



『輸出』基礎の基礎

作成 2022 年 9 月

Rev. 2022 年 11 月



北海道農政事務所 生産経営産業部 事業支援課

■もくじ

『輸出』 基礎の基礎 ～その前に～	1
『輸出』 基礎の基礎（本編）	4
基本用語集	9
SWOT 分析	11
別添. 1 アジアの国・地域分布	13
別添. 2 インコタームズ	15

※本資料は著者の許諾を得て下記の著書をベースとして作成致しました。

石川雅啓「新しい貿易実務の解説」文真堂発行

編集・構成：菅野 謙輔
レイアウト：関根 礼江

『輸出』基礎の基礎

～ その前に ～

(1) はじめに

まずこれから海外ビジネス、特に輸出を志すみなさんにお伺いします。
みなさんがこれから輸出をしたい、(あるいはしてみたい)と考えた理由は何でしょうか？
これまでヒアリングした回答では下記のような理由が多く聞かれました。

- ① これからの日本は人口が減少し、市場がますますシュリンクしていく。
とはいえ、従業員の雇用維持はしたいし、生産設備を遊ばせられない。
- ② インバウンド客からは自社の製品の評判が非常に高かった。観光客が来られないのだから
日本から輸出すればバカ売れするに違いない。
- ③ うちで作る商品は海外にはない珍しい商品だから、きっとヒットすること間違いなし。
- ④ 日本語のホームページしかないのに、海外からネット通販の注文が増えてきている。
現地の店舗で販売したらもっと売れるかも。

・
・
・

いずれも間違いではありませんが、取りかかる前に果たして十分なマーケットリサーチができているでしょうか？
また、自社で作っている商品が現地の法制や規制などをクリアしているか、あるいは現地の人の嗜好などを調べていますか？

孫子いわく、「**彼を知り己を知らば百戦あやうからず**」。

まずは自己分析、次に相手国・地域の調査が基礎になります。

それらを踏まえて、どのような準備・プランニングが必要か、見ていきましょう。

(2) 自己分析

まず最初に手を付けるべきことは、自分の会社、自社商品の強み弱みは何か、外的なプラス要因は何か、逆に脅威は何かを客観的に見つめ、分析することです。

具体的な手法を見てみましょう。

実はこの手法は『S W O T 分析』と言われるもので、既にご存知の方、或いは分析を試みた方も多いと思います。
しかし、S W O T 分析を確実に実行できた企業(人)は意外と少ないのです。

なぜか？ それはS W O T 分析を一人の人あるいは一部の人だけで実施したため、客観的な分析が出来ていないケースが多いのです。

自社を客観的に見るためには、職務にかかわらず全ての社員がかかわらなければなりません。

SWOT 分析については別紙で詳しく述べます。

(3) 輸出の5W2H

「『5W2H』?、『5W1H』の違いでは?」と思われた方がほとんどだと思います。

実は輸出に関しては『5W2H』が通説です。

ではもう一つの『1H』とは何でしょうか?

まず『5W1H』はご存じのとおりですね。

When : いつ

Where : どこで

Who : だれが

What : 何を

Why : なぜ

How : どのように

もう一つの『H』は

How much、How many : いくらで、いくつで

です(正確には『5W3H』ですが、“much”と“many”は、ほぼ連動しているのでひとつとします)。

では、それぞれの要素を具体的に見ていきましょう。

5W2Hの前提として、大まかな目標を立て、スケジュール化をどのように行うかを決める必要があります。

また、輸出に関しては一般的な5W1H(2H)とは順番が異なります

① WHAT=「何を」

- ・「何を」輸出するのか(したいのか)
- ・(いくつかあるアイテムのうち)「何を」最重要商品として考えているのか

② WHY=「なぜ」

- ・「なぜ」輸出したいのか
- ・「なぜ」この商品なのか。その背景にはどのようなヒストリー(歴史、経緯)、ストーリー(苦労話、商品開発秘話など)があるのか

③ WHEN=「いつ」

- ・「いつ」から準備を始めるのか
- ・「いつ」までに国内(国外)のパートナーを決定するか
- ・「いつ」までに国内(国外)のパートナーと取引条件を決定するか
- ・「いつ」から輸出を開始するのか

④ WHERE=「どこで(どこに)」

- ・「どこに」輸出する(したい)のか
- ・「どこで」商談をするのか
- ・「どこから」出港するのか
- ・「どこに」入港するのか

⑤ WHO=「誰が」

- ・「だれが」総括責任者になるのか
- ・「だれが」商談するのか
- ・「だれが」実務を担当するのか

⑥ HOW=「どのように」

- ・「どのように」セールスプロモーションをかけるか
- ・「どのように」取引条件、輸出条件を調えるのか

⑦ HOW much, HOW many=「いくらで(いくらに)」、「いくつに」

- ・「いくらで」価格提示すれば交渉がまとまるか
- ・年間契約ができるなら「いくらで」妥協するか
- ・ネゴしろ^注は「いくらに」しておくかを予め決めているか
(注； 価格交渉の過程で、利益が確保できる限界値を予め設定しておくこと)
- ・価格交渉が厳しい状況になったシーンで、納品数量設定を「いくつに」するか

などなど、実際の交渉のツール、交渉力にはかなりのエネルギーを費やす覚悟が必要です。

しかし、相手が本当に輸入したい商品であれば、必ず妥協点を逆提案してくるはずです。

これが「カウンターオファー」、言わばボクシングのジャブの応酬です。

この応酬を双方が誠意をもって行えば、必ず妥協点が見いだせるはずです。

貿易交渉はお互いが完全に全てを見せあう必要はありませんが、見せられる部分ははっきり見せて交渉にあたること
が要であることを常に頭におくようにしましょう。

『輸出』基礎の基礎

～ 本 編 ～

(1) はじめに

まず、輸出の話をする前に、「貿易」とはなんでしょうか？

「貿易」はモノやサービスの売り買いの行為のことですが、「輸出入」はモノのみを対象にします。

つまりおおざっぱに言うと、輸出入は「売る」側＝輸出者、「買う」側＝輸入者間のやり取り、と考えられます。

また、モノに対しては、原則「貨物」という用語を使います(外国為替及び外国貿易法)。

それでは、実際に「輸出」とは何か、国内の取引とはどう違うのかを考えていきましょう。

国内取引では、通常商品サンプルを相手に見せて試食・試飲してもらい、相手が気に入ってくれたら商談に進みます。そのあと納入数量単位や荷姿、価格や支払い条件などの具体的な話し合いに進みます。

しかし海外企業との商談では国内取引とは異なるパターンが数多くみられます。

＜例＞

「値段を@〇〇円にしてくれたら、10,000 個買うよ」

「支払いは自国の通貨で到着後送金が絶対条件」

「容量を〇〇グラムから〇〇グラムに変えて、1 ケース入数も〇〇個にしてほしい」

「試食(試飲)用に納入数の〇〇%を無償で提供してほしい」

「ラベル、裏書を自国言語に変えて貼ってほしい」

・
・
・

などなど、中には理不尽な要求も数多くあります。

しかし、それらをすべて受け入れていたら、原価はどんどん高くなり、現地で販売する 価格もそれにつれて高くなってしまいうる可能性が大です。

では、どうすれば輸入者とうまく交渉できるのでしょうか？

その前段階として、国内ビジネスと海外ビジネスの違いを認識する必要があります。

(2) 国内ビジネスと海外ビジネスとの違い

国内ビジネスと海外ビジネスを比較すると、次のような違いがあります。

- ① 言語、文化、商習慣、法制度等が異なる。
- ② 取引相手が遠く離れており、容易に会うことができない。
- ③ 時差があり、簡単に電話やメールのやり取りができない場合がある。
- ④ 貨物の発送・引き渡しから代金決済まで、時間差が生じる。
- ⑤ 決済通貨、支払い条件が異なることが多い。

これらをクリアするのが『貿易実務』と言われるものです。すなわち、国内ビジネスと海外ビジネスとの差を埋め、克服し、輸出を実現させるための手段です。

(3)「直接輸出」と「間接輸出」

輸出を実現する方法として、「**直接輸出**」と「**間接輸出**」があります。

①直接輸出

輸出者が輸入者と直接商談し、価格交渉・支払い条件交渉・海貨業者手配(海運貨物取扱業者)・船会社手配・通関手配・出港まですべてを自力で行います。現地の港に着いてからは原則的に輸入者の管理下になります。

②間接輸出

輸出者が国内の輸出代理店または代理人を使って輸出する方法です。

「輸出」とは言いながら、基本的には国内取引でビジネスが完了し、貨物を引渡したあとは代理店または代人にすべてを委ねます。

それぞれにメリット・デメリットがあり、どちらを選ぶかは輸出者の最初の関門です。

では、それぞれの特徴についてみてみましょう。

【直接輸出・間接輸出 比較表】

	直接輸出	間接輸出
メリット	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 商社等への手数料が不要のため、現地での販売価格を低く抑えられる。 ✓ 輸出関連書類を自己管理でき、通関、船積み等進行状況がリアルタイムで把握できる。 ✓ 現地の売れ行き、販売動向が直接フィードバックされ、今後の商品展開の参考になる。 ✓ トラブル、クレームが発生した際に情報がいち早く入手できるため、善後策の構築がスピーディに行える。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 通関、船積み等の手続きを全て代行してもらえるため、自分で書類や船荷の手配をする必要がなく、手離れがよい。 ✓ 原則国内取引のため、円決済で通常の商取引で完結し、為替レートの変動や入金タイミングの心配がない。 ✓ 輸入者との間で、ある意味での盾・クッションになってくれる部分もある。
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 全てを自社で行うため、書類作成、金融機関、運送会社、税関等とのやり取りや書類作成が面倒。 ✓ 書類の不備等も全て自己責任。 ✓ 基本的に商談は現地語または英語、書類は英語で作成するため、ある程度の語学力が必要。 ✓ 取引条件、決済条件等も自社で決めるため、損失発生リスクは覚悟する必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 商社等の手数料が加算されるため、現地での販売価格が高めになる。 ✓ 直接の情報が届きにくく、売れ行きや販売動向が不透明。 ✓ トラブル、クレームが発生しても情報が入ってこないケースもある。 ✓ 間接輸出者自身の信用力を事前に十分調査する必要がある。

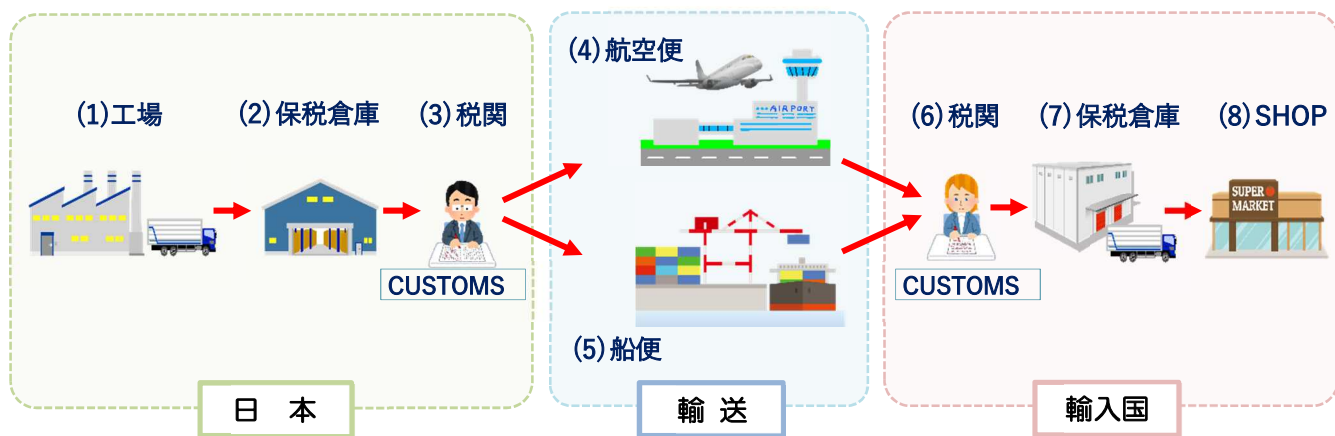
(4) 『3つの流れ』とは

貿易実務には大きく分けて3つの流れがあります。

- **モノの流れ** = 売主(輸出者)から買主(輸入者)に商品が輸送される流れ
- **カミの流れ** = 契約から買主(輸入者)が商品を受け取るまでに必要な書類の流れ
- **カネの流れ** = 商品の代金やその他貿易に関するコスト支払い・決済の流れ

それぞれの流れについて、個別に説明します。

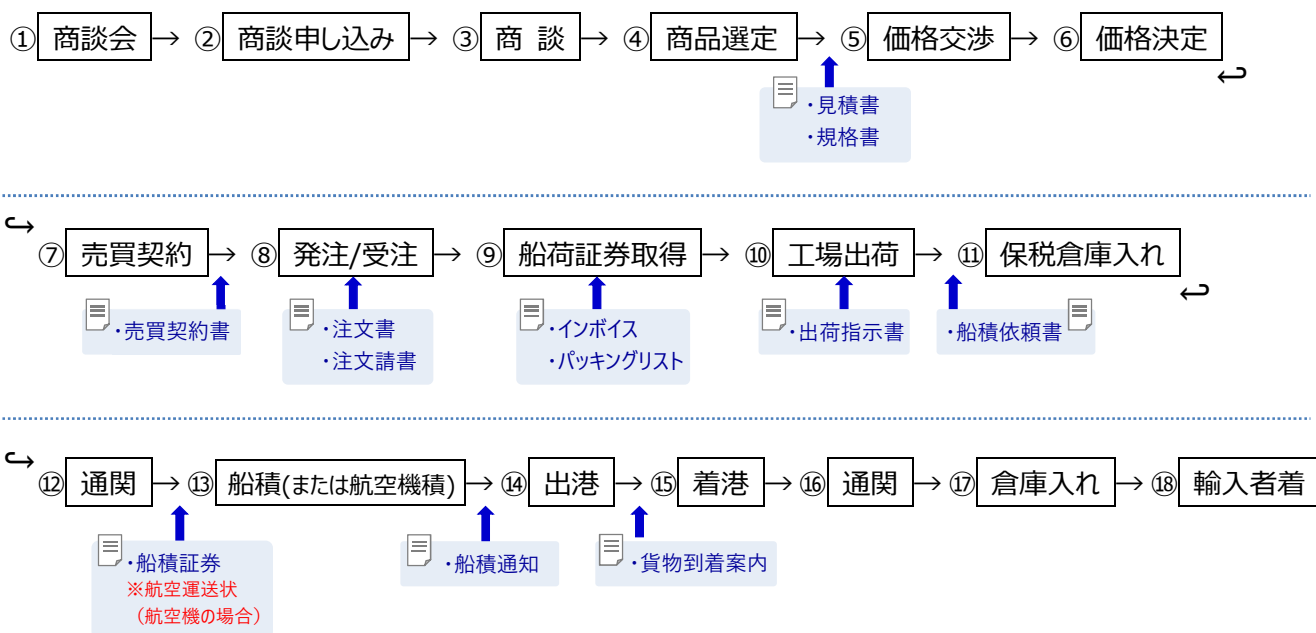
では、まず **《モノの流れ》** から見てみましょう。(注；あくまで物流を単純化したものです。カミ、カネの流れは考慮していません)



実際には(1)と(2)の間に代理店や銀行が入ったり、(7)と(8)の間に輸入代理店や銀行が入る場合がありますが、これについては《カネの流れ》で説明します

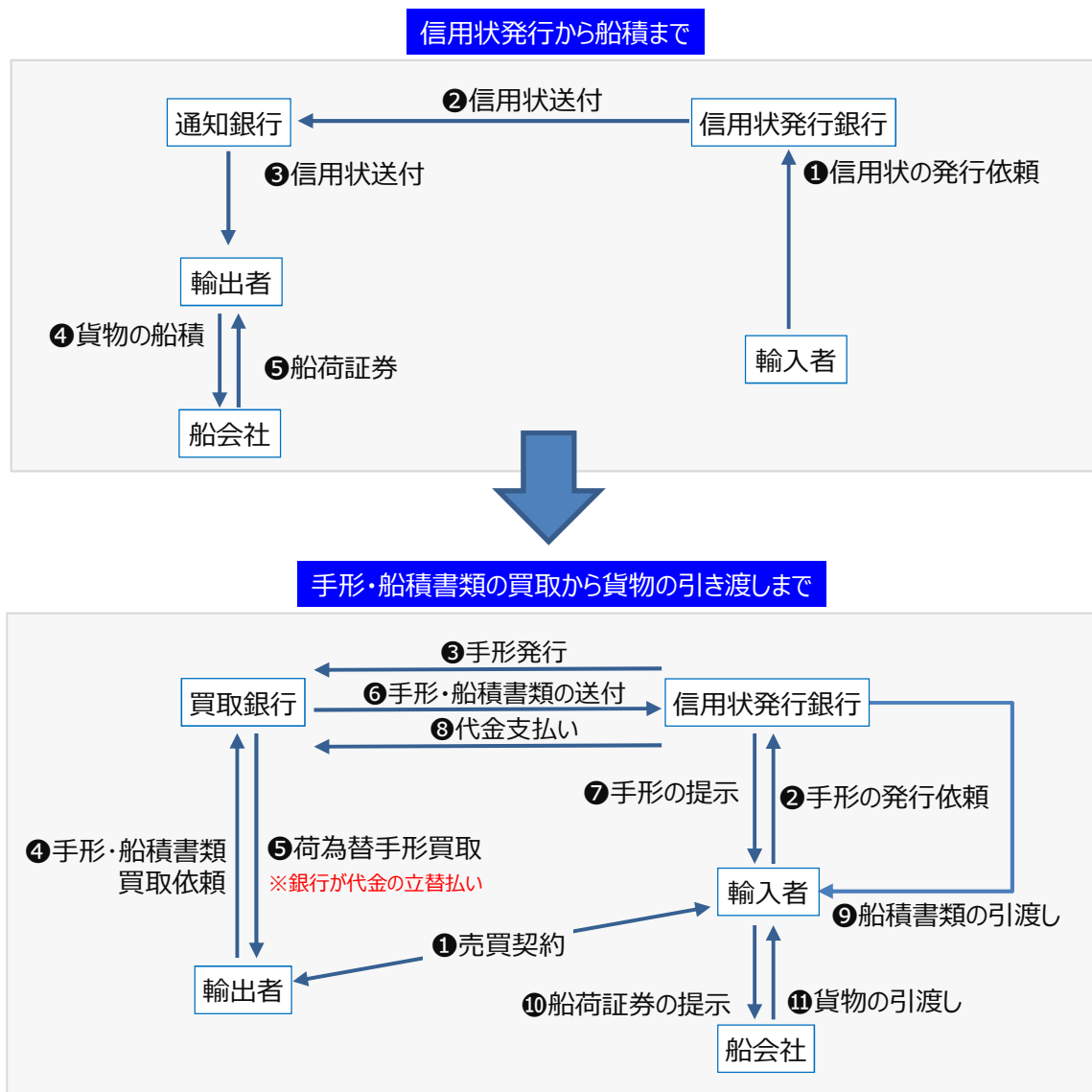
次に荷物の移動に伴う、大まかな **《カミの流れ》** を見てみます。

その前提として、商談会参加(リアル、オンライン)が必要なことは言うまでもありません。



カネについては、銀行が関与する場合、直接貿易か間接貿易か、によっても大きく異なりますし、**カネ**も大きく関係します。ここでは代表的な例をあげます。

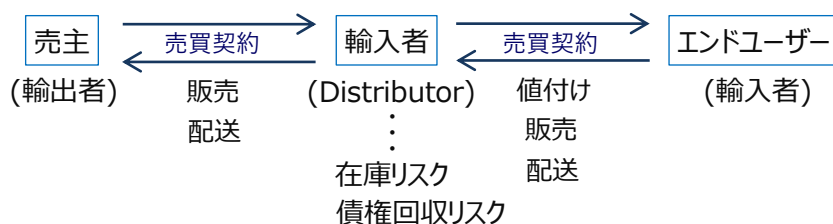
信用状とは銀行が輸入者の依頼を受けて発行する支払確約書のことです。
いわば銀行が輸入者に代わって輸出者に代金支払いを約束するものです。



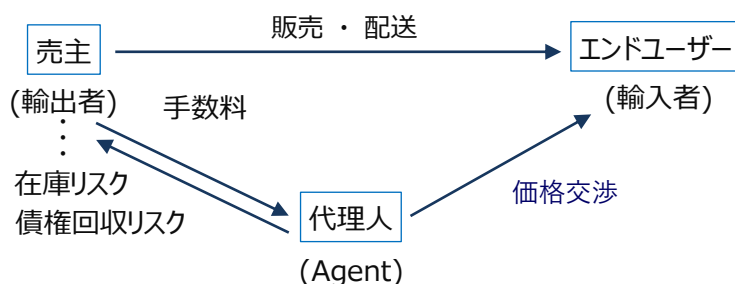
- ・ 直接送金(銀行、郵便局)：送金小切手(D/D)、電信送金(T/T)、普通送金(M/T)など
- ・ クレジットカード決済：EC の場合や比較的少額の場合
- ・ オンライン決済：PayPay、LINE Pay、WeChat Pay など

③ 輸出代理店、代理人を利用する場合

- ・ 輸入代理店(Distributor)を使う場合 (問屋的機能 = 利益も大きいがリスクも)



- ・ 代理人(Agent)を使う場合(在庫リスクはないが価格交渉が重要なポイント)



(5) 終わりに

以上、駆け足で「輸出とは？」について説明しましたが、実際には実務に携わらないとわからない部分が多いのが現実です。

しかし、輸出を支援する立場として、これらの流れを理解しておく、実際の輸出者と話をしても、全く初耳、という状況は回避できると思います。あとは実際に相談を受けたときに応用ができるように、市販の貿易実務の本などを読んでおくといでしょう。

最後に、「貿易なんてやっぱりチンプンカンプン」と思う方も多いかもしれませんが、実際は国内商取引から一歩踏み出したものにすぎないのです。

想像してみてください。

北海道から沖縄に毎年大量の昆布が送られていますね。
その沖縄から海を越えれば台湾です。

その意味では、輸出は国内取引の延長線上にあると考えれば、必ずしも難しいものではありません。

2030年に食品輸出額 5 兆円達成に向けてみんなで
トライしましょう!!



『輸出』基礎の基礎 基本用語集

英文索引	(ABC順)	
略 語	正 式 名 称	内 容
A/S	At Sight	一覧払い。輸入者は手形の提示があり次第一覧(一度見る)の上、直ちに支払わねばならない。
AWB	Air Waybill	航空運送状。航空会社または航空混載業者と荷送人の運送契約の証拠書類。非有価証券。
B/L	Bill of Lading	船荷証券。貨物を受け取った船会社が発行する貨物の受取証。B/Lと引換に正当な受取人に貨物を渡す。有価証券。
CFR	Cost and Freight	運賃込。運賃は売主負担。貨物が本船舶上に置かれた時、所有権(危険)が買主に移転する。
CIF	Cost, Insurance and Freight	運賃保険料込。運賃は売主負担。貨物が本船舶上に置かれた時、所有権(危険)が買主に移転し、保険が付保される。
CIP	Carriage and Insurance Paid to	輸送費保険料込。運賃・保険料は売主負担。出荷地で貨物が運送人に引き渡された時点で所有権(危険)が買主に移転。
CISG	United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods	ウィーン売買条約 (※略語。正式名称、内容は和文索引参照)
Consignee	Consignee	荷受人。B/Lには必ず荷受人名が記載され、貨物の受取り権を有する。
CPT	Carriage Paid to	輸送費込。運賃・現地輸送費は売主負担、保険料は買主が負担する(cf:CIP)
CY	Container Yard	コンテナの受け渡し、保管、積み込み・荷卸しをする場所。
D/O	Delivery Order	荷渡し指図書。船会社が船長・陸揚げ代理店に輸入貨物を買主に引渡し指示書。B/L提示後、船会社が発行。
DAP	Delivered At Place	仕向地持込み渡し。到着港で荷卸し可能状態で買主に引渡しまで売主負担。引渡し時点で所有権(危険)は買主に移転。
DDP	Delivered Duty Paid	関税持込み渡し。輸入通関後買主の指定場所まで運んだ時点で所有権(危険)が移転。その荷卸しは買主負担。
DPU	Delivered at Place Unloaded	仕向地荷卸し渡し。売主が買主指定場所迄運び、荷卸しを行いその時点で所有権(危険)が移転。輸入関税は輸入者負担。
EMS	Express Mail Service	国際スピード郵便。航空便を使う。万国郵便連合加盟の120ヶ国以上が登録。
EPA	Economic Partnership Agreement	経済連携協定。特定の国・地域間で結ばれる。輸出入関税の引下げ等通商上の障害を除き、経済の連携を目指す取決め。
EXW	Ex-Works	工場渡し。売主は工場・倉庫等で買主に引渡し、所有権(危険)が移転。売主にとっては負担・義務が最少。
FAS	Free Alongside Ship	船側渡し。輸出通関後本船舷側に置かれた時点で所有権(危険)が移転。所有権(危険)が移転。
FCA	Free Carrier	運送人渡し。輸出通関後輸出国の指定地で貨物を運送人に引渡し、その時点で所有権(危険)が移転。
FOB	Free On Board	本船渡し。輸出通関後本船の船上に置かれた時点で所有権(危険)が移転。引き渡し後の一切の費用は買主負担。
HS Code	Harmonized Commodity Description and Coding System	商品の分類番号。国際条約に基づいて全世界で統一されたコード。上 6 桁は世界共通。関税率や貿易統計の基本。
I/V	Invoice	送り状または商業送り状。輸出者が輸入者宛に発行する商品明細兼納品書、請求書。
ICC	International Chamber of Commerce	国際商業会議所。本部はパリ。Incoterms、信用状統一規則、取立統一規則等、国際取引のルール作りを推進。
Inquiry	Inquiry	引合い、問合せ等、買主が商品情報詳細を問い合わせる事。相手の関心度合いを測る要。
JASTPRO	JASTPRO	日本輸出入者標準コード。(一社)日本貿易関係系統簡易化協会が管理・発行(有料)。
L/C	Letter of Credit	信用状。輸入者の取引銀行が輸入者の依頼で発行。貨物代金の支払い確約書。輸出者の代金回収リスクが回避できる。
M/T	Mail Transfer	郵便送金。送金銀行(輸入者側)が支払銀行(輸出者側)に受取人に所定金額を支払うよう郵便で指示する。
NACCS	Nippon Automated Cargo and Port Consolidated System	輸出入・港湾関連情報処理システム。関係者・機関をオンラインで結んだ通関・港湾手続きの合理化が目的。
P/L	Packing List	包装証明書。貨物の内容明細、数量、重量、容積等を記載。インボイスを補足する書類。
Quotation	Quotation	見積り、または見積書。品質、価格、納期、引渡場所、最小最大引受可能数量等の取引条件を具体的に明記。
S/I	Shipping Instructions	船積依頼書。①荷送り人が通関、船積等の手続きを指示する書類；②買主が売主に注文品の船積を依頼する書類。
T/T	Telegraphic Transfer	電子送金。送金銀行(輸入者側)が支払銀行(輸出者側)に受取人に所定金額を支払うよう電信で指示する。
Warranty	Warranty	品質保証。商品の品質保証の範囲等を売手が買手に保証すること。保証条項として契約書に明記される。

出典：ジェトロ貿易ハンドブック2020、石川雅啓著「新しい貿易実務の解説」

和文索引 (五十音順)

用 語	内 容
インコタームス	ICCが制定した貿易条件. 売主と買主の役割分担を具体的に規定(引渡し場所、危険移転時期、運送手配や運賃負担区分、保険の手配や保険料負担区分等).
ウィーン売買条約	正式名：国際物品売買条約に関する国際連合条約（CISG）。条約締結間取引の場合は自動的に適用される
乙仲	海運貨物取扱業者. 通関業者を兼ね、輸出入貨物の船積書類作成、船積み等一切の作業を代行する業者. 一般に海貨業者と呼ぶ。
買取銀行	輸出者の振り出す荷為替手形を買い取る銀行としてL/Cに記載されている銀行
在来船	コンテナを積む設備のない船. 基本的にどんな貨物でも積める. Cf.コンテナ船
デバンニング	到着したコンテナから貨物を取り出す作業.
ドライコンテナ	一般貨物の輸送に使用する. 温度管理機能は無い.
バラ荷	鉱物、木材、穀物など包装をしないバラの貨物. パルク（Bulk）ともいう.
船積書類	貨物の船積を完了したことを示す書類. B/L、インボイス、保険証券、原産地証明書、Packing Listなど.
貿易保険	輸出不能や代金回収不能をカバーする保険. ①カントリーリスク・非常危険(戦争、輸入制限、天災地変等)、②信用危険(相手方の破産等).
保税倉庫	外国貨物の積み卸し、運搬、一時蔵置及び長期蔵置のできる民間の倉庫. 税関長の許可が必要.
リーファーコンテナ	冷凍・冷蔵機能の付いたコンテナ. 食品や薬品輸送時に使用
ワッセナー・アレンジメント	旧ココムに代わる輸出管理機構. 武力紛争防止のため通常兵器、関連汎用品、関連技術等の輸出を規制する国際的合意.

出典：ジェトロ貿易ハンドブック2020、石川雅啓著「新しい貿易実務の解説」

SWOT分析とは

輸出に取り組む際、最も重要なことは、相手先の国・地域の経済環境、相手先の経営状況、自社の商品が相手先のニーズに合っているか、相手先の考えや方向性はどうか、などを事前に情報収集することです。

本文でも述べた「**彼を知り、己を知らば百戦危うからず**」です。

しかし、その前に自社、自社製品がどのようなものか、自社の現時点の状況はどうか、といった自己分析が重要なポイントになります。

まさに「**己を知る**」ことが何よりも重要なことです。

言い方を変えれば「**己を知り、彼を知らば百戦危うからず**」が正しい順序でしょう。

では具体的に分析方法を考えて見ましょう。

代表的な分析方法に『SWOT分析』という手法があります。

SWOT分析は、自社を取り巻く内部環境、外部環境をプラス面、マイナス面に分けて分析することで、輸出を始めるに当たっての戦略策定やマーケティングを行うための基礎となるものです。

それぞれの項目を表にすると下記ようになります。

各項目を埋めていくのが第1段階です。



● **Strength (強み)** : 他社製品と比較して、どのような差異があり、どのような特徴があるか

- [例] ・他社にない製造技術があり、製法特許も取得している
・ブランドが浸透しており、誰でもが知っている商品

● **Weakness (弱み)** : 自社製品のマイナス点、不安要素は何か

- [例] ・他社にも同様の製品があり、複数社で競合している
・ブランド力がなく、知名度が低い
・他社よりも価格が高い

● **Opportunity (機会)** : どのようなチャンスがありそうか、バイヤーと出会えるか

- [例] ・商談会、展示会に出展する
・EC サイトでの出会いがある

● **Threat (脅威)** : 競合他社の力量、現地で同様の商品が安価で出回っていないか

- [例] ・競合他社のほうが品質がよく、価格も安い
・競合相手に先に商標を登録されてしまい、自社のブランドが使えなくなった
・取引先から価格低減の強力な要請がある

SWOT分析の活用のポイント

分析の前に整理しておくべきことがいくつかあります。

・ **SWOT分析をする目的は何か** :

「何となく」、「上司に言われたから」では十分な結果は出ません。
目的意識を明確にし、かつ全員で共有することによって方向性が定まります。

・ **SWOT分析の前提条件は何か** :

現状の整理、対象顧客の年齢、性別、嗜好を調べる
競合他社の情報入手
現地のニーズの把握

・ **分析をするメンバーは誰か**

いろいろな角度から問題点を洗い出すためには、幅広い分野からそれぞれの視野で
分析が出来るメンバーを集める必要があります。

SWOT分析の具体的な進め方

一般的にはS→W→O→Tの順番で進めるケースが多いのですが、まずは「外部環境」(O、T)から着手することをお勧めします。

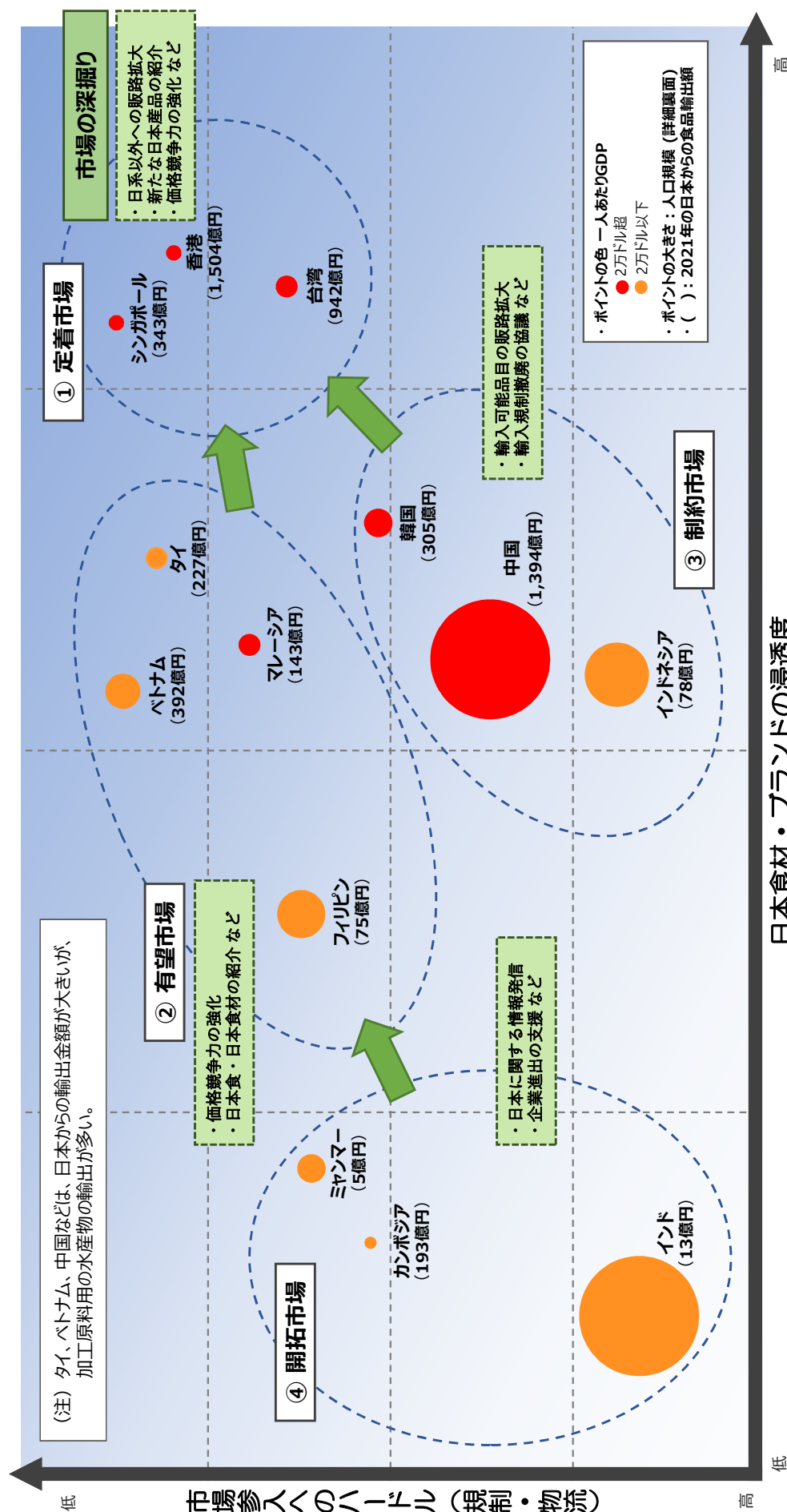
なぜなら、内部環境は外部からの様々な要因に左右されることもあり、分析作業に多大な影響を与えることもあるためです。

分析の方法は多種多様であり、いろいろなテキストもありますが、まずは自分たちの手で考えうるあらゆる問題点の掘り起こしから始めてみましょう。

農林水産物・食品の輸出に関するアジアの国・地域の分布

○ アジア地域それぞれの国・地域の立ち位置を、「市場へのアクセス」と「日本食材・ブランドの浸透度」の観点から整理すると、大きく以下の4つの市場に分類することが可能であり、それぞれの状況に応じ、輸出拡大に向けた取り組みを進めていくことが重要と考えられる。

- ① 定着市場：輸入の制約は比較的小さく、日本食材の浸透度が高い国・地域（香港、シンガポールなど）
- ② 有望市場：日本食材は比較的浸透しており、今後の伸びが期待される国・地域（タイ、マレーシア、ベトナムなど）
- ③ 制約市場：日本食材の認知度は高いが、輸入に関する制約が大きい国・地域（中国、インドネシアなど）
- ④ 開拓市場：現段階では所得や規制などの制約が大きいが、将来的な可能性のある国・地域（インド、ミャンマーなど）



(※2016 官邸資料をベースに作成)

国・地域別基礎情報（アジア地域）

※ 出典：ジェトロ、農水省、経産省、厚労省、財務省公開資料
(2022.6.15)

① 定着市場

国・地域	人口 (万人)	平均 年齢	1人当り GDP(US\$)	備 考
シンガポール	590	40.8	58,114	・輸入規制はほとんどない。 ・日本食材は浸透度が高い。 ・特に北海道は既にブランドに。 ・国内企業同士の競争も熾烈。 ・特徴のある食材の提案がベスト
				・輸入規制はほとんどない。 ・日本食材は浸透度が高い。 ・特に北海道は既にブランドに。 ・国内企業同士の競争も熾烈。 ・中国への迂回輸出は減少傾向。
香 港	760	44.8	46,411	・規制は香港、シンガポールより厳しいが、②～④市場よりは緩やか。 ・農薬の規制が厳しい。 ・親日家が圧倒的に多い。 ・放射能証明書対象は全都道府県。
台 湾	2,340	40.4	28,383	

③ 制約市場

国・地域	人口 (万人)	平均 年齢	1人当り GDP(US\$)	備 考
韓 国	5,130	41.7	31,947	・現在は関係が悪化状態。 ・様々な面で規制は厳しい。 ・牛肉、原乳は輸入禁止。 ・放射能証明書は13都県で継続中。 ・商品によっては立入検査がある。
				・規制はアジアで一番厳しい。 ・加工食品は製造施設登録を要求される。 ・畜肉、畜肉エキ스는全面輸入禁止。 ・果物はリンゴ、日本ナシのみ輸入可。 ・放射能証明書対象は全都道府県。
中 国	144,420	36.5	10,229	・イスラム圏なので原材料には要注意。 ・GMP、HACCP等の認証取得を要求される。 ・省庁の統合が進んでいるが、実効が伴っておらず、混乱が続いている。 ・コールドチェーンの整備が遅れがら。
インドネシア	27,640	32.1	3,870	

② 有望市場

国・地域	人口 (万人)	平均 年齢	1人当り GDP(US\$)	備 考
ベトナム	9,820	33.3	2,786	・1人当たりの収入は低いが2世代、3世代同居が普通で世帯収入は多い。 ・水産加工品は施設登録が必要。 ・親日家が多い。
				・農産品の規制が強化されつつある。 ・親日家が多い。 ・輸出には最低保健所登録証が必要。 ・親日家が多い。
マレーシア	7,000	28.5	10,402	・イスラム圏なので原材料には要注意。 ・ハラルについては東南アジアで一番厳しい。 ・富裕層が厚い(全体の24%)。 ・GDP伸び率が高い。 ・和食ブーム。 ・生産年齢人口(※注1) 終了2060年と長い。 ・農産品の規制は強め。
フィリピン	11,100	28.8	3,299	

※注1：現役労働世代が年少者・高齢者を養える年代

④ 開拓市場

国・地域	人口 (万人)	平均 年齢	1人当り GDP(US\$)	備 考
ミャンマー	5,480	27.0	1,641	・規制は比較的緩やか。 ・政情が不安定。 ・現時点ではまだまだ購買力が低い。 ・コールドチェーンが未整備。 ・輸入業者がまだまだ少ない。
				・治安は安定傾向。 ・カンボジア経由で中国に間接輸出していたが、現在は縮小傾向。 ・日本食(特に寿司、焼き肉)がブーム。 ・通関手続きが煩雑、インフラ未整備。
カンボジア	1,690	23.9	1,513	・和食の認知度がまだまだ低く、日本からの食材輸出も低迷。 ・日本酒への関心は徐々に上昇。 ・購買力が弱く、日本食市場として定着するには時間がかかる。
インド	139,340	28.5	1,931	

インコタームズ 2020 年版について

「インコタームズ (Incoterms)」とは国際商業会議所が制定した貿易条件の解釈とルールです。売主(輸出者)と買主(輸入者)の役割分担の取り決めを下記のように取り決めています。

- 物品の引渡し場所
- 危険(所有権)の移転時期
- 運送の手配、運賃の負担区分
- 保険の手配、保険料の負担区分
- 通関手続き等の費用負担

インコタームズ 2020 年版では 2 つの区分と 11 条件が設定されています。

① すべての輸送形態に対応する区分

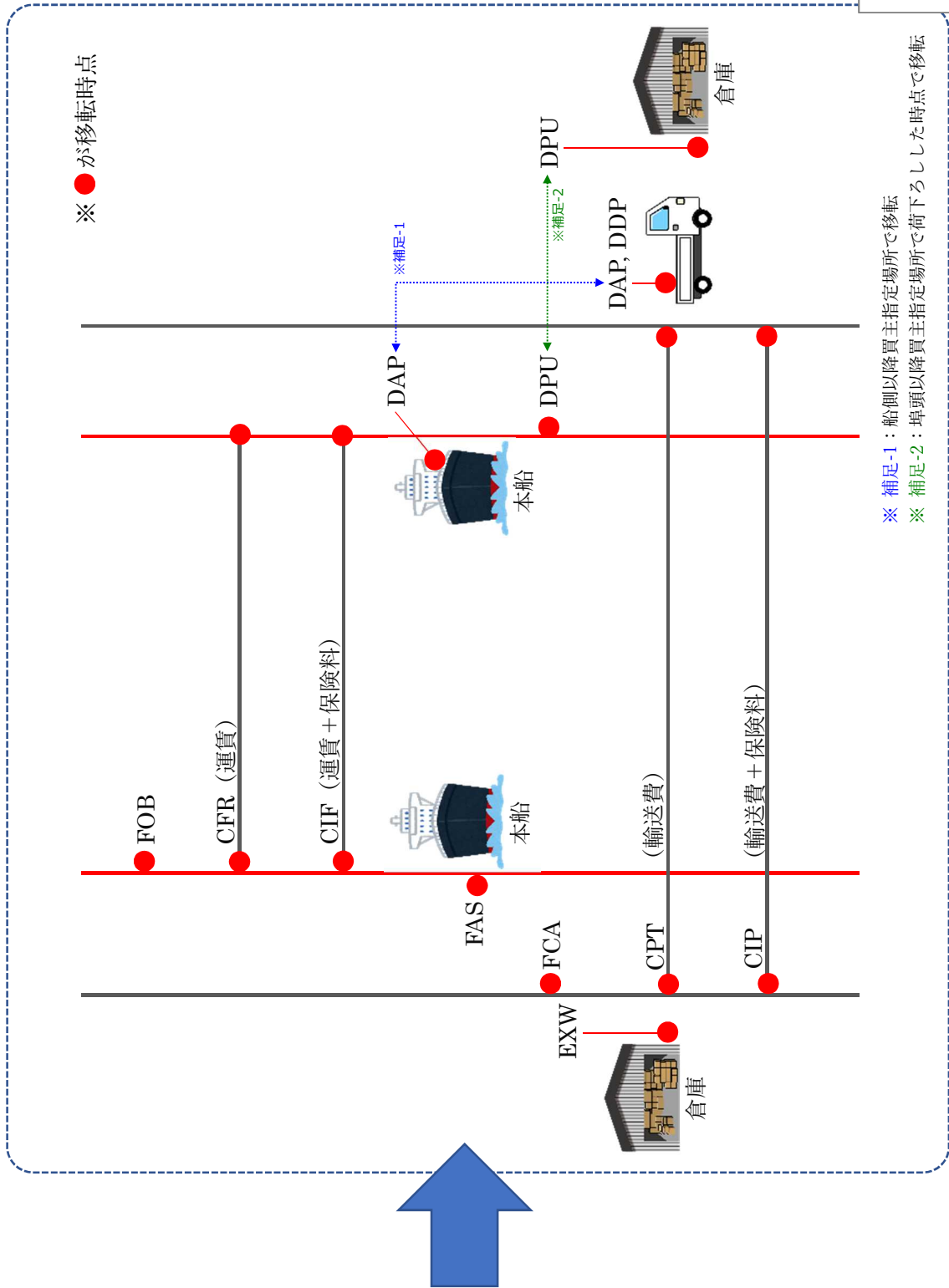
略語	和文	内容
EXW	工場渡し	工場で運送人に貨物を引き渡した時点で所有権が移転
FCA	運送人渡し	売主が、指定された場所で買主が指定した運送人に貨物を渡した時点で所有権が移転した時点で所有権が移転
CPT	輸送費込み	所有権は買主が指定した運送人に貨物を渡した時点で移転.売主が輸入地までの運賃を負担
CIP	輸送費・保険料込み	所有権は買主が指定した運送人に貨物を渡した時点で移転.売主が海上保険料を負担
DAP	仕向地持込渡し	売主は買主が指定した輸入国内指定地まで輸送、引き渡し時に所有権移転
DPU	仕向地荷降し込み持込渡し	DAP+に荷下し費まで売主負担.荷下し時に所有権移転
DDP	関税持込渡し	DPU+輸入通関費用.最終引き渡し時に所有権移転

② 船舶輸送のみに対応する条件

略語	和文	内容
FAS	船側渡し	普通の貨物船が対象.買主が指定した港で指定した船の舷側に置いた時点で所有権が移転
FOB	本船渡し	普通の貨物船が対象.買主が指定した港で指定した船の甲板上に置いた時点で所有権が移転
CFR	運賃込み	買主が指定した港で指定した船の甲板上に置いた時点で所有権が移転. 売主が輸入地までの運賃負担
CIF	運賃、保険料込み	買主が指定した港で指定した船の甲板上に置いた時点で所有権が移転. 売主が輸入地までの運賃と保険料を負担

＜インコタームズ 2020 年版の危険（所有権）の移転時点と費用の負担区分＞

これらの言葉は貿易実務を行う上で頻繁に出てきますが、言葉だけでは理解しにくいので、図で表現します。



注) インコタームズは当事者間の合意に則り**任意**でその規定を使用するもので、国際条約ではありません。
(※ 基本用語集「ウィーン条約」参照)