

# 食品輸出にチャレンジ ～輸出のステップと 成功のヒント～



日本貿易振興機構（ジェトロ）  
農林水産・食品部

2014年2月

# 本日の内容

## 日本食品の海外市場

輸出の目的と効果

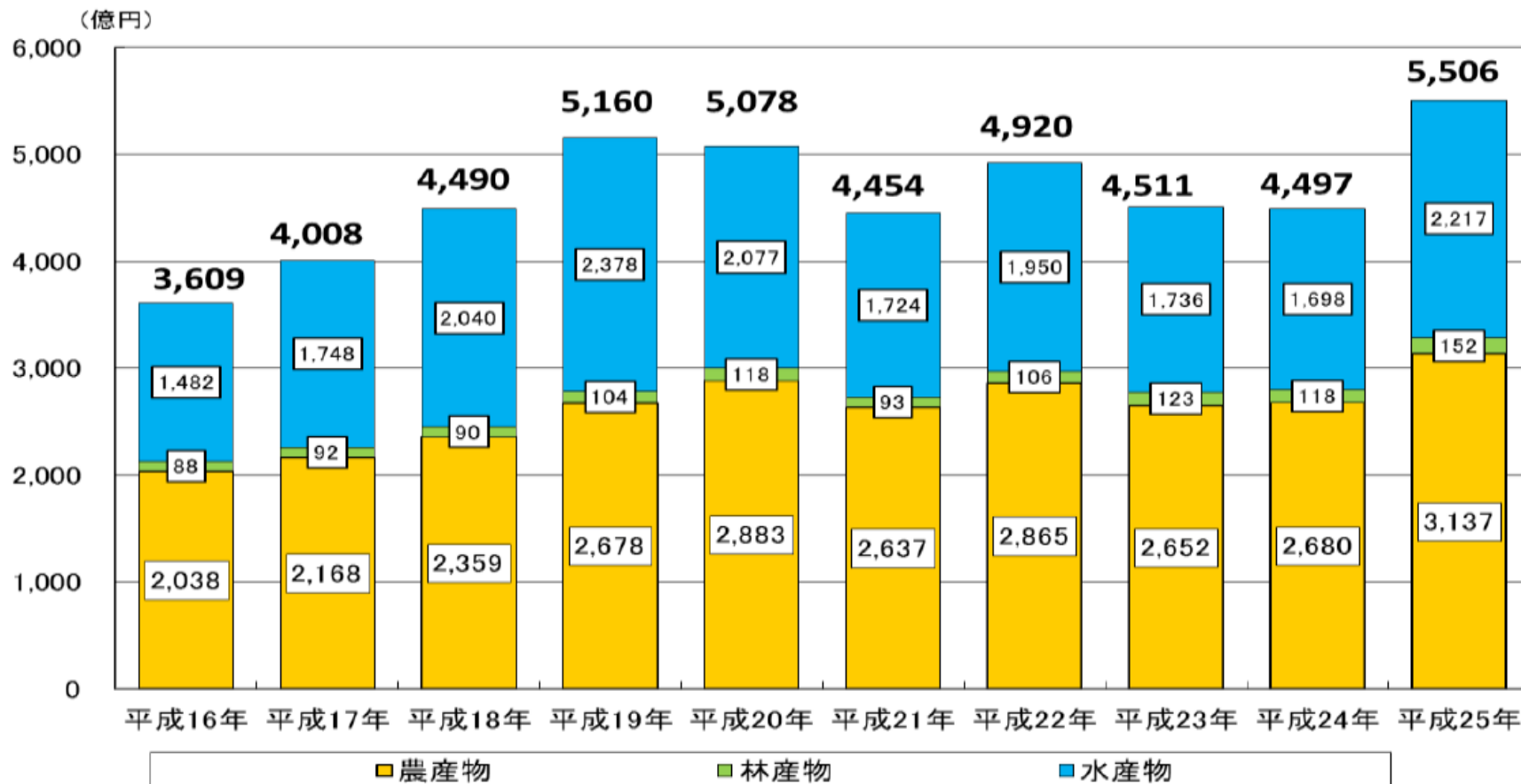
輸出までのステップ

輸出成功の3要素

輸出取組み事例

# 農林水産物・食品の輸出額の推移

- 農林水産物・食品の輸出額につき、1兆円水準とすることが目標。
- 近年の輸出は、円高や平成23年3月の原発事故の影響などにより、落ち込みが生じていたが、平成25年は、昭和30年に輸出額の統計を取り始めて以来の最高値となった。



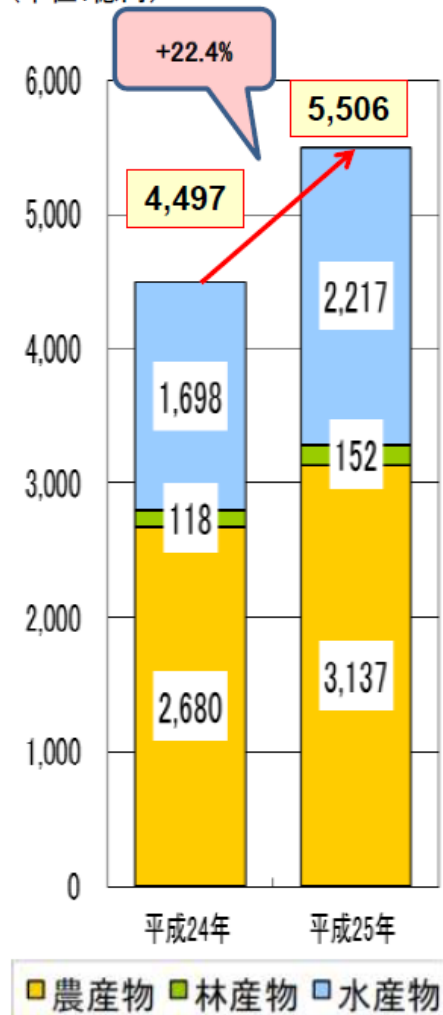
資料:財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成



# 平成25年の農林水産物・食品の輸出実績

MAFF

(単位:億円)



※平成25年は速報値

## 品目別内訳

(単位:億円)

	平成24年	平成25年	増減率
農林水産物	4,497	5,506	22.4%
農産物	2,680	3,137	17.0%
加工食品	1,305	1,506	15.4%
畜産品	295	382	29.4%
穀物等	196	224	14.3%
野菜・果実等	133	197	48.0%
その他農産物	751	827	10.2%
林産物	118	152	28.7%
水産物	1,698	2,217	30.5%
水産物(調製品除く)	1,196	1,595	33.3%
水産調製品	502	622	23.9%
総輸出額	637,476	697,868	9.5%

## 国・地域別内訳

(単位:億円)

	平成24年	平成25年	増減率
世界	4,497	5,506	22.4%
アジア	3,275	4,001	22.2%
香港	986	1,250	26.8%
台湾	610	735	20.6%
中国	406	508	25.1%
韓国	350	373	6.6%
ASEAN	810	1,006	24.3%
タイ	265	344	29.9%
ベトナム	215	293	36.0%
シンガポール	145	164	13.1%
フィリピン	56	67	18.9%
マレーシア	52	62	19.1%
インドネシア	44	54	21.5%
GCC	55	72	31.2%
UAE	30	41	36.9%
北米	741	896	20.9%
米国	688	819	18.9%
カナダ	46	61	33.0%
欧州	267	345	29.1%
EU	222	283	27.6%
ドイツ	43	63	45.7%
オランダ	50	58	16.3%
フランス	36	45	24.3%
英国	37	43	18.6%
ロシア	27	37	37.6%
大洋州	126	144	14.6%
豪州	65	80	23.4%
ニュージーランド*	27	31	13.8%
アフリカ	55	82	49.0%
南米	32	37	13.4%

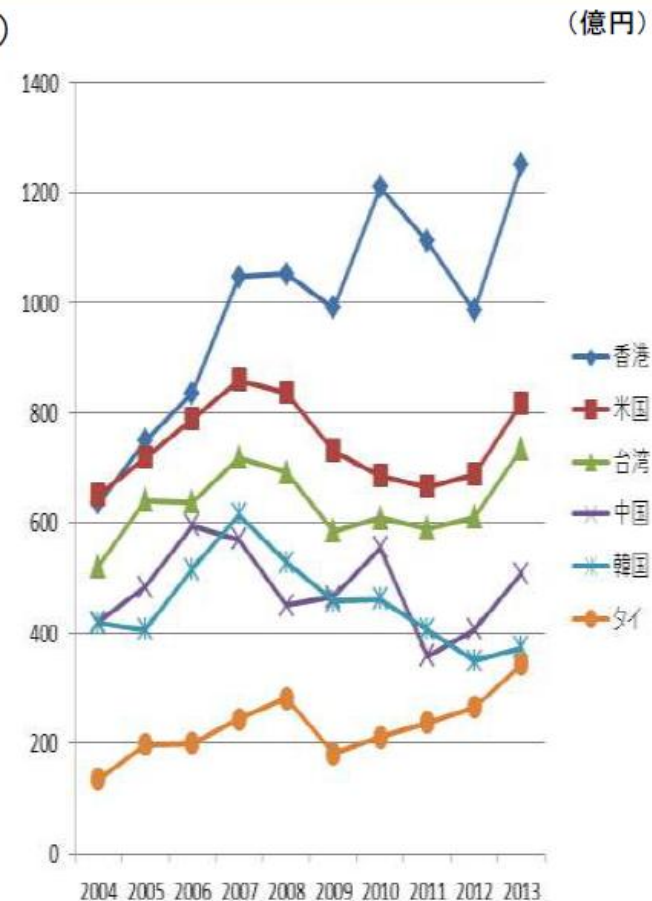
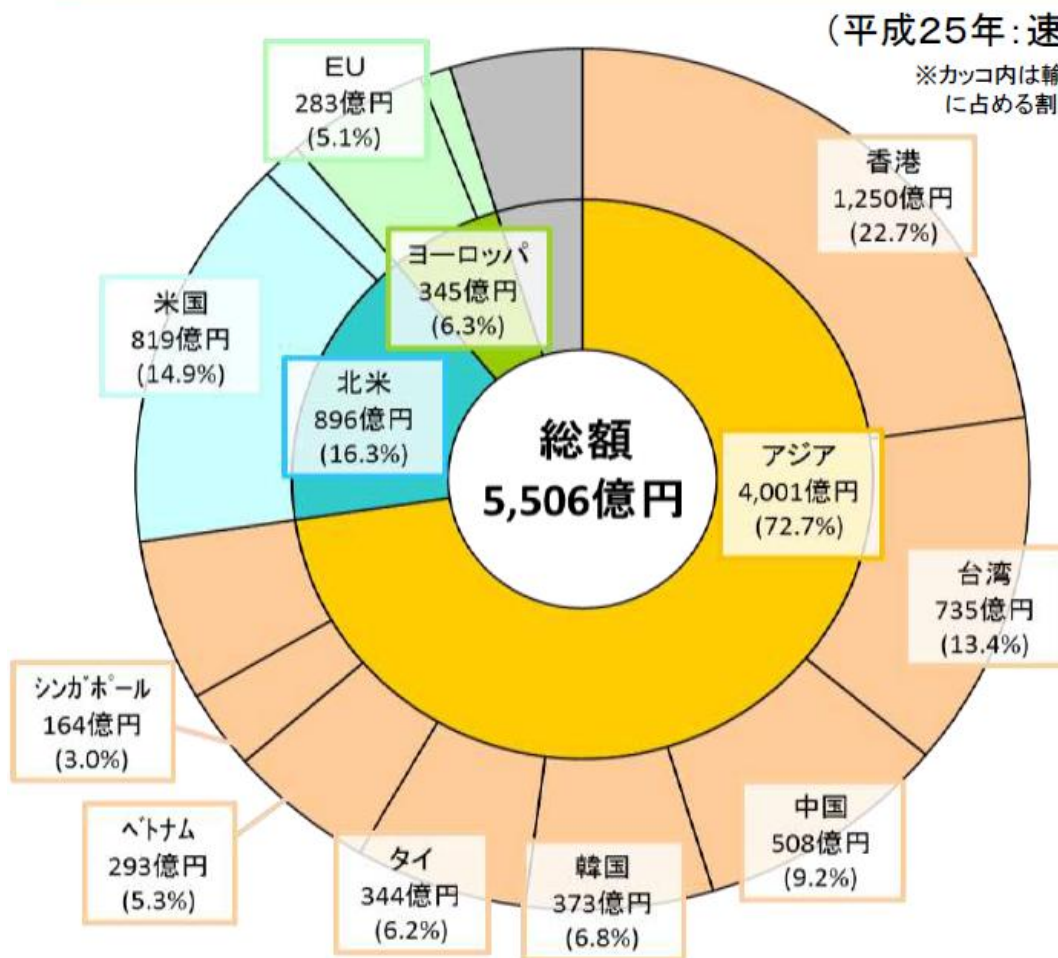
資料:財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成



# 農林水産物・食品の輸出額の国・地域別内訳

MAFF

- 農林水産物・食品の輸出額を輸出先国・地域別で見ると、アジアが73%、北米が16%を占める。
- 国・地域別順位は、1位香港、2位米国、3位台湾、4位中国、5位韓国。



資料:財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

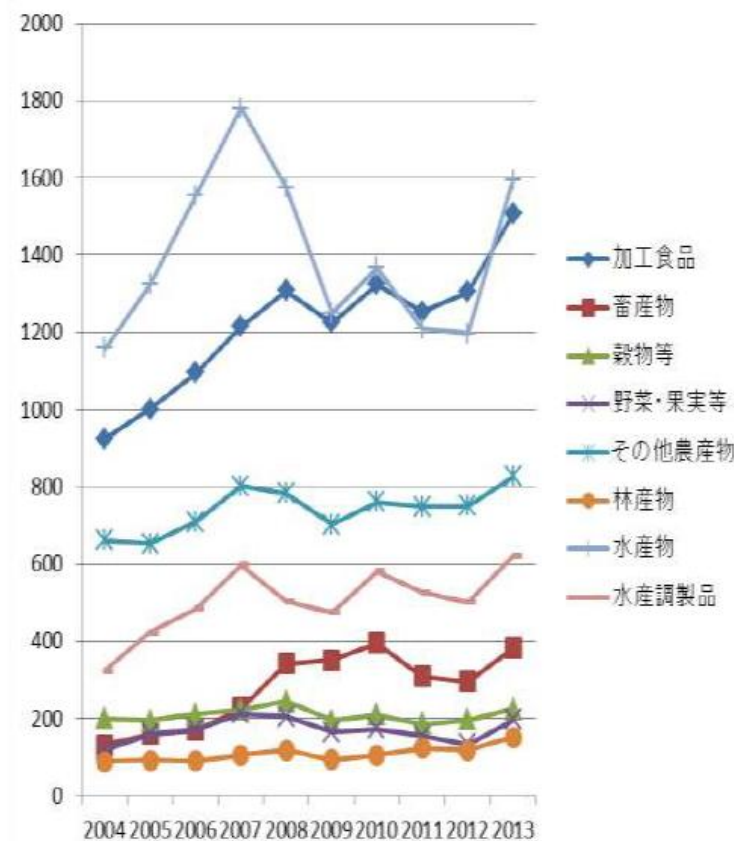
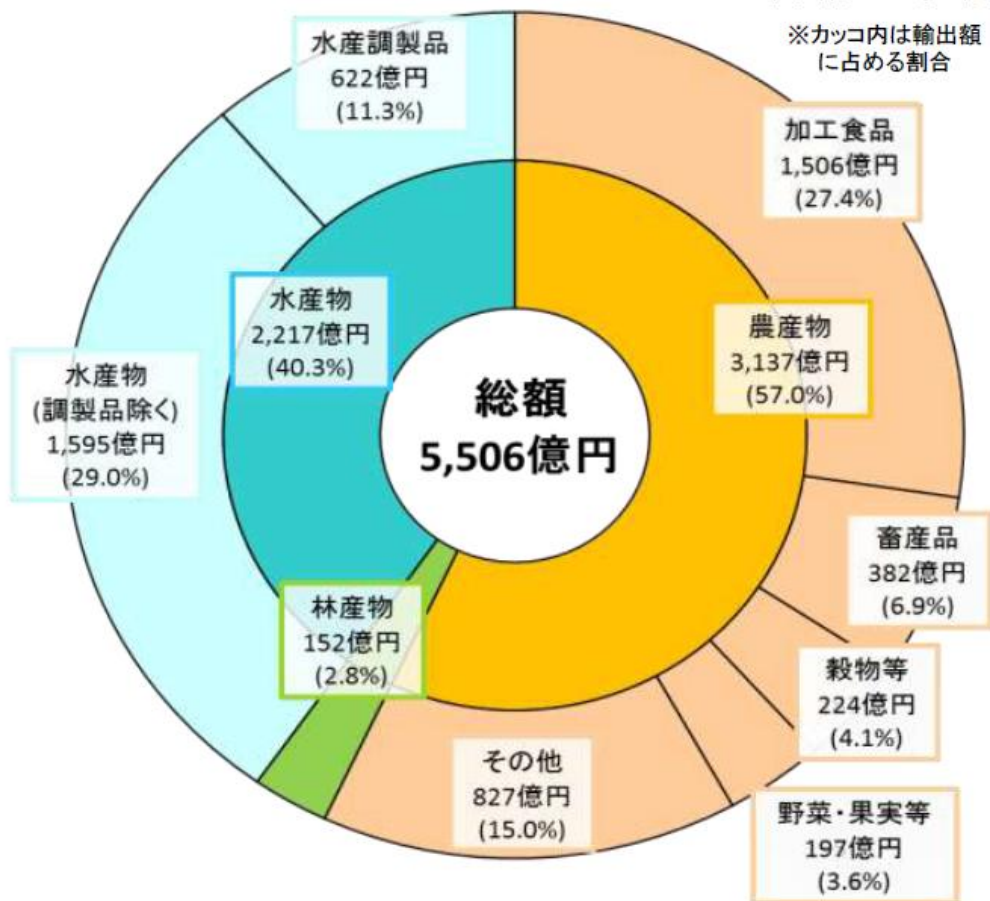


# 農林水産物・食品の輸出額の品目別内訳

●農林水産物・食品の輸出額を品目別で見ると、水産物が約4割、加工食品が約3割を占める。

(平成25年:速報値)

(単位:億円)



資料:財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

# 主な品目の輸出量・額の動向

● 主な品目の輸出量・額の動向は以下のとおり。

品目名	平成22年		平成23年		平成24年		平成25年							
	数量	金額(億円)	数量	金額(億円)	数量	金額(億円)	数量	金額(億円)	対前年比伸び率					
									数量	金額				
水産物	-	-	1,950	-	-	1,736	-	-	1,698	-	-	2,217	-	30.6 %
ホタテ貝	T	13,709	103	T	10,255	113	T	26,147	189	T	57,353	398	119.3 %	110.6 %
さば	T	120,416	101	T	97,765	88	T	106,586	92	T	113,247	120	6.2 %	29.9 %
ぶり	T	4,140	66	T	5,084	78	T	5,447	77	T	6,467	87	18.7 %	13.0 %
さけ・ます	T	65,166	180	T	22,379	67	T	21,570	61	T	32,915	84	52.6 %	36.4 %
加工食品	-	-	1,464	-	-	1,286	-	-	1,299	-	-	1,502	-	15.6 %
清涼飲料水	KL	47,971	119	KL	43,253	102	KL	47,877	121	KL	50,555	124	5.6 %	2.3 %
菓子(米菓を除く)	T	9,864	101	T	8,379	88	T	8,870	94	T	9,725	111	9.6 %	18.0 %
醤油	T	20,088	40	T	18,871	37	T	19,822	37	T	21,780	43	9.9 %	16.4 %
味噌	T	10,240	21	T	10,503	21	T	10,083	21	T	11,816	24	17.2 %	17.6 %
粉乳	T	9,438	142	T	3,380	47	T	1,191	12	T	1,381	17	16.0 %	43.8 %
コメ・コメ加工品	-	-	124	-	-	122	-	-	126	-	-	150	-	19.6 %
日本酒(清酒)	KL	13,770	85	KL	14,022	88	KL	14,131	89	KL	16,202	105	14.7 %	17.6 %
米菓(あられ・せんべい)	T	3,566	32	T	2,915	28	T	3,123	29	T	3,606	35	15.5 %	20.2 %
コメ(援助米を除く)	T	1,898	7	T	2,129	7	T	2,202	7	T	3,121	10	41.7 %	41.8 %
林産物	-	-	109	-	-	127	-	-	123	-	-	158	-	28.4 %
製材加工材	-	-	28	-	-	27	-	-	25	-	-	28	-	13.8 %
丸太	CM	65,482	9	CM	100,134	14	CM	113,715	14	CM	264,715	31	132.8 %	123.6 %
乾しいたけ	T	40	2	T	39	1	T	23	1	T	41	1	77.8 %	51.8 %
花き	-	-	63	-	-	68	-	-	83	-	-	96	-	15.8 %
植木等(植木・盆栽・鉢もの)	-	-	62	-	-	67	-	-	82	-	-	94	-	15.4 %
切花	T	39	1	T	26	1	T	23	1	T	39	2	67.7 %	39.3 %
青果物	T	34,217	115	-	29,297	101	-	20,979	79	-	35,670	131	70.0 %	66.4 %
りんご	T	21,075	64	T	18,205	65	T	9,107	33	T	19,431	72	113.4 %	116.2 %
ながいも等	T	5,334	20	T	5,035	15	T	4,289	18	T	5,714	19	33.2 %	8.0 %
牛肉	T	541	34	T	570	35	T	863	51	T	909	58	5.3 %	14.0 %
緑茶	T	2,232	42	T	2,387	47	T	2,351	51	T	2,942	66	25.2 %	30.8 %

T:トン, KL:キロリットル, CM:立方メートル, KG:キログラム ※加工食品、林産物、花きの金額は戦略上の定義による数値

資料:財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

沖縄食品輸出品別国別表

(単位:千円)

品名(概況品)	単位	平成22年		平成23年		平成24年	
		数量	金額	数量	金額	数量	金額
総額			3,165,881		3,167,520		2,885,233
肉類及び同調製品	MT	9	15,508	18	34,934	31	40,502
香港	MT	9	15,508	17	26,063	31	40,502
酪農品及び鳥卵	MT	504	726,074	122	179,200	1	1,320
ミルク及びクリーム	MT	503	724,032	122	178,989	0	274
香港	MT	503	723,521	122	178,659	0	0
魚介類及び同調製品	MT	3,720	2,034,590	3,770	2,509,030	3,319	2,330,931
グアム(米)	MT	2,102	1,255,220	2,395	1,516,730	2,525	1,609,998
フィリピン	MT	912	519,045	860	518,883	310	189,600
香港	MT	136	75,419	377	400,266	192	319,469
《まぐろ》	MT	3,232	1,277,246	3,133	1,987,531	2,760	1,758,911
グアム(米)	MT	1,940	1,189,420	2,303	1,480,450	2,420	1,559,350
フィリピン	MT	825	485,795	805	498,211	303	186,940
タイ	MT	467	99,465	25	5,433	0	0
穀物及び同調製品	MT	6	13,188	10	15,596	43	25,284
果実及び野菜	KG	14,803	31,687	34,721	33,073	49,568	40,722
台湾	KG	12,021	26,069	10,054	17,963	23,547	29,643
香港	KG	2,782	5,618	5,487	6,868	3,689	5,795
タイ	KG	0	0	16,940	3,845	20,935	3,813
糖類及び同調製品・蜂蜜	MT	20	20,593	42	27,660	66	33,701
台湾	MT	13	11,883	19	14,785	15	12,702
香港	MT	2	2,185	20	8,672	51	20,485
韓国	MT	5	6,289	3	3,968	0	0
「黒糖」	MT	16	13,854	38	21,905	[27]	[13,812]
台湾	MT	11	8,272	15	10,582	9	6,988
香港	MT	0	340	20	8,274	18	6,824
韓国	MT	5	5,242	3	3,049	0	0
コーヒー・茶・香辛料	MT	4	10,775	4	11,427	4	6,008
その他の調製食料品			67,359		83,114		150,200
飲料	KL	1,046	246,107	1,284	273,486	1,190	256,565
台湾	KL	692	112,291	827	136,114	502	95,699
米国	KL	293	56,423	275	53,383	295	56,736
韓国	KL	23	48,326	9	37,065	10	33,172
「ビール」	L	567,716	88,917	714,948	113,855	989,323	150,995
米国	L	291,610	52,780	276,552	51,524	295,227	56,000
台湾	L	258,600	33,937	325,853	42,729	412,982	51,140
香港	L	14,262	2,203	89,280	16,050	162,523	28,566
「泡盛等」	L	4,098	3,628	3,403	2,630	7,577	6,221
台湾	L	1,705	1,133	2,269	1,725	4,207	3,802
シンガポール	L	1,136	753	1,126	694	1,174	808
香港	L	1,257	1,742	8	211	440	851

出所: 沖縄県及び財務省沖縄地区税関資料に基づき講演者作成。

香港・台湾向け主要輸出品目 (2012年)

(単位:千円)

	香港		台湾	
	品名	金額	品名	金額
1	なまこ	297,795	ビール	51,140
2	育児用食品	86,994	飲料水	39,200
3	豚肉	31,085	油脂	22,428
4	調製食料品	30,146	調製食料品	18,615
5	ビール	28,566	なまこ	18,382
6	糖類	20,485	糖類	12,704
7	冷凍魚	14,831	乾燥野菜	11,337
8	ペーカリー	7,418	種子	10,747
9	飲料水	7,416	モズク	6,820
10	牛肉	5,036	冷凍魚	6,279
11	ソーセージ	3,038	きのこ	4,014
12	きのこ	2,905	イカ	3,869
13	エビ	2,750	泡盛	3,802
14	野菜	1,759	練り製品	2,198
15	キャンディ類	1,704	ウコン	1,905
16	醤油等調味料	1,682	インスタントコーヒー	1,818
17	砂糖菓子	1,466	キャンディ類	1,674
18	パン粉生地	1,111	チョコレート	1,659
19	泡盛	851	リキュール	1,557
20	イチゴ	850	ばれいしょ	1,499

主要相手国 (2012年)

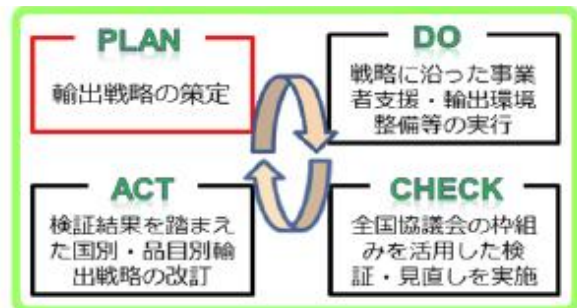
(単位:百万円)

	国名	2011年	2012年
		金額	金額
1	グアム(米国)	1,517	1,610
2	香港	726	570
3	台湾	215	195
4	フィリピン	519	190
5	中国	11	106
6	米国	56	60
7	韓国	43	58
8	タイ	43	46
9	シンガポール	18	23
10	豪州	5	18



# 国別・品目別輸出戦略

農林水産物・食品の輸出額を  
**2020年までに1兆円規模へ拡大**



約4,500億円

水産物	1,700億円
加工食品	1,300億円
コメ・コメ加工品	130億円
林産物	120億円
花き	80億円
青果物	80億円
牛肉	50億円
茶	50億円

【2012年】

ブランディング、迅速な衛生証明書の発給体制の整備など  
 (EU、ロシア、東南アジア、アフリカなど)

「食文化・食産業」の海外展開に伴う日本からの原料調達増加など  
 (EU、ロシア、東南アジア、中国、中東、ブラジル、インドなど)

現地での精米や外食への販売、コメ加工品（日本酒等）の重点化など  
 (台湾、豪州、EU、ロシアなど)

日本式構法住宅普及を通じた日本産木材の輸出など  
 (中国、韓国など)

産地間連携による供給体制整備、ジャパン・ブランドの育成など  
 (EU、ロシア、シンガポール、カナダなど)

新規市場の戦略的な開拓、年間を通じた供給の確立など  
 (EU、ロシア、東南アジア、中東など)

欧米での重点プロモーション、多様な部位の販売促進など  
 (EU、米国、香港、シンガポール、タイ、カナダ、UAEなど)

日本食・食文化の発信と合わせた売り込み、健康性のPRなど  
 (EU、ロシア、米国など)

**1兆円**

水産物	3,500億円
加工食品	5,000億円
コメ・コメ加工品	600億円
林産物	250億円
花き	150億円
青果物	250億円
牛肉	250億円
茶	150億円

【2020年】

出典：農林水産省

# 本日の内容

日本食品の海外市場

輸出の目的と効果

輸出までのステップ

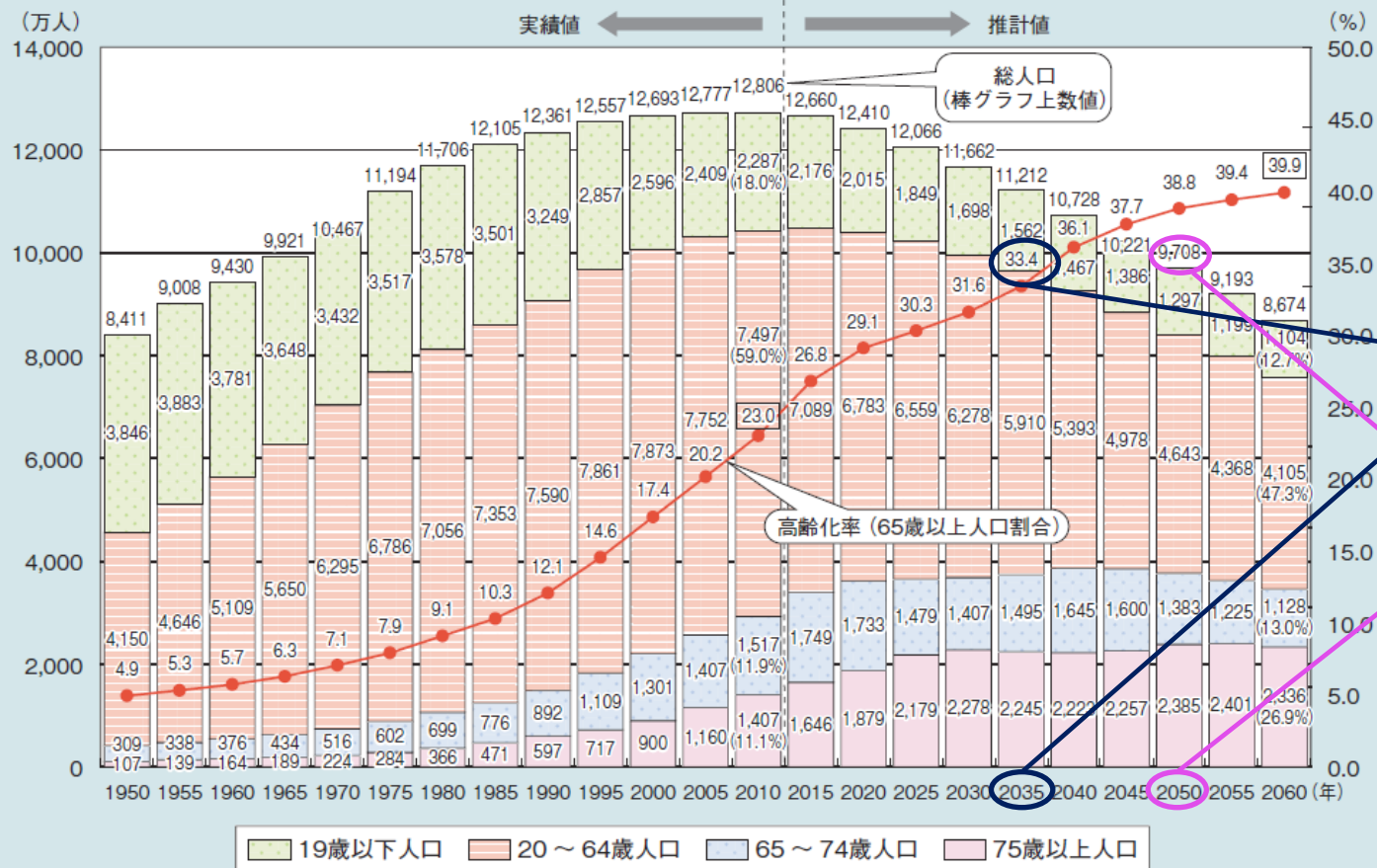
輸出成功の3要素

輸出取組み事例

# 国内市場は縮小

➤ 日本の人口は2010年をピークに減少、高齢化も進行

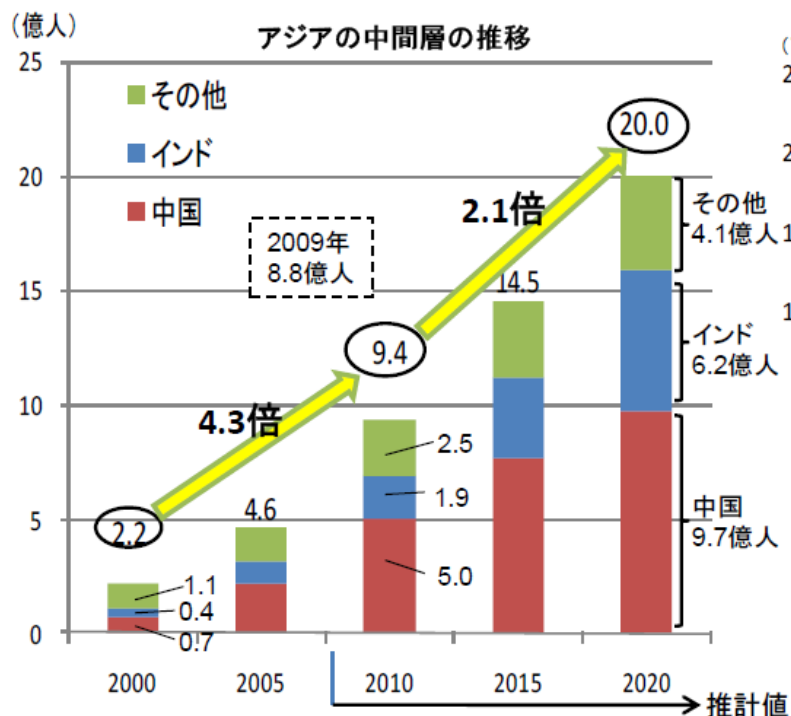
高齢化の推移と将来推計



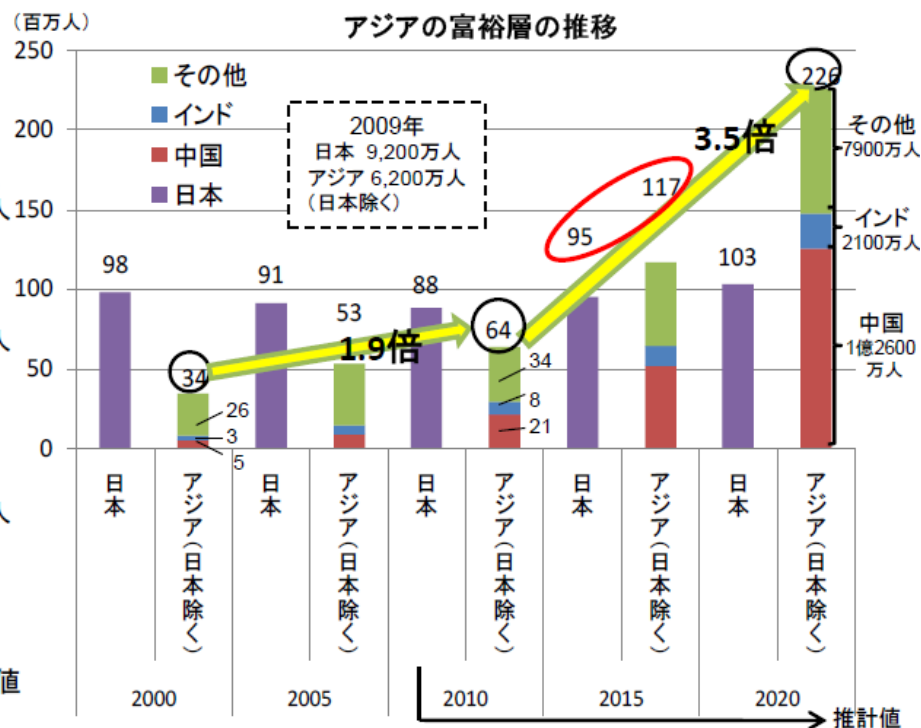
資料：2010年までは総務省「国勢調査」、2015年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」の出生中位・死亡中位仮定による推計結果  
 (注) 1950年～2010年の総数は年齢不詳を含む

# 拡大するアジア消費市場

- 2020年 アジアの中間層（世帯年間可処分所得約5,000ドル～35,000ドル）は20億人、富裕層（35,000ドル以上）は2.26億人
- 特に中国の伸びが顕著 富裕層 2010年：2,100万人→1億2,600万人



備考：世帯可処分所得の家計人口。アジアとは中国・香港・台湾・韓国・インド・インドネシア・タイ・ベトナム・シンガポール・マレーシア・フィリピン。  
2010年、2015年、2020年はEuromonitor推計値。  
資料：Euromonitor international2010から作成。  
※アジアの中間層とは、世帯年間可処分所得が5,000ドル以上35,000ドル未満の所得層。



備考：世帯可処分所得の家計人口。アジアとは中国・香港・台湾・韓国・インド・インドネシア・タイ・ベトナム・シンガポール・マレーシア・フィリピン。  
各所得層の家計比率×人口で算出。  
資料：Euromonitor international2010から作成。  
※アジアの富裕層とは、世帯年間可処分所得が35,000ドル以上の所得層。

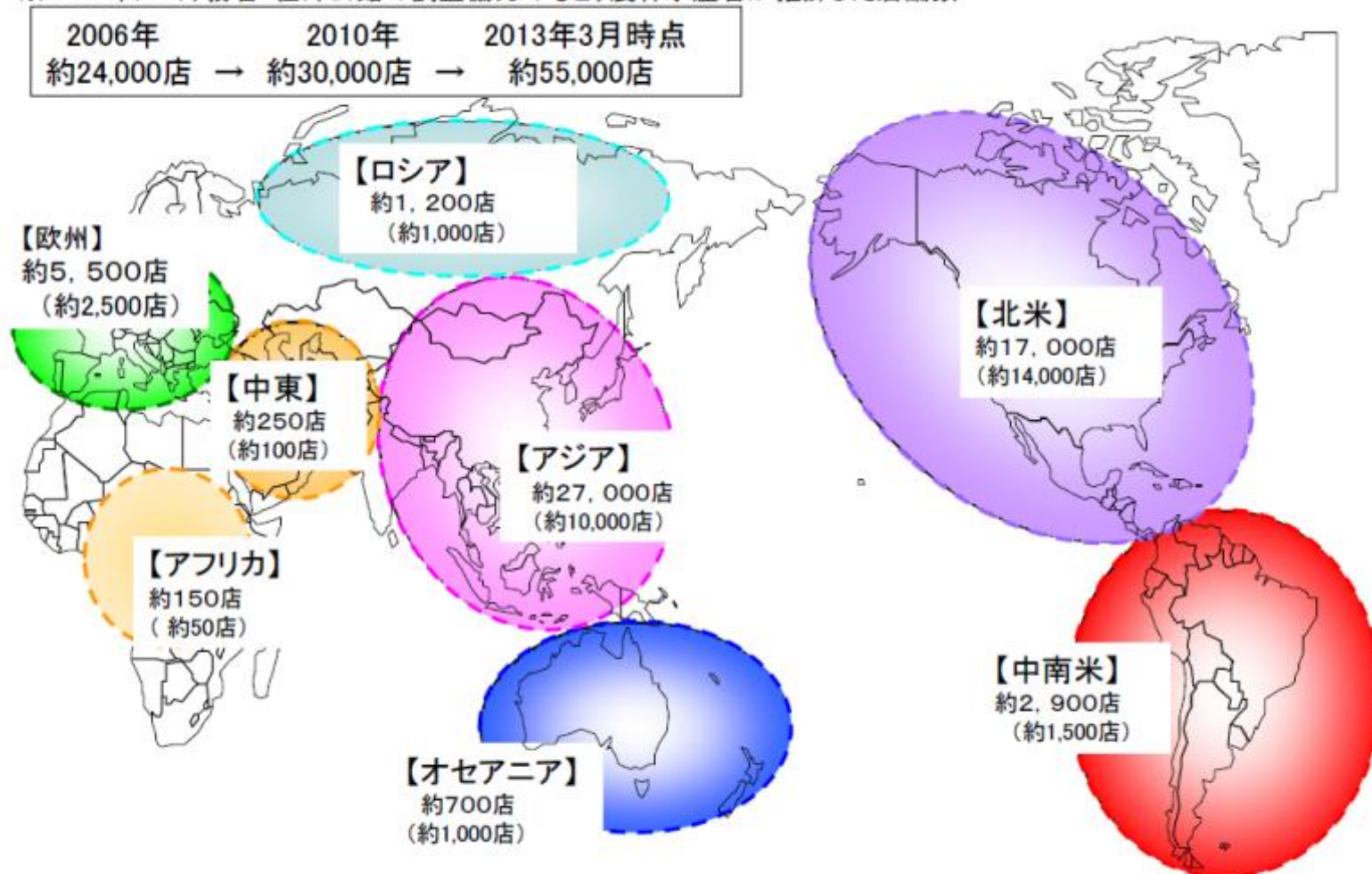
（出所）通商白書



# 海外におけるいわゆる「日本食レストラン」店舗数

## ＜海外の日本食レストランの店舗数＞

※2013年に 外務省・在外公館の調査協力のもと、農林水産省が推計した店舗数



※カッコ内 … 2006年「日本食レストラン海外推奨有識者会議」資料を元に、2010年時点の情報整理のうえ掲載(農林水産省推計)

出所: 農林水産省



A stylized world map in shades of orange and grey, centered on the page. The text is overlaid on the map.

# 拡大成長する海外市場 への販路拡大が急務

**but それだけではない輸出の効果**

---

## ✓ 物差しの違う市場での ビジネスチャンス

・国内では低評価されている商品が海外で高評価を得て、新しい商品市場創出の可能性

- (例)
- ・香港、台湾で食べ歩き用に小型サツマイモが高評価
  - ・国内では安値となる大きなサイズの長いものが、台湾では高評価
  - ・中国、台湾で大玉リンゴ、ヨーロッパで小玉りんごが人気



台湾のスーパーに数種の日本産りんごが並んでいる(写真手前)



台湾で売られているりんご「世界一」



台湾で売られている日本産サツマイモ

# ✓ 一次産業にとって不可避の 豊凶変動に対応

- ・ 海外販路を持つことで、国内市場の需給を安定させ、国内販売価格安定に役立つ。

- (例)
- ・ 北海道の鮭
  - ・ 青森のりんご
  - ・ みかん



台湾のスーパーでの青森りんごの予約受付を行っている。

# ✓ 海外進出をきっかけに 知名度、商品力を向上

- ・海外での販売実績をPRすることで、国内市場でのブランド力強化が期待できる。

(例) ・イギリスの国際的品評会受賞で国内でのブランド力が上がった日本酒

- ・日本とは異なる海外の視点で商品を見直し、改良に結びつけることができる。

(例) ・昆布の卸加工小売業者が、昆布そのものでは輸出困難であるとの認識から、輸出向けに昆布のうまみを活かした調味料を開発。パッケージにも工夫を凝らし、米国で成功。  
さらに国内でも海外での評価を活かし、これまで浸透が難しかった地域での市場開拓に成功。



出所(写真):株式会社 松前屋 ホームページ  
香港・パリ・米国に輸出をしている「昆布の水塩」  
[http://www.matumaeya.jp/store/products/list.php?category\\_id=38](http://www.matumaeya.jp/store/products/list.php?category_id=38)



# ✓ 輸出により 信用力、生産現場の意欲アップ

- 輸出実績をPRし、地域・生産者のイメージ・信用力の向上を図ることが可能。
- 輸出という先進的な取り組みにチャレンジすることで生産現場の意欲向上に結びつく。
- 海外バイヤー等を相手に商談の経験を重ねることで、販売力の向上が期待できる。



ジェトロ主催の海外バイヤーとの大商談会

# 本日の内容

日本食品の海外市場

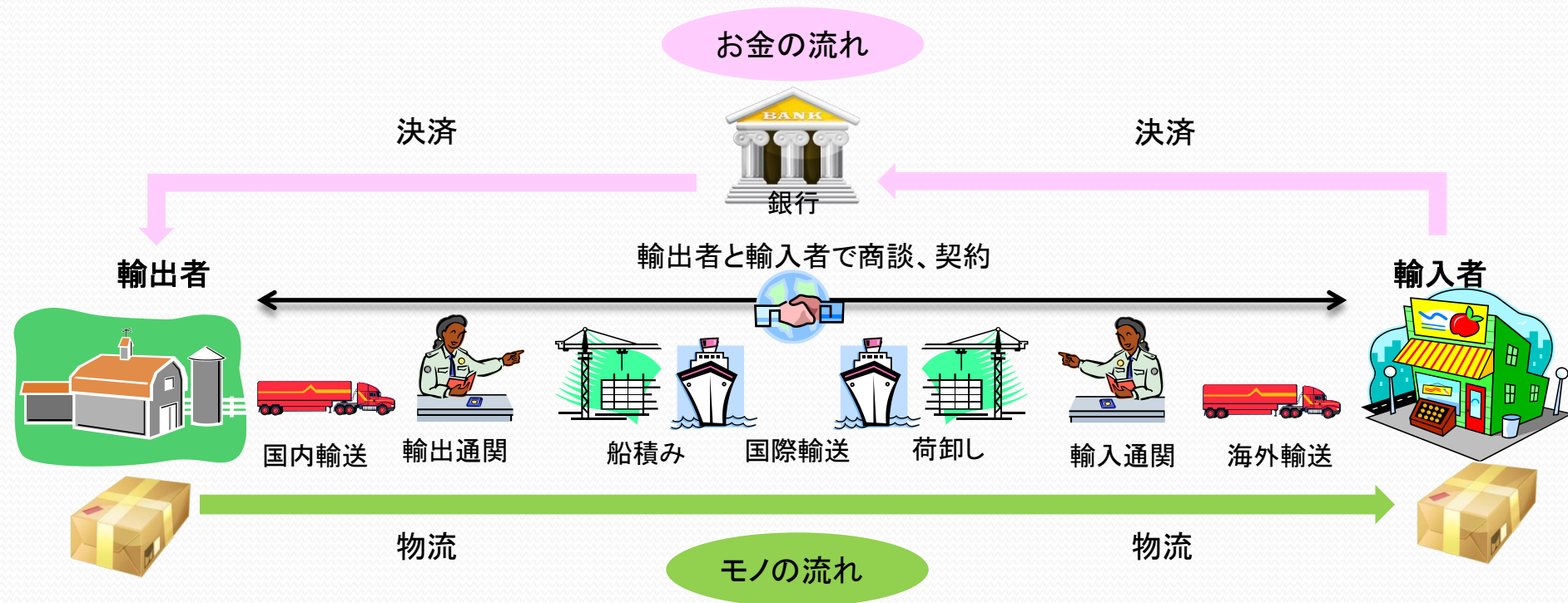
輸出の目的と効果

輸出までのステップ

輸出成功の3要素

輸出取組み事例

# 輸出の全体像を理解する



**直接輸出:** 海外バイヤーとの交渉・契約、物流の確保、通関手続き、決済等を輸出に関わる作業を全て自社で手配する。

**間接輸出:** 商社・貿易会社を通じて輸出を行う(実質的には国内取引)。

# ～輸出までのステップ～①

ステップ0

- 輸出入門セミナーへの参加等、輸出に関する知識修得

ステップ1

- 輸出に取り組む準備

ステップ2

- 商談に臨む

ステップ3

- 契約交渉

ステップ4

- 輸出の実施

ステップ5

- 輸出継続のための販売促進活動



# ～輸出までのステップ～①

## 輸出ステップ1 <輸出に取り組む準備>

### ①輸出先国決定(市場調査)

- ・動植物検疫、衛生証明、関税等相手国への輸出条件を調べる。
- ・市場希望、消費者の好み等、相手国市場の特徴を調べる。

### ②輸出戦略策定

- ・商品の強みを明確にする。  
(現地商品だけではなく、日本産の競合商品との違いも明確に)
- ・貿易形態や価格条件決定。
- ・対象とする顧客層を明確にする。
- ・知的財産権保護の取り組みを行う。

### ③輸出に取り組む体制を整備する。

- ・貿易実務の担当を決める。
- ・輸出に対応した生産体制を整える。

### ④事業パートナーを見つける

- ・必要に応じ、事業パートナーとなる国内輸出業者を探し、今後の輸出に関するサポートを得る。





## ～輸出までのステップ～②・③

### 輸出ステップ2 <商談に望む>

・海外バイヤーを相手に、効率的な商談を実施。

- 相手に商品をPRするセールストーク
- 価格、ロット等の提示準備
- 英語または、現地語での名刺、商品説明資料の用意



ジェトロ主催海外バイヤーとの商談会の様子

### 輸出ステップ3 <契約交渉を進める>

- ・商談で引き合いのあった商品について、見本品の送付、見積書の提示等を行い、成約する。
- ・契約書を作成する

## ～輸出までのステップ～④・⑤

### ステップ4 <輸出を行う>

#### ①輸送手配

- ・輸出業者、通関業者、船腹の手配
- ・輸出関連書類等の作成

#### ②取引金融機関への輸出為替関係依頼

#### ③代金回収

#### ④クレーム対応

### ステップ5 <継続的取引のために>

- ・取引先バイヤー等と組み現地で販売促進活動を行う。



# 本日の内容

日本食品の海外市場

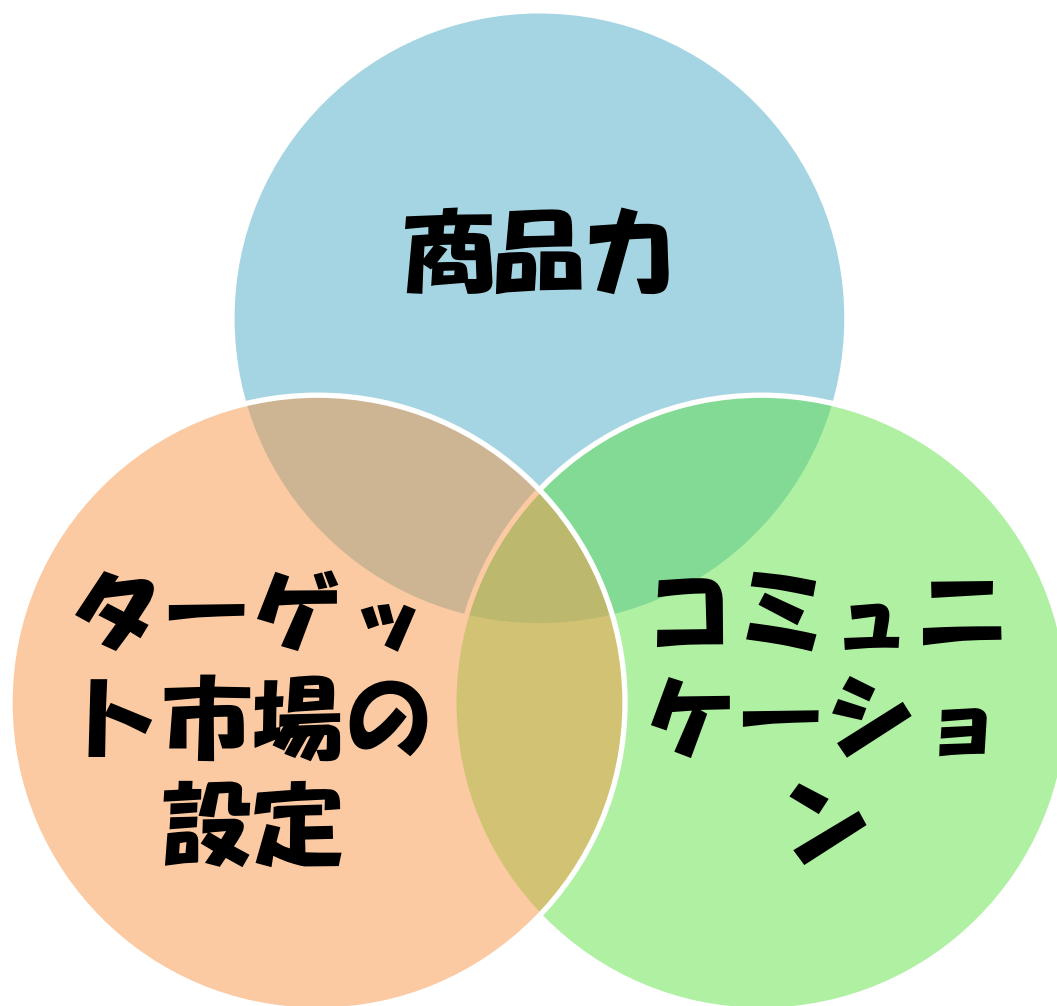
輸出の目的と効果

輸出までのステップ

**輸出成功の3要素**

輸出取組み事例

# 輸出成功の3要素・・・何をどこにどうやって売るか



# 商品力

□味、品質、容量、パッケージ、ラベル、価格等商品に関する要素が持つ総合力

●バイヤーが重視する要素

1. 嗜好・味覚
2. 価格
3. 安心・安全
4. 賞味期限
5. 利用シーン
6. 販売促進





# 商品力

- ◆新規性、稀少性、差別化、強み、特徴⇒  
何か目新しいもの “Something new”
- ✓ 新しい味覚・・・ユズ、わさび
- ✓ トренд・・・healthy, organic, vegetarian
- ✓ 日本の流行・・・居酒屋ブーム
- ✓ パッケージ形状・デザイン・・・日本酒ビン
- ✓ 容量・・・バルクパック or 小袋

# 商品力

## ◆価格

売れる価格帯を把握する

- ✓ 富裕層向け食品や贈答用食品は高くても売れる
- ✓ 通常日本の小売価格の2倍に近づくと売れ行きが鈍化する傾向
- ✓ 小売市場向けは国内売価の3～4割高でボリュームを狙う

# 輸出のコスト計算

## ケース1

国内保税庫の納品単価 ¥120 (20個入りケース当たり ¥2400)  
 [国内メーカーの希望小売単価 ¥200 (20個入りケース当たり ¥4000)]

品目・仕向地	加工食品一般・ニューヨーク
輸出形態	海上コンテナ(混載)
ロット	1ケース20個入り、外(30cm×40cm×35cm)=0.042m <sup>3</sup> (立米)

(1ロット(1ケース)当たりのコスト)

(¥100=\$1で換算)

国内保税庫納入価	(@ ¥120)	20入×@ ¥120	¥ 2,400
ケースマークラベル代		ケースマーク¥10+ラベル代20枚×@ ¥4/枚	¥ 90
貼り手間		20枚×@ ¥6/枚	¥ 120
輸出諸掛		0.042m <sup>3</sup> ×@ ¥5,000/立米	¥ 210
輸出者手数料		¥2,400×10%	¥ 240
FOB Japan	(@ ¥153)	輸出価格	¥ 3,060
海上保険		FOB×110%×0.5%	¥ 17
海上運賃		0.042m <sup>3</sup> ×@ ¥16,000/立米	¥ 672
CIF New York	(@ ¥187)	現地港着値	¥ 3,749
(通貨換算)	(@ \$1.87)	¥3,749÷@ ¥100	\$ 37.49
輸入諸掛		0.042m <sup>3</sup> ×@ \$100.00	\$ 4.20
関税		FOB×10%(平均)	\$ 3.06
輸入者手数料		CIF×10%	\$ 4.16
倉庫原価		倉庫着原価	\$ 48.91
販売者手数料		原価/15%(配送費込み)	\$ 8.63
卸売価格	(@ \$2.88 (¥288))	店着価格	\$ 57.54
仕向地小売店売価	(@ \$4.11 (¥411))	店着/30%	\$ 82.20 (¥ 8,220)

(注) 仕向地小売店売価は、国内保税庫納入価の約3.4倍(¥8,220÷¥2,400)、国内希望小売価格の約2倍(¥8,220÷¥4,000)になります。

出所: 農林水産省『農林水産物・食品の輸出についてのヒント集』

## ケース2

国内保税倉庫の納品単価 ¥80/kg (10kg入りケース当たり ¥800/ケース)

品目・仕向地	大根・香港
輸出形態	海上コンテナ(リーファー、単品で輸出した場合の想定)
ロット	800ケース(1箱/10kg)(1本(L規格)/1kg)

(1ケース(10本)当たりのコスト)

(¥12.1=HK\$1で換算)

国内保税庫納入価	(@ ¥80)10本(kg)×@ ¥80	¥ 800
輸出商社手数料		¥ 120
輸送・諸手続費用		¥ 294
海上輸送一式	191円/10本(kg)	
輸出申告料	7円/10本(kg)	
通関取扱手数料	13円/10本(kg)	
植物検疫申請料	6円/10本(kg)	
保管・入出庫	35円/10本(kg)	
横持ちトラック	9円/10本(kg)	
コンテナ横置き料	6円/10本(kg)	
コンテナ横持ち料	27円/10本(kg)	
CIF 香港	(@ ¥121) 現地港着値	¥ 1,214
(通貨換算)	(@ HK\$10) ¥1,214÷@ ¥12.1	HK\$ 100.3
輸入手続・輸送費用、商社手数料		HK\$ 15.5
卸売価格	(@ HK\$11.58 (¥140)) 店着価格	HK\$ 115.8
仕向地小売店売価	(@ HK\$18.0 (¥218))	HK\$ 180.0 (¥ 2,178)

(注) 仕向地小売店売価は、国内保税庫納入価の約2.7倍(¥2,178÷¥800)になります。

# 小売価格調査

## タイ(バンコク)の農林水産物・食品小売価格

品目、原産国（産地）	2012年2月 (パーツ)	(日本円)	単位	種類/商品・ブランド名
<b>米</b>				
日本	780.00	2,036	2.00kg	福井コシヒカリ
米国	186.00	485	2.26kg	Nishiki
タイ	119.00	310	2.00kg	はるか
<b>りんご</b>				
日本	180.00	469	個	王林
日本	99.00	258	個	信濃ゴールドNo.32
中国	59.00	154	5個	ふじ
米国	13.00	33	個	Red Apple
<b>緑茶ペットボトル</b>				
日本	86.00	224	500mℓ	伊藤園お〜いお茶
タイ	16.00	41	420mℓ	Ichitan green tea original
<b>清酒</b>				
日本	2575.00	6,722	1.8ℓ	上善水如1.8ℓ
日本	870.00	2,271	1.8ℓ	黄桜1.8ℓ
<b>しょうゆ</b>				
日本	97.00	253	150mℓ	ヤマサ
タイ	24.00	62	200mℓ	たくみ味の素

※1パーツ=約2.6円で換算

(2012/2 ジェトロバンコク調査)






# ターゲット市場の設定

- ◆ターゲット市場の調査・分析
  - ✓市場の特徴、トレンド
  - ✓需要の規模
  - ✓訴求対象(所得階層、性別、年齢)
  - ✓販路・・・小売市場/外食市場
  - ✓品質保持・輸送環境
  - ✓輸入規制(検疫、HACCP, Halal, Kosher, GAP etc.)
  - ✓商流



# 農林水産物・食品輸出の国別・地域別特徴

▶日本食の浸透具合、味覚、嗜好、経済発展水準等により現地における日本産農林水産物・食品市場の状況は様々。

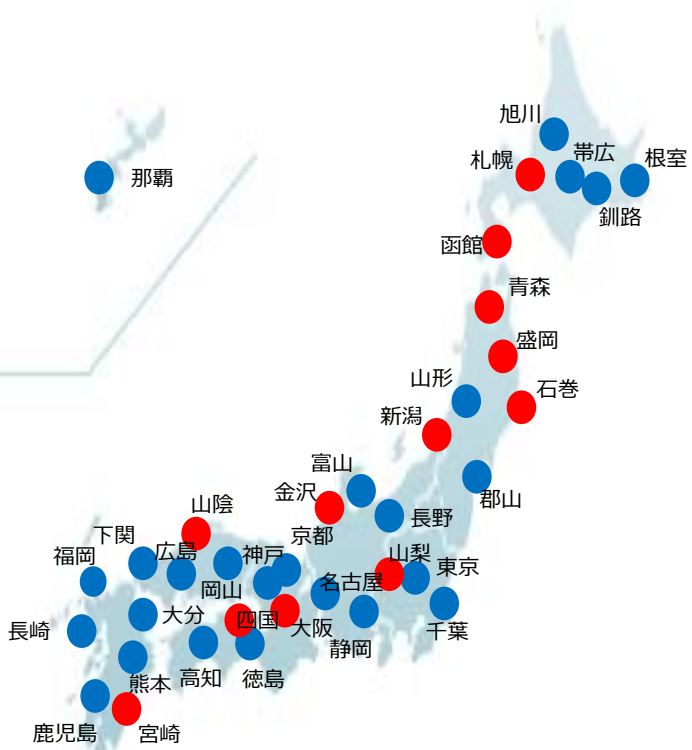
	人口	日本食の浸透度	その他市場の特徴
 香港	717万人 (2012年)	十分に浸透し、成熟市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>・関税、動植物検疫規制等はほぼフリー。</li> <li>・甘味を好む。酸味に弱い。</li> <li>・食べ物に関するうんちく好き（酒など）。</li> </ul>
 米国	3億1,168万人 (2011年)	東海岸（ニューヨーク）、西海岸（ロサンゼルス、サンフランシスコ）ではかなり浸透 中西部でも徐々に浸透	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本酒、日本茶、ハマチ等が人気。</li> <li>・流通業者の力が強い。</li> <li>・民族・地域により日本食浸透度は様々。</li> </ul>
 台湾	2,322万人 (2011年)	十分に浸透し、成熟市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>・非常に親日的で日本の流行には敏感。</li> <li>・日本人より薄味。</li> </ul>
 中国	13億3,972万人 (2010年)	上海、北京、大連等一部地域では浸透	<ul style="list-style-type: none"> <li>・原発関連規制、動植物検疫規制等厳しい。</li> <li>・地域によって味覚に差（※東北地方：塩辛い、上海：甘い、広東：清淡）。</li> </ul>
 韓国	約5,000万人 (2012年)	かなり浸透	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日式居酒屋ブーム。</li> <li>・原発関連規制厳しい。</li> </ul>

# コミュニケーション

- ✓ 商談の場の設定
- ✓ 何を伝える
- ✓ どう伝える
- ✓ パートナーの選定
- ✓ フォローアップ
- ✓ 継続取引のための努力

# ジェトロ農林水産物・食品輸出促進の取組

## 商談機会提供事業の大幅拡充・充実



商談会名(2013年度予定)	時期
日本酒・酒類輸出商談会(京都・山形) ※対象品目:日本酒・果実酒、焼酎等	7月9-10日(京都) 11日(山形)
食品輸出商談会(旭川・帯広) ※対象品目:果物、野菜、米、牛肉、 乳製品、菓子等	7月30日(旭川) 8月1日(帯広)
アグリフードEXPO東京2013/ ジャパン・インターナショナル・シーフードショー	8月22-23日
食品輸出商談会 (千葉・長野・岡山・名古屋・富山・長崎)	8月26日 (千葉・長野・岡山) 27日 (名古屋・富山・長崎)
食品輸出商談会(根室・釧路) ※対象品目 水産物・水産加工品	9月17-18日(根室) 19-20日(釧路)
日本酒・酒類輸出商談会(兵庫・福島) ※対象品目:日本酒、焼酎、リキュール等酒類	9月26日(神戸) 30日(郡山)
日本酒・焼酎輸出商談会(高知・大分) ※対象品目:日本酒、焼酎、リキュール等酒類	10月4日(高知) 8日(大分)
地方銀行フードセレクション2013	10月21-22日
食品輸出商談会 (山形・徳島・広島・福岡)	10月24日 (山形・徳島) 10月25日 (広島・福岡)
日本茶輸出商談会(鹿児島・静岡) ※対象品目:日本茶	11月7日(鹿児島) 11月10-11日(静岡)

スケジュールは確定次第公表致します。

# ジェトロ農林水産物・食品輸出促進の取組

## 商談機会提供事業の大幅拡充・充実

## 海外見本市

### <主要な見本市への出展（実施済み）>

#### Thaifex

（タイ・バンコク 5/22-24）

好景気が続くタイで開催される人気の見本市。和牛等を出品、現地日本食ブームもあり料理デモも好評。



出品者数：  
24社・団体  
出展規模：  
22小間(198㎡)

#### SIAL BRAZIL

（ブラジル・サンパウロ 6/26-28）

南米最大級の国際食品見本市。会期に先立ち「うまみセミナー」を開催、商談のみならず日本食材の普及にも努めた。



出品者数：  
10社・団体  
出展規模：  
12小間(112㎡)

#### Food Taipei

（台湾・台北 6/26-29）

出展10年目を迎え、昨今人気が高まる飲料（アルコール飲料含む）をはじめ、様々な地域の特産品などを紹介。



出品者数：  
80社・団体  
出展規模：  
70小間(630㎡)

#### Summer Fancy Food Show

（米国・ニューヨーク 6/30-7/2）

情報の発信都市ニューヨークで開催される高級食材見本市。ゆず加工品や水産加工品等を紹介。



出品者数：  
9社・団体  
出展規模：  
10小間(93㎡)

#### Food&Service

（チリ・サンティアゴ 8/7-9）

チリ最大級の国際食品見本市に初のパビリオン出展。料理デモを通じ、寿司だけではなく新たな日本食も紹介。



出品者数：3社  
出展規模：  
10小間(90㎡)

#### Food Expo

（香港 8/15-17）

今年度、最大規模のパビリオンを設置。29都道府県から120社が出品、バラエティに富む日本産食品を紹介。



出品者数：  
120社・団体  
出展規模：  
101小間(909㎡)

## 確認事項

### Product 商品

- 引合い・関心品目
- サンプル有償・無償
- 見込み注文数量
- 数量
- サンプル要・不要
- 賞味期限

### Place 物流・流通

- 直接貿易
- 間接貿易
- バイヤー指定の日本側輸出業者名
- 担当者名
- 船積み港
- 電話
- 輸送形態（船・空輸、冷凍・冷蔵）
- e-mail

### Price 価格

- 見積書
- 直接貿易の場合の建値（FOB,CFR,CIF）
- 決済条件
- 船積み時期

### Promotion 販売促進

- 販売促進の方法
- 費用負担

### Package 包装・仕様

- 包装・仕様の変更の有・無

### Passion 熱意

- パートナーとして一緒に取り組む熱意



# 本日の内容

日本食品の海外市場

輸出の目的と効果

輸出までのステップ

輸出成功の3要素

輸出取組み事例