

**令和4年度第2回GFVC全体会合
～2022年度東欧物流調査事業の報告～**

「ポーランド輸出実証調査の結果報告」

2022年11月14日

株式会社Japonte

江口 典孝

自己紹介

株式会社Japonte

代表取締役社長

江口 典孝（えぐち のりたか）



バックグラウンド

- 1994年にBASFジャパン株式会に入社。ニュートリション事業、アジア・太平洋地域本部、人事担当執行役員など幅広い職務を歴任
- 2017年に株式会社Japonteを設立。伝統食材の海外輸出展開を開始
- 日本の伝統食材を中心として、情報発信・イベント企画・輸出を行う。西欧・東欧の商社等に強いネットワークを持ち、販路開拓支援や展示会等のプロモーション支援が可能

専門領域

- 西欧・東欧等への伝統食材の販売・輸出
- 伝統食材をテーマにしたプロモーション（情報発信・イベント企画）

主な業務経験・講演

農林水産省実績

- GFPにおける対欧州向けの「ビジネスパートナーマッチング」や、グローバル産地計画の策定・実行支援、「味噌の生産から輸出に至る事業者等による意見交換会」等、幅広く従事

講師・講演実績

- 農水省：「GFP輸出塾」における講演およびグループワーク講師（令和2年度）
- 九州農政局：「九州ブロック輸出促進交流会」における講演（令和2年度）
- 福岡県：「欧州向け加工品輸出に係るコンサルティング支援」におけるアドバイザー（令和2年）
- 福岡県：「有明海海苔養殖研修会」における講演（平成30年度）

連携パートナー紹介

Sake Maruta sp. z o.o. sp. k. CEO
Bartosz Rapp



バックグラウンド

- ポーランド、スロバキア、チェコ、ドイツやオランダ等の飲食店・小売店に対して、日本酒等の日本産品を取扱うバイヤー。現地消費者向けのECサイト、SNS、イベントやフェスティバルを活用したプロモーションも展開
- 2017年に在ポーランド日本商工会に参加
- ポーランドビジネスや海外展開に関するアドバイザー

専門領域

- 東欧における日本酒の流通・マーケティング
- 日本酒のプロモーション（情報発信等・イベント企画）

主な業務経験・講演

日本産品の輸入関連実績

- 田村酒造場、出羽桜酒造場、今代司酒造、中田食品株式会社、信州銘醸株式会社、京屋酒造有限会社等の商品をポーランドに初めて導入
- Poland Sushi Cup大会等にて日本酒をプロモーション
- 40以上の飲食店に対して日本酒セミナーを開催
- 日本酒のプロモーションイベントを5回企画
- ポーランドで開催されるフェスティバルにて日本産品をプロモーション
- その他、日本文化をポーランドに紹介するイベントを企画・開催

実証プロセス

マーケット調査および国際食品見本市(Anuga)の出展や商品サンプルの提供を事前に行い、現地バイヤー等の反響を確認した上で実証品を選定。

1

商品募集・候補選定



GFPサイト上での商品の募集

- GFP登録事業者等から東欧向け輸出に関心のある事業者を中心に商品を募集
- 現地バイヤーの意見も聞きながら、規制・賞味期限・価格・現地ニーズ・商品パッケージ・供給量の観点から実証候補商品を一次選定

2

現地需要の吸い上げ



Anugaでの展示の様子

- 国際食品見本市(Anuga)への出展やサンプル提供の実施、ポーランドでのマーケット調査によって、現地でニーズの見込めそうな商品を確認
- 実証に協力いただける現地事業者とも調整

3

実証準備



実証決定したGFP産品

- Anuga・サンプル提供・マーケット調査によって確認できた現地需要をもとに、輸送する商品を最終決定
- 実証に向け、現地バイヤーや輸送事業者とスケジュール・価格等を調整し、実証準備を実施

4

本実証



実証産品提案の様子

- 本実証を通して、物流・規制・手続きにおける手順・課題を調査
- また、現地バイヤー・消費者による反響を確認

GFP登録事業者等に案内を発出し、東欧向け輸出に関心のある事業者・対象商品を募集。145社から応募があった。

募集概要

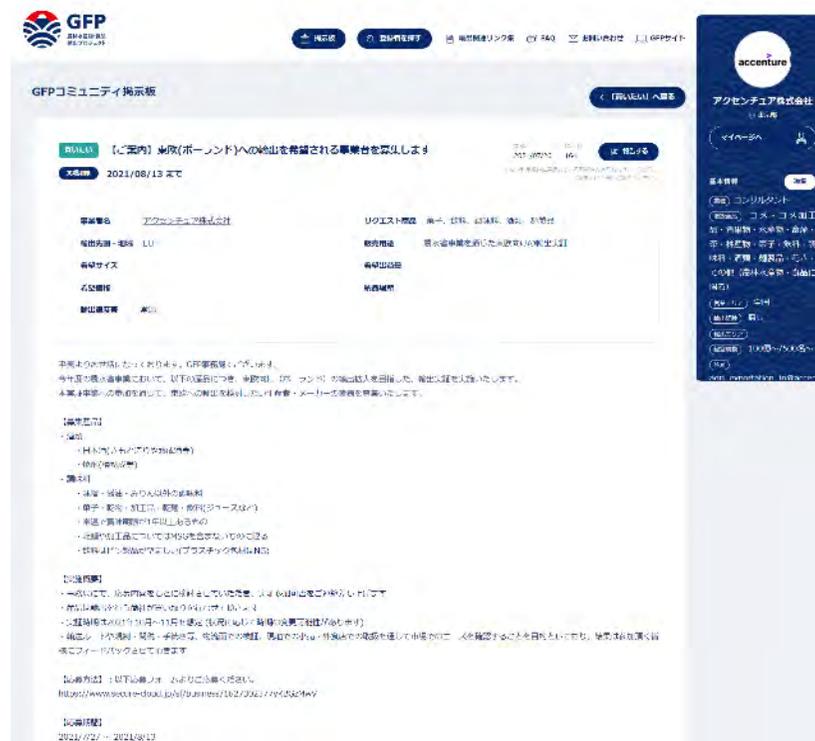
募集方法

- GFPサイト上に応募フォームを設置
 - 募集期間：2022年7月27日～8月13日
- GFP登録事業者、日本産酒類輸出促進コンソーシアム等に募集案内を発出

登録項目/ 提出資料

- 東欧向け輸出希望品目
- 輸出を希望する品目の詳細
- 品目の生産地・製造地
- 商品特徴・ストーリー等
- 希望する取引条件
- 賞味期限
- 納品可能単位・量
- 輸出実績の有無と輸出先国
- GFP登録の有無
- 事業者・商品紹介資料

応募総数
145社



EUの規制への対応・十分な賞味期限・現地ニーズ見込？現地で購入される価格設定・現地に適した商品パッケージを候補として一次選定。

規制対応

- 農薬規制や包材等のEUの規制に適応・対応しているか
- 加工食品等においては、添加物・混合食品規制・EU HACCPへの対応ができているか

賞味期限

- 船便での輸送、並びにコロナ禍における輸送日数の延長も加味し、常温かつ賞味期限が1年程度持つ商品かどうか

現地ニーズ

- 現地バイヤー等の事前ヒアリングにて確認した現地ニーズの見込める商品か（調味料・生酏造りや熟成酒等の日本酒・樽熟成等の焼酎、等）
- また、商品の特徴・ストーリー・ブランドイメージが現地ニーズに合っているか

価格設定

- 現地での販売価格が、ターゲットとする層の所得や物価を考慮してもが購入できる価格になっているか

商品パッケージ

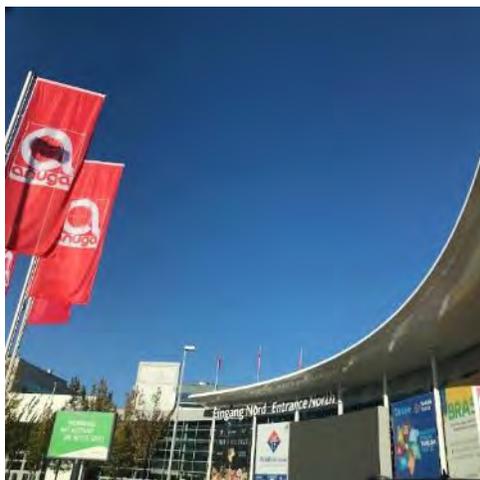
- 現地小売での販売を見据え、パッケージ・ラベルデザインが現地小売での販売に耐え得る商品になっているか

供給量

- 小売での販売に耐えうるだけの生産量があるか

世界最大級の食品見本市であるAnugaのドリンクパビリオンに酒類を中心として出展。一部飲料以外の商品も展示し、現地バイヤー等のニーズ・評価を調査した。

- 開催期間：10月9日～13日
- 開催地：ケルン（ドイツ）
- 出展社数：97カ国から4,600社以上の出展社が参加
 - （参考）2019年開催の出展社数：約8,000社
- 参加バイヤー数：190カ国16万5千人
 - （参考）2019年開催の来場者数：約17万人
- 展示商品：一般食品、原材料、デリカテッセン、健康食品、サプリメント、保存食品、調味料、食肉、ソーセージ、獣肉、鶏肉、魚介類、冷凍食品、アイスクリーム、牛乳、乳製品、パン、ビスケット、スプレッド、ホットドリンク、飲料、野菜、果物、等



会場の外の風景



入場制限の案内



デジタルチケット
(アプリケーション上に
固有QRコードが表示される)



会場内の様子



会場内の様子



ドリンクパビリオンの風景



ジャパンパビリオンの様子



ジャパンパビリオンの様子



陳列風景



陳列風景



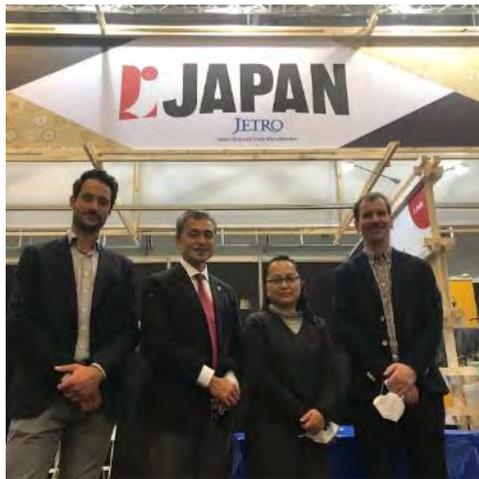
陳列風景



陳列風景



展示品の説明の様子



参加者との記念撮影



参加者との記念撮影

| 商品名 | 商品評価 |
|-----|--|
| 泡盛A | <ul style="list-style-type: none"> 樽熟成なのでウイスキー愛飲家にとっても香りや甘さを楽しめる 食後酒としてドライフルーツやチョコレートとゆっくり嗜みたい ウイスキーとは少し異なるが、とても良い香りである |
| 泡盛B | <ul style="list-style-type: none"> これが本格泡盛なのですね！初めて味わいました。 余韻が長く、マッシュルーム様な香りを感じる 43度と思えない程、マイルドに感じる |
| 泡盛C | <ul style="list-style-type: none"> とても購入しやすい価格帯だ 泡盛ビギナーにとっては良い商品だと思う 守禮と比較するとアッサリとした感じだ |
| 焼酎A | <ul style="list-style-type: none"> 素晴らしい香りだ！パフュームのような香り。 ライチやローズの香りを感じる焼酎だ。素晴らしい！ これが芋焼酎なのか？どうやってこのような香りを醸すことができるのか ボトルデザインやラベルも欧州市場にマッチする |
| 焼酎B | <ul style="list-style-type: none"> 生姜の香りと苦みのバランスが素晴らしい。ストレートでもカクテルベースでもいける。 ボトルデザインも綺麗で、欧州市場にも親和性があると思う 焼酎は馴染みが薄いですが、これなら問題ない |
| 焼酎C | <ul style="list-style-type: none"> 確かに胡麻の香りをしっかりと感じる事が出来る。 余韻を楽しむことが出来、珈琲のような香ばしさを感じることで楽しい このボトルはバーや高級店にマッチするだろう |

| 商品名 | 商品評価 |
|------|---|
| 日本酒A | <ul style="list-style-type: none">• 今まで飲んだ日本酒のなかでも一番といってよい• 生酒の違いをハッキリと感ずることが出来る風味だ• 数量限定というコンセプトも高級市場には良いと思う |
| 日本酒B | <ul style="list-style-type: none">• 素晴らしい。ワイン愛飲家にとっても十分に楽しめる日本酒だ• 低温コンテナで運ぶ必要があるので工夫が必要だが、是非とも扱ってみたい• 次回日本に訪問する際には、この酒蔵に訪問してみたい |
| 日本酒C | <ul style="list-style-type: none">• ジューシーさをしっかりと感ずることができ、コスパの良い日本酒だ• この純米吟醸は幅広い顧客を相手にすることが出来そうだ• 香り、透明感、甘さのバランスが素晴らしい |
| 日本酒D | <ul style="list-style-type: none">• 今回試した熟成酒カテゴリーにおいて最もノーブルさを感じ取った• ボトルデザインやラベルが欧州市場にマッチしそうだ• 熟成酒というカテゴリーは欧州市場においてマッチすると思われる |
| 日本酒F | <ul style="list-style-type: none">• 日本酒とブランデーの香りがこんなにマッチするとは思わなかった• 前半は日本酒を後半はブランデーの余韻を楽しむことのできるお酒 |
| 日本酒G | <ul style="list-style-type: none">• 菩提元ならではのユニークな香りを楽しめる• 日本酒の原型といわれるこのお酒を飲んで光栄だ• 手間暇を惜しまない酒造りを感じることが出来る |

| 商品名 | 商品評価 |
|------------------|--|
| 焼酎D | <ul style="list-style-type: none"> • 手ごろな価格で導入しやすい。パッケージからも日本のイメージが伝わり、英語表記もあり、わかりやすい。かつ、歴史・ストーリーを語れるラベルも評価が高い。 • アルコール度数が他の蒸留酒に比較して低く、飲みごたえが感じられないため、しっかりと違いを伝える必要がある |
| 日本酒H | <ul style="list-style-type: none"> • 目をひくボトル・ネーミングが良い • 熟成酒として、完成度が高い |
| 日本酒I | <ul style="list-style-type: none"> • ストーリーや特徴に対して共感できる他にはない商品 • 黒酢のようなコクがある味のため、抵抗を感じる |
| 日本酒J | <ul style="list-style-type: none"> • 日本酒とブランデーの香りがこんなにマッチするとは思わなかった。違和感もまったくない • 前半は日本酒を後半はブランデーの余韻を楽しむことのできるお酒 |
| 七味唐からし (薬味) | <ul style="list-style-type: none"> • 目をひくパッケージが良い • 現地でも既に認知度が高く、流通もし始めている • 缶の内側のコーティング剤がEUで認められていないため、今後フォローアップ必要 |
| 京都のお野菜漬け (漬物) | <ul style="list-style-type: none"> • 賞味期限が長く、常温で1年間持つことに加え、無添加のため、すぐにでも採用したい • 漬物に関心を持つバイヤーを中心に普及が期待できる • ポーランドでは、現地の安価なピクルスが普及しているため、差別化できないと導入は難しい |

商品名

商品評価

グルテンフリー
インスタントラーメン
：味噌・醤油・豚骨
(麺)

- グルテンフリーとヴィーガン認証を取得していることはポイントが高く、すぐにでもほしい
- パッケージが紙なのも良い
- ポーランドの現地価格にもマッチするため、乾麺だけを業務用としてほしい

かんずり
(薬味)

- サンプル品を早速トライアル使用してみる (Izumi Sushi)
- 本格的な日本食を出す店での導入が期待できる
- 缶の内側のコーティング剤がEUで認められていないため、今後フォローアップ必要

チリソース
(薬味)

- 日本のメーカーでも似た商品を扱っているため、差別化が必要
- かんずりの理解が深まり、扱いが増えれば導入が期待できる

実証対象商品（最終版）

募集・候補選定

現地需要確認

実証準備

本実証

バイヤー選定の上で、酒類(泡盛・焼酎・日本酒)、加工食品(醤油・ラーメン・包装米飯)を中心に14種類のGFP商品のテスト実証が確定。

| Category | Product | 生産者 | Origin | NET | 仕入価格 JPY | Qty per case | Number of case | 仕入金額 JPY | 消費税 JPY | 消費税込金額 JPY | |
|----------|---------|-----------|--------|-------|-------------|-----------------|-------------------|-------------|------------|---------------|-------|
| 泡盛 | | | 沖縄 | 720ml | 1,445 | 12 | 3 | 52,020 | 5,202 | 57,222 | |
| | | | | | | 1,500 | 1 | 3 | 4,500 | 450 | 4,950 |
| 泡盛 | | | 沖縄 | 720ml | 867 | 6 | 15 | 78,030 | 7,803 | 85,833 | |
| | | | | | | 4,700 | 1 | 1 | 4,700 | 470 | 5,170 |
| 焼酎 | | | 鹿児島 | 720ml | 620 | 6 | 30 | 111,600 | 11,160 | 122,760 | |
| 焼酎 | | | 鹿児島 | 700ml | 2,075 | 6 | 10 | 124,500 | 12,450 | 136,950 | |
| 焼酎 | | | 鹿児島 | 700ml | 950 | 6 | 10 | 57,000 | 5,700 | 62,700 | |
| 日本酒 | | | 佐賀 | 720ml | 1,110 | 12 | 5 | 66,600 | 6,660 | 73,260 | |
| 日本酒 | | | 長野 | 720ml | 1,050 | 12 | 5 | 63,000 | 6,300 | 69,300 | |
| | | | | | | 6,325 | 1 | 1 | 6,325 | 633 | 6,958 |
| 醤油 | | | 佐賀 | 18L | 9,000 | 1 | 15 | 135,000 | 10,800 | 145,800 | |
| 醤油 | | | 佐賀 | 300ml | 228 | 30 | 10 | 68,400 | 5,472 | 73,872 | |
| 醤油 | | | 佐賀 | 100ml | 130 | 64 | 5 | 41,600 | 3,328 | 44,928 | |
| ラーメン | | | 岐阜 | 75g | 120 | 75 | 5 | 45,000 | 3,600 | 48,600 | |
| ラーメン | 岐阜 | 75g + 9g | 170 | 64 | 5 | 54,400 | 4,352 | 58,752 | | | |
| ラーメン | 岐阜 | 75g + 14g | 170 | 64 | 5 | 54,400 | 4,352 | 58,752 | | | |
| 包装米飯 | 新潟 | 180g | 122 | 80 | 5 | 48,800 | 3,904 | 52,704 | | | |

1,015,875

1,108,511

ポーランドに向けてはハンブルク港に到着後、陸送にてポーランドに向けて輸送。情勢状況の影響もあり、船便で5か月の期間で到着。

- 2月25日 扇島地区の倉庫に各商品を搬入
- 3月1日 商品の検品作業、免税手続、輸出書類作成
- 3月8日 川崎税関支署東扇島出張所長による輸出許可
- 3月11日 事業に関わる全ての請求書を入手
- 3月15日 東京港出航
- 5月11日 ハンブルク港へ到着予定
- 8月1日 ポーランド・ポズナンの通関通過
- 8月8日 酒丸田に到着
- 8月下旬 現地提供開始



エクスポーター

- ポーランド国内の税制度改正や情勢悪化によって、通関作業の大幅な遅延や輸送費用（海上・航空ともに）が高騰する等といった影響がみられた
- ハンブルク港における度重なるストライキも懸念材料であった

実証結果 ①国内集荷・輸出手続前

東扇島地区の倉庫にて、本実証の産品検品及び緩衝材等の梱包、パレタイズ、ケースマークの貼付等を実施。



東扇島地区倉庫での梱包・検品の様子 (3/1)

実証結果 ②通関（日EU・EPA 自己申告）

通関時には日EU・EPAの特恵関税を活用するため、以下の手続きが必要。

1. 輸出する製品の関税分類番号（HSコード）を特定する

- 輸出統計品目表（税関） <http://www.customs.go.jp/yusyutu/>
実行関税率表（税関） <http://www.customs.go.jp/tariff/index.htm>

2. 関税率を調べる

- TARICデータベース（欧州委員会）
http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en

3. 原産地規則を満たしているか確認する

- 原産品認定基準の確認：①完全生産品、②原産材料のみから生産される製品、③非原産材料を使用し
附属書の品目別原産地規則（PSR）
- ③の場合には、品目別原産地規則（PSR）の詳細を確認

4. 原産地の証明に必要な書類を準備する

- 日本が締結したEPAのほとんどは、日本商工会議所による原産地証明書の発給を行う「第三者証明制度」を採用していますが、日EU・EPAでは第三者機関を経ずに輸出者が自ら原産地に関する申告文を作成する「自己申告制度」が採用されている。
- 具体的にはコマーシャルインボイス上に次のような申告内容を記載する必要がある。
「The exporter of the products covered by this document (Exporter Reference No XXXXXXXXXXXX) declares that, except where otherwise clearly indicated, these products are of Japan preferential origin.
(Origin criteria used) A, B」

実証結果 ②通関（酒類の免税手続）

輸出する酒類に関する日本国内の酒税免除を受けるために、次の何れかの方法にて手続を行う必要がある。

- **A. 「輸出申告書の付表」に必要項目を記載し、税関へ提出、税関審査印を取得した後に酒蔵にて保存**
- **B. 輸出者が税関より受領した輸出許可証等に基づいて次の内容を帳簿に記載・保存**
 - ① 当該酒類の税率の適用区分及び当該区分ごとの数量
 - ② 輸出の年月日及び仕向地
 - ③ 輸出港の所轄税関
 - ④ 当該酒類の輸出をした者が当該酒類の酒類製造者以外の者であるときは、当該輸出をした者の住所及び氏名又は名称
 - ⑤ インボイス番号

実証結果 ③ EU内のT-1トランジット（1/2）

ハンブルグ港では関税及びVAT(付加価値税)の処理を行わず、保税状態でトランジット輸送を行い、ポーランド税関にて関税及びVATの処理を行う必要がある。

- **T-1輸送について**

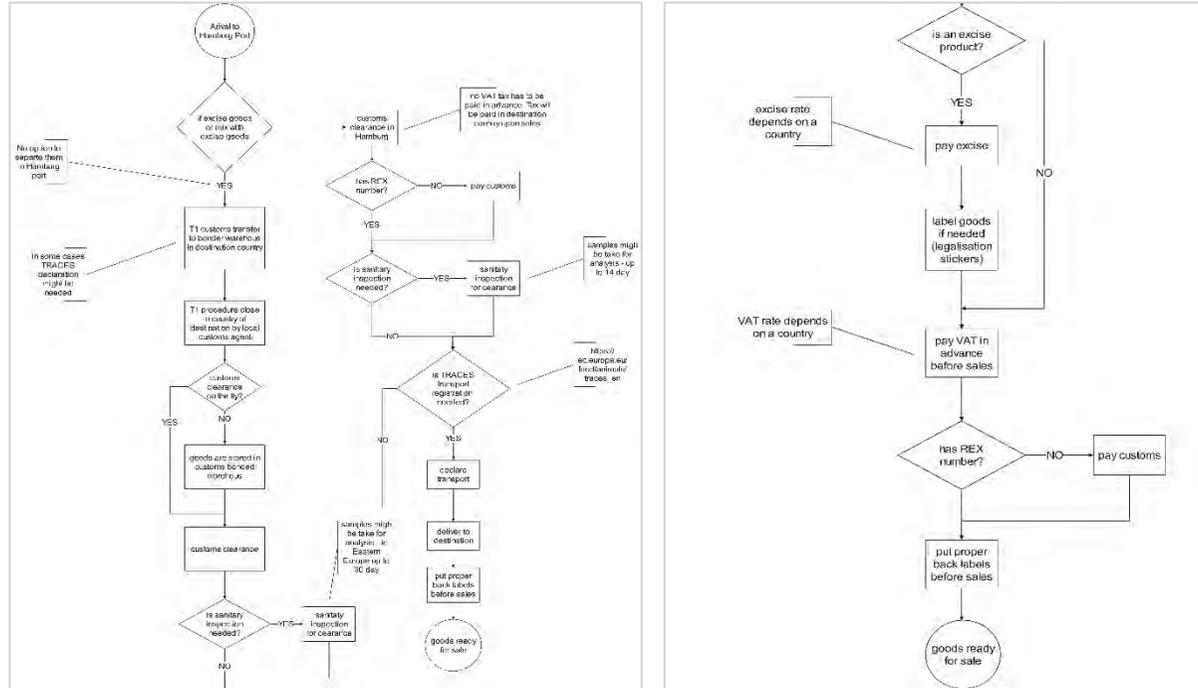
- T-1輸送はEU域内で行われている保税トランジットの方法
- 特に酒類については、EU域内といえども酒税は販売国にて徴収することが基本となっているため、T-1輸送が行われる
- 今回は酒丸田がドイツVAT番号を持たないため、酒類だけではなく全てのアイテムに関してT-1輸送を行った

- **日程詳細**

- 5月17日 : ハンブルグ港にてコンテナを引取り、T1 documentにてポズナンへ保税トランジット
- 5月18日 : ポーランド税関の検査場へ到着
ウクライナ情勢の影響などもありポーランド税関は混乱状況にあり、通関に2週間程度を要する見込みに反して、約2カ月の時間を要した
- 7月9日 : 酒類の輸入通関許可
- 7月19日 : 食品アイテムの輸入通関許可

実証結果 ③ EU内T-1トランジット (2/2)

ハンブルグ港に到着してから通関を経て販売可能となるまでのプロセスをチャートに示した図である。



エクスポーター

- ポーランドおよび北欧エリアの立地は、日本からの海上輸送において非常に不利な位置にあることを改めて実感。
- 酒類に関しては、EU域内といえども酒税は販売国にて徴収することが基本となっているため、販売国で輸入通関を行うことで税務を簡素化することができる。言い換えるならば、EU輸入通関後に国境を跨るディストリビューションには複雑な税務を要する。
- これから東欧諸国に日本産酒類を展開していくためには戦略的なチャネル構築が必要となる。

実証結果 ④酒類合法化シール（1/2）

酒類の合法化シールがなければ、ポーランド市場で酒類を販売することは違法になる。なお、EUではポーランドのみ、周辺国ではベラルーシやウクライナに適応される。

概要

- 合法化シールなしで販売した場合、罰金・懲役、酒類の販売譲歩を確実に失う刑事責任が問われる。そのようなアルコールは密輸として扱われる。合法化シールには固有のシリアル番号が記載され管理される

シール管理・作成

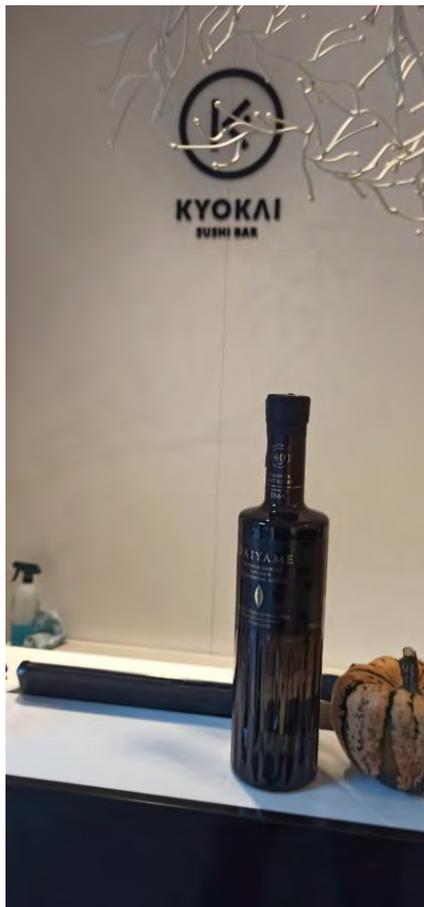
- ポーランド国立造幣局によって合法化シールが印刷される
 - 誰がどのシールを受け取るかはシリアル番号で登録され、ポーランドの税関の管理下にある
 - シールを受領後、税関の印鑑で特別に登録され、封印された帳簿を維持する義務がある
 - 酒類のボトルにシールを貼るとき、日付・アルコールの種類・製造元・シリアル番号を帳簿に記載しなければならない

必要な書類

- 合法化シールの入手申請するたびに、以下のような多くの書類を提出する必要がある
- 政府に対する未払いの所得税および VAT義務がないことを示す税務署からの書類
- 社会保障 ZUS からの文書で、あなたが彼らに対して未払いの義務を負っていないことを示す
- 特に脱税で刑事罰を受けていないことの裁判所からの証明書
- シール購入申請のすべての料金の支払いのコピー
- 保税倉庫を運営するライセンス
- 倉庫または物品税製品の登録受取人であることを示す特別な書類
- 最後に、個人 ID またはパスポートのコピーを提出

実証結果 ⑤現地到着の様子

本事業にて輸出した産品については、現地販売・インポート企業から現地小売・外食店28店舗程にサンプル提供・売り込みを実施。



酒類のサンプル提供の様子

本日のまとめ

- 東欧の日本食市場は発展途上ではあるが、ポテンシャルは大きい
- 日本からの輸送方法には更なる工夫が必要である
- 欧州市場における経済格差をよく理解し、中長期視点で粘り強くビジネスを継続する必要がある
- 東欧ならではの歴史や文化、社会的課題、ビジネスカルチャーを正しく理解することも重要
- 東欧のネクストジェネレーションに対して継続的に日本食の価値を理解する機会を提供していくことも重要