

青果物輸出産地セミナー

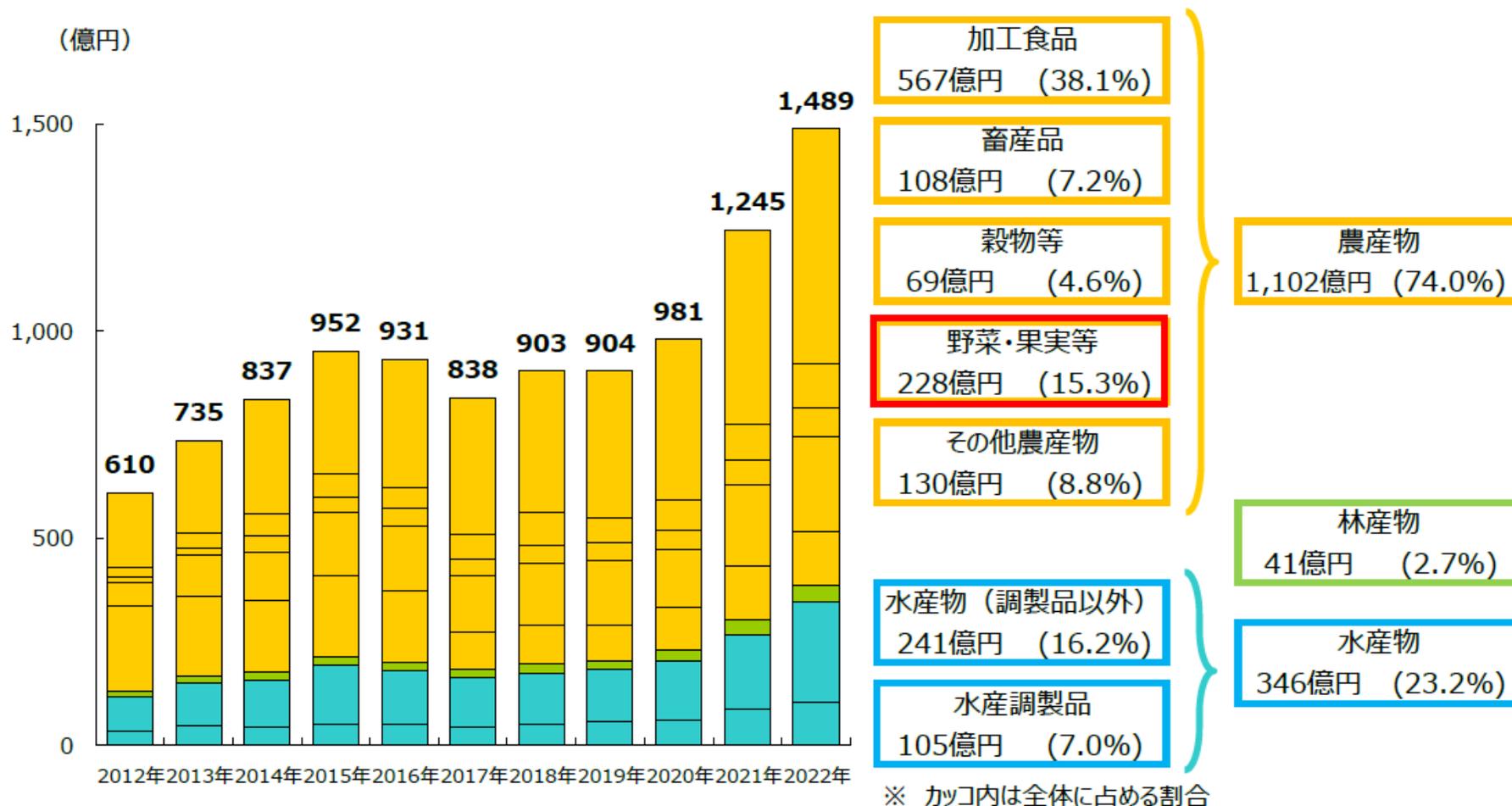
台湾における日本産青果物の輸出の 現状について

2023年 7月 11日



台湾向け農林水産物・食品の輸出額

- 2022年の台湾への輸出は、全体で1,489億円（国・地域別で第4位）。
- このうち野菜・果実は228億円（全体の15.3%）を占める。



日本産農林水産物・食品の輸出額（台湾向け・品目別）

- 2017年以来、台湾向けの輸出において、りんごが第1位の品目。
- ほか、野菜・果実では、ぶどう、ながいもが直近10年で上位の品目にランクインしている。

	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
1	たばこ 172億円	たばこ 148億円	たばこ 122億円	たばこ 130億円	たばこ 111億円	りんご 78億円	りんご 98億円	りんご 99億円	りんご 71億円	りんご 118億円	りんご 129億円
2	さんご 41億円	りんご 60億円	りんご 68億円	りんご 99億円	りんご 98億円	アルコール飲料 53億円	アルコール飲料 59億円	アルコール飲料 62億円	ソース混合調味料 67億円	アルコール飲料 93億円	アルコール飲料 120億円
3	ソース混合調味料 35億円	さんご 52億円	さんご 57億円	さんご 73億円	さんご 55億円	ソース混合調味料 53億円	ソース混合調味料 59億円	ソース混合調味料 59億円	アルコール飲料 65億円	ホタテ貝 87億円	ホタテ貝 112億円
4	りんご 27億円	ソース混合調味料 38億円	ソース混合調味料 42億円	ソース混合調味料 51億円	ソース混合調味料 47億円	さんご 36億円	ホタテ貝 44億円	ホタテ貝 54億円	ホタテ貝 57億円	ソース混合調味料 77億円	ソース混合調味料 80億円
5	アルコール飲料 23億円	アルコール飲料 29億円	アルコール飲料 36億円	アルコール飲料 45億円	アルコール飲料 46億円	ホタテ貝 33億円	牛肉 41億円	牛肉 37億円	牛肉 41億円	牛肉 55億円	牛肉 71億円
6	菓子（米菓を除く） 16億円	豚の皮 27億円	豚の皮 35億円	豚の皮 33億円	ホタテ貝 33億円	清涼飲料水 24億円	清涼飲料水 27億円	清涼飲料水 27億円	清涼飲料水 29億円	たばこ 38億円	清涼飲料水 35億円
7	豚の皮 15億円	ホタテ貝 22億円	菓子（米菓を除く） 33億円	ホタテ貝 32億円	豚の皮 29億円	菓子（米菓を除く） 22億円	菓子（米菓を除く） 24億円	菓子（米菓を除く） 22億円	たばこ 25億円	清涼飲料水 32億円	菓子（米菓を除く） 34億円
8	清涼飲料水 12億円	菓子（米菓を除く） 20億円	ホタテ貝 19億円	菓子（米菓を除く） 24億円	菓子（米菓を除く） 22億円	豚の皮 21億円	さんご 24億円	さんご 18億円	菓子（米菓を除く） 25億円	菓子（米菓を除く） 32億円	キャビア及びその代用物 31億円
9	ながいも 11億円	清涼飲料水 15億円	清涼飲料水 17億円	清涼飲料水 17億円	清涼飲料水 20億円	たばこ 16億円	コーヒー 15億円	スープ プロス 16億円	ぶどう 17億円	ぶどう 22億円	たばこ 27億円
10	ホタテ貝 10億円	ながいも 11億円	ながいも 14億円	ながいも 13億円	ながいも 13億円	粉乳 15億円	たばこ 15億円	緑茶 15億円	スープ プロス 17億円	キャビア及びその代用物 20億円	ぶどう 24億円

※2022年「牛肉」の金額は加工品を含む金額（2021年以前は加工品を含まない）

資料：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

台湾における日本産青果物の位置づけ

- 日本産青果物は高品質とされ、贈答用の需要が主。
- 大玉、色味のよいものが好まれる傾向、贈答用の包装（フルーツキャップなど）が求められる場合がある。
- りんご、ながいもは台湾系の小売店舗での取り扱いも見られる。

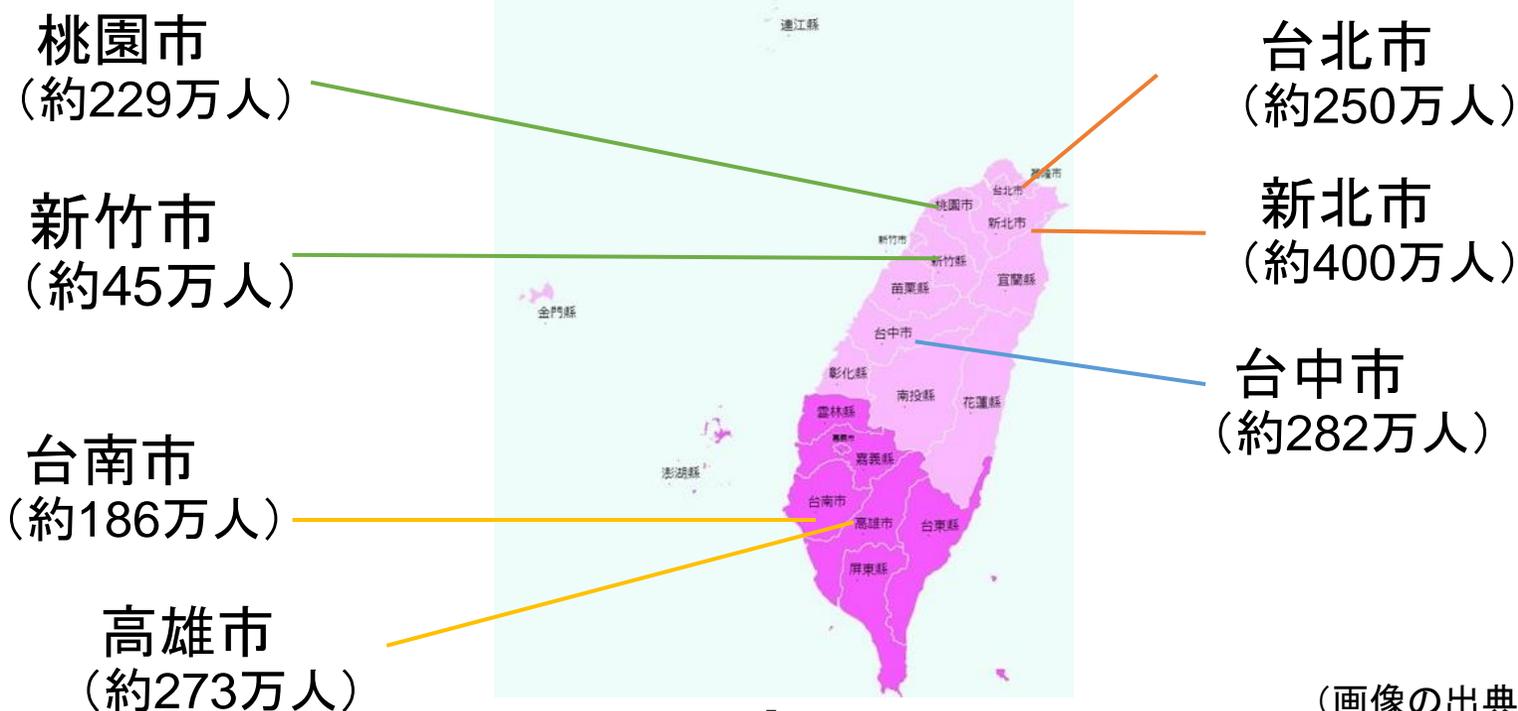
品目	2022年 輸出額	割合
りんご	129.5億円	56.8%
ぶどう	23.8億円	10.4%
いちご	6.4億円	2.8%
もも	5.3億円	2.3%
柿	4.5億円	2%
かんきつ	4.1億円	2%
なし	3.1億円	1%
ながいも	13.6億円	6%
たまねぎ	12.8億円	5.6%
かんしょ	1.4億円	0.6%
全体	228億円	100%



(出典)
農林水産省公表資料

台湾の主要都市について

- 台北市、及び新北市が政治・経済の中心。日本産食品のプロモーションイベントも多く開催。
- 人口は西部の都市に集中。これらの地方都市についても、日本産食品の市場としてさらなる需要の拡大が期待される。



台湾における百貨店・コンビニ・量販店・スーパー

- 百貨店や高級スーパーを中心に販売。
- 下記以外にも、ドンキ（台北）、裕毛屋（台中）、ロピア（台中）など、積極的に日本産食品（青果物含む）を取り扱う小売がある。

台湾における百貨店、コンビニ

名称	店舗数
誠品 Eslite	30店舗以上
新光三越	11店舗
遠東百貨 (Mega city)	13店舗
微風廣場 (Breeze)	10店舗
遠東SOGO	7店舗
セブンイレブン	6000店舗以上
ファミリーマート	4000店舗以上
ハイライフ	1400店舗以上
OKマート	800店舗以上

台湾における量販店、スーパー等

名称	店舗数
全聯福利中心 (PX mart)	1100店舗以上
家樂福 (カルフル)	300店舗以上
大潤發 (RT-MART)	20店舗以上
好市多 (COSTCO)	14店舗
遠東都会 (city super)	8店舗
Mia C'bon	22店舗

台湾への輸出における課題

① 残留農薬規制

- 日台の残留農薬規制の違いにより、台湾輸入時の検査により不合格となるリスク。不合格となった場合、廃棄もしくは返送。
- 水際検査による不合格事案については、台湾の衛生福利部食品薬物管理署のインターネットサイトで公開（2022年日本産品の不合格事案は**82件**）。

品目	件数
いちご(生鮮)	35
もも(生鮮)	9
メロン(生鮮)	7
みかん(生鮮)	5

品目	件数
さくらんぼ(生鮮)	3
ユリ根(生鮮)	2
しその葉	2
ブルーベリー(生鮮)	2

※2022年の日本からの輸入品目の不合格件数。
この他りんご、ながいも、柿それぞれ1件等。

(出典) 衛生福利部HPに基づき交流協会集計

② 植物検疫に関する規制

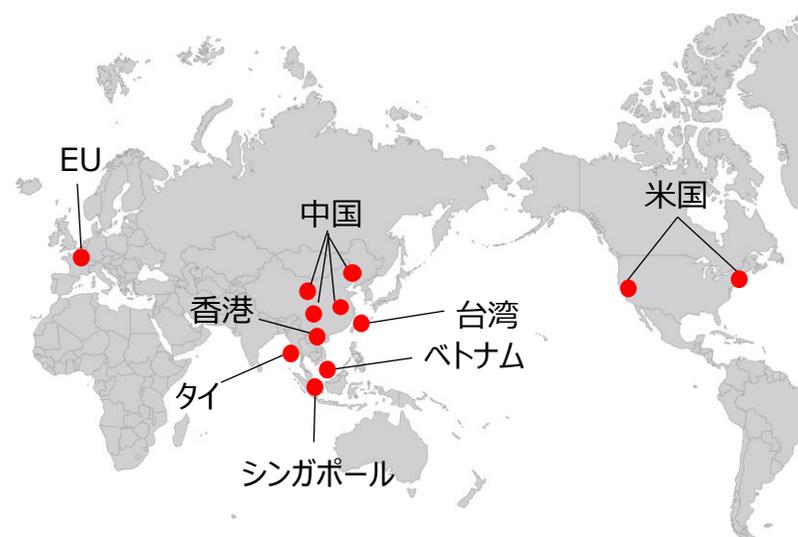
- りんご、梨、桃、すももについては、モモシンクイガ侵入防止のため、生産園地と選果梱包施設の登録が必要。台湾側が求める検疫条件を満たす施設の拡大が必要。

輸出支援プラットフォームについて

- 「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」に基づき、輸出先国・地域において輸出事業者を包括的・専門的・継続的に支援するため設立。

○ プラットフォーム設置国・地域

設置国・地域	事務局設置都市（候補）
米国	ロサンゼルス
	ニューヨーク
EU	パリ
	(ブリュッセル)
ベトナム	ホーチミン
シンガポール	シンガポール
タイ	バンコク
中国	北京
	上海
	広州
	成都
香港	香港
台湾	(台北)



台湾輸出支援プラットフォーム立上げの狙い

【現状】

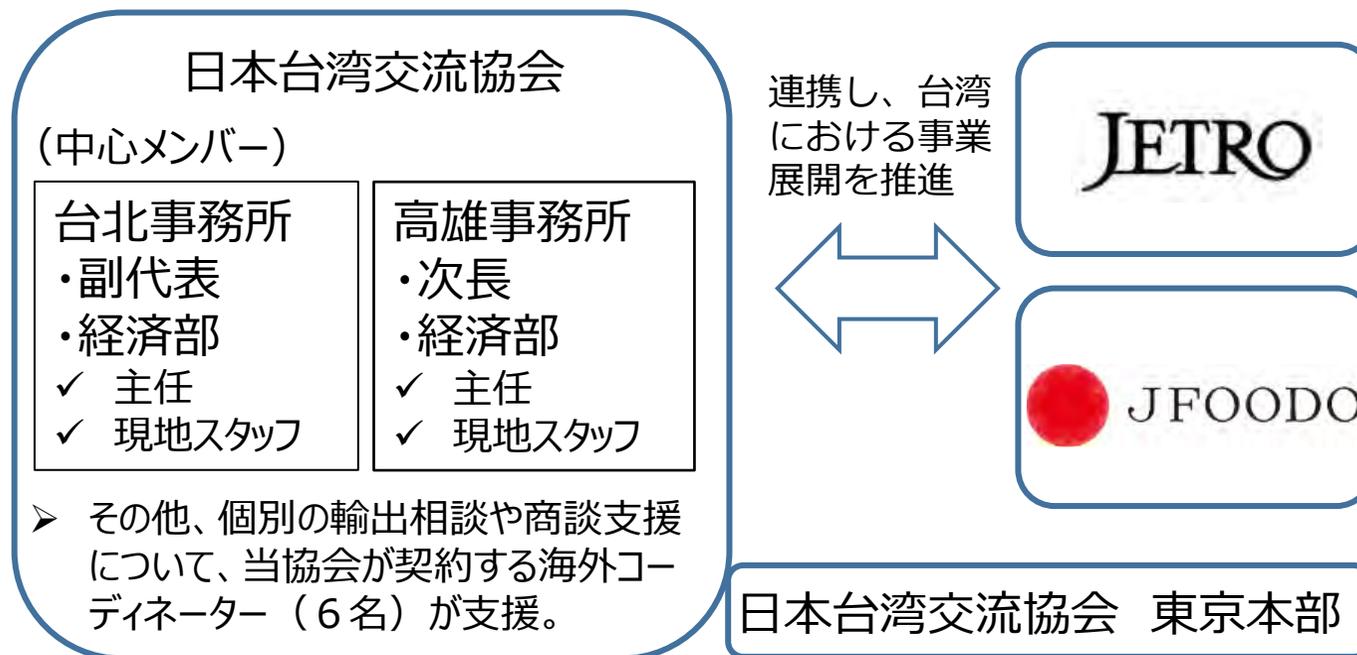
1. 多くの食品事業者や地方自治体がそれぞれ販路拡大に取り組んでおり、既に多くの日本産農林水産物・食品が流通。
2. 当協会も、JETRO事業を活用した販路拡大支援、協会主催行事やSNS等を利用した日本食文化・食品の積極的な情報発信を実施。
3. 他方、商習慣や嗜好等に対する理解不足のため、市場参入の機会を逸している場合や、日本と異なる食品安全規制等への対応が不十分なため、市場参入できない場合がある。



- 日台の関係者間の情報交換や連携を活発にし、台湾でそれぞれが取り組んでいる販路拡大やプロモーションを連動させ、より効果的に進められるような体制を整備する。
- 市場の最新動向や食品安全規制等の違い等について情報発信するとともに、輸出に取り組む事業者・団体からの様々な相談に対応する。
- 情報発信や相談対応にあたっては、台湾当局に対して、制度の照会や輸出環境の改善に向けた働きかけを行う。

台湾輸出支援プラットフォームの体制

- 台北および高雄に事務所を持つ日本台湾交流協会が主体となり、日本産農林水産物・食品の輸出拡大に向けた活動を行う。
 - ① ネットワークの構築と情報発信の強化
 - ② 新たな商流の開拓
 - ③ 台湾消費者への販売促進、プロモーション
- JETROやJFOODOが行う輸出関連事業の台湾における展開を推進する。 ※JETRO；日本貿易振興機構、JFOODO；日本食品海外プロモーションセンター



活動①（ネットワークの構築と情報発信の強化）

- 日本産農林水産物・食品を取り扱う日台の事業者・団体からなるネットワークを構築し、情報交換や連携を活性化させ、より効果的な販路拡大やプロモーション活動に繋げる。
- 当協会フェイスブックのほか、ウェブサイトプラットフォームページを新設し、輸出に取り組む事業者・団体への情報発信を強化する。

【ネットワーク構築】

（想定メンバー）

- 日本産品を取り扱う、輸入、製造、流通、販売、外食事業者やそれらの関連団体等

（具体的な対応）

- 業種毎に整理し、関心品目や連絡窓口等を取りまとめて、メンバー間で共有

【情報発信強化】

- 台湾市場の概況や輸出にあたり留意すべき規制を整理したレポートの作成。
- その他、規制見直し等の動きについて、タイムリーに発信。
- 相談窓口を設置や有益な情報ソースの整理 など

活動②（新たな商流の開拓）

活動③（台湾消費者への販売促進、プロモーション）

新たな商流の開拓

- 台北市進出口商業同業公会（IEAT）と連携し、新たな商流の開拓に向けた活動を予定。

台湾消費者への販売促進、プロモーション

- 台湾当局との共催による日台双方のフルーツをPRするイベント「日台フルーツ夏祭」計画中。
- 品目団体等と連携し、舞台演目やブース出展において、日本産青果物のオールジャパンでのPR実施を検討。
- 上記イベントと連動して、JETRO事業を活用した小売店舗でのPR活動を行い、中秋節に向けて継続的なPRを実施予定。



- 総統府前を貸し切った開催となり、半日でのべ3,000人超が来場。
- 2022年2月の日本産食品の輸入規制緩和を受け、5県産のフルーツ加工品を出品。