
短報

タイ・ベトナムにおける日本産食品の販売状況と 輸出拡大の可能性

Sales Circumstances and possibilities of expansion exports of Japanese food products in
Thailand and Vietnam.

前田 陽次郎*

- I. はじめに
- II. 日本からの東南アジア向け農林水産物輸出の状況
- III. タイ・ベトナム向け青果物輸出の状況
- IV. おわりに

政府は農林水産物・食品の輸出に関して、2025年までに2兆円、2030年までに5兆円という輸出額目標を設定したが、目標達成のためには、これまで以上に輸出先を広げ、輸出品目を増やす必要がある。輸出拡大の対象国として考えられるタイとベトナムは、東南アジアの中ではシンガポールとマレーシアよりは1人当たりGDPが低く日本産農産物に対する輸入規制も多く、農林水産物輸出は難しい状況にある。とはいえ、2024年現在りんごとなしは両国ともにシンガポールより輸出額が多く、さつまいもは日本にとってタイが最大の輸出相手で、店頭では焼き芋を多く見かける。日本からの輸出を考える際、まずは購買力のある香港やシンガポールから始めて、次第に周辺国に広げて考える考え方もあるが、経済力に関係なく各国の嗜好に合った売れるものを見つけ市場を確保し、その後経済力の向上や規制の緩和に合わせてさらに売上を伸ばしていくという考え方のほうが、現状に合った方策である。

キーワード：農産物輸出，輸入規制，タイ，ベトナム

* 福井県立大学 地域経済研究所

I. はじめに

1. 農林水産物輸出の近況

農林水産省は2025年5月30日に「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」を改定した¹。その中で「はじめに」に書き加えられた現況に関して3点紹介する。1点目に日本の農林水産物・食品の輸出額が2012年の約4,497億円から12年連続で増加し、2024年には1.5兆円を初めて突破したこと。2点目に訪日外国人旅行者数は2024年に過去最高の3,687万人となり、その食関連消費額は2.3兆円となったこと、インバウンドの訪日動機の第1位は「日本食を食べること」であり、日本の

食の魅力を海外に発信する好機になっていること。3点目に海外における日本食レストランは10年で3倍以上の18万店超まで増加するなど、日本食・食文化の海外普及につながっていること、である²。

政府は2020年に農林水産物・食品の輸出に関して、2025年までに2兆円、2030年までに5兆円という輸出額目標を設定した。しかし輸出に関わる現場では、この目標は過大で、2025年の中間目標ですら達成不可能である、という意見がほぼ全てである。2024年は上半期に軒並み対前年同月比でマイナスになり、10月までの輸出額累計値が対前年比で減少していた。通年でも減少するのではないかと心配されていたが、9月以降の輸出

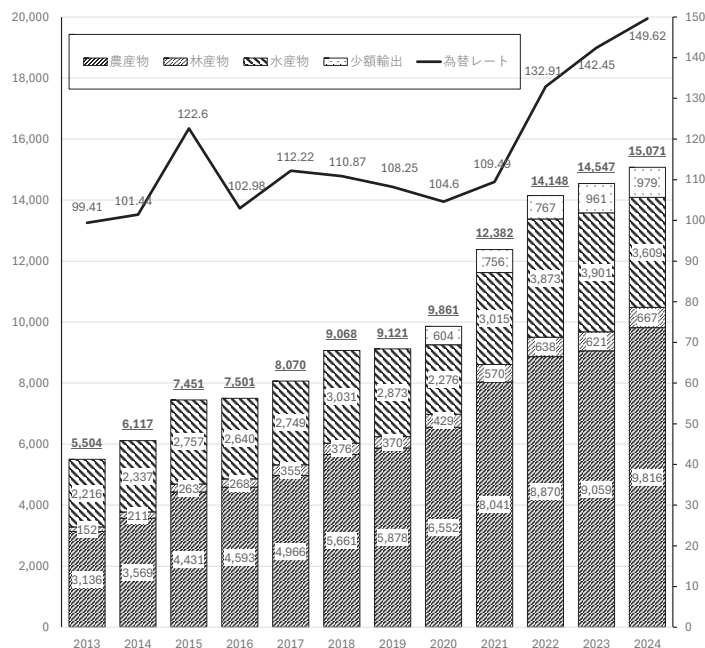


図1 農林水産物の輸出額と為替レートの推移

注：少額輸出は2020年から集計開始

出所：輸出額は財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成、為替は三菱UFJリサーチ&コンサルティングによる毎年8月1日（休業日の場合は前営業日）の値。

額は対前年同月比で年末に向かって月ごとに大きくなり、通年の輸出額は前年より増加した。

2024年までの輸出額推移を見ると（図1）、2024年の輸出額は1兆5000億円で、2025年の中間目標達成には1年間で約5000億円の増加が必要になっている。近年の輸出額増加は円安傾向に助けられている側面も大きく、目標達成のためには現在の輸出ルート・品目以外にもかなり新規開拓をしないといけない。改定された「実行戦略」で書き加えられた通り、インバウンド訪日観光客の増加等で外国人が日本の食材に触れる機会は大きくなっている、その追い風を活かして、新たな輸出戦略を練る必要性が高まっている。

2. 東南アジア向け輸出拡大の可能性

香港やシンガポールといった所得水準が高く、早くから日本産農林水産物輸出が行われている地域では、特に日本産青果物は現地で飽和状態になっているという印象をもつ関係者は多い。香港は「飽和市場」と言われつつも、鶏卵など伸びている品目はあり、差別化が可能な商品群の発掘とPRを行うことで今後の可能性を握るという指摘がある³。シンガポールではマレーシアなど周辺国産品との価格競争が激化しており、新鮮さや文化体験を強調する販売戦略が求められている⁴。

これらの所得水準が高い国から、その周辺国に輸出先を広げるにより輸出額を増やそうという考え方も根強い。経済力がまだ十分高くない時期から現地で販路を作っておけば、経済力の高まりとともに売上拡大が狙えるという狙いだ。

筆者は所得水準に起因する購買力より、国

ごとの嗜好性や現地における競合相手国と比較した競争力のほうが、日本産品の販売力に与える影響が大きいと指摘した（前田2024a）。日本からの距離が比較的近く、競合相手が中国産品である香港においては日本産品の競争力は高く⁵、それに比べて距離が遠く競争相手がタイやマレーシアであるシンガポールでは苦戦しているのが現状だ。シンガポールと同じような立地条件にあるマレーシアは、現地の経済力が上がっても香港のような競争力を日本産品は持てないと予想される。経済力が上がることに期待するより、現地で競争力を持てる商品を見つけて販売に注力する、という方向性のほうが重要である。

本稿ではタイとベトナムに着目する。両国とも日本産食品に対する輸入規制が多くあり、規制緩和により輸出拡大を期待する考え方が強い。しかし仮に規制が緩和されて、経済力が高まることで購買力が上がっても、現地での需要が低ければ輸出額は伸びない。本稿では日本産食品の現在の販売状況を把握した上で、将来的に日本、および福井県からの輸出を増やせそうな品目を見出すことを目的として分析を行う。

3. 本稿の構成

本稿ではまずII章で経済指標を元にした東南アジア各国の位置付けと日本からの輸出状況と、タイとベトナムにおける日本産食品の販売状況について現地調査⁶をふまえて分析する。両国に対しては水産加工品の原料としての輸出額が多く、統計上の輸出品が必ずしも現地の小売店で販売されていないため、注意が必要である。次にIII章でタイ・ベトナム

ム向けの農産物輸出について、特徴のある品目について輸出状況の変化を紹介することで、この2カ国に対する青果物輸出の現況を分析する。最後にIV章で全体の分析をふまえ、これからの農産物輸出の方向性について考察する。

Ⅱ. 日本からの東南アジア向け農林水産物輸出の状況

1. 全体の概況

(1) 各国の概要

表1にシンガポール、マレーシア、タイ、

ベトナムの人口、1人あたりGDP、実質GDP成長率を示した。

この4ヶ国は人口と1人あたりGDPとの間に逆相関関係がある。人口はベトナム→タイ→マレーシア→シンガポールの順で、1人あたりGDPはその逆、シンガポール→マレーシア→タイ→ベトナムの順になる。シンガポールはベトナムに比べて1人あたりGDPは約20倍あるが、人口は20分の1程度しかない。結果としてこの4ヶ国のGDPはほぼ同じ水準にある。

(2) 日本からの農林水産物輸出の特徴

表2にシンガポール、マレーシア、タイ、

表1 シンガポール、マレーシア、タイ、ベトナムの概況（2023年）

	シンガポール	マレーシア	タイ	ベトナム
人口 (人)	529万	3,372万	6,605万	1億31万
1人あたりGDP (米ドル)	84,734	12,570	7,337	4,324
実質GDP成長率 (%)	1.1	3.6	1.9	5.0

出所：日本貿易振興機構（JETRO）HP

表2 シンガポール、マレーシア、タイ、ベトナムへの日本からの輸出品（2024年）

	シンガポール		マレーシア		タイ		ベトナム	
	金額 (億円)	割合 (%)	金額 (億円)	割合 (%)	金額 (億円)	割合 (%)	金額 (億円)	割合 (%)
総額	557		231		628		862	
加工食品	215	38.6	78	34.0	116	18.5	238	27.6
畜産品	131	23.5	46	19.8	96	15.3	157	18.2
穀物等	50	9.0	21	9.0	22	3.5	32	3.8
野菜・果実等	35	6.3	8	3.4	31	4.9	11	1.3
その他農産物	30	5.5	23	10.0	41	6.5	77	9.0
林産物	6	1.2	3	1.1	10	1.7	7	0.8
水産物（調製品以外）	60	10.8	43	18.5	287	45.7	326	37.8
水産調製品	29	5.3	10	4.2	25	4.0	13	1.5

出所：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

ベトナムへの品目別日本産農林水産物輸出品を示した。日本からの輸出額は、多い順にベトナム→タイ→シンガポール→マレーシアであり、人口やGDPの順序とは異なっている。水産物の輸出額が多いことがタイとベトナムの特徴で、食用ではなく水産加工品の原料として日本から輸出されるものが多いことが理由である。安い人件費を活用した水産加工業の原料としての輸出額が大きな割合を占めることに留意しなければならない。現地の店頭で日本産水産物を見かけることはあまりない。本稿の目的は、日本産農林水産物が現地でどの程度販売されているのかを明らかにすることであるが、販売量の統計データは無いので、まず輸出額をみることから概要を把握し、その上で現地における小売店の店頭調査により詳細の分析を行う。

2. タイでの日本産食品販売状況

(1) 輸出の全般的な傾向

図2に2014年から2024年までのタイ向け農林水産物輸出額の推移を示した。タイへの輸出は多少の増減を繰り返しながらも、期間全体を通してみると前年比5%増程度のペースで順調に伸びている。また日本全体では水産物より農産物の増加額のほうが多いため、全体の輸出額に占める農産物の割合が毎年高くなっているが(図1)、タイ向けは水産物も農産物も同じ程度の増加額で、全体に占める水産物の割合が約半分という数値は全期間を通して変わらない。

年ごとに見ると、輸出額は2016年に減少し、そこから2018年にかけて増加し、また2019年に減少する、という動きを見せる。表3に輸出上位額5品目の輸出額推移を示す。「豚の皮」は皮革製品の原料で、上位の魚種も水産加工品の原料が中心である。全体

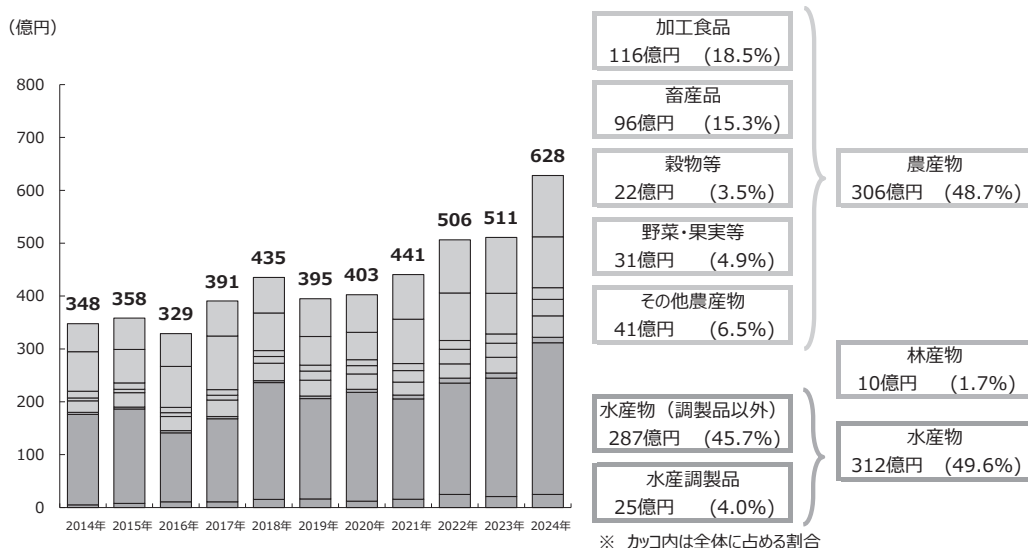


図2：タイ向け農林水産物・食品の輸出額の推移 (2014～2024年)

出所：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成、農林水産省 (2025)

表3：タイ向け農林水産物輸出上位5品目の輸出額推

	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
1	かつお・まぐろ類 93億円	かつお・まぐろ類 74億円	豚の皮 61億円	豚の皮 80億円	かつお・まぐろ類 95億円	かつお・まぐろ類 62億円	かつお・まぐろ類 96億円	かつお・まぐろ類 77億円	いわし 60億円	かつお・まぐろ類 73億円	かつお・まぐろ類 84億円
2	豚の皮 59億円	さば 46億円	かつお・まぐろ類 39億円	かつお・まぐろ類 66億円	豚の皮 48億円	さば 35億円	豚の皮 32億円	豚の皮 54億円	豚の皮 45億円	いわし 36億円	いわし 58億円
3	さば 27億円	豚の皮 43億円	さば 33億円	さば 27億円	さば 39億円	いわし 35億円	いわし 32億円	いわし 33億円	さば 35億円	豚の皮 35億円	ホタテ貝(生鮮等) 42億円
4	ソース混合調味料 13億円	ソース混合調味料 15億円	ソース混合調味料 14億円	いわし 18億円	いわし 33億円	豚の皮 28億円	さば 31億円	さば 27億円	牛肉 32億円	牛肉 29億円	牛肉 40億円
5	さけ・ます 13億円	さけ・ます 13億円	さけ・ます 13億円	ソース混合調味料 15億円	ソース混合調味料 15億円	牛肉 16億円	ソース混合調味料 14億円	牛肉 18億円	かつお・まぐろ類 31億円	さば 25億円	豚の皮 37億円

出所：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

の輸出額が減少した2016年には「かつお・まぐろ類」が前年の74億円から39億円に大きく減少している。2018年には95億円まで増加したが2019年には62億円の減少するなど、年によって増減が大きい。このように漁獲量の増減に起因する市況の変化などが特定魚種の輸出額に影響し、全体の輸出額変化の要因になっている。

また2024年には水産物の輸出額が大きく増加している。これは「かつお・まぐろ類」「いわし」がそれぞれ11億円、22億円増加したことに加え、ホタテ貝が3位に入ってきたことが理由である。2023年からのALPS処理水海洋放出を理由とした中国の日本産水産物輸入禁止措置を受け、中国に輸出されていた加工原料としてのホタテ貝が他国に振り替えられた。しかしタイ向けに関しては飲食店や小売店向けのキャンペーンを行ったことなどにより、食用品の輸出が大幅に増えたことが要因である⁷。

(2) バンコク市内における日本産生鮮食品の販売状況

バンコクで日本産生鮮食品が販売されているのは、現地系の百貨店や高級スーパー、日系の百貨店、スーパー、ディスカウントストアに限られ、中間所得層以下をターゲットとしたスーパー、商店では取り扱われていない。

現地のスーパーを訪れた際に筆者が感じたのは、日本の練り物の冷蔵品が多いことである。特に紀文の商品が多い。紀文はタイに工場を持ち、製品を日本や欧米に輸出しており⁸、タイ国内においても販売している。必ずしも日本産原料を用いてタイの工場生産されたものとは限らないが、日本のブランドを現地に浸透させる効果は大きい。

また現地系スーパーでは各国産の青果物が並んでいる。店舗はきれいで品揃えも豊富だが、特に日本産を目立つようにして販売することはなく、日本産品の売り場での重要度はシンガポールなどでの扱いと比べると高くない感じだ。

日系のスーパーやディスカウントストアで

も、特に「日本」を表に出している印象はない。シンガポールのdon don donkiでは「日本人バイヤーが目利きした」タイ産トマトが棚に並んでいたりするが（前田2024b, p59）、バンコクではタイ産はタイ産としか書かれていない。マレーシアのスーパーでも日本企業がマレーシアの農園で生産した野菜が売られていて、日本が関与していることを強調している印象があったが、バンコクではそういう掲示も見られない。

バンコクにおける日系百貨店は、1964年に大丸が進出した以降、そごう、伊勢丹、東急などが営業していたが、現在は2018年に開業した高島屋のみになっている⁹。

バンコク中心部で営業していた伊勢丹は2020年に不動産契約の満了を理由に閉店し、同じ三越伊勢丹グループの三越が2024年に「MITSUKOSHI DEPACHIKA」を先行オープンした¹⁰。ここは日本の「デパ地下」をイメージした店作りで、日本産生鮮食品の品揃えも充実させている。

筆者は閉店前の伊勢丹を訪れたことがあるが、シンガポールやクアラルンプールの伊勢丹と比較すると日本産生鮮品の売場は狭く、商品の質もあまり良くなかった。今回オープンした「MITSUKOSHI DEPACHIKA」は

それと比較すると遥かに売場は広く高級感もあるが、業績不振に陥ったクアラルンプールの「伊勢丹ザ・ジャパン・ストア」¹¹と同じような雰囲気を感じたので、今後の状況に注目したい。

（3）パン・ケーキ類の販売店

コロナ禍前に訪れた時と比較したバンコク市内の小売店の売場は、特に日本産食品が多くなった感じもなく、飽和状態に達している印象を受けた。その状況のなかで目に付いたのがヤマザキのパン屋である。

ヤマザキがタイに進出したのは1984年で、現在タイ国内で80店舗ほど営業している¹²。パンやケーキ、和菓子等を10種類程度のブランドで店舗展開をしており、ショッピングモール内への出店が中心である。その中で「Yamazaki」と「Yamazaki EXPRESS」を地下鉄やBTS（高架鉄道）の駅構内に近年開店している。多くの人が頻繁に目に付く場所に店舗展開することにより、日本式パンの知名度が大きく高まり住民に浸透していくと思われる。

シンガポールやマレーシアでは日本産農林水産物輸入品目のなかで小麦粉が上位に位置する。2023年はシンガポールでは17億円で4

表4：シンガポール、マレーシア、ベトナム、タイ向け小麦粉輸出額の推移

単位：千万円

年	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
シンガポール	117	122	86	81	108	142	136	151	189	165	172
ベトナム	72	71	53	63	59	66	54	56	82	84	103
マレーシア	9	12	9	10	14	43	61	80	120	128	128
タイ	54	55	45	52	46	35	32	42	53	53	60

出所：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

位、マレーシアでは13億円で2位である（前田2024a, p56）¹³。香港やシンガポールでは日本産小麦粉を使った日本式パンが流行し、その影響で日本からの小麦粉輸出が増えた。パンだけでなくシンガポールではミスタードーナツでも日本産小麦粉を使っている¹⁴。タイのヤマザキが日本産小麦粉を使っている訳ではなく、日本からタイへの小麦粉輸出額は多くない（表4）。今後日本式パンが浸透することで、日本産小麦粉を使ったパンにより差別化するお店が増えることで、タイへの小麦粉輸出拡大の余地はまだある。

3. ベトナムでの日本産食品販売状況

（1）ベトナム向け農林水産物輸出概況

ベトナムへの輸出額は、対前年比で減少した年が3回あるが、この10年間を通して見ると一貫して増加基調にある（図3）。タイと同様、水産加工業の原料としての水産物の割

合が高く、日本の漁獲高や市況の影響を強く受けるため、水産物輸出額は一定の幅のなかで増減を繰り返しており、それに対して農産物は全体的に増加基調である。

輸出総額が対前年比で減少した2016年と2019年は水産物の減少がおもな原因である。2023年の減少は、2022年に飲料の輸出額が前年に比べて大きく伸び（清涼飲料水33億円→57億円、アルコール類15億円→25億円）、それが2023年に減少した（清涼飲料水47億円、アルコール類18億円）ことが大きな要因である。

また水産物の輸出が大きく増えている。これは2023年に日本のALPS処理水の放出を理由に中国が日本産水産物の輸入を禁止したことが理由である。それまでホタテ貝は日本から中国へ輸出され、中国で殻むきをしてアメリカに再輸出されるものが多かった。中国が日本産水産物の輸入を禁止したことで、その代替手段としてベトナムやメキシコで殻む

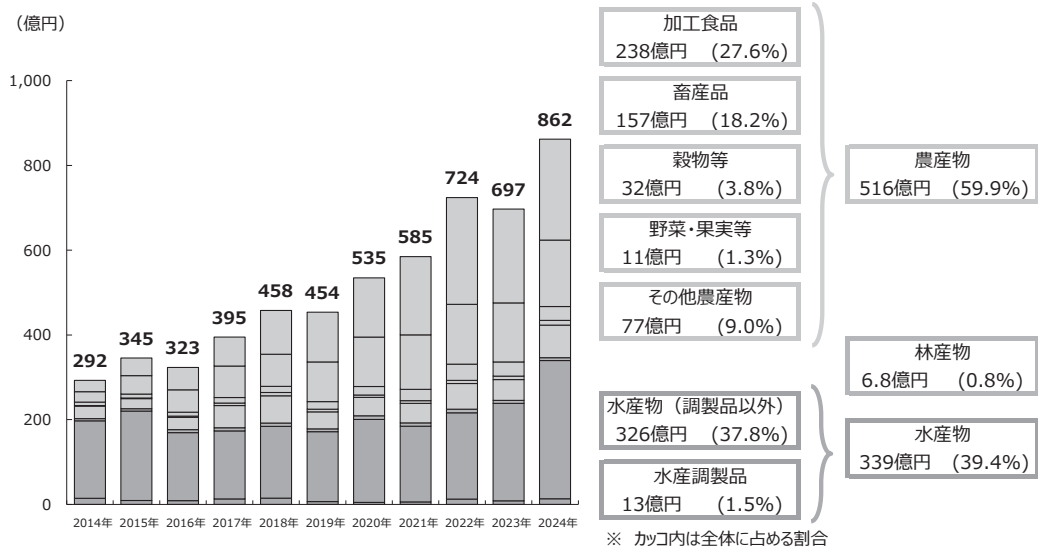


図3：ベトナム向け農林水産物・食品の輸出額の推移（2014～2024年）

出所：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成、農林水産省（2025）

表5：ベトナム向け農林水産物・食品上位
10品目輸出額（2024年）

輸出品目	輸出額（億円）
粉乳	111
ホタテ貝（生鮮等）	106
清涼飲料水	40
さば	36
植木等	34
さけ・ます	33
ぶり	31
牛肉	20
かつお・まぐろ類	19
アルコール飲料	17

出所：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

きをする量が増えた。ベトナムへのホタテ貝輸出額は、2023年には上位10品目に入っていなかったが2024年には106億円で2位になった。このことが水産物の輸出額を大きく押し上げることになった。

表5に2024年の品目別輸出額を示した。輸出額の1位は粉乳で、2016年以降常に1位を保持している。育児用粉ミルクの原料として日本産粉乳の人気の高いことを反映している。その他は水産物と飲料、植木等である。植木等は継続的に輸出上位品目に入っている。

（2）ハノイ、ホーチミンの市街地のようす

ベトナムは北部の首都ハノイと南部の経済の中心ホーチミンが2大都市で、食品に関する日本からの進出企業はこの両都市からの展開を考えることが多い。

両都市の雰囲気は大きく異なる。ハノイは保守的で、ホーチミンは海外文化に対して開放的である。外資の新しい店舗を構える場合、海外のものを受け入れる素地があり人口規模も大きく経済力のあるホーチミンから参入するほうが成功しやすいとは言われているが、

いちばん高い価格帯のものであればハノイの方が市場は大きい¹⁵。

ハノイの市街地を歩いていてとにかく目に付くのが古くからのカフェの多さである。フランス植民地時代の影響から、地元資本でテラス席のあるカフェが沢山並んでいる。

また果物専門店も多い。ホーチミンよりハノイの方が目に付く。ベトナムでは贈答用や仏壇のお供え用として果物の需要が高く、果物専門店では日本産を含む海外産の果物が多く扱われている。地元の人が通常消費する分は露店などで買うことが多いため、専門店で売られているものは、かご盛りやりんご、ぶどう、さくらんぼ等で見た目が良いものに絞られ、種類・量はそれほど多くない。

（3）外国系チェーン店と韓国系店舗の展開

香港やシンガポール等東南アジア諸国の街中でアジア系の商店や飲食店といえば日系のものが多く、それに対しベトナムでは韓国系の店舗が日系と並んで目に付く。「ベトナムは韓国の裏庭」と言われるほど¹⁶家電メーカーを中心に韓国企業が数多く進出しており、韓国人居住者が多いことが大きな理由である。

コンビニエンスストアは、ハノイではまだ個人商店が中心であるため、たまにアメリカ発祥のサークルKを見かける程度だ¹⁷。ホーチミンではアメリカ発祥のサークルK、セブンイレブン¹⁸、日本発祥のファミリーマート、ミニストップに加え韓国系のGS25もあるなど、多くのコンビニエンスストアを街中で目にする。

百貨店・ショッピングモールは、日系ではイオンモールがハノイとホーチミンを中心に

7店舗、唯一の日系百貨店の高島屋がホーチミンに1店舗営業している。韓国系はロッテがスーパーのロッテマートを17店舗¹⁹、百貨店・モールをホーチミン2店舗、ハノイ1店舗²⁰営業中である。2023年に開業したハノイの「ロッテモール・ウエストレイク・ハノイ」は規模も大きく、ショッピングセンターに加えホテル・オフィスビル・水族館なども併設している。

こうした商業施設のレストラン街には日系・韓国系を問わず外国系飲食チェーンが入店している。ベトナムの周辺国であれば、こうしたレストラン街でアジア系の店といえは日本料理が目立つが、ベトナムでは日系と韓国系が同じ位の比率に感じられる。

(4) 日本食レストランの営業状況

ベトナムのグルメサイトFoodyに掲載されている各国料理レストランのうち、日本料理、韓国料理、中華料理の店舗数はそれぞれ、ホーチミンで1040、1007、953店、ハノイで421、595、207店である（日本貿易振興機構2021, p22）。ホーチミンではこの3ヶ国は拮抗しているが、ハノイでは韓国料理が多く中華料理は少なめである。

日本料理店は昔は日本人客が中心であったが、徐々にベトナム人客も増えてきている。ジェットロ・ハノイ事務所（2016, p47）による2015年に行われたヒアリング調査では、2005年頃は9割が日本人客だったものが、2015年には日本人6割、ベトナム人3割、その他1割になったという回答がある。また最近の傾向として、日本式ラーメン屋で以前は日本人しか見かけなかったのに、今ではベトナム人も多く見るという話も聞いた²¹。

2020年以降は、ベトナム国内で日本の飲食店のフランチャイズライセンス（丸亀製麺、CoCo壱番屋、吉野家など）を持つ企業が出店を強化する動きもあるなど²²、大衆向け日本食レストランが増える流れもあり、日本食のさらなる現地での定着が見込まれる。

日本からの牛肉輸出量は2024年に10億円で、ベトナムへの輸出品目のなかで8位に入る（表3）。飲食店での消費が中心で家庭向けは少なく、デパート・スーパーの店頭で日本産牛肉を見かけることはほぼ無い。

和牛の消費は、元々は東南アジアで流行する「おまかせ日本料理店」で提供されるものを中心であった。ちなみにシンガポールやタイで「おまかせ日本料理店」に入ると1人1食3～5万円するが（前田2024a）、ベトナムでは2～3万円で済み安いと、周辺国からの利用客も多いそうだ²³。近年になって、日本産焼肉専門店が増えている、という動きがある。

(5) 日本産乳製品の販売状況

ベトナムのスーパーの食品コーナーでは、牛乳・乳製品売場が広い。そして、どこに行っても必ずQBBの「チーズデザート」が数種類売られているのが特徴である。

QBBチーズは神戸市に本社を置く六甲バター株式会社の商品である。「チーズデザート」は日本を含む世界9ヶ国で販売されている（2024年現在）²⁴。ベトナムへは現在日本で生産したものを輸出しているが、社長が「チーズを受け入れやすい文化も感じ」たこともあり、現地に工場を建設し2026年9月に稼働させる計画だ²⁵。

ベトナムへの輸出品目1位は粉乳であり、

現状育児用粉ミルクの原料としての需要が大きい、他の牛乳・乳製品についても状況を考察したい。

現地で販売されている牛乳は、タイで生産されたCP MEIJI社²⁶の製品も多い。また森永乳業は2021年に現地企業を完全子会社化しMORINAGAブランドのヨーグルト・栄養補助飲料を現地生産・販売しているなど²⁷、日本の乳製品ブランドは現地に浸透している。

ベトナムが輸入しているLL牛乳の上位国はニュージーランド、アメリカ、フランスである（ベトナム輸出支援プラットフォーム2024, p7）。日本産牛乳の輸出量が香港やシンガポールで増えている（前田 2024a）状況もあり、現地での牛乳・乳製品に対する需要の高さを考えると、今後日本産牛乳・乳製品の輸出が伸びる可能性は十分ある。

（6）日本式パン・ケーキ店の展開

香港やシンガポールでは、コロナ禍の巣籠り需要にも乗って日本産原料を使った洋菓子店「シャトレゼ」が大きく店舗数を増やしている²⁸（前田2024, p52）。シャトレゼはタイとベトナムにも進出している²⁹が、一部店舗にイートインコーナーを設置するなど、原則持ち帰りのみである日本・香港・シンガポールとは違った営業形態になっている。

シャトレゼがベトナムに進出したのは2019年で、1号店がハノイ、2号店がホーチミンの、いずれもイオンモールの中であった。当初は日本から直輸入の商品を並べていたが、価格が高く現地の消費者には受け入れられず³⁰、高級路線に変更した。出店場所も当初のイオンモールから、日本人街でのカフェコーナーを併設した路面店や、日系デ

パートや高級ショッピングモールの中に展開している。またベトナム国内に工場を作り、加工費を削減することで低価格での販売が行えるようにした³¹。

イオンモールの中には大きなパン屋があり繁盛しているが、日本的なパンというより、色合いが鮮やかだったり味が濃かったりと、現地の好みに合うものが提供されている。ベトナムはフランスの植民地だった影響もありフランス式のパンも多いが、街中には日本式や韓国式のパン屋も増えてきている。日本からベトナムへの小麦粉の輸出量は近年増加し2024年には10億円を超えており（表4）、日本式のパンが普及することで日本からの小麦粉輸出量が増えることも期待できる。

Ⅲ. タイ・ベトナム向け青果物輸出の状況

1. タイ・ベトナムの青果物輸入規制

表6に東南アジア4ヶ国（ベトナム、タイ、シンガポール、マレーシア）の日本産農産物に対する検疫条件を示した。ほぼ制限なく輸出できるシンガポール、マレーシアに対し、ベトナム、タイは全ての品目に対して輸入禁止か、何らかの規制がかかっている。

現在、ベトナムに輸出可能な青果物は日本ナシ（以下「なし」と表記）、ウンシュウミカン（「みかん」）、リンゴ（「りんご」）、レタスの4品目に限られる。タイでも輸入可能な果物³²は全て「特別な検疫条件を満たしたものの」という条件が付く。具体的には申請した園地に対して、タイの検査官が視察のうえ「この園地の生産物は検疫条件を満たしている」という許可が与えられる、などの方法である。

表 6：東南アジア 4 ケ国の日本産農産物検疫条件

種類	くだもの										やさい（果菜）						やさい（葉菜）			やさい（根菜）						コメ		緑茶（製茶）						
輸出相手国	カキ	キウイフルーツ	サクランボ	日本ナシ	西洋ナシ	ビワ	ブドウ	ウンシュウミカン	モモ	リンゴ	イチゴ	カボチャ	キュウリ	スイカ	トウガラシ	トマト	ピーマン	メロン	キャベツ	ネギ	ミョウガ	レタス	サツマイモ	シヨウガ	ダイコン	タマネギ	ナガイモ		ニンジン	ワサビ	精米	玄米		
ベトナム	×	×	×	×	×	×	×	☆	×	☆	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	Q	×	×	×	×	×	×	×	×	Q	Q	Q	
タイ	☆	☆	☆	☆	×	×	☆	☆	☆	☆	×	×	☆	☆	×	×	×	☆	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	Q	×	Q	
シンガポール	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
マレーシア	◎	◎	◎	◎	◎	◎	PQ	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	PQ	◎	PQ	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	PQ	PQ	◎	

註：◎：植物検疫証明書（注 1）無しで輸出可。
Q：植物検疫証明書を添付すれば輸出可。 P：輸出相手国の「輸入許可証」を取得する必要がある。
☆：二国間合意に基づく特別な検疫条件を満たしたもののみ輸出可。
×：輸出不可。
出所：農林水産省植物防疫所「諸外国に植物等を輸出する場合の検疫条件一覧（早見表）：貨物編」
2025 年 1 月 22 日現在の情報に基づくもの

2. 品目別輸出状況

(1) りんご

表 7 にベトナムへ輸出可能なりんご、なし、みかんの 3 品目に加え、タイへの輸出額が多い品目としてさつまいもを取り上げ、本稿の分析対象であるベトナムとタイに、比較のためにシンガポールを加えた 3 ケ国向け輸出額推移を示した。

タイ向けりんごは期間中全ての年でシンガポールの倍以上の輸出額である。ベトナム向けも 2023 年を除きシンガポールを上回っている。両国とも 2018 年以降は頭打ち状態になっていて、タイは 3 億円、ベトナムは 2 億円程度で増減を繰り返している。

表 8 に 2024 年のりんごの国・地域別輸出額を示した。タイ、ベトナムは 3、4 位でありシンガポールより上位にあるが、りんごの輸出は台湾・香港向けが圧倒的に多く、全輸出額に占めるタイ、ベトナム向け輸出額の割合は各 1.9、0.9% である。

りんごの輸出額は 2020 年にタイ向け、ベ

トナム向けともに大きく減少している。これは 2019 年に台風の影響などでりんごの生産量が減ったことが主因だが、ベトナムに関してはそれまで輸出を行っていた岩手県が 2020 年からベトナムへの輸出を取りやめたことも理由の 1 つである。ちなみに 2024 年度にベトナム向けりんごの梱包施設として登録されているのは、青森、山形、長野の 3 県のみに所在している³³。

日本からのりんごの輸出は青森県産が中心で、輸出額の約 9 割を占める³⁴。岩手県は青森県に比べると後発であるが、ベトナムへは 2015 年に輸出が解禁された直後から輸出を行っていた。しかし検疫条件の厳しさや「他県産りんごが既に販売されており、岩手産りんごは他産地より安価に設定され³⁵」ることなどから、ベトナム市場からは撤退した。

青森県もベトナム向けは検疫条件が厳しいこともあり伸び悩んでいるが、ベトナム市場の将来性を見込んで輸出を続けている（前田 2024b, p78）。実際にベトナムの果物屋を見ると多くの店で青森県産りんごが広い売り場

表7：東南アジア3ヶ国向けのおもな日本産青果物輸出金額（2017年～2024年）

単位：百万円

年	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
りんご								
シンガポール	64	85	107	128	139	152	201	164
タイ	223	395	446	309	404	453	418	377
ベトナム	141	214	222	199	241	192	171	190
なし								
シンガポール	5	5	8	12	14	22	14	14
タイ	15	16	22	17	34	56	20	17
ベトナム	60	82	53	35	19	39	32	25
みかん								
シンガポール	35	36	45	41	61	67	94	114
タイ	14	24	10	13	3	9	25	26
ベトナム	0	0	0	0	1	9	26	29
さつまいも								
シンガポール	123	347	459	366	391	503	576	646
タイ	103	140	237	483	785	812	781	1,159

出所：財務省「貿易統計」

表8：りんご輸出の国・地域別内訳（2024年）

	国名	輸出額	輸出額 前年比	輸出額 構成比
1	台湾	156.6億円	+41.0%	77.5%
2	香港	36.4億円	▲22.4%	18.1%
3	タイ	3.8億円	▲9.7%	1.9%
4	ベトナム	1.9億円	+10.9%	0.9%
5	シンガポール	1.6億円	▲18.4%	0.8%
-	その他	1.6億円	-	0.8%
-	世界	201.4億円	+20.5%	100.0%

出所：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

を確保し売られており、りんご産地としての青森県の浸透度はかなり高まっている。

タイでは岩手県も営業活動が続けている。筆者がタイを訪問した時も、日系スーパーの数店舗において岩手県・山形県合同で売り場を確保し法被を着た販売員を配置して、りんご販売のキャンペーンを行っていた。岩手県では輸出用りんごの方が国内向けより農家の手取りは高いが³⁶、輸出既存国での数量拡大

は価格競争のリスクがあるため、新規国でのフロントランナーとしての地位確保を目指し³⁷、輸出可能国のなかで最も規制の厳しいカナダ、アメリカへの輸出を日本の産地で最初に開始した³⁸。

このような産地側の動きを見ても、近年の輸出統計のとおり東南アジア向けのりんご輸出は平衡状態にあるといえよう。

表9：なし輸出の国・地域別内訳（2024 年）

	国名	輸出額	輸出額 前年比	輸出額 構成比
1	香港	7.2億円	▲8.4%	70.5%
2	台湾	2.2億円	▲28.3%	21.3%
3	ベトナム	0.2億円	▲21.5%	2.4%
4	タイ	0.2億円	▲16.5%	1.7%
5	シンガポール	0.1億円	+3.4%	1.4%
－	その他	0.3億円	－	2.7%
－	世界	10.2億円	▲14.2%	100.0%

出所：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

表10：かんきつ輸出の国・地域別内訳（2024 年）

	国名	輸出額	輸出額 前年比	輸出額 構成比
1	香港	6.8億円	+8.7%	45.5%
2	台湾	4.8億円	+19.3%	32.4%
3	シンガポール	1.6億円	+26.7%	10.8%
4	マレーシア	0.4億円	+25.9%	2.5%
5	タイ	0.3億円	+9.8%	2.1%
－	その他	1.0億円	－	6.7%
－	世界	14.9億円	+11.9%	100.0%

出所：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

（2）なし

なしの輸出先別輸出額もりんごと同じような傾向だ（表9）。1、2位は香港、台湾、3、4位はベトナム、タイでそれぞれりんごと逆だが、上位2ヶ国で輸出額の9割以上を占め、東南アジア諸国への輸出割合は2%台以下である。

ベトナムが日本産なしの輸入を解禁したのは2017年で、2017年から2018年にかけて輸出額は増加し2018年の輸出額は現在までで最高の82百万円になった（表7）。ところが2019年以降は減少し、2021年には最小の19百万円になった。参入1～2年で撤退した団体も少なくなく（佐藤2021）、タイへの輸出額と比較してもベトナム市場での適正水準に落ち着いたといえよう。

また各国とも2022年が輸出額の1つの

ピークになっている。輸出上位国の香港・台湾も同じような傾向を示し、タイの輸入規制が厳しくなったこともないので、2020年からの円安基調に乗って輸出額を増やしたが、長期的には日本産なしがそこまでの支持を得られず、輸出額を減らしていると考えられる。

（3）みかん

表10に2024年のかんきつ³⁹輸出額上位国・地域への輸出額を示した。香港・台湾が上位1、2位なのはこれまで見た品目と同じだが、3、4位にシンガポール・マレーシアが入り、5位にタイという状況だ。但しタイの構成比は2.1%で、りんごやなしより高い。

タイへのみかん輸出は三重県がいち早く取り組んだ。2007年にタイが輸入を解禁したという情報を得て、他県に先駆けて市場を取

表 11：かんしょ輸出の国・地域別内訳（2024 年）

	国名	輸出額	輸出額 前年比	輸出額 構成比
1	タイ	11.8億円	+48.9%	32.8%
2	香港	10.6億円	▲5.9%	29.5%
3	シンガポール	6.8億円	+11.0%	18.9%
4	台湾	2.4億円	+53.4%	6.6%
5	マレーシア	1.2億円	+49.9%	3.3%
-	その他	3.3億円	-	9.0%
-	世界	36.0億円	+24.3%	100.0%

注：加工品も含んだ金額

出所：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

ろうと、2010年から輸出を行っている（川久保 2019）。

しかし輸出額は2018年の24百万円をピークに減少し、2021年には3百万円まで減少した。これは検疫条件が厳しく、輸出許可を得ていたのが三重県・静岡県・福岡県しかなかったことや、その各県でも検疫条件を満たす手間が割に合わないということで、輸出額が減少していた。2023年にはタイの防疫当局と農林水産省の協議の結果検疫条件が緩和され⁴⁰、輸出額が回復した。

ベトナムへのみかん輸出は2021年に解禁され、和歌山県から最初に出荷された⁴¹。2022、2023年度のベトナム向けうんしゅうみかん登録施設は三重・和歌山・福岡・佐賀県に所在している⁴²。2024年度は福岡県の施設が登録されていない。2023、2024年度はタイと同程度の輸出額になっている⁴³。

（4）さつまいも

これまでの品目と違い、日本のさつまいも⁴⁴の輸出相手としてはタイが1位で、香港・シンガポール・台湾・マレーシアの順に続く（表 11）⁴⁵。

タイへの輸出は、2019年2月にDON DON DONKIがオープンしたことを契機に大きく

伸びた。2018年には140百万円だったものが2019年には237百万円、それ以後も大きく伸び、2024年には1,159百万円になった⁴⁶。東南アジアのDON DON DONKIでは店内で定期的に焼き上げる焼き芋が人気で、国別ではタイがもっとも人気が高い（渡辺 2022）。

香港やシンガポールとタイでは日本産さつまいもに対する嗜好が違う。前者は小ぶりなもの、後者は大きめのものが人気である。また前者は鹿児島・宮崎県産が多く、後者は茨城産が多い。

当初は日本国内で廃棄されるような小ぶりのさつまいもが海外で人気がある、ということで、国内向け生産物の有効利用という側面から輸出を伸ばしていたが⁴⁷、今は輸出用に小ぶりなさつまいもを栽培している宮崎県の農家もある（全国農業改良普及支援協会 2020）。またシンガポールのDON DON DONKIへ出荷している鹿児島県の会社の出荷先国はタイ向けも増えているが、2021年時点で香港とシンガポールが約4割ずつである（矢野 2022, p40）。

一方JA全農いばらきは、国内出荷用と同じ規格のものを、日本産さつまいもにあまり馴染みのない国・地域に、日本国内での焼き芋の販売戦略とレシピ配付で需要を掘り起こ

表 12：さつまいも輸出額上位 5 港の国別輸出額（2024 年）

国名\税関支署名	博多	神戸	東京	鹿島	志布志
合計	885,991	727,979	536,545	375,505	363,732
タイ	282,739	129,930	110,311	375,505	137,929
香港	498,495	134,832	180,220		
シンガポール	19,829	295,836	95,376		212,678
台湾	8,613	109,620	48,448		4,741
マレーシア	10,352	35,198	54,754		7,994
カナダ		22,563	47,077		
グアム（米）	58,097				
カンボジア	7,866				
アメリカ合衆国			359		390

出所：財務省「貿易統計」

す取り組みをしてきた（立花 2022）。

表 12 に 2024 年の税関支署ごとの輸出国別輸出額を示した。地方からの青果物輸出は全国的にみても少ないが⁴⁸、さつまいもは鹿島（茨城県）が 4 位、志布志（鹿児島県）が 5 位に入るといった特徴がある。輸出先をみると、香港向けは博多が多く、鹿島は全量タイ向けで、志布志はタイよりシンガポール向けの方が多い。

Ⅳ. おわりに

本稿ではタイとベトナムに向けての日本産農林水産物の輸出状況や現地における日本産食品の販売状況について見てきた。

両国は東南アジアの中ではシンガポールとマレーシアよりは 1 人当たり GDP が低く購買力が弱い上に、日本産農産物に対する規制も多く日本からの農林水産物輸出は難しい状況にある。また安い労働力を活用した水産物加工業の原料としての水産物輸出が多いという特徴もある。

とはいえ、現在りんごとなしは両国ともにシンガポールより輸出額が多く、さつまいもは日本にとって 2024 年はタイが最大の輸出相手である。日本産の農林水産物を両国の小売店で見かけることも多く、日本料理店も数多く営業している。

日本からの輸出を考える際、まずは購買力のある香港やシンガポールから始めて、次第に周辺国に広げていこうという考え方がある。それよりも、国によって日本産品が競争力をもつ品目には違いがあるので、経済力に関係なく各国の嗜好に合った売れるものを見つけ市場を確保し、その後経済力の向上や規制の緩和に合わせてさらに売上を伸ばしていくという考え方のほうが、現状に合った有効な方策だと筆者は考える。現状をふまえると、すでに輸出額の多いりんご、なし、さつまいも等の市場を固め、輸出ルートを強固にすることで、他の品目の輸出可能性を高めることが有用であろう。

福井県産品の輸出を考える上では、すでにベトナムでは米が安価で販売されていることを現地調査で確認しており⁴⁹、今後は両国で

市場がありそうな水産品の販路拡大なども検討できると考える。

【参考文献】

- ・川久保篤志（2019）「攻めの農業とミカン輸出の振興課題ーリンゴ・梨との比較を通じてー」『東洋法学』Vol.63, No.1, pp.171-208.
- ・齊藤寛（2021）『シャトレゼは、なぜ「おいしくて安い」のか』CCC メディアハウス.
- ・佐藤康一郎（2021）「ベトナムにおける日本産梨の動向と今後の展望」『社会科学研究年報』（専修大学）Vol.55, pp.87-110.
- ・ジェトロ・ハノイ事務所（2016）「ベトナムにおける外食産業進出の現状・可能性調査」https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2016/4e89d739bdb26e58/vnfood_rp201603.pdf.
- ・全国農業改良普及支援協会（2020）「サツマイモ輸出のトップランナー、くしまアオイファームの取り組み」『技術と普及』令和元年11月号, pp.30-32.
- ・立花広記（2022）「かんしょ輸出への取り組みと課題ーJA全農いばらきの事例についてー」下渡敏治編著『農林水産物・食品の輸出戦略とマーケティングーマーケットインの輸出戦略ー』筑波書房.
- ・日経BP社（2025）「イオン、ベトナム制覇の野望 衣食住で独自PB展開 30兆円市場に総力戦」『日経ビジネス』2275.
- ・日本貿易振興機構（ジェトロ）農林水産食品部戦略企画課、ジェトロ・ホーチミン事務所（2021）「海外有望市場商流調査（ベトナム）」https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2021/9991b3de45d

df541/vietnam_rev.pdf.

- ・農林水産省輸出・国際局輸出企画課（2025）「2024年農林水産物・食品の輸出実績（国・地域別）」https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_info/attach/pdf/zisseki-259.pdf.
- ・ベトナム輸出支援プラットフォーム（2024）「品目別カントリーレポート競合国の比較（青果物、畜産物、水産物、乳製品）（販売戦略と商流構築）」https://www.jetro.go.jp/ext_images/agriportal/platform/vn/2024/pf_vn_02.pdf.
- ・前田陽次郎（2024a）「コロナ禍前後における香港・シンガポール・マレーシアへの日本産農林水産物の輸出状況」『ふくい地域経済研究』39.
- ・前田陽次郎（2024b）「コロナ禍前後における日本からの農林水産物輸出の概況と福井県産品輸出拡大の可能性」『ふくい地域経済研究』38.
- ・矢野哲男（2022）「長期定温貯蔵による高品質の生さつま芋輸出への取り組みーJapan potato 有限会社（鹿児島県鹿屋市）ー」『いも類振興情報』153.
- ・渡辺和博（2022）「海外における日本産かんしょのニーズ」『いも類振興情報』152.

注)

- 1 農林水産省HP「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略ー輸出拡大等による「海外から稼ぐ力」の強化ー」<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/progress/attach/pdf/index-43.pdf>.
- 2 農林水産省HP「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（令和7年（2025年）

- 5 月改訂) 新旧対照表」<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/progress/attach/pdf/index-40.pdf>.
- 3 日本貿易推進機構HP「香港の日本産食品市場の可能性について」<https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/2025/049894ca4d6ad380.html>.
- 4 JFOODO 海外フィールドマーケットによる現地「食」情報レポート「シンガポールにおける米・青果物の販売実態」https://www.jetro.go.jp/ext_images/jfoodo/archive/fm_report/202503-2_sg.pdf.
- 5 競争において価格条件が強く影響するので為替レートの影響を強く受け、また参入業者が多いことで競争が激しい。
- 6 バンコクでの現地調査は2024年11月28-30日に行い、訪問先は日本貿易振興機構(ジェトロ)・バンコク事務所と小売店等である。ハノイは2025年3月2-5日にジェトロ・ハノイ事務所と小売店等を訪問。ホーチミンは2025年3月5-7日にジェトロ・ホーチミン事務所と小売店等を訪問した。
- 7 日本貿易推進機構HP「日本産ホタテのタイ向け輸出額、2023年11月～2024年3月は前年同期比2.3倍に」<https://www.jetro.go.jp/biznews/2024/05/f793a97009d4221a.html>.
- 8 紀文グループHPより。<https://www.kibun.co.jp/corporate/group/kibun-thailand.html>.
- 9 日本貿易振興機構HP「消費の選択肢広がる、好みも多様化(タイ)」<https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/2024/8274e1219a059a21.html>.
- 10 日本貿易振興機構HP「「デパ地下」を開店、食の発信地に(タイ)」<https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/special/2025/0103/6061ad6d6ac4e6ed.html>.
- 11 マレーシアの伊勢丹の状況については前田(2024a) 参照。
- 12 タイヤマザキHPにある動画で関係者が話していた内容による。<https://www.yamazaki.co.th>.
- 13 本稿では2024年までのデータを提示しているが、引用元の文献では2023年までのデータを用いて分析している。
- 14 JFOODO 海外フィールドマーケットによる現地「食」情報レポート「シンガポールでの日本品質小麦商材の挑戦と成功」https://www.jetro.go.jp/ext_images/jfoodo/archive/fm_report/202503-3_sg.pdf.
- 15 ジェトロ・ハノイ事務所でのヒアリングによる。
- 16 日本貿易振興機構HP「韓国企業、ベトナムに根付く」<https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/special/2025/0101/ea5aac5282e9e4e5.html>.
- 17 セブンイレブンは2025年6月6日にハノイ初の店舗を開業した。日本貿易振興機構HP「ハノイ市でセブンイレブン開業、日系大手コンビニチェーンで初」<https://www.jetro.go.jp/biznews/2025/06/0ca61d7dbf9a9ec0.html>.
- 18 セブンイレブンの世界展開はアメリカ子会社が行っていて、東南アジアのタイ、マレーシア、フィリピン、シンガポール、インドネシアの店舗はアメリカ主導だっ

- た。ベトナムでは1号店開業時から日本のセブンイレブンが深く関与し、日本の社員が現地に赴き店舗開発を行った（日本経済新聞2017年6月16日 https://www.nikkei.com/article/DGXLASDX15H0Y_V10C17A6FFE000/）。
- 19 ここまでの店舗数はベトナム輸出支援プラットフォーム（2024）による2024年4月現在のもの。
- 20 日本貿易振興機構HP「韓国企業、ベトナムに根付く」による店舗数。 <https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/special/2025/0101/ea5aac5282e9e4e5.html>。
- 21 2025年3月に行った筆者現地調査時のジェトロ・ハノイ事務所職員の発言による。
- 22 日本貿易振興機構HP「ロータスフードグループ、ホーチミン市における日本食の飲食店チェーンの店舗拡大」 <https://www.jetro.go.jp/biznews/2024/07/b66b61f74f7d942b.html>。
- 23 ジェトロ・ホーチミン事務所でのヒアリングによる。
- 24 PR TIMES「実は…世界9カ国で発売され“密かに”売れています！」 <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000054.000097662.html>。
- 25 神戸経済ニュース「六甲バターの塚本社長「積極的に輸出していきたい」ベトナムは現地生産へ」 <https://news.kobekeizai.jp/?no=18834>。
- 26 タイの財閥CPグループと日本の乳業メーカー明治の合弁会社、チルド牛乳や「明治ブルガリアヨーグルト」などの乳製品を製造販売している。株式会社明治HP：https://www.meiji.co.jp/corporate/business_guide/international/。
- 27 日本貿易振興機構HP「森永乳業が合弁会社設立、育児用ミルクの販売拡大へ」 <https://www.jetro.go.jp/biznews/2023/06/ba4d422f5e0039c0.html>。
- 28 2025年6月10日現在、香港には52店舗、シンガポールに42店舗展開している。シャトレゼHPによる。 <https://www.chateraise.co.jp/ec/default.aspx>。
- 29 シャトレゼHPによると、2025年6月10日現在、タイ、ベトナムとも5店舗を営業中である。
- 30 香港やシンガポールでは「価格破壊」を起こすことができた（齊藤2021, p172）。当初ベトナムでも同じ位の値段感で行けるかと会社側は考えていたが、実際には現地の人が手が出せない価格帯だった。
- 31 『ビジネスチャンス』2024年6月号p11。
- 32 植物の分類としては木になるものが「くだもの」で根や茎、花などを食べるものが「やさい」であるが、食べ物としてはデザートとして食べるものが「果物」でおかずにするものが「野菜」である。本稿ではこのように表記する。
- 33 植物防疫所HP「植物検疫関係指定施設（輸出関係）」による。 <https://www.maff.go.jp/pps/j/fac/export/index.html>。
- 34 読売新聞オンライン2023年2月2日付け「昨年の国産リンゴ輸出額138億円、9年連続100億円超え…12月の輸血量・輸出額は過去最大」による。 <https://www.yomiuri.co.jp/economy/20230201-OYT1T50184/>。
- 35 「岩手県産りんご輸出におけるJAとし

- ての役割」p10. https://jpfruit-export.jp/pdffiles/08_Fruits-and-vegetables-matching_Touhoku_JAiwatechuoh.pdf.
- 36 同上書p8.
- 37 同上書p20.
- 38 同上書p13.
- 39 貿易統計の概況品目として「みかん」という分類があり、貿易統計を農林水産省が加工して発表している統計では、貿易統計上のいくつかの品目を合わせて「かんきつ」という分類にしている。
- 40 農林水産省HP「タイ向け日本産かんきつ類の検疫条件が緩和されました！」
<https://www.maff.go.jp/j/press/syoutan/syokubo/230512.html>.
- 41 紀伊民報2021年11月12日付け「ベトナムに温州ミカン輸出へ 和歌山県が全国初」<https://www.agara.co.jp/article/161180>.
- 42 三重県と佐賀県の選果場は個人、和歌山県は個人とJA、福岡県はJAの施設が登録されている。
- 43 表7はうんしゅうみかんのみ、表10の数値はかんきつ全体である。タイへはうんしゅうみかん以外のかんきつも輸出が許可されているので、表10の数値が大きくなる。
- 44 統計の用語としては「かんしょ」であるが、本稿では店頭で「さつまいも」として販売されている現状をふまえ「さつまいも」と表記する。また植物検疫上の呼び方は「サツマイモ」である。
- 45 農林水産省の集計には、冷凍焼き芋など加工品も含まれる。
- 46 ここでの輸出額は貿易統計による「かんしょ」の輸出額。表11はその金額に、冷凍やきいもなど、貿易統計では別品目扱いになる加工品も含んだものである。
- 47 青果物輸出産地セミナー「かんしょの輸出産地形成・販路開拓のポイント」https://jpfruit-export.jp/pdffiles/02_Fruits-and-vegetables-matching_ALL_KushimaAoiFarm.pdf.
- 48 さつまいも以外で輸出額が上位に入る4大都市圏以外の税関支署は、苫小牧のながいも、釜石のりんご程度しかない。
- 49 2025年3月にハノイやホーチミンでは福井県産米が5kg1,500円程度で販売されていた。この時期に福井県内では同等の米が5kg4,000円程度であった。