

## 長崎県産農畜水産品の中国への輸出可能性について

- 自立的地域を築くための新たな提言 -



2004年3月18日

< 本件に関する問い合わせ先 >

財団法人 ながさき地域政策研究所

調査研究部長 菊森淳文

専任研究員 石橋昌幸

電話 095-820-4865 FAX 095-818-2763

E-mail [ishibashi.masayuki@think-nagasaki.or.jp](mailto:ishibashi.masayuki@think-nagasaki.or.jp)

## 要旨

中国は、高い経済成長を続けており、WTO 加盟を機に更なる巨大な消費市場へ発展しつつある。長崎県農水産業の浮揚にとっても、中国市場は大きなビジネスチャンスである。本調査では、生産～流通～消費の流れに沿った総合的な視点から、輸出可能性のある農畜水産品を導き出し、関連産業の販路拡大に必要な輸出・販売促進の戦略および施策を提言する。

上海は、中国で最も潜在性の高い市場である。現時点では、我が国と中国の所得・物価水準の違いがあるため、上海への輸出はターゲットを絞り込むことが重要なポイントである。短期のターゲット顧客は、上海在留日本人と日本人がよく利用する日本食料理店、ホテル、レストラン等である。中長期のターゲット顧客は、台湾や香港等の上海在留外国人や中国人富裕層である。

日本産食材のニーズについては、上海在留日本人主婦を対象に実施したアンケート調査結果からも、水産品（加工品を含む）が最も関心を集めている。輸出可能性のある農畜水産品として、水産品では、「アジ」、「サバ」、「ブリ」、「カツオ」、「イカ」等があげられる。水産加工品では、「アジの干物」、「イカの一夜干し」等があげられる。農産品では、「いちご」、「みかん」、「メロン」があげられ、特に“糖度が高く、美味しい高品質なもの”や“食の安全性を追求した履歴の明確なもの”が、ブランド志向や健康志向のニーズに対応できる。畜産品では、「牛肉」があげられ、特に“付加価値の高い霜降り高級和牛”は、高級料理店や贈答などのニーズに対応できる。

一般的に我が国の農畜水産品は、中国での国産品との価格競争において、優位に立つのは難しいので、商品の付加価値で優位性を出す必要がある。輸出経路の選定は、コストやスピードなどを考慮して検討する必要がある。貯蔵が優れている食材は、低コストである海上輸送、果実や鮮魚などの生鮮食材は、スピード重視の航空輸送や高速船輸送が適切である。

中国における輸入農畜水産品の関税は、WTO 加盟を機に段階的に引き下げられているが、一方で、関税率は、通関時の税関担当者の裁量にゆだねられている部分も多くある。

日本側の非関税障壁には、農産品の植物検疫検査、畜産品の動物検疫検査、水産品の食品衛生検査等がある。特に、食品衛生検査は、2003年7月より中国側の要求が厳格化している。また、梱包用木材は、熱処理と消毒証明書が義務づけられている。

中国側の非関税障壁には、食品衛生検査や食品ラベル検査等がある。中国側の検査は、担当者などの裁量の余地が多く残されており、人脈が審査の進捗を左右することもある。また、中国側の商慣習として、小売企業は、“入場料”などの販売促進費用を要求し、費用負担が大きくなる。

輸出における留意点は、流通制度や商慣習といった非関税障壁の他、中国側パートナーの選定、中国市場の販路構築、模倣品対策、コスト増幅リスク、代金回収リスク等がある。

今後の中国向け輸出促進のあり方として、生産・管理体制の充実では、履歴や HACCP 等、食の安全性に関する衛生管理基準の厳格化に対応するため、官民一体となった取り組みが必要である。流通の効率化では、食材輸出はリードタイムの短縮が成否の鍵を握り、中国までの流通を一貫して円滑に進めるため、官民一体となった取り組みが必要である。また、販路の構築は、国際見本市や物産展などを積極的に活用・展開し、認知度の向上に務め、商談に結びつけることが必要である。長崎県産農畜水産品の輸出促進戦略では、長崎から中国への流通を一貫する“流通のワンストップ化”を実現することが重要である。そのためには、専門家集団からなる「輸出促進プロジェクトチーム」の設置や上海側に“物販”と“情報発信”の機能を持ちあわせた「アンテナショップ」の設置などが重要なポイントとなる。

中国への農畜水産品の輸出は、日本にとってまだ未開拓な分野であり、長崎県が日本産農畜水産品の中国向け輸出の先駆者となることで、中国市場における確固たる地位を確保することができれば、長崎県農水産業の浮揚は十分期待できよう。

# 目次

はじめに .....	1
1. 長崎県の農水産業 .....	2
(1) 長崎県農業の現状 .....	2
(2) 長崎県水産業の現状 .....	8
2. 中国市場 .....	14
(1) 日本の中国向け輸出 .....	14
(2) 中国の食糧需要 .....	16
(3) 中国(上海)の消費市場 .....	17
(4) 中国(上海)市場のターゲット .....	21
3. 日本産食品・食材のニーズ .....	23
(1) 日本産食品・食材の購入環境 .....	23
(2) 日本産食品・食材のニーズ .....	25
(3) 日本産農畜水産品の購入基準 .....	28
4. 日本産食品・食材の価格 .....	29
(1) 日本と中国の食品・食材の価格 .....	29
(2) 日本産食品・食材の購入価格 .....	34
5. 中国向け輸出の流通機構 .....	35
(1) 輸出経路 .....	35
(2) 輸出コスト .....	38
6. 中国向け輸出の流通制度 .....	39
(1) 日本の輸出制度 .....	39
(2) 中国の輸入関税制度 .....	43
(3) 中国の輸入制度 .....	45
(4) 中国の販売促進費用(商慣習) .....	48
7. 長崎県の中国向け輸出のあり方 .....	49
(1) 日本産農畜水産品の輸出事例 .....	49
(2) 輸出可能性のある長崎県産農畜水産品 .....	52
(3) 長崎県産農畜水産品の輸出の留意点(リスク) .....	56
(4) 長崎県産農畜水産品の輸出のあり方(問題解決) .....	58
おわりに .....	60

## はじめに .

長崎県と中国は、江戸幕府の鎖国政策のもと国内唯一の海外貿易や明治初期から中国・東南アジア航路において就航していた長崎 - 上海航路など、歴史的に強い繋がりがあある。また、長崎県は日本列島の最西端に位置し、中国に最も地理的に近い位置にある。

中国は、21 世紀の世界経済の牽引役と言われるように、高度経済成長を維持し続けている。中国の高い GDP 成長率は、2002 年で 8% 台、2003 年で 9.1%、2004 年も 8% 台を維持し続けると予想されている。また、中国の高度経済成長は、2008 年の北京オリンピックや 2010 年の上海万博開催まで続くと言われている。

中国は、2001 年の WTO 加盟に伴い「農産物などの輸入関税の段階的な引き下げ」や「外資系企業に対する流通やサービス業への諸規制や参入制限の段階的な撤廃」などを約束している。また、中国は、高い経済成長を続けているが、WTO 加盟を機に「外資系企業に対する市場開放路線が進むことへの期待」や「中国都市部の所得水準の向上」などを糧として、更に巨大な消費市場として発展しつつある。

長崎県農水産業の浮揚にとっても、中国市場は大きなビジネスチャンスであると捉え、本調査研究に取り組んできた。

本調査研究では、長崎県で生産する農畜水産品を中国市場へ輸出する可能性について、生産～流通～消費の流れに沿って各種文献、資料、アンケート、ヒアリングなどによる調査を実施し、総合的な視点から輸出可能性のある長崎県産農畜水産品を導き出し、今後の「長崎県の中国向け輸出のあり方」として、関連産業の販路拡大を図るために必要な輸出・販売促進の戦略および施策を提言する。

ヒアリング調査にあたって、長崎県内では、長崎県商工労働部物産流通課、長崎県総合農林試験場、日本貿易振興機構（ジェトロ）長崎貿易情報センター、株式会社親和銀行、株式会社親和経済文化研究所、三菱商事株式会社、長崎県漁業協同組合連合会、佐世保魚市場株式会社、長崎魚市株式会社、農事組合法人ながさき南部生産組合、大海通商株式会社、マオマオなど、日本国内では、日本貿易振興機構（ジェトロ）海外調査部、伊藤忠商事株式会社、イオン株式会社、株式会社グローバルコミュニケーション、有限会社木之内農園など、中国上海では、日本貿易振興機構（ジェトロ）上海センター、三菱商事（上海）有限公司、上海百紅商業貿易有限公司、日商岩井（上海）有限公司、上海日生食品物流有限公司、上海林達商務諮詢顧問有限公司、藍屋、大輪、たくみなど、多数の皆様の協力により、多くの貴重な情報を収集することができた。あわせて、アンケート票の設計にあたって、長崎県立大学の協力を得ることができ、またアンケート調査と上海の小売価格調査にあたって、株式会社親和銀行上海事務所の協力により、貴重な情報を収集することができた。ここで、あらためて感謝の意を表したい。

# 1. 長崎県の農水産業

## (1) 長崎県農業の現状

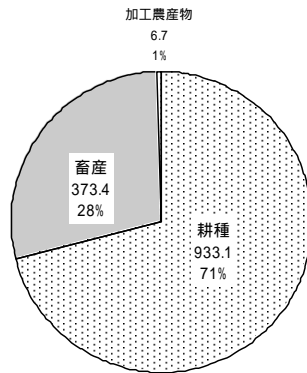
### 長崎県農業の概要

長崎県は、大小数多くの島々、半島から形成され、地形は複雑で急傾斜地が多く、耕地条件は必ずしも恵まれていない。また、流通面では大消費地から遠隔地にあり、地理的な条件にも恵まれていない。しかし、各地域では、年間平均気温 15～17 と年間降水量 1,600～2,800 mmの温暖多雨な気候等の特性を活かした多種多様な農産物の生産がさかんである。

長崎県農業の全国的位置をみると、平成 13 年度の農業産出額<sup>1</sup>は 1,313 億円あり、全国第 25 位となっている。

長崎県農業の部門別農業産出額（図表：1）についてみると、米・いも類・野菜・果実などの耕種は、産出額が 933.1 億円（シェア 71%）である。肉用牛・豚などの畜産は、産出額が 373.4 億円（シェア 28%）である。加工農産物は、産出額が 6.7 億円（シェア 1%）である。

図表 1：部門別の農業産出額（単位：億円）



（出所）九州農政局長崎統計・情報センター  
「長崎農林水産統計年報」

### 長崎県農業の位置

長崎県において、農業は重要な産業である。長崎県農産物を産出額ベースでみると、全国的にも高いシェアを誇るものが多数ある。

平成 13 年の農業産出額ベースで、農産物では 22 種類の野菜・果物等が全国上位 10 位以内に入っている。

全国上位 10 位以内の具体的な野菜・果物等としては、次に挙げるものがある。

- <全国 1 位> びわ
- <全国 2 位> 馬鈴薯
- <全国 3 位> アスパラガス
- <全国 6 位> たまねぎ、いちご、カーネーション、いよかん、しらぬい
- <全国 7 位> みかん、葉たばこ、きく、かぼちゃ、そらまめ
- <全国 8 位> 肉用牛、落花生
- <全国 9 位> にんじん、はくさい、荒茶、ポンカン
- <全国 10 位> かんしょ、二条大麦、しょうが

出所：九州農政局長崎統計・情報センター「平成 13 年生産農業所得統計（長崎県）」

<sup>1</sup>農業産出額は、農業生産によって得られた農産物と、これらを原料とする加工農産物とに区分し、津後の方法で計算したものである。

(1) 農産物産出額 = (農産物の生産数量 - 中間生産物の数量) × 農産物の農家庭先価格

中間生産物とは、生産量から再び農業に仕向けられるもので、種子、飼料等である。

(2) 加工農産物産出額 = (加工農産物の生産数量 × 加工農産物の農家庭先価格) - (加工農産物の原料数量 × 加工農産物原料の農家庭先価格)

## 長崎県農産物の産出額(長崎県内上位 10 位)

農産物の産出額について長崎県上位 10 位(図表 2)をみると、平成 13 年の 1 位から 5 位では、3 位の豚と 6 位の馬鈴薯が入れ替わっているが、その他は前年と同じ順位である。長崎県農産物の産出額は、「米」、「肉用牛」、「豚」、「いちご」、「みかん」の上位 5 品目で約 5 割のシェアがある。

図表 2：長崎県農産物の産出額上位 10 位の推移

(単位：千万円、%)

年(産出額計)	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位	その他
H8年(15,141)	米	肉用牛	みかん	ばれいしょ	豚	いちご	鶏卵	生乳	葉たばこ	びわ	
	2,208 14.6%	1,670 11.0%	1,507 10.0%	1,371 9.1%	1,176 7.8%	1,008 6.7%	675 4.5%	657 4.3%	491 3.2%	283 1.9%	4,095 27.0%
H9年(13,945)	米	肉用牛	豚	みかん	ばれいしょ	いちご	鶏卵	生乳	葉たばこ	トマト	
	1,954 14.0%	1,704 12.2%	1,177 8.4%	1,130 8.1%	931 6.7%	897 6.4%	693 5.0%	592 4.2%	553 4.0%	302 2.2%	4,012 28.8%
H10年(14,773)	米	肉用牛	みかん	ばれいしょ	豚	いちご	鶏卵	生乳	葉たばこ	トマト	
	1,919 13.0%	1,593 10.8%	1,547 10.5%	1,304 8.8%	1,072 7.3%	831 5.6%	615 4.2%	598 4.0%	514 3.5%	328 2.2%	4,452 30.1%
H11年(13,727)	米	肉用牛	ばれいしょ	いちご	豚	みかん	鶏卵	生乳	葉たばこ	トマト	
	1,653 12.0%	1,513 11.0%	1,330 9.7%	1,017 7.4%	989 7.2%	873 6.4%	612 4.5%	585 4.3%	549 4.0%	361 2.6%	4,245 30.9%
H12年(13,685)	米	肉用牛	ばれいしょ	いちご	みかん	豚	葉たばこ	生乳	鶏卵	トマト	
	1,787 13.1%	1,549 11.3%	1,104 8.1%	1,059 7.7%	1,030 7.5%	967 7.1%	620 4.5%	565 4.1%	535 3.9%	327 2.4%	4,142 30.3%
H13年(13,132)	米	肉用牛	豚	いちご	みかん	ばれいしょ	葉たばこ	生乳	鶏卵	びわ	
	1,764 13.4%	1,436 10.9%	1,027 7.8%	1,026 7.8%	944 7.2%	855 6.5%	585 4.5%	547 4.2%	420 3.2%	310 2.4%	4,218 32.1%

(出所)九州農政局長崎統計・情報センター「長崎農林水産統計年報」

## 長崎県農産物の主要な生産・出荷

長崎県の農産物は、主に京阪神地域、京浜地域、北部九州地域などの大消費地域へ出荷されている。

ここでは、「究極 長崎県の食材」(長崎県農水産物マーケティング推進会議発行)において紹介されている“長崎県の味、品質、安全性などの面で自信を持って推奨する農産物”について収穫量や出荷量などをもとに動向をみる。(図表 3)

馬鈴薯は、北海道に次いで全国第 2 位の生産量である。春作・秋作の 2 期作を基本に様々な作型の研究も積極的に行われており、1 年通して生産できる。主な出荷先は、京阪神地域(27.1%)、京浜地域(25.8%)である。

アスパラガスは、近年、全国の市場で最も注目を集めている農作物の 1 つであり、長崎県の生産・出荷量も右肩上がり伸びている。長崎県産は、ハウスによる栽培がさかんである。

だいこんは、トンネル栽培による「春だいこん」が有名であり、ツヤのある肌と豊富な甘みなどが市場で高い評価を得ている。主な出荷先は、京阪神地域(43.4%)、九州地域(22.7%)である。

にんじんは、長崎で生まれた「黒田五寸にんじん」や「向陽 2 号」などの品種が生産されている。主な出荷先は、北九州地域(29.9%)、九州地域(24.4%)である。

はくさいは、島原半島を中心に「春はくさい」の生産がさかんである。主な出荷先は、京阪神地域(27.8%)、九州地域(24.7%)である。

たまねぎは、諫早市、島原半島で温暖な気候を活かした「早生たまねぎ」の生産がさかんである。主な出荷先は、京阪神地域(42.9%)、北九州地域(17.8%)である。

トマトは、温暖な気候を活かした「冬春トマト」の生産がさかんである。また、大島町の「完熟トマト」は、水に沈んでしまうほどの充実した果肉と糖度で人気がある。主な出荷先は、京浜地域(32.2%)、九州地域(26.1%)である。

みかんは、温暖な気候と豊かな土壌を活かした生産で、有数の生産量と高い品質を誇っており、過去には日本一の高値を数回つけている。主な出荷先は、京浜地域（50.5%）、九州地域（10.8%）である。

びわは、日本一の生産量を誇り、昔から「茂木びわ」が全国的にも有名である。主な出荷先は、京浜地域（40.5%）、九州地域（23.7%）である。

メロンは、温暖な気候を活かしてアールスメロン、アムス、プリンスなど様々な品種が生産されている。主な出荷先は、北九州地域（42.3%）、九州地域（27.4%）である。

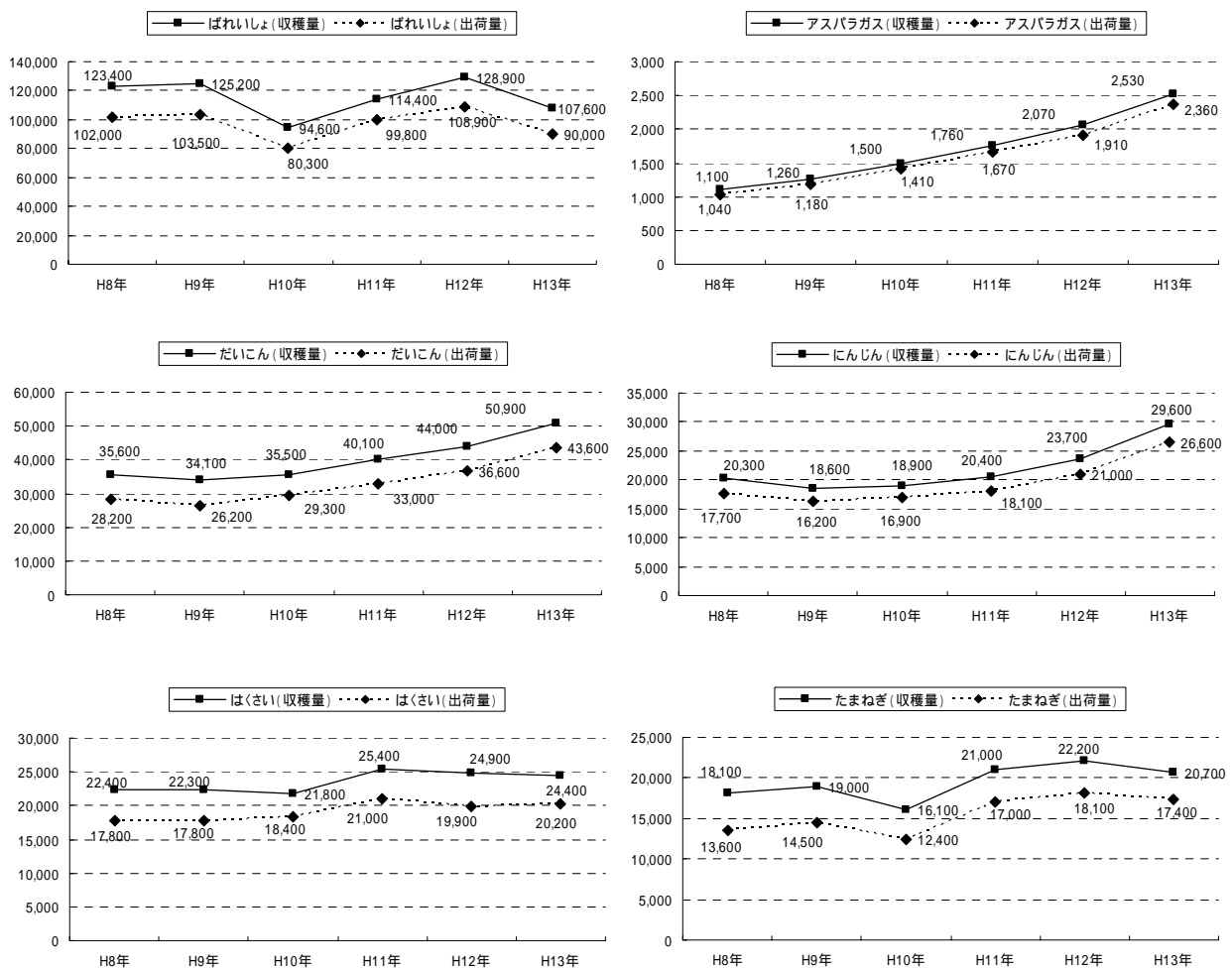
いちごは、長崎県を代表する農作物の1つで、そのほとんどが「とよのか」である。主な出荷先は、京阪神地域（34.7%）、京浜地域（32.2%）である。

茶は、霧の発生しやすい山間で主に生産され、代表的な銘柄「そのぎ茶」「世知原茶」は、「蒸製玉緑茶」である。

肉用牛は、県内全域で生産がさかんで、県内で肥育された和牛を「ながさき和牛」と呼び、枝肉格付4等級以上の高級品については「ながさき牛」の銘柄で販売できる。豚は、年間30万頭以上が生産され、「長崎SPF豚」「雲仙うまか豚紅葉」などがある。

図表3: 主要農畜産物の年間収穫量・出荷量等の推移

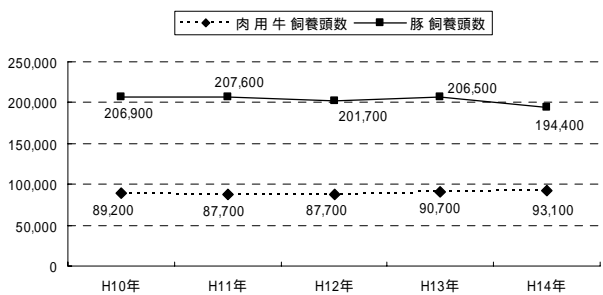
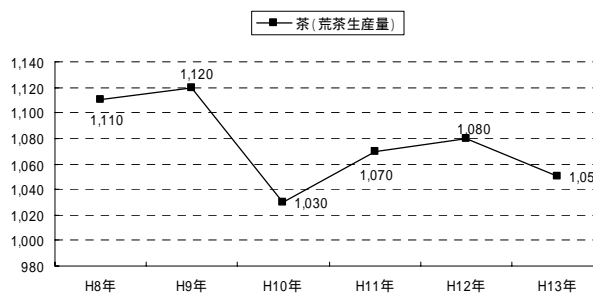
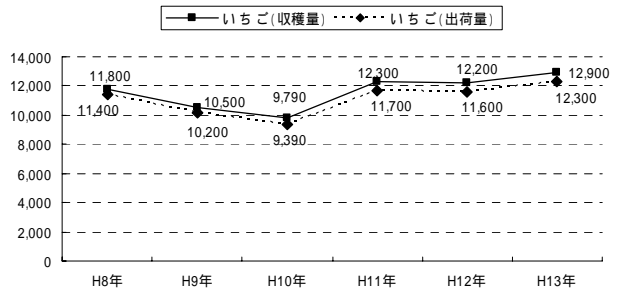
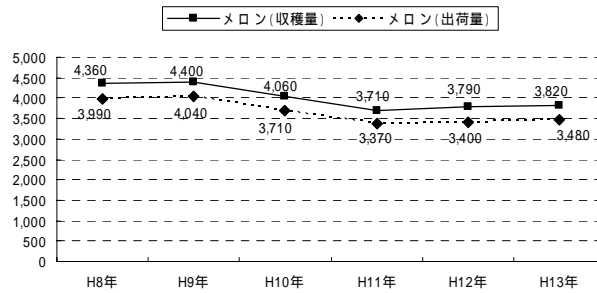
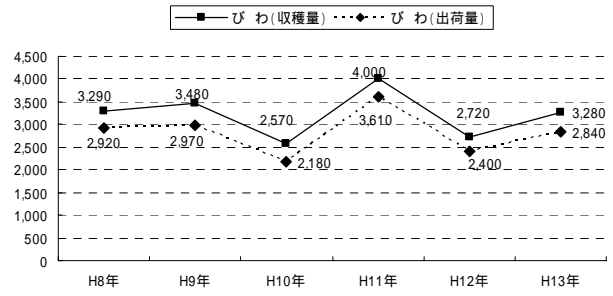
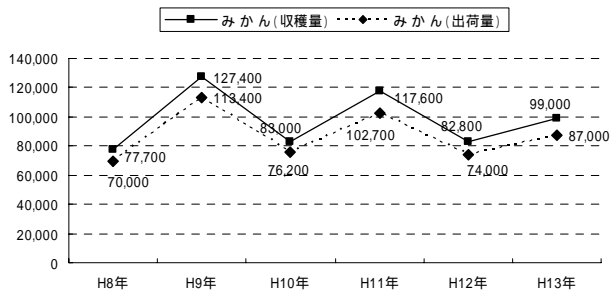
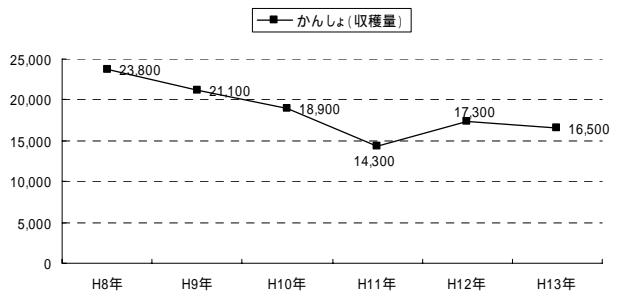
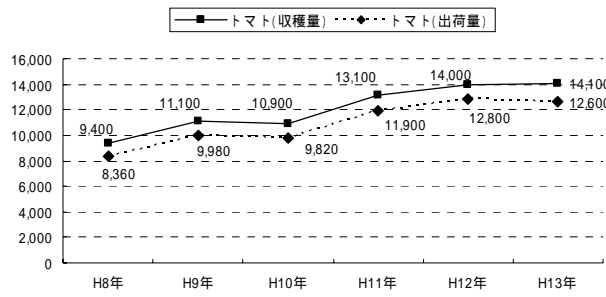
(単位: トン)



(出所) 九州農政局長崎統計・情報センター「長崎農林水産統計年報」

図表 3: 主要農畜産物の年間収穫量・出荷量等の推移(つづき)

(単位: トン)



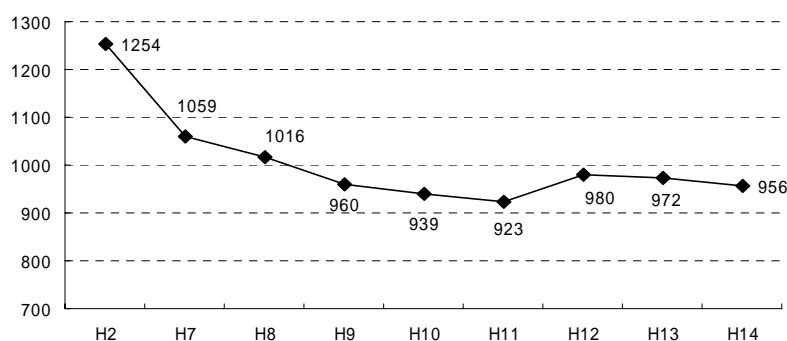
(出所) 九州農政局長崎統計・情報センター「長崎農林水産統計年報」

## 長崎県農業の従事者数と農家数

農業は、長崎県にとっても重要な産業であり、また大事な雇用の受け皿でもある。販売農家<sup>2</sup>の農業従事員<sup>3</sup>数について推移（図表 4）をみると、平成 2 年には 12 万 5,400 人であったが、その後徐々に減少し平成 9 年には 10 万人を割り込み、平成 11 年には 9 万 2,300 人と最も低い数値まで下げている。平成 12 年には 9 万 8,000 人まで増加したが、平成 13 年には 9 万 5,600 人まで徐々に減少している。

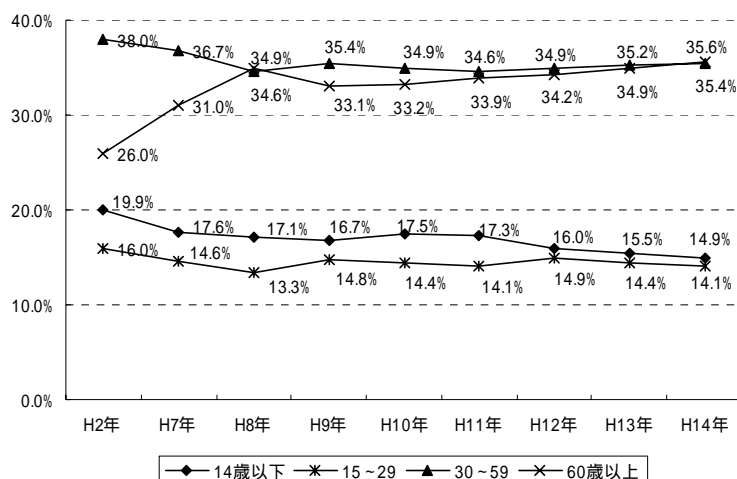
次に、販売農家の農家人口<sup>4</sup>について年齢層別シェアの推移（図表 5）をみると、「60 歳以上」のシェアでは、平成 2 年は 26.0%であったが、平成 13 年には 35.6%となり、9.6 ポイント上昇している。また、「14 歳以下」のシェアでは、平成 2 年は 19.9%であったが、平成 13 年には 14.1%となり、5.8 ポイント減少している。つまり、農業においても少子高齢化の影響が表れている。今後、更に少子高齢化が進むことが予想されるなかで、後継者の確保が大きな課題となってくる。

図表 4：農業従事員数の推移（単位：百人）



（出所）九州農政局長崎統計・情報センター「長崎農林水産統計年報」

図表 5：年齢層別農家人口シェアの推移（単位：%）



（出所）九州農政局長崎統計・情報センター「長崎農林水産統計年報」

<sup>2</sup> 販売農家とは、経営耕地面積が 30 アール以上または農産物販売金額が 50 万円以上の農家。

<sup>3</sup> 農業従事員とは、15 歳以上の世帯員のうち、調査期日前 1 年間に自営農業従事した世帯員。

<sup>4</sup> 農家人口とは、農家世帯員という。出稼ぎ等で不在であっても生活の本拠がその家にある者を含む。

### 長崎県農業の生産性

長崎県農業の生産性について、農家1戸あたりの所得(図表:6)をみると、全国や九州の指標と比較して低い水準にある。平成13年の長崎県の農業所得(935.1千円)は、全国平均(1,034千円)と比べて98.9千円、九州平均(1,182.3千円)と比べて247.2千円となっている。

更に、長崎県の農業経済余剰(433.3千円)は、全国平均(1,436.4千円)と比べて1,003.1千円、九州平均(1,177.3千円)と比べて744千円となっており、所得水準が低い。

図表6: 農家1戸あたりの所得に関する指標(平成13年) (単位: 千円)

区分	農業所得 (農業粗収益 - 農業経営費)	農外所得 (農外収入 - 農外支出)	農家総所得 (農家所得 + 年金・被贈等の収入)	可処分所得 (農家総所得 - 租税公課諸負担)	農家経済余剰 (可処分所得 - 家計費)
長崎県	935.1	3,590.0	5,826.2	4,724.3	433.3
九州	1,182.3	3,431.8	6,822.3	5,751.3	1,177.3
全国	1,034.0	4,750.9	8,021.9	6,650.5	1,436.4

(出所)九州農政局長崎統計・情報センター「長崎農林水産統計年報」

図表7: 農業所得と農業経済余剰の推移 (単位: 千円)

区分		H9年	H10年	H11年	H12年	H13年
農業所得	全国	1,203.0	1,246.3	1,141.4	1,084.2	1,034.0
	九州	1,294.7	1,413.5	1,160.8	1,256.3	1,182.3
	長崎県	935.1	1,236.1	1,034.8	1,055.4	935.1
農家経済余剰	全国	1,548.4	1,603.5	1,470.2	1,484.0	1,436.4
	九州	1,096.9	1,167.9	1,038.7	1,383.6	1,177.3
	長崎県	44.3	784.7	620.6	443.0	433.3

(出所)九州農政局長崎統計・情報センター「長崎農林水産統計年報」

以上、「長崎県農業の従事者数と農家数」から長崎県農業においても少子高齢化の進行が顕著になっていることがわかる。また、農業全体として、長引く不況・デフレへの対応、輸入農産物との競合、食の安全性の確保などの課題を抱えている。

長崎県農業の持続可能な発展のために、官民一体となって農業の所得水準を向上させるための販売チャネルの構築や今後の経営のあり方などについて考えることが必要であり、本調査では、新たな販売チャネルとして中国市場の可能性について提言する。

## (2) 長崎県水産業の現状

### 長崎県水産業の概要

長崎県は、大小数多くの島々、半島から形成され、その複雑な海岸線は湾や入江を形成し海面養殖の適地や船舶地として恵まれている。豊富な根付け資源<sup>5</sup>と沿岸・沖合域は広大な大陸棚を有する東シナ海及び日本海をつなぐ対馬海峡を有し、回遊する様々な魚種が年中豊富に来遊するなど、多くの魚介類に恵まれている。

長崎県水産業の全国の位置をみると、平成14年の海面漁業・養殖業の総生産額は1,120億円(全国シェア7%)あり、北海道に次いで、全国第2位となっている。

長崎県の海面漁業の生産量は、昭和50年代から60年代にかけて80万トンを超える生産を維持していたが、平成3年以降の生産量は、真イワシなどの資源の急激な減少や東シナ海等の漁場における中国漁船を始めとする外国漁船との競合などによって減少傾向である。

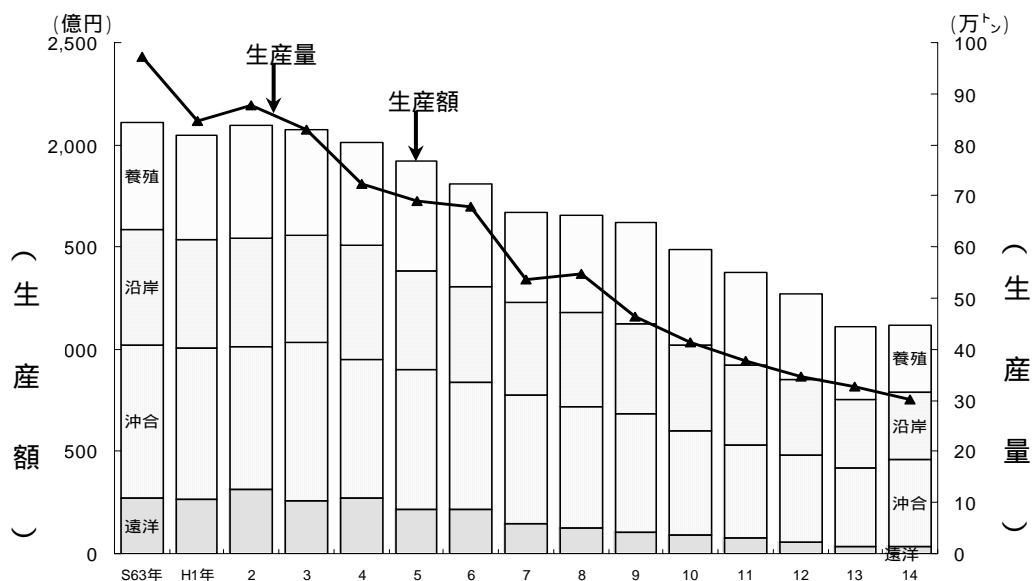
また、総生産額(図表9)は、平成4年まで2,000億円を維持していた。平成3年以降の総生産額は、沖合漁業を始めとする海面漁業の生産量の減少と併せて長引く不況によるデフレの影響で漁価が低迷し、減少傾向である。平成14年の総生産額は、1,120億円となり、前年と比べて9億円増加している。

図表8：海面漁業・養殖漁業部門別生産額 (単位：億円)

区 分	H12年	H13年	H14年	対前年差	対前年比(%)
<b>総 生 産 額</b>	1,273	1,111	1,120	9	101
<b>海 面 漁 業</b>	852	755	788	33	104
遠 洋 漁 業	52	37	37	0	102
沖 合 漁 業	431	385	426	41	111
沿 岸 漁 業	368	334	325	9	97
<b>海 面 養 殖 業</b>	421	356	332	24	93

(出所) 九州農政局長崎統計・情報センター「長崎農林水産統計年報」

図表9：海面漁業・養殖漁業部門別生産額の推移



(出所) 九州農政局長崎統計・情報センター

<sup>5</sup> 根付け資源とは、海底の岩礁帯の海底にすむ漁業の対象となる生物

### 長崎県水産業の位置

水産業は、長崎県において重要な産業である。漁業魚種別生産額・量とも、全国的にも高いシェアを誇るものが数多くある。

平成 14 年の海面漁業・養殖業の生産額ベースで、水産品では 32 種類の魚介類などが全国上位 10 位以内に入っている。

全国上位 10 位以内の具体的な魚介類等としては、次に挙げるものがある。

- <全国 1 位> マアジ、ムロアジ、サバ類、ブリ類、タイ類、サワラ類、甘ダイ類、サザエ、その他のイカ類、フグ類（養殖）、真珠（養殖）
- <全国 2 位> 真ダイ
- <全国 3 位> カジキ類、アワビ類、ひじき
- <全国 4 位> うるめイワシ、かたくちイワシ、スルメイカ、うに類  
真ダイ（養殖）、くるまえび（養殖）
- <全国 5 位> 伊勢えび、ヒラメ（養殖）
- <全国 6 位> イサキ、ヒラメ、あなご類、フグ類、くるまえび
- <全国 7 位> ブリ類（養殖）
- <全国 8 位> たちうお、タコ類、ワカメ類（養殖）

（出所）九州農政局長崎統計・情報センター

また、水産加工品では、8 種類が全国上位 10 位以内に入っている。

全国上位 10 位以内の具体的な水産加工品としては、次に挙げるものがある。

- <全国 1 位> イワシ（煮干し品）
- <全国 3 位> 冷凍すり身（冷凍水産物）
- <全国 4 位> スルメ（素干し品）、冷凍マアジ・ムロアジ（冷凍水産物）、  
凍サバ（冷凍水産物）
- <全国 5 位> サバ（塩蔵品）、冷凍スルメイカ（冷凍水産物）
- <全国 7 位> さくら・みりん干し（調味加工品）

（出所）九州農政局長崎統計・情報センター

漁港別主要品目別仕向先出荷量

長崎県に水揚げされる水産物は、主に産地水揚流通拠点である長崎、佐世保、松浦の卸売市場の経由、または漁協系統共販により中央卸売市場等へ鮮魚出荷されている。このうち、平成 13 年の主要品目別の仕向先・出荷量について、主要卸売市場である長崎、松浦おける主要品目の仕向先と出荷量をみる。

長崎漁港

長崎漁港の仕向先・出荷量（シェア）をみる。（図表 10）

ぶり類は、京阪神が 1,825 トン（56%）と最も多く、次いで県内向けの 652 トン（20%）である。

真アジは、その他中央卸売市場が 1,675 トン（52%）と最も多く、次いで県内向けの 957 トン（30%）京阪神の 335 トン（10%）である。

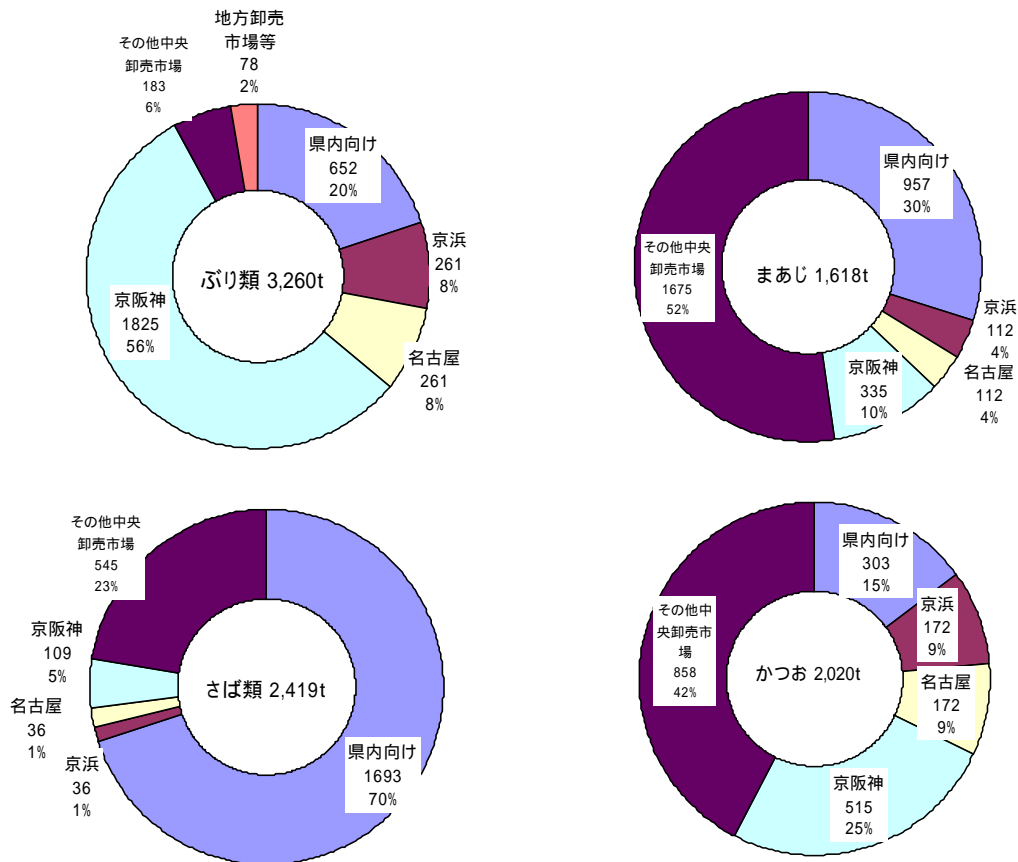
サバ類は、県内向けが 1,693 トン（70%）と最も多く、次いでその他中央卸売市場の 545 トン（23%）である。

カツオは、その他中央卸売市場が 858 トン（42%）と最も多く、次いで京阪神の 515 トン（25%）、県内向け 303 トン（15%）である。

主要品目全体をみると、その他中央卸売市場、県内向け、京阪神への出荷が 8 割以上を占め、主に長崎県内や近隣の消費地で流通している。

図表 10：長崎漁港の主要品目別の仕向先・出荷量（平成 13 年）

（単位：トン）



（注）グラフの数値は、上段：出荷量（トン）、下段：シェア（%）を示す。

（出所）農林水産省統計情報部「平成 13 年水産物流通統計」

## 松浦漁港

松浦漁港の仕向先・出荷量（シェア）をみる。（図表 11）

ブリ類は、京浜が 428 トン（65%）と最も多く、次いで名古屋の 98 トン（15%）、京阪神の 98 トン（15%）である。

真アジは、京浜が 1,198 トン（24%）、その他中央卸売市場 1,198（24%）と同数で最も多く、次いで京阪神の 719 トン（15%）、名古屋の 719 トン（15%）である。

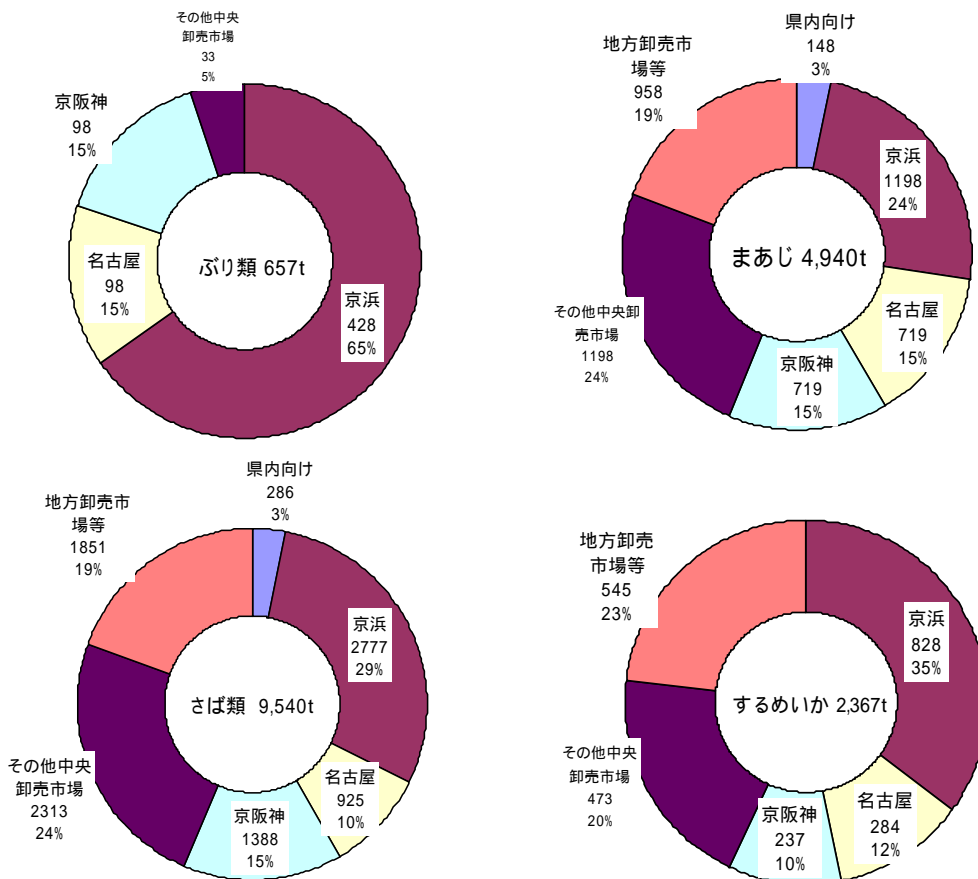
サバ類は、京浜が 2,777 トン（29%）と最も多く、次いでその他中央卸売市場の 2,313 トン（24%）、京阪神の 1,388 トン（15%）、名古屋の 925 トン（10%）である。

スルメイカは、京浜が 828 トン（35%）と最も多く、次いで地方卸売市場の 545 トン（23%）、その他中央卸売市場の 473 トン（20%）である。

主要品目全体をみると、京浜、名古屋、京阪神等の中央卸売市場への出荷が 75%以上を占め、大半が県外の大消費地で流通している。

図表 11：長崎漁港の主要品目別の仕向先出荷量（平成 13 年）

（単位：トン）



（注）グラフの数値は、上段：出荷量（トン）、下段：シェア（%）を示す。

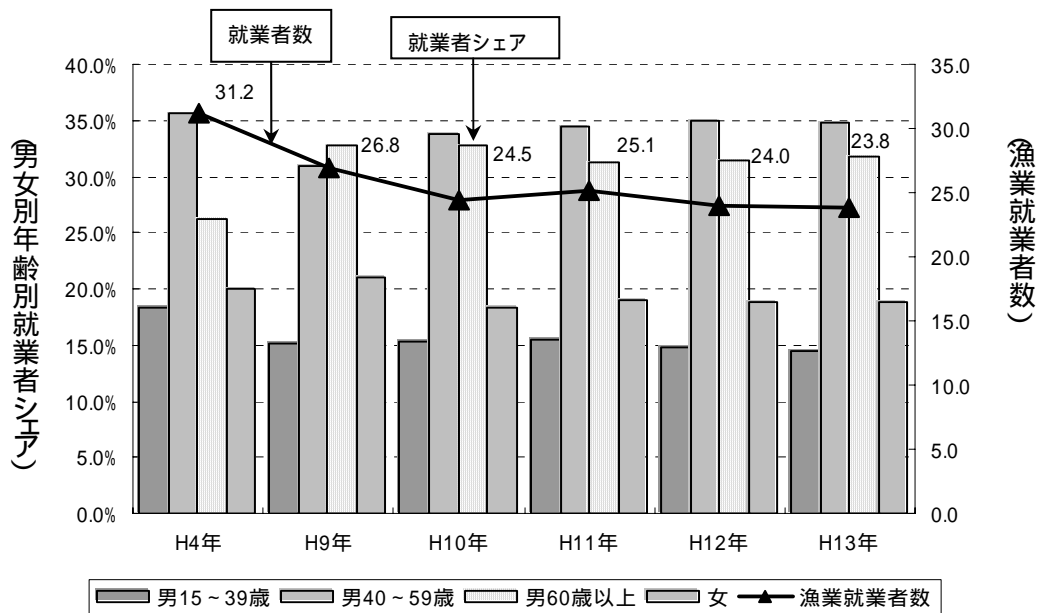
（出所）農林水産省統計情報部「平成 13 年水産物流通統計」

### 漁業就業者数

水産業は、長崎県にとっても重要な産業であり、また大事な雇用の受け皿でもある。漁業就業者数の推移をみると(図表 12)、平成 4 年には 31.2 千人であったが、平成 13 年には 23.8 千人と徐々に減少している。

次に、漁業就業者数を年齢層別にみると、「男 60 歳以上」のシェアでは、平成 4 年は 26.1% であったが、平成 13 年には 31.8% となり、5.7 ポイント上昇している。また、「男 15~39 歳」のシェアでは、平成 4 年度は 18.3% であったが、平成 13 年には 14.5% となり、3.8 ポイント減少している。つまり、水産業においても、少子高齢化の影響が表れている。今後、更に少子高齢化が進むことが予想されるなかで、後継者の確保が大きな課題となってくる。

図表 12：漁業就業者数と男女別・年齢層別シェア



(出所)九州農政局長崎統計・情報センター「長崎農林水産統計年報」

### 長崎県水産業の生産性

長崎県水産業の生産性について、漁船漁業漁家1戸当たりの所得（図表13）をみると、全国平均より低く、東シナ海区平均よりは高い水準にある。平成13年の長崎県の事業所得（1,811.1千円）は、全国平均（2,578.8千円）と比べて767.7千円となっている。

次に、所得を推移（図表14）でみると、平成11年～12年の事業所得は低迷していたが、平成13年は回復基調にあり、マイナス収支であった漁家経済余剰も457.9千円のプラスに転じている。

図表13：漁船漁業漁家1戸あたりの「所得」に関する指標（平成13年）（単位：千円）

区分	事業所得 (漁業 + 漁業外)	事業外所得 (労賃・年金の収入)	漁家所得 (事業所得 + 事業外所得)	可処分所得 (漁家所得 - 租税公課諸負担)	漁家経済余剰 (可処分所得 - 家計費)
長崎県	1,811.1	2,643.4	4,454.5	3,695.5	457.9
東シナ海区	1,756.5	2,481.5	4,238.0	3,628.8	219.6
全国	2,578.8	3,060.5	5,639.3	4,810.7	621.7

（出所）九州農政局長崎統計・情報センター「長崎農林水産統計年報」

図表14：「漁業所得」と「漁家経済余剰」の推移（単位：千円）

区分		H10年	H11年	H12年	H13年
事業所得	全国	2,448.9	2,448.7	2,202.8	2,578.8
	東シナ海区	2,052.8	1,621.4	1,547.4	1,756.5
	長崎県	2,165.3	1,613.9	1,207.2	1,811.1
漁家経済余剰	全国	843.5	788.1	617.2	621.7
	東シナ海区	805.7	99.4	-297.5	219.6
	長崎県	322.7	-100.9	-242.7	457.9

（出所）九州農政局長崎統計・情報センター「長崎農林水産統計年報」

以上、「漁業就業者数」から長崎県水産業においても少子高齢化が進行していることがわかる。また、水産業全体として、長引く不況、デフレ物価、輸入魚介類との競合、若者の魚食離れなどから魚価が低迷し、また水産資源の枯渇や異常気象などから漁獲量が減少しているといった大きな課題を抱えている。

長崎県水産業の持続可能な発展のために、官民一体となって水産業の所得水準を向上させるための販売チャネルの構築や今後の経営のあり方などについて考えることが必要であり、本調査では、新たな販売チャネルとして中国市場の可能性について提言する。

## 2 . 中国市場

### ( 1 ) 日本の中国向け輸出

#### 日本の中国向け輸出

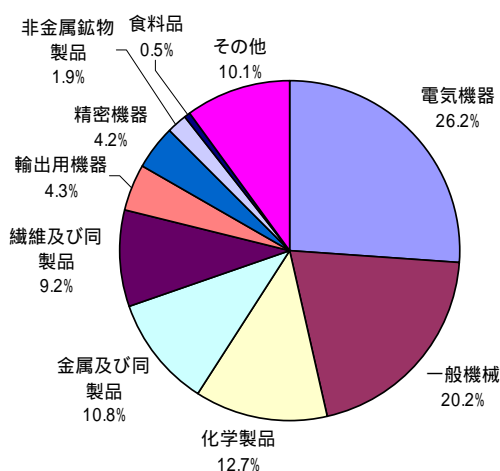
2001年の日本の中国向け輸出総額は、31,090.7百万ドルあり、そのうち食料品の輸出額は、164.6百万ドルである。食料品の輸出は、数量・価額とも増加傾向であるが、中国向け輸出全体からするとシェアで僅か0.5%に過ぎない。日本は、中国に対して食料品の輸入超過国であり、今後もその関係が大きく変化することはないと言える。

ただし、2003年の貿易統計によると、日本と中国の貿易収支は、香港貿易を含めた場合、日本が貿易黒字国に転換している。中国は、現時点でも日本の経済成長を牽引しているが、高い経済成長を維持し続けることで、更に強力な購買力を持つ貿易相手国となっていく。

日本から中国向けに農水産物を輸出促進することは、「物価の高い日本産が物価の安い中国で売れるか」という見方が当然ある。しかし、物流の原則から一見逆転している発想と捉えられがちであるが、中国の潜在性の高い購買層をターゲットとすることで、日本産農畜水産物の輸出の可能性は十分期待できる。

したがって、長崎県農水産業の浮揚にとっても、日本国内市場のみならず潜在性の高い中国市場へ新たな販路を求めて行くことが可能であり、また必要でもある。

図表 15：中国向け輸出品目別の構成比（2001年）



(出所)財務省「貿易統計」

## 農畜水産品

2001年の貿易統計では、日本の食料品の輸出額は約2億ドルであるのに対して、輸入額は76億ドルである。日本は、金額ベースで約74億ドルの食料品の輸入超過国である。なお、日本の輸出上位品目には、豚の皮、さけ・ます、いか、麦芽エキス、カニなどがある。

中国向け輸出農畜水産品別のシェア（図表16）をみると、まず数量・価額とも圧倒に多いのは、魚介類及び同調製品であり、シェアは数量・価額とも約9割を占めている。

2001年～2003年11月までの農畜水産品の対中国輸出の推移（図表17）をみると、2003年の魚介類及び同調製品は、2001年と比べて減少しているが、農畜水産品の輸出において大きなシェアをもつことは変わらない。

また、その他の農畜水産品は、2001年と比べて数量・価額とも倍以上に増加している。特に、果実は、2001年と比べて、数量で754ト（2.5倍）増、価額で328百万円（5.2倍）増と大幅に増加している。果実の価額は、魚介類及び同調製品に次いで第2位に躍進している。

図表16：中国向け輸出の食料品目別構成比

品 目	数 量	価 額
肉類・同調製品	1.0%	1.6%
酪農品・鳥卵	0.1%	0.5%
魚介類・同調製品	88.9%	87.6%
穀物・同調製品	5.9%	3.7%
果 実	1.9%	3.8%
野 菜	2.2%	2.8%

（注）時点は、2003年1～11月の財務省「貿易統計」データをもとに作成

（出所）財務省 HP 貿易統計をもとにながさき地域政策研究所にて作成

図表17：中国向け輸出の食料品も区別数量・価額

（単位：千円）

品 目	単 位	2001年		2002年		2003年(1～11月)	
		数量	価額	数量	価額	数量	価額
肉類及び同調製品	MT	123	38,185	255	73,450	641	172,359
酪農品及び鳥卵	MT	13	18,608	47	32,862	95	56,268
魚介類及び同調製品	MT	75,365	10,517,063	59,812	9,943,819	58,586	9,425,603
魚介類(生鮮)	MT	74,775	10,179,020	58,102	9,451,357	58,263	8,822,341
魚介類の調製品	MT	589	338,043	708	492,462	320	603,262
穀物及び同調製品	MT	2,052	267,794	3,143	351,948	3,910	402,976
果 実	KG	486,728	76,944	1,213,171	181,325	1,240,746	404,735
野 菜	KG	702,447	216,349	1,490,192	350,869	1,455,929	299,525
食料品及び動物	MT		19,533,995		20,039,598		18,545,548

（出所）財務省 HP 貿易統計をもとにながさき地域政策研究所にて作成

## (2) 中国の食料需要

### 食料需給

中国の食料需要について、食料自給率から考察する。FAO “Commodity Balances” をもとに農林水産省が試算した数値によると、2001年の中国の穀物自給率は95%となり、自給できない5%については、輸入による調達が必要となる。

農林水産省の「食料自給率レポート～中国の食生活の変化と食料需給への影響～」によると、「中国では、人口増加や生活水準の向上に伴い、肉類の需要が増え、飼料用穀物の需要も増加している。また、油脂需要の拡大に伴い、自国産大豆より油脂抽出率の高い米国産への依存を高め、中国の大豆輸入は、1995年の29万トンから2001年には日本の3倍以上の1,643万トンと急増しており、今後とも同傾向が続くものと考えられる。一方、農産物の価格低迷による大豆からとうもろこしへの作付の転換、5年連続の干ばつ、過剰在庫を背景とした農政転換等により食料生産全体は減少していることに加え、WTO加盟に伴い主要穀物等が関税割当制へ移行したことにより、自給を原則としていた中国が大量の穀物を輸入する可能性がある。こうしたことから、今後の中国の輸入動向が世界の食料需給に影響を及ぼすことも考えられる。」と現状の分析と今後の予測をしている。中国の食料需要は、将来の需給バランスからすると、日本を含む諸外国からの食料輸入に依存する傾向が強くなることが予想される。したがって、長崎県から中国向け農畜水産品の輸出は、非現実的なことではない。

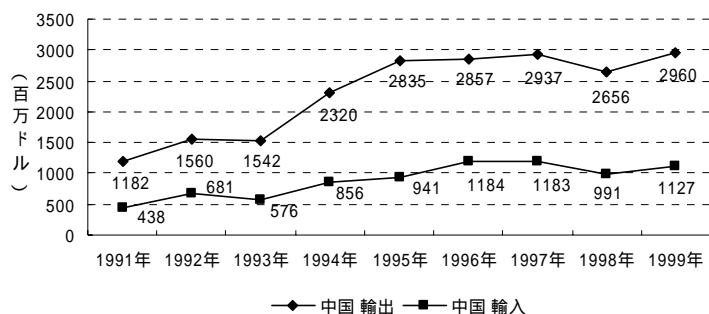
### 水産品需要

中国水産品の供給について、漁業生産は増加傾向であるが、海面漁業では資源量の減少により生産が低迷している。養殖漁業では大規模生産により増加しているが、養殖海面の制限などにより生産量が頭打ちになりつつある。また、養殖漁業や近海海面漁業では、人口の増加、製造業の立地拡大による海洋汚染問題が表面化し、漁業生産に大きな影響を及ぼす可能性がある。

中国水産品の需要について、中国の沿岸都市部では、水産品が畜産品以上に高級食材として位置付けられて、日本との価格差が農産品に比べて少ないことなどから今後更に水産品の需要が多くなることが期待できる。また、高度経済成長の持続による「所得水準の向上」や「物流インフラの充実」などから、中国内陸部にも水産品が幅広く普及すれば、更に中国の水産品の需要は拡大することが期待できる。

中国における水産物の輸出入額の推移(図表18)をみると、1999年の水産物輸出入額は、輸出で29.6億ドル、輸入で11.2億ドルとなり、輸出入額を対比すると、輸入が18.4億ドルほど大きく下回っている。ただし、中国の「魚料理」の食スタイルは、川魚から海魚へ転換してきており、水産品の輸入が増えると考えられる。更には将来の中国が水産品の輸入超過国へ転じるとの見方もある。

図表18：中国における水産物の輸出入額の推移



(出所)国連食糧農業機関

### (3) 中国(上海)の消費市場

#### 人口背景

中国は、WTO 加盟を機に「世界の工場」から「世界の市場」へ更なる発展を遂げようとしている。ここでは、中国および上海市場について市場の潜在能力を東アジアの先進都市と比較してみる。2002年の人口統計(図表19)をみると、人口規模では、中国全体で12億8,453万人、上海で1,625万人、上海在留日本人で15,178人となっている。他の東アジアの先進都市は、ソウルで1,026万人、台北で264万人、香港で678万人、シンガポールで416万人となっており、上海は、人口規模で見ると潜在能力の高い市場と言える。また、上海の在留日本人数は、中国全体の在留日本人(37,823人)のうち、約4割の15,178人となっている。

上海でのヒアリングによると、上海は観光やビジネスなどで訪れている短期滞在の日本人を含めると、すでに5万人を超えているとの見方もある。また、上海の日本食料店数は、すでに200店舗を超えており、日系の企業進出数は、約1千社あると言われている。2ケタの経済成長を続けている上海には、今後も日系の企業や料店の進出が増加することが考えられる。

図表19：アジア主要国(地域)の人口および在留邦人数

国・地域	人口(千人)	増加率(%)	在留邦人数(人)
日本	127,435	1.1	-
中国	1,284,530	6.5	37,823
北京	14,230	0.9	7,130
上海	16,250	0.5	15,718
タイ	62,800	7.9	26,536
バンコク	5,782	0.1	19,343
韓国	47,640	6.3	18,465
ソウル	10,263	3.7	6,896
マレーシア	24,527	17.4	11,256
クアラルンプール	1,379	1.2	5,636
台湾	22,520	5.1	15,317
台北	2,642	3.1	8,924
香港	6,787	0.9	26,267
シンガポール	4,164	0.1	20,697

(注)人口の時点は2002年。ただし、ソウルは2001年、クアラルンプールは2000年の時点。

人口増加率は対前年比。クアラルンプールは91年比。

在留邦人の時点は2002年10月。

(出所)日本貿易振興機構(ジェトロ)作成資料

## 所得水準

2002年の所得水準(図表20)をみると、1人当たりのGDPは、中国全体で963.1USドル(2002年実勢レート124円)、上海で4,908.4USドル、台湾で12,452.0USドル、香港で23,912.1USドル、日本で31,343.3USドルとなっている。また、中国のGDP成長率は、2002年で8%台、2003年で9.1%、2004年も8%台を維持し続けると予想されており、依然高い経済成長を維持し続けている。また、中国の経済成長を牽引している揚子江デルタ地域の中心都市である上海の所得水準は、急速に東アジアの先進都市に迫ると予想される。

次に、中国人富裕層と呼ばれる所得上位10%(図表21)をみると、2002年の上海の所得上位10%の世帯は、49万世帯の130万人となっており、世帯平均月収は、7,351元(日本円換算約10.3万円)となっている。また、上海の所得上位10%の所得水準は、全国都市部の所得上位10%の世帯平均月収3,946元(日本円換算約5.5万円)と比べて、約1.8倍の高い所得水準である。つまり、上海の高い所得水準の背景には、上海の所得水準を押し上げている更なる高所得層が多数存在することが考えられる。

図表20：1人当たりのGDPおよびGDP総額

国・地域	1人当たりのGDP		GDP		
	金額 (ドル)	(順位)	金額 (億ドル)	(順位)	((PPP)) 成長率 (%)
日本	31,343.3	(7)	39,922.2	(2)	((3)) 0.3
香港	23,912.1	(17)	1,629.8	(28)	((38)) 2.3
シンガポール	21,698.8	(20)	902.4	(40)	((55)) 2.2
台湾	12,452.0	(30)	2,815.1	(17)	((18)) 3.5
韓国	9,601.9	(36)	4,614.8	(12)	((13)) 6.1
マレーシア	3,879.8	(58)	951.6	(38)	((35)) 4.2
タイ	1,988.5	(82)	1,264.1	(31)	((19)) 5.2
中国	963.1	(111)	12,371.5	(6)	((2)) 8.0
北京	3,352.2	-	378.2	-	- 10.2
上海	4,908.4	-	653.5	-	- 10.9

(注) 時点は2002年。順位は全世界の順位。

PPPは購買力平価をもとにGDPを換算した場合の全世界の順位。

(出所) The World Economic Outlook(WEO) Database April 2003をもとにジェトロにて作成

図表21：中国都市部および上海市都市部の所得

項目	全国都市部		上海市都市部	
	全体	上位10%(最高位)	全体	上位10%(最高位)
世帯1人当たり可処分所得(年)	7,703元	18,288元	13,250元	31,619元
世帯平均収入(月)	1,951元	3,946元	3,202元	7,351元
就業者1人当たり収入(月)	1,235元	2,575元	2,107元	4,107元
世帯数	1.6億世帯	1,600万世帯	490万世帯	49万世帯
人口	5.0億人	4,200万人	1,480万人	130万人

(注) 時点は2002年。

所得によって一世帯当たり人口が異なることから(最高位10%:2.59人、最低位10%:3.44人)、所得水準上位10%世帯の人口は、都市部全体の10分の1とはならない。

(資料) 中国国家统计局「中国統計年鑑2003年」、上海市統計局「上海統計年鑑2003年」、CEIC Data

(出所) みずほ総合研究所「日系企業にとっての中国内販市場」(P3)

## 上海の購買力

みずほ総合研究所の調査レポート「日系企業にとっての中国内販市場～主要消費財の需要動向を中心に～」によると、上海の中国人の実質的な購買力について、名目収入だけでなく、物価水準などを考慮した実質収入をもとに考察している。また、中国の日用品や食費、住居費などの物価水準は、日本と比べて格段に安いことも注視している。

上海の一般的な物価について、いくつか挙げると、タクシーの基本料金 10 元（日本円換算 150 円）、地下鉄 2 元（同 30 円）、ビール 2 元（同 30 円）、新聞 1～2 元（同 15～30 円）、弁当 5 元（同 75 円）、マンション月間賃貸料（郊外 2LDK）2,000 元（同 3 万円）となっており、日本と比べるとおおむね 4～5 分の 1 である。

上海では、日本の一般的な所得水準より格段に低いにもかかわらず、耐久消費財や外国ブランド品の購入、国内・海外旅行など、豊かな生活を送っている層が多いように見える。つまり、基本的な生活費を安くまかなうことが可能であるため、物価レベルを考慮した実質的な購買力は、統計上の名目の世帯収入より大幅に大きいことが考えられる。

中国人の購買力を踏まえた中国の国内販売上の留意点としては、日本の消費財、サービス、飲食などを中国市場で販売する場合には、現地生産を通じて生産・物流コストを削減し、日本と比べて価格を低めに抑えることが、中国などの同一の製品やサービスより優位に立つために必要となる。（日本 300 円 中国 10 元）一方、日本の消費財、サービス、飲食などを日本と同価格または日本を上回る価格で販売する場合（日本 300 円 中国 20 元以上）には、価格に見合うだけの高い付加価値がなければ、現地の物価水準から見て相当割高となり、中国の消費者に支持を得にくいことが言える。

## 上海の流通業

上海の小売流通市場をみると、所得水準が高く、潜在的な消費能力の高い市場であるため、地場企業の台頭や外資系企業の進出が激しい。例として外資系の流通企業では、フランスのカルフル（家楽福）が上海を始め中国全土に進出している。同社は、2002年末で中国国内に36店舗を展開し、売上高は120億元である。同社は、中国の全流通チェーンの第4位にまで勢力を伸ばしている。

中国はWTO加盟に伴い、海外の物品やサービスに対して、更なる市場開放を義務付けられ、流通分野においては、段階的ではあるが外資小売業は3年以内に地域や出資比率の制限が撤廃される。卸売業も2年以内に出資比率の50%超が認められ、地域制限も解消される予定である。よって、今後更に外資系の流通企業は、中国進出を拡大していくと考えられる。これらの規制緩和の潮流は、食品関連の業界にとっても、販路の拡大を図る大きなビジネスチャンスである。

次に、中国国内の流通企業も外資に対抗するべく再編が進んでいる。その中でも2003年4月に誕生した上海百聯集団は、国内最大手のスーパーを傘下に持つ上海友誼集団、国内2位の流通グループである華聯集団、百貨店・卸大手の上海一百集団、自動車販売など大手の上海物資集団の4社が経営統合した総店舗数4千店、総売上高700億元（約1兆円）の中国最大の流通企業である。今後、更に流通業界でも熾烈な生き残り競走が繰り広げられることが予想される。

長崎県産農畜水産物は、中国で付加価値の高い「食材ブランド」として、認知度を向上させる積極的な取り組みをし、確固たる地位を築くことができれば、スーパーマーケットなどの量販店との取引を進める時にもプラスとなる。

図表 21：上海の小売企業

百貨店	チェーンストア		
	ハイパーマーケット	スーパーマーケット	コンビニエンスストア
梅龍鎮伊勢丹	カルフル(仏)	聯華	ローソン
華亭伊勢丹	メトロ(独)	華聯	快客(聯華)
上海友誼集団	オーシャン(仏)	農工商	良友便利
上海第一百貨商店	ロータス(タイ)	家得利	可的
上海太平洋百貨	楽購(台湾)	捷強	好德
上海新世界	好又多(台湾)	トップス	21便利
	B&Q(英)		家家樂
	IKEA(スウェーデン)		每天便利

(注) ハイパーマーケットは床面積6,000㎡以上が中心。

スーパーマーケットは床面積500～600㎡が中心。

(出所) みずほ総合研究所「日系企業にとっての中国内販市場」をもとに  
ながさき地域政策研究所にて作成

#### (4) 中国(上海)市場のターゲット

##### 上海市場

長崎県産農畜産物を中国へ輸出する場合、対象を中国市場とするのではなく、ターゲットとする地域や顧客を絞り込んだ販売戦略をとることが重要なポイントである。

所得水準、購買力、貿易の利便性などの総合的な視点から、上海を最優先の輸出対象地域とすることが妥当である。上海は、1人当たりのGDP(2002年)が4,908.4USドルあり、中国の31の省・直轄市・自治体のなかで最も所得水準が高い。また、主な購買層になり得ると想定している上海在留日本人数や日系の進出企業や日本食料理店等が数多く集中している。また、長崎や福岡などとの多様な輸送チャネルがある。具体的には、長崎発では、上海行きの航空便は、所要時間わずか約1時間30分であり、また福岡発の高速貨物便は、所要時間約26時間30分である。上海を中心に物流インフラの充実や外資系の物流企業の進出などが進みつつある。上海を含む揚子江デルタ地域についても、日系企業を含む外資系企業の進出が多く、上海はその中心都市として情報発信源となっている。

したがって、上海は、中国の省・直轄市・自治体のなかで最も潜在性の高い市場である。本調査では、上海を最優先輸出対象地域と位置づけし、輸出戦略を構築していくことが長崎と中国交流において重要なポイントであると考えられる。

### 長崎産農畜水産品のターゲット

上海市場における長崎県産農畜水産品の需要層を考察する場合、我が国と中国の所得・物価の違い、食文化の違いなどがあるため、中国人による購買は、一部の高所得者層に限定されると考えられる。よって、上海への輸出はターゲット顧客を絞り込むことが重要なポイントである。

短期的な輸出・販売戦略では、日本産農畜水産品を食べた経験があり日本産農畜水産品の“美味しさ”“食の安全性”などの付加価値をよく理解している、中国産より割高な価格でも購入できるだけの所得の余裕がある、といった2つの条件を満たす必要があると考える。

また、現在、上海にある日本食料理店の数は、すでに200店舗を超えていると言われている。今後、上海の飲食業界において、回転寿司などの日本の多様な外食産業の進出が増加してくると予想する。

よって、短期のターゲット顧客としては、主に上海在留日本人および日本人がよく利用する日本食料理店、ホテル、レストラン等の外食産業があげられる。

中長期的な輸出販売戦略では、上海の日本食材専門店によると、台湾や香港等の上海在留外国人および一部の中国人富裕層が顧客として日本産食材を購入している。そこでの日本人の顧客単価60元に対して、台湾・香港の上海在留外国人や一部の中国人富裕層の顧客単価は、200元と大幅に上回っている。つまり、上海在留外国人や中国人富裕層には、日本産食材への購買意欲が強くあり、かつ高い所得水準を有する層が存在している。

中国人富裕層と呼ばれる所得上位10%については、上海に49万世帯の130万人おり、世帯平均月収が7,351元（日本円換算約10.3万円）ある。中国人富裕層には、すでに日本産食材を購入し、また日本食料理店を利用している人も多くいる。よって、日本産食材の付加価値をよく理解し、かつ高い所得があるため購買層の拡大が期待できる。

よって、中長期のターゲット顧客としては、日本産食材に強い関心を持つ、または日本渡航経験がある上海在留外国人（特に、台湾人・香港人等）や中国人富裕層があげられる。

中国における日本産食材に関する留意点として、中国人にあまり認知されていないものもまだ多くある。よって、潜在的なターゲット顧客に対する中長期的な販売促進策として、“調理方法から料理の食べ方に至るまでを一貫した日本の食文化”を浸透させるためのPRや啓蒙活動を積極的に展開することがある。それが、日本産食材の“美味しさ”“安全性”などの付加価値を広く浸透させることに繋がり、ターゲット顧客の裾野を広げるポイントである。

具体的な案として、長崎県産農畜水産品の物産展を上海有名な高級百貨店や高級ホテルなどで開催する。物産展では、長崎から招聘した有名シェフが長崎産の食材で調理し、そして試食しながら商談会などに結びつける。もちろん、試食会では、飲み物は壱岐焼酎等の長崎のお酒、食器は波佐見焼きや三河内焼きといった長崎県産品を合わせてPRすることで相乗効果が期待できる。

### 3 . 日本産食品・食材のニーズ

日本産食品・食材の購入環境とニーズを把握するため、上海在留日本人主婦（350名）を対象に2003年9月～10月に実施した「日本産の農畜水産品（加工品を含む）の流通に関するアンケート」のアンケート調査（回収率16.8%）と2003年11月に上海で流通関係者および日本食料理店オーナーなどに実施したヒアリング調査をもとに、日本産食品・食材のニーズを考察し、輸出可能性のある具体的な農畜水産品を導き出す。

#### （1）日本産食品・食材の購入環境

##### 日本産食品・食材の購入場所

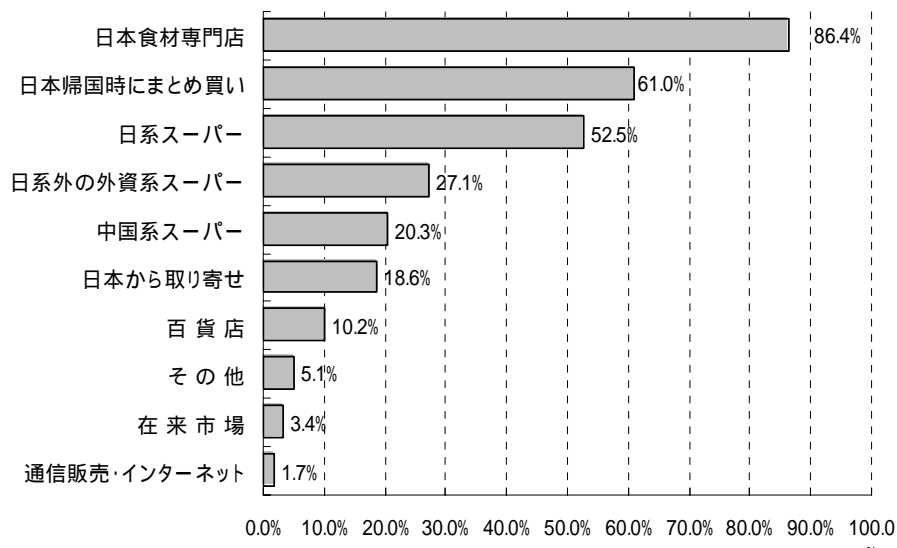
日本産食品・食材の購入場所は、「日本食材専門店」（86.4%）が最も多い。次いで、「日本帰国時にまとめ買い」（61.0%）が多い。3番目に「日系スーパー」（52.5%）が多い。

日本食材専門店は、日本人居住区などを核として店舗展開している。価格は、日本の小売価格の1.5～2倍ほどである。上海市内にある日本食材専門店によれば、日本産食品・食材の売れ筋商品は、カップラーメンとなっている。顧客は、日本人が9割ほどと大半を占め、その他に台湾や香港などの上海在留外国人と一部の中国人富裕層がいる。

日本帰国時にまとめ買いが多いことから、上海にある日本産食品・食材に満足できていないことが伺える。

日系スーパーは、現在上海に食品売り場を持つ「日系百貨店」「日系大型スーパーマーケット」はないが、日系のコンビニエンスストア「ローソン」や日本人住宅内のテナントショップがある。

図表 22：日本産の食品・食材の現在の購入場所



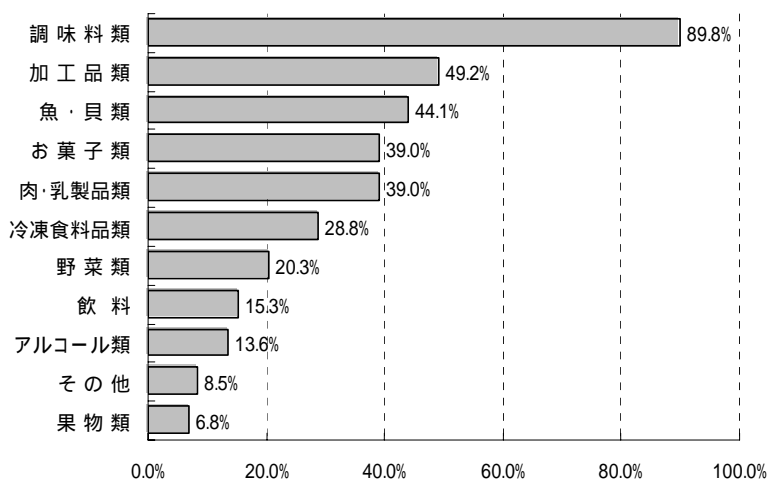
（資料）ながさき地域政策研究所「日本産の農畜水産品の流通に関するアンケート調査報告書」

### 現在購入している日本産食品・食材

購入する食品・食材の種類は、「調味料類」(89.8%)が最も多く、次いで、「加工品類」(49.2%)となっている。具体的な品目として、調味料類では、「醤油」(26人)、「味噌」(13人)があがっている。加工品類では、「カレールー」(8人)、「納豆」(7人)があがっている。

調味料類や加工品類が多い理由は、日本料理には欠かせない食品であることと、あわせて常温と冷凍による貯蔵性が優れていることから中国向け輸出が先行しており、上海でも広く流通していることが考えられる。

図表 23：日本産の食品・食材における現在の購入種類



(資料) ながさき地域政策研究所「日本産の農畜水産品の流通に関するアンケート調査報告書」

図表 24：日本産の食品・食材における現在の具体的な購入品目

分類	回答数	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
調味料類	85	醤油 (26)	味噌 (13)	だし類 (10)	ソース類 (7)	酢 (5)
加工品類	46	カレールー (8)	納豆 (7)	インスタント ラーメン(4)	シチュー ー(3)	海苔 (3)
魚・貝類	20	魚 全般 (7)	刺身 (7)	以下は、各1票であさり、かれい、サバ、シラスなど		
肉・乳製品類	11	肉類 全般 (6)	以下は、各1票で牛肉、骨なし鶏もも肉、卵など			
アルコール類	11	酒類 全般 (5)	日本酒 (3)	焼酎 (2)	ビール (1)	-
お菓子類	8	各1票で、アイスクリーム、飴、煎餅、柿の種、チョコレート、プリン、羊羹など				
飲料	8	日本茶 (2)	以下は、各1票で麦茶、紅茶、珈琲豆、オレンジジュースなど			
冷凍食品類	6	冷凍食品 全般(4)	以下は、各1票でフレンチフライポテト、冷凍うどん			
野菜類	4	各1票で、カボチャ、米、しその葉、緑色野菜				

(資料) ながさき地域政策研究所「日本産の農畜水産品の流通に関するアンケート調査報告書」

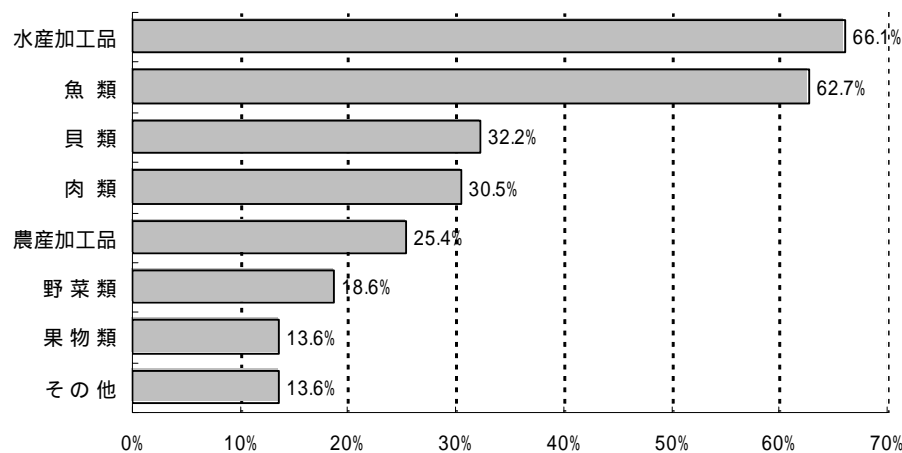
(2) 日本産食品・食材のニーズ

アンケート結果のニーズ

農畜水産品の食品・食材の中で日本産があれば優先して購入する種類は、「水産加工品」(66.1%)が最も多く、次いで、「魚類」(62.7%)となっている。アンケート調査では、特に、水産品の潜在的なニーズが多いことがわかった。

具体的な品目として、水産品(魚類・水産加工品)では、「刺身」(13人)、「蒲鉾類」(11人)、「干物」(8人)などがあがっている。また、畜産品(肉類・畜産加工品)では、「牛肉」(11人)、「ヨーグルト」(6人)などがあがっている。

図表 25：優先して購入したい日本産の農畜水産品



(資料) ながさき地域政策研究所「日本産の農畜水産品の流通に関するアンケート調査報告書」

図表 26：優先して購入したい日本産の農畜水産品の具体的な品目

分類	回答数	1位	2位	3位	4位	5位
水産加工品	45	蒲鉾類 (11)	干物 (8)	たらこ (5)	ソーセージ (4)	明太子 (4)
農産加工品	38	ヨーグルト (6)	チーズ (5)	ハム (5)	ウインナー (4)	漬け物 (4)
魚類	33	刺身 全般 (13)	魚 全般 (6)	いわし (2)	鮮魚 (2)	切り身 (2)
肉類	15	牛肉 (11)	豚肉 (3)	鶏肉 (1)	-	-
野菜類	13	米 (2)	さつまいも (2)	以下は、各1票で三つ葉、ほうれん草、 トマト、トウモロコシ、大豆、胡麻など。		
貝類	10	あさり (2)	しじみ (2)	貝 全 般 (2)	昆布 (1)	-
果物類	5	柿 (2)	以下は、各1票で林檎、イチゴなど。			

(資料) ながさき地域政策研究所「日本産の農畜水産品の流通に関するアンケート調査報告書」

## 農産品のニーズ

アンケート調査で農産品のニーズが少ない理由として、中国は、国産の野菜・果物類を中心に新鮮なものが大量に流通しており、また日本との価格格差が大きいため現状に満足（妥協）していることが考えられる。ただし、農畜産加工品については、日本の高い加工技術から品質の格差があるため、「ヨーグルト」、「チーズ」、「ハム」、「ウインナー」等のニーズが大きい。

中国人の消費性向は、上海の日本食料理店経営者ヒアリングによると、品質重視派が20%で、価格重視派（安い方が良い）が80%という見方もある。実際、価格競争における劣勢は、中国向け輸出販売のハードルを高くしている。

一方、日本人の消費性向として、アンケートの購入基準からは「健康維持・安全性」「美味しさ」「新鮮さ」を重視して、中国産より日本産を購入していることがわかった。

よって、中国産に対する不満から輸出の実現可能性を考察する。中国産に対する不満として、農薬など有害物質の残留量が過剰であり、食の安全性を確保しにくいこと、履歴（トレーサビリティ）の不透明性、品種が乏しく、高品質のものが少ないこと、生産品目が、「リンゴ」、「柑橘類」、「梨」で果物の約6割を占め、多様化するニーズ対応に遅れがあること、収穫シーズンが集中するため、シーズンオフにおける安定供給が難しいこと、オールシーズンの生産体制をつくる農業技術が未発達であること、国内の物流網は整備されつつあるが、輸送トラックなどの冷蔵・冷温の設備が不十分であること、などがあげられる。

輸出可能性のある農産品では、中国産に対する不満を払拭できる我が国の高い農業技術から「糖度が高く、美味しい高品質なもの」、「オフシーズンや贈答などのイベント時期にあわせたもの」、「食の安全性を追求した履歴（トレーサビリティ）の明確なもの」であれば、贈答用などの高級・高品質なブランド志向や食に対する健康志向のニーズに対応できる。

農産品の輸出事例をみると、果物では、鳥取県の梨「二十世紀梨」や青森県のリンゴ「富士」は、台湾等で贈答用の高級果実として高く評価されている。また、福岡県のイチゴ「あまおう」は、香港で高級果実として高く評価されている。梨やリンゴは、長期間の保存が可能であり、中国向け輸出に適している。いちごは、長期間の保存が難しいため、輸送時間の障壁が大きい。ただし、福岡県のイチゴ「あまおう」の香港向け輸出については、福岡から香港までを所要時間約3時間で航空輸送し、翌朝の店頭には並べるスピード輸出を実現している。

また、海外からの輸入事例として、カルフォルニアのグレープフルーツ、ニュージーランドのキウイフルーツ等があり、中国国内の一般向け市場で販売され、中国人にも浸透している。カルフォルニアやニュージーランドは、官民一体となって輸出・販売の促進交渉や認知度向上させるための努力をしてきている。長崎県の輸出・販売を促進するために必要な戦略および施策を策定するとき参考とする必要がある。

### 畜産品のニーズ

アンケート調査からは、和牛のニーズが多くあることがわかった。

和牛のニーズが多い理由として、中国では、水牛が中心に飼育され、食用牛をあまり飼育しておらず、牛を牛肉として食べる機会が少なかったことがあげられる。これまで食用肉は、豚肉や鶏肉が中心であり、鶏肉はスープにもよく利用されてきた。しかし、近年の日本食ブームや欧米の食文化の浸透により、中国人の食肉に対する食のスタイルも大きく変化してきている。最近、日本食料理店の鉄板焼きは、中国人にも人気があるとされている。上海でのヒアリングによると、高級な鉄板焼き店向けの和牛肉であれば、約 300 元/kg（日本円換算約 4,200 円）で取引されているケースもある。

畜産品の輸出事例をみると、オーストラリアの牛肉等がある。

豚肉と鶏肉については、日本との価格格差のハードルがかなり高いためニーズは小さい。

なお、現在日本産の牛肉・鶏肉は、日本での B S E（口蹄疫）や鳥インフルエンザ発生のため、中国当局により輸入規制の対象となっている。

### 水産品のニーズ

アンケート調査やヒアリング調査からは、特に、水産品（加工品を含む）のニーズが多くあることがわかった。アンケート調査の「日本産の農畜水産品で優先的に購入したい具体的な品目」として、水産品では、「刺身」（13 人）、「蒲鉾」（11 人）、「干物」（8 人）などがあがっている。

水産品のニーズが多い理由として、上海近海の海域は、ヘドロなどが大量に沈下しており、また急激な工業発展に伴う環境汚染等の問題もあり、近海の海域で魚介類を獲らない（獲れない）状況である。よって、海水の魚介類は、新鮮で美味しいものを安定供給できていないことが考えられる。

あわせて、これまでの上海の魚料理は、淡水の川魚が中心であり、火や熱を通した料理が主流であった。しかし、近年、上海では、日本食ブームや欧米の食文化の浸透により、中国人の食生活も大きな転換期にあり、海水の魚介類を食べる機会が増えている。最近、上海の若者の間では、バレンタインデーなどの記念日に日本食料理店（例えば回転寿司など）で魚料理などを食べることが一つのファッションとなっている。海水の魚介類に対するニーズの高まりや中国の国内外を結ぶ物流インフラの発達や輸送設備等の充実から、上海の銅川路水産市場では、国内のみならず世界各地から多種多様な水産品が入ってきている。ただし、上海では、日本人が満足する高品質かつ多種多様な水産品を安定供給できているわけではない。

特に、「カツオ」、「サバ」等のあおももの青物類については、鮮度を維持するのが難しく、高品質なものを安定供給できていない。また、イカ類は、ベトナムなどの南方から輸入されているため鮮度が落ちる。鮮度が落ちる理由として、我が国と比べると鮮度保持の方法や鮮度に対する考え方が大きく違う。具体的には、漁獲した魚などに対する氷の打ち方などの鮮度保持の技術や設備に大きな格差がある。

したがって、川魚より美味しい高品質な海水の魚介類を鮮度、美味しさ、安全性などの品質レベルを確保し供給できれば、更に需要が拡大する可能性が大きい。

長崎の高い加工技術のできる「蒲鉾」、「アジ等の干物」は、中国の水産関係者からもつや艶があり、美味しいと高く評価されている。また日本食料理店オーナーによると、「イカの一晩干し」は、上海でほとんど流通していない。

(3) 日本産農畜水産品の購入基準

日本産食品・食材を購入する際、現状の購入基準は、「美味しさ」(78.0%)が最も多く、次いで、「安全性・健康維持」(72.9%)、「新鮮さ」(40.7%)となっている。

また、日本産農畜水産品を購入する場合、重視する購入基準は、「安全性・健康維持」(81.4%)が最も多く、次いで、「美味しさ」(78.0%)、「新鮮さ」(69.5%)となっており、現状の購入基準と同様の傾向である。

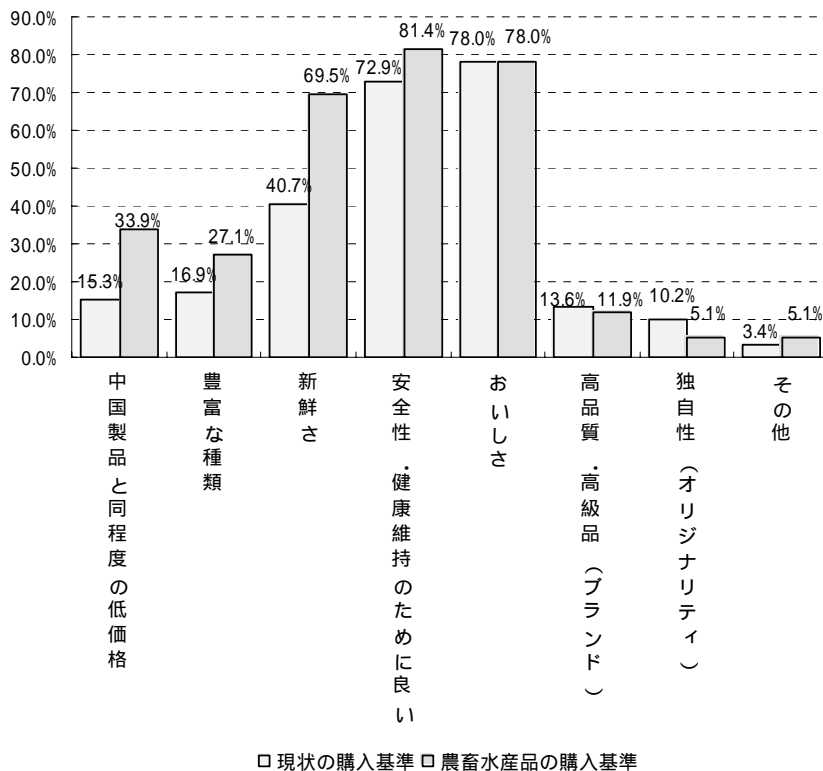
ただし、「新鮮さ」の購入基準は、現状の購入基準と比べて、農畜水産品の購入基準が28.8ポイントも高くなっている。つまり、農畜水産品の場合、生鮮食材という特性から「新鮮さ」が、重視されている。よって、長崎県の水産品は、国産にはない「新鮮さ」を打ち出して行ければ、輸出の可能性が大きくなることが考えられる。

「安全性・健康維持」の購入基準は、現状の購入基準と比べて、農畜水産品の購入基準が8.5ポイント高くなっている。

一方、高品質・高級品(ブランド)の購入基準は、10%程度と低くなっている。よって、高級品路線だけのマーケティングでは、必ずしも上海在留日本人主婦はターゲットにならないことが考えられる。

上海在留日本人主婦から要望や意見の結果、上海の食品に対する不満として、「美味しさ」、「新鮮さ」、「価格」、「食の安全性」、「品揃え」などがあがり、長崎県産品のマーケティング戦略をつくる上で、参考になる意見も多い。

図表 27：日本産の食品・食材と農畜水産品を購入基準



(資料) ながさき地域政策研究所「日本産の農畜水産品の流通に関するアンケート調査報告書」

## 4 . 日本産食品・食材の価格

### (1) 日本と中国の食品・食材の価格

日本と中国の小売および卸価格調査は、物価のギャップを分析をすることで、日本産食品・食材を中国に輸出・販売するためのマーケティング戦略をつくる上で重要なデータとなる。

卸価格について、中国側は上海の日本料理店が食材を仕入れている福建省水産品卸会社の価格と日本側は農林水産省「産地水産物流通統計」(2002年)を比較検証した。(図表28)

小売価格について、中国側は上海在留日本人が主な顧客である上海市内にある日本食材専門店のしんせん館オンラインショップ<sup>6</sup>の価格と、日本側は総務省「小売物価(東京)統計調査報告」(2002年)および長崎市内スーパーの価格を比較検証している。(図表29) 中国側は上海で最も安い市場の1つで、現地の中国人などをはじめ多くの人々が利用する曹安市場の価格と、日本側は総務省「小売物価(東京)統計調査報告」(2002年)と長崎市内スーパーの価格を比較検証している。(図表30) 中国側は長崎県上海事務所などが入居している上海国際貿易中心ビル付近にある有名な百貨店で、中国人富裕層や上海在留外国人などの高所得者がよく利用する百盛百貨(香港資本)の価格と、日本側は総務省「小売物価(東京)統計調査報告」(2002年)と長崎市内スーパーの価格を比較検証している。(図表31)

#### 福建省水産品卸会社との卸価格の比較

水産品の卸価格について、「カツオ(生鮮)」、「マグロ(生鮮)」、「真ダイ」は、日本と中国でほぼ同一価格である。「カツオ(冷凍)」、「サバ」、「スルメイカ」、「タコ」は、中国と比べて2割~7割掛けの価格である。したがって、上海にある日本食料理店では、水産品を日本と比べても比較的高値で取引していることがわかった。

図表28：福建省水産品卸会社との卸価格の比較

商品名	単位	福建省水産品卸会社価格		日本市場平均価格(地産市場)		対比 (中国=1.0)
		人民元	日本円換算	円	備考	
カツオ	kg	18	270	270	生鮮	1.0
				127	冷凍	0.5
マグロ	kg	110	1,650	1,640	生鮮	1.0
				1,776	冷凍	1.1
サバ	kg	16	240	96		0.4
マダイ	kg	62	930	930		1.0
スルメイカ	kg	48	720	178	生鮮	0.2
				204	冷凍(近海)	0.3
タコ	kg	35	525	379		0.7

(注)福建省水産品卸会社価格は、上海の日本料理店が食材を仕入れている商品一覧表より抜粋した価格。

日本市場平均価格は、農林水産省「地産水産物流通統計」(2002年)より抜粋した価格。

(資料)ながさき地域政策研究所作成

<sup>6</sup>上海のしんせん館オンラインショップとは、上海市内に4店舗を展開している日本食材専門店である同社がホームページ上の商品一覧表より注文を受け自宅まで無料宅配するサービスのことである。また、上海近郊の蘇州にも、水、土曜日に宅配サービスを実施している。

([http://www.netshanghai.info/shop/shinsenkan/m\\_shop/](http://www.netshanghai.info/shop/shinsenkan/m_shop/))

### 上海日本食材専門店との小売価格の比較

農産物の小売価格については、一般的に日本の価格が中国の価格より高い。日本の価格は、中国と比べて、「いちご」が6倍ほど、「コメ」、「リンゴ」、「トマト」、「キュウリ」が3倍ほど、「キャベツ」、「白菜」、「大根」、「バナナ」、「オレンジ」が2倍ほどある。

よって、農産物は、日本との価格差が大きく、関税・増値税や輸送運賃などコストを含めると、更に価格差が拡大する。そのため、商品の付加価値を高めるブランド戦略で、中国産との差別化を図り、特に高級志向や健康志向の果実などに農産物を絞り込む必要がある。

水産物の小売価格について、「イワシー夜干し」は日本と中国ほぼ同一価格である。「アジの開き」は、中国と比べて3割掛けの価格である。

このように、水産物は、日本との価格差が少なく、日本の価格よりも高値で取引されているケースもあることから、農畜産物と比べるとプラス収支となる確率が高い。

図表 29：上海日本食材専門店との小売価格の比較

区分	商品名	単位	上海専門店価格		日本小売価格 円	対 比 (中国=1.0)	備 考
			人民元	日本円換算			
穀物・ いも類・ 野菜類	米	5kg	45	675	2,002	3.0	
	キャベツ	kg	6	83	170	2.1	
	きゅうり	kg	12	180	532	3.0	
	じゃがいも(男爵)	kg	6	90	90	1.0	
	たまねぎ	kg	9	135	190	1.4	
	にんじん	kg	9	135	320	2.4	
	完熟トマト	kg	12	180	628	3.5	
	大根	kg	6	90	160	1.8	
	白菜	kg	5	75	180	2.4	
果 実	いちご	10個/P	5	75	498	6.6	佐賀産「ほのか苺」
	バナナ	kg	8	114	252	2.2	
	オレンジ	2個/P	9	135	316	2.3	カルフォルニア産
	リンゴ	3個/P	10	150	474	3.2	青森産「富士」
水産 加工 品	アジの開き(日本産)	1枚	14	210	60	0.3	対馬産
	イワシー夜干し	4匹/P	14	203	198	1.0	国産
	タイの開き(大)	1枚	20	300	498	1.7	甘鯛五島産

(注) 上海専門店価格は、上海のしんせん館オンラインショップの商品一覧表より抜粋した価格。

日本小売価格について、穀物・いも類・野菜類と果実のバナナは、総務省「小売物価統計調査報告」(2002年)より抜粋した価格。それ以外の品目は、シンクながさき研究員が長崎市内にあるスーパー「夢彩都」にて2004年1月下旬頃に調査した価格。

(資料) ながさき地域政策研究所作成

### 曹安市場（上海）との小売価格の比較

曹安市場は、農畜水産品を最も安く購入できる上海市内の市場である。

日本の農産品の価格は、中国と比べて「コメ」、「馬鈴薯」、「アスパラガス」、「しょうが」、「トマト」が10倍以上、「たまねぎ」、「かぼちゃ」、「にんじん」などが5倍程度となっている。

果物の価格は、「メロン」が10倍以上、「いちご」が7倍、「みかん」が4倍となっている。

畜産品の価格は、「牛肉」が30倍以上、「豚肉」、「鶏肉」が5～8倍、「鶏卵」が5倍程度、「牛乳」が2倍弱となっている。

水産品の価格は、「サバ」、「イカ」、「タコ」が10倍以上、「揚げ蒲鉾」が6倍、「イカの一夜干し」が2倍、「アジ」が1.4倍となっている。

したがって、中国人が利用する一般市場との価格競争では、優位に立つのは難しく、販売するターゲットを絞り込んだマーケット戦略が必要である。

図表 30：曹安市場（上海）との小売価格の比較

	商品名	単位	上海 市場価格		日本 小売物価		長崎市内スーパー価格		備考
			人民元	日本円換算	円	対比(中国=1.0)	円	対比(中国=1.0)	
米、野菜類	コメ	500g	1.7	23.8	346.8	14.6	290.0	12.2	コシヒカリ
	馬鈴薯	"	1.0	14.0	102.0	7.3	149.0	10.6	
	アスパラガス	"	4.0	56.0	840.0	15.0	990.0	17.7	
	たまねぎ	"	1.3	18.2	86.0	4.7	100.0	5.5	
	かぼちゃ	"	1.6	22.4	109.0	4.9	100.0	4.5	
	にんじん	"	1.3	18.2	116.5	6.4	100.0	5.5	
	白菜	"	0.8	11.2	79.5	7.1	100.0	8.9	
	しょうが	"	3.2	44.8	-	-	500.0	11.2	
	トマト	"	1.8	25.2	326.5	13.0	250.0	9.9	
	大根	"	1.0	14.0	55.0	3.9	75.0	5.4	
果物	びわ	"	6.0	84.0	-	-	-	-	
	いちご	"	8.0	112.0	-	-	830.0	7.4	
	みかん	"	3.6	50.4	174.0	3.5	199.0	3.9	
	メロン	"	3.5	49.0	-	-	640.0	13.1	
畜産品	牛肉	"	10.0	140.0	3,485.0	24.9	5,000.0	35.7	ロース
	豚肉	"	7.0	98.0	535.0	5.5	740.0	7.6	肩肉
	鶏肉	"	7.0	98.0	480.0	4.9	540.0	5.5	モモ肉
	牛乳	箱/220ml	2.0	28.0	46.6	1.7	41.3	1.5	
	鶏卵	500g	2.7	37.8	181.0	4.8	198.2	5.2	
水産品	アジ	"	40.0	560.0	780.0	1.4	930.0	1.7	
	サバ	"	3.8	53.2	555.0	10.4	595.0	11.2	
	イカ	"	6.5	91.0	735.0	8.1	1,190.0	13.1	
	車エビ	"	35.0	490.0	-	-	-	-	
	タコ	"	6.0	84.0	1,815.0	21.6	1,190.0	14.2	
水産加工品	アジの開き	-	-	-	-	-	972.0	-	
	イカの一夜干し	"	30.0	420.0	-	-	830.0	2.0	
	揚げ蒲鉾	"	11.0	154.0	-	-	967.5	6.3	

(注) 上海市場価格は、上海市の曹安市場にて2004年2月調査した価格。

尚、上海市場価格の調査は、親和銀行上海事務所に調査委託。

日本小売物価は、総務省「小売物価統計調査」(月報)の2003年11月より抜粋した価格。

長崎市内スーパー価格は、シンクながさき研究員が長崎市内のスーパーマーケット

「夢彩都」にて2004年1月下旬頃に調査した価格。

(資料) ながさき地域政策研究所作成

### 百盛百貨（上海）との小売価格の比較

百盛百貨（香港資本）は、長崎県上海事務所が入居している上海国際貿易中心ビルの周辺にある有名な百貨店で、中国人富裕層や上海在留外国人などの高所得者が多く利用している。

日本の農産物の価格は、中国と比べて「アスパラガス」が10倍以上、「コメ」、「しょうが」、「トマト」が5倍程度、「馬鈴薯」、「かぼちゃ」、「にんじん」などが2~3倍となっている。果物の価格は、「メロン」が8倍弱、「いちご」が5倍弱、「みかん」が2倍弱となっている。畜産物の価格は、「牛肉」が30倍以上、「豚肉」、「鶏肉」が5倍程度、「鶏卵」が3倍強、「牛乳」が1倍強となっている。水産物の価格は、「タコ」が15倍前後、「サバ」が5倍程度、「イカの一晩干し」が1.6倍となっている。

したがって、上海の高所得者が利用する市場との価格競争でも、優位に立つのは難しい。そこで、中国に輸出されている外国産が、どのような価格競争や棲み分けをしているかを分析し、輸出可能性のヒントを探ることが必要である。

図表 30：百盛百貨（上海）との小売価格の比較

	商品名	単位	上海 市場価格		日本 小売物価		長崎市内スーパー価格		備考
			人民元	日本円換算	円	対比(中国=1.0)	円	対比(中国=1.0)	
米、野菜類	コメ	500g	3.8	53.2	346.8	6.5	290.0	5.5	コシヒカリ
	馬鈴薯	"	3.4	47.6	102.0	2.1	149.0	3.1	
	アスパラガス	"	6.0	84.0	840.0	10.0	990.0	11.8	
	たまねぎ	"	3.0	42.0	86.0	2.0	100.0	2.4	
	かぼちゃ	"	3.6	50.4	109.0	2.2	100.0	2.0	
	にんじん	"	3.5	49.0	116.5	2.4	100.0	2.0	
	白菜	"	1.7	23.8	79.5	3.3	100.0	4.2	
	しょうが	"	7.0	98.0	-	-	500.0	5.1	
	トマト	"	4.0	56.0	326.5	5.8	250.0	4.5	
果物	大根	"	1.7	23.8	55.0	2.3	75.0	3.2	
	びわ	"	-	-	-	-	-	-	
	いちご	"	12.0	168.0	-	-	830.0	4.9	
	みかん	"	8.0	112.0	174.0	1.6	199.0	1.8	
畜産品	メロン	"	6.0	84.0	-	-	640.0	7.6	
	牛肉	"	10.8	151.2	3,485.0	23.0	5,000.0	33.1	ロース
	豚肉	"	9.0	126.0	535.0	4.2	740.0	5.9	肩肉
	鶏肉	"	8.4	117.6	480.0	4.1	540.0	4.6	モモ肉
	牛乳	箱/220ml	2.5	35.0	46.6	1.3	41.3	1.2	
水産品	鶏卵	500g	3.9	54.6	181.0	3.3	198.2	3.6	
	アジ	"	-	-	780.0	-	930.0	-	
	サバ	"	6.8	95.2	555.0	5.8	595.0	6.3	
	イカ	"	-	-	735.0	-	1,190.0	-	
	車エビ	"	68.0	952.0	-	-	-	-	
水産加工品	タコ	"	6.9	96.6	1,815.0	18.8	1,190.0	12.3	
	アジの開き	"	-	-	-	-	972.0	-	
	イカの一晩干し	"	36.0	504.0	-	-	830.0	1.6	
	揚げ蒲鉾	"	-	-	-	-	967.5	-	

(注) 上海市場価格は、上海市の百盛百貨(デパートの食品売り場)にて2004年2月調査した価格。尚、上海市場価格の調査は、親和銀行上海事務所に調査委託。

日本小売物価は、(図表30)曹安市場(中国)と日本の小売価格の比較と同じ価格。

(資料) ながさき地域政策研究所作成

### 曹安市場と百盛百貨との小売価格の比較

曹安市場と百盛百貨の価格比較については、中国人が利用する曹安市場と上海在留外国人や中国人富裕層といった高所得層がよく利用する百盛百貨との価格差を検証する。

農水産品では、百盛百貨の価格は曹安市場と比べて、全般的に2~3倍ほど高いが、畜産品や水産品の一部は、1倍強の価格差となっている。したがって、高所得者層が利用する市場の価格は、中国人が利用する一般的な価格と比べて、それほど大きな格差がない。

よって、長崎県産農畜水産品の輸出を実現可能とするためには、販売ターゲットに対して、ピンポイントで販売状況や食品の詳細などの情報を提供するなどのマーケティングや、贈答用などの特殊な販売チャネルに対応できるブランド力をつけるなどの差別化が必要となる。

図表 31：曹安市場と百盛百貨との小売価格の比較

	商品名	規格/単位	曹安市場(2004.2.3)		百盛百貨(2004.2.19)		対比 (曹安=1.0)
			人民元	日本円換算(円)	人民元	日本円換算(円)	
米、 野菜類	コメ	500g	1.70	24	3.80	53	2.2
	馬鈴薯	"	1.00	14	3.40	48	3.4
	アスパラガス	"	4.00	56	6.00	84	1.5
	たまねぎ	"	1.30	18	3.00	42	2.3
	かぼちゃ	"	1.60	22	3.60	50	2.3
	そらまめ	"	3.70	52	12.00	168	3.2
	にんじん	"	1.30	18	3.50	49	2.7
	白菜	"	0.80	11	1.70	24	2.1
	しょうが	"	3.20	45	7.00	98	2.2
	トマト	"	1.80	25	4.00	56	2.2
	大根	"	1.00	14	1.70	24	1.7
果物	びわ	"	6.00	84	-	-	-
	いちご	"	8.00	112	12.00	168	1.5
	みかん	"	3.60	50	8.00	112	2.2
	メロン	"	3.50	49	6.00	84	1.7
畜産品	牛肉	"	10.00	140	10.80	151	1.1
	豚肉	"	7.00	98	9.00	126	1.3
	鶏肉	"	7.00	98	8.40	118	1.2
	牛乳	箱/220ml	2.00	28	2.50	35	1.3
	鶏卵	500g	2.70	38	3.90	55	1.4
水産品	アジ	"	40.00	560	-	-	-
	サバ	"	3.80	53	6.80	95	1.8
	イカ	"	6.50	91	-	-	-
	車エビ	"	35.00	490	68.00	952	1.9
	タコ	"	6.00	84	6.90	97	1.2
水産加工品	イワシの開き	"	-	-	38.00	532	-
	イカの一晩干し	"	30.00	420	36.00	504	1.2
	揚げ蒲鉾	"	11.00	154	-	-	-

(資料) ながさき地域政策研究所作成

## (2) 日本産食品・食材の購入価格

販売ターゲットについて、短期では、上海在留日本人および日本人がよく利用する日本食料店、ホテル、レストランなどの外食産業を想定している。上海でのヒアリング調査によると、上海在留日本人が日本産を購入する時の価格は、一般的に売れ筋価格で日本の1.5~2倍、許容できる上限価格で日本の2~2.5倍である。ただし、更に高い値段を支払ってでも購入したいという例外的な日本産食品・食材も存在する。そこでは、「美味しさ」、「新鮮さ」、「食の安全性」、「履歴(トレーサビリティ)の明確化」などと、あわせてその食品・食材だけにしかないという「オンリーワン」のブランド性が重要なポイントとなってくる。

中国側の需要と価格のバランスについて、水産品(加工品を含む)は、“ニーズが多く” “価格差が小さい”ことから、輸出の可能性が大きいと考える。

農産品は、高品質な高級果実に特化したブランド戦略から輸出の可能性を探ることがポイントとなる。

中国向け農畜水産品の輸出では、ターゲットを明確にして「小さくはじめて大きく育てる」ことが、初期投資やランニングコストなどを抑え、輸出事業を持続可能なものとするためにも肝要である。そして、小さな成功事例を積み重ねて販路の拡大を進め、大きな成功につながる事となる。

## 5 . 中国向け輸出の流通機構

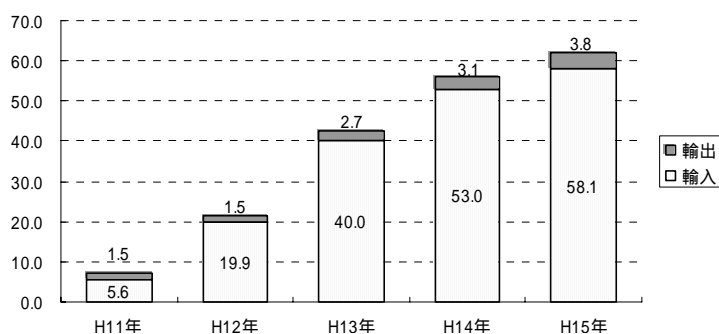
### (1) 輸出経路

長崎・上海の輸出経路については、長崎発の海上または航空輸送や長崎から福岡へ陸上輸送したのちに、福岡発の海上または航空輸送などの様々なチャネルがある。

#### 長崎発の海上輸送

長崎発の海上輸送では、長崎港から上海港に直行している定期便はないが、長崎港（小ヶ倉柳埠頭）から釜山港（韓国）行きの定期航路があり、釜山港を中継（ハブ）港として上海向けの輸出が可能となる。長崎・釜山の国際定期航路は、釜山港～八代港～熊本港～長崎港～釜山港を寄港するコンテナ貨物船として就航している。長崎港への寄港は、毎週水・土曜日となっており、長崎港から釜山港へ向け出航する。釜山港は、上海をはじめ世界中と貿易できる国際貿易港である。長崎から上海までの輸送日数は、約1週間である。主な貨物には、輸出品として客船資材、防熱材・箱、缶詰、船舶用パネル等、手袋・ソックス、石材等があり、輸出品として防熱材・箱（返却分）、中古機械、中古船舶部品・エンジン、古紙等がある。コンテナ貨物実績をみると、輸出入の貨物量のバランスが悪く、釜山行きの輸出貨物の数量が極端に少ない。（図表 32）長崎・釜山の国際定期航路は、ベースカーゴとなる輸出荷主の開拓などの振興策が必要であり、輸送費用は、個別折衝による交渉となるが、輸出の場合、荷主側からすると買い手市場と言える。

図表 32：長崎・釜山のコンテナ貨物実績（1便平均）（単位：TEU）



（注）TEU とは、コンテナの個数を数える単位。20 フィートコンテナ 1 個を 1TEU という。

（出所）長崎県商工労働部資料をもとにながさき地域政策研究所にて作成

#### 長崎発の航空輸送

長崎発の航空輸送では、長崎空港・上海浦東空港間の定期便が毎週月・金曜日に就航している。運航の時間は、長崎空港を 13:15 に出発して上海浦東空港に 13:50（現地時間）に到着し、所要時間は、わずか1時間30分ほどである。同航空路の課題として、旅客優先のため、貨物の形態や荷量が制限される。ベースカーゴの荷主が定着しておらず、スポット的な貨物の取扱いとなっている。便数が少なく、ダイヤも旅客優先の運航パターンのため、必ずしも荷主の出荷サイクル等に対応していない。などがあげられるが、リードタイムの短縮が必要な「生鮮の水産品（加工品を含む）」や「高級果実」などは、小ロットでも高い値段で取引が可能であるため、コストと収益のバランスが保てる。

## 福岡発の海上輸送

福岡発の海上輸送では、2003年11月より博多港・上海港（外高橋第4期バース）間を結ぶ高速貨物船が就航している。運航の時間は、博多港を水曜日の午前中に出港し、上海に木曜日の午後に着し、所要時間は、26.5時間である。また、博多港を土曜日の18:00に出港し、月曜日の午前中に到着する便もあり、週2便運航している。上海までの輸送日数は、水曜日発が2日、土曜日発が3日である。同貨物船は、貨物を積んだトラックやシャーシを車体ごと輸送するローロー船（RORO=Roll On Roll Off）である。ローロー船は、トラックやシャーシが船舶の傾斜路（ランプウェイ）を自走で乗船し、貨物を積んだまま荷揚げ地へ向かう方式である。その特徴として、航空便やコンテナ便に比べ荷役効率が格段に高い（簡易・迅速）、航空便の離発着時やコンテナ便の積降時のような衝撃・縦揺れ等がなく、貨物へのダメージが小さい、小口・混載貨物輸送からコンテナ便では困難な大型貨物（機械設備等）輸送まで自在に対応できる、などがある。

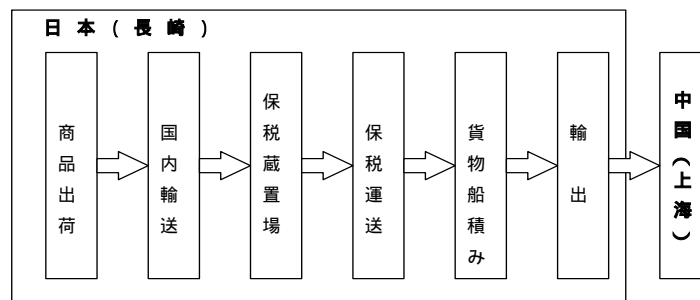
日本通運では、2004年1月より新サービスの「さっと！上海」を開始した。「さっと！上海」は、明確な料金体系で小ロットでの対応でき、かつ航空輸送並のリードタイムを確保できる。よって、航空輸送と同様に、小ロットな高級食材でリードタイムの短縮が求められる生鮮水産品（加工品を含む）や高級果実などには適している。なお、現在ドライコンテナの12フィートのみ対応であり、リーファーコンテナ（冷蔵・冷凍）対応の準備を進めている。

図表 33：中国向け定期航路

長 崎 発				
種 類	出発地	到着地	就 航 日	備 考
貨物船	長崎港小ヶ倉柳埠頭	釜山（ハブ港） 上海	水、土	高麗海運（韓国）
航空機	長崎空港（大門市）	上海浦東空港	月、金	（MU）13:15 13:50
福 岡 発				
種 類	出 発 地	到 着 地	就 航 日	備 考
貨物船	福岡市博多港	上海	木	NYK（日本郵船）
貨物船	福岡市博多港	寧波 上海	月	ChinaShipping（中国）
貨物船	福岡市博多港	門司 上海	火	SITC ContatainerLines（中国）
貨物船	福岡市博多港	上海	水、土	Shanghai Super Express（日本通運など）
航空機	福岡空港（福岡市）	上海浦東空港	毎日	（MU）13:15 13:45
航空機	福岡空港（福岡市）	上海浦東空港	毎日	（JL）15:30 16:20
航空機	福岡空港（福岡市）	上海浦東空港	毎日	（CA）14:25 15:25

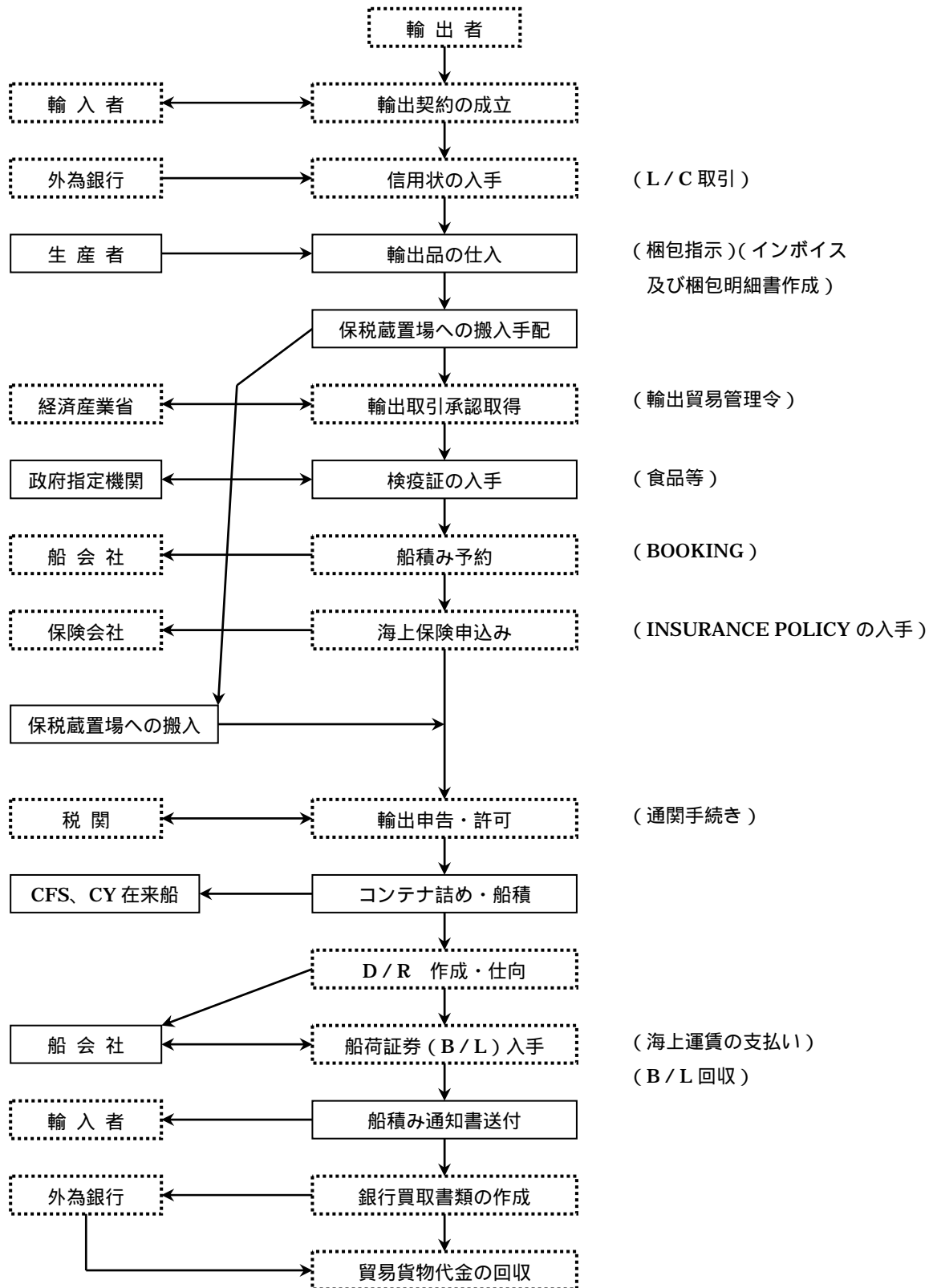
（資料）ながさき地域政策研究所作成

図表 34：中国向け輸出貨物の流れ



（資料）ながさき地域政策研究所作成

図表 35：輸出貿易手続きの流れ



(出所) 旭運輸(株) HP (<http://www.auk.co.jp/index.html>) をもとにながさき地域政策研究所にて作成

## (2) 輸出コスト

### 輸出コストの計算

輸出コストは、輸出の事業可能性を左右する重要なポイントである。輸出価格の計算方法には、原価に諸費用及びマージンを加えて算定するコストプラス方式や販売可能な小売価格/卸価格を調べて、逆算して輸出価格を算出するブレイクダウン方式などがある。

輸出価格をコストプラス方式で算定する場合、＜製造原価＞商品仕入価格、梱包費、倉庫保管費用、国内運送費用、輸出手続諸費用（各種輸出承認・許可等の取得費用、原産地証明書費用など）＋＜費用＞輸出通関費用、荷積諸費用、輸出関係銀行手数料、営業費用、海上・航空運賃、海上保険料＋＜マージン＞利益という計算になる。採算ラインを試算する場合、採算に影響を及ぼすような大きな費用は必ず計上し、更に追加費用や為替リスクも留意する。また、また、中国側の費用として、輸入関税、増徴税、販売促進費用などがある。

### 輸送運賃

輸送運賃については、長崎と福岡の運輸会社の資料より、コンテナドレイ<sup>7</sup>をして上海にリーファーコンテナが到着するまでの費用を比較検証する。輸出通関料は、ほぼ一律料金体系である。輸出取扱料は、若干異なる。コンテナ運送料は、運送距離や方法などによって大きく異なる。そして、海上・航空運賃は、運輸会社や輸送方法によって大きく異なるが、輸送スピードと料金設定が比例しているため、単純に「安いから良い」という判断ができない。

ドライコンテナの海上運賃は、リーファーコンテナと比べるとかなり割安になる。なお、輸出貨物は、出発の24時間前までに原則引き渡す必要がある。つまり、輸出日の前日までは保税蔵置場に輸出貨物を搬入する必要があり、輸送日数には1日分追加する必要がある。

図表 36：長崎 - 上海間の運輸会社別輸送コスト

作業区分	A運輸会社	A運輸会社	B運輸会社	C運輸会社
輸出通関料	5,900	5,900	5,900	5,900
輸出取扱料	7,000	7,000	10,000	3,000
コンテナ運送料	25,000	-	110,000	-
海上または航空運賃	USD1,800	300	225,000	530
<円換算(106円)>	190,800	-	-	-
計	228,700	13,200	350,900	9,430
前提条件				
積地	長崎	長崎	福岡	福岡
航路	海上	航空	海上	航空
作業範囲	コンテナドレイ ~ 輸出通関 ~ 上海港	コンテナドレイ ~ 輸出通関 ~ 上海空港	コンテナドレイ(福岡長崎保税倉庫 福岡) ~ 輸出通関 ~ 上海港	コンテナドレイ ~ 輸出通関 ~ 上海空港
コンテナ種類	リーファーコンテナ	冷蔵・冷凍対応	リーファーコンテナ	冷蔵・冷凍対応
単位	FEU	kg	FEU	kg
規格	-	10 ~ 20C / T @7kg / CT	-	-
輸送の所要日数	1週間ほど	1日	2 ~ 3日	1日

(資料) ながさき地域政策研究所作成

<sup>7</sup> コンテナドレイとは、貨物をコンテナ詰めし、トレーラーでターミナルに移送(ドレイ)し、コンテナヤードに搬入、船社に貨物を引き渡す作業。

## 6 . 中国向け輸出の流通制度

### (1) 日本の中国輸出制度

中国への食品輸出制度について、食品衛生検査を原則受けなければ中国側で荷揚げできない。また、日本側から輸出する際に、まず中国側の輸入条件を満たすための各検査を受ける必要がある。ここでは、中国向けの食品輸出のための流通制度の特色や留意点（ポイント）について検証する。

#### 植物検疫検査（農林水産省）

各諸外国とも自国に病害虫を侵入させないため、植物の輸入について制限を設けている。中国における輸入植物検疫は、「中華人民共和国出入国動植物検疫法」（1992.4.1 施行）の規定に基づき実施されている。農産品として、輸入禁止と各政府指定機関の許認可により輸出可能となるものがある。

日本での輸出植物検疫対象となるものとしては、中国の国家質量監督検験検疫総局及び同局が管理する委託機関の許可後、日本の植物検疫所の検査が必要なもの、日本の植物検疫所の検査が必要なもの、という2つのケースがある。の対象品として、「根付き植物とその部分 苗、穂、葉、枝（観賞用切り花及び切り枝を除く）」、「栽培用種子」、「球根類」がある。の対象品として、「根付き植物とその部分」、「球根類」、「生果実」、「野菜」、「種子（食用、加工用を含む）」、「小麦粉等植物生産物」がある。

植物検疫検査の流れとしては、植物検疫所に輸出植物検査申請を行い、中国当局の要求に適合しているか否かの検査を受け、合格すれば合格証明書が発給される。なお、中国が輸入を禁止しているものとして、「中国当局指定の病害虫及びそれらが付着している植物」、「ダイズ種子」、「マツ属の栽培用植物（苗、穂、葉、枝）」、「栽培用馬鈴薯」、「土」がある。

長崎の植物検疫検査は、門司植物防疫所長崎出張所（長崎市松ヶ枝町 7-29 長崎港湾合同庁舎内）の管轄となっている。執務時間は、平日 8:30～17:00、土・日曜日休みとなっている。また、長崎空港内にある門司植物防疫所長崎出張所空港分室は、国際線就航日（上海行きは毎週月、金曜日）のみ対応で、長崎出張所が兼務している。

福岡の植物検疫検査は、門司植物防疫所福岡支所（福岡市博多区沖浜町 1-22 福岡港湾合同庁舎内）の管轄となっている。執務時間は、平日 8:30～17:00、土・日曜日 10:00～16:00 となっている。

次に、植物検疫検査の留意点として、検査に要する時間は、栽培地検査や特定の室内検定などの特別の要求がない場合を除いて、それほどかからない。検査担当者によると、通常の検査時間で約 1～2 時間程度である。ただし、出国当日に植物防疫所で検査を受ける場合は、混雑などにより長い時間を要することもあるため、前日までに植物防疫所で事前検査を受けることが望まれる。検査対象の規模（数量）は、植物の種類・数量に応じて一定量が抽出される。国が行う手続きは、一切手数料を徴収していない。

中国側の農産品に関する輸入条件情報について、農林水産省は国際連合食糧農業機関（FAO）を通じて入手している。輸入条件情報は、中国側の公示と日本側への伝達との間にタイムラグが生じることで行き違いが出てくるリスクがある。よって、輸入条件情報の相違から中国側の衛生検査の許可を得るのに相当な日数を要した事例もある。中国側の検査を円滑にするためにも正確な輸入条件情報は、中国側パートナー等を通して、事前に確認することが望ましい。

#### 動物検疫検査（農林水産省）

農林水産省によると、輸出畜産物の検査手続（家畜伝染病予防法）として日本の検査対象物は、輸入検査における指定検疫物に相当するもののほか、輸入国が輸入にあたって輸出国に対し、家畜の伝染性疾病を広げる恐れのない旨の証明を要求しているものも対象となる。

動物検疫検査の流れとしては、まず、所定の輸出検査申請書に必要事項を記載・提出し、書類審査を受け、申請事項に基づいて家畜防疫官が動物検疫所、家畜防疫官の指定検査場所および農林水産大臣の指定検査場所のいずれかで現物検査を受ける。また、必要に応じて精密検査や生産工場等の検査及び調査を受ける。書類審査と現物検査などの手続きの結果、家畜の伝染性疾病をひろげるおそれがないことが認められ、かつ相手国の条件を満たし、輸出検疫証明書、あるいは輸入国が指定する様式による検査証明書が発給される。また、家畜防疫官は、輸出検疫証明書等の交付後でも、必要な事項が生じた場合、当該畜産物を検査することができる。

次に、動物検疫検査の留意点として、中国では、日本産の牛肉、鶏肉は、口蹄疫（BSE）や鳥インフルエンザ発生のため、現在輸入規制の対象になっている。動物検疫所の門司支所によると、2003年の中国向け輸出動物検疫検査は、中国からの輸入品を返還する輸出事例を除き、事例がないということである。また、輸入規制以前も、日本と中国の畜産品貿易では、日本が大幅な輸入超国であり、輸出の実績がほとんどない。今後、中国側の輸入規制が解除された場合、中国の輸入条件などのハードルが高くなることが想定され、現状の規則以外にも、中国側から新たな証明事項の追加や新たな検査工程などの検査要件を要求してくることが想定される。したがって、検査手続きでは、輸出事例が少ないこと、諸条件の事前調査に費やす時間、中国側の輸入条件確認、などの理由により相当な時間を要することが考えられることから、輸出事業を考え始めた早い段階で、一度動物検疫所などへ相談する方が適切である。

## 食品衛生検査（厚生労働省）

中国は、水産衛生のレベル向上を図るため、水産食品の輸入品に対して、厚生労働省の検査機関が発行する食品衛生証明書の添付を義務付けている。厚生労働省は、各地方厚生局に「対中国輸出水産食品に係る衛生証明書発行業務要領」（2001年2月6日）を通知している。食品衛生証明書は、対アメリカや対EUのように加工施設の認定を必要とするのとは異なり、輸出の都度、食品衛生監視員による衛生検査に基づき必要となる。食品衛生検査の対象は、中国向けに輸出される魚介類などの水産食品及び水産食品を含む加工食品である。

食品衛生検査の流れとしては、管轄の地方厚生局に、「対中国輸出水産食品衛生証明書に係る申請書」に基づき衛生証明書発行の申請をする。対中国輸出水産食品に係る衛生証明書発行の業務要領によると、審査及び検査手順は、次の通りである。申請を受けた地方厚生局の食品衛生監視員は、申請内容について食品衛生上並びに食品衛生法上の観点から審査を行う。当該水産食品が、食品衛生法で規格若しくは基準（表示基準を除く）が定められている食品の場合は、地方厚生局は、当該水産食品について規格・基準に係る検査を実施するよう申請者に指示する。指示を受けた申請者は、厚生労働大臣の指定検査機関に検査を依頼する。依頼を受けた指定検査機関は、輸出水産食品のロットを確認のうえサンプリングを行い、検査を実施し検査成績書を申請者に対し交付する。申請者は、検査成績書について地方厚生局に報告する。食品衛生法に定める規格基準に合致しない場合は、衛生証明書を発給しない。

地方厚生局食品衛生監視員は、輸出水産食品について貨物の確認とともに官能検査<sup>8</sup>を実施する。官能検査を行う場所は、地方厚生局及び申請者で協議することとし、検査は関税法に定める輸出申告前に実施する。官能検査にあたっては、定められている基準に従い、貨物を開梱し検査を実施すること。開梱した貨物に異常が認められた場合は、検査を中止し、衛生証明書を発行しない。以上の審査および検査の結果、合格すれば、英文で必要事項を記載した衛生証明書が発給される。

2003年7月1日の中国国家質量監督検査検疫総局「輸出入水産品検査検疫管理方法」において、新たな衛生要件等を満たす内容の証明書の添付を義務付けている。当該取扱い要領として、2003年7月15日の厚生労働省「対中国輸出水産食品の取扱いについて」において、輸出する水産食品の、原料から製品に至る加工、製造、保管等の全行程における連続的な衛生管理と関連施設の登録および水産食品の特性に応じた試験成績書等の添付などを示している。また、衛生証明書の申請書には、学名及び品名、産地、漁獲地域、加工方法、登録施設の登録番号並びに名称及び住所、輸送方法（船名、便名、コンテナ番号等）、封印番号、輸出者、購入者、数量及び重量、製造年月日を明記することを義務づけている。

次に、食品衛生検査の留意点として、現状、民間の指定検査機関が代行検査をしているが、新たな検査要件で検査範囲が多岐にわたり複雑化したため、全工程の検査対応ができる検査機関が限定され、時間とコストの負担が輸出者にかかる仕組みとなっている。検査要件が変更して以降、正常の中国向け水産品輸出はストップ状態にあると言われている。輸出品目が確定し始める早い段階で、地方厚生局などに事前に相談することや検査機関への申請時期も2~3週間の余裕をもつことが望まれる。また、円滑な検査対応ができる体制を整えるため、官民一体となった取り組みが必要である。

<sup>8</sup> 官能検査とは、臭い、味、見た目の状態など人間の五感（味覚、聴覚、視覚、嗅覚、触覚）を使っておこなう検査。

## 梱包用木材の熱処理と消毒証明書（全国植物検疫協会）

中国では、日本の貨物の木材梱包の中から危険な有害生物である松材線虫<sup>まつざいせんちゅう</sup>が発見・捕獲されたことから、国内の森林・環境・観光資源等を保護するため、2000年1月1日より日本から輸出される針葉樹梱包用木材について、熱処理と消毒証明書の添付を義務づけている。

国家出入国商検検疫局税関総署対外貿易経済合作部は、「中華人民共和国輸出入植物検疫法」およびその実施条例に基づき、次の緊急検疫措置を実施している。日本からの中国向貨物は針葉樹によって製造された木材梱包の使用を見合わせる。使用する場合は、輸出する前に熱処理（中心温度で摂氏56度以上、連続処理を30分以上）を行うことと、かつ日本の公的検疫部門が発給する植物などの検疫証明書が必要となる。

輸出梱包用木材消毒証明書発給の流れとしては、全国植物検疫協会が認可する各消毒処理施設に予約後、消毒する木材を搬入、所定の消毒処理を行う。消毒終了後、木材を引取る。その際、「熱処理消毒実施表」及び「温度自動記録表」を受領する。「輸出貨物梱包材等消毒証明依頼書」と「熱処理消毒実施表」及び「温度自動記録表」を協会宛に送付する。

受領希望日の前々日迄に受け付ければ、原則として希望日に発給される。

次に、梱包用木材の熱処理と消毒証明書の留意点として、費用負担は、証明書の発給依頼時に、全国植物検疫協会へ証明料2,000円が必要となる。証明書の有効期限は、消毒実施後、60日である。本規制は、全ての木材に適用されるので、「トライオール梱包の脚の部分（木製の場合）」、「ラッシング用木材」等も対象になるので注意が必要である。規制対象品以外の梱包の場合、「植物検疫証書」は必要ないが、針葉樹を使用していないことの「非針葉樹木質梱包声明」、または木材を使用していないことの「無木質梱包声明」のいずれかを輸出者が発行しなければならない。

## (2) 中国の輸入関税制度

### 輸入貨物の税制度

中国では、輸入が許可される貨物について、「税関輸出入税則（関税率表）」に従い、輸入関税が課せられる。輸入貨物は、税関が決定した通常の成約価格を基礎とした運賃保険料込価格（CIF 価格）を課税価格とする。税関の審査で成約価格を決定できない場合、当該貨物と同一の輸出国または地域から購入した同等もしくは類似貨物の成約価格を基礎として課税価格が決定する。税関手続きの実態として、関税率表はあるものの食品がどの範疇に該当するかを税関担当者の判断で決まるケースもあり、関税率は、通関時の税関担当者の裁量にゆだねられている部分も多くある。

次に、中国では、物品販売または加工、修理補修等の役務提供及び物品の輸入を行う団体及び個人に対して課す「増値税」という付加価値税がある。増値税の基本税率は、17%である。なお、一部の物品については、税率が 13%となっている。輸入貨物の場合、増値税は、関税込み価格に対して規定の税率を加算して算定される。

関税支払いまでの流れとしては、輸入審査が完了し関税額が確定した段階で税関から関税および増値税の納付書が発給される。関税の納付は、納付書発行の翌日から起算して 7 営業日以内に指定銀行にて手続きをすることとなっている。関税及び増値税は、人民元での納付となる。通関の時期は、到着日から 14 日以内に申告をしなければならない。それ以降となった場合、1 日ごとに運賃保険料込価格の 1000 分の 3 の延滞金を課せられる。

通関業務の留意点として、税関の業務体制は、現行制度で平日 8:30～16:30 となっていたが、2003 年 10 月より上海浦東空港と上海航運交易所については、試験的に土・日曜日及び時間外業務を開始した。なお、土・日曜日及び時間外の通関には事前予約が必要である。今後、通関手続きとして、土・日曜日及び時間外業務の定着化・迅速化などが期待できる。ただし、三検局検査（商品検査、動植物検疫、衛生検査）の業務体制は、土・日曜日は休みとなっており、輸入手続きの全てが年中無休の 365 日対応となったわけではない。

### 輸入関税率

現段階の農畜水産品の平均的な輸入関税率は、農産品で13%前後、水産品で12%前後、畜産品で18~25%となっている。

中国は、WTO加盟を機に、農畜水産品の関税についても段階的に引き下げ2010年までに農産品の関税率を8.9%まで引き下がることを約束している。これまで中国農産品は、安い労賃を武器に労働集約型の高い生産力によって高い競争力を誇っていたが、今後関税率の軽減により、海外からの輸入農畜水産品が増加して行くことが予想される。

農畜水産品の税負担は、関税と増値税を合わせて30%程度となり、運賃保険料込価格を基準にして中国での出荷価格を試算することができる。

他国の関税に関する取り組みとして、2003年10月にタイと中国の間で、野菜・果物(116品目)の関税を撤廃する省令を發布、即日施行している。タイの輸入対象品目としては、「リンゴ」<sub>Ⓜ</sub>、「梨」<sub>Ⓜ</sub>、「ニンニク」<sub>Ⓜ</sub>、「キノコ」等がある。タイの輸出対象品目としては、「タピオカ」<sub>Ⓜ</sub>、「ロンガン」<sub>Ⓜ</sub>、「パイナップル」<sub>Ⓜ</sub>、「ドリアン」等がある。通関の際は、原則として所定の原産地証明書を提示する必要がある。

日本産食品の中国での小売価格として、上海在留日本人が積極的に購入する価格帯は、日本の価格1.5~2倍程度までと言われている。したがって、関税や増値税は、中国のWTO加盟に伴い、段階的に低くなってきているが、まだ税金の費用負担は大きな障壁である。

図表 37：農水産物の税率

品目	関税	増値税	備考
農産品	13%前後	13%	<2010年>
(みかん)	17.6%	13%	農産品8.9%
(梨)	14%	13%	全品目平均9.8%
(りんご)	14%	13%	
畜産物	18.6~25%	13%	
水産物	12%前後	13%	
鉱工業品	12.7%		
全品目平均	14%前後		

(出所) NYK LOGISTICS 資料をもとにながさき地域政策研究所にて作成

### (3) 中国の輸入制度

中国側の食品輸入制度について、諸規制の検査等を受け合格しなければ荷揚げできないこととなるが、中国の食品輸入に関する輸入制度などについて、情報を集約し整理したものがあまりない。ここでは、中国側において食品輸入に必要な関税以外の非関税障壁と呼ばれている流通制度の特色や留意点（ポイント）について見たい。

#### 貿易権

中国では輸出入などの貿易業務は、許認可制となっている。また、自由に貿易をするためには国務院の対外経済貿易主管部門の許可を受ける必要がある。外国投資企業による貿易業務は、自社工場の生産活動に必要な資材や原料の輸入などに限定して認められている。貿易権の自由化は、WTO加盟の基本的な要件であり、3年以内に外資系企業を含めた全ての中国国内企業に段階的に貿易権を認めることになっている。現在、国内の非国有企業に対して貿易権の開放は、先行して始まっている。ただし、個人に対する貿易権は、まだ開放されていない。

なお、中国政府では、国家貿易の指定品目への主導的な管理については維持していく。国家貿易を指定する輸入品は、「穀物」、「食用油」、「砂糖」、「タバコ」、「原油」、「石油製品」、「化学肥料」、「綿花」があり、中国政府が指定する企業がその輸入業務を行っている。

次に、貿易権の留意点として、サービス分野の「約束表」では、卸売および代理店販売についても外資比率に基づく段階的開放を明記しており、WTO加盟の3年後には完全開放すると規定している。しかし、中国政府は、貿易権のある輸入者に国内販売についても併せて認めるものではなく、流通に関する「サービス約束表」が別途あり、そのサービス約束表に沿って規制をする。

つまり、現状外資系企業にとって中国は、貿易権の開放と国内販売が結合しない不合理性や規制緩和の不透明性が残っている市場である。

図表 38：WTO加盟後の外資企業に対する段階的な貿易権付与のスケジュール

期 間	付 与 対 象
加盟後1年後	外国資本マイリティ(50%未満)の合弁企業
加盟後2年後	外国資本マジョリティ(50%以上)の合弁企業
加盟後3年後	外国資本 100%の企業を含む全ての企業

(出所) 日本国際貿易促進協会「日中貿易必携 2004」をもとにながさき地域政策研究所にて作成

## 関税割当

中国政府は、農産品の関税割当の管理暫定規則を公表している。関税割当の割当数量、申請条件、配分ルールは、毎年通達を公表している。なお、関税割当は、2006年までに段階的に撤廃されることとなっている。

図表 39：農産品関税割当商品 （単位：＜上段＞トン、＜下段＞国営貿易比率）

商品	関税割当量			
	2002年	2003年	2004年	2005年
小麦	8,468,000 90%	9,052,000 90%	9,636,000 90%	
とうもろこし	5,850,000 68%	6,525,000 64%	7,200,000 60%	
米(中短粒)	1,995,000 50%	2,327,500 50%	2,660,000 50%	
インディカ米	1,995,000 50%	2,327,500 50%	2,660,000 50%	
大豆油	2,518,000 34%	2,818,000 26%	3,118,000 18%	3,587,100 10%
パーム油	2,400,000 34%	2,600,000 26%	2,700,000 18%	3,168,000 10%
菜種油	878,900 34%	1,018,600 26%	1,126,600 18%	1,243,000 10%
食糖	1,764,000 70%	1,852,000 70%	1,945,000 70%	
羊毛	264,500	275,750	287,000	
綿花	818,500 33%	856,250 33%	894,000 33%	

(出所) 日本国際貿易促進協会「日中貿易必携 2004」

## 中国の食品衛生検査（食品衛生法）

中国では、輸入港の食品衛生監督検査機関による検疫検査を義務付けている。その際、輸出国（地域）で使用された農薬、添加物、燻蒸剤等の関連資料と検査報告書が必要となる。中国の食品衛生基準が未定であるものは、輸入者が輸出国（地域）の公的衛生機関が発行した衛生評価資料を提出し、輸入港の食品衛生監督検査機関の検疫を経て、国务院衛生行政部門に報告し、認可を受ける必要がある。検疫検査では、書類審査または必要であれば現物審査が行われ、合格すれば「輸入食品衛生監督検査マーク」と衛生証明書（正本、副本）が発給される。日本から水産加工食品を輸出する場合は、日本の各地方厚生局が発行する検査証明書が必要となる。この衛生関連の検疫検査合格後、所定の関税を支払えば税関による輸入許可となる。

次に、食品衛生検査の留意点として、検査を円滑に進めるには、日本からの検疫証明書などの多様な資料の準備への対応と中国側検査機関との人脈などが重要なポイントとなる。審査の日数には、1週間から1カ月かかり、特に不足資料などがある場合は長期間に及ぶと言われている。

## 中国の輸入食品ラベル検査（食品ラベル管理弁法）

中国の輸入通関後の国内販売については、食品衛生法の規制下になる。食品ラベルとは、包装する食品容器上の文字、図形、記号及び説明などの全ての内容をいう。特に、輸入食品ラベル検査では、包装容器、包装資材、製品のラベル表示内容が重点的に管理される。また、醤油、食酢などの特定産品については、製法、保存方法などを規定した中国の管理基準があるので、輸入された加工食品も同様の規制を受けることとなる。

食品ラベル検査の流れとしては、まず、貨物の輸入申告前に国家検査検疫局指定の検査機関に必要資料を提出して一次審査を受ける。一次審査合格した場合、国家検査検疫局より「輸出入食品ラベル審査証明書」を発給される。ラベル検査は、検査検疫機構に輸出入食品ラベル審査証明書を提出して検査を受ける。2002年11月より、輸入食品はラベル審査証明書に基づいて、輸入時の検査申告手続きをしなければならない。つまり、ラベル審査証明書は、輸入港の食品衛生監督検査機関の検疫検査時に必要となる。

ラベル審査では、ラベル形式、レイアウト、表示される品質に関する内容などが真実かつ正確であるかどうかについて審査する。ラベル審査の提出資料として、食品ラベル審査申請書、食品ラベルのレイアウト説明および適正に使用されていることを証明する資料、食品ラベルが表示している内容を説明する資料、輸入国（地域）の食品ラベルについての関連規定、食品ラベルのサンプル6セット。サンプルの提供が難しい場合、実体がよくわかる写真でも可、提供することが求められるその他のもの、などがある。

ラベル検査の検査項目は、検査申告されている食品ラベルは、すでに審査を終えている食品ラベルと合致しているか。食品ラベルが表示する内容が食品と合致しているか。審査決定された輸出入食品のラベルは、販売国で使用可能なものか。となっている。

食品ラベル検査の留意点としては、輸入食品ラベルは、中国語で正式に表示しなければならない。ラベル審査の申請者は、輸入食品の取扱経営者または同代理人になる。ラベル審査に要する日数は、6カ月以上を費やした事例もあり、審査の進捗管理や申請時期について注意する必要がある。

(4) 中国の販売促進費用(商慣習)

中国の商慣習として、スーパーマーケットなどの小売企業側は、食品販売に際して様々な販売促進費用を要求し、サプライ側の費用負担を大きくする。その中でも“入場料”は、小売店の食品売場開設料的な対価として、納入商品の初回契約時ごとに必要な手数料である。小売企業側は、サプライ側に販売促進のため、様々な費用負担を求めてくる。

上海の日系商社によると、入場料は納入品目の契約ごとに必要な費用であり、契約商品と異なる商品の納入を新たに始める場合、その都度必要となる費用である。その他の費用として、新品費、交際費(慶賀)、祭日祝い費、新店舗祝い費、DM費、マネキン管理費等がある。

UFJ総研上海有限公司によると、“入場料”について「スーパーなどで製品販売を行う場合、初回販売時に“入場料”と称する手数料を流通グループ側に1品目ごとに数万元支払うことが初回に求められることがある」と指摘している。また、UFJ総研上海有限公司による“入場料”の数万元を6万元と仮定して日本円に換算すると、入場料は、約84万円/(1品目当たりの初回契約手数料)となる。

上海の日系商社資料(図表40)により“入場料”について分析すると、“入場料”の平均額は、約24千元となり、23.6千元(日本円換算約33万円)/(1品目当たりの初回契約手数料)となる。

したがって、一般中国人も含めた上海市場に販路を拡大させるためには、スーパーマーケットなどの量販店での販売を展開することも必要となってくるが、入場料などの多額な販売促進費用の負担が大きな障壁となることを十分留意する必要がある。

なお、販売促進のための費用負担を軽減する方法としては、日本産食品・食材を優先的に揃えている日本食専門店などへの販売や日本食料理店、その他ホテル、レストラン等の外食産業への業務用として直接販売することが考えられる。中国向け食材輸出事業の実現可能性において、初期段階の投資リスクを如何に抑えることができるかについては重要なポイントである。輸出規模を拡大させるマーケットとしては、スーパーマーケットやコンビニエンスストアなどの量販店との取引は重要である。ただし、中国向け食材輸出事業は、「小さくはじめて大きく育てる」ことが必要であり、軌道に乗った段階で、ステップ手段として活用する方が輸出事業を持続可能なものとするために適切であると考ええる。

図表40：中国小売店の販売促進費用 (単位：人民元、1元 14円)

項目	コンビニA	コンビニB	チェーンストア	大型スーパー	大型スーパー	専門店
入場料(口座開き)	10,000	50,000	-	70,000	12,000	-
新品費	40,000	100,000	21,000	56,000	8,000	1,200×品
交際費(慶賀)	20,000	10,000	6,300	14,000	2,000	3,000
祭日祝い費	-	-	8,400	35,000	3,000	-
新店舗祝い費	150×店	-	1,500×店	-	18,000	1,200×店
販売促進費	-	-	9,450	-	-	-
陳列費	-	-	-	-	1,000	-
物流費	-	-	2%	2%	-	-
情報費	-	-	-	-	2,400	-
違約金	-	-	300×品×日	-	-	-
ワゴン	-	-	-	14,000	2,000	-
DM費	-	-	-	21,000	2,000	-
マネキン管理費用	-	-	1,000×店舗	12,000	2,000	-

(出所) 上海の日系商社資料をもとにながさき地域政策研究所にて作成

## 7. 長崎県の中国向け輸出のあり方

### (1) 日本産農畜水産品の輸出事例

日本産の農畜水産品として、中国を含めた海外向け輸出を増加傾向にある果物類の中でも、最も有名な輸出事例として、まず鳥取県の「二十世紀梨」についての取組をみる。

次に、近年、東アジアマーケットに対して積極的な輸出促進事業を進めている福岡県の「ふくおかブランドのアジアマーケット販売戦略」についての取組をみる。

#### 鳥取県の「二十世紀梨」輸出事例

鳥取県産二十世紀梨は、日本の農産物の輸出金額では、1985年に温州みかんを抜いてトップとなり、以後維持し続けている。以前は、鳥取県その他、長野県（二十世紀梨）、福島県（二十世紀梨）、茨城県（豊水）が、米国等に梨を輸出していたが、輸出検疫の大きな障壁が多く、手間と費用がかかるため現在では中断している。

現在の輸出先として、東南アジア（香港、シンガポール）を中心に、アメリカ、ハワイ、グアム、オーストラリア、オランダ、ドイツなどがある。

二十世紀梨の高い評価として、果汁が多く、ジューシーでさわやかな味がする、クリスピー（シャリ気がある）な舌触りと癖のない味で美味しい、薄緑色の神秘的な果実、最高級果実のイメージがあり、上品で品格がある、袋かけが2回してある「手作りの果物」で安心して食べられ、病害虫や農薬を遮断されているので安心して輸入できる、日持ち性が良いので痛みにくく、貯蔵性に優れる、などがあり、世界中の消費者より支持を得ている。

図表 41：鳥取県産二十世紀梨の輸出の歴史

年 代	実 績
1933年（昭和8年）	中国大連、京城等へ3,361箱を輸出
1969年（昭和44年）	ハワイへ輸出開始
1983年（昭和58年）	ヨーロッパへ輸出開始
1984年（昭和59年）	アメリカ本土へ輸出開始
1989年（平成元年）	オーストラリアへ輸出開始
1997年（平成9年）	台湾向け輸出再開。輸出二十世紀梨が県産二十世紀梨の25%のシェア。

（出所）鳥取県庁HP「鳥取二十世紀梨物語」をもとにながさき地域政策研究所にて作成

（鳥取県庁ホームページ）<http://www.pref.tottori.jp/shijou/taste/f-information/nashi/>

図表 42：平成13年度の輸出実績

項 目	輸出数量（10kg箱）	割 合（％）
日本梨	286,029	
鳥取県産日本梨	268,867	（ / ） 94
全農とっとり取扱分	183,497	（ / ） 68
香港 台湾	110,992	60
シンガポール	4,845	3
台湾	26,453	14
米国本土	27,535	15
ハワイ	8,520	5

（出所）鳥取県庁HP「鳥取二十世紀梨物語」をもとにながさき地域政策研究所にて作成

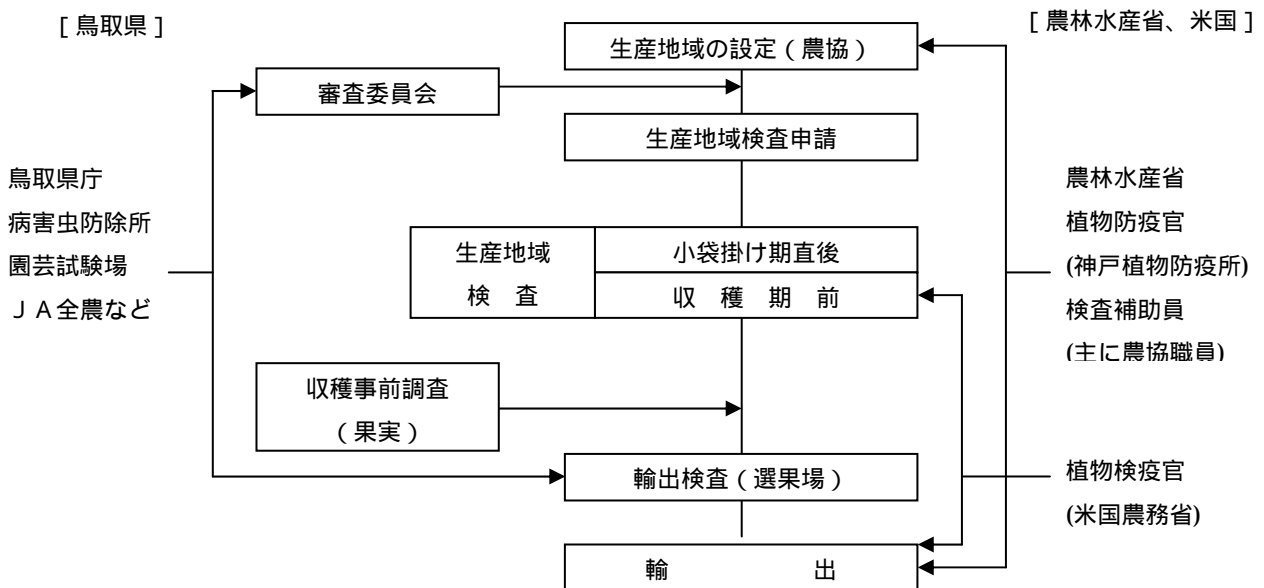
鳥取県産「二十世紀梨」の輸出検疫条件と検疫の取組事例

ジェットロ「実践食品輸出読本-世界に広がる日本の味-」より、農産物が輸出される場合、自国の農業を守るため、有害な病害虫の植物検疫検査と国民の健康保持のための食品安全検査を行うことが多くの国・地域で義務づけられている。農産物の取引が拡大するにつれ、このような検査はますます強化される。梨の輸入を禁止している国・地域に対して輸出が成立する場合、双方の政府間の協議により議定書が交わされる。その内容は相手先によって異なるが、ここでは、最も歴史の長いアメリカの議定書の要点として、輸出生産地域の制限（鳥取、長野、福島、茨城の4県だが、いまは鳥取だけが輸出）、病害虫防除が徹底された輸出生産園地の指定、輸出果実に対する完全な袋掛けの実施、日米両国植物検疫官による合同の園地検査、輸出検査（選果場での果実検査）の実施、輸出検査において黒斑病、モモシクイガなど7種類の検疫対象害虫がないこと、選果場は病害虫の汚染防止措置がとられており、検査中は米国向け専用であること、容器には米国向け表示がなされていること、となっている。

鳥取県におけるアメリカ向けの輸出検疫の仕組みは図表43に示すとおりであるが、これは政府間の議定書に定められた検査体制のほかに、輸出果実に病害虫を侵入させないための鳥取県独自の園地レベルでの病害虫の密度抑制やチェック体制が盛り込まれている。両国からは国の植物検疫官を招致し、わが国の植物検疫官と合同で園地検査や輸出検査をする仕組みになっている。米国、オーストラリア以外の国・地域においては、輸出許可証の取得や輸出前にわが国の植物防疫所の輸出検査を受ければ可能となっているところがあり、また、無条件で輸入禁止の国は、ニュージーランド、イタリア、スペインなどとなっている。

一見順調に見える二十世紀梨の輸出にも、輸出に不利な円高の進行とハードルの高い輸出検疫などの難問があり、これまでは苦難の連続であった。自国に存在しない病害虫を、水際で阻止したいのは、どこでも同じである。そのためには、生産者はもとより国や県、農業団体の関係者の絶え間ない努力が必要である。このような努力と汗に支えられ、東南アジアへの富有柿の輸出、台湾への接ぎ木用の穂木の輸出へと発展している。二十世紀梨の輸出の実績は、新しい農産物の輸出への突破口となった好例である。

図表43：鳥取県産対米輸出二十世紀梨検疫の仕組み



(出所) ジェットロ「実践 食品輸出読本 世界に広がる日本の味」P115

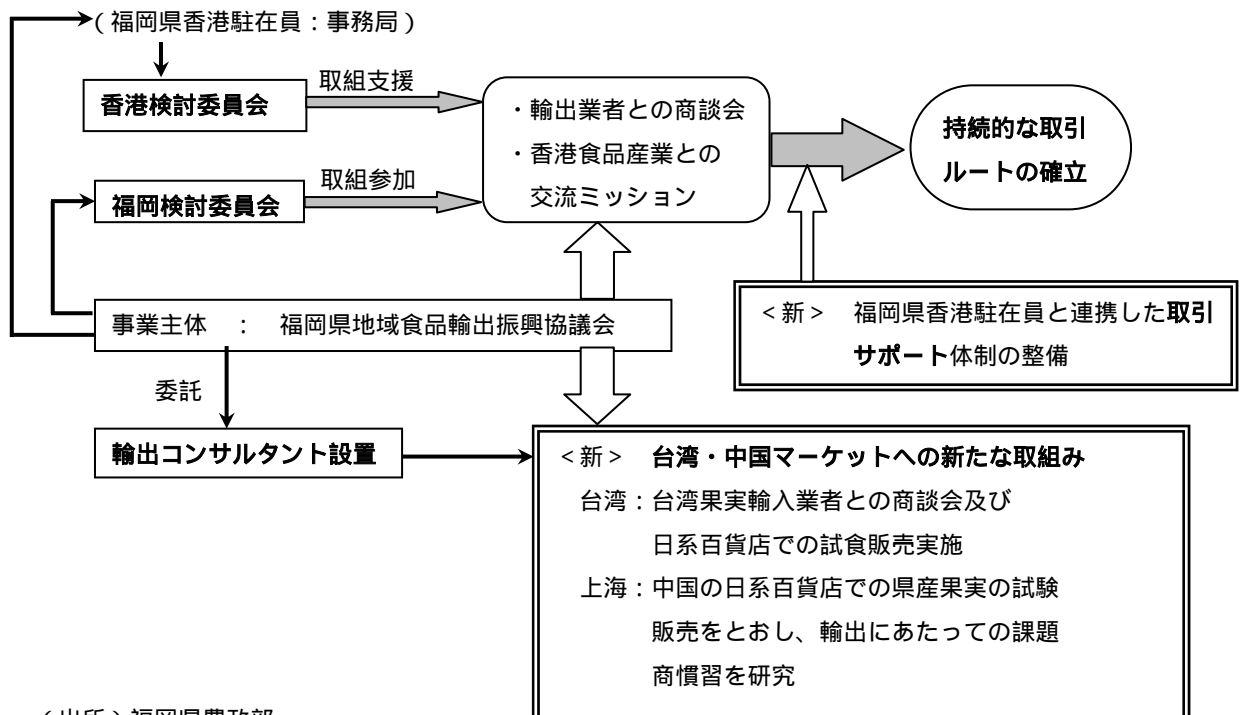
福岡県の「ふくおかブランドのアジアマーケット販売戦略」政策事例

福岡県では、平成4年度からアジア市場において福岡県産品の定着化を促進するため、香港のアンテナショップで開始した。アンテナショップでは、日系スーパーへの取引ルートを確立するなど一定の成果を収めた。そして、平成14年から新たな流通ルートを開拓するため、福岡県香港駐在員などと連携したアジアマーケット販売戦略展開事業（図表44）へ方向転換を図り、取り組んでいる。事業の特徴として、香港の外食産業や現地スーパー関係者などからなる「香港検討委員会」と、輸出に関心がある農業団体や食品産業団体からなる「福岡検討委員会」を設置し、香港向けの農産品輸出の支援体制を作っている。また、アンテナショップ形式から香港食品産業を対象とした商談会に転換し、青果物、水産加工品、菓子・味噌など約70種類の県産品について個別商談を実施している。これらの取組により、既存ルート以外に新たな販売ルートも開拓され、試験輸出に取り組むとともに、複数の香港の業者との商談も進行中である。

福岡県農政部生産流通課によると、2003年に福岡から香港向け輸出した農産品では、いちご「あまおう」がある。「あまおう」は、2002年に福岡県が開発したいちごの新品種で、現在福岡県のいちご作付面積の半分にあたる220ヘクタールで栽培している。「あまおう」は、高品質で高付加価値ないちごのブランドとして国内市場でも人気がある。「あまおう」は、香港での商談が、とんとん拍子で決まり、2003年12月から香港向け輸出を開始した。1パック当たりの香港における販売価格は、78香港ドル（日本円換算約1,200円）で、国内価格（600円）の約2倍である。輸送手段は、所要時間が約3時間の航空輸送を利用し、翌朝には香港のスーパーマーケットなどの店頭並べるスピード輸出を実現していることが注目すべき点であり、中国向け食材輸出との大きな相違点である。

香港の場合、関税や食品衛生検査等がほとんどない自由貿易地域であるため、スピード重視の食材輸出に対して、十分な受け入れ体制が整っている。つまり、香港は長崎県産の水産品や果物などにとっても適した市場であり、特に生鮮品を輸出するのに適している言えよう。

図表44：福岡県産品アジアマーケット販売戦略展開事業



(出所) 福岡県農政部

## (2) 輸出可能性のある長崎産農畜水産品

### 農産品

農産品については、中国産への不満点から、「糖度が高く、美味しい高品質なもの」や「食の安全性を追求した履歴の明確なもの」などであれば、高級・高品質志向や健康志向の消費者に対する商品の付加価値が高くなり、輸出の可能性はある。

具体的な輸出可能性のある農産品は、高級果実としての「いちご」、「メロン」、「みかん」等があげられる。ただし、「いちご」、「メロン」、「みかん」は、一般の中国市場でも流通しているため、高級果実として売り込むには、一般の市場とは違う分野の確立が必要であり、つまり差別化戦略が必要となってくる。農産品の中国向け輸出事例をみると、鳥取県の梨「二十世紀梨」や青森県のりんご「富士」は、高級果実として台湾・香港向けに輸出され、特に贈答用として、地位（ブランド）を確立している。

関税については、13%前後であり、また今後も段階的に引き下げられ10%以下となる予定である。

流通制度については、日本の植物検疫検査の合格、梱包材熱処理の実施もしくは声明文の添付、中国の商品衛生検査等の合格などが必要である。

日本側の植物検疫検査は、通常の検査基準を満たしていれば特に問題ない。

中国側の食品衛生検査は、検査担当者などの個人の裁量の余地が多く残されている。つまり、検査担当者などに対する人脈によって、審査の進捗が左右することもあり、不透明な仕組みである。

中国側の検査においては、パートナーへの食材到着予定日の超過、日数超過に伴う食材の賞味期限切れおよび腐乱などによる商品価値の喪失などの様々なリスクが考えられる。よって、中国向け輸出は、日持ちが良く痛みにくい貯蔵性の優れた農産品（みかん、メロンなど）が適している。

## 畜産品

畜産品については、和牛のニーズがあり、付加価値のある霜降り的高级な和牛（ながさき牛）であれば、輸出の可能性はある。高级な鉄板焼き店用として、上海でも和牛肉を高値で取引されているケースがある。畜産品の中国向け輸出事例をみると、オーストラリアの牛肉などがある。

次に、豚肉・鶏肉については、まず日本との価格格差のハードルが非常に高く、また価格以外で商品の付加価値を見出しにくいいため、輸出の可能性は小さいと考える。

関税については、18～25%であり、今後段階的な引き下げがあるとしても、他の農水産品と比べると関税率が高い。

流通制度については、日本の動物検疫検査の合格、梱包材熱処理の実施もしくは声明文の添付、中国の商品衛生検査の合格などが必要である。

日本側の動物検疫検査は、現在、中国向け輸出の取扱い自体がほとんどないため、対応に慣れているとは言い難い。中国側の輸入条件などの情報も少ないため、輸出事業を考え始めた早い段階で、一度動物検疫所などへ相談することが望ましい。

中国側の食品衛生検査は、農水産品と同様に、検査担当者などの個人の裁量の余地が多く残されている。つまり、検査担当者などに対する人脈によって、審査の進捗が左右することもあり、不透明な仕組みである。

中国側検査においては、パートナーへの食材到着予定日の超過、日数超過に伴う食材の賞味期限切れおよび腐乱などによる商品価値の喪失など、様々なリスクをが考えられる。よって、中国向け輸出は、日持ちが良く痛みにくい貯蔵性の優れた畜産品（ヨーグルト、チーズ、ハム、ウインナー等）が適している。

その他の留意点としては、日本から牛肉を輸出する場合、中国などの海外向け輸出の衛生検査基準に対応できる管理体制のレベルや規則（レギュレーション）が整っている日本の

とさつじょうと殺場および食肉加工工場が少ないことがあげられる。日本の食肉加工工場では、輸出ライ

センス認定工場までを取得している加工工場が少なく、日本のと殺場では、とさつじょうと殺の全工程における衛生管理基準を満たす先が非常に少なく、輸出体制が未整備の状態という専門家（上海の日系商社）の見方もある。

## 水産品

水産品については、上海において新鮮で、美味しい多種多様な水産品を安定供給できていないことから、上海在留日本人のニーズが最も多くある。

具体的な輸出の可能性のある水産品は、鮮魚では「アジ」、「サバ」、「ブリ」、「カツオ」、「イカ」等の主に青物類の魚があげられる。水産加工品では「イカの一晩干し」、「アジの開き」、「蒲鉾」等があげられる。その他の水産品（水産加工品を含む）についても、全般にニーズがあり、輸出の可能性は比較的大きいと考えられる。

上海では、近年の日本食ブームや欧米の食文化の浸透により、中国人の食生活も大きな転換期にあり、海水の魚介類を多く食べるようになってきている。最近、上海の若者の間で、バレンタインデーなどの記念日に日本食料理店（回転寿司など）の魚料理等を食べることが一種のファッションとなっている。また、上海の銅川路水産市場では、国内外の物流インフラの発達により、国内産地のみならず世界各地から多種多様な水産品が入ってきている。ただし、上海在留日本人が満足する高品質（鮮度、美味しさ、安全性など）かつ多種多様な水産品を安定供給できているわけではない。したがって、上海在留日本人が満足するような高品質な海水の魚介類を安定供給させ、淡水の魚介類より美味しいことや料理方法や食べ方に至るまで幅広く認知させることができれば、更なる需要の拡大が見込めると考える。

干物や蒲鉾類等の水産加工品は、中国産と比べて、高品質（美味しさ、艶<sup>つや</sup>など）な商品として中国の市場関係者からも評価が高い。

次に、中国での販売促進において、重要なポイントが“調理方法から料理の食べ方に至るまでを一貫した日本の食文化”を認知・浸透させることである。干物などの水産加工品について考察すると、「干物」などの水産加工品は、中国での認知度が低い。当然、お酒と合わせて食べると更に美味しいことも知らない。家庭料理で魚を焼く習慣がない。当然、魚を焼くための調理器具もなく、調理方法も知らない。魚を焼く時にでる煙の問題がある。中国の住宅事情によると、喚起設備が不十分である。また、中国人はマンションの壁等が煙で汚れることを嫌がる。という障壁があげられる。したがって、上海在留日本人や日本人がよく利用する日本食料理店、ホテル、レストラン等に短期のターゲット顧客を絞り込んだマーケティングが重要なポイントとなってくる。

また、水産加工品の販売促進策として、「料理のレシピ」「魚を焼くための調理器具」「長崎のお酒（壱岐の焼酎など）」などをパック商品とすることを考える。パック商品化によって、付加価値の向上につながり、相乗効果が期待できる。

水産品の中国向け輸出事例をみると、長崎魚市（株）では、鮮魚（ヒラ、マナガツオ、カワハギ）、冷凍品（太刀魚、ヒラ、サバ、ボラ、カワハギ、ナマズ、スルメイカ、シリヤケイカ）、加工品（シイラフィレー）といった10種類ほどの魚種を中国向け輸出している。輸出された水産品は、主に中国の水産加工品の原料となっている。日本では、安値の魚種も、中国では日本より高値で取引されるケースで輸出が実現している。輸出の実現には、魚種、漁獲量、漁獲時の相場などの諸条件が整っている必要がある。

関税については、12%前後であり、また今後も段階的に引き下げられ10%以下となる予定である。

流通制度については、日本の食品衛生検査の合格、梱包材熱処理の実施もしくは声明文の添付、中国の商品衛生検査、食品ラベル検査の合格が必要である。

日本側の食品衛生検査は、輸出する水産品の“原料から製品に至る加工、製造、保管等”の全行程における連続的な衛生管理と関連施設の登録および水産食品の特性に応じた試験成績書等の添付を義務づけられている。食品衛生検査の留意点としては、検査範囲が多岐にわたりがつ複雑となったため、全工程の検査ができる民間代行の指定検査機関が限定され、時間とコストの負担が輸出者にかかる仕組みとなっている。輸出品目が確定し始める早い段階で、地方厚生局などに事前に相談することや検査機関への申請時期も2~3週間の余裕をもつことが望まれる。また、円滑な検査対応ができる体制を整えるため、官民一体となった取り組みが必要である。

その他のポイントとして、欧米向けに加工食品を輸出する場合、HACCP 認定施設で製造が義務づけられている。中国向け輸出では、HACCP 認定施設による製造の義務はないが、中国でも食の安全性に対する意識は高まっており、今後の HACCP 対応の要求に備えた取り組みが必要である。そして、自ら厳格な検査に対応できるように高レベルの管理体制をつくることが望まれる。また、行政としても、HACCP 対応等の衛生管理基準への取り組みを支援する必要がある。

中国側の食品衛生検査は、農畜産品と同様となるが、検査担当者などの個人の裁量の余地が多く残されている。つまり、検査担当者などに対する人脈によって、審査の進捗が左右することもあり、不透明な仕組みである。

次に、食品ラベル検査では、輸出前に国家検査検疫局から「輸出入食品ラベル審査証明書」を取得し、輸出時に輸入港の食品衛生監督検査機関から検疫検査を受けるとき必要となってくる。輸入食品ラベルは、中国語で正式に表示しなければならない。ラベル審査の申請は、かなりの時間とコストを費やすこととなるので十分注意する必要がある。

中国側検査においては、パートナーへの食材到着予定日の超過、日数超過に伴う食材の賞味期限切れおよび腐乱等による商品価値の喪失などの様々なリスクが考えられる。よって、中国向け輸出は、日持ちが良く痛みにくい貯蔵性の優れた水産品（干物・蒲鉾など）が適している。

### (3) 長崎産農畜水産品輸出の留意点(リスク)

#### 中国側パートナーの選定

中国側パートナーとは、農畜水産品の輸入権を持つ貿易業者のことである。上海の日系企業では、丸紅や三菱商事等が資本出資している合弁の貿易会社がある。中国へ農水産品を輸出する場合、農水産品の輸入権を持つ貿易業者との取引が前提となる。また、中国市場での販売等を委ねるため、複数の候補先から比較検証することが望まれる。パートナーの業況についても定期的に管理する必要がある。

#### 中国市場の販路構築

中国市場の販路構築については、パートナーに委ねる部分が大半を占めるが、見本市や物産展などを積極的に活用することが有効である。ただし、スーパーマーケットや百貨店において物産展などを日本と同様に円滑に開催できるとは限らない。よって、長崎県やジェトロ等が支援している国際見本市や物産展などを有効活用することがポイントである。

#### 模倣品対策

模倣品対策については、「梨やリンゴ等の高級果実の模倣品が低価格で販売される被害」や「中国企業によって日本名の商標登録を先に取得され、農水産品が中国向けに輸出できなくなる被害」等があげられる。2003年には、中国の広州市のパッケージ会社が「青森」という商標登録を中国政府に申請し、認可されれば青森産の農水産品などが中国へ輸出できなくなるという注意が必要な事例が発生している。

長崎県産の農畜水産品についても、中国で認知され始めれば、「青森」と同様に「長崎」の商標登録の問題が発生する恐れがあり、中国へ輸出を促進する場合、早期に官民一体となった模倣品や商標登録等の対策が必要である。また、長崎ブランドとして、模倣品との差別化を図っていく取り組みも必要である。

#### コスト増幅リスク

コストについては、まず、輸送運賃や関税・増徴税以外にも、食材を輸出港まで運ぶ運送コスト、倉庫保管料、荷役作業料などの追加コストについても正確に把握する必要がある。また、不慮の事故的な追加コストとして、パートナーへの食材到着予定日の超過、日数超過に伴う食材の賞味期限切れおよび腐乱などによる商品価値の喪失などの様々なコスト増幅のリスクが考えられるため、採算ラインに余裕を持つ必要がある。また、中国の「人民元」が、米ドルと連動しているため、為替リスクについても注意する必要がある。

#### 代金回収リスク

代金回収については、リスクを軽減するためにもL/Cベースの取引を原則とする必要がある。更に、リスクを回避するには、コミッションを支払うこととなるが、日本の商社を活用する方法もある。

## 非関税障壁

非関税障壁については、日本側では特に水産品における食品衛生検査が厳格である。よって、厳格な検査に対応できるようにするため、自ら HACCP 施設の認定を取得するなどして、高いレベルの管理体制を構築する取り組みが重要となってくる。HACCP 対応によって、工程の合理化や従業員の意識改革などの良い波及効果が生まれ、より良い食品を製造するという意識が芽生える相乗効果が期待できる。

次に、中国側の食品衛生検査は、検査担当者などの個人の裁量の余地が多く残されている。つまり、検査担当者などに対する人脈によって、審査の進捗が左右することもあり、不透明な仕組みである。また、中国側検査によって、パートナーへの食材到着予定日の超過、日数超過に伴う食材の賞味期限切れおよび腐乱などによる商品価値の喪失といった様々なリスクが考えられる。

中国側の食品ラベル検査では、ラベル表示内容を貨物の輸入申告前に検査機関に必要資料を提出して一次審査を受け、「輸出入食品ラベル審査証明書」を取得する必要がある。この証明書は、輸入港の食品衛生監督検査機関の検疫検査時に必要となる。証明書の取得に 6 ヶ月以上かかった事例もあり、審査の申請時期や進捗管理については十分注意する必要がある。

中国の商慣習として、スーパーマーケットなどの小売企業側は、食品販売に際して様々な販売促進費用が要求し、サプライ側の費用負担が大きくなる。その中でも“入場料”は、小売店の食品売場開設料的な対価として、納入商品の初回契約時ごとに必要な手数料である。小売企業側からすると、「販売促進のための費用負担はサプライ側にある」という考え方に基づいており、中国市場での内販を拡大させるとき、特に留意しておく必要がある。

#### (4) 輸出促進のあり方(問題解決)

生産・管理体制の充実

##### 生産・管理体制

履歴(トレーサビリティ)や HACCP 認定など食の安全基準を熟慮し、備えておくことが重要である。鳥取県の梨「二十世紀梨」の検疫検査対応のような検査対応の体制づくりが必要である。それには、長崎県、農業・水産試験場、生産者などの官民が一体となって農水産品の輸出を促進し、検疫検査の円滑化が図れる体制を構築していく必要がある。

##### 高品質かつ安定的な供給体制

当初、高品質の農畜水産品を絞り込んで輸出することが輸出の可能性を大きくする方法であり、そのためには、農業・水産試験場、生産者などの官民が一体となって高品質な産品を生産する取り組みが必要である。また、将来の輸出拡大を見据えた安定供給ができる産品の生産体制についても検討していく必要がある。

流通の効率化

##### 流通経路とコスト

長崎や福岡の保税地域までの運送コストや保税地域から船積み輸出までのコストは、複数の輸出経路があるため、複数の業者を比較検討する必要がある。経路とコストは、費用対効果の観点からコストやスピードなどを考慮して検討する必要がある。

##### 貯蔵性

食材輸出は、まさに時間との勝負でもある。鮮魚や生鮮野菜果物の場合、タイムリミットも早く訪れるため、輸出の食品検査などに時間を要する場合、商品の腐乱などに伴う廃棄という最悪のケースがあることも考慮する必要がある。食材の貯蔵性から輸出品目の優先順位を考えたとき、常温で貯蔵可能なもの、冷凍で貯蔵可能なもの、冷蔵で貯蔵可能なもの、という順になる。

次に、輸送手段の考え方としては、貯蔵に優れた食材は、低コストである海上輸送、果物や鮮魚などの生鮮食材は、スピード重視の航空輸送や高速船輸送が適切である。輸送運賃等のコストは、事業の採算性を左右する重要なポイントであることも留意する必要がある。

##### 輸出検査

日本では、動植物検疫検査、食品衛生検査、梱包材木材に対する熱処理等が必要である。検査の厳格化に対応できるような体制や検査の円滑化が図れる体制を長崎県や農業・水産試験場や生産者などの官民が一体となって構築していく必要がある。

中国では、原則輸入業者対応となるが、食品衛生検査や食品ラベル検査などを円滑にするため、官民一体となって、中国側の検査関係機関との信頼関係を構築していく必要がある。

## 中国販売

中国での販売促進については、見本市や物産展などを積極的に活用することも有効である。ただし、中国のスーパーマーケットや百貨店等において、日本のような物産展などを円滑に開催できるとは限らない。よって、長崎県やジェットロなどが支援している国際見本市や物産展への出店が有効な手段である。

中国での販売促進策として、上海の有名な食品マーケットや高級ホテルなどでの物産展の開催を提案する。物産展では、長崎から招聘した有名シェフが長崎県産の食材で料理をつくり、そして試食会から商談に結び付くような場に発展していくような工夫が必要である。もちろん、試食会では、お酒については壱岐焼酎など、食器については波佐見焼きや三河内焼きなど、その他も県産品についても合わせてPRし、相乗効果を図ることも必要である。また、上海でTV局・新聞等のマスメディアを利用して、幅広く情報発信することも効果的である。

## 長崎県産農畜水産品の輸出促進戦略

日本側の動植物検疫・食品衛生検査の円滑化、中国側の通関・食品衛生検査等の円滑化、政府検査機関との信頼関係の構築および販路構築などの取り組みと、その取り組みの主体となって輸出促進を進める組織が必要である。そこで、官民一体となった専門家集団による「長崎県ブランドのアジア市場への輸出販売促進事業」を標榜し、中国市場を核とした香港・台湾等のアジア市場へ販路拡大を図ることを提案する。

農畜水産品の輸出業務は、生産から輸出・販売までの様々な分野の専門知識が必要であり、各分野の専門家による「輸出促進プロジェクトチーム」の設置が効果的であると考えられる。

さらに、中国側にも、プロジェクトチームの拠点を置くことが重要なポイントとなる。その拠点の役割は、中国側パートナーとの連携や管理、政府検査機関との信頼関係の構築等を行い、加えて「アンテナショップ」として、長崎県産品の“物販”と“情報発信”の機能を果たすものである。この中国側の拠点は、長崎県から中国への輸出・販売までを一貫してサポートする“流通のワンストップ化”の重要な役割を担うこととなり、輸出のスピード化が実現される。また、「アンテナショップ」の“物販”と“情報発信”の機能は、潜在的なターゲット顧客に対しての効果的な販売促進策となりうるであろう。ただし、このアンテナショップの設置には、中国側の小売販売店の設立に伴う様々な規制があり、プロジェクトチーム、長崎県、長崎県上海事務所等の一体となった対応が必要となる。

このように、官民一体で組織したプロジェクトチームが企画立案段階から「長崎県ブランドのアジア市場への輸出販売促進事業」を効果的に実施することができれば、長崎県産農畜水産品の認知度の向上・浸透から商談成立に至る、多くの成果をあげることは難しくはないであろう。

## おわりに.

長崎県産農畜水産品の中国への輸出可能性調査では、現在の中国市場は、誰でも容易に参入できるほど開放されていない面が多くあることがわかった。

したがって、長崎県産農畜水産品の中国向け輸出では、流通制度などの様々な非関税障壁の他に、中国側パートナーの選定、中国市場の販路構築、模倣品対策、コスト増幅リスク、代金回収リスク等について留意する必要がある。

そして、長崎県産農畜水産品の中国向け輸出を実現可能とするためには、巨大な中国市場に対して販売するのではなく、ターゲット（顧客や地域等）を絞り込んだマーケティングが重要なポイントである。そして、官民一体となった専門家集団の「輸出促進プロジェクトチーム」や中国側の「アンテナショップ」といった取り組みが重要なポイントとなる。

中国への農畜水産品の輸出は、日本にとってまだ未開拓な分野であり、長崎県が日本産農畜水産品の中国向け輸出の先駆者となることで、中国市場における確固たる地位を確保することができれば、長崎県農水産業の浮揚は十分期待できよう。

## < 参考文献 >

- 農林水産省統計情報部「水産物流通統計」、平成 13 年
- 農林水産省「食料自給率レポート - 中国の食生活の変化と食料需給への影響 - 」、平成 14 年度
- 九州農政局長崎統計・情報センター「長崎農林水産統計年報」
- 九州農政局長崎統計・情報センター「生産農業所得統計(長崎県)」、平成 13 年
- 日本貿易振興会編集・発行「アグロトレードハンドブック 2002」、2002 年
- 日本貿易振興会編集・発行「実戦 食品輸出読本 - 世界に広がる日本の味 - 」、2000 年
- 日本貿易振興機構 ジェトロ海外情報ファイル「<http://www.jetro.go.jp/jetro-file/>」
- 長崎県農林部「ながさきの農林業」、平成 15 年度
- 長崎県水産部「長崎県水産白書」、平成 13 年度
- 長崎県農水産物マーケティング推進会議発行「究極 長崎県の食材」、平成 15 年 3 月改訂
- 岩手県農林水産部「中国産ワカメ等の水産事情調査結果報告書」、平成 14 年 7 月
- 財団法人日中経済協会発表「2001 年の中国農業 - WTO 加盟に伴う国内対策 - 」、2002 年
- みずほ総合研究所発行「みずほリサーチ - 進展する中国「流通革命」 - 」、2003 年 8 月
- みずほ総合研究所発行「みずほレポート - 日系企業にとっての中国内販市場 - 」、  
2003 年 12 月 15 日
- UFJ 綜研(上海)有限公司「上海消費市場ピンポイントで市場攻略」、2003 年 6 月 25 日
- 三菱商事(株)上海事務所「中国通関制度現状について」、2003 年 10 月
- 株式会社親和銀行発行「R & I - 長崎県の農業 - 」、1999 年 5 月号
- 株式会社親和銀行発行「R & I - 長崎県における水産業振興の重要性 - 」、1999 年 11 月号
- 上海石橋水産品有限公司石橋氏 ジェトロ講演資料「中国(上海)における日本食品市場について」、  
2003 年 9 月
- ながさき地域政策研究所「日本産の農畜水産品の流通に関するアンケート調査報告書」、  
2003 年 12 月

## < 面談先 >

### 〔長崎県内〕

長崎県商工労働部物産流通課  
長崎県立大学  
長崎県総合農林試験場  
日本貿易振興機構（ジェトロ）長崎貿易情報センター  
株式会社親和銀行  
株式会社親和経済文化研究所  
三菱商事株式会社  
長崎県漁業協同組合連合会  
佐世保魚市場株式会社  
長崎魚市株式会社  
農事組合法人ながさき南部生産組合  
大海通商株式会社  
マオ・マオなど

### 〔日本国内〕

日本貿易振興機構（ジェトロ）海外調査部  
伊藤忠商事株式会社  
イオン株式会社  
株式会社グローバルコミュニケーション  
有限会社木之内農園など

### 〔中国・上海〕

日本貿易振興機構（ジェトロ）上海センター  
株式会社親和銀行上海事務所  
三菱商事（上海）有限公司  
上海百紅商業貿易有限公司  
日商岩井（上海）有限公司  
上海日生食品物流有限公司  
上海林達商務諮詢顧問有限公司（中国系商社）  
藍屋（日本食料理店）  
大輪（日本食料理店）  
たくみ（日本食料理店）など

**< 本件に関する問い合わせ先 >**  
**財団法人 ながさき地域政策研究所**  
**調査研究部長 菊森淳文**  
**専任研究員 石橋昌幸**  
**〒850-0035 長崎県長崎市元船町 17-1**  
**電話 095-820-4865 FAX 095-818-2763**  
**E-mail [ishibashi.masayuki@think-nagasaki.or.jp](mailto:ishibashi.masayuki@think-nagasaki.or.jp)**  
**<http://www.think-nagasaki.or.jp/>**

本調査報告書の内容の一部あるいは全部を無断で複写、複製、転記載することは、法律で認められた場合を除き、著作権者の権利の侵害となりますので、その場合はあらかじめ上記問い合わせ先の当研究所あてに許諾を求めて下さい。