

少子高齢化や人口減少により国内市場が縮小傾向にあるなか、農産物輸出への関心が高まっています。日本政策金融公庫農林水産事業では、6次産業化や大規模経営を展開する融資先農業者を対象に、農産物輸出に関する取組みについて調査しました。

## 回答者の1割が農産物を輸出、3割弱が輸出に意欲

- ・10%の農業者が輸出に「現在取り組んでいる」と回答(以下、『輸出継続中の先』)。また、「今後は取り組む計画がある」3%、「今後は取り組みたい」22%と(以下、両者あわせて『輸出の計画・意向がある先』)、全体の25%が輸出に関心を示す。(図1)
- ・『輸出継続中の先』に「売上に占める農産物輸出の割合」について聞いたところ、「1%未満」が69%と突出し、次いで「1%以上3%未満」が13%となるなど、輸出の割合は極めて低い水準に留まる。(図2)
- ・一方で、『輸出の計画・意向がある先』も含め今後の意向を聞いたところ、「5%以上10%未満」が28%と最も多くなるなど、積極的に輸出拡大を目指すし、売上の新たな柱に育てたいという意向がうかがえる。(図2)
- ・「取引価格」は、『輸出継続中の先』の実績では、「通常の国内取引とほぼ同じ」が56%と最も多い回答。一方で、『輸出の計画・意向がある先』では、国内取引より有利な条件で販売したい意向が強く、実際の輸出価格との間に大きなギャップがある。(図3)

図1：農産物輸出の取組み状況（1つ選択）

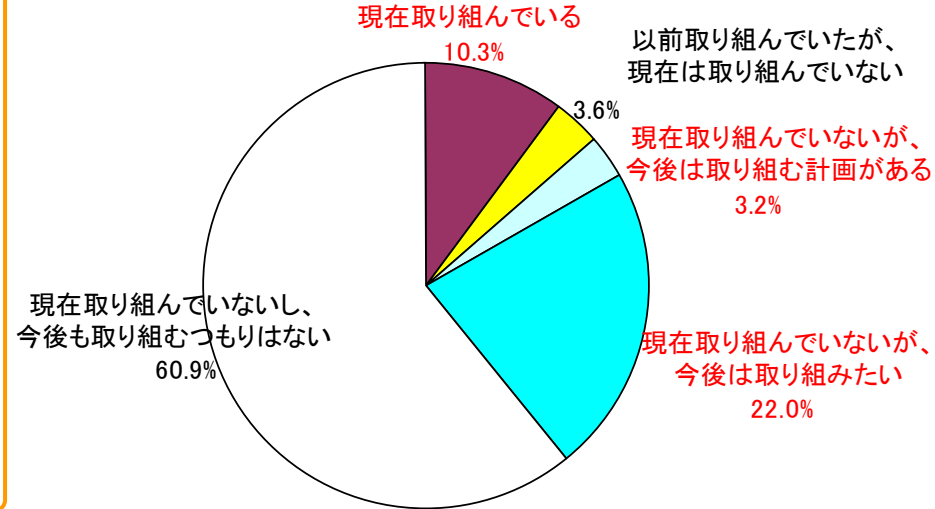


図2：売上に占める農産物輸出の割合（1つ選択）

【これまでの実績】

【今後の意向】

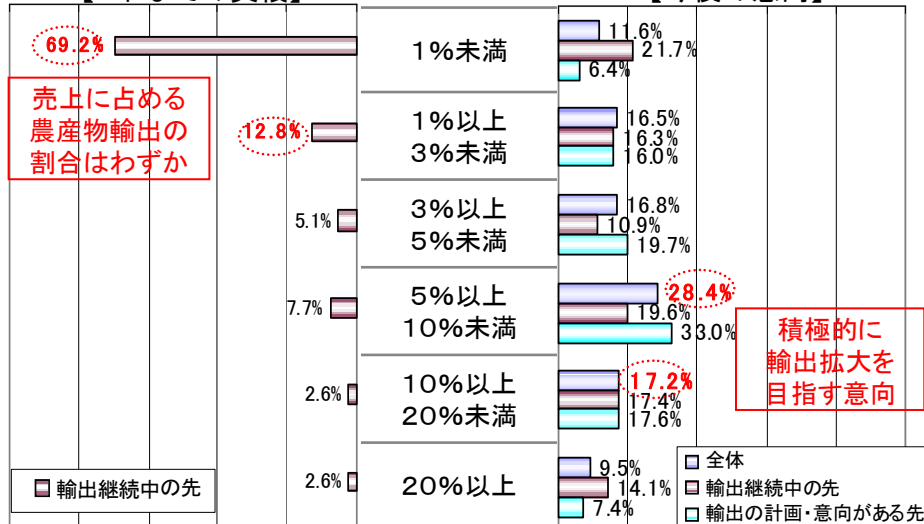
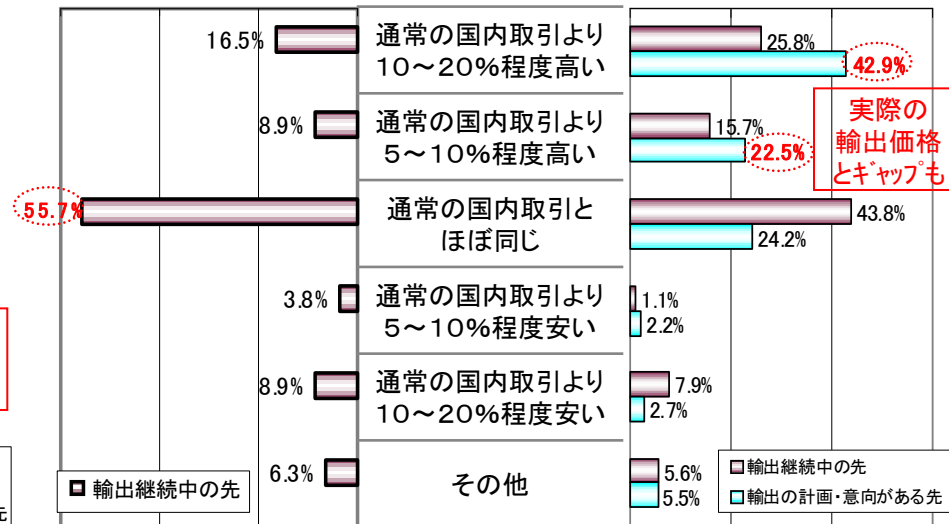


図3：取引価格（輸出取引の国内引渡・卸売価格）（1つ選択）

【これまでの実績】

【今後の意向】



## 「大中華圏」市場に期待、日系以外の販路開拓に課題

- 「農産物輸出の対象地域」として、中国を含め香港、台湾、シンガポールといったいわゆる大中華圏市場に対する期待が高い。(図4)
- 「販売チャネル」について、『輸出継続中の先』の実績では、「日系スーパー」22%、「高級レストラン(日本食)」19%の割合が高い。今後は、「高級デパート(日系以外)」が実績より17ポイント上昇(8%→25%)、「高級スーパー(日系以外)」13ポイント上昇(17%→30%)となっており、日系以外の販売チャネルの開拓が輸出拡大の鍵。(図5)

■本資料を転載される場合は情報戦略部(03-3270-5585)までお問い合わせください。

調査時期	平成24年9月～11月
調査方法	郵送アンケート及び面談による調査
調査対象	6次産業化・大規模経営に取り組む農業者(日本公庫融資先)2,078先 (1)6次産業化の事業展開にあたって公庫資金を利用した農業者385先 (2)売上が以下の基準を満たす農業者(大規模農業経営体)1,693先 1億円以上 稲作、畑作、露地野菜、施設野菜、花き類、工芸作物、その他 3億円以上 きのこと、酪農、肉用牛、養豚、採卵鶏、ブロイラー ※果樹は5千万円以上
回収数	1,003先(回収率48.3%)

図4：農産物輸出の対象地域(複数選択)

【これまでの実績】

【今後の意向】

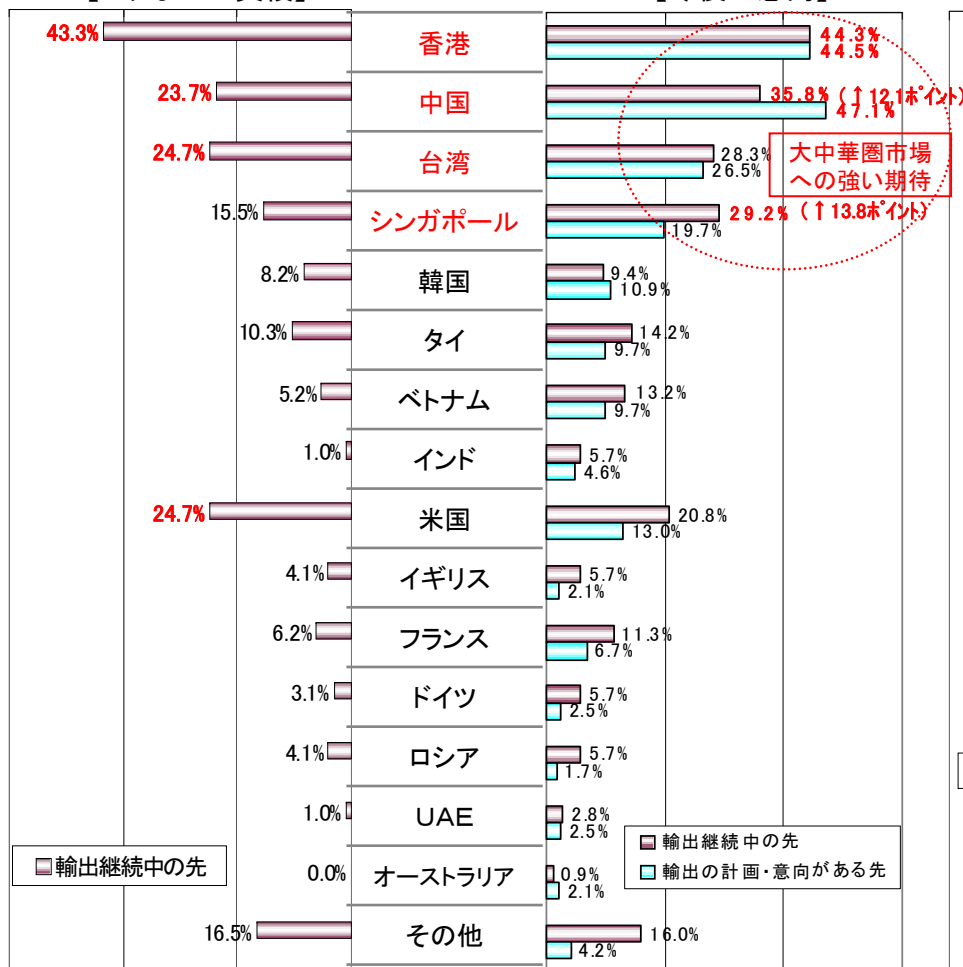


図5：販売チャネル(複数選択)

【これまでの実績】

【今後の意向】

