

台湾・香港・タイ・インドネシアにおける当該国産及び他国
産輸入青果物（もも・かんきつ・なし・かき）の流通量・価格
に関する調査報告書

平成27年1月

農林水産省

（委託先：アクセンチュア株式会社）

注意事項・免責事項

注意事項

- 本事業は、農林水産省食料産業局輸出促進グループの委託により、アクセンチュア株式会社が実施したものであり、本報告書の内容は農林水産省の見解を示すものではありません。

免責事項

- 農林水産省及び委託事業者であるアクセンチュア株式会社とその関連会社は、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、派生的、特別の、付随的、あるいは懲罰的損害及び利益の喪失については、それが契約、不法行為、無過失責任、あるいはその他の原因に基づき生じたか否かにかかわらず、一切の責任を負うものではありません。これは、たとえ、農林水産省及び委託事業者であるアクセンチュア株式会社とその関連会社がかかる損害の可能性を知らされていた場合も同様とします。
- 本報告書は信頼できると思われる各種情報に基づいて作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。農林水産省及び委託事業者であるアクセンチュア株式会社は、本報告書の論旨と一致しない他の資料を発行している、または今後発行する可能性があります。

目次

1.	調査目的・背景	p. 3
2.	調査報告書サマリ(もも)	p. 4
3.	【もも】各国における輸入量の推移、価格比較、インポーターヒアリング結果	p. 5
4.	調査報告書サマリ(かんきつ)	p. 9
5.	【かんきつ】各国における輸入量の推移、価格比較、インポーターヒアリング結果	p. 10
6.	調査報告書サマリ(なし)	p. 14
7.	【なし】各国における輸入量の推移、価格比較、インポーターヒアリング結果	p. 15
8.	台湾におけるなしの取引形態/流通形態	p. 20
9.	調査報告書サマリ(かき)	p. 21
10.	【かき】各国における輸入量の推移、価格比較、インポーターヒアリング結果	p. 22
11.	《参考》【りんご】各国における輸入量の推移、価格比較、インポーターヒアリング結果	p. 26
12.	《参考》【いちご】インポーターヒアリング結果	p. 30
13.	《参考》【ぶどう】品質及び定性評価	p. 33
	主要出典一覧	p. 34

調査目的・背景

調査項目	目的・背景	調査のポイント	主な関連過去調査
<p>台湾・香港・タイ・インドネシアにおける当該国産及び他国産輸入青果物（もも・かんきつ・なし・かき）の流通量・価格調査</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ターゲットとする輸出先国やマーケティング手法を検討するにあたり、日本産と競合する国・品目を把握するための基礎的な調査を行う。 ・台湾のなしの関税割り当て枠9,000トンのうち大半が韓国産となっており、品質面では日本産の方が優れているという情報があるにも関わらず、なぜ日本産の輸入量がないのか、明らかにする必要。 ・台湾・香港・タイ・インドネシアの消費者層により商流が分かれている状況。今後、輸出ターゲットを絞り込むためにも、その実態について、インポーターの生の声の収集が必要 	<ul style="list-style-type: none"> ・国内事業者・有識者ヒアリングを通じた、輸出の現状把握・課題認識。（競合把握含む） ・台湾・香港・タイ・インドネシアのインポーターヒアリングを通じた、現地商流等の実態調査 	<ul style="list-style-type: none"> ・農林水産物・食品輸出に関するアンケート調査（JETRO:2013年5月） <ul style="list-style-type: none"> ➢ 農林水産物・食品輸出に関する日本企業の海外事業展開や輸出阻害要因、食品衛生関連規格の取得状況における調査 ・国別戦略的マーケティング事業（農水:2012年3月） <ul style="list-style-type: none"> ➢ 諸外国（台湾・香港・韓国・中国・タイ・ベトナム・シンガポール・EU）の農林水産物・食品の輸出促進体制調査

調査報告書サマリ(もも)

調査名	当該国産及び他国産輸入青果物(もも)の 流通量・価格調査	調査 内容	【文献調査・ヒアリング】 ・各国における市場シェア等、基本情報の把握 ・インポーターヒアリングにより、日本産青果物の評価を 把握
対象国	台湾・香港・タイ・インドネシア		

台湾

香港

タイ

インドネシア

総輸入量と 日本産シェア の推移調査

- ・全体の輸入量は7千トン程度で、近年は横ばいに推移
- ・米国産の独占市場で、日本産のシェアは低い

- ・全体の輸入量は1万3千トン程度で増加傾向にあり、増加分はチリ産が占める
- ・日本産の輸入量は増加しているが、シェアは低い

- ・全体の輸入量は77トン程度で近年減少している
- ・日本産の輸入量は極わずか

- ・全体の輸入量は6トン程度
- ・日本産の輸入はない

価格比較 調査

- ・日本産は大玉の高級品種、米国産は小玉の普及品種が店頭に並んでいる
- ・日本産(大玉)の価格は米国産(中玉)の約2倍

- ・スーパーにおいて、日本産の価格は米国産の約3倍
- ・チリ産の平均輸入単価は米国産よりも高く、日本産よりも低い

- ・百貨店で販売されている日本産は、黄金桃で1310円、白桃で810円
- ・日本産と比較して、中国産の価格は10分の1程度

- ・中国産の平均輸入単価は他国産と比べて安い

インポーター ヒアリング 結果

- ・味が良い
- ・日本産はパッケージの強度や見た目が米国産と比較して劣っている
- ・検疫への対応が甘い

- ・注文数が少なく航空便を利用するため、高価格

- ・高価格で販売期間が限られているため、売りにくい

- ・G.A.P.認証を取得していない日本の産地からの購入はしない
- ・豪州と米国はインドネシア向けのプロモーションに積極的である

輸出拡大方針策 定に向けた示唆 (アクセンチュア株 式会社からの 提案)

- ・取扱量を増やし、輸送コストを抑制することが必要
- ・パッケージの強度や見た目の改善が必要
- ・輸出対応産地の育成が必要

- ・取扱量を増やし、輸送コストを抑制することが必要

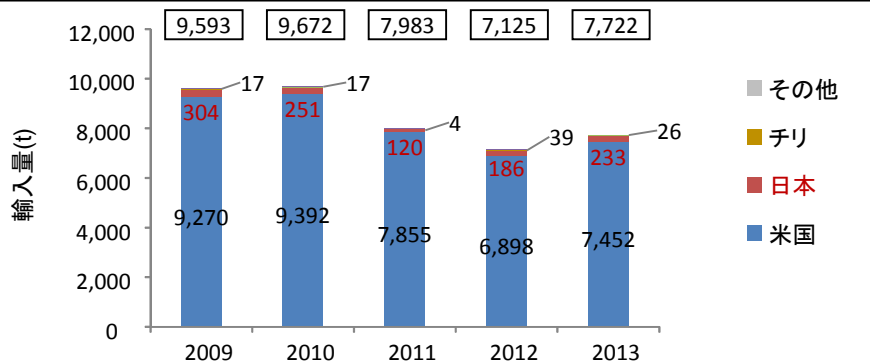
- ・取扱量を増やし、輸送コストを抑制することが必要
- ・プロモーションを行い、富裕層向けのニーズを開拓することが必要
- ・年間を通じて供給する体制が必要

- ・プロモーションを行い、富裕層向けのニーズを開拓することが必要
- ・輸出環境の整備が必要

【もも】各国における輸入量の推移

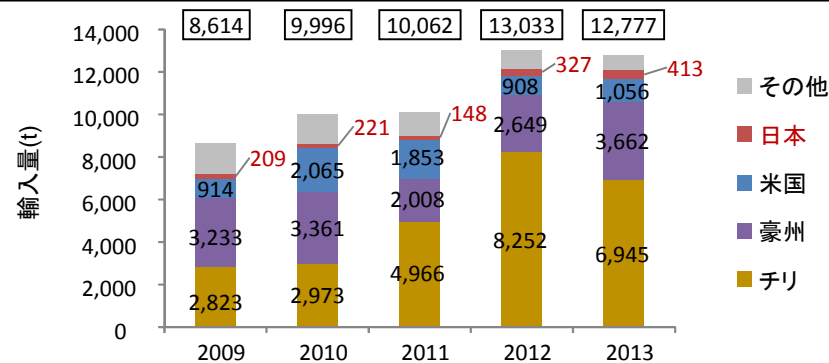
香港は輸入量が増加傾向にあり、2013年の輸入量は1万3千トン程度で4か国中1番多い。一方、台湾、タイの輸入量は減少傾向にある。インドネシアでは日本産の輸入はない。

台湾



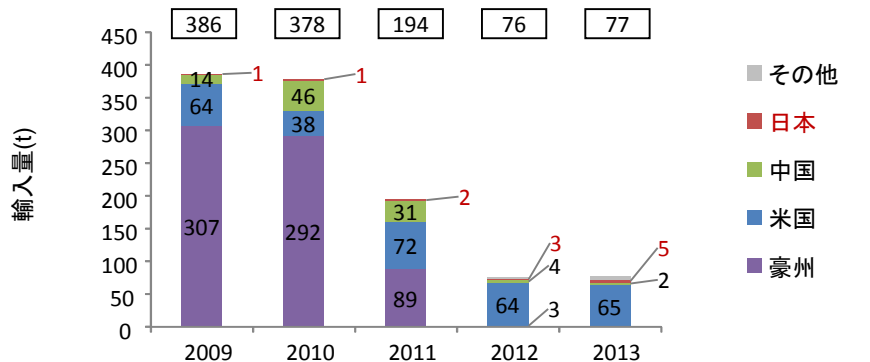
- ももの輸入量は2009年から2013年にかけて減少
- 米国の独占市場となっている(97%:2013)
- 日本産のシェア率は低く、ほぼ横ばいで推移(3%程度)

香港



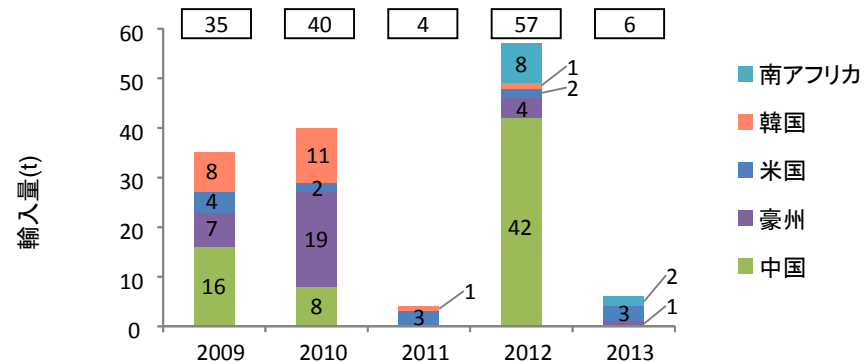
- ももの輸入量は2009年から2013年にかけて増加。増加分はチリ産が多くを占める
- 日本産の輸入量は2009年から2013年にかけて増加しているが、シェア率は低く、ほぼ横ばいで推移(2%程度)

タイ



- 8割を占めていた豪州からの輸入量が急激に減少したことに伴い、2013年の輸入量は2009年比約20%まで減少。
- 日本産の輸入量は極わずか(2トン程度)

インドネシア



- ももの輸入量は少量であり、2011年、2013年はほとんど輸入がなかった
- 日本産の輸入はない

【もも】各国の価格比較

台湾、香港において、日本産は他国産と比較して、約2倍、3倍の高価格帯で販売。タイでも百貨店にて高価格帯で販売。

台湾						
国	平均輸入単価(円/個)	品種	サイズ	販売先	価格(円/個)	価格比
日本	157	品種不明(山形産)	大玉	百貨店(名称不明)	970-1300	100
		水蜜桃	大玉	百貨店(そごう)、スーパー(JASON'S)	890,970	75
米国	62	品種不明	中玉	百貨店(名称不明)	700	54
		品種不明(カリフォルニア産)	中玉	市場(名称不明)	300	23
		白鳳	中玉	スーパー(JASON'S)	210	16
		白桃	小玉	スーパー(JASON'S)	130	10
チリ	122	-	-	-	-	-
台湾	-	水蜜桃	小玉	スーパー(JASON'S)	220	17

- 日本産は大玉、米国産や台湾産は中玉、小玉が店頭に並んでいる
- 日本産(大玉)は米国産(中玉)の約2倍、台湾産(小玉)の約5倍の価格で販売されている

香港						
国	平均輸入単価(円/個)	品種	サイズ	販売先	価格(円/個)	価格比
日本	178	品種不明(岡山産)	-	スーパー(シテイスーパー)	1380	100
チリ	32	-	-	-	-	-
豪州	59	-	-	-	-	-
米国	58	フェアリーフワット	-	スーパー(シテイスーパー)	440	32

- スーパーにおける販売価格は、日本産は米国産の約3倍

タイ						
国	平均輸入単価(円/個)	品種	サイズ	販売先	価格(円/個)	価格比
日本	387	黄金桃	-	百貨店	1310	100
		白桃	-	(伊勢丹)	810	62
豪州	90	-	-	-	-	-
米国	48	-	-	市場(名称不明)	830	63
中国	43	麗江	-	市場(名称不明)	160	12

- 百貨店で販売されている日本産は、黄金桃で1310円、白桃で810円

インドネシア						
国	平均輸入単価(円/個)	品種	サイズ	販売先	価格(円/個)	価格比
中国	16	-	-	-	-	-
豪州	55	-	-	-	220-290	-
米国	28	-	-	-	170-290	-
韓国	30	-	-	-	-	-
南アフリカ	47	-	-	-	-	-

- ※日本産の流通はなし
- 中国産の平均輸入単価は他国産と比べて安い

※1 USD = 30.4185 NTD, 1 USD = 7.7564 HKD, 1 USD = 32.61 THB, 1 USD = 12285 IDR, 1 USD = 108.08円 (2014/10/08)

※価格比は日本産品の最高価格を100とし、各国産品の価格との比較を行っている

※平均輸入単価については、2012年の輸入量と輸入額より算出。ももは1個当たり200gと仮定している

【もも】台湾・香港におけるインポーターヒアリング結果

【台湾】

【香港】

インタビュー 回答者	輸出入会社1社、卸売業者1社	輸出入会社1社
市場概況	<ul style="list-style-type: none"> 消費者の果物購入意欲は大きい 社会的・文化的要因より、スーパーマーケットの発展が遅れている 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者の6・7割はスーパーマーケット、2・3割はウェットマーケットで青果物を購入する 国内生産がないため、輸入に頼っている
日本産の認識 ・赤色:プラス意見 ・青色:マイナス意見	<ul style="list-style-type: none"> 日本産は検疫で引っかかることが多少ある。味は良いが、しっかりと検疫に対応できるものを輸出してほしい。 日本の産地は輸出ビジネスに対応できる状況にないのではないか。国内消費分以外に輸出分が残っているのかも疑問 カートンボックスを使用した日本のパッケージは弱すぎるため変更すべき 	<ul style="list-style-type: none"> 注文量が少なく航空便を利用するため、高価格。何か手を打つことが必要。
競合国産の認識	<p>【米国】</p> <ul style="list-style-type: none"> 検疫に引っ掛かることはまずない。特に、カリフォルニア産、ワシントン産のももは台湾では非常に高評価を受けている 米国のパッケージの箱は日本とは紙質が異なり、何層にもなっているため、非常に強い <p>【韓国】</p> <ul style="list-style-type: none"> 味は日本産に近いが、まだ劣っている。ただ日本産よりも検疫に引っかかることはない。 	<p>【チリ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ジューシーな食感を持ち、安価である 11月から4月に出回り、特に1月、2月がピークである <p>【豪州】</p> <ul style="list-style-type: none"> チリ産よりも高価格だが、品質が良いため最近人気を集めている <p>【米国】</p> <ul style="list-style-type: none"> カリフォルニア産は人気があったが、価格が上がったため需要は低下

【もも】タイ・インドネシアにおけるインポーターヒアリング結果

【タイ】

【インドネシア】

インタビュー 回答者	輸出入会社1社	輸出入会社2社
市場概況	<ul style="list-style-type: none"> 消費者は一般的に甘い果物を好む傾向がある もも等、落葉果樹を育てることが出来ない 	<ul style="list-style-type: none"> インドネシアは価格を重要視する市場であるため、プレミアムフルーツの需要は少ない(2社が回答) ジャカルタ港が使用できないことや、輸入ライセンスの取得が必要等、輸出環境上の課題が多い ももに関して、国内の販売先が多くない
日本産の認識 <small>・赤色:プラス意見 ・青色:マイナス意見</small>	<ul style="list-style-type: none"> 高価格で、販売期間が限られているため、売りにくい 注文量が少なく航空便を利用するため、高価格 	<ul style="list-style-type: none"> 日本の産地はGLOBAL G.A.P.認証を取得していない。インポーターは輸入割当があり、輸入量が制限されるのでGLOBAL G.A.P.認証を取得していない国からは購入しない 豪州や米国のようにプロモーションを行うことで、もも需要を創出することが必要
競合国産の 評価	—	【豪州】 <ul style="list-style-type: none"> 評価が高く、さらなる品質の向上が可能。 インドネシア向けのもも輸出のプロモーションに積極的である 【米国】 <ul style="list-style-type: none"> インドネシア向けのもも輸出のプロモーションに積極的である

調査報告書サマリ(かんきつ)

調査名	当該国産及び他国産輸入青果物(かんきつ)の流通量・価格調査	調査内容	【文献調査・ヒアリング】 <ul style="list-style-type: none"> 各国における市場シェア等、基本情報の把握 インポーターヒアリングにより、日本産青果物の評価を把握
対象国	台湾・香港・タイ・インドネシア		

台湾

香港

タイ

インドネシア

総輸入量と日本産シェアの推移調査

- 全体の輸入量は1万5千トン程度
- 日本産のシェアは低い

- 全体の輸入量は23万トン程度
- 米国産、南アフリカ産、中国産の輸入量が多い
- 日本産のシェアは低い

- 全体の輸入量は15万トン程度で増加傾向にあり、増加分は中国産が占めるところが大きい
- 日本産の輸入量は極わずか

- 全体の輸入量は9万トン程度
- 日本産の輸入はない

価格比較調査

- 百貨店において日本産の価格は豪州産とほとんど変わらない
- 平均輸入単価は、日本産は他国産の5倍以上

- スーパーにおいて日本産はタイ産、中国産、豪州産の1/2以下の価格(品種が大きく異なる可能性あり)
- 平均輸入単価において、日本産は他国産の2倍以上

- 平均輸入単価は、日本産は他国産の7倍以上

- 中国産と比較して、輸入量が伸びているパキスタン産の平均輸入単価は安い

インポーターヒアリング結果

- 高級品市場において高く評価されているが、需要が小さい
- 注引量が少なく航空便を利用するため、高価格

- 注引量が少なく航空便を利用するため、高価格
- 端境期がほとんどなく、日本産が入る余地は限られている

- 市場での存在感がない
- タイ産とシーズンが重複
- 日本の航空便はコストがかかりすぎ、高価格
- 物流が充実した豪州が日本と競合

- G.A.P.認証を取得していない日本の産地からの購入はしない
- 日本産は聞いたことがない

輸出拡大方針策定に向けた示唆(アクセンチュア株式会社からの提案)

- 取扱量を増やし、輸送コストを抑制することが必要
- 需要を喚起するために、試食会等のプロモーションを行うことが必要

- 取扱量を増やし、輸送コストを抑制することが必要
- 年間を通じて供給する体制が必要

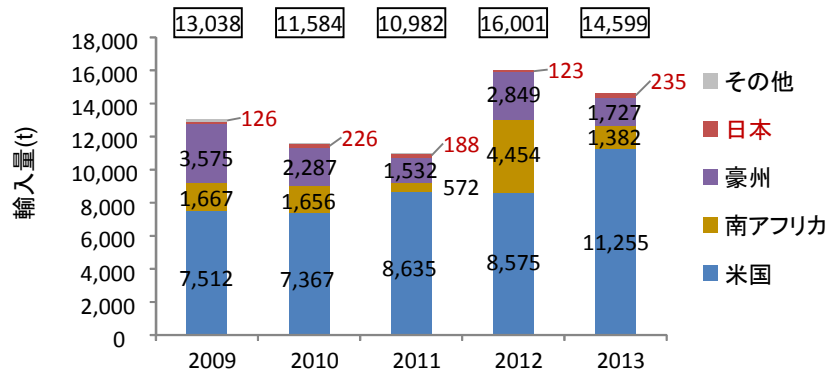
- 取扱量を増やし、輸送コストを抑制することが必要
- プロモーションを行い、富裕層向けのニーズを開拓することが必要
- 年間を通じて供給する体制が必要

- プロモーションを行い、富裕層向けのニーズを開拓することが必要
- 輸出環境の整備を行うことが必要

【かんきつ】各国における輸入量の推移

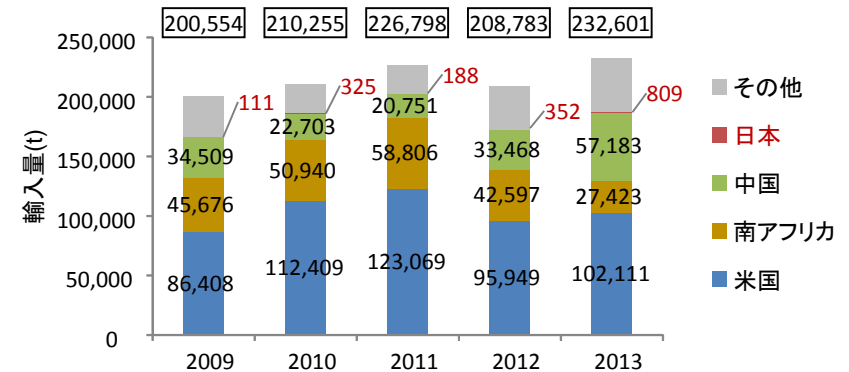
2013年の輸入量は香港、タイ、インドネシア、台湾の順に多い。中でもタイは2010年から2013年にかけて輸入が大きく伸びており、2013年の輸入量は2009年の約3倍。インドネシアでは日本産の輸入はない。

台湾



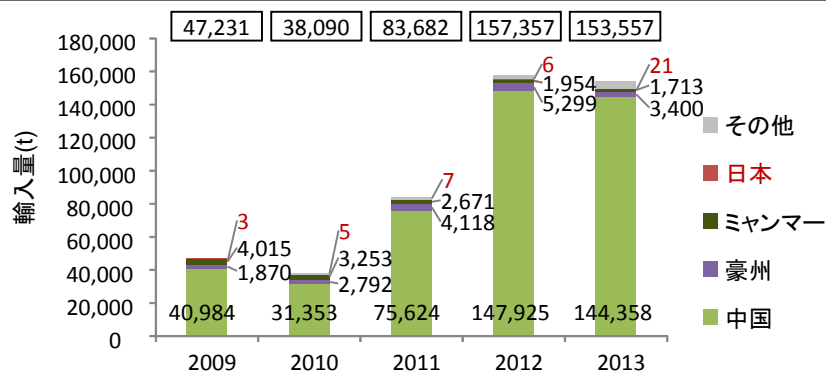
- かんきつの輸入量は2009年から2013年にかけて横ばいに推移(1万3千トン程度)
- 日本産のシェア率は低く、ほぼ横ばいに推移(1、2%程度)

香港



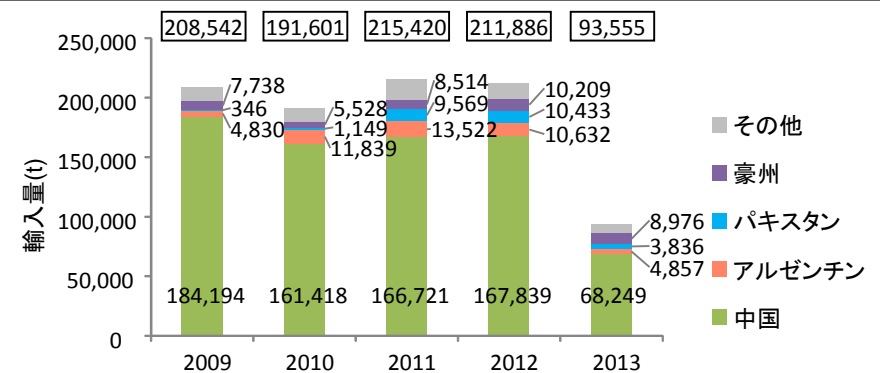
- かんきつの輸入量は2009年から2013年にかけてほぼ横ばいに推移
- 米国产産、南アフリカ産、中国産の輸入量大きい
- 日本産の輸入量は2009年から2013年にかけて大きく増加しているが、シェア率はとても低い(0.3%程度)

タイ



- かんきつの輸入量は2010年から2013年にかけて増加。増加分は中国産が占め、中国の独占市場となっている(94%:2013)
- 日本産の輸入量は極わずか(20トン程度:2013)

インドネシア



- かんきつの輸入量は、輸入量の太宗を占める中国産の輸入が急減したことにより、2013年は2009年と比較して半減
- 近年、パキスタン産の輸入が増加
- 日本産の輸入はない

【かんきつ】各国の価格比較

台湾において、日本産の販売価格は豪州産と比較して、ほとんど変わらない。香港のスーパーにおける販売価格は、日本産は他国産の1/2以下の価格。

台湾						
国	平均輸入単価(円/個)	品種	サイズ	販売先	価格(円/個)	価格比
日本	25	品種不明(温室栽培佐賀産)	小玉	市場	150-280	100
		品種不明(佐賀)	小玉	百貨店	130	46
米国	4	-	-	-	-	-
南アフリカ	4	-	-	-	-	-
豪州	5	茂谷	中玉	スーパー(名称不明)、百貨店(名称不明)	110	39

- 百貨店における販売価格は、日本産と豪州産はほとんど変わらない
- 平均輸入単価は、日本産は他国産の5倍以上

タイ						
国	平均輸入単価(円/個)	品種	サイズ	販売先	価格(円/個)	価格比
日本	39	-	-	-	-	-
中国	5	-	-	-	-	-
豪州	5	オレンジ	-	百貨店(伊勢丹)	120	-
		-	-	市場	60	-
ミャンマー	2	-	-	-	-	-

- 平均輸入単価は、日本産は他国産の7倍以上

香港						
国	平均輸入単価(円/個)	品種	サイズ	販売先	価格(円/個)	価格比
日本	13	品種不明	-	スーパー(Jusco、シティスーパー)	60、90	100
米国	6	オレンジ(オーガニック)	-	スーパー(シティスーパー)	120-160	178
		サンキスト	-	スーパー(Jusco)	50	56
南アフリカ	6	-	-	-	-	-
中国	3	マンダリンオレンジ	-	スーパー(Jusco)	160	178
豪州	5	オレンジ(オーガニック)	-	スーパー(シティスーパー)	210-260	289
タイ	4	マンダリンオレンジ	-	スーパー(Jusco)	160	178

- スーパーにおける販売価格は、日本産はタイ産、中国産、豪州産の1/2以下の価格(品種が大きく異なる可能性あり)
- 平均輸入単価は、日本産は他国産の2倍以上

インドネシア						
国	平均輸入単価(円/個)	品種	サイズ	販売先	価格(円/個)	価格比
中国	5	-	-	-	-	-
アルゼンチン	4	-	-	-	-	-
パキスタン	4	-	-	-	-	-
豪州	6	-	-	-	-	-

※日本産の流通はなし

- 中国産と比較して、輸入量が伸びているパキスタン産の平均輸入単価は安い

※1 USD = 30.4185 NTD, 1 USD = 7.7564 HKD, 1 USD = 32.61 THB, 1 USD = 12285 IDR, 1 USD = 108.08円 (2014/10/08)

※価格比は日本産品の最高価格を100とし、各国産品の最高価格との比較を行っている

※平均輸入単価については、2012年の輸入量と輸入額より算出。かんきつは1個当たり50gと仮定

【かんきつ】台湾・香港におけるインポーターヒアリング結果

【台湾】

【香港】

インタビュー 回答者	輸出入会社2社	輸出入会社2社
市場概況	<ul style="list-style-type: none"> 消費者の果物購入意欲は大きい 社会的・文化的要因より、スーパーマーケットの発展が遅れている 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者の6・7割はスーパーマーケット、2・3割はウェットマーケットで青果物を購入する 国内生産がないため、輸入に頼っている
日本産の認識 <small>・赤色:プラス意見 ・青色:マイナス意見</small>	<ul style="list-style-type: none"> 高級品市場において高く評価されているが、需要が小さい 価格が高すぎる(2社が回答)。品質が良く台湾での評価が高いが、いまの価格では大量に輸入することはできない 注引量が少なく航空便を利用するため、物流コストが高い(2社が回答)。価格が下がれば、輸入する量も増える 需要を喚起するために、試食会等のプロモーションをさらに行う必要がある 	<ul style="list-style-type: none"> シーズンを通じて米国産、豪州産が出回っており、日本産が入る余地は限られているのでは
競合国産の認識	【米国】 <ul style="list-style-type: none"> 品質が良く、安価 【豪州】 <ul style="list-style-type: none"> 品質が良く、安価なクイーンズランド州産を主に輸入している 	【中国】 <ul style="list-style-type: none"> 日本産より品質は良くないが、安価で、スーパーの生鮮市場でよく購入されている 【南アフリカ】 <ul style="list-style-type: none"> 香港を経由して中国に送られ、残ったものが香港に安価で出回る。品質は可もなく不可もなく 【豪州】 <ul style="list-style-type: none"> 中間層、富裕層をターゲットにし、輸入量が毎年増加 中国産や南アフリカ産と比べて高価だが、味が良く、検疫によく対応している 他国産の供給が少なく香港内の需要が高まる12月に供給可能 航空便の数が多く、低価格であるため、船便との価格差がほとんどない。遅延がなく、検疫処理にも対応してくれるため、信頼性が高い

【かんきつ】タイ・インドネシアにおけるインポーターヒアリング結果

	【タイ】	【インドネシア】
インタビュー 回答者	輸出入会社4社	輸出入会社2社
市場概況	<ul style="list-style-type: none"> 消費者は一般的に甘い果物を好む傾向がある 土壌の劣化よりかんきつの生産量が減少している(農園の多くは、産業用建物に変更されている) 	<ul style="list-style-type: none"> インドネシアは価格を重要視する市場であるため、プレミアムフルーツの需要は少ない(2社が回答) ジャカルタ港が使用できないことや、輸入ライセンスの取得が必要等、輸出環境上の課題が多い
日本産の認識 <small>・赤色:プラス意見 ・青色:マイナス意見</small>	<ul style="list-style-type: none"> 二国間合意に基づく特別な検疫条件を満たす必要があり、コストも時間もかかる 市場での存在感がない 日本産はタイ産とシーズンがかぶっているため、輸出機会を逃しているのではないかと 高価格である 日本の航空便はコストがかかりすぎる 	<ul style="list-style-type: none"> 日本の産地はGLOBAL G.A.P.認証を取得していない。インポーターは輸入割当があり、輸入量が制限されるのでGLOBAL G.A.P.認証を取得していない国からは購入しない 多くの国からかんきつを輸入しているが、日本産は聞いたことがない。試食イベントや展示会への参加が必要ではないか 高価格である
競合国産の認識	<p>【中国】</p> <ul style="list-style-type: none"> 非常に安価であり、独占市場になっている(4社が回答) 日本産とは競合しないのではないかと 品質は年々改善されており、そのうち日本産の品質に追いつく 防疫リスクが非常に高いので、他国産に切り替えたいと考えている <p>【豪州】</p> <ul style="list-style-type: none"> 日本産と競合 航空便が充実しており、安価な物流コスト、改善された食品の安全対策、品質保証により人気が高まっている 	<p>【中国】</p> <ul style="list-style-type: none"> 価格や品質は長年に渡って改善されつつある <p>【豪州】</p> <ul style="list-style-type: none"> 検疫がしっかりしているが、中国産よりもわずかに価格が高い <p>【南アフリカ】</p> <ul style="list-style-type: none"> 日本産と品質は類似しているが、価格が安いため非常に人気 <p>【米国】</p> <ul style="list-style-type: none"> 高級スーパーマーケットでは、他国産よりも味が良いと認識され、好まれている

調査報告書(なし)

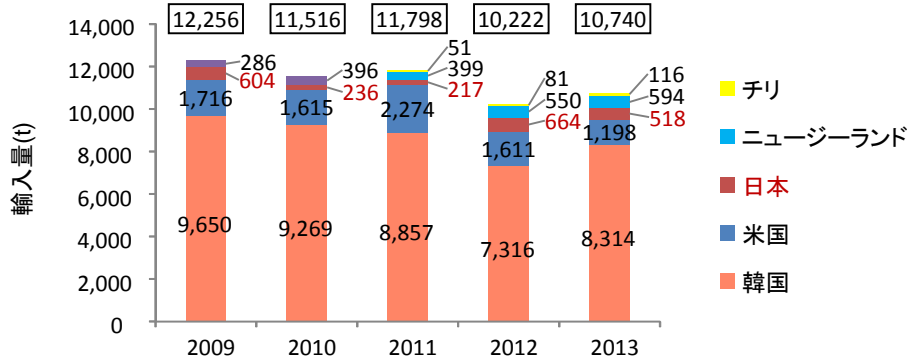
調査名	当該国産及び他国産輸入青果物(なし)の 流通量・価格調査	調査 内容	【文献調査・ヒアリング】 ・各国における市場シェア等、基本情報の把握 ・インポーターヒアリングにより、日本産青果物の評価を 把握
対象国	台湾・香港・タイ・インドネシア		

	台湾	香港	タイ	インドネシア
総輸入量と 日本産シェアの 推移調査	<ul style="list-style-type: none"> 全体の輸入量は1万トン程度で減少傾向 韓国産のシェアが大きく、日本産のシェアは低い 	<ul style="list-style-type: none"> 全体の輸入量は3万トンから6万トンに増加(2009→2013)。増加分は中国産が占める 日本産のシェアはとても低い 	<ul style="list-style-type: none"> 全体の輸入量は4万トン程度で、増加傾向 中国の独占市場で、日本産の輸入量は極わずか 	<ul style="list-style-type: none"> 全体の輸入量は13万トン程度で、増加傾向 中国の独占市場 日本産の輸入量はない
価格比較調査	<ul style="list-style-type: none"> 新高で比較すると、日本産の価格は韓国産の1.5倍程度 平均輸入単価において、日本産は他国産の2倍以上 	<ul style="list-style-type: none"> 平均輸入単価において、日本産は他国産の4倍以上 中国産の平均輸入単価は他国産と比べてはるかに安い 	<ul style="list-style-type: none"> スーパーにおける販売価格は、日本産は中国産の9倍以上(ただし、別品種) 	<ul style="list-style-type: none"> 中国産の平均輸入単価は他国産と比べて安い
インポーター ヒアリング結果	<ul style="list-style-type: none"> 品質が年々低下、高価格 パッケージの見た目、強度が弱い 韓国産との品質差はわずか 	<ul style="list-style-type: none"> 人気はあるが、物流コストがかかり、高価格 需要は時期が限定される パッケージの見た目、強度が弱い 	<ul style="list-style-type: none"> 品質は良いが、物流コストがかかり、高価格 サイズが大きく、需要と合わない パッケージの見た目が弱い 	<ul style="list-style-type: none"> G.A.P.認証を取得していない日本の産地からの購入はしない 高価格
台湾における 取引形態・流通 形態把握調査	<ul style="list-style-type: none"> 韓国は、政府の資金由来の販促協力を積んでいる可能性がある 		調査対象外	
輸出拡大方針 策定に向けた 示唆 (アクセンチュ ア株式会社 からの提案)	<ul style="list-style-type: none"> 取扱量を増加や流通体制の改善により、輸送コストを抑制することが必要 パッケージの改善が必要 品質対策を講じることが必要 競合国に対抗するために、オールジャパンの取組が必要 	<ul style="list-style-type: none"> 取扱量を増やし、輸送コストを抑制することが必要 プロモーションを行い、富裕層向けのニーズを開拓する必要がある パッケージの改善が必要 品質対策を講じることが必要 	<ul style="list-style-type: none"> 取扱量を増やし、輸送コストを抑制することが必要 プロモーションを行い、富裕層向けのニーズを開拓する必要がある パッケージの改善が必要 現地ニーズをくみ取った販売戦略が必要 	<ul style="list-style-type: none"> プロモーションを行い、富裕層向けのニーズを開拓する必要がある 輸出環境の整備を行うことが必要

【なし】各国における輸入量の推移

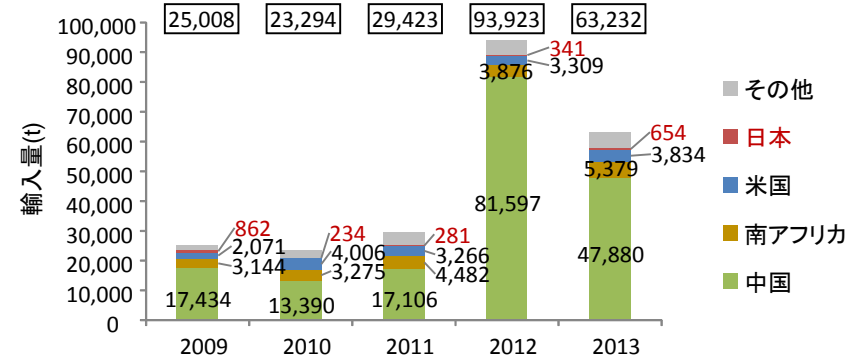
タイ、インドネシアは輸入量が増加傾向にあり、台湾、香港は減少傾向にある。香港、タイ、インドネシアは、中国産の独占市場となっており、日本産のシェアはわずかである。インドネシアでは日本産の輸入がない。

台湾



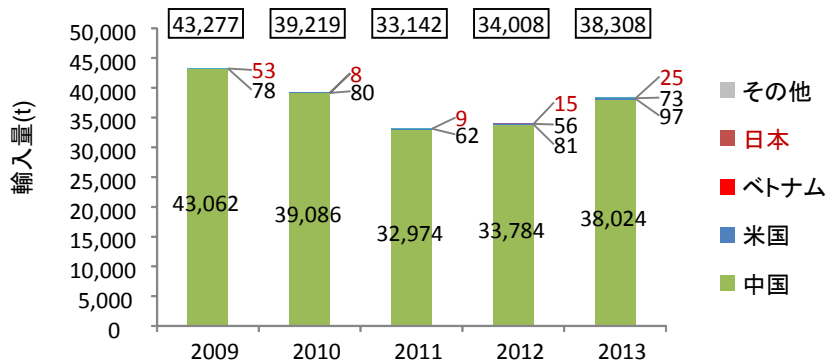
- なしの輸入量は2009年から2013年にかけて減少
- 韓国産、米国産が輸入量の多くを占めている
- 日本産の輸入量は2011年に約220トンまで落ち込んだものの、2012年には約660トンまで回復

香港



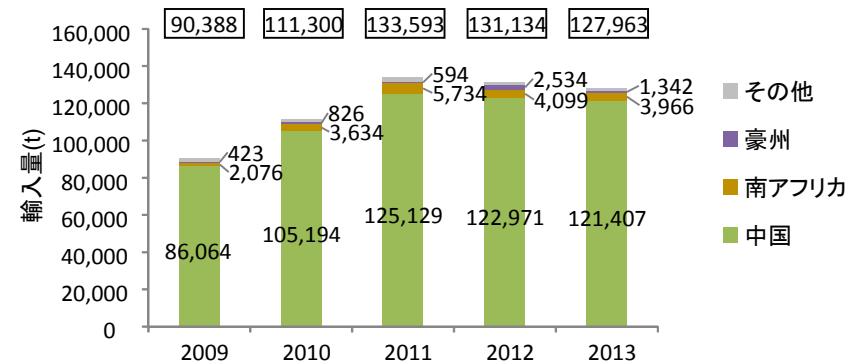
- なしの輸入量は2009年から2013年にかけて増加。特に2012年に急増し、増加分は中国産が占める。
- 日本産の輸入量は2010年に約234トンまで落ち込んだものの、2013年は654トンまで増加。ただしシェア率は低い(1%:2013)

タイ



- なしの輸入量は2009年から2013年にかけてほぼ横ばいに推移
- 中国の独占市場となっている(99%:2013)
- 日本産の輸入量は極わずか(25トン:2013)

インドネシア



- なしの輸入量は2009年から2013年にかけて増加
- 中国の独占市場となっている(95%:2013)
- 日本産の輸入はない

【なし】各国の価格比較

台湾において、新高梨で比較した場合、日本産は台湾産・韓国産の1.5倍程度。タイでは品種は異なるものの、中国産の約9倍以上の高価格帯で販売。香港における平均輸入単価は、日本産は他国産の4倍以上。

台湾						
国	平均輸入単価 (円/個)	品種	サイズ	販売先	価格 (円/個)	価格比
日本	112	幸水	中玉、大玉	百貨店(そごう)	1560	100
		新高	-	百貨店(名称不明)	1030	66
		二十世紀	中玉	スーパー(JASON'S)	780	50
韓国*	49	新高	大玉	スーパー(JASON'S)	710	46
		水梨	大玉	スーパー(JASON'S)	530	34
		新高	中玉	スーパー(大潤發)	210	13
米国	34	-	-	-	-	-
台湾	-	新高	大玉	スーパー(JASON'S)	770	49
		豊水、新世紀	-	百貨店(名称不明)	190、 440	28
		豊水、新世紀、梨山	中玉	スーパー (大潤發、松青)	350- 420	27
		高接、新世紀	小玉	量販店	50	3

※品種については、事実と異なる可能性がある

- 日本産は百貨店等において高価格帯で販売
- 新高で比較すると、日本産の販売価格は韓国産の1.5倍程度
- 平均輸入単価において、日本産は他国産の2倍以上

タイ						
国	平均輸入単価 (円/個)	品種	サイズ	販売先	価格(円/個)	価格比
日本	54	品種不明(大分産)	-	スーパー(セントラル)	2150	100
		幸水	-	百貨店(伊勢丹)	730	34
米国	35	-	-	-	-	-
中国	30	雪梨	-	スーパー(セントラル)	60-230	11
		金梨	-	スーパー(セントラル)	80	4
ベトナム	-	-	-	-	-	-

- スーパーにおける販売価格は、日本産は中国産の9倍以上(ただし、別品種)

香港						
国	平均輸入単価 (円/個)	品種	サイズ	販売先	価格(円/個)	価格比
日本	183	-	-	-	-	-
中国	18	金梨、香梨	-	スーパー(Jusco)	180、280	-
南アフリカ	41	-	-	-	-	-
米国	43	アンジュー	-	スーパー(シティスーパー)	330	-
		品種不明(オーガニック)	-	スーパー(シティスーパー)	150	-
豪州	45	アンジュー	-	スーパー(Jusco)	50	-
		品種不明(オーガニック)	-	スーパー(シティスーパー)	150	-
		品種不明	-		520	-

- 平均輸入単価において、日本産は他国産の4倍以上
- 中国産の平均輸入単価は他国産と比べてはるかに安い

インドネシア						
国	平均輸入単価(円/個)	品種	サイズ	販売先	価格(円/個)	価格比
中国	25	金梨	-	-	80	-
南アフリカ	38	-	-	-	-	-
豪州	34	-	-	-	320	-
韓国	57	バックカム	-	-	90	-
		新高	-	-	250	-
米国	31	-	-	-	60	-
		スタークリームゾン	-	-	120	-
		アンジュー	-	-	90	-
		フロレレ	-	-	170	-

※日本産の流通はなし



- 中国産の平均輸入単価は他国産と比べて安い

※1 USD = 30.4185 NTD, 1 USD = 7.7564 HKD, 1 USD = 32.61 THB, 1 USD = 12285 IDR, 1 USD = 108.08円 (2014/10/08)

※価格比は日本産品の最高価格を100とし、各国産品の最高価格との比較を行っている

※平均輸入単価については、2012年の輸入量と輸入額より算出。なしは1個当たり300gと仮定

【なし】台湾におけるインポーターヒアリング結果

<p>インタビュー 回答者</p>	<p>輸出入会社2社、卸売会社1社</p>
<p>市場概況</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 消費者の果物購入意欲は大きい • 社会的・文化的要因より、スーパーマーケットの発展が遅れている • 台湾におけるなしの生産は少量であるため、輸入が必要とされている
<p>日本産の評価</p> <p>・赤色:プラス意見 ・青色:マイナス意見</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 品質が年々低下している。以前は緑色のまま着荷していたものが、黄色くなっていることがあった • 為替レートが低下したにも関わらず、高価格が維持されている • パッケージが重要視されていない(3社が回答) • 主に富裕層に購入されているが、韓国産との品質差はわずかである • 梱包は発泡ネットとビニール袋のみのシンプルなもの(右図参照)。トレイは一般的にプラスチックケースのみであるため、強度も弱い 
<p>競合国産の評価</p>	<p>【韓国】</p> <ul style="list-style-type: none"> • パッケージが凝っており(3社が回答)、富裕層に訴求する • 日本産と同程度の品質で、より安価であるため好まれている(2社が回答) • 中国産を仕入れ、韓国でパッケージングして安価で販売することがある。消費者は韓国産のなしと認識して購入。 • 梱包は非常に精巧。紙で包まれ(特別感あり)、さらに発泡ネットとビニール袋で包まれている(右図参照)。トレイは耐久性のあるボール紙で出来ているため、非常に頑丈 

【なし】香港におけるインポーターヒアリング結果

<p>インタビュー 回答者</p>	<p>輸出入会社4社</p>
<p>市場概況</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者の6・7割はスーパーマーケット、2・3割はウェットマーケットで青果物を購入する ・ 国内生産がないため、輸入に頼っている ・ 中国、香港のムーンフェスティバル(日本で言う「十五夜」)期間中になしの需要が大きくなる(3社が回答) ・ 消費者はパッケージ(見た目)を重視する
<p>日本産の評価</p> <p>・赤色:プラス意見 ・青色:マイナス意見</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 明らかに人気があるが、非常に高価格(2社が回答)で少量しか仕入れない ・ 注文量が少なく航空便を利用するため、高価格。何か手を打つことが必要 ・ 需要はムーンフェスティバル期間中に限られ、コンスタントに仕入れることは困難 ・ 昨年のなしは、韓国産よりも味が良くなかったが、収穫時の天候等の要素がベストな状態ではなかったためだと認識している ・ パッケージが凝った作りをしていない(3社が回答) ・ パッケージの強度が弱い、直接発泡トレーに入っている(右図参照) ・ 需要が高まるムーンフェスティバル中やスーパーでのプロモーションが必要
<p>競合国産の評価</p>	<p>【韓国】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 昨シーズンは日本産よりも味が良かったと認識している ・ なしのサイズが大きい ・ 日本産と比較して、はるかに安価である(2社が回答) ・ パッケージ(カートンボックス)の紙質が良く、強度を有している ・ パッケージが良いが、いつもというわけではなく、品質が良い場合に限っているのではないか ・ 1個1個、ビニール袋と紙と発泡ネットで梱包の上、トレーに入っている(右図参照) ・ 日本よりも輸送が早い <p>【中国】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 品質はわるいが、安価であり、大量に仕入れる



【なし】タイ・インドネシアにおけるインポーターヒアリング結果

【タイ】

【インドネシア】

インタビュー 回答者	輸出入会社4社、卸売会社2社	輸出入会社2社
市場概況	<ul style="list-style-type: none"> 消費者は一般的に甘い果物を好む傾向がある なし等の落葉果樹を育成することが出来ない 旧正月時の需要は通常時の2~3倍以上で、大きいなしと雪なしを輸入している 	<ul style="list-style-type: none"> インドネシアは価格を重要視する市場であるため、プレミアムフルーツの需要は少ない(2社が回答) ジャカルタ港が使用できないことや、輸入ライセンスの取得が必要等、輸出環境上の課題が多い
日本産の認識 <small>・赤色:プラス意見 ・青色:マイナス意見</small>	<ul style="list-style-type: none"> 高価格であるため、主に富裕層に購入されており(2社が回答)、ウェットマーケットで扱うことは困難 サイズが大きいため、kgあたりのなしの数が少なく(2社が回答)、タイの需要と合わない 日本産は、良いパッケージをもつ韓国産に後れを取っている 品質がとても良く、しっかりと管理されているが、サイズが大きい 注文量が少なく航空便を利用するため、高価格。 	<ul style="list-style-type: none"> 日本の産地はGLOBAL G.A.P.認証を取得していない。インポーターは輸入割当があり、輸入量が制限されるのでGLOBAL G.A.P.認証を取得していない国からは購入しない 高価格である
競合国産の認識	<p>【中国】</p> <ul style="list-style-type: none"> 品質が良く、安価であるため好まれている <p>【韓国】</p> <ul style="list-style-type: none"> 日本産と品質が似ており、安価。サイズが小さいため、日々の消費用に購入される(3社が回答) パッケージ(見た目)が良いため、ギフトとして適している(2社が回答) 	<p>【中国】</p> <ul style="list-style-type: none"> 価格のみで勝負している <p>【韓国】</p> <ul style="list-style-type: none"> 中国産よりもわずかに価格が高いが安価であり、日本産と同じくらい質や味が良いため、中国産の次に好まれている サイズが大きい パッケージは優れている

台湾におけるなしの取引形態/流通形態（インポーターヒアリングより）

日本産のなしは台湾のインポーターから、変色が非常に早く、味が悪いという認識を持たれている。輸出量の低下は品質の低下及び価格が要因と考えられる。相手国の需要に合致した商品を開発するべきである。



- 政府の資金由来の販促協力金を積んでいる可能性がある
- ※海外の小売店舗では頻繁に、韓国青果物(主にイチゴ)の販促イベントが打たれており、抽選で韓国旅行が当たるなど、かなりの資金が使用されていた

※2002年にWTO加盟後、台湾は関税割り当て内のなしの関税を50%から18%に下げた
 ※現在、関税割り当て枠は年間9800トンである。この枠を超えた場合、1.63ドル/kg(49元/kg)が課税される

日本

韓国

流通経路

生産者→卸売会社→エクスポーター(&パッケージング会社)
 →インポーター

生産者→エクスポーター(&パッケージング会社)
 →インポーター
 ※韓国から韓国梨の直接販売サービス(即日航空貨物)を提供する台湾のウェブサイトも存在

パッケージ



【個々のなしレベル】
 • (例外もあるが、ほとんどが)発泡ネットのみのシンプルな梱包である
 【箱レベル】
 • 箱内の分離トレイは一般的にプラスチックケースであるため、耐久性上の懸念がある



【個々のなしレベル】
 • 梱包は非常に精巧。紙で包まれ(特別感あり)、さらに発泡ネットとビニールに包まれている
 【箱レベル】
 • トレイは耐久性のあるボール紙で出来ているため、非常に頑丈

製品の評価

- 日本産のなしは、変色が非常に速い、味が悪い、腐った製品が多く、かつ高価格との認識が広がっており評価が低い
- 以前は緑色で届いていたが、近年、届いたときには既に黄色くなっていることがある

- 韓国産のなしは、日本産と比較し、味が良く、価格が安い
- 台湾の旧正月の贈答シーズンに「新高」を輸出することができる

調査報告書(かき)

調査名	当該国産及び他国産輸入青果物(かき)の 流通量・価格調査	調査 内容	【文献調査・ヒアリング】 ・各国における市場シェア等、基本情報の把握 ・インポーターヒアリングにより、日本産青果物の評価を把握
対象国	台湾・香港・タイ・インドネシア		

台湾

香港

タイ

インドネシア

総輸入量と 日本産シェア の推移調査

- 全体の輸入量は30トン程度
- 日本産の輸入量は全体の約50%を占める

- 全体の輸入量は900トン程度
- 日本産の輸入量は2番目に多いが、日本産のシェアは低い

- 全体の輸入量は7千トン程度
- 日本産の輸入量は3番目に多いが、日本産のシェアは低い

- 全体の輸入量は90トン程度
- 日本産の輸入量はない

価格比較 調査

- 百貨店における販売価格は、日本産は台湾産の6倍以上

- スーパーにおける販売価格は、日本産は豪州産やニュージーランド産の2倍以上の価格で販売されている

- 日本産はニュージーランド産よりも安価だが、シーズンが同じ韓国産や中国産よりも高価

- 中国産の平均輸入単価は他国産と比べて安い

インポーター ヒアリング 結果

コメントなし

- 日本産は中国産、韓国産とシーズンがかぶっている
- 日本産の品質は良いが、価格が高い
- 小さいかきを好む消費者は日本産を好む

- 国内の需要は小さいが、日本産は富裕層に人気
- 日本産の品質は良いが、価格が高すぎて需要がある時期にしか扱えない
- 存在感がない

- G.A.P.認証を取得していない日本の産地からの購入はしない

輸出拡大方針策 定に向けた示唆 (アクセンチュア株 式会社からの 提案)

- 取扱量を増やし、輸送コストを抑制することが必要

- 取扱量を増やし、輸送コストを抑制することが必要
- 現地ニーズをくみ取った販売戦略が必要

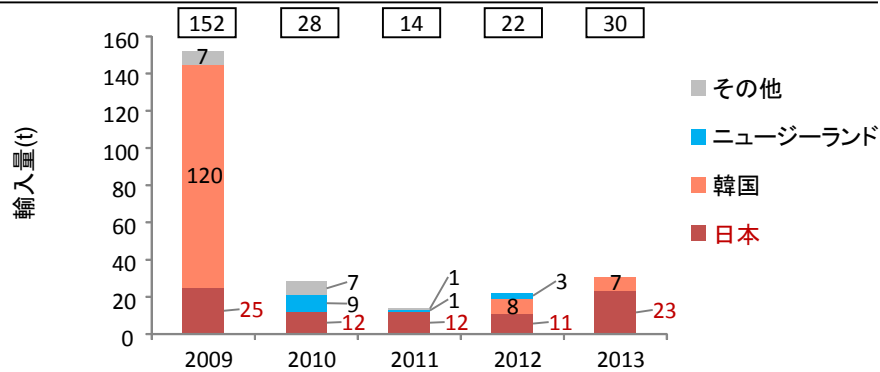
- 取扱量を増やし、輸送コストを抑制することが必要

- 輸出環境の整備を行う必要がある
- プロモーションを行い、富裕層向けのニーズを開拓する必要がある

【かき】各国における輸入量の推移

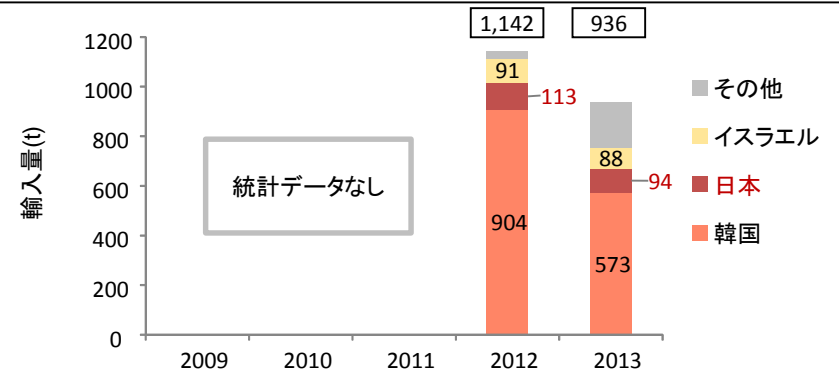
タイの輸入量は7千トン(2013)で、4カ国中1番多く、次いで香港が多い。台湾、インドネシアの輸入量は極わずか。台湾では日本産の輸入量が最も多く、インドネシアでは日本産の輸入がない。

台湾



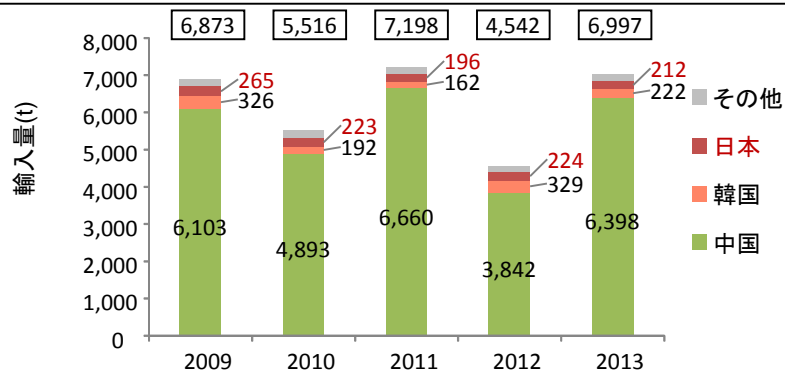
- かきの輸入量は30トン(2013)と少量である
- 日本産の輸入が1番多く、シェア率は50%程度(2013)

香港



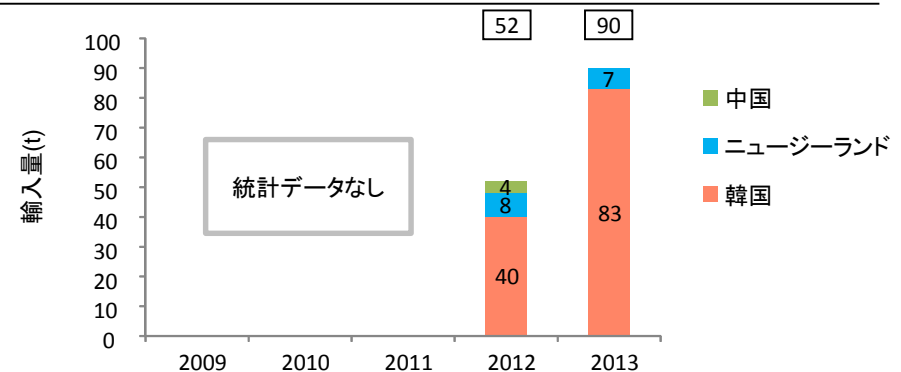
- 韓国産の輸入量が多く、次いで日本産の輸入量が多い
- 日本産のシェア率は10%程度

タイ



- かきの輸入量は2009年から2013年にかけてほぼ横ばい(7,000トン程度:2013)
- 中国産が多くのシェアを占める(85%:2012)
- 日本産の輸入量は3番目に多いが、シェア率は低い(5%程度)

インドネシア



- かきの輸入量は90トン(2013)と少量である
- 日本産の輸入はない

【かき】各国の価格比較

台湾において、日本産は他国産と比較して6倍以上、香港では2倍以上の高価格帯で販売。タイではニュージーランド産は日本産よりも高価格帯で販売されている。

台湾						
国	平均輸入単価 (円/個)	品種	サイズ	販売先	価格(円/個)	価格比
日本	86	富有	大玉	百貨店(名称不明)	1420	100
		品種不明	大玉	スーパー(名称不明)	450	32
韓国	34	-	-	-	-	-
ニュージーランド	96	-	-	-	-	-
台湾	-	甜	大玉	市場(名称不明)	180、530	37
		富有	大玉	百貨店(名称不明)	210	15
		品種不明	小玉	市場(名称不明)	60	4
		品種不明	小玉	百貨店(名称不明)	50	4

- 百貨店における販売価格(富有)は、日本産は台湾産の6倍以上

タイ						
国	平均輸入単価 (円/個)	品種	サイズ	販売先	価格(円/個)	価格比
日本	98	品種不明	-	-	300	100
中国	14	品種不明	-	市場	20	7
韓国	19	品種不明	-	シティスーパー	160	53
ニュージーランド	94	品種不明	-	シティスーパー	320-410	137

- 日本産はニュージーランド産よりも安価だが、シーズンが同じ韓国産や中国産よりも高価

香港						
国	平均輸入単価(円/個)	品種	サイズ	販売先	価格(円/個)	価格比
日本	92	富有	-	スーパー(シティスーパー)	980	100
		刀根	-	市場(名称不明)	560	57
韓国	32	品種不明	-	スーパー(Jusco)	60	6
イスラエル	56	品種不明	-	-	-	-
豪州	77	富有	-	スーパー(シティスーパー)	420	43
ニュージーランド	71	富有	-	スーパー(シティスーパー)	420	43
台湾	-	富有	-	市場(名称不明)	280	29

- スーパーにおける販売価格(富有)は、日本産は豪州産やニュージーランド産の2倍以上

インドネシア						
国	平均輸入単価(円/個)	品種	サイズ	販売先	価格(円/個)	価格比
韓国	28	-	-	-	-	-
ニュージーランド	24	-	-	-	-	-
中国	18	-	-	-	-	-

※日本産の流通はなし

※1 USD = 30.4185 NTD, 1 USD = 7.7564 HKD, 1 USD = 32.61 THB, 1 USD = 12285 IDR, 1 USD = 108.08円 (2014/10/08)

※価格比は日本産品の最高価格を100とし、各国産品の最高価格との比較を行っている

※平均輸入単価については、2012年の輸入量と輸入額より算出。かきは1個当たり200gと仮定

【かき】タイ・香港におけるインポーターヒアリング結果

【タイ】

【香港】

インタビュー回答者	輸出入会社3社、卸売会社1社	輸出入会社2社
市場概況	<ul style="list-style-type: none"> 消費者は一般的に甘い果物を好む傾向がある かき等の落葉果樹を育てることが出来ない 全体の需要は低い 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者の6・7割はスーパーマーケット、2・3割はウェットマーケットで青果物を購入する 国内生産がないため、輸入に頼っている
日本産の認識 <small>・赤色:プラス意見 ・青色:マイナス意見</small>	<ul style="list-style-type: none"> 富裕層にとっても人気がある(4社が回答) とても品質が高いが、価格が高すぎて需要がある時期にしか扱えない 価格の安い中国産や韓国産と競合 日本産の供給シーズンは中国産や韓国産よりも長いと認識しているが、存在感がない 	<ul style="list-style-type: none"> 中国、韓国と同シーズンに香港に供給しているため、競争が激しい 中国や韓国のかきよりも品質ははるかに優れていると認識されているが、価格がハードルとなっている(2社が回答) 小さいかきを好む消費者は、日本産のかきを好む
競合国産の認識	<p>【中国】</p> <ul style="list-style-type: none"> 安価だが、品質が低い <p>【韓国】</p> <ul style="list-style-type: none"> 安価だが、品質が低い 	<p>【韓国】</p> <ul style="list-style-type: none"> 甘くないため、あまり人気ではないが、安価であるため購入量が多い 大きいかきを好む消費者は、韓国産のかきを好む <p>【ニュージーランド】</p> <ul style="list-style-type: none"> 中国や韓国よりも価格が高いが、味が良く、人気を集めている

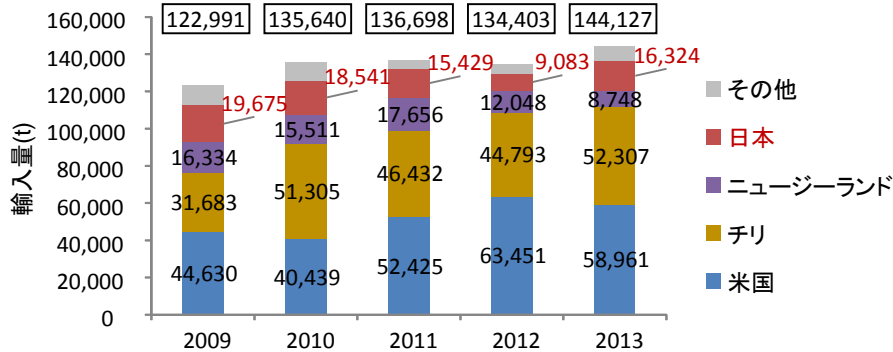
【かき】台湾・インドネシアにおけるインポーターヒアリング結果

	【台湾】	【インドネシア】
インタビュー 回答者	—	輸出入会社1社
市場概況	<ul style="list-style-type: none"> • 消費者の果物購入意欲は大きい • 社会的・文化的要因より、スーパーマーケットの発展が遅れている • かきの需要はほとんどない 	<ul style="list-style-type: none"> • インドネシアは価格を重要視する市場であるため、プレミアムフルーツの需要は少ない • ジャカルタ港が使用できないことや、輸入ライセンスの取得が必要等、輸出環境上の課題が多い
日本産の認識 <small>・赤色:プラス意見 ・青色:マイナス意見</small>	—	<ul style="list-style-type: none"> • 日本の産地はGLOBAL G.A.P.認証を取得していない。インポーターは輸入割当があり、輸入量が制限されるのでGLOBAL G.A.P.認証を取得していない国からは購入しない
競合国産の 認識	—	—

《参考》【りんご】各国における輸入量の推移

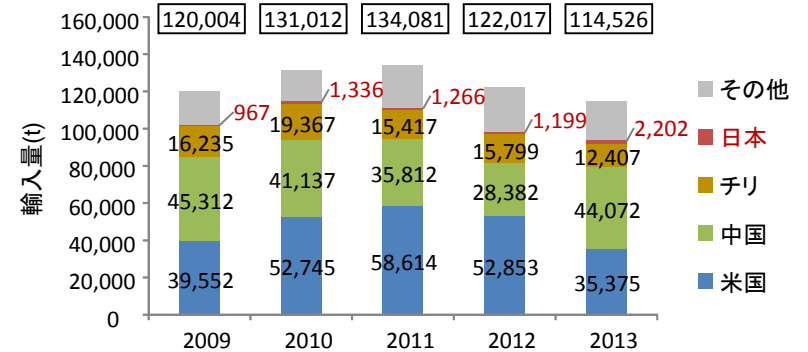
台湾、香港、タイ、インドネシア、いずれの国においても輸入量が多い。台湾では日本産の輸入がシェアの10%程度を占める。香港では日本産の輸入量増加が顕著である。

台湾



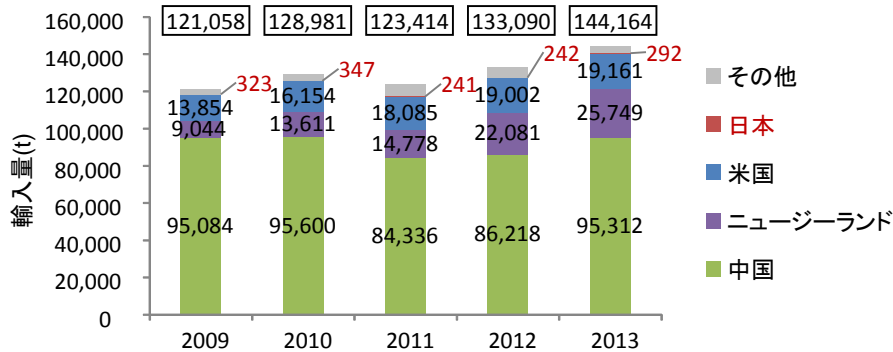
- りんごの輸入量は2009年から2013年にかけて増加(14万トン:2013)
- 米国産、チリ産、日本産、NZ産で9割以上を占め、米国産の輸入量が増加傾向にある
- 日本産の輸入量は2012に急減したが、2013年に1万6千トン程度まで回復し、シェア率は10%を超える

香港



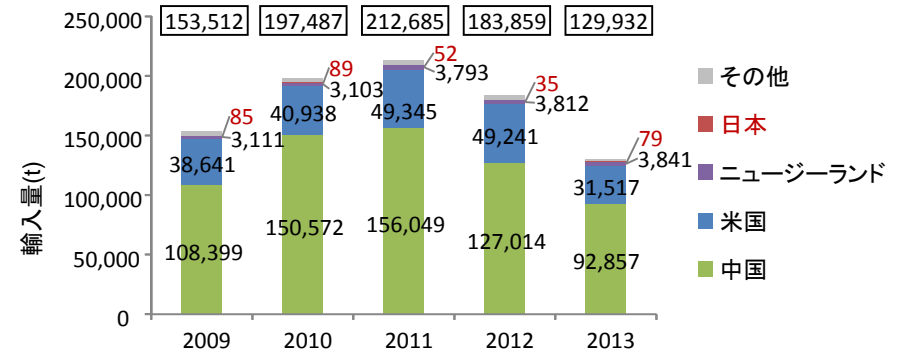
- りんごの輸入量は2009年から2013年にかけてほぼ横ばいに推移(13万トン前後)
- 米国産、中国産、チリ産が輸入量の多くを占めている
- 日本産の輸入は2009年から2013年にかけて2倍以上増加

タイ



- りんごの輸入量は2009年から2013年にかけて増加(14万トン:2013)
- 中国産が輸入量の多くを占めている
- 日本産のシェア率はとても低い(0.2%程度)

インドネシア



- りんごの輸入量は2011年をピークに減少傾向
- 中国産が輸入量の多くを占めている
- 日本産の輸入量は極わずか(79トン程度)

《参考》【りんご】各国の価格比較

台湾、インドネシアにおいて、日本産は他国産と比較して2倍以上、香港では3倍以上、タイでは12-15倍の高価格帯で販売。

台湾						
国	平均輸入単価(円/個)	品種	サイズ	販売先	価格(円/個)	価格比
日本	86	慕姿、陸奥、ふじ	大玉	スーパー(JASON'S)、百貨店(そごう)	510、560、600	100
		ふじ	中玉	スーパー(松青)、百貨店(新光三越)	320、330	55
		王林	中玉	量販店(名称不明)	170	28
米国	38	ふじ	大玉	百貨店(名称不明)	230	38
		グラニューズミス、ふじ	小玉、中玉	スーパー(カルフル、大潤發)	40、50-100、140	23
チリ	32	品種不明	大玉	百貨店(名称不明)	250	42
		品種不明	小玉	スーパー(名称不明)	170	28
		ふじ	小玉	百貨店(名称不明)	60	10
NZ	37	ふじ	中玉、大玉	百貨店(名称不明)	60、160	27
		ふじ	小玉、中玉	スーパー(大潤發、カルフル)	100、140	23
韓国	64	ふじ	中玉、大玉	スーパー(松青、JASON'S)	170、280	47
台湾	-	品種不明	大玉	市場(名称不明)	250	42
		品種不明(梨山産)	小玉	百貨店(名称不明)	100	17
		ふじ	小玉	量販店(名称不明)	50	8

- スーパーにおける販売価格は、日本産(ふじ)は他国産(ふじ)の2倍以上

タイ						
国	平均輸入単価(円/個)	品種	サイズ	販売先	価格(円/個)	価格比
日本	203	ふじ、王林、陸奥	-	スーパー(セントラル)	600、660	100
		シナノゴールド、ふじ、ジョナゴールド	-	スーパー(セントラル)	330、400	61
中国	37	ふじ	-	スーパー(セントラル)	40	6
NZ	46	ふじ	-	スーパー(セントラル)	150	23
		ガーラ	-	スーパー(セントラル)、百貨店(伊勢丹)	50、60	9
米国	35	レッド	-	スーパー(セントラル)、百貨店(伊勢丹)	40、70	11

- スーパーにおける販売価格は、日本産(ふじ)は中国産(ふじ)、米国産(レッド)の約15倍、ニュージーランド産(ふじ)の約3倍

香港						
国	平均輸入単価(円/個)	品種	サイズ	販売先	価格(円/個)	価格比
日本	163	世界一	-	スーパー(シティスーパー)	950	100
		ふじ、王林、世界一	-	スーパー(Jusco)	490、500、700	74
		王林、ジョナゴールド、サンふじ	-	スーパー(シティスーパー)	450、500、530	56
米国	47	ガーラ、レッド	-	スーパー(Jusco)	180、210	22
		レッド	-	スーパー(シティスーパー)	90	9
中国	26	ふじ	-	スーパー(Jusco)	140	15
チリ	38	-	-	-	-	-
NZ	42	ガーラ	-	スーパー(Jusco)	180	19

- どの品目間で比較しても、日本産の販売価格は他国産の2倍以上、

インドネシア						
国	平均輸入単価(円/個)	品種	サイズ	販売先	価格(円/個)	価格比
日本	35	陸奥	-	-	270	100
中国	30	-	-	-	-	-
米国	27	品種不明(ワシントン)、ジャンボ、ガーラ	-	-	70、90	33
		グラニー スミス、ふじ	-	-	100、110	41
NZ	41	パシフィック・ローズ、ガーラ	-	-	100	37
豪州	109	ふじ	-	-	90	33

- 品種は異なるものの、日本産の販売価格は他国産の2倍以上
- 平均輸入単価において、日本産はNZ産、豪州産よりも安価

※1 USD = 30.4185 NTD, 1 USD = 7.7564 HKD, 1 USD = 32.61 THB, 1 USD = 12285 IDR, 1 USD = 108.08円 (2014/10/08)

※価格比は日本産品の最高価格を100とし、各国産品の最高価格との比較を行っている

※平均輸入単価については、2012年の輸入量と輸入額より算出。りんご1個当たり300gと仮定

《参考》【りんご】台湾・香港におけるインポーターヒアリング結果

【台湾】

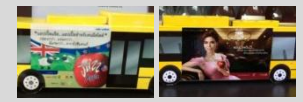
【香港】

インタビュー 回答者	輸出入会社1社	輸出入会社4社
市場概況	<ul style="list-style-type: none"> 消費者の果物購入意欲は大きい 社会的・文化的要因より、スーパーマーケットの発展が遅れている 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者の6・7割はスーパーマーケット、2・3割はウェットマーケットで青果物を購入する 国内生産がないため、輸入に頼っている パッケージングが重要
日本産の認識 <small>・赤色:プラス意見 ・青色:マイナス意見</small>	<ul style="list-style-type: none"> 高品質だが注引量が少なく航空便を利用するため、高価格。富裕層に需要があるが、もし価格が下がれば、中間層まで購入層を広げることができる 青森産の品質は素晴らしく、特にふじと王林を高く評価している 特にサンふじが好まれている。陸奥・世界一は価格が高いため、購入量は少ない 残留農薬基準違反が見受けられる 	<ul style="list-style-type: none"> 高品質であり、高評価を受けているが注引量が少なく航空便を利用するため、高価格 主にギフト(クリスマスと新年用)として贈られている スーパーマーケットで販売される(4社が回答) 日々の消費に関しては、ふじは米国、中国(小さく安価)、ニュージーランドと競合している(2社が回答) 船便であれば安く出すことが可能だが、注引量が少なく航空便を利用するため、物流コストが高い
競合国産の認識	<p>【米国・ニュージーランド】</p> <ul style="list-style-type: none"> 中間層や富裕層がスーパーマーケットで購入する 品質がよく、低価格 ワシントン産りんごは消費者の間で有名で、米国の輸出の90~95%を占めている品種 <p>【チリ】</p> <ul style="list-style-type: none"> 船便の大量輸送により低価格で、輸入量は年々増加 <p>【韓国】</p> <ul style="list-style-type: none"> 低品質で安価 検疫上の問題があり取引は少ないが、韓国産ふじは品質を上げており、将来的には日本産の脅威になり得る 	<p>【米国・中国】</p> <ul style="list-style-type: none"> 日本産より品質は劣る 日常消費用 米国産は品質は高いと評価されており、なおかつ検疫にひっかからない <p>【ニュージーランド】</p> <ul style="list-style-type: none"> 近年、パシフィック・ローズ、ジャズ、エンヴィー等の品種が人気を集めている 中国産・チリ産よりも品質が良いが、高価格である <p>【韓国】</p> <ul style="list-style-type: none"> 品質が改善されつつあるが、まだ主要サプライヤーたりえない(2社が回答)

《参考》【りんご】タイ・インドネシアにおけるインポーターヒアリング結果

【タイ】

【インドネシア】

インタビュー 回答者	輸出入会社4社、卸売会社2社	輸出入会社2社
市場概況	<ul style="list-style-type: none"> 消費者は一般的に甘い果物を好む傾向がある 若い人はダイエット食品として甘酸っぱい味を好み、高齢者は甘い味を好む りんご等の落葉果樹を育成することが出来ない 	<ul style="list-style-type: none"> インドネシアは価格を重要視する市場であるため、プレミアムフルーツの需要は少ない(2社が回答) ジャカルタ港が使用できないことや、輸入ライセンスの取得が必要等、輸出環境が整備されていない
日本産の認識 ・赤色:プラス意見 ・青色:マイナス意見	<ul style="list-style-type: none"> 富裕層により贈られるギフトと認識されており、高価格で、大量のオーダーはしない(3社が回答) 中級階層と富裕層を対象として考えた際、ニュージーランド産と競合している 過去10年間、昔ながらの品種ばかりを売っているイメージ。中間層や富裕層は新品種を求めている。NZや米国と対照的 生産時期が短いため長期間供給することができないのではないか。米国・中国は長期間供給可能 	<ul style="list-style-type: none"> 日本の産地はGLOBAL G.A.P.認証を取得していない。インポーターは輸入割当があり、輸入量が制限されるのでGLOBAL G.A.P.認証を取得していない国からは購入しない インドネシアは人口が多く、大量に仕入れることが通常だが、非常に高価格であるため仕入れる余裕がない
競合国産の認識	<p>【中国】</p> <ul style="list-style-type: none"> 低品質で、日本産よりも安価(2社が回答) 長期間の供給が可能 <p>【ニュージーランド】</p> <ul style="list-style-type: none"> 中間層、富裕層における日本の競合国 大きさ、食感、味、日持ちが日本産と同等で、より安価 過去10年間で新品種を導入。エンヴィーは変色しにくく味も見た目も良いため人気。パシフィック・ローズやジャズも人気がある 都市部の若者を対象とした優れたプロモーションを展開  <p>バスの広告</p> <p>【米国】</p> <ul style="list-style-type: none"> 品質が良く、中国産より若干高価格 	<p>【中国・米国】</p> <ul style="list-style-type: none"> 価格は安く、品質も良いため、需要は大きい

《参考》【いちご】台湾・香港における品質及び定性評価（文献調査）

【台湾】

【香港】

インタビュー 回答者	輸出入会社1社	輸出入会社3社
市場概況	<ul style="list-style-type: none"> 消費者の果物購入意欲は大きい 社会的・文化的要因より、スーパーマーケットの発展が遅れている 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者の6・7割はスーパーマーケット、2・3割はウェットマーケットで青果物を購入する 国内生産がないため、輸入に頼っている
日本産の認識 ・赤色:プラス意見 ・青色:マイナス意見	<ul style="list-style-type: none"> 味は良いが、高価格 大玉いちごの輸出が中心 いちごの輸出を主に担う日本の地方自治体における輸出促進担当部署、JA等の公的セクター担当者は2・3年で交代する場合があります、交代後、台湾へ直接輸出に廻していた分を日本国内向け出荷等に切り替えるケースが発生。春節向け商戦等のかき入れ時に数量が足りなくなるといった事態も発生しており、懸念 国内向けと輸出处の供給量の調整が必要 他国産と差別化できる要素を含む品種の開発が必要 	<ul style="list-style-type: none"> 非常に高価格（日本国内価格の2倍以上） 日本産イチゴの品種「あまおう」、「ひのしずく」が定着 日本、韓国、アメリカの3か国すべてのパッケージは非常に良く、区別することが難しい 船便で輸送した場合、港船積み日から小売店への納品まで約6日間かかるため、イチゴの品質維持点から、海上輸送による輸入が確立していない
競合国産の認識	【米国】 <ul style="list-style-type: none"> 味が良く、低価格であるため、非常に人気 スーパーマーケットやウェットマーケットで販売されている 	【韓国】 <ul style="list-style-type: none"> 非常に甘く、生産者からの供給量はシーズンを通して一貫している。年々味が改善されており、安価で人気 【米国】 <ul style="list-style-type: none"> 3月から8月にかけて香港のイチゴを供給する カリフォルニア産はきれいな水を使用、臭化メチルをほとんど使用していないことで認識 日本と同じくらい甘い上に、安価 航空便の場合、ロサンゼルスで積載後、2日未滿で香港で到着 長時間かかる船便に対応した貯蔵技術を有する 香港で好まれているカリフォルニア産のイチゴの品種は「チャンドラー」と「セルバ」（次項参照）

《参考》【いちご】カリフォルニア産(チャンドラー・セルバ)の紹介

香港で人気のあるカリフォルニア産のいちごの特徴としては、ジューシーで実がしまっており、サイズの大きい品種が挙げられる。

チャンドラーについて



- ジューシーでとても甘く、香りが良い。色合いが鮮やかで光沢があり、実がしまっている
- 生でも凍らせても味が良い
- 長い楔形から円錐型で、サイズが大きい
- 収率が高い
- 炭疽病の影響を受けやすい
- 2月中旬から3月終わりまで供給
- 日持ちが良く、輸送に適している

セルバについて



- ジューシーな食感を持ち、明るい赤色で実がしまっている
- サイズが大きい
- 特にシーズンの初めは、他の品種では見られないくらい甘い
- 通年供給が可能(ベストシーズンは10月から6月)
- 日持ちが良い

《参考》【いちご】タイ・インドネシアにおけるインポーターヒアリング結果

	【タイ】	【インドネシア】
インタビュー回答者	輸出入会社2社、卸売会社1社	輸出入会社2社
市場概況	<ul style="list-style-type: none"> 消費者は一般的に甘い果物を好む傾向がある 若い人はダイエット食品として甘酸っぱい味を好み、高齢者は甘い味を好む 土壌の劣化より、生産量が減少 	<ul style="list-style-type: none"> インドネシアは価格を重要視する市場であるため、プレミアムフルーツの需要は少ない(2社が回答) ジャカルタ港が使用できないことや、輸入ライセンスの取得が必要等、輸出環境が整備されていない
日本産の認識 <small>・赤色:プラス意見 ・青色:マイナス意見</small>	<ul style="list-style-type: none"> 高価格 注文量が少なく航空便を利用するため、高価格 	<ul style="list-style-type: none"> 日本の産地はGLOBAL G.A.P.認証を取得していない。インポーターは輸入割当があり、輸入量が制限されるのでGLOBAL G.A.P.認証を取得していない国からは購入しない 日本産の流通はない
競合国産の認識	【韓国・米国】 <ul style="list-style-type: none"> 品質が日本産に似ており、安価であるため、非常に人気がある(2社が回答) 	【韓国】 <ul style="list-style-type: none"> 非常に味が良く、サイズが大きいため、好まれている。米国産もサイズが大きいが、より味が良く、安価である

《参考》【ぶどう】台湾・香港における品質及び定性評価（文献調査）

	【台湾】	【香港】
インタビュー 回答者	(文献調査)	(文献調査)
市場概況	<ul style="list-style-type: none"> 消費者の果物購入意欲は大きい 社会的・文化的要因より、スーパーマーケットの発展が遅れている 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者の6・7割はスーパーマーケット、2・3割はウェットマーケットで青果物を購入する 国内生産がないため、輸入に頼っている
日本産の認識 <small>・赤色:プラス意見 ・青色:マイナス意見</small>	<ul style="list-style-type: none"> 高価であるため、高級ギフト用のニッチマーケットを対象に少量輸入 価格が高すぎて競争にならない 台湾産とシーズンがバッティングしているだけでなく、品質でも比較優位に立っていない 種なしのぶどうについては、一般に脱粒しやすく、輸出・輸送適正に問題 日本産はもともと認知度が低い上に、マーケティングの努力不足 注文量が少なく航空便を利用するため、高価格 	<ul style="list-style-type: none"> 高品質、高価格。高級品として扱われている。他国産より一桁多い金額で販売 高所得層の自宅用として、また、中秋節などのギフトシーズンの贈答品として購入されている 他国産のもので日本産の品質に近づくものは出てきておらず、高級路線での差別化は今後も維持できる
競合国産の認識	<p>【台湾】</p> <ul style="list-style-type: none"> 日本産のシーズンとバッティング 巨峰の価格はシーズン半ばには非常に低価格になる <p>【チリ】</p> <ul style="list-style-type: none"> 台湾産とシーズン、品種が異なり、価格も安い 出荷シーズン前に大々的な販促をかけている <p>【米国】</p> <ul style="list-style-type: none"> 台湾産のシーズン前に入荷が始まり、価格も安い 出荷シーズン前に大々的な販促をかけている 	<p>贈答用としてパッケージ化されるようなグレードに及ぶ競合国は今のところない</p>

【定量データ】

- Census and Statistics Department
<http://www.censtatd.gov.hk/>
- UN Comtrade Database
<http://comtrade.un.org/>
- US Department of Agriculture
<http://www.usda.gov/wps/portal/usda/usdahome>
- FAOSTAT
<http://faostat.fao.org/>

【その他主要出典】

- 日本貿易振興機構
“2012年度主要国・地域における流通構造調査_イチゴ 編”, 2013年3月
- 日本貿易振興機構“海外市場から見たわが国農林水産物・食品の輸出阻害要因の状況と対応策_主要輸出先国・地域での海外調査結果”, 2010年3月
- 株式会社三菱総合研究所, “国別戦略的マーケティング事業(東アジア)調査報告書”, 2012年3月
- 海外市場から見たわが国農林水産物・食品の輸出阻害要因の状況と対応策
https://www.jetro.go.jp/jfile/report/07000272/02_taiwan.pdf
- 台湾の農林水産物・食品小売価格
https://www.jetro.go.jp/world/asia/tw/foods/data/prices_tw_201202.pdf
- 香港の農林水産物・食品小売価格
https://www.jetro.go.jp/world/asia/hk/foods/data/prices_hgk_1202.pdf
- タイの農林水産物・食品小売価格
https://www.jetro.go.jp/world/asia/th/foods/data/prices_bgk_201202.pdf
- インドネシアの農林水産物・食品小売価格
https://www.jetro.go.jp/world/asia/idn/foods/data/prices_jkt_1202.pdf