

観天 望気

新市場開拓の最前線

日本産食品の輸出額は2024年に1.5兆円に到達し、増加が継続している。輸出先国・地域は、香港やシンガポールといった輸出規制が緩く購買力の大きい市場から、中国や台湾、韓国などの東アジア市場に拡大した。近年では、巨大市場である米国の存在感が際立つ。一方で、輸出は国際貿易であり、為替・国交・現地情勢・景気などの影響を受けやすい。最近では、米国における相互関税の発動などで、食品輸出に及ぼす影響やリスクを実感している。

特定の国・地域に依存するのはリスクが高く、販路の多角化・新市場開拓を進めることがセオリーである。輸出先国・地域の多角化、販売チャネルの多角化がその両輪となる。農林水産省が推進する農林水産物・食品輸出プロジェクト(GFP)での支援を通じて得た輸出先国・地域の多角化に関する最新トレンドをご紹介します。

【成長するASEAN市場】タイ・マレーシア・ベトナムなどのASEAN市場の開拓においては、人口の増加とともに購買力が伸びることは確実で、インバウンドやアニメ文化を通じた日本食・日本産食品の認知の広がりも追い風である。ただし、ムスリム層に向けたハラール対応や厳しい輸出規制への対応には留意が必要である。

【カナダのアジア市場】米国に輸出した後、カナダに再輸出されるルートが存在したが、相互関税の影響もあり、直接カナダへ輸出するルートが拡大している。中華系の移民が多い国でもあり、食に関するアジア市場が存在し、日本食・日本産食品の開拓余地は大きい。

【未来を見据えたインド市場】現在、世界人口の6人に1人はインド人であり、今後世界各地にインド人コミュニティができていくことも予測されるため、先を見据えてインド市場に日本食・日本産食品を普及させる取り組みが始まっている。

国・地域による食文化や商流、規制の違いを加味した新市場開拓戦略が必要である。官民一体で輸出の障害を克服し、チャレンジする事業の後押しをしていきたい。



小栗 史也

アクセンチュア株式会社 ビジネス コンサルティング本部
プリンシパル・ディレクター

おぐり ふみや

1985年生まれ。アクセンチュア入社後、主に官公庁、自治体、金融関連の案件を中心に従事。農林水産物・食品の輸出に関しては、2013年から農林水産省・品目別輸出団体事業を中心に、海外市場調査、輸出戦略策定、プラットフォーム型、伴走型輸出支援に継続的に従事。18年からはGFPの立ち上げから運営まで責任者として参画する。