

令和4年度輸出環境整備推進委託事業

（農林水産物・食品の輸出拡大に資する輸出環境実態調査等事業
（中南米地域））

2023年3月24日



1. 事業概要

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態

2-1. 市場概況

2-2. （参考）輸出上の留意点

3. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策

4-1. 対応策の検討

4-2. Eコマースについて

5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態

5-1. 市場概況

5-2. （参考）輸出上の留意点

6. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

7. 日本企業及び中南米企業を対象とした、輸出等拡大に関するフォーラム等の開催

1. 事業概要

以下のような背景・目的の下、本事業を推進。

背景・目的

- 貴省は、農林水産物・食品の輸出額を拡大すべく、過去より様々な取り組みを進めてきた。実際、農林水産物・食品の輸出額は、2012年の約4,497億円から2018年には倍増。2021年には、1兆円を突破し、現在は、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」に基づき、2025年までに2兆円、2030年までに5兆円という輸出額目標を設定して取り組みを進めている。
- 当該戦略で定められている輸出重点品目に係るターゲット国・地域は、香港、台湾、シンガポールなどのアジア地域や北米、欧州などが主要ターゲットとされている。
- そうしたなか、中南米地域の人口は約6億人であり、安定的で高い成長力を有する巨大な食市場であること、また、国民の大きな食格差という問題を依然抱える中で、一定の購買力を有する中間層が増加してきており、健康への関心から日本食の需要が高まりつつある。特に、ブラジル及びメキシコは、現地日系人社会の存在を背景に、多くの日本食レストランが存在するなど、日本産食品等の輸出拡大のポテンシャルは高い。
- 一方で、ブラジル及びメキシコにおける小売りも含めた食品市場の物流等の状況や食材の消費動向等、輸出実施に際しての情報は不足している。また、食品安全の観点から食品流通に係る規制強化の動きもあるものの、情報が断片化しており、輸出拡大に向けた戦略を立てにくくなっている。これらに加え、距離の遠さ、政治・経済の不安定さ等により日本企業の対ブラジル及び対メキシコ輸出は、未だ他の地域に比べ障壁が高い状況である。

本事業の実施事項

- 上記の背景認識のもと、本事業では、関心を有する日本企業等の輸出拡大に向けた検討に資する情報提供を行うことを目的として、中南米地域における食品消費動向、制度及び流通構造等に起因する輸出障壁等、及び、それらへの対応方策の提案を行う。
- 具体的には、本事業では、ブラジル、メキシコを対象国・地域として以下を実施する。
 1. 農林水産物・食品等の流通実態調査
 2. 食品流通に係る国内規制及び国境措置調査
 3. 輸出等拡大に関するフォーラムの開催

1. 事業概要

2月3日に開催したセミナーをマイルストーンとし、
各種活動のスケジュールを設計したうえで推進した。

仕様書内容（検討・実施事項）		11月		12月		1月		2月		3月	
		前半	後半	前半	後半	前半	後半	前半	後半	前半	後半
（１）ブラジル及びメキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態調査	①ブラジル及びメキシコにおける食品市場の実態調査	公開情報に基づく調査						●			
	②輸出条件及び輸出拡大の可能性の分析					分析、とりまとめ					
（２）ブラジル、メキシコにおける食品流通に係る国内規制及び国境措置調査				公開情報に基づく調査				●			
								インタビュー調査			
（３）日本企業及び中南米企業を対象とした、輸出等拡大に関するフォーラム等の開催		開催準備						●			
（４）報告書作成									報告書作成		

日伯食品・農業
合同セミナー開催
2月3日

1. 事業概要

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態

2-1. 市場概況

2-2. （参考）輸出上の留意点

3. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策

4-1. 対応策の検討

4-2. Eコマースについて

5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態

5-1. 市場概況

5-2. （参考）輸出上の留意点

6. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

7. 日本企業及び中南米企業を対象とした、輸出等拡大に関するフォーラム等の開催

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 2-1. 市場概況

2021年におけるブラジルの農林水産物生産量は約12億トン。
上位5品目は、さとうきび、大豆、とうもろこし、鶏卵、生乳（牛）。

2021年の主要農林水産物の生産状況（上位20品目）

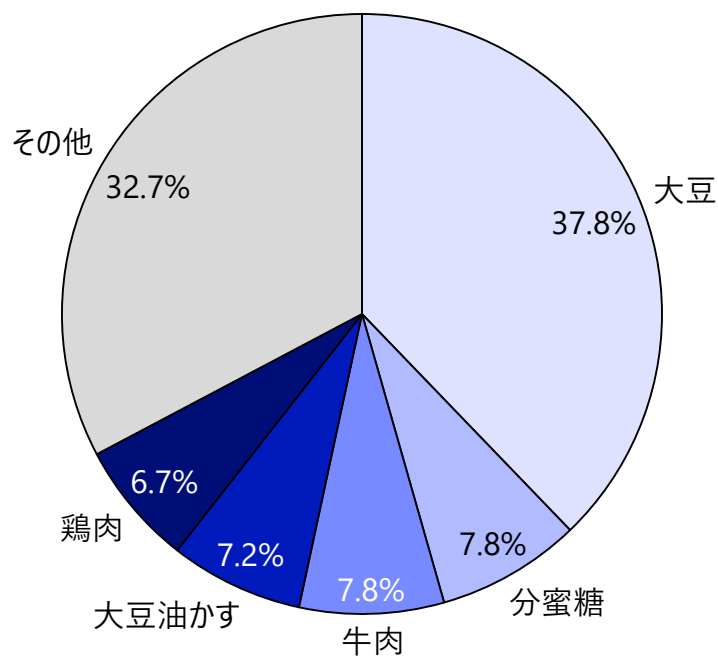
品目	生産量（百万トン）
さとうきび	716
大豆	135
とうもろこし	88
鶏卵	62
生乳（牛）	36
キャッサバ	18
オレンジ	16
鶏肉	15
米	12
牛肉	10
小麦	8
バナナ	7
コットンシード	6
豚肉	4
ジャガイモ	4
トマト	4
その他の卵	3
その他の野菜	3
コーヒー（生豆）	3
豆類（乾燥）	3
合計（上位20品目以外も含む）	1,189

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 2-1. 市場概況

ブラジルは農産物の輸出大国であり、大豆や分蜜糖、牛肉などを輸出している。

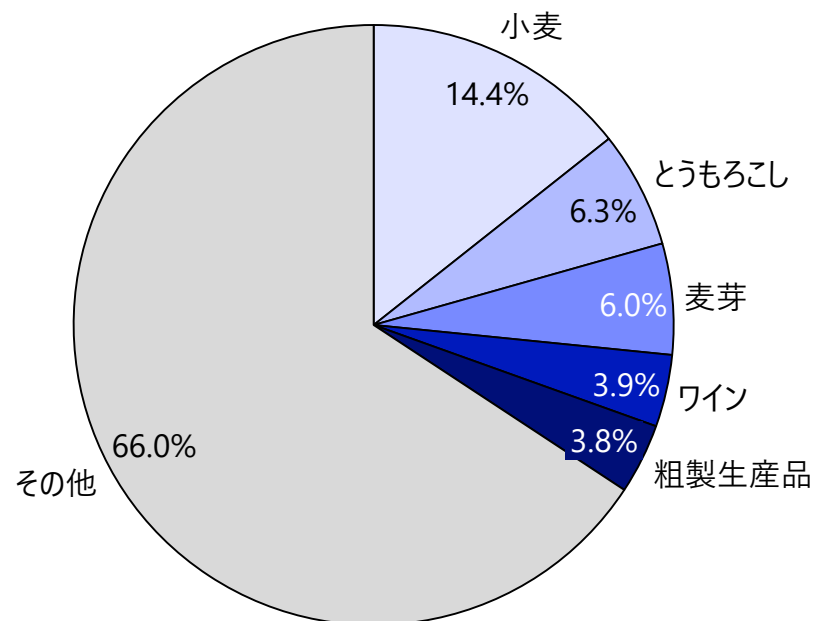
ブラジルの輸出額（上位5品目）

総額：102,201百万米ドル（2021年）



ブラジルの輸入額（上位5品目）

総額：12,831百万米ドル（2021年）



2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 2-1. 市場概況

日本からの輸出は、ブラジル向けでは調味料が最も多く、次いで酒類や菓子系が多い。
一方、対海外全体向けでは、鮮魚類の輸出が最も多い。

■ 対海外全体向け輸出上位10位のほとんどがプラス（2桁）成長している一方で、ブラジル向けは半数がマイナス成長。

対ブラジル（日本→ブラジル） 輸出品（食料品）輸出額上位10位

順位	項目	輸出額(千米ドル)			CAGR (2019-2021)
		2019年	2020年	2021年	
1	ソース・調味料	1,235	1,590	1,897	24%
2	サイダー、飲料 (アルコール)	1,089	715	1,385	13%
3	砂糖菓子	1,349	637	1,169	-7%
4	穀類、小麦粉、でん粉 (米スナックを含む)	1,432	1,028	1,057	-14%
5	調製食料品	943	727	982	2%
6	肉、魚の調製品	589	318	555	-3%
7	肉・冷凍(牛肉)	265	207	531	42%
8	野菜の調製品	519	309	489	-3%
9	コーヒー、茶	83	121	246	72%
10	スープ、プロス等の調製品	196	161	171	-7%

*2021年時点の順位

CAGR（Compound annual growth rate）：年平均成長率

出所）UN Comtrade

対世界（日本→海外全体） 輸出品（食料品）輸出額上位10位

順位	項目	輸出額(千米ドル)			CAGR (2019-2021)
		2019年	2020年	2021年	
1	鮮魚類	1,536,071	1,364,750	1,847,308	10%
2	調製食料品	832,347	1,207,045	1,197,088	20%
3	穀類、小麦粉、でん粉 (米スナックを含む)	718,197	803,981	896,384	12%
4	肉、魚の調製品	639,927	570,407	612,506	-2%
5	蒸留酒、リキュール	297,712	375,597	594,300	41%
6	ソース・調味料	414,975	449,842	521,398	12%
7	サイダー、飲料 (アルコール)	222,783	232,961	377,049	30%
8	スパークリングドリンク (ノンアルコール)	278,765	320,299	369,695	15%
9	果物・ナッツの調製品	228,393	212,173	290,632	13%
10	肉・冷凍(牛肉)	143,337	134,961	256,723	34%

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 2-1. 市場概況

成長率ベースでも対ブラジルと対海外全体輸出の傾向は異なる。ブラジル向けでは、魚と甲殻類、蒸留酒、リキュール、リキュール、コーヒー、茶などが成長率の高い品目として上位に挙がる。

■ 対ブラジル、海外全体共に酒類系の成長率の高い傾向。

対ブラジル（日本→ブラジル） 輸出品（食料品）成長率上位10位

順位	項目	輸出額(千米ドル)			CAGR (2019-2021)
		2019年	2020年	2021年	
1	魚と甲殻類	2	31	90	569%
2	蒸留酒、リキュール	27	28	117	109%
3	コーヒー、茶	83	121	246	72%
4	肉・冷凍(牛肉)	265	207	531	42%
5	海藻その他の藻類	61	66	115	38%
6	ソース・調味料	1,235	1,590	1,897	24%
7	サイダー、飲料 (アルコール)	1,089	715	1,385	13%
8	食酢及び酢酸から得た 食酢代用物	8	9	10	9%
9	調製食料品	943	727	982	2%
10	ココア及びその調製品	83	44	85	1%

対世界（日本→海外全体） 輸出品（食料品）成長率上位10位

順位	項目	輸出額(千米ドル)			CAGR (2019-2021)
		2019年	2020年	2021年	
1	ワイン	24	71	235	213%
2	スパークリングワイン	1,572	3,189	6,025	96%
3	コーヒー及び茶の濃縮物 (インスタントコーヒー等)	56,286	130,496	142,415	59%
4	乳製品、鳥卵及び 天然蜂蜜	51,289	81,732	105,457	43%
5	豚肉 (生鮮のもの及び冷蔵し又は 冷凍したもの)	8,641	15,046	17,652	43%
6	その他穀物加工品	219	397	440	42%
7	蒸留酒、リキュール	297,712	375,597	594,300	41%
8	肉・冷凍(牛肉)	143,337	134,961	256,723	34%
9	肉(生鮮又は冷蔵したもの)	128,842	135,741	232,342	34%
10	サイダー、飲料 (アルコール)	222,783	232,961	377,049	30%

CAGR（Compound annual growth rate）：年平均成長率
出所）UN Comtrade

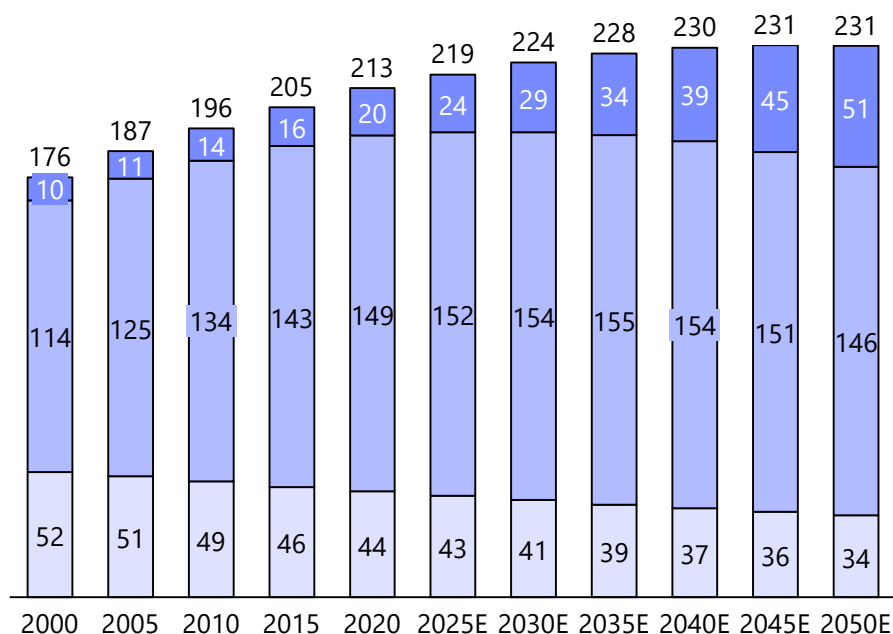
2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 2-1. 市場概況

ブラジルの人口は2030年には2.2億人に達すると予想されている。
所得構成では、中級以上とされるA・Bクラスの世帯が倍増。

- ブラジル市場において、Class A（富裕層）及びB（中間層）は、日本食レストランの顧客としてポテンシャルのあるグループとされている。Class Cは大衆的な店舗に限られるが、日本食レストランの顧客となり得るとされている。

年代別人口推移

(百万人)

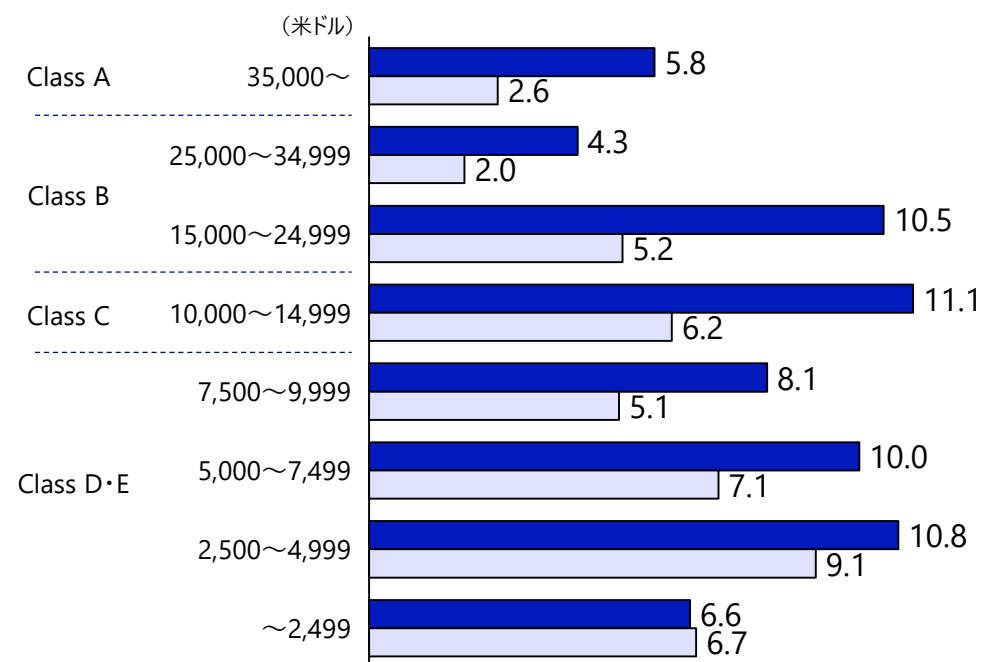


15歳未満 15～64歳 65歳以上

出所) United Nations

世帯所得分布の推移

(百万世帯)



2000 2021

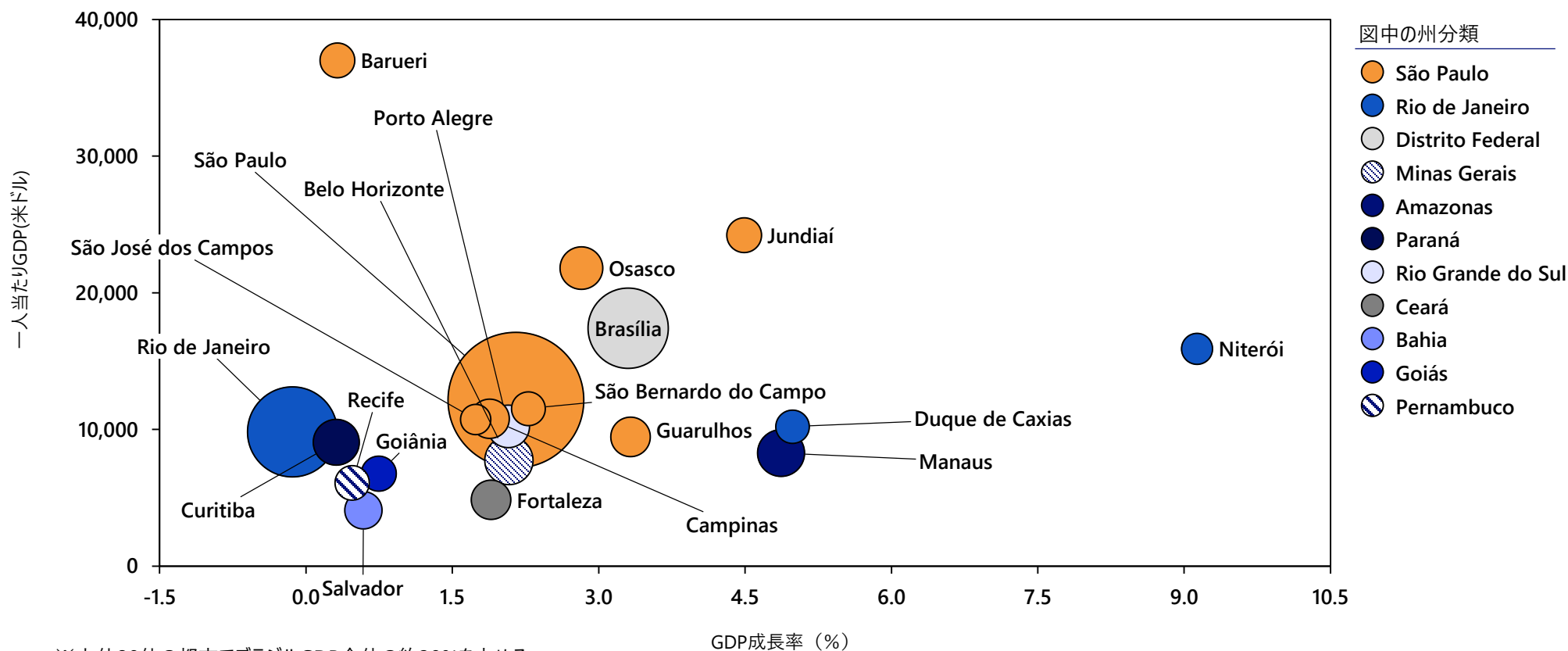
出所) ユーロモニター

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 2-1. 市場概況

**サンパウロ州は、GDPの観点で市場ポテンシャルが最も高く、
州内では、一人当たりGDPの高い都市がいくつも存在する。**

- Barueri（バルエリ）は、ウォルマートなど、大企業のブラジル本社が立地している都市。
- Jundiaí（ジュンディアイ）は、サンパウロのエコツーリズムを惹きつける農業・観光都市。
- Niterói（ニテロイ）は、リオデジャネイロ州で最も重要な金融・商業センターの1つ。

ブラジル国内GDP上位20位※の都市の一人当たりGDPとGDP成長率のマッピング（円の大きさは都市のGDPの大きさを表す）



※上位20位の都市でブラジルGDP全体の約30%を占める。

出所) IBGE (Brazilian Statistics Data)

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 2-1. 市場概況

2020年における日系人・在留日本人数は約190万人と推計（参考値）。
サンパウロ州における日系人数が最も多く、約73万人とブラジル日系人全体の約40%を占める。

	1980			2000			2020 (推計)		
	a)人口(全体)	b)日系人	c)割合 (b/a)	a)人口(全体)	b)日系人	c)割合 (b/a)	a)人口(全体)	b)日系人	c)割合 (b/a)
北部	3,216,257	21,077	0.7%	6,715,190	53,893	0.8%	9,981,846	89,452	0.9%
パラ州	3,403,498	21,069	0.6%	6,195,959	38,890	0.6%	8,690,745	54,980	0.6%
北東部	25,358,773	99,771	0.4%	34,696,719	146,124	0.4%	42,443,609	186,771	0.4%
バイア州	9,455,392	35,436	0.4%	13,085,762	78,023	0.6%	14,930,634	107,725	0.7%
南東部	15,403,443	26,710	0.2%	21,002,635	80,981	0.4%	25,356,718	159,722	0.6%
リオデジャネイロ州	11,291,631	21,822	0.2%	14,392,106	61,904	0.4%	17,366,189	139,279	0.8%
サンパウロ州	25,042,074	595,428	2.4%	37,035,456	676,134	1.8%	46,289,333	726,787	1.6%
南部	11,402,141	16,336	0.1%	15,545,711	35,364	0.2%	18,675,475	55,972	0.3%
パラナ州	7,629,849	105,334	1.4%	9,564,643	141,936	1.5%	11,516,840	181,373	1.6%
中西部	5,436,951	25,894	0.5%	9,560,599	65,567	0.7%	12,978,083	108,659	0.8%
南マット・グロッソ州	1,369,769	16,570	1.2%	2,078,073	29,677	1.4%	3,526,220	62,111	1.8%
合計	119,009,778	985,447	0.8%	169,872,853	1,408,493	0.8%	211,755,692	1,872,830	0.9%
備考	2020年時点の在留邦人数							49,689	
	総人口（日系・在留邦人）							1,922,519 *	



- ブラジルにおける日系人と在留邦人の合計は、2020年までに約190万人であり、2022年段階では約200万人と推定されている
- ブラジル総人口に占める日系人と在留邦人の割合は約1%
- サンパウロ州における日系人の人口（約73万人）はブラジル全体の約40%を占める

その他留意点

- ブラジルにおける日系人の人口は、学術研究の論文や各種報告書、ブラジル・日本研究センターなどでも、総人口は約200万人であると推定されている。なお、直近の国勢調査では、日系人を特定するような統計は公表されていない。
- 日系4世、5世等、厳密に人口を推計することは難しい。

*今回の推計にあたっては、Kaizo Iwakami Beltrao（ブラジル地理統計院統計化学大学教授）、Sonoe Sugahara（同統計院研究員）、近田亮平（地域研究センター副主任研究員）による論文「日系ブラジル人の特色の変化」を参照

出所）IBGE,「ラテン・アメリカレポート Vol. 25 No.2」*, NRIA Analysis

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 2-1. 市場概況

2026年に見込まれるブラジル最大の食品市場は、日本と同じく肉類。

■ ブラジルの市場規模で上位10位の食料品目は、すべてプラス成長の見込み。一方で、日本では、マイナス成長のマーケットも存在している。

ブラジルの食品及び飲料関連商品上位10位（市場規模別）（米ドル）

順位	商品	市場規模 (百万米ドル)			CAGR (2008年- 2026年)
		2008年	2022年	2026年 (予測)	
1	肉	69,396	77,040	115,018	2.8%
2	果物	23,462	28,385	41,983	3.2%
3	パン、焼き菓子	19,128	24,952	38,747	4.0%
4	乳製品	21,328	22,853	33,235	2.4%
5	ビール	5,943	15,680	31,900	9.7%
6	野菜	11,282	15,538	24,710	4.4%
7	根菜類	7,102	10,311	16,062	4.6%
8	魚、海鮮	6,178	9,262	14,693	4.9%
9	炭酸飲料	8,070	9,325	13,738	3.0%
10	米、パスタ、麺類	6,730	8,403	11,742	3.1%

*2026年時点の順位

CAGR（Compound annual growth rate）：年平均成長率

出所）ユーロモニター

日本の食品及び飲料関連商品上位10位（市場規模別）（米ドル）

順位	商品	市場規模 (百万米ドル)			CAGR (2008年- 2026年)
		2008年	2022年	2026年 (予測)	
1	肉	35,093	37,120	47,467	1.6%
2	加工肉、加工 海鮮、代替肉	49,016	38,748	40,162	-1.1%
3	野菜	34,578	32,091	37,046	0.3%
4	パン、焼き菓子	29,454	24,515	27,077	-0.4%
5	インスタント食品、 スープ	19,330	22,428	25,189	1.4%
6	乳製品	19,066	20,070	20,964	0.5%
7	米、パスタ、麺類	24,464	17,541	18,116	-1.6%
8	ビール	23,096	19,072	17,426	-1.5%
9	ソース、調味料	19,952	16,314	17,147	-0.8%
10	お菓子 (セイボリー系)	12,053	13,945	15,546	1.4%

出所）ユーロモニター

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 2-1. 市場概況

成長率が高い品目も日本とブラジルで異なる。ブラジルでは、エナジードリンクやインスタントティー、ビールなどドリンク関連が成長率の高い商品として上位にあがっている。

■ ブラジルにおけるビールは、前頁で示した市場規模と、本頁の成長見込みが共に高い数値の商品である。

ブラジルの食品及び飲料関連商品上位10位（年平均成長率別）（%）

順位	商品	市場規模 (百万米ドル)			CAGR (2008年- 2026年)
		2008年	2022年	2026年 (予測)	
1	エナジードリンク	149	809	1,867	15.0%
2	インスタントティー	128	610	1,075	12.5%
3	ビール	5,943	15,680	31,900	9.7%
4	インスタントコーヒー	1	3	5	9.1%
5	ボトルウォーター	1,492	3,735	5,508	7.5%
6	フルーツジュース	1,860	4,047	6,272	6.9%
7	スポーツドリンク	171	231	554	6.7%
8	インスタント食品、 スープ	1,058	2,092	3,044	6.0%
9	インスタントドリンク	207	349	559	5.6%
10	ワイン	2,060	2,926	5,377	5.4%

CAGR（Compound annual growth rate）：年平均成長率

出所）ユーロモニター

日本の食品及び飲料関連商品上位10位（年平均成長率別）（%）

順位	商品	市場規模 (百万米ドル)			CAGR (2008年- 2026年)
		2008年	2022年	2026年 (予測)	
1	シリアル食品	272	744	869	6.6%
2	インスタントドリンク	2,094	5,585	6,481	6.4%
3	植物性乳製品	386	1,068	1,171	6.3%
4	サイダー（酒）	9	22	25	5.5%
5	ボトルウォーター	4,475	7,513	8,642	3.7%
6	食用油	1,048	1,635	1,945	3.5%
7	エナジードリンク	1,696	2,627	2,929	3.0%
8	ナッツ類	255	339	423	2.8%
9	アイスクリーム	5,209	6,638	7,270	1.8%
10	加工果物、 加工野菜	1,958	2,363	2,731	1.8%

出所）ユーロモニター

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 2-1. 市場概況

ブラジルでは、国産品、輸入品共に様々な価格帯の商品が展開されている。

ブラジルの食品及び飲料関連商品上位10位の、ブラジル市場における価格帯（国産・輸入）

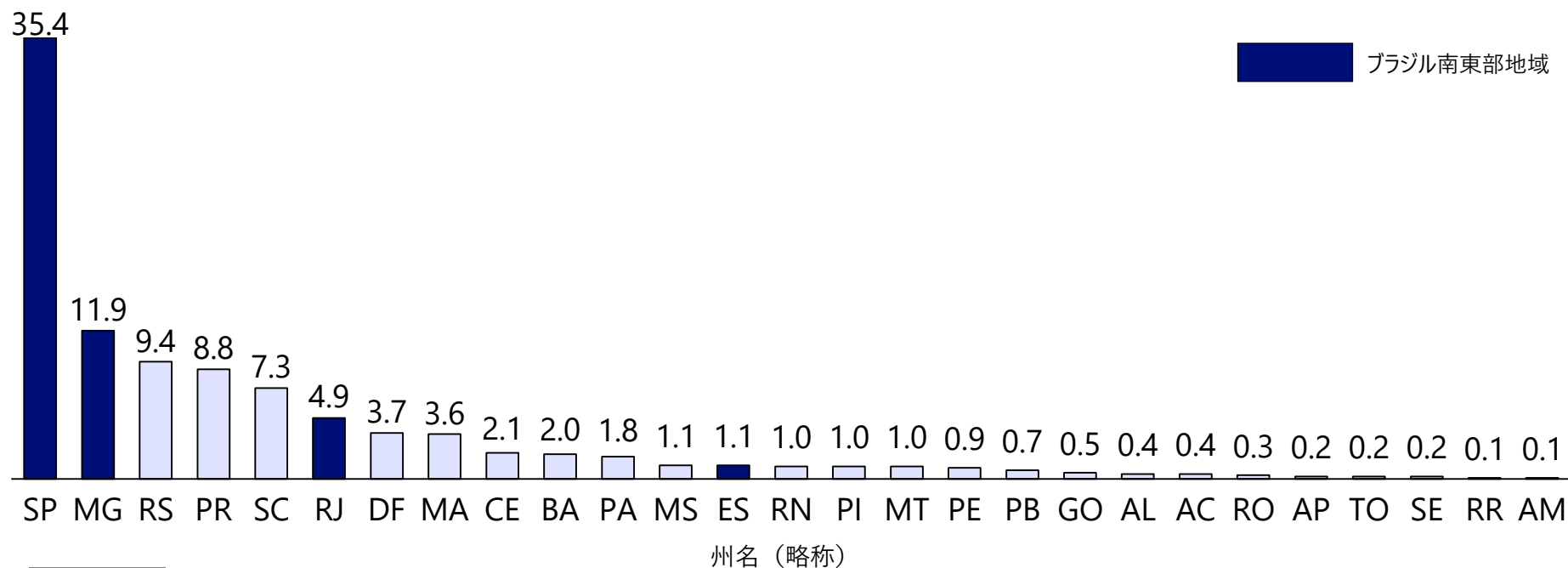
	品目	ブラジルスーパー平均価格(米ドル)		
		国内産	輸入品	単位
1	肉	\$5-\$25	\$7-\$25	Kg
2	果物	\$0.5-\$5	\$4-\$50	Kg
3	パン、焼き菓子	\$6-\$12	\$6-\$15	Kg
4	乳製品	\$1.5-\$8	\$1.5-\$10	L
5	ビール	\$0.6-\$1.8	\$1-\$5.5	350 ml 缶
6	野菜	\$0.5-1.2	N/A*	Kg
7	根菜類	\$0.6-\$1.8	\$0.6-\$1.8	Kg
8	魚、海鮮	\$7-25	\$7-\$40	Kg
9	炭酸飲料	\$0.3-\$1	\$1-\$2.5	350 ml 缶
10	米、パスタ、麺類	\$1.5-\$3	\$1.5-\$6	Kg

*輸入野菜は確認できなかった

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 2-1. 市場概況

ブラジルでは、小売業の主要市場はサンパウロ州であり、南東部地域を構成するミナス・ジェライス州、リオ・デ・ジャネイロ州、エスピリト・サント州を合わせた市場規模は国全体の半数を超える。

ブラジルにおける州別の小売業売上シェア（2021）（％）



州名

Sao Paulo (SP), Minas Gerais (MG), Rio Grande do Sul (RS), Parana (PR), Santa Catarina (SC), Rio de Janeiro (RJ), Distrito Federal (DF), Maranhao (MA), Ceara (CE), Bahia (BA), Para (PA), Mato Grosso do Sul (MS), Espirito Santo (ES), Rio Grande do Norte (RN), Piaui (PI), Mato Grosso (MT), Pernambuco (PE), Paraiba (PB), Goias (GO), Alagoas (AL), Acre (AC), Rondonia (RO), Amapa (AP), Tocantins (TO), Sergipe (SE), Roraima (RR), Amazonas (AM).

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 2-1. 市場概況

輸入日本食品を扱う専門店等も存在するが、
小売全体では外資大手や現地小売チェーン店の浸透度が高い。

- Carrefourに加え、小売大手の2位のAssaiや3位のGrupo Pao de Acucar, DMA Distribuidora等は、フランス系小売の資本が投入されている。
- 大手小売でも日本食品を扱うが、多くはブラジル国産の日本食品である模様。

ブラジル現地の主要小売店（上位10位）（2021）

会社名	本社所在地	売上 (億米ドル)	シェア (%)	店舗 数
 Carrefour	Sao Paulo	150	13.3	548
 Assai	Sao Paulo	84	7.5	212
 GPA	Sao Paulo	54	4.7	809
 Grupo Mateus	Maranhao	33	2.9	202
 Supermercados BH	Minas Gerais	21	1.8	243
 Grupo Muffato	Parana	20	1.7	80
 SDB Comercio	Sao Paulo	18	1.6	75
 Cencosud	Sao Paulo	17	1.5	202
 DMA Distribuidora	Minas Gerais	12	1.1	180
 Companhia Zaffari	Rio Grande do Sul	12	1.0	38

輸入日本食材を扱う主な小売店

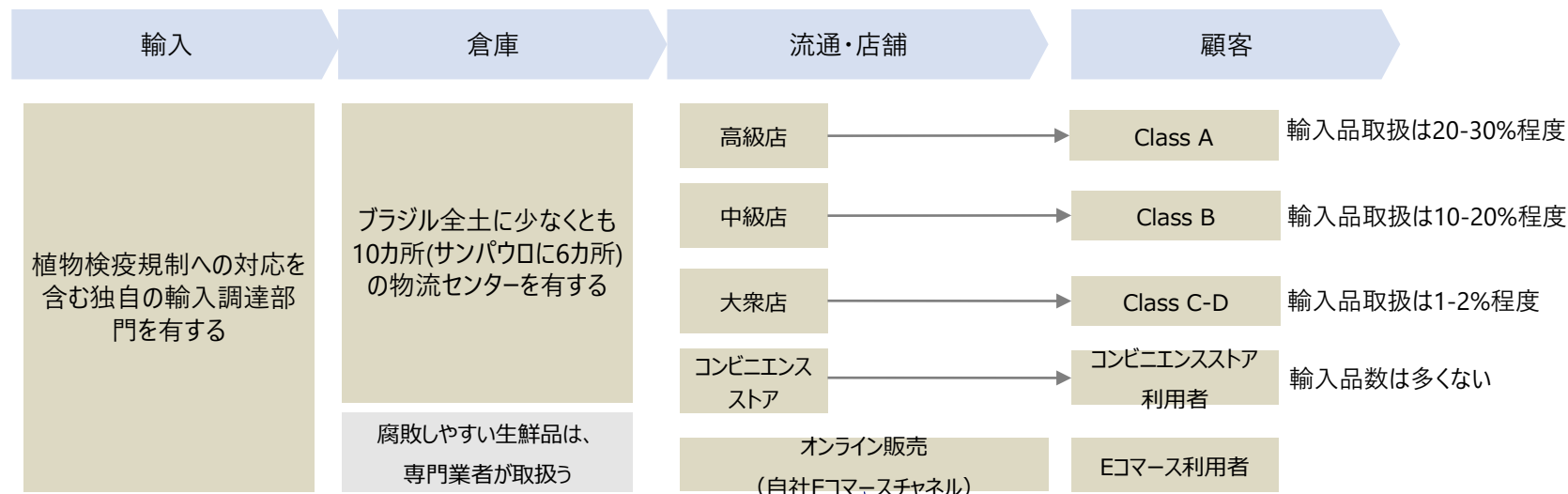
店舗名	備考
Casa Santa Luzia	高級スーパー、輸入品を多く扱い、日本製品も散見される、Eコマース店舗も展開
Marukai	サンパウロ市内で最も日本食品店が集中しているリベルダーデ地区に立地する日本食材専門店、自社輸入も実施。コンビニの2-3倍ほどの規模で展開
Casa Bueno	
HIROTA	日本からの輸入食品も扱うスーパーマーケットに加え、コンビニタイプの店舗など、約40店舗以上*の店舗を展開、Eコマース店舗も展開
Shibata Supermercados	サンパウロ市外を中心にスーパーマーケットを計28店舗展開。スーパーマーケット以外にも、ホーム＆ギフト店なども展開、Eコマース店舗も展開

*農林水産省「海外における日本産食材サポーター店舗一覧（小売店）」に掲載されている店舗数

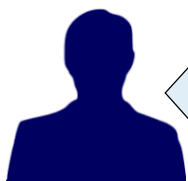
2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 2-1. 市場概況

参考) ある大手小売店では、独自の物流倉庫を持ち、嗜好や購買力の異なるターゲット顧客に対応するため、4種類の店舗とオンライン販売チャネルで展開している。

現地小売店の流通構造（現地小売店Aのケース）



ブラジルでは、現在、ほとんどのスーパーマーケットがEコマース、大型小売店、コンビニエンスストア、デリバリーに注力している。



現地小売店A

COVID-19の流行以降、A社のオンライン販売は60%増加し、複数の配送業者と提携し、Eコマースチャネルを構築

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 2-1. 市場概況

参考) 日本食品を現地小売店へ展開していくためには、
価格や品質に加えて、プロモーションや店員教育へのコミットメントが求められる可能性がある。

輸入品の調達に対する現地小売店の考え方

輸入食品調達時に考慮するポイント：

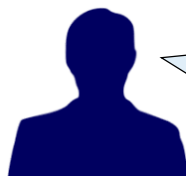
- ・ 【価格】ターゲット顧客の価格帯に確実にマッチしていること
- ・ 【品質】品質が安定していること、利便性（惣菜等）
- ・ 【プロモーション】テレビ、SNSなどのマーケティングチャネルを活用した商品紹介
- ・ 【店員教育へのコミット】購入客に新商品を紹介・説明する店員の教育

当社はフランス資本であるため、クッキーや焼き菓子など、輸入品の大半はフランスから輸入される。（他の輸入品の調達については、価格やターゲットが明確であれば調達可能性はある）。



現地小売店A

日本食品の輸入販売促進のためには、小売店に対し、ターゲット顧客を明確にするだけでなく、その商品の収益性も合わせて提示する必要がある。また、賞味期限や想定されるマージンなども考慮する必要がある。



現地小売店B

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 2-1. 市場概況

参考) 緑茶、パックご飯、米菓に関するトレンド等

ブラジルにおける緑茶、パックご飯、米菓に関するトレンド等と販売チャネルの概況

	緑茶	パックご飯	米菓
当該品目に関するトレンド等	- ブラジルはコーヒーの生産・輸出大国であり、国内消費も多い。 - 近年は、「テマケリア」と呼ばれる手巻き寿司店で緑茶が提供されることもあり、以前に比べて、ブラジル人が緑茶に触れる機会が増えてきている。 - こうしたことから、近年、緑茶に対する関心も高まっており、緑茶の消費量も増加している。日本人社会が発達しているブラジルでは現地産の緑茶は昔からあるが、最近では、緑茶の楽しみ方も多様化してきている。水やお湯に溶かして飲む粉末状や顆粒状のインスタント緑茶も増加している。これらは、飲むだけでなくお菓子の風味付けとしても利用される。 - また、健康志向の高まりによって、緑茶は一層注目されてきている。	- ブラジルでは、米（長粒米）を主食としており、ほとんどの人が毎日1～2回、豆と共に食している。 - 小売店では寿司と並んでおにぎりや、おにぎりを作る容器なども売れているといい、日本式の米の食べ方の広がりが見える。 - 現状、パックご飯は、主に日本人駐在員等が購入している。 2019年には、サンパウロ日本祭り等において、パックご飯を活用したおにぎりづくりなどのプロモーションイベントが実施され、現地ブラジル人からも好評を得ていた。	- ブラジルでは、チョコレートやビスケット、アイスクリームなど、甘いお菓子を老若男女問わずよく食べ、ポテトチップスなどのスナック菓子も人気。 - せんべいやあられなどは米菓は、これまで食べなれてきた菓子とは全く異なる食感、味付けの菓子となっている。 - 柿の種、あられ等が売れ筋商品となっており、特に若者が購入している。硬い、醤油などの昔ながらのせんべいはあまり売れず、砂糖を使ったもの、チーズ味などのバリエーションが好まれる。 - 近年は、ポテトチップスなどのカロリー、油分を気にするブラジル人が米菓を嗜好する兆候も見られ、グルテンフリーなど健康志向も高まってきている。 2022年に実施されたパネル調査では、米菓（あられ）等はほとんど認知されていなかったものの、試食結果は好評であり、現地価格よりも高い価格でも購入を希望する者もいた。
販売チャネル	主に日系・アジア系の食材専門店だけでなく、現地小売店でも広く販売されている。	パックご飯は主に日系・アジア系の食材専門店を通じて店頭販売されている。	主に日系・アジア系の食材専門店を通じて店頭販売されている。少数ではあるが、現地産の類似製品が現地小売店で販売されているケースも存在。

1. 事業概要

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態

2-1. 市場概況

2-2. （参考）輸出上の留意点

3. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策

4-1. 対応策の検討

4-2. Eコマースについて

5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態

5-1. 市場概況

5-2. （参考）輸出上の留意点

6. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

7. 日本企業及び中南米企業を対象とした、輸出等拡大に関するフォーラム等の開催

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 2-2. (参考) 輸出上の留意点

参考) 輸出に向けたステップと留意点

認定・認証
取得

事前審査

ライセンス登録

ラベル検査

書類準備

運送

通関届け出

税金納付

検疫審査

認定・認証の取得(全品目共通)

輸入時に取得できる認定・認証及び取得すべき認定・認証にかかる制度

認定・認証名	認証区分	強制有無	発行機関	認証ラベル	手続き	提出書類	平均取得期間
登録を免除された製品の輸入通知 ("Comunicação de Importação de Produtos Dispensados da Obrigatoriedade de Registro")	連絡/通知	強制	輸入前の地方保健当局(VISA)	なし	お茶等登録が免除されている食品は、輸入通知の提出時にビザで正規化する必要がある。 その際、会社の資本規模に応じて R\$ 175.72 ~ R\$ 3,514.32 の手数料も支払う必要がある。	ANVISAで決議された雛型に準拠した提出フォーム(※食品規制を改定及び統合する学術理事会決議(RDC)第22/2000決議書類 http://antigo.anvisa.gov.br/documentos/10181/2718376/%281%29RDC_22_2000_.pdf/01aa8c82-3f0c-4dc2-8d64-b80286fa7c8b の添付I及びII参照)。 (地方保健当局(VISA)の裁量により、他の書類が要求される場合あり)	なし 輸入は、通知の提出時に承認される。

留意点

- 法的な観点での影響はなし。もっとも、関連する業者等へのインタビューによって認識できる内容がある可能性がある。
- 食品規制を改定及び統合する学術理事会決議(RDC)第22/2000号及び第23/2000号が間もなく更新される予定であるため、ここでの記載に変更が生じる可能性がある。

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 2-2. (参考) 輸出上の留意点

参考) 輸出に向けたステップと留意点

認定・認証
取得

事前審査

ライセンス登録

ラベル検査

書類準備

運送

通関届け出

税金納付

検疫審査

事前審査

緑茶

輸入前の事前審査制度

適用規制	➢ 政令第6.268/2007号(https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6268.htm)により規制される法律第9.972/2000号 (https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9972.htm) ➢ 規範的規則第39/2017号 (https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-pecuarios/produtos-veterinarios/legislacao-1/instrucoes-normativas/instrucao-normativa-sda-mapa-no-39-de-27-11-2017.pdf/view) –農産物の国際貿易及び輸送に関する規則と手続きについて規定。 ➢ 規範的規則第49/2019号 (https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/legislacao-1/normativos-cgqv/importacao/IN_49_2019Classificacaodeprodutoimportado.pdf/view) –輸入された植物製品の分類を規制。 ➢ 食品規制を改定及び統合する学術理事会決議(RDC)第81/2008号 (http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/2718376/%287%29RDC_81_2008_COMP.pdf/09e6169e-d869-4d34-bb49-d55ac84e83f1)–健康監視目的の商品及び輸入製品の技術規則を規定。 ➢ 食品規制を改定及び統合する学術理事会決議第(RDC)23/2000号 (http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/2718376/RDC_23_2000_COMP.pdf/6c73b487-c1e7-4fcc-b753-0ad4382ab417) –食品分野に関連する製品の登録及び登録義務の免除。 ➢ 食品輸入マニュアル(https://www.gov.br/anvisa/pt-br/centraisdeconteudo/publicacoes/portos-aeroportos-e-fronteiras/guias-e-manuais/manual-de-analise-de-processo-de-importacao-de-alimentos_v-02_final.pdf)
担当機関	ブラジル国家衛生監督庁(ANVISA)、地方保健当局(VISA)、ブラジル農牧供給省(MAPA)/ 国際農業監視システム (VIGIAGRO)
提出書類	輸入ライセンス(SISCOMEX)、ブラジル国家衛生監督庁(ANVISA)における衛生検査等の手続を開始するための請願書(同庁に輸入製品が到着したことを通知する機能を持つ)、インボイス、船荷証券及び輸入業者の衛生ライセンス。当局の裁量により、その他の書類が要求される場合あり。
手続き	輸入の際、当局は、規制対象貨物については、その書類審査と検査を進める。 ANVISA – 輸入後、ANVISA は貨物の書類審査と検査を行う(検査は無作為に行われる)。 MAPA – 輸入後、MAPA は QC (品質管理)テストのためのサンプル収集を含む貨物の書類審査と検査を進める。 輸入前のその他検査は、原産地の規制に従って行われる。
費用	なし

留意点

- 輸入製品が検査基準に適合していない場合、検査にかかる時間やコストの高さ(当該製品の返送費用や保管費用が発生する)が原因で出荷が遅れる可能性がある。

参考) 輸出に向けたステップと留意点

認定・認証
取得

事前審査

ライセンス登録

ラベル検査

書類準備

運送

通関届け出

税金納付

検疫審査

事前審査

米菓

輸入前の事前審査制度

適用規制	- 食品規制を改定及び統合する学術理事会決議(RDC)第81/2008号 (http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/2718376/%287%29RDC_81_2008_COMP.pdf/09e6169e-d869-4d34-bb49-d55ac84e83f1)-健康監視目的の商品及び輸入製品の技術規則を規定。 - 食品規制を改定及び統合する学術理事会決議(RDC)第23/2000号 (http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/2718376/RDC_23_2000_COMP.pdf/6c73b487-c1e7-4fcc-b753-0ad4382ab417) -食品分野に関連する製品の登録及び登録義務の免除。 - 食品輸入マニュアル(https://www.gov.br/anvisa/pt-br/centraisdeconteudo/publicacoes/portos-aeroportos-e-fronteiras/guias-e-manuais/manual-de-analise-de-processo-de-importacao-de-alimentos_v-02_final.pdf)
担当機関	ブラジル国家衛生監督庁(ANVISA)及び地方保健当局(VISA)
提出書類	輸入ライセンス(SISCOMEX)、ブラジル国家衛生監督庁(ANVISA)における衛生検査等の手続を開始するための請願書(同庁に輸入製品が到着したことを通知する機能を持つ)、インボイス、船荷証券及び輸入業者の衛生ライセンス。ブラジル国家衛生監督庁(ANVISA)の裁量により、その他の書類が要求される場合あり。
手続き	輸入の際、当局は貨物の書類審査と検査を進める(検査は無作為に行われる)。輸入前のその他の検査は、原産地の規制に従って行われる。
費用	なし

留意点

- 輸入製品が検査基準に適合していない場合、検査にかかる時間やコストの高さ(当該製品の返送費用や保管費用が発生する)が原因で出荷が遅れる可能性がある。

参考) 輸出に向けたステップと留意点

認定・認証
取得

事前審査

ライセンス登録

ラベル検査

書類準備

運送

通関届け出

税金納付

検疫審査

事前審査

パックご飯

輸入前の事前審査制度

適用規制	- 食品規制を改定及び統合する学術理事会決議(RDC)第81/2008号 (http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/2718376/%287%29RDC_81_2008_COMP.pdf/09e6169e-d869-4d34-bb49-d55ac84e83f1)-健康監視目的の商品及び輸入製品の技術規則を規定。 - 食品規制を改定及び統合する学術理事会決議(RDC)第23/2000号 (http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/2718376/RDC_23_2000_COMP.pdf/6c73b487-c1e7-4fcc-b753-0ad4382ab417) -食品分野に関連する製品の登録及び登録義務の免除。 - 食品輸入マニュアル(https://www.gov.br/anvisa/pt-br/centraisdeconteudo/publicacoes/portos-aeroportos-e-fronteiras/guias-e-manuais/manual-de-analise-de-processo-de-importacao-de-alimentos_v-02_final.pdf)
担当機関	ブラジル国家衛生監督庁(ANVISA)及び地方保健当局(VISA)
提出書類	輸入ライセンス(SISCOMEX)、ブラジル国家衛生監督庁(ANVISA)における衛生検査等の手続を開始するための請願書(同庁に輸入製品が到着したことを通知する機能を持つ)、インボイス、船荷証券及び輸入業者の衛生ライセンス。ブラジル国家衛生監督庁(ANVISA)の裁量により、その他の書類が要求される場合あり。
手続き	輸入の際、当局は貨物の書類審査と検査を進める(検査は無作為に行われる)。輸入前のその他の検査は、原産地の規制に従って行われる。
費用	なし

留意点

- 輸入製品が検査基準に適合していない場合、検査にかかる時間やコストの高さ(当該製品の返送費用や保管費用が発生する)が原因で出荷が遅れる可能性がある。

参考) 輸出に向けたステップと留意点

認定・認証
取得

事前審査

ライセンス登録

ラベル検査

書類準備

運送

通関届け出

税金納付

検疫審査

ライセンス登録(全品目共通)

輸入前のライセンス登録制度

適用規制	➤ 政令第986/1969号(https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0986.htm)-基本的な食品基準を確立。 ➤ 食品規制を改定及び統合する学術理事会決議(RDC)第23/2000号(http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/2718376/RDC_23_2000_COMP.pdf/6c73b487-c1e7-4fcc-b753-0ad4382ab417) -食品の正規化の基本手順のガイドを規定。 ➤ 食品規制を改定及び統合する学術理事会決議(RDC)第81/2008号(http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/2718376/%287%29RDC_81_2008_COMP.pdf/09e6169e-d869-4d34-bb49-d55ac84e83f1)-健康監視目的の商品及び輸入製品の技術規則を規定。 ➤ 食品規制を改定及び統合する学術理事会決議(RDC)第153/2017号(http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/2922152/%281%29RDC_153_2017_COMP.pdf/6deb5f6e-0a23-4e06-b876-fd90e513de0c)-認可目的で、衛生監視の対象となる経済活動のリスクの程度のカテゴリを提供し、その他の規定を作成。 ➤ 食品輸入マニュアル(https://www.gov.br/anvisa/pt-br/centraisdeconteudo/publicacoes/portos-aeroportos-e-fronteiras/guias-e-manuais/manual-de-analise-de-processo-de-importacao-de-alimentos_v-02_final.pdf)
担当機関	地方保健当局(VISA)と関連する専門委員会
提出書類	➤ 操業のための許可 (LF) - 施設が食品の輸入活動を行うことを許可する、地方保健当局(VISA) によって発行されたライセンス。 ➤ 関連する専門委員会と輸入業者の責任技術者の登録

留意点

- 法的な観点での影響はなし。もっとも、関連する業者等へのインタビューによって認識できる内容がある可能性がある。

参考) 輸出に向けたステップと留意点

認定・認証
取得

事前審査

ライセンス登録

ラベル検査

書類準備

運送

通関届け出

税金納付

検疫審査

ライセンス登録(全品目共通)

輸入前のライセンス登録制度

手続き	上記提出書類を取得する手順は、地方自治体によって発行された規制によって異なる(つまり、輸入業者の施設がどこにあるかによって異なる)。通常、操業のための許可(LF)の発行にあたっては、適用される運用上及び技術上の要件への準拠を確認するために、輸入業者の施設の事前検査が必要であることに注意。
費用	地方自治体によって発行された規制によって異なる。
発効日	当該書類の発行状況によって異なる。

留意点

- 法的な観点での影響はなし。もっとも、関連する業者等へのインタビューによって認識できる内容がある可能性がある。

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 2-2. (参考) 輸出上の留意点

参考) 輸出に向けたステップと留意点

認定・認証
取得

事前審査

ライセンス登録

ラベル検査

書類準備

運送

通関届け出

税金納付

検疫審査

ラベル検査

緑茶

食品ラベル管理規定

適用規制	- 政令第986/1969号(https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0986.htm)-基本的な食品基準を確立。 - 食品規制を改定及び統合する学術理事会決議(RDC)第727/2022号(http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/6503668/%281%29RDC_727_2022_COMP.pdf/8167fbac-395a-4189-ab43-024e4d3aa667)-包装された食品の表示。 - 食品規制を改定及び統合する学術理事会決議(RDC)第716/2022号(http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/6503628/%281%29RDC_716_2022_COMP.pdf/29dd2f19-7c70-497b-9b6d-686f31ea6e97)-コーヒー、大麦、紅茶、マテ茶、スパイス、調味料、ソースの衛生要件を規定。
ラベル表記項目	- 包装された食品のラベルには、以下の情報を、適切なサイズの文字で、強調し、かつ、可視的に表示しなければならない。別段の指定がない限り、文字と数字の最小サイズは1ミリメートル(mm)。 a. 販売価格 b. 原材料のリスト c. 食物アレルギーを引き起こす主な食物に関する警告 d. 乳糖に関する警告 e. 新製法 f. 食品添加物の使用に関する警告 g. 英表成分表示 (食品規制を改定及び統合する学術理事会決議(RDC)第429/2020号(http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/3882585/%283%29RDC_429_2020_COMP.pdf/0742a12f-b8d4-4c9d-9312-1853e8b2b0b0参照) h. 内容物の容量 i. 原産地の識別情報 j. ロットの識別情報 k. 消費期限 l. 必要に応じて、食品の保管、準備、及び使用に関する指示 m. 特定の基準で要求されるその他の情報 (グルテンフリーか否か等)。 n. 原材料のリストのうちお茶に使用される植物の一般的な名称と当該植物の部分の表示 o. カフェイン抜き製の製品の場合、販売価格の横に「カフェイン抜き」という表示 p. 医学的な表示、治療目的の表示又は乳児向けの表示を含めることはできない。
表示言語	上記の情報は、他の言語の文章の存在に影響を与えることなく、ポルトガル語で記載する必要がある。

留意点

- 法的な観点での影響はなし。もっとも、関連する業者等へのインタビューによって認識できる内容がある可能性がある。

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 2-2. (参考) 輸出上の留意点

参考) 輸出に向けたステップと留意点

認定・認証
取得

事前審査

ライセンス登録

ラベル検査

書類準備

運送

通関届け出

税金納付

検疫審査

ラベル検査

食品ラベル承認プロセス

食品ラベル承認プロセス

食品表示固有の承認プロセスは存在しない。食品表示は、輸入通知の提出時等ラベルの雛型が輸入に関する手続の中で地方保健当局(VISA)に提出されたとき、常に地方保健当局(VISA)の分析と監督の対象となり得る。

食品ラベルのサンプル

実際の食品表示の画像



表示項目

- 販売価格
- 原材料のリスト
- 食物アレルギーを引き起こす主な食物に関する警告
- 乳糖に関する警告
- 新製法
- 食品添加物の使用に関する警告
- 栄養成分表示食品規制を改定及び統合する学術理事会決議(RDC)第429/2020号
http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/3882585/%283%29RDC_429_2020_COMP.pdf/0742a12f-b8d4-4c9d-9312-1853e8b2b0b0参照)
- 内容物の容量
- 原産地の識別情報
- ロットの識別情報
- 消費期限
- 必要に応じて、食品の保管、準備、及び使用に関する指示
- 特定の基準で要求されるその他の情報 (グルテンフリーが否か等)
- 原材料のリストのうちお茶に使用される植物の一般的な名称と当該植物の部分の表示
- カフェイン抜きの場合、販売価格の横に「カフェイン抜き」という表示
- 医学的な表示、治療目的の表示又は乳児向けの表示を含めることはできない。

留意点

- 法的な観点での影響はなし。もっとも、関連する業者等へのインタビューによって認識できる内容がある可能性がある。

緑茶

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 2-2. (参考) 輸出上の留意点

参考) 輸出に向けたステップと留意点

認定・認証
取得

事前審査

ライセンス登録

ラベル検査

書類準備

運送

通関届け出

税金納付

検疫審査

ラベル検査

米菓

食品ラベル管理規定

適用規制	➤ 政令第986/1969号(https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0986.htm)-基本的な食品基準を確立。 ➤ 食品規制を改定及び統合する学術理事会決議(RDC)第727/2022号(http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/6503668/%281%29RDC_727_2022_COMP.pdf/8167fbac-395a-4189-ab43-024e4d3aa667)-包装された食品の表示。
ラベル表記項目	➤ 包装された食品のラベルには、以下の情報を、適切なサイズの文字で、強調し、かつ、可視的に表示しなければならない。別段の指定がない限り、文字と数字の最小サイズは 1 ミリメートル (mm)。 a. 販売価格 b. 原材料のリスト c. 食物アレルギーを引き起こす主な食物に関する警告 d. 乳糖に関する警告 e. 新製法 f. 食品添加物の使用に関する警告 g. 英表成分表示(食品規制を改定及び統合する学術理事会決議(RDC)第429/2020号 http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/3882585/%283%29RDC_429_2020_COMP.pdf/0742a12f-b8d4-4c9d-9312-1853e8b2b0b0参照) h. 内容物の容量 i. 原産地の識別情報 j. ロットの識別情報 k. 消費期限 l. 必要に応じて、食品の保管、準備、及び使用に関する指示 m. 特定の基準で要求されるその他の情報 (グルテンフリーか否か等)。
表示言語	上記の情報は、他の言語の文章の存在に影響を与えることなく、ポルトガル語で記載する必要がある。

留意点

- 法的な観点での影響はなし。もっとも、関連する業者等へのインタビューによって認識できる内容がある可能性がある。

参考) 輸出に向けたステップと留意点

認定・認証
取得

事前審査

ライセンス登録

ラベル検査

書類準備

運送

通関届け出

税金納付

検疫審査

ラベル検査

米菓

食品ラベル承認プロセス

食品ラベル承認プロセス

食品表示固有の承認プロセスは存在しない。食品表示は、輸入通知の提出時等ラベルの雛型が輸入に関する手続の中で地方保健当局(VISA)に提出されたとき、常に地方保健当局(VISA)の分析と監督の対象となり得る。

食品ラベルのサンプル

実際の食品表示の画像



表示項目

- 販売価格
- 原材料のリスト
- 食物アレルギーを引き起こす主な食物に関する警告
- 乳糖に関する警告
- 新製法
- 食品添加物の使用に関する警告
- 栄養成分表示
- 内容物の容量
- 原産地の識別情報
- ロットの識別情報
- 消費期限
- 必要に応じて、食品の保管、準備、及び使用に関する指示
- 特定の基準で要求されるその他の情報 (グルテンフリーか否か等)

留意点

- 法的な観点での影響はなし。もっとも、関連する業者等へのインタビューによって認識できる内容がある可能性がある。

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 2-2. (参考) 輸出上の留意点

参考) 輸出に向けたステップと留意点

認定・認証
取得

事前審査

ライセンス登録

ラベル検査

書類準備

運送

通関届け出

税金納付

検疫審査

ラベル検査

パックご飯

食品ラベル管理規定

適用規制	➤ 政令第986/1969号(https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0986.htm)-基本的な食品基準を確立。 ➤ 食品規制を改定及び統合する学術理事会決議(RDC)第727/2022号(http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/6503668/%281%29RDC_727_2022_COMP.pdf/8167fbac-395a-4189-ab43-024e4d3aa667)-包装された食品の表示。
ラベル表記項目	➤ 包装された食品のラベルには、以下の情報を、適切なサイズの文字で、強調し、かつ、可視的に表示しなければならない。別段の指定がない限り、文字と数字の最小サイズは 1 ミリメートル (mm)。 a. 販売価格 b. 原材料のリスト c. 食物アレルギーを引き起こす主な食物に関する警告 d. 乳糖に関する警告 e. 新製法 f. 食品添加物の使用に関する警告 g. 英表成分表示(食品規制を改定及び統合する学術理事会決議(RDC)第429/2020号 http://antigo.anvisa.gov.br/documents/10181/3882585/%283%29RDC_429_2020_COMP.pdf/0742a12f-b8d4-4c9d-9312-1853e8b2b0b0参照) h. 内容物の容量 i. 原産地の識別情報 j. ロットの識別情報 k. 消費期限 l. 必要に応じて、食品の保管、準備、及び使用に関する指示 m. 特定の基準で要求されるその他の情報 (グルテンフリーか否か等)。
表示言語	上記の情報は、他の言語の文章の存在に影響を与えることなく、ポルトガル語で記載する必要がある。

留意点

- 法的な観点での影響はなし。もっとも、関連する業者等へのインタビューによって認識できる内容がある可能性がある。

参考) 輸出に向けたステップと留意点

認定・認証
取得

事前審査

ライセンス登録

ラベル検査

書類準備

運送

通関届け出

税金納付

検疫審査

ラベル検査

食品ラベル承認プロセス

食品ラベル承認プロセス

食品表示固有の承認プロセスは存在しない。食品表示は、輸入通知の提出時等ラベルの雛型が輸入に関する手続の中で地方保健当局(VISA)に提出されたとき、常に地方保健当局(VISA)の分析と監督の対象となり得る。

食品ラベルのサンプル

実際の食品表示の画像



表示項目

- 販売価格
- 原材料のリスト
- 食物アレルギーを引き起こす主な食物に関する警告
- 乳糖に関する警告
- 新製法
- 食品添加物の使用に関する警告
- 栄養成分表示
- 内容物の容量
- 原産地の識別情報
- ロットの識別情報
- 消費期限
- 必要に応じて、食品の保管、準備、及び使用に関する指示
- 特定の基準で要求されるその他の情報 (グルテンフリーか否か等)

留意点

- 法的な観点での影響はなし。もっとも、関連する業者等へのインタビューによって認識できる内容がある可能性がある。

パックご飯

参考) 輸出に向けたステップと留意点

認定・認証
取得

事前審査

ライセンス登録

ラベル検査

書類準備

運送

通関届け出

税金納付

検疫審査

書類準備

緑茶

通関に必要な書類

書類名	発行機関
船荷証券/航空貨物運送状	なし
プロフォームインボイス(ある場合)	なし
コマーシャルインボイス	なし
梱包明細書	なし
積荷目録	なし
輸入申告書	なし
納税証明書(必要な場合)	なし
輸入ライセンス*	輸入される製品の特性によって異なる政府機関(ブラジル国家衛生監督庁(ANVISA)/ブラジル農牧供給省(MAPA)等)が発行する。貿易システム統一ポータル(Siscomex Portal)に登録する必要がある。

*以下の製品の輸入取引には輸入許可が必要

(i) 自然乾燥によって製造された緑茶:ブラジル農牧供給省(MAPA)の承認が必要

(ii) 緑茶(人間が直接消費することを目的とした破片又は粉末の形状の植物):ブラジル国家衛生監督庁(ANVISA)の承認が必要

留意点

- 現在、輸入ライセンス取得の手続は改訂の過程にあり、改訂後は、「ライセンス・許可・認証・その他書類(LPCO)」の手続に置き換えられる予定。「ライセンス・許可・認証・その他書類(LPCO)」は貿易システム統一ポータル(Siscomex Portal)のモジュールであり、システムを簡素化し、官僚主義を削減し、貿易に関連する情報を一元化することを目的としている。
- 製品が国際協定の対象である場合、商品が特恵関税措置の恩恵を受けるために原産地証明書が必要になる場合があるが、そのような場合には該当しない。

参考) 輸出に向けたステップと留意点

認定・認証
取得

事前審査

ライセンス登録

ラベル検査

書類準備

運送

通関届け出

税金納付

検疫審査

書類準備

米菓・パックご飯

通関に必要な書類

書類名	発行機関
船荷証券/航空貨物運送状	なし
プロフォームインボイス(ある場合)	なし
コマーシャルインボイス	なし
梱包明細書	なし
積荷目録	なし
輸入申告書	なし
納税証明書(必要な場合)	なし
輸入ライセンス*	ブラジル国家衛生監督庁(ANVISA)の承認が必要。貿易システム統一ポータル(Siscomex Portal)に登録する必要あり。

留意点

- 現在、輸入ライセンス取得の手続は改訂の過程にあり、改訂後は、「ライセンス・許可・認証・その他書類(LPCO)」の手続に置き換えられる予定。「ライセンス・許可・認証・その他書類(LPCO)」は貿易システム統一ポータル(Siscomex Portal)のモジュールであり、システムを簡素化し、官僚主義を削減し、貿易に関連する情報を一元化することを目的としている。
- 製品が国際協定の対象である場合、商品が特惠関税措置の恩恵を受けるために原産地証明書が必要になる場合があるが、そのような場合には該当しない。

参考) 輸出に向けたステップと留意点

認定・認証
取得

事前審査

ライセンス登録

ラベル検査

書類準備

運送

通関届け出

税金納付

検疫審査

ライセンス・ラベル登録

緑茶

一般的な通関プロセス

現地における通関プロセス

- 通関プロセスは、輸入取引を裏付けるすべての書類を添付した輸入申告書 (DI) の登録から開始される。
- 製品によっては、輸入ライセンス取得又はライセンス・許可・認証・その他書類(LPCO)取得が必要になる場合がある(輸入ライセンスは1つの輸入申告書 (DI)に紐付けられているが、ライセンス・許可・認証・その他書類(LPCO) は複数の輸入申告書 (DI)と紐付けられている)。
- 輸入申告書 (DI)登録後、関税と税金を支払う必要がある。
- 関税と税金の支払後、税関において、輸入貨物の検査基準に基づき、数時間内に無作為のコンピューター操作で、4色(緑色、黄色、赤色、灰色)のうちの1つを区分として指定される。輸入申告書 (DI)が緑色の区分に指定された場合、商品は自動的にリリースされ検査なしで通関プロセス完了となるが、黄色、赤色又は灰色に指定された場合、商品は税務監査人によって検査される。税務監査人は、各区分毎に適用される検証手順を実行する。税関における検査が終了した後 (又は問題がない場合)、商品は税関によってリリースされる。

通関時に必要な書類

書類名	発行機関
船荷証券/航空貨物運送状	なし
プロフォーマインボイス(ある場合)	なし
コマーシャルインボイス	なし
梱包明細書	なし
積荷目録	なし
輸入申告書	なし
納税証明書(必要な場合)	なし
輸入ライセンス	輸入される製品の特性によって異なる政府機関(ブラジル国家衛生監督庁(ANVISA)/ブラジル農牧供給省(MAPA)等)が発行する。貿易システム統一ポータル(Siscomex Portal)に登録する必要がある。

留意点

- なし。

参考) 輸出に向けたステップと留意点

認定・認証
取得

事前審査

ライセンス登録

ラベル検査

書類準備

運送

通関届け出

税金納付

検疫審査

ライセンス・ラベル登録

米菓・パックご飯

一般的な通関プロセス

現地における通関プロセス

- 通関プロセスは、輸入取引を裏付けるすべての書類を添付した輸入申告書 (DI) の登録から開始される。
- 製品によっては、輸入ライセンス取得又はライセンス・許可・認証・その他書類(LPCO)取得が必要になる場合がある(輸入ライセンスは1つの輸入申告書 (DI)に紐付けられているが、ライセンス・許可・認証・その他書類(LPCO)は複数の輸入申告書 (DI)と紐付けられている)。
- 輸入申告書 (DI)登録後、関税と税金を支払う必要がある。
- 関税と税金の支払後、税関において、輸入貨物の検査基準に基づき、数時間内に無作為のコンピューター操作で、4色(緑色、黄色、赤色、灰色)のうちの1つを区分として指定される。輸入申告書 (DI)が緑色の区分に指定された場合、商品は自動的にリリースされ検査なしで通関プロセス完了となるが、黄色、赤色又は灰色に指定された場合、商品は税務監査人によって検査される。税務監査人は、各区分毎に適用される検証手順を実行する。税関における検査が終了した後(又は問題がない場合)、商品は税関によってリリースされる。

通関時に必要な書類

書類名	発行機関
船荷証券/航空貨物運送状	なし
プロフォーマインボイス(ある場合)	なし
コマーシャルインボイス	なし
梱包明細書	なし
積荷目録	なし
輸入申告書	なし
納税証明書(必要な場合)	なし
輸入ライセンス	ブラジル国家衛生監督庁(ANVISA)の承認が必要。貿易システム統一ポータル(Siscomex Portal)に登録する必要がある。

留意点

- なし。

参考) 輸出に向けたステップと留意点

認定・認証
取得

事前審査

ライセンス登録

ラベル検査

書類準備

運送

通関届け出

税金納付

検疫審査

税金納付(全品目共通)

日本からブラジルに輸出する際に係る諸税の概要

- ブラジルにおける消費課税は複数存在し、かつ多段的に課税される形式となっており、複雑な税体系と言われている。
- 輸入の際に考慮すべき主な税金の種類は以下の通り。

税金の種類		概要
連邦税	輸入税 (II)	外国商品や生産物がブラジルに輸入される際に発生する連邦税である。輸入品価額に運賃と保険料 (CIF) を加えた外貨額を国内通貨に換算した金額をもとに算出される。税率は、メルコスール共同市場加盟国間か否かによって大きく異なり、メルコスール共同市場加盟国間の場合は 85%の品目が 0%となっている。
	工業製品税 (IPI)	工業製品税は輸入工業製品の通関時および製造施設・製造施設と見なされる場所からの工業製品の搬出時に製造品に対して課税される税。半製品も製造品に含まれる点に注意が必要。
	社会統合基金 (PIS)	COFINS と同様、税法上の法人の売上高やサービス及び物品の輸入の際に発生する連邦税に準ずるもの。
	社会保険融資負担金 (COFINS)	法人売上に対する社会負担金。税法上の法人の売上高、サービス及び物品の輸入の際に発生する連邦税に準ずるもの。
州税	商品流通税 (ICMS)	商品流通サービス税は、製造者・商業者・農産物生産者が行う商品・製品・生産物の流通に対し課税する州税。

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 2-2. (参考) 輸出上の留意点

参考) 輸出に向けたステップと留意点

認定・認証
取得

事前審査

ライセンス登録

ラベル検査

書類準備

運送

通関届け出

税金納付

検疫審査

税金納付

緑茶

対象品目に適用される関税率

NCMコード(輸 出入税率統計 品目番号)	区分	現在の 関税率	標準の関 税率
0902.10.00	緑茶(発酵させていないもの)で、 内容量が3kgを超えない即時 包装のもの	8%*	10%*
0902.20.00	その他の緑茶(発酵させていない もの)	8%*	10%*

関税以外の諸税

NCMコード(輸 出入税率統計 品目番号)	名称	税率
0902.10.00 0902.20.00	社会統合基金(PIS)	2.1%
0902.10.00 0902.20.00	社会保険融資負担金 (COFINS)	9.65%
0902.10.00 0902.20.00	商品流通サービス税(ICMS)	商品の輸入先の州に応じて、 17 ~ 19%
0902.10.00 0902.20.00	商船隊更新追加税 (AFRMM)	8%

税率確認方法

団体・サイト名	URL
メルコスール対外共通関税 (TEC)/貿易審議運営実行委員会 (Gecex)決議第272/2021号	https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-gecex-n-272-de-19-de-novembro-de-2021-362755288
貿易審議運営実行委員会(Gecex)決議第269/2021号	https://www.in.gov.br/web/dou/-/resolucao-gecex-n-269-de-4-de-novembro-de-2021-357327000
貿易審議運営実行委員会(Gecex)決議第353/2022号	https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-gecex-n-353-de-23-de-maio-de-2022-402126532
社会統合基金(PIS)/社会保険融資負担金(COFINS) -法律第10.865/2004号、第7条第1項	http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/l10.865compilado.htm
商船隊更新追加税(AFRMM) -法律第10.893/2004号、第6条第1項	http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2004/Lei/L10.893.htm#art6

留意点

- *関税率は、2023年12月31日まで一時的かつ例外的に10%から8%に引き下げられる。

参考) 輸出に向けたステップと留意点

認定・認証
取得

事前審査

ライセンス登録

ラベル検査

書類準備

運送

通関届け出

税金納付

検疫審査

税金納付

米菓

対象品目に適用される関税率

NCMコード(輸 出入税率統計 品目番号)	区分	現在の 関税率	標準の関 税率
1905.90.20	パン、パストリー、ケーキ、ビスケット及びその他の製パン製品(カカオを含むか否かは問わない)、薄型ウエハース、製菓用途のオブラート、シーリングウエハース、ライスペーパー及び類似の製品。 - クッキーとクラッカー	14.4%*	18%*

関税以外の諸税

NCMコード(輸 出入税率統計 品目番号)	名称	税率
1905.90.20	社会統合基金(PIS)	2.1%
1905.90.20	社会保険融資負担金(COFINS)	9.65%
1905.90.20	商品流通サービス税(ICMS)	商品の輸入先の州に応じて、17 ~ 19%
1905.90.20	商船隊更新追加税(AFRMM)	8%

税率確認方法

団体・サイト名	URL
メルコスール対外共通関税(TEC)/貿易審議運営実行委員会(Gecex)決議第272/2021号	https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-gecex-n-272-de-19-de-novembro-de-2021-362755288
貿易審議運営実行委員会(Gecex)決議第269/2021号	https://www.in.gov.br/web/dou/-/resolucao-gecex-n-269-de-4-de-novembro-de-2021-357327000
貿易審議運営実行委員会(Gecex)決議第353/2022号	https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-gecex-n-353-de-23-de-maio-de-2022-402126532
社会統合基金(PIS)/社会保険融資負担金(COFINS) -法律第10.865/2004号、第7条第1項	http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/l10.865compilado.htm
商船隊更新追加税(AFRMM) -法律第10.893/2004号、第6条第1項	http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2004/Lei/L10.893.htm#art6

留意点

- *関税率は、2023年12月31日まで一時的かつ例外的に18%から14.4%に引き下げられる。

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 2-2. (参考) 輸出上の留意点

参考) 輸出に向けたステップと留意点

認定・認証
取得

事前審査

ライセンス登録

ラベル検査

書類準備

運送

通関届け出

税金納付

検疫審査

税金納付

パックご飯

対象品目に適用される関税率

NCM コード(輸 出入税率統計 品目番号)	区分	現在の 関税率	標準の関 税率
1904.90.00	穀物又はコーンフレーク等の穀物製 品を膨張又は焙煎して得られる調 理済み食品。粒状、フレーク状又 はその他加工がされたトウモロコシ以 外の穀物であって(小麦粉、ひき割り 穀物、ミールを除く)、事前に調理又 はその他の方法により製造されたも ので、他の項目において規定又は 含まれないもの －その他	12.8%*	16%*

関税以外の諸税

NCM コード(輸 出入税率統計 品目番号)	名称	税率
1904.90.00	社会統合基金(PIS)	2.1%
1904.90.00	社会保険融資負担金 (COFINS)	9.65%
1904.90.00	商品流通サービス税(ICMS)	商品の輸入先の州に応じ て、17 ~ 19%
1904.90.00	商船隊更新追加税 (AFRMM)	8%

税率確認方法

団体・サイト名	URL
メルコスール対外共通関税 (TEC)/貿易審議運営実行委員会 (Gecex)決議第272/2021号	https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-gecex-n-272-de-19-de-novembro-de-2021-362755288
貿易審議運営実行委員会(Gecex)決議第269/2021号	https://www.in.gov.br/web/dou/-/resolucao-gecex-n-269-de-4-de-novembro-de-2021-357327000
貿易審議運営実行委員会(Gecex)決議第353/2022号	https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-gecex-n-353-de-23-de-maio-de-2022-402126532
社会統合基金(PIS)/社会保険融資負担金(COFINS) －法律第10.865/2004号、第7条第1項	http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/l10.865compilado.htm
商船隊更新追加税(AFRMM) －法律第10.893/2004号、第6条第1項	http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2004/Lei/L10.893.htm#art6

留意点

- *関税率は、2023年12月31日まで一時的かつ例外的に16%から12.8%に引き下げられる。

参考) 輸出に向けたステップと留意点



検疫審査(検疫プロセス)

緑茶

動・植物検疫プロセス

動・植物検疫プロセス

参考までに、植物由来製品の検疫には次の手順が含まれる。

- 輸入は、農業防衛事務局の植物衛生・農業投入部門によって付与された、植物検疫に関する輸入許可証(PFI)が事前に発行された場合にのみ行われる。
- 手続きは、ブラジル農牧供給省(MAPA)によって認定された検疫所で、利害関係者自身の費用で行う必要がある。利害関係人は、植物検疫に関する輸入許可証(PFI)の発行のために、検疫所からの承認を取得する必要がある。
- 規範的規則第28/2020号のとおり、製品は検疫対象の輸入用として特定の形式で梱包する必要があり、製品の出荷方法及び輸送方法に応じて、さまざまな場所に出荷する必要がある。
- 出荷手続中又は検疫中の製品に関するインシデントは、ブラジル農牧供給省(MAPA)に通知する必要がある。

検疫プロセスごとの注意事項

注意事項

ブラジルに輸入される全ての植物製品が検疫の対象となるわけではない。
緑茶(NCMコード(輸出入税率統計品目番号)が0902.10.00又は0902.20.00のもの)については、(1)輸入が認可された植物製品のリスト(PVIA)にその品種が含まれており、(2)植物検疫リスクの低い方法で加工されているといえる場合は検疫対象となる可能性は低い、そうでない場合は、植物検疫の対象となる。

留意点

- 法的な観点での影響はなし。もっとも、関連する業者等へのインタビューによって認識できる内容がある可能性がある。

1. 事業概要

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態

2-1. 市場概況

2-2. （参考）輸出上の留意点

3. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策

4-1. 対応策の検討

4-2. Eコマースについて

5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態

5-1. 市場概況

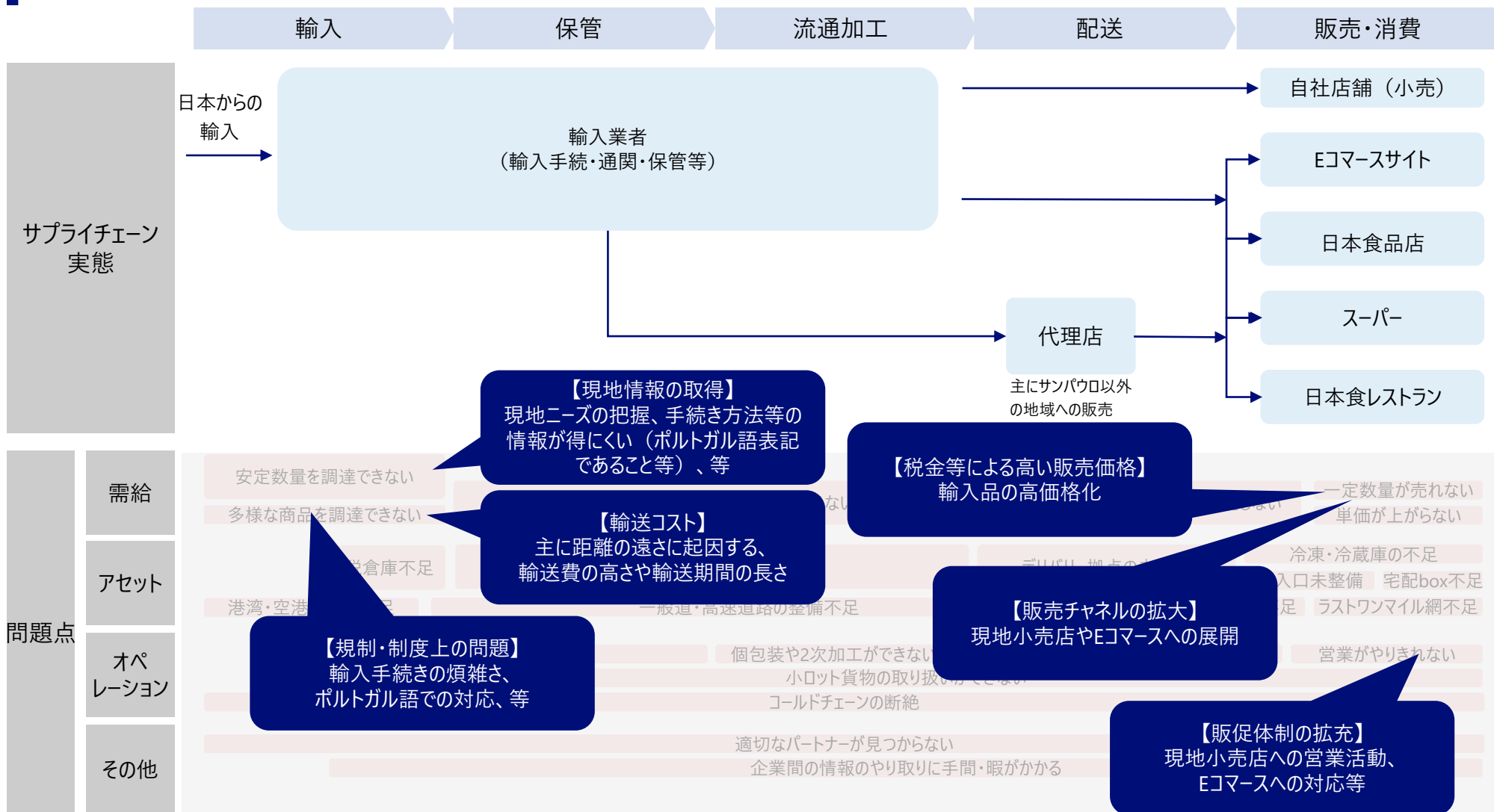
5-2. （参考）輸出上の留意点

6. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

7. 日本企業及び中南米企業を対象とした、輸出等拡大に関するフォーラム等の開催

3. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

ブラジル流通構造の特徴や現地事業者からの声等を踏まえると、
日本食の輸入・流通拡大のためには、以下に示すような課題への対応が想定される。



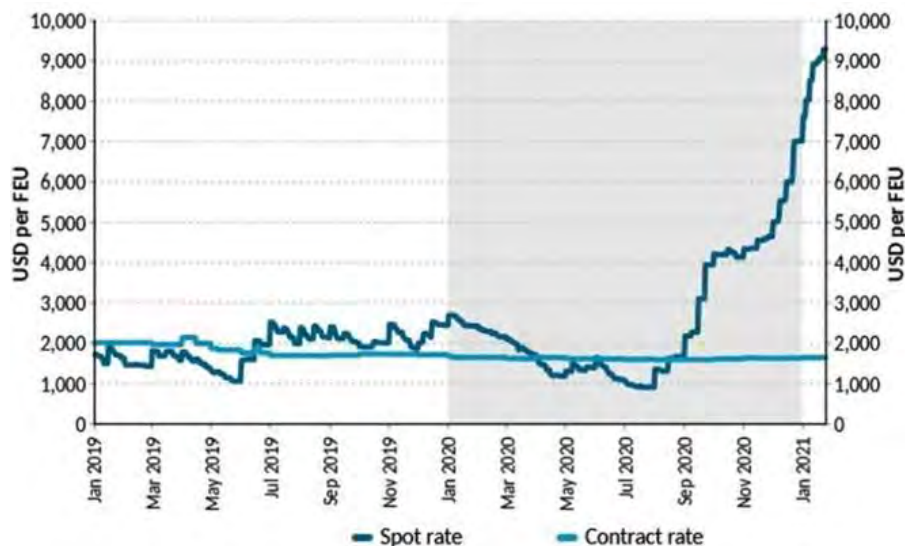
3. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

ブラジル向けの輸送コストは、日本の貿易相手国の中でも高い部類に位置づく。

- COVID-19の流行以降、ブラジル向けコンテナ価格は急上昇していた。
- 直近のコンテナ価格の動向をみても、南米地域向けはブラジルを含め全体的にコンテナ 1 台当たりのコストが高い。

極東地域からサントス港（ブラジル）への40ftコンテナ 1 台あたり価格推移

（米ドル）



Spot rate: スポットで海上輸送を利用したい場合に適用される価格。需要と供給によって価格が変動する。

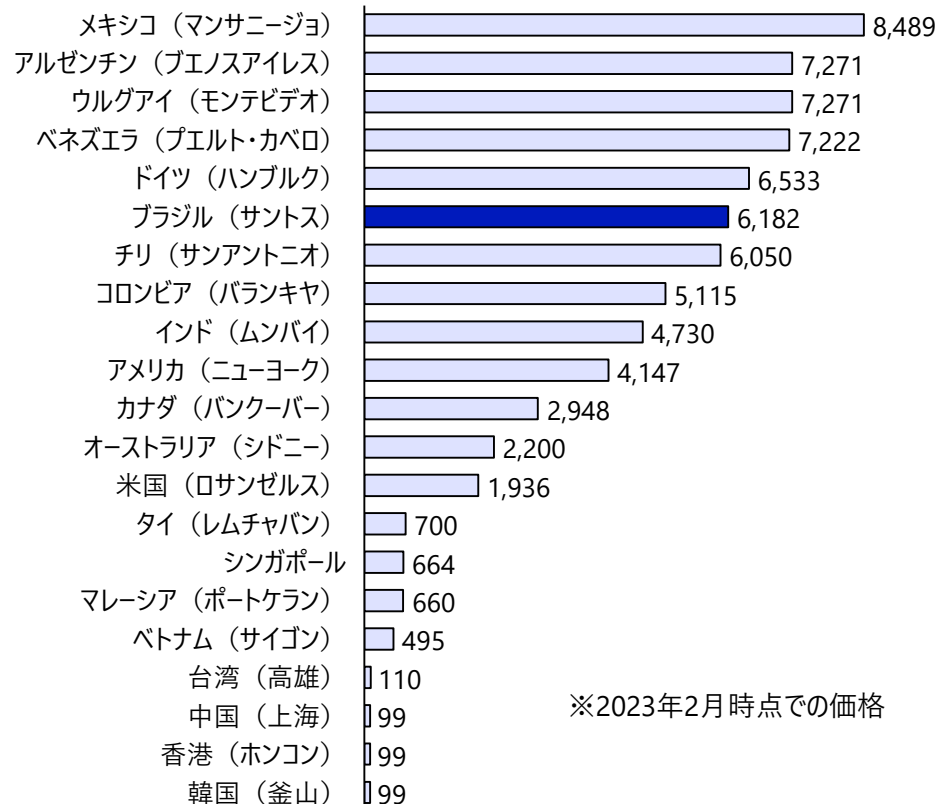
Contract rate: 海上輸送に係る長期契約締結時に規定される海上輸送価格。

輸送期間について：

日本発ブラジル向け輸送は、サントス港（サンパウロ）向けの場合、海上輸送で約35～42日、通関で約7～10日（目安）掛かる。しかし、これはコンテナ不足等による海上輸送遅延や、輸入通関手続き上の不備が無い場合であり、本調査のインタビュー結果に基づくと、現状はこれよりも時間が掛かっていると考えられる（2～3か月）。

日本から主要取引国向けの20ftコンテナ 1 台当たりの輸送コスト※

（米ドル）



※2023年2月時点での価格

3. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

参考) ブラジル産、輸入品（日本、その他）の販売価格の比較

- 本プロジェクトでは、茶、パックご飯、米菓について、ブラジル産、輸入品（日本、その他）の販売価格比較をした。
- 製品特性が異なるため厳密な比較ではないものの、グラム当たり価格において、輸入品はブラジル産品（最低価格）よりも高い傾向にある。

ブラジル産、輸入品（日本、その他）の販売価格の比較

品目		原産地	販売価格(米ドル)	量(g/パッケージ)	単価(米ドル/g)	現地最低価格との差
茶	宇治煎茶ティーバッグ	日本	6.2	40	0.16	8倍
	中国茶（China green tea）	中国	2.3	40	0.06	3倍
	山本山煎茶	ブラジル	3.1	200	0.02	1倍
	煎茶、ティーバッグ	ブラジル	2.1	30	0.07	3.5倍
	山本山煎茶オーガニック	ブラジル	3.1	150	0.02	1倍
パックご飯	パックご飯大盛 Pack Gohan Omori Wooke	日本	4.5	250	0.02	－
	パックご飯、ゆめぴりかPack Gohan Yumepirika	日本	4.3	200	0.02	－
	パックご飯Cheiljedang	韓国	2.9	210	0.01	－
米菓	おかき（海苔）Kameda Norimaki	日本	3.4	240*	0.01	1倍
	歌舞伎揚	日本	5.5	198	0.03	3倍
	海苔巻きあられ	日本	3.0	85	0.04	4倍
	亀田まがりせんべい	日本	3.4	111.4	0.03	3倍
	亀田ぼたぼた焼き	日本	3.3	121.7	0.03	3倍
	せんべい	中国	2.8	92	0.03	3倍
	あられ	タイ	3.4	100	0.03	3倍
	おかき Okaki Sankio Apimentado	ブラジル	1.7	100	0.02	2倍
	せんべい Sembei	ブラジル	1.1	90	0.01	1倍
	ゴマせんべい Sembei com gergelin	ブラジル	3.2	400	0.01	1倍

*24g×10個

3. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

ブラジルでは、税制等、制度面の課題がハードルとなっている。

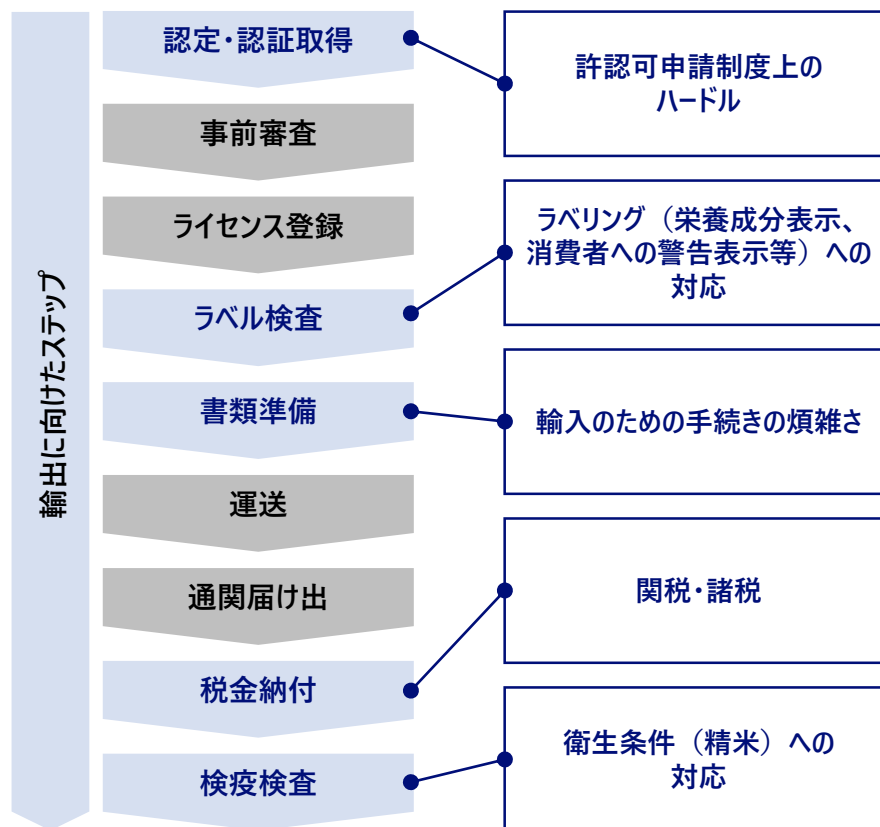
- JETRO調査によれば、「税制・税務手続きの煩雑さ」や「行政手続きの煩雑さ」において、ブラジルは中南米地域においてリスクとして認識されている割合が高い。
- 本調査における事業者等へのインタビュー結果等に基づく、輸出に向けたステップの特にラベル検査や書類準備、税金納付、検疫検査が課題。

投資環境面のリスクに係る中南米各国進出企業の回答割合（複数回答可）

	税制・税務 手続きの煩雑さ	行政手続きの 煩雑さ	法制度の未整備・不透明な運用
1位	ブラジル (78.6%)	アルゼンチン (50.0%)	ベネズエラ (45.5%)
2位	アルゼンチン (57.1%)	ブラジル (49.5%)	アルゼンチン (42.9%)
3位	メキシコ (50.5%)	メキシコ (46.8%)	ペルー (36.4%)
4位	チリ (18.6%)	ペルー (30.3%)	メキシコ (36.1%)
5位	ベネズエラ* (18.2%)	チリ (27.9%)	ブラジル (30.1%)
6位	ペルー* (18.2%)	コロンビア (22.2%)	コロンビア (16.7%)
7位	コロンビア (11.1%)	ベネズエラ (18.2%)	チリ (16.3%)

*同率

日本企業が直面している主な課題



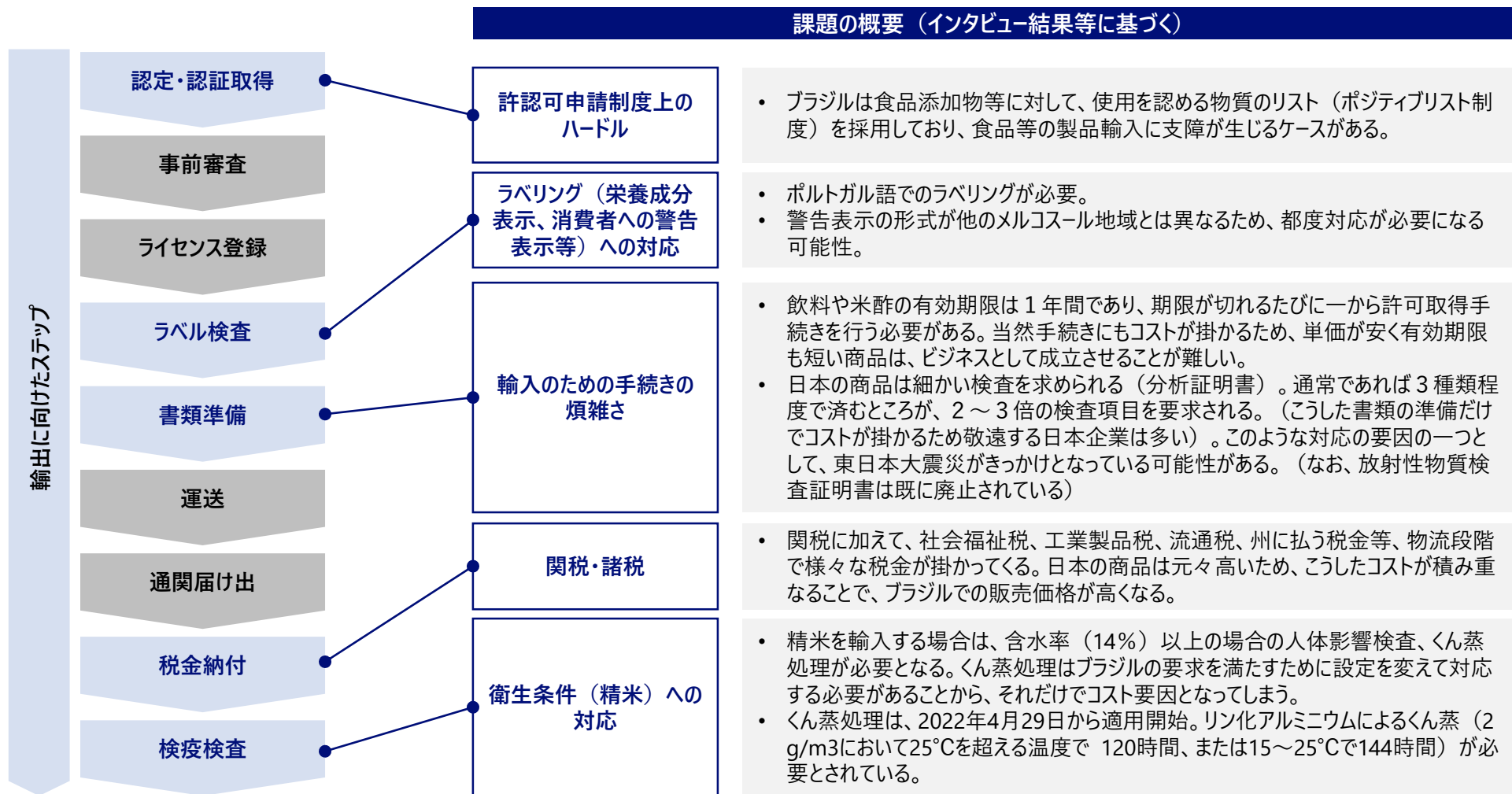
出所）各種情報を基に作成

3. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

ブラジルでは、食品表示や輸入手続き、関税・諸税等が主な共通課題として認識されている。

- 個別例として、精米は含水率によって燻蒸処理が必要となる。また、品目によっては、規制により輸入できない製品もある。
- また、全般的な点として、制度に係るマニュアルは存在するものの、係官による解釈の仕方に幅があるために、一様に手続きが進められないことなども指摘されている。

事業者が直面している主な課題



1. 事業概要

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態

2-1. 市場概況

2-2. （参考）輸出上の留意点

3. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策

4-1. 対応策の検討

4-2. Eコマースについて

5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態

5-1. 市場概況

5-2. （参考）輸出上の留意点

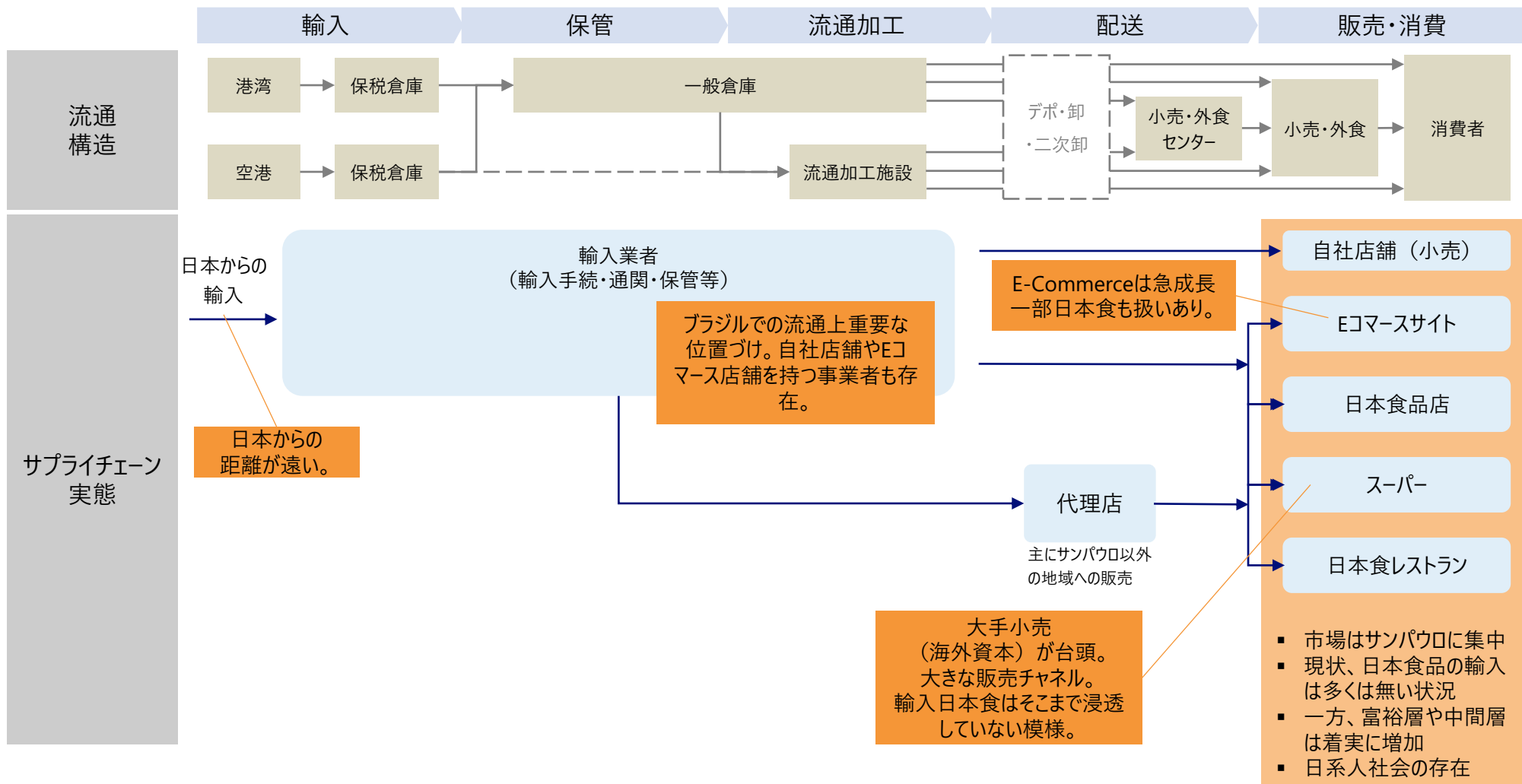
6. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

7. 日本企業及び中南米企業を対象とした、輸出等拡大に関するフォーラム等の開催

4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策 | 4-1. 対応策の検討

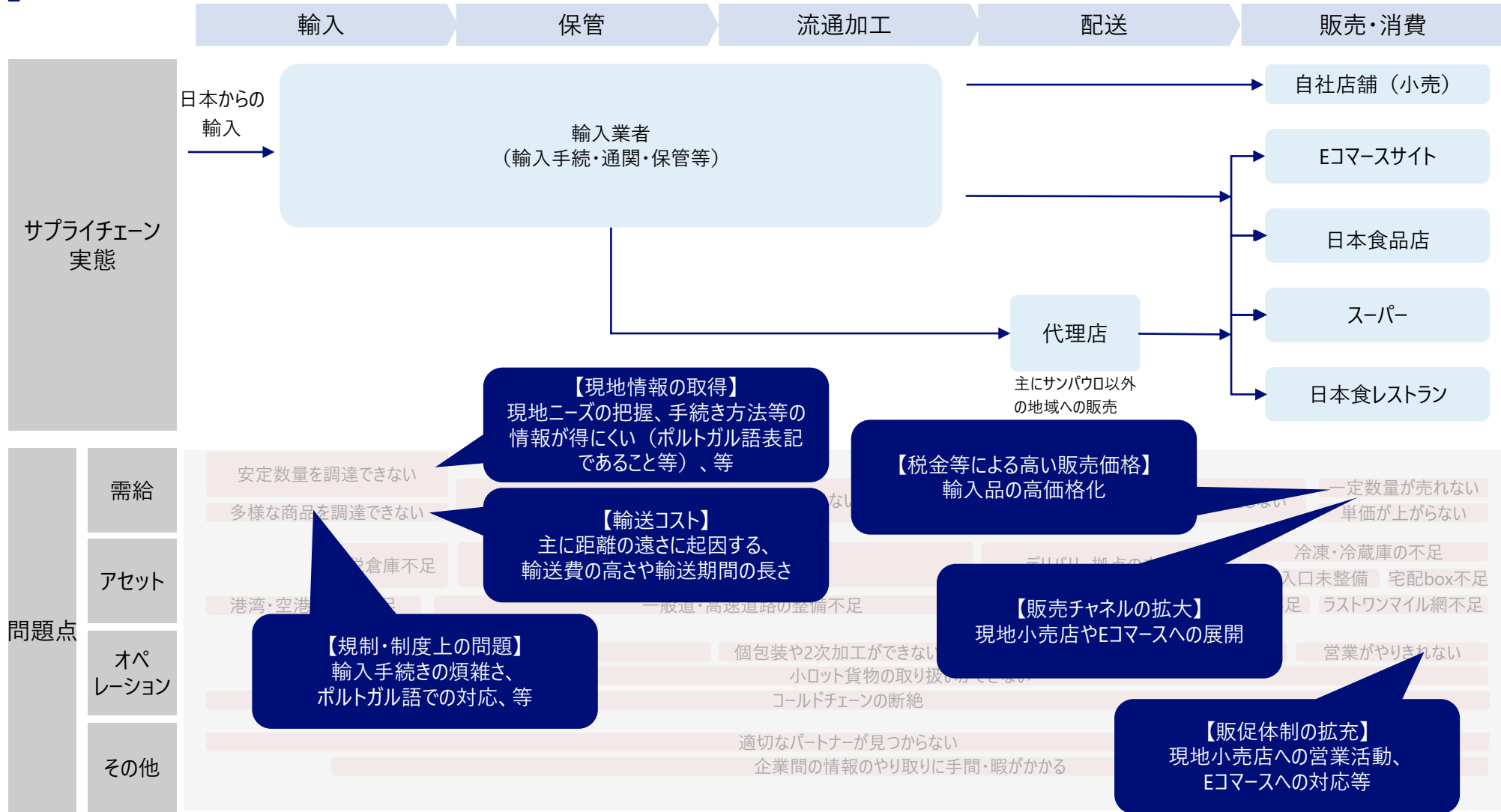
ブラジル市場は、日本食のさらなる流通ポテンシャルがあり、日本からの輸出基盤の整備に向けた機運が高まりつつある。

ブラジルにおける流通構造の特徴



4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策 | 4-1. 対応策の検討

ブラジル流通構造の特徴や現地事業者からの声等を踏まえると、
日本食の輸入・流通拡大のためには、以下に示すような課題への対応が想定される。

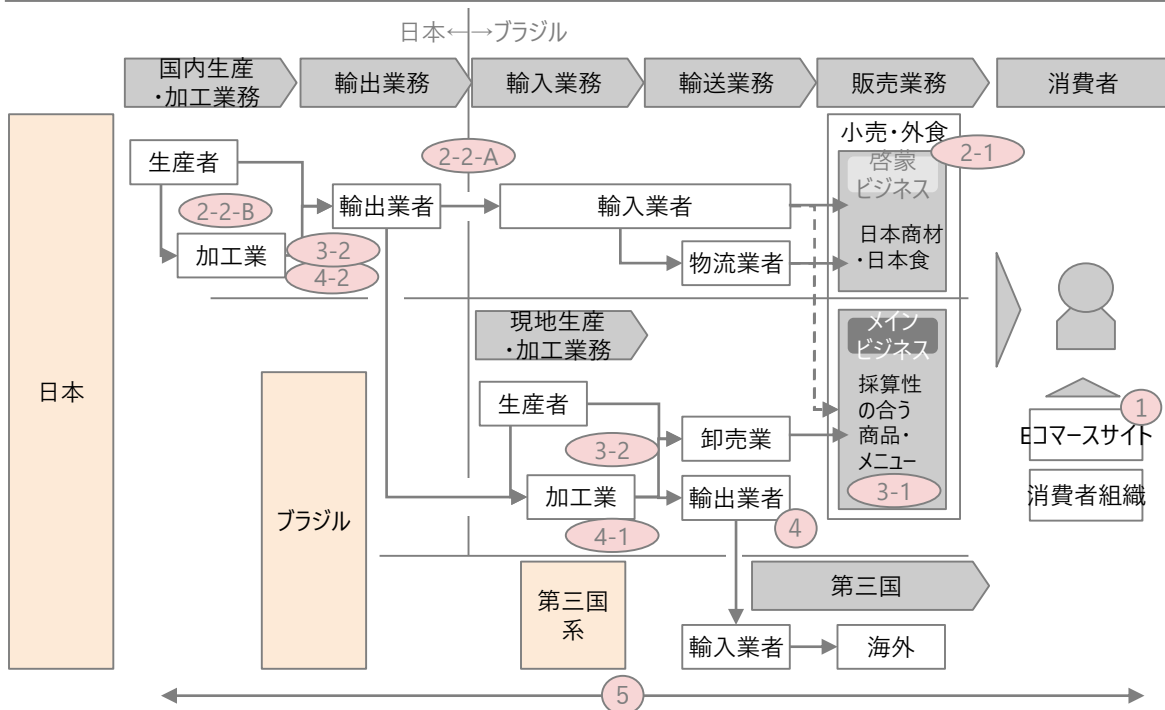


4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策 | 4-1. 対応策の検討

対応策を検討するうえで念頭に置くべきサプライチェーン構築の基本的な方向性

- まずは、販路としての消費者接点が重要であり、リスクの低いネットチャネルでの接点構築が考えうる（ビジネス領域①）
- 更に、ターゲットを絞れば、日本からの輸入食材（高単価・高品質）での店舗展開も可能性としては存在する（ビジネス領域②）
- 次の視点としては、単価が高い日本食材に依存しない、現地ローカルでも手が届く範囲でのリアル店舗展開とそこへの商品供給がある（ビジネス領域③）
- 加えて、ブラジルを第三国向けの輸出拠点と想定し、現地拠点を育成していくビジネスも想定される（ビジネス領域④）
- 他のアプローチとしては、流通全体を事業領域として捉え、日系・現地を巻き込みながらフードチェーンを構築していく方法もある（ビジネス領域⑤）

日本からの輸出 + ブラジル展開の視点で考えるビジネス領域



各ビジネス領域の事業成立のポイント・課題

- ① 消費者接点をリアル接点以外で構築（ECコマース/越境EC）
 - ・ 1-1: ECコマース事業の立ち上げ（ECコマース事業者との連携）
 - ・ 1-2: ECコマースサイトにおけるラインナップ、商品供給体制
- ② 日本からの輸出中心とした小売・外食の展開（例：日系の店舗や輸入専門店の展開）
 - ・ 2-1: 現地で採算性の合う日本からの商材の発掘
 - ・ 2-2: 低価格で調達できる輸入体制・販売体制の構築
 - ・ A: 一定ボリュームを持った低価格調達ルートの構築
 - ・ B: 日本国内での生産基地確保
- ③ 現地消費者でも継続的に利用可能な外食・小売の展開（例：現地系の大衆向け店舗の展開）
 - ・ 3-1: 現地で採算性の合う業態の開発
 - ・ 3-2: 採算性の合う日本からの（加工用）商材の発掘 / 現地での食材調達体制の構築
- ④ 現地輸出拠点としての育成・第三国輸出拡大
 - ・ 4-1: 採算性の合う日本からの（加工用）商材の発掘
 - ・ 4-2: 食材生産・供給体制の構築
- ⑤ 現地流通全体を抑えるフードチェーンビジネスの展開
 - ・ 5-1: バリューチェーンにおいて強化すべき領域の見極め
 - ・ 5-2: 事業時に連携する日系・現地の発掘

4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策 | 4-1. 対応策の検討

ブラジルにおける輸出拡大に向けた課題と方向性を踏まえた対応策のイメージは以下の通り。

特に官民共同で連携できる
可能性のあるもの

輸出・流通拡大に向けた課題

【規制・制度上の問題】 輸入手続きの煩雑さ、 ポルトガル語での対応、等
【現地情報の取得】 現地ニーズの把握、手続き方 法等の情報が得にくい（ポルト ガル語表記であること等）、等
【輸送コスト】 主に距離の遠さに起因する、 輸送費の高さや輸送期間の 長さ
【税金等による高い販売価格】 輸入品の高価格化
【販売チャネルの拡大】 事業として成立する 規模での輸出
【販促体制の拡充】 現地小売店への営業活動、 ECマースへの対応等

輸出・流通拡大に向けた方向性				
①消費者接点をリアル 接点以外で構築	②日本からの輸出中心 とした小売・外食の展開	③現地消費者でも継続的 に利用可能な外食・小売 の展開	④現地輸出拠点としての 育成・第三国輸出拡大	⑤フードチェーン ビジネスの展開
政府・事業者等の連携による、ブラジル政府への継続的な働きかけ (政策対話等)				
【個社対応】政府・支援機関等の提供サービスの活用、情報収集等				
情報提供の拡充（輸入手続きマニュアル等（ブラジル版）の整備、等）				
共同物流による、輸入コストの低減化			【個社対応】 現地生産化 (主要原料の輸入)	【個社対応】 現地卸業や 小売業への投資、等
ECマースの展開による、 販路拡大と継続的なプロモーションの実施	【個社対応】 現地小売店で採算の 合う商品や業態の 見極め			
	【個社対応】 現地人材やパートナー の探索			

4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策 | 4-1. 対応策の検討

政府・事業者の連携によるブラジル政府への継続的な働きかけに加え、情報提供体制の拡充や共同物流、Eコマースの活用などが考えられる。

各対応策のイメージと想定されるアクションのイメージ

		アクション主体のイメージ			
		日本企業 (個別)	日本企業 (連携)	日本政府 (農水省)	政府間連携 (他省等)
政府・現地事業者等の連携による、ブラジル政府への継続的な働きかけ（政策対話等）	- 日伯農業政策対話の実施 - 業界大での要望活動、等	事業上の課題等の発信・共有	商工会議所等における調査、要望活動等	政策対話、セミナー等の実施	関連情報の提供、等
情報提供の拡充（輸入手続きマニュアル等（ブラジル版）の整備、等）	- 輸入手続きマニュアル等の整備 - セミナー等、情報発信、等	—	—	情報提供のための調査・分析	関連情報の提供、等
共同物流による、輸入コストの低減化	- 企業連携によるバルク輸送 - プロモーションまで含めた企業連携	日系メーカー等によるマーケティングやプロモーションへのコミットメント	現地に精通する事業者主導による日本食品の輸入とプロモーション	- 戦略輸出品目に関する輸出可能性の調査・分析 - プロモーション支援（商談会等） - トライアル輸出支援、等	国交省との連携（物流事業者との連携）
Eコマースの展開による、販路拡大と継続的なプロモーションの実施	- 日本食品をPRするためのサイトやリアル店舗等の展開 - マーケティング情報の収集・分析	自社商品の輸出可能性検討、等	品目団体等による輸出可能性の検討、等		- JAPAN HOUSEとの連携（外務省） - Japan Mall事業等の活用（JETRO）

4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策 | 4-1. 対応策の検討

ブラジルへの輸出拡大に向けては、ブラジル政府との政策対話や要望活動を通じ、税制等、制度面での課題解決を図っていくことが引き続き重要。

- これまでも、日伯農業・食料対話等において、税制簡素化や通関手続や登録審査等の各種手続の統一化・透明化・簡素化・迅速化についての議論は継続中。JETROにおいても輸出相談サービスをはじめ各種支援サービスを展開している。
- こうした課題の解決を図っていくためには、日伯農業・食料対話をはじめ、ブラジル現地政府に対する継続的な働きかけが引き続き重要。

ブラジルにおける食品関連規制等に対する主な活動例

主な活動主体	主な活動	活動概要
農林水産省	- 日伯農業・食料対話（計4回） - ブラジル穀物輸送インフラ改善についてのセミナー（計2回）	- 日本企業の要望をとりまとめ提案書として手交。 - ブラジルにおける投資・ビジネス環境、穀物輸送インフラ、食品関連規制等の改善要望や、日系農業者との連携・交流強化等について議論、等
ブラジル日本商工会議所	- 食品部会の開催 - 各種調査、提言書のとりまとめ - 要請・提案活動、等	- 食品部会等を通じた事業展開上の課題の共有、課税に関する調査等の実施 - 各種議連や公聴会等での要請活動や政府機関への要請書等の提出、等
JETRO	- 貿易投資相談 - 農林水産物・食品輸出相談 - プロモーション支援、等	- 現地最新情報の共有 - ジェトロ報告会等での課題等の共有・とりまとめ - 個別企業に対する海外進出支援、等

1. 事業概要

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態

2-1. 市場概況

2-2. （参考）輸出上の留意点

3. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策

4-1. 対応策の検討

4-2. Eコマースについて

5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態

5-1. 市場概況

5-2. （参考）輸出上の留意点

6. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

7. 日本企業及び中南米企業を対象とした、輸出等拡大に関するフォーラム等の開催

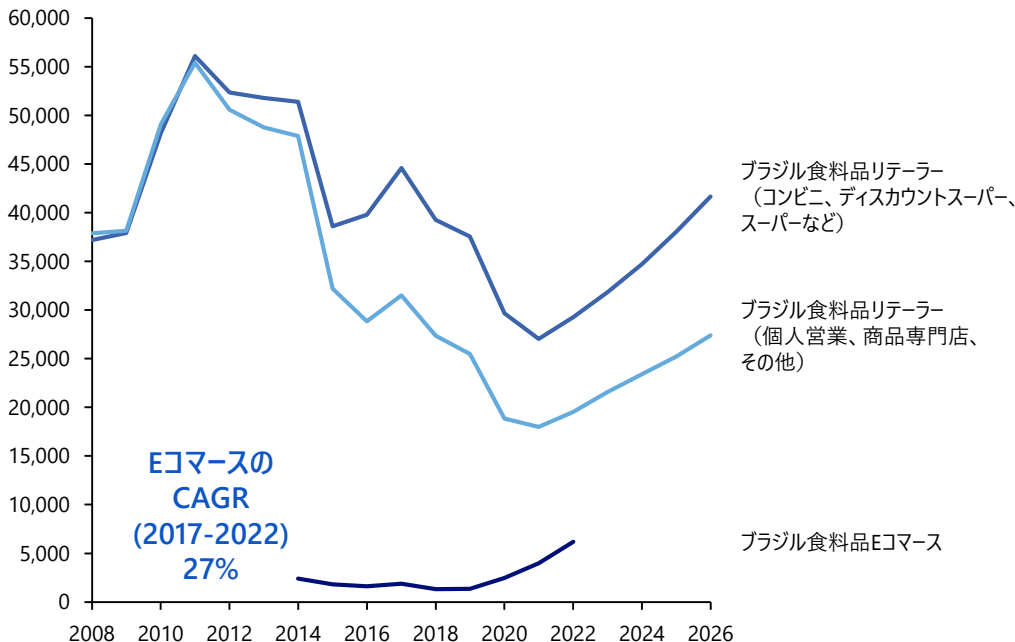
4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策 | 4-2. エコマースについて

**ブラジルでもオフラインリテールが食料品の主要な販売チャネルで、今後も継続する見込み。
なお、ブラジルは、エコマース市場の立ち上がり時期にあるとみられ、日本よりも急速に成長している。**

- ブラジルのオフラインリテールは引き続き主要な販売チャネル。特に近代小売であるコンビニやスーパーは2020年以降伝統小売（個人営業と専門店）の市場成長速度を追い越すと予想されている。
- COVID-19の流行以降、スーパーマーケットは電子商取引を活用せざるを得なくなった。2021年にはスーパーマーケット全体の36%が電子商取引を通して営業。また、小売全体のうち、73%が自社のエコマースプラットフォームを利用している。

ブラジルのリテール市場の推移

市場規模
(百万米ドル)



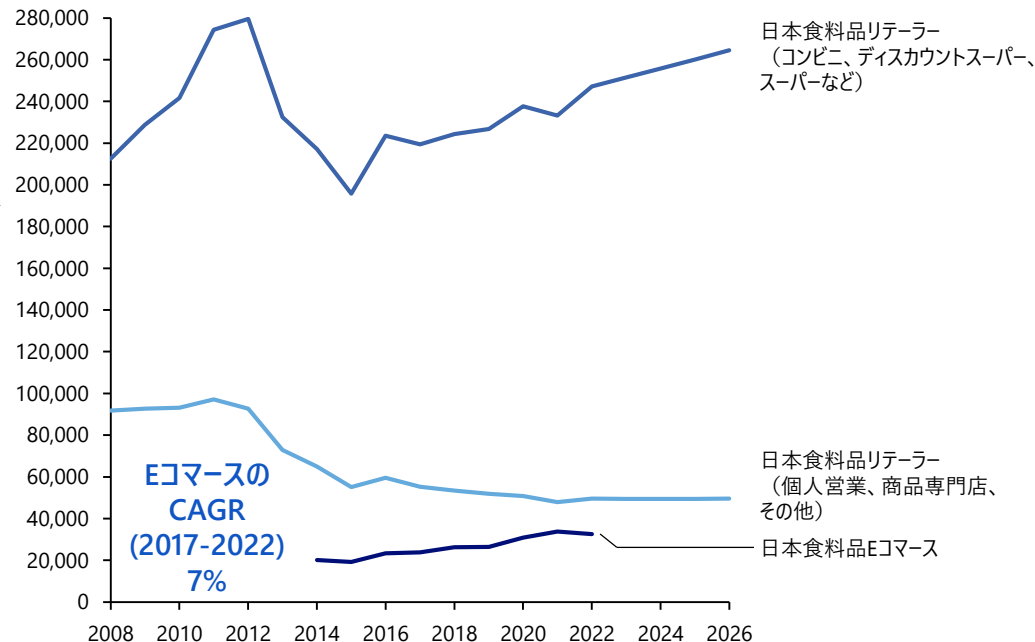
*注意点：ブラジルの食料品エコマースのデータは2014年－2022年のみ。

* CAGR (Compound annual growth rate)：年平均成長率

出所) ユーロモニター

日本のリテール市場の推移

市場規模
(百万米ドル)



*注意点：日本の食料品エコマースのデータは2014年－2022年のみ。

* CAGR (Compound annual growth rate)：年平均成長率

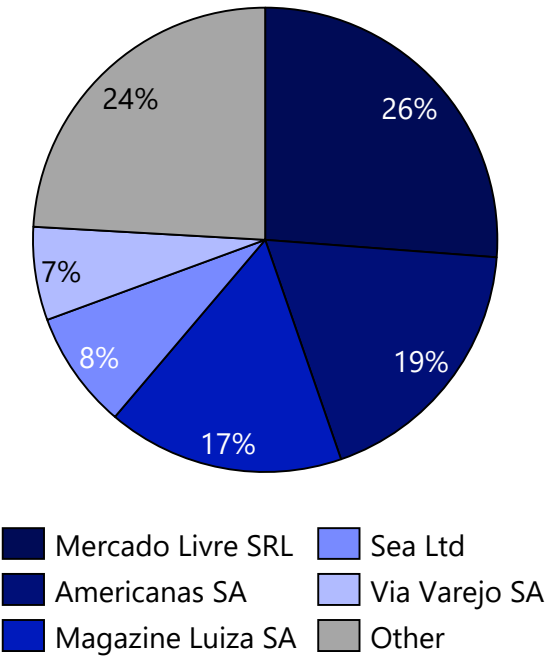
出所) ユーロモニター

4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策 | 4-2. Eコマースについて

ブラジルにおけるEコマース事業者の市場シェアは中南米大手の「Mercado Livre」が最も大きい。数は少ないが、大手小売業者と同様、ブラジルで生産された日本の調味料等を扱っている模様。

■ 輸入日本食等を扱う専門店でも最近ではEコマース店舗を展開する動きがある。

ブラジルにおけるEコマース事業者の市場シェア（2021）



主な事業者・ウェブサイトの概要

名称	概要（日本食品の扱い等）	URL
Mercado Livre SRL	食品も含め様々な商品を扱うバラエティストア。日本の調味料、食器、飲料、麺類などを扱う	https://www.mercadolivre.com.br/
Americanas SA	食品も含め様々な商品を扱うバラエティストア。日本の調味料、食器、飲料、麺類などを扱う	https://www.americanas.com.br/
Magazine Luiza SA	バラエティストア。日本の食器などを扱う	https://www.magazineluiza.com.br/
Sea Ltd (Shopee)	バラエティストア。一部食品の取り扱いもあり	https://shopee.com/
Via Varejo SA	CASAS BAHIA等複数サイトを展開。バラエティストア。一部食品の取り扱いもあり	Casas Bahia: https://www.casasbahia.com.br/ponto ; https://www.pontofrio.com.br/

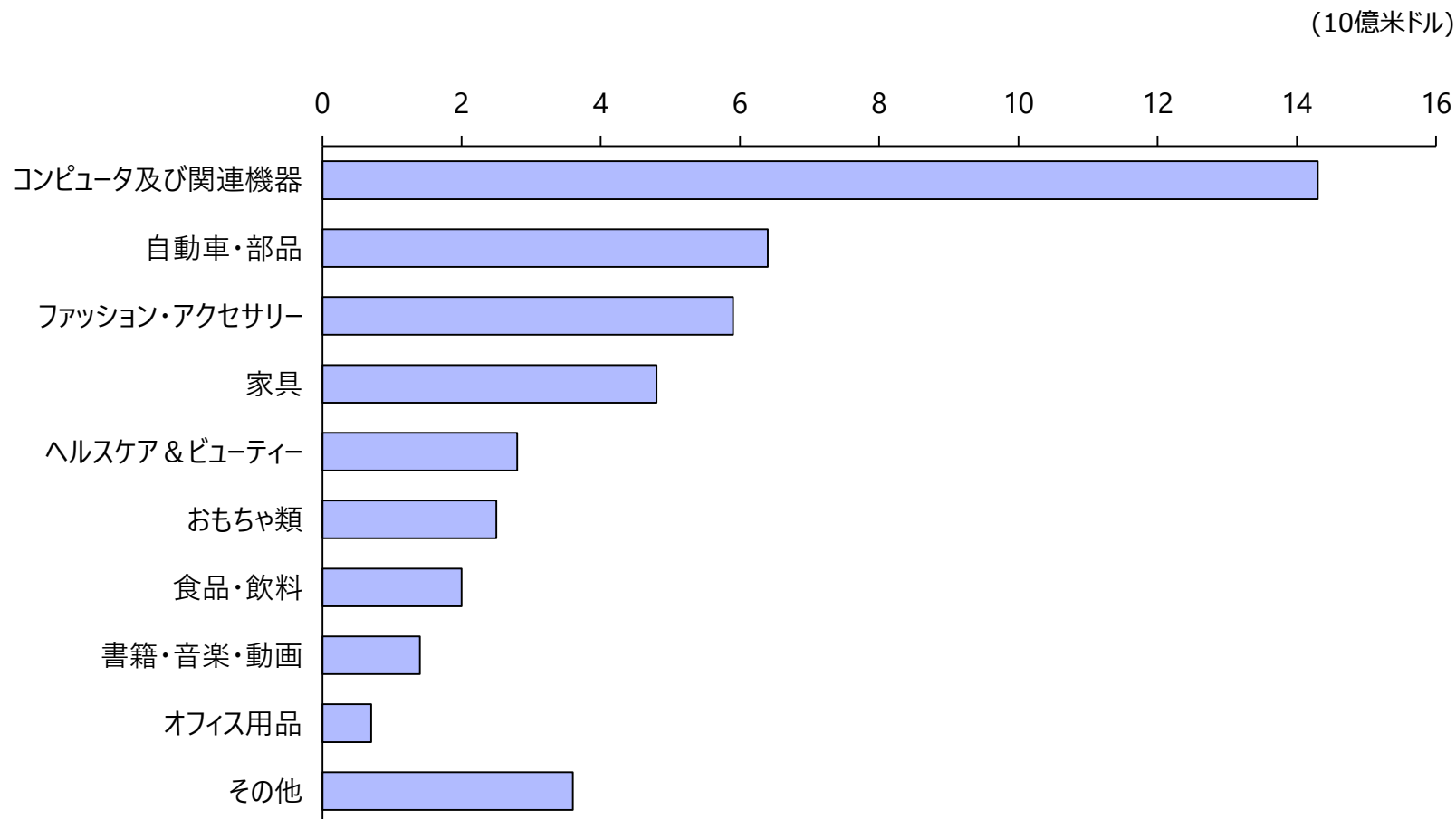
出所）ユーロモニター

出所）各ウェブサイトに基づき作成

4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策 | 4-2. Eコマースについて

Eコマース経由での主な購入品目は「コンピュータおよび関連機器」、次いで「自動車および部品」、「ファッション」、「家具」となっている。

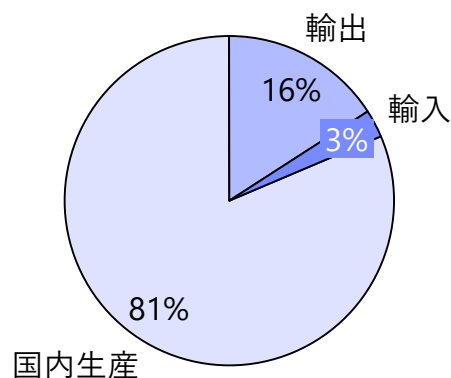
ブラジルの製品カテゴリー別Eコマース売上高（2021年）



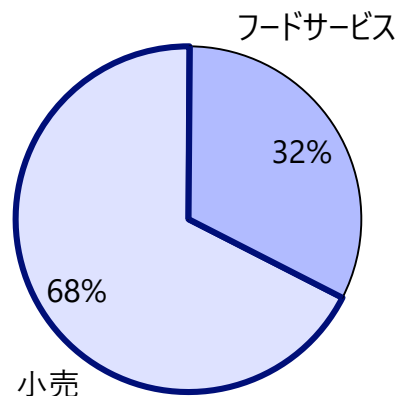
4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策 | 4-2. Eコマースについて

2019年末の食品小売業界の市場規模は約980億米ドルでブラジルのGDPの約5%を占め、小売業者の約73%が自社でEコマースサイトを運営している。

チャネル別の食品小売業の市場規模（2019年時点）



チャネル	金額 10億米ドル
国内生産	179
輸出	35
輸入	6



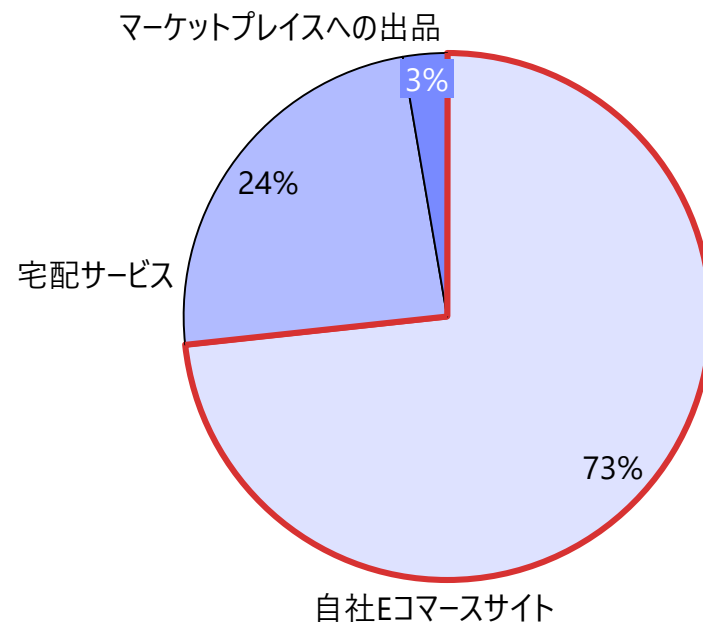
チャネル	金額 10億米ドル
小売	98
フードサービス	47
合計	145

小売店数：約9万店舗

約980億米ドル
(同年のGDP約1.9兆米ドルに対し約5%を占める)

小売におけるEコマースの利用状況（2019年時点）

- ブラジルでは、Eコマースを運営する食品小売業者のほとんどが自社のウェブサイトを持っています。
- 具体的には、小売業者のうち73%以上がオンラインサイトを保有し、24%の小売業者が宅配アプリでオンライン販売を実施している。オンラインマーケットプレイスへの出品を実施している事業者は3%未満であった。



参考) COVID-19の流行以降、ブラジルの大手小売企業はEコマース拡大に力を注いでいる。

現地小売店によるEコマースの取組例

COVID-19の流行以降、7-8社の配送業者と協力体制を築き、これらの業者が、Eコマースを通じて商品の注文、仕分け、ピッキング、支払い、配送までの全プロセスを担当するようになった。Eコマース関連投資はCOVID-19の流行前後で約60%程度増加した。



現地小売店A

COVID-19の流行以前は、Eコマースの販売チャネルを持っていなかったが、今では売上の2～3%程度がEコマースによるものである。現在、自社の120店舗以上で独自の配送サービスを利用している。

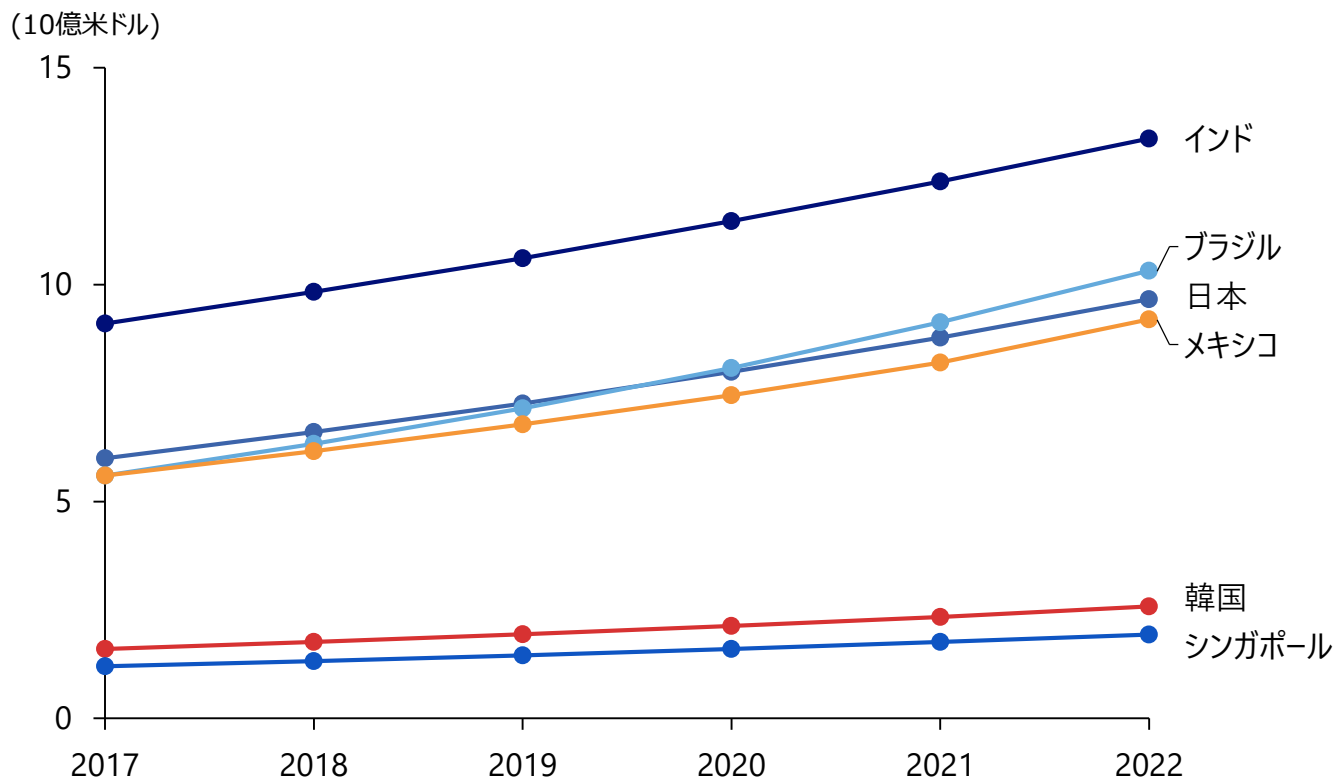


現地小売店B

4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策 | 4-2. Eコマースについて

ブラジルの越境EC市場規模は2020年に日本を抜き、2022年には約100億ドルになると予測されている。

越境EC（BtoC）の市場規模の推移



その他の越境EC市場の上位（2022年）には、中国（1,640億ドル）、米国（110億ドル）、英国（730億ドル）などが含まれている。

- 南米は越境ECの大きな可能性を秘めており、ブラジルはこの地域の越境EC消費額の約42%を占めている。
- 越境ECによる商品の品質や納期に対する信頼性は徐々に高まりつつあるものの、多くの消費者は支払い方法として代金引換を好んでいる。
- 市場は有望であるものの、高い税率や煩雑な手続き、規制等が成長のためのハードルになっている。

4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策 | 4-2. Eコマースについて

ブラジルでは、Eコマースが拡大し、様々なチャネルやSNSを通じたプロモーションにより、消費者の購買を促している。

消費者の購買行動の特徴（2020年）



- 91%の顧客が(あらゆるデバイスから)ウェブ上のオンライン小売サイトを訪問



- 82%の顧客がオンライン(あらゆるデバイスから)で製品を購入



- 59%の顧客がデスクトップやノートパソコン経由でオンライン購入



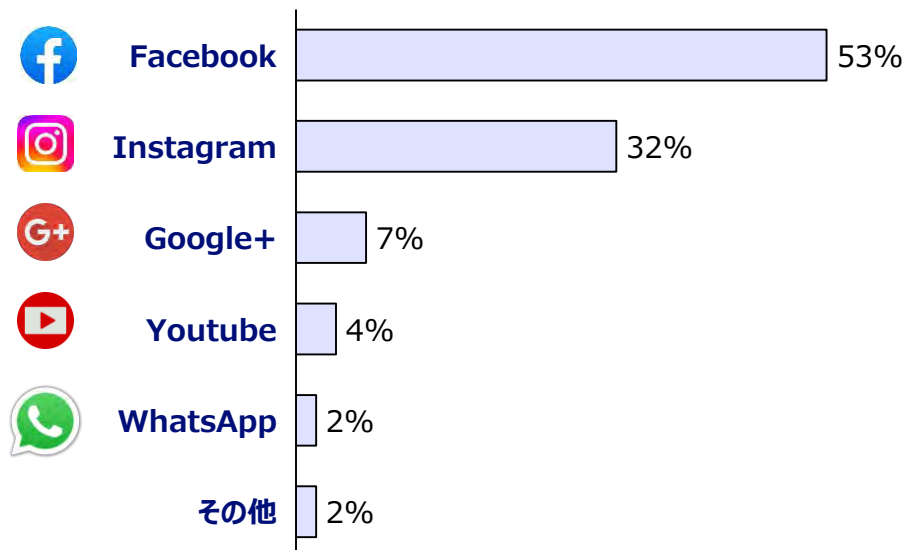
- 34%の顧客がモバイル機器を通じてオンライン購入

2020年に各活動を実施したと報告したインターネット利用者(16～64歳)の割合。ブラジルの約1.7億人のインターネットユーザーのうち、Eコマースユーザーである約1.3億人(ブラジルの全人口の約8割)に基づく。

- ブラジルのデジタル消費者の購買に影響を与えたのは検索エンジン(ブラジルではGoogleが96%の市場シェアを持つ)となっている。

EコマースにおけるSNSの位置づけ（2020年）

- 検索エンジンに続いて、ソーシャルメディアがEコマースサイトでの購入において影響力を有している。
- ソーシャルメディアの中でも、FacebookとInstagramは、消費者に最も影響を与えているチャネルとなっている。

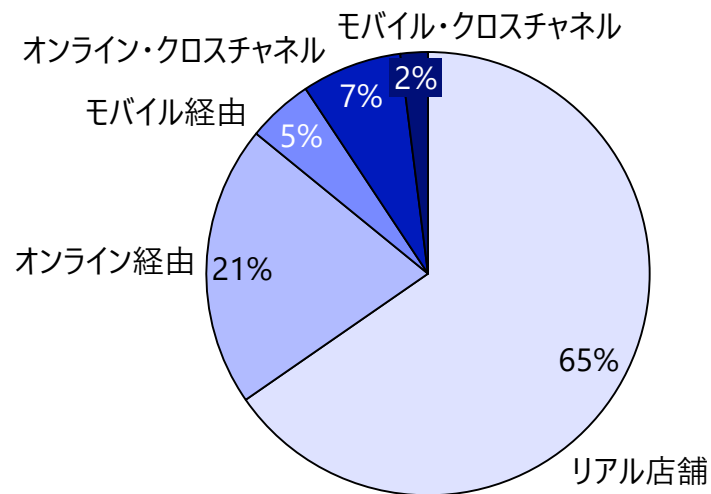


- ブラジル人は1日平均3時間～4時間ソーシャルメディアに接続しているとされている。

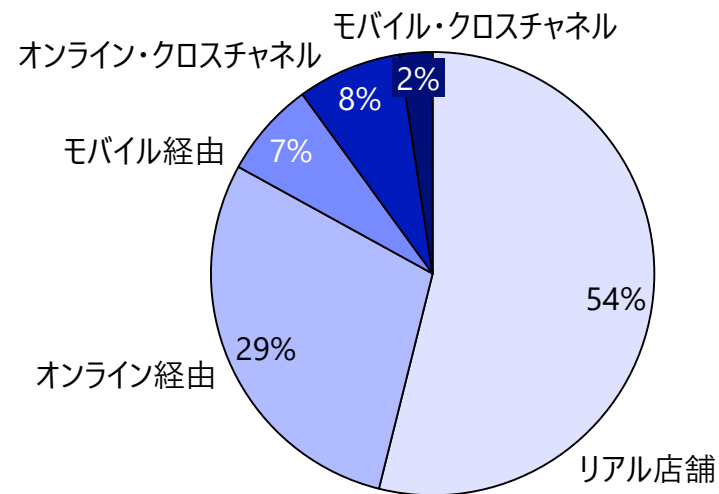
4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策 | 4-2. Eコマースについて

COVID-19の流行以降、ブラジルの消費者によるオンラインでの購買割合が増加している。

COVID-19流行以前の購買チャネル



COVID-19流行以降の購買チャネル



リアル店舗	オンライン	モバイル	オンライン・クロスチャネル	モバイル・クロスチャネル
店頭での支払い、商品の受取り	パソコンを使って商品代金を支払い、配達で受取り	スマートフォンを使って商品代金を支払い、配達で受取り	パソコンを使って商品代金を支払い、店頭で受取り	スマートフォンを使って商品代金を支払い、店頭で受取り

4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策 | 4-2. Eコマースについて

価格と無料配送は重要な購入決定要因となっている。
SNSは、フォロワー数と購入決定要因との関係性は相対的に低い。

最も影響力のある販売促進要因

影響大

1	最低価格
2	無料配送
3	販売、割引、プロモーション
4	クレジットカード決済以外の選択肢
5	利用可能な保証
6	迅速な配送
7	製品仕様
8	店舗間の価格比較
9	高格付顧客サービス
10	得意先項目のレビュー
11	簡単な返品
12	製品の入手可能性

ハイライト（赤枠）に関する備考

- 「2 無料配送」：意思決定プロセスにおいて2番目に影響力のある項目。無料配送の発注は、苦情率が著しく低い。
- 「7 製品仕様」：ブラジルの消費者は、決定を下すために情報収集を行う。世界のトレンドと比較しても、ブラジルで製品仕様を重視する割合は高い。

影響力の少ない販売促進要因

影響小

13	店頭より前に購入
14	以前に購入したブランド
15	予定納品日時
16	商店主と一緒にチャーをする能力
17	家族/友人からのレビュー
18	ブランド/国内企業
19	ロイヤルティ報奨プログラム
20	ビデオの使い方
21	項目の共有が容易
22	ソーシャルメディアのフォロワー数

ハイライト（赤枠）に関する備考

- 「14 以前購入したブランド」：ブラジルのオンライン消費者は合理的な購買決定をする傾向があり、ブランド・ロイヤルティよりも価格と製品仕様を重視する。

直接販売のツールとしてのSNSの人気とSNSの注釈

- 「22 ソーシャルメディアにおけるフォロワーの数」：購入決定において最も影響力の少ない側面としてランク付けされている。これは、企業がSNSやインフルエンサーに投資すべきではないことを示唆するものではない。SNSを通じた販売の可能性、ブランディングとの関連性、そして世代によるSNS利用の傾向等を考慮すると、プロモーションの手段としては引き続き着目していくべきと考えられる。

4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策 | 4-2. Eコマースについて

参考) ブラジルでEコマースを展開する食品小売業には、自社のEコマースサイト経由で直接購入を促すケースと、割引キャンペーンのみを実施するケースの2通りが存在する。

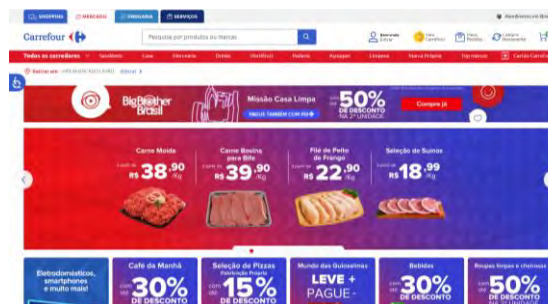
直接販売促進のため、
独自のEコマースチャネルを持っている企業



Grupo Pão de Açúcar



Carrefour



Supermercados BH



- ・ダイレクト販売型のBtoCのEコマースチャネルを持つ小売業者の大半は南東部（サンパウロ州も含む）に位置している。



Assaí Atacadista



Cencosud (Mercantil Atacado)



DMA Distribuidora (Minerão)



- ・これらの小売業者は、地域での存在感が大きく、店舗購入を嗜好する消費者が多いことから、電子チラシ等を提供していると考えられる。

自社サイトを持ち地域毎に宣伝しているが、
直接販売のEコマースチャネルは持たない企業

4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策 | 4-2. Eコマースについて

参考) GPAでは、有名シェフ等とのコラボレーションによるプロモーション等も実施している。

ブラジル人シェフのFogaçaとのコラボレーション

Henrique Fogaçaは、ブラジル人のシェフ、起業家、スケーター、シンガーで、ブラジル版料理タレント番組「マスターシェフ」の審査員の一人として知られている。Instagramでは370万人のフォロワーを持つ。



イギリス人シェフJamie Oliverとのコラボレーション

Jamie Oliverは、イギリスのシェフ、レストラン経営者、料理本作家。料理に対するカジュアルなアプローチで知られ、数多くのテレビ番組の前座を務め、多くのレストランをオープンさせている。Instagramのフォロワー数は930万人。



1. 事業概要

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態

2-1. 市場概況

2-2. （参考）輸出上の留意点

3. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策

4-1. 対応策の検討

4-2. エコマースについて

5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態

5-1. 市場概況

5-2. （参考）輸出上の留意点

6. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

7. 日本企業及び中南米企業を対象とした、輸出等拡大に関するフォーラム等の開催

5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 5-1. 市場概況

2021年におけるメキシコの農林水産物生産量は約 2 億トン。
上位 5 品目は、鶏卵、さとうきび、とうもろこし、生乳（牛）、オレンジ。

2021年の主要農林水産物の生産状況（上位20品目）

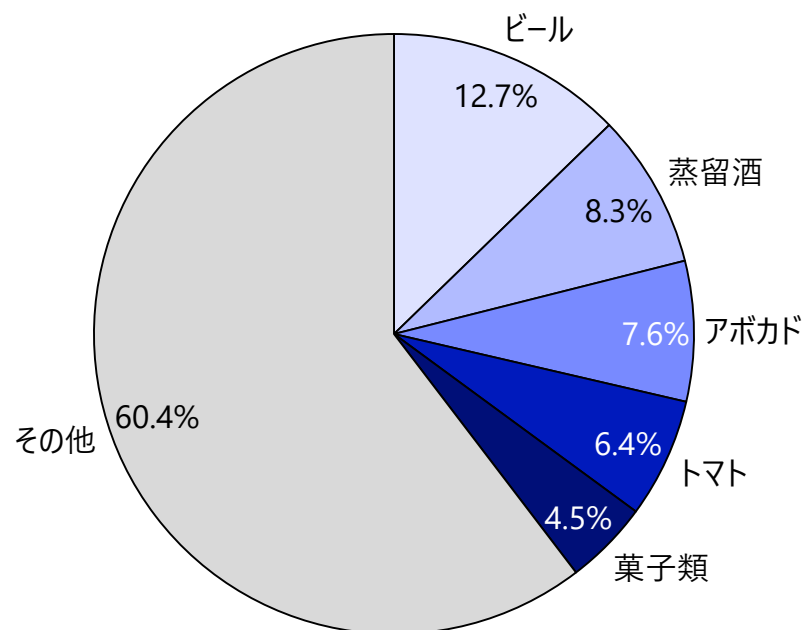
品目	生産量（百万トン）
鶏卵	61
さとうきび	55
とうもろこし	28
生乳（牛）	13
オレンジ	5
ソルガム	4
トマト	4
鶏肉	4
小麦	3
レモン・ライム	3
唐辛子・ピーマン（緑）	3
アボカド	2
マンゴー、グアバ、マンゴスチン	2
バナナ	2
牛肉	2
ジャガイモ	2
豚肉	2
パーム油（果実）	2
玉ねぎ・エシャロット	1
豆類（乾燥）	1
合計（上位20品目以外も含む）	222

5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 5-1. 市場概況

メキシコでは、ビール、蒸留酒、アボカド、トマト等を輸出している。

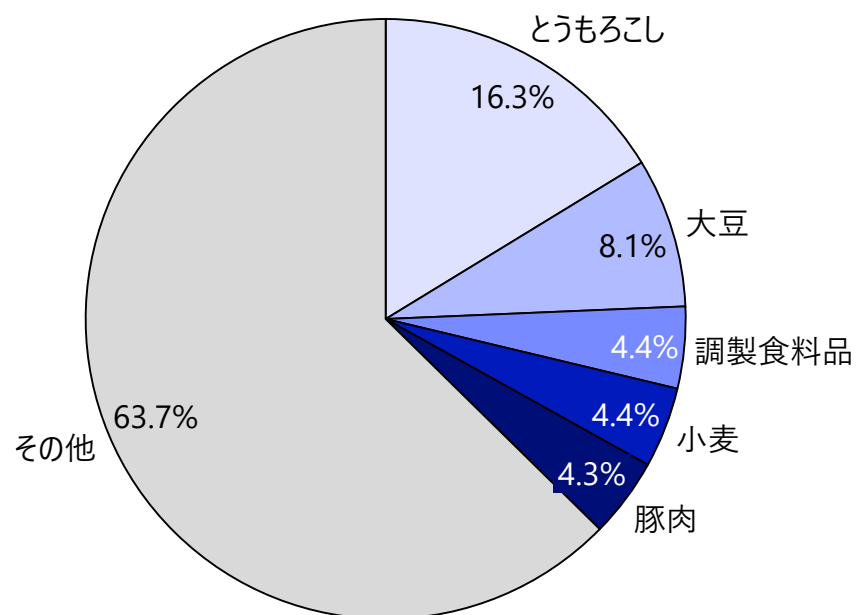
メキシコの輸出額（上位5品目）

総額：39,398百万米ドル（2021年）



メキシコの輸入額（上位5品目）

総額：30,997百万米ドル（2021年）



5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 5-1. 市場概況

日本からメキシコへの輸出では、調製食料品が最も多く、次いで肉・冷蔵（牛肉）、コーヒー、茶、マテ及び香辛料となっている。

- 日本から海外向け輸出のトップ10のほとんどがプラス（2桁）成長であるのに対し、メキシコ向け輸出の中には、蒸留酒・リキュールや肉、魚の調製品のようにマイナス成長となっている品目も存在。

対メキシコ（日本→メキシコ） 輸出品（食料品）輸出額上位10位

順位*	項目	輸出額(千米ドル)			CAGR (2019-2021)
		2019年	2020年	2021年	
1	調製食料品	2,141	2,680	2,394	6%
2	肉・冷蔵（牛肉）	1,467	860	1,362	-4%
3	コーヒー、茶、マテ及び香辛料	733	840	1,321	34%
4	ソース・調味料	873	719	1,170	16%
5	穀類、小麦粉、でん粉（米スナックを含む）	940	680	951	1%
6	蒸留酒、リキュール	1,713	611	847	-30%
7	サイダー、飲料(アルコール)	675	158	813	10%
8	肉、魚の調製品	1,152	644	735	-20%
9	果物・ナッツの調製品	326	334	528	27%
10	清涼飲料水	555	556	517	-3%

*2021年時点の順位

CAGR（Compound annual growth rate）：年平均成長率
出所）UN Comtrade

対世界（日本→海外全体） 輸出品（食料品）輸出額上位10位

順位*	項目	輸出額(千米ドル)			CAGR (2019-2021)
		2019年	2020年	2021年	
1	鮮魚類	1,536,071	1,364,750	1,847,308	10%
2	調製食料品	832,347	1,207,045	1,197,088	20%
3	穀類、小麦粉、でん粉（米スナックを含む）	718,197	803,981	896,384	12%
4	肉、魚の調製品	639,927	570,407	612,506	-2%
5	蒸留酒、リキュール	297,712	375,597	594,300	41%
6	ソース・調味料	414,975	449,842	521,398	12%
7	サイダー、飲料（アルコール）	222,783	232,961	377,049	30%
8	スパークリングドリンク（ノンアルコール）	278,765	320,299	369,695	15%
9	果物・ナッツの調製品	228,393	212,173	290,632	13%
10	肉・冷凍(牛肉)	143,337	134,961	256,723	34%

5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 5-1. 市場概況

メキシコ向け輸出品を成長率の高い順で見ると、
ココア及びその調製品、コーヒー、茶、マテ及び香辛料や果物・ナッツの調製品が上位を占めている。

対メキシコ（日本→メキシコ） 輸出品（食料品）成長率上位10位

順位	項目	輸出額(千米ドル)			CAGR (2019-2021)
		2019年	2020年	2021年	
1	ココア及びその調製品	47	40	95	43%
2	コーヒー、茶、マテ及び香辛料	733	840	1,321	34%
3	果物・ナッツの調製品	326	334	528	27%
4	スープ、ブロス等の調製品	160	122	221	17%
5	ソース・調味料	873	719	1,170	16%
6	サイダー、飲料(アルコール)	675	158	813	10%
7	調製食料品	2,141	2,680	2,394	6%
8	穀類、小麦粉、でん粉 (米スナックを含む)	940	680	951	1%
9	食品工業において生ずる 残留物及びくず並びに調 製飼料（ペットフード等）	58	32	55	-2%
10	ビール	69	37	66	-3%

対世界（日本→海外全体） 輸出品（食料品）成長率上位10位

順位	項目	輸出額(千米ドル)			CAGR (2019-2021)
		2019年	2020年	2021年	
1	ワイン	24	71	235	213%
2	スパークリングワイン	1,572	3,189	6,025	96%
3	コーヒー及び茶の濃縮物 (インスタントコーヒー等)	56,286	130,496	142,415	59%
4	乳製品、鳥卵及び 天然蜂蜜	51,289	81,732	105,457	43%
5	豚肉 (生鮮のもの及び冷蔵し又 は冷凍したもの)	8,641	15,046	17,652	43%
6	その他穀物加工品	219	397	440	42%
7	蒸留酒、リキュール	297,712	375,597	594,300	41%
8	肉・冷凍(牛肉)	143,337	134,961	256,723	34%
9	肉(生鮮又は冷蔵したもの)	128,842	135,741	232,342	34%
10	サイダー、飲料 (アルコール)	222,783	232,961	377,049	30%

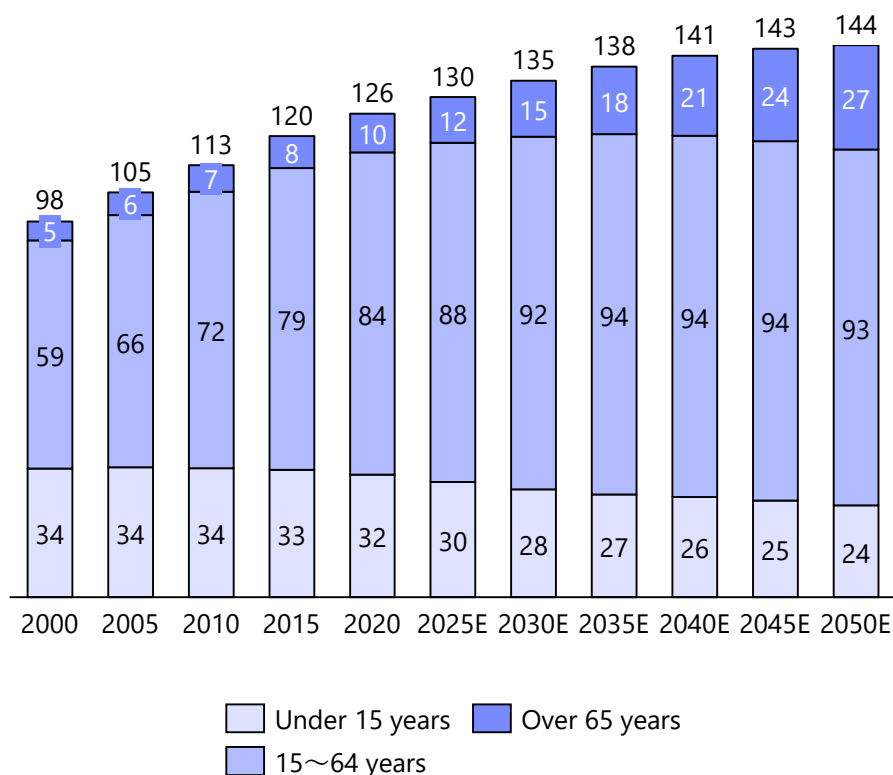
CAGR（Compound annual growth rate）：年平均成長率
出所）UN Comtrade

5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 5-1. 市場概況

メキシコの人口は、2030年には約1億3,500万人に達すると予想されている。
所得構造をみると、中位（15,000～24,999）以上の世帯が倍増している。

年代別人口推移

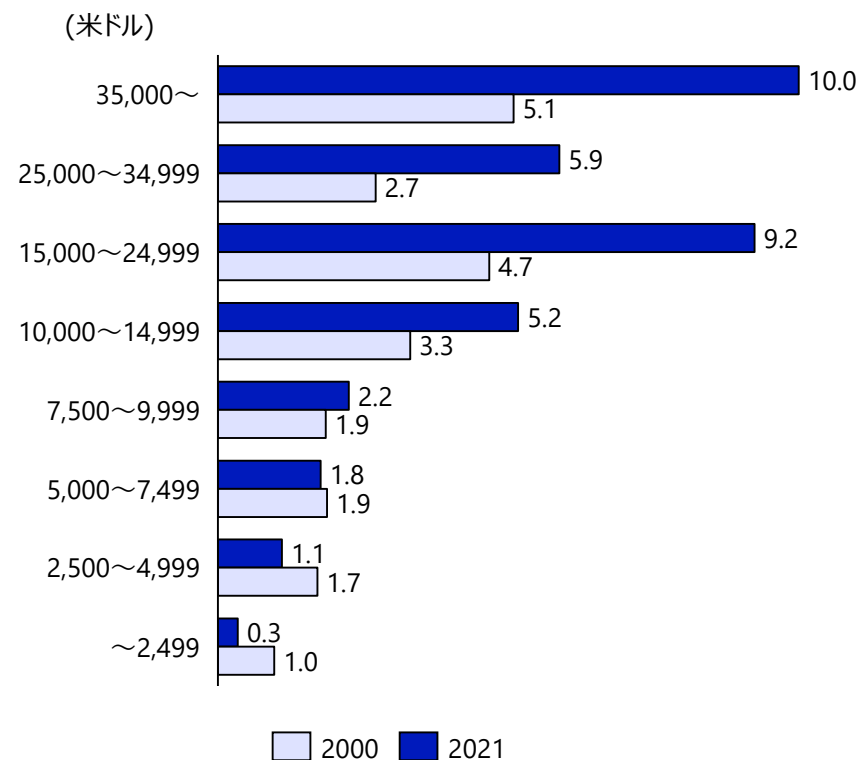
(百万人)



出所) United Nations

世帯所得分布の推移

(百万世帯)



出所) ユーロモニター

5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 5-1. 市場概況

2026年に見込まれるメキシコの最大の食品市場は、日本と同様、肉類。
一方、日本で大きな市場を持つ加工食品や野菜の市場規模は、メキシコでは相対的に小さい。

■ メキシコの市場規模で上位10位の食料品目は、すべてプラス成長の見込み。一方で、日本では、マイナス成長のマーケットも存在している。

メキシコの食品及び飲料関連商品上位10位（市場規模別）

順位*	商品	市場規模 (百万米ドル)			CAGR (2008年- 2026年)
		2008年	2022年	2026年 (予測)	
1	肉	17,418	26,396	33,272	3.7%
2	パン、焼き菓子	19,447	23,801	28,477	2.1%
3	ビール	10,160	16,112	22,164	4.4%
4	炭酸飲料	11,688	16,237	19,540	2.9%
5	乳製品	10,772	13,036	16,997	2.6%
6	果物	6,776	11,294	14,390	4.3%
7	野菜	5,706	7,727	9,540	2.9%
8	お菓子 (セイボリー系)	3,409	4,913	6,904	4.0%
9	菓子類	4,288	4,525	6,204	2.1%
10	加工肉、加工 海鮮、代替肉	2,754	4,448	5,583	4.0%

日本の食品及び飲料関連商品上位10位（市場規模別）

順位*	商品	市場規模 (百万米ドル)			CAGR (2008年- 2026年)
		2008年	2022年	2026年 (予測)	
1	肉	35,093	37,120	47,467	1.6%
2	加工肉、加工 海鮮、代替肉	49,016	38,748	40,162	-1.1%
3	野菜	34,578	32,091	37,046	0.3%
4	パン、焼き菓子	29,454	24,515	27,077	-0.4%
5	インスタント食品、 スープ	19,330	22,428	25,189	1.4%
6	乳製品	19,066	20,070	20,964	0.5%
7	米、パスタ、麺類	24,464	17,541	18,116	-1.6%
8	ビール	23,096	19,072	17,426	-1.5%
9	ソース、調味料	19,952	16,314	17,147	-0.8%
10	お菓子 (セイボリー系)	12,053	13,945	15,546	1.4%

*2026年時点の順位

CAGR (Compound annual growth rate) : 年平均成長率

出所) ユーロモニター

出所) ユーロモニター Copyright (C) Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved.

5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 5-1. 市場概況

日本とメキシコでは、成長率の高い品目が異なる。

メキシコでは、植物由来の乳製品と一部の飲料の成長率が比較的高い。

- 市場規模かつ成長見込みを合わせて考慮した場合、メキシコでは、ビール、果物、魚、海鮮、スピリッツ（リキュール）とワインになる。
- 日本ではインスタントドリンク、ボトルウォーター、食用油、エナジードリンク、アイスクリームと加工果物・野菜が上位を占める。

メキシコの食品及び飲料関連商品上位10位（年平均成長率別）

順位	商品	市場規模 (百万米ドル)			CAGR (2008年- 2026年)
		2008年	2022年	2026年 (予測)	
1	植物性乳製品	144	317	558	7.8%
2	インスタントティー	95	294	352	7.5%
3	エナジードリンク	248	665	858	7.1%
4	ワイン	427	898	1,352	6.6%
5	その他インスタント 飲料（茶、コーヒー 除く）	308	551	752	5.1%
6	魚、海鮮	1,985	4,026	4,793	5.0%
7	スポーツ飲料	395	760	938	4.9%
8	スピリッツ (リキュール)	1,850	2,925	4,134	4.6%
9	ビール	10,160	16,112	22,164	4.4%
10	果物	6,776	11,294	14,390	4.3%

CAGR（Compound annual growth rate）：年平均成長率

出所）ユーロモニター

日本の食品及び飲料関連商品上位10位（年平均成長率別）

順位	商品	市場規模 (百万米ドル)			CAGR (2008年- 2026年)
		2008年	2022年	2026年 (予測)	
1	シリアル食品	272	744	869	6.6%
2	インスタントドリンク	2,094	5,585	6,481	6.4%
3	植物性乳製品	386	1,068	1,171	6.3%
4	サイダー（酒）	9	22	25	5.5%
5	ボトルウォーター	4,475	7,513	8,642	3.7%
6	食用油	1,048	1,635	1,945	3.5%
7	エナジードリンク	1,696	2,627	2,929	3.0%
8	ナッツ類	255	339	423	2.8%
9	アイスクリーム	5,209	6,638	7,270	1.8%
10	加工果物、 加工野菜	1,958	2,363	2,731	1.8%

出所）ユーロモニター

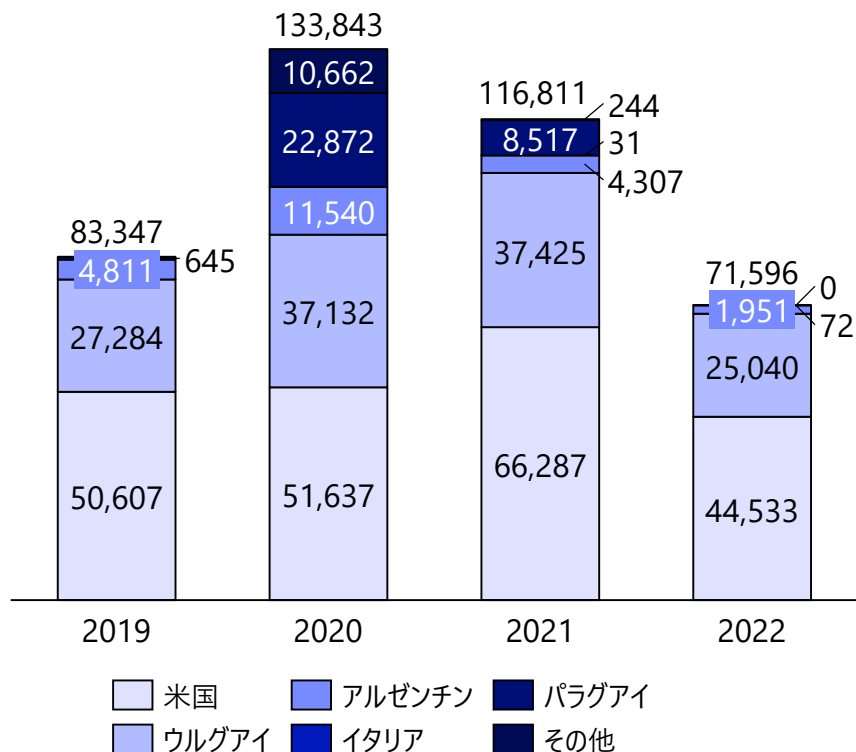
5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 5-1. 市場概況

参考）メキシコではコメの大半を米国から輸入している状況。直近は、米国産米の価格が上昇している。

- 米国産米は、カリフォルニア州における水不足に起因する作付面積の大幅減少と、コメ生産農家による灌水量が少なく済む作物への転作が主な要因となり、取引価格が高騰している。
- 水不足が解消されたとしても、水田自体の減少により、収穫量の増加を見込むことは難しいと言われている。

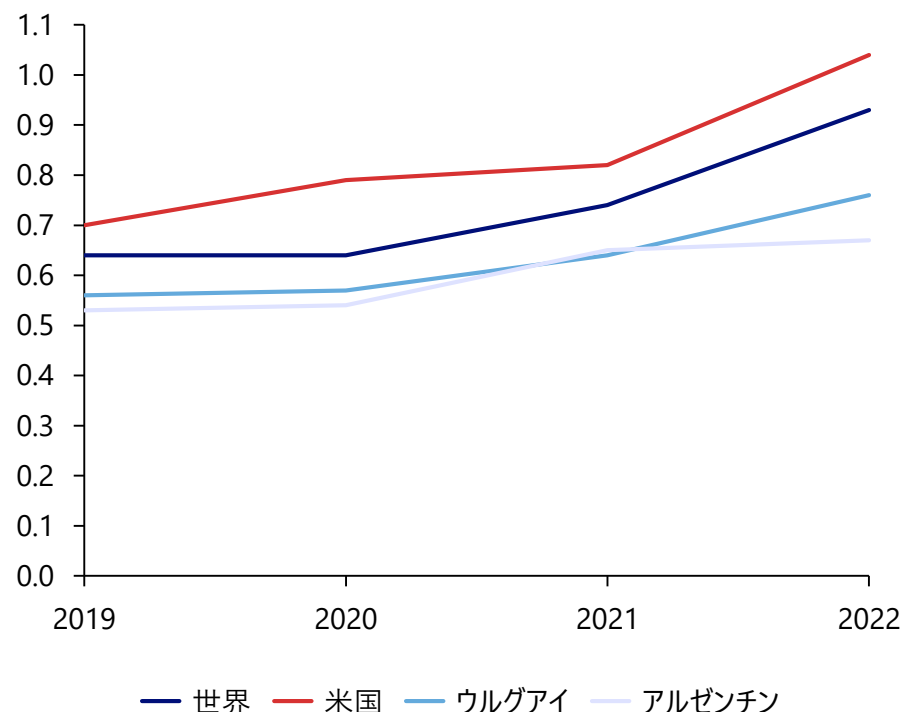
メキシコへの米輸出量の推移（1,000kg）

米国からの輸入量が最も多く、2022年で全体の約62%を占める。



1キロ当たりの平均輸入価格（米ドル/キロ）の推移

特に米国産米の平均輸入価格は、2019年の0.7米ドルから、2022年には約1.5倍の1.04米ドルに上昇している。



5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 5-1. 市場概況

参考) メキシコ政府は3月16日に、日本産精米の輸入解禁及び検疫条件を公開した。

- 農林水産省は、メキシコ政府の公開を受け、メキシコ向け日本産精米の輸出検疫条件の概要を発表。
- なお、日本産精米の輸入解禁は商業貨物を対象としており、空路や陸路でのハンドキャリーによるメキシコへの持ち込みは該当しない。また、日本国内の精米工場の指定はなく、燻蒸（くんじょう）処理は不要。関税割当枠に関する設定や、東京電力福島第1原発事故に関連した規制もない。
- メキシコへの精米輸入時の一般税率（MFN）は20%。また、日本とメキシコ間では、日本・メキシコ経済連携協定（EPA）と環太平洋パートナーシップに関する包括的および先進的な協定（CPTPP）が発効済みである。EPAでは精米が関税削減対象品目となっていないが、CPTPPでは関税削減の対象となっている。関税削減の起点となる税率（ベースレート）は20%で、2018年12月の発効時点から、毎年2%幅ずつ削減されている。2023年が8%、24年が6%、25年が4%、26年が2%、27年以降が0%となる。
- 現状、米国産米は無関税で輸入できるため、日本米のメキシコにおける競争力を高めるためには、こうした経済連携協定を活用していくことが重要となる。

SENASICAの植物検疫検索ポータルにおける、日本産精米の検疫条件画面

The screenshot shows the SENASICA website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Formalities', 'Government', 'Blog', 'Multimedia', 'Press', 'Diary', 'Actions and Programs', 'documents', and 'Transparency'. Below the navigation bar, there is a search bar and a link to 'Query module for requirements for the importation of phytosanitary merchandise'. The main content area is titled 'Phytosanitary requirements for import'. Below the title, there is a table with three columns: 'Combination key:', 'Scientific name:', and 'Commodity:'. The table contains the following information:

Combination key: 1828-101-4506-JPN-JPN	Scientific name: oryza sativa	Commodity: Rice
Kind of product: Polished	Function/use: CONSUMPTION	Country of origin: Japan

参照URL（2023年3月20日閲覧時点）：

<https://sistemasssl.senasica.gob.mx/mcrfi/ConsultaCatalogos.xhtml>

検疫条件に関するポイント

- 商業用貨物であること。
- 日本の植物防疫所の植物防疫官による輸出検査により、（1）土壌、雑草種子、および植物残渣（ざんさ）の混入がないこと、ならびに（2）コクヌスト（貯蔵穀物害虫、Tenebroides mauritanicus）が不在であることの確認を受け、植物検疫証明書が添付されること。
- 植物残渣がなく、病害虫がいない清潔なコンテナにより輸出されること。
- 新しく清潔な資材によって密閉包装され、会社、原産地およびバッチ番号（製造ロット番号）の表示による識別が可能であること。

参照URL（2023年3月20日閲覧時点）：

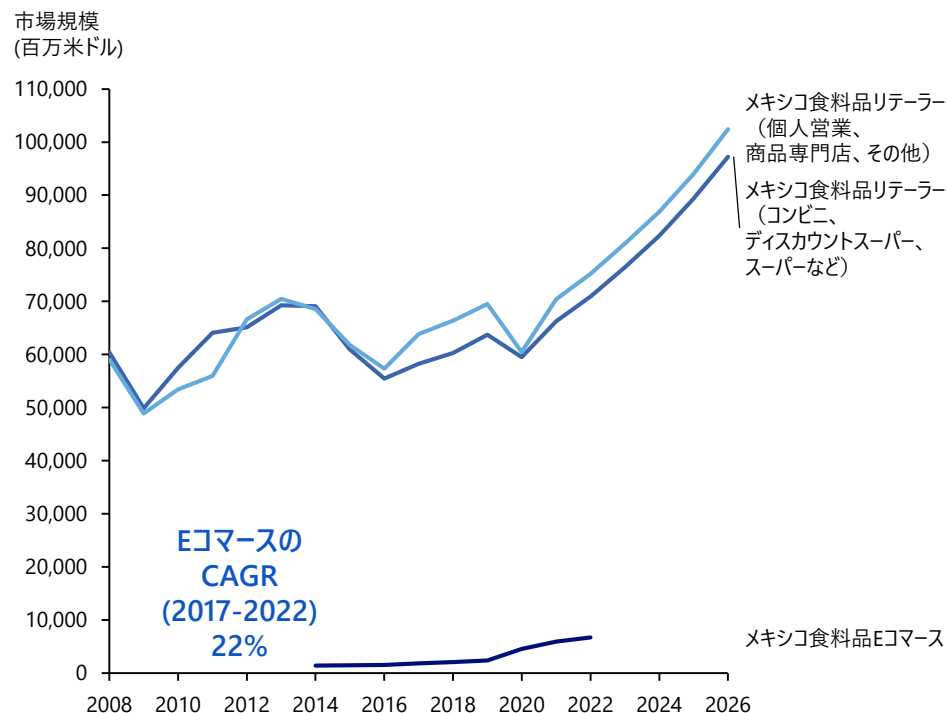
<https://www.maff.go.jp/j/press/syouan/syokubo/230317.html>

5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 5-1. 市場概況

メキシコでは、日本と同様、オフラインの小売が食品の主な販売チャネルとなっている。
メキシコのEコマース市場は立ち上がり期にあり、日本よりも急速に成長している。

- メキシコにおけるオフライン小売は、引き続き主要な販売チャネルとなっている。2020年以降、コンビニエンスストアやスーパーマーケットなどの近代的な小売業者、伝統的な小売業者（個人販売や専門店）の市場成長は同様の傾向であるが、市場規模では伝統的な小売市場がわずかに大きいと予想されている。
- COVID-19の流行以降、スーパーマーケットではEコマースの活用が進んでいる。2022年には、WalmartがEコマースチャネルを35%増やし（27.6M MXNを投資）、La ComerとChedrauiのEコマースチャネルがそれに続くと報告されている。

メキシコのリテール市場の推移

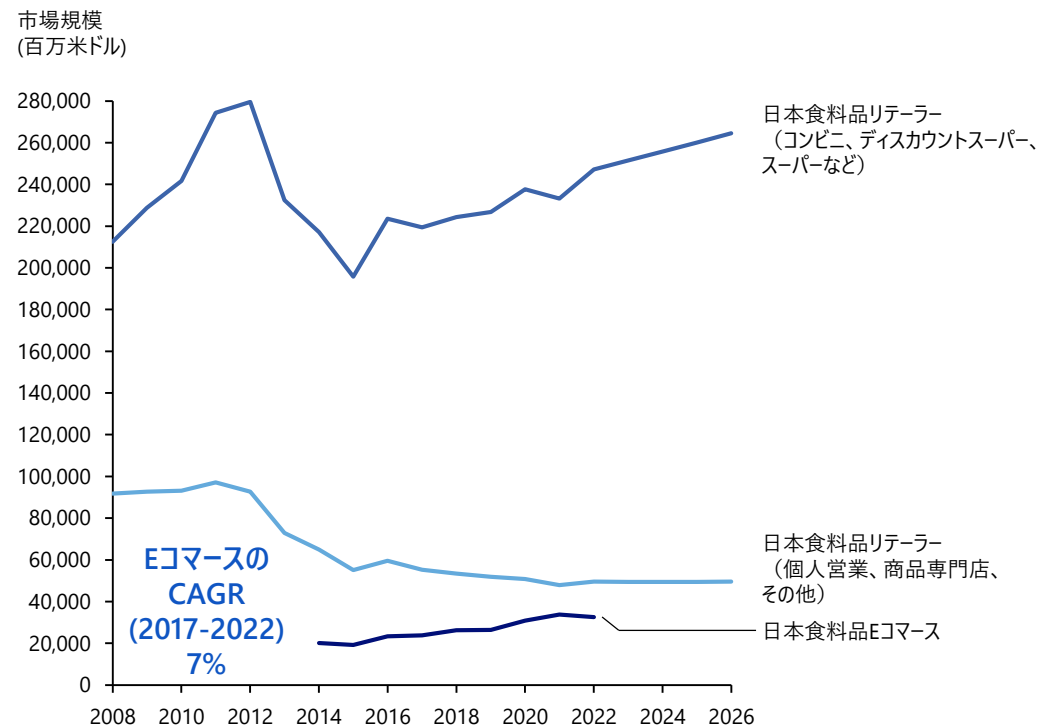


*注意点：メキシコの食料品Eコマースのデータは2014年－2022年のみ。

* CAGR (Compound annual growth rate)：年平均成長率

出所) ユーロモニター

日本のリテール市場の推移



*注意点：日本の食料品Eコマースのデータは2014年－2022年のみ。

* CAGR (Compound annual growth rate)：年平均成長率

出所) ユーロモニター

5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 5-1. 市場概況

輸入日本食品を扱う専門店等も存在するが、
小売全体では外資大手や現地小売チェーン店の浸透度が高い。

- Walmartのほか、HEBも外資系企業で、合わせて国内シェアの40%を占め、残りの60%はナショナルチェーンが占めている。
- 大手小売店でも日本食を取り扱っており、そのほとんどが輸入品である。

メキシコ現地の主要小売店（上位6位）（2021）

会社名		本社所在地	売上 (億米ドル)	シェア (%)	店舗数
	Walmart	Mexico City	34.2	37	2,756
	Soriana	Monterrey	11.7	13	800
	Chedraui	Xalapa	4.4	5	321
	Casa Ley	Culiacan	3.7	4	290
	La Comer	Mexico City	1	1	82
	HEB	Monterrey	0.9	1	76
その他小売店		NA	35.8	39	1,775

出所）ANTAD, El Universal

輸入日本食材を扱う主な小売店

店舗名	備考
MIKASA	メキシコ最大の日本食小売店。本店（スーパー）の店舗内は1階が食品スーパーマーケットと日本雑貨を販売するフロア、2階が事務所、ラーメンショップとなっている。
TIENDA YAMAMOTO	在留邦人を主な顧客とする日本食品小売店。卸売業も展開しており、主要な料理店等に商品を卸している。ネギ、キュウリ、ナスなどの日本食に用いる野菜も取り扱っている。
KOKESHI MARKET	小売と卸業を展開。取り扱っている日本食品の多くは、米国産。日本産品は全体の10%程度であるが、当該製品も米国経由で日本から輸入している。
SUPER KISE ORIENTAL	小売と卸売業を展開。日本食品だけでなく、中国、タイ、フランス、レバノン等多国籍の商品を扱う。
IDE Gourmet Oriental	駐在員が多く居住するボランコ地区に位置しており、日本食品の小売の他、総菜メニューも販売している。

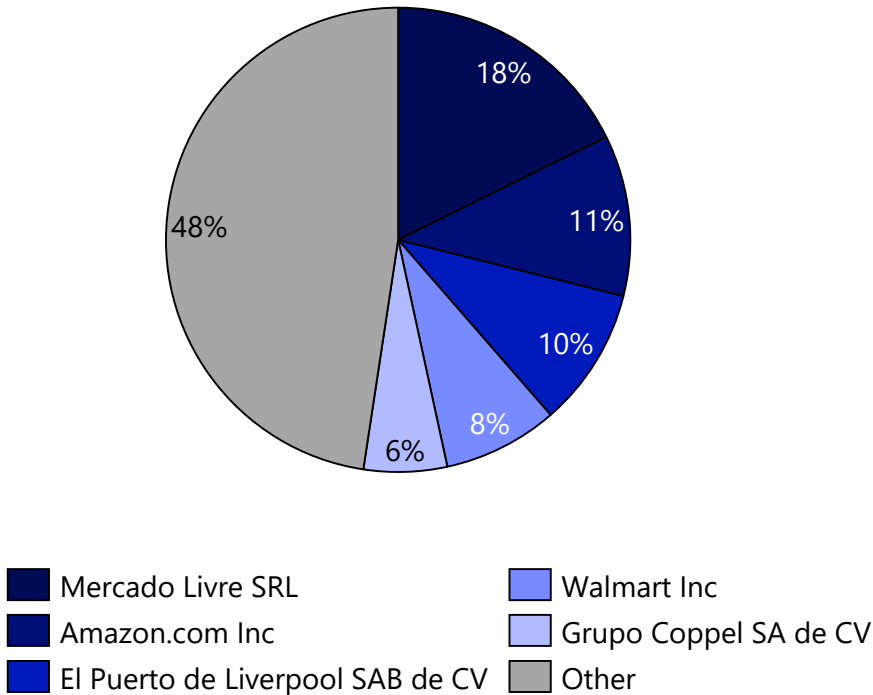
出所）各種公開情報に基づき作成

5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 5-1. 市場概況

メキシコにおいては、「Mercado Libre」のシェアが最も大きい。
Eコマース事業者の中には日本からの輸入品を扱っている事業者も存在。

■ 一部の百貨店では、「El Puerto de Liverpool」という名称でEコマースチャネルにおいて日本産輸入食品を扱っている。

メキシコにおけるEコマース事業者の市場シェア（2021）



主な事業者・ウェブサイトの概要

名称	概要（日本食品の扱い等）	URL
Mercado Libre SRL	バラエティショップ。日本の飲料、調味料、スナック菓子、麺類などを含む。	https://www.mercadolibre.com.mx/
Amazon.com Inc.	バラエティショップ。日本の飲料、調味料、スナック菓子、麺類などを含む。	https://www.amazon.com.mx/
El Puerto de Liverpool SAB de CV	一部商品を扱う百貨店。日本の飲料、スナック菓子、キャンディーを含む。	https://www.liverpool.com.mx/tienda/home
Walmart Inc	様々な商品を扱うが、商品数は限定的。日本の調味料、スナック菓子、麺類など。	https://www.walmart.com.mx/
Grupo Coopel SA de CV	日本食品の扱いは確認できず。	https://www.coppel.com/

出所）ユーロモニター

出所）各ウェブサイトに基づき作成

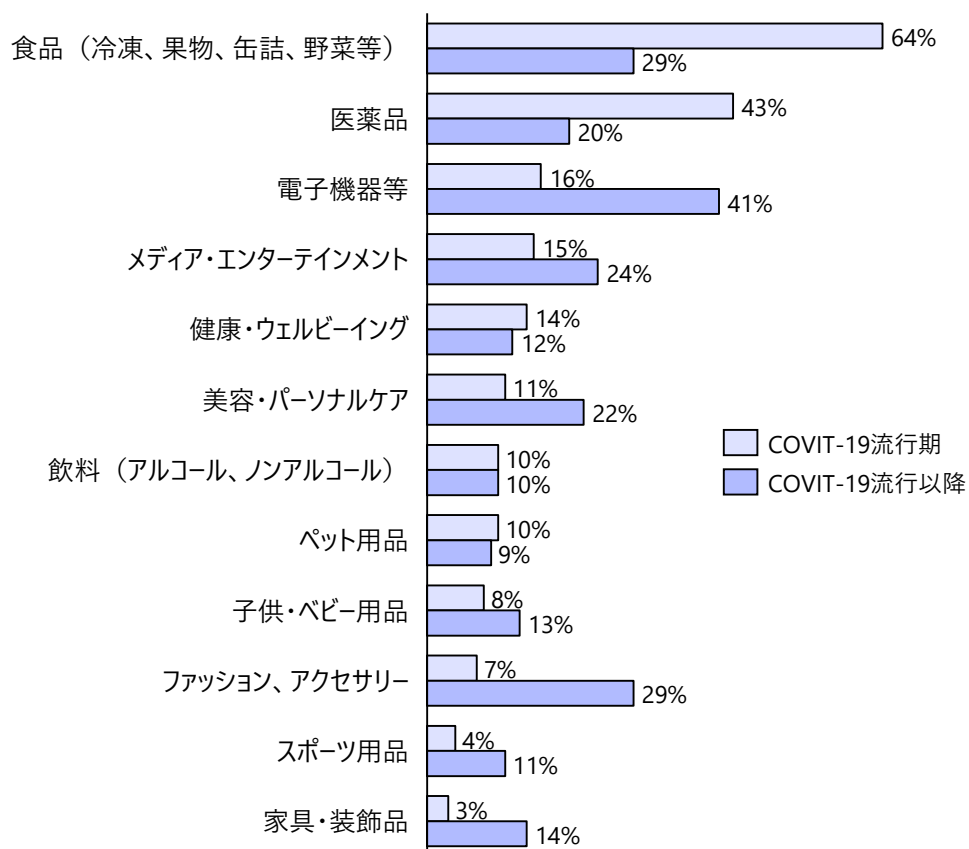
5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 5-1. 市場概況

メキシコでは、COVID-19の流行期間中の食品分野でのEコマースチャネル利用割合が大きかったが、流行以降は食品、医薬品の利用割合は減少し、電子機器等やファッション、アクセサリーの利用割合が大きく増加した。

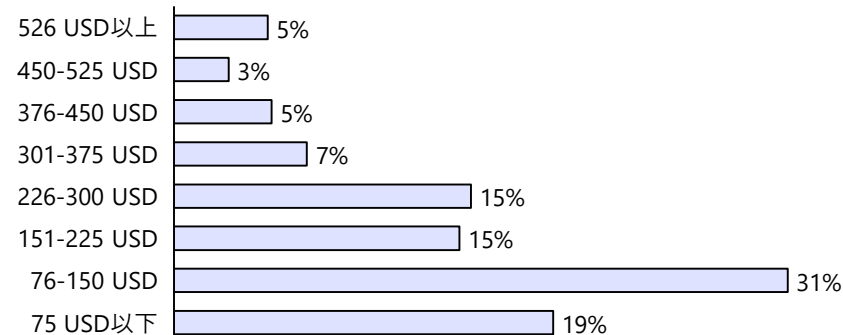
- COVID-19の流行期間においては、食品・医薬品に対する購入意欲が最も高かった。
- 流行以降は、電子機器等やファッション、アクセサリーに対する購買意欲が高まっている。

COVID-19流行期と流行以降のオンライン商品カテゴリーの購買選好度

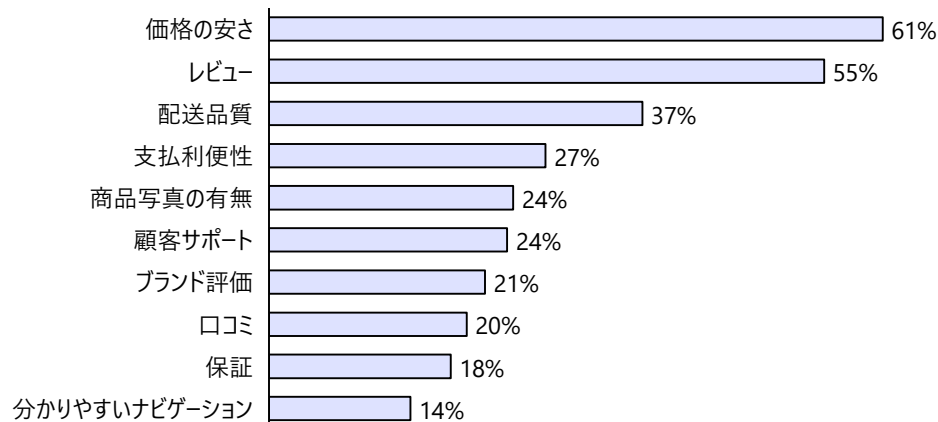
(N=616)



オンラインでの消費額（月平均）（2021年）（N=500）



オンラインでの購入決定要因（2021）（N=500）



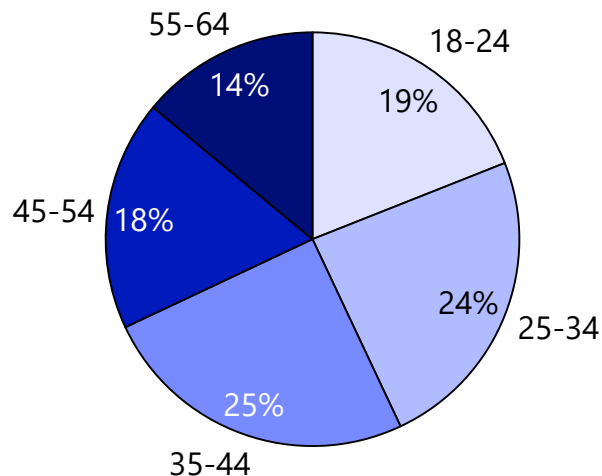
5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 5-1. 市場概況

参考) メキシコにおける越境EC利用の状況

- メキシコの越境ECにおける取引国は米国（59%）が最大であり、次いで中国（43%）であるが、日本は両国に次いで3位（13%）となっている。

越境EC利用者の年齢構成比（N=14,000）

（複数回答）



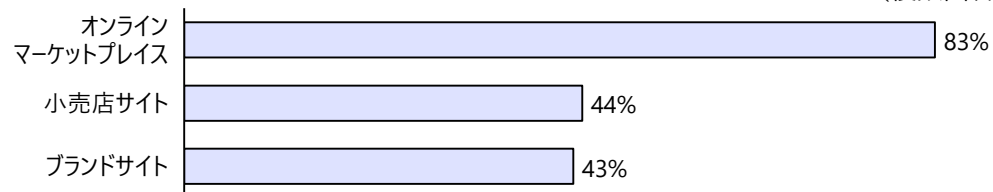
越境ECを利用する理由（N=14,000）

（複数回答）



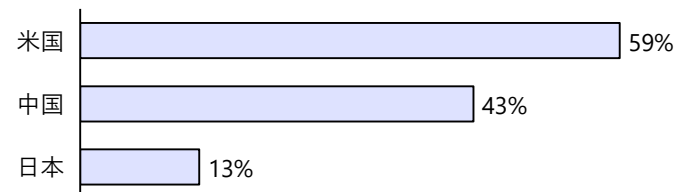
越境ECの利用サイト（N=14,000）

（複数回答）



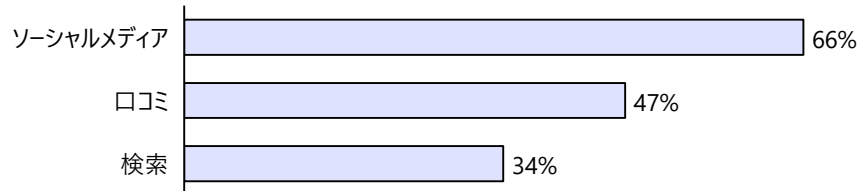
越境ECの取引相手国（上位3位）（N=14,000）

（複数回答）



越境ECの情報元（N=14,000）

（複数回答）



1. 事業概要

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態

2-1. 市場概況

2-2. （参考）輸出上の留意点

3. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策

4-1. 対応策の検討

4-2. エコマースについて

5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態

5-1. 市場概況

5-2. （参考）輸出上の留意点

6. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

7. 日本企業及び中南米企業を対象とした、輸出等拡大に関するフォーラム等の開催

5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 5-2. (参考) 輸出上の留意点

主な規制・制度の概要と詳細情報参照先 (1/2)

カテゴリ	ポイント	概要	詳細情報先
食品表示	(1) メキシコにおける食品表示ラベル規格の改定の概要と輸出事業者や輸入事業者、現地生産者が特に留意すべき点	- 新しい食品表示規格（以下「新規格」という。）は2020年3月に公布され、その大部分は同年4月1日より施行されたが、警告シールと説明文に関する特定の義務は同年10月1日より施行された。 - 新規格は、包装済み食品とノンアルコール飲料に適用され、①新規格を参照しない、又は新規格の適用を除外するその他の規格の対象となる製品、②量り売りで販売される製品、③販売時に包装される製品、及び ④当局が定めるその他の製品には適用されない。アルコール飲料にも新規格は適用されない。 - 新規格の対象となるのは、製品の輸入業者若しくは製造者、又は第三者にその全体又は一部の製造を委託した者である。 - メキシコで販売される全ての対象製品は新規格に準拠する必要がある。 - 新規格は、警告表示と説明文のサイズや位置等に関して詳細な義務を定めている。なお、警告の表示方法として、2020年10月1日～2021年3月31日までの間は一時的な措置として、製品の包装に警告表示のシールを貼付することが許可されていたが、2021年4月1日以降は、製品の包装に警告を印刷する必要がある。 - 新規格の対象製品である包装済み食品とノンアルコール飲料のうち、カロリー、糖分、飽和脂肪酸、トランス脂肪酸又はナトリウムが特定の閾値を超えるために警告表示が必要となる製品には、キャラクター、漫画、ゲームその他子どもの消費を奨励することを目的とした要素又は特定の健康の維持若しくは増進に役立つ広告を含めてはならず、医療団体の推奨文言を記載してはならない。他方、警告表示が不要な製品には、上記の要素を含めることができる。	- 公式メキシコ規格NOM-5-SCFI / SSA2010（包装済み食品及びノンアルコール飲料の一般表示仕様-商業及び健康情報の変更） https://www.dof.gob.mx/normasOficiales/8150/seeco11_C/seeco11_C.html - 公式メキシコ規格NOM-5-SCFI / SSA2010の改正 https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/653733/MANUAL NOM051_v16.pdf - 改正された公式メキシコ規格NOM-051-SCFI/SSA1-2010対象商品の責任者向けガイドライン https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/666912/Guia - Sujetos regulados 10.0.pdf

5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 5-2. (参考) 輸出上の留意点

主な規制・制度の概要と詳細情報参照先 (2/2)

カテゴリ	ポイント	概要	詳細情報先
食品表示	(1) メキシコにおける食品表示ラベル規格の改定の概要と輸出事業者や輸入事業者、現地生産者が特に留意すべき点 (続き)	新規格は、原材料（特にアレルギー物質）の表示、責任者及び使用方法等についても規制している。表示は全てスペイン語で行わなければならない、原材料を重量の降順で記載し、過敏症、不耐症又はアレルギーを引き起こす可能性のある全ての成分を記載する必要がある。	
食品表示	(2) カロリー、糖分、飽和脂肪酸、トランス脂肪酸、ナトリウムについては、食品包装上での警告表示が必要となる基準値について	- カロリー、糖分、飽和脂肪酸、トランス脂肪酸及びナトリウムは、ある特定の閾値を超えると「過剰」とであるとされ、警告表示が必要となる。これらの栄養素の閾値レベルと計算方法は、規制の施行段階によって異なる。新規格は3段階の施行段階を設定している（第1段階は2020年10月1日から2023年9月30日まで、第2段階は2023年10月1日から2025年9月30日まで、第3段階は2025年10月1日以降。）。具体的な閾値レベルや計算方法については別紙1「【メキシコ】重要な栄養素の閾値レベル」参照。 - さらに、食品や飲料にカフェインや甘味料(製品に甘味を与える単糖類や二糖類とは異なる物質を指す。以下、②メキシコ部分において同様が含まれている場合は、その量に関わらず、製品にそれぞれ「カフェインが含まれています。小児は避けてください」又は「甘味料が含まれています。お子様にはお勧めできません」といった注意書きを表示する必要がある。	- 公式メキシコ規格NOM-5-SCFI / SSA2010（包装済み食品及びノンアルコール飲料の一般ラベル仕様-商業及び健康情報の変更） https://www.dof.gob.mx/normasOficiales/8150/seeco11_C/seeco11_C.html - 公式メキシコ規格NOM-5-SCFI / SSA2010の改正 https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/653733/MANUAL_NOM051_v16.pdf

5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態 | 5-2. (参考) 輸出上の留意点

【別紙 1】警告表示が必要となる栄養素の閾値

【第 1 段階（2020年10月1日～2023年9月30日）】

- ①砂糖を添加する場合は、砂糖とカロリーレベルを分析するものとし、②脂肪を添加する場合は、飽和脂肪酸、トランス脂肪酸及びカロリーレベルを分析するものとし、③ナトリウムを添加する場合は、ナトリウムレベルのみを分析するものとする。

【第 2 段階（2023年10月1日～2025年9月30日）】

- ①砂糖を添加する場合は、砂糖とカロリーレベルを分析するものとし、②脂肪を添加する場合は、飽和脂肪酸、トランス脂肪酸及びカロリーレベルを分析するものとし、③ナトリウムを添加する場合は、ナトリウムレベルのみを分析するものとする。

【第 3 段階（2025年10月1日以降）】

- いずれかの栄養素を添加する場合、すべてのカロリー並びに追加された砂糖、飽和脂肪酸、トランス脂肪酸及びナトリウムレベルを分析するものとする。

各段階の閾値レベル

		カロリー過剰	砂糖過剰	飽和脂肪酸過剰	トランス脂肪酸過剰	ナトリウム過剰
第 1 段階 (2020年10月1日～ 2023年9月30日)	固形製品100g あたり	合計275kcal以上	総エネルギーの10%以上が遊離糖に由来。 遊離糖由来の10kcal未満の飲み物は免除	総エネルギーの10%以上が飽和脂肪酸に由来	総エネルギーの1%以上がトランス脂肪酸に由来	350mg以上。ノンカロリードリンクの場合は45mg以上
	液体製品100mlあたり	合計70kcal以上又は遊離糖から10kcal以上				
第 2 段階 (2023年10月1日～ 2025年9月30日)	固形製品100gあたり	合計275kcal以上	総エネルギーの10%以上が遊離糖に由来			1kcalあたり1mg以上又は300mg以上。ノンカロリードリンクの場合は45mg以上。
	液体製品100mlあたり	合計70kcal以上又は遊離糖から8kcal以上				
第 3 段階 (2025年10月1日以降)	固形製品100gあたり	合計275kcal以上				
	液体製品100mlあたり	合計70kcal以上又は遊離糖から8kcal以上				

1. 事業概要

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態

2-1. 市場概況

2-2. （参考）輸出上の留意点

3. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策

4-1. 対応策の検討

4-2. Eコマースについて

5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態

5-1. 市場概況

5-2. （参考）輸出上の留意点

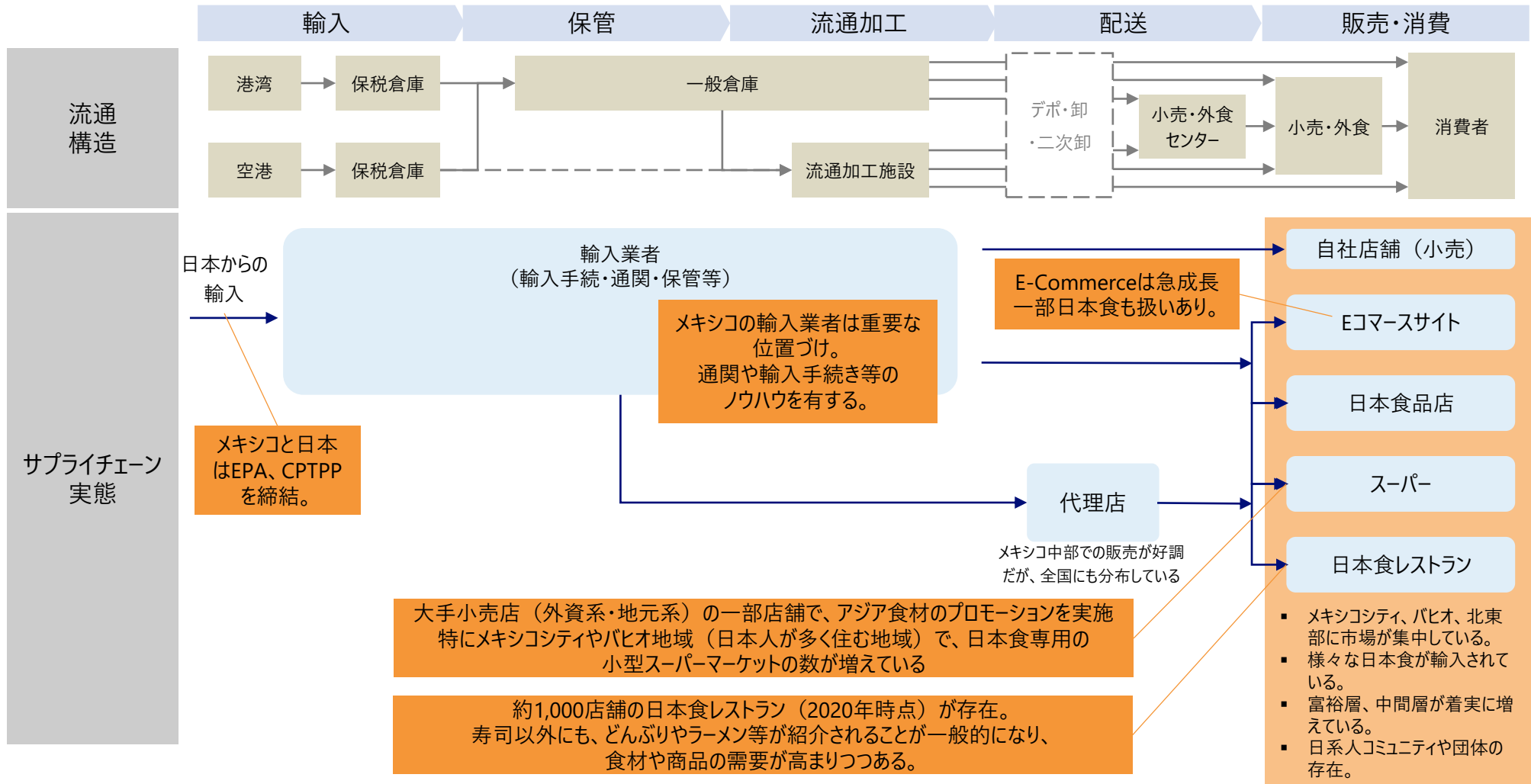
6. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

7. 日本企業及び中南米企業を対象とした、輸出等拡大に関するフォーラム等の開催

6. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

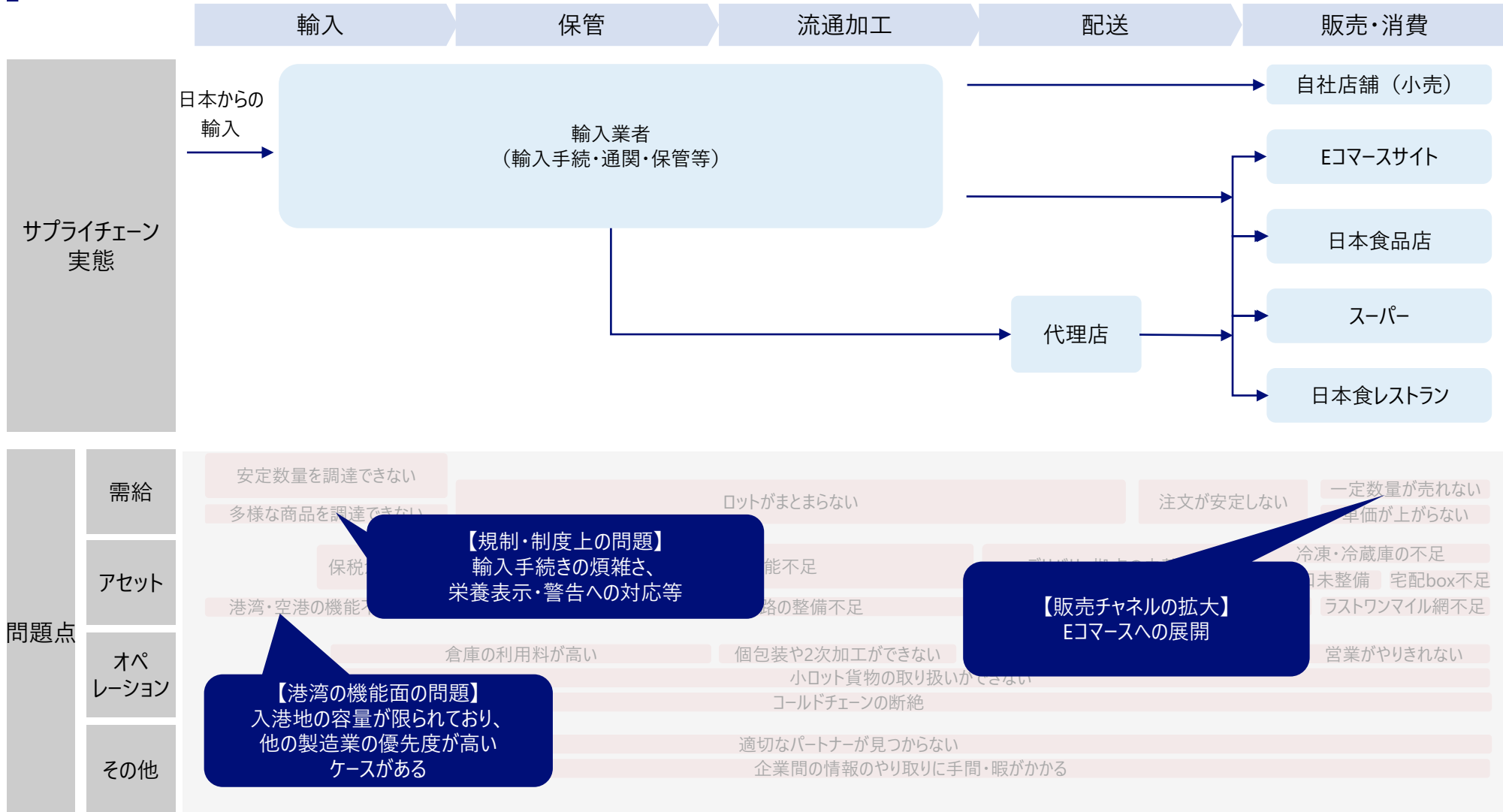
経済連携協定の締結や日本食の認知度等の高まりにより、
メキシコに対する輸出拡大の機運は高まっている。

メキシコにおける流通構造の特徴



6. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

日本産食品の輸入・流通を拡大するためには、特に税関や港湾での手続きの煩雑さ、販売チャネルの拡大などが挙げられる。



1. 事業概要

2. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通実態

2-1. 市場概況

2-2. （参考）輸出上の留意点

3. ブラジルにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

4. ブラジルにおける輸出等拡大に向けた方策

4-1. 対応策の検討

4-2. Eコマースについて

5. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通実態

5-1. 市場概況

5-2. （参考）輸出上の留意点

6. メキシコにおける農林水産物・食品等の流通に係る課題

7. 日本企業及び中南米企業を対象とした、輸出等拡大に関するフォーラム等の開催

7. 日本企業及び中南米企業を対象とした、輸出等拡大に関するフォーラム等の開催

日伯食品・農業合同セミナー開催結果概要

1. 開催日：2023年2月3日（金）
2. 場所：ブラジル日本文化福祉協会（文協ビル）（ブラジル・サンパウロ市）
3. 趣旨：中南米地域最大の人口・市場・農業生産力を有し我が国とも長い経済・社会・文化面の強固な関係を土台に、今後の食・農分野での関係強化が期待されるブラジルとのビジネスや協力関係の一層の拡大を図る。
4. 主な内容

①ブラジルにおける日本産食品の販売状況や今後の展望について発表。

（発表企業）マルカイ、ZENDAI、ブラジル和食協会、ブラジルみずほ銀行、キッコーマン・ド・ブラジル、野村総合研究所

②日伯両国による途上国協力や世界の食料需要増大に向けた協力の可能性についてパネルディスカッションにより議論。

（パネリスト）ロドリゲス元ブラジル農務大臣、カンポス国際金融公社中南米農業担当、フォンセッカ・デロイト・アグリビジネス貿易担当、江口JICAブラジル事務所長、吉岡 農林水産省輸出・国際局参事官、林 農林水産政策研究所主任研究員（モデレーター）

③現地小売、日本食レストラン経営者、商社等にPRするため、レセプション会場において、ラーメンの試食や日本産食品のサンプル提供等を実施。



パネルディスカッションの様子



会場の様子

5. 出席者：約200名（対面：約120名、オンライン約80名）

政府関係機関・団体：外務省（林駐ブラジル大使、桑名駐サンパウロ総領事）、農林水産省、JETRO、JICA、ブラジル日本商工会議所、ブラジル投資促進庁（APEX-Brasil）、他

民間企業：味の素、ダイソー、伊藤忠、住友商事、クロノス・アリメントス（三井物産）、NXブラジル、Hirota、MAC Oriental Food、ヤマト商事、Nippon Bebidas, Lamen the bowl、Izakaya Omoide Sakaba、Mori Chazeria、Sakura、MN FOOD 他

レセプション出展企業・団体：西山製麺、熊本物産協会、茨城県、ブラジル味の素、梶谷食品、REIFA JAPAN、尾西食品、亀田製菓、トウスイ

The text is framed by two decorative swooshes. The top swoosh is a gradient bar transitioning from blue on the left to red on the right, arching over the text. The bottom swoosh is a solid blue bar, also arching under the text.

Share the Next Values!