

輸出拡大への

一手

①

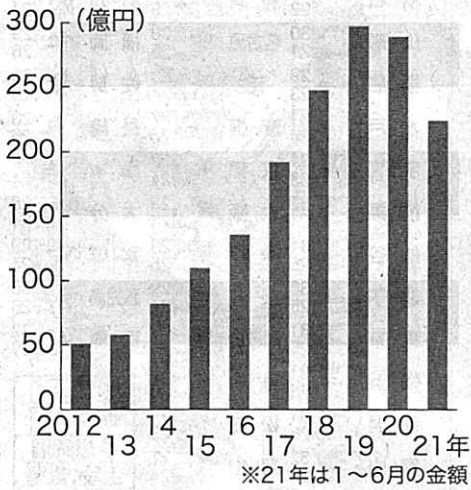
日本の農畜産物・食品の輸出が伸びている。2021年上半年（1～6月）の品目や国・地域別の動向を分析し、輸出拡大に有効なマーケットインの取り組みを紹介する。（全5回）

21年上半年期輸出額の伸び率が、主要品目の中でトップとなったのが牛肉だ。前年同期比で約2.2倍の223億円に達した。輸出額が多いのはカンボジア、米国、香港などだ。牛肉輸出は多様な部位の販売がポイントとなる。輸出拡大で重要視さ

多様な部位提案が鍵

畜産物 牛肉大幅伸び

牛肉の年間輸出額の推移



2021年上半年期(1～6月)の畜産物の輸出額

品目	金額 (億円)	前年比増減率 (%)
畜産物	381	51
牛肉	223	119
豚肉	9	34
鶏肉	5	▲48
鶏卵	26	30
牛乳・乳製品	117	3

※▲はマイナス

れる香港向けは、ステーキ、自宅で手軽にできる牛用のロイン系の輸出量。和牛の薄切り肉のしゃぶは新型コロナウィルス禍の影響が出る前の19年並みだったが、肩やウデ、モモ、バラが同8割増と大きく伸びている。香港貿易発展局は「日本への旅行ができなくな

り、自宅で手軽にできる和牛の薄切り肉のしゃぶしゃぶなどを楽しまる人が増えた」と話す。新興市場への売り込みも活発だ。マレーシアやインドネシア向けの和牛輸出に力を入れる徳島県東みよし町のにし阿波ビ

ロナ下でも小売りや通販の多様な部位を提案し、輸出に力を入れる徳島県東みよし町のにし阿波ビ

ロナ下でも小売りや通販の多様な部位を提案し、輸出に力を入れる徳島県東みよし町のにし阿波ビ

での販売が伸びた」という。日本畜産物輸出促進協議会理事の植村光一郎氏は「海外での販促活動や、インバウンド（訪日外国人）の和牛肉料理体験、海外に高級部位のロイン系以外を紹介し続けることなどが輸出拡大につながった」と指摘する。今後協議会では、新たな輸出形態として家庭消費向けのスライスパックの輸出に取り組む計画という。

鶏卵は前年比30%増の26億円。卵かけご飯や温泉卵など、生食できる日本産ならではの強みを生かし、家庭向けニーズをつかんだ。豚肉も牛肉同様、しゃぶしゃぶ用の銘柄豚などの人気追い風となり、34%増の9億円となった。鶏肉は国内での

の有病原性鳥インフルエンザ発生の影響から、食肉では唯一前年を割り込んだ。

牛乳・乳製品は3%増の117億円。加工品のアイスクリームが41%増の32億円とけん引した。米国向けの小豆や餅などを使った和風のアイスが好調だった。中華圏中心にアジアでも評価が高まり、年々大きく伸長している。粉乳は育児向け粉ミルクなどが鈍化して15%減の62億円と振るわなかった。