

(共同研究：海外の食品展示会を活用した地域産業の活性化に関する研究 ―地域ブランドの輸出促進と産学官連携)

日本の香港向け農林水産物・食品輸出の 展開と課題

大 島 一 二
梁 悦 寧

1. はじめに

本共同研究プロジェクト（22連289）は、「海外の食品展示会を活用した地域産業の活性化に関する研究―地域ブランドの輸出促進と産学官連携―」を課題に、日本の農業・農村・地域社会が直面する厳しい経済・社会環境のなかで、その打開策の一つとして、日本産農林水産物・食品の香港・中国・台湾等への輸出拡大による地域振興を中心的な研究課題として掲げている。具体的には、毎年夏季に、香港で開催される大規模な食品展示会（香港フードエキスポ、Food Expo Hong Kong）を活用したプロモーション活動による農林水産物・食品の輸出振興をテーマに研究を実施してきた。

周知のように、日本の農林水産業は、農業総産出額・販売農家数・耕地面積の減少、農業労働力の減少等により厳しい状況に置かれている。とくに、日本農業の労働力問題に注目すれば、高齢化と後継者不足の深刻化が顕著である。農林水産省の「農業労働力に関する統計」¹⁾によれば、日本全国の基幹的農業従事者は、2015年の175.7万人から2024年には111.4万人に減少し、今後もさらに減少する趨勢にある。また、基幹的農業従事者の平均年齢も、2015年の67.1歳から2024年には69.2歳と平均年齢70歳の大台突入を目前としている。こうした状況は、新規就農者が2015年の6.5万人（49歳以下は2.3万人）から2023年には4.4万人（49歳以下は1.6万人）にいずれも大きく減少していることに象徴されるように、新規就農者の減少がその主要要因の一つである。こうした農業労働力の減少と高齢化は、日本の将来の食料自給問題に直接関わるだけでなく、農村経済の維持・振興、地域社会の維持にも関わる問題であり、まさに現在、根本的な対策が求められているといえよう。

こうしたなかで、日本国政府・農林水産省・都道府県は、「攻めの農林水産業」戦略の下

1) 農林水産省（2024）「農業労働力に関する統計」<https://www.maff.go.jp/j/tokei/sihyo/data/08.html>
キーワード：農林水産物・食品輸出、香港、日本農業

で、いわゆる「儲かる農業」実現を目的に、日本農業の販売額の増大、新規就農機会を拡大する重要な方途として、日本食および日本産農林水産物・食品の海外市場での販売拡大を強化し、とくに輸出拡大を積極的に支援している。

一方、海外に目を移すと、日本における人口減少・市場縮小とは対照的に、世界各地では人口増加と所得向上に伴い、食料の需要が伸びている。とくにアジア地域では、近年の目覚ましい経済成長を背景に所得水準が飛躍的に向上しており、2020年にはアジア全体の個人消費額は日本の4.5倍に相当する16.14兆ドルに、食市場（食品・外食市場等）の規模も2.42兆ドルに拡大するとの試算もある²⁾。

このように、日本国内における農林水産物・食品の大幅な消費拡大が期待できないなか、海外での日本食に対する需要の高まりを、日本から中国・香港・台湾等の海外への農林水産物・食品輸出にいかにつなげ、国内産の農林水産物・食品の販売強化を促進するかが大きな課題となっている。

そこで、本共同研究では、現在の農林水産物・食品の輸出の現状と課題を分析し、今後香港等への輸出をより順調に発展させ、地域農業・地域経済の発展を可能とするために、どのような戦略を講じるべきなのかを明らかにすることを目的とする。なお、本研究で、香港への農林水産物・食品の輸出を検討する要因としては、後述するように、長期にわたって香港は日本にとっての農林水産物・食品輸出の主要な輸出先であったこと、また、日本の食品産業、とくに外食産業の香港への進出も活発であり、日本の食品産業の海外展開、農林水産物の海外展開の重要な拠点となっているためである。

2. 日本における農産物輸出振興政策の展開と先行研究

今世紀に入って、日本産農林水産物・食品の輸出促進の気運が高まった。これは主に日本政府、都道府県庁およびその他関係機関（地域の農業協同組合、食品企業等）の積極的な働きかけによるところが大きい。この運動の端緒と考えられるのは、2003年5月に鳥取県が中心となり、農林水産ニッポンブランド輸出促進都道府県協議会が発足したことであろう。さらに、同2003年7月には日本貿易振興機構の日本食品等海外市場開拓委員会が発足した。また翌2004年には農林水産省に輸出促進室が設置され、国や各都道府県レベルでの補助金制度の創設が相次ぐなど、国や都道府県での取り組みも本格化した。

そして日本政府および農林水産省においては、農林水産物・食品の輸出額を2020年までに1兆円規模に拡大するとの目標を掲げ、その達成に向けて、2013年8月、「農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略」を策定している。この輸出戦略においては、日本食の主要

2) ローランド・ベルガー（2024）「アジア地域の個人消費は今後10年で7兆ドル増加と予測～個人消費が横ばいの日本市場で、直近2年間に25%以上消費市場が拡大するのは、食料品・飲料、生活雑貨・サービス、健康関連商品・医療サービスの3領域～」2024年11月14日。<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000084.000020895.html>

品目として以下の「重点品目」をあげている。つまり、①加工食品、②水産物、③コメ・コメ加工品、④林産物、⑤花き、⑥青果物、⑦牛肉、⑧茶の8品目である。この①～⑧の重点品目ごとに重点輸出相手国・地域を定め、輸出環境の整備交渉や商流の確立・拡大を図っていくことが推進されている。

このように、日本の農林水産物・食品の輸出が拡大するに伴って、これについての研究も増加してきた。たとえば松井一彦（2014）は、日本からの農林水産物・食品輸出振興策における課題について、いくつかの課題を指摘している。①水産物については、個々の漁協・事業者が個別に輸出に取り組んでいるため、マーケティング・ブランディングが十分でなく、小ロット・季節対応となってしまう売り場が望む供給が難しい。②加工食品については、輸出できる加工食品の種類の拡大と新規市場の開拓といった問題がある。③コメ・コメ加工品については価格差や品質といった問題がある。④青果物については、マーケティング、品揃え、周年供給の確保が不十分である。⑤牛肉については、HACCPやハラール認証34等に対応した食肉処理施設の整備が不十分である、などの問題である。

また、石塚哉史（2015）は、日本産農産物・食品輸出に関する既存研究を大別し、①国内産地流通主体（系統農協や輸出推進協議会、企業等）を対象とした輸出システムの解明、②輸出相手国・地域の輸出関連（植物防疫）制度や社会的慣習を整理し、日本の輸出主体に対する作業負担の現状と課題の検討、③輸出相手国・地域において店頭調査及び消費者アンケート調査から現地の消費者ニーズの解明、の3点に分類できると述べている。

さらに大島一二（2017）は、日本産の食品や農産物の海外輸出が拡大している背景には、輸入国側における客観的な経済状況の変化にも注目する必要があることを指摘している。その変化の1つは、比較的高価である日本の農産物・食品の購買対象となりうる富裕層が形成されつつあることである。また、日本産の食品・農産物の輸出だけでなく、日本の食文化の海外進出には、当然、日系レストランの海外進出が重要な役割を果たしていることはいうまでもない。このことは、まさに日本の外食大手企業の海外進出に典型的である、と述べている。

このほか、栩木誠ら（2010）は、国産農林水産物にとって魅力がある海外市場は、それぞれ強い産物を持つ他国産農林水産物との激烈な競争を強いられる市場でもあることを指摘している。新たな輸出目標を達成していくためには、以下のような検討、改善に取り組むべき課題は多いとする。つまり、①農産物輸出は極めて息の長い取り組みだけに、近視眼的ではなく輸出先市場のきめ細かなマーケティングに基づいた長期戦略構築と戦術の展開、国全体の輸出促進体制の確立、②一定の効果をあげている検疫問題や商標問題など輸出環境整備のための外交の一層の強化、③農産物輸出は、食文化を含めた日本の魅力を世界に訴えていくことだけに、日本全体の魅力向上と、国産農水産物売り込みのための「ジャパンブランド」の確立、④高品質で健康的・安心・安全と共に、安定供給のための産地間の連携と国のリーダーシップと自治体との協力強化、⑤内外物流など輸出拡大のための基

盤整備，と述べている。

さらに，石塚哉史（2016）は，輸出相手国・地域において，他国産との差別化を明確にし，消費者へPRする必要性が高いことを指摘している，と述べている。

こうしたなかで，香港への農林水産物・食品の輸出を検討する先行研究もみられる。濱島敦博ら（2018）は，国内市場とは異なり，域内に農業の生産基盤をほとんど持たず，住民の多くが各国・地域の農業体系の本質的な相違を認識する機会の少ない香港においては，食味の違いの説明や単に日本産であることを示す表示のみでは，消費者に商品の差異が正確に認識されず，日本産の差別化が進まないことを指摘している。日本産和牛の最大の輸出先である香港市場において他国産品との競合及びそれに伴う差別化の必要性は，近年，韓国産や台湾産との競合が進む果物の一部の品目など，他の日本産農産物の輸出品目においても観察されると述べている。

こうした状況のなかで，香港，台湾等の東アジア現地においては，日本産食料・食品への関心がとくに高まっている。それは主に以下の2つの要因によると考えられる。

① 2000年代初めに，中国・台湾・東南アジア諸国等で頻発した食品安全問題の影響により，とくにアジアにおける主要食料供給国である中国産食品への多くの消費者の不信が存在し，このため安心・安全を標榜する日本産食料・食品への信頼と需要が高まっていること。

②世界的に，味が良く，見た目が良く，健康的なイメージのある日本食および日本産食品は各国で人気が高まっており，こうした状況に，2013年12月の「日本食のユネスコの世界無形文化遺産登録」が拍車をかけていること。

こうした情勢を背景に，2013年6月に閣議決定された「日本再興戦略」においては，当時の安倍内閣は，農村振興と，農林水産業生産額，農家所得の増加のため，前述のように，2020年に農林水産物・食品の輸出額を1兆円とする戦略を策定した。この目標は，その後実施された，後述する日本政府および各都道府県による輸出振興策の効果，さらにはアジア地域の大きな需要の存在もあり，新型コロナウイルスの感染拡大下ではあったが1年遅れて達成された。つまり，2021年の農林水産物・食品の輸出額は1兆2,382億円となり，2020年の9,860億円から25.6%の大幅な増加となったのである。

この目標達成を基本に，2020年には，2025年に2兆円，さらに2030年に年間輸出額5兆円を目標とする「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」方針が示された。この目標は非常に高い水準であり，とくに2030年の5兆円達成には抜本的な振興策が必要となろう。農林水産物・食品の輸出を促進するために，今後農林水産省，各都道府県を中心に，日本政府，農業協同組合，食品関連企業，個別の農業経営体等が全体でさらにどのような具体策を実施するのかが注目される³⁾。

3) 「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」方針では，①品目別輸出目標の達成に向けた官民一体となった海外での販売力の強化，②マーケットインの発想で輸出にチャレンジする農林漁業者の後押し，

一方で海外に目を移すと、世界人口の増加と食習慣の変化により、世界の食料需要総量はさらに増加する見込みであり⁴⁾、同時に、日本食の海外における流行は、来日するインバウンド観光客の増加等により依然として高いレベルにあるため⁵⁾、日本の農林水産業が今後継続的に発展していくためには、こうした海外の日本食品・日本食需要の獲得を実現することが重要な鍵となると考えられる。

このような情勢を踏まえて、海外向けの農林水産物および日本食品の海外市場での販売が進展している。2020年からの新型コロナウイルスの感染拡大等により、一時日本の農林水産物の輸出は影響を受けたが、2023年には、回復傾向を示し、輸出額がさらに拡大する趨勢にある。前述したように、日本政府は「食料・農業・農村基本計画（2020年3月）」において、2019年に9,121億円であった農林水産物・食品の輸出額を、2025年までに2兆円、さらに2030年まで5兆円の政策目標を掲げている。こうした情勢に基づけば、日本の国内市場での販売拡大だけでなく、香港など海外で開催される各種食品展示会への積極的な出展、さまざまな情報ツールを活用した日本の食文化・食品の発信や、訪日外国人の誘致などの取り組みをさらに拡大する必要があるだろう。

3. 日本の農産物・食品輸出の展開

3.1. 主要国の農産物輸出

周知のように、世界の農林水産物市場は持続的に拡大しており、農林水産物の貿易量も増加している。この大きな背景としては、経済発展とならんで、2050年には世界人口が約97億人に達することが予想されるなど、人口が急速に増加し、世界各地で食料需要が拡大しているためである。こうしたことから、国際的にみて、食料安全保障は依然として食料充足問題であり、古くて新しい課題であるといえる。

こうした情勢の中で、10数年前の2012年の世界の国・地域別農林水産物・食品輸出額を見ると（表1参照）、上位5位は、第1位アメリカ、第2位オランダ、第3位ドイツ、第4位ブラジル、第5位フランスの順で、日本は51位であった。

③省庁の垣根を超えた政府一体となった輸出の障害の克服、などの施策が推進されている。

4) 主要34か国の飲食料市場規模は、国際機関によるGDPと人口の見通しを踏まえると、2015年の890兆円から2030年には1.5倍の1,360兆円へ成長すると予測され、特に、高い経済成長が続くアジア市場の規模は、420兆円から800兆円と約1.9倍に拡大すると予測されている。北米は220兆円から280兆円と1.3倍に、ヨーロッパは210兆円から240兆円と1.1倍に各々増加すると見込まれる。その中で、中国は大幅な経済成長による食生活の変化が見込まれ、加工品を中心に265兆円から499兆円と200兆円以上拡大し、全体の拡大幅の半分以上を占める。インドは、人口増加と経済成長による食生活の変化が見込まれ、生鮮品、加工品の伸びが大きい。インドネシアは、経済成長による食生活の変化が見込まれ、特に生鮮品の伸びが大きい。農林水産政策研究所「世界の飲食料市場規模の推計 平成31年3月」による。https://www.maff.go.jp/primaff/seika/attach/pdf/190329_01.pdf

5) 農林水産省「海外における日本食レストラン数の調査結果（令和5年）の公表について」では、海外、とくにアジア地域の日本食レストランが増加趨勢にあることがわかる。https://www.maff.go.jp/j/press/yusyutu_kokusai/kikaku/231013_12.html

表1 2021年農産物・食料品輸出額（上位国別ランキング）10位（単位：百万USドル）

順位	国	2012年輸出額	国	2021年輸出額	伸び率%
1	アメリカ	138,409	アメリカ	170,395	23.1
2	オランダ	96,979	オランダ	117,433	21.1
3	ドイツ	78,678	ブラジル	97,659	24.1
4	ブラジル	77,604	ドイツ	88,019	13.0
5	フランス	70,186	フランス	78,335	11.6
6	中国	56,318	中国	77,107	36.9
7	カナダ	46,355	スペイン	67,668	53.1
8	スペイン	44,207	カナダ	64,848	39.9
9	アルゼンチン	41,721	イタリア	58,827	51.2
10	イタリア	38,893	アルゼンチン	55,627	33.3
51	日本	4,592	40位：日本	9,351	103.6

資料：グローバルノート国際統計・国別統計専門サイトより筆者作成。

次に、10年後の2021年の世界における農林水産物・食品輸出額を国別にみると（前掲表1参照）、第1位アメリカ、第2位オランダ、第3位ブラジル、第4位ドイツ、第5位フランスの順で、上位国の順位に大幅な変化はないが、日本は40位とかなり順位を上げていることがわかる。

つまり、2012年と2021年の比較で、各国の輸出額の伸び率は、第1位アメリカが23.1%増、以下、オランダ21.1%増、ブラジル24.1%増、ドイツ13.0%増、フランス11.6%増、中国36.9%増、スペイン53.1%増、カナダ39.9%増、イタリア51.2%増、アルゼンチン33.3%増であったが、これに対して日本は40位で、輸出額の増加率は実に103.6%増と、他の諸国との比較で高い水準であった。

農産物輸出額上位国の多くは、アメリカ・ブラジル・カナダのように国土面積、人口規模が大きい国であるが、とくに注目されるのは第2位のオランダの輸出額の高さである。国土面積からみると、オランダの国土面積は九州と同程度で狭小であるが、輸出額は日本の実に12.6倍である。日本の農林水産物・食料品輸出額は、近年著しい増加傾向にあるとはいえ、輸出額の規模としては他国との比較でいまだ小規模で、世界の第40位に留まっている。このことを言い換えれば、今後の日本の農林水産物・食品輸出額のさらなる増加の可能性は存在すると考えられる。

3.2. 日本の農産物輸出の展開

つぎに、図1は、2012年から2023年までの日本の農林水産物・食品輸出額の推移を示している。また、表2は、2012年と2023年の10年余の経過の中で、構成比がどのように変化したのかを示したものである。

まず図1および表2からは、この10年余で農林水産物・食品の輸出額が3倍近く増加し

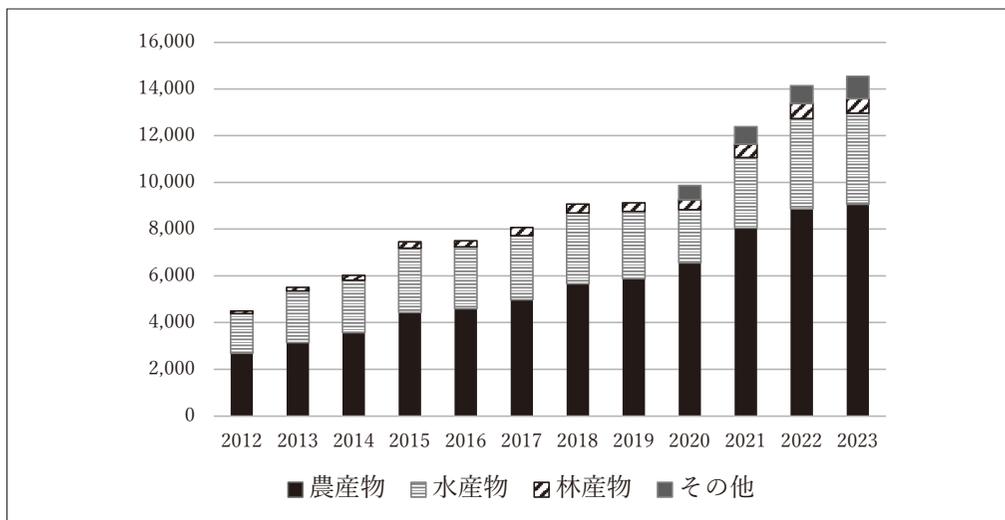


図1 日本の農林水産物・食品輸出額の推移 (億円)

注：「その他」は品目分類できない少額貨物輸出額である。

資料：農林水産省のデータをもとに筆者作成。

表2 農林水産物・食品品目別輸出額の推移 (2023年と2012年)

(単位：億円)

区分	2023年	2020年	対2020年 増加率 (%)	2012年	対2012年 増加率 (%)
農産物	9,059	6,552	38.3	2,680	238.0
林産物	621	429	44.8	118	426.3
水産物	3,901	2,276	71.4	1,698	129.7
合計	13,586	9,256	46.8	4,497	202.1

注：少額貨物輸出額の比較を除く。四捨五入のため比率の合計が100%にならない場合がある。

資料：2023年、2020年農林水産省輸出・国際局のデータと国際部国際政策課2012年農林水産物輸出入概況から筆者作成。

たことがわかる。とくに、前述したように、農林水産物・食品の合計輸出額が、2020年の9,860億円から2021年の1兆2,385億円に増加し、前述した2013年当時の日本政府の目標であった1兆円を達成している。

また、農林水産物・食品の2022年、2023年の輸出額は2021年に比べ、さらに増加していることがわかる。

さらに、以下のような特徴が指摘できる。

まず、表2からは、農産物（食品を含む）の輸出が農林水産物輸出全体の半分以上を占めていることがわかる。つまり、2012年の農産物輸出額は2,680億円だったが、輸出額は年々増加し、新型コロナウイルス感染拡大の影響も比較的軽微で、2020年には輸出額は6,552億円（全輸出額の66.5%）にまで増加している。一方、農産物の輸出額が2012年か

ら2023年まで3倍以上伸びたが、構成比からみると、農産物輸出額は全輸出額に占める割合は2012年の59.6%から2023年の62.3%までの微増にとどまっており、農産物・林産物・水産物の全体構成には大きな変動は起こっていないことがわかる。

また、2023年と2020年の輸出額に示されているように、2012年との比較で、農産物、林産物、水産物のいずれも全体として増加傾向がみられる。この要因としては、農林水産省の見解では、「新型コロナウイルスの蔓延が続く中、消費者ニーズの変化に対応した小売店向けやEC販売等の販売方式の多様化と、海外諸国の経済活動の回復、特に中国や米国等の経済活動の回復傾向が早く、外食需要も回復に向かい、多くの品目で輸出が堅調で、総額も伸びた。」と、されている。

また、前述の輸出額1兆円の目標達成のため、「日本政府が輸出拡大の取り組みに力を入れ、輸出証明書の手続きの円滑な発行、牛肉処理加工施設や水産加工施設等の整備、輸出先国との規制交渉の進展、見本市・商談会の開催、輸出先国でのプロモーションなどを積極的に行い、輸出額が増加できる環境を整えたこと」も、この時期の農林水産物の輸出額増加の一因と考えられる。

4. 香港への農林水産物・食品の輸出状況

4.1. 日本の主な輸出先国・地域向け農林水産物輸出状況

前述のように、日本の2023年の農林水産物・食品輸出総額は、2020年比47.5%増加し、過去最高の1兆4,547億円（少額貨物輸出額961億円を含む）となった。この輸出額を輸出

表3 2023年農林水産物の輸出額上位10か国・地域別

単位：(百万円, %)

順位	国・地域名	2023	2023	2020	対2020 増減率	2017	対2017 増減率
		金額	構成比	金額		金額	
1	中国	237,053	17.5	164,476	44.1	100,715	135.4
2	香港	236,515	17.4	206,625	14.5	187,690	26.0
3	アメリカ	206,237	15.2	119,173	73.1	111,547	84.9
4	台湾	153,239	11.3	98,053	56.3	83,784	82.9
5	ベトナム	69,702	5.1	53,482	30.3	39,516	76.4
6	韓国	76,079	5.6	41,512	83.3	59,669	27.5
7	タイ	51,089	3.8	40,257	26.9	39,057	30.8
8	シンガポール	54,753	4.0	29,643	84.7	26,131	109.5
9	オーストラリア	31,027	2.3	16,526	87.7	14,805	121.8
10	フィリピン	30,587	2.3	15,401	98.6	14,375	59.9
	EU(参考)	72,364	5.3	49,296	46.8	45,249	69.2
	上位10か国地域計	1,146,281	84.5	785,148	46.0	677,289	68.3

注1：百万円未満四捨五入のため、合計が一致しない場合がある。

注2：少額貨物輸出額の比較を除く。

資料：農林水産省「令和4年4月8日農林水産物輸出入概況」2017年、2020年、2023年の農林水産物・食品輸出額から筆者作成。

先国・地域別に整理しよう。

2023年の輸出額上位10か国・地域は以下のとおりである（表3参照）。中国、香港、アメリカ、台湾、ベトナム、韓国、タイ、シンガポール、オーストラリア、フィリピンであった。この上位10か国・地域への輸出が日本の農林水産物輸出額全体の84.5%を占めている。アメリカとオーストラリアを除く、アジア8か国・地域が全体の農林水産物輸出額の66.9%を占めており、日本の農林水産物輸出の主要な仕向け先はアジア地域であることがわかる。

比較可能な2005年以降、最大の輸出相手国・地域は一貫して香港だったが、2021年には初めて中国が首位になった。香港が2位に留まった要因としては（香港の2017年から2021年の増加率は16.7%の増加にとどまっている）、現地の外食需要の減少により、高級食材の乾燥ナマコ（調製）（14.4%減）や、貝柱調製品（16.6%減）の輸出額が減少したことが挙げられる。

4.2. 香港向け農林水産物・食品輸出額の推移

外務省によると、2023年香港の人口は約740万人で、面積は東京都の半分程度の1,110平方キロメートルである。1人あたりのGDP（名目）は49,795ドルと高い水準にある。総貿易額は輸入6,828億ドル、輸出6,381億ドルで、内、対日輸入が348億ドル（5.1%）、対日輸出が153億ドル（2.4%）である。香港の在留邦人は24,097人と中国の中では高い水準にある⁶⁾。日本貿易振興機構香港事務所の調査データによると、2017年香港における食料品の支出額は全体の15.9%を占め、世帯当たりの食料品支出額は14,419.9米ドルと、日本の約1.7倍の高い水準である⁷⁾。

新型コロナウイルスの感染拡大の影響を受け、香港の観光・小売り等のサービス業は大きな打撃を受けており、2020年のGDP、貿易、小売等いずれもマイナス成長となったが、2021年には持ち直し、前年の落ち込みもあってGDP成長率は6.3%と改善した⁸⁾。

周知のように香港と日本の交流は盛んであり、香港から日本を訪問する観光客が多く、2019年の香港からの訪日客数は2,290,792人（総人口の30.9%）と過去最高となった。2020年以降は新型コロナウイルス感染拡大により大幅に減少しているが、今後訪日客数の回復が予想されている⁹⁾。

また、前述したように、香港への日本外食産業の進出も活発である。日本貿易振興機構香港事務所の調査データによると2021年8月、海外における日本産食材サポーター店舗数

6) 外務省（2023）「海外在留邦人数調査統計」2023年10月資料による。

7) 日本貿易振興機構香港事務所（2021）「香港の日本食品市場の動向と流通」2021年11月、32頁より日系企業拠点数を抜粋。

8) 外務省（2022）「香港基礎データ」2022年7月25日。

9) 日本政府観光局（2023）「(JNTO) 訪日外客数・出国日本人数データ 国籍／月別 訪日外客数」(2003年～2022年)

は7,671店のうち、香港の飲食店は541店（3位）、小売店は761店（2位）と、合計1,302店で世界第2位であるという¹⁰⁾。

2021年の香港向け農林水産物・食品輸出額は2,190億円で、前述のように、中国に次いで第2位の輸出先であり、輸出総額（12,382億円）の17.7%を占めている。2023年の香港向け農林水産物・食品の輸出額は2,365億円で、2021年に比べて8.0%増加した。内訳を見ると、表4のように、農産物輸出額が全体の56.4%を占め、水産物輸出額が43.0%、林産物輸出額は0.6%である。

2022年の香港向け農林水産物・食品輸出額の順位は2位で、2021年に比べ、若干輸出額が減少したが、2023年は大幅に増加した。特に水産物の輸出額の増加が著しい。

表4 2023年香港向け農林水産物・食品輸出額

(単位：億円)

	項目	2023年 金額	合計	2021年 金額	合計	2023年香港 向け全輸出 額に占める 比率(%)	2023年 構成比 (%)
農産物	加工食品	630	1,334	834	1,505	26.6	56.4
	畜産品	232		210		9.8	
	穀物等	138		126		5.8	
	野菜・果実	215		178		9.1	
	その他農産物	119		157		5.0	
林産物	林産物	14	14	18	18	0.6	0.6
水産物	水産物（調整品以外）	629	1,016	356	668	26.6	43.0
	水産物調整品	388		312		16.4	
香港向け農林水産物輸出額合計 (順位)		2,365 (2位)		2,190 (2位)		100	100

注：百万円未満四捨五入のため、合計が一致しない場合がある。

資料：2022年6月農林水産省 2021年、2022年、2023年農林水産物・食品の輸出実績（国・地域別）から筆者作成。

表5に示したように、2021年の香港向けの農林水産物の主な品目の輸出状況を見ると、2020年に比べ、アルコール飲料47.9%増、牛肉39.9%増、リンゴ21.0%増、真珠169.3%増などが増加した。これに対して、たばこ5.0%減、菓子（米菓を除く）4.2%などが減少している。

2017年に比べ、アルコール飲料207.8%増、牛肉56.6%増、リンゴ42.5%増、ソース混合調味料41.5%増などの増加が著しい。これに対して、たばこ18.9%減、菓子（米菓を除く）13.9%減、小麦粉27.4%減、播種用の種等67.0%減が減少している。2023年の香港向けの農林水産物・食品の輸出額は2021年に比べ、増加傾向である。

10) 日本貿易振興機構香港事務所（2021）「香港の日本食品市場の動向と流通」2021年11月52頁

表5 2023年と2021年香港向けの農林水産物の主な品目の輸出概況 (単位：百万円)

	品目	2023年 金額	2021年 金額	2021年 品目構成比 (%)注1	2020年 金額	2021年 対2020年 増減率 (%)	2017年 金額	2021年 対2017年 増減率 (%)
農産物	アルコール飲料	9,444	14,758	12.9	9,975	47.9	4,795	207.8
	牛肉	8,442	7,564	14.1	5,405	39.9	4,830	56.6
	たばこ	5,630	7,486	51.4	7,879	▲ 5.0	9,235	▲ 18.9
	清涼飲料水	6,957	5,611	13.8	5,114	9.7	5,122	9.5
	菓子(米菓を除く)	5,885	4,809	19.7	5,019	▲ 4.2	5,585	▲ 13.9
	ソース混合調味料	4,267	3,555	8.2	3,492	1.8	2,513	41.5
	リンゴ	4,699	3,503	21.6	2,895	21.0	2,458	42.5
	小麦粉	2,954	2,576	25.7	2,388	28.6	3,550	▲ 27.4
	ブドウ(生鮮)	1,993	2,114	45.7	2,096	0.9	1,697	24.6
	粉乳	708	1,262	9.1	1,232	2.4	747	68.9
播種用の種等	140	779	6.3	945	▲ 17.6	2,363	▲ 67.0	
林産物	木製家具	7.0	866	15.9	625	38.6	-	-
水産物	真珠	45,596	12,510	73.3	4,645	169.3	26,905	▲ 53.5
	なまこ(調整)	9,041	12,033	77.6	15,402	▲ 21.9	20,332	▲ 40.8
	ホタテ貝	5,084	4,324	6.8	3,091	39.9	3,948	9.5
	練り製品	2,556	2,671	23.7	2,659	0.5	3,186	▲ 16.2
	かつお・まぐろ類	2,302	2,328	11.4	1,596	45.9	1,099	111.8
	ぶり	2,218	1,537	6.2	1,145	34.2	440	249.3
	その他	116,830	127,277		129,629	▲ 1.8	87,656	45.2
	香港向け農林水産物輸出額合計	236,515	219,026	18.8	206,625	6.0	187,690	16.7

注1：「2021年品目構成比(%)」は当該品目総輸出額に占める香港の比率を示したものである。

注2：百万円未満四捨五入のため、合計が一致しない場合がある。

注3：「ぶり」については、2022年1月から、「生鮮・冷蔵・冷凍」に加え、「活魚」を含めた統計品目番号が新設されたことに伴い、集計対象範囲が「生鮮・冷蔵・冷凍」から「活・生鮮・冷蔵・冷凍」に拡大したことから、参考として使用。

資料：2022年6月農林水産省 2021年、2022年、2023年農林水産物・食品の輸出実績(国・地域別)、農林水産省令和4年4月8日農林水産物輸出入概況2021年(令和3年)から筆者作成。

2021年香港向けの林産物の輸出額は18億円と必ずしも多くないが、主な品目として木製家具の輸出額が約8.7億円(2020年に比べ38.6%増加)を占めていることは大きな特徴となっている。2023年香港向けの林産物の輸出額は14億円で、木製家具の輸出額が7.0億円で約半分占めている。

2021年水産物において、真珠の73.3%、なまこ(調整)の77.6%の輸出が香港向けである。真珠の輸出額は125億円で、香港向け水産物の輸出額全体668億円の18.7%を占め重要品目である。また、なまこ(調整)も120億円と多く、18.0%を占めている。2020年香港向け水産物輸出額に比べ、2021年には真珠169.3%増、ホタテ貝39.9%増、かつお・まぐろ類45.9%増、ぶり34.2%増などと、水産物の香港向け輸出は増加傾向にある。2017年と

の比較でも、かつお・まぐろ類 111.8%増、ぶり 249.3%増などの増加が多い。しかし、真珠 53.5%減、なまこ（調製） 40.8%減などの減少が香港向け輸出の停滞に影響を与えている。2023年香港向け水産物の輸出額は2021年に比べ、なまこ（調製）が減少したが、ホタテ貝、ぶり、真珠が大幅に増えた。2023年の香港向けの農林水産物の主な品目の輸出金額は2021年に比べ、りんご、清涼飲料水などが増加した。特に真珠の増加が著しい（264.5%増加した）。

5. まとめにかえて

人口減少社会、超高齢化社会に突入した日本では、過去10数年にわたって農産物市場、食品市場、外食市場等がいずれも縮小し、こうした動向は今後も継続するものと考えられる。こうした国内市場縮小へのひとつの対応として、海外での販路拡大や農林水産物の輸出の重要性が高まっている。実際に、2002年の日本の総輸出額は52兆1,090億円であったが、この年の農林水産物・食品の輸出額は3,059億円と、全輸出額に占める比率はわずか0.6%にすぎなかった。しかし、2023年の日本の総輸出額全体は83兆914億円に増加したものの、前述のように農林水産物・食品の輸出額も1兆2,382億円に拡大し、全輸出額に占める比率も1.5%に拡大している。

こうした動向は今後もさらに強まるものと予想できよう。なぜなら、国際経済の発展に伴って、今後も多くの国で所得の増大が予想され、また人口増加が予想できるからである。こうしてもたらされた海外市場の拡大によって、市場での評価が高い日本産農林水産物・食品に対しては、ますます需要が拡大するものと予想される。また、経済発展によって消費が多様化し、これまで見られなかった需要の拡大も現実のものとなるだろう。たとえば、前述した香港市場における日本製伝統家具の販売拡大などは、つい数年前までまったく予想もされていなかった事態であり、今後もそうした新しい市場開発の可能性も高いと考えられる。

本論文で検討してきた日本産農林水産物・食品の輸出額の拡大は、実態としては、海外における日本の安全で特色ある食文化の輸出、普及という現象であるともいえる。とくに中国、香港、台湾は日本との交流が盛んで、経済も活発に結びついていることから、これらの国・地域の食文化、生活スタイルなどと融合し、多様な消費スタイルの誕生につながり、新しい輸出可能性が拡大していくものと考えられる。

とはいえ、農林水産物・食品の輸出拡大は一定の努力が伴わなければ、達成することができないことも明らかである。たとえば、高付加価値食品の継続的な開発は重要な輸出拡大の手段のひとつである。また、高付加価値食品が開発できても、海外販売の輸送中の品質の維持とコストの課題も存在する。よって、物流システムの整備も重要性が高いといえよう。最後に、輸出先国の市場をどのように開拓するのかという大きな問題も残されている。これには海外での食品展示会などへの出展などの継続的な努力が必要となると考えら

れる。

今回の統計分析により、香港向けでは、なまこ（調製）、牛肉、リンゴ、ブドウ、真珠、木製家具、アルコール飲料、ほかに贈答用の人気が高い果物はリンゴ、ブドウ（生鮮）、モモ、イチゴ等の需要があることが明らかになった。

前述したように、日本政府は、日本の農林水産物輸出額を2025年度2兆円、2030年度5兆円の目標を掲げている。また政府が訪日外国人対応による輸出促進連携支援事業を行い、農林水産物・食品の輸出額の拡大を目指すだけでなく、インバウンド需要の増大も目指している。2030年まで訪日外国人旅行者数6,000万人、旅行消費額15兆円の目標を掲げている。それが実現すれば、日本の食・食文化の魅力を訪日外国人に伝え、訪日外国人が帰国後も日本の農林水産物・食品に消費し、引き続き日本の農林水産物・食品に関心を持つという好循環形成の可能性も十分に考えられる。さらなる輸出振興が求められている。

参考文献

- 農林水産省（2016）ワーキンググループ（第10回）「品目別の輸出力強化に向けた対応方向」首相官邸政策会議 2016年5月12日
https://www.kantei.go.jp/jp/singi/nousui/pdf/all_himmoku.pdf
- 農林水産省輸出・国際局（2024）「2023年農林水産物・食品輸出額の全体状況」
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_info/attach/pdf/zisseki-7.pdf
- 日本貿易振興機構（2019）「中華料理には日本産食材を（香港）」
<https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/2019/223bf17a2df73cb4.html>
- 日本貿易振興機構香港事務所（2023）「香港の日本食品市場の動向と流通」
https://www.jetro.go.jp/ext_images/industry/foods/past-seminar/pdf/201906_1-2.pdf
- 加藤孝治・前野高章（2021）「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略について」日本大学
https://www.yu-cho-f.jp/wp-content/uploads/2020_2ronbun.pdf
- 齋藤真衣子（2022）国立国会図書館 NO.1187「農林水産物・食品の輸出促進—経緯と課題—」調査および立法考査局農林環境課
https://dl.ndl.go.jp/view/download/digidepo_12199159_po_1187.pdf?contentNo=1
- 下渡敏治（2015）「日本食（和食）のグローバル化と農産物輸出の展望と課題」『開発学研究』日本国際地域開発学会 25巻3号 1-11頁
<https://agriknowledge.affrc.go.jp/RN/2010891440.pdf>
- 村上真理（2018）「日本産農産物の香港市場への輸出に関する一考察」
https://www.jstage.jst.go.jp/article/jafame/20.21/0/20.21_103/_article/-char/ja/
- 大島一二（2007）「農産物貿易にみる東アジアの相互関係」農業経済研究 第79巻第2号
https://www.jstage.jst.go.jp/article/nokei/79/2/79_110/_pdf/-char/ja
- 大島一二（2017）「香港フードエキスポにおける日本産農産物・食品の販売戦略」『桃山学院大学総合研究所紀要』桃山学院大学総合研究所 43巻1号 117-126頁
https://stars.repo.nii.ac.jp/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_detail&item_id=8866&item_no=1&page_id=13&block_id=67
- 大島一二（2007）「中国産農産物・食品の安全問題と中国政府の対応（特集 中国における「食の安全」と流通）」『東亜』（482）32-40頁 霞山会

- 大島一二 (2007) 「中国の農林水産物輸出戦略」 社団法人国際農林業協力・交流協会
https://www.maff.go.jp/j/kokusai/kokusei/kaigai_nogyo/k_syokuryo/h18/pdf/h18_asia_04.pdf
- 大島一二 (2015) 「日本産農林水産物輸出の現状と課題 香港・台湾向け輸出を対象に」『桃山学院大学経済経営論集』第57巻第2号 45-58頁
https://stars.repo.nii.ac.jp/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_detail&item_id=693&item_no=1&page_id=13&block_id=67
- 農林水産政策研究所 (2019) 「世界の飲食料市場規模の推計」
https://www.maff.go.jp/primaff/seika/attach/pdf/190329_01.pdf
- 農林水産省 (2023) 「海外における日本食レストラン数の調査結果 (令和5年) の公表について」
https://www.maff.go.jp/j/press/yusyutu_kokusai/kikaku/231013_12.html
- 野木宏佑 (2013) 「農林水産物・食品輸出の現状と課題」『国際文化研修』2013冬 vol. 78. 19
<https://www.jiam.jp/journal/pdf/v78/tokushuu03.pdf>
- 松井一彦 (2014) 「農林水産物・食品輸出振興の現状と課題」『立法と調査』2014.1 No.348 (参議院事務局企画調整室編集・発行)
https://www.sangiin.go.jp/japanese/annai/chousa/rippou_chousa/backnumber/2014pdf/20140115097.pdf
- 石塚哉史 (2015) 「農産物・食品輸出戦略の現段階と課題に関する一考察」『フードシステム研究』第22巻1号 38-43頁
https://www.jstage.jst.go.jp/article/jfsr/22/1/22_38/_pdf
- 福田晋 (2013) 「日本産農産物輸出拡大に向けた展開条件」『農業および園芸』第88巻8号 817頁
<https://agriknowledge.affrc.go.jp/RN/2030853188.pdf>
- 横田洋之 (2006) 「鳥取二十世紀梨輸出の現状」『21世紀政策研究所』2-13頁
<http://www.21ppi.org/storage/pdf/thesis/061211.pdf>
- 大島一二 (2017) 「香港フードエキスポにおける日本産農産物・食品の販売戦略」『桃山学院大学総合研究所』第43巻第1号 122-124頁
https://www.andrew.ac.jp/soken/assets/wr/sokenk230_2.pdf
- 栩木誠, 森高正博, 福田晋 (2010) 「国産農水産物輸出拡大目標の策定と問題点」『九州大学大学院農学研究院学芸雑誌』65巻2号 107-119頁
<https://agriknowledge.affrc.go.jp/RN/2030800119.pdf>
- 石塚哉史 (2016) 「農産物・食品輸出の現段階的特質と展望」『農業市場研究』第25巻第3号 (通巻99号) 4-12頁
https://www.jstage.jst.go.jp/article/amsj/25/3/25_4/_pdf
- 下渡敏治 (2013) 「日本産農産物の世界市場への挑戦」『美味技術学会誌』12巻第2号 39-44頁
https://doi.org/10.11274/bimi.12.2_39
- 濱島敦博・金子あき子・大島一二 (2018) 「香港における日系食肉輸入企業の課題と戦略」『農業市場研究』第26巻第4号 (通巻104号) 65-71頁
https://www.jstage.jst.go.jp/article/amsj/26/4/26_65/_pdf/-char/ja

※上記 Web 参照資料の最終閲覧日はすべて 2024 年 3 月 18 日である。

(2025 年 2 月 26 日受理)

Development and Issues of Japan's Agricultural, Forestry, Fishery and Food Products Export to Hong Kong

OSHIMA Kazutsugu
LIANG Yuening

This joint research project (22 Ren 289), entitled “Research on the Revitalization of Regional Industries Utilizing Overseas Food Exhibitions: Export Promotion of Regional Brands and Industry-Academia-Government Collaboration,” is a research project that focuses on regional development through the expansion of exports of Japanese agriculture, rural villages, and local communities to Hong Kong, China, Taiwan, and other countries, as one way to overcome the severe economic and social environment facing Japan. As one of the measures to overcome the severe economic and social environment facing Japan's agricultural, rural, and regional communities, we are focusing on regional development through the expansion of exports of Japanese agricultural, forestry, and fishery products and foods to Hong Kong, China, Taiwan, and other countries as our central research theme. Specifically, research has been conducted on the promotion of exports of agricultural, forestry, marine, and fishery products and foods through promotional activities utilizing the large-scale food exhibition (Food Expo Hong Kong) held in Hong Kong every summer.

As is well known, Japan's agriculture, forestry, and fisheries industries are in a difficult situation due to declining gross agricultural output, the number of farmers selling their products, and the amount of arable land, as well as a decrease in the agricultural labor force.

Under these circumstances, the Japanese government, Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries, and prefectures are strengthening the sales expansion of Japanese food and Japanese agricultural, forestry, and fishery products and foods in overseas markets, especially exports, as an important means of increasing the sales value of Japanese agriculture and expanding opportunities for new farming under the strategy of “aggressive agriculture, forestry, and fishery industry” for the purpose of achieving so-called “profitable agriculture”. In particular, the expansion of exports is actively supported.

While a significant increase in consumption of agricultural, forestry, and marine products and foods in Japan is not expected, a major issue is how to link the growing demand for Japanese food overseas to exports of agricultural, forestry, and marine products and foods from Japan to China, Hong Kong, Taiwan, and other foreign countries,

and to promote the strengthening of sales of domestically produced agricultural, forestry, and marine products and foods.

Therefore, the purpose of this joint research is to analyze the current status and challenges of exports of agricultural, forestry, fisheries, and fishery products and foodstuffs, and to identify what strategies should be implemented to enable more successful development of exports to Hong Kong and other countries in the future, as well as the development of local agriculture and the local economy. In addition, as will be discussed later in this study, the factors that will be examined in this study include the fact that Hong Kong has been a major destination for Japan's exports of agricultural, forestry, fisheries, and food products to Hong Kong for a long time, and that the Japanese food industry, especially the food service industry, has been actively expanding its operations in Hong Kong, and the overseas expansion of Japan's food industry. This is because Hong Kong has become an important base for the overseas expansion of the agriculture, forestry, and fisheries industries.