

伊藤ハム株式会社

1 現状の取組、輸出向け生産量、今後の輸出方針

- (1) 日本からの牛肉輸出量：4,339 トン、297 億円（2019 年）
伊藤ハムの牛肉輸出量： 340 トン、 24 億円（2019 年）
- (2) 2020 年度牛肉輸出相手国（14 の国及び地域）
：香港、台湾、マカオ、シンガポール、ベトナム、タイ、フィリピン、
EU 諸国、イギリス、米国、カナダ、ニュージーランド、豪州、
ブラジル
- (3) 2020 年は世界的な新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、日本からの牛肉輸出量は5月まで昨年割れであったが、6月からは反転し回復傾向。
- (4) 伊藤ハムの牛肉輸出動向は（3）と概ね同じ傾向。
特徴的な動きとしては、米国における現地自社グループ会社の駐在員の活躍。
⇒ いち早く販売チャネルとして現地のインターネット販売に活路を見出し、早期の販売回復に貢献。
引き続き、米国等の現地自社グループの営業力をフルに駆使し、最終消費者への販売を重視、更なる輸出拡大を目指す。

2 輸出に向けて制限要因となっている事項、制度

- (1) 輸出向け和牛の生産段階における課題
- ① 牛舎建設の基準（住居施設と同じ耐震性構造が求められる）
 - ② 台湾向け輸出牛の月齢制限（30 か月齢未満等）
 - ③ 米国・EU向け輸出牛の動物福祉対応（鼻環を用いた牛の牽引の禁止）
- (2) 輸出向け食肉処理施設の整備・増強
- ① 全国的な輸出向け食肉処理施設の増加
 - ② 輸出向け食肉処理施設配置の地域的な偏りの解消
 - ③ 輸出認定の迅速化

3 国、JETRO、JFOODOに期待する施策、役割

- (1) スライス肉等の「特殊カット商品」の輸出
- (2) 中国向け輸出解禁の早期実現、インターネット販売の活用
- (3) 国やJETRO等と連携したオールジャパンでのPR活動の継続、産地の特色等を踏まえた個別の売込み・商談等への支援

鶏卵輸出取り組み報告

2020年11月6日

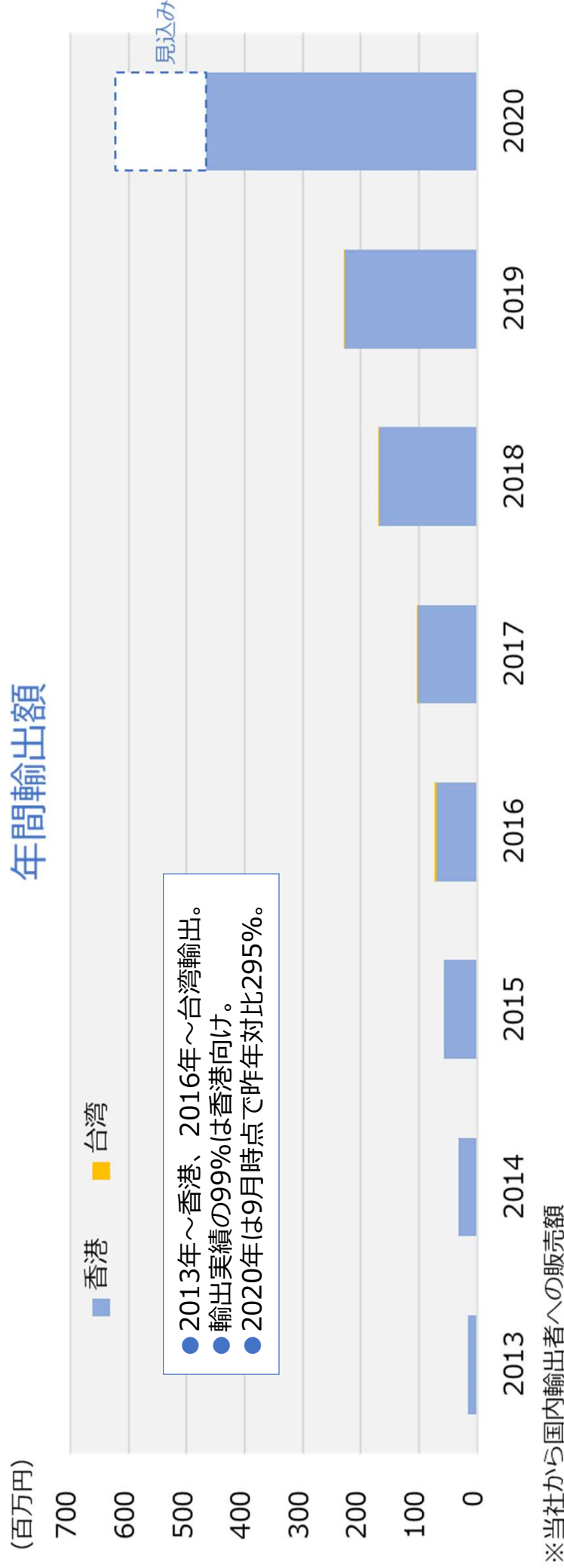


JA全農たまご

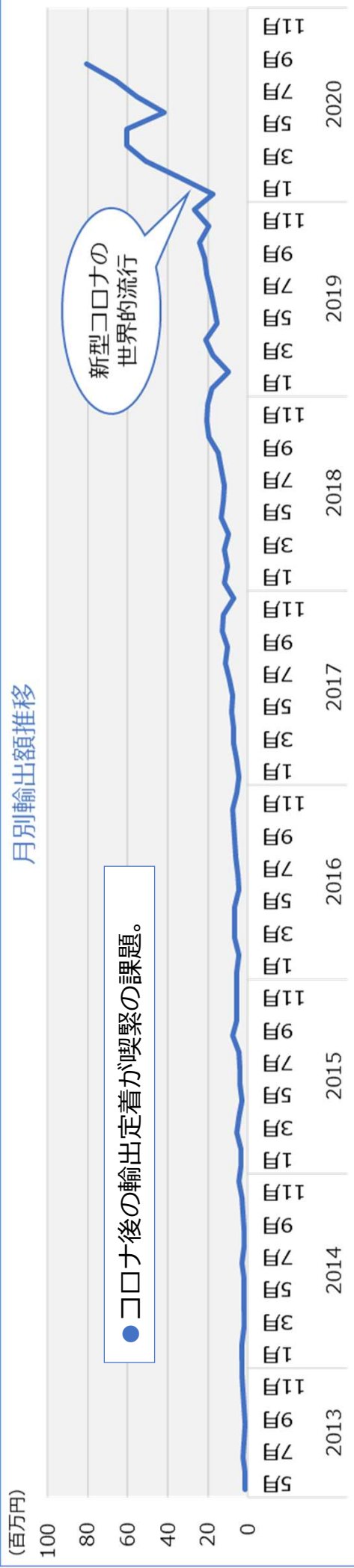


1. 当社鶏卵輸出の状況

年間輸出額



月別輸出額推移



2. 香港向け輸出の取り組み

(1) 現地流通業者とのパートナーシップ構築

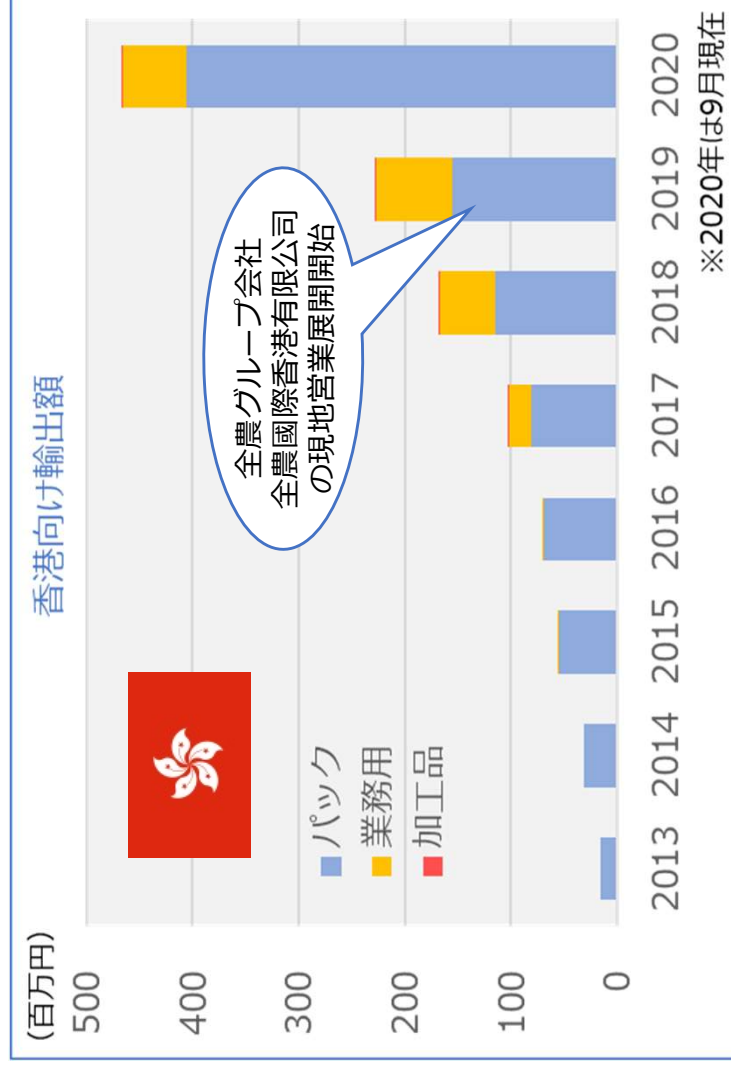
(2) スーパーマーケット・百貨店へのパック販売

(3) 鶏卵輸出部会と連携したプロモーション

(4) 外食・総菜加工等業務用用途への販売

(5) ローカルマーケット（生鮮市場他）への販売

(6) 温泉たまご・ゆでたまご等の加工品販売



2017 日本のだまごフェア



2019 フードエキスポ香港



2019 日本のだまごセミナー

3. 米国向け輸出の取り組み

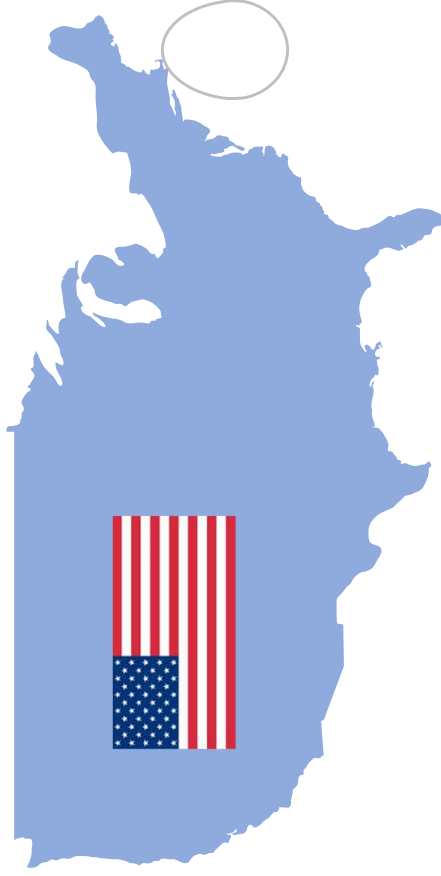
米国本土向け輸出は連邦法、州法への対応について高いハードルがあるが、全農グループ会社であるP&Z FINE FOODSと連携し輸出開始に向け取組中。

○アメリカ本土（ニュージャージー州）向け輸出

- ニュージャージー州の日系スーパーへ提案。
- 令和2年度・輸出産地緊急対策事業を活用して11月18日に試験的に輸出予定。

○ハワイ向け輸出

- 鶏卵輸出部会のハワイプロモーション参画。
今年4月にハワイ州向け輸出を開始予定だったが、新型コロナウイルス発生で中断。
- 航空便の再開を待ち、輸出開始予定。



2019 ハワイプロモーション

4. 他国向け輸出の検討状況

台湾



- 2016年に鶏卵輸出を開始。
- 輸出拡大に向け、現在、日系小売企業の進出にあわせ、全農グループ会社・台湾全農国際股份有限公司と連携して新規輸出を提案中。



シンガポール



- 狭い国土の中でできる地場産業として、鶏卵生産の拡大を国策として進めている。
- 生食用として流通している現地生産の鶏卵に對抗し、割高となる日本産鶏卵の優位性をいかにPRできるかが輸出実現の鍵

中国



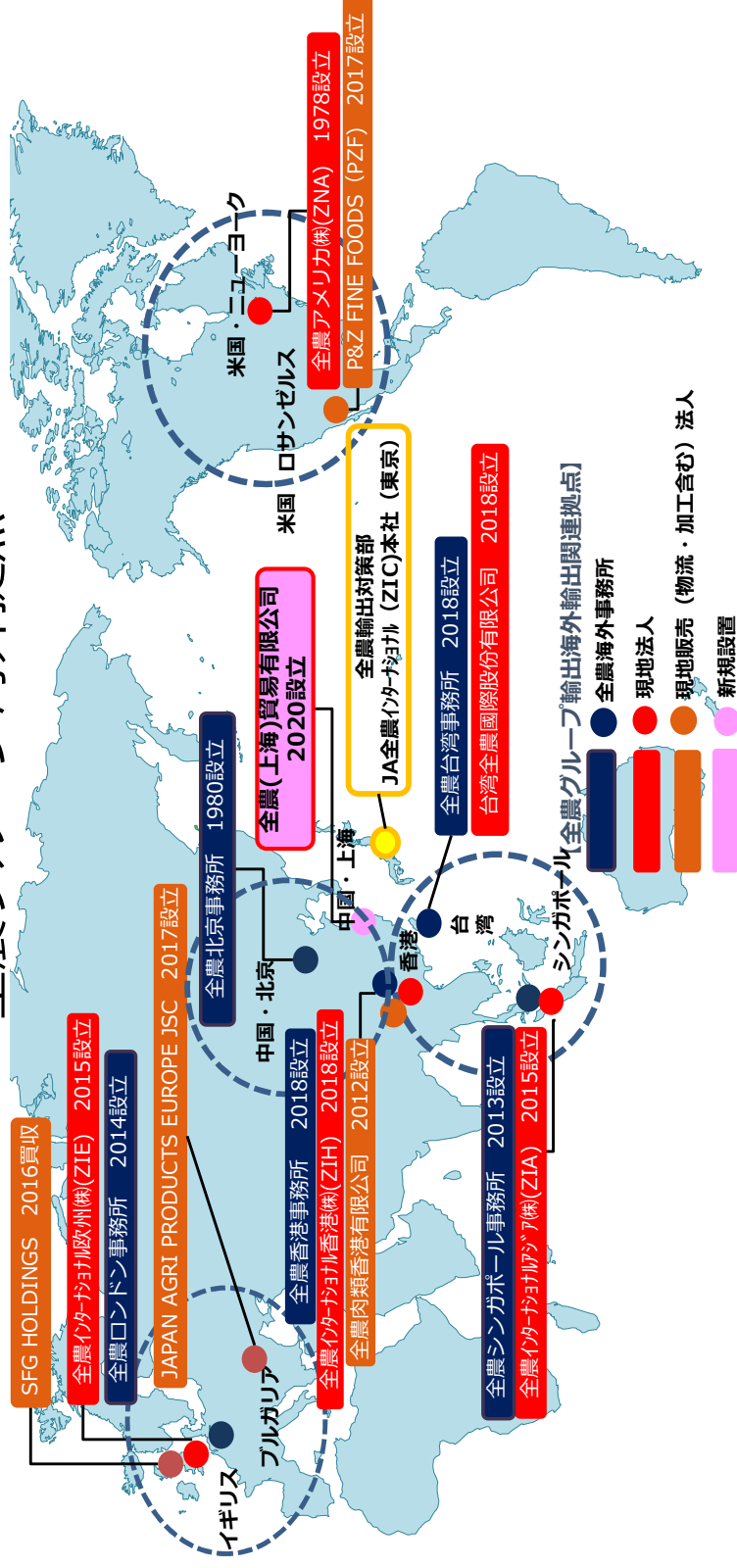
- 中国（14億人）は香港（700万人）の200倍規模の巨大マーケットであり大きな魅力がある（富裕層が上位10%としても香港の20倍の購買層？）。
- 今後待ち望まれる中国向け輸出解禁をにらみ、現地マーケット調査が必要と考える。

5. 更なる鶏卵輸出拡大へ向けて

海外拠点のフル活用

- 世界各地の全農グループの海外拠点をフル活用し、輸出先国での商談等の売り込みを実施。
- ※全農グループの海外拠点は、12か国 25拠点を（香港、台湾、シンガポール、米国等）。
- 上記の取組は、日本畜産物輸出促進協議会等が行う日本産鶏卵全体の認知度向上を図る取組とも連動して、効果的に実施。

全農グループ海外拠点



5. 更なる鶏卵輸出拡大へ向けて

和食文化としての売り込み

- 和食の「うま味」と抜群に合う日本の鶏卵は和食文化に欠かせない重要食材（しょうゆやだしがない世界でたまごかけご飯やだし巻き玉子は考えられない）
- このような和食文化をいかに輸出するか、日本産鶏卵の輸出拡大の鍵を握ると考え、日本ならではの食べ方や料理法の情報発信・プロモーションに取り組み、更なる輸出拡大を目指す。
- 鶏卵は米や牛肉等さまざまな食材との親和性が高いため、全農グループの海外拠点を活用し、品目横断した取組とともに、日本の鶏卵の輸出拡大を目指す。



よつ葉乳業株式会社

1 現状の取組、輸出向け生産量、今後の輸出方針

主な輸出国：香港、台湾、シンガポール等

現状の取組：牛乳を中心とした輸出

輸 出 方 針： 国内需給安定が基本であるが、将来を見据えた取り組みとして富裕層向けを中心に輸出事業を行っている。

2 輸出に向けて制限要因となっている事項、制度

- ① 相手国の輸入手続きへの対応(衛生条件等)
- ② 冷蔵品の積載効率が悪い(冷蔵小口混載便が少ない)
- ③ 価格への対応（国産製品価格は現地製品価格の約2倍）
- ④ 原料である生乳の安定確保

3 国、JETRO、JFOODOに期待する施策、役割

- ① 新規輸出先国開拓にあたって国別輸出手続きがわかる仕組み作り
- ② 輸送価格低減に向けた冷蔵小口混載便への支援等の技術的支援
- ③ 大きな需要が見込まれる中国向け輸出の解禁
- ④ 展示会やプロモーションへの継続的な支援に加え、輸出事業者、乳業メーカー、生産者が連携した製品の売り込み・商談等への支援