

グローバル・フードバリューチェーン戦略の構成(イメージ)

農林水産省

1. 基本的考え方

- (1) 今後急速な成長が見込まれる世界の食市場を取り込み、我が国の食産業の海外展開と途上国等の経済成長の実現を図るため、官民が連携し、我が国の「強み」を活かしたフードバリューチェーン(FVC)の構築を進めていくことが重要な課題。日本の食産業の海外展開によるFVC構築を通じて日本食をはじめとする食のインフラ輸出を推進。
- (2) 途上国においても、従来のODAによる生産体制の整備から、日本の食産業の民間投資と組み合わせたバリューチェーン構築への支援ニーズが増加。
- (3) 他方、FVC構築には、進出先国の生産・流通・消費体制、投資等の規制・制度、食品の規格・基準、人材、インフラ(灌漑、道路、港湾等)等、地域ごとに異なる様々な課題。
- (4) このため、我が国の「強み」を活かした官民連携によるグローバル・フードバリューチェーン構築のための戦略を策定。

2. グローバル・フードバリューチェーン戦略の考え方

(1) 総合戦略

- ① 基本的考え方(※官民の役割分担と連携)
 - ・ 経営資源の投資によるビジネス展開が「民」、そのためのビジネス環境の整備が「官」との役割分担の下、官民が連携し、日本の「強み」を活かしたFVC構築を戦略的に推進。
 - ・ 2020年までに達成すべき目標の設定(我が国食産業の活動規模等)
- ② 二国間政策対話、官民協議会等の推進体制の構築
 - ・ 官民連携による相手国のニーズに応じた案件形成等のため、二国間政策対話、官民協議会等の枠組みの設置(食のインフラシステムの案件形成、官民ミッションの派遣、ビジネスマッチング等)。
- ③ 情報収集体制の強化
 - ・ 進出先の市場調査、F/S調査、テスト・マーケティング、実証事業等
 - ・ 海外のビジネス環境情報をJETROに集約。企業相談窓口の設置(JETRO、農水省)
- ④ ビジネス投資環境の整備
 - ・ 進出先の投資等の規制・制度、食品の規格・基準、税制等の整備・改善
 - ・ 二国間協議、経済連携交渉、トップセールスの活用
- ⑤ 官民連携による食インフラシステムの輸出
 - ・ 官民・省庁連携による食のインフラシステムの案件形成と輸出促進
 - ・ ハードインフラ(農業機械、加工施設、コールドチェーン、港湾、道路等)とソフトインフラ(品質管理、ICT、農家組織化等)のパッケージ化
- ⑥ 技術支援
 - ・ 技術協力、研究交流、大学・研究機関の連携等
- ⑦ 資金調達
 - ・ JICA海外投融資・円借款、JBIC出融資、NEXI貿易保険、民間農業リスク保険、クールジャパン・ファンド、A-FIVE等の活用
- ⑧ 経済協力の戦略的活用
 - ・ 日本の食産業の民間投資と経済協力の連携によるFVCの構築支援

(2) 地域別戦略(※潜在的成長力の高い地域ごとに作成)

- ① アセアン
 - ・ メガ都市、東西・南北・南部の経済回廊を中心としたFVC構築と第三国展開
 - ・ マレーシア、インドネシア等を拠点とするハラル食品のFVC構築と第三国展開
 - ② 中国
 - ・ 沿海・内陸の大都市を中心としたFVC構築と日本食の一層の普及
 - ③ 南西アジア(インド等)
 - ・ 主要都市と主要農業地帯を結ぶFVC構築と灌漑、道路、電力等の食インフラの一体的な整備
 - ④ 中東
 - ・ 乾燥地農業技術、植物工場、高品質・ハラル食品等の導入によるFVC構築
 - ⑤ 中南米
 - ・ 安定的で高い成長力を有する巨大市場における健康・高品質等の日本の強さを活かしたFVC構築
 - ⑥ アフリカ
 - ・ TICADと連携した農業振興と6次産業化によるFVC構築
 - ⑦ ロシア・中央アジア
 - ・ 寒冷・乾燥地農業技術導入、物流体制整備等によるFVC構築
- 【地域のニーズや発展段階に応じたFVC構築のタイプ】
- ① 途上国における6次産業化支援タイプ
 - ② ODAとの連携タイプ(官によるODAと民間による取組の連携)
 - ③ 民間活力推進タイプ(民間同士の複数の取組のパッケージ化)
- 【日本の食産業の「強み」】
- ① 健康安全・高品質: 品質管理、品種開発、表示・規格、検疫、トレイサビリティ等
 - ② 先進技術: 高い生産性を持つ基礎技術、農業機械、食品加工・製造、コールドチェーン、ICT、省エネ等
 - ③ 先進性・利便性: コンビニ、スーパー、外食、農家組織化等

生産

・種子、肥料、農薬、資材
・農業機械、灌漑、水管理、発電、
土壌、ICT、農業保険 等



製造・加工

・食品製造・加工
・品質管理 等



流通

・コールド・チェーン
・集荷・貯蔵・輸送、卸売市場
・品質管理
・港湾、道路、電力 等



消費

・コンビニ、スーパー、外食
・品質管理、POS
・日本食市場開拓 等

