

# 日本から台湾への農林水産物・食品の輸出動向と今後の展開

日本台湾交流協会台北事務所\* 經濟部主任 四ヶ所信之

## 1. 農林水産物・食品の輸出額

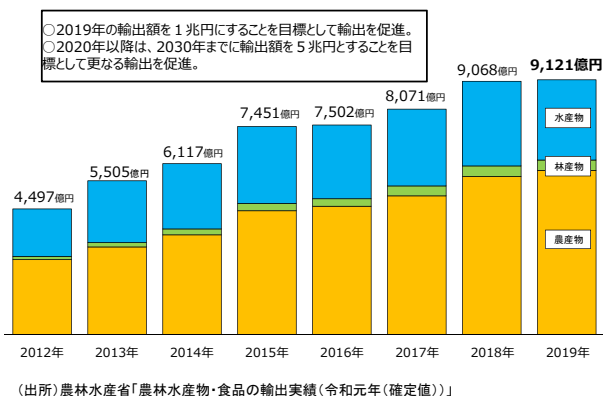
日本政府は、「日本再興戦略」(2013年6月13日閣議決定)及び「未来への投資を実現する経済対策」(2016年8月2日閣議決定)により、2019年に農林水産物・食品の輸出額を1兆円にすることを目標として、輸出の振興を図ってきた。農林水産省の資料によると、農林水産物・食品の輸出額は順調に増加し、2019年は1兆円には一歩及ばなかったものの、9,121億円と過去最高の金額となり、7年連続で最高額を更新した。2012年の4,497億円と比較して2倍以上に増加した。また、2013年に「和食；日本人の伝統的な食文化」がユネスコ無形文化遺産に登録されたことや、健康志向の広がりを背景に、世界各地で和食に対する関心が高まっており、「食料・農業・農村基本計画」では、2030年までに輸出額を5兆円とすることを目標とし、更に輸出振興を図っていくこととしている。

## 2. 台湾向け農林水産物・食品の輸出額の推移

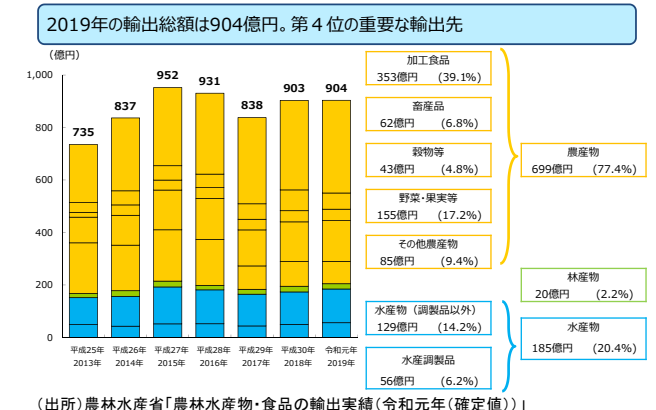
農林水産省の資料によると、2019年の台湾向け農林水産物・食品の輸出額は904億円で、日本全体の約1割を占めており、台湾は日本にとって第4位の重要な輸出先である。輸出額の推移を見ると、2016年、2017年は一時的に減少しているものの、2019年は、2013年の735億円と比較して約170億円増加しており、台湾において日本産品の需要が増加していることがわかる。内訳をみると、加工食品が一番多く353億円、その次に野菜・果実等の155億円、水産物(調製品以外)129億円と続いている。

品目別で見ると、第1位はりんご。台湾では日本の大玉のりんごが特に贈答用として人気が高いが、自家消費用として町の青果店でも販売されている。第2位はアルコール飲料。日本酒、ビール、焼酎、泡盛、ウイスキー等様々な酒類が台湾に輸出されている。最近では日本ブランドのビールの人気が高く、輸出額も伸びている。そして、第3

### 農林水産物・食品の輸出額の推移



### 台湾向け農林水産物・食品の輸出額の推移



\*本稿は当協会の公式見解を示すものではない。

台湾向け農林水産物・食品の輸出額（品目別）

2019年の輸出額上位品目は、りんご、アルコール飲料、ソース混合調味料。

	2013年 平成25年	2014年 平成26年	2015年 平成27年	2016年 平成28年	2017年 平成29年	2018年 平成30年	2019年 令和元年
1 たばこ	148億円	122億円	130億円	111億円	78億円	98億円	99億円
2 りんご	60億円	68億円	99億円	98億円	53億円	59億円	62億円
3 さんご	52億円	57億円	73億円	55億円	53億円	59億円	59億円
4 ソース混合調味料	38億円	42億円	51億円	47億円	36億円	44億円	54億円
5 アルコール飲料	29億円	36億円	45億円	46億円	33億円	41億円	37億円
6 豚の皮	27億円	35億円	33億円	33億円	24億円	27億円	27億円
7 ホタテ貝	22億円	33億円	32億円	29億円	24億円	24億円	22億円
8 菓子（米菓を除く）	20億円	19億円	24億円	22億円	21億円	24億円	18億円
9 清涼飲料水	15億円	17億円	17億円	20億円	16億円	15億円	16億円
10 おがれ	11億円	14億円	13億円	13億円	15億円	15億円	15億円

（出所）農林水産省「農林水産物・食品の輸出実績（令和元年（確定値）」）

位はソース混合調味料。日本で製造された特徴あるソースや、焼き肉のたれ、ドレッシング等が台湾で広く使われている。その他、ホタテ貝、牛肉、清涼飲料水、菓子（米菓を除く）、さんご、スープブロス、緑茶が輸出額の上位を占めている。

### 3. 本年の台湾向け農林水産物・食品の輸出額の状況

農林水産省の資料によると、台湾向け農林水産物・食品の2020年1月～7月までの輸出額の状況は、487億円で全体の10%を占め、対前年同期比3.9%増加している。新型コロナウイルス感染症拡大の影響等により、日本全体の輸出額が対前年同期比6.7%減少している一方、台湾は農産物（同3.2%増）、林産物（同16.6%増）、水産物（同4.8%増）のいずれも輸出額が増加している。財務省貿易統計によると、りんご（同8.4億円減）、アルコール飲料（同1.8億円減）、牛肉（同2.1億円減）といった2019年の上位品目の輸出額が大きく減少しており、巻き返しが期待される一方、活うなぎ（同8.3億円増）、なまこ調製品（同7.9億円増）、ソース混合調味料（同7.7億円増）が輸出額を大きく伸ばしているほか、ホタテ貝（同2.6億円増）、菓子（米菓除く）（同1.5億円増）、ビール（同1.5億円増）なども輸出額の増加が大きい。

農林水産物・食品の2020年1月～7月の輸出額

新型コロナウイルス感染症拡大の影響等により、日本全体の輸出額が6.7%減少する一方、台湾においては、3.9%増加。

順位	輸出先国	輸出額（億円）	構成比（%）	対前年同期率（%）
1	香港	1,067	21.9	▲ 7.5
2	中華人民共和国	883	18.1	3.1
3	アメリカ合衆国	632	13.0	▲ 13.3
4	台湾	487	10.0	3.9
5	ベトナム	291	6.0	20.8
6	タイ	243	5.0	0.7
7	大韓民国	222	4.6	▲ 35.4
8	シンガポール	145	3.0	▲ 15.0
9	オーストラリア	83	1.7	▲ 19.3
10	フィリピン	83	1.7	▲ 7.6

（出所）農林水産省「農林水産物・食品の輸出実績（令和2年（速報値）」）

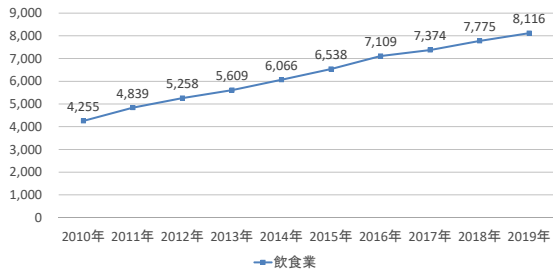
### 4. 台湾の食需要

台湾の人口は、約2,360万人（2019年）で、経済成長が進む一方、出生率は1.06%（2018年）と日本（1.42%）よりも低く、少子高齢化が進んでいるが、台湾行政院主計総処の統計によると、一人当たりの平均年間可処分所得は年々増加しており、2019年の金額（35.1万円）は2014年と比較して15.5%増加している。それに伴い2019年の一人当たりの消費支出（27.5万円）も2014年と比較して14.6%増加している。

台湾経済部統計処の発表によると、台湾における飲食業、スーパーマーケット、コンビニエンスストアの売上高はいずれも年々増加してきた。2020年においては、新型コロナウイルス感染症拡大の影響等により、飲食業の売上高は2月から減少が続き、6月まで対前年同期を下回る状況が続いていたが、7月にプラスに転じ、8月は対前年同期比2.0%増加しており、外食の需要が回復しつつある。こうした中、日系飲食店の新規出店も相次ぎ、いずれも人気を博している。また、1月～8月のスーパーマーケットの売上高は対前年同期比12.3%増、コンビニエンスストアの売上高も対前年同期比9.0%増と好調で、食需要が衰えているという動きはみられない。

### 台湾の飲食業の売上高の推移

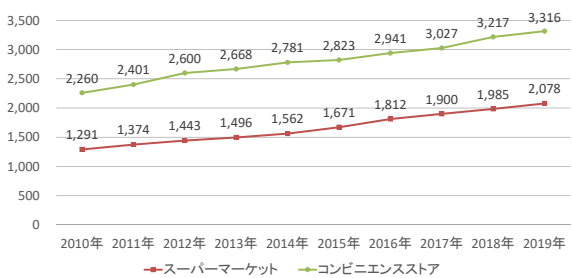
売上高は右肩上がりに伸びており、2019年は2010年と比較して90.7%増加。



(出所) 台湾經濟部統計処「卸売・小売及び飲食業売上高統計」

### 台湾のスーパーマーケット・コンビニエンスストアの売上高の推移

いずれも売上高は右肩上がりに伸びており、2019年は2010年と比較して、スーパーマーケットは61.0%増加、コンビニエンスストアは46.7%増加。



(出所) 台湾經濟部統計処「卸売・小売及び飲食業売上高統計」

## 5. 台湾における日本産農林水産物・食品の販売先

台湾では、微風超市やシティースーパーなどの高級スーパーマーケット、全聯スーパーや大潤発などの地場系スーパーマーケット、コストコやカルフルなどの欧米系小売店、セブンイレブンやファミリーマートをはじめとするコンビニエンスストア、ダイソーやセリア (icolor) をはじめとするいわゆる日本の100円ショップ、日本産を専門に扱う路面店等至るところで日本産の農林水産物・食品が販売されている。

また、2019年の日本食レストランの店舗数は13,000店を超え、2015年と比較して約2倍に増加しており、日本産は外食の食材としても広く

使用されている。さらに、中食を扱う小売店でも、ケーキや和菓子に日本産の果物を使用したり、パンに日本産の小麦粉を使用したりと、日本産食材が重宝されている。



日本産を専門に扱う路面店



日本産の果物を使用した和菓子の販売状況

## 6. 台湾向け日本産有機農産物等の輸出

台湾では、健康志向や食の安全安心に対する関心の高まりを背景に、有機農業が推進されており、有機専門店のほか一般の小売店でも多くの有機食品が売られている。また、海外への輸出にも力を

入れている。台湾は22か国の有機認証を一方向的に承認していたが、相手国は台湾の有機認証を承認していなかったことから、2018年5月に「有機農業促進法」を制定し、翌年の施行後1年を経た日から有機食品の同等性を相互承認した国・地域のみ、自国・地域の有機認証を受けた農産物等について、台湾の有機認証を受けずに、台湾に輸出することを可能とした。

台湾は他国に先駆け、日本と有機食品の同等性を相互承認し、日本台湾交流協会と台湾日本関係協会との間で2019年10月30日に有機食品の輸出入に関する協力の促進に関する覚書に署名し、



有機専門店での有機食品の販売状況



販売されている日本産有機ドレッシング

本覚書を踏まえ、輸出入の詳細が決定されたことから、2020年2月1日から日本又は台湾の有機認証を受けた農産物等を有機食品として相互に輸出することが可能となった。その後、台湾はオーストラリア、ニュージーランド、米国、カナダと有機食品の同等性の相互承認を行ったものの、2020年9月現在では有機食品の同等性を相互承認した国は僅か5ヶ国である。日本から台湾へは、既に緑茶、ソース、ドレッシング、抹茶パウダー、コーヒー等の有機農産物等が輸出されており、今後更なる輸出の促進が期待できる。

## 7. 台湾における日本産品需要の特徴と今後の展開

台湾市場は、消費に積極的であり、またコストパフォーマンスを重視する傾向が強く、さらに流行・トレンド・新商品に敏感であり、食の安心安全への関心が高いといった特徴を有している。こうした中で、日本産品は、高級、高品質、美味しい、おしゃれといったポジティブな印象が持たれている。また、日本政府観光局の調べによると、2019年の訪日台湾人数は489万人にもおよび、多くの台湾人は日本産品を現地で実際に食べた経験があるほか、複数ある日本語チャンネルを一般家庭でも見ることもできるため、日本の情報に接する機会が多く、親近感・信頼感をもって日本産品を購入していると考えられる。

そのような状況の中、台湾向けの農林水産物・食品の2019年の輸出額は900億円を超え、日本全体の約1割を占めている。2020年においても、世界中で新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受ける中、台湾はその影響を最小限に抑え、食需要が衰えることはなく、台湾向けの農林水産物・食品の輸出額も対前年同期と比較して増加傾向にある。今後も新たな付加価値を付けたアイテム等が輸出されることで、台湾における日本産品の更なる需要の伸びが期待できる。