

Ishikawa Prefecture
Agriculture,
Forestry and Fisheries
Products Export
Handbook

石川県農林水産物 輸出ハンドブック



農林水産物・食品の国内消費量の減少が懸念される中、国は、これらの新たな販路開拓やブランドイメージの向上などを目的に輸出促進に取り組んでいます。本書では、輸出の基礎的な知識のほか、特色ある農林水産物などをはじめとして、先行的に輸出に取り組んできた事業者の事例を紹介しています。これから農林水産物の輸出に取り組もうと考えている方の後押しとなれば幸いです。

石川の味を、世界へ届けよう。

CONTENTS

- 輸出の心得・・・・・・・・・・・・・03
- 基礎知識① 輸出の流れ・・・・・・・・04
- 基礎知識② 関連業者の役割・・・・・・・・05
- 基礎知識③ 法令による輸入規制・・・・06
- ターゲット市場の把握・・・・・・・・・・07
- 【事例紹介】JA志賀・・・・・・・・・・08
- 【インタビュー】石川県販路開拓アドバイザー・・・・10
- 用語集・相談窓口・・・・・・・・・・12

輸出の心得 国内取引との違い

国境を越えて商品を販売する輸出には、通貨が異なることや輸送距離が長いこと、通関の手続きを経なければならぬことなどから、国内取引にはないリスクや手続きが生じます。また、文化や習慣、価値観の違いから、国内の消費者とは異なるニーズを持つ可能性もあります。

輸出にかかるリスク



- 通貨が異なることによる為替リスク
- 輸送距離が長いため、貨物の損傷や品質劣化が発生するリスク
- 取引先との信頼関係が希薄な場合に発生する代金回収リスク
- 模倣リスク

輸出に必要な手続き



- 税関へ輸出申告を行い、許可を受ける通関手続き
- 航空機や船舶など輸送手段の手配
- 産地証明書など各種証明書の申請、選果・加工場等の施設登録（必要な場合のみ）

ターゲット市場の把握も重要

自社商品の特性をよく理解すると同時に、ターゲットとしたい国の文化や習慣を把握して、輸出先国を決めましょう。

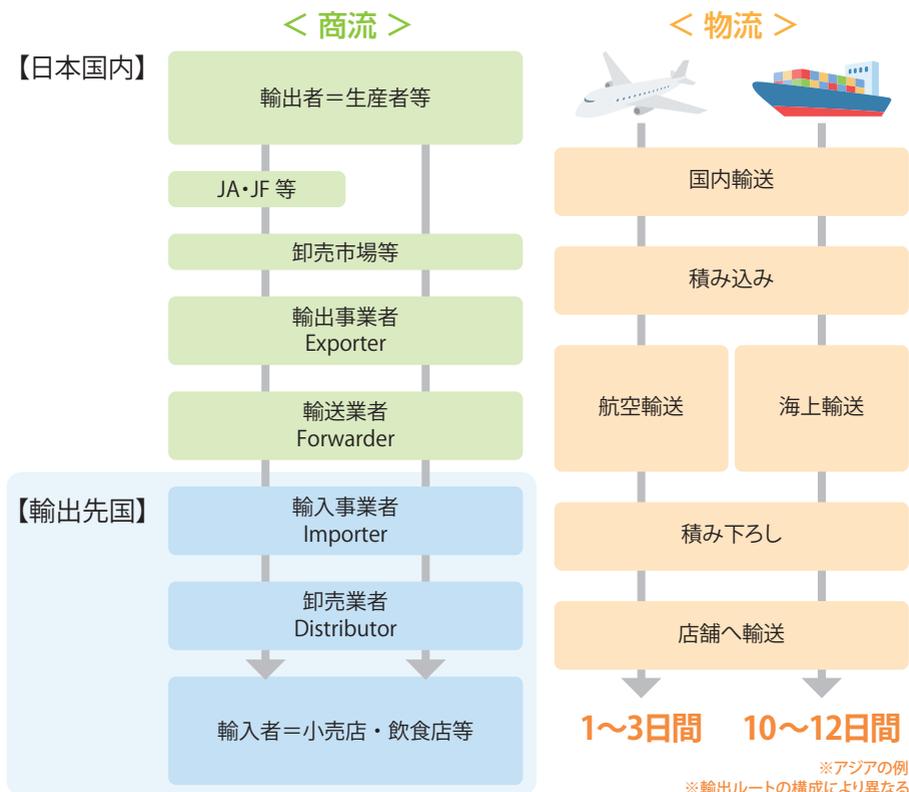
海外では日本では想定できない事態が発生することも多々あります。政情の不安定さや各国特有の事情により、思うようにやり取りが進まない場合もあります。トライ&エラーの覚悟を持って挑むことが大切です。



基礎知識① 輸出の流れ



農林水産物輸出に係る一般的な流れを把握しましょう。日本は海に囲まれているため、航空輸送または海上輸送が必要です。それぞれにメリット・デメリットがあり、輸出品目の性質や数量等を考慮して、最適な方法を選択しましょう。



▼航空輸送と海上輸送の違い

	航空輸送	海上輸送
コスト	高い	安い
日数	短い	長い
物量	少ない	多い
品質への影響	鮮度・品質劣化は少ない	鮮度・品質劣化のリスクあり

基礎知識② 関連業者の役割



輸出にはさまざまな業者が携わり、各業者が担う役割や専門性が異なります。これらを考慮して輸出ルートを構築することは大変ですが、非常に重要です。また、輸出の形態には、これらの役割を仲介業者に依頼する「間接輸出」と、仲介業者を介さない「直接輸出」があります。

区分	業務内容
輸出事業者 Exporter	<ul style="list-style-type: none"> ● 輸出先国の輸入事業者との調整(品目、ロット、価格等) ● 輸出に必要な書類(インボイス、パッキングリスト等)の作成 ● 日本側での検疫、通関申請手続き
輸送業者 Forwarder	<ul style="list-style-type: none"> ● 輸送用の船または航空機の手配 ● 貨物損害保険の手配
輸入事業者 Importer	<ul style="list-style-type: none"> ● 現地小売店との調整(品目、ロット、価格、配送方法等) ● 輸入に必要な書類(輸入許可証等)の取得 ● 現地での検疫、通関の申請手続き

輸出の形態とそれぞれのメリット

直接輸出

直接輸入者に輸出
 仲介手数料不要
 市場情報を入手できる
 輸出ノウハウを蓄積できる



間接輸出

商社などの仲介業者を通じた輸出
 国内決済で、代金回収リスクが少ない
 社内貿易体制不要



基礎知識③ 法令による輸入規制



輸出しようとする国・地域によって、また、品目によって、さまざまな規制や条件があります。輸出にあたっては、それぞれの規制等に沿った許可・承認が必要です。

品目	玄米	精米	ぶどう	かき	なし	さつまいも	牛肉	水産物
台湾	○	◎	○	○	○※1	○	○※3	○※4
香港	◎	◎	◎	◎	◎	◎	○※3	○※4
シンガポール	◎	◎	◎	◎	◎	◎	○※3	○※4
マレーシア	○	○	◎	◎	◎	◎	○※3	○※4
中国	×	○※2	×	×	○	×	×	×

◎：許可・承認なく輸出可能 ○：許可・承認があれば輸出可能 ×：輸出不可 (2025.3.1時点)

植物検疫証明書……植物防疫所が行う輸出検査（輸出される植物が、輸出先国の植物検疫の条件に適合しているかどうかについて行われる）に合格した際に発給される証明書

特別な検疫条件……二国間協議により検疫条件が定められている

- ※1：園地防除の徹底、選果こん包施設の登録、登録選果こん包施設での選果
- ※2：中国側が認可した指定登録施設で精米・くん蒸等がなされた米のみ輸出可
- ※3：輸出先国が認可したと畜場等で処理された牛肉のみ輸出可
- ※4：品目によって、衛生証明書等の添付が必要

⚠ 加工食品は別途、食品添加物の規制等がある場合があるので留意。



ターゲット市場の把握

国によって、日本産の農林水産物の需要はさまざまです。国やジェトロ等が主催する輸出セミナーや展示会、商談会等に参加し、現地情報やニーズ、商品へのフィードバックを得ながら、輸出しようとする品目をどのような国・地域に売り込んでいくのかを検討しましょう。

商社・バイヤーとつながるチャンス！

国やジェトロなどが主催

セミナー、商談会、展示会などを通じた商社・バイヤー等とのつながりづくり

現地情報の収集はこちら

ビジネス情報とジェトロの支援サービス (J-FILE)

<https://www.jetro.go.jp/world/#>



セミナー・商談会情報の収集はこちら

農林水産物・食品イベント情報

<https://www.jetro.go.jp/eventstop/events/foods>



専門家によるマンツーマンの支援

輸出プロモーターによる支援サービス

<https://www.jetro.go.jp/services/export.html>



海外展覧の相談に何でも対応します！

自治体などが主催

初めの一步を踏み出すチャンス！

海外アンテナショップ、バイヤーとの商談会やフェアなどを活用したテストマーケティング

▶石川県海外アンテナショップ

シンガポール、香港、フランス

▶石川フェア

台湾など

[海外バイヤーを招いて開く商談会でマッチングした商品を出品]



こんな声がありました。

自社単独での販路開拓は難しいところ、県主催のアンテナショップの仕組みがあったおかげで、海外での販売に取り組むことができた。

輸出すると日本国内よりもかなり価格が高くなるが、直接説明して販売することで、「いいもの、おいしいもの」と感じると買ってもらえることを実感した。

売り込みたい商品を食べる習慣がない国に対しては、イベントでのPRや試食を通じた食べ方提案といった取り組みが効果的だと感じた。

今まで輸出した別の国と文化や習慣が異なり、求められる時期や数量が変わることを実感したので、テストマーケティングなどで試行錯誤していきたい。

JA 志賀

台湾へ販路を拡大 生産者の収入アップを実現

JA志賀は、平成29年から主力商品の「能登志賀ころ柿」(以下、ころ柿)の輸出を本格化させました。現在は台湾を中心に販売し、令和4年度は年間約7.6トン輸出。キロ単価と生産者の収入アップにつながっています。



JA志賀 営農部長
土田 茂樹さん



JA志賀 営農課長補佐
久保 進太郎さん

需要のピークを越えると 半額に値下がり

ころ柿は深い飴色と果肉の軟らかさ、素朴な甘みが特長で、年末年始の贈り物として人気を集めています。一方で課題となっていたのが、需要のピークを越えた年明けには半額くらいまで値下がりしてしまうことでした。加えて、生産農家の高齢化や担い手不足も懸念されていました。

こうした状況に歯止めをかけようとJA志賀が平成27年度から取り組んだのが産地再生プロジェクトです。その一環として、ブランド力と知名度の

向上を目指して「能登志賀ころ柿」を平成28年10月にGI(地理的表示保護制度)に登録。同時に、年明け以降の単価の維持と売上アップのため、中華圏の旧正月「春節」(1月下旬から2月上旬)にターゲットを絞り、輸出に力を入れることにしました。

現地で販促フェア開催 個包装に対応

春節に着目したのは、干し柿を食べる習慣があり、国内市場同様にこの時期、贈答用の需要を見込めるためです。以前からJA志賀の出荷先の



一つである大阪市場を通じて、台湾へころ柿が輸出されており、このルート強化するかたちで、海外販路の拡大を図りました。

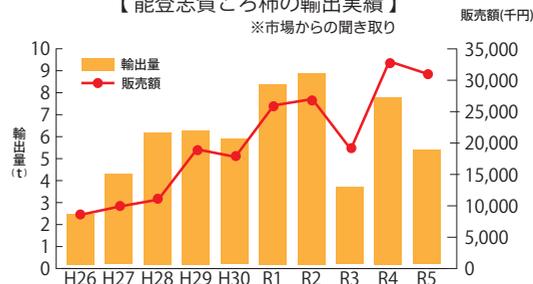
現地での認知度アップと販売促進に向け、石川県やいしかわ農業総合支援機構(INATO)のバックアップを受け、平成29年から年1回、台北市内の高級百貨店で「ころ柿フェア」(令和5年から石川フェア)を開催。試食やメニュー提案を通じてその魅力をPRしています。

大阪市場に出荷した後の手続きや表示ラベルの貼付等は輸出業者が行うため、JA志賀が負担する費用や作業内容は国内向けと同様でした。とはいえ、輸出の本格化に合わせて、いくつかの見直しも行っています。

例えば、従来はフィルムで包んだころ柿を複数個まとめて1枚の袋に包装していましたが、フェアを通じて個包装のニーズが高いことが分かり、個包装に切り替えました。また、切

【能登志賀ころ柿の輸出実績】

※市場からの聞き取り



り替え前は生産農家の一つずつ手作業でフィルムで包み、箱詰めしていましたが、JA志賀の選果場に包装機を導入し、個包装して箱詰めするようにしました。これにより農家の労力が大幅に軽減しました。

加えて、年明け以降の生産を増やすため、12月までに加工されない原料柿の品質を維持したまま常温保存する技術も確立。ブランド保護のため、台湾では包装デザイン、中国では名称の商標権を取得しました。

単価は1.5倍に 作業の平準化が進む

こうした取り組みの結果、令和4年度には約7.6トン輸出、販売金額は3,300万円を超えるまでになりました。これはころ柿の全生産量の約20%にあたります。約90%が台湾向けで、香港やシンガポールにも輸出されています。

「台湾には日本の他産地の干し柿も売られていますが、こ

ろ柿が一番高い値段を付けてもらっています。国内外から引き合いが増えることで、年々単価が上がっており、年明け以降に値下がりすることもなくなりました。また、以前は12月中旬までに無理して生産していましたが、輸出が見込める今はその必要もなくなり、作業の平準化が進みました」。そう話すのはJA志賀営農部長の土田茂樹さんです。その言葉通り、輸出を本格化させる前に比べ、ころ柿のキロ単価は1.5倍ほどに上昇。その分、生産者の収入アップにもつながっています。

JA志賀営農課長補佐の久保進太郎さんは「市場関係者の話では、台湾ではまだまだニーズがあるので、生産量を増やしたい」と将来を見据えます。ころ柿の生産農家数はピーク時に比べて半減していますが、収入増加が見込めるようになれば、持続可能な生産体制の構築につながると期待されています。

高品質の農産物が人気 台湾への輸出が次の一步に

平成28年から販路開拓アドバイザーとして、石川県産の農産物の輸出支援を手がける呉意斐さんに、台湾での評判やプロモーション活動、輸出の際の注意点などを伺いました。



石川県販路開拓アドバイザー
呉意斐さん

profile
国立東京外国語大学大学院修士課程修了。台湾の大手日系IT企業で営業企画部門、国際調達部門の管理職等を務めた後、日本の自治体の農産物輸出に関する支援業務に従事する。日本貿易振興機構の海外コーディネーターも務める。

インタビュー

—石川県産農産物の台湾での評判はいかがですか。

「ルビーロマン」と「能登志賀ころ柿」(以下、ころ柿)が石川県を代表する農産物として認知されています。ルビーロマンは「赤い宝石」と呼ばれ、高級贈答品として人気があります。近年の猛暑の影響による、品質管理の難しさや果肉が軟化しやすいといった課題を解決できれば、さらに販路を拡大できるでしょう。

—ころ柿の評判はいかがですか。

日本産干し柿の中でも、ころ柿のブランド力は抜群です。

高級感のあるパッケージで、こちらも贈答品として人気があります。

若年層への訴求が課題で、試食会ではクリームチーズを合わせ、ワインのおつまみとして提案するなど、新たな食べ方を積極的にアピールしています。先日もラッキョウ酢に漬けた薄切り大根でころ柿一切れを包んで食べてもらったところ、大変好評で、売上アップにつながりました。

—プロモーション活動はどのように展開していますか。

台湾のバイヤーを招いての商談会や、高級百貨店・高級スーパーでの試食販売に力を



台湾の高級百貨店でころ柿の試食を提供



台湾メディアの取材時に通訳をする呉さん

入れています。試食販売では、商品の魅力を効果的に伝えることができます。消費者の声を直接聞けるのもメリットです。

農産物ではありませんが、プリの解体ショーや和菓子のワークショップが盛況でした。体験型のプロモーションは、消費者に強い印象を与えます。観光と組み合わせたイベントや情報発信も効果的です。また、台湾ではFacebookを用いたライブコマースが盛んで、今後、県産農産物の販促にも活用できると考えています。

—台湾に農産物を輸出する際に注意すべき点は。

台湾は残留農薬や栄養成分表示に関する規制が厳しく、注意が必要です。以前は問題なく使えた農薬が規制対象になることもありますから、台湾向けの品目別検疫条件一覧表で最新情報を確認してください。栄養成分表示は日本よりも詳細な記載が必要です。例えば、脂質の表示は飽和脂肪酸とト

ランス脂肪酸を分けて記載する必要があります。

—ビジネスパートナー選びで重要なことは。

大手企業でも中小企業でも輸入業者は基本的に同じ販路を持っています。ですから、会社の規模にこだわらず、誠実で、自社商品の販促に熱意を持って協力してくれるパートナーを選ぶと良いでしょう。

—どんな商品が売れますか。

台湾のバイヤーは常に新しく話題性と独自性に富んだ商品を探しています。競合が多い分野でも、品質が高く、独自性があれば、十分に商機があります。

—展示商談会での出展時に気を付けるべきことは。

販促資料は写真を中心に、簡潔で分かりやすい表現を心がけましょう。台湾向けの場

合、言語は中国本土で使われている簡体字ではなく、繁体字を使用してください。パッケージやポスターなどは日本語表記のまま大丈夫です。その方が日本産であることをアピールできます。

—台湾への輸出に関心のある事業者にアドバイスを。

台湾の厳しい輸入規制をクリアできれば、今後、さらに規制の厳しいEUへの販路開拓にもつながりやすくなります。また、台湾で人気が出た商品は、香港やシンガポールのインフルエンサーに取り上げられることが多く、それが市場開拓の起爆剤となる可能性もあり、これらの華人の多い国や地域への輸出も容易になります。

台湾の消費者は、日本産の農産物は高品質で高級感があると認識していますので、ぜひ積極的に台湾市場に紹介してください。

●用語集

用語	意味
通関	貨物の品目や数量、金額、輸出入先などを税関に申告して、輸出入の許可を得ること。
税関	関税及び内国消費税等の徴収、輸出入貨物の通関、密輸の取締り、保税制度の運営などを主たる目的・業務とする国の行政機関。
関税	輸入品に課される税
インボイス (Invoice)	海外へ貨物を発送する際に、輸出者が輸入者にあてて作成する貨物の明細書。輸出入通関の際に税関へ提出することが義務づけられた重要な書類。
パッキングリスト (Packing List)	インボイスと並んで必須の書類の一つで、貨物をどのように梱包しているか、梱包数、重量、サイズ、外装に記したマークなど、貨物の梱包明細を記載した書類。
荷受人 (Consignee)	貨物が運送人により引き渡される相手方として運送状面に記載されている者。
荷送人 (Consignor)	貨物の運送にあたって、運送人と運送契約締結する荷送人として運送状に記載された人。

相談窓口

●石川県農林水産部ブランド戦略課

金沢市鞍月1丁目1番地
TEL:076-225-1614

●公益財団法人いしかわ農業総合支援機構

金沢市鞍月2丁目20番地
石川県地場産業振興センター新館4F
TEL:076-225-7621

●独立行政法人日本貿易振興機構金沢貿易情報センター (ジェトロ金沢)

金沢市鞍月2丁目20番地
石川県地場産業振興センター新館4F
TEL:076-268-9601