

**農林水産物・食品輸出に関する
アンケート調査概要**

<2013年1月16日～2月8日 調査実施>

2013年5月

日本貿易振興機構(ジェトロ)

農林水産・食品部



目次

- I 調査結果のポイント・概要、回答企業プロフィール・・・・・・3**
- II 輸出への取り組みについて・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・5**
- III 今後の海外事業展開について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・7**
- IV 輸出にあたっての課題・問題点について・・・・・・・・・・・・・・・・9**
- V 商標権の保護について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・11**
- VI 安全管理の第三者認証について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・13**

～ 調査結果のポイント ～

1. 主な輸出相手国・地域はアジアに集中、全売上げに占める輸出の割合は小さい

輸出先は、「香港」、「台湾」、「シンガポール」等、アジアの国・地域に集中している。

輸出による売上げは「100万円未満」、「100万～1,000万円未満」の企業が合計で全体の4割弱を占める。売上げ全体に占める輸出の割合は、「10%未満」が全体の7割弱であった。

2. 市場は好転見込み、企業はアジア中心に輸出ビジネスを拡大

企業は海外日本食市場の市況が大きく改善することを見通しており（D.I.は12年のプラス0.7%から、13年先行きではプラス20.9%へ改善）、ほぼ7割の企業が海外ビジネスの拡大に意欲を示す。とりわけ、アジア向け輸出を拡大する意向の企業が多数にのぼる。ただし、主要輸出先は競争が激しくなっており、今後は新規市場開拓の必要性がある。

3. 中国では制度面、他の主要輸出先では営業活動が課題

中国では、現地輸入制度、輸入手続き、現地流通・販売経路等についての情報が不足していることで、「事前調査」（73.0%）いわゆる事前の情報収集に難しさを感じるとの回答が多い。このため、通関時の問題（時間がかかる等）、書類作成といった「輸出入手続き」の煩雑さを指摘する意見が多く、制度面での課題・問題が際立っている。加えて、原発事故関連輸入規制の問題から、輸出できる品目が少ないとの声もあがっている。一方、香港、米国、台湾、韓国では共通して、自社製品のPRや競合品との価格競争、現地業者とのコネクション構築といった現地での「営業活動」が課題となっている。

4. 商標権の侵害は中国に集中

輸出先における商標権の侵害は、少数ながらも中国に集中。商標、団体商標ともに、登録先は中国が最多となっている。中国では、第三者による冒認出願が多いため、市場に流通させる前に、自社製品の権利を出願しておくことが重要とみられる。

5. 約3社に1社が安全管理の第三者認証を取得予定。主な取得理由は、製品、企業イメージや従業員意識の向上といった経営改善を狙う。結果的に輸出にも有利に

安全管理の第三者認証をすでに取得済みの企業は2割弱にとどまるが、「すでに取得しているが、今後新たな認証を取得する予定」と「現時点で取得していないが、今後取得予定」とする企業が合計で全体の33.0%。取得理由については、製品、企業イメージや従業員意識の向上を狙うとの国内要因が大きいものの、これらの認証取得が輸出先との取引において有利に働くため、自社のアピールポイントとして、戦略的に活用することもできる（注：地方公共団体によるHACCP、食品衛生法に基づく総合衛生管理製造過程承認制度（マル総）、FSSC22000、ISO22000）。

～ 調査概要、回答企業プロフィール ～

1. 調査項目および調査対象企業

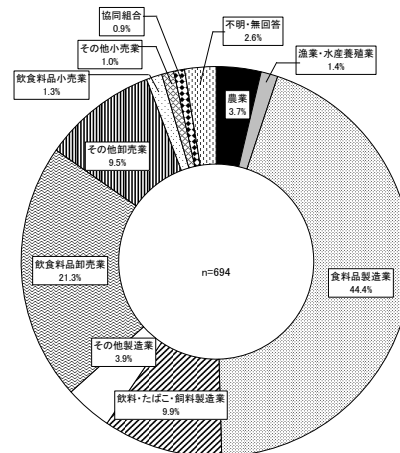
(1) 調査項目：

- ① 輸出の取り組みについて
- ② 今後の海外事業展開について
- ③ 輸出にあたっての課題・問題点について
- ④ 安全管理について
- ⑤ 商標権の保護について

(2) 調査対象企業：

輸出を手がける、または輸出に関心のある
農林水産物・食品関連企業 2,372社

図表 I - 1 回答企業の業種別構成



図表 I - 2 回答企業の規模別構成

	社数		属性別構成比
	回答企業全体	うち中小企業社数	
回答企業全体	694	644	95.3%
農業	26	24	92.3%
林業	0	-	-
漁業・水産養殖業	10	9	90.0%
食料品製造業	308	295	95.8%
飲料・たばこ・飼料製造業	69	67	97.1%
その他製造業	27	27	100.0%
食料品卸売業	148	143	96.6%
その他卸売業	66	61	92.4%
食料品小売業	9	9	100.0%
その他小売業	7	7	100.0%
飲食店	0	-	-
その他飲食サービス業	0	-	-
協同組合	6	2	33.3%
不明・無回答	18	-	-
大企業	31	-	-
中小企業	644	-	-
不明・無回答	18	-	-

(注) 中小企業の定義は中小企業基本法に基づく

2. 調査期間

調査票発送 2013年1月16日
回収締切 2013年2月8日

3. 回収状況

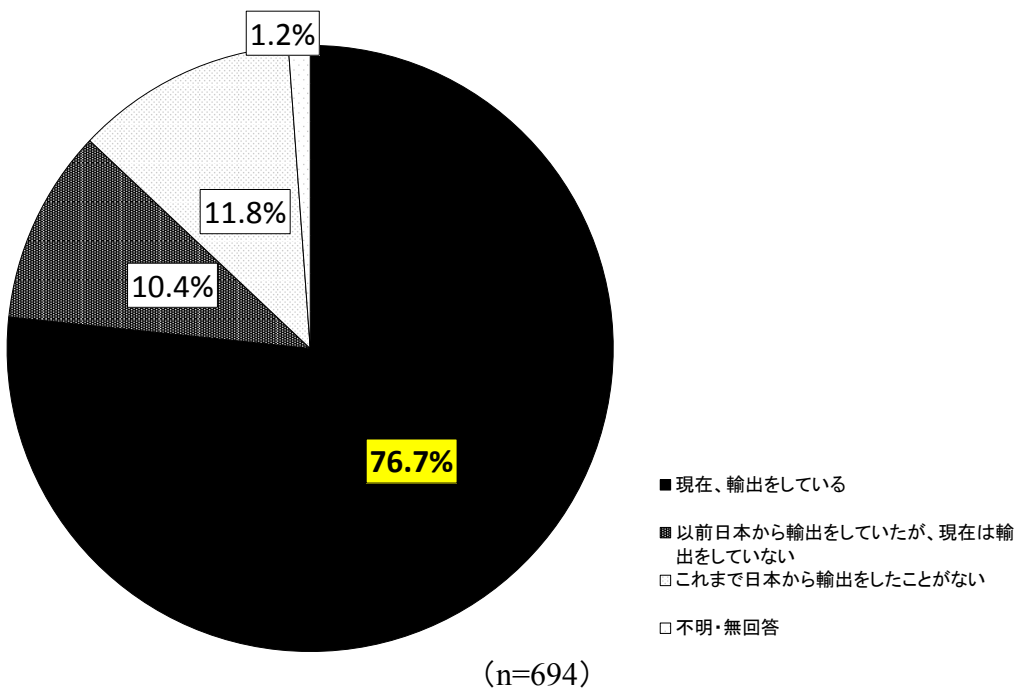
発送総数 2,372社
有効回答数 694社
有効回答率 29.3%



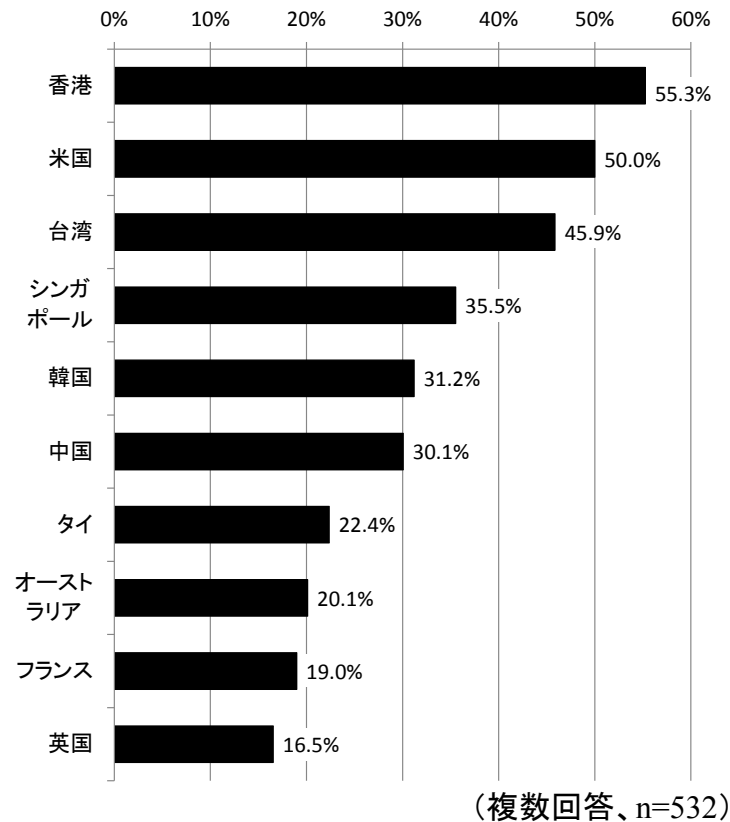
～ 輸出先はアジアに集中 ～

- ・回答企業のうち、現在輸出をしている企業が76.7%を占める。
- ・2012年の輸出先国・地域は、アジアに集中している。

図表Ⅱ－1 輸出の有無



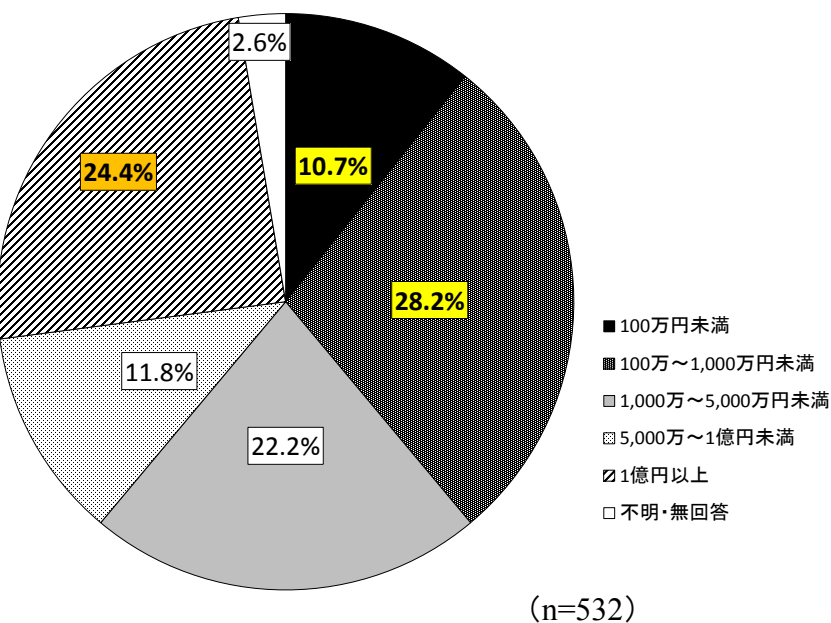
図表Ⅱ－2 輸出先の内訳



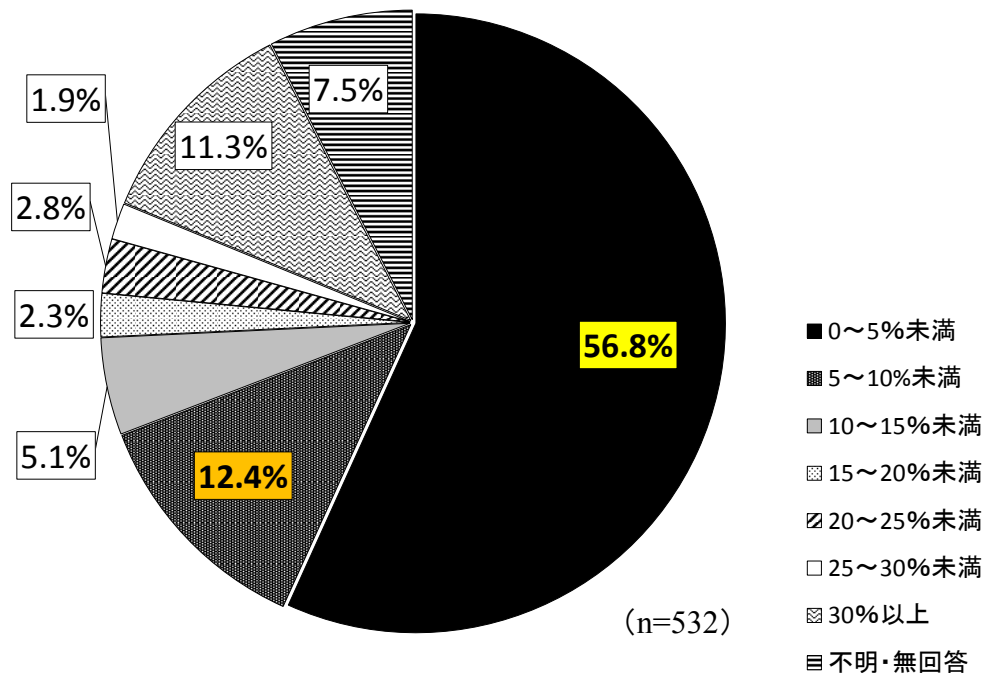
～ 全売上げに占める輸出の割合は小さい ～

- 輸出による売上げは、「100万円未満」、「100万～1,000万円未満」が合計で全体の4割弱(38.9%)を占める。他方、「1億円以上」も24.4%を占める。
- 売上げ全体に占める輸出の割合は、「0～5%未満」の企業が半数以上(56.8%)。「5～10%未満」の企業と合わせて、全体のほぼ7割の企業が10%未満。

図表Ⅱ-3 輸出による売上げ



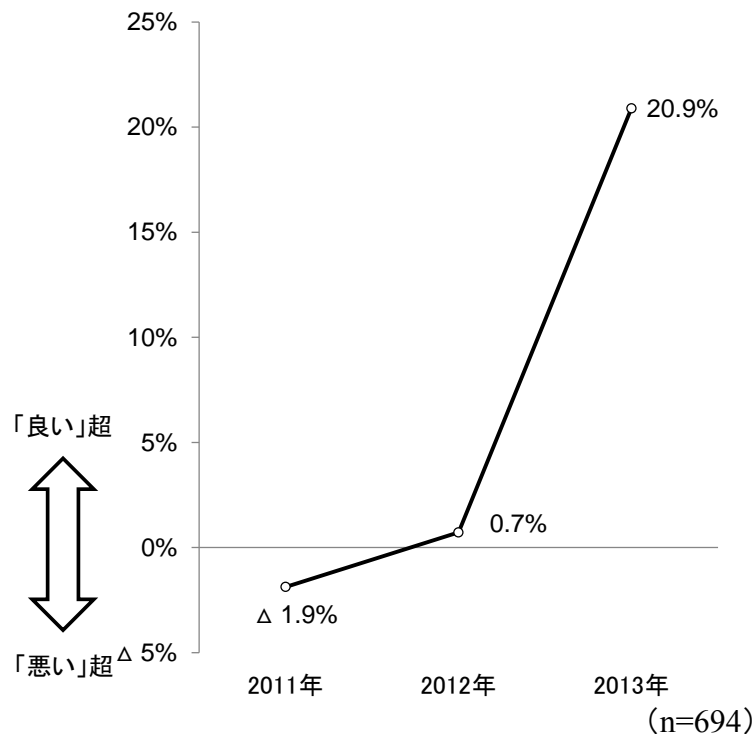
図表Ⅱ-4 輸出による売上げが売上げ全体に占める割合



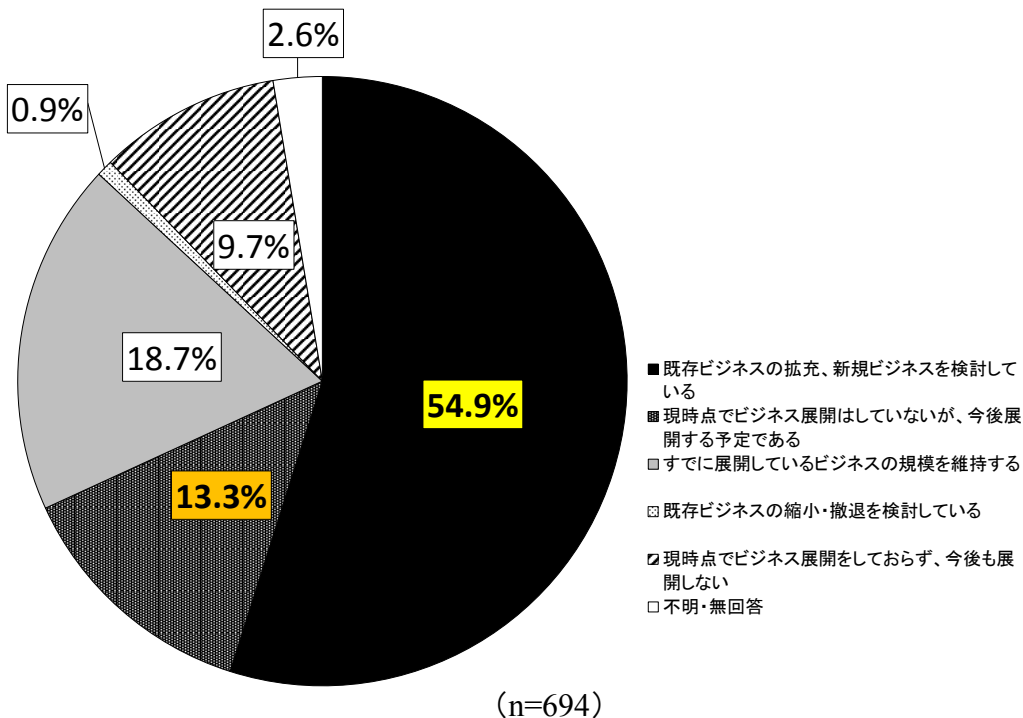
～ 市場の好転が見込まれるなか、ほぼ7割の企業が海外ビジネスに意欲 ～

- ・海外日本食市場の市況D.I.(注)は2011年のマイナス1.9%から、2012年は0.7%、2013年先行きでは20.9%へ改善。
- ・市況の好転が見込まれるなか、全体の68.2%の企業が海外ビジネスの拡充または新規展開を検討。

図表Ⅲ－1 海外日本食市場の市況D.I.



図表Ⅲ－2 今後(3年程度)の海外ビジネス展開

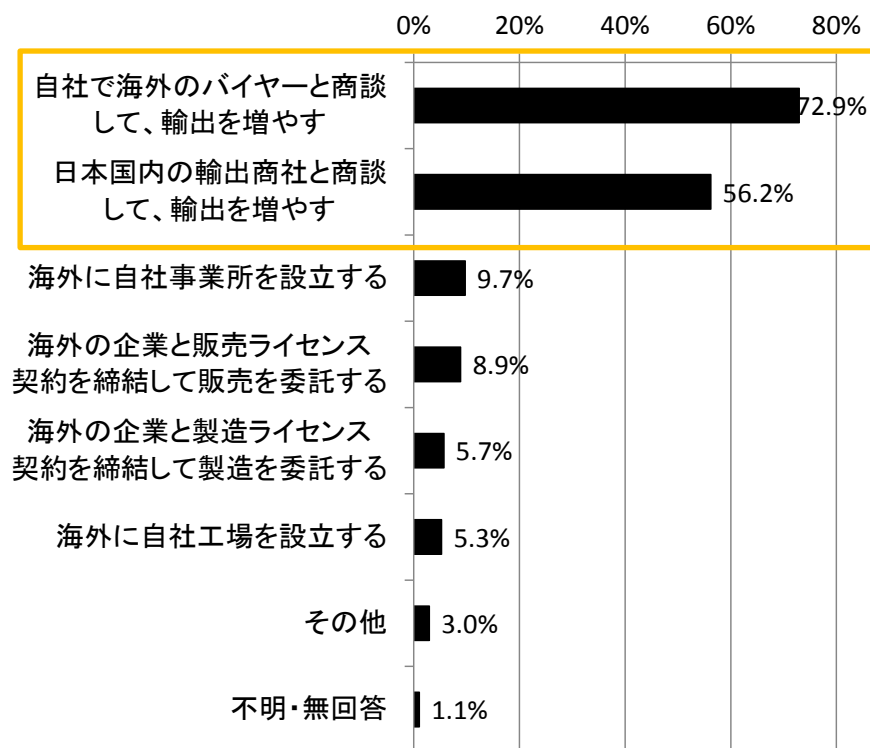


(注)D.I.は、「良い」の回答者構成比%-(「悪い」の回答者構成比%)

～ 引き続きアジア向け輸出志向が高い ～

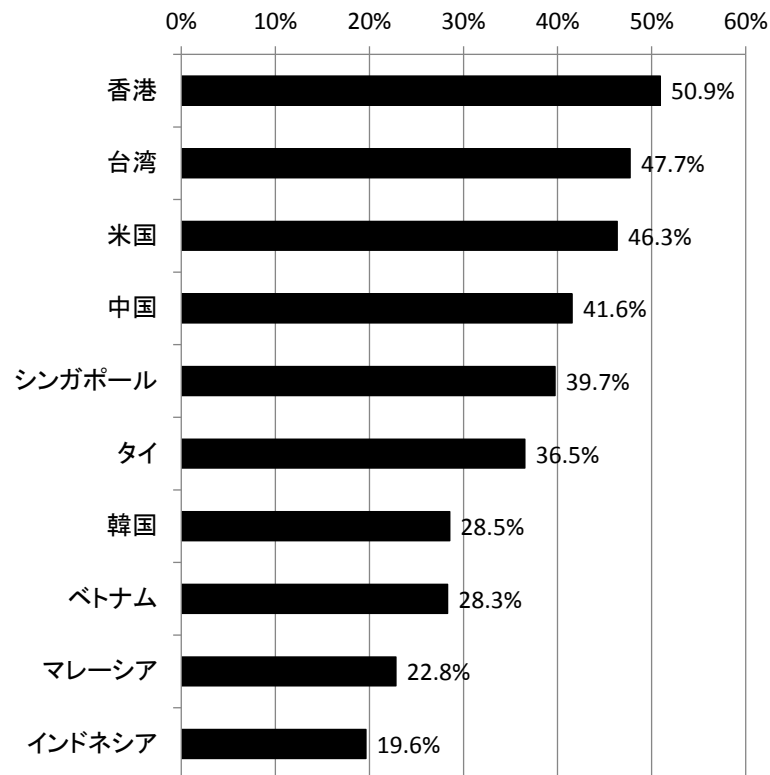
- ・多くの企業が、海外ビジネス展開の方法として輸出を志向。
- ・輸出を増やす国・地域は、「香港」、「台湾」、「米国」等。米国を除き、アジアの国・地域が上位10位を占める。ただし、主要輸出先での競争は激しくなっており、今後は新規市場開拓の必要性がある。

図表Ⅲ－3 事業拡大の具体的な内容



(複数回答、n=473)

図表Ⅲ－4 今後、輸出を増やす国・地域



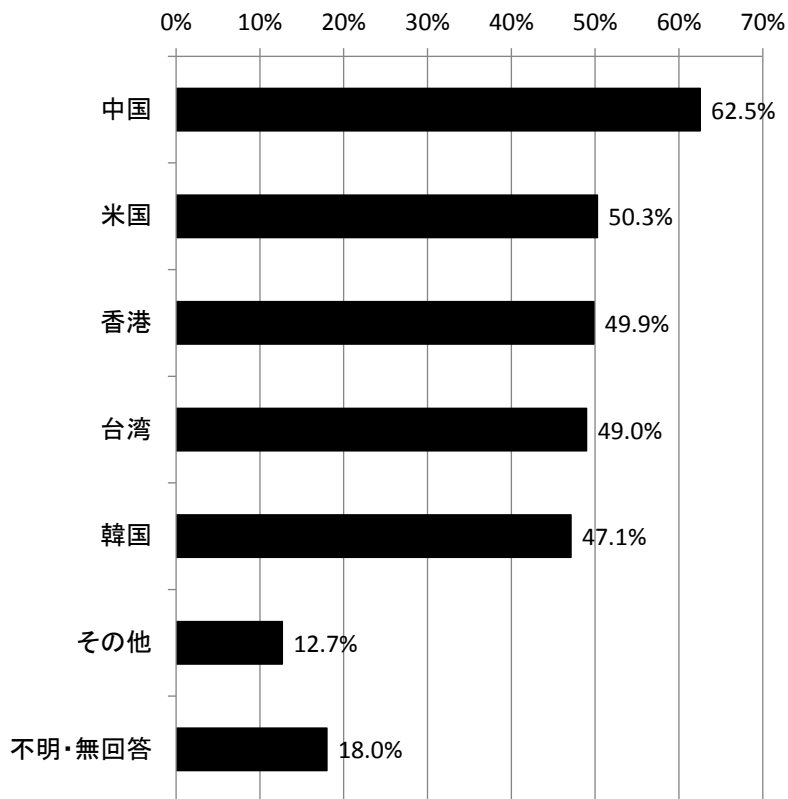
(複数回答、n=438)



～ 中国向け輸出では制度面での課題が顕著 ～

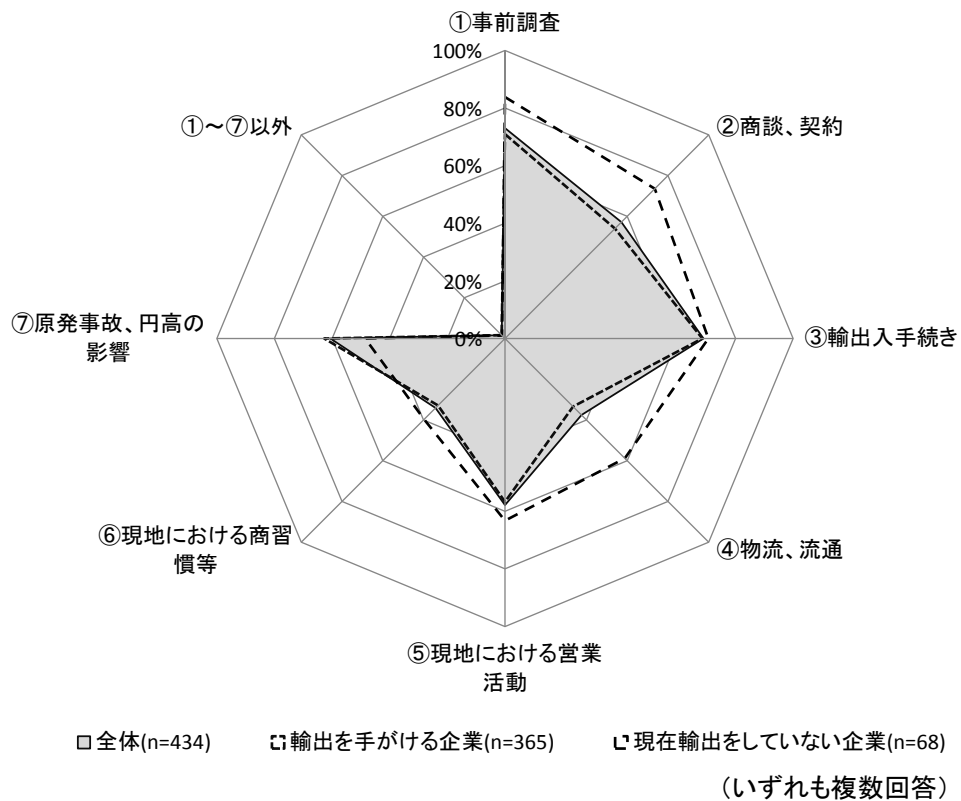
- ・輸出にあたって課題・問題を感じる国・地域は、「中国」が最多(62.5%)。
- ・中国で課題・問題点を感じると回答した434社のうち、現地輸入制度、輸出手続き、現地流通・販売経路等についての情報不足により「事前調査(73.0%)」いわゆる事前の情報収集に難しさを感じるとの回答が多い。このため、通関時の問題(時間がかかる等)、書類作成といった「輸出手続き(68.9%)」の煩雑さを指摘する意見が多く、制度面での課題・問題点が際立っている。加えて、原発事故関連輸入規制の問題から、輸出できる品目が少ないとの声もあがっている。

図表IV-1 課題・問題点を感じる国・地域



(複数回答、n=694)

図表IV-2 輸出にあたっての課題・問題点(中国)



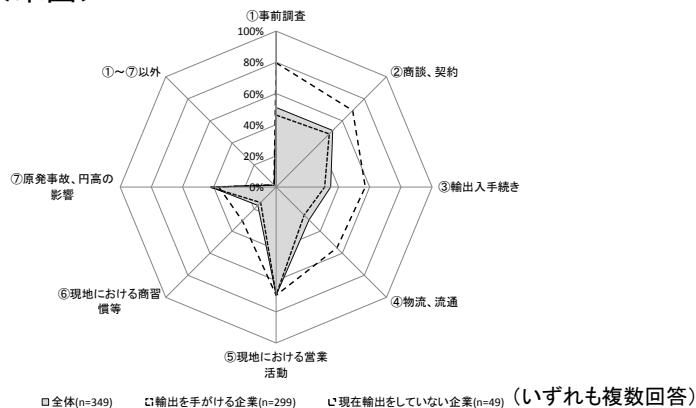


～ 中国以外の主要輸出先では、現地における営業活動が課題 ～

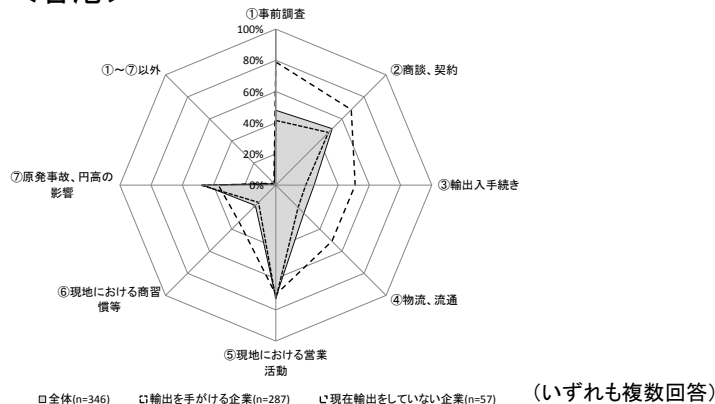
・米国、香港、台湾、韓国では、自社製品のPRや競合商品との価格競争、現地業者とのコネクション構築等、現地での「営業活動」が課題とする回答が最多(各国・地域を選択した企業のそれぞれ69.3%、72.3%、67.4%、61.2%)。

図表IV-3 輸出にあたっての課題・問題点(米国、香港、台湾、韓国)

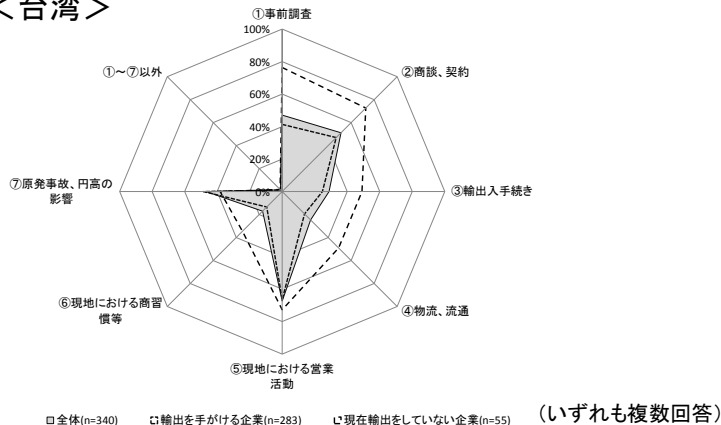
<米国>



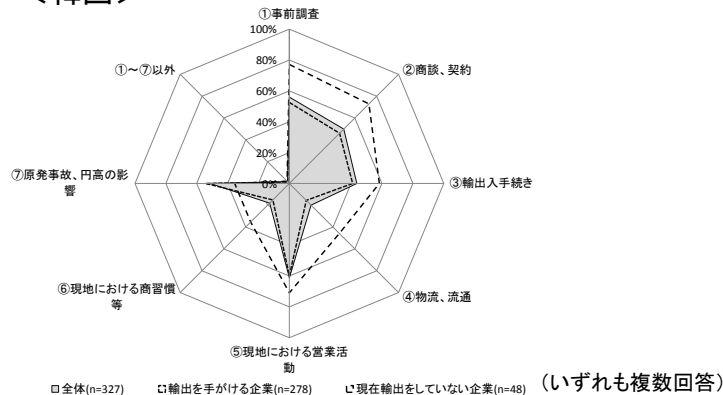
<香港>



<台湾>



<韓国>

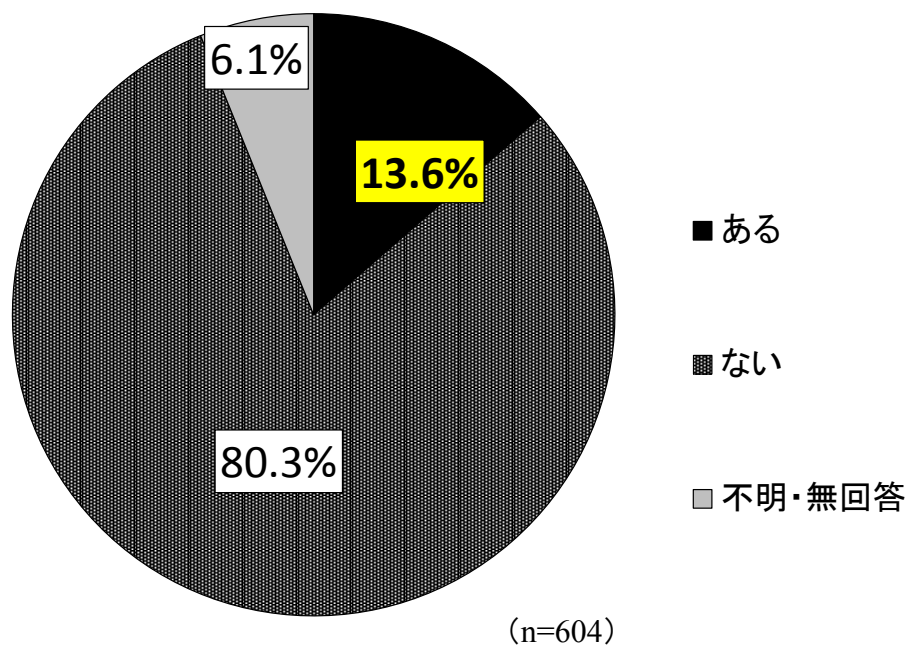




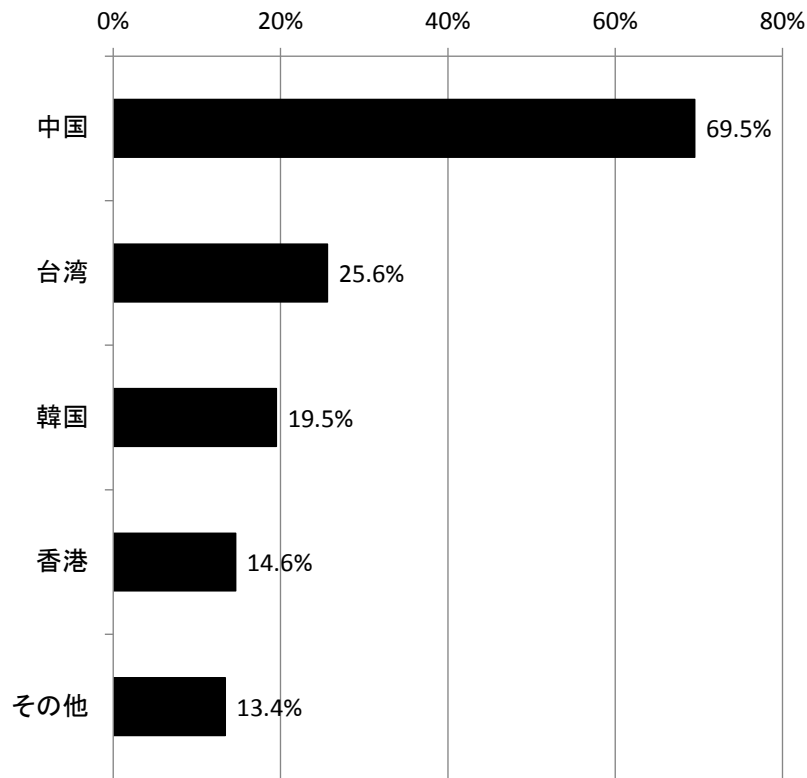
～ 輸出先での商標権侵害は、少数ながら中国に集中 ～

- ・輸出先で商標権侵害の被害にあった企業は少数(13.6%)。
- ・ただし、被害のあった国・地域は中国に集中(69.5%)。

図表 V-1 商標権侵害による被害の有無



図表 V-2 被害のあった国・地域



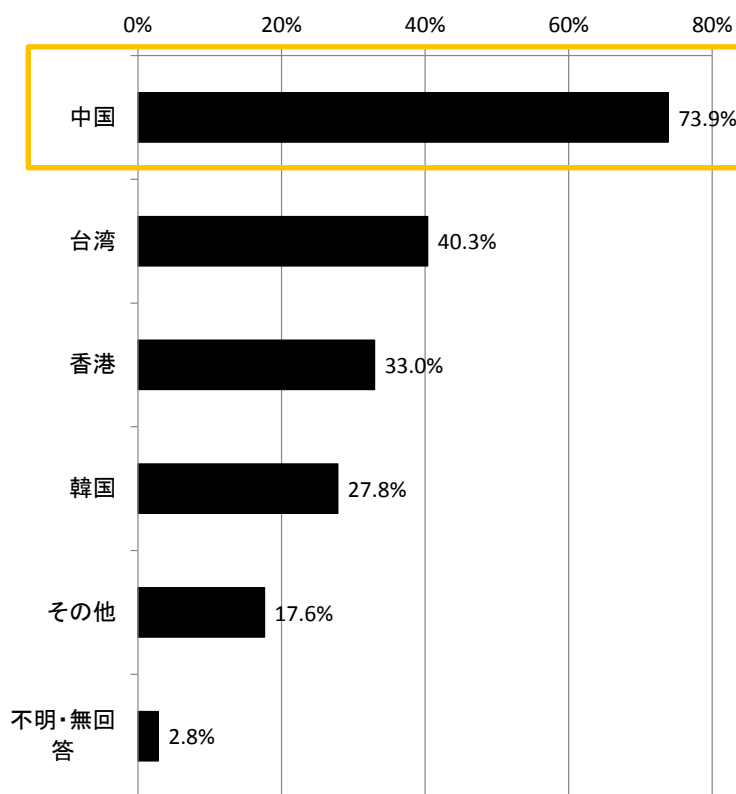
(複数回答、n=138)



～ 商標、団体商標ともに「中国」での登録が最多 ～

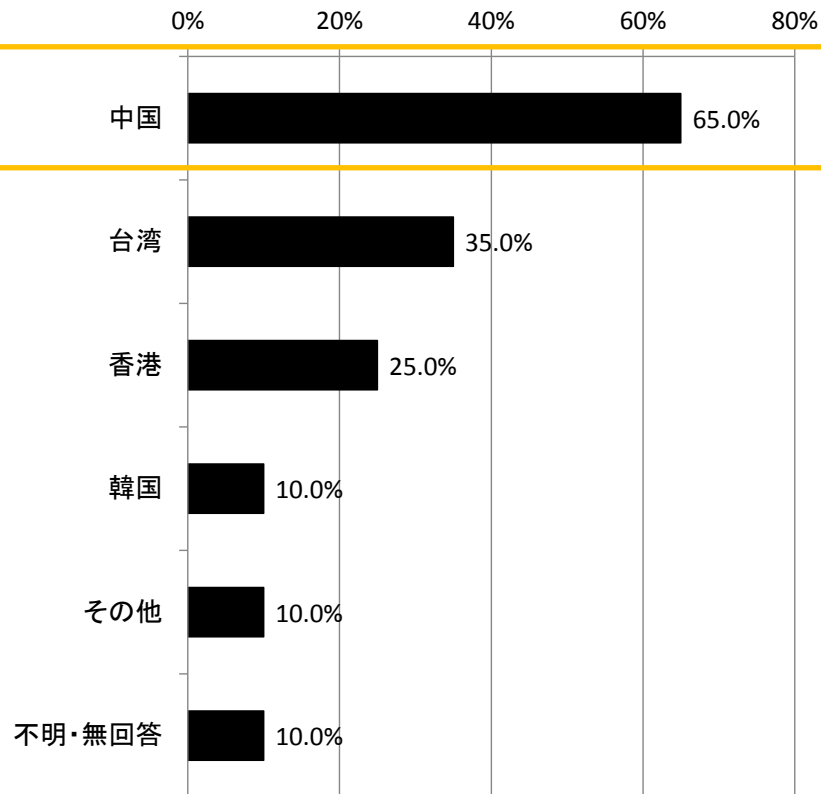
・商標登録、団体商標登録の登録先は、いずれも「中国」が最多(それぞれ73.9%、65.0%)。中国では、第三者による冒認出願が多いため、市場に流通させる前に自社製品の権利を出願しておくことが重要とみられる。次いで「台湾」(それぞれ40.3%、35.0%)、「香港」(それぞれ33.0%、25.0%)の順となった。

図表 V-3 輸出先・地域における商標登録



(複数回答、n=176)

図表 V-4 輸出先・地域における団体商標登録

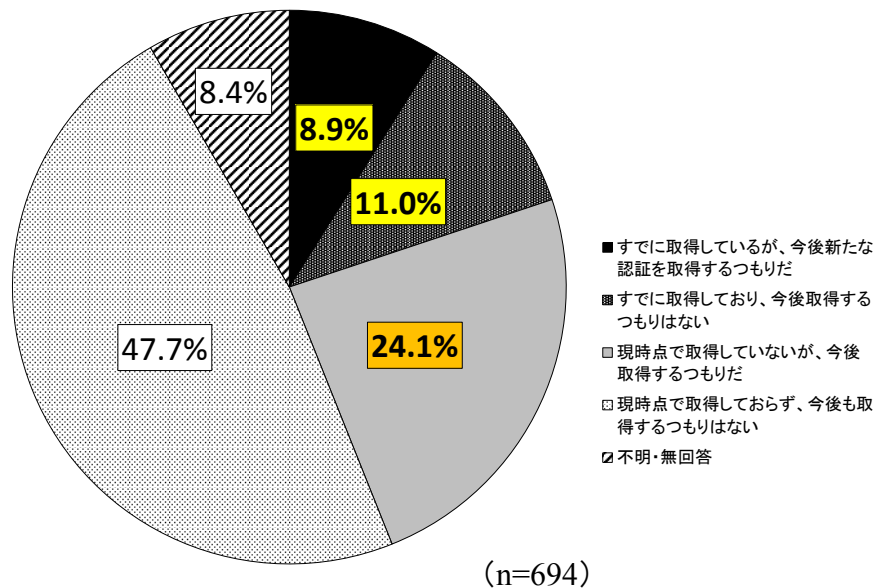


(複数回答、n=20)

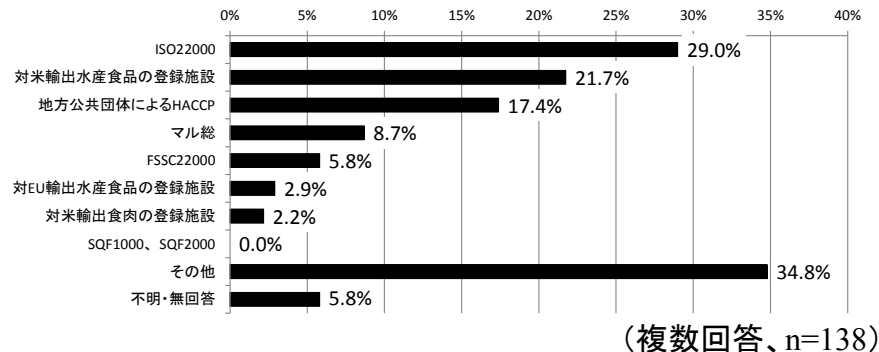
～ 約3社に1社が安全管理の第三者認証を取得予定 ～

- ・第三者認証を取得済みの企業は少数にとどまる(19.9%)が、「すでに取得しているが、今後新たな認証を取得予定」、「現時点で取得していないが、今後取得予定」とする企業が合計で33.0%。
- ・取得済み認証は、ISO22000(29.0%)、対米輸出水産食品登録施設(21.7%)、地方公共団体HACCP(17.4%)等。
- ・今後取得予定の認証は、ISO22000(24.5%)、地方公共団体によるHACCP(21.8%)、FSSC22000(10.5%)等。

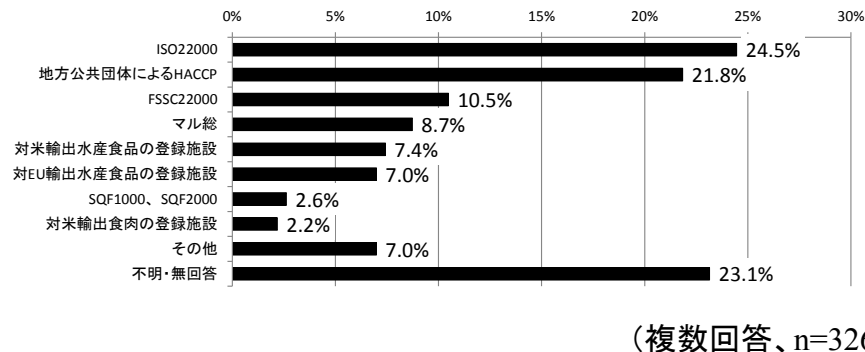
図表VI-1 第三者認証の取得状況



図表VI-2 取得済み認証



図表VI-3 今後取得予定の認証



(注)「対米輸出水産食品の登録施設」は、厚生労働省による認定施設のほか、(社)大日本水産会や民間認証機関による認定施設を含む。



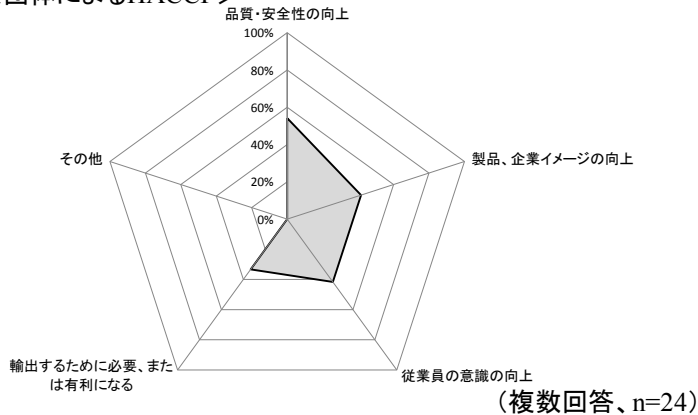
VI 安全管理の第三者認証について

～主な取得理由は「製品、企業イメージ」や「従業員意識」の向上といった経営改善を狙うとの国内要因。結果的に輸出にも有利に～

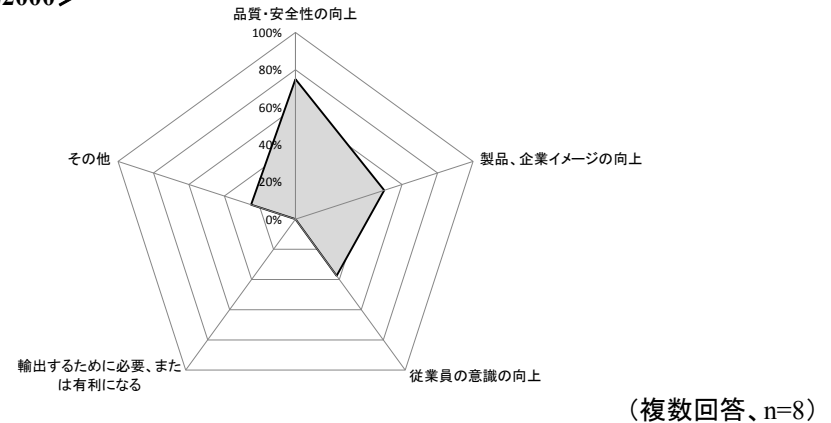
・以下の認証(注)の取得理由については、「製品、企業イメージの向上」や「従業員意識の向上」を狙うとの国内要因が大きいものの、輸出先との取引において有利に働くため、自社のアピールポイントとして戦略的に活用することもできる(注:地方公共団体によるHACCP、食品衛生法に基づく総合衛生管理製造過程承認制度(マル総)、FSSC22000、ISO22000)。

図表VI-4 取得理由

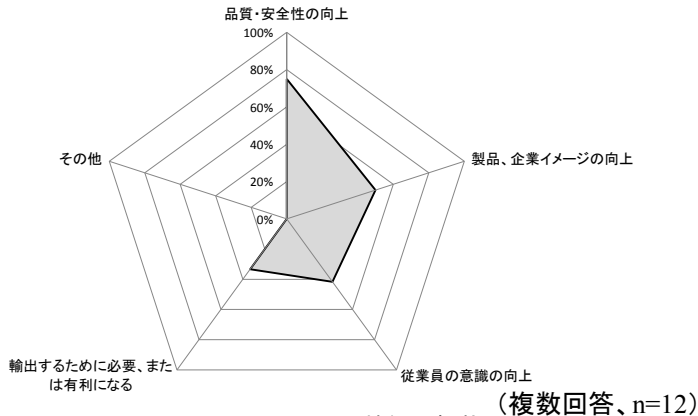
<地方公共団体によるHACCP>



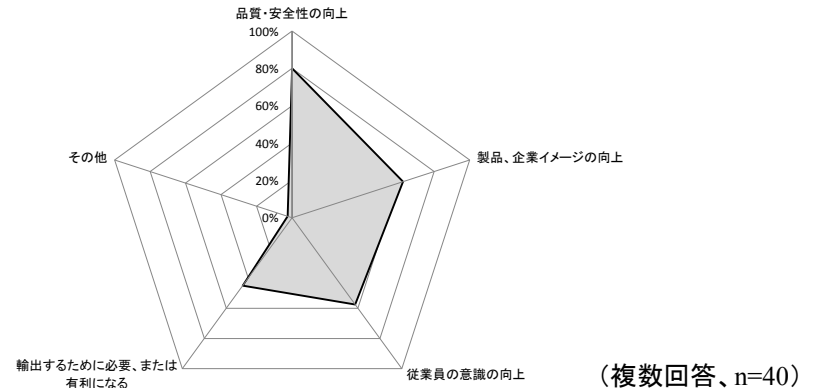
<FSSC22000>



<食品衛生法に基づく総合衛生管理製造過程承認制度(マル総)>



<ISO22000>



担当部署

農林水産・食品調査課〔担当：田辺、母良田（ほろた）、佐々木〕

TEL：03-3582-5186

【免責条項】

ジェットロは、本報告書の記載内容に関して生じた、直接的、間接的、あるいは懲罰的損害および利益の喪失については、一切の責任を負いません。これは、たとえジェットロがかかる損害の可能性を知らされていても同様とします。