

農林水産業の輸出力強化戦略 28年度の実績と課題

平成29年3月

1. 市場を知る、市場を耕す (ニーズの把握・需要の掘り起し)

関係省庁、関係団体が収集した輸出に関する情報をJETROに一元的に集約し、WEBやメルマガ等で提供。

28年度実績

- 7月中旬に「戦略紹介・関係省庁リンクページ」をHPに掲載。
- 8月30日に、JETROの農林水産分野のHPでは、現地の食生活事情・市場価格、各種マーケティング情報等を公開してきたが、「海外情報を知る」、「輸出ノウハウを習得する」などの目的別にコンテンツを整理し発信。
- イベントカレンダーやバイヤーリストも同日公開し、メールマガジン（農水省約1万ユーザー、JETRO4千ユーザー）やツイッターでも広報。
- 海外見本市に設置しているジャパンパビリオンの出展者カタログをHPで順次公開し、海外に発信。
- 8月のリニューアル後、アクセス数が倍増。
(月間アクセス数) 16年7月 3,428 (リニューアル前) → 17年1月 8,065 (リニューアル後)
- 新規コンテンツとして、日本産農林水産物・食品輸出マッチングサイト (JAFEX) も掲載。
- ユーザー要望把握のため、アンケートを実施。「マーケット情報」、「輸入規制」のニーズが高いことを確認。
(アンケートでは、現地価格、流通・小売情報、消費者の嗜好情報、食品衛生・表示制度、添加物規制などの情報要望が挙がった。)
- JETROにて主要各国・主要品目のマーケット情報や規制・制度情報を分かりやすく整理し、3月末を目途に公開予定。年度内を目途に利用者にとって分かりやすいポータルサイトの整備を行う予定。

課題

- ホームページを見ても求めている情報にたどり着きづらい。体系的に整理する必要。
- ホームページに掲載されている各国の規制制度に関する情報が古いことがある。
- 品目団体等が実施した事業の成果物や関係省庁の実証事業結果など、さらに情報を収集して整理することが必要。
- Webやセミナーでのアンケートの結果、ホームページの利用率が低く、輸出事業者への周知が必要。
- 展示会・商談会等の成約状況、プロモーション活動やバイヤー招へいなどの成功事例や失敗事例の評価・分析情報の蓄積が必要。

【国・地域別イベントカレンダー】

日本の農林水産物・食品のプロモーションを統一的、戦略的に行うため、都道府県や関係団体等が行う予定の輸出促進に関するイベントをまとめた「国・地域別イベントカレンダー」を作成し、公表。

【プロモーションデザインの統一】

共通ロゴマークなどプロモーションデザインを統一し、イベント・パンフレットなどの使用を推進。

28年度実績**【国・地域別イベントカレンダー】**

- 国内外の約700のイベント情報を含む「国・地域別イベントカレンダー」をJETROホームページにて公表。
- イベント情報を利用しやすいよう、国・地域や対象品目などの絞り込み検索機能を追加。
- JETROホームページより民間事業者のイベント情報の受付を開始。
- 利用状況のアンケートを実施。「参加できそうなイベントの検索」、「新たな販路の検討」に役立った等、イベントカレンダーの利用者のうち80%は役立ったと回答。（1月末時点のアクセス累計8,775）
- 都道府県等が来年度実施予定のイベント情報を集約。その中からマレーシアで来年度行う予定のイベントについて、徳島県を事務局とした都道府県間の連携イベントとなるよう調整を実施。

【プロモーションデザインの統一】

- 品目別の共通ロゴマークを使用したポスターやチラシ等により、ジャパンブランドを前面にした売り込み実施。
- 海外見本市におけるジャパン・パビリオンのデザインについて、パビリオン全体で「安全・安心かつ高品質な日本産農林水産物・食品」を体現し訴求力を持ったものとするため、パビリオンデザインを統一。
- 企画戦略会議において、ジャパンブランド形成と認知度向上のため、「ジャパンマーク」の統一について検討。

課題

【国・地域別イベントカレンダー】

- イベント間で連携できていないことが明らかになったため、特に事業者が多い国・地域において、イベントをつなげていく事が課題。
- イベント情報を毎月1回更新しているが、民間事業者の開催するイベントも含め、さらにイベント情報を集めることが必要。

【プロモーションデザインの統一】

- 海外見本市におけるパビリオンデザインを統一したが、木組みのため、横から見るとデザインがみえづらい、また、他のパビリオンのデザインと重なり、日本の木組みデザインがみえないことがあるため、デザインの改善が必要。
- 現行の「おいしいマーク」は日本語表記のため内容が伝わりにくい。一方、政府として海外発信の際にジャパンマークを使用する方針が出されており、統一的にロゴマークの使用方法を検討し、認知度を向上していく必要。

【その他】

- 中長期的なプロモーション戦略に基づき、関係省庁が連携し、プロモーションを実施していくことが必要。
- 中国で実施したコメのP Rのように、S N Sによる口コミ効果を発揮させる等、各国の事情に応じてプロモーションを実施することが必要。
- オールジャパンでのマーケティング・ブランディング、地域の生産者・事業者に対するアドバイス、国内の生産者と商社・物流業者等とのマッチング等、継続的な販売支援が不十分であり、新たなサポート機関が必要。

日本産農林水産物・食品を売り込んでいくため、在外公館やインフルエンサー等を活用し、日本产品や和食などの食文化の魅力を海外へ発信。

28年度実績

- 平成28年8月の香港Food Expoにおいては、和食器・調理器具などをブースで展示するとともに、料理デモで展示食器を使用するなど、展示会・見本市で日本食材と一体としたPRを実施。
- 戦略取りまとめ後、現在まで、在外公館において、計47件のイベント・レセプションを実施。その際、在外公館のネットワークを生かし、現地で影響力を有する「インフルエンサー」も積極的に招待。
- 9月のNY国連総会開催期間に、日本食普及の親善大使であり、NYの著名シェフであるデービッド・ブレイ氏等による日本食普及レセプションとセミナーを実施。



2016年8月 日本畜産物輸出協議会による
「日本産食べ方」を実演したセミナー
(於: Food Expo 2016(香港))

課題

- 日本食・食文化を広める役割を担ってもらうため、国連総会開催期間のレセプション等の参加者に対し、食文化の発信を継続して行うことが必要。
- 中長期的なプロモーション戦略に基づき、関係省庁が連携してイベントを実施することが必要であり、イベント実施に当たっては、SNSの活用等、各国の事情に応じてプロモーションを行うことが必要。
- イベント実施後は、イベントの効果・ノウハウを今後のイベントに伝えていくことが必要。
- 引き続き、発信力の高いインフルエンサーの発掘や情報収集を行い、在外公館のイベント等への参加を確保するなど、多様なルートでの情報発信が必要。

日本の食や農業体験、美しい農山漁村の景観などを活かした旅行商品の開発・販売を行うとともに、日本ならではの伝統的な生活体験と農村地域の人々との交流を楽しむ「農泊」を推進する。

28年度実績

- 広域観光周遊ルート形成促進事業について、平成27年6月に広域観光周遊ルートに認定した7ルートにおいて、平成28年4月に観光資源として食や農業漁業体験などを活かしたモデルコースを策定。また、同年6月に追加で4ルートを認定し、モデルコースを策定中。



うどんづくり体験

- 平成28年度の魅力創造事業では35の地域を選定し、旅行商品の開発、マーケティング調査等の事業を支援。また、テーマ別観光事業による支援の1テーマとして、酒蔵ツーリズムを選定。



食・農業体験



酒蔵ツーリズム

- 農泊に取り組む地域について、海外からの観光客誘致のためのモデルツアーや海外エージェント・マスコミ等を対象とした優良地区へのファムトリップ、国内外旅行会社との商談会への出展支援等を実施。

課題

- 観光情報と食や農の情報の一体的な発信、食や農を含んだ旅行商品開発の促進。
- 共通の観光資源を活用している各地域が協力して誘客等の取組を行うなど、国内外の旅行者等に対する情報発信力の強化
- 農山漁村の所得向上を実現する上で重要な柱として農泊を位置づけ、
 - ・農泊を観光ビジネスとして自立的に活動できる現場実施体制の構築
 - ・農林漁業体験プログラム等の開発や古民家の改修等による魅力ある観光コンテンツの磨き上げ
 - ・関係省庁と連携して優良地域の国内外へのプロモーション等への支援を通じて、インバウンドを含む観光客を農山漁村にも呼び込み、活性化を図ることが必要。

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)

輸出に取り組む事業者が輸出について相談をしやすくなるために、JETROと農林水産省との間で相談内容の共有を進めるとともに、JETRO及び農林水産省における相談体制を強化。

28年度実績

- 輸出に取り組む事業者が国内外のどこにいても気軽に相談できるようにするために、国内外のお問い合わせ先をまとめたパンフレットを作成し、HP上で掲載するとともにセミナーや研修会等の機会を通じて配布。
- JETROの専門家（輸出プロモーター、新輸出大国コンソーシアム専門家）や農林水産省の6次産業化プランナーが相談内容に応じて、全国各地の事業者等を支援するため、出張説明やメール等での対応。

<輸出相談窓口2016年相談件数>

年	合計	農林水産省	JETRO
2014	9,839件	493件*	9,346件
2015	15,832件	3,878件	11,954件
2016	16,123件	2,794件	13,329件

(※) 2014年10月設置

課題

- 農林漁業者や中小食品事業者などを対象とした輸出実務に関する研修会・セミナーをWEB配信する等の工夫により、さらに情報を伝えていくことが必要。
- 専門家の支援やマッチング機会の提供等により、農林漁業者や中小食品事業者等に対して、入口から成約に至るまでの各段階で適切にフォローすることが必要。
- 輸出に取り組む事業者に、6次産業化プランナーが輸出に関わるサポートをしていることが浸透していないと考えられるため、分かりやすいパンフレットを作成し、あらゆる機会を通じて周知を図ることが必要。

国内外での商談会の開催や見本市への出展等を通じて、農林漁業者や食品事業者と海外バイヤー等を結びつける取組を推進する。

28年度実績

- 国内の見本市や商談会の開催に併せて、海外バイヤー等を招へいし、卸売市場や品目の特性に応じた産地等の訪問を行い、安全安心な日本産品についての理解を深めてもらうとともに、新たな需要を開拓。
- 国内外の商談会に参加する者に対しては、事前に商談スキルアップセミナー等の受講を促すほか、初めて海外見本市に出展する者に対しては、事前に同セミナーの受講を義務付け、確実に輸出に繋がるよう支援。
- JETROが主催した海外見本市に設置しているジャパンパビリオンの出展者カタログのデータをJETROホームページ（英語）に掲載し、海外バイヤーへの周知を実施。また、日本産農林水産物・食品の輸出促進に特化したマッチングサイト（JAFEX）を設け、海外バイヤーと国内の輸出に取り組む事業者との更なるマッチングを推進。

課題

- 農林漁業者や食品事業者と海外バイヤー等との間の取引について、橋渡しができる専門家が不足しており、海外市場のニーズを正確に収集し、国内の生産者等に繋げができる人材を育成・確保していくことが必要。

- 日本食・文化等を発信する機能を持ち海外需要獲得の基盤となる施設の設置・運営を支援するために、クールジャパン機構が民間では支援しきれないリスクマネー供給を実施。

28年度実績

- 日本食・文化を発信する拠点など、食分野8件への出資支援を実施中。

外食事業欧米展開

- ・欧米豪で、ラーメン・日本酒・焼酎等を組み合わせたダイニング形式の店舗を展開。
- ・昨年6月にパリに市内旗艦店を開店。

ジャパンフードタウン

- ・海外初出店の外食ベンチャー16店舗がまとまりシンガポール伊勢丹に出店し、拠点活用、ブランディング、物流の効率化を実現。
- ・昨年7月にオープン。

中東外食フランチャイズ

- ・中東資本と組み、ハラル対応等を工夫した日系外食事業を現地でフランチャイズ展開。
- ・第一号案件として、ドバイに「築地銀だこ」(たこ焼き)を出店予定。昨年9月に「牛角」(焼き肉)及び「屯ちん」(豚骨風ラーメン)と契約。

中東向け食加工・流通インフラ整備に向けたファンド

- ・中東地域へ日本の食・農輸出及び普及促進を目的とするファンドを設立。

日本茶カフェ展開

- ・長崎県内の地域企業がコンソーシアムを組み、米国で日本茶カフェを展開し、長崎県産品等の販売を行う。
- ・昨年7月にロサンゼルスに1号店を開店。

ジャパンモール

- ・マレーシアにASEAN初の全館クールジャパン商材を扱ったショーケースを構築し、食も含め日本の最先端のライフスタイルを発信。
- ・昨年10月にオープン。

ベトナムコールドチェーン

- ・東南アジアで日本食材流通の基盤となるコールドチェーンを展開。
- ・昨年7月、ベトナムで冷凍冷蔵庫が本格稼働。

日系外食企業向け食材加工

- ・日系外食企業に向け、食材の加工・供給を行う工場を台湾・中国に整備し、商材調達・食品加工のプラットフォームを構築。

課題

- 食分野での海外展開のために、生産・流通チェーンの強化が重要。
- これまで東南アジアや欧米中心であったが、中東など他地域への拡大が必要。

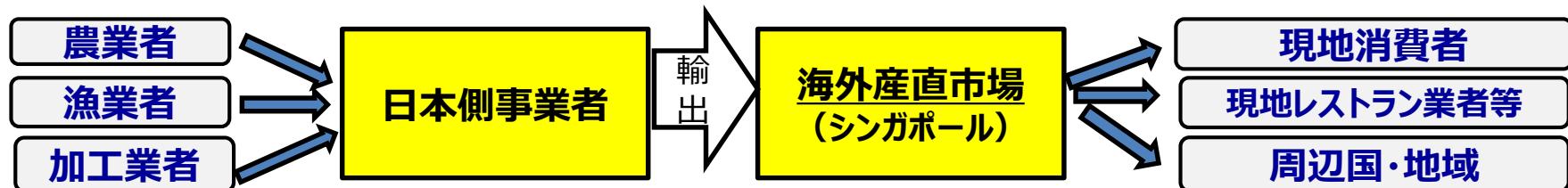
- 海外に産直市場を設置し、日本から生鮮品・一次加工品等を直接輸出・加工・販売する取組みを支援。

28年度実績

- 流通にかかる中間コストを削減することなどを目指し、生産者から直接生鮮品・一次加工品等を買い取り、海外の産直市場を設置し販売する取組に対し、計画策定やマーケティング活動等を支援。

【支援例】

- シンガポールにおいて、産直市場的な施設を設置し、日本食をPRしていく構想に対し、具体的な事業計画検討を支援。



- 香港において、高級スーパーなどの複数店舗で産直コーナーを設け、連携する全国の農家・農業法人の食品を直接取り扱う計画に対し、コールドチェーンなどの物流も含め実証的取組を支援。
- ベトナムにおいてカフェレストランとショップを融合させた店舗を開設する計画を支援。事業者はクライアントとなる事業者の商品を展示・販売すると共に、SNSを活用したプロモーション活動等も実施予定。

課題

- 販売先、顧客をどのように確保し採算を取るのかが課題。
- 施設整備を伴うものについては資金調達が課題。

J A グループがシンガポールを始めとした海外拠点を拡充。物流等を整備するとともに営業活動を強化し、販売を拡大していく。

28年度実績

【実施】

- シンガポール
 - ・現地法人（全農インターナショナルアジア（株））の営業人員体制を5月に増員し、8月から牛肉の輸入・販売実務を開始。
 - ・C Aコンテナでの鮮度保持輸送試験を実施し、モモ、ブドウ、メロン、柿等で効果を確認。
 - ・現地法人の更なる人員体制の強化・拡充を予定。（牛肉以外の米・青果等の営業強化。） [平成29年度内目途]
- 英国：現有拠点（全農インターナショナル欧州（株））の営業人員体制を強化し、牛肉の輸入・販売実務を開始。現地卸売会社の買収により拠点拡充（平成28年11月）。
- 米国：現有拠点（全農アメリカ（株））の営業人員体制を強化し、牛肉の輸入・販売実務を開始。

【検討中の取組】

- 現地での事業拠点を増やし、J A グループとして、輸出を本格的に取り組む。
 - ・香港：営業拠点としての現地法人の設置を検討中。 [平成29年度内目途]
　　海外産直市場のモデル構築のため、現地調査等の事業性評価の実施を検討中。 [平成29年度内]
 - ・台湾：営業拠点としての現地法人の設置を検討中。 [平成29年度内目途]
 - ・タイ：営業拠点としての現地法人の設置を検討中。 [平成29年度内]
 - ・中国：新たな営業拠点として現地法人の設置を検討中。 [平成29年度内を目途]
　　コメ販売現地法人設立に向け、関係者と交渉中。 [平成29年度内]
 - ・米国：海外産直市場のモデル構築のため、現地調査等の事業性評価を実施中。

※ 上記重点国等で物流・加工施設の共同運営や新規設置、外食等リテール事業の実施について関係者と交渉中。

課題

- 現地営業力の強化に向けた体制の強化および、輸出用産地の育成が課題。

日本青果物輸出促進協議会が、各産地がバラバラに実施していた販促イベントについて、重複なく実施できるよう時期を調整。その販促イベントに合わせ、各産地が順次、商品を供給することでリレー出荷体制を構築。

28年度実績

- 平成28年度は香港において、ぶどう、りんご、かんきつ、いちごで複数産地の出荷時期を調整した結果、産地間での競合が回避され、輸出期間の長期化が実現。
 - (ぶどう) 山梨県が7月下旬～8月上旬に、広島県が9月上旬に、山形県が12月上旬に香港のデパートで販売促進活動を実施。また、長野県が冷蔵長期保存技術を活用し、1月の輸出を実現。
 - (りんご) 青森県では、CA貯蔵の「ふじ」や中小玉果、りんごジュースなどを組み合わせて通年でりんごを輸出する体制を構築。
 - (かんきつ) 11月～1月にかけて複数主産地が「うんしゅうみかん」を輸出。中晩柑については、和歌山県が1月中旬～2月下旬にかけて「ポンカン」、「不知火」を、愛媛県が、12月～5月上旬にかけて「紅まどんな」、「はれひめ」、「甘平（かんぺい）」、「せとか」、「はるか」、「不知火」、等を順次輸出する予定。
 - (いちご) 九州農産物通商（株）及び全農が、2月～3月に複数産地から多様な品種のいちごを集めて日系スーパーにて販売促進活動を行うことで、甘さや食感など日本產いちごのおいしさや品質の高さを一本化してPR。
- 「革新的技術開発・緊急展開事業」において輸出先国のニーズに対応したイチゴ、モモ等の新品種・優良品種の導入にかかる実証研究、革新的な技術開発を実施。
 - ・ 果実が硬くて輸送性に優れるイチゴ品種（おいCベリー、恋みのり）の香港への輸送試験を実施。
 - ・ 東アジア・東南アジアのニーズに対応した大玉モモを開発し、今後シンガポールへの輸送試験を実施。

課題

- 最も品質の高い旬の時期に輸出したい、相手国バイヤーが要望する時期に輸出したい、といった各産地の思惑を払拭し、全国的な横展開を図るため、28年度にリレー出荷に取り組んだ産地のメリットを日本青果物輸出促進協議会内で共有する等、「オールジャパン体制の下での協調した輸出を行うことが重要」との意識改革を図る必要。
- 上記品目における輸出期間の長期化は実現したものの、輸出業者や売り先がバラバラであり、実際の輸出業者がとりまとめ、産地とも連携しながら調整を行う体制作りが必要。
- 大田市場近隣に輸出用の低温貯蔵庫がなく、品質劣化しやすいため、輸出期間の長期化を実現するための長期保存を可能とする低温集出荷貯蔵施設を速やかに整備する必要。

- 輸出先国の残留農薬基準をクリアするための防除体系の確立・導入の推進。
- 各都道府県に専門家をメンバーとする産地サポート体制を整備し、輸出先国の規制に対応した防除・生産・選果等に関する助言・技術指導等を実施。

28年度実績

【防除体系の確立・導入の推進】

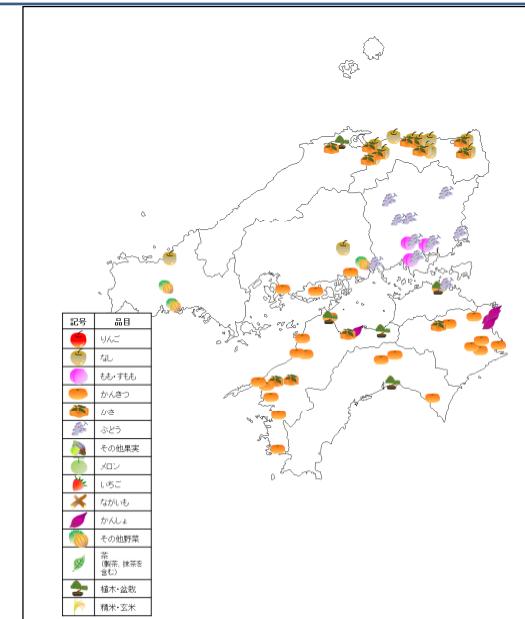
- 「農産物輸出促進のための新たな防除体系の確立・導入事業」（平成26～28年度当初予算）を実施し、輸出相手国での残留農薬基準値が設定されていない農薬等の使用を低減する新たな防除体系の確立及び産地への導入を推進。
- 事業成果に基づき、「茶（かぶせ茶・抹茶）」及び「りんご（無袋栽培）」に関する病害虫防除マニュアルを作成・公表。
- 平成28年度事業で「りんご（有袋栽培）」、「なし」及び「かんきつ」を対象とした調査を実施中。得られた知見等に基づき、現地説明会を開催し、産地において輸出先国の残留農薬基準値をクリアするための新たな防除体系の確立・導入を推進。
- (参考) 「いちご」及び「茶（煎茶、玉露）」に関する病害虫防除マニュアルは平成27年度に公表済み。
- 「革新的技術開発・緊急展開事業」において、茶の輸出に向けて輸出相手国の残留農薬基準に対応した新たな病害虫防除体系の実証研究を実施。



- 【輸出先国農薬残留基準に対応した病害虫防除マニュアル】
- いちご、日本茶（煎茶、玉露、抹茶、かぶせ茶）、りんご（無袋）（公表済み）
 - りんご（有袋）、なし、かんきつ（29年夏頃公表予定）

28年度実績（続き）

- 産地や販売・流通事業者が輸出に取り組みやすくなるよう、国・品目別に植物検疫条件を整理。
- 輸出農産物を生産する産地の現状を把握するため、地方自治体への聞き取り調査により、主な輸出農産物の産地マップを作成。
- 平成28年11月下旬から平成29年1月下旬にかけて、輸出に関心のある生産者、生産者団体、流通・販売業者等を対象に、動植物検疫の手続き等に関する説明会を全国10都市で開催（北海道、東北、関東、北陸、東海、近畿、中国、四国、九州、沖縄）。説明会では、輸出産地や輸出産地をサポートする専門家の掘り起こしを実施。



主な輸出農産物の産地マップ
(中国・四国)

課題

- 海外の残留農薬基準や植物検疫条件に対応した生産に取り組む産地の拡大のために、病害虫防除マニュアルの品目拡大や、輸出先国の植物検疫や残留農薬などの規制に対応した防除体系、栽培方法、選果等のノウハウの普及が重要。
- そのため、病害虫防除マニュアルの活用状況に関するフォローアップ調査（マニュアルを活用した産地独自の防除体系の構築・実証、課題の整理等）を実施するとともに、輸出に取り組もうとする産地や流通・販売事業者の意向、植物検疫や残留農薬に関する技術的な課題を、産地毎に収集・分析することが必須。
- これらの取組を踏まえ、産地に寄り添った形で技術的サポートを実施し、輸出ができる産地を形成することが必要。

HACCP、ハラールなど輸出先国が求める要件を満たす食肉処理施設の整備を、関係者の合意に基づき推進。

28年度実績

- 新たに輸出対応可能な食肉処理施設を4施設整備（対米・対EU向け2施設、対米向け2施設）。うち、3施設が28年度中に完成。今後、施設の輸出認定手続きを進める。
〔牛肉について、H A C C P 対応食肉処理施設は、12施設認定済み（シンガポール向け12施設、米国向け10施設、E U向け4施設等）なお、タイ、ベトナム等は求められる要件が国内施設と同等であるため、50施設以上の輸出認定施設がある。〕
- シンガポール向けの豚肉について、輸出認定施設数拡大のため、既存施設に対し、申請手続きの周知を行い、積極的な申請を働きかけ。
- 新たに、1施設がインドネシア向けハラール認証を取得し、輸出施設の認定手続き中。
〔ハラール対応食肉処理施設は、5施設認定済み（U A E向け4施設、インドネシア向け1施設）〕

課題

- 特にH A C C Pに基づく高い衛生水準を求められる米国又はE Uに牛肉や豚肉を輸出可能な食肉処理施設は限られており、地域的な偏りも見られる。
- 施設の整備に当たっては、費用（ハード、ソフト）の負担、生体及び食肉の流通の変化等が見込まれるため、生産者、と畜業者、食肉事業者等の関係者の合意形成が必要であるが、調整に時間かかる。
- 施設整備後速やかに輸出に取り組めるよう、流通経路の整備等のソフト面の対応が必要。
- 既存の施設でも輸出認定が可能な輸出先があるものについては、施設に働きかけを行い、認定施設数を増やすことが必要。
- ハラールについては、国によって認証の仕組みや求められる条件等が異なるため、情報の収集及び関係者との共有が必要。
- 輸出先国が施設の認定を行う場合、相手国の査察等の遅れから、施設認定に時間がかかる場合には、速やかな認定を相手国政府に働きかけることが必要。

3．生産物を海外に運ぶ、海外で売る (物流)

生鮮品の大量かつ低成本の海上輸送を可能とする最新の鮮度保持輸送技術について、普及を促進するとともに、新規技術開発を支援

28年度実績

<普及の促進>

- 高電圧方式による鮮度保持効果の高い海上コンテナが民間事業者により実用化（国土交通省）
- 「農林水産物・食品輸出の手引き」にて、CAコンテナ、1-MCP等の鮮度保持技術を紹介（農林水産省）
- 鮮度保持輸送技術を始めとする、我が国技術・ノウハウを活用したグローバルバリューチェーンの構築に向けた支援を実施（今年度20件）（経済産業省）
- コールドチェーンの確立等に向けた実証的な取組の支援を実施（農林水産省）



高電圧方式の鮮度保持コンテナ

<取組事例> A 株式会社：－21度まで冷却した飽和食塩水による生鮮食品を凍結する技術を活用し、水産物をアメリカ、中国に向けて輸送実証試験を実施。

<新規技術開発>

- 「革新的技術開発・緊急展開事業」において鮮度保持輸送技術の実証研究を実施。（農林水産省）
- <具体例> 香港、シンガポールへの海上輸出試験を行い、輸送環境の測定、特殊段ボール箱の強度を検証。

課題

- 海上輸送によるコスト低減効果を拡大するための荷物の集約・大ロット化が必要。（国土交通省）
- 輸出関係者に鮮度保持効果を実感してもらうことが必要。（国土交通省）
- 様々な鮮度保持技術が開発され利用されているが、実証研究の中でも課題があり、さらに遠くへ、様々な品目を運ぶために、今後も研究、検証が必要。（農林水産省）
- 様々な新しい技術が開発されているが、開発者とその技術を使用する生産者や事業者とのマッチング機会の提供が必要。また、普及させるためには価格や効果の検証が必要。（農林水産省）

- 成田空港において、貨物上屋の機能向上や貨物エリア内の動線改良を実施
- 那覇空港において、国際物流ハブ化に向けた検討を推進
- 港湾におけるリーファーコンテナ輸出環境の向上
- クール宅配便システム等の規格化・国際標準化に向けた取組の促進

28年度実績

<成田空港の機能向上・動線改良>

- 貨物上屋における冷蔵倉庫の増床に向けて、空港会社と上屋会社が調整を実施。（国土交通省）
- 日航貨物ビルの旧事務棟を撤去し、上屋を拡張する工事を実施。新たな貨物搬出動線の確保とトラックドック12台分の増設を行うことにより、上屋の機能向上（年間貨物処理能力5万トン増加）を図るとともに、降雨等悪天候時の貨物濡損を防止し品質を向上。（国土交通省）



日航貨物ビル屋根掛け完成イメージ

<港湾におけるリーファーコンテナ輸出環境向上>

- ニーズの把握に努めるとともに、各港湾管理者において、利用者のニーズに応じてリーファー電源増設等の取組を推進。（国土交通省）

<クール宅配便システム>

- クール宅配システム等の規格化・国際標準化に向けて、我が国物流システムの国際標準化等の推進に関する連絡検討会を3回開催。（国土交通省）

<那覇空港>

- 関係省庁、沖縄県、物流事業者・団体をメンバーとする「那覇空港の農産物等輸出拠点化構想に関する連絡会」での検討を開始。農産物等輸出拠点機能の強化を図るための調査（平成28年度補正予算）を実施。（3月に結果を取りまとめ）（農林水産省、国土交通省）

課題

- （成田空港）将来的な滑走路増設等の更なる機能強化に合わせて、貨物地区の施設展開についても検討が必要。（国土交通省）
- （港湾）農林水産物・食品の輸出増加に対応するため、更なるリーファーコンテナ電源増設等が必要。（国土交通省）
- （クール宅配システム）引き続き、クール宅配システム等の規格化・国際標準化に向けて、関係者が情報共有や意見交換を行なながら進めていくことが必要。（国土交通省）
- （那覇空港）調査結果で整理される課題を踏まえ、連絡会において、高付加価値化等のハブ機能強化に必要な方策を整理。（農林水産省、国土交通省）

卸売市場施設を海外バイヤーや輸出業者が有効利用できるように施設の開放を促進するとともに、海外バイヤーと卸売業者が直接取引できるよう規制を緩和。施設整備や輸出証明書発行等についても推進。

28年度実績

- 【バイヤー】**・地方卸売市場埼玉園芸市場では、イタリア人バイヤーが、市場で売買取引を行い、6～7月にコンテナ30本～40本分の植木を輸出。
- ・東京都中央卸売市場築地市場では、台湾人バイヤーが1年を通じて週4回来場し、仲卸業者から仕入れた水産物を輸出。
- ・豊明花き地方卸売市場では、9月に海外バイヤーを招へいし産地セミナー等を実施。



バイヤー招へい
(豊明花き市場)

- 【規程】**長崎市・いわき市・宇都宮市では、卸売業者と海外バイヤーの取引を可能とする等の業務規程の改正を実施（この他、13の卸売市場で改正手続中）。

- 【整備】**・福岡市中央卸売市場青果市場では、昨年2月に輸出向けコンテナの積込みが容易になるよう市場施設を整備。



拠点整備(福岡市場)

- ・京都市中央卸売市場第二市場・成田市公設地方卸売市場では、低温貯蔵施設等を備えた輸出拠点としての整備を実施。

- 【手続】**・成田市公設地方卸売市場では、輸出証明書交付業務を11月から開始（全国初）。
- ・東京都中央卸売市場大田市場花き施設では、11月から植物検疫を開始（全国で8例目）。



花き検疫(大田市場)

課題

- 海外バイヤーの市場取引参加、卸売業者と海外バイヤーとの直接取引等に関する卸、仲卸業者間の合意形成。
- 卸売市場が定める輸出目標の実現に向けた具体的な行動計画の策定・実行。
- コンテナヤード等輸出機能を高める市場施設の整備。

4．輸出の手間を省く、障壁を下げる (輸出環境の整備)

- 食品安全、放射性物質、検疫、通関手続き、流通業・物流業等の外資規制などの輸出に関する規制等の緩和・撤廃に向けた取組を加速化させるため、内閣官房に関係省庁を構成員とする「輸出規制等対応チーム」を設置。

28年度実績

- 6月にチームを設置。関係省庁連携での交渉の結果、主な成果は以下のとおり。

【規制措置を完全撤廃】

- ・ (8月) ネパール、(12月) モーリシャス、イラン (放射性物質関系)

【規制緩和】

<ペルー>

- ・ 精米、玄米、豆類等の携行輸出を解禁 (6月)。

<仏領ポリネシア>

- ・ 検査証明書及び産地証明書の対象地域及び対象品目が縮小 (6月)。
- ・ 福島県の野菜、果実（柿を除く）、畜産品、そば、茶等を検査証明対象から除外 等 (9月)。

<カタール>

- ・ 検査報告書 (47都道府県) → 輸入時サンプル検査 (7月)。

<イスラエル>

- ・ 輸入時サンプル検査の対象地域及び対象品目が縮小 (7月)。

<ブラジル>

- ・ 畜水産加工品（携帯品）の輸出を解禁 (7月)。

<シンガポール>

- ・ 鶏卵（携帯品）の輸出を解禁 (9月)。

28年度実績（続き）

<米国>

- ・ 輸入停止（福島県等）→ 一部の品目が順次解除（7、8、9、10、12月）。
- ・ 九州4県（福岡、佐賀、長崎及び熊本）からのうんしゅうみかん生果実の輸出解禁（7月）。

<カナダ>

- ・ 全ての都道府県からのなしの輸出を解禁（これまで鳥取県のみ輸出可能）（8月）。なし生果実の携行輸出を解禁（9月）。
- ・ りんご生果実の全ての品種の輸出を解禁（これまで「ふじ」のみ輸出可能）（10月）。りんご生果実の携行輸出を解禁（11月）。

<タイ>

- ・ 牛肉の30ヶ月齢制限の撤廃（9月）。

<ニューカレドニア>

- ・ 輸入停止（12都県の全ての食品・飼料）→ 解除（野菜、果実（柿を除く）、畜産物、そば、茶等について証明書の添付も不要になった。）（10月）。

<U A E>

- ・ 検査証明書の対象地域の縮小（15都県の全ての食品・飼料 → 5県のみに）（12月）。

<ベトナム>

- ・ なし生果実の輸出を解禁（1月）。

課題

- 様々な規制が存在しており、生産者、事業者からの要望、相手国の主張等も踏まえながら、関係省庁が連携の上、戦略的に交渉に対応し、規制等の緩和・撤廃に取り組むことが必要。

- ・各種輸出証明書の発行窓口、受領場所を拡大する。
- ・証明書発行に関する情報を検索するサイトを開設する。
- ・NACCS（輸出入・港湾関連情報処理システム）により一元処理できる証明書の範囲を拡大。

28年度実績

- 各種輸出証明書の発行窓口、受領場所の拡大
 - 卸売市場における輸出証明書（原発事故関連）の受領業務を希望する成田市場などに対して、具体的な手続きに関する説明を実施。国の機関以外では初となる成田市場において、11月1日から輸出証明書の受領を開始。この他、福岡市中央卸売市場含め4カ所の卸売市場において対応を検討中。
 - 漁獲証明書を発行する都道府県については、これまでの4県に加え、新たに9道県について発行業務を開始。拡大目標を達成し、現場のニーズに概ね対応。
- 各種輸出関連証明書の申請手続きに関する検索サイトの開設
今後、関係省庁間で連携しながら年度内の開設に向けてシステムの構築作業を実施。
- NACCSにより一元処理できる証明書の範囲を拡大
関係省庁等で技術的協議を実施後、プログラム開発を実施。平成29年1月より接続試験を行っており、平成29年3月19日より、正式運用を開始予定。



課題

- 輸出証明書（原発事故関連）の卸売市場における交付窓口の拡大。
- NACCSにより一元処理できる証明書の範囲が拡大されたことについて、引き続き、メリット等も併せて輸出関連事業者に周知していく。

- 主要空港の植物防疫所・動物検疫所は24時間365日体制で対応。
- それ以外の場所でも事業者の要請に応じて早朝・夜間、土日・祝日も柔軟に対応。

28年度実績

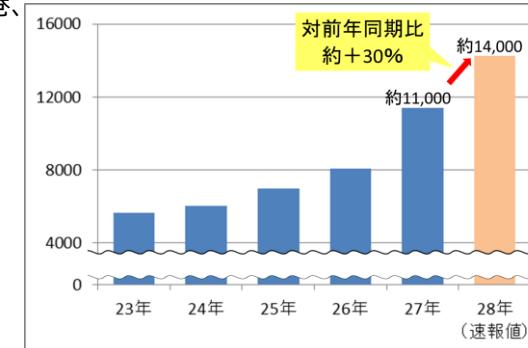
- 主要空港※において、24時間365日体制で対応中。

※〔植物防疫所〕新千歳空港、成田空港、羽田空港、中部空港、関西空港
 〔動物検疫所〕新千歳空港（平成29年10月予定）成田空港、羽田空港、
 中部空港、関西空港、那覇空港

- 事業者からの要請に柔軟に対応し、上記以外の空海港や栽培地・集荷地・市場等においても輸出検査を実施中。

- ホームページを充実し、輸出に関する検疫制度をわかりやすく周知するとともに、設置した植物防疫所・動物検疫所の輸出相談窓口（平成28年3月設置）に寄せられた事業者等からの問い合わせに対して、きめ細やかな対応を実施中。

●集荷地検査の実績：約14,000件（平成28年）



長野県川上村のレタス（台湾向け）



豊明花き地方卸売市場（愛知県）の花き・苗類

●輸出相談窓口への問い合わせ件数（平成28年）

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
植物防疫所	666	624	615	595	666	580	860	698	659
動物検疫所	368	314	352	363	316	323	252	319	269

課題

- 栽培地・集荷地・市場等の検査件数が年々増加していることから、人員の確保、検査場所の集約等を踏まえて、より効率的に検査を実施できる体制が必要。

- ・日本製品の品質や特色、管理体制をJAS制度等の基準認証制度を活用して海外市場にもアピール。
- ・知的財産制度の活用により、海外市場においても日本製品のブランド化を推進。

28年度実績

<JAS>

- 海外市場では、食文化や商慣行が国・地域により異なる中、取引上必要な情報や信頼は規格・認証により担保。輸出力強化に当たっては、規格・認証を活用し、海外の取引先へ訴求していくことが重要。
- こうした背景の下、国際規格との連動を見据えた我が国の強みのアピールにつながる規格、マーク、規格化の促進策等について課題と対応方向を整理。JAS法改正法案を閣議決定・国会提出（平成29年2月28日）。

<食品安全管理規格>

- 食品安全マネジメント協会は7月26日、食品安全管理の規格と認証の仕組みを定めた文書を公表し、同日付で運用を開始、最初の認証（9月）から1年間に10件以上の認証実績を積上げる計画（平成29年2月までに5件の認証）。

<GAP>

- GLOBALG.A.P.の認証取得数は27年度末は340経営体であったが、28年度は、新たに90経営体以上が認証を取得する見込み。
- 日本GAP協会は、国際的に通用する規格として策定したJGAP Advanceの運用を9月に開始し、1月までに53経営体が認証を取得。新たに畜産分野のJGAPの検討を行う部会を同協会に設置し、来年度からの運用開始を目指し策定作業を進めているところ。
- これらの認証は東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会が定める農畜産物の食材調達基準に位置付けられる見込み。

<地理的表示 (GI) >

- 地理的表示 (GI)保護制度の運用を平成27年6月に開始。これまで、神戸ビーフ、夕張メロンなど28の産品を登録。
- 国際協定により地理的表示の相互保護を行うため、地理的表示法を改正（12月26日施行）。

<植物品種登録>

- 海外で品種登録していなかったぶどう「シャインマスカット」、いちご「紅ほっぺ」等の種苗が海外に流出していること、また、収穫物の一部が第三国に輸出されていることが判明。
日本で開発された優良な品種について、第三国での無断栽培を防止するため、海外での品種登録（育成者権取得）を支援。海外出願相談窓口の設置や、海外品種登録出願マニュアルを整備。

課題

- JASについて、一見して内容が分かるマークの整備、海外におけるマークの保護を進めることが必要。また、日本産品の高附加值化につながるJAS規格の制定支援・人材育成を継続的に実施していくことが必要。さらに、国際規格との連動に向けた対応が必要。
- 日本発の食品安全管理規格の国際規格化に向け、認証実績を積むとともに、国際的な民間団体が求める食品安全の取組に関する基準と同等の内容であることを様々な機会をとらえて説明していくことなどにより、国際的認知度を高めることが必要。
- GAPの認証取得拡大に向けて、普及指導員などを指導者として育成するとともに、団体認証を推進するなど、コンサルタント費用、審査費用の低減を図り、取得に要する経費を縮減することが必要。
- JGAP Advanceの国際規格化に向け、国際的な民間団体が求める食品安全の取組に関する基準と同等の内容であることを様々な機会をとらえて説明していくことなどにより、国際的認知度を高めることが必要。
- 地理的表示の相互保護を早急に実現していくため、戦略的に交渉を進めていくことが必要。
- 海外で育成者権の保護を求めるためには、国際条約で定めた期限内に品種登録出願をしなければ栽培を差し止めることができず、我が国からの輸出の妨げになるおそれがあるため、今後の輸出促進に繋がる優良な品種を開発した育成者権者は期限内（販売開始から4年（果樹は6年））に、海外への出願を進める必要。このため、国は引き続き、相談体制の整備及び出願の経費等の支援を進めていく必要。
- 日本産食品に多く含まれる既存添加物や畜肉エキスの使用が海外で認められるための取組や、EU向けへの畜産物の輸出を可能にするための第三国リスト掲載等の取組を支援する必要。

5．戦略を確実に実行する (推進体制)

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を検証し、来年度の取組方針を検討。

28年度実績

- 企画戦略会議を設置するなど、輸出戦略実行委員会の組織・メンバーの見直しを実施。
- 企画戦略会議において、「国・地域別イベントカレンダー」の作成・公表やプロモーションデザインの統一等について議論、実施。
- 品目及びテーマ別部会において、戦略実施の具体方策の検討や実行状況の検証等を実施。
- 地方部会において、都道府県同士の連携等を検討、調整。

輸出戦略実行委員会

構成：品目別団体（コメ・コメ加工品、青果物、花き、茶、畜産物、加工食品（菓子）、林産物（木材）、水産物）、全国知事会、日本貿易会、JETRO、食品産業センター、全農、全中、関係省庁（農水、内閣官房、知財事務局、外務、財務、厚労、経産、国交、観光）
目的：農林水産業の輸出力強化戦略に基づき、オールジャパンでの輸出拡大に取り組む

企画戦略会議

「国・地域別イベントカレンダー」の作成、プロモーションデザインの統一等に取り組む。

品目部会

輸出商社等の専門家も含めた議論の場を設置し、品目毎の取組をPDCAサイクルにより検証。

加工
コメ
品
部
会

青
果
物
部
会

花
き
部
会

茶
部
会

畜
産
物
部
会

加
工
食
品
部
会

酒
類
部
会

林
産
物
部
会

水
産
部
会

テーマ別部会

物流、ハラールなど品目横断的な主要テーマについて、輸出を促進／障害を除去するための方策を議論。

地方部会

戦略の地方への浸透。都道府県等が行っている輸出の取組との連携、調整。

課題

- 企画戦略会議や地方部会において品目横断的な情報共有、検討が行われ始めているが、品目部会等品目毎の検討がメインとなっており、さらに全体戦略を示した上で品目横断的にプロモーションや輸出の実行方策の検討を行っていくことが必要。

- 現地において、官民が現地の情報や課題を共有する体制を整備。
- 在外公館・JETRO在外事務所等による現地チームにおいて、課題解決のための事実関係確認や働きかけを実施。

28年度実績

【官民の情報・課題共有のための体制整備】

- 主要30カ国以上の国・地域において、在外公館、JETRO海外事務所、現地日系食品関連事業者等が現地の情報や課題を共有する体制を整備。会議を開催し、現地の規制やビジネス情報等の共有を実施している。

<取組例> 上海

在上海総領事館、JETRO上海事務所、現地日系食品関連企業（44社）が参加した海外連絡協議会として開催。議題に応じ、地方自治体事務所もメンバーとして参加。

現地政府の発表等に関する情報提供、外部講師による食品関係の法改正に関する講演等を行うと共に、個別企業の活動状況や課題を共有している。また、報告された課題について、解決に向けた意見交換を実施している。

【課題解決のための現地チーム】

- 輸出力強化戦略において重点国とする米国、香港、欧州など21か国・地域を対象に在外公館、JETRO在外事務所の担当者等で構成された現地チームを整備（昨年12月に外務省ウェブサイト等にて公表）
- 現地チームは、国内外で寄せられた輸出事業者や食品事業者が直面する様々な課題について、規制やその運用手続き等の改善・明確化に向けた情報収集や輸出先国政府への働きかけなどの取組を実施。

28年度実績（続き）

<これまでの取組状況>

- 日本産農産物・食品の輸出に取り組む約120の事業者から課題を聴取。
- 東アジアでは放射性物質規制及び商品情報登録・表示規制、東南アジアでは商品情報登録・表示規制、北米、EU及び大洋州では検疫規制が課題として多く寄せられた。

検疫規制	商品情報登録・表示規制	放射性物質規制	食品添加物規制	関税	食品安全規制	賞味期限	物流規制	通関手続	その他	合計
19	14	13	13	12	6	5	5	3	17	107

- 昨年11月からこれまでに中国、韓国、EU等における約20件の課題について対応済。対応した課題について、関係者間で共有を図っている。

課題

- 海外での体制については、活動が始まったばかりのところも多く、他国・地域の取組例や課題を共有することで、活動を発展させていくことが必要。
- 国・地域ごとに、市場の詳細なニーズ、品目毎の商流や物流、有力な輸出事業者、卸、小売、外食産業等の情報把握に努めるとともに、これら事業者との繋がりを深め、相談対応や継続的な支援などを行うことが必要。
- 海外連絡協議会なども活用しつつ、引き続き課題の把握とその対応を速やかに行うとともに、相手国制度の運用面に問題があるもの（例：通関手続きに時間が掛かる）についても、相手国政府への働きかけを行っていく。