

ラテンアメリカ諸国の食品・飲料の対日輸出活動

―国際食品・飲料見本市（FOODEX）への出展に見る―

執筆者：桜井悌司（ラテンアメリカ協会常務理事）

外国企業にとって、日本市場への売り込みは容易なことではない。日本の消費者の目は相当厳しいものがあるからだ。このほど、日本で最大の食品・飲料見本市である FOODEX の主催者である日本能率協会の協力を得て、過去の出品者カタログをチェックし、この原稿を取りまとめた。FOODEX は今年で 44 回目を迎えたが、残念ながら、一部の年のカタログが欠落しており、すべての年のカタログを調べることができなかった。しかし 2001 年以降のラテンアメリカ諸国の主要国の出展状況をチェックし、ラテンアメリカ諸国がいかに食品・飲料の対日輸出に取り組んでいるかを調査した。なお本稿の筆者は、ジェトロに 41 年間勤務し、貿易振興事業や展示事業に従事してきた。その経験に基づき、執筆したものである。

1. ラテンアメリカで日本への食品・飲料の売り込みに熱心な国は？

1) メキシコ

下記表 1 を見ると一目瞭然であるが、メキシコの対日売り込みの積極さは群を抜いている。2001 年から 2019 年まで、毎年大規模に出展している。全 19 回の参加で、延べ 1,229 社を支援したことになる。当初は、メキシコの貿易促進機関であった IMCE（メキシコ貿易庁）のとりまとめによるものであったが、BANCOMEXT（メキシコ国立貿易銀行）に代わり、最近では、改組された PROMEXICO が取りまとめを担っている。加えて、農牧省の団体である農牧市場マーケティング・開発サービス庁が、PROMEXICO をさらに大きく上回る規模で出展している。2つの組織が競争して出品している感があり、メキシコのプレゼンスを際立たせている。

展示品は、飲料では、テキーラ、ビール、マルガリータ・カクテル、コーヒー、食品では、ハラペーニョ、ゴマ、マンゴ等フルーツ、タコス、アボガド、牛肉、豚肉等の肉類である。近年、豚肉や牛肉等肉類の対日輸出が伸びている。日本とメキシコは、2005 年 4 月に EPA が発効しており、貿易額や対墨投資が急増した。ロペス・オブラドール政権になって、貿易投資促進機関である PROMEXICO が廃止されたが、その影響を見守る必要がある。

2) アルゼンチン

次に積極的に日本市場に売り込み攻勢をかけている国は、アルゼンチンである。アルゼンチンの場合、参加規模は大きくないが、メキシコと同様、全回出展で、支援対象企業は延べ181社である。取りまとめ機関は、最初は、アルゼンチンの輸出振興機関である EXPORTAR であったが、現在では、改組された AAICI（アルゼンチン貿易投資庁）が在日大使館と協力してとりまとめている。展示品は、ワイン、ブドウジュース、マテ茶、蜂蜜、コーンビーフ、ソーセージ、植物油、トマトペースト、落花生、チョコレート、クッキー、冷凍鶏肉等である。今年は、アルゼンチンの牛肉の解禁に伴って大々的に牛肉をプロモートしていた。メキシコとアルゼンチンの2カ国は、ジェトロの本プログラムで支援を受けずに独自でやっている国である。

3) ブラジル

2001年以降、19回の開催のうち、18回の参加で、支援対象企業は、434社に上っている。ブラジルは、独自のパビリオンに加え、後述するジェトロのODAプログラムにも、2001年、2002年、2005年、2006年の4か年で、合計28社が出展している。ブラジルの取りまとめ機関は、APEX-BRASIL で在日大使館と協力して、パビリオンを運営している。主要な出展物は、コーヒー、ビール、カシヤサ、ワイン、グアラナー、オレンジジュース、アサイー、チーズ、チーズパン、冷凍農産品、ビスケット、冷凍肉、胡椒、ボンボン、キャンデー、蜂蜜、プロポリス等である。

4) チリ

チリの出展は、19回のうち、10回で、104社のチリ企業が出展している。チリも独自のパビリオンの設置に加えて、ジェトロのODAプログラムに2010年と2011年の2か年に、合計3社が参加している。取りまとめ機関は、PROCHILE（チリ貿易振興局）で、活発な活動で定評がある。チリは、2015年にボトル・ワインの対日輸出第1位になったが、2001年から2007年の7年間の合計延べ84社の出展者のうち、30社がワイナリーで、この期間にワインの対日輸出の全力を傾けたことが理解できる。その他の出品物は、ドライフルーツ、缶詰、フルーツピューレー、冷凍サケ等である。日本とチリは、EPA を締結し、2007年9月に発効している。

5) コロンビア

コロンビアの出展は、19回のうち、12回の出展で、規模は小さく、合計44社が出品している。ジェトロのODA事業でも2002年、2003年、2006年の3か年の出展で、支援企業数は3社であった。取りまとめ機関は、コロンビアの

輸出振興機関の PROEXPORT で、その後改組され、現 PROEXPO である。主要な出品物は、コーヒー、アボカド、モッツアレラ・チーズ、フルーツ、ドライフルーツ、キヌア、パーム油等である。

表 1 主要ラテンアメリカの FOODEX への出展状況（2001年～19年）
（単独パビリオン）

年	メキシコ	アルゼンチン	ブラジル	チリ	コロンビア
2001	38社	10社	—	23社	4社
2002	49社	5社	11社	9社	4社
2003	?	7社	25社	14社	—
2004	59社	7社	19社	16社	6社
2005	43社	25社	23社	11社	2社
2006	49社	5社	11社	9社	4社
2007	42社	18社	31社	2社	4社
2008	82社	9社	32社	—	5社
2009	77社	10社	24社	—	1社
2010	65社	8社	9社	—	—
2011	80社	19社	9社	—	—
2012	52社	4社	31社	—	2社
2013	67社	7社	38社	4社	3社
2014	73社	4社	48社	—	3社
2015	79社	11社	24社	8社	—
2016	90社	8社	3社	—	—
2017	79社	11社	24社	8社	—
2018	95社	6社	37社	—	—
2019	不明	7社	35社	—	6社
出展回数	19/19	19/19	18/19	10/19	12/19
延べ出展 企業数	1119社	181社	434社	104社	44社

出所：日本能率協会 —は不参加

6. ジェトロの ODA によるラテンアメリカ諸国の対日輸出支援

1) ジェトロの ODA 事業について

ジェトロは、ODA 事業の一環として、国別の展示会を 1966 年に開始した。その後、より成果を得るために、1994 年度から発展途上国国内見本市参加支援事業という名称

のプログラムを開始した。日本で開催される主要な国際見本市に発展途上国の企業が参加しやすいように、ジェトロが出品料や装飾費を負担するというものである。多業種にまたがる相当数の有力国際見本市を選定したもので、FOODEX（国際食品・飲料見本市）も選ばれた見本市の一つである。ジェトロがFOODEX主催者から展示スペースを購入し、ジェトロの海外事務所から寄せられる全世界の発展途上国の企業のリクエストに応えるものである。当初は、各国政府の貿易振興機関を通じて出展する企業に対しては、無料で提供したが、現在では、1, 100ドルを徴収している。通常、企業がFOODEXに、9平米のコマをパッケージで購入すると、1コマ当たり654, 480円であるので、破格のサービスと言えよう。

2) ジェトロ支援から独自のパビリオン構成へ

表2をみると、このプログラムを開始して以来、年度別に、ジェトロがどの国に対して支援してきたかが理解できよう。200年から2007年までは、重点的に支援協力してきたが、それ以降、縮小してきたことも理解できる。ジェトロは、ラテンアメリカ・カリブ諸国33カ国のうち23カ国を支援したことになる。

ODA事業を考える上で、重要なことは、いかに発展途上国に自立してもらうかである。輸出に当たっては、発展途上国の各企業が独自に出品料を払って、参加するのが究極の姿であるが、そこにたどり着くまでには、常に、金、人材、情報の壁にぶち当たる。そこで各国の政府輸出振興機関が自国の企業に手を差し伸べ、海外の見本市にナショナル・パビリオンを構えることになる。とは言え、発展途上国の輸出振興機関も重点市場戦略があり、必ずしも思うように多数の見本市に参加できるわけではない。そこで、ジェトロがそれらの機関と協力して、日本市場開拓に関心のある企業の支援をするということになる。

ジェトロの意図は、最初は、ジェトロが支援するが、将来は、各振興機関が独自のナショナル・パビリオンを構えるという方法を取ることである。表2をみると、ジェトロの支援の結果、ペルー、エクアドル、ウルグアイ、パラグアイ、コスタリカ、ホンジュラス、ボリビアの7か国が10年から20年かけて、自立を達成したことになる。ODA事業はまさに忍耐との勝負であることが理解できよう。

、3) どの国がジェトロをうまく活用したか？

表3を見ると、ラテンアメリカのどの国が、ジェトロの見本市支援の機能をうまく活用したかがわかる。上位10カ国をあげると、コスタリカ、ボリビア、ベネズエラ、ニカラグア、グアテマラ、パナマ、ペルー、ウルグアイ、ドミニカ共和国、エルサルバドルと中米の国々や南米の小国が多い。

今回のFOODEXでは、ウルグアイの積極性が特筆に値する。2018年12月に、安倍総理が日本国の首相として、初めてウルグアイを訪問したこと、ウルグアイ産の牛肉が、

19年ぶりに解禁になったこともあり、この時期にベネッチ農牧大臣とベルサミ外務次官が訪日するという力の入れようであった。これからは、米国、オーストラリアに加え、カナダ、メキシコ、アルゼンチン、ウルグアイの4つどもえの競争が興味深いテーマとなろう。

このレポートでは、実際に支援対象国が、その後どのようなビジネスを展開したかなどは判明しないし、食品・飲料以外の業種の日本市場へのアプローチの動向はわからない。しかし、多くのラテンアメリカの企業が、日本市場を目指して懸命に売り込みを行っていることが理解できよう。

表2 ジェトロ（日本貿易振興機構）のODAによるFOODEX出展協力

参加年	支援対象国（出展企業数）	ジェトロ支援後単独出展した 国名
1997年	ジェトロのODA事業による発展途上国支援開始。4～6社程度	
1998年	チリ（8社）	
1999年	4～6社程度支援？	
2000年	ベネズエラ（3社）、ペルー（5社）、グアテマラ（5社）、ニカラグア（4社）、エルサルバドル（9社）、コスタリカ（6社）、パナマ（8社）、エクアドル（3社）	
2001年	ボリビア（9社）、ブラジル（17社）、コスタリカ（3社）、エクアドル（4社）、エルサルバドル（6社）、グアテマラ（2社）、ホンジュラス（5社）、ニカラグア（2社）、パナマ（11社）、パラグアイ（10社）、ペルー（4社）、ベネズエラ（2社）	
2002年	ボリビア（2社）、ブラジル（5社）、コロンビア（1社）、コスタリカ（7社）、エクアドル（2社）、エルサルバドル（2社）、グアテマラ（2社）、ホンジュラス（2社）、ニカラグア（1社）、パナマ（2社）、パラグアイ（4社）、ペルー（4社）、ウルグアイ（3社）、ベネズエラ（3社）	
2003年	ベネズエラ（2社）、ウルグアイ（2社）、エクアドル（2社）、エルサルバドル（6社）、グアテマラ（2社）、グレナダ（1社）、コスタリカ（4社）、コロンビア（1社）、ジャマイカ（2社）、ニカラグア（1社）、パナマ（2社）、パラグアイ（2社）バルバドス（2社）、ペルー（5社）、ボリビア（4社）、ホンジュラス（2社）、アンティグア・バーブーダ（1社）	
2004年	ベネズエラ（1社）、エクアドル（1社）、エルサルバドル（1社）、グアテマラ（1社）、グレナダ（2社）、コスタリカ（1社）、ジャマイカ（1社）、ニカラグア（2社）、パラグアイ（1社）、バルバ	

	ドス（１社）、ペルー（２社）、ボリビア（３社）	
２００５年	ウルグアイ（１社）、ガイアナ（１社）、コスタリカ（２社）、ドミニカ国（１社）ドミニカ共和国（１社）、ニカラグア（３社）、パナマ（４社）、パラグアイ（２社）、ブラジル（３社）、ペルー（２社）、ボリビア（２社）	ペルー（４社）
２００６年	エクアドル（２社）、エルサルバドル（１社）、キューバ（２社）、グアテマラ（２社）、コスタリカ（４社）、コロンビア（１社）、ドミニカ共和国（１社）、ニカラグア（１社）、パナマ（１社）、ブラジル（１社）ベネズエラ（１社）、ボリビア（１社）	
２００７年	ボリビア（２社）、コスタリカ（２社）、キューバ（２社）、ドミニカ共和国（１社）、エルサルバドル（２社）、パナマ（３社）、ベネズエラ（１社）	ペルー（４社）
２００８年	コスタリカ（１社）、ドミニカ共和国（１社）、ニカラグア（１社）、パナマ（１社）、ボリビア（２社）	ペルー（６社）
２００９年	ウルグアイ（１社）、コスタリカ（１社）、パナマ（４社）、ベネズエラ（１社）	エクアドル（９社）
２０１０年	ウルグアイ（１社）、チリ（１社）、ペルー（１社）、ボリビア（１社）	エクアドル（３社）
２０１１年	ウルグアイ（１社）、コスタリカ（１社）、チリ（２社）、ペルー（２社）	エクアドル（１社）
２０１２年	グアテマラ（１社）、コスタリカ（１社）ニカラグア（１社）	エクアドル（５社）
２０１３年	ウルグアイ（３社）、グアテマラ（１社）、コスタリカ（３社）ドミニカ共和国（４社）、ボリビア（２社）、ホンジュラス（１社）	エクアドル（７社）
２０１４年	ボリビア（２社）、コロンビア（２社）、コスタリカ（３社）、ドミニカ共和国（１社）、グアテマラ（１社）、ニカラグア（２社）、ウルグアイ（２社）	ペルー（３社）
２０１５年	ニカラグア（２社）、ボリビア（２社）	エクアドル（７社）、ウルグアイ（６社）
２０１６年	コスタリカ（１社）、ドミニカ共和国（２社）、ベネズエラ（１社）、ボリビア（２社）	エクアドル（１０社）、ウルグアイ（３社）、パラグアイ（７社）、ペルー（９社）、
２０１７年	グアテマラ（１社）、コスタリカ（１社）ニカラグア（１社）ベネズエラ（２社）	エクアドル（７社）、ウルグアイ（７社）、パラグアイ（２社）、ペルー（１０社）、
２０１８年	ベネズエラ（３社）、ドミニカ共和国（１社）	エクアドル（１０社）、ウルグアイ（１１社）、コスタリカ（５

		社)、ペルー（１５社）、ホンジュラス（７社）、
２０１９年	グアテマラ（２社）、コスタリカ（２社）、ベネズエラ（２社）、ボリビア（１社）	エクアドル（２社）、ペルー（１２社）、ウルグアイ（１５社）、コスタリカ（７社）、パラグアイ（１社）、ボリビア（１社）、ホンジュラス（１社）

出所：日本能率協会、ジェトロ

表３ ジェトロの ODA 事業による FOODEX 出展支援国と支援対象企業数

国 名	参加回数	支援企業数	主要出展物
コスタリカ	１７回	４３企業	冷凍・乾燥果物、コーヒー、パイナップル等
ボリビア	１４回	３３企業	ナッツ、キヌア、塩、カカオ等
ベネズエラ	１２回	２２企業	カカオ豆、リキュール等
ニカラグア	１２回	２３企業	ラム、コーヒー等
グアテマラ	１１回	２０企業	コーヒー、マカデミアナッツ等
パナマ	９回	３６企業	タマリンド、ラム等
ペルー	８回	２５企業	フルーツジュース、冷凍アスパラ、有機バナナ、カカオ
ウルグアイ	８回	１４企業	ワイン、牛肉、酪農製品、チーズ
ドミニカ共和国	８回	１２企業	ラム、乾燥果実等
エルサルバドル	７回	２７企業	コーヒー、濃縮レモン、蜂蜜等
エクアドル	６回	１４企業	カカオ、エビ、バナナ、カカオ、ブロッコリー、パルミート等
パラグアイ	５回	１９企業	ステビア、マテ茶等
ブラジル	４回	２６企業	コーヒー、ビール、胡椒、キャンデー等
ホンジュラス	４回	１０企業	水産物、果物等
コロンビア	３回	４企業	コーヒー、チョコレート、乾燥果物・野菜、有機バナナ等
チリ	３回	１１企業	ワイン、水産物等
キューバ	２回	４企業	ラム等
ジャマイカ	２回	３社	ラム等
グレナダ	２回	３社	—

バルバドス	2 回	3 社	—
アンティグア・ バーブーダ	1 回	1 社	—
ガイアナ	1 回	1 社	—
ドミニカ国	1 回	1 社	—

出所：ジェトロ、日本能率協会