

米国における日本産ホタテの プロモーションに資する調査

2024年3月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

ニューヨーク事務所

農林水産食品部 市場開拓課

【免責条項】本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

はじめに

ALPS 処理水の海洋放出に伴い、一部の国・地域で日本産水産物に対する輸入規制が強化されたことを受け、ジェトロでは、2023年9月4日に岸田総理大臣が発表した「水産業を守る」政策パッケージの一部として、日本からの水産品等食品の輸出に大きな影響を与えるような急激な事業環境の変化に可及的速やか且つ組織的に対応するため、水産品等食品輸出支援にかかる緊急対策本部を設置し、水産物をはじめとした日本産食品の海外における代替市場の販路開拓への一端を担うこととなった。中国など特定国による水産物等の輸入停止措置により大きな影響を受けているホタテ等の水産物等を含む日本食品の輸出先の多角化を図ることが急務となっている。

本調査は、日本産水産物を含む食品の新たな輸出先開拓の支援の一環として、2023年9月15日に交付決定された「令和5年度ALPS処理水関連の輸入規制強化を踏まえた水産業の特定国・地域依存を分散するための緊急支援事業（代替販路開拓事業費補助金）」を活用して実施する。

2022年のホタテ（生・蔵・凍・塩・乾）の輸出額は、前年比42.4%増の910億5,200万円となり、日本産農林水産・食品の輸出額（1兆4,148億円）の拡大に大きく貢献した。ホタテの輸出額上位3カ国・地域は、中国、台湾、米国の順となった。特に米国は、現地でのホタテの減産や日本食ブームの影響もあり、前年比30%増の78億1,600万円と大きく拡大し、日本産ホタテの有望な市場として注目されている。

米国で日本産ホタテの販売を促進するためには、日本産ホタテの強みである新鮮さを活かした生食用としての新しい食べ方を米国人消費者に浸透させることが重要と考えられる。他方、米国では加水された加熱用のホタテが主流であり、米国人消費者にとって生食用のホタテは馴染みが薄いとされる。本調査では、ホタテ（加水・無加水）の流通状況、米国人消費者による加水・無水ホタテに対する認知度、小売店や外食・中食産業におけるホタテの提供方法、販売にプラスになる認証の有無などについて詳しく調べ、米国での日本産ホタテの効果的なプロモーションに繋げていくこととする。

本調査結果が、今後の同国への水産物をはじめとした日本産食品の輸出拡大の一助となれば幸いである。

日本貿易振興機構（ジェトロ）
ニューヨーク事務所
農林水産食品部 市場開拓課

目次

1	目的	5
2	米国におけるホタテの市場規模	5
2.1	米国内におけるホタテの水揚げ高.....	5
2.2	大西洋ホタテ漁.....	7
2.3	漁獲制限とその影響	10
2.3.1	米国漁業管理法における地域漁業管理委員会の役割.....	10
2.3.2	ホタテ漁業管理計画（FMP）	11
2.4	今後の米国ホタテ水揚げ予測.....	15
3	過去5年間の米国におけるホタテの輸入状況	16
3.1	ホタテに関する HTS コード	16
3.2	米国のホタテ輸入額及び輸入量	17
3.3	2022年輸入額及び輸入量上位10カ国と2018年からの推移.....	19
3.4	品目別の国別輸入額	20
4	加水ホタテの流通状況	24
4.1	加水ホタテの流通状況.....	24
4.2	加水ホタテの加水率をめぐる連邦政府の方針	25
5	流通形態	27
5.1	流通形態（輸入、加工、ディストリビューション中心）	27
5.2	小売店・レストランでの販売形態.....	29
5.2.1	小売店.....	30
5.2.2	レストラン	35
6	米国人消費者のホタテについての認識・嗜好	39
6.1	地理的特徴.....	39
6.2	加水・無加水に対する認識	39
6.3	国産品 vs 輸入品	40
6.4	生食 vs 加熱	40
6.5	生鮮品 vs 冷凍品	40
6.6	持続可能性・安全性への関心.....	43
6.7	コロナ禍による変容：水産物の家庭での調理	44
7	小売店におけるホタテの販売促進方法	45
7.1	小売 EC サイトでの取扱状況	45
7.1.1	Walmart の4地域間での比較（東部、西部、中西部、南部）	46
7.1.2	地域限定スーパーマーケットでの比較.....	48
7.1.3	Walmart と地域限定スーパーマーケット調査からの気づき	51
7.2	実店舗での取り扱い状況	51
7.2.1	Whole Foods Market.....	52
7.2.2	地域限定スーパーマーケット	52

8	外食産業におけるホタテの提供状況・販売促進方法	54
8.1	メニュー調査（レストランウェブサイト掲載メニュー）.....	54
8.1.1	調査対象レストランの絞り込み.....	54
8.1.2	メニュー分析.....	57
8.2	実店舗での取り扱い状況.....	64
8.2.1	東部都市：ニューヨーク.....	64
8.2.2	西部都市：ロサンゼルス.....	64
9	認証・格付けプログラム	65
9.1	ホタテ及びその取り扱いに関係した主な持続可能な水産物関連の認証・格付けプログラム 65	
9.1.1	MSC 認証.....	67
9.1.2	MSC 以外の格付け・認証.....	70
9.2	主な大手小売チェーンにおける調達での持続可能な水産物関連認証の扱い.....	73
9.2.1	Whole Foods Market/Amazon.....	74
9.2.2	Wegmans.....	75
9.2.3	Kroger.....	76
9.2.4	Costco.....	77
9.2.5	Target.....	77
9.2.6	Walmart.....	78
9.3	大手小売チェーン EC サイトで販売されているホタテ商品に記載された持続可能な水産物関連の認証.....	79
9.4	主な大手フードサービス向け卸業者における調達での持続可能な水産物関連認証の扱い 82	
9.5	食品安全に関する認証.....	87
10	品質基準、規格、表示規制	89
10.1	食品規格.....	89
10.2	加水時の食品添加物.....	89
10.3	表示規制.....	90
10.3.1	加水処理されたホタテに関するラベル表示.....	90
10.3.2	原産国表示.....	92
10.4	品質・安全規制.....	94
10.4.1	危害分析重要管理点（HACCP）.....	94
10.4.2	食品トレーサビリティ最終規則（Food Traceability Final Rule）.....	95
11	総論：日本産ホタテの流通における取組と課題	97
11.1	北米産ホタテとの比較を通じた日本産ホタテの流通の現状と課題整理.....	97
11.1.1	商品特性とプロモーション.....	98
11.1.2	流通.....	100
11.1.3	課題整理.....	104
11.2	米国市場における日本産ホタテのプロモーションのポイント.....	105

添付資料

添付資料 1 全国展開する大手スーパーマーケット・チェーン（Walmart）の地域別店舗でのホタテ取り扱い例（2023年12月現在）	116
添付資料 2 地域限定スーパーマーケットでのホタテ取り扱い例（2023年12月現在）	123
添付資料 3 ホタテメニューを確認できたレストラン（寿司店を除く、2023年11月上旬現在）	130
添付資料 4 ホタテメニューを確認できた寿司レストラン（2023年11月上旬現在）	137
添付資料 5 シーフード・レストランチェーンの概要とホタテメニュー（2023年11月下旬現在）	140
添付資料 6 インタビュー調査日程	142

図表一覧

図表 1 米国ホタテ商業水揚げ高（2018-2022年）	6
図表 2 米国ホタテ商業漁業水揚げ高（種類別、2022年）	6
図表 3 米国ホタテ商業漁業水揚げ高（州別、2022年）	7
図表 4 ホタテのサイズ等級に関する日本と米国の比較（米国1kg=約2.2ポンドあたりの粒数換算）	8
図表 5 地域漁業管理委員会の管轄区	10
図表 6 大西洋ホタテ FMP の主な歴史（1982-2004年）	11
図表 7 2023年大西洋ホタテ管理海区地図	15
図表 8 ホタテを含む調査対象 HTS コード（6桁コード）	17
図表 9 米国のホタテ輸入額（2018-2022年、単位：ドル）	17
図表 10 米国におけるホタテ輸入額の品目別内訳（2022年、HS6桁コード）	18
図表 11 米国のホタテ輸入量（2018-2022年、単位：キログラム）	18
図表 12 2022年における米国のホタテ輸入額上位10カ国と2018年からの推移（単位：ドル）	19
図表 13 2022年における米国のホタテ輸入量上位10カ国と2018年からの推移（単位：キログラム）	20
図表 14 米国における2022年のホタテ生鮮・冷蔵品（0307.21）輸入額と2018年からの推移（単位：ドル）	21
図表 15 米国における2022年のホタテ冷凍品（0307.22）輸入額と2018年からの推移（単位：ドル）	21
図表 16 米国における2022年のホタテその他のもの（0307.29）輸入額と2018年からの推移（単位：ドル）	22
図表 17 ホタテ生鮮・冷蔵品（0307.21）およびホタテ冷凍品（0307.22）の国別米国ホタテ輸入量1キログラム当たり輸入額（2018年、2022年）	22
図表 18 米国市場における日本産ホタテの主な流通パターン	28
図表 19 Whole Foods Market：コロンバスサークル店	30
図表 20 Whole Foods Market：サード&フェアファックス店	31

図表 23 Wegmans Astor Place (店外から撮影)	32
図表 25 Bristol Farms サンタモニカ店 (店外から撮影)	34
図表 27 Limani (店外から撮影)	35
図表 29 Cull & Pistol Oyster Bar (店外から撮影)	36
図表 30 隣接するシーフード・マーケット : Lobster Place (店外から撮影)	37
図表 31 Santa Monica Seafood Market & Café (店外から撮影)	38
図表 33 調査対象としたスーパーマーケット・チェーンの概要 (2023年12月現在)	46
図表 34 米国 Walmart における 4 地域別店舗 EC サイトでの取り扱いホタテ商品上位 5 位 (検索結果順に記載、2023年12月現在)	47
図表 35 主な地域限定スーパーマーケットにおける EC サイトでの取り扱いホタテ商品上位 5 位 (検索結果順に記載、2023年12月現在)	49
図表 36 調査対象レストランのうちホタテを扱っていることが確認できたレストラン	54
図表 37 調査対象レストランのうちホタテを扱っていることが確認できたレストラン (2023年11月上旬現在) 一覧	55
図表 38 対象レストランのうちホタテを扱っていることが確認できた寿司レストラン (2023年11月上旬現在) 一覧	56
図表 39 シーフード・レストランチェーンのランキング上位 5 位	57
図表 40 レストラン種別ごとのホタテ料理 (料理数、加熱/生食料理、2023年11月)	57
図表 41 調査対象シーフード・レストランのウェブサイト掲載メニューに載っているホタテ料理概要 (2023年11月)	58
図表 42 調査対象寿司店のウェブサイト掲載メニューに載っているホタテ料理概要 (2023年11月)	59
図表 43 調査対象大手シーフード・チェーンのウェブサイト掲載メニューに載っているホタテ料理概要 (2023年11月)	60
図表 44 地域別ホタテの加熱料理/生食料理数 (2023年11月)	61
図表 45 地域別レストランカテゴリー別料理数 (2023年11月)	61
図表 46 レストラン種別ごとのホタテ料理の産地等記載 (2023年11月)	62
図表 47 ホタテの産地等を明記したホタテ料理 (2023年11月)	62
図表 48 レストラン種別ごとのホタテ料理と産地等を明記したホタテ料理の価格帯 (2023年11月)	63
図表 51 MSC/ASC CoC 認証 : バージョン別対象企業	69
図表 52 ホタテ及びホタテの取り扱いに関する主な持続可能な水産物関連認証・格付け	70
図表 53 BAP の認証段階	71
図表 54 ホタテ生産に携わる米国 BAP 認証水産養殖生産者	71
図表 55 シーフードウォッチ (Seafood Watch) プログラムによる格付け	72
図表 56 主な米国大手小売チェーンの水産物調達における持続可能な水産物関連の認証・格付けプログラムの取扱状況	73
図表 57 大手小売チェーン EC サイトで販売されているホタテ商品の持続可能な水産物関連の認証等記載事項	80
図表 58 米国の主なフードサービス向け卸業者	83

図表 59 主な大手フードサービス卸業者の水産物調達における持続可能な水産物関連の認証・格付けプログラムの取扱状況	84
図表 60 大手フードサービス卸売業者が販売しているホタテ商品の持続可能な水産物関連認証等記載事項	86
図表 61 主な大手小売チェーンおよび大手フードサービス卸業者のサプライヤーに対する GFSI 認証	88
図表 62 FTL：軟体動物性貝類・二枚貝（抜粋）	96
図表 63 米国市場における日本産ホタテと北米産ホタテの比較：商品特性・プロモーション	98
図表 64 日本産ホタテ*および米国産ホタテの流通プロセスにおける加工タイミングと冷凍回数	101
図表 65 米国市場において日本産ホタテが直面する主な課題（北米産ホタテとの比較に基づく）	104
図表 66 日本産ホタテの米国市場におけるプロモーションのアクション案と対応する課題 ..	106

1 目的

2022年のホタテ（生・蔵・凍・塩・乾）の輸出額は、前年比42.4%増の910億5,200万円となり、日本産農林水産・食品の輸出額（1兆4,148億円）の拡大に大きく貢献した。ホタテの輸出額上位3カ国・地域は、中国、台湾、米国の順となった。特に米国は、現地でのホタテの減産や日本食ブームの影響もあり、前年比30%増の78億1,600万円と大きく拡大し、日本産ホタテの有望な市場として注目されている。

米国で日本産ホタテの販売を促進するためには、日本産ホタテの強みである新鮮さを活かした生食用としての新しい食べ方を米国人消費者に浸透させることが重要と考えられる。他方、米国では加水された加熱用のホタテが主流であり、米国人消費者にとって生食用のホタテは馴染みが薄いとされる。本調査では、ホタテ（加水・無加水）の流通状況、米国人消費者による加水・無加水ホタテに対する認知度、小売店や外食・中食産業におけるホタテの提供方法、販売にプラスになる認証の有無などについて調べ、米国での日本産ホタテの効果的なプロモーションに資する情報を提供することを目指す。

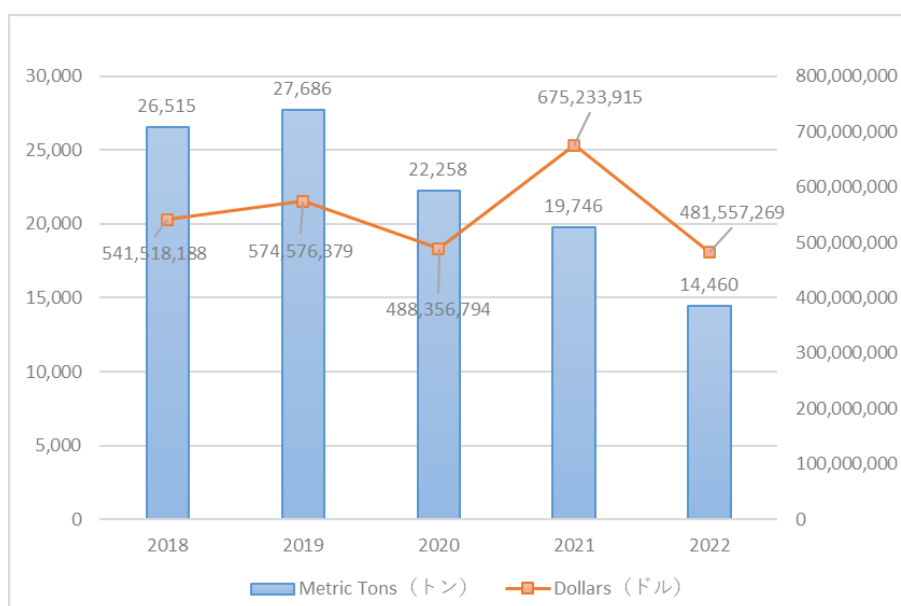
2 米国におけるホタテの市場規模

2.1 米国内におけるホタテの水揚げ高¹

米商務省（Department of Commerce : DOC）傘下の機関である海洋大気庁（National Oceanic and Atmospheric Administration : NOAA）が公開している水揚げデータベースによれば、ホタテの水揚げ量は重量ベースで減少傾向にあるが、売上は概ね横ばいを維持している。2018年から2022年の年平均成長率（CAGR）で見ると、重量ベースで14.1%減に対し、売上ベースでは2.9%減に留まっている。

¹ NOAA が公開している「商業水揚げ高データに関する注意点（Commercial Landing Data Caveats ; <https://www.fisheries.noaa.gov/commercial-landing-data-caveats>）」によれば、「水揚げ高は、すべての魚種またはグループについて、総重量ポンドで報告されるが、アサリ、ムール貝、カキ、ホタテなどの一枚貝と二枚貝については、殻の重量を除いた身の重さで報告する（Landings are reported in pounds of round (live) weight for all species or groups except univalve and bivalve mollusks, such as clams, mussels, oysters and scallops, which are reported as pounds of meats (excludes shell weight).）」と記載されている。

図表 1 米国ホタテ商業水揚げ高（2018-2022年）



出典：NOAA “Landings-Year/State/Species”に基づき作成

米国で商用に漁獲されているホタテは主に海ホタテ（Sea Scallop、大型のイタヤガイ科の貝、学名：Placopecten magellanicus³）、湾ホタテ（Bay Scallop、小型のイタヤガイ科の貝、学名：Argopecten irradians⁴）、アラスカ産ホタテ（Weathervane Scallop、学名：Patinopecten caurinus⁵）に分けることができる。中でも海ホタテが占める割合が高く、上述の NOAA 水揚げデータベースにおける 2022 年の種類別商業水揚げ高では、海ホタテが重量ベースで全体の 99% 以上を占めている。

図表 2 米国ホタテ商業漁業水揚げ高（種類別、2022年）

種類 (NMFS Name)	重量ベース		売上
	ポンド (Pounds)	トン (Metric Tons)	ドル (Dollars)
海ホタテ (Scallop, Sea)	31,613,206	14,340	477,879,573
湾ホタテ (Scallop, Bay)	94,974	43	2,002,121
アラスカ産ホタテ (Scallop, Weathervane ⁶)	170,080	77	1,672,143
その他のホタテ (Scallops)	844	0	3,432

注) 上記のほか、NOAA “Landings-Year/State/Species”ではフロリダ西岸で大型のホタテである「Scallop, Lions-Paw」も水揚げされていることが伺えるが、水揚げ量については非公開とされている。

出典：NOAA “Landings-Year/State/Species”に基づき作成

² <https://www.fisheries.noaa.gov/foss/f?p=215:200:4350413406938::::>

³ https://www.cfsanappsexternal.fda.gov/scripts/fdcc/index.cfm?set=SeafoodList&id=Placopecten_magellanicus

⁴ https://www.cfsanappsexternal.fda.gov/scripts/fdcc/index.cfm?set=SeafoodList&id=Argopecten_irradians

⁵ https://www.cfsanappsexternal.fda.gov/scripts/fdcc/index.cfm?set=SeafoodList&id=Patinopecten_caurinus

⁶ <https://www.adfg.alaska.gov/index.cfm?adfg=weathervanescallop.main>

⁷ <https://www.fisheries.noaa.gov/foss/f?p=215:200:4350413406938::::>

こうした米国の海ホタテ漁業は、大西洋岸の中部から米国カナダ国境の沿岸で操業されている⁸。州別にみると、マサチューセッツ州の水揚げ高が全米トップであり、他州を大きく引き離している。

図表 3 米国ホタテ商業漁業水揚げ高（州別、2022年）

州	ホタテ合計			海ホタテのみ		
	ポンド (Pounds)	トン (Metric Tons)	ドル (Dollars)	ポンド (Pounds)	トン (Metric Tons)	ドル (Dollars)
マサチューセッツ	25,894,864	11,746	391,773,291	25,815,104	11,710	390,117,734
ニュージャージー	2,478,585	1,124	39,543,413	2,478,585	1,124	39,543,413
ロードアイランド	1,362,892	618	18,307,749	1,362,892	618	18,307,749
バージニア	808,022	367	12,364,540	808,022	367	12,364,540
メイン	678,240	308	11,080,321	675,948	307	11,043,224
コネチカット	354,563	161	4,957,387	354,563	161	4,957,387
アラスカ	170,080	77	1,672,143	0	0	0
ノースカロライナ	80,370	36	930,576	80,200	36	929,518
ニューヨーク	32,854	15	610,515	20,102	9	302,106
ニューハンプシャー	17,790	8	313,902	17,790	8	313,902
フロリダ（西部）*	844	0	3,420	0	0	0
カリフォルニア*	0	0	12	0	0	0
メリーランド*	0	0	0	0	0	0

*フロリダ州西部の「Scallop, Lions-Paw」、カリフォルニア州の「その他のホタテ」、メリーランド州の「海ホタテ」の水揚げ量については、同データベース上では非公開とされている。

出典：NOAA “Landings-Year/State/Species”⁹に基づき作成

代表的な漁港が、全米の漁港で最も売上ベースの漁獲高が高いことで知られるマサチューセッツ州ニューベッドフォード港（New Bedford, Massachusetts）であり、ニューベッドフォード港における漁獲高の 83.6%（2020 年金額ベース、重量ベースでは 26%）をホタテが占めている¹⁰。

2.2 大西洋ホタテ漁

大西洋ホタテ漁業（Atlantic sea scallop fishery）では、大部分は桁網（dredge）が使われているが、中部大西洋地域を中心に底引き網（trawl）が使われている場合もある¹¹。各漁船からの陸揚げはほとんどがホタテむき身（貝柱、shucked meats、adductor muscle）の形で、1 ポンド当たりのむき身の数によって、「20～30」、「10～20」、「U10（under 10、10 個未満）」といった形で等級が分かれている。一方、限定的ではあるが殻付きで生きたままのホタテ（殻付きホタテ、whole [in shell] scallops）として流通するものもある¹²。なお、殻付きホタテにつ

⁸ <https://www.fisheries.noaa.gov/species/atlantic-sea-scallop/overview>

⁹ <https://www.fisheries.noaa.gov/foss/f?p=215:200:4350413406938:::>

¹⁰ <https://media.fisheries.noaa.gov/2022-05/Fisheries-of-the-United-States-2020-Report-FINAL.pdf>

¹¹ <https://www.fisheries.noaa.gov/species/atlantic-sea-scallop/overview>

¹² <https://www.fisheries.noaa.gov/species/atlantic-sea-scallop/management>

いては、8.33 ポンド（約 3.78kg）の殻付きホタテ貝は、1 ポンド（約 0.45kg）のむき身として換算される¹³。

図表 4 ホタテのサイズ等級に関する日本と米国の比較（米国 1kg=約 2.2 ポンドあたりの粒数換算）

日本等級（個数）	米国等級（個数）	
JJ（10 粒以下）	-	
J（11～15 粒）	-	
2L（16～20 粒）	U8（17.6 粒以下）	
L（21～25 粒）	U10/20 （22～44 粒）	U10（22 粒以下）
M（26～30 粒）		U12（26.4 粒以下）
S（31～35 粒）		
2S（36～40 粒）		
3S（41～50 粒）	U20/30（44～66 粒）	
4S（51～60 粒）		
5S（61～80 粒）		
6S（81 粒以下）	U30/40（66～88 粒）	
	U40/60（88～132 粒）	
	U60/80（132～176 粒）	

出典：各種関連資料¹⁴に基づき作成

日本では、ホタテ漁船は出航したその日のうちに漁港に戻って荷揚げし、陸上で殻外しをする。一方米国では、船は数日間（6～12 日間）海上に留まって漁を行うが、その間、乗組員が船上で、殻外しをする。マサチューセッツ州の水産物加工・販売業者 Northern Wind LLC のウェブサイトによれば、10 日間の航海で、乗組員は 1 人あたり約 5 万個のホタテを殻から取り出し、むき身は砂や砂粒を取り除くために海水の入った洗浄槽で洗ったのち、50 ポンドのチーズクロス製袋（cheesecloth bags）に入れ、船の魚倉（fish hold）の中の氷の上で保管すると紹介している¹⁵。こうした船上での長期保存に伴う細菌増殖の問題に対応するため、水や防腐剤でホタテを処理することが米国では一般的となった¹⁶。このことは、米国において加水ホタテが普及した重要な要因のひとつに挙げられる。なお、資源管理の観点から、船上での機械を使用した殻外しは

¹³ https://d23h0vhs26o6d.cloudfront.net/230403-FR-Final-Rule-Scallop-FW-36-2023-06873_2023-07-11-175012_qoei.pdf (Atlantic Sea Scallop FMP “Framework 36 Final Rule - April 3, 2023”)

¹⁴ <https://kobe-shokuraku.jimdofree.com/%E9%A3%9F%E6%9D%90%E3%81%AE%E8%A6%8F%E6%A0%BC/%E5%B8%86%E7%AB%8B-%E3%81%8B%E3%81%AB%E3%81%AE%E8%A6%8F%E6%A0%BC%E8%A1%A8/> ; <https://www.gyoren.net/i/82m6033> ; <https://www.furusato-tax.jp/city/blog/article/1288> ; https://www.pacificseafood.com/pac-incoming/2018/05/Sellsheet_Sea_Scallops_Sizing_Chart_PS.pdf ; <https://www.webrestaurantstore.com/blog/4526/what-are-scallops.html> 等

¹⁵ <https://www.northernwind.com/scallops-101/>

¹⁶ 米系水産事業者 K 社関係者インタビュー。

法律で許可されておらず、すべての処理は手作業で行わなければならない¹⁷。

このほか、市場に占める割合は小さいが、その日のうちに漁港に戻るデイボート（dayboat）によるホタテ漁も行われている。漁獲から1日以内に陸に上がるので新鮮なホタテを提供している代名詞のように使われるが、大抵のデイボートには魚倉がなく、氷の搭載量も少なく、殻取りスキルのある人員も限られているため、デイボートホタテは品質にばらつきがあると指摘する関係者もいる¹⁸。

【参考：米国におけるホタテの養殖】

養殖については、米国にはホタテガイの養殖場は数えるほどしかなく、その大部分がメイン州で行われている（2021年8月23日付 New York Times 紙）¹⁹。ニューイングランド漁業管理委員会（New England Fishery Management Council：NEFMC）関係者によれば、水産養殖業は天然ホタテの漁業と比べれば、まだ始まったばかりであり、大規模な生産は行われておらず、正式な漁業管理計画（後述）の一部には含まれていない。また、管理対象となるほどの収穫規模には到達していない²⁰。

まだ成長途中のメイン州におけるホタテの養殖であるが、実際には20年ほど前から行われており、新しい漁業者にも既存の商業漁業者にも新たな機会を提供しているだけでなく、メイン州の沿岸地域社会が気候変動の影響や伝統的な漁業の機会喪失に対して、これまでより強靱になる助けにもなっていると、NOAAが2023年1月24日付けのウェブ記事で伝えている²¹。

メイン州の漁業はロブスターに重点を置いてきたが、気候変動の影響等が懸念される中、水産事業の多角化の一環として、ホタテの養殖に取り組んできた。こうしたホタテ養殖を支えるコミュニティはメイン州特有のものであり、漁業者、海洋普及プログラム、地域開発金融機関、研究・支援財団など、さまざまな人々や組織で構成されていると、2022年12月29日付けのNOAAのウェブ記事で紹介している²²。メイン州にホタテ養殖業を育てるために、日本から技術を学んだり、日本製の機械の導入をしたりといったことにも取り組んでいる。例えば、青森県と姉妹州関係にあるメイン州の Coastal Enterprises Incorporated（CEI）は、貝類養殖事業者や漁師とともに、2016年に青森県を訪れ、ホタテの養殖や加工等に関する技術を学んだ²³。また、メイン州トレントン（Trenton）で家族経営のムール貝養殖場を営む Hollander and de Koning²⁴は、NOAAの助成金を得て、日本製の耳吊り機を1台輸入した。CEIも同州のホタテ養殖業を支援する目的でこの機械を1台導入・所有している²⁵。

¹⁷ 50 CFR Part 648.51(d): [https://www.ecfr.gov/current/title-50/part-648/subpart-D#p-648.51\(d\)](https://www.ecfr.gov/current/title-50/part-648/subpart-D#p-648.51(d))；なお、米系水産事業者H社関係者インタビューによれば、カナダにおいては船舶に自動脱殻機を導入しているとのこと。

¹⁸ 米系流通事業者F社関係者インタビュー。

¹⁹ https://www.hollanderanddekonig.com/uploads/5/9/1/2/59128483/nyt_article21.pdf

²⁰ NEFMC 関係者インタビュー。

²¹ <https://www.fisheries.noaa.gov/video/farming-sea-scallops-maine-offers-new-opportunities-and-builds-community-resilience>

²² <https://www.fisheries.noaa.gov/feature-story/farming-sea-scallops-maine>

²³ <https://www.fisheries.noaa.gov/feature-story/noaa-fisheries-science-helps-maines-pioneering-sea-scallop-farmers>

²⁴ <https://www.hollanderanddekonig.com/>

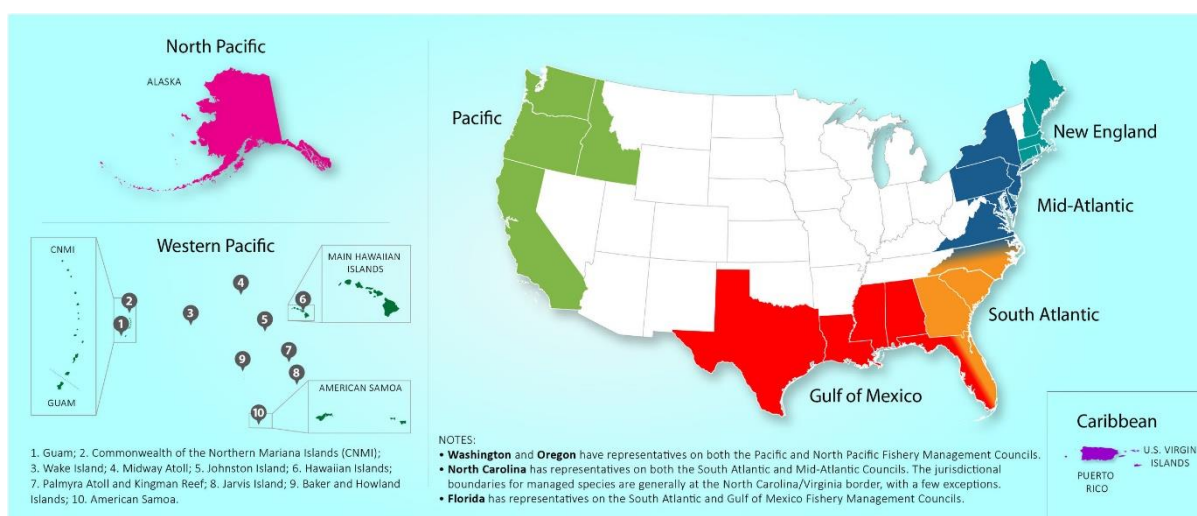
²⁵ 米国では日本製のホタテの耳吊り機はこれら2台のみと、2021年8月23日付けの New York Times 紙が報じている。https://www.hollanderanddekonig.com/uploads/5/9/1/2/59128483/nyt_article21.pdf

2.3 漁獲制限とその影響

2.3.1 米国漁業管理法における地域漁業管理委員会の役割

米国の排他的経済水域（Exclusive Economic Zone : EEZ）における資源管理に関する連邦法はマグナソン・スティーブンス漁業保護管理法（Magnuson–Stevens Fishery Conservation and Management Act : MSA²⁶）である。同法に基づき、NOAA 海洋漁業局（National Marine Fisheries Service、通称 NOAA Fisheries）は、水産資源の状態を評価・予測し、漁獲制限を設定し、漁業規則の遵守を徹底させ、混獲削減に取り組んでいる²⁷。また MSA は全米 EEZ を 8 区に分け、各区に地域漁業管理委員会（Fishery Management Council : FMC）を設置することを定めており、NOAA Fisheries と FMC が協力し、各区での漁業管理が行われている²⁸。

図表 5 地域漁業管理委員会の管轄区



出典 : U.S. Regional Fishery Management Councils²⁹

漁業管理にあたっては、各 FMC が漁業管理計画（Fishery Management Plan : FMP）の策定・修正を担い、漁業管理方法の選択、科学的根拠に基づく年間漁獲制限の設定等を担っている。FMP の修正には FMP 修正事項（FMP Amendments）の策定によるものと、フレームワーク調整（Framework Adjustments）によるものがあり、前者は 1 年から 3 年という長期間を要する大きな変更を必要とする場合に用いられる一方、後者は比較的軽微な計画変更が対象となる³⁰。

²⁶ 米国海域における海洋漁業の管理を規定する法律。当初、米国沿岸から 200 海里以内で操業していた外国漁業の管理を主張するために 1976 年に制定された。その後、乱獲問題に対処するため法改正が行われてきた。主要な法改正は 1996 年と 2007 年に行われている。

<https://www.fisheries.noaa.gov/topic/laws-policies/magnuson-stevens-act>

²⁷ <https://www.fisheries.noaa.gov/about-us#overview>

²⁸ <https://www.fisheries.noaa.gov/topic/partners>

²⁹ <https://www.fisherycouncils.org/>

³⁰ <https://www.mafmc.org/council-process> ; https://www.nefmc.org/files/Council_Process_Web.pdf ; NEFMC 資料によれば、特定の期間における漁獲量等の制限を設定する場合には仕様パッケージ（Specifications Package）も使用される。

2.3.2 ホタテ漁業管理計画（FMP）

ホタテに関する FMP には、ニューイングランド漁業管理委員会（New England Fishery Management Council：NEFMC）によって 1982 年から施行されている大西洋ホタテ漁業管理計画（Atlantic Sea Scallop FMP³¹）と、北太平洋漁業管理委員会（North Pacific Fishery Management Council：NPFMC）によって 1995 年から施行されているアラスカ産ホタテに関する FMP（Alaska Scallop Fishery Management Plan³²）が、2024 年 2 月現在 NOAA 漁業管理計画に関するウェブサイトに掲載されている³³。以下、米国における商業ホタテ漁業の中心、ニューイングランド海区における FMP を取り上げる。

ニューイングランド海区の大西洋ホタテ（Atlantic Sea Scallops）漁業は、NOAA Fisheries と NEFMC が、大西洋ホタテ漁業管理計画（以下、ホタテ FMP）に基づき管理している³⁴。現在、ホタテ FMP では、ホタテの推定個体数に基づき、ホタテ漁業の総許容漁獲量（total allowable catch）が決定され、許可証の種類や過去の漁獲量に応じて、漁船グループごとに、航海日数（Days-At-Sea：DAS）割当やアクセス海区へのトリップ数制限の形で配分されている。そのほか、乗組員の人数制限、休漁海区のローテーション制、漁業活動監視のための衛星通信を使った船舶監視システム搭載義務、個別漁獲割当量（Individual Fishing Quotas：IFQs）といった管理手法が導入されている。

こうした方法が確立されるまで、大西洋ホタテ FMP は、科学的知見の蓄積を踏まえ、時代とともに進化してきた³⁵。1982 年に始まった FMP では、今日でも米国で一般的にみられる加水ホタテの慣習の助長につながる個数制限に基づくものだったが、その後、数多くの修正を経て今日に至っている。

図表 6 大西洋ホタテ FMP の主な歴史（1982-2004 年）

1982 年	<ul style="list-style-type: none">✓ NEFMC は 1982 年、成員のホタテの総量を増やし、成員のホタテガイ資源を回復させ、加入量³⁶の変動による資源量の年ごとの変動を軽減するためホタテ FMP を実施した³⁷。✓ しかし、1982-1993 年に実施された主な管理方法は、水揚げされるホタテの「大きさ」を管理し、小型の貝を守ることに主眼を置いたものであったが、漁獲後、殻を外したホタテ 1 ポンド（約 0.45 kg）あたりの貝柱の平均個数の上限を定めたものに過ぎなかった。貝柱数の測定では、水揚げ量の平均がこの基準に適合している限り、個々の漁獲で基準を満たさない小さなものが含まれていても、これら
--------	--

³¹<https://ir.library.oregonstate.edu/downloads/9019s357c>

³²<https://www.fisheries.noaa.gov/management-plan/alaska-scallop-fishery-management-plan>

³³https://www.fisheries.noaa.gov/rules-and-announcements/plans-and-agreements?title=scallop&sort_by=title

³⁴<https://www.fisheries.noaa.gov/species/atlantic-sea-scallop/overview>；このほか、メイン湾では、連邦水域と州水域の両方で操業するホタテ漁業があり、主にメイン州海域で行われ、漁具や季節による制限、ローテーション休漁などを通じて州によって管理されている。

³⁵<https://seafoodbuyersguide.foodexport.org/wp-content/uploads/2022/02/21-FENE-4109-Scallop-Toolkit-Interactive-PDF-0202-OUT-Proofed.pdf>

³⁶ 成長や回遊等により、特定の生物群に各年において新たに加わった生物の量。

³⁷<https://www.nefmc.org/management-plans/scallops>

	<p>が排除されず、小さい貝柱と大きい貝柱のブレンドが広く実施され³⁸、ホタテの乱獲防止効果は不十分だった³⁹。</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ なお、米国のホタテ漁は、当時から海上で殻を剥き、残りの航海の間氷に詰めることが一般的であった。その結果、1ポンドあたりの個数を減らすため、ホタテを氷水に過剰に浸し、貝柱1つあたりの重さを水で増す慣習が助長されることになったとの指摘もある⁴⁰。 ✓
1993年	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 大西洋ホタテの主な漁獲地域であったジョージズ・バンク (Georges Bank) の漁業が1990年代半ばに壊滅的に衰退したため、管理方針が大幅に変更されることになった。
1994年	<ul style="list-style-type: none"> ✓ NOAA Fisheriesは、ジョージズ・バンクとナンタケット・ショールズ (Nantucket Shoals) の海区をホタテの禁漁区とした⁴¹。 ✓ 従来の貝柱数の規制から、漁獲努力量規制へとシフトされた。具体的には、<u>DAS</u> 割当制限、小さいホタテの漁獲を減らすための漁具の規制、乗組員の制限等が強化された⁴²。 ✓ 小規模ホタテ漁と他の漁業におけるホタテの混獲 (incidental catch of scallops in other fisheries) を許可するために「オープンアクセス」の一般カテゴリー (general category) によるホタテ漁許可証を新設した⁴³。
1996年	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 1996年持続可能な漁業法 (Sustainable Fisheries Act of 1996⁴⁴) により、漁業管理に対して、乱獲をなくし、最大持続生産量 (Maximum Sustainable Yield : MSY) を生み出すレベルまで資源を回復させることが求められることになった。当時ホタテの資源量はMSY水準の3分の1から4分の1程度と推定されていたため、漁獲量の大幅な削減が義務付けられることになった。 ✓ また、1996年持続可能な漁業法を受け改正されたマグナソン・ステューブンス漁業保護管理法 (Magnuson-Stevens Fishery Conservation and Management Act : MSA⁴⁵) の新条項を遵守するための改正が進められた。
1998年	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 従来より厳格な「航海日数」制限と10年以内に資源を再構築するための計画を確立。アクセス制限船舶 (limited access scallop vessels : LA 船舶) への船舶監視システム義務付け⁴⁶。
1998-2001年	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 大西洋湾岸中部地域 (Mid-Atlantic Bight region) の広範囲の海区をホタテ貝漁のために閉鎖⁴⁷。 ✓ 1999年よりジョージズ・バンク閉鎖海区の限定再開。

³⁸<https://elischolar.library.yale.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1008&context=fes-pubs> ;
https://repository.library.noaa.gov/view/noaa/26581/noaa_26581_DS1.pdf

³⁹同上

⁴⁰<https://elischolar.library.yale.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1008&context=fes-pubs>

⁴¹<https://www.fisheries.noaa.gov/species/atlantic-sea-scallop/management>

⁴²<https://ir.library.oregonstate.edu/downloads/9019s357c> ; <https://www.nefmc.org/library/amendment-4-1>

⁴³<https://www.fisheries.noaa.gov/species/atlantic-sea-scallop/management>

⁴⁴<https://www.congress.gov/bill/104th-congress/senate-bill/39/text>

⁴⁵ 米国海域における海洋漁業の管理を規定する法律。当初、米国沿岸から200海里以内で操業していた外国漁業の管理を主張するために1976年に制定された。その後、乱獲問題に対処するため法改正が行われてきた。主要な法改正は1996年と2007年に行われている。<https://www.fisheries.noaa.gov/topic/laws-policies/magnuson-stevens-act>

⁴⁶<https://www.fisheries.noaa.gov/species/atlantic-sea-scallop/management>

⁴⁷ 同上

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2001年、大西洋中部におけるホタテ資源量（scallop biomass）の増加を確認、1998年以來閉鎖していた中部大西洋地域が規制漁業を再開。
2003年	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ホタテの漁獲量を最大化するため、海区ローテーション管理プログラム（area rotation management program）を通じてホタテ漁業を管理する長期的かつ包括的なプログラムがFMPに盛り込まれた。海区は、当該域内のホタテ資源の状態や規模に応じて、ローテーション制で休漁・再開される⁴⁸。 ✓ またDAS割当、実行可能な範囲で混獲を最小化するための措置、管理プログラムをより効果的、効率的、かつ柔軟にするための措置等が盛り込まれた。
2004年	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 海区ローテーション管理プログラムを実施。新規に閉鎖海区となったエリア（Elephant Trunk）は3年間漁業が禁止される。
2007年	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 混獲の報告と監視の仕組み、（混獲の監視を通じて得られたデータの）分析と海上漁業監視員割当、標準混獲報告法（Standardized Bycatch Reporting Methodology：SBRM）パフォーマンス基準、評価・報告プロセス等が規定された⁴⁹。
2008年	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ホタテ漁船の限定アクセス一般カテゴリー（Limited Access General Category：LAGC）が創設され、オープンアクセス許可はなくなった。LAGC許可には個別漁獲枠（Individual fishing quota：IFQ）許可、メイン湾北部（Northern Gulf of Maine：NGOM）許可、混獲（incidental）の許可の3種類が設けられた⁵⁰。
2011年	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2007年に連邦議会で再承認されたMSAにホタテFMPを準拠させるため、年間漁獲制限（annual catch limits：ACL）と説明責任措置（accountability measures：AM）の実施等が盛り込まれた⁵¹。

出典：各種関連資料に基づき作成

現在、大西洋ホタテ漁業は、アクセス制限付（Limited Access：LA）船団と限定アクセス一般カテゴリー（LAGC）船団で実施されている⁵²。

- ✓ **アクセス制限付（Limited Access：LA）漁船**：アクセス制限の対象外のオープンエリア⁵³での年間DAS割当と、アクセス制限のある休漁海区のローテーション⁵⁴

⁴⁸ <https://www.nefmc.org/library/amendment-10-1>

⁴⁹ <https://www.nefmc.org/library/amendment-12-1> ; https://d23h0vhs26o6d.cloudfront.net/SBRM_Omnibus_Final_Rule_1.pdf

MSAはすべてのFMPにおいて、漁業で発生する混獲の量と種類を評価するための標準化された報告方法を確立することを求めているが、北東地域の複数のFMPではこれに遵守していないとして、複数の自然保護団体が2004年、コロンビア特別区裁判所（U.S. District Court for the District of Columbia）に訴えを起こした。その判決で、裁判所は、北東地域で策定されたFMPでは、MSA関連条項で義務付けられているSBRMについて、明確に定めていないと判断、必要なSBRMの策定・確立をしよう求めた。これを受けて、ホタテFMPについても修正が行われた。

⁵⁰ <https://www.nefmc.org/library/amendment-15> ;

<https://www.fisheries.noaa.gov/species/atlantic-sea-scallop/management>

⁵¹ <https://www.fisheries.noaa.gov/species/atlantic-sea-scallop/management>

⁵² <https://www.fisheries.noaa.gov/species/atlantic-sea-scallop/management>

⁵³ 大西洋ホタテ漁業管理における「オープンエリア（open areas）」とは、連邦規則集（Code of Federal Regulations：CFR）第50編「野生生物と漁業」（50 CFR Wildlife and Fisheries）§ 648.59 および§ 648.60に規定されるホタテアクセス海区プログラム（Scallop Access Area Program）、§ 648.62に規定されるメイン湾北部管理海区（Northern Gulf of Maine Management Area）、§ 648.370に規定される生息域管理海区（Habitat Management

ログラムによって管理されている。ローテーションプログラムでは、一定期間の閉鎖後、FMP で定められた基準と手順に従って評価を行った後、収穫に適した海区でホタテ漁が再開される。海区が開放されると（open for access、アクセス海区）、そのアクセス海区へのトリップ制限に応じて、LA 漁船へのトリップ数が割り当てられる。ホタテ資源の状況を踏まえ、NEFMC が海区の閉鎖や再開を決定する。

- ✓ **限定アクセス一般カテゴリー（LAGC）漁船**：年間の個別漁獲量割当（Individual Fishing Quota：IFQ）を定め、その範囲で漁を認められている。この IFQ は LACG 船団間で IFQ のリースまたは恒久的に譲渡することが可能である。また、漁業年度を通して漁獲することができる。LAGC 漁船についてもアクセス海区へのトリップ数を割り当てられているが⁵⁴、LAGC 船によるホタテ漁の大部分はオープンエリアで行われており、そのうち LAGC 船団が操業できる海区は別途定められている（例：メイン州湾岸（Gulf of Maine）、ニューイングランド南部（Southern New England）等）。なお、各漁船に割り振られた量を超えた場合には、次年度分の枠がその分減量される⁵⁵。

直近の 2023 年度（4 月から翌年 3 月まで⁵⁶）の大西洋ホタテ漁船に関する規制が実施されている海区は以下の通り。2023 年度のアクセス海区は「Area II（下図、青色右下がり斜線）」である。一方、閉鎖海区は「Area I」を含む 4 海区⁵⁷（下図、黒色斜め格子）が設定された。これらの海区の設定は「フレームワーク調整（Framework Adjustment）36（2023 年 4 月付）」に定められている（新たな変更が発表されない場合、2024 年度にも適用される）⁵⁸。なお、フレームワーク調整 36 において 4 海区が閉鎖海区となった背景には、NEFMC が 2022 年に実施したホタテ資源調査（Survey biomass estimates in 2022⁵⁹）の結果、ホタテの総バイオマスは過去数年に比べて減少しており、2022 年の調査推定バイオマスが 1999 年以来最低となったことが背景にある⁶⁰。

Areas）、§ 648.371 に規定される生息域調査専用海区（Dedicated Habitat Research Areas）、§ 648.372 に規定されるフランク・R・ローテンバーグ深海サンゴ保護海区（Frank R. Lautenberg Deep-Sea Coral Protection Area）、または § 648.373 に規定されるニューイングランド深海サンゴ保護海区（New England Deep-Sea Coral Protection Area）の制限を受けない海区を指す。

https://www.law.cornell.edu/definitions/index.php?width=840&height=800&iframe=true&def_id=cd777b56cec85fa8a0fc8c9fc17c0af8&term_occur=999&term_src=Title:50:Chapter:VI:Part:648:Subpart:D:648.53

⁵⁴ これらのトリップからの水揚げも IFQ が適用される。

⁵⁵ <https://www.fisheries.noaa.gov/bulletin/2023-fishing-year-individual-fishing-quota-allocations-atlantic-sea-scallop-fishery>

⁵⁶ <https://www.fisheries.noaa.gov/species/atlantic-sea-scallop/management>

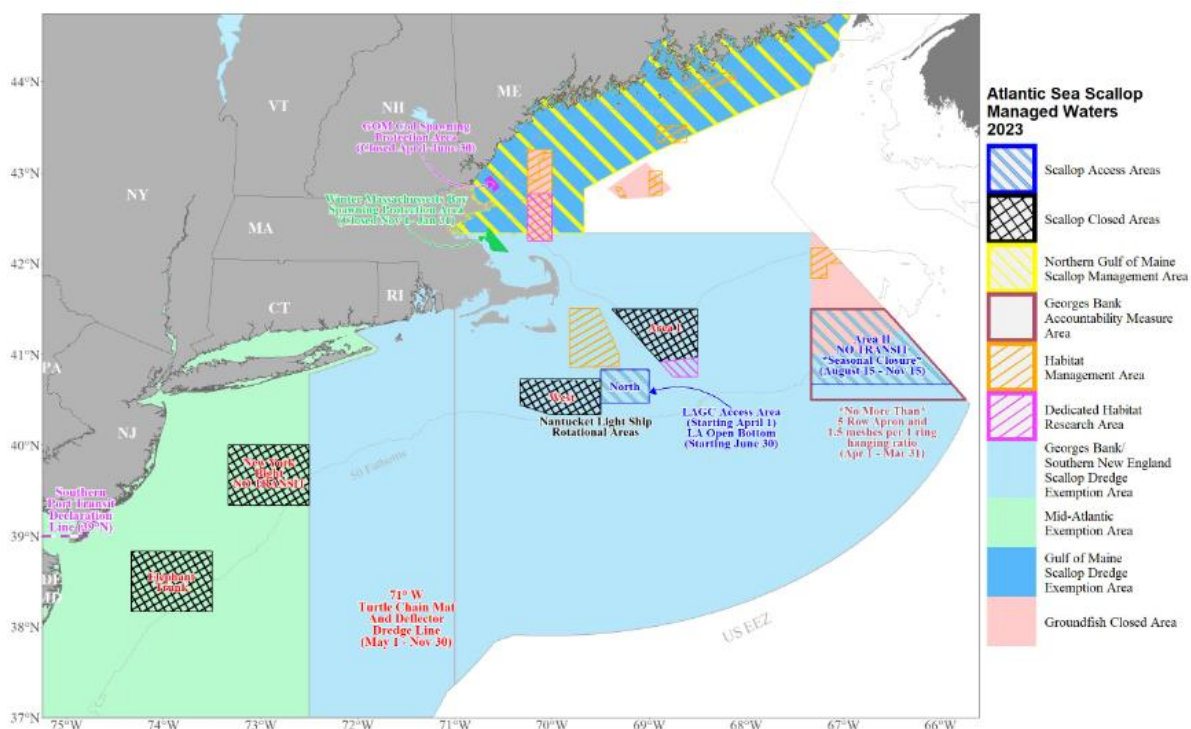
⁵⁷ その他、Elephant Truck、Nantucket Lightship-West、New York Bight（漁船の通過自体が原則禁止）が含まれる。

⁵⁸ <https://www.nefmc.org/library/scallop-framework-36>

⁵⁹ <https://s3.us-east-1.amazonaws.com/nefmc.org/NEFMC-Previews-2022-Scallop-Survey-Results-Receives-Final-Scallop-Survey-Working-Group-Report.pdf>

⁶⁰ <https://d23h0vhsdm26o6d.cloudfront.net/NEFMC-Signs-Off-on-Scallop-Framework-36-with-Specifications-and-Other-Measures-for-2023-Fishing-Year.pdf>

図表 7 2023 年大西洋ホタテ管理海区地図



出典：NOAA ウェブサイト⁶¹

こうした休漁海区のローテーション制や漁獲努力量制限によるホタテの漁獲管理について、NEFMC 関係者は概ね成功していると評価しており、直近 2-3 年の水揚げは減少傾向となるものの、NEFMC は差し迫って管理方法を大きく変える必要はないと考えている⁶²。ただし、気候変動や海域の温暖化によって、漁業構造の変化など、米国漁業が複数の課題に直面していることを踏まえ、今後の管理方法については、様々なアプローチも検討していると関係者は語った⁶³。

2.4 今後の米国ホタテ水揚げ予測

NEFMC 関係者によれば、大西洋ホタテ漁の水揚げは、短中長期的に 2,000 万ポンドから 3,000 万ポンドの範囲になると考えられている。直近 2024 年度のホタテ水揚げ量は 2,730 万ポンドと予想されており、2025 年度もほぼ同程度（2,500 万ポンド前後の見通し）の漁獲が予想されている⁶⁴。なお、2026 年度以降について、NEFMC 関係者は具体的な水揚げ量に関する回答は避けた。しかし、米国への日本産ホタテ輸入に関わる流通事業者からは、中期的には漁獲制限が緩和され、増加する見通しとの言及がみられた⁶⁵。また、大西洋ホタテの漁獲制限によって、直近 3-4 年の米国におけるホタテ水揚げ量は減少するものの、その先 5-6 年は回復してくる兆候があるとの予想も聞かれた⁶⁶。

⁶¹ <https://www.fisheries.noaa.gov/species/atlantic-sea-scallop/management-areas>

⁶² NEFMC 関係者インタビュー。

⁶³ 同上

⁶⁴ 同上

⁶⁵ 米系流通事業者 F 社関係者インタビュー。

⁶⁶ 米系流通事業者 G 社関係者インタビュー。

【参考：気候変動による米国ホタテ漁への影響に関する研究】

気候変動による米国ホタテ漁に対する影響も懸念されている。北東漁業科学センター（Northeast Fisheries Science Center）による 2020 年の研究では、米国北東部の大陸棚にある商業的に重要な米国産ロブスターとホタテガイの生息地に大きな変化が生じると予測している。同研究では、水温が上昇した場合、今後数十年で米国産ホタテは北に移動することを示唆した⁶⁷。また、NOAA 漁業とマサチューセッツ海事アカデミー（Massachusetts Maritime Academy in Buzzards Bay, Massachusetts）による 2023 年の研究では、2100 年までに予測される海洋酸性化により、大西洋ホタテの稚貝の成長が妨げられることを示している⁶⁸。

3 過去 5 年間の米国におけるホタテの輸入状況

米国市場では過去 25 年間に亘り、年間平均 7,000-9,000 万ポンド（約 3.2-4.1 万トン）のホタテが消費されており、米国内産の漁獲量で足りない分を、日本を含む海外産の輸入で補ってきたというのが、複数の米国業界関係者から聞かれた共通認識である⁶⁹。特に近年では、上述の通り米国のホタテ漁獲量が 3,000 万ポンド未満に抑えられる中、米国への日本をはじめとする海外産ホタテへの需要が高い状態が続いている。以下、米国のホタテ需要を支える米国の過去 5 年間の海外からのホタテ輸入状況について整理する。

3.1 ホタテに関する HTS コード

米国のホタテの輸入量の把握にあたっては、米国国際貿易委員会（United States International Trade Commission : USITC）による貿易データベース「DataWeb⁷⁰」を使用した。同データベースでは、米国で適用されている米国関税率表（Harmonized Tariff Schedule : HTS）コードに基づき、コード別の輸入量を把握することができる。ホタテ関連商品については、「03 Fish AND Crustaceans, Molluscs AND Other Aquatic Invertebrates（魚類、甲殻類、軟体動物、その他の水生無脊椎動物）」のうち、4 桁分類コード「0307 軟体動物」に含まれる以下のコードが該当する。

⁶⁷<https://www.fisheries.noaa.gov/feature-story/american-lobster-sea-scallop-habitat-could-shift-northeast>

⁶⁸<https://www.fisheries.noaa.gov/feature-story/new-study-finds-ocean-acidification-and-warming-hinder-juvenile-atlantic-sea-scallop>

⁶⁹ 米系流通事業者 F 社関係者インタビュー、米系水産事業者 K 社関係者インタビュー他。

⁷⁰ <https://dataweb.usitc.gov/>

図表 8 ホタテを含む調査対象 HTS コード (6 桁コード)

HTS コード	コード内容	日本語 (抄訳)
030721	Scallops and Other Molluscs of the Family Pectinidae, Live, Fresh or Chilled	ホタテガイ及びイタヤガイ科のその他の軟体動物：生きているもの、生鮮のもの及び冷蔵したもの
030722	Scallops and Other Molluscs of the Family Pectinidae, Frozen	ホタテガイ及びイタヤガイ科のその他の軟体動物：冷凍したもの
030729	Scallops and Other Molluscs of the Family Pectinidae, Nesoi	ホタテガイ及びイタヤガイ科のその他の軟体動物：その他 ⁷¹

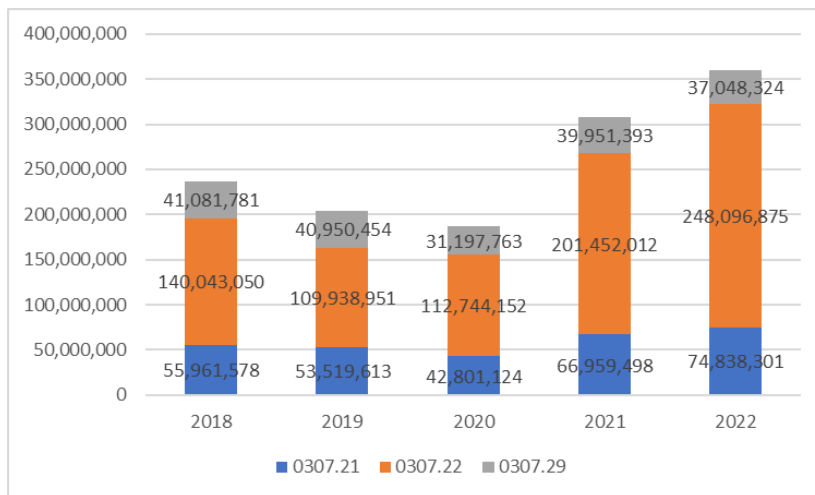
出典：United States International Trade Commission “DataWeb”データベース（2023年12月14日付⁷²）に基づき作成

同コードに基づき、以下、2018年から2022年の米国のホタテの輸入状況について、輸入量ベース及び金額ベースで整理した。

3.2 米国のホタテ輸入額及び輸入量

米国の2018年から2022年のホタテの輸入額（Imports For Consumption, Customs Value [In Actual Dollars]）はコロナ禍の2020年を底辺として、2021年、2022年と増加に転じ、2022年には約360百万ドルとなった。2018年から2022年の年平均成長率（CAGR）は11.0%増となっている。

図表 9 米国のホタテ輸入額（2018-2022年、単位：ドル）



出典：United States International Trade Commission “DataWeb”データベース（2023年12月14日付⁷³）に基づき作成

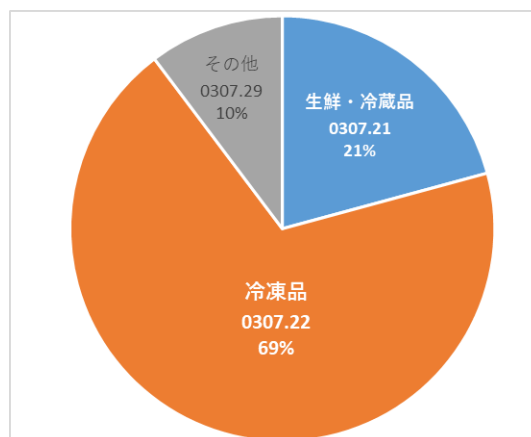
⁷¹ 「0307.29」の傘下の8桁コード「0307.29.01 Scallops, including queen scallops, of the genera Pecten, Chlamys or Placopecten, dried, salted or in brine」が示す通り、乾燥、塩漬け、塩水漬けのものが含まれる。

⁷² <https://dataweb.usitc.gov/>

⁷³ 同上

品目別 CAGR は、「0307.22（以下、冷凍品）」が 15.4%増と最も高く、「0307.21（以下、生鮮・冷蔵品）」が 7.5%増だったのに対し、「0307.29（以下、その他）」が 2.6%減であった。また、米国における 2022 年のホタテ輸入額に占める品目別内訳では、冷凍品が 69%と最も多く、これに生鮮・冷蔵品（21%）、その他（10%）が続いた。

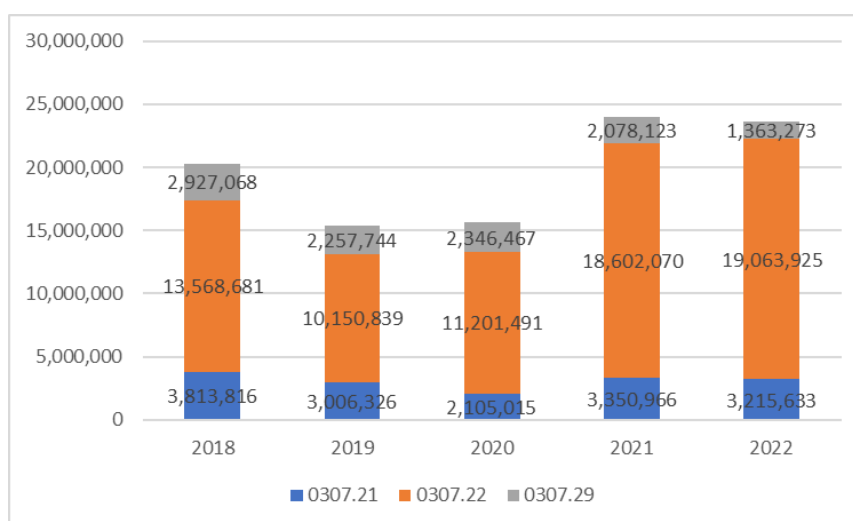
図表 10 米国におけるホタテ輸入額の品目別内訳（2022 年、HS6 桁コード）



出典：United States International Trade Commission “DataWeb”データベース（2023 年 12 月 14 日付⁷⁴）に基づき作成

一方、重量ベース（Imports For Consumption, First Unit of Quantity [kilograms]）では、2019年、2020年の落ち込みのあと、2021年には2018年を超える水準まで回復したが、翌2022年には微減となり、23,643 トンにとどまった。2018年から2022年のCAGRは3.9%増となっている。

図表 11 米国のホタテ輸入量（2018-2022 年、単位：キログラム）



出典：United States International Trade Commission “DataWeb”データベース（2023 年 12 月 14 日付⁷⁵）に基づき作成

⁷⁴ 同上

⁷⁵ 同上

品目別 CAGR でプラス成長となったのは「冷凍品」の 8.9%増のみで、「生鮮・冷蔵品（4.2%減）」と「その他（17.4%減）」はいずれもマイナス成長だった。

3.3 2022 年輸入額及び輸入量上位 10 カ国と 2018 年からの推移

次に、2022 年における米国のホタテ輸入額上位 10 カ国について、2018 年からの推移を整理すると以下の通りとなった。2022 年の第 1 位は日本（161 百万ドル）、2 位以下が順にカナダ（103 百万ドル）、アルゼンチン（33 百万ドル）、中国（31 百万ドル）、ペルー（12 百万ドル）と続いている。

図表 12 2022 年における米国のホタテ輸入額上位 10 カ国と 2018 年からの推移（単位：ドル）

	2018	2019	2020	2021	2022	2018-2022 CAGR
日本	40,075,318	57,241,545	34,883,614	91,049,826	161,257,308	41.6%
カナダ	75,348,911	78,318,426	74,659,824	93,585,574	103,096,384	8.2%
アルゼンチン	25,405,543	12,956,769	19,105,684	24,323,566	32,544,457	6.4%
中国	60,066,720	15,567,689	14,291,779	27,031,602	31,089,403	▲15.2%
ペルー	11,054,081	20,587,772	28,535,140	43,609,604	11,984,141	2.0%
メキシコ	16,544,662	10,886,011	4,493,988	14,153,444	9,231,978	▲13.6%
香港	3,478,738	3,742,151	4,606,533	6,263,015	4,869,797	8.8%
フィリピン	1,518,695	1,922,311	3,035,401	5,190,539	4,127,536	28.4%
エクアドル	0	0	0	42,985	967,850	-
チリ	2,651,280	1,699,185	622,082	388,307	271,891	▲43.4%
タイ	107,190	56,472	183,430	273,764	246,025	23.1%

出典：United States International Trade Commission “DataWeb”データベース（2023 年 12 月 14 日付⁷⁶⁾）に基づき作成

2018 年から 2022 年の CAGR の成長率トップは日本で、フィリピン、タイがこれに続いた。一方、二桁以上のマイナス成長となった国には、チリ、中国、メキシコが含まれている。特に中国は、2018 年時点ではカナダに次ぐ第 2 位であったにもかかわらず、2019 年には前年の 3 割未満まで減少、その後、回復してきてはいるものの、2022 年は 2018 年の約半分程度で、3 位のアルゼンチンに次ぐ 4 位に留まっている。これはドナルド・トランプ政権によって、2018 年以降、対中国追加関税措置が拡大される中⁷⁷⁾、その範囲がホタテを含めた水産物にも及んだことが影響したと予想される⁷⁸⁾。こうした中国からの輸入減少の影響は、日本、フィリピンなどからのホタ

⁷⁶⁾ 同上

⁷⁷⁾ https://www.jetro.go.jp/world/n_america/us/us-china/timeline_us.html

⁷⁸⁾ <https://www.seafoodsource.com/news/supply-trade/trump-escalates-us-china-trade-war-with-tariff-increases>

テ輸入増加の一因となっている可能性がある⁷⁹。なお、Fedex が提供している関税データベース「World Tariff Account Information⁸⁰（2024年2月19日現在）」によれば、ホタテ（HSコード：030721、030722 および 030729）の米国輸入関税率は、中国は25%であるのに対して、日本、フィリピン、タイ、香港等、上表に掲載した中国以外の国はすべて0%（Free）である。加えて、ドル高円安傾向が続いていることも、日本からの輸入を後押ししている側面があるとの声もきかれた⁸¹。

また、輸出量についても2022年の上位10カ国についてみると、金額ベースと同様に、重量ベースでも、日本が第1位となった。これに中国、カナダ、アルゼンチン、メキシコが続いている。中国は2018年、重量ベースで、第2位のカナダの約2.7倍のホタテを米国に輸出しており、他国を大きく引き離していた。しかし、2019年、2020年と輸出量が低迷、2021年以降回復しつつあるが、2022年は依然として2018年の約55%程度にとどまっている。

図表13 2022年における米国のホタテ輸入量上位10カ国と2018年からの推移（単位：キログラム）

	2018	2019	2020	2021	2022	2018-2022 CAGR
日本	1,707,630	2,985,330	2,138,665	5,125,691	7,941,566	46.9%
中国	9,393,404	3,309,400	2,928,600	5,453,837	5,229,004	▲13.6%
カナダ	3,496,463	3,671,963	3,437,724	3,619,946	4,040,096	3.7%
アルゼンチン	2,192,292	1,318,711	2,305,637	2,981,336	3,875,972	15.3%
メキシコ	1,892,161	1,311,543	184,006	1,571,576	841,180	▲18.3%
フィリピン	288,494	403,065	645,308	1,097,519	794,390	28.8%
ペルー	906,285	2,099,164	3,643,932	3,725,884	689,786	▲6.6%
香港	184,931	88,730	88,954	142,596	141,871	▲6.4%
エクアドル	0	0	0	1,569	34,682	-
タイ	7,740	3,888	12,420	27,574	16,703	21.2%

出典：United States International Trade Commission “DataWeb”データベース（2023年12月14日付⁸²）に基づき作成

3.4 品目別の国別輸入額

米国の2022年のホタテ輸入額に基づき、品目別（生鮮・冷蔵品、冷凍品、その他）に国別の輸入額上位から順に以下に整理した。生鮮・冷蔵品は米国の近隣国であるカナダからの輸入が最も多く、冷凍品は日本がトップとなった。カナダの冷凍品はほぼ横ばいだが、生鮮・冷蔵品を拡大させている。一方、日本は生鮮・冷蔵品、冷凍品ともに大幅に拡大させた。

⁷⁹ なお、ラテンアメリカ諸国のうち、特にメキシコとペルーについては、上記5年間だけでも年ごとに増減があり、傾向が見えにくい。ラテンアメリカ諸国の傾向について把握するには、さらに長いスパンでのデータ分析が必要である。

⁸⁰ <https://ftn.fedex.com/wtonline/jsp/>

⁸¹ 米系流通事業者F社関係者インタビュー。

⁸² <https://dataweb.usitc.gov/>

なお、2022年、カナダ、日本に次ぎ生鮮・冷蔵品の多いメキシコについては、2018年からの5年間だけを見ても、毎年の輸入量に大きく変動があり、安定していない。そうした中、冷凍品へのシフト傾向がみられ、メキシコから米国に輸入される冷凍品の2018年から2022年の輸入額のCAGRは105%増を記録している。そのほか、上述の総輸入額の成長率で日本に次いだフィリピンとタイについては、米国までの輸送距離等もあり、冷凍品に特化させていることが読み取れる。

図表 14 米国における2022年のホタテ生鮮・冷蔵品(0307.21)輸入額と2018年からの推移
(単位：ドル)

国名	2018	2019	2020	2021	2022	2018-2022 CAGR	シェア(2022年)
カナダ	41,708,649	48,346,372	40,577,785	59,426,677	72,525,949	14.8%	96.9%
日本	129,096	328,963	90,236	934,693	1,120,274	71.6%	1.5%
メキシコ	14,109,165	4,735,268	2,017,095	6,535,009	971,722	-48.8%	1.3%
ペルー	14,668	61,706	116,008	44,006	125,172	70.9%	0.2%
アイスランド	0	0	0	8,568	63,144		0.1%
エクアドル	0	0	0	0	32,040		0.0%

出典：United States International Trade Commission “DataWeb”データベース（2023年12月14日付⁸³⁾）に基づき作成

図表 15 米国における2022年のホタテ冷凍品(0307.22)輸入額と2018年からの推移
(単位：ドル)

国名	2018	2019	2020	2021	2022	2018-2022 CAGR	シェア(2022年)
日本	25,761,183	36,473,410	26,807,844	79,582,769	140,109,018	52.7%	56.5%
アルゼンチン	25,405,543	12,956,769	19,105,684	24,323,566	32,544,457	6.4%	13.1%
中国	44,301,178	13,806,425	12,856,922	26,020,945	29,884,921	-9.4%	12.0%
カナダ	31,610,328	25,391,050	30,795,468	26,038,311	24,152,977	-6.5%	9.7%
ペルー	8,879,394	15,360,990	19,111,825	34,995,413	9,525,487	1.8%	3.8%
メキシコ	341,762	3,675,666	1,098,511	4,340,351	6,037,417	105.0%	2.4%
フィリピン	431,196	935,076	1,841,500	5,080,834	4,127,536	75.9%	1.7%
エクアドル	0	0	0	42,985	935,810		0.4%
チリ	2,401,473	1,262,000	261,213	388,307	271,891	-42.0%	0.1%
タイ	107,190	56,472	183,430	273,764	246,025	23.1%	0.1%
台湾	0	0	27,595	71,241	93,763		0.0%
ベトナム	745,038	0	83,807	190,262	75,208	-43.6%	0.0%
香港	0	0	0	0	27,750		0.0%
オーストラリア	0	0	0	0	26,963		0.0%
アイルランド	0	0	0	0	17,688		0.0%
スペイン	0	0	547,238	3,436	17,282		0.0%
アイスランド	40,565	0	0	0	2,682	-49.3%	0.0%

⁸³⁾ <https://dataweb.usitc.gov/>

出典：United States International Trade Commission “DataWeb”データベース（2023年12月14日付⁸⁴）に基づき作成

図表 16 米国における 2022 年のホタテその他のもの（0307.29）輸入額と 2018 年からの推移
（単位：ドル）

国名	2018	2019	2020	2021	2022	2018-2022 CAGR	シェア (2022 年)
日本	14,185,039	20,439,172	7,985,534	10,532,364	20,028,016	9.0%	54.1%
カナダ	2,029,934	4,581,004	3,286,571	8,120,586	6,417,458	33.3%	17.3%
香港	3,478,738	3,742,151	4,606,533	6,263,015	4,842,047	8.6%	13.1%
ペルー	2,160,019	5,165,076	9,307,307	8,570,185	2,333,482	1.9%	6.3%
メキシコ	2,093,735	2,475,077	1,378,382	3,278,084	2,222,839	1.5%	6.0%
中国	15,765,542	1,739,504	1,434,857	1,010,657	1,204,482	-47.4%	3.3%

出典：United States International Trade Commission “DataWeb”データベース（2023年12月14日付⁸⁵）に基づき作成

上記のうち、ホタテ生鮮・冷蔵品（0307.21）とホタテ冷凍品（0307.22）について、2018年および2022年の両データ入手が比較可能な国について、1キログラム当たり輸入額を見ると以下の通りとなった。特に輸入量の多い国についてみると、海ホタテの主な輸入先とされるカナダや日本は、単価が高い傾向がみられる。また、輸入量が少ない国については、輸送コスト等の影響により単価が上がる傾向がある（例：冷蔵品：ペルー、冷凍品：アイスランド、タイ）。

図表 17 ホタテ生鮮・冷蔵品（0307.21）およびホタテ冷凍品（0307.22）の
国別米国ホタテ輸入量1キログラム当たり輸入額（2018年、2022年）

	輸入額（ドル）		輸入量（キログラム）		輸入量1kg当たり輸入額		
	2018	2022	2018	2022	2018	2022	2022-18
ホタテ生鮮・冷蔵品（0307.21）							
ペルー	14,668	125,172	920	3,533	15.9	35.4	19.5
日本	129,096	1,120,274	4,525	42,236	28.5	26.5	▲ 2.0
カナダ	41,708,649	72,525,949	2,100,913	3,085,514	19.9	23.5	3.7
メキシコ	14,109,165	971,722	1,707,458	80,099	8.3	12.1	3.9
ホタテ冷凍品（0307.22）							
カナダ	31,610,328	24,152,977	1,296,609	800,870	24.4	30.2	5.8
アイスランド	40,565	2,682	1,240	135	32.7	19.9	▲ 12.8
日本	25,761,183	140,109,018	1,374,881	7,370,834	18.7	19.0	0.3
チリ	2,401,473	271,891	166,977	15,202	14.4	17.9	3.5
ペルー	8,879,394	9,525,487	735,249	543,003	12.1	17.5	5.5
タイ	107,190	246,025	7,740	16,703	13.8	14.7	0.9
メキシコ	341,762	6,037,417	21,709	535,615	15.7	11.3	▲ 4.5
アルゼンチン	25,405,543	32,544,457	2,192,292	3,875,972	11.6	8.4	▲ 3.2

⁸⁴ 同上

⁸⁵ 同上

ベトナム	745,038	75,208	48,896	11,870	15.2	6.3	▲ 8.9
中国	44,301,178	29,884,921	7,640,439	5,056,306	5.8	5.9	0.1
フィリピン	431,196	4,127,536	81,470	794,390	5.3	5.2	▲ 0.1

出典：United States International Trade Commission “DataWeb”データベース（2023年12月14日付⁸⁶⁾）に基づき作成

このうち、米国における海外産海ホタテの中核を担っているとされる日本産とカナダ産について比較すると、HTSコードから両国からの輸入に占める海ホタテと湾ホタテの内訳を把握することが難しいため、単純な比較はできないものの、概して冷蔵品・冷凍品ともに日本産ホタテの価格競争力が高まっている傾向が見える。具体的には、2022年の生鮮・冷蔵品（0307.21）について、輸送コスト等の影響などから、日本産（26.5ドル）よりカナダ産（23.5ドル）が低いですが、その差は2018年の1キロ当たり8.7ドル⁸⁷⁾から2022年には3ドルまで減少した。一方、2022年のホタテ冷凍品（0307.22）では、カナダ産は30.2ドルと、輸入国の中で最も高くなっているが、日本産は3位、19.0ドルで、為替レート等の影響もあり、両国産の差は2018年の1キロ当たり5.6ドルから2022年には11.1ドルと拡大、日本産がカナダ産よりもかなり輸入単価が低下している。

【参考：中国経由で米国に輸入される日本産ホタテについて】

農林水産省が公表しているホタテ貝の国・地域別輸出額を見ると、2022年対米輸出量は1,948トンである一方、上述の米国政府発表統計では約7,942トンとなっており大きな乖離がある。

ホタテの国・地域別輸出額・量の内訳（2022年）

ホタテ貝（生鮮・冷蔵・冷凍等）の国・地域別内訳2022年				
<input type="checkbox"/> 2022年は、輸出額910.5億円と増加（前年比+42.4%）。 <input type="checkbox"/> 米国の生産減少により、米国及び中国向けが増加したことに加え、国内主産地である北海道の生産も順調。				
	国名	輸出額（量）	輸出額 前年比	輸出額 構成比
1	中華人民共和国	467.2億円（102,799トン）	+ 38.8%	51.3%
2	台湾	111.7億円（3,005トン）	+ 28.6%	12.3%
3	アメリカ合衆国	78.2億円（1,948トン）	+ 30.0%	8.6%
4	大韓民国	75.4億円（12,722トン）	+ 62.9%	8.3%
5	オランダ	53.0億円（1,422トン）	+ 73.2%	5.8%
-	その他	125.1億円（5,910トン）	-	13.7%
参考	EU	73.0億円（1,973トン）	+ 94.1%	8.0%
-	世界	910.5億円（127,806トン）	+ 42.4%	100.0%

注：四捨五入の誤差で内訳の合計が一致しないことがある。EUの数値については外貨。

財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

出典：農林水産省「2022年農林水産物・食品の輸出実績（品目別）」2023年6月⁸⁸⁾

⁸⁶⁾ <https://dataweb.usitc.gov/>

⁸⁷⁾ 小数点第二位を四捨五入した数値。

⁸⁸⁾ https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_info/attach/pdf/zisseki-44.pdf

これは日本から米国への直接輸出のほかに、中国等を経由した米国輸出が影響している可能性が高い。米国での水産物輸入に携わるある関係者は、日本から中国に輸出されたホタテの3,000-4,000 トン程度が米国向けとなり、加水によって5,000-5,500 トン程度まで増量されて、米国に輸入されていた可能性を示唆している。

こうした状況は、日本産の殻付き冷凍ホタテを、中国で解凍、殻剥き、加水処理したとしても、米国関税当局は原産国表示（country of origin）を変えるような「実質的な変更（substantial transformation）」に当たらないと考えており、中国産ではなく日本産として扱われていることが影響している。

米国において日本産ホタテ輸入に関わる複数の関係者からのコメントから、日本産ホタテの中国への禁輸措置が行われる以前、日本から中国に輸出された無加水ホタテは、中国において殻剥き、加水、冷凍され、米国に輸出されていたことがうかがえる。なお、中国による日本産ホタテの禁輸措置後は、中国で行われてきた一連の加工について、タイ、インドネシア、ベトナム等、東南アジア諸国の工場に切り替えが行われており、中国人スタッフがこうした拠点の技術指導等を担っているとのコメントも聞かれた⁸⁹。

4 加水ホタテの流通状況

現在、米国で流通しているホタテの多くが「加水ホタテ（wet scallops）」と言われている。しかし、2024年2月現在、米食品医薬品局（Food and Drug Administration：FDA）は加水ホタテの水分割合等に関して、明確な定義を定めていない。また、ホタテの加水上限等について法的に定められていないことなども影響してか、加水ホタテの普及状況について、実態を示す具体的な統計データ等は公開されていない。

4.1 加水ホタテの流通状況

米国の特に料理系メディアを中心に、米国スーパーマーケットで販売されているホタテのほとんどが加水ホタテであると伝えている⁹⁰。これに関して本調査にご協力いただいた米国においてホタテの流通・販売等に関わる関係者からは同様の意見が聞かれた。加水ホタテの流通割合について具体的な数値はわからないとしつつも、一部の米国系流通事業者からは、体感的に無加水ホタテ（主に日本食レストラン等で使用される生食用）は加水ホタテの3分の1程度ではないかとの予想が聞かれた⁹¹。

こうした中、日本産（特に北海道産）ホタテについても、かなりの割合が加水処理されている。まず、中国で加工された日本産ホタテについては、上述の通り、原産国は日本産として表示されているため、米国で流通してきた日本産ホタテのかなりの割合が加水ホタテの状態である⁹²。加えて、日本から直接米国に輸入された日本産無加水ホタテの冷凍品の約

⁸⁹ 米系水産事業者 K 社関係者インタビュー。

⁹⁰ <https://www.americastestkitchen.com/cookillustrated/articles/1875-why-you-should-avoid-wet-scallops> ；
<https://www.tastingtable.com/821569/your-scallops-will-taste-better-with-one-simple-step/>

⁹¹ 米系流通事業者 F 社関係者インタビュー、米系流通事業者 G 社関係者インタビュー。

⁹² 米系流通事業者 I 社関係者インタビュー他。

75%程度が、加熱用として米国内（マサチューセッツ州等）で加水加工されていると、米国でのホタテ流通に関わるある関係者は述べている。米国業界関係者の間では、こうした加水加工における北海道ホタテの「魅力」について言及する声は多い。上述の通り、米国ホタテ漁は日本に比べて航海日数が長く、船上で殻取りされたむき身は水や防腐剤処理されており、すでに水揚げ時点で水を吸っている。一方、北海道産の地撒き式漁業で獲られた無加水ホタテはそれまでに水を吸っていない上に、筋肉量が多いため、水分吸収率が高く、米国産よりも大きく膨張させることができる。したがって、北海道産ホタテは、米国産ホタテより加水した時の歩留まりが高く、加水が必要と考える米国ホタテ加工業者にとっても、「質の高い」ホタテとの評価を得ていることが、複数の関係者から言及された⁹³。また、加水という視点に立つと、東北などの養殖ホタテは、筋肉量が少なく加水してもあまり膨張しないため、米国に加工用としてはほとんど入ってきていないとの指摘もあった⁹⁴。

なお、ホタテの加水処理にも様々なレベルがあり、熱を加えたときに水分が出ないよう保水を目的としたもの⁹⁵から、単にサイズを大きくすることを目的としたもの、あるいはその両方がある。特に中食・外食系の顧客の場合、提供する商品によって、求める加水の水準は顧客ごとに異なる⁹⁶。例えば、高級店や生食が基本の寿司店では無加水へのニーズが高いが、それ以外のレストランの場合、しっかりと加水したものを求める店もあれば、軽く加水処理したものを求める店もあるとの意見が聞かれた。

4.2 加水ホタテの加水率をめぐる連邦政府の方針

現状、こうした加水ホタテの加水率等について、米国連邦政府の規定では明確な定義を定めていない。米国の加水ホタテの加水率をめぐる、FDA は 1992 年、水分割合が 80%以上のホタテに「水分添加」の表示に関する暫定政策方針を発表、その中で水分が 84%を超えるホタテは販売に適さないと判断していた。しかし、実際には検査の実施が難しいことから⁹⁷、2004 年にその方針を撤回し、その後、水分量の上限は定められていない（後述の通り、添加物がある場合のみ、ラベルに記載する方針となっており、ホタテの加水に使用されるトリポリリン酸ナトリウム〔sodium tripolyphosphate : STPP〕はラベル記載の対象となる）。また、大西洋ホタテの産地として有名なマサチューセッツ州ボストンの主力メディアにより、2012 年 9 月、ホタテの加水状況を批判する記事がだされた⁹⁸が、その後も加水を規制する具体的取り組みは確認されていない。

⁹³ 米系水産事業者 K 社関係者インタビュー、米系流通事業者 G 社関係者インタビュー等。

⁹⁴ 米系流通事業者 G 社関係者インタビュー。

⁹⁵ 水揚げ時に水を吸っている米国産は加水処理をしなければ、熱を加えた時に固くなるとも言われる。

⁹⁶ 米系水産事業者 H 社関係者インタビュー等。

⁹⁷ FDA 関係者インタビュー。

⁹⁸ 2012 年 9 月、ホタテの加水状況を問題視する記事がマサチューセッツ州ボストンを本拠とするメディア Boston Globe 紙や Boston.com メディア (<https://www.boston.com/news/local-news/2012/09/23/theyre-called-scallops-but-some-sold-in-grocery-stores-are-more-than-85-percent-water>) から出された。このうち、2023 年 12 月現在、一般公開されている Boston.com の 2012 年 9 月 23 日付けの記事「ホタテと呼ばれているが、食料品店で売られているホタテの中には 85%以上が水分のものがある (They're called scallops but some sold in grocery stores are more than 85 percent water)」では、大手スーパー各社のホタテの水分量について、Target の「天然オールナチュラル海ホタテ (wild caught all natural sea scallops)」は 85%、Trader Joe's の「ニューイングランド天然ジャンボホタテ

なお、NOAA Fisheries では、漁業水産物検査プログラム（Seafood Inspection Program : SIP）を実施しており、漁船、加工場、小売業者からの自主的な要請に応じて、水産物・水産加工品の関連規制の準拠状況について、有料検査サービスを提供している⁹⁹。ホタテに関しては、製品の総水分検査で 83%を超えた場合、加水処理されていると判断している¹⁰⁰。

【参考：メディアによる無加水ホタテ推奨の動き】

複数の料理系メディアにおいて、加水ホタテが米国市場で流通している実態を消費者に知らせながら、無加水ホタテの購入を推奨するような記事が複数みられた。こうした記事は、比較的教育水準が高く、健康や食事への関心があり、比較的所得の高い層をターゲットとする料理系メディアが目立つ。

例えば、米国の料理番組 America's Test Kitchen¹⁰¹ ウェブサイトに掲載された 2019 年 8 月 21 日付けの「加水ホタテを避けるべき理由（Why You Should Avoid Wet Scallops）」と題する記事においても、米国で「入手可能なホタテ貝の大部分は、販売用に冷凍される前に、ホタテ貝に水分を吸収させて保持させるトリポリリン酸ナトリウム（sodium tripolyphosphate : STPP）を含む溶液に浸漬されている」と説明している¹⁰²。そして、STPP がホタテに与える影響を正確に調べるため、無加水ホタテ（dry scallops）を購入し、STPP 溶液で加水した加水ホタテと、無加水ホタテについて、味や料理への影響等を比較した。なお、America's Test Kitchen は、ボストンのシーポート地区に広大なテストキッチンを備え、50 名のフルタイムのテスト・コック、編集者、製品テスターにより、レシピや料理器具、製品等のテストを実施、その情報を提供しており、家庭で料理する消費者から料理専門家まで、多くの信頼を得ている米国の料理系メディアとして有名である¹⁰³。America's Test Kitchen による実験の結果、以下の点を教訓として挙げている¹⁰⁴。

- ✓ 加水ホタテを購入するという事は、追加された水分量にお金を支払っていることを意味する。
- ✓ STPP 処理したホタテは、解凍と調理の両方で水分が失われたにもかかわらず、ホタテには加水プロセスで吸水した水分が残ってしまい、風味が損なわれ、不自然に弾力のある食感になってしまった。
- ✓ STPP 処理したホタテからは、フライパンに水分が多く流れ出るため、温度が下がり、焼き色がかかず、おいしく焼くことが難しいことが分かった。

（New England Wild Jumbo Scallops）」は 86%が水だったと報じた。これに対し、Target（関係者）はホタテには添加物は含まれていないと述べ、Trader Joe's（関係者）は水分が 83%未満のホタテを提供するようベンダーに要求していると、同紙にコメントしたと報じられている。

⁹⁹ <https://www.fisheries.noaa.gov/national/sustainable-seafood/seafood-fraud>

¹⁰⁰ <https://www.fisheries.noaa.gov/s3/2023-09/Part-4-Policies-Procedures-and-Requirements-for-the-Inspection-of-Fisheries-Products-on-a-lot-by-Lot-Basis-9.26.23.pdf> 26-28 ページ；加水されていないホタテ貝の総水分含量については、様々な政府機関、学界、その他の組織によって収集された研究やデータにおいて、一貫して 83%未満であったことに基づき、この数値を使用していると左記資料では説明されている。

¹⁰¹ テレビ番組（『America's Test Kitchen』、『Cook's Country』、『America's Test Kitchen: The Next Generation』）のほか、雑誌（『Cook's Illustrated』、『Cook's Country』）、料理本、ポッドキャスト（『Proof』）等を提供している。<https://www.americastestkitchen.com/guides/atk-media-contact/media-contact>

¹⁰² <https://www.americastestkitchen.com/cooksillustrated/articles/1875-why-you-should-avoid-wet-scallops>

¹⁰³ <https://www.americastestkitchen.com/guides/atk-media-contact/media-contact>

¹⁰⁴ <https://www.americastestkitchen.com/cooksillustrated/articles/1875-why-you-should-avoid-wet-scallops>

また、オンラインフードメディア **Serious Eats** のホタテレシピを紹介した 2020 年 4 月 21 日付けの記事では、加水ホタテのマイナス面を消費者に知らせ、無加水ホタテを購入するよう推奨している¹⁰⁵。同記事によれば、(米国で販売されている)多くのホタテが **STTP** で処理されており、ほとんどのスーパーで一般的に販売されているが、こうしたホタテを調理すると余分な水分がフライパンにあふれ出し、ホタテをうまく焼くことが非常に難しくなり、最終的にホタテは萎み、ゴムのようになり、青白くなると指摘している。同記事は加水の理由として、**STPP** はホタテ貝のタンパク質の構造をゆるめ、スポンジのように余分な水分を吸い上げるため、重量を増やすことになり、重量ベースで価格を設定するホタテを高く販売することができるからだと説明している。

5 流通形態

以下、業界関係者インタビュー等に基づき、輸入、加工、ディストリビューション中心に米国市場におけるホタテ流通状況と、フィールド調査を通じた小売店およびレストランの実店舗におけるホタテの販売形態状況について調査した。

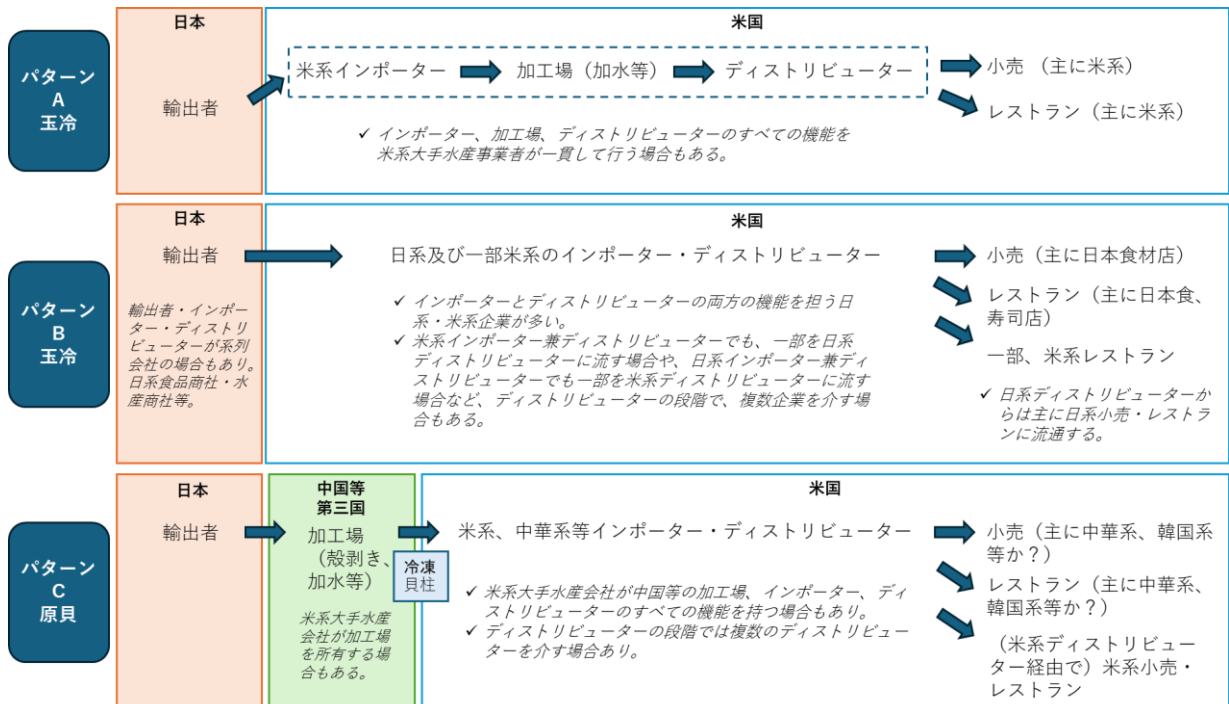
5.1 流通形態（輸入、加工、ディストリビューション中心）

ホタテは一般に、生産者、加工業者、輸出者、輸入者（インポーター）、ディストリビューター／卸売業者、小売業者又はレストラン等外食・中食事業者へと流通する。米国産ホタテは加水されることが多いため、マサチューセッツ州等集まる加工工場での加水プロセスを経ることが一般的である。こうした加水ホタテは加熱用となるが、一部のホタテは加水処理されずに生食用として、ディストリビューター／卸売業者から、米系高級レストラン等に出荷されるものもある。

これに対し、日本産ホタテについては大きく 3 つのパターンがあるとみられる。

¹⁰⁵ <https://www.serious eats.com/the-food-lab-best-seared-scallops-seafood-recipe>

図表 18 米国市場における日本産ホタテの主な流通パターン



（注）上図は調査結果をもとに代表的なパターンと予想される大枠の流れを図式化した。なお、「？」はインタビュー調査で得た業界関係者の推測に基づき記載。

出典：インタビュー調査及び関連情報を踏まえ作成

パターン A と B では、日本で殻剥き・冷凍され、玉冷として米国に輸入される。パターン A とパターン B の違いは、前者は主に加熱用の加水ホタテを扱う一方、後者は生食用として無加水ホタテが小売・外食市場に卸される点である。一方、パターン C は日本から殻付きの原貝として中国等の第三国に輸出され、そこで殻剥き、加水等を経て冷凍された加水ホタテ（加熱用）が米国に輸入される。

パターン A には主に米系事業者が携わっている。中には、米系大手水産事業者が、インポーター、加工場、ディストリビューターのすべての機能を一貫して行う場合もある¹⁰⁶。パターン B には、日系及び一部米系の事業者が主に携わっている。この中には、インポーター兼ディストリビューターとして機能する日系・米系企業も含まれる。また、米系インポーター兼ディストリビューターでも、一部を日系ディストリビューターに流す場合や、日系インポーター兼ディストリビューターでも一部を米系ディストリビューターに流す場合など、ディストリビューターの段階で、複数企業を介す場合もある（おそらくパターン A でも同じことが行われている可能性あり）。パターン C の中国等第三国で加工された加水ホタテの米国内での流通は、米系・中華系等インポーター・ディストリビューターが担っていると予想される。この中には、米系大手水産会社が中国等の加工場を所有・管理し、米国内ではインポーター、ディストリビュー

¹⁰⁶ 業界関係者コメント。

ターのすべての機能を担っている場合もある¹⁰⁷。いずれもディストリビューターの段階では複数のディストリビューターを介す場合があると予想される。

パターン A の卸先は主に米系小売・レストランとみられる。顧客ニーズに応じて、米国内工場で解凍、必要に応じたレベルの加水・保水をした商品を卸すほか、加水せず玉冷を卸す場合もある¹⁰⁸。

パターン B のうち、日系ディストリビューターの場合、主に北海道産ホタテが寿司・刺身専用として日系の日本食店・寿司店に卸されており、米系店舗への流通はほとんどないといわれる¹⁰⁹。一方、米系ディストリビューターからは、主に米系レストラン等に卸されるが、この中には特に生食用を好むような米系高級レストランや寿司店なども含まれている。また、米系スーパーマーケット・チェーン Wegmans が日本の魚力と連携して、日本産の無加水ホタテの玉冷を輸入し、解凍し、刺身用として販売するような小売店の例も登場している。そのほか、パターン B のインポーター・ディストリビューターの中には、コロナ禍以降、EC サイトを通じて消費者に水産物を直販する企業も出てきている¹¹⁰。こうしたパターン B での流通商品は玉冷が主流だが、一部、生鮮品の取り扱い例もみられる。特に高級日本食店等で使用される北海道産ホタテの生鮮品については、豊洲経由で日系インポーター・ディストリビューターが仕入れたり、高級寿司店が直接空輸で仕入れる場合もある¹¹¹。

パターン C の卸先については、インタビュー調査や文献調査を通じて具体例を確認することはできなかったが、業界関係者からは中国系や韓国系スーパーマーケットやレストランに卸されている可能性が高いとのコメントが得られた¹¹²。また、米系・中華系等インポーター・ディストリビューターから、他の米系ディストリビューター等に販売され、米系レストラン等にも広く卸されている可能性も高いとみられる¹¹³。

5.2 小売店・レストランでの販売形態

小売店とレストランについて、東部 1 都市（ニューヨーク）、西部 1 都市（ロサンゼルス）で各 2 店舗程度へのフィールド調査を行い、実店舗におけるホタテの販売形態について調査した。

小売店は、後述する水産物認証に積極的とされる Whole Foods Market について、ニューヨークとロサンゼルスの店舗をそれぞれ 1 店舗ずつ訪れた。また、それぞれの都市を代表する地域限定スーパーマーケットとしてニューヨークについては Wegmans Food Markets（Wegmans）を、ロサンゼルスについては Bristol Farms をそれぞれ訪れた。

¹⁰⁷ 米系水産事業者 K 社関係者インタビュー。

¹⁰⁸ 米系水産事業者 H 社関係者インタビュー。

¹⁰⁹ 日系事業者 E 社関係者インタビュー、日系事業者 D 社関係者インタビュー。

¹¹⁰ 米系流通事業者 I 社関係者インタビュー。

¹¹¹ Nichirei USA/Fisherking Seafoods 関係者インタビュー。

¹¹² 米系流通事業者 G 社関係者インタビュー、業界関係者コメント。

¹¹³ 米系流通事業者 F 社関係者インタビュー、米系流通事業者 I 社関係者インタビュー。

また、レストラン調査にあたっては、シーフードを扱うレストラン（日本産ホタテがすでに比較的流通しているとされる日本食店・寿司店を除く）に重点を置いた。具体的には、Google Map を使用、2024 年 1 月 6 日時点で利用者レビューに基づき、ホタテに関して評価の高いレストランを特定、それらの中から、2024 年 1 月時点で当該レストランのウェブサイトでホタテ料理を提供していることが確認できたレストランからランダムに抽出した。また、米国におけるスタイルの異なるレストランを紹介するため、各都市で 2 店舗を選ぶ際には、1 店舗は非アジア系高級レストラン、1 店舗はカジュアルなシーフード・レストランを優先的に選んだ。

5.2.1 小売店

5.2.1.1 大手スーパーマーケット：Whole Foods Market

世界最大級の電子商取引（E-Commerce：EC）サイト Amazon の子会社である Whole Foods Market は、テキサス州オースティンに本社を置く米国の大手スーパーマーケット・チェーンで、米国、英国、カナダで 530 以上の店舗を運営しており、長年に亘って持続可能な水産物の調達に向けた取り組みに注力してきた¹¹⁴。本調査で訪れたのは以下の 2 店舗である。

- ✓ ニューヨーク：10 Columbus Cir Ste Sc101, New York, NY 10019¹¹⁵（コロンバスサークル店）
- ✓ ロサンゼルス：6350 W 3rd St, Los Angeles, CA 90036¹¹⁶（サード&フェアファックス店）

ニューヨークのコロンバスサークル店はセントラルパークの南西角と向かいあう立地にあり、店舗、レストラン、高級住宅、ドイツ銀行本社、フィットネスクラブ等が入る複合施設 Shops at Columbus Circle の地下 1 階に入っている。地下鉄等の交通の便もよく、近隣の住人のほか、旅行者なども訪れやすい場所である。

図表 19 Whole Foods Market：コロンバスサークル店



左：Shops at Columbus Circle 入り口、右：地下 1 階 Whole Foods Market に降りるエスカレーター

出典：ワシントンコア（撮影：2024 年 1 月 6 日）

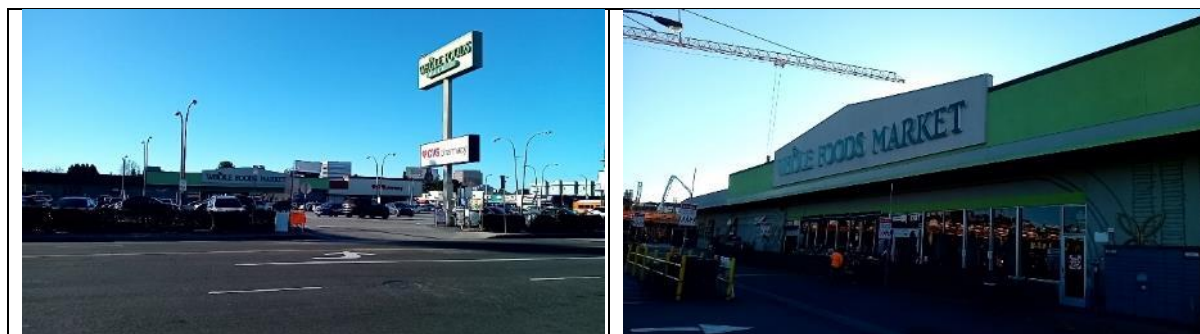
¹¹⁴ <https://www.seafoodsource.com/news/premium/foodservice-retail/whole-foods-vice-president-of-seafood-elliott-myers-dishes-on-sustainability-plan>

¹¹⁵ <https://www.wholefoodsmarket.com/stores/columbuscircle>

¹¹⁶ <https://www.wholefoodsmarket.com/stores/fairfax>

一方、ロサンゼルス・サード&フェアファックス店は、ロサンゼルス中心部にあり、24 時間セキュリティシステム付きのタウンハウス、公園、ショッピングモール「ザ・グローブ」、ロサンゼルス・カウンティ美術館等が集まる「La Brea（ラ・ブレア）」エリアの一角にある。

図表 20 Whole Foods Market：サード&フェアファックス店



左：道路の向かい側からの店舗全体（店舗前には広大な駐車場がある）、右：店舗入り口

出典：ワシントンコア（撮影：2024 年 1 月 11 日）

コロンバスサークル店もサード&フェアファックス店も、広々とした水産物コーナーがあり、消費者はガラス張りの冷蔵スペースに陳列されている商品を、店員に希望の重量や個数を伝え、量り売りで購入することができる。陳列棚の約 1/2 程度の最も広いスペースはサーモン等の切り身魚が占めており、残り 1/4 ずつが、ホタテ等の貝類・甲殻類スペースと、下味や衣などがついた水産物食品スペースとなっている。

Whole Foods Market は持続可能な方法で生産された水産物の調達に力を入れていることもあり、ガラス張り冷蔵庫周辺で消費者の目に付きやすいところに、持続可能な天然魚介類に関する認証基準である海洋管理協議会（Marine Stewardship Council: MSC）認証（後述）やモントレー水族館によるシーフードウォッチ（Seafood Watch）プログラム（後述）のラベルと簡単な説明が貼られている。また、個別の商品ラベルにもシールが貼られており、ホタテはいずれの店舗でも MSC 認証マークが貼られていた。

袋詰めの冷凍商品については、ガラス張りの冷蔵コーナーと向かいあう位置に設置されており、消費者は生鮮品（解凍品も含む）と冷蔵品を比べながら購入することができるようになっている。

ガラス張りの冷蔵コーナーで扱っているホタテについては、いずれの店舗でも冷凍品を解凍したことを示す「Previously Frozen」の表示が商品ラベルに記載されていた。なお、産地については表示されているが、加水・無加水についてはラベルには記載されていない。ただし、水産物コーナーの店員に確認すると、無加水であるとの回答が得られた。また、生食の可否について尋ねると、いずれの店舗でも基本、加熱することを推奨された。

なお、いずれの店舗でも、総菜コーナーがあり、パック詰めの寿司も販売されているが、本調査で店舗を訪れた際には、ホタテをネタとしている商品は確認できなかった（NY：2024年1月6日、LA：2024年1月11日）。

5.2.1.2 地域限定スーパーマーケット

5.2.1.2.1 Wegmans（ニューヨーク）

Wegmans Food Markets（Wegmans）は、株式非公開企業の米国スーパーマーケット・チェーンで、1916年に設立された。本社はニューヨーク州ゲイツにあり、米国東部州（8州およびコロンビア特別区）を中心として100を超える店舗を展開している（2024年2月現在）¹¹⁷。Wegmansは2023年10月18日、ニューヨークのAstor Placeに新店舗をオープンしており、同店舗では、豊洲市場の水産会社、魚力による協力のもと、豊洲市場直送の生鮮水産物が販売されている¹¹⁸。Wegmansと魚力は、15年以上協力関係にある¹¹⁹。本調査では、Astor Place店を訪れた。

✓ Wegmans：499 Lafayette St, New York, NY 10003¹²⁰（Astor Place店）

図表 21 Wegmans Astor Place（店外から撮影）



出典：ワシントンコア（撮影：2024年1月6日）

¹¹⁷ <https://www.wegmans.com/stores/>

¹¹⁸ <https://www.eatthis.com/wegmans-manhattan-location-opening/>

¹¹⁹ <https://asiamattersforamerica.org/articles/from-sushi-to-sake-japans-culinary-diplomacy-flourishes-in-dc>

¹²⁰ <https://www.wegmans.com/stores/astor-place-ny/>

Astor Place 店入ってすぐの 1 階は寿司をはじめとする惣菜コーナーとなっており、イートインスペースもある。総菜コーナーにはパック詰めの寿司があるが、2024 年 1 月 7 日に訪れた際には、ネタにホタテを使用している商品は確認できなかった。

エスカレーターで地下に降りると生鮮野菜コーナーが広がり、その奥に水産物コーナーがある。「SAKANAYA（魚屋）」の看板が掲げられ「豊洲直送」ののぼりもある。

水産物コーナーの中心に豊洲から直送された日本産鮮魚コーナーがあり、それを取り囲むように、北米産の鮮魚コーナー（一匹丸ごとの魚を陳列するテーブルのほか、ガラス張りの冷蔵庫に切り身や貝類・甲殻類を並べた量り売りコーナーが含まれる）、調理済み水産物コーナー（ホタテベーコン巻き等、加熱すればすぐに食べられる食品等）、冷凍水産物コーナーがある。ホタテについては、鮮魚コーナーにパッケージに入った北海道産ホタテ（生食用）と量り売りの米国産（海ホタテと湾ホタテ）のほか、冷凍水産物コーナーに米国産ホタテが販売されていた。

5.2.1.2.2 Bristol Farms（ロサンゼルス）

Bristol Farms はカリフォルニア州に 14 店舗を構える高級食材スーパーマーケットである。最高の味と新鮮な食材を販売し、顧客の期待を超える特別なサービスを提供することを目指し、地域社会に目を向けた事業展開をしている。同社は現在、Good Food Holdings の所有となっている¹²¹。1982 年、Bristol Farms はカリフォルニア州ローリングヒルズに最初の店舗をオープンした。このチェーンでは、「美味しいものを作り、分かち合うことで人々を結びつける」をコンセプトに、地元の肉屋、パン屋、専門食料品店の親しみやすさと品質を一つの店舗で融合させることに使命感を持っている。また南カリフォルニアで初めてレストラン品質の寿司を提供した食料品店としても知られている¹²²。本調査で訪れたのは以下の店舗である。

¹²¹ <https://www.bristolfarms.com/>

¹²² https://goodfoodholdings.com/bristol_farms

- ✓ Bristol Farms : 3105 Wilshire Blvd, Santa Monica, CA 90403¹²³ (サンタモニカ店)

図表 22 Bristol Farms サンタモニカ店 (店外から撮影)



出典：ワシントンコア (撮影：2024年1月12日)

Whole Foods Market サード&フェアファックス店の水産物コーナーと比べると、面積も狭く、ややこぢんまりとした印象を受けるが、鮮度の高そうな水産物が並んでいる。Whole Foods Market の水産物コーナーの店員は2名体制が多いが、Bristol Farms サンタモニカ店は1名だった。店員によれば、地元水産物卸業者の Santa Monica Seafood から仕入れているとのことだった。

Whole Foods Market と同じく、サーモン等の切り身魚類のスペースが大きく、水産物コーナーの中心に置かれていて、その両脇に貝類・甲殻類と下味付きの商品のスペースがそれぞれ置かれている。なお、同コーナーでは持続可能な漁業に関する認証等の表記は目につかなかった。

袋詰め冷凍商品については水産物の冷蔵コーナーとは少し離れた、ワインコーナーを挟んで冷凍庫が立ち並ぶコーナーの一角に Atlantic Capes Fisheries が製造する冷凍水産物「Wixter Seafood American」が置かれており、冷凍ホタテ「Wixter Seafood American Scallops (20-30 ct per lb sized、無加水、マサチューセッツ産)¹²⁴」も取り扱っていた。ただし、背の高い冷凍庫の一番上の隅にあり、エビやサーモンの方が消費者の手に取りやすい位置に置かれていた。

レジの近くに広々とした総菜コーナーがあり、パック詰めの寿司が販売されていたが、2024年1月12日に訪れた際にはネタにホタテを使用している商品は確認できなかった。

¹²³ <https://www.bristolfarms.com/stores/santa-monica>

¹²⁴ <https://wixterseafood.com/products/wixter-seafood-american-scallops>

5.2.2 レストラン

5.2.2.1 東部都市：ニューヨーク

5.2.2.1.1 Limani（高級地中海レストラン）

全米に5店舗展開する高級地中海料理のレストランである。ニューヨークのトップギリシャレストラン Estiatorio Milos でシェフを務めた M.J. Alam 氏が総料理長を務めるこのレストランは、地中海から毎日空輸される魚の丸焼きなど、新鮮な味を売りとしている。最高級の地中海料理はもちろん、世界各国のワインや特製カクテルを提供し、高い天井、白い革張りの座席、青いインフィニティ・プール、白い大理石のバーなど、素晴らしい雰囲気の中で新鮮な料理を提供している¹²⁵。

図表 23 Limani（店外から撮影）



出典：ワシントンコア（撮影：2024年1月7日）

ニューヨーク店はクリスマス・ツリーで有名なロックフェラープラザ（Rockefeller Plaza）の一角に入っている。2024年1月7日昼過ぎに訪れた際は、ランチがほぼ終了したタイミングであったため、大部分のテーブルは空席だったが、埋まっていた2テーブルは白人系アメリカ人の顧客であった。

店内奥のキッチン近くには鮮魚コーナーがあり、入荷したばかりの新鮮な水産物を使って、刺身（sashimi）やタルタル等を提供している生食料理「Raw Bar」用として提供されるとテーブル担当の店員が説明してくれた（2024年1月7日時点で入荷していたホタテ産地は、おそらくマサチューセッツ州だと思ふとの説明であった）。

ホタテは「Raw Bar」用として入荷することもあるが、2024年1月の定型メニューの中で、ランチメニューとメインディッシュで計2種類提供されていた。ランチメニューは39ドル（税抜

¹²⁵ <https://www.forbes.com/sites/lisakocay/2022/06/30/insider-limani-new-york-a-restaurant-delivering-fresh-flavors-of-mediterranean-cuisine/?sh=595e55644357>

き)の平日限定コースに含まれるアペタイザーの選択肢のひとつとして盛り込まれている。一方、ランチ・ディナー共通の単品メニューとしては、カナダ産ホタテを使い、グリルされたパプリカの上に、ホタテとオニオンの串焼きが載せられ、オリーブオイルがかかった一品(28ドル、税抜き)が提供されていた。なお、テーブル担当店員に無加水のホタテを使用しているか否かを尋ねたが、加水・無加水の違いを認識していなかった。

5.2.2.1.2 Cull & Pistol (カジュアル系、オイスターバー、小売店併設)

Cull & Pistol Oyster Bar は、ニューヨーク市のチェルシー・マーケット (Chelsea Market) の中心に位置するミシュランが認めたシーフード・レストランである¹²⁶。2013年のオープン以来、地元の人々や観光客に愛されるレストランとして定着している。シーフード・マーケットの Lobster Place とは隣接した姉妹店であるため、新鮮でバラエティ豊かな食材を最大限に活かした季節のメニューで知られている。バター風味のロブスター・ロールからフィッシュ&チップス、炙りホタテ、生食のセレクションまで、あらゆる料理を提供している。現社長 Ian MacGregor は 2009 年、家族経営を引き継いだあと、小さなシーフード・ショップだった Lobster Place を繁盛させ、評判の高い魚の卸売・小売りビジネスに成長させた¹²⁷。今では、ニューヨークの「最も舌の肥えた」シェフ 400 人以上と、6,000 平方フィートのチェルシー・マーケット (菓子工場を改造した屋内マーケットでニューヨークのグルメスポットのひとつ。屋内マーケット内には数多くの店舗が軒を連ねる)を訪れるシーフード愛好家にシーフードを提供している¹²⁸。2024 年 1 月 6 日昼に訪れた際は、ほぼすべてのテーブルが埋まっており、白人系アメリカ人の顧客が中心であった。

図表 24 Cull & Pistol Oyster Bar (店外から撮影)



出典：ワシントンコア (撮影：2024 年 1 月 6 日)

¹²⁶ <https://www.lobsterplace.com/our-story/>

¹²⁷ <https://www.cullandpistol.com/>

¹²⁸ https://www.huffpost.com/entry/an-inside-tour-of-nycs-la_b_776080

図表 25 隣接するシーフード・マーケット：Lobster Place（店外から撮影）



出典：ワシントンコア（撮影：2024年1月6日）

Cull & Pistol Oyster Bar は生ガキを中心としたメニューを提供するオイスターバーであるが、新鮮な Driver Scallops を使ったスペシャル・メニューを提供している。この料理で使用しているホタテについて尋ねると、マサチューセッツ産の天然殻付き活ホタテで、隣接のシーフード・マーケット Lobster Place¹²⁹経由で入手していると担当の店員に説明してくれた（2024年1月6日）。シンプルにオリーブオイル、柚、シーソルトで軽くマリネした生ホタテが、ホタテ貝の上に盛られて提供されている。

5.2.2.1 西部都市：ロサンゼルス

5.2.2.1.1 Dear Jane's（高級シーフード・レストラン）

Dear Jane's はカリフォルニア州マリナ デルレイで Josiah Citrin 夫妻が営むシーフード・レストランである。ベテランシェフが最高級の食材を使ってシンプルに調理する、クラシックな昔ながらのアメリカン・シーフード料理を中心であり、メニューは 60 年代、70 年代、80 年代の伝説的なシーフード・レストランのものを再現している。高級感がありながら、最新で親しみやすい。ミシュランでも紹介されている。2024年1月10日夜に訪れた際は、ほぼすべてのテーブルが埋まっており、白人系アメリカ人の顧客が中心であった。

ホタテを使った料理は、当店の看板メニューの「シーフードタワー（Seafood Tower）」で、大きな皿が二段に重ねられたタワーには、生牡蠣や二枚貝、海老、ロブスター、石ガニ爪とともに北海道産ホタテが使われている。特に北海道産ホタテは、2 段目の中心の一番目立つところにスライスされ、カルパッチョにして提供されている。同店の関係者によれば、北海道産ホタテは地元水産卸業者の Santa Monica Seafood（後述）が同店に卸している。このほか Dear Jane's では、日本産ブリを使ったカルパッチョもメニューに載せている。

¹²⁹ Lobster Place では、殻付き Diver Scallops が 1 ポンド 11.95 ドルで販売されていた（2024年1月6日）。

5.2.2.1.2 Santa Monica Seafood Market & Café（水産加工、卸売、小売、レストラン）

Santa Monica Seafood は南カリフォルニアを拠点とする生鮮・冷凍シーフード加工販売業者であり、また米国南西部最大のシーフード専門の流通業者である。1939年に設立されて以来、4代続く家族経営を行い、南カリフォルニアでトップクラスのシーフード流通業者として成長した。小売業は、サンタモニカ桟橋でレストランや桟橋を訪れる顧客に新鮮なシーフードを販売することから始まり、その後何度か店舗を移転したが、現在は南カリフォルニアの2つの店舗で質の高いシーフードを提供している。顧客は店舗で直接買い物ができることに加え、今回訪れた Santa Monica Seafood Market & Café は、カフェ、オイスターバーを併設しているため、店舗内で商品を食べたり、テイクアウトや配達を頼んだりといったこともできる¹³⁰。

創立時と変わらず、「最高品質の製品を適正な価格で提供する」を理念に掲げ、現在では倫理的で持続可能な魚の調達、漁業と養殖業の改善への積極的な関与、顧客と一般大衆の両方への教育が求められている。モンレーベイ水族館のシーフードウォッチプログラムと提携していることに加え、国際食品安全イニシアチブ（Global Food Safety Initiative：GFSI、後述）により、食品安全の認証スキームのひとつとして承認された食品安全国際規格の Food Safety System Certification 22000（FSSC 22000）認証を取得しており、世界最高の食品製造システムを備えた企業から製品を購入していること、および取り扱う商品がすべての品質、安全性、ラベル表示要件を一貫して満たしていることを保証している¹³¹。

図表 26 Santa Monica Seafood Market & Café（店外から撮影）



出典：ワシントンコア（撮影：2024年1月12日）

¹³⁰ <https://smseafoodmarket.com/about-us/>

¹³¹ <https://smseafoodmarket.com/about-our-seafood/>

2024年1月12日昼に Santa Monica Seafood Market & Café のカフェ・エリアを訪れた際には、ほぼすべてのテーブルが埋まっており、白人系アメリカ人が多いとはいえ、多様な客層が食事を楽しんでいた。同店のメニューでは、マサチューセッツ産の無加水天然ホタテを使ったホタテのソテーに、ほうれん草とリコッタチーズのラビオリ、黄色カボチャ、ズッキーニに、赤ワインソースを添えた料理が提供されていた。また、この料理に使われたホタテのむき身は小売りコーナーでも1ポンドあたり\$38.99で販売されていた。なお、小売コーナーの店員によれば、小売コーナーでは日本産ホタテは常時扱っていないが、取り扱っている時もあるとの話が聞かれた（具体的タイミングについてはこの店員は回答できないとのことだった）。

6 米国人消費者のホタテについての認識・嗜好

米国の消費者が無加水ホタテと加水・ホタテの違いを認識しているかどうかは、その人の料理に関する知識や経験によって異なる。一部の高級レストランで料理にこだわって食事をする消費者や、オーガニック食品に関心が高い消費者は、その違いを認識している可能性が高いが、一般的な消費者や魚貝類にあまり馴染みのない消費者は、違いを認識していない可能性が非常に高い。また加水と無水に関する消費者の理解や、ホタテの生食・加熱、水産物のフレッシュ神話等については、文献調査からでは把握しづらい点でもある。

本調査では、現地業界団体、その他業界関連ステークホルダー等へのインタビューを通じて、加水・無加水に対する認識を含め、米国消費者の理解に努めた。具体的には、消費者の地理的特徴、加水・無加水に対する認識、国産品 vs 輸入品、生食 vs 加熱、生鮮品 vs 冷凍品、持続可能性・安全性への関心、コロナ禍による変容：水産物の家庭での調理について、以下、得られたコメントを元に整理した。

6.1 地理的特徴

米国産の水産物の消費は主に西と東の沿岸部に集中している。東海岸では北はメイン州からサウスフロリダ、西海岸ではバンクーバーからカリフォルニア州までが主要地域とされる。一方、内陸部では、テキサス州やイリノイ州の一部の大都市圏を除き、沿岸部に比べて普段から水産物を食べる習慣がないとされる¹³²。

6.2 加水・無加水に対する認識

ほとんどの米国人は無加水、加水の違いを認識していない¹³³。それどころか、米国の消費者はホタテの味の違いをあまり感じておらず、STPP等が添加されていない無加水ホタテを手に入れることよりも、節約を好む傾向があると答えた業界関係者もいる¹³⁴。近年、料理系オンラインメディアやグルメ系ブロガーなどが無加水ホタテを宣伝しているからとあって、市場が無加水ホタテを好むようになることや、そうした宣伝方法が市場を一方的に変える可能性は低い。消

¹³² 日系事業者 D 社関係者インタビュー。

¹³³ 米系流通事業者 F 社関係者インタビュー、米系流通事業者 I 社関係者インタビュー。

¹³⁴ 米系水産事業者 H 社関係者インタビュー等。

消費者は自身が摂取する食品の出所に敏感であると思いがちだが、実際はそういった知識はほとんど無く、消費者の判断基準は、味や価格と言った単純なものであるというコメントが複数の業界関係者から聞かれた¹³⁵。

6.3 国産品 vs 輸入品

米国の一般消費者の間では、国産品の方が輸入品より良いという認識があるといった意見や、小売店で国産品と日本産品の選択肢があれば、一般に米国消費者は国産品を選ぶだろうという声が業界関係者から聞かれている¹³⁶。

6.4 生食 vs 加熱

水産物の料理方法は、依然として加熱が一般的である。しかし、寿司人気徐徐に全米に広がっており、生の水産物を食べるということが少しずつ浸透してきて、長い目で見れば、ホタテを生で食べる米国人は今後増える可能性がある。水産物を食べる人口は沿岸部に集中しているため、市場の伸び代はやはり沿岸部である¹³⁷。一般的に、米国消費者が好むのは、柔らかくて大きいホタテであり¹³⁸、加水することによって鮮度を落とし、柔らかくなっているホタテを、オリーブオイルやバターでソテー食べることを好む¹³⁹。日本産の生食用ホタテは刺身にした時歯応えがあるように考えられているため、加熱すると貝柱が硬くなりすぎると考えられている¹⁴⁰。

なお、生でホタテを食べる客は貝柱の食感が好きなため、刻む必要のある巻物ではなく、生のスライスを提供する傾向もみられる¹⁴¹。

6.5 生鮮品 vs 冷凍品

米国消費者は、一般的に冷凍されたことのない生鮮品が好き（「フレッシュ神話」）と言われるが、行動はそれに反するとの指摘もある¹⁴²。実際、米国で最も消費されている水産物はエビだが、そのほぼ全てが輸入されたものであり、その 99%が冷凍されている¹⁴³。なお、オレゴン州立大学フード・イノベーション・センター（Food Innovation Center : FIC）が行った、アラスカ産ホタテの生鮮品と冷凍品の食感の違いを被験者に比較してもらうブラインドテストの結果によると、被験者は見た目や香りの違いは気づかなかった（以下、参考①に関連情報あり）。また、調査全体を通じた注目すべき発見として、被験者は生鮮品よりも冷凍品を好み、冷凍品

¹³⁵ 米系流通事業者 F 社関係者インタビュー、米系水産事業者 H 社関係者インタビュー、米系流通事業者 I 社関係者インタビュー。

¹³⁶ 米系流通事業者 F 社関係者インタビュー、米系水産事業者 H 社関係者インタビュー。

¹³⁷ 日系事業者 D 社関係者インタビュー。

¹³⁸ 日系事業者 E 社関係者インタビュー、米系流通事業者 G 社関係者インタビュー、米系外食事業者 J 社関係者インタビュー。

¹³⁹ 米系流通事業者 G 社関係者インタビュー。

¹⁴⁰ 米系外食事業者 J 社関係者インタビュー。

¹⁴¹ 日系事業者 D 社関係者インタビュー。

¹⁴² 日系事業者 E 社関係者インタビュー、米系流通事業者 F 社関係者インタビュー。

¹⁴³ 米系流通事業者 F 社関係者インタビュー。

の方が生鮮品に比べて高品質（食感としての評価が高い）と評価した。また、食感の評価から、被験者は生鮮品よりも冷凍品に対する購入意向が高かった¹⁴⁴。

【参考①：最近の生鮮品対冷凍品をめぐる米国消費者動向】

2020年、米国での生鮮食品の売上高は前年と比べ、10%以上増加した。これはパンデミックによる影響が大きいと思われたが、翌年の2021年の売上高もパンデミック前2019年の売上高を大幅に上回った。しかし、2020年の冷凍食品の売上高の伸びは、その倍を上回る21%増を記録した。冷凍食品の中でも、生鮮食品に最も近いもの、すなわち、冷凍肉、鶏肉、水産物、果物、野菜などの売上高の伸びはさらに大きく、冷凍食品の伸び率は生鮮食品を上回り続けている。

この消費者行動の変化を受けて、Deloitteが2021年7月に米国の成人消費者2,000人（18から70歳）を対象として行った調査¹⁴⁵では、消費者の間で冷凍食品の人気が高まっている理由は、三つのPにあることがわかった。

- ✓ 傷みにくさ（Perishability）：冷凍食品の保存期間は生鮮食品と比べ圧倒的に長い。買い物の頻度の変化も冷凍食品の売上高が伸びた一因であり、パンデミックにより頻繁に買い物をする人が減った一方、買い溜めをする人が増え、また米国でその新しい買い物習慣が定着した。
- ✓ 価格（Price）：回答者の9割が生鮮食品を購入する際に最も重要なのは価格と答えた。また米国はコロナ禍以降のインフレの影響で、従来以上に消費者は食品の価格に過敏になっている。回答者の6割が生鮮食品は冷凍食品よりも高いと回答。また6割近くが、生鮮食品の価格は冷凍食品の価格よりも不安定だと認識しており、これは食品価格に関して安定を望む傾向にある消費者にとって、冷凍食品への購買意欲に繋がる。
- ✓ 好み（Preference）：最近の冷凍食品は全体的に好意的なイメージを持たれることが多い。現在の冷凍食品は、味や利便性だけでなく、健康面や栄養面も重視されるようになってきている。調査の中で、消費者の半数が冷凍食品を調理するのは生鮮食品を調理するよりも簡単だと答え、また半数以上が冷凍食品にはビタミンや栄養素を保つ能力があると答えている。冷凍食品に対する全体的に好意的なイメージは、消費者の嗜好データにも反映されており、約半数の消費者が冷凍食品は生鮮食品と同等かそれ以上に優れていると回答した。この傾向は、冷凍食品の種類が増え、冷凍食品に対する偏見が少なくなった現代で育ったであろう若い消費者の間で最も顕著であった。

また、米国消費者による冷凍食品への注目度の上昇は、冷凍水産物にも当てはまる。2022年に掲載されたSeafood Sourceの記事¹⁴⁶によると、コロナ禍に起因するインフレにより、米国の生鮮水産物の売上は減少した一方、冷凍水産物と缶などの常温保存可能な水産物の売上は増加した。

¹⁴⁴ オレゴン州立大学 フード・イノベーション・センター（FIC）関係者インタビュー。

¹⁴⁵ <https://www2.deloitte.com/xe/en/insights/industry/retail-distribution/future-of-fresh-food-sales/future-of-food-survey.html>

¹⁴⁶ <https://www.seafoodsource.com/news/foodservice-retail/inflation-dents-us-fresh-seafood-sales-though-frozen-and-ambient-sales-up>

2022年4月の冷凍水産物の売上は前年同月と比べ2.8%増加し、常温保存可能な水産物の売上は9.6%増加した。この原因は、生鮮水産物価格の高騰にある。2022年4月の生鮮魚介類価格は平均前年比の13.5%値上がりし、3月の12.1%値上りを上回った（生鮮貝類の価格は2.3%の値上がり）。特に、ヒラメの平均価格は20.9%値上がりし、1匹あたり10ドルを超えた。これを受けてか、2022年4月の生鮮魚介類の売上高は11.8%減の4億9,300万ドルとなった。また、生鮮水産物販売量は依然として2019年の水準を下回っており、特に生鮮貝類は深刻で、販売量は2019年4月レベルを11.6%も下回っている。さらに、ウクライナ戦争やロシアへの制裁によって、水産物の価格はさらに高騰し、特にカニ、タラ、スケソウダラに大きく影響が出ると予想されている。

しかし、この価格上昇の流れにもかかわらず、冷凍水産物の売上高は前年比2.8%増を記録した。冷凍魚貝類の売上は7.9%急増し、冷凍生エビの売上は3.2%増加した。また、常温保存可能な水産物はドル売上高が9.6%増加し、数量は6.5%増加した。インフレの時期には、冷凍品と缶詰は、保存期間と価格及び消費者の価格認識という点で、生鮮品に比べ優れている。冷凍品と缶詰は生鮮品のように購入後数日以内に消費する必要はなく、多くの消費者は生鮮品より冷凍品の方が安いと信じているからである。

さらに、オレゴン州立大学フードイノベーションセンター（FIC）が漁業事業者、漁師協会、非営利団体、また企業と共同で行った冷凍水産物の品質と消費者の味覚に関する研究報告書¹⁴⁷によると、急速冷凍された水産物は、小売店で販売される生鮮水産物よりも新鮮で高品質になりうるということがわかった。この研究では、消費者の嗜好、また品質と鮮度の二つの検証から、冷凍水産物と生鮮水産物を比較した。

まず、消費者の嗜好の検証では、一本釣りで釣り上げた後に急速冷凍した魚（ギンダラとギンザケ）と、オレゴン州ポートランドの高級食料品店で購入した同じ魚の鮮魚両方を調理し、募集した約150名の参加者に、目隠しをした状態で味を比べてもらい、違いを認識できるかどうか、また認識できた場合、どちらが好きかを調査した。結果、参加者のほとんどは、風味と食感から二種類の魚の違いを認識することができた。そして、見た目、香り、味、食感、品質、全体的な好み、購入意向など、さまざまな要素を評価するアクセプタビリティ・テストで参加者は、すべてのカテゴリーにおいて、急速冷凍された魚は鮮魚よりも魅力的であるまたは同じであると回答した。一般的な推測に反して、この検証では高級食料品店で購入した鮮魚は参加者の間で明らかに人気なかった。

また、品質と鮮度の検証では、研究チームメンバーであるSeafood Analyticsが開発した、低周波電流を流して魚の鮮度と品質を測定するSeafood-Certified Quality Reader (CQR)装置を用いて、細胞レベルで導電率を測定し、魚全体と切り身の両方を含んだ鮮度と品質を判断した。その結果、小売店で購入された新鮮な魚は、一本釣りした後急速冷凍された魚よりもはるかに品質が劣っていた。

これらの結果は、新鮮で未冷凍の水産物が最高品質であるという多くの消費者の認識に反するものである。別の観点から見ると、この結果は消費者の好みを高品質な急速冷凍水産物にシフトさせる可能性を示している。例えば、消費者が急速冷凍水産物の付加価値についてより良い情報を得ることができれば、小規模漁業や地域の水産経済を支えるために、多大な影響を与える可能性がある。

またこの研究の後、ギンダラとギンザケ以外の水産物でも検証され、2019年にはホタテでの検証も行われた¹⁴⁸。100人近い参加者に目隠しをした状態で生鮮ホタテと急速冷凍したホタテ

¹⁴⁷ <https://ecotrust.org/publications/a-fresh-look-at-frozen-fish/>

¹⁴⁸ <https://www.opb.org/news/article/seafood-fish-fresh-frozen-oregon-state-taste-test/>

を食べてもらい、違いを認識できるか、またどちらが好きかを検証した。結果、前回の検証結果と一致し、冷凍品は生鮮品と同じくらい、あるいは生鮮品よりも好まれた。

オレゴン州立大学の教授は、この結果について、急速冷凍技術の向上により、海上で、あるいは水揚げ後数分で鮮度を閉じ込めることができるようになったため、食料品売り場で売られている輸送や冷蔵保存に何日も費やされた生鮮水産物と比べ、好まれたのではないかと言及している。

6.6 持続可能性・安全性への関心

一般消費者の持続可能性への関心が高まっているという意見がある¹⁴⁹（以下、参考②に関連情報あり）一方、現状では、米国の消費者はホタテの資源としての持続可能性や安全性をあまり気にしていないとの指摘も同様に業界関係者からコメントされている。その背景のひとつとして、米国の消費者は、米国で販売されているホタテは当然、間違いのないものであると考えており、持続可能性に関する認証ラベルの有無は消費者の購買行動にそれほど影響を与えていないとの指摘もみられる¹⁵⁰。

なお、FICが実施した消費者がホタテを購入する際に重視する点に関する調査では、回答の選択肢5項目（品質、値段、産地、持続可能性、安全性）のうち、消費者が最も重要と考えた項目は「品質（食感の評価）」であり、これに「価格」、「産地」、「持続可能性」、「安全性」が順に続く結果となった。これについて FIC 関係者は、米国の消費者は、持続可能性は低いが高品質なものを選択することはあっても、持続可能性は高いが品質が低いものを選ぶことは少ないと分析することができるとし、高いお金を出して買うからには、確実に美味しく食べられる高品質のものを買いたいと考える傾向がある¹⁵¹とコメントした。加えて、FIC 関係者は、特に水産物の場合、消費者は品質が低いものを食べると、病気になる恐れがあることを理解しているため品質を重視する傾向があるとし、品質と安全性について、消費者が結びつけて考えている可能性を示唆している。

¹⁴⁹ 米系水産事業者 H 社関係者インタビュー。

¹⁵⁰ 米系水産事業者 K 社関係者インタビュー。；

持続可能性だけでなく、安全性に関しても、「米国で販売されている」食品は間違いないと考える消費者が多い傾向を示す調査結果がある。栄養と食品の安全に関するオンラインメディア Food Insight は「消費者調査: 食品の安全に関する傾向、習慣、態度 (Consumer Survey: Trends, Habits and Attitudes Related to Food Safety)」と題する調査 (2020年7月、18歳以上の成人を対象に1,000人にインタビュー) を実施、その結果を2020年9月付で公表したが、米国消費者のうち、食品の安全性を気にする人と気にしない人の割合は半々に分かれるものの、食品業界は食品安全を優先しているとの見方をする割合が多いことが分かった。具体的には、家庭で食事を準備する際に、食品の安全性 (Are you concerned about the safety of your food when preparing food at home?) について「大変気にする (Yes, very concerned)」又は「ある程度気にする (Yes, somewhat concerned)」と回答した件数の合計は、調査対象者の49%であった一方、「全く気にしない (No, not at all concerned)」又は「さほど気にしない (No, not that concerned)」は50%であり、半々に割れた。同調査ではまた、食品業界が食品安全を優先して対応していることに、多くの消費者が同意していることも判明している。具体的には、調査対象者の6割が、食品業界にとって食品安全が最優先事項であることに「同意 (28%)」又は「どちらかといえば同意 (32%)」しており、「同意しない (4%)」又は「どちらかといえば同意しない (9%)」との回答ははるかに少数だった。

<https://foodinsight.org/consumer-survey-trends-habits-and-attitudes-related-to-food-safety/>

¹⁵¹ オレゴン州立大学 フード・イノベーション・センター (FIC) 関係者インタビュー。

【参考②：水産物の持続可能性に関する認証に対する消費者の関心：米国と日本】

持続可能性に関する調査・コンサルタントを事業とする調査会社の GlobeScan¹⁵²が 3,600 人以上の米国人を対象に実施した 2020 年の調査によると、米国人は海洋汚染、乱獲、気候変動の影響についてますます懸念を深めており、海洋の健全性と魚の個体数の減少は、米国消費者が最も懸念する環境問題の第 3 位にランク付けされた¹⁵³。

その上で、64%の米国人は小売業者やブランドが主張する持続可能性や環境について、第三者機関による明確な表示が必要だと考えており、買い物客の 49%は持続可能性が認証された漁業で生産された水産物に、より高い金額を支払うことも厭わないと感じていることが分かった。また、米国の水産物消費者の 55%が、海を守るためには持続可能な漁場からの水産物のみを消費する必要があることに同意した。

また、海洋管理協議会（MSC）認証（後述）表示への信頼度は 2018 年以降増しており、米国消費者の 73%が MSC のラベルを信頼していると回答した。また MSC を認知している消費者の 53%は、MSC 認証製品を知人に勧めたいと回答した¹⁵⁴。

一方、日本人消費者の水産物の持続可能性に対する意識はまだ低い。日本の MSC 認定漁業者と MSC 流通加工段階認証（Chain of Custody : CoC）認証（後述）を保持する事業者に対して行われた 2022 年の調査¹⁵⁵では、認証取得に対する消費者の反応について、CoC 認証取得事業者の約 60%が不明（無反応及びその他）と回答し、約 20%が「反応あり」、約 20%が「無反応」であったと回答した。

消費者への期待に関しては、70%以上の流通業者が「持続可能性と MSC または水産養殖管理協議会（Aquaculture Stewardship Council : ASC、後述）認証の認知度を高める」ことを選んだ。また流通業者は、消費者が積極的な購買行動を起こす以前に、日本市場において水産物の持続可能性について認知度を高める必要があると理解していることが判明した。

6.7 コロナ禍による変容：水産物の家庭での調理

米国人はコロナ禍を通して、以前よりも家庭での調理用に水産物を購入する機会が増えたが、先の FIC の調査から、多くの人々が水産物を依然として高価なものだと認識していることが分かる¹⁵⁶。米国の一般消費者の中では、ホタテは寿司屋で食べるというイメージがあり、家庭で食べてもらうためのマーケティングを考える必要がある。有名シェフなどにプロモーションに協力してもらったらいという業界関係者からの意見もある¹⁵⁷。

一方で、コロナ禍を通じて、米国では Amazon などの EC サイトを通じたオンライン販売が急速に加速、それに伴い、水産物のオンライン販売も盛んになった¹⁵⁸。水産物も寿司屋やレストラ

¹⁵² MSC のレポートにも引用されている。 https://www.msc.org/docs/default-source/na-files/rise-of-conscious-consumer-infographic.pdf?sfvrsn=8130f176_4

¹⁵³ <https://globescan.com/2020/06/08/msc-consumers-vote-with-their-forks-sustainable-seafood/>

¹⁵⁴ https://www.msc.org/docs/default-source/na-files/rise-of-conscious-consumer-infographic.pdf?sfvrsn=8130f176_4

¹⁵⁵ <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/20/13523>

¹⁵⁶ オレゴン州立大学 フード・イノベーション・センター（FIC）関係者インタビュー。

¹⁵⁷ 米系流通事業者 G 社関係者インタビュー。

¹⁵⁸ 米系水産事業者 H 社関係者インタビュー。

ンで食べるより、自ら購入して自宅で調理した方が遥かに安く食べられるという認識も一部の消費者の間に広がりつつある。例えば、ニューヨークのシーフードベンダーの EC サイトで北海道産ホタテを購入する消費者もおり、こうした消費者は、北海道産ホタテをレストランで食べたことがあり、その価値や魅力を知っていることがわかっている¹⁵⁹。また、Instagram、Google、Facebook などの主流のソーシャルメディアのほか、Eater¹⁶⁰等をはじめとする料理系メディア等からも情報を得ている。

7 小売店におけるホタテの販売促進方法

7.1 小売 EC サイトでの取扱状況

米國小売店で取り扱っているホタテ商品について、上述の「米国人消費者のホタテについての認識・嗜好」で取り上げた消費者の地域的特徴の把握という観点も視野に入れ、主な米系スーパーマーケットで販売されている商品について、地域別の店舗で取り扱っている商品を掲載する EC サイトを活用し、比較した。具体的な調査方法は以下の通り。

① 全国展開する大手スーパーマーケット・チェーン：

全米レベルで展開する大手スーパーマーケット・チェーンであり、EC サイトを利用して、実店舗での取り扱い商品を検索することが可能な Walmart を調査対象とした¹⁶¹。同スーパーマーケットは、全米に数多くの店舗を構えることから、米国国勢調査の都市別人口データより、東部、西部、中西部、南部の 4 地域でそれぞれ最も人口の多い 4 都市ニューヨーク州ニューヨーク (New York、NY 州)、カリフォルニア州ロサンゼルス (Los Angeles :)、イリノイ州シカゴ (Chicago)、テキサス州ヒューストン (Huston) を選び¹⁶²、各都市中心部の郵便番号 5 桁を Walmart のウェブサイトで見つけ、最寄りの店舗を選択した (NY : 10036、LA : 90012、Chicago : 60606、Houston : 77005)。そのうえで、各店舗で扱っている「Scallops」を検索し、表示された上位 5 位までの商品を抽出した。なお、掲載順位順に記載したため、調理済み (焼きホタテ、乾燥ホタテ、グリル用にベーコンがまかれた下ごしらえ済み商品等) も含めている。

② 地域限定スーパーマーケット：

持続可能性やオーガニック等の商品に関心が高く、比較的所得が高めの世帯をターゲットとしている地域限定スーパーについても、取り扱いホタテ商品を比較した。具体的には料理系メディア「Food and Wine」の「主な米国スーパーマーケット特集 (2023 年)¹⁶³」で取り上げられた東部、西部、中西部、南部の地域限定スーパーマーケットの中から、各地域を代表するスーパーマーケットを調査対象とした。具体的には、Wegmans (東部)、New Seasons (西部)、

¹⁵⁹ 米系流通事業者 I 社関係者インタビュー。

¹⁶⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=Jhx1OG7t9RI>

¹⁶¹ なお、Whole Foods Market については、Amazon 傘下に入って以降、EC での販売は Amazon.com プラットフォーム上で行われている。そのため、Amazon.com プラットフォーム上で検索すると、郵便番号ごとに配達可能な商品を表示することはできるが、具体的な Whole Foods Market の実店舗での取り扱い状況を示しているとは言い切れない。そのため Walmart を対象とした。

¹⁶² <https://www.census.gov/newsroom/press-releases/2023/subcounty-metro-micro-estimates.html>

¹⁶³ “The Best Supermarkets in America”: <https://www.foodandwine.com/lifestyle/best-supermarket-america-usa>

Hy-Vee（中西部）、H-E-B（南部）の各スーパーマーケットのウェブサイトで、「各店舗（In Store）」で扱っている「ホタテ（Scallops）」を検索し、表示された最大上位 5 位までの商品を比べた。なお、掲載順位順に記載したため、調理済み（焼きホタテ、乾燥ホタテ、グリル用にベーコンがまかれた下ごしらえ済み商品等）も含めている。

東部の Wegmans については、NY 中心部の郵便番号（10036）を検索し、最も近い店舗を選択した。西部の New Seasons は、同スーパーマーケットのある西部主要都市であるワシントン州シアトル（Seattle）市役所の住所を入れ、最も近い店舗を選択した。中西部 Hy-Vee は中西部主要都市のひとつミネソタ州ミネアポリス（Minneapolis）市役所の住所を入れ、最も近い店舗を選択した。南部 H-E-B はテキサス州ヒューストン（Houston）市役所の住所を入れ、最も近い店舗を選択した。また、Wegmans については、ワシントン DC（南部）にも店舗があるためこれも対象とした。

図表 27 調査対象としたスーパーマーケット・チェーンの概要（2023 年 12 月現在）

企業名	本社住所	URL	売上 ¹⁶⁴
Walmart	アーカンソー州 Bentonville, Arkansas	https://www.walmart.com/	約 610 億ドル
Wegmans	ニューヨーク州 Rochester	https://www.wegmans.com/	108 億ドル
New Seasons	オレゴン州 Portland	https://www.newseasonsmarket.com/	1.1 億ドル（米国） 2.9 億ドル（世界計）
Hy-Vee	アイオワ州 West Des Moines	https://www.hy-vee.com/	128.9 億ドル
H-E-B	テキサス州 San Antonio	https://www.heb.com/	12.3 億ドル

出典：各社ウェブサイトおよび「D&B Hoovers」データベースに基づき作成

上記にリストアップした各大手チェーングローバルリーについて、以下順に、所在地（都市、地域）、店舗情報（店舗名、店舗 URL）、取り扱うホタテ情報（商品名、価格、認証規格、天然／養殖、産地、無加水／加水処理済み、生食用／加熱用）アクセスした日付（調査日）を整理し、巻末の添付資料として掲載している。

7.1.1 Walmart の 4 地域間での比較（東部、西部、中西部、南部）

Walmart の場合、調査対象とした 4 店舗のすべてで 5 品目以上のホタテ商品が掲載されていた。しかし、上位掲載品の特徴は地域によって異なっている。東部・西部地域では、水産物を日常的に食べ慣れており、一般向けのスーパーマーケットで販売されるホタテ商品も家庭利用を前提としている。一方、中部・南部では家庭用の商品は少なく、レストラン等での利用を前提とした商品が集中している。

調査結果を見ると、上位 5 位に掲載された東部と西部の冷凍ホタテ商品はほぼ同じであり、家庭での調理を前提とした重量での販売が中心となっている。また、調理済み食品についても、東

¹⁶⁴ 「D&B Hoovers」データベース

部と西部には、家庭での簡単に調理をすれば食べることができる「ホタテのベーコン巻き」が含まれていた。一方、中西部、南部の冷凍ホタテ商品は、ごく一部の商品（中西部の1位となった中国産の湾ホタテ）を除き、販売単位が3-5ポンド（約1.4-2.3kg）と大きく、レストラン等での利用を想定して販売されている可能性が高い。また、調理済み食品については、中西部では個人家庭用ではおつまみとして食される焼きホタテは見られたが、中西部のアペタイザー用の冷凍食品や南部の冷凍ラビオリは、いずれも販売単位が大きく、これらもレストラン等での利用が前提とされていることがうかがえる。

図表 28 米国 Walmart における 4 地域別店舗 EC サイトでの取り扱いホタテ商品上位 5 位
(検索結果順に記載、2023 年 12 月現在)

地域	商品名	産地	認証	無加水 /加水	その他
東部	Sam's Choice Frozen Raw Bay Scallops, 1 lb	中国	BAP 認証	加水	
	Sam's Choice Frozen Wild Caught Sea Scallops, Water Added, 1 LB	米国	MSC 認証	加水	
	Sam's Choice Frozen Wild Caught All Natural Sea Scallops, 1 LB	米国	MSC 認証	加水	
	Sam's Choice Frozen Raw Bacon Wrapped Scallops, 5 OZ	米国	N/A	—	調理済 み食品
	North Atlantic Fresh Wild Caught Sea Scallops, 12 oz	米国 (北大西洋)	MSC 認証	無加水	
西部	Sam's Choice Frozen Raw Bay Scallops, 1 lb	中国	BAP 認証	加水	
	Sam's Choice Frozen Wild Caught Sea Scallops, Water Added, 1 LB	米国	MSC 認証	加水	
	Sam's Choice Frozen Wild Caught All Natural Sea Scallops, 1 LB	米国	MSC 認証	加水	
	Sam's Choice Frozen Raw Bacon Wrapped Scallops, 5 OZ	米国	N/A	—	調理済 み食品
	Geisha Whole Baby Scallops, 3.75 oz	中国	N/A	無加水	
中西 部	Geisha Whole Baby Scallops, 3.75 oz	中国	N/A	無加水	
	Sea Temple Snacks Baked Scallops, 5 Ounce	日本	N/A	—	調理済 み食品
	Premium Processed 10 to 20 Count Sea Scallops, 5 Pound -- 2 per case	N/A	N/A	加水	
	Miss Sallys St Jacques Raw Appetizer Scallop, 4.68 Pound	N/A	N/A	—	調理済 み食品
	Frozen Seafood Processed Scallop - 30 to 40 Count, 5 Pound -- 2 per case	米国 (メイン州)	N/A	N/A	
南部	Louisa Lobster Shrimp and Scallop Ravioli, 3 Pound -- 2 per case	米国	N/A	—	調理済 み食品
	Frozen Seafood Premium 10 to 20 Count Dry Sea Scallops, 5 Pound -- 2 per case	N/A	N/A	加水	
	Frozen Seafood Processed Scallop - 80/100, 5 Pound -- 6 per case	N/A	N/A	加水	
	Frozen Seafood Premium 20 to 30 Count Dry Sea Scallops, 5 Pound -- 2 per case	米国	N/A	加水	

	Frozen Seafood Premium U/10 Dry Sea Scallops, 5 Pound -- 2 per case	N/A	N/A	無加水	
(注) 上表に記載の内容は、各商品のウェブサイトに記載された内容又は当該サイトに掲載されたパッケージ写真から判読できた情報に基づく。					

出典：調査結果に基づき作成

また、産地表示については、EC サイト上で確認できる範囲では、東部は上位 5 位までの商品のうち米国産が 4 品、中国産が 1 品であり、西部は米国産が 3 品、中国産 2 品だった。また、中西部は米国産 1 品、中国産 1 品、産地記載のない商品が 2 品となっており、南部は米国産 2 品以外の 3 品に産地記載が確認できなかった。中国産はいずれも湾ホタテである。なお、中西部の日本産ホタテ商品は「焼きホタテ」で、ノースカロライナ州の工場加工されていた。

水産物認証について、東部では上位 5 品中 4 品（調理済み食品以外すべて）に MSC 認証またはベストプラクティス養殖（Best Aquaculture Practices: BAP、後述）を受けた商品が入り、西部でも 3 品でいずれかの認証を受けた商品が入っている。しかし、中西部、南部では、少なくとも EC サイト上では認証を受けたことが分かる商品は掲載されていなかった。

無加水・加水については、原材料表示で確認したところ、加水処理されている可能性の高い商品が大部分だった。このことから、Walmart をはじめとする、一般消費者向けの大手スーパーマーケット・チェーンでは、加水ホタテが一般的に普及していることが読み取ることができる。

7.1.2 地域限定スーパーマーケットでの比較

地域限定スーパーマーケットとしてグルメメディア「Food and Wine」の評価が高かった 4 つのスーパーマーケットについて、調査したところ、Wegmans（東部・南部）は 5 商品の掲載があったが、New Seasons（西部）は 2 商品、Hy-Vee（中西部）は 3 商品、H-E-B（南部）3 商品との結果となった。これは、東部を中心に展開している Wegmans が、ターゲットとする同地域の消費者ニーズ等を踏まえ、水産物に力を入れているとみられる。なお、これらの地域限定スーパーマーケットで取り扱われている商品は、いずれも家庭用を前提としたサイズで販売されていた。

図表 29 主な地域限定スーパーマーケットにおける EC サイトでの取り扱いホタテ商品上位 5 位（検索結果順に記載、2023 年 12 月現在）

地域	チェーン名	商品名	産地	認証	無加水 /加水	その他
東部	Wegmans	Wegmans Ready to Cook Citrus Soy Scallops with Bok Choy and Brown Rice (12oz)	米国（北大西洋）	N/A	-	調理済み食品
	Wegmans	Wegmans Ready to Cook Bacon Wrapped Scallops	N/A	N/A	-	調理済み食品
	Wegmans	Wegmans Fresh Sea Scallops, 15-25 count per lb or 5 scallops per serving	米国（大西洋）	N/A	無加水	
	Wegmans	Wegmans Wild Caught Sea Scallops 12 oz	米国	N/A	無加水	
	Wegmans	Wegmans Frozen Patagonian Scallops, FAMILY PACK 32 oz	アルゼンチン（パタゴニア）	MSC 認証	無加水	
南部	Wegmans	Wegmans Ready to Cook Citrus Soy Scallops with Bok Choy and Brown Rice (12oz)	米国（北大西洋）	N/A		調理済み食品
	Wegmans	Wegmans Ready to Cook Bacon Wrapped Scallops	N/A	N/A		調理済み食品
	Wegmans	Wegmans Fresh Sea Scallops, 15-25 count per lb or 5 scallops per serving	米国（大西洋）	N/A	無加水	
	Wegmans	Wegmans Wild Caught Sea Scallops 12 oz	米国	N/A	無加水	
	Wegmans	Wegmans Frozen Patagonian Scallops, FAMILY PACK 32 oz	アルゼンチン（パタゴニア）	MSC 認証	無加水	
西部	New Seasons	10/20 Sea Scallops	米国（東海岸）	N/A	N/A	
	New Seasons	Smoked Scallops	中国	N/A	-	調理済み食品
中西部	Hy-Vee	Fresh Sea Scallops 0.80 lbs	N/A	N/A	N/A	
	Hy-Vee	Captain's Call All Natural Scallops 1 lb Bag	中国	N/A	無加水	
	Hy-Vee	Bon Cuisine All Natural Sea Scallops 10/20 Ct	米国	N/A	無加水	
南部	H-E-B	H-E-B Wild Caught Extra Jumbo Sea Scallops	N/A	N/A	無加水	
	H-E-B	Wild Caught Large Sea Scallops	米国（北大西洋）	N/A	無加水	
	H-E-B	Ocean Jewel Peruvian Bay Scallops, Farm Raised 12oz	ペルー	N/A	無加水	

（注）上表に記載の内容は、各商品のウェブサイトに記載された内容又は当該サイトに掲載されたパッケージ写真から判読できた情報に基づく。

出典：調査結果に基づき作成

産地については、Wegmans（東部・南部）は5品中、米国産が3品、アルゼンチン産が1品で、調理済み食品の1品のみ産地記載がなかった。Wegmans については、東部と南部で5位までの

取り扱い商品は全く同じであるが、東部ニューヨーク店については、10位までの取り扱い商品を見ると、8位と9位に日本産ホタテが入っている点は注目される。また、有名な産地のホタテについては、原産国名だけでなく、「北海道」、「大西洋」、「パタゴニア」のように、具体的な地名が記載されている商品が目立った。

Wegmans Hokkaido Scallops (Hokkaido Hotate) 35.2oz ¹⁶⁵	
チェーン名	Wegmans
地域	東部
店舗所在地	New York City (ニューヨーク州)
店舗名	Astor Place
価格	\$59.99
認証規格	非表示
天然／養殖	非表示
産地	日本 (北海道オホーツク海)
無加水／加水	無加水 (原材料ホタテのみ)
生食用／加熱用	非表示
アクセス日	2023年12月20日
その他	

Wegmans Hokkaido Scallops (Hokkaido Hotate) ¹⁶⁶	
チェーン名	Wegmans
地域	東部
店舗所在地	New York City (ニューヨーク州)
店舗名	Astor Place
価格	\$36.99 / lb
認証規格	非表示
天然／養殖	非表示
産地	日本 (北海道)
無加水／加水	無加水 (原材料ホタテのみ)
生食用／加熱用	生食
アクセス日	2023年12月20日
その他	

そのほか、New Seasons (西部) は2品中、米国産と中国産が1品ずつあり、Hy-Vee (中西部) は3品のうち、米国産、中国産、また産地記載のないものが1品ずつであった。H-E-B (南部) は3品のうち、米国産、ペルー産がそれぞれ1品ずつ、また産地記載のないものが1品であった。

加水・無加水については、ここで取り上げたスーパーマーケットが取り扱う商品で、調理済み商品やそれ以外の1商品を除き、すべて「無加水」として販売されていた。オーガニック商品等に関心が高く、比較的所得が高めの世帯をターゲットとするスーパーマーケットでは、「添加物なし (All Natural)」商品の訴求力が高いことが反映されている可能性が高い。

¹⁶⁵ <https://shop.wegmans.com/>

¹⁶⁶ 同上

一方、水産物認証については、Wegmans（東部・南部）で MSC 認証を受けている商品をそれぞれ 1 品確認できたが、それ以外の商品については、ウェブサイトから確認できる範囲では認証の記載をみることができなかった。

7.1.3 Walmart と地域限定スーパーマーケット調査からの気づき

上記結果から、消費者の全般的な傾向として、家庭での水産物消費は、東部エリアが最も普及している可能性が高いことが伺える。また、ホタテを使った家庭料理の代表的な一品は、調理済み食品として、Walmart でも Wegmans でも上位検索結果にランクインした、加熱用の「ホタテのベーコン巻き」であることも見えてきた。

さらに上位 5 位までに入った冷凍ホタテの産地表示を比べると、米国への輸入量トップの日本産と 2 位のカナダ産が含まれていない。調査したスーパーマーケットや商品の数が限定的であることから、これが米国市場の一般的な傾向と断言することはできないが、日本産とカナダ産の多くは、小売店での流通よりも、レストラン等の中食・外食での流通が中心となっている可能性があるかと推測することができる。

7.2 実店舗での取り扱い状況

Whole Foods Market について、ニューヨークとロサンゼルスのお店をそれぞれ 1 店舗ずつ訪れた。また、それぞれの都市を代表する地域限定スーパーマーケットとしてニューヨークについては Wegmans を、ロサンゼルスについては Bristol Farms をそれぞれ訪れた。各店で提供されている主なホタテ商品（冷蔵）は以下の通り。なお、冷凍商品については、後述の「大手小売チェーン EC サイトで販売されているホタテ商品に記載された持続可能な水産物関連の認証」で取り上げた商品概要に関連内容を含むため、ここでは冷蔵商品に重点を置いた。

7.2.1 Whole Foods Market

Produce of Canada Sea Scallops 10-20 count	
チェーン名	Whole Foods Market
地域	東部
店舗所在地	New York City (ニューヨーク州)
店舗名	コロンバスサークル店
価格	\$27.99/lb
認証規格	MSC 認証
天然／養殖	天然
産地	カナダ産
無加水／加水	無加水 (店員コメント)
生食用／加熱用	加熱 (店員推奨)
訪問日	2024年1月6日
その他	解凍品 (Previously Frozen) 表記あり

Product of USA Sea Scallops under 10 count	
チェーン名	Whole Foods Market
地域	西部
店舗所在地	6350 W 3rd St, Los Angeles, CA 90036
店舗名	サード&フェアファックス店
価格	\$34.99 / lb
認証規格	MSC 認証
天然／養殖	天然
産地	米国産
無加水／加水	無加水 (店員コメント)
生食用／加熱用	加熱 (店員推奨)
訪問日	2024年1月12日
その他	解凍品 (Previously Frozen) 表記あり

7.2.2 地域限定スーパーマーケット

Wegmans Hokkaido Scallops (Hokkaido Hotate)	
チェーン名	Wegmans
地域	東部
店舗所在地	499 Lafayette St, New York, NY 10003
店舗名	Astor Place 店
価格	\$36.99 / lb
認証規格	非表示
天然／養殖	天然
産地	日本 北海道
無加水／加水	無加水 (店員コメント)
生食用／加熱用	生食 (刺身用)
訪問日	2024年1月7日
その他	Wegmans で解凍、リパッケージされた商品 (店員コメント) 前日 1月6日には水産物コーナーの内側に陳列されていたが、1月7日は最も目立つ、Sakanaya 看板下に陳列場所を変更されていた。

Wegmans Hokkaido Scallops (Hokkaido Hotate)	
チェーン名	Wegmans
地域	東部
店舗所在地	499 Lafayette St, New York, NY 10003
店舗名	Astor Place 店
価格	\$ 29.99 / lb
認証規格	非表示
天然／養殖	天然
産地	メイン州 (店員コメント)
無加水／加水	無加水 (店員コメント)
生食用／加熱用	加熱 (店員推奨)
訪問日	2024年1月7日
その他	Fresh (生鮮品)

Nantucket Bay Scallops	
チェーン名	Wegmans
地域	東部
店舗所在地	499 Lafayette St, New York, NY 10003
店舗名	Astor Place 店
価格	\$ 49.99 / lb
認証規格	非表示
天然／養殖	天然
産地	ナンタケット産
無加水／加水	無加水 (店員コメント)
生食用／加熱用	加熱 (店員推奨)
訪問日	2024年1月7日
その他	Fresh (生鮮品) 湾ホタテ

Wild Caught Fresh Jumbo Scallops	
チェーン名	Bristol Farms
地域	西部
店舗所在地	3105 Wilshire Blvd, Santa Monica, CA 90403
店舗名	サンタモニカ店
価格	\$39.99 / lb
認証規格	非表示
天然／養殖	天然
産地	マサチューセッツ産 (店員コメント)
無加水／加水	無加水 (店員コメント)
生食用／加熱用	加熱 (店員推奨)
訪問日	2024年1月12日
その他	-

8 外食産業におけるホタテの提供状況・販売促進方法

8.1 メニュー調査（レストランウェブサイト掲載メニュー）

外食産業におけるホタテの提供方法等を把握するため、全米で評価の高いシーフード・レストラン、寿司店のウェブサイトに掲載されたメニューや、大手シーフード・チェーンのメニューを参考として、ホタテの提供方法について調査した。

8.1.1 調査対象レストランの絞り込み

8.1.1.1 米国シーフード・レストラン（寿司店除く）

2023 年中に発表された主な米国シーフード・レストラン・ランキング¹⁶⁷で上位に入ったレストランについて、寿司レストラン以外で、2023 年 11 月上旬時点で各店舗ウェブサイトに公開していたメニューにおいて、ホタテを扱っていることが確認できたレストランについて、東部 3 店舗、西部 6 店舗、中西部 9 店舗、南部 3 店舗をランダムに抽出し、各店舗のホタテを使った料理のメニューを中心に調査した。

なお、調査対象としたランキング掲載のレストラン総数 73 件のうち、2023 年 11 月上旬時点でホタテを扱っていることが確認できたレストランの数、割合は以下の通りである。

図表 30 調査対象レストランのうちホタテを扱っていることが確認できたレストラン（寿司店を除く、2023 年 11 月上旬現在）の数

地域	東部	西部	中西部	南部
調査対象としたランキング掲載のレストラン総数 73 件	16	21	15	21
ホタテを扱うレストラン数	5	7	9	5
ホタテを扱うレストランの割合 (少数第 2 位を四捨五入)	31.3%	33.3%	60.0%	23.8%

出典：調査結果に基づき作成

¹⁶⁷ ①GAYOT（レストランガイド）が米国国内のシーフード・レストランを 20 点満点の独自の評価システムでランク付け。“2023 Best Top 10 Seafood Restaurants in the US (N/A)” <https://www.gayot.com/restaurants/top-best-seafood-in-the-usa.html> ; ②Yelp（レストラン検索・評価サイト）が 2023 年 7 月に発表した州別ベストシーフード・レストランリスト（なお、同リストは利用者評価に応じてタイムリーに変更されるため、これについて報じた 2023 年 7 月 23 日付け Insider 誌記事” The best seafood restaurant in every state, according to Yelp” <https://www.insider.com/best-seafood-restaurant-in-every-state-yelp-2023-7>）を活用。 ; ③Time Out（シティガイド）が独自に選ぶ全米各地のシーフード・レストラン。“The best seafood restaurants in the USA (June 6 2023)” <https://www.timeout.com/usa/restaurants/best-seafood-restaurants-in-america>

図表 31 調査対象レストランのうちホタテを扱っていることが確認できたレストラン（2023年11月上旬現在）一覧

地域	都市	店舗名	価格帯 (注)
東部 1	New York, NY	Le Bernardin	\$\$\$\$
東部 2	Boston, MA	Neptune Oyster	\$\$\$
東部 3	South Kingstown, RI	Matunuck Oyster Bar	\$\$\$
西部 1	Seattle, WA	Matt's in the Market	\$\$\$
西部 2	Los Angeles, CA	Providence	\$\$\$\$
西部 3	Seattle, WA	The Walrus and The Carpenter	\$\$\$
西部 4	Burien, WA	The Crawfish Hut	\$\$\$
西部 5	Denver, CO	Stoic & Genuine	\$\$
西部 6	Chino Valley, AZ	Essence Kitchen + Bar in Chino Valley	\$\$
中西部 1	Chicago, IL	Penumbra	\$\$
中西部 2	Atlantic, IA	Plaza Azteca	N/A
中西部 3	Olathe, KS	Mariscos KC	\$\$
中西部 4	Kansas City, MO	Farina	N/A
中西部 5	Omaha, NE	Acadian Grille Scratch Kitchen	\$\$
中西部 6	Fargo, ND	Beer & Fish Company	\$\$
中西部 7	Cincinnati, OH	La Jaiba Seafood And Taqueria	\$\$
中西部 8	Milwaukee, WI	Third Coast Provisions	\$\$\$
中西部 9	Chicago, IL	Shaw's Crab House	\$\$\$
南部 1	Austin, TX	Perla's Seafood & Oyster Bar	\$\$\$
南部 2	Daphne, AL	Southwood Kitchen in Daphne	\$\$
南部 3	Miami, FL	Mignonette	\$\$\$\$
南部 4	Miami, FL	La Mar by Gaston Acurio	\$\$\$

注) 価格帯¹⁶⁸は Yelp の 11 月 10 日付けの検索結果を参考とした。

出典：各レストランウェブサイト及び Yelp 等関連情報に基づき作成

上記にリストアップした各レストランについて、以下順に、レストラン所在地（地域、都市）、掲載されたランキング（掲載リスト）、店舗情報（店舗名、店舗 URL）、価格帯、ホタテを使った料理（料理名及び価格）、メニュー情報にアクセスした日付（調査日）を整理し、巻末の添付資料として掲載している。

¹⁶⁸ Yelp は価格帯のドルマーク（\$, \$\$, \$\$\$, \$\$\$\$）の数に関して、顧客の投票で価格を4段階に分けて記入するように求めているだけで、具体的金額については2023年11月22日時点で公開しておらず、公式の以下のような文書でも説明していない。<https://data.yelp.com/state-of-the-restaurant-industry-2023>
<https://www.yelp-press.com/press-releases/press-release-details/2022/New-Business-Openings-Increase-While-Inflation-Related-Reviews-Reach-Record-High-in-Q1-According-to-the-Yelp-Economic-Average/default.aspx>
<https://www.yelp-ir.com/news/press-releases/news-release-details/2022/Q2-Yelp-Economic-Average-Finds-Consumers-are-Experiencing-Inflation-at-Record-Rates-and-Reporting-New-Experiences-of-Shrinkflation/default.aspx>

8.1.1.2 寿司店

2023 年中に発表された主な米国寿司レストランランキング¹⁶⁹で上位に入ったレストランについて、ウェブサイトで公開しているメニューにホタテを扱っているレストランを各地域 2 店舗ずつランダムに抽出し、各店舗のホタテを使った料理のメニューを調査した。

図表 32 対象レストランのうちホタテを扱っていることが確認できた寿司レストラン（2023 年 11 月上旬現在）一覧

地域	都市	店舗名	価格帯（注）
東部 1	New York, NY	Shuko	\$\$\$\$
東部 2	Philadelphia, PA	Double Knot	\$\$\$
西部 1	Los Angeles, CA	Izakaya Osen in Silver Lake	\$\$
西部 2	San Francisco, CA	Nara Restaurant & Sake Bar	\$\$
中西部 1	Chicago, IL	Momotaro	\$\$\$
中西部 2	Chicago, IL	Kai Zan	\$\$\$
南部 1	Washington D.C.	Sushi Taro	\$\$\$\$
南部 2	Atlanta, GA	Umi	\$\$\$

（注）価格帯は Yelp の 1 月 10 日または 13 日付けの検索結果を参考とした。

出典：各レストランウェブサイト及び Yelp 等関連情報に基づき作成

上記にリストアップした各レストランについて、以下順に、レストラン所在地（地域、都市）、掲載されたランキング（掲載リスト）、店舗情報（店舗名、店舗 URL）、価格帯、ホタテを使った料理（料理名及び価格）、メニュー情報にアクセスした日付（調査日）を整理し、巻末の添付資料として掲載している。

8.1.1.3 米国大手シーフード・チェーン

2022 年に発表された RESTAURANT Business 誌による米国シーフード・レストランチェーンの売上ランキング「The largest seafood restaurant chains in the U.S.¹⁷⁰」で上位 5 位以内に入った企業について、各ウェブサイトのメニューにホタテを使った料理を公開しているか、またプロモーション方法等について調査した。

¹⁶⁹ ①Delish（フード雑誌）が独自に選んだ全米で最高の寿司レストラン上位 9。“The Very Best Sushi You Can Eat In The U.S. (August 15, 2023)” <https://www.delish.com/just-for-fun/g44808182/best-sushi-united-states/> ; ②Daily Meal（フード雑誌）が独自に選んだ全米で最高の寿司レストラン上位 25。“The Best Sushi In America (October 11, 2023)” <https://www.thedailymeal.com/1405555/best-sushi-in-america/> ; ③Time Out（シティガイド）が独自に選んだ全米で最高の寿司レストラン上位 23。“The 23 best sushi restaurants in America (June 8 2023)” <https://www.timeout.com/usa/restaurants/best-sushi-restaurants-in-america>

¹⁷⁰ RESTAURANT Business（食品業界誌）が、2021 年の売上に基づき、シーフード・レストランチェーンをランク付け。“The largest seafood restaurant chains in the U.S. (Jun. 01, 2022)” <https://www.restaurantbusinessonline.com/financing/largest-seafood-restaurant-chains-us?year=2022&category=seafood>

図表 33 シーフード・レストランチェーンのランキング上位 5 位

チェーン名	本社	価格帯 (注)
Red Lobster	Orlando, Florida	\$\$
Captain D's Seafood Kitchen	Nashville, Tennessee	\$
Bonefish Grill	Tampa, Florida	\$\$-\$\$\$
Pappadeaux Seafood Kitchen	Houston, Texas	\$\$-\$\$\$
Ocean Prime	Columbus, Ohio	\$\$\$\$

(注) 価格帯は Yelp の 1 月 13 日、21 日、又は 28 日付けの検索結果を参考とした。

出典：シーフード・レストランチェーンのウェブサイト及び Yelp 等関連情報に基づき作成

上記にリストアップした各大手シーフード・チェーンについて、以下順に、チェーン名、チェーン店 URL、本社所在地、レストラン所在地（地域）、掲載されたランキング（掲載リスト）、価格帯（地域別）、ホタテを使った料理（料理名及び価格）、メニュー情報にアクセスした日付（調査日）を整理、巻末の添付資料として掲載している。

8.1.2 メニュー分析

上記から抽出した調査対象レストラン（34 店¹⁷¹）について、2023 年 11 月に各店のウェブサイトに公開されていたメニューから、ホタテを使用していることが確認できた料理を抽出したところ、59 件が特定された。なお、寿司店等のお任せメニューなどでも、ホタテが使われている可能性が高いと推測されるが、本調査では料理のタイトルまたは説明にホタテ（hotate 又は scallops）の記載があったもののみを抽出している。

図表 34 レストラン種別ごとのホタテ料理（料理数、加熱／生食料理、2023 年 11 月）

	店舗数	ホタテを使った料理数	加熱		生食	
			件数	割合	件数	割合
高評価シーフード・レストラン	22	32	22	69%	6	19%
寿司店	8	21	6	29%	14	67%
大手チェーン	4	6	6	100%	0	0%
計	34	59	34	58%	20	34%

出典：調査結果に基づき作成

8.1.2.1 料理方法（加熱／生）

59 の料理のうち、ホタテを加熱した可能性が高い料理（以下、「加熱料理」）は 34 件（58%）の一方、生食として提供されている可能性が高い料理（以下、「生食料理」）も 20 件（34%）あった。

寿司店以外のランキング等で高評価を獲得したシーフード・レストラン（以下、「シーフード・レストラン」）では、加熱料理の割合が 69%と高いが、生食料理も 19%あった。加熱料理で圧倒的に多いのはソテーで 12 件と半数以上を占め、これにグリルが 3 件と続く。そのほかの加熱料理には、炙り、揚げ物、スープ、炒め物、煮物、パスタが含まれていた。

¹⁷¹ 米国大手シーフード・チェーンについては、個別の店舗数ではなく、1 チェーンを 1 店としてカウントした。

一方、生食料理は、カルパッチョやセビーチェを含むマリネが3件と最も多かったが、そのほか、生ホタテにソース等を添えて提供する料理や、タルタルステーキなども含まれていた。

図表 35 調査対象シーフード・レストランのウェブサイト掲載メニューに載っているホタテ料理概要 (2023年11月)

店舗	地域	料理方法	料理でのホタテの位置づけ	メニュー分類	金額 (ドル、コースは総額)	その他	ホタテの生/加熱	ホタテ産地等
Le Bernardin	東部	マリネ	メイン	コース	208	コース1の6皿目、カルパッチョ	生	-
Le Bernardin	東部	タルタル	メイン	コース	208	コース2の1皿目	生	-
Neptune Oyster	東部	生	メイン	単品	19	マト、ゴールデンコーン、溶岩海塩添え	生	-
Neptune Oyster	東部	パスタ	メイン	単品	38		加熱	ジョージズ・バンク産
Matunuck Oyster Bar	東部	マリネ	メイン	単品	15	セビーチェ	生	-
Matunuck Oyster Bar	東部	ソテー	メイン	単品	31		加熱	-
Matunuck Oyster Bar	東部	グリル	具材	単品	47		加熱	-
Matt's in the Market	西部	ソテー	メイン	単品	56		加熱	-
Providence	西部	ソテー	メイン	単品	45	北海道産ホタテと夏カボチャ、XO醬で味付け	不明	北海道産
Providence	西部	ソテー	メイン	コース	295	-	加熱	メイン州産
The Walrus and The Carpenter	西部	スープ	メイン	単品	23		加熱	-
The Crawfish Hut	西部	煮物	メインのひとつ	単品	80	ザリガニ、エビ、ホタテ、ズワイガニ、とうもろこしとのコンボ	加熱	-
Stoic & Genuine	西部	生	メイン	単品	14	ピネグレットソース添え	生	-
Essence Kitchen + Bar in Chino Valley	西部	ソテー	メイン	単品	38		加熱	北大西洋産
Penumbra	中西部	炙り	メイン	単品	19		加熱	-
Plaza Azteca	中西部	揚げ物	具材	単品	16		不明	-
Mariscos KC	中西部	マリネ	メインのひとつ	単品	25	魚のすり身、タコ、ホタテ、エビ	生	-
Mariscos KC	中西部	炒め物	具材	単品	25		加熱	-
Farina	中西部	ソテー	メイン	単品	48		加熱	- (Diver Scallops)
Acadian Grille Scratch Kitchen	中西部	揚げ物	メイン	単品	14		加熱	-
Beer & Fish Company	中西部	グリル	メイン	単品	35		加熱	-
La Jaiba Seafood And Taqueria	中西部	ソテー	メインのひとつ	単品	-	エビ、魚、ホタテ、カニ、タコ、玉ねぎのソテー	加熱	-
La Jaiba Seafood And Taqueria	中西部	スープ	具材	単品	-		加熱	-

店舗	地域	料理方法	料理でのホタテの位置づけ	メニュー分類	金額 (ドル、 コースは 総額)	その他	ホタテの生/加熱	ホタテ産地等
Third Coast Provisions	中西部	炙り	メイン	単品	37		加熱	-
Shaw's Crab House	中西部	ソテー	メイン	単品	32		加熱	ナンタケット産
Shaw's Crab House	中西部	不明	メインのひとつ	単品	42	海鮮盛り合わせ	不明	-
Shaw's Crab House	中西部	不明	メインのひとつ	単品	42	肉と海鮮盛り合わせ	不明	-
Perla's Seafood & Oyster Bar	南部	グリル	メイン	単品	46		加熱	メイン州産
Perla's Seafood & Oyster Bar	南部	ソテー	メイン	単品	50		加熱	メイン州産
Southwood Kitchen in Daphne	南部	ソテー	メイン	単品	34		加熱	-
Mignonette	南部	ソテー	メイン	単品	45		加熱	- (Diver Scallops)
La Mar by Gaston Acurio	南部	ソテー	メイン	単品	32		加熱	-

【凡例】

地域：当該レストランが所在する地域

料理でのホタテの位置づけ：ホタテを中心に考えた料理（メイン）、ホタテと他の食材を中心に考えた料理（メインのひとつ）、他のメインの食材を中心に考えた料理の具材の一部としてホタテが使われている（具材）

メニュー分類：コースの一部に含まれている料理（コース）、単品で注文可能な料理（単品）

ホタテの生/加熱：料理に使用されているホタテが生食で提供されている（生）、料理に使用されているホタテが加熱されている（加熱）

出典：調査結果に基づき作成

寿司店では、主力となる料理の寿司・刺身ともに生食のため、ホタテの生食料理の割合が高くなることは容易に予想されるが、加熱料理に使用しているケースも3割近くみられた。寿司店での加熱はグリルと炙りが中心となっており、寿司ネタやカルパッチョといった生食料理でも、ホタテを炙って使用している料理もある。また、日本的な食材のみならず、コリアンダーやアジアマリロといったスパイス、トリュフなどを添えた刺身や、米国のオイスターバー等でよくみられるオイスターショットのホタテ版（ホタテショット）など、米国市場に合わせて開発された料理にも、ホタテが使われていることが分かる。

図表 36 調査対象寿司店のウェブサイト掲載メニューに載っているホタテ料理概要
(2023年11月)

州	店舗	地域	料理方法	料理でのホタテの位置づけ	メニュー分類	金額 (ドル)	その他	ホタテの生/加熱	ホタテ産地等
NY	Shuko	東部	寿司または刺身	メイン	単品	17		生	-
PA	Double Knot	東部	グリル	メイン	単品	19		加熱	-
PA	Double Knot	東部	寿司または刺身	メイン	単品	7	ゆずとポン酢	生	-
PA	Double Knot	東部	マリネ	メイン	単品	31	玉ねぎポン酢、ハラペーニョ油	生	日本産
PA	Double Knot	東部	グリル	メイン	単品	11		加熱	-
PA	Double Knot	東部	刺身	メイン	単品	16	トリュフ、味噌粉末、コリアンダー	生	日本産

州	店舗	地域	料理方法	料理でのホタテの位置づけ	メニュー分類	金額(ドル)	その他	ホタテの生/加熱	ホタテ産地等
CA	Izakaya Osen in Sliver Lake	西部	グリル	メイン	単品	6		加熱	-
CA	Izakaya Osen in Sliver Lake	西部	刺身	メイン	単品	16	9切の料金。3切：5.45ドル	生	-
CA	Izakaya Osen in Sliver Lake	西部	寿司	メイン	単品	16	3貫の価格。1貫：5.45ドル	生	-
CA	Izakaya Osen in Sliver Lake	西部	寿司	メイン	単品	23	3貫の価格。1貫：7.95ドル	生	北海道産
CA	Izakaya Osen in Sliver Lake	西部	マリネ	メインのひとつ	単品	39	ウニとホタテ(炙りホタテ)のカルパッチョ	加熱	-
CA	Nara Restaurant & Sake Bar	西部	寿司または刺身	メイン	単品	15	3貫の価格。2貫：11ドル	生	-
IL	Momotaro	中西部	寿司	メイン	単品	16	手巻き寿司	生	-
IL	Momotaro	中西部	不明	メイン	単品	16		不明	-
IL	Kai Zan	中西部	マリネ	メイン	単品	9	ホタテショット	生	-
IL	Kai Zan	中西部	寿司	メイン	単品	7	炙りホタテ握り	加熱	-
DC	Sushi Taro	南部	寿司	メイン	単品	12	梅ペーストのせ	生	-
GA	Umi	南部	寿司	メイン	単品	17		生	-
GA	Umi	南部	刺身	メイン	単品	17	ボン酢とわさび	生	-
GA	Umi	南部	刺身	メイン	単品	20	柚子、コリアンダー、アジアマリロ添え	生	-
GA	Umi	南部	炙り	メイン	単品	28		加熱	-

【凡例】
 地域：当該レストランが所在する地域
 料理でのホタテの位置づけ：ホタテを中心に考えた料理（メイン）、ホタテと他の食材を中心に考えた料理（メインのひとつ）、他のメインの食材を中心に考えた料理の具材の一部としてホタテが使われている（具材）
 メニュー分類：コースの一部に含まれている料理（コース）、単品で注文可能な料理（単品）
 ホタテの生/加熱：料理に使用されているホタテが生食で提供されている（生）、料理に使用されているホタテが加熱されている（加熱）

出典：調査結果に基づき作成

米国大手シーフード・チェーン（以下「大手チェーン」）では、ホタテを使った料理は6件あったが、生食料理は1件も含まれていなかった。料理方法は、グリル、煮物、揚げ物の3種類となっている。

図表 37 調査対象大手シーフード・チェーンのウェブサイト掲載メニューに載っているホタテ料理概要（2023年11月）

店舗	地域	料理方法	料理でのホタテの位置づけ	メニュー分類	金額(ドル)	その他	ホタテの生/加熱	ホタテ産地等
Red Lobster	全米	グリル	メインのひとつ	単品	23	Georgia Ave Silver Spring店の価格（店舗によって異なる）	加熱	-
Red Lobster	全米	グリル	メイン	単品	14	Georgia Ave Silver Spring店の価格（店舗によって異なる）	加熱	-
Red Lobster	全米	揚げ物	メイン	単品	11	Georgia Ave Silver Spring店の価格（店舗によって異なる）	加熱	-

店舗	地域	料理方法	料理でのホタテの位置づけ	メニュー分類	金額(ドル)	その他	ホタテの生/加熱	ホタテ産地等
Bonefish Grill	全米	グリル	メインのひとつ	単品	25	NY (25.90ドル) 以外はほぼ左記価格	加熱	ジョージズ・バンク産
Pappadeaux Seafood Kitchen	全米	煮物	具材	単品	35	Houston 店の価格 (店舗によって異なる)	加熱	-
Ocean Prime	全米	煮物	メインのひとつ	単品	32	Beverly Hills 店。店舗でメニューが異なる。	加熱	-
【凡例】 地域：当該レストランが所在する地域 料理でのホタテの位置づけ：ホタテを中心に考えた料理（メイン）、ホタテと他の食材を中心に考えた料理（メインのひとつ）、他のメインの食材を中心に考えた料理の具材の一部としてホタテが使われている（具材） メニュー分類：コースの一部に含まれている料理（コース）、単品で注文可能な料理（単品） ホタテの生/加熱：料理に使用されているホタテが生食で提供されている（生）、料理に使用されているホタテが加熱されている（加熱）								

出典：調査結果に基づき作成

なお、大手チェーンの場合、提供されている店舗によって、同じ料理でも提供金額が異なっている。

生食と加熱について、地域別にみると東部にあるレストランで生食料理の割合が高い傾向がみられた。調査件数が限られていることから、これをもって東部の生食率が高いと断言することはできないが、他の地域と比べて大西洋ホタテの漁場から近いことから生食用食材を入手しやすい立地にあることが影響している可能性もある。

図表 38 地域別ホタテの加熱料理/生食料理数 (2023年11月)

	東部	中西部	南部	西部	全米	計
加熱	5	10	6	7	6	34
生	8	3	4	5	0	20
不明	0	4	0	1	0	5
計	13	17	10	13	6	59

出典：調査結果に基づき作成

図表 39 地域別レストランカテゴリー別料理数 (2023年11月)

	東部	中西部	南部	西部	全米	計
高評価シーフード・レストラン	7	13	5	7	0	32
寿司店	6	4	5	6	0	21
大手チェーン	0	0	0	0	6	6
計	13	17	10	13	6	59

出典：調査結果に基づき作成

8.1.2.2 産地表示

59の料理のうち、ホタテ産地等が明記されていた料理は13件(22%)あった。特にシーフード・レストランでホタテを使った32件のうち、9件(28%)で産地またはダイバーが手摘みで

収穫したホタテ「Diver Scallops」と記されている。「Diver Scallops」に具体的な産地記載はないが、大部分が大西洋ホタテ産地で、日本の北海道産は1件のみだった。一方、寿司店では産地をメニューに記載した料理3件（14%）に留まっている。いずれも、日本産または北海道産との表記だった。

このようにホタテ産地を明記するレストランの中でも、特にシーフード・レストランの多くは、ホタテと同様、他の食材についても、料理に使う食材の高い品質、持続可能性への配慮、地産地消といった点を強調する傾向が強く、料理そのものや店の雰囲気、サービスに加え、店の姿勢・方針も含めて、レストランの高い評価につながっているものと予想される。

図表 40 レストラン種別ごとのホタテ料理の産地等記載（2023年11月）

	店舗数	ホタテを使った料理数	産地等記載あり	
			件数	割合
高評価シーフード・レストラン	22	32	9	28%
寿司店	8	21	3	14%
大手チェーン	4	6	1	17%
計	34	59	13	22%

出典：調査結果に基づき作成

図表 41 ホタテの産地等を明記したホタテ料理（2023年11月）

	店舗	地域	料理方法	料理でのホタテの位置づけ	メニュー分類	金額（コースは全体額）	生/加熱（ホタテ）	産地表記
高評価シーフード・レストラン	Neptune Oyster	東部	パスタ	メイン	単品	\$38.00	加熱	ジョージズ・バンク産
	Providence	西部	ソテー	メイン	単品	\$45.00	不明	北海道産
	Providence	西部	ソテー	メイン	コース	\$295.00	加熱	メイン州産
	Essence Kitchen + Bar in Chino Valley	西部	ソテー	メイン	単品	\$38.00	加熱	北大西洋産
	Farina	中西部	ソテー	メイン	単品	\$48.00	加熱	- (Diver Scallops)
	Shaw's Crab House	中西部	ソテー	メイン	単品	\$32.00	加熱	ナンタケット産
	Perla's Seafood & Oyster Bar	南部	グリル	メイン	単品	\$46.00	加熱	メイン州産
	Perla's Seafood & Oyster Bar	南部	ソテー	メイン	単品	\$50.00	加熱	メイン州産
	Mignonette	南部	ソテー	メイン	単品	\$45.00	加熱	- (Diver Scallops)
寿司店	Double Knot	東部	マリネ	メイン	単品	\$31.00	生	日本産
	Double Knot	東部	刺身	メイン	単品	\$16.00	生	日本産
	Izakaya Osen in Sliver Lake	西部	寿司	メイン	単品	\$22.50 ¹⁷²	生	北海道産
大手チェーン	Bonfish Grill	全米	グリル	メインのひとつ	単品	\$24.99 ¹⁷³	加熱	ジョージズ・バンク産

出典：調査結果に基づき作成

また、大手チェーンでも、大西洋ホタテ産地（ジョージズ・バンク）を明記した料理が1件提供されていることが分かった。

¹⁷² 3貫の価格。1貫：7.95ドル

¹⁷³ NY店（25.90ドル）以外は他店もほぼ同一金額。

8.1.2.3 価格帯

最後に価格帯について傾向を調べた。レストラン種別ごとのホタテ料理の価格帯と、産地等を明記したホタテ料理の価格帯を下表のように整理した。赤色セルは料理数が多かった上位3つの価格帯を占めず。寿司店については、単品メニューの1皿毎の価格はシーフード・レストランや大手チェーンと比べて低価格だが、1皿に寿司3貫など、1皿当たりの量が少なく、欧米系料理と比べて多くの皿を注文することを前提とした価格設定となっている。

一方、欧米系料理として、ランキングで高評価を獲得したシーフード・レストランと、大手チェーンを比較すると、前者は一皿30-50ドルの価格帯に集中する一方、大手チェーンは10-35ドルでの設定となっている。

また、産地等記載のある料理については、表記のない料理に比べて、産地ブランドが付加価値となり、高価格設定となっている。このうち、20ドル以上25ドル未満の2件については、いずれも寿司店が提供する刺身と寿司（3貫）で、寿司店の中では高めの設定であることが分かる。

図表 42 レストラン種別ごとのホタテ料理と産地等を明記したホタテ料理の価格帯
(2023年11月)

価格帯	高評価シーフード・レストラン	寿司店	大手チェーン	合計	産地等記載のある料理
10ドル未満	0	4	0	4	0
10ドル以上15ドル未満	3	2	2	7	0
15ドル以上20ドル未満	3	10	0	13	1
20ドル以上25ドル未満	1	2	2	5	2
25ドル以上30ドル未満	2	1	0	3	0
30ドル以上35ドル未満	4	1	2	7	2
35ドル以上40ドル未満	4	1	0	5	2
40ドル以上45ドル未満	2	0	0	2	0
45ドル以上50ドル未満	5	0	0	5	4
50ドル以上55ドル未満	1	0	0	1	1
55ドル以上60ドル未満	1	0	0	1	0
60ドル以上65ドル未満	0	0	0	0	0
65ドル以上70ドル未満	0	0	0	0	0
70ドル以上75ドル未満	0	0	0	0	0
75ドル以上80ドル未満	0	0	0	0	0
80ドル以上85ドル未満	1	0	0	1	0
85ドル以上90ドル未満	0	0	0	0	0
90ドル以上95ドル未満	0	0	0	0	0
95ドル以上100ドル未満	0	0	0	0	0
100ドル以上	3	0	0	3	1
計	30	21	6	57	13

出典：調査結果に基づき作成

なお、地域別にみた場合については、本調査対象からは金額に有意な差は見られなかった。

8.2 実店舗での取り扱い状況

東部1都市（ニューヨーク）、西部1都市（ロサンゼルス）、各2店舗程度へのフィールド調査を行い、実店舗におけるホタテの取り扱い状況について調査した。上述の「流通形態」のフィールド調査で訪れた4店で提供されているホタテ料理は以下の通り。

8.2.1 東部都市：ニューヨーク

店舗名	Limani
住所	45 Rockefeller Plaza, New York, NY 10111
店舗 URL	https://limani.com/new-york/
価格帯	\$\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none">新鮮なホタテ貝のグリル、柑橘類とオリーブオイル添え（Fresh Scallops, Grilled and garnished with citrus and olive oil、平日限定ランチコース 39 ドルに含まれる 3 皿 [アペタイザー、メイン、デザート] のうちアペタイザーとして提供。）カナダ産ホタテの串焼き（Scallops, Canada, Grilled on the skewer、28 ドル）
調査日	2024 年 1 月 7 日

店舗名	Cull & Pistol Oyster Bar
住所	75 9th Ave, New York, NY 10011
店舗 URL	https://www.cullandpistol.com/
価格帯	\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none">ダイバーホタテ、オリーブオイル、柚、シーソルトで味付け（Diver Scallop- Olive Oil, Yuzu, Sea Salt、15 ドル）
調査日	2024 年 1 月 6 日

8.2.2 西部都市：ロサンゼルス

店舗名	Dear Jane's
住所	13950 Panay Way, Marina Del Rey, CA 90292
店舗 URL	https://www.dearjanesla.com/
価格帯	\$\$\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none">シーフードタワー：牡蠣、二枚貝、海老、ロブスター、石ガニ爪、北海道産ホタテ（Seafood Tower, oysters on the half shell, clams on the half shell, shrimp, half lobster, stone crab claws, Hokkaido scallops、165 ドル）
調査日	2024 年 1 月 10 日

店舗名	Santa Monica Seafood Market & Café
住所	1000 Wilshire Blvd, Santa Monica, CA 90401
店舗 URL	https://smseafoodmarket.com/
価格帯	\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none">ホタテのソテーと、ほうれん草とリコッタチーズのラビオリ、黄色カボチャ、ズッキーニに、赤ワインソースを添えて（Seared Sea Scallops, spinach-ricotta ravioli, yellow squash, zucchini、

	red wine reduction、39 ドル)
調査日	2024年1月12日

9 認証・格付けプログラム

9.1 ホタテ及びその取り扱いに関係した主な持続可能な水産物関連の認証・格付けプログラム

持続可能な水産物を巡る認証や格付けプログラムは世界中で複数展開されている。オランダ外務省の外局である発展途上国産輸入品促進センター（Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries：CBI）が2022年2月28日付けで出したウェブ記事「Exporting certified sustainable seafood to Europe¹⁷⁴」によれば、天然魚介類に関する世界最大の認証基準は、海洋管理協議会（Marine Stewardship Council：MSC）認証である¹⁷⁵一方、水産養殖については、水産養殖管理協議会（Aquaculture Stewardship Council：ASC¹⁷⁶）、ベストプラクティス養殖（Best Aquaculture Practices：BAP、後述）、GLOBALG.A.P.¹⁷⁷が世界3大認証であるとしている。

このような世界的な潮流は米国にも波及しており、米国で流通するホタテに関する認証取得の重要性も高まっている。特に、アジア系以外のレストランや小売店等にホタテを提供する場合、水産物の持続可能性に関係した認証取得や、食品安全に関する規制遵守が重視されるようになってきている。こうした動きは小規模な店舗でも見られるが、特に取り扱う商品量の大きな大手の小売店やレストランは、社会的課題への対応について、企業としてのポリシーを掲げており、

¹⁷⁴ <https://www.cbi.eu/market-information/fish-seafood/certified-sustainable-seafood>

¹⁷⁵ 同記事ではその他、天然水産物が倫理的な方法で収穫され、加工されたことを市場に保証するものとして、ベスト・シーフード・プラクティス（Best Seafood Practices：BSP）は新しい認証制度として設立されたことについても言及している。

¹⁷⁶ オランダのユトレヒトに本拠を置く水産養殖管理協議会（Aquaculture Stewardship Council：ASC）は、責任ある水産養殖のための世界的認証・ラベリングプログラムを管理する独立した国際的な非営利団体である。ASCは、サプライチェーン全体で価値を創造する効率的な市場メカニズムを用いて、水産養殖を環境の持続可能性と社会的責任に向けて変革することをミッションとしている。なお、2023年11月1日現在、ASCの認証を受けている養殖サイト件数を地域別でみると、アジア（862カ所）が最も多く、これに欧州（573カ所）、南米（462カ所）が続く。北米は34カ所に留まっており、その内訳は種別で見ると淡水マス（19カ所）、サーモン（13カ所）、セリオラ（ブリ）及びコピア（スギ）（1カ所）、海藻（1ヶ所）で、ホタテ養殖サイトは含まれていない。ホタテ関連では、ペルーのAcuapescaが、2015年3月に世界で初めてホタテ養殖でASC認証を受けた（<https://asc-aqua.org/our-impact/demonstrating-impact/>；<https://asc-aqua.org/news/worlds-first-asc-certified-scallops-set-to-hit-the-market/>；<https://www.wwf.org.pe/en/?243094/Las-primeras-conchas-de-abanico-del-mundo-con-certificacin-ASC-listas-para-ingresar-al-mercado-internacional-son-peruanas>）。

¹⁷⁷ ドイツのケルンに拠点を置くGLOBAL G.A.P.は、農業、畜産業、水産業の生産者と小売業者を結びつけ、安全な食品を生産・販売し、希少な資源を保護し、持続可能な未来を築くことを使命とする認証プログラムを提供している（<https://www.globalgap.org/what-we-offer/solutions/#2V3eQ9IPpNoay57vPe6iER>）。GLOBALG.A.P.認証を取得した生産者の製品に付けることができるGGNラベルは、消費者向けに日々の食料品購入の指針となるようデザインされており、商品の生産者の透明性を示すものである（<https://fishchoice.com/certification-partners/GLOBALG.A.P.>）。2024年2月までの調査では、米国ホタテに関して、当該認証が対象となる具体例等を特定することはできなかった。なお、ホタテ以外では、米国の大手小売店やレストランでもGLOBAL G.A.P.の規格を調達基準としており、例としてはCostco、McDonald、Walmartなどが挙げられる。一方、Whole Foods Market、Wegmans、Kroger、Targetなどは2023年11月末時点でGlobal G.A.P.のデータベースには含まれておらず、調達基準として採用していない可能性が高い（<https://database.globalgap.org/globalgap/search/MarketParticipants.faces>）。欧州ではほとんどのスーパーマーケットがGLOBAL G.A.P.を調達基準としている（https://www.ggap.jp/?page_id=35#i3）。

特に認証に関しては、契約先となる生産者、加工業者、卸売業者等が、MSC または ASC 認証や、危害分析重要管理点（Hazard Analysis and Critical Control Point : HACCP、後述）に関して、書類を通じて、それらに対応している事業者であることを証明できることを重視するようになっている¹⁷⁸。中でも持続可能なホタテ漁業という観点では、MSC 認証を重視する傾向が米国では強いとのコメントが複数の業界関係者から聞かれている¹⁷⁹。

米国ではホタテに関して MSC 認証が最も普及しているということについては、認証格付け連合（Certification and Ratings Coalition¹⁸⁰）が公開しているデータベース「Sustainable Seafood Data Tool¹⁸¹」の 2022 年データからも読み取れる。認証格付け連合は、水産業に係るステークホルダーが認証や格付けプログラムの価値や相互関係を理解し、多くの水産物生産者が環境の持続可能性と社会的責任に向けて明確な目標に沿って取り組みを行っていけるよう、ASC、フェアトレード USA（Fair Trade USA : FTUSA）¹⁸²、MSC、モンレーベイ水族館（Monterey Bay Aquarium、Seafood Watch を運営）、持続可能な漁業パートナーシップ（Sustainable Fisheries Partnership : SFP）¹⁸³が連携して設立した組織である。そのため、これらの団体が関連する認証のみのデータとなるが、上述の業界関係者コメントをある程度裏付けることができる。

具体的には、認証格付け連合の 2022 年データのうち、米国産ホタテのみのデータを見ると、認証や格付けされているホタテは全体のわずか 11%に留まったが、最も使用されているのは MSC 認証（10.7%）であり、これに Seafood Watch プログラムによる格付け（0.2%）、フェアトレード USA 認証（0.1%）が続いていることが分かった¹⁸⁴。

こうした状況を踏まえ、以下では、MSC 認証を中心に取り上げる。また、MSC 認証以外で、欧米で普及が見られ、ホタテの持続可能性認証として注目される可能性のある水産物認証の概要についても紹介する。

¹⁷⁸ 日系事業者 D 社関係者インタビュー、米系水産事業者 H 社関係者インタビュー等。

¹⁷⁹ 米系流通事業者 F 社関係者インタビュー。

¹⁸⁰ 世界中の水産物の認証・格付け状況に関するデータベース等を整備・管理し、水産業における観光の持続可能性と社会的責任の実現に向け、生産者、購入者、政府等に対し、優先的な魚種や問題について改善提言等を行っている。5段階の連携を支援する事務局的役割を担うプロジェクトマネージャはカナダに所在中（2023年11月27日現在のウェブサイト情報に基づく）。<https://certificationandratings.org/about-us/>

¹⁸¹ <https://certificationandratings.org/datatool/environmental-performance/>

¹⁸² カリフォルニア州オークランドに拠点を置くフェアトレード USA では、生活向上、環境保護、透明性のあるサプライチェーンの構築を目的とした、厳格で世界的に認知された持続可能な調達認証プログラムであるフェアトレード認証を行なっている。フェアトレード USA の漁業プログラムでは、環境および社会的責任に重点を置いている。フェアトレード USA はドイツのボンに拠点を置くフェアトレードインターナショナル（Fairtrade International）から独立した非営利団体で、米国内にある農業・漁業からの製品もプログラムの対象としている。<https://www.fairtradecertified.org/why-fair-trade/> : <https://www.just-food.com/features/why-there-is-room-for-two-us-fair-trade-organisations-in-us/?cf-view>

¹⁸³ 枯渇した魚類資源を回復させ、漁業と養殖業が環境と社会に与える影響を軽減するために世界的に活動している非営利団体。持続可能な水産物の生産を促進するため、サプライチェーン全体を通じて漁業関係者や水産企業と協働している。2006年に設立され、ハワイ州ホノルルに拠点を置く。<https://sustainablefish.org/about-us/>

¹⁸⁴ 同上

9.1.1 MSC 認証

9.1.1.1 概要

英国ロンドンに本拠を置く海洋管理協議会（Marine Stewardship Council: MSC）の漁業認証制度と水産物エコラベルは、持続可能な漁業の実践を認証している。MSC のビジョンは、世界の海が生命に溢れ、水産物の供給が現在そして未来の世代のために守られることであり、MSC は、エコラベルと漁業認証制度を活用し、持続可能な漁業を認識し、水産物を購入する消費者の選択に影響を与え、水産市場を持続可能なものに変えることで、世界の海の健全性に貢献することをミッションに掲げている¹⁸⁵。MSC 認証は、世界で初めて世界水産物持続可能性イニシアチブ（Global Sustainable Seafood Initiative : GSSI¹⁸⁶）によって認定されたベンチマークである¹⁸⁷。

MSC は漁業向けとサプライヤー向けの 2 つの認証制度を設けている。①MSC 漁業認証制度は、持続可能な漁業への取り組みの評価を希望する全ての天然捕獲漁業者に適用することができる。また、②MSC 流通加工段階認証（Chain of Custody: CoC）認証制度は、認証された持続可能な水産物が持続可能な供給源から提供されていることと、そのトレーサビリティを保証するサプライチェーン企業に適用できる。MSC 認証水産物には「海のエコラベル¹⁸⁸」が貼られる。また、MSC 認証水産物を扱うサプライチェーンに係る事業者は、取り扱う製品に海のエコラベルを表示するために、CoC 認証を取得する必要がある¹⁸⁹。なお、MSC 認証は第三者認証制度であり、MSC 自体は審査や認証は行わず、基準を定めている役割を担っている¹⁹⁰。

9.1.1.2 MSC 漁業認証

MSC 漁業認証は、天然の水産物を漁獲するすべての漁業を対象としており、ほとんどの種類の魚類・貝類が含まれる¹⁹¹。MSC 漁業基準には、資源の持続可能性、生態系への影響、効果的な管理、という 3 つの原則に基づく 25 の評価指標があり、水産物の健康や衛生以上に、漁業の持続可能性に重点を置いた評価となっている¹⁹²。

ホタテに関しては、北海道南部の噴火湾・サロマ湖で行われている垂下式漁と、道東部の根室海峡・オホーツク海で行われている桁網漁業が、2013 年に MSC 認証を受けており、北海道産ホタテのほぼ全てが MSC 認証となっている¹⁹³。一方、米国の大西洋ホタテは 2013 年 12 月に

¹⁸⁵ <https://fishchoice.com/certification-partners/Marine-Stewardship-Council>

¹⁸⁶ グローバル・ベンチマーク・ツールを運営し、水産物認証スキームが国連食糧農業機関（Food and Agriculture Organization : FAO）ガイドライン（「海面漁業における水産エコラベルの認証スキームの国際的なガイドライン」、「養殖業及び内水面漁業に関する認証スキームの国際的ガイドライン」、「養殖業に関する技術指針」）を満たしているかを認定している産官学連携イニシアチブ。 <https://www.ourgssi.org/jp/>

¹⁸⁷ <https://www.ourgssi.org/gssi-recognized-certification/> ; <https://www.msc.org/jp/what-you-can-do/media-centre/press-releases/msc%E3%81%8Cgssi%E3%81%AB%E8%AA%8D%E5%AE%9A>

¹⁸⁸ <https://www.msc.org/jp/what-we-are-doing/what-does-the-blue-msc-label-mean-JP>

¹⁸⁹ <https://fishchoice.com/certification-partners/Marine-Stewardship-Council>

¹⁹⁰ 同上

¹⁹¹ <https://www.msc.org/standards-and-certification/fisheries-standard/how-the-standard-works>

¹⁹² <https://www.msc.org/for-business/fisheries/fishery-certification-guide>

¹⁹³ <https://www.msc.org/jp/what-we-are-doing/Japan-MS-Certified-fisheries/Hokkaido-scallops>

MSC 認証を取得した。メイン州からノースカロライナ州に至る米国大西洋沿岸で、連邦政府の限定入漁許可によって漁獲される海ホタテ (Sea Scallop) を対象としている¹⁹⁴。これに伴い米国ホタテ協会 (American Scallop Association: ASA) 加盟企業 14 社が、漁獲物に海のエコラベルを表示する資格を得た。

現在、MSC 認証を受けた商品は米国の多くの小売店、フードサービス等で購入することができる。米国で 2023 年 11 月 27 日現在¹⁹⁵、MSC ウェブサイトに MSC 認証を受けた水産物を扱うブランド、小売店・フードサービスの件数は以下の通り。

- ✓ 缶詰、パウチ詰、その他のシーフード・パントリー・アイテムを提供するブランド (Brands that offer canned, pouched, and other seafood pantry items) : 34 ブランド
- ✓ チルド、生鮮、冷凍の MSC 認証製品を扱うブランド (Brands that offer chilled, fresh, and frozen MSC certified products) : 48 ブランド
- ✓ スモーク、燻製した魚製品を扱うブランド (Brands that offer smoked and cured fish products) : 50 社
- ✓ MSC 認証製品を取り扱う食料品店 (Grocery stores that carry MSC certified products) : 50 社 (例: ALDI、Albertson's、Amazon、Costco、Giant、H.E.B.、Kroger、Safeway、Sam's Club、Target、Walmart、Wegmans、Whole Foods Market 他)
- ✓ レストラン&外食店 (Restaurants & Dining Out) : 3 社 (Bamboo Sushi、McDonald's、Sushi Maki)

9.1.1.3 CoC 認証制度

CoC 認証は、MSC 認証された水産物製品が、サプライチェーン全体を通じて MSC 認証以外の製品と区別され、MSC 認証の持続可能な漁業に遡ることができるような手続きが取られていることを保証するものである¹⁹⁶。つまり、スーパーマーケットが MSC 認証を受けたホタテを販売するためには、そのサプライチェーンに関わるすべての事業者が CoC 認証規格の要求事項を満たし、独立した第三者機関による認証を得る必要がある。

審査は、中立的な立場にある審査機関により行われ¹⁹⁷、購入、搬入、販売記録を調べるほか、トレーサビリティ検査、聞き取り調査が行われる。水産物の DNA 検査が行われることもある。一度認証を取得すると、3 年間有効であり、その間、MSC による定期的な監査がある¹⁹⁸。

¹⁹⁴ <https://www.msc.org/media-centre/press-releases/press-release/-u-s-east-coast-scallop-fishery-receives-msc-certification>

¹⁹⁵ <https://www.msc.org/en-us/what-you-can-do/where-to-buy-msc-certified-sustainable-seafood>

¹⁹⁶ <https://www.msc.org/en-us/standards-and-certification/chain-of-custody-standard>

¹⁹⁷ <https://www.msc.org/en-us/for-business/certification-bodies> : <https://www.msc.org/en-us/about-the-msc/how-we-meet-best-practice>

¹⁹⁸ <https://www.msc.org/en-us/standards-and-certification/chain-of-custody-standard>

この CoC 認証取得については、日本産ホタテの米国輸出を加速するうえで、重要な要素となる。北海道産ホタテ漁業については、MSC 漁業認証が取得できているにも関わらず、その後の日本国内の加工工場が CoC 認証を取得していないために、認証が途中で途切れることとなり、米国小売店等が取り扱いできないといったことが実際に起きているとの声も聞かれる。後述するように、加水ホタテは取り扱いせず、持続可能性等への意識も高い大手スーパーマーケットの Whole Foods Market や Wegmans などとの取引では、MSC 認証とサプライチェーンを通しての CoC 認証をセットで対応できるかが重要となる。

CoC 認証 (MSC、ASC 共通) には、業種ニーズを踏まえた 3 つのバージョンと、各々に関するガイドラインが用意されている。

図表 43 MSC/ASC CoC 認証：バージョン別対象企業

バージョン	対象
① 標準の CoC 認証 (Default Chain of Custody) :	1ヶ所または数ヶ所で操業する企業向け。 <ul style="list-style-type: none"> 最終消費者及び販売業者にサービスを提供する魚屋で、販売量及び販売額の大半が販売業者向けである場合。 取引事務所、加工施設、貯蔵施設を有する水産会社
② グループ企業に対する CoC 認証 (Group Chain of Custody) :	MSC 認証水産物を流通、加工、取引する中央オフィス機能を持ち、多くの拠点を有する事業者向け。 <ul style="list-style-type: none"> 複数の場所に流通センターを持つ協同組合 複数の事業所を有する水産加工会社 複数の事業所またはフランチャイズにおいて、中央オフィスが事業要件を定めている場合。 <ul style="list-style-type: none"> レストランや魚屋など、サプライチェーンの末端に位置する独立した企業で構成され、グループ認証管理者がいる場合
③ 消費者向け事業者に対する CoC 認証 (Consumer-Facing Organization Chain of Custody) :	<ul style="list-style-type: none"> 小売業 レストラン ケータリング 鮮魚カウンター

出典：MSC (海洋管理協議会) ¹⁹⁹

MSC による 2023 年 9 月付プレスリリースでは、これまでの 66 カ国で 2 万以上の製品が海のエコラベル付きで販売されており、MSC 認証水産物を取り扱う 4 万 7,800 以上のサプライチェーン拠点が CoC 認証を取得している²⁰⁰。なお、日本での CoC 認証取得事業者数も増加しており、2021 年には 300 社を超え、900 品目以上の MSC 認証製品が登録されている²⁰¹。一方、米国では、水揚げの 80%以上が MSC 認証水産物になっている。さらに、2022 年度 (2021 年 4 月 1 日

¹⁹⁹ <https://www.msc.org/en-us/for-business/supply-chain-companies/chain-of-custody-certification-guide>

²⁰⁰ <https://www.msc.org/media-centre/news-opinion/news/2023/09/13/msc-launches-new-review-of-chain-of-custody-standard>

²⁰¹ <https://www.msc.org/jp/what-you-can-do/media-centre/press-releases/210125>

から 2022 年 3 月 31 日まで) だけでも 100 を超える MSC 認証製品が登録され、MSC 認証製品の売上は過去 5 年間で倍増した²⁰²。Whole Foods Market はそのけん引役となっている企業のひとつである。

9.1.2 MSC 以外の格付け・認証

MSC 認証以外にも、水産物の持続可能性認証や格付けは他にも多数ある。しかし、米国におけるホタテに特化した場合、MSC 認証以外の認証例は限られている。具体的には、上述の世界におけるホタテの認証・格付け状況（2022 年）で MSC 認証に次いで多かったモンレーベイ水族館による格付け Seafood Watch プログラム、ベストプラクティス養殖（Best Aquaculture Practices: BAP）認証基準が挙げられる。

図表 44 ホタテ及びホタテの取り扱いに関する主な持続可能な水産物関連認証・格付け

認証プログラム	認証対象となる商品					認証対象の組織			
	水産物	水産加工品	天然	養殖	(捕獲) 生産者	(養殖) 生産者	加工業者	流通業者	小売店
MSC 認証 ²⁰³	○	○	○		○		○	○	○
BAP 認証 ²⁰⁴	○	○		○		○	△		
Seafood Watch プログラム	○		○	○	○	○			

出典：各種関連情報に基づき作成

9.1.2.1 BAP 認証

米ニューハンプシャー州ポーツマスにて 1997 年に設立された世界水産物連盟（Global Seafood Alliance: GSA、旧 Global Aquaculture Alliance: GAA）は、ベストプラクティス養殖（Best Aquaculture Practices: BAP）認証基準を開発し、責任ある水産養殖の実践を奨励している。GSA はまた、生産とマーケティングの効率化を図り、効果的で協調的な規制と貿易政策を推進している。GSA の使命は、世界の食料需要を満たすために、環境的に責任ある水産養殖を推進することである。BAP 認証プログラムを通じて、GSA は、環境と地域社会のニーズに関して持続可能であり、世界の人々に安全で健全な水産物を効率的に提供する、責任ある生産システムの使用を奨励している²⁰⁵。BAP も MSC 認証同様、GSSI によって認定されたベンチマークである²⁰⁶。

²⁰² <https://www.msc.org/docs/default-source/default-document-library/about-the-msc/msc-annual-report-2022-2023.pdf>

²⁰³ 開封、再梱包、再ラベル貼付なしで最終消費者に販売される包装済みの MSC 認証製品（消費者対応改ざん防止製品）を購入し、販売する場合は CoC 認証必要無し。<https://www.msc.org/for-business/supply-chain/chain-of-custody-certification-guide> ; <https://www.sgs.com/en/services/msc-chain-of-custody-coc>

²⁰⁴ CoC 認証を試験的に行っている。マサチューセッツ州 New Bedford の East Coast Seafood の加工施設のみ、2020 年 10 月に認証を受けている（2023 年 12 月現在）。<https://www.bapcertification.org/WhatWeDo> ; <https://www.seafoodsource.com/news/processing-equipment/east-coast-seafood-gets-bap-chain-of-custody-certification-for-three-facilities>

²⁰⁵ <https://fishchoice.com/certification-partners/Best-Aquaculture-Practices-1-Star>

²⁰⁶ <https://www.ourgssi.org/gssi-recognized-certification/bap/>

BAP 認証は養殖水産物の養殖場、ふ化場、飼料工場、加工業者、再加工業者²⁰⁷を対象とし、その全ての段階において環境への責任、社会への責任、食品安全、動物福祉といった、責任ある養殖水産物に関連する重要な4つの問題に対応するものである²⁰⁸。

図表 45 BAP の認証段階



出典：BAP ウェブサイト

各段階は星マークで表示され、4 つ星 BAP は養殖プロセスにおける全ての生産段階（養殖、ふ化、飼料、加工/再加工）において BAP 認証を取得している、最高レベルの評価を意味する²⁰⁹。

BAP 認証水産養殖生産者（BAP Certified Aquaculture Producers）データベースに 2023 年 11 月末時点で掲載されている生産者数は全世界で 3,394 件あり、うち北米は 79 件とされる。このうち、ホタテを対象とする事業者は加工業者（Processor）と再加工業者（Reprocessor）で、各 2 件（計 4 件）を確認することができた²¹⁰。

図表 46 ホタテ生産に携わる米国 BAP 認証水産養殖生産者

分類	企業名	所在国	生産しているホタテの種類
Processor	Atlantic Capes Fisheries, Inc. dba IQF Custom Packing, LLC	United States	Scallop: Mizuhopecten yessoensis (Wild)
Reprocessor	Beaver Street Fisheries	United States	Scallop: Placopecten magellanicus (Wild)
Reprocessor	Channel Fish Processing Co., Inc.	United States	Scallop: Argopecten irradians
Processor	Lund's Fisheries Inc. / American Scallop Co.	United States	Scallop: Argopecten irradians

出典：BAP Certified Aquaculture Producers データベース（2023 年 11 月 27 日現在）

また、小売、サプライヤー、フードサービスの大手チェーンは、BAP パートナーになっており、食品安全、環境責任、社会的説明責任、動物福祉に取り組む等、責任ある水産物の生産に取り組む事業者からの調達に取り組んでいる。複数の北米企業も BAP パートナーに名を連ねている²¹¹。

²⁰⁷ “BAP certified farms, hatcheries, feed mills, processing plants, and re-processors”

²⁰⁸ <https://www.bapcertification.org/WhatWeDo>

²⁰⁹ <https://bapcertification.org/OurLogo>

²¹⁰ <https://www.bapcertification.org/Producers>

²¹¹ <https://www.bapcertification.org/WhereToFind>

9.1.2.2 Seafood Watch プログラム (格付けプログラム)

カリフォルニア州モントレールにあるモントレールベイ水族館が 1999 年から実施しているシーフードウォッチ (Seafood Watch) プログラムでは、持続可能性の科学的基準に基づいて、天然および養殖水産物を緑・黄・赤の 3 色に格付けしている。さらに、MSC や ASC など、FAO 規格に則った第三者機関から認証を受けている一部の水産物に関しては、シーフードウォッチが企業や消費者にこうした認証製品を青、「認証水産物 (Certified)」として推奨することもある²¹²。シーフードウォッチでは、事業者や消費者に対して、水産物の持続可能な生産方法に関する情報を発信している²¹³。

図表 47 シーフードウォッチ (Seafood Watch) プログラムによる格付け

格付け		格付け基準
緑	ベスト・チョイス (Best Choice)	シーフードウォッチプログラムの指導原則に沿った方法で操業しているサプライヤーから調達されている。ベスト・チョイス水産物は、他の野生生物や環境にほとんど、あるいは全く害を与えない方法で漁獲または養殖され、適切に管理されている。
黄	グッド・チョイス (Good Alternative)	シーフードウォッチプログラムの指導原則にほとんど合致する方法で操業しているサプライヤーから調達されたものだが、問題点が 1 つあり、大幅な改善が必要である、または野生生物や環境への影響について不確実性があることを意味する。
赤	回避 (Avoid)	乱獲やずさんな管理など、環境に重大な害をもたらす危険性の高い方法で漁獲または養殖されたものである。シーフードウォッチプログラムの指導原則に合致しておらず、保全上重大な懸念があるか、改善が必要な分野が複数あるため、持続不可能とみなされる。
青	認証 (Certified)	MSC や ASC など、FAO 規格に則った第三者機関から認証を受けている水産物。「黄」と同等以上 ²¹⁴ 。

出典：シーフードウォッチ・ウェブサイト²¹⁵に基づき作成

シーフードウォッチで既に格付けされているホタテ類は 14 種類あり、養殖が 5 種類、天然漁獲が 9 種類であった (2023 年 11 月現在)。また、青が 7 種類、緑が 4 種類、黄が 3 種類と評価されている。この青 7 種類に関して、日本産のホタテガイ (Common Japanese scallop、垂下式漁・桁網漁業) を含む 5 種類が MSC 認証を、2 種類が ASC (二枚貝基準) 認証を取得している。また、黄と格付けされたホタテは、ニューヨーク州産²¹⁶とマサチューセッツ州産²¹⁷及びメキシコ産²¹⁸の湾ホタテ (Bay Scallop、学名：Argopecten ventricosus) であった²¹⁹。

²¹² <https://www.seafoodwatch.org/recommendations/certified-seafood>

²¹³ <https://www.seafoodwatch.org/about-us>

²¹⁴ <https://times.seafoodlegacy.com/words/seafoodwatch/>

²¹⁵ <https://www.seafoodwatch.org/recommendations/our-standards>

²¹⁶ <https://www.seafoodwatch.org/recommendation/scallop/bay-scallop-14956?species=22>

²¹⁷ <https://www.seafoodwatch.org/recommendation/scallop/bay-scallop-14955?species=22>

²¹⁸ <https://www.seafoodwatch.org/recommendation/scallop/pacific-calico-scallop-15772?species=26>; メキシコ湾ホタテ (Pacific calico scallop、別名: Mexican Bay Scallop 他)。なお、学名は、ニューヨーク産、マサチューセッツ産と同じ。

²¹⁹

<https://www.seafoodwatch.org/recommendations/search?query=%3AAspecies%3BScallops%2CBay%20scallop%2CLined%20scallop%2CScallop%2CNucleus%20scallop%2CPacific%20calico%20scallop%2CQueen%20scallop%2CReddish%20scallop%2CAtlantic%20calico%20scallop%2CPeruvian%20scallop%2CSpiny%20scallop%2CIceland%20scallop%2CSea%20s>

9.2 主な大手小売チェーンにおける調達での持続可能な水産物関連認証の扱い

米国の大手小売チェーンでは、環境の持続可能性への消費者の関心の高まりなどを踏まえ、上述の認証を受けた水産物を中心に調達する方針を出している。各社の水産物調達において、重視する認証として明記されたものは以下の通り。なお、各社ウェブサイト掲載情報は、ホタテに特化した内容の記載ではなく、水産物全般に関するものである点にご留意いただきたい。

図表 48 主な米国大手小売チェーンの水産物調達における持続可能な水産物関連の認証・格付けプログラムの取扱状況

小売チェーン	MSC認証	Seafood Watch (SW) プログラム	BAP認証	その他の認証・特記事項等
Amazon (Private Brands)	MSC 認証または SW プログラムの緑と黄のみ		2 つ星以上、代替認証スキーム有り (右欄参照)	天然：MSC 認証、SW プログラム (緑・黄)、FIP 評価 C 以上も可 養殖：ASC 認証、EU Organic、Naturland 等オーガニック認証または BAP2 つ星以上
Whole Foods Market (※Private Brands は Amazon 参照)	MSC 認証または SW プログラムの緑と黄のみ			全般：クローンや遺伝子組み換えの販売なし。水産物の処理に使用される STPP 等保存料の使用禁止 天然：MSC 認証、SW プログラム (緑・黄) 養殖：Whole Foods Market 独自の養殖水産物品質基準
Wegmans	MSC 認証を含む GSSI	-	BAP 認証を含む GSSI	持続可能なサプライチェーンイニシアチブ (SSCI) ベンチマークを満たす認証を推奨 独自の Food You Feel Good About プログラム実施
Kroger	MSC 認証	-	2 つ星以上	<全般>天然：MSC 認証、FIP、その他 GSSI 養殖：BAP2 つ星以上、ASC 認証、または GLOBALG.A.P. 認証 <プライベートブランド>天然：MSC 認証 養殖：ASC 認証または BAP 認証 4 つ星
Costco	MSC 認証	-	-	天然：MSC 認証。FIP に参加しているサプライヤーからの調達を推奨 養殖：ASC 認証
Target	(常温保存可能なマグロのみ MSC	SW プログラムの緑と黄のみ	-	FIP 参加サプライヤー。

[callop%2CWeathervane%20scallop%2CCommon%20Japanese%20scallop%2CGiant%20scallop%2CPatagonian%20scallop%3Afree%3Bscallop%7Cspecies](#)

	認証も 要)			
Walmart	MSC 認 証 (又は BAP 認 証、他の GSSI 認 証)	-	BAP 認証 (又は MSC 認証、他の GSSI 認証)	以下いずれかへの対応を求める <ul style="list-style-type: none"> ✓ MSC 認証、BAP 認 証、または他の GSSI 認証。養殖はサプライ チェーン全体を通じた 持続可能な生産と調達 を確保。 ✓ FIP または AIP におい て、認証取得に向けて 取り組む。

出典：関連資料に基づき作成

以下、各小売チェーンの持続可能な水産物調達に関する方針と、認証等の扱いについてみていく。あわせて、各社が EC サイトで販売している冷蔵・冷凍ホタテ商品に記載された認証についても確認する。

9.2.1 Whole Foods Market/Amazon

Whole Foods Market の親会社である Amazon では、消費者に高品質な商品を届けることを宣言し、サプライヤーとの間で設定した原材料の持続可能性に関するコミットメントを提示するべく、食料品事業における関連活動を自社サイトで公表している。持続可能性を重視した日用品や農産物について説明しており、水産物に関しては以下のような方針を取っている。

Amazon では、Private Brands (Amazon Fresh、Amazon Kitchen、Amazon Go、Whole Foods Market を含む²²⁰) で扱う欧米の食料品全体において、様々な持続可能性基準に照らして認証または格付けされた水産物の調達に取り組んでいる。これに含まれる天然水産物について、単一食材の生鮮食品、冷凍食品、および缶詰は、MSC 認証を受けた漁業、またはシーフードウォッチプログラムで緑または黄と評価された漁業からのみ調達している。このほか、Amazon Private Brands では、信頼できる漁業改善プログラム (Fishery Improvement Program : FIP²²¹) の進捗評価が C 以上であるプロジェクトに参加しているサプライヤーが提供する天然水産物製品も取り扱い対象に含めている²²²。

Amazon Private Brands が提供する単一食材の養殖水産食品は、ASC 認証、EU Organic²²³、Naturland²²⁴等のオーガニック認証、または BAP による 2 つ星以上の認証を受けている必要がある。Whole Foods Market が取り扱う全ての養殖水産物は「責任ある養殖 (Responsibly

²²⁰ <https://www.aboutamazon.com/news/retail/how-amazon-supports-sustainable-grocery-practices>

²²¹ FIP は、漁業慣行と管理を改善し、種、生息地、そして人間すべてが繁栄できるようにするための、複数の利害関係者による段階的な取り組みで、A~E の 5 段階評価によってその改善状況を評価する (<https://www.worldwildlife.org/pages/what-are-fishery-improvement-projects-and-how-do-they-work>)。

²²² <https://www.aboutamazon.com/news/retail/how-amazon-supports-sustainable-grocery-practices>

²²³ EU が定めるオーガニックの認証制度 (https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organic-logo_en)

²²⁴ ドイツのミュンヘン近郊に本拠を置く農畜産物や水産物などのオーガニック認証を行う国際機関 <https://www.naturland.de/en/>

Farmed) 基準」を満たし、産地まで追跡可能で、第三者機関による水質およびその他数十の品質基準の検証が義務付けられている²²⁵。

Whole Foods Market ではクローンや遺伝子組み換えの水産物は販売せず、水産物の処理に使用される重亜硫酸ナトリウムや STPP などの特定の保存料を含む 260 種類以上の食品原材料を禁止しており、一酸化炭素や色調保持のための濾過された薪の煙も禁止している。

Whole Foods Market で取り扱う天然水産物は原則、MSC 認証を受けており、シーフードウォッチで緑または黄と評価されている。Whole Foods Market ではさらに、環境問題などを考慮し、漁獲量の少ない特定の産地の水産物は販売していない²²⁶。

Whole Foods Market では、同社で取り扱っている養殖のサケ、ホッキョクイワナ、ティラピア、エビ、ニジマス、軟体動物（カキ、アサリ、ムール貝、ホタテ）などの水産物に関して独自の「責任ある養殖」基準を設けている²²⁷。ホタテを含む軟体動物の養殖に関しては、合成農薬の使用を禁止し、水質のモニタリングと沿岸環境の保護を義務付けているほか、海底に生息する動物や養殖場の地下の生態系を保護するため、海底の堆積物の健全性を評価することも義務付けている。これは堆積物に生息する動物にとって有毒な硫化物の発生を防ぐためである²²⁸。なお、Whole Foods Market が販売する全ての養殖二枚貝は、15ヶ月ごとに第三者機関による認証を受け、Whole Foods Market の養殖水産物品質基準に適合している業者から仕入れたものでなければならない²²⁹。こうして Whole Foods Market の基準を満たした養殖水産物には「責任ある養殖」ロゴが与えられる²³⁰。

9.2.2 Wegmans

Wegmans は、MSC 認証を含む GSSI やコンシューマー・グッズ・フォーラム（Consumer Goods Forum: CGF²³¹）の持続可能なサプライチェーンイニシアチブ（Sustainable Supply Chain Initiative: SSCI²³²）のベンチマークを満たす水産物サプライヤーからの調達を心がけている。また、水産物トレーサビリティの国際対話（Global Dialogue on Seafood Traceability :

²²⁵ <https://www.aboutamazon.com/news/retail/how-amazon-supports-sustainable-grocery-practices>

²²⁶ 同上

²²⁷ ホタテの「責任ある養殖（養殖水産物品質）」基準 :

https://assets.wholefoodsmarket.com/Standards/WFM%20Farmed%20Mollusc%20Stds_Version%204.0_March%2011_2022.pdf

²²⁸ <https://www.wholefoodsmarket.com/quality-standards/seafood-standards>

²²⁹ https://assets.wholefoodsmarket.com/Standards/Quality%20Standards%20for%20Farm%20Raised%20Species_12.8.22.pdf

²³⁰ <https://www.wholefoodsmarket.com/quality-standards/seafood-standards>

²³¹ 国際チェーンストア協会（CIES -The Food Business Forum）、標準化推進団体（Global Commerce Initiative: GCI）、グローバル CEO フォーラム（Global CEO Forum）という 3つの組織が 2009 年に合併して設立された、フランスのパリに拠点を置く国際的な消費財業界団体で、70 カ国以上から約 400 社が加盟している。社会的・環境的サステナビリティ、食品安全、ヘルス & ウェルネス、E2E バリューチェーンという 4つのピラーのもと、社会的・環境的課題に取り組んでいる。<https://www.theconsumergoodsforum.com/jp/>

²³² CGF は 2017 年に発足。SSCI では、CGF 会員と専門家の利害関係者によって開発された基準に基づいて構築された包括的なベンチマーク・プロセスを通じて、社会的持続可能性に関連する第三者監査、モニタリング、認証スキームおよびプログラムを認定している。将来的には環境的持続可能性にも焦点を当てる予定である。<https://www.theconsumergoodsforum.com/social-sustainability/sustainable-supply-chain-initiative/about/mission/>

GDST²³³) の相互運用可能な報告プログラムを通じて、調達した魚は完全にトレーサビリティが確保されている²³⁴。

その他、Wegmans は 1991 年に「Food You Feel Good About (気分がよくなる食品)」という、人工着色料、香料、保存料を一切使用しない食品の提供を目的としたプログラムを開始している。このプログラムの基準は、前述の 3 品を不使用、部分水素化油脂由来のトランス脂肪酸を含まない、異性果糖 (果糖ブドウ糖液糖 [High Fructose Corn Syrup : HFCS]) 不使用、人工甘味料不使用である²³⁵。Wegmans ではこの「Food You Feel Good About」ラベルをつけたホタテ商品も販売している²³⁶。

9.2.3 Kroger

Kroger は 10 年以上前に業界を先取り、水産物の持続可能性に関する方針を打ち出した。継続的な改善を可能にする戦略とコミットメントを明確に定義することで、Kroger は持続可能な水産物の発展を継続的に支援している²³⁷。現在、Kroger は同社のシーフード部門で販売する全ての天然水産物の原産国、生産方法、生産地、生産国などの情報を追跡している²³⁸。

Kroger は、2021 年 8 月に更新した持続可能性に関する方針で、2023 年までにシーフード部門で販売する全ての天然水産物の 95% を、MSC 認証漁業、MSC フルアセスメント審査中 (in MSC full assessment)、MSC 基準達成に向けた包括的な FIP に取り組んでいる漁業、またはその他の GSSI が認める認証²³⁹を得た漁業から調達することを目標に掲げた。さらに MSC 認証の天然水産物を優先的に調達し、2023 年までに少なくとも天然水産物の 85% 以上を MSC 認証漁業から調達すると宣言している²⁴⁰。

Kroger では、2023 年までに水産物部門の養殖水産物の 100% を、BAP2 つ星以上の認証、ASC 認証、または GLOBAL G.A.P. 認証を受けた養殖場から調達することを目標としている²⁴¹。

Kroger のプライベートブランド「Our Brands (Simple Truth、Private Selection、Kroger Brand²⁴²)」商品として販売される水産物には、「責任ある調達 (Responsibly Sourced)」または「持続可能な調達 (Sustainably Sourced)」というマークが表示される。「責任ある調達」表示がある製品は、持続可能な慣行を実践している漁業や養殖場から調達されたものである。

²³³ 水産物のトレーサビリティの国際標準をつくるため、2017 年に設立された企業間プラットフォーム (<https://traceability-dialogue.org/>)

²³⁴ <https://www.wegmans.com/responsible-seafood/>

²³⁵ <https://www.wegmans.com/health-nutrition/feel-your-best/wegmans-brand/food-you-feel-good-about/>

²³⁶ https://shop.wegmans.com/search?search_term=scallop&search_is_autocomplete=false ;

ただし、不使用対象に STPP が含まれるかどうかについては、公開情報からは不明。

²³⁷ <https://www.kroger.com/blog/food/seafood-sustainability-at-kroger>

²³⁸ 同上

²³⁹ MSC 認証、BAP 認証以外では、責任ある漁業管理 (Responsible Fisheries Management: RFM、アラスカ)、アイランド RFM、GLOBAL G.A.P.、ASC、G.U.L.F. RFM (メキシコ湾)、Certified Quality Aquaculture (CQA)、マリン・エコラベル・ジャパンなどがある。 <https://www.ourgssi.org/gssi-recognized-certification/>

²⁴⁰ https://www.thekrogerco.com/wp-content/uploads/2018/12/The-Kroger-Co_Seafood-Sustainability-Policy_2018-July.pdf

²⁴¹ 同上

²⁴² <https://www.kroger.com/b/ourbrands>

これには、MSC 認証やその他の GSSI が認める認証を通じて、適切な認証を取得するために必要な環境上の課題に取り組んでいる漁業も含まれる。「持続可能な調達」表示がある製品は、持続可能な方法で調達されており、天然水産物については MSC 認証、養殖水産物については ASC 認証または BAP 認証 4 つ星基準など、Kroger がクラス最高と考える基準が設定されている²⁴³。

9.2.4 Costco

Costco は、MSC 認証を受けた水産物でない限り、危険性の高い特定の天然魚種を販売しない方針を示している²⁴⁴。Costco はまた、小売業者、地方自治体、加工業者、サプライヤーなど多くの主体が参加し、地元漁業が MSC 認証要件を満たせるような FIP を支援している。Costco のバイヤーは、持続可能な調達方針へのコミットメントを示すため、こうした FIP に参加するサプライヤーとの取引を優先している²⁴⁵。

一方、養殖水産物に関しては、ASC 認証を重視している²⁴⁶。

9.2.5 Target

Target は、寿司を含む生鮮および冷凍水産物について、①シーフードウォッチプログラムによる緑または黄の格付け、またはシーフードウォッチによる緑または黄色の格付けと同等とみなされる環境基準の認定を受けており、②FisheryProgress.org または他の信頼性のあるプラットフォームに従って、測定可能で期限付きの進捗管理を行う FIP に取り組んでいる²⁴⁷という条件を満たす製品の調達を心がけている。また、常温保存が可能なマグロ製品に関しては、上記 2 つの条件に加えて、MSC 認証 (CoC 認証も含む) を取得した漁業者から調達することが条件となっている²⁴⁸。

そのほか、Target では責任ある購買方針を公表し、環境および社会的責任、トレーサビリティに取り組むイニシアチブに参加しており、国際一本釣り財団 (International Pole & Line Foundation: IPNLF²⁴⁹) のメンバーであり、国際水産物持続性財団 (International Seafood Sustainability Foundation : ISSF)²⁵⁰のメンバーである²⁵¹ベンターとの取引を優先的に行っている。

²⁴³ <https://www.kroger.com/blog/food/seafood-sustainability-at-kroger>

²⁴⁴ <https://www.costco.ca/connection-sourcing-seafood-may-june-2022.html>

²⁴⁵ 同上

²⁴⁶ 同上

²⁴⁷ <https://corporate.target.com/sustainability-governance/responsible-resource-use/environmental-impact-products/commitment-to-sustainable-seafood>

²⁴⁸ 同上

²⁴⁹ モルディブの一本釣り漁師を代表するために、英国を拠点とする慈善団体として 2012 年 1 月 23 日に設立された。一本釣りマグロ漁業の開発、支援、促進活動を行っている。 <https://ipnlf.org/about/>

²⁵⁰ 科学者、水産業界のリーダー、環境保護活動家が、マグロ漁業の持続可能性を改善するために 2009 年に設立。バージニア州 McLean に本拠を構える。 <https://www.issf-foundation.org/about-issf/our-story/about-us/>

²⁵¹ <https://corporate.target.com/sustainability-governance/responsible-resource-use/environmental-impact-products/commitment-to-sustainable-seafood>

Target は、トレーサビリティのベストプラクティスを目指し、サプライチェーンの透明性を向上させるため、ベンダーと取り組んでいる。ベンダーに対する年 2 回のリスク評価の実施、CoC 文書の要求と検証、リスクの高いサプライチェーンのマッピング等を行っている²⁵²。

9.2.6 Walmart

Walmart では、世界の地域社会や環境に悪影響を与えない、安全で手頃な価格の持続可能な水産物を消費者に提供することを目指しており、水産物のサプライチェーンにおける透明性と継続的な改善を構築することで、現在そして将来にわたって消費者の信頼を築くことを目標に掲げている²⁵³。

2025 年までに北米および中米の Walmart (Walmart U.S.、Sam's Club、Walmart Canada、Walmart Mexico、Walmart Central America) は、価格、入手可能性、品質、需要、世界各地の小売市場特有の規制環境を踏まえ、生鮮・冷凍、養殖、天然水産物サプライヤーに対し、以下の条件のいずれかを満たす漁業からの調達を義務付けるとしている。

- MSC 認証または BAP 認証を用いて持続可能であると第三者に認証された漁業、または GSSI によって持続可能と認められた (認証) プログラムによって認証された漁業。養殖魚については、最終加工場、養殖場、孵化場、飼料工場など、サプライチェーン全体を通じて持続可能な生産と調達を確保することをサプライヤーに求める。
- 漁業改善プロジェクト (FIP) または養殖業改善プロジェクト (Aquaculture Improvement Project : AIP²⁵⁴) において、目標、指標、マイルストーン等を設定し、MSC 等の認証取得に向けて積極的に取り組んでいる²⁵⁵。

水産物サプライヤーを含む世界中の Walmart サプライヤーは、Walmart サプライヤー基準及び該当する責任ある調達 (Responsible Sourcing) プログラムの要件を遵守することが求められている。Walmart のサプライヤー基準では、労働者の倫理的扱い、職場の安全性、環境への責任、そして適切なビジネス慣行に関して、サプライヤーとその施設に期待することを定めている²⁵⁶。

また、Walmart はサプライヤーに対し、持続可能な漁業パートナーシップ (Sustainable Fisheries Partnership: SFP²⁵⁷) が管理するシーフード・メトリクス・システム (Seafood

²⁵² 同上

²⁵³ <https://corporate.walmart.com/policies#seafood-policy>

²⁵⁴ 民間部門の影響力を活用し、養殖生産の改善を推進し、政策変更を通じてこれらの変化を持続させる複数のステークホルダーによる取り組み。2010 年にベトナムで初の正式な AIP 開始。AIP ディレクトリで全ての AIP (2023 年 12 月現在 6 件存在し、そのうち 5 件がエビ、1 件がティラピア) に関する情報が閲覧可能。

<https://sustainablefish.org/how-we-work/aquaculture-improvement-projects/> : <https://aipdirectory.org/view-aips/>

²⁵⁵ <https://corporate.walmart.com/policies#seafood-policy>

²⁵⁶ 同上

²⁵⁷ 枯渇した魚類資源を回復させ、漁業と養殖業が環境と社会に与える影響を軽減するために世界的に活動している非営利団体。持続可能な水産物の生産を促進するため、サプライチェーン全体を通じて漁業関係者や水産企業と協働している。2006 年に設立され、ハワイ州ホノルルに拠点を置く。<https://sustainablefish.org/about-us/>

Metrics System) を使って進捗状況を報告するよう求めている。このシステムは、持続可能な調達に関するサプライヤーの実績を測定・追跡するのに役立つとして、欧米で500以上のサプライヤーが利用している²⁵⁸。

9.3 大手小売チェーン EC サイトで販売されているホタテ商品に記載された持続可能な水産物関連の認証

上述の大手小売チェーン各社の水産物調達における持続可能な水産物認証等の取り扱いの中で、ホタテに特化した事項等は公開資料からは特定されなかった。しかし、各チェーンが EC サイトで販売しているホタテの冷蔵・冷凍商品に記載された認証等を確認したところ、MSC 認証が記載されている商品が特に多かった。このことは、上述の認証格付け連合 (Certification and Ratings Coalition²⁵⁹) によるデータとも合致している。

²⁵⁸ <https://corporate.walmart.com/news/2020/06/08/walmarts-sustainability-efforts-take-to-the-seas-with-msc-certified-sustainable-private-brand-canned-tuna> ; <https://sustainablefish.org/tools-science-services/seafood-metrics>

²⁵⁹ 世界中の水産物の認証・格付け状況に関するデータベース等を整備・管理し、水産業における観光の持続可能性と社会的責任の実現に向け、生産者、購入者、政府等に対し、優先的な魚種や問題について改善提言等を行っている。5段階の連携を支援する事務局的役割を担うプロジェクトマネージャはカナダに所在中 (2023年11月27日現在のウェブサイト情報に基づく)。<https://certificationandratings.org/about-us/>

図表 49 大手小売チェーン EC サイトで販売されているホタテ商品の持続可能な水産物関連の
認証等記載事項

小売 チェーン	商品名	認証等	天然/ 養殖	産地	無加水/ 加水*	生食 用・加 熱用
Whole Foods Market	Scallop Sea 10 20 previously frozen MSC ²⁶⁰	MSC	天然	非表示	無加水 261	非表示
	365 by Whole Foods Market Wild Caught Sea Scallops ²⁶²	MSC	天然	米国等	非表示	加熱
Amazon Fresh	Fresh Brand – Wild Caught Sea Scallops (10- 20 Count/Pound), 12 oz, Sustainably Sourced (Previously Frozen) ²⁶³	MSC	天然	米国	無加水 264	加熱 ²⁶⁵
	Bay Scallops, 12 oz (Frozen), Responsibly Sourced, Phosphate Free ²⁶⁶	BAP	養殖	ペルー	無加水 267	加熱
Wegmans	Wegmans Wild Caught Sea Scallops ²⁶⁸	記載なし 269	天然	米国	無加水 270	加熱 ²⁷¹
	Wegmans Frozen Patagonian Scallops, FAMILY PACK	MSC	天然	アルゼ ンチン	無加水 272	加熱 ²⁷³
	Wegmans Fresh Sea Scallops, 15-25 count per	記載なし	天然	米国	無加水 275	加熱

²⁶⁰ https://www.amazon.com/Scallop-Sea-Previously-Frozen-MSC/dp/B079VMRQRW/ref=sr_1_1_f3_0o_wf?crd=355RAO1XP4F7W&keywords=scallops&qid=1700450990&refinements=p_n_alm_brand_id%3A18075437011&rmid=18075436011&srefix=scallops%2Caps%2C612&sr=8-1

²⁶¹ 亜硫酸水素ナトリウム (sodium bisulfite)、STPP を含む特定の防腐剤の使用無しとあるため無加水と予想される。

²⁶² <https://www.wholefoodsmarket.com/product/365-by-whole-foods-market-wild-caught-sea-scallops-b07nrncsvly>

²⁶³ https://www.amazon.com/Fresh-Brand-Scallops-Sustainably-Previously/dp/B08LZWNRT1/ref=sr_1_4_f3_0o_fs?crd=1FKPEHZ2RSPMA&keywords=scallops&qid=1700527098&refinements=p_n_alm_brand_id%3A18075437011%7C18075438011&rmid=18075436011&srefix=scallops%2Caps%2C614&sr=8-4

²⁶⁴ 原材料 (Ingredients) 表示が「Scallops」のみであり、無加水と予想される。

²⁶⁵ 「グリル、バイク、プロイール、フライパンでの調理に最適」との記載あり。

²⁶⁶ https://www.amazon.com/Fresh-Brand-Scallops-Responsibly-Phosphate/dp/B0948HW1ST/ref=sr_1_2_f3_0o_fs?crd=1FKPEHZ2RSPMA&keywords=scallops&qid=1700526968&refinements=p_n_alm_brand_id%3A18075437011%7C18075438011&rmid=18075436011&srefix=scallops%2Caps%2C614&sr=8-2

²⁶⁷ 原材料 (Ingredients) 表示が「Scallops」のみであり、リン酸塩 (phosphate) 不使用との記載もあり、無加水と予想される。

²⁶⁸ https://shop.wegmans.com/search?search_term=scallop&search_is_autocomplete=false

²⁶⁹ EC サイト上ではパッケージ表面のみ掲載。表面には認証等の情報は確認できず。裏面表記は確認不可。

²⁷⁰ 原材料 (Ingredients) 表示が「Scallops」のみであり、無加水と予想される。

²⁷¹ 消費者向けに「生の魚介類や加熱が不十分な魚介類 (内部温度が 145°F 未満) を摂取すると、食中毒のリスクが高まる可能性あり」との注意書きあり。

²⁷² 原材料 (Ingredients) 表示が「Scallops」のみであり、無加水と予想される。

²⁷³ 消費者向けに「生の魚介類や加熱が不十分な魚介類 (内部温度が 145°F 未満) を摂取すると、食中毒のリスクが高まる可能性あり」との注意書きあり。

²⁷⁵ 「天然又は無加水ホタテ (all natural or "dry" Sea Scallops)」との記載あり。

小売 チェーン	商品名	認証等	天然/ 養殖	産地	無加水/ 加水*	生食 用・加 熱用
	lb or 5 scallops per serving (Avg. 0.09lb) ²⁷⁴					
Kroger	Kroger® Wild Caught Frozen Sea Scallops ²⁷⁶	MSC	天然	米国	加水	加熱
Costco	Kirkland Signature Raw Sea Scallops, 2 lbs ^{277**}	記載なし	天然	米国	無加水 ²⁷⁸	加熱
	East Coast Seafood Japanese Hokkaido Scallops, Raw, 18-23 ct, 2 lbs ²⁷⁹	記載なし	天然	日本 (北海 道)	無加水 ²⁸⁰	加熱
Target	Wild Caught Sea Scallops - Frozen - 16oz - Good & Gather™ ²⁸¹	MSC	天然 (又 は養 殖)	米国又 は輸入 品	無加水 ²⁸²	加熱
Walmart	Sam's Choice Frozen Wild Caught Sea Scallops, Water Added, 1 LB ²⁸³	MSC	天然	米国	加水	加熱
<p>(注) 上表に記載の内容は、各商品のウェブサイトに記載された内容又は当該サイトに掲載されたパッケージ写真から判読できた情報に基づく。 *明確に「Dry Scallop (無加水ホタテ)」と記載のあったものは1商品のみ。それ以外は原材料 (Ingredients) 表示にホタテのみ記載されている (化学物質に関する記載がない) 商品を指す。 **当該商品には持続可能な水産物関連の認証等は記載されていないが、品質に関する「U.S. Grade A」〔後述「参考」参照〕の記載あり。</p>						

出典：関連ウェブサイト情報（2023年11月22日時点）に基づき作成

²⁷⁴ https://shop.wegmans.com/search?search_term=scallop&search_is_autocomplete=false

²⁷⁶ <https://www.kroger.com/p/kroger-wild-caught-frozen-sea-scallops/0001111096163>

²⁷⁷ <https://www.costcobusinessdelivery.com/kirkland-signature-raw-sea-scallops%2C-2-lbs.product.100228618.html>

²⁷⁸ 原材料 (Ingredients) 表示が「Scallops」のみであり、無加水と予想される。漁獲直後、手で脱殻し、個別急速冷凍 (individually quick frozen) 処理をしていることについても説明がある。

²⁷⁹ <https://www.costcobusinessdelivery.com/east-coast-seafood-japanese-hokkaido-scallops%2C-raw%2C-18-23-ct%2C-2-lbs.product.100459500.html>

²⁸⁰ 原材料 (Ingredients) 表示が「Scallops」のみであり、無加水と予想される。

²⁸¹ <https://www.target.com/p/wild-caught-sea-scallops-frozen-16oz-good-38-gather-8482/-/A-14673073>

²⁸² 原材料 (Ingredients) 表示が「Scallops」のみであり、無加水と予想される。

²⁸³ https://www.walmart.com/ip/Sam-s-Choice-Frozen-Wild-Caught-Sea-Scallops-Water-Added-1-LB/826708035?wmlspartner=wlp&selectedSellerId=0&w13=3484&adid=2222222277826708035_117755028669_12420145346&wmlspartner=wmtlabs&w10=&w11=g&w12=c&w13=501107745824&w14=pla-306310554666&w15=9011662&w16=&w17=&w18=&w19=pla&w10=8175035&w11=local&w12=826708035&w13=3484&veh=sem_LIA&gclid=aw.ds&&adid=2222222237826708035_117755028669_12420145346&w10=&w11=g&w12=c&w13=501107745824&w14=pla-%20306310554666&w15=9011662&w16=&w17=&w18=&w19=pla&w10=8175035&w11=local&w12=826708035&veh=sem&gad_source=1&gclid=CjwKCAiAx_GqBhBQEIwAIDNAZr3G5ggrAf_wV7Go3nQrowno4qtWd4-g4f-bFA0pgeyOmm4TG_J5PRoCDPqQAyD_BwE

【参考：U.S. Grade A マーク】

NOAA Fisheries は 1946 年に制定された農業販売法（Distribution and Marketing of Agricultural Products, 7 U.S.C. 1621 et seq.²⁸⁴）に基づき、漁業水産物検査プログラム（Seafood Inspection Program：SIP）を運営し、水産物に対する検査・格付サービスを有料で提供している²⁸⁵。SIP 検査官は、漁船、加工場、小売業者からの自主的な要請を受け、水産物・水産加工品の関連規制の準拠状況について、有料で検査を行い、適合している場合にはそれを証明する。

SIP は米国加工業者に対して、特定の安全性、品質等の要件を満たす製品に、品質マークやシールドを表示することを許可しており、ホタテ製品に直接関連ものとして「U.S. Grade A」マークがある²⁸⁶。「U.S. Grade A」マークは、承認された施設で加工された製品が連邦政府の検査のもと、既存の米国等級規格の確立された品質レベルを満たしていることを示すものである。「U.S. Grade A」マークは、製品が高品質かつサイズが均一で、傷や欠陥がほとんどなく、良好な状態にあり、風味がよく、品質が良好であることを示す²⁸⁷。冷凍ホタテに関しては、Grade A、B、低水準（Substandard）があり、A と B はそれぞれ 100 点中 85 点以上、70 点以上取得することが条件となっている²⁸⁸。

9.4 主な大手フードサービス向け卸業者における調達での持続可能な水産物関連認証の扱い

小売店に続き、レストラン等のフードサービス向け卸売り業者における持続可能な水産物関連の認証の扱いについても以下、整理する。具体的には、流通業界誌 Transport Topics に掲載されたフードサービス事業者ランキング「Top Food Service Carriers Rank 2022²⁸⁹」に基づき、上位企業を抽出、各社の取り組状況を調査した。

²⁸⁴ <https://uscode.house.gov/view.xhtml?req=granuleid:USC-prelim-title7-section1621&num=0&edition=prelim>

²⁸⁵ SIP 検査・格付けサービスに関して、2022 年 11 月 1 日以降は平日の通常業務時間内 1 時間あたり 238 ドルで提供される。<https://www.fisheries.noaa.gov/topic/seafood-commerce-and-trade/seafood-inspection>；SIP はそのほかに国内外の加工業者、輸入業者、国際的な管轄食品安全機関（政府の食品安全機関など）に対して、自主的な検査、監査、コンサルティングサービスも提供している。

²⁸⁶ <https://www.federalregister.gov/documents/2019/10/15/2019-22429/inspection-and-certification-of-establishments-and-fishery-products-for-human-consumption>；<https://www.ecfr.gov/current/title-50/chapter-II/subchapter-G/part-260/subpart-A/subject-group-ECFRcfafd62eacf3aae/section-260.86>

²⁸⁷ <https://www.st.nmfs.noaa.gov/st1/fus/fus98/fim-fp98.pdf>

²⁸⁸ <https://www.fisheries.noaa.gov/s3/2023-08/Part-5-Grading-Standards-8.24.23.pdf>

²⁸⁹ <https://www.ttnews.com/private-carriers/food/2022>；同ランキングは各事業者の流通量の指標となるトラクター数に基づきランキングを作成している。なお、同ランキングはフードサービス業界団体大手 International Foodservice Distributors Association (IFDA) 作成資料（<https://www.ifdaonline.org/IFDA/media/pdf/IndustryTimeline-LARGERFONT1022.pdf>）等で引用されている。

図表 50 米国の主なフードサービス向け卸業者

企業名	本社住所	URL	売上 ²⁹⁰
Sysco	1390 Enclave Parkway Houston, TX	https://www.sysco.com/	\$76.32M
US Foods	9399 W Higgins Rd Bldg 100 Rosemont, Illinois, 60018	http://www.usfoods.com	\$34.06B
Performance Food Group	12500 West Creek Pkwy Richmond, Virginia, 23238	https://www.pfgc.com/	\$57.25B
McLane Company	4747 Mclane Pkwy Temple, Texas, 76504	https://www.mclaneco.com/	\$34.55B \$302.09B (Global Ultimate Total)
Gordon Food Service	1300 Gezon Pkwy Sw Wyoming, Michigan, 49509	https://gfs.com/en-us/	\$90.89M
Dot Foods	1 Dot Way P.O. Box 192 Mt. Sterling, IL 62353	https://www.dotfoods.com/	\$1.09B
Ben E. Keith Co.	601 E 7Th St Fort Worth, Texas, 76102	https://www.benekeith.com/	\$11.32M
Core-Mark Holding Co.	1500 Solana Blvd Ste 3400 Westlake, Texas, 76262	https://www.core-mark.com/	\$16.96B \$57.25B (Global Ultimate Total)
Shamrock Foods Co.	3900 E Camelback Rd Ste 300 Phoenix, Arizona, 85018	https://www.shamrock-foodservice.com/	\$5.70B
KeHE Distributors	1245 E Diehl Rd Ste 200 Naperville, Illinois, 60563	https://www.kehe.com/	\$2.40B
Domino's Pizza	30 Frank Lloyd Wright Dr Ann Arbor, Michigan, 48105	https://www.dominos.com/	\$4.36B
Vistar Transportation	12500 West Creek Pkwy Richmond, Virginia, 23238	https://www.vistar-transportation.com/vistar/	\$23.87M \$57.25B (Global Ultimate Total)
Dunkin'	130 Royall St Canton, Massachusetts, 02021	https://www.dunkin-donuts.com/	\$1.37B \$8.04B (Global Ultimate Total)
Lipari Foods	26661 Bunert Rd Warren, Michigan, 48089	https://liparifoods.com/	\$0.72B

出典：Top Food Service Carriers Rank 2022²⁹¹、各社ウェブサイト及び Hoovers データベースに基づき作成

²⁹⁰ 売上高は Hoovers より

²⁹¹ <https://www.ttnews.com/private-carriers/food/2022> ; 同ランキングは各事業者の流通量の指標となるトラクター数に基づきランキングを作成している。なお、同ランキングはフードサービス業界団体大手 International

米国の大手フードサービス向け卸業者では、環境の持続可能性への消費者の関心の高まりなどを踏まえ、上述の認証を受けた水産物を中心に調達する方針を出している。各社の水産物調達において、重視する認証として明記されたものは以下の通り。なお、各社ウェブサイト掲載情報は、ホタテに特化した内容の記載は限られており、概ね水産物全般に関するものである点にご留意いただきたい。

図表 51 主な大手フードサービス卸業者の水産物調達における持続可能な水産物関連の認証・格付けプログラムの取扱状況

フードサービス卸業者	MSC 認証	Seafood Watch プログラム	BAP 認証	その他の認証・特記事項等
Sysco	MSC 認証	N/A	BAP 認証	水産物異なる。主に MSC 認証、BAP 認証、ASC 認証の取得、または FIP や ISSA ²⁹² に参加している漁場から調達を目指す。 ホタテ：ASC 認証、ASC フルアセスメント審査中、AIP 参加、または最低 BAP 認証 2 つ星以上の認証を受けている漁場から調達。
US Foods	ウェブサイトアクセスできず。			
Performance Food Group (PFG)	N/A	N/A	N/A	「持続可能な水産物」を扱っているという記載のみで、具体的な認証についての言及はなし。
McLane Company	ウェブサイトから水産物製品の詳しい情報得られず。			
Gordon Food Service	MSC 認証	N/A	BAP 認証	ASC/MSC CoC 認証、BAP 認証、RFM 認証 ²⁹³ 、NOAA のもとで管理された米国産など、持続可能性に配慮した商品。
Dot Foods	MSC 認証を受けた 150 の水産物を販売。	ウェブサイトから水産物製品の詳しい情報が得られず。		
Frito-Lay North America	水産物の取り扱いなし。			
The Martin-Brower Co.	ウェブサイトから水産物製品の詳しい情報得られず。			
Ben E. Keith Co.	ウェブサイトから水産物製品の詳しい情報得られず。			

Foodservice Distributors Association (IFDA)作成資料 (<https://www.ifdaonline.org/IFDA/media/pdf/IndustryTimeline-LARGERFONT1022.pdf>) 等で引用されている。

²⁹² International Seafood Sustainability Association (インターナショナル・サステナブル・シーフード・アソシエーション) : インターナショナル・サステナブル・シーフード・ファンデーション(ISSF)が実施する保全対策に従うことに同意するマクロ加工業者、貿易業者、販売業者を会員とする業界団体である。

²⁹³ 責任ある漁業管理 (Responsible Fisheries Management: RFM) 認証は、アラスカで開発された天然の水産資源を漁獲する漁業に対する認証プログラム。アラスカの責任ある漁業管理のもと持続可能な漁業で漁獲された認証水産物であることを示す。

Core-Mark Holding Co.	親会社が Performance Food Group のため、結果は PFG 社のものと同じ。			
Shamrock Foods Co.	N/A	N/A	N/A	「持続可能な水産物」を扱っているという記載のみで、具体的な認証についての言及はなし。
KeHE Distributors	ウェブサイトから水産物の認証について詳しい情報が得られず。			
Domino's Pizza	ウェブサイトに水産物の認証についての情報なし。			
Vistar Transportation	親会社が Performance Food Group のため、結果は PFG 社のものと同じ。			
Dunkin'	ウェブサイトに水産物の認証についての情報なし。			
Lipari Foods	MSC 認証	N/A	BAP 認証 4 つ星を受 ける製品	NERA 認証 ²⁹⁴

出典：関連資料に基づき作成

次に、各社が卸している冷蔵・冷凍ホタテ商品に記載された認証を整理すると以下の通りとなった。なお、関連商品を記載していない企業については、各社ウェブサイトではホタテ商品の扱いを 2023 年 11 月時点で確認できなかった企業である。この時点でウェブサイトに掲載の商品情報からは日本産は確認されず、米国産が中心となっている。無加水／加水については、小売店で販売されているものと比べ、無加水（Dry）か加水（Water Added）が明記されている商品が多い。また、無加水ホタテ商品の方が加水ホタテ商品より多く掲載されている傾向がみられた。

これは米国市場において加水ホタテより、無加水ホタテの流通が少ないということとは矛盾する。しかし、これら大手卸売業者の取り扱う商品は幅広く、すべての商品をウェブサイトに掲載しているとは限らない。その中で特に掲載する商品については、主なターゲット顧客に訴求する、他社より競争力のある商品を選び出す可能性が高い（無加水ホタテを求める層へのアピールとして、無加水ラベルが増えている可能性もあり得る）。卸売事業者の場合、価格をウェブサイトに表示しない場合も多く、品質重視の商品を掲載していることも予想される。また、米国顧客の間には、米国産が一番という固定観念もあり、米国産商品のラインナップが多いものと考えられる。

²⁹⁴ 全米冷凍・冷蔵食品協会（National Frozen & Refrigerated Foods Association : NFRA）による冷凍・冷蔵食品の販売と消費を促進することを目標とした認証。

図表 52 大手フードサービス卸売業者が販売しているホタテ商品の持続可能な水産物関連認証等記載事項

フードサービス卸	商品名	価格	認証等	天然/養殖	産地	無加水/加水	生食用/加熱用
Sysco	Scallop Sea Water Add 10/20 USA ²⁹⁵	非表示	MSC	天然	米国	加水：「Water Add」明記	加熱
	Scallops Sea Dry Iqf 10-20 Per # Natural ²⁹⁶	非表示	MSC	天然	非表示	無加水：「Dry」明記	加熱
	Scallop Sea U10 Usa Wild ²⁹⁷	非表示	MSC	天然	米国（北大西洋）	無加水：「Dry」明記	加熱
	Scallop Sea 10-20 Per # Dry Fresh ²⁹⁸	非表示	非表示	天然	米国	無加水：「Dry」明記	非表示
Performance Food Group	Bay Winds Super Scallops ²⁹⁹	非表示	非表示	天然	非表示	無加水：「Dry」明記、「化学物質・水の添加なし（with no chemicals or water added）」表記有	非表示
Gordon Food Service	Dry Sea Scallops ³⁰⁰	\$103.99（5ポンド）	非表示	天然	米国	無加水：「Dry」明記	加熱
Shamrock Foods	Scallop U-10 Atlantic Dry IQF ³⁰¹	\$179.99	非表示	非表示	米国	無加水：「Dry」明記	非表示
	Scallop 10-20 Atlantic Processed IQF ³⁰²	\$99.99	非表示	非表示	米国	非表示：「Processed（加工）」表記有のため加水と推測。	非表示

²⁹⁵ <https://foodie.sysco.com/sysco-products/scallop-sea-water-add-10-20-usa/?highlight=scallop>

²⁹⁶ <https://shop.sysco.com/app/product-details/opco/012/product/1056803>

²⁹⁷ <https://shop.sysco.com/app/product-details/opco/012/product/7236795>

²⁹⁸ <https://shop.sysco.com/app/product-details/opco/012/product/7279765>

²⁹⁹ <https://www.performancefoodservice.com/Products-and-Services/Our-Family-of-Brands/Bay-Winds/Scallops>

³⁰⁰ <https://gfsstore.com/products/136690/>

³⁰¹ https://myestore.shamrockfsw.com/estore/index.html? gl=1*ll40ka* ga*MTA0NjU4M-TI5MS4xNzAyNTgwODYy* ga_0YDRSQFBSh*MTcwMjU4MDg2Mi4xLjEuMTcwMjU4MDg3NC4wLjAuMA.#desktop=pos.itm.detail

³⁰² 同上

	Scallop 40-60 Processed IQF ³⁰³	\$45.99	非表示	非表示	米国	非表示：「Processed（加工）」表記のため加水と推測。	非表示
Lipari Foods	IQF 120-150CT BAY SCALLOPS CN ³⁰⁴	非表示	HACCP	非表示	中国	無加水：「Dry」明記なし。ただし、原材料表示は「ホタテ」のみ	非表示
	20-30CT IQF SEA SCALLOPS ³⁰⁵	非表示	非表示	天然	ペルー	無加水：「Dry」明記なし。ただし、原材料表示は「ホタテ」のみ	非表示
(注) 上表に記載の内容は、各商品のウェブサイトに記載された内容又は当該サイトに掲載されたパッケージ写真から判読できた情報に基づく。							

出典：各社ウェブサイト（2023年11月時点）に基づき作成

9.5 食品安全に関する認証

こうした持続可能な水産物認証に加え、米国大手小売チェーン等にホタテを含む食品を供給する場合には、食品安全に関する認証の取得も重要であると、米国で食品流通に関わる日系業界関係者から指摘されている³⁰⁶。米国の大手食料品店、小売店、流通業者は、サプライヤーに対し、食品安全認証・監査を義務付けるようになってきている。その代表的な認証が世界食品安全イニシアチブ（Global Food Safety Initiative：GFSI）である³⁰⁷。GFSIはフードサプライチェーンを構成する食品事業者、食品規格に係る国際機関、認証機関、学術機関など、食品安全の専門家が集まり、世界規模で食品安全を改善する活動に取り組んでいるイニシアチブである。

GFSI スキームは、コーデックス委員会（Codex Alimentarius Commission）や食品の微生物学的基準に関する国家諮問委員会（National Advisory Committee on Microbiological Criteria for Foods：NACMCF）のほか、関連する国際標準化機構（International Organization for Standardization：ISO）規格や国際実施基準（International Code of Practice）によって定められた食品安全の原則に基づいている³⁰⁸。

³⁰³ 同上

³⁰⁴ <https://liparifoods.com/product/2664>

³⁰⁵ <https://liparifoods.com/product/8352>

³⁰⁶ 日系事業者 E 社関係者インタビュー、

³⁰⁷

https://www.theconsumergoodsforum.com/jp/gfsi_japan： https://mygfsi.com/press_releases/global-seafood-alliance-gains-gfsi-recognition： <https://safefoodalliance.com/food-safety-resources/what-is-gfsi/>

³⁰⁸ https://foodie.sysco.com/wp-content/uploads/2019/06/POS_Corporate_Quality_Assurance.pdf

以下、上記で取り上げた主な大手小売チェーンおよび大手フードサービス卸業者のうち、サプライヤーに対する GFSI 認証義務付け等の対応について、入手可能な公開情報をもとに概要をまとめた。

図表 53 主な大手小売チェーンおよび大手フードサービス卸業者のサプライヤーに対する GFSI 認証

Amazon	サプライヤーの種類に応じて、GFSI または適正製造規範（GMP）認証監査や適正農業規範（GAP）監査などの GFSI 以外の認証監査のいずれかを求めている。冷蔵・冷凍食品およびリスクの高い原材料（raw produce）については、GFSI ベンチマーク認証を承認している ³⁰⁹ 。
Whole Foods Market	第三者による食品安全監査は必要だが、GFSI スキームに認証された監査だけでなく、非 GFSI スキームも選択可能。特に、食品安全分野の経験が浅い、又は初めて第三者食品安全監査を受けるサプライヤーに対しては、GFSI 認証食品安全スキームよりも厳格な基準ではない非 GFSI 認証監査の選択を Whole Foods Market は推奨している ³¹⁰ 。
Wegmans	Wegmans ブランドの製品、原材料、または包装を取り扱うサプライヤーは、原則、GFSI 認証が必要 ³¹¹ 。
Kroger	Kroger プライベートブランドの原材料および食品接触品を製造／生産するすべてのベンダーに対し、当該原材料および食品接触品を生産する各製造工場について、GFSI のベンチマーク監査スキームの認証を受けることを義務付けている ³¹² 。
Costco	Costco 食品安全監査と呼ばれる適正製造規範（GMP）を要求しているが、GFSI 認証のベンチマーク監査も補遺として使用する予定である ³¹³ 。
Target	Target ブランドの食品を製造するすべての施設は、GFSI 認証を受ける必要がある ³¹⁴ 。2009 年から義務づけをしている。
Walmart	プライベートブランド製品、また輸入品にも GFSI 認証を要件としている ³¹⁵ 。例外として、規模の小さい生鮮食品サプライヤーに GFSI 認証の代わりに代替の食品安全認証監査を完了できるようにしている ³¹⁶ 。
Sysco Food	Sysco の品質アシュアランス独立監査プログラム（Independent Audit Program : IAP）では、承認された Sysco ブランド食品および食品接触製品のサプライヤーに対して、同社によって認定された認証機関によって実施される GFSI 監査を毎年受けることを義務付けている ³¹⁷ 。
Gordon Food Service (GFS)	GFS に製品（食品および非食品）を供給するすべての製造施設および外部保管施設は、サプライヤーが費用を負担し、独立した第三者による施設の適正製造規範（good manufacturing practice: GMP）監査および／または GFSI 認証を、毎年受けることを求めている ³¹⁸ 。

出典：各社ウェブサイトおよび関連情報等に基づき作成

³⁰⁹ <https://kellermanconsulting.com/grocery-requirements/amazon-supplier-food-safety/>

³¹⁰ <https://supplier.wholefoodsmarket.com/wp-content/uploads/2021/11/10-Step-Guide-to-Implementing-a-Food-Safety-Program.pdf>

³¹¹ <https://www.wegmans.com/service/for-our-suppliers/supplier-food-safety-and-quality-assurance/#food-safety-quality-expectations>

³¹² <https://www.thekrogerco.com/wp-content/uploads/2019/09/OBA-Vendor-Certification-Policy-Aug-2019.pdf>

³¹³ <https://kellermanconsulting.com/top-12-grocery-stores-retailers-requiring-food-safety-audits-for-suppliers/>

³¹⁴ <https://corporate.target.com/sustainability-governance/operating-ethically/product-safety-quality-assurance/food-safety>

³¹⁵ <https://corporate.walmart.com/purpose/esgreport/social/safer-healthier-food-other-products>

³¹⁶ <https://kellermanconsulting.com/top-12-grocery-stores-retailers-requiring-food-safety-audits-for-suppliers/>

³¹⁷ <https://foodie.sysco.com/wp-content/uploads/2021/10/Food-Safety-Quality-Assurance-Campaign-IAP-2491698-Sysco-Corporate.pdf>

³¹⁸ <https://gfs.com/en-us/legal/>

10 品質基準、規格、表示規制

米国で流通するホタテの品質基準、規格、表示規制、加水の際に使われる添加物やそれに関する規制等について公開情報に基づき調査した³¹⁹。

10.1 食品規格

米国では水産物の規格は明確に定められていない³²⁰。そうした中、FDA は米国で販売される水産物の市場名および一般名として許容されると考えるものについて、業界にガイダンス「The Seafood List FDA's Guide to Determine Acceptable Seafood Names: Guidance for Industry」を提供している（最新版：2023年8月付³²¹）。同ガイダンスを通じて、米国で販売される水産物種の許容される市場名、一般名、学名、俗名に関する詳細情報が提供されている³²²。ガイダンスとしての位置づけのため、法的強制力のある責任を定めるものではない。なお、これらの名称は、FDA の「水産物一覧（The Seafood List³²³）」という検索可能なオンラインデータベースでも確認できる。2023年12月14日現在、同データベースで「scallop」と検索すると34件の該当名がヒットする³²⁴。日本産ホタテは「Common Japanese Scallop（学名：Mizuhopecten yessoensis）」が掲載されている³²⁵。

10.2 加水時の食品添加物

米国の食品添加物に関する法律は合衆国法典（United States Code）第21巻348条（21 U.S.C. 348）食品添加物（Food Additives³²⁶）に基づく。米国で流通しているホタテに関するもっとも一般的な食品添加物は加水処理の際に使用されるトリポリリン酸ナトリウム（sodium tripolyphosphate：STPP または sodium triphosphate：STP）で食品ラベルへの記載が必要となる。

STPP は CFR 第21編パート182（21 CFR Part 182³²⁷）で一般的に安全と認められている物質（generally recognized as safe：GRAS）とされており、傘下の CFR 第21編§182.1810（Sodium tripolyphosphate：トリポリリン酸ナトリウム）において、「適正製造規範（good

³¹⁹ 本セクションでは、特にホタテに特化した内容を重点に取り上げる。水産物に関する一般的な内容については、ジェトロ「日本からの輸出に関する制度 水産物の輸入規制、輸入手続き」の『米国の食品関連の規制（https://www.jetro.go.jp/world/n_america/us/foods/exportguide/marineproducts.html）』等をご参照いただきたい。

³²⁰ 同上

³²¹ <https://www.fda.gov/media/171514/download?attachment>

³²² <https://www.fda.gov/regulatory-information/search-fda-guidance-documents/guidance-industry-seafood-list-fdas-guide-determine-acceptable-seafood-names>

³²³ <https://www.cfsanappsexternal.fda.gov/scripts/fdcc/index.cfm?set=SeafoodList>

³²⁴ 形容詞として使われる「scalloped」を除外した数。

³²⁵ https://www.cfsanappsexternal.fda.gov/scripts/fdcc/index.cfm?set=SeafoodList&id=Mizuhopecten_yessoensis

³²⁶ [https://uscode.house.gov/view.xhtml?req=\(title:21%20section:348%20edition:prelim\)%20OR%20\(granuleid:USC-prelim-title21-section348\)&f=treesort&edition=prelim&num=0&jumpTo=true](https://uscode.house.gov/view.xhtml?req=(title:21%20section:348%20edition:prelim)%20OR%20(granuleid:USC-prelim-title21-section348)&f=treesort&edition=prelim&num=0&jumpTo=true)

³²⁷ <https://www.ecfr.gov/current/title-21/section-182.1>

manufacturing practice) に従って使用される場合、一般に安全と認められている³²⁸」と規定されている。

10.3 表示規制

米国の食品ラベル表示に関する法律には、連邦食品医薬品化粧品法 (Federal Food, Drug, and Cosmetic Act)、公正包装表示法 (Fair Packaging and Labeling Act : FD&C Act)、食品アレルギー表示消費者保護法 (Food Allergen Labeling and Consumer Protection Act : FALCPA) がある³²⁹。また、水産物の場合には、税関国境警備局 (U.S. Customs and Border Protection : CBP) および米農務省 (United States Department of Agriculture : USDA) マーケティング局 (Agricultural Marketing Service) が管轄する原産国表示要件 (Country of Origin Labeling : COOL) への対応も求められることになる³³⁰。

10.3.1 加水処理されたホタテに関するラベル表示

FDA の食品ラベル規制は CFR 第 21 編パート 101 (21 CFR Part 101³³¹) によって規制されている。必須表示要件には、①食品名、②内容物の正味量、③食品事業者の名称および所在地、④原材料リスト、⑤栄養成分表示 (小売販売用パッケージ製品の場合)、⑥アレルギー開示情報が含まれている³³²。このうち、ホタテの加水との関係で特に議論となるのが、②内容物の賞味量と④原材料リストに関するものである。

商品に貼付されるラベルは、申告された重量または個数を正確に反映したものでなければならぬため、正確な重さ以外の重量を偽って表示することは詐欺行為とみなされる³³³。そのため、余分な材料を加えて重量を増やすことなども違反行為であり、ホタテの加水処理によって増加した水分量の取り扱いが重要となる。しかし、ホタテの水分含有量のレベル表示については、FDA は 1992 年に暫定的な政策方針を示したが、2004 年にこれを撤回しており、その後、加水に関する表示規制は見られない。そのため、現状では明確な水分量上限が規定されていない状況となっている。

現在、食品の水分量については、FDA のコンプライアンスポリシーガイド (compliance policy guide: CPG) のうち「CPG Sec 555.875 : 食品中の水 (原材料または不純物) (Water in Food

³²⁸ <https://www.accessdata.fda.gov/scripts/cdrh/cfdocs/cfcfr/cfrsearch.cfm?fr=182.1810>

³²⁹ <https://www.aboutseafood.com/wp-content/uploads/2018/05/BSB-Best-Practice-Guidance-November-2017.pdf> ; 同セクションでは、米国の水産物に関するラベル表示と関連規制に関して、米国水産業界団体の全米漁業協会 (National Fisheries Institute : NFI) が公開している右記のガイダンス文書を参考とした。「FDA 表示要件に対する NFI ガイド (NFI Guide to FDA Labeling Requirements : <https://www.aboutseafood.com/wp-content/uploads/2018/05/NFI-Guide-to-Labeling-Requirements-November-2017.pdf>)」および「水産物詐欺に対処するためのベストプラクティス・ガイダンス (Guidance of Best Practices for Addressing Seafood Fraud : <https://www.aboutseafood.com/wp-content/uploads/2018/05/BSB-Best-Practice-Guidance-November-2017.pdf>)」

³³⁰ このほか、州によって異なる食品表示に関する法律や規制がある場合がある (例 : 生鮮食品の「Sell By (賞味期限)」または「Best if Used By (使用期限)」といった期限表示の義務付け等)。

<https://www.aboutseafood.com/wp-content/uploads/2018/05/NFI-Guide-to-Labeling-Requirements-November-2017.pdf>

³³¹ <https://www.ecfr.gov/current/title-21/chapter-I/subchapter-B/part-101>

³³² <https://www.aboutseafood.com/wp-content/uploads/2018/05/NFI-Guide-to-Labeling-Requirements-November-2017.pdf>

³³³ <https://www.aboutseafood.com/wp-content/uploads/2018/05/BSB-Best-Practice-Guidance-November-2017.pdf>

Products [Ingredient or Adulterant])³³⁴」において、水が添加され、それが過剰である場合、FDA はそれを不純物とみなすとされる。また、FDA 関係者によれば、ホタテに水を加える場合には、(STPP だけでなく) 水も原材料として表示する必要があり、それが少しでも過剰だと判断されれば、FDA はそれを不純物とみなすだろうとコメントした³³⁵。しかし、ホタテに関して具体的に水分量を定義するための上限等は現時点では設定されていない³³⁶。

【参考：FDA によるホタテ水分含有量レベル表示に関する暫定方針（2004 年取り消し）】

FDA は 1992 年 8 月 31 日、消費者が購入するホタテ製品に含まれる水分量について、より適切な表示を行うことを目的として、「ホタテのラベリングに関する暫定政策方針（Interim Labeling Policy Established for Scallops）」を発表した。FDA と NOAA Fisheries 「水産物検査プログラム（Seafood Inspection Program : SIP）」は当時、「食品は、...その嵩や重量を増加させたり、その品質や強度を低下させたり、実際よりも優れているように見せたり、価値があるように見せたりするために、何らかの物質を添加、混合、包装した場合には、不純物が含まれるとみなされる（合衆国法典第 21 卷 342 条 [21U.S.C.342] 食品不純物混和 [Adulterated food] (b)(4)）」と規定した、連邦食品医薬品化粧品法に違反する可能性を懸念していた³³⁷。

FDA の「ホタテのラベリングに関する暫定政策方針」では以下の方針が示されていた。

「ホタテのラベリングに関する暫定政策方針」における加水関連表示

表示	基準
Scallop (ホタテ)	総水分 80.0%未満のホタテ貝柱は、過度の水分および STPP 処理を伴う加工条件にさらされていなければ、単に「ホタテ」と表示することができる。
X % Water Added Scallop Product ³³⁸ (X%加水ホタテ製品)	総水分分析で、水分が 80.0%から 84.0%の割合を示したホタテはラベルの主要表示パネルに加水率に関する表記を含めて表示しなければならない。
Processed with Sodium Triphosphat (STPP で加工)	ラベルには、ホタテの加工に使用された STPP を記載しなければならない。さらに、これらの製品のラベルの成分表示には「水と STPP (または他のリン酸塩)」を含めなければならない。水分含有率が 84.0%を超える製品は、FD&C 法により不純物とみなされる。

出典：NOAA Fisheries SIP 資料³³⁹に基づき作成

しかし、FDA は 2004 年 5 月 18 日、「ホタテのラベリングに関する暫定政策方針」を取りやめた。これにより、FDA が加水されたホタテのラベル表示のために定義した表示方法は施行されなくなった。

³³⁴ <https://www.fda.gov/regulatory-information/search-fda-guidance-documents/cpg-sec-555875-water-food-products-ingredient-or-adulterant>

³³⁵ FDA 関係者インタビュー。

³³⁶ FDA 関係者インタビュー。

³³⁷ <https://www.fisheries.noaa.gov/s3/2023-09/Part-4-Policies-Procedures-and-Requirements-for-the-Inspection-of-Fisheries-Products-on-a-lot-by-Lot-Basis-9.26.23.pdf> 26-28 ページ

³³⁸ {Note: “X%-water-added” is calculated by knowing the natural moisture content (A) and the moisture content after treatment (B). $X = (B-A)/(1-B)$.}

³³⁹ <https://www.fisheries.noaa.gov/s3/2023-09/Part-4-Policies-Procedures-and-Requirements-for-the-Inspection-of-Fisheries-Products-on-a-lot-by-Lot-Basis-9.26.23.pdf> 26-28 ページ

同暫定政策方針が取りやめとなった背景について、FDA 関係者によれば、取締り戦略上、基準設定が非常に難しく、実行に至らなかったとコメントしている³⁴⁰。水産物の基準水位を見極めるには、産卵しているか否か、氷漬けにされていたか否かなど、何千種類もの種や要因がある。ホタテが加水されたか無加水であるか、確実に明らかにするには、そうした多くの可変的な要素を踏まえて検討する必要がある、科学的に非常に複雑であることが、FDA が水量基準ガイダンスを定めることを取りやめた理由と説明した³⁴¹。

10.3.2 原産国表示

米国の小売店で販売される生鮮・冷凍の水産物については、USDA の規制により、原産国表示 (COOL) が義務付けられており、天然か養殖かを問わず、生産方法を明記しなければならない (CFR 第 7 編パート 60 : 7 CFR Part 60³⁴²)。また CBP が原産国表示の要件を定めている (CFR 第 19 編パート 102 およびパート 134 : 19 CFR Part 102³⁴³ and Part 134³⁴⁴)。水産物はある国の水域で漁獲され、他の国で追加加工されることがあるため、原産国表示は複雑になるが、CBP では最後に「実質的な変更 (substantial transformation)」が行われた国を原産国としている。CBP は実質的な変更について、「異なる名称、性質及び用途を有する新たな物品が創作された場合に生じる (A substantial transformation occurs if a new article with a different name, character, and use is created.³⁴⁵)」と説明している。

現在、ホタテの殻外しや加水処理等については、実質的な変更ではなく、軽微な加工と米国当局によって見なされているため、中国等で加工された日本産ホタテについても、原産国表示は「日本」となっている。これに関連し、カナダの冷凍水産物輸入卸売業者 Clear Ocean Seafood³⁴⁶が CBP に対し、日本で漁獲されたホタテが、冷凍殻付きで中国に輸出され、解凍・殻剥き・加水処理・冷凍の行程を経て米国に輸送されて小売店等で販売される場合の冷凍ホタテ商品の原産国表示について、裁定を求めた。これに対し CBP は、2022 年 6 月 23 日、「実質的な変更は、成形品が加工前に有していたものとは異なる新たな名称、特徴又は用途を有して加工から現れる場合に生じる。(中略)しかし、製造又は結合工程 (combining process) が、物品の同一性をそのまま残すような軽微なものに過ぎない場合には、実質的な変更は生じていない。(中略)上記のホタテ貝について、当局は、中国国内で行われる加工により成形品が実質的に変形していないと判断する。従って、提示された情報に基づき、CBP の原産国および表示目的上、ホタテは日本産品になる」との裁定を下している³⁴⁷。

なお、海外の水域で漁獲された水産物を原料として輸入し、米国で加工する場合についても「実質的な変更」がポイントとなる。CFR 第 7 編パート 60 の関連条項によれば、対象商品が米

³⁴⁰ FDA 関係者インタビュー。

³⁴¹ FDA 関係者インタビュー。

³⁴² <https://www.aboutseafood.com/wp-content/uploads/2018/05/BSB-Best-Practice-Guidance-November-2017.pdf> ; <https://www.ecfr.gov/current/title-7/subtitle-B/chapter-I/subchapter-C/part-60>

³⁴³ <https://www.ecfr.gov/current/title-19/chapter-I/part-102>

³⁴⁴ <https://www.ecfr.gov/current/title-19/chapter-I/part-134>

³⁴⁵ <https://www.cbp.gov/trade/rulings/informed-compliance-publications/markings-country-origin-us-imports>

³⁴⁶ <https://clearocean.ca/about-us>

³⁴⁷ <https://rulings.cbp.gov/ruling/N326448>

国に到着後「実質的な変更」が行われなかった場合は、輸入時の原産国をラベルに記載する必要がある（7 CFR 60.200 (f)）としている。一方、米国において「実質的な変更」が行われた場合は対象商品が X 国から輸入され、その後米国内または米国船籍の船舶で「実質的な変更」がされた（と CBP が定めた）場合、当該商品は小売において「X 国産、米国で加工（Product of X, Processed in USA）」又はまたは「X 国と米国の製品」と表示するよう規定されている（7 CFR 60.200 (g)）³⁴⁸。また、CFR 第 7 編パート 60 では米国を原産地とする場合の要件についても以下のように定めている（7 CFR 60.128: United States country of origin）³⁴⁹。

- ✓ 養殖魚介類：米国内で孵化、養殖、漁獲、加工された魚介類で、米国外で（CBP が定める）実質的な変更が行われていないもの。
- ✓ 天然魚介類：米国水域または米国船籍の船舶で漁獲され、米国内または米国船籍の船舶で加工された魚介類で、米国外で（CBP が定める）実質的な変更が行われていないもの。

なお、日本産ホタテを米国で加水加工した場合について、これを「実質的な変更」とするか否かの CBP による過去の裁定事例については、ここまでの調査では特定できていない。

【参考：ホタテ商品ラベル等によく使用される用語】

ホタテを含む水産物のラベル表記等によく使用される用語の意味について、CFR 第 7 編パート 60（7 CFR Part 60）の「魚介類の原産国表示（Country of Origin Labeling FOR Fish and Shellfish）」および米国水産業界団体の全米漁業協会（National Fisheries Institute : NFI）が公開しているガイダンス文書³⁵⁰等を参考として、定義を以下に整理する。

Farm-raised (Farm-raised fish and shellfish) ³⁵¹	<ol style="list-style-type: none"> 1. 養殖魚介類とは、管理された環境で収穫された魚介類を意味する。これには、海洋で飼育された（例えば、生簀、囲いに入れられた）魚介類や、外敵からの保護、人工構造物の追加、栄養分の供給などの生産強化が施された養殖地（leased beds）から収穫された貝類が含まれる。 2. 養殖魚介類のフィレ、ステーキ、ナゲット、その他の魚肉類
Wild-caught (Wild fish and shellfish) ³⁵²	<ol style="list-style-type: none"> 1. 天然魚介類とは、自然に生まれた魚介類、または孵化場由来の魚介類で自然界に放流され、管理されていない水域や底質から捕獲、採取、収穫されたもの。 2. 天然魚介類のフィレ、ステーキ、ナゲット、その他の魚肉類。
Fresh ³⁵³	<ol style="list-style-type: none"> 1. 食品が生の状態である。

³⁴⁸ <https://www.ecfr.gov/current/title-7/section-60.200>

³⁴⁹ <https://www.ecfr.gov/current/title-7/section-60.128>

³⁵⁰ <https://www.aboutseafood.com/wp-content/uploads/2018/05/BSB-Best-Practice-Guidance-November-2017.pdf>

³⁵¹ <https://www.ecfr.gov/current/title-7/section-60.106>

³⁵² <https://www.ecfr.gov/current/title-7/section-60.133>

³⁵³ <https://www.accessdata.fda.gov/scripts/cdrh/cfdocs/cfcfr/CFRSearch.cfm?fr=101.95&SearchTerm=fresh>

	<ol style="list-style-type: none"> 2. 冷凍されておらず、いかなる形態の熱処理も施されていない。 3. いかなる保存処理もされていない。
Previously Frozen ³⁵⁴	一度冷凍され解凍された後、解凍された状態で販売されるもの。
All Natural ³⁵⁵ :	<p>「All Natural」は、FDA によって正式に定義されていない。一方「Natural」については、FDA は食品が以下を含まない場合、「Natural」の使用に異議を唱えないという方針。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 着色料（天然、人工を問わず） 2. 人工香料 3. 合成物質

このほか、寿司等の生食用に使用可能なグレード「sushi-grade」や「sushi-quality」もよく耳にすることがあるが、マーケティング用語であり、FDA および USDA による定義は確認できない³⁵⁶。

10.4 品質・安全規制

10.4.1 危害分析重要管理点 (HACCP)

FDA は水産物に対して、早くから予防管理に基づく食品安全規制を行ってきた。具体的には、FDA は 1995 年 12 月 18 日、「魚介類の安全かつ衛生的な加工および輸入のための手順 (Procedures for the Safe and Sanitary Processing and Importing of Fish and Fishery Products, CFR 第 21 編パート 123: 21 CFR Part 123³⁵⁷)」を最終規則として公表、水産物加工業者に対し、その業務における危害分析重要管理点 (Hazard Analysis and Critical Control Point : HACCP) システムの開発と実施を義務付けた (1997 年 12 月 18 日発効³⁵⁸)。通称「水産物 HACCP (Seafood HACCP)」と呼ばれている³⁵⁹。水産物 HACCP は、水産物加工業者に対し、合理的に発生する可能性のある食品安全ハザードを特定、それらのハザードを管理するための計画を策定することを求めている。さらに、特定の水産物輸入業者に対し、これらの輸入製品が水産物 HACCP 規制に従って処理されていることを保証するための要件遵守も求められている³⁶⁰。

こうした背景から、水産物 HACCP プログラムの対象となる食品については、衛生管理や外国供給業者検証が義務化されているため、2011 年食品安全強化法 (Food Safety and Modernization Act : FSMA、Pub. L. 111-353) に規定された食品安全計画の策定 (第 103 条) や輸入業者によ

³⁵⁴ <https://www.aboutseafood.com/wp-content/uploads/2018/05/BSB-Best-Practice-Guidance-November-2017.pdf>

³⁵⁵ 同上

³⁵⁶ <https://www.seriousseats.com/how-to-prepare-raw-fish-at-home-sushi-sashimi-food-safety> ; <https://www.goodhousekeeping.com/food-recipes/cooking/a44690733/what-is-sushi-grade/> 等

³⁵⁷ <https://www.ecfr.gov/current/title-21/chapter-I/subchapter-B/part-123>

³⁵⁸ <https://www.fda.gov/regulatory-information/search-fda-guidance-documents/guidance-industry-questions-and-answers-haccp-regulation-fish-and-fishery-products>

³⁵⁹ <https://www.fda.gov/food/hazard-analysis-critical-control-point-haccp/seafood-haccp>

³⁶⁰ <https://www.fda.gov/media/106733/download>

る「外国供給業者検証プログラム（Foreign Supplier Verification Program：FSVP、第 301 条）」の適用からは除外されている³⁶¹。

このほか、米国に水産物を輸出する製造業者などは、食品の衛生および安全性を確保することを目的とし、CFR 第 21 巻パート 117（21CFR Part117）で定められた現行適正製造規範（Current Good Manufacturing Practice：CGMP³⁶²）に基づく衛生管理等が必要である³⁶³。

【参考：FDA の水産物関連規制・ガイダンス関連文書】

以下のページに公開されている。

Seafood Guidance Documents & Regulatory Information：

<https://www.fda.gov/food/guidance-documents-regulatory-information-topic-food-and-dietary-supplements/seafood-guidance-documents-regulatory-information>

Fish and Fishery Products Hazards and Controls Guidance (June 2022 Edition)

<https://www.fda.gov/media/80637/download>

Seafood HACCP: <https://www.fda.gov/food/hazard-analysis-critical-control-point-haccp/seafood-haccp>

10.4.2 食品トレーサビリティ最終規則（Food Traceability Final Rule）

FDA は 2022 年 11 月、食品トレーサビリティに関する最終規則を発表した。潜在的に汚染された食品の迅速な特定と市場からの排除を促進し、食中毒や死亡事故を減少させることを目的としている³⁶⁴。この最終規則は、現在の業界のベストプラクティスに沿ったものであり、国内企業、食品小売事業者、レストラン、生産者、および米国で消費される食品を生産する海外企業や生産者を対象としたものである。また、食品安全システム全体を通してエンド・ツー・エンドのトレーサビリティを支え、トレーシング活動の調和を図り、様々な技術ソリューションの相互運用性を支えるという、FDA の「よりスマートな食品安全新時代の青写真（New Era of Smarter Food Safety Blueprint）」の中核的要素に沿った内容となっている³⁶⁵。

最終規則の要件に該当する食品は、食品トレーサビリティリスト（Food Traceability List：FTL）に掲載され、これには水産物も含まれる。ただし、2023 年 12 月 1 日現在、FDA が公開している FTL（日本語版）によれば、食用として生産・販売される貝類については以下のように記載されており、ホタテの貝柱のみの場合、対象には含まれない³⁶⁶。FDA 関係者によれば、二枚貝であるホタテガイの内転筋（貝柱）については、ホタテガイに関連するリスクのほとんどが他の部分にあり（ホタテは濾過摂食者であるため、貝柱以外の部分は毒素を含むリスクが高い）、感染症状等により調査する場合でも、ホタテの貝柱に関連する問題はあまり見られず、

³⁶¹ https://www.jetro.go.jp/world/n_america/us/foods/exportguide/marineproducts.html#03_06

³⁶² <https://www.ecfr.gov/current/title-21/chapter-I/subchapter-B/part-123/subpart-A/section-123.5>

³⁶³ https://www.jetro.go.jp/world/n_america/us/foods/exportguide/marineproducts.html#03_06

³⁶⁴ <https://www.fda.gov/food/food-safety-modernization-act-fsma/fsma-final-rule-requirements-additional-traceability-records-certain-foods>

³⁶⁵ <https://www.fda.gov/food/cfsan-constituent-updates/fda-announces-final-rule-food-traceability-under-fsma>

³⁶⁶ <https://www.fda.gov/media/171414/download?attachment>

それも後処理や加工中の汚染を原因とした肝炎などであるため、FDA はホタテの貝柱をあまり問題視しておらず、食品トレーサビリティ規則から除外していると述べている³⁶⁷。

図表 54 FTL：軟体動物性貝類・二枚貝（抜粋）

軟体動物性貝類・二枚貝 (生鮮・冷凍) *	全種類の二枚貝が含まれる。例：カキ、アサリ、ムール貝などが含まれるが、これらに限定されない。 <u>ホタテガイ内転筋（貝柱）は含まれない。</u>
* CFR 第 21 編§123.3(h) ³⁶⁸ において軟体動物性貝類とは、生鮮または冷凍のカキ、アサリ、ムール貝、ホタテ貝の食用種またはそれらの食用部位を指し、製品がすべて殻を外した貝柱からなる場合を除く。	

出典：FDA「食品トレーサビリティリスト（日本語版）³⁶⁹（下線および法令へのリンク情報は筆者が追記）」

記録保存要件対象者の遵守期日は2026年1月20日と定められている³⁷⁰。最終ルールの中核は、FTL上の食品を製造、加工、包装、保持する者が、重要追跡事象（Critical Tracking Events：CTEs）に関連する主要データ要素（Key Data Elements：KDEs）を含む記録を保持することを要求するものである。対象となる企業、生産者、小売食品施設およびレストランは、24時間以内、またはFDAが同意する合理的な時間内にFDAに情報を提供することが求められる。なお、最終規則では、特定の小規模な生産者、小売食品店、レストラン、消費者に直接食品を販売する生産者等や、ある種の加工をした食品など、一部の事業者や食品について、完全および部分的な免除を定めている³⁷¹。

【参考：全米貝類衛生プログラム（NSSP）】

米国には、全米貝類衛生プログラム（National Shellfish Sanitation Program：NSSP）というFDAと州間貝類衛生会議（Interstate Shellfish Sanitation Conference：ISSC）が認める、食用として生産・販売される貝類³⁷²の衛生管理を目的とした連邦・州間の協力プログラムを実施している³⁷³。NSSPにより、連邦と州が協力し、各州の貝類プログラムを統一することで、州をまたいで流通する貝類（カキ、アサリ、ムール貝、ホタテ）の衛生管理を促進・改善することを目的としている³⁷⁴。NSSPには、FDA、米国環境保護庁（Environmental Protection Agency：EPA）、NOAA、州関連機関のほか、貝類業界や外国政府機関なども参加している³⁷⁵。

³⁶⁷ FDA関係者インタビュー。

³⁶⁸ <https://www.ecfr.gov/current/title-21/chapter-I/subchapter-B/part-123/subpart-A/section-123.3>

³⁶⁹ <https://www.fda.gov/media/171414/download?attachment>,

³⁷⁰ <https://www.fda.gov/food/food-safety-modernization-act-fsma/fsma-final-rule-requirements-additional-traceability-records-certain-foods>

³⁷¹ 同上

³⁷² JETRO「米国：日本からの輸出に関する制度」『水産物の輸入規制、輸入手続き』によれば、「※次のいずれの状態でもNSSPの対象となる。(1) 剥いたもの、または殻付きのもの、(2) 生のもの（水揚げ後処理も含む）、(3) 冷凍されたもの、または冷凍されていないもの、(4) ホール、またはその一部」

https://www.jetro.go.jp/world/n_america/us/foods/exportguide/marineproducts.html

³⁷³ <https://www.fda.gov/food/federalstate-food-programs/national-shellfish-sanitation-program-nssp>

³⁷⁴ <https://www.fisheries.noaa.gov/s3/2023-08/Part-1-Administrative-8.22.23.pdf> 24 ページ

³⁷⁵ 同上

同プログラムの下、二枚貝を海外から米国に輸出する場合には、NSSPを順守し、同プログラムの登録リスト（Interstate Certified Shellfish Shippers List：ICSSL）に掲載される必要がある³⁷⁶。2023年11月25日現在、日本はNSSPプログラムに参加していないため、米国に二枚貝の輸出は行うことができないが、ホタテについては、最終製品が殻付き内転筋（貝柱）のみの場合はNSSPプログラムの除外とされる³⁷⁷ため、貝柱のみの輸出は可能となっている。

2023年11月25日時点で、NSSPプログラムに参加している諸外国には、カナダ諸州（ブリティッシュコロンビア、ニューブランズウィック、ニューファンドランド、ノバスコシア、オンタリオ、プリンス・エドワード島、ケベック）のほか、スペイン、韓国、メキシコ、オランダ、ニュージーランドが含まれている³⁷⁸。

11 総論：日本産ホタテの流通における取組と課題

以上の文献調査や業界関係者へのインタビューから、米国市場には中国経由を含め、すでに多くの日本産ホタテが流通しているにもかかわらず、米国消費者の多くは、それらが日本産ホタテであることを意識せずに消費してきたことが改めて確認された。また、その大部分が加熱用の加水ホタテとして流通しており、特に地撒き式ホタテは加水用としても評価が高いことが明らかとなった。一方、中国の日本産ホタテの禁輸措置により中国経由の米国への輸出ルートが閉ざされる中、従来は米系スーパーマーケットではほとんど目にされることのなかった日本産無加水ホタテが、限られた例とはいえ、一部の米系スーパーマーケットで消費者向けに販売されるようになり、寿司店や日本食レストラン以外の有名米系高級レストランの中にも「北海道産」と明記してホタテを使ったメニューを提供しているなど、無加水の日本産ホタテをめぐる米国市場の状況にも僅かながら変化の兆しが見えている。こうした現状を踏まえ、米国における日本産ホタテのプロモーションを行っていく必要がある。

以下では、今後のプロモーション検討に資する基本情報として、まず文献調査及び業界関係者へのインタビュー結果を踏まえ、米国市場における日本産ホタテをめぐる現状と課題を、その競合となる北米産ホタテ（米国産中心）との比較を通じて整理する。その上で、米国ホタテ市場に関わる多数の業界関係者へのインタビュー結果等に基づき、米国市場における日本産ホタテのプロモーションのポイントをまとめる。

11.1 北米産ホタテとの比較を通じた日本産ホタテの流通の現状と課題整理

ここでは日本産ホタテと米国産を中心とする北米産ホタテについて、ここまでの調査結果を踏まえ、商品特性とプロモーション、流通の観点から比較し、日本産ホタテの米国市場における課題を整理する。

³⁷⁶ https://www.jetro.go.jp/world/n_america/us/foods/exportguide/marineproducts.html

³⁷⁷ “Scallops are to be excluded when the final product is the shucked adductor muscle only.”

<https://www.cfsanappsexternal.fda.gov/scripts/shellfish/sh/shellfish.cfm?ad=4da23195-eed3-456d-8375-48ab7e3c2a1e>

³⁷⁸ <https://www.fda.gov/food/federalstate-food-programs/interstate-certified-shellfish-shippers-list> ;

<https://www.cfsanappsexternal.fda.gov/scripts/shellfish/sh/shellfish.cfm?ad=4da23195-eed3-456d-8375-48ab7e3c2a1e>

11.1.1 商品特性とプロモーション

このうち商品特性とプロモーションについて、日本産および北米産を以下の表で比較した。特に日本産ホタテの課題となっている箇所については、下表で強調した。なお、以下、「北海道産」と記載しているものは、特に記載がない場合は「地撒き式」を指すものとする。また、下表の「日本産」とは、特に記載のない場合、上述の「5.1 流通形態」であげた3つのパターンのうち、パターンAおよびBの日本で玉冷まで加工されたものを指す。

図表 55 米国市場における日本産ホタテと北米産ホタテの比較：商品特性・プロモーション

	日本産 (原則、日本で玉冷に加工されたもの)	北米産 (原則、米国产)
商品特性 (Product & Place)		
鮮度 (全般)	捕獲から陸揚げ・冷凍までの時間が短く、鮮度が高い。 鮮度保持に冷凍技術（トンネルフリーザー技術）をうまく活用できている ³⁷⁹ 。	デイボート等を除き、捕獲から陸揚げまでに時間がかかり、船上の氷の上で保管されるため、吸水してしまい、鮮度も下がり易い。
生食用	空輸される冷蔵ホタテだけでなく、1回冷凍の無加水ホタテも生食可能。 年間通して、品質が安定している ³⁸⁰ 。 <u>一般消費者は、生ホタテは寿司店で食べるものであり、家庭でも食べるものという考えがない³⁸¹。</u> 特に北海道産は、米国产より肉付きが良く、弾力があり ³⁸² 、一部のシェフの間で旨味や甘みについて評価が高い ³⁸³ 。	生食用で提供可能なのは、原則、鮮度が高い一部のデイボート等が提供する活ホタテのみ（希少性が高い）。 捕獲される絶対量が少なく、漁獲時期に限られ、年間を通じた提供が困難 ³⁸⁴ 。 デイボートが提供する製品の品質は均一ではなく、必ずしも新鮮と言えないものも含まれるとの意見もあり ³⁸⁵ 。 特にニューイングランド海区で取れる活ホタテやデイボートホタテは、少し小さめだが、甘み、旨み、柔らかさが非常に優れている（北海道産に競合） ³⁸⁶ 。
加熱用	加水・無加水ともに加熱用として提供することが可能。 ただし、 <u>1回冷凍の無加水ホタテを加熱すると、硬くなりすぎて米国人の好む食感ではないとの意見あり³⁸⁷。</u> 特に米国人はしっかり加熱する傾向がある ³⁸⁸ 。 一方、適切に調理すれば、北海道産ホタテを硬すぎると米国消費者は感じていないとの意見もあり ³⁸⁹ 。	米国产の大部分は加熱用として提供されている。 (加水処理により) 加熱したときに米国消費者が好む柔らかさがある。
加水加	捕獲後早い段階で無加水の状態での冷凍さ	船上で吸水してしまっているため、一般

³⁷⁹ 日系事業者 C 社関係者インタビュー。

³⁸⁰ 米系外食事業者 J 社関係者インタビュー。

³⁸¹ 米系流通事業者 G 社関係者インタビュー。

³⁸² 米系流通事業者 I 社関係者インタビュー。

³⁸³ 日系事業者 D 社関係者インタビュー。

³⁸⁴ 米系外食事業者 J 社関係者インタビュー。

³⁸⁵ 米系流通事業者 F 社関係者インタビュー。

³⁸⁶ 米系流通事業者 I 社関係者インタビュー。

³⁸⁷ 米系流通事業者 G 社関係者インタビュー。

³⁸⁸ 日系事業者 D 社関係者インタビュー。

³⁸⁹ 米系外食事業者 J 社関係者インタビュー。

工用	れているため、また、特に北海道のオホーツク産は筋肉量が多いため大きく膨張させることができる。歩留まりが高い。 <u>青森等の養殖ホタテは、北海道産に比べ加水してもあまり膨らまないため、加工用としてほとんど入ってきていない</u> ³⁹⁰ 。	に、日本産ほど膨張しない傾向がある。日本産よりも歩留まりが低い。
価格	過去 10 年間、日本産ホタテの方が米国産ホタテより安価であった（価格競争力が高かった） ³⁹¹ 。米国の漁獲制限や為替レート等の影響により、品質の割に割安感がある ³⁹² 。 また、将来的に米国産への漁業制限が緩和され、単価が下がれば、 <u>日本産はさらなる値下げ圧力を受ける恐れあり</u> ³⁹³ 。	米国ホタテの漁獲制限の影響により、現在、価格が高め（日本産を含む輸入品を受け入れないと米国産の価格上昇につながる懸念から ³⁹⁴ 、輸入品にとって追い風になっている可能性あり）。漁獲制限が緩和されれば価格が下がる可能性大 ³⁹⁵ 。
持続可能性	日本産ホタテについて、認証格付け連合による 2022 年データベースにおける持続可能な水産物認証の取得率：30% ³⁹⁶ （ <u>米国産よりも高いが、輸入品として競合するカナダ産よりもかなり低い</u> ）	米国産ホタテについて、認証格付け連合による 2022 年データベースにおける持続可能な水産物認証の取得率：11% 同カナダ産：77%
プロモーション (Promotion、買い手に対するコミュニケーション)		
パッケージ	<u>パッケージが日本仕様で日本語表記であり、パッカーによって表示に統一性がなく、日本人以外がパッケージを見てもよく分からないことも多い</u> ³⁹⁷ 。 <u>米国向け輸出用パッケージに改良されていない</u> ³⁹⁸ 。	米国人に理解しやすい、英語による米国で一般的な表記内容。 米国人をターゲットとしたパッケージが使用される（消費者向けの場合、ターゲット顧客に訴求する持続可能性認証、安全性のほか、わかりやすい調理方法等の掲載あり）。
説明書類	<u>サプライチェーン全体を通じた安全性、持続可能性への対応に関して説明するための書類等が日本語で作成されており、翻訳等が必要になるケースも多い</u> ³⁹⁹ 。	説明書類は英語で米国向けに作成されている。
産地（知名度）	日本産も輸入品のひとつ。一部の限られた消費者やレストラン・シェフを除き、 <u>日本産ホタテの知名度は低い</u> ⁴⁰⁰ 。 米国産が多く獲れる年は、あまり日本産は買われない（つまり、 <u>米国産の不足を補う位置づけに留まる</u> ） ⁴⁰¹ 。 「北海道産」を高く評価する米国消費者	国産品を好む傾向がある。 品質が高いブランドとして知名度が確立されている産地がある（ニューイングランド産の海ホタテ、マサチューセッツ州ナンタケット産の湾ホタテ） ⁴⁰² 。 カナダ産は、北海道産が足りないときの

³⁹⁰ 米系流通事業者 G 社関係者インタビュー。

³⁹¹ 米系流通事業者 F 社関係者インタビュー。

³⁹² 米系流通事業者 F 社関係者インタビュー。

³⁹³ 米系流通事業者 G 社関係者インタビュー。

³⁹⁴ 米系水産事業者 H 社関係者インタビュー。

³⁹⁵ 米系水産事業者 K 社関係者インタビュー。

³⁹⁶ <https://certificationandratings.org/datatool/environmental-performance/>

³⁹⁷ 日系事業者 D 社関係者インタビュー。

³⁹⁸ 日系事業者 D 社関係者インタビュー。

³⁹⁹ 米系水産事業者 H 社関係者インタビュー。

⁴⁰⁰ 日系事業者 D 社関係者インタビュー。

⁴⁰¹ 米系流通事業者 G 社関係者インタビュー。

⁴⁰² 米系外食事業者 J 社関係者インタビュー。

	や非日系高級レストランの有名シェフも一部出てきている。	代替との意見あり ⁴⁰³ （カナダの有名な産地に関する言及は業界関係者から聞かれなかった）。
メニュー（外食）	日本産ホタテの使用率が高いはずの寿司店や日本食店でも「日本産」や「北海道産」と明記されているメニューが限られている（ <u>露出度が低い</u> ）。 寿司店では、おまかせメニューにホタテも入っている可能性が高い ⁴⁰⁴ 。 一部、高級米系レストランの有名シェフが「北海道産」と明記したメニューを提供する例もみられるようになってきた。	高級米系レストランでは、ニューイングランド産（特にジョージズ・バンク産）や、 Diver Scallops を使用している場合は、メニューやウェブサイトで強調されている。
販売方法（小売）	<u>店員のいない冷凍コーナーに冷凍の袋詰めで凍結されたまま販売されていることが多い。</u> Wegmans の Astor Place 店では、解凍してリパックされた商品が鮮魚コーナーにおかれており、商品に詳しい店員も配置されている。	店員のいない冷凍コーナーに冷凍の袋詰めで凍結されたまま販売されるだけでなく、店員がいる生鮮水産物コーナーにおいて生鮮品（fresh）や解凍品（previously frozen）が量り売りされている。
加工場所	現行の原産国表示では、 <u>中国等の第三国や米国で加水処理が行われたとしても、「日本産」となるため、生産地と加工地が異なることを消費者に知らせることができていない（ただし、中国等での加工を気にしない消費者が一般的との意見あり⁴⁰⁵）。</u>	（米国産ホタテは米国内で殻外し、加工されることが一般的）

出典：文献調査及び業界関係者へのインタビューに基づき作成

11.1.2 流通

次に米国市場における流通に重点を置き、日本産ホタテ⁴⁰⁶と米国産ホタテの流通プロセスにおける加工のタイミングと冷凍回数について、本調査で把握された内容に基づき、中国政府による日本産ホタテの中国への禁輸措置以前の状況を中心に整理・比較すると以下の通りとなった。上表の日本産について、上述の「5.1 流通形態」の3パターンに当てはめると、パターンAが主に日本産③（一部、日本産②）を、パターンBが主に日本産①および②を、パターンCが主に日本産④を流通させるイメージである。

⁴⁰³ 米系流通事業者G社関係者インタビュー。

⁴⁰⁴ 米系流通事業者G社関係者インタビュー他

⁴⁰⁵ 米系流通事業者I社関係者インタビュー。

⁴⁰⁶ 本調査のインタビュー調査では主に北海道産の海ホタテに関する内容が多かったことから、下表でも北海道産に関する記載が中心となっている。

図表 56 日本産ホタテ*および米国産ホタテの流通プロセスにおける
加工タイミングと冷凍回数

#	漁獲方法 (米国産) 出荷形態	生産地		日本加工工場			第三国加工工場			米国加工工場			冷凍回数	消費者への 主な流通チャネル (本調査で把握した 内容に基づき記載)
		殻剥き	冷凍	解凍・殻剥き 再冷凍	場所	解凍	殻剥き	加水・冷凍	解凍	加水	冷凍			
米国産														
	生鮮品 (Diver Scallop)	×	—	—	—	—	—	×	×	×	0	高級米系レストラン (生食での提供もあり。一部、消費者向け高級シーフード・マーケット等でも殻付き活きホタテとして提供)		
	生鮮品 (ダイボート)*	船上	—	—	—	—	—	×	×	×	0	高級米系レストラン等		
	生鮮品 (一般)	船上	—	—	—	—	—	×	×	×	0	レストラン、小売店 (添加物等の使用を認めないポリシーを持つチェーン店等)		
	玉冷 (一般)	船上	—	—	—	—	—	×	×	◎	1	レストラン、小売店 (添加物等の使用を認めないポリシーを持つチェーン店等)		
	玉冷 (一般)	船上	—	—	—	—	—	×	○	◎	1	レストラン、小売店		
日本産 (主に北海道産中心)														
	生鮮品	陸上	×	×	—	—	—	×	×	×	0	高級日本食店・寿司店 (豊洲からの空輸等)		
	玉冷	陸上	◎	×	—	—	—	×	×	×	1	日系を中心とする日本食店・寿司店、高級米系レストラン・小売店 (添加物等の使用を認めないポリシーを持つチェーン店等)		
	玉冷	陸上	◎	×	—	—	—	○	○	◎	2	レストラン、小売店		
	殻付き冷凍	×	◎ 殻付	×	中国等の工場	○	○	◎	×	×	×	2	レストラン、小売店	
<p>【凡例】「船上」－漁船上で殻剥き、「陸上」－水揚げ後、陸上で殻剥き、「◎」－冷凍加工あり、「○」－(冷凍以外の)加工あり、「×」－加工なし、「—」－当該国での加工対象外</p> <p>*本調査のインタビュー調査では主に北海道産の海ホタテに関する内容が多かったことから、下表でも北海道産に関する記載が中心となっている。</p> <p>**ダイボートで漁獲された米国産ホタテについても、「玉冷」として出荷される可能性もある。ただし、本調査の業界関係者へのヒアリングでは、ダイボートは Diver Scallop と並ぶ鮮度の高さを売りとする商品と位置づけられていた点を踏まえ、「生鮮品」として取り上げている。</p>														

出典：文献調査及び業界関係者へのインタビューに基づき作成

11.1.2.1 冷凍回数 1 回以下の無加水日本産ホタテ：①および②

上表の日本産①と②については、主に日系ディストリビューターを通じて、日系を中心とした日本食・寿司店に流通している。特に、寿司・刺身等を提供するニューヨーク等の日系レストランでは、高級店に限らず、特に②の日本産ホタテのシェアがすでにかなり高いといわれる⁴⁰⁷。また、①の生鮮品については、日系ディストリビューターが豊洲から空輸で仕入れているほか、高級日本食レストランが直接、豊洲から生鮮品を仕入れている場合もある⁴⁰⁸。近年では、日本

⁴⁰⁷ 米系流通事業者 I 社関係者インタビュー。

⁴⁰⁸ 日系事業者 E 社関係者インタビュー。

食・寿司店のおまかせ寿司・刺身等の人気も高まり、生食用ホタテに消費者が慣れ親しんできているため、これらのレストランでの需要が伸びる可能性もある。一方で、日本産生食用ホタテの良さをよく知り、米国における無加水日本産ホタテ市場を中核となつて支えてきた日系オーナー・シェフが経営する日本食・寿司店や、日本人・日系人が経営する水産物ディストリビューターが、高齢化等による後継者問題等で減少していることを懸念する声も聞かれる⁴⁰⁹。対して、中国系・韓国系オーナー等が経営する日本食・寿司店等は増加している。

日本産①と②の競合となる米国産ホタテとして、米系水産ディストリビューター、大手水産商社の米国関連会社等を通じて流通する、ニューイングランド産の **Diver Scallops** や活ホタテ、デイボートホタテ等（米国産①および②）がある。これらの米国産ホタテは、米国市場で高い知名度があり、希少性も高いことから、高級食材としての地位を確立してきた。こうした高級米系レストランでも、②の日本産ホタテが流通しはじめており、生食に限らず加熱用としても使用されており⁴¹⁰、「北海道産」であることをアピールしたメニューが提供されているケースも出てきている。しかし現状では、日本産ホタテ（①と②）の米系高級レストランへの流通ルートは極めて限られていることが複数の業界関係者から指摘されている。

小売店については、健康意識や持続可能性への関心が高い顧客をターゲットとする、中高所得層向けの小売店等では「自然な形（無加水）」ホタテを取り扱っている⁴¹¹。そのため、従来、米国産③および④に該当する「無加水ホタテ」が米系水産ディストリビューターを通じて、スーパーマーケット・チェーン等に流通してきた。一方、同じく「無加水ホタテ」である日本産②については、上述の EC サイト調査でも見たように、こうした中高所得層向け米系スーパーマーケットでの取り扱い事例は限られているのが現状で、主に日系を中心とするアジア系スーパーマーケット中心だった。このうち日系スーパーマーケットについては、一部地域を除き、日本人駐在員の減少などの影響で売上が低迷するなど、経営不振に見舞われる例が出てきている⁴¹²。

こうした中、上述の通り、米系スーパーマーケットの一部店舗等でも、日本産無加水ホタテの取り扱い事例が出てきているが、基本的には冷凍コーナーにパック入りで加熱用として販売されている。なお、Wegmans の Astor Place 店には生食用も販売されている。しかし、米国消費者は生食用日本産ホタテでも加熱調理が一般的とのコメントも聞かれた⁴¹³。

そのほか、コロナ禍以降の動きとして、高級食材を個人消費者がオンライン直販を通じて購入するという動きも出てきている。ホタテについても同様で、特に米国のレストランや日本への観光で日本産ホタテを食べた経験のある消費者が、直販サイトで購入する例がみられるとのコメントがみられた⁴¹⁴。

⁴⁰⁹ 米系流通事業者 I 社関係者インタビュー。

⁴¹⁰ 米系流通事業者 F 社関係者インタビュー。

⁴¹¹ 米系水産事業者 H 社関係者インタビュー。

⁴¹² 日系事業者 E 社関係者インタビュー。

⁴¹³ 米系水産事業者 K 社関係者インタビュー。

⁴¹⁴ 米系流通事業者 I 社関係者インタビュー。

11.1.2.2 米国で加工された加水日本産ホタテ：③

主に加熱用として使用される加水产品ホタテの米国産⑤および日本産③は、米系大手水産事業者、米系水産ディストリビューター等を通じて、レストランや小売店に広く流通している。上述の通り、特に北海道産ホタテは、その吸水率の高さや歩留まりの高さから、米国のレストラン等によって異なる様々な加水レベルのニーズに対応できる加水用ホタテとして、高い評価を得てきた。このような米国で加水加工を行う日本産ホタテは、日本で殻剥きをし、1回冷凍された無加水の玉冷が使用されてきた。

しかし、中国による禁輸措置の結果、日本で殻付きのまま冷凍保管されることになったホタテが、ホタテ漁のオフシーズンで人的リソースに多少余裕ができた時期に日本国内で解凍、殻剥き、冷凍をする2回冷凍品となって加水用無加水ホタテとして米国に輸入されることが、日本産ホタテの評価を下げることに繋がると警鐘を鳴らす業界米国業界関係者の声が聞かれた。同関係者によれば、これらの2回冷凍された無加水ホタテは1回冷凍の無加水ホタテと容易には見分けがつかないが、これを加水して膨張させようとする、1回冷凍の無加水ホタテほど膨らませることができないと指摘している⁴¹⁵。

11.1.2.3 禁輸措置以前に中国で加工されていた加水日本産ホタテ：④

中国政府による禁輸措置の影響が最も大きかったのが、上表の日本産④である。中国の自社工場で加工を行っていた米系水産大手事業者等は、中国の禁輸措置後、タイ、インドネシア、ベトナム等にある工場での加工に切り替えているとされる。しかし、従来の中国でのオペレーションと比べ、各ロケーションによって加工技術水準等に差が生じてしまい、これまで高い評価を得てきた日本産ホタテの品質について、一貫して維持することが難しい状況にあると関係者はコメントしている⁴¹⁶。そのため、禁輸措置が解除されれば、中国での加工に戻す予定との声も聞かれた。

こうした、これまで中国で加工されてきた商品については、業界関係者より日本産の無加水ホタテと、中国で加工された加水ホタテとは、原産地表示がいずれも「日本産」となるために、一部市場に混乱を招いている可能性があるとの指摘がみられた⁴¹⁷。この混乱の要因については、(a) 加水・無加水の違いへの無理解と (b) 中国での加水レベルという、2つの背景を考慮する必要がある。まず (a) について、上述の通り米国に流通するホタテの大部分は加水であるため、米国外食・小売業界に関わるすべての関係者にとって、無加水と加水の違いは必ずしも常識とはいえない。そのため「日本産」と書かれていれば、加水と無加水の違いを意識せず、商品を購入してしまう顧客もあり、期待と異なる商品を手にしてしまうといった懸念がある。ただし、この点については、上述の米国で加工された日本産（上述の日本産ホタテ③）でも同じ問題が発生する可能性がある。一方、(b) に関して、一部の業界関係者から、中国での加水加工は、

⁴¹⁵ 米系水産事業者 K 社関係者インタビュー。

⁴¹⁶ 米系水産事業者 K 社関係者インタビュー。

⁴¹⁷ 米系流通事業者 F 社関係者インタビュー、米系流通事業者 I 社関係者インタビュー。

米国での加水加工よりも水分量のレベルが高くなる傾向がみられる⁴¹⁸との指摘がある。加水レベルが高まるほど、ホタテの風味は失われ、化学物質のような味がするとも言われている。

ただし、一般に、日本産の無加水ホタテと中国で加工されてきた加水ホタテとは、ターゲットとする顧客層が全く異なるため、競合することはあまりない⁴¹⁹。概して、中国で加工された日本産ホタテの多くが販売されているのは、比較的低価格帯のビュッフェや、中国系・韓国系を含む安売りのスーパーマーケットなどが中心と推測されている⁴²⁰。また、ステーキハウスや鉄板焼店などの加熱用として、かなり多くの量が流通しているとのコメントもあった⁴²¹。しかし、懸念される「混乱」と思われる例も報告されている。一部の中国系スーパーでは、こうした加水ホタテが解凍後、冷凍ではなく生鮮部門で販売されていることもあるといわれる⁴²²。また、一部の高級寿司レストランでも使われていることもあったとされる⁴²³。

11.1.3 課題整理

以上の米国市場における日本産ホタテと北米産ホタテの比較から、日本産ホタテの鮮度の高さ、大きさ、旨味や甘味、加水加工のしやすさ、価格競争力等に対して、米国業界関係者から評価を得ていることを確認できた一方で、課題も明らかになった。以下、上述の主な課題を論点別に整理した。

図表 57 米国市場において日本産ホタテが直面する主な課題（北米産ホタテとの比較に基づく）

限られた米系市場へのアクセス	日本産無加水ホタテの米系高級レストランへの流通ルートは極めて限られている。	流通
	健康意識や持続可能性への関心が高い顧客をターゲットとする、中高所得層向けの米系スーパーマーケットにおいて、日本産無加水ホタテの取り扱いが極めて限られている。	流通
食習慣の違い	一般消費者は、生ホタテは寿司店で食べるものであり、家庭で食べてもらうという考えがない。米国消費者は生食用日本産ホタテでも加熱調理が一般的。	商品特性
	1回冷凍の無加水ホタテを加熱すると、硬くなりすぎて米国人の好む食感ではないとの意見あり。	商品特性
日系市場の縮小懸念	日本産生食用ホタテの良さをよく知り、米国における無加水日本産ホタテ市場を中核となって支えてきた日系オーナー・シェフが経営する日本食・寿司店や、日系人経営の米系水産物ディストリビューターが、高齢化等による後継者問題等で減少している。	流通
	日本産無加水ホタテを取り扱ってきた日系スーパーマーケット等の小売店は、一部地域を除き、日本人駐在員の減少などの影響で売上が低迷するなど、経営不振に見舞われる例が出てきている。	流通
ホタテ品質の低下	中国による禁輸措置の影響で、中国に輸出できない殻付きホタテを日本国内で保管、オフシーズンに殻剥きをして玉冷として輸出した場	流通

⁴¹⁸ 米系水産事業者 H 社関係者インタビュー。

⁴¹⁹ 日系事業者 D 社関係者インタビュー。

⁴²⁰ 米系流通事業者 F 社関係者インタビュー。

⁴²¹ 日系事業者 D 社関係者インタビュー、日系事業者 C 社関係者インタビュー。

⁴²² 米系流通事業者 G 社関係者インタビュー。

⁴²³ 米系流通事業者 F 社関係者インタビュー。

に対する懸念	合、加水前にすでに2回冷凍されており、1回冷凍ものほど膨らませることができず、日本産ホタテの評価が低下する可能性を指摘する声が聞かれる。	
	中国以外の拠点での加工について、加工する場所によって加工技術水準等に差が生じてしまい、これまで高い評価を得てきた日本産ホタテの品質について、一貫して維持することが難しい状況にある。	流通
日本国外で加工されても「日本産」	現行の原産国表示では、中国等の第三国で加水処理が行われたとしても「日本産」となる。	プロモーション
	日本産の無加水ホタテと、これまで中国で加工された加水ホタテとは、原産地表示がいずれも同じであるために、一部市場に混乱を招いている可能性がある。	流通
米国産に劣る知名度	国産を好む傾向のある米国人にとって、日本産も輸入品のひとつ。米国産の不足を補う位置づけに留まる。また、米国の有名産地のホタテと比べ、日本産ホタテの知名度も低い。	プロモーション
	高級米系レストランでは米国の有名産地が明記されたメニューがあるが、日系レストランも含め「日本産」や「北海道産」と明記されたメニューは少なく、露出度が低い。	プロモーション
	店員のいない冷凍コーナーに冷凍の袋詰めで販売されていることが多い。	プロモーション
	米国向け輸出用パッケージに改良されておらず、日本語表記のまま、パッカーによって表示に統一性がなく、日本人以外には分かりにくい。	プロモーション
不十分な安全性／持続可能性の取り組み説明	サプライチェーン全体を通じた安全性、持続可能性等に関する書類が日本語のまま、米国市場向けに翻訳等の対応が必要になることも多い。	プロモーション
	持続可能な水産物認証の取得率は米国産より高いが、カナダ産と比べるとかなり低い。	商品特性
その他（価格、加水ニーズ対応等）	現在は価格競争力があるが、将来的に米国産への漁業制限が緩和され、単価が下がれば、日本産はさらに値下げが必要になる恐れあり。	商品特性
	加水が一般的な米国市場において、青森産等の養殖ホタテは、北海道産と比べ、加水してもあまり膨らまないため、加工用としてほとんど入ってきていない。	商品特性

出典：文献調査及び業界関係者へのインタビューに基づき作成

11.2 米国市場における日本産ホタテのプロモーションのポイント

以上の日本産ホタテと北米産ホタテの比較を通じた、日本産ホタテの課題等を踏まえながら、以下では、米国ホタテ市場に関わる多数の業界関係者へのインタビューに基づき、上記米国市場における日本産ホタテのプロモーションで有効と思われるアクション案と、そのポイントをまとめる。

図表 58 日本産ホタテの米国市場におけるプロモーションのアクション案と対応する課題

外食	日本食 (生食が一般的)	日系店市場の成熟と寿司含む日本食市場全体の増加を背景に、未開拓店へのアプローチを強化
	それ以外 (生食が一般的でない)	日本産玉冷が加熱しても優れていることをアピール。加熱調理方法や生食メニューの普及、顧客との接点となる給仕担当者への情報提供等を実施。 大手チェーン店にはMSC等の漁業認証とその加工流通段階のCoC認証、GFSI系の食品安全に関する認証など民間認証の手当て。
中食 (持ち帰り寿司等)		小売店等の持ち帰り寿司でホタテがネタとして採用されていることは稀。消費者向け生食普及や持ち帰り寿司向けのホタテ活用促進に取り組む。米系には民間認証の手当て。
小売 (冷凍コーナー／鮮魚コーナー)		米系企業では上民間認証への手当。
加工用		2回凍結品に対する懸念、加工用として地撒き式漁獲物優位であることを踏まえた品質維持
共通		品質維持、生産プロセスの透明化、書類準備の確実性確保、パッケージの改善、「日本産」ホタテのブランド力強化、日本産ホタテ「Scallops from Japan (仮)」ラベルの創設検討

出典：調査結果に基づき作成

① 米系小売・外食開拓への挑戦：

複数の業界関係者からは日系を中心とした小売・外食に加えて、価格が多少高くても買ってくれ、日本産の無加水の付加価値を理解してくれる可能性が高い、健康意識が高い中高所得世帯の消費者をターゲットの米系小売・外食市場を狙っていくべきとの意見が複数出た⁴²⁴。日本産ホタテはすでに日系レストランや小売店において広く取り扱い実績がある。実際、寿司・刺身等を提供するニューヨーク等の日系レストランではすでに日本産ホタテのシェアがかなり高いといわれる⁴²⁵。また、近年、テキサス州等の一部地域を除き、日本人駐在員の減少等に伴う日系小売店の売り上げ減少や、日系オーナーの高齢化等による後継者問題⁴²⁶など、日系小売・外食業界の縮小傾向が見られる。

一方で米系小売・外食では、市場拡大の可能性が伺える。外食では、ミシュランガイドに掲載されたり、米国のグルメ誌で上にランキングされたりするような、一部の有名レストランのシェフが地撒き式の北海道産ホタテを利用したメニューを出している⁴²⁷。小売では、沿岸部の都市部を中心に展開する米系スーパーマーケットなどで、ホタテを含む日本産水産物の取り扱い実績も出ており、上述の Wegmans (Astor Place 店) では、商品の良さや食べ方などについて説明ができる米国人店員が配置された⁴²⁸店も登場している。また、グルメ食品、オーガニック食品やベジタリアン食品などに力を入れている Trader Joe's (本社：カリフォルニア州) では

⁴²⁴ 日系事業者 E 社関係者インタビュー、業界関係者コメント。

⁴²⁵ 米系流通事業者 I 社関係者インタビュー。

⁴²⁶ 日系事業者 E 社関係者インタビュー。

⁴²⁷ 米系流通事業者 F 社関係者インタビュー、米系外食事業者 J 社関係者インタビュー。

⁴²⁸ 日系事業者 D 社関係者インタビュー。

「Product of Japan」と書かれた袋詰め北海道産冷凍ホタテを実店舗およびECサイトで取り扱っていることも確認できる⁴²⁹。なお、WegmansやWhole Foods Marketなど一部の米系スーパーマーケットでは、持ち帰り用（中食用）のパック詰め寿司が定番商品として販売されているが、ホタテがネタとして使用されている例は稀である。ただし、これらの店舗を利用する消費者には、寿司が日常的なものとして普及していることを示しており、ホタテの潜在市場になり得ると思われる。

こうした米系小売・外食市場の開拓を進める際には、従来の日系小売・外食に対するアプローチだけでは通用しない。日系小売・外食であれば、あえて説明しなくても日本産ホタテの良さを理解していたが、米系小売・外食には、「食べておいしい」と思ってもらうだけでなく、日本産ホタテを選択すべき理由を論理的に説明する必要がある。具体的には、後述する日本仕様のパッケージ表記の見直しや、持続可能性認証等の民間認証および米国法への遵守等に関する説明書類の整備等が重要になる⁴³⁰。また、後述するように、ホタテと言えば「日本産」というブランドを、日系コミュニティや寿司・日本食に関係者限定ではなく、米国人にも確立する取り組みも必要である。

そのほか、米系小売・外食開拓に関連して、以下の課題等も上がっている。

- ✓ 米系小売・外食の顧客は、概してホタテの生食に馴染みがない。限られた寿司用途を除けば、一般消費者は米国産ホタテも日本産ホタテも、家では加熱調理する。また、レストランで生が出されたとしても、生の消費量は米国におけるホタテの消費量のうち僅かに過ぎない⁴³¹。
- **解決のためのアイデア**：米系小売を利用する消費者向けプロモーションでは、「生食」だけにこだわるのではなく、日本産の生食用ホタテは、生食はもちろん、加熱してもおいしい上、ホタテは調理しやすい水産物との認識を広めることを重視する。特に家庭での調理に関して、コロナ禍以降、米国の消費者は、家庭での調理用により多くの水産物を購入するようになった。そして、お金を出すからには、おいしく食べれるよう、調理方法にも高い関心を持つようになっている⁴³²。こうした層に向けて、有名な米系料理のシェフにプロモーションに協力してもらうなど、下ごしらえを含む調理方法や、料理に合ったホタテの選び方など、家庭でおいしく食べてもらうためのマーケティングを考案することは有効と思われる。
- 一部の米系小売店の総菜コーナーで定番商品となりつつある持ち帰り用（中食）の寿司のネタとして、ホタテの利用促進を図り、消費者が生食ホタテを食べる機会を増やすことも有効と思われる。
- 一方、米系レストランについては、米系店で一般的な加熱メニューに加え、新たに生食メニューを開発・追加してもらえよう業界関係者向けイベント等の機会

⁴²⁹ <https://www.traderjoes.com/home/products/pdp/sea-scallops-050509>; その他、Harris Teeter Supermarkets（本社：ノースカロライナ州）の首都ワシントン DC 近郊にある実店舗でも日本産の冷凍ホタテ（無加水の記載あり）の取り扱いが確認されている。

⁴³⁰ 日系事業者 D 社関係者インタビュー他。

⁴³¹ 米系水産事業者 H 社関係者インタビュー。

⁴³² 米系流通事業者 G 社関係者インタビュー。

を通じて、プロモーションを行っていく。また、米系レストランでは各テーブルに特定の給仕・接客担当者が決まっており、メニューの紹介等で顧客との直接的な接点となる。そこで、すでに日本産ホタテを扱っている米系外食等を中心に、給仕担当者が日本産ホタテ料理を顧客に奨めやすいよう、日本産ホタテのアピールポイントを給仕担当者向けに、わかりやすく、簡略にまとめたコミュニケーション・ツールを開発すること等も検討の余地ありと思われる。

- ✓ 米系外食の顧客にとって、日本産の無加水ホタテは加熱する（焼く）と硬すぎると言われている。今回調査で判明したように、米国においては、米国産ホタテだけでなく、日本産ホタテについても、加水ホタテが広く普及しており、それを加熱した食感に一般の米国消費者が慣れ親しんでいることから、一部グルメ系メディア等が無加水を推奨したとしても、それが大きな流れになるとは考えにくい。
- **解決のためのアイデア：**有名米系レストランのシェフからは、適切に調理すれば、無加水の日本産ホタテが硬すぎることはないとの意見が聞かれる⁴³³。日本産ホタテを使った料理で定評のある有名米系レストランのシェフや、科学的に調理方法の比較研究を行うような民間研究機関（FIC 等）等との協力の下、無加水の日本産ホタテの適切な加熱調理方法を、米系レストラン等のシェフに紹介するコミュニケーション・ツールを開発すること等も検討の余地ありと思われる。
- 上述の有名米系レストランのシェフはまた、食感を理由に、消費者の興味が削がれると納得してしまうのではなく、特に無加水の北海道産ホタテについて、なぜそのような食感になるのかを、特に加水ホタテとの違いを、米国人消費者に理解しやすい形で説明する努力も必要と指摘している⁴³⁴。
- ✓ 米系小売・外食店と、実際の取引につなげるには人的ネットワークが重要になる⁴³⁵。また、一般的に小売・外食店は、ひとつの業者からまとめて食材を購入するため、ホタテのみを売り込むことは難しい⁴³⁶。
- **解決のためのアイデア：**米系小売・外食店への直接参入する取り組みを行うことに加え、米系小売・外食向け水産物とのネットワークを持っている米系ディストリビューターにまとめて卸し、そこを経由して間接的に米系小売・外食市場への日本産ホタテの流通拡大を目指す。
- ✓ 上記に加え、米系小売・外食の新規顧客向けニーズに合わせて、必要なホタテを提供する流通キャパシティについても留意が必要である。特にホタテのサイズについて、顧客や地域等によって様々なニーズがある⁴³⁷。また、レストランでは、一度、特定の食材を使い出すと、出来るだけ同じサイズを継続して使いたいとい

⁴³³ 米系外食事業者 J 社関係者インタビュー

⁴³⁴ 米系外食事業者 J 社関係者インタビュー

⁴³⁵ 日系事業者 E 社関係者インタビュー。

⁴³⁶ 日系事業者 D 社関係者インタビュー、日系事業者 E 社関係者インタビュー。

⁴³⁷ 日系事業者 D 社関係者インタビュー、日系事業者 E 社関係者インタビュー、米系流通事業者 G 社関係者インタビュー、米系流通事業者 I 社関係者インタビュー。

う傾向も強い⁴³⁸。その一方で、天然物を扱う場合、年によってサイズも量も予想通りにいかないこともあり、それがホタテビジネスを難しくしている。こうした中、各ディストリビューターは複数の顧客ニーズに応えるため、サプライヤー1社のみで頼ることを避け、複数のサプライヤーと調整を図るとともに、必要に応じて、他の流通事業者（グループ会社間も含む）とも協力して、必要なサイズ、仕様、数量をそろえるよう努めている。こうした実態を踏まえ、日本産ホタテの新たな市場開拓として、米系小売・外食に対するプロモーションを進める上では、流通キャパシティ上の実現可能性についても考慮した上で検討する必要があると思われる。

② 未開拓の寿司店・日本食店へのアプローチ：

日本産ホタテのマーケティングに関して、業界関係者から最も多かった意見は、未開拓の寿司店・日本食店にアプローチすることであった⁴³⁹。寿司市場は過去10年で大きな成長を遂げたと言われる。米国の消費者の間で、10年ほど前は、寿司といえばカリフォルニアロール等の巻物が連想されることが多かったが、現在は握りも含めた寿司全般に対する認知が普及してきた。こうした中、近年「おまかせスタイル」で提供する高級レストランなども増えてきており、ホタテ、ウニ、イクラ等、多様な水産物の生食用水産物の消費も増えていると業界関係者は指摘する⁴⁴⁰。

こうした中、上述のように日本人が経営する日本食店は減少傾向にある一方、近年、中国系オーナーの日本食レストランが増えており、ある業界関係者によると、全米にある日本食レストランのうち、7～8割が中国系オーナー、2割が韓国系オーナー、1割が日系オーナーであるという⁴⁴¹。これらの日本食店では、特に日本人のもとで日本食を学んだ中国人等の非日系オーナーやシェフは、新しく店をオープンさせる際、修行先の日本人オーナーと同じ材料にこだわり、日本産の食材を購入する傾向が強いとされる。そのため、こうした層へのアプローチは比較的有效性が高いと思われる。

他方で、日系小売・外食と全く同じアプローチでは通用しない場合も十分に考えられる。米国では日本食店の数が増える中で、低価格店も増えており、日本人オーナーの場合ほど日本産食材にこだわらない場合もあるという。そうした点を踏まえ、「おいしさ」に頼ることなく、価格と品質の両面から、アプローチを工夫していく必要があると思われる。

③ 日本産ホタテの品質維持：

日本産ホタテの品質を高く評価する声は、米国業界関係者の間からも多く聞かれており、日本産ホタテの品質を安定させることに継続的に取り組むことが重要となる。日本産の中でも特に地撒き式無加水の北海道産ホタテについては、生食用、加熱用市場向けの加工用原料のいずれ

⁴³⁸ 米系流通事業者 G 社関係者インタビュー。

⁴³⁹ 日系事業者 C 社関係者インタビュー、米系水産事業者 H 社関係者インタビュー、米系流通事業者 G 社関係者インタビュー、米系流通事業者 I 社関係者インタビュー。

⁴⁴⁰ 米系流通事業者 I 社関係者インタビュー。

⁴⁴¹ 日系事業者 E 社関係者インタビュー。

でも米国関係者の間で高い評価を受けている。日本産ホタテの品質をめぐるテーマとして、大きく以下2つの論点があった。

- A) 中国禁輸措置により中国での加工ルートが閉ざされたことにより、殻剥き加工が追い付かず、結果として日本産ホタテの品質が悪化する可能性がある。
- B) 日本の国外で加水加工された日本産のホタテも米国の原産国表示は「日本産」と表示され、一般消費者を含む購入者に混乱を招く。

2 テーマのうちここでは主に A) の論点について取り上げる（なお、B) については後述の生産プロセスで言及する）。

現在、日本産ホタテの中国への禁輸措置により中国での殻剥きルートがなくなったことを受け、様々な代替手段が検討されている。特に、加水ホタテの加工プロセスで2回以上の冷凍・解凍が生じる場合について、これまで築き上げてきた日本産ホタテの高い品質にマイナスとなる可能性を危惧する意見が聞かれた（例えば、漁獲後、殻付きのまま日本で冷凍保存し、オフシーズンに日本で解凍・殻剥き・再冷凍されたものが米国で加水される場合などがこれに当たる）⁴⁴²。そのほか、ホタテの加工経験の浅い第三国での加工についても、品質への影響が危惧されるとの意見があった⁴⁴³。

こうした日本産ホタテの品質低下を避け、根本的な解決を図るため、日本国内のキャパシティ向上を求める声が複数聞かれた⁴⁴⁴。特に長期的な視点から、品質維持、持続可能性、日本国内での雇用創出、輸出コストの削減等を考慮し、自動脱殻機をはじめとする機械化を図ることで、日本国内のホタテ産業の高度化の取り組みが必要との意見が出た。こうした中には、カナダのホタテ漁船では自動脱殻機が導入されており、日本の参考となる可能性を言及した業界関係者もいた⁴⁴⁵。このほか、日本国内のキャパシティ向上は、米国の加工業者にもメリットがあるとの意見もあった（米国加工業者は、中国で加工された加水ホタテを横流しするのと異なり、日本から輸入した玉冷を加工することによって利益を生むことができる）⁴⁴⁶。

一方で、日本産ホタテの加水加工に携わる米国関係者からは、機械で殻を剥いたホタテは、機械処理の過程で蒸気が入るため、加水しても膨張の度合いが少ないものとなり、加水加工に向かないホタテになり、その結果、加水用として世界的に高い評価を得ていた日本産ホタテの評価が下がるとの意見も聞かれた⁴⁴⁷。そして、加水用としての日本産ホタテの品質維持するため

⁴⁴² 米系水産事業者 K 社関係者インタビュー。

⁴⁴³ 米系水産事業者 K 社関係者インタビュー、米系流通事業者 G 社関係者インタビュー。

⁴⁴⁴ 米系流通事業者 F 社関係者インタビュー、米系流通事業者 G 社関係者インタビュー。

⁴⁴⁵ 米系水産事業者 H 社関係者インタビュー。

カナダでホタテの自動脱殻機を導入している企業には Clearwater Seafoods（本社：ノバスコシア州、<https://www.clearwater.ca/en/>）がある（自動脱殻機に関する記載：https://www.clearwater.ca/wp-content/uploads/2020/03/CLR-AIF-2019_Final.pdf 他）。

⁴⁴⁶ 米系流通事業者 G 社関係者インタビュー。

⁴⁴⁷ 米系水産事業者 K 社関係者インタビュー。

には、加水前の冷凍・解凍回数を減らすため、日本国内での加水加工の可能性についても視野に入れるべきとの意見も出された⁴⁴⁸。

こうした加水・無加水のそれぞれを扱う米国業界関係者の意見等を踏まえ、今後の対策では2回以上の冷凍・解凍を避けることに重点を置くとともに、日本国内におけるキャパシティ向上を図る取り組みとして、国内外で使用されている主な自動脱殻機の技術性能や今後の技術開発動向に関する調査・検討のほか、日本国内におけるオフシーズンの殻剥き・加水加工の可能性等についても議論が必要と思われる。

④ 日本産ホタテの生産プロセスの透明化：

日本産ホタテの生産プロセスの透明化に取り組むべきとの意見が上がった。これについても二つの論点がある。具体的には、①世界標準に合った安全管理・資源管理の実施を通じた流通促進と、②無加水の「日本産ホタテ」と加水加工された「日本産ホタテ」の違いの明確化である。

前者に関して、近年、欧米を中心に、食品の安全の観点から管理が必要なものに対する安全管理（貝毒等）や、資源の量が枯渇しないように管理する資源管理の能力を高めていく重要性が認識され、これらに関する規制等が厳しくなる傾向がみられる。そうした中、日本産ホタテの生産プロセスを明確化・透明化の促進は、米国市場における流通拡大を後押しするものと考えられる。具体的には、世界標準に合った安全管理や資源管理を実施し、第三者機関による監査を問題なく受け入れられる体制を普及させることが有効との意見が聞かれた⁴⁴⁹。

一方、後者については、特に日本産無加水ホタテの品質を高く評価する米国関係者から、日本産ホタテの加工プロセスの透明性を高めるとともに、プロモーションにおいては無加水ホタテの純度（化学物質無添加）の高さをアピールする方向にシフトするべきとの意見が出された⁴⁵⁰。

上述の通り、米国の原産国表示ルールにより、日本国外で加水加工された日本産のホタテもラベル上は「日本産」と表示され、一般消費者を含む購入者に混乱を招いてきたとの指摘がある。これまで、有名米系レストランのシェフが提供した日本産（特に北海道産）ホタテを気に入ったり、有名シェフが太鼓判を押しているのを信じたシェフ等が、別の場所で日本産ホタテを購入したり、食べたりした際に、加水処理され、大きく膨張させた日本産ホタテに遭遇し、日本産ホタテに対する信頼が失われてしまう懸念が持たれていた。こうした背景から、今回の調査では、これまで中国で加工された後に米国に輸出されているにも関わらず、原産国を中国と表示しないことが許されてきた中で、今回、中国に輸出できなくなったことをあえて良い機会と捉え、日本産無加水ブランドの確立に生かすべきという業界関係者の声もあった⁴⁵¹。その取り組みの一環として、米系有名レストランのシェフは、米国では「純度（化学物質無添加）」、「品質」、「誠実さ」を重視する消費者も少なくないことを踏まえ、日本産ホタテの養殖・漁

⁴⁴⁸ 米系水産事業者 K 社関係者インタビュー。

⁴⁴⁹ 米系流通事業者 G 社関係者インタビュー、日系事業者 D 社関係者インタビュー、日系事業者 E 社関係者インタビュー。

⁴⁵⁰ 米系外食事業者 J 社関係者インタビュー。

⁴⁵¹ 米系流通事業者 F 社関係者インタビュー。

獲、殻剥き、パック詰め、出荷に至るまでの過程と品質レベルをオープンにし、正確に知ってもらうことが重要と述べている⁴⁵²。

⑤ 国内サプライチェーンの持続可能性・食品安全に関連した民間認証の取得促進：

特に米系小売・外食開拓では、小売・外食各社の水産物に対する持続可能性認証や、食品安全認証に対する要件などをしっかり確認する必要があると複数の業界関係者からコメントがあった⁴⁵³。特に、持続可能性に関しては MSC 認証に加え、MSC 認証を受けた商品であることを小売店やレストランで表示するために必要な CoC 認証が重要である⁴⁵⁴。米国の大手小売や法人系レストラン・レストランチェーンは社会的な課題に対する各企業のポリシーがある。また、食品安全性については、法律順守に加え、GFSI などの認証を所持している事も重視されるようになってきている⁴⁵⁵。こうした動きは、大手に限らず、一部の非アジア系の小規模レストランや小売店でも見られるようになってきている⁴⁵⁶。こうした状況を踏まえ、日本産ホタテの米国輸出に関わる事業者による CoC 認証や GFSI 認証といった民間認証取得の推進や取り組み支援は有効と考えられる。

また、これらの認証をすでに取得している企業については、米系小売・外食企業に説明するため、必ず英語の書面が必要だが、日本産ホタテ輸出に関わる企業では必ずしも十分に対応できていないことも判明しており、米国進出をよりスムーズにするため、この問題に対応する取り組み（後述）も求められている。

⑥ 法規制順守や民間認証取得を証明するための書類準備の確実性確保：

米国は現在、世界中から水産物を輸入する際に多くの書類を要求しているが、輸出業者が日本の加工業者を通して適切な書類を提出することが、必ずしも容易ではない実態を指摘する声が複数の業界関係者から聞かれた。一般にインドや中国の事業者からは、求めれば必要書類がすぐに届くとされる⁴⁵⁷。一方、米系水産事業者が提携先である日本の輸出業者を通じて、複数の日本のホタテを扱うパッカーと取引をした際には、パッカーに必要書類を周知することに加え、パッカーから提供される書類がすべて日本語で、これを輸出業者が翻訳する必要が生じた例などが聞かれた⁴⁵⁸。

こうした状況を踏まえ、業界関係者からは、日本のホタテ加工業者向けに書類準備の必要性や内容に関する教育プログラムを実施したり、米国輸出に必要な手続きなどの正確な情報をわかりやすく提供したりするなどの取組が必要とのコメントが聞かれた⁴⁵⁹。

⑦ パッケージの改善：

⁴⁵² 米系外食事業者 J 社関係者インタビュー。

⁴⁵³ 日系事業者 D 社関係者インタビュー、日系事業者 E 社関係者インタビュー。

⁴⁵⁴ 米系流通事業者 F 社関係者インタビュー、米系水産事業者 H 社関係者インタビュー。

⁴⁵⁵ 日系事業者 E 社関係者インタビュー。

⁴⁵⁶ 日系事業者 D 社関係者インタビュー、日系事業者 E 社関係者インタビュー。

⁴⁵⁷ 米系水産事業者 H 社関係者インタビュー。

⁴⁵⁸ 同上。

⁴⁵⁹ 米系水産事業者 H 社関係者インタビュー、日系事業者 C 社関係者インタビュー。

米国市場における流通の課題のひとつに、パッケージの改善がある。パッケージは日本産ホタテというブランドをアピールし、安全性や持続可能性を説明するための、重要なコミュニケーション・ツールになり得る。

特に米系市場拡大にあたってはパッケージの英語表記が不可欠との指摘が複数上がった⁴⁶⁰。一般に米国人は漢字だけで書かれたパッケージの商品には手をつけない傾向があるが⁴⁶¹、日本産ホタテのパッケージの多くは、日本仕様のままで、全て日本語表記の場合も多く、パッカーによって表示内容が異なり、日本人以外にはパッケージを見てもよく分からない形態のまま、米国で販売されていることが多いと業界関係者は指摘している⁴⁶²。

こうした状況を踏まえ、米国輸出向け仕様のパッケージ開発や、パッケージへの食品安全性や持続可能性への対応を証明する民間認証マーク等の表示、日本政府による品質保証ラベル（後述）の導入等を促進することによって、日本人以外のシェフ等も安心して、日本産ホタテを購入・利用できる工夫や取り組みが必要との意見が上がった⁴⁶³。なお、パッケージの統一性を図るには、これに関わる日本のホタテ流通関係者の連携が必要となる。また、パッケージの変更による特に中小規模のパッカーへの負担を低減するような支援も必要になるとと思われる。

⑧ 「日本産」ホタテのブランド力強化：

米国に大量に輸入されているはずの日本産ホタテであるが、実際にスーパーマーケットやレストランで販売されているホタテ商品で「日本産」と書かれたものを目にする機会は「大西洋産」と書かれたものよりもはるかに少ない。こうした状況を踏まえ、「日本産」ホタテのブランド力強化が必要と思われる。具体的には、上述のように、日本産ホタテのパッケージを米国仕様にする事で、米国人に「日本産ホタテ」であること、その安全性・持続可能性を理解しやすい表示に工夫することが有効と考えられる。

そのうえで、特に一部の米系レストランの有名シェフの間で高い評価を獲得している「（地撒き式無加水の）北海道産ホタテ」について、日本産を代表するプレミアム商品としてアピールすることで、非日系レストランのシェフの間での認知度を高めることを提案する意見も聞かれた。この場合、特に米系外食市場で知名度の高い米系有名シェフの協力を得ることが有効との考えから、有名米系レストランのシェフ（又はフォロワー数の多い米系レストランのシェフ）等と協力関係を結び、具体的なプロモーション戦略について議論するといった案が出された。また、これらの米系有名シェフと協力し、北海道産ホタテに関するドキュメンタリー・ビデオ

⁴⁶⁰ 日系事業者 D 社関係者インタビュー等。

⁴⁶¹ 同上。

⁴⁶² 日系事業者 D 社関係者インタビュー。

⁴⁶³ 同上。

を作成、Netflix や Youtube、Eater⁴⁶⁴、Bon Appétit⁴⁶⁵などのチャンネルを使って公開し、北海道ホタテの生産現場、消費者に知られていない調理法や食べ方などを紹介するといった案等も出された⁴⁶⁶。

⑨ 日本産ホタテ「Scallops from Japan（又は Seafood from Japan）」ラベルの創設検討：

上述の生産プロセスの透明化や品質と関連し、その信頼性の後ろ盾となる日本産ホタテ「Scallops from Japan（又は Seafood from Japan）」ラベルの創設検討についても関係者から提言があった。その参考例として挙げられたのがノルウェー産水産物の「Seafood from Norway」ラベルである（後述）。同制度では、パッケージの統一が図られ、国が定める品質標準に沿った生産であることを示す商標が表示されている。さらにMSC認証やASC認証も取得している。「Seafood from Japan」のような品質や生産方法の持続可能性等と結びついた分かりやすい制度を創設することについて、検討の余地があると考えられる。検討にあたっては、その体制・仕組みは、世界市場を視野に入れ、世界中から理解してもらえる内容とする必要がある⁴⁶⁷。

【参考：各国の水産物プロモーション例】

<Seafood from Norway>

「Seafood from Norway」という原産地表示は、ノルウェーが世界に誇る高品質の水産物の原産国であるとともに、それを保証することを示すものである。ノルウェー貿易産業漁業省（Ministry of Trade, Industry and Fisheries）が所有する公営企業のノルウェー水産物協会⁴⁶⁸（Norwegian Seafood Council：NSC）は、この商標（Trademark）を独自のマーケティングやノルウェー国外の販促物に使用している。対象となる水産物は、サーモン、タラ、シロイトダラ、エビ、サバ、コダラ、オヒョウ、サーモントラウト、ムラサキガイ、タラバガニ、ニシン、ホタテ等⁴⁶⁹。この商標は、ノルウェーの水産物業界関係者や、NSC がライセンスに商標を使用する権利を与えるライセンス契約を結んだ外国の生産者によってノルウェー国外で使用することもできる⁴⁷⁰。

Seafood from Norway の商標を商品や販促物に使用するライセンスを取得することで、ノルウェー国外の企業は、NSC がノルウェーの水産業界を代表して行う世界的なマーケティング投資の恩恵を受けることができる。

Seafood from Norway という商標は、持続可能な養殖またはノルウェーの冷たく澄んだ海水にて持続可能な方法で漁獲された最上級の品質を誇る水産物であると、それを保証すること

⁴⁶⁴ Eater (<https://www.eater.com/>) は、食とダイニングに特化したデジタルメディア。Eater は、食とダイニング文化を網羅した全国サイト、全米主要 23 都市の地元ダイニング・シーンを紹介するサイト、レストランの内部事情に関するドキュメンタリー・スタイルのビデオを特集する YouTube チャンネル、食とダイニングに関する様々なソーシャル・チャンネルなどを提供しており、各サイトはライター、編集者、プロデューサー、投稿者からなる多様なチームによって運営している。(<https://www.eater.com/pages/about>)

⁴⁶⁵ Bon Appétit (<https://www.bonappetit.com/>) は、米国の料理とエンターテイメントに関する月刊誌で、レシピ、エンターテイメント、お勧めのレストラン、ワイン・レビューなどが掲載されている。

⁴⁶⁶ 米系流通事業者 F 社関係者インタビュー、米系流通事業者 I 社関係者インタビュー。

⁴⁶⁷ 日系事業者 D 社関係者インタビュー他。

⁴⁶⁸ <https://en.seafood.no/about-norwegian-seafood-council/about-us/>

⁴⁶⁹ <https://fromnorway.com/seafood-from-norway/>

⁴⁷⁰ <https://sfd-seafood-prod-cdn.azureedge.net/48e006/globalassets/markedsforing/merkeordninger/seafood-from-norway/licensing-of-the-seafood-from-norway-trademark2.pdf>

を示すものである。そのため、この商標はノルウェーの水産物産業全体に対して全面的に提供されるものであり、NSC は世界的なブランドを作り上げ、管理することによって、商標を持つすべてのパートナーが商標から同じ利益を得られるようにしたいと考えている。よって NSC は商標の使用に関する厳格なガイドラインを策定し、ノルウェー国内での商標の使用を禁止している⁴⁷¹。

「Seafood From Norway」の米国市場に対する直接的影響についての分析等はないが、米国ではサーモンを中心にノルウェー産水産物の需要が増加しているとのデータがある。NSC が発表したデータ⁴⁷²によると、2023 年上半期の輸出額が最も増加したのは米国向けの輸出であり、昨年上半期に比べ 17 億ノルウェークローネ（34%）の増加となった。また、2023 年 1 月のノルウェー産養殖サケの輸出は、米国向けが 3 分の 2 を占めた。その結果、米国はヨーロッパを抜き、ノルウェー最大の水産物市場となった⁴⁷³。為替の影響もあるが、チリやカナダといった他の供給源からの商品価格が米国市場にとって高くなりすぎたことによる輸入量減少、コロナ禍後の米国におけるレストランでの水産物消費の増加に起因すると分析されている⁴⁷⁴。

<Choose Canadian Seafood>

Choose Canadian Seafood はカナダの消費者に地元産（カナダ産）の水産物を消費してもらうため、カナダの海産物製品を簡単に識別できるよう作られたラベルである。対象となる水産物はマグロ、タラ、エビ、カニ、ロブスター、ムール貝、カキ、ピッケル、サーモン、ホタテ等。米国等の海外市場を目指した取り組みは現時点では見られない（ただし、カナダは米国の隣国であり、ホタテを含むカナダ産水産物を米国は多く輸入している。カナダ産水産物関連の英語メディア等での発信は米国でも参照される可能性は高い）。

Choose Canadian Seafood はカナダ水産養殖産業同盟⁴⁷⁵ (Canadian Aquaculture Industry Alliance : CAIA) とカナダ漁業評議会⁴⁷⁶ (Fisheries Council of Canada : FCC)による共同イニシアチブであり、カナダ水産物機会基金 (Canadian Fish and Seafood Opportunities Fund : CFSOF) を通じて、カナダの連邦政府と参加する州政府から資金援助を受けている。

2022 年から始まった Choose Canadian Seafood キャンペーンは、健康と環境の持続可能性を重要視するミレニアル世代の地元産水産物への需要の高まりに対応し、2023 年に大幅に拡大した。カナダ全土の 300 以上の Sobeys と Safeway の店舗で「Choose Canadian Seafood」のラベルが貼られた商品が販売され、消費者はカナダの水産物を簡単に識別できるようになった⁴⁷⁷。これにより、利便性、健康、持続可能性を優先しながら、栄養価の高いシーフードを毎日の食事に取り入れることがいかに簡単であるかを強調している⁴⁷⁸。

⁴⁷¹ https://en.seafood.no/marketing/The_Seafood_from_Norway-trademark/

⁴⁷² <https://en.seafood.no/news-and-media/news-archive/norway-exported-nok-82.3-billion-of-seafood-in-the-first-half-of-2023/>

⁴⁷³ <https://www.seafoodsource.com/news/premium/supply-trade/america-leapfrogs-europe-to-become-norway-s-top-seafood-market>

⁴⁷⁴ <https://eurofish.dk/news/norway-europe-drops-behind-us-as-the-leading-market-for-norwegian-seafood/>

⁴⁷⁵ カナダの水産養殖業者の代弁者であり、オタワの規制当局、政策立案者、政治指導者に対し、彼らの利益を代表する国内組織

⁴⁷⁶ カナダの天然捕獲水産物生産者の代弁者であり、健全な資源とカナダ経済に重要な役割を果たす水産部門の振興を促進している。

⁴⁷⁷ <https://www.seafoodsource.com/news/foodservice-retail/campaign-promoting-canadian-seafood-expanding-through-sobeys-and-safeway-partnership> : <https://aquaculture.ca/news-releases/2023/11/21>

⁴⁷⁸ <https://strategyonline.ca/2023/11/28/enhanced-choose-canadian-seafood-label-comes-to-sobeys-safeway/>

添付資料 1 全国展開する大手スーパーマーケット・チェーン（Walmart）の地域別店舗でのホタテ取り扱い例（2023年12月現在）

<ニューヨーク（東部）>

Sam's Choice Frozen Raw Bay Scallops, 1 lb ⁴⁷⁹	
チェーン名	Walmart
地域	東部
店舗所在地	New York City（ニューヨーク州）
店舗名	Secaucus Supercenter
価格	\$6.94
認証規格	BAP 認証
天然／養殖	養殖
産地	中国
無加水／加水	加水（"Water added"の記載あり）
生食用／加熱用	加熱用
アクセス日 ⁴⁸⁰	12/20/2023
その他	

Sam's Choice Frozen Wild Caught Sea Scallops, Water Added, 1 LB ⁴⁸¹	
チェーン名	Walmart
地域	東部
店舗所在地	New York City（ニューヨーク州）
店舗名	Secaucus Supercenter
価格	\$19.98
認証規格	MSC 認証
天然／養殖	天然
産地	米国
無加水／加水	加水（"Water added"の記載あり）
生食用／加熱用	加熱用
アクセス日	12/20/2023
その他	

⁴⁷⁹ <https://www.walmart.com/ip/Sam-s-Choice-Frozen-Raw-Bay-Scallops-1-lb/23569862>

⁴⁸⁰ 米国表記(月／日／年)、以下同じ

⁴⁸¹ <https://www.walmart.com/ip/Sam-s-Choice-Frozen-Wild-Caught-Sea-Scallops-Water-Added-1-LB/826708035>

Sam's Choice Frozen Wild Caught All Natural Sea Scallops, 1 LB ⁴⁸²	
チェーン名	Walmart
地域	東部
店舗所在地	New York City (ニューヨーク州)
店舗名	Secaucus Supercenter
価格	\$24.98
認証規格	MSC 認証
天然／養殖	天然
産地	米国
無加水／加水	加水 (STPP の記載あり)
生食用／加熱用	加熱用
アクセス日	12/20/2023
その他	持続可能な漁獲。

Sam's Choice Frozen Raw Bacon Wrapped Scallops, 5 OZ ⁴⁸³	
チェーン名	Walmart
地域	東部
店舗所在地	New York City (ニューヨーク州)
店舗名	Secaucus Supercenter
価格	\$7.98
認証規格	非表示
天然／養殖	天然
産地	米国
無加水／加水	-
生食用／加熱用	加熱用
アクセス日	12/20/2023
その他	持続可能な認証 (認証名記載なし) (調理済み：ホタテベーコン巻き)

North Atlantic Fresh Wild Caught Sea Scallops, 12 oz ⁴⁸⁴	
チェーン名	Walmart
地域	東部
店舗所在地	New York City (ニューヨーク州)
店舗名	Secaucus Supercenter
価格	\$19.98
認証規格	MSC 認証
天然／養殖	天然
産地	米国 (北大西洋)
無加水／加水	無加水 (原材料ホタテのみ)
生食用／加熱用	加熱用
アクセス日	12/20/2023
その他	持続可能な漁獲。

<ロサンゼルス (西部) >

⁴⁸² <https://www.walmart.com/ip/Sam-s-Choice-Frozen-Wild-Caught-All-Natural-Sea-Scallops-1-LB/464272502>

⁴⁸³ <https://www.walmart.com/ip/Sam-s-Choice-Frozen-Raw-Bacon-Wrapped-Scallops-5-OZ/758610058>

⁴⁸⁴ <https://www.walmart.com/ip/North-Atlantic-Fresh-Wild-Caught-Sea-Scallops-12-oz/148911539>

Sam's Choice Frozen Raw Bay Scallops, 1 lb ⁴⁸⁵	
チェーン名	Walmart
地域	西部
店舗所在地	Los Angeles (カリフォルニア州)
店舗名	South Gate Supercenter
価格	\$6.94
認証規格	BAP 認証
天然／養殖	養殖
産地	中国
無加水／加水	加水 ("water added" の記載あり)
生食用／加熱用	加熱用
アクセス日	12/20/2023
その他	

Sam's Choice Frozen Wild Caught Sea Scallops, Water Added, 1 LB ⁴⁸⁶	
チェーン名	Walmart
地域	西部
店舗所在地	Los Angeles (カリフォルニア州)
店舗名	South Gate Supercenter
価格	\$19.98
認証規格	MSC 認証
天然／養殖	天然
産地	米国
無加水／加水	加水 ("water added" の記載あり)
生食用／加熱用	加熱用
アクセス日	12/20/2023
その他	

Sam's Choice Frozen Wild Caught All Natural Sea Scallops, 1 LB ⁴⁸⁷	
チェーン名	Walmart
地域	西部
店舗所在地	Los Angeles (カリフォルニア州)
店舗名	South Gate Supercenter
価格	\$24.98
認証規格	MSC 認証
天然／養殖	天然
産地	米国
無加水／加水	加水 (STPP の記載あり)
生食用／加熱用	加熱用
アクセス日	12/20/2023
その他	持続可能な漁獲。

⁴⁸⁵ <https://www.walmart.com/ip/Sam-s-Choice-Frozen-Raw-Bay-Scallops-1-lb/23569862>

⁴⁸⁶ <https://www.walmart.com/ip/Sam-s-Choice-Frozen-Wild-Caught-Sea-Scallops-Water-Added-1-LB/826708035>

⁴⁸⁷ <https://www.walmart.com/ip/Sam-s-Choice-Frozen-Wild-Caught-All-Natural-Sea-Scallops-1-LB/464272502>

Sam's Choice Frozen Raw Bacon Wrapped Scallops, 5 OZ ⁴⁸⁸	
チェーン名	Walmart
地域	西部
店舗所在地	Los Angeles (カリフォルニア州)
店舗名	South Gate Supercenter
価格	\$7.98
認証規格	非表示
天然／養殖	天然
産地	米国
無加水／加水	-
生食用／加熱用	加熱用
アクセス日	12/20/2023
その他	持続可能な認証（認証名記載なし） （調理済み：ホタテベーコン巻き）

Geisha Whole Baby Scallops, 3.75 oz ⁴⁸⁹	
チェーン名	Walmart
地域	西部
店舗所在地	Los Angeles (カリフォルニア州)
店舗名	South Gate Supercenter
価格	\$2.52
認証規格	非表示
天然／養殖	養殖
産地	中国
無加水／加水	無加水（原材料ホタテのみ）
生食用／加熱用	加熱用
アクセス日	12/20/2023
その他	

<シカゴ（中西部）>

Geisha Whole Baby Scallops, 3.75 oz ⁴⁹⁰	
チェーン名	Walmart
地域	中西部
店舗所在地	Chicago (イリノイ州)
店舗名	Chicago Supercenter
価格	\$2.52
認証規格	非表示
天然／養殖	養殖
産地	中国
無加水／加水	無加水（原材料ホタテのみ）
生食用／加熱用	加熱用
アクセス日	12/20/2023
その他	

⁴⁸⁸ <https://www.walmart.com/ip/Sam-s-Choice-Frozen-Raw-Bacon-Wrapped-Scallops-5-OZ/758610058>

⁴⁸⁹ <https://www.walmart.com/ip/Geisha-Whole-Baby-Scallops-3-75-oz/54889590>

⁴⁹⁰ 同上

Sea Temple Snacks Baked Scallops, 5 Ounce ⁴⁹¹	
チェーン名	Walmart
地域	中西部
店舗所在地	Chicago (イリノイ州)
店舗名	Chicago Supercenter
価格	\$34.36
認証規格	非表示
天然／養殖	養殖
産地	日本 (陸奥湾、加工場はノースカロライナ州)
無加水／加水	-
生食用／加熱用	-
アクセス日	12/20/2023
その他	(焼きホタテ) 日本語名：焼き帆立

Premium Processed 10 to 20 Count Sea Scallops, 5 Pound -- 2 per case ⁴⁹²	
チェーン名	Walmart
地域	中西部
店舗所在地	Chicago (イリノイ州)
店舗名	Chicago Supercenter
価格	\$190.06
認証規格	非表示
天然／養殖	非表示
産地	非表示
無加水／加水	加水 (STPP の記載あり)
生食用／加熱用	非表示
アクセス日	12/20/2023
その他	

Miss Sallys St Jacques Raw Appetizer Scallop, 4.68 Pound ⁴⁹³	
チェーン名	Walmart
地域	中西部
店舗所在地	Chicago (イリノイ州)
店舗名	Chicago Supercenter
価格	\$86.90
認証規格	非表示
天然／養殖	非表示
産地	非表示
無加水／加水	-
生食用／加熱用	非表示
アクセス日	12/20/2023
その他	(調理済み)

⁴⁹¹ <https://www.walmart.com/ip/Sea-Temple-Snacks-Baked-Scallops-5-Ounce/543723899>

⁴⁹² <https://www.walmart.com/ip/Premium-Processed-10-to-20-Count-Sea-Scallops-5-Pound-2-per-case/1280093951>

⁴⁹³ <https://www.walmart.com/ip/Miss-Sallys-St-Jacques-Raw-Appetizer-Scallop-4-68-Pound/1387834970?wmlspartner=wlp&selectedSellerId=101024184>

Frozen Seafood Processed Scallop - 30 to 40 Count, 5 Pound -- 2 per case ⁴⁹⁴	
チェーン名	Walmart
地域	中西部
店舗所在地	Chicago (イリノイ州)
店舗名	Chicago Supercenter
価格	\$184.06
認証規格	非表示
天然／養殖	天然
産地	米国 (メイン湾、ファンディ湾)
無加水／加水	非表示
生食用／加熱用	非表示
アクセス日	12/20/2023
その他	個別急速冷凍。保存料不使用。真空パック

<ヒューストン (南部) >

Louisa Lobster Shrimp and Scallop Ravioli, 3 Pound -- 2 per case ⁴⁹⁵	
チェーン名	Walmart
地域	南部
店舗所在地	Houston (テキサス州)
店舗名	Houston Supercenter
価格	\$143.75
認証規格	非表示
天然／養殖	非表示
産地	米国
無加水／加水	-
生食用／加熱用	非表示
アクセス日	12/20/2023
その他	(調理済み：ラビオリ)

Frozen Seafood Premium 10 to 20 Count Dry Sea Scallops, 5 Pound -- 2 per case ⁴⁹⁶	
チェーン名	Walmart
地域	南部
店舗所在地	Houston (テキサス州)
店舗名	Houston Supercenter
価格	\$276.06
認証規格	非表示
天然／養殖	非表示
産地	非表示
無加水／加水	加水 (STPP の記載あり)
生食用／加熱用	非表示
アクセス日	12/20/2023
その他	

⁴⁹⁴ <https://www.walmart.com/ip/Frozen-Seafood-Processed-Scallop-30-to-40-Count-5-Pound-2-per-case/168313717>

⁴⁹⁵ <https://www.walmart.com/ip/Louisa-Lobster-Shrimp-and-Scallop-Ravioli-3-Pound-2-per-case/271426802>

⁴⁹⁶ <https://www.walmart.com/ip/Frozen-Seafood-Premium-10-to-20-Count-Dry-Sea-Scallops-5-Pound-2-per-case/1867748443>

Frozen Seafood Processed Scallop - 80/100, 5 Pound -- 6 per case ⁴⁹⁷	
チェーン名	Walmart
地域	南部
店舗所在地	Houston (テキサス州)
店舗名	Houston Supercenter
価格	\$276.03
認証規格	非表示
天然／養殖	非表示
産地	非表示
無加水／加水	加水 ("water added" の記載あり)
生食用／加熱用	非表示
アクセス日	12/20/2023
その他	個別急速冷凍

Frozen Seafood Premium 20 to 30 Count Dry Sea Scallops, 5 Pound -- 2 per case ⁴⁹⁸	
チェーン名	Walmart
地域	南部
店舗所在地	Houston (テキサス州)
店舗名	Houston Supercenter
価格	\$262.06
認証規格	非表示
天然／養殖	天然
産地	米国
無加水／加水	加水 (STPP の記載あり)
生食用／加熱用	非表示
アクセス日	12/20/2023
その他	IQF 凍結

Frozen Seafood Premium U/10 Dry Sea Scallops, 5 Pound -- 2 per case ⁴⁹⁹	
チェーン名	Walmart
地域	南部
店舗所在地	Houston (テキサス州)
店舗名	Houston Supercenter
価格	\$302.06
認証規格	非表示
天然／養殖	非表示
産地	非表示
無加水／加水	加水 (STPP の記載あり)
生食用／加熱用	非表示
アクセス日	12/20/2023
その他	

⁴⁹⁷ <https://www.walmart.com/ip/Frozen-Seafood-Processed-Scallop-80-100-5-Pound-6-per-case/718136588>

⁴⁹⁸ <https://www.walmart.com/ip/Frozen-Seafood-Premium-20-to-30-Count-Dry-Sea-Scallops-5-Pound-2-per-case/182177251>

⁴⁹⁹ <https://www.walmart.com/ip/Frozen-Seafood-Premium-U-10-Dry-Sea-Scallops-5-Pound-2-per-case/1030179150>

添付資料 2 地域限定スーパーマーケットでのホタテ取り扱い例 (2023年12月現在)

<Wegmans (東部、ニューヨーク) >

Wegmans Ready to Cook Citrus Soy Scallops with Bok Choy and Brown Rice (12oz) ⁵⁰⁰	
チェーン名	Wegmans
地域	東部
店舗所在地	New York City (ニューヨーク州)
店舗名	Astor Place
価格	\$16.00
認証規格	非表示
天然／養殖	天然
産地	米国 (北大西洋)
無加水／加水	-
生食用／加熱用	加熱用
アクセス日 ⁵⁰¹	12/20/2023
その他	(調理済み：柑橘系醤油ホタテと青梗菜、玄米添え)

Wegmans Ready to Cook Bacon Wrapped Scallops ⁵⁰²	
チェーン名	Wegmans
地域	東部
店舗所在地	New York City (ニューヨーク州)
店舗名	Astor Place
価格	\$13.00
認証規格	非表示
天然／養殖	非表示
産地	非表示
無加水／加水	-
生食用／加熱用	加熱用
アクセス日	12/20/2023
その他	(調理済み：ホタテベーコン巻き)

⁵⁰⁰ https://shop.wegmans.com/search?search_term=scallop

⁵⁰¹ 米国表記(月／日／年)、以下同じ

⁵⁰² 同上

Wegmans Fresh Sea Scallops, 15-25 count per lb or 5 scallops per serving ⁵⁰³	
チェーン名	Wegmans
地域	東部
店舗所在地	New York City (ニューヨーク州)
店舗名	Astor Place
価格	\$29.99 / lb
認証規格	非表示
天然／養殖	天然
産地	米国 (大西洋、ニューヨーク近海)
無加水／加水	無加水 (原材料ホタテのみ)
生食用／加熱用	加熱用
アクセス日	12/20/2023
その他	化学薬品不使用。

Wegmans Wild Caught Sea Scallops 12 oz ⁵⁰⁴	
チェーン名	Wegmans
地域	東部
店舗所在地	New York City (ニューヨーク州)
店舗名	Astor Place
価格	\$20.99
認証規格	非表示
天然／養殖	天然
産地	米国
無加水／加水	無加水 (原材料ホタテのみ)
生食用／加熱用	加熱用
アクセス日	12/20/2023
その他	契約する漁業社から直接調達。化学薬品不使用。

Wegmans Frozen Patagonian Scallops, FAMILY PACK 32 oz ⁵⁰⁵	
チェーン名	Wegmans
地域	東部
店舗所在地	New York City (ニューヨーク州)
店舗名	Astor Place
価格	\$22.98
認証規格	MSC 認証
天然／養殖	天然
産地	アルゼンチン (パタゴニア、アルゼンチン大陸棚)
無加水／加水	無加水 (原材料ホタテのみ)
生食用／加熱用	加熱用
アクセス日	12/20/2023
その他	急速冷凍。化学薬品不使用。

< Wegmans (南部、ワシントン DC) >

⁵⁰³ https://shop.wegmans.com/search?search_term=scallop

⁵⁰⁴ 同上

⁵⁰⁵ 同上

Wegmans Ready to Cook Citrus Soy Scallops with Bok Choy and Brown Rice (12oz)⁵⁰⁶

チェーン名	Wegmans
地域	南部
店舗所在地	Washington DC
店舗名	Wisconsin Ave
価格	\$14.00
認証規格	非表示
天然／養殖	天然
産地	米国（北大西洋）
無加水／加水	-
生食用／加熱用	加熱用
アクセス日	12/21/2023
その他	（調理済み：柑橘系醤油ホタテと青梗菜、玄米添え）

Wegmans Ready to Cook Bacon Wrapped Scallops⁵⁰⁷

チェーン名	Wegmans
地域	南部
店舗所在地	Washington DC
店舗名	Wisconsin Ave
価格	\$11.00
認証規格	非表示
天然／養殖	非表示
産地	非表示
無加水／加水	-
生食用／加熱用	加熱用
アクセス日	12/21/2023
その他	（調理済み：ホタテベーコン巻き）

Wegmans Fresh Sea Scallops, 15-25 count per lb or 5 scallops per serving⁵⁰⁸

チェーン名	Wegmans
地域	南部
店舗所在地	Washington DC
店舗名	Wisconsin Ave
価格	\$28.27 / lb
認証規格	非表示
天然／養殖	天然
産地	米国（大西洋、ワシントン DC 近海）
無加水／加水	無加水（原材料ホタテのみ）
生食用／加熱用	加熱用
アクセス日	12/21/2023
その他	化学薬品不使用。

⁵⁰⁶ 同上

⁵⁰⁷ 同上

⁵⁰⁸ 同上

Wegmans Wild Caught Sea Scallops 12 oz ⁵⁰⁹	
チェーン名	Wegmans
地域	南部
店舗所在地	Washington DC
店舗名	Wisconsin Ave
価格	\$19.99
認証規格	非表示
天然／養殖	天然
産地	米国
無加水／加水	無加水（原材料ホタテのみ）
生食用／加熱用	加熱用
アクセス日	12/21/2023
その他	契約する漁業社から直接調達。化学薬品不使用。

Wegmans Frozen Patagonian Scallops, FAMILY PACK 32 oz ⁵¹⁰	
チェーン名	Wegmans
地域	南部
店舗所在地	Washington DC
店舗名	Wisconsin Ave
価格	\$22.98
認証規格	MSC 認証
天然／養殖	天然
産地	アルゼンチン（パタゴニア、アルゼンチン大陸棚）
無加水／加水	無加水（原材料ホタテのみ）
生食用／加熱用	加熱用
アクセス日	12/21/2023
その他	急速冷凍。化学薬品不使用。

<New Seasons（西部）>

10/20 Sea Scallops ⁵¹¹	
チェーン名	New Seasons
地域	西部
店舗所在地	Seattle
店舗名	Main Street
価格	\$35.99 / lb
認証規格	非表示
天然／養殖	非表示
産地	米国（東海岸）
無加水／加水	非表示
生食用／加熱用	非表示
アクセス日	12/21/2023
その他	

⁵⁰⁹ 同上

⁵¹⁰ 同上

⁵¹¹ https://shop.newseasonsmarket.com/search?search_term=scallops&search_is_autocomplete=false

Smoked Scallops ⁵¹²	
チェーン名	New Seasons
地域	西部
店舗所在地	Seattle
店舗名	Main Street
価格	\$4.39
認証規格	非表示
天然／養殖	非表示
産地	中国
無加水／加水	-
生食用／加熱用	-
アクセス日	12/21/2023
その他	その他（スモークホタテ）

<Hy-Vee（中西部）>

Fresh Sea Scallops 0.80 lbs ⁵¹³	
チェーン名	Hy-Vee
地域	中西部
店舗所在地	Minneapolis（ミネソタ州）
店舗名	Robbinsdale
価格	\$18.39
認証規格	非表示
天然／養殖	非表示
産地	非表示
無加水／加水	非表示
生食用／加熱用	非表示
アクセス日	12/22/2023
その他	BPA-NI

Captain's Call All Natural Scallops 1 lb Bag ⁵¹⁴	
チェーン名	Hy-Vee
地域	中西部
店舗所在地	Minneapolis（ミネソタ州）
店舗名	Robbinsdale
価格	\$15.79
認証規格	非表示
天然／養殖	養殖
産地	中国（加工場：米国）
無加水／加水	無加水（添加物不使用と記載）
生食用／加熱用	非表示
アクセス日	12/22/2023
その他	個別急速冷凍

⁵¹² https://shop.newseasonsmarket.com/search?search_term=scallops&search_is_autocomplete=false

⁵¹³ <https://www.hy-vee.com/aisles-online/p/61920/Fresh-Sea-Scallops>

⁵¹⁴ <https://www.hy-vee.com/aisles-online/p/71060/Captains-Call-All-Natural-Scallops>

Bon Cuisine All Natural Sea Scallops 10/20 Ct ⁵¹⁵	
チェーン名	Hy-Vee
地域	中西部
店舗所在地	Minneapolis (ミネソタ州)
店舗名	Robbinsdale
価格	\$27.29
認証規格	非表示
天然／養殖	天然
産地	米国
無加水／加水	無加水 (添加物不使用と記載)
生食用／加熱用	非表示
アクセス日	12/22/2023
その他	"All natural"、IQF 凍結

<H-E-B (南部) >

H-E-B Wild Caught Extra Jumbo Sea Scallops ⁵¹⁶	
チェーン名	H-E-B
地域	南部
店舗所在地	Houston (テキサス州)
店舗名	Buffalo Heights H-E-B On Washington Ave
価格	\$20.77
認証規格	非表示
天然／養殖	天然
産地	非表示
無加水／加水	無加水 (原材料ホタテのみ)
生食用／加熱用	加熱用
アクセス日	12/22/2023
その他	"Sustainability sourced"

Wild Caught Large Sea Scallops ⁵¹⁷	
チェーン名	H-E-B
地域	南部
店舗所在地	Houston (テキサス州)
店舗名	Buffalo Heights H-E-B On Washington Ave
価格	\$13.49
認証規格	非表示
天然／養殖	天然
産地	米国 (北大西洋)
無加水／加水	無加水 (原材料ホタテのみ)
生食用／加熱用	非表示
アクセス日	12/22/2023
その他	

⁵¹⁵ <https://www.hy-vee.com/aisles-online/p/2400773/Bon-Cuisine-All-Natural-Sea-Scallops-1020-Ct>

⁵¹⁶ <https://www.heb.com/product-detail/h-e-b-wild-caught-extra-jumbo-sea-scallops-lb/373350>

⁵¹⁷ <https://www.heb.com/product-detail/wild-caught-large-sea-scallops-10-oz/5100010>

Ocean Jewel Peruvian Bay Scallops, Farm Raised 12oz ⁵¹⁸	
チェーン名	H-E-B
地域	南部
店舗所在地	Houston (テキサス州)
店舗名	Buffalo Heights H-E-B On Washington Ave
価格	\$9.33
認証規格	非表示
天然／養殖	養殖
産地	ペルー
無加水／加水	無加水 (原材料ホタテのみ)
生食用／加熱用	加熱用
アクセス日	12/22/2023
その他	個別急速冷凍

⁵¹⁸ <https://www.heb.com/product-detail/ocean-jewel-peruvian-bay-scallops-farm-raised-12-oz/3272551>

添付資料 3 ホタテメニューを確認できたレストラン（寿司店を除く、2023年11月上旬現在）

地域	東部 1
都市	New York NY
掲載リスト	GAYOT “2023 Best Top 10 Seafood Restaurants in the US”
店舗名	Le Bernardin
店舗 URL	https://www.le-bernardin.com/
価格帯	\$\$\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> ホタテのカルパッチョ（Scallop Carpaccio、208 ドルのコース 1 の 6 皿目）：バジル、エクストラバージンオリーブオイルで味付け（Basil Julienne, Extra Virgin Olive Oil） ホタテとキャビア（Scallop-Caviar、208 ドルのコース 2 の 1 皿目）：粗くみじん切りしたホタテとオセトラキャビア添え（Warm Scallop “Tartare”; Osetra Caviar）
調査日 ⁵¹⁹	11/06/2023

地域	東部 2
都市	Boston, MA
掲載リスト	TimeOut “The best seafood restaurants in the USA”
店舗名	Neptune Oyster
店舗 URL	https://www.neptuneoyster.com/
価格帯	\$\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> 生ホタテ（Scallop、19 ドル）：トマト、ゴールデンコーン、溶岩海塩添え（Toybox tomato, golden corn, lava sea salt） ジョージズ・バンク近くで取れたホタテのフレグラパスタ（Georges Bank Sea Scallops、38 ドル）：パンチェッタ（豚バラ肉を塩漬けにしてじっくりと熟成させた加工肉）、天然マッシュルーム、えんどう豆のひげを合わせて（Pancetta, wild mushrooms, pea tendrils, fregula Sarda）
調査日	11/10/2023

地域	東部 3
都市	South Kingstown, RI
掲載リスト	TimeOut “The best seafood restaurants in the USA”
店舗名	Matunuck Oyster Bar
店舗 URL	https://www.rhodyoysters.com/
価格帯	\$\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> ホタテのセビーチェ（SEA SCALLOP CEVICHE、14.95 ドル）：グレープフルーツ、ハラペーニョ、ネギ、ミント、コリアンダー、エクストラバージンオリーブオイル、カブ、シトラスキャビアのマリネ（grapefruit, jalapeño, scallion, mint, cilantro, extra virgin olive oil, radish, citrus caviar） ホタテのソテー（SEARED SCALLOPS、30.95 ドル）：バターナッツとカボチャのピューレ、カボチャ、芽キャベツ、マッシュルーム、バルサミコソースを添えて（butternut squash purée, roasted squash, brussels sprouts, mushrooms, balsamic glaze）

⁵¹⁹ 米国表記(月/日/年)、以下同じ

	<ul style="list-style-type: none"> ロブスターの詰め物 (STUFFED LOBSTER、46.95 ドル) : 1.5 ポンドのロブスターにホタテとエビを含む海鮮、マッシュレッドポテト、店で栽培した野菜を詰めたもの (1½ lb lobster, jumbo shrimp, scallops, seafood stuffing, mashed red bliss potatoes, Matunuck Farm Chef's vegetables)
調査日	11/10/2023

地域	西部 1
都市	Seattle, WA
掲載リスト	GAYOT “2023 Best Top 10 Seafood Restaurants in the US”
店舗名	Matt's in the Market
店舗 URL	https://www.mattsinthemarket.com/
価格帯	\$\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> ホタテのソテー (Seared scallops、56 ドル) : インゲン豆、燻製した豚脚、グリッツをエトウフェ (野菜やザリガニ入りのスパイスのきいたケイジャン風シチュー) で味付け (green beans, smoked hamhock, grits, etouffee)
調査日	11/06/2023

地域	西部 2
都市	Los Angeles, CA
掲載リスト	GAYOT “2023 Best Top 10 Seafood Restaurants in the US”
店舗名	Providence
店舗 URL	https://providencela.com/
価格帯	\$\$\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> 北海道産ホタテと夏カボチャ (Hokkaido Scallop、45 ドル) : XO 醬で味付け (summer squash, xo) ナンシーのダウンイースト海ホタテ (Nancy's Down East Sea Scallop、シェフのテイस्टینگメニュー [295 ドル] に組み込まれた一品) : スクワッシュ (カボチャ属の総称)、スクワッシュの花、ホタテを XO 醬で味付け (squash, squash blossom, scallop xo)
調査日	11/07/2023

地域	西部 3
都市	Seattle, WA
掲載リスト	TimeOut “The best seafood restaurants in the USA”
店舗名	The Walrus and The Carpenter
店舗 URL	https://thewalrusbar.com/
価格帯	\$\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> 生ホタテ使ったヴィシソワーズ (Scallop crudo、23 ドル) : ネギとチャイブで味付けした、ジャガイモの冷製スープ (vichyssoise, melted leek, crispy potatoes, chive)
調査日	11/10/2023

地域	西部 4
都市	Burien, WA
掲載リスト	INSIDER “The best seafood restaurant in every state, according to Yelp”

店舗名	The Crawfish Hut
店舗 URL	https://thecrawfishhut.com/
価格帯	\$\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> ファミリーコンボ 5 (Family Catch Combo、80 ドル) : ケイジャン風の自家ブレンドソースで味付けされたザリガニ、エビ、ズワイガニ、ホタテ、とうもろこし (Includes Crawfish (1 pound), Jumbo Shrimp (1 pound), Snow Crab Cluster (1 pound), Jumbo Scallops (1/2 pound), and 4 pieces of Corn on the cob)
調査日	11/09/2023

地域	西部 5
都市	Denver, CO
掲載リスト	GAYOT “2023 Best Top 10 Seafood Restaurants in the US”
店舗名	Stoic & Genuine
店舗 URL	https://stoicandgenuine.com/
価格帯	\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> 生ホタテ (Sea Scallop Crudo、14 ドル) : いちじくと柑橘系のピネグレットソースを添えて (citrus vinaigrette, figs)
調査日	11/07/2023

地域	西部 6
都市	Chino Valley, AZ
掲載リスト	INSIDER “The best seafood restaurant in every state, according to Yelp”
店舗名	Essence Kitchen + Bar in Chino Valley
店舗 URL	https://essenceofaz.com/index.html
価格帯	\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> 北大西洋沖産の天然ホタテ貝のソテー (Wild-caught North Atlantic Seared Sea Scallops、38 ドル) : 野菜のソテー、天然マッシュルーム、アルポリオ米とコーンクリームに 3 種の柑橘を加えたシャンパーニュ風ブルブランソース添え (seared field greens, wild mushroom Arborio rice & creamed corn with a 3 citrus Champagne beurre blanc)
調査日	11/08/2023

地域	中西部 1
都市	Chicago, IL
掲載リスト	INSIDER “The best seafood restaurant in every state, according to Yelp”
店舗名	Penumbra
店舗 URL	https://penumbrawinebar.com/
価格帯	\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> 炙りホタテ (Scallops D、19 ドル) : バターで炙ったホタテにセラノ・アボカドソースと自家製レムラードソースをかけたもの (Scallops seared in butter and served over roasted serrano avocado sauce, dolloped with our house remoulade)
調査日	11/08/2023

地域	中西部 2
都市	Atlantic, IA (チェーン店のため、本社は in Virginia Beach に)

掲載リスト	INSIDER “The best seafood restaurant in every state, according to Yelp”
店舗名	Plaza Azteca
店舗 URL	https://plazaaztecaatlantic.com/
価格帯	N/A (しかし、他の店舗は\$\$)
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> 海鮮チミチャンガ (Seafood Chimichanga、ブリトーの一種、15.95 ドル) : カニ、ホタテ、エビを詰めた 2 つのチミチャンガにアボカドとエस्पエラス・サルサ・ブランカソースを添えて (Two Chimichangas stuffed with crab, scallops and shrimp topped with Espuelas Salsa Blanca and sliced avocados)
調査日	11/08/2023

地域	中西部 3
都市	Olathe, KS
掲載リスト	INSIDER “The best seafood restaurant in every state, according to Yelp”
店舗名	Mariscos KC
店舗 URL	https://www.facebook.com/mariscoskc/ ウェブサイトがなかったため、Facebook
価格帯	\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> 海鮮の唐辛子とライムのマリネ (Seafood Tower、25 ドル) : 魚のすり身、タコ、ホタテ、エビを含む (Aquachile, ceviche, surimi, octopus, scallops, shrimp) 海鮮ファヒータ (Seafood Fajitas、25 ドル) : エビ、ホタテ、魚のすり身、タコ、ムール貝を含む (Shrimp, scallops, surimi, octopus, mussels)
調査日	11/08/2023

地域	中西部 4
都市	Kansas City, MO
掲載リスト	INSIDER “The best seafood restaurant in every state, according to Yelp”
店舗名	Farina
店舗 URL	https://farinakc.com/
価格帯	N/A
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> カボチャとパンチェッタのソテーとホタテ (DIVER SEA SCALLOPS、48 ドル) : 細かく刻んだカボチャとパンチェッタ (豚バラ肉を塩漬けにしてじっくりと熟成させた加工肉)、ポルチーニ茸のオイル漬けのソテーにホタテをのせ、マスタード・ブルーブランソースを添えたもの (SQUASH-PANCETTA HASH, PORCINI SOTTOLIO, MUSTARD BEURRE BLANC)
調査日	11/08/2023

地域	中西部 5
都市	Omaha, NE
掲載リスト	INSIDER “The best seafood restaurant in every state, according to Yelp”
店舗名	Acadian Grille Scratch Kitchen
店舗 URL	https://acadiangrille.com/
価格帯	\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> ホタテコロッケ (Scallop cakes、14 ドル) : マンゴーのコールスローサラダを添えて (Mango slaw salad, Acadian remo drizzle)

調査日	11/08/2023
-----	------------

地域	中西部 6
都市	Fargo, ND
掲載リスト	INSIDER “The best seafood restaurant in every state, according to Yelp”
店舗名	Beer & Fish Company
店舗 URL	https://beerandfishcompany.com/welcome/
価格帯	\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> ホタテのグリル (Scallops 7oz from the grill、35 ドル) : ブールブランソース添え (Served with beurre blanc)
調査日	11/09/2023

地域	中西部 7
都市	Cincinnati, OH
掲載リスト	INSIDER “The best seafood restaurant in every state, according to Yelp”
店舗名	La Jaiba Seafood And Taqueria
店舗 URL	https://www.lajaibacincy.com/home
価格帯	\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> シーフード・カリフォルニア (Seafood California、値段の記載なし) : エビ、魚、ホタテ、カニ、タコ、玉ねぎのソテー。チーズソースをのせて。ライス、豆、サラダ、トルティーヤ付き (Sautéed shrimp, fish, scallops, crab, octopus, and onions. Topped with cheese sauce. Served with rice, beans, salad, and tortillas) カルド・デ・マリスコス (Caldo de Mariscos、値段の記載なし) : エビ、魚、ホタテ、タコ、カニのスープ。ライス、トルティーヤ付き (Shrimp, fish, scallops, octopus, and crab soup. Served with rice and tortillas)
調査日	11/09/2023

地域	中西部 8
都市	Milwaukee, Wisconsin
掲載リスト	INSIDER “The best seafood restaurant in every state, according to Yelp”
店舗名	Third Coast Provisions
店舗 URL	https://www.thirdcoastprovisions.com/menu
価格帯	\$\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> ホタテの炙り焼き (Roasted Sea Scallops、37 ドル) : スイートコーンリゾット、季節のマッシュルーム、行者にんにくの酢漬、赤ソレル添え (with sweet corn risotto, seasonal mushrooms, pickled ramp vinaigrette, red sorrel)
調査日	11/09/2023

地域	中西部 9
都市	Chicago, IL
掲載リスト	TimeOut “The best seafood restaurants in the USA”
店舗名	Shaw’s Crab House
店舗 URL	https://www.shawscrabhouse.com/chicago-illinois/
価格帯	\$\$\$

料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> • ナンタケット産ホタテ (NANTUCKET CAPE SCALLOPS、32ドル) : ジャスミンライス、ほうれん草のソテー、レモンバター添え (jasmine rice, sautéed spinach, lemon butter) • Shaw's Crab House の海鮮盛り合わせ (SHAW'S SEAFOOD PLATTER、42ドル) : ガーリックシュリンプ、ホタテ、メリーランド風クラブケーキ、ジャスミンライス • クラブルームコンボ (CLUB ROOM COMBINATION、42ドル) : 小さいヒレ肉、ホタテ、ガーリックシュリンプ (petite filet, sea scallops, garlic shrimp)
調査日	11/10/2023

地域	南部 1
都市	Austin, TX (MML Hospitality: 1711 South Congress Ave Austin, TX 78704. Austin にバーやカフェを含むレストラン他 21 店舗展開)
掲載リスト	GAYOT "2023 Best Top 10 Seafood Restaurants in the US"
店舗名	Perla's Seafood & Oyster Bar
店舗 URL	https://perlasaustin.com/
価格帯	\$\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> • メイン州産ホタテの鉄板焼き (Seared Maine Scallops a la Plancha、46ドル) • メイン州産ホタテのソテー (Seared Maine Scallops、50ドル) : パルメザンのリゾット、削ったフェネルとハラペーニョを添えて (Parmesan Risotto, Shaved Fennel and Jalapeño)
調査日	11/06/2023

地域	南部 2
都市	Daphne, AL
掲載リスト	INSIDER "The best seafood restaurant in every state, according to Yelp"
店舗名	Southwood Kitchen in Daphne
店舗 URL	http://southwoodkitchen.com/
価格帯	\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> • 天然ホタテのソテー (Diver Scallops、34ドル) : 炙った赤唐辛子とフルーツソース、山羊のチーズ、ネギ、ひまわりの新芽、ニンニクのチリクランチを添えて (pan seared, roasted red pepper coulis, goat cheese green onion orzo, sunflower sprouts, garlic chili crunch)
調査日	11/08/2023

地域	南部 3
都市	Miami, FL
掲載リスト	TimeOut "The best seafood restaurants in the USA"
店舗名	Mignonette
店舗 URL	https://www.mignonettemiami.com/
価格帯	\$\$\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> • 天然ホタテ (Diver Scallop、45ドル) : ブール・ブランソース添え (Beurre blanc)
調査日	11/10/2023

地域	南部 4
都市	Miami, FL
掲載リスト	GAYOT “2023 Best Top 10 Seafood Restaurants in the US”
店舗名	La Mar by Gaston Acurio (Acurio 氏は 40 以上ものレストランを運営する。Peru の Lima から。)
店舗 URL	https://www.mandarinoriental.com/en/miami/brickell-key/dine/la-mar-by-gaston-acurio
価格帯	\$\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> 熟成ホタテのソテー (CONCHITAS LA MAR、32 ドル) : 大ぶりホタテ (24 カ月物) 、パルメザンチーズフォーム、ライム、ガーリッククラムのせ (our style pan-seared jumbo scallops, 24-month aged parmesan cheese foam, lime, garlic crumb)
調査日	11/06/2023

添付資料 4 ホタテメニューを確認できた寿司レストラン (2023年11月上旬現在)

都市	New York, NY
掲載リスト	<ul style="list-style-type: none"> • Daily Meal "The Best Sushi in America" • Time Out "The 23 best sushi restaurants in America"
店舗名	Shuko
店舗 URL	https://www.shukonyc.com/
価格帯	\$\$\$\$
料理名および価格	ホタテ寿司または刺身 (HOTATE、17 ドル)
調査日 ⁵²⁰	11/10/2023

都市	Philadelphia, PA
掲載リスト	<ul style="list-style-type: none"> • Delish "The Very Best Sushi You Can Eat in The U.S." • Time Out "The 23 best sushi restaurants in America"
店舗名	Double Knot
店舗 URL	https://www.doubleknotphilly.com/
価格帯	\$\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> • ホタテとカニのピリ辛焼き (SPICY BAKED SCALLOP & CRAB、19 ドル) : しそバター、ネギ、ライス • ホタテの刺身・寿司一貫 (SCALLOP + PONZU + YUZU Sushi/Sashimi, 1 piece、7 ドル) : ゆずとポン酢のせ • 日本産ホタテ (JAPANESE SCALLOP、31 ドル) : 玉ねぎポン酢、ハラペーニョ油 (onion ponzu, jalapeno oil) • ホタテの炉端焼き (Scallop Robotayaki、11 ドル) • 日本産ホタテの刺身 (JAPANESE SCALLOP Sashimi、16 ドル) : トリュフ、味噌粉末、コリアンダー (truffle, miso powder, cilantro)
調査日	11/10/2023

都市	Los Angeles, CA
掲載リスト	Yelp "Top 10 Best Sushi Restaurant Near Los Angeles, California" https://www.yelp.com/search?find_desc=Sushi+Restaurant&find_loc=Los+Angeles%2C+CA
店舗名	Izakaya Osen in Silver Lake
店舗 URL	https://izakayaosen.com/
価格帯	\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> • ホタテの串焼き (Scallop Kushiyaki、5.90 ドル) • ホタテの刺身 (Scallop/Hotate Sashimi、三切れ 5.45 ドル、九切れ 16.00 ドル) • ホタテの寿司 (Scallop/Hotate Sushi、一貫 5.45 ドル、三貫 16 ドル) • 北海道産ホタテの寿司 (Hokkaido Scallop/Hotategai、一貫 7.95 ドル、三貫 22.50 ドル) • ウニとホタテのカルパッチョ (Uni Scallop Carpaccio、39 ドル) : ホタテ炙り刺身、ウニ、シソ、キャビア添え (Seared scallop sashimi topped with sea urchin, shiso and caviar)
調査日	11/13/2023

⁵²⁰ 米国表記(月/日/年)、以下同じ

都市	San Francisco, CA
掲載リスト	Yelp “Top 10 Best Sushi Near San Francisco, California” https://www.yelp.com/search?find_desc=Sushi&find_loc=San+Francisco%2C+CA
店舗名	Nara Restaurant & Sake Bar
店舗 URL	https://www.naraonhight.com/
価格帯	\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> ホタテ握りまたは刺身 (HOTATE Nigiri/Sashimi、二貫 11 ドル、3 貫 15 ドル)
調査日	11/13/2023

都市	Chicago, IL
掲載リスト	<ul style="list-style-type: none"> Time Out “The 23 best sushi restaurants in America”
店舗名	Momotaro
店舗 URL	https://www.momotarochicago.com/izakaya
価格帯	\$\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> ホタテの手巻き寿司 (SCALLOP TEMAKI、16 ドル) : ホタテ、柚子胡椒、玉ねぎのピクルス、揚げニンニク入り (diver scallop, yuzu kosho, pickled onion, fried garlic) ホタテの居酒屋風 (SCALLOP IZA CLASSIC、16 ドル) : ホタテにカラマンシー、キウイ、ココナッツミルク、玉ねぎのピクルス添え
調査日	11/13/2023

都市	Chicago, IL
掲載リスト	<ul style="list-style-type: none"> Time Out “The 23 best sushi restaurants in America”
店舗名	Kai Zan
店舗 URL	http://www.eatatkaizan.com/home.html
価格帯	\$\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> ホタテまたはオイスターショット (Scallops or Oyster Shooter、9 ドル) : ホタテ、ウニ、牡蠣のポン酢仕立てうずら卵添え。オイスターショットはショットグラスに生牡蠣とソースを入れ、ひと口で一気に食べるスタイル (scallops, uni, or oyster served in ponzu sauce w/ quail egg) 炙りホタテ握り一貫 (Grilled Scallop Nigiri 1p、7 ドル) : 炙りホタテとねぎマヨの黒とびっこ添え (callop kissed by the grill and topped w/ scallion mayo & black tobiko)
調査日	11/13/2023

都市	Washington DC
掲載リスト	<ul style="list-style-type: none"> Delish “The Very Best Sushi You Can Eat in The U.S.” Daily Meal “The Best Sushi in America” Time Out “The 23 best sushi restaurants in America”
店舗名	Sushi Taro
店舗 URL	https://www.sushitaro.com/
価格帯	\$\$\$\$

料理名および価格	ホタテの握り (Scallop Nigiri、12 ドル) : 梅ペーストのせ (Hotate plum paste)
調査日	11/10/2023

都市	Atlanta, GA
掲載リスト	<ul style="list-style-type: none"> • Daily Meal "The Best Sushi in America" • Time Out "The 23 best sushi restaurants in America"
店舗名	Umi
店舗 URL	https://umiatlanta.com/
価格帯	\$\$\$
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> • 生ホタテ握り (HOTATE Nigiri、17 ドル) • 生ホタテの刺身 (HOTATE Sashimi、17 ドル) : ポン酢とわさびを合わせて (thin sliced live scallop, ponzu sauce and wasabi) • ホタテのティラディート (SCALLOP TIRADITO、20 ドル) : 新鮮なホタテの刺身、柚子、コリアンダー、アジアマリロ添え (fresh scallop sashimi with yuzu, cilantro and aji Amarillo) • 炙りホタテ (SEARED DIVER SCALLOPS、28 ドル) : 陶板を使用し、生姜醤油で味付け (soy ginger sauce with toban grill)
調査日	11/10/2023

添付資料 5 シーフード・レストランチェーンの概要とホタテメニュー（2023年11月下旬現在）

チェーン名	Red Lobster
本社所在地	Orlando, Florida
URL	https://www.redlobster.com/
地域	651 店舗（2023年9月23日現在 ⁵²¹ ） フロリダ州 60, テキサス州 43, カリフォルニア州 48, オハイオ州 33, ペンシルベニア州 31, ジョージア州 29, ニューヨーク州 28, ミシガン州 27, イリノイ州 27, バージニア州 22, バージニア州 20, インディアナ州 18, ノースカロライナ州 17, ニュージャージー州 16, メリーランド州 15, ミズーリ州 15, テネシー州 15, アリゾナ州 14, コロラド州 13, ミネソタ州 12, アラバマ州 12, サウスカロライナ州 11, ワシントン州 10, ケンタッキー州 9, ウィスコンシン州 8, アーカンソー州 8, アイオワ州 8, オクラホマ州 7, ニューメキシコ州 6, カンザス州 6, ミシシッピ州 6, オレゴン州 5, ウタ州 5, ウェストバージニア州 4, コネチカット州 4, ネブラスカ州 4, ネバダ州 4, デラウェア州 3, アイダホ州 3, ノースダコタ州 3, ルイジアナ州 3, サウスダコタ州 2, ワイオミング州 2, ハワイ州 1, モンタナ州 1 ⁵²²
価格帯	\$\$ (NYC, NY)、\$\$ (Los Angeles, CA)、\$\$ (Houston, TX)
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> ・ホタテとエビの串焼き（Simply Grilled Sea Scallops & Shrimp Skewers、22.99 ドル） ・海ホタテのグリル焼き（Grilled Sea Scallops、13.99 ドル） ・クリスピー湾ホタテ（揚げ物、Crispy Bay Scallops、10.99 ドル）⁵²³
調査日 ⁵²⁴	11/28/2023

チェーン名	Captain D's Seafood Kitchen
本社所在地	Nashville, Tennessee
URL	https://www.captains.com/
地域	23 州に 535 店舗。うちフランチャイズ 311 店舗、Corporate は 224 店舗。地域別の店舗数の詳細は記載なし
価格帯	\$ (Knoxville, TN)、\$ (Orlando, FL)、\$ (Houston, TX)
料理名および価格	ホタテ料理なし（フィッシュアンドチップスが主力商品）
調査日	11/13/2023

店舗名	Bonefish Grill
本社所在地	Tampa, Florida
URL	https://www.bonefishgrill.com/
地域	アラバマ州 3, アーカンソー州 2, コロラド州 6, デラウェア州 1, フロリダ州 49, ジョージア州 7, アイダホ州 1, イリノイ州 3, インディアナ州 4, カンザス州 2, ケンタッキー州 3, ルイジアナ州 2, メリーランド州 7, ミシガン州 3, ミシシッピ州 1, ミズーリ州 2, ネブラスカ州 1, ネバダ州 2, ニュージャージー州 11, ニューヨーク州 2, ノースカロライナ州 11, オハイオ州 8, オクラホマ州 1, ペンシル

⁵²¹ <https://www.scrapehero.com/location-reports/Red%20Lobster-USA/#:~:text=There%20are%20651%20Red%20Lobster,Lobster%20restaurants%20in%20the%20US.>

⁵²² Locations (redlobster.com)

⁵²³ 店舗によって値段が異なる。今回使用したのはメリーランド州の Georgia Ave Silver Spring 店のもの。

⁵²⁴ 米国表記(月/日/年)、以下同じ

	ベニア州 11, サウスカロライナ州 6, テネシー州 7, テキサス州 2, バージニア州 12, ワシントン州 4, ウィスコンシン州 2 ⁵²⁵
価格帯	\$\$ (Miami, FL)、\$\$ (Orland Park, IL)、\$\$\$ (Atlanta, GA)
料理名および価格	・ ジョージズ・バンクホタテとエビのグリル焼き (Georges Bank Scallops & Shrimp、24.90 ドル) ⁵²⁶
調査日	11/28/2023

店舗名	Pappadeaux Seafood Kitchen
本社所在地	Houston, Texas
URL	https://pappadeaux.com/home/
地域	アラバマ州 1、アリゾナ州 1、コロラド州 1、ジョージア州 4、イリノイ州 1、ニューメキシコ州 1、オハイオ州 1、テキサス州 29
価格帯	\$\$ (Dallas, TX)、\$\$ (Marietta, GA)、\$\$\$ (Houston, TX)
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> サーモンアレクサンダー (ATLANTIC SALMON ALEXANDER、34.95 ドル⁵²⁷) : サーモンと、エビ、ホタテ、ザリガニの白ワインクリームソース (Blackened salmon, shrimp, scallops, crawfish, white wine cream sauce, dirty rice)
調査日	11/13/2023

店舗名	Ocean Prime
本社所在地	Columbus, Ohio
URL	https://www.ocean-prime.com/
地域	全米各地 20 店舗 (Beverly Hills, Boston, Chicago, Columbus, Dallas, Denver-Larimer Square, Denver-Tech Center, Detroit, Indianapolis, Kansas City, Las Vegas, Naples, Nashville, New York City, Orlando, Phoenix, Philadelphia, Sarasota, Tempa, Washington D.C.)
価格帯	\$\$\$\$ (NYC, NY)、\$\$\$\$ (Beverly Hills, CA)、\$\$\$\$ (Washington DC)
料理名および価格	<ul style="list-style-type: none"> サーフアンドターフ (SURF N TURF、32 ドル) : ホタテとカルビの煮込みグレモラータソース添え (Scallops, Braised Short Rib, Gremolata)⁵²⁸
調査日	11/13/2023

⁵²⁵ All Bonefish Grill Locations

⁵²⁶ ほとんどの店舗がこの値段。しかし、ニューヨークの ROCKVILLE CENTRE 店は 25.90 ドル。

⁵²⁷ 店舗によって値段が異なる。今回使用したのは Houston, TX 店のもの

https://www.yelp.com/biz_photos/pappadeaux-seafood-kitchen-houston-3?select=nGnAeYW2EfSK-eYEmbzBNQ

⁵²⁸ 店舗によってメニューが異なる。掲載したのはホタテメニューが含まれていた Beverly Hills 店のメニュー。

添付資料 6 インタビュー調査日程

調査にご協力をいただいた業界関係者の方々へのインタビュー日程（いずれも米国東部標準時、実施順に記載）は以下の通り。民間企業は匿名とする。

政府機関		
A	米食品医薬品局（FDA）関係者	2023年12月19日
B	ニューイングランド漁業管理委員会（NEFMC）関係者	2024年1月5日
日系事業者		
C	日系事業者 C 社関係者	2023年12月3日
D	日系事業者 D 社関係者	2023年12月22日
E	日系事業者 E 社関係者	2024年1月4日
米系事業者		
F	米系流通事業者 F 社関係者	2023年11月27日
G	米系流通事業者 G 社関係者	2023年12月20日
H	米系水産事業者 H 社関係者	2023年12月21日
I	米系流通事業者 I 社関係者	2023年12月21日
J	米系外食事業者 J 社関係者	2024年1月4日
K	米系水産事業者 K 社関係者	2024年2月12日
研究機関		
L	オレゴン州立大学 フード・イノベーション・センター（FIC）関係者	2024年1月3日

巻末ではございますが、ご多忙中にも関わらずお時間をいただき、貴重なご意見をいただきました関係者の皆様には、厚く御礼申し上げます。

米国における日本産ホタテのプロモーションに資する調査

2024年3月作成

日本貿易振興機構（ジェトロ）農林水産食品部 市場開拓課
〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32
Tel. 03-3582-5186

禁無断転載