

国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略 (アフリカ)



1.基礎データ

輸入 681億ドル
輸出 266億ドル

- ・人口:92百万人(人口増加率 2.2%)
- ・面積:約100万km²(日本の約2.6倍)
- ・宗教:イスラム教、コプト・キリスト教
- ・名目GDP:2,864億ドル
- ・一人当たり名目GDP:3,304ドル
- ・実質GDP成長率:2.2%

・現状、アフリカ地域への輸出は少ないため、輸出額の多い「エジプト」を中心に分析・検討。



日本からの距離
約9,600km
(東京からカイロ)

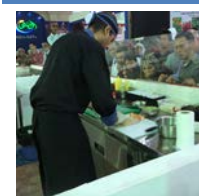
5.消費者の味覚、嗜好上の特徴

- ・パン、コメ、魚、羊、鶏、七面鳥などをよく食す。
- ・主食はエーシュという平たいパン。これにターメイヤ(すりつぶしてスパイスを混ぜたソラマメを団子にして揚げたもの)、フル(干しソラマメを一晩かけて煮込んだ料理)を挟んで食べるのが日常的。
- ・食に対しては非常に保守的で新しいものにチャレンジしない傾向。
- ・アルコールについては、一部のレストラン等では提供があり、リカーショップもあるが、イスラム教徒が大半を占めるため、消費は限られる。

6.商流・商習慣

- ・アフリカとの取引は、各種リスク(治安、経済、その他)を伴い、新規参入が難しい。
- ・市場規模の大半を占めるBOP層に特化したターゲットとすることや、既に現地に食い込んだ企業との共同で売り込みを行うことで進出する企業もある。

7.外食・小売等の状況



日本食

- ・日本食が大々的に普及・拡大している状況にはない。
- ・日本食提供店は、53店。内50店はカイロ。
- ・一部の富裕層・若者は日本食にも興味を持ち、寿司・天ぷら等は人気が高い。
- ・寿司はカリフォルニアロール系を中心とした寿司で、ネタの多くは、マグロ、サーモン、エビ、イカなど。
- ・天ぷらも人気だが、味噌汁は賛否が分かれる。

外食



アフリカ料理
・
外国料理

- ・カイロやアレキサンドリア等の大都市では、仏伊中韓料理ほか中東アフリカの料理を提供するレストランが多くある。
- ・カイロではアルコールを飲める店もある。



スーパー
ハイパーマーケット

- ・富裕層は高級スーパーマーケット(カルフル、METRO、サウジスーパー、健康食品を謳った専門スーパー等)で輸入食材等を購入。
- ・高級スーパーは食の安全、品質管理に配慮したブランド野菜の購入等が可能であるが、割高。
- ・日本食材専門のスーパーはない。日本食材を現地スーパー等で入手することは、基本的には不可。稀に高級スーパーで味噌、マヨネーズ、醤油、日本のお菓子を輸入可能(高価)。
- ・日本食用の食材として、シンガポール産や中国・韓国産の加工食品は購入可能。

流通
・
小売



ローカル市場
個人経営店

- ・大多数の庶民はスークと呼ばれる市場で食材を購入する。

2.日本との関係

日本とEPA締結なし

- ・為替レート:1エジプトポンド=15.1円(2016年1月時点)
- ・対日輸入:1,507百万ドル(輸送機器、一般機械、ゴム製品等)
- ・対日輸出:360百万ドル(鉱物性燃料)
- ・日本の直接投資:6640万ドル
- ・進出日本企業(拠点)数:49、居留邦人数:1,019人
- ・日本への渡航者数:4,114人
- ・日本からの渡航者数:31,181人



3.農業関連データ

- ・農業生産額:30,732百万ドル(穀物自給率56%)
- ・農産物輸入額:13,808百万ドル
- ・主な輸入品:小麦(2,716百万ドル、アメリカ、ロシア等)、トウモロコシ(1,985百万ドル、ウクライナ、アルゼンチン等)、大豆(994百万ドル、アルゼンチン、アメリカ等)

4.市場の特性

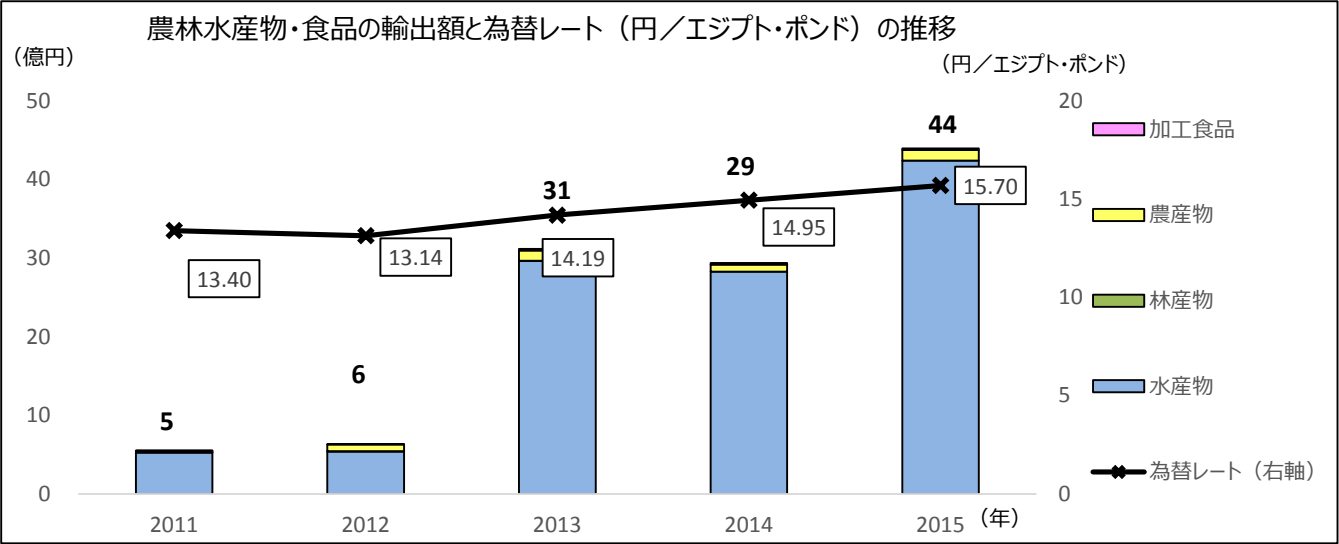
物価
(参考)

りんご1kg 約244円(イタリア産)
コメ1kg 約20円(エジプト産)、454円(インド産)
※いずれも、日本産品を確認できず。

【アフリカ全体】

- ・サハラ砂漠以北の北アフリカは、民族的にコーカソイド中心。イスラム教徒が多い。サハラ以南のサブサハラアフリカはネグロイド(黒人)が中心。キリスト教が信仰される。
- ・経済や社会基盤が脆弱な国や統治・治安に不安を抱える国が多い。
- ・日本食の普及は未知数だが、経済成長に伴い一定数の富裕層が生まれ需要が今後拡大していくと思われる。

- エジプトへの日本産品の輸出は、輸出額の9割以上を「さば」が占める。
- さば以外では、「播種用の種」が輸出額1億円以上だが、その他の品目の輸出額は非常に小さい状況。



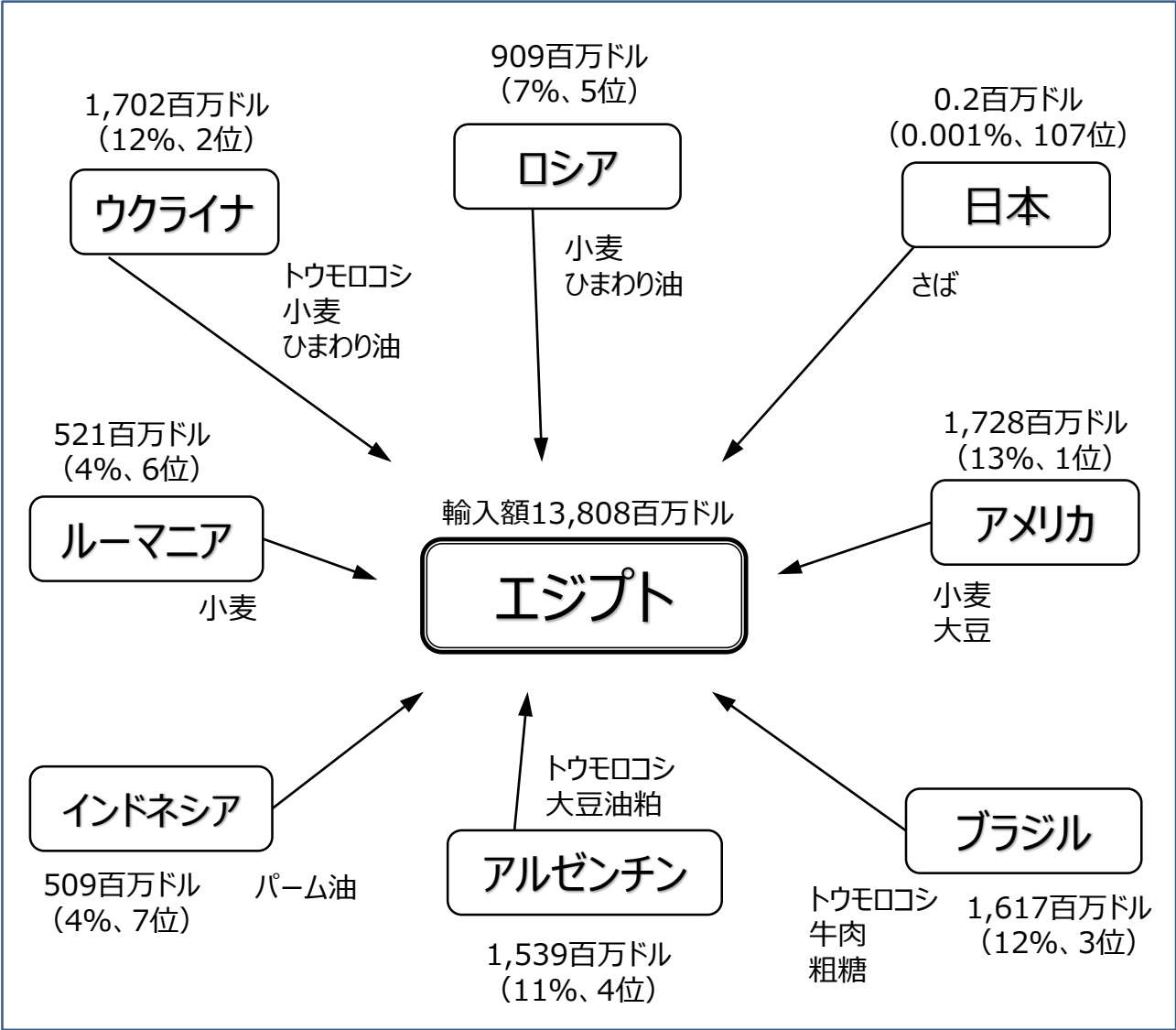
＜輸出上位品目の状況及び今後の見通し＞ ※数値はエジプトのみ

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	さば	42.1億円	46.5%	・主に船便・冷凍で輸出。 ・他国への再輸出も行われている模様。	・品質面での差別化が難しく、価格競争に陥りやすい。 ・水揚げ量に応じて輸出量の変動。	・日本での水揚げの状況等に応じて変動。
2	播種用の種	1.3億円	19.2%	・にんじん、ほうれんそう等の野菜の種子を輸出。	－	－
3	ペプトン	0.1億円	－	(一般的に、香料の原材料や微生物の培地などとして使用されている。)	－	－
4	いわし	0.1億円	－	・さば同様に広い購買所得者層の獲得により需要拡大の可能性。	・品質面での差別化が難しく、価格競争に陥りやすい。	・日本での水揚げの状況等に応じて変動。
5	配合調製飼料	0.03億円	▲80.0%	(詳細不明)	－	－
6	デキストリン	0.02億円	89.5%	(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。)	－	－
7	醤油	0.01億円	－	・治安のリスクからメーカーの営業は困難で、商社を通じた並行輸出が主。	－	－
	(以下なし)					

＜その他の品目の状況及び今後の課題＞ ※数値はエジプトのみ

品目	輸出金額 (2015年)	増加率 (2013～)	現状	課題	輸出拡大のための取組み
水産物	42億円	43.0%	・さばと同様に比較的価格の安い水産物を輸出できないか。	－	－
菓子	－	－	・中東と同様に甘いものが売れる可能性。	－	－

＜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。

- 日本の輸出額は、エジプトの輸入額の1%未満。
- エジプトの輸入品目は、小麦、トウモロコシ、大豆などの穀物、ひまわり油などの食物油が多い。

＜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
さば	・韓国 ・アイスランド	・日本の輸出は輸入額全体の10%程度。 ・韓国産が5割程度のシェア。
播種用の種	・オーストラリア ・イギリス	・日本の輸出は輸入額全体の25%程度。
配合調製飼料	・チュニジア ・ベルギー	・日本の輸出は輸入額全体の1%未満。
醤油	・中国 ・スペイン	・日本の輸出は輸入額全体の1%未満。 ・中国産が6割以上のシェア。

＜その他の品目の競合の状況＞

品目	主な競合先	日本産のシェアなど
水産物	・オランダ ・ベトナム	・日本の輸出は輸入額全体の7%程度。
菓子	・UAE ・イタリア	・日本の輸出は輸入額全体の1%未満。

1. 検疫協議、食品安全規制等

＜動物検疫＞

・牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵は二国間で検疫協議は未実施。

＜植物検疫＞

・現在、ほとんどの品目で植物検疫証明書の添付で、輸出が可能。
（輸入許可証を取得し、許可条件を満たすもののみ輸出可能。）

＜ハラール認証＞

・加工食品等に係るハラール要件を満たす必要。

2. 放射性物質に係る輸入規制

・ 規制措置の緩和・撤廃に向けた働きかけを実施しているが、依然として、全ての食品・飼料について、地域に応じて放射性物質検査証明書、産地証明書の添付が求められている。
⇒ 引き続き、科学的根拠に基づいた対応を強く要請していくことが必要。

品目	都道府県	岩手	宮城	福島	茨城	栃木	群馬	千葉	埼玉	東京	神奈川	山梨	静岡	その他
水産物														
野菜・果実														
牛乳・乳製品														
穀物														
茶・茶製品														
食肉														
野生鳥獣														
酒類														
上記以外の食品														
飼料														

：政府機関発行の放射性物質検査証明書を要求

：政府機関発行の産地証明書を要求

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することが必要。

4. 物流

○ 物流関係は日本からの距離も遠く厳しい状況。

・日本とエジプトとの航空便なし。
・日本とのコンテナ航路は週1便。最短で29日程度。
・コールドチェーンは不十分な状況。

※ エジプトにおいては、外貨不足を理由に商品の決済ができず、港に留め置かれるケースがある模様。

5. 関税

・主な関税率
水産物（さば、いわし等（冷凍））無税、 醤油20%、 配合調製飼料 5 % など

輸出拡大に向けた基本的な方向性

- 日本とアフリカは、距離が遠く、輸出後の価格帯も現地の所得に合わない。文化的な交流が少なく、日本食・日本食材に関する知識も基本的に不足しているため、日本産品の輸出を拡大することは難しい状況。
- このような状況の中、まずは、在外公館を通じた日本食も含めた日本に関する総合的な情報発信や、日系企業の進出の支援や技術協力・支援などの取組みを、インフラ輸出などとも連携しつつ進め、日本ブランドの普及を進めていくことが重要。

可能性が考えられる品目

- ・水産物（比較的価格の安い多獲性魚）
- ・菓子

輸出拡大に向けた主なターゲット

- アフリカは、日本からの距離が遠く、所得も低いことから、（一部の価格の安い水産物で輸出ルートが確立し実績が上がっているものの、）日本からの輸出は非常に難しい状況

畜産物

検疫条件は未設定。

野菜・果物等

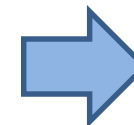
ほとんどの品目で輸出が可能だが、ニーズは乏しいか。
（エジプトは野菜・果物が豊富）

水産物

寿司は人気。
さばが輸出 1 位（燻製や塩漬けで利用されている模様）

加工食品

菓子など



・日本食レストランは少なく（エジプト：約50店）、
外食向けの日本食材の輸出も難しい状況。

・加工食品や水産物など、比較的単価が安い商品で、
現地のニーズをピンポイントで探す必要。

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

- ＜日本に関する総合的な情報発信＞
- 在外公館を中心として、日本食も含め日本に関する総合的な情報発信を進める。特に、本格的な日本食レストランがない国などにおいて日本食・日本食材の情報発信拠点としての取組みを進める。【外務、経産、農水】
 - TICADの機会を利用し、日本食レセプションの実施、ジャパンフェアへの農業・食産業関連企業の出展等により、日本食・食文化の情報発信を行う【民間、外務、農水、経産】

販路開拓、供給面の対応

- ＜日系企業の進出支援＞
- 日系小売・外食等の進出支援を積極的に進める。【経産、農水、国交、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

- ＜二国間対話＞
- ・二国間対話（日南アフリカ共和国農業政策対話、日ケニア農業協力対話等）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。

理解の促進・適合に向けた取組みの実施

※ 現段階では特になし。