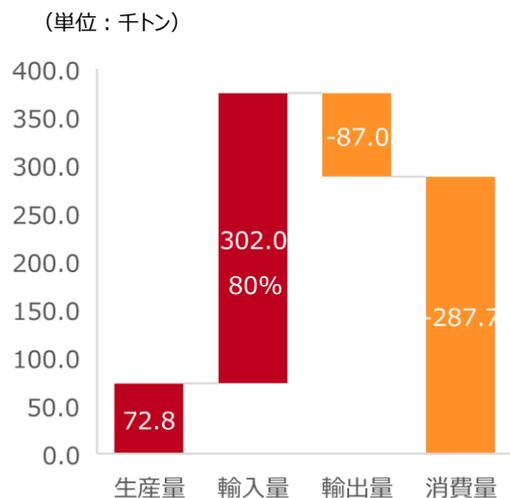
- カニカマ(幅広い用途、低価格)、とびこ(寿司の具材)、海藻(日本人以外にも人気)、ヒラマサ(注：現地養殖)、ぶり・はまち(日本独自)
- 日本産水産物・水産文化に関する啓発活動や、日本産の強みを活かした商品・メニューの開発やシェフ向け勉強会が有効な市場

1. 水産物市場・流通状況

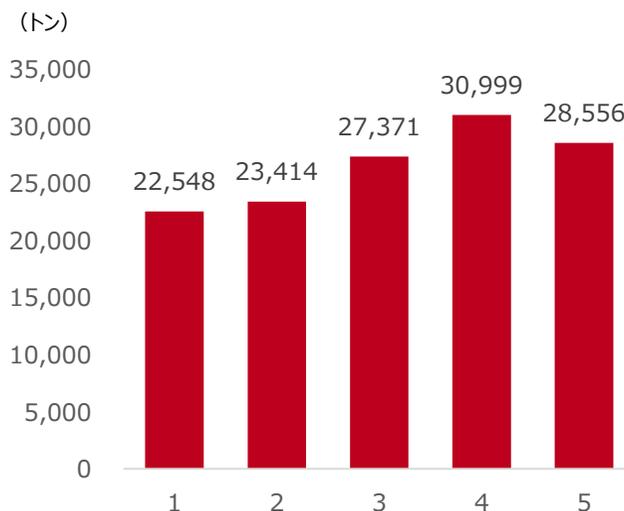
(1) 水産物・水産加工品の輸入動向

UAEは水産物の約80%を主にアジア地域からの輸入に依存している。輸入量は2015年まで増加していたが、2016年で減少に転じた。

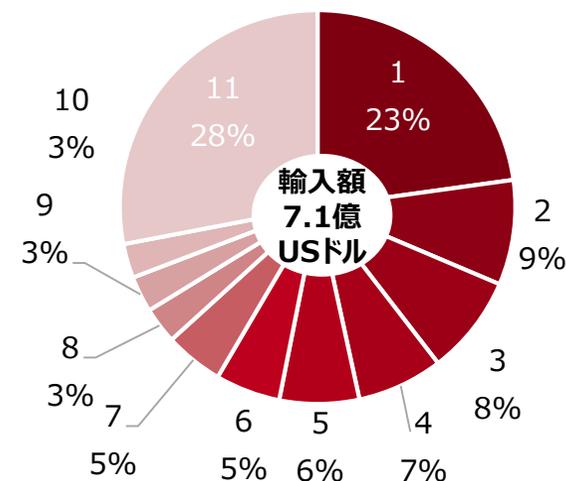
輸出入概況（2013年）※1



全世界からの輸入量の推移※1



主要輸入相手国（2016年）※2



- 水産物の約80%を輸入している
- 主要市場はUAE国内向けだが、中継貿易が発展しているため、輸入された商品の多くはドバイから西アジア、サウジアラビア、アフリカまで再輸出されている

- 輸入量は2015年まで増加していたが、2016年で減少に転じた
 - 《参考》消費量は2008年から増加傾向である

- 主要輸入相手国の大半がアジアに分布
- 日本からの輸入額は289万USD、全体の約0.6%
 - 魚介類は日本からUAEへの食関連輸出額の3.2%

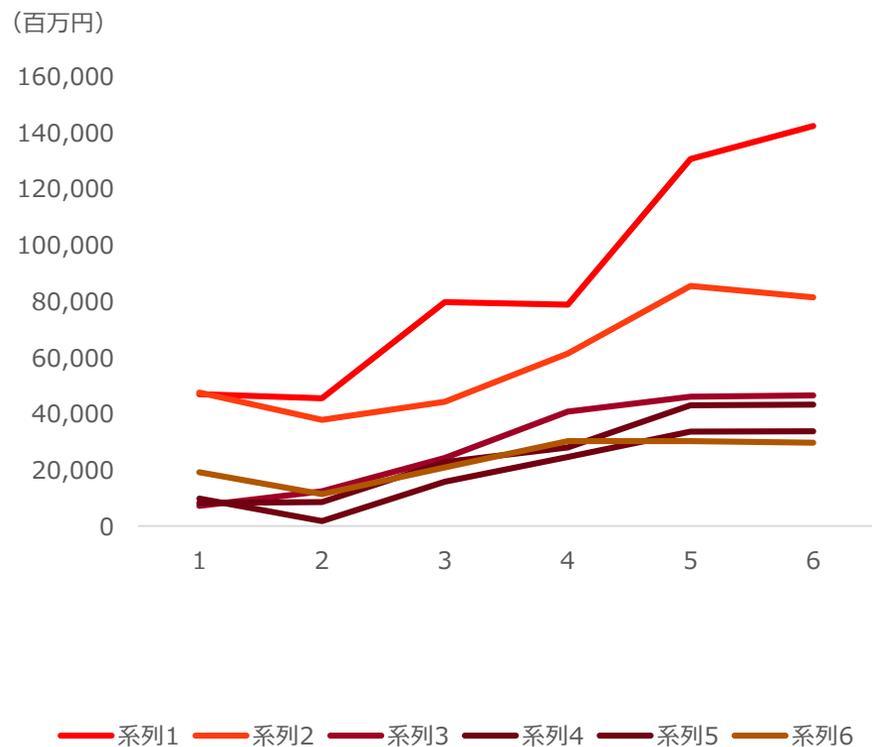
※1 出典 FAOSTAT “Yearbook of Fishery” ※2 出典 UNComtrade
 ※「輸出入概況」は7つの水産コモディティグループ（Fish, fresh chilled or frozen; Fish, dried, salted or smoked; crustaceans and molluscs, fresh, frozen, dried, salted, etc.; fish products and preparations, whether or not in airtight containers; crustacean and mollusk products and preparations, whether or not in airtight container; oils and fats, crude or refined, of aquatic animal origin; meals, solubles and similar animal feedinastuffs）の統計であるのに対し、「全世界からの輸入量の推移」はFAO Major Groups（Aquatic plantsと Fish, crustaceans and molluscs）の統計である

1. 水産物市場・流通状況

(2) 水産物・水産加工品の輸入品目動向

日本からの輸入額上位品目は練り製品・キャビア及びその代用物、かつお・まぐろ類であり、同品目の上位輸入国は東南アジア、米国、欧州である。

日本からの輸入額上位品目の輸入額推移※1



日本からの輸入額上位品目の主要輸入相手国※2

品目	主要輸出相手国
練り製品 (魚肉ソーセージ等)	ベトナム・米国・韓国・フィリピン・シンガポール・日本
キャビア及びその代用物	中国・ポーランド・フランス・イラン・カナダ・日本
かつお・まぐろ類 (生鮮・冷蔵・冷凍)	イエメン・フィリピン・インドネシア・ベトナム・インド・日本
ぶり (生鮮・冷蔵・冷凍)	フランス・チリ・マレーシア・ウガンダ・中国・日本
ホタテ貝 (生鮮・冷蔵・冷凍・塩蔵・乾燥)	米国・中国・英国・ノルウェー・日本
干しのみり 焼きのみり 味付けのみり	米国・アイルランド・エジプト・英国・バーレーン・日本

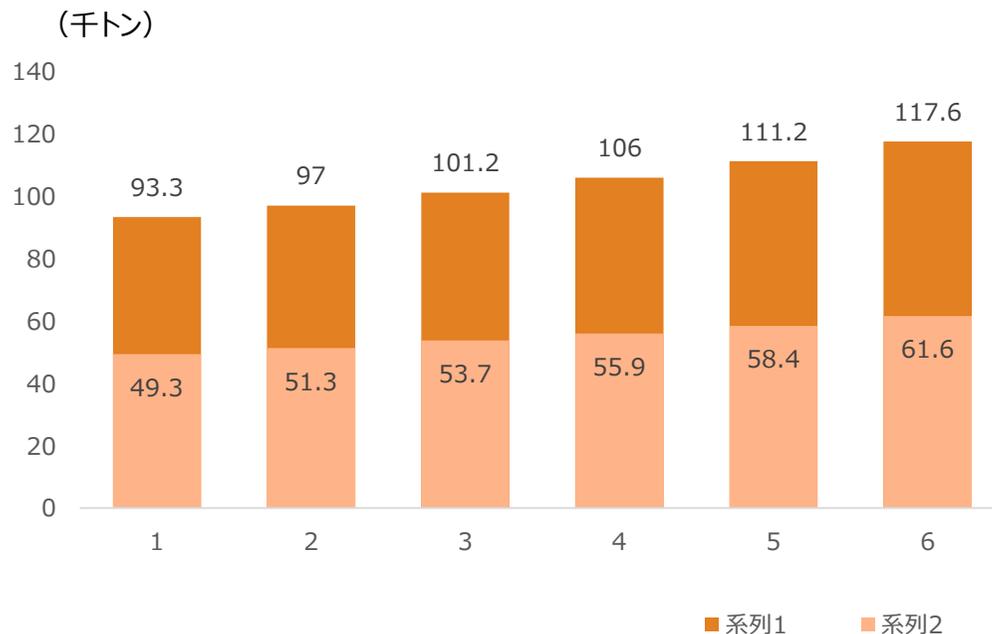
※1 出典 UN Comtrade ※2 出典 農林水産省「二国間貿易実績」

1. 水産物市場・流通状況

(3) 水産物・水産加工品の販売量

水産物・水産加工品の販売量が増加しており、年平均4%で増加し続ける見込み。外食における販売量の増加が全体の販売量を押し上げている。

UAEにおける水産物・水産加工品の販売量と外食量の推移※1



- 外食における水産物・水産加工品の販売量の増加が外食・小売りを含めた全体の販売量を押し上げている
 - 販売量の内訳は52%が外食産業、38%が小売り、10%公共機関向け(2016年)
- 2016年度の水産物の販売量は前年比で6%伸び、11万7,600トンに到達
- 2021年までに水産物の販売金額は年平均約4%増加し、販売量は14万5,600トンに達する見込み

※1 出展 Euromonitor “Fish and Seafood in the United Arab Emirates”
販売量は消費量のうち生鮮・干し物・漬物形態のキャビア・エビを含む水産物・水産加工品のみが対象

1. 水産物市場・流通状況

(4) 水産物・水産加工品の養殖動向

国の方針として食料自給率を上げるべく養殖に力を入れており、消費量の増加を輸入ではなく養殖でまかなう可能性がある。ヒラマサの養殖も始まっており、ブリ・ハマチの代替品となり得る。

背景・ 政策の方針

- UAEの食料自給率は10.5%と極めて低い中、人口増加率は1.9%であり、食料の需給バランス保持が課題※2
- 紅海の水産資源が枯渇し、国内の水産物生産量に打撃を与えている
 - ▶ UAEの漁獲量が2008年と比べ25%減少している。特に、現地で人気の高いハマールの捕獲量は90%減少※3 (卸売業者ヒアリングより)
- 最近就任した食料安全保障大臣は、食料自給率向上を掲げており、養殖は目標達成に向けた手段の一つとして政策的に推進している※3

養殖の現状※1

- 現在、UAE国内において養殖されている水産物は790トンで、生産量の約1%である (2015年度)
- 以下6種の商業養殖に成功(2015年度)
 - ▶ インド白エビ(370万トン)、スズキ(270万トン)、ブラックティラピア(70万トン)、レッドティラピア(60万トン)、チョウ鯨(20万トン)、ヒラマサ(少量、トン数不明)
 - ▶ 特にキャビアの養殖への投資が進んでいる
- 政府の支援により、Sheikh Khalifa Marine Research Centreで以下10種の試験的養殖が成功しているが商業養殖には至っていない
 - ▶ チャイロマルハタ、黒鯛(チヌ)、アイゴ、ボラ、金目鯛、クマエビ、エリアカコショウダイ、ハマフエフキ、キチヌ、インド白エビ
- 以下6種の試験的養殖が検討されている
 - ▶ ハムール、コビ、タイ、バサ、アワビ、マグロ
- 他国との養殖研究提携
 - ▶ 2009年には近畿大学と養殖研究提携をしていた
 - ▶ ノルウェーはサーモンの養殖の専門性が強く、UAEと気候の近いギリシャ・トルコをUAEとの養殖研究提携において競合とみている※4

※1 Aquaculture Guide ", UAE Ministry of Climate Change & Environment ※2 出典 "GCC Food Industry Report" 数値は2014年度

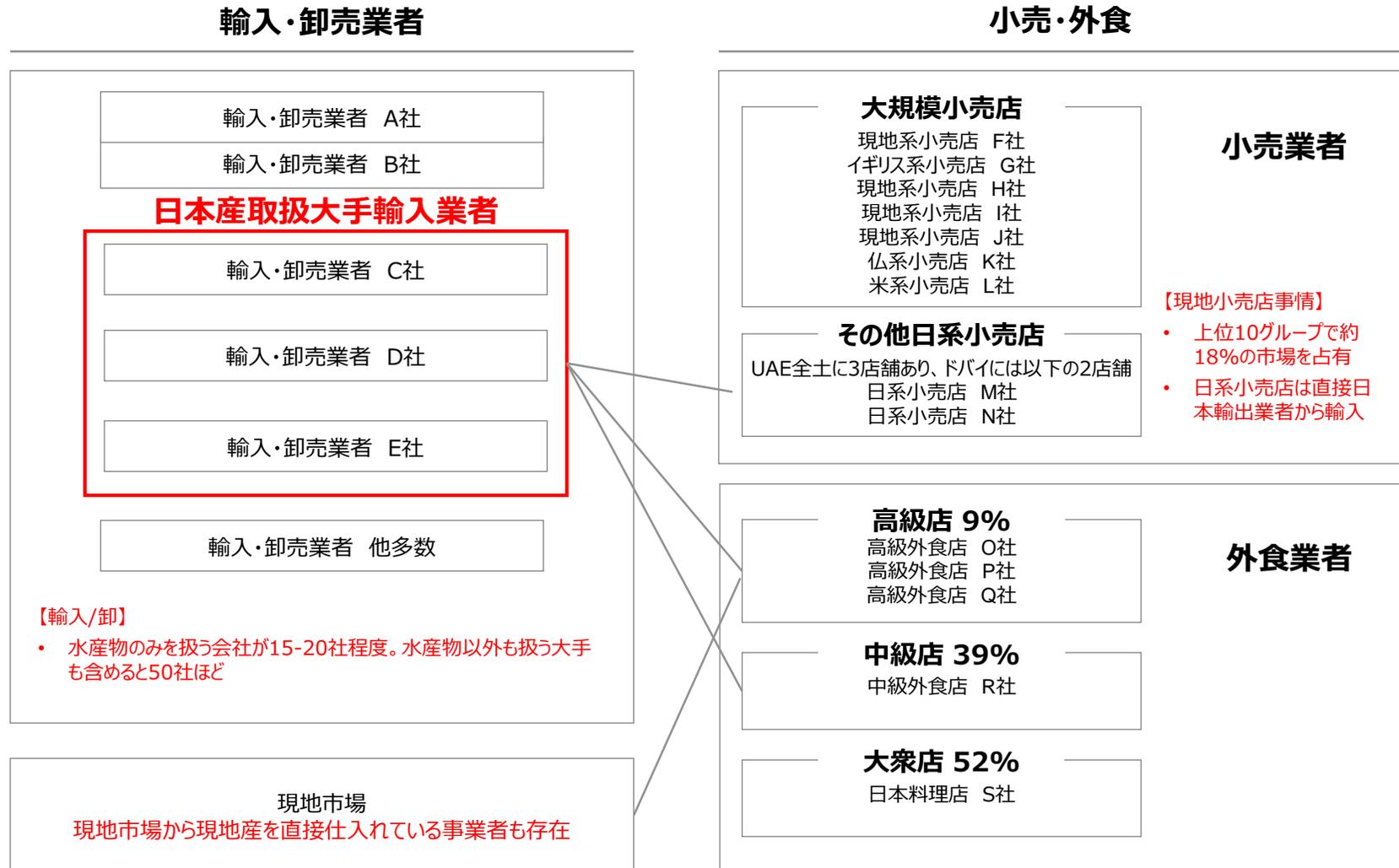
※3 出典 <http://gulfnnews.com/news/uae/environment/farm-in-jebel-ali-breeds-european-species-for-uae-fish-lovers-1.1981392>

※4 "Aquaculture in the United Arab Emirates", Innovation Norway

1. 水産物市場・流通状況

(5) 流通構造

日本産水産物は3社の輸入・卸売業者が中心に取り扱い。小売店は大手チェーンも存在するが、多国籍である国民のニーズを満たすために多様な小売店が存在し、競争が激しい。



1. 水産物市場・流通状況

(6) 流通構造の特徴

日本産水産物は、一部の事業者が取り扱っているのみ。非公式な税金・マージンが課せられることにより最終価格が高くなってしまっている。

プレイヤーの特徴	<ul style="list-style-type: none">・ 大手小売業者は商品保管のみを卸に委託し、商流は自ら担う場合が多い・ グループ企業は複数の子会社が輸入・卸・外食を兼ねており低価格を実現している・ 「日本からUAE向け輸出の約8割はコスモトレーディングが占めているのではないかとする現地卸売業者も存在・ 日本の商社がUAEへの進出・事業拡大を進めており、初期は外食向け業務用商品に注力する計画・ 主要市場はUAE国内だが、中継貿易が発達しているため、ドバイから西アジア、サウジアラビア、アフリカまで再輸出されているとする日系輸出業者も存在
マージン	<ul style="list-style-type: none">・ 日本産食材は輸出時の元値が高い上に、小売店・外食店の最終取引価格は輸入価格の3-4倍まで増大している<ul style="list-style-type: none">➢ 非公式な税金(税金と名前のつく不当なマージン)があり、決済毎に金額がかさむ構造➢ さらに5%の消費税が導入されると、本来は付加価値部分にしかかからないはずの消費税が、決済毎に不当に課税される等、不当性がさらに加速する懸念がある・ 日本の輸出業者は現地輸入業者の買取価格の低さに不満を持っている
仕入れ頻度	<ul style="list-style-type: none">・ 現地産を取り扱っている場合、事業者が毎日新鮮な水産物の購入のため市場まで足を運んでいることが多い・ ヨーロッパや近隣国からは、一週間に数回程度定期的に輸入している<ul style="list-style-type: none">➢ ノルウェー産サーモン：週2回・ 一方、日本など地理的に遠い国からの輸入は、より不定期である傾向

※ 事業者インタビューを基に作成、回答事業者が未記載の場合は複数事業者が回答、もしくは現地視察・文献などを基にした現地弊社調査員所感

1. 水産物市場・流通状況

(7) UAEの通関手続き・コールドチェーン整備状況

倉庫、冷凍冷蔵輸送において、非常に高いグレードの設備を有するため、損失はほとんどないが、水産物の取扱になれていない労働者が多い等のソフト面の課題が残る。

	空港/港	物流	市場	小売/外食
ハード	<p>【ドバイ空港】</p> <ul style="list-style-type: none"> ほとんどがドバイ空港に到着する 生鮮/冷凍大型倉庫保有(5,000m²) 保税エリア(Flower Center)内の温度は10℃前後に保たれている <p>【シャルジャ港、ジェベライ港】</p> <ul style="list-style-type: none"> 生鮮/冷凍大型倉庫保有(5,000t) 日本からの船便は約1か月程度で到着 	<ul style="list-style-type: none"> 多くは自社の物流機能を活用 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 冷蔵5℃、冷凍-18℃ ➢ 冷蔵・冷凍2トン車を数台保有 港からは1時間もかからず市場に到着する コールドチェーン設備状況：冷蔵、倉庫、冷凍冷蔵輸送において、非常に高いグレードの設備を有し、大きな問題はない 輸送コスト：船1.5-2USD/kg、飛行機：約3USD/kg 	<ul style="list-style-type: none"> コールドチェーン整備状況：中 生食用魚の流通は少なく、鮮度管理については不安が残る 一般的には氷を大量に使用し、工夫されている 	<ul style="list-style-type: none"> コールドチェーン整備状況 レストラン・ホテル：高 スーパーマーケット：中 魚屋：低 小売の多くは新鮮なシーフードカウンターを提供している（砕いた氷の上に水産物がレイアウトされている）
ソフト	<ul style="list-style-type: none"> 日本特有种に関しては担当官レベルでも知識は非常に乏しく、時間がかかる 関税なし 通関をスムーズに通過させるために、エージェントのサポートが必要 <p>【ドバイ空港】</p> <ul style="list-style-type: none"> (生鮮・冷凍品含め) 通関手続きから3-4時間で販売許可取得※ <p>【ドバイ ジェベライ港】</p> <ul style="list-style-type: none"> 冷凍品は入港から10-14日で販売許可取得※ <p>※但し、ランダムに行われる食品検査対象となった場合を除く</p>	<ul style="list-style-type: none"> 夏場は外気が40度を超える日が多く、トラックからのデバンニング作業には細心の注意を払う必要がある 卸売市場を通さず、通関後1時間程度でレストランに納品 日本特有种についての知識はOJTによりサポートされているが、外国人労働者は水産物の取扱いに不慣れであるため、知識を蓄積するには時間がかかる場合がある 商品の開梱はレストラン担当者で行うようにしている 	<p>事前商品登録FIRS(Food Import Re-export System)が必要</p> <ul style="list-style-type: none"> 中東一般種については十分な知識を持っている 漁獲後、数日経過したのもも販売されている 水産物の荷扱いについて、特に生食用魚では不十分 	<ul style="list-style-type: none"> 取扱いに関する知識：中

※「高、中、低」の定義は、ヒアリング結果を総合的に鑑みた上での、定性的な指標

※ 出典 農林水産省「水産物、輸入量、輸出量、用途及びコールドチェーンに関する調査報告書」

1. 水産物市場・流通状況

(8) 事業者が好む取引方法・コミュニケーション方法

産地や魚のしめ方等の商材に関する情報提供力があり、小ロット取引可能な事業者が好まれる。対面コミュニケーション・緊密なやり取りを通じた長期的な関係性の構築が重要。

長期的関係性	<ul style="list-style-type: none">・ 現在取引している事業者は10年以上の関係性がある場合が多い・ 相手の時間軸に合わせて行動することが大切。時差だけではなく、一日5回の礼拝時間の考慮等
情報提供力	<ul style="list-style-type: none">・ 現地事業者は水産物の処理方法・調理方法等の詳細な情報を必要としているが、日本産水産物についての情報収集には積極的ではないため、情報を能動的に提供できる事業者を好む<ul style="list-style-type: none">➢ 魚を一尾丸ごと提供されても扱い方がわからない
小ロット販売	<ul style="list-style-type: none">・ 小ロットでの取引量が比較的多い。大ロットで販売する事業者が多い米国産の輸入が伸びない一因でもある（ヒアリング）
対面コミュニケーション	<ul style="list-style-type: none">・ 調達に関しては、社長自ら日本の生産現場を訪れ商品を選択。また、積極的に生産者や県漁連と直接商談を行い、こだわり・情熱・スピード感のある事業者と契約している・ 購買担当はインド人が多く、対面での交渉時に「No Problem（了解です）」と言われても後から問題が発覚することもある
個人的な関係性	<ul style="list-style-type: none">・ 競争が激しく、輸出業者の現地外食への直売は難しいとされる一方で、コネクションを頼りに高級ホテル内のレストランに直売できている中小輸出企業が存在<ul style="list-style-type: none">➢ 五つ星ホテル内のレストランのシェフは国を移動させられる場合が多く、以前の勤務地で使用していたサプライヤーを次の勤務地でも使用する傾向ある

【参考】

- ・ 現地外食はZomato/TimeOutなどのレストランレビューサイトやThe Entertainerなどのクーポンサイトを使ってプロモーションしているため、実際に現地の寿司に使われている品目の確認などに利用できる

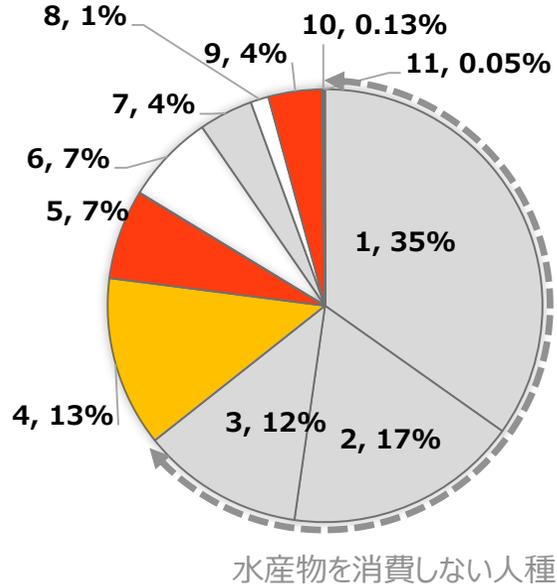
※ 事業者インタビューを基に作成、回答事業者が未記載の場合は複数事業者が回答、もしくは現地視察・文献などを基にした現地弊社調査員所感

2. 水産物・水産加工品ニーズ

(1) 水産物・水産加工品消費者セグメント (1/2)

水産物を消費する食文化ではない南アジア人が人口の6割以上。水産物を食べる食習慣を持つフィリピン人・東アジア人および健康意識の向上が目立つ欧米人・現地人が主に水産物を消費。

UAEの人口構成※2



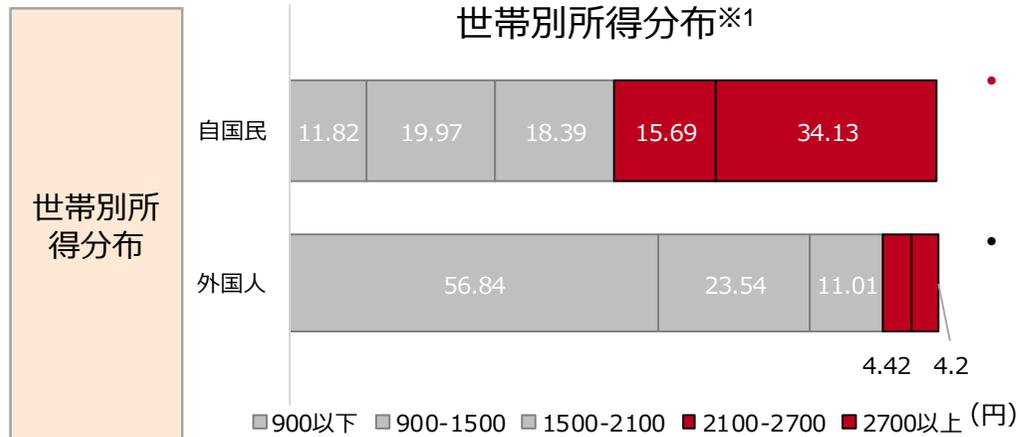
- 伝統的食習慣の異なる多様なグループが人口を構成している
- 6割を占める南アジア系住民のわずか2%しか外食時に和食を好まない。一方、他の国籍住民については、17%が外食時に和食を好むと回答（和食はレバノン料理33%、アメリカ料理18%に次いでイタリア料理と同率3位）
 - 全国籍の64%（約480万人）を占めているインド・パキスタン・バングラデシュなどの南アジア人の中では、ステータスとして水産物を好む高所得者層が微増はしているが、水産物を生で食べる食文化ではない
 - 日本人の人口は3,800人※3。日本と食文化の近い中国人・韓国人は32万人程度在住
 - 西洋諸国をルーツとする居住者(約10万人)の水産物製品への興味が上昇中
- フィリピン人（約50万人）は水産物を多く消費する食習慣を持つ
- 今後の動向として現地人の人口および観光客数が増加すると推計されている中国からの投資が急増しており、**中国人人口がさらに増える見込み**
- ヒアリングでは水産物より肉への嗜好性が高いという声が多かったが、UAEの伝統的な食生活には水産物も比較的多く含まれており、世界平均と比較しても水産物消費量は高い
 - 国民1人当たりの年間水産消費量は28kg（FAO）※4
 - 全たんぱく質摂取に占める魚たんぱく割合は6.1%である※4
 - 水産物・水産加工品消費量は年率約8%の勢いで増加し、2030年までに90万トンに達する見込み※4
 - **鮮魚の消費は1人当たり11.7kgで世界平均の10.4kgを上回る(2016年)※5**

※1 出典 JETRO「アブダビ・ドバイスタイル」、本調査事業者ヒアリング ※2 出典 JETRO「ドバイの食市場の概要」 ※3 外務省「海外在留邦人数調査統計」
※4 出典 FAO ※5 Euromonitor “Fish and Seafood in the United Arab Emirates”

2. 水産物・水産加工品ニーズ

(1) 水産物・水産加工品消費者セグメント (2/2)

日本産を購買できるセグメントは、人口の約12%を占める高所得者と推測され、生活習慣病などの深刻化に伴い、健康食ニーズが高まっている。ただし、所得に関わらず、価格に敏感な国民性。



- 日本産品・日本食を購買できると推測される年間所得2,100万円以上は全人口の約12%と推計
 - 全人口の10%を占めるUAE国籍世帯の50%
 - 全人口の90%を占める外国人世帯の8.6%
- 総合的にみるとUAEは価格に敏感である
 - 南アジア・東南アジアをルーツとする可処分所得が低い居住者が多い
 - 食品・飲料及びホテル・レストランでの食事費用が世帯当たり支出に占める割合は17.3% ※2

健康意識の高まり※3



上記企業を含め10社以上が調理済み食品宅配サービスを提供している

- 生活習慣病が深刻化している※2
 - 糖尿病、高血圧、高脂血症がそれぞれ全人口の19%(約80万人)
 - 男性・女性それぞれの66%が肥満
 - アラブ諸国の6歳から16歳の子供の25%が肥満
- 健康食ニーズが高まっている
 - **ダイエット等、各個人の健康ニーズに合わせた調理済み食事の宅配サービス「Meal Plan」が現地の中・高所得者の間で流行**
 - 特にUAE国籍の人の健康志向が高い
 - 20代-40代では約30%が好きな外国料理として日本料理を挙げているが、50代では40%以上もの人が日本料理を好む※4

※1 出典 JETRO「ドバイの食市場の概要」、本調査事業者ヒアリング ※2 出典 JETRO「アブダビ・ドバイスタイル」 ※3 本調査事業者ヒアリング
※4 出典「日本食品に対する海外消費者アンケート調査 -ドバイ編-」

2. 水産物・水産加工品ニーズ

(2) 外食における日本産水産物・水産加工品の利用シーン（1/2）

日本産水産物・水産加工品は外食では主に寿司として消費されており、現地産の価格高騰により輸入水産物へのニーズが高まっている。主な消費者は、訪日経験のある消費者や日本文化を知っている若年層が中心。

外食

- 中級店・高級店共に過去数年で和食の人气が急激に上昇している
 - 2015年には和食店の数は150店舗弱だったが、2017年には約1.6倍の250店近くまで増加
 - 「和食店の新規開拓 5 店舗ごとに、中華料理店 3 店舗が閉店している感覚。ドバイに 1 店舗目を出店済み。他の地域への拡大を検討している」という事業者も存在
 - 「和食店の新規参入と撤退のサイクルが早い」「外食店を開店するためのライセンス取得に手間がかかる」という声もある
- 日本の食文化は訪日経験のある消費者を中心に広がっている
 - アジア系の学生にも人気。世界中から学生が集まっているニューヨーク大学アブダビキャンパス内に最近寿司屋が開店した
 - 日本文化を知っている人・知らない人の二極化が進んでいる
- Nobuが現地における日本食料理のトレンドセッターとされており、他の日本料理店はそれらを真似している
 - 店舗ごとに違う味を提供していて、チェーン店という概念がない
- 乱獲により現地産水産物の価格が高騰しており、水産物を輸入に依存する外食店も増加

2. 水産物・水産加工品ニーズ

(2) 外食における日本産水産物・水産加工品の利用シーン (2/2)

日本食料理店は、現地向けにフュージョンメニュー(現地メニューの要素も取り入れたメニュー)を提供する店舗と、観光客・高所得者層向けに本格派料理を提供する店舗の2種類に分類できる。

価格区分	顧客層	メニュー	購入方法	想定客単価	店舗数(推計)
高級店	現地人 観光客 東アジア人 富裕層	<ul style="list-style-type: none"> 本格派日本食 多くの場合、バーと併設 <ul style="list-style-type: none"> 食事と酒を一緒に提供する店には、宗教的な理由から現地人が来店できない。過去数年に撤退した現地向け和食店は、日本の居酒屋をイメージし、酒を提供したためと考えられる。現地人を主な顧客層とする店舗では食事と酒の提供場所をそれぞれ分ける工夫をしている 	生鮮	175UAED以上 (約5,250円～)	約37店 (15%) <ul style="list-style-type: none"> UAEに存在する高級店585店舗の6%
中級店	現地人 中間層	<ul style="list-style-type: none"> ローカライズされた日本食(カリフォルニアロール等) <ul style="list-style-type: none"> 辛味・塩味を調整する等、手作りソース(醤油など)で現地の嗜好に合わせている 調理済み商品が多く、生食は少ない 基本的に酒類の取扱無し 	冷凍	100～175UAED (約3,000円～約5,250円)	約95店 (33%)
大衆店	現地人	<ul style="list-style-type: none"> 日本食(廉価な寿司店等) 	—	100UAED未満 (～約3,000円) <ul style="list-style-type: none"> 多くはモールのフードコートに立地しているが、テナント料が高額であるため高価格 低所得者は大衆店にも行けない可能性有 	約128店 (52%)

※ 事業者インタビューを基に作成

2. 水産物・水産加工品ニーズ

(3) 外食における日本産水産物・水産加工品の取扱状況

客単価が200AED（約6,000円）以上の寿司屋は、日本産水産物取扱量が5割以上。日本産はブリ・マグロの使用が多い。

価格区分	平均客単価	全水産物に対する日本産取扱割合	主な日本産水産物	仕入頻度	水産物の状態
高級店O	200 UAED	90%	マグロ・ブリ等 (サーモンは除く)	週2回	生鮮（全品）
高級店P	260 UAED	50%	ブリ・ハマチ・イカスミ	週4回	生鮮（全品）
高級店Q	200 UAED	80%	マグロ (中トロ、大トロ)、 ハマチ	毎日	冷凍
中級店R	100 UAED	20%	ハマチ、銀鱈、 カニカマ、エビ、イカ、 たこ	—	Fresh Frozen (生冷凍)
大衆チェーンS	70 UAED	0%	—	—	生鮮

※ 事業者インタビューを基に作成、赤でハイライトしている事業者は日本産取扱割合が5割以上

2. 水産物・水産加工品ニーズ

(4) 小売店における日本産水産物・水産加工品の利用シーン

日本産水産物・水産加工品は主に日系小売店でのみ扱われているが、多くの外資系・現地系小売りが試験的な取扱いに前向き。周辺国を含めた在留日本人が主要顧客層である。

小売

- 消費者販売用の日本産水産加工品は、現地の日系小売店がほとんどすべてを取り扱っている
 - 日本産水産物・水産加工品の購買者は主に在留日本人である。中東諸国には日系小売店数が少ないため、周辺国の日本人も利用
 - しかし、夏には現地の気温が非常に高温になるため、水産物を好む日本人等も鮮度を懸念し、購入を躊躇する傾向がある
 - 日系小売店のうち一店舗は宅配サービスを実施しており、他一店舗はホテル内の寿司屋に寿司用食材を納品している
- 日本産水産物・水産加工品は韓国資本の日本食材小売店でも数店舗取り扱いがある。需要の低い日本産水産物はそこでも高価格である。
 - しかし、韓国系小売りは日本産水産物を日系小売店よりも低価格で販売している場合があり、日系小売店から競合として認識されている
- 現地系・外資系小売店は日本産の知識がほとんどなく、日本産水産物のほぼ取り扱いはない。しかし、他店との差別化要素として試験的な日本産品の取扱いに前向きな小売店、卸売業者が多く存在
- 現地の日系駐在員は日系小売店も現地系小売店も利用する
- 切り身ではなく一尾魚での販売が主流。アラブ人はキロ単位で購入することもある

※ 事業者インタビューを基に作成、回答事業者が未記載の場合は複数事業者が回答、もしくは現地視察・文献などを基にした現地弊社調査員所感

2. 水産物・水産加工品ニーズ

(5) 小売店における日本産水産物・水産加工品の取扱状況

現地小売の日本産水産物の需要は既存の日系小売店により満たされており、すぐに拡大する見込みはなく、日系以外の小売店ではツナ缶以外に日本産水産物・水産加工品の取り扱いはほぼない。

日系 小売店

- 輸入頻度・形態・品目・産地
 - 日本産水産物・水産加工品は年に4回（3か月に1度）日本から直輸入
 - 取扱形態すべて冷凍または缶詰
 - 取扱品目はカニカマ・海藻・とびこ・魚缶・その他練り物等水産加工品、さば・いわしなどの冷凍水産物
 - 日本産品以外はベトナム・マレーシアから輸入
- 過去数年の日本産品の需要は安定している
 - 倉庫のキャパシティや需要に限界を感じているため、大きく展開する予定はない
- 日本産品より低価格で品質に遜色のない韓国産品に脅威を感じている

現地系・その他外 資系小売店

- 現地系小売店の取扱商品の大半は現地産
 - 品揃え豊富な伝統的な某現地系小規模小売店が人気
- 日系以外の小売店舗において日本産品への需要はない
 - 日本産の取扱量や消費量の拡大にあたり、取り扱い・調理方法や品質・安全性に関する知識等が不十分
 - メイドが日本産水産物に対する知識がないためではない。高所得者層はメイドが食材を購入し調理するが、食材やメニューの決定権は雇い主にあり、調理方法や味付けも雇い主がメイドに指導(JETROレポートより)
- 一方で、日本産ツナ缶は高級日本料理店だけではなく、日系以外の高級小売店でも販売されているとする日系製造業者も存在
 - 最大で月に2-3コンテナ販売、日本から船便で3か月に一度輸入している
 - 値段が高いため大衆小売店では難しい。また、ツナ缶の値段は近年横ばいである
- 総じて調理済み食品の需要が高く上昇している
- 日本産に限らず水産物自体が高級品である（小売店）

※ 事業者インタビューを基に作成、回答事業者が未記載の場合は複数事業者が回答、もしくは現地視察・文献などを基にした現地弊社調査員所感

2. 水産物・水産加工品ニーズ

(6) パッケージングにおける課題

日系小売店から「日本から輸入される水産物の真空パックは密閉が不十分なものが多く、多少の衝撃でも空気が入ることで品質が落ち、流通段階でのロスが生じる」との指摘もあった。

密閉不十分なパッケージ例



密閉されているパッケージ例



※ 現地調査・事業者インタビューを基に作成

2. 水産物・水産加工品ニーズ

(7) 輸入業者・卸における日本産水産物・水産加工品の取扱状況

日本産水産物は一部の輸入業者による寡占状態である。冷凍品は月1回、生鮮品は週3回日本から輸出されている。

インタビュー先輸入業者の日本産水産物・水産加工品取扱状況※1

地域・規模	日本産取扱割合	取扱のある日本産水産物	日本産取扱量の推移	運送手段/量/頻度/価格	形態
現地系輸入業者	80%	マグロ・カンパチ・ヒラマサ・赤鯛	安定的に増加傾向	1週間に4回	冷凍
日系輸入業者	100%	養殖魚:ハマチ、ヨウダイ、クロダイ、カンパチ 天然魚:金目鯛、穴子	安定的に増加傾向	冷凍は船便、生鮮は空輸 <ul style="list-style-type: none"> ドバイへは20-40フィートコンテナを月1回（量は季節などにより大きく変動） ドーハへは20フィートコンテナを月2回 	生鮮はマグロのみ ハマチは切り身（生鮮は未聞）

業者コメント

- 日本からは冷凍品という大きなくくりで出すことが多く、水産物に加え野菜なども混載
- 生鮮は週に数回、築地や福岡から出荷
- 中東はCO処理が許可されているため、**CO処理された水産物も輸出**している
 - マグロはCO処理していない
- 品目によって準備書類に差はない
 - **必要書類を減らすために、放射能検査が不要な県の水産物・水産加工品を優先的に輸出**するようにしているとする輸出業者も存在

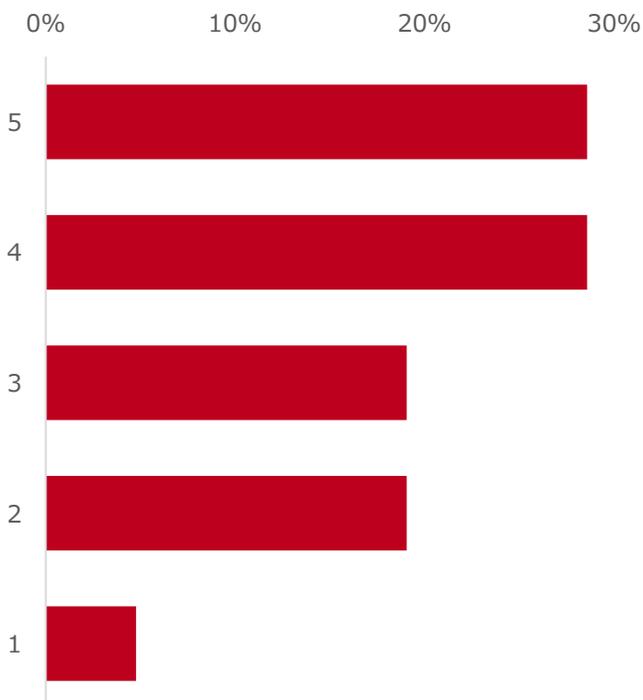
※ 事業者インタビューを基に作成。上記の事業者は日本産取扱割合が5割以上

3. 日本産水産物・水産加工品の有望性

(1) 事業者が重視する要素と日本産への評価

現地の事業者は鮮度・安定供給・価格の重要度が高いと回答。単価が高く、輸送時間が長く、鮮度維持が難しい日本産は不利である。

食材選定の際に重視する要素



日本産食材選定時の評価・コメント

- 輸送時間
 - 輸送コストより輸送時間が、日本産輸入の懸念・障壁となっている
 - 船便では、注文してから商品が届くまで約 1 か月
 - 空輸便では、注文してから商品が届くまで約2週間(日本輸出業者)
 - 小売店は消費期限が 5 日を切ったものは取扱わない。輸送に時間のかかる日本産生鮮水産物は到着時に消費期限が 5 日を切っていることが多く、生鮮での取扱が難しい。現地から常に新鮮な水産物が手に入るため、この方針をとっている (仏系小売店)
 - 輸送時間短縮のために西日本の輸出業者に興味がある (日系小売店)
- 手続き時間
 - 日本との取引に必要な書類準備に係る時間が、ヨーロッパ諸国やベトナム等のアジア諸国と比べ、圧倒的に長い (小売店多数)
 - 空輸便に係る 2 週間のほとんどが、日本における書類準備である。衛生証明書や放射性物質検査証明書などの一連の準備作業 (作成・確定・提出・引取) に時間がかかる (日本輸出業者多数)
 - 現地の小売店は原則委託販売のため、卸会社のリスクが大きい。日本の輸出会社は受注後に商品を準備するため、1 週間後の発送となる

※ 事業者インタビューを基に作成、回答事業者が未記載の場合は複数事業者が回答、もしくは現地視察・文献などを基にした現地弊社調査員所感

3. 日本産水産物・水産加工品の有望性

(2) 日本産水産物・水産加工品へのプラスイメージ

日本産水産物には「高品質」・「健康的」・「エキゾチック」という好印象がある。日本産に関する知識のある事業者は少数であり、販売拡大には日本の事業者による商品について丁寧に説明が必要。

高品質	<ul style="list-style-type: none">• 日本産水産物の品質は他国産よりも圧倒的に良い<ul style="list-style-type: none">➢ 高品質であるため、調理がしやすい（特にカニカマ）• 日本の冷凍技術が高評価を得ている<ul style="list-style-type: none">➢ 解凍した際に水が大量に染み出すことなく味がしっかり維持できている• パッケージングについては卸売では評価されている<ul style="list-style-type: none">➢ 一方、一部小売店からは、日本から輸入される水産物の真空パックは緩いものが多く、多少の衝撃でも空気が入り鮮度が劣化することがあるため、改善要望もある• 日本料理を好きな料理として選ぶ人は「味が良い」、「健康に良い」、「おしゃれ・高級」、「美容・安全性・身近・宗教倫理」を挙げている（JETRO調査）
健康的	<ul style="list-style-type: none">• さっぱり食べられ、量も控えめな日本の水産料理は、体にやさしい健康的なものとしてとらえられている<ul style="list-style-type: none">➢ アラブ人の食の好みは油やスパイスを多量に使用した味の濃い料理、肉料理、量の多い料理、甘い料理（例：油で揚げたあとにはちみつにくぐらせるお菓子等）である
エキゾチック	<ul style="list-style-type: none">• UAEから地理的にも文化的にも遠い日本は「エキゾチック」と認識されている

- ただし、総じて、日本産商品の知名度は低く、日本の輸出業者は取引相手に一から商品を英語で説明することに苦労している

※ 事業者インタビューを基に作成、回答事業者が未記載の場合は複数事業者が回答、もしくは現地視察・文献などを基にした現地弊社調査員所感

3. 日本産水産物・水産加工品の有望性

(3) 日本産水産物・水産加工品へのマイナスイメージ

取引先が品質に見合うと判断できる価格で、安定的に供給することが求められている。初期は非常に安価での納品を求められる。

高価格	<ul style="list-style-type: none">• 高価な日本産水産物を購入する必要性を感じていない<ul style="list-style-type: none">➢ 日本産はより安価な他国産水産物で代替可能（中級小売店）➢ 輸送コストが5-6箱で8000AED（24万円）と高すぎるため、トン単位で注文できない➢ 現地では地中海・アジア産の水産物が低価格で流通している。主にティラピア・サーモン➢ 日本料理で使用されている水産物への需要はあるが、それらが日本産である必然性はない（小売店）• 一方で、同じ日本産でも価格帯の異なる商品もあるため、買いやすいといった声もある• また、日本産は値段が高いが、品質に見合っているという認識も浸透してきている• ただし、取引初期は、非常に安価での納品を求められる• 2018年1月から消費税が5%導入されるため、日本産はさらに高額になる可能性がある
不安定供給	<ul style="list-style-type: none">• 新しく取り扱いを始める商品は、最低5年間の継続供給を採用基準の一つとしている外食店もある。過去に日本産商品の供給が原因不明で途絶えたことがあり、日本産導入に慎重になっている

3. 日本産水産物・水産加工品の有望性

(4) 日本産の取扱いがある主な品目と有望性

寿司に使用されるカニカマ・とびこ・ヒラマサ・ハマチ・マグロや、日本人以外もサラダ用に広く消費する海藻が有望。アルコールや着色料に関する規制により取扱いが不可能な品目が存在。

日本産が既に取り扱われている主要品目※1

日本産取扱で
課題となる規制※1

カニカマ	<ul style="list-style-type: none">自宅で食する人は多くないが、カリフォルニアロールやサラダ等に使用されているインタビュー時にカニカマを人気品目として認識している事業者は多くなかったが、日本からの輸出額が一番多い品目として安定的に需要が伸びていくと考えられる<ul style="list-style-type: none">クロアチア・インド産のカニカマが出回っているものの、日本産カニカマへの需要が安定的に上昇している相対的に見ると需要はまだ小さいが、だからこそ競争が少なく販売しやすい高所得者層だけではなく、低所得者層向けにも販売できるため、主要なチェーン小売店でも取り扱いがあり、UAEのような価格に敏感な市場に向いている	アルコール	<ul style="list-style-type: none">焙焼/マリネーティングでアルコール処理された海産物の商品は扱えない鰻の蒲焼、真砂、いくら、うに、などを使った日本の水産加工品の多くはアルコールを使用している
とびこ	<ul style="list-style-type: none">寿司用として寿司屋からの需要が大きい人気商品（日系小売店）		色
海藻	<ul style="list-style-type: none">サラダ用に家庭で広く使われている日本人以外にも人気のある珍しい商品（日系小売店）		
ヒラマサ	<ul style="list-style-type: none">「ヒラマサはプロモーションしなくても売れる」（輸入/卸売業者）<ul style="list-style-type: none">一方、少量ではあるが、現地で養殖されているため、動向を追う必要がある		
ブリ・ハマチ	<ul style="list-style-type: none">日本独自の水産物として外食用にプロモーションすれば可能性有		
その他加工品	<ul style="list-style-type: none">その他の加工品（魚等缶）の需要は極めて小さい（日系輸出業者）カニカマ以外の練り製品は認知されていないが、カニカマが知らずのうちに寿司として消費されていることから、カニカマ以外の練り製品を使用した寿司の人気向上すればカニカマ以外の練り製品も売れるようになるのではないか		

※ 事業者インタビューを基に作成、回答事業者が未記載の場合は複数事業者が回答、もしくは現地視察・文献などを基にした現地弊社調査員所感

4. 効果的なプロモーション方法と輸出拡大に向けた提言

今後求められるアクション（1/2）

日本産水産物・水産文化に関する啓発活動に取り組みつつ、日本国内における書類手続きの簡素化・現地における日系輸入業者の進出支援が必要。

日本産・日本の水産文化に対する啓発活動	<ul style="list-style-type: none">日本産がどこで入手できるのかをわかりやすく提示するヒアリングをした事業者の多くが日本産水産物の取扱・調理方法や、品質・安全性に関する知識等の教育が取引量や消費量の拡大に重要であると発言。特に輸入業者・卸売業者向けに日本産水産物の取り扱いや販売に必要な知識やスキルの獲得を支援する必要性が高い生魚を食べる寿司・刺身などの文化に親しんでもらうためには、生で食べられる魚介類がより手軽に入手できる環境づくりも大切である。日本産の輸入品目が参入する土台作りとして現地の漁師に占め方（活け締めなど）の啓発も検討する価値がある（日本の輸出事業者からの提案）
アブダジよりもドバイへの進出	<ul style="list-style-type: none">ドバイは2013年に貿易・ハラル食品・教育・観光など様々な面で「イスラム経済のハブ」を目指すと発表。実際に中東地域において、トレンドを決定づける都市である。よってドバイをはじめとするUAEの都市に日本産水産物・水産加工品やそれらを使用した寿司等の料理を普及できれば、近隣中東地域へのさらなる拡大につながると考えられるドバイはアブダジよりも多様な産業構成であり、人口構成もより多様であるため、他国の文化に前向きである
【卸】 日系輸入業者支援	<ul style="list-style-type: none">日本の水産を推進する意欲のある日系の輸入業者の進出を支援する
【卸】 輸入に係る 時間削減	<ul style="list-style-type: none">輸送時間短縮のために現地の事業者の西日本の輸出業者とのマッチング日本国内における書類手続きの簡素化

※ 事業者インタビューを基に作成、回答事業者が未記載の場合は複数事業者が回答、もしくは現地視察・文献などを基にした現地弊社調査員所感

4. 効果的なプロモーション方法と輸出拡大に向けた提言

今後求められるアクション（2/2）

日本産の強みを活かした商品・メニューの開発やシェフ向け勉強会等を通じ、外食における日本料理の人気拡大を目指しつつ、長期的には小売での取扱開始に向けた取り組みも必要。

【小売】 日本産の 試験的販売

- 小売店の多くは、日本産水産物の販売には消極的
 - 外食での寿司の人気さらに上昇すれば、小売店での日本産水産物の普及を目指した施策もあり
- 日系・韓国系小売り以外が日本産の取扱いをしていない中、**大手欧米高級小売店でも日本産の試験的取扱には積極的。日本産食品や寿司等の調理済食品の試験販売を通じ、人気商品の把握を行っていくことが望ましい**
- 購入した**日本産水産物の調理方法を啓蒙**することで、様々な日本産水産物へ需要を高めていく必要がある
- 日本から水産物を輸入、**現地で加工し付加価値をつけて販売**する意欲のある卸売業者も存在(輸入業者)
 - 規制面からもハラール認証・輸入手続き等、水産物を輸入する方が加工食品を輸入するよりも容易

【外食】 中間所得者層へ の和食の普及

- 寿司が高所得者層だけではなく、中所得者層にも広まってきているため、**拡散を促進**させる施策が必要である
- 施策のひとつとして、現地消費者向け日本産を半分程度使用した**フュージョンメニュー開発**がある。そのためには、現地の料理人向けに日本人シェフによる日本産水産物の本格的な調理方法を勉強会などで正しく伝え、アレンジする余地を作ることが効果的だと考えられる。**日本人シェフによる勉強会の開催は複数の事業者が積極的だった**
 - 開発したフュージョンメニューへの評価はZomatoやThe Entertainerを活用できる
- 健康ブームを捉え、**Meal Plan向けの販売も検討**に値する

消費者への プロモーション

- 外国産品への抵抗感のない**若年層へのアプローチ**に力を入れるべきである。若年層は、生モノ・薄味・少量という日本料理へのネガティブなイメージを描いている親世代と違い、日本料理にポジティブな印象を持っている。若年層が高級和食店で頻りに飲食するのは難しいが**ソーシャルメディアを通じた拡散への貢献が期待**できる
 - CMを作る予算はない（日本の事業者）
 - UAEで既に人気のある枝豆などの日本商品との食べ方を提案する

5. 水産物・水産加工品の販売形態

主要小売店・外食店と水産物・水産加工品の販売形態

主要小売店と外食店における水産物・水産加工品の販売形態の調査として、以下の8店舗の現地調査を実施。

UAE市場調査対象事業者一覧

#	概要	ターゲットセグメント	エリア	日本産水産物取扱
(1)	現地系小売店 F社	下流クラス	ドバイ	無
(2)	イギリス系小売店 G社	上流クラス	ドバイ	無
(3)	現地系小売店 H社	中流クラス	ドバイ	無
(4)	現地系小売店 I社	中流クラス	ドバイ	無
(5)	日系小売店 M社	中流クラス	ドバイ	有
(6)	高級日本料理店 O社	上流クラス	ドバイ	有
(7)	高級日本料理店 P社	上流クラス	ドバイ	有
(8)	中級日本料理店 R社	中流クラス	ドバイ	有
(9)	日本料理店 T社	下・中流クラス	ドバイ	無

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(1) 現地系小売店 F社

①水産物コーナー全般



↑ほとんどの魚はUAE産、またはオマーン、インド、フィリピン、インドネシアから供給されている。



↑UAE産のBiah Big (現地の魚類) 1kgで29UAED (約900円)



←サーモンはノルウェーとスコットランドから輸入されている。

※ 現地調査にてアクセンチュア撮影
※ 日本円換算レートは1UAED=30.6円 (2017年11月時点)

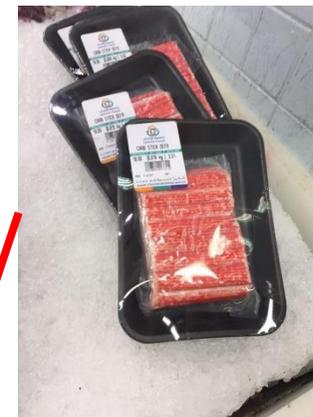
5. 水産物・水産加工品の販売形態

(1) 現地系小売店 F社

①水産物コーナー全般



↑カニカマ、エビなど複数の魚種が組み合わされて売られている。1パック約450gで約10UAED（約300円）



↑カニカマ3.3UAED（約100円）



↑（左）Dosh（現地の貝類）10UAED（約300円）（右）ホタテ約40UAED（約1,200円）

※ 現地調査にてアクセンチュア撮影
※ 日本円換算レートは1UAED=30.6円（2017年11月時点）

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(2) イギリス系小売店 G社

①水産物コーナー全般



↑フィリピン産のクルマエビ
は1kgで約200UAED
(約6,000円)

←現地産のクルマエビは
1kgで約215UAED
(約6,500円)

※ 現地調査にてアクセンチュア撮影

※ 日本円換算レートは1UAED=30.6円(2017年11月時点)

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(2) イギリス系小売店 G社

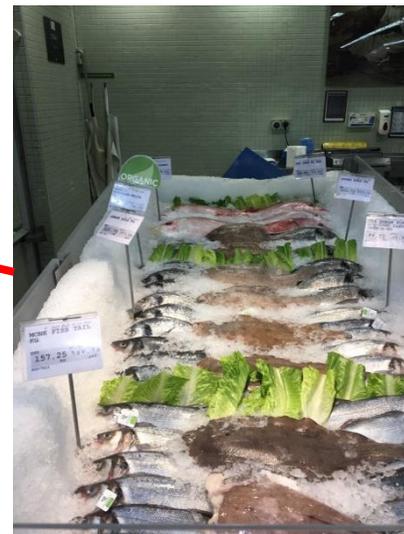
①水産物コーナー全般



←仏系の小売のためか、
有機水産物にも力を入れている。



←有機のイメージを強調するためか、野菜が添えられている。



←Monk fish tail
(現地の魚)は1kg
で約160UAED (約
4,800円)

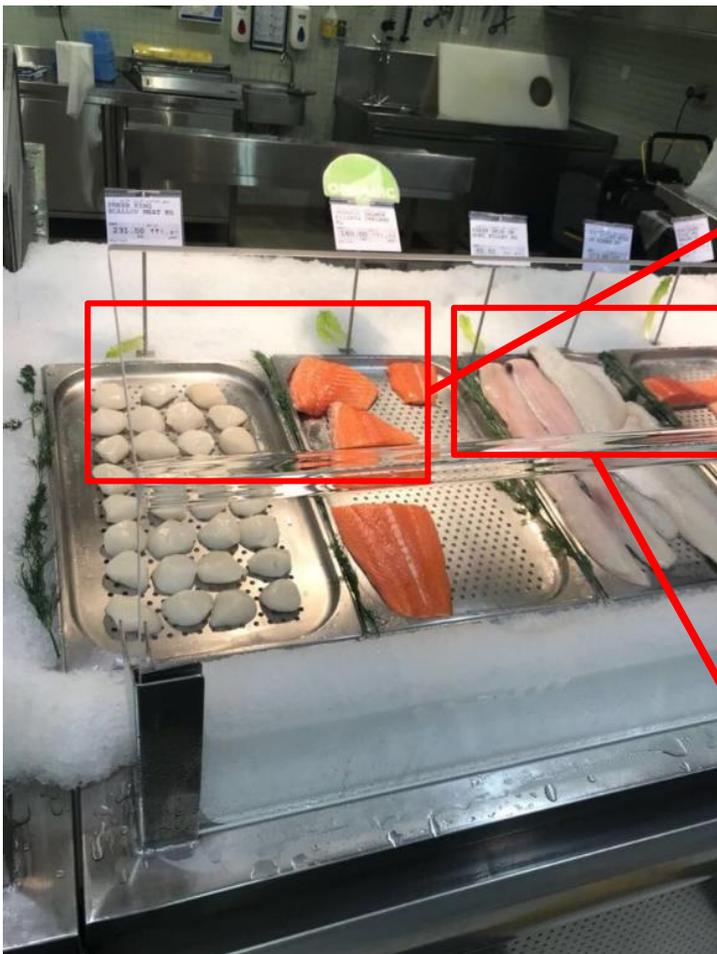
※ 現地調査にてアクセンチュア撮影

※ 日本円換算レートは1UAED=30.6円 (2017年11月時点)

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(2) イギリス系小売店 G社

①水産物コーナー全般



↑ホタテは1kgで約230UAED（約7,000円）、
有機サーモンは1kgで約160UAED（約5,000円）



↑ニュージーランド産のキングサーモンは1kgで
約190UAED（約5,700円）



↑ホキは1kgで約85UAED（約2,500円）、
ノルウェー産のタラは1kgで約120UAED（約3,600円）
スコットランド産のサーモンは1kgで約
135UAED（約4,000円）



※ 現地調査にてアクセンチュア撮影

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(2) イギリス系小売店 G社

①水産物コーナー全般



↑有機サーモンフィレの陳列棚。



↑マスの切り身、ホタテ、マグロの切り身等が陳列されている。



←カニカマは約14UAED
(約420円)

※ 現地調査にてアクセントゥア撮影
※ 日本円換算レートは1UAED=30.6円(2017年11月時点)

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(2) イギリス系小売店 G社

②水産加工品



←仏系小売のため、フランスからの商品も散見される。調理後にすぐに食べられるように味付・加工を施された商品も多い。



↑ムラサキイガイは約70UAED (約2,100円)。



↑練り製品やスモークサーモン。

※ 現地調査にてアクセントア撮影

※ 日本円換算レートは1UAED=30.6円 (2017年11月時点)

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(2) イギリス系小売店 G社

②水産加工品



↑調理済のクルマエビは約60UAED
(約1,800円)



←オイル漬のニシン約30UAED
(約900円)。キャビアは店員に
注文して購入する方式。



※ 現地調査にてアクセント撮影
※ 日本円換算レートは1UAED=30.6円(2017年11月時点)

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(2) イギリス系小売店 G社

②水産加工品



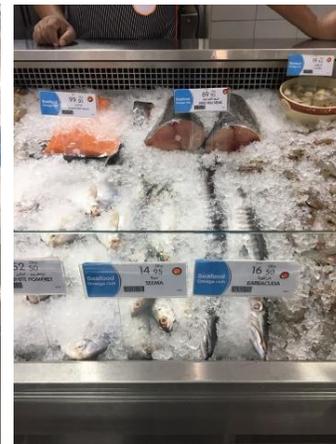
↑サーモンフィレ、スモークサーモンなど、多くのサーモン加工品が陳列されている。

※ 現地調査にてアクセントチャ撮影
※ 日本円換算レートは1UAED=30.6円（2017年11月時点）

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(3) 現地系小売店 H社

①水産物コーナー全般



↑こちらの店舗では衛生管理の配慮からか、商品を氷の中に埋めて陳列している。カニは1kgで約34UAED（約1,000円）、解凍イカは1kgで約32.5UAED（約750円）、シーバスは1kgで約42.5UAED（約1,300円）

↑ほとんどの魚はインド、オマーン、現地から供給されている。小ぶりのマグロは1kgで約16UAED（約480円）



←解凍エビは1kgで約27.5UAED（約825円）



↑タコは1kgで約26.5UAED（約800円）



←イワシは1kgで約8.5UAED（約250円）、バスは1kgで約16UAED（約480円）、アジは1kgで約18UAED（約540円）

※ 現地調査にてアクセントゥア撮影

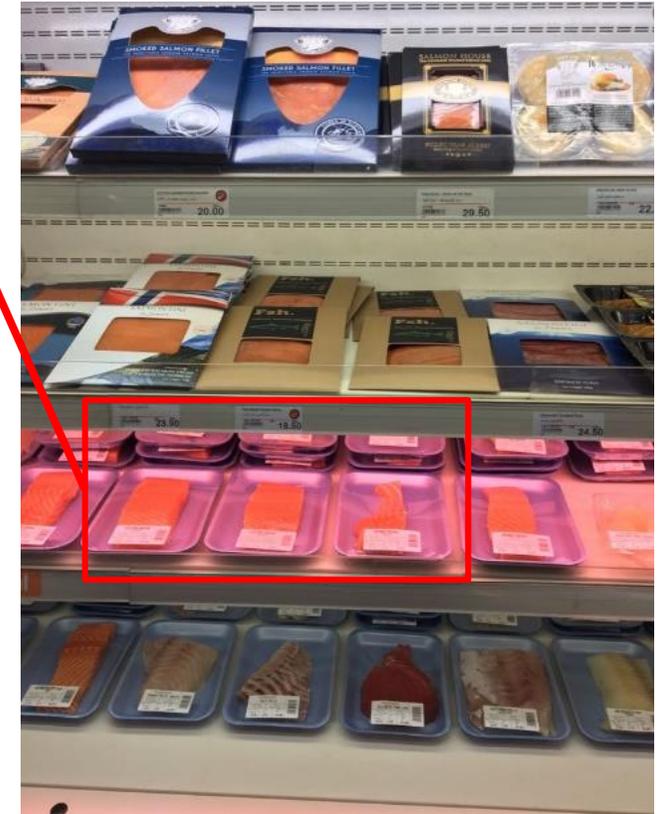
5. 水産物・水産加工品の販売形態

(3) 現地系小売店 H社

①水産物コーナー全般



↑スコットランド産のサーモンの切り身。
210gで約25UAED (約750円)



←現地産のHamourの切り身。200gで
約23.5UAED (約700円)

※ 現地調査にてアクセンチュア撮影
※ 日本円換算レートは1UAED=30.6円(2017年11月時点)

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(4) 現地系小売店 I社

①水産物コーナー全般



↑ほとんどの魚がトルコ、現地、フィリピン、ギリシャ、オマーンから供給されている。



↑トルコ産クロダイ
1kgあたり49.9UAED (約1,500円)



※ 現地調査にてアクセンチュア撮影
※ 日本円換算レートは1UAED=30.6円(2017年11月時点)

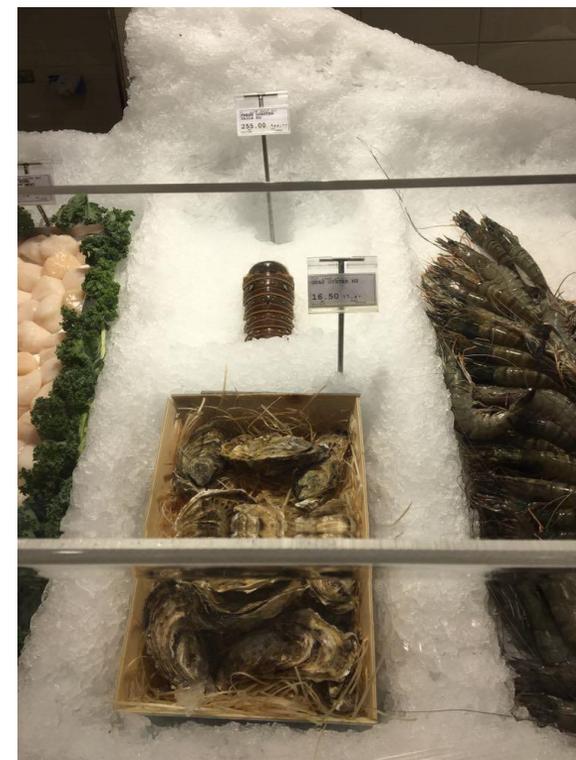
5. 水産物・水産加工品の販売形態

(4) 現地系小売店 I社

①水産物コーナー全般



↑フィリピン産ウシエビは、サイズによって価格の違う数種類を販売
1kgあたり135.5～177.5UAED
(約4,000～5,500円)



↑カキは殻付きで販売
1kgあたり16.5UAED
(約500円)

↓ロブスター
1kgあたり255UAD
(約8,000円)

※ 現地調査にてアクセンチュア撮影
※ 日本円換算レートは1UAED=30.6円(2017年11月時点)

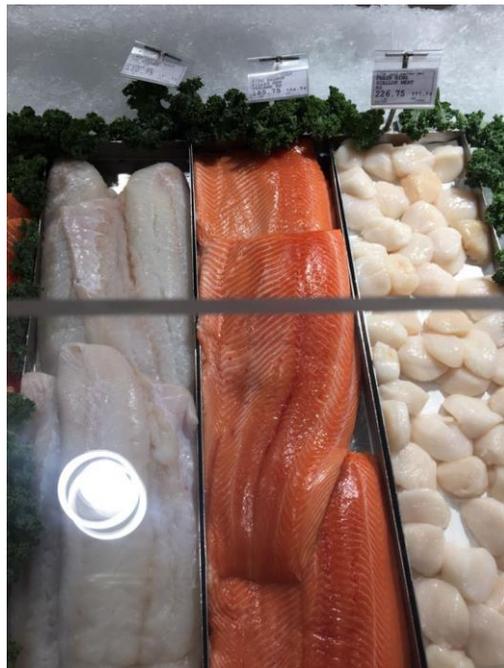
5. 水産物・水産加工品の販売形態

(4) 現地系小売店 I社

①水産物コーナー全般



↑ノルウェー産サーモンフィレ
1kg あたり 99.00UAED
(約3,000円)



↑フィンランド産キングサーモン
1kg あたり 185.75UAED
(約5,700円)



↑スコットランド産サーモンフィレ
1kg あたり 132UAED
(約4,000円)



↑オーガニックサーモン
1kg あたり 160UAED
(約5,000円)

↑生ホタテ
1kg あたり 226.75UAED
(約7,000円)

※ 現地調査にてアクセントチャ撮影
※ 日本円換算レートは1UAED=30.6円(2017年11月時点)

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(5) 日系小売店 M社

②水産加工品



↑揚げボール
約8.25UAED (約250円)



↑カニカマ
約34~40UAED (約1,000~1,250円)



とびっ子→
約17~100UAED
(約520~3,000円)



辛子明太子・たらこ→
約20UAED (約600円)

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(5) 日系小売店 M社

②水産加工品



冷凍 いわしみりん干



冷凍おでん 34UAED (約1,000円)



冷凍エビフライ



日本メーカーの冷凍食品が、日本語パッケージのまま数多く販売されている



冷凍 さんまみりん干



カニカマやさつま揚げ等の練り物

※ 現地調査にてアクセンチュア撮影
※ 日本円換算レートは1UAED = 30.6円 (2017年11月時点)

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(5) 日系小売店 M社

②水産加工品



ちくわ 6UAED (約180円)
かまぼこ 7.5UAED (約300円)



サバ缶 12.5UAED (約380円)



いわし缶



なると

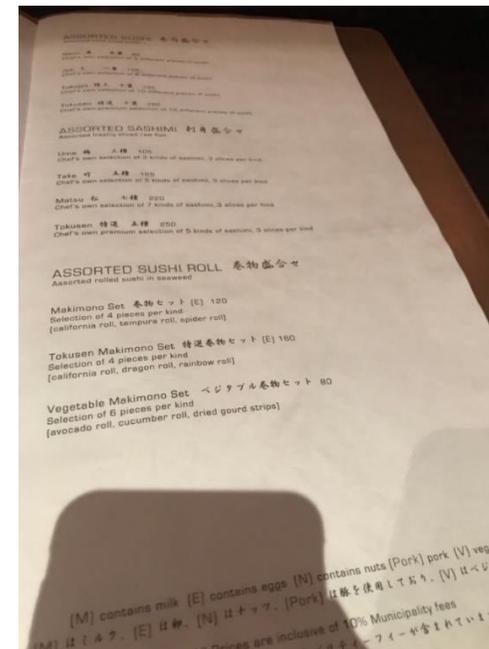
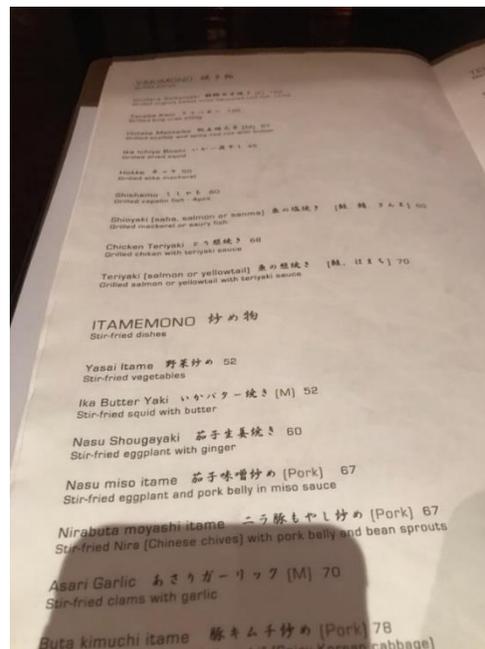


※ 現地調査にてアクセンチュア撮影
※ 日本円換算レートは1UAED=30.6円 (2017年11月時点)

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(6) 高級日本料理店 O社

③メニュー



- 野菜炒め 52
- いかバター焼き 52
- なす生姜焼き 60
- なす味噌炒め 67
- ニラ豚もやし炒め 67
- あさりガーリック 70
- 豚キムチ炒め 78

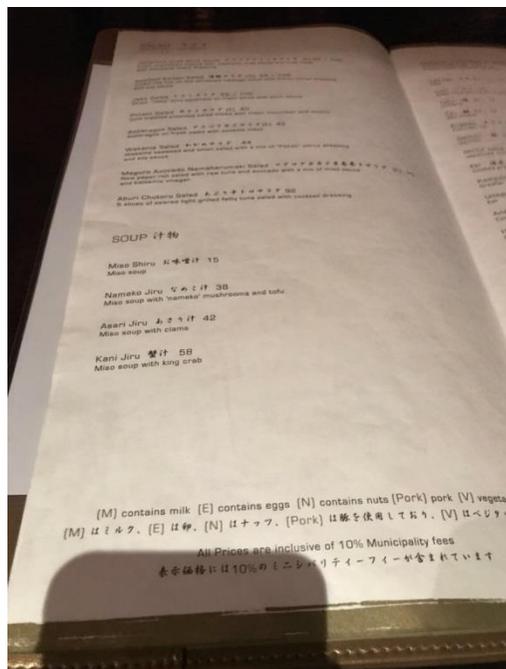
- 刺身 梅 100
- 刺身 竹 165
- 刺身 松 220
- 刺身特選 250
- 巻物セット 120
- 特選巻物セット 160
- ベジタブル巻物セット 80

※ 現地調査にてアクセントチャ撮影
 ※ 日本円換算レートは1UAED=30.6円 (2017年11月時点)

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(6) 高級日本料理店 O社

③メニュー



味噌汁 15
 なめこ汁 38
 あさり汁 42
 蟹汁 58



寿司握り/刺身

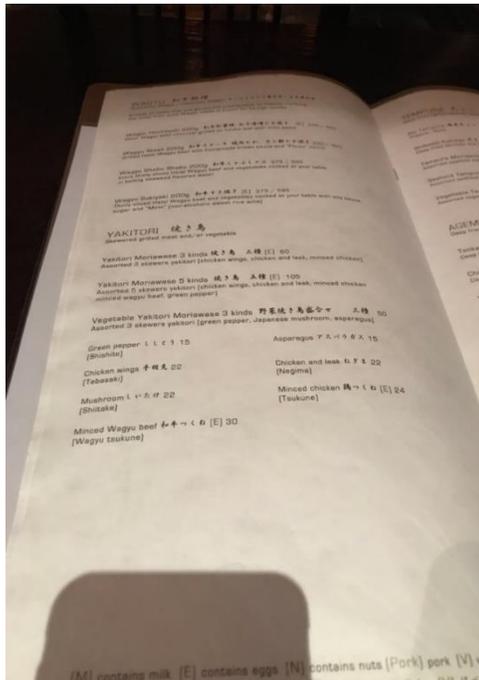
いなり 15
 タコ 20/70
 鯛 22/70
 えんがわ 22
 サーモン 22/72
 メ鯖 22/72
 海老 25
 カンパチ 25/85
 うなぎ 28
 あなご 28
 帆立 30/90
 ぼたん海老 38/115
 いくら 40/100
 ウニ 65/200
 まぐろ 25/85
 中トロ 30/145
 大トロ 40/165

※ 現地調査にてアクセントチャ撮影
 ※ 日本円換算レートは1UAED=30.6円(2017年11月時点)

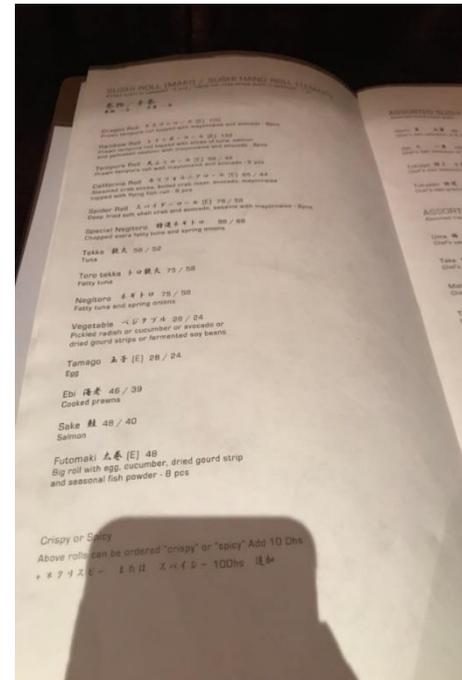
5. 水産物・水産加工品の販売形態

(6) 高級日本料理店 O社

③メニュー



- 焼き鳥三種 60
- 焼き鳥五種 105
- 野菜焼き鳥盛り合わせ 50
- ししとう 15
- 手羽先 22
- しいたけ 22
- 和牛つくね 30
- アスパラガス 15
- ねぎま 22
- 鶏つくね 24



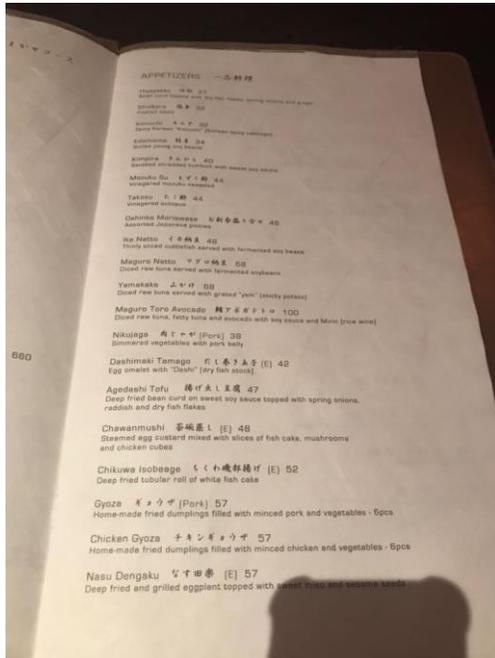
- 巻物・手巻き
- 特選ネギト口 80/60
- 鉄火 58/52
- ト口鉄火 75/58
- ネギト口 75/58
- ベジタブル 28/24
- 玉子 28/24
- 海老 46/39
- サーモン 48/40
- 太巻 48

※ 現地調査にてアクセント撮影
 ※ 日本円換算レートは1UAED=30.6円(2017年11月時点)

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(6) 高級日本料理店 O社

③メニュー



- きんぴら 40
- もずく酢 44
- たこ酢 44
- お新香盛り合わせ 48
- イカ納豆 48
- マグロ納豆 68
- 山かけ 68
- まぐろアボカドトロ 100
- 肉茶が 38
- だし巻き玉子 42
- 揚げ出し豆腐 47
- 茶碗蒸し 48
- ちくわ磯部揚げ 52
- ギョウザ 57
- チキンギョウザ 57
- なす田楽 57



- 和牛すき焼き 145
- 和牛しゃぶしゃぶ 145
- 和牛たたき 90
- 和牛ハンバーグ 95
- 豚しゃぶしゃぶサラダ 65
- 豚角煮 45
- 豚バラカレー 80/45
- アラスカロール 60
- フィラデルフィアロール 60
- 蟹クリームグラタン 70

※ 現地調査にてアクセント撮影
 ※ 日本円換算レートは1UAED=30.6円(2017年11月時点)

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(6) 高級日本料理店 O社

④料理



サーモンの刺身
22UAED (約670円)



創作寿司等に使用される水産物は、サーモンを除きすべて日本産

※ 現地調査にてアクセントチャ撮影
※ 日本円換算レートは1UAED=30.6円 (2017年11月時点)

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(7) 高級日本料理店 P社

③メニュー



寿司

刺身 (各3切れずつ)

- 鮭 50
- サバ 50
- タイ 60
- カツオ (マグロ) 65
- ブリ 65
- ホタテ 65
- マグロのトロ 105

巻き (各3本ずつ)

- キュウリ 25
- アボガド 30
- 鮭 40
- サバ 45
- タイ 50
- ブリ 50
- カツオ (マグロ) 55

握り (各3貫ずつ)

- ウナギ 45
- 鮭 45
- タイ 50
- カツオ (マグロ) 55
- エビ 60
- タコ 65
- ホタテ 70

寿司

手巻き (各3切れずつ)

- スパイシー鮭ロール 65
- カリフォルニア 65
- 大エビ 65
- 寿司盛り合わせ 305
- 刺身盛り合わせ 215

ロール

- 野菜 55
- 火山 (鮭・キュウリ・ピクルス) 70
- 天ぷらゆずエビ 75
- カニ 85
- スパイシーカツオ (マグロ) 85
- 和牛 90
- キングクラブカリフォルニア (イカスミ・アボカド・マヨネーズ) 95
- フォワグラ 115
- スモークサーモン・トリュフ 125
- ロブスター 130
- ドラゴン (エビの天ぷら・アボガド・キャビア) 225

※ 現地調査にてアクセント撮影
※ 日本円換算レートは1UAED=30.6円 (2017年11月時点)

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(7) 高級日本料理店 P社

③メニュー

RAW (NAMA)	
Beef Tenderloin Tataki Enoki mushrooms, baby spinach, garlic chips, ponzu dressing	85
Amberjack (D) (D) (D) (D)	85
Spicy tomato shiso salsa, non seaweed	
Salmon Tartare, Ikura Eggs Smoked and fresh salmon, green apple, yuzu mousse, sesame tuile	95
Cured Halibut (D) (D) (D)	95
Trched, black sesame pasta, lychee, chilies	
Hokaido Scallops (D) (D)	115
Red radish, chives, mango dressing, Asian chris	
Tuna Carpaccio (D) (D)	105
Orange, daikon, mizuna leaves, Coriander leaf dressing	
Wild Sea Bass and Oyster Tartare (D) (D) (D)	125
Aruga eggs, flat flat Ocum oyster, red, pqi berries, sake spice	
Obsidian Prawn Tartare (D) (D) (D)	130
Ostery, pear, mint, salicornia, ginger, ponzu dressing	
Jasmin Stuvia Caviar 30 g	675
Mild Stuvia Caviar, slightly salty, seasonal	
Pairing with choice of Beluga gold line vodka 3 ct	225
Wine Puligny Montrachet 1er Cru	2200
Champagne Krug Grand Cuvee	4200
Oysters: (D)	
ponzu vinaigrette	
Fine de Claire #4/pc	30
Prat-ar-Coum #3/pc	35
Tsarskaya #2/pc	50
Belon #0/pc	55
Oysters selection 6 pcs	245

生もの

牛肉のテンドーロインの叩き 85

ブリ 85

イクラとサーモンのタルタルソース和え 95

オヒョウの塩漬け 95

北海道産ホタテ 115

カツオ（マグロ）のカルパッチョ 105

スズキとカキのタルタルソース和え 125

オブシidianエビのタルタルソース和え 130

キャビア 30g 675

料理によく合うアルコール類

ベルーガ ウォッカ（ロシアの高級ウォッカ） 225

ピュリニー モンラッシェワイン（フランス産の白ワイン） 2,200

クリュッグ グランド・キュヴェ（高級シャンパン） 4,200

カキ（ブランド品のカキ）

フィンドクレール / 1ピースあたり 30

プラタルクム / 1ピースあたり 35

サスカヤ / 1ピースあたり 50

ブロン / 1ピースあたり 55

カキ盛り合わせ 6ピース 245

※ 現地調査にてアクセンチュア撮影
※ 日本円換算レートは1UAED=30.6円（2017年11月時点）

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(7) 高級日本料理店 P社

③メニュー

MAIN COURSES	
Steamed Tofu (V) Shimeji mushrooms, pumpkin, asparagus	85
Chicken Noodles (D) Red radish, cucumber, coriander, edamame, mushrooms	95
Forbidden Rice (G) ○ Scallops, prawns, calamari, edamame	150
Roasted Salmon Miso, yuzu sabayon, baby spinach leaves, bonito crumble, beetroots	165
Duck Breast (G) Duck foie gras, Asian pear, komatsuna, pomegranate sauce	165
Steamed Lobster ○ Fried wonton, leeks, Shiitake mushrooms, lemongrass crustacean cream, coconut foam	175
Butterfly Sea Bass (D) Deep-fried, togarashi, parko, ginger lime sauce, sushi rice	395
Grilled Sea Fu Platter, Black Pepper Sauce Catch of the day, tiger prawns, scallops, octopus, black pepper honey sauce	400
Additional Canadian Lobster	575
Grilled Blue Lobster (N) Satay sauce, jasmine rice	675
Roasted Wagyu "Côte de Boeuf" 800g (G) Grade 0, black truffle, mashed potatoes, mushroom sauce	
Pan Seared Halibut Chinese cabbage, leeks, misoaki, mirin sauce	185
Seared Black Cod (N) ○ Soy garlic, mirinaki, carrot, ginger, coriander pesto, garlic crumbis	205
Roasted Wild Sea Bass ○ Suzuki fish, wasabi, edamame purée, bean sprouts, yuzu lemon butter sauce	210
Poached Patagonian Toothfish (D) Udon noodles, kalari, dashi broth	210
Fried King Crab (D) ○ Tempura, lettuce, tomato, red onion, spicy mayonnaise	225
FROM OUR WOK	
Deep-Fried Stone Bass (D) ○ Hoisin sauce, tomato, lotus roots, carrot ginger puree	185
Beef Short Rib (D) Green apple, soya honey glazed, broccolini	195
Stir-Fried Lobster ○ Tamarind sauce, scallions, asparagus, jasmine rice	205
Tiger Prawns (D) Breaded, deep-fried, duck foie gras, mango sweet chili sauce	210

単品料理

- ゆで豆腐 (しめじ・かぼちゃ・アスパラガス) 85
- チキンヌードル 95
- 禁断のライス (ホタテ・エビ・イカ・枝豆) 150
- ローストサーモン (ほうれんそう・みそ) 165
- 鶏むね肉 (フォワグラ・小松菜) 165
- ロブスター (ワンタン・しいたけ・ココナッツ) 175
- オヒョウのフライパン焼き 185
- 焼き黒鱈 205
- スズキのロースト 210
- アイナメのポシェ 210
- カニの天ぷら 225
- スズキのから揚げ 395
- 魚のグリル盛り合わせ 400
- カナディアンロブスター 700
- ブルーロブスターのグリル 575
- 和牛のロースト 800g 675

オリジナル料理

- スズキの揚げ物 185
- ショートリブ 195
- ロブスター炒め 205
- ウシエビ 210

※ 現地調査にてアクセント撮影
※ 日本円換算レートは1UAED=30.6円 (2017年11月時点)

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(7) 高級日本料理店 P社

⑤内観・外観



高級感のある広々とした客席。テラス席もある。



店内にはオープンキッチンがあり、水産物はショーケースに並べられている

※ 現地調査にてアクセンチュア撮影
※ 日本円換算レートは1UAED=30.6円（2017年11月時点）

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(8) 中級日本料理店 R社

④料理



MIZUで提供される創作寿司。
カニカマ、タコ、イカのみが日本産



ショーケースに陳列される寿司ネタ

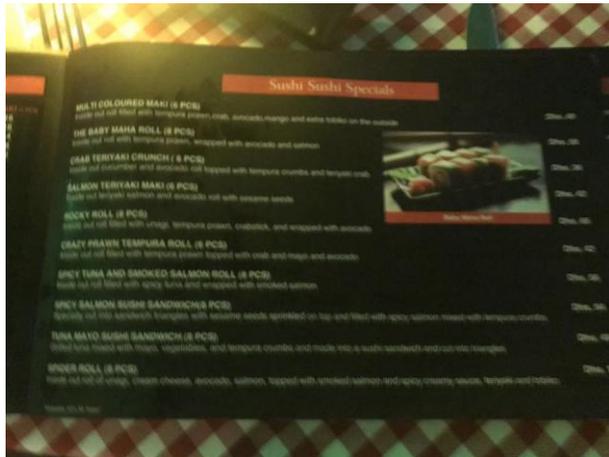
ブリ（日本）
ハマチ（日本）
マグロ（フィリピン）
サーモン（ノルウェー）
レッドスナッパー（オマーン）
タコ（日本）
イカ（日本）

※ 現地調査にてアクセンチュア撮影
※ 日本円換算レートは1UAED=30.6円（2017年11月時点）

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(9) 日本料理店 T社

③メニュー



寿司スペシャル

極彩色巻き (エビ・カニの天ぷら・アボカド・マンゴー) (6 pieces) 40

マハロール (エビの天ぷら・アボカド・鮭) (8 pieces) 38

カニ照り焼きクラッチ (6 pieces) 36

鮭照り焼き巻き (6 pieces) 42

ロッキーロール (うなぎ・エビの天ぷら・カニ・アボカド) (8 pieces) 66

エビの天ぷら巻き (エビの天ぷら・カニ・マヨネーズ・アボカド) (6 pieces) 42

カツオ (マグロ) とスモークサーモンのロール (8 pieces) 56

サーモンサンドウィッチ (8 pieces) 54

ツナマヨサンドウィッチ (8 pieces) 49

スパイダーロール (うなぎ・クリームチーズ・アボカド・鮭・スモークサーモン・クリームソース・照り焼きソース・とびこ) (8 pieces) 100

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(9) 日本料理店 T社

③メニュー

Individual Sushi & Sashimi		Individual Maki & Temaki	
ASPARAGUS	Dhs. 14	ASPARAGUS	Dhs. 15
AVOCADO	Dhs. 14	AVOCADO	Dhs. 15
CHAMBRACK	Dhs. 22	CUCUMBER	Dhs. 14
CUTTLEFISH	Dhs. 20	CALIFORNIA	Dhs. 28
HAWAIIAN (YELLOW TAIL)	Dhs. 45	CRABSTICK	Dhs. 21
HAWAIIAN	Dhs. 29	FUTO MARI	Dhs. 24
MONA (SALMON ROE)	Dhs. 38	NEW YORK	Dhs. 28
MAKONNA	Dhs. 35	SALMON	Dhs. 22
SCORPUS	Dhs. 34	TUNA	Dhs. 22
PRAWN	Dhs. 54	SALMON AND AVOCADO	Dhs. 29
SALMON	Dhs. 35	SMOKED SALMON	Dhs. 35
SCALLOP	Dhs. 18	AND ASPARAGUS	Dhs. 32
TAMAGO (OMLETTE)	Dhs. 29	SPICY SALMON	Dhs. 38
TORO	Dhs. 28	SPICY TUNA	Dhs. 39
TUNA	Dhs. 55	TEMPURA PRAWN	Dhs. 36
UNAGI	Dhs. 70	TUNA AND AVOCADO	Dhs. 54
		UNAGI	Dhs. 54
		UNAGI AND CUCUMBER	Dhs. 55

単品の寿司：刺身

アスパラガス 14・-
 アボカド 14・-
 カニ 22・28
 Cuttlefish 20・26
 ハマチ 45・65
 ハムール 20・45
 イクラ 39
 サバ 28・36
 タコ 35・55
 エビ 34・38
 鮭 34・49
 ホタテ 36・70
 たまご 18・24
 とびこ 29・-
 カツオ (マグロ) 28・48
 うなぎ&きゅうり 39・70

巻物&手巻き

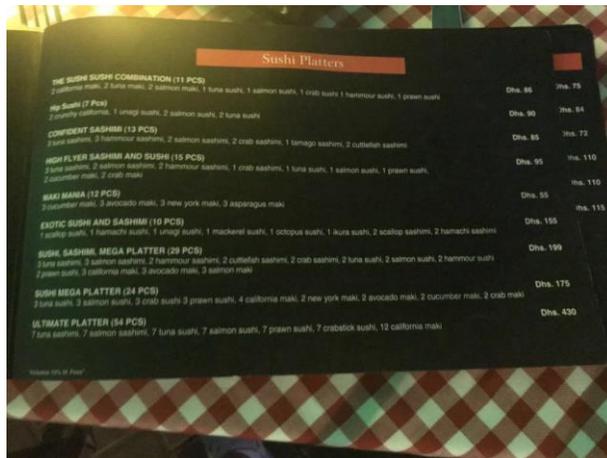
アスパラガス 16・16
 アボカド 16・16
 きゅうり 14・14
 カリフォルニア 28・28
 カニ 24・22
 太巻き 26
 ニューヨーク 24
 サーモン 26・28
 まぐろ 22・22

 サーモン&アボカド 38・32
 スモーク&アスパラ 38・32
 スパイシーサーモン 38・38
 スパイシーツナ 38・36
 まぐろアボカド 26・24
 うなぎ 54・54
 うなぎ&きゅうり 58・56

5. 水産物・水産加工品の販売形態

(9) 日本料理店 T社

③メニュー、④料理



寿司プレート

寿司コンビネーション (11貫) 86

流行りの寿司盛り合わせ (7貫) 90

大将の寿司盛り合わせ自信作 (13貫) 85

流行りの刺身と寿司 (15貫) 95

寿司巻きマニア (12貫) 55

魅惑の刺身と寿司 (10貫) 155

刺身と寿司の大盛り盛り合わせ (29貫) 199

寿司の大盛り盛り合わせ (24貫) 175

究極の刺身と寿司盛り合わせ (54貫) 430



写真の料理は、寿司コンビネーション 86

サウジアラビア 調査結果

水産物・水産加工品輸出拡大協議会 調査報告概要

サウジアラビア市場調査概要

輸入状況

- ・ サウジアラビアでの水産物消費量の**80%を輸入**しており、輸入量は2012年以降横ばい
- ・ **輸入の75%がタイとインドネシア**からとなっている

日本産の流通状況・イメージ

- ・ 日本からの主な輸出品は、魚等缶詰、練り製品、キャビア等、のり、と保存期間が長いものが中心
- ・ **生魚を食する食文化を持たないが**、近年は外国文化の流入・海外旅行経験者数の増加などに伴い、**日本食に対する関心が高まっている**
- ・ 今後は健康意識がさらに高まり、**健康的なイメージがある日本産水産物のニーズが高まると推測**
- ・ 日本産水産物は、「健康」という機能的側面、及び日本の独特且つ豊かな文化というイメージで評価されている一方、**価格面において不利なイメージ**を抱かれています。また、**供給が不安定**なため日本産の取扱を中止した業者も存在

流通構造・コールドチェーン

- ・ **空輸でも日本からの水産物は注文してから3週間を要するが**、3週間先の需要を予想するのは極めて困難。ヨーロッパからは1週間で届く
- ・ **日本産水産物の取扱業者は限定**されており、大半の輸入・卸売業者及び税関担当者は**日本産水産物の流通経路についての知識が不十分**
- ・ **日本は手続と輸送にかかる時間が他国と比べて長い**
- ・ **通関はスムーズ**であるとされているが、**現地でのコールドチェーンの整備状況及び水産物を取り扱う人の知識等は未だ不十分な状態**

外食店での取り扱い状況

- ・ **日本産水産物・水産加工品は主に外食に流通**しており、消費者における**生魚に対する抵抗も克服**されつつある
 - ・ 特に若者は、SNSの普及により、多様な情報に触れる機会が増加したため、思考がより柔軟でオープンマインドな人が多い
- ・ 寿司店の数は増加傾向にあるが、**高級日本料理店は各大都市に3店舗程度**しか存在しない

小売での取り扱い状況

- ・ 日本食材は日系小売ではなく、**韓国系小売で販売**されている
 - ・ サウジアラビアにおける**日本人駐在員は約800人**であり、日本人向けの市場は小さい
- ・ 家庭で日本料理を調理する消費者が増えているが、**小売で日本産水産物を購入するまでには至っていない**

今後の有望品目・有効なプロモーション活動

- ・ 魚等缶詰(長期保存)、はまち・ぶり・まぐろ(刺身、寿司の具材)、練り製品
- ・ プロモーションにおいては、**高所得者層の消費者を対象とした日本産水産物の認知度向上から開始し**、**高級レストラン・和食レストラン・ホテルおよび事業者に対する現地への訪問・イベント開催**を行っていくことが有効

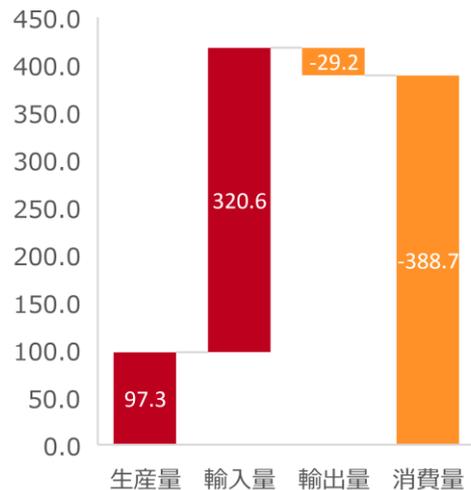
1. 水産物市場・流通状況

(1) 水産物・水産加工品の輸入動向

サウジアラビアは水産物の約80%を輸入に依存しており、2012年以降の輸入量は横ばいである。シェアの75%をタイとインドネシアが占め、日本は第4位の輸入相手国である。

輸出入概況 (2013年) ※1

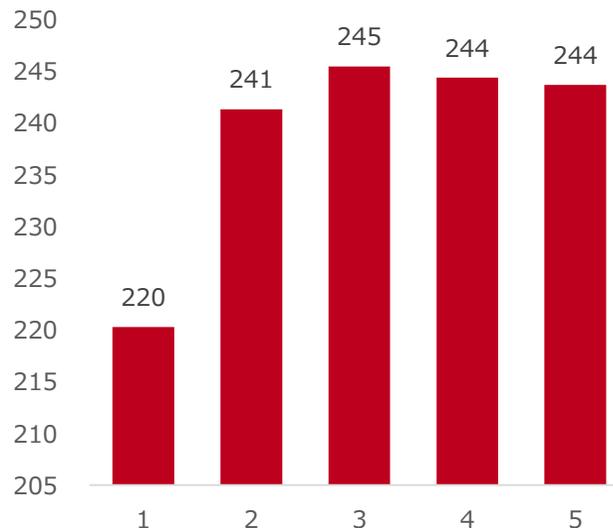
(単位：千トン)



- 水産物の約80%を輸入に依存している

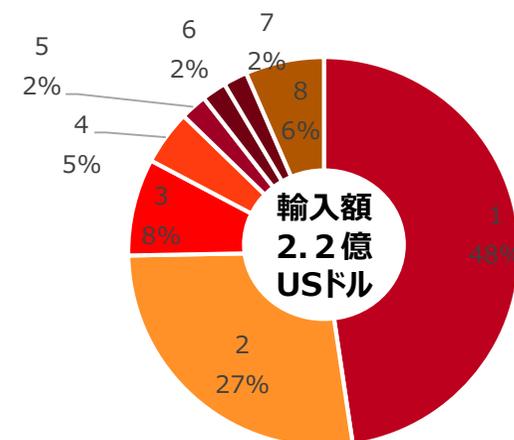
全世界からの輸入量の推移※2

(単位：トン)



- 水産物の輸入量は安定

主要輸入相手国 (2016年) ※3



- 約50%をタイから輸入している
- 日本は4番目の輸入相手国で約5%を占める

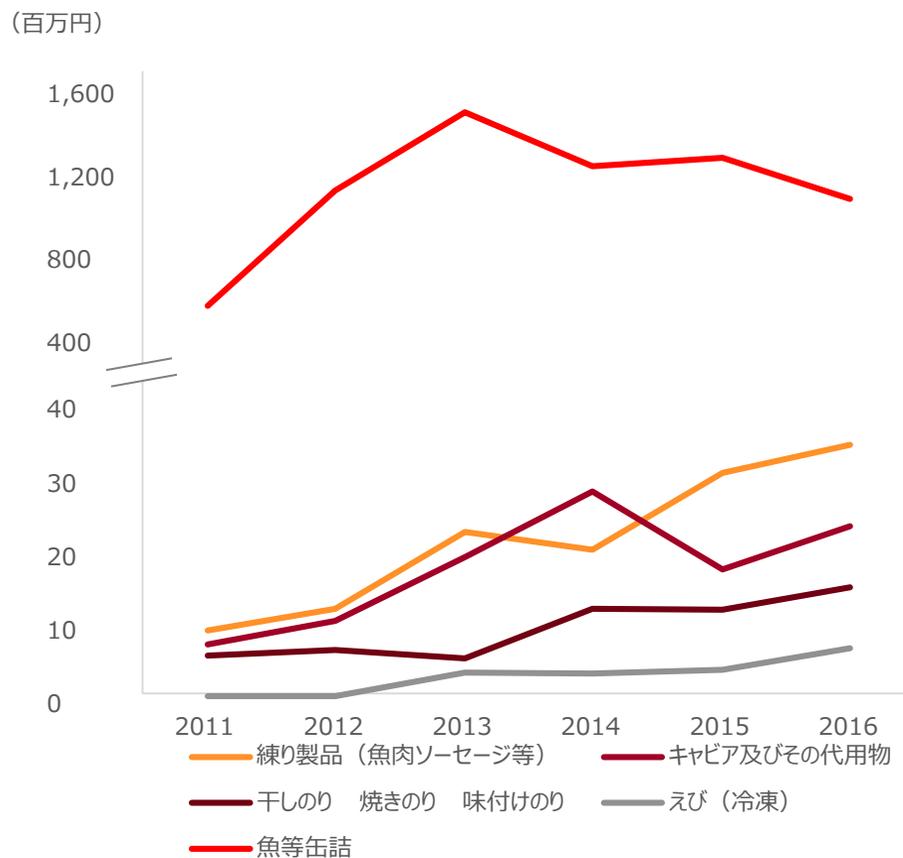
※1 出典 FAOSTAT “Yearbook of Fishery ※2 出典 FAO ※3 出典 UN Comtrade
※「輸出入概況」は7つの水産コモディティグループ (Fish, fresh chilled or frozen; Fish, dried, salted or smoked; crustaceans and molluscs, fresh, frozen, dried, salted, etc.; fish products and preparations, whether or not in airtight containers; crustacean and mollusk products and preparations, whether or not in airtight container; oils and fats, crude or refined, of aquatic animal origin; meals, solubles and similar animal feedinastuffs) の統計であるのに対し、「全世界からの輸入量の推移」はFAO Major Groups (Aquatic plantsと Fish, crustaceans and molluscs) の統計である

1. 水産物市場・流通状況

(2) 水産物・水産加工品の輸入品目動向

日本からの輸出のほとんどが魚等缶詰であり、同品目の日本以外の輸入相手国はインドネシア・タイ・フィリピンである。また、練り製品、キャビア及びその代用物、のりなど、巻物の具材となる品目を日本から輸入している。

日本からの輸入額推移（主要品目別、2016年）※1



日本から輸入のある品目の主要輸入相手国※2

品目	主要輸入相手国
魚等缶詰	インドネシア・タイ・フィリピン・モロッコ
練り製品（魚肉ソーセージ等）	UAE・ベトナム・マレーシア・フィリピン
キャビア及びその代用物	未記載（データ上の国別詳細情報なし）
干しのり、焼きのり、味付けのり	アイルランド・バーレーン・デンマーク・エジプト・ドイツ

※1 出典 農林水産省「二国間貿易実績」 ※2 出典 UN Comtrade

1. 水産物市場・流通状況

(3) 日本産水産物の流通構造

日本産水産物の取扱業者は限定されており、大半の輸入・卸売業者及び税関担当者は日本産水産物の流通経路についての知識が不十分。日本からの輸入時の課題である手続・輸送時間、プレイヤーの知識不足を解消し、日本産水産物の流通経路を確立する必要がある。

サウジアラビアの流通経路



サウジアラビアの流通における課題・特徴

- | | |
|------------|---|
| 手続・輸送時間 | <ul style="list-style-type: none">日本は手続と輸送にかかる時間が他国と比べて長い<ul style="list-style-type: none">サウジアラビアに食品・飼料を輸出する場合、全都道府県において、放射性物質検査結果報告書の提出が義務付けられている。日本政府にサウジアラビアの農水省と交渉して規制を緩めて欲しい（輸入・卸売業者）⇒2017年11月に撤廃注文してから届くまでに日本からは2週間を要するケースもある。書類作成から受領に至るまでに4・5日はかかり、商品にラベルを張る等の作業も含めると、発送できるのは受注後、1週間後になる(日系輸出業者) |
| 税関における輸入対応 | <ul style="list-style-type: none">輸入規制を管轄しているSFDAは日本産食材に対する知識が十分ではなく、認知度の低い食材は輸入拒否されるケースも存在。商品の一部が輸入拒否された場合、商品と一緒に輸送されてきたコンテナ全体の輸入が停止される<ul style="list-style-type: none">サウジアラビア政府の日本産食材への認知度向上を通じた、税関における輸入拒否の頻度の低減が必要 |
| 流通経路 | <ul style="list-style-type: none">日本産水産物は価格が高く、サプライチェーンも確立されていない。需要拡大がサプライチェーンの確立及び安定供給の前提となるのではないが<ul style="list-style-type: none">日本産水産物の需要増加に向けては、日本食料理店の数を増やしていくことが肝要 |

※ 事業者インタビューを基に作成、回答事業者が未記載の場合は複数事業者が回答、もしくは現地視察・文献などを基にした現地弊社調査員所感

1. 水産物市場・流通状況

(4) サウジアラビアの通関手続・コールドチェーン整備状況

通関はスムーズであるとされているが、現地でのコールドチェーンの整備状況及び水産物を取り扱う人の知識等は未だ不十分な状態。

	空港/港	物流	市場	小売/外食
ハード	<p>【キング・アブドゥルアジーズ国際空港】</p> <ul style="list-style-type: none"> まれにジッダ、ダンマン、リヤドを経由することもある 生鮮/冷凍用の倉庫の容量は2,000m² <p>【ジッダ・イスラム港】</p> <ul style="list-style-type: none"> ほとんどがジッダ・イスラム港に到着する 生鮮/冷凍用の倉庫の容量は28,800m² 	<ul style="list-style-type: none"> 活魚の場合、エアカーゴのまま市場内部まで輸送される ※活魚は主に鯉などの淡水魚 港から、温度制御されたトラックコンテナによってダンマン、リヤド、アルマディーナに輸送される 空港からリヤドへの輸送所要時間は1時間、港からは8時間 輸送コスト(船)：1.5-2USD/kg 2-3コンテナに1つの割合で輸送中に温度が上昇し、冷凍水産物の鮮度が低下 	<ul style="list-style-type: none"> コールドチェーン整備：中 	<ul style="list-style-type: none"> (レストラン・ホテル・スーパーマーケット・加工業者) コールドチェーン整備：高 (魚屋) コールドチェーン整備：低
ソフト	<ul style="list-style-type: none"> 通関はスムーズ 証拠書類の確認が厳しいため、インポーターには通関をサポートするエージェントが必要 関税：5% メイン空港以外では滑走路に商品が放置されることがあり、コールドチェーンが断絶するケースが存在 	<ul style="list-style-type: none"> 取扱いに関する知識：中 	<ul style="list-style-type: none"> 取扱いに関する知識：中 	<ul style="list-style-type: none"> 取扱いに関する知識：中

※出典 農林水産省「水産物、輸入量、輸出量、用途及びコールドチェーンに関する調査報告書」
 ※「高、中、低」の定義は、ヒアリング結果を総合的に鑑みた上での、定性的な指標

1. 水産物市場・流通状況

(5) 事業者の特徴・コンタクト手順

現地の事業者は保守的かつ競争意識が高いといった特徴を持つ。現地事業者を活用した商流開拓には水産物の価格・量や差別化要素の明示、メールに加え、電話でのフォロー等の密なコミュニケーションが必要。

現地事業者の特徴

現地事業者が好むコンタクト手順

保守的	<ul style="list-style-type: none">保守的かつリスクを避ける傾向ある程度実現性のある提案内容でなければ、交渉を始めても相手にされない新商品を導入する際には、少量でのテスト販売を行い、長期的に取扱いを検討する（例えば、アメリカは少量で販売していないため、サウジにおける販売量が伸びない）	<ol style="list-style-type: none">1. 輸入可能な水産物の品目・質・価格・量が記載されたリストを準備2. 現地で既に取り扱っている他国産との差別化要素（健康面や独自性）を明確化3. 一度メールでコミュニケーションを取る4. 電話でフォローアップをする5. 有望品目のサンプルを準備6. 対面での商談<ul style="list-style-type: none">➤ 商談会を開催する際は事前に現地事業者者に情報を共有が必要
高い競争意識	<ul style="list-style-type: none">競争意識が高いため、日本産水産物を取り扱うことで他業者との差別化に繋がると訴えることが効果的	
関係性の重視	<ul style="list-style-type: none">コネクション・人との繋がりを大事にする日本産を取り扱うメリットを説明し、魅力的なビジネスケースを提案しながら関係を構築していく必要がある	

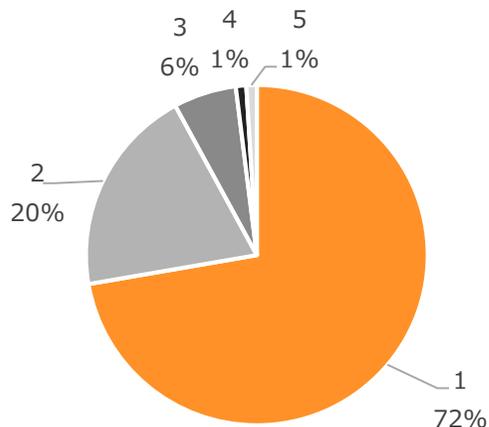
2. 水産物・水産加工品ニーズ

(1) 水産物・水産加工品消費者セグメント

生魚を食する食文化を持たないが、近年は外国文化の流入・海外旅行経験者数の増加などに伴い、日本食に対する関心が高まっている。今後は健康意識がさらに高まると推測される。

海外の食文化に対する関心

サウジアラビアの人口構成※1



【伝統的食習慣以外の食文化に対する関心度が増加】

- 伝統的に水産物を食する文化ではない
 - 脂っこい食事を好み、食生活の中心は肉及びお菓子
- 全たんぱく質摂取量に占める魚たんぱく割合は4.1% ※3であるが、以前よりも人口構成が多様化し、外国の食文化に触れる機会が増えたことで水産物の消費量が増加している
 - 水産物を好む消費者は高所得者層が多く、日本産も人気
 - SNSの普及により、特に若者は多様な情報に触れる機会が増加したため、思考がより柔軟でオープンマインドな人が多い
- サウジアラビアにおける日本人人口は約800人

健康意識

糖尿病罹患率が
世界3位 (全人口の17%) ※2

【健康意識の高まり】

- 現地事業者からは、健康を気にしている割合は全人口の10-20%程度に留まっているが、今後伸びるのではないかと示唆
 - 一方で、健康意識の高まりは二次的な要因でしかなく、食品を消費する際に重要視する一番の要素は味であるとのコメントもあり (高級日本料理店)

※1 出典 外務省「サウジアラビア基礎データ」 ※2 出典 The National, 2015 ※3 FAO, 2013年

2. 水産物・水産加工品ニーズ

(2) 水産物・水産加工品の利用シーン

日本産水産物・水産加工品は主に外食に流通しており、消費者における生魚に対する抵抗も克服されつつある。現在、市場規模は小さいが、家庭で日本産水産物を消費する消費者が増加する等、日本食文化が徐々に浸透し始めている。

外食

- **寿司店の数は増加傾向**にある
 - 2017年時点でリヤドに約20店、ジッダに約20店、アル・コバールに約11店存在
 - 来春、海外で有名な日本料理店がサウジアラビアでオープン予定
- 高級日本料理店は日本産水産物を使用する傾向にある
 - リヤドのある高級日本料理店は農林水産省の認定制度である日本産食材サポーター店として認定されている
 - しかし、**高級日本料理店は各大都市に3店舗程度しか存在しない**
- 和食店の顧客層は現地のサウジアラビア人と海外駐在者であり、年齢による違いは無い
- 生魚の消費経験がない消費者は生魚に抵抗を感じる人もいるが、**安全性を訴求した上で一度食してもらおうと、その美味しさが認知され、生魚への抵抗が低減**される
 - 3年前に開店した日本料理店では、寿司など生魚の消費量が年率20%で増加している
- 人気品目はハムール、エビ、イカ、ロブスター、カニ、サーモン、マグロ、マス

小売

- 日本食材は日系小売ではなく、**韓国系小売で販売**されている
 - サウジアラビアにおける**日本人駐在員は約800人**であり、日本人向けの市場は小さい
- 家庭で**日本料理を調理する消費者が増えているが、小売で日本産水産物を購入するまでには至っていない**
 - 日本産品の最大輸入・卸売業者によると、日本産水産物の調理方法を知っており、最近ではレシピを持っている人も存在する（カニカマ、まぐろ切り身、ブリ、ほっき貝等を利用）

【参考】店舗によりターゲットとする顧客層が明確に分かれている

- 男性のみが入店可能な喫茶店や、女性のみが入店可能な衣料品店、現地人しか見ない高級ショッピングモール、外国人でにぎわう地区など性別・所得・人種別に利用する外食・小売がはっきり分かれている※1

※ 事業者インタビューを基に作成、回答事業者が未記載の場合は複数事業者が回答、もしくは現地視察・文献などを基にした現地弊社調査員所感 ※1 出典 JETRO「リヤドスタイル」

2. 水産物・水産加工品ニーズ

(3) 高級日本料理店における水産物の取扱実態

高級日本料理店は味、鮮度を重要視するため、生鮮水産物の取り扱いを希望しているが、日本産の生鮮水産物の輸入が困難であるためヨーロッパ産を使用するようになった。

高級日本料理店 H社

【概要】

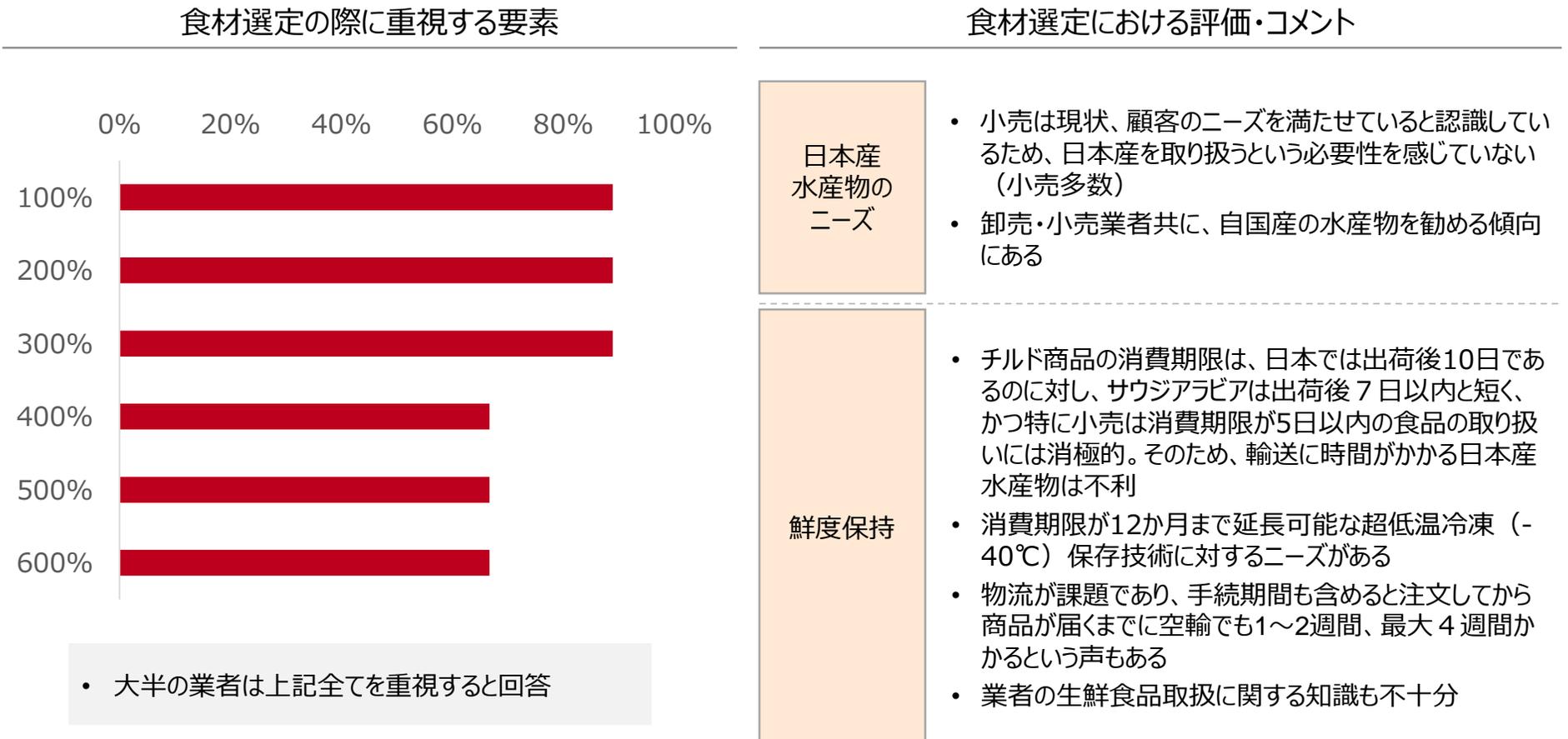
- 3年前に開店し、本格的な日本料理を提供する高級店としてサウジアラビアで大人気
- 過去の受賞歴 (7度受賞)
 - Time Out Restaurant Awards (2015/2016/2017)
 - Luxury Lifestyle Awards (2015/2016)
 - Business Initiative Directions (2015)

- 3年前に開店した当初は、ほとんど全品目を日本から輸入していたが、**鮮度維持とリードタイムの問題より、日本産の生鮮水産物の取り扱いを中断**
 - 2-3コンテナに1つはコンテナ内の氷が解けている等、不十分な鮮度保持体制であることから、税関・中間流通などの輸送中に問題があると推定。ヨーロッパ産で鮮度管理の問題が生じることはない
 - **空輸でも日本からの水産物は注文してから3週間を要する**が、3週間先の需要を予想するのは極めて困難。ヨーロッパからは1週間で届く
- 生鮮水産物は日本産からスペインや地中海などヨーロッパ産の水産物に切り替えた
 - ヨーロッパからは既に販路が確立されている。他の高級日本料理店もヨーロッパ産の水産物を利用している
 - 寿司・刺身に利用される魚種はサウジアラビア近海では獲れないため、現地産水産物の利用は無い
- **現在、日本産はウナギとブリのみを冷凍で輸入している**
 - 上記2品目の冷凍品取扱を継続した理由は、ブリは他国から輸入している生鮮を仕入れることができなかった時のバックアップのため、ウナギはそもそも冷凍でしか手に入らないためである。価格はブリ1kgあたり170SAR (約5,100円)
 - 水産加工品の取扱いはない
 - **日本産水産物の価格・質には満足していたため、鮮度維持・安定供給の問題が解決されれば再び日本産水産物を利用・拡大したい**
- 顧客は現地のサウジアラビア人が大半である
- 食文化はシェフを起点に拡散する。本料理店では、ロンドンなど海外の有名日本料理店での勤務経験のあるシェフを雇い、安心して生魚を寿司・刺身で食べられるように工夫している

3. 日本産水産物・水産加工品の有望性

(1) 事業者が重視する要素と日本産への評価

価格・鮮度・質(健康への影響)に対する重要度が高い。冷凍技術等により消費期限を延ばすことで、課題である鮮度保持が改善されれば販路拡大の可能性はある。



3. 日本産水産物・水産加工品の有望性

(2) 日本産水産物・水産加工品へのイメージ

日本産水産物は、「健康」という機能的側面、及び日本の独特且つ豊かな文化というイメージで評価されている一方、価格面において不利なイメージを抱かれている。

「日本産水産物・水産加工品」に事業者が持つイメージ

健康的	<ul style="list-style-type: none">• 日本産水産物は健康的・栄養価が高いというプラスの評価を受けている<ul style="list-style-type: none">➢ 日本産は高価だが、「健康」という機能的な側面を考慮すると、価格は妥当（輸入・卸売業者）• ある大手輸入・卸売業者は、健康的・良質栄養源を推して日本産をプロモーションしている
独自性ある豊かな文化を想起	<ul style="list-style-type: none">• 日本国自体は、漠然とではあるが、独自性があり豊かな文化を持つことで知られている• 日本産水産物の味はユニークでエキゾチックであると表現されている• ある大手輸入・卸売業者は、日本産のエキゾチックな側面を強調しプロモーションしている
価格	<ul style="list-style-type: none">• 他国産の水産物と比較して高価格<ul style="list-style-type: none">➢ 来年から全商品に対して消費税5%が課税される。日本産がさらに高くなると懸念されている➢ 中東の国やアジア、オセアニア(ニュージーランド・オーストラリア)から輸入している水産物と比較して高価格➢ 近年、水産物の価格自体が低下傾向。平均価格は20-100リアル(約600-3,000円)(輸入業者数社)• 一般的な消費者は味よりも価格を重視する傾向があるため、日本産は不利<ul style="list-style-type: none">➢ 現地にアジアのコミュニティはあるものの、高価格に設定されている日本産水産物を購入することは少ない➢ 現地の水産物は通常安価であるため競争力が高いが、季節による価格の増減が激しく、高価格時期には日本産を輸入するポテンシャルがある。例えば、現地産ハムールの夏季販売価格は35-40リアル/キロ(約1050-1200円)であるのに対し、冬季は80-85リアル/キロ(約2400-2550円)まで増加する

3. 日本産水産物・水産加工品の有望性

(3) 日本産水産物の主な品目と評価

日本産水産物でニーズがあるのは主に魚缶・ハマチ・ブリ・マグロであり、練り製品を導入検討中の輸入業者もいるが、総じて練り物の取り扱いには消極的である。既に日本産を取り扱っている業者を除き、日本産取り扱い経験のない業者は、日本産に対する需要を全く意識していない。

日本産水産物の主な品目※

魚等缶詰	<ul style="list-style-type: none">日本からの輸出量が一番多い魚缶は、国土が広いサウジアラビアにおいて、農村部まで水産物を輸送する際に保存が効き、便利であるため人気だと考えられる<ul style="list-style-type: none">一方で、大手小売において魚缶が人気だという様子は確認できなかった
ハマチ・ブリ・マグロ	<ul style="list-style-type: none">刺身用・寿司用ニーズが拡大すると推測現在は主に冷凍で輸出されているが、高級料理店は生鮮での使用を好む傾向がある
練り製品	<ul style="list-style-type: none">練り物は聞いたことはあるが、食したことはない事業者が多い<ul style="list-style-type: none">カニカマはカリフォルニアロールに使用されているが、カニカマを食べているとは意識されていない練り物の導入を検討している輸入業者が1社<ul style="list-style-type: none">カニカマ以外のイミテーション商品に積極的な事業者はいなかった

日本産水産物に対する評価・コメント※

日本産を取り扱っている業者の声	<ul style="list-style-type: none">日本産水産物の輸入業者最大手は平均で1か月あたり2コンテナを輸入1週間当たり1,000-2,000Kg程度を輸入（同社は米国企業からも輸入している）日本産の販売先である外食店の満足度は高く、日本産の人気・需要は近年伸びている
日本産を取り扱っていない業者の声	<ul style="list-style-type: none">日本産を取り扱っていない業者は日本産に対する需要を全く認識していない小売価格についての知見がない外食事業者は、日本産水産物に興味はあるが、消費者の需要が明確ではないため取扱いがない

※ 事業者インタビューを基に作成、回答事業者が未記載の場合は複数事業者が回答、もしくは現地視察・文献などを基にした現地弊社調査員所感

4. 効果的なプロモーション方法と輸出拡大に向けた提言

水産物・水産加工品のプロモーション方法

高所得者層を対象とした日本産水産物の認知度向上から開始し、高級レストラン・和食レストラン・ホテルおよび事業者に対する対面でのコミュニケーションやイベント開催を行っていくことが有効。

消費者による 認知度向上	<ul style="list-style-type: none">• 日本産が全く認知されていないため、まず、日本産に触れてもらい、知ってもらう必要がある(輸入業者多数)<ul style="list-style-type: none">➢ イベントに出店し、レストランやホテルの購買担当に実際に試食してもらうことが有効• 日本文化とセットで、ユニークなものとして売り出す必要がある<ul style="list-style-type: none">➢ ソーシャルメディアを使ったアピールが効果的だと考えられる(現地事業者多数)
現地事業者による 認知度向上	<ul style="list-style-type: none">• 輸入可能な水産物の品目・質・価格・量が記載されたリストの作成• その上でサウジアラビアに行き、現地の輸入業者と直接話す<ul style="list-style-type: none">➢ 既に日本産を取り扱っている輸入・卸売業者との連携も有効• インポーターへのアプローチ、日系事業者のインポーター参入促進が有望
鮮度維持の改善	<ul style="list-style-type: none">• 超低温冷凍技術の普及
手続の簡素化	<ul style="list-style-type: none">• 日本からの輸出手続の簡素化<ul style="list-style-type: none">➢ 放射線証明書の提出が不要になることで注文してから商品到着までの時間が短縮可能⇒2017年11月に撤廃
流通改善	<ul style="list-style-type: none">• 有望市場であるジッダへの水産物輸出が可能になるよう、ジッダ空港での水産物保存設備整の働きかけ<ul style="list-style-type: none">➢ どの国も類似する悩みを抱えていると推測

5. 日本産水産物・水産加工品の販売形態

小売における水産物・水産加工品の販売形態

主要小売における水産物・水産加工品の販売形態の調査の一環として、以下の2店舗の現地調査を実施

サウジアラビア市場調査対象事業者一覧

#	概要	ターゲットセグメント	エリア	日本産水産物取扱
(1)	現地系小売 L社	下中流クラス	リヤド	無
(2)	現地系小売 M社	下流クラス	リヤド	無

5. 日本産水産物・水産加工品の販売形態

(1) 現地系小売 L社

①水産物コーナー全般



サーモンヒレ肉

- 価格：1キロ / 79.95サウジリヤル (約2,420円)
- 状態：切り身



サーモンステーキ

- 価格：1キロ / 64.95サウジリヤル (約1,965円)
- 状態：切り身



ルウエーサーモン

- 価格：1キロ / 39.95サウジリヤル (約1,210円)
- 状態：一尾

※ 現地調査にてアクセントチュア撮影

※ 日本円換算レートは1SAR = 30.3円 (2017年12月時点)

5. 日本産水産物・水産加工品の販売形態

(1) 現地系小売 L社

②水産加工品



イワシのオリーブオイル漬け

- 価格：1パック / 3.50サウジリアル（約105円）
- タイ産

※ 現地調査にてアクセントチャ撮影

※ 日本円換算レートは1SAR = 30.3円（2017年12月時点）

5. 日本産水産物・水産加工品の販売形態

(1) 現地系小売 L社

①水産物コーナー全般



ゆでエビ

- 価格：1キロ / 29.95サウジリアル
(約900円)



生エビ

- 価格：1キロ / 21.95サウジリアル
(約664円)



むきエビ

- 価格：1キロ / 59.95サウジリアル
(約1,814円)
- 産出国：UAE
- 状態：冷凍保存



※ 現地調査にてアクセンチュア撮影

※ 日本円換算レートは1SAR = 30.3円 (2017年12月時点)

5. 日本産水産物・水産加工品の販売形態

(1) 現地系小売 L社

①水産物コーナー全般



クエヒレ肉

- 価格：1キロ / 99.95サウジリアル (約3,024円)
- 状態：切り身



クエ 頭部

- 価格：1キロ / 32.95サウジリアル (約1,000円)
- 状態：一尾



イカ

- 価格：1キロ / 21.45サウジリアル (約650円)
- 状態：一尾



カニ

- 価格：1キロ / 8.95サウジリアル (約270円)
- 状態：一尾

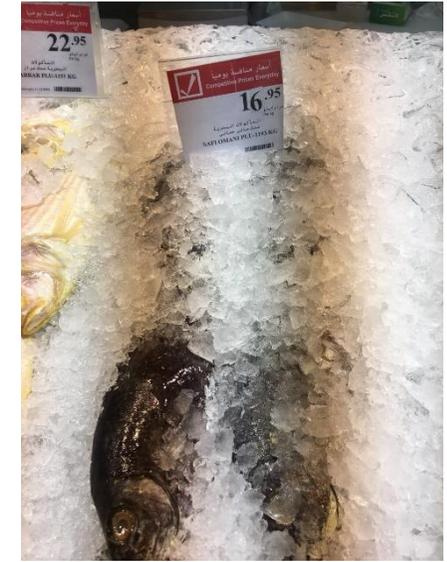
※ 現地調査にてアクセントゥア撮影

※ 日本円換算レートは1SAR = 30.3円 (2017年12月時点)

5. 日本産水産物・水産加工品の販売形態

(1) 現地系小売 L社

①水産物コーナー全般



イワシ

- 価格：1キロ / 2.25サウジリヤル (約60円)
- 状態：一尾

サバ

- 価格：1キロ / 14.95サウジリヤル (約450円)
- 状態：一尾

マクルーナ (Makroona)

- 価格：1キロ / 7.95サウジリヤル (約240円)
- 状態：一尾

サフィオマニ (Safi Omani)

- 価格：1キロ / 16.95サウジリヤル (約512円)
- 状態：一尾

※ 現地調査にてアクセントチャ撮影

※ 日本円換算レートは1SAR = 30.3円 (2017年12月時点)

5. 日本産水産物・水産加工品の販売形態

(1) 現地系小売 L社

①水産物コーナー全般



サラ (Sarrar)

- 価格：1キロ / 22.95サウジリヤル (約700円)
- 状態：一尾



フアスカ オマニ (Faska Romani)

- 価格：1キロ / 32.95サウジリヤル (約1,000円)
- 状態：一尾



ナイサラ (Naisarah)

- 価格：1キロ / 10.95サウジリヤル (約331円)
- 状態：一尾



ジニス (Jinnis)

- 価格：1キロ / 18.95サウジリヤル (約570円)
- 状態：一尾

※ 現地調査にてアクセントゥア撮影

※ 日本円換算レートは1SAR = 30.3円 (2017年12月時点)

5. 日本産水産物・水産加工品の販売形態

(1) 現地系小売 L社

①水産物コーナー全般



シェイリー (Shairy)

- 価格：1キロ / 14.95サウジリアル (約450円)
- 状態：一尾



カツオ

- 価格：1キロ / 17.95サウジリアル (約540円)
- 状態：一尾



カナダダムム (Kanaad Dammam)

- 価格：1キロ / 63.95サウジリアル (約1,935円)
- 状態：一尾



パンガス (Pungus)

- 価格：1キロ / 7.95サウジリアル (約240円)
- 状態：一尾・冷凍



※ 現地調査にてアクセントア撮影
※ 日本円換算レートは1SAR = 30.3円 (2017年12月時点)

5. 日本産水産物・水産加工品の販売形態

(2) 現地系小売 M社

①水産物コーナー全般



サーモンステーキ

- 価格：1キロ / 64.95サウジリヤル (約1,965円)
- 状態：切り身
- 産出国：ノルウェー

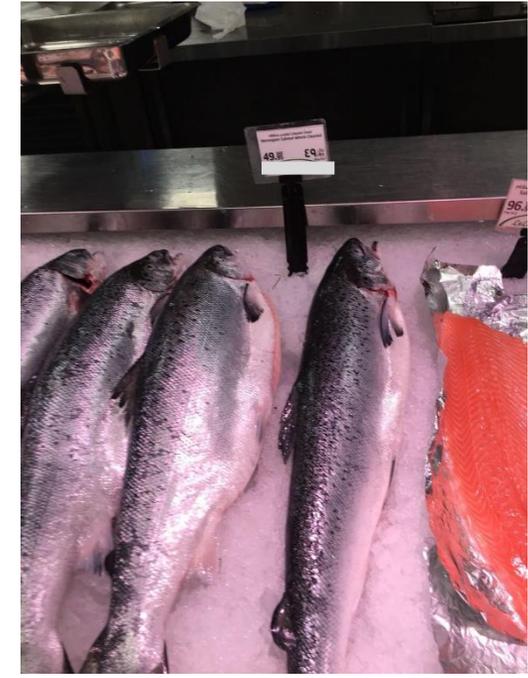
サーモンヒレ

- 価格：1キロ / 96.95サウジリヤル (約2,930円)
- 状態：切り身
- 産出国：ノルウェー



ノルウェーサーモン

- 価格：1キロ / 54.95サウジリヤル (約1,662円)
- 状態：一尾
- 産出国：ノルウェー



最高級ノルウェーサーモン

- 価格：1キロ / 49.95サウジリヤル (約1,511円)
- 状態：一尾
- 産出国：ノルウェー

※ 現地調査にてアクセントチュア撮影

※ 日本円換算レートは1SAR = 30.3円 (2017年12月時点)

5. 日本産水産物・水産加工品の販売形態

(2) 現地系小売 M社

①水産物コーナー全般



エビ (小)

- 価格：1キロ / 16.95サウジリヤル
(約1,965円)



エビ (中)

- 価格：1キロ / 45.95サウジリヤル
(約1,390円)



エビ (大)

- 価格：1キロ / 24.95サウジリヤル
(約750円)

※ 現地調査にてアクセントチャ撮影

※ 日本円換算レートは1SAR = 30.3円 (2017年12月時点)

5. 日本産水産物・水産加工品の販売形態

(2) 現地系小売 M社

①水産物コーナー全般



バラマンディ

- 値段：1キロ/21.45サウジリヤル（約600円）
- 状態：一尾魚



甲イカ

- 値段：1キロ/22.45サウジリヤル（約660円）
- 状態：一尾魚



ナマズ

- 値段：1キロ/8.95サウジリヤル（約180円）
- 状態：一尾魚

※ 現地調査にてアクセントチャ撮影

※ 日本円換算レートは1SAR=30.3円（2017年12月時点）

5. 日本産水産物・水産加工品の販売形態

(2) 現地系小売 M社

①水産物コーナー全般



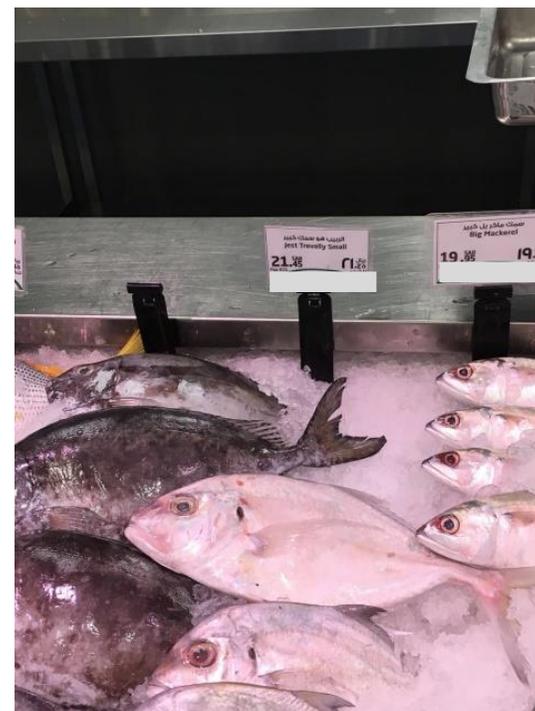
ミルクフィッシュ

- 値段：1キロ/19.95サウジリヤル (約600円)
- 状態：一尾魚



ボラ

- 値段：1キロ/17.95サウジリヤル (約540円)
- 状態：一尾魚



ロウニンアジ (小)

- 値段：1キロ/21.45サウジリヤル (約630円)
- 状態：一尾魚

サバ (大)

- 値段：1キロ/19.95サウジリヤル (約500円)
- 状態：一尾魚

※ 現地調査にてアクセントチュア撮影

※ 日本円換算レートは1SAR=30.3円 (2017年12月時点)

5. 日本産水産物・水産加工品の販売形態

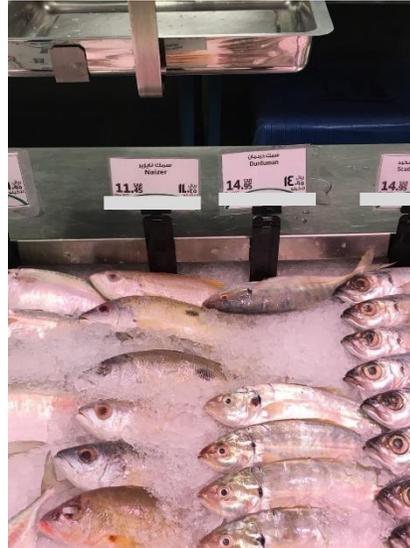
(2) 現地系小売 M社

①水産物コーナー全般



鯛（養殖）

- 値段：1キロ/36.95サウジリアル（約1080円）
- 状態：一尾魚



ナイザー（Naiser）

- 値段：1キロ/11.45サウジリアル（約330円）
- 状態：一尾魚

アジ

- 値段：1キロ/14.95サウジリアル（約420円）
- 状態：一尾魚



ムロアジ

- 値段：1キロ/14.95サウジリアル（約420円）
- 状態：一尾魚

バーダ（Badha）

- 値段：1キロ/15.95サウジリアル（約480円）
- 状態：一尾魚

コーファー（Koffer）

- 値段：1キロ/22.45サウジリアル（約660円）
- 状態：一尾魚

※ 現地調査にてアクセントチャ撮影

※ 日本円換算レートは1SAR=30.3円（2017年12月時点）

5. 日本産水産物・水産加工品の販売形態

(2) 現地系小売 M社

①水産物コーナー全般



干し魚パック
• 値段：1パック /
5.45サウジリヤル (約150円)



むき海老
• 値段：1パック (254g) /
20.30サウジリヤル (約600円)



ムール貝 (解凍)
• 値段：1パック (318g) /
20.65サウジリヤル (約600円)



海老 (調理済)
• 値段：1パック (332g) /
9.60サウジリヤル (約270円)



シーフードミックス (解凍)
• 値段：1パック (258g) /
12.15サウジリヤル (約360円)

※ 現地調査にてアクセントチャ撮影
※ 日本円換算レートは1SAR = 30.3円 (2017年12月時点)

5. 日本産水産物・水産加工品の販売形態

(2) 現地系小売 M社

③水産物冷凍品



白身魚

- 値段：1キロ/8.95サウジリヤル（約270円）
- 状態：フィレ



- 左から
- イカリング
 - 値段：500g/
15.95サウジリヤル（約480円）
 - ティラピア
 - 値段：1キロ/
12.95サウジリヤル（約360円）
 - 状態：一尾魚
 - ミルクフィッシュ
 - 値段：1キロ/
17.95サウジリヤル（約540円）
 - 状態：一尾魚

※ 現地調査にてアクセントチャ撮影

※ 日本円換算レートは1SAR=30.3円（2017年12月時点）

5. 日本産水産物・水産加工品の販売形態

(2) 現地系小売 M社

③水産物冷凍品



白身魚

- 値段：1キロ/19.95サウジリアル（約600円）
- 状態：フィレ

※ 現地調査にてアクセントチャ撮影

※ 日本円換算レートは1SAR = 30.3円（2017年12月時点）

5. 日本産水産物・水産加工品の販売形態

(2) 現地系小売 M社

③水産物冷凍品



左から

調理用エビ①

- 値段：1キロ/25.95サウジリアル（約750円）

調理用エビ②

- 値段：1キロ/52.95サウジリアル（約1,500円）

調理用エビ③

- 値段：500g/16.95サウジリアル（約510円）

調理用エビ④

- 値段：500g/16.95サウジリアル（約510円）

エビ

- 値段：750g/38.95サウジリアル（約1,100円）

キングフィッシュ

- 値段：1キロ/29.95サウジリアル（約900円）

• 状態：ステーキ

白身魚

- 値段：1キロ/16.25サウジリアル（約480円）

• 状態：ファイル

※ 現地調査にてアクセントチュア撮影

※ 日本円換算レートは1SAR = 30.3円（2017年12月時点）