

令和元年度版

日本産コメ・コメ加工品 輸出ハンドブック

コメ・包装米飯・米菓



THIS IS
JAPAN QUALITY
日本のおいしい米。

はじめに	3
1章 コメ・コメ加工品輸出の概況“なぜ、今輸出なのか”	4
(1) コメ・コメ加工品輸出の現状	4
(2) コメ・コメ加工品輸出に向けて	8
2章 コメ・コメ加工品の輸出	9
(1) 日本産コメ・コメ加工品の輸出実行プランの流れ	9
(2) ステップ1 輸出の準備	10
(3) ステップ2 テストマーケティング	14
(4) ステップ3 本格的・継続的な輸出拡大	19
3章 各国・地域への輸出に向けて (17 各国・地域)	25
(1) 香港	26
(2) 台湾	31
(3) 中国 (上海/北京)	36
(4) シンガポール	44
(5) マレーシア	48
(6) タイ	54
(7) ベトナム	60
(8) フィリピン	66
(9) アラブ首長国連邦	71
(10) 米国	76
(11) カナダ	80
(12) ブラジル	85
(13) オーストラリア (メルボルン/シドニー)	90
(14) ドイツ	96
(15) 英国	102
(16) フランス	108
(17) ロシア	114
輸出相談窓口	120

「日本産コメ・コメ加工品輸出ハンドブック」の発刊にあたり一言ご挨拶申し上げます。

国内のコメをめぐる事情は、主食用米の需要が減少している中、需要に応じた生産に取り組むことが重要となっておりますが、今後も高齢化や人口減少の進行により、国内の需要は更に減少していくことが見込まれます。しかしながら、日本の豊かな四季の中で古来より営まれてきた「コメ（稲作）を中心とした日本の農業」を支え、農業を中心にした「食」を守っていかなければなりません。

今後、国内のコメの生産を維持していくために、海外の需要も取り込んでいく必要があります。

（一社）全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会では、設立目的の一つに「我が国の良質なコメ・コメ関連食品の海外での需要の開拓・拡大を図り、世界のマーケットに届けるためにオールジャパンで取り組むべき共通の課題を洗い出し、解決に向けた協力体制を構築すること」を掲げ、輸出促進に取り組んでいるところです。

輸出拡大に向けて効果的にマーケティングを行うためには、輸出国のマーケットでのコメ・コメ関連食品の消費・流通・規制の実態等についても知っておく必要があります。

このたび、当協議会では、「平成 28 年度版日本産コメ・コメ加工品輸出ハンドブック」で作成しました内容に最新の情報を反映させ、また、新たにフランス及びロシアを加えた「令和元年度版日本産コメ・コメ加工品輸出ハンドブック」をまとめました。

本書をご活用いただき、輸出事業の展開・拡大にお役立てください。

令和 2 年 3 月

一般社団法人 全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会

代表理事 木村 良

(1) コメ・コメ加工品輸出の現状

国内マーケットが縮小するなか、 海外への活路を見出すことが不可欠です

我が国の人口は2010年の1億2,806万人をピークに減少局面に入っており、2050年には9,708万人にまで減少すると予測されています。(図-1)

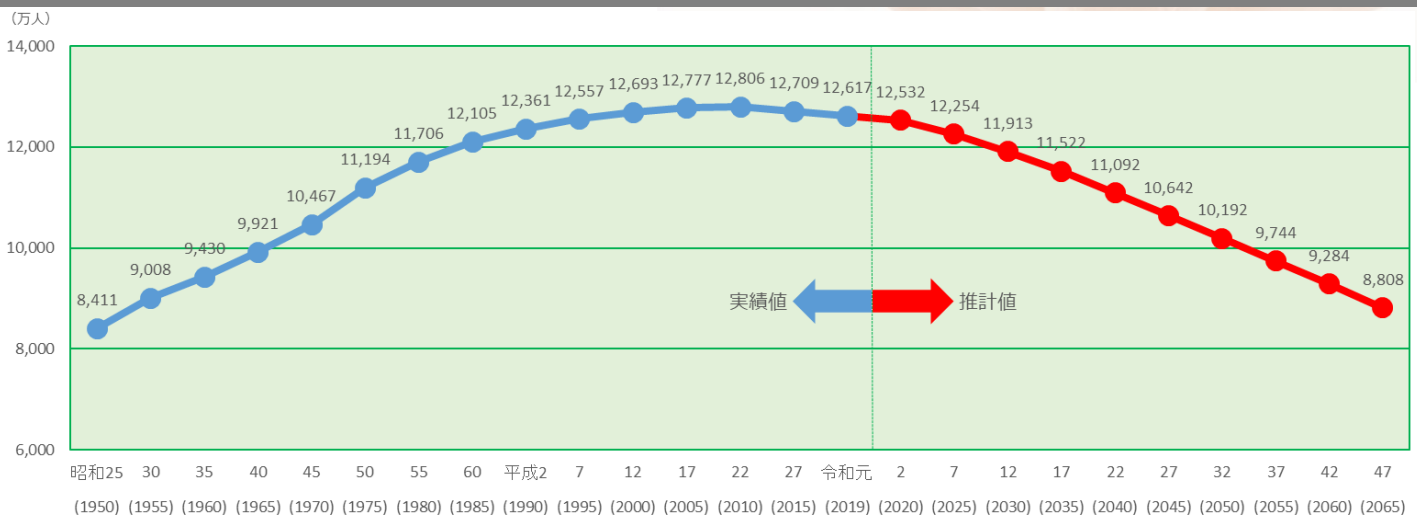
また、我が国の年間1人当たりのコメの消費量は、昭和38年(1963年)の118.3kgをピークに減少を続け、令和元年(2019年)では53.0kgとなっています。(図-2)

このような人口動態や1人当たりのコメの消費量の減少を背景に、我が国のコメの年間需要量の推移は毎年約8~10万トンずつの減少となっており、このトレンドに歯止めがかかる兆候は見えていません。(図-3)

以上のように、コメの国内マーケットは縮小を続けており、今後もこの傾向は続く見通される状況にあります。

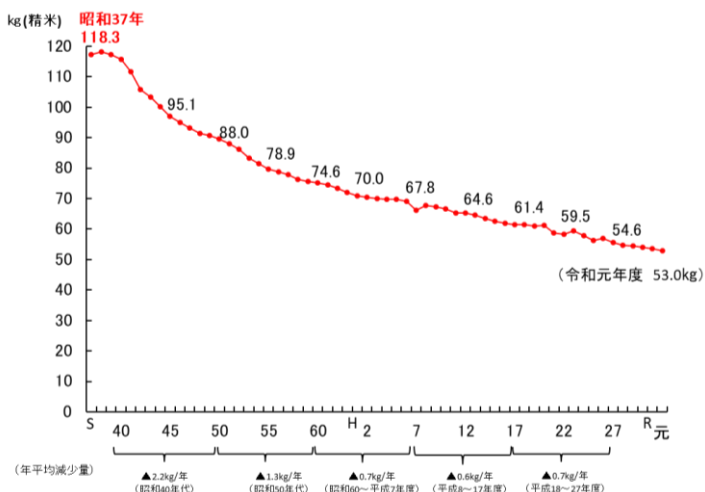
将来に向けたマーケットを切り拓くために、コメ及びコメ加工品の生産・流通を生業とする幅広い関係者が、海外への輸出に目を向けていかざるを得ない時代となっているのです。

図-1 日本の総人口推移と将来推計



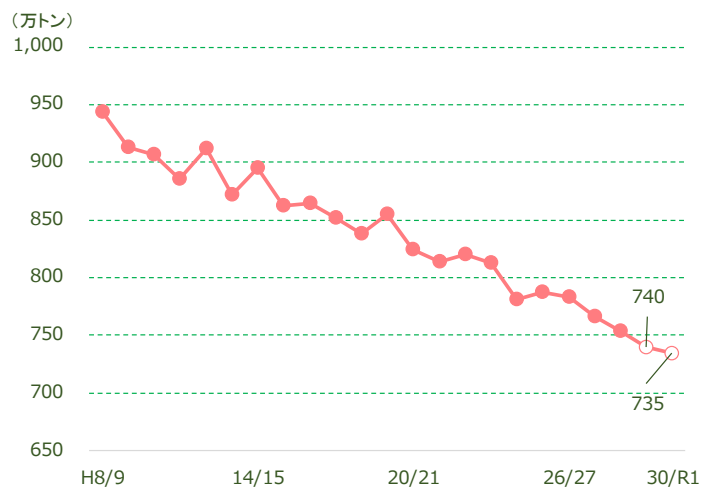
(出典) 内閣府「令和元年度版高齢社会白書」より

図-2 コメの年間1人当たりの消費量の推移



(出典) 農林水産省「食料需給表」

図-3 コメの需要量の推移



(出典) 農林水産省「米穀の需給及び価格の安定に関する基本指針」

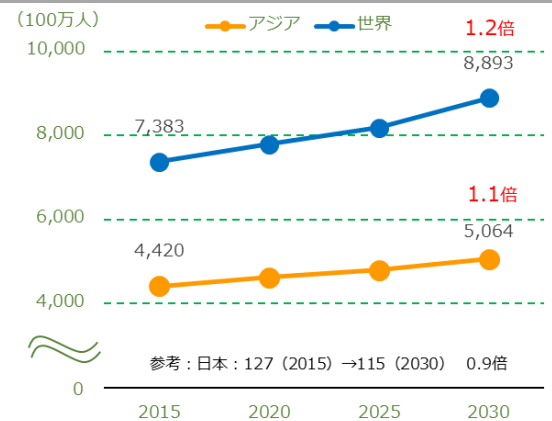
(1) コメ・コメ加工品輸出の現状

1 世界の食市場～世界に広がる日本の農林水産物市場の潜在力～

世界の人口は、アジア、アフリカを中心に増加傾向が続いています。世界の人口は73.8兆人（2015年）から88.9兆人（2030年）の1.2倍になると推計されています。これに伴い世界の食市場も大幅に拡大すると予想されております。

こうした状況を背景に、日本の農産物輸出も伸長を続け、令和元年には輸出額で5,878億円に到達しています。

図-4 世界の人口動向



(出典) 総務省統計局「世界の統計 2018」

表-1 農産物輸出額の推移

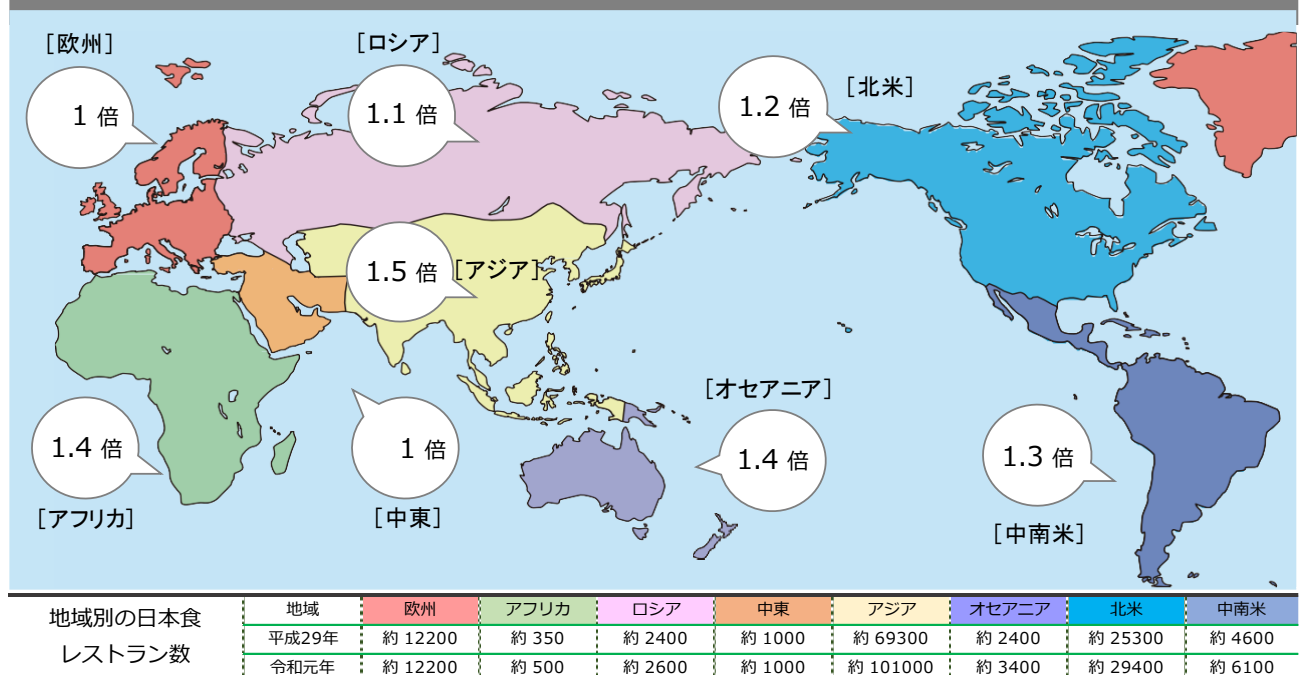
年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年
農産物(億円)	4,431	4,593	4,966	5,661	5,878

(出典) 財務省「貿易統計」

2 世界にひろがる日本食レストラン

世界的に日本食レストランが急増しています。平成27年には全世界で約8万9,000店でしたが、平成29年には約11万7,000店へと増加。さらに令和元年には約15万6,000店に達しました。このような新たな市場に、戦略的に日本の農林水産物を売り込んでいくことが求められています。

図-5 世界の日本食レストラン数



(1) コメ・コメ加工品輸出の現状

3 コメ・コメ加工品の輸出状況～未だ少量でも急速に拡大～

日本の農産物輸出の伸長に伴い、コメ・コメ加工品（米菓）の輸出も年々伸びています。日本産米の輸出量は、平成28年には9,986トンでしたが、令和元年には17,381トンと、約1.8倍になりました。米菓の輸出量も、平成28年の3,567トンが令和元年には4,033トンと約1.1倍になっています。

平成25年12月の「和食；日本人の伝統的な食文化」ユネスコ無形文化遺産登録、初めて食をテーマとして開催された平成27年のミラノ万博で日本食が高い評価を受けるなど、海外で日本の食に注目する動きも見られます。

しかし、日本の食の中心的存在であるコメ・コメ加工品（米菓）が、農産物輸出全体に占める割合は令和元年においても金額にして約1.5パーセント（約89億円）にとどまっています。

表-2 コメ・コメ加工品（米菓）輸出の推移

年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年
コメ				
輸出額（億円）	27	32	38	46
輸出量（トン）	9,986	11,841	13,794	17,381
米菓				
輸出額（億円）	38	42	44	43
輸出量（トン）	3,567	3,849	4,053	4,033

※米菓はあられ・せんべいの輸出額・輸出量 (出典) 財務省「貿易統計」

4 コメ・コメ加工品輸出先～香港、シンガポール等のアジアが中心～

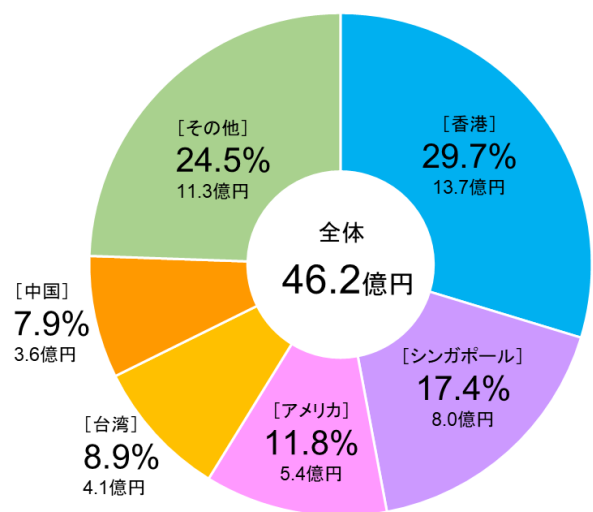
現在の日本産米の主要な輸出先はアジアです。なかでも最大の輸出先は香港で、シンガポール、アメリカ、台湾、中国がこれに続いています。この他、オーストラリア、イギリスなどアジア以外の国にも輸出されています。

表-3 商業用コメの輸出額の国別推移

年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年
輸出合計（100万円）	2,709	3,198	3,756	4,620
香港	842	1,016	1,160	1,372
シンガポール	536	624	694	802
台湾	236	320	404	543
中国	321	350	394	411
アメリカ	163	97	211	363
オーストラリア	109	145	197	233
タイ	71	51	81	145
イギリス	98	191	121	131
ベトナム	16	33	37	65
ロシア	25	31	43	64
マレーシア	45	62	51	59
モンゴル	33	32	56	53
その他	211	228	307	380

(出典) 財務省「貿易統計」

図-6 令和元年 コメの輸出額の国・地域別内訳



1章 コメ・コメ加工品輸出の概況 “なぜ、今輸出なのか”

(1) コメ・コメ加工品輸出の現状

5 価格の状況～大きなウエイトを占める輸出先国内の流通経費～

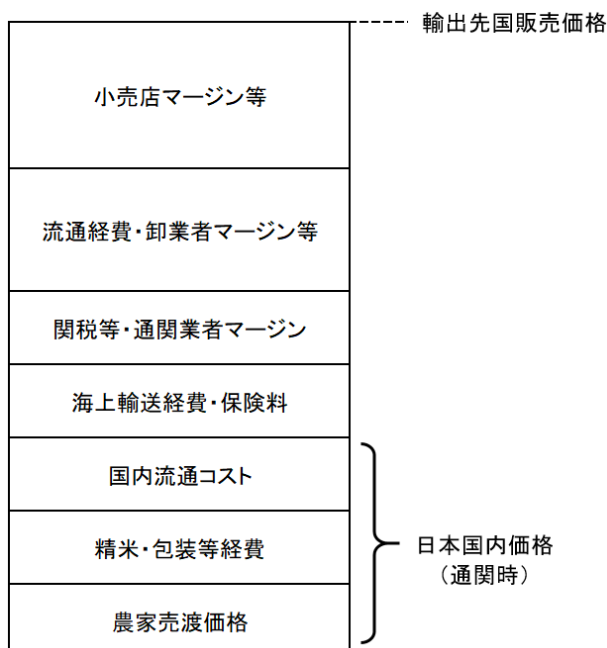
輸出先国のコメの価格は、日本国内価格（通関時）に、海上運賃、保険料、港湾経費、輸出先国内の流通経費等が加わった価格となります。輸出先国内の流通経費（マージン等）については、輸出先国の商習慣等に左右されます。

表-4 輸出時の日本産米の販売価格

国名	2016年			2017年			2018年			2019年		
	輸出量 (トン)	輸出額 (百万円)	価格 (円/kg)	輸出量 (トン)	輸出額 (百万円)	価格 (円/kg)	輸出量 (トン)	輸出額 (百万円)	価格 (円/kg)	輸出量 (トン)	輸出額 (百万円)	価格 (円/kg)
香港	3,342	842	252	4,128	1,016	246	4,690	1,160	247	5,436	1,372	252
シンガポール	2,350	539	229	2,861	642	224	3,161	694	220	3,879	802	207
アメリカ	812	236	291	986	320	325	1,282	404	315	1,980	543	274
台湾	910	321	353	943	350	371	1,173	394	336	1,262	411	326
中国	375	163	435	298	97	326	524	211	403	1,007	363	360
オーストラリア	357	109	305	476	145	305	635	197	310	770	233	303
タイ	395	71	180	192	51	266	320	81	253	578	145	251
イギリス	326	98	301	695	191	275	422	121	287	450	131	291
ベトナム	74	16	216	101	33	327	118	37	314	213	65	305
ロシア	74	25	338	78	31	397	120	43	358	174	64	368
マレーシア	167	45	269	259	62	239	221	51	231	234	59	252
モンゴル	198	33	167	203	32	158	336	56	167	315	53	168

(出典) 財務省「貿易統計」(政府による援助米除く、貿易統計の輸出額を輸出数量で除したもの)

図-7 輸出先国のコメの価格構造



(2) コメ・コメ加工品輸出の輸出に向けて

1 コメ海外市場拡大戦略プロジェクト

我が国のコメの消費量が毎年約 10 万トン減少していく中で、食料自給率・食料自給力の向上や米農家の所得向上を図っていくためには、海外市場に積極的に進出し、輸出を拡大していくことが喫緊の課題です。

このため、農林水産省は平成 29 年 9 月に「コメ海外市場拡大戦略プロジェクト」を立ち上げ、コメの輸出量を飛躍的に拡大するため、戦略的に輸出に取り組む関係者を特定し、それらが連携した個別具体的な取組を強力に後押ししています。

本プロジェクトへの参加について

■ 戦略的輸出事業者

本プロジェクトへの参加を希望する輸出事業者は、「コメ輸出拡大プラン（輸出事業者用）」を作成し、提出。

(https://www.maff.go.jp/j/press/seisaku_tokatu/kiku/attach/doc/170908-3.docx)

農林水産省政策統括官付農産企画課米穀輸出企画班
〒100-8950 東京都千代田区霞が関 1-2-1
E-mail:kome_yusyutu@maff.go.jp
TEL:03-6738-6069 FAX:03-6738-8976

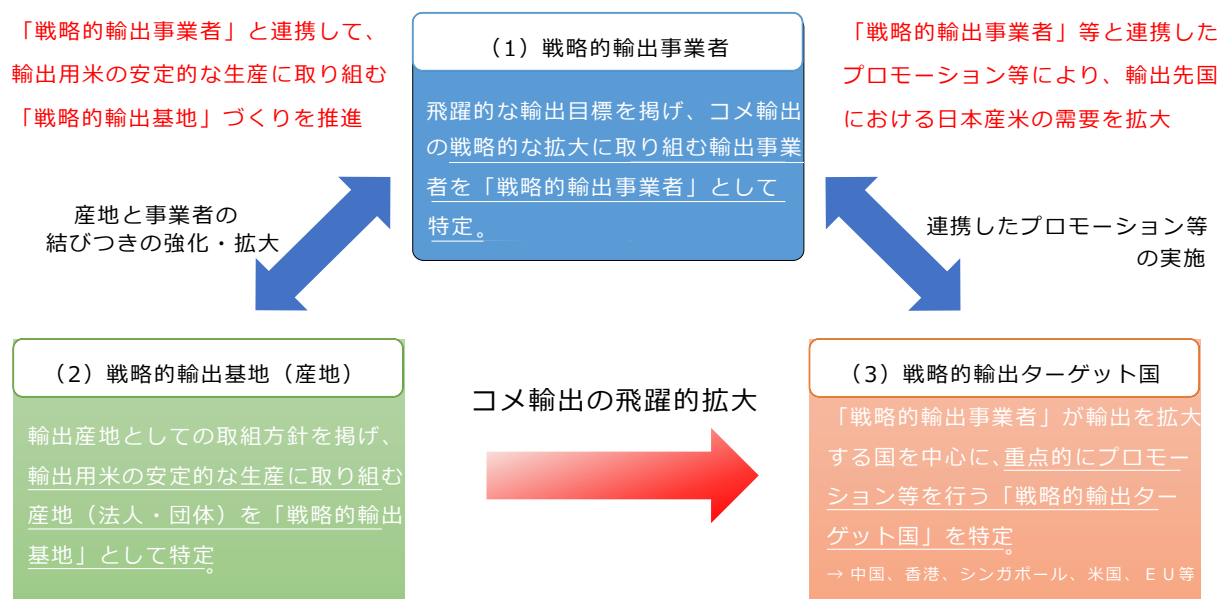
■ 戦略的輸出基地

本プロジェクトへの参加を希望する産地（団体・法人）は、「コメ輸出産地取組方針（産地の団体・法人用）」を作成し、提出。

(https://www.maff.go.jp/j/press/seisaku_tokatu/kiku/attach/doc/170908-4.docx)

農林水産省政策統括官付穀物課稲生産班
〒100-8950 東京都千代田区霞が関 1-2-1
E-mail:kome_santi@maff.go.jp
TEL:03-6744-2108、FAX:03-6744-2523

図-8 コメ輸出の飛躍的拡大に向けた取組



2章 コメ・コメ加工品の輸出

(1) 日本産コメ・コメ加工品の輸出実行プランの流れ

日本産コメ・コメ加工品の輸出に向けた取組は、大きく3段階に分けられます。基礎的な情報を収集し、相手先を想定・決定したり、輸出における物流・流通経路や広報戦略を考えて、事業収益性を具体的に検討したりする「1：輸出の準備」。展示会などに対応してスポット的に輸出を行い、手ごたえを確認する「2：テストマーケティング」。そして、輸出拡大のための環境構築を行う「3：本格的・継続的な輸出拡大」の3ステップです。

ステップ

1

輸出の準備

- ① 輸出相手先についての基礎情報を収集 10
- ② 輸出をサポートしてくれるパートナーの検討 11
- ③ 販売戦略の立案 13

ステップ

2

テストマーケティング

- ① 契約の締結 14
- ② 販売促進・広報の実施 14
- ③ テスト販売 15
- ④ 商談会参加の心得 15

ステップ

3

本格的・継続的な輸出拡大

- ① 商品の販売戦略 19
- ② 安定的な取引関係の構築 19
- ③ 現地での販売促進（売り込み）の強化 20
- ④ 継続的販売 23

(2) ステップ 1 輸出の準備

輸出に際して重要な1つ目のステップは、輸出相手先についての正確な情報収集です。輸出先国や地域（以下「輸出先国」）についての基礎情報や市場動向、その国の輸入規制などを正しく把握しましょう。また、販売目標を立てて、それにふさわしいパートナーを探すことが輸出事業の成功のカギとなります。

1 輸出相手先についての基礎情報を収集

A 輸出先国の概要

輸出先国のコメ・コメ加工品市場の規模、輸出・販売ルート、小売店・飲食店での日本産のコメ・コメ加工品の販売状況、価格実態等を把握します。





B 消費動向

輸出先国における食習慣や嗜好性、生活習慣、特に需要が見込まれるシーズンなどを把握します。

C 輸入規制内容

輸出先国によって、関税率、検疫条件、ラベル表示制度、食品包装基準などが異なります。また、同じ輸出先国であっても、関税割当制度などで輸入業者により関税率が異なる場合があります。

輸出実行に向けた具体的な手続等の情報収集

- 農林水産省の輸出促進対策で、輸出に際しての制度や手続き、事業者支援策や商談に関する各種情報が得られます。
 - ▶ 農林水産省（食料産業局輸出促進課）：農林水産物・食品の輸出促進対策
(URL : <http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/>) 
- 輸出に必要な具体的な手続き（通関や検疫など）に関する窓口が、分野別、品目別にまとめられています。
 - ▶ 農林水産省（食料産業局輸出促進課）：農林水産物・食品の輸出に関する相談窓口
(URL : http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_soudan/)
- ジェトロ（日本貿易振興機構）で、輸出に向けた支援を受けられます。
 - ▶ 農林水産物・食品の輸出支援ポータル（ジェトロ農林水産食品課）
(URL : <https://www.jetro.go.jp/agriportal.html>)
 - 輸出を検討する相手国、地域の基礎情報や、海外ビジネス展開に関する輸出支援サービスの情報が得られます。
 - 必要な制度手続きや関税情報が得られます。輸出に際する港等への搬入や手続き、輸送に関する相談も受けられます。
 - 国内外の展示会や商談会に参加できます。
 - 貿易業務をサポートする輸出パートナーや、海外バイヤー情報が得られます。
 - 海外見本市や海外商談会、国内商談会、セミナーについての最新情報がまとめられています。
 - 農林水産物や食品、ハラル食品に関する取組事例情報が得られます。
 - ▶ J- messe（ジェトロ展示事業課）(URL : <https://www.jetro.go.jp/j-messe/>) 
 - 世界各国の見本市・展示会のデータベースです。会期や業種、開催地ごとの検索が可能です。
- 各国・地域の一般的なマーケットの状況に関するデータベース
 - ▶ 農林水産省：国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略
(http://www.kantei.go.jp/jp/singi/nousui/pdf/all_country.pdf) 
- その他、輸出関連施策、輸出関連団体、地方農政局の情報
 - ▶ 農林水産省・輸出促進リンク集（関連施策・団体等・地方農政局等へのリンク）（食料産業局輸出促進課）
(URL : <http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/link.html>) 

(2) ステップ 1 輸出の準備

2 輸出をサポートしてくれるパートナーの検討

初めて輸出にトライする場合は、通関から小売店・飲食店への販売までフルサポートしてくれる商社等をパートナーとする方法があります。また、自分でパートナーを選ぶ場合は、下図に示しているように物の流れとパートナーとなりうる先の主な役割を理解したうえでのパートナー選択が必要です。

A 物の流れに対しての手続き内容とパートナー先



(2) ステップ 1 輸出の準備

B パートナーの選定ポイント

小売店・飲食店との取引が成約しなければ商流は確立できませんが、たいていの輸出入業者はすでに販売先との関係を有しています。販売候補とする小売店・飲食店への営業に目が行きがちですが、まずは輸出入業者との関係を構築し、自らの商品の輸出・販売ルートを確保することが重要です。

パートナーを選定するに当たっては、入手した情報を整理し、以下のような点も考慮し、慎重に確定します。これらが販売コストの低減につながり、継続販売の可能性を高めます。

- 代金決済条件
- 国内輸送先までの輸送コスト
- 輸出入手続きの代行可否
- 輸入業者の取引先数
- 日本産コメ・コメ加工品の年間取扱量

コラム 1 ハラール認証

ハラール認証とは、「イスラム法の定める適正な方法で処理・加工された合法的な食品である」ことを証明するものです。イスラム圏市場への輸出には、ハラール認証取得が必要な場合があり、その基準や制度などは国により異なります。コメは基本的にハラールであるため、認証を取らずに販売できますが、「認証取得による安心」のために取得するケースも見られます。

なお、基礎調味料（醤油、味噌）は国によってハラールと認められないことがあります。その場合、コメ加工品の材料にこれらを使用する際には、ハラール処理された各種代替品を用いる必要があります。酒類（料理酒、ワイン、みりん）はハラールではないため使用できません。

コラム 2 国際ルール「FOB/C&F/CIF」

FOB (Free On Board)

FOBとは、国際商業会議所（ICC）が規定した国際間の貿易条件のひとつで、「本船甲板渡し条件」を指します。

FOBによる契約では、売主（輸出者）は、貨物を積み地の輸出港で本船に積み込むまでの費用及びリスクを負担し、それ以降の費用（運賃、海上保険料、輸入関税、通関手数料など）及びリスクは、買主（輸入者）が負担します。

C&F (Cost and Freight)

C&Fとは、国際商業会議所（ICC）が規定した国際間の貿易条件のひとつで、「運賃込み条件」を指します。C&Fによる契約では、CIF契約から海上保険料を除いた契約となります。

CIF (Cost, Insurance and Freight)

CIFとは、国際商業会議所（ICC）が規定した国際間の貿易条件のひとつで、「運賃・保険料込み条件」を指します。CIFによる契約では、売主（輸出者）は、貨物を荷揚げ地の相手国の輸入港で荷揚げするまでの費用（運賃、海上保険料など）を負担し、荷揚げ以降の費用（輸入関税、通関手数料を含む）は、買主（輸入者）の負担となります。

(2) ステップ 1 輸出の準備

3 販売戦略の立案

パートナーが決定した後は、消費者のニーズや小売店・飲食店などの意向を踏まえて、商品の具体的な販売戦略を立てます。日本のコメ・コメ加工品は、海外において品質の良さが評価されることは多いとはいえ、そのまま海外に持って行けば、それだけで多くの消費者・ユーザーが買ってくれるわけではありません。買ってくれる（くれそうな）消費者・ユーザーを見定め、そこをターゲットにして効果的なメッセージを伝えることが重要です。

A 自分たちの商品の特徴の整理

輸出先の競合する商品と比較して、自分たちの商品の「どこが良いのか」「なぜ良いのか」「顧客にとってどのようなメリットがあるのか」という特徴を明確に取り先に伝えられるように考えを整理します。自分が何を伝えたいかではなく、相手が何を知りたいかということに思いをめぐらすことが重要です。このメッセージを「FCPシート」にまとめ、商談会で活用することが効果的です。

（「FCPシート」については17・18ページをご覧ください。）

B ターゲットの明確化

パートナーの取引先や販売実績も踏まえ、現地で自分の商品を買ってくれる（くれそうな）消費者・ユーザーは誰かをパートナーとともに検討し、ターゲットを明確にします。

C 販売規模の検討

想定したターゲット向けに、どの程度の販売を見込むかパートナーと相談し、年間の取扱総量の見込みを立てます。初めての場合は、最低ロットでテスト的に取り組むことが多いと思われます。

D 販売促進の検討

自分たちの商品の特徴をターゲットに効果的に伝え、購入してもらうには、どのようなメッセージを、どのようなメディアを使って伝えるのが効果的であるかを検討します（パッケージ、チラシ、メール、ポスター、ポップ、TV CM等）。また、実際に購入してもらうために、行動を促すための特典を設ける等の工夫を行うことも重要です。

E 事業採算性・損益分岐点の確認

候補となるパートナーに、想定している国内渡しの日本円価格の見積りを提示し、輸出先国での想定販売価格を算出してもらいます。競合するほかのコメとの価格比較や輸出にかかる費用の項目なども考慮します。

採算の取れる想定価格が、算出された輸出先国での想定価格を下回っているか、競合商品の販売価格帯に収まっているか確認します。

コラム 3 知的財産の保護～農林水産知的財産保護コンソーシアム

(URL : http://www.maff.go.jp/j/kanbo/tizai/brand/b_conso/)

海外現地調査、知的財産侵害への相談窓口が開設されています。

(農林水産省食料産業局知的財産課)

輸出する商品の名称等が輸出先国において、商標・意匠等の出願・登録がなされていないか確認する必要があります。現地では、すでに第三者により品種名が商標登録されていることで、品種名の表示ができない場合もあります。



(3) ステップ 2 テストマーケティング

輸出に際して重要な2つ目のステップは、試験的な輸出（テストマーケティング）を通じて見えてくる課題や問題点を把握し、解決することです。テストマーケティングの結果を分析し、戦略やパートナーを見直すことも重要です。継続的な輸出に向けた、より効果的な販売戦略を検討します。

1 契約の締結

- 国内輸出業者、輸入業者、展示会主催者など、輸出に関係する各者と契約を交わします。契約前には関係事業者に関する信用調査を実施しておくことが必要です。
- 商品の数量、価格は基本として、品質、商品受渡方法（貿易手続きにかかるコスト負担を含む）、売れ残り商品や輸送時の欠損にかかるリスク負担などを明記します。
- 展示会での試験販売などで統一的な契約内容が提示された場合も、その内容については納得がいくまで確認します。

2 販売促進・広報の実施

- テストマーケティングにおける販売促進・広報は、実際の販売場所における販売促進活動が中心となります。展示会主催者などと連携した販売促進活動を行います。
- 主たる活動は販売現場での試食であり、商品をアピールできるような販売促進用の資材を提供することも必要です。この場で、**自分たちの商品の特徴が現地の買い手にどう受け入れられ、評価されるかを慎重に見極めることが極めて重要**です。その見極めが事業の成否を分けるといっても過言ではありません。
- 展示会や見本市へ出展することで、テスト販売の可能性や解消すべき課題を確認します。また、他企業の動向も把握しましょう。展示会には多くのバイヤーが参加することがありますが、出展し商談を行う場合は、商品の特徴・価格・最低取引単位等、最低限伝えるべき情報を準備する必要があります。

(詳しくは 15 ページ「4. 商談会参加の心得」をご覧ください。)

3 テスト販売

- テスト販売は、自ら輸出先国に出向き、販売促進活動をしたり、消費者やバイヤーからの意見を聴取したり、ほかのコメ・コメ加工品や日本産食品の販売状況を把握するなどの貴重な機会です。これまで検討してまとめてきた販売戦略が十分な成果を上げ得るかチェックを行い、修正・改善が必要なものがあれば見直し、テストを繰り返します。そのためには、アンケートその他の手法を用いて、購入者の特性・属性・反応・要望等を詳細に記録することも不可欠です。
- また、実際に商品を輸出することで、貿易手続きや輸出先国の物流事情・輸送上の問題・発注システム・商品パッケージの耐久度などに関するチェックを行うことができます。

4 商談会参加の心得

商談会は、**商談を成立させることができる関係を築き、1件でも多くの成約へ発展させることが唯一の目的**です。そのためには、商談に参加する前に準備を行うことが極めて重要となります。具体的には、以下の点を最低限おさえておくことが重要です。

A 言葉の問題をなくす

具体的かつ正確なコミュニケーションがとれることが基本です。自らで十分なコミュニケーションがとれない場合は、取引の事情に明るい通訳が不可欠です。コストをかけても適切な通訳を手配しましょう。

B 買い手が買うために必要な「理由」を与える

売り手がどれだけ売りたいくても、買い手が買う気にならなければ商談は成立しません。そのためには、買い手がその先の買い手（消費者・ユーザー）に対して、他の商品ではなく、この商品を買うとする「理由」を与えることが重要です。商品の特徴の明確化、他にはない特典等を具体的に示すことが必要です。

C 取引条件を明確に示す

商品のPRを行っても、その商品の販売価格・最低ロット数・いつから取引を行うことができるか等、取引に関する基本的な条件が明確でなければ商談は成立しません。これらの条件はあらかじめ準備しておくことが不可欠です。

B Cのような内容をあらかじめ整理するためには、「FCPシート」を活用することが有効です。一度じっくりこのシートを作成し、多言語化しておけば、あらゆる商談に役に立つとともに、事後的なミスコミュニケーションを回避するためにも有効です。ぜひ、作成することをお勧めします。（「FCPシート」については17・18ページをご覧ください。）

D パートナーも同席することが望ましい

商談における具体的な協議においては、どの流通業者を通じて輸出を行うかや、その際の条件についても話題になることがあります。

商談に当たってはパートナー事業者も同席して協議を行うことにより、スピーディーかつ円滑な条件調整が可能になる場合があります。

(3) ステップ 2 テストマーケティング

E スキルを磨く

商談は回を重ねてスキルを磨いていくことが重要ですが、ジェトロでは商談に当たってどのようなポイントに留意すべきか等についてのセミナーを実施しています。

▶ジェトロが主催・共催するセミナーや講演会、相談会を案内しています。

(<https://www.jetro.go.jp/events/>)



コラム 4 Blog や SNS を使ったプロモーション

コミュニケーションツールである Blog や SNS を、ビジネスの場での全世界向けプロモーションツールとして活用しましょう。SNS のそれぞれの特徴をとらえて、販売促進活動に合ったものを選択します。複数のツールを併用することで効果が上がることもあります。

【主な SNS 等】

- Twitter…手軽な短文情報拡散の場として
- Instagram…写真や短い動画での情報拡散の場として
- Facebook、Blog…顧客とのコミュニケーションの場として
- Youtube…動画での情報拡散の場として

(3) ステップ 2 テストマーケティング


「FCPシート」とは？

商品及び企業の特徴を記入し、展示会や商談会に役立てるために、「フード・コミュニケーション・プロジェクト（FCP）」が推進するものです。

表面に「商品情報」、裏面に「企業情報」が整理できます。読みやすい大きな文字でシートを完成させて、商品と自社を効率的かつ効果的にアピールしましょう。

記入のポイント【オモテ】

FCP Format for Exhibition and Business Meeting



■ Product Profile / Terms and Conditions

Name of Product					
JAN Code					
Use by date	Package	Size/Inner Capacity	Length(cm) × Width(cm) × Height(cm)	Volume	Quantity
Minimum Units of Delivery		Materials			
Lead Time	Packing	size/Gross weight	Length(cm) × Width(cm) × Height(cm)	Weight(kg)	
Storage		<input type="checkbox"/> FOB <input type="checkbox"/> CIF		Prices are valid before	
Certifications (Products/System)	Reference Price		Price in Japanese market		
*varied by terms and conditions					

商品情報シート
 商品の基本情報であるこの項目は、商品特性と取引条件をもれなく記入

原材料及び添加物
 原材料名と産地を記載。産地が特定できない場合は「〇〇他」などと記入。

Ingredients and Additives	The Place of Origin	Nutritional Facts
Product Characteristics	Use Scenes (Usage・Recipes)	

利用シーン
 商品がいちばんおいしく食べられる調理法や組合せ（食べ合わせ）など記入。

商品特徴
 差別化のポイントを記載、生産・製造過程でのこだわり、開発段階で最も工夫した点などエピソードを明示

■ Product Picture

商品写真
 パッケージ写真は必ず貼付。ぼやけていたり、魅力が半減するような写真は避ける。

gen Materials)

(3) ステップ 2 テストマーケティング

フード・コミュニケーション・プロジェクト（FCP）とは？

「フード・コミュニケーション・プロジェクト（FCP）」は、食品事業者、関連事業者、行政、消費者等の連携により、消費者の「食」に対する信頼の向上に取り組むプロジェクトで、チェーン全体において食品事業者の取組みの「見える化」を進めていきます。

見える化のツールの一つが「FCPシート」で、記入項目には商品の特徴・利用シーン・ターゲットの他、企業紹介・品質管理の取組などの項目が含まれており、食品メーカーとバイヤーのコミュニケーションを円滑にするなどの効果があります。

FCP ウェブサイト (<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/fcp/index.html>)



記入のポイント【ウラ】

■ Company's profile

Company's Name		<p>企業紹介シート 企業姿勢、取組内容など、自社の姿勢、こだわりなどを記入。代表者や社員の写真も忘れずに。</p>	
Annual Sales			
Name of Representative			
Messages to Purchasers			
Website Address		<p>メッセージ ここでは商品情報ではなく、企業理念や食品事業者としての基本方針、食の安全・安心に関する理念など、企業姿勢をアピール。</p>	
Company's Address	〒		
Factory's Address	〒		
Name of the Person in Charge		E-mail Address	
Phone Number		Fax Number	

■ Selling Points of the production process

<p>生産・製造工程などのアピールポイント フローチャート（出荷されるまでの作業工程順）での説明が効果的。圃場や工場などの写真が連動していると効果大。コメの場合は、年間栽培予定がわかるとなおよい。</p>	
Pictures	
<p>品質管理情報 衛生管理や危機管理は重要ポイント。きちんと記入して相手に安心感を与えることが重要</p>	

■ Information of Quality Assurance

Inspection of Products	<input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No	(If yes, please provide additional information about inspection)	
Hygiene Management	Production Process	<p>商品検査の有無 残留農薬や放射線量など検査している項目を記載。</p>	
	Employee		
	Facilities and Equipments		
Emergency Response	The Contact Points	Phone number	
	Documentation		

(4) ステップ 3 本格的・継続的な輸出拡大

輸出に際して重要な 3 つ目のステップは、より継続的な商品輸出環境を整備することです。この段階では、すでにパートナーともある程度安定した関係が構築できていると思われます。そうしたなかでも常に課題を見つけ、改善を図ることが重要です。

1 商品の販売戦略

テスト販売等の結果を踏まえ、当面の商品販売の基本的方向性を決めます。ただし、実際の販売状況を踏まえ、結果が芳しくない場合は、必要に応じて見直しを行う必要があります。

2 安定的な取引関係の構築

商品の販売方針が決まったら、安定的な取引関係を構築するための契約を締結します。契約に係る留意事項は以下のとおりです。

- 国内輸出事業者、輸入業者など、輸出に関係する各者との契約前には、関係事業者に関する信用調査を実施しておくことが必要です。
また、大手小売店などから情報を入手する方法もあります。
- 品質・商品受渡方法（貿易手続きにかかるコスト負担を含む）、売れ残り商品や輸送時の欠損にかかるリスク負担なども明記します。
- 現場でのクレーム対応などは一次的に小売店が行い、輸出事業者を通じて解決を図るなど、具体的に役割を決めて迅速に対応し、良好なコミュニケーションを構築することが重要です。
すべての課題について、生産者が対応し、リスクを負うものではありません。

(4) ステップ 3 本格的・継続的な輸出拡大

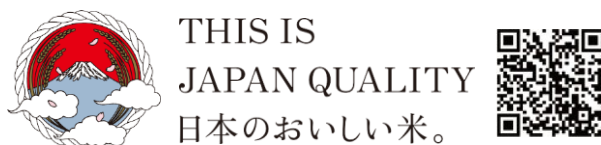
3 現地での販売促進（売り込み）の強化

輸出先マーケットでの販路拡大を図るため、現地での販売促進活動・売り込みの取組を強化します。輸出先マーケットの商慣行を踏まえる必要はありますが、**現地の事業者**に販促を手放して任せても拡大は難しいと思われます。輸出を行いたい事業者自らが現地で販売努力を行うことが不可欠です。

A 日本産コメ・コメ加工品統一ロゴマーク

海外のスーパー・百貨店等の店頭には、海外産のものであっても日本産米に似せたパッケージのコメが並んでおり、一目で日本産と見分けることは難しい状況にあります。

よって、全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会（全米輸）では、日本産のコメ・コメ加工品の見分けを付けるため、日本産コメ・コメ加工品の統一ロゴマークを作成しています。このマークは全米輸の会員はもとより、会員外の事業者でも必要な手続と手数料を収めれば、マークの使用が可能となっています。



日本産コメ・コメ関連食品輸出促進統一ロゴマークに関する使用条件等は以下のとおりです。詳しくは全米輸へお問い合わせください。

● マークの表示条件

- (1) マークは、下記の条件を満たす日本産米等を販売する際またはこれを宣伝する際に表示できるものとする。
 - ① マークを表示できるコメは、日本で生産されたものであることがコメのトレーサビリティ制度により確認できるコメとする。
 - ② ①のマークを使用できるコメ関連食品は、以下の条件を満たすものとする。
 - ・ コメを原料に用いる場合は、その全量に日本産米を用いていること
 - ・ コメを原料に用いない食品については、日本産米をセットで食するための商品であること
- (2) マークは、前項に規定される商品及び当該商品をまとめて収容する容器箱に表示することができる。ただし、容器箱に商品製造者氏名又は販売者氏名を明記しなければならない。
- (3) マークは、日本産農林水産物・食品の PR のためにつくられるポスター・チラシ・パンフレット等の資材に表示することができる。ただし、資材に制作者氏名を明記しなければならない。
- (4) マークは、全米輸により承認を受けた者及び一定の条件により申請が除外された団体等の関係者の名刺に印刷することができる。

● マークの使用料

マークの使用料は年間 1 万円とする。ただし、全米輸会員においては会費の納入をもって不要とする。

ロゴマークに関するお問い合わせ先

一般社団法人 全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会
設立：平成 27 年 8 月 13 日 会員数：49 会員（令和 2 年 3 月末現在）
TEL：03-5643-1720 E-Mail：jimukyoku@zenbeiyu.or.jp

(4) ステップ 3 本格的・継続的な輸出拡大

B 輸出促進に向けたプロモーション活動例

一般社団法人全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会（全米輸）は、今後も拡大が見込まれる世界の食市場に対して、高品質な日本産のコメ・コメ加工品の輸出促進に向けたプロモーション活動を展開しています。ロゴマークの使用によって、海外マーケットでの日本産コメ・コメ加工品の統一性を確保し、魅力を PR しています。

● 展示商談会・見本市・セミナー

海外で開催される商談会・見本市に出展し、飲食関係者や現地バイヤー等に向けて日本産コメ・コメ加工品の展示 PR を実施し、商品の理解促進とプロモーションを実施します。試食を通じて食べ方や食べごろのレクチャー、調理法の解説を行っています。

● 海外でのイベント・商談会の開催

飲食関係者や現地バイヤー等を対象に、海外レストランや料理教室の会場等において、日本産コメ・コメ加工品を活用した米料理のデモンストレーション、試食を行うとともに、商談会を開催しています。

また、日本産米を使った料理のレシピコンテストを行い、現地メディアで広く PR するとともに、コンテストへの出展店舗で継続的に日本産米を取り扱ってもらう取組を実施しています。

● 商品紹介動画

全米輸ホームページでは、英語の解説を添えたコメ・コメ加工品の PR 動画を用意しています。プロモーション活動などにお役立てください。

全米輸の活動の具体的な内容は、全米輸ホームページをご覧ください。

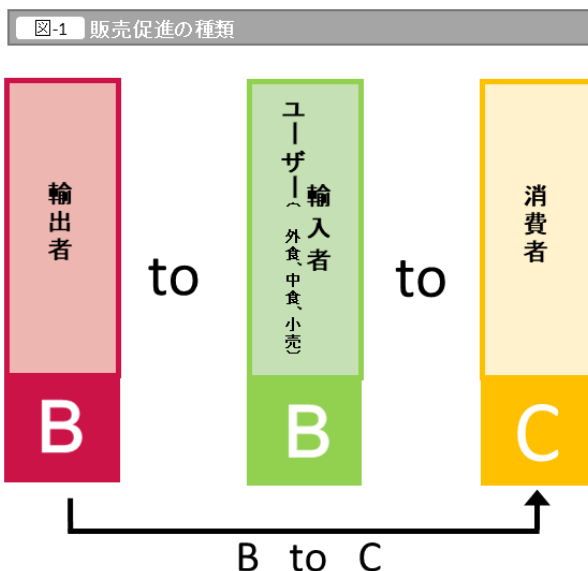
(<http://zenbeiyu.com/jp/>)



(4) ステップ 3 本格的・継続的な輸出拡大

C 販売促進活動の留意点

販売促進活動は輸出拡大のためには極めて重要で効果的です。しかしながら、本当に効果を最大限発揮させることは簡単ではありません。



a 販売促進の種類

販売促進は大きく2種類に分けられます。輸出者（生産者）がユーザー（現地の実需者等）をターゲットに行う B to B (Business to Business) の販売促進と、消費者をターゲットに行う B to C (Business to Consumer) の販売促進です。

また、輸出者が現地ユーザーと連携して消費者向けの販売促進を行うことを B to B to C と呼ぶこともあります。

それぞれ、ターゲットによって目的や求められる情報も異なりますので、その特徴に応じて効果的に行うことが必要です。

b 留意点

B to B プロモーション

【目的】

- 取引関係を構築する（商談）

【最低限求められる情報】

- 取扱商品の種類
- 取扱商品の特徴（漠然としたものでなく、具体的かつエビデンスがあるもの）
- 取扱商品の取引条件
〔価格・最低ロット・取引ルート（中間業者等）〕

【取引拡大のためのプラスαの提案】

- キャンペーンの企画
- 実際の消費者の反応等の情報等

B to C プロモーション

【目的】

- 商品の認知度を高める
- 実際に購入に結びつける

【最低限求められる情報】

- 商品の特徴〔他の商品との違い（具体的に）・メリット・使い方・食べ方〕
- 当該商品の入手方法

【より効果的にPRするためのプラスαの提案】

- クーポン等、参加者の商品の仕入れインセンティブ
- メールアドレスを入手し、PR情報、特典の提供等

(4) ステップ 3 本格的・継続的な輸出拡大

4 継続的販売

パートナーと定期的に連絡を取って現地での課題や問題点を把握し、それらについて対応を検討し、改善を図ります。

- 特にコメを主食としている国・地域の場合、品切れが起きるとほかのコメに切り替えられる可能性が高いのが実情です。気温の高い国・地域では品質の劣化が早いことから、運送手段や保管方法などについても配慮し、安定的な供給を確保することが販売の生命線です。
- 売上げは順調か、品切れや粗悪品の発生といった問題が起きていないかなどを把握することが必要です。
- パートナーから提言を受けた課題・問題点については対応を検討し、改善を図っていく必要があります。
- 状況に応じて消費者アンケートなどを実施し、購入者の満足度を把握します。それらを分析することで改善のサイクルを構築していきましょう。

コラム 5 販売促進・広報に関するポイント

日本産品と連動させた販売促進活動を

コメ・コメ加工品だけの販売促進活動に特化せず、海苔や味噌、茶、寿司など、ほかの日本産品との販売促進活動や料理デモンストレーションを開催することで相乗効果が見込めます。

現地言語の販売促進用資材は不可欠

販売促進活動を行うに当たっては、現地言語を使用するなど、現地の人にとってわかりやすいものにする必要があります。チラシや店舗 DM を制作する際には、生産地、生産者、商品パッケージなどの写真や、現地言語による商品の特長説明も不可欠です。その場合は、商標を登録するなどの対応も必要です。翻訳や印刷などについては、現地販売店から業者を紹介してもらえる場合もあります。海外へのインターネット販売に向けては、日本語だけでなく、英語や現地言語に対応した（多言語対応）ウェブサイトの開設が必要です。

積極的な取組が成約につながる

競合商品より多少高い販売価格であっても、現地に出向き、おいしさや高品質であることを直接消費者に広報するなどの販売促進活動を実施することで、小売店から契約をしてもらえるケースも数多く見られます。

コラム 6 インターネットを利用した海外輸出

2018年には、日本から中国と米国への越境 E コマース (EC) の市場規模が 1 兆 5,345 億円 (対前年比 18%増) になるなど、インターネットを使った商取引 = EC 市場が世界規模で急拡大しています。日本産コメ・コメ加工品の輸出促進の部分でも、EC は無視できない分野となりつつあります。

ただし、EC 先進国である米国や、世界一の EC 市場へと発展した中国などの例がある一方、ネット環境やインフラの未発達、さらには法規制等の要因で、未成熟な市場にとどまっているケースもあり、国・地域によって状況はさまざまです。進出にあたっては条件を慎重に見極める必要があります。

現状では、各国とも日本産コメ・コメ加工品を積極的に扱っている大型 EC サイトは少ないようですが、日本食の世界的な普及に伴い、発展の余地は多く残されていると言えるでしょう。

3 章 コメ・コメ加工品の輸出

国・地域	掲載頁
(1) 香港	26
(2) 台湾	31
(3) 中国（上海／北京）	36
(4) シンガポール	44
(5) マレーシア	48
(6) タイ	54
(7) ベトナム	60
(8) フィリピン	66
(9) アラブ首長国連邦	71
(10) 米国（L.A./N.Y.）	76
(11) カナダ	80
(12) ブラジル	85
(13) オーストラリア	90
(14) ドイツ	96
(15) 英国	102
(16) フランス	108
(17) ロシア	114

(1) 香港 Hong Kong

基礎データ

人口：750万人（2019年）
 名目 GDP：3,630億米ドル（2018年）
 1人あたり GDP：48,517米ドル
 （2018年）
 実質 GDP成長率：3.02%（2018年）

日本との関係

日系企業数：8,225社（2017年）
 在留邦人数：26,271人（2018年）
 日本食レストラン数：1,595店舗
 （2019年）

1 市場の特性と消費の傾向

日本産米の最大の輸出先国

A 市場の特性

香港で消費されているコメは、基本的にすべてが輸入米です。主要な輸入元は、タイ、ベトナム、中国、米国、オーストラリア、日本等です。香港で流通しているコメの品種は、長粒種が3分の2、中短粒種が3分の1といわれており、主にタイやベトナムから長粒種を輸入し、主に中国、米国、日本から中短粒種を輸入しています。

コメの消費量は50万トン前後で安定しており、日本産米は日本食レストランを中心に業務用需要が拡大しています。

B 消費の傾向

一般的には中華料理に合うタイ産米が人気の香港において、日本産米の輸入量は急激に増加してはいるものの、シェアでは1%強にとどまるのが現状です。

日系企業の中には、玄米を輸入し、香港で精米を行っているところもあり、高級日本料理店などでは現地で精米された日本産米が使用されています。

香港では、日本産であること自体が安全・安心と捉えられており、日本産米の中では、産地・銘柄より価格で選ばれる傾向があります。また、香港の食品市場は競争やトレンドの移り変わりが激しく、日本らしいデザインや現地受けの良い魅力的なパッケージ等、常に新しいものが求められています。

表-1 コメの生産・消費・輸出入の状況

	2016	2017	2018
生産量（トン）	0	0	0
消費量（トン）	494,000	500,000	-
輸出量（トン）	15,273	15,236	16,959
輸入量（トン）	330,249	334,596	326,125

表-2 日本からのコメの輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	4,128	4,690	5,436
輸出単価（円/kg）	246	247	252

表-3 日本からの米菓の輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	520	629	603
輸出額（百万円）	660	744	724

コメの主な輸入先国

タイ、ベトナム、中国、カンボジア、オーストラリア、米国、パキスタン、日本、シンガポール、インド

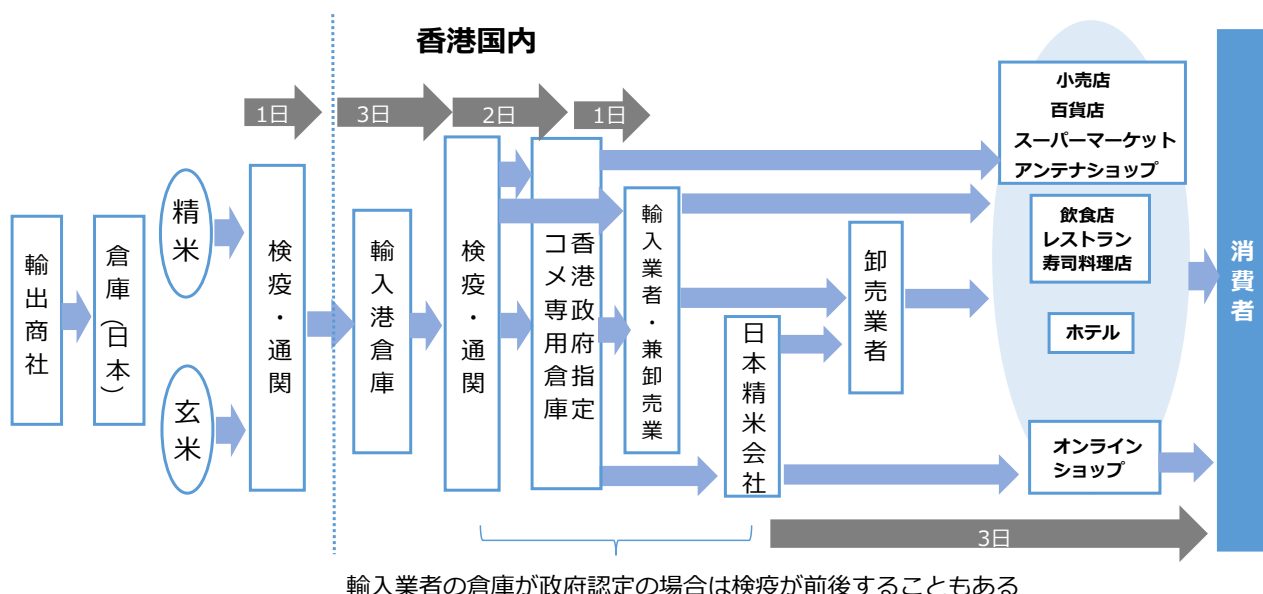
(1) 香港 Hong Kong

2 流通チャネルと取引慣行

コメは輸入ライセンスが必要

A 日本米の流通経路

米の輸入にはライセンスが必要です。船舶輸送の日数は1週間程度ですが、小売店や飲食店への納品は発注から3~4週間程度となっています。検査は、荷揚げの際に行われるケース、政府管轄の倉庫で行われるケース、輸入業者の倉庫にて後日行われるケース(輸入業者が政府認定の米専用倉庫を持つ場合)があります。



(出典) 日本貿易振興機構 (JETRO) / 岡山県「輸出のヒントがわかるハンドブック ~ぶどう・もも・米・加工品~」 (2019年3月)

B 取引慣行

香港の食品小売業は地元資本の大手2グループが7割以上を占める寡占状態です。日本からの生鮮食品は日系業者の取り扱いが圧倒的ですが、加工食品は地元業者も取り扱っています。

3 関税割当枠と関税

輸入関税はありません

関税割当枠 すべての品目がゼロ関税であり、関税割当枠はありません。

関税 自由貿易港であり、すべての品目がゼロ関税で輸入できます。

(1) 香港 Hong Kong

4 検疫制度と食品規制

食品表示は英語又は中国語、あるいは両言語で実施

A 検疫制度

輸入許可・輸入ライセンス

香港では、コメは備蓄品目の対象となっており、輸出入は登録制となっています。そのため、コメを輸入する事業者は、香港工業貿易署（TID）にコメ在庫保有者として登録した上で、輸入ライセンスを取得する必要があります。登録を行えるのは、香港で商業登記した企業に限られます。

輸入業者は在庫保有者として、コメの備蓄在庫を維持する責任を負います。また、登録の条件として、輸入業者は、輸入期間開始の6週間前までに輸入量を申告し、当該期間内に輸入すると保証した量を輸入する必要があります。

輸入ライセンスは発行日から6週間の間、1回の輸入について有効となります。なお、ライセンス申請は輸入するコメの用途（商業用あるいは個人用）や数量にかかわらず行う必要があります。ただし、商業用ではなく個人消費用にコメを携行品として持ち込む場合、15kgまでは輸入許可などの取得なしでの持ち込みが可能です。

なお、日本からの植物検疫証明書は必要ありません。

B 食品規制

製品表示の内容

香港内で販売する食品は、次の項目を英語、中国語（繁体字）、または両方の言語で記載する必要があります。

- a. 食品名
- b. 原材料リスト(添加物(※1)及びアレルゲン(※2)を含む)
- ただし、コメは単一原材料のため不要。
- c. 賞味期限または消費期限
- d. 特別な保存条件又は使用方法の記載
- e. 製造業者又は包装業者の名称及び住所

ただし、販売業者の名称及び住所が記載されており、製造業者又は包装業者の住所が香港当局に通知されている場合は免除。

f. 数量、重量または容量

g. 栄養表示

必須項目：エネルギー、タンパク質、炭水化物、脂質、飽和脂肪酸、トランス脂肪酸、ナトリウム、糖類

※1 食品添加物にはコーデックス委員会（CODEX）の国際番号システム（INS）に基づく機能分類および名称、または識別番号を表示する必要。

※2 アレルゲン物質：グルテンを含む穀物、甲殻類および甲殻類製品、卵および卵製品、魚および魚製品、ピーナッツ・大豆およびそれらの製品、乳および乳製品、ナッツ類とナッツ製品、10ppm以上の亜硫酸塩

残留農薬基準

香港では使用される農薬について、ポジティブリスト制を採用しています。すべての食品に対する残留農薬基準値は、香港食物安全センター（CFS）のデータベース「Hong Kong Pesticide MRL Database (<https://www.cfs.gov.hk/english/mrl/index.php>)」で検索が可能です。

東京電力福島第一原発事故に関連した輸入規制

コメ・コメ加工品に関する特別な放射線物質規制はありません。

(1) 香港 Hong Kong

5 小売店の店頭価格

コメの輸入元は多様です

A コメの販売価格

ジャポニカ米は、日本産の他には米
 国産、韓国産、台湾産などが販売され
 ています。香港で流通している日本
 産米は、ササニシキ、ゆめぴりか、な
 なつぼし、まっしぐらなど、様々な品
 種の取り扱いがあるものの、コシヒ
 カリ以外のブランドの認知度は非常
 に低いのが現状です。パッケージの
 規格としては、5kg や 10kg は価格
 が高くなるため、2kg 包装が売れ筋
 となっています。

B 包装米飯の販売価格

韓国製及び日本製の包装米飯が
 販売されていますが、価格は韓国
 製の方が若干安くなっています。

C 米菓の販売価格

米菓は日本製、タイ製、中国
 製、台湾製が販売されています。
 日本製の種類は多いですが、販売
 価格は日本国内販売価格よりも高
 額です。

表-4 コメの販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (香港ドル)	円換算*
クボタ三重こしひかり	日本(三重)	2kg	129	1,882
匠仕立て	日本	2kg	109	1,590
玉錦	米国	2kg	98	1,430
田牧米	米国	2kg	118	1,722
石井ファームあきたこまち	日本(秋田)	3kg	235	3,429
有機山里清流こしひかり	日本	1kg	98	1,430
あきたこまち	日本(秋田)	5kg	340	4,961
有機 月花下	台湾	2kg	139	2,028
有機発芽玄米 ダックライス	韓国	1.5kg	98	1,430
金鳳香米 有機ブラウンジャスミンライス	タイ	1kg	57.9	845
金象頂上ジャスミンライス	タイ	8kg	102.9	1,501

表-5 包装米飯の販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (香港ドル)	円換算*
東進パックライス	韓国	210g	12.9	188
Cheil Jedang 白米パックライス	韓国	210g	10.5	153
たかの 炊きたての赤飯	日本(新潟)	180g	16	233
たかの 発芽玄米ご飯	日本(新潟)	180g	19	277
はまだ精麦 麦ご飯	日本	1/パック 180g	16	233
神明 つや姫	日本	1/パック 200g	24	350
テーブルマーク 麦ご飯	日本	3/パック x 180g	40	584
サトウ 即席飯	日本	5/パック x 200g	80	1,167
Ottogi 白米パックライス	韓国	210g	11	160
Ottogi パック粥(牛肉入/マグロ入)	韓国	285g	25	365

表-6 米菓の販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (香港ドル)	円換算*
ブルボン プチ薄焼き	日本(新潟)	1袋	7.5	109
栗山米菓 星たべよ	日本(新潟)	1袋	19	277
栗山製菓 瀬戸のほんじお	日本(新潟)	1袋	21.5	314
ホンダ製菓 鉄火焼 金のうにせん	日本(埼玉)	1袋	23.5	343
三幸製菓 新潟仕込み こだわりのほんのり塩味	日本(新潟)	1袋	19	277
天乃屋 歌舞伎揚	日本(東京)	1袋	12.9	188
旺旺 雪餅	中国	1袋	8.9	130
旺旺 鉄火焼 チーズ餅	中国	1袋	14.5	212
Fantastic ライスクラッカー	タイ	100g/袋	19.9	290
北田 こんにやく玄米ロール	台湾	1袋	18.9	276

* 1香港ドル = 14.59円

(1) 香港 Hong Kong

6 インターネット販売の実態

高い潜在力を持つ香港の EC 市場

香港はインターネットを利用する 10 歳以上の割合が 87.5%（2018 年）という世界有数のデジタル都市です。2016 年の香港の EC を通じた小売販売額は 137 億香港ドルで、年平均約 15%増加しており、香港 EC 市場の潜在力は高いと考えられます。

多様な食品 EC プレーヤー

主要 EC サイトにおける食品・飲料の割合は 6.7%（2017 年）と高くはありません。しかし、香港は食品の EC 販売に関する規制が一部の食品を除いてないことから（コメ・コメ加工品については規制なし）、百貨店、スーパー、食品専門小売業者、食品輸入業者・卸売業者、食品メーカーなど多くの企業が食品ネット通販事業に参入しており、その規模は年々拡大しています。

日本産米の取扱いがある主要 EC サイト

日本産米を取り扱う主な EC サイトは以下のとおりです。近年では、日本産食品を日本から香港へ直送するネット通販サイトの数やその会員数は増えており、人気があります。

主要 EC サイト

a. HKTVMall	https://www.hktvmall.com/hktv/zh/
b. PARKnSHOP	https://www.parknshop.com/en/
c. APITA UNY PIAGO e-Shop	www.apitauny.com.hk
d. Market Place by Jasons	www.marketplacebyjasons.com
e. AEON 網上購物城	https://www.aeoncity.com.hk/
f. city'super	http://www.citysuper.com.hk/en/
g. PRIME MARKET	http://primemarket.com.hk/ja/
h. ZTORE（土多）	https://www.ztore.com/tc/
i. 正食字號	https://macrofoods.odde.me/en_HK/

越境 EC における留意点

香港では、コメ・コメ加工品の輸入について、関税がかかりません。また、個人の消費用であれば、4,000 香港ドル以下の少額貨物（コメの場合はこの条件に加え 15kg 以下であること）は、国際郵便・国際貨物で通関申告なしで日本から香港に販売できます。

7 輸出拡大に向けて

常に新商品を探しているというバイヤーは少なくありません。小売各社からも、これまで取り扱ったことのない新しい商品を試してみたいという意見があるようです。米の場合、「輸出商社側からの見積提案はレポートリーがない。パッケージも半透明の袋にラベルが貼ってあるだけという殺風景なものがあつたりして、魅力的な商品が少ない状況」であるため、商品特性の訴求が難しい中でも、日本らしいパッケージ素材やデザインなどでの差別化に余地があるとのコメントもあります。

(2) 台湾 Taiwan

基礎データ

人口：2,360万人（2019年）
 名目 GDP：5,894億米ドル
 （2018年）
 1人当たり GDP：24,971米ドル
 （2018年）
 実質 GDP 成長率：2.6%
 （2018年）

日本との関係

日系企業数：610社（2017年）
 在留邦人数：24,280人（2018年）
 日本食レストラン数：13,318店舗
 （2019年）

1 市場の特性と消費の傾向

台湾産のコメの販売が主流

A 市場の特性

2018年の台湾におけるコメの輸入量は2010年以降最も少ないですが、日本からの輸出は数量ベース及び金額ベースともに2010年以降で最も高くなりました。台湾のコメ輸入先において、日本は11位（数量ベース）となっています。台湾は農産物の品目別生産量及び生産額において、コメが最も多くなっており、コメの生産量は2016年以降増加傾向にあります。

B 消費の傾向

台湾では、食に対して好奇心旺盛な消費者が多いため、試食をして見せたり「食べ方」を提案したりすることが重要となります。例えば、日本産米をちらし寿司にして提供したり、顧客の前で小さめの三角おにぎりを握って提供したりするなどのアイデアが必要です。高級スーパーでは、店内にオープンキッチンを設置し、その場で調理した総菜を販売している事例もあります。

表-1 コメの生産・消費・輸出入の状況

	2016	2017	2018
生産量（万トン）	159	175	195
消費量（万トン）	164	167	-
輸出量（万トン）	9	2	6
輸入量（万トン）	12	13	11

表-2 日本からのコメの輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	943	1,173	1,262
輸出単価（円/kg）	371	336	326

表-3 日本からの米菓の輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	731	830	854
輸出額（百万円）	758	878	894

コメの主な輸入先国

米国、タイ、ベトナム、オーストラリア、ミャンマー、日本

(2) 台湾 Taiwan

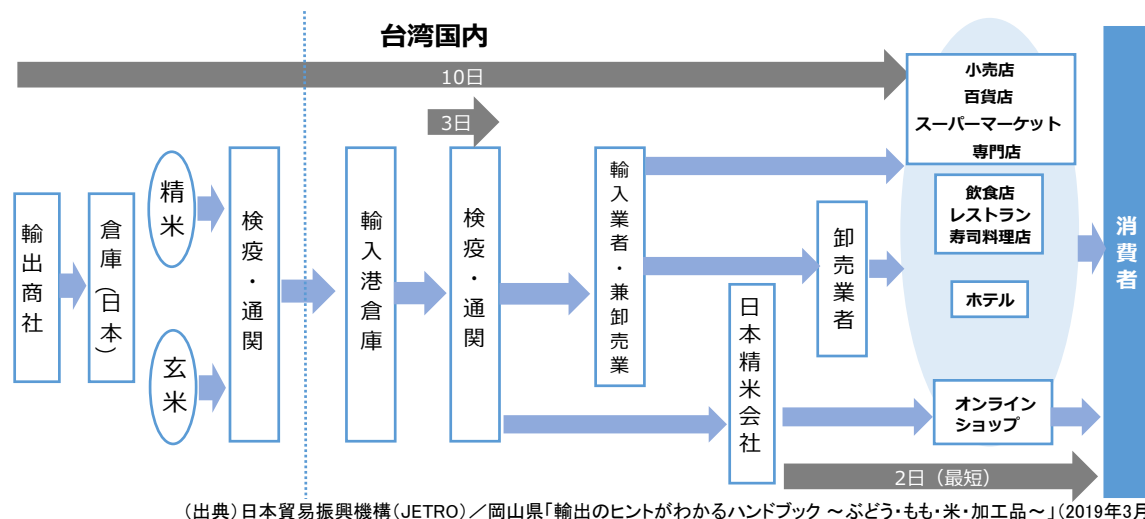
2 流通チャネルと取引慣行

コメの輸入はライセンス制

A 日本米の流通経路

コメの輸入にはライセンスが必要であり、輸入量も認可統制の対象となっています。輸入米はすべてロットごとに残留農薬検査を含む検疫の対象となっています。船舶輸送の所要日数は、検疫を含めて10日程度となっています。玄米を輸入し、台湾で精米、オンラインショップで販売し消費者宅へ宅配している日系企業もあります。

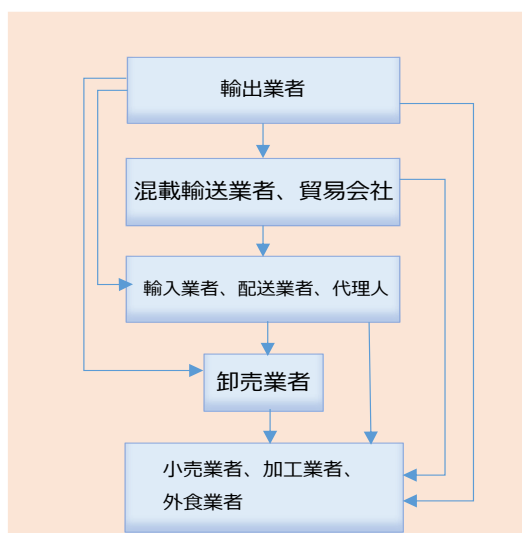
図-1 台湾における米の流通経路(船舶輸送の場合)



(出典)日本貿易振興機構(JETRO)/岡山県「輸出のヒントがわかるハンドブック～ぶどう・もも・米・加工品～」(2019年3月)

B 加工食品の流通経路

台湾で最も一般的な食品輸入ルートは、製品を輸入業者から配送業者へ、配送業者から小売業者へ、そして小売業者から消費者へと至るルートです。仕入先の中には、小売業者を介して直接製品を流通させることで流通経路を短縮するところもあります。



(出典)米国農務省「Taiwan: Top Ten Market & Springboard to Asia」(2012年12月)

C 取引慣行

台湾ではマルチレベル・マーケティング（直接販売の一形態であり、販売員のネットワークを通じて商品を販売する手法）が受け入れられており、いくつかの直販組織が存在しています。

外資系企業、特に中小企業は、流通業者に商品を販売するために一般的に代理店に依存しています。台湾には、高雄、基隆、台中、花蓮の4つの主要港があります。これらの港は、台湾の主要な物流拠点としても機能しています。

(2) 台湾 Taiwan

3 関税割当枠と関税

コメ、コメ加工品共に関税割当制度が適用

関税割当枠

コメは関税割当（TRQ）の対象となります。関税割当の総量は、玄米ベースで毎年 14 万 4,720 トン、そのうち政府輸入分は 65%（9 万 4,068 トン、対象は米国、オーストラリア、タイおよびエジプトの 4 カ国）、民間輸入分は 35%（5 万 652 トン）で、WTO 加盟国から台湾銀行を通して関税割当を得た民間企業が輸入することになっています（入札で示された権利金（Premium）の順に落札する方式）。
関税割当はコメだけでなく、米粉や米でん粉等にも適用されています。
なお、包装米飯等のコメの含有量 30%以上の調理済み食品も関税割当制度の対象です。

関税

コメ：割当内関税率は無税、割当外関税率は 45 台湾ドル/kg
包装米飯：割当内関税率は無税、割当外関税率は 49 台湾ドル/kg
米菓：割当内関税率は無税、割当外関税率は 20%

4 検疫制度と食品規制

玄米は植物検疫証明書が必要

A 検疫制度

精米は植物検疫証明書なしで輸出できます。玄米は植物検疫証明書の添付が必要です。

B 食品規制

製品表示の内容

コメのラベル表示は、食糧管理法と食品表示弁法により、以下の項目を中国語（繁体字）で表示することが求められます。なお、輸入時点で表示ラベルがなければ輸入できません。また、台湾の品質規格である中華民国国家標準（CNS）を満たしていることを明記する必要があるなど（「品質規格(Quality Standard) : CNS 一等(CNS Grade A)」などの記載）、一般の加工食品の表示内容とは一部異なる点があるため注意が必要です。

- a. 商品名：食品の名称および分類
- b. 品質規格：原材料の品質規格の組み合わせ内容
- c. 原産地（国名および都道府県名）
- d. 重量：包装または容器に入れられた内容物のネット重量
- e. 加工日（精米・製粉）：生産された年月日
- f. 賞味期限または消費期限
- g. 製造者及び輸入業者情報：名称、電話番号および住所

包装米飯・米菓等には食品安全衛生管理法により、以下の項目を中国語（繁体字）で表示することが求められます。

- a. 商品名：食品の名称
- b. 原材料名（成分割合の大きい順に記載）
- c. 原産地（国名および都道府県名）
- d. 重量、容量、又は数量
- e. 食品添加物の名称
- f. 製造者及び輸入業者情報：名称、電話番号および住所
- g. 賞味期限または消費期限
- h. 栄養表示（1 食分もしくは 1 包装あたりの含有量及び割合。表示義務のある栄養素は熱量、タンパク、脂質・飽和脂肪飽和脂肪酸・またはトランス脂肪酸、炭水化物、糖類、ナトリウム、食物繊維）
- i. 遺伝子組み換え食品原材料の使用の有無
- j. アレルギー表示：（甲殻類、マンゴー、落花生、牛乳、ヤギ乳、卵、堅果類（クリ、クルミ等の種子）、ゴマ、グルテンを含む穀物、大豆、魚類、およびその製品）。「本製品には〇〇が含まれています」等に類する一文、または含有するアレルギー物質をすべて原材料に記載することが必要。（2020 年 7 月 1 日より）

(2) 台湾 Taiwan

残留農薬基準

残留農薬基準に以下の情報が記載されています。

- 別表第1 残留農薬基準表。
- 別表第2 外因性残留農薬の標準許容値。
- 添付資料3 規制対象外農薬のリスト。
- 添付資料4 使用禁止農薬リスト。
- 添付資料5 残留農薬基準表における作物及び農産物の分類。

原産国関連輸入規制

福島、茨城、栃木、群馬、千葉県産のコメ・コメ加工品を含むすべての食品は輸入停止措置が取られています。それ以外の都道府県産のコメ・コメ加工品については、産地証明書の取得が必要となります。

5 小売店の店頭価格

日本産米の価格は台湾産の倍以上

A コメの販売価格

台湾産のコメの価格は単価が日本産米の半分以下です。小売店が扱う品種はコシヒカリが多く、日本産を好む台湾人にも知名度があるものの、価格が高いため日本産米の販売数量は多くありません。また、台湾産コシヒカリも味が良く、日本産と比較し安価で販売されているため人気です。

表-4 コメの販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (TWD)	円換算*
一番 コシヒカリ	日本 岩手県	2kg	441	1,592
富麗寿司米 特級米	台湾 花蓮富里	3kg	219	791
北斗ななつぼし	日本 北海道	2kg	700	2,527
つや姫	日本 山形県	2kg	500	1,805
(有)高橋重建 魚沼産こしひかり	日本 新潟県	2kg	800	2,888
丹波こしひかり	日本 兵庫県	2kg	580	2,094

表-5 包装米飯の販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (TWD)	円換算*
喜生履歴健康熟飯	台湾	510g	120	433
越後のごはん	日本 新潟県	200g	100	361
ドリームズファーム京都農樹	日本 山形県	200g	70	253
ウーケ 北アルプスの天然水仕立てふんわりごはん 石川県産こしひかり	日本 富山県	200g × 3	190	686
越後製菓 日本のごはん 新潟県産コシヒカリ	日本 新潟県	120g × 4	175	632

B 米菓の販売価格

各店舗で日本製の菓子が販売されており、一定のポジションを獲得しています。価格は日本で購入するより若干割高となります。日系メーカーがタイなど第三国で製造している菓子も日本産菓子の競合になりえます。

表-6 米菓の販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (TWD)	円換算*
天乃屋 おつまみ	日本 東京都	22g × 9	179	646
三幸 柿の種	日本 新潟県	144g	75	271
柴田製菓 いかっ子	日本 愛知県	100g	120	433
三幸 雪の宿	日本 新潟県	112g	69	249
三河屋 えび満月 わさび風味	日本 愛知県	70g	75	271
坊ちゃん じゃこ揚げせん 瀬戸内海産じゃこ練りこみ	日本 埼玉県	72g	99	357

* 1TWD = 3.61円

(2) 台湾 Taiwan

6 インターネット販売の実態

急速に拡大を続ける E コマース市場

台湾の2016年1~7月のEC売上高は904億元であり、食品・たばこ・酒は全体の12.1%を占めています。EC販売では、日本産菓子、飲料、おつまみなどの味が好評で売れ筋となっています。台湾の消費者は日本の流行に敏感で、日本で人気のスナック菓子等は日本とほぼ同じタイミングで人気となります。

主要なEコマースショッピングプラットフォームは、以下のとおりです。

主要 EC サイト

a. Yahoo 奇摩購物中心	https://tw.buy.yahoo.com/
b. PChome 線上購物	http://shopping.pchome.com.tw/
c. momo 購物網	https://www.momoshop.com.tw/main/Main.jsp
d. 露天拍賣	http://www.ruten.com.tw/
e. 臺灣樂天市場	https://www.rakuten.com.tw/

日本から越境 EC で販売する場合の留意点

運営サイトが台湾にある場合はラベル表示や台湾の薬事法などを順守しなければなりません。

a. 日本の通販サイトに登録し、日本の商品発送拠点から台湾向けに販売する場合

日本のインターネット通販サイトに登録し、日本の倉庫からEMSなどで輸出する場合は、商品の販売については台湾の規制は適用されません。

b. 台湾の通販サイトに情報を登録し、発送は台湾外から行う場合（台湾には拠点を有していない）

台湾の通販サイトに登録し、日本の倉庫からEMSまたはクーリエで輸出する場合は注意が必要です。

1. 商品が海外から直送されようとも、台湾の規制を受けます。例えば、酒類等は年齢確認が必要です。
2. 個別の販売商品についてそのラベル等に台湾の「商品標示法」で記載が義務付けられている事項を中国語（繁体字）で記載することが求められます。
3. 台湾での商品販売について営業税（日本の消費税に相当）の納税義務が生じます。

7 輸出拡大に向けて

現地でも短粒種の生産が行われており、価格で競争することは難しいため、日本産米を高級品として販売していく基本的な方針は維持しつつ、品質を極力落とさず、低コスト生産を試みる必要があります。

(3) 中国 (上海/北京) China

基礎データ

人口：約 14 億 5 千万人
 名目 GDP：約 14 兆 1,400 億米ドル
 1 人当たり GDP：10,276 米ドル
 実質 GDP 成長率：6.1%
 (2019 年)

日本との関係

日系企業数：30,050 社 (2018 年)
 在留邦人数：120,076 人 (2018 年)
 (注：香港・マカオを含む)
 日本食レストラン数：66,202 店
 (2019 年)

1 市場の特性と消費の傾向

世界最大のコメ消費国

A 市場の特性

コメは、小麦、とうもろこしと並んで、中国の最も重要な食糧作物の一つです。精米の 2018 年度の生産量は 1 億 4,849 万トン、同年度の消費量は 1 億 4,272 万トンです。精米は年間の生産量が消費量よりやや多くなっています。

また、2018 年度の中国でのコメの輸出入量は、輸入が約 300 万トン、輸出が約 277 万トンと、輸入量が輸出量を上回っていますが、その差は年々減少傾向にあります。輸入先国はベトナムとタイで全体の約 8 割を占めています。日本から中国への商業用の米輸出量は、香港、シンガポール、米国、台湾に次ぐ第 5 位で 1,007 トンです (2019 年実績)。

B 消費の傾向

中国の北方地域では小麦食 (饅頭、包子、麺など) が、南方地域では米食が好まれています。近年、北方地域でも生活水準の向上による食事の多様化や、炊飯方法の簡便化などから、米の消費が増えています。

主流はインディカ米ですが、生産量・消費量ともに伸びているのはジャポニカ米です。ここ 20 年間に、ジャポニカ米の 1 人当たりの年消費量は、20kg 弱から 30kg 超に増加しました。実際に中国の消費者に日本産米を試食してもらおうと高い評価が得られます。一方で、中国産日本品種のコメの品質も高く、価格差が大きいため、この価格差を乗り越えて日本産米を選んでもらうための仕掛け・努力が必要です。中国から日本への旅行客は増え続けており (2019 年は 959 万人) 日本や日本産品へのイメージの高まりとともに日本産米の輸出も少しずつ増えています。特に旅行先として人気の北海道産のコメが輸出量の約半分を占めています。

表-1 コメの生産・消費・輸出入の状況

	2016	2017	2018
生産量 (千トン)	147,766	148,873	148,490
消費量 (千トン)	141,761	142,509	142,720
輸出量 (千トン)	805	1,364	2,770
輸入量 (千トン)	5,300	5,500	3,000

表-2 日本からのコメの輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量 (トン)	298	524	1,007
輸出単価 (円/kg)	326	403	360

表-3 日本からの米菓の輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量 (トン)	62	61	87
輸出額 (百万円)	84	123	160

コメの主な輸入先国 (2018年)

ベトナム(46.2%)、タイ(31.8%)、
 パキスタン(9%)、カンボジア(7.7%)、
 ミャンマー(2%)、ラオス(2.4%)、
 台湾(0.8%)、日本(0.1%)、ロシア(0.03%)

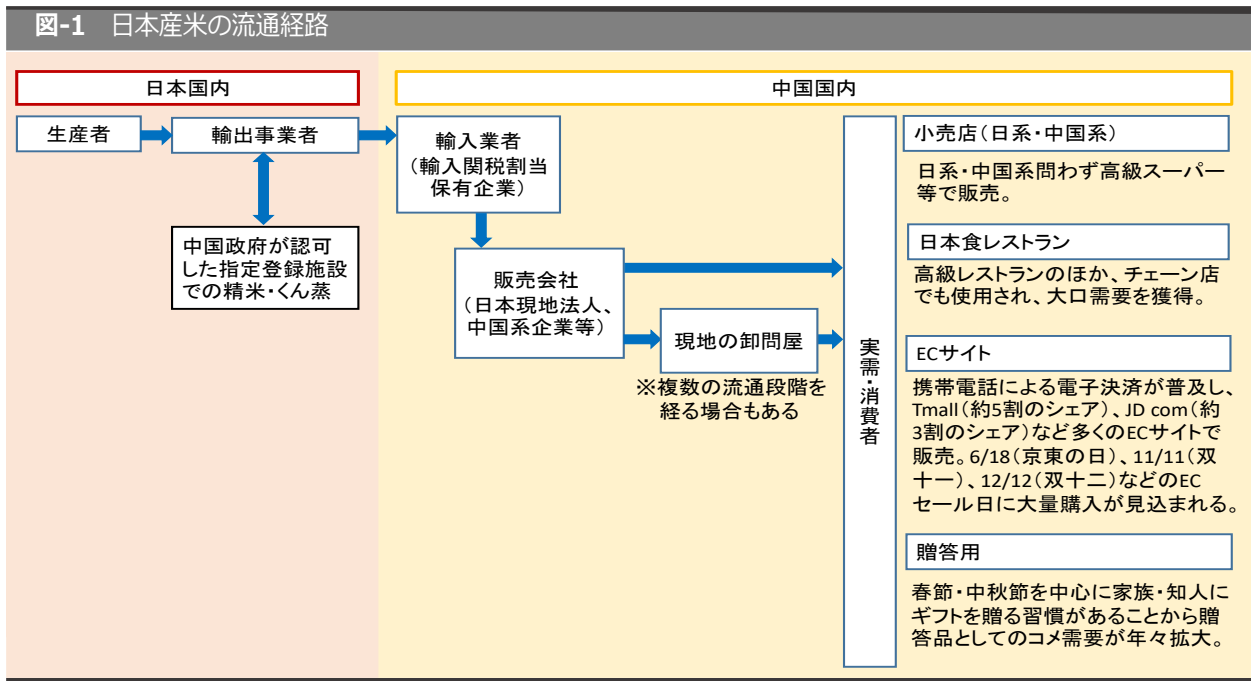
(3) 中国（上海／北京） China

2 流通チャネルと取引慣行

流通窓口は限定的、店頭までの流通は複層的

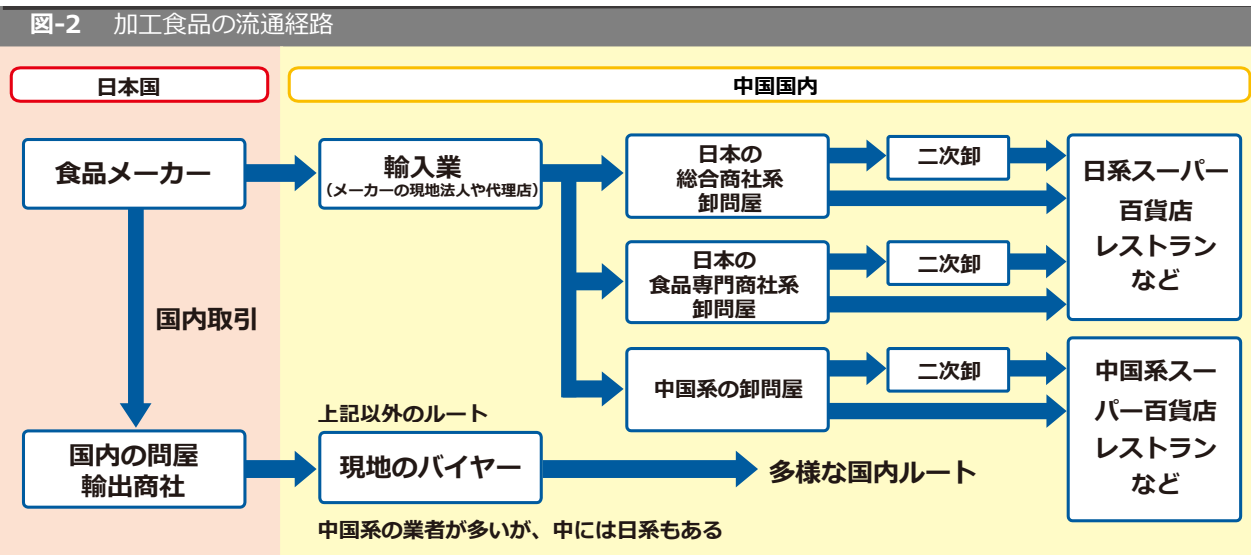
A 日本米の流通経路

植物防疫の規定により指定精米工場・登録くん蒸倉庫での精米・くん蒸が必要です。関税割当枠を持つ輸入業者を通して輸入し、販売会社が卸問屋も活用しながら様々なチャネルに販売します。



B 加工食品の流通経路

加工食品の流通の特徴は、日本の大手商社系企業においても自社で中国全体にネットワークがあるわけではなく、二次卸を活用して流通させていることです。



出典：農林水産省「平成23年度輸出倍増リード事業のうち戦略的マーケティング事業（中国）」

(3) 中国（上海／北京） China

C 取引慣行

中国では、メーカーから小売企業までの流通段階で、複数の階層からなる代理商を介することが多く、そのため流通コストがかさみ、小売価格が割高になっています。春節、中秋節等で食品のギフト（果物、菓子、酒など）を贈る習慣があり、日本産米のギフト需要も少しずつ増えています。

3 関税割当枠と関税

関税のほかに「輸入増値税」がかかります

関税割当枠

精米：関税割当数量は、年間 532 万トン（短粒種 266 万トン、長粒種 266 万トン）。
包装米飯、米菓：関税割当の設定はありません。

関税

通関時に、関税に加えて増値税（輸入関税を加えた価格に対してかかる税）、消費税（特定の品目に関して課される）が課されます。増値税額は（関税価格＋関税額＋消費税額）×（増値税率）で算出されます。

精米：輸入関税率＝1%（関税割当枠内）、65%（関税割当枠外）
輸入増値税率＝9%（2019年4月時点）

包装米飯：輸入関税率＝10%、輸入増値税率＝13%

米菓：輸入関税率＝10%、輸入増値税率＝13%

4 検疫制度と食品規制

精米は指定工場で、くん蒸は指定倉庫で処理

A 検疫制度

精米は、指定精米工場での精米及び包装、指定くん蒸倉庫でのリン化アルミニウムくん蒸、輸送コンテナの消毒等の諸条件を満たす必要があります。粳・玄米の輸出はできません。

輸入されるコメは、検査・検疫を受けた後、検査検疫部門が入国貨物検査検疫証明などの関連証票を発行します。

<指定精米工場>（3か所）ホクレンパールライス工場/神明きっちん阪神工場/全農パールライス神奈川精米工場

<指定登録くん蒸倉庫>（7か所）北海道、山形、神奈川（2か所）、兵庫、熊本 ※2020年3月現在

<日本からの輸出に関する制度>

JETRO「中国におけるコメの輸入規制・輸入手続き」

<https://www.jetro.go.jp/world/asia/cn/foods/exportguide/rice.html>

(3) 中国（上海／北京） China

B 食品規制

製品表示（中国語ラベル）の内容

- a. 食品名
- b. 原材料リスト（添加物を含む）
- c. 正味量
- d. 原産国、中国の代理業者、輸入業者又は流通業者の名称、所在地及び連絡先住所
- e. 製造年月日及び賞味期限
- f. 保管条件
- g. その他の表示情報
 - ・放射線照射食品
 - ・遺伝子組換え食品
 - ・栄養表示
 - ・使用方法（製法、調理方法など）
 - ・アレルギー

残留農薬基準

食品安全国家標準「食品中農薬最大残留限量」（GB2763-2019）により規定されています。ポジティブリストが採用され、食品に残留する農薬の種類とそれぞれの農薬ごとに対象となる食品と最大許容量が明記されています。

東京電力福島第一原発事故に関連した輸入規制

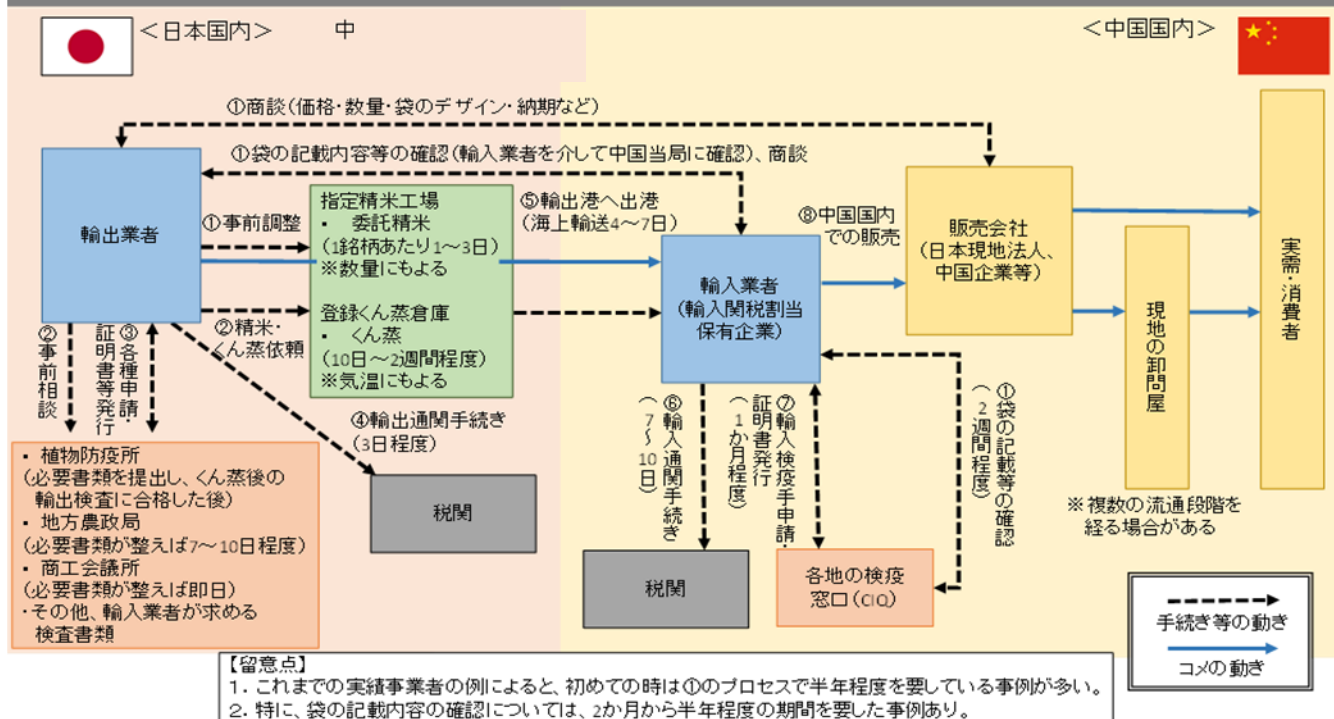
宮城、福島、茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、長野の9都県の食品は全て輸入禁止となっています。新潟県は精米のみ輸入が認められていますが、他の食品（日本酒や米菓も含む）の輸入は引き続き禁止されています。他の産地の食品は産地証明書の添付が必要です。（2020年3月現在）

重金属及び汚染物質

コメにおける重金属及び汚染物質の基準については、「食品安全国家標準食品中汚染物質限量」（GB2763-2017）により規定されています。

C 中国向け精米の輸出の手順

図-3 中国向け精米の輸出手順（指定登録施設に委託する場合）



(3) 中国（上海／北京） China

《各種申請に必要な書類等》

● 植物防疫所

くん蒸の実施に当たって：くん蒸計画書の提出が必要。

植物検疫証明書の発給：植物等輸出検査申請書の提出が必要。

検査内容等：

- 各包装に中国向けであること等中国語表示があること
- 精米にカツオブシムシ類、土壌、玄米、粳、ぬか、雑草種子及び植物残渣の混入がないこと
- 輸出用コンテナが密閉型であること、検査及び消毒が行われていること

● 地方農政局

食糧法に基づく輸出数量の届出に加えて、産地証明書の取得が必要。産地証明書の取得は原則インターネット申請（初めて使用する場合は利用登録に1週間程度を要する）。以下の書類の提出が必要。

- ① B/L（船荷証券）、インボイス（送り状）、パッキングリストのいずれか
- ② 生産・加工施設の名称・所在地を確認できる資料（商品ラベルのコピー・写真など）
- ③ 日本国内トレース資料

1) 主な原料の産地が確認できる書類

2) 産地—指定精米工場までの輸送証明関連書類

3) 指定精米工場—くん蒸倉庫—出港地—入港地までのトレース関連書類

なお、生産・加工施設、国内トレース資料は「輸出される食品等に関する確認書」でも可。

● 輸入業者が求める検査書類：輸入業者からの求めがあれば、以下の検査書類が必要。

例：品質証明、重量証明、包装証明、化学残留物証明、コンテナ衛生証明、年産証明等

● 商工会議所：証明依頼書、生産証明書（産地より入手）、インボイス（送り状）など原産地証明書の提出が必要。

● 日本での輸出通関手続き：以下の書類の提出が必要。

- 輸出申告書
- 輸出関係他法令の許可・承認証等（他法令該当貨物の場合）
- 関稅定率等の規定により、関稅の輕減、免除または払戻しに關連して輸出申告に際し特定の書類の提出を必要とされている貨物についてはその書類
- 消費稅及び地方消費稅を除く内國消費稅の輸出免税を受ける貨物については、輸出されたことを証明する申請書等

● 各港の検疫窓口（CIQ）：検疫証明書の提出が必要。

目視（ラベル内容、包装状態等）、サンプリング（残留農薬等）による検査がなされる。

● 中国輸入通関手続き：以下の書類の提出が必要。

通関申告書、検査検疫申告書、検査検疫申告委託書、植物検疫証明書、輸入契約書、貨物引換書、輸入関稅割当証、パッキングリスト

(3) 中国（上海／北京） China

5 小売店の店頭価格

日本産米のキロ単価は、中国産の約 4 倍

A コメの販売価格

北京、上海、広州の実店舗のほか、EC サイト（淘宝（タオバオ）と天猫（Tmall））を調査しています。EC サイトでは、日本米と表記してあるものの、中国東北部で生産されたものも販売されており、純粋な日本産米の取扱いは限定的でした。日本産米のキロ単価は平均約 1,500 円で中国米の平均約 400 円に対し約 4 倍の価格となっています。

表-4 コメの販売価格（調査月：2019年4月）（ECサイト：2020年4月）

商品名	原産国 (産地)	販売単位	価格 (円)	円換算*
ECサイト				
ななつぼし	日本 北海道	2kg	158	2,417
新潟県産 魚沼 コシヒカリ	日本 新潟県	2kg	228	3,488
北京				
板橋米谷店 日本米	日本	2kg	198	3,255
龍稻佳品米	中国 黒竜江省	5kg	93.1	1,531
福臨門米	中国(東北地区)	5kg	38.9	640
上海				
神明大米	日本	2kg	148	2,433
五豊有機米	中国	5kg	165	2,713
GOLDEN DELIGHT ジャスミン米	タイ	5kg	120	1,973
広州				
盒馬鮮生オリジナル 五常米	中国 黒竜江省	5kg	78	1,282
TOPVALU 長粒米	中国 黒竜江省	2.5kg	26.5	436
ジャスミン米	タイ	5kg	99	1,628

B 包装米飯の販売価格

北京、上海、広州の実店舗のほか、EC サイト（天猫（Tmall）と京東（JD.com））でも多くの種類の日本産包装米飯が販売されていました。EC サイトでは、糖質コントロールを謳うものなど、健康に配慮した商品の取扱いが目立ちました。日本産包装米飯の 100 グラム単価は、平均 180 円で中国産包装米飯の平均 70 円に対し、約 3 倍の価格となっています。

表-5 包装米飯等の販売価格（調査月：2019年4月）（ECサイト：2020年4月）

商品名	原産国 (産地)	販売単位	価格 (円)	円換算*
ECサイト				
サトウのごはん ゆめびりか	日本	200g × 3個	52.8	808
WOOKE バックご飯	日本 富山県	200g	28	428
からだシフト 糖質コントロールごはん	日本	150g	34.65	530
北京				
宏縁パック米 ユイシャンローズー味	中国 福建省	420g	18.5	304
上海				
WOOKE バックご飯	日本 富山県	200g	14.8	243
みずかかみごはん	日本 滋賀県	200g × 3個	57.5	945
サトウのごはん	日本	200g	18.5	304
広州				
TOPVALU コシヒカリ	日本 富山県	180g × 5	65.8	1,082
おくさま印 宇治抹茶味お粥	日本 大阪府	250g	18.8	309
サーモンおにぎり (惣菜)	中国 深セン市	100g	4.8	79

C 米菓の販売価格

EC サイト（天猫（Tmall）と京東（JD.com））では、せんべい、おかきなどの日本産米菓の取扱いがありました。広州の店頭では、日本企業が中国で現地生産した米菓も販売されていました。

表-6 米菓の販売価格（調査月：2019年4月）（ECサイト：2020年4月）

商品名	原産国 (産地)	販売単位	価格 (円)	円換算*
ECサイト				
磯の幸 お好み	日本	125g	47.06	720
北京				
MUJI米菓セット	中国	35g	9	148
上海				
旺旺 雪餅	中国	84g	5.8	95
広州				
北田米餅ミルク味	台湾	100g	15.9	261

*ECサイトの価格は1円= 15.30円（2020年4月）、その他は1円= 16.44円（2019年4月）で換算

(3) 中国（上海／北京） China

6 インターネット販売の実態

拡大する中国のインターネット消費

中国のインターネット普及率は、2019年8月時点で61.2%、ユーザー数は8億5,449万人となり、ECによる小売売上は、2016年の5兆4,000億元に対し2019年は10兆6,324億元と3年間で約2倍に拡大しています。また、食品の小売売上高も前年比で15.4%増加するなど、消費者ニーズが高まっており、物流システムの整備も進んでいることから、食品EC市場の成長が期待されています。

日本産コメ・コメ加工品もインターネットで販売

日本産のコメやコメ加工品が販売されている代表的なECサイトは以下のマーケットプレイスなどです。なお、日本産米だけでなく、中国産日本品種のコメも取り扱われています。

主要 EC サイト

a. 天猫 (Tmall)	https://www.tmall.com
b. 淘宝 (タオバオ)	https://world.taobao.com/
c. 考拉海购 (Kaola)	https://www.kaola.com/
d. 京東 (JD.com)	https://global.jd.com/
e. 1号会員店	https://www.yhd.com/
f. 蘇寧易購	https://www.suning.com/

日本から中国向けに越境 EC を行う方法は二つ

- ① 直送モデル：日本のECサイトから販売する方法（精米商品は対象外）
中国の消費者から注文が入るたびにEMSなどの国際宅配便を利用して日本から直接配送する方法です。輸入者である消費者が個人の郵便物に対する輸入税である行郵税を納付します。
- ② 保税區モデル：保税區を活用した越境ECビジネス
中国の保税區に商品をまとめて輸送して保管し、注文ごとに通関手続きをして出荷する方法です。輸入に係る税金は、消費者ではなく、中国での販売者がまとめて諸税を納付します。

越境 EC における新制度

中国政府は2016年に越境ECに関する新制度を導入し、2019年1月1日に一部制度を改正しました。改正後の新制度のポイントは以下のとおりです。

- ① 越境ECの電商税
越境EC輸入において、関税率0%、増値税、消費税をそれぞれ70%とする優遇措置（電商税）が受けられる保税區を以下の37都市に設置。（2019年時点）
天津、上海、重慶、大連、杭州、寧波、青島、広州、深セン、成都、蘇州、合肥、福州、鄭州、平潭、北京、フフホト、瀋陽、長春、ハルビン、南京、南昌、武漢、長沙、南寧、海口、貴陽、昆明、西安、蘭州、アモイ、唐山、無錫、威海、珠海、東莞、義烏
- ② ポジティブリスト
保税區では、中国財務部が公開しているポジティブリストに掲載されている品目のみ取扱いが可能です。コメ（年間1人20kgまで）、コメ加工品もリストに含まれます。
- ③ 取引限度額
取引限度額取引上限額に関しては、直送モデル、保税區モデルとも1回あたりの限度額は5,000元、年間の取引上限額は2.6万元です。取引限度額内であれば、直送モデルでは行郵税、保税區モデルでは越境ECの電商税を適用できますが、限度額を超えると、一般輸入と同じ税率（関税、増値税、消費税）が課せられます。

(3) 中国（上海／北京） China

7 輸出拡大に向けて

コメ（精米）については、中国産との大きな価格差（約4倍）を乗り越えるのは難しいため、日本産米のブランド価値を丁寧に説明する必要があります。また、現地の規制や流通経路、取引慣行等に通じたパートナーやコンサルタントとの連携が欠かせません。検疫条件は厳しいものの、潜在的な市場規模は非常に大きく、春節・中秋節等のギフト需要や、現地チェーン店での大口需要、ECサイトの販促イベント時の需要を取り込むことで、輸出拡大が見込まれます。

包装米飯は、現地での認知度が依然として低いため、簡便・安全・安心といった特性のPRを継続的に行い、ターゲットを絞って商品の認知度を向上させることが必要です。例えば、子どもの食事に関心の高い子育て世代や多忙なビジネス層に対するプロモーションや、緊急時の備蓄用として提案するなどして需要を喚起することが輸出拡大につながります。

米菓については、現地のニーズに合った商品の開発、手軽なスナックとしてのプロモーション強化等が輸出拡大のために求められます。

(4) シンガポール Shingapore

基礎データ

人口：570万人（2019年）
 名目 GDP：約 3,611 億米ドル
 （2018年）
 1人あたり GDP：64,041 米ドル
 （2018年）
 実質 GDP 成長率：3.23%
 （2018年）

日本との関係

日系企業数：825社（2018年）
 在留邦人数：36,624人（2018年）
 日本食レストラン数：1,261店舗
 （2019年）

1 市場の特性と消費の傾向

日本にとって2番目のコメの輸出先

A 市場の特性

コメの輸入量は2014年以降減少傾向にある一方、日本からの輸出は年々増加傾向で推移しており、日本にとって第2位のコメの輸出先国となっています。

シンガポールの主なコメ輸入先は、輸入量ベースではタイ、ベトナム、インド、ミャンマー、カンボジア、米国、日本、パキスタン、オーストラリアの順ですが、輸入額ベースでは、タイ、インド、ベトナム、日本、カンボジア、米国、ミャンマー、オーストラリア、パキスタンの順です。輸入単価で見ると日本産米は約2,015米ドル/tであり、上位9か国中最も単価が高くなっています。

B 消費の傾向

シンガポールではコメを食する習慣がありますが、一般的に食されているのは長粒米です。ただし、日本食の広まりと共にジャポニカ米も浸透しており、高級日本食レストランを中心に日本産米を使用する店舗も増加傾向にあります。コンビニエンスストアでも日本式のおにぎりが販売されています。

表-1 コメの生産・消費・輸出入の状況

	2016	2017	2018
生産量（トン）	0	0	0
消費量（トン）	285,000	214,307	248,273
輸出量（トン）	52,398	43,751	40,102
輸入量（トン）	318,573	258,058	288,022

表-2 日本からのコメの輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	2,861	3,161	3,879
輸出単価（円/kg）	224	220	207

表-3 日本からの米菓の輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	200	208	209
輸出額（百万円）	269	268	243

コメの主な輸入先国

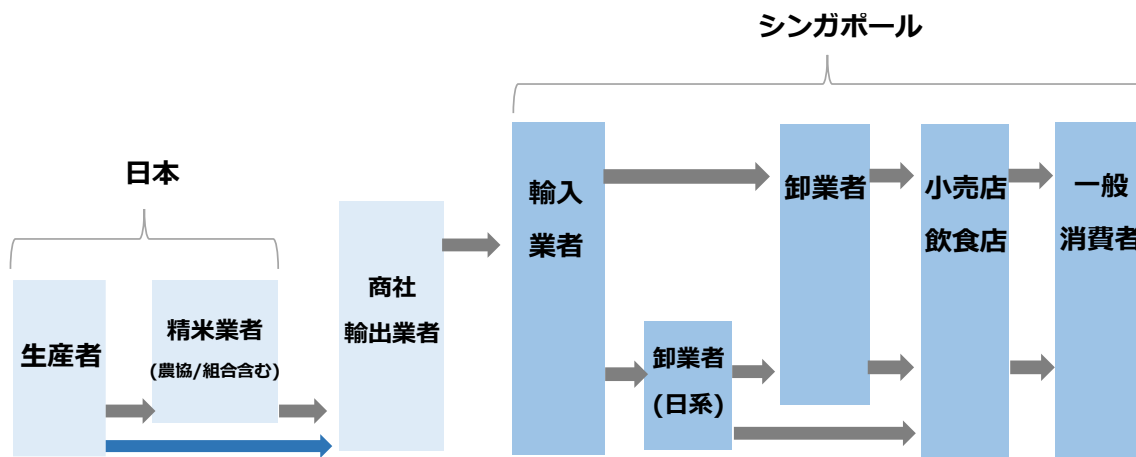
タイ、ベトナム、インド、ミャンマー、カンボジア、米国、日本、パキスタン、オーストラリア

(4) シンガポール Shingapore

2 流通チャネルと取引慣行

精米の輸入にはライセンスの取得が必要

A 日本米の流通経路



(出典)日本貿易振興機構(JETRO)「日本食品消費動向調査(シンガポール)」(2017年3月)より

3 関税割当枠と関税

関税はないが、物・サービス税は7%

関税割当枠

コメ：なし（シンガポール企業庁の輸入ライセンス取得が必要）
コメ加工品：なし（シンガポール食品庁（SFA）への事業者登録が必要）

関税

コメ・コメ加工品は関税の課税対象品目ではありません。
ただし、輸入者は輸入申告の際に、CIF 価額（FOB 価額＋保険料＋運賃）に関税、物品税、手数料を足した合計に7%の税率をかけた財・サービス税（GST、日本の消費税に相当）をシンガポール税関に納付する必要があります。

4 検疫制度と食品規制

輸入検疫なし、検疫証明書なし

A 検疫制度

コメは輸入検疫の対象ではないので、植物検疫証明書を取得する必要はありませんが、コメを輸入するためには、シンガポール企業庁（2018年4月発足）が管轄する輸入ライセンスを取得の上、コメ備蓄計画（RSS）への参加が義務付けられます。

ライセンス取得には、シンガポールで設立または登録された事業体または会社であることが必要です。費用は、ライセンスにつき50シンガポールドルです。対象となるコメは、精米、バスマティ米、パーボイルド米、及びシンガポール消費者に人気のある長粒米の一種である ポンニ米（HSコード：10063099）です。ライセンスを受けた企業は、所定の備蓄量(PSQ)を政府の指定倉庫に国家備蓄用として保管する必要があります。保管されたコメはライセンスを受けた企業の所有物ですが、緊急時には政府が有償で入手する権利を有します。

精米を輸入する場合、ライセンスを受けた企業は毎月輸入したい数量をあらかじめ決めておく必要があります。なお、毎月最低輸入量は50トンです。ただし、バスマティ米、パーボイルド米、ポンニ米の輸入には最低輸入量の規定はありません。

(4) シンガポール Shingapore

B 食品規制

製品表示の内容

- a. 食品名あるいは分類名（精米、玄米、パーボイルド米などの区分）
- b. 原材料リスト（重量順に表示）
- c. 正味重量（グラムまたはキログラム）
- d. ブランド名（ある場合）
- e. 輸入業者、出荷業者、卸売業者のいずれかの名称と住所
- f. アレルゲン表示（※1）
- g. 賞味期限（コメは表示義務なし）

- h. 栄養表示（※2）

- ※1 グルテンを含む穀物、甲殻類、卵、魚類、ピーナツ・大豆類、乳製品（ラクトース含む）、ナッツ類、亜硫酸塩を 10mg/kg 以上含む場合。
- ※2 エネルギー、タンパク質、炭水化物、脂質。
- ※3 コメの場合、単一国原産でない限り、特定の国を示唆するようなラベル表示は不可。

残留農薬基準

シンガポールでは、ポジティブリスト方式が採用されています。食品規制第9付表で、食品に残留する農薬の種類が列挙され、それぞれの農薬ごとに対象となる食品と使用が認められている農薬の最大残留基準値（MRL）が明記されています。

原産関連輸入規制

福島県南相馬市、富岡町、大熊町、双葉町、浪江町、葛尾村、飯館村産のコメを輸出する際には、放射性物質検査報告書に加え、市町村単位の産地証明の提出が必要です。

5 小売店の店頭価格

包装米飯は安い韓国製が競合

A コメの販売価格

日本産米は様々なブランドのものが販売されています。なお、日本産だけでなく、米国産のジャポニカ米も販売されていますが、価格面で見ると、日本産のキロ単価は米国産の 1.7 倍となっています。

表-4 コメの販売価格（調査月：2019年4月）

商品名	原産国（産地）	販売単位	価格 (SGD)	円換算*
コクホウマイ	米国	2.5kg	10	818
松鶴	米国	2.5kg	10.1	826
ニシキマイ	米国	2.5kg	12.25	1,001
ニシキマイブラウンライス	米国	907g	4.8	392
北海道なつぼし	日本	2kg	20.75	1,696
新潟コシヒカリ	日本	2kg	23	1,880
あきたこまち	日本	2.5kg	19.9	1,627
魚沼産コシヒカリ	日本	5kg	39.9	3,262
青森産まっしぐら	日本	5kg	25.9	2,117
石川産あまみずほ	日本	5kg	25.9	2,117
新潟産こしひかり	日本	5kg	27.9	2,281
北海道なつぼし	日本	5kg	38.9	3,180
山形産はえぬき	日本	5kg	25.9	2,117

B 包装米飯の販売価格

日本製は 1 パック 150g または 200g が基本で、価格は 280~400 円程度です。他には韓国製があります。韓国製は 210g で、160~200 円程度で販売されています。重量単価、販売価格のどちらで比較しても、韓国製は日本製より価格が安いです。

表-5 包装米飯の販売価格（調査月：2019年4月）

商品名	原産国（産地）	販売単位	価格 (SGD)	円換算*
kankokumai 白米	韓国	210g	2	164
kankokumai 五穀米	韓国	210g	2.4	196
kankokumai ブラウンライス	韓国	210g	2.4	196
Table Mark 新潟産こしひかり	日本	150g	4.8	392
サトウのごはん 新潟こしひかり	日本	200g	4.1	335
ホクレン ゆめぴりかごはん	日本	150g	3.4	278

C 米菓の販売価格

日本製の米菓も様々なブランドのものが販売されています。また、日本製だけでなく、タイ製や中国製の米菓も販売されています。

表-6 米菓の販売価格（調査月：2019年4月）

商品名	原産国（産地）	販売単位	価格 (SGD)	円換算*
亀田サラダラす焼き塩/エビ味	日本 新潟県	85g	2.5	204
柿の種 ピーナツあり	日本 秋田県	93g	3.5	286
ほんちう二揚げせん	日本 大阪府	72g	3	245
三幸粒より小餅	日本	90g	3	245
本田エビの華	日本	70g	3.7	302
亀田こっぷっこ	日本 新潟県	110g	3.5	286
Fantastic RICE CRACKERS	タイ	100g	2.7	221
三幸製菓 醤油せん	日本	230g	2.5	204
三幸製菓 磯めぐり	日本	80g	4.7	384
亀田製菓 揚一番	日本	155g	3.95	323
WANT-WANT 大雪餅	中国	102g	2.35	192

*1SGD = 81.75円

(4) シンガポール Shingapore

6 インターネット販売の実態

政府の支援で拡大を続ける E コマース（EC）市場

シンガポールはインターネット環境が ASEAN 域内で最も整備され、クレジットカードやスマホが広く普及しています。シンガポール政府も売上増と生産性向上を支援するために EC を積極的に支援しています。Forrester Research によると、シンガポールの EC 売上の 60%は国境を越えた注文であり、マレーシア（40%）、日本（18%）、韓国（25%）などと比較して割合が高くなっています。また、Statista Portal によると、シンガポールの EC 売上は 2019 年末までに 49 億 9,000 万ドルに達し、14.7%の年間成長率を示しており、2023 年までに 86 億 4,000 万ドルの市場規模になると見込まれます。

日本産食品に特化したサイトも登場

シンガポール市場向け EC サイトの中には、日本ブランドを目玉に、コメ、冷凍水産物などの特定商品を中心に日本産食品を販売しているサイトも存在します。2018 年には、日本貿易振興機構（ジェトロ）が現地の食品専門 EC サイト「Redmart」と連携し、同サイト内に日本の農水産品・食品専用プラットフォーム「ジャパン・ハイパー・フェスト（Japan Hyper Fest）」を開設しました。

主要 EC サイト

- | | | |
|---------------------|-------|---|
| a. Lazada | ————— | https://www.lazada.sg/ |
| b. Qoo10 | ————— | https://www.qoo10.sg/ |
| c. E-bay | ————— | https://www.ebay.com.sg/ |
| d. Shopee | ————— | https://shopee.sg/ |
| e. Redmart | ————— | https://redmart.lazada.sg/ |
| f. Japan Hyper Fest | ————— | 上記 Redmart のリンク内に開設 |

日本からの出品に関する留意点

- ① 日本の EC サイトに商品を登録し、日本の倉庫から国際郵便で輸出する場合：輸入禁止品目を除き、基本的に輸出することが可能です。
- ② シンガポールの EC サイトに商品を登録し、日本の倉庫から国際郵便で輸出する場合：シンガポールの通販サイトへの出店に際しては、それぞれのサイトによって運営・出店方法が異なります。なお、シンガポールにあるサーバーへ情報を登録するだけでは、恒久的施設（Permanent Establishment: PE）認定はされないため、シンガポールにおける所得税（Income Tax）の課税対象にはなりません。
- ③ シンガポールの EC サイトに商品を登録し、オーダーがあるごとに、シンガポールの倉庫から発送する場合：非居住者である日本法人がシンガポールの物流会社等に対しシンガポールにおける貨物の保管および発送を依頼する場合、所得税の課税対象として登録（PE 認定）が必要となる可能性があり、計画段階で会計事務所やシンガポールの税務当局に確認する必要があります。

7 輸出拡大に向けて

シンガポールでは日本食は既に広く普及していますが、今後日本産米のさらなる輸出拡大を図るには、実演・試食を伴うセミナー等を開催し、消費者へ日本産米の味や炊き方の紹介を行う等、マーケティングで食味の違いを伝えていくことが重要であるようです。

(5) マレーシア Malaysia

基礎データ

人口：約 3,258 万人 (2019 年)
 名目 GDP：3,650 億米ドル
 (2019 年)
 1 人当たり名目 GDP：11,198 米ドル
 (2019 年)
 実質 GDP 成長率：4.3% (2019 年)

日本との関係

日系企業数：1,544 社
 (2020 年 2 月)
 在留邦人数：26,555 人 (2018 年)
 日本食レストラン数：811 店舗
 (2019 年)

1 市場の特性と消費の傾向

コメの輸入量は増加傾向

A 市場の特性

マレーシアの全人口の約 69%を占めるマレー系の主食であるマレー料理では、コメを使った料理が多数あります。マレー系の伝統的な朝食であるナシレマには、ココナッツミルクで炊いたジャスミン米やタイ米が使用されます。コメの輸入量は 2016 年比では増加しています。主な輸入先は、輸入量ベースではタイ、ベトナム、カンボジア、インド、パキスタン、ミャンマーの順です。

B 消費の傾向

マレーシアでは高所得者層が増加し、日本の食材のおいしさ及び品質の高さが根付いてきております。日本食レストランの業態も大衆向け、高級店、専門店と多様化しています。

マレーシアは成人の 5 人に 1 人が糖尿病との統計があり、健康志向が富裕層を中心に拡大しています。

表-1 コメの生産・消費・輸出入の状況

	2016	2017	2018
生産量 (トン)	2,739,606	2,901,894	2,718,987
消費量 (トン)	3,647,000	3,721,000	-
輸出量 (トン)	45,435	1,476	19,668
輸入量 (トン)	822,006	732,775	808,156

表-2 日本からのコメの輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量 (トン)	259	221	234
輸出単価 (円/kg)	239	231	252

表-3 日本からの米菓の輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量 (トン)	25	25	39
輸出額 (百万円)	31	29	41

コメの主な輸入先国

タイ、ベトナム、カンボジア、インド、パキスタン、ミャンマー

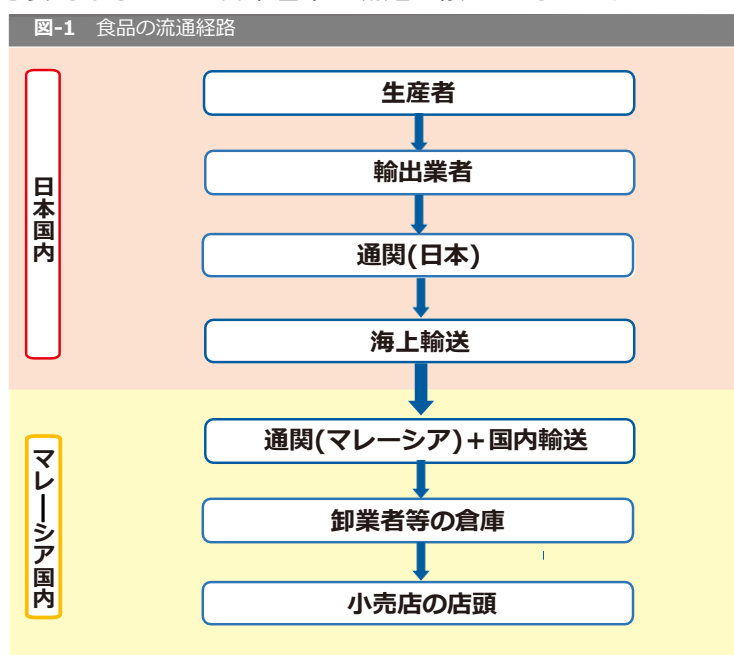
(5) マレーシア Malaysia

2 流通チャネルと取引慣行

コメの輸入許可を得ている事業者は BERNAS 社のみ

A 日本米の流通経路

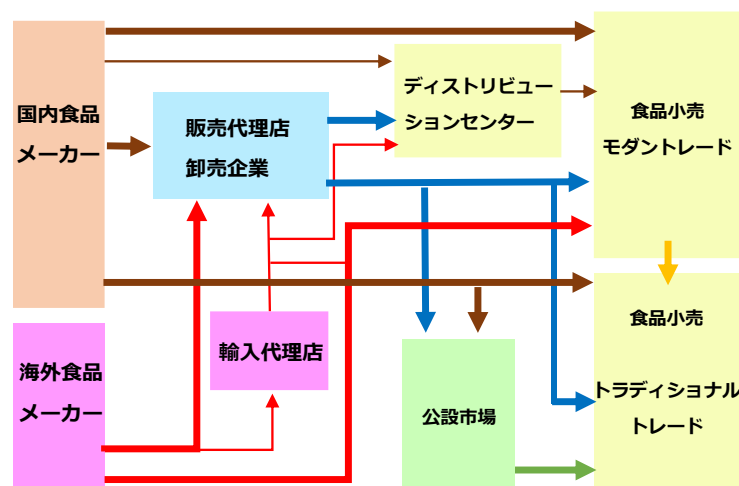
国内流通は自由化されていますが、マレーシアで政府からコメの輸入許可を得ているのは BERNAS 社のみであるため、同社がコメ流通の主導的な役割を担っています。なお、BERNAS 社から輸入許可を得るにはまとまった量の納品が必要であるため、日本産米の流通は限られています。



(出典)日本貿易振興機構(JETRO)「マレーシアにおける日本食市場の概況と新たな流れ」(2018年6月)より

B 加工食品の流通経路

一般の加工食品の場合、マレーシアの輸入業者が輸入した上で、スーパーマーケットなどに販売する形態が一般的です。



(出典)経済産業省「平成 26 年度 商取引適正化・製品安全に係る事業 (アジア小売市場の実態調査)」(2015年1月)より

(5) マレーシア Malaysia

C 取引慣行

マレーシアの近代店舗（ハイパーマーケット、スーパーマーケット、デパート）が全市場に占める割合は44.3%と、タイ（19.8%）、フィリピン（18.4%）、インドネシア（7.3%）と比較して高くなっています。マレーシアの小売業界上位3社（売上高ベース）を外国資本のグループが占めています。AEON Groupも進出しており、生鮮食材の他、日本産調味料、日本産食品を取り扱っています。

3 関税割当枠と関税

コメの関税は40%

関税割当枠 関税割当枠はありません。

関税

マレーシアの関税には、一般的な輸入税である「PDK 税率」の他、「日本・ASEAN 包括的経済連携協定（AJCEP）税率」、「日本・マレーシア経済連携協定（JMEPA）税率」のいずれかが適用されます。AJCEP・JMEPA の適用を受けるためには、原産地基準を満たす必要があります。各協定の関税引下げスケジュールを含めた税率は以下のとおりです。

なお、CPTTP 税率については、マレーシア政府は大枠に合意したものの CPTTP に批准していないため（2020年3月時点）、日本・マレーシア間では発効しておらず、発効時期も未定です。

【コメ（HSコード：1006）】

- ・ PDK 税率：15%（飼料用破碎米）、40%（その他）。
- ・ CPTTP 税率：発効後11年目に関税撤廃（2020年3月時点で未発効）
- ・ AJCEP 税率：コメは免除対象外
- ・ JMEPA 税率：コメは免除対象外

【包装米飯（HSコード：19049010）】

- ・ PDK 税率：7%
- ・ CPTTP 税率：発効後無税（2020年3月時点で未発効）
- ・ AJCEP 税率：無税
- ・ JMEPA 税率：無税

【米菓（HSコード：19059050）】

- ・ PDK 税率：無税
- ・ CPTTP 税率：発効後無税（2020年3月時点で未発効）
- ・ AJCEP 税率：無税
- ・ JMEPA 税率：無税

4 検疫制度と食品規制

植物検疫証明書は不要

A 検疫制度

コメの輸入には、輸入ライセンスの取得または関係機関からの承認が必要です。輸入ライセンスは、Director General of the Control of Paddy Rice によって発行されていますが、現在輸入許可を得ているのは BERNAS 社のみです。なお、包装米飯と米菓の場合、輸入ライセンスは必要ありません。

(5) マレーシア Malaysia

B 食品規制

製品表示の内容

ハラル認証取得は義務ではありませんが、輸入者から取得を希望されるケースもあります。表示が必要な項目は下記のとおりです。なお、輸入食品の場合はマレー語または英語で必要な表記がなされる必要があります。

- a. 食品名
- b. 原材料表示：水、食品添加物、および栄養補助剤を除く2種類以上の原材料からなる場合には、各成分について、重量に占める割合が多い順に明示し、場合によっては成分の割合も表示する。
- c. アレルゲン表示：(アレルギー物質を含む際は、ラベル記載が必須となる。アレルギー表示が必要な品目は、グルテンを含む穀物(小麦、ライ麦、大麦、オーツ麦等)、ナッツ類(ピーナッツ、大豆等)、魚類、ラクトースを含む製品(牛乳、乳製品等)、卵類)。
- d. 正味量、容積、または個数
- e. 液状媒体内で包装された食品(お粥等)の場合には、最小限の食品固形量の記述。
- f. 製造業者もしくは包装業者、または製造権もしくは包装権の所有者、またはこれらのいずれかの代理業者の名称および事業所住所

g. マレーシア国内の輸入業者の名称および事業所住所、ならびに当該食品の原産国名。

- ※混合・配合して製造された食品(mixed food, blended food)の場合(雑穀米など)、場合に応じて内容物が混合または配合されたものであることをラベルに表記。(精白米、玄米、パーボイルド米などの区分)
- ※食品が牛肉もしくは豚肉、またはその派生物(肉エキス等)。添加物でも原材料が動物由来の場合は当該動物の一般名も記載)、またはラードを含む際には記載が必要。
- ※食品が添加アルコールを含む場合には、6ポイント以上の大文字かつ太字のサンセリフ書体によってその旨を表示。
- ※食品が食用脂肪(動物性)または食用油(植物性)またはそれら両方を含む場合、それらを表示する。(場合に応じてそれらの脂肪または油が由来する動物または植物の一般名と共に表示)。
- ※食品が食品添加物を含む場合、包装上のラベルに「許可された(当該食品添加物名)を含有」と記述。

残留農薬基準

マレーシアでは残留農薬(最大許容残留値、使用禁止農薬)について、「1985年食品規則」(Regulation 41)において品目ごとに定められています。

原発関連輸入規制

東日本大震災以降、日本からの食品輸入については原産地証明などの規制が実施されていましたが、2013年3月1日をもって廃止されました。

5 小売店の店頭価格

マレーシア産のコメ価格は日本産の半額以下

日本産、米国産、マレーシア産のコメのうち、米国産の価格はマレーシア産の約2倍、日本産の価格は米国産の約2倍となっています。

表-4 コメの販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格(MYR)	円換算*
Jaf E. Komachi Akita Komachi	日本 秋田県	2kg	42.9	1,144
Sushi Calrose Rice	不明	1kg	10.29	274
Sumo Calrose Rimce	マレーシア	5kg	29.9	797
あきたこまち	日本	2kg	53	1,413
あきたこまち	日本	2kg	51.8	1,381
錦	米国	2.5kg	34.8	928

(5) マレーシア Malaysia

表-5 包装米飯の販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国 (産地)	販売単位	価格 (MYR)	円換算 *
宮城県産ひとめぼれ	日本 宮城県	200g × 3パック	25	667
サトウのごはん銀シャリ	日本	3食パック	38.24	1,019
サトウのごはんひとめぼれ	日本	200g × 3	25.8	688
サトウのごはんひとめぼれ	日本	200g × 3	25.4	677
サトウのごはん銀シャリ	日本	200g × 3	38	1,013
サトウのごはん こしひかり大盛り	日本	300g	14.9	397

* 1MYR = 26.66円

表-6 米菓の販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国 (産地)	販売単位	価格 (MYR)	円換算 *
亀田 鬼太鼓醤油	日本	169g	13.1	349
亀田ぼたぼた焼き	日本	13g × 22	10.28	274
亀田ハッピータン	日本	120g	12.1	323
Marui Suzuki 醤油せんべい	日本	180g	20.75	553
ブルボンチーズおかき	日本	82g	15	400
亀田ノリピーパック	日本	89g	15.4	411

* 1MYR = 26.66円

6 インターネット販売の実態

食品の E コマースの利用率は高い

マレーシアでは、人口の 80%にあたる 2,500 万人がインターネットを利用しており、このうち 75%がオンラインで商品を購入した経験があります。E コマースの利用者のうち 43.7%が食品購入に E コマースを利用しています。

日本産食品を取り扱う E コマースサイト

次に掲げる E コマースサイトでは日本産食品を取り扱っています。

主要 EC サイト

- a. Lazada.com.my ————— <https://www.lazada.com.my/>
- b. eBay.com.my ————— <https://www.ebay.com.my/>
- c. 11th Street.my ————— <https://www.prestomall.com/>

日本から越境 EC で販売する場合の課題

コメおよびコメ加工品は前述の「検疫制度」記載の手続きを踏まない限り輸入が制限される商品です。コメの輸入許可は BERNAS 社に独占的に与えられているため、越境 EC でも自由に輸出・販売することはできません。

7 輸出拡大に向けて

TPP により米の輸入関税が撤廃される (40%→11 年目撤廃) ことでの価格競争力の相対的な向上が見込まれます。東南アジアの他国と比較して、人数の多い富裕層をターゲットとして、鮮度を保持するための気密性の高いパッケージで精米を販売するなど、事業者の創意工夫を活かした輸出の取組みが必要となります。

(6) タイ Thailand

基礎データ

人口：6,641万人（2018年）
 名目 GDP：5,291億8千万米ドル
 （2019年）
 1人あたり名目 GDP：7,792米ドル
 （2019年）
 実質 GDP 成長率：2.4%（2019年）

日本との関係

日系企業数：1,733社（2020年）
 在留邦人数：75,647人（2018年）
 日本食レストラン数：3,004店
 （2019年）

1 市場の特性と消費の傾向

世界有数のコメ輸出大国、日本食人気も定着

A 市場の特性

タイは豊富な原材料と安価で良質な労働力を活かし、食品加工産業が発展しています。コメなどの農産物だけでなく、缶詰などの加工食品を世界各国に輸出する食品大国です。また、日系食品企業も多数進出し、幅広い品目を現地生産しています。

日本産食品の輸入は ASEAN 地域で最大です。日本食ブームなどから、日本食品フェアも頻りに開催されています。親日的で訪日客も急増しており、富裕層中心に本物の味を求めニーズもあります。

日本からタイへのコメ輸出は、2017年は192トン、2018年は320トン、2019年は578トンと年々増加しています。日本産米はタイの現地産ジャポニカ米に加え、オーストラリアやベトナム産米と競合しています。なお、タイの中・短粒種の輸入先国はオーストラリアが中心です。

B 消費の傾向

主食はコメ（長粒種）で、唐辛子や香草、ナンプラーを使うスパシーな料理が多いです。甘み、辛味、酸味などは好き嫌いした味が好まれ、薄い味、塩辛い味は好まれません。

日本食は日常的な料理となっており、首都バンコクだけでなく地方への出店も増加しています。最も増加しているのは寿司店ですが、既存の価格帯を上回る超高級店や下回る低価格店が登場し、ウナギ専門店が増加するなど、日本食も多様になっています。

なお、1960年代から、タイ北部を中心に日本米の栽培が研究されており、日本食の普及に伴って需要・生産が増加しましたが、2011年以降は生産が減少し、一部業者はオーストラリアなどから日本米を輸入しています。

表-1 コメの生産・消費・輸出入の状況

	2015	2016	2017
生産量（千トン）	27,702	25,312	32,688
消費量（千トン）	12,152	12,044	12,303
輸出量（千トン）	9,796	9,883	11,628
輸入量（千トン）	27	15	20

表-2 日本からのコメの輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	192	320	578
輸出額（百万円）	51	81	145

表-3 日本からの米菓の輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	40	44	62
輸出額（百万円）	57	60	83

コメの主な輸入先国

オーストラリア、インド、日本、パキスタン、ノルウェー、ベトナム、イタリア

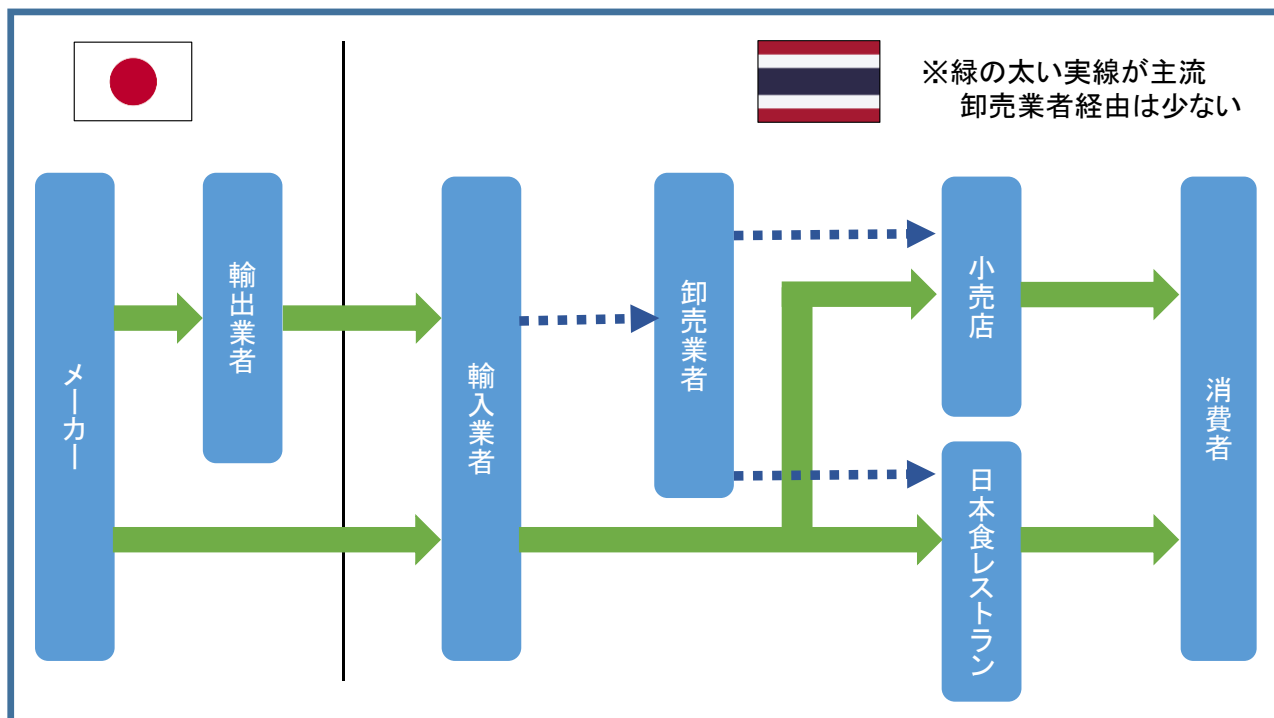
(6) タイ Thailand

2 流通チャネルと取引慣行

最適な輸入業者との提携が必要

A 日本食品の流通経路

輸入業者は日系、タイ系、品目専門など多種多様です。タイの輸入業者の多くは、輸入許可申請、通関、倉庫での保管、卸売、配送などの機能を持っています。タイ食品医薬品局（FDA）への輸入許可申請は輸入業者が行うことになるので、最適な輸入業者との提携が必要になります。



(出典) 日本貿易振興機構「タイの日本食品市場」より

B 取引慣行

日系百貨店・モール、日本食材スーパーでは幅広く日本産品を取り扱っていますが、通常のハイパーマーケットでは基本的な日本食材があるのみであり、またコンビニも日本食品は菓子のみなど限定的です。タイ系の大手小売は、確実に売れる商品以外は棚代を徴収します。

(6) タイ Thailand

3 関税割当枠と関税

精米には関税割当枠が設定されている

関税割当枠

精米には関税割当が設定されており、日タイ経済連携協定（JTEPA）による関税免除は WTO の関税割当の域内のみに適用されます。JTEPA 適用税率の権利を得るには日本からの「特定原産地証明書（Preferential Certificate of Origin）」とタイ国商務省外国貿易局発行の「全部または一部の免税権利取得証明書」（様式 Tor.2）が輸入時に必要となります。

なお、包装米飯と米菓には関税割当枠の設定はありません。

関税

「基準税率」のほか、「日タイ経済連携協定（JTEPA）税率」、「日アセアン包括的経済連携協定（AJCEP）税率」、「最恵国（MFN）税率」のいずれかの適用を受けられます。JTEPA 税率、AJCEP 税率の権利を得るには、日本からの「特定原産地証明書」（Preferential Certificate of Origin）とタイ国商務省外国貿易局発行の「全部または一部の免税権利取得証明書」（様式 Tor.2）が輸入時に必要となります。なお、輸入額と関税の合計に付加価値（VAT）7%が課税されます。

● 精米（HS コード：1006.30.30.601）

- ・ 基準税率：関税割当内 30%、割当外 52%
- ・ JTEPA 税率（割当内）：無税
- ・ AJCEP 税率：無税
- ・ MFN 税率：2.75 パーツ/kg

なお、オーガニック米（HS コード：1006.30.30.602）も精米と同じ税率が適用されます。

● 包装米飯の輸入関税率（HS コード：1904.90.10.000）・ 基準税率：30%

- ・ JTEPA 税率：無税
- ・ AJCEP 税率：無税
- ・ MFN 税率：30%

● 米菓の輸入関税率（HS コード：1905.90.80.090）

- ・ 基準税率：30%
- ・ JTEPA 税率：無税
- ・ AJCEP 税率：無税
- ・ MFN 税率：30%

4 検疫制度と食品規制

事前の食品登録と食品輸入業務許可証が必要

A 検疫制度

輸入許可・ライセンス

タイの食品法では、食品を①一般食品（下記②～④以外の食品）、②特定管理食品、③品質規格管理食品、④表示管理食品の4グループに分類しています。コメ、米菓、無菌包装米飯は「①一般食品」の扱いですが、ビタミン添加米、赤飯など他の原材料とともに調理した米飯および冷凍調理加工米飯は「③品質規格管理食品」扱いとなります。

タイで食品を取り扱う事業者は、食品輸入前に、食品の輸入業者許可、食品登録番号の取得（「一般食品」の場合は任意）、ラベル表示、広告の認可などが義務付けられています。

コメを輸入する場合、保健省食品医薬品局（FDA）、商務省外国貿易局、農業協同組合省農業局から以下の輸入承認が必要です。なお、タイに粳米および玄米を輸出することはできません。

(6) タイ Thailand

- ・ 保健省食品医薬品局（FDA）：食品を販売目的で輸入する場合は食品の輸入業者許可（3年間有効）を取得しておくことが必要です。
- ・ 商務省外国貿易局：精米は、貿易管理法上「貿易管理品目」となっており、関税割当制度が適用されているため、割当枠内・枠外でも事前の適用申請（関税面の権利取得証明書の申請）を行わなければなりません。なお、申請時にコメの取引業許可書が必要となりますので、「コメ取引情報データベースシステム（<https://ricetrade.dit.go.th/ricetrade/EServiceUI.aspx>）」から登録を行います。なお、この許可書の有効期限は許可書発行年の12月31日です。
- ・ 農業協同組合省農業局：精米は植物検疫法上「輸入制限品目」となっており、植物検疫法に基づく輸入申告書を提出しなければなりません。また、輸入時には輸出国からの植物検疫証明書が必要です。

植物検疫

精米輸入には輸出国発行の植物検疫証明書が必要です。また、輸入者は事前に農業協同組合省農業局で植物輸入申告書提出/許可書発行システムの利用者登録を行い、輸入申告書を提出する必要があります。輸入後、コメは農業局管轄の植物検疫所において、植物検疫法に基づく検査および食品法に基づく残留農薬検査、重金属等の検査が行われます。その際、農業局が発行する受理番号を記載した輸入申告書が必要になります。

コメ加工品のうち、他の原材料とともに調理したコメ加工品および冷凍調理加工米飯は、「品質規格管理食品」扱いとなるため、食品の輸入業者はFDAから食品登録番号を事前に取得しなければならず、製造国のGMP（適正製造規範）証明書が必要となります。国際的な承認機関からのGMP証明書を取得していない場合、日本の認証機関が発行するCODEX、HACCP、ISOおよびこれらと同等の食品安全管理規格・認証スキームによる証明書や製造場所のある都道府県の保健所からの営業許可証でも代替可能とされています。

なお、無菌包装米飯は「一般食品」の扱いとなるため、FDAの食品輸入許可書のみで輸入できます。

B 食品規制

製品表示の内容

タイでは、食品法上の「一般食品」と「一般食品以外の食品」では義務表示項目が異なります。精米は「一般食品」扱いですが、別途、独自の表示義務が定められており、それぞれの表示項目は以下のとおりです。なお、製品表示ではタイ語と外国語併記、またはタイ語のみによる表示が義務付けられています。

精米

- 食品名
- 輸入業者の名称と住所および製造国と製造業者名
- 食品の正味重量
- 食品名に記載した種類以外の精米が混ざっている場合は、その種類と割合
- 賞味期限
- 使用方法または調理方法

一般食品（包装米飯、米菓など）

- 食品名
- 輸入業者の名称と住所および製造国と製造業者名

- 食品の正味重量
- 賞味期限（品質保持期限）、製造年月日（※タイ保健省から指示がある場合）

一般食品以外（他の原材料と調理した米飯・冷凍米飯など）

- 食品名
- 輸入業者の名称と住所および製造国と製造業者名
- 食品の正味重量
- 賞味期限（品質保持期限）、製造年月日（※タイ保健省から指示がある場合）
- 食品登録番号（FDAから取得）、原材料、「保存料使用」「天然着色料使用」あるいは「合成着色料使用」「…を調味料として使用」（調味料の名前を記載）「…を砂糖の代わりに使用」（甘味料の名前を記載）などの表示、必要に応じて適切な保存方法、調理法などの表示が必要になります。
- 乳幼児あるいは特定の者を対象とする食品では、必要な注意書きまたは使用方法、その他FDAが告示で指定した食品の場合はFDAが規定した表示が必要となります。

残留農薬基準

食品中の残留農薬基準については、保健省告示No.387（2017年）「残留有害物質を含有する食品」に規定されています。

原発関連輸入規制

2015年4月28日付けで、タイ向けに輸出されるコメ・コメ加工品に関する放射性物質に関する規制はすべて解除されました。

(6) タイ Thailand

5 小売店の店頭価格

日本産のコメ・米菓はタイ産の約3倍

A コメの販売価格

タイ人が主食としているコメはインディカ米ですが、ジャポニカ米も生産されており、現地の店頭には日本名が付されたタイ産ジャポニカ米も日本産米と共に販売されています。日本産米も様々な産地のものが並んでいます。販売単価は、日本産米が503円/kg～646円/kgであるのに対し、タイ産米は、236円/kg～284円/kgであり、約2～3倍の価格差があります。

B 包装米飯の販売価格

包装米飯は、白米だけでなく、赤飯や雑穀ごはんも販売されています。販売単位も、150gの小さいものや500g以上の大きいサイズのものもあります。

C 米菓の販売価格

米菓は日本産だけではなく、現地タイ産や中国産のものも日本語の名称を付けて販売されています。日本産は他国産に比べ、1.5～3倍の価格で販売されています。

表-4 コメの販売価格 (調査月：2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (1パーツ)	円換算*
Lean Beef Mince	日本 新潟県	2kg	370	1,291
北海道米	日本 北海道	2kg	288	1,005
タイ産ジャポニカ米はるか	タイ	2kg	163	569
のりたけ米	タイ	2kg	135	471
チェンライ減農薬日本米 あきたこまち	タイ	5kg	398	1,389
福井米	日本 福井県	2kg	305	1,064

表-5 包装米飯の販売価格 (調査月：2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (1パーツ)	円換算*
あったかごはん	日本	160g	78	272
サトウのごはん	日本	200g	98	342
プレミアム魚沼産コシヒカリ	日本	300g	128	446
会津産コシヒカリ	日本	540g	159	554
赤飯	日本	160g	75	261
十六穀ごはん	日本	150g	119	415

表-6 米菓の販売価格 (調査月：2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (1パーツ)	円換算*
柿の種わさび	日本	182g	120	418
焼きえび煎餅	日本	83g	105	366
DOZOジャパニーズライスクラッカー	中国	50g	22	76
DAINICHIあげあられ	タイ	70g	32	111
THAI - NICHIMIずほ	タイ	52g	25	87
豆もち	日本	89g	120	418

※2019年4月為替レート：1パーツ= 3.49円

(6) タイ Thailand

6 インターネット販売の実態

EC市場はまだ拡大の余地があり、若い女性利用者が成長を支えている

2018年のタイのEコマース（EC）市場の規模は約3兆1,502億バーツ、うちB2C（企業－消費者間取引）はASEAN最大の約8,654億バーツ（前年比14%）と、急成長しています。他方、小売市場に占めるEC化率はまだ1.7%であり、今後も成長の可能性が残されています。なお、タイのEC利用者は59%が女性で男性を上回っており、さらに25～34歳が過半数を占めるなど、若い女性に支えられた市場です。（2018年時点）

EC市場における食品小売部門

ECサイトにおける食品小売の割合は、セブンイレブン傘下の24 Shoppingのサイトでは15%ほどですが、現地の大手小売Topsでは68.5%を占めており、飲料水、コメなど、重くかさばる商品のEC利用が進んでいます。食品を扱うECサイトは「マーケットプレイス型」、「大手小売サイト」、「食品輸入商社運営サイト」の3つに分類され、決済や物流の問題も改善され、食品ECの環境は整いつつあります。

主要 EC サイト

<マーケットプレイス型>

- a. Lazada : <https://www.lazada.co.th/>
(※日本産米の取扱あり)
- b. Shopee : <https://shopee.co.th/>

<大手小売>

- c. Tops : <https://www.tops.co.th/th/>
- d. Shop at 24 (セブンイレブン傘下) : <https://www.shopat24.com/>
(※日本産米の取扱あり)

<日本食輸入商社>

- e. Bangkok Food System Co., Ltd. : <https://www.japanoishitanoshinet.com/>
- f. All Rice Plus Co., Ltd. : <http://allriceplus.com/>
(※日本産コメ加工品の取扱あり)
- g. Daisho (Thailand) Co., Ltd. : <https://www.honmononippon.com>
(※日本産米・コメ加工品の取扱あり)

越境 EC にはタイ国内の拠点整備が必要

タイ国内でオンライン販売をする場合、マーケットプレイスやオンラインモールへの出店であっても、電子商取引商業登録が必要となりますが、タイ国籍の個人またはタイ国内の法人のみが対象です。したがって、日本から直接タイ国内のECサイトへ出店すると、そのECサイトが違法状態となる可能性が高いため、タイ国内での拠点整備が必要となります（2020年）。

7 輸出拡大に向けて

米の大生産・消費国として大きな需要を持つタイに対し、ジャポニカ米の需要を取り込むためには、まずは富裕層を主なターゲットとして日本産米の品質の優位性を訴求するために、日本食レストランや日系スーパー等において、販路開拓の取組みを進めることが必要です。

(7) ベトナム Vietnam

基礎データ

人口：9,648 万人
 名目 GDP：2,452 億 1 千万米ドル
 1 人当たり名目 GDP：2,590 米ドル
 実質 GDP 成長率：7.0% (2019 年)

日本との関係

日系企業数：1,943 社 (2019 年)
 在留邦人数：22,125 人 (2018 年)
 日本食レストラン数：582 店 (2019 年)

1 市場の特性と消費の傾向

コメの生産・消費・輸出大国

A 市場の特性

ベトナムで生産されるコメは基本的に長粒種です。国民一人あたりの年間コメ消費量（精米換算）は 145kg と、日本人のおよそ 2.4 倍にあたります（FAO による）。輸出においても、2012 年は過去最高の輸出量を達成し、長年世界最大の輸出国であったタイを抜いたこともあります。三期作が行われており、輸出価格はタイ米よりも安いとされています。

コメの大生産国であるため輸入自体が少なく、日本からのコメの輸出がベトナムの輸入額に占める割合も未だわずかですが、玄米形態での輸出が解禁されたこともあり 2019 年の輸出額は 2016 年比で 4 倍超に増加しており、今後も拡大が期待されます。

B 消費の傾向

ベトナムはコメが主食ですが、フランス統治時代からパンを食べる習慣も一般的です。ハノイなど北部は中国からの影響が強く、薄味で塩や醤油ベースのあっさりした味、中部は唐辛子を使用した辛い味、ホーチミンなど南部はカレーやスパイスを多用し、砂糖を使用した甘く濃い味、と地域ごとに嗜好が異なります。

日本食は「美味しい」、「安全」、「ヘルシー」と人気があり、ベトナムにある和食レストランの多くは日本人ではなく、ベトナム人を主な顧客としています。近年は日本の外食チェーンも本格進出し、ベトナム人運営の店も展開しており、高価格から低価格へのシフトも起きています。

表-1 コメの生産・消費・輸出入の状況

	2015	2016	2017
生産量 (千トン)	45,091	43,112	42,764
消費量 (千トン)	20,272	20,437	20,667
輸出量 (千トン)	1,100	450	841
輸入量 (千トン)	50	87	79

表-2 日本からのコメの輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量 (トン)	101	118	213
輸出単価 (円/kg)	327	314	305

表-3 日本からの米菓の輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量 (トン)	42	55	75
輸出額 (百万円)	76	112	155

コメの主な輸入先国

タイ、ラオス、中国、インド、日本、シンガポール、米国、イタリア、韓国、カナダ

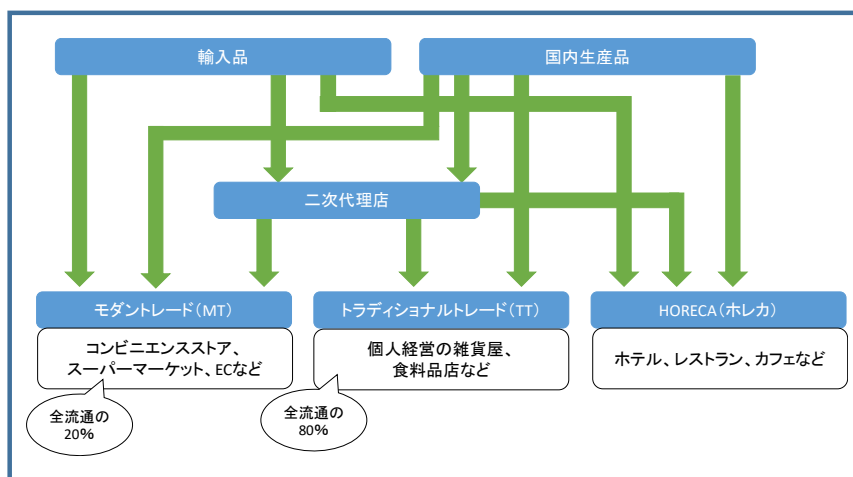
(7) ベトナム Vietnam

2 流通チャネルと取引慣行

日本からの商品はモダントレード中心

A 日本米の流通経路

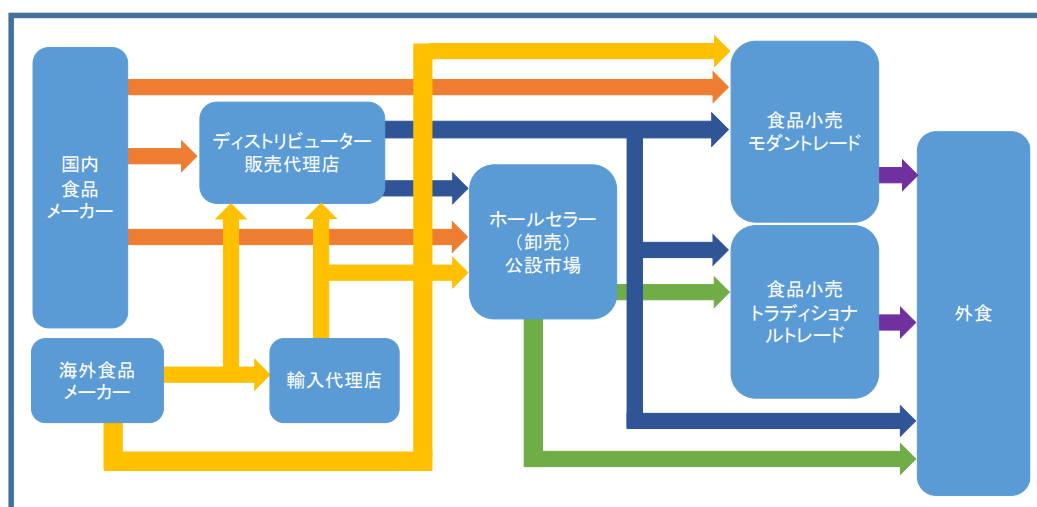
食品の主な販売先は、モダントレード（デパート、スーパー）、トラディショナルトレード（個人商店や公設市場）、HORECA（ホレカ：ホテル・レストラン・カフェの略語）に分かれます。日本からの輸入食品は高単価となるため、モダントレードと HORECA（特に日本食レストラン）の攻略が必須となります。



（出典）JETRO「ベトナムの食品市場（日本食市場）より

B 加工食品の流通経路

ベトナムでは、日本食品を専門に扱う小売店が輸入卸売業や飲食店を兼ねていることが多いです。加工食品を輸入する際は商品登録などの手続きが必要となる他、ベトナム国内で包装されていない食品（コメなど）を製造・販売する企業は、食品安全要件充足施設証明書を取得する必要があります（米菓など包装済み食品は不要）。



（出典）JETRO「日本からの輸出に関する制度 菓子の輸入規制、輸入手続き：ベトナムでの輸入手続き」より

C 取引慣行

ベトナムは南北に長い国土や戦争の影響により、商圏が分断しています。全国に販売網を持つ地場企業は少なく、南北でそれぞれパートナーを探す必要があります。物流では日系の冷凍倉庫や保冷トラックもあります。コールドチェーンに課題があり、温度管理が徹底されないケースも見られます。

(7) ベトナム Vietnam

3 関税割当枠と関税

特別優遇関税率が適用可能です

関税割当枠 精米、包装米飯、米菓のいずれも関税割当枠は確認できません。

関税

ベトナムの関税には、「MFN（最恵国）税率」、「日本・ASEAN 包括的経済連携協定（AJCEP）税率」、「日本・ベトナム経済連携協定（VJEPA）税率」、「CPTPP 税率」（2019年1月発効）のいずれかが適用されます。AJCEP・VJEPA・CPTPPの適用を受けるためには、原産地基準を満たす必要があります。なお、各協定の関税引下げスケジュールを含めた税率は以下のとおりです。

精米（HSコード：1006.30.30）

- ・ MFN 税率：40%
- ・ CPTPP 税率：免除
- ・ AJCEP（日本・ASEAN 包括的経済連携協定）税率：
 - 2019年4月1日～2020年3月31日：10%
 - 2020年4月1日～2021年3月31日：8%
 - 2021年4月1日～2022年3月31日：5%
 - 2022年4月1日～2023年3月31日：3%

・ VJEPA（日本・ベトナム経済連携協定）税率：

- 2019年4月1日～2020年3月31日：12.5%
- 2020年4月1日～2021年3月31日：10%
- 2021年4月1日～2022年3月31日：7.5%
- 2022年4月1日～2023年3月31日：5%

米菓の輸入関税率（HSコード：1905.90.80）

- ・ MFN 税率：20%
- ・ AJCEP 税率：10%
- （毎年4月1日に2～3%ずつ減税し、2023年度から無税）
- ・ CPTPP 税率：5%
- ・ VJEPA 税率：12.5%

包装米飯の輸入関税率（HSコード：1904.90.10）

- ・ MFN 税率：35%
- ・ AJCEP 税率：11%
- （毎年4月1日に2～3%ずつ減税し、2023年度から無税）
- ・ CPTPP 税率：7.7%
- ・ VJEPA 税率：免除

4 検疫制度と食品規制

植物検疫、輸入通関手続き、食品安全検査が必要

A 検疫制度

精米・玄米ともにベトナムに輸出するには、植物検疫証明書をベトナムの植物検疫当局に提出する必要があります。

また、食品を輸入・販売する場合は、次の手続きが必要となります。

a. 食品安全要件充足施設証明書：

包装されていない食品を製造・販売する企業は、食品安全要件充足施設証明書を取得する必要があります。なお、米菓などの包装済み食品は不要です。

b. 商品公表または商品登録：

加工包装済みの食品を輸入する事業者は、商品自己公表手続きを行う必要があります。商品自己公表とは、所定の書式の商品自己公表書および商品テスト結果票を、マスメディアまたは自社のウェブサイトもしくは所在地において公表し、かつ、当局へ送付することにより行われる手続きです。また、健康食品などに該当する菓子を輸入する企業は、保健省または保健局において商品公表書登録手続きを行う必要があります。

c. 輸入事業者の要件：

外資企業がコメ・コメ加工品の輸入・流通業務を行う場合、計画投資局または工業団地・経済特区の管理委員会に対し、当該業務を事業目的に含めた投資登録証明書と企業登録証明書を申請する必要があります。また、コメの小売販売を行う場合、商工局からの経営許可書も必要となりますが、すでにベトナム国内でスーパー、ミニスーパー、コンビニを所有する企業のみが対象です。なお、コメ加工品の小売販売について経営許可書は不要です。

(7) ベトナム Vietnam

B 食品規制

製品表示の内容

ラベル表示には、ベトナム語による表記が義務付けられています。また、遺伝子組換え食品や機能性食品に関する表示規則等も別途あります。

コメの表示義務項目

- a. 商品名
- b. 内容量（正味重量）
- c. 製造年月日
- d. 収穫時期または包装日
- e. 商品に責任を持つ事業者（輸入業者など）の名称と住所
- f. 原産国：パッケージが産地と異なる国で行われた場合は、パッケージ国を併記
- g. 食品安全に関する勧告と警告

一般食品の表示義務項目

- a. 商品名
- b. 商品に対して責任を有する事業者の名称と住所
- c. 原産地
- d. 内容量
- e. 製造年月日
- f. 賞味期限
- g. 原材料リスト
- h. 食品添加物および成分量
- i. 食品安全に関する勧告と警告
- j. 使用方法や保管方法

残留農薬基準

コメは残留農薬規制の対象となります。ベトナムでは使用される農薬についてポジティブリスト制を採用しており「食品中に含まれる農薬の最大許容量を規定する保健省通達 50/2016/TT-BYT」において、農薬と食品の種類ごとに ADI 値（日常許容摂取値）および MRL 値（最大残留許容値）が定められています。法令に記載されていない農薬の残留は認められていません。

原産関連輸入規制

平成 25 年 9 月 1 日付で、ベトナム向けに輸出されるコメ・コメ加工品に関する輸入規制はすべて解除されました。

5 小売店の店頭価格

日本産米の価格はベトナム産米の 2 倍以上

A コメの販売価格

ベトナムで主に消費されるコメはインディカ米ですが、ベトナム産のジャポニカ米も多く販売されています。商品名も日本産米とベトナム産米を区別することは難しい名前が付けられているように見受けられます。また販売単価は、ベトナム産米が 163 円/kg～206 円/kg であるのに対し、日本産米は 447 円/kg と、2 倍以上の価格で販売されています。

表-4 コメの販売価格（調査月：2019年4月）

商品名	産国（産地）	販売単位	価格（ドン）	円換算*
日本のお米 コシヒカリ	ベトナム	2.5kg	92,500	444
富士桜	ベトナム	5kg	215,000	1,032
ロータス寿司ライス	ベトナム	2kg	70,900	340
新潟コシヒカリ	ベトナム	5kg	169,900	816
米屋の特薦米	日本	5kg	465,900	2,236
SUSHI Rice	ベトナム	5kg	176,000	845

表-5 包装米飯の販売価格（調査月：2019年4月）

商品名	産国（産地）	販売単位	価格（ドン）	円換算*
Ottogi cooked rice	韓国	210g	20,000	96
CJ black rice	韓国	210g	19,500	94
Ottogi cooked rice	韓国	210g	32,500	156
Topvalue 新潟県産コシヒカリ	日本	180g	34,900	168
サトウのごはん 新潟県産コシヒカリ	日本	200g	85,000	408

B 包装米飯の販売価格

包装米飯では、日本産米の競合としては韓国産米が販売されています。販売単価は、韓国産米は日本産米よりも低く設定されています。

(7) ベトナム Vietnam

C 米菓の販売価格

米菓では、日本産ではなく、ベトナム産やタイ産が多く販売されています。また、商品名も日本語や漢字が使用されており、現地の消費者が日本産か他国産かを見分けることは困難です。価格については、現地産であっても特段の割安感を感じられません。

表-6 米菓の販売価格 (調査月:2019年4月)

商品名	産国(産地)	販売単位	価格(ドン)	円換算*
one one エビ味	ベトナム	125g	25,000	120
Bin Bin 煎餅	タイ	150g	33,000	158
Richy rice crackers	ベトナム	135g	19,600	94
Richy rice crackers	ベトナム	135g	21,900	105
Bin Bin 雪の花	タイ	150g	25,900	124
小花	タイ	150g	31,900	153

*2019年4月為替レート:1ドン=0.0048円

6 インターネット販売の実態

ベトナムの EC 市場は拡大しているが、通関や物流に課題

ベトナムの E コマース (EC) 市場は年 25~30% 成長しており、2018 年は 80 億ドル以上の売り上げがあったものの、通関の不透明性や物流システムの未整備などが課題です。ベトナム政府は「国家 EC マスタープラン (2014-2020 年)」を制定し、EC 普及に取り組んでいます。

EC サイトにおける日本食品の販売は限定的

EC サイトでは、衣料品 (64%) や電化製品 (56%) の購入が多く、食品は 33% に留まります。日本食品は、オンライン総合販売サイト、フェイスブックなど SNS の商品販売用アプリ、日本製品を専門に販売する企業サイトなどで販売されていますが、既に知られている商品しか売れていない状況です。

日本食品が掲載されている
ベトナムの主要 EC サイト

- a.Lazada : <https://www.lazada.vn/>
- b.Sendo : <https://www.sendo.vn/>
- c.Shopee : <https://shopee.vn/>
- d.Tiki : <https://tiki.vn/>

7 輸出拡大に向けて

ベトナムでは、高品質かつ衛生面で問題がない商品への需要が伸びており、「安心・安全でかつ健康によい」と認識されている日本食品の需要は今後も高まっていくと考えられます。

しかし、他の先進国と比較すると所得水準が高くないため、小売店で商品を選ぶ際は価格重視の傾向があります。

日本産米は日越 TPP により輸入関税が撤廃され、価格競争力が相対的に向上していることから、短粒種の需要開拓・取り込みを図り、高所得者が多い都市部を中心に、日系小売や日本食レストランなどにおいて、ハイミドルな価格帯での品質の高いコメの需要開拓を図る必要があると考えられます。

(8) フィリピン Philippines

基礎データ

人口：1億98万人（2015年）
 名目GDP：3,600億米ドル（2019年）
 1人当たり名目GDP：3,294米ドル
 （2019年）
 実質GDP成長率：5.9%（2019年）

日本との関係

日系企業数：1,356社（2018年）
 在留邦人数：16,894人（2018年）
 日本食レストラン数：564店
 （2019年）

1 市場の特性と消費の傾向

健康ブームの影響で日本食の人気上昇中

A 市場の特性

フィリピンの主食はコメ（長粒種）ですが、人口増加による消費量の増加、経済発展に伴う水田の転用等により1995年からコメを輸入しています。フィリピンの2019年のコメ輸入量は300万トンに達しており、世界最大級のコメ輸入国です。2019年にフィリピン政府はコメの輸入を原則自由化する「改正農業関税法（コメ関税化法）」を施行しましたが、フィリピンの生産者団体は反発しています。

フィリピン特許庁（PSA）によると、2019年1～8月のコメの輸入量は233万トン、うち70%にあたる163万トンをベトナム、14%に当たる32万トンをタイから輸入しています。

なお、日本からのコメの輸出は、フィリピンの輸入額全体の1%未満です。

B 消費の傾向

フィリピン人の基本的な主食は長粒種のインディカ米で、コメに合う濃い味付けのものが好まれます。中国料理、スペイン料理、アメリカ料理の影響を受け、肉や魚の揚げ物を好み、調味料にココナツや酢等を加えて煮込んだもの、炒め物等が多く食されます。

日本産食品は、中・高所得者層向けの手スーパーや日本食材店等を中心に販売されており、日本のメーカーがタイなどで現地生産した食品も販売されています。

近年、フィリピンでは肥満などに起因する生活習慣病が社会問題となっており、健康的な印象のある日本食人気が高まっています。

表-1 コメの生産・消費・輸出入の状況

	2015	2016	2017
生産量（千トン）	18,150	17,627	19,276
消費量（千トン）	17,370	17,065	18,992
輸出量（千トン）	0.22	0.20	0.32
輸入量（千トン）	1,079	450	841

表-2 日本からのコメの輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	11	17	11
輸出単価（円/kg）	364	412	364

表-3 日本からの米菓の輸出状況

	2016	2017	2018
輸出量（トン）	21	19	23
輸出額（百万円）	24	19	22

コメの主な輸入先国

ベトナム、タイ、インド、中国、台湾、シンガポール、スペイン、アラブ首長国連邦、インドネシア

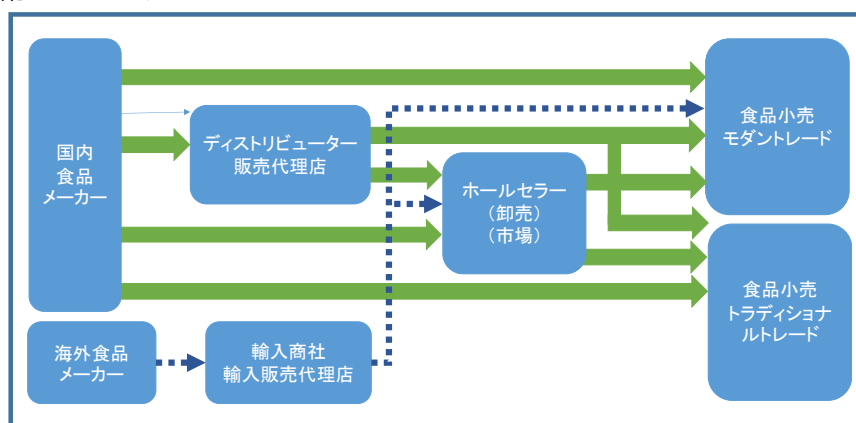
(8) フィリピン Philippines

2 流通チャネルと取引慣行

日本産食品の取扱いは高級スーパーのみ

A 加工食品の流通経路

フィリピンには、全国をカバーする大規模な食品卸売企業がないため、ディストリビューターかメーカーから小売へ直接配送されます。



(出典) 経済産業省「平成 26 年度商取引適正化・製品安全に係る事業（アジア小売市場の実態調査）」より

B 取引慣行

日本産食品の取扱いは高級スーパーのみです。なお、フィリピンの小売業・外食産業には外資規制があるため、参入するためには現地企業との合併やフランチャイズ契約が必要です。モールやデパート、大規模スーパーなどの大規模小売店は中華系・スペイン系の財閥が事業展開しています。

慢性的な交通渋滞により、物流が安定的とはいえません。コールドチェーンは冷凍・冷蔵倉庫は整備が進んでいますが、トラックなど輸送設備の整備が遅れています。また、温度管理の重要性に対する物流業者や店舗の従業員等の意識も低いです。

3 関税割当枠と関税

2019 年にコメの関税割当枠を撤廃し自由化へ

関税割当枠

これまでコメは「ミニマム・アクセス・ボリューム (MAV)」と呼ばれる関税割当制度の対象でしたが、フィリピン政府は 2019 年 2 月 14 日に「改正農業関税法 (コメ関税化法)」を發布し、コメの輸入数量制限を撤廃しました。なお、コメ加工品に関税割当枠はありません。

関税

コメの輸入については、2019 年にコメの輸入数量制限を撤廃する「改正農業関税法 (コメ関税化法)」が施行されたことから、植物検疫証明書とフィリピン農業省が発行する輸入許可証 (SPS-IC) を取得の上、35%の関税を支払えば、自由に輸入できるようになりました。

包装米飯の輸入関税率 (HS コード : 1904.90.10)

- ・ JPEPA (日本・フィリピン経済連携協定) 適用率 (2018 年以降) : 0%
- ・ AJCEP (日本・ASEAN 包括的経済連携協定) 適用率 (2018 年以降) : 0%
- ・ MFN 税率 (2017~2020 年) : 15%

米菓の輸入関税率 (HS コード : 1905.90.80)

- ・ JPEPA (日本・フィリピン経済連携協定) 適用率 (2018 年以降) : 0%
- ・ AJCEP (日本・ASEAN 包括的経済連携協定) 適用率 (2018 年以降) : 0%
- ・ MFN 税率 (2017~2020 年) : 7%

なお、日本・フィリピン経済連携協定 (JPEPA)、日本・ASEAN 包括的経済連携協定 (AJCEP) を適応するためには日本商工会議所が発行する特定原産地証明書の取得が必要です。

(8) フィリピン Philippines

4 検疫制度と食品規制

コメの輸出には日本の植物検疫証明書とフィリピン政府発行の輸入許可証が必要

A 検疫制度

精米・玄米を輸出するためには、日本の植物検疫証明書と、フィリピンの農業省が発行する輸入許可証が必要です。また、証明書・輸入許可証取得の際に、以下の要件を満たさなければいけません。

- ① 精米をホスフィン 2 g/m³で 120 時間、または 9 g/m³で 72 時間 28℃、もしくは植物防疫機関（NPPO）が認めるくん蒸方法でくん蒸した上で、当該くん蒸方法を植物検疫証明書に記載すること。
- ② 非遺伝子組換え（GM）である旨の証明書を添付すること。
- ③ ヒ素、鉛、カドミウムなどの重金属検査を行った上で、重金属検査証明書を添付すること。
- ④ 衛生植物検疫輸入許可証（SPS-IC）及び植物検疫手続（PQC）番号は、添付する植物検疫証明書に記載すること。

また、輸入に際して、輸入許可書（SPSIC）に規定された日付以内に原産国から輸出され、必須輸出日から 60 日以内に到着することが求められます。

なお、加工食品の輸入・流通・販売、もしくはフィリピン国内での再包装には、フィリピンの食品医薬品局（FDA）から営業許可（License to Operate: LTO）と製品登録証明（Certificate of Product Registration: CPR）の発行を受ける必要があります

B 食品規制

製品表示の内容

食品のラベル表示について、表示が義務付けられている情報は以下のとおりです。英語またはフィリピン語の表記が義務付けられています。

- a. 商品名
- b. ブランド名、トレードマーク（ある場合のみ）
- c. 原料成分（含有量の多い順）
- d. 正味量および固形量
- e. 輸入者の会社名、住所および原産地
外国ブランドの製品については、当該製品を製造する外国企業の名称および住所を、（ローカル企業名が記載される場合）ローカル企業のものよりも小さな文字で記載する必要があります。
- f. ロット識別番号
- g. 保存方法
- h. 消費期限
- i. アレルギー表示（※）
 - ・ 甲殻類および当該製品
 - ・ 卵および当該製品
 - ・ 魚および当該製品

- ・ ピーナツ、大豆および当該製品
- ・ 牛乳および当該製品（ラクトースを含む）
- ・ 木の実および当該製品
- ・ 濃度 10mg/kg 以上の亜硫酸塩
- j. 当該商品の正しい使い方（食べ方）
- k. 栄養成分表示（エネルギー、タンパク質、炭水化物（食物繊維と糖類を含む）、脂質（飽和脂肪酸、トランス脂肪酸、コレステロールを含む）、ナトリウムを表形式で表示）
- l. 添加物に関する表示
 - ※ グルテンを含む穀物（小麦、ライ麦、大麦、オート麦、スペルト小麦、当該穀物混成成分およびこれらを含む製品）

なお、レストランやケータリング（機内食等）用に使用されるもの、フィリピン国内で加工・再包装するもの、パッケージの表面が 10 cm²以下のものについては表示義務が免除されます。

残留農薬基準

コメの残留農薬については、フィリピンの農水産基準局（BAFS）のウェブサイト上に基準値が公開されています。

なお、加工食品の残留農薬を定めた規制制度はありません。フィリピン食品医薬品管理局（FDA）では「製品登録証明（CPR）」の申請手続きにおいて、原産国が発行する自由販売証明（CFS）などの提出を義務付けており、これによって該当輸入食品には残留農薬などの問題がないという証明がなされているとみなし、特にフィリピン側で厳しい残留農薬規制を課す必要はないと考えています。

原産関連輸入規制

すべての対象品目において規制は撤廃されています。

(8) フィリピン Philippines

5 小売店の店頭価格

フィリピン産米のキロ単価は、日本産の約半額

A コメの販売価格

フィリピンでは、日本産だけではなく、フィリピン産のジャポニカ米も販売されています。販売単価については、多くの日本産米はフィリピン産米の約1.5~2倍ほどの価格で販売されています。他の東南アジアの国と比較して、フィリピン産のジャポニカ米は、日本語名よりも英語名が付けられることが多いようです。

表-4 コメの販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国 (産地)	販売単位	価格 (PHP)	円換算*
Mrs. Lam 日本コシヒカン (※誤字ではなく実際の商品名)	フィリピン	5kg	595	1,327
Harvester's GOLD Premium Sticky Rice	フィリピン	10kg	833	1,858
Bios Dynamis Black Rice	フィリピン	1kg	149	332
あきたこまち	日本	5kg	1,010	2,252
Mt. Fuji こしひかり	フィリピン	5kg	887	1,978
Dona Maria JAPONICA	フィリピン	2kg	241	537

表-5 包装米飯の販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国 (産地)	販売単位	価格 (PHP)	円換算*
Uncle ben's Ready Rice Spanish Style	米国	250g	172	384
Uncle ben's Long Grain and wild rice	米国	122g	78.5	175
テーブルマーク たきたてご飯	日本	540g	254	566

B 包装米飯の販売価格

包装米飯は、日本産米の他に米国産米も販売されています。販売単価は、米国産米が1.5円/g前後となっており、日本産米よりも若干高めの値段設定となっています。

表-6 米菓の販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国 (産地)	販売単位	価格 (PHP)	円換算*
亀田製菓 柿の種	日本	210g (6袋)	189	384
亀田製菓 海苔ビーパック	日本	89g (4袋)	180	401
亀田製菓 サラダうす塩	日本	93g	97.5	217
Lean Beef Mince	日本	155g	209	466
ブルボン 味ごのみ	日本	135g	209.5	467
天乃屋 歌舞伎揚げ	日本	11枚	188	419
三幸製菓 おかき餅	日本	12枚	120	268

※2019年4月為替レート: 1PHP= 2.23円

C 米菓の販売価格

米菓は、様々な種類の日本産の商品が販売されています。

(8) フィリピン Philippines

6 インターネット販売の実態

拡大するフィリピンのインターネット販売市場

フィリピンにおけるインターネットを活用した小売は、2018 年で前年比 20.9%成長、市場規模は約 550 億ペソと推定され、2023 年までに約 1,253 億ペソ規模に拡大することが予測されています。

フィリピンの越境 EC において、外資 100%企業が小売業に参入するには、最低払込資本金 250 万ドル以上などの要件が課されますが、個人による小口貨物輸入の免税範囲は約 200 ドルです（関税法第 423 項）。しかし、関税や付加価値税（VAT/GST）などの越境 EC に係る税制も整備が進んでおらず、フィリピンの税務当局は規制やルール整備を急いでいます。

日本からフィリピンの越境 EC への出店

現地法人登記をせずに日本から直接越境セラーとしてフィリピンの主要 EC サイトに出店できるのは Lazada のみで、他の主要 EC サイトは日本からの越境 EC サービスがまだありません（2019 年末時点）。なお、Lazada に日本企業が越境セラーとして出店する場合も、上述のような課題も多いため、直接出店するだけでなく、現地のディストリビューターを介して複数の EC サイトで販売するオプションも候補として考えられます。

主要 EC サイト	a. Lazada	http://www.lazada.com.ph/
	b. Shopee	https://shopee.ph/
	c. Carousell	https://www.carousell.ph/
	d. eBay Philippines	https://www.ebay.ph/
	e. Galleon.ph	https://www.galleon.ph/

7 輸出拡大に向けて

フィリピンへの輸出については、マニラなどの主要都市を中心として、日本からの距離の近さを活かし、富裕層向け・中間所得層向けに様々な品目で輸出を拡大することが可能と考えられます。なお、フィリピンは日本文化の浸透度が他のアジア諸国と比べて低く、味覚・味付けも独特であることから、若い年齢層を中心に日本食・日本食材の紹介等を進める必要があります。

そのため、まずはフィリピンのマーケットニーズを分析し、価格差の評価を得られるような付加価値化や商品設計をする必要があります。現地のニーズを的確に把握することで、日本産米の品質の良さ、他国産との違いについての理解を浸透させるための PR を効果的に実施していくことができると考えられます。

(9) アラブ首長国連邦 UAE

基礎データ (2018年)

人口：977万人（2019年）
 名目 GDP 総額：4,246 億米ドル
 1人あたり名目 GDP：40,711 米ドル
 （2018年）
 実質 GDP 成長率：1.69%（2018年）

日本との関係

日系企業数：342社（2018年）
 在留邦人数：4,280人（2018年）
 日本食レストラン数：254店舗
 （2019年）

1 市場の特性と消費の傾向

コメの需要は年々増加するも、日本産米の進出はこれから

A 市場の特性

UAE は人口増が続いており、2018年の人口は963万人でした。2020年には1,100万人を超えると予測されています。また、国連世界観光機関（UNWTO）によると、2018年にUAEを訪問した外国人旅行客は約2,129万人となっています（世界17位）。このため食品・飲料に対する需要は年々拡大し、コメの輸入量も年々増加傾向にあります。

UAEの国土の大半は砂漠で、気温が高く乾燥し水資源が不足しているため、従来から食品・飲料の80%は輸入品に依存しています。それでも近年は食料自給率の引き上げに取り組み、デーツ等の果物、魚介類、野菜、肉類、牛乳等の品目で自国産の割合を高めています。

B 消費の傾向

UAEにおけるコメの消費量は他国からの移民の増加に応じて徐々に増加しています。特にコメを主食とするアジア系の住民が増えており、2014年時点のUAEの人口の半分強は南アジア系が占めています。そのため、2017年の消費量は約733,000トンに達しました。

UAEでは、肉や乳製品、穀物を多用した伝統的なアラビア料理（エミラティ料理）が主な食事スタイルです。インドからは香辛料やコメがもたらされ、現代のエミラティ料理で使われる代表的な食材は子羊、羊、鶏肉、コメ、ナッツ類、デーツ、ヨーグルト、魚介類、各種香辛料で、一般的に乾燥食材が多くなっています。コメを使う料理も少なくありません。

その他、海外からの訪問者、滞在者が多いため、世界各国の料理を楽しむことができます。なお、宗教上のラマダン（イスラム暦9月の1か月にわたる断食期間）には伝統食の需要が増え、外食需要が減る特徴があります。

表-1 コメの生産・消費・輸出入の状況

	2016	2017	2018
生産量（千トン）	1	0	-
消費量（千トン）	724	733	-
輸出量（千トン）	459	302	-
輸入量（千トン）	1,210	982	-

表-2 日本からのコメの輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	18	37	55
輸出単価（円/kg）	500	459	418

表-3 日本からの米菓の輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	20	19	16
輸出額（百万円）	30	28	23

コメの主な輸入先国

インド、パキスタン、ベトナム、タイ、オーストラリア、米国、エジプト、スリランカ、中国、イタリア、ロシア、 Bangladesh、日本

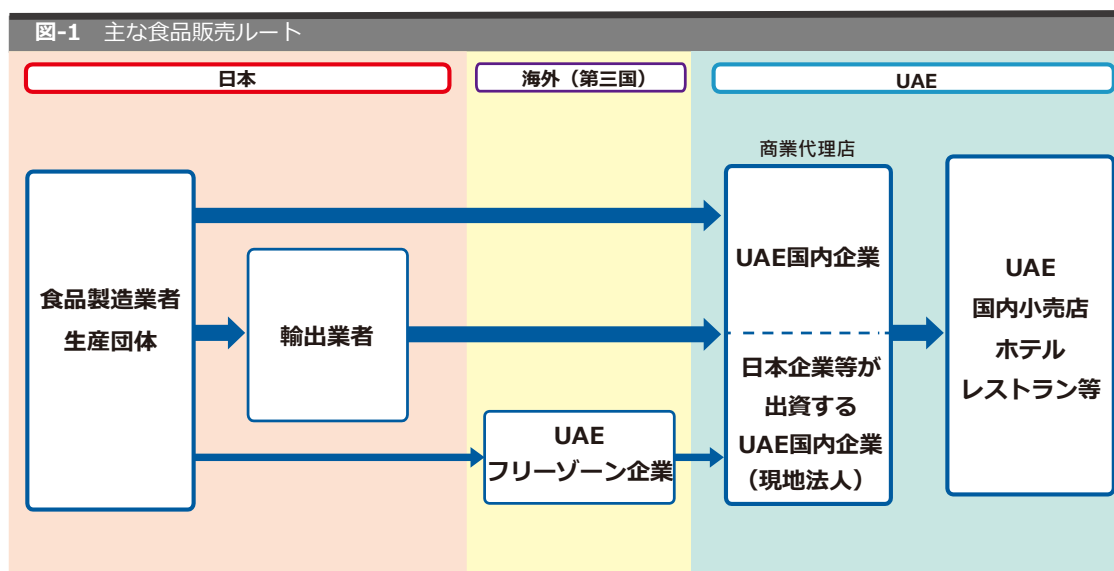
(9) アラブ首長国連邦 UAE

2 流通チャネルと取引慣行

首長国ごとに輸出手続きが異なる場合がある

A 日本米の流通経路

日本から UAE に食品を輸出する際は、UAE 国内の商業代理店に直接輸出するケースと、フリーゾーン（経済特区）を経由して UAE 国内の代理店に輸送するケースに分けられます。大手小売業者は商業代理店として輸入を行い、他の小売店へも販売しています。



(出典) 日本貿易振興機構「ドバイの食品市場の概要」より

B 取引慣行

UAE で食品を輸入するためには輸入ライセンスが必要となりますが、その取得は外国資本だけでなく、現地法人でも困難とされています。また、連邦国家のため、首長国ごとに輸出手続きが異なる場合もありますので確認が必要です。このような理由により、UAE への輸出は現地事情に詳しい商社と組むことが望ましいとされます。

3 関税割当枠と関税

コメには関税割当枠、関税ともになし

関税割当枠 コメ、包装米飯、米菓のいずれも関税割当枠の設定はありません。

関税 日本からの輸入品に対する税率は一般税率が適用されます。包装米飯と米菓も一律 5%の関税が適用されます。一方、多くの農産物や食肉、魚介類、野菜、果物等と同じように、コメは免税で、関税はかかりません。

(9) アラブ首長国連邦 UAE

4 検疫制度と食品規制

コメの輸出には植物検疫証明書が必要。原発関連輸入規制は緩和

A 検疫制度

検疫：コメ（精米・玄米）は植物検疫証明書を取得すれば輸出可能です。

検査：全ての輸入食品は、輸入通関手続き地の食品管理局で検査を受けなければなりません。コメ、包装米飯、米菓についても、輸入通関の際には、UAE への輸入に通常必要な書類（輸入申告書、荷渡指図書（D/O）、船荷証券（B/L）、インボイス、パッキングリスト、原産地証明書）の他に、衛生証明書、ハラール証明書（食肉、家禽類の派生品を含む場合）が必要となります。

なお、日本の場合、衛生証明書は製造業者が自身で発行し、日本商工会議所のサイン証明をもって正規の衛生証明書に代用させることが認められています。

B 食品規制

製品表示（アラビア語ラベル）の内容

UAE 国内で販売される包装済みの食品は、原則アラビア語で記載されたラベルを包装または容器の目立つ位置に貼り付けなければなりません。

ラベルの表示に関しては、GSO 規格である「UAE.S/GSO 9:2013 包装食品のラベル表示」の要件に従う必要があります。また、各首長国の食品安全局や食品管理庁も食品のラベル表示に関する指針を定めています。

- a. 商品名
- b. 製品の名称（食品の説明の要約）
- c. 原材料と原材料別正味重量（含有重量/容量の大きい順）
※アレルギー物質（グルテン成分を含有する穀物、甲殻類、ゴマ種子など）が含まれる場合は成分の中に記載
- d. 製造者、梱包者、流通者、または輸入者の社名及び住所
- e. 製造日、賞味期限（コメは賞味期限記載は免除）
- f. 原産国名
- g. 製品のバーコード
- h. ロット番号
- i. 保存方法（該当する場合）
- j. 調理方法（該当する場合）
- k. 栄養表示（熱量、タンパク質、炭水化物（食物繊維、糖類）、脂質、飽和脂肪酸、トランス脂肪酸、コレステロール、ナトリウム、ビタミン、ミネラル）

原発関連輸入規制

2019年7月に輸入規制が緩和され、アラブ首長国連邦にコメ・コメ加工品を輸出する場合の放射性物質に関する規制は撤廃されました。

残留農薬基準

「農産物及び食品への残留農薬の最大許容量（Maximum Limit of Pesticides in Agricultural and Food Products）」によって規制されています。

ハラール認証について

UAEでは、湾岸協力会議標準化機構（GSO）の定める基準に基づき、輸出入規制を行っています。輸入手続きの際に成分資料等をすべて提出し、ハラールかどうかを確認されます。非ハラール食品を販売する場合は、販売場所を限定して管理しています。

生肉と家禽類、ハラール（海産物を除いて、肉、家禽類あるいは動物性原材料（ゼラチン、動物脂肪など）を含む食品）である加工食品を輸入する際はハラール証明書を提出する必要があります。ハラール証明書は UAE 政府が認定した以下の日本のイスラム組織で発行されるものだけが認められています。

宗教学者 日本イスラム文化センター (<http://www.islam.or.jp/>)

宗教学者 イスラミックセンター・ジャパン (<https://www.islamcenter.or.jp/>)

Emirates Halal Center for Standards & Quality Certificate Corporation (<http://emirateshalal.com/>)

(9) アラブ首長国連邦 UAE

5 小売店の店頭価格

日本産米は他国産と比較しても高価格帯

A コメの販売価格

調査した全5店舗のうち、日本産米を取り扱っていたのは日本食材店の2店で、両店とも日本産品種のアメリカ産のコメも販売していました。他にインド産、エジプト産、スペイン産がみられました。

表-4 コメの販売価格 (調査月：2020年2月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (米ドル)	円換算*
特別栽培米ひとめぼれ	日本(宮城)	2kg	40	4,400
こしひかり	日本(富山)	1kg	20	2,200
新潟こしひかり	日本(新潟)	5kg	126	13,859
ななつぼし	日本(北海道)	2kg	66.15	7,276
Basmati rice	インド	2kg	28.5	3,135
Union Egyptian rice	エジプト	6kg	30	3,300
Paella rice	スペイン	500g	16.5	1,815

B 包装米飯の販売価格

日本産米の包装米飯は、日本食材店で取扱いがありました。別の日本食材店では、米国産品が販売されており、現地系スーパーでは日本産の寿司用酢飯の包装米飯が販売されていました。

表-5 包装米飯の販売価格 (調査月：2020年2月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (米ドル)	円換算*
サトウのごはん	日本(新潟)	200g×1	9.5	1,045
あったかごはん	日本(未詳)	200g×3	30	3,300
コウノトリ育むお米	日本(兵庫)	200g×1	10	1,100
もち米	日本(茨城)	1kg	31.5	3,465

C 米菓の販売価格

米菓は調査した全5店舗で販売されていました。日本食材店は日本産品のみの取扱いで、英国系、現地系スーパーは、すべてタイの同一銘柄の取扱いでした。日本産米菓は他国産商品の約2~3倍の価格で販売されていました。

表-6 米菓の販売価格 (調査月：2020年2月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (米ドル)	円換算*
天乃屋 姫丸	日本	98g	8.4	924
ソフトサラダ	日本	20枚入り	13.5	1,485
金吾堂 厚焼	日本	9枚入り	15	1,650
ハッピーターン	日本	約20枚入り	13.5	1,485
こつぶっこ	日本	4枚入り	13.5	1,485
つまみ種 10種類	日本	6袋入り	16.5	1,815

*2020年2月末為替レート：1米ドル=109.99円

(9) アラブ首長国連邦 UAE

6 インターネット販売の実態

世界トップクラスのインターネット普及率

「DEGITAL 2019」によると、UAE のインターネット人口普及率は 99% に達し、世界でトップの国のひとつとなっています。高いインターネットの普及率がインフラとなり、UAE の e コマース市場は 2014 年の 6 億 7,000 万ドルから 2016 年には 13 億ドルに達し、2020 年までに 31 億ドルへ拡大すると予測されています。「UAE Vision 2021」の中で、電子商取引やキャッシュレス支払い等の普及が重点政策になっています。

EC サイトでの日本産コメの取扱いなし

UAE の有力オンラインショップ Souq は Amazon.ae へと移行するなど、e コマース市場は大きな転換期を迎えています。その中で食品の取扱い数は多くはなく、さらに日本産米の取扱いは確認できませんでした。

主要 EC サイト

- a. Amazon.ae ——— <https://www.amazon.ae/>
- b. Namshi ——— <https://en-ae.namshi.com/>
- c. noon.com ——— <https://www.noon.com/uae-en/>

消費者保護法に留意

UAE において、インターネット販売で特に留意すべき点は消費者保護に関する法律です。この法律で EC 業者は商品に不具合があった場合、製品の交換、修理（費用負担）または返金が求められ、いずれの救済手段を採用するかは消費者が決定すると定められています。消費者向けに EC 販売を行う際は、透明性のある取引を行うほか、消費者からの苦情に対応する心構えが必要です。

また、主要な EC サイトの多くは UAE 国内もしくは近隣国からの出品に限っています。海外企業が EC サイトに出品するには代理店（業者）が必要となります。これは売買契約または代理店契約業者として登録できる事業者が、UAE 資本が 100% の企業または UAE 国籍の個人に限られているためです。

7 輸出拡大に向けて

日本産米は価格の高さがネックとなり、一部の高級ホテルや高級レストランでの使用にとどまっています。一方で、ドバイで日本食レストランの開店が続くなど、日本食は人気で、特に寿司は UAE の消費者や訪問者に幅広く嗜好されています。現在のところ、日本産米菓の取扱いは日本食材店や非ハラール売場に限定されています。アルコールが検出されない醤油（調味料）の開発等、ハラール認証への対応がマーケットの拡大につながります。

(10) 米国 USA

基礎データ (2018年)

人口：3億2,823万人
 名目GDP：21兆4,280億米ドル
 1人当たり名目GDP：65,223ドル
 実質GDP成長率：2.3%（2019年）

日本との関係

日系企業数：8,929社（2018年）
 在留邦人数：44万6,925人
 （2018年）
 日本食レストラン数：25,257店舗
 （2019年）

1 市場の特性と消費の傾向

日本産米の競合は、カリフォルニア州で生産される短粒米

A 市場の特性

米国での精米の生産量は約1000万トンです（2018年）。生産量、消費量ともに多少の増減を繰り返していますが、大きな流れとしては増加傾向にあります。コメの種類別の消費量は、長粒米が全体の約7割強、中粒米と短粒米で約3割程度と考えられます。日本産米と競合する短粒米は、2018年に米国では約13万トン生産されていますが、その98%はカリフォルニア州で生産されています。輸出先の第1位は6割程度を占めるタイで、次にインド、中国と続きます。日本から米国への商業用のコメ輸出量は、2018年は約1,300トンでした。これは日本からのコメの輸出先国の中では、香港・シンガポールに次いで第3位となります。

	2016	2017	2018
生産量（千トン）	10,167	8,084	10,170
消費量（千トン）	5,329	5,109	-
輸出量（千トン）	1,848	1,935	3,194
輸入量（千トン）	753	767	895

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	986	1,282	1,980
輸出単価（円/kg）	325	315	274

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	1,067	1,112	1,100
輸出額（百万円）	1,062	1,134	1,122

B 消費の傾向

JETROの調査では、米国では白人の27%、アフリカ系の59%、中南米系の47%、アジア系の71%がコメを食べるという報告があります。しかし、食べる頻度では、ジャポニカ米・インディカ米を合わせて、米国人全体で平均すると味付けされていないコメを食べるのは月に1.5回、味付けされたコメは2か月に1回です。米国全体で見れば、日常的にコメが食べられているわけではなく、日本食レストランで日本産米を使用しているのは一部の高級レストランなどに限られており、それ以外では大半がカリフォルニア産米を使用しています。

コメの主な輸入先国

タイ、インド、中国、ブラジル等

(10) 米国 USA

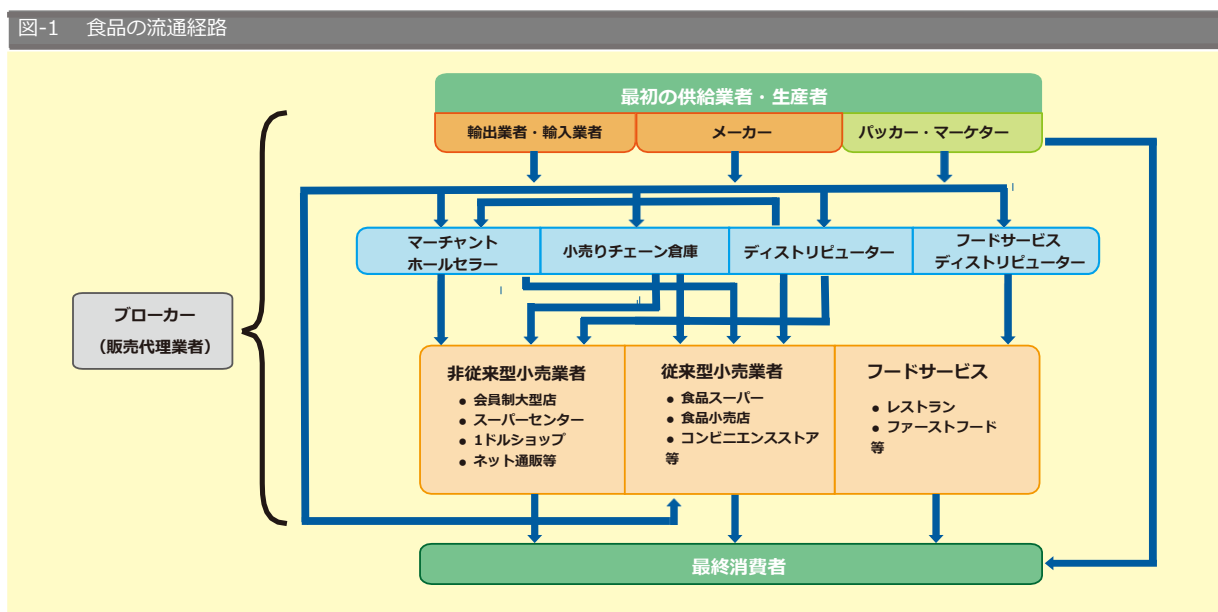
2 流通チャネルと取引慣行

日本から米国の店頭へ並ぶまで 2 か月半

A 日本米の流通経路

アメリカの食品流通システムは非常に複雑であり、食品が消費者のもとに届くまでにはいくつかの流通ルートが存在しています。

図-1 食品の流通経路



(出典) 農林水産省「平成 19 年度農林水産物貿易円滑化推進事業 一米国編一」より

B 取引慣行

日本産米が日本の生産者/卸売業者から輸出され、米国（ニューヨーク）の小売店舗に並ぶまでに最短でも 2 か月半かかります。東西海岸では、日系卸により流通網が整備されており、日本食マーケット（日系小売店や日本食レストラン）への物流上の大きな障壁はないと言えます。

3 関税割当枠と関税

コメ及びコメ関連製品は日米貿易協定の対象外

関税割当枠

米国において輸入数量制限品目に該当する品目はありません。
また、コメ、包装米飯、米菓のいずれも関税割当品目には含まれていません。

関税

玄米 (HS コード : 1006.20.40) : 0.021 米ドル/kg
 精米 (HS コード : 1006.30.90) : 0.014 米ドル/kg
 包装米飯 (HS コード : 1904.90.01) : 14%
 米菓 (HS コード : 1905.90.90) : 4.5%

なお、2020 年 1 月 1 日に発効した日米貿易協定において、コメ・包装米飯・米菓は関税削減・撤廃の対象ではありません。

(10) 米国 USA

4 検疫制度と食品規制

輸入許可、植物検疫証明書は不要

A 検疫制度

精米・玄米ともに日本での輸出検査は不要であり、米国農務省（USDA）の輸入許可証も不要です。包装米飯を輸出するためには、米国食品医薬品局（FDA）に製造工場が登録されている必要があります。

B 食品規制

製品表示の内容

- ① 主要表示パネル（包装の正面中央）記載事項
 - a. 食品の名称
 - b. 正味内容量
 - ② 情報パネル（裏面や側面）記載事項
 - c. 製造者、輸入業者、又は梱包業者のいずれかの名称と住所
 - d. 原材料リスト
 - e. アレルゲン（※）
 - f. 栄養表示（未加工のコメは表示義務なし）
総エネルギー量、総脂質・飽和脂肪酸・トランス脂肪酸、コレステロール、ナトリウム、炭水化物、食物繊維、糖類と添加糖類、タンパク質、ビタミンD、カルシウム、鉄分、カリウム
 - g. 原産国名
- ※ 乳、卵、魚類、甲殻類（カニ、ロブスター、エビ等）、ナッツ（アーモンド、クルミ、ピーカン等）、ピーナッツ、小麦、大豆

残留農薬基準

環境保護庁（EPA）が食品の残留農薬の許容量（又は最大残留基準）を設定しています（ポジティブリスト制）。残留農薬許容量は、各物質について食品ごとに規定されています。

原発関連輸入規制

福島県産米は、輸入停止措置の対象となっておりません。

5 小売店の店頭価格

日本産米は米国産の3倍の価格

A コメの販売価格

日本産米は主に日系スーパーで販売されています。あきたこまち等のジャポニカ米が米国産で販売されていますが、日本産米と比較し1kgあたりの価格は1/3程度と、非常に安価です。長粒米も含めると米国産以外にはタイ産が扱われています。

表-4 コメの販売価格（調査月：2019年4月）

商品名	原産国（産地）	販売単位	価格 (米ドル)	円換算*
Kano Rice、Niigata Uonuma Koshihikari	日本 新潟県	2kg	30.99	3,468
ゆめぴりか	日本・北海道	5kg	47.69	5,337
つや姫	日本・山形県	5kg	49.99	5,594
ミルキークイーン（有機）	日本・茨城県	2kg	31.99	3,580
彩錦	日本	5kg	34.99	3,915
錦	米国	6.81kg	20.75	2,322
365 Organic Long Grain White Rice	米国	2lbs	3.99	447
Nishiki Premium Rice	米国	10lbs	15.99	1,789
玉錦	米国	2kg	9.29	1,040
秋田こまち	米国	6.81kg	29.99	3,356
かがやき	米国	6.81kg	31.45	3,519
田牧ゴールド	米国	6.81kg	43.59	4,878
99 Jasmine Rice	タイ	25lb	23.4	2,619

(10) 米国 USA

B 包装米飯の販売価格

包装米飯では、日本産以外に米国・台湾・韓国・英国・タイ産などの製品が販売されています。日本産米が取り扱われているのはアップミドル向けの日系スーパーのみとなっています。日系スーパーでは、日本産米のほか米国産・台湾産も扱われており、日本産米より安価で販売されています。台湾産は、米国産と比較しても安価です。

表-5 包装米飯の販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (米ドル)	円換算*
Table Mark 魚沼産コシヒカリプレミアム(3パック)	日本	600g	9.99	1,111
Annie Chuns, Rice Express Sticky White Rice	米国	7.4oz	3.29	366
Nishiki Brown Rice	米国	7.4oz	1.58	176
Nishiki Steamed Rice	米国	7.4oz	2.19	244
Organice White Rice "Organics"	米国	7.4oz	1.79	199
CJ Foods white rice	韓国	210g	2.79	310
Veetee Long Grain White	英国	300g	2.29	255
Shirakiku, Cooked Rice (3pack)	台湾	21.0oz	5.59	622
Lundberg Organic Red Jasmine	タイ	227g	3.39	377

C 米菓の販売価格

サンフランシスコ・ニューヨークでは、現地系スーパーでも日本産の米菓が取り扱われています。日本産米菓は他国産と比較すると少し高めですが、精米の価格ほど他国産との価格差はありません。日本産以外では、米国産、台湾産、タイ産、中国産の販売が確認されています。

表-6 米菓の販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (米ドル)	円換算*
金吾堂 昔ながらのお煎餅	日本	110g	3.49	390
Amanoya Kabukiage	日本	5.1oz	3.98	445
Kameda Soft Salad	日本	5.68oz	2.79	312
Hello Kitty Senbei Rice Cracker	台湾	3.95oz	2.69	301
Mizuho Service Cracker	中国	85g	1.79	200
Norimaki Mate Arare	タイ	16oz	6.98	781
Kameda Kakinotane	タイ、米国	5.3oz (6pack)	3.49	391
Shop Rite Rice Cakes	米国	170g	2.19	245
365 Sesami Rice Crackers	米国	3.57oz	2.19	245

*2019年4月為替レート: 1米ドル=111.91円

6 インターネット販売の実態

成長を続ける E コマース市場

米国の E コマース (EC) 市場は成長を続けており、2019 年には小売売上高の 10% を初めて超えると予想されています。2019 年、米国人は EC に 5,869 億 2,000 万ドルを費やしたとみられており、これは 2018 年と比較して 14.0% の増加であり米国の小売支出全体の 10.7% に相当します。

米国 EC 市場において Amazon が存在感を増しており、国内 EC 市場全体に占めるシェアは 2013 年の 26% から 2016 年に 43% へ拡大しました。日本企業では、楽天 EC カンパニーが「楽天グローバルマーケット」を海外対応の EC サイトとして展開しており、米国における販売実績を伸ばしています。

EC サイトでは、日本産米の品揃えが豊富なものに対して、包装米飯と米菓の取扱い品数は少ない状況です。日本産米は、ebay や楽天で取り扱われています。Amazon では日本産米菓の取扱はありますが、日本産米の取扱は確認できませんでした。インターネット販売の価格は実店舗での販売価格よりも高めの設定となっています。

主要 EC サイト

- a. amazon.com (日本産米菓の取扱有) — <http://www.amazon.com/>
- b. ebay.com (日本産米、米菓の取扱有) — <http://www.ebay.com/>
- c. Walmart.com — <http://www.walmart.com>
- d. Rakuten Global Market (日本産米の取扱有) — <https://global.rakuten.com/en/>

7 輸出拡大に向けて

日本産米の輸入拡大の決め手となるのは、味と品質です。在留邦人以外は家庭でコメを炊飯することはほとんどないと考えられるため、外食・中食向けをターゲットの中心に据える必要があります。そのため、業務用のニーズに合った商品の提供や外食・中食業者と連携した PR・キャンペーン等を進めていくことが必要だと考えられます。包装米飯と米菓は、米国の規制への対応をしっかりと行うことで輸出拡大の可能性のある商品アイテムと言えます。日本の企業が現地法人を設置し、EC サイトを運営する事例も出てきています。

(11) カナダ Canada

基礎データ (2018年)

人口：3,741万人（2019年）
 名目 GDP：1兆7,114億米ドル
 1人当たり GDP：46,261米ドル
 実質 GDP 成長率：1.83%（2018年）

日本との関係 (2018年)

日系企業数：844社（2018年）
 在留邦人数：73,571人（2018年）
 日本食レストラン数：4,176店
 （2019年）

1 市場の特性と消費の傾向

コメ輸入量は減少、日本産米の輸入は増加傾向

A 市場の特性

カナダのコメの輸入量は、2013年以降は約40万トン前後を推移しています。一定のアメリカ産の中・短粒種の輸入もある中で、近年、日本食人気の高まりから日本産米の輸出が拡大しています。

日本からの商業用のコメの輸出は、東京電力福島第一原発事故の影響もあり、2011年から2013年の輸出量は減少しましたが、2014年以降は増加しています。2014年度の輸出量22トンから、2018年度の輸出量は138トンと飛躍的に増加しており、2014年度の6倍以上と日本からのコメ輸出は増加傾向にあります。米菓についても、量は少ないものの毎年30トン前後が安定して輸出されています。

B 消費の傾向

カナダは多文化主義の姿勢をとっており、食も多様です。基本的に主食、副菜の概念はなく、一般消費者は、ある程度ボリュームのある料理やはっきりした味付けを好む傾向にあります。近年では、富裕層を中心とした健康志向の高まりにより、オーガニック食品の需要が増加しており、また、アレルギーを使用しない食品（グルテン・フリー、ピーナッツ・フリーなど）も一般的です。

日本食レストランは人気が高く、特にバンクーバーでは、中華レストランを凌ぐ店舗数があります。日本食ブームは西部から東部に伝播し、トロントでは居酒屋&ラーメンブームを経て、高級モダンジャパニーズレストランが相次いでオープンしており、お好み焼きなどのB級グルメの浸透と超高級店の出現で二極化が起きている。日本食レストランはカナダ全体で4,176店存在（2019年現在）し、バンクーバーやトロント周辺に多くあります。寿司の健康的イメージのほか、バンクーバーはアジア系住民（大半は中国系）が多いことも人気の理由と考えられます。

表-1 コメの生産・消費・輸出入の状況

	2016	2017	2018
生産量（千トン）	-	-	-
消費量（千トン）	604	535	-
輸出量（千トン）	7	7	14
輸入量（千トン）	383	388	408

表-2 日本からのコメの輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	92	138	158
輸出単価（円/kg）	304	312	323

表-3 日本からの米菓の輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	31	31	35
輸出額（百万円）	37	37	42

コメの主な輸入先国

米国、インド、パキスタン、タイ、ベトナム、ミャンマー

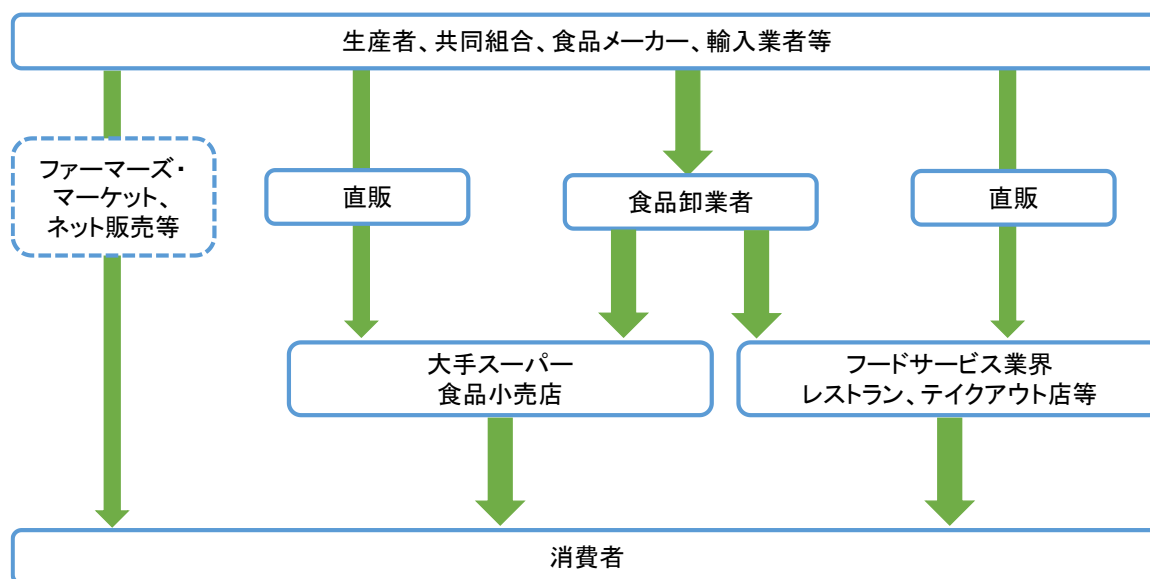
(11) カナダ Canada

2 流通チャネルと取引慣行

日本食材の流通経路は限定されており、日系、アジア系流通網で取引

A 日本食品の流通経路

カナダでは、日本食材は主に日系、アジア系の流通網で取引されています。北米に進出する日系卸大手は、地域ごとにエージェント（担当）を配置し、現地ディストリビューターと取引しています。日本企業との直接取引を模索している現地大手スーパーもあります。



（出展）農林水産省の輸出力強化ワーキンググループ「国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略(カナダ)」調査研究事業 報告書 より

B 取引慣行

日本産米は一般的に船便の常温コンテナで輸送され、輸送に要する日数は最短で 10 日間程度です。カナダでは、大規模小売店での日本産食品の需要がまだ確立しておらず、そのために大規模店を利用する消費者に日本産食品が普及していない状況があります。

3 関税割当枠と関税

精米・玄米は関税無し、包装米飯は関税有

関税割当枠

日本からカナダへのコメの輸入には、輸入関税は課されません。また、輸入数量割当制及び関税割当品目の制度もありません。

関税

玄米（HSコード：1006.20）・精米（HSコード：1006.30）：無税
 包装米飯（HSコード：1904.90.69）：TPP11 発効 11 年後撤廃（2020 年の税率は 4.5%）
 米菓（HSコード：1905.90.90）：TPP11 発効 11 年後撤廃（2020 年の税率は 4.5%）

(11) カナダ Canada

4 検疫制度と食品規制

製品ラベル表示は、すべて英語とフランス語を併記

A 検疫制度

輸入業者は、事前に事業者番号（Business Number）をカナダ歳入庁（Canada Revenue Agency）から取得し、カナダ国境サービス庁事務所に輸出入口座を開設します。その後、電子取引プログラム（Electronic Data Interchange: EDI）により輸入手続きを行います。

コメは自動輸入システム（Automated Import System: AIS）の対象品目であり、輸入業者および通関業者はEDIによりカナダ食品検査庁にコメの輸入を通知しなければ、税関で貨物を引き取ることができません。さらに、2020年7月15日以降は、日本からコメを輸入するにあたり、輸入者はSafe Food for Canadians（SFC）ライセンスとよばれる輸入ライセンスが必要になります。輸入ライセンスは、カナダ食品検査庁のオンラインサービス（My CFIA）で申請をすることができ、輸入業者の事業規模や輸入食品に応じて設定されている要件を満たすことを条件に付与されます。費用は2年間で250カナダドルです。

また、カナダではコメを含む食品を販売する際、連邦政府が定める免許や登録は必要ありませんが、一般的に州、地方自治体では、各自自治体が定める免許の取得や事業の登録が必要です。

B 食品規制

製品表示の内容

食品群別ラベル表示要件

コメを含む穀物のラベル表示要件として提示されている項目は以下のとおりです。

- a. 品名
- b. 原材料表示（※コメは免除）
- c. 正味量
- d. 栄養表示（コメの場合、1人分（30g～45g）当たりの栄養価（表示内容は下記包装済み食品に同じ））
- e. 栄養強化剤（ビタミン、ミネラル、アミノ酸など）を添加している場合、その旨の記載

※広告を出す際は、ラベル表示と異なる情報を使用してはならない。

包装済み食品に求められる基本的なラベル表示要件は以下のとおりです。ラベル表示は英語とフランス語で併記する必要があり、文字サイズは1.6mm以上である必要があります。なお、加工されていない穀物としてのコメは包装済み食品には含まれません。

- a. 品名
- b. 原産国
- c. 包装日と貯蔵方法
- d. 製造業者または輸入業者の名称および住所
- e. 放射線照射食品（放射線を照射されたコメは販売が許可されていないため対象外）

- f. 原材料表示およびアレルギー情報（コメは表示義務なし）
- g. 正味量
- h. 栄養表示（熱量、脂質および脂肪酸（トランス脂肪酸）、炭水化物、コレステロール、食物繊維、糖類、たんぱく質、ナトリウム、カリウム、カルシウム、鉄分）
- i. 甘味料（アスパルテーム、スクラロース、アセスルファムカリウム、ネオテーム、ポリデキストロース、糖アルコール）を含む場合、その旨の記載
- j. 食品添加物
- k. 栄養強化剤（ビタミン、ミネラル、アミノ酸など）を添加している場合、その旨の記載
- l. カナダの国内法に規定されている食品等級（※コメに関する等級は無いので、表示義務なし）
- m. 任意の強調表示（雑穀米である旨など）

※ 効能を謳う強調表示について、食品医薬品法および規則において規定されている効能を謳う場合は、カナダ食品検査庁に機能性の評価結果を提出し、市販前にレビューを受ける必要があります（リストに記載されている表示要件を満たし、既定の表示を用いること）。リスト以外の効能については、市販前のレビューは必須ではありません。

残留農薬基準

コメは、残留農薬／動物用医薬品規制の対象となります。保健省病害虫管理規制局（Pest Management Regulatory Agency: PMRA）が農薬最大残留基準値データベースを公開しています。

原発関連輸入規制

東京電力福島第一原子力発電所事故の影響による、証明書類提出要請及び輸入禁止（停止）は行われていません。

(11) カナダ Canada

5 小売店の店頭価格

日本産を扱うのは日系スーパーのみ

A コメの販売価格

調査した5店舗（日系スーパー、中国系スーパー、カナダ系高級スーパー各1、カナダ系大衆スーパー2）のうち、日本産米が販売されていたのは日系スーパーのみです。日系スーパーでは日本産米のほか、米国カリフォルニア産米が並んでいました。現地スーパーでは、主に米国産米やタイ産米が販売されています。

商品価格は、日本産米が最も高く、キ口単価が809円です。最も安いタイ産米の194円/キ口と比較すると4倍以上の価格で販売されています。

表-4 コメの販売価格（調査月：2020年3月）

商品名	原産国（産地）	販売単位	価格（加ドル）	円換算*
Tsuru Mai	米国	2Kg	10.99	898
Thai Hom Mali Rice	タイ	18.1Kg	45.99	3,757
UB Jasmine Rice	タイ	1.6Kg	12.99	1,061
Rooster Calrose	タイ	8kg	18.97	1,550
Nishiki	米国	2kg	9.95	813
新潟産こしひかり	日本	2kg	19.8	1,617
Tamanishiki	米国	2kg	11.8	964
Tsuru Mai	米国	2Kg	10.99	898

表-5 包装米飯の販売価格（調査月：2020年3月）

商品名	原産国（産地）	販売単位	価格（加ドル）	円換算*
Ub Bistro Exp Chin Style Rice	タイ	250	3.17	259
Shirakiku ごはん	台湾	200	2.25	184
炊き立てごはん	日本	200×3個	7.35	600
Nishiki	米国	210	2.68	219
Ub Bistro Exp Chin Style Rice	タイ	250	3.17	259

B 包装米飯の販売価格

調査した5店舗（日系スーパー、中国系スーパー、カナダ系高級スーパー各1、カナダ系大衆スーパー2）のうち、日本産の包装米飯が販売されていたのは日系スーパー1店舗のみでした。日系スーパーで販売されている包装米飯も日本産に限らず、タイ産、台湾産、米国産など多様です。

C 米菓の販売価格

調査した5店舗（日系スーパー、中国系スーパー、カナダ系高級スーパー各1、カナダ系大衆スーパー2）のうち、日本産米菓が販売されていたのは日系スーパー1店舗のみでした。米菓自体の取扱いも中国系と日系スーパー2店舗のみでした。

商品価格は、タイ産と比較すると日本産は2倍以上の値段ですが、台湾産の中には、日本産よりもグラム当たりの単価が高いものもあります。

表-6 米菓の販売価格（調査月：2020年3月）

商品名	原産国（産地）	販売単位	価格（加ドル）	円換算*
Binbin Rice Cracker	タイ	150g	2.19	179
焼米屋	台湾	350g	6.59	538
旺旺	台湾	184g	7.99	653
ぱりんこ	日本	36個入り、124g	4.25	347
熟成サラダ	日本	20個入り、128g	3.5	286
ぼたぼた焼き	日本	20個入り、121g	4.55	372

*2020年3月為替レート：1加ドル=81.69円

(11) カナダ Canada

6 インターネット販売の実態

e コマース市場は成長段階

カナダは国土が広く物流網があまり充実していないため、e コマースの普及率は同様の経済規模の国と比較すると低くなっていますが、オンラインショッピングは消費者生活の重要な側面となってきています。カナダでは、2019 年までにオンラインでの購入が 390 億カナダドル（約 3 兆 4,320 億円）と、同国全体に占める小売りの 9.5%を占めると予想されています。

日本産の取扱いがまったくない EC サイトもある

食品の取扱いのある 3 つの主要 EC サイトでコメ・コメ加工品の取扱い状況を調査した結果、ebay Canada では日本産のコメ、包装米飯、米菓、Amazon Canada では日本産のコメ、米菓の取扱いがあり、Walmart Canada では日本産の取扱いはありませんでした。

食品の取扱いのある
主要 EC サイト

- | | | |
|-------------------|-------|---|
| a. ebay Canada | _____ | http://www.ebay.ca/ |
| b. Amazon Canada | _____ | https://www.amazon.com.au/ |
| c. Walmart Canada | _____ | http://www.walmart.ca/en |

7 輸出拡大に向けて

カナダは日本食の認知度が高く、また、アジア系の人口が増加していることから、中国系移民の富裕層など、日本産米を好む消費者の需要を掘り起こし、市場を広げる可能性が残されています。アメリカ産米との競合がある中、日本食レストランなどを中心に、より高品質な日本産米を一定の価格競争力をもって提供する機会を得ることが課題といえます。

包装米飯は、現地の人にも使い方や商品特性がわかるような工夫が求められます。白米をそのまま食べる習慣がない消費者には、味付け商品の開発なども必要と思われます。

米菓は、パッケージを陳列しやすい形状にするなど、現地の小売店に合わせる工夫や、日本産の取扱いが少ない非日系スーパーなどに販売網を広げることが輸出拡大につながると考えられます。

(12) ブラジル Brasil

基礎データ (2019年)

人口：2億1,161万人（推計）
 名目GDP：1兆8,470億米ドル
 1人当たりGDP：8,797ドル
 名目GDP成長率：1.1%
 (2019年)

日本との関係

日系企業数：699社（2018年）
 在留邦人数：51,307人（2018年）
 日本食レストラン数：2,457店
 (2019年)

1 市場の特性と消費の傾向

国内市場では南米産のコメが優勢

A 市場の特性

ブラジルの精米の消費量は、2010年までは800万トン以上、2011年以後は790万トン前後で推移し、ほとんど変化はみられない状況です。コメの輸入量に関しても、60万～70万トン台で推移しています。

ブラジルでは、現在日本産米はほとんど輸入されておらず、2015年に3トンの輸入と、わずかな量にとどまっています。市場に流通している日本品種米はブラジル産、ウルグアイ産などが中心となっています。米菓の輸出は東日本大震災前の2010年に85トンとピークを迎え、震災直後は大きく落ち込みましたが、その後はやや持ち直し、2018年は37トンの輸出量でした。ただし、この間に価格が安いタイ産の存在感が増しています。

B 消費の傾向

ブラジルではコメ（長粒米）を主食としており、ほとんどの人が毎日1～2回、豆とともに食しています。近年、一人当たりのコメ消費量は低下していますが、一人当たり消費量の減少は人口増加によって相殺されており、全体としてブラジル国内のコメ消費量は安定しています。

日本食の認知度や関心は高く、日本食レストランはブラジル全土で2,457店存在しています。初めは日系移民を顧客として経営されていましたが、今では現地社会に浸透しています。店舗増加の要因の1つは「テマケリア」と呼ばれる手巻き寿司店の増加です。若者を中心に人気があり、ファストフードの感覚で利用されています。さらに、チーズやトマトを入れた寿司やてんぷらなど、現地の日本食は独自の発展をとげています。日本食ブームの一方、伝統的な日本食の調理法は普及していないといわれています。

表-1 コメの生産・消費・輸出入の状況

	2016	2017	2018
生産量（千トン）	7,210	8,383	8,204
消費量（千トン）	7,900	7,850	7,750
輸出量（千トン）	630	589	-
輸入量（千トン）	713	781	-

表-2 日本からのコメの輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	-	-	-
輸出単価（円/kg）	-	-	-

表-3 日本からの米菓の輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	43	37	40
輸出額（百万円）	41	38	41

コメの主な輸入先国

パラグアイ、ウルグアイ、タイ

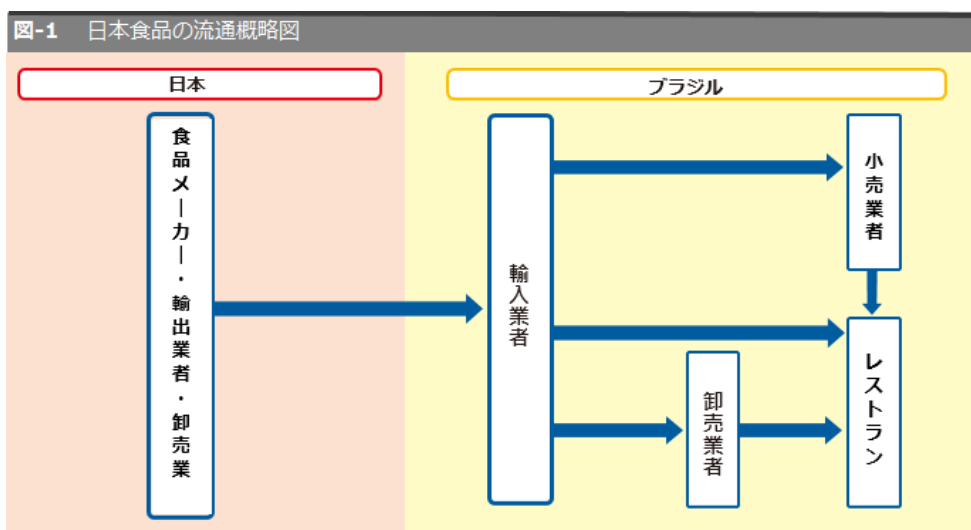
(12) ブラジル Brasil

2 流通チャネルと取引慣行

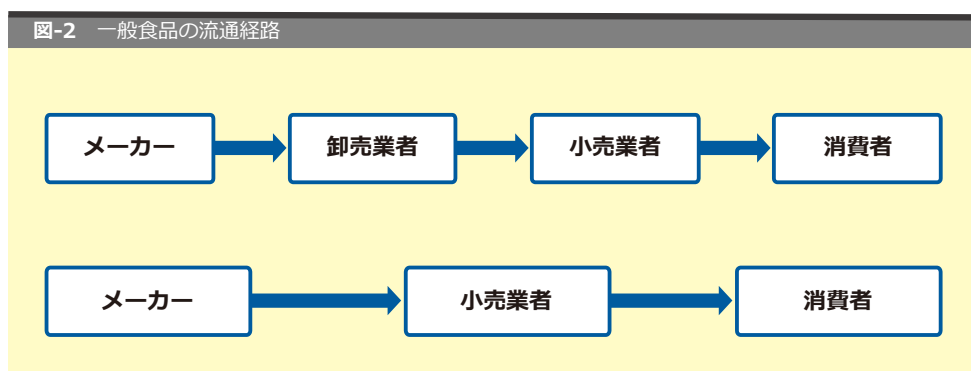
ブラジルでのビジネスでは「ブラジル・コスト」に留意

A 日本米の流通経路

食品の小売店への供給では、卸売業者が大きな位置を占めています。食料品店の商品全体の 53.4%が、卸売業者を通じて供給されています。一方、ブラジル産の日本食品は、メーカー数が少なくまた小規模のものが多く、その多くは小売に直販されています。一部の日本食品メーカーの場合、自社製品を中堅や大手食品メーカーの販売チャネルに乗せて流通させています。



(出典) 日本貿易振興機構「ブラジル日本食品消費動向調査」より



(出典) 日本貿易振興機構「日本産農林水産物・食品のモニタリング調査 (ブラジル・サンパウロ)」より

B 取引慣行

ブラジルのビジネス環境については、特に「ブラジル・コスト」と呼ばれる問題点がしばしば指摘されます。税金の種類の高さと税率の高さ、労働者寄りの労働法制、著しく高い金利、インフラのサービス水準の低さとコストの高さなどを指します。これらに加えて、通関の非効率性や治安に対応するセキュリティコストの高さも含まれることが多い状況です。

また、海上輸送及び通関に非常に長い時間を要することに加えて、一般的に店頭卸時に 3 か月以上の賞味期限を店舗から求められることを考慮し、賞味期限は発送時点で少なくとも 12 か月以上を求められるケースが多くなっています。

(12) ブラジル Brasil

3 関税割当枠と関税

コメの関税は3つの分類

関税割当枠 ブラジルでは、コメ・コメ加工品に対する関税割当枠の設定はありません。

関税

- 玄米：10%
- 精米（研磨、つや出し）：12%
- 包装米飯：16%
- 米菓：18%

4 検疫制度と食品規制

ポルトガル語での製品表示が必要、記載内容に注意

A 検疫制度

精米を輸出する場合は、植物検疫証明書等の添付は不要です。
玄米は、ブラジルが検疫条件を設定していないため、輸出はできません。

B 食品規制

製品表示の内容

食品ラベルには、以下の内容をポルトガル語で表示する必要があります。

- a. 食品名
- b. 原材料リスト（※単一材料の場合は表示が免除されるため、コメでは必要なし）
- c. 食品添加物
- d. 内容量（正味）および固形重量
- e. 原産地
- f. 輸入業者、製造業者の名称・連絡先
- g. ロット番号
- h. 有効期限（「日/月/年」の順）
- i. 栄養表示
（カロリー、炭水化物、タンパク質、脂質、飽和脂肪酸、トランス脂肪酸、食物繊維、ナトリウム）
- j. その他（グルテン等アレルギー情報の有無（アレルゲン表示として、原材料リストの後に記載））

残留農薬基準

国家衛生監督庁（ANVISA）データベースに、農薬の通称及び化学名、使用クラス、毒性学的分類、有効成分が許容される栽培、それぞれの最大残留限界などが示されています。承認されている農薬のリストは MAPA のホームページ www.agricultura.gov.br の Agrofyt System で見ることができます。

原発関連輸入規制

放射性物質検査証明書等の添付義務はありません。

その他注意点

ブラジル農務省（MAPA）のコメ技術規則によると、商業用に流通するコメの水分値は14%までとする事が推奨されています。この数値は上限として定められているものではなくあくまで推奨値ですが、14%を超過したコメ（非日本産）がシップバックを受ける事例が報告されており、注意が必要です。

(12) ブラジル Brasil

5 小売店の店頭価格

日本産米の取扱なし。日本産米菓は流通しているが、競合も多数

A コメの販売価格

日本産米の取扱いはありません。ジャポニカ米としてはブラジル産、ウルグアイ産、アメリカ産があり、全て現地系スーパーでの販売が確認されています。ジャポニカ米は5kg前後の単位で販売されており、インディカ米に比べるとキロ単価が高くなっています。原産国別のキロ単価では米国产米が他国産に比べ非常に高価であり、最も高いものでは1kgあたり1,077円となりました。これは最も安価なブラジル産インディカ米に比べ、10倍以上高い価格となっています。

表-4 コメの販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国 (産地)	販売単位	価格 (BRL)	円換算*
インディカ米 (Prato Fino)	ブラジル	5kg	17.49	501
インディカ米 (Tio João米)	ブラジル	5kg	17.9	513
インディカ米 (Camil)	ブラジル	5kg	14.9	427
日本米 (Momiji)	ブラジル	5kg	39.9	1,143
日本米 (弥勒米)	ウルグアイ	5kg	39.98	1,145
日本米 (Guin)	ブラジル	5kg	29.98	859
田牧ゴールド	米国	6.81kg	256	7,332
玉錦	米国	5kg	118	3,380

表-5 包装米飯の販売価格 (調査月: 2020年2月)

商品名	原産国 (産地)	販売単位	価格 (BRL)	円換算*
ゆめぴりか	日本	200g	12.8	367

B 包装米飯の販売価格

サンパウロ市内では、日系食材店のみで日本産の包装米飯が取り扱われています。

C 米菓の販売価格

日本産米菓は日本での小売価格の2倍以上で販売されています。日本食材店では、日本産米菓を中心にブラジル産、台湾産、タイ産、中国産も販売しています。東日本大震災後に輸入が中断した際、日本産に比べて安価な台湾産やタイ産が多く流通し、その後も存在感を示しています。

表-6 米菓の販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国 (産地)	販売単位	価格 (BRL)	円換算*
せんべい (Biscoito Doce Tipo Biju Sembei Paulista)	ブラジル	250g	13.98	400
おかき (Okaki Simplesm Sankio)	ブラジル	100g	9.48	272
あられ (Norimaki Arare)	タイ	100g	17.98	515
せんべい (Want Want Sembei)	中国	92g	14.98	429
せんべい (Biscoito Sembei Sankio)	ブラジル	200g	9.98	286
歌舞伎揚 (Sembei Kabuki Ague)	日本	198g	28.98	830
海苔巻きあられ	日本	85g	15.8	453
亀田まがりせんべい	日本	111.4g	18	516
亀田ぼたぼた焼	日本	121.7g	17.5	501

*2019年4月末為替レート: 1BRL(レアル)=28.64円

(12) ブラジル Brasil

6 インターネット販売の実態

国民の 4 分の 1 が EC サイト経由での購入を経験

ブラジルの BtoC における EC 市場規模は、2017 年には 209 億米ドル、2018 年には 254 億米ドルと拡大しています。2016 年にはブラジル国内の 1/4 にあたる約 4,800 万人が EC サイトを経由して買い物をしています。

ブラジルでもオンラインショッピング市場が急成長しており、日本食を専門に扱うオンラインショップも登場しています。しかし、コメを取り扱うサイトはあるものの、日本産米の取扱いはありません。米菓については、日本産の取扱いもみられます。

主要 EC サイト

<大手小売業者>

a. Mercado Livre <http://www.mercadolivre.com.br/>

b. Americanas.com <http://www.americanas.com.br/>

<日本食材店>

c. Asia shop <https://www.asiashop.com.br/>

d. Tanaka Nippon House <https://www.tnh.com.br/>

正確な情報提供に関する新規制が導入

ブラジルでは、2015 年 5 月 15 日に EC（電子商取引）に関する新規制が導入されました。EC サイトを通じて商品を販売する企業は、消費者に対して正確な情報を提供する必要があり、特に以下の 4 点についての情報をウェブサイト上に明記しなければなりません。

- a. 販売主体(社名、ブラジルの納税者番号、連絡先情報)
- b. 商品情報と販売条件
- c. 共同購入型のウェブサイト(販売条件など)
- d. 購入のキャンセル(問い合わせ窓口)

7 輸出拡大に向けて

アメリカなど日本米を生産する国との競合など課題は多くありますが、日本産米の美味しさを現地に売り込むことができれば、消費拡大の可能性が広がります。日本食ブームの中心は高所得者層です。高額であっても価値を見出せば高所得者層は購入するため、「なぜ高額か」について味、機能、素材など様々な観点からの説明を行っていくことが重要です。日本産米菓のライバルはタイ産や台湾産ですが、ブラジル人富裕層や中間層の健康志向の高まりにこたえる形で、日本産米菓のマーケットを拡大する可能性は考えられます。具体的な方法としては、富裕層・中間層に、すでに EC サイトで取扱いのある米菓の品質を訴求することなどが考えられます。

(13) オーストラリア Australia

基礎データ (2018年)

人口：2,552万人（2019年）
 名目 GDP：1兆4,183億米ドル
 1人当たり GDP：56,352米ドル
 名目 GDP 成長率：2.81%
 （2018年）

日本との関係

日系企業数：722社（2018年）
 在留邦人数：98,436人（2018年）
 日本食レストラン数：2,929店
 （2019年）

1 市場の特性と消費の傾向

日本食ブームでコメ需要は高まるものの、現地や他国産との競争は活発化

A 市場の特性

気象条件の変化等の影響で、穀物生産量が年によって大きく変動することがオーストラリア農業の特徴のひとつです。コメの生産量は2016年の273千トンから2017年の807千トンまで約3倍増加しましたが、2018年には635千トンに減少しました。

一方、2019年の日本からの商業用のコメの輸出量は770トンです。2016年度の357トンから2倍以上に増加しました。2008年以降の世界的な穀物価格の高騰を背景として、価格が高い日本産米にも価格競争力が生まれ、近年日本産米の輸出量や輸出単価が右肩上がりです。

一方、2018年の日本からオーストラリアへの米菓の輸出額は106百万円で、2016年から23百万円減少しています。

B 消費の傾向

オーストラリアでの2017年のコメの消費量は392千トンで、2016年の375千トンから約5%増加しています。市場におけるジャポニカ米の主流はオーストラリア産あるいはアメリカ・カリフォルニア産です。日本食ブームに伴い、寿司ロールのテイクアウトや回転寿司、日本食レストランが人気で、全国で約2,900店に到達するまで増え、コメの消費量は拡大する傾向にあります。

一方で、日本産米の価格はオーストラリア国産や米国のカリフォルニア州産と比較して約2~3倍と高いため、味にこだわる日本在住者や中国人の富裕層が主たる購入先となっています。

また、オーストラリア人は乾燥したコメを好む傾向があり粘りや甘みを有する日本産米を苦手としていることが、需要が伸び悩む原因のひとつになっているといわれています。

表-1 コメの生産・消費・輸出入の状況

	2016	2017	2018
生産量（千トン）	274	807	635
消費量（千トン）	375	392	-
輸出量（千トン）	264	300	-
輸入量（千トン）	274	267	-

表-2 日本からのコメの輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	478	635	770
輸出単価（円/kg）	302	311	303

表-3 日本からの米菓の輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	173	121	127
輸出額（百万円）	144	106	111

コメの主な輸入先国

タイ、インド、パキスタン、米国、ベトナム、カンボジア、イタリア、日本、スペイン、中国

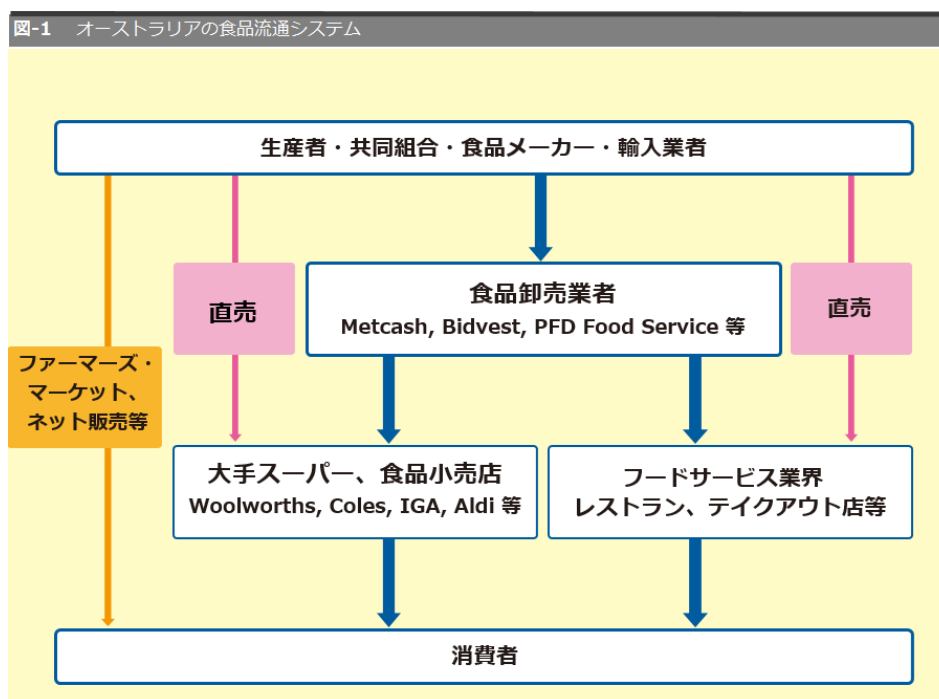
(13) オーストラリア Australia

2 流通チャネルと取引慣行

輸出に要する手順期間は 2 か月弱

A 食品の流通経路

オーストラリア市場に流通する食品は、生産者、協同組合、食品メーカーが生産、製造したものと、輸入業者が輸入したものとがあります。それらは食品業者がスーパーなどの小売店や外食店、テイクアウト店、ケータリング会社などに卸し、消費者に販売されます。その他、生産者が直接、小売店や外食店に販売する経路や、ファーマーズマーケットやネット販売などで直接消費者に販売するケースもあります。



(出典) 日本貿易振興機構「日本食品消費動向調査 (2016年3月) より

B 日本産米の流通経路

日本産米の流通先は日本食材店等の小売店が主で、家庭用として購入されています。他国産と比較して割高なため、外食産業における需要は日系資本のレストラン及び高級日本食レストランの一部に限られます。

米国産米は、日本食レストランでの業務用として利用されています。品種はジャポニカ系のカルローズ米が主です。人件費や水の使用量の削減、水質による影響が少ない等の理由から、無洗米の需要が圧倒的に高くなっています。

オーストラリア産米は、国内の主要スーパーで一般的に販売されています。アジア系住民を中心に家庭用として購入されています。

C 取引慣行

日本産米が、日本の生産者/米卸売業者によって輸出されてからオーストラリアの小売店舗に並ぶまでに最短でも約 2 か月かかります。赤道を超える輸送になるため、品質管理対策が重要です。

(13) オーストラリア Australia

3 関税割当枠と関税

コメ、包装米飯、米菓の関税は0%

輸入数量割当枠

オーストラリアでは、貿易管理品目として、輸入禁止2項目、輸入制限53品目が指定されていますが、コメ及びコメ加工品は含まれていません。

関税

コメ、包装米飯、米菓の関税は0%です。

日豪経済連携協定（EPA）が2015年1月15日に発効し、日本の農林水産物に対するオーストラリア側の関税は全廃されました。

4 検疫制度と食品規制

玄米は植物検疫証明書が必要

A 検疫制度

包装されている精米は植物検疫証明書なしでの輸出が可能です。包装されていない場合には、輸入許可の申請は必要ありませんが、輸入時に検疫検査が課されます。

玄米は2016年5月の日豪植物検疫協議の結果、輸出が可能となりましたが、以下の輸出検疫条件をクリアする必要があります。

1. オーストラリアに住所を持つ輸入業者が、オーストラリア政府発行の玄米処理施設の情報が入力された輸入許可証を取得すること。
2. 日本の植物検疫証明書等を取得すること。
3. 輸入業者は、オーストラリア政府が発行した輸入許可証に記載された次の事項を遵守すること
 - ・ 輸入コンテナは、輸入許可証に定められた玄米処理施設に封印されたまま輸送されること。その開封はオーストラリア側検査官の立会いの下で行われること
 - ・ 輸入された玄米は、輸入許可証に定められた玄米処理施設で精米され、その記録が保管されること
 - ・ 空袋等は、オーストラリア政府が定めた方法で処分されること

B 食品規制

製品表示の内容

オーストラリアで販売するコメは、オーストラリア・ニュージーランド食品基準コード（FSANZ）および「原産地ラベリング情報に関する2016年基準法」により、次の項目の表示が義務付けられています。

- a. 食品名、ロット識別情報、供給業者（卸売業者、販売業者、輸入業者など）の名称と所在地
- b. 原材料リスト
- c. 原産地表示

- d. 賞味期限、消費期限（期限が2年以上の場合を除く）
- e. 使用方法および保存方法（必要に応じて）
- f. アレルギー成分などに関する警告・注意喚起・告知
- g. その他の特定含有成分
- h. 遺伝子組み換え技術による加工（該当する場合）
- i. 栄養表示（エネルギー、タンパク質、脂肪、炭水化物、糖類、ナトリウム）

残留農薬基準

食品安全基準の第1章4節「汚染物質と残留物に関する規定」に記載されています。同規定ではポジティブリスト方式が採用されており、それぞれの農薬ごとに対象となる食品と最大許容量が明記されています。

原発関連輸入規制

オーストラリアでは、2014年1月23日にすべての放射性物質に関する規制が解除されました。

(13) オーストラリア Australia

5 小売店の店頭価格

日本産米は外国産米の2倍以上

A コメの販売価格

シドニーにおいて日本産米は1kgあたり7～11豪ドルで販売されています。一方、オーストラリア産は1kgあたり2豪ドル程度と半額以下で販売されています。

表-4 コメの販売価格 (調査月：2018年12月～2019年1月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (豪ドル)	円換算*
Home brand Medium Grain Rice	オーストラリア	5kg	10	806
SunRice Medium Grain White Rice	オーストラリア	10kg	24	1,934
SunRice Koshihikari	オーストラリア	10kg	21.99	1,772
Golden Choice Thai Jasmine	タイ	10kg	28.99	2,336
新潟こしひかり(2018.9.18精米)	日本	5kg	35	2,821
魚沼産こしひかり(2018.6.23精米)	日本	5kg	54	4,352

B 包装米飯の販売価格

シドニーにおいて日本産米は200gあたり約3豪ドルで販売されています。韓国産は日本産に比べ少し割安で販売されており、オーストラリア産は200gあたり2豪ドルとさらに安価で販売されています。

表-5 包装米飯の販売価格 (調査月：2018年12月～2019年1月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (豪ドル)	円換算*
Woolworths Long Grain White Rice	タイ	250g	3	241.77
SunRice Quick Cups Jasmine Rice	オーストラリア	250g	2.5	201.475
Uncle Ben's Brown & wild Microwave	韓国	250g	3.58	288.5122
マルちゃん あったかごはん	日本	200g	3.2	257.888
サトウのごはん	日本	600g	9.98	804.2882

表-6 米菓の販売価格 (調査月：2018年12月～2019年1月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (豪ドル)	円換算*
天乃屋 おつまみ	日本	22g × 9	179	14425.61
三幸 柿の種	日本	144g	75	6044.25
柴田製菓 いかっ子	日本	100g	120	9670.8
三幸 雪の宿	日本	112g	69	5560.71
三河屋 えび満月 わさび風味	日本	70g	75	6044.25
坊ちゃん じゃこ揚げせん 瀬戸内海産じ	日本	72g	99	7978.41

*2018年12月為替レート：1AUD = 80.59円

(13) オーストラリア Australia

6 インターネット販売の実態

オーストラリアの EC 市場規模は 3.7 兆円

オーストラリアのインターネット普及率は、2019年に86.5%まで到達しました。食品・パーソナルケア商品（衛生用品・化粧品など）の取扱高は25億米ドルにのぼり、2017年のオーストラリアのBtoCのEC市場規模は約215億米ドル（3.7兆円）と試算されました。今後、高齢化の進展や時間を節約したい層の需要増加による食品EC市場の成長が期待されています。また、最近の状況として、送料無料サービス等による利用者囲い込みの動きがeBay、Amazonなどの大手eコマース企業で活発化しています。

EC サイトでの日本産コメの取扱いなし

オーストラリアで訪問者が多いECサイトはeBay Australiaです。同サイトではインド産やオーストラリア産のコメが取扱われていますが、日本産米はありません。ただし、日本産米の米菓では雷おこしや煎餅メーカーのものが販売されるようになっています。

主要 EC
サイト

- | | | |
|----------------------|-----|---|
| a. eBay Australia | ——— | https://www.ebay.com.au/ |
| b. Amazon | ——— | https://www.amazon.com.au/ |
| c. Woolworths Online | ——— | https://www.woolworthsgroup.com.au/ |
| d. Coles Online | ——— | https://shop.coles.com.au/a/national/everything/search/rice?pageNumber=2 |

電子商取引による海外企業の法人税

日本の事業者が越境ECでオーストラリアに商品を輸出する場合、販売活動拠点をどちらに置くかがポイントとなります。

- 日本にサーバーと商品発送拠点を設置し、オーストラリア向けに販売する場合
⇒ 日本からの輸出者はオーストラリアでの法人登録や販売許認可取得などの義務はない
- オーストラリア国内のサーバーに情報を登録し、発送はオーストラリア外から行う場合
⇒ サイトによって運営・出店方法が異なる点を留意する必要がある
- オーストラリアのサーバーに商品情報を掲載し、商品発送協定をオーストラリアに設置し、オーストラリア国内向けに販売する場合
⇒ 発送拠点（倉庫と物流）をオーストラリア内に置く場合は、自社が輸入者となり、関税と付加価値税（GST）の納税義務者となる。現地オンラインサイトのガイドライン等を確認する必要がある。

7 輸出拡大に向けて

日本からの商業用米の輸出量は順調に伸び、近年、精米、玄米ともに関税撤廃になるなど、輸出環境の改善と相まって、日本産米の輸出拡大の追い風となっています。

(14) ドイツ Germany

基礎データ

人口：8,302万人（2018年）
 名目 GDP：4兆4億米ドル（2018年）
 1人当たり GDP：48,264米ドル（2018年）
 名目 GDP 成長率：1.45%（2018年）

日本との関係

日系企業数：1,814社（2018年）
 在留邦人数：45,782人（2018年）
 日本食レストラン数：全国に約422店。ヘルシーなイメージと共に普及。

（2018年）

1 市場の特性と消費の傾向

日本食品の市場は継続的に拡大

A 市場の特性

ドイツでは基本的にコメは生産されていないため、輸入しています。EUで最も人口が多い国ですが、コメの輸入量では英国、フランス、オランダに続いて第4位（同率にスペイン、ポーランド）です。

ドイツの家計では、住居費が3分の1以上を占めるため食費の割合は比較的小さく、消費者は食料品価格に敏感です。また、環境問題への意識が高く、オーガニック食品が人気で広く浸透しています。

ドイツでは食の多様化から伝統食の消費量は減少傾向にあります。外食への支出は増加しており、新しい味を求める消費者が増えています。

しかし、日本食材をドイツの小売店で販売する場合には、日本での販売価格の1.5倍から3倍になることから、別の切り口での商品差別化が必要になります。

B 消費の傾向

ドイツでは、寿司ブームが継続しており、駅・空港・スーパー等どこでも購入できるようになっています。また、2010年以降、おにぎり専門店が大都市を中心に次々と開店しています。

また、消費者の健康や環境に対する意識が若い世代を中心に高まっており、オーガニック食品、ベジタリアン・ビーガン向け食品、小麦アレルギーを起こさないグルテンフリー食品への需要が増加しています。

しかし、ドイツ人にとってコメは主食ではないために親近感が薄く、寿司以外での食べ方や調理法はあまり知られていません。一般的には同じEU圏内から無税で輸入され、かつ輸送コストも低いことから、安価に購入できるイタリア産やスペイン産のコメが使用されています。

表-1 コメの生産・消費・輸出入の状況

	2015	2016	2017
生産量（トン）	0	0	0
消費量（トン）	398,000	403,000	390,000
輸出量（トン）	129,386	143,720	141,522
輸入量（トン）	442,497	466,120	444,670

表-2 日本からのコメの輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	62	92	140
輸出単価（円/kg）	419	391	371

表-3 日本からの米菓の輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	10	11	14
輸出額（百万円）	13	14	19

コメの主な輸入先国

インド、パキスタン、ミャンマー、タイ、ベトナム、カンボジア、中国、米国、ガイアナ、ウルグアイ、ロシア、フランス、イタリア、スペイン、ギリシャ、ポルトガル、ブルガリア、ルーマニア、ハンガリー

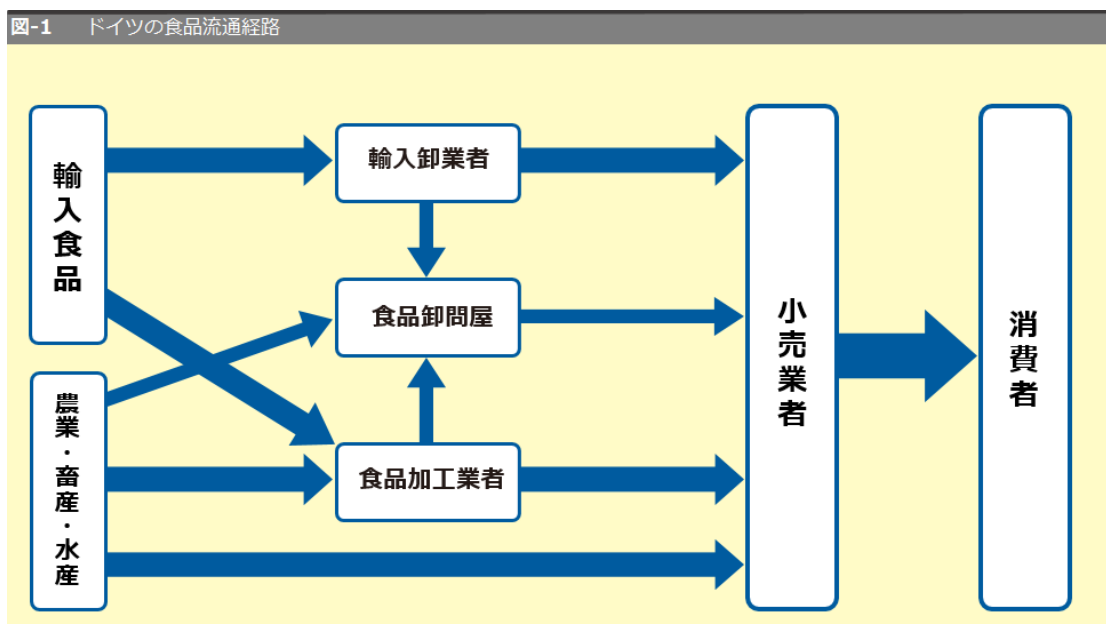
(14) ドイツ Germany

2 流通チャネルと取引慣行

輸入食品は輸入業者が小売業者に卸す

A 日本米の流通経路

日本食品の流通経路は、日本の輸出商社、ドイツの日本食輸入業者を経由して現地の日系・アジア系レストランあるいは小売店に卸されるのが最も一般的です。ドイツの現地系大手小売業者が日本から直接食品を輸入することはほとんどありません。



(出典) 日本貿易振興機構 (JETRO) 「ドイツ日本食品消費動向調査」 (2015年3月) より

B 取引慣行

一般的に日本食材の流通ルートは、①日系マーケット、②アジア系マーケット、③現地系マーケットの3種類があります。輸入食材については、輸入商社、卸問屋が存在しますが、現地大手小売りでは、域内加工メーカー等からの直接購買も多いです。

現地系マーケットにおいて日本産食材の取扱量は少なく、EU 域内生産品や有機食品にほぼ限られます。

(14) ドイツ Germany

3 関税割当枠と関税

EU の関税体系を適用

関税割当枠

玄米または精米を 1 トンを超えて輸入する輸入事業者は、事前に輸入ライセンスを取得する必要があります。また、輸入関税がゼロもしくは減額される輸入割当枠がありますが、この割当枠を利用する場合、輸入する重量に関わらず、輸入割当ライセンスの取得が必要です。

精米は、米国、タイ、オーストラリア以外のすべての国の合計で年間 1,805 トンの輸入関税割当が設けられ、関税率がゼロに設定されます。また、玄米は従価税が 15% に固定される割当額が合計で年間 1,634 トンです。なお、日本産玄米の場合、通常は価格単価が高いため、関税割当を用いた場合の関税率よりも通常の関税率の方が低くなる場合があります。

関税

EU は域外共通関税制度の下で、域外からの輸入品の関税率は域内各国で一律となっています。なお、2019 年 2 月に発効した日 EU 経済連携協定（EPA）において、コメは関税削減・撤廃の対象外ですが、米菓については関税が即時撤廃されました。

〈玄米および精米が該当する CN コードと関税率〉

玄米（1006.20）： 30 ユーロ/トン

精米（1006.30）： 175 ユーロ/トン

米菓（1905.90）： 含有成分により異なる（日 EU・EPA により無税）

包装米飯（1904.90.10）： 8.3% + 46 ユーロ/100 キロ

4 検疫制度と食品規制

EU 規則に基づき規制

A 検疫制度

コメや米菓を輸出する場合、特別な検疫上の措置は求められません。また、植物検疫証明書の取得も不要です。ただし、米菓に動物性原材料が含まれる場合は、EU への輸出が不可能な場合や、可能であっても動物検疫を要する場合があります。

(14) ドイツ Germany

B 食品規制

製品表示の内容

- a. 食品名
- b. 原材料リスト（単一原材料であるコメは省略可能。食品添加物については『用途＋化学物質名またはEナンバー』で示す必要）
- c. アレルギー誘発物質（※1）
- d. 特定成分の分量や使用割合（※2）
- e. 正味量
- f. 賞味期限・消費期限
- g. 特別な保管条件や使用条件（ある場合）
- h. 輸入業者の名称・住所
- i. 原産国（※3）
- j. 使用方法（説明が必要な場合）
- k. 実際のアルコール度数（飲料で1.2%以上の場合）
- l. 栄養表示（※4 ただしコメは表示義務なし）

- ※1 グルテンを含む穀物、甲殻類、卵、魚、ピーナッツ、大豆、乳（ラクトース含む）、ナッツ類、セロリ、辛子、ゴマ、10mg/（Lあるいはkg）の二酸化硫黄または亜硫酸塩、ルピナス、軟体動物を含む場合。原材料リストの強調表示により表記可能。
- ※2 商品名に含まれる原材料（Rice CrackerのRiceなど）やラベル表示で強調されている原材料が該当する。
- ※3 最終製品の原産地と主原料の原産地が異なる場合に表示する必要。
- ※4 エネルギー（kcalとKJの両方）、脂肪、飽和脂肪酸、炭水化物、糖類、タンパク質、塩分について100gあるいは100mlあたりで表記。

重金属・汚染物質

欧州委員会規則（EC）1881/2006により食品カテゴリー毎に汚染物質の上限値が規定されています。コメではヒ素（玄米で0.25mg/kg、精米で0.2mg/kg）及びカドミウム（0.2mg/kg）等の基準値となっています。

残留農薬基準

ポジティブリスト制となっており、欧州議会・理事会規則（EC）No 396/2005によって食品の種類ごとに規定されています。すべての食品に対する残留農薬基準値は、「EU農薬データベース（EU Pesticides database）」で検索が可能です。

原発関連輸入規制

コメ・米菓いずれについても放射性物質検査証明書・産地証明書の添付は不要です。（2020年1月現在）

(14) ドイツ Germany

5 小売店の店頭価格

日本産米の価格は競合商品の3倍以上

A コメの販売価格

日本産米は、販売単位が1kg以下である他国産米と比較すると2kg以上と大きい単位で販売されています。また1kgあたりの単価は、日本産米が平均7.32ユーロ/kgであるのに対し、他国産米は2.43ユーロ/kgと、日本産米の販売価格は他国産米の3倍程度になっています。

表-4 コメの販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (ユーロ)	円換算*
米屋の特薦米	日本	5kg	32	4,108
新潟コシヒカリ	日本	5kg	34	4,365
Marufuji 新潟 こしいぶき	日本 新潟県	2kg	12.5	1,605
魚沼産コシヒカリ	日本 新潟県	2kg	19.8	2,542
Miyako Japan Sushi Reis	不明	500g	1.99	255
Bonnsi Parboiled-Reis Langkorn 長粒種	不明	1kg	0.89	114

B 包装米飯の販売価格

包装米飯は主として日本食材店で販売されています。1パックでの販売の他、3パックでの販売などもあり、価格帯も100gあたり0.7ユーロから1.38ユーロまで幅広いです。日本産米の他には、韓国産米が販売されています。

表-5 包装米飯の販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (ユーロ)	円換算*
ふんわりごはん	日本	200g	1.4	180
Wooke 北アルプスの天然水仕立て・ふんわりごはん・富山県産コシヒカリ	日本	200g	2.3	295
さとうのご飯・コシヒカリ	日本	600g (200g×3)	8.3	1,066
CJ Cooked White Rice	韓国	300g	1.94	249
Iris Foods おいしいごはん 北海道産ゆめぴりか	日本	540g (180g×3)	6.8	873
Iris Foods おいしいごはん 宮城県産ひとめぼれ	日本	540g (180g×3)	6.8	873

C 米菓の販売価格

米菓については、日本産は他国産の1.5~2.5倍の価格で販売されています。

日本の米菓メーカーがドイツに米菓を輸出しようとした場合、賞味期限の短さ(最低でも10か月~1年必要)、EU規制への対応が必要なことが課題となります。

表-6 米菓の販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (ユーロ)	円換算*
亀田のまがりせんべい ざらめ	日本	131g	3.75	481
金吾堂 厚焼 しょうゆせんべい	日本	197g	3.95	507
亀田 わさび柿の種	日本	182g (6p)	4.9	629
天乃屋 歌舞伎揚 ぶち	日本	120g (6p)	3.6	462
XOX Mixed Hot Ricecracker	不明	150g	1.89	243
Kluth Reiscracker	不明	250g	2.79	358

*2019年4月為替レート: 1ユーロ=128.38円

(14) ドイツ Germany

6 インターネット販売の実態

ドイツのEコマース（EC）も進展

ドイツ小売業連盟（HDE）によると、2018年のドイツにおける企業対消費者（BtoC）のオンライン取引額は533億ユーロ（前年比9.1%）でした。Eコマース（EC）利用者の割合も2016年から2018年までの2年間で60.7%から65.7%に増加し、1人当たりのECでの支出額も1,232ユーロから1,355ユーロに増加しています。

消費者による越境ECを通じた購入のうち、食品が占める割合について、ドイツは4%（2016年）と低調ですが、伸びしろの大きい部門ともいえます。

日本食品を販売している主なドイツのECサイト

EC サイト

- | | | |
|--------------------|---|---|
| a. 大洋食品 (Dae Yang) | — | https://www.dae-yang.de/epages/62238787.mobile/de_DE/?ObjectPath= |
| b. 松竹 (Shochiku) | — | Shops/62238787 |
| c. 旨来屋 (Umakiya) | — | https://shochiku-online.com/ja/
https://www.umakiya.com/ |

7 輸出拡大に向けて

ドイツは、これまであまり日本産コメ・コメ加工品が浸透していないマーケットですが、日本食レストランの増加に伴い輸出が拡大しています。

更なる輸出拡大のためには、日本食レストランを中心に販路拡大を進めるとともに、現地ニーズに即した商品開発・テスト販売を推進し、市場の拡大を図っていく必要があります。

(15) 英国 UK

基礎データ

人口：6,561万人（2018年）
 名目 GDP：2兆8,286億米ドル（2018年）
 1人当たり GDP：42,558米ドル（2018年）
 実質 GDP 成長率：1.40%（2018年）

日本との関係

日系企業数：986社（2018年）
 在留邦人数：62,887人（2017年）
 日本食レストラン数：全国に約930店。ロンドン市内約580店。（2018年）

1 市場の特性と消費の傾向

寿司文化は定着するも、白米のまま食べる習慣はない

A 市場の特性

英国は基本的にコメを生産しておらず、EU 第1位のコメ輸入国です（フランス農業・食料省調べ）。英国のコメの輸入量は、ここ10年間で見ると70万トン前後で推移しています。最大の輸入先はインドで、この10年間は20～30%のシェアを占めています。

英国における国民1人当たり年間精米供給量は、1998年以降から急激に増加し、2011年には約7kgに達し、2014年以降は7.5kg超で推移しています（FAD調べ）。同時期に英国への移民数も増加しており、その中にはインドやパキスタン、中国などコメを主食とする人も多く、これらの層の増加がコメの供給量の変化の一つの要因となっていると考えられます。

B 消費の傾向

ロンドンでは高級店からカレーやお好み焼きといった店まで幅広い日本食レストランが展開しており、日系資本の専門店の進出も増加しています。寿司や弁当、麺類、カレーなどのテイクアウト専門店も人気です。ロンドン発のカジュアルな日本風レストラン「Wagamama」や回転寿司店「YO! Sushi」などがチェーン展開しており、英国外にも進出しています。一方で、日本食は高価なイメージも強く、スコットランドや地方ではまだ一般に普及しているとは言えません。

また、コメを炊飯して白米のまま食べる習慣が英国にないことから、英国人にとって日本米を消費する主たる場合は、日本食レストランやアジア系のレストラン、テイクアウトショップ等の中食・外食で、日本米は「Sushi Rice」という認識が一般的です。テイクアウトの寿司等を販売する日本食材店では、一般の炊飯より寿司米の需要がはるかに多いという声もあります。

表-1 コメの生産・消費・輸出入の状況

	2015	2016	2017
生産量（トン）	0	0	0
消費量（トン）	515,000	502,000	504,000
輸出量（トン）	51,869	54,644	58,528
輸入量（トン）	725,766	602,066	710,149

表-2 日本からのコメの輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	695	422	450
輸出単価（円/kg）	275	287	291

表-3 日本からの米菓の輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	21	18	21
輸出額（百万円）	26	22	32

コメの主な輸入先国

インド、パキスタン、ミャンマー、タイ、ベトナム、カンボジア、中国、米国、ガイアナ、ウルグアイ、ロシア、フランス、イタリア、スペイン、ギリシャ、ポルトガル、ブルガリア、ルーマニア、ハンガリー

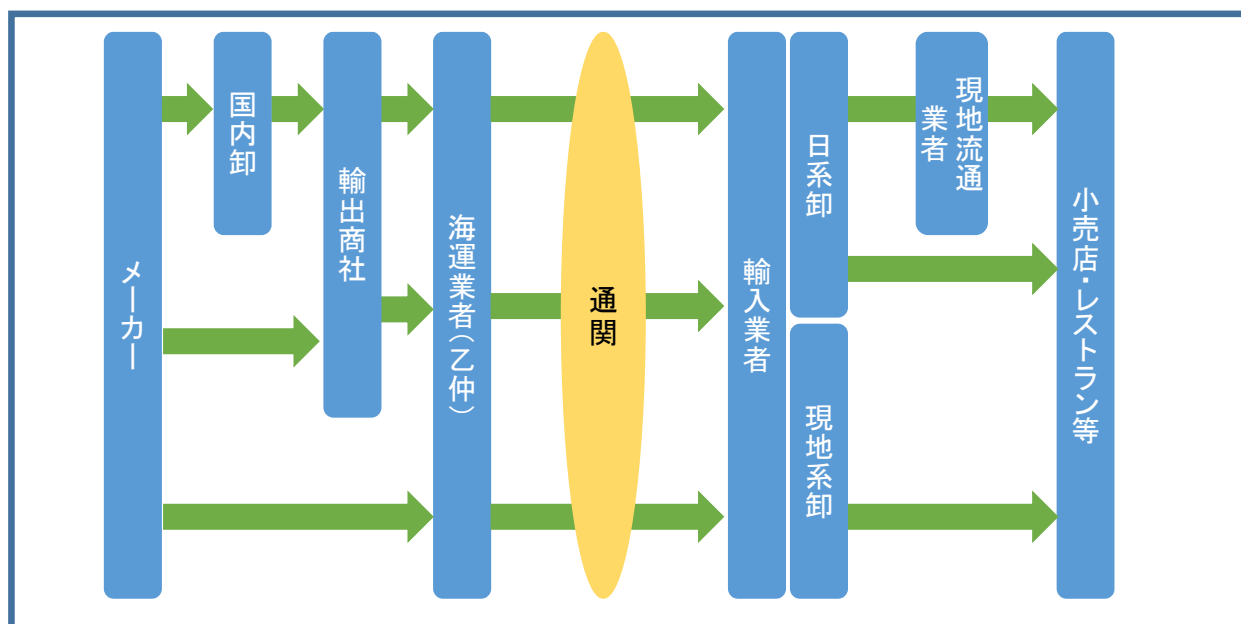
(15) 英国 UK

2 流通チャネルと取引慣行

日本食材の流通は日系卸がその大半を担う

A 日本米の流通経路

日本産食品の英国における流通は日系卸がその大半を担っています。日系卸は通常は日本国内にパートナーとなる輸出商社を有しており、日本のメーカー・生産者が取引する場合にはその指定商社へ納品するのが一般的です。



(出典) 日本貿易振興機構 (JETRO) 「英国の日本食品市場の現状について (2016年7月)」より

B 取引慣行

日本産米は船便の常温コンテナ輸送で運ばれることが一般的です。英国に到着するまでに2か月程度を要しますが、英国は日本に比べて冷涼・乾燥しているため、英国では長期間精米状態で保存しても日本ほど品質劣化は発生しません。

海上輸送の費用はドル建てで、需給や原油価格の動向等による変動が大きく、月に20%程度上下することもあります。

日系輸入業者の主たる販売先は、日本食レストランや日系小売店で、市場の広がり小さくとも安定的な取引が可能です。年に数回は日本から現地へ行き、営業や試食販売等の活動を行う輸出業者が売り上げを伸ばしています。現地系の輸入業者を通じた取引は、ラベル対応や荷姿、原材料、認証取得など輸出業者側に求められる条件が格段に厳しくなります。ただ、これらをクリアできれば現地での宣伝効果は高く、市場も大きく広がります。

(15) 英国 UK

3 関税割当枠と関税

EU の関税体系を適用

関税割当枠

玄米または精米を 1 トンを超えて輸入する輸入事業者は、事前に輸入ライセンスを取得する必要があります。また、輸入関税がゼロもしくは減額される輸入割当枠がありますが、この割当枠を利用する場合、輸入する重量に関わらず、輸入割当ライセンスの取得が必要です。

精米は、米国、タイ、オーストラリア以外のすべての国の合計で年間 1,805 トンの輸入関税割当が設けられ、関税率がゼロに設定されます。また、玄米は従価税が 15% に固定される割当額が合計で年間 1,634 トンです。なお、日本産玄米の場合、通常は価格単価が高いため、関税割当を用いた場合の関税率よりも通常の関税率の方が低くなる場合があります。

関税

EU は域外共通関税制度の下で、域外からの輸入品の関税率は域内各国で一律となっています。

なお、2019 年 2 月に発効した日 EU 経済連携協定（EPA）において、コメは関税削減・撤廃の対象外ですが、米菓については関税が即時撤廃されました。

〈玄米および精米が該当する CN コードと関税率〉

玄米（1006.20）： 30 ユーロ/トン

精米（1006.30）： 175 ユーロ/トン

米菓（1905.90）： 含有成分により異なる（日 EU・EPA により無税）

包装米飯（1904.90.10）： 8.3% + 46 ユーロ/100 キロ

なお、英国は 2020 年 1 月 31 日に EU を離脱し、2020 年 12 月末までが移行期間となっています。移行期間は 1 年又は 2 年の延長が可能となっており、移行期間中は EU 法・関税体系が適用されます。期間終了までに EU との貿易協定に合意すれば 2021 年 1 月 1 日から新たなルールが発効しますが、貿易協定・関税率の交渉については今後も注視する必要があります。

4 検疫制度と食品規制

EU 規則に基づき規制

A 検疫制度

コメや米菓を輸出する場合、特別な検疫上の措置は求められません。また、植物検疫証明書の取得も不要です。ただし、米菓に動物性原材料が含まれる場合は、EU への輸出が不可能な場合や、可能であっても動物検疫を要する場合があります。

(15) 英国 UK

B 食品規制

製品表示の内容

- a. 食品名
- b. 原材料リスト（単一原材料であるコメは省略可能。食品添加物については『用途＋化学物質名またはEナンバー』で示す必要）
- c. アレルギー誘発物質（※1）
- d. 特定成分の分量や使用割合（※2）
- e. 正味量
- f. 賞味期限・消費期限
- g. 特別な保管条件や使用条件（ある場合）
- h. 輸入業者の名称・住所
- i. 原産国（※3）
- j. 使用方法（説明が必要な場合）
- k. 実際のアルコール度数（飲料で1.2%以上の場合）
- l. 栄養表示（※4 ただしコメは表示義務なし）

- ※1 グルテンを含む穀物、甲殻類、卵、魚、ピーナッツ、大豆、乳（ラクトース含む）、ナッツ類、セロリ、辛子、ゴマ、10mg/（Lあるいはkg）の二酸化硫黄または亜硫酸塩、ルピナス、軟体動物を含む場合。原材料リストの強調表示により表記可能。
- ※2 商品名に含まれる原材料（Rice CrackerのRiceなど）やラベル表示で強調されている原材料が該当する。
- ※3 最終製品の原産地と主原料の原産地が異なる場合に表示する必要。
- ※4 エネルギー（kcalとKJの両方）、脂肪、飽和脂肪酸、炭水化物、糖類、タンパク質、塩分について100gあるいは100mlあたりで表記。

残留農薬基準

ポジティブリスト制となっており、欧州議会・理事会規則（EC）No 396/2005によって食品の種類ごとに規定されています。すべての食品に対する残留農薬基準値は、「EU農薬データベース（EU Pesticides database）」で検索が可能です。

重金属・汚染物質

欧州委員会規則（EC）1881/2006により食品カテゴリー毎に汚染物質の上限値が規定されています。コメではヒ素（玄米で0.25mg/kg、精米で0.2mg/kg）及びカドミウム（0.2mg/kg）等の基準値となっています。

原発関連輸入規制

コメ・米菓いずれについても放射性物質検査証明書・産地証明書の添付は不要です。（2020年1月現在）

(15) 英国 UK

5 小売店の店頭価格

日本産は他国産よりも総じて高額

A コメの販売価格

日本産米は、主に日本食材店で販売されており、現地系スーパーでの取り扱いは基本的にありません。ジャポニカ米については、欧州のコメ生産国であるイタリアやスペインから輸入されています。また、タイ産や米国産のコメも日本産米よりも廉価で販売されています。

表-4 コメの販売価格 (調査月：2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (英ポンド)	円換算*
ゆめにしき イタリア産 コシヒカリ	イタリア	5kg	17.59	2,539
みのり スペイン産 アキタコマチ	スペイン	10kg	49.99	7,216
無洗米 アキタコマチ	日本 秋田県	5kg	34.99	5,051
富山県産 コシヒカリ	日本 富山県	5kg	24.99	3,607
Yutakaブランド ササニシキ	タイ	10kg	27.99	4,040
にしき アメリカ産カリフォルニア米	米国	10kg	27.75	4,006

B 包装米飯の販売価格

包装米飯は、英国でパッケージされたものやフランスなど欧州産のものが販売されています。欧州産のものの中には、英国の大手小売のプライベート・ブランドの商品も見受けられます。日本産は他国産に比較して総じて高額です。

表-5 包装米飯の販売価格 (調査月：2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (英ポンド)	円換算*
マルちゃん 味の一品赤飯	日本	170g	3.02	436
越後製菓 日本のごはん	日本 新潟県	120g×4	6.21	896
Sainsbury's brand mushroom rice	フランス	250g	0.65	94
Tulsa Brand Pilaau Rice	英国	250g	1.3	188
Batchelors Savory Rice Chiken	英国	100g	0.81	117
Uncle Bens Microwave vegetable rice	欧州	250g	1.69	244

C 米菓の販売価格

米菓は日本産の他、タイ産や中国産など、日本以外のアジア産のものが見受けられます。日本産はタイ産や中国産の2~4.5倍の価格で販売されています。

表-6 米菓の販売価格 (調査月：2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (英ポンド)	円換算*
亀田 柿の種 ワサビ	日本	182g	4.65	671
亀田 梅の香巻き	日本	16枚	3.93	567
まがりせんべい うまみ醤油	日本	18枚	4.7	678
Blue Dragon Original Rice Crackers	タイ	100g	1.03	149
Bin Bin Original Rice Crackers	タイ	150g	1.37	198
Want want shelly rice cracker	中国	112g	1.95	281

*2019年4月為替レート：1英国ポンド=144.35円

(15) 英国 UK

6 インターネット販売の実態

急成長するネットスーパー市場

英国のネットスーパー市場は、早くから大手スーパーマーケット数社が参入し、国内グローサリー小売市場において最も急速な成長を続ける分野です。2017年の市場規模は約 113 億ポンドと推定され、大手各社の参入が揃った 2012 年以來、市場は急速な成長を続け、2017 年から 2022 年の 5 年間では、約 1.7 倍の 196 億ポンドに拡大すると予測されています。

日本食材を扱う E コマース (EC) も登場

日本食材店によるオンラインショップやインターネット専業の小売店も登場しており、日本食関連商品の購入が以前よりも容易になっています。また、一部店舗では、欧州他国への配送も行っています。

英国のネットスーパーにおける主要プレイヤー

- a. Tesco : <https://www.tesco.com/>
- b. Sainsbury's : <https://www.sainsburys.co.uk/>
- c. Asda : <https://groceries.asda.com/>
- d. Ocado (※実店舗を持たないオンライン特化型) :
<https://www.ocado.com/webshop/startWebshop.do>

<日本産米をオンライン販売する日本食材店>

- e. T.K. Trading : <https://japan-foods.co.uk/>
- f. JAPAN CENTRE : <https://www.japancentre.com/ja>

7 輸出拡大に向けて

日本産米は無関税で流通している EU 圏内のイタリア産米やスペイン産米との間に価格差が大きいため、念頭に置いて訴求を図る必要があります。他方、英国は欧州の中で最高水準の肥満率等を背景に健康志向が高まっており、日本食の健康的なイメージやニーズを踏まえた PR・販売方策が必要です。

(16) フランス France

基礎データ

人口：6,699万2,699人（2019年）
 名目GDP：2兆7,753億米ドル（2018年）
 1人当たりGDP：42,878米ドル（2018年）
 名目GDP成長率：1.52%（2018年）

日本との関係

日系企業数：719社（2018年）
 在留邦人数：42,712人（2018年）
 日本食レストラン数：全国に約3,117店。地方都市でも増加している。（2019年）

1 市場の特性と消費の傾向

フランス産米は減産傾向、EU域外からのコメ輸入が増加

A 市場の特性

フランスでは主にジャポニカ米が生産されていますが、減産傾向にあり、2018年の生産量は9万トン（2010年は13.6万トン）に減少しました。その結果、フランス産米の輸出量も減少し、2018年には45,512トン（2017年は50,743トン）でした。なお、フランス産米輸出の90～95%はEU域内向けで、そのうち4分の1がイタリアへの輸出です。

コメの消費量は年間50万トン前後で推移しています。フランスはEU第2位のコメ輸入国で、52～55%をEU域外から、45～48%をEU域内から輸入しています。ジャポニカ米は、EU域内のイタリアやスペインからの輸入が多いですが、インディカ米は主にインドやパキスタンからの輸入されており、近年はカンボジアやタイ等からの輸入が増加しています。

B 消費の傾向

フランスでは穀類の消費は減っていますが、コメの消費は増加しています。また、2000年代からの寿司ブームにより、寿司、コメなどの日本商品が現地系スーパーでも広く販売されています。店頭には、日本企業がEU域内や日本以外のアジアで生産した商品が日本産商品と共に数多く並んでいます。しかし、コメについては、日本産と他国産との価格差が大きいこと、イタリア産やスペイン産米の品質が向上していることなどから、日本産のシェアは僅かです。特に業務用では、日本産米の取り扱いが、高級レストランと一部日本人シェフのお店に限られているのが現状です。

また、新しさを競う美食の世界では珍しい日本食材が重宝され、コメ、味噌等もフランス料理の素材として使われますが、日本食材の情報が不足している面もあります。

表-1 コメの生産・消費・輸出入の状況

(精米ベース)	2016	2017	2018
生産量（トン）	81,000	81,000	90,000
消費量（トン）	428,000	504,000	503,000
輸出量（トン）	55,097	50,743	45,512
輸入量（トン）	498,747	496,896	490,200

表-2 日本からのコメの輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	61	78	93
輸出単価（円/kg）	443	410	430

表-3 日本からの米菓の輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	10	17	14
輸出額（百万円）	12	18	16

コメの主な輸入先国

イタリア、カンボジア、タイ、スペイン、パキスタン、インド、ミャンマー、ベトナム、その他

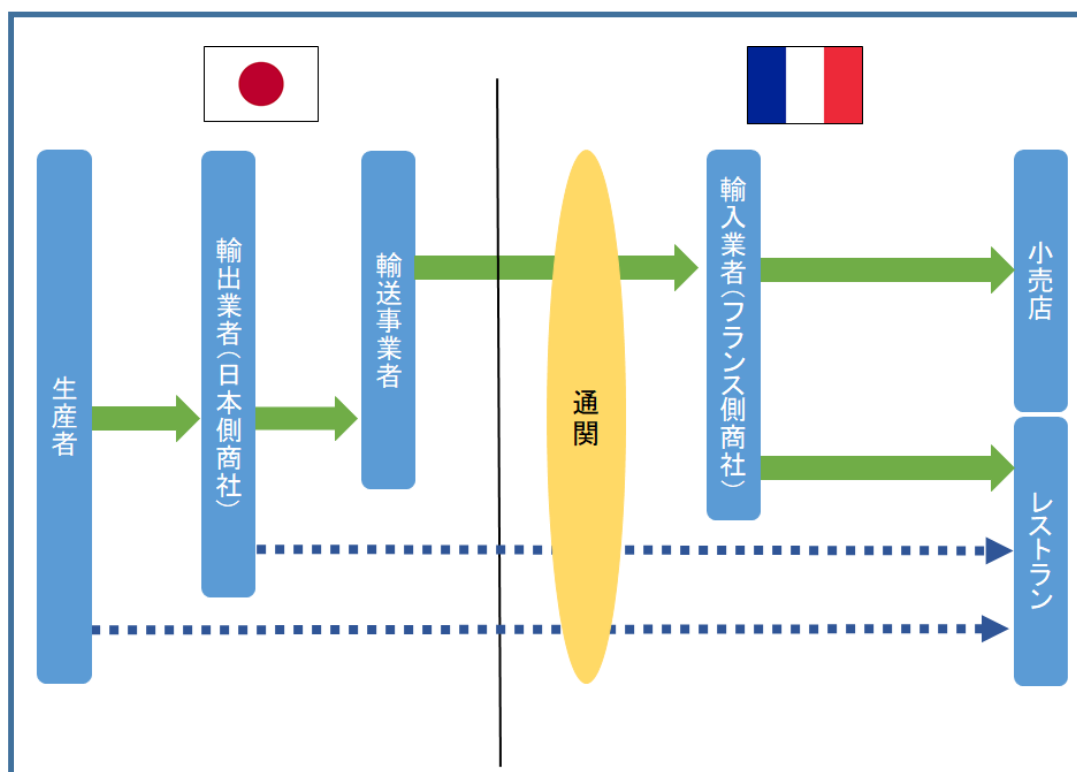
(16) フランス France

2 流通チャネルと取引慣行

小売は国内の輸入卸を通じて輸入商品を仕入れ

A 輸入商品の流通経路

日本産食品を扱う輸入業者は複数存在し、多くはフランス国内での流通機能を持っており、輸入卸として機能しています。大手小売は国内の輸入卸を通じて輸入商品を仕入れますが、一部の小売店で生産者・メーカーとの直取引により商品を仕入れるケースも存在します。



(出典) 日本易振興機構 (JETRO) 「フランスの日本食品市場の現状 (2017年6月)」より

B 取引慣行

フランスの消費者は価格に非常に敏感です。したがって、マスマーケットで商品売るためには価格競争力が必要です。また、輸入業者からは、賞味期限の短さが課題として挙げられており、特に船便輸送の場合、約3か月の輸送期間を要するため、1年以上の賞味期限が必要となります。

(16) フランス France

3 関税割当枠と関税

EU の関税体系を適用

関税割当枠

玄米または精米を 1 トンを超えて輸入する輸入事業者は、事前に輸入ライセンスを取得する必要があります。また、輸入関税がゼロもしくは減額される輸入割当枠がありますが、この割当枠を利用する場合、輸入する重量に関わらず、輸入割当ライセンスの取得が必要です。

精米は、米国、タイ、オーストラリア以外のすべての国の合計で年間 1,805 トンの輸入関税割当が設けられ、関税率がゼロに設定されます。また、玄米は従価税が 15% に固定される割当額が合計で年間 1,634 トンです。なお、日本産玄米の場合、通常は価格単価が高いため、関税割当を用いた場合の関税率よりも通常の関税率の方が低くなる場合があります。

関税

EU は域外共通関税制度の下で、域外からの輸入品の関税率は域内各国で一律となっています。

なお、2019 年 2 月に発効した日 EU 経済連携協定（EPA）において、コメは関税削減・撤廃の対象外ですが、米菓については関税が即時撤廃されました。

〈玄米および精米が該当する CN コードと関税率〉

玄米（1006.20）： 30 ユーロ/トン

精米（1006.30）： 175 ユーロ/トン

米菓（1905.90）： 含有成分により異なる（日 EU・EPA により無税）

包装米飯（1904.90.10）： 8.3% + 46 ユーロ/100 キロ

4 検疫制度と食品規制

EU 規則に基づき規制

A 検疫制度

コメや米菓を輸出する場合、特別な検疫上の措置は求められません。また、植物検疫証明書の取得も不要です。ただし、米菓に動物性原材料が含まれる場合は、EU への輸出が不可能な場合や、可能であっても動物検疫を要する場合があります。

(16) フランス France

B 食品規制

製品表示の内容

フランスでは、通関時にフランス語でのラベル表示貼付が求められるとの情報があります。貼付されない場合、輸入が認められない場合がありますので注意が必要です。

- a. 食品名
- b. 原材料リスト（単一原材料であるコメは省略可能。食品添加物については『用途+化学物質名またはEナンバー』で示す必要）
- c. アレルギー誘発物質（※1）
- d. 特定成分の分量や使用割合（※2）
- e. 正味量
- f. 賞味期限・消費期限
- g. 特別な保管条件や使用条件（ある場合）
- h. 輸入業者の名称・住所
- i. 原産国（※3）
- j. 使用方法（説明が必要な場合）
- k. 実際のアルコール度数（飲料で1.2%以上の場合）
- l. 栄養表示（※4 ただしコメは表示義務なし）

※1 グルテンを含む穀物、甲殻類、卵、魚、ピーナッツ、大豆、乳（ラクトース含む）、ナッツ類、セロリ、辛子、ゴマ、10mg/（Lあるいはkg）の二酸化硫黄または亜硫酸塩、ルピナス、軟体動物を含む場合。原材料リストの強調表示により表記可能。

※2 商品名に含まれる原材料（Rice CrackerのRiceなど）やラベル表示で強調されている原材料が該当する。

※3 最終製品の原産地と主原料の原産地が異なる場合に表示する必要。

※4 エネルギー（kcalとKJの両方）、脂肪、飽和脂肪酸、炭水化物、糖類、タンパク質、塩分について100gあるいは100mlあたりで表記。

残留農薬基準

ポジティブリスト制となっており、欧州議会・理事会規則（EC）No 396/2005によって食品の種類ごとに規定されています。すべての食品に対する残留農薬基準値は、「EU農薬データベース（EU Pesticides database）」で検索が可能です。

重金属・汚染物質

欧州委員会規則（EC）1881/2006により食品カテゴリー毎に汚染物質の上限値が規定されています。コメではヒ素（玄米で0.25mg/kg、精米で0.2mg/kg）及びカドミウム（0.2mg/kg）等の基準値となっています。

原発関連輸入規制

コメ・米菓いずれについても放射性物質検査証明書・産地証明書の添付は不要です。（2020年1月現在）

(16) フランス France

5 小売店の店頭価格

日本産米はEU産米の2～5倍で販売

A コメの販売価格

フランスでは、同じEU域内のイタリア産米やスペイン産米が多く販売されています。価格面では、日本産米は欧州産米の2～5倍の価格で販売されています。

表-4 コメの販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (ユーロ)	円換算*
Toyama こしひかり	日本	1kg	8.9	1,143
こしひかり 有機	日本	2kg	60.4	7,754
Kokuho Rose プレミアム米	米国	5kg	22.4	2,876
みのり 玄米	スペイン	1kg	4.5	578
Riz de Camargue TAUREAU AILE	フランス	1kg	1.85	238
Riz du Monde Japonica Special Sushi	イタリア	1kg	2.58	331
Riz Sp?cial Sushi WEI MING	フランス/イタリア	1kg	2.5	321
しので Sun Clad	イタリア	1kg	1.9	244
寿司米 PIGINO	イタリア	1kg	1.5	244

B 包装米飯の販売価格

欧州産米は1パック100g前後の小さな包装が複数個入ったパッケージとして販売されており、総量も日本産米よりも多いです。また、日本産米は1パックあたりの量が多く、欧州産米よりも単価も高いです。なお、欧州で加工され販売されている包装米飯は長粒種であり、日本産とは種類が異なります。

表-5 包装米飯の販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (ユーロ)	円換算*
Table Mark インスタントこしひかり米	日本	250g	3.5	449
餅米 赤飯	日本	170g	3.2	411
Lustrucu Riz Long Grain	フランス	450g (90g×5)	1.35	173
Uncle Ben's Riz Long Grain	ベルギー	750g (125g×6)	2.46	316

C 米菓の販売価格

米菓については、日本産、台湾産の他、オランダなどの欧州産の米菓も販売されており、欧州産は価格が低めに設定されています。台湾産は日本産よりも全体的に廉価ですが、大きな差はありません。

表-6 米菓の販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (ユーロ)	円換算*
Kuriyama Nagisa Arare Shoyu	日本	100g	4.65	597
Kuriyama Isono Aonori mocha	日本	75g	3.1	398
MITSUBA 煎餅	オランダ	150g	2.34	300
YUKI & LOVE Fuli Rice Crackers 餅米	台湾	168g	3.9	501
Want Want Shelly Sembei Spicy	台湾	155g	2.25	289

*2019年4月為替レート: 1ユーロ=128.38円

(16) フランス France

6 インターネット販売の実態

インターネット販売市場は成長を続け、食品小売でも IT 化の進展が激化

フランスの電子商取引・通信販売事業者連合（FEVAD）によると、フランスの E コマース（EC）販売の 2017 年の売上高は 817 億ユーロ（前年比 14.3%増）で、過去 10 年を通じて連続して増加しています。非食品のネット購入に比べ、食品のネット購入の伸びは緩やかですが、2000 年代後半以降のフランスの食品小売業界では、IT 化の進展をめぐる競争が激しさを増しています。

「ドライブ（Drive）」の人気の市場をけん引する

近年、ネット注文した品物を登録している店舗で引き取ることができる「ドライブ（Drive）」という購入方法を大手小売が導入し、フランス全国で広がっています。ドライブ（Drive）が小売市場に占める割合は 5%程度ですが、53 億ユーロの売上を上げています。

フランスにおいて日本産食品を扱っている主要な EC サイト

主要 EC サイト

- | | | |
|--------------------------|-------|---|
| a. Amazon | ————— | https://www.amazon.fr/ |
| b. Cdiscount | ————— | https://www.cdiscount.com/ |
| c. Vente Privée | ————— | https://www.veepee.fr/authentication/ |
| d. Carrefour | ————— | https://www.carrefour.fr/ |
| e. E.Leclerc | ————— | https://www.leclercdrive.fr/ |
| f. Rakuten-PriceMinister | ————— | https://fr.shopping.rakuten.com/ |

7 輸出拡大に向けて

フランスでは日本食人気が高まっていますが、約 3 割のフランス人が日本食レストランに行ったことがなく、過半数が日本食材を購入したことがない現状を考えると、日本食品の伸びしろはまだあると考えられます。しかし、ほとんどの日本製品のパッケージは日本語のままであるために情報が伝わらず、販売機会を逃すことが非常に多いです。保守的な側面のあるフランス人に対しては、日本とは異なる食習慣を踏まえ、コメを使ったフランス語のレシピカードを貼付して販売するなど、必要な情報の伝達を繰り返し行うことが不可欠です。

(17) ロシア Russia

基礎データ

人口：1億4,670万人（2020年）
 名目GDP：1兆6,576億米ドル
 （2018年）
 1人当たりGNI：10,230米ドル
 （2018年）
 名目GDP成長率：1.9%（2018年）

日本との関係

日系企業数：456社（2018年）
 在留邦人数：2,696人（2018年）
 日本食レストラン数：全国に約
 2,400店。高級店からファストフ
 ードまで幅広い。（2018年）

1 市場の特性と消費の傾向

寿司を中心に日本食人気上昇

A 市場の特性

モスクワやサンクトペテルブルク等の大都市では、寿司等の日本食人気が高く、巻き寿司を中心に日常食となっています。ただし、日本食への関心は高いものの、食材が日本産かどうかへのこだわりは少なく、中国・韓国・タイ・ベトナム産の日本食材も数多く販売されています。

日本からのコメ輸出はロシアのコメ輸入全体の1%未満であり、中・短粒種の輸入先は中国やアメリカが中心です。また、日本産食材の販売は高級スーパーのみである上に数量も少なく、日本の小売価格の3～4倍で販売されています。昨今、ルーブルの暴落や景気低迷の影響で、外食を含む消費が減少しています。

B 消費の傾向

ロシア人の主食は小麦、大麦、ライ麦等を使ったパンやパンケーキ類です。コメも各種料理の具材ですが、付け合わせやスープに使われるため、市販されているコメは1kgや500gと比較的小さいサイズが一般的です。辛いもの、酸味の強いものは好まず、味付けはシンプルで、ハーブを使用します。ポルシチ・ピロシキ等の伝統的な料理に加え、旧ソ連圏を中心に他地域の食文化も取り入れています。

一般的にロシア人は内食率が高く、食に対して保守的ですが、好みに合致するものは積極的に取り入れる柔軟さもあります。寿司のように生魚を食べることに抵抗は大きくありません。近年では日本酒、茶の消費も増加しています。

表-1 コメの生産・消費・輸出入の状況

(精米ベース)	2016	2017	2018
生産量（千トン）	7,030	6,450	6,400
消費量（千トン）	7,500	7,500	7,440
輸出量（千トン）	1,800	1,600	1,380
輸入量（千トン）	2,300	2,600	2,180

表-2 日本からのコメの輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	78	120	174
輸出単価（円/kg）	397	358	368

表-3 日本からの米菓の輸出状況

	2017	2018	2019
輸出量（トン）	7	9	16
輸出額（百万円）	9	12	13

コメの主な輸入先国

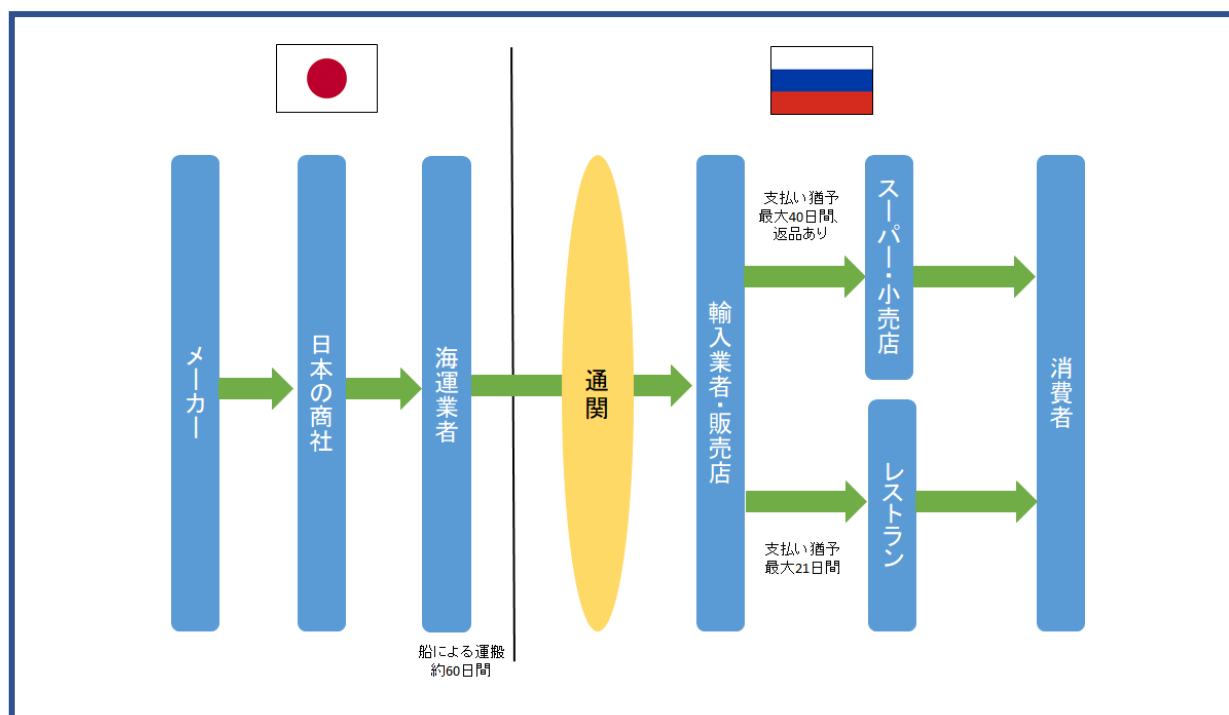
インド、パキスタン、タイ、ベトナム、ミャンマー、カンボジア、カザフスタン、中国

2 流通チャネルと取引慣行

欧州経由の船輸送には約 2 か月を要する

A 食品の流通経路

日本食品の輸入業者は少なく、ほとんどが小規模企業です。また、欧州経由での船便での輸送には約 2 ヶ月を要するため、長期の賞味期限が必須となります。



(出典) 日本貿易振興機構 (JETRO) 「ロシアの日本食品市場」(2018年2月) より

B 取引慣行

ロシアで商品を流通させる際に必要となる規格については、2015年にロシア連邦法上の規格である「GOST-R」が失効し、現在はユーラシア経済連合 (EEU/EAEU) の認証である「ユーラシア適合 (EAC) 認証」を取得の上、当該認証取得を証するマークを貼付しておく必要があります。ただし、輸入前後のどの段階で貼付すべきかが明確ではなく、ロシアへの輸入通関の際に税関当局からマークを貼付していないとして、通関を拒否されるトラブルが発生しています。こうしたトラブルを回避するためにも、輸入前に EAC 認証マークを貼付しておくことが考えられます。

また、ロシアのスーパーでは、販売された分の代金のみ卸売業者に支払うのが一般的であり、売れ残り商品の返品が発生する可能性があります。また、卸売業者が宣伝費・棚代などを負担するため、卸値が上がり、小売価格も高くなる傾向があります。

3 関税割当枠と関税

日本からの輸入品は最恵国税率で課税

関税割当枠

ロシアにおけるコメ・コメ加工品に関する関税割当枠は確認されていません。(2020年2月)

関税

【品目分類】

世界税関機構(WCO)の国際関税分類(HSコード)およびCIS貿易品目分類に基づくユーラシア経済同盟(EEU/EAEU)の品目分類です。コメ・コメ加工品に関するEEU/EAEUのHSコードおよびMFN税率(WTO協定税率)は以下のとおりです。

- 1006 20 110 玄米:10% (従価税)、0.03ユーロ/kg (従量税)
- 1006 30 210 精米:10% (従価税)、0.03ユーロ/kg (従量税)
- 1904 90 100 包装米飯:11% (従価税)
- 1905 90 900 米菓:10% (従価税)、0.09ユーロ/kg (従量税)

4 検疫制度と食品規制

ロシアの検疫は複雑でケースごとに状況が異なる

A 検疫制度

- コメ(精米・玄米)(HSコード:1006)
ユーラシア経済同盟(EEU/EAEU)の統一植物検疫規則では、コメは植物検疫対象食品であり、植物検疫証明書の添付が求められます。
- 包装米飯(HSコード:1904)、米菓(HSコード:1905)
包装米飯と米菓は植物検疫の対象ではありません。

B 食品規制

製品表示の内容

下記の情報をロシア語で表示する必要があります。

- a.製品名
- b.製造者、製造代表者または輸入者の情報(名称、国、住所を含む)
- c.正味重量、容積または数量
- d.原材料リスト(※1)
- e.製品中の遺伝子組換え成分に関する情報(遺伝子組換え由来原料を含む)(※2)
- f.栄養表示(エネルギー(カロリー)、タンパク質・脂肪・炭水化物の含有量、ビタミン・ミネラルの含有量)
- g.生産者またはEEU/EAEU規則に定められた製品の保管条件(※3)
- h.消費期限または賞味期限
- i.製造日・包装日
- j.推奨される使用条件・制限事項(※4)
- k.ユーラシア適合(EAC)マーク

- ※1 未加工の生鮮果実、ベリー類、野菜、単一原材料の食品(コメを含む)等については、表示義務なし。(一部例外あり)
- ※2 遺伝子組換え体を利用した食品については、その割合が0.9%以上である場合、DNAやたんぱく質を含まない食品であっても、「遺伝子組換え」または「遺伝子組換え由来」とロシア語で表示。
- ※3 開封後に製品の品質や安全性が変わる場合、開封後の保存条件についても記載。
- ※4 記載しなければ使用方法が複雑、有害、品質劣化のおそれがある場合。

残留農薬基準

ロシアが加盟するユーラシア経済連合(EEU/EAEU)の「GN 1.2.3539-18 “Hygienic standards for pesticides contents in environment”」により基準値が規定されています。

原産関連輸入規制

群馬県、福島県、千葉県、茨城県、栃木県、東京都の6都県で生産されたコメ・コメ加工品を含む食品(水産物・水産加工品を除く)の輸出には、放射性物質検査報告書を添付した放射性物質検査証明書が求められます。これら6都県以外のすべての食品(水産物・水産加工品を除く)についても、ロシアにてサンプル検査が実施されます。(2019年6月10日現在)

5 小売店の店頭価格

日本の小売価格の3～4倍で販売

A コメの販売価格

日本産米はロシア産米の3～4倍の価格で販売されており、最も安価なロシア産米と比較すると約8倍の値段になることもあります。その他、イタリア、中国、タイからの輸入米も販売されていますが、中国産米の価格はロシア産米とほぼ同程度、イタリア産米やタイ産米も日本産米に比較すると安価です。また、ロシアではコメは主食ではなく、主に副菜やスープの材料として使用されるため、1kg以下の少量パッケージで販売されることが多いです。

B 包装米飯の販売価格

店頭販売されている包装米飯では、日本産米の価格は韓国産米やタイ産米と同程度です。店頭では、価格差が付きにくい包装米飯ですが、オンライン販売では店頭価格よりも安価になるようです。

C 米菓の販売価格

日本産米の米菓の販売価格は、他国産米の約3倍です。米菓はコメや包装米飯以上に様々な国のものが販売されており、イタリア、オランダ、セルビア等、欧州からの輸入もみられる上、日本産米米菓よりも安価で販売されています。

表-4 コメの販売価格 (調査月: 2020年2月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (露ルーブル)	円換算*1
Mistral Kuban	ロシア	900g	97.7	180
Mistral Basmaty	ロシア	500g	134	247
ProstoAzbuka Jasmin	ロシア	900g	174	320
Gallo	イタリア	1kg	450	828
Midori	中国	450g	154	283
こしいぶき	日本 新潟県	1kg	650	1,196
あきたこまち	日本 秋田県	1kg	864	1,590
Taiskiy	タイ	1kg	468	861
Sen Soy	ロシア	250g	65.95	121
Mistral Kuban	ロシア	900g	78.08	144
Kazhdy den Every Day	ロシア	1kg	43.79	81

*1 2019年4月為替レート: 1露ルーブル=1.84円

表-5 包装米飯の販売価格 (調査月: 2020年2月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (露ルーブル)	円換算*2
ふっくら一膳(東洋水産)	日本	150g	200	340
Bibigo Cooked White Rice(CJ)	韓国	210g	120	204
Cooked White Rice(CJ)	韓国	210g	130	221
もち麦ごはん(たいまつ)	日本	150g	150	255
玄米ごはん(たいまつ)	日本	160g	150	255
White Rice-Heat&Steamed Rice	タイ	150g	160	272

*2 2020年2月為替レート: 1露ルーブル=1.70円

表-6 米菓の販売価格 (調査月: 2019年4月)

商品名	原産国(産地)	販売単位	価格 (露ルーブル)	円換算*3
Benlian Foods	セルビア	50g	69.3	128
Cereal Food SRL	イタリア	130g	82.5	152
Dr. Corner	オランダ	67g	113	208
ブルボン 大人プチ 贅沢チーズおかき	日本	26g	196	361
ブルボン プチ えび	日本	38g	128	236
三幸製菓 チーズアーモンド	日本	59g	349	642
三幸製菓 雪の宿	日本	173g	358	659
三幸製菓 わさび餅	日本	84g	358	659
亀田製菓 亀田の柿の種 わさび	日本	83g	307	565
皇族 抹茶大福	中国	120g	234	431
皇族 あずき豆大福	中国	120g	234	431
Dr. Korner	ロシア	100g	60.24	111

*3 2019年4月為替レート: 1露ルーブル=1.84円

6 インターネット販売の実態

成長を続けるインターネット販売市場

2018年のロシアのオンライン販売売上高は、前年比59%増の1兆6,600億ルーブル（約2兆8,220億円、1ルーブル=約1.7円）でした。2019年末までにオンライン販売は2兆2,000億ルーブルになると予測されており、Eコマース（EC）市場のさらなる拡大が見込まれています。

食料品を取り扱うECサイトの最大手は2000年から事業展開している「ウトコノス（Утконос）」です。面積43,000平米の自社配送センターから配達しています。2016年の売り上げは前年比27%増の67.2億ルーブル、粗利益は3.5%増の8億8,250万ルーブルと成長を続けています。

また、2017年4月より、大手小売りチェーンのX5 Retail Groupはインターネットショップ「ペレクリヨーストク（Перекресток）」を立ち上げました。同系列のスーパーマーケット「ペレクリヨーストク」と同じ品揃えで、食品・食品以外の全商品を取り扱っています。ただし、現状では配達はモスクワ南西部に限定されます。

他方、全国展開する既存の小売網はインターネットショップ事業の成功経験に乏しいのが実情です。2017年時点で独自のインターネットショップを持つ大手食品小売は、「O'Keyグループ」、「アズブカ・フクサ（Азбука вкуса）」、「ヴィクトリヤ（Виктория）（Dixy Group）」のみです。

7 輸出拡大に向けて

近年、ロシアの経済は回復基調にあり、新たなコンセプトを探すロシアの外食企業は、寿司以外の日本食への関心も示しており、日本産米やコメ加工品の輸出を拡大することは可能と考えられます。

ロシアは西部の主要都市と極東ロシアで日本産品の輸出に関する状況が大きく異なっていることから、日本食の認知度が高い西部の主要都市では、EUと同様に外食を中心に輸出促進の取組みを進めていく必要があります。他方、極東ロシアでは、日本からの距離の近さを活かし、輸出小売・外食向けに日常的な日本食材を輸出する等、販路開拓を進めて日本産米のプレゼンスを高めていくことが考えられます。

輸出相談窓口

輸出に関するお問い合わせ、相談窓口は国内各地にあります。

農林水産省・地方農政局等

【問合せ内容】

- 輸出先国の各種規制・制度
- 輸出に関する各種支援事業 等

農林水産省 農林水産物・食品の輸出相談窓口ウェブサイト

http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_soudan/index.html

日本貿易振興機構（JETRO）

- 輸出先国の基礎情報、マーケット情報
- 輸出手続きについて
- 見本市・商談会に関する情報等

JETRO ウェブサイト <https://www.jetro.go.jp>

輸出相談窓口一覧

都道府県	相談窓口	電話番号	住所	
農林水産省	[全般] 食料産業局 輸出促進課	03-6744-7155	〒100-8950 千代田区霞が関 1-2-1	
	[コメ・コメ加工品] 政策統括官 農産企画課	03-6738-6069		
日本貿易振興機構 (ジェトロ)本部	農林水産物・食品輸出相談窓口	03-3582-5646	〒107-6006 港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル	
北海道	北海道農政事務所 生産経営産産部 事業支援課	011-330-8810	〒060-0004 札幌市中央区南 22 条西 6 丁目 2-22	
	ジェトロ北海道	011-261-7434	〒060-0001 札幌市中央区北 1 条西 2 丁目 北海道経済センター9 階	
東北	東北農政局 経営・事業支援部 地域連携課	022-221-6402	〒980-0014 仙台市青葉区本町 3-3-1 仙台合同庁舎	
	青森	ジェトロ青森	〒030-0802 青森市本町 1-2-15 青森本町第一生命ビル 5 階	
	岩手	ジェトロ盛岡	〒020-0045 盛岡市盛岡駅西通 2-9-1 マリオス 3 階	
	宮城	ジェトロ仙台	〒980-0811 仙台市青葉区一番町 4-6-1 仙台第一生命タワービルディング 18 階	
	秋田	ジェトロ秋田	〒010-0951 秋田市山王 2-1-40 田口ビル 1 階	
	山形	ジェトロ山形	〒990-0042 山形市七日町 3-5-20 富士火災山形ビル 4 階	
	福島	ジェトロ福島	〒963-0115 郡山市南 2-52 ビッグパレットふくしま 3 階	
関東	関東農政局 経営・事業支援部 地域連携課	048-740-5351	〒330-9722 さいたま市中央区新都心 2-1 さいたま新都心合同庁舎 2 号館	
	群馬、埼玉 東京	ジェトロ関東	〒107-6006 港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル	
	茨城	ジェトロ茨城	〒310-0802 水戸市柵町 1-3-1 茨城県水戸合同庁舎 4 階	
	栃木	ジェトロ栃木	〒321-3226 宇都宮市ゆいの杜 1-5-40 とちぎ産業創造プラザ内 2 階	
	千葉	ジェトロ千葉	〒261-7123 千葉市美浜区中瀬 2-6-1 ワールドビジネスガーデン (WBG) マリブイースト 23 階	
	神奈川	ジェトロ横浜	〒231-0023 横浜市中区山下町 2 産業貿易センタービル 2 階	
	山梨	ジェトロ山梨	〒400-0055 甲府市大津町 2192-8 アイメッセ山梨 4 階	
	長野	ジェトロ長野	026-227-6080	〒380-0936 長野市中御所岡田 131-10 長野県中小企業会館 1 階
		ジェトロ諏訪	0266-52-3442	〒392-0021 諏訪市上川 1-1644-10 諏訪合同庁舎 5 階
	静岡	ジェトロ静岡	054-352-8643	〒424-0922 静岡市清水区日の出町 9-25 清水マリンビル 5 階
		ジェトロ浜松	053-450-1021	〒432-8036 浜松市中区東伊場 2-7-1 浜松商工会議所会館 5 階

輸出相談窓口一覧

都道府県	相談窓口	電話番号	住所
北陸	北陸農政局 経営・事業支援部 地域連携課	076-232-4233	〒920-8566 金沢市広坂 2-2-60 金沢広坂合同庁舎
	新潟	ジェトロ新潟	〒950-0965 新潟市中央区新光町 16-4 荏原新潟ビル 5 階
	富山	ジェトロ富山	〒930-0866 富山市高田 527 情報ビル 2 階
	石川	ジェトロ金沢	〒920-8203 金沢市鞍月 2-20 石川県地場産業振興センター新館 4 階
	福井	ジェトロ福井	〒918-8004 福井市西木田 2-8-1 福井商工会議所ビル 6 階
東海	東海農政局 経営・事業支援部 地域連携課	052-223-4619	〒460-8516 名古屋市中区三の丸 1-2-2
	岐阜	ジェトロ岐阜	〒500-8384 岐阜市藪田南 5-14-53 県民ふれあい会館第一棟 6 階
	愛知	ジェトロ名古屋	〒450-0002 名古屋市中村区名駅 4-4-38 愛知県産業労働センター18 階
	三重	ジェトロ三重	〒514-0004 津市栄町 1-954 三重県栄町庁舎 2 階
近畿	近畿農政局 経営・事業支援部 地域連携課	075-414-9101	〒602-8054 京都市上京区西洞院通下長者町下ル丁子風呂町 京都農林水産総合庁舎
	大阪 滋賀 奈良 和歌山	ジェトロ大阪本部	〒541-0052 大阪市中央区安土町 2-3-13 大阪国際ビルディング 29 階
	京都	ジェトロ京都	〒600-8813 京都市下京区中堂寺南町 134 KRP2 号館 215 号室
	兵庫	ジェトロ神戸	〒651-6591 神戸市中央区浜辺通 5-1-14 神戸商工貿易センター4 階
中国・四国	中国四国農政局 経営・事業支援部 地域連携課	086-224-9415	〒700-8532 岡山市北区下石井 1-4-1 岡山第 2 合同庁舎
	鳥取	ジェトロ鳥取	〒689-1112 鳥取市若葉台南 7-5-1
	岡山	ジェトロ松江	〒690-0826 松江市学園南 1-2-1 くにびきメッセ 3 階
	広島	ジェトロ岡山	〒700-0985 岡山市北区厚生町 3-1-15 岡山商工会議所ビル 6 階
	山口	ジェトロ広島	〒730-0052 広島市中区千田町 3-7-47 広島県情報プラザ 4 階
	徳島	ジェトロ山口	〒750-0018 下関市豊前田町 3-3-1 海峡メッセ下関国際貿易ビル 7 階
	香川	ジェトロ徳島	〒770-0865 徳島市南末広町 5-8-8 徳島経済産業会館 3 階
	愛媛	ジェトロ香川	〒760-0017 高松市番町 2-2-2 高松商工会議所会館 5 階
	高知	ジェトロ愛媛	〒791-8057 松山市大可賀 2-1-28 アイテムえひめ 3 階
	島根	ジェトロ高知	〒780-0834 高知市堺町 2-26 高知中央ビジネススクエア 6 階
九州	九州農政局 経営・事業支援部 地域連携課	096-211-8607	〒860-8527 熊本市春日 2-10-1 熊本地方合同庁舎
	福岡	ジェトロ福岡	〒810-0001 福岡市中央区天神 1-11-17 福岡ビル 4 階
		ジェトロ北九州	〒802-0001 北九州市小倉北区浅野 3-8-1 AIM ビル 8 階
	佐賀	ジェトロ佐賀	〒840-0826 佐賀市白山 2-1-12 佐賀商工ビル 4 階
	長崎	ジェトロ長崎	〒850-0031 長崎市桜町 4-1 長崎商工会館 9 階
	熊本	ジェトロ熊本	〒860-0022 熊本市中央区横紺屋町 10 熊本商工会議所 3 階
	大分	ジェトロ大分	〒870-0037 大分市東春日町 17-19 大分ソフィアプラザビル 4 階
	宮崎	ジェトロ宮崎	〒880-0811 宮崎市錦町 1-10 宮崎グリーンソフィア壱番館 (KITEN) 3 階
鹿児島	ジェトロ鹿児島	〒892-0821 鹿児島市名山町 9-1 鹿児島県産業会館 6 階	
沖縄	沖縄総合事務局 農林水産部 食料産業課	098-866-1673	〒900-0006 那覇市おもろまち 2-1-1 那覇第 2 地方合同庁舎 2 号館
	ジェトロ沖縄	098-859-7002	〒901-0152 那覇市字小祿 1831-1 沖縄産業支援センター609 号室



令和元年度 日本産コメ・コメ加工品輸出ハンドブック

発行：一般社団法人全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会

住所：東京都中央区小伝馬町15-15

TEL：03-5643-1720

Email：jimukyoku@zenbeiyu.or.jp