

農林水産省委託
令和5年度輸出効果測定・向上プロジェクト委託事業

報告書

2024年3月15日

三菱UFJリサーチ&コンサルティング

世界が進むチカラになる。



目次

- I. 調査の背景
- II. 調査の目的
- III. りんごの輸出に係る現状整理
- IV. りんごの輸出による経済効果
- V. 茶の輸出に係る現状整理
- VI. 茶の輸出による経済効果
- VII. ホタテの輸出に係る現状整理
- VIII. ホタテの輸出による経済効果
- IX. 日本酒の輸出に係る現状整理
- X. 日本酒の輸出による経済効果

調査の背景

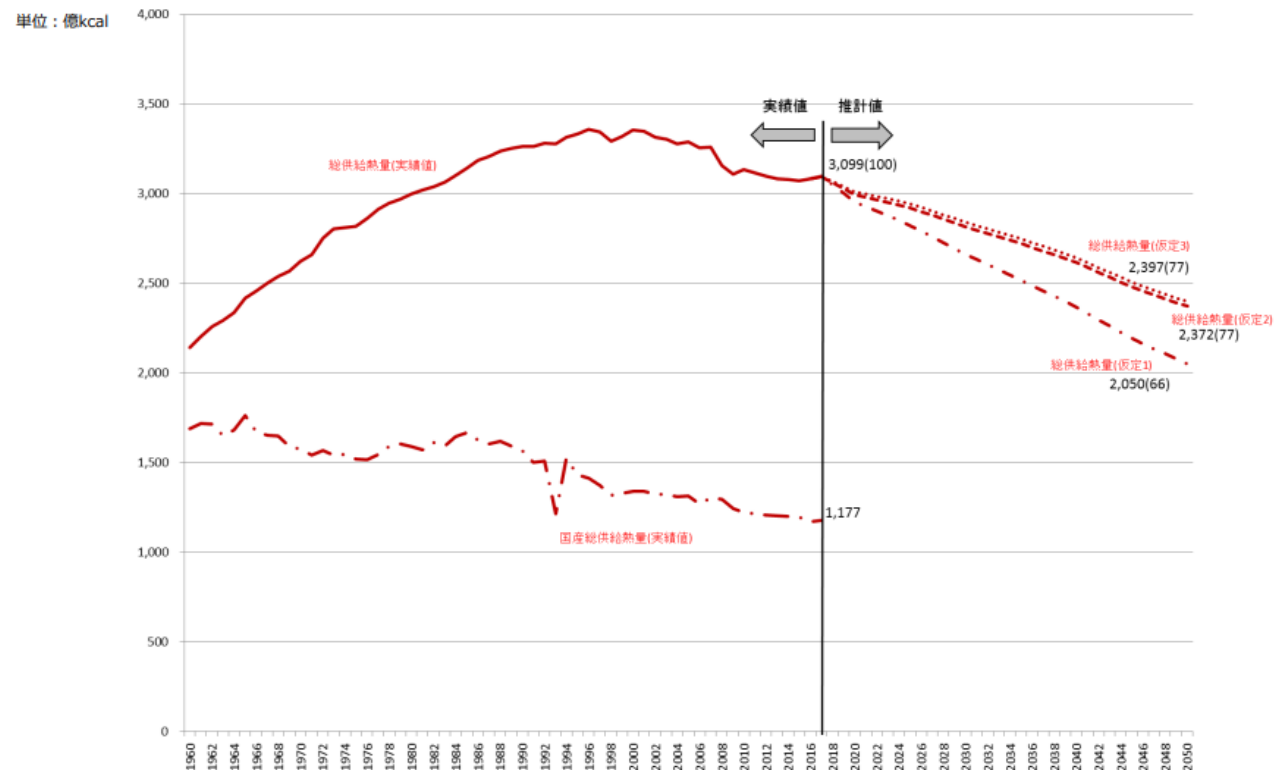
調査の背景

国内マーケットの縮小

- わが国は人口減少、高齢化が進んでいることから、国内の食品市場の規模は今後縮小していくことが見込まれる。2019年に農林水産政策研究所は「わが国の食料消費の将来推計(2019年版)」を公表し、そのなかで食料消費総量(総供給熱量)ベースの将来推計を行っている。

- 既に消費の減少は始まっているものの、この傾向はこの先も続くことが予想される。
- 急速な需要の減少が、日本の農林水産業に大きな影響を与えることは不可避である。

人口減少も加味した食料消費総量(総供給熱量)の将来推計



【算出に用いたデータ】将来推計人口：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成29年推計)」
供給熱量：農林水産省「食料供給表」

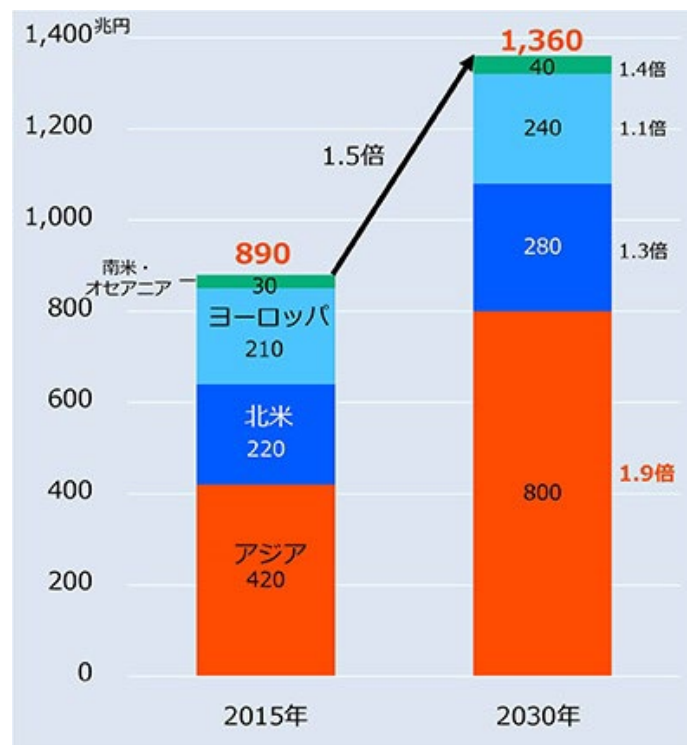
資料) 農林水産政策研究所(2019)『わが国の食料消費の将来推計(2019年版)』

調査の背景

海外マーケットの拡大

- 一方で海外における食料消費は、人口増加に伴い、今後も拡大していくことが予想されており、2015年から2030年にかけて飲食料の市場規模は1.5倍に増加することが見込まれている。
- 農林水産業の生産基盤を維持強化するためには、農林水産物・食品の輸出促進により世界の食市場を獲得することが重要である。

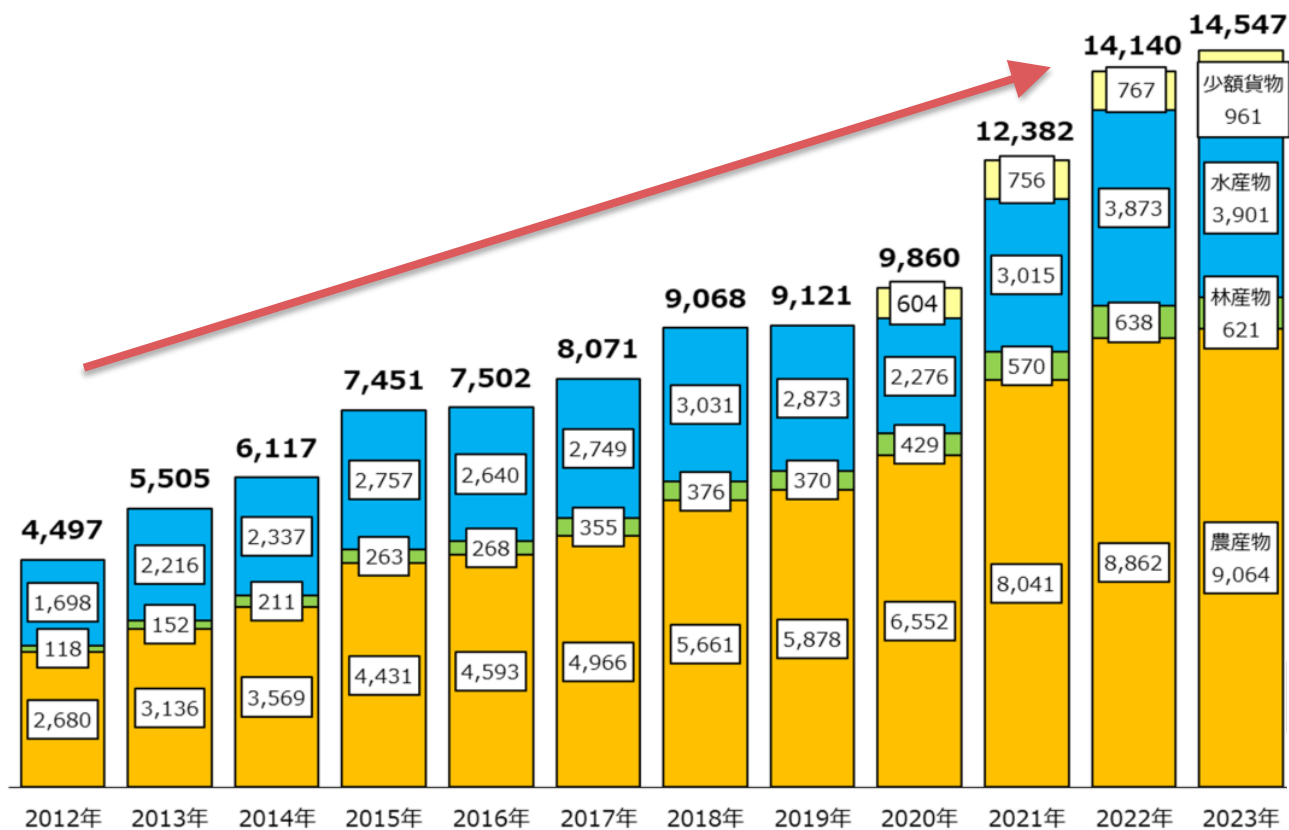
世界の飲食料市場規模(2015年→2030年)



(出所)農林水産政策研究所

わが国の農林水産物輸出の状況

- 政府は輸出拡大に向けて、「農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律」、「農林水産物及び食品の輸出に関する基本方針・実行計画」、「農林水産物及び食品の輸出拡大実行戦略」等の策定を行った。
- 2025年には2兆円、2030年に5兆円という目標を設定している。
- わが国の輸出については国の後押しなどもあり、2023年には過去最高の1兆4,547億円に達した。



わが国の農林水産物輸出の課題

- 海外には大きなマーケットがあるものの、わが国の農林水産物の輸出比率は低い。
- 下図からも明らかなおとおり、1970年代以降、諸外国は輸出拡大に取り組んできた反面、わが国の輸出は低迷し、拡大する需要を取り込めていない。

諸外国の農産物・食品の輸出割合

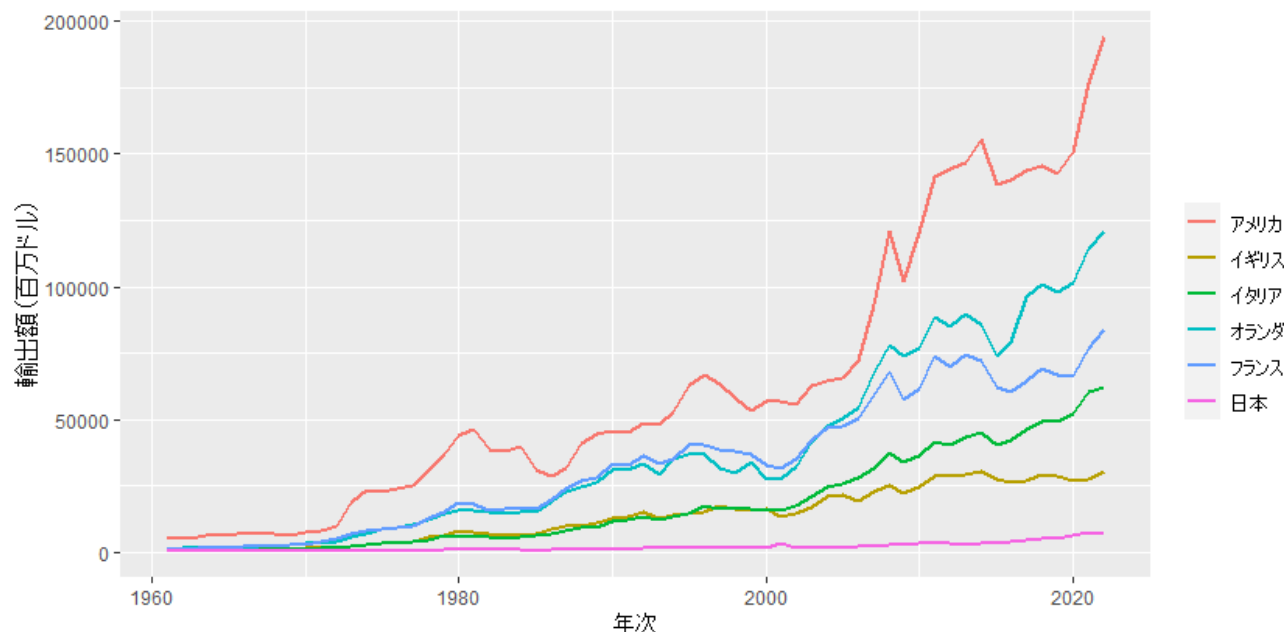
(億ドル)

国名	生産額 (農産物・ 食品製造業)	輸出額 (農産物・ 加工食品)	輸出割合
アメリカ	12,335	1,442	12%
フランス	2,591	730	28%
イタリア	2,302	485	21%
イギリス	1,548	286	18%
オランダ	1,066	1,018	95%
日本	4,725	84	2%

資料：FAOSTAT, 三井物産戦略研究所, Global Trade Atlas, 生産農業所得統計, 工業統計, 林業産出額, 漁業産出額, 農業・食料関連産業の経済計算
注：日本以外の諸外国の林業・漁業生産額については、比較可能な統計がないことから、生産額、輸出額とも含めていない。日本のみ農林水産物として算出。

資料)農林水産省(2022)『食料・農業・農村をめぐる情勢の変化(国内市場の将来展望と輸出の役割)』

先進国の農産物輸出額の推移



資料)FAOstat より作成

調査の目的

調査の目的

- 本調査では、輸出の拡大によって地域や農業者が得る効果について検証することを目的とする。
- なお、調査にあたっては、以下の点に留意する。

⇒ 定量的に効果を推計する

- 効果については、統計データ、自治体や輸出に関わっているステークホルダーから入手したデータ、ヒアリング結果等を組み合わせつつ定量的に把握する。

⇒ 可能な限り、「地域・産地」などのまとまりある単位で効果を示す

- 事例ベースの効果を排除するものではないが、単一経営体や単一農協の事例よりも、できる限り地域・産地、県といったある程度の規模・まとまりのある単位で輸出による効果を検証

⇒ 原則として「農業者・地域の所得」を捉える

- 地域においては様々なステークホルダーが輸出に関わっているが、都市部の流通業者等が得る付加価値等を把握するのではなく、地域で活動する主体、可能な限り農業者が得る所得を第一の評価項目とする。

調査品目の選定

- 調査品目については、農林水産省「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」に示されている29品目のうち、品目別の偏り等に留意しつつ、輸出による一定程度のインパクトが想定される品目について選定した。
- 地域・農業者への裨益を明らかにすることが目的であるため、地域や農業者との関連が低いと考えられる産品（清涼飲料水等）については除外している。

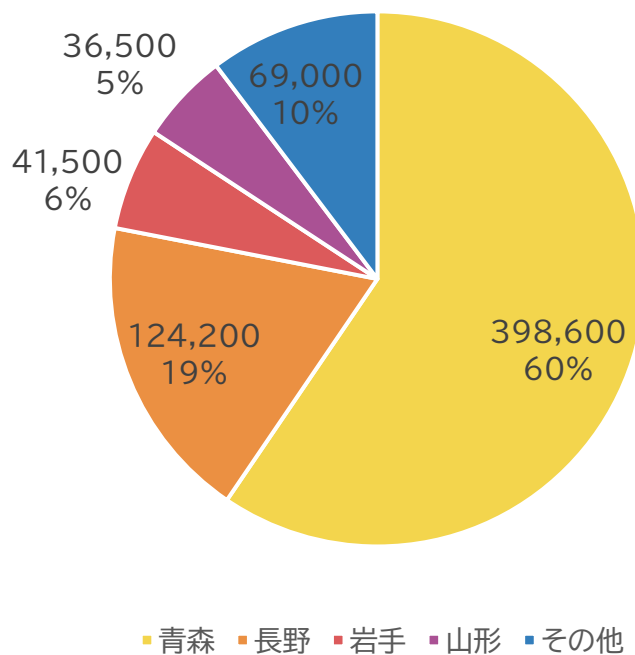
品目	2019実績	2025目標	輸出先	品目	2019実績	2025目標	輸出先
牛肉	297	1600	香港、台湾、米国等	コメ・パックご飯・米粉及び米粉製品	52	125	香港、米国、中国、シンガポール等
豚肉	16	29	香港、シンガポール等	製材	60	271	中国、米国、韓国、台湾等
鶏肉	21	45	香港、ベトナム、シンガポール等	合板	65	80	中国、韓国等
鶏卵	23	63	香港、シンガポール等	ぶり	229	542	米国、中国、香港
牛乳乳製品	184	328	ベトナム、香港、台湾等	たい	35	193	韓国、米国、台湾等
りんご	145	177	台湾、香港、タイ等	ホタテ貝	447	656	中国、台湾、米国等
ぶどう	32	125	香港、台湾等	真珠	329	379	香港、中国等
もも	19	61	香港、台湾等	錦鯉	59	97	中国香港、米国、インドネシア、ドイツ等
かんきつ	6.7	39	香港、台湾、シンガポール等	清涼飲料水	304	786	中国、香港、米国等
かき・かき加工品	4.4	14.1	香港、タイ等	菓子	202	465	香港、中国、米国等
いちご	21	86	香港、シンガポール、タイ、台湾等	ソース混合調味料	360	850	米国、中国、EU等
かんしょ・かんしょ加工品／ その他の野菜	17	28	香港、シンガポール、タイ等	味噌・醤油	115	231	米国、中国等
切り花	8.8	18.8	米国、中国、香港、EU等	日本酒	234.1	600	米国、中国、香港等
茶	146	312	米国、EU、中国等	ウイスキー	194.5	680	EU・英国、米国、中国等
				本格焼酎・泡盛	15.6	40	中国、米国等

りんごの輸出に係る現状整理

国内のりんご生産量

- 日本国内におけるりんごの出荷量(2022年産)は67万トン。
- うち青森県産は約40万トンであり、全体の60%を占める。

令和4年産りんごの出荷量

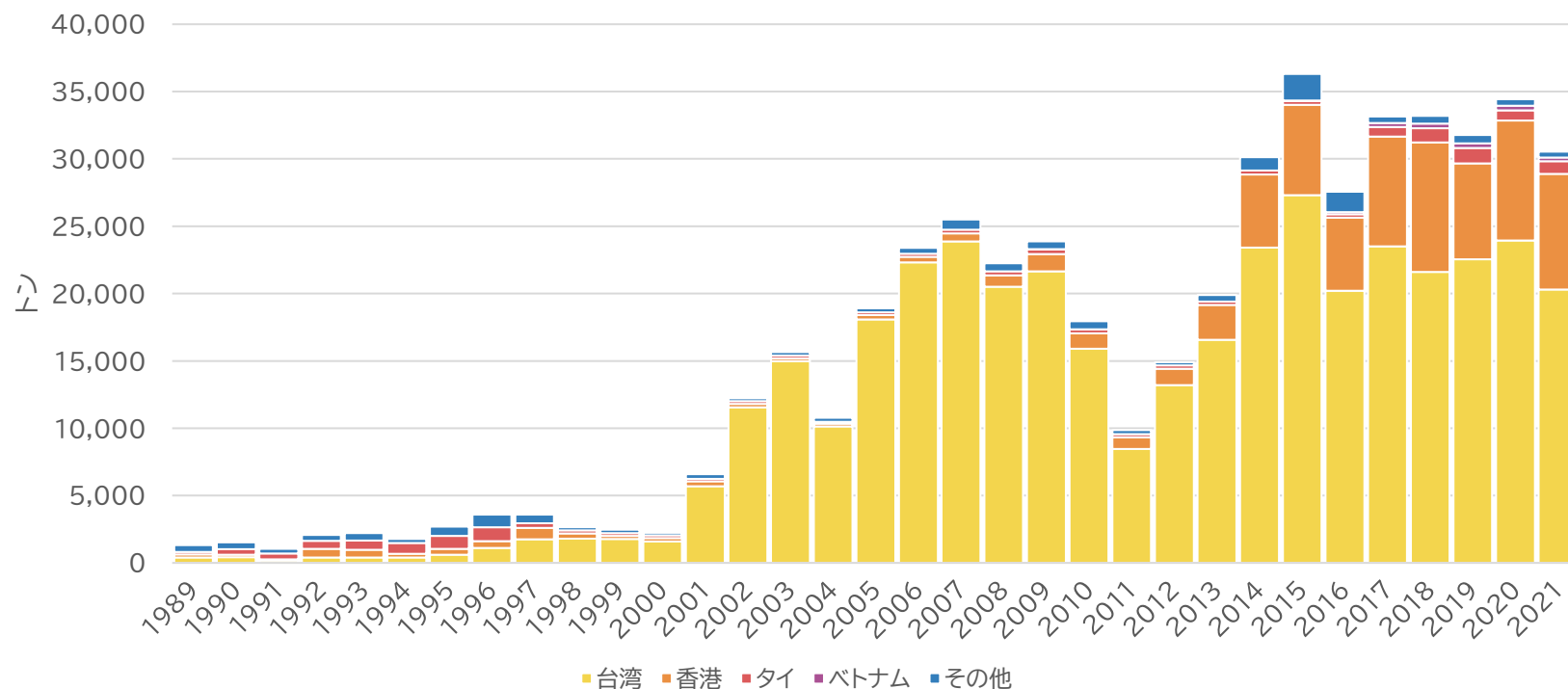


(出所)農林水産省作物統計作況調査より作成

りんご輸出の歴史と現状(全国)

- りんごの輸出は、平成14年に台湾がWTOへ加盟したことを契機に、台湾を中心として増加
- 平成22年産からは記録的な円高を背景に減少に転じ、特に、平成23年産では産地の価格高により1万トンを下回る状況となった。
- 近年の輸出量は3~4万トンで推移しており、生産量に対する輸出量は5%~10%程度

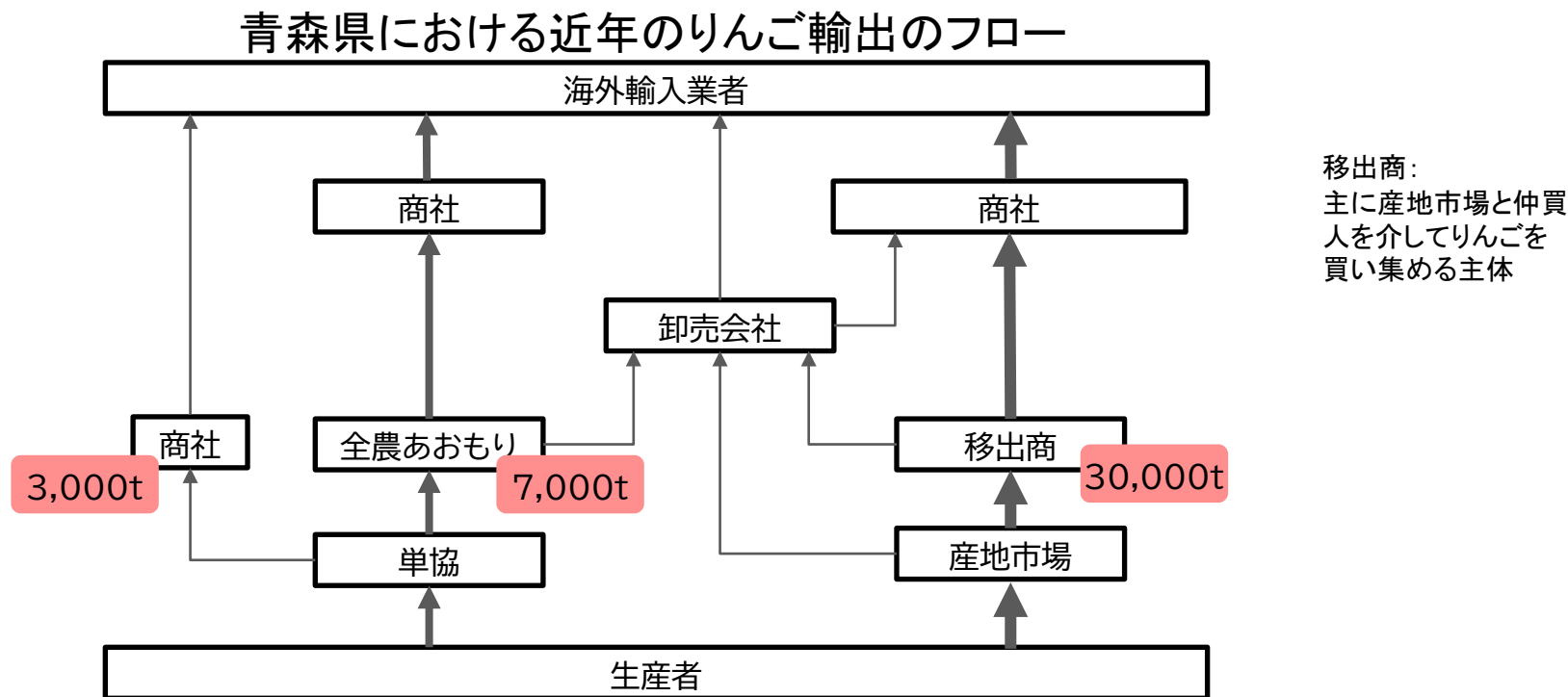
輸出先国別のりんごの輸出量(全国)



(出所)青森県提供資料をもとに作成

りんご輸出のサプライチェーン(青森県)

- 現状、国内からの輸出量のうち青森県産が90%以上を占める。(関係者ヒアリングより)
- 青森県では、原則として、産地市場→移出商→商社という商系ルートと単協→全農→商社という系統ルートで輸出されている。なお、系統ルートにおいては単協からの直接輸出もある。
- 近年の平均的な輸出量を概ね4万トンとすると、商系ルートが3万トン、系統ルートが1万トン程度。輸出に関しては、移出商を中心に開拓されてきた歴史もあり、商系ルートが多くなっている。
- 生産者は輸出向け、国内向けの区別なく市場に引き渡しており、**生産者段階で輸出用と国内用の区別はない。**



りんごの輸出による経済効果

りんごの輸出効果

サマリー

① 輸出によるりんご全体の価格下支え効果が生じている

- 仮に輸出が無い場合を想定すると、222円/kgから212円/kgとなり、10円/kg(4.5%)低下する。全国の生産額は、1,441億円から1,352億円となり、89億円(6.2%)減少する。

② 輸出によりりんご農家の所得は向上している

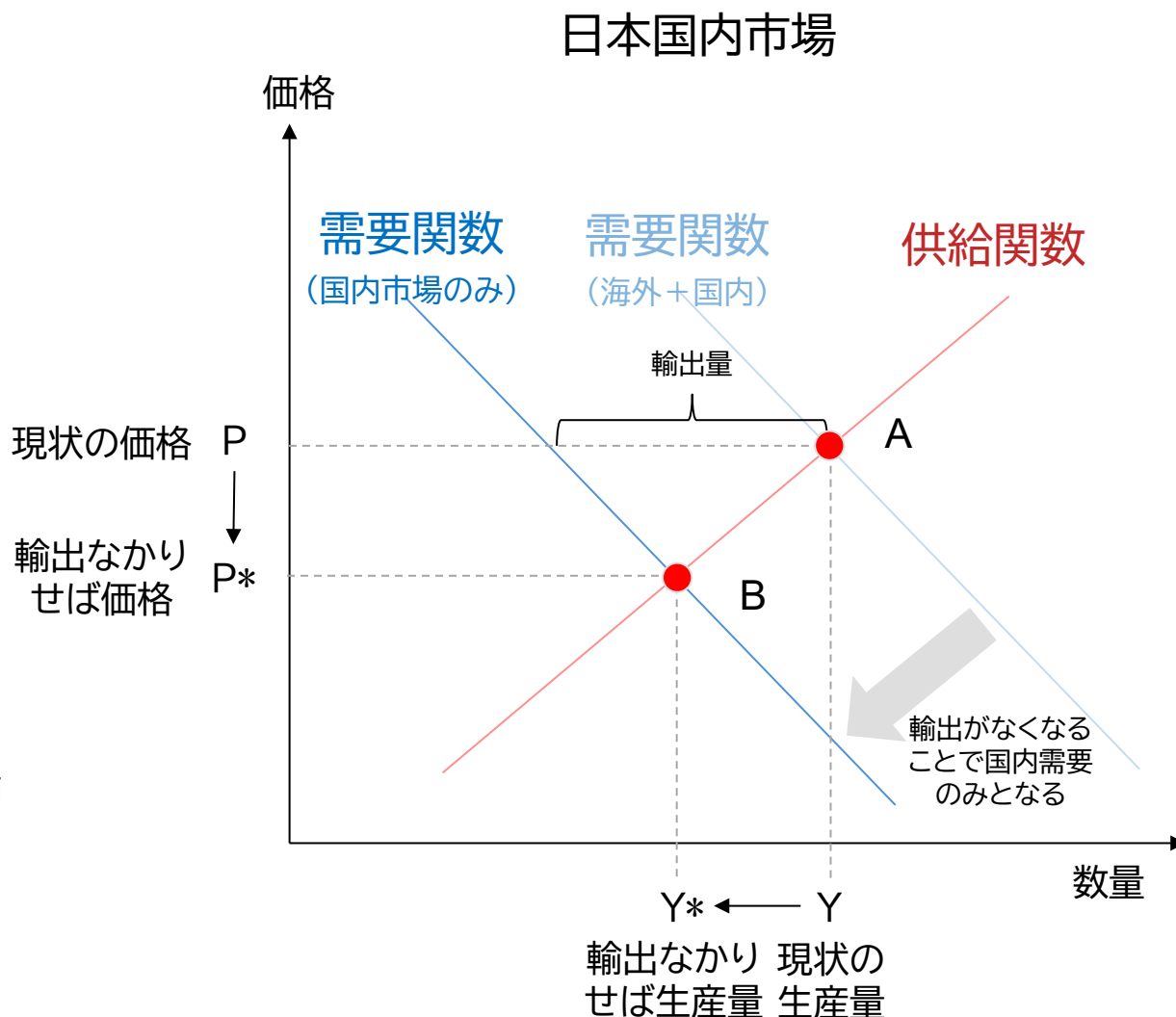
- 輸出により価格の下支えがされているので、りんご農家の所得は64億円裨益している。

③ 輸出による価格の押上げの効果がみられる

- 系列(月次)で見ると、りんごの輸出量が増加する時期(春節)には、国内市場も含め価格上昇の波が見られる(12月)。これは、輸出が盛んになる前には見られなかった現象である。

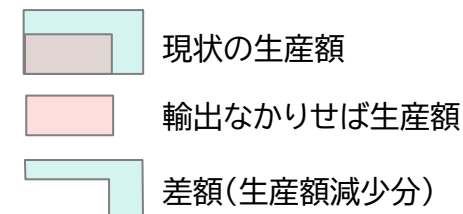
①価格の下支え効果

- 仮に輸出がなかった場合における市場均衡を想定し、現状(輸出がある場合)と同均衡における数量・価格を比較することにより、輸出による価格の下支え効果を算定する。
- 現状の価格は供給関数と需要関数(海外+国内)の交点(A)で決まる。
- 輸出がなかった場合、海外需要がなくなるため、「需要関数(国内市場のみ)」と「供給関数」の交点(B)により価格が決まる。
- 輸出なかりせば価格・数量の推計に用いる需要関数・供給関数は両対数型を使用した。
- 価格に対する需要・供給の反応を表す価格弾力性は、既存研究における推計値を使用した。分かりやすさのため、ここでは1つの価格弾力性を使用しているが、価格弾力性に幅を持たせた感度分析も実施し、結果が取り得る幅も確認した。(他品目も同様)
- なおここでは輸出向けと国内向けで同一の財を生産していることを想定した。仮に輸出向けが高価で販売されていた場合は、本推計結果よりも効果は大きくなることが想定される。



①価格の下支え効果

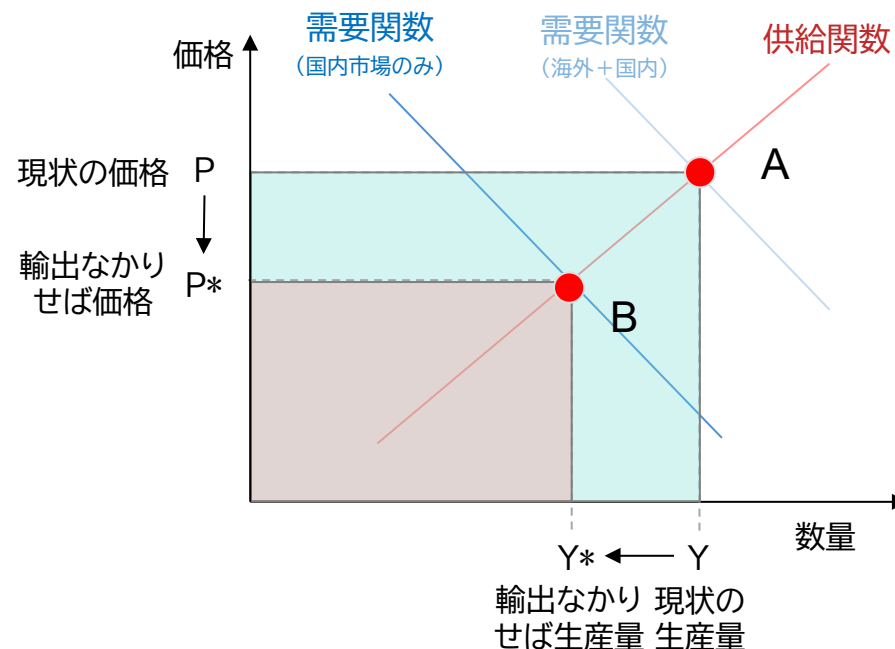
- 従来、生産量の多寡に応じてりんごの価格は乱高下していたが、輸出が増加し始めた近年においては価格が下支えされ、安定的に推移している。
- 仮に輸出が無い場合を想定すると、りんごの市況価格(産地価格)は、222円/kgから212円/kgとなり、10円/kg(4.5%)低下する。
- 全国の生産額は、1,441億円から1,352億円となり、89億円(6.2%)減少する。



価格下支え効果の推計結果

	出荷量実績(トン)	輸出量実績(トン)	国内需要(トン)	生産地価格(円/kg)	販売額(億円)
現状(輸出がある場合) (2020-22平均)	653,267	35,734	617,533	222	1,441
輸出なかりせば	637,373	0	637,373	212	1,352
差分(現状平均ー なかりせば)	15,893			10	89

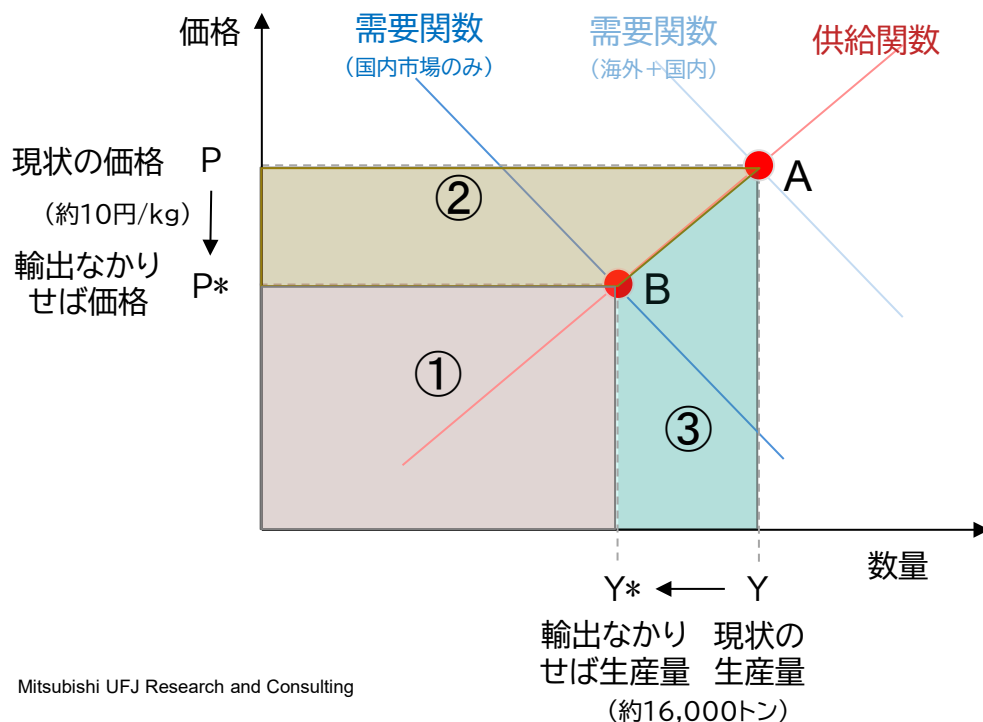
効果の考え方



(出所)出荷量は農林水産省資料より、生産地価格は青森県りんご果樹課資料より入手。
 輸出量は貿易統計(HSコード:0808.10-000)より。
 いずれも年産データを使用(8月～翌9月)

②農家の所得向上

- 前掲の「現状」と「輸出なかりせば」における生産量・価格の差異をもとに、仮に輸出がなかった場合と比べてどれだけ生産者の所得が増加しているかを推計した。
 - 仮に輸出が無かった場合、販売価格と生産量が減少することが想定され、それに伴って生産者の所得や純益も減少することとなる。
 - 減少した生産額のうち、一部は生産者のコストとして計上されるため、所得の変動に寄与しない。
- 以上より、**輸出により、所得は64億円増加**していると推計された。



輸出による効果(左図②の部分)

計 64億円所得が増加

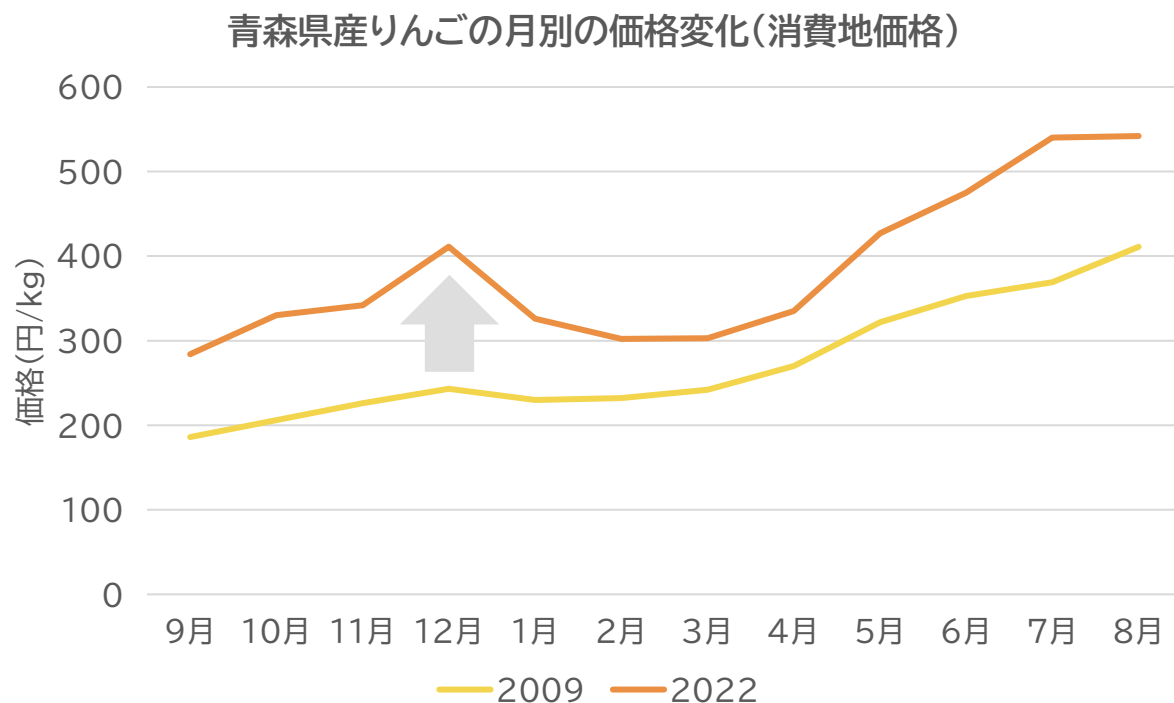
(注1) 図中の①は「現状」と「輸出なかりせば」ともに変化しない生産額であるため、所得の増減に寄与しない部分である。

(注2) 図中の③は輸出が無かった場合に減少する生産額であるが、生産者のコストとして計上され、所得の変動に寄与しない部分である。

(注3) ここでは生産者余剰の変化を所得の変化と考えて算定している。(自家労働費のコストは考慮せずに純益=所得と考えている)

③価格の押上げの効果

- 青森県産りんごの月別価格の推移をみると、りんごの輸出量が増加する春節前の時期(12月頃)には、国内市場も含め価格上昇の波が見られる。
- これは、輸出が盛んになる前(2009年)には見られなかった現象であり、この価格上昇によって農家所得は向上している。

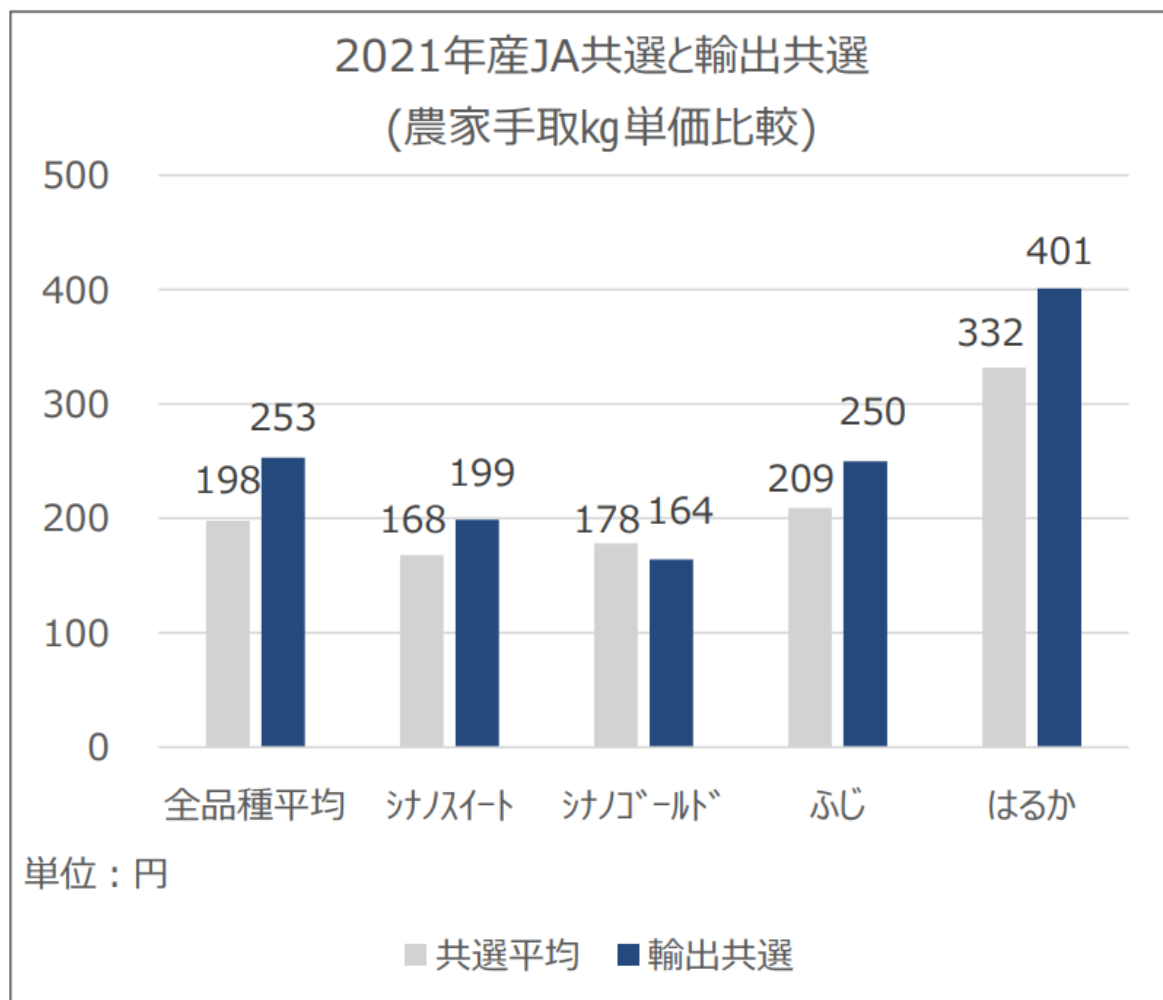


(出所)青森県りんご商業協同組合連合会「林檎商組日報」より作成
(<https://www.aomoringo.or.jp/news/member/toukei/06.htm>)

その他の効果(有利販売の事例)

輸出向けが有利販売され収入増加に繋がっている

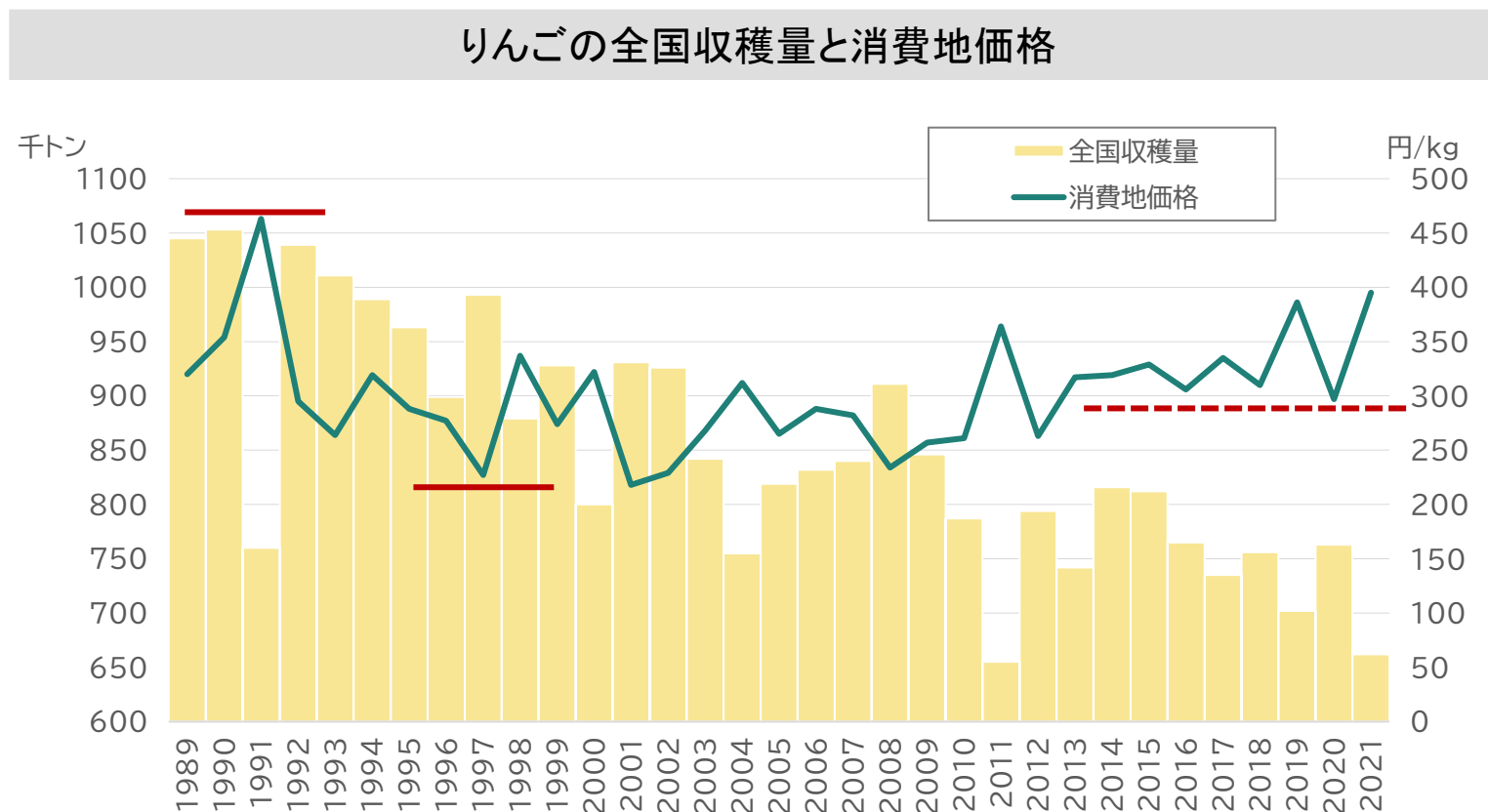
- JAいわて中央では、2009年より岩手県輸出促進協議会を通じてタイへりんごの輸出を開始し、以降13年間輸出事業を継続・拡大している。
- JAいわて中央の管轄エリアでは、輸出用のりんご(輸出共選)の方が国内販売用(一般共選)よりも生産者販売単価が高い。
- 全品種で平均すると、輸出向けりんごの単価は55円/kg高くなっている。



(出所)JAいわて中央「青果物輸出産地セミナー&マッチング in 東北」岩手県産りんご輸出におけるJAとしての役割
(https://jpfruit-export.jp/pdf/files/08_Fruits-and-vegetables-matching_Touhoku_JAiwatechuoh.pdf)

その他の効果(価格の安定効果)

- 従来、生産量の多寡に応じてりんごの価格は乱高下していたが、輸出が増加し始めた近年においては価格が安定的に推移している。



茶の輸出に係る現状整理

わが国の茶の産出額

- 令和3年の全国の茶産出額は783億円で、そのうち静岡県は約34%を占める268億円で1位に位置する。続いて、鹿児島県、京都府が続く。ただし、静岡県の茶産出額は昭和60年の778億円をピークに減少基調にある。

府県別の茶産出額（単位：億円）

年次 府県名	昭 45	50	55	60	平 2	7	12	17	22	27	令元	2	3
静岡県	367	699	746	778	746	744	735	652	436	306	251	203	268
鹿児島県	26	88	147	145	175	250	272	302	254	227	252	198	239
三重県	34	90	118	85	103	92	97	101	78	87	66	34	48
京都府	31	49	50	67	57	64	76	84	70	83	66	49	62
福岡県	14	41	48	51	47	59	64	61	51	45	-	29	32
全 国	623	1,271	1,590	1,491	1,473	1,519	1,541	1,472	1,079	907	822	631	783

*茶産出額＝生葉産出額＋荒茶産出額

(資料：農林水産省「農林水産統計」)

*全国計は、茶を推計品目として調査している都道府県のみ合計

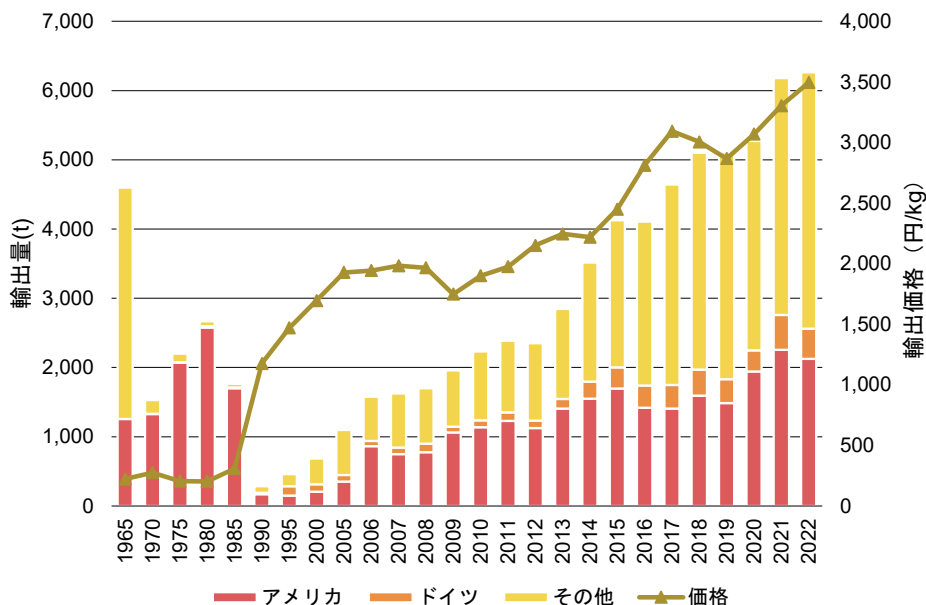
(注)荒茶とは、茶葉(生葉)を蒸す工程、揉む工程、乾燥する工程など、各工程を経て製造されたものを意味する。

(出所) 静岡県経済産業部農業局お茶振興課「静岡県茶業の現状」(令和5年3月)

茶の輸出動向

- 平成2年以降を底にして、わが国の緑茶輸出は拡大しており、令和4年時点で10年前と比較すると輸出量は約3倍弱となっている。また、価格は右肩上がりであり、近年は3,000円/kgを超えている。
- わが国における緑茶の輸出先シェアは米国が圧倒的に大きく1位で、令和4年ではその後に台湾、ドイツ、カナダ、シンガポールが続く。

わが国の茶の輸出量、輸出価格の推移



(出所) 静岡県経済産業部農業局お茶振興課「静岡県茶業の現状」(令和5年3月)より作成

わが国の茶の輸出先トップ10(令和4年)

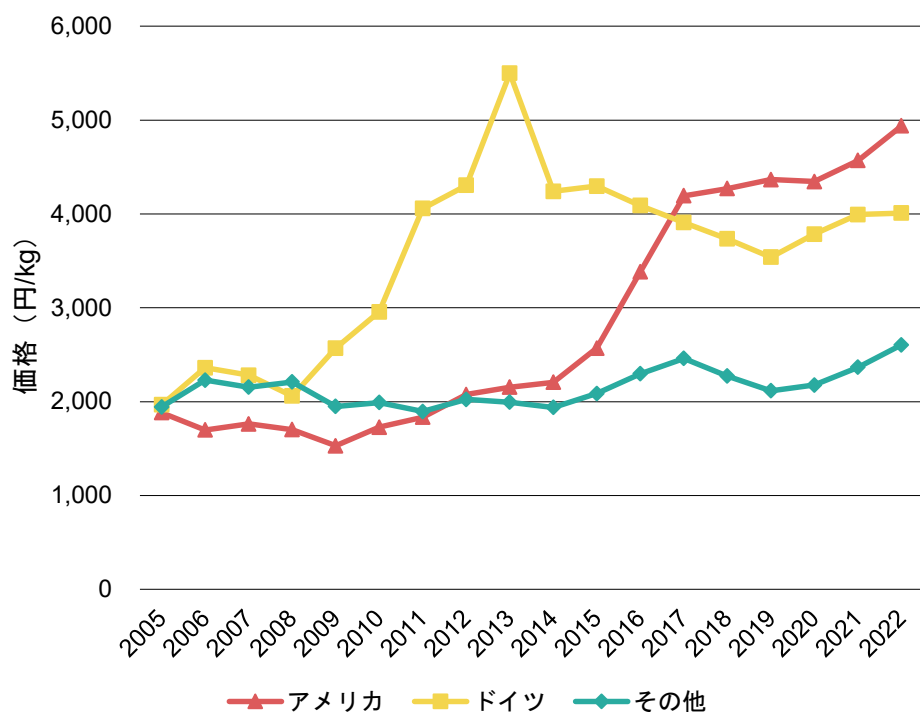
	数量 (t)	金額 (千円)	平均単価 (円/kg)
アメリカ	2,123	10,484,568	4,938
台湾	1,477	1,884,833	1,276
ドイツ	438	1,756,195	4,009
カナダ	299	1,299,898	4,349
シンガポール	294	1,059,377	3,602
マレーシア	288	589,554	2,048
タイ	284	637,971	2,249
香港	185	878,970	4,756
インドネシア	145	283,970	1,962
フランス	115	371,227	3,225

(出所) 静岡県経済産業部農業局お茶振興課「静岡県茶業の現状」(令和5年3月)より作成

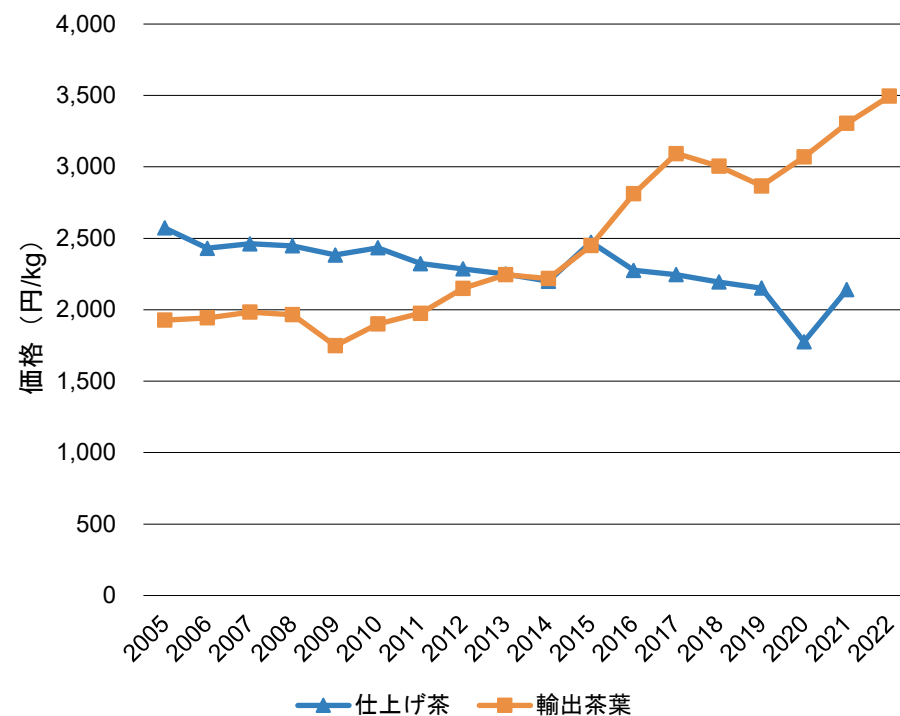
輸出茶葉の価格

- 輸出茶葉の価格は、輸出先によって差が生じている。
- また、仕上げ茶全体の価格は、2000円/kg前後でやや低下傾向にあるが、輸出用茶葉の価格は右肩上がりであり非常に高くなっている。

アメリカ、ドイツ、その他向け仕上茶価格



輸出茶葉と仕上げ茶全体平均との価格差

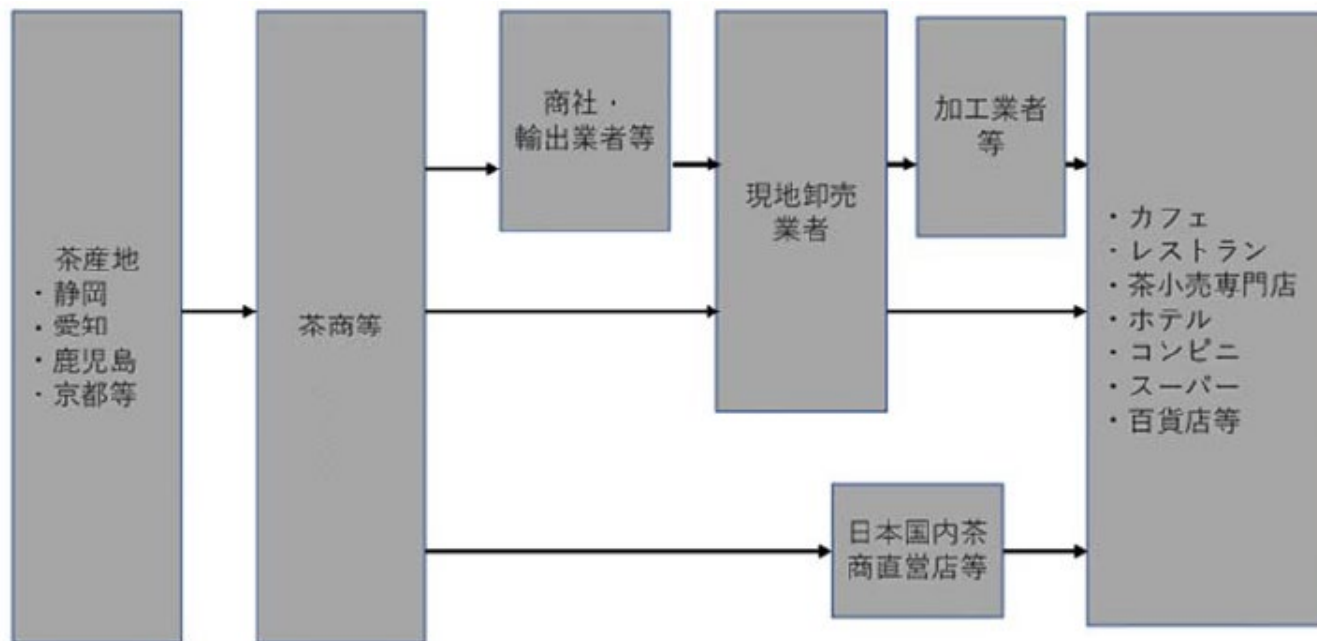


(出所) 静岡県経済産業部農業局お茶振興課「静岡県茶業の現状」(令和5年3月)より作成

(出所) 静岡県経済産業部農業局お茶振興課「静岡県茶業の現状」(令和5年3月)及び経済産業省『工業統計表』『経済センサス』『経済構造実態調査』より作成

茶葉輸出のサプライチェーン

- 生産された荒茶は、その95%が茶商によって仕入れられ、製茶をすることで仕上げ茶として流通する。
- 輸出においても同様であり、茶商が中心となって輸出を進めている。なお、茶商は県内だけでなく、様々な地域から荒茶を仕入れている。
- 茶商とは、荒茶を仕入れてブレンド等を行う「製茶」と呼ばれる加工を行う業者である。



(出所) 農水省「平成30年度 茶の流通合理化に関する調査委託事業 報告書」

茶の輸出による経済効果

茶の輸出効果

サマリー

- ① **輸出向けの茶葉は、国内向けよりも高い価格で取引されている。**
 - 輸出向けの茶葉は多くが有機茶葉であり、2021年の価格は平均的な茶葉に比べて1,164円/kg(仕上茶ベース)高くなっている。

- ② **輸出による茶全体の価格下支え効果が生じている**
 - 仮に輸出が無い場合を想定すると、荒茶ベースでの価格が994円/kgから928円/kgとなり、66円/kg(6.6%)低下する。
 - 全国の生産額は、748億円から682億円となり、65億円(8.8%)減少する。

- ③ **輸出により茶農家(荒茶生産含む)の所得は向上している**
 - 輸出により価格の下支えがされているので、茶農家等の所得は49億円裨益している。

①高価格での取引

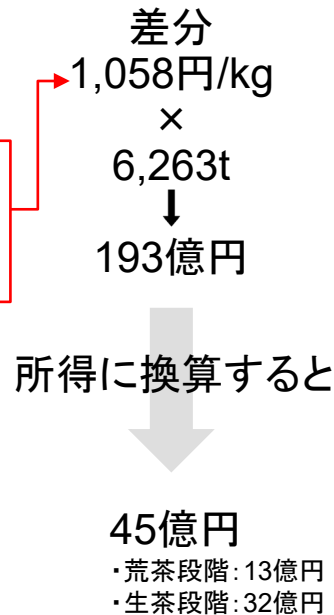
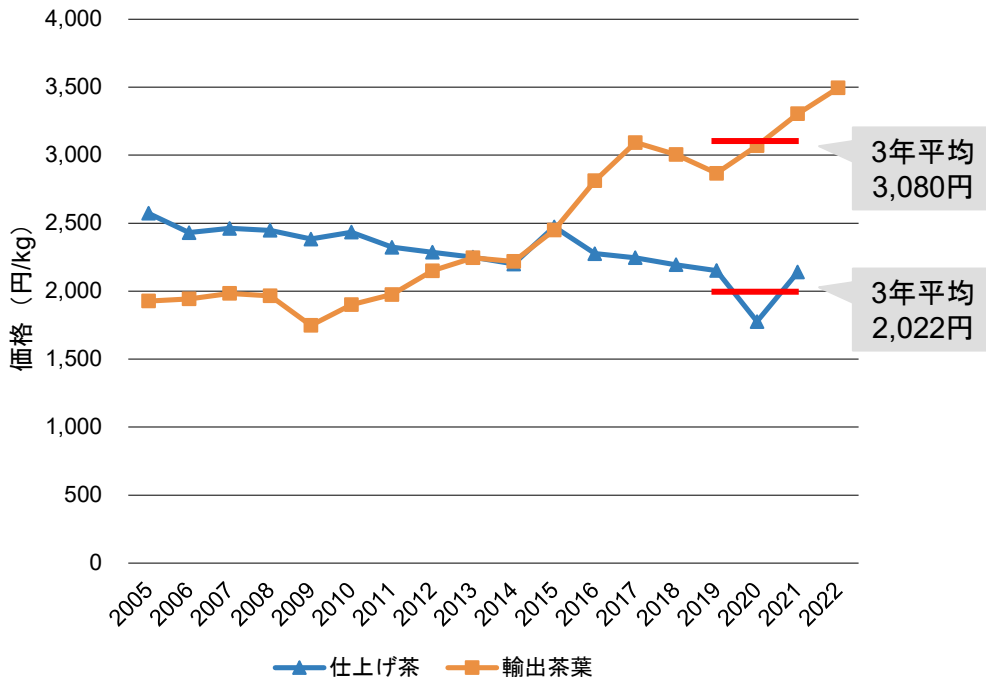
- 海外では規制の関係もあり、有機茶葉の割合が高い。農業者は3年程かけて有機茶葉へと転換し、海外に対して高価格で茶葉を販売している。
- 両者の価格差は1,000円/kg程度となっており、輸出量6,263トンに適用すると193億円に相当する。また、193億円のうち、地域の所得に相当するのは45億円となる。

【茶の輸出量に占める有機茶の割合(令和4年)】

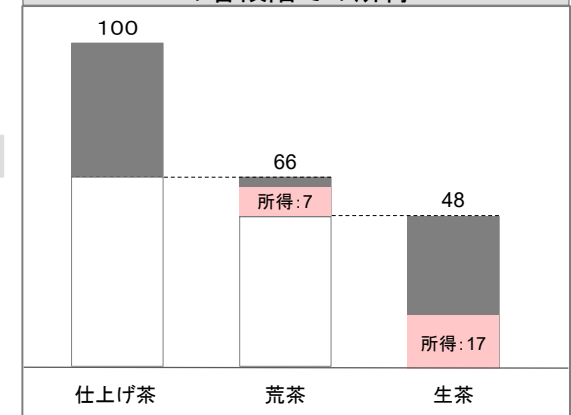
	輸出量 (t) (A)	有機栽培* (t) (B)	割合 (%) (B/A)
米国	2,123	641	30.2
E U・英国	789	618	78.3

※有機認証制度の同等性等の仕組みを利用して輸出したもの。
資料)農林水産省(2023)『茶をめぐる情勢』

輸出茶葉と仕上茶全体平均との価格差



【参考】仕上茶の販売価格を100とした場合の各段階での所得



②緑茶の価格下支え効果

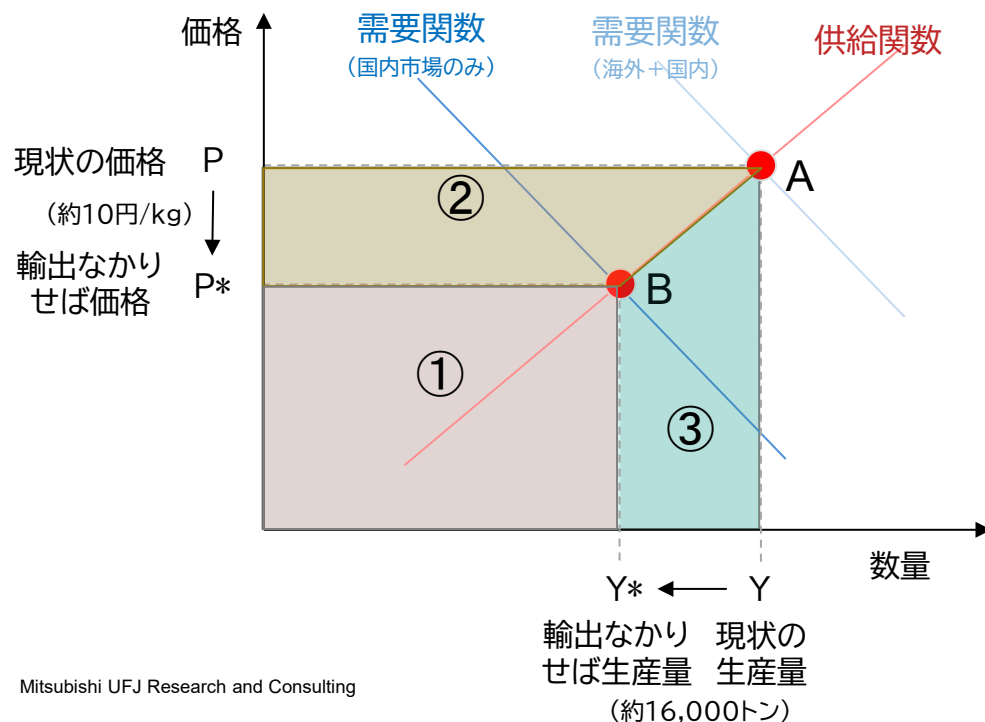
- 緑茶の輸出による価格下支え効果の推計結果は以下の通り。
- 緑茶の輸出によって、価格を66円/kg下支えし、販売金額としては65億円の増加をもたらす効果があると推計された。

		出荷量 (トン)	輸出量 (トン)	国内需要 (トン)	価格(円 /kg)	販売額 (億円)
輸出がある場合 (現状)	2020年	69,800	5,274	64,526	932	651
	2021年	78,100	6,179	71,921	1053	822
	2022年	77,200	6,263	70,937	997	770
	平均	75,033	5,905	69,128	994	748
輸出なかりせば		73,533	0	73,533	928	682
差分(現状平均－なかりせば)		1,501			66	65

(出所)価格データは、静岡県産荒茶価格を使用。

③農家の所得向上

- 前掲の「現状」と「輸出なかりせば」における生産額の差異をもとに、仮に輸出がなかった場合と比べてどれだけ生産者の所得が増加しているかを推計した。
 - 仮に輸出が無かった場合、販売価格と生産量が減少することが想定され、それに伴って生産者の所得や純益も減少することとなる。
 - 減少した生産額のうち、一部は生産者のコストとして計上されるため、所得の変動に寄与しない。
- 以上より、仮に輸出が無かった場合と比べて、所得は49億円増加していると推計された。



輸出による効果(左図②の部分)
計 49億円所得が増加

ホタテの輸出に係る現状整理

ホタテの漁場と生産量

- ほたてがいの生産方式は海面漁業によるものと海面養殖によるものがある。
- 海面漁業の大半が稚貝を海底に放流してから約2~4年育て底引き網で漁獲する「地撒き式」という栽培漁業方式で、天然ものとして扱われることもある。海面養殖は、稚貝にロープを通したりかごに入れたりして海中に吊るし約1~2年育てる「垂下式」が主である。
- 国内のほたてがいの生産量(2022年)は51万トン。うち海面漁業における漁獲量(2022年)は34万トンで、うちほとんどが北海道産である。
- 海面養殖業における収穫量(2022年)は17万トンで、うち北海道産が8.6万トン、青森産が7.8万トンを占める。
- 北海道ではオホーツク海側や根室海峡で地撒き式による漁獲が行われており、日本海側や内浦湾で垂下式による養殖が行われている。
- 青森県では陸奥湾で垂下式による養殖が行われている。

令和4年ほたてがいの漁獲量・収穫量(単位:100t)

地域	海面漁業の漁獲量	海面養殖業の収穫量	合計
北海道	3,396	855	4,251
青森	4	779	783
宮城	-	68	68
岩手	0	19	19
全国	3,400	1,721	5,121

(出所) 農林水産省漁業・養殖業生産統計

ほたてがい生産の分布

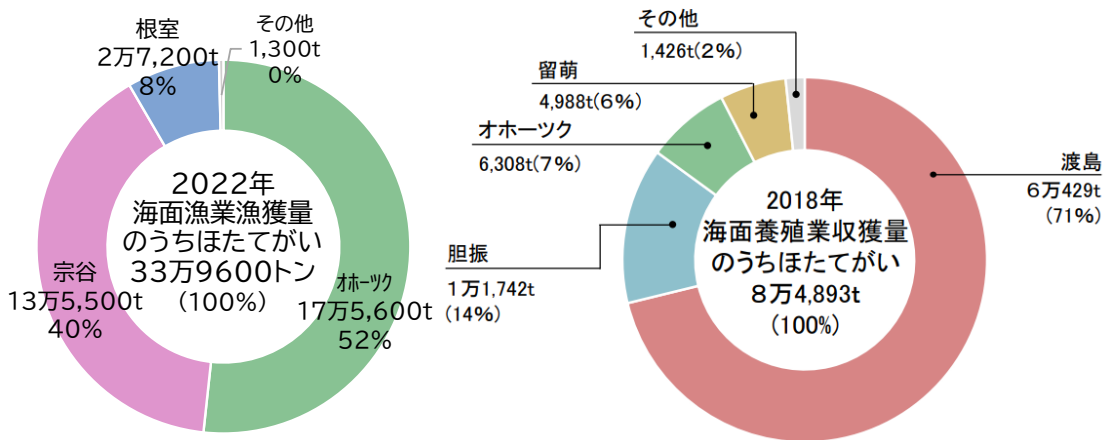


(出所) 青森県ほたて流通振興協会 (<http://www.aomori-hotate.com/?aomorihotate=%e5%88%86%e5%b8%83%e3%81%a8%e6%88%90%e9%95%b7>)

ホタテ貝の主要産地

- 生産量日本一の北海道において、ほたてがいの主要産地はオホーツク地域(オホーツク振興局・宗谷総合振興局管轄区域)、内浦湾(通称:噴火湾)(渡島総合振興局・胆振総合振興局管轄区域)の2地域であり、全国で見るとこれに青森県の陸奥湾を加えた3地域が主要産地であると言える。

北海道のほたてがいの漁獲量・収穫量の地域別内訳

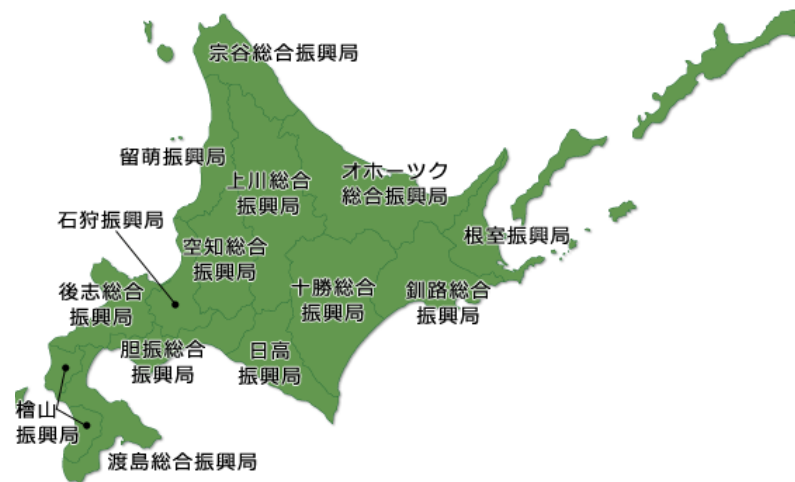


資料: 農林水産省統計部「漁業・養殖業生産統計」

(出所) 農林水産省漁業・養殖業生産統計より作成

(出所) 農林水産省北海道農政事務所「グラフで見る北海道の漁業(令和2年9月)」

【参考】北海道の地域区分

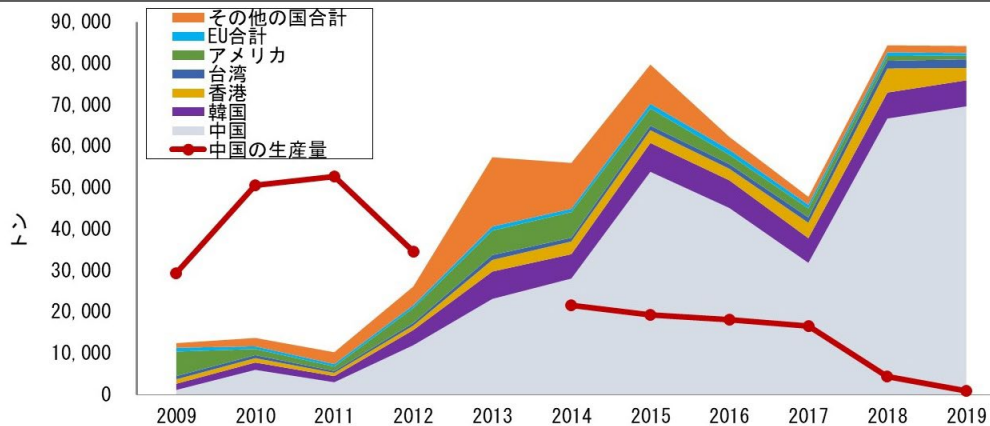


(出所) 北海道庁
<https://www.pref.hokkaido.lg.jp/gyosei/shicho/index.html>

ほたてがいの流通構造と輸出量

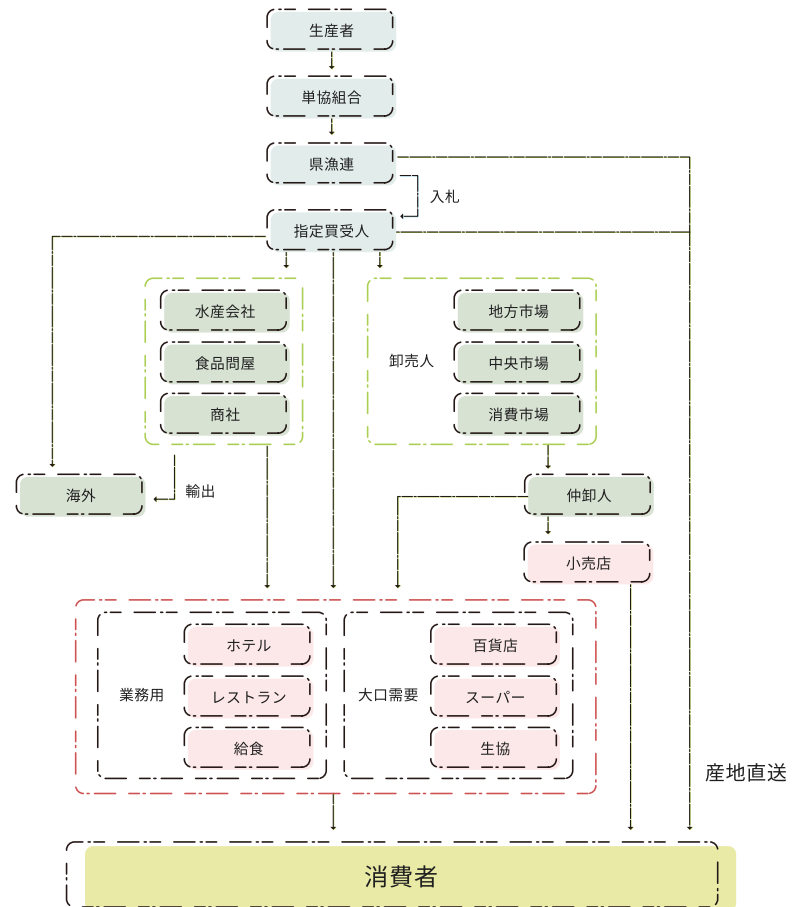
- ほたてがいは、生産者から単協組合、そして県漁連に集約され、入札会で落札されたのちに水産会社や食品問屋、商社などを通して加工、輸出される。
- 2022年のほたてがい輸出額は910億4,570万円で、前年比で約42%増。(参照:財務省「貿易統計」)
- 輸出のほとんどは北海道産である。2023年はALPS処理水関連の輸入強化規制を受け減少しているが、輸出額は総じて増加傾向にある。

ほたてがいの世界への輸出量(生鮮・冷蔵・冷凍)と中国における生産量



(出所) 農林水産政策研究所ホームページ
https://www.maff.go.jp/primaff/seika/pickup/2020/20_03.html

ほたてがいの流通構造



(出所) 青森県漁業協同組合連合会ホームページ
<https://www.amgyoren.or.jp/hotate-gyogyou/>

北海道におけるほたてがい輸出に係る状況

北海道漁業協同組合連合会の2022年度分の推定によると、生産金額が1,661億円、輸出向け金額(概算)は1,076億円であり、冷凍両貝や干貝柱では8~9割強、玉冷は5割強、生鮮・活は4割程度を輸出している。

なお、生鮮もしくは冷凍両貝1枚を100%とすると、1枚から生産されるポイルは約31%、玉冷は11%、乾燥貝柱は3%の重量である。

項目	単位	乾貝柱	玉冷	ポイル	生鮮・活	両貝他	合計
原貝数量	トン	53,000	188,000	17,000	44,000	118,000	420,000
処理仕向比率	%	14%	49%	3%	15%	18%	99%
製品出来高	トン	1,500	21,000	5,000	44,000	118,000	189,500
製品歩留まり	%	2.8%	11.0%	30.8%	100.0%	100.0%	
製品平均単価	円/kg	11,500	3,300	1,200	600	400	
生産金額	千円	17,250,000	69,300,000	6,000,000	26,400,000	47,200,000	166,150,000
輸出比率		80%	55%	5%	40%	95%	
輸出向け金額	千円	13,800,000	38,115,000	300,000	10,560,000	44,840,000	107,615,000



干貝柱

オホーツク海域中心。砂の入り込みやすいえら、外套膜、卵巣等を除去して乾燥



玉冷

オホーツク海域中心。砂の入り込みやすいえら、外套膜、卵巣等を除去して冷凍



ポイル

短期間で大量に処理ができる。夏期の貝毒の発生頻度が高く、それを避けるために集中的に処理を行う噴火湾が中心。



生鮮／冷凍両貝

冷凍両貝柱は2009年頃からの新しい形。貝から外さずそのまま冷凍。中国向けであり、国内流通不可。手間が掛からずコストが安い。噴火湾を中心に普及。

ホタテの輸出による経済効果

ホタテの輸出効果

サマリー

① 輸出によって価格が維持されている

- 北海道における原貝数量42万トンのうち、3分の2にあたる28万トンが輸出に仕向けられており、漁業者に対して大きなインパクトを生じさせる。
- 仮に輸出が途絶えてしまった場合には、玉冷価格3300円/kgが2296円/kgに低下すると見込まれるなど大きなインパクトが生じる。
- 数量の減少と併せて浜での売上が938億円減少すると見込まれる。

② 輸出によって漁業者の所得が維持されている。

- 輸出が途絶えると北海道でホタテ貝漁を行っている漁業者の所得が485億円減少すると推計された。

①価格の下支え効果

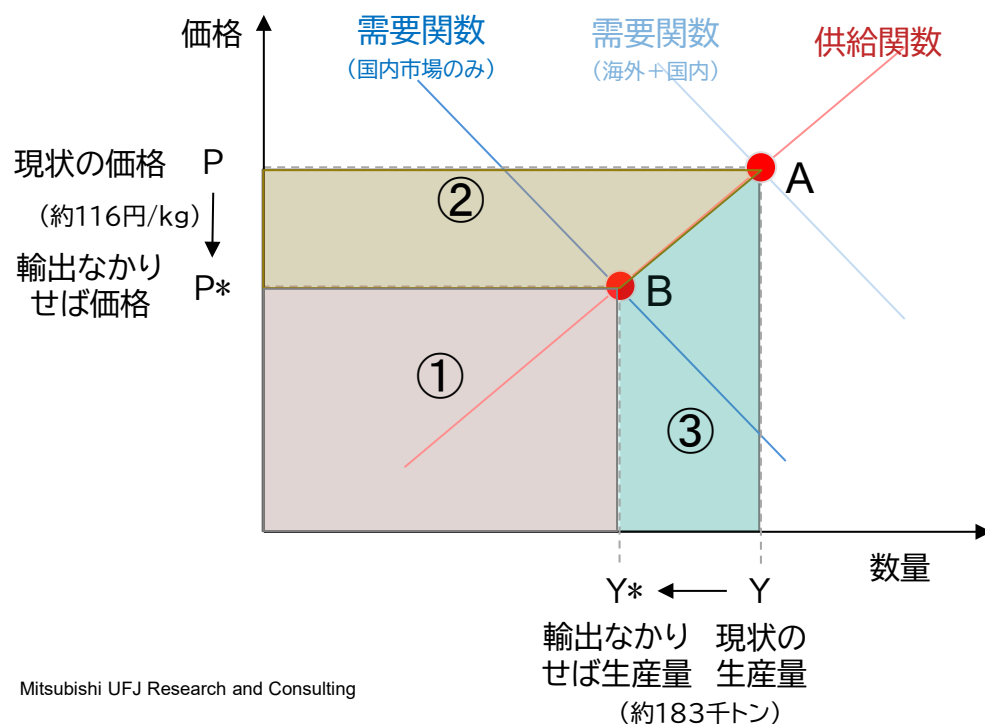
- 仮に輸出が無い場合を想定すると、ホタテの価格(産地価格)は、玉冷で3,300円/kgから2,296円/kgとなり、1,004円/kg(30%)低下する。また、ボイルは1,200円/kgから1,172円/kgと2%低下する。
- 北海道のホタテ生産額は、1,661億円から723億円となり、938億円(56%)減少する。

		干貝柱	玉冷	ボイル	生鮮・活	両貝柱他	合計
現状(輸出がある場合)	生産量(t)	1,500	21,000	5,000	44,000	118,000	
	価格(円/kg)	11,500	3,300	1,200	600	400	
	金額(千円)	17,250,000	69,300,000	6,000,000	26,400,000	47,200,000	166,150,000
輸出なかりせば	生産量(t)	300	19,530	4,977	26,400	5,900	
	価格(円/kg)	11,500	2,296	1,172	600	400	
	金額(千円)	3,450,000	44,840,880	5,834,458	15,840,000	2,360,000	72,325,338

} ▲93,824,662

②生産者の所得向上

- 前頁では、輸出が無い場合のホタテ加工品の生産量と価格の変化について検討した。
- これにより、ホタテ原貝の需要は、420千トンから237千トンまで落ち込むことが想定される。
- 北海道漁業連合会によると原貝の価格は**265円/kg**とのことであった。
- この落ち込みを原貝需要曲線のシフトとして想定すると、生産者の所得は485億円分減少すると推計された。



輸出による効果(左図②の部分)

計 485億円所得が増加

(注1) 図中の①は「現状」と「輸出なかりせば」ともに変化しない生産額であるため、所得の増減に寄与しない部分である。

(注2) 図中の③は輸出が無かった場合に減少する生産額であるが、生産者のコストとして計上され、所得の変動に寄与しない部分である。

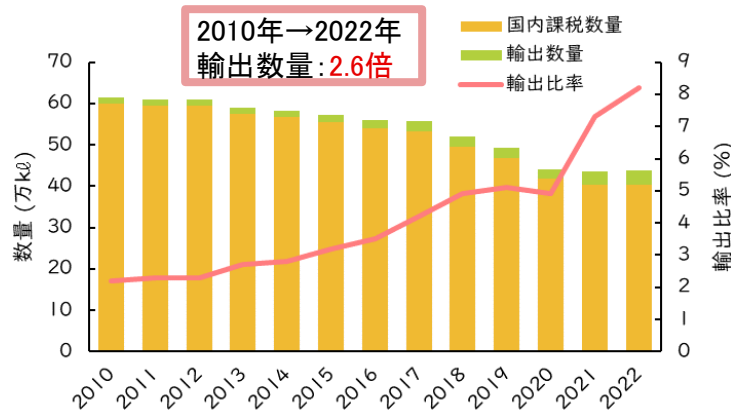
(注3) ここでは生産者余剰の変化を所得の変化と考えて算定している。(自家労働費のコストは考慮せずに純益=所得と考えている)

日本酒の輸出に係る現状整理

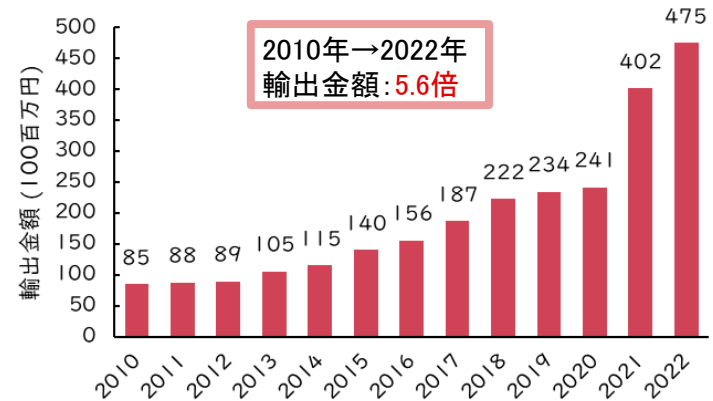
日本酒の輸出の歴史と現状

- 国内向け生産量は減少基調の一方で、輸出数量・金額は年々増加し、輸出比率は10%に迫る勢い。
- 約1400社のうち約55%（約800社）が輸出をしているが、総輸出数量の約7割は大手によるものである。

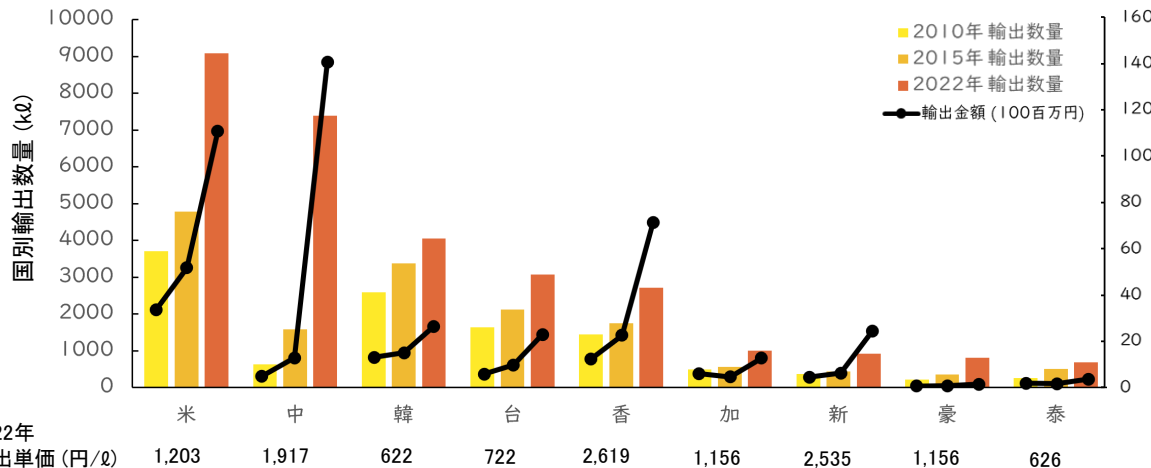
国内課税数量，輸出数量および輸出比率の推移



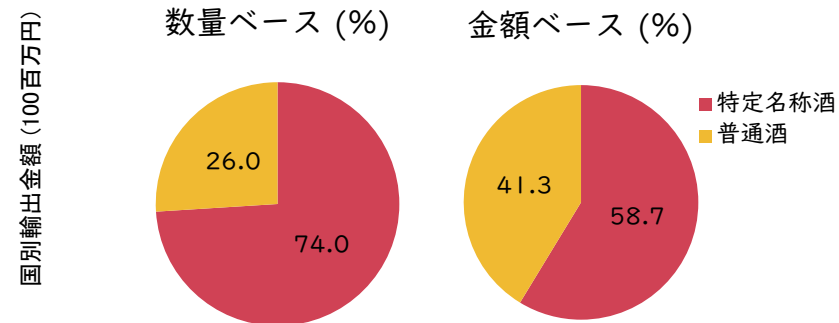
輸出金額の推移



国別輸出数量・金額の推移 (2010年, 2015年, 2022年)



輸出される清酒の構成比 (2021年度)

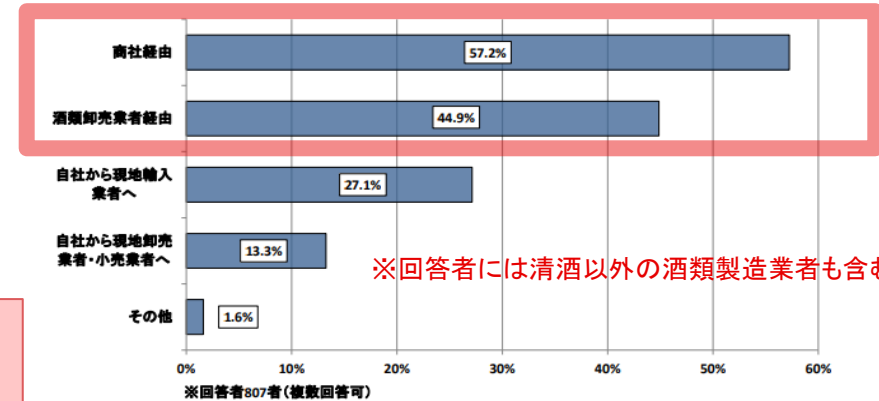
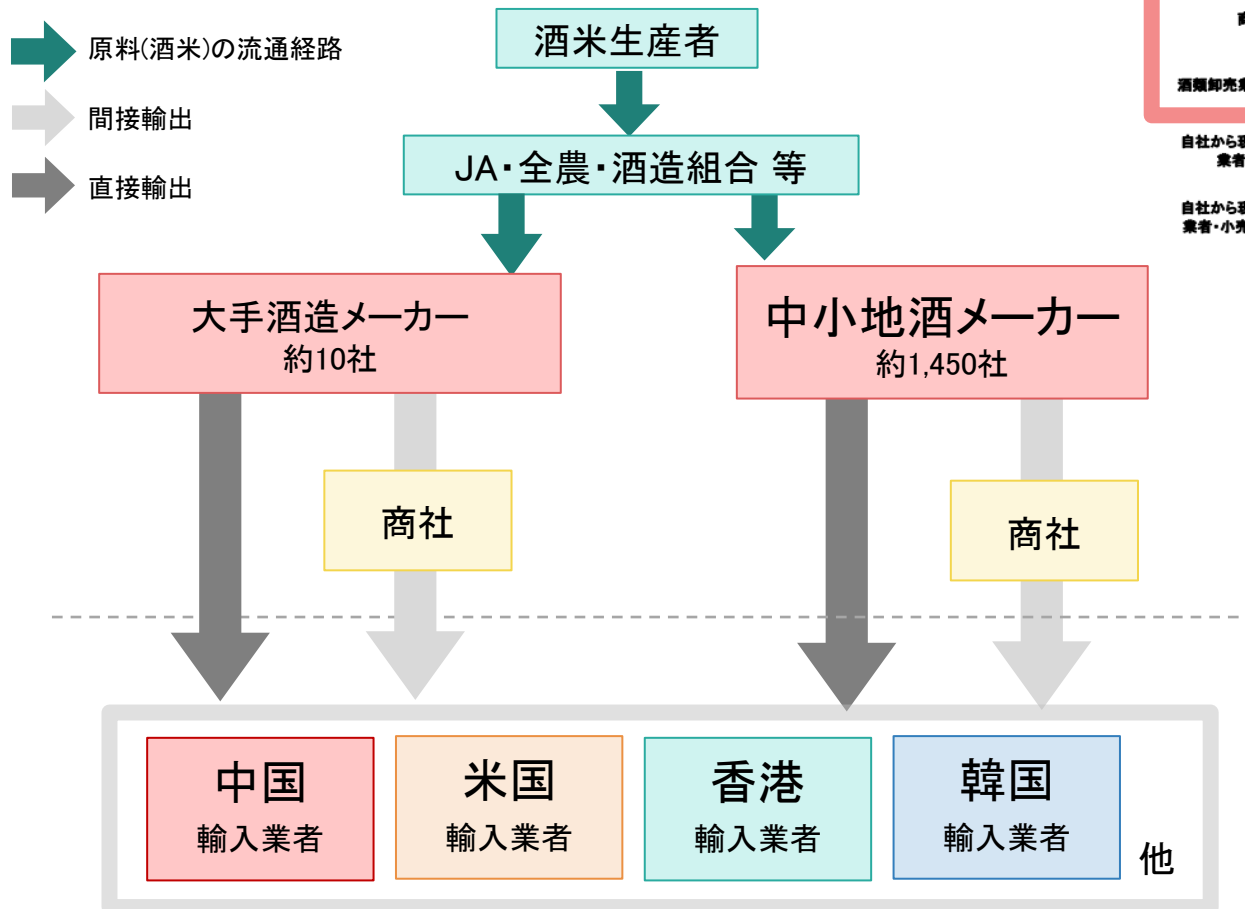


(出典) 酒類食品統計月報 2013年 4月号, 2016年 4月号, 2017年 4月号, 2023年 5月号より作成

日本酒の輸出のサプライチェーン

(出典: 日本酒輸出ハンドブック
<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/yushutsu/handbook/index.htm>)

- 日本酒の輸出経路は 間接輸出または直接輸出である。間接輸出は貿易商社を通し、直接輸出は海外のバイヤーと直接取引をする。



(出典: 国税庁「酒類製造業及び酒類卸売業の概況(令和5年アンケート)」
https://www.nta.go.jp/taxes/sake/shiorigaikyo/seizo_oroshiuri/r05/pdf/all.pdf)

酒類製造業者へのアンケート調査では約70%が間接輸出で輸出をしている。

日本酒の輸出による経済効果

日本酒の輸出効果

サマリー

① 輸出向けの日本酒は高く販売されている

- 輸出向け日本酒の単価は、**国内向けの2倍程度**であり、高い日本酒を生産し海外に販売するのが業界としての戦略の方向性となっている。
- 原料として高価な米を利用しており、米生産者の所得向上に繋がっている。

② 輸出によりブランド力が向上し、生産意欲の向上にもつながっている

- **輸出により海外で売れる日本酒のブランド化が進んでいる**。また、輸出に注力している酒蔵は海外の酒コンテスト等への参加も積極的にしており、酒蔵自体もしくは商品の名称の知名度が上がっている。
- 原料米の生産者も減っているが、日本酒が海外コンクールで受賞することで生産継続の意欲が上がっているという例もある。

③ 輸出によるインバウンド増加

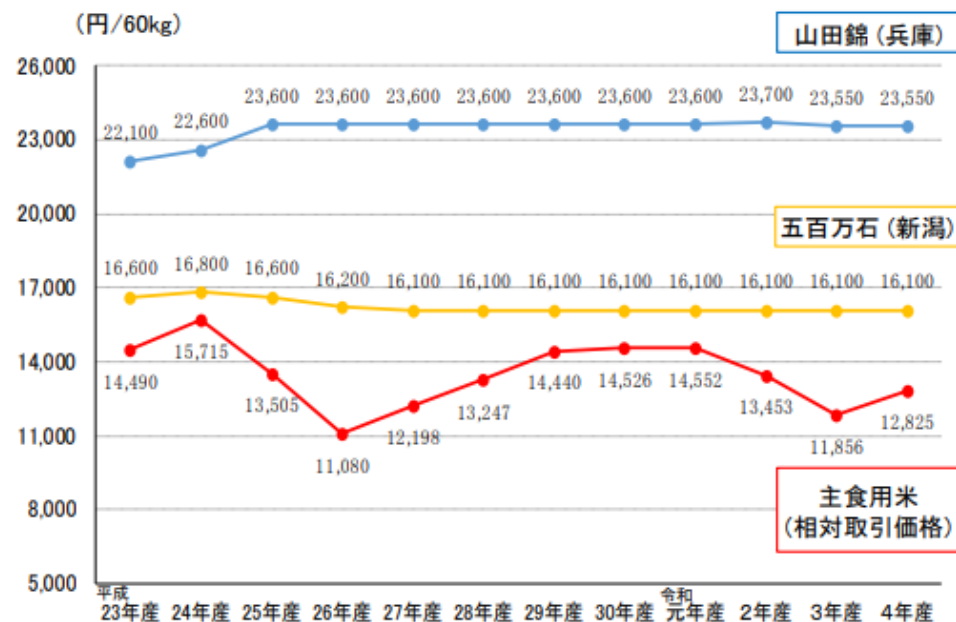
- 日本酒に興味を持つ外国人が増えており、酒蔵を訪れる等といった**観光・ツーリズムの効果も生まれている**。

①輸出向けの有利販売と米生産者への波及効果

- 輸出向け日本酒の単価は、**国内向けの2倍程度**であり、高い日本酒を生産し海外に販売するのが業界としての戦略の方向性となっている。(関係者ヒアリングより)
- 原料として高価な米を利用しており、**米生産者の所得向上にも繋がっている**。
 - 酒造好適米は主食用品種に比べて栽培が難しく、収量が低いこと等から、取引価格は主食用米に比べて高値で取引されている(約1.3~1.8倍)。
 - 酒造好適米は主に酒蔵との契約栽培による取引が行われている。
 - 酒造好適米の中でも高値で取引されている「山田錦」は、生産量が増えていた平成27年以降減少しているものの、10年前よりも作付面積は増えている。

酒造好適米の取引額と生産状況

原料米の販売価格の推移



注1: 酒造好適米(日本酒造組合中央会からの聞き取り)は、1等米の販売価格
 注2: 主食用米(相対取引価格)は、出回りから翌年10月(令和4年産は令和5年8月)までの1等米の
 通年平均価格であり、包装代、運賃を含み、消費税相当額を含まない。

出典: 令和5年 日本酒をめぐる状況 (農林水産省)

②輸出輸出によりブランド力の向上→生産意欲向上

- 国内消費が落ち込む中で、ブランド戦略と海外進出により規模拡大に成功した企業も存在。**輸出により海外で売れる日本酒のブランド化が進んでいる**。また、輸出に注力している酒蔵は海外の酒コンテスト等への参加も積極的に行っており、酒蔵自身もしくは商品の名称の知名度が上がっている。
- 日本酒が海外コンクールで受賞することで、原料米生産者の**生産継続の意欲が上がっている**という例もある。(関係者ヒアリングより)

旭酒造(山口県)の事例

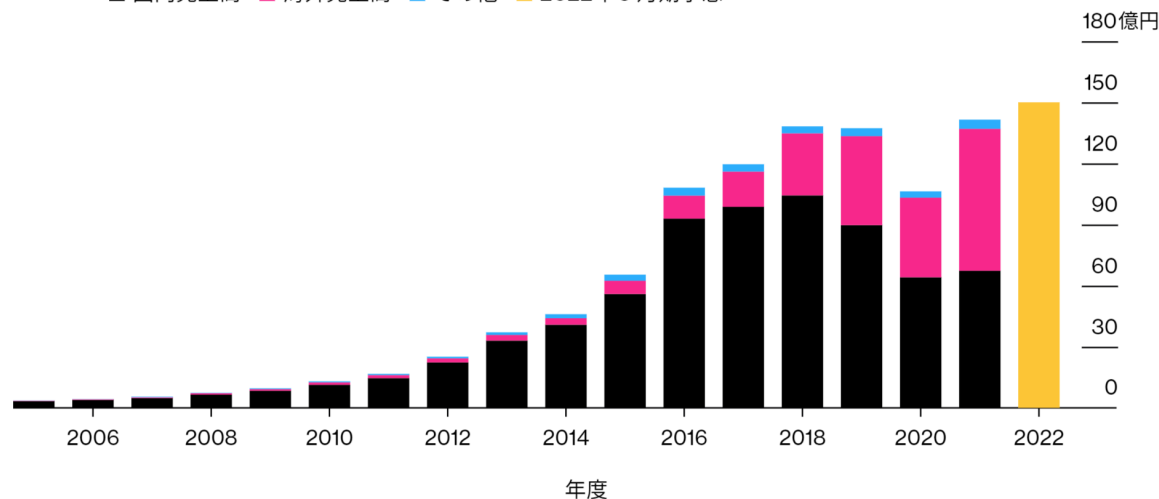
- 2005年の生産量は216kℓと小規模企業であったが、以降「獺祭」のブレイクで出荷量を伸ばし、2011年からは海外への輸出も増加。
- 近年は大手水準の540万ℓ(約30,000石)を生産。
- 2021年には「獺祭」の海外売上が国内売上を上回る約70億円に到達し、急成長を遂げている



旭酒造の売上高推移

21年9月期に「獺祭」の海外売り上げが国内売り上げを上回った

■ 国内売上高 ■ 海外売上高 ■ その他 ■ 2022年9月期予想



出典：旭酒造

(出典：<https://www.bloomberg.co.jp/news/articles/2022-08-01/RF54ZUDWLU6801>)

③輸出によるインバウンド増加

■ 日本酒に興味を持つ外国人が増えており、酒蔵を訪れる等といった観光・ツーリズムの効果も生まれている。

長野県佐久市(KURABITO STAY)の酒蔵ツーリズムの事例

- 1泊2日または2泊3日の蔵人体験プログラム
- 本格的な酒造りの体験と築100年の蔵人の宿舎を宿泊施設にリフォームした酒蔵ホテルへの宿泊体験
- 所得水準の高い欧米圏の訪日客にターゲットを絞り、メインメニューは約7万円の価格設定
- 宿で提供する食事は朝食のみで、周辺マップ(右下)を配り地域全体の活性化を目指す(泊食分離)
- ECサイトで地域13の酒蔵の酒と地元産品を販売
- 2020年の創業以来、蔵人体験人数:延320人(R5.3月時点)
- 国内在住の外国籍の顧客(約1割)も含め、顧客満足度は高い(満足度100%)さらに、R4年10月～インバウンド参加が増加、R5年2～3月は**インバウンド比率50%達成**。(世界16か国から)
- リピーターも多く、インバウンドリピーターも誕生している。

KURABITO STAY
JA EN STORY

WHAT'S KURABITO STAY

In the Saku area of Nagano Prefecture sits a sake brewery with over 300 years of history. Here, you can stay overnight, brew sake for yourself, and experience a day in the life of a sake brewer (*kurabito* in Japanese). This is the one-of-a-kind experience provided by Kurabito Stay. In our brewery is a large chamber (*hirashiki*) where sake brewers used to sleep in the days of old. We've breathed new life into the historic architecture to create living quarters for our guests. Go for a stroll outside the brewery, and you'll find the town and its people waiting to welcome you as a sake brewer.

READ MORE →

BOOKING






USUDA KURABITO FRIENDLY MAP

There are 7 KURABITO FRIENDLY SHOPS in the Usuda area where you can enjoy delicious meals and special experience. Use this map for your memories of Saku.



1 KURABITO STAY
● Brewery experience ● 11 Bed
You can stay overnight, brew sake for yourself, and experience a day in the life of a sake brewer (*kurabito* in Japanese). This is the one-of-a-kind experience provided by Kurabito Stay.
☎ YUSA / MASTER ● ● YUSA

2 KIMONO SHOP NUNOYA
● Kimono fitting ● Shopping
Why don't you take a stroll through the town of Saku in vintage garments? The shop offers seasonal kimono and traditional items with vintage kimono.
Hours: 9:30 - 17:00
☎ YUSA / YUSA ● ● YUSA

3 TOMOSEN
● Soba ● Soba Making
"Soba" is the main staple made from buckwheat flour in combination of fresh fish and wheat flour. Here in Tomosen you can experience the traditional style of soba and food sake-making. They offer a workshop for sake making class.
Hours: 12:00 - 14:00 / 17:00 - 21:00 (L.O.)
☎ YUSA / YUSA ● ● YUSA ● ● YUSA

4 LEMON
● Cuisine ● Sashimi Making
The owner chef make a progressive Japanese cuisine that uses local ingredients. Please try and enjoy their carefully selected daily rotation. If you make a reservation in advance, you can experience sushi making.
Hours: 11:30 - 14:00 / 17:00 - 20:30 (L.O.)
☎ YUSA / YUSA ● ● YUSA ● ● YUSA

5 BIG BEN
● Restaurant
You should try "Yuba" (original of famous sweet sticky rice cake "Mochi"). It is made with special sauce, the taste makes delicious entry and juicy dishes. They also serve sake and sake.
Hours: 11:30 - 14:00 / 17:00 - 22:00 (L.O.)
☎ YUSA / YUSA ● ● YUSA ● ● YUSA

6 LEMON
● Cuisine ● Sashimi Making
The owner chef make a progressive Japanese cuisine that uses local ingredients. Please try and enjoy their carefully selected daily rotation. If you make a reservation in advance, you can experience sushi making.
Hours: 11:30 - 14:00 / 17:00 - 20:30 (L.O.)
☎ YUSA / YUSA ● ● YUSA ● ● YUSA

7 TORICHU
● Restaurant
This is a restaurant where dishes dishes are delicious. From Saku's traditional sweet dishes "Mochi" to dishes of beef, chicken, and a variety of dishes are served. They also serve local sake.
Hours: 11:30 - 14:00 (L.O.) / 17:00 - 20:30 (L.O.)
☎ YUSA / YUSA ● ● YUSA ● ● YUSA

8 HIGUMO

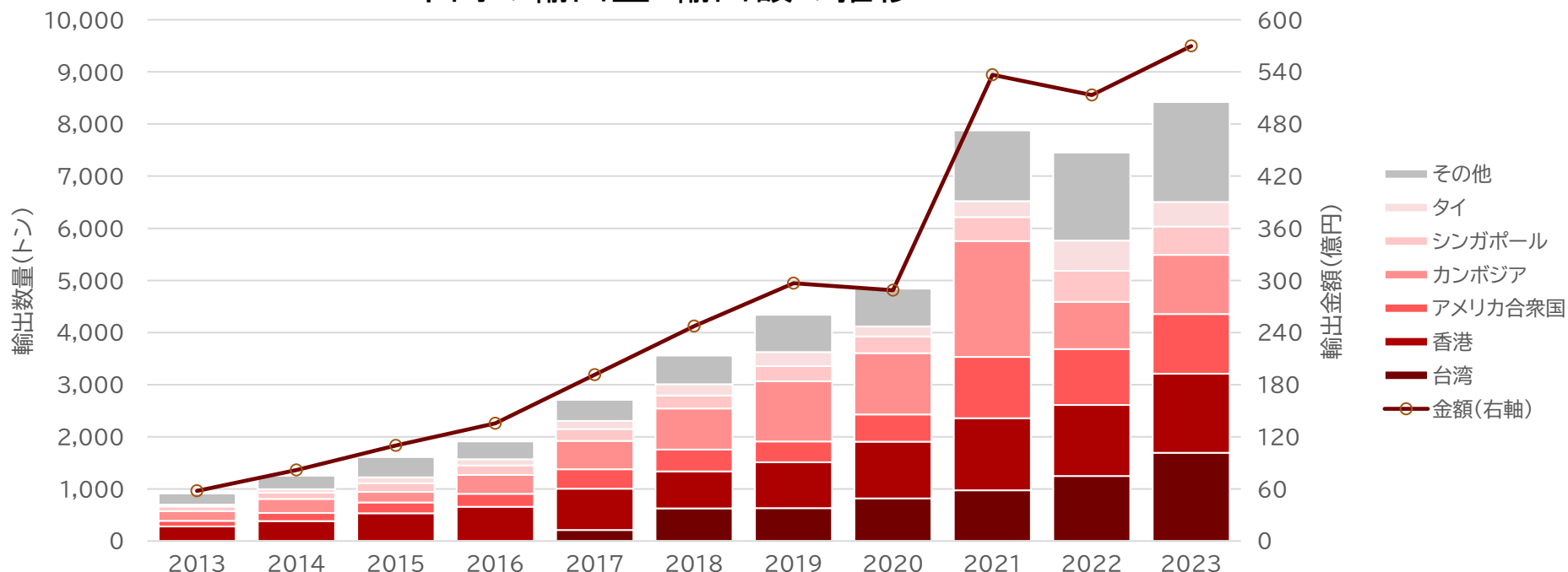
9 WAKAMATSU

牛肉の輸出に係る現状整理

牛肉の輸出の歴史と現状

- 牛肉の輸出金額は輸出量と共に右肩上がり増加しており、2023年の牛肉の輸出金額は570億円、輸出量は約8千トン。10年前の2013年と比較して、輸出金額は約10倍、輸出数量も約9倍と大幅に増加。
- 過去12年で国内生産量や消費量、海外からの輸入量に大きな変化はみられない一方で、2022年の国内生産量に占める輸出量の割合(2%程度)は約20倍の増加となっている。
- 主な輸出先は数量ベースで台湾、香港、米国、カンボジアとなっており、アジア向けが多い。

牛肉の輸出量・輸出額の推移



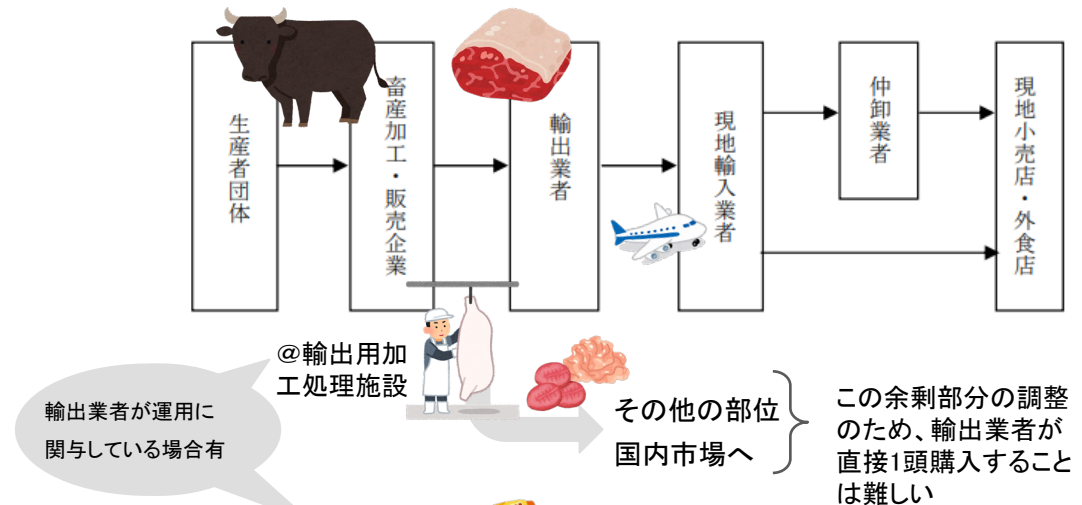
出典:財務省貿易統計(HSコード0201,0202の合算)より作成

牛肉輸出のサプライチェーン

- 大別して、国内の畜産加工・販売企業がと畜・加工を輸出用加工処理施設に委託した上で牛肉として輸出業者に販売するルートと、国内の輸出用加工処理施設から畜産加工・販売企業を経由して輸出商社に販売されるルートがある。
- 生産者や処理施設の段階では、輸出向け・国内向けの区別はされていない。(宮崎県ヒアリングより)

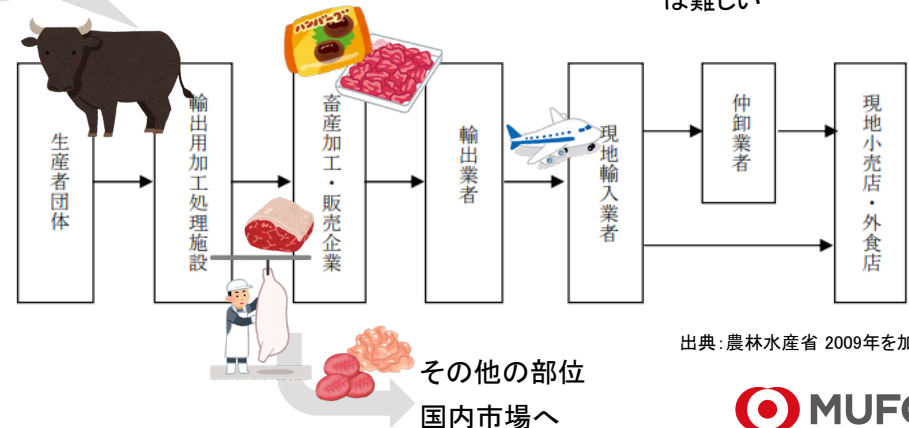
ルート①

国内の畜産加工・販売企業が生産者団体から生牛を購入
 →購入した生牛のと畜・加工を輸出用加工処理施設に委託
 →牛肉として輸出業者に販売



ルート②

国内の輸出用加工処理施設が生産者団体から生牛を購入しと畜・加工
 →畜産加工・販売企業に販売
 →畜産加工・販売企業が輸出商社に販売
 ※その他のルートとして、畜産加工販売企業が直接輸出する場合もある



出典：農林水産省 2009年を加工

牛肉の輸出による経済効果

牛肉の輸出効果

サマリー

① 輸出による和牛全体の価格下支え効果が生じている

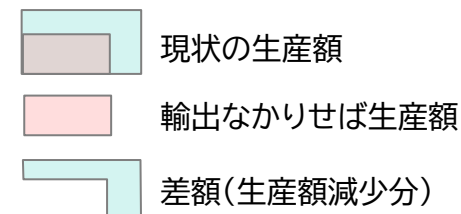
- 仮に輸出が無い場合を想定すると、牛肉の市況価格は、2,542円/kgから2,437円/kgとなり、**105円/kg(4.1%)低下する。**
- 全国の販売額は、5,127億円から4,806億円となり、**321億円(6.3%)減少する。**

② 輸出により農家の所得は向上している

- 輸出により価格の下支えがされているので、**和牛農家の所得は113億円裨益している。**

①価格の下支え効果

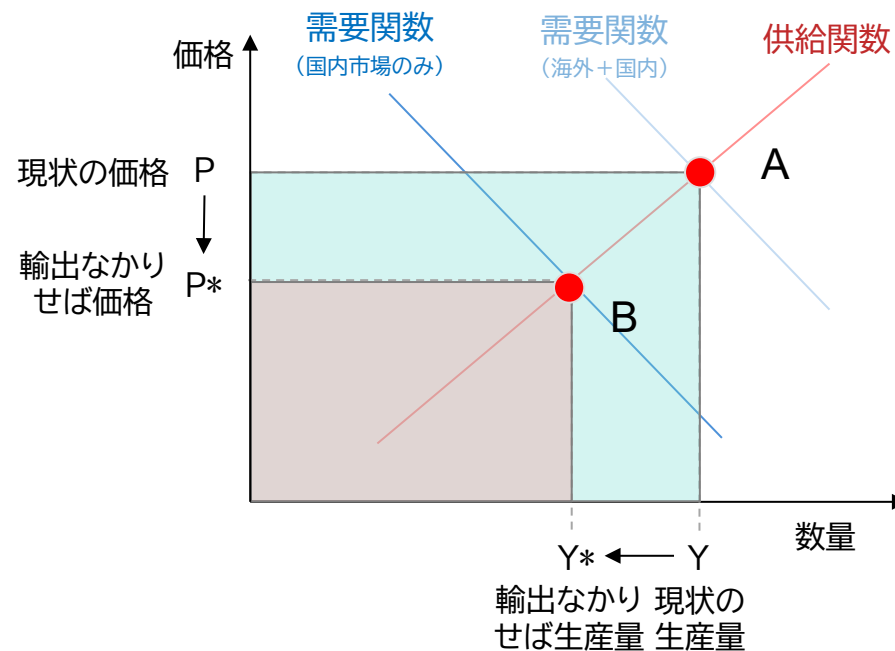
- 輸出を行うことで需給が締まり、価格が下支えされる効果が発揮される。
- 仮に輸出が無い場合を想定すると、牛肉の市況価格は、2,542円/kgから2,437円/kgとなり、105円/kg(4.1%)低下する。
- 全国の生産額は、5,127億円から4,806億円となり、321億円(6.3%)減少する。



価格下支え効果の推計結果

	出荷量実績 (トン)	輸出量実績 (トン)	国内需要 (トン)	枝肉卸売価格 (円/kg)	販売額 (億円)
現状 (2020-22平均)	201,721	10,647	191,074	2,542	5,127
輸出なかりせば	197,219	0	197,219	2,437	4,806
差分(現状-なかりせば)	4,502			105	321

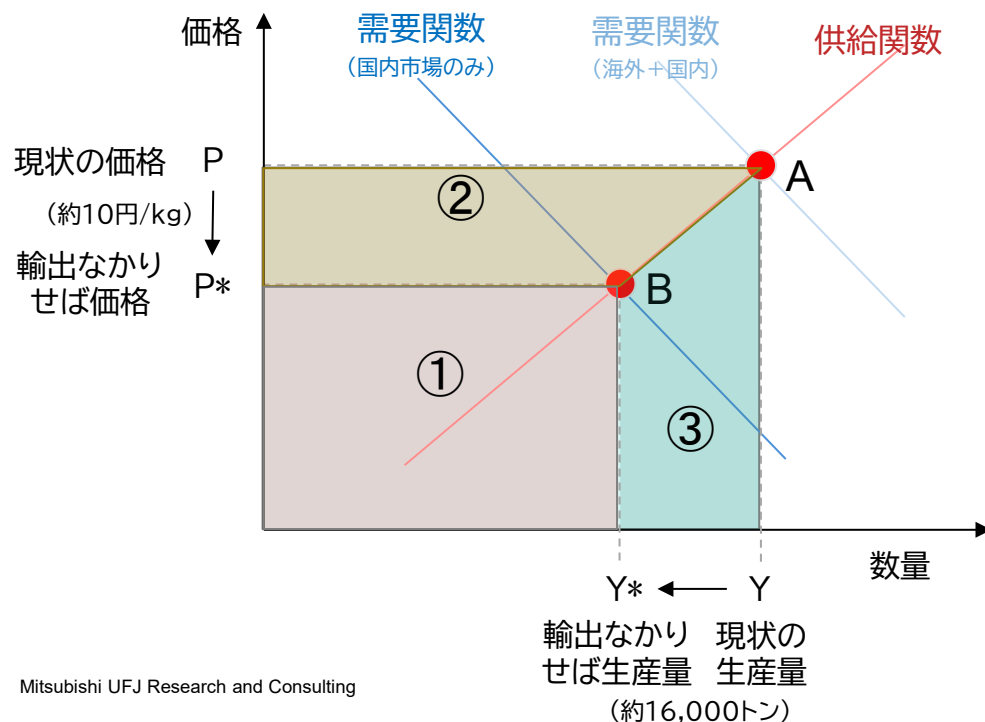
効果の考え方



(出所) A3~A5 ランク和牛の「めす」および「去勢」を対象とした分析

②農家の所得向上

- 前掲の「現状」と「輸出なかりせば」における生産額の差異をもとに、仮に輸出がなかった場合と比べてどれだけ生産者の所得が増加しているかを推計した。
- 前掲の価格下支え効果は枝肉卸売価格だが、これと同じ割合だけ生産者段階における販売価格・生産量が減少することを想定した。
- 以上より、**輸出により、生産者の所得は113億円増加**していると推計された。



輸出による効果(左図②の部分)
計 113億円所得が増加

(参考資料)

価格下支え効果の推定方法

推計に使用した価格弾力性

りんご

- 価格弾力性を推計した既存研究を以下に整理した。
- りんごの価格下支え効果の推計では、需要の価格弾力性は「 -0.833 」を、供給の価格弾力性は「 0.5692 」を使用した。

需要の価格弾力性

	タイトル	著者	文献	対象品目	使用データ	需要の価格弾力性の推定結果	モデル・特徴
1	少子高齢化と地球温暖化が食料需要に与える影響	松田敏信	日本家政学会誌 Vol.62 No.6 347 ~ 359 (2011)	食品12分類	2000年1月~2008年12月の月次データ(49都市パネルデータ)	-0.833 (果物)	<ul style="list-style-type: none"> LA/QUAIDS
2	AIDS(Almost Ideal Demand System)による食料需要体系分析	ガンガ伸子	日本家政学会誌 Vol.56 No.8 511~519 (2005)	食品12分類	総務省『家計調査年報』1980年~2002年の23年間の地方別データ	-0.7332 (1980-1989) -0.6046 (1990-2002) (果物)	<ul style="list-style-type: none"> LA/AIDS
3	Analysis of the Food Consumption of Japanese Households	Chern et al.	FAO ECONOMIC AND SOCIAL DEVELOPMENT PAPER	食品11分類	家計調査(1997年)の個票データ	$-0.648 \sim -0.677$ (果物)	<ul style="list-style-type: none"> AIDS・LA/AIDS等
4	時系列分析による食料需要関数の推計	唯是康彦	統計学第89号 2005年9月	りんごなど232品目	総務省『家計調査』1980年第1四半期~2004年第4四半期(96期)	-0.993 (りんご)	<ul style="list-style-type: none"> 説明変数:実質消費総額(所得)、相対価格 自己回帰移動平均モデルを使用(ARMA)

供給の価格弾力性

	タイトル	著者	文献	対象品目	使用データ	供給の価格弾力性の推定結果	モデル・特徴
1	りんごの需要動向と輸入解禁の影響	梶川千賀子	農林業問題研究(第116号・1994年9月)	りんご	1986~1993年度『東京都中央卸売市場年報』	0.5692	<ul style="list-style-type: none"> りんごの熟期別・品種別に推計

推計に使用した価格弾力性

茶

- 茶や飲料の価格弾力性を推計した既存研究を以下に整理した。
- 価格下支え効果の推計では、需要の価格弾力性は「 -0.93 」を、供給の価格弾力性は「 0.28 」を使用した。

需要の価格弾力性

	タイトル	著者	文献	対象品目	使用データ	需要の価格弾力性の推定結果	モデル・特徴
1	牛乳需要の計量経済分析 -QUAIDSモデルを用いた弾力性の推計	佐藤秀保・斎藤勝宏	農業経済研究 第89巻, 第3号, 214-219 (2017)	飲料4類型	総務省『家計調査』(月次データ) 2000年1月~2014年12月までの180か月間	-0.93 (茶類)	<ul style="list-style-type: none"> • QUAIDS
2	少子高齢化と地球温暖化が食料需要に与える影響	松田敏信	日本家政学会誌 Vol.62 No.6 347 ~ 359 (2011)	食品12分類	2000年1月~2008年12月の月次データ(49都市パネルデータ)	-0.981 (飲料)	<ul style="list-style-type: none"> • LA/QUAIDS
3	AIDS(Almost Ideal Demand System)による食料需要体系分析	ガンガ伸子	日本家政学会誌 Vol.56 No.8 511~519 (2005)	食品12分類	総務省『家計調査年報』1980年~2002年の23年間の地方別データ	-1.5134 (1980-1989) -0.6361 (1990-2002) (飲料)	<ul style="list-style-type: none"> • LA/AIDS
4	時系列分析による食料需要関数の推計	唯是康彦	統計学第89号 2005年9月	232品目	総務省『家計調査』 1980年第1四半期~2004年第4四半期(96期)	-0.535 (緑茶)	<ul style="list-style-type: none"> • 説明変数: 実質消費総額(所得)、相対価格 • 自己回帰移動平均モデルを使用(ARMA)

供給の価格弾力性

	タイトル	著者	文献	対象品目	使用データ	供給の価格弾力性の推定結果	モデル・特徴
1	緑茶の供給反応	多田稔	農業経営研究 . 24(2), 52-63. (1986)	緑茶	「茶統計年報」および「農村物価賃金統計」(1961~83年)	0.28 (全国)	<ul style="list-style-type: none"> • 生産量を過去の価格に回帰

推計に使用した価格弾力性

ホタテ貝

- ホタテ貝の価格弾力性についての推計事例は多くないが以下のようなものが挙げられる。
- 他財の影響等を導入したものは無く、全てホタテ貝単独で推計されたものである。
- これらの結果を総合して、-2.0程度の需要の価格弾力性を設定する。
- なお、「鮮魚」「あさり」「かき」「ほたて」「塩干製品」「練り製品」「その他の魚介類製品」「肉類」のデータを利用してAIDSモデルにて推計すると-1.7883となり、違いは大きくないと考える。

	タイトル	著者	需要の価格弾力性の推定結果	モデル・備考
1	「ホタテガイの中国向け輸出拡大と国内産地への影響等に関する考察」農林水産政策研究 第31号(2019.12):31-50	河原昌一郎ら	-2.47	家計調査からホタテ貝の消費のデータのみ利用 農林水産政策研究所「主要農水産物の輸出の現状と輸出に向けた取組」にも掲載
2	「日本の水産物輸出変動要因に関する分析」農業経営研究,55(2)	多田稔ら	-1.28 ~-2.12	米国における輸入ホタテの価格弾力性。
3	「時系列分析による食料需要関数の推計」統計学,89(2005)	唯是康彦	-1.678	ARMAモデルによる推計。説明変数は実質消費総額、当該品目の相対価格(消費者物価指数でデフレート)

推計に使用した価格弾力性

牛肉

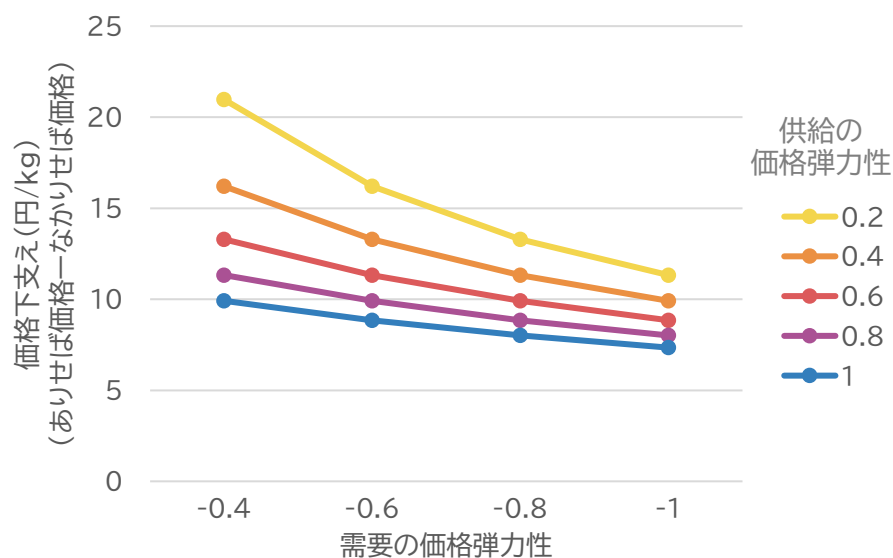
- 牛肉の価格弾力性を推計した既存研究を以下に整理した。
- 価格下支え効果の推計では、需要の価格弾力性は「 -0.753 」を、供給の価格弾力性は「 0.537 」を使用した。

	著者	タイトル	文献	推定値
需要の価格弾力性	高橋昂也・前田幸嗣	合理的習慣形成モデルによるわが国牛肉需要構造の計量経済分析—関税削減の品種別影響分析の観点から—	九州大学大学院農学研究院学芸雑誌. 70 (2), pp.39-49, 2015-09-18. 九州大学大学院農学研究院	-0.753 (和牛)
供給の価格弾力性	深川欣彦・高橋昂也・前田幸嗣	牛肉新マルキン事業のTPP対策効果	食農資源経済論集68巻2号 p. 33-43 2017年10月	0.537 (和牛)

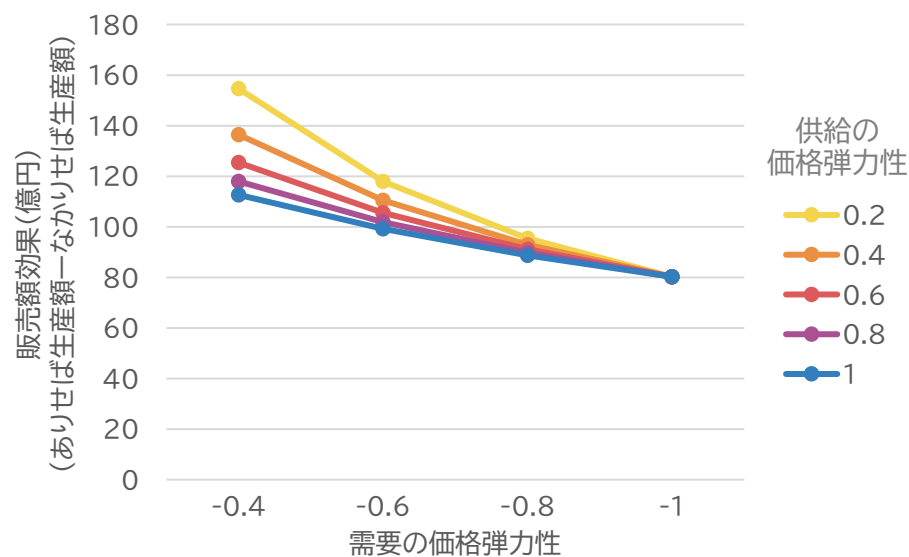
(参考) 感度分析

- 前掲の推計結果は価格弾力性に依存する。
- 例としてりんごについて価格弾力性の感度分析をおこなったところ、弾力性の値が異なっていたとしても、8円～15円/kg程度の価格下支え効果が見込まれ、80～140億円程度の販売額増加効果が見込まれる。

価格下支えの感度分析



販売額増加の効果の感度分析



(参考資料)

産業連関分析との関連性およびより大きな経済効果とするための改善点の導出

産業連関分析との関連性

産業連関分析との関連性

- 産業連関分析を用いた輸出の経済効果については、農林水産政策研究所にて実施するため、本委託事業における分析には含まれない。
- 本委託事業において算定した価格の下支え効果と、産業連関分析の関係を以下の通り整理した。

	本委託事業における効果算定 (価格下支え効果)	産業連関分析による効果算定 (農林水産政策研究所にて実施)
分析方法	<ul style="list-style-type: none"> 部分均衡モデルにより、仮に現状の輸出がゼロとなった場合の国内の需給均衡を推計 現状の生産額と輸出なかりせばの生産額の差分より生産額効果を算出。また生産者の所得(純益)の変化額も算定 	<ul style="list-style-type: none"> 輸出額1兆円が増加した場合のわが国国内経済全体への生産誘発額を産業連関分析により推計。 生産誘発額は、「直接効果」、「第1次間接効果」「第2次間接効果」の3段階に分けて計測。
想定シナリオ	<ul style="list-style-type: none"> 現状の輸出が仮になくなった場合との比較 	<ul style="list-style-type: none"> 2022年の品目別の輸出割合で、農林水産物・食品の輸出が1兆円増加した場合との比較
対象品目・産業	<ul style="list-style-type: none"> 農産物・食品5品目 (りんご、牛肉、茶、日本酒、ホタテ) 	<ul style="list-style-type: none"> 農林漁業、飲食料品等、様々な産業への波及効果(産業連関表部門分類に基づく)
算定対象	<ul style="list-style-type: none"> 現状と輸出なかりせばの生産額の変化 生産者の所得(純益)の変化 	<ul style="list-style-type: none"> 輸出増加による直接効果 第1次間接効果、第2次間接効果

より大きな経済効果とするための改善点の導出

より大きな経済効果とするための改善点の導出

- 以上の分析結果を踏まえて、主に生産者の業務範囲(生産プロセスや流通、販売等)を中心として、ヒアリング調査等に基づき改善点の仮説を検討し、現状の課題を整理した。
- また、こうした課題を解決するために求められる政策的方向性を整理した。

輸出効果の増加に向けた改善点の仮説	現状・課題	政策的な方向性(案)
<p><u>(産地でまとまった輸出)</u></p> <ul style="list-style-type: none">• 個別の輸出ではなく、産地単位でまとめて生産におけるストーリーとともに輸出することで地域への波及効果が見込まれる。(インバウンド効果等)	<ul style="list-style-type: none">• 個別に取り組んでいる場合も多く地域・産地として輸出に取り組めていない。	<ul style="list-style-type: none">• 産地形成・ブランド化の後押しのためのプロモーション支援• 輸出に伴い必要となる各種リソースの支援
<p><u>(輸出先ニーズを踏まえた生産)</u></p> <ul style="list-style-type: none">• 海外需要の大きい高品質の農産物や有機認証品等を戦略的に生産することで、より高価格で販売できるようになる。	<ul style="list-style-type: none">• 生産者の高齢化や後継者不足が深刻であり、現状以上に手間のかかる生産(有機栽培や輸出向けの栽培管理等)へ移行する余力がなく、対応が難しい。	<ul style="list-style-type: none">• 輸出先国におけるニーズの調査及び生産者への還元• 輸出の成功事例の展開やガイドライン化による心理的ハードルの除去
<p><u>(輸出を意識した生産への意識転換)</u></p> <ul style="list-style-type: none">• 日本から輸出された農産物・食品が海外で高く評価されていることを生産者へ訴求することで、生産継続の意欲向上や、輸出を意識した生産・出荷に繋がる可能性がある。	<ul style="list-style-type: none">• 現状は、生産者からの販売段階では、輸出向けと国内向けで区別されていない(同じ品質であれば同じ価格)場合が多く、国内・海外のいずれで販売されているか分からない状況。	<ul style="list-style-type: none">• 輸出農産物の評価の生産者への還元・サプライチェーンの見える化• 生産者が商社やインポータと直接繋がるマッチング支援

(参考資料)
輸出に関連した情報収集(りんご)

国内のりんご生産量

- 日本国内におけるりんごの出荷量(2022年産)は67万トン。うち青森県産が40万トンを占める。
- 生産量を品種別に見ると、「ふじ」が約5割を占め、次いで「つがる」、「王林」、「ジョナゴールド」となっている。

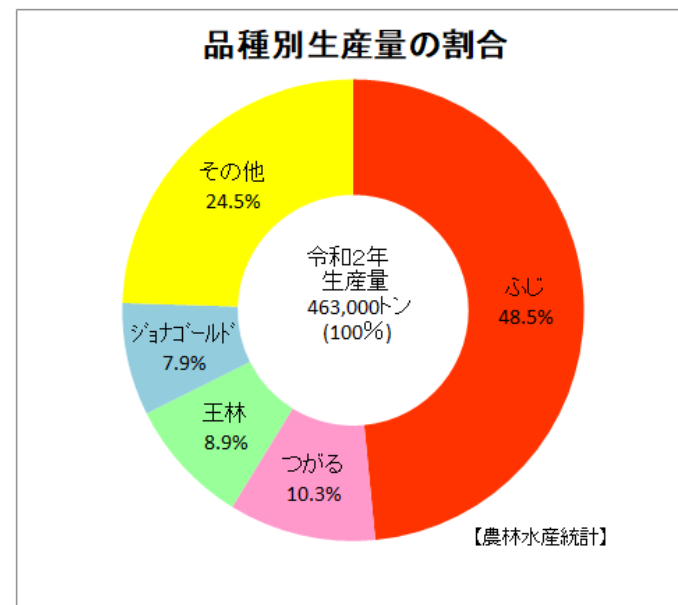
令和4年産りんごの結果樹面積、10a当たり収量、収穫量及び出荷量

1 りんご計

全 国 都 道 府 県	結果樹面積 ha	10a 当 た り 収 量 kg	収 穫 量 t	出 荷 量 t	対前年産比			
					結 果 樹 面 積 収 量 %	10a 当 た り 収 穫 量 %	収 穫 量 %	出 荷 量 %
全 国	35,100	2,100	737,100	669,800	99	112	111	112
北 海 道	518	1,460	7,560	6,280	100	95	95	84
青 森	19,600	2,240	439,000	398,600	99	106	106	106
岩 手	2,250	2,130	47,900	41,500	99	114	113	114
宮 城	174	1,570	2,730	2,330	104	117	122	123
秋 田	1,180	1,910	22,500	21,000	99	145	143	147
山 形	2,070	1,990	41,200	36,500	98	130	128	129
福 島	1,160	2,040	23,700	21,000	99	128	127	130
群 馬	399	1,940	7,740	7,200	99	132	131	129
富 山	87	1,330	1,160	1,080	101	99	101	101
石 川	46	1,510	695	649	100	102	102	104
山 梨	47	1,530	719	649	96	107	103	108
長 野	6,870	1,930	132,600	124,200	98	122	120	121
岐 阜	79	2,150	1,700	1,550	99	121	120	120
広 島	87	1,830	1,590	1,570	100	132	131	132

(出所) 農林水産省作物統計作況調査

青森県の品種別りんご生産量



(出所) 青森県庁ウェブサイト
<https://www.pref.aomori.lg.jp/soshiki/nourin/ringo/ringo-data022.html>

青森りんごの販売数量・販売金額

販売価格の推移

- 青森りんごの販売数量・販売金額の推移は以下の通り。
- 2011年(平成23年)には産地の価格が高騰し、輸出が減少。

青森りんごの販売金額および数量



青森りんごの価格の推移



(出所)りんご大学

(<https://www.ringodaigaku.com/study/statistics/price2.html>)

資料提供: 青森県りんご果樹課調べ

青森りんごの輸出の現状

主に現地ヒアリングより

- 青森県におけるりんごの輸出は、平成14年に台湾がWTOへ加盟したことを契機に、台湾を中心として増加
- 平成22年産からは記録的な円高を背景に減少に転じ、特に、**平成23年産では産地の価格高により1万トン**を下回る状況となった。
- その後は、県と関係団体が連携して販売促進に努めたことなどから輸出量は回復。
- **近年の輸出量は3~4万トンで推移しており、生産量に対する輸出量は5%~10%程度**
- メインとなる輸出先は台湾であり、台湾では「青森りんご」としてほとんどの百貨店、スーパーで販売されている。かつては贈答品であったが、現在は一般の産品（他国産のりんごよりは高品質・高価格の商品）として販売されている。
- 台湾については2002年のWTO加盟後大幅に増加しており、現在ではルートも確立されているところ。一方で、中華系の顧客は旧正月に需要が集中することから、選果・流通能力としては限界とも考えられ、それ以外のルートも模索する必要。
- タイ、ベトナムについては検疫が厳しく、園地登録の関係から対応できるのが系統ルートとなる。市場から商品を集める商系ルートでは難しい。
- 今後は、大市場である米国への輸出を拡大しようという動きもある。

りんご 輸出量(全国)

単位:トン

区分	平成22年産	平成23年産	平成24年産	平成25年産	平成26年産	平成27年産	平成28年産	平成29年産	平成30年産	令和元年産	令和2年産
台湾	15,912	8,459	13,214	16,561	23,417	27,301	20,215	23,519	21,618	22,543	23,953
香港	1,134	875	1,192	2,596	5,416	6,713	5,418	8,146	9,618	7,136	8,894
中国	405	155	100	280	672	1,622	1,225	50	7	-	11
タイ	309	233	257	248	301	308	261	695	1,041	1,138	753
シンガポール	48	33	34	69	151	165	138	173	259	335	309
マレーシア	9	6	11	18	48	70	41	77	73	54	48
インドネシア	62	57	44	61	27	33	27	106	171	128	62
フィリピン	21	14	13	13	27	50	48	55	51	77	48
ベトナム	3	-	-	8	-	21	164	299	338	337	339
その他	36	33	34	33	57	21	23	29	18	25	15
合計	17,940	9,867	14,898	19,886	30,115	36,304	27,558	33,150	33,194	31,772	34,432

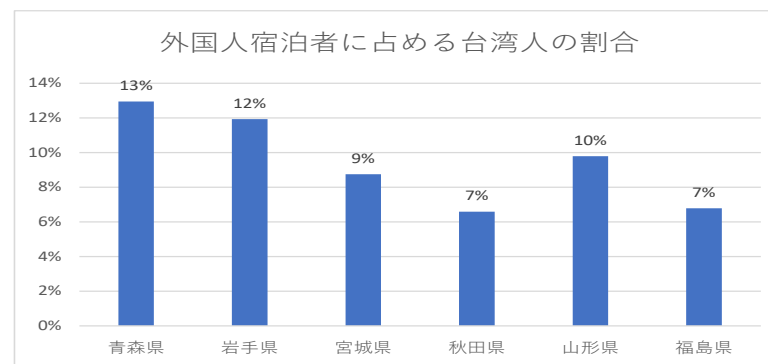
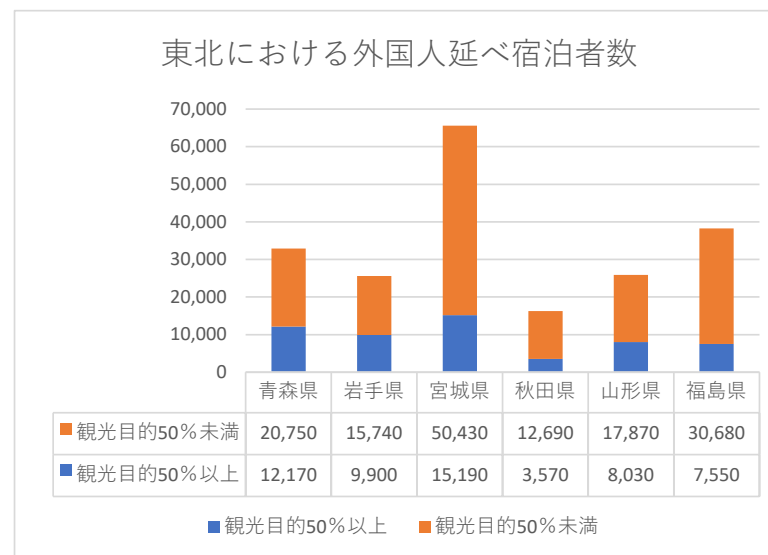
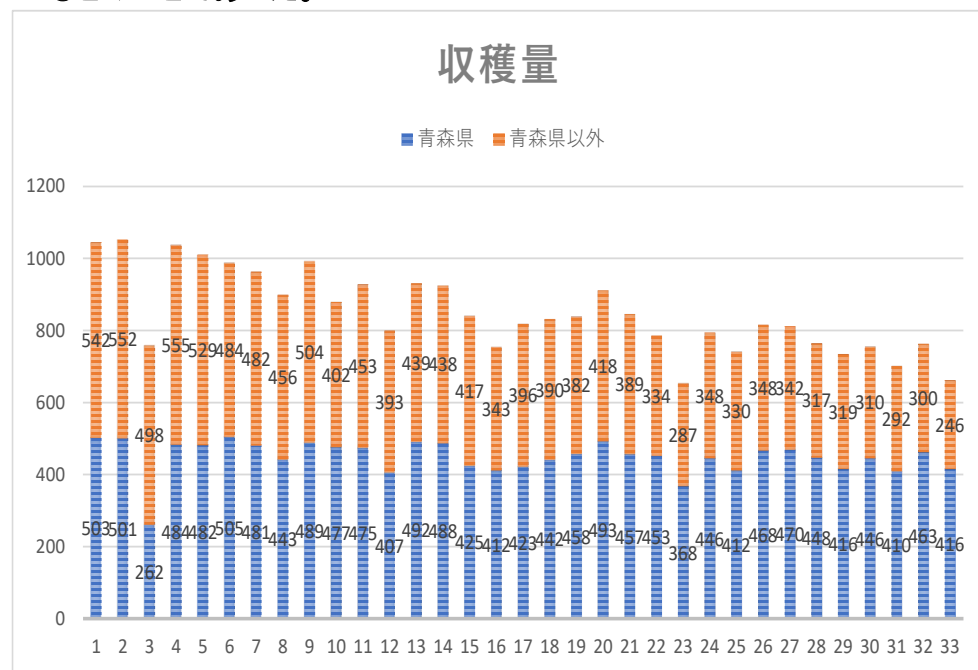
資料:財務省貿易統計 年産:当該年9月~翌年8月

(出所)青森県庁ウェブサイト(<https://www.pref.aomori.lg.jp/soshiki/nourin/ringo/ringo-data04.html>)

りんご輸出によるその他の効果

主に現地ヒアリングより

- 価格の下支えにつながっていることから全国に比べて生産が維持されており、青森県内のりんごに携わる様々な産業にも恩恵が生じている。また、後継者等も出てきつつある。
- また、高品質のりんごが高く販売できることから、生産技術等の向上にもつながっている。
- 台湾では、「青森りんご」がブランドとして広く認知されているとのこと。検証はできていないが、インバウンド等につながっている可能性もあるとのことであった。



参考情報

青森県りんごの貯蔵形態

- 青森県にはりんごを冷却するだけでなく、同時に呼吸作用を調整し、収穫時の鮮度を長期間保つことができる「CA貯蔵」があり、令和3年現在、貯蔵収容能力の約46%を占める。
 - 「CA貯蔵」とは、“Controlled Atmosphere Storage”の略で、空気組成を人為的に調整して低温で管理し、りんごの呼吸を抑制することにより長期間鮮度を保つことができる。
 - 空気中に21%含まれる酸素を1.8～2.5%に下げ、0.04%含まれる炭酸ガスを1.5～2.5%に高めて、0℃程度で貯蔵する方法により、1年中新鮮なりんごを楽しむことができる。
(青森県庁「青森りんご令和3年度版」より)

青森県りんご貯蔵倉庫の収容能力

(単位:トン)

区分	普通冷蔵庫	CA冷蔵庫	簡易冷蔵庫	計
移出業者	89,160	114,088	600	203,848
農協	77,875	49,059	480	127,414
出荷組合	11,165	3,734	1,312	16,211
倉庫業者	2,097	0	0	2,097
生産者	6,923	1,360	12,968	21,251
計	187,220	168,241	15,360	370,821

※実質貯蔵能力 370,821 × 1.2 ÷ 445千トン

(出所) (一社)青森県りんご輸出協会
「青森りんごのグローバル産地づくりについて (青森りんご輸出の取り組み)」
(<https://www.maff.go.jp/tohoku/kihon/yusyutu/kyougikai/attach/pdf/30seminar-2.pdf>)

参考情報

青森県におけるりんご輸出戦略

- 深澤(2016)では、青森県のりんご輸出が一体的に取り組まれたのは2004年以降であると指摘している。
- 青森リンゴの輸出戦略を県の関係組織が一体となって取り組んだのは2004年からで、同年に発足した「青森県農林水産物輸出促進協議会」が中心となって動き始めている。
- 協議会の構成員は県、全農青森県本部、青森県りんご商協連、青森県りんご輸出協会、青森県りんご対策協議会、市町村代表などリンゴ関係団体を中心に水産団体も含めて構成される。ほたて、なまこ等の水産物、ながいも、米、リンゴジュースなども輸出品目として扱っているが、主力は生食用リンゴである。
- 輸出促進の基本的な考え方は、輸出相手国の状況に応じ、段階的な輸出促進活動を展開し、市場開拓を図るというものである。2010年11月にリニューアルされた「青森県農林水産物輸出促進戦略」では、相手国をフェーズ1から5まで分類して対処している。
- その後、2014年3月に「青森県輸出拡大戦略」に継承されているが、基本的な戦略はこれまでの輸出促進戦略が踏襲されている。

(出所) 深澤守(2016)「青森県におけるリンゴ輸出促進販売戦略と課題」(http://ca-ringo.jp/material/aomoriappleexchange_j.pdf)より引用

- 黄(2016)では、青森のりんごの輸出は、国内供給量と相場への調整手段であることを指摘している。
- 青森りんごの輸出には次のような特徴がみられる。まず生産量に占める輸出の比率は低い。昭和30年代から増え始め、40年代中頃ピークを迎えたが、輸出量が一番多いときでも全生産量の3-4%しかなかった。そしてこの間輸出量が増加傾向にあるとはいえ、一進一退の様子が読み取れる。それはりんごの生産に豊作と凶作が交互に繰り返される現象と関連がある。つまり不作の年に国内販売価格が上昇すると、輸出への意欲が低下するが、豊作の年に国内販売価格が下落すると、供給量と国内相場の調整手段として加工と輸出向けの拡大が強調されるのである。
- 次に香港、台湾、フィリピンが主な輸出先となっている。これらの国や地域では、戦後日本との経済水準の差が拡大するなか、価格の安い小玉りんごを主に輸入していた。ただ外貨事情の悪化などで非生産財のりんごに対する輸入制限や、台湾のように政府が毎年予めりんごの輸入量を公表する輸入統制などが行われた。
- 要するに、県外出荷りんごの95%以上が国内市場に向けられ、その価格水準が生産者と出荷業者の収入を左右することから、国内相場維持にプラスの効果が期待される小玉りんごの輸出拡大が業界全体の課題であった。つまり輸出は国内供給量と相場への調整手段として位置付けられたのである。

(出所) 黄孝春「増産期青森りんごにおける共同販売の実態」人文社会科学論叢 1 (2016): 113-128. より引用

(参考資料)
輸出に関連した情報収集(茶)

荒茶生産量

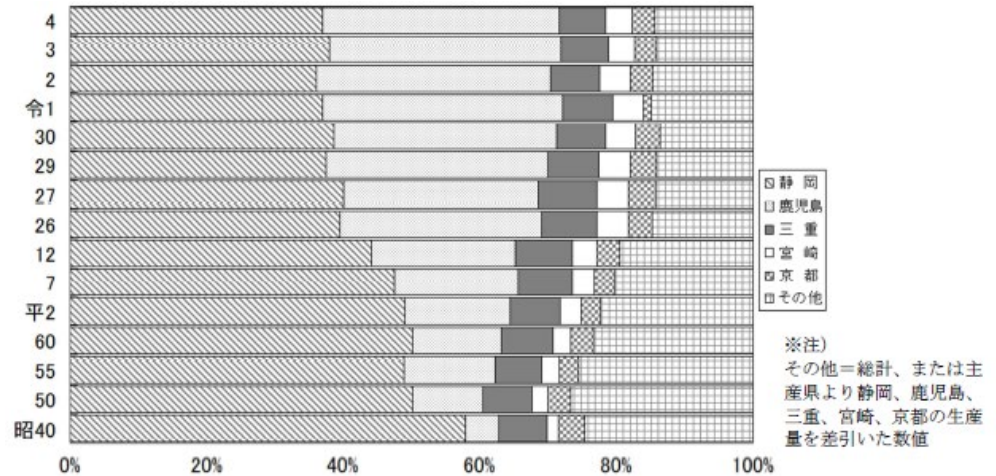
- 静岡県の荒茶生産量は28,600トンで令和4年時点で日本全国1位であるものの、昭和55年をピークに減少基調にある。対して、鹿児島県は令和4年時点で26,700トンであり、生産量は現在まで継続的に増加基調にある。

府県別荒茶生産量（単位：t）

年次 府県	昭40	50	55	60	平2	7	12	17	22	27	令2	3	4
静岡	44,801	52,989	50,100	48,000	44,100	40,300	39,400	44,100	33,400	31,800	25,200	29,700	28,600
鹿児島	3,811	10,774	13,600	12,400	13,800	15,400	18,900	23,900	24,600	22,700	23,900	26,500	26,700
三重	5,524	7,620	7,090	7,200	6,620	6,650	7,410	8,110	7,100	6,830	5,080	5,360	5,250
宮崎	1,293	2,401	2,570	2,410	2,760	2,720	3,170	3,660	3,570	3,620	3,060	3,060	3,000
京都	2,936	3,485	2,900	3,150	2,510	2,550	3,020	3,300	2,640	3,190	2,360	2,450	2,600
福岡	1,291	2,332	2,070	1,910	1,740	1,790	2,090	2,260	2,280	1,940	1,600	1,650	1,750
奈良	2,321	3,921	3,600	3,120	2,870	2,440	2,910	2,850	2,050	1,700	1,490
佐賀	938	1,443	1,930	1,950	1,930	1,740	1,980	2,030	1,570	1,240	1,140
熊本	1,213	2,345	2,500	2,480	2,340	1,820	1,940	1,910	1,380	1,140	1,120	1,280	1,290
愛知	875	1,358	1,240	1,240	1,080	852	899	1,090	929	887	744
長崎	880	1,473	1,340	1,290	1,130	905	1,080	975	676	709	578
滋賀	1,462	1,927	1,560	1,240	1,110	900	859	856	755	...	549
岐阜	964	1,674	1,540	1,390	1,120	968	...	820	637	...	470
埼玉	1,915	2,949	2,710	1,300	1,600	1,400	1,060	1,040	729	598	754	728	729
高知	560	1,296	1,090	1,030	730	491	347	...	168
茨城	1,272	1,171	912	642	504	410	308	...	260
主産県計	72,056	99,158	96,692	90,752	85,944	80,435	84,718	97,800	83,000	76,400	68,503	70,700	69,900
その他	5,375	6,291	5,608	4,748	3,956	4,365	4,582	2,200	2,000	3,100	1,297	7,400	7,300
全国	77,431	105,449	102,300	95,500	89,900	84,800	89,300	100,000	85,000	79,500	69,800	78,100	77,200

*主産県とは、直近の作付面積調査の全国調査年における全国の茶栽培面積の概ね80%を占めるまでの上位都道府県、及び茶の畑作物共済事業を実施し半相殺方式を採用している都道府県である。なお、平成2年産以前は全国調査であり、16府県の集計値を主産県計とした。
（資料：農林水産省「農林水産統計」）

府県別荒茶生産量の構成比



（出所）静岡県経済産業部農業局お茶振興課「静岡県茶業の現状」（令和5年3月）

緑茶出荷額

■ 静岡県の仕上茶(緑茶)出荷額の全国シェアは近年55%前後で推移しており、2位の京都を大きく引き離している。

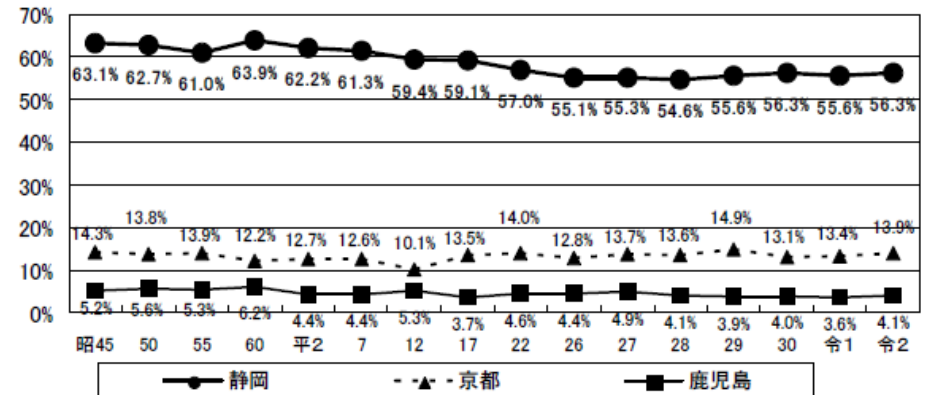
府県別の仕上茶(緑茶)の出荷額、単位:百万円

年次 府県名	昭 45	50	55	60	平 2	7	12	17	22	27	令元	令 2
北海道	X	X	2,375	2,457	2,310	2,642	2,207	X	X	X	775	X
茨城	779	1,291	1,433	757	409	407	417	456	864	1,097	1,038	891
埼玉	1,185	1,894	3,437	3,326	4,583	4,806	4,784	3,458	3,327	1,997	1,891	982
神奈川	X	477	781	X	2,192	2,192	3,228	2,520	1,983	1,758	803	965
岐阜	231	464	1,236	1,639	1,783	2,409	3,040	2,035	1,836	827	1,173	1,485
静岡	40,526	90,582	135,310	155,762	170,802	184,318	196,505	179,343	128,489	139,515	133,942	115,890
愛知	161	183	1,796	2,589	4,646	6,170	8,067	7,179	6,701	9,566	15,093	12,042
三重	1,559	3,876	3,039	3,225	2,152	2,188	6,880	5,947	3,987	12,302	6,538	4,368
滋賀	571	1,280	2,134	2,038	1,994	2,137	2,425	1,559	1,400	1,106	1,284	644
京都	9,176	19,898	30,849	29,644	34,896	37,910	33,557	40,934	31,610	34,541	32,315	28,646
大阪	513	1,477	1,699	2,840	3,788	4,681	5,122	5,016	4,673	4,169	3,628	2,725
奈良	641	1,706	2,754	3,098	4,633	3,293	3,148	1,814	948	1,206	1,846	1,547
鳥根	257	1,593	3,200	3,390	4,401	5,176	5,782	10,280	5,165	5,761	4,538	3,679
高知	224	666	783	421	333	4,408	3,966	213	82	467	538	273
福岡	835	2,321	4,149	4,475	6,794	8,765	12,116	9,927	8,581	10,444	9,077	7,949
佐賀	327	1,771	2,573	2,489	3,072	2,820	3,546	2,816	2,370	1,451	1,354	991
長崎	101	717	1,052	1,024	1,630	2,231	4,531	1,820	386	659	631	421
熊本	270	891	1,264	1,192	1,425	1,210	2,467	2,220	2,512	1,201	1,131	738
宮崎	328	701	1,225	1,522	1,709	1,310	1,952	1,862	1,142	779	1,245	702
鹿児島	3,311	8,140	11,851	15,148	11,996	13,192	17,550	11,183	10,415	12,447	8,594	8,531
その他	3,188	4,489	9,047	6,904	8,921	8,210	9,524	12,914	9,003	11,194	13,484	12,509
全国計	64,183	144,407	221,987	243,940	274,459	300,475	330,814	303,496	225,474	252,487	240,918	205,968

*昭和60年以降は従業員4人以上 ※Xは未公表値

(資料: 経済産業省「工業統計表」)

府県別の仕上茶(緑茶)出荷額のシェアの推移



荒茶価格

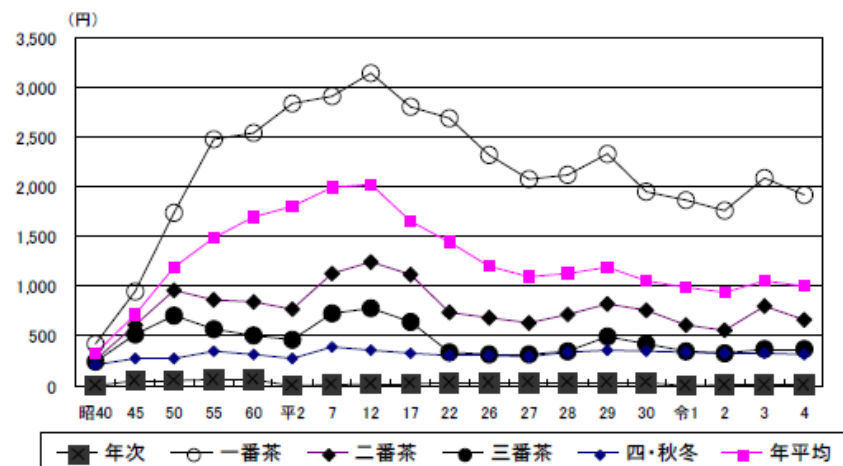
■ 静岡県産の荒茶価格は近年、低下基調にある。

茶期別荒茶価格、単位：円 / kg

年次	一番茶	二番茶	三番茶	四・秋冬	年平均
昭 40	416	255	238	205	317
45	944	602	512	273	710
50	1,732	957	704	274	1,192
55	2,477	860	560	340	1,483
60	2,542	835	505	315	1,689
平 2	2,834	765	457	272	1,802
7	2,912	1,124	726	390	*1,986
12	3,137	1,244	774	353	*2,024
17	2,798	1,116	637	327	*1,650
22	2,684	730	331	300	*1,438
27	2,075	627	310	291	1,091
28	2,113	716	340	329	1,123
29	2,328	823	486	359	1,192
30	1,946	757	412	348	1,053
令元	1,864	609	342	336	984
2	1,760	555	320	323	932
3	2,085	800	360	318	1,053
4	1,920	659	362	311	997

*年平均価格（H7～23年）は、経済連の茶期別荒茶価格及び静岡農政事務所の茶期別荒茶生産量を使用して茶業農産課で算出。H24以降は経済連調べ。
（資料：静岡県経済連）

茶期別荒茶価格の推移（1kg 当たり）〔静岡県経済連、お茶振興課〕



生葉価格

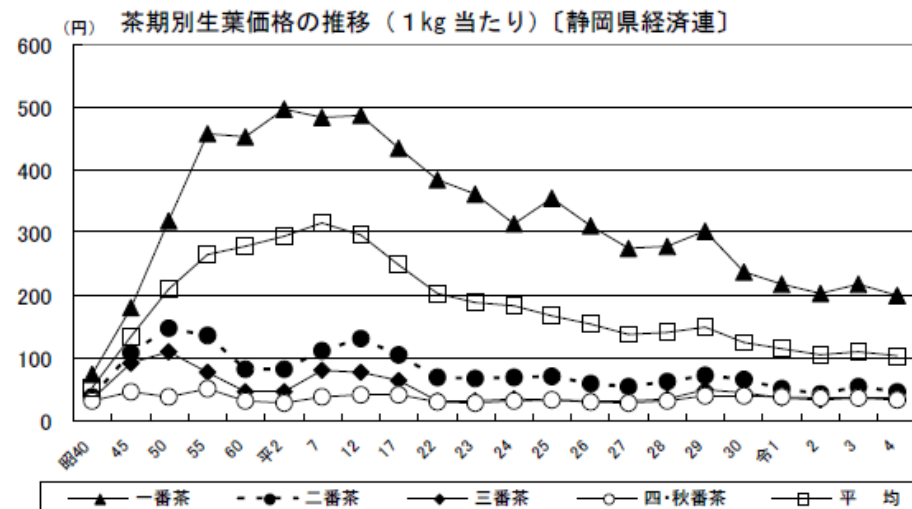
■ 静岡県産の生葉価格は近年、低下基調にある。

茶期別生葉価格〔静岡県経済連〕、単位：円 / kg

茶期別生葉価格の推移(1kg 当たり)〔静岡県経済連〕

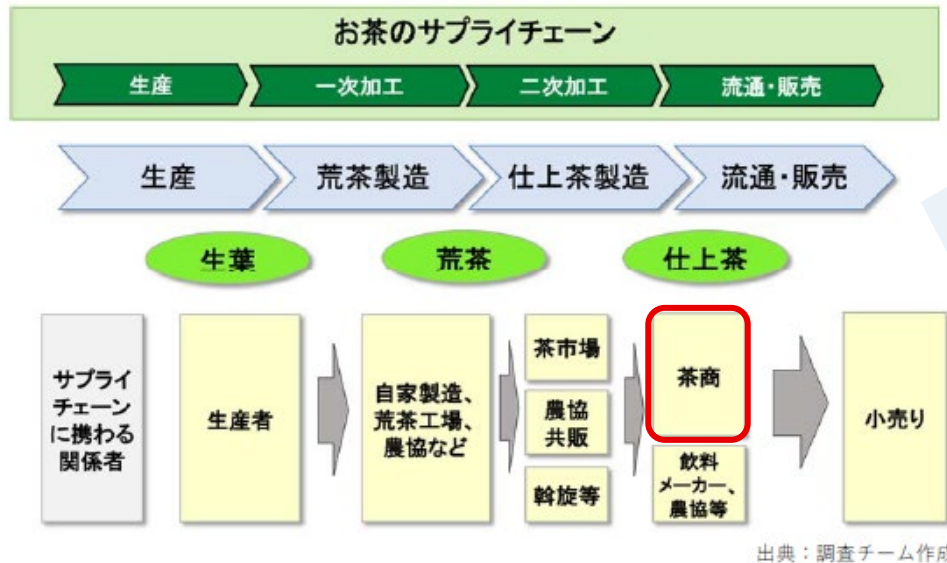
茶期 年次	一番茶	二番茶	三番茶	四・秋番茶	平均 価格	前年対比
昭 40	73	38	34	31	52	—
45	180	107	91	45	133	—
50	319	147	109	37	209	137.7%
55	457	136	77	51	265	93.8%
60	453	81	46	31	278	97.2%
平 2	497	81	45	28	294	97.0%
7	484	111	79	38	315	107.1%
12	487	131	76	40	295	84.5%
17	434	105	64	40	249	92.6%
22	384	68	31	29	203	97.6%
23	361	67	31	28	188	92.6%
24	313	68	34	31	183	97.3%
25	355	70	32	32	167	91.3%
26	311	59	31	29	154	92.2%
27	274	54	30	27	137	89.0%
28	278	61	34	31	141	102.9%
29	302	71	48	39	149	105.7%
30	237	65	44	39	124	83.2%
令元	218	51	36	37	114	91.9%
2	203	42	32	35	105	92.1%
3	218	54	36	35	109	103.8%
4	200	45	36	33	102	93.6%

(資料：静岡県経済連)



流通構造

- 茶の流通は、「生葉流通」、「荒茶流通」、「仕上げ茶流通」の3つに大別される。生葉流通は茶の産地で生産、摘採された生葉が荒茶工場に持ち込まれるまでのプロセスである。荒茶流通は荒茶が茶市場、農協等を通じて茶商に流通するまでのプロセスである。仕上げ茶流通は荒茶が加工され、消費者に渡るまでのプロセスを指す。茶が生産者から消費者に渡るまでのサプライチェーンは、間に茶商をはじめとする流通業者が介在する間接流通が大半を占めており、取引形態も多様である。茶の流通経路はおおむね下図のようになっている。



(出所) 農水省「平成30年度 茶の流通合理化に関する調査委託事業 報告書」

- 荒茶から仕上げ茶への流通で大きな役割を果たしているのが茶商(製茶問屋)である。茶商は卸売り、保管、包装といった流通機能のみならず、製造、加工機能を持つ。静岡県などの茶産地の茶商の多くは荒茶の再製工場を有している。消費者の好みに合わせた仕上げ茶となるようにブレンドや火入れといった仕上げ茶の再製を行い、茶の専門小売店やスーパーなどに卸している。茶産地以外の茶商は、産地の茶商から買い付けているケースがほとんどである。
- 荒茶の流通の売り手と買い手を仲介するものとしては、茶市場の他に斡旋商が関わる場合もある。斡旋商は茶商と異なり自らで在庫を持たず、茶の売買の対価として手数料を得ている。斡旋商が流通に介在する割合は地域によって異なり、特に静岡県が多い。仕上げ茶の小売りは主に茶の専門小売店やスーパー、百貨店等が担っている。茶を扱う専門小売店の数は減少傾向にある。近年では茶農家自らが自園自製自販で通信販売などを活用して消費者と直接結びつくケースもある。
- 主にペットボトルを中心とした緑茶ドリンクも茶の流通で主要な位置を占める。緑茶ドリンクに関しては、飲料メーカーが茶商などから買い付け、自社で製造加工し、スーパーやコンビニエンスストア、自動販売機などで販売している。同様に、菓子や食品などに含まれる加工用原材料も、茶の流通で一定の位置を占めると考えられる。

静岡県における茶の輸出について

ヒアリング調査より

■ 茶葉の輸出状況把握の可能性

- 茶輸出に携わる中で、県としても県産茶葉の輸出構造やマージンの情報を掴みあぐねているのが現状。
- 茶の場合は原則として、様々な産地の茶葉を混ぜて仕上げる。例えば1つのロット内でも茶商による加工の段階で色々な産地の茶葉を混ぜて品質を担保しており、それが茶商の技術いる。そうすることで輸出対応にしたり、味を安定させたりしている。
- 鹿児島などの産地では他県から茶葉を買って輸出をする事業者はいないが、もともと茶の集積地であった静岡には多くいる。逆に、静岡産の茶葉を県外の茶商が扱うことはあまりない(抹茶は別)。

■ 茶の輸出ルート

- 茶の輸出ルートは大きく分けると2つ。
 - － 茶商が直接輸出
 - － 茶商から商社(総合商社、食品商社等)を通して輸出
- どのような形で輸出しているかは茶商のみがわかる。

■ 茶商について

- 県内の茶商が加盟している「静岡県茶商工業協同組合」があり、加盟している茶商は339社であるが、加盟していない茶商も一部ある。また、県外に本社のある茶商(伊藤園)等も加盟していない。
- 実際に輸出に係わっているのは40社程度であろう。特に量が大いなのは10社程度。
- 県が事務局をしている静岡茶輸出拡大協議会には、茶商が110社程度加盟しており、上記の40社はほとんどこの中に含まれている。

(参考資料)

静岡県茶商へのアンケート調査結果

アンケート調査実施概要

調査対象者

- 静岡茶輸出拡大協議会に加入している茶商110社

(注:実際に輸出に取り組んでいる茶商は40社程度とのこと。静岡県庁お茶振興課へのヒアリングより)

調査方法

- 静岡県庁お茶振興課が静岡茶輸出拡大協議会に不定期で発信している案内メールに、ウェブアンケートへの回答を依頼

アンケート回収期間

- 2024年2月14日(水)から2024年2月26日(火)まで

回答者の社名・創業年／従業員数

- 社名・創業年／従業員数の設問には、19社から回答があった。
- 回答した茶商のうち、創業年が最も古いのが1781年、最も新しいのが2013年であった。従業員数は2010年・2022年共に最も多いのが340人、最も少ないのが2人であった。

No.	社名	創業年	従業員数	
			2010年時点	2022年時点
1	ハラダ製茶株式会社	1917年	340人	340人
2	株式会社澤本園	1830年	NA	NA
3	丸福製茶株式会社	1955年	NA	NA
4	大塚製茶株式会社	1869年	20人	20人
5	株式会社寺田製作所	1911年	NA	NA
6	森内茶農園	不明	2人	2人
7	株式会社竹茗堂茶店	1781年	NA	NA
8	ひしだい製茶株式会社	1929年	NA	30人
9	松田農園	1870年	3人	2人
10	中根製茶(株)	1946年	NA	NA
11	杉本製茶株式会社	1946年	6人	16人
12	有限会社ハリヤ商会	1867年	5人	2人
13	株式会社流通サービス	1989年	NA	NA
14	松下園	1915年	NA	NA
15	Meiko Chagyo Co., Ltd.	1973年	50人	50人
16	隠れ茶を守る会	2009年	NA	NA
17	本山製茶株式会社	1916年	5人	10人
18	株式会社銘茶問屋太田園	1891年	NA	NA
19	ゆとみ・ソリューションズ株式会社	2013年	NA	NA

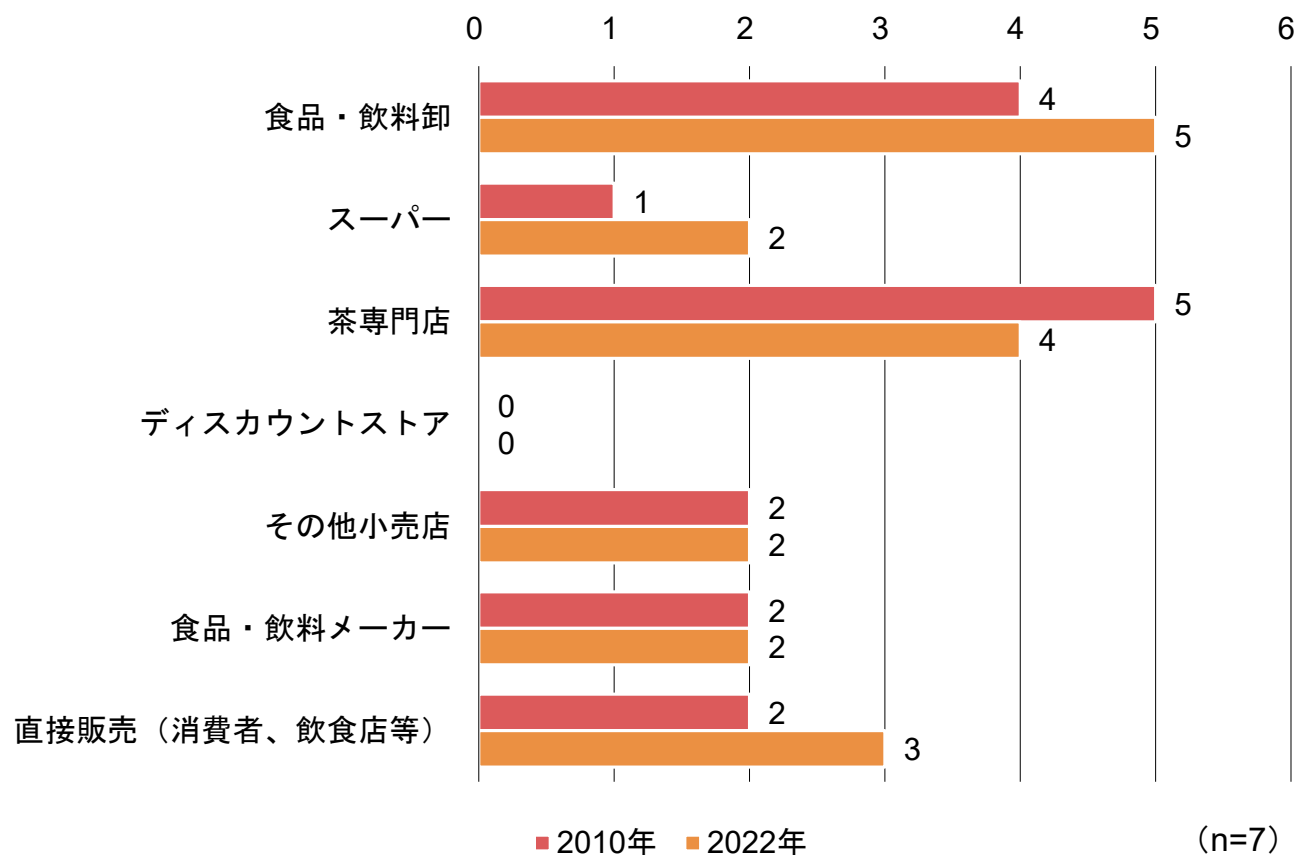
仕上茶の出荷量

- 仕上茶の出荷量／主な販売先の設問には、6社から回答があった。
- 2010年から2022年における仕上茶の出荷量の変化について、「リーフ茶」は3社が増加、1社が変化なし、1社が減少であった。「抹茶又は粉末茶」は3社が増加、2社が変化なし、1社が減少であった。杉本製茶は「抹茶又は粉末茶」の出荷量をゼロから242トンに増やしている。

No.	社名	仕上茶の出荷量(単位:トン)			
		リーフ茶 (2010年)	リーフ茶 (2022年)	抹茶又は粉末茶 (2010年)	抹茶又は粉末茶 (2022年)
1	大塚製茶株式会社	2	10	0	2
2	森内茶農園	NA	NA	0	0
3	松田農園	3	3	0	0
4	杉本製茶株式会社	5	30	0	242
5	有限会社ヘリヤ商会	30	7	1	0
6	Meiko Chagyo Co., Ltd.	1	2	1	17

主な販売先

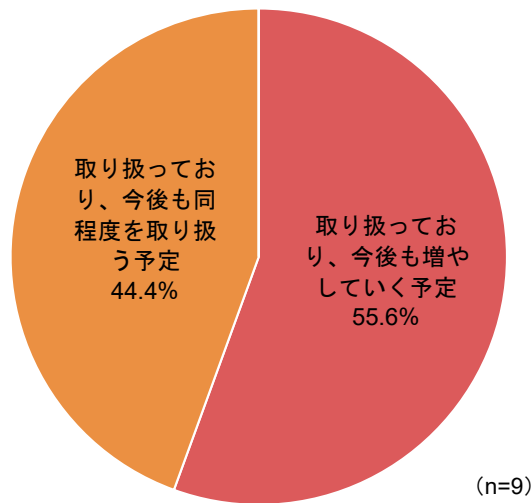
- 主な販売先に関する設問(それぞれの年で多い販売先について、最大3つまで○を付ける)には、7社から回答があった。
- 販売先に挙げられた回答として、「食品・飲料卸」と「茶専門店」が多かった。反対に、「ディスカウントストア」と回答した茶商はいなかった。



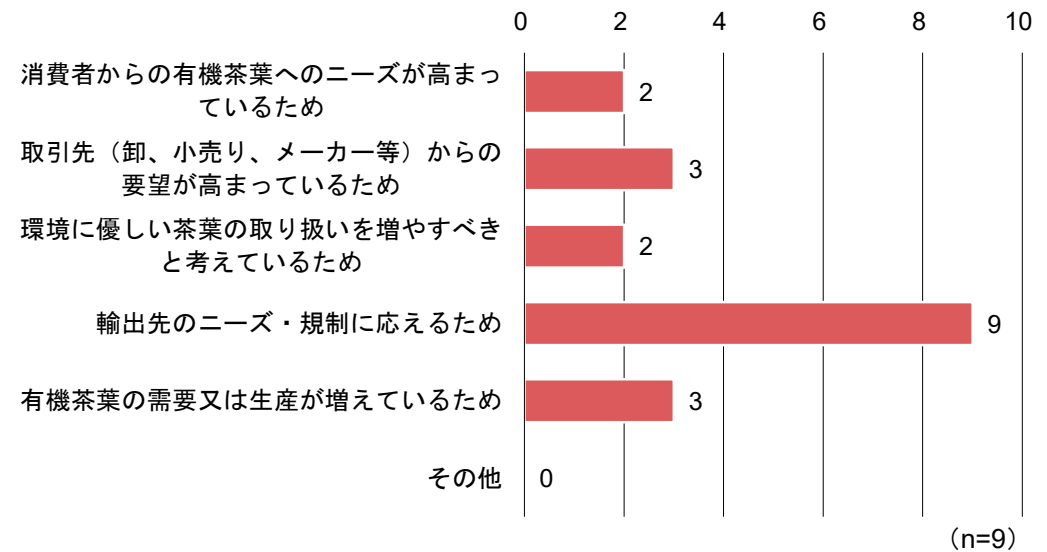
有機茶葉への取り組み

- 有機茶葉に関する設問には、9社から回答があり、すべての茶商が有機茶葉を「取り扱っており、今後も増やしていく予定」又は「取り扱っており、今後も同程度を取り扱う予定」と答えた。
- 有機茶葉を取り扱っている理由(複数回答可)として、最も多かったのが「輸出先のニーズ・規制に應えるため」で、その次に「取引先(卸、小売り、メーカー等)からの要望が高まっているため」と「有機茶葉の需要又は生産が増えているため」が続いた。

有機茶葉の取り扱いを行っているか



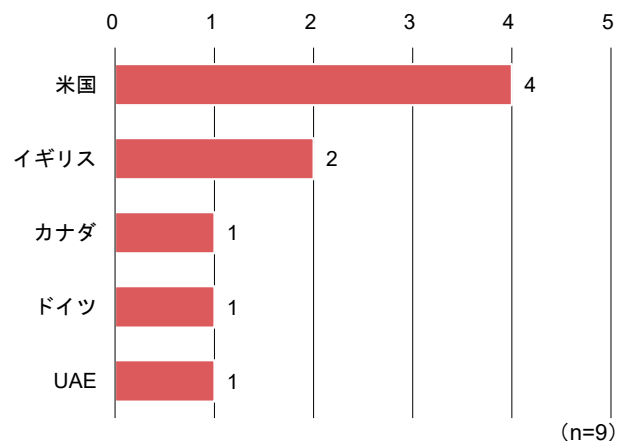
有機茶葉を取り扱っている理由



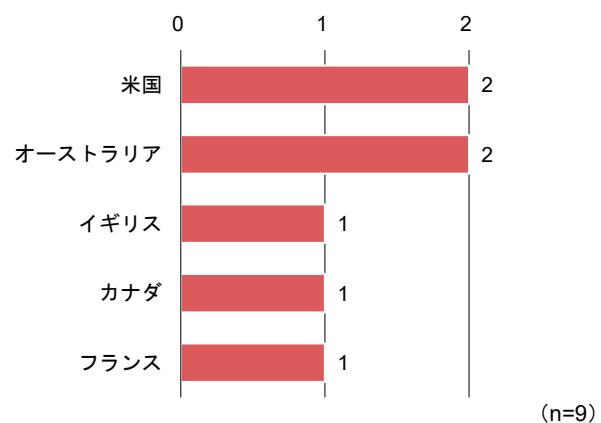
仕上げ茶の輸出に取り組みはじめた時期／主要輸出先(国)

- 輸出に取り組みはじめた時期に関する設問には、8社から回答があり、そのうち、「2015年以降」が2社、「2010～2014年」が3件、「2000～2004年」が1件、「1999年以前」が2件であった。
- 輸出先(国)に関する設問(金額が多い順に最大3か国まで、2022年実績)には、9社から回答があった。「最も多い輸出先」で最も選ばれた国は米国であった。輸出先(国)は全般として欧米が多い。

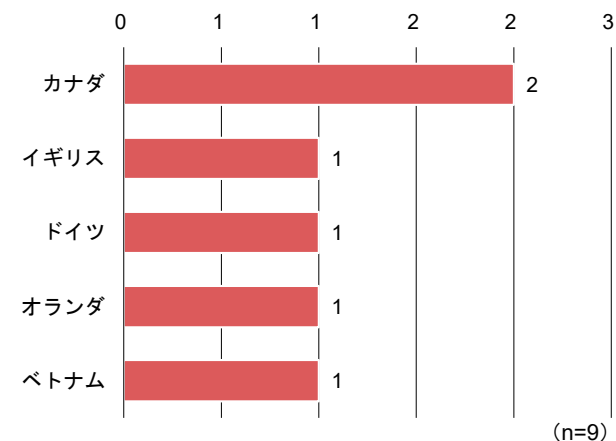
最も多い輸出先



2番目に多い輸出先



3番目に多い輸出先



2022年の仕上げ茶の輸出量と輸出金額

- 2022年の仕上げ茶の輸出量と輸出金額に関する設問には、6社から回答があった。「リーフ茶(2022年)」と「抹茶及び粉末茶(2022年)」共に商社等を介した間接輸出より、直接輸出のケースが多い傾向が見られる。

No.	社名	商社等を通した輸出:リーフ茶(2022年)			商社等を通した輸出:抹茶及び粉末茶(2022年)		
		輸出量(トン)	輸出金額(千円)	主な輸出国	輸出量(トン)	輸出金額(千円)	主な輸出国
1	大塚製茶株式会社	2	5,000	イギリス	1	10,000	イギリス
2	森内茶農園	0.3	4,500	イギリス	0	NA	NA
3	杉本製茶株式会社	0	0	なし	0	0	なし
4	有限会社ハリヤ商会	0	0	0	0	0	0
5	Meiko Chagyo Co., Ltd.	NA	NA	NA	NA	NA	NA
6	本山製茶株式会社	1	NA	カナダ、イギリス	NA	NA	NA

No.	社名	直接輸出:リーフ茶(2022年)			直接輸出:抹茶及び粉末茶(2022年)		
		輸出量(トン)	輸出金額(千円)	主な輸出国	輸出量(トン)	輸出金額(千円)	主な輸出国
1	大塚製茶株式会社	6	25,000	EU	1	15,000	EU
2	森内茶農園	0.3	4,500	イギリス	0	0	NA
3	杉本製茶株式会社	30	75,019	米国	242	304,188	米国
4	有限会社ハリヤ商会	7	4,000	ドイツ	0	0	無
5	Meiko Chagyo Co., Ltd.	2	200	ベトナム、オーストラリア、UAE	16	10,000	ベトナム、オーストラリア、シンガポール、UAE
6	本山製茶株式会社	NA	NA	NA	NA	NA	NA

2010年の仕上げ茶の輸出量と輸出金額

- 2010年の仕上げ茶の輸出量と輸出金額に関する設問には、4社から回答があった。「リーフ茶(2010年)」については商社等を介した間接輸出より、自らによる直接輸出のケースが多い傾向が見られる。
- 2010年に仕上げ茶を輸出していた茶商は2022年も輸出に取り組んでいる。4社のうち、3社が輸出を増加させているが、1社が減少させている。

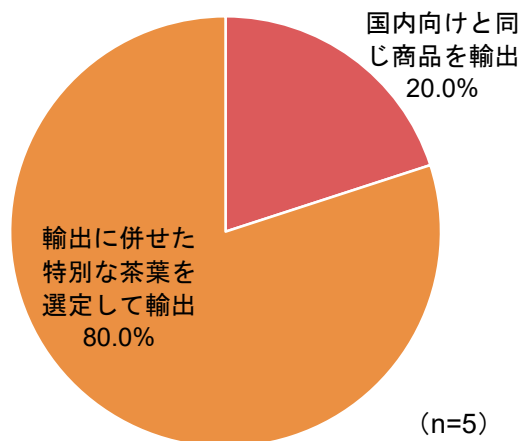
No.	社名	商社等を通した輸出:リーフ茶(2010年)			商社等を通した輸出:抹茶及び粉末茶(2010年)		
		輸出量(トン)	輸出金額(千円)	主な輸出国	輸出量(トン)	輸出金額(千円)	主な輸出国
1	大塚製茶株式会社	1	2,000	シンガポール	0	1,000	シンガポール
2	杉本製茶株式会社	0	0	なし	0	0	なし
3	有限会社ハリヤ商会	0	0	無	0	0	無
4	Meiko Chagyo Co., Ltd.	0	0	0	0	0	0

No.	社名	直接輸出:リーフ茶(2010年)			直接輸出:抹茶及び粉末茶(2010年)		
		輸出量(トン)	輸出金額(千円)	主な輸出国	輸出量(トン)	輸出金額(千円)	主な輸出国
1	大塚製茶株式会社	1	12,000	オランダ	0	0	NA
2	杉本製茶株式会社	5	10,000	米国	0	0	なし
3	有限会社ハリヤ商会	30	113,000	アメリカ	1	3,000	アメリカ
4	Meiko Chagyo Co., Ltd.	0	0	0	0	0	0

国内向け・輸出向け商品の違い／輸出に取り組んでいる理由

- 国内向け・輸出向け商品の違い／輸出に取り組んでいる理由に関する設問には、5社から回答があった。
- 国内向け・輸出向け商品の違いについては、80%の茶商が「輸出に併せた特別な茶葉を選定して輸出」していると回答した。
- 輸出に取り組んでいる理由については、幅広く回答がなされたが、「国内における茶の需要低下を補うため」、「新たなビジネスを開拓するため」、「取引先に求められたから」はそれぞれ2件ずつ選択された。

国内向け・輸出向け商品の違い



輸出に取り組んでいる理由(複数回答可)



茶葉の輸出に関連する商社等について

- 本設問では、商社との取り引きでのマージン額、海運業者等に輸出代行業務を委託する場合の手数料を尋ねたが、回答した茶商はいなかった。

輸出に取り組むことの効果(売上高の向上以外)

■ 輸出に取り組むことの効果(売上高の向上以外)に関する自由記述の設問には、以下の5社から回答があった。

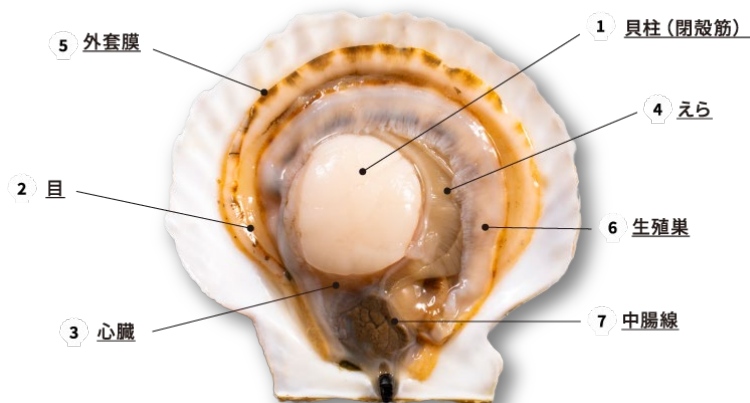
- 茶業界活性
- 環境問題に対する意識向上 社会貢献に対する意識向上
- 有機認証付の茶を同等性を利用して商社経由で輸出すると、残念ながら、輸出先において有機同等性が認められないという問題があります。これは法制度の違いにより、日本では製造や包装を行わない商社は有機認証が取れないのですが、海外では販売するだけでも有機認証を持っていないといけない為です。したがって、日本で輸出向けに有機認証を推進しても認証を持つ生産、加工、包装業者が直接輸出しなければなりません。TRACESのコラム6に認証が無い商社を入力できるようにシステムを修正してもらわなければなりません。弊社が輸出に取り組むことによって、嗜好品としての日本茶の普及啓蒙に役立っています。
- Foreigner staff has been recruited(外国人スタッフの雇用)
- 地域再生

(参考資料)
輸出に関連した情報収集(ホタテ)

ほたてがいの加工処理方法

- ほたてがいは、貝毒が含まれる中腸線(ウロ)を除き全ての部分が食用となるが、生産方法の違いに伴い処理方法も異なる。
- 主要3地域のうち、オホーツク地域においては、砂地にほたてがいを撒いて生産するため、貝に砂が混入していることから、砂の入り込みやすいえら、外套膜、卵巣等を除去した冷凍(玉冷)、及び貝柱が中心。内浦湾では、夏季の貝毒の発生頻度が高く、これを避けるため集中水揚げを行うため、短期間で大量に処理できるボイル(作業工程に手作業の多い玉冷に対し、ボイルは中腸線の除去以外は機械による生産が可能)が主力で、青森県も噴火湾同様ボイルが主力。(参照:公益財団法人水産物安定供給推進機構平成 28 年度需給変動調整事業関係調査事業「事業実施水産物の需給動向の把握(ホタテガイ)」報告書<https://www.fishfund.or.jp/img/H28report.pdf>)
- 「2009 年頃から中国輸出用に、冷凍両貝という形態が登場した。これは生鮮貝を洗浄して貝殻がついたままトンネルフリーザーで凍結したもので、貝を殻から外す等の加工の手間がかからず、加工コストも安いため、これまでホタテガイの加工に取り組んでいなかった冷凍加工業者等でも加工が可能であり、主に噴火湾地区を中心に生産が増加していると言われている。」(引用元:公益財団法人水産物安定供給推進機構平成 28 年度需給変動調整事業関係調査事業「事業実施水産物の需給動向の把握(ホタテガイ)」報告書<https://www.fishfund.or.jp/img/H28report.pdf>)

ほたてがいの部位



(出所) 北海道漁業協同組合連合会ホームページ
(<https://www.gyoren.or.jp/hotate/kaibou.html>)

ほたてがいの加工処理形態



流通・輸出の状況

ヒアリング結果より

流通の仕組み

- ほとんどの場合、地元で加工した製品を水産商社が買い受けて輸出しているが、一部漁連が間に入る場合もある。割合は品目にもよるが、玉冷の場合は全体の75%程度は商社経由、25%程度は漁連経由である。
- 漁協が自営工場を構えていて、そこから漁連や水産商社が買い受けることもある。漁連は商社的な立ち回りをしている。
- 間に立つ商社は、水産商社であり、大手だとマルハニチロ、ニチレイ、極洋あたりであるが、他にも様々で、玉冷専門の商社などもある。北海道にはほとんどおらず、大体東京の会社である。
- 浜の加工屋は地元企業である。流れとしては、組合に上場(じょうば)し、オホーツクだと荷割という制度があり、各加工屋に割り振っている。割り振る時の比率には各々考え方があり、他には競りや入札で日々変動する場合もある。
- 国内の流通量と価格のデータについて、統計データが公表されているわけではなく、独自で集計している。過年度データを出すためには作業が必要である。
- オホーツクの場合は組合が委託して玉冷を作っているが、こちらは一律規格も決まっている。上場されてから、商社との間に入って値段を決めて割り振っており、内販にするか、輸出にするかは商社が決めている。
- 国内向けと輸出向けでさほど価格差はないが、輸出の場合資材代がかからないので安い場合もある。

輸出の状況

- 中国向けは現在禁輸措置が取られているが、それまでは玉冷と冷凍両貝がメインであり、10年位前から数量が増えてきたという背景がある。それ以前は、そもそも玉冷はアメリカへの輸出のウェイトが高かった。海外では、水漬けした(保水加工した)製品を消費しており、元々アメリカで加工していたが中国で実施するようになり、中国向けの輸出が増えてきた。中国国内でのアメリカ向けの加工を増やすほか、中国でも水揚げが落ち込んだ影響から、自国向けの加工も増えていったこともあり、二重の要因で伸びていた。
- 禁輸措置が取られてからも中国国内にはしばらくは禁輸措置前に輸入された玉冷や冷凍両貝があったものの、日本からの輸入が途絶えたことから、現在アメリカが再び自国で加工すべく、玉冷を原料として買っていき動きとなっており、最新の貿易統計ではアメリカ向けの玉冷の輸出が増えていることが見て取れると思う。
- なお、中国が輸入していた冷凍両貝はアメリカ向けの玉冷への加工原料としての意味合いもあったと思われるが、それよりは片貝という片側に殻が付いた状態などとして中国の自国での消費が増えていたため、禁輸措置により日本からの輸出が途絶えたままの状況である。

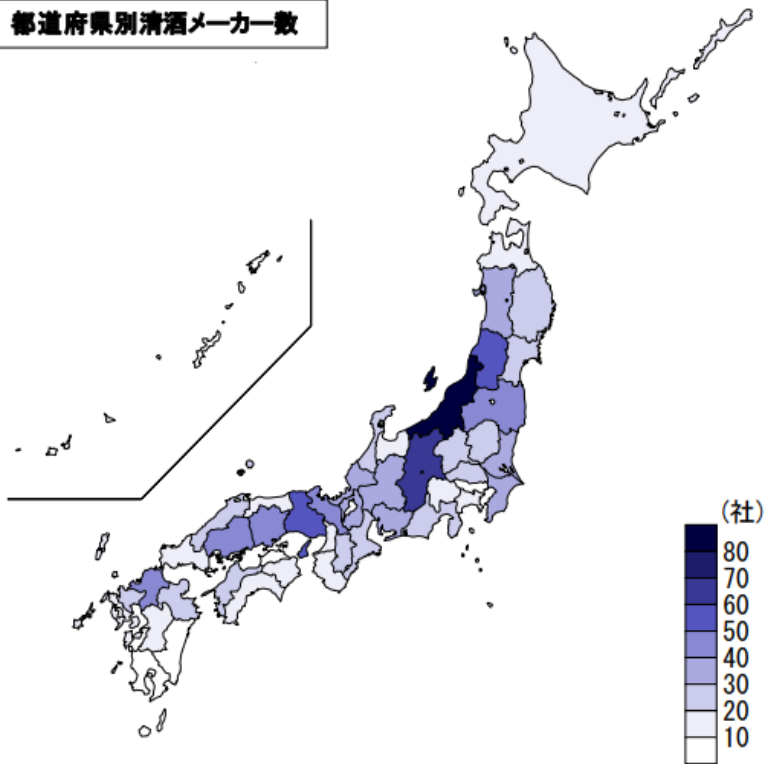
(参考資料)
輸出に関連した情報収集(日本酒)

日本酒の生産の現状

- 酒蔵の「集中県」は新潟、長野、兵庫、山形、福島。中小規模の地酒メーカーが全体の95%を占める。
- 一方、灘(兵庫県)・伏見(京都府)を中心とした大手メーカー18社で**生産量の5割以上**を占める⁽¹⁾

(1) 井出 日本酒蔵元の集積と販路拡大、海外展開 2019年

都道府県別清酒メーカー数



都道府県別清酒メーカー数
(上位20府県)

順位	都道府県	社数	構成比 (%)
1	新潟県	84	6.7
2	長野県	64	5.1
3	兵庫県	57	4.5
4	山形県	51	4.1
5	福島県	49	3.9
6	岡山県	45	3.6
7	広島県	42	3.3
8	京都府	41	3.3
8	福岡県	41	3.3
10	秋田県	38	3.0
11	茨城県	36	2.9
11	愛知県	36	2.9
13	千葉県	35	2.8
14	福井県	34	2.7
15	滋賀県	33	2.6
16	岐阜県	32	2.6
17	栃木県	29	2.3
17	埼玉県	29	2.3
17	島根県	29	2.3
17	大分県	29	2.3
⋮			
合計		1,254	100.0

	例	特徴
大手 30,000石～ (5,000kℓ～)	白鶴酒造(兵庫) 大関(兵庫) 宝酒造(京都) 月桂冠(京都)	・機械化、工業化 ・輸出量で5割のシェアを占める ・日本酒の国際化を牽引
中堅 2,000～30,000石 (500～5,000kℓ)	朝日酒造(新潟) 菊水酒造(新潟) 八海醸造(新潟) 旭酒造(山口)	・杜氏、蔵人を中心とした酒造り(一部工業化) ・輸出拡大 ・輸出における特定名称酒比率が高い
ローカル ～2,000石 (～500kℓ)	その他 (個人経営含む)	・少量生産 ・販売は地元が中心

出典: 帝国データバンク 清酒メーカーの経営実態調査 2017年

酒造メーカー別の業績順位では灘・伏見の大手メーカーが上位を占める一方、近年では地酒メーカーの台頭も目立つ

(単位：100万円, kℓ, 石)

2014年度								2021年度							
順位	会社名 (銘柄)	都道府県	売上高	経常利益	純利益	出荷量 (kℓ)	出荷量 (石)	順位	会社名 (銘柄)	都道府県	売上高	経常利益	純利益	出荷量 (kℓ)	出荷量 (石)
1	宝HD (松竹梅)	京都	219,490	11,827	5,706	50,405	279,420	1	宝HD (松竹梅)	京都	300,918	43,230	20,769	45,940	254,668
2	オエノンG (大雪乃蔵)	東京他	84,186	1,290	60	20,146	111,677	2	オエノンG (大雪乃蔵)	東京他	78,618	1,267	299	11,040	61,200
3	白鶴酒造 (白鶴)	兵庫	34,256	650	305	57,545	319,000	3	白鶴酒造 (白鶴)	兵庫	27,320	588	315	45,940	254,668
4	月桂冠 (月桂冠)	京都	27,871	-	-	48,462	268,648	4	月桂冠 (月桂冠)	京都	21,725**	-	-	35,059	194,348
5	大関 (大関)	兵庫	17,520	-	-	25,976	144,000	5	大関 (大関)	兵庫	12,400	-	-	15,370	85,204
6	日本盛 (日本盛)	兵庫	15,120	-	-	16,996	94,222	6	旭酒造 (獺祭)	山口	14,100***	-	-	5,415	30,018
7	菊正宗酒造 (菊正宗)	兵庫	11,009	-	-	17,318	96,000	7	日本盛 (日本盛)	兵庫	11,072	-	-	11,954	66,267
8	黄桜 (黄桜)	京都	10,800	-	-	18,256	101,200	8	黄桜 (黄桜)	京都	9,700	-	-	15,300	84,816
9	辰馬本家酒造 (白鹿)	兵庫	6,872	-457	-447	10,961	60,760	9	菊正宗酒造 (菊正宗)	兵庫	9,700	-	-	13,553	75,131
10	旭酒造 (獺祭)	山口	5,000*	-	-	2,120	11,754	10	朝日酒造 (久保田)	新潟	6,803	1,144	541	4,998	27,706
								11	辰馬本家酒造 (白鹿)	兵庫	4,570	-	-	6,638	36,795
								12	菊水酒造 (菊水)	新潟	4,395	342	-	4,535	25,140

2014年度

業績：「酒類食品統計月報 2016年10月号 p.8-12」より、日本酒の製造を主とする企業を売上高順に抜粋。日本酒以外の売上高も含む。

*旭酒造の売上は右記リンクから50億程度と推察 [最高の酒に社氏はいらない「獺祭」支えるITの技 - 日本経済新聞 \(nikkei.com\)](http://www.nikkei.com)

出荷状況：「酒類食品統計月報 2016年2月号 p.12」より各社の代表銘柄の出荷量を記載。

2021年度

業績：「酒類食品統計月報 2022年11月号 p.4-8」より、日本酒の製造を主とする企業を売上高順に抜粋。日本酒以外の売上高も含む。

**月桂冠の売上は右記リンクが出典 [月桂冠の新卒採用・就職・企業情報\(就活会議\) \(syukatsu-kaigi.jp\)](http://www.syukatsu-kaigi.jp)

***旭酒造の売上は右記リンクが出典 [「幻の日本酒」が安定供給できた裏にデータ活用あり | BizDrive\(ビズドライブ\)-あなたのビジネスを加速する | 法人のお客さま | NTT東日本 \(ntt-east.co.jp\)](http://www.ntt-east.co.jp)

出荷状況：「酒類食品統計月報 2023年3月号 p.13」より各社の出荷量を記載。

○売上高上位10位までの企業は **出荷量が3万石を超える** または3万石近くの生産をしている。

○1位の宝HDを除き、大手の売上は10年で落ちている。一方で、近年中規模メーカーがランキング上位に食い込んできている。

日本酒の主な輸出先は中国、米国、香港（高価格帯）、韓国、台湾（低価格帯）

米国ではカリフォルニア州を中心に大手メーカーが現地生産も

○輸出金額上位10か国・地域

(単位:百万円)

国・地域	2021年	対前年増減率	2022年	対前年増減率
中華人民共和国	10,279	+77.5%	14,161	+37.8%
アメリカ合衆国	9,591	+89.2%	10,930	+14.0%
香港	9,308	+50.7%	7,116	▲23.5%
大韓民国	1,503	+53.5%	2,523	+67.9%
シンガポール	1,802	+61.8%	2,326	+29.1%
台湾	1,726	+20.7%	2,222	+28.8%
カナダ	676	+57.5%	1,163	+72.0%
オーストラリア	730	+48.8%	932	+27.6%
ベトナム	298	+6.8%	706	+136.6%
マレーシア	334	+20.1%	626	+87.5%
(参考)EU・英国	2,036	+84.2%	2,551	+25.3%

(出典:酒のしおり 令和5年6月)

1リットルあたりの輸出価格 (円/リットル)

	2021年単価	2022年単価	増加率
※平均輸出単価	1,253	1,323	5.6%
香港	2,870	2,619	-8.8%
シンガポール	1,960	2,353	29.3%
中国	1,414	1,917	35.6%
英国	1,119	1,254	12.1%
フランス	1,117	1,226	9.8%
米国	1,087	1,203	10.7%
カナダ	902	1,156	28.2%
オーストラリア	977	1,156	18.3%
マレーシア	998	1,075	7.7%
ベトナム	910	1,019	11.9%
台湾	652	722	10.9%
オランダ	593	704	18.8%
タイ	463	626	35.2%
韓国	621	622	0.2%
ドイツ	512	539	5.4%

(出典: <https://note.com/webpace/n/n4af278f9e414>)

◇輸出先国・地域トップの中国、米国、香港だけで輸出総額の約7割を占める⁽¹⁾

◇上記国では大吟醸など高単価品の需要が増加

◇一方、韓国や台湾では過去20年間の単価の上り幅が小さく、比較的価格帯の清酒が輸出される傾向にある⁽²⁾⁽³⁾

◇海外市場ではレストランでの消費が9割を占める⁽⁴⁾
参考:海外の日本食レストラン数
約2.4万店(2006年)→約18.7万店(2023年)⁽⁵⁾

正式名	Ozeki Sake (U.S.A.), Inc.	Takara Sake USA, Inc.	Yaegaki Corporation of USA	Gekkeikan Sake USA, Inc.	SakéOne Corporation
米国本社	カリフォルニア州 ホリスター	カリフォルニア州 パークレー	カリフォルニア州 バーノン	カリフォルニア州 フォルサム	オレゴン州 フォレストグローブ
主要株主	大関株式会社	宝酒造株式会社	ヤエガキ酒造株式会社	月桂冠株式会社	桃川株式会社と 米系資本のJV
上記の本社	兵庫県西宮市	京都市伏見区	兵庫県姫路市	京都市伏見区	青森県おいらせ町
輸出開始年	N/A	1951	N/A	1949	1985
現地製造開始年	1979	1983	1987, 1999	1990	1997
出荷量	3820kℓ	6750kℓ	2161kℓ	5827kℓ	500kℓ
輸入量	1,515kℓ	671kℓ	N/A	1,674kℓ	N/A

出典: 出荷量のうちOzeki, Takara, Gekkeikanは2018年 [日刊経済通信社, 2019], Yaegaki, SakéOneは2008年 [石田, 2009], 輸入量は2018年 [日刊経済通信社, 2019]

◇米国や中国では大手メーカーを中心に現地生産が行われており、世界消費の約8割が国外で生産された清酒であると報告されている⁽³⁾

参考: 米国における主な清酒製造業5社の
総出荷量(2018年): 約2万kℓ
同年の日→米の輸出量: 6300kℓ⁽⁶⁾

(1) 富士 世界における日本酒のニーズと日本酒輸出の現状 2023年 自治体国際化フォーラム

(2) 川久保 日本酒の輸出拡大に寄与する清酒製造業の企業行動に関する一考察 2020年

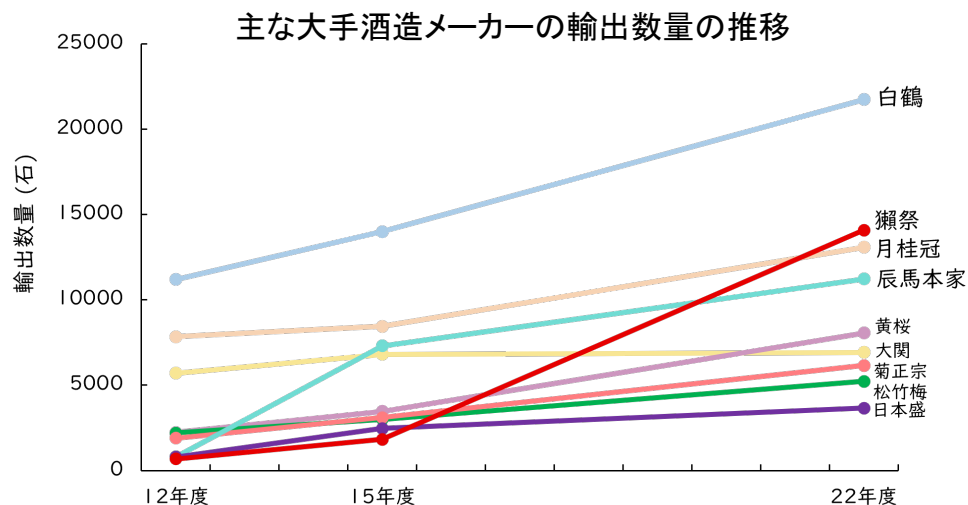
(3) 浜松 海外清酒市場の実態把握 2018年

(4) 岸 日本酒地酒メーカーの海外展開 2019年

(5) 農林水産省 https://www.maff.go.jp/j/press/yusyutu_kokusai/kikaku/attach/pdf/231013_12-2.pdf

(6) 藤代米国の清酒市場拡大と輸出単価上昇の要因 2019年

過去10年における大手酒造メーカーの清酒輸出量は増加しており、生産量に対する海外輸出の比率も増加している



メーカー (代表銘柄)	輸出比率		
	12年度	15年度	22年度
白鶴酒造 (白鶴)	3.3	4.3	8.9
旭酒造 (獺祭)	8.4	10.2	44.6
月桂冠 (月桂冠)	2.8	3.2	6.9
黄桜 (黄桜)	2.1	3.5	9.8
大関 (大関)	3.3	5.1	8.2
菊正宗酒造 (菊正宗)	1.9	3.4	8.3
宝酒造 (松竹梅)	0.8	1.1	2.2

白鶴

純米にごり酒さゆり
翔雲 純米大吟醸
など



米, 中, カナダ
等50カ国以上

月桂冠

月桂冠, ジパング
など輸出専用商品含



台, 韓, 中, 米
等39カ国

辰馬本家

黒松白鹿 純米吟醸
スノービューティー
など



米, 韓, 台
等32カ国

黄桜


S純米大吟醸
花きざくら など



米, 豪, 韓
等35カ国

大関

辛丹波
花泡香 (スパークリング)
など



米, 中, 台
等42カ国

菊正宗

純米樽酒
上撰 など



米, 中,
シンガポール
等30カ国以上

宝酒造

松竹梅白壁蔵「霽」
スパークリング清酒
など海外専用商品含



米 等57カ国

日本盛

特選
上撰 など



中, 香, 米
等30カ国

旭酒造

獺祭 など



中, 米, 台, 香
等30カ国

参考資料（酒蔵の規模と生産体制・流通・特徴等）

モデル	生産規模	生産体制	生産拠点	消費範囲	流通	特徴
①家業型酒蔵	~500石 (~100kℓ)	伝統的製法	国内生産	県内消費	地元卸、酒販店	<ul style="list-style-type: none"> ・家業として家族+αで生産 ・生産規模拡大志向が低く、設備投資に慎重 ・流通は卸売業者、地元酒販店に任せ、製造に専念
②地場型酒蔵	500~2,000石 (100~500kℓ)	一部工業化	国内生産	国内消費	地元卸、酒販店	<ul style="list-style-type: none"> ・家族+季節労働者(杜氏)で生産 ・国内消費拡大志向はあるが、設備投資には慎重 ・流通は卸売業者、地元酒販店に任せ、製造に専念 ・杜氏兼任の若手経営者が多く、高級地酒が多い
③地域牽引型酒蔵	2,000~10,000石 (500~2,000kℓ)	一部工業化 通年製造化	国内生産	国内消費	地元卸、酒販店 一部大手流通	<ul style="list-style-type: none"> ・生産工程の一部で工業化、通年製造が主流 ・消費は全国規模、海外市場に目を向けている ・地方のリーディングカンパニー ・戦略がもっとも多様性のある生産規模
④国内牽引型酒蔵	10,000~30,000石 (2,000~50,000kℓ)	工業化 大量生産化	国内生産	国内消費 一部海外消費	卸、酒販店 大手流通	<ul style="list-style-type: none"> ・生産工程の大部分が工業化、大量生産が可能 ・全体出荷の中で海外への割合も増加 ・マーケティング、広告宣伝も自社で実施 ・大手流通とも取引が可能な事業規模 ・国内のリーディングカンパニー
⑤業界最大手型酒蔵	30,000石~ (50,000kℓ~)	大量生産化	国内生産 一部海外生産	国内消費 一部海外消費	卸、酒販店 大手流通	<ul style="list-style-type: none"> ・大量生産が可能な基盤が確立 ・国内市場において上位15社程度 ・一部は輸出だけでなく、海外に生産拠点をもつ

(出典: 帝国データバンク 清酒業界の現状と成長戦略 2013年 book1309_02.pdf (dbj.jp) 一部改)

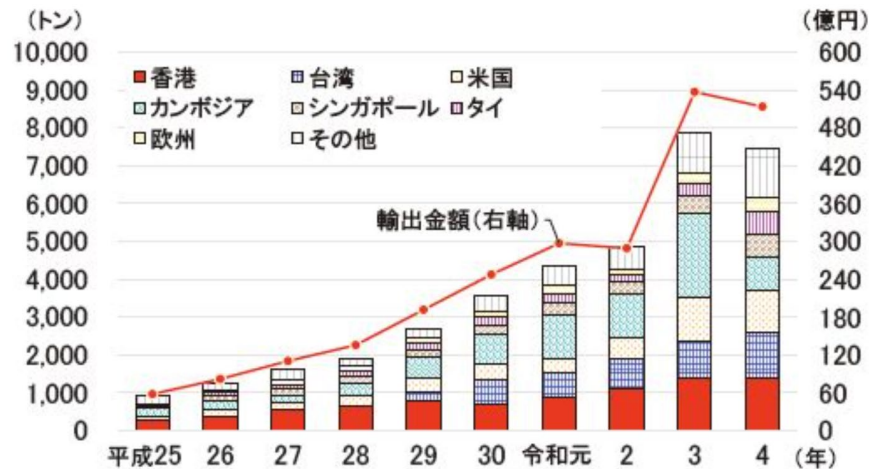
(参考資料)
輸出に関連した情報収集(牛肉)

2022年度の牛肉の輸出金額は513億円、輸出量は7千トン

10年前と比較して輸出金額は約9倍、輸出数量も約7～8倍と大幅に増加

出典：財務統計、農地畜産業振興機構

図1 牛肉輸出量の推移



資料：財務省「貿易統計」
注：統計品目番号（0201、0202）。

- 牛肉の輸出金額は輸出量と共に右肩上がりで増加しており、R3年度には過去最高額の537億円となった。
- 主な輸出先は数量ベースで香港、台湾、米国、カンボジアとなっており、アジア向けで全体の7割を占める。

○牛肉需給の推移

(部肉ベース、単位：千トン、[トン]、%)

	H2	7	12	13	17	22	27	28	29	30	R元(H31)	2	3	4	5(4-10)
消費量	766 (9.9)	1,068 (4.9)	1,088 (3.1)	913 (▲16.1)	806 (▲0.3)	853 (0.6)	830 (▲2.0)	861 (3.8)	904 (5.0)	931 (2.9)	937 (0.7)	931 (▲0.7)	887 (▲4.7)	881 (▲0.7)	516 (▲2.2)
生産量	388 (2.9)	413 (▲2.5)	365 (▲4.3)	329 (▲9.8)	348 (▲2.2)	358 (▲1.2)	332 (▲5.4)	324 (▲2.5)	330 (1.7)	333 (1.0)	330 (▲1.0)	336 (1.8)	336 (0.2)	348 (3.5)	202 (2.2)
輸入量	384 (5.6)	658 (12.7)	738 (8.2)	608 (▲17.7)	458 (1.7)	512 (7.6)	487 (▲5.6)	526 (7.9)	572 (8.8)	620 (8.4)	623 (0.4)	591 (▲5.0)	568 (▲3.7)	563 (▲1.1)	320 (▲13.8)
輸出量	[39] (▲1.5)	[54] (11.4)	[69] (▲77.4)	[51] (▲26.4)	[49] (▲50.0)	[495] (▲26.8)	[1,583] (16.1)	[2,055] (29.8)	[2,943] (43.2)	[3,801] (28.1)	[4,139] (8.9)	[5,565] (34.5)	[7,889] (41.8)	[7,778] (▲1.4)	[4,830] (10.4)
期末在庫	117	80	109	132	64	86	116	103	98	116	127	117	128	150	151

資料：農林水産省「畜産物流通統計」、財務省「貿易統計」、(独)農畜産業振興機構「食肉等保管状況調査」

注1：()内は前年度増減率

注2：輸出量の[]内は、トン表示

注3：消費量は生産量、輸入量、輸出量及び期末在庫より推計した推定出回り量

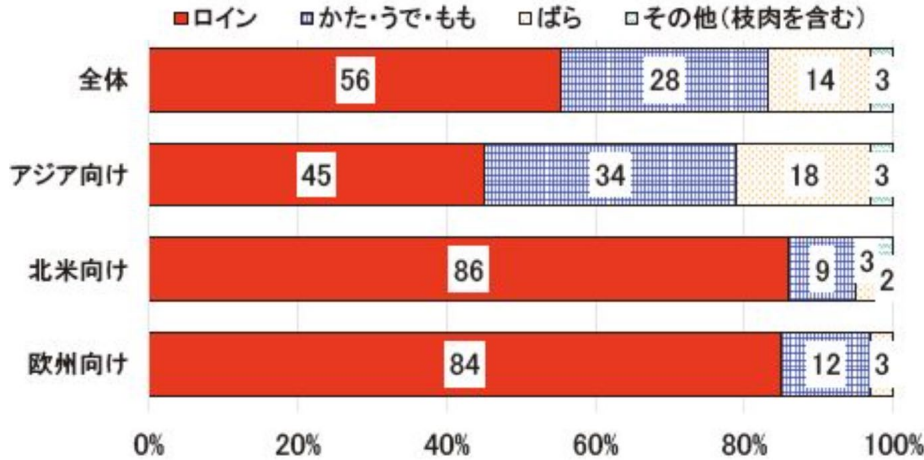
注4：期末在庫は、各年度は年度末の在庫量、R5年度は10月末の在庫量

- 過去12年で国内生産量や消費量、海外からの輸入量に大きな変化はみられない一方で、2022年の国内生産量に占める輸出量の割合(2%程度)は約20倍の増加となっている。

多様な部位を消費するアジアには、1頭分をほぼフルセット輸出 ステーキ需要が高い欧米には、主として高級部位のロインを輸出している

出典：財務統計、
日本食肉生産技術開発センター
「最近の食肉輸出をめぐる情勢」

図2 牛肉輸出量の部位別割合（令和4年）



資料：財務省「貿易統計」

注1：統計品目番号（0201、0202）。四捨五入の関係により合計と一致しない場合がある。

注2：端数処理の関係から内訳の合計が100%にならない場合がある。



(単位：円/kg)

輸出先国	国内牛枝肉卸売価格 (A4、和牛去勢)	輸出品の国内価格※1 (A4、和牛去勢)	輸出価格※2 (CIF価格)	現地小売り価格
台湾	2,088	3,919 (フルセット)	5,371	— (レストラン、小売等へ卸されるまでに3割ほど上乗せ)
香港			5,282	
米国		5,865 (ロイン中心(89%))	8,264	
フランス			11,420	

※1 部位別の部分肉価格(国内仲間相場)に、台湾・香港・米国・フランスの部位別輸出実績を加味して推計。

※2 1 USドル=106円、1 香港ドル=14円、1 ユーロ=125円で換算。

・冷蔵牛肉：HSコード0201の牛肉。牛内臓等は含まれない。

・CIF(Cost, Insurance and Freight)：積み地の港で本船に荷物を積み込むまでの費用、仕向け地までの海上運賃及び保険料。

- 冷蔵牛肉の輸出価格(2020年)はフルセットのアジアで5,300円程度、ロイン中心の欧米で10,000円程度。
- 国内卸売価格(枝肉)の2.5~5倍となっている。

家畜・家きんの種類：肉用牛

- ・ 肉用牛には3種の区分があり、それぞれ「肉専用種」「乳用種」「交雑種(F1)」と呼ばれている。
- ・ 「肉専用種」は牛肉を生産する目的で改良された牛。「乳用種」は酪農経営の副産物である雄牛で、牛肉生産向けに肥育(ひい)されている牛。「交雑種」は乳用種の雌牛と肉専用種の雄牛を交配して生産される牛で、乳用種よりも脂肪交雑(サシ)が入りやすい。

和牛(4品種)



黒毛和種

- 在来牛にブラウンスイス種等を交配して改良が進められた品種。
- 被毛色は黒褐単色。和牛全体の約97%を占め、肉質は特に脂肪交雑(いわゆる「サシ」)の面で優れる。



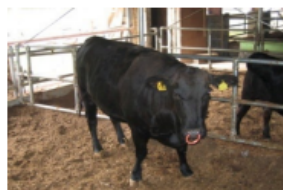
あかげわしゅ 褐毛和種

- 熊本県と高知県で飼われていた朝鮮牛を基礎とした在来牛にシンメンタール種等を交配して改良が進められた品種。
- 被毛色は黄褐色から赤褐色。耐暑性に優れ、粗飼料利用率も高い。主産県は熊本県及び高知県。



にほんたんかくしゅ 日本短角種

- 東北地方北部で飼われていた南部牛にショートホン種を交配して改良が進められた品種。
- 被毛色は濃褐色。耐寒性に優れ、粗飼料利用率も高い。主産県は岩手県。



むかくわしゅ 無角和種

- 在来牛にアパディーンアンガス種を交配して改良が進められた品種。
- 被毛色は黒色で黒毛和種より黒味が強い。粗飼料利用率が高い。主産県は山口県。

この他、外国種(アンガス、ヘレフォードなど)も

乳用種



ホルスタイン種(♂)

- 酪農経営の副産物である雄牛を肥育。肉質の点で輸入牛肉と競合。

※「乳用種」、「交雑種」の子牛は酪農経営で生産される。

交雑種(F1)



黒毛和種(♂) × ホルスタイン種(♀)

- 乳用種の雌牛に、肉質向上を目的として、肉専用種である黒毛和種の雄牛を交配して生産。

写真提供：(一社)全国肉用牛振興基金協会
乳用種は(公社)中央畜産会

都道府県ごとの牛肉生産

出典：農畜産業振興機構

表2 令和2年 飼養頭数上位10都道府県

肉用牛

順位	都道府県	(頭)	シェア
1	北海道	524,700	21%
2	鹿児島	341,000	13%
3	宮崎	244,100	10%
4	熊本	132,300	5%
5	岩手	91,100	4%
6	長崎	84,100	3%
7	宮城	80,900	3%
8	栃木	79,800	3%
9	沖縄	79,700	3%
10	兵庫	55,700	2%
全国飼養頭数		2,555,000	100%

肉用牛のうち肉用種

順位	都道府県	(頭)	シェア
1	鹿児島	325,600	18%
2	宮崎	222,100	12%
3	北海道	196,000	11%
4	熊本	104,600	6%
5	沖縄	79,100	4%
6	岩手	74,100	4%
7	長崎	71,800	4%
8	宮城	71,100	4%
9	佐賀	51,300	3%
10	兵庫	48,000	3%
全国飼養頭数		1,792,000	100%

肉用牛のうち乳用種

順位	都道府県	(頭)	シェア
1	北海道	328,700	43%
2	栃木	37,600	5%
3	愛知	29,200	4%
4	千葉	28,300	4%
5	熊本	27,600	4%
6	青森	24,700	3%
7	群馬	24,500	3%
8	宮崎	22,100	3%
9	茨城	19,600	3%
10	岡山	18,700	2%
全国飼養頭数		763,400	100%

資料：農林水産省「高産統計」

注1：数値は2月1日現在。

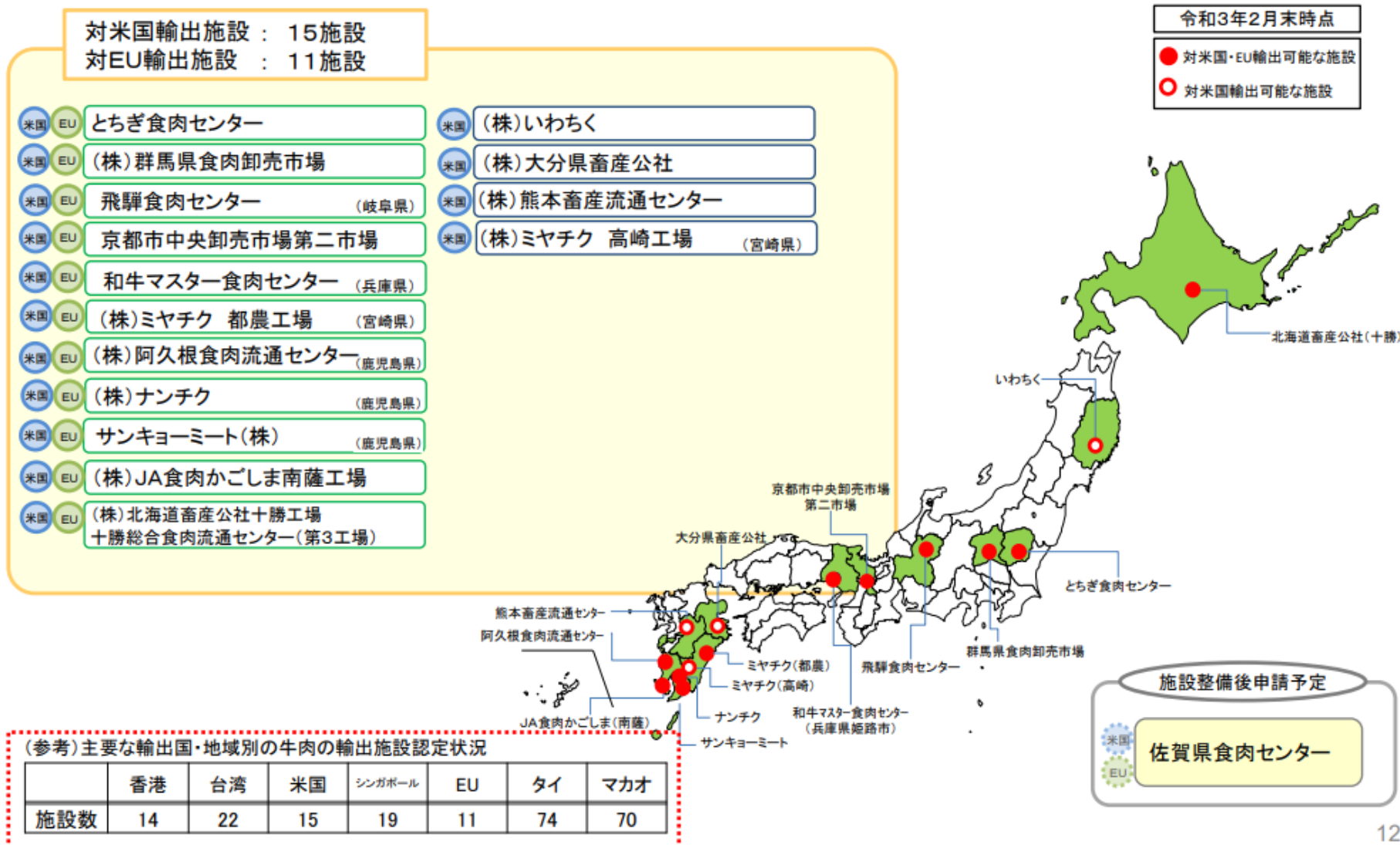
注2：内訳、合計それぞれが個別に四捨五入されているため、肉用種と乳用種の全国飼養頭数の合計と肉用牛の全国飼養頭数は一致しない。

肉用牛の飼養頭数は、北海道(52万頭、全体に占める割合は21%)、鹿児島(34万頭、13%)、宮崎(24万頭、10%)、熊本(13万頭、同5%)
これら上位4道県で全体の約5割を占める。また九州のシェアは36%で最大の生産地域となっている。

和牛は認定を受けた食肉処理工場(と蓄場)で処理されたもののみ輸出可能

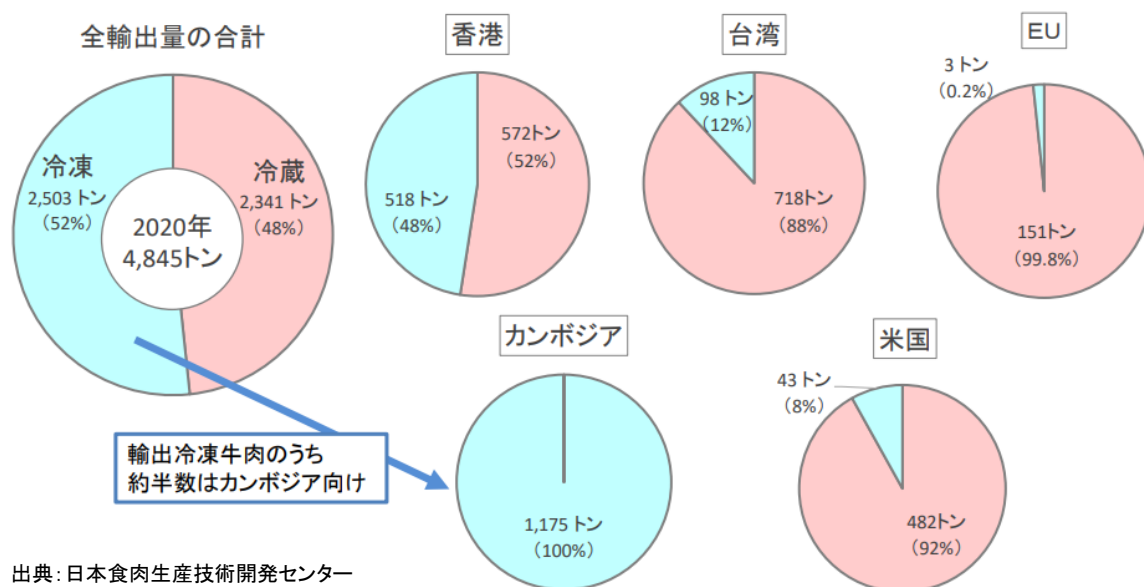
認定と蓄場は輸出国ごとによって異なる

出典: 日本食肉生産技術開発センター
「最近の食肉輸出をめぐる情勢」



全輸出数量における冷蔵・冷凍割合はほぼ同程度(50%:50%)

アジア向けは冷凍の比率が高く、欧米向けは冷蔵の比率が高い傾向



出典: 日本食肉生産技術開発センター
「最近の食肉輸出をめぐる情勢」

冷蔵牛肉(-20℃~-18℃)は、牛をと畜解体後、製品化のために所要のカット処理、包装などが行われ、0℃前後の冷蔵状態で輸送される。冷凍牛肉(-1.5℃~5℃)は製造後、急速冷凍が行われ、-20℃以下の冷凍状態で輸送される。

(出典: JETRO 品目別レポート(牛肉))

【冷凍条件】

微生物が増殖しないため、海上輸送などの長期間の移動時間を要する安価な交通手段で輸出することができる。

一方で、冷凍焼けや解凍時のドリップの発生など牛肉の品質劣化を避けることはできない。

このような品質劣化は商品価値の低下につながるため、単価の高い和牛の輸出にはふさわしくない。

【冷蔵条件】

冷蔵条件下では牛肉中の微生物の増殖を止めることができないため、航空輸送もしくは限られた近隣の国への海上輸送が選択肢となる。航空輸送はコストが高く、販売戦略上デメリットが大きい。

(出典: 小林ら 2021.チルド船便輸送を目指した国産和牛の賞味期限設定に向けた検証)

参考：日本から輸出される牛肉の受け入れ状況

×：当該品目について、相手国との協議を完了していない。
 輸出実績あり：二国間での輸出条件は設定されていないが、これまでに相手国の受け入れ条件を満たした上で、輸出した実績が確認されている。

国と地域	牛肉輸出可否	国と地域	牛肉輸出可否	国と地域	牛肉輸出可否
マカオ	○	アラブ首長国連邦	○	米国	○
台湾	○	カタール	○	カナダ	○
シンガポール	○	サウジアラビア	○	メキシコ	○
タイ	○	バーレーン	○	ブラジル	○
ベトナム	○	オマーン	輸出実績あり	アルゼンチン	○
韓国	×	パキスタン	×	ウルグアイ	○
インドネシア	○	EU	○	オーストラリア	○
フィリピン	○	スイス	○	ニュージーランド	○
マレーシア	○	ノルウェー	○		
ミャンマー	○	リヒテンシュタイン	○		
カンボジア	輸出実績あり	英国	○		
バングラデシュ	輸出実績あり	ロシア	○		
モンゴル	輸出実績あり	ベラルーシ	○		
ラオス	輸出実績あり				
中国	×				

中国：BSE及び口蹄疫発生のため、牛、牛肉、豚、豚肉、乳、乳製品等の輸入を停止
 高病原性鳥インフルエンザ発生のため、家きん、家きん肉、家きん卵等の輸入を停止
 その他、家畜・家きんの糞由来の肥料の輸入を停止
 韓国： BSE発生のため、反芻動物、反芻動物由来の肉等の輸入を停止

