

コメ・コメ加工品の輸出戦略 (参考資料)

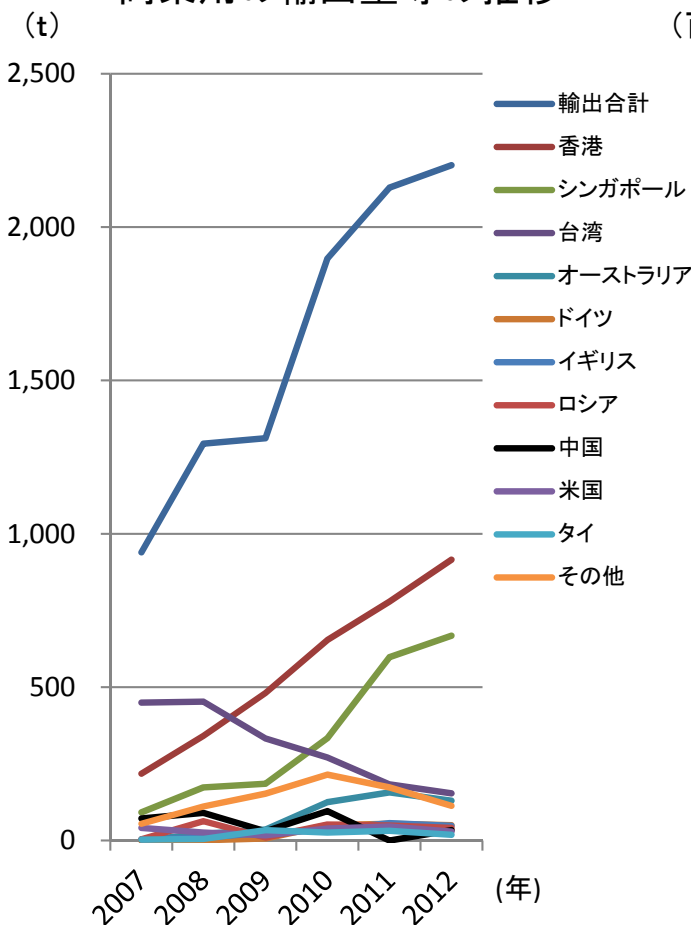
平成 2 5 年 8 月

農林水産省

1-1 現状(コメ)

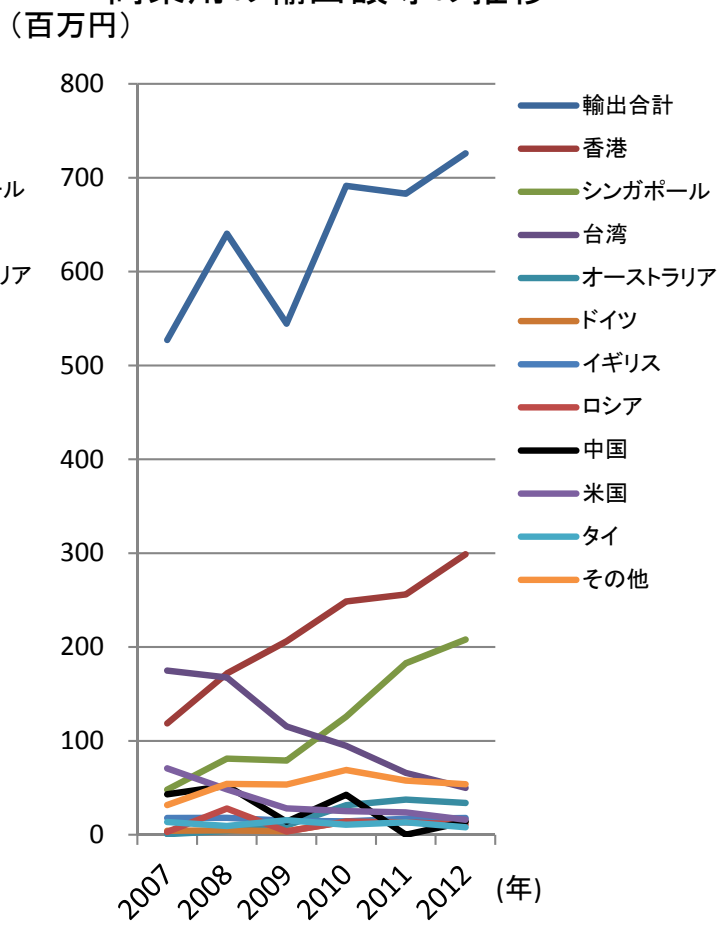
➤ 輸出量は5年間で約2倍となっているが、香港・シンガポールで約7割のシェア。中国については、巨大なマーケットとして期待されているが、輸出量は過去最大でも100t程度。

商業用の輸出量等の推移

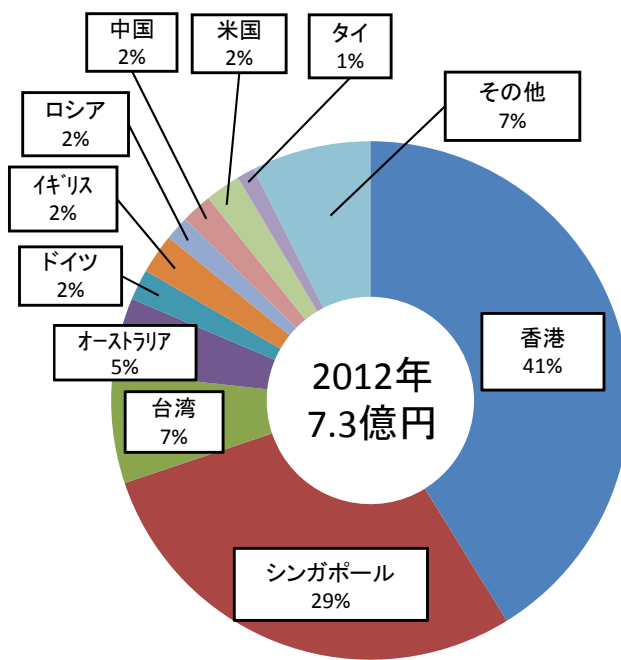


出典:財務省貿易統計より輸出促進グループ作成

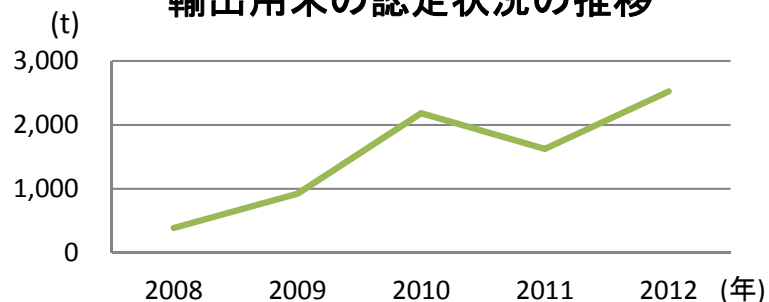
商業用の輸出額等の推移



※ 米の国内実生産量は812万t(2012年)。輸出割合は、約0.03パーセント。



輸出用米の認定状況の推移

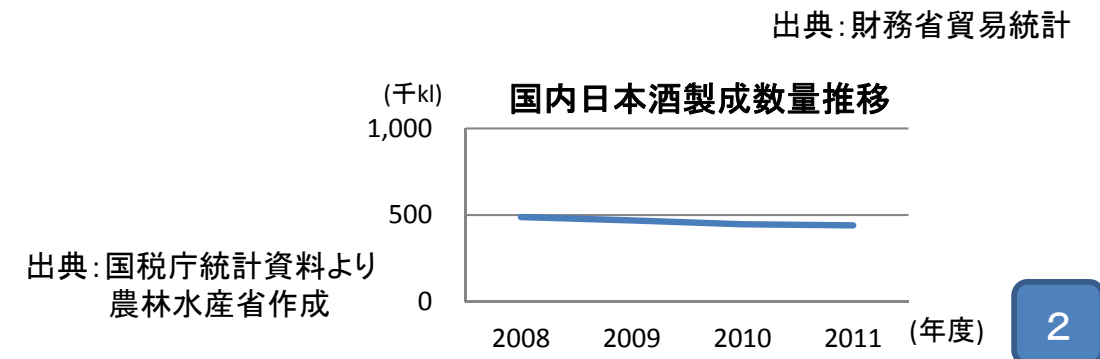
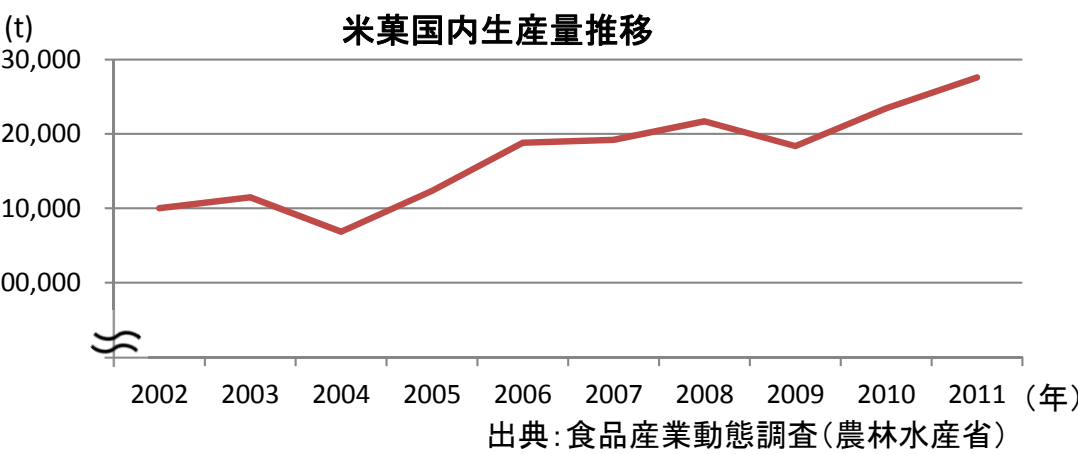
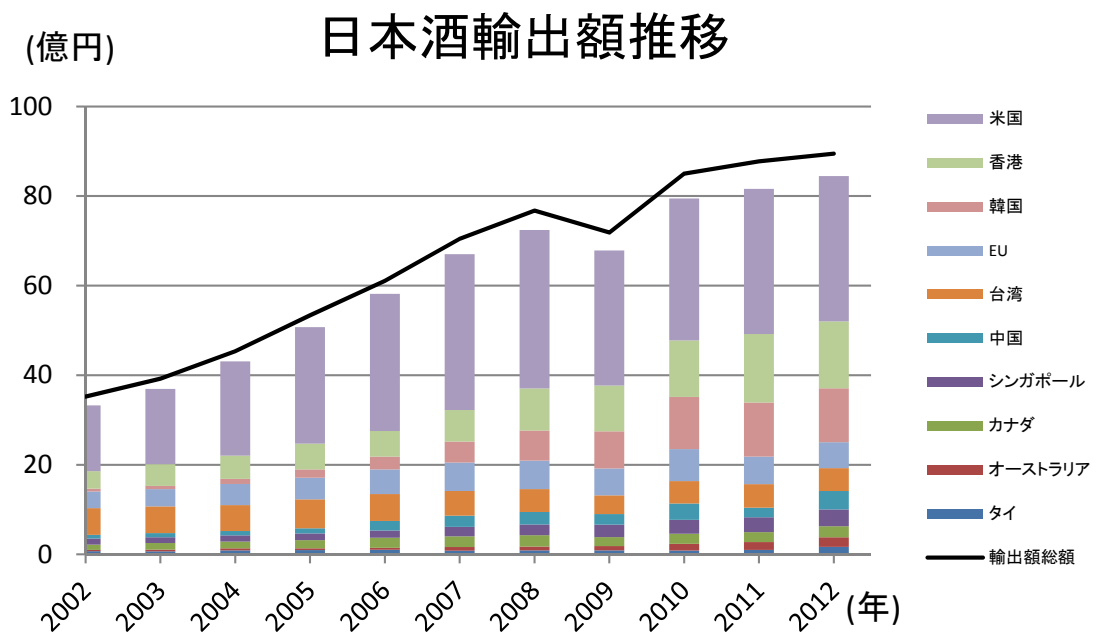
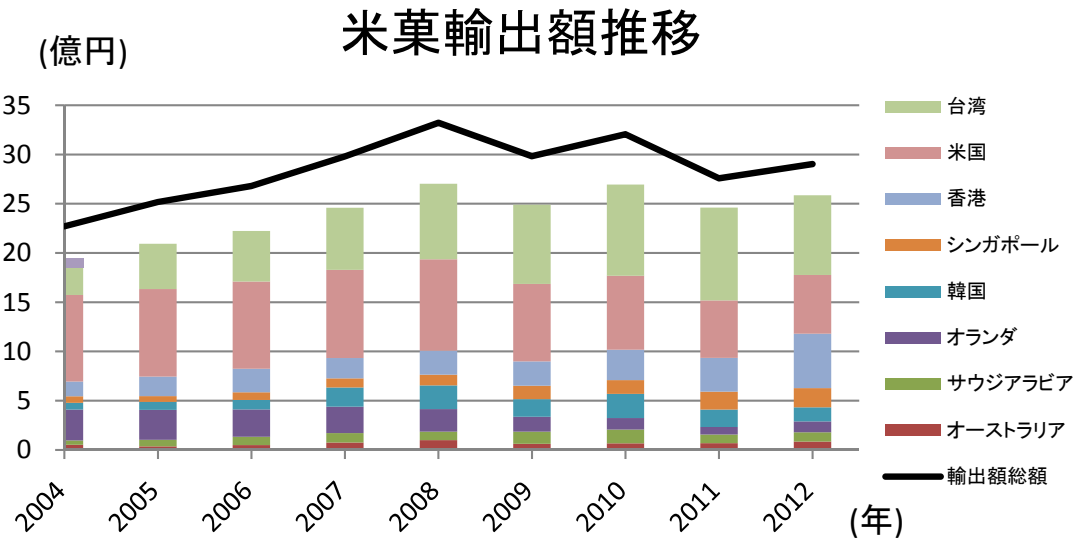


出典:農林水産省資料より輸出促進グループ作成

1-2 現状(コメ加工品(米菓、日本酒))

- 米菓については、2008年まで伸びていたものの、その後輸出額は横ばい。
- 国内生産量については、近年おおむね上昇傾向で推移。
- 一方で、原発事故後の諸外国の輸入規制が輸出額に影響(例: 中国政府が、米菓主産地の新潟県からの全ての食品の輸入を停止)

- 日本酒については、近年、額・量ともに顕著に増加。
- 一方、2008年以降は増加のスピードが鈍化。
- 単価は上昇傾向であったものの、近年は横ばい。
- 米国、香港等が中心だが、輸出先国は以前と比べて多様化。
- 国内の日本酒製成量は、緩やかな減少傾向。



2-1 分析(コメ)

- 日本産米に対しては、「高いけれども、うまい」という評価はあるものの、輸出先マーケットにおいては、許容できる価格差には限界があると理解されている。また、精米後、半年を経過しても販売されているものも散見されるなど品質が適切に保たれているかについても疑問。
- 特に、中国市場では、品質差を上回る高価格で流通しているのが実情。しかも、小売価格の内訳の約6割は先方の手数料であり、生産費を下げる等の努力によってもこの差は埋まらない。
- 海外でも日本産品種が栽培されていることを考えれば、許容できる価格差で販売できる国・地域以外では、米粒の輸出が爆発的に伸びるとは考えにくい。
- コメに係る関税は、香港、シンガポール、オーストラリアでゼロ。

○ 参考：日本産米輸出に関する市場可能性分析表 (SWOT分析)

強み (Strength)	弱み (Weakness)	機会 (Opportunity)	脅威 (Threat)
<ul style="list-style-type: none"> ・冷めても美味しい ・日本産食材ブランドへの信頼、イメージの良さ 	<ul style="list-style-type: none"> ・価格が高い (通常、米国・中国産ジャポニカ米の2倍以上、中国では、現地産コシヒカリ、あきたこまちの5倍以上) 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本食レストランが多い ・長粒種から短粒種へのシフトの可能性 ・中国は富裕層が特に多く、潜在的需要が大きい 	<ul style="list-style-type: none"> ・一般日本食レストランは米国/中国産を購入 ・輸入・卸業者からのコストダウンの要求 ・中国では植物検疫条件が厳しく、コストもかかる ・中国では原発事故の影響により一部都県産は輸入停止

○ 外国市場における日本産米の店頭小売価格 (円/kg)

香港			シンガポール		中国	
新潟産 こしひかり	米国産 こしひかり	台湾産池上 有機米	魚沼産 こしひかり	米国産 こしひかり	日本産米	中国産日本品種 (コシヒカリ・あきたこまち等)
950	490	600	960	470	1,100~1,300	200~260円

出典：香港・シンガポール：2012年2月ジェトロ小売価格調査、中国：2011年度農林水産省委託調査(中国)

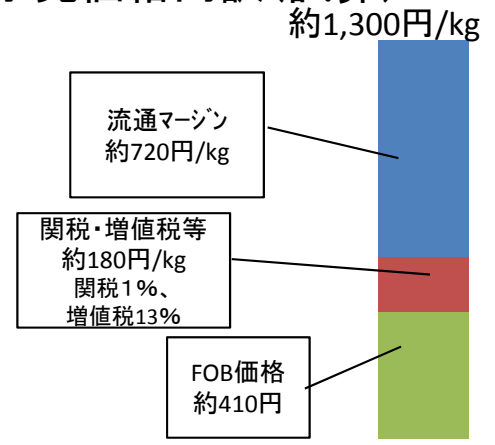
○ コメの関税比較

香港	シンガポール	台湾	豪州	米国	中国	EU	ロシア
0	0	45TWD/kg	0	11.2%, \$0.014/kg	14%	175EUR/t	70EUR/t

出典：WTO関税データ **精米は重量税が適用**

65%の間違い?

○ 中国市場における日本産米小売価格内訳 (試算)



出典：貿易統計、小売価格調査等より農水省試算

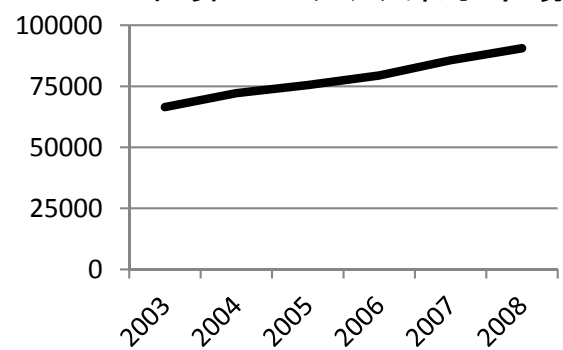
2-2 分析(コメ加工品:米菓、日本酒)

米菓

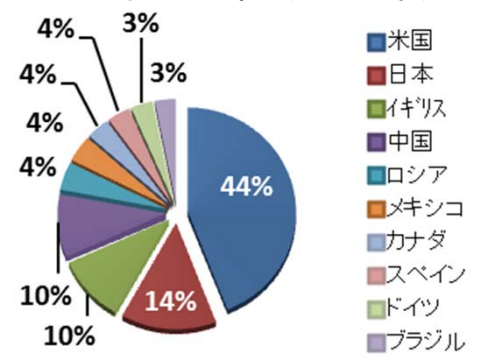
➤ 米菓の世界市場規模は、約4,000億円。

世界のスナック菓子市場規模: 9兆円
 世界の米菓市場規模: 4,000億円(推計)
 (JETRO東京GMID, 2008年)

(US\$MM) 世界のスナック菓子市場



スナック菓子消費国
 上位10カ国(2008年)



日本酒

- 日本酒の店頭小売価格は、現地産等より5~10倍高いものの、価格差に見合う品質差と理解されている。
- 世界のワイン消費量は上昇傾向。主要な消費国はEU、米国。近年、中国の消費量が伸びている。
- 韓国など、日本以外の国で生産された日本酒が浸透している市場もある。

各国を代表する酒の輸出額(億円)

	2009	2010	2011
日本酒	71	85	88
仏ワイン	7110	7190	7740
英スコッチ	4580	4620	5150
韓国ソジュ	105	108	91

出典: 喜多常夫「成長期」にあるSAKEとSHOCHU

日本酒の店頭小売価格の比較(円)

	米国	中国
日本産	4498	4030
現地産等	900	494

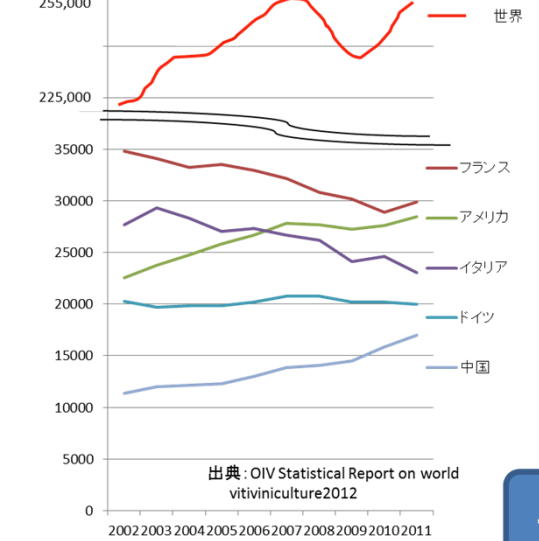
出典: JETRO「日本酒・焼酎輸出ハンドブック」、
 2011年度農林水産省調査

世界の日本酒動向2011(推定) 単位 KL

	消費量	日本からの輸入	自国生産	その他
日本	576,000	-	575,000	1,000
韓国	29,700	2,900	26,100	700
アメリカ	20,900	4,100	16,200	600
中国(香港除く)	5,000	400	3,200	1,400
香港	1,300	1,600	-	-300
台湾	4300	1,600	2,500	200
ブラジル	3,200	100	2,400	700
EU(英、独、仏、伊、蘭)	2,300	900		1,400
カナダ	1,300	600	100	600

出典: 喜多常夫「成長期」にあるSAKEとSHOCHU

(百kl) 主要国のワイン消費量



出典: OIV Statistical Report on world vitiviniculture 2012

3-1 目標と対応方向(コメ加工品全体、コメ)

- 精米そのものの輸出だけではなく、包装米飯、米菓、日本酒等加工品での輸出に力を入れ、コメ・コメ加工品全体で2020年までに**輸出額600億円**を目指す。

○コメ

- 許容できる価格差で販売できる香港、シンガポールに加え、台湾、豪州、EU等を中心に、マーケットニーズを開拓する取組の実施。
- 現地での精米の取組や炊飯ロボットと合わせた外食への販売など、真に美味しい日本米のプレゼンスを高める取組を強化。
- 包装米飯については、日本国内で製造するほか、原料を香港へ輸出し、香港で加工したものを中国へ輸出し、CEPA(経済連携緊密化協定)の適用を受ける等、優遇関税制度を活用することも一案。

【重点国・地域】

- 新興市場
台湾、豪州、EU、ロシア等、日本食の人気が高く、富裕層が多い国
- 安定市場
香港、シンガポール

【輸出環境整備】

- 相手国の規制・基準への対応
- 調達価格の安い輸出用米を引き続き主食用米の生産数量目標の枠外に位置づけ

【マーケティング】

- 贈答需要の開拓
- 精米機や調理の仕方とセットにした売り込み
- 日系小売、製造業、外食産業の海外展開の後押し、日本食材使用の支援

3-2 目標と対応方向(コメ加工品:米菓・日本酒)

○米菓

- 相手国のニーズに合った商品の開発、手軽なスナックとしてのプロモーションを強化。
- 重点輸出先は、食文化にとらわれず、幅広く設定。

○米菓

【重点国・地域】

➤ 新興市場

UAE、サウジアラビア、中国、EU

➤ 安定市場

台湾、香港、シンガポール、米国

【輸出環境整備】

- 米国食品安全強化法への対応
- 原発関係規則緩和の働きかけ
- 民間基準も含め、製造工程認証に係る情報提供

【マーケティング】

- 相手国のニーズに合った商品の投入
- 賞味期限を長期に設定

○日本酒

- 重点地域及び発信力の高い都市での事業にリソースを投入し、認知度の向上と販路の確保・拡大を図る。
- 酒造業者と生産者が結びつきをより強化すること等による原料米の数量や価格の安定供給の確保、特に酒造好適米の増産が可能となるよう措置。

○日本酒

【重点国・地域】

➤ 新興市場

韓国、EU、台湾、中国、ブラジル、ロシア

➤ 安定市場

米国、香港

【輸出環境整備】

- 二国間交渉による非関税障壁の撤廃・緩和
- 日本酒の生産増に対応した酒造好適米の増産分を主食用米の生産数量目標の枠外に位置づけ

【マーケティング】

- 基礎的なマーケティング調査の実施
- 海外発信に効果的な媒体の開発(ストーリー性をもった宣伝材料、印刷媒体、オンライン等でも活用可能な資料)
- マーケティングのプロを活用
- 日本食とあわせて発信・展開
- 関係府省の地方支分部局やJETROが連携し、全国各地での業者の輸出支援(研修会の開催、成功事例などの必要な情報の収集・発信)
- イベント・事業の重点的实施

青果物の輸出戦略

(参考資料)

平成 2 5 年 8 月

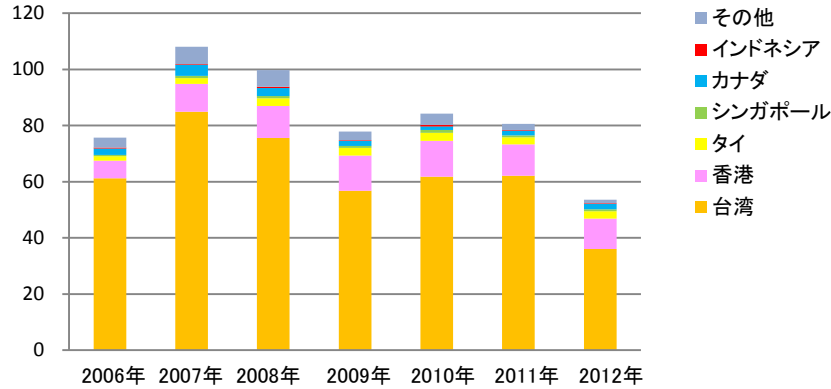
農林水産省

1-1 現状(果実全般(※主要8品目))

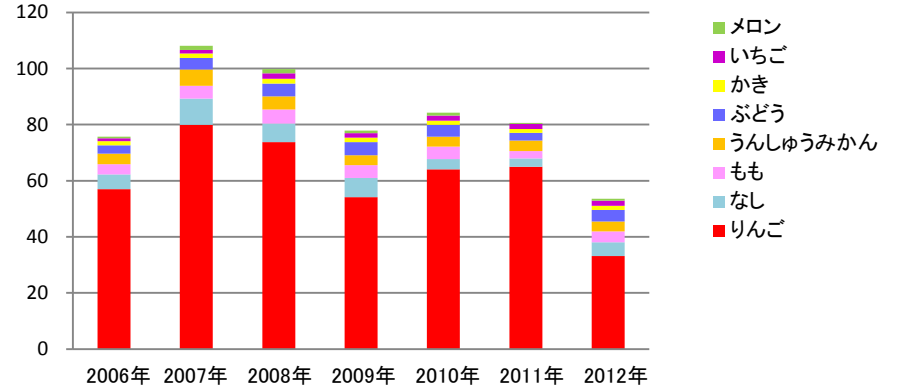
※「果実的野菜」であるいちご、メロンを含む。

- 果実等の輸出は世界的不況等により、2007年をピークに減少傾向。
 - 輸出先別(2012年)では、主要8品目の合計54億円のうち台湾向けが36億円(約7割)、香港が11億円(約2割)を占め、2地域で全体の約9割。
 - 品目別(2012年)では、主要8品目の合計54億円のうちりんごが約6割の33億円(台湾向け27億円、香港向け3億円など)。
- 主要品目…りんご、なし、もも、うんしゅうみかん、ぶどう、かき、いちご、メロン

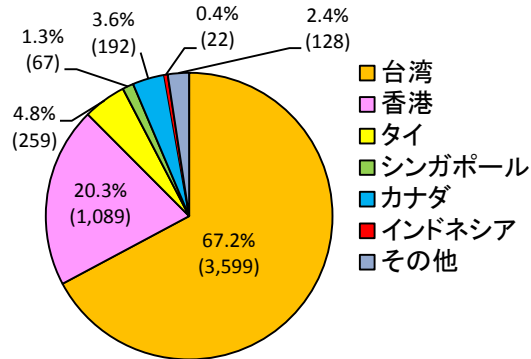
○国別輸出額の推移(単位:億円)



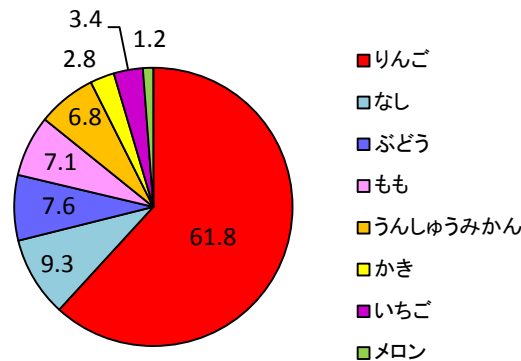
○品目別輸出額の推移(単位:億円)



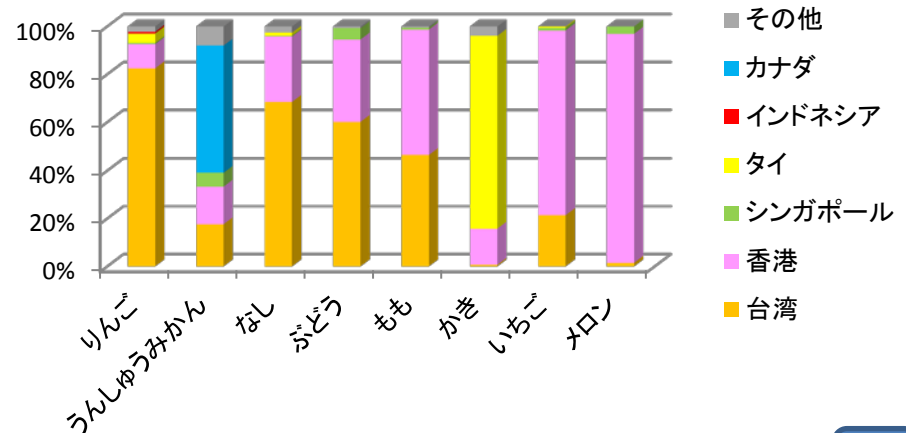
○2012年国別輸出シェア(内単位:百万円)



○2012年品目別輸出シェア(単位:%)



○品目毎の輸出先国・地域の割合

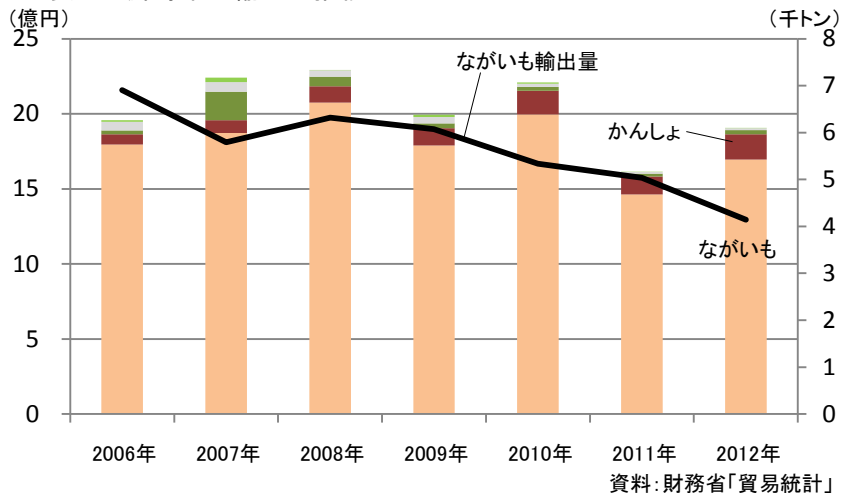


1-2 現状(野菜全般(主要5品目))

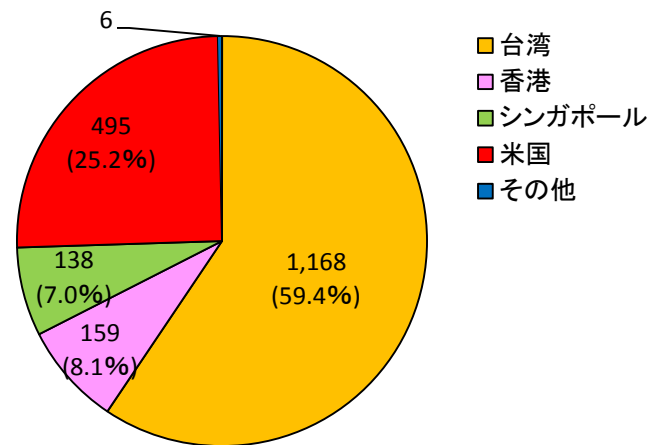
- 主要な生鮮野菜の輸出額20億円(2012年)のうち、約9割を「ながいも」が占める。輸出額は、2008年をピークに年々減少傾向。
- 主要な生鮮野菜の輸出先は、台湾(6割)、米国(2.5割)、香港・シンガポールがそれぞれ1割。

主要品目・・・ながいも、かんしょ、キャベツ、だいこん、レタス

○主要な生鮮野菜の輸出の推移

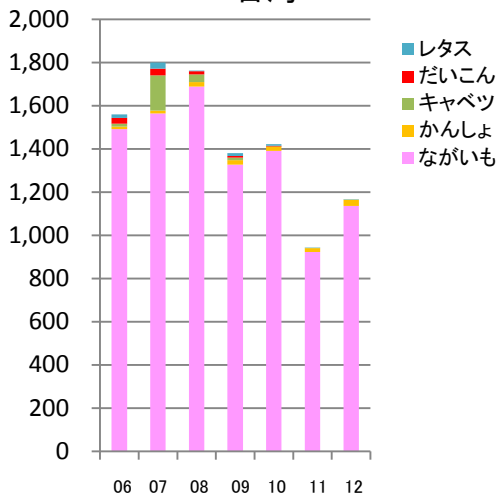


○2012年の主要な生鮮野菜の輸出先 (単位: 百万円)

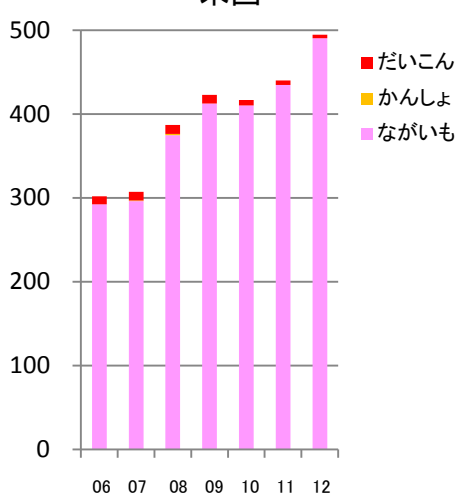


○主要な生鮮野菜の輸出先における輸出額の推移 (単位: 百万円)

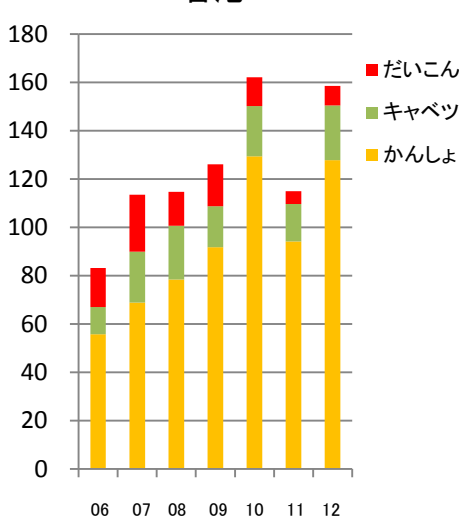
台湾



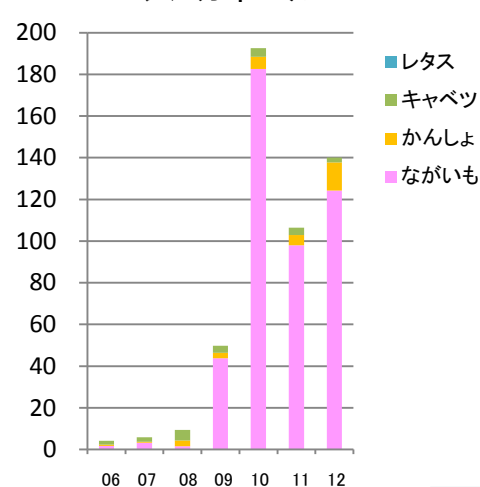
米国



香港



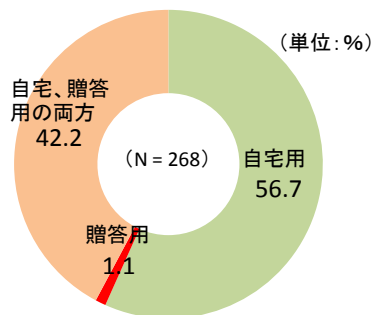
シンガポール



1-3 現状(りんご)

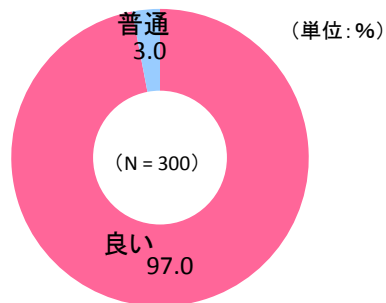
- 台湾においては、日本産りんごの知名度は高く、春節における贈答用としてだけでなく、自宅用としても定着。
- 台湾における日本産果実は、「見た目の良さ」、「おいしさ」、「安全」という点で一定の評価。また、黄色系の「トキ」のような従来の赤色系でないりんごについても、「色が(風水的に)縁起が良い」などと評判。
- 需要があるが、落葉果樹の栽培に不向きな東南アジアの国々は、潜在的なりんごのマーケットとして極めて有望。

○日本産果実の購入用途(台湾)



資料:農林水産省調査事業成果(2007年度)

○日本産果実の「見た目」に対する評価(台湾)



資料:農林水産省調査事業成果(2007年度)

○付加価値の事例

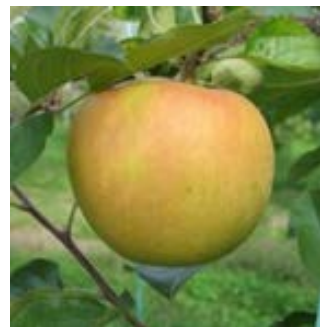
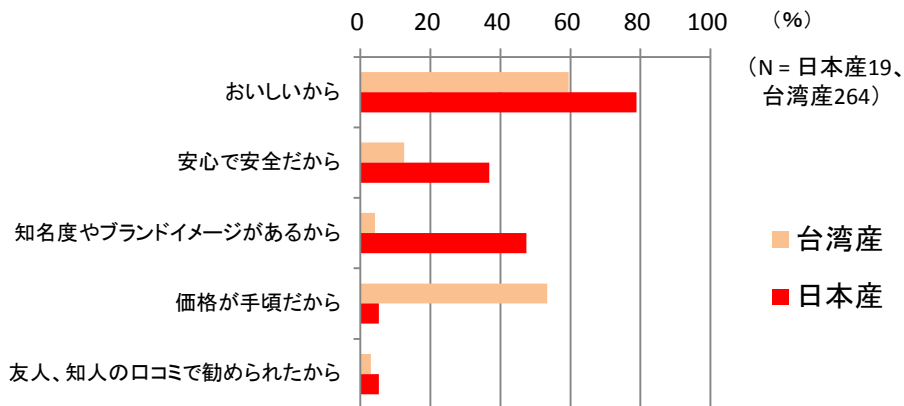


写真:青森県庁ホームページ

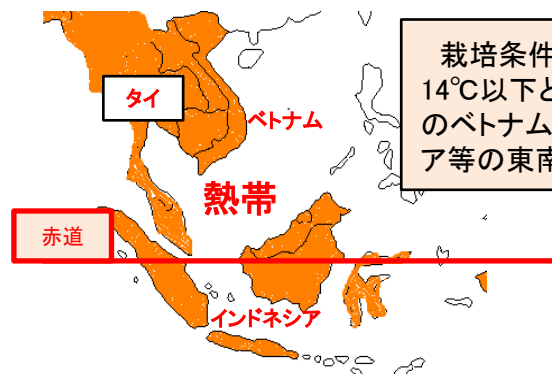
○縁起の良い黄色のりんご「トキ」
 ・台湾では、中生種「トキ」の黄色が風水的に縁起が良いと評判。
 香り、味以外に、生活習慣(風水)に関連した付加価値にも着目。

○産地別の購入理由(台湾)



資料:農林水産省調査事業成果(2007年度)

○東南アジアはりんごの栽培不適地

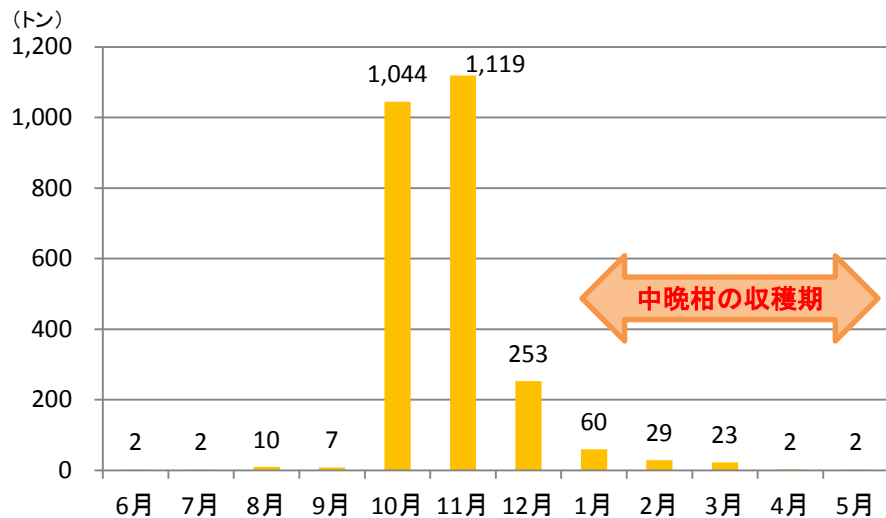


栽培条件上、平均気温の上限は、りんごは14℃以下とされており、年平均気温が23.3℃のベトナム、27.3℃のタイ、27.5℃のインドネシア等の東南アジアの国々は栽培不適地。

1-4 現状(柑橘類)

- 日本産みかんの主要な輸出先であるカナダにおいては、豊富な品揃えと高い品質によって高い評価を得ているものの、その輸出は、近年の世界的不況や中国産との競合により減少傾向。
- カナダやNZでは、クリスマス前(10月～12月)がみかんの需要最盛期であり、その後は需要が急激に落ち込む。1月からは中晩柑の収穫期にあたり、こうした柑橘類の輸出可能性あり。
- 台湾、米国では日本産みかんの知名度がほとんどないことから、日本産みかんを地元バイヤーや消費者に知ってもらうことが必要。

○ みかんの月別輸出量の推移(2011年産)



※みかんには、ポンカン及びビヨカン等の中晩柑も含まれている。

資料:財務省「貿易統計」

○ 知名度をあげるためのPR(例)



写真:台北navi

○ イベントを通じた「愛媛・広島みかん」のPR

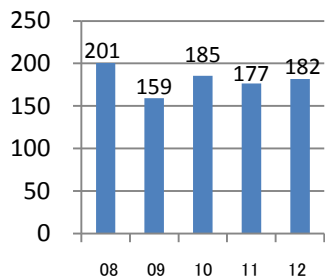
- ・「瀬戸内しまなみ海道」のサイクリング大会において、台湾の自転車メーカーをスポンサーにするとともに、台湾の消費者に「愛媛・広島みかん」をPR。

1-5 現状(りんご、柑橘類以外)

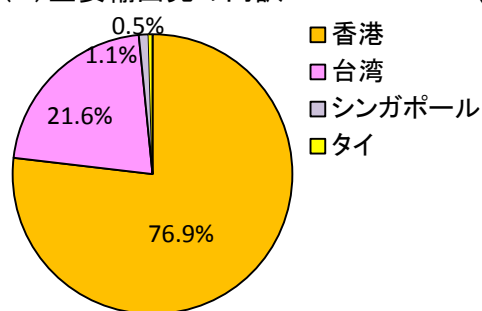
- いちご・なし・ももの輸出の9割強は、香港、台湾が占めている。
- 主要な輸出先である香港、台湾については、原発事故に伴う規制で、福島県、栃木県等からの輸入を停止中。

〇いちご

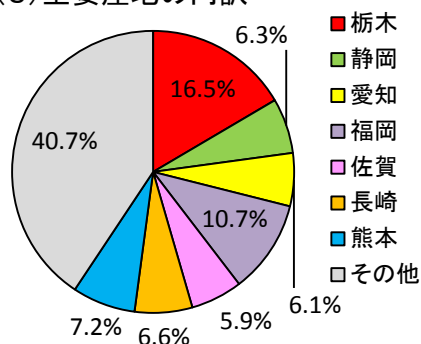
(1) 輸出額の推移(単位:百万円)



(2) 主要輸出先の内訳



(3) 主要産地の内訳



<台湾>

- 輸入量のうち8割が米国産、日本産は5%程度を占める。
- 他国産(米国やNZL、韓国等)に比べ高価格であるため、粒の大きさ等の差別化が必要。

<香港>

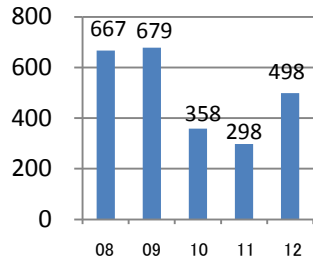
- 輸入量のうち6割が米国産、3割を韓国産が占め、日本産は5%程度。

<台湾・香港>

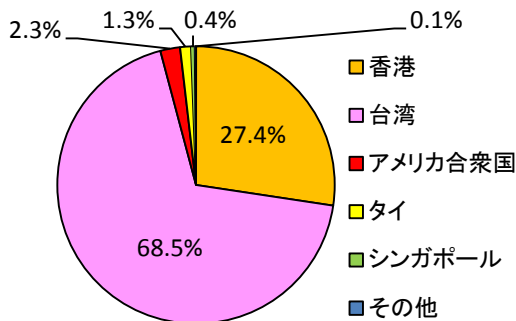
- 安さ、味において、米国産と日本産の間の韓国産、酸味が少なく糖度が高いものが人気。
- 原発事故に伴う規制で、栃木県等からの輸入が停止。

〇なし

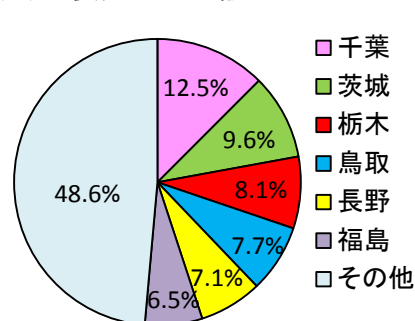
(1) 輸出額の推移(単位:百万円)



(2) 主要輸出先の内訳



(3) 主要産地の内訳



<台湾>

- 国内流通量の約4割を輸入に頼っている。うち95%以上を韓国産が占める。
- 関税割当制度を適用し、国内産業の保護に注力。

<香港>

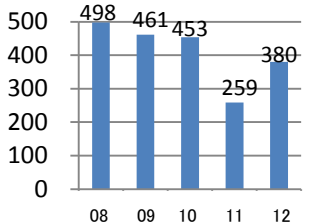
- 輸入量のうち7割を中国、残り1割ずつを米国、南アフリカが占め、日本産の割合は、2%程度。

<台湾・香港>

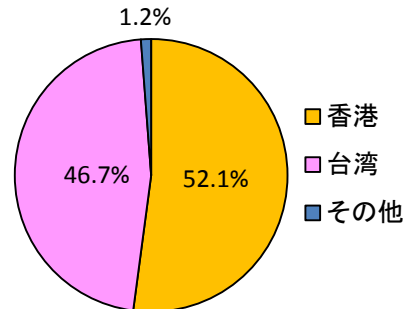
- 日本産のなしは、主に贈答用としての高所得者層で需要。
- 原発事故に伴う規制で、千葉県等からの輸入が停止。

〇もも

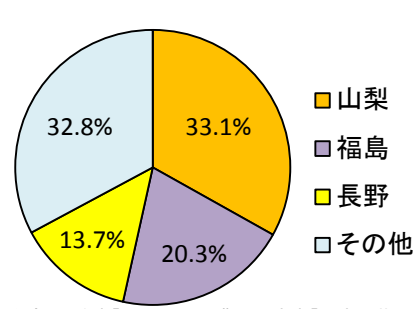
(1) 輸出額の推移(単位:百万円)



(2) 主要輸出先の内訳



(3) 主要産地の内訳



<台湾>

- 国内流通量の約2割を輸入に頼っている。うち95%以上を米国が占め、日本産シェアは1%に満たない。
- モモシクイガ防除のコストがかかる。

<香港>

- 輸入品に対する日本産のシェアは1%に満たない。
- オーストラリア、チリ、米国、中国が9割を占める。

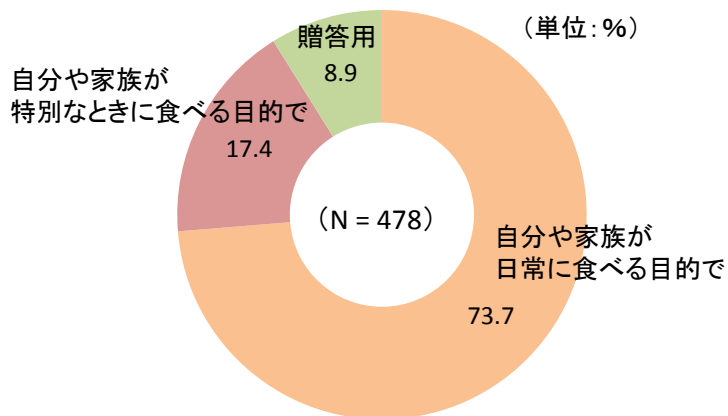
<台湾・香港>

- 日本産のももは、主に贈答用としての高所得者層で需要。
- 原発事故に伴う規制で、福島県等からの輸入が停止。

1-6 現状(ながいも)

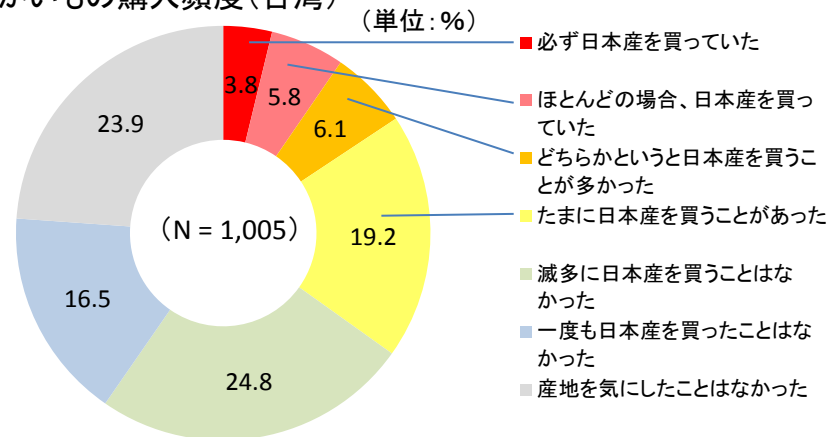
- 日本産ながいもは、薬膳用食材としてだけでなく、日常的な食材としての認識が広まっている。
- 日本産ながいもは、形が大きい、白いという特徴が高く評価されて、日本産を選好して購入する消費者層が存在。
- 台湾においては富裕層を始め中所得層を含めた幅広い所得層において日本産ながいもに対する一定の評価、ニーズがある。

○日本産ながいもの購入目的(台湾)



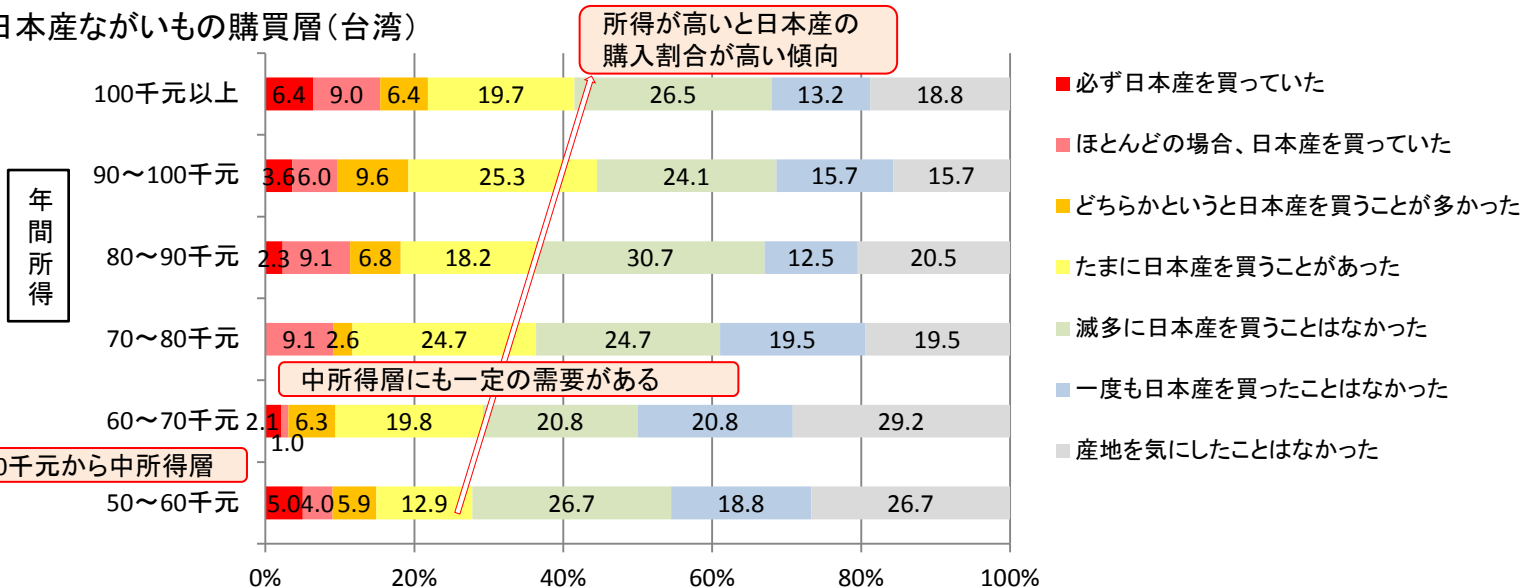
資料: 農林水産省平成23年度国別戦略的マーケティング事業調査報告書

○日本産ながいもの購入頻度(台湾)



資料: 農林水産省平成23年度国別戦略的マーケティング事業調査報告書

○日本産ながいもの購買層(台湾)



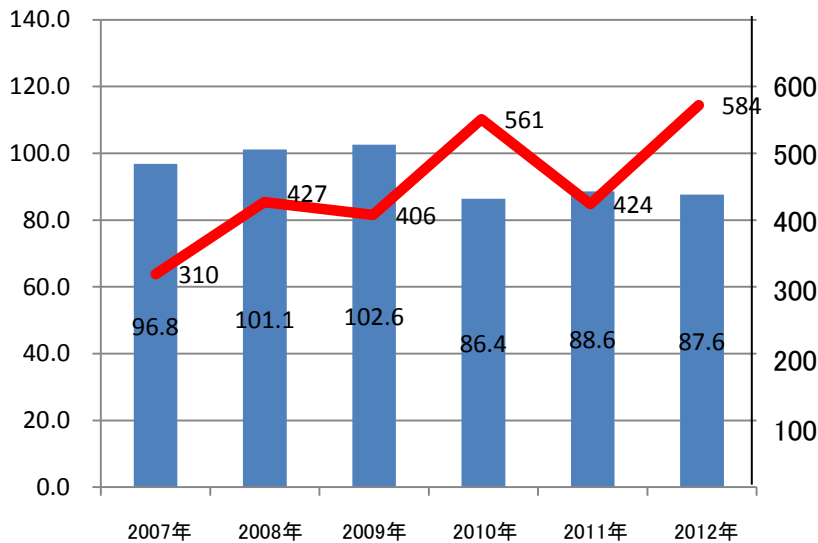
資料: 農林水産省平成23年度国別戦略的マーケティング事業調査報告書より編集

1-7 現状(かんしょ)

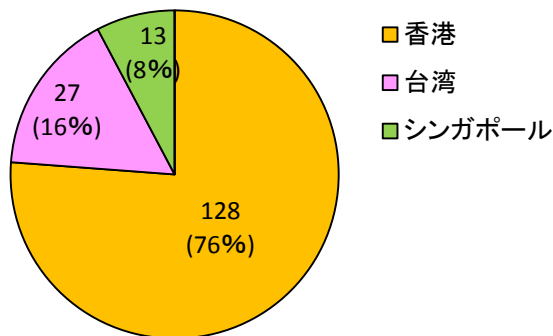
- 輸出総額1.7億円のうち、香港1.3億円(7割強)、台湾3千万円(1割強)で9割を占める。輸出は、原発事故等の影響により、年毎の増減はあるものの、経年的には増加傾向。
- 国内主産地は、鹿児島県、茨城県、千葉県、宮崎県が上位(全体の8割)を占めるが、原発事故に伴う規制により、茨城県、千葉県産は、香港、台湾に対し、輸出禁止となっている状況。
- 日本は、世界全体の約1%を占める第6位の「かんしょ」生産国。(第1位は、中国。世界シェア80%の1億t)。

○各年の収穫量の推移(単位:万t)

※ 折れ線は、輸出量の推移(単位:t)



○ 2012年のかんしょの輸出先国・地域 (単位:百万円)



○主産地での収穫量の推移

単位:万t

	19年	20年	21年	22年	23年	24年	過去6年平均
全国	97	101	103	86	89	88	94
鹿児島県	37	40	42	35	35	32	37
茨城県	17	17	18	16	17	18	17
千葉県	13	13	12	10	12	12	12
宮崎県	7	9	9	8	7	8	8
その他	22	23	22	18	18	18	20

○市場価格の推移

単位:円/kg

19年	20年	21年	22年	23年	24年
197	193	171	198	196	173

【課題】

○「かんしょ」の海外市場をどう拡大させていくか。

→「かんしょ」の生産は、中国等を中心としたアジア、ナイジェリアやウガンダ等のアフリカが中心。これらの国々で生産される「かんしょ」は、主に家畜の飼料やでん粉などの加工原料、主食として消費される。一方、「かんしょ」を食す習慣のある先進国(米国や日本等)では、「かんしょ」に多く含有する、食物繊維やビタミンC、カリウム等に注目し、健康野菜として食べられている。近年では、「アヤマラサキ」等、アントシアニンやカロテン等の機能性成分を多く含む新品種の「かんしょ」が注目を浴びている。

今後は、健康野菜として、香港や台湾等の他、アジア以外の地域に向けた輸出拡大に努めるとともに、菓子原材料としての使用等、新たな活用方法を提案しながら、海外需要の開拓を目指す。また、かんしょでん粉を原料とする食品(春雨、冷麺等)も併せて需要開拓を目指す。

2-1 輸出戦略と2020年目標

りんごの輸出戦略

- ①中間層(ボリュームゾーン)と通年の市場開拓
「おいしさ」、「安全」をアピールし、中間層と通年の出荷に向けた市場開拓。
- ②品種の重点化、付加価値のある商品提案の推進
台湾における消費者ニーズを的確に捉え、銘柄の重点化、付加価値のある商品提案。
- ③東南アジアの国々への輸出先国の拡大
インドネシア、ベトナム等の落葉果樹の栽培ができない東南アジアの国々への輸出。

○付加価値の事例
縁起の良い黄色のりんご「トキ」(再掲)



資料:青森県庁ホームページ

柑橘類の輸出戦略

- ①温州みかんと中晩柑を組み合わせた輸出期間の長期化
カナダにおける温州みかんと中晩柑を組み合わせた輸出期間の長期化。
- ②台湾、米国等の新たな輸出先の開拓のための、知名度をあげるためのPRの強化
- ③需給調整のための輸出でなく品質の高い柑橘類の輸出を戦略的に展開

いちごの輸出戦略

- ①日本産いちごの知名度を上げるためのPR強化。当面は富裕層をターゲットにしたPR活動を実施
- ②品質劣化を軽減するため、国内流通で培った「平段(1段)詰め」などを使用した輸出形態を実証しつつ、最適な流通体制を確立

ながいもの輸出戦略

- ①日常食材として消費者層を拡大
〔例:日本産のながいも、牛乳、糖分をミキサーにかけた「ながいもジュース」を市内のジューススタンドなどで販売。〕
消化吸収に優れ、滋養強壮になるといった機能面をアピール。
- ②日本産をアピールした販売戦略の展開
日本産の優位性をアピールし、例えば日本料理の食材としての市場を開拓。
〔例:中華圏の方に受け入れられ易い加熱調理を前提に、日本産のながいもを食材とした「ながいもきんぴら」等を提案し、新たな食べ方を普及・定着。〕
- ③消費者にアピールできる流通体制の確立
輸出規格に見合った出荷箱の採用やHACCP認証の洗浄選別施設等の流通体制の確立。



資料:JA帯広かわにし



資料:JA帯広かわにし

2-2 輸出戦略と2020年目標

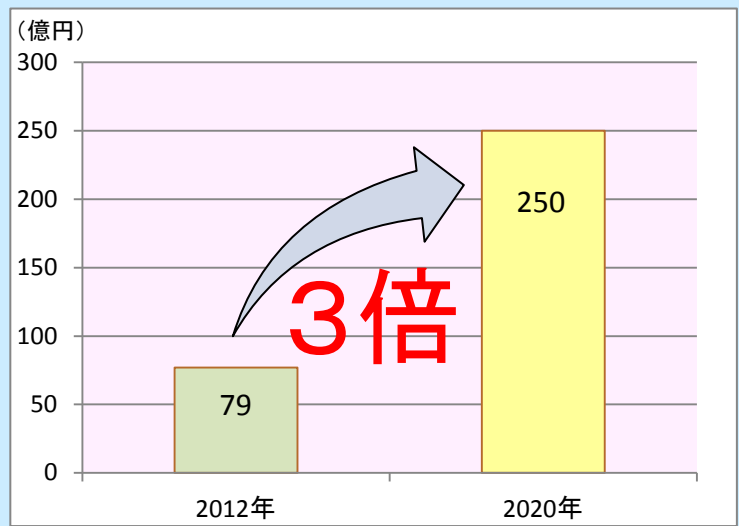
多品目周年供給戦略

東南アジアやEU、ロシア、中東において、産地間連携、卸売市場の活用等により、周年供給が可能なりんごをメインとして、柑橘類、イチゴ等を組み合わせ、日本産フルーツが、海外の百貨店、スーパー等の売場(棚)に常時並ぶ供給体制を確立し、高級フルーツと言えば「日本の〇〇」のようなブランドの確立を目指す。

○多品目周年供給カレンダー



参考: 果物ナビ <http://www.kudamononavi.com/notes.htm>



2020年までに現状の3倍の250億円水準に拡大

- 青果物の重点国・地域
- 重点品目:
(例) りんご、柑橘類、いちご、なし、もも、ながいも、かんしょ、
「第2・第3のりんご、ながいも」
- 重点国・地域:
(新興市場) シンガポール、タイ、ベトナム、インドネシア、マレーシア、
カナダ、米国、EU、ロシア、中東

(安定市場) 台湾、香港

3 輸出環境整備及び具体的対応

輸出環境整備に向けた論点等			
規格基準	生産工程認証	検疫	その他
<ul style="list-style-type: none"> 残留農薬の設定に係るインポートトレランスの働きかけ(香港、台湾) 	<ul style="list-style-type: none"> GLOBAL G.A.P.の認証取得支援(EU) 	<ul style="list-style-type: none"> 病虫害の防除技術の開発・普及(モモシクイガ(台湾向けのりんご・なし・ももなど)等) 植物検疫上の条件整備(ベトナム等) 	<ul style="list-style-type: none"> 原発関係規制の緩和働きかけ(中国、香港、台湾等) 気象状況に影響されにくい栽培技術、品種の開発 鮮度保持・長期保存技術の開発 卸売市場からの直接輸出 インドネシアの輸入港制限、輸入割当の設定 ベトナムにおける植物由来食品にかかる規制

【具体的対策例:成功事例の発掘(第2、第3の台湾における青森県産りんご・北海道産ながいも)】

