

果樹農業研究会報告書

果実輸出取引入門

2017 年3月
(平成29年3月)

公益財団法人 中央果実協会

目 次

はじめに	1
第1 果実の輸出を取り巻く状況	
1. 世界の果実の生産・貿易の動向	3
2. 国産果実の輸出の推移	4
3. 主要品目の輸出の歴史と現状	5
(1) りんご	
(2) ぶどう	
(3) もも	
(4) なし	
(5) うんしゅうみかん (かんきつ)	
(6) かき	
4. 輸出環境	8
(1) 輸出拡大の可能性を高める海外の動向	
(2) 知的財産権の侵害	
(3) 果実輸出の競合関係の激化	
(4) 輸出先国での検疫条件、食品衛生条件等	
第2 国の輸出戦略と方策	
1. ジャパンブランドを定着させる取組	10
(1) 統一マークの活用による販売促進	
(2) 富裕層をターゲットにした取組	
(3) 中間層向けの需要拡大	
(4) 周年供給体制の確立	
2. 輸出拡大を支える国産供給力の強化	11
3. 輸出市場の開拓	11
(1) 相談体制の強化	
(2) 顧客ニーズと需要特性の把握	
(3) 販売促進活動	
(4) 市場の拡大と需要の創造	
(5) 輸出阻害要因の軽減	
4. 円滑な輸出のための協調と連携	12
(1) 輸出の各段階における協調・連携の必要性	
(2) 情報の収集・提供・共有体制の整備	

第3 産地としての輸出実務への取組

1. 輸出実務の流れの概要（フローチャート）	1 3
（1）新規市場開拓・参入段階	
（2）契約段階	
（3）輸送段階（海貨・通関業者に委託）	
（4）決済段階	
（5）輸出ルート確立・拡大段階	
2. 産地としての果実輸出戦略の策定（輸出に向けての意思決定）	1 5
3. 海外市場調査の実施	1 5
（1）市場調査実施についての考え方	
（2）既存データの収集手法	
（3）消費者・流通業者調査	
4. 取引先探しと契約交渉・信用調査	1 6
（1）取引先探し	
（2）契約交渉・信用調査	
（3）貿易条件（インコタームズ）	
5. 輸出品目の選定と試験的輸出	1 8
6. 輸出ルート確立・拡大段階での取組	1 8

第4 輸出先別に見た市場の特徴

1. 香港	1 9
2. 台湾	2 0
3. シンガポール	2 1
4. タイ	2 2
5. マレーシア	2 3
6. インドネシア	2 4
7. インド	2 5
8. ベトナム	2 6
9. アラブ首長国連邦	2 7
10. フィンランド	2 8
11. ノルウェー	2 8
12. スウェーデン	2 8
13. カナダ	2 9
14. 米国	3 0
15. ロシア	3 1

別添

関連する資料・情報を掲載しているジェトロのウェブ上のアドレス	3 2
調査項目の具体的例	3 2
商業送り状（インボイス）の内容	3 3
包装明細書（パッキングリスト）の内容	3 4
海外企業調査レポートの案内	3 5

付属資料

果実の輸出取組事例	4 1
果実の輸出状況	4 3
野菜の輸出状況	4 7
果樹農業研究会の設置の趣旨と検討経過	5 0

はじめに

2013 年（平成 25 年）に我が国の農林水産物の輸出促進を図るべく「農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略」が策定され、その中で示された青果物の輸出戦略では、2019 年度（平成 31 年度）までに 1 兆円の輸出額目標のうち果実の目標値は 211 億円とされた。

2015 年（平成 27 年）に策定された果樹農業振興基本方針では、4 つの基本的な事項の一つとして輸出が位置づけられ、新たな需要の創出の手法として、果実加工品と並び輸出向けの果実が明記されている。

また、2016 年（平成 28 年）5 月には、「農林水産業の輸出力強化戦略」が策定され、青果物の輸出力強化に向けての対応方向が明示された。

一方、果実の輸出の現状を見ると、2016 年（平成 28 年）の輸出量は 189 億円となり、ここ 4 年間で 1.9 倍の伸びを示し、果実の輸出目標額に急速に近づきつつあるが、その内訳を見ると、これまで輸出経験のある特定の地域・品目に集中している。これは、輸出には①取引相手が違う国にいるため、相手には違う文化・法律・商慣習があること、②相手との距離が離れているため、お金と物が同時に交換されないこと、③長距離輸送のため果実に損傷が発生する場合があることなど、国内取引と異なるリスクがあり、新たな品目や産地が取り組むには様々な難しさがあることによる。

このため、ぶどう、もも、かきなどの新たな品目の輸出や新たな産地が輸出に取り組むことができるよう、国の輸出戦略と支援方策について紹介するほか、産地としての輸出実務の取組に必要な、①国内取引とは違った海外取引におけるリスクと対策について解説し理解を促すとともに、②輸出者自身が行う契約段階、決済段階での手続きや仕事内容、海貨・通関業者に委託する輸送段階の仕事内容などの輸出実務の流れについての情報提供を行うこととしたい。この冊子が産地において果実輸出に取り組むための一助となることを期待する。

第1 果実の輸出を取り巻く状況

1. 世界の果実の生産・貿易の動向

世界の生鮮果実の需要状況をFAO統計でみると、2014年の世界の全果実の生産量（いちごを含む）は6億9千万トンとなり、2005年と比べると28%増加している。生産量が最も大きい果実はバナナ（全果実に対するシェア17%）であり、次いでりんご（12%）、ぶどう（11%）、オレンジ（10%）の順となっている。

我が国の果実生産量の上位を占める6品目（みかん、りんご、なし、かき、ぶどう、もも）について、これらの果実の貿易状況を輸入量・単価でみると、いずれの果実も2005年から2013年の貿易量の伸びは1.2倍以上となるとともに、単価についても1.2倍から1.6倍となっており、世界の生鮮果実のマーケットは著しく成長しているといえる。

これからの我が国果樹産業の成長のためには、このような世界の動向を視野に入れた国産果実の需要拡大の取組が必要となる。

1 世界の主要生鮮果実の生産量と貿易量（単位：千トン、米ドル/kg、倍）

区分		2005	2010	2012	2013	2014	2014/2005
りんご	生産量	62,382	70,503	77,659	81,855	84,630	1.36
	輸入量	6,580	8,303	8,387	8,613		(1.31)
	単価	0.62	0.80	0.89	0.98		(1.58)
なし	生産量	19,410	22,760	24,295	25,104	25,799	1.33
	輸入量	2,168	2,582	2,645	2,516		(1.16)
	単価	0.76	0.99	1.03	1.19		(1.57)
もも・ ネクタ リン	生産量	17,810	20,500	21,141	21,530	22,796	1.28
	輸入量	1,437	1,630	1,832	1,786		(1.24)
	単価	0.98	1.32	1.32	1.46		(1.49)
オレンジ	生産量	63,168	69,516	68,882	70,630	70,856	1.12
	輸入量	5,203	6,122	6,490	6,882		(1.32)
	単価	0.60	0.76	0.76	0.81		(1.35)
タンジェ リン・クレ メンテン・ ウンシュ ウミカン	生産量	24,005	23,664	27,654	28,215	29,864	1.24
	輸入量	2,905	3,858	4,403	4,323		(1.49)
	単価	0.79	0.99	0.99	1.07		(1.35)
ぶどう	生産量	67,404	67,325	69,126	76,446	74,500	1.11
	輸入量	3,221	3,707	3,983	4,043		(1.26)
	単価	1.48	1.92	1.97	2.13		(1.44)
甘果お うとう	生産量	1,851	2,068	2,145	2,224	2,246	1.21
	輸入量	216	319	395	370		(1.71)

	単価	3.32	3.91	4.49	4.44		(1.34)
かき	生産量	3,315	4,070	4,813	4,890	5,191	1.57
	輸入量	0.2	0.8	274	323		(1,615)
	単価	1.10	2.59	1.26	1.32		(1.20)
バナナ	生産量	82,871	108,675	107,797	110,687	114,130	1.38
	輸入量	15,426	17,934	18,314	19,664		(1.27)
	単価	0.56	0.65	0.68	0.71		(1.27)
全果実の生産量		538,152	618,771	646,960	675,027	689,893	1.28

(出典：FAO stat)

()内は 2013/2005

2. 国産果実の輸出の推移

国産果実の輸出の推移についてみると、その高い品質がアジアをはじめとする諸外国で評価され、年々輸出額が増加しており、2016 年（平成 28 年）は 183 億円で、この 4 年間で 1.9 倍と大幅に伸びている。一方、輸出先別では台湾向けが 113 億円（約 6 割）、香港向けが 53 億円（約 3 割）を占めるとともに、主要 6 品目でみてもりんごが約 7 割の 133 億円を占めるなど、これまで輸出経験のある特定地域に特定の品目が集中的に輸出されている状況にある。

表 品目別の輸出金額

	りんご	ぶどう	もも	なし	みかん	かき	合計
輸出額 (2013 億円)	72	7	6	6	5	2	98
輸出額 (2014 億円)	86	9	8	5	7	3	118
輸出額 (2015 億円)	134	15	11	7	6	3	176
輸出額 (2016 億円)	133	23	12	8	5	2	183
台湾	97.9	8.2	2.9	3.2	1.2	0.0	113.4
香港	23.9	13.7	8.7	4.4	1.6	1.1	53.4
輸出量 (2016 トン)	32,458	1,147	1,308	1,472	1,870	640	38,895

輸出額、輸出量：財務省「貿易統計」

なお、輸出品目の拡大のため、産地からの要望を踏まえて輸出環境整備（残留農薬、植物検疫）への対応を行い、2015 年度（平成 27 年度）以降ベトナムへのりんごの輸出解禁、タ

イへのかんきつ類の条件緩和（輸出生産地域の新規追加・拡大）などが行われている。

3. 主要品目の輸出の歴史と現状

（１）りんご

りんごの輸出については青森県が主導している。1875 年（明治 8 年）に栽培が始まった青森りんごは 1894 年（明治 27 年）には清国に初めて輸出され、1940 年（昭和 15 年）には約 25,000 トンの輸出実績があった。

戦後は東アジアを主たるターゲットとしたが中国産の台頭で競争力を失い、輸入割当制をとっていた台湾への贈答用・神仏用の輸出が主体となった。

2002 年（平成 14 年）の台湾の WTO 加入に伴う自由化により貿易業者が参入し一気に拡大した。

青森県におけるりんご輸出は、県内で市場動向等についての情報を共有するものの、各 JA や県内に約 100 社あるりんごの業者らが相手国の輸入業者と個別に商談を行い、取引を行っている。

取引は年産の早い時期から行われ、この時期に産地で輸出相場ができることで、この相場が国内価格に波及する傾向が見られる。

また、輸出により出荷ピークが前進し 1 月以降の在庫が軽くなることから、国内相場が維持されている傾向も見られる。

これらにより 2013 年産（平成 25 年産）で 900 億円の青森リンゴの販売額が 2014 年産（平成 26 年産）で 1,000 億円に、更に 2015 年産（平成 27 年産）では 1,100 億円に大きく伸びており、りんごの輸出量の推移と農産物産出額の推移がほぼ重なっている。

このため、生産者の生産意欲の向上、生産量の維持拡大が図られ、それまで 45 万トン程度の生産量が 2015 年産（平成 27 年産）、2016 年産（平成 28 年産）は 47 万トンの生産が見込まれ、生産量も増加傾向をたどっている。

日本全体での輸出額は、海外での需要の伸びにより、増加傾向で推移している。国・地域別に見ると、台湾、香港向けが全体の 9 割を占めており、輸出先の拡大が課題となっている。

輸出先国別に見ると、台湾が 1 位で、2 位香港、3 位中国、4 位タイの順位となるが、最近、増加しているのは中国、シンガポールである。

単位：百万円

	台湾	香港	中国	タイ	シンガポール	マレーシア	計
2016 年	9,789	2,388	698	174	71	28	13,299
2015 年	9,919	2,480	627	200	64	26	13,393
2014 年	6,776	1,319	285	144	54	11	8,642
2013 年	5,994	702	187	157	27	14	7,160

（２）ぶどう

輸出額は、海外での需要の伸びにより、急速に増加している。国・地域別に見ると、香

港、台湾向けの輸出が全体の 9 割を占めており、特に香港向けの輸出の伸びが著しい。更なる輸出の拡大には新規市場の開拓が課題である。新規市場開拓のためアセアン諸国（シンガポールやタイ、マレーシア等）でのプロモーション活動を実施している。

ぶどうは、輸送時の振動により脱粒が発生し商品価値が低下することから、その防止対策が必要となる。「シャインマスカット」は脱粒しにくく、味もよく、丸ごと食べられることで、海外で非常に評価が高いことから、生産拡大による輸出増を推進している。また、種なし及び皮ごと食べられる他の品種についてもニーズが高いため輸出の取組を強化している。

単位：百万円

	香港	台湾	シンガポール	タイ	マレーシア	計
2016 年	1,370	818	61	26	15	2,324
2015 年	795	652	61	10	9	1,545
2014 年	390	458	39	7	4	912
2013 年	270	358	34	5	1	672

（３）もも

ももは、海外での需要の伸びにより、ここ数年輸出が非常に伸びている。特に、香港で伸びており、全体の 7 割が香港向けとなっている。日本の桃に味で対抗できるものがないのが一番大きな要因である。他国産は、比較的にもちのいい、非常に硬くて少し小さいものが多い。完熟して食べる、日本のスタイルと若干違っていることもあり日本産は非常に評判がいい。

最近、香港で伸びている要因は、鮮度保持・長期保存技術の活用により、大体 3 分の 1 が船便で輸出され、航空便と比べて輸送コストが大幅に低くなっていることによる。

単位：百万円

	香港	台湾	シンガポール	タイ	マレーシア	計
2016 年	868	288	13	24	6	1,203
2015 年	773	281	14	5	7	1,086
2014 年	493	313	15	4	3	828
2013 年	325	241	5	4	1	576

（４）なし

なしの初輸出は 1933 年（昭和 8 年）に鳥取県から中国に向けて行われた。1982 年（昭和 57 年）の約 1 万 5 千トンピークとして、円高等の価格競争力の低下により漸減傾向で長らく推移している。輸出が長期間継続しているのは、産地の指導者が輸出を国内市場と同等に位置づけ、強力なリーダーシップの下に積極的に輸出を推進し、農業者を農協がまとめることでリスク軽減を図り、輸出先への安定供給を図ったことで、輸入会社との信頼関係が構築されたことが大きく寄与している。

日本全体の輸出金額についてみると海外での需要の伸びにより、増加傾向で推移してい

る。国別に見ると、香港、台湾向けが全体の9割を占めている。また、なしは縁起物として、中秋節のための贈答用とされており、年によって1ヶ月程度変動する中秋節に対応するための氷温貯蔵や1-MCP等の技術を活用した長期保存体制の確立が必要とされている。産地からは、もう一つの贈答品需要期である春節が年越えでもあるので冷蔵庫なども整備して長期間輸出できるようにしたいとの希望がある。

単位：百万円

	香港	台湾	米国	マレーシア	タイ	計
2016年	437	320	16	10	9	807
2015年	368	296	18	13	7	721
2014年	250	234	29	2	11	538
2013年	277	299	17	1	15	616

(5) うんしゅうみかん（かんきつ）

みかんの輸出は明治初期、静岡県、和歌山県から米国在住日本人向けから始まったとされ、100年を超える歴史がある。日本園芸農業協同組合連合会（日園連）が主力になった統一的な輸出体制が確立されている。日園連は、柑橘貿易委員会を主催し、輸出産地の代表者など関係者の参加の下に輸出数量や統一品質基準などについて確認、協議している。

国内の各産地から集荷したうんしゅうみかんを「サンブランド」の統一ブランドで、カナダのクリスマス需要を中心に輸出している。それ以降も輸出を続けるため、中晩柑を含めて力を入れている。カナダの需要はまだあるが、国内の供給量が足りなくなっている。

輸出額については、台湾、香港における需要の高まりにより増加傾向で推移しており、カナダ向けに次いだ輸出量となっている。

単位：百万円

	カナダ	香港	台湾	シンガポール	タイ	マレーシア	計
2016年	173	164	116	43	9	14	539
2015年	266	155	92	53	11	9	609
2014年	385	113	126	55	12	10	723
2013年	282	81	101	28	11	5	536

(6) かき

かきは、タイ向けの輸出が非常に多い。日本のかきは、甘いものを好むタイ人の口にとってもよく合うということで評判がいい。かきでもやわらかい品種ではなくて、サクッとした食感の品種が一番売れている。タイはかきを5,000トンから7,000トンぐらい輸入しているが、その9割が中国産である。中国産の価格が大体キロ50円、日本産が350円ぐらいであるが、それでも日本産を食べたいという人が多く、まだまだ伸びる余地があると言われている。

輸出額については、香港向けの需要の高まりにより増加傾向で推移しており、タイ向けに次ぐ輸出量となっている。

単位：百万円

	タイ	香港	マレーシア	台湾	カンボジア	計
2016 年	118	105	3	8	8	249
2015 年	180	100	15	4	0	302
2014 年	184	54	20	8	0	274
2013 年	143	41	10	4	—	200

4. 輸出環境

(1) 輸出拡大の可能性を高める海外市場の動向

日本と距離が近いアジアを中心とした新興国では経済成長、人口増加が進んでおり、世界全体の食市場は 2009 年（平成 21 年）の 340 兆円から 2020 年（平成 32 年）には 680 兆円まで倍増すると推計されている。

我が国のおいしく安全な農林水産物や日本食は、世界において高い評価を受けている。2013 年（平成 25 年）には「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録され、2015 年（平成 27 年）に開催された「食」をテーマとする初の万博であるミラノ万博において日本館は高い評価を受けた。

さらに、海外における日本食レストラン数も 2013 年（平成 25 年）の 5.5 万店から 2015 年（平成 27 年）には 8.9 万店に増加し、海外からの訪日客は 2015 年（平成 27 年）には年間 1,974 万人と過去最高を記録するなど、「日本食」に対して追い風が吹いている。

このような流れを踏まえ、和食等の食文化や食器等の伝統工芸品、マンガ・アニメ等のコンテンツ等の日本文化と食材をセットにしたイベントの実施等により、一体となって売り込んでいくことも期待されている。

(2) 知的財産権の侵害対策

国は、海外への事業展開に応じた知的財産（特許、商標、意匠、新品種育成者権等）の外国出願の際の手続きやノウハウ等の助言等の支援を行っている。地方農政局や経済産業局及び「知財総合支援窓口」等支援機関と連携して、事業展開準備から事業展開までの各段階に応じて実施している。

また、ジェトロを通じ、海外での権利行使と侵害係争対策に対する費用が補助されており、悪意の第三者が、商標などを先行出願した場合、当該冒認商標の無効・取消に要する費用についても補助が受けられる。

海外への輸出の促進に当たっては、植物新品種の育成者の正当な利益を守ることが重要である。このため市場となる東アジア各国等において、保護対象が全植物となる UPOV

(植物新品種保護条約) 1991 年条約に準拠した制度の整備を働きかけている。

その結果、韓国、シンガポール、ベトナムが 1991 年条約の締結国となった(中国は保護対象植物が限定的な 1978 年条約締結国である)。また、TPP 協定で UPOV 条約の締結義務が規定されたことを踏まえ、同協定の非参加国であるインドネシア、タイ、フィリピン等を中心に、東アジア品種保護フォーラムの活動などを通じて、UPOV1991 年条約を品種保護のスタンダードとして、制度の整備の働きかけを強化している。

また、我が国で開発された優良な植物新品種が、無断で海外で栽培され、我が国からの輸出の障害とならないよう、植物品種等海外流出防止総合対策事業(2016 年度(平成 28 年度) 補正予算)により、海外への品種登録や侵害対策に対して支援している。

(3) 果実輸出の競合関係の激化

農林水産省の 2014 年度(平成 26 年度) 輸出戦略実行事業報告書では、もも、かんきつ、なし、かきについて、台湾・香港・タイ・インドネシアのインポーターに日本産と競合国産の評価をインタビューした結果が報告されている。

これによると、インドネシア市場ではインポーターに輸入割当があり、輸入量が制限されること、また、価格を重視する市場であることからプレミアムフルーツの需要が少ない。また、GLOBAL G.A.P.認証を取得していない国からは購入しないため、日本産はももでは豪州・米国に、かんきつでは中国・豪州・南アフリカ・米国に、なしでは、中国・韓国に市場を奪われる結果となっている。

また、台湾市場ではパッケージの強度や見た目が劣ることから、ももでは米国・韓国に、なしでは韓国に市場を奪われる結果になっている。

(4) 輸出先国での検疫条件、食品衛生条件等

農産物を輸出するためには、輸出先国の規制・条件に合った作物を作ることが必要であり、相手国の植物検疫条件を満たすとともに、食品として輸出するためには、相手国の食品安全基準をクリアすることが必要である。このため、日本青果物輸出促進協議会を通じて、①輸出相手国で登録されていない農薬について、輸入品用の残留基準(インポートトレランス)の設定の支援、②農薬の国際共同評価による基準値の早期・同時期の設定等により、輸出先国との残留農薬基準設定の調和を図り、輸出実現の支援が行われている。

また、食品の輸出に当たっては、「輸出先国の規制」よりも幅広い小売事業者等の「取引先の要求」として GLOBAL G.A.P.など民間の規格・認証の取得が求められることから、これらへの対応も必要となる。

このような事態に対処するため、国際水準 GAP 認証取得支援事業(2016 年度(平成 28 年度) 補正予算)で、農産物の GAP 認証の取得が支援されている。

第 2 国の輸出戦略と方策

「農林水産業の輸出力強化戦略」は、2016 年(平成 28 年) 5 月に政府の農林水産業・地

域の活力創造本部で取りまとめられたもので、輸出の主役となる民間の農林漁業者や食品事業者が世界に目を向けて、自らの努力と工夫で市場を開拓し、地域の生産者が所得の向上を図れるよう、政府として何に取り組むかを輸出に関係する分野ごとに示した取組方針である。

また、この一部として品目別に輸出を目指す場合の課題と今後の取組の方向を示した「品目別の輸出力強化に向けた対応方向」が策定され、果実の分野についても対応方向が示されているので、ブランディング、国産供給力の強化、輸出市場の開拓など主要部分を簡単に紹介する。

1. ジャパンブランドを定着させる取組

各産地がそれぞれに販路開拓を行っているため、ブランディングが不十分で、需要拡大につながっていないことや、高級品路線に特化した取組にとどまっており、人口の大部分を占める中間層向けの需要開拓が課題として挙げられる。そこで、ジャパンブランドを定着させるため以下の取組が行われている。

(1) 統一マークの活用による販売促進

日本産果実マーク、輸出促進ロゴマークの2つの統一マークを活用する。具体的には、日本青果物輸出促進協議会の会員が実施する全ての販促イベントで、統一ロゴマークや統一販促グッズを使用、統一的デザインによるブースを設置し、ジャパンブランドの印象付けを推進している。農林水産省園芸作物課が日本産果実マークを、輸出促進課では輸出促進ロゴマークを定め、希望者には申請の上、使用を許諾している。

(2) 富裕層をターゲットにした取組

輸出相手国・地域別の輸出実績やマーケットの特徴を踏まえた戦略を立て、富裕層向けの輸出を更に拡大する。具体的には、香港・台湾にはぶどう、もも、いちご等を贈答用として、中秋節、春節等に供給拡大を図る。また、タイ、ベトナム等については、りんごを中心に日系デパート、スーパーと組んで贈答用として売り込みを図る。

(3) 中間層向けの需要拡大

台湾、香港向けのりんごについては、富裕層向けにとどまることなく新たな需要を創出するため、中間層向けに比較的廉価で販売可能な、中小玉果などの商品の供給体制を確立し、新たな需要の創出への取組を行う。

(4) 周年供給体制の確立

日本青果物輸出促進協議会が、ジェトロと連携して、各産地の販促イベント時期について、重複なく通年で実施するよう調整し、その販促イベントに合わせて各産地から供給するよう調整している。また、全農が台湾などで販売店の棚を通年で借り上げ、日本産品が通年で販売される体制を構築し、加工品により供給期間を長期化することで周年供給体制を確立している。

2. 輸出拡大を支える国産供給力の強化

輸出するためには、国内で果物を増産しなければならない。このため、2025 年度（平成 37 年度）までにりんご、ぶどう等の主要輸出品目の生産量を 1 割拡大することとしている。

導入する品種は、ぶどうでは種なしで皮ごと食べられるシャインマスカットなど、かんきつでは、皮がむきやすく、甘みの強いせとか、はるみなどの新品種が期待されている。

3. 輸出市場の開拓

（1）相談体制の強化

輸出の相談を希望する方が、農林水産省に設けられている輸出相談窓口とジェトロに設けられている農林水産物・食品輸出相談窓口のどちらを利用しても、相談内容に応じた情報の提供が受けられるよう、連携が強化されている。また、相談者の状況・ニーズに応じ、専門家が輸出に関する様々な課題についてアドバイス・支援をする仕組みがジェトロに設けられている。

（2）顧客ニーズと需要特性の把握

在外公館やジェトロ現地事務所などを通じて、現地の農林水産物・食品の市場に関する情報等の継続的な収集が行われており、これらの情報はジェトロに集約され、HP 上「国別マーケティング基礎情報として」等として掲載されている。また、農水省からは「農林水産物等輸出促進メールマガジン」で提供されており、スーパーマーケット等様々な業態の小売業の情報を収集することができる。

これらの情報は、輸出品目をイメージするには大変有効であるが、特定品目情報ではないことから、実際に特定の品目を輸出する際には、他国産の多種多様な品目が並ぶ小売店の売り場の現地調査が重要である。

（3）販売促進活動

プロモーションを統一的・戦略的に行うため、輸出戦略実行委員会の下に「企画戦略会議」を設置し、「国・地域別イベントカレンダー」の作成、プロモーションデザインの統一、リレー出荷・産地間連携の企画・検証、インバウンドと農林水産物・食品の輸出の連携強化などに取り組む。プロモーションの企画・実行は、ジェトロの機能を最大限活用しつつ、官民一体となって推進する。

販売促進の活動には様々な手法があり、トップセールスを含め計画的に取り組む必要がある。

産地に招聘された海外バイヤーとの国内商談会に参加し、地元産品にまつわるストーリーの理解と関連づけた新たな需要の開拓を図ることも重要である。

また、インバウンドを輸出に結びつけるため、直売場や道の駅などで、外国人旅行者を対象とした農林水産物・食品のお土産としての持ち帰りを促進する取組への参加も重要で

ある。

（４）市場の拡大と需要の創造

農林水産省において、海外に産直市場を設置し、直接生産者から生鮮品・一次加工品を輸送して直接輸出する民間の構想に対する支援が検討されている。

また、JA グループにおいても、農業者等のリスクをカバーする等の多様なニーズに一元的に対応する輸出促進のための新法人を立ち上げるとともに、シンガポール等における輸入拠点の段階的な整備が検討されている。

シンガポール、香港ではネットを活用した宅配・予約販売方式による果物等の輸出の取組が推進されている。

（５）輸出阻害要因の軽減

代金決済の不安を取り除くため、輸出における代金決済リスクをカバーするため貿易保険が設けられている。保険料率が低く、中小企業が利用しやすい「中小企業輸出代金保険」の対象が農林水産業関係法人等に拡大されている。

また、各種輸出手続き等を代行・支援する体制が整備されており、これを活用する。

国は、輸出先国の規制・条件に合った生産のため、①植物検疫条件に対応した栽培方法・検査体制等の確立・導入の推進、②残留農薬基準をクリアするための防除体系の確立・導入の推進、③各都道府県に専門家をメンバーとする産地サポート体制を整備し、輸出先国の規制に対応した防除・生産・選果等に対する助言・技術指導等を実施する。

4. 円滑な輸出のための協調と連携

（１）輸出の各段階における協調・連携の必要性

改正物流総合効率化法の活用による輸送の共同化を通じた出荷単位の大口化により、国内での輸送コストの低減を図る。

青果物等を海上輸送する際に、①コンテナ内の窒素濃度を高めることで酸素濃度を低下させ、呼吸を抑制させることにより、通常の冷蔵コンテナでの輸送より鮮度を保持して輸送することができる手法や、②コンテナ内に高電圧を通し、殺菌効果のあるオゾンを発生させるとともに、電場による微弱振動で凍結させずに－2℃まで冷却することにより鮮度を保持させる手法、など生鮮品の大量かつ低コストの海上輸送を可能とする最新の鮮度保持輸送技術が実用化されている。

（２）情報の収集・提供・共有体制の整備

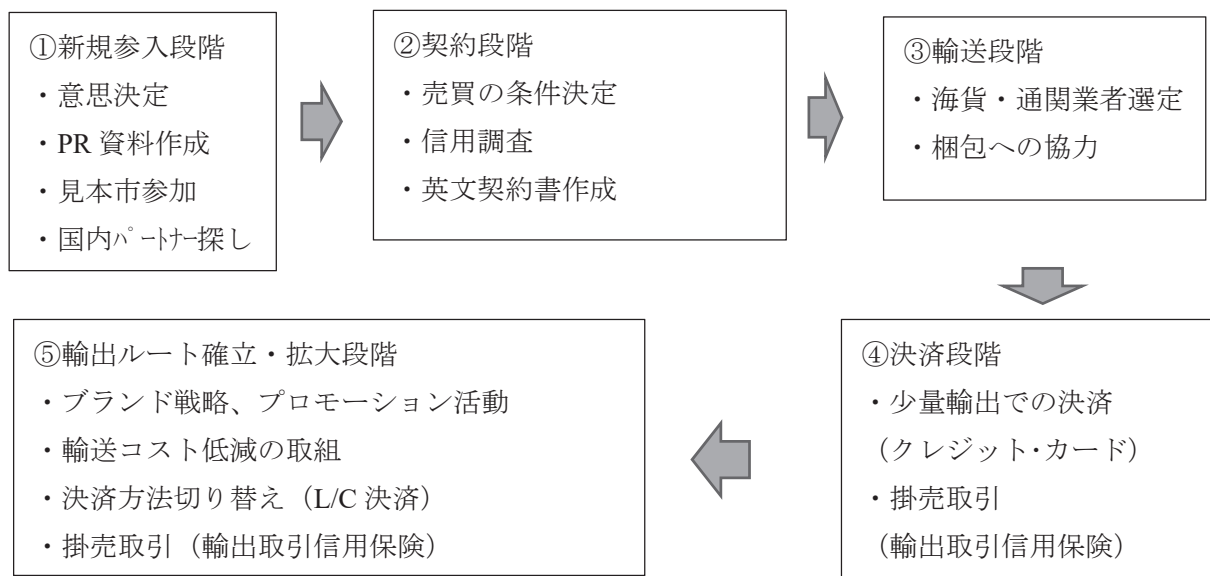
関係省庁、関係団体は、在外公館や現地事務所を通じるなどにより、現地の農林水産物・食品の市場に関する情報等を継続的に収集する。収集した情報はジェトロに一元的に集約し、WEB やメルマガ等、ユーザーが使いやすい形で提供するとともに、プロモーション活動やバイヤー招聘などに反映する。

第3 産地としての輸出実務への取組

1. 輸出実務の流れの概要

貿易取引は、一般的に次のような流れとなっている。

初めて輸出に取り組む際は、ジェトロや農林水産省の輸出相談窓口を活用し、リスク軽減のために補助事業を活用するなどしてまずは少量の輸出を行うことも検討することが必要である。少量輸出を行うことで、リスクを限定しつつ輸出業務の概要とその流れを理解することができる。



(1) 新規市場開拓・参入段階

自らの産地の果物で、海外市場でも通用する強みのある品目は何か、を明確にし、どのくらいの量を・いくらぐらいで輸出するか、の輸出に向けての意思決定を行い、海外向けのPR資料を作成する。

売り込み先を探すため、見本市や商談会に出展する。見本市の情報は、ジェトロがウェブサイト上で運営する「世界の見本市・展示会情報」(J-messe)で収集することができる。ジェトロは、海外の主要な農林水産・食品関係の見本市にジャパンパビリオンを出展しており、同パビリオンに出品すると単独での出展よりもコストが抑えられるとともに、出品までの諸手続き、出品者及び出品商品の現地での広報、見本市会期中の商談等に関しサポートを受けることができる。

ジェトロでは国内、海外での商談会も開催している。これらジェトロが出展、開催する見本市、商談会に関する情報は、ジェトロのウェブサイトから収集することができる。

また、同じくジェトロがウェブサイト上で運営する「日本産農林水産物・食品輸出マッチングサイト」(JAFFE X)に売りたい商品を登録すると、その商品情報を世界中に発信することができる。

見本市や商談会、マッチングサイトでの引き合いに対して、取引を行うか検討する。この際、相手国側で植物検疫や残留農薬検査が必要かなどを確認する。

なお、取引の方法は、自ら相手国の輸入事業者に輸出する直接輸出のほか、国内の青果仲卸業者や地域商社等の輸出事業者を通じて輸出する間接輸出がある。青果物の輸出、特に輸出に取り組む初期の段階では、間接輸出が一般的である。間接輸出の場合、上記②～④の取組みは輸出事業者側で行う。ジェトロのウェブサイトには、一定基準を設け公募によって収集した、農林水産物・食品の輸出を行う商社等のリストが掲載されている。

また、青果物の輸出団体である日本青果物輸出促進協議会に青果物の輸出事業者が会員として参画しており、同協会のウェブサイトには会員リストが掲載されている。

（２）契約段階

後々トラブルに巻き込まれないためにもしっかりと信用調査をすることが非常に重要である。信用調査だけでは十分な情報が取れない場合、取引先の信用判断がつかない場合には、日本貿易保険やコファス社等の取り扱う輸出取引信用保険の与信機能の活用も選択肢の一つである。取引交渉の前に、掛売取引ができる取引先の信用限度額（補償枠）について把握したうえで、取引交渉に臨めることは選択肢を広げることになる。また取引交渉の際には、価格、決済通貨、決済方法・時期、品質と数量、輸送方法（航空便か船便か）と引渡時期、梱包ごとの入数と箱数、梱包ごとの重量と総重量、梱包ごとのサイズと総容積などの梱包条件、第３者による検査方法と時期、トラブル時の対応等、売買の諸条件を取り決める。

国内取引と違い長距離輸送が必要なため、商品の引き渡し場所などのいわゆる貿易取引条件（インコタームズ）についても取り決めることが必要である。

交渉内容で合意が成立したら、英文契約書を作成する。

（３）輸送段階（海貨・通関業者に委託）

海貨・通関業者に依頼して輸出通関、積み込みの手続きを行う。産地側で行うことは、果実が傷まないよう梱包をしっかりとすることと、梱包内容を記したパッキングリストの作成への協力である。なお、貨物の保税地域への搬入についても、海貨・通関業者が行う場合が多い。

（４）決済段階

代金決済の方法には、送金取引と荷為替手形取引（L/C 決済）及び掛売取引（貿易保険の補償付）が代表的な手法であり、このほか、輸出者と輸入者にそれぞれ売り買いの両方取引がある場合に帳簿上で行われる相殺（ネッティング）、海外預金口座を通じる方法などがあるが、少量輸出による海外の業者との取引にはクレジット・カードによる決済が多く行われている。

これは、①カード払いはカード会社が立て替え払いを行い全額前払いとなっていること、②銀行送金は一件最低でも 2,500 円の送金料と手数料が必要となるが、カードは手数料も安いことからである。

貿易保険の補償を付けない輸出代金後払いは初めての取引には薦められない。

（５）輸出ルート確立・拡大段階

輸出を安定的に拡大するためには、ブランド戦略、プロモーション活動、常設店舗等での継続的販売、生鮮品のみならず加工品を加えるなどの輸出品目の拡大などに向けた取組が必要となる。これらには様々なノウハウや資金が必要なことから、ジェトロの相談窓口や日本青果物輸出促進協議会の HP を活用するなどして、情報収集することが必要となる。また、安定した債権管理を行うためにも貿易保険を活用した、与信限度額（補償枠）の確認も必要である。

２．産地としての果実輸出戦略の策定（輸出に向けての意思決定）

輸出は、産地として農家経営の安定や所得拡大のため、既存の取引先に加えて新たな取引先を開拓するという、需要先拡大の選択肢の一つとして位置づけられるものである。

従って、輸出に取り組む際にも、既存取引先からの高品質果実の安定供給を求める国内需要への対応をおろそかにすることなく、国内需要の競争相手である他の産地の動向にも留意する必要がある。

農家の所得向上のために相当量の輸出を目指すならば、必要に応じて輸出用の園地をつくり、相手先国の輸入条件に合った栽培方法で生産し、選果ラインも別にするなど相応の負担も覚悟して取り組む必要がある。このため、○年後に生産量の○％を輸出するなどの目標設定を行い、目標から逆算したマイルストーンを設定し実行に向けた課題を整理し、具体的に解決策を講じていくことが必要となる。この場合、現在、輸出に積極的に取り組まれている青森県のりんごでも、輸出量は生産量の 10％程度であることに留意する必要がある。

３．海外市場調査の実施

（１）市場調査実施についての考え方

海外市場の調査を行うには、現地の調査会社への委託、自らによる調査の２つの手法があるが、現地の「売場」を見に行くことで分かることが多いため、自ら行うことをお勧めする。

特に、少量輸出段階を卒業して、輸出ルート確立・拡大段階では、輸送コスト低減が大きな課題になるため、流通チャンネルの検討が不可欠になり、実際に店を見て、具体的に評価することが重要になる。

（２）既存データの収集手法

海外の公的統計については、総務省統計局のリンク集を利用すると便利である。
<http://www.stat.go.jp/info/link/> 「国際機関等」または「外国政府の統計機関」をクリックし、目的国をクリックする。

農林水産物・食品の既存データの収集にはジェトロのウェブを活用すると、国別の基礎的なマーケット情報、詳細な消費者の嗜好など、海外マーケットに係る多くの有用な情報が収集出来る。

「農林水産物・食品の輸出支援ポータル」 <http://www.jetro.go.jp/agriportal.html>

植物検疫上の規制状況は農林水産省の植物防疫所のウェブサイトを利用すると便利である。<http://maff.go.jp/pps/j/search/detail.html> から、「輸出入条件詳細情報」をクリックし、輸出条件早見表(貨物)をクリックすると、国別、品目別に設けられている輸出検疫条件の早見表が掲載されている。

(3) 消費者・流通業者調査

販売価格の設定にあたっては、ターゲット層に対する販売価格の調査が必要である。輸出採算をとるためには、コストに一定率の利益を加えて、価格を設定するマークアップで設定された価格に対する消費者の反応を調査する必要がある。従って、一般的に用いられている PSM(価格感度測定法)ではなく、呈示された価格に対するターゲット層の消費者の反応を調査することになる。このため、国内での流通と異なる規格等での調査なども実施する必要がある。

流通業者に提示する価格帯については、輸出採算のとれる価格(10%の利益率)を中心に、為替の変動を考慮して上下 30%の幅で相手側の意見を聴取することが現実的である。また、流通業者に対するアンケート調査にあたっては、写真などを多用した取扱う品目に対する情報を掲載した A4 で 4 頁程度となる量におさめることが適当である。(調査項目の具体的例は別添のとおり)

4. 取引先探しと契約交渉・信用調査

(1) 取引先探し

取引先については、見本市(海外・日本)への参加、現地の商工会議所、日系商社・銀行、JETRO の海外ミニ調査サービスを利用して探すことが出来る。

日本の見本市は初顔合わせ程度(名刺交換し後日商談)であることが一般的であるが、海外の見本市は即契約の取引が主体の商談の場である。海外の見本市では、会場での話し合いで商品・数量・明細が確定すると、出展者が直ちに(仮)注文請書を書き、来場者に確認サインを求めるビジネススタイルが多く、出展者は貿易実務に精通していることが前提となっている。従って、海外の見本市への出展時には、輸出費用を見積もった販売価格を提案でき、直ちに契約に結びつくことが期待されているといえる。

(2) 契約交渉・信用調査

商習慣の違う海外取引では、予め紛争が起こったときなどに契約書に定めた条項に沿って解決方法を考えることができるよう、契約書を取り交わしておくべきである。

契約交渉の流れは、売り込みレターの発出、引き合いレターの受領、売申込書の発出の順となる。通常、最初に出す取引の申し込みや契約書など正式なものは郵送するが、それ

以外はスピードアップのため、ファックスやEメールを利用することもある。売申込書には、①回答期限付オファー(Firm Offer)、②先売御免条件付オファー(Offer subject to prior sale)があるが、果物の場合市価の変動が激しいことから、買主が承諾しても、売主がそれを確認しない限り契約が成立しないオファーである③当方確認条件オファー(Offer subject to our confirmation)で売申込書を作成することがリスクを避ける上でも重要である。

契約書には、販売契約者（売り主が作成）と購買契約書（買い主が作成）の2種類があるが、見本市での取引契約と同様、取引条件を有利にするためにも、なるべく自社で作成し、先に相手に送付した方がよい。契約書は2通作成し、2通ともにサインしていない状態で取引先に送付し、まず取引先にサインさせたうえで2通返送させ、最後に自分でサインして1通返送するという方法である。これは、国際契約では、最終的にサインした場所が紛争を解決する「準拠法」を決定する要素になるためである。

一方、契約にあたっては後々トラブルに巻き込まれないためにもしっかりと信用調査することが非常に重要で、コファス・サービス・ジャパン社（<http://www.coface.jp/Our-Offer/Assess-and-monitor-my-costomer-s-solvency/Business-Credit-Report>）や、東京商工リサーチ（http://www.tsr-net.co.jp/service/product/dnb_report/）など信用調査機関に依頼して行うことが一般的である。調査内容、調査速度、国別の料金などの参考のためにコファス・サービス・ジャパン海外企業調査レポートの案内を添付する。簡単な信用照会であれば取引銀行を通じた相手の取引銀行への照会、相手国の業界団体の調査がある。日本貿易保険（NEXI、<http://www.nexi.go.jp/>）が与信管理のために海外取引相手方の信用状況を調べた海外商社名簿などの情報も参考になる。

（３）貿易条件（インコタームズ）

国際商業会議所（ICC）が、取引を円滑に進めるため、売買契約における売主と買主の関係を対象として、①リスク分担、②手続き義務と費用分担について制定した貿易条件をインコタームズと言い、もっとも新しいものは2011年1月1日に発効したインコタームズ2010（ICC Rules for the Use of Domestic and International Trade Terms：国内及び国際取引条件の使用に関するICC規則）で、11種類の規則がある。

果実の場合は自然条件により品質が変化することが多く、標準品を基準として売買することが一般的で、更に、輸送期間中を含め時間経過とともに品質が劣化するために、船積地や陸揚地間において差違が生じ、結果的に品質クレームに発展することがある。従って、これを避けるために、船積地での品質をファイナルとする船積品質条件（Shipped Quality Term）で契約し、インコタームズはFCA（運送人渡条件）やFOB（本船渡条件）を選択することが多い。なお、売り主のリスクを最小とするためには、空のコンテナに貨物を積み込むバン詰め時に第3者機関の検査を手配し、証明書を入手することで、船積み以後の品質クレームに対抗する手段を確保することが出来る。

5. 輸出品目の選定と試験的輸出

4の海外市場調査結果を踏まえ、輸出競争力のある品目（品種）を選定する。

相手国側への当該品目の日本からの輸出実績の有無は、貿易統計（<http://www.customs.go.jp/toukei/srch/index.htm>）で品目名、国名で検索することができる。

次に、4で見つけた取引先への試験的輸出に取り組む。実際の通関手続きや輸送手続きは、通関業務を兼ねた海貨業者に依頼して行う。

この際に必要な書類が、（商業送り状（インボイス）、包装明細書（パッキングリスト）で、その具体的内容は、添付の通り）

また、決済に備えて為替予約の手配を行う。なお、為替予約を利用する場合は、あらかじめ銀行に、為替予約をする担当者を届け出ておく必要がある。当該担当者以外からの為替予約依頼は受け付けてもらえない。

なお、輸出相手国側に当該品目の輸入経験が無い場合は、輸出業務の代理人である海貨業者の協力を得ながら、輸入検疫上の取り扱いなどについて、輸入国側の取引先と協力の上、輸入国側の植物検疫当局との事前調整、通関にあたっての事前調整が必要となる。この場合、商業送り状（インボイス）、写真などで分かり易く解説した包装明細書（パッキングリスト）の内容が不可欠となり、協議が整うまでに数週間の時間とコストがかかるので、留意する必要がある。

6. 輸出ルート確立・拡大段階での取組

産地側としてできる輸出採算の向上策は、輸送中の鮮度保持による廃棄率低減であり、鮮度保持フィルムやぶどうの穂軸給水、窒素注入型 CA コンテナ輸送など、新たな鮮度保持輸送技術を活かした輸送体系の導入などを検討する。

第4 輸出先別に見た市場の特徴

1. 香港

(1) 経済動向等

人口：730 万人（2015 年 8 月）（出所：香港政府統計処）

公用語：中国語（北京語：繁体字）と英語

2014 年実質 GDP 成長率：2.32（%）

2014 年一人あたり名目 GDP：39,871（ドル）

2014 年消費者物価上昇率：4.42（%）

(2) マーケットの特徴

①食品小売業（スーパー）は地元資本の 2 グループが 7 割以上を占める複占状態（Daily Farm と A.S.Watson）。日本からの生鮮食品は日系スーパーでの取り扱いが圧倒的に多いが、加工食品は地元スーパーでも取り扱われている。近年は日本の生鮮食品を扱う地元系高級スーパーも増えてきている。

②日本からの一貫輸送を手掛けるヤマト運輸が宅急便（冷蔵、冷凍含む）サービスを実施。

③食品の他国への物流中継拠点としての機能も持っている。

④賞味期限は加工食品の場合は一般的に 4 カ月以上必要。

旧正月、中秋節に食品のギフトを贈る習慣がある（旧正月は主に水産乾物、フルーツ等。中秋節は主に月餅、フルーツ等）

(3) 日本からの果実の輸出量

単位：トン、百万円

	2010		2015		2016	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額
温州みかん	222.9	67.5	339.3	154.5	278.5	164.4
ぶどう	100.5	124.0	417.0	795.4	612.8	1,370.4
りんご	1,312.1	524.7	6,184.4	2,480.2	6,039.8	2,388.1
なし	—	—	763.2	368.4	907.0	437.4
もも	228.6	182.0	860.9	773.3	983.0	868.2
かき	—	—	233.5	100.4	235.0	105.1

2. 台湾

(1) 経済動向等

人口：2,343 万人（2014 年末、出所：内政統計年報）

公用語：中国語（公用語）

2014 年実質 GDP 成長率：3.8（%）

2014 年一人あたり名目 GDP：22,598（ドル）

2014 年消費者物価上昇率：1.2（%）

(2) マーケットの特徴

①高級百貨店（SOGO、微風広場、新光三越、高島屋等）から、一般のスーパー、量販店に至るまで日本産品が販売されている。

②旧正月、中秋節に食品のギフトを贈る習慣がある。

(3) 日本からの果実の輸出量

単位：トン、百万円

	2010		2015		2016	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額
温州みかん	165.9	92.2	220.4	91.8	238.8	116.0
ぶどう	198.3	266.8	454.7	652.0	480.4	818.2
りんご	18,691.9	5,347.4	26,590.6	9,919.4	24,215.8	9,789.2
なし	—	—	504.8	295.6	465.5	319.7
もも	260.6	261.3	259.3	281.0	272.0	287.6
かき	—	—	8.0	4.4	11.3	8.2

3. シンガポール

(1) 経済動向等

人口：546 万 9,700 人 （2014 年 6 月末、出所：シンガポール統計局）

公用語：英語、中国語（北京語）、マレー語、タミル語

2014 年実質 GDP 成長率：2.92（%）

2014 年一人あたり名目 GDP：56,319.34（ドル）

2014 年消費者物価上昇率：1.03（%）

(2) マーケットの特徴

- ①食品小売市場は一部小売企業の寡占状態であり、地場系大手スーパー 2 社 Cold Storage と NTUC FairPrice だけで食品小売市場の 8 割以上を占めると見られている。
- ②日本食品小売については明治屋と伊勢丹(2 店舗)の品揃えが豊富だが、地場系スーパーでも日本食品専用棚を設けており、お菓子や加工食品の購入が可能。広く普及している。一方で品目別の常設棚には日本製品の陳列はほとんど見られない。
- ③現地小売店の商習慣は委託販売が中心で、賞味期限が迫ると返品されるため、輸入卸売業者が返品リスクを負っている。また、プロモーション費や新商品の登録、取引口座開設の手数料や高額な PR 費用等を要求されることが一般的。
- ④日本食の多くは、日本食を扱う輸入卸売業者を通して輸入されている。輸入ライセンスの取得が容易なことから、直接自社で輸入する日本食レストランもある。
- ⑤空輸、海上輸送(ドライ、リーファー)ともに整備されており、コールドチェーンも確立されている。日本からの種類別食品輸入の割合は一般的に、生鮮食品（2 割）、非生鮮食品+加工食品（8 割）と言われ、日本からの距離もあり生鮮は空輸に頼るケースが多く、運賃面での課題がある。
- ⑥EC（イーコマース）は、携帯・インターネットの各普及率の高さや共働き世帯の多さから国民の間で定着しており、欧米資本の参入が多く見られる

(3) 日本からの果実の輸出量

単位：トン、百万円

	2 0 1 0		2 0 1 5		2 0 1 6	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額
温州みかん	72.5	22.5	127.0	53.0	96.5	43.3
ぶどう	18.7	26.5	26.0	60.8	22.7	60.5
りんご	96.4	34.7	149.7	63.5	166.8	70.5
なし	—	—	21.0	9.6	6.2	3.2
もも	2.8	4.8	12.4	14.1	10.1	13.2
かき	—	—	2.2	1.5	4.5	2.0

4. タイ

(1) 経済動向等

人口：6,676 万人（2013 年、出所：国家経済社会開発庁）

公用語：タイ語

2014 年実質 GDP 成長率：0.9（%）

2014 年一人あたり名目 GDP：5,445（ドル）

2014 年消費者物価上昇率：1.9（%）

(2) マーケットの特徴

- ①日本食品が販売される小売店は、高級デパート、日系スーパーが中心。
- ②旧正月、クリスマスに中華系を中心に、バスケット等により詰め合わせのギフトを贈る習慣がある。
- ③輸入に当たっては輸入業務ライセンスが必要で、輸入許可手続きはタイに法人格がある企業のみ可能。タイ系大手小売企業は、確実に売れゆきが見込める商品以外は棚代を徴収し、売れ残りリスクをサプライヤーが負担する。棚代に 20～30%を要し、輸入業者の利益を失ってしまうケースがある。
- ④輸入業者が卸を兼ねている場合が多い。小売、レストランへの配送のための保冷車等保有している。

(3) 日本からの果実の輸出量

単位：トン、百万円

	2010		2015		2016	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額
温州みかん	4.8	2.2	16.9	11.3	11.6	9.4
ぶどう	0.2	0.3	4.1	9.8	10.3	25.8
りんご	343.9	176.6	329.1	200.3	267.1	173.8
なし	—	—	11.6	7.1	16.0	9.5
もも	—	—	5.3	5.4	29.1	24.0
かき	—	—	358.6	180.4	228.5	118.2

5. マレーシア

(1) 経済動向等

人口：3,026 万人（2014 年、出所：マレーシア統計局）

公用語：マレー語

2014 年実質 GDP 成長率：6.0（%）

2014 年一人あたり名目 GDP：11,055（ドル）

2014 年消費者物価上昇率：3.1（%）

(2) マーケットの特徴

- ①以前は、日本食品の取扱いには日系大手の伊勢丹とイオンに限られていたが、最近は外国人が多く住む地域の地場系高級スーパーや、コンドミニアム併設のミニスーパーでも日本食品コーナーが設けられるようになってきた。
- ②ダイソー他の 100 円ショップ、正直屋など、日本食品（調味料、菓子類）を低価格で販売する店も登場し、店舗数を着実に伸ばしている。
- ③日本からの食品は輸入業者を通して輸入され、その後、輸入業者から小売店やレストランに販売されるのが一般的。青果物、加工品、水産品、林産品等、全ての品目を一括して扱う輸入業者はおらず、専門分野別に輸入業者兼ディストリビューターが決まっている。

(3) 日本からの果実の輸出量

単位：トン、百万円

	2010		2015		2016	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額
温州みかん	—	—	23.6	8.9	39.3	14.3
ぶどう	0.1	0.2	3.7	9.3	5.8	14.5
りんご	16.5	8.9	61.2	26.2	61.3	27.6
なし	—	—	25.0	13.2	20.9	10.2
もも	0.2	0.2	9.0	7.3	9.5	6.1
かき	—	—	29.1	14.8	5.3	3.4

6. インドネシア

(1) 経済動向等

人口：2 億 4,882 万人（2013 年、出所：中央統計局）

公用語：インドネシア語

2014 年実質 GDP 成長率：5.0（%）

2014 年一人あたり名目 GDP：3,531（ドル）

2014 年消費者物価上昇率：8.4（%）

(2) マーケットの特徴

- ①コールドチェーンが未整備であり、冷凍冷蔵が必要な製品を輸入する輸入業者は、自社のコールドチェーン完備が義務付けられている。
- ②小売店では、残りの賞味期限が 1 カ月未満となったものは店頭には置かない場合が多い。また、日本からの輸送・通関・国内配送までの期間で 1 カ月を要することもあり、輸入業者は、日本の港を出港する時点で賞味期限が 10 カ月未満の商品の取り扱いをしない傾向がある。
- ③りんご以外の園芸作物（野菜・果実）は農業大臣規定によりジャカルタ港を使用できず、スラバヤ港等別の港を経由する必要がある、経費がかさむ。

(3) 日本からの果実の輸出量

単位：トン、百万円

	2 0 1 0		2 0 1 5		2 0 1 6	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額
温州みかん	—	—	—	—	—	—
ぶどう	0.3	0.5	2.4	5.6	2.0	4.9
りんご	98.5	47.1	29.2	19.0	25.7	17.8
なし	—	—	3.2	2.6	7.2	3.7
もも	—	—	1.2	1.4	0.9	0.8
かき	—	—	—	—	—	—

7. インド

(1) 経済動向等

人口：12 億 1,019 万人（2011 年センサス）※センサスは 10 年ごとに発表

公用語：ヒンディー語（連邦公用語）、英語（準公用語）

2014 年実質 GDP 成長率：7.3（%）

2014 年一人あたり名目 GDP：1,619（ドル）

2014 年消費者物価上昇率：5.9（%）

(2) マーケットの特徴

①食品関連市場は個人経営の「キラナ」と呼ばれるパパママストアが多く、それらを束ねる大型ディストリビューターが不在。そのため、生活に密接なものは、流通販売網に乗りにくい。都市部では、携帯やネットを介した購入や買いまわりサービスがでてきており、オーガニックなどハイエンド商品に関しては、こうした新しいチャネルも普及に貢献する可能性が高い。

②物流は一定量あるがコールドチェーンは十分に整備されていない。

③日本との航空便は全国で週約 30 便。航空輸送時間は約 10 時間。日本とのコンテナ航路はなし（日本からはシンガポールや香港で積み替え）。

(3) 日本からの果実の輸出量

単位：トン、百万円

	2010		2015		2016	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額
温州みかん	—	—	—	—	—	—
ぶどう	—	—	—	—	—	—
りんご	—	—	—	—	—	—
なし	—	—	—	—	—	—
もも	—	—	—	—	—	—
かき	—	—	—	—	—	—

8. ベトナム

(1) 経済動向等

人口：9,073 万人（2014 年、出所：ベトナム統計総局（GSO））

公用語：ベトナム語

2014 年実質 GDP 成長率：6.0（%）

2014 年一人あたり名目 GDP：2,052（ドル）

2014 年消費者物価上昇率：4.1（%）

(2) マーケットの特徴

- ①商流：国土が南北に長いことや、戦争の影響により、商圈が分断。全国にもれなく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る。
- ②物流：コールドチェーンの不備、冷凍品輸送に課題。
- ③日本産食品は主に日本食品専門店で取り扱われている。現地スーパー等では粉ミルク、一部大手加工食品メーカーの菓子類、水産物（さば、さんま）が販売されている程度。
- ④業務用食材（日本酒・焼酎、水産物）は日本食材店・卸経由で流通。
- ⑤高級品を扱う小売スペースが少ない。
- ⑥イオンモールがホーチミン市郊外の 1 号店（2014 年 1 月オープン）、ビンズオン省の 2 号店（2014 年 11 月オープン、ボリュームゾーン消費を狙う）、ハノイの 3 号店（2015 年 10 月オープン）に続き、ホーチミンに 2016 年 7 月に 4 号店オープン。高島屋はホーチミン市中心街に 2016 年 7 月オープン。日系コンビニも増加中でホーチミン市内にファミリーマート（98 店舗）、ミニストップ（39 店舗）が進出。セブンーイレブンはベトナムで運営会社を 2015 年 7 月に設立、2017 年度内に出店を予定している。

(3) 日本からの果実の輸出量

単位：トン、百万円

	2010		2015		2016	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額
温州みかん	—	—	—	—	—	—
ぶどう	—	—	—	—	—	—
りんご	14.3	6.5	17.0	12.2	128.7	94.8
なし	—	—	—	—	—	—
もも	—	—	—	—	—	—
かき	—	—	—	—	—	—

9. アラブ首長国連邦

(1) 経済動向等

人口：945 万人（2014 年、推計、出所：IMF）

公用語：アラビア語

2014 年実質 GDP 成長率：3.61（％）

2014 年一人あたり名目 GDP：43,180（ドル）

2014 年消費者物価上昇率：2.35（％）

(2) マーケットの特徴

- ①食品輸入の際には、日本の公的機関発行の衛生証明書が求められているが、現在まで商工会議所のサイン証明で代替。UAE 国内の物流・小売は当地資本の販売代理店等を通じて販売する必要がある。代理店は商業代理店法で保護されており、契約の解除は非常に困難であるため注意が必要。

(3) 日本からの果実の輸出量

単位：トン、百万円

	2010		2015		2016	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額
温州みかん	—	—	—	—	—	—
ぶどう	0.4	1.3	—	—	—	—
りんご	18.4	4.1	2.6	1.2	1.5	0.6
なし	—	—	—	—	—	—
もも	0.6	1.6	—	—	—	—
かき	—	—	—	—	—	—

10. フィンランド

(1) 経済動向等

人口：547万6,911人（2015年6月末）

公用語：フィンランド語（89.0%）、スウェーデン語（5.3%）、ロシア語（1.3%）
（2014年末）

2014年実質GDP成長率：Δ0.1（%）

2014年一人あたり名目GDP：49,497ドル（2014年、出所：IMF）

2014年消費者物価上昇率：1.2（%）

11. ノルウェー

(1) 経済動向等

人口：516万5,802人（2015年1月1日、出所：ノルウェー中央統計局）

公用語：ノルウェー語

2014年実質GDP成長率：2.2（%）

2014年一人あたり名目GDP：97,013ドル（2014年）（出所：IMF）

2014年消費者物価上昇率：3.5（%）

12. スウェーデン

(1) 経済動向等

人口：978万4,445人（2014年5月末、出所：統計局）

公用語：スウェーデン語

2014年実質GDP成長率：2.3（%）

2014年一人あたり名目GDP：58,491ドル（2014年、出所：IMF）

2014年消費者物価上昇率：0.2（%）

13. カナダ

(1) 経済動向等

人口：3,574万9,600人（2015年6月時点、推計値、出所：カナダ統計局）

公用語：英語、仏語

2014年実質GDP成長率：2.5（%）

2014年一人あたり名目GDP：55,642（カナダドル）

2014年消費者物価上昇率：2.0（%）

(2) マーケットの特徴

①日系、アジア系の流通網がある。日本食材はカナダに直接入る場合と米国から入る場合の2通りある。北米に進出している日系大企業の多くは、地域毎にセールエージェント（担当）を配置し、当地ディストリビューターと取引している。

他方、当地スーパーのLoblawsは、価格競争力を高めるべく、今後日本企業との直接取引をしようと模索している。

②酒類については各州に管理委員会があり、専売制/厳しい管理体制を敷いている。日本の蔵元は、管理委員会に登録したディストリビューター（エージェント）を通じて取引を行う。

(3) 日本からの果実の輸出量

単位：トン、百万円

	2010		2015		2016	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額
温州みかん	1,648.2	131.7	1,758.5	265.9	1,165.8	172.7
ぶどう	—	—	—	—	—	—
りんご	—	—	—	—	—	—
なし	—	—	—	—	—	—
もも	—	—	—	—	—	—
かき	—	—	—	—	5.4	2.1

14. 米国

(1) 経済動向等

人口：3億1,885万7,056人（2014年7月1日時点、推計値）

公用語：英語

2014年実質GDP成長率：2.4（%）

2014年一人あたり名目GDP：54,353（ドル）

2014年消費者物価上昇率：1.6（%）

(2) マーケットの特徴

主に東西海岸では、日系の商社による流通網が整備されており、特に日系マーケット（日本食レストランや日系小売店）への物流上の大きな障壁はない。一方で、その他マーケットと取引する際は、別途流通ルートの開発が必要な場合が多い。

(3) 日本からの果実の輸出量

単位：トン、百万円

	2010		2015		2016	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額
温州みかん	55.7	8.3	2.0	0.4	0.4	5.0
ぶどう	—	—	—	—	—	—
りんご	51.1	18.6	—	—	—	—
なし	—	—	40.7	18.1	40.0	16.5
もも	—	—	—	—	—	—
かき	—	—	—	—	—	—

15. ロシア

(1) 経済動向等

人口：1億4,627万人（2015年1月1日現在、出所：ロシア連邦国家統計局）

公用語：ロシア語

2014年実質GDP成長率：0.7（%）

2014年一人あたり名目GDP：12,926（ドル）

2014年消費者物価上昇率：11.4（%）

(2) マーケットの特徴

日本製品の取り扱いは高級スーパーのみ。数量も少なく、物流コストや認証取得等のコスト、マージン等によって価格が高くなることが不可避。

(3) 日本からの果実の輸出量

単位：トン、百万円

	2010		2015		2016	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額
温州みかん	3.2	5.4	1.4	0.6	1.9	0.5
ぶどう	0.5	1.4	—	—	—	—
りんご	23.7	12.6	19.3	7.6	5.6	2.3
なし	—	—	—	—	—	—
もも	0.4	1.0	—	—	—	—
かき	—	—	—	—	—	—

(別添 関連する資料・情報を掲載しているジェトロのウェブサイト上アドレス)

1. 農林水産物・食品の輸出支援ポータル

<https://www.jetro.go.jp/agriportal/>

2. 輸出(取引先を探す/イベント情報)

<https://www.jetro.go.jp/eventstop/foods/export/e-ptr/events/>

3. 世界の見本市・展示会情報 (J-messe)

<https://www.jetro.go.jp/j-messe/>

4. 日本産農林水産物・食品輸出マッチングサイト

<https://www.jetro.go.jp/ttppoas/special/agri/agribj.html>

5. ジェトロ農林水産物・食品輸出協力企業リスト

https://www.jetro.go.jp/industry/foods/trading_company_list.html

6. 貿易実務オンライン講座

<https://www.jetro.go.jp/elearning/>

7. 日本青果物輸出促進協議会

<http://www.fruits-nisseikyo.or.jp/export/index.html>

(別添 調査項目の具体的例)

①. 調査日付：

調査先会社名：

業務種類：

取扱品目・輸入品目の種類、特徴等：

会社の規模（資本金、年間売上高、営業利益率、その他）：

担当者（役職、年齢）：

②. 仕入先（日本の輸出業者、香港の輸入業者、その他）

仕入ルートの概要・リードタイム：

仕入先の名称：

仕入先の選定理由：

取引（仕入れ）方法と規模：

（注文から仕入れまで）

仕入れに占める日本産品の種類と割合：

- 日本産品等の価格設定方法：
（日本産品のイメージ）
その他の取引条件：
日本産品を取り扱う理由：
日本産品を一定比率にとどめる理由：
今後の取引予定とその理由：
- ③. 販売先（小売業者、業務用需要者、卸売業者・問屋、卸売市場、消費者、その他）
販売ルートの概要・リードタイム：
販売先の名称：
販売先の選定理由：
取引（販売）方法と規模：
（販売提案から配送まで）
販売に占める日本産品の種類と割合：
日本産品等の価格設定方法：
（日本産品のイメージ）
（「値ごろ感」をどう考えるか？）
その他の取引条件：
（棚取り等の実態、棚手数料、マネキン、イベント、その他）
販売先ごとに異なる日本産品取扱比率の理由：
今後の取引予定とその理由：
- ④. 競合相手との関係・対応方法
- ⑤. 日本産品に望むこと
（価格、品質、安全性、包装方法、カット方法、販売単位、その他）
- ⑥. 日本に関する知識
（日本への訪問頻度、日本語の習熟度、都道府県の区別、その他）
- ⑦. その他（日本に望むこと等）

（別添 商業送り状（インボイス）の内容）

- 1) 作成年月日（DATE）
- 2) 輸入者の社名と住所（MESSRS. ADDRESS）
- 3) 商業送り状番号（Invoice No.）
- 4) 信用状番号（L/C No.）
- 5) 船積港（PORT OF SHIPMENT）
- 6) 陸揚港（PORT OF DESTINATION）
- 7) 船積月日（DATE OF SHIPMENT）
- 8) 積載船名（NAME OF VESSEL）
- 9) 輸出ライセンス番号（EXPORT LICENCE No.）

- 1 0) 決済条件
 - 支払方法 (TERMS) 一覽払いなど
 - 信用状番号 (L/C No.)
 - 信用状発行銀行 (issued by)
- 1 1) 荷印および荷番号 (MARKS & Nos.)
- 1 2) 商品の詳細 (DESCRIPTION OF GOODS)
 - L/C の商品詳細記述と同じとする。
- 1 3) 個数 (QUANTITY)
- 1 4) 単価、取引条件 (PRICE)
- 1 5) 合計金額 (AMOUNT)
- 1 6) 輸出者の署名

(別添 包装明細書 (パッキングリスト) の内容

- 1) 輸入者の社名と住所 (Messers.)
- 2) 作成年月日 (Date:)
 - 包装明細書番号 (Packing List No.)
 - 商業送り状番号 (Invoice No.)
 - 契約書番号 (Contract No.)
 - 注文番号 (Order or Indent No.)
- 3) 船名、船積港、陸揚港 (Shipped Per From To)
- 4) 荷印および荷番号 (Marks & Numbers)
- 5) 貨物の明細 (Description)
 - L/C の商品詳細記述と同じとする。
- 6) 貨物の個数 (Quantity)
 - 梱包ごとの入数と箱数を記入
- 7) 総重量 (Weight)
 - 梱包ごとの重量と総重量を記入 (Net Gross)
- 8) 容積 (Measurement)
 - パッケージごとのサイズと、総容積を m³ 単位で記述する。
- 9) 荷送人、輸出者の署名



◆コファスグループについて◆

日本国内においては、以下の2社がサービス提供を行っています。

- ◆コファス・サービス・ジャパン株式会社 【海外企業調査レポート・格付け】
- ◆コファスジャパン信用保険会社 【取引信用保険(国内及び輸出取引)】

海外企業調査レポートのご案内

- ・ 全世界の企業信用調査レポート及び格付情報を提供する会社で、世界をリードする貿易保険機関COFACEのグループ企業です。
- ・ COFACEグループの調査機関ネットワークは、全世界にまたがり、企業情報サービスにおけるシェアは10%を越えています。
- ・ このネットワークのメンバーは、フランスのEllisphere(旧SCRL)、台湾の中華徵信所などそれぞれの国での主要調査機関です。
- ・ 海外企業の信用調査レポートは、それぞれの国・地域で広く利用され、信頼のおける調査機関から提供されます。コファス・サービス・ジャパンの提供いたします調査レポートは 日本を含め世界の貿易保険機関等で信用判断の資料として使われています。(勿論 輸出取引信用保険の申請資料としてご利用が可能です)
- ・ 調査可能地域は全世界で、調査が出来ない国はありません。

海外企業信用調査レポートに含まれる情報

入手可能な情報は国によって異なりますが、通常以下の情報がレポートに含まれています。

- | | | | | |
|-------|-------|------|-------|-------|
| ●登録情報 | ●社歴 | ●所有者 | ●経営幹部 | ●業務内容 |
| ●財務情報 | ●公的情報 | ●要約 | ●与信判断 | |

コファスグループの信用調査会社ネットワークとは...

コファスグループによって創設された信用調査会社のネットワークは、それぞれの国・地域における企業情報及び債権回収分野で活躍する主要な企業のネットワークです。コファス・サービス・ジャパンにより提供される信用調査レポートは、これらのパートナーにより現地にて調査されチェックされた最新のレポートです。

ご質問・お問い合わせは:

コファス・サービス・ジャパン株式会社
105-6238 港区愛宕 2-5-1 愛宕グリーンヒルズMORIタワー38 階
電話: 03-5402-6110 FAX: 03-5402-6159



サービス利用申込書(トライアル)

レポート料金表 (単位: 円 消費税込み)	- 調査速度 -	
	通常(約 2 週間)	至急(約 1 週間)
国名		
-----	-----	-----
アジア、中南米、スカンジナビア、東欧、北欧、中近東	21,600	27,000
西欧、北米	16,200	21,600
アフリカ	27,000	32,400

- ・ レポートは全て英文です。中国、香港、台湾は日本語のオプション (+5,400 円) があります。
- ・ 韓国も日本語のレポートがありますが、速度の指定は無く 2 週間以内で 32,400 円です。

信用調査依頼票

Company name :	_____
Country :	_____
Address :	_____
Tel :	_____
調査スピード (通常・至急)	
日本語レポート希望 ☐ (中国、香港、台湾、韓国の場合)	

団体名: 公益財団法人 中央果実協会

御社名: _____

ご住所: _____

部・課名: _____

担当者名及びタイトル: _____

日付: _____

電話番号: _____

E-mail: _____

レポートの申込み方法について

ご注文受付専用のメールアドレス: order_csj@coface.com

必要事項をご記入いただき、上記のアドレスまでご送付頂きます様よろしくお願い申し上げます。



取引信用保険(国内・輸出取引)のご案内

- ・ 不払いが発生した場合の売掛債権を補償する商品です。
- ・ 国内取引及び輸出取引を1保険契約でご利用可能です。
- ・ 本商品は与信管理のサポート商品となり、企業調査/補償枠(与信限度額)の設定/補償機能/債権回収(海外)サービスがパッケージされています。
- ・ グループ全体で従業員数は4,200名、海外ネットワークは事業所67か国を5万社のお客様にご利用頂いています。
- ・ 本商品/サービスは世界的にみて専門保険会社がサービスを提供している専門マーケットです。コファスジャパンも専門保険会社であり、日本での20年以上の事業活動を行っております。
- ・ 導入企業は与信管理を会社方針として取り組んでいる企業での採用が中心です。内訳として大手財閥系企業から中堅中小企業とさまざまな企業でご利用しています。食品業界での導入企業も勿論ございます。

会社名	コファスジャパン信用保険会社
代表者	日本における代表者 須知 義弘(すち よしひろ)
所在地	〒105-6238 東京都港区愛宕 2-5-1 愛宕グリーンヒルズ MORI タワー38 階
創業	1995 年 AGF(アシュアランス・ジェネラル・ド・フランス)東京支店としてスタート
設立	1999 年 1 月 日本支店登記
事業内容	取引信用保険(国内/輸出)の引受
窓口	営業部 高橋 晋人(たかはし しんと)
連絡先	TEL: 03-5402-6145 E-mail: shintotakahashi@coface.com
お問い合わせ内容	以下の内容に関してご連絡可能です。 ✓ 企業レポートに関するご相談 ✓ 与信限度額に関するご相談 ✓ 保険に関するご相談 ✓ 海外取引での貸し倒れ事故発生時のご相談

ご質問・お問い合わせは:

コファスジャパン信用保険会社

営業部 高橋 晋人(たかはし しんと)まで

105-6238 港区愛宕 2-5-1 愛宕グリーンヒルズMORIタワー38 階

電話: 03-5402-6145 FAX: 03-5402-6159

COFACE SERVICES JAPAN CO., LTD. - 38/F, ATAGO GREEN HILLS MORI TOWER, 2-5-1 ATAGO, MINATO-KU, TOKYO 105-6238

コファス・サービス・ジャパン株式会社 - 〒105-6238 東京都港区愛宕 2-5-1 愛宕グリーンヒルズ MORI タワー38 階

T. 03-5402-6110 - F. 03-5402-6158

www.coface.jp

果実の輸出取組事例

主な品目	都道府県名	事業者名	主な輸出先	No
りんご	青森県	青森トレーディング(株)	台湾、香港等	25
りんご	青森県	(一社) 青森県りんご輸出協会、(一社) 青森県りんご対策協議会、青森県	台湾	24
りんご	青森県	弘前市	台湾	26
りんご	山形県	朝日町果樹組合連絡会議	台湾、マレーシア等	57
りんご等	青森県	(株)ファーストインターナショナル	台湾、香港等	34
りんご等	青森県	(一社) 板柳町産業振興公社りんごワーク研究所	香港、マカオ等	31
りんごジュース	青森県	JA アオレン	台湾、中国等	30
ぶどう	山梨県	フルーツハウスヤノ	マレーシア	97
ぶどう、もも等	東京都	(株)九州屋	マレーシア等	89
りんご、もも	秋田県	JA 全農あきた	香港	50
もも	福島県	福島県、JA 全農福島、JA ふくしま未来	タイ	64
ラ・フランス等	山形県	長井中央青果(株)	台湾	58
なし、かき等	茨城県	JA 常総ひかり、下妻市	マレーシア等	71
なし、かき等	鳥取県	JA 全農とっとり	台湾、香港等	171
ラ・フランス等	山形県	JA 全農山形	台湾	59
なし、ぶどう等	栃木県	(一社) とちぎ農産物マーケティング協会	シンガポール等	77
温州みかん	香川県	JA 香川県	台湾等	196
温州みかん	神奈川県	JA 全農かながわ	カナダ	93
温州みかん等	三重県	(有)すぎもと農園	台湾、香港等	133
レモン、はるか等	広島県	JA 広島果実連	マレーシア等	183
柑橘、なし等	福岡県	九州農産物通商(株)	香港、台湾等	205

みかん、柑橘等	和歌山県	(株)小南農園	シンガポール等	168
ゆず青果	高知県	JA 土佐れいほく	オランダ等	202
みかんジュース	山口県	全農山口県本部、日本果実工業(株)、山口農協直販(株)	台湾	189
みかんジュース	和歌山県	(株)早和果樹園	中国、台湾等	169
ゆず果汁等	高知県	(株)岡林農園	インドネシア等	203
シークァーサー等	沖縄県	沖縄特産販売(株)	中国、台湾等	244
かき	奈良県	JA ならけん西吉野柿部会	タイ、香港	161
かき	奈良県	(株)柳澤果樹園	カンボジア	163
ドライ柿	福島県	北御山生柿生産出荷組合	アラブ首長国連邦	66
干し柿	島根県	まる福農園	米国	173
さくらんぼ	山形県	寒河江市海外輸出推進協議会	台湾等	60
ブルーベリージャム等	三重県	(株)いのさん農園	台湾	137
フルーツゼリー	長崎県	(株)たらみ	香港、台湾等	221
果実	福岡県	九州農水産物直販(株)	香港	206

農林水産省 ホームページ

http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/torikumi_zirei/zirei_2016.html
による

果実の輸出状況

(1) 品目別輸出数量及び輸出金額の推移

(単位:トン、百万円、%)

品 目		2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	前年 同期比
生鮮果実計	数量	35,127	33,447	28,326	26,956	22,840	14,845	26,451	32,012	41,791	39,717	95
	金額	10,937	10,176	8,102	8,801	8,098	5,508	10,220	12,482	17,972	18,916	105
	りんご	数量	25,728	25,163	20,929	21,075	18,205	9,107	19,431	24,118	34,678	94
		金額	7,994	7,377	5,416	6,409	6,500	3,312	7,160	8,642	13,393	99
	なし	数量	2,092	1,521	1,683	702	574	1,042	1,246	1,017	1,374	107
		金額	929	667	679	358	298	498	616	538	721	112
	もも	数量	488	562	514	494	280	439	578	898	1,150	114
		金額	465	498	461	453	259	380	576	828	1,086	111
	うんしゅうみかん	数量	4,557	3,408	2,648	2,227	2,582	2,424	2,830	3,288	2,550	73
		金額	577	471	355	345	376	363	536	723	609	89
	ぶどう	数量	362	406	403	319	187	360	475	549	913	126
		金額	414	449	465	425	277	404	672	912	1,545	150
	かき	数量	385	483	439	287	315	388	444	578	635	101
		金額	152	172	164	148	141	152	274	302	249	82
果実加工品	数量	5,595	4,705	3,662	4,670	4,149	4,470	4,385	5,964	7,989	8,827	110
	金額	2,989	2,790	2,188	2,550	2,439	2,374	2,909	3,728	5,831	6,091	104
合 計	数量	40,722	38,150	31,988	31,626	26,989	19,316	30,836	37,977	49,780	48,544	98
	金額	13,927	12,965	10,290	11,351	10,538	7,882	13,129	16,210	23,803	25,007	105

(注) 従来、果実加工品に含まれる非アルコール飲料は「果汁を含むもの」及び「その他」に分類されていたが、2009年(平成21年)に当該2ラインが統合された為、2009年(平成21年)以降は当該統合ラインの輸出量をカウントしていない。

資料: 財務省「貿易統計」

(2) 輸出先国別輸出数量及び輸出金額の推移

(単位:トン、百万円、%)

品 目		2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	前年 同期比
生鮮果実 輸出先計	数量	35,127	33,447	28,326	26,956	22,840	14,845	26,451	32,012	41,791	39,717	95
	金額	10,937	10,176	8,102	8,801	8,098	5,508	10,220	12,482	17,972	18,916	105
	台湾	数量	26,066	24,786	20,404	19,631	17,108	9,164	18,104	20,887	28,125	92
		金額	8,483	7,551	5,671	6,166	6,220	3,592	7,062	7,984	11,321	101
	香港	数量	1,884	2,005	2,614	2,298	1,869	1,661	3,298	5,255	8,858	103
		金額	906	961	1,102	1,107	971	895	1,726	2,676	4,746	114
	中国	数量	1,648	2,172	1,839	2,182	719	1,049	1,592	1,942	1,231	121
		金額	477	679	568	810	309	389	540	712	628	111
	カナダ	数量	4,011	2,946	2,065	1,648	2,165	1,984	2,254	2,539	1,759	66
		金額	399	289	174	132	174	192	282	385	266	65
	タイ	数量	486	650	655	559	506	574	643	666	726	78
		金額	217	268	266	289	256	265	336	366	414	87
	米国	数量	620	371	301	176	15	31	45	66	43	95
		金額	206	123	90	60	6	11	21	29	18	116
果実加工品	数量	5,595	4,705	3,662	4,670	4,149	4,470	4,385	5,964	7,989	8,827	110
	金額	2,989	2,790	2,188	2,550	2,439	2,374	2,909	3,728	5,831	6,091	104
合 計	数量	40,722	38,150	31,988	31,626	26,989	19,316	30,836	37,977	49,780	48,544	98
	金額	13,927	12,965	10,290	11,351	10,538	7,882	13,129	16,210	23,803	25,007	105

資料: 財務省「貿易統計」

(3) 品目別主要輸出先国別輸出数量及び輸出金額の推移

① りんご

(単位:トン、百万円、%)

品 目		2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	前年 同期比
りんご輸出計	数量	25,728	25,163	20,929	21,075	18,205	9,107	19,431	24,118	34,678	32,458	94
	金額	7,994	7,377	5,416	6,409	6,500	3,312	7,160	8,642	13,393	13,299	99
台湾	数量	24,360	23,355	19,139	18,692	16,446	7,941	16,796	19,522	26,591	24,216	91
	金額	7,287	6,495	4,688	5,347	5,620	2,733	5,994	6,776	9,919	9,789	99
香港	数量	505	719	1,009	1,312	1,115	719	1,853	3,556	6,184	6,040	98
	金額	252	338	385	525	525	334	702	1,319	2,480	2,388	96
中国	数量	326	390	188	392	259	70	278	532	1,228	1,484	121
	金額	191	220	92	218	159	49	187	285	627	698	111
タイ	数量	245	306	307	344	247	250	282	247	329	267	81
	金額	121	147	138	177	133	130	157	144	200	174	87
インドネシア	数量	56	81	73	99	42	40	74	30	29	26	88
	金額	28	41	32	47	22	22	47	20	19	18	94
ロシア	数量	52	69	21	24	21	23	31	39	19	6	32
	金額	31	38	11	13	12	15	18	16	8	2	25
シンガポール	数量	67	86	66	96	38	36	62	129	150	167	111
	金額	27	32	23	35	15	18	27	54	64	71	111
米国	数量	61	61	55	51	0	0	0	0	0	0	0
	金額	25	24	21	19	0	0	0	0	0	0	0

資料：財務省「貿易統計」

② なし

(単位:トン、百万円、%)

品 目		2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	前年 同期比
なし輸出計	数量	2,092	1,521	1,683	702	574	1,042	1,246	1,017	1,374	1,472	107
	金額	929	667	679	358	298	498	616	538	721	807	112
香港	数量	929	682	950	354	310	332	624	484	763	907	119
	金額	381	280	335	166	153	136	277	250	368	437	119
台湾	数量	824	564	566	255	223	660	538	419	505	465	92
	金額	398	279	279	147	127	341	299	234	296	320	108
米国	数量	276	202	125	69	15	31	41	66	41	40	98
	金額	121	83	48	33	6	11	17	29	18	16	91
シンガポール	数量	20	14	8	6	7	5	9	19	21	6	29
	金額	7	5	2	3	3	2	4	8	10	3	33
タイ	数量	9	10	13	4	7	12	25	17	12	16	138
	金額	6	4	6	2	5	6	15	11	7	9	133
中国	数量	14	8	12	12	5	0	1	5	2	5	205
	金額	5	3	4	5	2	0	0	3	2	3	159
ロシア	数量	13	7	2	0	1	1	2	1	0	0	0
	金額	5	4	1	1	1	0	1	0	0	0	0

資料：財務省「貿易統計」

③ もも

(単位:トン、百万円、%)

品 目		2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	前年 同期比
もも輸出計	数量	488	562	514	494	280	439	578	898	1,150	1,308	114
	金額	465	498	461	453	259	380	576	828	1,086	1,203	111
台湾	数量	394	421	306	261	122	191	231	331	259	272	105
	金額	375	377	305	261	133	177	241	313	281	288	102
香港	数量	90	135	204	229	156	242	339	547	861	983	114
	金額	79	110	149	182	122	198	325	493	773	868	112
オマーン	数量	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	33
	金額	6	6	2	2	0	0	0	0	1	1	76
ロシア	数量	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0
	金額	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0
シンガポール	数量	2	1	3	3	3	4	4	13	12	10	81
	金額	3	2	3	5	4	3	5	15	14	13	94

資料：財務省「貿易統計」

④ うんしゅうみかん

(単位:トン、百万円、%)

品 目		2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	前年 同期比
うんしゅうみかん輸出計	数量	4,557	3,408	2,648	2,227	2,582	2,424	2,830	3,288	2,550	1,870	73
	金額	577	471	355	345	376	363	536	723	609	539	89
カナダ	数量	4,011	2,924	2,065	1,648	2,165	1,984	2,254	2,539	1,759	1,166	66
	金額	399	287	174	132	174	192	282	385	266	173	65
台湾	数量	170	131	114	166	146	100	184	222	220	239	108
	金額	96	94	68	92	105	64	101	126	92	116	126
香港	数量	105	157	213	223	145	190	185	270	339	278	82
	金額	30	41	53	67	54	57	81	113	155	164	106
米国	数量	218	109	103	56	0	0	0	0	2	0	20
	金額	36	16	13	8	0	0	0	0	0	5	1,250
シンガポール	数量	22	44	59	72	62	59	76	144	127	96	76
	金額	6	13	15	22	23	21	28	55	53	43	82
ロシア	数量	2	11	8	3	1	2	1	2	1	2	133
	金額	2	11	10	5	0	1	1	1	1	1	91

資料：財務省「貿易統計」

⑤ ぶどう

(単位:トン、百万円、%)

品 目		2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	前年 同期比
ぶどう輸出計	数量	362	406	403	319	187	360	475	549	913	1,147	126
	金額	414	449	465	425	277	404	672	912	1,545	2,324	150
台湾	数量	234	239	242	198	107	239	279	300	455	480	106
	金額	266	257	290	267	170	243	358	458	652	818	125
香港	数量	105	141	138	101	69	108	175	225	417	613	147
	金額	108	147	141	124	87	139	270	390	795	1,370	172
シンガポール	数量	18	20	19	19	10	12	17	16	26	23	87
	金額	21	24	25	26	17	19	34	39	61	61	100
オマーン	数量	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	21
	金額	13	11	5	4	0	0	0	0	1	0	22
ロシア	数量	1	3	1	0	0	0	1	0	0	0	0
	金額	3	8	3	1	0	1	1	1	0	0	0

資料：財務省「貿易統計」

⑥ かき

(単位:トン、百万円、%)

品 目		2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	前年 同期比
かき輸出計	数量	385	483	439	287	315	388	444	578	635	640	101
	金額	152	172	164	148	141	152	200	274	302	249	82
タイ	数量	231	331	332	206	244	304	307	373	359	228	64
	金額	88	114	121	108	112	122	143	184	180	118	66
香港	数量	114	105	98	72	65	62	100	124	234	235	101
	金額	43	37	34	32	25	23	41	54	100	105	105
台湾	数量	37	46	9	5	5	1	8	15	8	11	140
	金額	17	18	8	5	4	1	4	8	4	8	189
オマーン	数量	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	金額	4	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0
ロシア	数量	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	金額	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0

資料：財務省「貿易統計」

野菜の輸出状況

(1) 品目別輸出数量及び輸出金額の推移

(単位:トン、百万円、%)

品 目		2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	前年 同期比
生鮮野菜計	数量	13,180	11,637	9,173	7,261	6,457	6,134	9,219	9,156	23,190	32,772	141
	金額	2,804	2,944	2,453	2,689	1,990	2,389	2,925	3,819	5,532	6,562	119
ながいも	数量	5,794	6,320	6,071	5,334	5,035	4,289	5,714	5,777	7,114	6,135	86
	金額	1,873	2,075	1,790	1,996	1,463	1,754	1,894	2,418	2,631	2,559	97
いちご	数量	74	125	91	102	95	95	127	205	408	526	129
	金額	127	201	159	185	177	182	240	436	849	1,149	135
メロン	数量	49	69	85	94	40	85	122	187	309	353	114
	金額	147	141	89	104	37	65	99	158	280	331	118
かんしょ	数量	310	427	406	561	424	584	1,029	1,217	1,640	2,291	140
	金額	84	108	115	157	119	169	313	376	588	866	147
キャベツ	数量	1,943	670	306	197	187	278	655	561	695	1,076	155
	金額	190	63	32	25	19	27	70	68	112	160	142
だいこん	数量	184	161	143	90	46	63	174	130	215	253	118
	金額	65	43	42	22	12	13	30	26	46	60	132
レタス	数量	181	21	84	64	5	32	89	56	51	77	152
	金額	30	3	14	9	1	3	11	9	9	13	145
野菜加工品	数量	12,498	12,656	11,189	11,307	10,617	10,228	12,014	14,018	16,246	18,800	116
	金額	7,818	7,942	7,116	7,318	7,001	6,638	7,725	8,483	10,121	11,737	116
合 計	数量	25,678	24,292	20,363	18,568	17,074	16,362	21,233	23,174	39,436	51,573	131
	金額	10,622	10,885	9,569	10,006	8,991	9,027	10,649	12,303	15,652	18,299	117

資料：財務省「貿易統計」

(2) 輸出先国別輸出数量及び輸出金額の推移

(単位:トン、百万円、%)

品 目		2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	前年 同期比
生鮮野菜計	数量	13,180	11,637	9,173	7,261	6,457	6,134	9,219	9,156	23,190	32,772	141
	金額	2,804	2,944	2,453	2,689	1,990	2,389	2,925	3,819	5,532	6,562	119
台湾	数量	10,486	8,711	5,925	3,942	3,331	3,090	4,259	3,674	4,025	4,102	102
	金額	2,024	1,975	1,469	1,568	1,088	1,311	1,415	1,669	1,651	1,811	110
米国	数量	1,013	1,127	1,502	1,220	1,579	1,302	1,880	2,101	3,167	2,506	79
	金額	315	409	431	422	445	499	578	812	1,138	1,013	89
香港	数量	910	992	996	1,130	823	1,120	1,915	2,067	2,819	3,151	112
	金額	268	370	339	402	302	397	637	929	1,563	1,941	124
オマーン	数量	15	10	2	2	0	0	0	0	1	0	29
	金額	115	94	30	31	0	0	0	0	15	4	28
シンガポール	数量	44	190	299	583	388	385	584	740	980	1,136	116
	金額	12	23	107	210	118	152	223	316	386	502	130
ベトナム	数量	561	250	226	183	271	144	260	227	0	0	0
	金額	32	18	16	12	16	9	19	18	0	0	0
中国	数量	89	121	144	38	25	31	26	0	0	0	0
	金額	15	15	37	2	2	3	2	1	0	0	0
野菜加工品	数量	12,498	12,656	11,189	11,307	10,617	10,228	12,014	14,018	16,246	18,800	116
	金額	7,818	7,942	7,116	7,318	7,001	6,638	7,725	8,483	10,121	11,737	116
合 計	数量	25,678	24,292	20,363	18,568	17,074	16,362	21,233	23,174	39,436	51,573	131
	金額	10,622	10,885	9,569	10,006	8,991	9,027	10,649	12,303	15,652	18,299	117

資料：財務省「貿易統計」

(3) 品目別主要輸出先国別輸出数量及び輸出金額の推移

① ながいも

(単位:トン、百万円、%)

品 目		2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	前年 同期比
ながいも輸出計	数量	5,794	6,320	6,071	5,334	5,035	4,289	5,714	5,777	7,114	6,135	86
	金額	1,873	2,075	1,790	1,996	1,463	1,754	1,894	2,418	2,631	2,559	97
台湾	数量	4,784	5,223	4,440	3,619	3,131	2,701	3,405	3,203	3,419	3,053	89
	金額	1,564	1,688	1,327	1,391	923	1,136	1,146	1,382	1,280	1,304	102
米国	数量	980	1,075	1,468	1,196	1,561	1,288	1,866	2,088	3,150	2,477	79
	金額	296	375	413	411	435	491	571	804	1,123	988	88
タイ	数量	7	7	7	15	3	3	8	4	8	1	16
	金額	3	6	2	7	1	2	4	2	4	1	19
英国	数量	-	8	0	0	0	0	0	0	1	1	82
	金額	-	3	0	0	0	0	0	0	1	1	99
シンガポール	数量	9	4	147	498	324	297	423	476	520	576	111
	金額	3	2	44	183	98	124	168	227	216	252	117

資料：財務省「貿易統計」

② いちご

(単位:トン、百万円、%)

品 目		2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	前年 同期比
いちご輸出計	数量	74	125	91	102	95	95	127	205	408	526	129
	金額	127	201	159	185	177	182	240	436	849	1,149	135
香港	数量	50	97	70	71	71	74	100	175	352	441	125
	金額	83	155	120	125	123	140	193	375	726	948	131
台湾	数量	23	23	19	28	22	20	24	24	40	51	129
	金額	41	36	33	54	49	39	40	48	81	107	131
シンガポール	数量	0	2	1	2	2	1	2	3	8	18	207
	金額	1	4	2	4	3	2	4	6	19	48	245
ロシア	数量	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
	金額	0	4	2	1	0	0	0	0	0	0	0
タイ	数量	0	1	0	1	1	0	1	2	6	11	183
	金額	1	2	1	2	2	1	2	6	18	32	177

資料：財務省「貿易統計」

③ メロン

(単位:トン、百万円、%)

品 目		2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	前年 同期比
メロン輸出計	数量	49	69	85	94	40	85	122	187	309	353	114
	金額	147	141	89	104	37	65	99	158	280	331	118
オマーン	数量	15	10	2	2	0	0	0	0	1	0	29
	金額	115	94	30	31	0	0	0	0	15	4	28
香港	数量	21	45	66	78	34	82	110	165	267	289	108
	金額	17	31	42	54	27	62	88	134	232	268	115
台湾	数量	8	9	6	5	2	1	5	8	11	17	155
	金額	7	6	4	3	2	1	4	7	8	12	152
シンガポール	数量	3	4	8	5	2	1	3	7	19	17	89
	金額	4	4	6	5	2	2	5	6	10	10	96
韓国	数量	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
	金額	2	3	0	3	0	0	0	0	0	0	0
フランス	数量	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	金額	-	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0

資料：財務省「貿易統計」

④ かんしょ

(単位:トン、百万円、%)

品 目		2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	前年 同期比
かんしょ輸出計	数量	310	427	406	561	424	584	1,029	1,217	1,640	2,291	140
	金額	84	108	115	157	119	169	313	376	588	866	147
香港	数量	266	273	330	454	336	449	770	848	1,054	1,362	129
	金額	69	78	92	129	94	128	230	263	382	517	136
台湾	数量	41	65	68	59	53	89	108	174	303	388	128
	金額	13	21	21	20	18	27	43	62	107	133	124
中国	数量	1	75	0	28	20	0	0	0	0	0	0
	金額	1	4	0	2	1	0	0	0	0	0	0
タイ	数量	0	0	0	1	2	0	3	47	2	201	12,868
	金額	0	0	0	1	1	0	1	9	1	98	9,844
マレーシア	数量	0	0	0	0	0	1	97	71	118	139	118
	金額	0	0	0	0	0	0	19	16	34	37	109
シンガポール	数量	1	6	8	19	13	44	53	76	162	200	123
	金額	0	3	3	6	5	13	20	26	64	80	124
米国	数量	1	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	金額	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ベトナム	数量	-	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	金額	-	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0

資料：財務省「貿易統計」

⑤ キャベツ

(単位:トン、百万円、%)

品 目		2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	前年 同期比
キャベツ輸出計	数量	1,943	670	306	197	187	278	655	561	695	1,076	155
	金額	190	63	32	25	19	27	70	68	112	160	142
台湾	数量	1,707	426	151	8	26	28	106	28	41	328	797
	金額	163	36	12	0	0	2	9	3	7	36	541
香港	数量	192	206	135	163	143	239	496	431	469	517	110
	金額	21	22	17	21	15	23	50	46	69	75	110
シンガポール	数量	13	38	20	25	18	11	52	102	182	199	110
	金額	2	5	3	4	3	2	11	19	36	42	114

資料：財務省「貿易統計」

⑥ だいこん

(単位:トン、百万円、%)

品 目		2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	前年 同期比
だいこん輸出計	数量	184	161	143	90	46	63	174	130	215	253	118
	金額	65	43	42	22	12	13	30	26	46	60	132
台湾	数量	58	41	13	7	0	0	8	0	27	19	68
	金額	31	14	7	2	0	0	3	0	5	3	48
香港	数量	106	70	85	55	30	52	109	88	127	139	110
	金額	24	14	17	12	5	8	16	12	19	24	125
米国	数量	20	23	22	16	13	10	10	9	11	17	154
	金額	10	10	10	6	5	4	4	6	7	10	156

資料：財務省「貿易統計」

⑦ レタス

(単位:トン、百万円、%)

品 目		2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	前年 同期比
レタス輸出計	輸出数量	181	21	84	64	5	32	89	56	51	77	152
	輸出金額	30	3	14	9	1	3	11	9	9	13	145
台湾	輸出数量	176	21	84	63	5	30	89	56	48	77	160
	輸出金額	28	3	14	8	1	3	11	9	9	13	155
韓国	輸出数量	5	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	輸出金額	1	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0

資料：財務省「貿易統計」

果樹農業研究会の設置の趣旨と検討経過

1 果樹農業研究会の設置の趣旨と検討経過

農産物の輸出促進は大きな政策課題となっており、平成 27 年 4 月に策定された新たな果樹農業振興基本方針においても、「青果物の輸出拡大方針」に基づき、果樹農業者が利益を得られ、農業者所得が向上することを念頭に、オールジャパン体制を構築し、「ジャパン・ブランド」の確立を通じて、その拡大を戦略的に進めていくことが重要と整理され、青果物に関する輸出団体も設立されている。当協会も、国産果実の海外での需要を拡大するため、果実輸出支援強化事業を実施している。

そこで、平成 27 年度には学識経験者の参加を得て果樹農業研究会を開催し、当協会が事務局となって平成 19 年 2 月にとりまとめた「果実輸出戦略検討委員会報告書」に沿って現在検討・実施されている対策を整理し、平成 27 年度果樹農業研究会報告書として取りまとめた。

平成 28 年度では輸出関係者を含む更に幅広い学識経験者の参加を得て果樹農業研究会（座長 徳田博美 三重大学大学院教授）を開催し、平成 27 年度果樹農業研究会報告書で整理した重点事項について、3 回にわたり関係者からのヒアリングを行い、生産出荷団体等が果実の輸出に取り組むための実践的な入門書として本報告書の取りまとめを行った。

本研究会の開催にあたっては、農林水産省生産局園芸作物課、食料産業局輸出振興課のご指導ご協力を頂き、また、委員等関係者の皆様に熱心にご討議を頂いたことに篤くお礼を申し上げる。

2 「果樹農業研究会」研究会委員

（順不同 敬称略、○座長）

駒村 研三	一般社団法人日本果樹種苗協会 専務理事
鈴木 忠	日本園芸農業協同組合連合会 専務理事
○徳田 博美	三重大学大学院生物資源学研究科 教授
長谷川 啓哉	農研機構東北農研 上級研究員
中島 潔	JETRO 農林水産・食品部 農林産品支援課長
荻野 英明	日本青果物輸出促進協議会 事務局長
後藤 一寿	農研機構 食農ビジネス推進センター 上級研究員
堀内 知之	東京青果株式会社 経営戦略室 副部長
高澤 至	一般社団法人青森県りんご対策協議会 事務局長
高橋 晋人	コファスジャパン信用保険会社 バイスプレジデント
武田 寿郎	ヤマノ アンド アソシエーツ 代表
藤巻 美由紀	全国農業協同組合中央会 農業対策部 畜産園芸対策課長
堀田 由人	全国農業協同組合連合会 園芸総合対策部 次長

