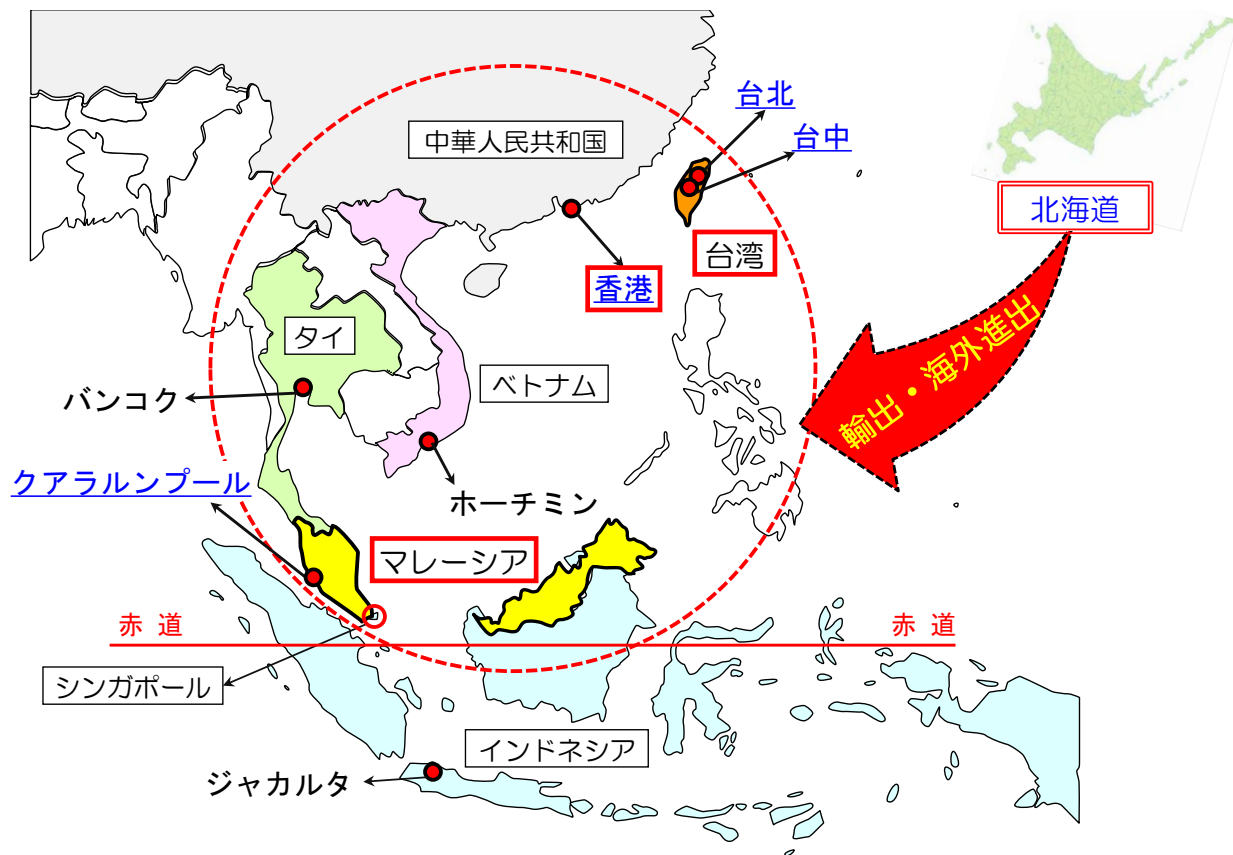


平成 30 年度
道産食品販路拡大推進事業
(台湾・香港・マレーシア) 委託業務
事業実施報告書 (概要版)



1. 現状と課題

(1) 台湾

- 台湾は、食品の各種輸入規制が多く、かつ衛生福利部 食品薬物管理署(FDA)の検査が厳しいことから、台湾到着後、輸入手続(検疫)に1ヶ月以上かかる場合もある。
- 原発事故に関する規制に基づく輸入禁止5県(宮城、福島、茨城、千葉、群馬)に関する規制が解除される目途はなく、これら5県産の原料などが含まれていないかチェックされる。
- 新たな輸入規制として、2枚貝(衛生証明書の添付が義務化:2018年1月)とトランス脂肪酸に関する輸入規制(部分水素添加油脂の使用禁止:2018年7月)が発令された。
- 台湾は親日的な国民性であり、日本食品も百貨店、高級スーパーを中心に数多く販売されているが、道産食品は高価格になる傾向があることから、それほど多く販売されていない。
- 日本料理店は数多くあり、日常的に食べられている。特にラーメンは人気が高く、北海道から出店しているラーメン店もある。
- 北海道物産展はどの百貨店でも実施する目玉の催事であるが、近年では道内企業ではなく、台湾企業が参加するケースも多く、本物の北海道産ではないことから、一部の消費者に飽きがきて売り上げも減少傾向にある。

(2) 香港

- 香港は、地域の食料自給率がほぼ0%であり、食品を輸入に依存していることから、輸入規制は一部を除きほとんど存在せず、非常に輸出しやすい市場である。
- また、基本的に食品に輸入関税はかからず、所得水準が高い地域であることから、購買力が高く、輸出を初めて手掛けるには、取り組みやすい地域と言える。
- 高級ゾーンの小売店には数多くの日本産食品が販売されているほか、寿司店など日本料理店も多く、鮮魚や青果品も相当数が輸出されている。しかし、世界中から輸入していることもあり、競争環境はかなり厳しいと言える。また、他国産食品との競争だけでなく、日本産食品の産地間競争もある。
- 従って、差別化された商品でなければ、店頭で売れる可能性は低く、台湾同様、プロモーション等により商品のPR・知名度の向上を図らないと、すぐに終売となってしまう。

(3) マレーシア

- マレーシアは、マレー系の人口が多いことから、ハラール食品の需要が高いが、富裕層が多い中華系はハラール食品に拘らないことから、ハラール認証の取得は必ずしも必須ではない。ハラール認証は、政府機関のマレーシア・イスラム開発局(JAKIM)が発効しており、JAKIMのハラール認証はイスラム圏で高い評価を得ていることから、JAKIMのハラール認証を取得できれば、マレーシアをハラールハブとして世界各国へPRすることが可能である。
- 輸出に際し、食品の登録は基本的に不要(健康食品は必要)であり、原料の輸入関税は0%と比較的輸入しやすい国である。
- 食肉は牛肉のみ輸出可能であるが、北海道にはマレーシア政府認定のと畜場がなく、と畜場の認定にはハラールが求められ厳しい要件をクリアする必要がある。
- 米はPadiberas Nasional Berhad(BERNAS)社が輸入を独占しているため、米を輸入する際にはBERNAS社への登録が必要となることから、同社との協議が必要となる。

2. 平成30年度事業実施結果

2-1 商談会・フェア・プロモーション

(1) 台湾

①商談会の概要：「台北 北海道農水産物・食品輸出商談会2018」

○実施日時

平成30年10月30日(火) 11:00～17:00

○実施場所

Regent Taipei

(104 台北市中山區中山北路二段39巷3號)

○実施内容

ジェトロ主催の「台北 日本産農水産物・食品輸出商談会2018」（出展企業50社）との共同開催。会場内に北海道ブースを設置し、そこに出展。



○参加企業

- ・10社 ※参加企業は全て渡航
- ・主な出品商品：菓子・スイーツ、チーズ、ながいも、米、日本酒、ワイン、牛肉

○参加バイヤー

- ・147社
- (内訳) インポーター(卸売) 52社、小売 11社、外食 46社、その他 38社

○商談結果

- ・商談件数 117件
- ・成約済 3件、29万円(主な商品：ワイン)
- ・成約見込 9件、760万円(主な商品：菓子、スイーツ、農産品、米)

②フェア・プロモーションの概要・結果：「北海道フェア in Top city」

○実施日時

平成31年1月11日(金)～1月20日(日)(10日間)

○場所

「Top City 台中大遠百」12階 北海道チャレンジショップ
(台中市西屯區台灣大道三段251號)

○内容

台湾商談会と連携したプロモーション及びフォローアップとして、「北海道チャレンジショップ」で開催された当フェアへの参加販売企業の出展支援を実施した。

○参加企業

- ・3社(北海道フェア全体では10社) ※参加企業は全て渡航
- ・主な出品商品：日本酒、ラーメン、かまぼこ

（2）香港

①商談会の概要：「北海道食品輸出商談会 in 香港 2018」

○実施日時

平成30年10月9日（水） 11:00～17:00

○実施場所

NEW WORLD MILLENIUM HONG KONG HOTEL

(72 Mody Road, Tsim Sha Tsui East, Kowloon, Hong Kong)

○実施内容

本事業単独で香港現地にて商談会を開催。

○参加企業

・14社 ※参加企業は全て渡航

・主な出品商品：菓子・スイーツ、ホタテ、カニ、ウニ、なまこ、水産加工品、清涼飲料水

○参加バイヤー

・63社

（内訳）インポーター（卸売） 25社、小売 11社、外食 8社、その他 19社

○商談結果

・商談件数 183件

・成約済 7件、 226万円（主な商品：菓子・スイーツ、ホタテ、なまこ）

・成約見込 4件、 2,125万円（主な商品：菓子・スイーツ、ホタテ）



②フェア・プロモーションの概要・結果：「YATA 北海道フェア」

○実施日時

平成31年1月17日（木）～2月8日（金）（23日間）

○実施場所

YATA Department Store Tsuen Wan（Tsuen Wan Plaza 内）他2店舗

（Tsuen Wan Plaza, 4 Tai Pa St, Tsuen Wan）

○実施内容

香港商談会と連携したプロモーション及びフォローアップとして、YATA（百貨店、スーパーを運営）が道産食品の販売イベントとして初めて開催した「北海道フェア」にて参加企業の出展支援を実施した。

○参加企業（香港商談会と併せて参加した企業）

・7社（北海道フェア全体では24社）

渡航企業 3社（北海道フェア全体5社）、非渡航企業 4社（北海道フェア全体19社）

・主な出品商品：菓子・スイーツ、なまこ、水産加工品、

（3）マレーシア

①商談会の概要：「北海道農水産物・食品輸出商談会 IN クアラルンプール 2018」

○実施日時

平成30年9月6日（木） 13:00～18:00

○実施場所

JW MARRIOTT KUALA LUMPUR

(183, Jalan Bukit Bintang, Bukit Bintang, 55100 Kuala Lumpur
Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur, Malaysia)



○実施内容

ジェトロ主催の「日本産農水産物・食品輸出商談会 IN クアラルンプール 2018」（出展企業40社）との共同開催。会場内に北海道ブースを設置し、そこに出席。

○参加企業

- ・6社 ※参加企業は全て渡航
- ・主な出品商品：納豆、人参、ラーメン、スイーツ、いくら、チーズ

○参加バイヤー

- ・37社
- （内訳）インポーター（卸売） 17社、小売 9社、外食 11社、その他 5社
- （内訳、重複あり）

○商談結果

- ・商談件数 94件
- ・成約済 3件、 580万円（主な商品：エビ、いくら、ホタテ）
- ・成約見込 14件、 1,804万円（主な商品：エビ、いくら、ホタテ、チーズ）

②フェア・プロモーションの概要・結果

「HOKKAIDO FOOD PROMOTION in Kuala Lumpur 2019」

○実施日時

平成31年2月20日（水） 12:50～17:15

○実施場所

千歳 Chitose Japanese Restaurant

(No 11, 1st floor, Solaris Mont Kiara, Jalan Solaris2, Solaris Mont Kiara, 50400, Kuala Lumpur)

○実施内容

平成30年9月に開催したマレーシア商談会と連携したプロモーションとして、現地日本食レストランの協力の下、道産食材を使用したレストランプロモーションを開催。

○参加企業

- ・11社（渡航企業 2社、非渡航企業 9社）
- ・主な出品商品；ラーメン、生鮮野菜、納豆、スイーツ、ホタテ、鮭、たこ、冷凍野菜、調味料

2-2 テスト輸出

(1) 台湾

テスト項目～「食品型の機能性食品の輸送テスト」

○実施内容

- ・平成29年度に実施した機能性食品のテスト輸出においては、機能性素材が台湾の食品添加物のポジティブリスト^(注)に登録されていなかったことから、輸出することができなかった。

(注) 台湾では食品添加物の輸入規制としてポジティブリスト方式を採用しており、ポジティブリストに登録されていない食品添加物は輸入が認められていない。

- ・このため、ポジティブリストへの登録に必要な手続、期間、費用等を整理した上で、登録手続を行うことで機能性食品の輸出は可能と考え、台湾衛生福利部 食品薬物管理署 (FDA) を訪問し、機能性食品の台湾への輸入に関する規制等の調査を実施した。
- ・その結果、対象としている機能性素材は天然由来の成分であることから食品添加物には該当しないことが判明し、当該商品は一般食品として輸入できることが確認できた。

◇対象商品

台湾は、通関で止められる事例も増えているため、対象商品は機能性素材製造会社を通じて現地商社と調整し、原材料や食品添加物、賞味期限等から輸出に適している3商品を対象とした。

◇輸送スケジュール

- ・2/15(金) 商品を出荷
- ・2/16(土) 成田空港発 (FedEx の国際宅配便を利用)
- ・2/19(火) 台湾国際空港着、輸入通関
- ・2/22(金) 輸入許可、現地商社に到着

◇輸出に係る必要書類

台湾へ食品を輸出するために必要な下記書類を揃えた。

- ☞ コマーシャルインボイス、パッキングリスト、原産地証明書、中国語ラベル、製品製造時に部分水素添加油脂を使用していないことについての宣言書

○まとめ

- ・当該機能性素材は食品添加物には該当していないことが判明したことから、ポジティブリストへ登録する必要はなく、実際に台湾へ輸出することができた。
- ・ただし、新規商品であるため、通関で輸入許可が一時下りなかったことがあった。台湾へ輸出実績がない商品については、商品の特性が説明できる資料(製造工程表や検査成績書など)を一通り取り揃えて対応できる準備が必要である。

(2) 香港

テスト項目～ 「サプリメント型の機能性食品の輸送テスト」

○実施内容

- ・一般食品型の機能性食品はテスト輸出による検証を実施済であることから、サプリメント型の機能性食品について輸送や輸入手続き等に課題が無いかを検証する輸送テストを実施した。

- ・サプリメント型の機能性食品は、これまで北海道から香港への輸出実績が確認できていないことから、実際に輸出が可能なのか不透明であり、輸送テストによる検証を実施した。
- ・香港の一般食品の定義は、「カプセル、丸薬、錠剤、粉末の形状で販売される食品は、一切薬品を含んでいない限りは食品としての規制を受ける」である。そのため、形状がタブレット等であっても薬品を含んでいなければ一般食品と同じく輸出が可能と思われるが、新たな機能性成分のように登録されていないもの全てが薬品以外と判断されるのか、今回の輸出を通じて検証した。

◇対象商品

機能性素材の異なるサプリメント型の機能性食品の2商品を選定。

◇輸送スケジュール

- ・1/25(木) 午前：SIACTに集荷、午後：輸出通関完了
- ・1/26(火) 16:00 新千歳空港発(CX581便) ⇒ 20:55 香港国際空港着
- ・1/27(水) 午前：輸入通関・食品検査完了、午後：指定場所に配送

○まとめ

- ・国内で通常に流通しているサプリメント型の機能性食品については、一般食品として輸出可能であることが確認された。

(3) マレーシア

テスト項目～ 「生鮮品の輸送テストと市場評価」

○実施内容

1) 北海道からマレーシアへ向けた輸出者の選定

- ・マレーシアに現地法人を有し、自社商品に限りマレーシアへ輸出している札幌の企業に協力をいただき、2月に実施したプロモーションに合わせ、同社の輸出ルートを活用したテスト輸出を実施した。
- ・現地の輸入通関事業者の協力を得ながら、必要情報、原産地証明書、衛生証明書等の書類を手配した。なお、書類作成に必要な商品情報は次のとおり。
☞ 原材料及び原材料の重量比、一括表示ラベル記載事項（栄養成分表示含む）

2) 効率的な物流ルートの確立

- ・昨年度はシンガポール経由便を利用した検証を実施したことから、今年度は他の経由便にて効率的な輸送ができるかを検証した。
- ・マレーシアへの主要なルート(経由便)は下記のとおり。
 - ・新千歳 ⇒ シンガポール ⇒ マレーシア ※昨年度実施
 - ・新千歳 ⇒ 韓国(仁川) ⇒ マレーシア
 - ・新千歳 ⇒ 羽田 ⇒ マレーシア

上記のうち、羽田経由便は輸送費が高いことから、仁川経由便で検証した。

3) 輸送時の品質管理

- ・昨年度事業では問題ないことが確認できたが、それ以外の航空便で、輸送時における冷蔵品の品質管理(温度・湿度)に問題点がないかを検証した。
- ・冷蔵品であるニンジンの梱包資材の中にデータロガーを入れて、輸送時の温度・湿度を計

平成30年度 道産食品販路拡大推進事業（台湾・香港・マレーシア）

測し、冷蔵品の品質管理状況を確認した。

- ・クアラルンプール到着後、10℃を超える時間帯があったが、輸入者に引き渡す前の時間帯であり、空港側に原因があった模様
- ・輸入者が引き取った後、ラベルを貼り付けて、輸入通関を実施した。

◇対象商品

冷蔵品（にんじん、じゃがいも等）

◇輸送スケジュール

- ・2/12(火) SIACT 集荷
- ・2/13(水) SIACT で商品確認・データロガーを梱包。輸出許可・輸出通関。
14:00 新千歳発 ⇒ 17:15 仁川着、22:10 仁川発
- ・2/14(木) 03:40 クアラルンプール着
10:00 輸入者に引き渡し。ラベル貼り作業を実施。
- ・2/15(金) 輸入通関（一時保管し、2/19 に会場へ搬入）

○まとめ

1) 北海道からマレーシアへ向けた輸出者の選定

- ・今後、札幌の輸出者を通じて北海道からマレーシアへ向けた輸出が可能であることが確認された。

2) 効率的な物流ルートの確立

- ・仁川経由便のルートについて問題なく輸送されることが確認された。

3) 輸送時の品質管理

- ・検品の結果、冷蔵品（にんじん、じゃがいも等）は、特に問題はなかった。
- ・クアラルンプール到着後に温度上昇がみられたが、輸入者への引き渡し前であったことから、詳細を確認することができなかった。

今回に限ったことか、恒常的なことかは不明であるが、冷蔵輸送は注意が必要となる。

なお、マレーシア国内での輸送については、温度管理等問題なかった。

2-3 F/Sモデル事業

（1）台湾

「食品型の機能性食品を対象としたF/Sモデル事業」

○実施内容

- ・テスト輸出により一般食品として輸出が可能であると確認できた食品型の機能性食品について、販路や市場性の確認をおこなった。
- ・台湾は健康志向が高いので健康に良い食品は人気があるが、今回対象とした機能性素材は台湾において認知度がほとんどないことから、日本の商品を多く扱っている事業者や健康志向の高いお客やこだわりが強いお客をターゲットとする輸入卸・小売事業者等へ販路開拓するほうが良いと考え、輸入卸・小売事業者等を訪問し、一般食品でありながら健康に資する機能性食品の販路開拓に向けた課題や市場性についてヒアリング調査を実施した。

○機能性食品の市場性について（ヒアリング調査結果）

- ・機能性食品の効果を謳うためには、FDAに健康食品として登録する必要がある。登録しなければ、パッケージ表示だけでなく、POPや口頭でPRすることもできない。登録には効果に関するデータを提出する必要あるため、登録までには数年かかる。
- ・台湾で認知度の低い機能性食品を販売していくためには、相当のプロモーションが必要。
- ・台湾には漢方の文化があり、機能性食品が普及する下地があることから、日本の商品以外にも多くの機能性食品が販売されている。
- ・食品添加物を嫌う傾向があるため、天然に近い商品が良い。
- ・機能性食品は基本的に価格が高い。なぜ高いかを明確に示せないと難しい。
- ・高くても売れている商品は欧州のオリーブオイル、トリュフソース、チーズなど。

○まとめ

- ・日本と同様、価格が高い機能性食品は、高い理由を明確に示せないと売ることが難しい。
- ・台湾では当該機能性素材がほとんど認知されていないので、まずは大規模なプロモーションから始める必要がある。幅広くプロモーションするのではなく、健康志向の高い方が集まる場所（スポーツジムやドラッグストア等）でプロモーションのが良い。
- ・健康志向の高い人が求める商品は、サプリメントなどの機能性成分を確実に摂取できる商品や天然に近い商品等を求める傾向にあるので、このような商品開発を進める必要がある。

（2）香港

「サプリメント型の機能性食品を対象としたF/Sモデル事業」

○実施内容

- ・香港は、多数の競合商品が販売されており、一般食品と輸入事業者やバイヤーが異なるため、機能性食品を扱う現地パートナーを見つけ、販路を構築していく必要がある。
- ・対象商品の機能性素材は、認知度がほとんど無いことから、市場評価は低いものと想定されるが、北海道ブランドは高評価を得ていることから、それがどこまで訴求できるのか検証した。
- ・市場性と商流が確認できれば、一般食品と同様のモデル構築は可能と想定し、一般的な店舗としてサプリメントを多数扱っている薬局、ドラッグストアを対象としてヒアリングにて市場性の確認を実施した。

○機能性食品の市場性について（ヒアリング調査結果）

- ・現在、サプリメントの人気は低調なので、新規に商品を充実させる予定はない。
ただ、今後も日本などでブームとなり、認知度が高い商品であれば取り扱う意向はある。
- ・サプリメントのメインの購買層は20代後半から40代の働く女性で、売れているのは美容やダイエットに関係する商品。
- ・中心となる価格帯はHK\$200～HK\$300であり、今回の対象商品は高い。
- ・世界中から様々な輸入商品を取扱っているため、北海道産品ということにあまり価値はない。消費者が商品を選ぶ基準は、価格と効能のバランスで決まる。
- ・一般食品とは、市場が全く異なることから、これまでの一般食品に関係するつながりの中からでは、適当な輸入事業者やバイヤーを発掘することはできなかった。

○まとめ

- ・一般食品に関して、日本産や北海道産が、価格が高いにも関わらず香港市場において評価を得ているのは、安心安全や味の良さが付加価値として評価されているためである。
同様に、サプリメントに関しては、効果効能が付加価値として評価され、価格見合いにより市場価値が決まるため、今回の対象商品のように現地での認知度が低く、効果効能を表示することができない商品の市場性は低い。
- ・現地での販路構築に関しては、まずは日本国内も含め消費者への認知度を上げるための取組を行う必要がある。
- ・現地パートナーの発掘に関しては、一般食品のように現地バイヤー等が自ら商品を求めてくる可能性は低いことから、健康食品、サプリメント等を対象とした展示会等にて、PRを含めバイヤー等との接点を構築する方法が有効と思われる。

2-4 普及啓発セミナー

(1) 第1回 「マレーシア食品市場セミナー」

○日時：平成30年7月19日(木) 13:00～16:45

○場所：ACU-A(札幌市中央区北4条西5丁目 ASTY45 16階)

○内容

- ・マレーシアの市場状況、現地日本市場の動向、現地輸入規制
- ・マレーシアハラールとハラール認証取得の考え方

○参加者：37名

(2) 第2回 「道産食品輸出セミナー」

○日時：平成30年8月27日(月) 13:00～16:00

○場所：札幌パークホテル 1階 ザ・テラスルーム(札幌市中央区南10条西3丁目1番1号)

○内容

- ・シンガポール・タイにおける道産食品のマーケット情報
- ・食品輸出に取り組む道内企業の事例紹介
- ・食品輸出関連の事業説明（北海道貿易物産振興会、フード特区機構）

○参加者：50名

2-5 事業報告会（道産食品輸出促進セミナー）

○日時：平成31年2月26日(火) 13:30～17:00

○場所：ANAクラウンプラザホテル札幌（札幌市中央区北3条西1丁目2-9）

○内容：「道産食品輸出塾（台湾・香港・マレーシア）」の取組報告

- ・道産食品輸出塾の概要説明
- ・台湾への取組報告
- ・香港への取組報告
- ・マレーシアへの取組報告

○参加者：67名

4 今後の展開方向

（1）台湾

- 台湾は輸入規制・通関が厳しいことから、特に輸出実績がない商品については、商品の特性が説明できる資料を一通り取り揃えて対応できる準備が必要である。
- 台湾では、商談会や物産展等が多く開催されているので、実際に参加することで自社商品の強みや課題を把握できるように取り組むほか、輸入規制等への対応の観点から出展商品（商談対象商品）の選定については商社や支援機関を活用することが有効である。

【具体的な規制】

- トランス脂肪酸、飽和脂肪酸、糖の情報について
 - ・台湾のレギュレーション上、栄養成分としてトランス脂肪酸、飽和脂肪酸、糖に関する情報が要求されているため、常識的に含まれない場合も実測値としていつでも外注分析等の根拠を示せる状態にしておかなければリスクがある。
- 部分水素添加油脂の食品への使用禁止
 - ・平成28年4月22日、FDAは、台湾で流通する全ての食品への部分水素添加油脂の使用を禁止することを決定し、この規制を平成30年7月1日に開始した。

（2）香港

- ・香港は、競争は厳しいものの、輸入規制が少ないことから新規に輸出にチャレンジする企業にとっては取組みやすい地域である。
新規に輸出に取組みたいと考えている企業の中には、対象国も含めて何から始めてよいか分からない企業も多いことから、香港をゲートウェイとして取組む方法がある。
- ・香港は、競争が激しく商品の差別化が必要であるが、企業にとって香港市場のみを対象として商品改良や商品開発を行うことは、費用対効果を考えると困難であり、また、どのように差別化を図るかについてのノウハウもないのが現状であるため、行政や支援機関を活用することが有効である。

（3）マレーシア

- ・本事業による商談会やプロモーションの開催を通じて、現地輸入卸売事業者とのネットワークが拡充されたことから、実際に、現地への輸出を考えている道内企業へ現地パートナーを紹介することが可能となった。
また、本事業において新たな物流ルートとして、道内の輸出者を通じた輸出も可能となり、物流の幅が広がった。
- ・マレー系（イスラム教徒）が総人口の65%を占めていることから、ハラール認証を取得した食品の要望が増えてきている。
- ・ただ、中華系をマーケットにしている現地輸入事業者も多く、当初はハラール認証の取得は不要であると考えられるが、テストマーケティング等でマレー系に人気があることが判明した場合や、インバウンドの需要も見据えて、ハラール認証取得についても検討をしていく必要がある。