平成22年度

胆振・日高地域
農水産品海外輸出支援調査

報告書（概要版）

目　次

平成２３年３月

北海道開発局 室蘭開発建設部

地域振興対策室

1. 調査の概要

●調査の目的

本調査は、国内農水産品の海外輸出の先進的な取り組みについて調査を行い、海外輸出を可能にする必要条件や海外市場のニーズ等を整理するとともに、有識者を招いた勉強会を行い、胆振・日高地域の農水産品の海外輸出促進の支援を目的とする。

●調査内容

①基礎データの整理

※概要版には代表事例のみ整理した

他産地の生産動向を把握し、胆振・日高地域産品の優位性を把握し、その産品の輸出動向を調査した。

⇒【調査品目】ﾄﾏﾄ、ﾒﾛﾝ、ばれいしょ、いちご、かぼちゃ、ねぎ、ﾋﾟｰﾏﾝ、ほうれんそう、ｽｲｰﾄｺｰﾝ、ﾚﾀｽ、肉用牛、生乳、花き、すけとうだら、さけ類、ほたてがい、ほっきがい、その他の貝類、昆布、毛がに

②海外輸出の取り組み事例と必要条件の把握

●胆振・日高地域で取り組む際の参考とするため、国内における輸出の成功事例を調査した。

●上記調査結果も踏まえ、海外輸出が成功するための必要条件を整理した。

③海外市場の現状調査とニーズの把握

●胆振・日高地域でも生産されている産品の海外での販売価格を調査した。

●日本産品に対する意識、ニーズを把握するため、外国人を対象とした試食会を実施した。

④輸出支援勉強会の開催

農水産品の輸出に関する学術的・技術的な知見を深めるために講師を招いて勉強会を開催した。

【講師】東海大学国際文化学部　学部長・教授　馬渕　悟　氏

帯広市川西農業協同組合　別府事業所長　常田　薫　氏

1. 調査の概要
2. *基礎データの整理*
3. 海外輸出の取り組み事例と必要条件の把握
4. 海外市場の現状調査とニーズの把握
5. 勉強会の開催
6. 調査結果の取りまとめ

2. 基礎データの整理　≪はじめに≫

【対象品目】

胆振、日高地域で生産されている主要農水産品

※統計資料で抽出が可能なもの

【整理項目】

- 都道府県別、道内地域別の生産量の推移
- 国内の輸出状況（輸出相手国、輸出量・輸出額）

【目的】

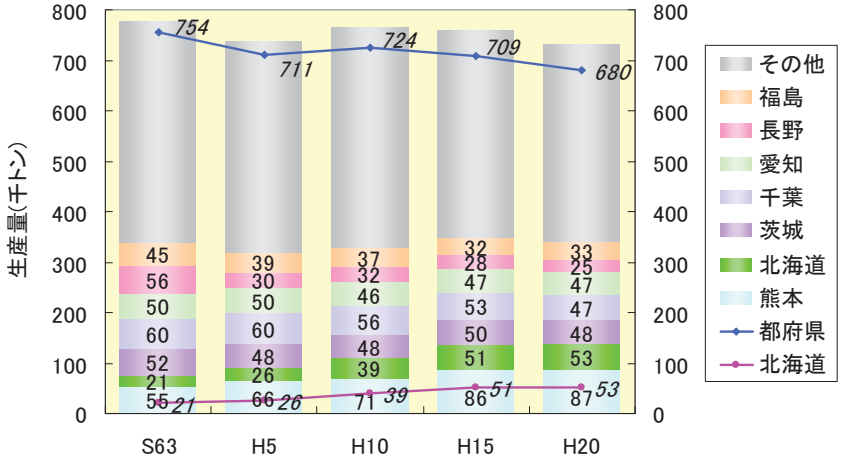
- 他産地の生産動向を把握し、本地域産品の優位性を見出す
- 優位性を見出した産品の輸出動向を把握する

対象品目	
1	トマト
2	メロン
3	ばれいしょ
4	いちご
5	かぼちゃ
6	ねぎ
7	ピーマン
8	ほうれんそう
9	スイートコーン
10	レタス
11	肉用牛
12	生乳
13	花き
14	すけとうだら
15	さけ類
16	ほたてがい
17	ほっきがい
18	その他の貝類（ツブ他）
19	昆布
20	毛がに

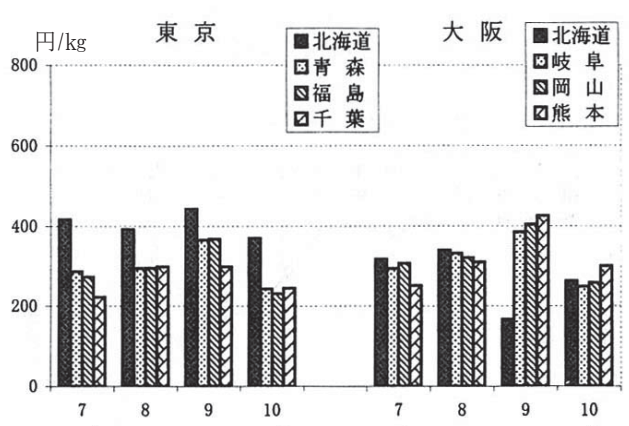
トマト

○ 道外の生産量は横ばい、北海道はS63からH20で約2.5倍に増加
○ 胆振・日高地域でも増加傾向、H18は道内の30%を生産
○ 7～10月、東京市場では道産トマトが高値で取り引き → 優位性あり
○ 平取町は全道1位の生産量
○ 国内輸出実績自体はわずかであるが、H22は5トン（前年比7倍）と急増

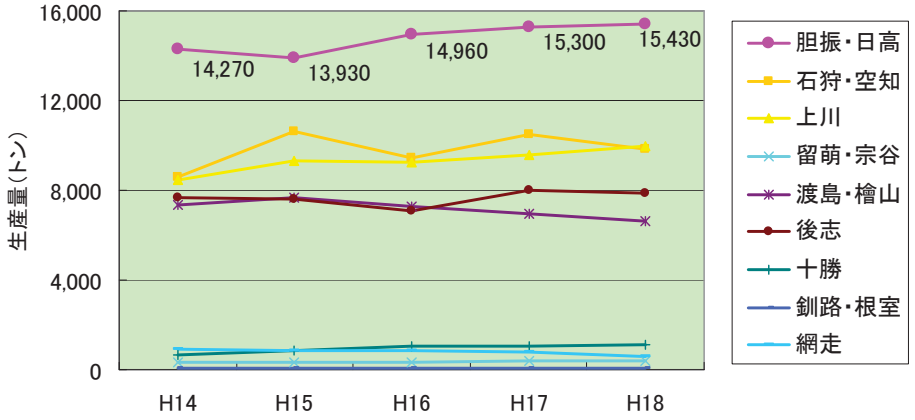
▼ 国内生産量の経年変化　資料：農林水産省「野菜出荷統計」

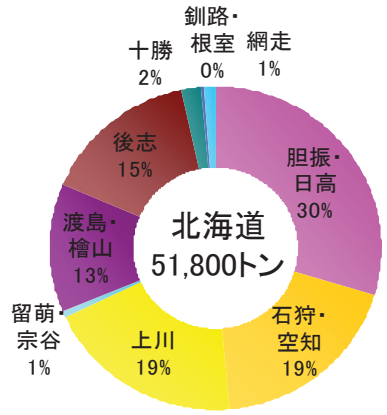


▼ 東京・大阪市場における主要県の単価比較（H21）　資料：北海道野菜地図



▼ 道内直近5ヵ年の地域別生産量　資料：北海道農林水産統計年報





▲ 地域別生産量の構成割合(H18)

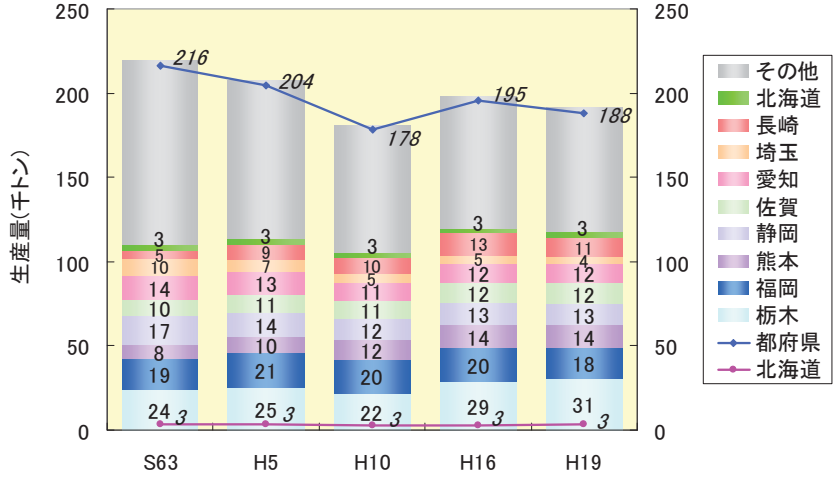
▼ 国内輸出量　資料：財務省「貿易統計」

区　分	H21	H22
輸出量	827 kg	5,474 kg
輸出額	1,226 千円	3,401 千円
輸出先	香　港 ロシア 中　国	グアム（米国） 香　港 ロシア シンガポール

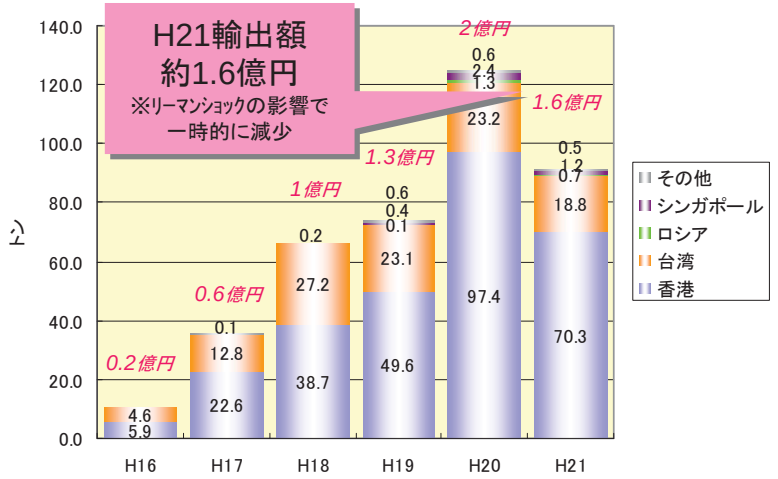
いちご

○ 道外の生産量はやや減少傾向にある中、北海道は横ばいを維持
○ 胆振・日高地域での作付面積は横ばい、H16は道内の14%を作付け
○ 8～9月は道外の端境期で、道内産は優位性あり
○ 高級果実として、香港・台湾の富裕層や中間層を中心に輸出増加
○ H21の輸出額（全国）は約1.6億円

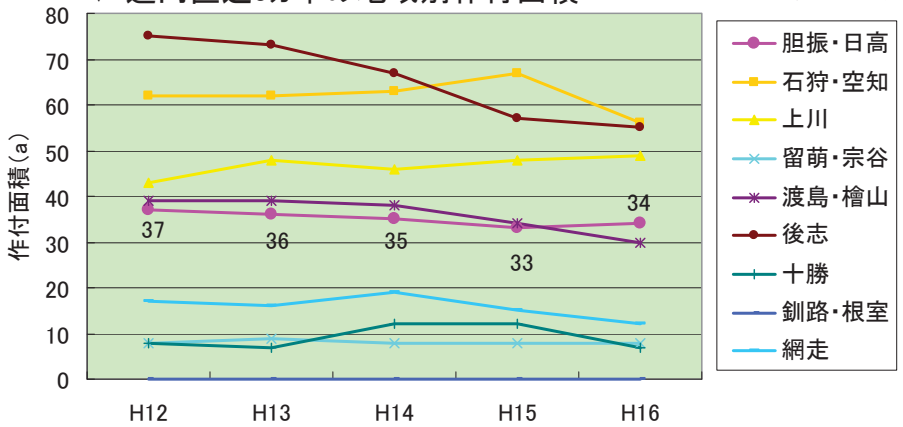
▼ 国内生産量の経年変化　資料：農林水産省「野菜出荷統計」

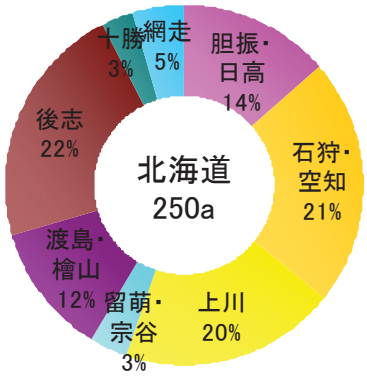


▼ 国内輸出量　資料：農林水産省「農林水産物輸出入概況」、財務省「貿易統計」



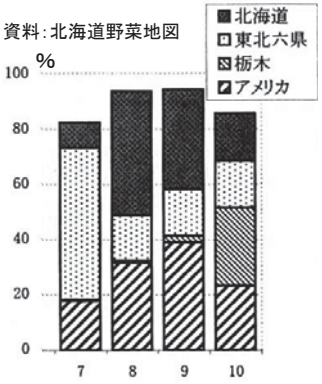
▼ 道内直近5ヵ年の地域別作付面積　資料：北海道農林水産統計年報





▲ 地域別作付面積の構成割合(H16)

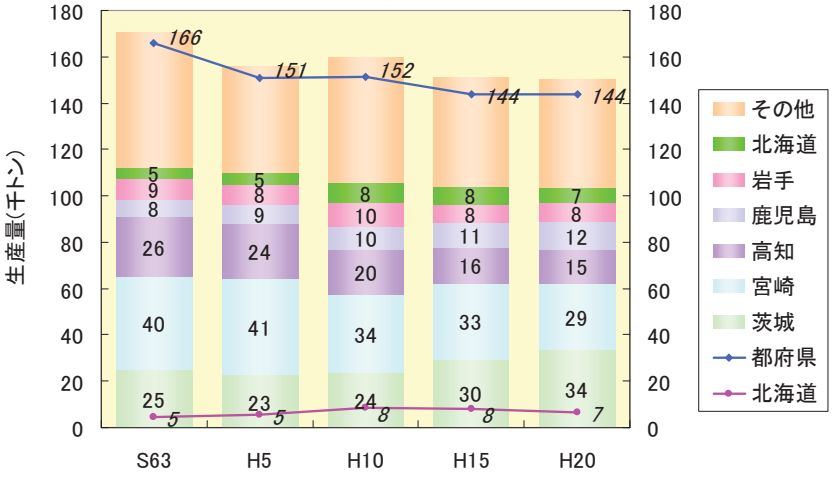
▼ 東京市場における
主要県の市場占有率（H21）



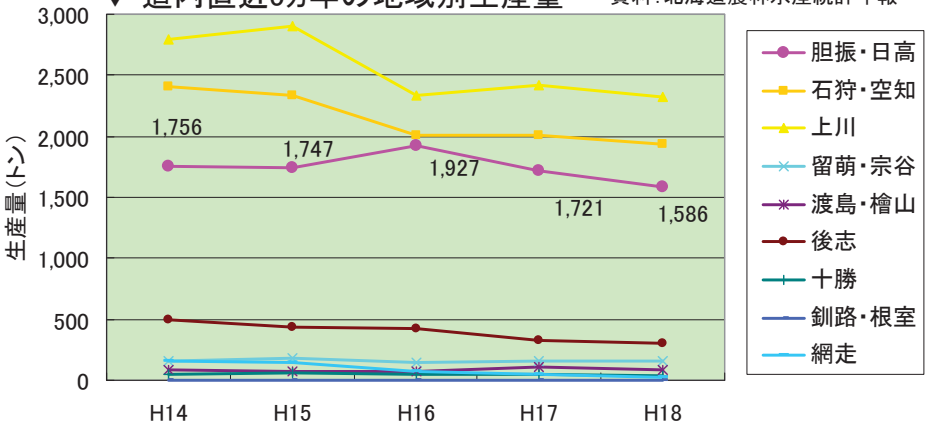
ピーマン

- ○ S63からH20で道外は12%減少、北海道は1.4倍に増加
- ○ 胆振・日高地域はH16が生産量のピーク、H18は道内の25%を生産
- ○ 7～10月、大阪市場では道産ピーマンのシェアが比較的高い
- ○ 新冠町は全道1位の生産量
- ○ 国内輸出実績はわずか （宮崎県ではピーマンを輸出重点品目に選定）

▼ 国内生産量の経年変化　資料：農林水産省「野菜出荷統計」

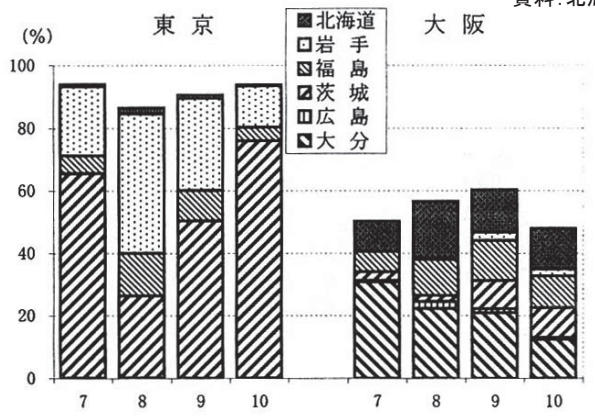


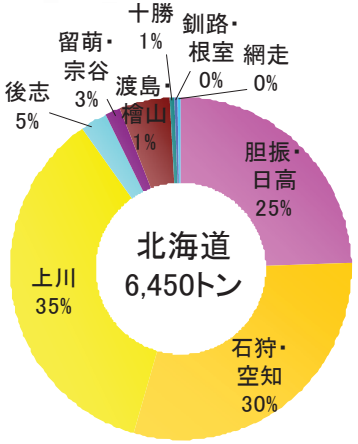
▼ 道内直近5カ年の地域別生産量　資料：北海道農林水産統計年報



▼ 東京・大阪市場における主産県の市場占有率（H21）

資料：北海道野菜地図



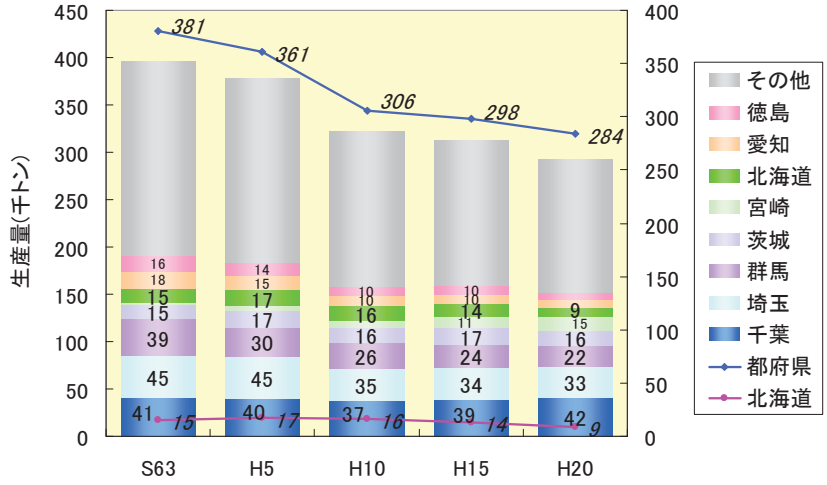


▲ 地域別生産量の構成割合(H18)

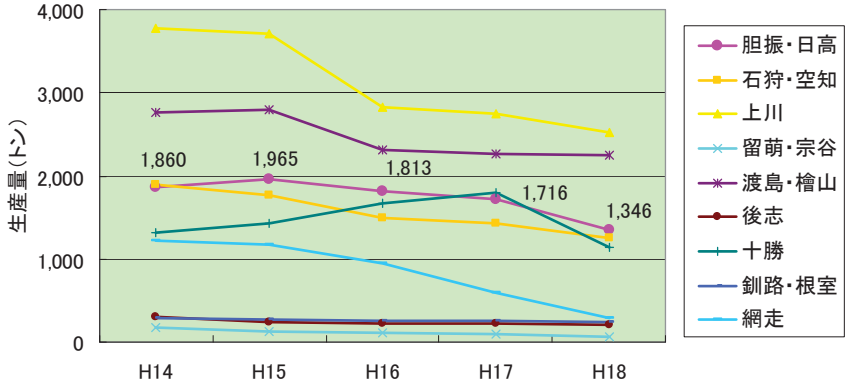
ほうれんそう

- ○ 6～10月、東京・大阪市場では道産ほうれんそうが高値で取り引き→優位性あり
- ○ 道産ほうれんそうのニーズは高く、高品質・安定生産が必要
- ○ 胆振・日高地域はH15が生産量のピーク、H18は道内の14%を生産
- ○ むかわ町は全道1位の生産量（H19）
- ○ 国内輸出実績はわずか

▼ 国内生産量の経年変化　資料：農林水産省「野菜出荷統計」

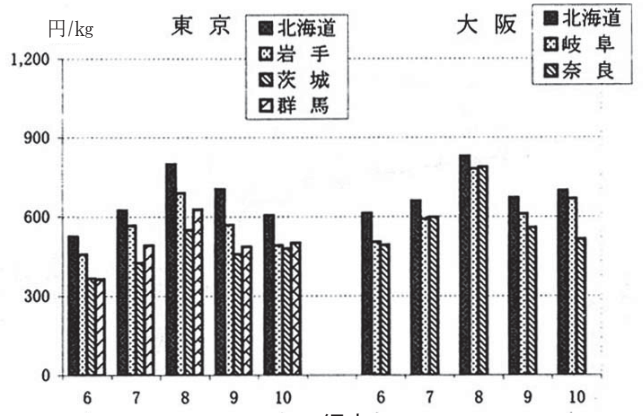


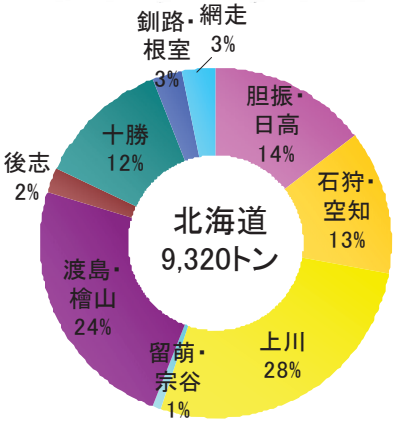
▼ 道内直近5ヵ年の地域別生産量　資料：北海道農林水産統計年報



▼ 東京・大阪市場における主要県の単価比較（H21）

資料：北海道野菜地図



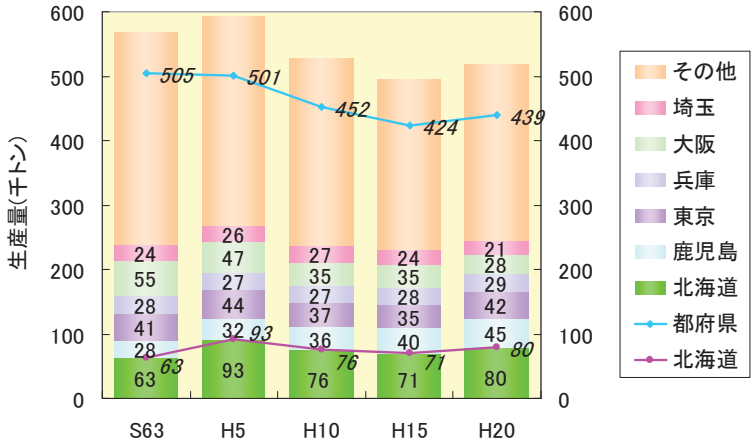


▲ 地域別生産量の構成割合(H18)

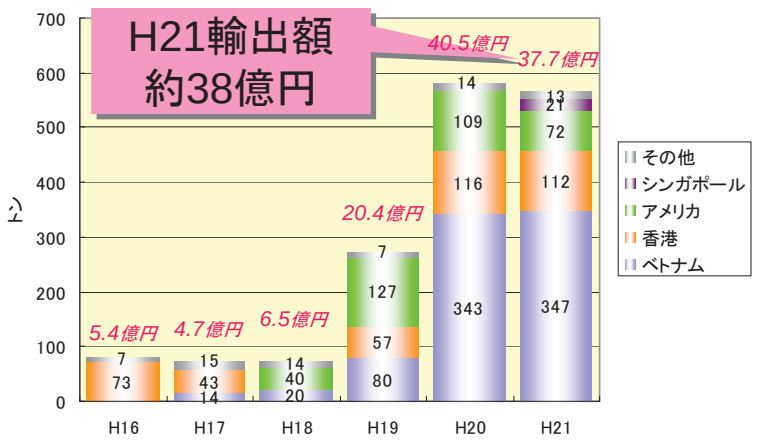
肉用牛

○ S63からH20で道外の枝肉生産量は13%減少、北海道は1.3倍に増加
○ 胆振・日高地域では飼養頭数が増加傾向
○ 肉用牛1頭当たりの農業産出額は日高地域が道内で最も高い → 優位性
○ 日本でのBSE発生（H13）以降、多くの国が輸入を禁止していたが、徐々に解禁
○ H21の輸出額（全国）は約38億円

▼ 国内枝肉生産量の経年変化　資料：農林水産省「畜産物流統計」

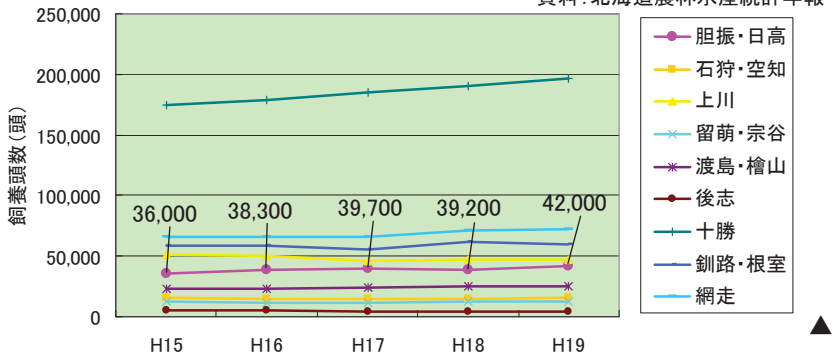


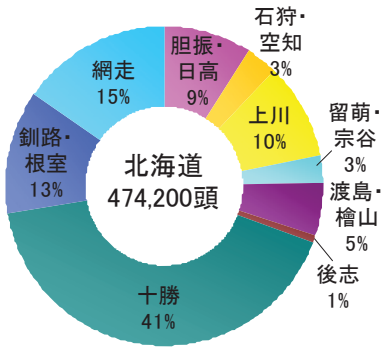
▼ 国内輸出量　資料：農林水産省「農林水産物輸出入概況」、財務省「貿易統計」



▼ 道内直近5ヵ年の地域別飼養頭数

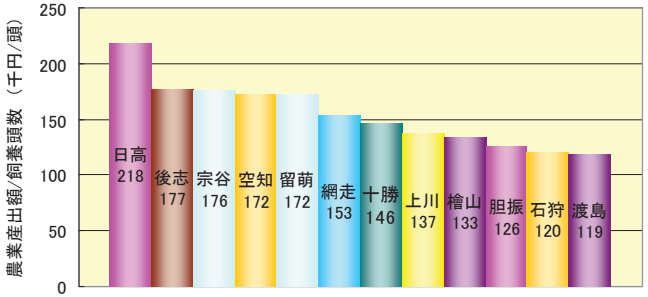
資料：北海道農林水産統計年報





▲ 地域別飼養頭数の構成割合(H19)

▼ 1頭当たりの地域別農業産出額（H18）

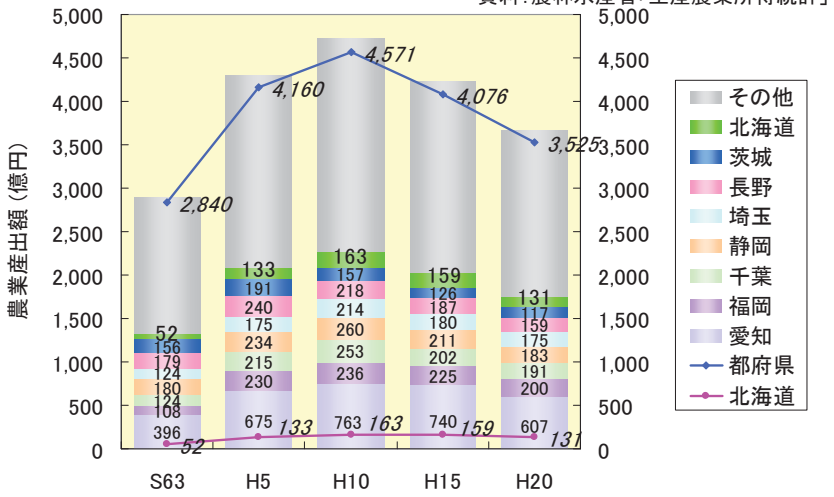


花　き

○ 北海道の農業産出額は、S63からH20で2.5倍に増加
○ 胆振・日高地域はスターチスの出荷量が増加傾向（主産地：新ひだか町、むかわ町）
○ アルストロメリアは道内の47%を胆振・日高地域で生産（主産地：むかわ町）
○ アジア諸国の富裕層増加により、高品質花きの需要が増加
○ H21の輸出額（全国）は約1.1億円

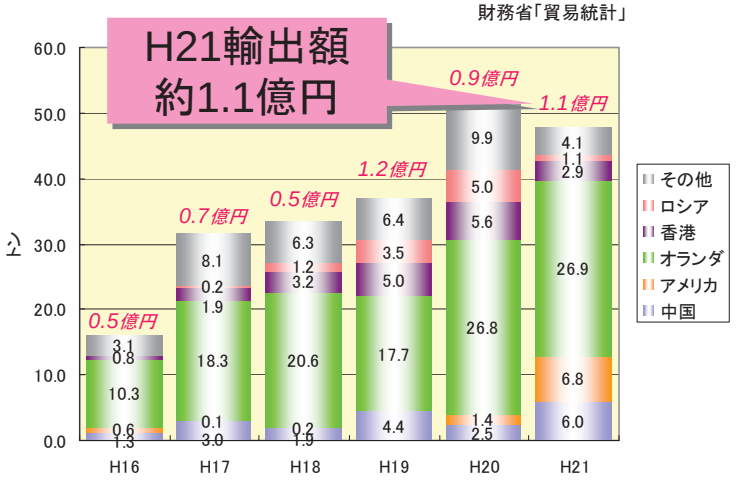
▼ 国内農業産出額の経年変化

資料：農林水産省「生産農業所得統計」



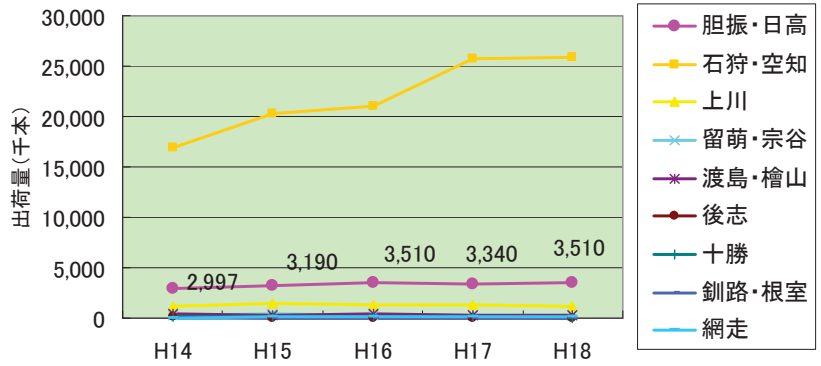
▼ 国内輸出量（切花）

資料：農林水産省「農林水産物輸出入概況」
財務省「貿易統計」



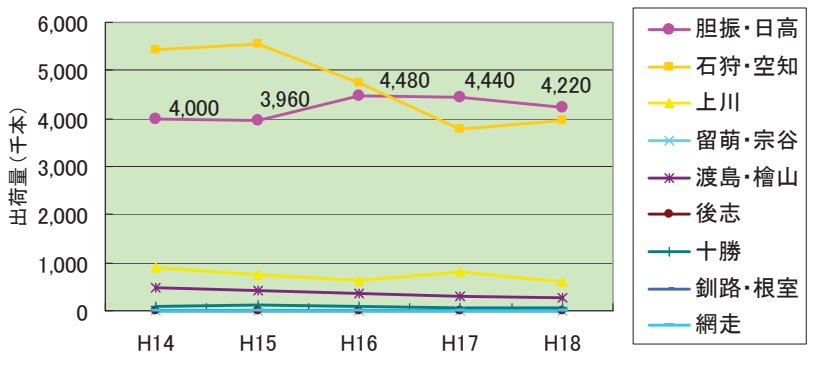
▼ 道内地域別スターチス出荷量

資料：北海道農林水産統計年報



▼ 道内地域別アルストロメリア出荷量

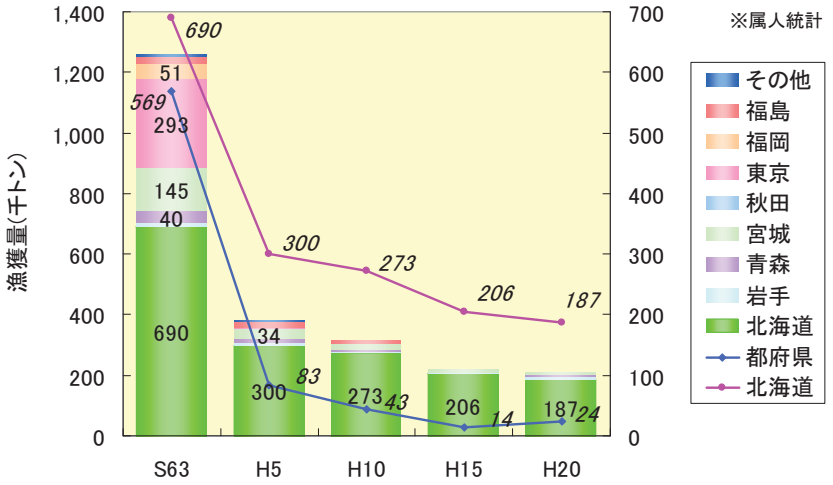
資料：北海道農林水産統計年報



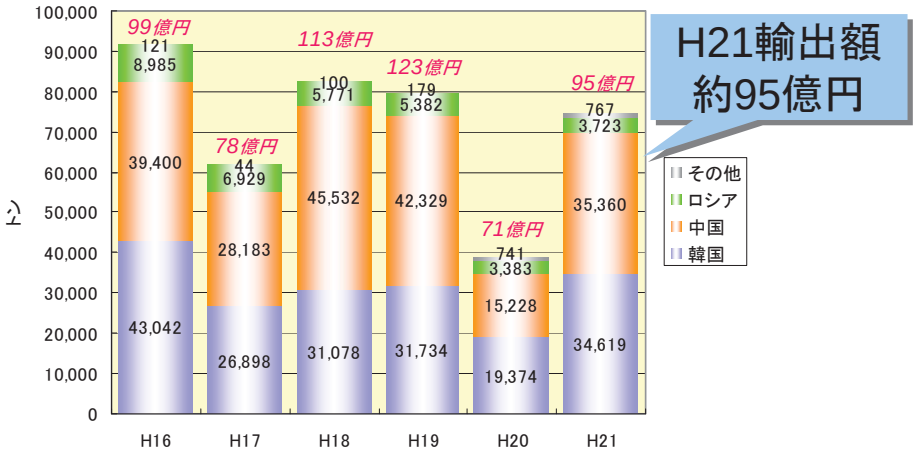
すけとうだら

○ 北海道は漁獲量全国1位、胆振・日高地域はそのうち26%を占めている
○ H19は胆振・日高地域の漁獲量が全道1位
○ 韓国ではスープなど様々な料理に使う食材として重宝されている
○ H21は輸出額（全国）は約95億円

▼ 国内漁獲量の経年変化　資料：農林水産省「漁業・養殖業生産統計年報」

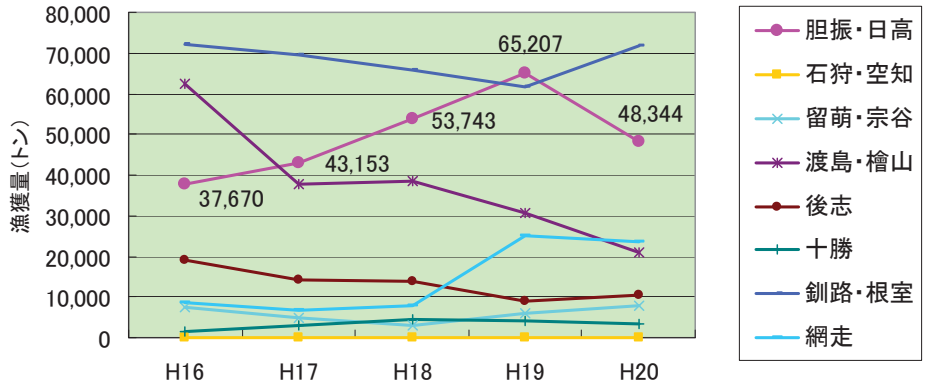


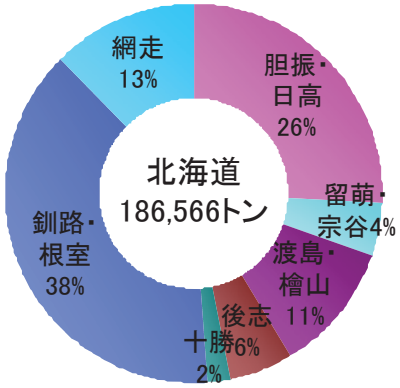
▼ 国内輸出量　資料：農林水産省「農林水産物輸出入概況」、財務省「貿易統計」



▼ 道内直近5ヵ年の地域別漁獲量

※属人統計
資料：北海道農林水産統計年報





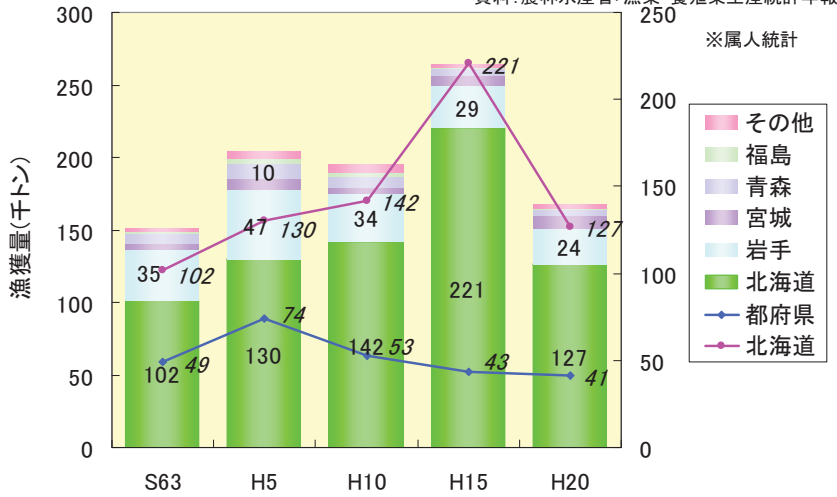
▲ 地域別漁獲量の構成割合（H20）

さけ類

○ 北海道は漁獲量全国1位、胆振・日高地域はそのうち15%を占めている
○ 胆振・日高地域のさけ単価（生産金額÷生産数量）は道内で上位
○ 中国は欧米向けに加工して再輸出していたが、近年は自国の消費水準の高い都市での消費が着実に増加
○ H21の輸出額（全国）は約131億円、日本の主力輸出産品の一つ

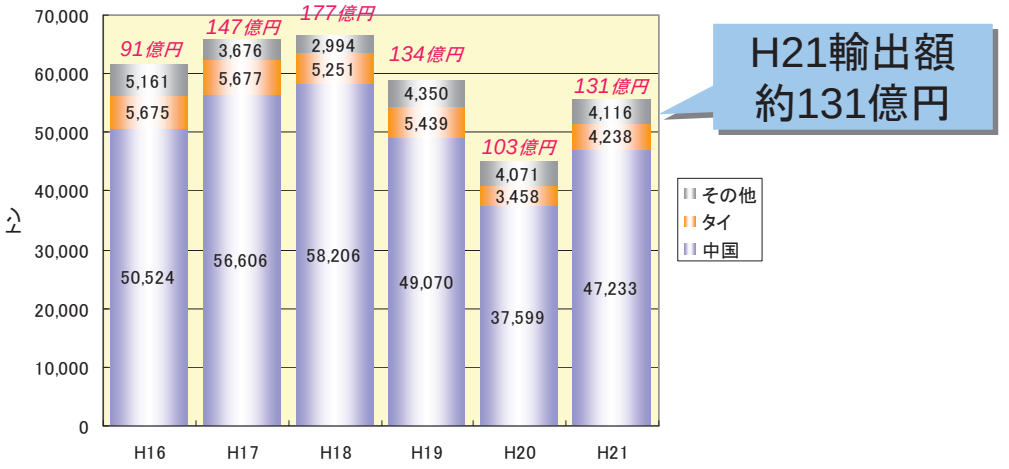
▼ 国内漁獲量（さけ類）の経年変化

資料：農林水産省「漁業・養殖業生産統計年報」
※属人統計



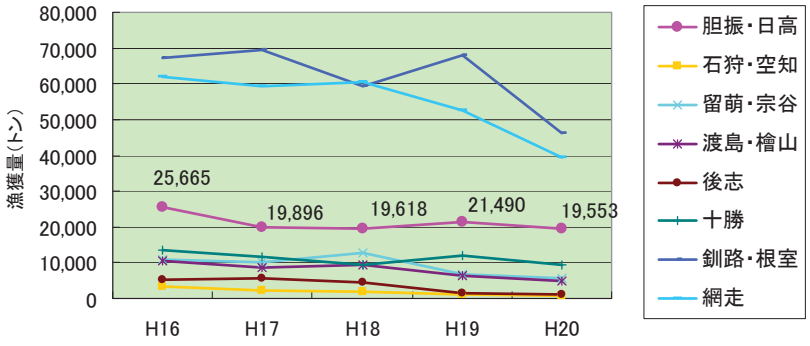
▼ 国内輸出量(さけ・ます)

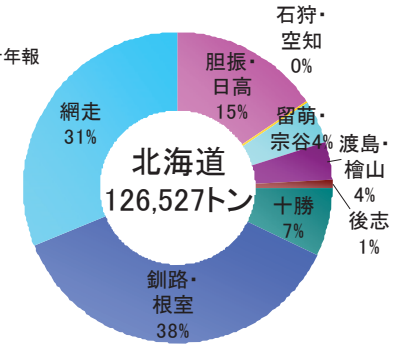
資料：農林水産省「農林水産物輸出入概況」、財務省「貿易統計」



▼ 道内直近5ヵ年の地域別漁獲量

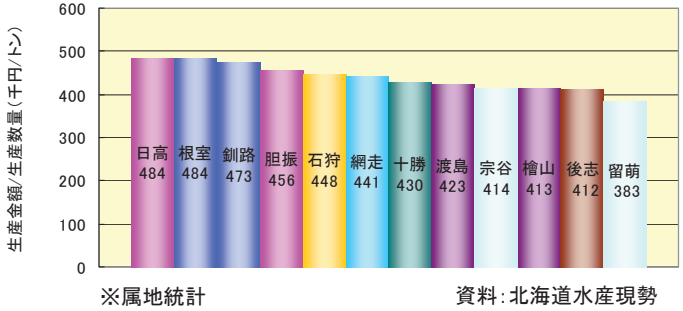
※属人統計
資料：北海道農林水産統計年報





▲ 地域別漁獲量の構成割合(H20)

▼ さけの地域別単価（H20）



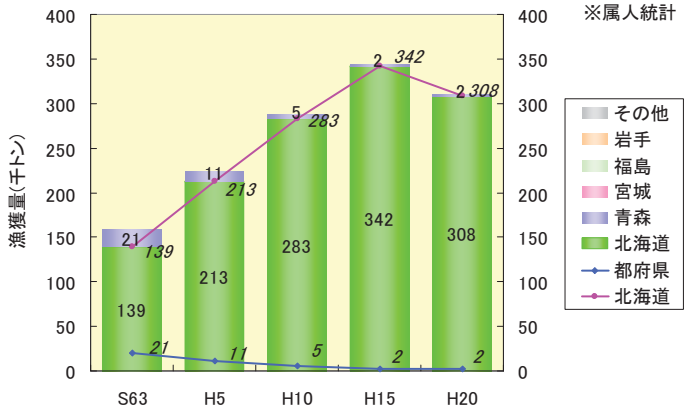
※属地統計
資料：北海道水産現勢

ほたてがい

○ 国内の天然ほたてがいは、ほとんどが北海道産、養殖は半分以上が北海道産
○ 胆振・日高地域は、養殖ほたてがいの収獲量がH20で全道の17%を占める（全道2位）
○ アメリカでは北海道産のほたてがいの貝柱が高い評価
○ H21の輸出額（全国）は約143億円、日本の主力輸出産品の一つ

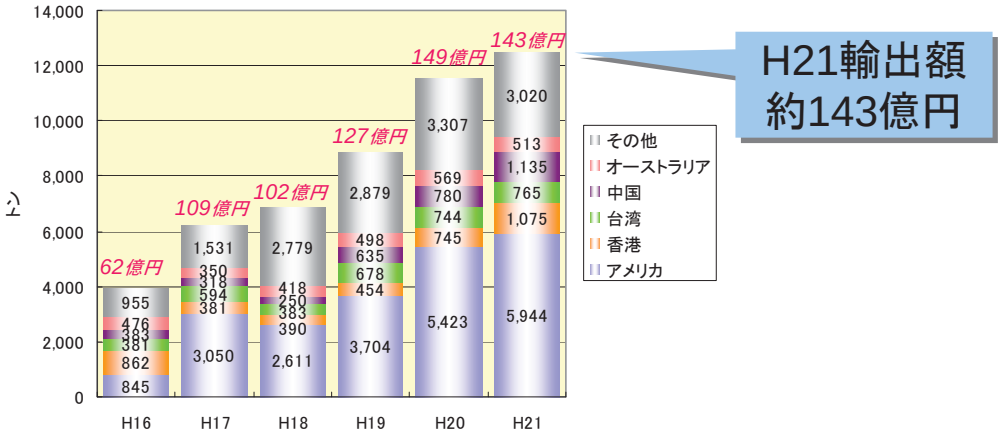
▼（天然）国内漁獲量の経年変化

資料：農林水産省「漁業・養殖業生産統計年報」



▼ 国内輸出量

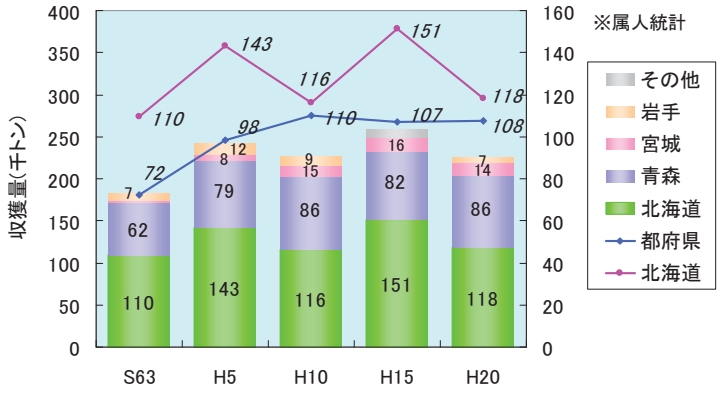
資料：農林水産省「農林水産物輸出入概況」、財務省「貿易統計」



H21輸出額
約143億円

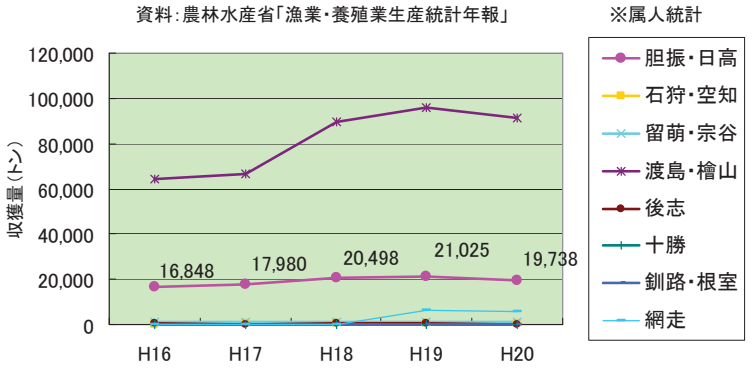
▼（養殖）国内収獲量の経年変化

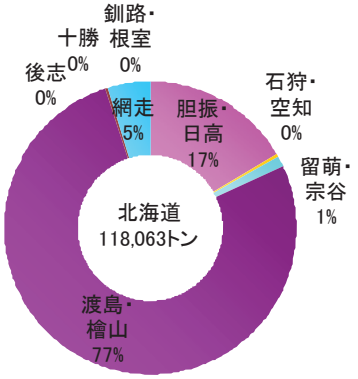
資料：農林水産省「漁業・養殖業生産統計年報」



▼（養殖）道内直近5ヵ年の地域別収獲量

資料：農林水産省「漁業・養殖業生産統計年報」





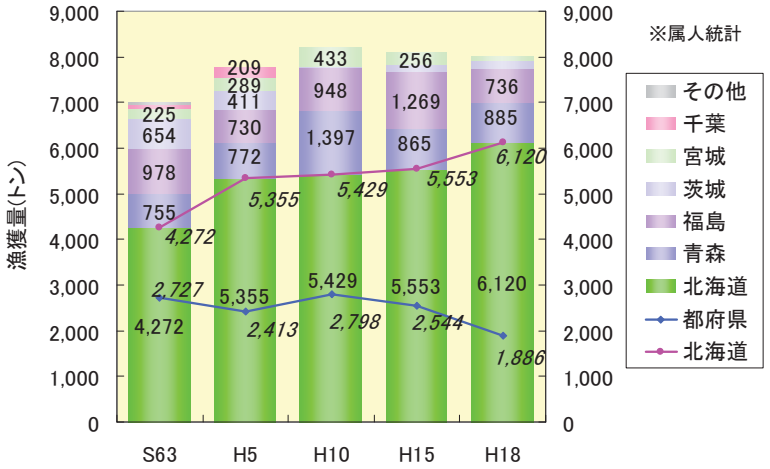
▲（養殖）地域別収獲量の構成割合（H20）

ほっきがい

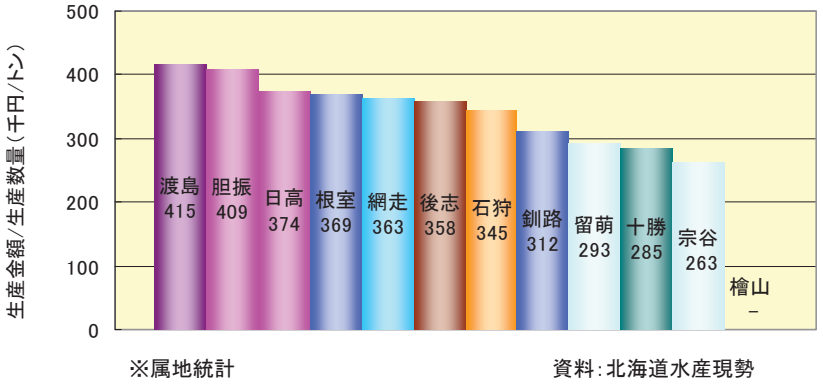
○ 北海道は漁獲量全国1位
○ 道外の漁獲量は減少傾向、北海道は増加傾向
○ 胆振・日高地域は道内で最も漁獲量が多い
○ 胆振・日高地域のほっきがい単価（生産金額÷生産数量）は道内で上位

▼ 国内漁獲量の経年変化

資料：農林水産省「漁業・養殖業生産統計年報」



▼ 地域別単価（H20）

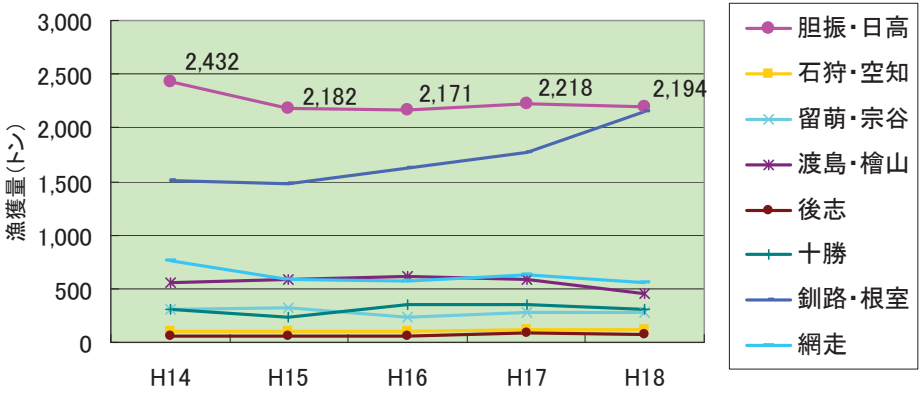


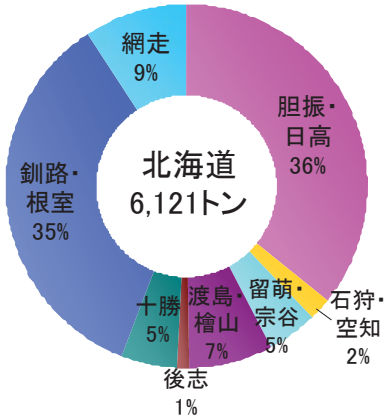
※属地統計

資料：北海道水産現勢

▼ 道内直近5ヵ年の地域別漁獲量

※属人統計
資料：北海道農林水産統計年報





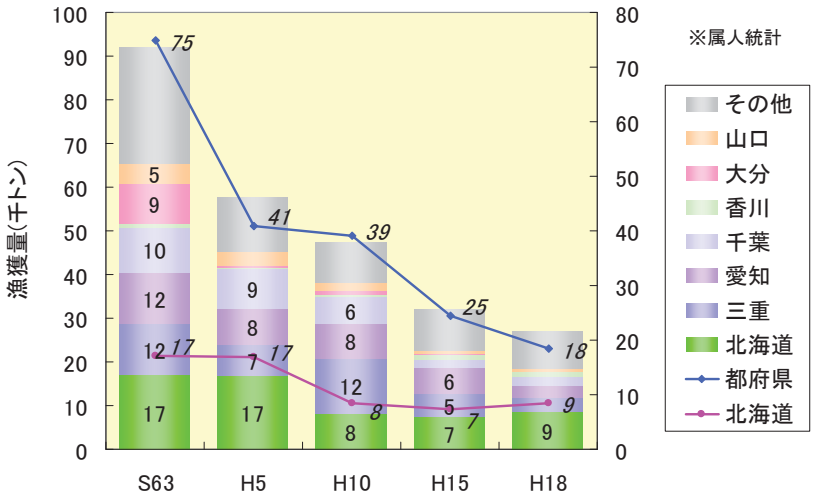
▲ 地域別漁獲量の構成割合(H18)

その他の貝類（ツブ他）

○ 全国的に減少傾向にあるが、北海道のシェアは上昇（S63は18%、H18は33%）
○ 胆振・日高地域は道内で最も漁獲量が多く、増加傾向
○ えりも町は道内1位の漁獲量

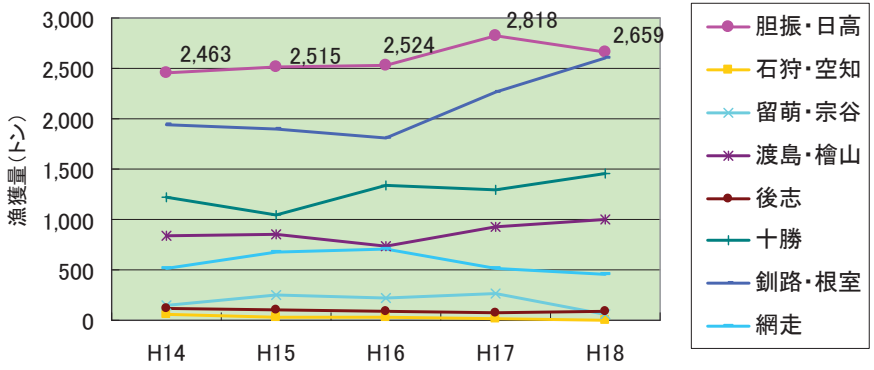
▼ 国内漁獲量の経年変化

資料：農林水産省「漁業・養殖業生産統計年報」



▼ 道内直近5ヵ年の地域別漁獲量

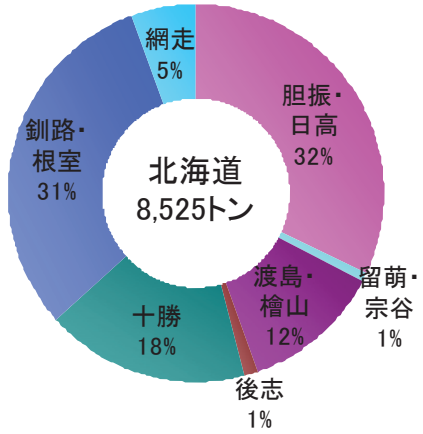
※属人統計
資料：北海道農林水産統計年報



▼「日高の真つぶ」　資料：日高振興局HP

○ ツブのなかでも高級な真ツブは、大きくて味や食感がとても優れる

○ 地域では「日高の真つぶ」としてブランド化を推進



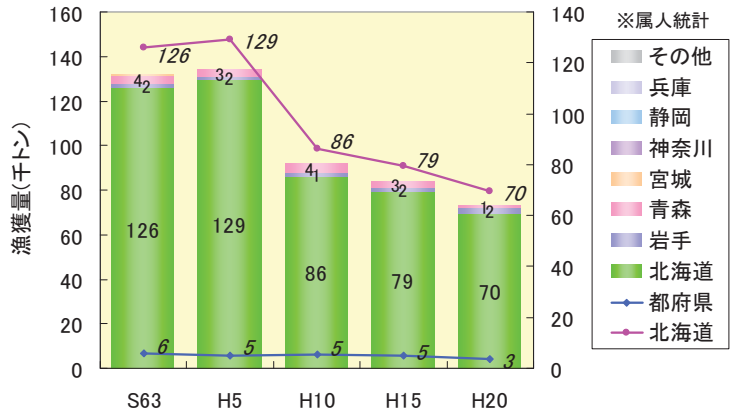
▲ 地域別漁獲量の構成割合(H18)

昆布

○ 国内の天然昆布はほとんどが北海道産、養殖は半分以上が北海道産
○ 胆振・日高地域は、天然昆布の漁獲量がH20で全道の23%を占める（全道2位）
○ 台湾では比較的高値で販売されており、健康食品として人気が高い
○ H21の輸出額（全国）は約8億円

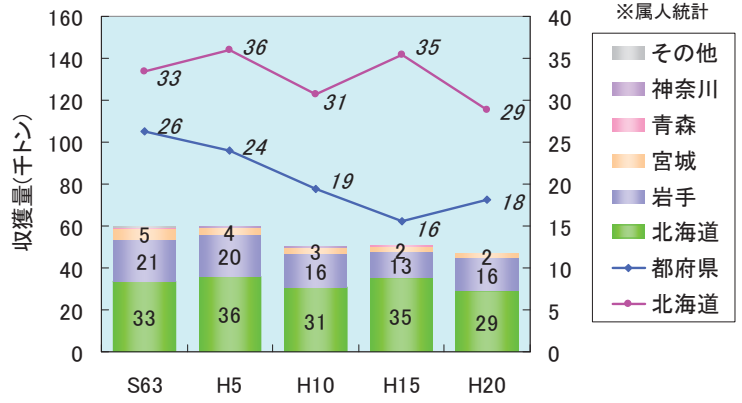
▼（天然）国内漁獲量の経年変化

資料：農林水産省「漁業・養殖業生産統計年報」



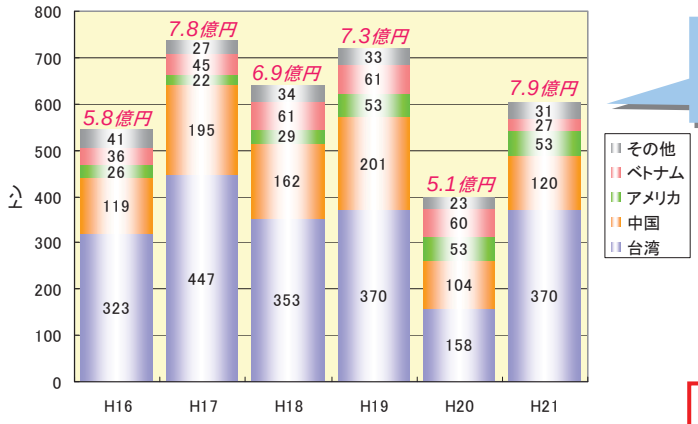
▼（養殖）国内収獲量の経年変化

資料：農林水産省「漁業・養殖業生産統計年報」



▼ 国内輸出量

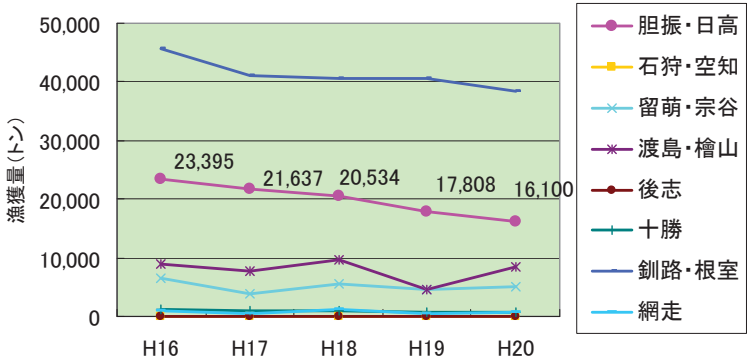
資料：農林水産省「農林水産物輸出入概況」、財務省「貿易統計」



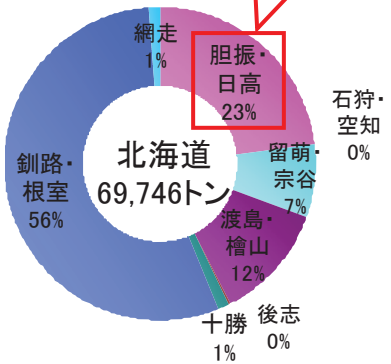
H21輸出額
約8億円

▼（天然）道内直近5ヵ年の地域別漁獲量

※属人統計
資料：北海道農林水産統計年報



ほとんど（99%）が
日高地域の漁獲量



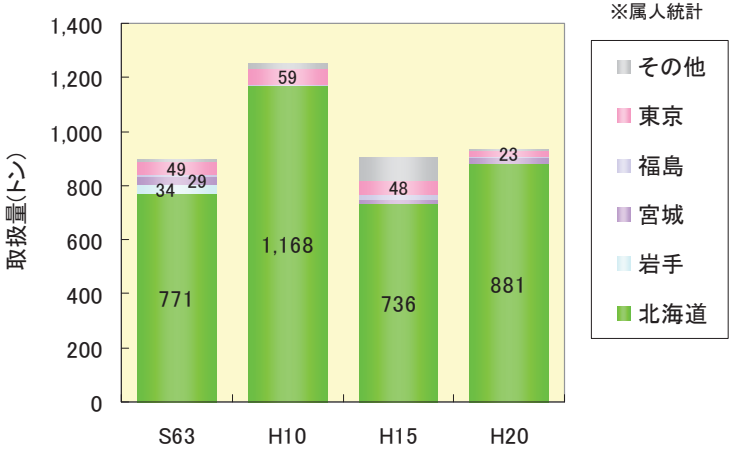
▲（天然）地域別漁獲量の構成割合（H20）

毛がに

○ 東京都中央卸売市場では、毛がにの出荷元は大部分が北海道
○ 胆振・日高地域の漁獲量は増加傾向にあり、道産毛がにの主産地
○ 中国向けのかに輸出（毛がにを含む）はH20激減、香港へは安定して輸出
○ H21の輸出額（全国）は約10億円

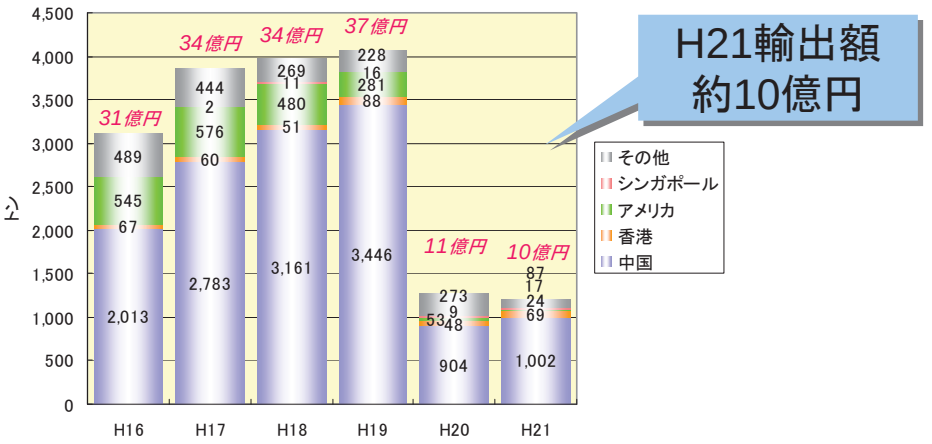
▼ 国内取扱量の経年変化

資料：東京都中央卸売市場
※属人統計



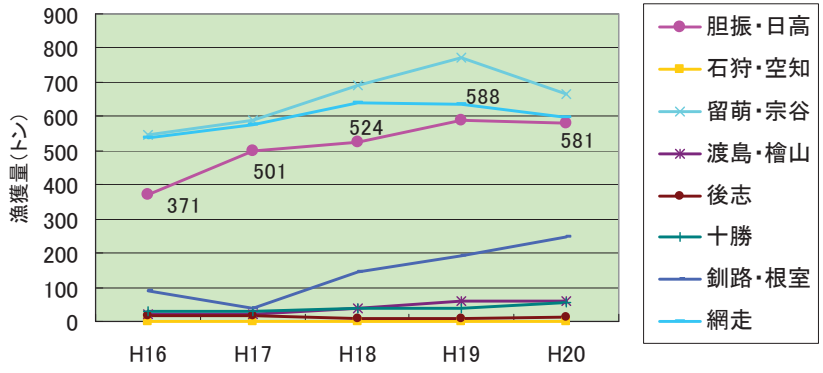
▼ 国内輸出量

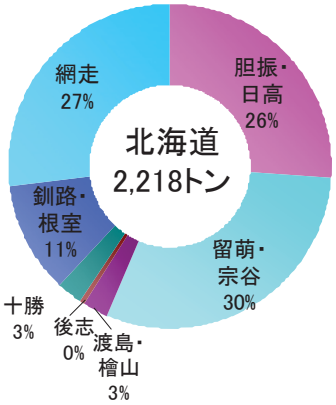
資料：農林水産省「農林水産物輸出入概況」、財務省「貿易統計」



▼ 道内直近5ヵ年の地域別漁獲量

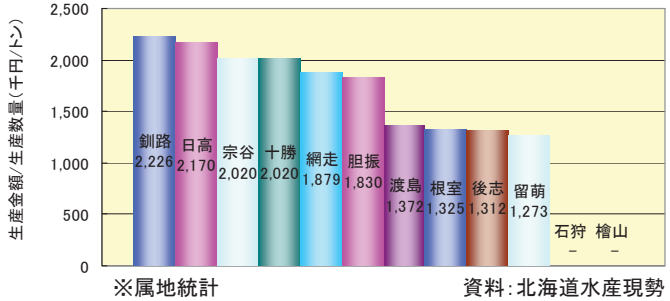
※属地統計
資料：北海道水産現勢





▲ 地域別漁獲量の構成割合(H20)

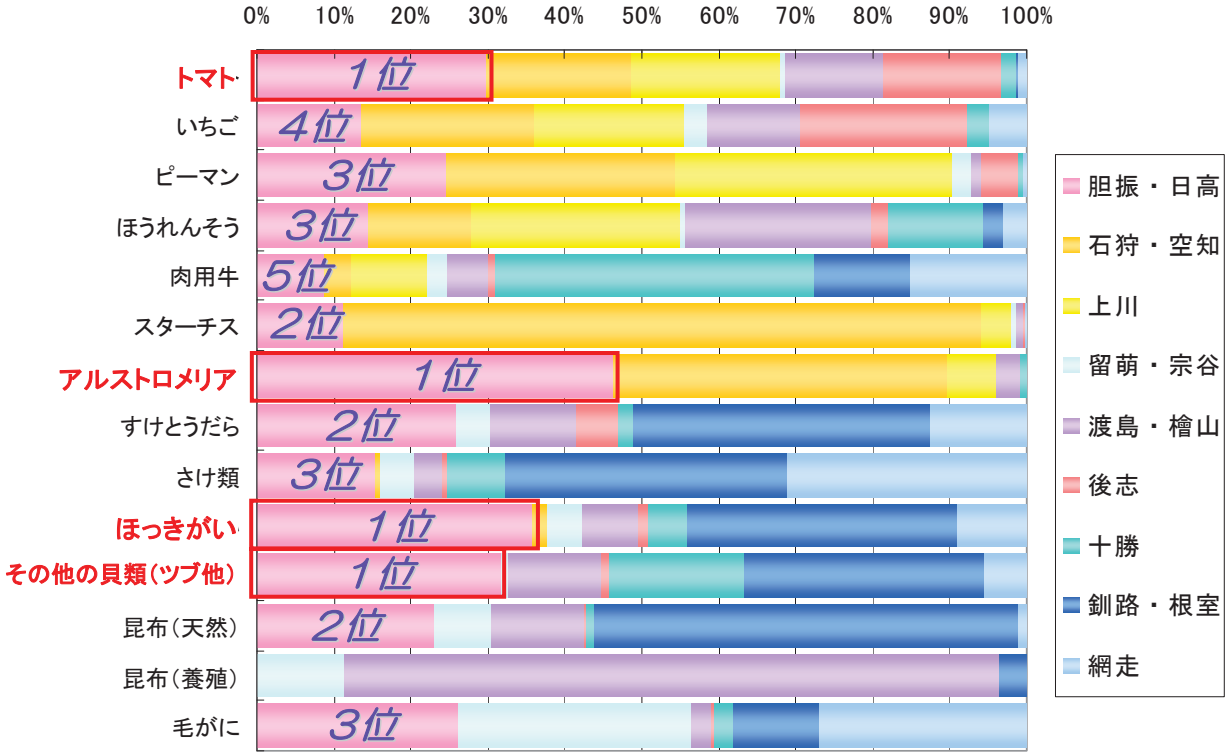
▼ 地域別単価（H20）



※属地統計　資料：北海道水産現勢

2. 基礎データの整理　≪まとめ≫

▼主要農水産品の生産量・漁獲量で見る胆振・日高地域の位置づけ



- 農水産品合わせて4品目において全道1位の生産量・漁獲量を誇る
- 特に水産品が上位に位置している

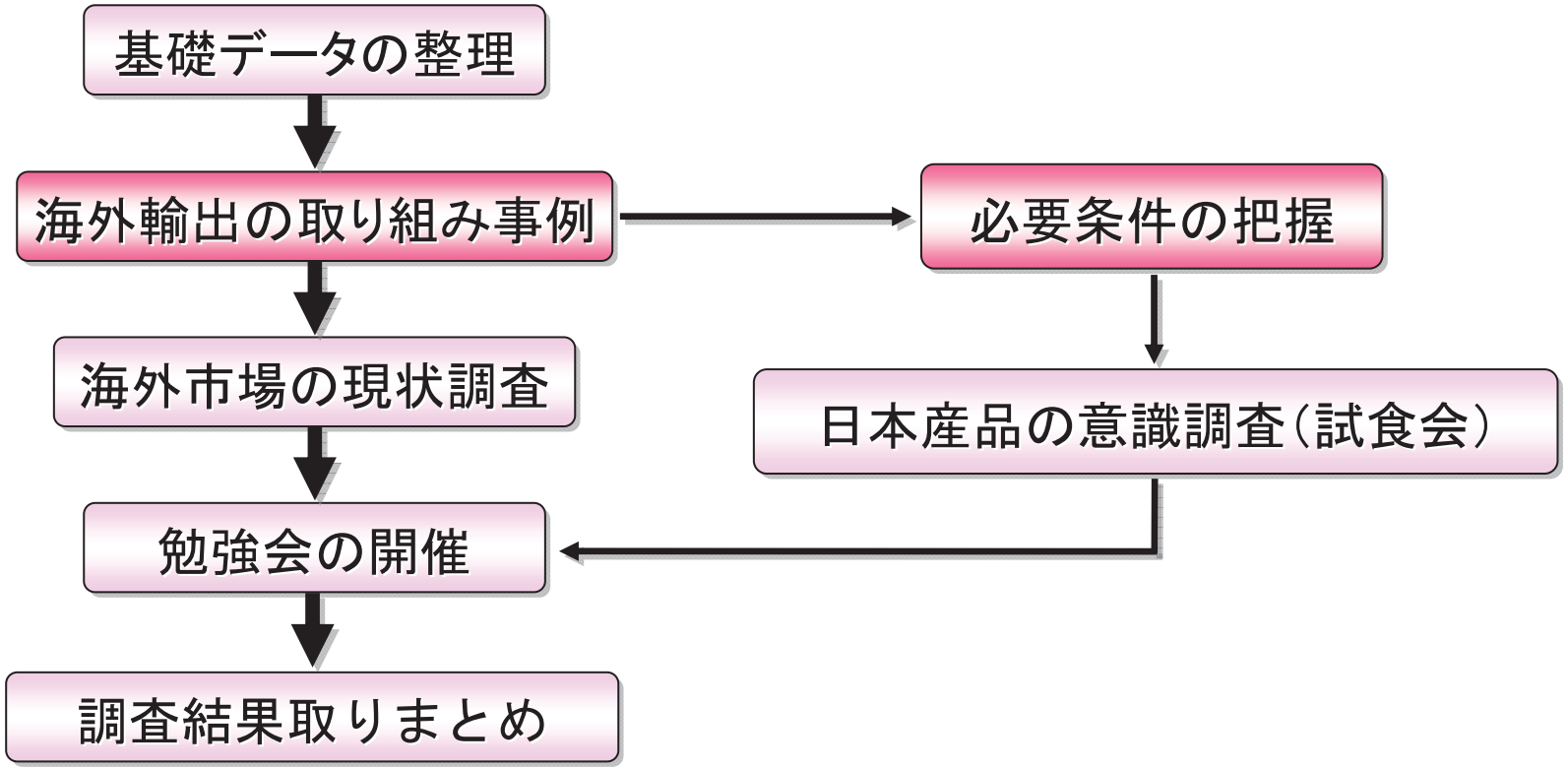
ポイント1：地域での生産量が多い
ポイント2：都府県の端境期に輸出が可能

海外輸出の可能性がある

1. 調査の概要
2. 基礎データの整理
3. *海外輸出の取り組み事例と必要条件の把握*
4. 海外市場の現状調査とニーズの把握
5. 勉強会の開催
6. 調査結果の取りまとめ

【目的】

- 国内における輸出の成功事例を調査し、胆振・日高地域で取り組む際の参考とする。
- 上記を踏まえ、海外輸出するための必要条件を整理



事例調査

【調査先】

全国の事例から、胆振・日高地域で参考になりそうな先進地として、輸出を行っている事業者と事業者を支援する組織のそれぞれ2ヵ所を選定

① 株式会社 和郷（千葉県香取市）
② JAたまな（熊本県玉名市）

輸出者

③ 青森県農林水産物輸出促進協議会（青森県）
④ 福岡県産品輸出促進協議会（福島県）

輸出支援組織

【調査内容】

調査は、現地で聞き取りにより実施

①輸出品目・輸出量、②輸出に至るまでの経緯、
③工夫した点や苦労した点、④輸出の実施による効果、
⑤今後の見通し　等

事例調査①　株式会社　和郷

○ 平成3年創設　産地直売スタート
○ 平成15年から香港へ野菜を輸出開始
○ EUROGAP(H17)、JGAP(H19)を取得

※GAPとは、食の安全や環境保全に取り組む農場や団体に与えられる認証制度（農業生産活動の各工程において適切な基準と管理が求められる）

【輸出先】香港、タイ（バンコク）
【輸出対象】高級日本食ﾚｽﾄﾗﾝ、一般ｽｰﾊﾟｰ
【輸出品目】県内産野菜を中心に多品目
【販売実績】H21 約2億6,000万円

千葉県　（株）和郷（野菜、果物、鮮魚、米、肉、加工食品を香港、タイへ）

平成15年から香港へ野菜の間接輸出（国内商社経由）を開始。
平成19年12月、香港に現地法人（OTENTO香港）を設立し、独自に青果野菜、果物、鮮魚を輸出・販売する一貫体制をスタート。更に、平成21年1月からは、タイ国でも現地法人（OTENTOタイランド：平成18年3月設立）による一貫体制を実施。
県内産の野菜を中心に、果物（他県産のりんご、いちご、ももなど）、鮮魚（マグロ、うに、イクラなどの高級食材）、米、肉、加工食品を輸出し、独自ブランド「OTENTO」で販売。
（平成21年度の販売実績　約2億6,000万円）

【販売戦略、工夫した点等】
・間接輸出（商社経由）で得た経験を生かし、「軟弱野菜の予冷・梱包技術の習得」、「現地訪問とバイヤーからの現地情報の収集」、「青果限定にこだわらず、海外ニーズの高い鮮魚との混載」により、コスト軽減、商品価値の向上を実現。
・鮮度、品質の保持のため、前日収穫した野菜と当日早朝にセリ落とした鮮魚を、当日便で現地14:00着、当日配送を確立。

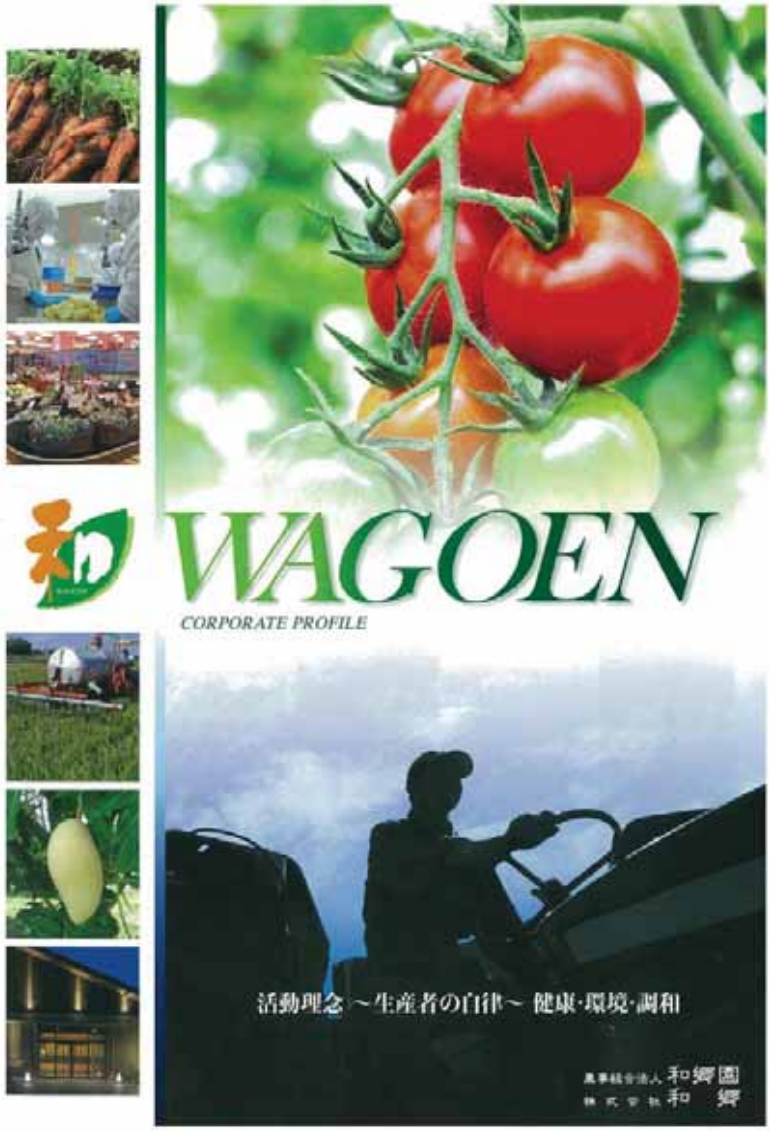
・平成17年9月、世界標準のEUREPGAPの認証を取得。また、将来、日本の農家が「攻めの農業」への展開に向け、日本における標準的なGAPを作るため、日本GAP協会の立ち上げに参画。（平成19年4月JGAP取得）

成田空港での積込準備

タイ、セントラルチットロム店での陳列

【輸出によるプラスの効果等】
・輸出により現地のインフラや市場等の状況が把握でき、最終目標である海外での農場経営の計画に役立てている。
・独自の日本産ブランド「OTENTO」を海外で広めることにより、付加価値のある販売戦略が可能となる。

出典：農林水産省「平成22年度農林水産物等の輸出取組事例」



出典：株式会社 和郷パンフレット

事例調査①　株式会社　和郷

≪輸出に至るまで≫

① 国内商社経由で野菜の輸出スタート（H15）

② 香港巨大百貨店に和郷園コーナーを設置し、販売促進活動

→ 少しずつ現地へ浸透

③ 香港、タイ、上海に現地法人設立（H19～22）

→ 独自に輸出する体制（直接貿易）を整える

- 当初は、和郷園の野菜を軸としていたが、現地ニーズに応えた結果、魚、肉、果物など多品目を輸出
- 鮮魚、肉、加工品は国内市場で調達し、最寄の空港から輸出
- 野菜は独自ブランド「OTENTO」で販売

OTENTO（THAILAND）CO.,LTD.

和郷園の農業生産技術・栽培管理技術を従来のタイの農業に取り入れ、安心・安全かつ美味しいマンゴーと、農薬・化学肥料不使用バナナの栽培事業ならびに販売事業を行なっております。日本人スタッフが直接産地を指導し、管理が行き届いた圃場で栽培した、"Made By Japanese"の商品を、生産現場からお客様まで責任を持ってお届けします。

OTENTO香港（奥天島（香港）有限公司）

和郷園の野菜を中心とした高品質な日本の農畜水産物・加工品を日本から輸入し、現地スーパー・レストランへの流通・販売を行なっております。

出典：WAGOEN　CORPORATE PROFILE

事例調査①　株式会社　和郷

≪工夫した点≫　品質管理、安定供給、価格設定、宣伝活動

○ 取引先レストランの注文を受けてから、24時間以内に配送出来るシステムを構築・・・「鮮度」が売り
○ 取引先ごとに商品を分けて梱包（国内で仕分け）
○ 鮮度が落ちやすい物は、完全密閉や予冷保冷による対策
○ 採算を取るため、１度に0.5～1トンまとめて輸出
　→ 青果と鮮魚を混載することでコスト軽減、商品価値向上を実現
○ 現地小売価格は、国内の３～５倍（物流コスト等を加味した結果）
○ スーパー向けには「和郷園」のシールを貼り、ブランドをアピール

≪苦労した点≫ 通関、検疫

○ 各国の検疫条件により、輸出相手国が限られる

和郷園事務所

事務所横の集出荷所

事例調査①　株式会社　和郷

≪輸出によって得られた効果≫

○ 現地のインフラ、市場等の把握ができ、最終目標である「海外での農場経営」の計画に役立てている

→　既にタイでバナナ、マンゴーを生産、現地人が和郷園で研修

→　中国（上海）での生産計画も進行中

○ 独自ブランド「OTENTO」を海外で広めることにより、付加価値のある販売戦略が可能

→　GAP認証により生産する安全・安心・高品質な農産物が国内外で認知され、知名度が向上（良いものは高くても売れる）

≪今後の見通し≫

○ 香港では、日本の産地間競争が激しく、販売価格が低下傾向
如何にして生産者へのメリットを出すかが課題

○ 物流費の削減が重要。国に補助を求めるなど改善が必要

→　国内価格の3～5倍となるのは物流費が高いためであり、今後はもっと安く販売したい（韓国などでは国が補助を行い成功した例がある）

事例調査② JAたまな

【輸出先】香港（H16～）、台湾（H16～）

【輸出対象】富裕層、一般

【輸出品目】いちご（ひのしずく）、みかん
ミニトマト（試験段階）

【販売実績】H21　2,300万円（いちご）

熊本県　JAたまな　（イチゴ「ひのしずく」を香港へ）

平成16年度から輸出事業を開始。
平成21年度は、香港へのイチゴ（ひのしずく）の輸出拡大に重点をおいた。
輸出拡大により、生産者所得の向上と生産組織の活性化を図るとともに、生産意欲の向上及び品質管理体制の強化を目指す。

香港での販促活動

平成21年度実績
香港：イチゴ（ひのしずく）　15.8トン　（前年度8.3トン）

【販売戦略、工夫した点等】

香港での玉名産ひのしずくのブランドを強くアピールするため、いちご部会の女性生産者による香港での試食宣伝販売会を開催。（4名の女性生産者を配置し、香港の日系百貨店、大型スーパー4店舗の特設売り場で春節前の土、日に開催。）

また、香港での熊本フェアにも出展。

平成21年度は、生産者も積極的に輸出に参画し、輸出に対する意欲も高まった。

香港では、販促、品質の評価も高く、前年の倍増近い輸出実績となった。

出典：農林水産省「平成22年度農林水産物等の輸出取組事例」

出典：JAたまなHP（台湾向けみかん）、JAたまな提供「ひのしずく」

事例調査② JAたまな

≪輸出に至るまで≫

① 始まりは、みかんを台湾へ独自に飛び込みで行う(H16)
→ 現地の輸入業者と商談を繰り返し、取引先を紹介してもらう
→ 国内の余りものを売ろうとしたが、現地ニーズは「最高級品」

② いちごは、香港の貿易会社から取り扱い要請を受ける(H16)
→ 取引先は香港で有名な輸入会社「味珍味(あじのちんみ)」
→ 1年目は 1トン、H21は 15トンにまで増加(輸出の主力品)

③ 国や県の補助・支援制度を活用して継続的に輸出
→ 補助金は、販売促進活動費(ポスター、のぼり等)、
現地の売り子、サンプル費などに利用

④ JAの努力と農家部会リーダーの協力により
輸出が定着
→ 価格交渉がまとまらず、輸出がない又は
減少する国や年もある(不況や円高は大きな影響)

**JAたまな農産物直売所・
指導販売部(輸出担当)事務所**

事例調査② JAたまな

≪工夫した点≫ 品質管理、安定供給、価格設定、宣伝活動

○ いちごのワンタッチ詰め（品質保持）、予冷保冷の徹底、緩衝材使用、輸出用パッケージ採用・・・高品質ブランド化

○ いちごは週2回の安定供給・・・祭事に合わせて重点出荷

→ いちごは、空輸で出荷の翌日夕方には店頭に並ぶ（東京への出荷より半日早い）

→ みかんは海上輸送（7日）、出荷の10日後には店頭に並ぶ

○ 毎年10月に12～3月の月別価格を設定（国内相場+資材代、物流・商流コスト） → 平均すると国内市場より高値で推移・・・輸出が優位

○ 香港で“ひのしずく”を『露之水滴』として商標登録（知財の防衛、他商品との差別化）

○ 現地の祭事に合わせて毎年継続的に販売促進活動

→農家の女性が現地に行ってPRしている・・・効果大（売上UP）

出典：JAたまな提供資料

▶ 輸出専用パッケージ

▶ 農家女性の現地販促活動

▶ 電光掲示板による現地PR活動

事例調査② JAたまな

≪苦労した点≫ 為替、クレーム処理

○ 為替に影響される（円高の影響）
○ クレーム処理において、産地、国内バイヤー、海外バイヤーの責任所在を明確化（国内で問題にならないことでも、海外ではトラブルに発展する可能性）

≪輸出によって得られた効果≫

○ 国内のマスコミに取り上げられる機会が増え、産地が注目（知名度が向上）
○ 農家所得の拡大、海外への販路拡大（国内は今後、国内価格UPが目標）
○ 生産意欲及び生産技術の向上により品質が向上

≪今後の見通し≫

○ 輸出の拡大は可能であるが、円高の影響でメリットがなくなる可能性
○ 香港からインドネシア、台湾へ販路を拡大
○ 国内市場・消費地へのカンフル剤（海外での評価が国内にも波及）

事例調査③　青森県農林水産物輸出促進協議会

○ 平成16年設立

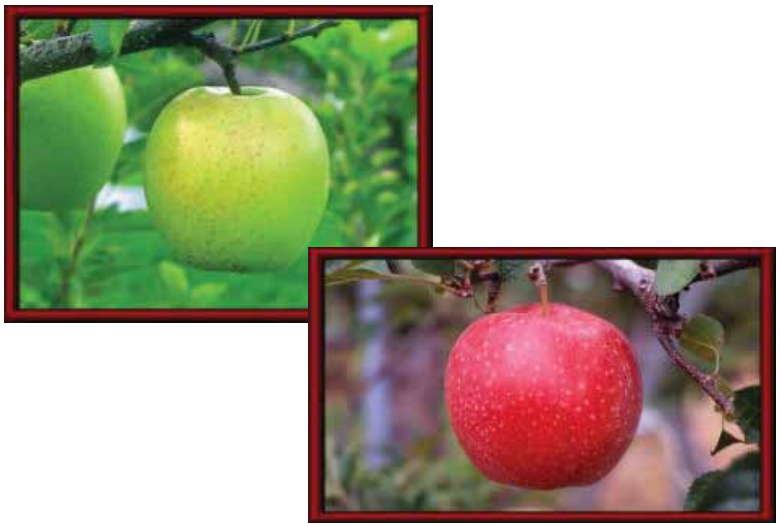
○ 県及び農協、漁業団体等の民間団体で構成、県が事務局

【輸出先】台湾、香港、タイ、中国、EU、北米、東南アジア

【輸出対象】富裕層、一般

【輸出品目】りんご、ながいも、
ほたて、米、りんごジュース

【販売実績】H20　151億円



出典：青森県HP（左：りんご「王林」、右：りんご「世界一」

青森県農林水産物輸出促進協議会 ・ 青森県産米輸出研究会
（青森県産農水産物を世界各国へ輸出）

平成16年度より、「青森県農林水産物輸出促進協議会」が中心となり、中国、中東、ロシア、アメリカを対象に、りんご、ながいも、ほたてを主要品目として、輸出拡大に取り組んでいる。

また、米については、平成19年度より、「青森県産米輸出研究会」が中心となり、県産米の販路開拓に取り組んでいる。

上海でのりんごPR

<本県産品の輸出量>

■りんご	20年産：	18,448トン	21年産：	18,216トン
■ながいも	20年産：	296トン	21年産：	416トン
■米	20年度：	0.2トン	21年度：	13トン

※りんごは、日本貿易統計から推計（21年産は21年9月～22年2月）、ながいもは、全農青森県本部調べ（21年産は21年11月～22年3月）、米は、青森県産米輸出研究会調べ

シンガポールでの県産米PR

【販売戦略・工夫した点】

- 対象国への輸出状況に応じ、ステップ1：新規市場輸出可能性調査、ステップ2：輸出ルート確立、ステップ3：輸出規模拡大と、段階的な輸出促進活動を展開し、市場開拓に努めている。
- 中東、ロシア：見本市への出展や個別商談を実施。
- 中国：バイヤーを産地へ招へいし商談会を開催したほか、現地での消費宣伝会、メディアを活用したPR、バイヤーに対する販売促進活動を実施。
- アメリカ：メディアを活用したPR、見本市への出展。
- 米については、香港・シンガポールにおいて、現地商談及び県産米のPR活動を実施。

出典：農林水産省「平成22年度農林水産物等の輸出取組事例」

事例調査③　青森県農林水産物輸出促進協議会

≪協議会の設立目的≫

国内消費量の減少が想定される中で、①販路の確保・拡大、②需給調整による国内市場の価格安定、③海外での評価による国内での価値向上を図ることを目的として設立

≪輸出に至るまで≫

○ りんごの輸出は100年以上の歴史。現在、りんごとほたてが輸出の主力

○ 協議会の主な役割：

① 輸出者の確保や取りまとめ、相手国の制度確認

② 輸出の可能性調査

③ 輸出ルートの開拓・拡大

④ 輸出規模の拡大

→ 商談・取引は民間ベースで実施

→ 輸出が軌道に乗れば、協議会は手を引く

○ 国の補助事業の活用（1/2補助事業）

○ 代金回収などのリスク回避のため、国内商社を通じた間接貿易が多い（県内の8割）

事例調査③　青森県農林水産物輸出促進協議会

≪工夫した点≫　品質管理、輸出体制、安定供給、宣伝活動

○ CA貯蔵※により、年間を通して高品質のりんごを供給

※ 貯蔵庫内の空気の組成、温度、湿度調節により、果物の呼吸・蒸散を抑える貯蔵法

○ りんごの尻に空気を吹きかけ、害虫除去による品質管理の徹底

○ 検疫上の制約がある国向けは、専用圃場で栽培

○ 海上輸送で、りんごは3～4日で台湾へ、ながいもは3週間弱で北米へ届く

○ 協議会の主な活動目標：

①見本市出展、商談会の開催等による新規パートナーの開拓
②小口ロットに対応できる出荷体制の構築、③新たな輸出品目の掘り起こし
④スーパー等での試食宣伝やメディアを活用したプロモーション活動による認知度向上

▶ 知事がPR（北京の量販店）

▶ 青森県フェア・りんご売り場（北京の量販店）

出典：青森県提供資料

事例調査③　青森県農林水産物輸出促進協議会

≪苦労した点≫ 通関、検疫

○ 特に台湾では植物防疫と残留農薬の基準設定が大きなハードル
　→病害虫防除と選果・品質管理の徹底を実施

≪輸出によって得られた効果≫

○ 国内市場の引き締め効果（国内価格が安い場合）
○ 販路の拡大
○ 海外での高い評価が国内での商品価値につながる

≪今後の見通し≫

○ りんごの生産を安定的に継続させるためには、海外に販路を求めざるを得ない
○「青森県農林水産品輸出促進戦略」により平成25年度までに輸出総額210億円（H20比 60億円UP）を目指す

事例調査④　福岡県産品輸出促進協議会

・平成2年度設立（平成21年度より現名称）

・県及び農協、漁業団体等の民間団体で構成、県が事務局

【輸出先】香港、台湾、シンガポール、タイ、ロシア 等

【輸出対象】富裕層

【輸出品目】いちご（あまおう） 等

【販売実績】H21 約10億円

出典：福岡県産品輸出促進協議会「福岡県の農産物ガイド」

福岡県産品輸出促進協議会　（イチゴ「あまおう」を香港、台湾等へ）

「あかい」「まるい」「おおきい」「うまい」の4つの単語の頭文字をとって「あまおう」。

「大玉で食味がよい」のが特長で、高級果実として主にアジアの富裕層、中間層の人気を獲得。

現在、香港、台湾、シンガポール、タイ、ロシアへ輸出。

福岡県産農産品輸出の牽引役となっている。

ブランドマーク（まるふくマーク）

平成20年度 あまおう輸出量　約65トン（平成21年度輸出量は集計中）

【販売戦略、工夫した点等】

・県産農産物の輸出用ブランドマーク（まるふくマーク）を考案し、香港、台湾、韓国、シンガポールなどで商標登録を行い、商品価値を高める取組を展開。

・香港、台湾、シンガポール、タイを中心に福岡フェア等を開催。平成21年度は台北駅にて「あまおう」のプロモーションを実施する等、県産農産品PR、ならびに販売促進・定番化に取り組んでいる。

・海外バイヤーを招聘し、産地視察、生産者との意見交換、商談等を実施し、バイヤーと産地の距離を縮め、指名買いにつなげることにも取り組んでいる。

ロシアバイヤーの産地招聘風景

出典：農林水産省「平成22年度農林水産物等の輸出取組事例」

事例調査④　福岡県産品輸出促進協議会

≪協議会の設立目的≫

農林水産物等の県産品の海外における市場開拓及び輸出振興に資することを目的に設立

≪輸出に至るまで≫

① 香港の日系百貨店やスーパーでアンテナショップ実施（H4～13）

② 香港への輸出ルート開拓のため、輸出業者や現地バイヤー等と個別商談（H14）

③ 台湾、中国、米国、欧州等での市場調査→商談会を実施（H15～）

④ 農業団体とともに「福岡農産物通商（株）」を設立（H20）

⑤ 各国での試食販売フェア開催等により、輸出量が着実に増加（H14～）

○ 県の現地事務所がバイヤー探し、商談会の開催等で活躍

○ H20より、国の補助事業の活用（1/2補助事業）

事例調査④　福岡県産品輸出促進協議会

≪工夫した点≫　品質管理、生産体制、宣伝活動

- ○ 輸送中の振動緩和、スレ傷防止のために、輸出専用パッケージを採用（いちご、いちじく）
- ○ 欧州の厳しい農薬基準を満たすために、輸出専用ほ場を設置（八女茶）
- ○ 販売促進活動用に、現地の言語でパンフレットやDVDを作成
- ○ 「まるふくマーク」で商標登録し、商品価値を向上
- ○ 海外での物産展を毎年定期的に開催し、現地ニーズの調査や県産品を幅広くPR

販売促進用のPRパンフレット（日本語版）、輸出国向けの言語版も作成

出典：福岡県提供資料

事例調査④　福岡県産品輸出促進協議会

≪苦労した点≫ ロットの確保、通関、検疫、為替

○ 国内外の需要時期が重なるので、ロットの確保が大変
○ 通関、検疫条件が頻繁に変わること（現地事務所・業者経由で情報収集）
○ 円高や不況による影響

≪輸出によって得られた効果≫

○ 海外で高い評価を得たため、
　国内のブランド力が向上
○ ブランド力の向上により、生産者の
　意欲が向上
○ あまおうが認められたため、
　他の県産品も海外で注目

「まるふくマーク」の商標登録申請と活用事例

まるふくマーク

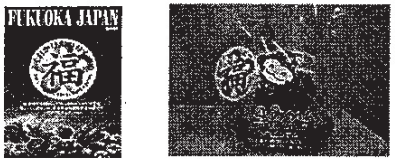
中国専用まるふくマーク

各国・地域の商標登録・申請状況

国・地域名	申請状況
香港(31類)	平成16年10月登録済
台湾(31類)	平成17年2月登録済
韓国(31類)	平成17年5月登録済
中国(苗木のみ、31類)	平成18年4月登録済
シンガポール(31類)	平成18年8月登録済
ドイツ(茶、30類)	平成19年12月登録済
中国(果実・野菜、31類)	平成21年6月登録済(専用マーク)
米国(30類、31類)	平成21年8月、平成22年3月登録済
EU(30類、31類)	平成21年3月、平成21年10月登録済
タイ(31類)	平成21年3月登録済
ロシア(30類、31類)	平成21年9月登録済

＊30類：緑茶・米等、31類：果実・野菜等

○活用事例



出典：福岡県提供資料

≪今後の見通し≫

○ 輸出環境は厳しいが、引き続き輸出促進に取り組む
○ 新たな商品の開発・販路開拓の助成に取り組んでおり、
　今後新たな加工品の輸出を検討

基本的な輸出条件の把握

① 動物・植物検疫

相手国や商品によって検疫条件が異なる

≪植物検疫条件の例≫

- 香港、シンガポール、マレーシアへは、ほとんどの品目が輸出できる
- 中国へは、青果物の輸出が原則禁止
- 韓国、台湾、タイへは日本で検査を受け、「植物検疫証明書」を添付すれば輸出できる

※ 植物検疫証明書とは
相手国の要求する検査を日本で受け、合格したものに発給される証明書

諸外国に植物等を輸出する場合の検疫条件一覧表（アジアを例に）

種類／輸出相手国		野菜（果菜）						野菜（葉菜）			野菜（根菜）			精米	切り花
		トマト	メロン	イチゴ	かぼちゃ	ピーマン	きゅうり	ねぎ	レタス	キャベツ	だいこん	たまねぎ	にんじん		
アジア	韓国	○※1	○	○	○	×	×	○	○	○	○	○	○	○	△
	台湾	×※2	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	△
	中国	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	☆	△
	香港	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
	モンゴル	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	△	□
	フィリピン	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	P	○
	ベトナム	P	P	P	P	P	P	○	○	○	P	P	P	○	△
	タイ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	△
	シンガポール	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎※4
	マレーシア	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	P
	インドネシア	P	P	P	P	P	P	○	○	○	○	P	○	△※3	P
	ブルネイ	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P
	インド	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	P	×	P	△
	スリランカ	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P
	パキスタン	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	△

【表中の記号について】

◎：植物検疫証明書なしで輸出できる。
○：日本の検査を受けて植物検疫証明書を添付すれば、輸出できる。
P：輸出前に相手国の「輸入許可証」の取得が必要である。
☆：特別な検疫条件（二国間合意、栽培地検査等）を満たしたもののみ輸出できる。
×：相手国が輸入を原則禁止している。
△：最寄りの植物検疫所に照会する。
□：不明または相手国の輸出条件に関する情報がほとんどなし。

資料：植物防疫所HPより作成

※1 与那国島で生産されたものの輸出は不可
※2 ジャガイモ疫病の発生地域で生産されたものでないことが条件
（日本では本病の発生が報告されており、輸出不可となっている）
※3 収穫期前後を除く期間に限り、インドネシア商務省の許可を得たもののみ輸出可能
※4 ブーケ及び観賞用の切り葉は輸出検査が必要

基本的な輸出条件の把握

② 衛生証明書、原産地証明書など

相手国や商品によって要求される場合がある

- 保健所発行の衛生証明書
- 商工会議所発行の原産地証明書
- GAPに基づく認証、施設のHACCP認定など

（例）中国へ水産物（水産食品）を輸出する場合の手続き

	条件	取扱要領
中国	中国政府の規則に則り、以下の手続きが必要。 ○ 施設の登録（都道府県等衛生部局に申請） ・中国に輸出する水産食品を製造、加工、処理又は保管する施設について施設毎に登録。 ・登録施設に対し都道府県等の食品衛生監視員は、少なくとも年1回の監視等を実施。 ○ 輸出する水産食品への衛生証明書の添付 ・申請書に基づき都道府県等衛生部局は、確認、署名担当者の署名、印章を押印。 ・衛生証明書の発行申請に際し、食品衛生法に基づく登録検査機関又は都道府県等の食品衛生検査施設による所要の規準に適合する旨の試験成績書の添付が必要 （試験成績書は、製品が生鮮品にあっては、1年間、冷凍品にあっては、半年間有効）。	・「対中国輸出水産食品の取扱いについて」（厚生労働省通知）に基づき対応 【H18. 1】 ホームページ：http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/iyaku/syoku-anzen/jigyousya/taichu/

資料：「平成21年度版　農林水産物・食品の『輸出』についてのヒント集」（農林水産省）

基本的な輸出条件の把握

③ 関税、各種税

相手国や商品によって異なり、付加価値税、消費税なども課される場合がある

≪関税率の例≫

- 数%～最大50%の関税
- 香港は全品目において関税ゼロ
- 形態、品質、成分によって関税が異なる場合もある

（例）主な品目の海外における関税率一覧（%）

（2009年1月31日現在）

	中国	香港	大韓民国	台湾	EU	米国
精米	1 or 65 (1)	Free	5	45TWD/kg	Free or 143EUR/mt (1)	0.014USD/kg
ながいも（生鮮等）	13	Free	20 or 385 (1)	16	3	16
りんご（生鮮）	10	Free	45	20	6.4 (5)	Free
なし（生鮮）	10	Free	45	49TWD/kg	8 (5)	Free～0.003USD/kg (5)
温州みかん（生鮮等）	12	Free	50	30	16 (5)	0.019USD/kg
桃（生鮮）	10	Free	45	20	17.6 (5)	Free～0.002USD/kg (5)
緑茶（3kg以下直接包装）	15	Free	40	17	3.2	Free～6.4 (6)
牛肉（生鮮・冷蔵、骨無し）	12	Free	30 or 40 (1)	10TWD/kg	12.8%+303.4EUR/100kg net	4～10 (7)
牛肉（冷凍、骨無し）	12	Free	30 or 40 (1)	10TWD/kg	12.8%+221.1～304.1EUR /100kg net (8)	4～10 (7)
あられ、せんべい	20	Free	8	20	9	4.5
みそ	21	Free	8	12	7.7	6.4
しょう油	28	Free	8	15	7.7	3
丸太（針葉樹）	Free	Free	Free	Free	Free	Free
木炭	10.5	Free	2	Free	Free	Free
乾しいたけ	13	Free	30 (2)	369TWD/kg	12.8	2.6%+0.019USD/kg
さば（生鮮・冷蔵）	12	Free	20	25 (3)	Free～20 (5)	Free
さば（冷凍）	10	Free	10	25 (4)	Free～20 (5)(9)	Free
さけ（冷凍・太平洋さけ）	10	Free	10	10	Free～2 (10)	Free
ほたて貝（冷凍）	14	Free	20	12.5	8	Free
かつお（冷凍）	12	Free	10	20	22	Free
さんま（冷凍）	10	Free	10	20	12.4	Free
貝柱調製品	5	Free	20	18	26	Free
魚肉かまぼこ・練り製品	12	Free	20	17.5	20	Free

（ジェトロ　世界各国の関税率（http://www.jetro.go.jp/theme/trade/tariff/）より）

(1)関税割当品目　(2)又は1,218 WON/kgのどちらか高い方　(3)又は9.30TWD/kgのどちらか高い方
(4)又は7.30TWD/kgのどちらか高い方　(5)季節関税　(6)製造方法により異なる
(7)品質により異なる　(8)形態、品質、成分により異なる　(9)種類により異なる
(10)形態、種類により異なる

（注）
・表は関税率のみを記載していますが、国や品目によって、関税以外の税、手数料等が課される場合があります。
・実際に輸出をする際は、最新の情報を入手してください。

資料：「平成21年度版　農林水産物・食品の『輸出』についてのヒント集」（農林水産省）

基本的な輸出条件の把握

④ 表示規制などの現地ルール

相手国で認められていない添加物や、成分表示の内容や方法などのルール

▲香港向け乾麺の栄養成分表示
（中国の乾麺メーカー作成）

出典：農林水産省H19加工食品輸出実行ハンドブック

○ 例えば香港では、飽和脂肪酸、トランス脂肪酸の表示義務がある → 日本はない

○ 日本で使用可能な食品添加物であっても、香港では使用が認められていない食品添加物もある（例：ステビア、クチナシ色素など）

輸出相手国・地域の法令に準拠するよう、配慮が必要

基本的な輸出条件の把握

⑤ 輸出向けの物流インフラ（港湾・空港）

○長期保存可能なものは海上コンテナ輸出、鮮度が重要な物は空輸
○空輸の方が、海輸に比べて物流コスト が割高

≪港湾≫

港　湾	行　き　先	便　数
苫小牧港	韓 国	4便/週
	中国、韓国 経由便	2便/週
	台湾、中国 経由便	1便/週
	韓国、香港、タイ 経由便	1便/週
	北米(シアトル、バンクーバー)	1便/隔週
石狩湾新港	韓　国	2便/週
小　樽　港	中　国	1便/週
函　館　港	韓　国	1便/週
釧　路　港	韓国、中国 経由便	1便/週

※道内の外貿コンテナ航路　（平成22年11月現在）

≪苫小牧港は、道内の海上コンテナ輸出量の8割を占める輸出の拠点≫

≪空港≫

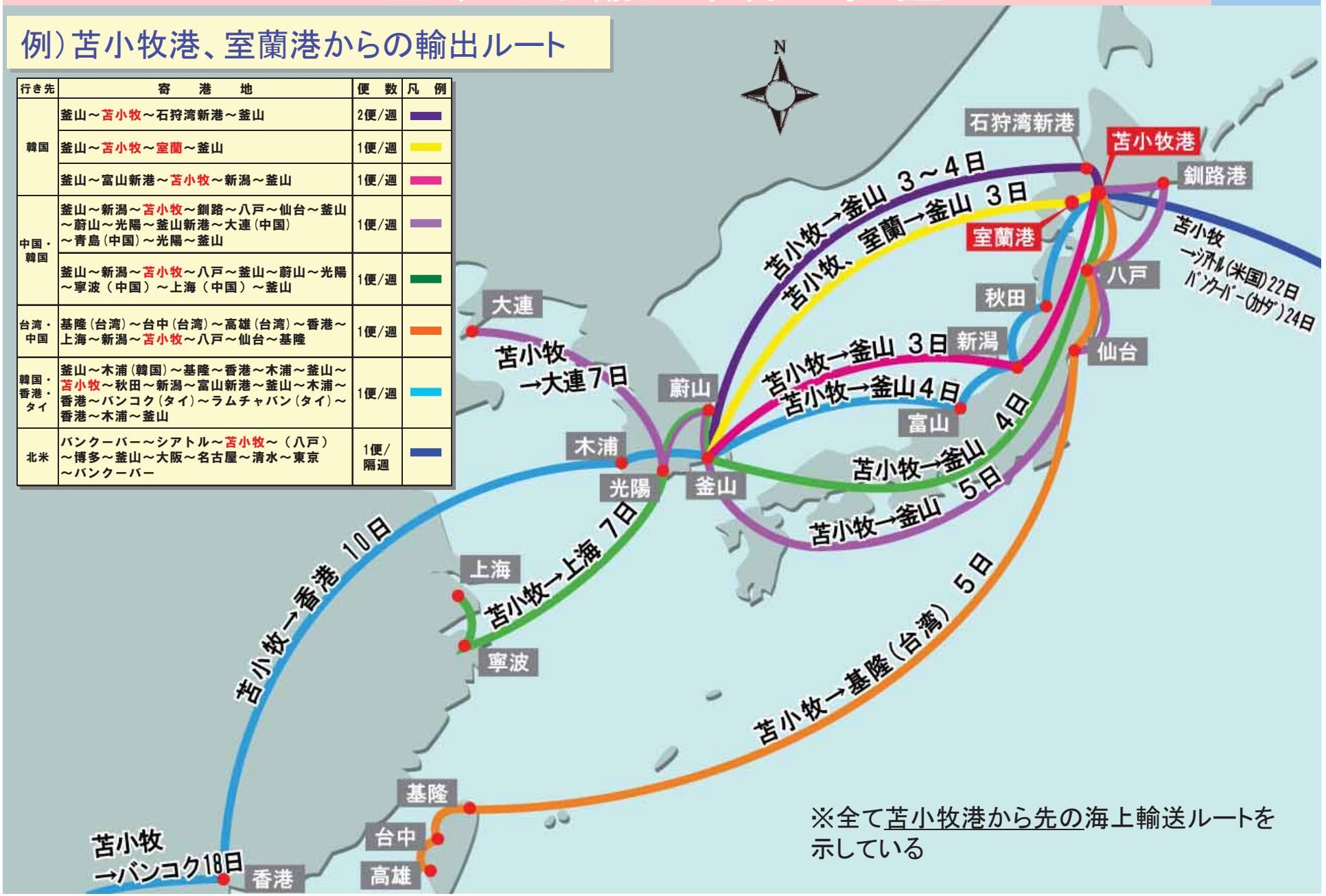
空　港	行　き　先	運　航　日
新千歳空港	韓国（釜山）	週3日
	韓国（ソウル）	毎　日
	香港	毎　日
	台湾（台北）	毎　日
	中国（上海、北京）	週4日
	中国（大連）	週2日
	ユジノサハリンスク	週2日
	グアム	週2日
函館空港	韓国（ソウル）	週3日

（新千歳空港：平成22年7月現在、函館空港：平成23年3月現在）

基本的な輸出条件の把握

例）苫小牧港、室蘭港からの輸出ルート

行き先	寄　港　地	便　数	凡　例
韓国	釜山～苫小牧～石狩湾新港～釜山	2便/週	
	釜山～苫小牧～室蘭～釜山	1便/週	
	釜山～富山新港～苫小牧～新潟～釜山	1便/週	
中国・韓国	釜山～新潟～苫小牧～釧路～八戸～仙台～釜山～蔚山～光陽～釜山新港～大連（中国）～青島（中国）～光陽～釜山	1便/週	
	釜山～新潟～苫小牧～八戸～釜山～蔚山～光陽～寧波（中国）～上海（中国）～釜山	1便/週	
台湾・中国	基隆（台湾）～台中（台湾）～高雄（台湾）～香港～上海～新潟～苫小牧～八戸～仙台～基隆	1便/週	
韓国・香港・タイ	釜山～木浦（韓国）～基隆～香港～木浦～釜山～苫小牧～秋田～新潟～富山新港～釜山～木浦～香港～バンコク（タイ）～ラムチャバン（タイ）～香港～木浦～釜山	1便/週	
北米	バンクーバー～シアトル～苫小牧～（八戸）～博多～釜山～大阪～名古屋～清水～東京～バンクーバー	1便/隔週	



※全て苫小牧港から先の海上輸送ルートを示している

基本的な輸出条件の把握

輸出までの道のり

STEP1　輸出イベント等に参加し、情報を得る

STEP2　輸出相手国の市場調査、輸出条件調査

STEP3　　輸出プランを立てる

STEP4　　輸出スタート

STEP1

「輸出イベントに参加し、情報を得る」

- 事業パートナーを開拓
- 『どの国で、どんな商品が、どんな価格』で売れるのか

▼ 海外の食品見本市で事業パートナー開拓

出典：農林水産物・食品の輸出促進対策の概要（農林水産省）

輸出までの道のり

STEP2

「輸出相手国の市場調査・輸出条件調査」

- 輸出相手国の飲食店・小売店などに出向き、ニーズを把握
- 農林水産省やジェトロが発信している輸出条件を調査する

▼海外スーパーでの試食会の開催、市場調査

出典：農林水産物・食品の輸出促進対策の概要（農林水産省）

STEP3

「輸出プランを立てる」

- STEP2の結果から、輸出の可能性や適合性を検討
- 数量、時期、輸出手続き、輸送方法等についての検討
  →コスト分析
- 商品の名称の商標登録など、知的財産を管理
- 事業パートナーとともに、現地の取扱先を開拓

▼ 福岡県の輸出用ブランドマーク

ブランドマーク（まるふくマーク）

STEP4 「輸出スタート」

▼海外輸出するための必要条件のポイント

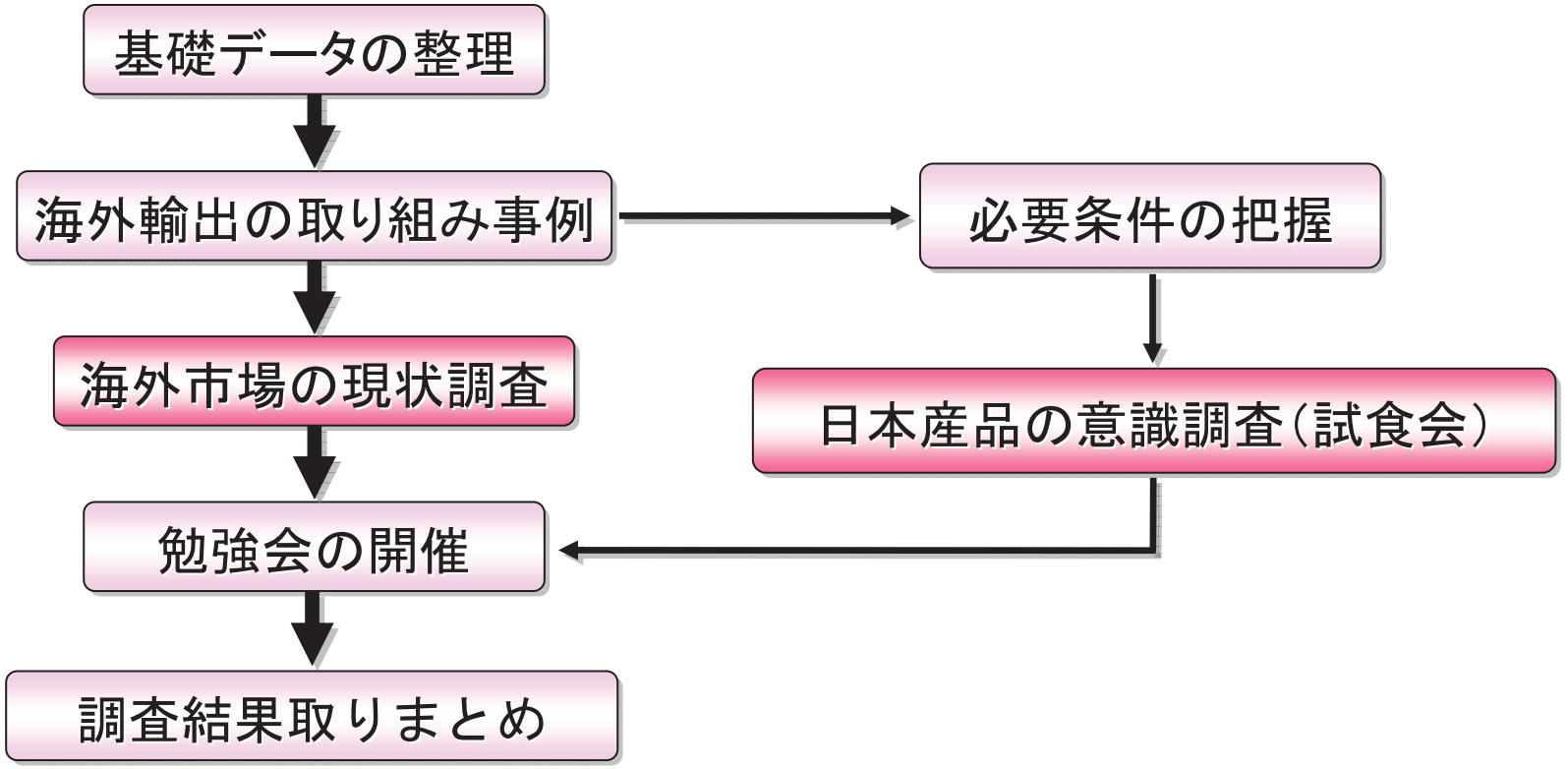
① 国内の余り物（余剰農水産物）を売るという発想ではいけない
② 産地をまとめるリーダーが必要
③ 輸出がビジネスとして成り立つロットを想定した生産体制の整備
④ 流通体制の整備（国・商品に応じた最適な輸送手段、採算性）
⑤ 品質の管理（高品質で安全・安心なブランド構築）
⑥ 販売促進活動の継続的な実施
⑦ クレームへの迅速な対応（事業パートナーとの信頼関係構築）
⑧ 輸出プランの立案・見直し（輸出の可能性や適合性、プランの定期的なチェックと改善）
⑨ 輸出支援制度の有効活用

1. 調査の概要
2. 基礎データの整理
3. 海外輸出の取り組み事例と必要条件の把握
4. *海外市場の現状調査とニーズの把握*
5. 勉強会の開催
6. 調査結果の取りまとめ

4. 海外市場の現状調査とニーズの把握≪はじめに≫

【目的】

- 海外での日本産品の販売価格を把握する
- 胆振、日高地域の農水産品・加工品の試食会を行い、外国人のニーズを把握する



海外における日本産品の販売状況

【調査内容】

○ジェトロでは、日本から海外に輸出され、百貨店やスーパー等で販売される農水産品（加工を含む）の小売価格について調査しており、東アジアを中心に調査結果が公表

○このうち、胆振・日高地域から輸出が可能と思われる「米、いちご、トマト、メロン、りんご、牛乳、牛肉、ほっき貝、ほたて」について各国での小売価格、ブランド名、販売店舗名を整理
また、同じ場所で販売されている日本以外の外国産の販売額も合わせて整理

○全般的に日本産品は他の外国産と比較して高値で販売

○ただし、これは物流コスト等が加味された価格であり、農家の出荷価格と直結されるものでないことに留意

※円換算及び日本の小売価格は一時点のもののため参考値

米

○日本産の米の小売価格は、アジア諸国では500～1,300円/kgと幅広い価格帯
→中国では1,000円/kg以上で新潟産等の高級米が販売
→香港やシンガポールでは1,000円/kg以下であきたこまちや道産米が販売
→他の外国産と比べ、2～10倍の価格差
○欧米では500円/kg程度であきたこまちが主流
○日本国内のコシヒカリ小売価格は450円/kg程度であることから、
→アジア諸国では高いもので3倍
→欧米ではわずかの差

国（都市）名	産地	小売価格（現地通貨）	単位	ブランド名	販売店舗名	貨幣呼称	円換算	単位当り小売価格（円）
中国（北京）（2010.9）	日本	178.00	2kg	山形県米	台湾三越	元	2,136	1,068 円/kg
	日本	198.00	2kg	新潟県米	イトーヨーカ堂アジア村店		2,376	1,188 円/kg
	タイ	110.00	5kg	今怡タイジャスミン香米	太平洋百貨店		1,320	264 円/kg
	中国	298.00	5kg	皇家　緑色生態有機米	台湾三越		3,576	715 円/kg
中国（上海）（2010.3）	日本	188.00	2kg	日本産新潟	易初蓮華	元	2,256	1,128 円/kg
	日本	210.00	2kg	日本産新潟	ヤオハン		2,520	1,260 円/kg
	タイ	69.90	5kg	泰国皇族茉莉香米	易初蓮華		839	168 円/kg
	中国	70.40	5kg	有機米（吉林産）	ウォルマート		845	169 円/kg
中国（広州）（2010.3）	日本	225.00	2kg	新潟越光	不明	元	2,700	1,350 円/kg
	タイ	59.80	5kg	漫哈濃香	〃		718	144 円/kg
	中国	30.90	5kg	北大荒　真珠米	〃		371	74 円/kg
中国（大連）（2010.11）	日本	198.00	2kg	中糧日本産	マイカル、久光百貨店等	元	2,376	1,188 円/kg
	タイ	85.80	5kg	今怡ジャスミンライス	〃		1,030	206 円/kg
	中国	60.00	5kg	紅水晶特急東北真珠米	〃		720	144 円/kg
インドネシア（ジャカルタ）（2010.10）	日本	310,000.00	5kg	玉錦	不明	ルピア	3,100	620 円/kg
	アメリカ	180,000.00	5kg	コシヒカリ	〃		1,800	360 円/kg
	ｵｰｽﾄﾗﾘｱ	72,990.00	2.5kg	富士光	〃		730	292 円/kg
	インドネシア	106,990.00	10kg	Gianjur　Giant	〃		1,070	107 円/kg
シンガポール（2010.11）	日本	77.00	5kg	新潟こしひかり	明治屋	ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙﾄﾞﾙ	4,928	986 円/kg
	日本	48.00	5kg	秋田あきたこまち	〃		3,072	614 円/kg
	日本	23.75	2kg	北海道ほしのゆめ	〃		1,520	760 円/kg
	日本	23.80	2kg	北海道ななつぼし	〃		1,523	762 円/kg
	韓国	45.50	5kg	Gold Rice	〃		2,912	582 円/kg
	ベトナム	15.95	5kg	あきたこまち	〃		1,021	204 円/kg
	アメリカ	19.90	2.5kg	こしひかり	〃		1,274	509 円/kg
	ｵｰｽﾄﾗﾘｱ	13.90	5kg	カルローズ	ブキ・ティマ店		890	178 円/kg
	タイ	6.95	5kg	White Rice	〃		445	89 円/kg
タイ（2010.11）	日本	720.00	2kg	新潟コシヒカリ	Fujiスーパー	バーツ	2,160	1,080 円/kg
	タイ	285.00	5kg	はるか	〃		855	171 円/kg
香港（2010.5）	日本	170.00	2kg	新潟産こしひかり	コーンヒル	香港ドル	1,870	935 円/kg
	日本	99.00	2kg	あきたこまち	〃		1,089	545 円/kg
	アメリカ	88.00	2.27kg	たまき	〃		968	426 円/kg
オーストラリア（2010.9）	日本	49.90	10kg	あきたこまち	JJW Gold Supermarket	ｵｰｽﾄﾗﾘｱﾄﾞﾙ	4,192	419 円/kg
	アメリカ	16.80	6.8kg	こしひかり	〃		1,411	208 円/kg
	ｵｰｽﾄﾗﾘｱ	23.80	10kg	Sun Rice Sushi Rice	Coles		1,999	200 円/kg
アメリカ（ロサンゼルス）（2010.9）	日本	12.99	2kg	あかふじあきたこまち	日系B	米ドル	1,065	533 円/kg
	アメリカ	19.99	9.1kg	Shirakiku	米系C		1,639	180 円/kg
イギリス（ロンドン）（2010.3）	日本	15.10	5kg	秋田こまち	不明	英ポンド	2,054	411 円/kg
	イタリア	15.10	5kg	ゆめにしき	〃		2,054	411 円/kg
	アメリカ	21.10	10kg	にしき	〃		2,870	287 円/kg
	アメリカ	25.00	10kg	米国産コシヒカリ	〃		3,400	340 円/kg

資料：ジェトロ調べ（平成22年）

注1：国（都市）名の（　）は、調査年月である。
注2：為替レートは、1中国元＝12円、1ｲﾝﾄﾞﾈｼｱ・ルピア＝0.01円、1ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ・ﾄﾞﾙ＝64円、1ベトナム・ドン＝0.004円、1タイ・バーツ＝3円、1香港ドル＝11円、1ｵｰｽﾄﾗﾘｱ・ドル＝84円、1米ドル＝82円、1イギリス・ポンド＝136円で換算

いちご・トマト・メロン

○日本産のいちごの小売価格は、香港で900円/ﾊﾟｯｸ程度（事例調査では1,200円/ﾊﾟｯｸ程度）、タイでは3,570円/ﾊﾟｯｸ。他の外国産に比べ、約2倍の価格差
福岡県のあまおうは日本国内では700円/ﾊﾟｯｸ程度であることから、香港では約2倍タイでは約5倍の価格で販売

○日本産のトマトの小売価格は、インドネシアで150円/個。自国の高級なもの（32円/100g）を150円分購入する場合、約470gとなることから、日本産の方が高値で販売されていることがわかる

○日本産のメロンの小売価格は、タイで 5,000円/個。他の外国産に比べ、約6倍の価格差
マスクメロンの1個当り重量は1.5kg程度であることから、重量当りに換算すると3,000円/kg。夕張メロンの日本国内小売価格は2,700円/個（1,700円/kg）であることから、これと比較しても約2倍の価格

▼いちご

国（都市）名	産地	小売価格(現地通貨)	単位	ブランド名	販売店舗名	貨幣呼称	円換算	単位当り小売価格(円)
タイ（2010.11）	日本	1,190.00	パック	佐賀ほのか	チッドロム	バーツ	3,570	3,570 円/ﾊﾟｯｸ
	ﾆｭｰｼﾞｰﾗﾝﾄﾞ	499.00	パック	Long Stem Strawberry	〃		1,497	1,497 円/ﾊﾟｯｸ
香港（2010.5）	日本	85.00	パック	甘王	コーンヒル	香港ドル	935	935 円/ﾊﾟｯｸ
	日本	82.00	パック	甘王	タイムズスクエア		902	902 円/ﾊﾟｯｸ
	アメリカ	47.90	パック	Long Stem	コーンヒル		527	527 円/ﾊﾟｯｸ
	韓国	39.90	400ｇ	ストロベリー	〃		439	110 円/100g

▼トマト

国（都市）名	産地	小売価格(現地通貨)	単位	ブランド名	販売店舗名	貨幣呼称	円換算	単位当り小売価格(円)
インドネシア（ジャカルタ）（2010.10）	日本	30,000.00	小2個	しげちゃんトマト	不明	ルピア	300	150 円/個
	インドネシア	31,800.00	1kg	Grace S	〃		318	32 円/100g
	インドネシア	699.00	100ｇ	Gelar	〃		7	7 円/100g

▼メロン

国（都市）名	産地	小売価格(現地通貨)	単位	ブランド名	販売店舗名	貨幣呼称	円換算	単位当り小売価格(円)
タイ（2010.11）	日本	1,690.00	個	Red meat melon	チッドロム	バーツ	5,070	5,070 円/個
	ｵｰｽﾄﾗﾘｱ	159.00	kg	Rock Melon	〃		477	477 円/kg
	タイ	139.00	kg	Japanese Melon	〃		417	417 円/kg

資料:ジェトロ調べ(平成22年)

注1:国(都市)名の( )は、調査年月である。
注2:為替レートは、1中国元＝12円、1ｲﾝﾄﾞﾈｼｱ・ルピア＝0.01円、1ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ・ﾄﾞﾙ＝64円、1ベトナム・ドン＝0.004円、1タイ・バーツ＝3円、1香港ドル＝11円、1ｵｰｽﾄﾗﾘｱ・ドル＝84円、1米ドル＝82円、1イギリス・ポンド＝136円で換算

りんご

○日本産のりんごの小売価格は、アジア諸国では200～1,200円/個と幅広い価格帯

→中国では1,000円/個前後で販売、現地産や他の外国産と比べ、10倍以上の価格差

→事例調査によると中国では贈答用に大玉が好まれる。日本の産地で生産量が減少している「世界一」が人気とのこと

→香港やシンガポール、タイでは200～300円/個、ここでも現地産や他の外国産に比べ、10倍近くの価格差

○日本国内での小売価格は、150円/個程度であることから、

→中国では約10倍

→香港・シンガポール・タイでは約2倍の差

国（都市）名	産地	小売価格（現地通貨）	単位	ブランド名	販売店舗名	貨幣呼称	円換算	単位当り小売価格（円）
中国（上海）（2010.3）	日本	96.00	1個	金星特急（青森）	易初蓮華	元	1,152	1,152 円/個
	日本	88.00	1個	世界一	〃		1,056	1,056 円/個
	日本	68.00	1個	日本特急王林	〃		816	816 円/個
	アメリカ	18.00	500ｇ	ローヤルガラ	ヤオハン		216	43 円/100g
	中国	18.00	500ｇ	有機氷糖芯	〃		216	43 円/100g
	中国	8.80	500ｇ	山東紅富士	パークンショップ		106	21 円/100g
中国（広州）（2010.3）	日本	68.00	1個	日本富士	不明	元	816	816 円/個
	日本	46.80	1個	陸奥	〃		562	562 円/個
	ﾆｭｰｼﾞｰﾗﾝﾄﾞ	8.80	500ｇ	紅玫紅富士	〃		106	21 円/100g
	アメリカ	8.80	500ｇ	美国蛇果	〃		106	21 円/100g
	中国	5.80	500ｇ	水晶紅富士	〃		70	14 円/100g
中国（大連）（2010.11）	日本	96.00	1kg	世界一	マイカル、久光百貨店等	元	1,152	115 円/100g
	中国	25.20	1kg	富士有機りんご	〃		302	30 円/100g
	中国	53.60	1kg	百味園有機りんご	〃		643	64 円/100g
インドネシア（ジャカルタ）（2010.10）	日本	2,499.00	100ｇ	Fuji Super	不明	ルピア	25	25 円/100g
	日本	42,500.00	100ｇ	Yellow Kinseri	〃		425	425 円/100g
	アメリカ	2,880.00	100ｇ	Grammy Smith	〃		29	29 円/100g
	アメリカ	2,599.00	100ｇ	Apel	〃		26	26 円/100g
	中国	2,990.00	100ｇ	Fuji Hwang	〃		30	30 円/100g
シンガポール（2010.11）	日本	9.90	3個	サンつがる（長野）	ブキ・ティマ店	ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙﾄﾞﾙ	634	211 円/個
	日本	9.30	3個	黄王（岩手）	〃		595	198 円/個
	日本	8.90	2個	黄王（青森）	〃		570	285 円/個
	中国	0.90	1個	ふじ	明治屋		58	58 円/個
	中国	0.90	1個	ふじ	ブキ・ティマ店		58	58 円/個
	南アフリカ	0.60	1個	ふじ	〃		38	38 円/個
	ﾆｭｰｼﾞｰﾗﾝﾄﾞ	3.80	4個	Organic Royal Gala Apple	明治屋		243	61 円/個
	アメリカ	2.20	4個	Royal Gala Apple	〃		141	35 円/個
	フランス	0.70	1個	Golden Delicious Apple	ブキ・ティマ店		45	45 円/個
	韓国	3.80	2個	ふじ	明治屋		243	122 円/個
ベトナム（ハノイ）（2010.12）	日本	420,000.00	kg	ふじ	Unimart	ドン	1,680	1,680 円/kg
	ﾆｭｰｼﾞｰﾗﾝﾄﾞ	100,000.00	kg	Rose	〃		400	400 円/kg
	ｵｰｽﾄﾗﾘｱ	195,000.00	kg	ふじ	〃		780	780 円/kg
	アメリカ	106,000.00	kg	Red Apple	〃		424	424 円/kg
	南アフリカ	86,000.00	kg	South African Apple	〃		344	344 円/kg
タイ（2010.11）	日本	169.00	個	むつ	チッドロム	バーツ	507	507 円/個
	中国	25.00	個	ふじ	〃		75	75 円/個
	アメリカ	13.00	kg	RED APPLE	〃		39	39 円/kg
香港（2010.5）	日本	16.90	個	ふじ	コーンヒル	香港ドル	186	186 円/個
	日本	28.00	個	王林	タイムズスクエア		308	308 円/個
	日本	26.00	個	ジョナゴールド	〃		286	286 円/個
	アメリカ	3.95	個	レッド	コーンヒル		43	43 円/個
	中国	3.30	個	ふじ	〃		36	36 円/個

資料：ジェトロ調べ（平成22年）

注1：国（都市）名の（　）は、調査年月である。
注2：為替レートは、1中国元＝12円、1ｲﾝﾄﾞﾈｼｱ・ルピア＝0.01円、1ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ・ﾄﾞﾙ＝64円、1ベトナム・ドン＝0.004円、1タイ・バーツ＝3円、1香港ドル＝11円、1ｵｰｽﾄﾗﾘｱ・ドル＝84円、1米ドル＝82円、1イギリス・ポンド＝136円で換算

牛乳・牛肉・ほっき貝・ほたて

○日本産の牛乳の小売価格は、インドネシアで1,172円/L、現地産に比べ約5倍で販売。「森永おいしい低脂肪乳」の日本国内の小売価格は280円/Lであることから、インドネシアで販売する場合は約4倍

○牛肉は、品種や部位等により、価格が異なることから、単純比較はできないが、現地産や他の外国産と比べ、2～10倍以上の価格で販売

○日本産のほっき貝の小売価格は、中国で696円/100g。現地産や他の外国産の約2倍で販売。日本国内の小売価格は150円/100g程度であることから、中国で販売する場合は約5倍

○日本産のほたての小売価格は、350～450円/100g。現地産の約2倍の価格で販売。日本国内の大粒の小売価格は300円/100g程度であることから、国内との価格差は1.5倍程度

▼牛乳

国（都市）名	産地	小売価格（現地通貨）	単位	ブランド名	販売店舗名	貨幣呼称	円換算	単位当り小売価格(円)
インドネシア	日本	117,200.00	1L	森永おいしい低脂肪乳	不明	ルピア	1,172	1,172 円/L
（ジャカルタ）	インドネシア	22,500.00	1L	Greenfield	〃		225	225 円/L
(2010.10)								

▼牛肉

国（都市）名	産地	小売価格（現地通貨）	単位	ブランド名	販売店舗名	貨幣呼称	円換算	単位当り小売価格(円)
中国（上海）	日本	258.00	100ｇ	雪竜黒牛西冷排	易初蓮華	元	3,096	3,096 円/100g
(2010.3)	日本	188.00	100ｇ	雪竜黒牛西冷排	易初蓮華		2,256	2,256 円/100g
	豪州	49.80	100ｇ	豪州眼肉	易初蓮華		598	598 円/100g
	ｵｰｽﾄﾗﾘｱ	160.00	500ｇ	豪州眼肉	ヤオハン		1,920	384 円/100g
	中国	138.00	1kg	サーロイン（1級）	パークンショップ		1,656	166 円/100g
	中国	228.00	1kg	サーロイン（特急）	パークンショップ		2,736	274 円/100g
シンガポール	日本	36.80	100ｇ	鹿児島産和牛（サーロイン）	明治屋	元	2,355	2,355 円/100g
(2010.11)	日本	35.80	100ｇ	鹿児島産和牛（リブステーキ）	〃		2,291	2,291 円/100g
	日本	26.80	100ｇ	鹿児島産和牛（肩）	〃		1,715	1,715 円/100g
	ｵｰｽﾄﾗﾘｱ	16.80	100ｇ	Aust Wagyu サーロイン	ブキ・ティマ店		1,075	1,075 円/100g
	ｵｰｽﾄﾗﾘｱ	8.40	100ｇ	ROCKDALE サーロイン	明治屋		538	538 円/100g
	アメリカ	28.90	100ｇ	USA Wagyu Golden Beef	〃		1,850	1,850 円/100g
	アメリカ	9.60	100ｇ	PRIME サーロイン	〃		614	614 円/100g
香港	日本	280.00	100ｇ	和牛	タイムズスクエア	香港ドル	3,080	3,080 円/100g
(2010.5)	日本	210.00	100ｇ	和牛	コーンヒル		2,310	2,310 円/100g
	ｵｰｽﾄﾗﾘｱ	140.00	100ｇ	オーストラリア和牛	タイムズスクエア		1,540	1,540 円/100g
	ｵｰｽﾄﾗﾘｱ	47.00	100ｇ	サーロイン	コーンヒル		517	517 円/100g
	アメリカ	76.00	100ｇ	アンガスサーロイン	タイムズスクエア		836	836 円/100g

▼ほっき貝

国（都市）名	産地	小売価格（現地通貨）	単位	ブランド名	販売店舗名	貨幣呼称	円換算	単位当り小売価格(円)
中国（北京）	日本	580.00	1kg	ほっき貝	イトーヨーカ堂アジア村店	元	6,960	696 円/100g
(2010.9)	カナダ	138.00	500ｇ	ほっき貝スライス	台湾三越		1,656	331 円/100g
	中国	138.00	500ｇ	ほっき貝　山東威海	〃		1,656	331 円/100g

▼ほたて

国（都市）名	産地	小売価格（現地通貨）	単位	ブランド名	販売店舗名	貨幣呼称	円換算	単位当り小売価格(円)
インドネシア	日本	358,000.00	1kg	Hotate Boiled	不明	ルピア	3,580	358 円/100g
（ジャカルタ）	日本	451,000.00	1kg	Hotate Himotsuki	〃		4,510	451 円/100g
(2010.10)								
アメリカ	日本	19.99	1ポンド	ほたて刺身用	日系A	米ドル	1,639	361 円/100g
（ロサンゼルス）	日本	19.99	1ポンド	ほたて刺身用	日系B		1,639	361 円/100g
(2010.9)	アメリカ	10.98	1ポンド	ほたて 大 解凍済み	米系C		900	198 円/100g

資料：ジェトロ調べ（平成22年）

注1：国（都市）名の（　）は、調査年月である。
注2：為替レートは、1中国元＝12円、1ｲﾝﾄﾞﾈｼｱ・ルピア＝0.01円、1ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ・ﾄﾞﾙ＝64円、1ベトナム・ドン＝0.004円、1タイ・バーツ＝3円、1香港ドル＝11円、1ｵｰｽﾄﾗﾘｱ・ドル＝84円、1米ドル＝82円、1イギリス・ポンド＝136円で換算

日本産品に対するニーズ・意識等の調査

〇室蘭工業大学の外国人留学生を　対象に『試食会』を開催

【日時・場所】

・平成23年2月24日（木）　14:00～16:00

・室蘭工業大学　大学会館（多目的ホール）

【試食品について】

・胆振日高地域の特産品などを選定（下表の36品目）

【試食方法】

・試食品を【菓子】【農産物】【乳製品】【肉製品】【水産品】【米】のグループに分類

・試食品は小分けしてテーブルに配置し、パッケージや内容量、価格が分かるようにサンプル品も展示

・食文化の違いに配慮して「原材料」を表示

【2種類のアンケート調査を実施】

・試食品に関して【味】【食感】【香り】【見た目】【パッケージ】【分量】の6項目を5段階で評価する【試食アンケート】。

・【購入時に注意していること】【自国で購入できればよいもの】など普段の食生活に関して聞く【食に関するアンケート】。

【回答者数】　41名：中国（22人）、マレーシア（13人）、韓国（3人）、ラオス（2人）、フィリピン（1人）

▼試食品リスト(全36品目)

分類	No.	地域	市町村	商品名	分類	No.	地域	市町村	商品名	分類	No.	地域	市町村	商品名
菓子	1	胆振	苫小牧	よいとまけ	乳製品	13	胆振	室蘭	うずらのプリン	水産品	25	胆振	白老	虎杖浜からしメンタイ子
	2	胆振	伊達	アロニアようかん		14	胆振	登別	のぼりべつ牛乳プリン		26	胆振	白老	タコわさび漬け
	3	胆振	壮瞥	哲朗豆の甘納豆		15	胆振	洞爺湖	みるくぷりん		27	胆振	むかわ	カムイ珍味ししゃも
	4	胆振	洞爺湖	チョコじゃがッキー		16	胆振	安平	カマンベールはやきたチーズ		28	日高	日高	やまべ甘露煮
	5	日高	平取	完熟トマトゼリー		17	胆振	安平	カチョカバロ		29	日高	浦河	いくらの醤油漬け
	6	日高	新冠	パフパフマン		18	日高	日高	北海道日高3.6牛乳(LL牛乳)		30	日高	浦河	「銀聖」スモークサーモン
農産品	7	胆振	室蘭	おらが街（納豆）		19	日高	新冠	ホロシリ牛乳		31	日高	様似	まぜごはんの素(つぶ)
	8	胆振	登別	わさび漬け	肉類	20	胆振	厚真	あつまジンギスカン		32	日高	様似	たこまんまかまぼこ
	9	胆振	伊達	しいたけ昆布		21	胆振	むかわ	キトピロフランク		33	日高	えりも	えりも巻（鮭の昆布巻き）
	10	胆振	豊浦	豊浦いちご		22	日高	新ひだか	ユッカムジャーキー		34	日高	えりも	根こんぶ茶
	11	胆振	壮瞥	壮瞥りんご	水産品	23	胆振	苫小牧	ほっき貝水煮		35	日高	新ひだか	鮭トバ
	12	日高	平取	トマトジュース		24	胆振	豊浦	ホタテスモーク	米	36	胆振	厚真	たんとうまい

日本産品に対するニーズ・意識等の調査

【試食アンケートの結果①】

○試食は、特定の品目に偏ることなく行われた（36品目のうち34品目が試食）

○回答者（試食）数を国別にみると、

・中国：「豊浦いちご」が最も多く、
次いで、「ホタテスモーク」「よいとまけ」「あつまジンギスカン」の順。
一部を除き、全般的に試食

・マレーシア：「よいとまけ」が最も多く、
次いで、「豊浦いちご」「ほっき貝水煮」の順。宗教上の決まりから肉類の試食はなく、他については全般的に試食

・韓国、ラオス、フィリピンは、参加者が1～3名と少数であった

▼試食アンケート延べ回答者数

分類	番号	商品名	回答者の出身国										総計	
			中国		マレーシア		韓国		ラオス		フィリピン			
			回答者数	比率	回答者数	比率	回答者数	比率	回答者数	比率	回答者数	比率	回答者数	比率
菓子	1	よいとまけ	8	36%	8	62%	2	67%		0%		0%	18	44%
	2	アロニアようかん	3	14%	3	23%							6	15%
	3	哲朗豆の甘納豆	5	23%									5	12%
	4	チョコじゃがッキー	2	9%	3	23%							5	12%
	5	完熟トマトゼリー	3	14%									3	7%
	6	パフパフマン	4	18%			1	33%	1	50%			6	15%
		小計	18	82%	13	100%	3	100%	1	50%			35	85%
農産物	7	おらが街												
	8	わさび漬け												
	9	しいたけ昆布	4	18%	1	8%					1	100%	6	15%
	10	豊浦いちご	15	68%	7	54%	1	33%					23	56%
	11	壮瞥りんご	4	18%	5	38%	1	33%					10	24%
	12	トマトジュース	1	5%	3	23%							4	10%
		小計	20	91%	12	92%	2	67%			1	100%	36	88%
乳製品	13	うずらのプリン	2	9%	1	8%	2	67%					5	12%
	14	のぼりべつ牛乳プリン	5	23%	5	38%							10	24%
	15	みるくぷりん	2	9%	1	8%			1	50%	1	100%	5	12%
	16	カマンベールはやきたチーズ	4	18%	3	23%	1	33%			1	100%	9	22%
	17	カチョカバロ			3	23%					1	100%	4	10%
	18	北海道日高3.6牛乳(LL牛乳)	4	18%							1	100%	5	12%
	19	ホロシリ牛乳	3	14%	2	15%							5	12%
		小計	17	77%	12	92%	3	100%	1	50%	1	100%	34	83%
肉類	20	あつまジンギスカン	8	36%			2	67%	1	50%	1	100%	12	29%
	21	キトピロフランク	3	14%			2	67%	1	50%	1	100%	7	17%
	22	ユッカムジャーキー	5	23%									5	12%
		小計	14	64%			3	100%	2	100%	1	100%	20	49%
水産品	23	ほっき貝水煮	2	9%	7	54%					1	100%	10	24%
	24	ホタテスモーク	12	55%	3	23%	1	33%					16	39%
	25	虎杖浜からしメンタイ子	3	14%					1	50%			4	10%
	26	タコわさび漬け	1	5%	2	15%							3	7%
	27	カムイ珍味ししゃも							1	50%			1	2%
	28	やまべ甘露煮	3	14%									3	7%
	29	いくらの醤油漬け	2	9%	2	15%					1	100%	5	12%
	30	「銀聖」スモークサーモン	2	9%	2	15%	1	33%					5	12%
	31	まぜごはんの素(つぶ)	4	18%	2	15%							6	15%
	32	たこまんまかまぼこ	1	5%			1	33%	1	50%			3	7%
	33	えりも巻	4	18%									4	10%
	34	根こんぶ茶			1	8%							1	2%
	35	鮭トバ			1	8%			1	50%			2	5%
		小計	19	86%	13	100%	3	100%	2	100%	1	100%	36	88%
米	36	たんとうまい			5	38%			1	50%			6	15%
総計			119		70		15		9		9		383	
参加者数			22		13		3		2		1		41	

試食した人が最も多い上位3位(フィリピン、ラオスを除く)、 比率は、参加者数に対する回答者数の比率
小計の回答者数は、実数。延べ回答者の計ではない。

日本産品に対するニーズ・意識等の調査

【試食アンケートの結果②】

○結果を分類別にみると

- 菓子：全品目全項目で平均３点以上の好評価。「よいとまけ、哲郎豆の甘納豆、チョコじゃがッキー、パフパフマン」が平均４点（合計28点）以上で高い評価
- 農産品：全体的に平均３点以上で好評価。「分量」「パッケージ」について一部品目で平均２点台。「豊浦いちご、壮瞥りんご、トマトジュース」が高い評価
- 乳製品：全体的に平均３点以上で好評価。中国とマレーシアでは「牛乳」が高い評価で、「チーズ」はマレーシアと韓国が「自国で売れる」が低い評価
- 肉類：全品目全項目で平均３点以上で好評価。ただし、マレーシアは試食なし（宗教上の理由）
- 水産品：全体的に平均３点以上で好評価である一方、スモークやわさび漬け等の独特な食感や風味のあるものについては、各国で評価が分かれた
- 米：全項目で平均３点以上の好評価。

○自国で売れると思う理由は、「味」が各国ともに１位であるが、このほか「北海道産品」であることにも着目（特に、中国）している

○改善点としては、「価格が高い、自国で食べる文化がない、味や風味が濃い」などがあげられ、好評価が得られた品目でも、「自国で売れる」では低い評価のものが一部でみられた

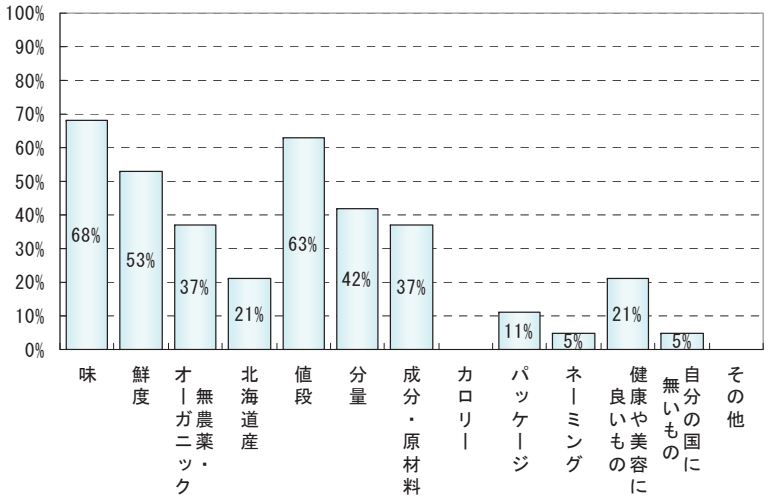
日本産品に対するニーズ・意識等の調査

【食に関するアンケート結果（購入時に注意している点）】

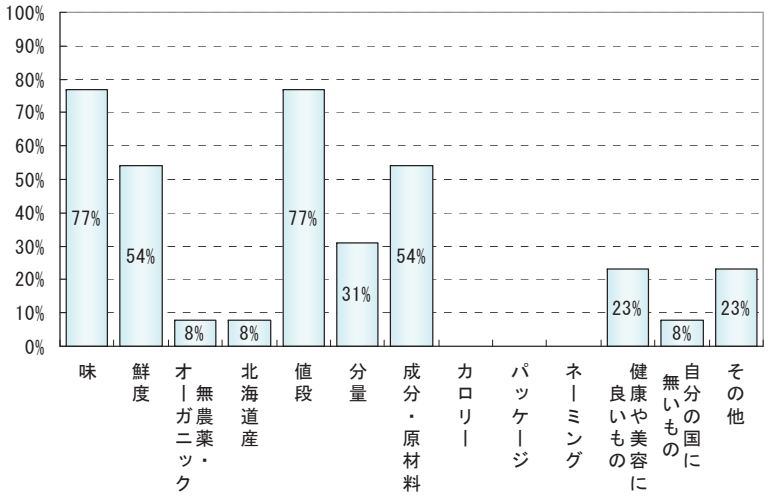
- 各国とも「味」がトップ。次いで、「値段」「鮮度」の傾向
- 「分量」「成分・原材料」「健康・美容」にも着目
- 「パッケージ」「ネーミング」「カロリー」「自分の国に無いもの」は順位が低い傾向
- 中国では、「無農薬・オーガニック」「北海道産」であることにも着目
- マレーシアでは、宗教上の制約から「成分・原材料」に注意
- 韓国、ラオスでは、着目する項目が他国と比べ少ない

（回答者数）中国19人、 マレーシア13人、韓国3人、ラオス2人、フィリピン1人

中　国



マレーシア



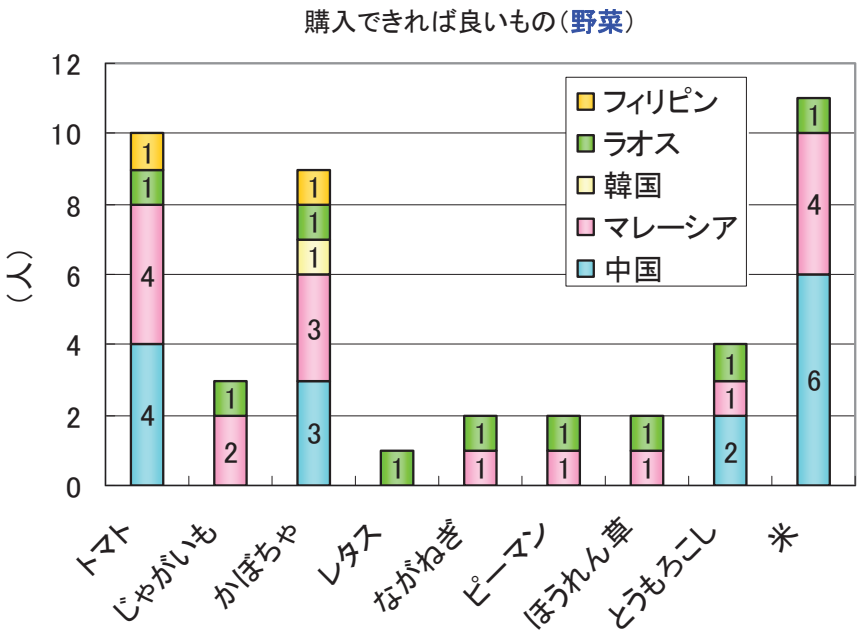
- 韓国：味（67%）、値段（67%）、鮮度（33%）
- ラオス：味（100%）、分量（50%）、カロリー（50%）、健康・美容（50%）
- フィリピン：味、鮮度、北海道産、値段、分量、成分・原材料、ネーミング、健康・美容において（100%）

日本産品に対するニーズ・意識等の調査

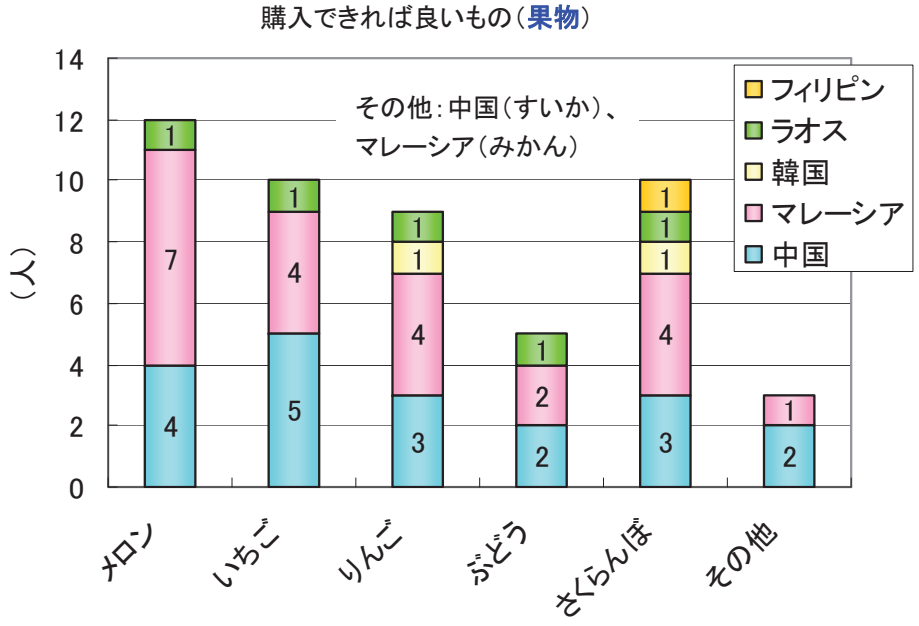
【食に関するアンケート結果（自国で購入できればよいもの）①】

・野菜等では、「米」が最も高く、次いで、「トマト」「かぼちゃ」の順。
「米」は中国で6割が回答。

・果物では、「メロン」が最も高く、次いで、「いちご」「りんご」「さくらんぼ」の順。「メロン」はマレーシアで6割が回答



（回答者数）
中国10人　マレーシア9人　韓国1人
ラオス1人　フィリピン1人



（回答者数）
中国11人　マレーシア12人　韓国2人
ラオス1人　フィリピン1人

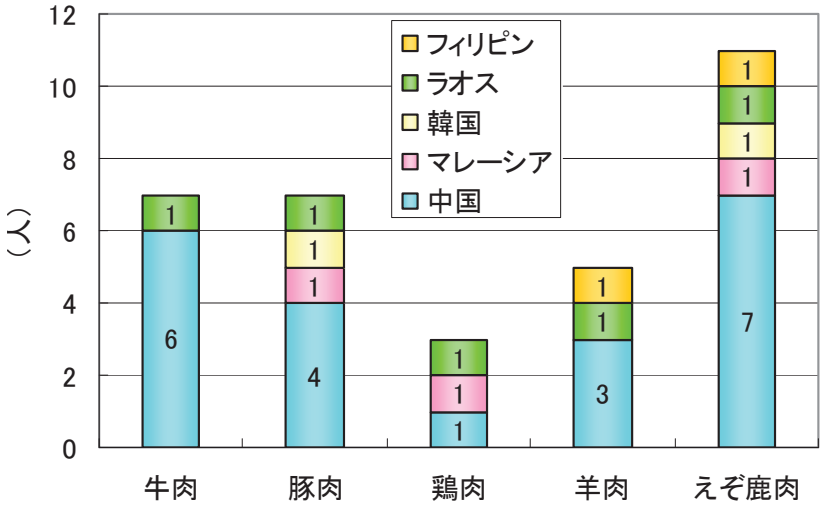
日本産品に対するニーズ・意識等の調査

【食に関するアンケート結果（自国で購入できればよいもの）② 】

・肉類では、「えぞ鹿肉」が最も高く、次いで、「牛肉」「豚肉」の順。「えぞ鹿肉」は中国で5割が回答　　注：マレーシアは宗教上、2名の回答と少ない

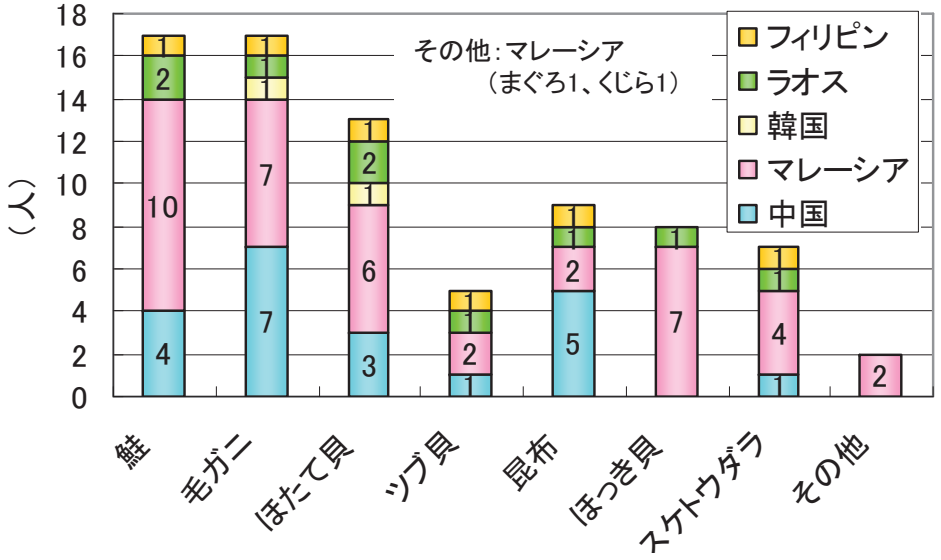
・水産品は各国で傾向がやや異なる。中国では「毛がに」が最も高く、次いで、「昆布」「鮭」の順。マレーシアでは「鮭」（8割）が最も高く、次いで、「毛がに」「ほっき貝」「ほたて貝」の順。

購入できれば良いもの（肉類）



（回答者数）
中国13人　マレーシア2人　韓国3人
ラオス1人　フィリピン1人

購入できれば良いもの（水産品）



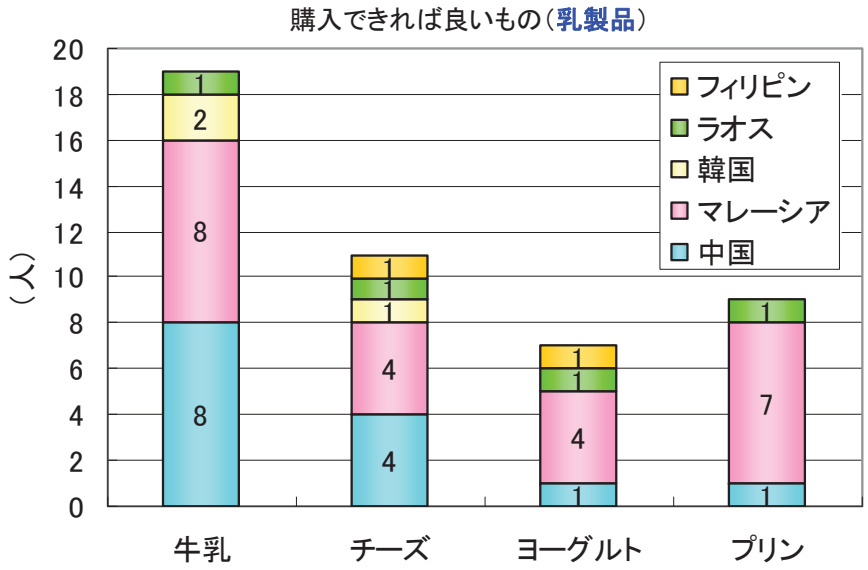
（回答者数）
中国12人　マレーシア12人　韓国2人
ラオス2人　フィリピン1人

日本産品に対するニーズ・意識等の調査

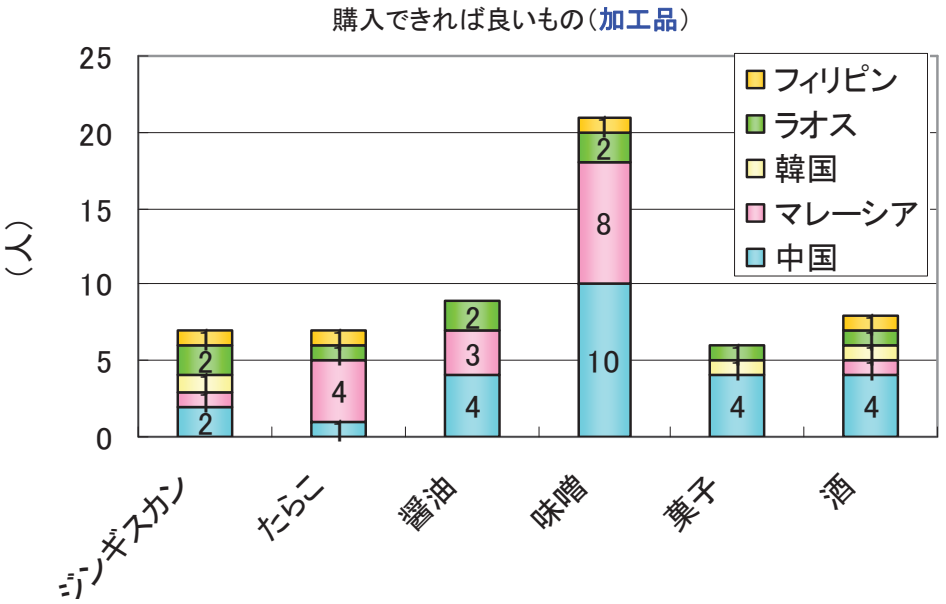
【食に関するアンケート結果（自国で購入できればよいもの）③】

・乳製品では、「牛乳」が最も高く、次いで、「チーズ」の順。マレーシアでは「プリン」「ヨーグルト」の回答も高い

・加工品では、「味噌」が最も高い。これ以外に、中国では「醤油」「菓子」「酒」が3割、マレーシアでは「たらこ」「醤油」が3割の回答



（回答者数）
中国11人　マレーシア10人　韓国2人
ラオス1人　フィリピン1人



（回答者数）
中国15人　マレーシア12人　韓国2人
ラオス2人　フィリピン1人

4. 海外市場の現状調査とニーズの把握≪まとめ≫

▼海外市場の現状調査

〇海外での小売価格は物流コスト等が加味され、国内の3倍程度（10倍以上のケースも有）
〇他の外国産に比べて高値で販売　⇒　主に富裕層が購入

▼日本産品に対するニーズ・意識等の調査

※今回のアンケート調査結果は、サンプル数が限られていること、主に20 代の学生が回答者であること、国籍によっては宗教上の制約があることなどに留意。

①特定の分類や品目に偏ることなく、試食品の多くで好評価
②水産加工品は、独特の食感や風味により国によって評価が分かれる
③価格の高さや自国の食文化、味付けによって、試食で好評価を得ながらも、「自国で売れるか」では低い評価となる場合あり
④「自国で馴染みがない」「自国にあるものと同じ」との指摘あり
⑤「北海道産」であることに着目

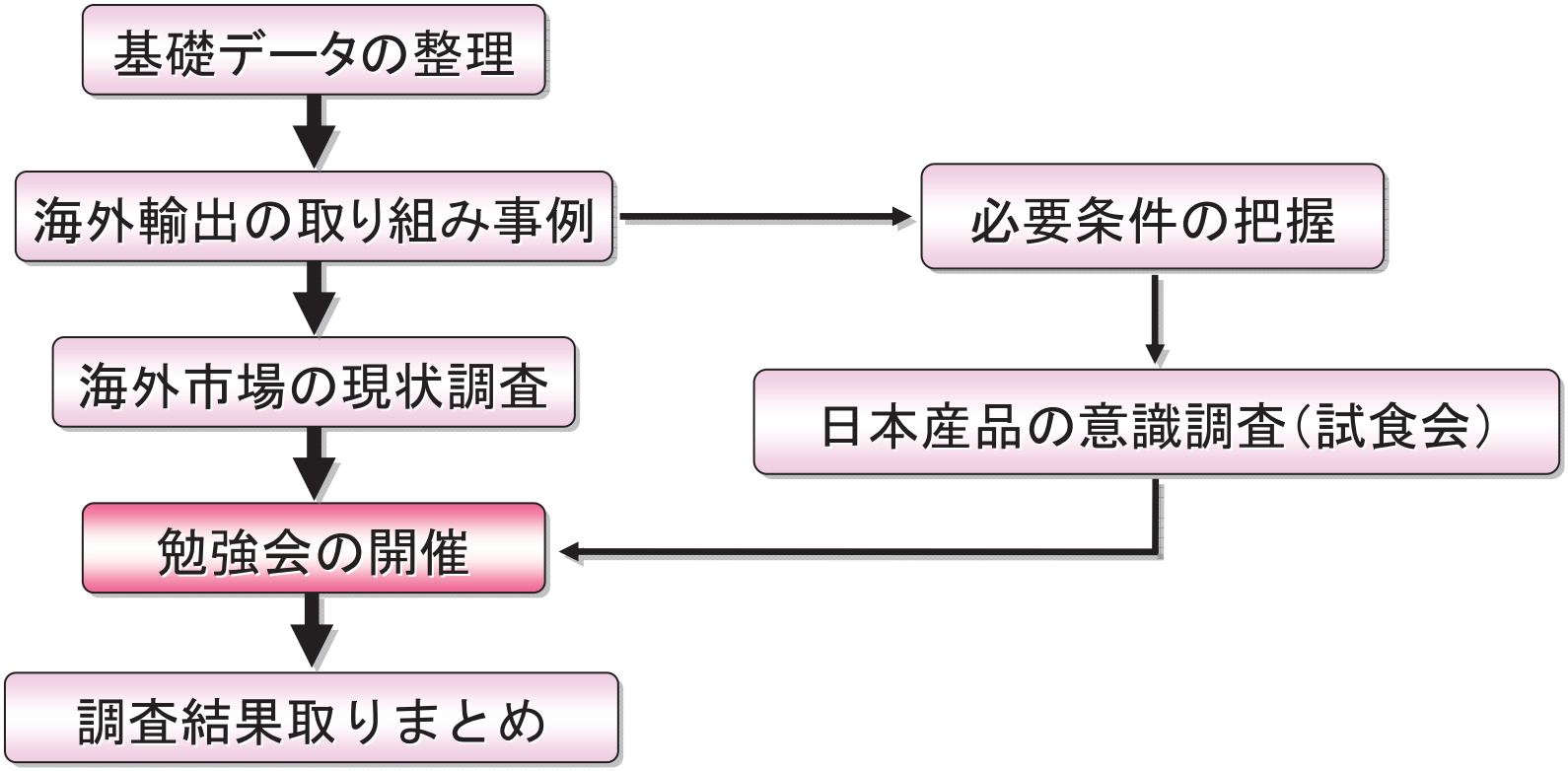
A. 国別に販売品目の選定が必要（着目する点が異なることに留意）
B. 現地で商品を認知・普及させるため、食べ方や試食品の提供などの取り組みが必要
C. 現地で競争力があることが条件（安全・安心・高品質）
D. 「北海道」ブランドとして売り込むことが有効

1. 調査の概要
2. 基礎データの整理
3. 海外輸出の取り組み事例と必要条件の把握
4. 海外市場の現状調査とニーズの把握
5. *勉強会の開催*
6. 調査結果の取りまとめ

5. 勉強会の開催≪はじめに≫

【目的】

- 胆振・日高地域の農水産品及び農水産品・加工食品について、海外輸出による販路拡大による地域産業の活性化を支援するため、「勉強会」を開催

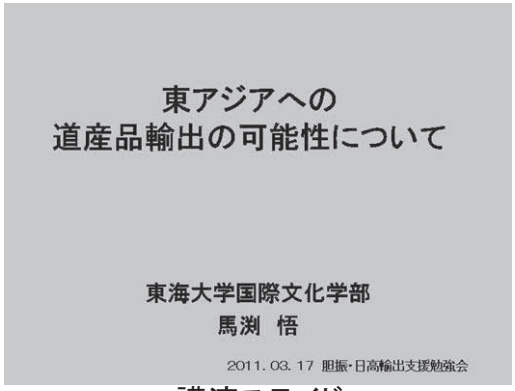


勉強会の開催

【日時・場所】
- 平成23年3月17日（木）　14：00～17:00
- 苫小牧市文化交流センター　２階講習室

【参加対象者】
- 農業及び漁業関係者、胆振日高管内自治体・企業関係者など（62名が出席）

【講演Ⅰ】「東アジアへの動産品輸出の可能性について」東海大学国際文化学部　学部長・教授　馬渕悟氏



講演スライド


講演状況

講師の紹介

専門分野は文化人類・地域づくり・国際物流。台湾の民族に関する著書を数多く出版。平成16年より文化交流の視点から北海道物産の台湾輸出に取り組み、農水産物および加工品等の輸出において大きな成果を挙げている。台湾のほかに香港・ドバイへの輸出についても研究し輸出実証実験を行っている。

【講演Ⅱ】「海を渡った長いも」　帯広市川西農業協同組合 別府事業所長　常田馨氏

講演スライド

講演状況

講師の紹介

地域ブランドとして知られる「十勝川西長いも」は、きめが細かく真っ白で粘りがあるのが特徴。この長いもづくりに熱心に取り組み、国内市場だけでなく、1999年から台湾、2007年からはアメリカへの輸出も開始するなど、海外市場での成功にも大きく貢献している。農協と生産者の役割を明確にすることで、高品質な長いもの年間を通じた安定供給を実現するなど、現在も幅広く活躍している。

講演Ⅰ：東アジアへの道産品輸出の可能性について

○北海道物産の現状(台湾)

・北海道物産は安全、安心のイメージで大人気
・現地人は健康志向なので北海道産は有利
・高価でも北海道産なら仕方ないという認識

○輸出における重要なポイント

・相手国の食文化を把握
・北海道産というブランドで売ることが有効
（単独市町村の特産では認知度が低く売れないことがある）
・積極的な販売促進活動（食べ方・調理方法がわからないことも有）
→料理の実演、試食販売が有効
・品質と価格のバランス
→納得してもらえる売り込み、
産地の人が現地に出向くのが効果的

台湾での農産物販売状況

調理方法の実演

※馬渕教授勉強会PPTより抜粋

講演Ⅰ：東アジアへの道産品輸出の可能性について

○新たな試み

・日本において本場の韓国キムチの味がブームになっていることに着目

・韓国からキムチ加工技術を移入し、北海道の安全・安心な食材とコラボレーション

→良い物と良い技術を合体させた販売戦略

→今後、輸出も想定。

→こうした取り組みも今後は必要

乙部町での韓国キムチ作りの導入

※馬渕教授勉強会PPTより抜粋

○道産品輸出の今後の課題

・台湾では、北海道産を名乗る粗悪品の流通や買いたたきの弊害により、相互に不信感を持つことが危惧 → 粗悪品の排除

・現地販売価格は、現地産の2倍以内が目標 → 輸送コストの削減

・流通情報（物流・関税・通関・検疫・手数料・支払条件・支払保証・ロット・現地流通システムなど）の一括管理(例:道庁で全ての情報を閲覧可能にする） → 国際競争力を身につける

講演Ⅱ：海を渡った長いも

○輸出のきっかけ

- 豊作になると国内価格が暴落。海外に輸出することで、需要と供給の均衡を図ることが目的
- 国内では規格外となる大きなサイズも、海外で重宝されるものは輸出対象
- 平成11年より台湾へ輸出を開始し、順調に伸び。現在はアメリカ（アジア系住民）への輸出も伸び
- 輸出は、売上高の10数%にまで成長

台湾のながいもについて

※常田所長勉強会PPTより抜粋

○販売戦略のポイント①：ブランドの構築

1. 通年安定供給し、いつでも買える環境を整備
   → 定温貯蔵庫を整備
2. HACCP（ハサップ）導入による徹底した品質管理（特に残留農薬の検証）
   → 安全・安心の担保（日本の農産物は価格では競争力がない・・・つまり品質で勝負）
   → 従業員の「やりがい」も生まれ相乗効果
3. 輸出専用の箱を統一し、紛い物を排除

JA川西　HACCP導入

※常田所長勉強会PPTより抜粋

講演Ⅱ：海を渡った長いも

○販売戦略のポイント②：信頼できる事業パートナー

1. 海外では商取引の違いから代金回収のリスクが伴う
   → 信頼できるパートナーと輸出に取り組む
   （JA川西の場合はホクレン通商）
2. 「誰に販売するのか」が1つのテーマ、その中で「どのような人と知り合うか」が重要
   → 流通を取り仕切る華僑や各国に住む日本人とのつながりがポイント
3. 現地で販売する時は、同時に食べ方を教えることが大切
   → シンガポールの例では「生のままでは食べてもらえない」と現地の人に言われ、台湾のメニューにある「長いもジュース」を実演試飲させたところ好評

シンガポールでの実演販売
※常田所長勉強会PPTより抜粋

○販売戦略のポイント③：生産基盤の有効活用

1. 既存の生産基盤を有効に活用し、継続した生産活動を行うことがポイント
   → 長く続けることで、今の成果がある

5. 勉強会の開催　≪まとめ≫

▼輸出のきっかけ・考え方

①北海道産は「安全、安心」のイメージ
②日本食ブームや健康志向を背景に輸出のチャンス
③国内の需給調整としても有効
④国内の規格外品が海外で重宝されることも

▼輸出における重要なポイント

①「誰に販売するのか」、相手国の食文化を把握
②徹底した品質管理と安定供給・・・安全、安心を売り（価格競争では勝てない）
③「北海道」というブランドに知名度あり、有効に活用
④積極的な販売促進活動（食べ方の実演、試食、産地の人が出向くなど）
⑤信頼できる事業パートナーと輸出
⑥既存の生産基盤を活用し、継続した生産活動を行う・・・長く続けることで成功

▼道産品輸出の今後の課題

①北海道産を名乗る粗悪品の流通を排除
②現地での販売価格を下げるための、輸送コストの削減
③国際競争力を身につけるための、流通情報管理の一元化

1. 調査の概要
2. 基礎データの整理
3. 海外輸出の取り組み事例と必要条件の把握
4. 海外市場の現状調査とニーズの把握
5. 勉強会の開催
6. *調査結果の取りまとめ*

≪ 調査結果の取りまとめ ≫

▼農水産品輸出の背景

①海外においては食の安全・安心、健康志向の高まりから日本食がブーム
②東アジアの富裕層を中心に経済発展が著しい国で有望なマーケットが存在
③北海道産品に対する評価が高く、人気

▼胆振・日高地域の輸出の可能性

①都府県の端境期（特に夏場）に野菜類（いちご、トマトなど）が優位
②BSE発生以降減少していた『牛肉』の輸出が徐々に回復
③水産品は日本の輸出の主力、『すけとうだら、さけ、ほたて、ほっき』等が期待

▼輸出のための必要条件

①相手国の食文化・ニーズを把握した産品のマッチング
②安全・安心・高品質を売りとした品質管理と安定供給（ブランド化）
③現地での積極的な販売促進活動（試食、調理方法実演、産地から訪問など）
④信頼できる事業パートナー（国内・国外）の開拓
⑤通関・関税など相手国の物流・商流条件の把握
⑥継続的な取り組みとして臨む

≪ 調査結果の取りまとめ ≫

胆振・日高地域での輸出への取り組み課題（提案）

①海外での見本市や物産展に出展し、現地ニーズの調査と分析を行い「売れる」産品を検討

⇒水産品は道産の輸出実績が多くあるため、その中で差別化の図れるものを開拓、農産品は都府県との競合を避け夏場出荷の優位性を検討

②安全・安心・高品質な産品の生産体制や販売促進活動を検討し、ブランド戦略を再構築

⇒厳格な品質管理による地域ブランド力の更なる向上

⇒産品の認知度を向上させる活動を推進

⇒プレイヤー（輸出に係る人材）の確保

③現地ニーズや採算性に対応した安定供給・ロット確保を構築

⇒既存の生産基盤を活用した生産出荷体制の検討

④輸出に関わる情報収集と蓄積、支援組織や制度の活用により、輸出に向けた必要条件を整備

⇒ジェトロや輸出に取り組む企業などへの相談

⇒補助事業の活用による課題解決に向けた研究

参考となる資料、HP一覧

区分	資料名	備　　考
輸出促進対策	農林水産物等の輸出促進対策（農林水産省）	http://www.maff.go.jp/j/export/index.html
	農林水産物・食品の『輸出』についてのヒント集（農林水産省）	http://www.maff.go.jp/j/export/e_hint/index.html
	農林水産物等の輸出取組事例（平成22年度版 農林水産省）	http://www.maff.go.jp/j/export/torikumi_zirei/zirei_2010.html
	北海道の農林水産物等の輸出促進について（北海道開発局）	http://www.hkd.mlit.go.jp/n_kanren/yusyutsusokushin/index.html
輸出に関する統計	農林水産物・食品の輸出に関する統計情報（農林水産省）	http://www.maff.go.jp/j/export/e_info/zisseki.html
	農林水産物輸出入統計（農林水産省）	http://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/kokusai/index.html
	貿易統計（財務省）	http://www.customs.go.jp/toukei/info/index.htm
	貿易統計　函館税関	http://www.customs.go.jp/hakodate/12toukei/index.html
貿易情報	海外ビジネス情報（ジェトロ）	http://www.jetro.go.jp/biz/
	世界各国の農業・農産品市場を調べるには（ジェトロ）	http://www.jetro.go.jp/library/reference/industry27.html
	北海道の貿易経済交流（北海道）	http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/skk/trading/index.htm
	北海道国際物流戦略チーム（北海道開発局）	http://www.hkd.mlit.go.jp/zigyoka/z_kowan/pd/index.html
輸出相手国の制度など、輸出に関する情報	国・地域別情報（J-FILE）（ジェトロ）	http://www.jetro.go.jp/world/ ※ 各国の貿易・投資相談Q＆A 、市場動向などを検索
輸出手続き	税関（財務省）	http://www.customs.go.jp/tsukan/index.htm
	函館税関（財務省）	http://www.customs.go.jp/hakodate/index.htm
検疫条件、検疫の流れ	植物防疫所（農林水産省）	http://www.maff.go.jp/pps/
	動物検疫所（農林水産省）	http://www.maff.go.jp/aqs/
関税率	世界各国の関税率（ジェトロ）	http://www.jetro.go.jp/theme/trade/tariff/
輸出ルート（港湾）	苫小牧港湾管理組合	http://www.jptmk.com/
	室蘭市港湾	http://www.city.muroran.lg.jp/main/sangyo/kouwan.html
輸出ルート（空港）	新千歳空港の活性化について（北海道）	http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kn/kkk/kasseika.htm
	新千歳空港ターミナルビル	http://www.new-chitose-airport.jp/ja/