

食品輸出セミナー 「オーストラリアの日本食品市場」

2017年7月

ジェトロ・シドニー事務所

海外コーディネーター（農林水産・食品分野）

目次

1. 現地の食品市場・消費者の特徴
および食品市場全体の動向
2. 一般的な食品の市場流通経路
3. 小売店の様子
4. 必ず押さえておかなければならない
食品規制や最近の特徴的な動き
5. 日本企業が陥りやすい問題と対応策

注：文中の為替レートは2017年6月22日の（1豪ドル=84.14円）を適用

現地の食品市場・消費者の特徴 および食品市場全体の動向

長期的に人口の増加が見込まれる成長市場

- 植民地建設から226年、建国から113年の若い国家
- 日本の約20倍、米国や欧州に匹敵する広い国土に、
人口は約2,440万人(2016年末時点)
今後は2026年に最大約2,870万人、
2056年に同4,250万人に増加見込みで、
人口増加に伴うインフラ問題・不動産価格の高騰が課題。
- 一時就労ビザで働く技術労働者が95,000人以上の他、
年間20万人近くの移民を受け入れてきていたが、
最近ではビザ発給要件が
厳格化されるなど消極的になっていく傾向に。

オーストラリア概要

25年連続GDP成長、不景気知らずのオーストラリア

- 25年間でオーストラリアの実質GDPは約2.2倍に拡大。2017年第1四半期のGDP成長率が前期比0.3%増で、これにより25年連続でGDPのプラス成長が続いたことになる。(オランダが持つ世界最長記録と並ぶ)

2017年第1四半期は農業・林業・漁業が14.7%と大幅成長。一方、これまで好調だった建設や鉱業はマイナス成長に。

- 消費者物価は25年間に82.9%上昇。91年に10ドルだった商品やサービスは、16年には18ドル30セントまで上がった計算に。肌感覚の物価上昇幅はより大きく、例えば1杯1ドル50セント前後だった生ビールは現在、6ドル以上と名目で4倍以上高くなっている。
- 給与も高く、最低賃金は時給22.2豪ドル(約1,868円)フルタイム就労者の1週間当たりの名目平均収入は、3倍近くに増加。560ドル80セント(91年5月) → 1,595ドル50セント(16年11月)単純換算で、年収は約8万3000豪ドル(698万円)

オーストラリア概要

主な都市と商圏 全人口の6割以上が5大都市に偏在



オーストラリア概要

主な都市と商圈 全人口の6割以上が5大都市に偏在

■**シドニー**（人口476万人）国内最大の都市。経済・金融の中心。中国、韓国、タイなどアジア人が多く、日本食レストランやアジア食料品店は多数存在する。

■**メルボルン**（人口435万人）国内第2の都市で、製造業が盛ん。日本食レストラン、アジア食料品店が集積。

■**ブリスベン**（人口224万人）急成長中のクイーンズランド州南東部の中心。今後の発展が見込まれる。

■**ゴールドコースト**（人口61万人）日本人のリタイア移住者、長期滞在者が多いリゾート地。日本食需要は高い。

■**パース**（人口197万人）資源ブームの急成長が落ち着き成長は鈍化。アジア人も多く、日本食需要高い。

オーストラリア概要

主な人種グループ別の日本食需要

英国系アングロサクソンを多数派とする移民国家。

人口の4分の1が海外生まれで、2016年の国税調査では初めてアジア系出身者が英国など欧州系出身者を上回った。特に中国、インド系の増加が著しい。無宗教が3割に増加。2割強のカトリック教徒を逆転し、最多となった。

人種グループ	市場規模*	特徴	日本食消費の頻度
日本人 (永住者、長期滞在者)	推定7万～10万人	日本食の消費量が最も多い	★★★
アジア系 (華僑、中国本土出身者など 中国系が主流。その他に韓国、 タイ、インドネシア等)	推定100万人前後	日本人と食文化が近い。 日本の文化・料理への関心 が高い	★★
欧州系オーストラリア人 (英国系、アイルランド系、 イタリア系、ギリシャ系など)	推定2,000万人前後	西洋料理主体。タイ、中華 が普及。ファストフードの 巻き寿司、回転寿司も浸透	★

*2世、3世は混血も多いため正確な統計データはない。2011年の国勢調査の結果から推算

オーストラリア概要

主な人種グループの日本食需要

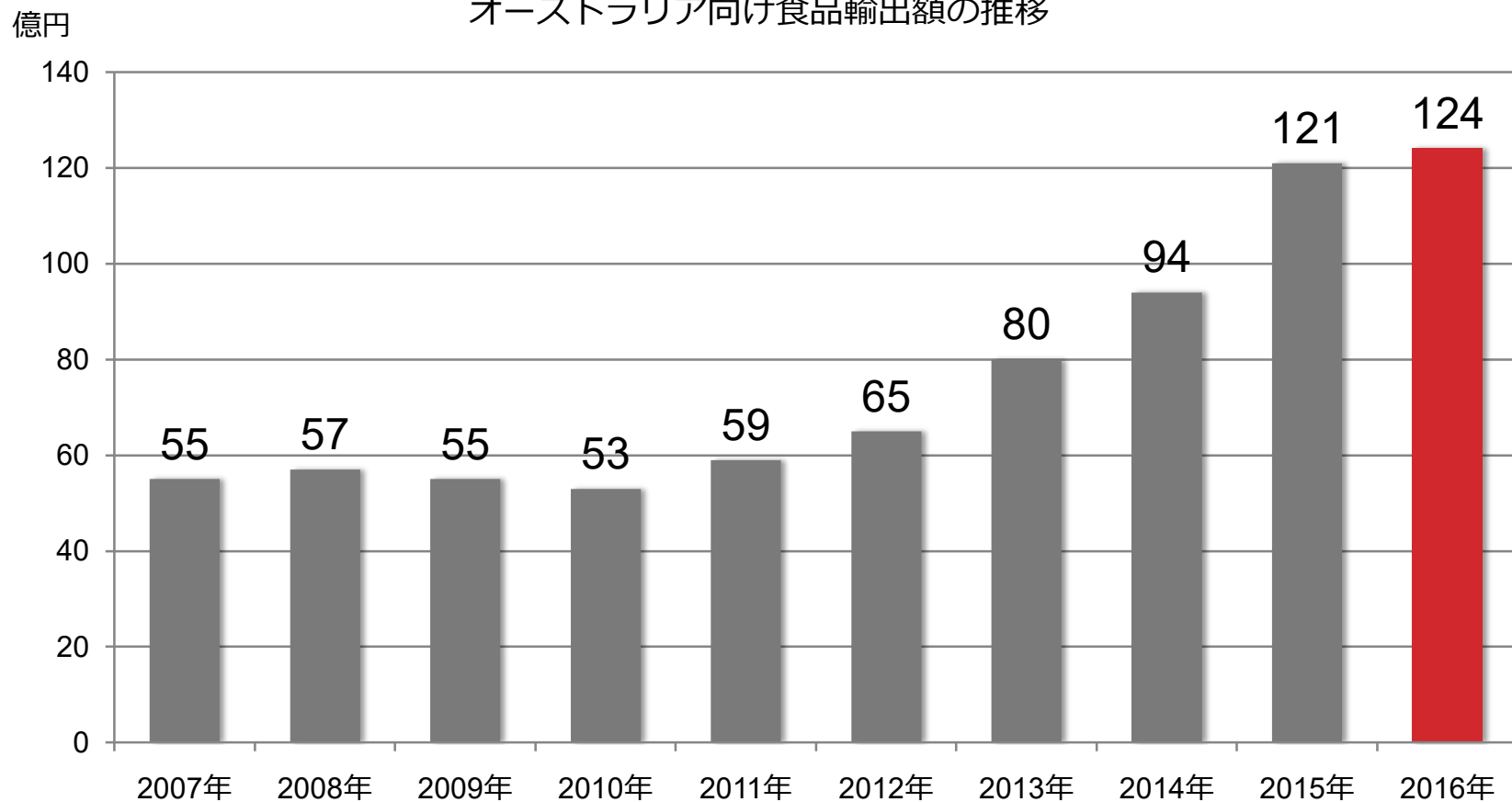
- **在住日本人**（永住者および企業駐在員などの長期滞在者）
在外登録数は約9万人。未登録の長期滞在者等を含めると推定10万人程度が海外在住日本人の市場としては米国、中国に次いで3番目に多い
ただし、全人口に占める割合は推定0.3～0.4%程度と存在感は小さい
日本食の消費頻度は最も高い
- **アジア系**
東南アジアの華僑、中国本土出身者、台湾系など中国系が中心
1世・2世、永住者、学生などの長期滞在者を含めて推定100万人程度
食文化が日本と似ており、日本食品の消費や利用頻度は高い
- **欧州系オーストラリア人**
英国系を中心にイタリア、ギリシャ、アイルランド系など推定2,000万人
食文化は西洋料理が中心だが、タイ料理、中華料理の消費頻度は高い
他の西洋の国・地域と比べて箸を使える人が多い
巻き寿司、回転寿司を中心にファストフードとして日本食に親しむ

日本産食品の輸出状況

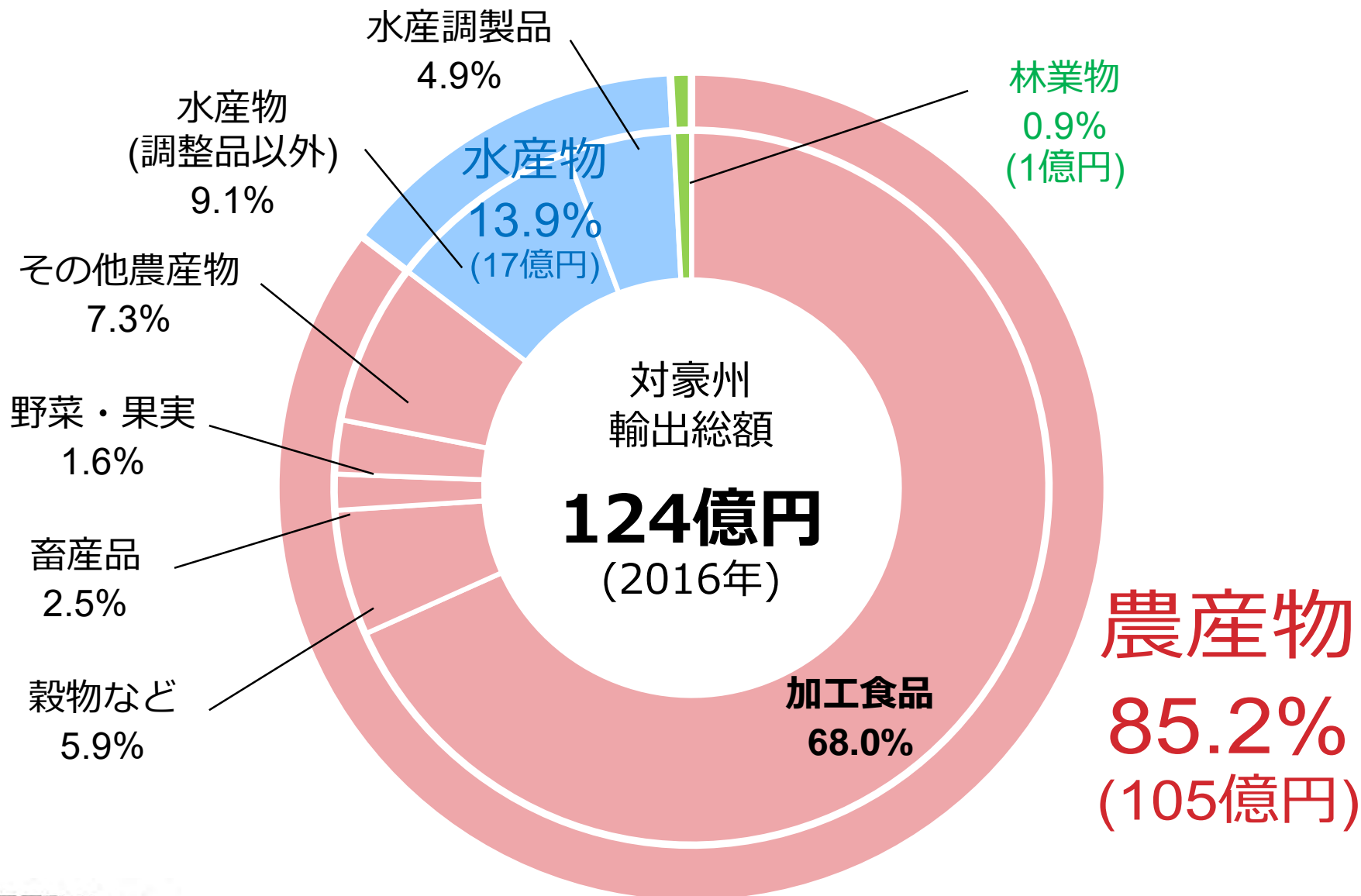
日本産農林水産物・食品のオーストラリア向け輸出額

2016年のオーストラリア向け農林水産物・食品の輸出額は124億円
(世界第9位、対前年比+2.3%)でリーマンショック後も増加傾向。

オーストラリア向け食品輸出額の推移



日本産食品の輸出状況



日本産食品の輸出状況

2016年のオーストラリア向けの主な輸出品目

順位	品目	金額
1	清涼飲料水	24億円
2	ソース混合調味料	17億円
3	アルコール飲料	14億円
4	ホタテ貝	8億円
5	醤油	6億円
6	スープブロス	3億円
7	播種用の種等	2億円
8	配合調整飼料	2億円
9	緑茶	2億円
10	菓子(米菓を除く)	2億円

出典：農林水産省

■ 麺類、海苔などは汎用品化
中国、韓国などの廉価製品や、
日系企業の第3国産との競争激化

■ ホタテ

日本産ホタテの輸出は豪州の
輸入額全体の25%程度
(中国1位、日本2位)
冷凍での船便輸出が一般的で、
ステーキや炒め物などの加熱用及び
日本食レストランでの需要が多い。
ニーズは強いが、国際商材でもあり、
価格変動により輸出量は変動。

■ ホタテ(25%)、醤油(17%)以外は
オーストラリアの食品輸入額の
5%未満で存在感は高くない。

日本産食品の輸出状況

■ 日本酒(輸出状況)

日本酒の市場規模は拡大傾向。

日本からの日本酒の輸出実績の推移

	2015年			2016年		
	数量 (kl)	金額 (百万円)	前年比 (%)	数量 (kl)	金額 (百万円)	前年比 (%)
世界	18,180	14,011	21.8%	19,737	15,581	11.2%
オーストラリア	358	310	15.0%	409	362	16.4%

出所：財務省貿易統計

まだ馴染みが薄いものの、近年の日本食ブームにより和のエッセンスを取り入れたオーギー経営の飲食店も増加しており。追い風になると思われる。

ワイン年間消費量

- ・日本人の1人当たり2.5～3リットル
- ・オーストラリア人は22～23リットル

人口は少ないが、ワインのように日本酒を楽しめるような土壌づくりが重要。

日本産食品の輸出状況

■ 日本酒(流通状況)

販売先は主に日本食レストラン。
(日本酒を扱う飲食店はシドニーだけで約150店舗以上?)

オンライン販売サイトや日本酒専門サイトから購入する例も一般化してきており、米国やタイ、欧州からの輸入も加えると、オーストラリアの日本酒市場規模は「日本からの輸出量の2倍以上はある」との見方も。

アルコール飲料の購入は大型スーパー隣接のリカーショップ(酒類専門店)が一般的だが、日本酒の取り扱いがない店舗も多く、取り扱いがある場合でも1種類程度。高級日本酒を扱うリカーショップは日本酒を好む中・韓などがアジア人が多く集まる地域に限られる。

豪州市場全体では純米、吟醸、大吟醸含め、約300種類が流通。

日本産食品の輸出状況

■クラフトビール、ウイスキー

日本からの輸出実績の推移

輸出額（千円）	2014年	2015年	2016年
ウイスキー	142,383	418,433	350,250
ビール (クラフト含む)	364,623	529,877	599,437

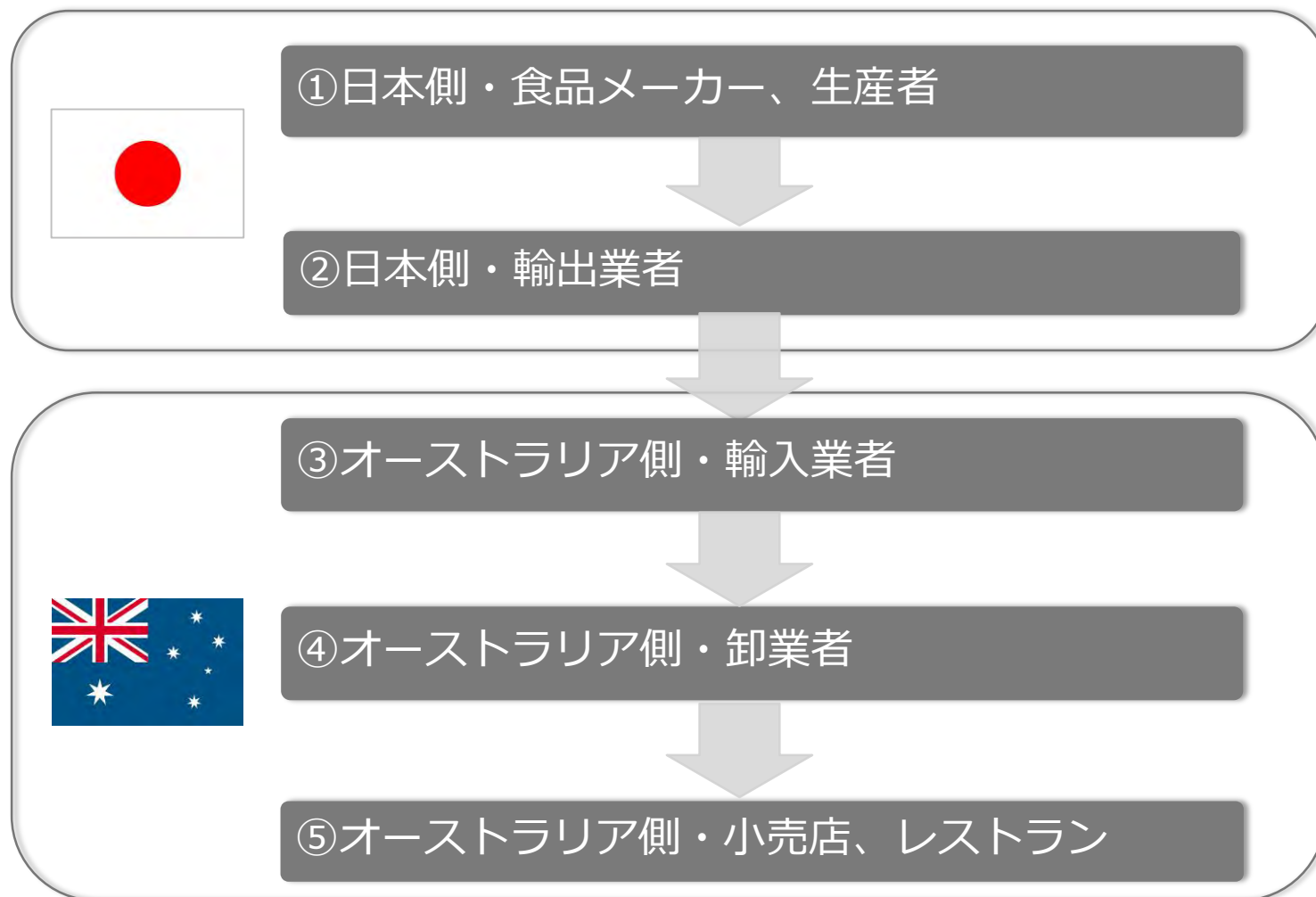
出所：財務省貿易統計

- ・ウイスキーではサントリーなど業界大手が、オーストラリアの拠点ネットワークや提携を通じて近年販売を強化している。
- ・クラフトビールは、各醸造所や輸入業者、飲食店が個別に販売契約を結ぶことも多い。

一般的な食品の市場流通経路

食品の市場流通経路

海外市場を開拓する際は、②→③→④と手順を踏まえて揃えることが重要
輸入兼卸売の③と④を兼ねた業者も多い。



流通時の注意点

- アジア産の代替品、米国産の日本米等も取り扱っており、価格競争はシビア
- 検疫規制が厳しいため、商品によっては到着後に通関差し止めのリスクも
- 通常、日本からの船便で約4週間、検疫の日数も含めると到着まで7～8週。
日本産は一般的に賞味期限が短いことが最大のネックに
- 物流関係は充実しており、オーストラリア特有の問題は聞かれない。
 - ・ 日本との航空便は、週約46便（航空輸送時間は約10時間）
 - ・ 日本とのコンテナ航路は週約19便。海上輸送日数は最短で10日程度。
日本産食品はコンテナ混載が主流。
 - ・ コールドチェーンは概ね整備されており、温度管理不足による品質劣化の心配はほぼない。

代表的な卸業者(日系)

日系輸入業者・ディストリビューター (例)

社名	取扱商品	主な事業所	備考
Japan Food Corp (JFC)	日本食品全般	シドニー、ブリスベン、メルボルン、パース	太平洋貿易系食品商社の現地法人
Jun Pacific Corporation	日本食品全般	シドニー、ブリスベン、メルボルン、パース	日本人経営の地場企業。シドニーなど3都市に小売店も展開
Daiwa Food Corporation	日本食品全般	メルボルン、アデレード、ブリスベン、ゴールドコースト、シドニー	メルボルンに拠点を置く日本人経営の地場企業
Nippon Food Supplies	日本食品全般	シドニー、パース	ニュージーランド拠点のTokyo Foodの子会社
Kontatsu Australia	日本酒・焼酎	シドニー	酒類専門の輸入業者

*各社ウェブサイトおよびヒアリングを基に作成

代表的な卸業者(日系)

社名	特徴
Japan Food Corp (JFC)	<p>JFCジャパン（株）のオーストラリア法人。 オーストラリア最大の日本食輸入業者 JFCはキッコーマングループに属する 日本からの輸出総金額（2014Jetro貿易統計より） 94億円（オーストラリア）24億円（ニュージーランド）</p> <p>人気商品・・・調味料、酒類、日本食加工全般（キッコーマングループに属するため、オーストラリアでも人気の醤油の取り扱いも多い）</p>
Jun Pacific Corporation	<p>JFCと並ぶ大手日本食輸入業者。日本人経営の地場企業。 シドニーとメルボルンで自社の小売店をもっている</p> <p>人気商品・・・基礎調味料、米、地酒、日本の菓子 今後有望な商品・・・日本産の飲料、魚関係の商品。</p>

*各社ウェブサイトおよびヒアリングを基に作成

代表的な卸業者(日系)

社名	特徴
Daiwa Food Corporation	日本食材輸入卸売り大手。日本人経営の地場企業 人気商品・・・冷凍加工肉製品、日本製冷凍加工品
Nippon Food Supplies	宝ホールディングス傘下の日本食材輸入卸会社。 豪州・ニュージーランド双方で展開しており、 NZでは最大の日系卸である。 人気商品・・・調味料、酒類、日本食加工全般
Kontatsu Australia	コンタツ(株)のオーストラリア支店。日本酒・焼酎を取り扱う輸入業者 人気商品・・・日本産酒類

*各社ウェブサイトおよびヒアリングを基に作成

代表的な卸業者(ローカル)

社名	特徴
Bidfood	飲食店や学校、病院等へ卸すフードサービス部門、野菜、果物、花を取り扱う部門、肉類を取り扱う部門の3つの部門からなる総合食品卸売業者。
Campbell's	オーストラリアの大手食品卸売流通会社、Metcash Groupに属する食品卸売業者で、特に独立系の小売業者/飲食店をサポートする。
Countrywide	オーストラリアに100の拠点をもち、主に飲食店中心に取引をおこなっている食品卸売業者。
NAFDA	50年以上にわたる歴史を持つ大手食品卸売業者。取り扱いには生鮮食品から乳製品、スナックや調味料など多岐にわたる。
PFD Food Serviceshttp	特に鮮魚、肉、冷凍食品を中心に扱う卸売業者。750以上のトラックを所有し、オーストラリア全土に食品を卸している。

*各社ウェブサイトおよびヒアリングを基に作成

小売店の様子

小売店の様子

主な日本食品の小売店の概要

業態	主な企業	概要	主な顧客	日本食品の充実度	備考
日本人向け	東京マート、夢屋、フジマートなど	各都市にそれぞれ数店舗	日本人在住者	★★★	加工・冷凍食品が中心だが、日本産は充実
アジア系	ミラクルなど	小規模事業者が大都市に展開	アジア系住民	★★	一通りの日本産の加工・冷凍食品を取扱
地場大手スーパー	ウールワース、コールズの2強	2社で寡占（シェア7~8割）	欧州系オーストラリア人	★	日系大手のカレーやアジア製即席ラーメンなど

- ・ 日本人向け小売店とアジア系食料品店は、主な日系輸入業者と取引
- ・ 地場の大手スーパーは買い手市場で参入障壁が高い

小売店の様子

日本人向け小売店、アジア系小売店

- 日系のスーパーは希少だが、アジア系小売店は数多く存在。
- 卸売はJFC、Jun Pacificの日系輸入業者2社が強い
- 日本食卸先の外食と小売の比率は「おおむね6対4」（業界関係者の話）
- 近年は他の日系輸入業者や、中・韓などの日系以外のアジア系業者も存在感

アジア系小売店

■ 品揃えはかなり充実しており、生鮮食品以外手に入らないものはほぼない。調味料、菓子、漬物、麺類、冷凍食品など。

日本風の味噌だけでも5~10種類、真空パックの醤油や食べるラー油等のニッチな商品もあり。

- 価格は日本の2~3倍。
- 味はやや劣るものの、韓国ブランドやアジアで製造した日本メーカーの製品などはやや安価(日本の1.5倍程度)
- 他国の製品に比べ日本語のままのパッケージが多い印象。

小売店の様子

大手スーパーのアジア食品売場

- 国内スーパー業界の7~8割を寡占するウールワース、コールズの2強状態。その他、最近拡大中のALDI(ドイツ系)やIGAなどが次点。
- 同店におけるアジア食品の流通は、中国政府系企業チャイナ・マーチャント・ホールディングス（招商局国際有限公司）の子会社であるオリエンタル・マーチャント（本社メルボルン）がほぼ独占。

大手スーパー

■ 現在、スーパー大手2社で販売されている日系ブランドの商品は、下記のような大手メーカー産に限られている。

カレールーやワサビ (S & B・日本産)
マヨネーズ (キューピー・タイ産)
醤油 (キッコーマン・シンガポール産)
カップ麺 (日清・中国産)

■ スーパー大手2社への新規参入は非常に難しいのが現状

(連絡先の入手自体が困難、無理な値下げ要求を強いられるなど、ニュースでも度々問題になる)

大手スーパー(海産物コーナー)

- 大手スーパーではトレイで包装された切り身の種類は少なく、スーパー内のデリで必要量を購入することが多い。
魚はアトランティック・サーモン、オーシャン・トラウトの他、ヒラマサ(キングフィッシュ)、バラマンディ、バス等の白身魚などが人気。
エビはバナナ・プロウンやタイガー・プロウンなどが主流。
オイスターは名物でもあり、他にマッセル貝やイカ、ホタテなどが定番。

大手スーパー(海産物コーナー)

- ツナ缶の需要は高く、複数メーカーから多様な味の製品が出ている。
(例：トマト味、レモン&ペッパー、醤油味、トウガラシ味など)
マグロではなくSkipjack Tuna(カツオ)を使用しているため、臭みが強く
パサついている。

日本食レストラン

- 圧倒的に店舗数が多いのは寿司。巻き寿司のテイクアウト専門店や回転寿司店は至る所にあり。
- 定番の具はアボカドサーモンやテリヤキチキンなどで、価格は1本3豪ドル程度。
- ブラウンライスやベジタリアン向けロールも豊富。
- シェフは日本人だが経営はアジア系というパターンが多い。
- 寿司店は飽和状態にあり最近は「居酒屋」や「ラーメン」が急増中。

小売店の様子

日本食レストラン(欧米系)

- シティの中心部などに位置し、モダンな内装の比較的高価格帯の店が多い。経営は欧米人で、ヘッドシェフは日本人のパターンも多い。インスタ映えしそうな立体的な寿司ロールや刺身などの他、味噌や醤油等日本風の調味料を用いた肉料理も。定番の甘辛いテリヤキ系の味以外にも、最近は柚子やポン酢などを使う店も多い。



小売店の様子

一般の欧米系レストラン

■モダンオーストラリアンを扱う店でも日本の食材を使用し、メニュー上も日本名をそのまま表記するが多い。

よく見かける単語は、

Dashi、Katsu、Enoki、Yuzu、Ponzu、
Ume、Edamame、Miso、Tempura、
Teriyaki、Wasabi など

(写真上)

Wood roasted split prawns, dashi &
garlic butter, lime (glass brasserie)

(写真下)

Organic egg crab omelette, enoki
mushroom & herb salad, miso mustard
broth (glass brasserie)



日本食レストラン

＜3大都市圏の日本食店の推定軒数＞

都市	人口	日本食レストラン軒数*
シドニー	476万人	600～650
メルボルン	435万人	500～600
ブリスベン	224万人	200～250
全国	2,330万人	1,500前後

*複数の大手レストラン批評サイトの検索結果より推計

- 老舗の高級店は日系が多い
- 小規模な巻き寿司のテイクアウト店は圧倒的に韓国系・中国系が多い
- 「日本人経営の店は全体の5%程度」（関係者）との見方も
- 近年、オーストラリア人経営のモダンな日本食レストランで成功例

必ず押さえておかなければ
ならない食品規制

最近の特徴的な動き

輸入食品に対する規制

検疫制度

- オーストラリアの厳しい検疫規定をクリアすることが最大の課題。
諸外国・地域と比較しても厳格なレベルの食品輸入規制
独特な生態系や農業を外来の生物や疫病から保護
- 水際の検疫は中央政府・オーストラリア連邦政府が所管。
連邦農林水産省の検疫局(DAFFバイオセキュリティ)が実務を担当
- 検疫上リスクの恐れがある輸入品は輸入リスク分析（IRA）を実施
- 生の果物・野菜、乳製品、卵製品、肉製品等は輸入規制あり。
商業目的でこれらの商品を輸入する業者は事前に豪州農業省の
輸入許可証（Import Permit）の取得等の手続きが必要
- 比較的通関が容易な日本産食品：
調味料、加工食品、冷凍の魚介類、飲料、米など

輸入食品に対する規制

検疫制度

各商品の規制内容はウェブのデータベースで検索可能

農業水資源省 (DAWR)の専用ウェブサイト“BICON”

<https://bicon.agriculture.gov.au/BiconWeb4.0/ImportConditions/Search/>

The screenshot displays the BICON website interface. At the top left is the Australian Government logo and the Department of Agriculture and Water Resources. The top right features the BICON logo and the text 'Australian Biosecurity Import Conditions'. A navigation menu includes 'Home', 'Import Conditions', 'Permits', 'Alerts & Changes', 'News', 'Contact Us', and 'Help'. A red box highlights the 'Import Conditions' menu item with the text 'キーワードやTariff Code (HSコード)等で検索'. Below the navigation is a breadcrumb trail: 'Search' > 'Import Questions' > 'Import Conditions' > 'Onshore Outcomes'. The 'Quick Search' section has tabs for 'Quick Search', 'Scientific Name', and 'Tariff Code'. A search input field contains the placeholder text 'What are you importing?' and a 'Search' button. Below the search field are 'Search parameters', 'Import Into: Australia', 'Effective On: 26 June 2017', and an 'Advanced Search' link.

輸入食品に対する規制

検疫制度

同じ商品でも検疫局の現場担当官の見解が異なる場合も
検疫規制の実際の運用状況については現地輸入業者に確認を
経験豊富な日系輸入業者でも通関が不可能になり損害を被る場合も

＜過去に発生した問題の実例＞

商品	事例	対応策・現状
カレールー	含有する牛脂は輸入規制の対象	オーストラリア市場向けに植物性油脂を使った商品を投入
調味料	第3国の海外工場で生産している商品が遺伝子組換え（GM）作物を原料に使用	GM食品は表示義務があり、マイナスイメージが予想されたため、オーストラリア向けに非GM作物を使った商品を投入
ベニショウガ	食紅成分が食品添加物規制に抵触	食紅を使用しない酢漬けショウガに差し替え
マヨネーズ	あるメーカーの日本製の商品は卵の含有量が多いため輸入不許可に	同じメーカーが第3国で海外生産している卵の含有量が少ない商品をオーストラリア向けに投入
冷凍カキ	広島県の特定海域産のカキが疫病のリスクがあるとして輸入不可に	通達により輸入不可能のまま
乾燥昆布	日本産昆布はヨウ素の含有量が多いとして輸入不可能に	乾燥重量1kg当たりのヨウ素含有量が1,000mg以上の商品は輸入不可。現状も大半が輸入できない状態

検疫により日本産の流通が阻害されている例：乾燥昆布

- 日本産昆布はヨウ素の含有量が多いとして輸入不可能になっており、現在アジア系スーパーにある乾燥昆布は、大半がダシマと呼ばれる韓国産。
- 原発事故の影響で、昆布や海苔を含む一部食品の輸入が2014年まで禁止に。
- オーガニック健康食品店などでは、タスマニア州やビクトリア州近海で採れた昆布(Kelp)の粉末パウダーが販売されている。

輸入食品に対する規制

食品安全規制－食品添加物

輸入食品に対する規制としては、連邦農林水産省所管の検疫規制のほかに、連邦保健・高齢化省所管のオーストラリア・ニュージーランド食品安全制度 (FSANZ)があり、両国共通の基準「FSANZ食品安全コード」を定めている。

FSANZコードには、食品添加物の使用禁止、許容量に関する規定もあり、使用可能な上限などが記載されたポジティブリストが規定されている。日本で一般的に使用が許されていてもオーストラリアでは禁止されている添加物もあるので注意（食紅、ミョウバン、一部の甘味料など）

＜FSANZ食品安全コード法律文1条3項食品添加物全文＞

FSANZ Food Safety Code Part 1.3 Substances Added to Food

<http://www.foodstandards.gov.au/code/Pages/default.aspx>

輸入食品に対する規制

食品安全規制—食品添加物

<FSANZ食品安全コードで認められた食品添加物とその基準値の一例>
(日本からの輸入が多いソース類)

INS番号	食品添加物(日本名)	基準値(mg/kg)
200 201 202 203	ソルビン酸、ソルビン酸ナトリウム、ソルビン酸カリウム、ソルビン酸カルシウム	1,000
210 211 212 213	安息香酸、安息香酸ナトリウム、安息香酸カリウム、安息香酸カルシウム	1,000
220 221 222 223 224 225 228	二酸化硫黄、亜硫酸ナトリウム、重亜硫酸ナトリウム、焦性亜硫酸ソーダ、メタ重亜硫酸カリウム、亜硫酸カリウム、亜硫酸水素カリウム	350
234	ナイシン	GMP*
281	プロピオン酸ナトリウム	GMP*
282	プロピオン酸カルシウム	GMP*
385	エデト酸カルシウムナトリウム	75
444	シヨ糖酢酸イソ酪酸エステル	200
445	グリセリン脂肪酸エステル	100
475	ポリグリセリン脂肪酸エステル	20,000
480	ジオクチルソジウムスルホサクシネート	50
950	アセスルファムカリウム	3,000
952	サイクラミン酸塩	1,000
954	サッカリン	1,500
960	ステビオールグリコシド	320
956	アリターム	300
962	アスパルテーム・アセスルファムカリウム塩	6,800

出典: FSANZ STANDARD 1.3.1 SCHEDULE 1 Permitted uses of food additives by food type 20.2 sauces and toppings
(including mayonnaises and salad dressings)

* 別途定められたGood Manufacturing Practice(GMP=製造規範)に準じる

輸入食品に対する規制

食品安全規制—表示義務

FSANZ食品安全コードにおいて
食品表示方法を規定

パッケージに、

- 全ての原材料
- 添加物
- 栄養分
- 輸入業者の社名と連絡先
- 原産国

など詳細の表示が必要

「アミノ酸等」と少量の成分を
まとめて表示することも不可で、
全て記載する必要があるため注意

<http://www.foodstandards.gov.au/consumer/labelling/Pages/default.aspx>

<食品表示の例>

NUTRITION INFORMATION		
Servings per package: (insert number of servings)		
Serving size: g (or mL or other units as appropriate)		
	Quantity per serving	Quantity per 100 g (or 100 mL)
Energy	kJ (Cal)	kJ (Cal)
Protein	g	g
Fat, total	g	g
—saturated	g	g
Carbohydrate	g	g
—sugars	g	g
Sodium	mg (mmol)	mg (mmol)
(insert any other nutrient or biologically active substance to be declared)	g, mg, µg (or other units as appropriate)	g, mg, µg (or other units as appropriate)

福島原発事故の影響

- 福島第1原発事故を受けて、オーストラリア政府は特定の日本産食品に対して放射線検査を実施。
- 2012年9月に放射線検査の対象となる都道府県と品目を大幅緩和。
千葉県、福島県、茨城県、宮城県、埼玉県、栃木県、東京都、山形県の8都県産の茶（生、乾燥）、きのこ（乾燥）、水産物（魚類）3品目を対象にセシウム134、セシウム137（いずれも許容量は1,000ベクレル）について、サンプル検査を継続。
- 2014年1月に放射能検査を終了*
- 検査終了までに1,400件以上検査を実施したが、基準値を上回る放射線が検出された例はゼロ。
- 放射能の影響を懸念して日本産を避ける消費者も少なくないという意見もあるが、はっきりと売上に出るほどの影響はないという意見がほとんど。

*オーストラリア農林水産省輸入食品通達01-14号（2014年1月23日付）

卵・乳製品に関する規制

- 卵や乳製品を原料とする食品などは、輸入許可証(Import Permit)が必要。

加工食品は原則輸入許可を必要としないものの、原材料としてピーナッツや卵・乳製品を使用している場合、その使用割合によって輸入許可証が必要となる場合がある。

例：卵の含有量が10%を超える食品などは下記の情報と共にDAWRに輸入許可の申請が必要となる。

1. 全原材料およびその含有割合
2. 卵成分の加工・調理方法
3. 最終製品における卵の塊の有無
4. 包装方法に関する詳細(例：缶、レトルトパウチ、真空パック等)
5. 英語での詳細な製造者情報

- その他、ピーナッツや乳糖、卵などアレルギー物質を含む場合、パッケージ上の警告、注意喚起の表示なども必要。

水産品の規制・流通状況に関して

- 水産物は基本的に輸出可能。ただし、以下2点に留意。
 - 1：甲殻類に関しては、冷凍品のみ輸入可能
(生きているものは輸入不可)
 - 2：全ての冷凍水産物は輸入まで最低7日間マイナス18度の環境で要保管。
さらに生産者発行の衛生証明書を提出する必要がある。
- また、日本食品検査(JFIC)による衛生証明書の発行を受けるには、
頭及び内臓の除去などを行う必要がある。
- サーモンなどサケ科のものは輸出不可。

「2016年度 日本からの農林水産物・食品輸出に関する各国・
地域の制度調査(オーストラリア)」(2017年3月)

<https://www.jetro.go.jp/world/reports/2017/02/29b089d8c7f85ca5.html>

水産庁「豪州向け輸出水産食品及び豪州向け輸出養殖等用飼料の取扱いについて」

<http://www.jfa.maff.go.jp/j/kakou/australia/>

牛肉製品の輸出について

- 日本産の生鮮牛肉の輸出は現段階では認められていないが、一部牛肉製品の輸出は可能となっている。
- 動物検疫所の輸出検査を受けるに先立ち、オーストラリア農業省に製造法等について申告し、輸入許可を取得する必要がある。

豪州向け牛肉製品の輸出に対する主な動き

- 2015年11月5日
レトルト、缶詰等の牛肉を含む加熱処理済み常温保存可能品の輸出が解禁
- 2017年4月27日
牛肉エキスを含む加工食品の輸出が解禁
(これまでは牛肉エキスを含む製品は基本的に輸出禁止であり、含有量が5%未満の製品のみが例外的に輸出できていた状態だった)

レトルト食品、缶詰等の牛肉を含む常温保存可能品の輸出

<輸出条件>

- 原料となる牛肉は、日本において出生し、飼養され、屠畜された牛由来の牛肉であること。
- 2015年9月4日以降に製造された製品であること。
- 最終製品は、中心温度が最低100℃に達するよう、 F_0 （エフゼロ）値2.8で得られる効果と同等以上の条件で加熱殺菌されていること。
- 最終製品は、密閉容器中で加熱殺菌し、常温保存可能（冷蔵不要）であること。（同製品の例）レトルトカレー、缶詰製品等

出典：農林水産省

牛肉エキスを含む加工食品の輸出

<輸出条件>

- 2015年9月4日以降に製造されていること。
- 原料となる牛肉（骨及び内臓を含む）は、日本において出生し、飼養され、屠畜された牛由来であること。

<牛肉エキスの含有量が製品の5%以上の場合の追加条件>

- 原料の牛肉は中心温度100℃以上で最低30分以上加熱されていること。
- 肉片を含んでいないこと。
- 牛肉由来調味料は、清潔な新品の袋、包装材料に詰められていること。
- 原料となる牛肉の加熱処理が行われた処理施設の登録番号又は当該処理施設まで追跡可能な製品バッチコード・番号が、こん包の外側またはパッケージに明瞭に表示されており、製品を破損することなく当該番号を除去するのが不可能な状態であること。

出典：農林水産省

日本企業が陥りやすい問題と 対応策

×情報過多なデザイン

- オーストラリアのパッケージは文字が少なく、デザイン性の高いものが多い。
- ゴミやプラスチック削減の観点から、包装もシンプルなものを受けいれられている。



おしゃれな商品が並ぶスーパーの棚



シンプルなパッケージ

×情報過多なデザイン

成功例：

はくばくオーストラリア

■ 山梨県の株式会社はくばくの豪州法人だが、材料の生産から製造まで全てオーストラリアで実施。

■ コールズ・ウールワースでも取り扱われており知名度も高い。

■ 色数と情報量を抑えて見やすく。WEBサイトも日本と豪州で大きく造りが異なる。レシピなども充実。

<http://www.hakubaku.co.jp/>

<http://www.hakubaku.com.au/en/>



×商品説明の不足

- 英語の商品パンフレットや、価格表が準備されていない。
- WEBサイトが日本語対応のみで、問合せなどに対応できない。
- 英語のレシピなどが無いため、使用方法が分からない。



シドニーの展示会で抹茶を売る
全米ナンバーワンブランドの日本産抹茶「道抹茶（DōMatcha）」

×商品説明の不足

成功例：

一品オーストラリア

- 茨城県の吉久保酒造は、輸入業者に任せるだけでなく現地に根ざした営業を実施。
- 取り扱い店舗の一覧や商品の違いなどオーストラリア専用のWEBサイトを製作。
- 日本食レストランへの飛び込み営業や試飲会、コース料理とのマッチングイベントなど頻繁に行っており、一般消費者だけでなくシェフなどからも分かりやすいと好評。

<http://ippin-australia.com.au>



×現地のトレンドから外れた商品展開

- 輸入が禁止されている着色料等が含まれた製品はもちろん不可だが、化学調味料など添加物が多く含まれている製品は制度上問題がなくても日本以上にオーガニック・健康志向が強いオーストラリアでは不人気。知名度の低いブランドなどはHACCP認証の有無なども重要。
- Made in Japanや日本で人気というセールスポイントは特に効果がない。生産工程や質の違いなど、予備知識がないと理解されないことが多く、「よく分からない理由で日本産は高価格」という印象に。

全体的にさっぱりした食感を好むオーストラリア人。

「霜降りの和牛」や「大トロ」などを油っぽいと敬遠する人も。

パンや米、菓子類も同様で、甘さやモチモチ感がねっとりしていて気持ち悪いという評価になってしまう場合も。



×現地のトレンドから外れた商品展開

成功例：

NO MSG(化学調味料不使用)を強調したドレッシングや、グルテンフリー対応の醤油やてんぷら粉、オーガニック認証を取得した練りゴマなど。

ベジタリアン向け製品やフリーレンジ(放し飼い)エッグ使用など家畜の飼育環境に配慮した製品も需要は高い。



×その他バイヤーからの指摘

■仕入れや価格に融通が利かない

- 仕入れの**ミニマムオーダーが多量**の場合、新商品やニッチな商品だとリスクが大きく卸は断念せざるを得ない。
- 販売数に応じた、**価格交渉の余地**を持って欲しい。
現地の商品より高価格な上に価格交渉が受けつけられない場合、その商品を仕入れたい特定の客がいない限り、仕入れるのが困難。
- **安定供給がない**ものは、期間限定商品としてしか売れないので、売りこみにくく、リピートにもつながりにくい。

□改善策：

- 事前に日本で輸出業者を選定したり、現地の物価やサプライヤーのマージンなどを調べた**コスト計算を事前**に行う。

→時間の短縮、サプライヤーの販売優先順位向上にもなり、余分にマージンを取られるなどのトラブル回避にも。

×その他バイヤーからの指摘

■賞味期限が短い

- ・船便は現地に届くまでに3カ月ほどかかる場合もあり、その時点で賞味期限が近いと、売価を下げざるを得ない。
店頭で並ぶ時点で6カ月は残っていないと小売り側に敬遠される。
- ・オーストラリアの商品は賞味期限が日本より長い（例：卵、牛乳など）

□改善策：

- ・賞味期限を長く表示した輸出向け商品を作る。
サプライヤーとしては、最低1年は欲しいとのこと。
(日本の3分の1ルールなど厳しすぎる基準は輸出に不向き)

■サプライヤーとの関係性

- ・卸は商品の流通だけでなく、ポスターやレシピチラシの作成などプロモーション活動をサポートしてくれるため、無断で複数の業者と取引をすることはトラブルの元になるため慎重に。
特に日本酒は1メーカー1社という暗黙の了解があるため注意。

卸からのアドバイス

日本は食品の真空技術や生鮮食品の冷凍技術、魚の血抜きや臭みを取る技術などが優れているため、美味しさを保ったまま輸入できれば、売り込めるチャンスはある。

例：柔らかいタコ（オーストラリアのタコはゆでると固くなる）
寿司ネタ用にスライス済みの冷凍サバやはまちなど



元祖「たこわさび」で知られる
あづまフーズ

日本で加工済みの冷凍寿司ロールの具を販売。
解凍して手軽に使い、味も安定して管理できるため、人件費の高い寿司ロール店で人気。

<https://nna-au.com/feature/nehori-hahori/83301/>

まとめ

- 物価も購買力も高く、経済は好調なオーストラリア。
- 人口も右肩上がり、日本文化・日本食は浸透している。
- 検疫制度は非常に厳しいため、事前の調査は綿密に。
特に動物性由来の製品を使っている場合はハードルが高い。
- 日本食が浸透している分、基本的な商品は日本産以外に他のアジア産など廉価な商品が既に存在している。
- 新規参入の場合、日本製は価格面で不利になることが多いため、健康面での付加価値や人件費の削減に役立つ製品など現地のトレンドを理解したラインナップを選定する。

免責事項

■本資料は、日本からオーストラリアへの食品輸出、販売等を行う実需者への情報提供として作成したものです。日本政府、オーストラリア政府等の作成した資料を基に作成していますが、執筆後に改定・変更され本資料の内容と異なっていることもあり得ます。

■この資料の正確性の確認と採否はお客様の責任と判断で行ってください。ジェトロは、本資料に起因して発生した損害・不利益等について、一切責任を負いません。

■実際の輸出・販売を行う際においては、関係機関および各専門家に照会される等、最新情報の確認をお勧めします。

■本資料を無断で引用・転載することは禁じています。

2017年 7月 日本貿易振興機構（シドニー）