

国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略 (中国)



1.基礎データ

輸入 1兆9,602億ドル
輸出 2兆3,427億ドル

- ・人口:1,376百万人(人口増加率 0.5%)
- ・面積:約960万km² (日本の約26倍)
- ・宗教:宗教活動は制限(仏教、イスラム教、キリスト教など)
- ・名目GDP:10兆3,565億ドル
- ・一人当たり名目GDP:7,572ドル
- ・実質GDP成長率:7.3%



2.日本との関係

日本とEPA締結なし、TPP未参加

- ・為替レート:1人民元=17.59円(2016年1月時点)
- ・対日輸入:162,997百万ドル(電気機器、一般機械、化学製品等)
- ・対日輸出:149,442百万ドル(電気機器、一般機械、衣類・同付属品等)
- ・日本の直接投資:67億4,063万ドル
- ・進出日本企業(拠点)数:32,667、居留邦人数:133,902人
- ・日本への渡航者数:4,993,800人(国・地域別1位)
- ・日本からの渡航者数:2,717,600人



3.農業関連データ

- ・農業生産額:1,284,599百万ドル(穀物自給率100%)
- ・農産物輸入額:115,388百万ドル
- ・主な輸入品:大豆(38,009百万ドル、ブラジル、アメリカ等)、綿花(8,441百万ドル、アメリカ、インド等)、天然ゴム(5,759百万ドル、タイ、インドネシア等)

4.市場の特性

物価(参考)	コメ	約3,500円(日本産米、2kg)、 約1,055円(中国産米、3kg)
--------	----	---

- ・世界最大の人口を抱える巨大市場。中間層が増加し、消費力も旺盛。
- ・訪日旅行客数も急増し、国・地域別トップ。上海や北京などを中心に多くの日本企業が進出し、日本人駐在者も多い。
- ・日系食品メーカーも多数進出しており、現地生産品や台湾産、韓国産食品と一部競合。
- ・輸入規制により青果物は殆ど輸入できないが、日本の水産物や加工食品、飲料などは、信頼性も高い。
- ・日本産品の模倣品や商標侵害などへの対策も大きな課題。

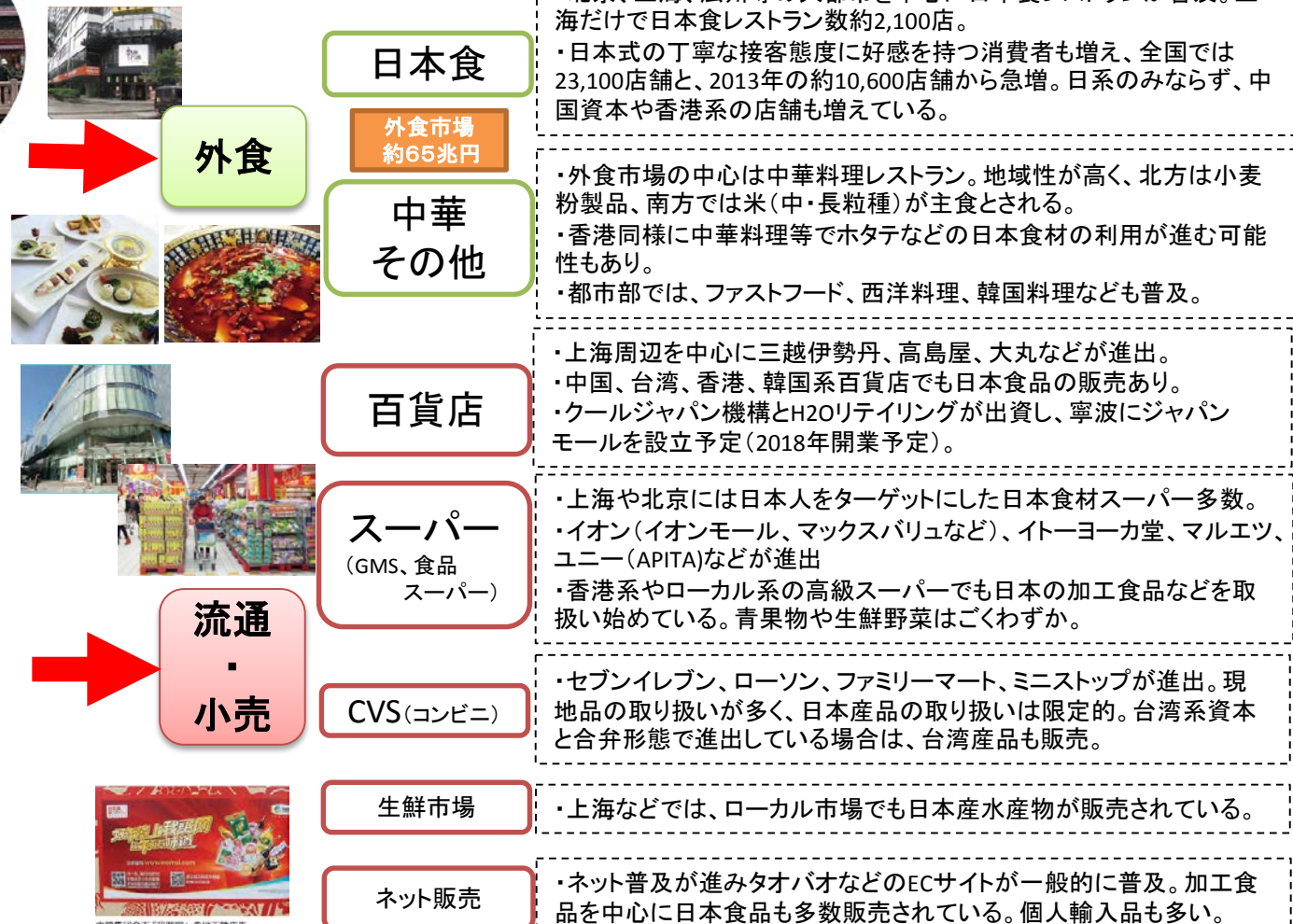
5.消費者の味覚、嗜好上の特徴

- ・地域によって味覚や嗜好に大きな違い。北京周辺(華北地域)は塩辛い味付け、広州周辺(華南地域)はさっぱりとした味が一般的。上海周辺(華東地域)では濃い味、甘い味、内陸の中部地域では香辛料の効いたものや辛い味が好まれる。
- ・食に関する事件・事故が多発。安全・安心への意識が高い。特に小さな子供を持つ若い世代、女性、富裕層を中心に、健康・美容に良い食品への関心が高い。
- ・菓子、清涼飲料水、調味料類は日本と共通点が多い。

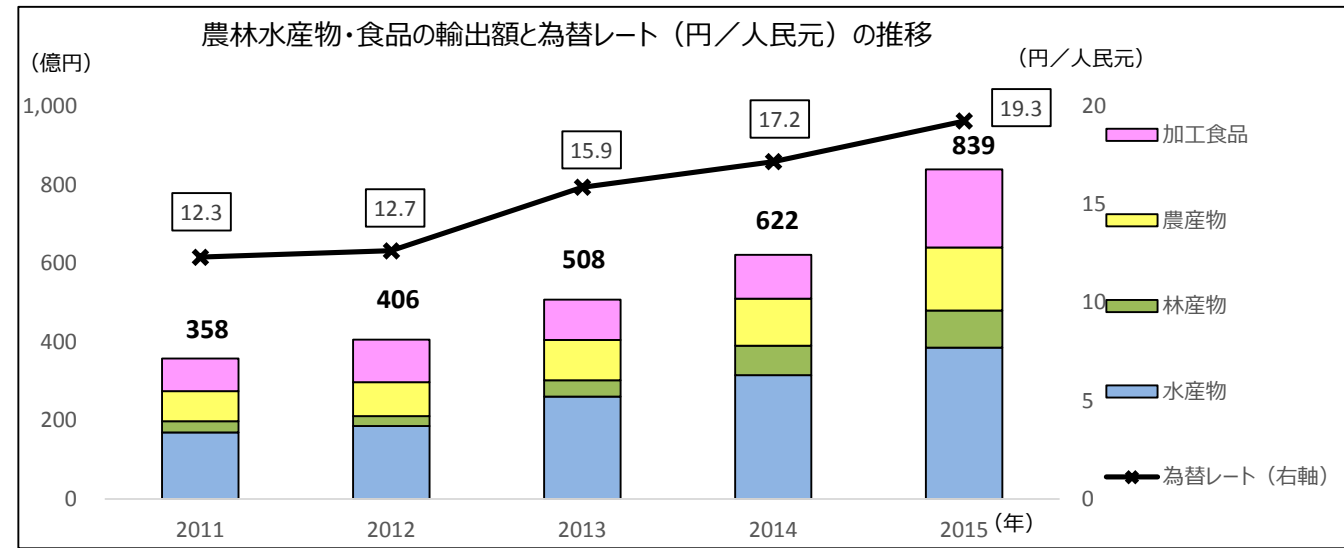
6.商流・商習慣

- ・輸入手続きに時間を要し、賞味期限が6ヶ月を切る食品は流通上取扱い困難。
- ・委託販売が主流。小売店(卸売含む)参入には、諸経費(口座開設・維持費、バーコード登録費、棚管理費、折々の催事協力費)が発生。(個々の条件は商品次第)
- ・春節、中秋節等で食品のギフト(果物、菓子、酒など)を贈る習慣がある。

7.外食・小売等の状況



- **中国は、日本の農林水産物・食品の輸出先第4位。**
- 東日本大震災後の放射性物質規制をはじめとして輸入規制が厳しいが、日本産品の輸出は年々拡大。
- 輸出品目の中では、加工原料用を中心とする水産物の割合が多く、輸出額も伸びている。



<輸出上位品目の状況及び今後の見通し>

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	ホタテ	242億円	158.4%	・高品質な日本産水産物に対する高い評価。 ・国内で消費されるほか、加工後、他国へ再輸出されることが多い模様。	・ニーズは強いが、国際商材でもあり、価格動向により輸出量は変動。 ・生産に時間がかかるため、供給に制約。	・一昨年の冬の低気圧等の影響で減産の見込み。 ・日本産の需要は強いが、生産の拡大には一定の期間（生産手法によるが2～4年）が必要。
2	林産物 (丸太)	57億円	317.3%	・近年の円安傾向等から2013年以降輸出が急増。 ・土木用、梱包用等のスギの低質材が中心。 ・九州からの輸出が多い。	・安定供給体制の構築。 ・付加価値の高い製材等の輸出。	・輸出の増減は為替動向に大きく左右される。 ・共同輸出や安定供給体制の構築 ・付加価値の高い製品輸出へのシフト
3	さけ・ます	43億円	▲21.8%	・国内で消費されるほか、加工後、他国へ再輸出されることが多い模様。	・他国産と比べて価格が高い傾向。 ・回帰率の向上。	・中国での加工費の上昇に伴い、減少が見込まれる。 ・放流手法の改良。
4	植木等	41億円	22.4%	・従来、ベトナム等を経由して中国に輸出されていたものが、直接中国に輸出されるようになったことから、中国への輸出は増加している。	・近年、急激に輸出量が増加したため、イヌマキなど一部の品目の資源の枯渇が懸念。	・産地間連携による高品質・安定的輸出体制の整備。
5	播種用の種	31億円	41.1%	・タイサイ、ねぎ、にんじん、はくさい等の野菜の種子を輸出	・UPOV'91条約が締結されておらず、作物によっては品種登録できず、大量に増殖されるおそれ。	・FTA交渉等で引き続きUPOV'91条約の早期締結を要請。
6	アルコール飲料	24億円	69.4%	・日本酒(約5割)や焼酎(2割)の輸出が中心。 ・中国ではワインもよく飲まれている。	・日本酒の認知度の向上。	・影響力の大きい主要都市における富裕層をターゲットとしたPR。
7	菓子 (米菓を除く)	18億円	292.7%	・日本産に対する信頼感。 ・クッキー類の輸入額が大きい。	・現地産や他国産との差別化。 ・並行輸入、コピー品の廉価販売等によるブランドの棄損。 ・大都市以外の現地卸売業者等の情報不足。	・大都市以外の市場ニーズ、有力な現地卸売業者の掘り起こしなど、マーケティングを把握した上で、それに見合った商品作りを展開。
8	清涼飲料水	17億円	47.9%	・日本産に対する信頼感。	・現地産や他国産との差別化。	・日本ブランドから安定的な需要が期待。
9	すけとうだら	17億円	▲55.3%	・未加工又は簡易な加工の状態ですべて国内で消費される模様。	・資源量の減少に伴う供給の制約。	・日本での水揚げの状況等に応じて変動。 ・資源管理の取組みを実施。
10	デキストリン	14億円	16.9%	(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。)	-	-

※ 中国は放射性物質規制が厳しいため、各品目で放射性物質規制の撤廃・緩和が重要な課題。

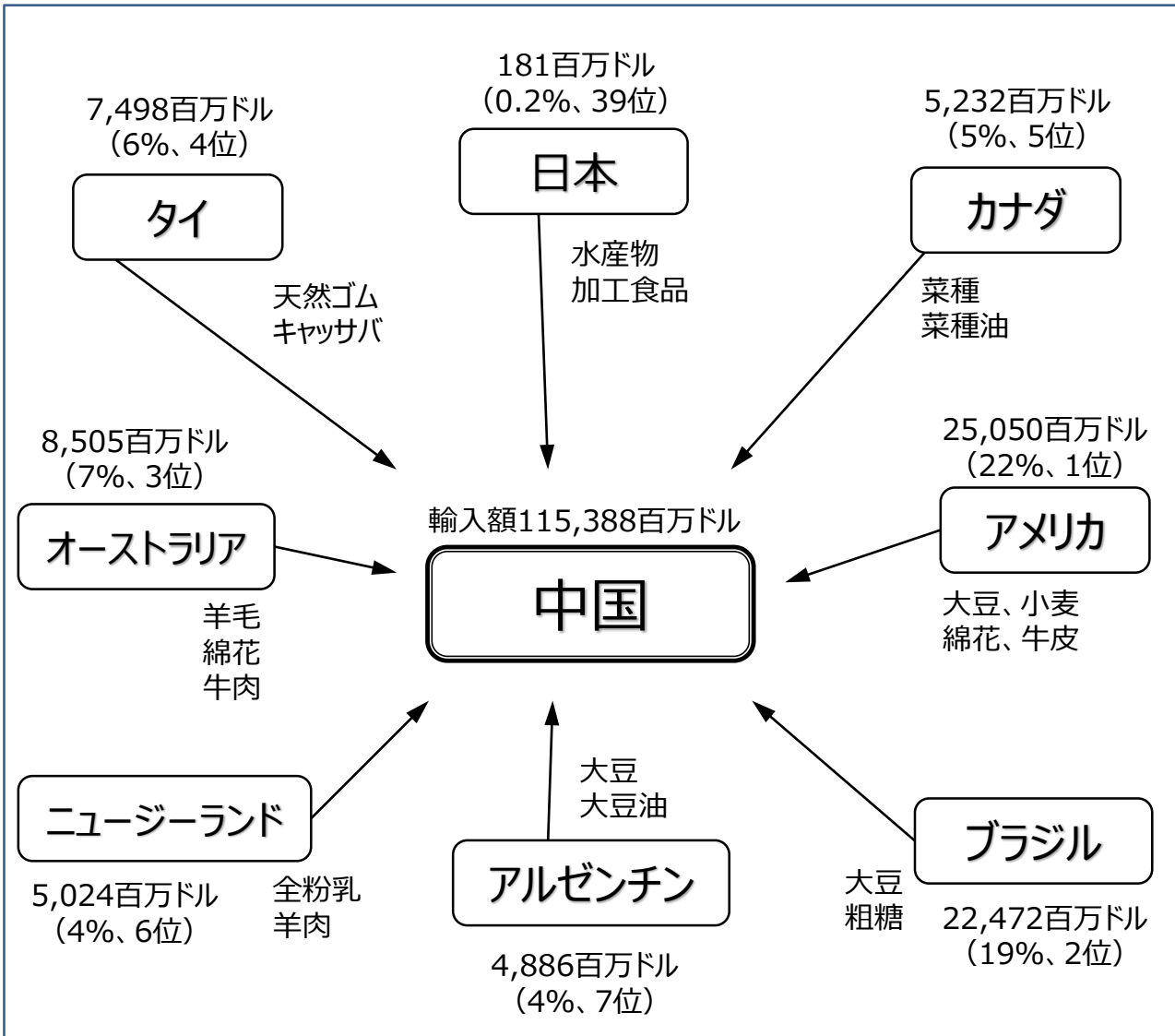
<その他の品目の状況及び今後の課題>

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	386億円	47.6%	<ul style="list-style-type: none"> ・ホタテ、さけ・ます、さば、いかなど加工原料用の輸出が多い。 ・外食（日本食や中華料理など）向け、小売向けなど幅広い先に、様々な魚種を輸出できる可能性。 ・冷凍ものが中心だが、ブリなどの養殖ものが生鮮で輸出されているケースもみられる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・冷凍ものの利用の普及。 ・生鮮ものの輸出のための輸入手続きの円滑化。 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本産の水産物のPR及び調理法の普及。 ・輸入手続きの円滑化に向けた輸出ルートの研究・働きかけ。
コメ	3億円	1,429.4%	<ul style="list-style-type: none"> ・日本食の食材として需要が期待。 ・訪日旅行者に炊飯器が購入されている。 ・香港でも輸出が大きく拡大。 	<ul style="list-style-type: none"> ・関税割当の配分の明確化・改善。 ・流通ルートの多様化や販売の工夫（流通の活性化）。 ・精米工場、燻蒸施設の輸出余力の活用、新たな施設の追加。 	<ul style="list-style-type: none"> ・外交上の対応も含め、各課題に対して、政府をあげて、全力で取組み。
牛肉	(輸入禁止)	—	<ul style="list-style-type: none"> ・中国全体でみると牛肉の消費量は多いため、輸入禁止が解除されれば、一定の需要が期待できる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・輸入禁止の解除（検疫協議）。 	<ul style="list-style-type: none"> ・輸出解禁に向けた検疫協議。
豚肉	(輸入禁止)	—	<ul style="list-style-type: none"> ・中国全体でみると豚肉の消費量は多いため、輸入禁止が解除されれば、一定の需要が期待できる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・輸入禁止の解除（検疫協議）。 	<ul style="list-style-type: none"> ・輸出解禁に向けた検疫協議。
牛乳・乳製品	(輸入禁止)	—	<ul style="list-style-type: none"> ・日本や海外で粉ミルクを買う行動が見られる。 ・日本ブランドは認識されており、アイスクリームなども期待。 	<ul style="list-style-type: none"> ・輸入禁止の解除（検疫協議は実質的に終了。放射性物質検査証明書に係る日中間の合意が必要）。 	<ul style="list-style-type: none"> ・放射性物質検査証明書に関する協議。
果物 (りんご、なし)	6億円	236.0%	<ul style="list-style-type: none"> ・贈答用・富裕層向けの需要が期待できる。 ・りんごは贈答用として「世界一」が人気。 	<ul style="list-style-type: none"> ・りんご、なし以外は検疫条件の設定が必要。 ・輸入の所要時間。 	<ul style="list-style-type: none"> ・必要に応じて検疫協議を実施。
ソース混合調味料	8億円	9.1%	<ul style="list-style-type: none"> ・ドレッシングなど様々な商品が輸出されている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・現地産や他国産との差別化。 	<ul style="list-style-type: none"> ・見本市・商談会等を活用した販路拡大。
林産物 (製材)	14億円	75.7%	<ul style="list-style-type: none"> ・木構造設計規範にスギ等が規定されれば構造材等において日本産木材の需要が期待できる。（現在改定中） 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本産木材の認知度の向上。 ・日本産木材を扱うことのできる技術者の育成。 	<ul style="list-style-type: none"> ・実需者に向けた日本産木材のPR。 ・ニーズに対応した製品開発、ブランド化。

※ 中国は放射性物質規制が厳しいため、各品目で放射性物質規制の緩和・撤廃が重要な課題。

<その他輸出拡大の可能性が考えられる品目> 鶏肉、鶏卵、ミネラルウォーター、切り花 など

<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、中国の輸入額の1%未満。
- 中国の主な輸入品目は、大豆（食用や搾油し、大豆粕は飼料として使用）の輸入額が圧倒的に多く、綿花や天然ゴムなど加工原料としての農産物が多い。
- このほか食用のものとしては、全粉乳や粗糖などが多い。

<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
ホタテ	・アメリカ ・ロシア	・日本の輸出は輸入額全体の32%程度（輸出1位）。
丸太	・ニュージーランド ・ロシア	・日本の輸出は輸入額全体の1%未満。
さけ・ます	・アメリカ ・ロシア	・日本の輸出は輸入額全体の7%程度。
播種用の種	・カナダ ・インド	・日本の輸出は輸入額全体の5%程度。 ・カナダ産が4割以上のシェア。
アルコール飲料	・フランス ・オーストラリア	・日本の輸出は輸入額全体の1%未満。 ・フランス産が5割以上のシェア。
菓子（米菓を除く）	・イタリア ・インドネシア	・日本の輸出は輸入額全体の2%程度。
清涼飲料水	・韓国 ・タイ	・日本の輸出は輸入額全体の2%程度。 ・韓国産が3割以上のシェア。
すけとうだら	・ロシア ・アメリカ	・日本は輸出は輸入額全体の4%程度。 ・ロシア産が8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（さば、いか等）	・アメリカ ・ノルウェー	・日本の輸出は輸入額全体の2%程度。
コメ	・台湾 等	・日本の輸出は輸入額全体の1%未満。 ・中・短粒種の輸入は台湾等が中心（中国の生産も多い）。
牛肉	・オーストラリア ・ウルグアイ	・日本からの輸出実績はない（輸出解禁に向けて検疫協議中）。 ・オーストラリア産が5割以上のシェア。
豚肉	・アメリカ ・ドイツ	・日本からの輸出実績はない。
牛乳・乳製品	・ニュージーランド ・EU諸国	・日本からの輸出実績はない。
果物	・タイ ・ベトナム	・日本の輸出は輸入額全体の0.1%程度。

1. 検疫協議、食品安全規制等

<動物検疫>

- ・牛肉、鶏肉は検疫協議中（牛肉は2004年6月に解禁要請）。
- ・牛乳・乳製品については、検疫協議は実質的に終了。衛生証明書に係る中国側合意を得るためには、まずは放射性物質検査証明書に係る合意が必要。
- ⇒ 引き続き協議の進展の要請が必要。
- ・豚肉については、二国間で検疫協議は未実施。

<植物検疫等>

- ・りんご、なし、製茶は、植物検疫証明書の添付で輸出可能（輸入許可証の取得が必要。）（ただし、放射性物質に係る輸入規制により事実上輸入停止。）
- ⇒ 必要に応じ、検疫協議を実施。
- ・コメは、中国側に認可された指定精米工場・登録くん蒸倉庫での精米・くん蒸が必要。（現状：指定精米工場は1か所、登録くん蒸倉庫は2か所。）
- ⇒ 精米工場・くん蒸倉庫の追加要請中。新たな施設が認可されるよう働きかけが必要。

<水産物>

- ・加工・保管施設の登録が必要（1,470施設が登録。ただし、2015年6月以降新規登録が停止中）。このほか、衛生証明書（生きている水産物の場合は動物衛生証明書）の添付、輸出者の届出、さけ類の場合は、漁獲証明書の添付が必要。

<海藻類を含む加工食品（ふりかけ等）>

- ・七素の基準値やその設定状況が日本と中国で異なっているため、輸出に際して中国の基準値に適合を図る必要（検査で不合格となり販売停止となった事例も発生）。
- ⇒ 生産者等の理解の促進を図るとともに、自主的な事前検査による確認を行うことが重要。

<林産物>

- ・木構造設計規範（日本における建築基準法に該当）により、日本産木材の用途が限られている（現在、同規範を改定中）。

<輸入手続き>

- ・衛生検査等の輸入手続きに時間がかかるとの指摘。
- ⇒ 輸入手続きの円滑化の働きかけが必要。

<食品安全規制の強化>

- ・近年、乳幼児用粉ミルクへのメラミン混入等の事案が発生し、国民の食品安全に対する関心の高まりを受け、2015年4月の食品安全法の改正をはじめ、食品衛生に関する各種基準・制度の整備が大幅に進められており、その結果、従前よりも厳しい規制となっている。
- ⇒ 国内事業者に関し規制に関する情報提供が必要。

5. 関税

・主な関税率

牛肉20%、りんご10%、日本酒40%、緑茶15%、水産物（ホタテ、さけ・ます、すけとうだら等）10%、菓子20%、清涼飲料水35% など
 [主な関税割当品目：小麦、トウモロコシ、コメ(532万ト)、砂糖、羊毛]

※2013年より日中韓FTA、RCEPの枠組みで交渉中。

2. 放射性物質に係る輸入規制

- ・10都県産の食品等につき輸入停止。
- ・10都県産以外の野菜、果実、乳、茶葉及びこれらの加工製品等について放射性物質検査証明書の様式が未合意（検査項目等について日中間で調整中）のため、事実上輸入停止状態（水産物は様式が合意されており、輸出可能）。
- ⇒ 引き続き、科学的根拠に基づいた対応を粘り強く要請していくことが必要。

品目	都道府県	宮城	福島	茨城	栃木	群馬	埼玉	千葉	東京	新潟	長野	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												

■ 輸入停止
■ 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

- ・日中韓FTAにより、地理的表示保護制度の相互保護の枠組みづくり等を促進することが必要。
- ・日本の農林水産品GIマークの商標登録を申請中。
- ・日本国内産地の地名が第三者に商標登録されているケースが見られる。
- ・地名のついた食品の輸出が難しくなるほか、模倣の粗悪品による日本ブランドのイメージダウン、売り上げ減少のおそれ。
- ⇒ 現地調査等の結果を都道府県等担当者に情報提供。

- ・植物の新品種の保護に関する国際条約（UPOV条約）の旧条約締結国であるため、一部の植物のみが保護対象となっている。
- ⇒ 同国における植物品種の保護対象品目の拡大やUPOV91年条約の早期締結に向けた働きかけが必要。

4. 物流

- 日本との間の物流量は多い。
- ・日本との航空便は全国で週約1,190便（北京約140便：航空輸送時間は約4時間30分、上海約420便：航空輸送時間は約3時間30分）。
- ・日本とのコンテナ航路は全国で週約280便。海上輸送日数は、上海まで約4日、大連まで上海等を経由し最短9日、広州まで香港等を経由し最短約12日。
- ・都市部を除き、全国的なコールドチェーンは未整備。サービスの質にも課題。

輸出拡大に向けた基本的な方向性

- 中国は、動植物検疫や放射性物質規制などの輸入規制が多いものの、訪日旅行客には日本食・日本食材が人気であり、日本からの距離や人口規模を踏まえると、輸出を大きく増やせる可能性があると考えられる。
- 中国向けの輸出については、輸入規制が厳しいながらも既に相当の規模があることから、輸出可能な品目については、
 - ・健康や美容関連の食品など新たなジャンルへの拡大
 - ・日系小売・日本食レストラン以外や沿海部以外の大都市への販路の拡大
 - ・輸出ロットの拡大、物流の効率化や流通マージンの削減等による価格競争力の強化（さらにはボリュームゾーンへの参入）
 等の取組みを進めるとともに、輸入手続きの時間短縮に向けて、手続き円滑化の働きかけや輸出ルートの研究等を進め、さらなる輸出の拡大を目指す。
- 輸出の制約がある品目については、
 - ・動植物検疫や放射性物質規制など規制の撤廃・緩和
 - ・訪日旅行客への日本食材の紹介
 等の取組みを全力で進めていく。

重点品目

- ・水産物（ホタテ、さけ・ます、すけとうだら、ブリ）
- ・畜産物（牛肉、豚肉）【検疫協議が必要】
- ・乳製品【検疫協議が必要】
- ・果物（りんごなど）【りんご・なし以外は検疫協議が必要】
- ・コメ
- ・菓子、清涼飲料水
- ・アルコール飲料
- ・林産物（スギ）、花き

（注）放射性物質規制により、10都県産の食品等が輸入停止、一部品目では検査証明書の様式が未合意であり、放射性物質規制の撤廃・緩和も、輸出拡大にとって重要。

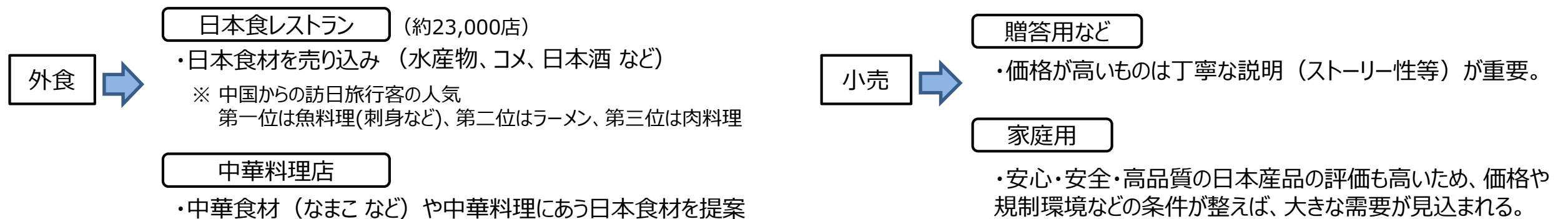
（注）中国では、日本産品の評価は高いものの、現地で生産された農産物・加工食品等の品質も相当良くなってきていることから、品質と価格が相応のものでなければ輸出・販売は難しく、高価格の商品を販売するにあたっては丁寧な説明・販促が重要であることにも留意が必要。

輸出拡大に向けた主なターゲット

（参考）中国の一人あたりGDPは約8,000ドル弱だが、世帯可処分所得が35,000ドル以上の者は約1億3千万人。

- 中国は、動植物検疫や放射性物質規制などの制約も厳しく、輸出可能な日本産品は限定されている状況。一方で、日本産品の評価は高く（安心・安全・高品質）、日本食レストランや日系小売を中心に輸出可能な日本産品の輸出を進めていく。（沿岸部以外の大都市など日系小売の進出していない地域においても小売・外食に日本産品の紹介を行い、販路開拓を進めていくことが重要）。

（参考）好きな外国料理の1位が日本料理。好きな日本産品は水産物（まぐろ・さけなど）や菓子などが人気。【2013年、ジェトロ調査】



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

<見本市>

●FHC Chinaなどの見本市について、継続的に出展するとともに、見本市と併せての商談会を実施するほか、日本で開催される見本市（FOODEX JAPANなど）へのバイヤーの招へいなども行い、輸出拡大につなげる。【農水、経産、財務、民間】

<消費者への発信>

●旅行番組、SNSなどのツールを利用し、中国語での日本食、日本食材に関する情報の発信を進める。【農水、財務、経産、観光、外務】

<発信拠点>

●クールジャパン機構が出資したジャパンモール（寧波に開業予定）を拠点とし、日本食などの発信の取組みを進める。【経産、農水、財務、民間】

<日本食材紹介イベント>

●日本産食材サポーター店などの日本食レストラン、中華料理店、外国料理店等において、日本食材の紹介イベントを開催するとともに、各種媒体でのPRにも取組み、日本食材の普及を進める。【農水、財務、経産、民間】

<在外公館の活用>

●（上記の日本食材の紹介イベントなどとも連携し、）中華料理・外国料理の料理人や消費者に対して影響力のある者等を在外公館に招待し、日本食普及の親善大使も活用し、日本食材の紹介を行う。【外務、農水、財務】

<料理学校>

●現地の料理学校と日本の料理学校等の提携を促し、日本料理のコースや講座を設けるとともに、中国の日本料理の衛生管理、調理技能向上、店舗管理に関する研修・教育を行い、高品質の日本料理のPRを行う。【民間、農水】

<訪日旅行者>

●中国からの訪日旅行者向けに、日本・現地の旅行会社における、現在輸出できない品目を含んだ多様な日本食材を満喫できるツアー、食関連の産業観光や農村ツーリズムなど日本の食に関する旅行商品の提供を促進するとともに、ビジットジャパン事業と連携し、日本食・日本食材の魅力を海外に発信する。【観光、農水、財務、民間】

●訪日旅行者の日本食や日本食材の好みなどの情報を中国の日系小売・外食等へ情報提供を行う。【農水、財務、観光】

販路開拓、供給面の対応

<バイヤー等の情報提供、マッチング>

●日系小売や日本食レストラン等への販売の競合の状況、現地バイヤー、販売ルート（他国の輸出品目に関する情報も含む）の情報等について幅広く情報提供を行うとともに、現地バイヤーの紹介・マッチングの取組みを進める。【経産、外務、財務】

<現地生産の情報提供>

●現地生産又は他国で生産された日本食材（加工食品等）の流通状況に関する情報提供を行う。【農水、経産】

<小売>

●安定供給・価格競争力強化の取組みを進め、日系・現地スーパー等での日本製品の取扱い（棚）を増やす。【民間、農水】
●高級品を販売する小売を中心に、日本製品の説明を行える販売員を養成・派遣し、日本製品の販売促進を進めるとともに、日本ブランドの維持・向上を図る。【民間、農水】

<外食>

●（日本食レストランへの販売の競合状況を踏まえつつ、日本食材の紹介イベントなどの結果等も利用し、）日本食レストランや現地料理店等に対する日本食材の販路開拓を進める。【民間、農水】

<ネット通販>

●ネット通販の実施状況等を生産者に情報提供し、流通マージンを削減した日本製品の販売の取組みをさらに進める。【民間、農水、経産】

<日系企業の進出支援>

●日本のコンテンツ産業などとともに、日系小売・外食や物流業者の進出支援を積極的に進める。【経産、農水、国交、民間】

輸出拡大に向けた主な品目の取組み

＜コメ＞

〔方向性〕潜在的な輸出拡大の可能性は大きいものの、現状、全農ルートしか米の輸出実績がないことから、他の事業者の参入を進め、これらの事業者によるさまざまな工夫で商品・販売方法の多様化を進めるとともに、価格競争力の強化を図り、需要の取り込みに関係者の総力で取り組んでいく。

● 精米工場等の指定の追加の働きかけを継続的に進めつつ、これまで実績を有しない事業者の既存の指定精米施設を活用した新規参入を拡大し、輸出先での流通の複線化を図り、流通の活性化・価格競争力の強化を進める。【民間、農水】

● 品質や食べ方・炊き方などの中国語でのPR、実演・試食を伴うセミナーの開催、中国で人気の特定の産地・品種を強調した販売、インターネット販売、パックごはんやおかゆ等の加工形態での販売等、輸出商品・売り方の多様化やPRの強化を進める。【民間、農水】

＜花き＞

〔方向性〕植木・盆栽について、今までイヌマキの輸出を中心に行っていたが、現在、資源の枯渇が懸念されているため、新たな商材を開発し、富裕層を中心に販売を強化する。

● イヌマキに代わる新商材として、ツゲ、カエデ、マツ等の商材の展示や盆栽技師の派遣によるPRを行う。【民間、農水】

● 中国の植物検疫条件に対応した品目毎に効率的な消毒方法を実証し、その結果に沿った取組みを推進する。【農水、民間】

＜牛肉＞

〔方向性〕現在は輸出できないが、和牛の認知度は高いため、輸出解禁に向けた働きかけを強化するとともに、輸出解禁後に向けて富裕層を中心とした訪日旅行者への取組みを進める。

● 訪日旅行者向けに、現在輸出できない和牛を満喫できる旅行商品などの提供を進めるとともに、富裕層を中心とする訪日旅行者に、輸出解禁後のプロモーションにつながるよう、和牛の訴求点（味・安全性等）の調査を実施する。【農水、民間、観光】

＜豚肉＞

〔方向性〕現在は輸出できないが、豚肉の消費量が極めて多いことから、輸出解禁に向けた働きかけを強化するとともに、輸出解禁後に向けて富裕層を中心とした訪日旅行者への取組みを進める。

● 富裕層を中心とする訪日旅行者に、輸出解禁後のプロモーションにつながるよう、日本産豚肉の訴求点（味・安全性等）の調査を実施する。【農水、民間、観光】

＜牛乳乳製品＞

〔方向性〕現在は輸出できないが、人口増加や自国産の安全性への不安から、育児用粉乳の需要が見込まれるとともに、北海道ブランドはある程度認知されており、富裕層を中心に、日本産牛乳乳製品の訴求点（味・安全性等）の調査を進める。

● 訪日旅行者向けに、日本産の乳製品を食べる機会を含む旅行商品の提供を促進する。【観光、農水、民間】

● 日本の見本市などで中国を含む海外のバイヤーへの紹介を進める。【民間、農水】

＜水産物＞

〔方向性〕現在は加工用のホタテやさけ・ます等の輸出が中心であり、引き続きこれらの安定的な輸出に努めるとともに、都市部の外食・小売向けに日本産の高品質な冷凍水産物の輸出の拡大を進める。

● 生鮮での輸出が可能な養殖のブリを、イベントやセミナー等も行いつつ、外食向けを中心に販路開拓を進める。【民間、農水】

● 中華料理店向けに、高品質なホタテ、なまこ、カキなどの紹介を進め、中華料理の食材としての輸出の拡大を進める。【民間】

● 多様な日本の水産物を満喫できるツアーや卸売市場などの水産の現場の見学も含むツアーなど、訪日旅行者向けの旅行商品の提供を進める。【民間、農水、観光】

● 見本市（China Fisheries & Seafood Expoなど）への出展を行うとともに、冷凍ものの品質のPRや解凍技術の周知も含むバイヤー、外食関係者等を対象としたセミナー・商談会等を開催し、販路開拓を進める。【農水、経産、民間】

＜日本酒＞

〔方向性〕アルコール飲料の輸出は増えているが、日本酒の消費は中国全体の中では限定的で認知度も低いことから、増加している日本食レストランや訪日旅行者などを通じた取組みを進め、輸出の拡大を目指していく。

● 富裕層をターゲットとし、日本酒の認知度の向上を図るため、影響力の大きい主要都市においてPRを進める。【民間、財務、農水】

● 訪日観光客を対象とした効果的なPRやインバウンドの対応強化を進める。【民間、財務、農水、観光】

＜林産物＞

〔方向性〕現状は、低価格・低質なスギ丸太の輸出が多いが、実需者向けのPR等を進め、付加価値の高い製品の輸出拡大を目指す。

● 現地における建築建材などの博覧会への出展、モデル住宅の設置、現地住宅関連企業を対象とするセミナーの開催、木材専門誌への出稿等のPR活動により日本産木材の普及を図るとともに、商談会やバイヤー招へいを行い販路開拓を進める。【農水、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

- <動物検疫>
 - ・牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵の輸出解禁に向けた働きかけを強化。
- <植物検疫>
 - ・必要に応じ検疫協議を実施。
 - ・コメについて、精米工場・くん蒸倉庫の追加に向け働きかけを強化。
- <林産物>
 - ・木構造設計規範の早期策定に向け働きかけを実施。
- <放射性物質関係>
 - ・規制措置の撤廃・緩和に向けた働きかけを強化。
- <輸入手続き>
 - ・中国での衛生検査等の輸入手続きの円滑化を働きかけ。
- <知的財産権保護>
 - ・UPOV(植物新品種保護国際条約)1991年条約の早期締結に向けた働きかけを強化。
- <二国間対話>
 - ・二国間対話(日中ハイレベル経済対話等)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

- <コメ>
 - ・現在ある精米工場・くん蒸倉庫の輸出余力の活用を推進。
- <ヒ素>
 - ・ヒ素に関する基準の周知徹底及び輸出前の自主検査を促進。
- <輸入手続き>
 - ・中国の各地域における輸入手続きに関する情報を収集し、輸入手続きにかかる期間が長期化する要因を分析するとともに、情報提供を実施。
- <食品安全規制の強化>
 - ・食品安全法及び関連基準等による規制の内容について情報を収集し、情報提供を実施。