

日本食の輸出機会について



「日本食の輸出額は5,500億円に達するも、世界の食品消費における存在感は限定的で、更なる輸出拡大余地が期待できる」

弊社は、日本食の輸出拡大を注力テーマの一つとして、高品質で安全な日本食を求める世界の需要先において、市場・需要調査、テストマーケティング、販路開拓、代理店調査、海外営業の代行、輸出に必要な国際実務を事業者様にご提供致します。

ニュースレターとして、マクロデータや政府目標などを整理し、上記の主な食品分類毎の輸出データの分析を通じた傾向と成長余地を検討し、輸出拡大に向けた具体的な販路開拓の方法を、弊社による輸出・進出の実務支援・代行のサービスとあわせ、今後数回に分けて発信をさせていただきます。

日本の農林水産物・食品の輸出額は、2013年に前年比22%増の5,505億円となり、統計を取り始めた1955年以降で最高となり、2014年も最高額を更新したものと思われます。先の金融危機や東日本大震災の影響で輸出高が落ち込んだ時期もありましたが、ユネスコによる和食の文化遺産登録や世界的な和食ブームなどの追い風も得て、魚介類、肉類、野菜、米、魚介類・穀物を使用した調製品、日本酒、緑茶等の分類の輸出は大きく成長し、同分類の輸出額は過去10年間で平均6.4%増加しています。全産業を見渡してみても同期間においてこれ程の高い成長率を記録した産業は少ないと思われます。

一方で、輸出額は増加傾向にあるものの、日本食の総生産量に占める輸出の割合は極めて低く、また世界の食品消費量に占める日本食の占める割合も限定的と言えます。このことは、有望な巨大市場が殆ど手つかずの状態に残されていることを意味しています。

これまでは海外に目を向けていなかった事業者様にとっても、上記輸出先及びその他の国々への輸出機会は、国内需要の減少に対応し、これまで以上の需要をもたらす貴重な成長分野と考えられます。

政府は日本食輸出額を1兆円に押し上げる目標を掲げ、各食品カテゴリの輸出を後押しすると共に、文化としての日本食をセットで提供することを目指しています。今後、様々な政策や支援策が打ち出されるものと思われます。事業者様にとって、輸出拡大に向けた強力な追い風になるものと期待されます。

第1回：日本食の輸出規模と成長期待

日本食輸出額のマクロデータの推移や特徴のデータをもとに傾向を把握し、政府が進める目標・施策などをご紹介します。

第2回：食品分野別の輸出規模と輸出先

食品分野別に、過去10年間の輸出額と傾向、主な輸出先、及び今後の輸出拡大余地について考察します。

第3回：日本食の輸出拡大に向けた対策とご支援

日本食の輸出拡大に向けた販路確保その他の課題を検討し、弊社がご提供する海外営業の支援・代行、現地代理店や提携先の開拓といった国際実務のご支援についてご紹介します。

サードフォース株式会社による海外展開の実務支援

弊社は、海外展開における実務支援をご提供しております。市場調査、海外営業の代行、海外拠点の設立業務の受託、提携・出資先の発掘や交渉、輸出における貿易支援等、コンサルティングや助言に加えて実務を担う役割を担っております。

経験が豊富なメンバーが、現地・日本の両面で、経験則・実務面の双方で日本の企業様の海外展開の実務を強力的に支援致します。

①市場・企業調査、②営業代行、③提携アライアンス支援など、幅広い実務支援を提供します。

弊社ホームページ:

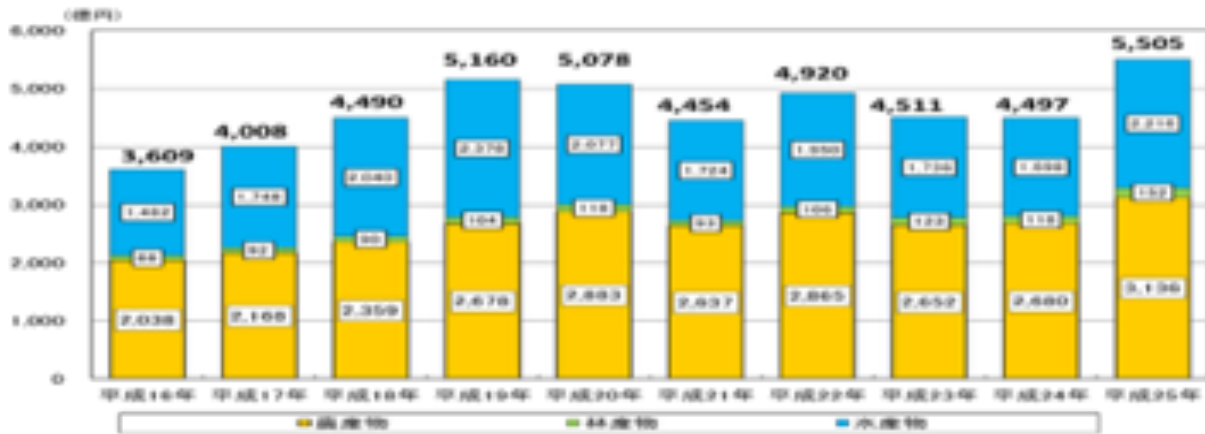
<https://sites.google.com/a/third-force.com/home/>

第1回：日本食の輸出規模と成長期待	4
1. 輸出統計	4
2. 政府の日本食輸出目標	5
第2回：食品分野別の輸出規模と輸出先	7
3. 魚並びに甲殻類、軟体動物及びその他の水棲無脊椎動物	7
4. 野菜（生/冷蔵野菜・冷凍野菜・乾燥野菜・保存野菜等）	9
5. 肉	12
6. 米	14
7. 日本酒	17
8. 肉、魚又は甲殻類、軟体動物その他の水棲無脊椎動物の調製品	20
9. 穀物、穀粉、でん粉又はミルクの調製品及びベーカリー製品	23
10. 緑茶	25
第3回：日本食の輸出拡大に向けた対策と弊社のご支援	27
11. 輸出先の規制や認証制度	27
12. 主要な日本食輸入国における主な販路	28
弊社によるご支援	33
①市場・企業調査	33
②営業代行	33
③提携アライアンス支援	33

第1回：日本食の輸出規模と成長期待

1. 輸出統計

日本産農林水産物・食品輸出額推移（出所：農林水産省）

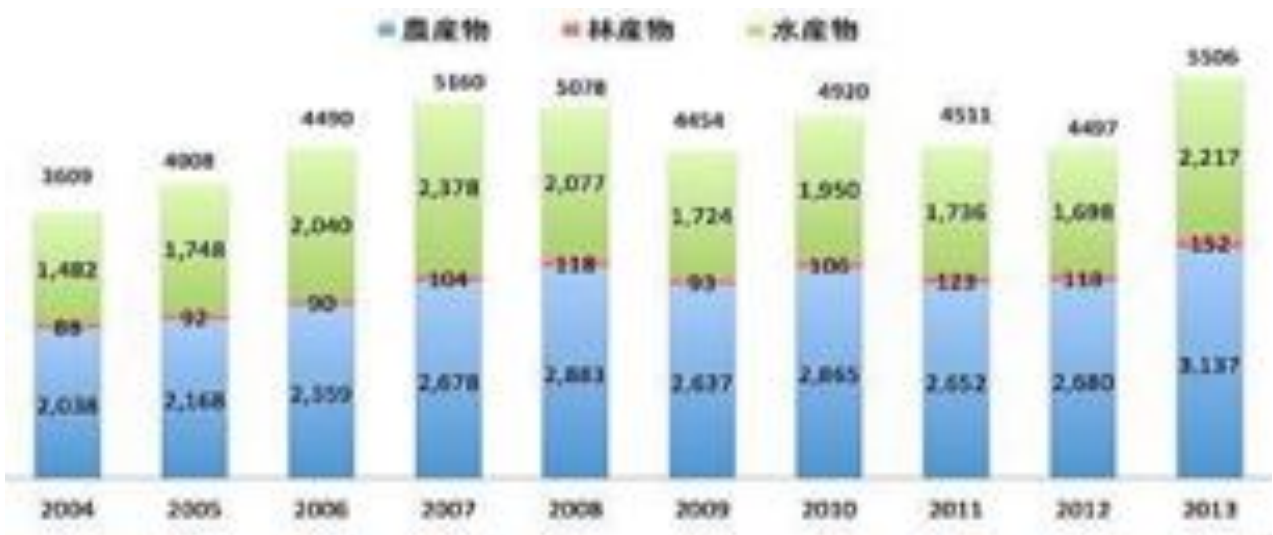


農林水産省の統計によると、2013年の農林水産物・食品の輸出額が前年比22%増の5、505億円となり、統計を取り始めた1955年以降で最高となった。東日本大震災の原発事故に伴う風評被害で輸出は一時落ち込んだものの、13年は世界的な和食ブームや円安を追い風に伸びた。

輸出の品目別で見ると、農産物が17%増の3、137億円。和食の人気を受けて、日本酒、ビールなどのアルコール飲料や、しょうゆなど調味料が好調だった。リンゴの輸出額も72億円と前年比2倍以上増えた。主食米は4割増だが、10億円と比較的少ない。

水産物は30.5%増の2、217億円だった。ホタテ貝やサケ・マス、サバが伸びた。農林水産物の主な輸出先は香港、米国、台湾の順番に金額が多かった。

和食がユネスコの無形文化遺産に登録されたことも、成長の大きな一因と思われる。世界では「健康的な食事」として以前から注目を浴びていた。2013年時点で日本食レストランは世界に約5万5、000店ある（外務省調べ）。2006年には約2万4、000店だった。外国人が好きな外国料理のうち、和食は第1位（66.3%）（出典:日本貿易振興機構調査(2014年3月)）に挙げられており、人気と関心の高さが伺える。



日本から海外への輸出は、対アジアが72.8%で大部分を占める。次いで北米16.5%、ヨーロッパ5.9%となる。国・地域別に見ると、日本最大の輸出先は香港、次いで台湾、中国、韓国、タイ、ベトナムが続く。

和食がユネスコの無形文化遺産に登録されたことや、和食ブームを追い風に伸びた。特に経済成長が続くアジア地域への輸出が大きく伸びている。味噌・醤油、日本酒などの和食関連の商品が伸びたほか、ホタテやりんごなどの農林水産物も好調だった。

2. 政府の日本食輸出目標

政府は、農林水産物・食品の輸出額を2020年に1兆円規模にする目標を掲げた。各都道府県も海外で自治体主催の展示会を行うなど、輸出の促進に向けた積極的な取り組みを行っている。輸出先の中心になっているのは米国とアジアで、特に高所得者層の増加が著しいアジアへの輸出の伸びが顕著になっている。

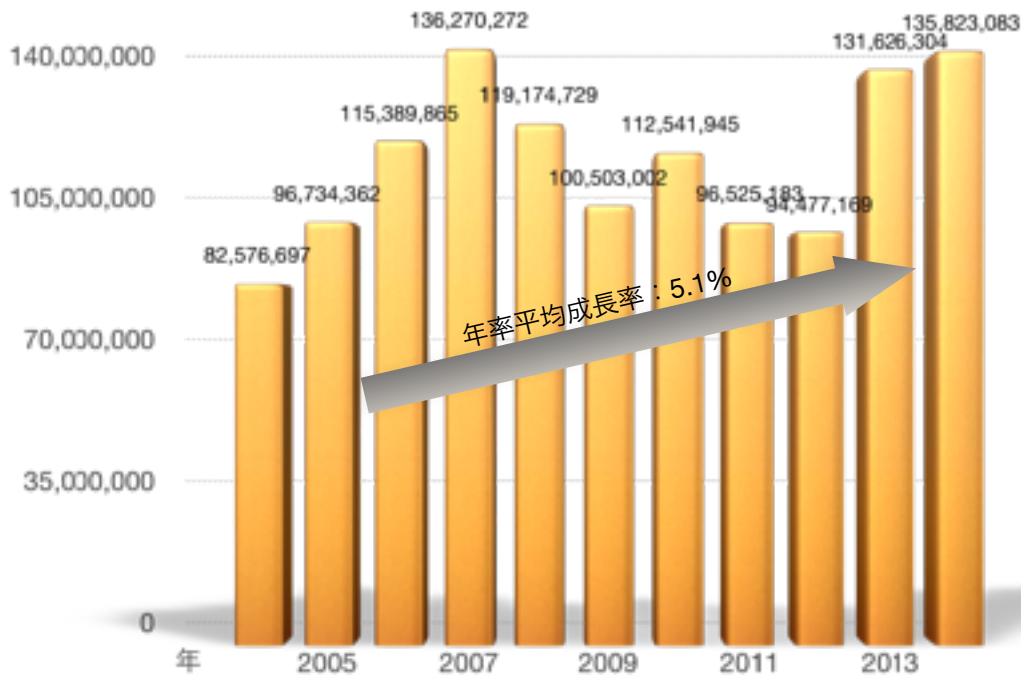
- 重点品目
 - ・水産物
 - ・加工食品(みそ、醤油、清涼飲料水、菓子類、牛乳・乳製品、即席麺やレトルトカレー等のコンビニエンス・フーズなど)
 - ・コメ・コメ加工品(包装米飯、日本酒含む) ・林産物 ・花き
 - ・畜産物 ・牛肉 ・茶
- 重点国・地域
 - ・新興市場: EU、ロシア、ベトナム、インドネシア、インド、フィリピン、マレーシア、タイ、シンガポール、ミャンマー、中東、ブラジル
 - ・安定市場: 香港、米国、台湾、中国、韓国



第2回：食品分野別の輸出規模と輸出先

3. 魚並びに甲殻類、軟体動物及びその他の水棲無脊椎動物

(単位：千円、出所：財務省貿易統計)



(上記統計の定義) 魚・甲殻類・軟体動物・水棲無脊椎動物 (生きているもの、冷蔵したもの、冷凍したもの、フィレその他の魚肉、乾燥・塩蔵・塩水漬け・燻製・粉など)。

2014年の輸出高は、1月から11月までの輸出累計 (実績額124,504百万円) が、12月も同じトレンドで推移するとして、135,823百万円と推計した。

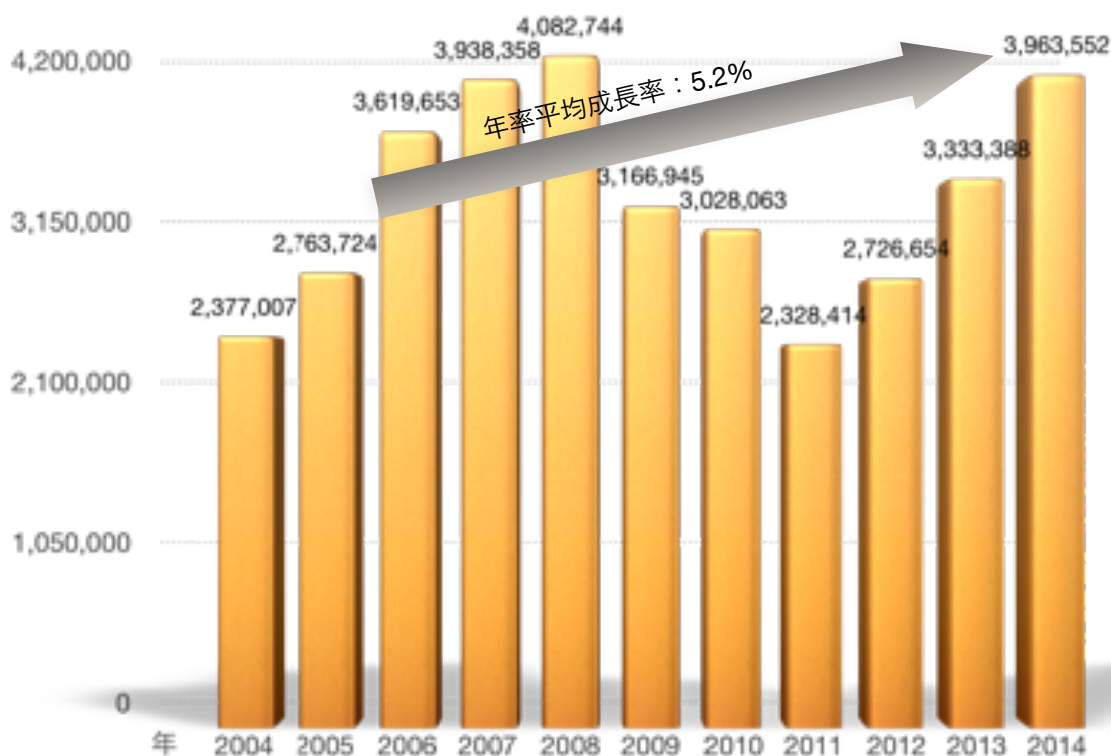
日本からの魚の輸出高は、2004年から2007年まで急速に増加した後、金融危機の影響を受けて大きく減少し、更に2011年の東日本大震災の影響を受けて中国や韓国が輸入を制限したことから、2012年まで大きく減少した。一方で2013年から急激に回復し、推計で2014年にはピークの2007年の水準まで回復している。

2014年（1月から11月累計）の魚介類輸出 上位30品目・仕向け国別

品目	HSコード	国名	数量 (KG)	累計金額(千円)
スキャロップ (ホタテ貝)	0307.99-120	中華人民共和国	26,179,174	12,476,351
スキャロップ (ホタテ貝)	0307.99-120	アメリカ合衆国	5,637,865	12,416,110
その他太平洋さけ	0303.12-000	中華人民共和国	24,152,474	7,161,937
スキャロップ (ホタテ貝)	0307.99-120	ベトナム	10,117,765	6,377,405
ぶり	0304.89-200	アメリカ合衆国	4,018,259	6,196,181
かつお	0303.43-000	タイ	30,759,888	4,636,782
びんながまぐる	0303.41-000	タイ	12,544,633	3,402,975
すけそうだら	0303.67-000	中華人民共和国	33,581,045	3,188,780
その他	0303.89-900	ベトナム	19,036,532	3,166,354
さば	0303.54-000	エジプト	24,326,884	2,605,475
さば	0303.54-000	タイ	22,320,633	2,390,707
うに	0308.19-900	香港	119,851	1,863,927
スキャロップ (ホタテ貝)	0307.99-120	香港	763,033	1,688,727
スキャロップ (ホタテ貝)	0307.91-300	大韓民国	4,190,624	1,652,266
さば	0303.54-000	ベトナム	11,206,511	1,421,421
ぶり	0304.49-200	アメリカ合衆国	826,283	1,366,358
めばちまぐる	0302.34-000	グアム (米)	1,894,900	1,365,510
びんながまぐる	0303.41-000	ベトナム	4,917,400	1,307,859
スキャロップ (ホタテ貝)	0307.99-120	台湾	573,560	1,224,723
たい	0301.99-100	大韓民国	1,641,166	1,157,658
その他太平洋さけ	0303.12-000	ベトナム	4,278,500	1,111,468
その他太平洋さけ	0303.12-000	タイ	3,741,345	1,094,202
その他	0307.89-900	香港	10,657	980,274
その他	0302.89-000	大韓民国	1,250,888	960,144
その他淡水魚	0301.11-900	香港	50,659	939,559
いか	0307.99-110	ベトナム	2,060,946	838,832
くらげ	0308.30-900	ベトナム	1,243,755	837,837
さば	0303.54-000	フィリピン	8,957,938	836,311
その他	0303.89-900	大韓民国	7,516,706	832,104
その他	0303.89-900	中華人民共和国	5,181,615	800,062

4. 野菜（生/冷蔵野菜・冷凍野菜・乾燥野菜・保存野菜等）

（単位：千円、出所：財務省貿易統計）



（上記統計の定義） HSコード07.01から07.14までを含み、品目として、ばれいしよ、トマト、たまねぎ、シャロット、にんにく、リーキその他のねぎ属の野菜、キャベツ、カリフラワー、コールラビー、ケールその他これらに類するあぶらな属の食用の野菜、レタス（ラクトウカ・サティヴァ）及びチコリー（キコリウム属のもの）、にんじん、かぶ、サラダ用のビート、サルシファイ、セルリアク、大根その他これらに類する食用の根、きゅうり及びガーキン、豆（全て生鮮のもの及び冷蔵したものに限るものとし、豆はさやを除いてあるかないかを問わない。）、その他の野菜（アスパラガス、なす、セルリー（セルリアクを除く。）、きのこ及びトリフ、きのこ（はらたけ属のもの）、とうがらし属又はピメンタ属の果実、ほうれん草、つるな及びやまほうれん草、アーティチョーク、オリーブ、かぼちや類（クルピタ属のもの）、冷凍野菜（調理してないもの及び蒸気又は水煮による調理をしたものに限る。）、一時的な保存に適する処理をした野菜（例えば、亜硫酸ガス又は塩水、亜硫酸水その他の保存用の溶液により保存に適する処理をしたもので、そのままの状態では食用に適しないものに限る。）、一時的な保存に適する処理をした野菜（例えば、亜硫酸ガス又は塩水、亜硫酸水その他の保存用の溶液により保存に適する処理をしたもので、そのままの状態では食用に適しないものに限る。）、乾燥した豆（さやを除いたものに限るものとし、皮を除いてあるかないか又は割つてあるかないかを問わない。）、カッサバ芋、アロールト、サレップ、菊芋、かんしょその他これらに類するでん粉又

はイヌリンを多量に含有する根及び塊茎（生鮮のもの及び冷蔵し、冷凍し又は乾燥したものに限るものとし、切つてあるかないか又はペレット状にしてあるかないかを問わない。）並びにサゴやしの髓、を含む。

2014年の輸出高は、1月から11月までの輸出累計（実績額3,633百万円）が、12月も同じトレンドで推移するとして、3,964百万円と推計した。

日本からの野菜の輸出高は、2004年から2008年まで72%増加したが、金融危機の影響を受けて大きく減少し、更に2011年の東日本大震災の影響を受けて中国や韓国が輸入を制限したことから、大きく減少した。2012年から回復に転じ、2011年から2014年までの成長率は70%に達し、2008年のピーク水準まで回復している。

2014年11月に農林水産省が発表した「野菜の生産・流通の現状」によると、野菜の産出額は2兆円に達しており、米の生産額よりも多い。生産額に対する輸出額は極めて小さく、国内需要の先細りへの対策の観点からも輸出対策の強化の余地は大きいものと思われる。

2014年（1月から11月累計）の野菜輸出 上位20品目・仕向け国別

仕向け国別では、アメリカを除くと上位20品目の全てが東・東南アジア（台湾・シンガポール・マレーシア・香港・タイ・ベトナム）に輸出されている。

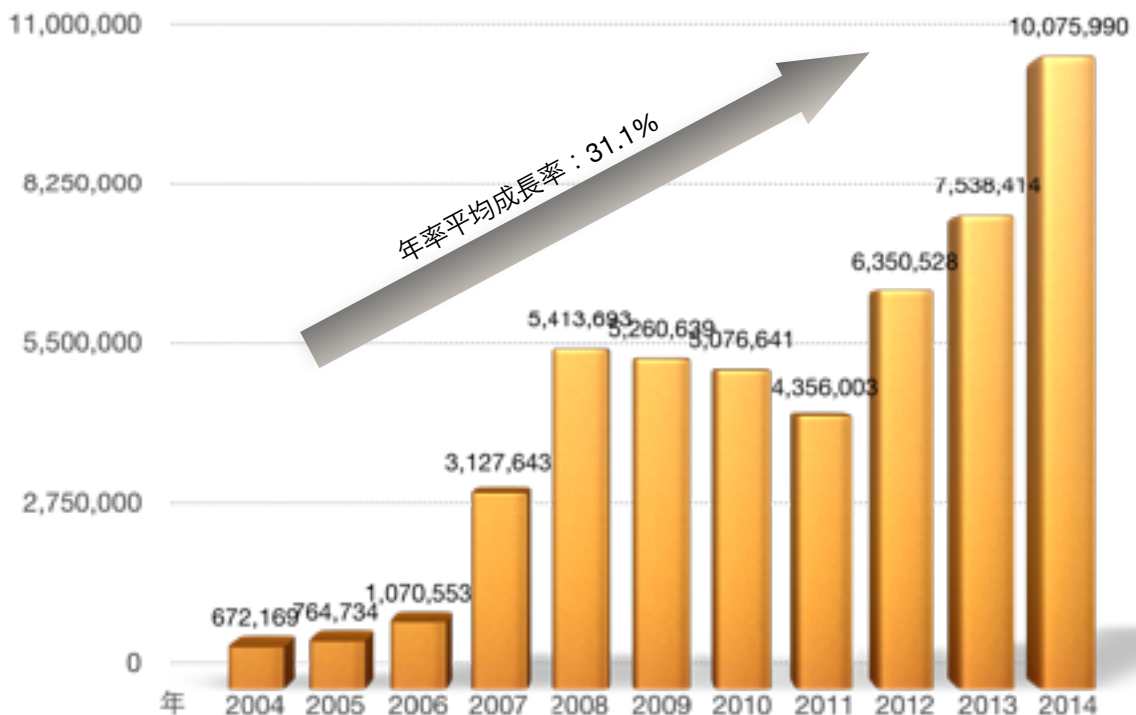
要因としては、地理的に近隣で輸送が比較的容易で、経済・文化的交流も深く日本及び日本野菜に対する理解が深い国々に多く出荷されているものと考えられる。

高い生産技術、品質・安全性を持つ製品は、上記及び上記以外の国々の富裕層を中心に、大きな拡販余地があるものと思われる。

品目	HSコード	国名	数量 (KG)	累計金額 (千円)
ヤム芋	0714.30-000	台湾	2,674,710	1,167,010
ヤム芋	0714.30-000	アメリカ合衆国	1,770,420	677,092
かんしょ	0714.20-000	香港	757,619	232,776
ヤム芋	0714.30-000	シンガポール	434,390	205,892
その他生鮮野菜	0709.59-000	台湾	544,404	142,260
その他生鮮野菜	0709.59-000	シンガポール	214,184	129,548
その他生鮮野菜	0709.99-000	台湾	85,173	104,804
乾燥しいたけ	0712.39-100	台湾	32,922	96,414
その他生鮮野菜	0709.59-000	香港	312,670	80,341
その他生鮮野菜	0709.59-000	マレーシア	132,174	78,029
乾燥しいたけ	0712.39-100	香港	11,101	58,396
かぼちや類	0709.93-000	香港	246,199	50,610
かんしょ	0714.20-000	台湾	123,875	44,639
キャベツ、カリフラ ワー、コールラビ ー、ケール等	0704.90-000	香港	367,475	41,083
その他生鮮野菜	0709.59-000	アメリカ合衆国	50,812	37,651
その他生鮮野菜	0709.59-000	タイ	135,748	36,935
かんしょ	0714.20-000	シンガポール	69,348	22,823
その他生鮮野菜	0709.59-000	ベトナム	38,640	22,516
かぼちや類	0709.93-000	ベトナム	227,497	17,871
乾燥野菜 (混合)	0712.90-000	台湾	5,467	17,584

5. 肉

(単位：千円、出所：財務省貿易統計)



(上記統計の定義) 牛・豚・羊・山羊・馬の肉、くず肉 (生鮮、冷蔵、冷凍したもの)

2014年の輸出高は、1月から11月までの輸出累計 (実績額9,236百万円) が、12月も同じトレンドで推移するとして、10,076百万円と推計した。

日本からの肉の輸出高は、2006年までは10億円程度だったが、2008にかけて5倍超に急伸、2011にかけて減少したものの、その後も2倍以上に急成長している。

「和牛のブランド化」による海外での日本の食肉の人気向上が輸出額増加の一因と思われる。

USDAは世界の牛肉生産量は2013年には5,753万tと予測した。輸出市場においては、豪州と米国、NZはそれぞれ141万t、111万t、53万tと予想一方で、2013年の日本からの輸出数量は1万1,215tであり、なお相当の開きがある。日本からの輸出は高価格帯の限られた層をターゲットとしている点を考慮しても、継続して輸出拡大余地は大きいものと考えられる。

2014年（1月から11月累計）の肉輸出 上位20品目・仕向け国別

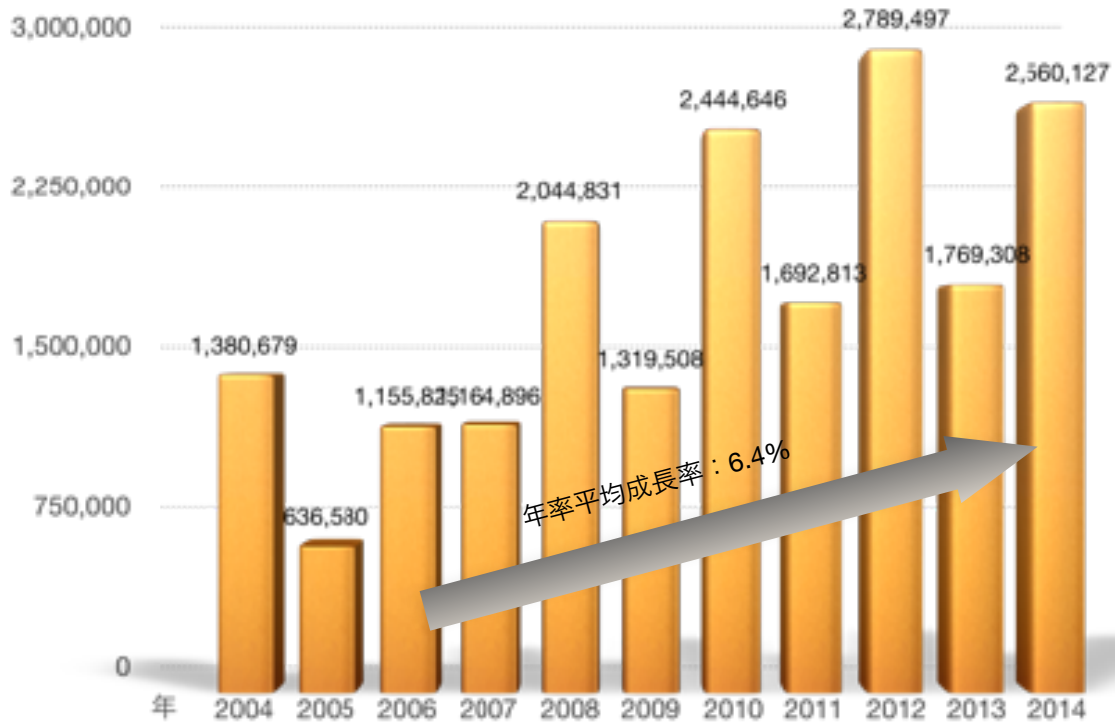
カンボジア向け輸出がトップに出ている理由は、同国における消費というよりも、和牛の輸入を禁止している中国向け輸出にするために、カンボジアを経由している可能性があるという複数のメディア（NNA. ASIA 遠藤堂太氏、news-postseven）が報じている。その他は香港・アメリカ・シンガポールと、他製品と同様の国々に多く輸出されている。

品目別には、上位20位における殆どが生鮮または冷凍の牛肉であり、和牛の人気の高さが際立っていることを裏付けている。

品目	HSコード	国名	数量(KG)	累計金額 (千円)
冷凍牛肉（骨なし）	0202.30-000	カンボジア	253,689	1,770,564
生鮮牛肉（骨なし）	0201.30-000	香港	219,649	1,115,157
生鮮牛肉（骨なし）	0201.30-000	アメリカ合衆国	130,587	1,067,357
冷凍鶏くず肉	0207.14-000	香港	6,979,171	1,017,048
冷凍牛肉（骨なし）	0202.30-000	香港	102,518	574,708
生鮮牛肉（骨なし）	0201.30-000	シンガポール	91,364	550,282
冷凍豚肉（骨なし）	0203.29-000	香港	289,452	351,331
冷凍牛肉（骨なし）	0202.30-000	モンゴル	50,379	329,047
冷凍牛肉（骨なし）	0202.30-000	タジキスタン	39,142	272,475
冷凍鶏くず肉	0207.14-000	カンボジア	1,282,380	254,239
冷凍鶏くず肉	0207.14-000	モンゴル	1,391,130	241,786
冷凍牛肉（骨なし）	0202.30-000	マカオ	34,366	221,575
冷凍牛肉（骨なし）	0202.30-000	タイ	31,048	169,357
生鮮牛肉（骨なし）	0201.30-000	タイ	23,650	148,318
生鮮牛肉（骨なし）	0201.30-000	マカオ	16,072	145,380
生鮮牛肉（骨なし）	0201.30-000	ドイツ	15,158	138,648
冷凍牛肉（骨なし）	0202.30-000	シンガポール	14,597	87,315
生鮮牛肉（骨なし）	0201.30-000	オランダ	11,647	83,884
生鮮牛肉（骨なし）	0201.30-000	モナコ	7,003	76,950
生鮮牛肉（骨なし）	0201.30-000	英国	8,440	73,169

6. 米

(単位：千円、出所：財務省貿易統計)



(統計の定義) もみ、玄米、精米 (研磨してあるか、つや出ししてあるかを問わない。)

2014年の輸出高は、1月から11月までの輸出累計 (実績額2,347百万円) が、12月も同じトレンドで推移するとして、2,560百万円と推計した。

米の輸出は、他の食品と比較して、年毎の輸出高の増減幅が大きく、前年比半減する年もあれば倍増する年もある。過去10年で年率平均6.4%成長。

大幅な振れ幅の主因は内訳にあるものと思われる。単価の安い精米が後発新興国に多く輸出されており、その輸出高が年毎に大きく増減しているため、上記の波型のグラフを形成している。(詳細は以下ご参照。)

2014年（1月から11月累計）の米輸出 上位20品目・仕向け国別

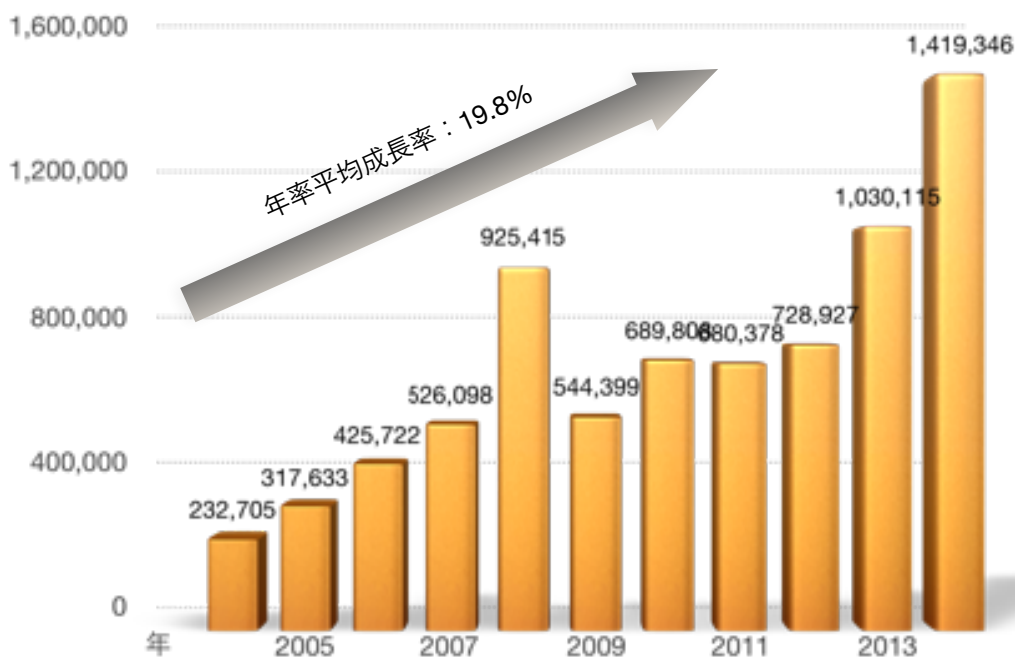
次に示す主要な輸出先を見ると、先進国及び先進新興国に加えて、アフリカ諸国といった新興国向けの輸出金額が上位を占める。トンあたりの単価を見ると、例えば香港向けは326千円であるのに対して、モーリタニア向けは49千円と大幅に低い。品目は同じ精米だが、輸出目的が高級品と廉価品と異なる可能性が高い。過年度にも同様の傾向があり、アフリカ諸国や中央アジア、東南アジア後発新興国向けに単価が低い精米が輸出される傾向にある。

品目	HSコード	国名	数量（トン）	累計金額	トンあたり単価（千円）
精米	1006.30-000	モーリタニア	8,557	418,042	49
精米	1006.30-000	コートジボワール	7,252	348,317	48
精米	1006.30-000	香港	832	271,644	326
精米	1006.30-000	シンガポール	746	233,661	313
精米	1006.30-000	ガンビア	5,048	232,759	46
玄米	1006.20-000	香港	681	158,754	233
精米	1006.30-000	サントメ・プリンシペ	1,696	141,663	84
精米	1006.30-000	台湾	256	107,784	421
玄米	1006.20-000	シンガポール	381	91,380	240
精米	1006.30-000	オーストラリア	165	53,367	323
精米	1006.30-000	英国	96	35,731	372
精米	1006.30-000	中華人民共和国	65	28,369	436
精米	1006.30-000	アメリカ合衆国	54	26,443	490
精米	1006.30-000	フィリピン	294	23,017	78
玄米	1006.20-000	台湾	64	18,350	287
精米	1006.30-000	マレーシア	47	14,859	316
精米	1006.30-000	ロシア	44	14,709	334
精米	1006.30-000	ドイツ	42	14,379	342
精米	1006.30-000	タイ	36	12,399	344
精米	1006.30-000	マカオ	26	12,212	470

米の出荷金額の推移（調整後）

（上記総出荷額から、トンあたり100千円を下回る単価で出荷されているものを除外（輸出相手国毎に判定）した金額の推移）。

（単位：千円、出所：財務省貿易統計）

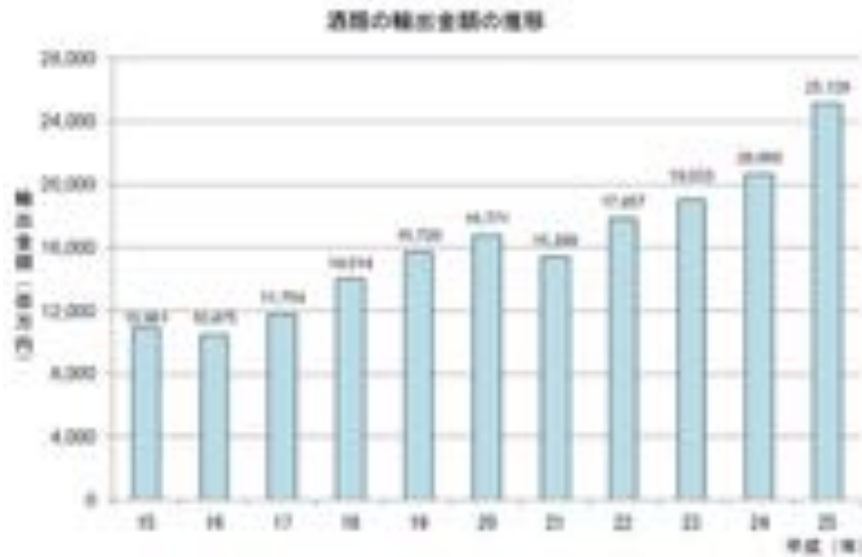


調整後の輸出額推移では、他食品の輸出高の傾向と類似する成長トレンドを辿っている。2008年までの急伸後、金融危機の影響と思われる下落を経て、その後回復基調を遂げ、2013年から過去10年間の最高額を記録している。

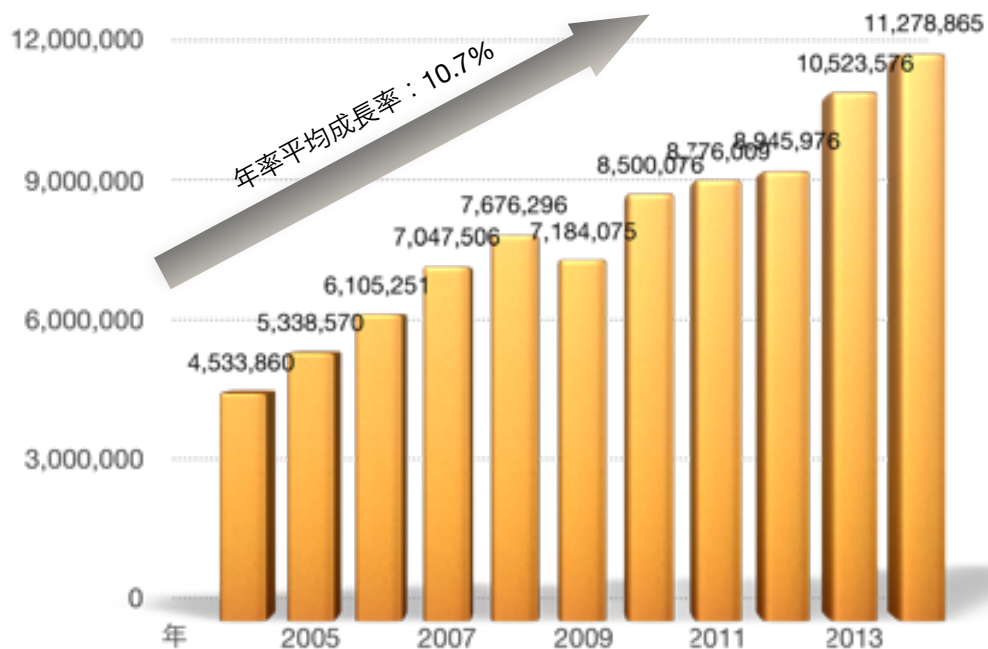
今後も、食の安全への高い関心を有する富裕層を中心とした顧客層は拡大するものと考えられ、更なる成長余地が期待できる。

7. 日本酒

「平成25年酒類の輸出動向について」（出所：国税庁、2014年2月19日発表）によると、平成25年の酒類の輸出金額は約251億円で、現在の品目分類による比較が可能な昭和63年以降で過去最高を記録。日本酒が、輸出品目の中で最も多い割合を占める。



日本酒の出荷額（単位：千円、出所：財務省貿易統計）



2014年の輸出高は、1月から11月までの輸出累計（実績額10,339百万円）が、12月も同じトレンドで推移するとして、11、279百万円と推計した。

日本酒の輸出額は、過去10年間で年率平均10.7%と、金融危機後の落ち込みを除くと高い成長率でコ
ンスタントに伸び続けており、海外における認知・人気の向上を裏付けている。

英国のIWSR（International Wine and Spirit Record）がワイン生産国28か国、消費国114か国を対象
に行った2010年のワイン販売額推定は1,170億3800万ドル（2005年対比9.4%増）であ
り、単純比較すると、日本酒の割合はわずか0.1%弱にすぎない。日本食全体の消費が伸びている点も鑑
み、さらに大きな輸出余地があるものと考えられる。

日本酒の地域別出荷額（出所：財務省貿易統計）

過去4年間連続で、米国向けが第1位、香港向けが第2位、韓国向けが第3位を占める。米国向けと香港向
けが1リットル当たり概ね1千円程度に対して、韓国向けは大きく単価が下がっている。次いで中国、台
湾、シンガポール、カナダ、オーストラリアが上位にランクされる。

2011年 (通期累計)			2012年 (通期累計)			2013年 (通期累計)			2014年全期(1月から11月まで累計)		
国名	数量(L)	金額 (千円)	国名	数量(L)	金額 (千円)	国名	数量(L)	金額 (千円)	国名	数量(L)	金額 (千円)
米国	4,070,871	3,240,831	米国	3,952,113	3,245,193	米国	4,489,281	3,873,390	米国	3,991,119	3,742,127
香港	1,659,732	1,528,735	香港	1,492,070	1,495,282	香港	1,716,362	1,712,043	香港	1,498,011	1,658,616
大韓民国	2,828,223	1,208,151	大韓民国	2,904,088	1,203,539	大韓民国	3,501,601	1,381,645	大韓民国	2,912,851	1,187,130
台湾	1,680,081	525,393	台湾	1,603,450	512,818	台湾	1,746,596	586,991	中国	973,063	631,509
シンガポール	375,255	333,819	中国	666,489	411,880	中国	895,566	523,096	台湾	1,490,171	551,069
ベトナム	295,544	243,261	シンガポール	398,654	374,849	シンガポール	415,350	383,334	シンガポール	418,456	454,777
カナダ	472,692	219,617	カナダ	488,682	245,240	カナダ	516,159	279,961	カナダ	440,250	262,981
中国	374,717	212,037	オーストラリア	281,390	214,058	英国	275,484	216,774	オーストラリア	307,409	243,216
英国	259,449	197,903	英国	237,686	181,980	オーストラリア	269,417	209,006	英国	245,317	208,220
オーストラリア	237,045	177,747	タイ	445,913	167,869	タイ	452,483	176,512	タイ	409,151	168,610
オランダ	190,758	107,240	マレーシア	130,592	115,636	ベトナム	226,092	143,388	ベトナム	4,989,101	157,048
ドイツ	271,095	105,698	オランダ	205,664	100,060	オランダ	230,991	139,826	マレーシア	161,651	128,236
タイ	272,014	97,783	ベトナム	139,688	84,848	マレーシア	170,390	135,154	ドイツ	306,617	110,577
フランス	112,141	89,845	フランス	101,988	78,991	フランス	117,315	106,152	フランス	119,693	106,017
マレーシア	98,875	77,118	ドイツ	175,716	62,630	ブラジル	116,667	68,786	オランダ	171,075	99,150
ブラジル	96,986	49,062	ブラジル	114,640	60,222	ドイツ	203,155	63,249	ブラジル	148,382	78,210
ロシア	72,485	41,483	イタリア	116,932	36,423	マカオ	23,048	53,356	マカオ	21,572	60,913
ニュージーランド	89,853	33,991	アラブ首長国連邦	51,087	34,539	アラブ首長国連邦	56,255	50,483	イタリア	143,622	50,756
アラブ首長国連邦	59,859	32,535	ニュージーランド	81,956	34,071	フィリピン	119,645	43,925	インドネシア	41,331	46,474
フィリピン	73,608	28,716	フィリピン	84,902	30,479	ニュージーランド	85,382	39,386	フィリピン	93,982	40,787
その他	431,013	225,044	その他	456,854	255,369	その他	574,962	337,119	その他	585,423	352,537

8. 肉、魚又は甲殻類、軟体動物その他の水棲無脊椎動物の調製品

(単位：千円、出所：財務省貿易統計)



(上記統計の定義) ソーセージその他、肉、魚又は甲殻類、軟体動物若しくはその他の水棲無脊椎動物のエキス及びジュース、魚（調製し又は保存に適する処理をしたものに限る。）、キャビア及び魚卵から調製したキャビア代用物、甲殻類、軟体動物及びその他の水棲無脊椎動物（調製し又は保存に適する処理をしたものに限る。）。

2014年の輸出高は、1月から11月までの輸出累計（実績額51,181百万円）が、12月も同じトレンドで推移するとして、55,834百万円と推計した。

当分野は日本の食材の総輸出額の約1割を占める。保存・輸送が比較的容易な調製品は輸出に比較的適していることから、海外諸国からの人気が高いものと思われる。

他分野と同様に金融危機後の落ち込みや東日本大震災後の輸出減が見られるものの、比較的減少幅は軽微で、下方調整を補うだけの成長が見られる。

2014年（1月から11月累計）の魚介類調製品輸出 上位30品目・仕向け国別

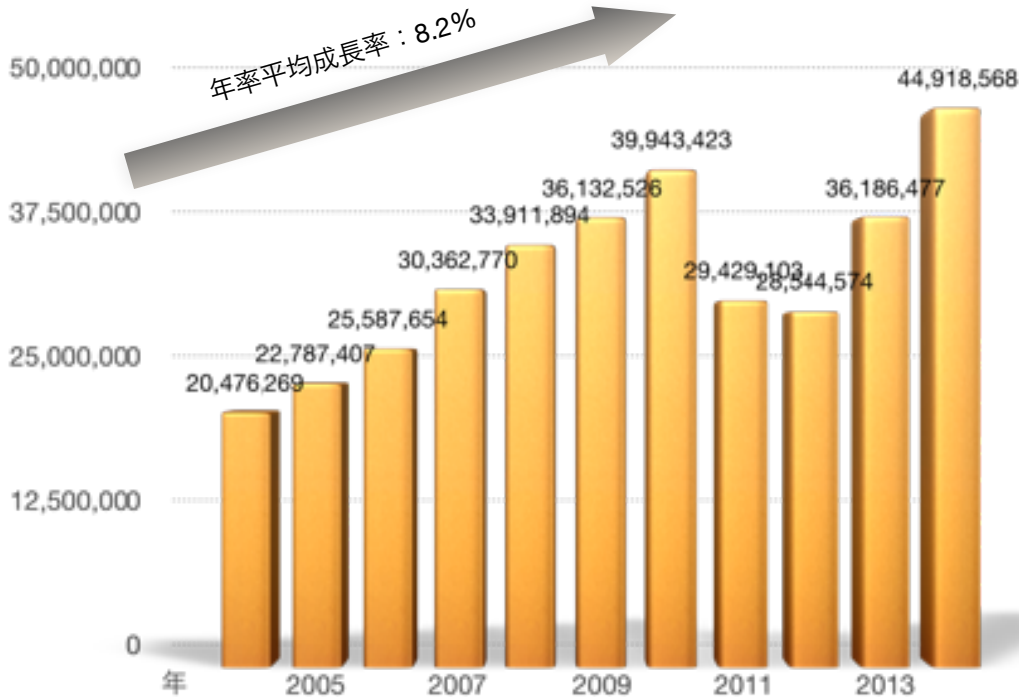
品目	HSコード	国名	数量 (KG)	累計金額 (千円)
なまこ	1605.61-900	香港	447,649	8,775,040
なまこ（乾燥）	1605.61-100	香港	156,034	8,508,163
スキャロップ（ホタテ貝）	1605.52-000	香港	1,026,948	7,347,212
その他調製・保存処理をした魚	1604.20-190	アメリカ	2,893,250	2,440,781
あわび	1605.57-000	香港	23,056	1,822,090
その他調製・保存処理をした魚	1604.20-190	香港	1,703,625	1,408,261
スキャロップ（ホタテ貝）	1605.52-000	台湾	317,386	1,078,408
かき	1605.51-900	香港	439,014	1,001,934
貝柱	1605.59-100	香港	138,626	719,761
魚肉ソーセージ	1604.20-110	香港	1,150,895	652,151
さば	1604.15-190	サウジアラビア	1,299,600	618,221
スキャロップ（ホタテ貝）	1605.52-000	シンガポール	108,053	537,745
スキャロップ（ホタテ貝）	1605.52-000	アメリカ	69,444	534,265
かに	1605.10-000	ナミビア	750,591	499,953
その他調製・保存処理をした魚	1604.20-900	アメリカ	211,318	479,579
たこ	1605.55-000	アメリカ	319,865	456,418
その他調製・保存処理をした魚	1604.20-190	台湾	618,983	443,312
キャビア代用物	1604.32-000	香港	160,161	441,121
その他（甲殻類・軟体動物・他水棲無脊椎動物）	1605.59-900	台湾	401,424	421,443
その他（甲殻類・軟体動物・他水棲無脊椎動物）	1605.59-900	香港	410,673	415,408
油漬まぐろ	1604.14-111	サウジアラビア	290,829	405,846
いか	1605.54-000	アメリカ	316,616	401,442
スキャロップ（ホタテ貝）	1605.52-000	ベトナム	483,157	396,675
キャビア代用物	1604.32-000	台湾	199,968	366,976
その他の甲殻類	1605.40-000	アメリカ	146,062	329,013
その他（甲殻類・軟体動物・他水棲無脊椎動物）	1605.59-900	中国	406,040	311,468
キャビア代用物	1604.32-000	シンガポール	109,354	273,959
ソーセージ（その他）	1602.49-000	香港	1,198,928	272,087
その他（甲殻類・軟体動物・他水棲無脊椎動物）	1605.59-900	ベトナム	356,083	269,095
にしん	1604.12-000	台湾	199,643	255,841

魚・動物類の調製品の輸出において、上位品目の殆どを水産調製品が占める。様々な海産物を調製する日本の文化や技術が海外に受け入れられていることを示している。

地域的には、圧倒的に香港向けの輸出が多く、なまこやホタテ貝、かき、貝柱、魚肉ソーセージ、その他魚の調製品といった幅広い品目が同国向けに輸出されている。台湾にも、香港と同様に、幅広い調製品が多く輸出されている。

他製品と同様に、アメリカを除くと殆どが東アジア・東南アジア向けに出荷されているが、特定の品目がサウジアラビア向けに多く輸出されている。気密容器入りのさばと油漬まぐろが2014年1月から11月の累計で10億円超輸出されている。産油国の富裕層向けに、保存がしやすい高品質の製品が売れているものと推測される。

9. 穀物、穀粉、でん粉又はミルクの調製品及びベーカリー製品



(上記統計の定義) 麦芽エキス並びに穀粉、ひき割り穀物、ミール、でん粉又は麦芽エキスの調製食料品、スパゲッティ、マカロニ、ヌードル、ラザーニヤ、ニョッキ、ラビオリ、カネローニその他のパスタ、穀物又は穀物産品を膨脹させて又はいつて得た調製食料品、パン、ペーストリー、ケーキ、ビスケットその他のベーカリー製品。

2014年の輸出高は、1月から11月までの輸出累計(実績額41,175百万円)が、12月も同じトレンドで推移するとして、44,919百万円と推計した。

日本からの穀物等・ミルクの調製品及びベーカリー製品の輸出高は、東日本大震災後の影響を受けつつも大きく成長し、10年間で2倍以上まで成長している。当分野は、原材料の品質や安全性に加えて、高い加工技術や保存性等の商品性や利便性が高い製品が多いと思われる、食品分野全体の輸出量全体の大きな一角を占める。

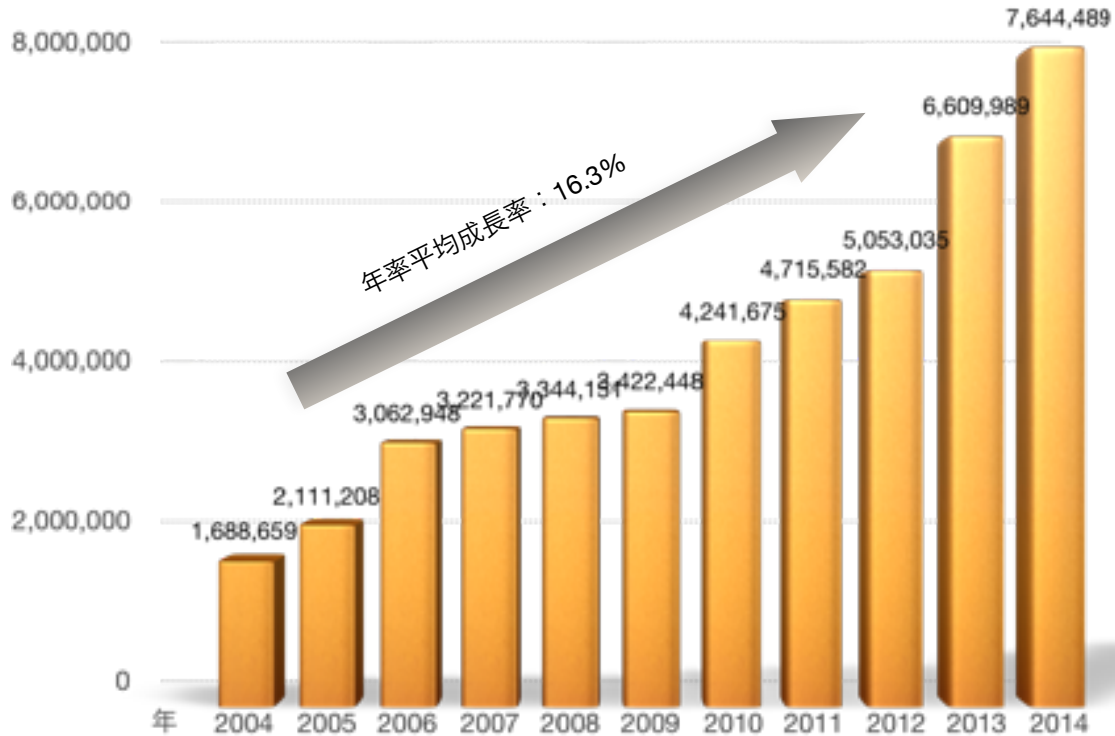
2014年(1月から11月累計)の穀物等調製品輸出 上位30品目・仕向け国別

他日本食と同様に、穀物等・ミルク調製品及びベーカリー製品の上位輸出先は、香港・台湾・アメリカ・中国・韓国が多くを占めている。ベーカリー・ビスケット・米菓、あられ・せんべい等、うどん・そば類、即席麺類に加えて、育児食用の調製品も幅広く輸出されている。

品名	HSコード	国名	数量 (KG)	金額 (千円)
ベーカリー・ビスケット・米菓その他	1905.90-900	香港	6,372,543	6,293,054
ベーカリー・ビスケット・米菓その他	1905.90-900	台湾	3,989,810	4,079,500
ベーカリー・ビスケット・米菓その他	1905.90-900	アメリカ	2,744,210	2,872,174
穀粉・ひき割り穀物等調製品 (その他)	1901.90-000	台湾	4,016,914	1,736,462
あられ・せんべい等米菓	1905.90-100	台湾	1,108,629	1,153,883
ベーカリー・ビスケット・米菓その他	1905.90-900	中国	1,030,670	972,624
即席めん類	1902.30-100	香港	2,210,526	962,398
うどん、そうめん及びそば	1902.19-200	アメリカ	3,825,615	950,841
育児食用の調製品	1901.10-000	ベトナム	480,819	884,756
あられ・せんべい等米菓	1905.90-100	香港	631,972	734,641
ベーカリー・ビスケット・米菓その他	1905.90-900	シンガポール	696,922	725,628
ベーカリー・ビスケット・米菓その他	1905.90-900	大韓民国	836,065	701,814
穀粉・ひき割り穀物等調製品 (その他)	1901.90-000	アメリカ	1,480,709	657,053
穀粉・ひき割り穀物等調製品 (その他)	1901.90-000	大韓民国	1,003,674	653,089
育児食用の調製品	1901.10-000	台湾	497,898	648,509
あられ・せんべい等米菓	1905.90-100	アメリカ	672,042	606,932
育児食用の調製品	1901.10-000	パキスタン	596,946	569,689
うどん、そうめん及びそば	1902.19-200	香港	1,993,998	567,206
その他パスタ	1902.30-900	香港	2,597,902	501,285
ベーカリー・ビスケット・米菓その他	1905.90-900	タイ	374,167	475,320
育児食用の調製品	1901.10-000	香港	297,451	452,289
即席めん類	1902.30-100	アメリカ	834,364	440,529
ベーカリー・ビスケット・米菓その他	1905.90-900	カナダ	390,431	421,549
スイートビスケット	1905.31-000	香港	246,822	364,912
その他パスタ	1902.19-900	アメリカ	752,663	360,994
その他パスタ	1902.30-900	アメリカ合衆	2,023,862	356,924
ベーカリー・ビスケット・米菓その他	1905.90-900	サウジアラビア	412,112	346,290
穀粉・ひき割り穀物等調製品 (その他)	1901.90-000	タイ	702,079	340,226
即席めん類	1902.30-100	台湾	473,562	335,846
穀粉・ひき割り穀物等調製品 (その他)	1901.90-000	香港	827,259	307,596

10. 緑茶

(単位：千円、出所：財務省貿易統計)



(上記統計の定義) 緑茶 (発酵していないもので、正味重量が3キログラム以下のもの)、その他の緑茶。

2014年の輸出高は、1月から11月までの輸出累計 (実績額7,007百万円) が、12月も同じトレンドで推移するとして、7,645百万円と推計した。

日本からの緑茶の輸出高は、2004年から1年間で4.5倍まで成長しており、他製品と比較して、経済や災害の影響を受けずに成長を続けている。

緑茶には主成分であるカテキンにコレステロールの低下やがん予防などの効用がある点や砂糖を入れずに飲む点などがメリットであり、ヘルシーさを売りとして今後も需要の増加が期待できる。一方で、東南アジア等においては緑茶に砂糖を入れて飲む人も多いとされ、また急須を使用する習慣がないことから、諸外国に更なる浸透を図るためには、飲み方と淹れ方をセットで提案できることが望ましい。

2014年（1月から11月累計）の緑茶輸出 上位20品目・仕向け国別

緑茶の輸出先は、アメリカ、カナダといった北米が多く、ドイツを筆頭に欧州各国においても、幅広く輸入される傾向が見られる。

品目	HSコード	国名	数量 (KG)	累計金額 (千円)
緑茶 (3KG以下)	0902.10-000	アメリカ合衆国	946,170	1,885,553
緑茶 (その他)	0902.20-000	アメリカ合衆国	429,331	1,182,250
緑茶 (その他)	0902.20-000	ドイツ	155,729	489,835
緑茶 (3KG以下)	0902.10-000	ドイツ	57,880	433,232
緑茶 (その他)	0902.20-000	シンガポール	107,617	408,141
緑茶 (その他)	0902.20-000	台湾	446,936	390,226
緑茶 (3KG以下)	0902.10-000	シンガポール	131,681	330,961
緑茶 (3KG以下)	0902.10-000	カナダ	174,150	296,343
緑茶 (3KG以下)	0902.10-000	香港	80,106	207,326
緑茶 (3KG以下)	0902.10-000	タイ	72,550	151,241
緑茶 (3KG以下)	0902.10-000	台湾	71,364	139,079
緑茶 (その他)	0902.20-000	タイ	73,103	128,002
緑茶 (3KG以下)	0902.10-000	マレーシア	62,338	123,150
緑茶 (3KG以下)	0902.10-000	オーストラリア	49,796	109,042
緑茶 (3KG以下)	0902.10-000	オランダ	19,863	88,798
緑茶 (その他)	0902.20-000	フランス	31,268	84,912
緑茶 (3KG以下)	0902.10-000	英国	18,478	64,927
緑茶 (3KG以下)	0902.10-000	フランス	18,352	60,667
緑茶 (3KG以下)	0902.10-000	インドネシア	10,900	30,362
緑茶 (3KG以下)	0902.10-000	イタリア	8,151	24,128

アジアにおいては、他食品と比較して香港・中国の比重が低く、台湾、シンガポール、タイといった他東アジア・東南アジア向けが大きい。

第3回：日本食の輸出拡大に向けた対策と弊社のご支援

11. 輸出先の規制や認証制度

食品の輸出には、各国の残留農薬や衛生管理などの条件を満たす必要がある。輸出対象国を検討する際に、対象国の法規制や制度を個別に調査した上で当局に問い合わせを行って確認をするなど、事前の調査が必要となる。以下に、規制等を例として示す。

規制等の例

米国：食品安全強化法に基づいた連邦保健福祉省・食品医薬品局（FDA）による輸入食品の監視が強化された。輸入業者に輸入食品が安全であることを検証する義務を課す等、厳しい製造工程管理が求められる。

EU：GLOBAL G.A.Pは、海外の企業へ農作物を輸出する際に認証の取得を求めることもある。認証を求めているのは欧州に拠点がある小売業である。

近年は欧州の小売業がアジア諸国にも進出している。そのため、農産物をアジア諸国へ輸出する際にもGLOBAL G.A.Pの認証が求められることがある。日本では2012年末時点で122件がGLOBAL G.A.Pを取得しており、今後取得数は増加する傾向にあるものと思われる。

イスラム教徒の戒律に基づいた食品「ハラール」

イスラム教徒は豚やアルコールは口にできず、牛肉や鶏肉はルールに従って処理されたものでなければならない。この戒律に基づいた食品を「ハラール（「不浄ではない」という意味）」という。

東南アジアにはイスラム教徒が約2億人いると言われており、インドネシア、マレーシアに多い。タイ、フィリピン、ミャンマー、中国などに在住する。

食品が国境をまたがって流通をしている現在では、東南アジアの各国政府やイスラム団体が「ハラール認証」を始めている。生産地から消費者までのすべての製造流過程を情報公開し、第三者機関が監査し認められなければならない厳しい内容となっている。

日本でハラール認証を受けている企業は、キューピーや味の素など大手企業を中心に、まだ少数にとどまると推定される。本格的にイスラム市場に参入する上では、必須の検討課題となる。

12. 主要な日本食輸入国における主な販路

フランス

食材販売の大部分を占めるハイパーマーケット（大規模スーパー）、及び高級食材を取り扱う中小企業（特に赤字ハイライトの企業）への販売が望ましい。

- ・ 高級デパートの食品売り場及び高級食材店
- ・ スーパーマーケットではMonoprixの高級住宅地域



デパート

スーパーマーケット

高級食材マーケット

ご支援の際に情報提供・営業代行などをさせていただきます。

イギリス

食材販売チャンネルの大部分を占めるデパートとスーパーマーケット（特に赤字ハイライト）への販売が望ましい。

- ・ 高級デパートの食品売り場
- ・ スーパーマーケット（日本の紀伊国屋、成城石井、東急プレッセに相当する高級スーパー等）



スーパーマーケット

高級デパート

ご支援の際に情報提供・営業代行などをさせていただきます。

コロンビア

中米にあり日本からは物理的に距離があるものの、旺盛な消費層があり、高級品を購入する富裕層も多く存在する。



百貨店という業態がなく、多くの消費者はスーパーマーケットで食品を購入する傾向にある。スーパーマーケットは寡占化が進み、以下の4社で65%近くの市場シェアを有する。

社名	売上	シェア	店舗数
ご支援の際に情報提供・営業代行などをさせていただきます。			

シンガポール

日本よりも一人当たりGDPが高い先進国で、日系スーパー、高級スーパーが多数あり、食品小売市場では日本食品の普及も進んでいるとされる。



順位	売上上位10企業	シェア	概要
ご支援の際に情報提供・営業代行などをさせていただきます。			

その他大手スーパー	概要
ご支援の際に情報提供・営業代行などをさせていただきます。	

出所：農水省、euromonitor、日本貿易振興会

中国（上海）



中国向け物品の販売は一般に難易度が高いが、比較的ビジネスがしやすいとされる大陸系以外の香港系の百貨店、及び日系百貨店等に選別的に売り込むことが望ましいと思われる。

ご支援の際に情報提供・営業代行などをさせていただきます。

香港

先述の通り香港は日本食の最大の輸入国であり、高級品を中心に幅広い品目を購入している。香港は中国本土への販売に向けたテスト市場としても位置付けられ、香港における成長が本土への拡販につながる可能性も期待できる。

- ・ 上記新世界百貨に加えて、以下を含む多くの百貨店がある。
- ・ また、多くの高級食材を取り扱うレストランも対象となり得る。

香港の主な百貨店・ショッピングモール

ご支援の際に情報提供・営業代行などをさせていただきます。

マレーシア



マレーシアは東南アジアにおいて一人当たりGDPが高く、新興国というよりは先進国としての市場がある。食文化の西洋化が進み、日系企業も多く進出している。人口の大半を占めるマレー人をターゲットとするにはハラール対応が課題。

主なスーパーマーケット

店舗名	企業名	シェア	店舗数
ご支援の際に情報提供・営業代行などをさせていただきます。			

高級スーパーマーケット

店舗ブランド	店舗数
ご支援の際に情報提供・営業代行などをさせていただきます。	

出所：Euromonitor、ジェトロ、各社HP

弊社によるご支援

サードフォース株式会社は、海外展開における実務支援をご提供しております。市場調査、海外営業の代行、海外拠点の設立業務の受託、提携・出資先の発掘や交渉、輸出における貿易支援等、コンサルティングや助言に加えて実務を担う役割を担っております。

日本国内又は現地に在住する海外調査・営業・実務支援の経験が豊富なメンバーが、経験則・実務面の双方で日本の企業様の海外展開の実務を強力に支援致します。

①市場・企業調査

上記の一般情報の調査に加えて、より詳細な調査に対応させていただきます。

- ・ 現地における輸出入の貿易統計の調査
- ・ 対象となる食品の、海外諸国における消費の状況、嗜好、類似商品の有無
- ・ 輸出に向けた各国の規制・許認可の調査、問合せ、確認
- ・ 政府機関、業界団体等へのアクセスによる情報収集、進出に向けた支援・優遇策の調査
- ・ 同業企業の調査
- ・ 消費者への聞き取り調査
- ・ テストマーケティング（サンプルを少数のモニターにお試し頂く）

②営業代行

販路拡大に向けて、新規顧客の獲得の可能性を見極め、具体的な商談獲得に向けた、現地語対応を含めた実務支援をさせていただきます。

- ・ 各国における主要販売先候補の調査・リストアップ（上記塗りつぶし部分を含む）
- ・ 選別した潜在顧客に対する売り込み・アポイントメント取得（初期代行）
- ・ 商談への同行とプレゼンテーション、通訳、会議のファシリテーション
- ・ 見込み顧客とのコミュニケーションの代行
- ・ 条件・契約交渉の支援・代行
- ・ 関係構築後のコミュニケーションの代行

③提携アライアンス支援

必要に応じて、販売代理店、卸、製造パートナーなど、現地企業との提携が有効な場合があります。事業目的に合う戦略的パートナーの調査から打診、交渉、関係構築まで一連の業務に対応致します。

- ・ 提携・アライアンス先候補のリストアップ
- ・ 初期的な関心の打診
- ・ 面談のセットアップと同行、プレゼンテーション、翻訳、会議のファシリテーション
- ・ 提携・契約条件の交渉
- ・ 関係構築後のコミュニケーションの代行

海外展開を進める上では、入念な調査と検討を重ねる必要があります。十分な準備期間も必要となります。初期的なご相談は無料に対応させていただきます。お気軽にお問い合わせ頂けますよう宜しくお願い申し上げます。

お問合せ先：

電子メール: support@third-force.com

電話: 03-6411-6065

弊社ホームページ: <https://sites.google.com/a/third-force.com/home/>

以上