

食の輸出をめぐる情勢について

1. 日本の農林水産物・食品輸出の現状

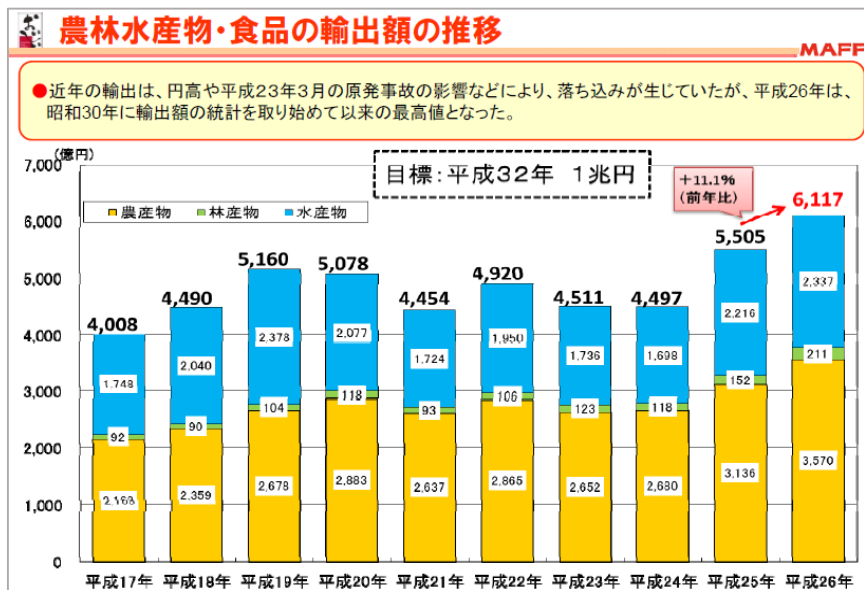
ア 日本国内マーケットは少子高齢化の到来で縮小する見込み。

イ 平成 21 年に 340 兆円であった世界の食市場は平成 32 年には 680 兆円に倍増すると推計。このうち、中国、インドを含むアジアは 3 倍増。

ウ 巨大な食の世界市場規模に対し、日本の輸出額は平成 26 年で 6 千億円程度

エ ジェトロの調査によると、「食」の人气が一番高いのは日本だが、「食」への支持が輸出に結びついていない。

オ 国においては、「農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略」を平成 25 年に策定し、日本の「食」への支持を背景に、日本の「食」の基軸となる食品・食材を、食市場の拡大が見込まれる国・地域へ輸出することにより、平成 32 年までに 1 兆円を目標とする食の輸出拡大を図っている。



(農林水産省のホームページ「農林水産物・食品の輸出額の推移」から抜粋)

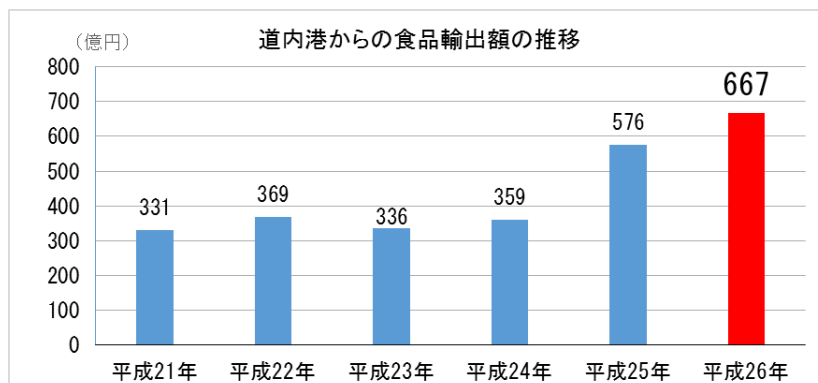
2. 北海道の食品輸出の現状

ア 北海道の輸出額は、平成 22 年から平成 24 年まで 350 億円程度で推移していたが、平成 25 年以降の 2 年間はホタテやサケなどの水産物等の輸出額が増加し、平成 26 年は 667 億円と過去最高水準。

イ 北海道の輸出額の 9 割以上が水産物・水産加工品。

ウ 水産物・水産加工品の主なものは、ホタテ、サケ、ナマコ、スケトウダラの順。

エ その他の輸出品目の主なものは、ながいも、LL牛乳、チョコレートとなっている。



(平成 21 年から 25 年の輸出額は財務省貿易統計をもとに道経済部が集計。平成 26 年の輸出額は、函館税関の公表値を掲載。)

平成 26 年道産食品の輸出額（道内港発）（単位：億円）

| 区 分 | 輸出額 | 備考（主なもの） |
|----------------------|------------|-----------------------|
| 水産物 | 467 | |
| ホタテ貝（冷凍） | 293 | |
| さけ（冷凍） | 97 | |
| その他水産物 | 77 | すけとうだら（冷凍） 21 億円 |
| 水産加工品 | 146 | |
| なまこ（乾燥以外） | 70 | |
| なまこ（乾燥） | 48 | |
| その他水産加工品 | 28 | |
| 水産物・水産加工品 計 | 613 | |
| 農畜産物・農畜産加工品 計 | 25 | ながいも 15 億円、LL 牛乳 5 億円 |
| その他の加工食品 計 | 29 | チョコレート製品 8 億円 |
| 合 計 | 667 | |

3. 食品の輸出の意義

- ア 食品の新たな販路の拡大や所得の向上
- イ 海外輸出を通じた北海道ブランド価値の向上、経営に対する意識改革
- ウ 人口減少問題への対応に向けた地域経済の活性化
- エ 食を通じた北海道の認知度向上や理解の促進
- オ 多様な販路を確保することによる価格の安定化

4. 食の輸出に係る環境分析

| | 内部要因 | 外部要因 |
|-------------|---|---|
| 好 環 境 | ■強み <ul style="list-style-type: none"> ・安全、安心でおいしい食資源 ・東アジア、東南アジアにおける知名度 ・道、札幌市、道内銀行等の海外拠点 ・食クラスター活動や、フード特区の取組 など | ■好機 <ul style="list-style-type: none"> ・国における食の輸出の推進 ・東アジア、東南アジア地域の成長 ・日本食の人気、和食の世界文化遺産登録 ・クール JAPAN など日本文化の浸透 など |
| 隘 路 | ■弱み <ul style="list-style-type: none"> ・輸出に向けた商品の生産体制 ・小ロット生産による割高な商品価格 ・割高な輸送コスト (小ロット、鮮度保持) ・商品に応じた安定的な商流が構築されて いない ・相手国市場に関するマーケティング 情報の不足 ・海外展開に取り組む事業者が少ない など | ■脅威 <ul style="list-style-type: none"> ・相手国の経済情勢の変化 ・震災の影響による風評と輸入規制 ・検疫条件や相手国が設定する食品の規制 ・相手国市場での他国、他県との競合 ・自然条件に左右される素材生産 など |