

海外評価が高まる農林水産物・食品

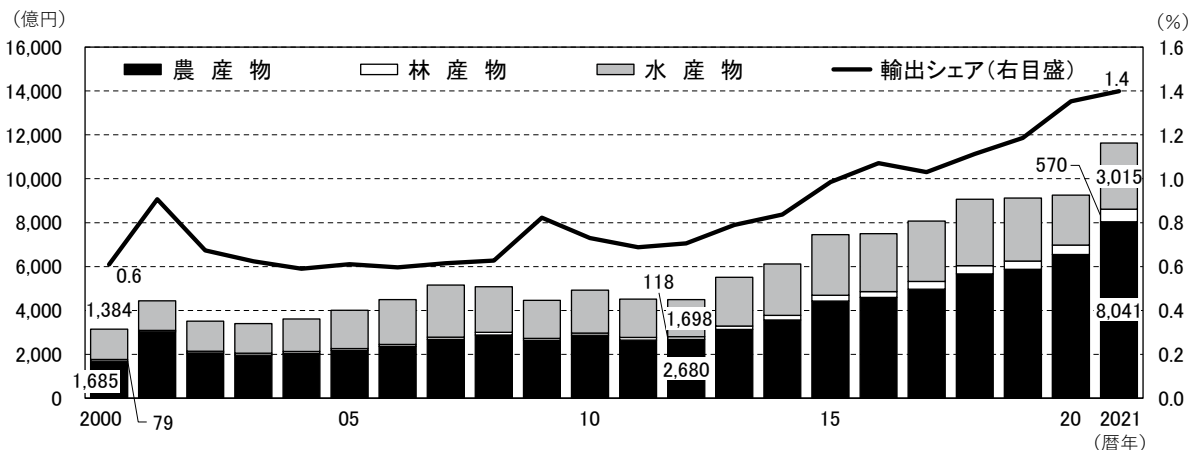
農林水産物・食品の輸出額の推移をみると（図表）、2013年以降顕著な増加が続いており、2021年は1兆1,626億円（前年比+26.1%）と初めて1兆円を突破した（除、少額貨物。以下同じ）。内訳をみると農産物が8,041億円（同+22.7%）、林産物が570億円（同+32.8%）、水産物は3,015億円（同+32.5%）といずれも前年比二桁以上の増加率となった。2012年と比較すると輸出額は2.6倍と急増、2022年に入っても増加トレンドは続いており、11月までの累計で前年同期比16.0%の増加となっている。わが国の農林水産物・食品の2021年の輸出に占めるウエイトは1.4%と寡少ながらこのところ急上昇しており、海外からの評価が高まってきている。

2021年の輸出額を品目別にみると、アルコール飲料（日本酒、ウイスキー、焼酎）が1,147億円（前年比+61.4%）、ホタテ貝（639億円、同+103.7%）、牛肉（537億円、同+85.9%）の順に続いている。特にアルコール飲料は10年連続で過去最高を更新し、この間に5.5倍と急増している。同品目は数量（2.3倍）、単価（2.4倍）ともに大幅に伸びているが、注目されるのは後者であり、為替の要因を考慮しても単価は大幅に上昇している。近年の主要輸出先は中国（第1位）、香港（第3位）等アジア地域が上位を占めており、同地域の購買力の向上や日本商品の安全性・品質への信頼の高まりが単価上昇に結び付いていると推察される。

アルコール飲料の例は、高品質であれば高価格でも需要があることを物語っている。適正価格とは商品・サービスの質に見合う価格である。少なからぬ中小企業は自社の技術・ノウハウに自信を持っている。その強みを活かして高付加価値・高価格を目指す戦略を検討してみてもどうか。

（商工総合研究所主任研究員 筒井 徹）

（図表）農林水産物・食品の輸出額、シェアの推移



（出所）農林水産省「2021年農林水産物・食品の輸出額」等に基づき筆者作成