

平成21年度農林水産物等輸出課題解決対策 事業実施報告書  
(課題名：中国市場参入リスク解決を目的とした、調査と普及活動の提案)

## 1 事業実施主体の概要

1) 事業実施主体の名称、所在地

名称： 株式会社かめあし

所在地：青森県弘前市下湯口村元182-3

TEL：0172-31-3181 FAX：0172-31-3161

2) 主たる業務の内容

イーコマースを主体にした青森県産品の小売、卸売

3) 担当者連絡先

担当者：代表取締役 成田光秀

TEL：0172-31-3181 FAX：0172-31-3161

Eメール：m.narita@cameashi.net

## 2 事業の目的

日本の2008年の農林水産物の輸出額は4,312億円であった。そのなかで、りんごの輸出額は約79億円となっており、農産品に限って言えば最大の輸出品目である。現状、日本産りんごの90%程度が台湾に輸出されており、中国向けの輸出量は、香港を含めても5%程度しかない。一方、2008年の対中農林水産物輸出額は437億円と言われており、日本からの輸出先として10%程度のシェアを確保しているが、りんごの輸出に限って言えば、その水準に達していないことがわかる。

台湾と中国はその歴史的背景から、食文化を含めた文化面において共通する部分が数多く見られる。つまり、中国も台湾と同じように日本産りんごを受け入れる土壌があると考えられる。まず、中国へのりんご輸出を行ううえで阻害要因となっている課題を明文化する。そして、その解決方法が日本産りんごの対中国向けの農林水産物に広く利用出来るよう提案することが本事業の目的である。

## 3 課題の概要

1) 市場ニーズとしての競合

輸出される商品が、現地消費者のニーズに合っていないければ輸出拡大は困難である。ここでは、中国人消費者の食品に対する考え方、りんごとしての競合、贈答品としての競合を考えることで、どのような商品が中国市場で求められているかを探る。

2) 輸送インフラや保存技術などの物流・在庫

日本産りんごは、他国のりんごに比べ高品質かつ高価格である。つまり、それ自体がブランドの一部となっているため、低品質な商品を提供することは競争力を失うに等しい。

ここでは、日本国内において施されている対策と中国国内のインフラの現状を照らし合わせることで、最良の物流・保管方法を探る。

### 3) 中国の商習慣から考える決済

貿易とは、異なる商習慣を持つ国同士が行う商取引である。円滑な決済が行われるためには、まず相手国の商習慣を知る必要がある。ここでは、中国国内の商取引および決済方法を知ることによって、輸出拡大に繋がる取引方法を探る。

## 4 課題の解決手法

現状、日本産りんごの90%以上が台湾に向けて輸出されている。まず、これまで行われてきた台湾への輸出と、我々が行った中国への輸出の相違点を明確にする。この相違点がどのようなものであるかを分析し、それに対応することができれば、中国に向けても台湾と同じように輸出を行うことが可能になると思われる。

## 5 事業成果

### 1 中国市場での競合

中国では、偽装品の流通、相次ぐ混入事件など国産商品の信頼性は極端に低く、中国人消費者は食品に対して、安心・安全、健康に良い物を求める意識が高い。

中国におけるりんごに関して考えてみると、日本産品は価格が相対的に高いうえ、購入時の判断材料が不足している様子が伺える。また、日本人の嗜好と中国人の嗜好が異なっていることが考えられる。特に、中国の国土は広大であるため、地域によって嗜好が異なるということは十分に考えられる。味を評価する際の基準は、あくまでも慣れ親しんだ味に他ならず、その特性に合わせた商品を提供することが望まれる。

中国は世界最大のりんご生産国であり、2007年の世界生産量の42.8%を占めている。急速な経済成長による中間層および富裕層の増加は、果物の消費量を急激に拡大する要因になったが、2000年代に入りその消費量は、頭打ちになっている。それでも生産量が増大したのは、生果の他国への輸出、加工果汁の輸出が増加したためである。

中国は世界最大のりんご生産国でありながら、他国で生産されたりんごも相当数輸入されている。輸入量は、アメリカ、チリ、ニュージーランドの上位三カ国で97%を占めており、日本は第6位の0.3%でしかない。ただし、キロ単価は他国の輸入りんごが総じて1ドル/kg以下であるにも関わらず、日本のりんごは3.5ドル/kgと飛び抜けて高く、日本産りんごがいかに高級品として扱われているか見て取ることができる。

中国に輸入される果物の約8割が広州江南果菜卸売市場に集まる。ここでの取引価格が広州価格として中国全土の卸売価格に影響を与えていると言われている。

我々が調査輸出対象とした瀋陽市にある八家子青果卸市場も、広州価格が基準となっている。この広州価格に輸送コストを加味した金額がこの市場での卸売価格である。40フィートコンテナを満載にした状態で広州から瀋陽まで輸送した場合、一箱当たりの輸送費は

15 元程度である。

中国は各節目の時期に贈り物をする文化があり、その市場規模も大きい。そのなかでも食品は、贈答品に利用される場合が多い。食品の中でも果物が利用されることが多く、特にりんごは縁起物として重宝されている。また、主要な贈答期のなかでも春節は、高価な商品が贈答品として利用される場合が多い。

果物のうちりんごとその他主要贈答品を比べたとき、品質保持期限、市場価格の変動、メーカーブランドと地域ブランドの違い、需要規格の安定供給の面に違いが見られる。それでも果物が選択される確率が高いのは、これらの条件を満たす果物を選ぶことがいかに難しいかということを示唆的に証明している結果とも考えられる。

日本産りんごが贈答品市場向けの需要を満たすための条件を備えていることは、台湾での成功からみても明らかであり、今後中国では日本産りんごの輸入量が増加することが十分に見込まれる。

## 2 中国における物流・在庫

日本は CA 貯蔵などの技術が発達しており、コールドチェーンも確保されている。梱包にはアイスボックスを用いて、フルーツキャップで個別に包装するなど万全の体制で輸出されているが、その後はどのような動きをしているのだろうか。

我々の調査対象である瀋陽市から一番近い港湾は、同じ遼寧省内にある大連港である。大連港は中国国内でも有数の大型港で、大小含め 7 箇所の食物検疫場が存在するが、果物の検疫場は 1 箇所のみである。日本産りんごの取り扱いには 2006 年に少量検査を一度だけとのことであり、日本産りんごは大連港以外の港から水揚されていることが判明した。

港湾から市場や配送センターなどの大口納品先までの輸送は、コンテナトラックが利用されている。りんごは冷蔵温度で輸送するため、リーファーコンテナと呼ばれる冷蔵機能付コンテナで輸送される。一方、市場や配送センターなどの大口納品先以降の部分では、トラックが利用されることになるが、中国では冷蔵機能を持っていないトラックが大半のため、品質の低下が懸念される。

中国国内の荷役活動は、取り扱いの悪さが目立つ。青森県産りんごに代表される日本産りんごは高級品のため、それなりの取り扱い方をしているが、中国国内産りんごにおいては、梱包をせずにトラックの荷台に山積みされている状況も確認している。

一方、企業間の差異は激しいものの、中国国内の小売業者側の在庫管理は改善されつつある。イギリス資本のスーパーマーケットであるテスコは、中国東北部において大規模な生鮮配送センターを保有している。これにより過剰在庫が適正化され、店頭商品の品質が向上し、同列の外資系スーパーマーケットと比べても高い品質を維持している。

青森県産りんごにおける輸出用梱包はアイスボックスが一般的なため、ある程度の温度変化、輸送時の揺れには耐えることが可能である。また、りんごの旬と呼べる時期は 11 月から 3 月までの冬期間であり、外気も比較的低温であることも功を奏している。現状、中国国内の荷役の悪さから考えれば、アイスボックスの使用は必須事項である。ただし、エ

チレンガスによるガス障害が発生する可能性を排除することは出来ないため、十分な対応が求められる。

我々が行ったアンケートでは、生産者が一連の貿易実務を自ら行う、いわゆる直接貿易を行っていることはほぼ皆無であった。確かに間接貿易では様々な貿易実務から開放されるため、生産者はその生産活動に特化することができる。ただし、いずれの生産者も指定された納品先に納品した後の動きを把握しておらず、受身の輸出になっている可能性を否定できない。

中国国内の小売業者からも、日本産品は他国の産品に比べて産地やメーカーからのバックアップを受けることが少ないという意見も聞こえている。輸出先の販路拡大、消費拡大のためには、受身ではない、自ら動くことができる輸出が求められている。