

「我が国農林水産物・食品の総合的な輸出戦略」

1. 基本的な考え方

(1) 輸出の現状、目的

近年、世界的な日本食の広がりやアジア諸国等における経済発展に伴う富裕層の増加等により、高品質な我が国の農林水産物・食品(以下「農林水産物等」という。)の輸出は拡大傾向で推移してきた。

平成16年には、農林水産物等の輸出額(アルコール飲料、たばこ及び真珠を除く)は2,954億円であったところ、平成19年の輸出額(同)は4,337億円に増加しており、3年間で約1.5倍になっている。

しかしながら、平成20年は、年初来の水産物の輸出の減少に加え、秋以降は、世界的な景気後退や円高の進行等の影響により、輸出をめぐる環境は相当厳しいものとなっており、輸出の本格的な拡大には世界経済の回復が必要な状況である。

平成20年の輸出額(同)は、10月以降に急な停滞をみせたものの、なお前年比微減(0.6%減)程度にとどまったが、平成21年第1四半期の輸出額(同)は、前年同期比22.1%減と、日本の輸出総額の減少率(46.9%減)よりは減少率が小さいものの、大幅な減少となっている。

他方、我が国農林水産物等の輸出は、農林漁業者や食品産業事業者(以下「農林漁業者等」という。)にとって、新しく可能性に富んだ需要の開拓による生産品目の再編・調整、生産量の拡大、天然資源の持続性の確保を図りつつ行うものであり、経営に対する意識の改革による主体性と創意工夫の発揮を通じ、農林漁業者等の経営の発展を図るために行うものである。

また、輸出の取組においては、事業採算に載せるための量を取りまとめる努力の中で、産地の活性化や担い手の育成・確保につながることも期待される。

さらに、我が国の国民全体にとっては、国内生産力の強化を通じて食料安全保障に資するとともに、各種地域振興施策とも相まって、地域経済の活性化にもつながっていくものである。

また併せて、農林水産物等の輸出は、日本と諸外国との経済的な結びつきを強化するとともに、日本食文化の海外への情報発信を合わせて行うことにより、世界各国の人々に日本に対する親しみと理解を深めても

らうことにも結びついていくものである。

このため、厳しい輸出環境の中でも、引き続き、我が国農林水産物等の海外販路を維持し、充実を図るべく努力する必要がある。

(2) 基本的な方針

我が国農林水産物等の海外販路を維持し、充実を図るに当たっては、輸出環境の整備、品目、国・地域別の戦略的な輸出対策、意欲ある農林漁業者等に対する支援、日本食・日本食材等の海外における需要開拓、の4点を柱として推進する。

また、平成21年度においては、特に、上記の品目、国・地域別の戦略的な輸出対策及び日本食・日本食材等の海外における需要開拓について、一層の拡充・充実を図ることとする。

と のそれぞれの主な改善点は以下のとおり。

品目、国・地域別の戦略的な輸出対策

既存の重点個別品目と重点国・地域に加え、支援事業をさらに集中的に実施する品目・地域を新たに設定し、フロンティアの開拓を図る。

日本食・日本食材等の海外における需要開拓

戦略的な広報を実施するとともに、現地商流ネットワークの構築により海外のさらなる需要開拓を図るといった国際ニッポン食品フロンティア構想を推進する。

(3) 目標における農林水産物等の輸出額の範囲

アルコール飲料、たばこ及び真珠の3品目については、従来は我が国の農林水産物等の輸出額の対象外としていた。

他方、これら3品目については、

原料が農水産物であり、アルコール飲料や真珠の関係者からは輸出促進を求める要望があること

日本酒や焼酎等のアルコール飲料は日本食文化の重要な構成要素の一つとなっており、農林水産物等の輸出促進を図る上で、アルコール飲料と一体的に海外での展示・商談会やPRを実施することが効果的であること

国際的な統計や我が国の農林水産物の輸入統計において、アルコール飲料及びたばこが農産物に含まれていることとの整合性を図ることから、平成21年7月以降は、これら3品目についても農林水産物等の輸

出額の範囲に含めることとする。

なお、輸出額の現状の説明においては、これまでとの比較ができるように3品目を除いた輸出額を併せて公表することとする。

(参考) 農林水産物等の輸出額

(単位：億円)

	H16年	H17年	H18年	H19年	H20年
3品目を除いた額	2,954	3,310	3,739	4,337	4,312
3品目を加えた額	3,609	4,008	4,490	5,160	5,078

(4) 輸出の長期目標

政府としては、これまで我が国農林水産物等の輸出額を平成25年までに1兆円規模とするとの目標を掲げ、官民一体となった取組を進めてきたところである。

昨今の情勢は上述のとおり相当厳しいものとなっているが、輸出については息の長い取組として現行の目標の下、継続して努力する。

2. 輸出環境の整備

農林水産物等の輸出については、動物検疫、植物検疫や食品の衛生、表示規制等、様々な制度につき、相手国・地域(以下「相手国」という。)のルールに適合させることが不可欠であり、それらのルールへの適合の取組を一層促進することが必要である。

一方、これらの諸外国のルールの中には、事業者の努力だけでは対処が困難な相手国・地域政府(以下「相手国政府」という。)からの要求や相手国の制度等が含まれており、日本の農林水産物等を輸出するに当たって阻害要因となっているものもある。

このため、国として相手国政府に対する検疫等のルールの改善等の要請に取り組み、相手国政府が求める輸出条件を満たすために農林漁業者等が取り組まなければならない対応策に対する負担を軽減し、輸出に取り組み易い環境の整備を図ることとする。

具体的には、 検疫協議の加速化による検疫問題の解決や輸出検査体制の強化、 輸出に係る証明書の円滑な発行、 有機 J A S 規格の同等性に関する相手国審査の迅速化のための相手国政府への要請、 輸出の拡大が期待される品目の関税撤廃・削減、 加工施設等における H A C C P 手法（危害分析重要管理点手法）の導入、 生産段階における G A P 手法（農業生産工程管理手法）の導入に取り組む。

(1) 検疫協議の加速化による検疫問題の解決や輸出検査体制の強化

世界的に高品質な牛肉、果実、野菜については、国内の要望や相手国内の需要を踏まえ、検疫上の技術的な課題が比較的早く解決する見込みのあるものについて、優先的に相手国検疫当局との間で科学的根拠に基づいた輸出の解禁等に係る技術的協議を進めるなどの戦略的対応を図る。

また、集荷地における農産物の輸出検査の実施に一層取り組むとともに、輸出産地に対する相手国の病害虫の検疫措置に関する説明会等を通じた植物防疫面からの助言・指導の徹底を図る。

(2) 輸出に係る証明書の円滑な発行

水産物、食肉、牛乳・乳製品等の輸出に当たっては、一部の国・地域から添付が求められている衛生証明書等の証明書の発行について、一層円滑な発行を図る。また、今後とも、証明書の発行を求める相手国政府に対しては、その証明書の項目・内容を確認した上で、妥当性等を十分検証し、1回の取得で数か月間の輸出が可能となる等の発行頻度の低減や、国、地方自治体以外で検査・認定を行っている組織に対する証明書発行主体としての承認を求める等、輸出を行おうとする者が輸出し易い環境の整備に努める。

(3) 有機 J A S 規格の同等性に関する相手国審査の迅速化の要請

我が国の有機 J A S 規格と相手国の有機生産規格の同等性の審査については、継続中の審査の迅速化を相手国政府に要請するとともに、新たにアクセス改善要望のあげられた国に対しては審査を要請する。

(4) 輸出の拡大が期待される品目の関税撤廃・削減

E P A 交渉等を通じ、輸出の拡大が期待される品目について、交渉全体の状況等にも適切に配慮しつつ、相手国政府に対し関税の撤廃・削減を求める。

(5) 加工施設等におけるH A C C P手法の導入

米国やE U等の一部の国・地域に水産物や牛肉を輸出するために必要な取扱施設としての認定取得を促進するため、講習会の開催、専門家の派遣、ガイドラインやマニュアルの策定・提示、H A C C P手法に基づいた衛生管理向上のための施設整備に対する支援を行う。

(6) 生産段階におけるG A P手法の導入

消費者や食品産業事業者等の信頼確保につながるG A P手法の全国的な導入・普及とともに、先進的な農業者による輸出にも対応し得るG A P手法の導入についても、講習会の開催、専門家の派遣、ガイドラインやマニュアルの策定・提示や普及指導員等による生産現場での指導・助言を含めた支援を行う。

3 . 品目、国・地域別の戦略的な輸出対策

輸出を取り巻く環境は、品目ごと、仕向先の国・地域ごとに異なることから、重点的に輸出促進を図る品目と国・地域の「組み合わせ」(以下「重点個別品目と重点国・地域」という。)を設定し、支援措置において、戦略的に集中した取組を行うこととする。

(1) 重点個別品目と重点国・地域及び特定重点品目と特定重点地域の設定

重点個別品目と重点国・地域を別添のとおり設定するとともに、11の主要品目それぞれについて支援措置に関する工程表を策定する。これらの重点個別品目と重点国・地域については、知的財産戦略・ブランド戦略の推進、供給基盤の強化支援等、各種の対策を組み合わせで支援措置を実施する。

また、重点個別品目と重点国・地域の中で、特に潜在的な市場規模や従来からの市場規模が大きい品目と地域の「組み合わせ」(以下「特定重点品目と特定重点地域」という。)を設定し、支援措置をさらに集中的に実施することにより、フロンティアとしての開拓に取り組む。

東アジア向け 米・野菜・果実・木材

東南アジア向け 食肉・水産物

北米向け 食肉・茶・水産物

中東向け 加工食品

なお、重点個別品目と重点国・地域及び特定重点品目と特定重点地域の設定については、各仕向先における市場の分析を行いつつ、適切に見直しを図ることとする。

(2) 品目別の工程表の策定

輸出の拡大に向けては、品目ごとの課題解決に向けて行政、関係団体、産地関係者等が一体となって、取組の手順と実施時期を明確化した工程表を別添のとおり策定し、取組の計画的な推進を図る。また、工程表については、毎年、取組の進捗状況を検証しつつ見直しを行う。

さらに、各品目ごとに模範的な輸出の取組を確立するとともに、それらの取組を基礎として新たに追随する取組が広まるよう、意欲ある農林漁業者等の協力を得て「輸出ビジネスモデル戦略」を策定し、輸出ビジネスモデルを確立する。

(3) 知的財産戦略・ブランド戦略の推進、供給基盤の強化への支援

海外で第三者が我が国の地名等を商標等として取得している問題について、都道府県等利害関係者による出願状況の監視等の取組について支援を行い、知的財産に関する研修会、相談窓口等を通じて対応方策等の情報提供を行うとともに、関係府省で連携を図り外国政府に対し我が国の著名な商標の保護を申し入れるなどの対応を図る。

他国産品との差別化、信頼力を高めるブランド化が図られるよう、果実と和牛における統一マーク、水産物の水産エコラベルの普及を推進する。

また、高付加価値化を図るとともに、海外のバイヤーの求める数量や出荷期間等のニーズに応えられるよう、相手国の嗜好に合わせた品種の導入、輸出の取組の面的拡大、貯蔵施設の整備等により、輸出に向けた供給基盤の強化を図る取組を支援する。

(4) 技術開発の推進

農林水産物等の輸出を進める上で必要な輸送、包装、保存技術、品種識別のための分析技術等の研究開発を進めるとともに、それらの情報共有を進める。

4．意欲ある農林漁業者等に対する支援

意欲をもって創意工夫しつつ新たな販路開拓に取り組む農林漁業者等の活動のみならず、海外において獲得した販路の維持・定着のため継続して輸出に取り組む農林漁業者等の活動に対しても、きめ細かな事業者支援活動を行う。

具体的には、国内外バイヤーとの商談機会の提供、丁寧な相談体制等の充実、意欲ある農林漁業者等の海外における事業活動に対する支援、セミナー等を通じた市場動向等の提供を行う。また、農林漁業者と商工業者等との連携を通じ、新商品の開発、生産、販売を促進する。

(1) 国内外バイヤーとの商談機会の提供

相手国のバイヤーが一堂に集う国際見本市・商談会等への日本パビリオンの設置や海外における独自の商談会等の開催により、バイヤーとのマッチングを支援する。

また、意欲ある農林漁業者等の産品が海外の消費者に浸透・定着するよう、日本産品のアンテナショップ（常設店舗）の開設や、現地の百貨店等における日本食材フェアを実施する。

さらに、国内においても海外のバイヤー等と商談ができるよう、品目横断的な商談会に加え、業種別・品目別の商談会を全国各地で開催する。

(2) 丁寧な相談体制等の充実

どの国のどのような層がどんな食品等を求めているのか、輸出にどのような証明書が必要なのかといった、主要相手国の購買層や需要動向、輸入制度等に関する市場調査及び分析を提供する。

また、相手国に起因する輸出上の問題については、農林水産省、外務省等の関係府省、日本貿易振興機構(注)が連携を図り一体となって、相手国政府への申し入れも含め問題の解決に努力する。その際、東アジア食品産業活性化戦略とも連携を図り、同戦略の一環として設置された食品産業海外連絡協議会を活用し、海外で発生したトラブル等について、現地での相談等を行う。

国内に起因する輸出上の問題については、農林水産省と日本貿易振興機構等が連携を図り、丁寧な相談体制等の充実を図るとともに、関係府省と協力して問題の解決に努力する。特に、日本貿易振興機構における海外事務所のコーディネーターの配置を大幅に拡充するとともに、地方農政局が中心となって、国の地方支分部局、地方公共団体、日本貿易振興機構の貿易情報センター等の参画の下で設置した地域の輸出促進に係る協議会において、農林漁業者等に対するきめ細かなニーズへの丁寧な

対応を図る。

(注) 日本貿易振興機構：農林水産物・食品の一層の輸出促進を図るため、平成20年4月に「農林水産物等地域産品輸出促進本部」を発足させるとともに、21年1月に「農林水産部」を設置し体制を強化。

(3) 意欲ある農林漁業者等の海外における事業活動に対する支援

明確な目標を設定し戦略的に輸出に取り組もうとする農林漁業者等の事業体による、豊かな経験と知見を有する輸出プロモーターの活用、輸出能力養成のための研修会の開催、相手国の市場調査、海外のバイヤーや消費者に対する販売促進活動、パンフレットの作成、ブランドの基準づくり等の様々な取組に対する支援を行う。

(4) セミナー等を通じた市場動向等の提供

意欲ある農林漁業者等が、輸出に取り組むに当たっての留意点や解決すべき点についての情報、輸出先国の諸制度や支援措置に係る情報、先進的に輸出に取り組む農林漁業者等や国内外バイヤーからの情報等を得られるよう、地方農政局が中心となって全国各地で輸出セミナーを開催する。また、ホームページやメールマガジンの充実により直接必要な情報がタイムリーに得られるようにする。

(5) 農商工連携を通じた新商品の開発、生産、販売の促進

「中小企業者と農林漁業者との連携による事業活動の促進に関する法律」の枠組みを活用し、輸出の拡大につながる中小企業者と農林漁業者との有機的な連携に対し支援を行う。

5 . 日本食・日本食材等の海外における需要開拓

- 国際ニッポン食品フロンティア構想の推進 -

これまで、農林水産物等の輸出促進については、国内における協議会の設置等の体制作りを行ってきたところであるが、これに加え、海外の輸入業者、卸売業者、飲食店業者、小売業者、料理学校関係者等が、日本貿易振興機構、各在外公館、日本食功労者等とともに参加する輸出促進のための世界的なネットワークを構築し、日本産農林水産物等に対する需要の開

拓とマッチング支援を行う。

また、海外において日本食・食材が健康面でも優れていること等について注目され、広まりつつあることに着目し、このようなネットワークを活用しつつ、日本食・食材の普及をより一層推進することにより、農林水産物等の輸出に向けた強固な基盤づくりを進める。

これらの事業については、「国際ニッポン食品フロンティア構想」として、相互の連携を図りつつ推進する。

(1) 海外の日本食レストランを通じた日本食の普及活動

平成19年3月に海外日本食レストラン推奨有識者会議から提言された「日本食レストラン推奨計画」を踏まえ、NPO法人日本食レストラン海外普及推進機構（JRO）により、各地の日本食レストランのネットワークの構築を進めてきた。今後もその動きを加速するとともに、ネットワークを活用した海外の日本食レストランで日本食材フェア・商談会の開催、レストランショーへの出展、産地見学会を実施する。

(2) 日本食材を活用する人材の育成

国内外の料理学校等を活用して、日本酒を含む日本食料理の調理技術の実習等を行うことにより、現地料理や日本料理に日本産食材を利用できる海外の人材を育成する。

(3) 広報内容の充実及び戦略的な広報の実施

重点個別品目と重点国・地域に即した広報資材を作成し、国際見本市、商談会等の開催時期や常設店舗の開設期間等最も効果的な時期に集中的に広報活動を行う。その際、味や外観といった日本食材の高品質性等に訴求ポイントを絞るとともに、レシピを提供する等、戦略的に広報内容を充実する。

また、相手国との検疫協議により輸出条件の一致をみた時期や、日本と相手国との修好記念の時期等に合わせて、相手国の富裕層等に対し日本食・日本食材等の魅力を効果的に伝えるイベントを開催する。

(4) 人的つながりの構築によるマッチング支援活動の展開

日本貿易振興機構と連携し、現地商流ネットワークの構築やフォローアップを進める。

(5) 「WASHOKU-Try Japan's Good Food」事業等の実施

輸出の拡大が期待される国に所在する在外公館が主催する会食等で、オピニオンリーダー等に対し旬の高品質な日本食材を用いた日本食等を提供する（「WASHOKU-Try Japan's Good Food」事業）。本事業の実施に当たっては、日本食の料理講習を併せ実施する等、当該国に対する輸出の拡大に結びつくような取組となるよう留意する。

また、海外に在住し日本食・日本食材等の海外での紹介・普及等に多大に貢献してきた功労者に対し表彰を行う。

(6) 関係府省等の関連事業との連携

外務省をはじめとする関係府省が日本に招聘した海外の要人に対し日本料理を提供する国内版「WASHOKU-Try Japan's Good Food」事業を実施する。また、国土交通省のビジット・ジャパン・キャンペーンと連携し、海外の旅行博覧会において世界の旅行業者等に対し日本の魅力とともに日本食・日本食材等の魅力を発信するとともに、来日外国人観光客に対するPRを行う。

さらに、在外公館を中心としつつ、日本貿易振興機構、国際交流基金、国際観光振興機構等の海外事務所・施設を情報発信拠点として活用するとともに、国際交流基金が実施する食文化交流事業の協力を得て、日本に関心を持つ海外の消費者に対し日本食・日本食材等の魅力を発信する。