

第5章 輸出強化戦略における新たな阻害要因

—ソース混合調味料の輸出振興に EU 食品関連法が与える影響—

戸川 律子（農林水産政策研究所客員研究員）

1. はじめに

これまで、国内市場依存型の日本の農林水産物・食品（以下、「日本産品」）の輸出割合は他国と比較しても低く、拡大する海外市場において日本産品を広く浸透していくことは困難とされてきた。しかし、海外の日本食ブーム等を背景に、2010年代から日本産品の輸出が伸長するようになり、2019年に制定された「農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律（令和元年法律第57号）」に基づく政府一体の支援体制の整備も功を奏して、2022年の日本産品の輸出金額は、1兆4,148億円（前年比114.3%）となり、2012年の4,497億円から314.6%と10年で大幅に増加した（農林水産省、2023a）。

政府はさらなる日本産品の輸出振興を目指して、海外で評価される日本の強みがある品目を重点品目として選択し、まずは2023年度末までに米国、EU、タイ等の8か国・地域において、輸出支援プラットフォームを立ち上げることを発表した⁽¹⁾。しかし、輸出先国・地域における規制措置は強化される方向にあり、国内事業者がその都度対応を求められることがある。こうした輸出の阻害要因の一つとして、輸出相手国の食品関連法の改正が挙げられる。

本稿は、その事例の一つとして、重要な貿易相手地域であるEUの食品関連法の改正に伴い、2021年4月から施行された「混合食品規制（委任規則（EU）2019/625）」⁽²⁾に着目した。

2. 調査方法

はじめに「混合食品規制」の対象となるソース混合調味料の輸出動向について、財務省「貿易統計」をもとに量的調査を行った。その上で、同食品規制がソース混合調味料を生産しているメーカーに与えた影響について知るため、国内メーカー数社への聞き取り調査を実施した。それらの結果を踏まえて、日本産品の輸出強化戦略にEUの食品関連法の一つである混合食品規制の与える影響について考察した。

（1）貿易統計による量的調査

2009年～2022年の輸出数量及び輸入金額の推移を分析した。なお、本稿で単にEUと表記した場合の数値は、2013年の第6次EU拡大時においてEU加盟国であった国の数値（ただし、海外県・海外領土の数値を除く。）を含むものとした。

(2) 聞き取り調査

聞き取り調査は、ソース混合調味料の輸出を積極的に進めている大手調味料メーカー3社、「第5回“日本の食”輸出エキスポ2021」(2021年11月17～19日、インテックス大阪にて開催)に出展していたソース混合調味料の中・小企業及び地域事業協同組合17事業者、合計20事業者を対象とした(第1表)。大手調味料メーカーA社はマヨネーズとドレッシング類、B社はウスターソース類、C社はその他ソース類を主として輸出しているため、3社の輸出主要品目別に輸出動向を考察した。中・小企業においては、中規模企業の4割近く、小規模企業の半数以上が、2000年以降に輸出を開始している(中小企業庁,2014)。

また地域事業協同組合は、地域に関わる事業者が地域産品に特化した輸出の促進を行っており、海外で開催される物産展のブースの利用や現地の飲食業者との取引などを試験的に体験することができる。その後、海外販路が開拓されると事業者が直接対応するケースも見られる。

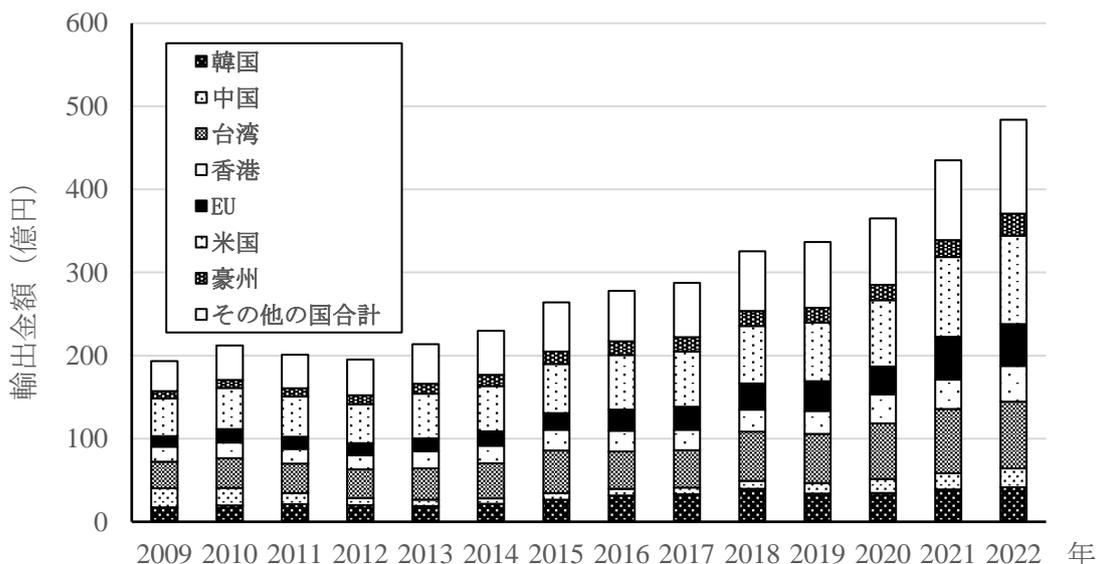
第1表 聞き取り調査対象事業者と調査概要

調査内容	大手メーカー A社	大手メーカー B社	大手メーカー C社	中・小企業 個人事業	地域事業 協同組合
輸出先	中国, 東南アジア, 北米, 欧州	中国, 台湾, 韓国, マレーシア, 米国, 欧州	中国, 香港, 東南アジア, 米国, 豪州, 欧州	米国, 欧州	台湾, マレーシア, シンガポール, ドバイ
主要品目	マヨネーズ ドレッシング類	ウスターソース類	その他ソース類	ソース混合調味料	ソース混合調味料
流通経路	自社ルート *海外事業設置	自社ルート *海外事業設置 商社	自社ルート *海外事業設置 商社	商社 海外バイヤー	商社 海外バイヤー
現地販路の拡大	現地アンテナ ショップ開拓	現地アンテナ ショップ開拓 国内外商談会	現地アンテナ ショップ開拓 国内外商談会	国内商談会 外国語ウェブ サイト作成	飲食業レセプション 海外物産展 国内商談会
輸出割合	15%	7%	5%		
原料	外国産 日本産(タマゴ)	主に外国産	主に外国産	日本産 外国産	主に日本産

3. 結果

(1) 輸出重点品目：ソース混合調味料

EU の混合食品規制の対象であるソース混合調味料は、我が国の輸出金額で高位（2022年：484 億円，農産物の加工食品の輸出金額 5,051 億円の 9.6%）を占め、農産物の中で数量ベース、金額ベースともに順調に輸出を伸ばしている（第 1 図）。そのため、ソース混合調味料は、政府の輸出金額目標である「2025 年に 2 兆円」、「2030 年に 5 兆円」を達成するための施策の一つとして、輸出増のポテンシャルが高いとされる輸出重点品目 28 品目の一つに選定された。輸出は輸送時間がかかるため、最低 90 日以上賞味期限（または消費期限）が求められるが、ソース混合調味料は賞味期間の長いものが多く、その点においても有利な加工食品である。それゆえ大手調味料メーカーだけでなく、国内原料の利用率が高く、日本製ブランドとしての付加価値を有したソース混合調味料の輸出をはじめた中・小企業は増加している。



第 1 図 ソース混合調味料の輸出金額の推移

資料：「財務省貿易統計」（2009～2022）

注. EU 以外の各国は、海外県・海外領土の数値を含む。また、EU は、2013 年の第 6 次 EU 拡大時において EU 加盟国であった国の数値（ただし、海外県・海外領土の数値を除く。）を含む。

ソース混合調味料は、日本式のインスタントカレーやカレールー、ウスターソース類（中濃ソース、お好み焼きソース等）、マヨネーズ、ドレッシング類、焼肉のたれ、生姜焼きソースなどの幅広い調味料が含まれる（第 2 表）。ソース混合調味料には、様々な材料が使用されており、同食品規制の対象となる動物性由来製品を含むソース混合調味料が多く該当すると考えられる。

第2表 ソース混合調味料の輸出統計品目番号及び品目名 (2022年1月)

統計品目番号	品目名
21.03-90200	インスタントカレー, その他カレー調整品 (カレー類)
21.03-90300	ウスターソース, その他これに類する物品 (ウスターソース類)
21.03-90400	マヨネーズ
21.03-90500	ドレッシング, その他これに類する物品 (マヨネーズ除く) (ドレッシング類)
21.03-90900	その他のソース, ソース用の調整品及び混合調味料 (醤油, 味噌, トマトケチャップ, マスタードの粉及びミールならびにマスタードを除く) (その他ソース類)

資料: 「財務省貿易統計 輸出統計品目表」(2022年版)

注 (1) この統計品目番号は2017年から施行 (2015年1月1日に21.03-90900から21.03-90200が分離, さらに2017年1月1日に21.03-90300, 21.03-90400及び21.03-90500が分離)。

注 (2) 混合食品規制の対象となる食品には, ソース混合調味料のほか, 油脂, エキス, 醤油, 味噌, ベーカリー製品, スープ等の調整食料品, 氷菓, 糖類, アルコール飲料等がある。

(2) EU「混合食品規制」の施行

混合食品 (Composite product) とは, 動物由来加工製品 (Processed products of animal origin) と植物由来製品 (Products of plant origin) の両方を含む食品と定義されている。EU の食品関連法は, BSE の反省を契機として, 2000年代はじめに大幅な改革が行われた (規則 (EC) No 178/2002) ⁽³⁾。その後, 2020年に食品・飼料供給の全工程を対象とする「農場から食卓まで」の原則 (フードシステム), トレーサビリティの促進, 危険性解析や予防原則の導入等に則して, 動物性由来の食品が非動物性由来の食品よりも危害要因が多く含んでいることにより, 動物性由来の食品の規則がより厳しいものとなっていることが EU の特徴である (樋口, 2006)。

また, EU の混合食品規制の概要を第3表に示す。この規制により, EU 向けの混合食品の輸出には, 第三国リスト要件に加え, 公的証明書又は自己宣誓書の添付が義務化されることとなった。また混合食品を製造する加工施設は, EU 認定 (HACCP) 施設に沿った衛生管理が必要とされている。

第3表 EU「混合食品規制」(2021年4月21日施行)の概要

混合食品の定義	動物性加工済原料と植物性原料の両方を含む食品 (畜水産物を主原料としたソーセージやかまぼこ等の加工品は含まれない(注))。
輸出条件(輸出に必要な添付書類)	最終製品はHACCPに沿った衛生管理が必要であり、かつ、動物性加工済原料の製造は、EU認定(HACCP)施設で製造されている必要がある。最終製品によって輸出に必要な添付書類が異なる。 <ul style="list-style-type: none"> ○ 公的証明書(Official Certificate)を必要とするもの カテゴリー1(温度管理が必要なもの(冷凍食品等))及び カテゴリー2(温度管理が不要で肉製品を含む(ラーメンスープ等)) ○ 自己宣誓書(Private Attestation)を必要とするもの カテゴリー3(温度管理が不要であって、カテゴリー2以外のもの(だし入り味噌、めんつゆ、和菓子等))

資料:農林水産省(2023b)より抜粋

注.これらの加工品は、従前どおり、EUに輸出する製品の原料及び最終製品の製造はEU認定施設で行われるとともに、輸出時に公的証明書を添付する必要がある。

(3) ソース混合調味料の輸出状況 -2021年以降-

2022年におけるソース混合調味料の輸出状況は、世界全体で、金額ベースでは483億円(前年比111%)という結果となり、ソース混合調味料はコロナ禍においても輸出金額を伸ばしている。輸出先の主要な地域は、アジア、北米、豪州の順である。数量ベースでは欧米諸国よりアジア諸国のほうが多いが、アジアにおけるソース混合調味料は一般的には安価であり、輸出金額では欧米諸国より少ない。他方、EUへの輸出金額は世界全体の10%の割合である(第1図)。

2022年における品目別の輸出金額の割合は、「統計品目番号21.03-90900(ソース用の調整品及び混合調味料)(以下、「その他ソース類」)」がソース混合調味料全体の半分以上を占め、次いで「統計品目番号21.03-90200インスタントカレー、その他カレー調整品(以下、「カレー類」)」(20%)、「統計品目番号21.03-90400マヨネーズ」(15%)、「品目番号21.03-90500ドレッシング、その他これに類する物品(マヨネーズ除く)(以下、「ドレッシング類」)」(6%)、「統計品目番号21.03-90300ウスターソース、その他これに類する物品(以下、「ウスターソース類」)」(3%)と続く。

品目別に輸出先国を見ると、「その他ソース類」は、米国が輸出金額全体の20.8%を占め最も大きく、次いで台湾が14.1%の割合を占めている。それに韓国と香港、タイと続いていたが、2020年以降、タイに代わり、中国が順位を上げ5位につくようになっている。また、「カレー類」は、台湾が輸出金額全体の26.2%、米国が22.5%、そして韓国が14.7%を占めている。なお、「カレー類」は、アジア諸国以外に、英国、豪州、カナダへの輸出金額も世界全体の5%程度のシェアがある。「マヨネーズ」は、米国が輸出金額全体の31.1%を占め最も大きく、次いで豪州が12.4%、そして3位に台湾、4位に香港と続いていたが、

2022年には、カナダが世界全体の7.4%を占め、台湾と香港を抜いて3位に台頭している(第4表、第2図)。このように、国別では、輸出金額割合の大きい「その他ソース類」、「カレー類」、「マヨネーズ」の主要な輸出先である米国、台湾の2か国がソース混合調味料の主要な輸出先となっている。

EUへ輸出されたソース混合調味料については、第3図に示すように、2020年は、「カレー類」、「ウスターソース類」、「その他のソース類」の3品目の輸出金額が2019年より減少している。2021年は、EUへのソース混合調味料の輸出金額は52億円と、2021年からEUを脱退した英国への輸出金額(2021年11億円)を加味しても、2020年の35億円より増加している。一方、2022年は、「その他ソース類」以外の全ての品目において、EUへの輸出金額がやや減少傾向にある。

また、EUへの輸出金額は品目によって上位国が異なる(第5表、第4図)。先に述べたように、ソース混合調味料の輸出金額に占めるEUの割合は世界全体の10%程度である。しかし、品目別にみると、「ウスターソース類」のEUへの輸出金額は、世界全体の25%を占め、アジア諸国の次に大きい市場となっている。スペインはその33%を占める高位国で、2017年から順調に輸出金額を伸ばし、2020年に減少したものの、2021年以降の「ウスターソース類」は、1位米国、2位韓国、次いでスペインとなっている。

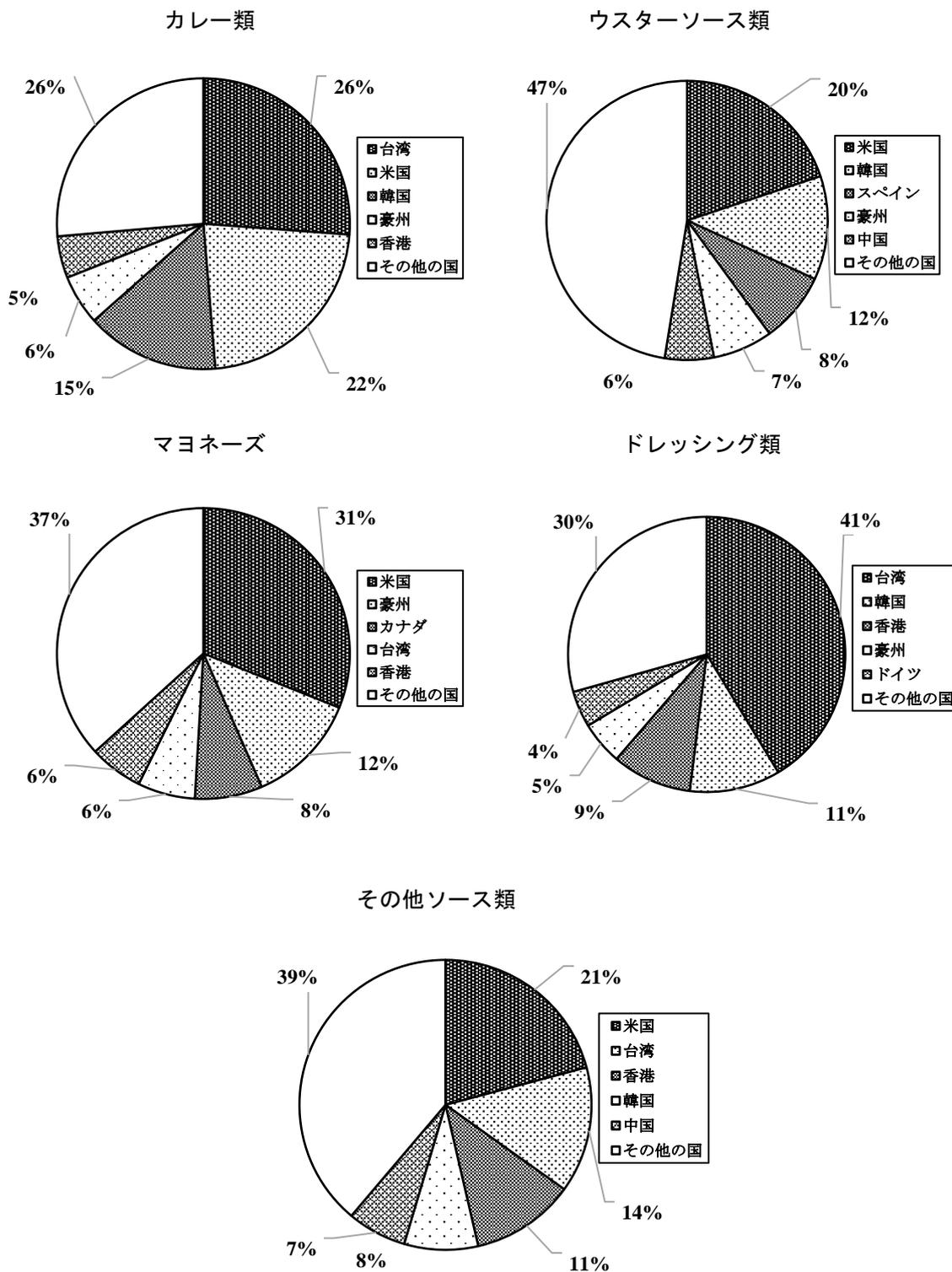
第4表 ソース混合調味料の品目別輸出金額 世界上位5か国(2022年)

カレー類		ウスターソース類		マヨネーズ	
国名	輸出金額 (億円)	国名	輸出金額 (億円)	国名	輸出金額 (億円)
台湾	25.37	米国	2.93	米国	22.59
米国	21.80	韓国	1.78	豪州	9.01
韓国	14.25	スペイン	1.20	カナダ	5.41
豪州	5.39	豪州	1.02	台湾	4.62
香港	4.50	中国	0.83	香港	4.32
その他の国	25.55	その他の国	7.01	その他の国	26.73
世界合計	96.86	世界合計	14.77	世界合計	72.69

ドレッシング類		その他ソース類	
国名	輸出金額 (億円)	国名	輸出金額 (億円)
台湾	11.39	米国	56.67
韓国	2.91	台湾	38.21
香港	2.57	香港	31.28
豪州	1.40	韓国	22.23
ドイツ	1.17	中国	17.86
その他の国	8.09	その他の国	105.68
世界合計	27.54	世界合計	271.95

資料：「財務省貿易統計」(2022)

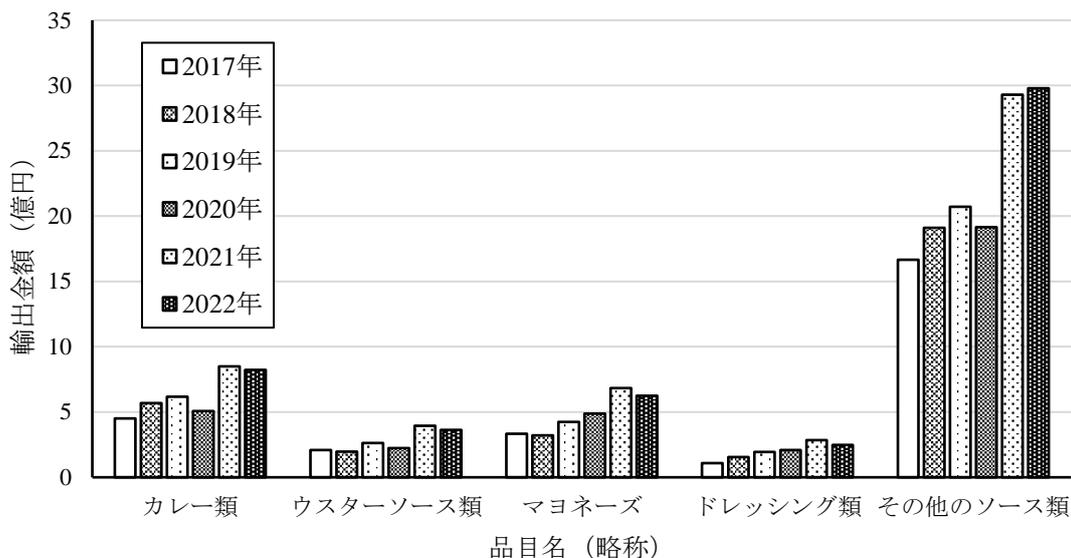
注：スペインは、海外県・海外領土の数値を含まない。



第2図 ソース混合調味料の品目別輸出金額 世界上位5か国の割合 (2022年)

資料: 「財務省貿易統計」(2022)

注: スペインは、海外県・海外領土の数値を含まない。



第3図 ソース混合調味料のEU向けへの品目別輸出金額の推移

資料：「財務省貿易統計」(2017～2022)

注. 2013年の第6次EU拡大時にEU加盟国であった国の数値(ただし、海外県・海外領土の数値を除く。)を含む。

第5表 ソース混合調味料の品目別輸出金額 EU内上位5か国(2022年)

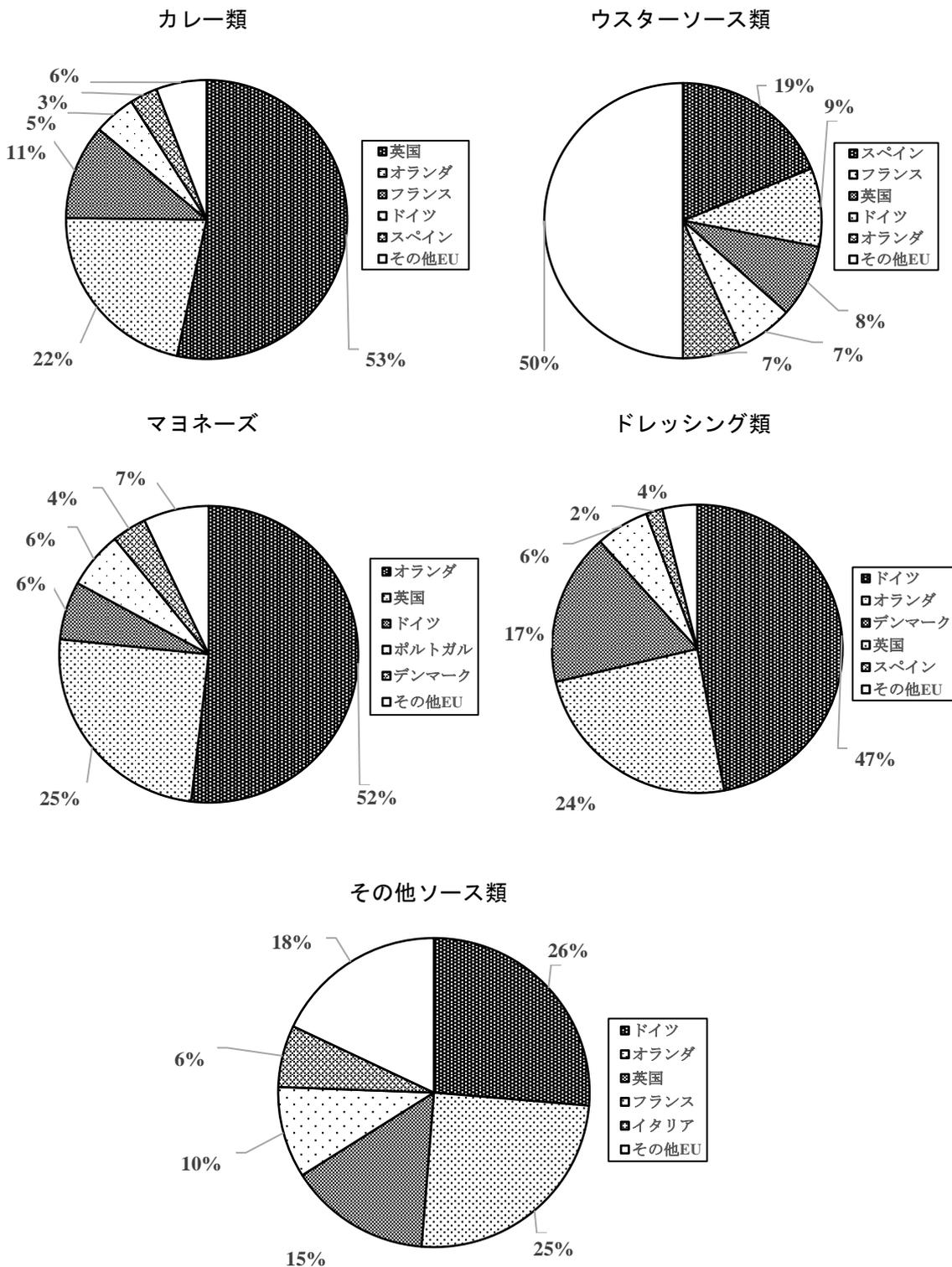
(上位5か国及び合計)

カレー類		ウスターソース類		マヨネーズ	
国名	輸出金額 (億円)	国名	輸出金額 (億円)	国名	輸出金額 (億円)
英国	4.39	スペイン	1.20	オランダ	3.24
オランダ	1.79	フランス	0.59	英国	1.55
フランス	0.90	英国	0.55	ドイツ	0.40
ドイツ	0.40	ドイツ	0.43	ポルトガル	0.39
スペイン	0.26	オランダ	0.43	デンマーク	0.23
その他EU	0.48	その他EU	0.42	その他EU	0.44
EU合計	8.22	EU合計	3.62	EU合計	6.25

ドレッシング類		その他ソース類	
国名	輸出金額 (億円)	国名	輸出金額 (億円)
オランダ	51.89	ドイツ	7.85
英国	24.73	オランダ	7.43
ドイツ	6.34	英国	4.40
ポルトガル	6.22	フランス	2.85
デンマーク	3.74	イタリア	1.93
その他EU	7.08	その他EU	5.35
EU合計	2.49	EU合計	29.80

資料：「財務省貿易統計」(2017～2022)

注. 2013年の第6次EU拡大時にEU加盟国であった国の数値(ただし、海外県・海外領土の数値を除く。)を含む。



第4図 ソース混合調味料の品目別輸出金額 EU内上位5か国の割合（2022年）
（上位5か国及び合計）

資料：「財務省貿易統計」（2017～2022）

注：2013年の第6次EU拡大時にEU加盟国であった国の数値（ただし、海外県・海外領土の数値を除く。）を含む。

4. 考察

2020年におけるEUへのソース混合調味料輸出金額の減少要因については、2021年に大幅な増加が見られたことから、新型コロナウイルス禍における国際物流の停滞などの混乱によるものが大きいと考えられる。その根拠として、EUの混合食品規制は、2021年4月から施行されたため、同年の各四半期の輸出金額を確認したが、施行前の1月～3月期の輸出金額が大きく増加するなどの変動は見られなかった。むしろ市場の回復とともに、徐々に輸出金額は増加していた。また、大手調味料メーカーBへの聞き取り調査によれば、ソース混合調味料の売り上げは2020年より増加していることが分かった。「ウスターソース類」のEU市場において33%のシェアを占めるスペインでは、「ウスターソース類」の中濃ソースが輸出の大部分を占め、日本食（焼きそばなど）だけでなく、現地の料理に合わせた利用が進んでいる。この理由として、新型コロナウイルスの感染拡大に伴って外出が制限されたため肉食や中食が増加し、それまで主に外食で使用されていたソース混合調味料が家庭でも利用されるようになり、アジア系食料品販売店における購入者が増加した可能性がうかがえる。したがって結果として、2021年に混合食品規制による大きな輸出の阻害要因は認められなかったといえる。にもかかわらず、2022年のデータでは、「その他ソース類」を除く全ての品目に輸出金額の減少傾向が見られた。

聞き取り調査では、EUの混合食品規制の導入に向けて、動物由来の原料を除いたソース混合調味料を事前にEU向けに製造していたため、混合食品規制の影響は全くなかったとするメーカーがあった。一方で、同食品規制への対応が間に合わなかったEU向け商品の輸出先を需要の大きいアジア諸国等に変更し、損失を防いでいたメーカーもあった。しかし、ソース混合調味料輸出金額の世界全体の約20%を占める「マヨネーズ」と「ドレッシング類」については、アジア諸国にはまだ生野菜を食べる食習慣がなく、アジア市場は開拓段階にある。他方、すでにその食習慣がある欧米諸国においては、競合は多いものの、日本式ソース混合調味料として、少しずつ市場を拡大し輸出を伸ばしてきたという背景がある。それゆえ輸出の停止については、EU向け商品が整い次第、解消されることが予想される。しかし、材料に日本産水産物由来の原料が含まれる動物性由来の出汁などを加えることで、日本独自の味を作り出し、他国や他メーカーとの差別化に成功したソース混合調味料も多くある。その場合、規模が大きいメーカーほどEUの混合食品規制に対応する新たな商品開発に時間を要する可能性は否定できない。

またEUは、域内における安全かつ持続可能な食料生産システムの構築に舵を切っており、今後はEUに輸出する農林水産物・食品への規制は厳しくなることが予想される。例えば、大手調味料メーカーAへの聞き取り調査では、コンビニなどで利用されている「ディスプレイパック」（片手で2つ折りにすればマヨネーズとケチャップの中身を同時に出すことができるプラスチック製使い捨て容器）などの食品に接触する材料（容器・包装）に対して、新たに規制が課せられる可能性などを踏まえ、今後のEU向けの日本製品の方向性について模索していることが分かった。

5. 今後の課題等

以上見てきたように、ソース混合調味料の EU への輸出金額は、アジア諸国や米国と比較すればかなり小さい。しかし今日の EU は、中・東欧諸国への拡大に伴い、巨大市場に成長している。そのため、米国とならび EU の食品関連法は国際社会において影響力をもち、国際標準とみなされる可能性が高い。とすれば、EU に輸出可能とされる日本産品は国際的にも付加価値が認められ、安定した輸出商材となりうる。

海外における日本食市場は、まず大量生産製品によって確立される。それらが拡大し成熟するに伴い、次第に大量生産製品とは異なる新たな付加価値のある製品が求められるようになる傾向が強い。しかし大企業は、広範に流通し大量に消費される商品のコストをより削減し生産するために、次第に海外に拠点を置くようになることが多い。それに比べ、中・小企業は、大企業が提供できないニッチで多品種少量の商品供給が可能のため、成熟した日本食市場において重要な役割を果たす。こうした将来を見据え、我が国は、国産原料の安定調達、生産履歴の的確な把握、HACCP の普及等について、一層の国内関係法令の整備や官民の連携も深めながら、大企業だけでなく、中・小企業における役割にも留意して、輸出振興の基盤を築いていく必要がある。

注

- (1) 「農林水産物・食品の輸出拡大のための輸入国規制への対応等に関する関係閣僚会議『農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略～マーケットイン輸出への転換のために～ 令和 4 年 12 月 5 日』
<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/progress/attach/pdf/index-1.pdf> (2023 年 3 月 1 日参照)
- (2) 「混合食品規制 (委任規則 (EU) 2019/625)」(Commission delegated regulation (EU) 2019/625 of 4 March 2019) の原文は、次の EU 法令ウェブサイトに掲載。
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32019R0625> (2023 年 3 月 1 日参照)
- (3) 「規則 (EC) No 178/2002」(Regulation (EC) No 178/2002 of the European Parliament and of the Council of 28 January 2002) の原文は、次の EU 法令ウェブサイトに掲載。
<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2002/178/oj/eng> (2023 年 3 月 1 日参照)

[引用文献]

- 中小企業庁 (2014) 『中小企業白書』: 295-352.
- 農林水産省 (2023a) 『2022 年 1-12 月 農林水産物・食品の輸出額』
https://www.maff.go.jp/j/press/yusyutu_kokusai/kikaku/attach/pdf/230203-1.pdf (2023 年 3 月 1 日参照)
- 農林水産省 (2023b) 『EU における新たな混合食品規制について (令和 5 年 1 月現在)』
<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/attach/pdf/EU-4.pdf> (2023 年 3 月 1 日参照)
- 樋口修 (2006) 「EU の食品安全政策の展開と動向」『レファレンス』No.668, 9 月号: 61-79.