



*High performance. Delivered.*

**「平成29年度輸出戦略実行事業」  
主要品目における重点市場絞り込み報告書**

2018年3月  
アクセンチュア株式会社

# 本調査の概要

## 目的

- 各国の貿易統計※より、日本からの輸出と輸出先国の輸入データを抽出し、データに基づき重点品目別に重点市場を絞り込み、より効果的な輸出促進活動を目指す。平成30年度の重点市場を検討する際には、統計データの分析に加えて、水産部会委員の意見も踏まえ、対象品目・国を決定。

## 重点品目

- ぶり、ホタテ(調製品)、ホタテ(非調整)、練り製品、魚等缶詰、真珠、錦鯉、さば、かつお・まぐろ類、クロマグロ、さけ・ます類
- 各国の輸入データについては、HSコード定義の問題から、食用（水産物）、食用（水産加工物品）、観賞魚、真珠の4カテゴリ単位で分析

## 対象国

- 各品目の輸出金額トップ10カ国
- 過去調査国(イギリス、タイ、マレーシア、ベトナム、米国、香港、台湾、中国、メキシコ)
- フランス、オランダ、イタリア、ロシア、シンガポール、オーストラリア
- EU15カ国(合計のデータを抽出)

## 分析データ

### 1. カテゴリ別各国輸入額成長率と日本のシェア

- 各国のカテゴリ別(食用(水産物)、食用(水産加工品)、鑑賞魚、真珠)の輸入総額
- 各国カテゴリ別の輸入額の伸び
- 各国カテゴリ別輸入総額に占める日本からの各カテゴリに含まれる重点品目の輸出額のシェア

### 2. 日本からの輸出額

- 各国に対する日本からの重点品目の輸出額
- 各国に対する日本からの重点品目の輸出額の伸び

### 3. 日本からの輸出単価

- 各国に対する日本からの重点品目の輸出単価
- 各国に対する日本からの重点品目の輸出単価の伸び
  - 単価の変動とは、需給バランス、高付加価値品の普及割合、輸出環境の変化、為替等の要因による変動のことを指す

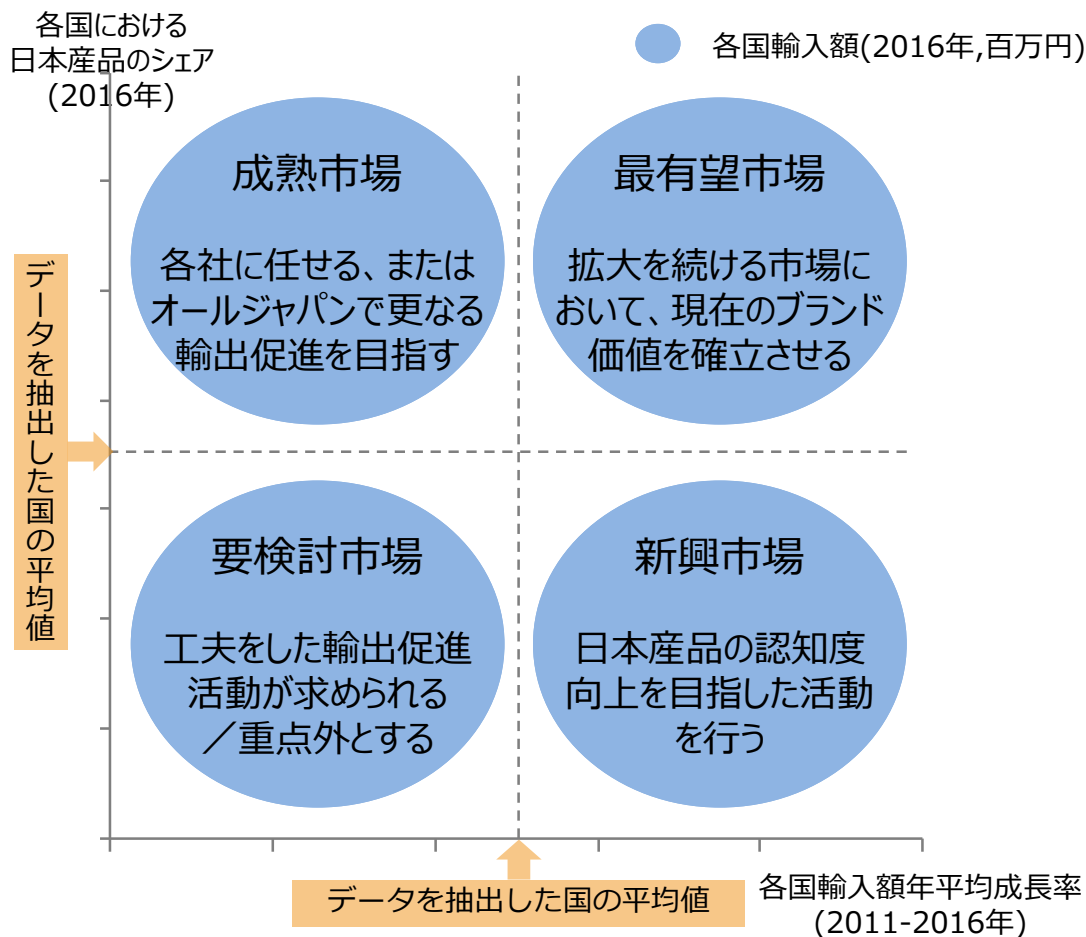
# 水産物における重点品目を4分類し、各分類ごとに「各国輸入額成長率と日本の重点品目シェア」グラフを作成。各分類の需要傾向、輸出先国における日本製品の輸出状況を把握することが可能となる。

## 分析データ定義

- 以下の4つのカテゴリで輸入統計を分析
  - 食用(水産物)：HSコード第3類から観賞魚に関するコード(030111,030119)を抜いた合計
  - 食用(水産加工品)：HSコードの1604,1605の合計
  - 観賞魚：HSコードの030111, 030119の合計
  - 真珠：HSコード7101の合計
- 各カテゴリ毎に各国の輸入総額と、輸入額における2011年から2016年の年平均成長率、各国カテゴリ別輸入総額に占める日本からの重点品目の輸出額のシェアを算出
- 輸入額はカテゴリ単位での輸入国における輸入額データ、輸出額は各カテゴリに含まれる重点品目のみの日本側の輸出額データの合計。そのため、データにずれがある可能性がある点に留意
  - 日本の輸出額データは、輸出先で再輸出をした場合、最終着地は不明
  - 日本からの輸出時と各国での輸入時の金額計算や時期に大幅なずれがある可能性を含む

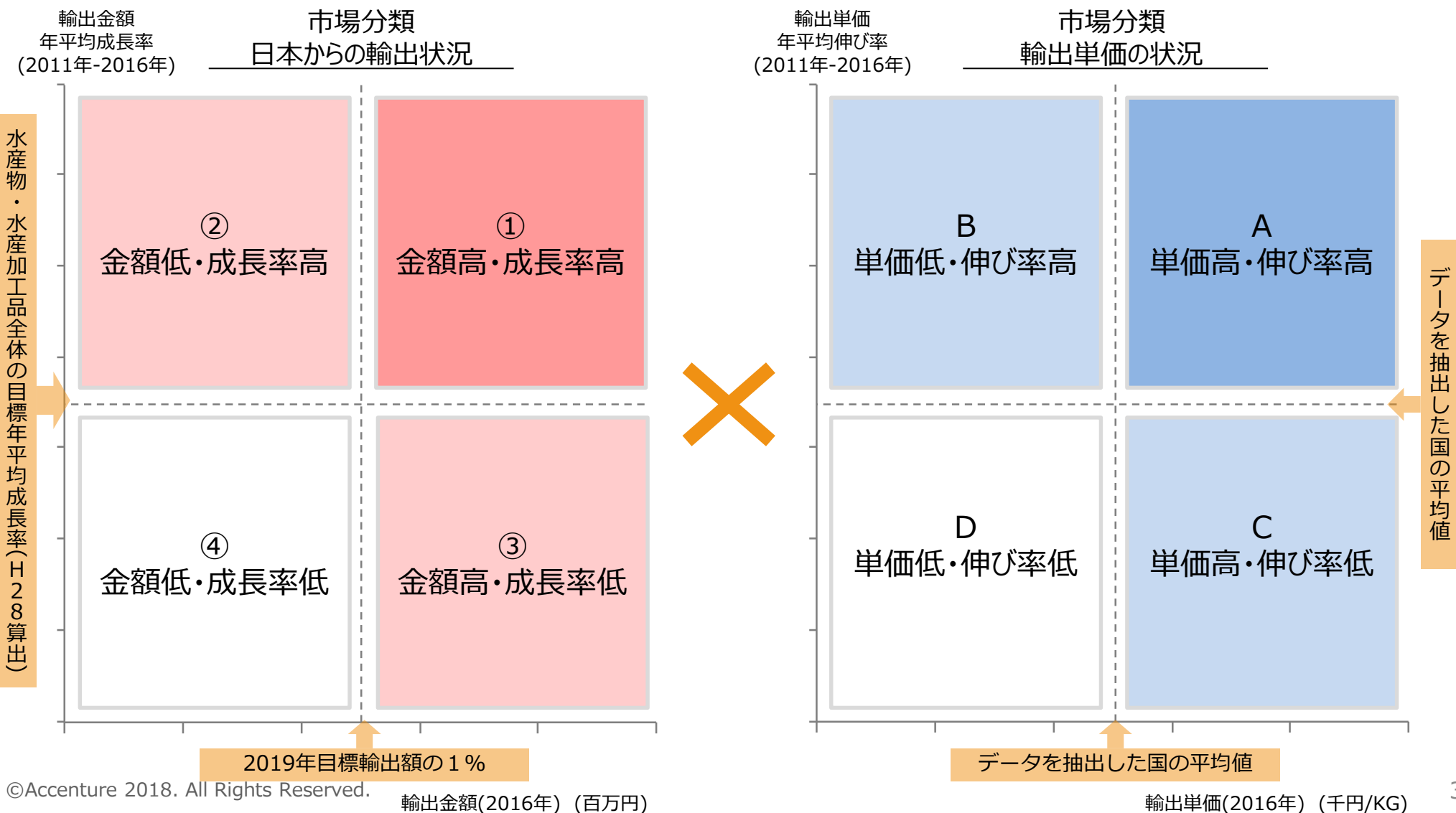
※ 特に「食用(水産物)」・「食用(水産加工品)」については、輸出側と輸入側の対象データに大幅なずれがあるため、参考情報として掲載

## グラフを踏まえた市場分類 各国輸入額成長率と日本の重点品目シェア



分析定義②：「日本からの輸出状況」と「輸出単価の状況」(1/2)

品目ごとの重点市場を絞り込むために「日本の輸出状況」と「輸出単価の状況」を合わせて検討。各国に対する供給傾向、輸出先国における日本製品の立ち位置を把握することが可能となる。



下記チャートの通り、今後の輸出拡大に向けて政府・団体が特に注力すべき施策が多く当てはまる国が重点市場となりうる。平成30年度の重点市場を検討する際には、統計データの分析に加えて、水産部会委員の意見も踏まえ、対象品目・国を決定。

輸出単価の状況

	A 輸出単価高 伸び率高	B 輸出単価低 伸び率高	C 輸出単価高 伸び率低	D 輸出単価低 伸び率低
① 輸出額高 成長率高	<ul style="list-style-type: none"> <li>供給量増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ブランド力向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ブランド確立</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ブランド力向上</li> </ul> <small>注1</small>
② 輸出額低 成長率高	<ul style="list-style-type: none"> <li>供給量増加</li> <li>● ブランド確立</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 認知度向上</li> <li>● ブランド力向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 認知度向上</li> <li>● ブランド確立</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 国内競合緩和(オールジャパンでの活動促進)</li> </ul> <small>注2</small>
③ 輸出額高 成長率低	<ul style="list-style-type: none"> <li>供給量増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ブランド力向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 販売チャネルの拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ブランド力向上</li> <li>● 販売チャネルの拡大</li> </ul> <small>注1</small>
④ 輸出額低 成長率低	<ul style="list-style-type: none"> <li>供給量増加</li> <li>● 輸出環境の改善</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 認知度向上</li> <li>● ブランド力向上</li> <li>● 輸出環境の改善</li> </ul> <small>注2</small>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 供給量増加</li> <li>● 認知度向上</li> <li>● 輸出環境の改善</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 認知度向上</li> <li>● 販売チャネルの拡大</li> <li>● 輸出環境の改善</li> </ul> <small>注2</small>

日本からの輸出状況



重点市場となりうる国分類



今後の輸出拡大に向けて注力すべき施策

注1

加工貿易が実施されている可能性が高い国  
外部要因を把握した上で見込みがある場合にのみ対応すべき国

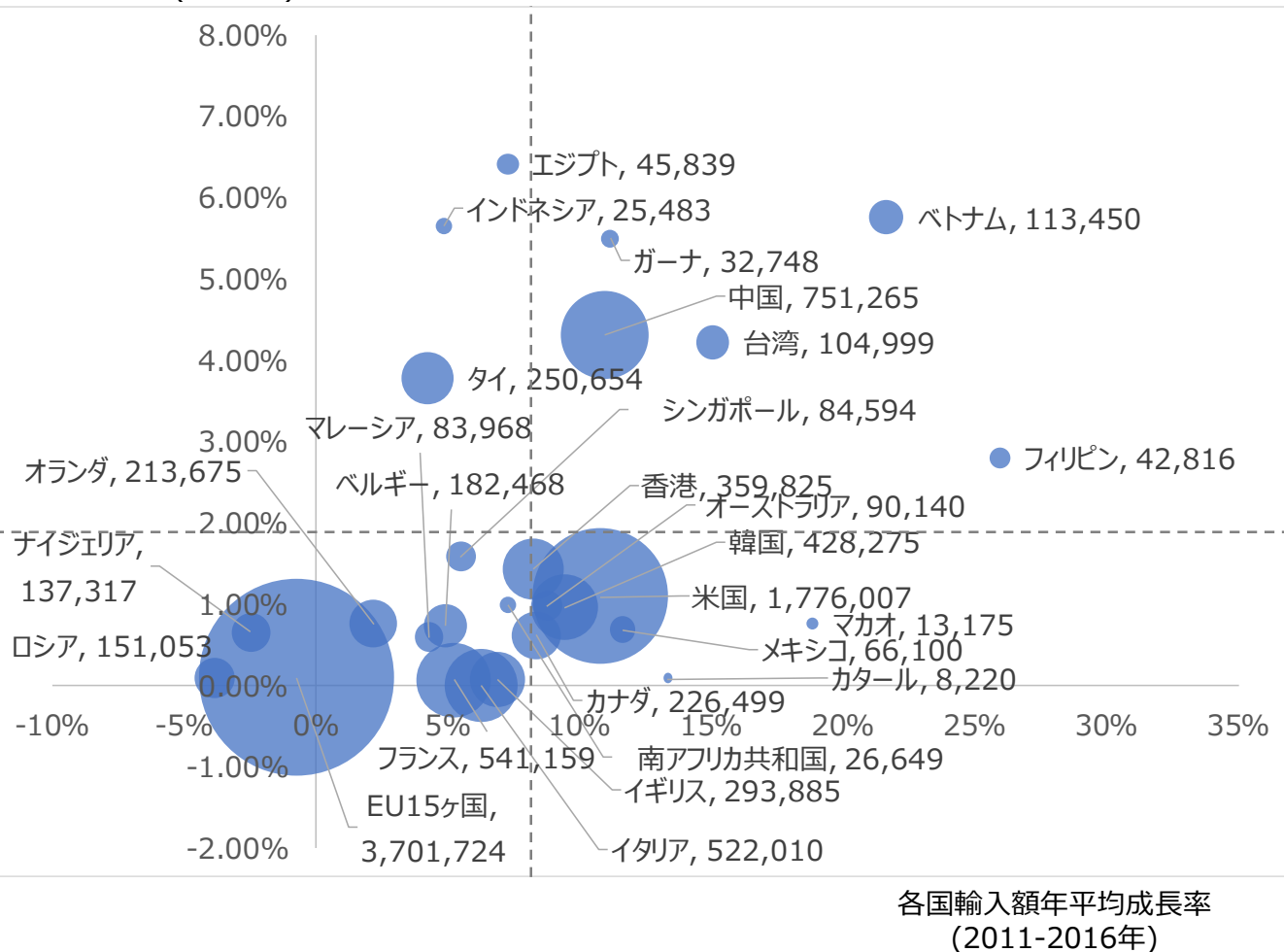
注2

# 1. 《参考》 各国輸入額成長率と日本の重点品目シェア：食用(水産物)

## 食用(水産物)の各国輸入状況と日本のシェア

各国における日本製品のシェア  
(2016年)

● 各国輸入額(2016年,百万円)



- ✓ フィリピン、ベトナム、台湾、中国、ガーナについては、市場が成長しており日本製品のシェアも高いので、引き続き注力すべき市場である
  - 特に中国については、輸入額が高く市場規模が大きい
- ✓ エジプト、インドネシア、タイについては、日本製品のシェアは高いが市場の成長率は低いので、市場規模は小さいものの安定している市場といえる
- ✓ 米国、メキシコ、韓国、オーストラリア、香港、カナダ、マカオ、カタールについては、市場の成長率は比較的高いが、日本製品のシェアは低い。今後拡大する市場の中で、他国産との差異化が必要な市場である
- ✓ 上記に関わらず、米国、EU15ヶ国については、現在の日本のシェアは低いが、市場規模が大きいことから要注目

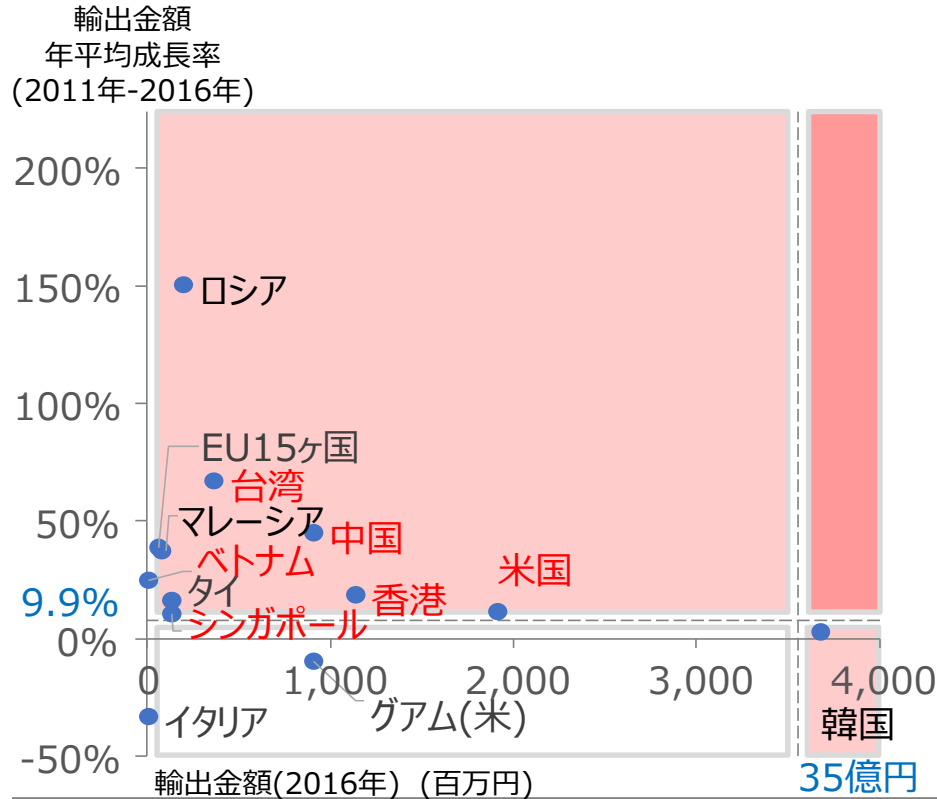
※ナイジェリアについては2014年、タイ、オランダ、ベトナムについては2015年のデータを引用

※カタールについては、2012年と2015年のデータを引用

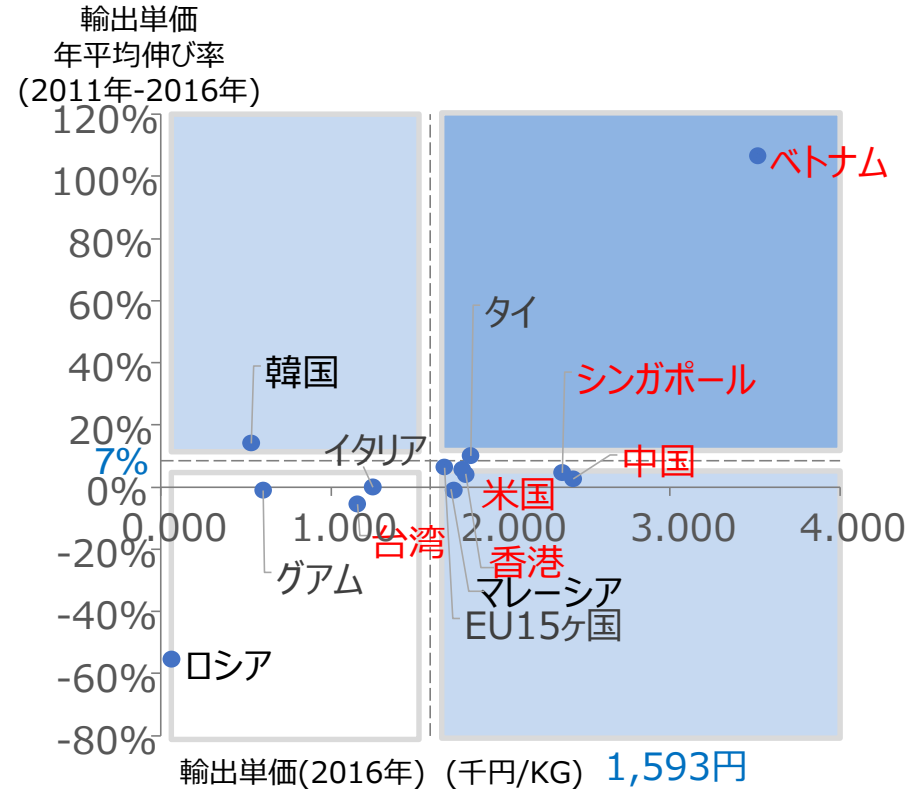
※グアムについては関連データが入手できないため記載なし

# 1-1. 鮮魚(一般)

## 日本からの輸出状況



## 日本製品の輸出単価



### 【平成30年度取組方針における重点市場】

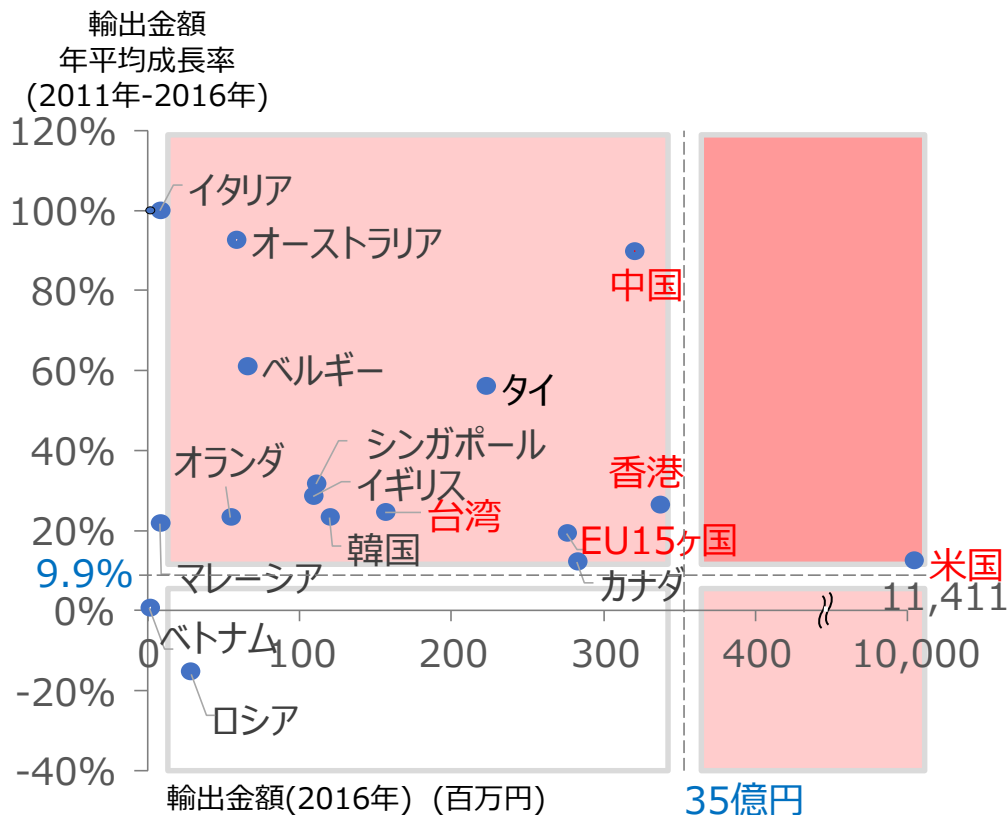
- ✓ 香港、台湾：日本産品が幅広い層に浸透しており、富裕層を中心とした本格派には特定の産地の商品や多様な魚種の取扱いが新たなアピール要素となる市場
- ✓ 中国：香港、台湾のように日本からの距離が近く、富裕層を中心に鮮度の高い水産物の提供が効果的な市場
- ✓ シンガポール：富裕層を中心に日本産品が浸透しており、特定の産地の商品や多様な魚種の取扱いが新たなアピール要素となる市場
- ✓ 米国：ブリを中心に日本産水産物の評価が高く、今後の更なる成長が見込める市場
- ✓ ベトナム：水産物の生食に比較的抵抗がなく、今後輸出が拡大する可能性が高い市場

出典：Global Trade Atlas

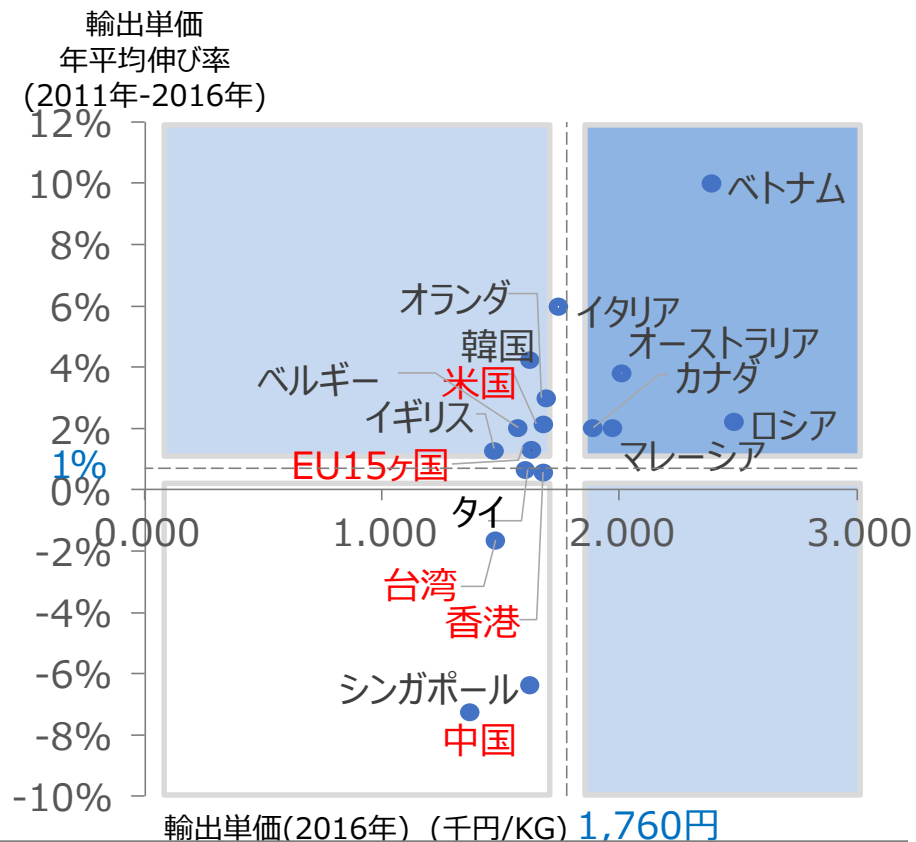
財務省貿易統計  
農林水産省輸出動向分析

# 1-2. ぶり

## 日本からの輸出状況



## 日本製品の輸出単価



### 【平成30年度取組方針における重点市場】

- ✓ 香港、台湾：日本産水産物へのニーズが高く、特に日本産ブリのような脂ののった魚種を好む市場
- ✓ 中国：香港、台湾のように日本からの距離が近く、日本産ブリのような脂ののった魚種を好む市場
- ✓ 米国：主要輸出先国であり、今後の更なる成長も見込まれる高い市場
- ✓ EU15カ国：ブリは近隣国では漁獲されない品目であり、富裕層を中心にニーズが高まっている市場

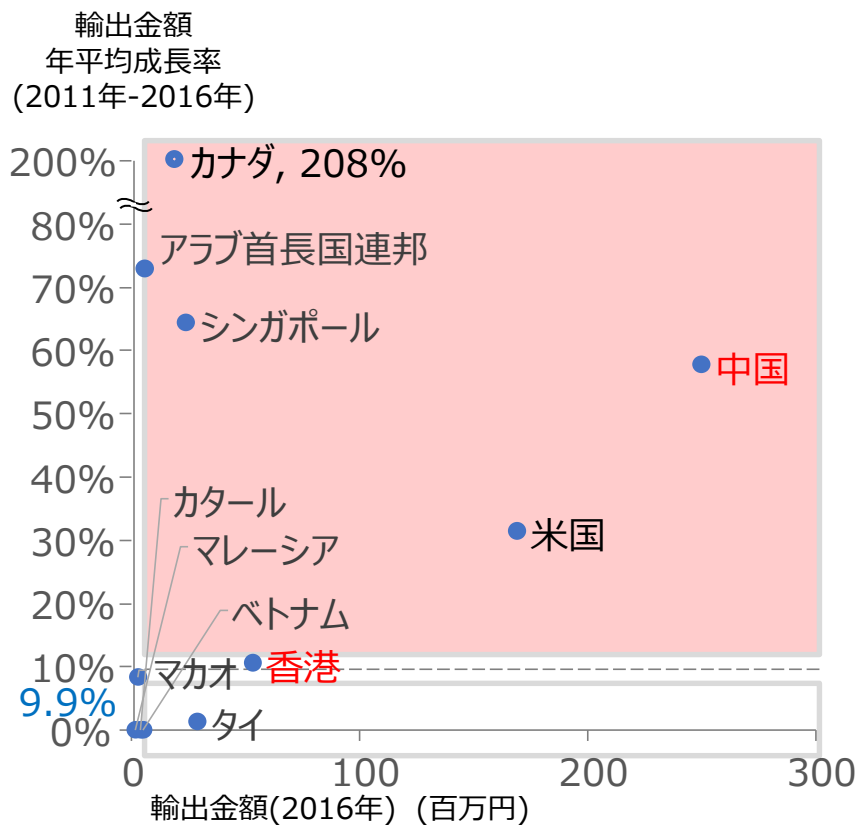
※フランスについては、2016年の取引データがないため記載なし  
 ※ベトナム、オーストラリア、イタリアについては、2011年の取引データがないため2012年、2013年のデータを引用

出典：Global Trade Atlas  
 財務省貿易統計  
 農林水産省輸出動向分析

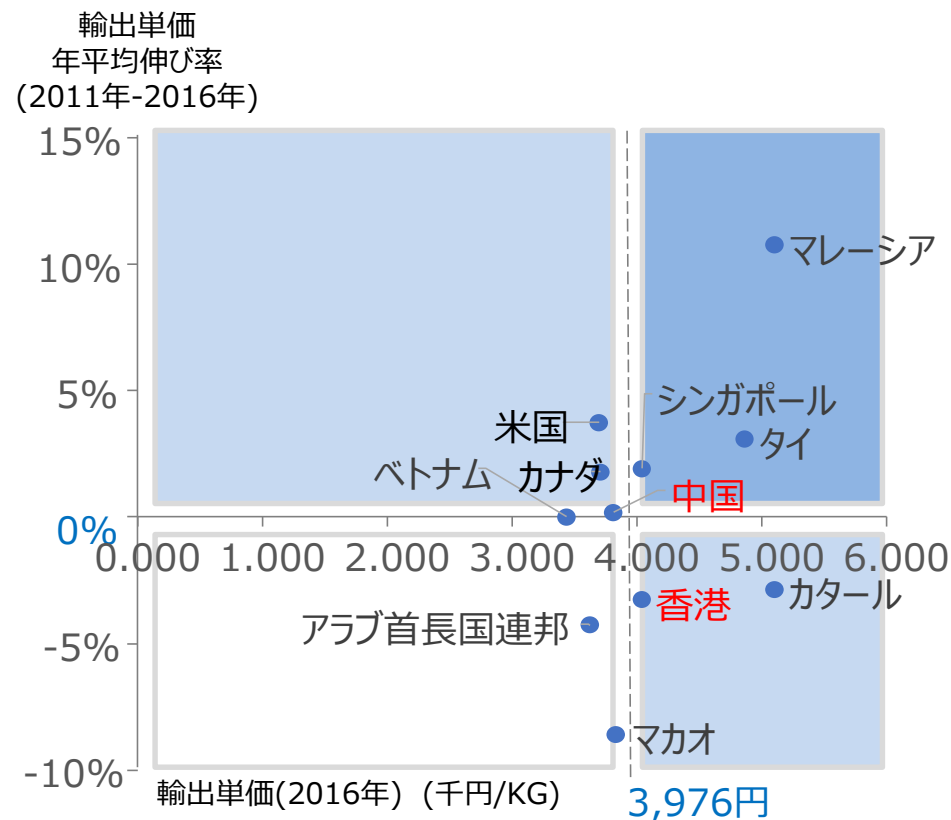


# 1-3. クロマグロ

## 日本からの輸出状況



## 日本製品の輸出単価



### 【重点市場になりうる国についての今後の活動の示唆】

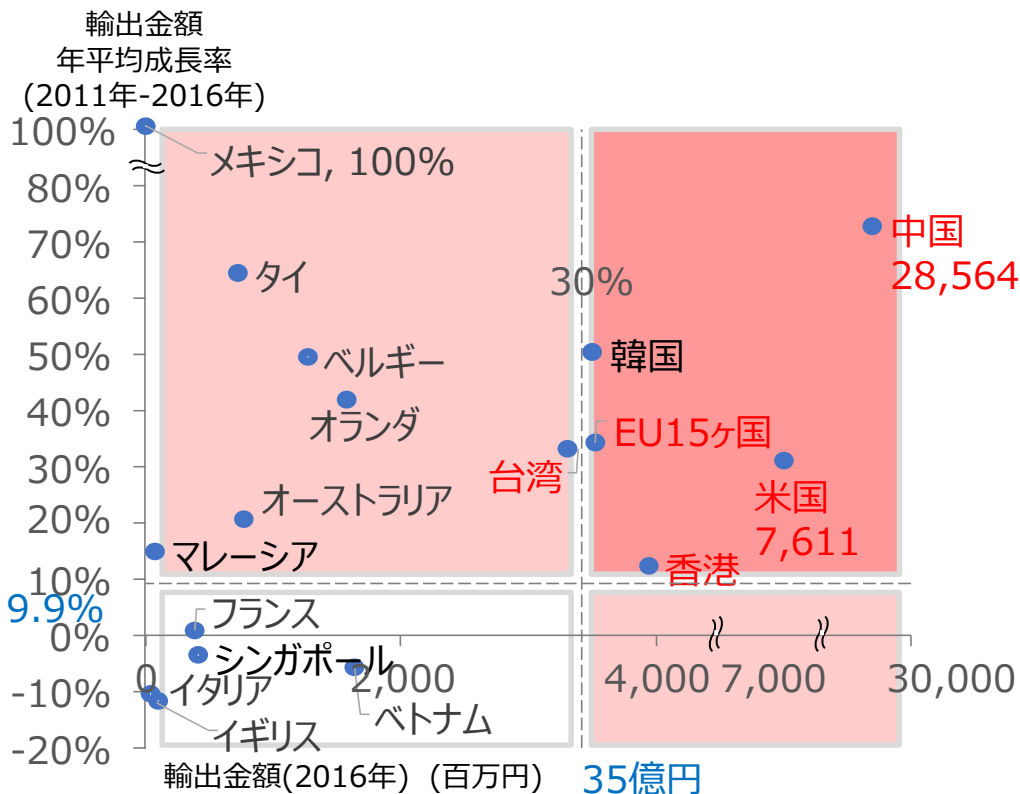
- ✓ 香港、台湾：日本産品が浸透しており、富裕層を中心に高単価であっても質の高い商品へのニーズが高い市場
- ✓ 中国：主要輸出先国であり、富裕層を中心に高単価であっても質の高い商品へのニーズが高い市場

※台湾、イギリス、ロシア、EU15ヶ国(合計)については、2016年の取引データがないため記載なし  
 ※カナダ、アラブ首長国連邦、ベトナム、カタールについては、2011年の取引データがないため2014年、2015年のデータを引用

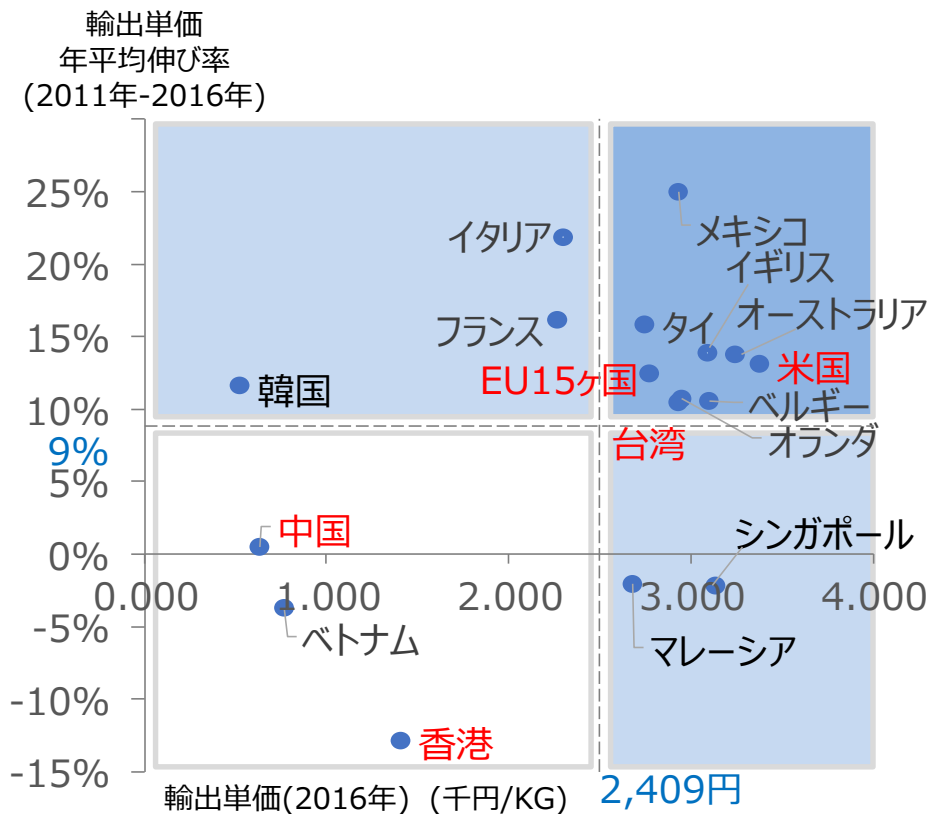
出典：Global Trade Atlas  
 財務省貿易統計  
 農林水産省輸出動向分析

# 1-4. ホタテ(非調整)

## 日本からの輸出状況



## 日本産品の輸出単価



### 【平成30年度取組方針における重点市場】

- ✓ 香港、台湾、中国、米国、EU15ヶ国：主要輸出先国であり、今後の更なる成長も見込める市場

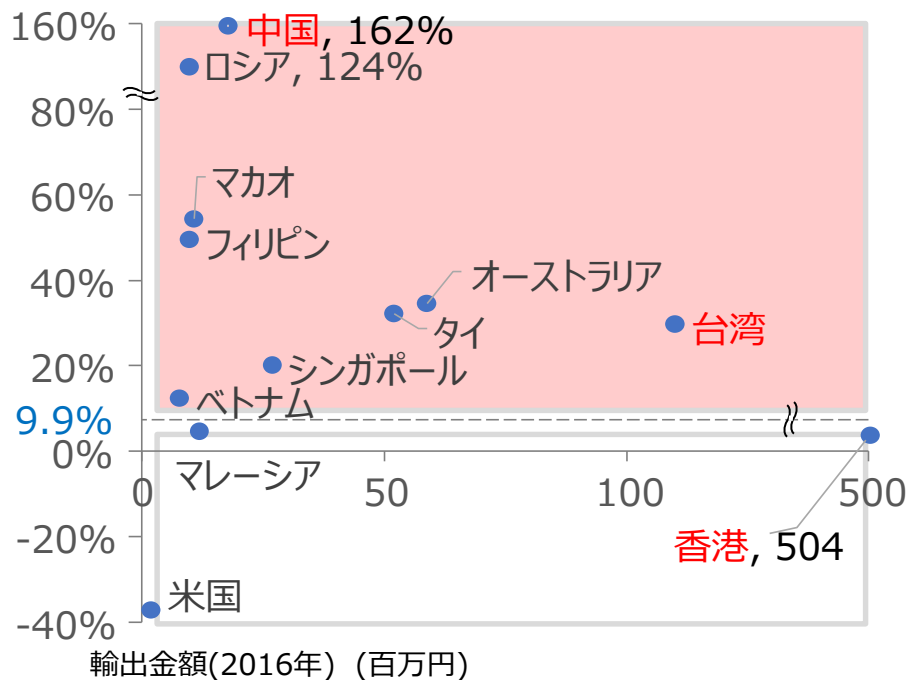
※イタリア、イギリス、メキシコについては、2011年の取引データがないため2012年、2014年、2015年のデータを引用

出典：Global Trade Atlas  
財務省貿易統計  
農林水産省輸出動向分析

# 1-5. かき(非調整)

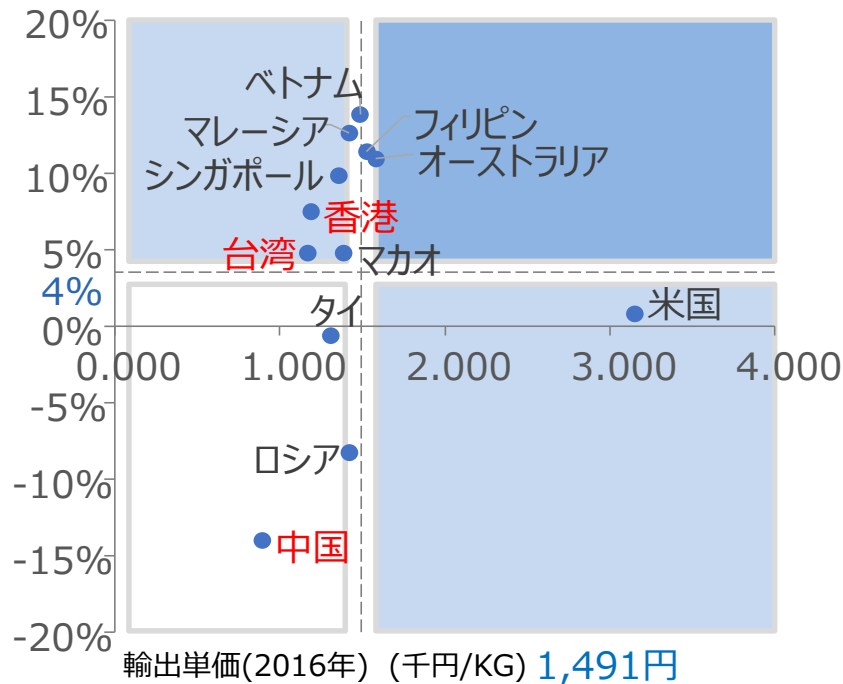
## 日本からの輸出状況

輸出金額  
年平均成長率  
(2012年-2016年)



## 日本製品の輸出単価

輸出単価  
年平均伸び率  
(2012年-2016年)



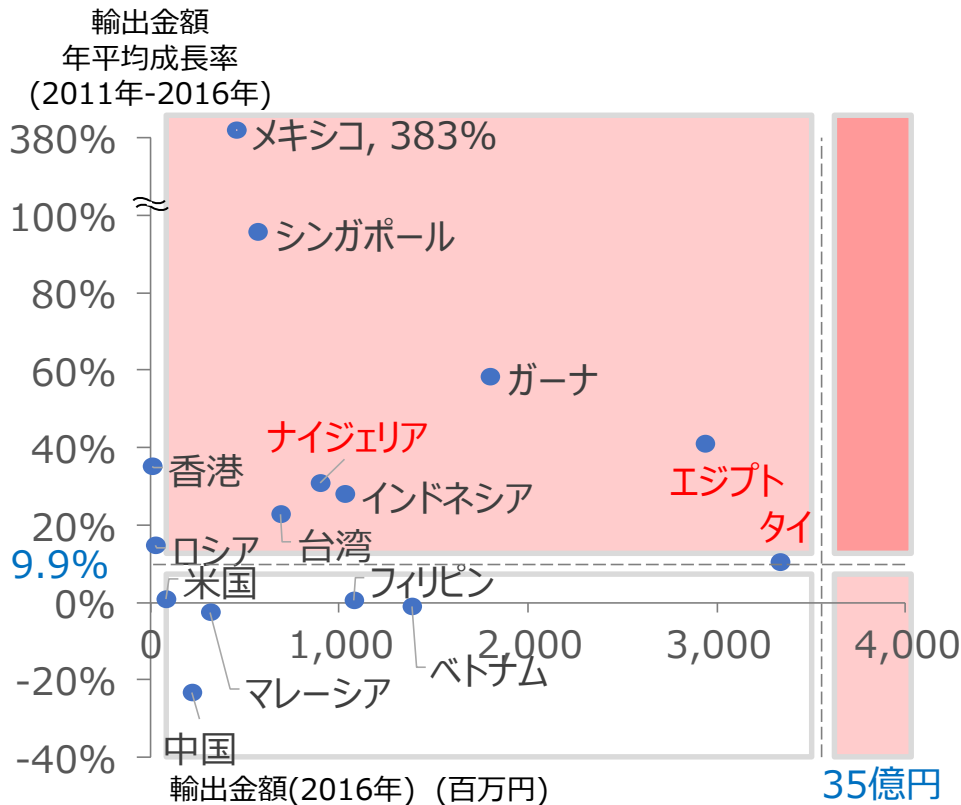
### 【平成30年度取組方針における重点市場】

- ✓ 香港、台湾：主要輸出先国であり、今後の市場も見込める市場
- ✓ 中国：現在の輸出額や輸出単価は低いが、今後の成長が見込まれる市場

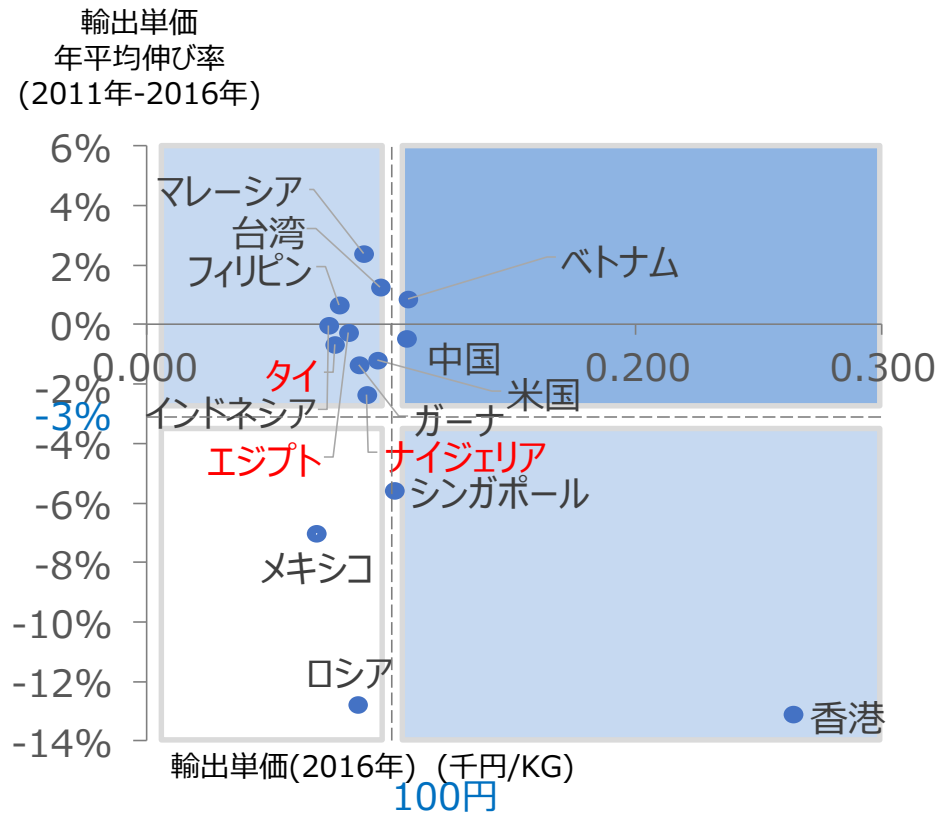
※2011年のデータがないため、2012年のデータを利用  
 ※中国、マカオ、米国、ロシアについては、2012年の取引データがないため2013年、2014年のデータを引用

出典：Global Trade Atlas  
 財務省貿易統計  
 農林水産省輸出動向分析

日本からの輸出状況



日本製品の輸出単価



※平成30年度の重点品目とはならなかったため、参考情報として掲載

【重点市場になりうる国についての今後の活動の示唆】

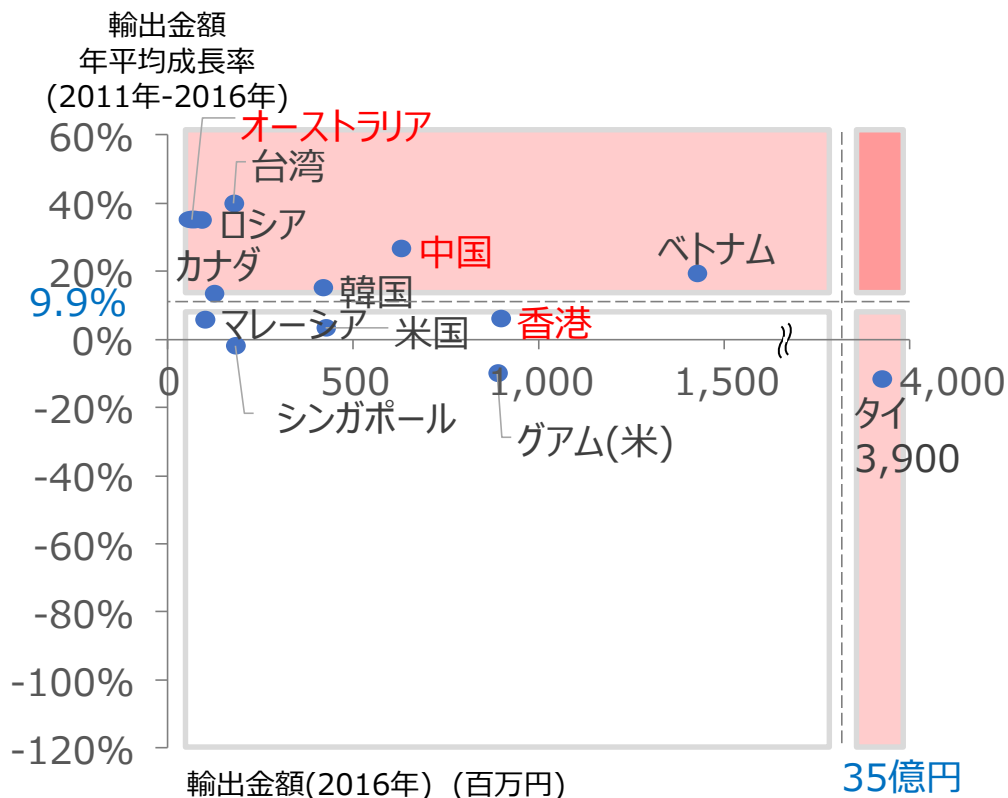
- ✓ タイ、エジプト、ガーナ、インドネシア、ナイジェリア、台湾については、現在の輸出額、輸出単価は低いが見込める市場である。まずは日本製品の認知度を高め、現地における日本のブランド力を向上させる必要がある
- ✓ 香港、シンガポールについては、現在の輸出額は低いものの今後の成長が見込める市場である。特に香港については、輸出単価が高いため、現在の日本製品のブランド力を維持しつつ、輸出量を伸ばすために認知度向上の取り組みが効果的である

※EU諸国、オーストラリアについては、2016年の取引データがないため記載なし

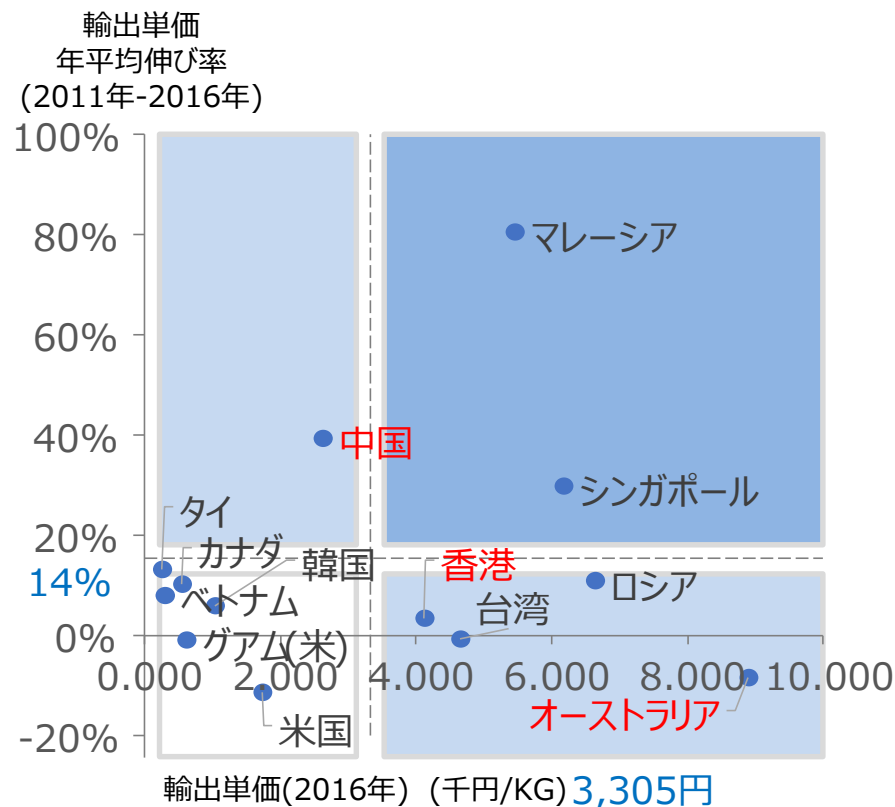
※メキシコについては2011年の取引データがないため2013年のデータを引用

出典：Global Trade Atlas  
財務省貿易統計  
農林水産省輸出動向分析

日本からの輸出状況



日本製品の輸出単価



※平成30年度の重点品目とはならなかったため、参考情報として掲載

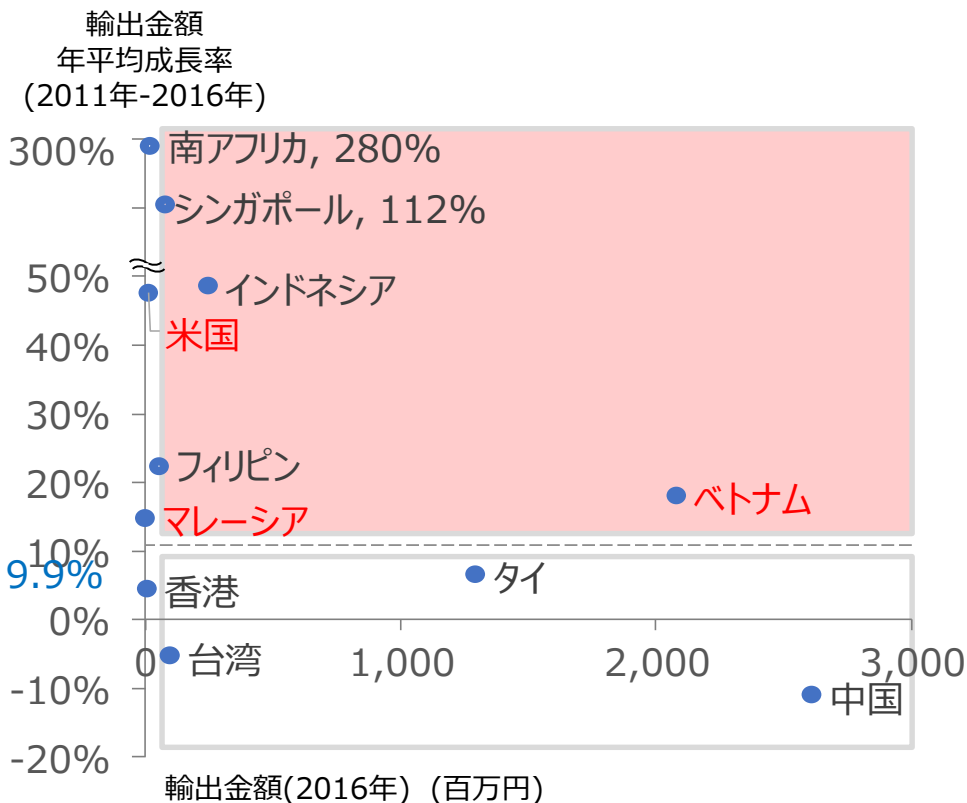
【重点市場になりうる国についての今後の活動の示唆】

- ✓ 中国については、現在の輸出額、輸出単価は低いが、今後の成長が見込まれる市場である。まずは日本製品の認知度を高め、現地における日本のブランド力を向上させる必要がある
- ✓ ロシア、台湾、オーストラリアについては、現在は輸出量は少ないものの高単価で取引されており、今後の成長も見込める市場である。現在の日本製品のブランド力を維持しつつ、輸出量を伸ばすために認知度向上の取り組みが効果的である
- ✓ 香港については、単価は高いが輸出金額や成長率が低い市場である。成長が停滞・減少している原因によっては、供給量を上げる、輸出環境課題を改善をする等の対応が検討されるが、認知度を高めて日本製品を広めることも方策として考えられる

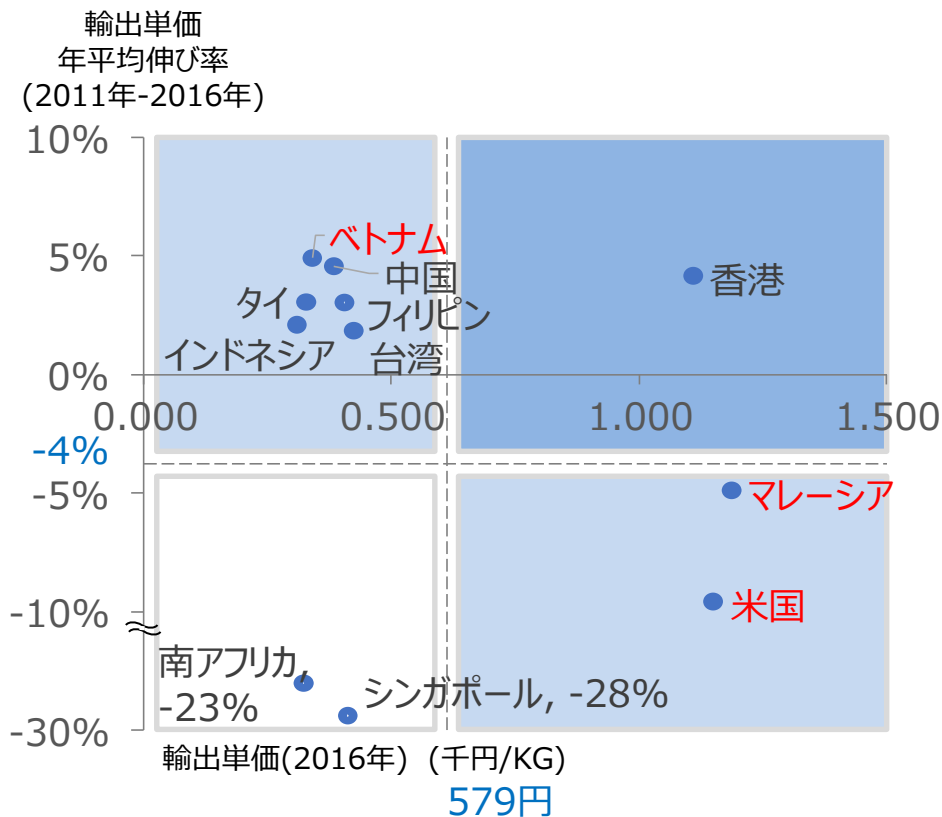
※イギリス、イタリア、フランス、メキシコ、EU15ヶ国(合計)については、2016年の取引データが

出典：Global Trade Atlas  
財務省貿易統計  
農林水産省輸出動向分析

日本からの輸出状況



日本製品の輸出単価



※平成30年度の重点品目とはならなかったため、参考情報として掲載

【重点市場になりうる国についての今後の活動の示唆】

- ✓ インドネシア、ベトナム、フィリピンについては、現在の輸出額、輸出単価は低いが、今後の成長が見込まれる市場である。まずは日本製品の認知度を高め、現地における日本のブランド力を向上させる必要がある
- ✓ 米国、マレーシアについては、現在は輸出量は少ないものの高単価で取引されており、今後の成長も見込める市場である。現在の日本製品のブランド力を維持しつつ、輸出量を伸ばすために認知度向上の取り組みが効果的である

※EU15ヶ国については、2016年の取引データがないため記載なし  
 ※シンガポール、フィリピン、南アフリカについては2011年の取引データがないため2012年、2015年のデータを引用

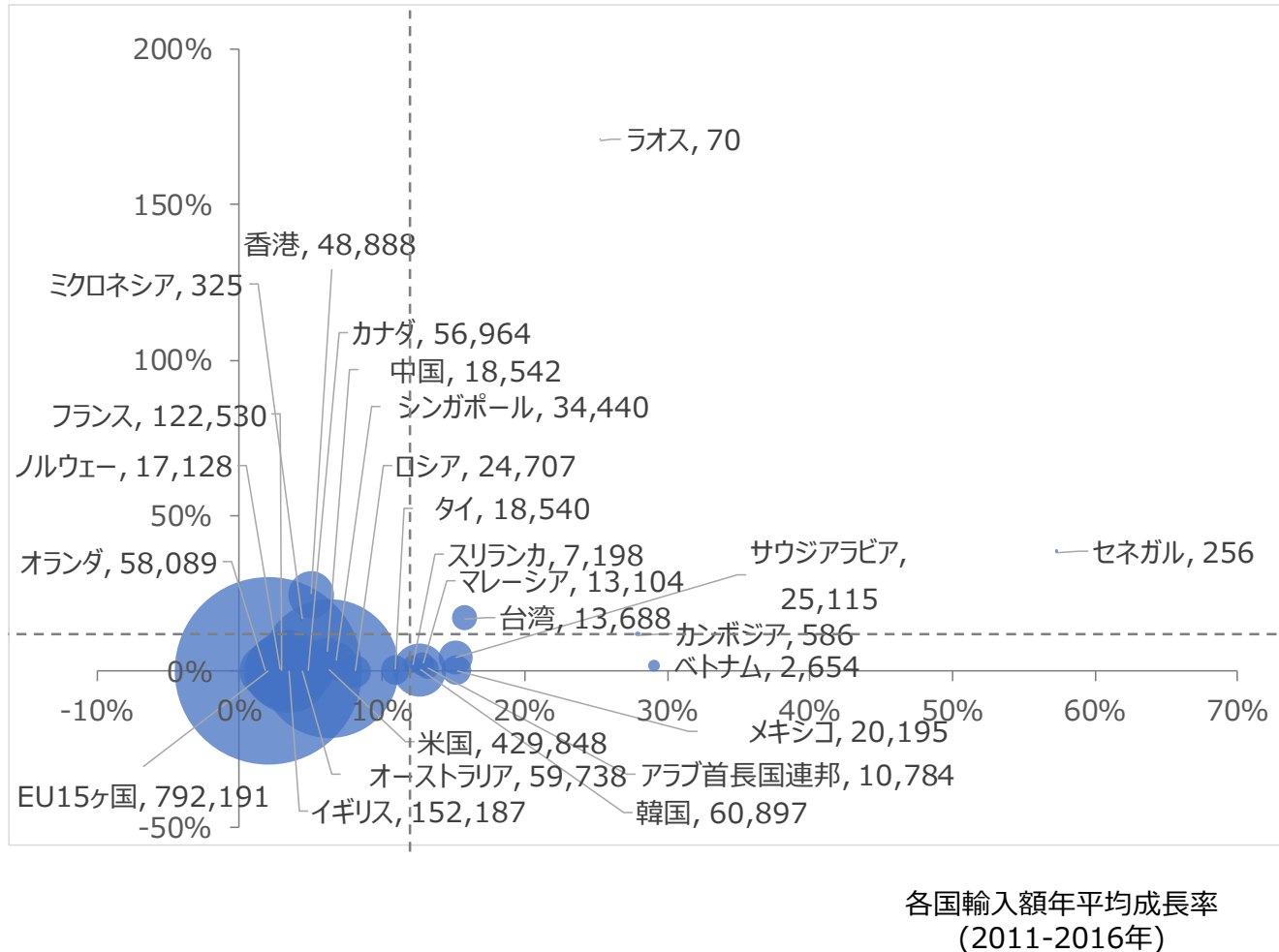
出典：Global Trade Atlas  
 財務省貿易統計  
 農林水産省輸出動向分析

## 2. 《参考》 各国輸入額成長率と日本の重点品目シェア：食用(水産加工品)

### 食用(水産加工品)の各国輸入状況と日本のシェア

各国における日本製品のシェア  
(2016年)

● 各国輸入額(2016年,百万円)



- ✓ セネガル、ラオス、台湾、カンボジアについては現在の市場規模は小さいが成長率は高く、日本製品のシェアも大きい
- ✓ 香港については、市場の成長は停滞気味であるものの規模が大きく日本製品のシェアが大きいいため、安定した収入が見込める市場であるといえる
- ✓ 中東諸国、アジア諸国については、市場の成長率が高いが、今後拡大する市場の中で、他国産との差異化が必要な市場が多い
- ✓ ヨーロッパ諸国や米国、中国等のその他の市場については、市場規模は大きいものの市場の成長率が低く、日本製品のシェアが小さい国が多い

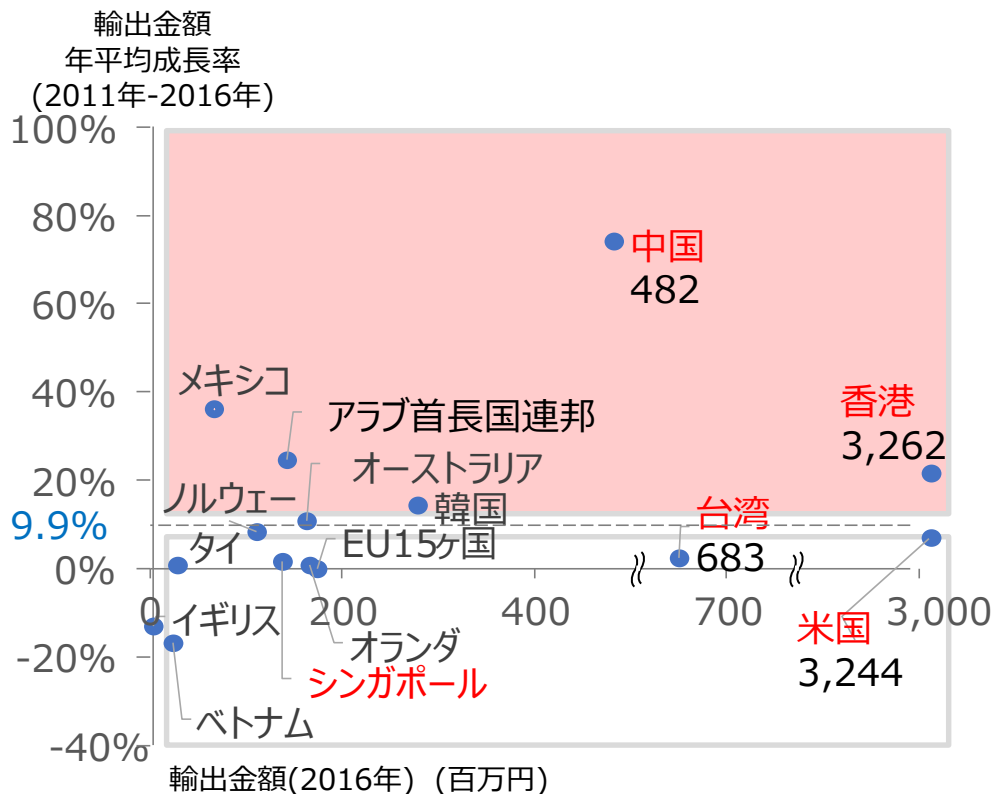
※ミクロネシアについては2013年、タイ、オランダ、ベトナム、サウジアラビアについては2015年のデータを引用

※ヨルダン川西岸及びガザ、ギニア・ビサウについては関連データが入手できないため記載なし

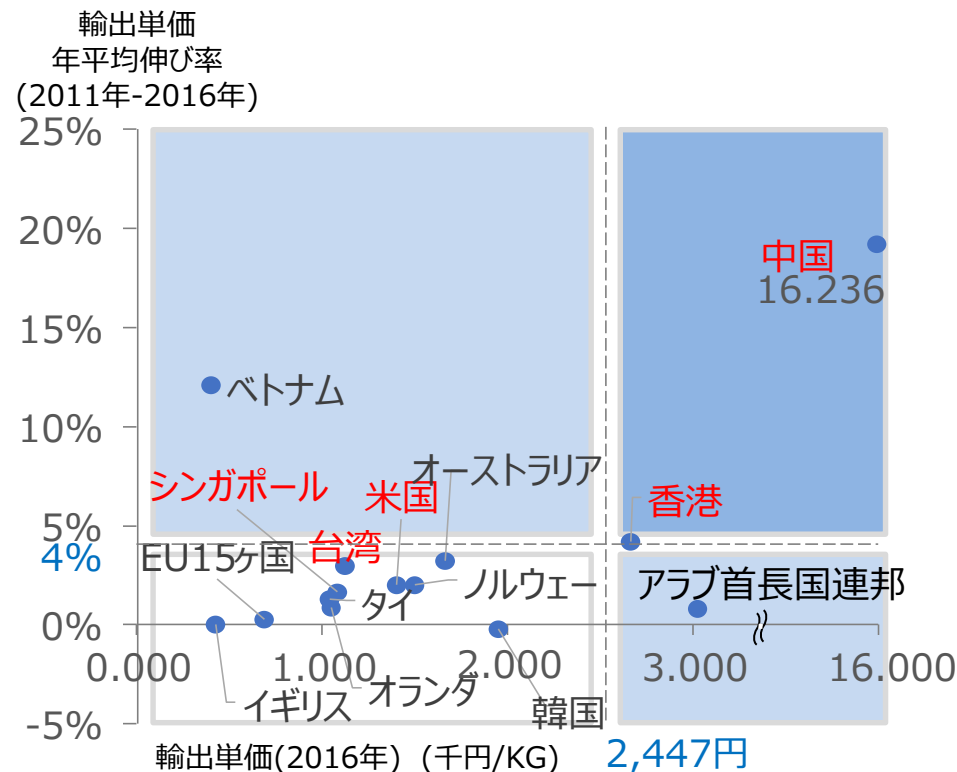


## 2-1. 練り製品

### 日本からの輸出状況



### 日本製品の輸出単価



#### 【平成30年度取組方針における重点市場】

- ✓ 香港、台湾、米国：主要輸出先国であり、今後も輸出拡大が見込める市場
- ✓ 中国：他国と比べて輸出単価が著しく高く、輸出金額についても今後の成長が見込まれる市場
- ✓ シンガポール：多品目と併せたプロモーションにより輸出拡大が見込める市場

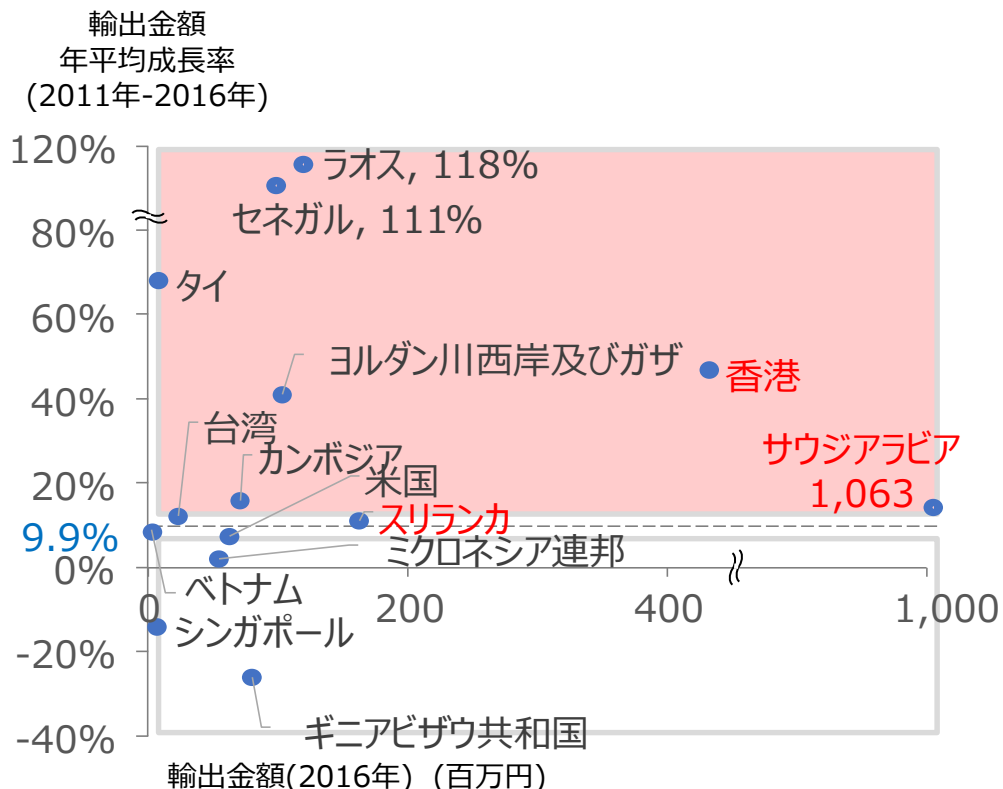
※フランスについては、2016年の取引データのため記載なし

※メキシコについては、2011年の取引データがないため2013年のデータを引用。輸出単価については関連データがないため記載なし

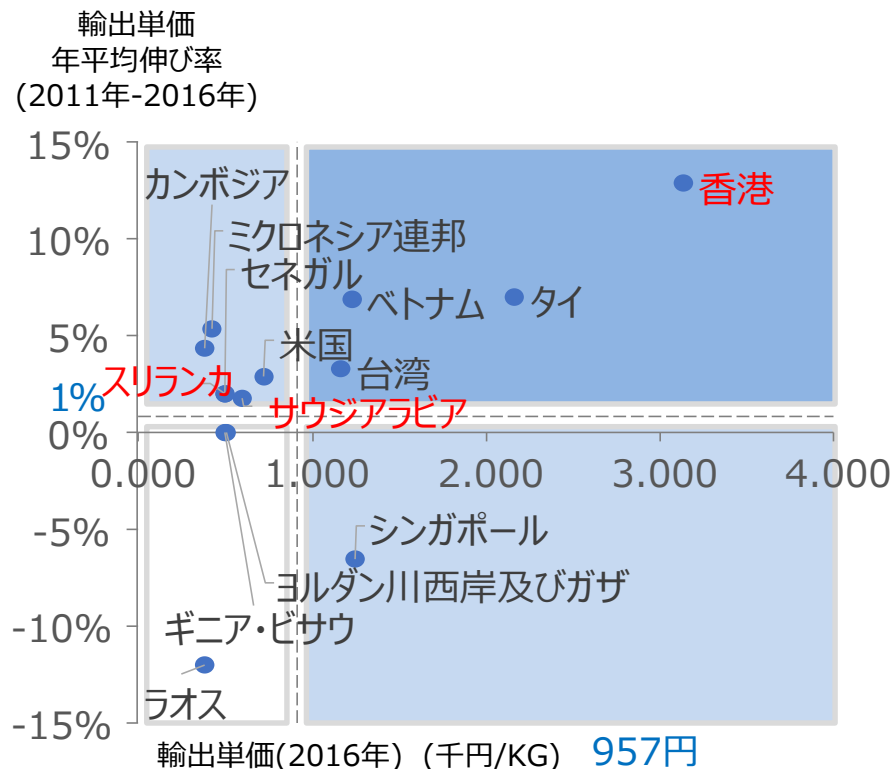
出典：Global Trade Atlas  
財務省貿易統計  
農林水産省輸出動向分析



日本からの輸出状況



日本製品の輸出単価



※平成30年度の重点品目とはならなかったため、参考情報として掲載

【重点市場になりうる国についての今後の活動の示唆】

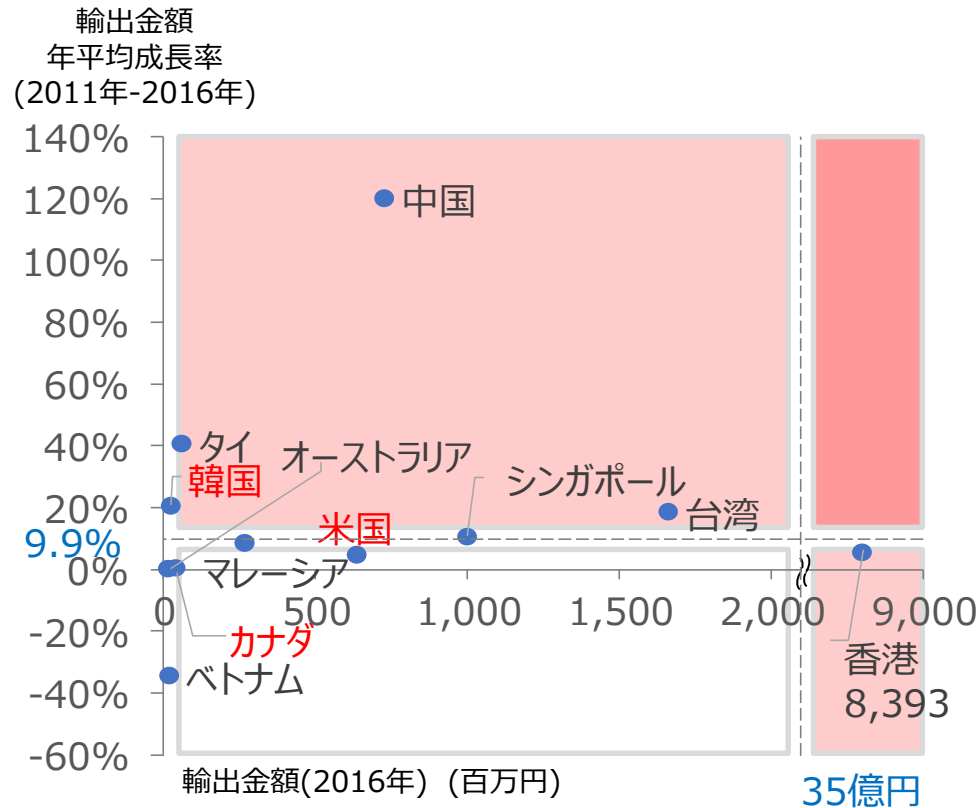
- ✓ カンボジア、スリランカ、セネガル、サウジアラビアについては、現在の輸出額、輸出単価は低いが、今後の成長が見込まれる市場である。まずは日本製品の認知度を高め、現地における日本のブランド力を向上させる必要がある
- ✓ シンガポールについては、単価は高いが輸出金額や成長率が低い市場である。成長が停滞・減少している原因によって、供給量を上げる、輸出環境課題を改善をする等の対応が検討されるが、認知度を高めて日本産品を広めることも方策として考えられる
- ✓ タイ、香港については、他国と比べて輸出単価が著しく高く、輸出金額についても今後の成長が見込まれるため、重点市場となりうる。現在の日本産品ブランドを維持しつつ、供給量を増加させるのが効果的である

※中国、EU諸国については、2016年の取引データがないため記載なし

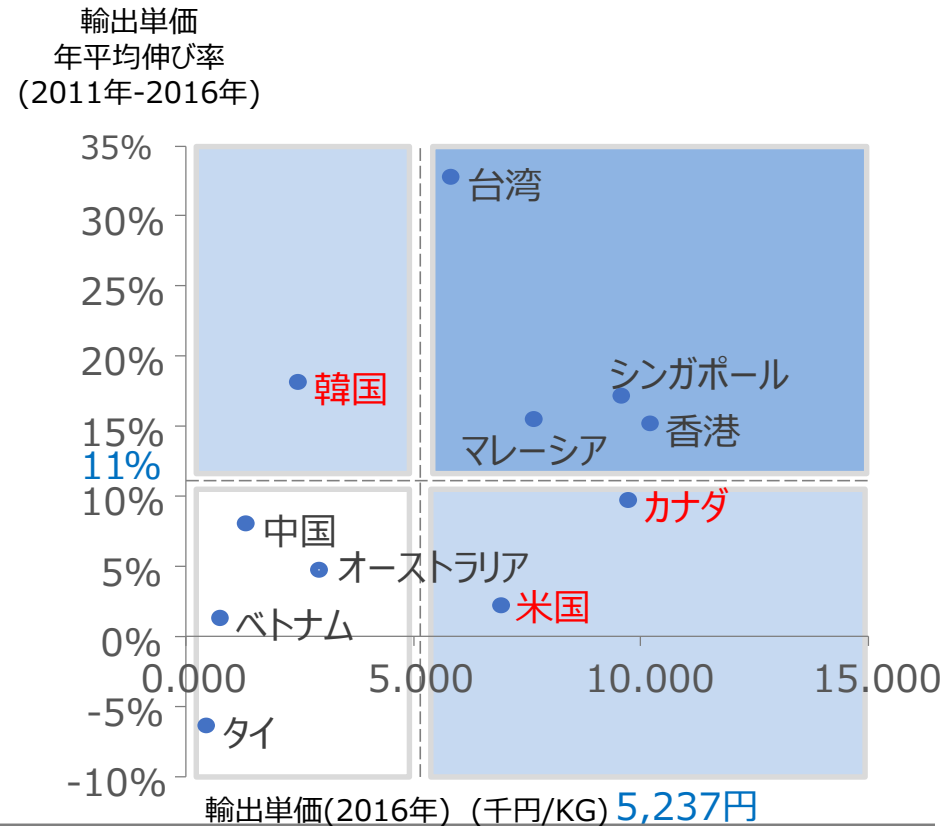
※スリランカ、セネガル、タイ、ヨルダン川西岸及びガザ、カンボジア、ラオスについては、2011年の取引データがないため2012年～2015年のデータを引用

出典：Global Trade Atlas  
財務省貿易統計  
農林水産省輸出動向分析

日本からの輸出状況



日本製品の輸出単価



※平成30年度の重点品目とはならなかったため、参考情報として掲載

【重点市場になりうる国についての今後の活動の示唆】

- ✓ ホタテ貝の原料価格の上昇等に伴い、輸出用商品の原料調達が難しくなっており、輸出額が減少している国が多いとみられている(2016年実績)
- ✓ 韓国については、現在の輸出額、輸出単価は低いが見込まれる市場である。まずは日本製品の認知度を高め、現地における日本のブランド力を向上させる必要がある
- ✓ カナダ、米国については、単価は高いが輸出金額や成長率が低い市場である。成長が停滞・減少している原因によって、供給量を上げる、輸出環境課題を改善をする等の対応が検討されるが、認知度を高めて日本産品を広めることも方策として考えられる

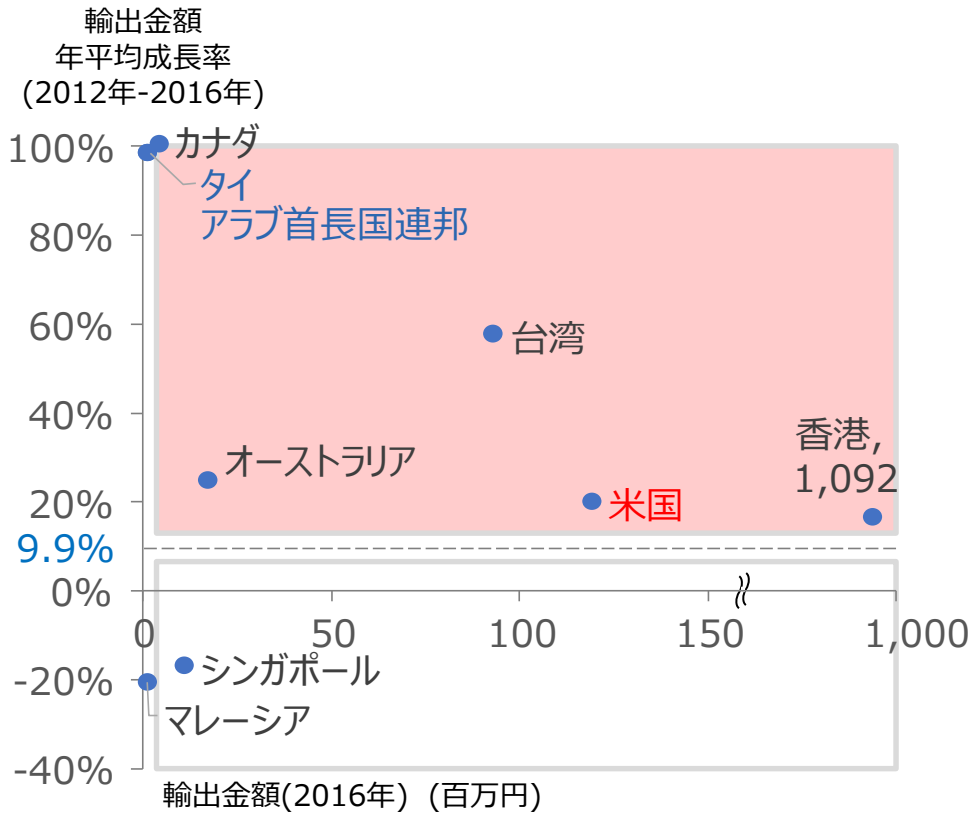
※2012年から関連HSコードが新設されたため、2012年のデータを利用

出典：Global Trade Atlas

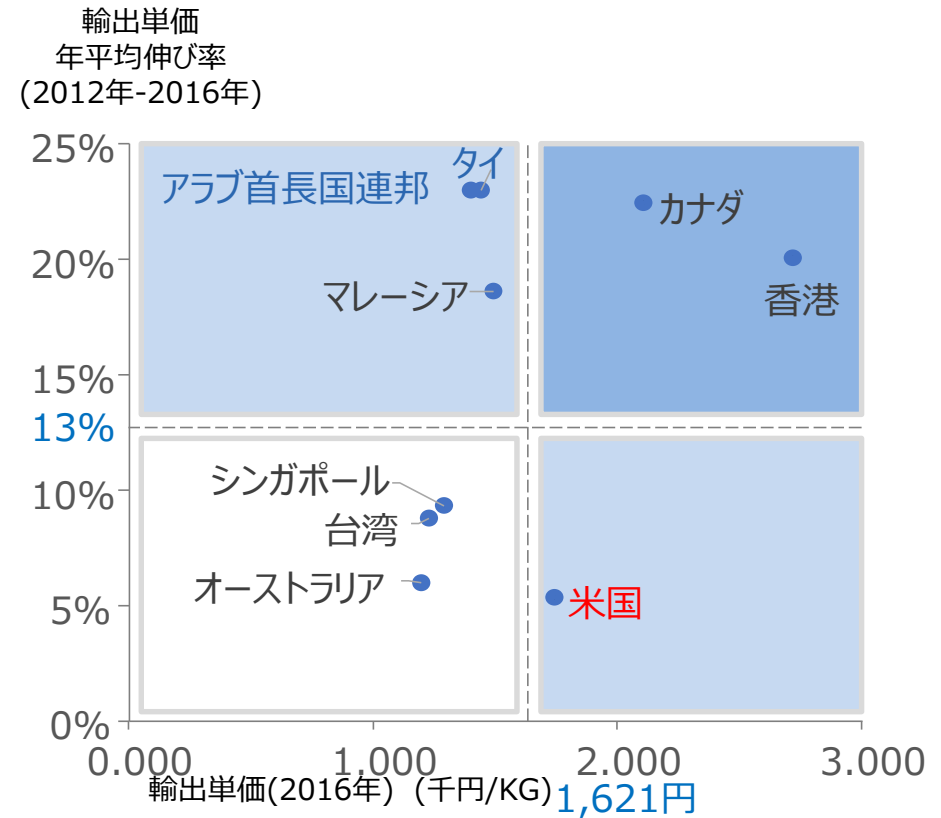
財務省貿易統計

農林水産省輸出動向分析

日本からの輸出状況



日本製品の輸出単価



※平成30年度の重点品目とはならなかったため、参考情報として掲載

【重点市場になりうる国についての今後の活動の示唆】

- ✓ 米国については、現在の輸出額は低いものの今後の成長が見込まれる市場である。現在の日本製品のブランド力を維持しつつ、輸出量を伸ばすために認知度向上の取り組みが効果的である

※2011年のデータがないため、2012年のデータを利用

※マレーシア、カナダについては、2012年の取引データがないため2013年、2015年のデータを引用

※アラブ首長国連邦・タイについては2011年～2015の取引データがないため輸出額・輸出単価の成長率算出なし

※中国、ベトナムについては、2016年の取引データがないため記載なし

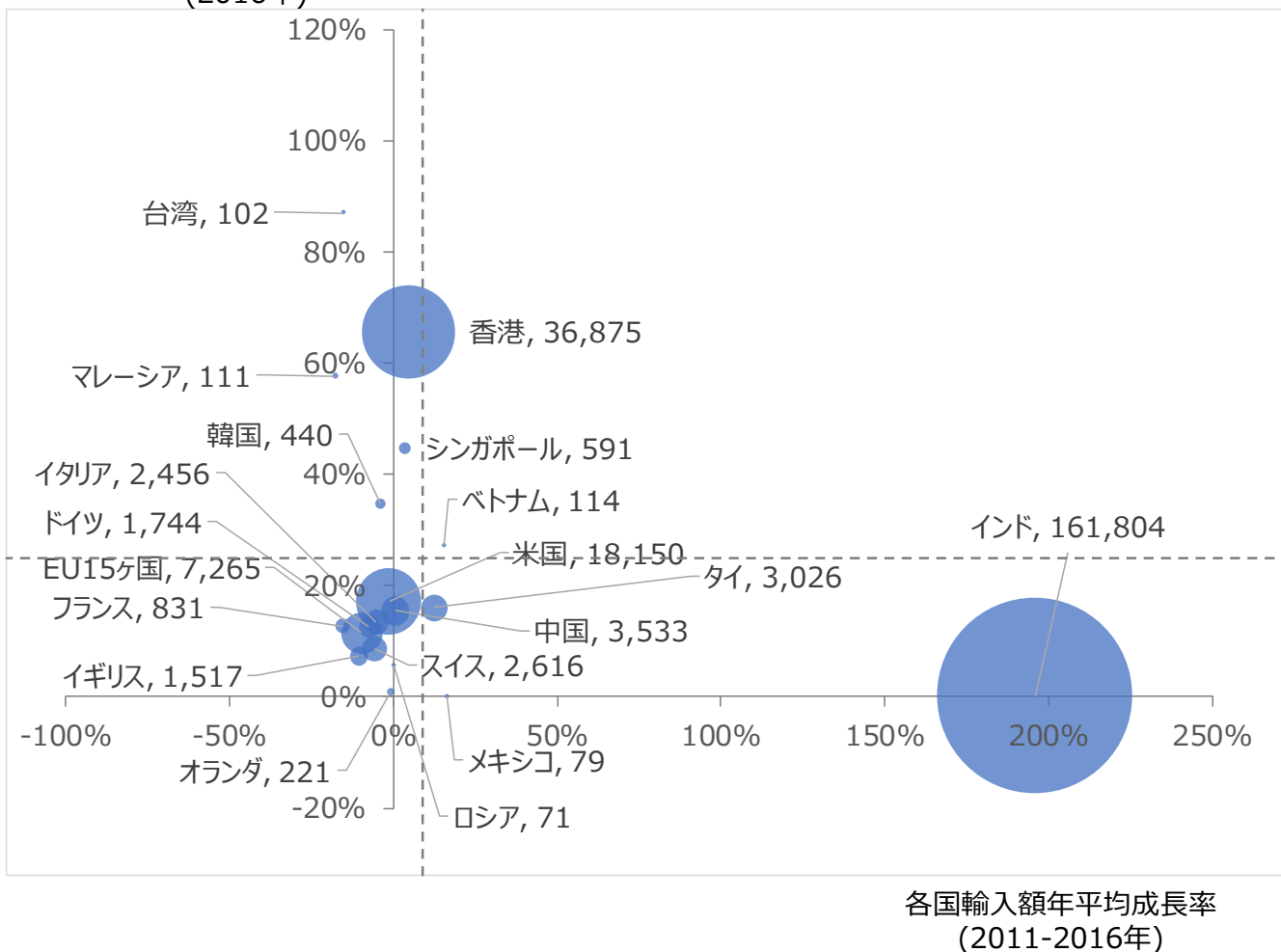
出典：Global Trade Atlas  
財務省貿易統計  
農林水産省輸出動向分析

### 3. 各国輸入額成長率と日本の重点品目シェア：真珠

真珠の各国輸入状況と日本のシェア

各国における日本製品のシェア  
(2016年)

● 各国輸入額(2016年,百万円)

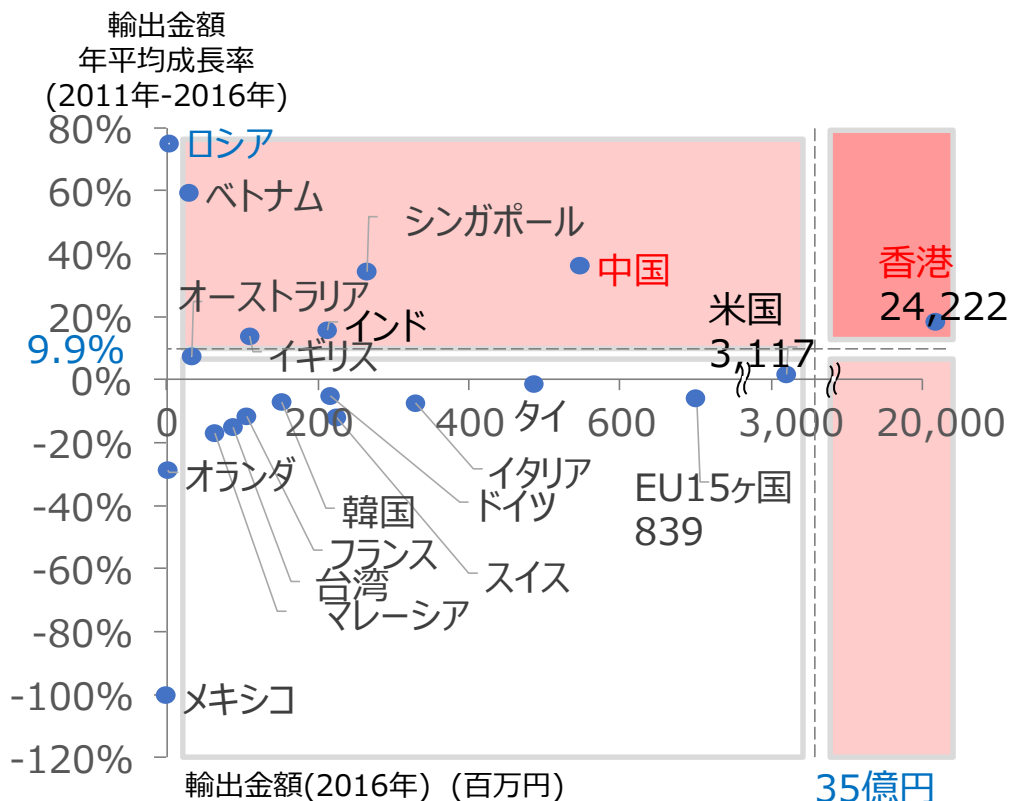


- ✓ ベトナムについては、市場の成長率が高く、日本製品のシェアも大きいですが、市場規模は極めて小さい
- ✓ 香港については、市場の成長は停滞気味であるものの規模が大きく、日本製品のシェアが大きいので、安定した収入が見込める市場であるといえる
- ✓ インド市場の成長が目覚ましく、市場規模としても他国と大きく差をつけている。日本製品については、今後拡大する市場の中で、他国産との差異化が必要な市場である
- ✓ 市場規模が小さく、市場の成長が停滞気味又は縮小している国が大半を占めている

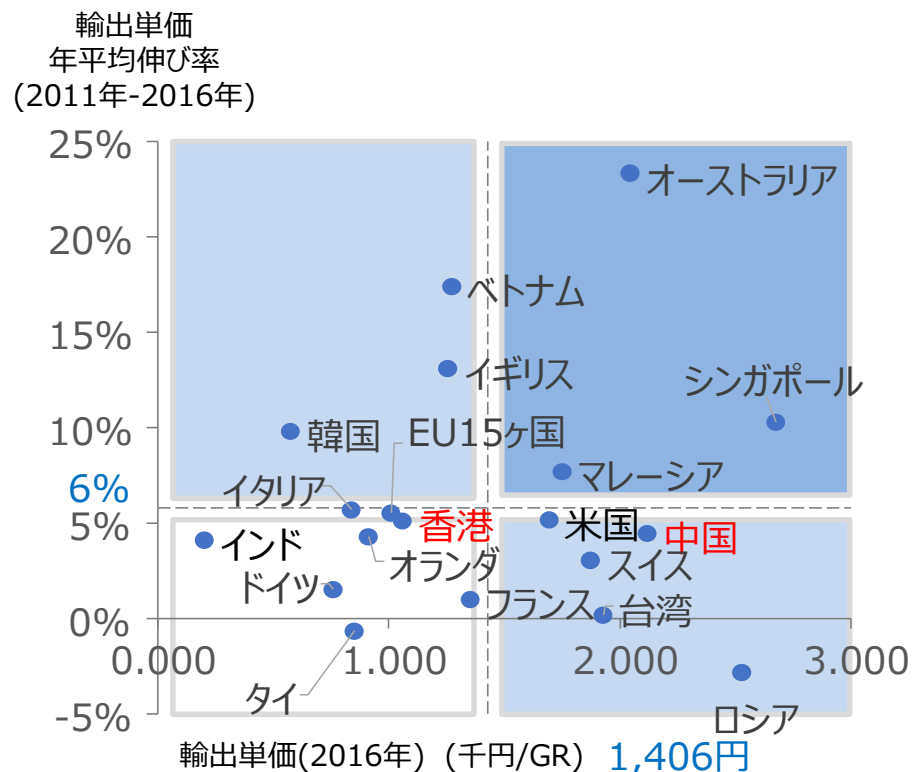
※タイ、ベトナム、オランダについては2015年のデータを引用

### 3-1. 真珠

#### 日本からの輸出状況



#### 日本製品の輸出単価



#### 【平成30年度取組方針における重点市場】

- ✓ 中国：富裕層を中心にニーズが高く、今後の更なる拡大が期待できる市場
- ✓ 香港：日本から中国に直輸入した際にかかる高い関税を避けつつ、日本産真珠の半製品を購入したい中国人の業者が多く存在するため、PR活動が効果的にはたらく市場

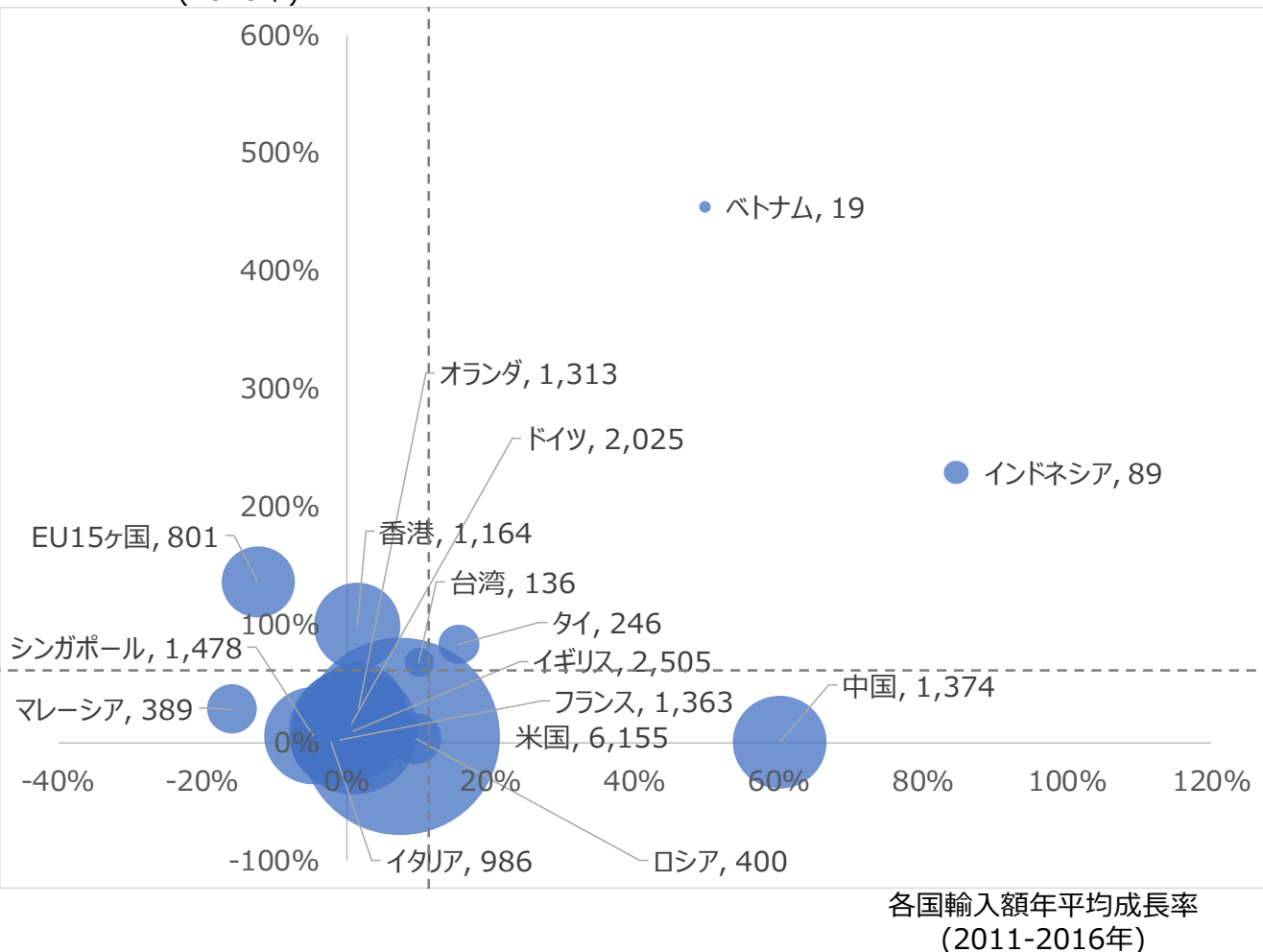
出典：Global Trade Atlas  
財務省貿易統計  
農林水産省輸出動向分析

## 4. 各国輸入額成長率と日本の重点品目シェア：観賞魚

### 観賞魚の各国輸入状況と日本のシェア

各国における日本製品のシェア  
(2016年)

● 各国輸入額(2016年,百万円)

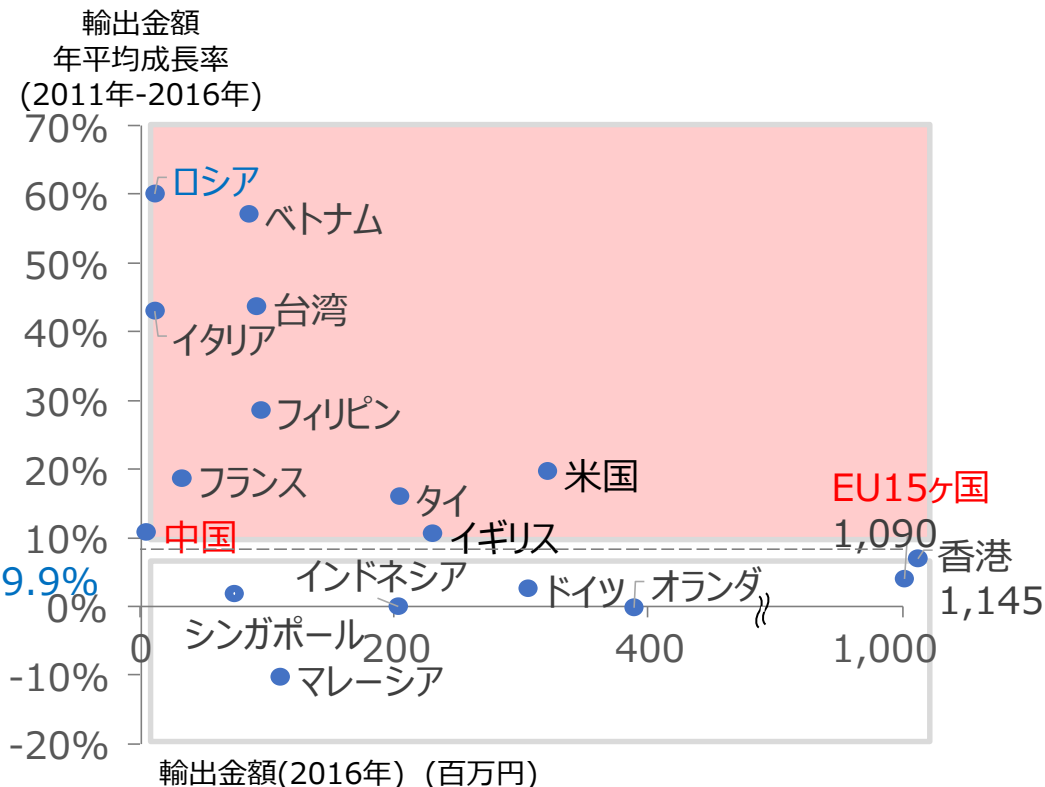


- ✓ インドネシア、ベトナム、タイのアジア諸国は現在の市場規模は小さいが成長率は高く日本製品のシェアも大きい
- ✓ 香港、EU15ヶ国については、現在の市場規模は比較的大きく日本製品のシェアも高いが、市場の成長は停滞している又は縮小傾向にある
- ✓ 中国については市場規模は大きく成長率も高いが、今後拡大する市場の中で他国産との差異化が必要な市場である
- ✓ 米国、イギリス、ドイツ、シンガポール、フランス、オランダについては、他国と比べて市場規模は大きいですが、市場の成長率が低く、日本製品のシェアも小さい国が多い

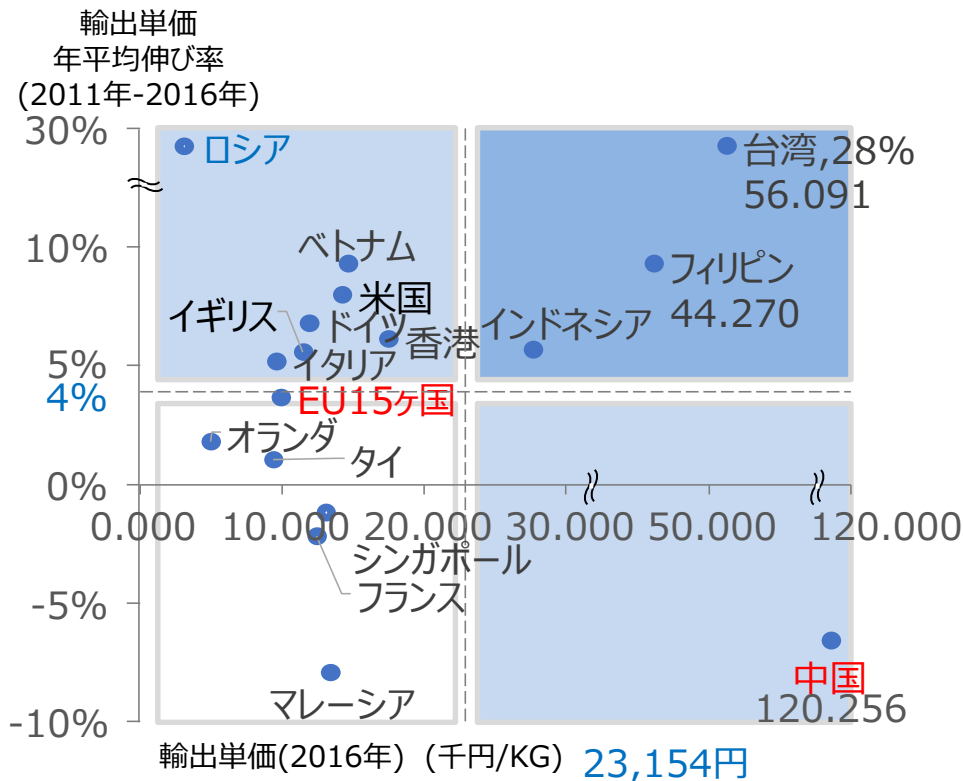
※タイ、ベトナム、オランダについては2015年のデータを引用

# 4-1. 錦鯉

## 日本からの輸出状況



## 日本製品の輸出単価



### 【平成30年度取組方針における重点市場】

- ✓ 中国：日本産錦鯉の輸入が解禁となり、高単価で取引されているため、さらなる輸出拡大が期待できる市場
- ✓ EU15カ国：高齢化のため市場が縮小傾向にあるが、日本文化と合わせたPRにより若い世代の顧客創出が見込まれる市場
- ✓ (インドネシア)：世界中のバイヤーが集まるアジアカップの平成30年度開催地

出典：Global Trade Atlas  
財務省貿易統計  
農林水産省輸出動向分析

# 主要品目における重点市場絞り込み\_国別データ

小品目名	日本の魚食文化PR	鮮魚等 (加工原材料用除く)	ぶり類	クロマグロ	ホタテ (非調整)	かき (非調整)	水産加工品 (主に練り製品)	錦鯉	真珠
国名	小品目問わず、魚の食文化を伝える取り組みを実施	全国各地の天然魚、旬の魚等 チルド・冷凍は問わず	養殖ぶり等						
香港									平成30年度セミナー開催地のため
台湾									
中国									
米国									
EU15ヶ国									
シンガポール									
ベトナム									
マレーシア									
インドネシア									平成30年度アジアカップ開催地のため