

農林水産業の輸出力強化戦略（平成28年5月 農林水産業・地域の活力創造本部とりまとめ）

○ 民間の意欲的な取組への支援

1. 市場を知る、市場を耕す （ニーズの把握・需要の掘り起し）

- ▶ 現地のニーズを継続して把握し、情報をまとめて、提供する
 - ・情報をJETROに一元的に集約・提供
- ▶ プロモーションを統一的、戦略的に行う
 - ・「国・地域別イベントカレンダー」を作成
- ▶ 多様な方法でプロモーションを行う
 - ・トップセールスや大型イベントの機会の活用
- ▶ 日本文化・食文化と一体として、売り込む
 - ・日本食や食文化等を発信する機能を持つ施設の設置・運営を支援
- ▶ インバウンドを輸出に結び付ける
 - ・外国人旅行者に農山漁村や日本食・食文化を体験してもらう取組等を拡大し、海外へ発信

2. 農林漁業者や食品事業者を、海外につなぐ （販路開拓、供給面の対応）

- ▶ 輸出についての相談をしやすくする
 - ・JETROと農林水産省の相談体制の強化
- ▶ 農林漁業者や食品事業者と貿易のプロを結びつける
 - ・海外バイヤーを国内の卸売市場や産地等に招聘しつつ商談会を開催
- ▶ 様々な販売ルート、販売手法を提案する
 - ・海外に産直市場を設置し、生産者が直接輸出する取組を支援
- ▶ 海外ニーズにマッチして、生産する
 - ・ジャパンプランド定着のため、リレー出荷・周年供給体制を整備
- ▶ 海外輸入規制に適合して、生産する
 - ・輸出先国の動植物検疫等に対応した栽培方法や加工技術の確立・導入

3. 生産物を海外に運ぶ、海外で売る（物流）

- ▶ 安く運ぶ
 - ・共同輸送の促進等を通じた出荷単位の大口化
 - ・最新の鮮度保持輸送技術の普及の促進・新規技術開発
- ▶ より多く、品質を守って、運ぶ
 - ・成田空港と那覇空港の貨物エリアの整備・拡大
- ▶ 中小事業者が売りやすくする
 - ・卸売市場について、海外バイヤー等に施設を開放

4. 輸出の手間を省く、障壁を下げる （輸出環境の整備）

- ▶ 輸出手続の手間を省く、輸出の障壁を下げる
 - ・規制等の緩和・撤廃に向けた取組を加速化するため、内閣官房に「輸出規制等対応チーム（仮称）」を設置
- ▶ 国際規格・認証をとる、本物を守る、イスラム市場に打って出る
 - ・GLOBAL G.A.P.などの国際的な認証取得の推進、日本発の国際的に通用する民間の規格・認証の仕組みの構築

5. 戦略を確実に実行する （推進体制）

- ▶ 輸出戦略の実行をチェックし、更に進める
 - ・輸出戦略実行委員会において、輸出戦略に基づく実行状況等の検証
- ▶ 主要輸出先国で官民一体となった輸入促進体制をつくる
 - ・在外公館、輸出業者等が協力して課題解決に取り組む体制を検討

○ 意欲ある農林漁業者や食品事業者へのメッセージ

国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略

- ・それぞれの国・地域ごとに、現地の消費者の嗜好、日本や他国からの輸入の状況などを分析し、輸出拡大に向けた課題と具体的な取組を示した「国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略」を策定

品目別の輸出力強化に向けた対応方向

- ・米、青果物、茶、畜産物、水産物などについて品目別に輸出を目指す場合の課題と今後の取組の方向を示した「品目別の輸出力強化に向けた対応方向」を策定

平成三十一年の輸出額1兆円目標の達成

○ 農林水産物・食品のブランディングやプロモーション等の取組を強化するため、農林水産物・食品の輸出促進にミッションを特化した新たな輸出サポート機関として、平成29年4月1日に「日本食品海外プロモーションセンター」（略称：JFOODO（ジェイフードー））を新設。

- 名称：日本食品海外プロモーションセンター
（ジェットロに、農林水産・食品部などを傘下におく本部から独立した組織として設置）
- 略称：JFOODO（ジェイフードー）
* 「風土」に加え、日本の「食」を連想させるもの

活動内容

- ① 海外市場の詳細なニーズ把握や現地の卸・小売・外食事業者等の商流を作り出すキープレーヤー等の情報の徹底調査。
- ② どの国・地域に、何を（品目）、どこで（小売・外食・中食）売り込むかの戦略設定。
- ③ 日本の食文化と一体となった、オールジャパンでの日本産品のプロモーション、ブランディング。
- ④ 事業者の販売活動に対する継続的な支援。

【体制】

「日本産が欲しい」という現地の需要・市場を作り出し、産地の特色・魅力にあふれた産品を相応の価格で輸出することで生産者の所得向上につなげる。

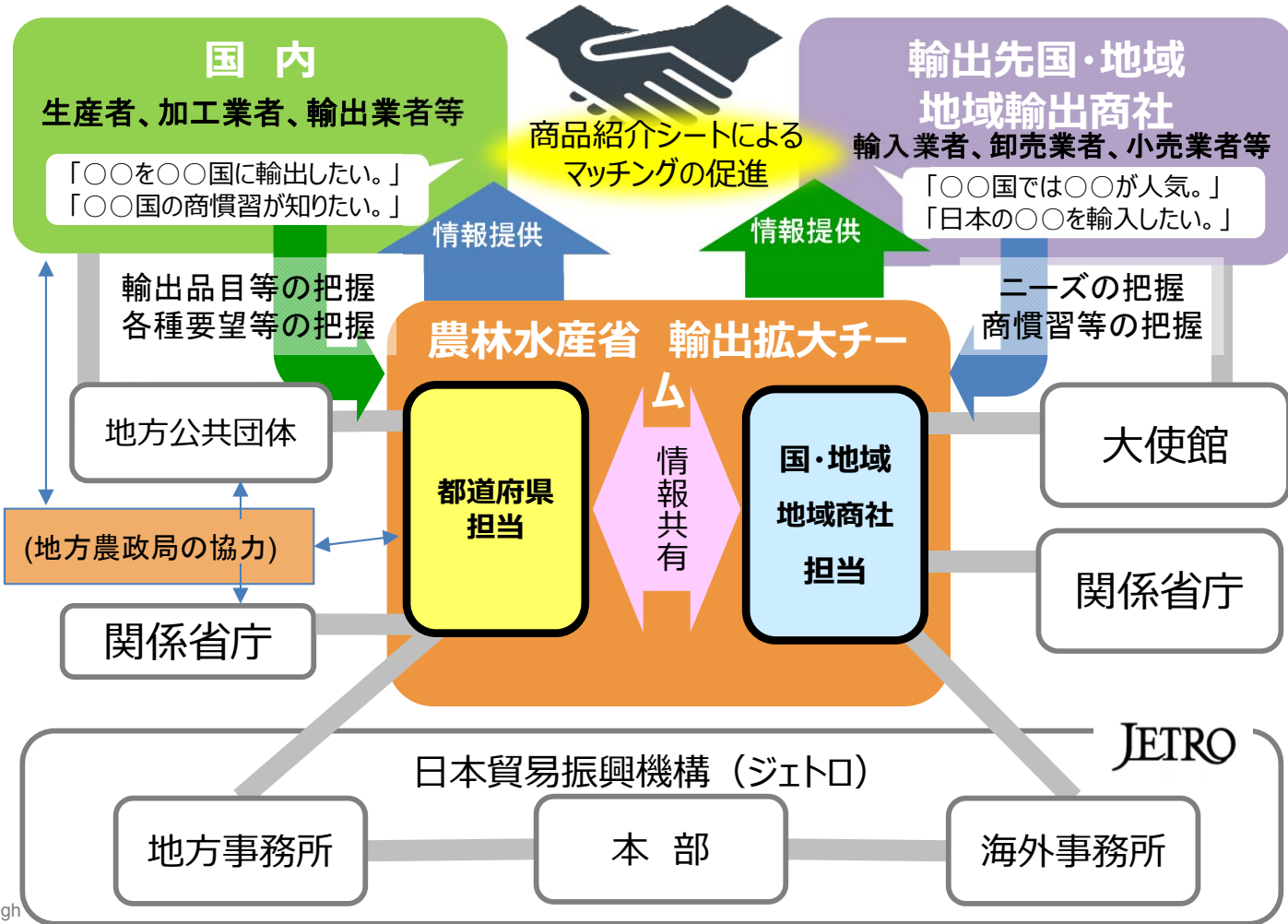
➤ 第一次取組テーマと戦略

下記の5品目7テーマとし、平成30年2月より順次、施策実施中。その他品目等については、プロモーションで解決すべきボトルネックが明確になった後に、戦略策定・実行に着手

品目	エリア	2017年度の 起点	戦 略
米粉	米国・ 欧州	米国・ 仏国	グルテンフリー度と生地適性に優れた日本産米粉を、パンやピザに原料ブランドとして訴求し、世界の情報発信都市を起点に日本国内需要米の100倍に相当する小麦粉市場を少しずつ置き換えていく。(世界のグルテンフリー市場は、平成32年に5,000億円に達するとされる。)
日本酒	欧州・米 国・アジア	英国	日本酒の入り口としてのキーディッシュを設定した上で、日本酒本来の価値を伝えて消費者を日本酒の世界に引きこんだ後、好みの日本酒を選べるような情報を整備する。
日本ワイン	米国・ 欧州・ 香港・ シンガポ ール	米国・ 英国・ 香港	欧州品種ワインに比べ、バランスが良くエレガントな日本ワインを、世界の料理の潮流であるマイルドな味付けの料理に相性の良いワインとして、権威誌を通じて先進国のソムリエに広め、大ワイン市場に食い込んでいく。(世界のワイン市場は3兆9千億円(平成28年))
クラフト ビール	米国	米国	すでに日本の全ビール市場を超えた、米国におけるクラフトビールブームをとらえ、特徴のあるフレーバーを持ち日本のクラフトマンシップで実現され日本で作られた点を訴求し、新しいオプションを提供していく。(米国のクラフトビール市場は3.8百万キロリットルと、既に日本のビール総市場を超えている。)
水産物 (ハマチ等)	アジア	香港	味や栄養・安全性を前提に、文化的アプローチで、日本産の水産物を寿司店で関心を喚起して選択を後押しし、ローカル市場におけるサーモンの牙城を崩す。
和牛	アジア	台湾	日本産のブランド力、スライス肉の現地インフラを活用し、豪州産や米国産のWagyuでは本格感を訴求しにくい日本式しゃぶしゃぶ等をキーディッシュとして、部位や等級を拡大し、名声にシェアを近づける。
緑茶	米国・欧 州・中東	米国	IT企業を中心に広がる日本由来のマインドフルネス(リラックス・集中力増強方法)のブームをとらえ、競合茶よりもテアニンが豊富な日本茶を心と体を整えるマインドフルネスビバレッジとしてリポジショニングする。

輸出拡大チームについて

- 産地・生産者等が見本市・展示会に出展するだけでは、商談成立につながらない「試食会」で終わるおそれあり。具体的なサプライチェーンが構築され、商流が形成される取組を強化する必要。
- 具体的には、「餅は餅屋」の発想で、産地・生産者と地域商社や海外輸入業者を相互につなぐマッチングが重要。
- このため、平成29年1月、食料産業局に「輸出拡大チーム」を編成。各都道府県の担当者122名、輸出先の国・地域の担当者70名、地域商社の担当者3名を置き、延べ200人体制で、「マッチングシート」と、「輸出商品紹介シート」の活用によるマッチングサポートを開始。
- 具体的な成約が、強く求められていると認識して、活動。



輸出拡大チームの活動状況

- 都道府県担当の訪問件数 約500社
- 提出された輸出商品紹介シート 約180社 約550商品
- 国別担当の訪問国数 21カ国 約100社
- 紹介先地域商社 42社
紹介・商談中事業者 152社
(平成29年11月末時点)

マッチングシートについて

輸出拡大が期待される品目とのマッチング表(サンプル)

品目名 商品紹介シート作成中 提出された商品紹介シートを海外バイヤー等へ提供 商談中 成約

国・地域	事業者	業態	求める品目等	関東								東海		九州	
				千葉県				静岡県				岐阜県		宮崎県	
				A社	B社	C社	D社	E社	F社	G社	H社	I社	J社	K社	L社
				いちご	落花生、 落花生加工品	日本酒	どぶろく	みかん、 純搾り、 冷凍みかん	抹茶	紅芋ラテ、 いちごラテ、 抹茶ラテ、 桜えびふりかけ	有機栽培茶、 粉末茶、 ティーバッグ	超高級イチゴ、 イチゴ加工品	米粉麺	焼酎 ※米国（西海岸） 向け	キャビア
香港	あ社	外食	鮮魚（黒ソイ、チョコダイ、イサキ等）												
	い社	流通	希少性があり、ストーリーがある 農林水産品		落花生、 落花生加工品	日本酒	どぶろく		抹茶	紅芋ラテ、 いちごラテ、 抹茶ラテ、 桜えびふりかけ	有機栽培茶、 粉末茶、 ティーバッグ				
	う社	流通	自社レストラン用に出す稀少 食材				どぶろく		抹茶	紅芋ラテ、 いちごラテ、 抹茶ラテ、 桜えびふりかけ	有機栽培茶、 粉末茶、 ティーバッグ				
			家庭用料理キットに入る食材												
え社	ホテル	稀少・高級食材													キャビア
輸出先 国・地域	商社名 称	現状	求める品目等	関東								東海		九州	
				千葉県				静岡県				岐阜県		宮崎県	
				A社	B社	C社	D社	E社	F社	G社	H社	I社	J社	K社	L社
				いちご	落花生、 落花生加工品	日本酒	どぶろく	みかん、 純搾り、 冷凍みかん	抹茶	紅芋ラテ、 いちごラテ、 抹茶ラテ、 桜えびふりかけ	有機栽培茶、 粉末茶、 ティーバッグ	超高級イチゴ、 イチゴ加工品	米粉麺	焼酎 ※米国（西海岸） 向け	キャビア
香港 マレーシア タイ ベトナム 台湾 中国 シンガポール	か社	大田市場を ベース。 輸出に関心 のある産地 の話を知る 用意はある。 国内で高評 価を得ること が輸出の条 件。	ぶどう (シャインマスカット)												
		いちご	いちご									超高級イチゴ、 イチゴ加工品			
		りんご													
		干し柿													
		柑橘類					みかん、 純搾り、 冷凍みかん								