

⑤ 米の輸出・輸入

商業用の米の輸出数量及び輸出金額の推移

- 2018年の輸出数量は13,794トン（対前年比16%増）、輸出金額は約38億円（同17%増）となった。
- 2019年1～2月の輸出数量は2,247トン（対前年同期比13%増）、輸出金額は約6億円（同12%増）となっている。

| | 2014年 | | 2015年 | | 2016年 | | 2017年 | | 2018年 | | 2019年 (1月～2月) | |
|---------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|-----------------|------------------|-----------------|------------------|---------------|
| | 数量 トン | 金額 百万円 | 数量 トン | 金額 百万円 | 数量 トン | 金額 百万円 | 数量 トン | 金額 百万円 | 数量 トン | 金額 百万円 | 数量 トン | 金額 百万円 |
| 輸出合計 | 4,516 (+45%) | 1,428 (+39%) | 7,640 (+69%) | 2,234 (+56%) | 9,986 (+31%) | 2,709 (+21%) | 11,841 (+19%) | 3,198 (+18%) | 13,794 (+16%) | 3,756 (+17%) | 2,247 (+13%) | 602 (+12%) |
| 香港 | 1,744 | 497 | 2,519 | 659 | 3,342 | 842 | 4,128 | 1,016 | 4,690 | 1,160 | 851 (+21%) | 204 (+24%) |
| シンガポール | 1,295 | 371 | 1,850 | 463 | 2,350 | 539 | 2,861 | 642 | 3,161 | 694 | 515 (+3%) | 105 (-8%) |
| アメリカ | 81 | 37 | 322 | 103 | 812 | 236 | 986 | 320 | 1,282 | 404 | 221 (+39%) | 66 (+28%) |
| 台湾 | 407 | 155 | 753 | 268 | 910 | 321 | 943 | 350 | 1,173 | 394 | 86 (-23%) | 35 (-20%) |
| 中国 | 157 | 76 | 568 | 291 | 375 | 163 | 298 | 97 | 524 | 211 | 168 (+143%) | 64 (+119%) |
| オーストラリア | 185 | 59 | 273 | 84 | 357 | 109 | 476 | 145 | 635 | 197 | 137 (+56%) | 41 (+52%) |
| イギリス | 112 | 41 | 189 | 60 | 326 | 98 | 695 | 191 | 422 | 121 | 60 (-21%) | 18 (-24%) |
| タイ | 43 | 15 | 208 | 37 | 395 | 71 | 192 | 51 | 320 | 81 | 85 (+44%) | 21 (+50%) |
| モンゴル | 51 | 10 | 134 | 24 | 198 | 33 | 203 | 32 | 336 | 56 | - | - |
| マレーシア | 49 | 15 | 124 | 41 | 167 | 45 | 259 | 62 | 221 | 51 | 22 (+83%) | 6 (+148%) |
| カナダ | 22 | 9 | 85 | 23 | 96 | 29 | 92 | 28 | 138 | 43 | 4 (-43%) | 3 (+3%) |
| その他 | 370 | 143 | 615 | 181 | 658 | 223 | 708 | 264 | 892 | 344 | 98 (-28%) | 39 (-31%) |

資料：財務省「貿易統計」（政府による食糧援助を除く。）

注1：（ ）内は対前年同期増減率である。

注2：「その他」には、2017年については、ロシア、カナダ、フランスなどが含まれる。

注3：数量1トン未満、金額20万円未満は計上されていない。

コメ・コメ加工品の輸出をめぐる状況と対応方向

輸出の現状

○ コメ・コメ加工品の輸出金額は堅調に増加しており、平成31年1～2月は49億円、対前年同期比で14%増となっている。

| 品目名 | | 平成28年 | 平成29年 | 平成30年 | 平成31年1～2月 | | (参考) 主な輸出先国 |
|------------------|-------|------------------|------------------|------------------|-----------------|--------|--------------------------------------|
| | | | | | 金額 | 対前年同期比 | |
| コメ・コメ加工品 | 金額 | 221億円 | 261億円 | 304億円 | 49億円 | +14% | 米国 香港 台湾 韓国 シンガポール 中国 |
| コメ (援助米を除く) | 数量 | 9,986トン | 11,841トン | 13,794トン | 2,247トン | +13% | 香港 シンガポール 台湾 米国 中国 |
| | 金額 | 27億円 | 32億円 | 38億円 | 6億円 | +12% | |
| 米菓 (あられ・せんべい) | 数量 | 3,567トン | 3,849トン | 4,053トン | 598トン | +16% | 台湾 米国 香港 シンガポール 韓国 |
| | 原料米換算 | 3,032トン | 3,272トン | 3,445トン | 508トン | +16% | |
| | 金額 | 38億円 | 42億円 | 44億円 | 6億円 | +9% | |
| 日本酒 (清酒) | 数量 | 19,737 キロリットル | 23,482 キロリットル | 25,747 キロリットル | 4,235 キロリットル | +5% | 米国 香港 韓国 中国 台湾 シンガポール |
| | 原料米換算 | 11,117トン | 13,227トン | 14,502トン | 2,386トン | +5% | |
| | 金額 | 156億円 | 187億円 | 222億円 | 37億円 | +16% | |

2019年目標と対応方向^(※)

○ 輸出額目標: **600億円**
○ 精米だけでなく、包装米飯・日本酒・米菓も含めたコメ加工品の輸出に力を入れる。

- コメ(包装米飯含む)
現地での精米の取組や炊飯ロボットと合わせた外食への販売など、日本米のプレゼンスを高める取組を推進。
★重点国
新興市場: 台湾、豪州、EU、ロシア、中国、米国等
安定市場: 香港、シンガポール
- 米菓
相手国のニーズに合った商品の開発、手軽なスナックとしてのプロモーション強化。
★重点国
新興市場: 中東、中国、EU
安定市場: 台湾、香港、シンガポール、米国
- 日本酒
発信力の高い都市や重点市場でのイベント・事業を実施するほか、セミナー等を通じて、日本酒の良さについて普及。日本酒の生産増に対応した酒造好適米の増産が可能となるよう措置。
★重点国
新興市場: EU、台湾、中国、ブラジル、ロシア、韓国
安定市場: 米国、香港

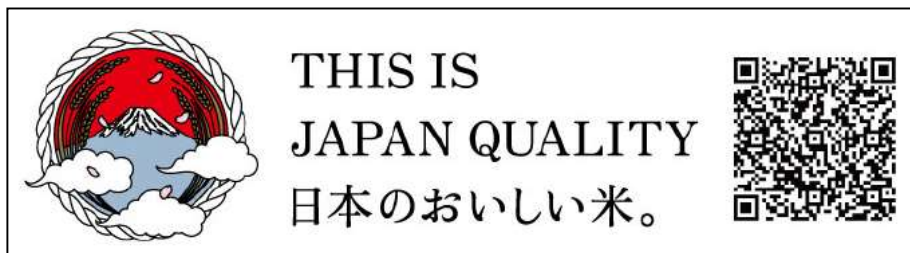
米・米関連食品の輸出拡大に向けた取組

- 米・米関連食品の輸出拡大のため、他の品目に先がけて、オールジャパンでコメ・コメ関連食品の輸出を促進する全国団体(全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会)を平成26年11月27日に立ち上げ。
- 全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会は、統一ロゴマークの開発・発表、海外でのPRイベント等を開催。

(1) 日本産米であることの識別を容易にし、その品質等を海外の消費者にアピールするため、日本産米・米加工品輸出の統一ロゴマークを開発し、国内で発表(平成27年3月13日)。(農林水産大臣出席、国内メディア約30社が参加)

ロゴマークと併せてQRコードを表示し、日本産米に関する映像コンテンツを含むWEBページにリンクさせることにより、日本産米の良さを映像でPRする仕組みを構築。

〈 日本産米輸出の統一ロゴマーク 〉



(注) QRコードから、日本産米・米加工品のPR映像が流れるHPへリンク

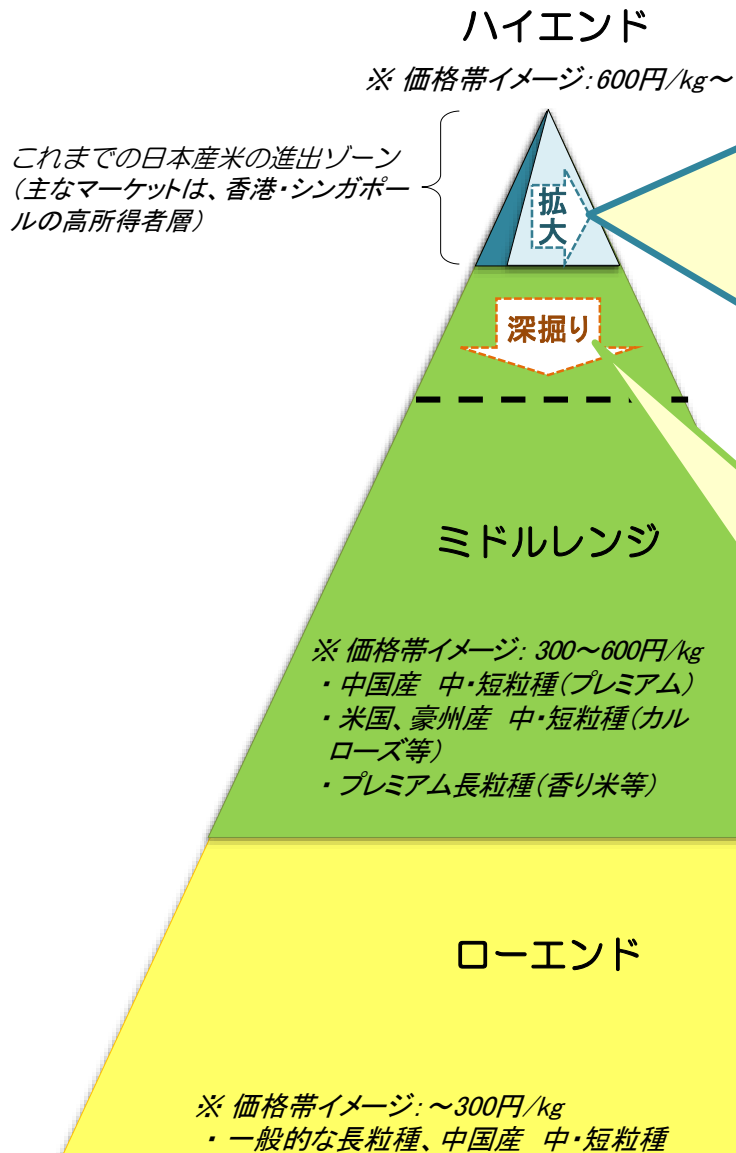
(2) 海外においても、統一ロゴマークを用いて、日本産米・米関連食品のPRイベントを開催(30年度)。

- ① 米国 平成30年4月30日～5月3日
・ 日本酒のPR・商談会
- ② 香港 平成30年8月16日～18日
・ 日本産米・パックご飯・日本酒・米菓のPR
- ③ シンガポール 平成30年10月19日～21日
・ 米菓のPR・セミナー
- ④ 上海 平成30年11月5日～10日
・ 日本産米・パックご飯・日本酒・米菓のPR
- ⑤ 香港 平成30年12月10日
・ 日本産米のPR・セミナー
- ⑥ 北京 平成30年1月17日
・ 日本酒のPR・セミナー
- ⑦ 中国 平成31年1月～3月
・ パックご飯・米菓・日本酒のPR
- ⑧ 米国 平成31年2月23日～3月2日
・ 日本酒のPR・セミナー・商談会

一般社団法人 全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会の概要

- | | |
|---------|--|
| 1. 設立 | 平成26年11月27日 (前身の全国米関連食品輸出促進会から改称し、組織目的を明確化し、オールジャパンの輸出団体として平成26年11月27日に設立。平成27年8月13日に一般社団法人化。) |
| 2. 目的 | <ol style="list-style-type: none">1. 我が国の良質な米・米関連食品の海外での需要の開拓・拡大を図り、世界のマーケットに届けるため、オールジャパンで取り組むべき共通課題の洗い出し・解決に向けた協力体制を構築すること2. 輸出の拡大を通じて、我が国のコメ生産者の所得向上に資すること3. 輸出拡大にむけて、協議会会員間の相互の情報収集、共有を通じ、各種連携を促進し、必要に応じて輸出事業の共同展開に資すること |
| 3. 事業内容 | <ol style="list-style-type: none">1. オールジャパンのブランド育成2. 海外市場開拓調査3. 産地PR・国内商談会4. 海外販売促進活動5. 会員ニーズに基づく共同の取組の促進 等 |
| 4. 会員数 | 83会員(平成30年6月13日現在) 会津よつば農業協同組合、全国農業協同組合連合会、木徳神糧株式会社、元気寿司株式会社、株式会社神明、千田みずほ株式会社、鈴茂器工株式会社、関谷醸造株式会社、全国米穀販売事業共済協同組合、一般社団法人全国包装米飯協会、株式会社鳴海屋、株式会社ニチレイフーズ、白鶴酒造株式会社、全国米菓工業組合、株式会社Wakka Japan 等 |

海外マーケットにおける日本産米の位置付け及び対応方針(イメージ)



輸出ターゲット市場の拡大

- ① 中国向け輸出ルート of 複線化
精米工場等の指定追加の働きかけを継続的に進めつつ、これまで実績を有しない事業者による輸出の取組を拡大し、輸出先での流通を複線化(平成28年度に5事業者が実証予定)
- ② 幅広い輸出ターゲットに向け、商品・売り方を多様化
 - ・ 機能性成分を売りにした高付加価値商品の販売促進(金芽米等)
 - ・ インターネット販売を活用した日本産米の販売の事業化の可能性、ターゲットの見極め
 - ・ 炊飯機のない家庭でも食べられるよう、パックご飯等の形態での販売促進(市場性等の調査)

輸出ターゲット市場の深掘り

- ③ 米の生産コスト削減についてのKPI(担い手の生産コストを全国平均比4割削減)に向けた取組を着実に進める(省力化技術の導入や作期分散、資材費の低減)。
- ④ 国内で主食用として多く生産されていない多収品種を導入し、試験的に低コスト生産を行い、海外マーケットでテスト販売を行う等の輸出産地づくりの取組を推進

輸出用米生産に関する制度運用を改正

- ⑤ 従来は、国内主食用米と区別するため、6月時点で「販売契約書」の提出を求めていたが、平成28年4月より、生産者による「輸出計画書」のみで生産が可能となるよう、制度運用を改正

我が国のコメの消費量が毎年約10万トン減少していく中で、食料自給率・食料自給力の向上や米農家の所得向上を図っていくためには、海外市場に積極的に進出し、輸出を拡大していくことが喫緊の課題。

→ コメ・コメ加工品の輸出目標「600億円」の目標年次である平成31年に向け、**コメの輸出量を飛躍的に拡大するため、戦略的に輸出に取り組む関係者を特定し、それらが連携した個別具体的な取組を強力に後押しする。**

(1) 戦略的輸出事業者

平成31年に向けた飛躍的な輸出目標を掲げ、コメ輸出の戦略的な拡大に取り組む輸出事業者を「戦略的輸出事業者」として特定。



「戦略的輸出事業者」等と連携したプロモーション等により、輸出先国における日本産米の需要を拡大

連携したプロモーション等の実施

(3) 戦略的輸出ターゲット国

「戦略的輸出事業者」が輸出を拡大する国を中心に、重点的にプロモーション等を行う「戦略的輸出ターゲット国」を特定。

→ 中国、香港、シンガポール、米国、EU等



コメ輸出の飛躍的拡大

目標：10万トン^(※)

「戦略的輸出事業者」と連携して、輸出用米の安定的な生産に取り組む「戦略的輸出基地」づくりを推進

産地と事業者の結びつきの強化・拡大

(2) 戦略的輸出基地(産地)

輸出産地としての取組方針を掲げ、輸出用米の安定的な生産に取り組む産地(法人・団体)を「戦略的輸出基地」として特定。



(※) 米菓・日本酒等の原料米換算分を含む。

コメ海外市場拡大戦略プロジェクトの参加状況（平成31年3月29日時点）

戦略的輸出事業者

68事業者（目標数量合計 13.6万トン※）

○ 主な戦略的輸出事業者（輸出目標（平成31年）上位5事業者を抜粋）

| 戦略的輸出事業者 | 輸出目標 | 重点国・地域 |
|----------------|----------|----------------------------------|
| (株)神明 | 30,000トン | 香港、中国 |
| 木徳神糧(株) | 30,000トン | 中国、台湾、タイ、ベトナム等 |
| JA全農 | 20,000トン | 中国、シンガポール、他アジア、中東、EU、米国等 |
| (株)Wakka Japan | 15,000トン | 香港、シンガポール、台湾、ハワイ、米国本土、タイ、中国 |
| 全農パールライス(株) | 10,000トン | 中国、台湾、ヨーロッパ、米国、香港、シンガポール、タイ、ロシア等 |

※ 輸出事業者の目標の積み上げであり、重複して計上される場合もある。

戦略的輸出基地（産地）

- (1) 団体・法人 248産地
- (2) 都道府県単位の集荷団体等 21団体（JA全農県本部、経済連）
（(1)以外の産地も含めた取組を推進する都道府県単位の団体等）
- (3) 全国単位の集荷団体等 1団体（JA全農）
（(1)、(2)以外の産地も含めた取組を推進する全国単位の団体等）

○ 主な戦略的輸出基地

（水稻生産量（平成28年産）上位5産地を抜粋）

【団体】

【農業法人】

| 都道府県 | 戦略的輸出基地 | 都道府県 | 戦略的輸出基地 |
|------|----------------------|------|----------------|
| 新潟県 | JAグループ新潟 米輸出推進協議会 | 岩手県 | (農)となん |
| 島根県 | JALしまね | 埼玉県 | のりす(株) |
| 福島県 | JA会津よつば | 富山県 | (有)グリーンパワーなのはな |
| 山形県 | JA庄内みどり | 茨城県 | (有)横田農場 |
| 岩手県 | JALいわて花巻 | 石川県 | (株)六星 |

戦略的輸出ターゲット国

戦略的輸出事業者から提出された「重点的に輸出を拡大する国・地域」は以下のとおり。

中国、台湾、香港、マカオ、シンガポール、タイ、ベトナム、マレーシア、モンゴル、米国、カナダ、EU、スイス、オーストラリア、ロシア、中東、インド

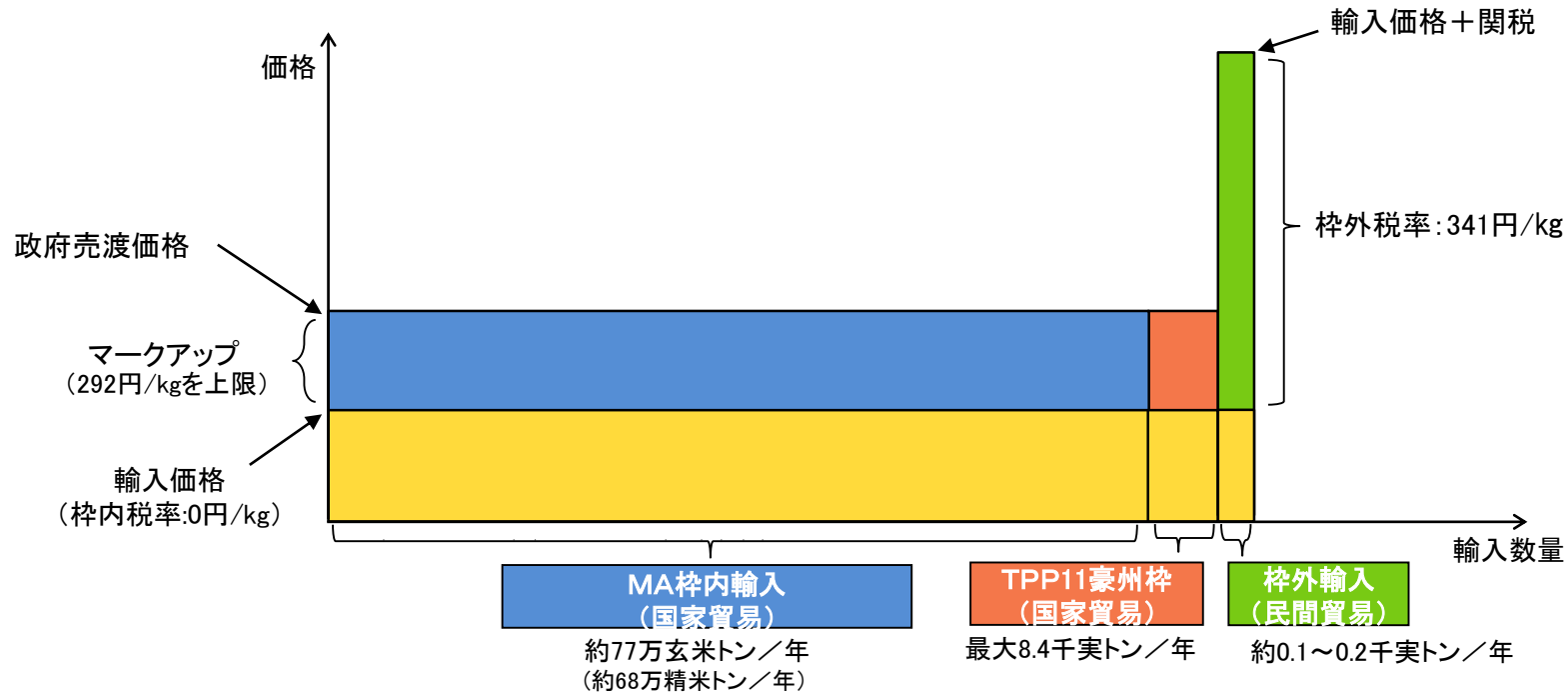
今後の取組方針

- 海外市場における日本産米の需要をより一層喚起し、輸出拡大に繋げるため、平成30年度補正予算に盛り込まれた輸出促進予算等を活用して戦略的輸出事業者による海外市場開拓を強力に推進。
- また、海外需要に応じた輸出用米の生産拡大を進めるため、戦略的輸出事業者と戦略的輸出基地の結びつけ・マッチングを進めるとともに、各県・地域が水田フル活用ビジョンの検討を進める中で、戦略的輸出事業者と戦略的輸出基地との間で輸出用米の具体的な生産数量や品種等の調整が進むよう、関係者が一体となって輸出用米生産の取組を推進。
- 引き続き、本プロジェクトに参加する輸出事業者及び産地の団体・法人を募集。

コメの輸入制度

- ガット・ウルグアイ・ラウンド合意(WTO協定)に基づき、それまで輸入がほとんど行われていなかった米についても、最低限の輸入機会を提供することとし(ミニマム・アクセス米(MA米))、1995年度以降、ミニマム・アクセス数量(現在は77万玄米トン)について、無税の輸入枠(関税割当)を設定。
- MA米については、国産米に極力影響を与えないようにするため、国が一元的に輸入して販売(国家貿易)。
- TPP11協定においては、国家貿易制度を維持し、豪州向け国別枠(関税割当)を設定。
- MA米及びTPP11豪州枠以外の輸入には、高水準の枠外税率を設定。

○ 米の国境措置



(注) ○ 国を通さない輸入(民間の輸入)については、

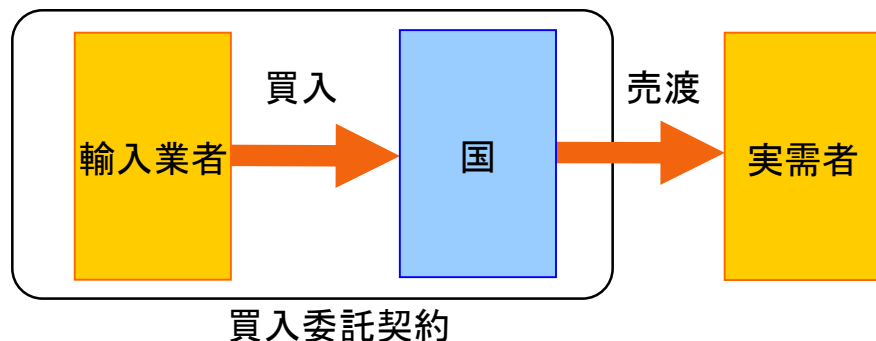
- ・ 1998年度までは輸入許可制
- ・ 1999年度に関税化(関税を払えば誰でも輸入できる)

○ TPP11協定を除く経済連携協定においては、米について、関税削減・撤廃から除外されている。

○ TPP11豪州枠の数量は、2018年度は2千実トン(12~3月分のみ)、2019-2020年度は6千実トン、それ以降は毎年240実トンずつ増加し、2030年度以降は8.4千実トン。

- 国は、入札によって決定した輸入業者を通じて買入れ。ただし、MA米の一部について、国家貿易の枠内で、輸入業者と国内の実需者の実質的な直接取引を認めている(SBS輸入)。
- 輸入方式別の数量は、近年、一般輸入米が66万玄米トン、SBS米が10万実トン。

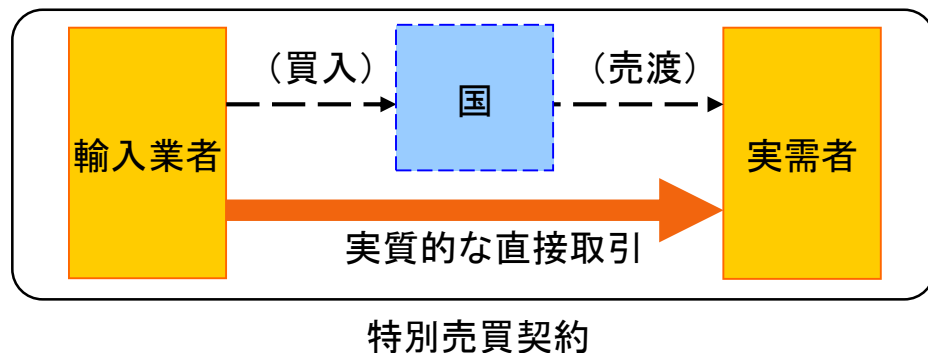
【一般輸入】(77万トン－SBS輸入数量)



- ① 輸入業者が国の入札に参加。
- ② 国と輸入業者(落札業者)が買入委託契約を締結。
- ③ 国が輸入業者から買入れ。
- ④ その後、国が別の入札によって国内の実需者に売り渡し。

➡ 価格の面で国産米では十分対応し難い加工用、飼料用等の非主食用に販売。

【SBS(Simultaneous Buy and Sell: 売買同時契約)輸入】(最大10万トン)



- ① 輸入業者と国内の実需者がペアで国の入札に参加。
- ② 国の売渡価格と買入価格の差(マークアップ)が大きいものから落札。
- ③ 国と輸入業者・実需者(落札ペア)の3者間で特別売買契約を締結。
- ④ 国が輸入業者からの買入れと実需者への売渡しを同時に実施。

➡ 主に主食用に販売。

※: 輸入数量の単位は、一般輸入については玄米トン、SBSについては実トン。