

Kjetil Odden

## Prosjekt Japan 1985-1990

Hvordan norsk laks ble solgt som sushi på det japanske markedet

Masteroppgave i Master i historie

Veileder: Espen Storli

Mai 2020



Prosjekt Japan, 1987



Kjetil Odden

## **Prosjekt Japan 1985-1990**

Hvordan norsk laks ble solgt som sushi på det japanske markedet

Masteroppgave i Master i historie  
Veileder: Espen Storli  
Mai 2020

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet  
Det humanistiske fakultet  
Institutt for historiske studier



Kunnskap for en bedre verden



## **Forord**

Masterprosessen har vært veldig lærerik og givende, samtidig har det vært en krevende periode med tanke på COVID-19 situasjonen oppgaven har vært skrevet. Jeg har fått hjelp av mange og det har hjulpet meg med å komme i mål.

Jeg vil takke Espen Storli som har vært veileder og hjulpet meg å se oppgaven i ett større perspektiv samt fått meg til å stille kritiske spørsmål. Jeg vil takke seniorrådgiver ved Utenriksdepartementet Sverre Dæhlen som har hjulpet meg med å finne relevant arkivmateriale. Takk til Bjørn Eirik Olsen som var villig til å stille til intervju for denne oppgaven. Takk til Pappa som har lest korrektur og hjulpet meg med andre problemer.

Til alle dere som har skrevet artikler og laget andre mediesaker om Prosjekt Japan: Tusen takk! Det ga meg inspirasjon til å skrive om temaet. Uten dere ville ikke denne oppgaven kunne blitt skrevet. Takk til min bror som serverte sushi av laks til meg for første gang, og takk til Trine som fikk meg til å like det. Uten dere hadde ikke denne oppgaven sett dagens lys.

## **Figurer og tabeller**

Tabell 2.1: Omsatt kvantum (1000 tonn) og førstehåndsprisen på laks produsert i Norge (kroner per kg)

Figur 5.1: Eksport av fersk og fryst laks til Japan i millioner norske kroner 1988-2000

Figur 5.2: Eksport av laks til Japan 1988-2000 årlige gjennomsnittspriser i NOK/kg

Figur 5.3: Eksport av fersk og fryst laks til Japan i tonn

## Innholdsfortegnelse

Forord .....	i
Figurer og tabeller.....	ii
Kapittel 1: Innledning .....	1
1.1 Introduksjon .....	1
1.1 Problemstilling .....	1
1.2 Avgrensing .....	2
1.3 Kildegrunnlag og Metode .....	2
1.4 Media.....	3
1.5 Eksisterende forskning .....	3
1.6 Struktur .....	5
Kapittel 2: Laks i Norge og japansk matkultur.....	7
2.1 Oppdrettsnæringens utvikling fra 1978.....	7
2.2 Japans økonomiske utvikling .....	9
2.3 Eksport til Japan.....	10
2.4 Japansk matkultur, sushi og sashimi .....	11
2.5 Laks i Japan .....	12
Kapittel 3: 1985-1987 Prosjekt Japans organisasjon og begynnelse.....	15
3.1 Perioden før Prosjekt Japan.....	15
3.2 Prosjekt Japans praktiske utforming og tiltak .....	18
3.3 Prosjekt Japan iverksettes .....	18
3.4 Begynnelsen på laks som sushi og sashimi .....	21
3.5 Møtet med det japanske markedet for laks .....	22
3.6 Hvorfor var kvalitet viktig?.....	24
3.7 Prosjekt Japans første fase .....	25
Kapittel 4 1987-1989 Den norske laksen etableres i Japan .....	28
4.1 Avtale om produksjon av laks som sashimi .....	28
4.2 Laks som sushi blir meget populært på det japanske marked .....	29
4.3 Fallende oljepriser .....	30
4.4 Norsk oppdrettslaks kvalitetsproblemer .....	31
4.5 Markedsføring av laks .....	32
4.6 utfordringer med norsk laks spist rå i Japan.....	34
4.7 Action Japan .....	35
4.8 Kvalitetsproblemet blir mer synlig.....	37
4.9 Eksportutviklingen til laks frem til 1989 .....	39
4.10 Den totale eksportutviklingen til Japan .....	40
4.11 Prosjekt Japan blir avsluttet .....	41
Kapittel 5: Etter Prosjekt Japan 1990-2000 .....	44

5.1 Kvalitetsproblemene får konsekvenser .....	44
5.2 Et svar på kvalitetsproblemene – prosjektet God Fisk.....	45
5.3 Fordommer mot laks som sushi og sashimi .....	46
5.4 Eksport av laks i en turbulent periode .....	47
5.5 Prosjekt Japans bidrag til økt eksport av marine produkter .....	48
5.6 Hvordan den norske laksen skulle bli tilpasset Sushi og Sashimi .....	48
5.7 Bestandigheten av den norske laksens kvalitetsproblemer .....	50
5.9 Laks som sushi og sashimi ble normalisert.....	53
5.10 Eksport fra 1988-2000 .....	56
Kapittel 6: Konklusjon .....	59
Kilder.....	62
Artikler .....	62
Litteratur .....	62
Statistikk .....	64
Kilder fra Norges fiskeriforskningsråds arkiv ved Riksarkivet i Oslo .....	65
Kilder fra Utenriksdepartementets arkiv i Oslo, 7. juni-plass .....	65
Intervju .....	65





## Kapittel 1: Innledning

### 1.1 Introduksjon

På 1980-tallet så man mulighetene til å øke eksporten av marine produkter til det japanske markedet. Tidligere hadde Norge eksportert mindre partier av lodde og reker til Japan. Befolkningstallet i Japan var på 120,8 millioner i 1985 og forbruket av sjømat var det største i verden på grunn av et høyt forbruk av sjømat per person. Det gjorde at man så en mulighet for å øke eksport til landet.<sup>1</sup> Det store forbruket resulterte i at landet importerte mest marine produkter i 1986. Med en importverdi på 6 339 millioner amerikanske dollar hadde totalt Japan 27,7 prosent av den totale importen av fisk og fiskerivarer i verden i 1986.<sup>2</sup>

Norge økte også sin eksport av marine produkter i perioden. Fra 1985 til 1986 hadde eksporten av marine produkter økt med 18 prosent og totalt 8 233 millioner kroner. Japan hadde befolkningsvekst i perioden, og det var en mulighet til å utnytte den økende produksjonen samtidig som Japans befolkning økte.<sup>3</sup> Midten av 1980-tallet ble beskrevet som en gullalder i norsk oppdrettsnæring. Produksjonen økte samtidig som fisken lot seg omsette til gode priser. Oppdrettsnæringen så derfor et stort potensial på det japanske markedet for salg av laks.<sup>4</sup>

I 1985 ble det sent en delegasjon bestående av folk fra fiskerinæringen og den norske stat ledet av fiskeriminister Thor Listau for å undersøke og vurdere om det var hensiktsmessig å øke eksporten til landet ved hjelp av aktiv støtte fra staten. Det ble satt mål om å fordoble eksporten i løpet av tre år med utgangspunkt i den samlede eksportverdien for 1985 som var 456 millioner kroner. Prosjekt Japan ble verktøyet med støtteordninger fra staten og midler fra næringen, som skulle bidra til å gjennomføre målet. I denne prosessen ville man møte utfordringer med å tilpasse seg de japanske kravene til fisk og handelsvirksomhet.<sup>5</sup>

Prosjekt Japan var et felles fremstøt fra offentlige myndigheter og fiskerinæringen i Norge. Prosjektet ville øke eksporten til Japan i løpet av en treårsperiode fra 1986 til 1989. Det ble i denne sammenheng skrevet markedsforskning om Japan for eksportleddet og andre deler av fiskerinæringen. I tillegg til dette ble det laget et støtteforetak for tiltak som økte den generelle eksporten til Japan.

### 1.1 Problemstilling

Problemstillingen i denne oppgaven er hvordan Norge gjennom Prosjekt Japan introduserte sushi og sashimi på det japanske markedet, og hvordan markedet ble påvirket. I dette var det en rekke utfordringer med blant annet avtaler mellom eksportører og kvalitet på den norske laksen. Jeg stiller spørsmålet om det virkelig var Norge som først kommersialiserte den norske laksen på det japanske markedet, og om dette hadde større konsekvenser for norsk eksport til landet og resten av verden. For å

<sup>1</sup> Mappe: 447/464-1 Prosjekt Japan 1988, Rapportsammendrag det japanske markedet for marine produkter, desember 1987, 1

<sup>2</sup> Gripsrud, Geir, *Norsk fiskeeksport til Japan: Bakgrunn, utvikling og eksportørvurderinger Rapport 1*, Oslo: Prosjekt Japan, 1987, 2

<sup>3</sup> Gripsrud, *Norsk fiskeeksport til Japan* (Oslo: Prosjekt Japan, 1987), 5

<sup>4</sup> Hovland, Edgar, Dag Møller, Anders Haaland, Nils Kolle, Bjørn Hersoug, Gunnar Nævdal, *Over den leiken ville han rå: Norsk havbruksnærings historie, Bind IV, Norges Fiskeri- og Kysthistorie*, Bergen: Fagbokforlaget, 2014, 200

<sup>5</sup> Mappe: 447/464-1 Prosjekt Japan 1988, Økende eksport til Japan, 14.11.88

forstå dette er det satt fokus på eksportstatistikk, muntlige og skriftlige kilder. Det japanske markedet hadde også andre kvalitetskrav en de markeder Norge tradisjonelt eksporterte til. I oppgaven vil det bli vurdert om norske eksportører klarte å tilpasse seg kvalitetskravene det japanske markedet hadde. For å belyse dette vil jeg i oppgaven beskrive Prosjekt Japan og hvordan man gikk frem i prosessen som skulle føre til betydelig økning i norsk eksport av laks til Japan.

## 1.2 Avgrensing

Opgaven vil ta for seg perioden fra 1985 til 1994 primært. Grunnen til dette er at det var i av denne perioden Prosjekt Japan startet opp og avsluttet samtidig som man kan se ettervirkningene av prosjektet. Det vil også bli brukt statistikk som viser utviklingen frem til år 2000. Dette er gjort for å vise de mulige ettervirkninger av arbeidet gjort gjennom Prosjekt Japan. Det vil også gjennom kilder fra etter år 2000 bli sett på konsekvensene av introduksjonen av rå laks på det japanske markedet.

Det er tatt en beslutning om å avgrense oppgaven med søkelys på det Prosjekt Japan gjorde for eksporten til Japan generelt, men særlig på generell eksport av laks og laks spist rå spesielt. Det betyr at arbeidet som ble gjort for å fremme eksport av andre marine produkter vil ha mindre fokus.

## 1.3 Kildegrunnlag og Metode

For å kunne argumentere overbevisende om at det var Norge som gjennom Prosjekt Japan først introduserte og kommersialiserte norsk laks som sushi og sashimi på det japanske markedet var det viktig at det fantes et skriftlig kildegrunnlag til dette. Muntlige kilder er også viktig for å skape perspektiv, og det ble gjort et intervju med Bjørn Eirik Olsen som ofte blir nevnt i kildene og gjorde markedsforskning for prosjektet på 1980 og 1990-tallet. Perspektivet som ble oppnådd med dette gjorde at man også kunne kryssjekke de skriftlige kildene med intervjuobjektet og motsatt. Oppgaven handler om et fenomen som det ikke var skrevet historieforskning om, og det var derfor viktig å både få et overblikk med intervjuet og ett mer detaljert bilde av kildematerialet.

Kildegrunnlaget for denne masteroppgaven er i all hovedsak knyttet til Norges Fiskeriforskningsråds arkiv på Riksarkivet og Utenriksdepartementets arkiv i Oslo. Det er her jeg har funnet primærkildene til denne oppgaven. Noen av kildene i denne oppgaven har blitt avklausulert i prosessen av å skrive oppgaven. I Norges fiskeriforskningsråds arkiv ved Riksarkivet i Oslo har jeg brukt arkivserie Eb – prosjekter, De – saker og Dd – saker. I utenriksdepartementets arkiv er det arkivbetegnelsen 413.35-1, 447/464-1 og 447/464-1e.o som har vært brukt. I Riksarkivet har jeg selv funnet frem arkivmateriale og på Utenriksdepartementet har jeg fått hjelp av seniorrådgiver ved UD, Sverre Dæhlen, med å finne frem arkivmaterie. Han har vært til svært god hjelp i å finne relevant informasjon om Prosjekt Japan. I begge arkivene digitaliserte jeg relevant materiale for så senere gå gjennom bildene digitalt.

I intervju med Bjørn Eirik Olsen i Tromsø brukte jeg intervjuguide for å avgrense temaet det ble snakket om, men den ble ikke fulgt konsekvent. Det gjorde at opplysninger om temaet som ikke hadde blitt skrevet i intervjuguiden ble belyst. Samtidig sikret jeg meg at alle spørsmål i intervjuguiden ble svart slik at jeg fikk informasjonen jeg lette etter. Dette gjorde at arbeidet med de skriftlige kildene ble enklere med informasjon fra intervjuet som bidro til å skape et bredere og mer detaljert bilde av prosjektet. Bjørn Eirik Olsen var en sentral markedsforsker ansatt for Prosjekt Japan, og har skrevet mye av kildene denne oppgaven bygger på. Han ble ansatt i

Prosjekt Japan etter å ha studert og drevet forskning i Japan i 2 år og snakket japansk flytende. Han hadde også skrevet en oppgave om det japanske konsummarkedet for sjøplante produkter ved Institutt for fiskerifag ved universitetet i Tromsø, og var derfor også kvalifisert som markedsforsker for Prosjekt Japan ved hans ansettelse i 1986.<sup>6</sup>

I tillegg har jeg også forsøkt å intervju en annen aktuell person om norsk laks kvalitet og utfordringer, men han kunne dessverre ikke stille opp på grunn av hans besittelse av informasjon om taushetsbelagte opplysninger relatert til kvalitet på laks. Som Bjørn Eirik Olsen var han involvert i Prosjekt Japan, men ikke en del av prosjektets stab. Han ville ha gitt oppgaven ett annet perspektiv på enkelthendelser nevnt i oppgaven.

#### 1.4 Media

Når det gjelder artikler om Prosjekt Japan, og hvordan Norge introduserte laks på det japanske markedet er det skrevet mye om temaet og Norges rolle i å eksportere laks som sushi. Japan Times artikkel «The Norwegian campaign behind Japan's love of salmon» i 2018 av Øystein Sollesnes beskriver hvordan Prosjekt Japan resulterte i at man i Japan begynte å bruke norsk oppdrettslaks til sushi.<sup>7</sup> I internasjonale medier har blant annet den kjente amerikanske radiokanalen National Public Radio skrevet og laget et segment om at man gjennom Prosjekt Japan brukte den norske laksen på det japanske markedet som sushi.<sup>8</sup> Innovasjon Norge skriver om hvordan at sushimarkedet i Japan førte til vekst i eksporten til landet, og at Prosjekt Japan førte til 250 prosent økt eksport til Japan.<sup>9</sup> Det er flere lignende artikler som skriver en lignende historie om at det var Norge som introduserte laks på det japanske markedet, og at dette resulterte i en verdiøkning i eksport av norsk eksport av laks. De forteller ofte også historien om at en norsk delegasjon sent til Japan introduserte laks som sushi på det japanske markedet.

En av grunnene til at jeg ville skrive denne oppgaven var å undersøke denne «etablerte» historien. Det har som nevnt ikke vært noe tidligere forskning om Prosjekt Japan tidligere utenom at det er betegnet som en stor suksess i den relativt nye bokserien om Norges Fiskerihistorie. Siden denne kilden også baserte seg på avisartikler, og ikke forskning, var det derfor naturlig å undersøke det artiklene skrev – at det var norsk laks på det japanske markedet gjorde at så mange rundt om i verden spiser rå laks

#### 1.5 Eksisterende forskning

Det er strengt tatt ikke noe tidligere forskning på selve Prosjekt Japan som denne oppgaven omhandler. Det nærmeste man kommer er selve markedsforskningen som ble gjort i perioden, og dette er en viktig del av kildematerialet i denne oppgaven. Allikevel kan ikke dette kalles forskning på selve prosjektet, og var ment for personer i eksportnæringen på 1980-tallet. Sluttrapporten til Prosjekt Japan er mer som forskning på prosjektet da det ser på eksportutviklingen i hele eksport Japans periode og er brukt i denne oppgaven. Denne er ikke publisert og er funnet i arkiv.

<sup>6</sup> Mappe: 85.2 1985-1986 Prosjekt «Japan»: Engasjement av forskningsstipendiat, 14.05.86

<sup>7</sup> Sollesnes, Øystein, «The Norwegian Campaign Behind Japan's Love of Salmon Sushi», The Japan Times, 10.03.2018

<sup>8</sup> Jiang, Jess, «How The Desperate Norwegian Salmon Industry Created A Sushi Staple», National Public Radio, 18.09.15

<sup>9</sup> Ryen, Morten, «Norge er et land i verden», Innovasjon Norge, 2012

Når det gjelder oppdrettsbransjens utvikling har boken «Norges Fiskeri – og Kysthistorie Bind V over den leiken ville han rå – Norsk havbruksnærings historie» vært til stor hjelp til å forstå eksportsituasjonen i Norge denne oppgaven har fokus på. Kapitelene jeg har sett mest på i verket er skrevet av Nils Kolle og Edgar Hovland. Den gir et bilde av oppdrettsnærings utvikling fra 1850 til omkring 2013. Temaet i boken når det gjelder eksport er imidlertid de europeiske markedene, og ikke Japan. Prosjekt Japan er allikevel nevnt med noen ord og en henvisning til en artikkel skrevet for internett. Historien blir her fremstilt som en solskinnshistorie der en delegasjon reiste sørover med laks i bagasjen. Den de beskriver også laks brukt til sushi og sashimi i Japan som braksuksess. Boken er bedre på å gi et historisk perspektiv på oppdrettsnæringen i Norge innad og har vært en uvurderlig kilde på dette.<sup>10</sup>

Når det gjelder forskning på eksport til Japan er det skrevet en forskingsrapport i 1994 om transporten av fersk fisk fra Nord-Norge til Japan og Sørøst-Asia. Denne nevner ikke Prosjekt Japan og dette virker å være generelt en trend i denne perioden, men skriver om de fremtidige prospektene for transport av laks og annen ferskfisk til Japan med fly. Her er det brukt kvantitativ metode for å forklare prisendringer på det japanske markedet, og gir mer generelle forklaringer på prisutviklingen av laks. Kilden gir et annet perspektiv på eksport av laks til Japan og har en mer empirisk tilnærming til dette.<sup>11</sup>

Det ble skrevet fem rapporter om det japanske marked utgitt av Prosjekt Japan da prosjektet pågikk. De er gitt ut fra 1987 til 1990 og gir den samtidige forskningen som var en del av prosjektet. Av disse er rapport en, to og fem mest brukt som kilder i denne oppgaven. Grunnen til dette er at de resiterende rapportene omhandler tema denne masteroppgaven ikke har valgt å fokusere på. Rapportene beskriver dets japanske markedets preferanser, eksport, konsument og annet. Informasjonen i rapportene var ment for norske eksportører i fiskeri og oppdrettsnæringen. Dette gav god innsikt i prosjektets mål og viser fokuset på laks på det japanske markedet samt andre marine produkter. Disse rapportene er viktige kilder på hvordan prosjektet utviklet seg, og har informasjon man ikke kan finne i Norge om eksporttall gitt ut i Japan. Rapportene er til tider kritiske til eksportnæringen og kommer med forslag til hvordan man bedre skal opptre på det japanske markedet tema. Det er tidligere markedsforskere Geir Gripsrud og Bjørn Eirik Olsen som forfattet disse rapportene.

En annen kilde som også var viktig for å forstå det japanske markedet er Eksportutvalget for fisk publisasjon om markedsdata for de viktigste markedene for norsk laks gitt ut i 1994. Dette er noen år etter prosjektet og gir et innblikk i kvaliteten på den norske laksen. Denne kilden gir et mer kritisk blikk til den norske laksesuksessen beskrevet i Norges fiskeri- og kysthistorie. Den kan også betegnes som mer kritisk enn den fremstillingen man har i de fem rapportene skrevet i løpet av Prosjekt Japan. Denne gir virkelig et inntrykk av at den norske laksen ikke bare hadde gitt et godt inntrykk på japanske importører.

Når det gjelder forskning på utviklingen av sushi nevner bøkene «The Sushi Economy: Globalization and the Making of a Modern Delicacy»<sup>12</sup> og Naomichi Ishiges bok «The History and Culture of Japanese Food» ikke noe om den norske laksen eller laks brukt til sushi og sashimi.<sup>13</sup> I begge bøkene er det fokus på tunfisk og Ishiges bok

<sup>10</sup> Hovland et al., *Over leiken ville han rå*, 269

<sup>11</sup> Trondsen, Torbjørn og Øistein Jacobsen, *Flyfrakt av fersk fisk fra Nord-Norge til Japan og Sør-Øst Asia : en undersøkelse av konkurransebetingelser*, Tromsø, NORUT samfunnsforskning, 1994

<sup>12</sup> Issenberg, Sasha, *The Sushi Economy: Globalization and the Making of a Modern Delicacy*, New York, Penguin Group, 2008

<sup>13</sup> Ishige, Naomichi, *The History and Culture of Japanese Food*, New York: Kegan Paul, 2001

imidlertid et godt innblikk i japansk matkultur generelt og i den mer tradisjonelle sushi og sashimien og definerer de to segmentene meget godt.

I analyse av det japanske markedet for laks er det «Analysis of the Japanese Salmon Market» skrevet av Yuko Kusakabe og James L Anderson og utgitt i 1989 gir ett innblikk i det japanske markedet for laks. Her blir også laks brukt til sushi diskutert, men ikke mer enn at den er i ferd til å bli mer vanlig. De peker også på at de fleste mener at det japanske markedet for laks som sashimi ville øke i popularitet videre, og gir et bilde av at det ikke bare var Norge som hadde planer eller ideer om å satse på sushi.<sup>14</sup>

En av kildene som beskriver deler av perioden da japansk laks ble introdusert på det japanske markedet er skrevet av Akemi Nakamoto i rapporten om det japanske sjømatmarkedet. Den er gitt ut i 2000 av SNF som er et forskningsinstitutt på Norges Handelshøyskole i Bergen. Nakamoto beskriver noe av kvalitetsproblemene man hadde med den norske laksen. Den beskriver også god Sushi og Sashimi i Japan og setter i lys noe av det arkivkildene også forteller om kvaliteten på den norske laksen.<sup>15</sup>

Prosjektrapporten til prosjektet «God Fisk» gir et godt innblikk i de tiltakene som ble gjort i norsk oppdrettsnæring for å sikre kvalitet, men er allikevel ikke noe kilde til selve Prosjekt Japan.<sup>16</sup> Den gir relevante kvalitetsparametere på markedet til tross for at den er gitt ut i 1990, året etter Prosjekt Japan ble avsluttet. Det samme kan sies om forskningsrapporten «Kvalitet og interorganisatoriske relasjoner: en studie av eksport av norsk oppdrettslaks» som ikke heller nevner Prosjekt Japan. Når det gjelder generell eksport fra Norge har de fleste publikasjoner om dette temaet snakket om EF og det vestlige eksportmarkedet.<sup>17</sup>

## 1.6 Struktur

Det første kapittelet vil fungere som en innledning til oppgaven, diskusjon av arbeidet og kildene jeg har brukt. Problemstillingen og tidligere forskning er også tema i kapittel en. Kapittel to er et «bakgrunnskapittel» slik at leseren vil lettere forstå den økonomiske situasjonen til oppdrettsindustrien, det japanske markedet, matkultur og den Japans økonomiske historie. Det tredje kapittelet vil være det første «empirikapittelet» og vil ta for seg begynnelsen av Prosjekt Japan og norsk laks på det japanske markedet. Dette er det første av de tre kronologiske kapitlene som i all hovedsak tar for seg og forklare hvordan den norske sushien ble introdusert på det japanske markedet i tillegg til laksen og de marine produktenes eksportutvikling. Det fjerde kapittelet vil gå gjennom hvordan den norske laksen ble solgt som sushi og sashimi på det japanske markedet i begynnelsen av Prosjekt Japan, og hvordan utviklingen var ved slutten av Prosjekt Japan i 1989. Kapittel fem vil se på konsekvensene av kapittel tre og fire når det gjelder eksport av laks og diskutere videre utviklingen av laks spist rå på det japanske markedet. Det siste kapittelet er en konklusjon på den historiske utviklingen analysert i de tidligere kapitlene og problemstillingen til denne oppgaven.

<sup>14</sup> Anderson, James L. og Yuko Kusakabe, *Analysis of the Japanese salmon market*, Charsetown: Economic and Commercial Analysis Division, 1989

<sup>15</sup> Nakamoto, Akemi, *The Japanese seafood market*, Bergen: Foundation for Research in Economics and Business Administration, 2000

<sup>16</sup> Mappe: 1850.00 Bedrifter: Prosjekt God fisk, Årsrapport Prosjekt GOD FISK 1990,

<sup>17</sup> Haugland, Sven Arne, *Kvalitet og interorganisatoriske relasjoner: en studie av eksport av norsk oppdrettslaks*, Bergen: Senter for anvendt forskning Norges Handelshøgskole, 1986



## Kapittel 2: Laks i Norge og japansk matkultur

Prosjekt Japan ville å øke norsk eksport av marine produkter til Japan. Dette kapittelet vil gi en bakgrunn til hvorfor man ville eksportere oppdrettslaks til Japan og hvilke forutsetninger Japan hadde som importland. Det vil også vise hvor viktig mat og matkultur er i landet og hvordan laksen ble brukt tradisjonelt i Japan. Den japanske matkulturen er unik og innlemmet i det japanske samfunnet. Dette kapittelet vil gi bakgrunn til dette for å videre forstå problemene man hadde på det japanske markedet. Det er også viktig å forstå karakteristikken ved rettene sushi og sashimi siden dette ble et fokus i Prosjekt Japan. Den norske oppdrettsnæringens utvikling på 1980-tallet er også relevant for å gi et bedre inntrykk av hvorfor det var viktig å satse på det japanske markedet. Utviklingen i oppdrettsbransjen vil gi et inntrykk av hvorfor Prosjekt Japan ville øke eksporten av oppdrettslaks.

### 2.1 Oppdrettsnæringens utvikling fra 1978

Oppdrettsnæringen på 1980-tallet var økonomisk turbulent, men allikevel preget av effektivisering og økning av produksjon innad i næringen. Fra 1980 til 1990 var det en økning av totalproduksjon fra 8000 tonn til 150 000 tonn oppdrettslaks. I økningen av oppdrett var laks hovedsakelig ansvarlig selv om det var en tredobling av ørretoppdrett i årene 1988-1990. Grunnen til dette var en kombinasjon av nyutviklet effektiv produksjonsteknologi, bedre organisasjonsmønster og omsetningsapparat. Dette gjorde at man hadde mulighet til å eksportere mer oppdrettslaks enn tidligere.<sup>18</sup>

Det var fire konsesjonsrunder fra 1980 til 1990 og som førte til en tredobling antall matfiskenheter. Oppdrettsanleggene ble større, og man kunne i tillegg til dette ha flere fisk per kubikkmeter. Foring og drift ble i økende grad automatisert og rasjonalisert. Dette førte til at oppdrett ble mer økonomisk effektiv i Norge og i 1984. Hver ansatt gikk fra å produsere rundt 10 tonn matfisk sammenlignet med 43 tonn i 1990. Effektiviteten gjorde at man kunne eksportere oppdrettslaks til EF-land og USA med overskudd. Utviklingen var en av grunnene til at oppdrettsindustrien satset på Japan som marked for oppdrettslaks. Perioden fra 1985 og utover er beskrevet som en gullalder i oppdrettsnæringen. En av grunnene til dette var at man fikk økende tilgang på settefisk som er befruktede fiskeegg. Dette gjorde at man kunne raskere øke produksjonen.<sup>19</sup>

Samtidig ble det billigere å transportere varer og verden var på vei mot en økende globalisering. Geografisk er Norge langt unna Japan og ble derfor i større grad en handelspartner med landet når båt og flytransport gradvis ble billigere det var derfor gode forutsetninger å eksportere laks til Japan.<sup>20</sup>

Fiskeoppdretternes Salgslag ble i 1978 dannet som salgsorganisasjon for oppdrettere. På grunn av råfiskloven fikk salgslaget enerett til all førstehåndsomsetning av oppdrettsfisk noe som gjorde at alle måtte godkjennes før kjøp av oppdrettsfisk. De satt også minstepriser og salgsvilkår for hele næringen. De ville også ta del av Prosjekt Japan. Det var viktig at kjøperne av oppdrettsfisk var profesjonelle aktører som kunne hevde seg internasjonalt. Fiskeoppdretternes Salgslag ville også fremme kvalitet og markedstimulerende tiltak. Kjøpergruppen holdt seg stabil med rundt 70 gjennom hele

<sup>18</sup> Hovland et al., *Over leiken ville han rå*, 179

<sup>19</sup> Hovland et al., *Over leiken ville han rå*, 181

<sup>20</sup> Findlay, Ronald og Kevin H. O'Rourke, *Power and Plenty: Trade, War, and the World Economy in the Second Millennium*, Oxfordshire: Princeton University Press, 2007, 502



1980-tallet. Kjøpergruppen var fra store spesialiserte selskap som opererte på utenlandske markedet.<sup>21</sup>

Det var en økende etterspørsel på laks gjennom 1980-tallet og Fiskeoppdretternes Salgslag var derfor viktig hvis eksportørene skulle fremstå som profesjonelle internasjonalt. 1980-tallet var preget av økt eksport til land som Sverige, Storbritannia, Tyskland og Frankrike. Prosjekt Japan ville endre dette ved å etablere den norske laksen og andre marine produkter i Japan.<sup>22</sup>

År	Omsatt kvantum 1000 tonn	Nominell pris Kr/kg	Realpris 1980=10 0
1980	4127	45,9	45,9
1981	8316	32,7	28,8
1982	10499	35,4	28
1983	17146	37,8	27,6
1984	21684	39	26,8
1985	29010	44,6	29
1986	43898	35,7	21,6
1987	45084	40,5	22,6
1988	78614	38,1	19,9
1989	119068	31,3	15,6
1990	145338	32,4	15,5

**Tabell 2.1: Omsatt kvantum (1000 tonn) og førstehåndsprisen på laks produsert i Norge (kroner per kg)(Realpris: 1980=100. Deflator: konsumprisindeks.)<sup>23</sup>**

Tabellen viser økning i antall laks på 1980-tallet mens realprisen og den nominelle prisen generelt har en negativ utvikling frem mot 1990-tallet. Det er derfor verdt å merke seg at verdiøkningen og eksport av fisk til Japan likevel økte i perioden. Norge hadde mye fisk å selge, og det gjorde Japan som et realistisk og potensielt lønnsomt marked for laksen.<sup>24</sup>

I 2013 ble det eksportert norsk sjømat for hele 61 milliarder kroner. Norsk oppdrett stod for 69 prosent av verdien, og er derfor en av de viktigste eksportartiklene man finner i Norge. I oppdrettsbransjen står laks og ørret 99,8 prosent av markedet.<sup>25</sup>

På verdensbasis var Norge i 2016 den nest største eksportøren av sjømat etter Kina. Verdien av eksporten var på 10 770 millioner dollar og Norge hadde 7,6 prosent av markedsandelen i verden. Kina eksporterte riktignok for nesten dobbelt så mye med et større indre marked enn Norge. Hvis man vurderer folketall er Norges eksport

<sup>21</sup> Hovland et al., *Over leiken ville han rå*, 181

<sup>22</sup> Hovland et al., *Over leiken ville han rå*, 198

<sup>23</sup> Hovland et al., *Over leiken ville han rå*, 195

<sup>24</sup> Mappe: 447/464-1 Japan 1/3-92 - 31/9-92, Årsrapport for 1991, 20.03.92, OECD

<sup>25</sup> Hovland et al., *Over leiken ville han rå*, 419

imponerende. Grunnen til at Norge eksporterte så mye marine produkter var torsk og atlantehavslaks og laksen er derfor viktig for å øke norsk eksport.<sup>26</sup>

Fra 1971 til 2011 økte lakseoppdretten i Norge fra omlag 100 tonn til over en million tonn i 2011. Veksten i oppdrettsindustrien gikk fra å være en nisje med en usikker fremtid til et satsingsfelt for Norge og en viktig eksport. Lakseeksporten ble dermed meget viktig for Norge. Det japanske markedet ville vise seg å være viktig for denne utviklingen<sup>27</sup>

## 2.2 Japans økonomiske utvikling

Japan hadde en lang periode med vekst etter andre verdenskrig på mange måter sammenlignbart med Vest-Europa. I 1949 kostet det 54 000 yen for en vaskemaskin samtidig som den gjennomsnittlige japaner tjente 50 000 yen årlig. Det førte til at det bare ble solgt 20 maskiner månedlig i landet. Allerede i 1955 kunne man kjøpe en maskin for 20 000 yen samtidig som gjennomsnittsinntekten hadde økt til 200 000 yen årlig og tredjedelen av alle husholdninger hadde i 1955 råd til vaskemaskin. Dette illustrerer en periode med stor vekst og økende velstand i Japan i etterkrigsårene slik man også så i Vest-Europa.<sup>28</sup>

Etter fredsavtalen San Francisco-Traktaten i 1952 hadde Japan en 20 års periode med en årlig vekst på 10 prosent. Det var mange grunner til den økende økonomiske veksten i landet. En av disse var at introduksjonen av ny teknologi fra utlandet førte til en økende effektivitet i industrien, landbruk og annet. Det var også en høy grad av sparing i landet som finansierte større investeringer som ble gunstige for landets økonomi. Det var i tillegg meget liten investering i militæret og en kunne derfor fokusere bruken av penger fra staten på prosjekter innen infrastruktur. Landet kunne dermed utvikle seg effektivt fremover med bedre teknologi og det var også en politisk vilje om å investere i sosial velferd. I perioden var det også en økt vilje til å investere i industri med subsidierte lån fra staten. Det ble også brukt ressurser på investering i råmateriale og kapitalutstyr for å øke kapasitet og effektivitet. Organisasjonen for økonomisk samarbeid og utvikling (OECD) i 1964 og stod for en frihandelspolitikk, men med unntak av nye industrier som ikke ønsket skulle bli slått ut av større internasjonale selskaper. Landet fikk en flytende kurs to år etter at man tok dollaren vekk fra gullstandarden i 1971. Japan hadde dermed mange av de samme utviklingsprosessene man så i vesteuropeiske land med økende levestandard og bruttonasjonalprodukt.<sup>29</sup>

Fra 1956 til 1973 var det en gjennomsnittlig vekst på 9,3 prosent årlig i Japan. Etter oljekrisen i 1973 endret veksten seg i landet. Fra 1975 til 1991 var det en videre vekst på 4,1 prosent årlig. Det var blant annet på grunn av den økonomiske veksten i Japan at landet var et ideelt marked for norsk laks og annen sjømat. Med kjøpekraften i landet så man at det var et marked som kunne utnyttes for å selge norsk laks og annen sjømat i Japan.<sup>30</sup>

Videre stagnerte veksten til bare 1 prosent årlig vekst fra 1992 til 1999. Denne perioden er utenfor Prosjekt Japans, men allikevel en periode med betydelig eksport av norsk laks til Japan. Etter 1992 var det bare 1 prosent vekst årlig av

<sup>26</sup> Garibaldi, Luca, Xiaowei Zhou, Jennifer Gee, et al., *The State of World Fisheries and Aquaculture: Meeting sustainable development goals*, Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2018, 55

<sup>27</sup> Lien, Marianne E., *Becoming Salmon: Aquaculture and the Domestication of a Fish*, Oakland: University of California Press, 2015, 105

<sup>28</sup> Yoshikawa, Hiroshi, *Japan's Lost Decade*, Tokyo: International House of Japan, 2008, 8

<sup>29</sup> Ilyoda, Mitsuhiro, *Postwar Japanese Economy: Lessons of Economic Growth and the Bubble Economy*, New York: Springer, 2010, 9

<sup>30</sup> Katz, Richard, *Japan: The System That Soured*, New York: Routledge, 1998, 5

bruttonasjonalproduktet frem til 2000 og det er også mulig at denne makroøkonomiske tilstanden påvirket salget av sjømat og laks til Japan. Det er også mulig at det kan ha hjulpet salget av sushilaks til Japan på grunn av de høye prisene på tunfisk. Tunfiskens pris har generelt steget i perioden. Det er derfor verdt å vurdere om dette kan ha hatt noe med Japanernes aksept av laks som Sushi. Det var i perioden etter 1990-tallet at laksesushien virkelig tok av i Japan. 1990-tallet er betegnet som "det tapte tiåret" i japansk økonomisk historie.<sup>31</sup>

Fra 1990 til 1999 var det bare 0,7 prosent BNP vekst og 2000 til 2009 hadde en total vekst på 0,7 prosent BNP vekst. I 2011 var den japanske gjelden den største i verden med over 200 prosent av BNP. I perioden 1980-1989 vokste boligboblen i landet og det var en vekst på 4,4 prosent gjennomsnittlig i løpet av årene. Selv om det har vært turbulente økonomiske tider i Japan fra 1990-tallet, var ikke dette tilfellet på 1980-tallet. Men man kunne ikke forutse denne utviklingen da Prosjekt Japan ble planlagt og startet opp. Japan hadde da mer eller mindre opplevd vekst i hele perioden etter 2. verdenskrig og hadde opparbeidet seg navn som Toyota, Sony og Panasonic kjent verden over for sin høyteknologi.<sup>32</sup>

### 2.3 Eksport til Japan

Fisk og annen sjømat har vært viktig eksportvare fra Norge til Japan. Hele 47,24 prosent av all eksport av totalt \$1.76 milliarder til Japan fra Norge i 2017 var sjømat.<sup>33</sup> Japan har vært avhengig av import av mat relativt lenge. I 1960 var 73 prosent av maten spist i Japan ikke importert. I 2011 hadde andelen lokalprodusert mat falt til 39 prosent. Japan er nå det landet som importerer størst andel mat av de industrialiserte landene i verden.<sup>34</sup> Årsaken til dette er mange, men befolkningsvekst kombinert med en generell lavere inntekt blant jordbrukere, en aldrende befolkning på landsbygda, og lite jordbruksareal er pekt på som noen av hovedårsakene.<sup>35</sup>

Japan er også landet som importerer mest fisk i verden. Avhengigheten av importert mat gjør blant annet at Japanske matpriser er mer utsatt for fluktusjon i verdensøkonomien. Importavhengigheten resulterte også i at Japan har og har hatt et mangfold av mat og råvarer. Fiskerinæringen i Norge så sammen med utenriksdepartementets Prosjekt Japan derfor mulighet for økt eksport.<sup>36</sup>

Fiskemarkedet Tsukiji blir her nevnt som eksempel på hvordan norske marine produkter ble videre distribuert på det japanske markedet. Navnet Tsukiji betyr gjenvunnet land, og er en referanse til Edo-perioden i japansk historie. Området brant ned i 1657 i Meirekibrannen og ble senere gjenoppbygget. Etter brannen ble området ny havn til Tokyo, og selve markedet Tsukiji ble konstruert i 1935. Tsukijimarkedet ble flyttet den 6. oktober 2018, men det er fortsatt salg av mat i hallen som tidligere ble brukt til å auksjonere bort fisken. Markedet var i 1987 det største regionale grossistmarkedet i Japan og forble det helt til flyttingen.<sup>37</sup>

På Tsukiji fungerte omsetningen i første trinn som en åpen auksjon. Hvis man skal by på varene må man være til stede, men det er også mulig å la andre sette prisen

<sup>31</sup> Yoshikawa, *Japan's Lost Decade*, (Tokyo, International House of Japan, 2008), 9

<sup>32</sup> Baldwin, Richard og Charles Wyplosz, *The Economics of European Integration: 4<sup>th</sup> Edition*, London: McGraw-Hill, 2012, 540

<sup>33</sup> The Observatory of Economic Complexity, "What does Norway export to Japan: Dataset: HS92, Year:2017"

<sup>34</sup> Niehaus, Andreas og Tine Walravens, *Feeding Japan: The Cultural and Political Issues of Dependency and Risk*, Cham: Springer Nature, 2017, 363

<sup>35</sup> Niehaus og Walravens, *Feeding Japan*, 364

<sup>36</sup> Bjørndal, Trond, Gunnar A. Knapp og Audun Lem, *Salmon - A Study of Global Supply and Demand*, Rome: Globefish, 2003, 71

<sup>37</sup> Cabannes, Yves og Cecilia Marocchino, *Integrating Food into Urban Planning*, London: UCL Press, 2018, 172

for en borteværende person.<sup>38</sup> Det vil si etter at grossistene har tatt inn fisken på markedet blir den videre auksjonert bort. Etter dette solgte vanligvis kjøperen av fisken den videre til et annet ledd. Norsk laks er beskrevet som omsatt ved Tsukiji i Prosjekt Japan, men det ble ikke auksjonert bort og solgt ved minstepriser. Det er altså ikke all fisk som blir auksjonert bort.<sup>39</sup>

Det var også ulike handelsgrupper som tar for seg alt fra hai, hval ål og annen ferskvannsfisk. Det er også en undergruppe for laks og andre arter fra det nordlige Atlanterhavet. I denne undergruppen vil man mest sannsynlig finne norsk laks og annen norsk eksport. Oversikten om handelsgrupperinger på Tsukiji er fra 1990 og da hadde denne gruppen 78 bedrifter. Det var dermed ett omfattende system som krevde innsikt og ressurser for å forstå for norske eksportører.<sup>40</sup>

## 2.4 Japansk matkultur, sushi og sashimi

Matkultur er en stor del av Japansk identitet og har mange etablerte lover og regler. Forskjellen på matkultur ville potensielt gjøre det vanskeligere å selge laks og andre marine produkter på det japanske markedet. Matkulturen i Japan er tett integrert i samfunnet, men i større grad enn andre land. Allikevel kan man si at matkulturen er tettere i integrert i det japanske samfunnet. Et eksempel på dette er at man ikke kan serverer krabbe i bryllup. Kloa minner om en saks, og sakser kan ikke gis som gave til kvinner i Japan. Havkaruss er dyr i landet fordi den som regel bare blir servert i bryllup. Selve språket er også preget av at begrep som «matkultur» og «kulinarisk liv» er ofte brukt i aviser og populærkultur i det japanske språk. Den japanske matkulturen er dermed tett integrert i det japanske samfunnet, og for å øke eksporten av marine produkter til Japan måtte man forstå disse nyansene.<sup>41</sup>

Sushi er tema i denne oppgaven, og det er også strenge normene i denne delen av matkulturen. Sushiryket har blitt kritisert for å ikke inkludere kvinner. Grunnen er at man mener kvinner har for varme hender, og deres bruk av fuktighetskrem kan endre smaken på fisken blir det påstått. Dette representerer en konservativ holdning til mat, og spesielt er denne holdningen innen nisjen sushi. Brudd på normer og regler var sentrale utfordringer ved salg av norsk atlantehavslaks som sushi, der de kulturelle normene stod sterkt.<sup>42</sup>

Japanerne ønsker å ta vare på sine sunne og nasjonale mattradisjoner. *Shokuiku*-programmet ble implementert i 2005 for å ta vare på japansk mattradisjon i et globalisert samfunn. I tillegg til å konservere matkulturen, var et av argumentene for å iverksette programmet at moderne importert mat kan ha dårligere næringsverdi enn tradisjonelle japanske retter. Et eksempel på dette var frysede ferdigretter og mat fra fast-food kjeder. Man ville blant annet utdanne skoleelever om risikoen ved å spise usunn mat. Som nevnt tidligere importerer Japan mer mat enn noe annet industrialisert land. Det kan derfor bli sett på et tankekors at man promoterer lokal mat. Samtidig øker det behovet for å ta vare på den tradisjonen som i globaliseringen kan bli borte.<sup>43</sup>

*Shokuiku* ble satt i bruk på skoler, i hjemmet, barnehager, helsesenter, lokale og regionale matbedrifter og andre bedrifter relatert til matproduksjon. Likevel har

<sup>38</sup> Bestor, Theodore C, *Tsukiji: the fish market at the center of the world*, Berkley, University of California Press, 2004, 254

<sup>39</sup> Gripsrud, *Distribusjonssystemet for fisk i Japan*, (Prosjekt Japan, Oslo 1988), 21

<sup>40</sup> Bestor, *Tsukiji*, (Berkley, University of California Press, 2004), 260

<sup>41</sup> Bestor, *Tsukiji*, (Berkley, University of California Press, 2004), 126

<sup>42</sup> Sloan, Pip, "Meet the female chef battling sexism and stereotypes in Japan's sushi industry", *The Telegraph*, 24.09.19

<sup>43</sup> Niehaus og Walravens, *Feeding Japan*, 2

hovedfokuset vært på barn i skolealder. Prinsippet om å treffe de tre fundamentale aspektene i japansk læring har også vært en prioritet, det vil si den intellektuelle, moralske og fysiske utdanningen.<sup>44</sup>

Den japanske dietten har endret seg. I 1960 var 48,3 prosent av den daglige kaloriene ris, mens den i 2004 bare var 23,4 prosent. Forbruk av kjøtt gikk fra 4,6 prosent i 1960 til 14,2 prosent i 2004. Frossen mat har også blitt en større del av forbruket og befolkningen spiser mer ute enn tidligere. *Shokuiku* gir et bilde av et land som er meget opptatt av å beholde tradisjoner og kultur til tross for endringer utenfra. Prosjekt Japan kom til å forsøke å endre matkulturen ved å selge norsk laks til rå konsum.<sup>45</sup>

## 2.5 Laks i Japan

Laks var den mest populære retten i Japanske hjem etter blekksprut og japanerne spiste mer enn halvparten av all eksportert laks i verden i 1987.<sup>46</sup> Det var også det landet som importerte mest generell sjømat i verden i 1987 med en import på 2075 tusen tonn. Av dette stod laks for 7,6 prosent av samlet importverdi, og var nummer tre etter tunfisk (7,7 prosent) og reker (27,4 prosent).<sup>47</sup>

Laksen fra vannmassene rundt Japan og generelt i Stillehavet er ikke egnet som sushi. Den er ikke særlig velsmakende spist rå og villaksen i Stillehavet kan dessuten inneholde farlige parasitter.<sup>48</sup> Det kunne derfor være vanskelig å overbevise japanerne om å bruke den norske laksen som sushi og sashimi. Det ville vise seg at det ble lettere for japanere som ikke visste hvorfor laksen i Japan ikke ble brukt til sushi og sashimi å akseptere den norske laksen til denne bruken. Det kan også tenkes at den fysiske og kulturelle avstanden fra Norge og til Japan har hjulpet med å få troen på salget av laksesushi. Potensielt kan uvitenheten om at laks var forbundet med noe en absolutt ikke skulle spise fersk ha hjulpet med å ha troen på at produktet kunne realiseres som rett.<sup>49</sup>

Sashimi betyr «rå fisk» og det var til sashimi og sushi man ville anvende norsk laksen i perioden før Prosjekt Japan. Andre kjøkken varmebehandler og krydrer maten i større grad enn det man finner i tradisjonell japansk mat. Rå og generelt lite krydret naturlig smak er et ideal som tilstrebes etter innen det japanske kjøkken. Tradisjonell japansk mat skal være så nær som mulig den naturlige tilstanden til det man spiser. Det er kvalitet på ingredienser og fremheving av den allerede eksisterende smaken som er fokuset. Sashimi blir først nevnt i litteratur på midten av 1400-tallet og har endret seg fra å være en mer krydret rett, til en fremheving av fiskens egensmak. Dette idealet finner man først i Edo perioden mellom 1603 og 1868 og frem mot vår tid. På grunn av fryse og kjøleteknologi kunne man på 60-tallet nyte Sashimi i hele landet. Retten ble derfor ikke bare servert langs kysten. I sashimi blir arter fra saltvann mest brukt på grunn av mindre lukt. I dagens Japan er sashimi blitt mer vanlig kost for japanere.<sup>50</sup>

<sup>44</sup> Mah, Catherine L., *Shokuiku Governing Food and Public Health in Contemporary Japan*, *Journal of Sociology*, Volume 46, nr. 4 (2010): Thousand Oaks 2010, 393-412, 394

<sup>45</sup> Farrer, James, *The Globalization of Asian Cuisines: Transnational Networks and Culinary Contact Zones*, New York: Pelgrave Macmillan, 2015, 166

<sup>46</sup> Mappe: 447/464-1 Prosjekt Japan 1988 Rapport, JETRO International Forum on Salmon & Trout Keynote Report Japan Mr. Yoshio Tashiro, 1

<sup>47</sup> Mappe: 447/464-1 Prosjekt Japan 1988 Rapport, JETRO International Forum on Salmon & Trout Keynote Report Japan Mr. Yoshio Tashiro, 3

<sup>48</sup> Eksportutvalget for fisk, *Markedsdata: De viktigste markedene for norsk laks*, Tromsø: Eksportutvalget for fisk, 1994, 59

<sup>49</sup> Intervju med Bjørn Eirik Olsen, Tromsø, 08.11.19

<sup>50</sup> Ishige, *The History and Culture of Japanese Food*, (New York, Kegan Paul, 2001), 226

Sashimi er sett på som det ypperste i japansk tradisjonell mat, og fisken som skal bli spist må være av en meget høy kvalitet. Sashimi skal lukte minst mulig "fisk" siden det er en indikasjon på fiskens kvalitet i Japan. Av den grunn må fisken være nyfanget og av god kvalitet. Hvis tunfisk fanget for å bli spist rå ble skadet under fiske har vil den få en lavere pris. Tunfisk som ikke er skadet under fiske har høyere pris enn den som blir skadet. Det er et fokus på kvalitet når det gjelder Sashimi. Sashimi blir ofte servert med wasabi og soyasaus som smakstilsetning. Hvis fisken som brukes til sashimi ikke er av god nok kvalitet blir den brukt til andre formål. Prinsippet er at høyere kvalitet fører til «mindre» tilberedelse og krydder på maten. Sashimi var derfor avhengig av fisk med høy kvalitet og norsk laks måtte derfor ha denne egenskapen for at den skulle kunne brukes som sushi og sashimi i Japan.<sup>51</sup>

Begynnelsen av 1800-tallet i Tokyo markerer starten på moderne sushi i Japan. Sushikokker var tradisjonelt høyrøstede og muntre sammenlignet med andre japanere og representerer en egen subkultur av den tradisjonelle japanske matkulturen. Nesten alle Sushi restauranter serverer nigiri-sushi som er formet for hånd med eddik-ris og wasabi med en liten filet fersk fisk på toppen. Sushi er også en rett som er preget av at en skal smake selve fisken. Med det menes det fiskens naturlige smak, det krydder og andre tilsetninger ikke kan erstatte.

Prinsippet om naturlig smak gjelder også her, men servering av sushi er annerledes. Fisken blir ofte vist frem til besøkende i glassbeholdere bak disken for å kunne vise frem kvaliteten.<sup>52</sup> Kvalitet er et nøkkelord når det gjelder både sashimi og sushi. Her skal også fiskens kvalitet være i fokus, og hvis kvaliteten er dårlig vil det få følger for retten. Ordet sushi er ikke generelt et uttrykk for rå fisk, men heller en beskrivelse av risen som blir brukt til retten.<sup>53</sup>

Sushi med fersk fisk er relativt nytt i Japansk historie, mens fermentert sushi, den eldre metoden sushi, er estimert til å gå tilbake mer enn 1000 år i tid. Den blir lagt på salt, så ris og fermentert i en periode. Det er fra denne prosessen bruken av eddik i sushiris stammer fra. I dag tar den langt mindre tid da en ikke lenger fermenterer fisken eller risen. Den serveres i dag som sashimi, altså fersk. Med fryse og kjøleteknologi sammen med moderne handelsnettverk har man i dag mulighet til å oppdrive laksesushi i store deler av verden. Man kan trekke paralleller til den japanske tradisjonen for fermentasjon av fisk til den som eksisterer i Norge. Den norske rakfisken og gravlaksen er tradisjonelt fermentert fisk i Norge og dermed ikke ulik den japanske. Det var derfor noen likheter med norsk og japansk matkultur som kan ha vært med å gjøre ideen om å bruke norsk laks til sushi og sashimi til realitet.<sup>54</sup>

Allikevel var det barrierer man måtte bryte for å selge den norske laksen på det japanske markedet. Prosjekt Japan måtte derfor forstå hvordan man skulle tilnærme seg det Japan ikke bare med handelsforbindelser, men også kulturelt. Japan var også mer avhengig av importert fisk enn tidligere. Siden oppdrettsnæringen i Norge var i vekst var det gode forutsetninger for å eksportere laks til det japanske markedet.

<sup>51</sup> Ishige, *The History and Culture of Japanese Food*, (New York, Kegan Paul, 2001), 225

<sup>52</sup> Ishige, *The History and Culture of Japanese Food*, (New York, Kegan Paul, 2001), 228

<sup>53</sup> Nakamoto, *The Japanese seafood market*, (Bergen: Foundation for Research in Economics and Business Administration, 2000), 31

<sup>54</sup> Ishige, *The History and Culture of Japanese Food*, (New York, Kegan Paul, 2001), 230



## Kapittel 3: 1985-1987 Prosjekt Japans organisasjon og begynnelse

Dette kapitlet vil forklare hva Prosjekt Japan var, hvordan det var organisert og hvorfor man ville øke eksport av marine produkter til Japan. Det vil også se på hvordan norsk laks først ble spist rå i Japan og hvilke utfordringer det var med laksens kvalitet var på det japanske markedet. Perioden som er omhandlet er helt i begynnelsen av Prosjekt Japan, og man vil se hvordan eksporten av marine produkter utviklet seg i denne perioden. Fra 1985 til 1987 var bare begynnelsen av Prosjekt Japan. Kapitlet vil vise begynnelsen på eksportutviklingen, laks på det japanske markedet og historien om utviklingen av norsk rå laks som sushi og sashimi i Japan. Alt dette skjedde i konteksten av det statlige foretaket Prosjekt Japan og det er derfor viktig å forstå hva prosjektet var og hvordan det fungerte. For å gjøre dette må man se på situasjonen i Japan som gjorde eksport av laks til Japan attraktivt.

### 3.1 Perioden før Prosjekt Japan

Det var først på 1970-tallet man begynte å eksportere fisk til Japan, men da i mindre mengder. Det var fiskearten lodde som var det første marine produktet som ble solgt til Japan i noen stor grad og etterfulgt av reker. I Norge var lodden et produkt som ikke ble spist av mennesker, men brukt som fiskemel. I Japan var det derimot vanlig å spise *tørket* lodde. Å selge lodde som mat for mennesker var lukrativt og dette startet den første store eksporten av marine produkter til landet.<sup>55</sup>

Etter den spe begynnelsen økte eksporten og dermed interessen for å eksportere andre marine produkter til landet. Interessen for det japanske markedet økte gradvis og våren 1985 sendt en delegasjon med sentrale personer i fiskerinæringen til Japan ledet av Thor Listau. Han var fiskeriminister i Kåre Willoch-regjeringen. I denne sammenheng ble det holdt møter med japanske myndigheter for å se på mulighetene på det japanske marked. Det ble bevilget tre millioner kroner fra Norges Fiskeriforskningsråd til tre forskningsstipendiater for å utføre markedsforskning rettet mot Japan.<sup>56</sup>

Foodex-varemessen i Tokyo var en varemesse for nasjoner som ville vise sine produkter for importører på det japanske marked, hvor også Norge hadde egen fremvisning av matprodukter. Foodex skulle bli sentral i markedsføringen av norsk fisk i Japan under Prosjekt Japan. Etter man så det mulige markedet for norske marine produkter ville den norske delegasjonen bryte inn i det japanske markedet for å øke eksporten fra Norge. Derfor ble det laget en handlingsplan for det mulige fellesfremstøttet rettet mot Japan etter delegasjonens reise. Sommeren 1985 ble det overlevert en rapport til fiskeriminister Thor Listau, basert på delegasjonens funn i Japan om potensiale for å øke eksporten til landet. Rapporten fikk navnet: «Prosjekt Japan - Tilrådninger og handlingsplan», og ble grunnsteinen prosjektet skulle bygges på. Det midlertidige navnet Prosjekt Japan ble forøvrig beholdt videre til prosjektets slutt i løpet av 1989.<sup>57</sup>

En av grunnene til at Norge ville øke eksporten av marine varer til Japan var at landet i 1986 var verdens største importør av marine produkter. Fra 1970 til 1986 hadde importen blitt nesten tidoblet målt i japanske yen. I tillegg til dette hadde valutakursen økt sammenlignet med annen valuta i perioden, og det var en økning i import til Japan

<sup>55</sup> Intervju med Bjørn Eirik Olsen, Tromsø, 08.11.19

<sup>56</sup> Mappe: 85.2 1985-1986 Prosjekt «Japan», En invitasjon til norsk fiskeriering å delta i Prosjekt Japan

<sup>57</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1988-89, Rapport fra aksjonsfasen (1986-1989), Sluttrapport,



på 33,6 prosent fra 1985. Japan hadde totalt 27,7 prosent av den totale importen i verden av fisk og fiskevarer i 1986 og norske myndigheter så derfor mulighetene for eksport til Japan.<sup>58</sup>

Siden norske eksportnæringen ikke i stor grad var etablert på det japanske markedet var det en mulighet for flere aktører å samarbeide for å «bryte» inn i markedet. Slik kunne man skape en delvis homogen markedsføring om norske marine produkter og et felles samarbeid om å øke eksporten til Japan. Dersom det hadde vært store etablerte eksportører på markedet ville de ha hatt liten interesse av å samarbeide med nye norske konkurrenter på grunn av konkurranse. Fiskerinæringen hadde derfor tro på at det gjennom samarbeid om et felles fremstøt var mulig å etablere den norske fisken i Japan under samme statsstøttede markedsføring. Det var et nytt område der enkelteksportører fra Norge ikke hadde faste avtaler og fortrinn over andre norske eksportører. Det ble et samarbeid delvis styrt og finansiert av statlige organisasjoner, samtidig som private bedrifter kunne foreslå eller få finansiert foretak som bedret fiskerinæringen som en helhet.

Et annet insentiv for norsk næring var at det japanske markedet hadde en befolkning på 121 millioner innbyggere. Hver person hadde et forbruk av fisk på 70 kg per person årlig.<sup>59</sup> Dette var mer enn andre nasjoner i verden og Japan var derfor verdens største marked for marine produkter og derfor en mulig viktig mulig inntektskilde for Norge. Den norske kvaliteten på marine produkter var høy, ifølge norske eksportører, og det var derfor naturlig å reklamere for produktene gjennom Prosjekt Japan. Siden man ville etablere norske fiskerinæring som helhet skulle man bruke tilnavnet «Seafood from Norway». For at dette varemerket skulle ha en positiv effekt for forståelsen av Norge som en sjømatseksportør måtte man gå inn for å ha høye kvalitetskrav. Dette er satt i sammenheng med at man med tilnavnet også representerte resten av norsk eksport av marine produkter, og man kunne potensielt skade varemerket med dårlig kvalitet. Resultatet av dårlig kvalitet kunne videre drive priser ned på norsk laks og andre marine produkter i Japan.<sup>60</sup>

Arbeidet krevde større ressurser enn andre land på grunn av den delvis proteksjonistiske handelspolitikken og det kompliserte distribusjonssystemet i Japan. I tillegg var kultur og språk også noe som krevde ressurser for å forstå. Ikke mange kunne japansk, og som nevnt tidligere har japanerne en unik matkultur. Den private næringen måtte derfor belage seg på samarbeid for å bryte inn i det japanske markedet og skape handelsforbindelser. Dette krevde selvfølgelig ressurser, men det japanske markedet var et av stedene i verden som betalte mest for sjømat og andre marine produkter. Derfor økte sannsynligheten for at det var verdt å bruke ressurser på det japanske markedet både for den private næringen og Norge som et land avhengig av eksport.<sup>61</sup>

Japan hadde hatt vekst i både befolkningen og økonomien. Folketallet i Japan hadde steget fra 93 millioner i 1960 til 121 millioner i 1985. Det ble estimert i perioden at befolkningsveksten kom til å være noe avtagende, og økningen i folketallet frem til 1987 ble sett på som et resultat av økt gjennomsnittlig levealder med flere eldre mennesker i landet.<sup>62</sup> I tillegg til dette økte reallønningene hadde tredoblet fra 1960 til

<sup>58</sup> Gripsrud, Geir. Rapport 1, *Norsk fiskeeksport til Japan*, (Oslo: Prosjekt Japan, 1987), 1

<sup>59</sup> Mappe: 88.06 Bjørn Eirik Olsen, Vedlegg I Problemområde, Søknad om forskningsstipend fra Skandinavia

<sup>60</sup> Mappe: 85.2 1985-1986 Prosjekt «Japan», Eksportutvalget for ferskfisk, Prosjekt Japan Johan Muri, 09.01.86

<sup>61</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1986-1987, Det japanske marked, utvikling i forbruk og import av marine produkter

<sup>62</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1986-1987, Det japanske marked, utvikling i forbruk og import av marine produkter, 1

1985, med oljekrisen som en stopper for den eksplosive veksten frem til 1973. Sammenlignet med Norge hadde jevnt lønnsnivå med Japan i perioden for menn, mens kvinner hadde noe lavere. Lønnstakere i alder 40-50 år hadde omlag dobbelt så høye inntekter som nyansatte på grunn av senioritetssystemet i landet.<sup>63</sup> Japan hadde dermed en stor befolkning med kjøpekraft de norske eksportørene trengte for å selge sine varer på det japanske markedet. Samtidig hadde den japanske valutaen økt sin verdi med cirka 125 prosent sammenlignet norske kroner fra 1970 til 1986. Bare fra 1. juli 1985 til 1. juli 1986 steg kursen til japanske yen med 30 prosent på grunn av styrking av japansk yen og norsk kronens devaluering. Dette innebar at den norske eksporten til Japan hadde potensiale til å lønne seg langt mer enn tidligere. Det var en stor optimisme til markedet før Prosjekt Japan ble startet sommeren 1986.<sup>64</sup>

I tillegg til kursøkning sammenlignet med norske kroner hadde forbruket av fisk i Japan økte frem til 68 kg i fangvekst i 1974 årlig per person, og det holdt seg stabilt etter dette med forbruket med 66 til 68 kg per år. I Japan så man ikke på fisk som mindreverdig sammenlignet med andre matvarer, og japansk kosthold hadde historisk vært preget av mat fra havet på grunn av de store havområdene rundt de japanske øyene. Den generelle verdien av japanske fiskeprodukter økte med 40 prosent i perioden 1960-1980 sammenlignet med konsumprisindeksen samtidig som at forbruket økte. I samme periode hadde prisene på kjøttvarer falt med 10 prosent sammenlignet med samme konsumprisindeksen. Det japanske folk hadde dermed stor forutsetning til å like de importerte marine produktene fra Norge. Det var derfor sannsynlig at sjansene for at Prosjekt Japan skulle lykkes i sitt mål om å øke eksport var gode.<sup>65</sup>

Helt frem til 1970-tallet hadde Japan eksportert større mengder marine produkter enn det de selv importerte. Endring i konsum av matvarer, større befolkning og kjøpekraft hadde ført til en gradvis økende import av marine produkter i Japan. I 1984 hadde Japan blitt verdens største importør av marine produkter. Deres andel av marine produkter på verdensmarkedet hadde blitt 25 prosent av verden. USA var en god nummer to med 22 prosent av total handel av marine produkter. I 1984 var importerte marine produkter omtrent ¼ av japansk samlet konsum. I tillegg til endringen i befolkningen, økonomi og matvaner kan man peke på at den økende globaliseringen hadde ført til større handel mellom nasjoner etter andre verdenskrig. Utgifter assosiert med transport hadde gått ned og handelsavtaler mellom nasjoner hadde gjort det lettere å eksportere varer. Teknologi som nedfrysning av fisk ble stadig bedre og man kunne bruke flytransport til marine produkter som ble solgt som ferskvare.<sup>66</sup>

Dette ble reflektert i markedet og etterspørselen av ferske, frosne og kjølte produkter økte mest. Det resulterte i at tørkede og hermetiserte produkter ikke var like viktige som tidligere. Den norske fryste og ferske oppdrettsfisken hadde derfor potensiale på det japanske markedet sammen med de andre marine produktene fra Norge. Laks var et av de dyrere fiskeproduktene der konsumsjonen økte mest i den japanske befolkningen. Laksen stod som en viktig fremtidig eksportvare til landet. Oppdrettsfisken fra Norge kunne dermed få ett nytt viktig marked.<sup>67</sup>

<sup>63</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1986-1987, Det japanske marked, utvikling i forbruk og import av marine produkter, 2

<sup>64</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1986-1987, Det japanske marked, utvikling i forbruk og import av marine produkter, 3

<sup>65</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1986-1987, Det japanske marked, utvikling i forbruk og import av marine produkter, 4

<sup>66</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1986-1987, Det japanske marked, utvikling i forbruk og import av marine produkter, 10

<sup>67</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1986-1987, Det japanske marked, utvikling i forbruk og import av marine produkter, 11

### 3.2 Prosjekt Japans praktiske utforming og tiltak

Prosjekt Japan var et felles fremstøt fra norske myndigheter og fiskerinæringen i Norge. Hovedårsaken til at man bestemte seg for å skape prosjektet var som nevnt å øke eksport av marine produkter til Japan. I 1986 hadde Prosjekt Japan en målsetning om å fordoble eksport av marine produkter i løpet av en treårsperiode fra 1986 til 1989.<sup>68</sup> For å oppnå dette skulle en rekke virkemidler blir brukt. Målet til Prosjekt Japan var å øke eksporten til landet ikke bare ved økning av volum av marine produkter, men også ved å øke prisene.<sup>69</sup>

Prosjekt Japan var unikt i Norsk historie i den forstand at det ikke fantes lignende arbeid om en samordnet eksport av marine produkter til et annet land. Grunnen til dette myndighetene gikk inn for å forstå et helt marked og kultur for å tilpasse norske marine produkter til markedet ved hjelp av forskning. Japan var som nevnt tidligere et marked man ikke hadde tradisjonelle forbindelser med sammenlignet med det europeiske marked. Bjørn Eirik Olsen, en av forfatterne av prosjektrapportene som ble skrevet for Prosjekt Japan, kom med et eksempel fra USA der norske eksportører hadde forsøkt å skape et samarbeid om å selge norske marine produkter. Forskjellen fra Prosjekt Japan var at det allerede var eksportører fra Norge på markedet som ikke var villige til å samarbeide med nye. De fryktet at de ville miste sin del av markedet og at samarbeid ikke ville være produktivt for de som allerede var etablert. Derfor hadde ikke dette prosjektet blitt en suksess. Olsen forteller at Japan stod som et nytt marked med få marine eksportvarer fra Norge. Det ble eksportert laks, men kun i mindre partier. Marine produkter som lodde og reker ble eksportert til markedet i større mengder, men det var ikke nok til å skape problemer for samarbeid med andre eksportører til markedet.<sup>70</sup>

Som nevnt var Japan på 1980-tallet et marked som ikke hadde blitt prioritert av norsk fiskerinæring. Årsakene til dette var mange, men den geografiske avstanden kan være den viktigste. Fra Norge har det vært handel med deler av Europa i flere hundre år, og grunnen til dette har vært handelsforbindelsene som har vært mulig på grunn av den geografiske avstanden. I tillegg til dette var det også en kulturell og språklig barriere med Japan. Ikke mange snakket japansk på 1980-tallet, og ikke mange i Japan hadde gode engelskkunnskaper. Det ble derfor nødvendig med større ressurser for å bli en del av dette markedet. Prosjekt Japan står dermed som et unikt prosjekt der utformingen av prosjektet måtte ta hensyn til utfordringene med det japanske markedet.

### 3.3 Prosjekt Japan iverksettes

Selve igangsettingen og organiseringen av Prosjekt Japan skulle skje så raskt som mulig. Det var derfor en bred enighet om dette i fiskerinæringen for å ha bedre sjanser på det japanske markedet i 1985. På grunn av Prosjekt Japans unike natur dette var det spesielle forutsetninger for samarbeidet og det ble forsinket til sommeren 1986 fra vinter 1986. Det var derfor utfordringer å skape prosjektet i begynnelsen.<sup>71</sup>

Det ble opprettet en styringsgruppe der medlemmene av Prosjekt Japan var representanter fra nærings og statlige organisasjoner. Norges Fiskarlag, Fiskeridepartementet og Handelsdepartementet stod med hovedtyngden i styringsgruppen. Prosjekt Japan ble styrt av representanter fra den private næringen og staten. Hovedoppgaven til styringsgruppen var å sikre at prosjektet ble planlagt og gjennomført på næringens premisser. Det var dermed en måte å få næringen involvert i

<sup>68</sup> Gripsrud, Geir. Rapport 1, *Norsk fiskeeksport til Japan*, (Oslo: Prosjekt Japan, 1987), 1

<sup>69</sup> Mappe: 447/464-1 Prosjekt Japan 1988, Økende eksport til Japan

<sup>70</sup> Intervju med Bjørn Eirik Olsen, Tromsø, 08.11.19

<sup>71</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1988-89, Rapport fra aksjonsfasen (1986-1989), 2

prosjektets større planlegging og gjennomføring. På den måten var det mer sannsynlig at de ville benytte seg av mulighetene man fikk gjennom Prosjekt Japan.<sup>72</sup>

Prosjekt Japan skulle styres av den norske stat og næringsorganisasjoner i samarbeid om å øke eksport til Japan. Siden Prosjekt Japan kunne velge å ikke støtte ulike prosjekter som ble igangsatt av private selskap i Japan hadde de selvfølgelig en viss makt over hvilke prosjekter som ble støttet. For å balansere samarbeidet ble styringsgruppen sammensatt av ulike personer i ulike organisasjoner, både private og statlige. Prosjekt Japan var igangsatt av Norges Eksportråd og styringsgruppens leder representerte derfor denne organisasjonen.

Fra 1986 til 1989 bestod styringsgruppen av daværende avdelingsdirektør Audun Midtgaard i Norges Eksportråd. Han ble formann i gruppen fra 1986 til 1988. Videre fikk markedsdirektør Per Reinboth i Norges Eksportråd stillingen fra 1988 til 1989. Finn Bergesen Jr. var generalsekretær i styringsgruppen og representerte Norges Fiskarlag som administrerende direktør. Avslutningsvis representerte han Norges Sildesalgslag også som administrerende direktør. Leiv Birkeland representerte Eksportutvalget for frossen fisk og fillet fra 1988 til 1989. Svein A. Krane var avmønstrende direktør i Fiskeindustriens Landsforening og satt i styret fra 1986 til 1989. Thor Mowinckel var direktør av Fiskeoppdretternes Salgslag og satt i styret fra 1986 til 1989. Administrerende direktør i Sildeeksportørenes Landsforening Jan-Peter Schøpp satt i styret fra 1986 til 1989. Dette var selve kjernen av styringsgruppen. Som observatører og varamedlemmer satt det representanter for Fiskeridepartementet, Utenriksdepartementet, Eksportutvalget for frossen fisk og fillet samt Norges Eksportråd.<sup>73</sup>

Styringsgruppen var en blanding av private og statlige aktører, men det var Norges Eksportråds representant som var leder av styringsgruppen. Det viser at det var Norges Eksportråd i stor grad som styrte prosjektet og hadde flest representanter i styringsgruppen. Prosjekt Japan var tross alt i all et statlig finansiert støtteforetak for å at den private næringen ville å øke eksporten til Japan. Styringsgruppen skapte mål, handlingsplaner og retningslinjer for å sikre at prosjektet ble utført i henhold til målet om å øke eksport til Japan. Det ville hindre næringen i å få for stor påvirkningsevne over prosjektet. Mål, handlingsplaner og retningslinjer ble brukt som en guide for prosjektets sekretariat i den daglige driften av prosjektet.

Sekretariatet var med på å organisere de ulike tiltakene for å øke eksport til Japan. De ansatte i sekretariatet var engasjert av Norges Eksportråd og hadde derfor tilgang til institusjonens ressurser. Det gjorde det mulig at to forskere ble satt til arbeidet om å drive markedsforskning på det kommende markedet. Forskerne Bjørn Eirik Olsen og Geir Gripsrud skrev om det japanske markedet og drev markedsforskning slik at eksportnæringen i Norge lettere kunne forstå Japans særegenheter. Forskingen ble finansiert av Norges Fiskeriforskningsråd.<sup>74</sup> Sekretariatet bestod av konsulent Ingrid Sand fra Fiskeridepartementet i 1986. Prosjektleder Richard Pedersen var ansatt i hele prosjektets periode fra 1986 til 1989, og sekretær Berit Hojem fra 1987 til 1989. Forskeren Geir Gripsrud var engasjert i prosjektet fra 1986 til 1988 og Bjørn Eirik Olsen var fra 1986 til 1989. Han ville fortsette arbeidet som fiskeriattache i Japan etter prosjektet ble avsluttet.<sup>75</sup>

De to forskerne fikk kontakt med representanter for japansk fiskerinæring og japanske myndigheter gjennom Eksportrådets direktør i Tokyo. Dette var for å få

<sup>72</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1988-89, Rapport fra aksjonsfasen (1986-1989), 2

<sup>73</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1988-89, Prosjektledelse

<sup>74</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1988-89, Rapport fra aksjonsfasen (1986-1989), 2

<sup>75</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1988-89, Prosjektledelse

ressurser til markedsforskningen og skape relasjoner til både importører og institusjoner i den japanske importnæringen. Det ble også laget en rådgivende "vennshipsgruppe" før prosjektets start. Gruppen var bestående av toppledelsen i den japanske importørforeningen, grossist-foreningen, foredlingsforeningen og fiskerlaget. Denne gruppen ville gjøre det enklere for forskerne og det private næringsliv å forstå det japanske markedet. De gav råd og veiledning som sluttrapporten av Prosjekt Japan beskriver som av uvurderlig betydning for prosjektets virksomhet og suksess.<sup>76</sup>

Forskningsarbeidet som ble gjort under Prosjekt Japan var unikt i norsk sammenheng. Grunnen til dette var at man gjorde markedsforskning på et marked som i stor grad ikke tidligere hadde blitt utnyttet til sitt fulle potensial. Man ville med markedsforskningen best mulig utnytte potensialet til det japanske markedet. Prosjekt Japan gjorde at man fikk kunnskap om markedet og det ble skapt et system for norske bedrifter som ønsket å selge sine produkter på markedet. Det var dermed mulig å skape langsiktige strategier på markedet for bedriftene som ønsket dette. Språket var en av grunnene til at man tidligere ikke kunne gjøre dette på samme måte som i vestlige land. Prosjekt Japan ville bruke den japanske strategien om å forstå markeder i utland. Industrien i landet hadde blitt gode på å skjønne hva de vestlige markedene ønsket i deres produkter. På samme måte ville Prosjekt Japan gjøre dette for det japanske markedet.<sup>77</sup>

Richard Pedersen var sjefen for den daglige driften av Prosjekt Japan og selve utføringen av prosjektet. Richard Pedersen stod for mye av kommunikasjonen mellom eksportnæringen og Prosjekt Japan i den daglige driften. Pedersen var prosjektleder i hele Prosjekt Japans periode og stod for det daglige administrative arbeidet. Som helhet representerer styringsgruppen visjonen om at Prosjekt Japan skulle være et felles fremstøt av offentlige myndigheter og fiskerinæringen. Sekretariatet under Richard Pedersen stod for utførelsen og godkjenningen av ulike tiltak for å øke eksporten til Japan. I tillegg til dette drev Hiroshi Niwa samarbeid med japanske kontakter i importbransjen av marine produkter i Japan og hjalp med utføringen av prosjektet i Japan. Niwa var en viktig person på grunn av hans forbindelser til det japanske marked. Han hadde stilling som Norges Eksportråds representant i Japan og var leder av deres kontor i Tokyo. Han arbeidet i begynnelsen av prosjektet med å sammensette japanske referansegrupper med sentrale personer innen japansk fiskerinæring og varedistribusjon.<sup>78</sup> Han er beskrevet som en person med mange kontakter på det japanske markedet og han og hans stab var derfor essensiell i Prosjekt Japan for å skape forbindelser i fiskerinæringen.<sup>79</sup>

Det var en rekke tiltak som ble gjort under Prosjekt Japan. De fleste handlet om å etablere norsk eksportnæring på det japanske markedet som en seriøs aktør villig til å tilpasse seg det japanske markedet. Finansieringen av Prosjekt Japan var basert på et samarbeid mellom Prosjekt Japan og fiskerinæringen. Utgiftene ble fordelt ved at staten støttet 50 prosent og næringen stod for de resterende 50 prosent ved generelle tiltak. Generelle tiltak kunne være samlede reklamekampanjer om norsk sjømat. Ved individuelle tiltak som gikk mot å støtte enkeltbedrifter stod offentlige midler for inntil 50 prosent av finansieringen. Det kunne derfor bare bli støttet med 33 prosent og maksimalt 50 prosent.<sup>80</sup> Det var derfor et insentiv til sjømatnæringen å samarbeide med

<sup>76</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1988-89, Rapport fra aksjonsfasen (1986-1989), 2

<sup>77</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1988-89, Angående forlengelse av NFFR's engasjement i Prosjekt Japan, 16.03.88

<sup>78</sup> Mappe: 447/464-1 Prosjekt Japan 1988, Attention: Mr. Richard Pedersen, Hiroshi Niwa, 29.11.88

<sup>79</sup> Intervju med Bjørn Eirik Olsen, Tromsø, 08.11.19

<sup>80</sup> Mappe: 447/464-1 Prosjekt Japan 1988, STG 4.4.89 Budsjett/finansiering 1989, Finansieringen av Prosjekt Japan - Offentlige Midler og Bidrag Fra Fiskerinæringen, 01.02.89

andre ved generelle tiltak slik at en større andel av pengene ble subsidiert gjennom Prosjekt Japans støttesystem. Kostnader forbundet med utstyr til kampanjeaktiviteter kunne dekkes med inntil 100 prosent av offentlige midler. Hovedtyngden av søknadene til Prosjekt Japan kom fra Vestlandet.<sup>81</sup>

Noen av de generelle tiltakene som ble gjort under Prosjekt Japan var å gi økonomisk støtte til 18 programmer om norsk fisk på japansk fjernsyn, to seminarer i Norge og cirka ti i Japan, cirka 300 salgskampanjer/norske dager i varehus, supermarkeder og restauranter samt støtte til deltagelse på matvaremessen FOODEX i 1987, 1988 og 1989. Det er også en rekke andre tiltak som ble gjort i regi av Prosjekt Japan. Hovedpoenget var at de generelle tiltakene skulle fremme Norge som en helhetlig fiskerinasjon og skape en generell bevissthet rundt norske marine produkter blant japanere generelt og blant importører i Japan.<sup>82</sup>

Prosjekt Japan arbeidet også med distribusjonskjeden. Det vil si fiskeimportører, handelshus, grossister og innkjøpssjefer i varehus og supermarkeder. Man ønsket å spre informasjon om norsk fiskerinæring for å øke eksporten også på denne måten. Prosjekt Japan var dermed en incentivordning for å øke markedsføring og annet på det japanske markedet for å øke eksporten til landet.<sup>83</sup>

### 3.4 Begynnelsen på laks som sushi og sashimi

Det var ambassadør Håkon Wexelsen Freihow som startet med ideen å bruke laks til sushi gjennom kokken som var ansatt på ambassaden i Tokyo. Han fikk servert vanlig sushi, men ville teste det med norsk oppdrettslaks i perioden 1984 og 1985.<sup>84</sup> Han syntes at kombinasjonen fungerte godt. Derfor viste han oppdagelsen også til japanere som kom innom ambassaden på møter og besøk. Dette var personer som ikke hadde noe med fiskerinæringen å gjøre og var derfor gode testpersoner for det nye retten. Grunnen til at Freihow valgte å servere sushi til de besøkende på ambassaden var at han var interessert i sjømat og han blir beskrevet som en entusiast i eksporten av dette i intervju med Bjørn Eirik Olsen. Det var også mottakelser fra japansk fiskerinæring som ble servert sushi av ambassadøren, men mennesker i bransjen var ikke like entusiastiske som japanerne som ikke hadde noe med fiskerinæringen å gjøre. Han fikk også en delegasjon fra Norge til å smake på sushi med laks. De likte ikke det nye konseptet noe særlig og delegasjonen med nordmenn mente at det mest av alt var en kuriositet mer enn ett nytt satsningsområde. Laksesushien ble dermed ikke tatt helt på alvor i begynnelsen på den norske ambassaden, men det var enkelte som likte kombinasjonen med rå norsk laks og japansk matkultur. Mennesker utenfor fagfeltet var mer positive til den nye retten, og det var tross alt disse som skulle kjøpe produktet om det fikk suksess kommersielt på det japanske markedet.

Lakseeksporten fra Norge til Japan før Prosjekt Japan gikk i denne perioden primært til fine vestlige restauranter, røyking og fine hoteller i Japan. Det var et premiumprodukt tilpasset europeisk mat, og ikke brukt til store kommersielle matprodukter. Det var de som visste minst om fiskeri og mat som likte laksen best. Persepsjon om at laks ikke skulle bli spist rå farget dermed opplevelsen av den oppdrettslaksen når den ble spist i rå form. Det var lettere for mennesker som ikke

<sup>81</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1988-89, Angående forlengelse av NFFR's engasjement i Prosjekt Japan, 16.03.88

<sup>82</sup> Olsen, Bjørn Eirik, *Norsk fisk i Japan: Konkurrentanalyse og markedsstrategi Rapport 5*, Oslo: Prosjekt Japan, 1990, 4

<sup>83</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1988-89, Rapport fra aksjonsfasen (1986-1989)

<sup>84</sup> Intervju med Bjørn Eirik Olsen, Tromsø, 08.11.19

kunne like mye om hvorfor man ikke spiste japansk laks rå til å like den norske atlantehavslaksen.<sup>85</sup>

Det er vanskelig å vite med sikkerhet om at det ikke ble spist laks rå i Japan før det ble testet av på den norske ambassade, og man kan mest sannsynlig ikke vite det med sikkerhet. Akemi Nakamoto hevder i sin analyse at laks ikke ble spist rå før 1980-tallet i Japan. Han skriver om ulike måter den norske laksen blir spist i Japan, og sushi er en av disse. Selv om teksten er skrevet i 2000 kommer dette fra en kilde som er uavhengig Prosjekt Japan og personen kommer fra Japan. Det blir også her omtalt at grunnen til at man ikke spiste laks rå før den norske laksen kom på markedet var at det var parasitter i den japanske laksen. Det er dermed mulig å fastslå med dette at det ikke ble generelt spist rå laks i stor grad i Japan på 1980-tallet fra en kilde uavhengig av Prosjekt Japan.<sup>86</sup>

Selv om rå laks ikke generelt ble brukt rå i stor grad i Japan, var det også unntak til dette. Små mengder lokalfanget laks i regionen Hokkaido på en spesiell tid av året ble brukt til sashimi. I tillegg til å inneholde parasitter var ikke den magre japanske laksen særlig velsmakende spist rå. Atlanterhavslaksen hadde dermed en fordel med at den smakte bedre og hadde et bedre fettlag i kjøttet. Det at den norske oppdrettslaksen også var fri fra parasitter var også en stor fordel.<sup>87</sup> For å differensiere den norske laksen fra den japanske ble den norske oppdrettslaksen kalt «sāmon» og ikke «sake» som var navnet på den japanske laksen. Dette ble foreslått av markedsforsker Bjørn Eirik Olsen. Den norske laksen ble dermed adskilt fra den japanske ved å bli gitt navn. Det ble på den måten lettere å spise fisken med det nye rå for japanere vant til å spise «sake» som måtte bli varmebehandlet. Det nye navnet gjorde at man ikke ville assosiere oppdrettslaksen med den japanske laksen som kunne inneholde parasitter man ikke kunne spise uten å varmebehandle.<sup>88</sup>

Det blir nevnt at den norske laksen ble anvendt til Sushi og Sashimi i 1986 i Prosjekt Japans første rapport om markedet, skrevet av Geir Gripsrud. Om det var en produsent som hadde begynt å bruke laksen til dette formålet eller om det var ambassaden som serverte maten slik som i 1985 er mer usikkert. Det er midlertidig ikke noe som tyder på at en japansk produsent ennå var involvert i å selge den norske laksen i noen stor skala i 1986. Prosjekt Japan hadde derfor ikke i 1986 begynt arbeidet om å markedsføre og selge norsk atlantehavslaks på det japanske markedet som sushi eller sashimi, men det ville vise seg at den norske laksen hadde fått omdømme på det japanske markedet blant importørene i Japan.<sup>89</sup>

### 3.5 Møtet med det japanske markedet for laks

I 1986 hadde Japan gått gjennom en stor endring i standarder til kvalitet og betegnelsen «Made in Japan» ble ikke lenger forbundet med dårlig kvalitet. Landet hadde tvert imot blitt kjent for meget god kvalitet. Det var mulig større utfordringer generelt med kvalitet når man skulle selge oppdrettslaks og andre marine produkter til landet.<sup>90</sup>

På grunn av dette støttet Prosjekt Japan arbeid om å bedre forstå hvilke forventninger man hadde til laksen og andre marine produkters kvalitet på markedet.

<sup>85</sup> Intervju med Bjørn Eirik Olsen, Tromsø, 08.11.19

<sup>86</sup> Nakamoto, Akemi, *The Japanese seafood market*, (Bergen, Foundation for Research in Economics and Business Administration, 2000), 30

<sup>87</sup> Mappe: 447/464-1 Japan 1/3-92 - 31/9-92, Årsrapport for 1991, 20.03.92, 16

<sup>88</sup> Intervju med Bjørn Eirik Olsen, Tromsø, 08.11.19

<sup>89</sup> Gripsrud, *Norsk fiskeeksport til Japan* (Oslo, Prosjekt Japan, 1987), 36

<sup>90</sup> Haugland, *Kvalitet og interorganisatoriske relasjoner: en studie av eksport av norsk oppdrettslaks*, (Bergen, Senter for anvendt forskning Norges Handelshøgskole, 1986), 32

Dette ble gjort i 1986 ved at Frionor i 1986 fikk støtte til å sende kvalitetskontrollører til Japan for å bedre forstå det japanske markedet. De rapporterte om kvalitetsproblemer med den norske laksen i Japan. Dette er det første beviset man har på at japanske importører opplevde kvalitetsproblemer med den norske laksen i Prosjekt Japans kontekst.<sup>91</sup>

Rødfargen på laksen ble beskrevet som meget viktig for japanerne, og dette var problem med den norske oppdrettslaksen. Den hadde enten feil eller ikke rød nok farge, ifølge kontrollørene som forfattet Frionors rapport om kvalitet. Med denne informasjonen rapporterte kontrollørene: «På oss kunne det virke som om japanerne egentlig ikke helt hadde bestemt seg for hvordan fargen skal være for at den er optimal. Det kunne nærmest tolkes som «årets farge er dyp rød, men vi er ikke sikre på hva neste års mote vil vise». Det er uvisst om dette var dårlig kommunikasjon mellom kontrollørene og japanerne, eller et resultat av generell japansk forsiktighet når det kommer til å kritisere den norske laksen.

I rapporten kommer det nesten frem som om at de norske kvalitetskontrollørene ikke tar de japanske kildene på alvor, og at det egentlig ikke er noe problem med den norske stillehavslaksen. Tilnærmingen japanerne hadde til kvalitet på laks var noe de norske kontrollørene tolket som «flytende» og man får inntrykk av at det ikke ble vurdert som viktig. Det var derfor ikke viktig at fargen var annerledes på den norske fisken, siden dette var noe mer overfladisk som ikke teknisk sett endret smaken. Fargen på et produkt endrer som nevnt menneskers oppfatning og smak av maten. Den hadde rett og slett en annen rødfarge enn det japanerne så på som gunstig. De norske kontrollørene klarte ikke å se dette som et problem, men foreslo å holde tett kontakt med de japanske kundene for å forsøke å få full forståelse av hva slags egenskaper laksen skulle ha. Det gir et blandet inntrykk av hvordan japanske krav til kvalitet ble tolket av kvalitetskontrollørene. Det var tross alt de som skal kjøpe fisken fra Norge. Kvalitetskontrollørene ville opprette en kanal for å bedre forstå japansk matkultur og hva som var normen i landet. Det ble her, allerede i 1986, etablert at det japanske konsument og importører hadde andre perimeter enn de norske når det kom til kvalitet og at norsk lakseoppdrettsindustri hadde problemer med å forstå hvor viktig det var.<sup>92</sup>

Den norske laksen ble også observert som mindre rød etter tining og at den gav fra seg mye vann. Japanerne foreslo at en mulig løsning på problemet var å fryse fisken til cirka minus 50 eller minus 60 grader celsius slik de gjorde med tunfisk. Tunfisk er tradisjonelt brukt til sushi og sashimi i Japan og det er derfor interessant at de japanske importørene ville behandle den norske laksen på samme måte. Sushi basert på norsk laks hadde som nevnt ikke ennå blitt vanlig. Kontrollørene skrev at forskningsinstitutter drev arbeid for å undersøke om lavtemperaturs nedfrysning resulterte i bedre kvalitet. En stor majoritet av norsk laks eksportert til Japan i perioden ble uansett ikke fryst ned, men fraktet fersk i fly. I tillegg til at rødfargen var et forbedringspotensiale ble det rapportert til kontrollørene japanske importører at laksen hadde en smak av lodde. Dette klarte ikke de norske kontrollørene å smake selv, og viser forskjellene på japanske og norske ideer om hvordan laks skulle smake. Lodde er noe som ikke er vanlig å spise i Norge, og den blir brukt mest til dyrefôr. De hadde kanskje ikke mulighet til å skjønne smaken som japanerne refererte til siden de ikke hadde smakt lodden som var vanlig å spise i Japan. Forskjellige meninger om den norske laksens kvalitet skulle bli et videre tema på det japanske markedet. Det var viktig at man skjønte de japanske

<sup>91</sup> Mappe: 447/464-1 Prosjekt Japan 1988, Rapport fra teknisk studietur til Japan, desember 1987

<sup>92</sup> Hisano, Ai, *Vizualizing Taste: How Business Changed the Look of What You Eat*, Cambridge: Harvard University Press, 2019, 11



kvalitetspreferansene hvis man skulle eksportere laks til landet i større volum enn det man gjorde i 1986. Mest av alt viser denne kvalitetskontrollen at det var usikkerhet rundt hva japanerne ville ha fra norsk side. Dette var spesielt viktig hvis den norske laksen skulle bli solgt som fisk man kunne spise rå. Sushi og sashimi krevde tross alt kvalitet fra råvarene.<sup>93</sup>

### 3.6 Hvorfor var kvalitet viktig?

Å selge laksen for en høyere pris og øke markedsandel i Japan var hovedgrunnen til at man ville forsøke å forbedre kvaliteten på alle norske marine produkter i Japan. Det er også viktig å understreke at prisen på laks ikke nødvendigvis følger kvaliteten på laksen eksportert fra Norge til Japan. Økonomien til landene som handler med hverandre og valutakurser er også faktorer som kan påvirke hvor mye laks et land importerer, og prisene på laksen. Hvis den norske kronen devaluerer sammenlignet med japanske yen, vil det bli billigere å importere fisk fra Norge til Japan. Japanerne var også opptatt av stabilitet fra sine eksportører og gode avtaler mellom eksportører. Dette kan også påvirke prisen. Hvis et land solgte fisk for en generell gjennomsnittlig høy pris til Japan, kan stabile avtaler vært grunnen. I Japan ble et stabilt og langt handelssamarbeid satt pris på. Fiskens kvalitet er derfor ikke nødvendigvis årsak til prisendringer. På grunn av dette gir ikke prisen på norsk laks i Japan det helhetlige bildet man kanskje skulle tro at det gjorde. Man må også huske at oppdrettslaks fra Norge i stor grad var et nytt produkt på det japanske markedet da Prosjekt Japan ble iverksatt i 1986, og det ikke derfor var et større etablert handelssamarbeid i bransjen. Av den grunn er det ikke er satt fokus på priser alene for å undersøke om det var problemer med kvaliteten på den norske laksen. Markedsforskeren ansatt i Prosjekt Japan, Geir Gripsrud, fikk inntrykk av eksportørene ikke tenkte langsiktig nok. Markedet var ustabil på grunn av fangst i Norge og i andre land og oppdrettslaks ble også laks ble berørt av dette siden den også konkurrerte med villaks. Det var altså mange andre variabler som kunne påvirke prisene.<sup>94</sup>

Året 1986 avsluttes med en negativ eksportutvikling til Japan. Etter at lodden forsvant fra norske havområder mistet man en viktig eksportvare og fikk mindre eksport til Japan i 1986 målt i norske kroner. Grunnen til dette var at det var et frafall av lodde på det japanske markedet. Prosjekt Japan var også i sitt første år i å øke eksporten og arbeidet hadde ikke ennå vist resultat. Siden loddefangsten i Norge hadde vært en stor eksportvare til Japan gjorde loddestammens totale frafall det vanskelig å vise noe positivt resultat til eksportørene. Det ble dermed en relativ dårlig start for Prosjekt Japan, men frafall av loddebestanden kan ha gjort at man begynte å se på andre alternativer for å øke eksporten til landet.<sup>95</sup>

Etter loddens frafall var reker i 1986 den største klart største importvaren i landet fra Norge, og stod for 36,7 prosent av importverdien av fisk og fiskevarer. Importen av laks hadde 10,2 prosent av importverdien til Japan. Reker og laks var derfor et naturlig marked å øke eksporten av disse varene på. USA var i 1986 den største eksportøren til Japan med 16,4 prosent av verdien av marine produkter importert til landet bare ti år etter de hadde hatt 5 prosent av import på 1970-tallet. USA hadde økt sin eksport sterkt fra å ha rundt 5 prosent av importen ved midten av 1970-tallet. Laks og lakserogn stod for halvparten av den totale verdien av marine produkter importert til Japan.<sup>96</sup>

<sup>93</sup> Mappe: 447/464-1 Prosjekt Japan 1988, Rapport fra teknisk studietur til Japan, desember 1987

<sup>94</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan Nytt Fra Prosjekt Japan brosjyrer/Div., Erfaringer fra arbeidet med «Prosjekt Japan» av Geir Gripsrud, 9-10.06.87, 7

<sup>95</sup> Olsen, *Norsk fisk i Japan*, (Oslo, Prosjekt Japan, 1990), 3

<sup>96</sup> Gripsrud, *Norsk fiskeeksport til Japan* (Oslo, Prosjekt Japan, 1987), 2

Det var derfor gode økonomiske premisser i eksport til landet. Både på grunn av den økonomiske veksten i landet, men også avhengigheten av importert mat i form av marine produkter. Spesielt kunne laksen ha en viktig rolle i eksporten siden dette var det marine produktet som ble eksportert med mest verdi til Japan i 1986. Norge var også den fjerde største eksportøren av fiskeprodukter i verden i 1986 og stod for 5,7 prosent av verdens eksport. Loddens frafall, Norges posisjon som eksportør av marine produkter og laksens rolle i japansk import av mat indikerte at laksens rolle kunne bli viktig fremover. I tillegg til dette var oppdrettsbransjen i vekst i Norge og det var også med det gode premisser i satsning på lakseeksport. Til tross for disse gode indikasjonene var det enkelte som mente at prosjektet kunne ha blitt organisert annerledes.<sup>97</sup>

### 3.7 Prosjekt Japans første fase

Markedsforskeren Geir Gripsrud som jobbet for prosjektet mente i 1987 at Prosjekt Japan ville ha hatt en større suksess hvis den hadde blitt engasjert fra en mindre gruppe eksportører som ville ha støtte av staten, og ikke motsatt. På denne måten, mente han, at det ville være enklere å diskutere seg frem til hvilket informasjonsbehov de hadde. Gripsrud trodde at eksportørene ikke var like engasjerte som Norges Eksportråd i det japanske markedets fremtidige prospekter. Det viser at det ikke var en helhetlig enighet innad i prosjektet om strategien som hadde blitt lagt for å øke eksporten til det japanske markedet. Dette hadde som nevnt ikke blitt gjort før og det var derfor naturlig at det var ulike meninger om hvilken strategi som hadde vært best for å øke eksport til det japanske markedet. Meningene Gripsrud hadde rundt Prosjekt Japan var dermed av en relativt negativ natur og han var ikke den eneste som mente at Prosjekt Japan hadde problemer.<sup>98</sup>

Finn Bergesen jr. i Norges Fiskarlag var redd for at det ikke var nok engasjement rundt ideer, produkter og markedsføring i Japan. Han uttalte i et brev til eksportørene at de måtte skjerpe seg og ikke bare bruke prosjektets ressurser til å reise til Japan. Bergesen jr. mente at de også måtte finne på ideer som kunne forbedre produkt, kvalitet og salgssiden. Han sa også at eksportørene må forberede seg på at det kom til å koste penger, noe som gir en indikasjon på at det ikke var villighet til å bruke mye penger på det kommende markedet til tross for statsstøtten. Norges Fiskarlag var og er en fag- og næringsorganisasjon for norske yrkesfiskere. Gripsrud og Bergesens uttalelser om prosjektet gir en indikator på at det var en viss negativitet til prosjektet. Den private næringens mindre enn antatte engasjement og loddens frafall merket en relativt svak begynnelse på prosjektet. Til tross for denne negativiteten var Prosjekt Japan ett foretak som hadde langsiktige planer om å øke eksporten til Japan. Det var uansett vanskelig å vite hvor interessert næringen kom til å bli i prosjektet før Prosjekt Japans start.<sup>99</sup>

Begynnelsen av Prosjekt Japan ble dermed en blanding av gode og dårlige utviklinger, men det er viktig å påpeke at den totale eksporten til landet ville gått opp hvis det ikke hadde vært for at loddebestanden hadde blitt borte i norske havområder. De norske eksportørene av laks hadde fått en viss forståelse hva slags kvalitet det japanske markedet krevde, og man hadde fått en ide om hva som skulle til for å kunne møte disse kravene. Om de norske eksportørene ville følge rådene fra japansk side ville tiden vise. Allerede så man mye av det som kom til å prege laksen fremover. Eksporten

<sup>97</sup> Gripsrud, *Norsk fiskeeksport til Japan* (Oslo, Prosjekt Japan, 1987), 5

<sup>98</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan Nytt Fra Prosjekt Japan brosjyrer/Div.: Erfaringer fra arbeidet med «Prosjekt Japan» av Geir Gripsrud, 7

<sup>99</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan Nytt Fra Prosjekt Japan brosjyrer/Div., Norges Fiskarlag «Kjære eksportører»

av laks hadde økt og man hadde startet å eksperimentere med norsk laks spist rå. Det ville vise seg videre om man kom til å klarer å selge den på det japanske markedet.



## Kapittel 4 1987-1989 Den norske laksen etableres i Japan

Dette kapittelet vil ta for seg perioden 1987-1989 da Prosjekt Japan hadde kommet i gang med arbeidet om å øke eksport av laks og andre marine produkter. Perioden fra sommeren 1986 til slutten av 1989 ble kalt aksjonsfasen av prosjektet, og det var her man skulle utføre planene lagt i 1985 og 1986 om å øke eksport til det japanske marked. Det er en periode man ser begynnelsen på det som kom til å bli den kommersialiserte sushien og fremveksten av oppdrettslaks brukt til sushi og sashimi i Japan. Dette kapittelet vil svare på hvordan man fikk til å kommersialisere den norske oppdrettslaksen som sushi og sashimi gjennom Prosjekt Japan. Det vil også se på om Prosjekt Japan klarte å øke salget av marine produkter til Japan med fokus på laks så vel som utfordringene med dette arbeidet.

### 4.1 Avtale om produksjon av laks som sashimi

Det er ikke noen indikasjon på at man forsøkte å satse kommersielt på norsk laks som sushi eller sashimi før satsningen i 1987 med den japanske matprodusenten Koio Suisan. Avtalen beviste i perioden at man kunne satse på laks som sashimi og sushi. Koio Suisan var en japansk matprodusent som valgte å bruke norsk atlantehavslaks og selge den som sashimi. Sashimi er rå fisk med ris i en bolle eller på en tallerken uten at det er delt opp i mindre biter og som nevnt kapittel 2 sammenlignbar med sushi. Den viktigste likheten og grunnen til at sushi og sashimi ofte er skrevet om i samme setning er at de begge er servert rå. Siden norsk laks kunne bli servert rå var det grunn til å forsøke å selge laksen som en av de to rettene. Den ble både solgt i større matvarekjeder og restauranter.<sup>100</sup>

Koio Suisans satsning var et eksempel på at den norske laksen kunne bli solgt som rå fisk utenfor rammene av norsk promotering og servering på den norske ambassaden. Det var også viktig at det var et japansk selskap som ville satse på laksen og viser at det var tro på å kunne selge laks som sashimi. Nå var det tro på konseptet, ikke bare blant de som jobbet med Prosjekt Japan, men også i den japanske fiskeriindustrien. Som nevnt tidligere var det ikke noe tro på at den norske laksen fungerte som sushi eller sashimi tidligere blant personer i den norske og ikke minst japanske fiskeriindustrien. Det at man fikk en avtale med selskapet i 1987 var en meget positiv utvikling i å bruke den norske atlantehavslaksen til sushi og sashimi. Det var da gått fra å være et eksperiment på den norske ambassaden i Tokyo til å bli et produkt man kunne kjøpe fra en respektabel produsent. Avtalen med Koio Suisan om å selge norsk oppdrettslaks som sashimi var derfor meget viktig for den videre eksportutviklingen til Japan og resten av verden. Dette var mest sannsynlig en av de første avtalene som innebar å selge rå laks i stor skala og et viktig signal på at det gikk å kommersialisere atlantehavslaksen for rå konsum.

Norge var i 1987 primært en eksportør av fersk laks til Japan. Dette året ble det eksportert totalt 1456 tonn laks til Japan fra Norge, av dette var det 1096 tonn fersk laks. Den norske ferske laksen var derfor i denne perioden langt viktigere enn den frysede. Den norske ferske laksen ble brukt på europeiske restauranter og i dyrere produkter var et kvalitetsprodukt. Norge var landet som eksporterte mest fersk laks til Japan med god margin dette året. USA var nummer to og eksporterte 256 tonn fersk laks i året som er lite sammenlignet med de 1096 tonn fra Norge. I nisjen for importert

<sup>100</sup> Nakamoto, The Japanese seafood market, (Bergen: Foundation for Research in Economics and Business Administration, 2000), 32

fersk laks hadde Norge en stor markedsandel. Med denne nisjen var det også en mulighet til å etablere seg som et kvalitetsland med den mer «eksklusive» ferske laksen. Den norske laksen ble flytransportert til Japan på grunn av den lange avstanden. Transportkostnaden med fly fra Norge til Japan sammenlignet med land som lå nærmere var høye. De japanske importørene hadde store forventninger til kvaliteten på fisken. Å satse på kvalitet, og etablere atlantehavslaksen som en fisk «ren» nok til å brukes til sushi og sashimi kan ha økt prisene på produktet.<sup>101</sup>

## 4.2 Laks som sushi blir meget populært på det japanske marked

Selv om avtalen med Koio Suisan i seg selv var viktig og viste at japanerne spiste rå laks, så ble det også satset på markedsføring der den norske laksens kvalitet som spises rå i de japanske rettene. Dette førte til at det allerede i 1987 og 1988 ble solgt sushi på varehuset Tobu i Japan. I 1987 toppet sushi med norsk oppdrettslaks statistikken på varer som var mest innbringende i matbutikkjeden Tobu i en uke dedikert til promotering av norsk laks. Det ble solgt sushi til verdi av 1.991.700 Yen uken. Det ble promotert flere norske varer i matvarekjeden. Sammenlignet med røkt laks som solgte for 1.577.600 var det en indikasjon på at den ferske norske laksen allerede hadde blitt akseptert på det japanske markedet som sushi.<sup>102</sup>

Det var Hiroshi Niwa som rapporterte tallene til Prosjekt Japan og man får inntrykk av at det var han som var leddet mellom kjeden og Prosjekt Japan. Han stod også for mye av kommunikasjonen mellom prosjektet og importørene i Japan.<sup>103</sup>

Den årlige promoteringen av sjømat fra Norge hadde økt salget med 14,8 prosent i 1988 sammenlignet med 1987 og norske marine produkter begynte å få suksess på det japanske markedet. I promoteringen i 1988 var det 40 butikker i Tobukjeden som deltok i den ukelange promoteringen. Promoteringen ble sannsynligvis startet i 1987 som del av Prosjekt Japan og blir først nevnt dette året. Det viser at det var stor tro på konseptet og man ville i 1988 fortsette promoteringen av produktet med salg i Japan blant annet gjennom Koio Suisan. Sushien var den mest solgte av de norske varene i matbutikkjeden. Laksesushi ble solgte med relativt god margin. Totalt ble det solgte laksesushi for 1.217.801 Yen i løpet av uken, mens gjennomsnittet for alle de norske produktene solgt i butikken var 364.378 Yen daglig. Dette er objektive bevis som viser at det var et marked for produktet allerede i 1988, og gode fremtidige muligheter for salg av norsk laks som sushi i Japan.<sup>104</sup>

Gjennom de nevnte kanaler og utsalgssteder var sushi og sashimi basert på norsk laks mestselgende produkter. Dette viste også den potensielle fremtiden produktet hadde i Japan og resten av verden. Tallene fra Tobu viste at sushi av laks var det mest innbringende produktet, og salget av rå kvalitetslaks hadde potensiale til å bli viktig for norske eksportører i Japan. Man kan sette spørsmål om det manglet et rammeverk for satsning på nisjeprodukter. Det er også mulig at næringen ikke så potensialet i disse tallene. Det er i utgangspunktet vanskelig bestemme seg for å satse på et produkt som ikke ennå hadde blitt vidt akseptert eller hatt overbevisende suksess. Men med satsningen på sushi i Tobu-kjeden og sashimisatsningen til Koio Suisan var mulighetene dokumentert. Det viste seg å være fullt mulig å selge norsk atlantehavslaks som sushi og sashimi på det japanske marked.

<sup>101</sup> Mappe: 447/464-1 Prosjekt Japan 1988, JETRO International Forum on Salmon & Trout Keynote Report Japan Mr. Yoshio Tashiro, november 1988, 4

<sup>102</sup> Mappe: 447/464-1 Prosjekt Japan 1988, Results of the Norwegian Seafoods Week at Tobu Department Store, 10.11.88

<sup>103</sup> Mappe: Prosjekt Japan 1/1-89 – 447/464-1eo, Tobu varehus, 10.11.88

<sup>104</sup> Mappe: Prosjekt Japan 1/1-89 – 447/464-1eo, Pedersen, Re: Expenses of Tobu Super Market, 10.11.88

Det ble også markedsført Sushi i Oslo i 1988.<sup>105</sup> På åpen dag i samarbeid med Sakura restaurant ble det servert sushi sammen med en utstilling av japanske fiskeprodukter som en del av Prosjekt Japan. Prosjekt Japan støttet dette med bannere og annet promoteringsmateriale i denne sammenheng. Prosjekt Japan ble her synliggjort også i Norge. Man skulle tro at det var naturlig å selge laksesushi i Norge. Et hjemmemarked for rå laksesushi ville gi synergier for eksempel innen markedsføring og derved økt salg. Men å skape et marked i Norge for rå laksesushi ble det nok ikke satset særlig på. Det er ikke noe som tyder direkte på stor innsats her. Det ble for første gang åpnet en sushirestaurant i Oslo i 1985. Men en kan nok si at den norske laksesushien hadde en sentral rolle i å introdusere det norske folk til konsum av rå laks.<sup>106</sup>

### 4.3 Fallende oljepriser

En annen grunn til at Prosjekt Japan var viktig er de fallende oljeprisene i 1988. Den norske økonomien ble i større grad avhengig av annen eksport. Den 8. juni i 1988 blir det argumentert i et utkast til handelsministerens innlegg om argumentasjon for Prosjekt Japan at de fallende oljeprisene gjorde at Prosjekt Japan ble mer viktig for å opprettholde en handelsbalanse og et eventuelt handelsoverskudd i Norge. De store oljeinntektene hadde altså ikke ennå kommet og sjømat var derfor i større grad viktig for den norske økonomien. Eksport av varer og tjenester er som kjent viktig for mindre land som Norge. Det interne markedet i Norge er lite sammenlignet med land som Tyskland og USA som handler mer innenriks og er derfor mer avhengig av det eksterne markedet. Normalt var cirka 40 prosent av norsk økonomi rettet mot eksportmarkedet i 1980-årene.

En annen grunn til engasjementet i Japan er også at prisene på varer i Norge hadde økt og blitt mindre konkurransedyktige. Eksporten av laks ble sett på som del av løsningen på betalingsbalanseproblemet man hadde i perioden. Japan kunne bli et stort marked for norsk fisk. En del av handelsstrategien til Norge var å øke eksporten så mye som mulig frem mot 2000, og Prosjekt Japan ble en del av denne strategien. Prosjekt Japan blir beskrevet som starten på å skape konkrete handelsforbindelser for økt eksport av fisk. Dette ved å gjøre landene kjent med hverandre både kulturelt og eksportpolitisk. Det er derfor argumentert at en ikke bare skal se på resultatet av prosjektet rent bedriftsøkonomisk, men også som en investering i fremtidig handel. Siden prosjektet en gang måtte avsluttes ble det argumentert for at finansieringen av satsning på fisk i Japan burde "normaliseres" i et utkast til handelsministerens innlegg i 1988.<sup>107</sup>

Det var en tro på det arbeidet som ble gjort gjennom Prosjekt Japan kom til å bedre situasjonen og at det kom til å videre hjelpe norsk eksport til landet. Med «normaliseringen» av arbeidet var nok tenkt at arbeidet med eksport av laks til Japan selvsagt skulle fortsette, men på vanlig vis og ikke prosjektbasert. Man ville dermed bevare det arbeidet som ble gjort med å etablere seg på markedet, og helst med langsiktige avtaler med japanske importører. Det var viktig at arbeidet som ble gjort under Prosjekt Japan for å sikre handelsforbindelser mellom de to land ikke ble avsluttet med prosjektet. Prosjekt Japan var planlagt avsluttet ved årsskiftet til 1990. Det var et stort fokus på de langsiktige avtalene blant det japanske importørene, som vurderte det som viktig å sikre seg norske eksportører av marine produkter som stabile handelspartnere.

<sup>105</sup> Mappe: 447/464-1 Prosjekt Japan 1988, STG-MØTET 4.MARS – OPPFØLGING, 09.03.88

<sup>106</sup> Dagbladet, "Sushi-markedet eksploderer", Dagbladet, 18.05.14,

<sup>107</sup> Mappe: Prosjekt Japan 1/1-89 – 447/464-1eo, Utkast til handelsministerens innlegg på møte, 08.06.88

#### 4.4 Norsk oppdrettslaks kvalitetsproblemer

Fremstillingen av norsk oppdrettsbransje ved lakseseminarret «Japan External Trade Organization (JETRO) International Forum on Salmon & Trout» 30-års jubileum i november 1988 i Tokyo kunne ha vært bedre hvis man ville fremstille de norske lakseoppdretterne i et godt lys. Det var administrerende direktør av Fiskeoppdretternes Salgslag, Odd Steinsbø, som presenterte innlegget fra Norge på dette seminarret. JETRO ble beskrevet av Prosjekt Japan som en organisasjon som ligner på Norges Eksportråd, men forskjellen var at den også drev importfremmende arbeid.<sup>108</sup> Det var derfor naturlig at innlegget til Norge på seminarret skulle fremme norske interesser som lakseeksportør. Det var mange ulike land som deltok og presenterte sine lands særegenheter og fordeler på seminarret i Tokyo. Disse hadde også interesse av å sette sin nasjon i ett godt lys. Hvis man skulle fremme norsk laks som en kvalitetsvare og som sushi og sashimi var dette en arena å gjøre det på. I publikum satt det representanter fra japansk importnæring og andre som ville importere laks. JETRO var et statlig organ med mål om å tilrettelegge import til det japanske marked. Det kunne derfor være lurt å fremstille den norske laksen best mulig.<sup>109</sup>

Det var Odd Steinsbø som satt kvalitetsutfordringene til den norske laksen i lys i hans tale på JETRO-konferansen. Det er en indikasjon på at laksen eksportert til Japan fra Norge hadde problemer med å være innenfor de japanske kvalitetskrav blant importørene. Det er verdt å legge merke til at det er i norsk interesse å spille på de positive aspektene ved nasjonens oppdrett. Derfor kan derfor tenkes at problemene var allment kjent eller at det var kjent i industrien og at det var derfor Norges kvalitetsproblem ble nevnt. Steinsbø mente allikevel at kvalitetskontroll som har ført til at Norge hadde suksess i innlegget. Selv om det ikke ble nevnt enkelttilfeller, var det uheldig å fremstille Norge som en nasjon som hadde hatt noen uspesifiserte kvalitetsproblem tidligere.

Fremlegget fremstiller norsk kvalitetskontroll som meget god til tross for det tidligere kvalitetsproblemene. Grunnen til at den norske fisken hadde kvalitetsproblemer var økt etterspørsel på laks. Logikken var at økt produksjon hadde ført til at norsk laks kvalitet blitt dårligere. Dette var en periode da norsk oppdrettsindustri økte produksjonen av laks raskt, men allikevel burde ikke dette ha gått utover kvalitet. Kvalitet var viktig på det japanske markedet og ble enda viktigere hvis man skulle selge den norske laksen som spiselig i rå form.

Det ble produsert mer laks enn tidligere i Norge i 1988. Det ble også uttrykt bekymringer med den norske laksen av de japanske importørene i 1986. Dette var to år før innlegget til Steinsbø, og man kan ikke derfor forklare kvalitetsproblemene på ekstraordinære tilstander i norsk oppdrettsnæring selv om det også da var vekst i bransjen. Det er naturlig for en bransje å øke produksjon og det i seg selv var nok ikke problemet med norsk laks i Japan.

Det er vanskelig å vite om innlegget på konferansen er en del av en strategi å fremstille kvaliteten på norsk laks i tiden før 1988 som unormal, slik at importørene kunne regne med at kvaliteten ville bli bedre uten egentlige forutsetninger for endring. Det er også mulig at det ble gjort eller skulle bli faktiske endringer i næringen. Produksjonen av laks ville uansett fortsette å øke i Norge. Det er også mulig at det var en periode med spesielt dårlig kvalitet og kontroll på kvaliteten, men med tanke på

<sup>108</sup> Mappe: 447/464-1 Prosjekt Japan 1988, Internasjonalt Lakseseminar i Tokyo, Richard Pedersen, 22.12.1988

<sup>109</sup> Mappe 447/464-1 Japan Samhandel/handelspolitikk 1.1.1990 - 9.4.90, JETRO'S NEW IMPORT EXPANSION PROGRAM, april 1990, 1



klagen før dette fra japanske importører i 1986 og den videre utviklingen er dette usannsynlig.

Kvalitetskontrollen laksen gikk gjennom ble beskrevet i fremlegget til Steinsbø på JETRO konferansen. All laks som ble eksportert fra Norge gikk gjennom ulike kontroller. Først ble fisken kvalitetssjekket av Fiskeoppdretternes Salgslags egne uavhengige sjekker. Fiskeoppdretternes Salgslag hadde også opplæring av oppdretterne, eksportørene og pakkerne for å sikre kvalitet. Steinsbø forklarer at det også ble gjort kontroller av inspektører ansatt i en statlig etat. Det ble også poengtert at det var lagt ned vedtatt lover om kvalitet på fisken i Norge på JETRO konferansen.<sup>110</sup>

Kvalitetssikringen av fisken virker med første blick meget gjennomgående og grundig, og det var derfor overraskende mange problemer med den norske laksen på tross av dette. Lovene nevnt for å sikre kvalitet var nok de lovene man har i Norge for å sikre at maten ikke er helseskadelig. De statlige kontrollørene var nok en del av det man i dag kaller mattilsynet, og derfor mest sannsynlig ikke noe ekstraordinært. Opplæringen av oppdretterne, eksportørene og pakkerne er heller ikke så unaturlig for å sikre kvalitet på fisken. Det var derfor ikke så «formidable» tiltak som ble gjort for å sikre kvaliteten på den norske fisken. Men et inntrykk av store kvalitetsproblemer med norsk laks var skapt.

Japan, Chile, Canada Storbritannia og USA hadde også innlegg på JETRO lakseseminaret i Tokyo. Den store forskjellen er at ingen snakket om sin nasjons kvalitetsproblemer. Det nærmeste er Canada som nevner at det nå er mer kontroll på gruvedrift som kunne ødelegge forholdene for oppdrettslaksen. Hvis kvalitetssjekk ble nevnt av noen av landene var det mest av alt skryt om hvordan og hvorfor det fungerte så godt. Norge la frem sine foretak for å sikre kvalitet, men det var også et fokus på kvalitetsproblemer som ikke lovet godt for næringen videre.

Norsk oppdrettslaks hadde sine kvalitetsproblemer, men det er vanskelig å vite om det var mer enn de andre deltagerne på JETRO. Men fremstillingen medførte et fokus på den norske laksens kvalitetsproblemer som markedsmessig ikke lovet godt for næringen videre.

#### 4.5 Markedsføring av laks

Prosjekt Japan var også en del av myndighetenes rolle i tiltak for å øke eksport av fisk og fiskerivarer utenfor Norge. Dette også for å samordne markedsføringen av fisk og fiskerivarer fra Norge. Dette hadde skjedd ved at retten til eksport til enkelte markeder var tildelt ekspertutvalg. I dette tilfellet var det Eksportutvalget for ferskfisk, men også ved at noen få foretak hadde enerett til eksport av visse varer til visse markeder. I Prosjekt Japan var det ett større samarbeid mellom de ulike eksportutvalgene for å samkjøre eksporten av laks på det japanske markedet.<sup>111</sup>

Det kom forslag fra markedsforskeren Bjørn Eirik Olsen om hvordan man skulle markedsføre den norske laksen på det japanske markedet gjennom Prosjekt Japan ved utgivelsen av siste rapport om det japanske markedet som omhandlet konkurrentanalyse og markedsstrategi skrevet for Prosjekt Japan. Det er nevnt i rapporten at norsk laks på det japanske markedet ikke er godt kjent og derfor vil være vanskelig å markedsføre. Sashimi og Laks kan derfor bli brukt som et nisjeprodukt som kunne gi ringvirkninger slik at norsk laks kunne bli sett på som en merkevare i landet. Det blir fremstilt som om

<sup>110</sup> Mappe: 447/464-1 Prosjekt Japan 1988, JETRO International Forum on Salmon & Trout Keynote Report Norway Mr. Odd Steinsbo, november 1988, 8

<sup>111</sup> Haugland, *Kvalitet og interorganisatoriske relasjoner: en studie av eksport av norsk oppdrettslaks*, (Bergen: Senter for anvendt forskning Norges Handelshøgskole, 1986), 2

dette er den beste muligheten for å kunne selge den norske merkevaren i landet. Med det mener Prosjekt Japan at å selge laksen som sushi og sashimi er måten å vise de gode kvalitetene til den norske laksen. Faktumet var at fettinnholdet og konsistensen i norsk fisk var bedre enn i annen fisk fra andre produsentland. Det var derfor lurt å fokusere på dette fortrinnet for å selge mer laks og for en høyere markedspris. Selve markedsføringen som var foreslått var utdeling av smaksprøver på supermarkeder og på varehus. I tillegg til dette blir det foreslått å gi ut prøvepartier til restauranter og sushibarer sammen med annet promosjonsmateriale. Samarbeid med japanske importører blir nevnt som en nødvendighet for å kunne finansiere markedsføringen. Importørene hadde utdelt prøver til japanere med gode tilbakemeldinger. Dette var argumentasjon for at man kunne forsøke et samarbeid om å promotere laksen med japanske produsenter.<sup>112</sup>

Prosjekt Japan drev som nevnt promotering. Det ble reklamert i den japanske avisen Nihon Keisai Ryutsu i 1989. Det ble fokusert på Norsk laks som en høykvalitetsvare, og at den skulle bli vist frem på Foodex det samme året. Reklameteksten beskriver at produktene fra Norge er ferske, og at de er av høy kvalitet. Det blir kommunisert at grunnen til den høye kvaliteten og den fantastiske smaken er produksjon i et høyteknologisk land og i et rikt sjømiljø. Kvalitet og smak blir opprettholdt med den mest avanserte teknologi, med hjelp av godt administrerte profesjonelle handelsmenn. Dette skulle medføre at salget av fisken skulle øke.<sup>113</sup>

Høyteknologi og høy kvalitet er noe av det som brukes i markedsføring av den norske fisken. Det er vanskelig å si om norsk eksportnæring var noe mer høyteknologisk enn den canadiske, australske eller chilenske. Å markedsføre Norge som et høyteknologisk land er noe som ble gjort av Prosjekt Japan gjennomgående i perioden for å appellere til det da høyteknologiske Japan. 1980-tallets Japan er kjent for å være i stor økonomisk og teknologisk blomstring, og markedsføringen vil dermed forsøke å appellere til denne selvforståelsen.

Siden den norske fisken var relativt ny for de japanske importørene hadde man den unike muligheten å etablere seg på egne premisser i landet ikke bare med fisken, men også med reklame. Det var derfor naturlig å reklamere i Japan med kvalitet som hovedkarakteristikk av norsk fisk, dette for å øke salget av norsk laks. Det stor fokus på kvalitet, kan også ha ført til at det var større forutsetning for kritikk av kvaliteten på den norske laksen. Den holdt ikke alltid hva som var lovet. Med klagen fra de japanske oppdretterne i 1986 og den tilnærmede beklagelsen av norsk laks kvalitet ved JETRO lakseseminalet i 1988 var kanskje ikke den norske reklamen for laksens kvalitet en god presentasjon av virkeligheten. Det er lett å få inntrykk av at den norske kvaliteten kunne ha vært bedre. Om problemene var kjent blant mange av de japanske importørene er usikkert, så det er ikke sikkert at reklamen ble mottatt dårlig. Hvis de hadde et inntrykk av at det faktisk var et problem er det mulig at reklamen virket mot sin hensikt. Det er viktig å ikke blåse kvalitetsproblemene ut av proporsjoner og på en måte kan denne annonsen være en indikator på at kvalitetsproblemene ikke var gjennomgående.

En av de viktigste markedsføringsarenaene var matvaremessen Foodex i Tokyo betegnes som den viktigste leddet i satsningen på det japanske markedet for norsk fisk i Prosjekt Japan i et spørsmål om statsråds- og myndighetsdeltakelse. Foodex Tokyo er en årlig messe som viser blant annet frem andre nasjoners mat det er mulig å importere til Japan. Norge som nasjon hadde deltatt på matmessen for 11. gang i 1989. Promotering

<sup>112</sup> Olsen, *Norsk fisk i Japan*, (Oslo, Prosjekt Japan, 1990), 138

<sup>113</sup> Mappe: 447/464-1 Prosjekt Japan 1989 1990, Newspaper advertising Nihon Keisai Ryutsu Translation, april 1989

av norske matvarer startet derfor ikke med Prosjekt Japan, men det økte betydelig med prosjektet.<sup>114</sup>

På "Norwegian Seafoods Fair 1989" var det 34 restauranter som var med på å fremme norsk sjømat fra 6. mars til 7. mai i 1989. Dette var en mulighet for å promotere laks og annen norsk sjømat i Japan. Her ville Prosjekt Japan fremme norsk sjømat som et generelt tiltak i å øke eksporten av de norske produktene ved hjelp av markedsføring. Den mest innbringende retten som ble solgt under Norwegian Seafoods Fair var «Salmon & Ikura Oyako Donburi», som mest sannsynlig var rå laks med ris og lakserogn. Retten med rå norsk laks hadde blitt den nest mest solgte på restauranten med totalt 20 974 solgte retter og peker på hvor populær den norske laksen hadde blitt på det japanske markedet allerede da. Den var imidlertid retten «Salmon & Ikura Oyako Donburi» det i denne promoteringen ble brukt mest penger på. Den utgjorde hele 16,8 prosent av markedsandelen i alle restaurantene som deltok i den norske promoteringen. Vi ser at norsk rå laks var blitt en vellykket konsumvare i Japan. I tillegg til dette så man at det ble en suksess på restaurantene. Dette ble dermed en videre motivasjon for å satse på den norske fisken.<sup>115</sup>

#### 4.6 Utfordringer med norsk laks spist rå i Japan

Markedet for den norske laksen i Japan ble i stor grad ikke utnyttet. Dette ble konkludert i markedsforskningen skrevet av Bjørn Eirik Olsen om Prosjekt Japans siste år i 1989. Prosjekt Japan ville heller at man skulle satse på nisjer istedenfor å konkurrere med USA og Canada. Grunnen til dette var at USA og Canada hadde store markedsføringskampanjer i Japan for sin laks på det japanske markedet. Satsning på nisjer i markedet ville være enklere enn å konkurrere direkte med de store nasjonene med større ressurser enn Norge. Laksearten solgt fra Norge var dessuten atlanterhavslaks, og hadde andre kvaliteter enn laksen fra Alaska som ble solgt fra USA og laksen fra Canada. På den måten trengte man ikke å konfrontere de andre laksetypene og den store markedsføringen som USA og Canada førte. Dette hadde blitt gjort tidligere, og kan ha vært medvirkende i å gi et dårlig inntrykk av den norske fisken som ikke var like rød som artene fra USA og Canada, og ikke minst laksen fra Japan. Ved å endre markedsføringen av den norske laksen på det japanske markedet kunne man opplyse forbrukeren om at den var annerledes enn den fra andre nasjoner og Japan.<sup>116</sup>

Den norske fisken hadde høy fettprosent sammenlignet med den japanske laksen og var derfor godt egnet til å bli brukt som sushi og sashimi. Stillehavslaksen omtalt som dårlig egnet til samme bruk på grunn av dens lave fettprosent. Hovedproblemet med den norske laksen ifølge markedsforskningen var at det japanske konsumenten ikke visste nok om den norske laksens gode egenskaper. De visste heller ikke at den norske laksen var godt egnet som Sushi og Sashimi. Norge var ikke godt kjent som fiskerinasjon i Japan i 1990. Det ble derfor nødvendig å markedsføre norsk fisk på supermarkeder som sushi og sashimi ved å dele ut smaksprøver. Denne strategien ble anbefalt av Prosjekt Japans femte rapport. Sammen med annet promoteringsmateriale anbefalte de også dele ut prøvepartier på japanske restauranter og sushibarer. Dette ble dermed Prosjekt Japans visjon for den norske laksen på det japanske markedet. Men det ville bare

<sup>114</sup> Mappe: 413.35-1 Foodex-89, Matvaremessen Foodex '89 Tokyo 7. – 11 mars 1989, Spørsmål om statsråds- og myndighetsdeltakelse, 02.02.89

<sup>115</sup> Mappe: Prosjekt Japan 1/1-89 – 447/464-1eo, Sales report for 2nd Norwegian Seafoods Fair in 1989, Totsuo Tsunoda, 05.06.1989, 16

<sup>116</sup> Olsen, *Norsk fisk i Japan*, (Oslo, Prosjekt Japan, 1990), 138

fungere om man samarbeidet tett med næringen, og man måtte bruke fisk av høyeste kvalitet.

Problemet var at den norske fisken var på grensen til lovlig bakterietetthet ved ankomst til restauranter grunnet den lange avstanden. Man måtte derfor fryse fisken ned ved transport mente markedsforsker Bjørn Eirik Olsen. Problemet var at innfrysningen var for treg og temperaturen ikke lav nok på de eksisterende nedfrysningsmetodene man hadde i 1990 til norsk laks. Tunfisk ble fryst ned til minus 60 grader celsius og man ville gjøre det samme med den norske laksen for å oppnå samme kvalitet den eksklusive tunfisken var kjent for. Tunfisk var en av fiskene som blir brukt til både sushi og sashimi, og Prosjekt Japan så på tunfisk brukt til sushi og sashimi som en inspirasjonskilde. Siden man så for seg at laksen ville bli en billig konkurrent til den dyre tunfisken kunne man ikke regne med noe samarbeid med de allerede etablerte handelskjedene til den dyrebare fisken. Det var derfor gitt forslag om å etablere egne handelskjeder med inspirasjon fra tunfisk. Det ble foreslått å fryse ned laksen til 30-40 grader minus celsius.<sup>117</sup>

Ideen ble å ha som strategien å introdusere norsk laks som et premiumprodukt. Teknologi og effektive handelskjeder som raskt kunne bringe den norske laksen til det japanske markedet var en utfordring. Dessuten hadde produsenten Koio Suisan solgt norsk laks som rå sashimi på det japanske markedet. Det var muligens derfor ikke nødvendig med den nye løsningen som var foreslått fra markedsforskningen.

Selv om Prosjekt Japan så på den bedre nedfrysningen som viktig for å sikre kvaliteten på fisken var det enda viktigere med gode handelsforbindelser. Langsiktige avtaler og godt samarbeid ble nevnt i forskningsrapporten skrevet for oppdrettsselskapene som det viktigste på det japanske marked. Dette gir en indikasjon på at det også var utfordringer med de langsiktige avtalene mellom japanske importører og norske eksportører. Som diskutert tidligere var det viktig med langsiktige avtaler også for japanske handelsmenn og fiskeriindustri.

#### 4.7 Action Japan

Kvalitet var ikke det eneste som var viktig for importørene i Japan. Dette kommer spesielt frem under subsidiesystemet for laks kalt "Action Japan". Dette var et subsidiesystem lansert av Fiskeoppdretternes Salgslag i midten av mars 1989 for Japan. Det gikk ut på at man skulle subsidiere 3 kr per kg frossen laks på partier over 500 tonn. De japanske importørene var ikke blitt fortalt om dette systemet før det ble implementert. Det resulterte i stopp av all import av laks til Japan. Noen av de japanske produsentene tok til og med turen over til Norge for å se hva som foregikk. Det ble på grunn av dette ikke solgt noe parti under denne ordningen. Den ble stoppet, men det skadet tilliten til norske eksportører i Japan. Hovedproblemet var at det ikke hadde blitt kommunisert til de japanske importørene at det nye "systemet" skulle bli implementert. Siden japanerne satt på store lagre med norsk laks ville den nye subsidierte laksen gjort at prisen hadde gått ned dramatisk, noe som hadde vært katastrofalt for de som satt på lagrene. Fiskeoppdretternes Salgslag regnet ikke rollen minsteprisene hadde som stabilisator av import, ikke bare for norske eksportører, men også for japanske importører. Om selve sekretariatet i Prosjekt Japan ble varslet eller ikke om «Action Japan» er usikkert, men disse ville mest sannsynlig ikke ha godkjent tiltaket med informasjonen de hadde om det japanske marked. Uforutsette svingninger i markedet er en indikator for økonomiske problemer i handelsbransjen og man vil helst at alt skal

<sup>117</sup> Olsen, *Norsk fisk i Japan*, (Oslo, Prosjekt Japan, 1990), 139

være så stabilt som mulig. De japanske importørene forklarte at de ikke hadde noe mot å tape penger hvis det var en del av en lengre strategi, men usikkerhet og dramatikk var en meget dårlig ide. Denne utviklingen skadet den norske fiskens omdømme i Japan blant importørene. Laksen ble etter dette feilslåtte tiltaket stemplet som en mindreverdige vare og forsøkt solgt billigere på markedet i Japan. Dette ble ikke oppfattet godt av japanske konsumenter som ifølge Prosjekt Japan ikke likte å handle på "billigsalg". De forventet at den billigere norske laksen var av dårligere kvalitet enn den vanlige laksen fra Norge og andre land.<sup>118</sup>

I 1989 var det sterkt fallende priser for laks på verdensmarkedet og det kan ha vært et resultat av dette. Det var derfor overproduksjon på det norske markedet som også bidrog til problemene. Det som Fiskeoppdretternes Salgslag trodde ville hjelpe norsk laks på det japanske markedet, skadet omdømmet og gjorde at fisken ble solgt mye billigere enn nødvendig. Hvis lagrene til de japanske importørene ikke hadde vært fulle og det hadde vært kommunisert til de i forkant kunne tiltaket ha vært positivt, men på grunn av det som kan betegnes som uaktsomhet og dårlig kommunikasjon endte det katastrofalt. Subsidiesystemet opprinnelig foreslått av Fiskeoppdretternes Salgslag tyder på stor grad av manglende markedsforståelse og kjennskap til hvordan de japanske importørene reagerer. Det var nok også betydelige kulturelle og språklige barrierer som gjorde at man i utgangspunktet trodde at å plutselig droppe priser ville falle i god jord hos de japanske importørene, men det falt på steingrunn.<sup>119</sup>

En mer langsiktig strategi hadde heller vært å bruke subsidiene til markedsføring og gratisprøver til konsumentene, mente markedsforskeren Bjørn Eirik Olsen i rapporten fra 1989. Det hadde også vært i tråd med å japanske kulturelle normer. Subsidiesystemet "Action Japan" vitner om en viss uvitenhet og uansvarlighet overfor det japanske markedet. Det kan også tolkes som om at kommunikasjonen mellom de to landene var problematisk til tross for at Prosjekt Japan var igangsatt i 1986, omlag tre år før.

Året 1989 viste seg å være et dårlig år for Prosjekt Japan sammenlignet med året før. Tilliten til norske aktører var blitt forverret på grunn av «Action Japan». Videre uforutsette prisfall og rykter om dette bidro til dette ytterligere. Dette førte til at en andel av fisken ble solgt på "consignment". Det vil si at importøren er garantert en provisjon, i dette tilfellet 16,8 prosent. Dette gjorde at man kunne auksjonere bort fisk uten risiko for å miste penger. Følgende av dette var at importører som kjøpte laks til fastsatte priser oppfattet det som et forsøk på dumpingsalg. I tillegg til dette forsøkte enkelt nye norske aktører å få fotfeste i markedet ved å underby andre norske eksportører. Resultatet ble at japanske importører ytret sin frustrasjon til den norske ambassadør i Tokyo.<sup>120</sup>

I japansk forretningskultur er konfrontasjon aller helst unngått. Den utrykte frustrasjon måtte derfor bli tatt på alvor. Dette for å kunne forbedre forholdet til de japanske lakseimportørene.<sup>121</sup>

Det ble rapportert om at den dårlige eksportkulturen ikke var representativ for flertallet av norske eksport, og derfor et mindretall som ødela for den helhetlige norske eksportnæringen i Japan. Resultatet ble mindre tillit som medførte et behov og et ønske om økt kommunikasjon mellom de ulike eksportnæringene. Det er usikkert om dette fikk

<sup>118</sup> Olsen, *Norsk fisk i Japan*, (Oslo, Prosjekt Japan, 1990), 136

<sup>119</sup> Hovland et al., *Over leiken ville han rå*, 228

<sup>120</sup> Olsen, *Norsk fisk i Japan*(Oslo, Prosjekt Japan, 1990), 137

<sup>121</sup> Dunfee, Thomas W. og Yukimasa Nagayasu, *Business Ethics: Japan and the Global Economy*, Dordrecht: Springer-Science+Business Media, 1993, 33

noen større konsekvens, men det ville bli en mindre prosentvis økning verdi av laks solgt til Japan i 1990 og 1991 sammenlignet med 1989.<sup>122</sup>

#### 4.8 Kvalitetsproblemet blir mer synlig

Det ble ikke bare rettet kritikk mot hvordan laksen ble solgt på det japanske markedet, men også laksens kvalitet. Rapporten fra 18. mars 1989 beskriver at kvaliteten på den norske laksen som lite tilfredsstillende hvis man skulle bruke fisken rå. Rapporten om kvalitetsproblemene ble skrevet av Johnny Røyrvik og japanske Tsuneo T. Kojima som var spesialister i fryseteknologi. På en av Gourmet D'Or restaurantene i Tokyo fikk de to servert sashimi. Om de var der for å skrive om kvaliteten på norsk laks eller om rapporten er skrevet på grunn av inntrykket de fikk der er usikkert.<sup>123</sup>

De testet rå sashimi på restauranten i Tokyo der den ble markedsført under «Delicious Seafood from Norway» for å introdusere norsk laks som sashimi i Japan. Kvalitetsbetegnelsen på den norske laksen var «Superior Norwegian Salmon» og i promoteringen ble den norske ambassadøren Terje Johannessen brukt som en kvalitetsgaranti for at den norske laksen var av god kvalitet. Den norske laksen ble altså også her markedsført som ett kvalitetsprodukt.

Etter å ha testet flere av sashimirettene mente Kojima og Røyrvik laksen var langt fra "superior quality" som var en betegnelse på at laksen skal være av beste sort. Laksen hadde en løs konsistens og gav fra seg en "rar" ettersmak. I 1986 ble ettersmaken betegnet av japanske importører som loddeaktig og det er sammenlignbare reaksjoner i de to sakene.

Røyrvik og Kojima fant ut at fisken hadde vært sju dager på is på vei fra produsenten av laksen og til den ble servert som Sashimi i Japan fra restauranten. De mente at dette var problematisk og at det var en altfor lang periode for fersk fisk å bli transportert når fisken skulle bli brukt til sushi. De hadde andre ideer om hvordan laksen skulle bli behandlet.

Og de la frem andre ideer om hvordan laksen skulle bli behandlet. De mente at det hadde vært best å vakuumpakke og fryse ned all fisk som skulle spises under promoterings-kampanjen for norsk fisk selv om fisken ble flyttet med fly. De så også for seg at man måtte endre transportmetoden for fisk til Japan i fremtiden. Kojima og Røyrvik hadde også forslag om at man skal ha en person i Norge som stod ansvarlig for kvaliteten på fisken i de ukene man hadde promoteringen av norsk laks og sushi på restauranten. De mente at dette kunne ha kvalitetssikret fisken og sørget for at det ble mindre sannsynlig laks av lav kvalitet ble solgt under promoteringen i Japan. Det at den norske fisken ikke var av god kvalitet mente de at ville gi importører i Japan ett dårlig inntrykk av den norske laksen på lengre sikt.<sup>124</sup>

Klagen fra Kojima og Røyrvik fikk mye oppmerksomhet og skapte mye oppmerksomhet på ambassaden i Tokyo. Den gjorde at det ble tvil om norsk laks kvalitet solgt i Japan og om man gjennom Prosjekt Japan egentlig hadde klart å forbedre kvaliteten på fisken. Å forbedre kvaliteten på norsk laks var tross alt meget viktig for å overbevise konsumentet i Japan om at man kunne spise den rå.

Johnny Røyrvik jobbet med fryseteknologi relatert til forbedring av kvalitet på eksportert fisk og var i Japan som del av Prosjekt Japan. Han hadde fremhevet den

<sup>122</sup> Statistisk Sentralbyrå, 08801: Utenrikshandel med varer, etter år, statistikkvariabel, varenummer, land og import/eksport

<sup>123</sup> Mappe: Prosjekt Japan 1/1-89 – 447/464-1eo, Prosjektets kampanje i restaurantkjede Gourmet D'Or i Tokyo, 29.03.1989, 2

<sup>124</sup> Mappe: Prosjekt Japan 1/1-89 – 447/464-1eo, Short report from testing of sashimi-dishes containing norwegian salmon in a Tokyo restaurant, 18.03.1989

frosne fiskens fortrinn i foredrag på ett av Prosjekt Japans seminarer. Direktør for Prosjekt Japan, Richard Pedersen, mente at historien fra Røyrvik fikk oppmerksomhet den ikke fortjente. Det var en uenighet om den norske laksen hadde ett kvalitetsproblem eller ikke. Pedersen ville ikke godta at klagen fra Kojima og Røyrvik. Siden klagen på den norske laksen kom det siste året av Prosjekt Japan kan klagen ha gitt inntrykk av at prosjektet ikke hadde klart å forbedre norsk laks på det japanske markedet. Å forbedre kvalitet på norsk fisk i Japan var tross alt en av målene til prosjektet. Det er også mulig at Pedersen fikk inntrykk av at rapporten skrevet om restaurantbesøket var laget for å fremme interessene til Røyrvik og Professor Kojima. De jobbet med fryseteknologi og mente naturlig nok at dette kunne være løsningen på den norske laksens kvalitetsproblem.<sup>125</sup>

Richard Pedersen mente at det var i restaurantens interesse å bruke gode råvarer, og derfor at det var rart at den norske laksen ikke var god. Samme kampanje ble gjort i 1988 i 90 dager uten at det hadde vært noe problem. Pedersen stilte derfor spørsmål om klagen på maten. Det blir pekt på i kildematerialet at Pedersen mener at Røyrvik ville promotere utvikling av fryseteknologi for å bedre laksen og at det ikke nødvendigvis var noe feil med laksen. Det ble dermed slik at man ikke tok til seg klagen fra de to som jobbet med nedfrysning av marine produkter.<sup>126</sup>

Ambassadør Terje Johannessen ble også i 1989 involvert i saken siden hans navn ble brukt i promoteringen av den norske menyen på restaurantkjeden. Han mente at det japanske markedet for fisk med fokus på dyrere sorter er viktig for den norske fremtidige eksportnæringen. Han mente at hendelsen med den dårlige norske eksportnæringen at det var svært uheldig situasjon kanskje spesielt siden hans navn hadde blitt brukt i denne sammenhengen. Johannessen mente at man må klare å opprettholde de kvalitetskrav som forventes. Varer fra Norge ble markedsført som høykvalitet fra et høyteknologiland og han mente at det var ekstra viktig å opprettholde kvaliteten på grunn av dette. Hvis det var mistanke om at leveranser ikke hadde god kvalitet frarådet ambassadøren om at det skulle bli solgt i Japan. Det kunne bli meget tapsbringende om det japanske markedet for laks skulle gå tapt som følge av utilfredsstillende kvalitet mente han. Her var det klar beskjed fra ambassadøren om at man skulle ta rapporten på alvor, og at det var et problem som måtte bedres med den norske laksens kvalitet.<sup>127</sup>

En annen mulighet er at det ikke var noe reelt problem med laksen i dette tilfellet og at det var, som Richard Pedersen sa, et enkelttilfelle. Problemet er at det ble rapportert generelle kvalitetsproblemer med laksen både før og etter hendelsen. Det at man ikke ble tatt seriøst gjorde at problemene med norsk laks kvalitet ikke ble bedre, og at man tapte potensielle kunder i tillegg til omdømme i Japan. Richard Pedersen beklaget hendelsen, men mente det hele var et enkelttilfelle. Han mente at restaurantene selv hadde sagt ifra om det var dårlig kvalitet på den norske fisken og at det ikke hadde kommet klager på laksens kvalitet tidligere. Reaksjonen fra Pedersen var dermed avvisende til klagen og han tok den ikke på alvor.<sup>128</sup>

Sashimi var også tema i den siste forskningsrapporten skrevet av Bjørn Eirik Olsen i 1989 for Prosjekt Japan. Sashimi hadde blitt et potensielt satsingsområde til norsk oppdrettsnæring, og det ble anbefalt å satse videre på dette, men det blir nevnt

<sup>125</sup> Mappe: Prosjekt Japan 1/1-89 – 447/464-1eo, Prosjektets kampanje i restaurantkjede Gourmet D'Or i Tokyo, 29.02.1989, 2

<sup>126</sup> Mappe: Prosjekt Japan 1/1-89 – 447/464-1eo, Klage på norsk laks, 06.02.1989

<sup>127</sup> Mappe: Prosjekt Japan 1/1-89 – 447/464-1eo, Klage på norsk laks, 06.02.1989

<sup>128</sup> Mappe: Prosjekt Japan 1/1-89 – 447/464-1eo, Prosjektets kampanje i restaurantkjede Gourmet D'Or i Tokyo, 29.02.1989, 2

som en nisje Norge kan markedsføre på det japanske markedet. I denne perioden ble norsk laks i all hovedsak brukt til grilling, samt i enkelte europeiske restauranter. Japanere som testet fisken hevdet at den hadde en viss odør. Smaken ble karakterisert som "muddy taste". Fettet på den norske fisken ble kritisert og karakterisert som ujevnt fordelt av de japanske importørene.

Det ble foreslått at man skulle markedsføre fisken med informasjon om hvor i Norge den kom fra. På den måten kunne importørene markedsføre laksen mer spesifikt og mot en mer kvalitetsbevisst konsumgruppe. Man var ikke i rapporten sikker på om det var fiskens art, miljø, transport eller innpakning som var årsaken til problemene man hadde med fisken.<sup>129</sup>

Laks brukt til sushi hadde også blitt mer vanlig på det japanske markedet. I oversikt over det japanske markedet for laks skrevet for de canadiske lakseeksportørene blir det nevnt at laks har blitt brukt til sushi, men at den ennå ikke har blitt utbredt og populært i 1989. Det at det ikke ennå hadde blitt populært gjorde at Norge var i en situasjon der de hadde mulighet til å sikte på dette markedet. Det viser også at det også var andre nasjoner som visste om denne nye mulige bruken av laks og det kunne derfor være hensiktsmessig for Norge å handle raskt i å introdusere laksen. Kvalitetsproblemene man hadde med den norske laksen spist rå kunne dermed bli problematisk. Canada hadde også oppfattet at laks kunne bli brukt til sushi og var derfor en mulig konkurranse i sushi segmentet.<sup>130</sup>

#### 4.9 Eksportutviklingen til laks frem til 1989

Når man ser på det totale eksporten fra 1980 til 1989 er det makrell, reker og laks som til slutt blir de viktigste eksportartiklene til Japan og av de tre hadde laks blitt viktigst i løpet av Prosjekt Japan. Laksen var en viktig del av verdiskapningen og siden dette er fokuset i oppgaven er det viktig å se på hvordan prisene utviklet seg før, under og etter Prosjekt Japan. Bortfalle av loddebestanden gjorde at man mistet mye av eksportverdien til Japan i 1986, men i 1987 og 1988 var det en meget stor eksportøkning. Alle disse årene økte eksporten av laks. Den totale eksporten var oppe på hele 808 millioner kroner i 1988 og var det høyeste i løpet av Prosjekt Japans periode. Økningen av salget av laks kan ta mye av æren for dette. Den samtlende eksporten gikk noe ned i 1989 blant annet på grunn av mindre etterspørsel på laks, men også andre marine produkter. Det var en god utvikling mot 1988, men det ville vise seg om dette kunne fortsette.<sup>131</sup>

Gjennomsnittsprisen til laks falt fra 46 til 41 kr pr kg fra 1988 til 1989 i Japan, men eksporten økte i samme periode fra 5500 tonn til 6650 tonn. Prosjektet «Action Japan» var muligens grunnen til at det ble en prisnedgang, men spørsmålene rundt kvalitet på den norske laksen kunne også ha vært en del av prisnedgangen på laks man opplevde i 1989. Til tross for dette var laksen viktig for at det ikke ble en meget stor nedgang i eksport av marine produkter dette året. Laks hadde allerede i 1988 blitt det viktigste marine produktet eksportert til Japan. Den viktigste eksportvaren innen laksesektoren var den flybårne laksen, noe som kan peke på at det var laks av høy kvalitet som skulle bli solgt på det japanske markedet.

Hvis man ser litt lengre tilbake i tid hadde norsk eksport av fersk laks gjennomsnittlig doblet hvert år i kroner fra 1984 til 1989. Dette til tross for at prisene falt fra litt over 2100 Yen/kg i 1985 til omkring 1300 Yen/kg i 1989. Om prisnedgangen var relatert til problemene med laksens kvalitet er mer usikkert å vanskelig å vite. Det er

<sup>129</sup> Olsen, *Norsk fisk i Japan*, (Oslo, Prosjekt Japan, 1990), 138

<sup>130</sup> Anderson og Kusakabe, *Analysis of the japanese salmon market*, 16

<sup>131</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1988-89: Rapport fra aksjonsfasen (1986-1989), Sluttrapport



som nevnt andre variabler som også kan påvirke prisen. Allikevel er det naturlig å tro at det kan ha påvirket prisnivået på norsk laks eksportert til Japan. Prisnedgangen kan for eksempel ha vært ett resultat av subsidiesystemet «Action Japan» nevnt tidligere. Økningen av laks på det japanske markedet førte til at den gikk fra å være en mindre viktig eksportvare i Japan til å bli den viktigste i 1989 i verdi eksportert til Japan. Laksen var derfor det viktigste segmentet i Prosjekt Japans arbeid om å øke eksport i verdi og volum til Japan. Dens utvikling på det japanske markedet var derfor meget viktig, og ikke uten problemer.<sup>132</sup>

Den årlige totale eksporten av fersk laks til Japan i 1989 var på hele 7.800 tonn årlig og 6 prosent av den totale lakseimporten til Japan som i all hovedsak bestod av fryst laks. Norsk eksport av fersk laks til Japan var mye større enn sammenlignet med de største konkurrentene USA, New Zealand og Canada. I perioden med Prosjekt Japan hadde den norske andelen av laks eksportert til landet fordoblet seg årlig.<sup>133</sup>

Det er verdt å nevne at prisen på norsk laks gikk fra litt over 1800 yen per kg i 1985 til cirka 900 yen per kg i 1989. Det var dermed en halvering av prisen på laksen i perioden Prosjekt Japan hadde som mål å forbedre prisen. Den chilenske laksens prisutvikling hadde i motsetning en god prisutvikling, og opplevde å gå fra 400 yen per kg i 1985 til 833 yen i 1989. Forskjellen på prisutviklingen på laks fra disse to landene er slående, og kvaliteten på den norske fisken hadde mest sannsynlig påvirket prisutviklingen.

Eksportutviklingen i perioden 1985 til 1989 hadde dermed vært en blandet suksess. Man hadde økt eksporten til Japan, men ikke økt markedsandelen på det japanske markedet for marine produkter. Det samme kan også sies om eksporten av laks på det japanske markedet. Det hadde vært en stor økning av eksport til landet, men det hadde også vært en prisnedgang. Totalt sett må man si at det hadde vært en meget stor økning av eksport til Japan.<sup>134</sup>

#### 4.10 Den totale eksportutviklingen til Japan

Japan hadde vært mellom 7 prosent til 8 prosent av den totale eksporten av marine produkter fra i 1988 og 1989. Norges markedsandel av marine produkter importert til Japan hadde gått fra 1,53 prosent i 1985 til 1,5 prosent i 1989 på grunn av at man hadde sluttet å eksportere lodde fra Norge. Japan hadde også importert mer marine produkter. Den norske kronen hadde også styrket seg sammenlignet til den Japanske yen, og det var også derfor dyrere å kjøpe fra Norge. Dette kan ha endret eksporten til Japan. Til tross for at Prosjekt Japan hadde gått inn for å øke salget av marine produkter ble det ikke økt prosentandel av importerte marine produkter til landet. Hvis man ser det på den måten kan man ikke si at Prosjekt Japan var en umiddelbar suksess.<sup>135</sup>

Til tross for problemene hadde det frem til 1989 vært en god eksportutvikling til Japan. Budsjettet til Prosjekt Japan ble regnet å være på mellom 60-100 millioner kroner, men ved utgangen av 1989 var det brukt bare 21 millioner kroner på tiltak som skulle bedre eksport på det japanske markedet. Det reflekterer kanskje mest av alt at det hadde vært betydelig mindre engasjement og tro på prosjektet blant eksportørene sammenlignet med det man tidligere trodde. Det var en økning av eksport til Japan på 85 prosent til tross for loddens frafall fra markedet fra 1986 frem til 1989 til tross for det beskjedne budsjettet. Målt i kroner hadde vært 406 millioner i 1986 og økte til 755

<sup>132</sup> Olsen, *Norsk fisk i Japan*, (Oslo, Prosjekt Japan, 1990), 3

<sup>133</sup> Olsen, *Norsk fisk i Japan*, (Oslo, Prosjekt Japan, 1990), 12

<sup>134</sup> Olsen, *Norsk fisk i Japan*(Oslo, Prosjekt Japan, 1990), 14

<sup>135</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1988-89: Rapport fra aksjonsfasen (1986-1989), Sluttrapport

millioner norske kroner i 1989. Lodden hadde vært en av de viktigste marine produktene eksportert til Japan før prosjektets start. Det var derfor positivt at det hadde vært vekst på markedet til tross for at loddebestanden hadde forsvunnet i Norge.<sup>136</sup>

Japan var i 1989 verdens største importørnasjon av fisk med mer enn ¼ av all eksportert fisk. Grunnen til dette er en gradvis økt kjøpekraft samtidig som at japanske fiskefartøy ble stengt ute av områder de tidligere kunne drive fiske. I tillegg til dette hadde Japan en stor befolkningsvekst etter krigen. Siden 70-tallet hadde forbruket av fisk økt med 5 prosent per innbygger og av den grunn så man for seg at markedet kom til å stagnere. Det samme skjedde også med befolkningsveksten.<sup>137</sup>

Det var også tro på at sjømateksporten kom til å stagnere til Japan var at det gikk ned fra 2,41 millioner tonn i 1988 til 2,29 millioner tonn i 1989. Spekulering blant lakse- og rekeimportører gjorde at det ble fryselagret mer enn 1,5 millioner tonn fisk i Japan. Japans rolle som verdens største importør av fisk og fiskeprodukter ville allikevel bestå, men det ble antatt en reduksjon av etterspørsel i 1990 og 1991 på grunn av den dårlige markedsutviklingen man stod i 1989.<sup>138</sup>

Det at man ikke hadde brukt store deler av budsjettet tildelt til Prosjekt Japan var ikke nødvendigvis positivt. Budsjettet ned fra 2 millioner i 1987, til 1,2 i 1989. Til tross for det som blir beskrevet som en gledelig utvikling av prosjektleder Richard Pedersen, men det var en indikasjon på mindre aktivitet relatert til Prosjekt Japan i den private næringen. Tallene reflekterer at det var mindre støttede prosjekter som ble påbegynt. Det var dermed en indikator at det ikke var like mye engasjement rundt prosjektet fra norsk fiskerinæring som i begynnelsen av prosjektet. Forskeren Geir Gripsrud mente at det det ikke var en heldig organisering av prosjektet siden det ikke engasjerte den private næringen like mye som de trodde allerede i 1987, og med nedgangen på prosjekter på markedet kan man peke på dette. Samtidig var dette siste året av Prosjekt Japan noe som også kan ha gjort at det var mindre aktivitet.<sup>139</sup>

#### 4.11 Prosjekt Japan blir avsluttet

Det ble vanskeligere å finne engasjement og penger til finansiering fra fiskerinæringen i Norge i 1989 og Prosjekt Japan ble avsluttet i løpet av siste måned i 1989. Det var fiskerinæringen som stod for mye av pengene som ble brukt i prosjektet, og det var en nedgangsperiode i fiskenæringen i Norge som gjorde at det ble vanskelig å finansiere Prosjekt Japan videre. De var avhengig av støtte fra eksportnæringen for å fortsette arbeidet. Begrunnelsen for avviklingen av Prosjekt Japan var som følger: "Siden prosjektet ble vedtatt opprettet våren 1986 har forholdene endret seg vesentlig for fiskerinæringen, og det er pr. dato vanskeligere å finne organisasjoner innenfor næringen som vil kunne delta i den videre finansieringen av prosjektets innsats."<sup>140</sup>

Etter Prosjekt Japan ble avsluttet ble det gitt 700 000 NOK delt på fire grener av norske sjømateksportører i Japan. Norges Sildesalgslag, Markedsrådet for Pelagisk Fisk, Markedsrådet for Oppdrettsfisk og Eksportutvalget for Ferskfisk. Oppdrettsfisken hadde blitt en langt mer viktig enn det den var i starten av Prosjektet med en fjerdedel av finansieringen. Økningen av primær oppdrettslaks og sekundært oppdrettsørret stod for

<sup>136</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1988-89: Rapport fra aksjonsfasen (1986-1989), Sluttrapport

<sup>137</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1988-89: Rapport fra aksjonsfasen (1986-1989), Sluttrapport

<sup>138</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1988-89: Rapport fra aksjonsfasen (1986-1989), Sluttrapport

<sup>139</sup> Mappe: 413.35-1 Foodex-89, Matvaremessen Foodex '89, Tokyo 7. - 11. Mars 1989. Søknad om støttebevilgning forbundet med norsk deltakelse, 22.12.1988

<sup>140</sup> Mappe: Prosjekt Japan 1/1-89 - 447/464-1eo, Markedsinnsatsen i Japan Etter 1. Januar 1990. Søknad om overføring av bevilgning EFF, 21.06.89

dette. En annen grunn til den økende finansieringen av lakseoppdrett kan ha vært at man så det potensielle sushi- og sashimimarkedet i landet.<sup>141</sup>

Det ble satt som mål å doble eksporten gjennom prosjektet. Dette målet ble ikke nådd, men eksporten hadde økt 85 prosent. Loddebestandens kollaps var nok en av grunnene til at man ikke nådde målet samtidig som at det ikke var like mye engasjement rundt prosjektet som man hadde håpet på. Det ble satt av 60 til 100 millioner kroner som blant annet skulle gå til markedsføringsprosjekter og annet som fremmet generell eksport til Japan. Da året 1989 var omme hadde man bare brukt 21 millioner kroner. Man kan argumentere for at dette var en indikasjon på at prosjektet hadde klart å fordoble eksporten hvis det ikke hadde vært for loddens frafall ved å bruke rundt 1/3 eller 1/5 av budsjettet. Problemet er at det også reflekterer at fiskerinæringen ikke hadde like stor tro på det japanske marked og gjorde ikke mange tiltak for å øke eksporten til landet. Det gir ett inntrykk av at det ikke hadde vært like stort engasjement rundt prosjektet som man opprinnelig trodde det kom til å bli.<sup>142</sup>

Det er vanskelig å vurdere Prosjekt Japan som en utelukkende eksportsuksess i perioden 1986-1990. Eksporten fra Norge økte til Japan, men markedsandelen hadde gått ned og det var kvalitetsproblemer på det japanske markedet. Det at loddebestanden forsvant fra norske hav kan også pekes på som en grunn til dette. Kvalitet på produktene var sannsynligvis en medvirkende faktor. Prosjekt Japan var mest sannsynlig det første forsøket fra norsk side om å selge laks til rå konsum i form av sushi og sashimi på det japanske markedet.

Oppdrettslaksens eksport fra Norge til Japan økte raskt i perioden og dette kan sees på som en suksess. Dette skjedde til tross for subsidiesystemet «Action Japan». Selv om Prosjekt Japan skulle føre til en økt forståelse av det japanske markedet ved hjelp av vennsgrupper i eksportnæringen, studieturer samt markedsforskningen så ødela «Action Japan» tilliten til de norske eksportører av laks, nettopp grunnet manglende forståelse for hvordan det japanske markedet fungerer. Den norske laksen hadde blitt introdusert på det japanske markedet som solgte varer gjennom Koio Suisan og det ble også rapportert at den norske laksen hadde også blitt solgt i enkelte varehus fra 1989. Den ble merket "Til Sashimi". Den direkte kundesresponsen i butikk hadde vært god. Det var dermed lagt et grunnlag der norsk laks var kjent vare, og et potensiale for den norske sushilaksen for videre utvikling på det japanske markedet.<sup>143</sup>

Årene 1987-1990 var preget av litt blandede resultater for Prosjekt Japan. Om arbeidet på sikt ville være med på å føre til langsiktig økt eksport til det japanske markedet, og om laks spist rå i Japan ville bli en braksuksess gjenstod å se på dette tidspunktet. Det hadde vært en stor eksportøkning til landet og man hadde klart å kommersialisere den norske laksen for rå konsum gjennom Koio Suisan. Laks spist rå ble promotert som produkt gjennom prosjektet på restauranter. Det var et kvalitetsproblem med den norske laksen som man måtte løse hvis man skulle etablere oppdrettslaksen som et kvalitetsprodukt egnet for å bli spist rå.

<sup>141</sup> Mappe: Prosjekt Japan 1/1-89 – 447/464-1eo, Møte i Prosjekt Japans Styringsgruppe, Norges Eksportråd, Oslo, 12.12.89

<sup>142</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1988-89, Rapport fra aksjonsfasen (1986-1989), Sluttrapport, 1

<sup>143</sup> Mappe: 447/464-1 Japan 1/3-92 - 31/9-92, Årsrapport for 1991, 20.03.92



## Kapittel 5: Etter Prosjekt Japan 1990-2000

Prosjekt Japans aksjonsfase ble i løpet av årsskiftet 1989-1990 avsluttet. Det vil si at det ikke lenger fantes samme støtteordninger man hadde under aksjonsfasen i fra 1986 til 1989. Det var mål om å bevare det eksportfremmende arbeidet som hadde blitt gjort i løpet av prosjektet og på grunn av dette ble Bjørn Eirik Olsen ansatt som fiskeriattache i Tokyo slik at han kunne fortsette arbeidet med eksport på det japanske markedet.<sup>144</sup> Dette kapitlet vil ta for seg tiden etter Prosjekt Japan og etter introduksjonen av rå laks samt eksportutviklingen av laks til landet. Det blir vurdert om man hadde klart å hankses med laksens kvalitetsproblemer på det japanske eller ikke. Vi ser også på om Prosjekt Japan førte til videre økt vekst i eksport av norsk laks til Japan etter avslutningen av prosjektet ved årsskiftet fra 1989 til 1990. Det vil også bli undersøkt om Prosjekt Japan klarte å forbedre generell eksport av laks på det japanske marked i en turbulent periode av norsk oppdrettshistorie. Det vil også se på om man klarte å tilpasse seg kvalitetskravene på det japanske marked, og hvordan man videre ville utvikle laksen til rå konsum frem mot år 2000.

«Den norske lakseeksporten til Japan er preget av mangel på prisstrategi. Manglende disiplin hos enkelte eksportører har, sammen med en del feilslåtte prisutspill, ført til svikt i tilliten til norsk laksenæring. Samtidig har norsk laks fått stygge rift i sitt kvalitetsimage. En vellykket tilpasning til markedet for fremtiden forutsetter disiplin og samarbeidet. Dersom norsk laks skal få et fotfeste i markedet synes det dessuten nødvendig å intensivere markedsføringen ut mot konsumentene. De største mulighetene synes å ikke i å etablere norsk laks som et nisjeprodukt i markedet for rå anvendelse (*sushi og sashimi*), der norsk laks har kvalitative fortrinn framfor konkurrentene.»<sup>145</sup>

Med disse ordene oppsummeres den siste og femte rapporten skrevet for Prosjekt Japan av Bjørn Eirik Olsen som en del av markedsforskningen. Det var med blandede følelser man kunne oppsummere Prosjekt Japan, og det gjenstod å se om Prosjekt Japan ville resultere i langsiktig vekst i eksport av laks, og om rå laks ville ha suksess på det japanske markedet.

### 5.1 Kvalitetsproblemer får konsekvenser

Det ble imidlertid en dårlig start på tiåret. Koio Suisan, som hadde brukt norsk laks som sashimi i sine produkter i 1990, byttet ut den norske atlantehavslaksen til fordel for laks fra Chile. Grunnen til dette var kvalitetsproblemer med den norske laksen. Dette hadde det blitt advart mot tidligere, men som det ser ut til at ikke ble tatt på nok alvor i norsk lakseoppdrettsindustri. Dette var en negativ utvikling for den norske laksen på det japanske markedet. Men den norske laksen hadde allikevel blitt etablert som et produkt som en kunne spise rå, og som en av de mer eksklusive japanske rettene. Man hadde dermed i løpet av 1980-tallet fått etablert den norske laksen på det japanske markedet i form av et sashimiprodukt. Det hadde vært en suksess å introdusere laks som sashimi på det japanske markedet, men det videre salget ville bruke chilensk fisk i avtalen med Koio Suisan. Dette var ett steg fremover for det generelle salget av laks som sushi og sashimi, men det var ikke til kun norske lakseoppdretteres fordel.

<sup>144</sup> Intervju med Bjørn Eirik Olsen, Tromsø, 08.11.19

<sup>145</sup> Olsen, *Norsk fisk i Japan* (Oslo, Prosjekt Japan, 1990), V

Fiskeforeprodusenten Koyo Suisan var mest opptatt av farge og tekstur i sin vurdering av laks. Den norske laksen var dårligere på disse to kvalitetskriteriene sammenlignet med den chilenske laksen og ble derfor nedprioritert av selskapet. Det også kan ha vært andre grunner til dette. Ustabilitet i norsk oppdrettsbransje kan ha vært en medvirkende faktor. Som nevnt tidligere var langvarige bånd og samarbeid viktig i japansk handel. Det var forskjeller i måten de to land drev handel og eksport, noe som kan ha vært en faktor som spilte en rolle i Koio Suisans beslutning. Hvis det hadde vært et stort kvalitetsfokus i oppdrettsnæringen og alle ledd på vegen fra oppdretter til konsument kunne dette uansett vært unngått.<sup>146</sup>

Dette var en periode med vekst i Norsk lakseoppdrettsnæring og man hadde derfor kanskje ikke det store fokuset på å forbedre fisken. Chile gikk fra å selge laks til 400 yen/kg i 1985 til å øke 976 yen/kg i 1988. I samme periode falt prisene på norsk prisen fra cirka 1830 yen/kg til cirka 1100 yen/kg. Det vil si at man gikk fra å selge den norske laksen for mer enn 4,5 ganger mer enn den chilenske laksen til å ha nærmest likt prisnivå. Prisen kan være representativ for den kvaliteten laks de solgte på det japanske markedet. Situasjonen kan være med på å illustrere bildet av at de norske importørene ikke klarte å oppnå høy kvalitet på det japanske markedet. Grunnen til at prisene falt kan ha hatt med kvaliteten på den norske laksen i Japan.<sup>147</sup>

## 5.2 Et svar på kvalitetsproblemene – prosjektet God Fisk

Det var derfor god grunn til å forbedre kvaliteten på norsk fisk. Prosjektet God Fisk var igangsatt i 1990 og var finansiert av Fiskeoppdretternes Salgslag. Ifølge prosjekt God Fisk selv var dette året oppdrettsnæring satte kvalitetssikring på dagsorden. Dette var ikke et forsøk på å fortsette arbeidet som Prosjekt Japan hadde startet. Det var her bare fokus på kvalitet på laks, men ikke spesielt mot det japanske markedet. Prosjekt Japan hadde derimot et fokus på å øke generell eksport og tilpasning av norske marine produkter til det japanske markedet.

Fiskeoppdretternes Salgslag var også en av støttespillerne til Prosjekt Japan, men ikke i like stor grad som i God Fisk-prosjektet. I styringsgruppen satt representanter fra Fiskeoppdretternes Salgslag, Norges Ferskfiskomsetnings Landsforening og Fiskeridirektoratets Kontrollverk.<sup>148</sup> Det er verdt å merke seg at prosjektet ble startet året Prosjekt Japan ble avsluttet, og de mente selv at kvalitetssikring først da ble satt på dagsorden. Grunnen til at «God Fisk» ble opprettet var at næringen og organisasjonene så det nødvendig å øke kvaliteten på norsk laks. De ville gjøre det ved å innføre bedre kvalitetssikring enn tidligere.<sup>149</sup>

Kvalitetssikring innebar fire faktorer som bestemte laksens kvalitet. Den første var hygienisk kvalitet, der kriteriene var bl.a. at laksen var fri for synlig forurensninger, og at antall mikroorganismer holdt seg innenfor bestemte rammer. Den andre var ernæringsmessig kvalitet. Det handlet om at fisken var fri for fremmedstoffer, og om den hadde riktig sammensetning av næringsstoffer, vitaminer og mineraler. Den tredje faktoren, sensorisk kvalitet, var svært relevant i forhold til erfaringene fra Prosjekt Japan. Det handlet om fisken så bra ut, hadde god farge, lukt, smak og konsistens. Her ble menneskets egne sanser tatt på alvor. Ferskhet, kjøttfarge, feithet og annet hadde også fokus. I Japan var det som nevnt andre standarder for sensorisk kvalitet,

<sup>146</sup> Nakamoto, *The Japanese seafood market*, (Bergen: Foundation for Research in Economics and Business Administration, 2000), 32

<sup>147</sup> Olsen, *Norsk fisk i Japan* (Oslo, Prosjekt Japan, 1990), 15

<sup>148</sup> Mappe: 1850.00 Bedrifter: Prosjekt God fisk, Årsrapport Prosjekt GOD FISK 1990, 3

<sup>149</sup> Mappe: 1850.00 Bedrifter: Prosjekt God fisk, Årsrapport Prosjekt GOD FISK 1990, sammendrag

eksemplifisert av at fargen på laks eksportert til Japan under Prosjekt Japan ble vurdert som for lite rød av japanerne. Det at det ikke ble fokusert direkte på japanske kriterier i prosjektet God Fisk er nok et tegn på at det var utfordringer med kvalitet på norsk oppdrettslaks i andre land, og ikke kun Japan. Den fjerde faktoren var den teknologiske kvaliteten. Det gikk ut på hva laksen skulle brukes til. For laks som skal røkes så er fettprosenten viktig. Riktig pakking uten feilskjæringer var også en del av dette. Importørene i mottagerlandene av norsk laks mente at Norge burde være ferdig med slike problemer i rapporten skrevet av God Fisk. Japanske importører ble ikke brukt som referanse av God Fisk, importørene var alle i det europeiske markedet og var ikke representert i God Fisk prosjektet. Dette kunne ha sin bakgrunn i at det hadde blitt brukt betydelige ressurser på landet gjennom Prosjekt Japan frem til året før God Fisk prosjektet startet. God Fisk hadde gått inn for en annen strategi. Totalt sett var det europeiske markedet større og mer etablert.<sup>150</sup>

### 5.3 Fordommer mot laks som sushi og sashimi

Markedsforskeren Bjørn Eirik Olsen hadde gått fra å være forsker for Prosjekt Japan til i 1991 å bli fiskeriattache i Japan. I hans årsrapport av året 1991 i Japan skriver han om fordommer mot laks spist rå. Fordommer og matvaner gjorde det vanskelig å få endret den japanske matkulturen. Olsen fremhevet hvor viktig det er at slike prosjekt kommer riktig ut riktig fra starten av, og om Prosjekt Japan hadde lyktes bedre her ville det ha medført større muligheter for raskere å overbevise japanerne. Ertertiden viste at laks skulle bli vidt akseptert som både sashimi og sushi. Rapporten skrevet av Bjørn Eirik Olsen var fremtidsrettet og viste at det var tro på det fremtidige markedet for laks som sushi og sashimi i Japan. Det er vanskelig å vite om oppdrettsnæringen tok til seg disse rådene eller ikke. Året 1991 var et meget turbulent år for oppdrettsnæringen og det kan ha vært vanskelig å tilpasse seg visjonen om å selge norsk oppdrettsfisk som et premiumprodukt ment til konsum i Japan. Det var også en rekke konkurser i bransjen i Norge på grunn av prisfall.<sup>151</sup> Men dette viser at det var positive vurderinger om norsk laks på det japanske markedet, og at det var tro på en fremtid for produktet. Det er også grunn til å poengtere at Bjørn Eirik Olsen var svært viktig for utviklingen av norsk laks ment for sushi og sashimi. Han er nok den personen i kildematerialet som hadde størst tro på den nye rettens suksess.<sup>152</sup>

Når gjelder hvor mye fisk som ble spist rå i Japan i 1991 så utgjorde dette konsumet 5-700 tusen tonn, eller 6-8 prosent av all fisk som ble spist i Japan spist rå. Tunfisken representerte halvparten av fisk spist rå, og var dermed den viktigste. Det meste av fisk konsumert rå ble var på restauranter, og det var høye standarder på kvalitet. Det var kun det absolutte toppsjiktet av fisk som ble brukt til rått konsum, og kvalitet var derfor meget viktig. Varmebehandling fjerner bakterier og denne prosessen går man naturligvis glipp av hvis man spiser noe rått. Kvaliteten på fisken brukt rå ble målt i smak og ferskhetsgrad. På grunn av dette var prisene også høye på premiumlaksen, brukt til sashimi og sushi. Blåfinnet tunfisk var den mest populære til samme bruk, med en gjennomsnittspris på 2100 yen pr kg., men det var svært store prisvariasjoner avhengig av kvalitet og ferskhetsgrad. Det var naturligvis de høye prisene man ville oppnå på laks solgt som sushi og sashimi. Hvis den norske laksen ble akseptert og kjent som godt egnet til sushi og sashimi, kunne dette øke den gjennomsnittlige prisen for rå laks også. Men å overbevise det japanske folk om at norsk

<sup>150</sup> Mappe: 1850.00 Bedrifter: Prosjekt God fisk, Oppdrettet laksefisk- slakte og produktkvalitet

<sup>151</sup> Hovland et al., Over leiken ville han rå, 234

<sup>152</sup> Mappe: 447/464-1 Japan 1/3-92 - 31/9-92, Årsrapport for 1991, 29.03.92, 17

laks egnet seg godt som sushi var en gradvis prosess. Eksportutviklingen det første året etter Prosjekt Japan viste at det var store utfordringer for norsk oppdrettsnæring.<sup>153</sup>

#### 5.4 Eksport av laks i en turbulent periode

Det var en relativt turbulent periode for norsk eksport av laks i perioden 1990-1992. Det hadde blitt ordnet store innfrysningsordninger i Norge på grunn av overproduksjon og Fiskeoppdretternes Salgslag gikk konkurs i 1991. Grunnen til konkursen i 1991 var overproduksjon, innfrysning, mindre og generelle finansproblemer i Norge fra 1989 som de ikke klarte å håndtere.<sup>154</sup>

Prisfallet på laks i 1991 var resultatet av innføringen av en stor innfrysning av norsk laks fordi det var krise i laksenæringen i 1990. Den norske kronens kurs tapte seg mot dollar og yen samtidig som at det var «svartsalg» som presset prisene. Det var anklager om dumping av priser fra Europafelleskapet og USA samtidig som at det var rekordfangst på stillehavslaks i andre deler av verden. USA bidrog også med å krympe markedet for laks ved økt eksport. Det såkalte «svartemarkedet» var en ny måte å selge laks på utenom Fiskeoppdretternes Salgslag som bestemte minstepriser for laksen. På grunn av dette ble det innført en innfrysningsordning. Dette gjorde at prisen på å fryse inn laksen var bedre enn å selge det på markedet i fersk form. Innfrysningsordningen skapte ett kunstig marked som førte til en unaturlig vekst i oppdrettsnæringen. Innfrysningsordningen representerte hele 1/3 av markedet av oppdrettslaks i Norge. Dessuten var det et prisfall mellom 1989 og 1990 som gjorde at en rekke oppdrettsfirmaer gikk konkurs. På grunn av disse faktorene var det ikke gode forutsetninger for norsk oppdrettslaks på det japanske markedet i 1990. Det var en utfordrende periode i norsk oppdrett, men Japan forble et viktig marked.<sup>155</sup>

Norge mistet markedsandeler til fordel for Australia, New Zealand, Canada og Chile i segmentet fersk laks importert til Japan fra 1990 til 1991. Den norske andelen av fersk laks gikk fra 60 prosent i 1990 ned til 54 prosent og videre til 48 prosent i 1991 på det japanske markedet. Prisen på den norske fersk laksen gikk også ned og gjennomsnittsprisen ble 1242 yen pr kg mot 1266 for øvrige leverandører. Til tross for den tapte markedsandelen var den norske laksen viktig på det japanske markedet og for var mange var atlantehavslaks blitt synonymt med norsk laks. Allikevel var 1989-1991 en problemfylt periode av eksport av oppdrettsfisk til Japan. Det ble ikke bare mistet store deler av markedsandelen, men også prisen man hadde opparbeidet.<sup>156</sup>

Det var dermed en prisnedgang på norsk laks, men eksporten av laks til Japan økte frem mot 1992. Det var ikke bare den norske laksen som gikk ned i pris, markedet gikk ned totalt ned -6,38 prosent i pris per kg fersk laks i Japan og andre nasjoner var dermed berørt av prisnedgangen. Norges laks gikk ned -9 prosent i pris noe som reflekterer problemene man hadde i norsk oppdrettsnæring og kan ha en sammenheng med kvalitetsproblemer som følge av krisen. Til tross for prisproblemene var Norge i 1992 fortsatt den største eksportøren av fersk laks til Japan med 5.161 tonn årlig sammenlignet med cirka 1.000 tonn fra både Canada og Chile. Norge dominerte derfor fortsatt importen av fersk laks segmentet til Japan. Bildet er heller annerledes når det kommer til fryst laks der Norge bare eksporterte 6.426 tonn sammenlignet med USA som totalt eksporterte hele 93.748 tonn til USA.<sup>157</sup>

<sup>153</sup> Mappe: 447/464-1 Japan 1/3-92 - 31/9-92, Årsrapport for 1991, 29.03.92, 16

<sup>154</sup> Hovland et al., *Over leiken ville han rå*, 235

<sup>155</sup> Hovland et al., *Over leiken ville han rå*, 232

<sup>156</sup> Mappe: 447/464-1 Japan 1/3-92 - 31/9-92, Årsrapport for 1991, 29.03.92, 9

<sup>157</sup> Eksportutvalget for fisk, *Markedsdata: de viktigste markedene for norsk laks*, (Tromsø, Eksportutvalget for fisk, 1994), 62



1989 var det en periode da den norske laksen mistet markedsandel på det japanske markedet. Grunnen til dette kan ha vært den turbulente tiden i 1989. Subsidiessytemet «Action Japan» viste importørene i Japan at oppdrettsbransjen i Norge hadde problemer. Samtidig viste det seg at fersklaks spist rå hadde problemer med kvaliteten. Dette kan ha vært medvirkende faktorer som førte til eksportutviklingen av laks i årene etter Prosjekt Japan. Samtidig hadde man klart å økt markedsandel på det japanske markedet og det ble et viktigere marked.

### 5.5 Prosjekt Japans bidrag til økt eksport av marine produkter

Fiskeprodukter fra Norge økte i andel av eksport til Japan fra 30 prosent i 1990 til 43 prosent i 1991. Det var eksporten av makrell som økte mest i 1991 og med sine 46 prosent av norsk eksport av fiskerivarer var det den viktigste eksportvaren til Japan dette året.<sup>158</sup> Dette er relativt gode eksporttall sammenlignet med det man hadde opplevd tidligere når det gjelder markedsandel av marine produkter i Japan. I 1990 var Japan Norges fjerde største marked sammenlignet med 1989 da det var det åttende største markedet for norsk fisk og fiskeriprodukter. Dette var en svært rask utvikling. En av grunnene til at Japan hadde blitt viktigere var at fangsten av viktige fiskeslag som alaska pollack, sardin og makrell hadde gått tilbake i Japan. Den samlede produksjonen av marine produkter gikk ned fra 12,8 millioner tonn i 1988 til 10,9 millioner tonn i 1990. Dette bidro til veksten av import til landet samtidig som at tradisjonelle markedene rundt Japan ble svake. USA og Storbritannia er eksempler på land som importerte lite fra Norge første halvår av 1991. Dette hadde nok en sammenheng med at det var økt produksjon i USA dette året. Japan hadde dermed blitt viktigere generelt for eksporten i Norge og derfor norsk økonomi.<sup>159</sup>

Japan hadde også blitt mer avhengig av import av marine produkter. Andelen norske marine produkter på det japanske markedet gikk fra 1,5 prosent i 1985 til 2,8 prosent i 1991. Prosjekt Japan hadde som mål å ha øke eksporten til landet på lang sikt og med denne statistikken ser man at det var mulig til tross for turbulente tider i norsk oppdrett. Det er viktig å ta med i betraktningen at eksportandelen til Japan gikk ned i 1987 og 1986 etter at loddefisket brøt sammen og tok bort det som var det viktigste eksportgrunnlaget disse årene. Årene viser en utvikling der norske marine produkter blitt langt viktigere i tiden etter at Prosjekt Japan ble avsluttet i 1989. Disse tallene viser at man klarte å øke eksportandel til landet ved å engasjere eksportører til å delta i arbeidet om å øke eksporten til landet.<sup>160</sup> Hvis man går frem til 1993 var Japan den viktigste handelspartneren til Norge av animalske produkter ifølge tall fra verdensbanken. Arbeidet man gjorde i perioden 1986-1989 hadde lagt grunnlaget for at Japan dette året var blitt den viktigste importøren av animalske produkter. Det er derfor ikke kontroversielt å si at Prosjekt Japan var en viktig satsning som hadde gitt resultater på lengre sikt, ved at det ble en stor suksess med økt generell eksport til Japan.<sup>161</sup>

### 5.6 Hvordan den norske laksen skulle bli tilpasset Sushi og Sashimi

Til tross for at det meste av norsk eksport av oppdrettslaks i Japan ble kjøpt i fersk form av importørene, så var det ikke stort mål å tilpasse seg til det japanske marked i 1992. Den norske laksen var blitt tilpasset det europeiske markedet med og hovedfokus på det

<sup>158</sup> Mappe: 447/464-1 Japan 1/3-92 - 31/9-92, Årsrapport for 1991, 29.03.92, 3

<sup>159</sup> Mappe: 447/464-1 Japan samhandel 1/10-91 - 29/2-92, Månedrapport fra fiskeriattache Bjørn Eirik Olsen, 05.09.91

<sup>160</sup> Mappe: 447/464-1 Japan 1/3-92 - 31/9-92, Årsrapport for 1991, 29.03.92, 5

<sup>161</sup> World Bank, Norway Animal Exports By Country and Region 1993, Norway 1993 Export Partner Share,

franske kjøkken, og ikke det japanske. Det har senere blitt vurdert at det kunne ha vært en fordel at den norske laksen på det japanske markedet hadde blitt tilpasset rå konsum med tanke på potensielt økt prisnivå, og at avtaler som med Koio Suisan hadde blitt opprettholdt. Prosjektrapporten fra 1992, skrevet av fiskeriattache Bjørn Eirik Olsen i Tokyo, så for seg at tunfisken Bluefin Tuna var ett godt forbilde for den norske laksen. Her ser man at Olsen igjen setter inn jernet for å skape et marked for den norske laksen brukt til sushi og sashimi. Han ser for seg at den norske fisken skulle ha så høy fettprosent og være så stor som mulig. Dette fordi laks med høy fettprosent fungerer godt som sushi og at den ved å være stor emulerer den tunfisken som ble betalt godt for. Ved å ligne den dyre tunfisken var det potensiale for høyere priser på den norske laksen. Olsen skriver at fargen hadde mindre å si, noe han kanskje mente ville differensiere den norske laksen fra den japanske som hadde en dypere rødfarge. Det var heller bedre å fokusere på å få den norske fisken så fet som mulig slik at det hvite kom frem i kjøttet. På den måten kunne man også differensiere seg fra annen laks og skape ett produkt rettet direkte mot sushimarkedet i Japan. For å unngå dårlig kvalitet var det også forslag om å slakte laksen uten at den ble stresset. Det ble dermed en visjon om å tilpasse den norske laksen det japanske markedet for å lage et produkt mer tilpasset sushi, sashimi og det japanske marked.<sup>162</sup>

Også uer, torsk og steinbit ble foreslått til bruk av til sashimi i 1992 av Bjørn Eirik Olsen som hadde stillingen fiskeriattache i Japan for Eksportutvalget for Fisk. For at fiskeslagene skulle bli brukt til formålet krevde det en stor endring i råstoffbehandlingen av artene. Det var nok manglende kvalitet på også dette siden det ikke ble spist som sushi eller sashimi. En av endringene var at man måtte da fange fisken skånsomt og ha en hurtig nedfrysning så fort fisken ble tatt ombord. Dette viser ønsket å repetere noe av den suksessen man hadde hatt i å selge laks til rå konsum på det japanske markedet med andre arter.<sup>163</sup>

I de to årene frem til 1993 hadde import av ørret og laks til Japan steget med hele 45 prosent. Totalt importerte Japan 40 prosent av verdens lakseproduksjon som totalt var hele 193 199 tonn fryst laks og 13 600 tonn fersk laks og 15 800 tonn fryst ørret dette året. Atlanterhavslaksen stod for 4700 tonn fryst og 10 800 fersk vare. Det vil si at av fersk laks var det atlanterhavslaksen som var viktigst. I 1993 var omtrent 50 prosent samlet forbruk av laks i Japan importert.<sup>164</sup> Dette illustrerer potensialet man hadde til å øke eksporten av laks til Japan og hvor nødvendig det var å importere laks til landet. Av de 10 800 tonn fersk atlanterhavslaks eksporterte Norge 8 204 tonn oppdrettslaks til landet og var dermed den mest etablerte eksportøren av fersk atlanterhavslaks til landet. Dette var et svært godt og viktig utgangspunkt for at Norge skulle etablere seg selv og atlanterhavslaksen som en stor kvalitetsvare i Japan.<sup>165</sup>

Bjørn Eirik Olsen hadde en ide om å endre hele bildet av den norske laksen i Japan ved å sikre god kvalitet på fisken eksportert til landet. Man skulle vektlegge "objektive" kvalitetsindikatorer som størrelse, fettinnhold, smak og konsistens. Ved å fokusere på dette kunne man velge ut riktig fisk til markedet uten at man fikk de samme kvalitetsproblemene som under aksjonsfasen til Prosjekt Japan. Merdene skulle være større og man skulle minimere bruk av medisin for å sikre kvalitet. Det skulle også bli brukt egne laksestammer med de kvalitetene sushi og sashimi krevde. Den som kjøpte fisken ville vite om det som hadde blitt gjort for å sikre kvaliteten på den japanske fisken

<sup>162</sup> Mappe: 447/464-1 Japan 1/3-92 - 31/9-92, Årsrapport for 1991, 29.03.92, 16

<sup>163</sup> Mappe: 447/464-1 Japan 1/3-92 - 31/9-92, Månedrapport fra fiskeriråd Bjørn Eirik Olsen, 11.12.92, 4

<sup>164</sup> Eksportutvalget for fisk, *Markedsdata: de viktigste markedene for norsk laks*, (Tromsø, Eksportutvalget for fisk, 1994), 58

<sup>165</sup> Statistisk Sentralbyrå, 08801: Utenrikshandel med varer,

og spise den med god samvittighet. På den måten kunne man selge den norske laksen som et premiumprodukt.<sup>166</sup>

Denne visjonen om fremtiden for norsk laks på det japanske markedet var inspirert av den relativt kjente Kobe biffen der det blir brukt store ressurser på å sikre kvalitet på biffen. Der er fettlag i kjøttet blant annet meget viktig for å sikre god smak og oksens velvære er også i fokus. Det ble dratt paralleller mellom den japanske Kobe-biffen som japanerne var villige til å kjøpe til en meget høy pris og den norske laksen. Dermed ble Kobe-biffen og Blue Fin Tuna viktige inspirasjonskilder for den daværende fremtiden for laks spist rå på det japanske markedet. Selv om man ikke da trodde at man kunne oppnå samme «status» som Kobe-biff og Blue Fin Tuna stod de som japanske forbilder som man ville strekke seg etter i matverdens premiummarked. Det var ideer om hvordan man skulle promotere den norske laksen på det japanske markedet, men det gjenstod fortsatt å se om det private markedet ville godta dette. Ambassadør Terje Johannesen i Tokyo mente også at man måtte «skreddersy» oppdrettslaksen til det høybetalende markedet for sashimi.<sup>167</sup>

Rapporten skrevet av Bjørn Erik Olsen er skrevet etter Prosjekt Japans slutt i 1990 og vitner om at det fortsatt var en ide om å selge den norske laksen på det japanske marked som et premiumprodukt. Det at Norsk Eksportråd ville videre satse på kvalitet er en indikator på at nettopp kvaliteten ikke var god nok, og prisen på norsk laks burde bli høyere. I 1991 var et dårlig år for norsk lakseeksport og fokuset på sushi og sashimi var en måte å kunne bedre prisene på norsk atlantehavslaks i fremtiden.

Nedfrysning og transport blir nevnt som forbedringspotensiale med den norske laksen. I hovedsak burde nedfrysningen på laks skje ved lavere temperatur enn det den gjorde. Det ble anbefalt at ved fersk laks burde det bli laget raskere transportkjeder der man hadde direktefly til Japan fra Norge med total transporttid på 3-4 dager. Hvis man klarte å oppnå dette kommer det frem at man skal sette krav og standarder for at et produkt skal kunne selges under det nye kvalitetsstempelen. Slik kan man oppnå en høyere pris på all fisk, og unngå dårlig kvalitet på fisk trekker ned prisen på laks som ble solgt i Japan.<sup>168</sup>

Det var også indikasjoner på at den norske laksen hadde blitt akseptert som et kvalitetsprodukt. På reklame i et større supermarked i Tokyo-området ble det reklamert med: «Norsk laks fra Australia: Ordinær pris 980 yen - nå 880 yen.» Det viser at den norske laksen nå ble sett på som et varemerke i Japan. Prosjekt Japan hadde dermed klart å skape kjennskap til den norske laksen. Det var dermed ikke uten grunn at Bjørn Erik Olsen ville tilpasse den norske laksen videre for rå konsum. Reklamen viser at norsk laks hadde blitt kjent og at folk var villige til å markedsføre annen laks som om den var norsk for å selge mer.<sup>169</sup>

## 5.7 Bestandigheten av den norske laksens kvalitetsproblemer

I 1994 var Japan definert som en av de viktigste markedene for laks, og eksportutviklingen av laksen gjennomgått viser at det ikke var uten grunn. Norge ble tidlig kjent for sin kvalitetslaks og foretrukket fremfor laksen fra Chile, Scotland og annen laks i Japan. Det at den norske laksen hadde oppnådd denne statusen til tross for kvalitetsproblemer man hadde hatt i perioden kan være en indikasjon på at

<sup>166</sup> Mappe: 447/464-1 Japan 1/3-92 - 31/9-92, Årsrapport for 1991, 29.03.92, 17

<sup>167</sup> Mappe: 447/464-1 Japan 1/3-92 - 31/9-92, Årsrapport for 1991, 29.03.92

<sup>168</sup> Mappe: 447/464-1 Japan 1/3-92 - 31/9-92, Årsrapport for 1991, 29.03.92, 17

<sup>169</sup> Mappe: 447/464-1 Japan 1/3-92 - 31/9-92, Årsrapport for 1991, 20.03.92, 9

Eksportutvalget for fisk ikke hadde oversikt over dette. Det er mulig at det ikke var kvalitetsproblemer på grunn av de lille kvanta man solgte av laks før Prosjekt Japan. Norsk oppdrettslaks hadde heller ikke blitt solgt som sushi eller sashimi og på grunn av dette kan japanske importører fått nye forventninger til laksens kvalitet. Den økte konkurransen mellom ulike oppdrettere førte til at man produserte billigere, men kvaliteten kan også ha blitt dårligere.<sup>170</sup>

I løpet av 1980-tallet hadde førstehåndsprisen på norsk laks gått fra 45,9 kroner i 1980 til 15,5 kroner i realpris. Det vitner om at det var stor effektivisering og rasjonalisering i oppdrettsnæringen i Norge.<sup>171</sup> Grunnen til at produksjonen i Norge hadde økt i perioden var på grunn av bedre mating av fisk og sykdomsprevensjon, og ikke byggingen av fasiliteter eller økning av personell. Teknologien hadde blitt bedre. At kvaliteten på fisken ikke ble bedre ifølge japanske eksportører er derfor merkelig. Det var muligens ikke tilpasning til kravene til det japanske markedet hadde, og siden man også i større grad hadde begynt å bruke den norske fisken så hadde ikke den norske industrien respondert til dette ennå.<sup>172</sup>

Det var også priskonkurranse internasjonalt som kan ha gjort at man måtte prioritere annerledes. Norges hovedmarked var Europa og måtte dermed se til sitt største marked og ikke Japan. Chile og Australia hadde derimot Japan som hovedmarked og kunne dermed spesialisere seg på dette markedet. Landene i Europa hadde andre preferanser og standarder når det kom til kvalitet og det ble derfor vanskelig å spesialisere seg i Japan. Andre land med andre ordninger kan ha klart å spesialisere sin oppdrettslaks til det japanske markedet.

Det ble gjort en undersøkelse blant 14 lakseimportører som sammen stod for 95 prosent av all flybåren norsk laks eksportert til Japan i forbindelse med rapporten om de viktigste markedene for norsk laks gitt ut i 1994. Flertallet mente da at laks fra Australia var best, etterfulgt av chilensk laks. Den norske laksen kom dårligst ut av alle i undersøkelsen. Emballasje, ferskhet, utseende og kvalitetskontroll var hovedgrunnene til at den fikk så dårlig resultat. Dette er kanskje den mest fatale indikatoren på at den norske oppdrettsnæringen ikke hadde klart å tilpasse seg det japanske markedet. Dette til tross for arbeidet som ble gjort gjennom Prosjekt Japan.<sup>173</sup>

Hele 12 av 14 i undersøkelsen mente at useriøse eksportører ødela omdømmet til fisken i landet. Hvem disse useriøse eksportørene var ikke nevnt, men det kan ha vært enkelte lakseoppdrettere med dårlig kvalitetskontroll som ødela for de mer seriøse. Dette er en indikator på at enkelte eksportører kunne utnytte en samlet eksportnæring i Japan og selge dårlig laks på markedet. I dette tilfellet var det altså ikke en fordel å ha samlet eksportnæringen som en enhet på markedet slik man gjorde gjennom Prosjekt Japan.<sup>174</sup>

En annen løsning kunne ha vært at enkelte eksportører kunne satse på kvalitet på det japanske markedet og selge laks fra ett bestemt område i Norge spesialisert på det japanske markedet. På den måten kunne ikke useriøse eksportører bli forbundet med laksen på det japanske marked. Den eneste måten at en samlet norsk oppdrettsnæring skulle ha suksess på det japanske markedet var om de ble en helhetlig enighet om kvalitetsparametere. Resultatet ville ellers bli useriøse eksportører ødela omdømmet til

<sup>170</sup> Eksportutvalget for fisk, *Markedsdata: de viktigste markedene for norsk laks*, (Tromsø, Eksportutvalget for fisk, 1994), 59

<sup>171</sup> Hovland et al., *Over leiken ville han rå*, 195

<sup>172</sup> Bjørndal, Kapp og Lem, *Salmon – A Study of Global Supply and Demand*, 34

<sup>173</sup> Eksportutvalget for fisk, *Markedsdata: de viktigste markedene for norsk laks*, (Tromsø, Eksportutvalget for fisk, 1994), 59

<sup>174</sup> Eksportutvalget for fisk, *Markedsdata: de viktigste markedene for norsk laks*, (Tromsø, Eksportutvalget for fisk, 1994), 59

oppdrettslaksen i Japan og at importørene ikke lenger forbundet den norske fisken med kvalitet.

Eksportutvalget for fisk mente i 1994 at den norske merkevaren "Norwegian Salmon" har vært et kvalitetsbegrep i mange år. Det hadde ført til at man kunne selge den norske laksen for mer enn annen fisk fra land som Chile og Skottland. Allikevel mente japanske importører at kvaliteten på norsk laks varierte for mye. Underbying og ekstrem priskonkurrans ble pekt på som en av grunnene til den varierende kvaliteten i den tidligere refererte markedsundersøkelsen. Det kom også frem at 13 av 14 mente at norske eksportører ikke eller bare delvis lyttet på råd fra markedet. Kommunikasjon var viktig for å forstå det japanske markedet. 13 av 14 mente også at man ville ha en større grad forutsigbarhet, samarbeid og langsiktige kontrakter. Forutsigbarhet, samarbeid og langsiktige kontrakter var viktig i Japan. Der var stabilitet viktigere enn å kjøpe billig laks og det samme kan også sies om kvalitet.<sup>175</sup>

Samtidig som at prisen på norsk laks sammen med laks globalt har gått ned etter Prosjekt Japan tyder undersøkelsen på at en av grunnene til dette var kvalitet og underbying. Men dette er ikke nødvendigvis på grunn av dårligere kvalitet, men at produksjonen gikk opp. Det hadde vært effektivisert produksjon, distribusjon og oppdrett. På denne måten har man fått stordriftsfordeler slik at man kan produsere billigere uten at man nødvendigvis må redusere prisen på laksen. Om det hadde vært mer lønnsomt å fokusere på kvalitet er usikkert, men det må sies at dette var i perioden der oppdrettsbransjen var i stor endring og utvikling.<sup>176</sup>

Overraskende nok og til tross for den negative utviklingen, mente 13 av de 14 japanske importørene av norsk laks at norsk laks fortsatt hadde et etablert godt varemerke i landet blant konsumentene. Til tross for dette ble navnet endret fra "Norwegian Salmon" til "King Salmon" i et forsøk på å reparere omdømmet til den norske laksen. Det norske varemerket ble dermed nedprioritert og Prosjekt Japans arbeid om å etablere det på det japanske markedet ble undergravet ved denne handlingen. I tillegg til dette ville importørene i Japan ha en økende differensiering mellom produktene, slik at man kunne prise laksen mer korrekt, og enklere vurdere pris på laks fra ulike produsenter. De ville skille mellom ulike oppdrettslaks. Da hadde de hatt mulighet til finne den beste laksen til sashimi og sushi. I oppdrett var det også naturligvis store forskjeller på produsentene på grunn av for, avl, merd og annet. Villaks er annerledes i det at det er samme fangst uavhengig hvem som fanger den selv om etterbehandling også er viktig her.<sup>177</sup>

Oppdrettslaks er i seg selv annerledes enn annen fisk som blir «fanget». Det er i større grad et «produsert» produkt der de ulike oppdrettsselskapene påvirker kvaliteten på sluttproduktet. Selv om oppdretternes laks ble markedsført under «King Salmon» var det nok også forskjeller blant aktørene. Hvis det hadde vært større forskjeller blant aktørene kunne dette ha resultert i en økt konkurranse som hadde resultert i bedre kvalitet på laksen eksportert til Japan.

Oppdrettsnæringen klarte ikke å tilpasse seg kravene til det japanske markedet. Grunnene var mange, men man kan peke på en norsk næring der produksjonsvekst var hovedmålet og der kvalitet var underordnet. Japan var ikke det største markedet for norsk oppdrettsnæring. Til tross for at Japan var verdens største sjømatimportør var Europa og USA viktigere, og der ble det ikke spiste fisk rå på samme måte som i Japan.

<sup>175</sup> Eksportutvalget for Fisk, *Markedsdata: de viktigste markedene for norsk laks*, (Tromsø, Eksportutvalget for fisk, 1994), 59

<sup>176</sup> Lien, *Becoming Salmon*, (Oakland, University of California Press, 2015), 105

<sup>177</sup> Eksportutvalget for Fisk, *Markedsdata: de viktigste markedene for norsk laks*, (Tromsø, Eksportutvalget for fisk, 1994), 60

Japanerne var nok også vant med at fisken var rødere enn det som var normen for arten man brukte som oppdrettsfisk i Norge. Faktumet at det tidligere ikke hadde blitt spist rå laks i noen stor grad i Japan kan også ha bidratt til at kvaliteten ble opplevd som dårligere. Men i sammenligning med den Chilenske laksen ville heller Koyo Suisan bruke den til Sashimi. Dette viser at kvaliteten på den norske fisken ikke oppfylte japanske krav.

Det ble som tidligere beskrevet opprettet et program som skulle forbedre kvaliteten på norsk laks med prosjekt «God Fisk». Men heller ikke dette gjorde de japanske importørene fornøyde, slik rapporten skrevet av Eksportutvalget for Fisk i 1994 viste. Den norske laksen fikk dermed ikke like stor suksess i Japan. Det er midlertidig vanskelig å vite hvor mange norske kroner man tapte på at man ikke tilpasset seg det japanske markedet godt nok.<sup>178</sup>

Man kan dermed fastslå at den norske fiskens kvalitet hadde blitt forverret og rapporten av Eksportutvalget for Fisk viste at importørene ikke var fornøyde med den norske fiskens kvalitet. Det var altså vedvarende problemer med den norske laksen på det japanske markedet til tross for den store markedsandel innen fersk laks segmentet. Problemet med kvalitet var ikke blitt løst i perioden frem til 1994. Det at Norsk laks ble brukt til sushi og sashimi kan ha vært en del av grunnen til at det ble slik. Fisk spist rå må ha høyere kvalitet enn den som er spist varmebehandlet. Det var dermed vanskelig å si at det ble en langsiktig forbedring av forhold på det japanske markedet når det kom til kvalitet. De japanske importørene var ikke fornøyde med hverken kvalitet eller handelen med norske eksportører. Heldigvis hadde de japanske eksportørene tro på at situasjonen kom til å bedre seg, men om det gjorde dette er det vanskelig å si med sikkerhet.

## 5.9 Laks som sushi og sashimi ble normalisert

I 2003 hadde oppdrettslaks spist rå blitt normalt og allment kjent i Japan. Produktet ble solgt på supermarkeder, restauranter og på sushibarer. Visjonen om at oppdrettslaks kunne fungere godt spist rå som et premiumprodukt hadde dermed slått rot i Japan. Mye av dette kan man takke pionerarbeidet som ble gjort i Japan på midten av 1980-tallet gjennom Prosjekt Japan for å teste og kommersialisere produktet. Det var ikke bare Norge som hadde sett dette markedet, og det var derfor ikke bare norsk laks som nå ble brukt til sushi og sashimi. Norge hadde nok heller ikke klart å forsyne markedet med etterspørselen etter sushi og sashimilaks i hverken i verden eller i Japan. Dette ble dermed en suksess bare for det norske produktet, men for oppdrett av laks rundt om i verden. Den norske ideen om å kommersialisere laks til sushi hadde øket det globale markedet for laks, og mest sannsynlig økt forbruket og prisen på atlantehavslaksen fra Norge.<sup>179</sup>

Atlantehavslaksen som ble transportert til Japan med fly var i all hovedsak brukt til Sushi og Sashimi i 2003. Bedre produksjonskjeder hadde gjort at man kunne transportere mat raskere og billigere. Norge som eksportnasjon så muligheten til å utnytte denne utviklingen på 1980-tallet. Fly var en av disse nye transportmulighetene som ble lønnsomt.<sup>180</sup> SINTEF-forskeren Johnny Røyrvik som mente at den ferske laksen transportert fra Norge fikk ikke rett i at dette ville bli løsningen på hvordan man skulle transportere norsk laks til det japanske markedet. Den ble fortsatt transportert med fly,

<sup>178</sup> Mappe: 1850.00 Bedrifter: Prosjekt God fisk, Årsrapport Prosjekt GOD FISK 1990, 6

<sup>179</sup> Bjørndal, Kapp og Lem, *Salmon – A Study of Global Supply and Demand*, 73

<sup>180</sup> Inglis, David og Debra Gimlin, *The Globalization of food*, Oxford: Berg 2009, 14

og kvaliteten ble sikret på andre måter. Man ser dermed at Prosjekt Japans visjon om å introdusere den norske laksen på det japanske markedet hadde slått rot.<sup>181</sup>

Ny teknologi og en raskere transport fra slakting til marked kan ha vært grunnen til at man ikke fryste ned fisken som man gjorde med tunfisk. En mer stabil temperatur kan ha løst noen av kvalitetsproblemene til laksen. En nyere forskningsartikkel fra 2018 om laksetransport konkluderer med at man kunne ha laks kjølt under 4 grader celsius i 2 uker før det ble dårlig, men det var viktig med en stabil temperatur. Den norske laksen som fikk kritikk for transportmetoden av laksen som servert på den japanske restaurantkjeden Gourmet D'or i 1989 nevnt tidligere i teksten. Tiden var da på 7 dager fra Norge til restaurant i Japan. Det mente Johnny Røyrvik og Professor Kojima som hadde fryseteknologi som fagfelt var for lenge hvis fisken skulle være kjølt. Transport og kjøling har blitt bedre enn det man hadde i 1989 og mest sannsynlig mer spesialisert for bruk av fersk laks. Selv om man ikke kan vite akkurat hvor mye av laksen som blir brukt til sushi og sashimi er det nok sannsynlig at mye av laksen fra Norge ble brukt rå.<sup>182</sup>

Det er også andre variabler som endret seg på det japanske markedet. Oppdrettslaksen ble for eksempel rødere enn det den var på 1980-tallet. Årsaken er at foret har mer tilsatt fargestoff enn tidligere. En av klagen på den norske laksen under Prosjekt Japan var at laksen ikke var rød nok og det kan være en indikasjon på at oppdrettsnæringen tok til seg klagen man fikk på den norske laksen. Men etter at den norske laksen ble mer kjent er det også mulig at fargepreferansene endret seg. I perioden Prosjekt Japan var aktiv hadde den en mer rosa farge tilnærmet den man ser på vill atlantehavslaks. Det er derfor overraskende at den norske laksen hadde blitt for rød for japanerne i 2013. Det var forskningsdirektør for fiskeernæring på Nasjonalt institutt for ernærings- og sjømatforskning Bente Torstensen i 2013 som uttalte seg om denne utfordringen. Da var det slik at japanerne mente at den norske fisken var for rød.<sup>183</sup>

Grunnen til dette kan være at man skapte en merkevare rundt den mer rosafargede norske laksen i Japan delvis gjennom Prosjekt Japan for bruk til sushi og sashimi. Laks brukt til sushi ble gitt ordet *sāmon* under Prosjekt Japan av Bjørn Eirik Olsen og den tradisjonelle laksen som japanerne bruker til grilling og annet har ordet *sake*.<sup>184</sup> Det at atlantehavslaksen fra Norge kunne spises rå fikk navnet *sāmon* for å differensiere seg fra laksen som ble kalt *sake* ble viktig for å skille seg fra den japanske laksearten og andre man ikke kunne spise rå på grunn av parasitter i kjøttet.<sup>185</sup>

Rødfargen på laksen kommer fra maten den spiser, og planteforet vil egentlig ikke gi fra seg noe fargestoff. Fôret er derfor tilsatt fargestoff som igjen skaper det røde i kjøttet på fisken. Hvis man øker mengden fargestoff i foret vil den bli rødere i kjøttet. Fargen på laksen er noe som fortsatt blir brukt som et kvalitetsparameter.<sup>186</sup>

Farge gir et bilde av kvalitet, og hvis det ikke stemte med den japanske førforståelsen av kvalitet ville dette bli et problem. Inntrykket man får av mat er et produkt av lyd, lukt, tekstur og ikke minst farge. Av den grunn er det viktig å høre på japanerne. En riktig løsning på fargespørsmålet var derfor vesentlig for å få suksess på det japanske markedet.<sup>187</sup>

<sup>181</sup> Bjørndal, Kapp og Lem, *Salmon – A Study of Global Supply and Demand*, 74

<sup>182</sup> Intervju med Bjørn Eirik Olsen, Tromsø, 08.11.19

<sup>183</sup> Husby, Marcus, Bjørn Haugan og Harald Vikøyr, «Produsenter farger laksen rød», VG, 12.06.13

<sup>184</sup> Intervju med Bjørn Eirik Olsen, Tromsø, 08.11.19

<sup>185</sup> Sollesnes, Øystein, «The Norwegian Campaign Behind Japan's Love of Salmon Sushi»

<sup>186</sup> Steine, Gro, Frode Alfnes og Anna Maria Bencze Rørå, *Consumer attitudes toward salmon color: a stated choice experiment with pictures*, Ås: Institutt for økonomi og ressursforvaltning, 2004, 1

<sup>187</sup> Hisano, Ai, *Vizualizing Taste* (Cambridge Harvard University Press 2019), 12

Oppdrettere som har klart å skape ett varemerke er i dag blant annet Salma som har fokus på kvalitet og er anerkjent i Norge. Mange snakker om laksen fra Salma som en egen type laks til tross for at oppdrettslaksen i Norge er atlantehavslaks. Salmalaksen er et eksempel på at det ble satset på å skape et kvalitetsimage rundt laksen. Med spørsmål om kvalitet på det japanske markedet kunne man muligens med fordel differensiert ulik laks under Prosjekt Japan. Da ville importørene hatt mulighet til å kjøpe lakseprodukter tilpasset bruk. Dette ble også foreslått i forskningsrapportene skrevet for Prosjekt Japan.

Det fantes ingen analyser som viste størrelsen på det japanske markedet for sashimi eller sushi. Grunnen til at det var vanskelig er fordi fersk laks som kjøpes rund eller kuttet kan bli brukt til andre retter og man mister dermed muligheten til å vite med sikkerhet om hvor mye av den norske laksen som ble brukt til sushi. Det er derfor vanskelig å si hvor mye av den norske laksen som ender opp som sushi og sashimi på det japanske markedet.<sup>188</sup>

Atlantehavslaksen som ble oppdrettet i Norge for å selge til Japan er nå også oppdrettet i Chile og Australia, noe som gjør at man kanskje må tenke nytt på hvordan man tilnærmer seg det japanske markedet. Det er kortere geografisk avstand mellom Japan Chile og Australia.<sup>189</sup>

Siden det ikke er noen statistikk som viser hvor stor andel av laks som blir brukt til sushi før og etter Prosjekt Japan er det vanskelig å kvantifisere omfanget selv om det blir gjort forsøk på dette i en artikkel om norsk sjømat. Norges sjømatråd mener på sine nettsider at 50 prosent av all laks fra Norge blir spist rå, men dette er nok i beste fall en estimasjon og ikke nødvendigvis fakta. Markedsforsker Bjørn Eirik Olsen mente at det ikke var noe statistikk på dette i mitt intervju med han. Hvis dette er riktig kan det ha vært meget viktig og riktig for norsk eksport å satse på å selge den norske oppdrettsfisken som sashimi og sushi i Japan. Ser man det fra dagens perspektiv hadde vært en stor fordel å etablere den norske laksen som et høykvalitetsprodukt man kunne spise rå i Japan, og videre resten av verden helt fra starten av. Det var derfor god grunn til å selge den norske laksen som Sushi.<sup>190</sup>

---

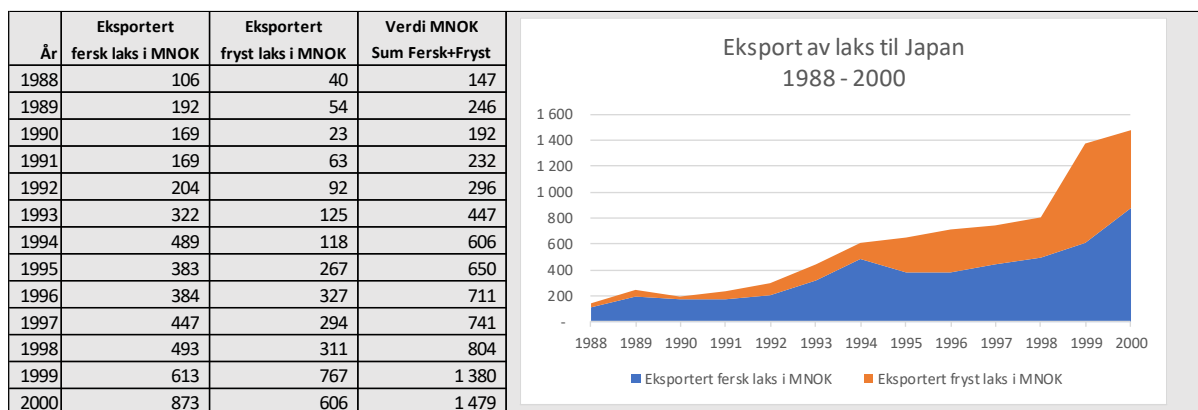
<sup>188</sup> Intervju med Bjørn Eirik Olsen, Tromsø, 08.11.19

<sup>189</sup> Inglis og Gimlin, *The Globalization of Food*, 66

<sup>190</sup> Seafood from Norway, «Norwegian Salmon — The Original Sushi Salmon», Seafood From Norway

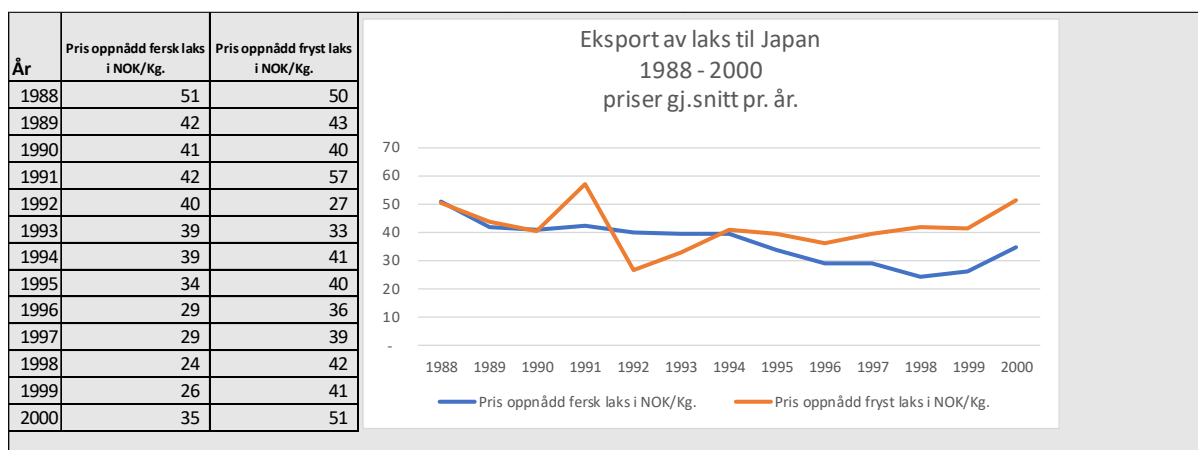


## 5.10 Eksport fra 1988-2000



**Figur 5.1: Eksport av fersk og fryst laks til Japan i millioner norske kroner 1988-2000<sup>191</sup>**

Tabellen og kurven viser en betydelig økning i eksportverdien av laks fra Norge til Japan i perioden vist fra 1988 til 2000. Man ser tydelig konsekvensene av krisetiden i 1990 og 1991. Det er først etter 1992 at eksportverdien av laks igjen begynner å øke i noen stor grad. Eksportverdien av all norsk laks til Japan økte betydelig etter dette og frem til og med 1994 var økning av verdien betydelig. Etter 1994 ser man at veksten i eksport av fersk laks avtar i noen år før den passerer 1,4 milliard kroner i 2000. Grunnen til at takten i veksten avtar i perioder kan være kvalitetsproblemene som Eksportrådet for Fisk hadde fokus på i 1994. Den ferske laksen ble ofte brukt til sushi og sashimi. Det er derfor i utgangspunktet bemerkelsesverdig at eksportverdien til denne avtar til Japan etter 1994. Men kvalitetsproblemene kan ha hatt innvirkning på prisutviklingen som vist i tabellen under



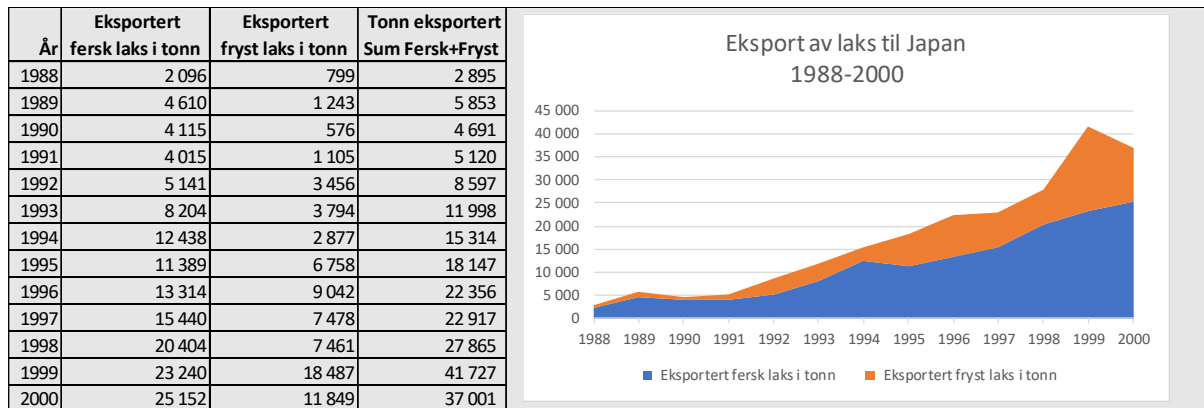
**Figur 5.2: Eksport av laks til Japan 1988-2000 årlige gjennomsnittspriser i NOK/kg<sup>192</sup>**

Kurvene viser at prisutviklingen av fersk laks eksportert til det japanske markedet var gradvis fallende på 1990 tallet, men bedret seg mot tusenårsskiftet. Prisene på fryst laks fikk et oppsving, og var høyere enn fersk laks etter 1994. Dette er en del av forklaringen på at man så veksten i eksportverdien til den norske laksen avta en periode etter 1994. Det var et pristall som bidro med å svekke rollen til den norske laksen. Prisfallet på fersk

<sup>191</sup> Statistisk Sentralbyrå, 08801: Utenrikshandel med varer, 1988-2000

<sup>192</sup> Statistisk Sentralbyrå, 08801: Utenrikshandel med varer, 1988-2000

laks kan henge sammen med misnøyen de japanske importørene hadde til norsk fersk laks sin kvalitet i perioden.



**Figur 5.3: Eksport av fersk og fryst laks til Japan i tonn<sup>193</sup>**

Tallene og figuren viser at eksporten av fersk laks til Japan økte betydelig i årene under og etter Prosjekt Japan med unntak av 1990 og 1991 da mengden var fallende. I 1991 var det som nevnt tidligere problemer i eksportnæringen. Det setter 1995 i et perspektiv da det er en større nedgang i eksportverdien på fersk laks dette året. Mengde eksportert fersk laks viser at 1995 var et dårlig år. Det vitner om at det var hold i rapporten der det kom fram at importørene i Japan mente at useriøse eksportører, kvalitetsvariasjon og underbudgivning, var problemer i norsk eksportnæring.<sup>194</sup>

Statistikken viser en tydelig trenden for at sum av eksport av laks til Japan i tonn og kroneverdi, økte rask i årene etter Prosjekt Japan, og i hele dette tiåret. Fra 1988 til 2000 var det en tidobling av verdien av all norsk laks eksportert til Japan. I perioden gikk man fra å eksportere for verdier tilsvarende 147 millioner kroner i 1988 til 1,47 milliarder i 2000. Dette viser en utrolig suksess, der norske produsenter og eksportører, til tross for feiltrinn underveis, har lykkes med den planlagte satsningen.

<sup>193</sup> Statistisk Sentralbyrå, 08801: Utenrikshandel med varer, 1988-2000

<sup>194</sup> Eksportutvalget for Fisk, *Markedsdata: de viktigste markedene for norsk laks*, (Tromsø, Eksportutvalget for fisk, 1994), 59



## Kapittel 6: Konklusjon

Eksport av norsk laks og marine produkter har i det store og hele vært en suksess begrunnet med stor vekst i tiden etter Prosjekt Japan. Prosjektet hjalp de norske eksportørene å forstå det japanske markedet, som videre gjorde det mulig å øke eksporten til landet. Men å eksportere laks til Japan var ikke uten utfordringer. Til tross for at man klarte øke eksporten av norsk laks til det japanske markedet ble det problemer med kvalitet og avtaler mellom norske eksportører og japanske importører. Et mer nyansert bilde viser at enkelte norske eksportører av laks ikke klarte å innstille seg japanske krav og normer i løpet av Prosjekt Japan. Dette resulterte mest sannsynlig i lavere priser på norsk laks.

I stedet for å satse på Japan, valgte oppdrettsbransjen heller å fokusere på økt produksjon for å selge til de mer tradisjonelle markedene i Europa og USA. Japan hadde tross alt særskilte kvalitetskrav. Eksporten av laks til Japan kan derfor betegnes som en blandet suksess der oppdrettsnæringen ikke alltid hørte på rådene om å satse på kvalitet på det japanske markedet samtidig som eksporten av laks til Japan økte. Det er vanskelig å vite hvor mye eksportverdi man mistet på grunn av dette.

Kommersialiseringen av sushi på det japanske markedet var imidlertid noe som endret verden. Dette er kjent som en betydelig norsk nyvinning i Japan, og med mediedekningen de siste årene også resten av verden. Satsningen medførte utvikling av et større marked ikke bare i Japan for laks, men også globalt. Det er ikke statistikk på om hvor mye av norsk laks som blir brukt til sushi og sashimi globalt, men det er mest sannsynlig signifikant. Fiskeriutsending Trym Eidem Gundersen skrev i 2018 at verdøkningen av direkteeksportert laks på 257 prosent kunne skyldes på at sushi ble mer populært i Italia. Laks som sushi kan dermed ha vært med på å gjøre noe lignende i Japan uten at dette kommer frem i statistikken fra perioden denne oppgaven tar for seg. Laks spist rå hadde mest sannsynlig hatt en stor innvirkning på norsk oppdrettsnæring, eksport og økonomi. Den norske laksen var relativt ukjent før prosjektet og innovasjonen av norsk laks som sushi og sashimi i Japan og prosjektet satt norsk laks på kartet i Japan.<sup>195</sup>

Når det gjelder generell eksport til Japan gikk det fra å være det tiende største eksportmarkedet av marine produkter til å bli det fjerde største markedet i 1990. Det ble i 1986 eksportert varer for 0,4 milliarder kroner til at det ble eksportert 1,1 milliarder kroner i 1990. Disse tallene viser at det var godt tjent å satse på det japanske markedet, ikke bare for laks, men også andre sjøprodukter.<sup>196</sup>

Om det var Prosjekt Japan alene som introduserte laks som sushi og sashimi er og vil forbli usikkert. Det er mulig at bruken egentlig startet andre steder i verden, men det er vanskelig å finne håndfaste bevis på dette. Man kan konkludere med at i Japan, hjemlandet til sushi og sashimi, var det Prosjekt Japan og eksportnæringen som først gikk inn for *kommersialiseringen* av bruken. Primærkildene brukt i denne oppgaven gir bevis på at det nettopp var gjennom Prosjekt Japan man testet ut laksesushi og videre kommersialiserte dette på det japanske markedet.<sup>197</sup>

Den kulturelle konsekvensen har også vært stor. I Norge er det klart at det er laksen man forbinder med sushi. I Japan er det imidlertid annerledes og de tradisjonelle

<sup>195</sup> Gundersen, Trym E., Denne høsten er det satt ny rekord for direkteeksporten av norsk laks til Italia, 04.11.18

<sup>196</sup> Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1988-89, Prosjekt: Prosjekt Japan, Ansvarlig institusjon

<sup>197</sup> Anderson og Kusakabe, *Analysis of the Japanese salmon market*, 16

fiskeartene står fortsatt sterkt. Den globale konsekvensen av å bruke laks som sushi og sashimi kan dermed ha vært større enn i Japan.<sup>198</sup>

Å sikre kvaliteten på laks brukt til sushi for det japanske markedet var også på agendaen i 2002. Da hadde Lerøy Seafood AS begynt å sende laks produsert av Bremnes Seafood med charterfly fra Gardermoen til Japan der laksen skulle brukes til sushi. Innovasjon innen slaktingsteknikk som «stresset» fisken mindre brukt for å bevare kjøttets kvalitet. De hadde også begynt å kjøle ned fisken før, og ikke etter at den ble slaktet. Grunnen til dette var at det også i 2002 var utfordringer med å møte kvalitetskravene i Japan.<sup>199</sup>

Leksene man kan lære av Prosjekt Japan er at det er viktig å tilpasse seg markeder, og satse på kvalitet hvis dette er noe markedet krever. Når det er sagt kan det også være vanskelig å vite hva som kommer til å fungere og ikke nye markeder. Da er det viktig å høre på de som forstår markedet.

---

<sup>198</sup> Intervju med Bjørn Eirik Olsen, Tromsø, 08.11.19

<sup>199</sup> Letnes, Odd, «Ny slaktemetode for laks gir norsk sushi», forskning.no, 15.05.02



## Kilder

### Artikler

Gundersen, Trym E., Denne høsten er det satt ny rekord for direkteeksporten av norsk laks til Italia, 04.11.18, URL: <https://seafood.no/aktuelt/Fisketanker/sushi-drar-nye-rekorder-for-lakseeksport-til-italia/>

Husby, Marcus, Bjørn Haugan og Harald Vikøyr, «Produsenter farger laksen rød», VG, 12.06.13, URL: <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/w1W41/produsenter-farger-laksen-roed>

Letnes, Odd, «Ny slaktemetode for laks gir norsk sushi», forskning.no, 15.05.02, URL: <https://forskning.no/fisk-oppdrett-hav-og-fiske/ny-slaktemetode-for-laks-gir-norsk-sushi/1081776>

Jiang, Jess, «How The Desperate Norwegian Salmon Industry Created A Sushi Staple», National Public Radio, 18.09.15 URL: <https://www.npr.org/2015/09/18/441530790/how-the-desperate-norwegian-salmon-industry-created-a-sushi-staple>

Dagbladet, "Sushi-markedet eksploderer", Dagbladet, 18.05.14, URL: <https://www.dagbladet.no/nyheter/sushi-markedet-eksploderer/61361254>

Ryen, Morten, «Norge er et land i verden», Innovasjon Norge, 2012 URL: [https://www.innovasjon norge.no/static/innsats/no/html/2012\\_02/Tema/Tema-1/index.html](https://www.innovasjon norge.no/static/innsats/no/html/2012_02/Tema/Tema-1/index.html)

Sollesnes, Øystein, «The Norwegian Campaign Behind Japan's Love of Salmon Sushi», The Japan Times, 10.03.2018, URL: <https://www.japantimes.co.jp/life/2018/03/10/food/norwegian-campaign-behind-japans-love-salmon-sushi/>

Sloan, Pip, "Meet the female chef battling sexism and stereotypes in Japan's sushi industry", The Telegraph, 24.09.19 URL: <https://www.telegraph.co.uk/food-and-drink/features/meet-female-chef-battling-sexism-stereotypes-japans-sushi-industry/>

Seafood from Norway, «Norwegian Salmon — The Original Sushi Salmon», Seafood From Norway, URL: <https://seafoodfromnorway.us/articles/norwegian-salmon---the-original-sushi-salmon/>

### Litteratur

Anderson, James L. og Yuko Kusakabe, *Analysis of the Japanese salmon market*, Charsetown: Economic and Commercial Analysis Division, 1989

- Baldwin, Richard og Charles Wyplosz, *The Economics of European Integration: 4<sup>th</sup> Edition*, London: McGraw-Hill, 2012.
- Bestor, Theodore C, *Tsukiji: the fish market at the center of the world*, Berkley, University of California Press, 2004
- Bjørndal, Trond, Gunnar A. Knapp og Audun Lem, *Salmon - A Study of Global Supply and Demand*, Rome: Globefish, 2003
- Cabannes, Yves og Ceclilia Marocchino, *Integrating Food into Urban Planning*, London: UCL Press, 2018
- Dunfee, Thomas W. og Yukimasa Nagayasu, *Business Ethics: Japan and the Global Economy*, Dordrecht: Springer-Science+Business Media, 1993.
- Eksportutvalget for fisk, *Markedsdata: De viktigste markedene for norsk laks*, Tromsø: Eksportutvalget for fisk, 1994.
- Farrer, James, *The Globalization of Asian Cuisines: Transnational Networks and Culinary Contact Zones*, New York: Pelgrave Macmillan, 2015.
- Findlay, Ronald og Kevin H. O'Rourke, *Power and Plenty: Trade, War, and the World Economy in the Second Millenium*, Oxfordshire: Princeton University Press, 2007.
- Garibaldi, Luca, Xiaowei Zhou, Jennifer Gee, et al., *The State of World Fisheries and Aquaculture: Meeting sustainable development goals*, Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2018.
- Gripsrud, Geir, *Norsk fiskeeksport til Japan: Bakgrunn, utvikling og eksportørvurderinger Rapport 1*, Oslo: Prosjekt Japan, 1987.
- Gripsrud, Geir, *Distribusjonssystemet for fisk i Japan: Struktur, prisdannelse og importørvurderinger Rapport 3*, Prosjekt Japan: Oslo, 1988.
- Haugland, Sven Arne, *Kvalitet og interorganisatoriske relasjoner: en studie av eksport av norsk oppdrettslaks*, Bergen: Senter for anvendt forskning Norges Handelshøgskole, 1986.
- Hovland, Edgar, Dag Møller, Anders Haaland, Nils Kolle, Bjørn Hersoug, Gunnar Nævdal, *Over den leiken ville han rå: Norsk havbruksnærings historie, Bind IV, Norges Fiskeri- og Kysthistorie*, Bergen: Fagbokforlaget, 2014.
- Hisano, Ai, *Vizualizing Taste: How Business Changed the Look of What You Eat*, Cambridge: Harvard University Press, 2019.
- Ilyoda, Mitsuhiro, *Postwar Japanese Economy: Lessons of Economic Growth and the Bubble Economy*, New York: Springer, 2010.
- Inglis, David og Debra Gimlin, *The Globalization of food*, Oxford: Berg 2009.



Issenberg, Sasha, *The Sushi Economy: Globalization and the Making of a Modern Delicacy*, New York, Penguin Group, 2008

Ishige, Naomichi, *The History and Culture of Japanese Food*, New York: Kegan Paul, 2001.

Katz, Richard, *Japan: The System That Soured*, New York: Routledge, 1998.

Lien, Marianne E., *Becoming Salmon: Aquaculture and the Domestication of a Fish*, Oakland: University of California Press, 2015.

Mah, Catherine L., *Shokuiku Governing Food and Public Health in Contemporary Japan*, *Journal of Sociology*, Volume 46, nr. 4 (2010): Thousand Oaks 2010, 393-412.

Nakamoto, Akemi, *The Japanese seafood market*, Bergen: Foundation for Research in Economics and Business Administration, 2000.

Niehaus, Andreas og Tine Walravens, *Feeding Japan: The Cultural and Political Issues of Dependency and Risk*, Cham: Springer Nature, 2017.

Olsen, Bjørn Eirik, *Norsk fisk i Japan: Konkurrentanalyse og markedsstrategi Rapport 5*, Oslo: Prosjekt Japan, 1990.

Steine, Gro, Frode Alfnes og Anna Maria Bencze Rørå, *Consumer attitudes toward salmon color: a stated choice experiment with pictures*, Ås: Institutt for økonomi og ressursforvaltning, 2004.

Stugu, Svein Olav, *Norsk Historie Etter 1905*, Oslo: Det Norske Samlaget, 2012.

Trondsen, Torbjørn og Øistein Jacobsen, *Flyfrakt av fersk fisk fra Nord-Norge til Japan og Sør-Øst Asia : en undersøkelse av konkurransebetingelser*, Tromsø, NORUT samfunnsforskning, 1994.

Yoshikawa, Hiroshi, *Japan's Lost Decade*, Tokyo: International House of Japan, 2008.

## **Statistikk**

Statistisk Sentralbyrå, 08801: Utenrikshandel med varer, etter år, statistikkvariabel, varenummer, land og import/eksport, URL: <https://www.ssb.no/statbank/sq/10035499>

The Observatory of Economic Complexity, "What does Norway export to Japan: Dataset: HS92, Year:2017",  
Url:[https://oec.world/en/visualize/tree\\_map/hs92/export/nor/jpn/show/2017/](https://oec.world/en/visualize/tree_map/hs92/export/nor/jpn/show/2017/)

World Bank, Norway Animal Exports By Country and Region 1993, Norway 1993 Export Partner Share, URL:  
[https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/NOR/Year/1993/TradeFlow/Export/Partner/all/Product/01-05\\_Animal](https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/NOR/Year/1993/TradeFlow/Export/Partner/all/Product/01-05_Animal)

**Kilder fra Norges fiskeriforskningsråds arkiv ved Riksarkivet i Oslo**

Arkivenhet/Sti: RA/S-2477/D/Dd/L0197/0002

Mappe: 85.2 1985-1986 Prosjekt «Japan»:

Mappe: 88.06 Bjørn Eirik Olsen

Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1986-1987

Arkivenhet/Sti: RA/S-2477/D/De/L0254/0012

Mappe: 1850.00 Bedrifter: Prosjekt God fisk

Arkivenhet/Sti: RA/S-2477/E/Eb/L0346/0004

Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan 1988-89

Arkivenhet/Sti: RA/S-2477/E/Eb/L0347/0001

Mappe: IV 748.001 Prosjekt Japan Nytt Fra Prosjekt Japan brosjyrer/Div.

**Kilder fra Utenriksdepartementets arkiv i Oslo, 7. juni-plass**

ARKIV VIII:

Mappe: 413.35-1 Foodex-89

Mappe: Prosjekt Japan 1/1-89 – 447/464-1eo

Mappe: 447/464-1 Prosjekt Japan 1989 1990

Mappe: 447/464-1 Japan, samhandel 1/10-91 – 29/2-92

Mappe: 447/464-1 Japan 1/3-92 - 31/9-92

Mappe: 447/464-1 Japan 1/3-92 - 31/9-92

Mappe 447/464-1 Japan Samhandel/handelspolitikk 1.1.1990 - 9.4.90

Arkiv VIII/II

Mappe: 447/464-1 Prosjekt Japan 1988

**Intervju**

Olsen, Bjørn Eirik, Tromsø: 08.11.2019

Intervjuet er transkribert. Ta kontakt med forfatter for transkripsjon.

