

食関連産業の 海外市場開拓のいま



「2013年、和食のユネスコ無形文化遺産登録」、「2019年、農林水産物・食品の輸出額 1 兆円（政府目標）」、「2020年、東京オリンピック・パラリンピック開催」、「2025年、大阪万博開催」。今、様々なテーマが追い風となりつつある「食」関連産業の動向を追いかける。

1 はじめに

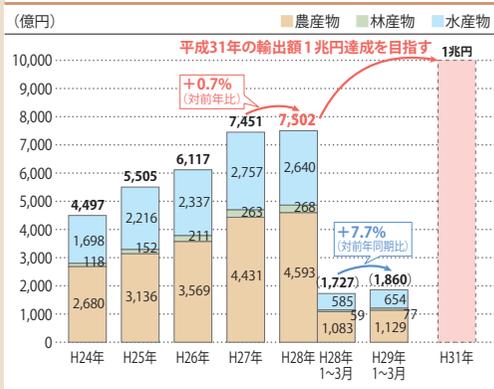
2013年の「和食」のユネスコ無形文化遺産登録や、19年に農林水産物・食品の輸出額 1 兆円を目指す政府目標など、日本の「食」というテーマは、今や海外市場と切り離して議論はできない。安全で美味しい日本の「食」の魅力を海外に発信することは、農業や観光の活性化と深く関わり、地域の活性化にもつながることが期待される。そんな「食と海外市場」の足元の動向を見てみたい。

2 農林水産品の輸出目標

農林水産省は、農林水産物・食品の輸出について「2019年に輸出額 1 兆円を目指す」としている。そして、目標達成のために「農林水産物の輸出強化戦略」に基づき、各種の取り組みを実施して

いる。具体的には、「輸出拠点整備の推進」として「農林水産物輸出インフラ整備プログラム」に基づ

【図表 1】農林水産物・食品の輸出額の推移



- 2020年(平成32年)の輸出額 1 兆円目標について、「未来への投資を実現する経済対策」(平成28年8月閣議決定)において、平成31年に1年前倒し。
- 我が国の農林水産物・食品の輸出は、平成25年から4年連続で増加し、平成28年輸出実績は7,502億円。
- 平成29年1~3月の輸出実績は、1,860億円で対前年同期比7.7%の増加。

資料：農林水産省

き、輸出対応型の食肉処理施設や水産加工施設の整備を行っている。同プログラムには、愛知県西尾市のでん茶の集出荷施設の整備が含まれており、同地区の特産物の輸出促進につながる事が期待されている。

3 三重県の取り組み体制

三重県でも、県産農林水産物の海外への販路開拓支援に力を入れている。2014年3月に「三重県農林水産物・食品輸出促進協議会」を設立し、事務局を三重県雇用経済部に設置した。同協議会には県内106の事業者・団体が参加(2019年2月現在)しており、主な事業として海外展示会への参加や、バイヤー招聘商談会の開催、研修会の実施などを行っている。

また、民間事業者にとって海外展開におけるハードルのひとつである費用面でも支援策を講じている。具体的には、協議会員の海外販路拡大につながる営業活動や、輸出に必要な検疫検査等に対する「営業活動支援助成金」の交付を2015年度より行っている。

また、2017年11月には、三重県知事自身が企業・団体とともにベトナムを訪問し、三重県の食の販路拡大や観光誘客等に関する売込みを行った。松阪牛をはじめとする「牛肉」や「お茶」、「牡蠣」などの食材に併せて、「忍者」「なばなの里」「アウト

【図表 2】三重県の支援体制

三重県農林水産物・食品輸出促進協議会				
農産物部会	畜産物部会	林産物部会	水産物部会	食品部会

主な事業

- 海外での展示商談会、見本市等への参加
- 海外バイヤーとの商談会の開催
- 海外での三重県物産展等の開催
- 研修会の開催等

資料：三重県農林水産物・食品輸出推進協議会

レットモール」といった観光資源もPRすることで、三重県へのインバウンド誘致を目指した旅行商品の企画を関係者に要請した。

4 海外市場のトピックス

1 アメリカ

「食」関連産業を海外に発信するにあたり、経済の成熟度や人口規模などからみて、アメリカは魅力ある市場である。そんなアメリカの食市場であるが、近年、消費者の嗜好の多様化が進んでいる。その事例として、「菜食主義(ビーガン)」を紹介したい。菜食主義を表す言葉としては「ベジタリアン」が有名であるが、「ビーガン」はその中でも、より厳しい基準を実践している人々のことである。具体的には、肉は勿論のこと、卵・乳製品・蜂蜜などの動物性食品を一切食べない主義で、民間会社の調査ベースでは、「ビーガン」実践者は米国内で約6% (2千万人) 程度存在すると言われている。市場としては小さくない規模である。

小売店側には対応が求められており、従来からのアレルギーやグルテンフリーの表示ルールに加え、「ビーガン」対応であることの表示や、専用コーナーを設置する店舗も存在する。先進国を中心に、経済が成熟した市場においては、より多様化した顧客への対応に負



アメリカのスーパーにおける「ビーガン」表示



アメリカのスーパーの様子

【図表3】諸外国でのアレルギー表示対象品目(2013年)

品目	国(組織)施行年月	CODEX*1	日本 2002年4月	EU 2004年11月	米国 2006年1月	カナダ 2004年2月	豪・ニュージーランド 2002年12月	韓国 2004年5月
グルテン含有穀類*2		○	○ 小麦	○	○ 小麦	○	○	○ 小麦
卵		○	○	○	○	○	○	○
乳		○	○	○	○	○	○	○
ピーナッツ		○	○	○	○	○	○	○
甲殻類		○	○ えび、かに	○	○	○	○	○ えび、かに
魚類		○	△ さけ、さば	○	○	○	○	○ さば
大豆		○	△	○	○	○	○	○
ナッツ類*3		○	△ くるみ	○	○	○	○	○
そば			○					○
フルーツ			△ オレンジ、キウイフルーツ、もも、りんご、バナナ					○ もも
肉類			△ 牛肉、鶏肉、豚肉					○ 豚肉
その他		10mg/kg以上の亜硫酸塩	△ あわび、いか、いくら、まつたけ、やまいも、ゼラチン	○ ごま、セロリ、マスタード、軟体動物*4、ハウチワマメ、10mg/kg以上の亜硫酸塩		○ ごま、貝類、マスタード、10mg/kg以上の亜硫酸塩	○ ごま、蜂花粉、プロポリス、ローヤルゼリー、10mg/kg以上の亜硫酸塩	○ トマト、10mg/kg以上の亜硫酸塩

(注)○：表示義務品目 △：表示推奨品目

出所：消費者庁

*1 CODEX…FAO/WHOが合同で設立した国際政府間組織が策定した食品の国際規格

*2 グルテン含有穀類…小麦、ライ麦、大麦、オーツ麦、スペルト麦、及びその雑種

*3 ナッツ類…アーモンド、ヘーゼルナッツ、ウォールナッツ、カシューナッツ、ペカンナッツ、ブラジルナッツ、ピスタチオナッツ、マカデミアナッツ、クイーンズランドナッツ

*4 軟体動物…アワビ類、イガイ・インガイ類、イカ、タコ

担が増していると言える。

2 アジア(ベトナム)

海外展開を検討する際に、アジア市場の位置づけは、近年ますます重要なものとなっている。成長著しいアジア市場の中でも、とりわけ今後の成長期待が大きいベトナムについて紹介する。ベトナムの経済圏は、大きく「北のハノイ」「中部のダナン」「南のホーチミン」に3分される。それぞれの地域には特徴があり、「政治のハノイ」「観光のダナン」「経済のホーチミン」といわれるように、文化や産業構造が異なる。中でも、経済の中心であるホーチミン市は人口が約830万人と、ベトナム全人口の約1割が集中する巨大都市である。

近年、ホーチミン市では日本食ブームが起きており、食関連産業の販路開拓先としての期待が高まっている。同市内にはおよそ4百店舗以上の日本食レストランがあるとされ、寿司や日本酒などが日常的に食されている。



成長著しいベトナム市場

しかし、経済的・政治的な事情に起因する課題も存在する。例えば、価格である。ベトナム国内の製造業・作業員としての年収はおおよそ3,600USD(約40万円)程度である。「日本的なもの」への関心は高いが、価格の面で進出を断念する企業も多い。また、商慣習の違いもある。ベトナムは社会主義国であり、輸出品の通関時の規制やトラブル、現地での加工・販売を行う際の認証取得の手続きの段階で計画が頓挫する事例もみられる。



ベトナムで人気の高級日本酒バー



ベトナムの日本食レストランのメニュー

5 海外展開にあたっての課題

1 言語

輸出を行うにあたり、言語のハードルは避けて通れない。展示会出展や、海外バイヤーとの折衝は勿論のこと、取引が成立したとしても、通関や出荷の手配にも、絶えず言語能力が問われることになる。特に、商談の際に価格について説明を正確に出来なければ、商談がスムーズに進まず、貴重な取引機会を逸する可能性もある。そのため、国内商社を活用することで、国内取引で完結するスキームを採用している企業や、現地系コンサルタントや輸出業者など専門家とパートナーシップを組む企業も多い。

2 認証制度

農林水産品の生産というテーマでは、近年さまざまな認証制度への注目度が高まっている。海外輸出による取引開拓を行う際にも同様に、認証取得の有無が重要な評価項目に挙げられている。

①GAP

GAP(ギャップ)とは「Good Agricultural Practice(農業生産工程管理)」の略称である。農業において、食品安全、環境保全、労働安全等の持続可能性を確保するための、関連する生産工程管理の取り組みを指す概念である。近年、特に注目されているのは、第三者機関の審査を受けることで「GAP認証」を取得し、広く公に、自社の適切な生産工程を「見える化」することにある。認証を取得することで、取引相手に安心感を与え、競争優位に立てるなどのメリットを享受できる。

「GAP認証」は国内基準の「JGAP」、国際基準の「GLOBAL G.A.P.*」の2種類に大別され、認証取得にあたり、それぞれに求められる要件が異なる。「GLOBAL G.A.P.」は、既に欧州で広く普及しており、世界における取得件数の75%が欧州に集中している(2012年)。欧州市場においては、「GLOBAL G.A.P.」の認証取得が取引の前提条件となるケースも多くみられるが、三重県内の「GLOBAL G.A.P.」認証取得事業者は、現状4事業者に留まっており(2019年2月時点)、今後の一層の普及が求められる。

*ドイツの非営利組織(FoodPlus)が運営している国際水準の農業生産工程管理手法で、世界120か国以上に普及し、認証件数は14万件を超えている。

②HACCP

HACCP(ハサップまたはハセップ)とは「Hazard Analysis Critical Control Point(危害分析重要管理点)」の略称である。コーデックス委員会(消費者の健康の保護、食品の公正な貿易の確保等を目的として、1963年にFAO及びWHOにより設置された国際的な政府間機関)が「食品衛生の一般原則」の付属文書で規定している、「食品による危害の発生を未然に防止するための工程管理の方法という概念」である。2018年6月に交付された改正食品衛生法において、食品の製造・加工・調理・販売など、すべての事業者を対象に、HACCPの基準に基づいた工程管理が制度化された(2020年6月より実施)。

そして、近年、GAP同様、第三者機関による「HACCP認証」を取得する動きが加速している。食

【図表4】GAPについて

「GAPをする」
農業において、食品安全、環境保全、労働安全等の持続可能性を確保するための生産工程管理の取組(GAP)を農業者自らが実施すること。

東京オリンピック・パラリンピック競技大会まで	2021年から2030年まで
------------------------	----------------

【目標】生産現場が変わる **【目標】国際水準に達する取組が浸透**
【KPI】平成30年度中に、各県内のGAP指導体制における指導員数が**全国で1,000人以上育成確保** **ほぼ全ての国内の産地で国際水準のGAPを実施**

施策
GAPの取組拡大に向けて
 ●生産現場への周知徹底(GAPは農業者の経営改善上、必要不可欠な取組との共通認識)。
 ●GAP指導体制の構築。
 ●全国農作業安全確認運動、農業危害防止運動等の関連運動と連携強化。
 ●農業教育機関におけるGAP教育を促進。

取組の例
食品安全 ●包装資材のそばに灯油など汚染の原因となるものを置かない
 ●堆肥置き場や調製施設では、専用の履物を準備する
環境保全 ●廃棄物を農場に放置しない ●農薬空容器は分別して処分
労働安全 ●危険な作業はスイッチを止めてから行う(巻き込まれ防止)
 ●危険箇所の掲示をする

国際水準GAPではさらに右記の取組も実施
人権保護 ●家族経営協定の締結、技能実習生の作業条件遵守など
農場経営管理 ●責任者の配置、教育訓練の実施、内部点検の実施など
その他 ●商品回収テストの実施、資材仕入先の評価など

資料：農林水産省

【図表5】HACCPについて

「HACCPをする」
事業者がHACCPの取組を実施すること。

世界各国で食品安全規制に取り入れられ、食品事業者が実施を義務づけられる流れにある。日本でも、HACCPを規制制度に取り入れる検討が進められている。

東京オリンピック・パラリンピック競技大会まで	2021年から2030年まで
------------------------	----------------

【目標】製造・流通等の現場が変わる **【目標】全ての食品製造事業者HACCPの考え方に基づく衛生管理を実施している状況が継続**
【KPI】ほぼ全ての関連業界において手引書が作成される

施策
 ●HACCP義務化に向けて、手引書作成支援、研修・指導者育成等の支援。
 ●自治体に、HACCPの義務化に向け、HACCP内容の統一化の働きかけ。

品産業のグローバル化の進展を背景に、食品に対する「安全」が世界の問題意識として共有されており、民間企業において取引相手を選定する際に、HACCP認証を取引条件として求める傾向が強くなっている。また、一部の国では、この認証取得をもって国の輸出規制をクリアできるケースもあり、海外販路開拓を目指す際の重要なポイントとなりつつある。

6 課題に対する支援策

1 WASHOKU Treasure

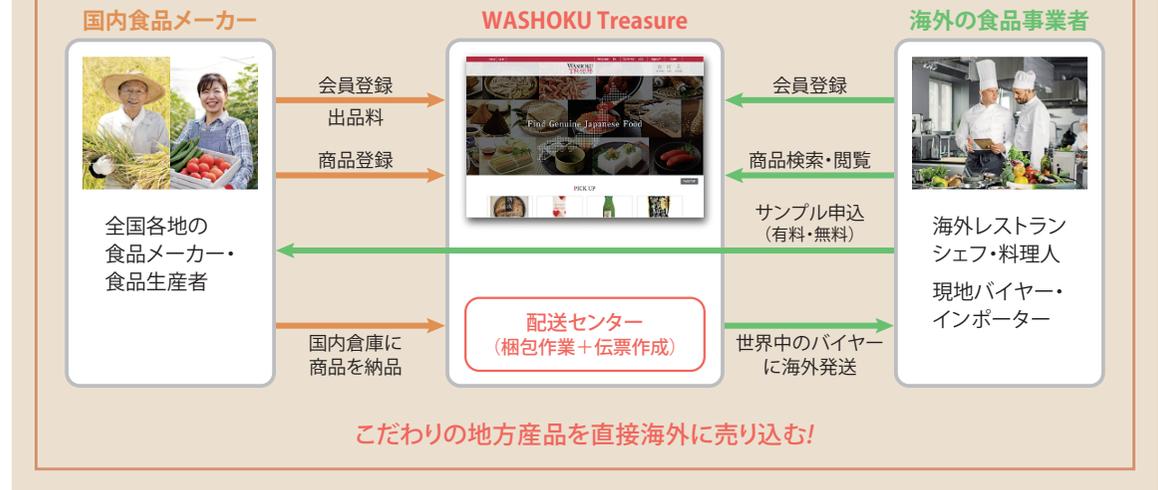
食関連企業にとって、海外展開を目指す際の言語対応、展示会出展・商談会参加の渡航費など様々な負担が先行投資として発生する。成果が不透明な中で、なるべく負担をかけずにテストマーケティングしたいという企業ニーズに対して、2018

年1月「WASHOKU Treasure(ワシヨクトレジャー)」というサービスがリリースされた。同サービスは国内の食関連企業と海外レストランシェフ等のバイヤーをマッチングする、日本産食材専門の越境ECサイトであり、農林水産省の事業の中で運営されている。サービスの中で、国内メーカーは日本語で商品や食べ方の提案を登録することで、すべて英訳された上でオンライン見本市に出展登録される。海外バイヤーからのサンプル依頼があれば、発送業務等もサービス運営者に一任することができ、クレジットカードによる即時決済で代金回収のリスクもない。海外展開を検討する企業にとって、自らが気づいていない市場を発見できるツールとして期待されている。

2 認証取得支援

前述の認証取得に対して、各種の支援策が存在する。三重県は、2017年7月に「三重県における農

【図表6】WASHOKU Treasureの仕組み

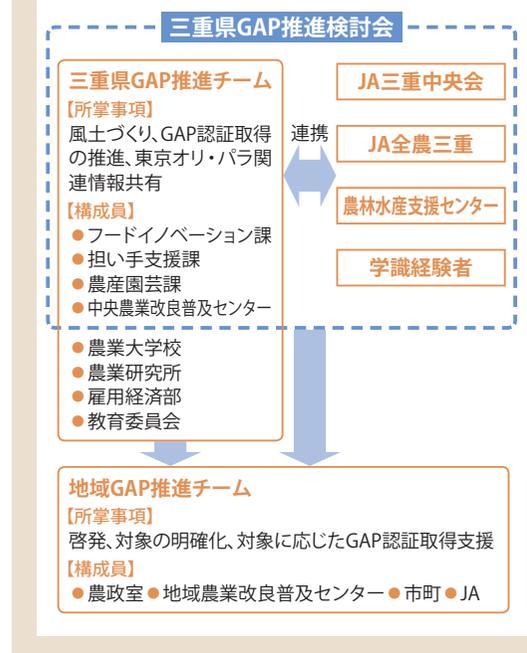


資料：WASHOKU Treasure HP

産物のGAP推進方針」を定め、県内事業者のGAP認証取得支援を行っている。具体的には、研修会の開催等による、国際的に通用するGAPに取り組む風土づくり、国際水準GAP認証を活用した県内農作物の販路拡大検討会などである。また、地域への啓発や、国際水準GAPを導入するためのアドバ

イスを行うGAP指導員の育成など、情報や人材のネットワークをより密にし、国際水準GAPの導入の相談から認証取得、アフターフォローまでワンストップで対応できるソフトインフラの整備を進めている。これらの取り組みは、海外販路拡大の門戸を開くことに留まらず、農作物の生産効率の向上による高付加価値化、労働環境の改善による就農者の増加といった副次的な効果も期待される。

【図表7】GAP推進体制



資料：三重県

7 おわりに

私たちの日々の食事には、海外産の食材が溢れており、海外の食卓でもまた同様である。食卓における国境はもはや取り払われ、今後益々の交流が進むことだろう。また、日本の人口が減少傾向と言われる中で、世界の人口は増加の勢いを増している。つまり、世界的な食品市場は拡大傾向にあり、私たちが日常的に食べている日本の安全で美味しい食品は、世界の市場においてもまた、高い評価を受け、広く流通する可能性を秘めている。この、すばらしき日本の食文化が、グローバル市場において確固たる地位を確立し、文化的な普及と経済的な発展につながることを期待したい。

(中村 哲史)