

国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略 (中南米)

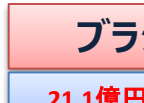
1. 主要なターゲット国

日本からの農林水産物・食品輸出
(2015年) / 国・地域別順位

	メキシコ 13.8億円 / 32位
	ペルー 2.9億円 / 56位
	チリ 13.4億円 / 33位



日本からの距離
約17,600km
(東京からサンパウロ)

	ブラジル 21.1億円 / 28位
--	-----------------------------

2. 各国の基礎データ

メキシコ、ペルー、チリ: 日本とEPA締結、TPP参加国
ブラジル: 日本とEPA締結なし、TPP未参加

	メキシコ	ペルー	チリ	ブラジル
人口	127百万人	31百万人	18百万人	208百万人
人口増加率	1.4%	1.3%	1.1%	0.9%
面積	約196万km ²	約129万km ²	約75万km ²	約851万km ²
宗教	主にカトリック	主にカトリック	主にカトリック	主にカトリック
名目GDP	1兆2,911億ドル	2,026億ドル	2,580億ドル	2兆3,466億ドル
一人当たり名目GDP	US\$10,784	US\$6,499	US\$14,480	US\$11,573
実質GDP成長率	2.1%	2.4%	1.9%	0.1%
為替レート	1メキシコ・ペソ=5.42円	1ヌエボ・ソル=34.13円	1チリ・ペソ=0.16円	1ブラジルレアル=29.03円
輸入額	3,999億ドル	465億ドル	721億ドル	2,291億ドル
対日輸入額	175億ドル	12億ドル	23億ドル	59億ドル
主要品目	自動車部品・付属品、乗用自動車、合金鋼・鉄・非合金鋼など	乗用・貨物自動車、ゴムタイヤ、鉄・非合金鋼など	乗用自動車、ゴムタイヤ、建設・鉱山用機械など	自動車部品・付属品、乗用自動車、エンジン部品など

3. 農業関連データ

	メキシコ	ペルー	チリ	ブラジル
農業生産額	51,386百万ドル	14,075百万ドル	13,955百万ドル	219,402百万ドル
穀物自給率	62%	51%	64%	103%
農産物輸入額	26,011百万ドル	4,304百万ドル	5,857百万ドル	11,392百万ドル

4. 市場の特性

- ・堅調な経済成長を遂げ、経済規模はASEANとインドの合計を上回る。
- ・日本産品を扱う輸入業者が少ない。業者やレストラン関係者の日本食の知識が不足。一般消費者にも、本物の日本食がまだ理解されていない。
- ・日本食材として、北米産や安価な中国産、韓国産のものも販売されている。
- ・日系人が、日本食の普及に重要な役割を果たしている。メキシコ2万人、ペルー10万人、ブラジル190万人(全世界の半数以上)。

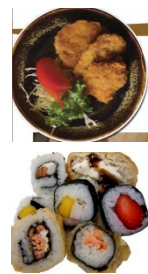
5. 消費者の味覚、嗜好上の特徴

- (メキシコ) 先住民やスペインの影響を受けた食文化。食嗜好は保守的。トウモロコシを使用したトルティーヤなどが主食。派手で、味が濃く、酸っぱい・辛い料理を好む。
- (ペルー) 海岸・山岳・熱帯雨林地域で大きく異なる。それぞれ主食は、米・パン、ジャガイモ、バナナ。鶏肉が人気、魚や牛肉も食す。高所得者層は健康意識が高い。貧困層は炭水化物に偏る傾向。
- (チリ) 肉食が中心。パンの消費量は南米で最大。食には保守的。水産物に恵まれているものの、魚介類の消費は多くない。高所得者層では健康意識が高い。
- (ブラジル) 主食は米(長粒種)と豆。牛肉と鶏肉の消費が多い。濃い味つけが好まれ、塩分は強く、菓子類はととても甘い。

6. 商流・商習慣

- ・治安、物流インフラの未整備、税制・税務手続きの煩雑さ、許認可・行政手続きの煩雑さなど、事業展開には様々な課題。
- ・輸送コストもかかり、日本産品は高額にならざるを得ない。高額な理由、味や機能、素材など様々な観点から説明が不可欠。食べ方やレシピなどの提案も重要。
- ・(ブラジル) 店頭販売時に保存期間が最低でも3ヶ月以上は必要。

7. 外食・小売等の状況

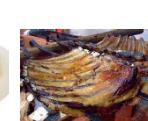


日本食

- ・日本食レストラン数: メキシコ約780店、ペルー約60店、チリ(サンティアゴ)約200店(そのほか宅配スシ店600店以上)、ブラジル約1,100店。
- ・メキシコやチリでは日本食といえば、カリフォルニアロールなど巻物の寿司のイメージが強く、各国で本物の日本食の普及が課題。(メキシコ) 日本食人気は高まっているが、本物の日本食が知られていない。牛丼チェーン店(すき家)も展開。
- (ペルー) 日系人が多く、日本料理の人気は高い。味付けをペルー人好みにしたフュージョン料理「Nikkei料理」も普及。
- (チリ) 日本食といえば、寿司(カリフォルニアロール)のイメージ。本物の日本食普及の必要あり。
- (ブラジル) 日本食の認知度や関心は高い。チーズやトマトを入れた寿司や寿司の天ぷらなど独自の変化をしている。手巻き寿司専門チェーン店(テマケリア)も全土でブーム。



外食



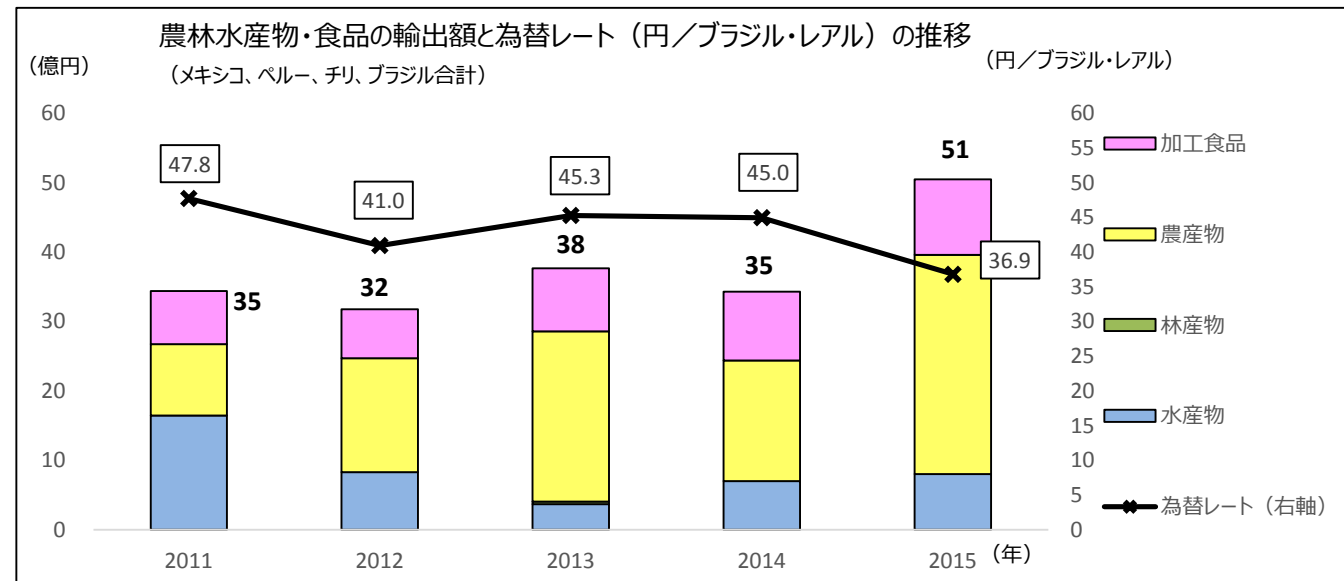
流通・小売



スーパー、日本食材店、中国・韓国系食材店など

- (メキシコ) 日本食材店が複数あり。スーパーでの日本食材取り扱いも拡大。
- (ペルー) リマ市内では日系スーパーや日系人が栽培した農産物の訪問販売があり、限定的だが日本食材が販売されている。味の素が、1968年にペルー工場を設立し、調味料や即席麺を製造。加工食品分野で国内市場をリード。
- (チリ) 大型スーパーで日本食材も一部購入可能だが、大部分は中国系・韓国系食材店などが主要ルート。「マルちゃん」(東洋水産、アメリカ産)のカップ麺が、どのスーパーでも販売されるほど人気。
- (ブラジル) 外資系や現地系資本の大型スーパーが展開。日系移民により日本野菜、醤油、味噌、日本酒等が現地生産・販売されている。

- 中南米は、寿司などの日本食は普及しているものの、日本産食品の輸出は少ない。
- ソース混合調味料やアルコール飲料など長時間の輸送に耐える品目や加工原料が中心。



<輸出上位品目の状況及び今後の見通し> ※ 数値はメキシコ、ペルー、チリ、ブラジル合計

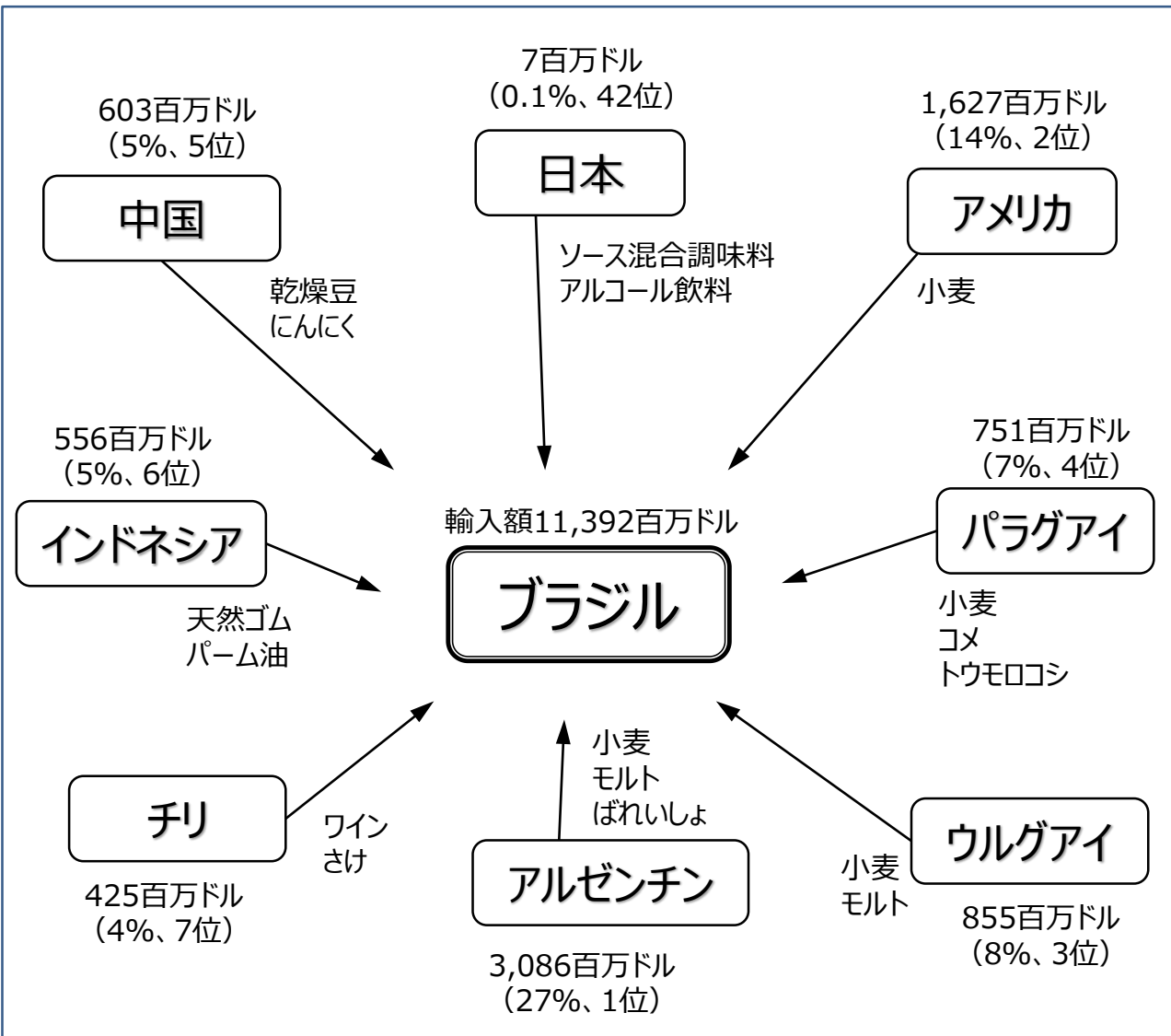
順位	品目	輸出金額 (2015年)	増加率 (2013~)	現状	課題	今後の見通し・取組み
1	メントール	16.4億円	44.6%	・日系企業のメキシコ自社工場向け原料輸出等。	-	-
2	播種用の種	10.0億円	23.2%	・野菜の種が多い。主にかぼちゃ、キャベツ、ねぎ、にんじん。	-	-
3	魚油	3.9億円	475.9%	(詳細不明)	-	-
4	ソース混合調味料	1.9億円	15.9%	(詳細不明)	-	-
5	アルコール飲料	1.6億円	19.7%	・2015年の実績では日本酒が約75%を占めるが、日本酒等の認知度は高くない。 ・日本酒の消費はサンパウロに集中。	・日本酒等の認知度の向上。	・オリンピック・パラリンピックリオ大会を活用し、日本酒等の情報発信を行う。
6	さば	1.3億円	2307.4%	・飼料用として輸出されている模様。	・現地の水揚量に応じて輸出量の変動。	・現地の不漁による一時的な輸出増であり、安定的な輸出にならない可能性あり。
7	デキストリン	1.0億円	182.6%	(一般的に、食品分野では香料やビタミン等の食品添加物などとして使用されている。)	-	-
8	ラリン	0.9億円	13.2%	(一般的に、食品分野ではガムベースの添加剤や光沢剤等として使用されている。)	-	-
9	菓子 (米菓を除く)	0.7億円	▲15.1%	・一部メーカーが日系人向けに飴菓子をコンスタントに輸出している (ブラジル)。	-	-
10	練り製品	0.6億円	110.5%	(詳細不明)	-	-

<その他の品目の状況及び今後の課題>

※ 数値はメキシコ、ペルー、チリ、ブラジル合計

品目	輸出金額 (2015年)	増加率 (2013～)	現状	課題	対応の方向性
調味料	2億円	13.8%	・日本食も広まってきているため、輸出を増やせる可能性。	・他国産との差別化。	－
緑茶	0.2億円	8.0%	・メキシコなどで輸出が伸びており、世界的に健康志向が高まる中、抹茶の利用増も考えられる。	・茶の嗜好や貿易手続き等不明な点が多い。	・茶の販売状況や流通状況、嗜好等を調査し対応。
水産物	8億円	116.6%	・各国で寿司が食べられているため、寿司ネタとしてブリ（冷凍）や魚卵（いくら、とびこ）などを輸出できる可能性。	－	－
米菓	0.4億円	▲19.7%	・主に日系人への販売。	・輸出商社主体で輸出しているため、メーカーが自社商品の輸出先・量を把握していないものが多い。	・日本産米菓の周知、普及によるニーズの把握・掘り起こし。

<他国からの農林水産物・食品の輸入状況>



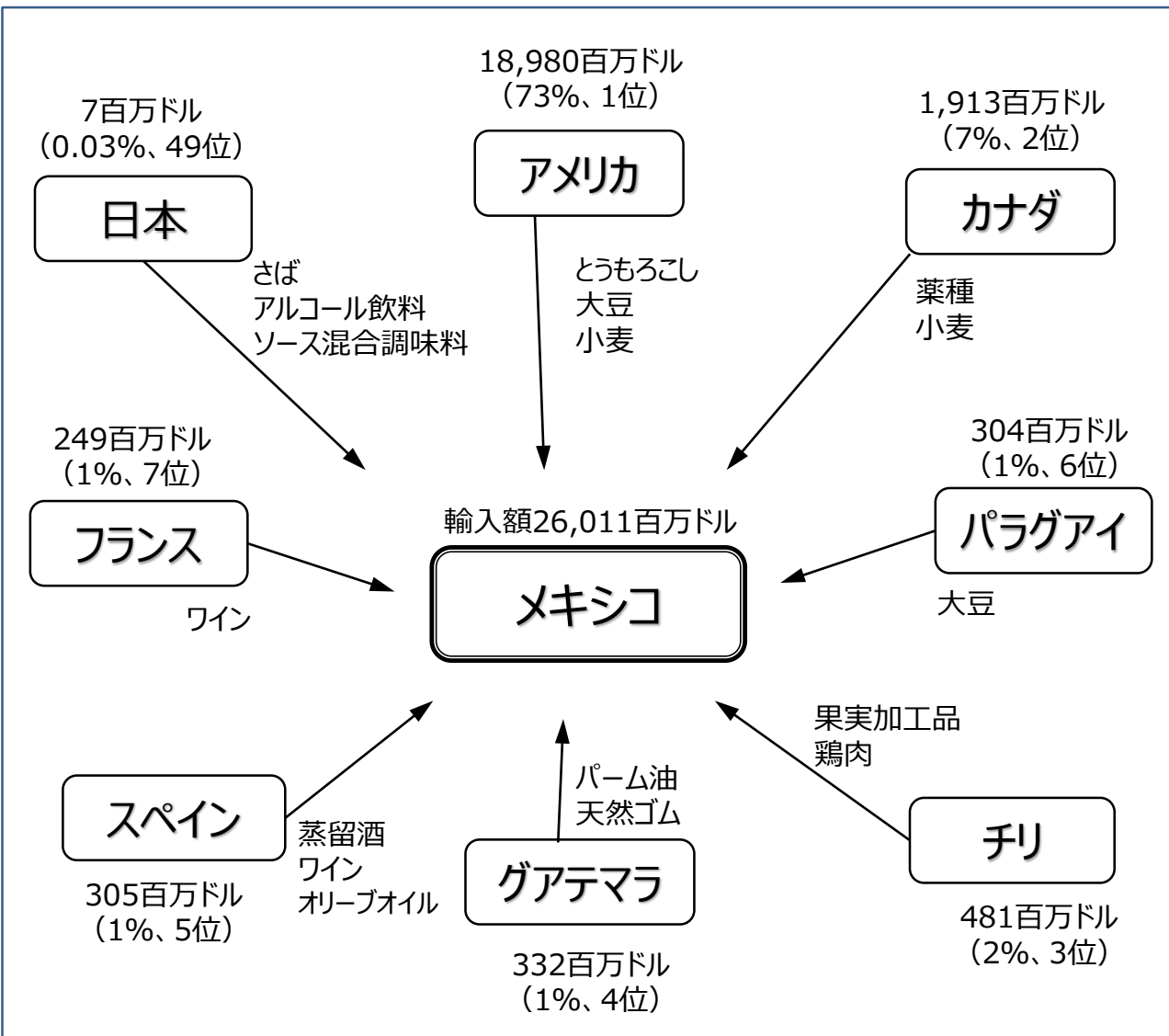
※FAOSTAT2013及び各国統計より作成。計数・順位はFAOSTAT2013のもの。

<輸出上位品目の競合の状況>

品目	主な輸出国	日本産のシェアなど
播種用の種	・中国 ・アルゼンチン	・日本の輸出は輸入額全体の1%程度。 ・中国産が5割以上のシェア。
ソース混合調味料	・ウルグアイ ・アメリカ	・日本の輸出は輸入額全体の2%程度。
アルコール飲料	・イギリス ・チリ	・日本の輸出は輸入額全体の1%未満。
菓子 (米菓を除く)	・アルゼンチン ・エクアドル	・日本の輸出は輸入額全体の1%未満。

- 日本の輸出額は、ブラジルの輸入額全体の1%未満。
- ブラジルの輸入品目は、小麦、コメ、トウモロコシなど穀物が非常に多い。

<他国からの農林水産物・食品の輸入状況>



※FAOSTAT2013及び各国統計より作成。計数・順位はFAOSTAT2013のもの。

<輸出上位品目の競争の状況>

品目	主な輸出国	日本産のシェアなど
アルコール飲料	・イギリス ・アメリカ	・日本の輸出は輸入額全体の1%未満。
ソース混合調味料	・アメリカ	・日本の輸出は輸入額全体の1%程度。 ・アメリカ産が9割程度のシェア。
練り製品	・アメリカ	・日本の輸出は輸入額全体の4%程度。 ・アメリカ産が7割以上のシェア。
のり	・アメリカ	・日本の輸出は輸入額全体の1%未満。 ・アメリカ産が7割以上のシェア。

- 日本の輸出額は、メキシコの輸入額全体の1%未満。
- メキシコは、輸入額の7割以上をアメリカから輸入しており、大豆、加工食品、牛肉が多い。

1. 検疫協議、食品安全規制等

<動物検疫>

- ・牛肉はメキシコへ輸出可能（2014年2月解禁）。ブラジルは2015年12月に輸入解禁に合意。チリ、ペルーは、2015年8月に解禁要請。
 - ・豚肉、鶏肉、鶏卵は二国間で検疫協議は未実施。
- ⇒ 必要に応じて検疫協議を実施。

<牛肉>

- ・メキシコ：食肉処理施設はHACCP導入が必要。8施設が認定。ブラジル：食肉処理施設はHACCP導入が必要。
- ⇒ 食肉処理施設に対するHACCP導入の推進や認定取得に際しての技術的助言等の支援が必要。

<植物検疫>

- ・製茶、精米（チリ、ブラジル）は輸出が可能。
 - ・その他の品目については、検疫条件が設定されていないため、輸出できない。
- ⇒ 必要に応じて検疫協議を実施。

<水産物>

- ・ブラジル：水産加工（未加工品は最終保管）施設はHACCP導入及びブラジル政府への事前登録が必要。60施設が登録。また、衛生証明書及び動物衛生証明書の添付、当該製品のラベルの事前登録が必要。

<加工食品>

- ・ブラジル農牧食料供給省令により、ブラジルへ輸出される飲料（食酢、酒類含む。）については、ブラジル政府が定める様式により、輸出国の公的機関発行の原産地証明書及び分析証明書の添付が必要（証明書上では、輸出する製品が、日本で一般的に流通しており、日本の規格を満たしていることが求められる）。

<表示規制>

- ・ブラジル：全ての食品について、ポルトガル語で栄養成分等の表示が必要。

2. 放射性物質に係る輸入規制

- ・チリ：2011年9月規制撤廃済み。
 - ・メキシコ：2012年1月規制撤廃済み。
 - ・ペルー：2012年4月規制撤廃済み。
 - ・ブラジル：福島県産の全ての食品は政府作成の放射性物質検査証明書（ポルトガル語翻訳付き）の添付が求められている。
- ⇒ 引き続き、規制の解除に向け協議。

3. ブランド保護

- ・日本の農林水産品GIマークを第三者が商標登録できないよう主要国に通知済み。
- ・日本からの地理的表示産品の輸出が見込まれ、かつ独自の地理的表示保護制度がある国との間で、我が国と地理的表示の相互保護の枠組みづくり等を促進。
- ・ペルー以外の3ヶ国はUPOV1978年条約（旧条約）に留まっている。TPP協定によりUPOV1991年条約（新条約）締結義務を負うチリ、メキシコとともにブラジルにも新条約の早期締結を要請。

4. 物流

- 物流関係は充実しており、中南米に特有の問題は聞かれない。
- ・日本とメキシコとの航空便は週約4便。航空輸送時間は約12時間30分。
- ・日本とメキシコのコンテナ航路は週約4便。海上輸送日数は最短で約13日。
- ・日本からブラジルまでの海運は、上海を経由して、最短で22日。
- ・冷蔵・冷凍設備の整備は十分ではないが、一定の品質は確保されている。

5. 関税

- ・主な関税率
- ・メキシコ：牛肉20～25%、関税割当(TPP10年目撤廃)、緑茶20%、関税割当(TPP即時撤廃)、醤油20%(TPP即時撤廃)、チョコレート20%+0.36USD/kg(TPP即時撤廃)、プリ・さば・さんま17%(TPP即時～5年目撤廃)、ホタテ20%(TPP10年目撤廃)、日本酒無税(EPA)等
- ※2004年に日メキシコEPAを締結（2005年より発効）
- ・ブラジル：牛肉10,12%、緑茶10%、調味料16,18%、日本酒20%、チョコレート18%等

輸出拡大に向けた基本的な方向性

- 中南米は、日本から物理的な距離が遠く、ブラジルを中心に輸入規制も厳しいことから、日本から輸出できる品目が非常に少ない状況ではあるが、特にブラジルは、南米の中心国で、人口も多いことから、まずは日系人向けを中心に、粘り強く市場開拓の取組みを進め、他の中南米諸国への輸出拡大につなげる。
- 中南米は、日系人が多い地域でもあることから、日系人に関する以下の点にも留意しつつ、輸出促進の取組みを進めていく。
 - ・現地生産が行われている日本食材も多いが、基本的に現地で調達できる原材料で生産されており、日本本来のものとは味や品質面が異なり、差別化が図れるものも多いため、味や品質なども含めた現地生産の情報を把握し、日本産の食材（特に加工食品）の輸出の可能性について検討することが重要。
 - ・特にブラジルでは日系人コミュニティが強いことから、日系人向けと日系人以外向けの取組みと、ターゲットを明確に区別し、販路開拓の取組みを進めることが重要（将来的に、輸出拡大をさらに進めていくためには、特に、日系人以外にもターゲットを広げた取組みが重要）。

可能性が考えられる品目

- ・菓子
- ・調味料
- ・アルコール飲料

輸出拡大に向けた主なターゲット

● 中南米は、日系人の数も多く、小売や外食で日本食材のニーズはあるが、日本からの距離が遠いことなどから現地での価格は相当高くなってしまったため、日本食材を多く輸出することは難しい状況。このため、まずは、南米の中心であるブラジルにおいて、日系人向けを中心として、現実的に輸出できる限られた品目について、粘り強く輸出の取組みを進めていく。

メキシコ

日系企業の進出も増加し、日本食レストランも広がる。加工食品や日本食の食材の輸入が多い。

ペルー

農林水産物はほとんど国産で賄える状況。日系フュージョン料理店もあるが、広がりはない。

チリ

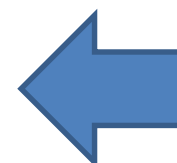
多くのSUSHIレストランがある。国土が南北に長く、人口も少ない。

ブラジル

日本食レストランは約1,100店。手巻き寿司が人気。表示規制が厳しい。通貨安で輸出は伸びにくい状況。

日本産の食材

- ・保存がきく加工食品が中心。
（菓子、調味料、アルコール飲料 など）
- ・ただし、日系人が多い地域であることから、加工食品の現地生産も多く、それらとの差別化が必要。



輸出拡大に向けた主な取組み

ニーズの把握、需要の掘り起こし

<見本市>

●見本市（ブラジル：Feira APAS、メキシコ：ANTADなど）への他国の出展状況を調査しつつ、出展希望者を発掘し、出展を支援する。【農水、経産、財務】

<発信拠点>

●ジャパン・ハウス（ブラジル・サンパウロ）において日本食も含めた日本文化の情報発信を進める。【外務、農水、財務】

<イベント>

●（ブラジル）大きな集客が見込まれる日本祭りで、日本食の紹介等を行うとともに、各種媒体でのPRにも取組み、日本食材の普及を進める。【農水、財務、経産、外務】

<在外公館の活用>

●日系人コミュニティ以外への日本食・日本食材の紹介を進めるため、日本料理・外国料理の料理人や消費者に対して影響力のある者等を在外公館に招待し、日本食普及の親善大使も活用し、日本食材の紹介を行う。（同時に、日本食材の現地料理や外国料理での使用を依頼し、見本市や商談会でのPRにつなげる。）【外務、農水、財務】

販路開拓

<現地生産の情報提供>

●（ブラジル、メキシコ）現地生産又は他国で生産された日本食材（加工食品等）の味や品質、流通状況に関する情報提供を行う。【農水、経産】

<仲介業者に関する情報提供>

●（ブラジル）粘り強く輸入規制への対応や物流の構築に取り組む仲介業者に関する情報を成功事例とともに集め、情報提供を行う。【経産、農水】

<賞味期限>

●賞味期限の長期化の取組みを進める。【民間、農水】

<日系企業の進出支援>

●日系の小売・外食の進出支援を積極的に進める。【経産、農水】

品目ごとの取組み

<日本酒>

〔方向性〕（ブラジル）日本酒の消費の大部分は日系人の多いサンパウロに集中しているとみられることから、まずは、現地生産やアメリカから輸入される清酒との差別化を図りつつ、サンパウロにおいて、日系人や日本食レストランを中心に日本酒の紹介を進め、日系人以外への日本酒の認知度向上にもつなげていく。

●（ブラジル）オリンピック・パラリンピックリオ大会を活用し、日本酒等の情報発信を行う。【財務、農水、民間】

輸入規制に関する主な取組み

海外当局への働きかけ

- <植物検疫>
 - ・生果実の携行輸出解禁に向けた検疫協議等を実施（ブラジル、ペルー、チリ）。
- <二国間対話>
 - ・二国間対話(日伯農業・食料対話等)を活用した相手国の輸入規制の緩和やビジネス環境の整備を働きかけ(ブラジル)。

理解の促進・適合に向けた取組みの実施

- <牛肉>
 - ・食肉処理施設に対するHACCP導入を推進。
 - ・認定取得に際しての技術的助言等の支援を実施。
- <表示規制>
 - ・ポルトガル語の表示規制等に関する情報提供を実施。（ブラジル）