

農林水産物・食品輸出の拡大に向けて

平成23年11月25日

農林水産物・食品輸出戦略検討会

目次

はじめに	．．． 1
戦略 1 福島第一原子力発電所事故等への影響への対応	．．． 1
戦略 2 国家戦略的なマーケティング	．．． 3
戦略 3 ビジネスとしての輸出を支える仕組みづくり	．．． 8
戦略 4 確かな安全性・品質の確保と貿易実務上のリスク への適確な対応	．．． 10
戦略 5 海外での日本の食文化の発信	．．． 12
おわりに	．．． 15
(参考資料)	
○ 農林水産物・輸出戦略検討会構成員	．．． 16
○ 審議の経過	．．． 17

はじめに

少子高齢化等により、国内の農林水産物・食品市場が縮小傾向にあるが、海外には、今後伸びていくと考えられる有望なマーケットが存在している。

我が国の農林水産業・食品産業の発展のためには、アジアをはじめとする世界の経済成長を取り込むべく、輸出の拡大に取り組み、我が国の農林水産業・食品産業の成長を図っていくことが必須である。

しかしながら、昨今の円高や本年3月の原発事故により、日本産農林水産物・食品の輸出に落ち込みが生じている。

このような状況を踏まえ、改めて諸々の課題を踏まえた輸出戦略を再構築し、輸出額1兆円目標に向かって官民一体となって取り組むことが必要である。

なお、1兆円目標の達成時期については、原発事故による影響等を踏まえ、再検討を行う必要がある。

戦略1. 福島第一原子力発電所事故の影響への対応

先の福島第一原子力発電所事故に伴い、諸外国における輸入規制が強化され、風評被害により輸出が落ち込んでいる。

我が国の農林水産物・食品への信認を回復するためには、国と関係者が協力して、粘り強く、タイムリーに、誠実・丁寧に対応する

ことが基本である。安全性確保に向けた我が国の取組等を情報提供し、輸入規制の緩和・撤廃を諸外国に対し働きかけるとともに、日本産農林水産物・食品の安全性や魅力をPRやイベント等を通じて発信すべきである。

1. 諸外国・地域への安全性に関する情報の発信・規制緩和の強力な働きかけ

- ・日本産食品等の輸入規制を行う諸外国に対して、政府一体となって、安全性確保に向けた取組等の情報提供を行うとともに、規制緩和・撤廃に向け、強力かつ粘り強く働きかけ。
- ・諸外国に対する情報発信はもとより、関係国際機関や国際会議等の場を活用し、幅広く情報提供。

2. 証明書の発行体制の整備など、諸外国等の輸入規制への迅速な対応

- ・多くの国が、我が国からの食品の輸入に際して放射性物質の検査や各種証明書の発給を求めており、輸出を円滑に進めるための検査や証明書の発給を迅速に受けられるよう、引き続き体制を整備。
- ・事業者に対しては、ホームページなどにおいて各国の輸入規制内容等の情報をタイムリーに提供するとともに、輸出の円滑化を図るための相談窓口の設置を継続。

3. 国内外における風評被害の払拭、輸出回復に向けたタイムリーなPR・プロモーション

- ・輸出の回復には、まずは日本製品のイメージの回復が不可欠であり、諸外国における風評被害に対しては、改めて我が国食品の安全性確保の取組や魅力について、タイムリーで効果的な情報発信を実施。
- ・情報発信に際しては、日本製品への不信が根強く、安全性に重点を置いて丁寧に発信すべき場合や、既に風評被害が落ち着きつつあり、安全性を過度に強調することが却って逆効果になる場合などがあるので、発信対象や状況に応じ適切に情報を提供。
- ・輸出先の流通関係者を産地・製造施設に招へいし、安全性確保の取組や産地・製造施設などでの丁寧な栽培・製造方法の視察などを通じて日本製品の安全性や品質について理解してもらい等々の信頼回復に向けた幅広い取組を実施。

戦略2. 国家戦略的なマーケティング

今後、諸外国との競争に勝ち抜き、さらなる輸出の拡大を図るためには、品目別にジャパン・ブランドとしての最適なマーケティング体制を構築し、輸出先国の特性や状況に応じたベスト・プラクティス

イス・プランの策定と、当該プランに基づく戦略的なプロモーションを実施すべきである。

その際、ジャパン・ブランドの確立の一環として、日本製品のブランド・イメージや確かな品質、丁寧なつくり方などのストーリーを重視したプロモーションを強化すべきである。

また、輸出の取組を拡大していくため、各種セミナーの開催による情報提供や人材の育成など、事業者の経験や状況に応じたきめ細かな支援を実施するべきである。

さらに、輸出先国・地域における在外公館やジェトロによるサポート体制、とりわけ海外商談会や海外食品見本市などにおけるジェトロの機能を強化し、現地でのネットワークやノウハウの蓄積を活かした継続的なサポート体制を構築するべきである。

1. ジャパン・ブランドの確立と輸出促進体制の整備

(1) 品目特性等に応じた輸出促進体制の整備

輸出先国・地域において、活発なプロモーション活動を展開している競合国に対抗し、日本製品のシェアを維持・拡大するためには、ジャパン・ブランドを確立するとともに、品目特性等に応じて、輸出促進体制の整備を含め、戦略的なマーケティングを行っていくためのシステムを設計・運用することが必要であり、以下の取組を推進。

① 品目の特性や生産状況に応じて、ジャパン・ブランド、産

地ブランド、個別ブランド等を戦略的に使い分けて、最も効果的なマーケティングを行う観点から、品目ごとの販売体制を含め既存手法の検証や見直しを行い、品目別・国別のベスト・プラクティス・プランを策定・実行。

② とりわけ、個別産地では安定供給が困難な品目や品目全体としての統一的なプロモーションが効果的な品目等については、産地を超えたジャパン・ブランドを中心とした品目別等の輸出促進団体の構築を支援し、産地間の連携による通年又は長期安定供給体制の構築により、さらなる市場獲得を目指す。このような、個別の産地の枠を超えて全体の利益に結びつく活動に対しては、重点的に支援を実施。あわせて、品目ごとの輸出の現状を踏まえつつ、諸外国の輸出促進団体のように、輸出先国・地域における継続的かつきめ細やかな販促・PRの実施が可能な体制を構築。

③ 特定の産地が輸出量の大部分を占めている品目やローカルなブランドが声価となっている品目等については、ローカルなブランドを中心とした輸出促進体制を構築。

(2) 輸出拡大のための効果的なマーケティングの推進

・ 日本産品は高級品を中心に輸出を伸ばしてきたが、今後、さらに市場規模を拡大していくため、引き続き高級品によりブランド価値を高めていくとともに、品目の特性を踏まえつつ、ミドル層などをターゲットとした輸出の可能性に

も取り組み、日本産品への需要の裾野を拡大。

- ・日系商流だけでなく、輸出先にネットワークを有する現地系の商流など、多様なチャネルを活用し、輸出の取組を深化。
- ・確実かつ効果的に商流を拡大していくためには、まずはBtoB(対事業者)の取組が基本。このため、品目別の輸出促進団体等による輸出先の物・商流に精通したプロモーター等を活用したBtoBの取組を着実に実施。
- ・また、より厚みのある販売活動を展開するために、日本食品・食材の知識を生かせる海外の人材の育成を推進。

2. 日本ならではのストーリーを重視したプロモーション

- ・「確かな品質」、「丁寧な作り方」、「地域の文化や伝統に根ざした特色」などの日本ならではのストーリーや、「健康的」、「美味しい」といったブランド・イメージを活かし、印象的で効果的なプロモーションを展開。
- ・加えて、プロモーションの効果を向上させるとともに、海外の消費者へ強く印象づける観点から、クールジャパンなどと連携し、伝統的文様等の日本の文化を連想させる包装デザインの活用をはじめとする、観光、映画、ファッション、伝統工芸品等とのコラボレーションなど、創意工夫を活かして取組の幅を拡大。

- ・また、日本の農山漁村においても、輸出の潜在力のある素晴らしい商品が数多くあり、このような地域に根差した商品については、地域の特色を活かして積極的に海外へ売り込み。
- ・日本産品の付加価値向上に、コンクールや品評会などの成果を活用。

3. 輸出に取り組む事業者に対する支援の充実

- ・輸出を拡大していくためには、輸出に取り組む事業者の裾野を広げていくとともに、個々の事業者の取組内容を高度化していく必要があることから、各種セミナーや実践的な輸出マニュアルの充実なども含め、事業者に対する支援を強化。
- ・輸出の取組を足腰の強い確かなものにしていくためには、産地やメーカー自身が継続的かつ主体的に輸出に取り組む必要があるが、その際、輸出経験や品目特性に応じて事業者の状況は多様であり、必要となる支援も異なることから、事業者の経験や状況に応じ、きめ細やかな支援を実施。
- ・輸出の取組においては、通関手続・決済等の貿易実務、海外市場でのマーケティング、商談や取引の慣行等に精通した人材が不可欠である。このため、産地等において商品や市場ごとの特性を捉えたアドバイスができる体制を確保するとともに、輸出の戦略や実務を担う、専門的な人材の育成・確保を支援。

- ・また、農林水産業者・団体と加工業者、流通業者、商社などの関係者間の連携を後押しし、相互のノウハウを生かしながら輸出を促進。

4. サポート体制の強化

- ・ビジネス機会の確保、ビジネス環境に関する情報提供、通関手続きの円滑化など様々な面において、輸出に取り組む事業者をサポートする観点から、輸出先国・地域における在外公館やジェトロによるサポート体制を強化。
- ・特に、海外 55 カ国 73 カ所に常設の事務所を有し、各国・地域の産業界、関係機関とのネットワークや、これまでの海外における商談会・食品見本市などのノウハウの蓄積を活かした継続的かつ効果的な支援が期待できるジェトロのビジネス・サポート機能をフルに活用。海外商談会や国際食品見本市などの BtoB（対事業者）の取組は、長期的な視点から継続的に取り組むことが必須であるため、上述のような機能を持つジェトロに支援リソースを集中。

戦略3. ビジネスとしての輸出を支える仕組みづくり

農林水産物・食品の輸出ビジネスを、成長産業として育成していくため、ファンドの創設、産業界の技術やノウハウの蓄積の活用な

どの輸出を後押しするスキームを構築すべきである。さらに、このようなスキームの下、新たなビジネス・モデルの構築を推進すべきである。

1. ファンドの創設など輸出支援スキームの構築

- ・農林水産物・食品の輸出ビジネスを、成長産業として育成していくためには、これまでの産業界などにおける取組の蓄積を活かしつつ、資金やノウハウを見込みのあるプロジェクトに効率的に注入し、マーケットリスクやテクノロジーリスクなどプロジェクトの立ち上げに伴う様々なリスクと利益を関係者で共有するような輸出の取組を強力に支援していくことが極めて有効。
- ・このため、官民共同でファンドを構築し、有望なプロジェクトにリスクマネーを供給するとともに、品質保持や鮮度管理などの産業界における技術やノウハウの蓄積を、農林水産物・食品の輸出に一層活用するなど、輸出ビジネスをバックアップ。

2. 輸出の拡大・高度化に向けたビジネス・モデルの構築

- ・上記のシステムを活用して、Eコマースによる輸出など、輸出の可能性を広げる新しいビジネス・モデルの構築を推進。

戦略4. 確かな安全性・品質の確保と貿易実務上のリスク等への適確な対応

日本製品の「安全・安心・高品質」とのイメージが、原発事故の影響により大きくゆらいでいる現状を踏まえ、安全神話にあぐらをかいた従来の姿勢から脱却し、安全性や確かな品質の確保に向けた取組を強化し、日本産食品への信頼を回復すべきである。

また、知的財産の保護を推進し、日本ブランドのイメージを守るべきである。

加えて、輸出機会の増大を図るため、諸外国の規制の見直しや水産物等の衛生証明書の発給体制の整備などに積極的に取り組むべきである。

1. グローバルスタンダードの追求

- ・安全神話から脱却し、確かな信頼を獲得するため、HACCP や GLOBALG. A. P. 等の海外で通用する安全・品質管理体制の構築をより一層推進。
- ・輸出促進に向けた有機農産物やGAPなどの認証については、諸外国との間での同等性の確保や相互認証等を推進。

2. ジャパン・ブランドの保全・向上

(1) ジャパン・ブランドの土台となる知的財産の保護

- ・中国・台湾等において、日本の地名等が商標登録出願される事

例や模倣品の問題が散見されることから、我が国の商標権等の知的財産の侵害に対して、知的財産保護コンソーシアムの活用等により関係者が一丸となり毅然とした対応をとる。あわせて、輸出に取り組もうとする事業者に対して、知的財産の防衛策をよく理解してもらえよう、情報の周知を徹底。

- ・我が国食品の主な輸出先である東アジア地域の多くは、植物品種保護制度が未整備であり、これら地域で我が国の優良な品種が栽培・逆輸入され、国内産地を脅かす事例が顕在化。このため、我が国で育成された植物新品種が保護されるよう、東アジア等における植物品種保護制度の共通化に向けて、制度の整備を一層推進。

(2) ジャパン・ブランドの向上

- ・地理的表示は、輸出に際しても、我が国の地域に根ざした商品の価値を守り、また、そのブランドイメージを向上させていく上で有効な手段となりうるものであり、その保護制度を導入。
- ・健康面や美容面なども含め日本産食品の良さについての科学的検証や、商品として魅力的な品種の開発・改良など、日本商品の価値を高める研究を推進。
- ・安全で高品質なジャパン・ブランドのイメージを守るため、輸送時の品質劣化対策も含め、関係者が協力して品質を維持・向上する取組を推進。

3. 貿易実務上のリスク等への適確な対応

- ・輸出機会の増大を図っていく観点から、輸出先国・地域における需要量の見通しや国内産地の意欲、相手国から我が国への輸出を要請される品目やその対応などを十分に検証し、戦略を確立した上で、検疫協議を実施。あわせて、輸出の円滑化に向け、流通の実態に適合した低コストで実行可能な殺虫技術などの技術開発を推進。
- ・水産物等の衛生証明書等の発給を含めた輸出先国の衛生基準への対応については、輸出振興の観点からも、関係省庁や自治体の間で連携を強化するとともに、体制整備を検討。
- ・在外公館の農務・食品担当を充実させるなどして、輸出先における通関や検疫をめぐる個別案件に速やかに対応可能な体制を整備。
- ・輸出の拡大が期待される品目については、EPA 交渉等を通じ、相手国政府に対し、国際基準や国際ルール等とのハーモナイゼーションや関税の撤廃・削減を要求。

戦略5. 海外での日本の食文化の発信

日本食文化の多様性と豊かさは世界に誇る有数のものであり、輝かしい日本の力を示す素晴らしいコンテンツである。このような日本食文化を次世代に継承していくため、日本食文化の世界無形遺産

への登録に向けた取組を推進していくべきである。

また、我が国の農林水産物・食品の輸出を拡大していくには、ただ単にモノや商品売るのではなく、伝統と各地域の風土や自然環境の下で育まれた独特の食文化というコンテンツも合わせて海外に発信し、その素晴らしさを世界に普及することにより、食文化や食材への関心を高め、海外の消費者の消費行動や購買行動へ繋げていくことが重要である。

このため、日本食文化の魅力のより一層の発信、日本食文化を理解し支える海外人材の育成など多角的な取組を推進していくべきである。

また、世界に発信していく前提として、日本食文化の良さが日本国内でも十分に理解・浸透されるなど、足元をしっかりと固めておくことが重要である。

1. 世界無形遺産への登録

- ・日本食文化の世界無形遺産登録に向けて、国と関係者が連携し積極的に取り組む。

2. 観光など他分野、他産業との連携

- ・日本食文化の普及推進に関連し、政府は「ビジットジャパン事業」、「クールジャパン」や各種の国際文化交流事業等と連携して、オールジャパンでの取組を推進。

- ・漆器や陶器等の日本の伝統工芸やアニメーション等の現代のポップカルチャーとの組み合わせなどにより、日本食や日本食材の魅力をより強く訴求。

3. 文化発信機能の強化

- ・海外の日本食ブームを一過性のもので終わらせるのではなく、更に浸透させるため、日本食レストランを食文化の情報発信・普及拠点として、より一層の活用を図るとともに、在外公館等においてもジェトロなどと連携しながら、海外における日本食文化の発信を積極的に推進。
- ・その際、日本食と日本酒・焼酎、日本産ワイン等の日本の酒類との取り合わせの素晴らしさについても発信。
- ・また、伝統的な日本食のみならず、カレー、ラーメン、牛丼、お好み焼き、焼き鳥といった身近な日本の食についても、その魅力を発信。

4. 世界に誇れる人材の育成

- ・フランスでは、料理人にもレジオンドヌール勲章が授与されている。日本でも同様に、料理人や農業者が文化の担い手として認められるべきであり、国としても顕彰等を推進。
- ・日本の食文化の発信と日本食の普及には、そのための核となる人材が必要不可欠。このため、海外に向けて日本食・日本

食材の知識の普及を進めるとともに、日本の農林水産物・食品のもつ特徴や魅力を十分に引き出す扱い方や生魚等を衛生面で適切に調理できる海外人材の育成を推進。

おわりに

これらの戦略は、輸出を拡大し、農林水産・食品産業の将来を見通していくために、できる限り速やかに実施に移していくべきものであり、政府並びに関係者の迅速かつ継続的な取組を期待する。

農林水産物・食品輸出戦略検討会委員名簿

- | | | |
|------------|----------------|--|
| あんどう
安藤 | えりざべす
エリザベス | 料理教室主宰、YOKOSO! JAPAN 大使 |
| いいた
飯田 | えいすけ
永介 | 株式会社岡永代表取締役社長 |
| おおた
太田 | かずたみ
一民 | 社団法人青森県りんご輸出協会理事長 |
| おがた
緒方 | ひでお
英雄 | 株式会社おおやま夢工房取締役総支配人 |
| てらしま
寺島 | じつろう
実郎 | 財団法人日本総合研究所理事長 |
| まつうら
松浦 | こういちろう
晃一郎 | 株式会社ぐるなび総研理事
前ユネスコ事務局長 |
| みくに
三國 | きよみ
清三 | フレンチシェフ |
| みやむら
宮村 | まさお
正夫 | 株式会社ノースポップぎよれん代表取締役 |
| もぎ
茂木 | ゆうざぶろう
友三郎 | キッコーマン株式会社取締役名誉会長
農林水産物等輸出促進全国協議会会長 |
| S. C. | ひっちまん
ヒッチマン | 米国フエリマーケティング協会日本代表 |

(五十音順、敬称略)

(オブザーバー)

内閣官房、外務省、国税庁、経済産業省、観光庁
日本貿易振興機構 (JETRO)

農林水産物・食品輸出戦略検討会 審議の経過

平成 23 年

10 月 7 日 第一回 農林水産物・食品輸出戦略検討会

趣旨説明、討議

10 月 21 日 第二回 農林水産物・食品輸出戦略検討会

宮村委員、ヒッチマン委員、JETRO によるプレゼンテーション、
討議

11 月 11 日 第三回 農林水産物・食品輸出戦略検討会

全国農業協同組合連合会、フランス食品振興会による
プレゼンテーション
討議

11 月 25 日 第四回 農林水産物・食品輸出戦略検討会

討議

