

第8章 日本産農林水産物・食品の現地販売の課題

◎ 本章のポイント

本章は、日本産品の台湾における販売課題についてまとめたものである。台湾での販売を少しでも拡大できるよう活用していただきたい。

本章は、以下の4つで構成している。

- I. 高価格構造
- II. 日本産品同士の競合
- III. 鮮度維持
- IV. 検疫条件をクリア

I. 高価格構造

日本産品は高価格構造にある。日本の出荷から台湾での販売に至るトータル流通コストの削減が非常に重要である。

II. 日本産品同士の競合

日本産品の産地ブランドは、増加している。しかし台湾の日本産品の市場は一定している。新たな購買層の獲得が必要となる。

III. 鮮度維持

農産品の生産者のみならず、物流業者の商品開発、保鮮技術の向上など業界をまたがった努力が必要である。

IV. 検疫条件をクリア

検疫条件をクリアするといった台湾側の姿勢に対し、日本国内での検疫体制をさらに強化する必要がある。

I. 高価格構造

日本の農林水産物・食品は、基本的に生産コストが高い。それに国際輸送・保管などの物流費用、関税などの課税が、結果として台湾の末端の市場価格に反映される。また、商慣行として、日本とは異なり、小売業者への棚代（店舗で商品を扱ってもらうため料金）の費用が発生する。これもコストの高騰化に繋がる。例えば、台湾の百貨店ではメロン 1 個 4,000～5,000 円という価格で販売されている。こうした高価格は販売促進のネックといわざるを得ない。

高価格での販売のため、販売ターゲットは限られてしまう。そのため、大幅な輸出拡大は難しい。流通コストを下げる努力が求められるが、関税や商慣行費用の削減は現実的には難しく、物流コストや中間マージンの低減を目指すことになる。

値引き販売、廃棄処分といったコストも大きく、しかし生鮮品に属するものは、どうしてもこれらのコストが多くかかる。販売業者は、高い価格で販売を継続しなければならず、日本産品の高級感、高品質といったイメージを出し、それに見合う市場を形成することになる。普及食品のマーケットは非常に難しいのが実態である。



高額販売されているメロン
価格：約 4,800～5,500 円／個

II. 日本産品同士の競合

台湾は、日本の農林水産物・食品輸出のマーケットとして、日本の各地で注目されている。そのため日本の生産者は積極的にさまざまな商品を輸出している。

台湾のマーケットでは、現在、日本産品と現地産品の競合のみならず、日本産品間の競争が起きている。例えば日本産のなし、米などがある。台湾の市場では、同じ日本産品でもブランド数は増えている現状にある。小売業者にヒアリングした結果、全体的な日本産品の売上は、輸出産地の増加に比例して伸びているわけではない。つまり市場のパイは一定である。

一方、日本の輸出者は、同じ日本産品でも産地により出荷時期を早めたりして、知恵を絞っている。マーケティング上では、ブランド数増大は重要な販売手段であるが、日本産品の販売はまだ一定のターゲットに限定されているため、新たな購買層を獲得していくことが必要である。

III. 鮮度維持

農林水産物・食品は、鮮度が低下すると販売力がなくなることはいうまでもない。特に葉物の鮮度保持期間は短く、日本産品の販売は難しい。

鮮度を維持するためには、収穫してから店頭販売に至るまでの期間をなるべく短縮することが重要である。しかし、海外に販売するには、国際輸送時間および通関時間などによって、どうしても流通時間が長くなりがちである。これは産品を生産する生産者によって解決できる問題ではない、船会社の寄港地、物流業者の商品、通関システム、そして保鮮技術の向上など業界をまたにかけた課題となっている。日本産品の輸出拡大には、さまざまな業界の連携も必要になる。



葉物野菜は鮮度保持期間が短い。

新鮮さがないと、高品質には結びつかない。

価格：200 円／箱

IV. 検疫条件をクリア

台湾における農林水産物・食品の輸入は、一部の輸入禁止品目を除き、基本的に輸入できる状態にある。ただし、検疫は厳しい。輸入する際に、衛生証明書は必要ないが、検疫証明書が必要とされる。また検疫証明書を提示しても、輸入検疫は行われる。

台湾側が求める検疫条件をクリアできなければ、実質的に輸入できない。たとえば、トマトの輸入実績はほとんどない。これは、台湾側が要求する検疫条件がクリアできていないためである。

台湾は検疫条件を明確に提示しているので、日本側の検疫機関はこれらの検疫条件に沿った日本国内での動植物検疫、およびその証明書の発行体制を強化することが求められる。これは輸出促進において非常に重要である。