

中南米ワイド調査
「日本食品輸出のヒント集」
(メキシコ)

2024年3月

日本貿易振興機構 (ジェトロ)
メキシコ事務所
農林水産食品部 市場開拓課

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

はじめに

ALPS 処理水の海洋放出を受け、一部の国・地域で日本産水産物に対する輸入規制が強化された。これを受け、ジェトロでは、2023年9月4日に岸田総理大臣が発表した「水産業を守る」政策パッケージの一部として、日本からの水産品等食品の輸出に大きな影響を与えるような急激な事業環境の変化に可及的速やか且つ組織的に対応するため、水産品等食品輸出支援にかかる緊急対策本部（以下、「水産対策本部」という。）を設置し、水産物をはじめとした日本産食品の海外における代替市場の販路開拓への一端を担うこととなった。そのため、中国など特定国による水産物等の輸入停止措置により大きな影響を受けているホタテ等の水産物等の輸出先の多様化を図るため、当該水産物等の日本産品を取り扱う事業者の販路開拓活動に資するための調査の一環として実施することとした。

中南米地域には、日本食レストランやシーフードレストランがあり、日本産の水産物をはじめとする食品にとって潜在市場と見込まれる。本報告書には、日本産水産物を含む食品の新たな需給構造構築に向けた新たな輸出先開拓の支援の一環として、中南米地域の対象国における水産物をはじめとした食品の市場概況、制度的制約（輸入規制、販売規制）、食品販売店・レストラン・ホテル情報、バイヤー情報、先行事例等について調べ、視覚的に分かりやすい資料として取りまとめた。

本調査は、中南米地域での新規市場開拓を目指す中堅中小企業の関係者、生産者等の輸出拡大、また今後官公庁や団体等が支援事業の検討を行う際の一助となれば幸いである。

日本貿易振興機構（ジェトロ）
メキシコ事務所
農林水産食品部 市場開拓課

目次

第1部.....	1
1.1. 現地スーパーの水産物・食品（生鮮、加工、冷蔵、冷凍食品）売り場の様子	1
1.2. その他、現地の食のトレンド.....	3
第2部.....	5
2.1. 概況.....	5
2.1.1. 基礎的経済指標.....	5
2.1.2. 市場規模（輸入統計ほか）.....	5
2.1.3. 日本食消費動向（トレンド）.....	5
2.1.4. ALPS 処理水放出に対する現地の反応.....	6
2.2. 制度的制約（輸入規制、販売規制）.....	6
2.2.1. 水産物.....	6
2.2.2. その他食品.....	6
2.3. 食品販売店・レストラン・ホテル情報.....	7
2.3.1. 食品販売店.....	7
2.3.2. レストラン.....	9
2.3.3. ホテル.....	11
2.4. バイヤー情報.....	13
2.5. 先行事例.....	15
2.6. まとめ.....	16
2.6.1. 日本産食品の輸入の可能性.....	16
2.6.2. 課題と留意点など.....	16

※本調査レポートの写真はすべてジェトロ撮影

第1部

1.1. 現地スーパーの水産物・食品（生鮮、加工、冷蔵、冷凍食品）売り場の様子



冷凍サンマと乾燥カタクチイワシ（ともに韓国産）



高級層スーパーマーケットの鮮魚コーナー（ともにメキシコ産）



貝類コーナーと冷凍マグロ（ともにメキシコ産）



生鮮貝類（メキシコ産）と冷凍貝柱（中国産）

レストランの様子

- ・地元料理レストラン（現地の食文化が分かる人気メニュー、海産物を使った料理など）



国民食タコス、肉入りスープ料理ビリヤ、唐辛子の詰め料理、魚介類料理



シーフードプレート、焼き魚のガーリックライス添え

- ・日本食レストラン、もしくは日本食材を用いたレストラン（人気メニューなど）



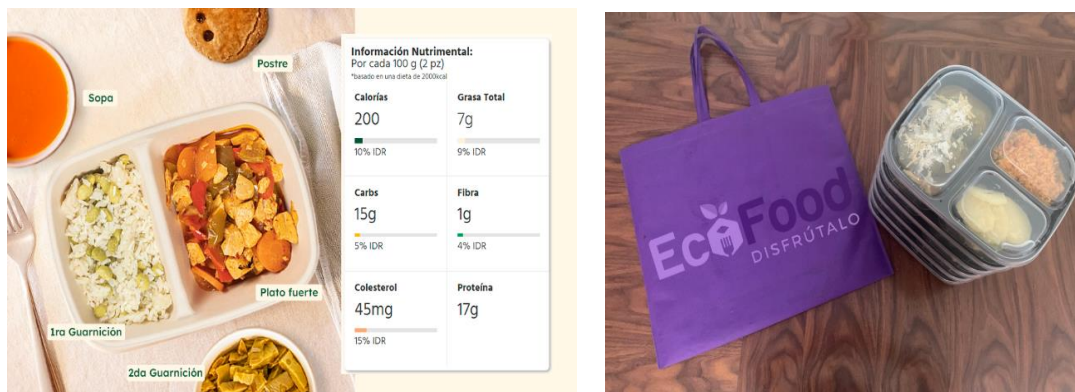
刺身盛り合わせ、ハマチ丼、握り（サーモン、トロ、タイ）



うなぎ丼、しめ鯖、マグロ刺身

1.2. その他、現地の食のトレンド

デリバリー、ミールキット、健康志向、プラントベースなどの現地トレンド



魚料理のデリバリーは低カロリー・健康志向商品として受け入れられている



メキシコ都市部のコールドチェーンが強固になり、E コマースでも水産品を購入可能

第2部

2.1. 概況

2.1.1. 基礎的経済指標

米州のスペイン語話者数は約 5 億人で、メキシコが約 1.3 億人と、世界最大のスペイン語話者国。宗教は、原住民宗教が存在しているが、ほぼキリスト教で、その多くがカトリック。そのため食に関する宗教上の制限がほとんどない。2022 年時点の人口は世界第 10 位の 1.27 億人で、その上位 10%程度にあたる約 1,300 万人が日本食にアクセス可能な人口。日系人数は 2018 年時点で世界第 7 位の約 2 万人。なお日系人数の上位 9 位は米州の国で占められており、ブラジルの約 200 万人が最大で、米国が約 135 万人と続く。スペイン語圏ではペルーが約 10 万人で第 3 位につけている。2022 年の進出日系企業の拠点数は 1,313 で、世界第 11 位。進出日系企業の約 5 割が自動車産業を中心とした製造業。名目 GDP は 1.4 兆ドルで世界第 14 位。1 人当たり GDP は 1.10 万ドルで世界第 73 位。詳細は、[「メキシコの貿易と投資」\(世界貿易投資動向シリーズ\)](#)を参照。

2.1.2. 市場規模（輸入統計ほか）

[「メキシコの貿易と投資」\(世界貿易投資動向シリーズ\)](#)を参照

2.1.3. 日本食消費動向（トレンド）

メキシコ国内の日本食店の数は、正確な数値は存在しないものの 1,500 店舗を超すとされている。特にロール寿司店はエントリーレベルの店舗として急増している。ここではもちろん、醤油は使われているものの、うま味の概念を知らないことも多く、出汁を使わない味噌汁や醤油に麺を入れただけのラーメンなども存在する。しかしそうした店舗は、日本食に触れる層の裾野を広げていることは間違いない。他方で、日本産食材を常時提供する本格的な和食飲食店は約 1 割。全日本食店の約半分が首都メキシコ市大都市圏に集中している。その他、人口第 2 位のハリスコ州グアダハラハラ大都市圏や、1 人当たり GDP がメキシコ第 1 位のヌエボレオン州モンテレイ大都市圏に多い。他方、進出日系企業の約半数が所在するメキシコ中央高原（バヒオ地方）は、日系企業数に対しての日本食店数は非常に少ない。

メキシコ市場は、米国市場とは異なり、市場全体がブルーオーシャンと言えるだろう。特に日本食市場に関しては、価格競争がほぼ起きていない。これは、日本食レストランで食事をするメキシコの所得層は、商品価格の安さを基準にレストランなどの選択をしないためだ。アジア圏では、日本資本の外食産業企業が多く進出しており、日本と同じように日本企業同士での価格競争が発生している。一方メキシコではそうした

日系外食産業企業などの進出が限られているため、商品価格を下げる必要がないうえ、原価率の高い和牛や水産品などの料理であれば販売価格に転嫁することが容易だ。また、水産品に関しては、メキシコの食文化の一つに魚や貝類を生で食べる習慣があるため、寿司や刺身を提供する店舗が近年爆発的に増加した。日本食レストラン以外でも、一般的なシーフードレストランにおいても「SASHIMI」、「HAMACHI」、「IKURA」、「MAGURO」といった日本語の表記でグランドメニューとして提供している。加えて、エントリーレベルの巻き寿司店がオープンし続けており、そこでは、経験の少ないメキシコ人料理人でも扱いやすいカニカマ（現地では SURIMI と呼ばれる）が、ほぼ必ずメニューに入っている。日本産水産品を日本から輸入するインポーターの多くが、カニカマについては冷凍フルコンテナで輸入し続けているなど、メキシコ国内の需要増に追いつかない状況が続く。そうしたインポーターは、顧客への安定供給を第一要件として考えることが多く、日本側のサプライヤー企業の多角化などにも努めている。

2.1.4. ALPS 処理水放出に対する現地の反応

2023 年 8 月 24 日に海洋放出が開始された、東京電力福島第 1 原子力発電所の ALPS 処理水に関して、メキシコ政府の規制強化や検査体制の変更はない。また、ALPS 処理水の海洋放出に対する批判的な報道は見られない。メキシコ市で 2023 年 8 月 30 日～9 月 1 日に開催された国際食品見本市「アバストゥル 2023」にて、ジェトロは ALPS 処理水に関する意識調査を実施し、レストランや卸売業者、学生、ホテル、輸入業者、小売業者、メディア、政府関係者などの合計 306 人から回答を得た。全体の 66.3%が処理水放出のことを「知らない」、11.1%が「知っているが、気にしていない」、22.6%が「知っており、気にしている」と回答した。気にしているとした回答が最も高かったのはレストラン関係者（9.5%）で、卸売業者（6.5%）が続いた。ジェトロが日本産食材を輸入する複数の現地企業へヒアリングを行ったところ、水産品の納品先であるレストランやその来店客などから、処理水について特段コメントなどは受けていないと回答を得た。

2.2. 制度的制約（輸入規制、販売規制）

2.2.1. 水産物

日本から輸入が禁止されている水産物は特になし。

2.2.2. その他食品

ほとんどの日本産の加工食品は輸入可能だが、乳製品は輸入ができない。野菜や果物などの生鮮品については、日本とメキシコの検疫条件が合意していないため、メキシコへ輸入はできない。牛肉は、メキシコ政府当局により認定を受けた日本国内の施設で加工された抜骨肉のみ輸入可能。精米は 2023 年 3 月に輸入が解禁された。

2.3. 食品販売店・レストラン・ホテル情報

2.3.1. 食品販売店

店舗名：イデ・グルメ・オリエンタル (IDE GOURMET ORIENTAL)

住所：AV. PRESIDENTE MASARYK 101, POLANCO CP 11560, MIGUEL HIDALGO, CDMX

<https://maps.app.goo.gl/DCZznjtS4uWeNBpn6>

「IDE GOURMET ORIENTAL」は、メキシコ市の高級レストラン街、住宅街に店を構える。周囲に高級レストランが多い中、平均客単価が約 USD7 という価格帯で、周囲のビジネスパーソンが昼食を持ち帰ったり、ランチをとっている姿が目立つ。日本食ブームも相まって、周辺の富裕層の買い物客も目立つ。平日の平均来客数は 120～150 人で、休日は 80 人ほど。店舗ではレストランスペースと日本食材店が併設されている。レストランスペースでは、白米か焼き飯のどちらかを選択した後、牛・豚・鶏・魚・野菜の日替わりのおかずを選択して組み合わせるデリ方式。日本産食材の仕入れ先はメキシコ大手サプライヤーのジェイ・エフ・シー・デ・メヒコ (JFC de México)、トヨ・フーズ (Toyo Foods)、クメ・インポルタシオネス (Kume Importaciones) の 3 社から仕入れている。日本産精米は、トヨ・フーズから富山県コシヒカリと岩手県産ひとめぼれを調達している。生魚 (まぐろ、さけ、白身魚)、野菜などの食材は、中央卸市場 (セントラル・デ・アバスト) から仕入れる。



レストランスペースとデリ形式のおかず



店内調理の惣菜と持ち帰り用の巻き寿司





メキシコのエンセナダ産マグロの赤身とノルウェー産サーモン



タイ産のちくわとカニカマ



日本産蒲鉾、タイ産小判揚げ、タイ産揚げボール

店舗名：ラ・フレスカデリーア (LA FRESKADERIA)

住所：Av. Stim 82, Lomas del Chamizal, Cuajimalpa de Morelos, 05129 Ciudad de México, CDMX

<https://maps.app.goo.gl/QLj6UbK2AiuZoCMA8>

「LA FRESKADERIA」は、新鮮な魚介類をその日のうちに届けるデリバリーサービス。インスタグラムのフォロワーは 2 万人。取り扱い商品の紹介や、食材を使ったレシピを投稿して人気を集めている。新鮮な魚介類を使用した寿司や、サラダ、ポキ丼、セビーチェなどの、調理済み商品も用意。水産物とのペアリング用の日本酒なども取り扱う。エンセナダ産マグロの寿司と刺身のセットが 420 ペソ（約 3,570 円）で、配達料は 60 ペソ（480 円）。



醤油の代わりにポン酢が添えられたマグロの握りと刺身のセット

2.3.2. レストラン

店舗名：懐かしい (NATSUKASHII)、およびロスティア (L'OSTIA)

住所：SERAPIO RENDON 61, SAN RAFAEL, CUAUHETEMOC, CDMX

C.P.06470

<https://maps.app.goo.gl/kQ7opK3LsE7TeWsLA>

メキシコ市中心部の古くからの住宅街に位置する。目抜き通りのレフォルマ通りや歴史地区にも近く、古い住宅街をおしゃれに増改築したもの。映画撮影に使われたり、サイトなどでも紹介され、週末のランチには行列ができる。オーナーは「懐かしい (NATSUKASHII)」と仏・西料理「L'OSTIA」を経営。日本のテレビ放送でも取り上げられ「懐かしい」ではラーメンがメキシコ人に人気。

1 日の平均来店者数は、平日で約 100 人、休日で 250 人ほどで、若者が中心。平均客単価は 15～20 ドル。メニューは、オーナーの父親とアメリカの日本人シェフから引き継いだもの。日本食ブームに乗って、火曜日にスシ・デーを開催しており、多くの客でにぎわう。

日本食材は、メキシコ市内の日本食材店のミカサ (MIKASA) やトヨ・フーズ (Toyo Foods) で購入。麺類はフィデオ・ファクトリー (Fideo Factory) から、生魚 (まぐろ、鮭、白身魚) はラストロ市場 (Mercado Rastro)、野菜などは中央卸市場 (セントラル・デ・アバスト: Central de Abasto) で購入している。



「懐かしい (NATSUKASHII)」と仏・西料理「L'OSTIA」が位置する歴史地区のコンプレックス。



「懐かしい」の入り口とラーメン



地元の製麺所から仕入れるラーメンとうどんの麺



うなぎ炭火焼（中国産）

店舗名：バヘル（BAJEL）ホテル・ソフィテル店

住所：Av. Paseo de la Reforma 297, Cuauhtémoc, 06500 Ciudad de México, CDMX
<https://maps.app.goo.gl/BM9sBKGOBdZf7k8>

レストラン「BAJEL」は、メキシコ市中央部の目抜き通りであるレフォルマ通りの、米国大使館横に位置する 5 つ星ホテルソフィテル・メキシコシティ・レフォルマ（Hotel Sofitel Mexico City Reforma）の 13 階店舗を構える。周辺にはシェラトン系やマリOTT系などの高級ホテルが並び、繁華街と飲食街にほど近い。

「BAJEL」はトリップアドバイザーのレストランランキング 36 位に入っており、1 日の平均客数は約 25 名、平均客単価は USD88、日本食材は、醤油、海苔、梅干し、柚子胡椒など寿司に関係する品をジェイ・エフ・シー・デ・メヒコ（JFC de México）やトヨ・フーズ（Toyo Foods）から購入しており、現在、クメ・インポルタシオネス（Kume Importaciones）からの購入も検討中。2024 年 2 月に寿司カウンターのある日本食レストランをオープン予定。併せて備長炭の焼き鳥の提供なども検討中。水産品では、マグロはメキシコのバハカリフォルニア州エンセナダ産を使用。



メインダイニングとオープン予定の寿司カウンター

2.3.3. ホテル

ホテル名：ザ・グランド・アット・ムーン・パレス・カンクン（The Grand at Moon Palace Cancún）、およびムーン・パレス・サンライズ（Moon Palace Sunrise）

立地：カンクン国際空港から 10 分。両ホテルの建物は同じ敷地内にあり、ホテル間はゴルフカートやシャトルバスで移動が可能。ゴルフ場や、自社菜園場なども併設。敷地から道路をはさんで向かい側には、巨大なセントラルキッチンを構えている。

ランク：トリップアドバイザー、グーグルマップとともにホテルランク星 5 つ。

価格帯：トリップアドバイザーのカテゴリーでラグジュアリークラスに分類

利用客数：ザ・グランドの総客室数は 1,304 室。

サンライズの総客室数は 1,300 室。

平均予算（主な宿泊プラン）：

ザ・グランド 2 名 1 室 1 泊 USD800（オールインクルーシブタイプ）

サンライズ 2 名 1 室 1 泊 USD500（オールインクルーシブタイプ）

-ホテル共通情報

顧客の国籍：米国、カナダ、欧州、メキシコが多く、アジア人も 20% くらい占めている。ザ・グランドでは、カナダや米国在住のインド人顧客も目立つ。彼らは 4 月～5 月、10 月～11 月にウェディングで訪れることが多い。グループ内でアジア人が最も多いのはル・ブラン・スパ・リゾート・カンクン。

繁忙期：繁忙期は無く、常に顧客でにぎわっている。

-レストラン

利用客数：各ホテルのアジア料理レストランの 1 日来店者数は、ザ・グランドの Jade（ハデ）が約 600～800 人、サンライズの Momo（モモ）が約 1,000～1,600 人、ル・ブラン・スパ・リゾート・カンクンの Yama（ヤマ）が約 100～120 人である。

<ヒアリング内容>

メニューの決め方：顧客の要望を聞き、試作を重ねる。テクニク・クリエイティブ部門のスタッフがおり、そこでシェフが料理をテストし、形にする。定番メニューと新メニューのバランスなども考慮している。たとえばカリフォルニアロールは本物の日本食とは違うが、顧客の需要があるので外すことはできないメニューの 1 つ。

食材調達先選定方法：品質、納期、賞味期限、テスト、分析、コスト、ベネフィットによって決めている。仕入れが決まったらカタログにして倉庫へ輸送。

日本食材の調達実態と今後の調達可能性、競合品：日本酒、調味料（ソースなど）、わさび、ハマチ、A5 ランクの和牛などは日本から仕入れている。ハマチはガパ・フード・メヒコ（GAPA FOOD MEXICO）、酒はジェイエフシー・デ・メヒコ（JFC de México）とクメ・インポルタシオネス（Kume Importaciones）から購入。また冷凍の生わさびや、近江ビーフなども日本産のものを購入。その他には、タイから仕入れているものもある。ラーメン、米、酢、餅、柚子、柚子胡椒なども拘りを持って選定。現在米は米国産ジャポニカ米を使用しているので、日本産精米に変えることを検討中。マグロはエンセナダの養殖。トロの部分はレストラン・ヤマ（Yama）で使用。レストラン・ハデ（Jade）では、シェフが 60～80kg のマグロの解体をするイベントもある。

アジア料理レストラン以外でも、ハマチや、和牛、アワビ、味噌を使用。日系ペルー料理レストランやビュッフェでも、寿司、ポキ丼、握りなどのメニューがあり日本産食材を使用している。

日本産食材の仕入れには前向きだが、コスト面を懸念している。またサステナブルな観点と鮮度の問題で、地元のものを使うことも多くバランスを取る必要がある。

日本食材に関する顧客からの口コミ：全ての味や品質を信用して食事することができると評価されている。

店舗やレストランの場所など

<https://www.google.com/maps/d/edit?mid=1aHy76jUdN8dEwTldqDXpUhF77FDpMHA&usp=sharing>

2.4. バイヤー情報

企業名	読み方	本社所在地	住所	ウェブサイト	特徴
GAPA FOOD MÉXICO	ガパ・フード・メヒコ	メキシコシティ	Eje 6 Sur 560, San José Aculco, Iztapalapa, 09410 Ciudad de México, CDMX	https://gapa.mx/	日本産水産品を長年輸入しているメキシコ地場企業。日本産食材は、日本から直接輸入と米国経由輸入の2通り。
Comercial Toyo	コメルシアール・トヨ	ハリスコ州グアダラハラ市	Av. Juan Gil Preciado 4018, Los Robles, 45134 Nuevo México, Jal.	https://www.toyofoods.com.mx/	設立40年以上の日本食食材の輸入企業。メキシコ国内に約40店舗の自社小売店舗を経営。日本産食材は、日本から直接輸入と米国経由輸入の2通り。
JFC de México	ジェイエフシー・デ・メヒコ	メキシコシティ	Av. Año de Juárez 160, Granjas San Antonio, Iztapalapa, 09070 Ciudad de México, CDMX	https://www.jfc.com/	在ロサンゼルス のJFC Internationalのメキシコ支社。フードサービスを中心としたB to Bビジネスが中心。日本産食材は、日本から

企業名	読み方	本社所在地	住所	ウェブサイト	特徴
					直接輸入と米国 経由輸入の2通 り。
Kume Importaciones	クメ・イン ポルタシオ ネス	メキシコシ ティ	Vasco de Quiroga 1229, Sta Fé, Álvaro Obregón, 01210 Ciudad de México, CDMX	https://www.k ume.com.mx/ kume/index.h tml	日系人が設立した 日本食品輸入企 業。フードサー ビスを中心とした B to B ビジネスが中 心。日本産食材 は、日本から直接 輸入と米国経由輸 入の2通り。
Standard Foods	スタンダー ド・フーズ	ヌエボレオ ン州モンテ レイ市	66367 Cdad. Santa Catarina, N.L.	https://www.s tandardfoods. com/	メキシコ内に 40 店舗超の自社レ ストランを経営 するコステニ ョ・グループの 輸入会社。日本 産食材は、日本 から直接輸入と 米国経由輸入の 2 通り。
Guval Foods	グバル・フ ーズ	メキシコ州	Carr. Villa Nicolás Romero. 86, Col. El, Pedregal de Atizapan, 52948 Cdad. López Mateos, Méx.	http://guval.m x/	売上の7割をメ キシコのメイン ストリーム小売 りスーパーに卸 すメキシコ資本 企業。日本食材 の調達は、ほぼ 米国経由。自社 ブランドのカリ フォルニア米や 日本酒も小売販 売。
Nova Foods	ノバ・フー ズ	メキシコシ ティ	Primera Cda. de Minas 45, Arvide, Álvaro Obregón, 01280 Ciudad de México, CDMX	https://novafo odsmexico.co m/	メキシコ最大の エントリーレベ ル寿司店チェー ン「スシ・イッ トー (SUSHI ITTO)」の自社 調達会社。
Nobata Farm Mexico	ノバタ・フ ーム・メ ヒコ	メキシコシ ティ	C. J. Enrique Pestalozzi 1240, Col del	https://yanagi ya.mx/	メキシコで唯 一、日本産和牛 を日本から直接

企業名	読み方	本社所在地	住所	ウェブサイト	特徴
			Valle Centro, Benito Juárez, 03100 Ciudad de México, CDMX		輸入し、自社 EC サイトで販売し ているメキシコ 資本企業。同サ イトでは水産品 の販売も行って いる。
Wagyu Tesoro de Japón	ワギユウ・ テソロ・ デ・ハポン	メキシコシ ティ		https://wagyu.tesorodejapon.com/	日本人とメキシ コ人が共同設立 した日本産和牛 専門の輸入・卸 企業。メキシコ 内の日本食店へ の和牛卸に強 み。
Hanseatik	ハンセアテ イック	メキシコシ ティ	C. Guillermo Gonzalez Camarena 999-Local 2, Santa Fe, Centro, Álvaro Obregón, 01210 Álvaro Obregón, CDMX	https://www.hanseatik.com/	日本産精米や日 本の調味料を輸 入販売してい る。20 か国・50 以上のサプライ ヤーから直接輸 入し、メキシコ 内のメインスト リーム小売り店 に卸すチャンネル に強みを持つ。

2.5. 先行事例

（水産品）2018 年以前は、日本からのメキシコ向け水産品の輸出に際し、厚生労働省が発行する自由販売証明書と日本国内のラボ等での生菌検査結果の添付が必要であったため、冷凍品以外の輸入はほぼ無かった。2018 年以降、農林水産省が発行する衛生証明書を輸出書類に添付することで、上述の自由販売証明書と生菌検査結果が不要となり、メキシコ向けの水産品の輸出が簡略化された。また 2020 年には、日本産鮮魚へのメキシコ農業地方開発省傘下である全国農業食糧衛生無害性品質サービス機構（SENASICA）の事前許可取得が不要となった。これらの規制緩和と手続き簡略化により、それまでは事実上米国経由でしかメキシコに輸入ができなかった水産品も、日本から直接輸入するルートができた。

（精米）2023 年 3 月 16 日に日本産精米のメキシコ向け輸入が解禁した（玄米は除く）。カリフォルニア米が流通を占めているメキシコ市場で、同米よりも価格競争力と品質面で優位の日本産精米の引き合いと輸入実績が増えている。検疫条件面では、

燻蒸処理は不要で、米粒内の水分値の上限パーセンテージの設定はない。そのため、47 都道府県の精米でも輸出が可能。

(和牛) 2014 年 2 月に日本産和牛のメキシコ向け輸入が解禁し、2018 年より輸入業者によるメキシコ内の販売が本格化した。日本食レストランだけでなく、ステーキレストランやリゾートホテルなどのハイエンド層レストランでの需要が高い。和牛料理は原価率が高くなってしまいが、消費者はメキシコの人口の上位 1%程度と推測され、それらの上級層は、価格ではなく品質や食体験を求める傾向にあり、高原価率分をメニュー価格に上乗せできるエコシステムにある。

2.6. まとめ

2.6.1. 日本産食品の輸入の可能性

米国に輸出が可能な商品であれば、その多くはメキシコで販売が可能だ。そのため、米国で販売済みのものや、輸出許可を得ているものをメキシコ向けに輸出するのは効率が良いと言える。また、業務用と小売り用の商品では、メキシコのバイヤーに求められる要件が異なる。前者はバルク価格の安定性が重要で、後者は賞味期限とパッケージの表記が重要となる。例えば、菓子類やインスタント食品などは製造から最低 10 カ月の賞味期限がないと、小売店舗の商品棚で販売可能な期間が十分に確保できない。パッケージについては「MADE IN JAPAN」と目立つ形で印字されており、漢字などの日本語も表記されつつ、英語で商品情報が併記されるものが理想だ。もちろん、日本語だけが表記されていてもメキシコのインポーターは、メキシコの流通規格に則り、スペイン語のラベルを貼付するが、商品そのものの説明はスペイン語で併記しない。従って、メキシコ人の店員が商品を十分に説明できる状況でなければ、客が自ら商品を調べて理解しなければならないという条件が生まれ、購入するインセンティブが生まれにくくなってしまう。店員の商品説明がなくとも客がどのような特徴を持つ商品なのかを理解でき、MADE IN JAPAN という安心感を与えることが効率的な販売に繋がっていく。

2.6.2. 課題と留意点など

日本産食材は米国経由と日本から直接の 2 通りの輸入経路があり、品目の通関難易度やスケールメリットに応じて選択すべきである。特にメキシコに輸入されたことがない品目の場合、メキシコよりも食品輸入の基準が厳しい米国に輸入が成功した品目であれば、米国カリフォルニア州サンディエゴ側から、メキシコのバハカリフォルニア州ティファナ市側への陸送は容易だ。通関に時間を要すると商品の状態を損なう恐れがある生鮮品などは、2024 年 1 月時点、多くがロサンゼルス経由でメキシコに輸入されている。しかし、輸送コストや関税などが重複して掛かることから、メキシコでの販売価格が上昇してしまう。また、米国の卸売業者がメキシコに輸出しなくなる可能性もあり、調達量と価格のコントロールが難しい場合がある。例えば、コロナ禍にお

ける国際的なコンテナ輸送コストの急騰時は、米国へのコンテナ便が減少したことで、メキシコに輸出できる商品が激減し、メキシコ国内の恒常的な欠品問題が多発してしまった。

水産品に関しては、ハマチ（ブリ）の輸出方法に注意すべきだ。メキシコで流通しているハマチのほとんどが米国経由で輸入される冷凍フィレだ。メキシコに初めてハマチが届いたときから米国経由であったことから、流通する商品のほぼすべてが一酸化炭素（CO）ガス入りだ。CO ガスが注入された商品は、魚肉（特に血合い部分）の色の変化が遅く、本当の鮮度と見た目の様子に齟齬が生じる場合がある。他方、メキシコと日本の間で取り決められている日本産魚類のメキシコへの輸入条件では、日本からメキシコに直接輸出される商品は、食品衛生法に準拠し、日本国内で一般流通が可能なものとされている。食品衛生法は CO ガス入りの水産物の一般流通を認めていないことから、メキシコへの直接輸出の場合は CO ガスを注入しておらず、食品衛生法に準拠しているものが対象となる。

中南米ワイド調査「日本食品輸出のヒント集」(メキシコ)

2024年3月作成

日本貿易振興機構(ジェトロ)農林水産食品部 市場開拓課
〒107-6006 東京都港区赤坂1-12-32
Tel. 03-3582-5186

禁無断転載