

東海地域における農林水産物・食品の 輸出促進について (政策編①-1)



令和6年2月

東海農政局経営・事業支援部 輸出促進課

目次



- 1.これまでの政府の輸出促進政策の動き・・・・・・・・・・・・・・・・・・p.2～
- 2.農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（R 4年12月改訂）・・・p.4～

1.これまでの政府の輸出促進政策の動き

政府の輸出促進政策

- 政府の輸出促進政策の方針は、総理大臣を本部長とする「**農林水産業・地域の活力創造本部**」が決定する「**農林水産業・地域の活力創造プラン**」において決定。
- 2019年4月、「**農林水産物・食品の輸出拡大のための輸入国規制への対応等に関する関係閣僚会議**」を設置し、2019年6月、農林水産物・食品の更なる輸出拡大に向けた課題と対応の方向を取りまとめ。
- 2019年11月、輸出先国による食品安全規制等に対応するため、輸出先国との協議等について、政府一体となって取り組むための体制整備等を内容とする、「**農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律**」が成立（令和2年4月1日施行）。
- 食料・農業・農村基本計画（令和2年3月31日閣議決定）において、**2030年までに農林水産物・食品の輸出額を5兆円とする**目標を設定。
- 2020年4月、輸出促進法に基づき、政府全体の司令塔組織となる「**農林水産物・食品輸出本部**」を設置し、「**農林水産物及び食品の輸出に関する基本方針・実行計画**」を策定。
- 経済財政運営と改革の基本方針2020・成長戦略フォローアップ（令和2年7月17日閣議決定）において、中間目標として、**2025年までに農林水産物・食品の輸出額を2兆円とする**目標を設定。
- 2020年12月、総理大臣を本部長とする「**農林水産業・地域の活力創造本部**」において「**農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略**」を決定。
- 2021年12月、総理大臣を本部長とする「**農林水産業・地域の活力創造本部**」において「**農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略**」を改訂し、輸出促進法等の改正など施策の方向を決定。
- 2022年5月、「**農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律等の一部を改正する法律**」が成立（令和4年10月1日施行）。改正法の成立を受け、2022年6月、「**農林水産業・地域の活力創造本部**」において「**農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略**」を改訂。
- 2022年12月、「**食料安定供給・農林水産業基盤強化本部**」において「**農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略**」を改訂。

輸出促進法に基づく農林水産物・食品輸出本部の下での実施体制

- 輸出促進法に基づき、農林水産省に「農林水産物・食品輸出本部」を設置（令和2年4月）。
- 「農林水産物・食品輸出本部」の下で、実行計画を策定し、輸出先国における規制に係る協議やHACCP施設の認定等の国内対応を進捗管理。

農林水産物・食品輸出本部

【本部長】 農林水産大臣

【本部員】 総務大臣 外務大臣 財務大臣 厚生労働大臣 経済産業大臣 国土交通大臣 復興大臣

農林水産物・食品輸出本部事務局

【事務局長】 農林水産省 輸出・国際局長

【事務局長代理】 農林水産省 大臣官房審議官（輸出本部担当）

【次長】 農林水産省 輸出・国際局 輸出企画課長
総務省、外務省、財務省、厚生労働省、経済産業省、国土交通省及び復興庁
の課長級の併任者

※ 農林水産省に関係府省庁の総合調整機能を付与するための閣議決定

※ 輸出本部の庶務は農林水産省輸出・国際局輸出企画課が処理する。

基本方針の策定

・輸出先国との協議 ・輸出円滑化措置（証明書発行・施設認定等） ・事業者支援 等

実行計画（工程表）の作成・進捗管理

・対米・対EU HACCP施設の認定等のスピードアップ ・輸出先国との協議の一体的実施 等

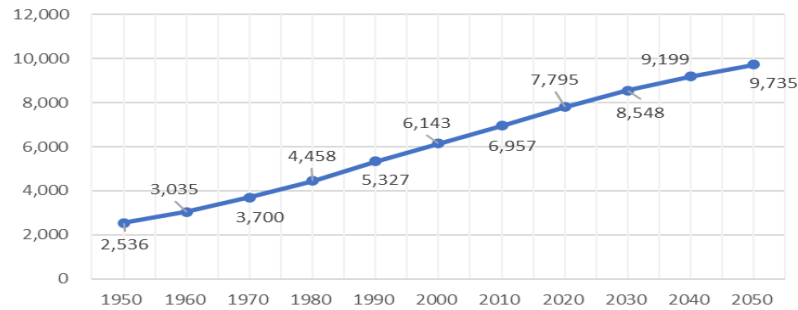
2.農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（R4年12月改訂）

日本が置かれている状況や背景について

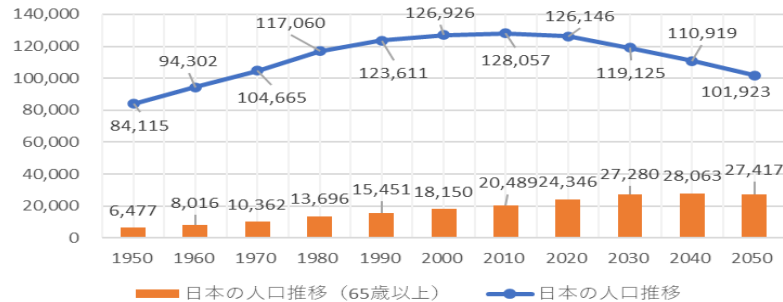
世界の人口と飲食料市場規模の今後の見込み

- **我が国の飲食料市場規模**は、今後、人口減少や高齢化の進展により、**減少**する見込み。
- 一方、世界人口の増加と食生活の変化により、**世界の食料需要**は**増加**する見込みであり、我が国の農林水産業及び食品産業が継続的に維持・発展していくためには、国内需要だけでなく、**海外需要も獲得**していくことが必要。

世界の人口推移（単位：100万人）



日本の人口推移（単位：1,000人）



国別・部門別の飲食料市場規模

	2015年				2030年			
	生鮮品	加工品	外食	合計	生鮮品	加工品	外食	合計
アジア	221	146	57	424	409	292	93	794
中国	137	95	33	265	243	204	52	499
インド	36	8	4	48	80	19	4	104
インドネシア	13	6	3	22	32	10	6	48
その他アジア	35	37	18	89	54	59	30	143
北米	47	93	83	223	55	105	125	284
アメリカ	37	72	76	186	41	80	118	239
その他北米	10	21	7	38	14	24	7	45
ヨーロッパ	53	97	60	211	62	105	75	242
南米・オセアニア	12	12	9	32	15	16	14	45
34か国・地域計	333	348	210	890	541	518	306	1,364

出典：総務省統計局「世界の統計 2022」

出典：農林水産研究所「世界の飲食料市場規模の推計」

農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（R4年12月改訂）について



戦略の趣旨

- 2025年2兆円・2030年5兆円目標の達成は、海外市場で求められるスペック（量・価格・品質・規格）の産品を専門的・継続的に生産・販売する（＝「マーケットイン」）体制整備が不可欠



改訂の概要

- 輸出促進法等の一部改正法の施行（R4年10月1日）等を踏まえ、R5年度に実施する施策、R6年度以降の実施に向け検討する施策について、その方向性を決定

3つの基本的な考え方と具体的施策

1. 日本の強みを最大限に発揮するための取組

- ①輸出重点品目(29品目)と輸出目標の設定
- ②輸出重点品目に係るターゲット国・地域、輸出目標、手段の明確化
- ③品目団体の組織化とその取組の強化
- ④輸出先国・地域における専門的・継続的な支援体制の強化
- ⑤JETRO・JFOODOと認定農林水産物・食品輸出促進団体等の連携
- ⑥日本食・食文化の情報発信におけるインバウンドとの連携

2. マーケットインの発想で輸出にチャレンジする事業者の支援

- ⑦リスクを取って輸出に取り組む事業者への投資の支援
- ⑧マーケットインの発想に基づく輸出産地・事業者の育成・展開
- ⑨大ロット・高品質・効率的な輸出等に対応可能な輸出物流の構築
- ⑩輸出向けに生産・流通を転換するフラッグシップ輸出産地の形成
- ⑪輸出を後押しする農林水産事業者・食品事業者の海外展開の支援

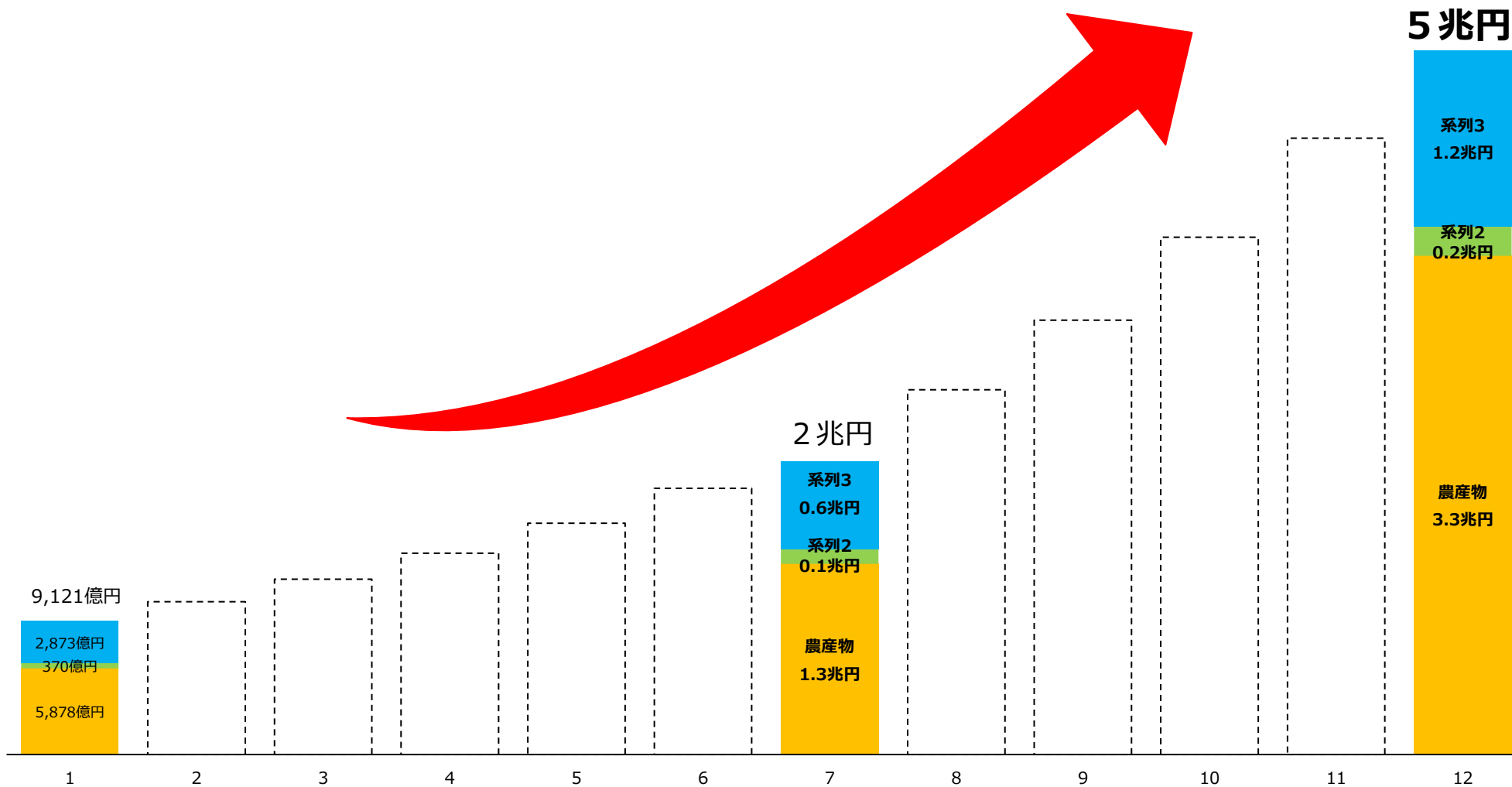
3. 政府一体となった輸出の障害の克服

- ⑫輸出先国・地域における輸入規制の撤廃
- ⑬輸出加速を支える政府一体としての体制整備
- ⑭輸出先国・地域の規制やニーズに対応した加工食品等への支援
- ⑮日本の強みを守るための知的財産対策強化

4. 国の組織体制の強化

新たな農林水産物・食品の輸出額目標

農林水産物・食品の輸出額を、2025年までに2兆円、2030年までに5兆円とすることを目指す。



※少額貨物（1ロット20万円以下）を新たに輸出額のカウントに追加



輸出拡大実行戦略に基づく具体的な施策①(輸出重点品目(29品目)の選定)

○海外で評価される日本の強みを有し、輸出拡大余地が大きく、関係者が一体となった輸出促進活動が効果的な29品目を輸出重点品目に選定。

輸出重点品目	海外で評価される日本の強み
牛肉	和牛として世界中で認められ、人気が高く、引き続き輸出の伸びに期待。
豚肉、鶏肉	とんかつ、焼き鳥など日本の食文化とあわせて海外の日本ファンにアピールすることで、今後の輸出の伸びに期待。
鶏卵	半熟たまごが浸透し、生食できる卵としての品質が評価され、更なる輸出の伸びに期待。
牛乳・乳製品	香港や台湾で品質が高評価。アジアを中心に輸出の可能性。
果樹(りんご、ぶどう、もも、かんきつ、かき・かき加工品)、野菜(いちご)	甘くて美味しく、見た目も良い日本の果実は海外でも人気。
野菜(かんしょ等) ※	焼き芋がアジアで大人気。輸出が急増。
切り花	外国にはない品種に強み。輸出の伸び率が高い。
茶	健康志向の高まりと日本文化の浸透とともに欧米を中心にせん茶、抹茶が普及。
コメ・パックご飯・米粉及び米粉製品	冷めても美味しい等の日本産米は寿司やおにぎり等に向き、日本食の普及とともに拡大が可能。
製材	スギやヒノキは、日本式木造建築だけでなく香りの癒しの効果も人気で、今後の輸出の伸びに期待。
合板	合板の加工・利用技術は、日本の得意分野。日本式木造建築とともに、今後の輸出の伸びに期待。

輸出重点品目	海外で評価される日本の強み
ぶり	脂がのっている日本独自の魚種。近年、米国等への輸出額が増加。
たい	縁起のよい赤色は中華圏でも好まれる。活魚輸出の増加に期待。
ホタテ貝	高品質な日本産ホタテ貝は世界で高く評価。水産物では輸出額ナンバーワン。
真珠	真珠養殖は日本発祥。日本の生産・加工技術が国際的に高評価。
錦鯉	日本文化の象徴としてアジア、欧州を中心に海外で人気。
清涼飲料水	緑茶飲料など日本の味が人気となり、伸び率が高い。
菓子	日本独自の発展を遂げ、他国にはない独創性。バラエティ豊かな商品とコンテンツの普及とともに海外で人気。
ソース混合調味料	カレールーなど日本食の普及とともに日本を代表する味に成長。
味噌・醤油	日本が誇る発酵食品。和食文化の浸透とともに欧米・アジア地域で人気も上昇。
清酒(日本酒)	「S A K E」は日本食のみならず各国の料理に合う食中酒等として世界中で認知が拡大中。
ウイスキー	日本産品の品質が世界中でブランドとして定着。
本格焼酎・泡盛	原料の特徴を残すユニークな蒸留酒としての評価があり、今後の輸出拡大に期待。

※その他の野菜(たまねぎ等)についても、水田等を活用して輸出産地の形成に積極的に取り組む。



輸出拡大実行戦略に基づく具体的な施策②(重点品目に係るターゲット国・地域、輸出目標等の明確化)

○輸出重点品目毎に、輸出に向けたターゲット国・地域を特定し、ターゲット国・地域毎の輸出目標を設定。目標達成に向けた課題と対応を明確化。

牛肉 【目標額】
297億円(2019年) → **1,600億円(2025年)**

○国別輸出額目標とニーズ対応への課題・方策

国名	2019年	2025年	ニーズ・規制対応への課題・方策
香港	51億円	330億円	消費者向け°Fレシヨンの強化。スライス肉、小割肉、加工品等の新たな品目の輸出促進。
台湾	37億円	239億円	
米国	31億円	185億円	
EU等	21億円	104億円	認知度向上のための°Fレシヨンの°Fインの輸出拡大と°Fイン以外の部位の新たな需要の開拓。
17ヶ国 輸出産地	6億円 21産地	55億円	認知度の低い地域や高所得者人口の多さを踏まえた°Fレシヨンの°Fインの実施。

- ・生産から輸出まで一貫して取り組むコンソーシアムを産地で構築し、その活動を推進
- ・食肉処理施設等における輸出先国が要求する条件への対応
- ・牛舎等の施設整備、収益性の高い優良牛群への転換等による生産基盤の強化

○販路開拓

- ・オールジャパンでの和牛の認知度向上に向け、日本畜産物輸出促進協会、JFOODOや輸出支援プラットフォームと連携したプロモーション等戦略的な商流の開拓
- ・コンソーシアムによる産地と一体となった商談

コメ・パックご飯・米粉及び米粉製品 【目標額】
52億円(2019年) → **125億円(2025年)**

○国別輸出額目標とニーズ対応への課題・方策

国名	2019年	2025年	ニーズ・規制対応への課題・方策
香港	15億円	36億円	中食・外食を中心にした需要開拓。
米国	7億円	30億円	外食、EC等の需要開拓。 パックご飯・米粉の更なる市場開拓。
中国	4億円	19億円	EC、贈答用需要の開拓。指定精米工場等の活用・追加。
シカポール	8億円	16億円	中食・外食を中心にした需要開拓。
台湾	5億円	9億円	中食・外食を中心にした需要開拓。現地産米との差別化。

○輸出産地 30産地

- ・千トン超の輸出用米の生産に取り組む産地を育成
- ・大口で輸出用米を生産・供給
- ・生産・流通コスト低減、輸出用米の生産拡大を推進

○販路開拓

- ・(一社)全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会による輸出先国・地域のマーケット情報の収集・発信、プロモーション等の実施

果樹(りんご) 【目標額】
145億円(2019年) → **177億円(2025年)**

○国別輸出額目標とニーズ対応への課題・方策

国名	2019年	2025年	ニーズ・規制対応への課題・方策
台湾	99億円	120億円	大玉で赤色の贈答用に加え、値頃感のある中小玉果の生産・供給体制を強化。
香港	37億円	45億円	香港で好まれる黄色品種の生産・供給体制を強化。
タイ	4.5億円	5.5億円	富裕層のほか、買い求めやすい価格帯の生産・供給体制を強化。
ベトナム	2.2億円	2.6億円	
シカポール	1.1億円	2.1億円	贈答用のほか、求めやすい価格帯の販売を通じた中間層の取り込み拡大。

○輸出産地 7産地

- ・既存園地の活用や水田への新植、省力樹形の導入等による生産力の強化
- ・産地と輸出事業者等が連携したコンソーシアムの形成

○販路開拓

- ・(一社)日本青果物輸出促進協議会が策定した輸出戦略に基づく輸送実証、プロモーション活動などを支援
- ・ジャパンプランド確立に向けた包装資材統一化の検討

ぶり 【目標額】
229億円(2019年) → **542億円(2025年)**

○国別輸出額目標とニーズ対応への課題・方策

国名	2019年	2025年	ニーズ・規制対応への課題・方策
米国	159億円	320億円	小売店の調達基準を満たす生産の拡大と安定供給。 現地の食嗜好に合わせた商品を開発・製造。
中国	13億円	31億円	活魚の需要があるアジア向けに、活魚運搬船を活用した物流・商流を構築。
香港	11億円	40億円	
韓国	2億円	54億円	
ベトナム	17億円	41億円	養殖ぶりの供給拡大。
EU	4億円	21億円	EU向けHACCP認定の取得や小売店の調達基準を満たす生産の拡大と安定供給。

○輸出産地 11産地

- ・漁場の大規模化、沖合養殖の推進、生け簀の整備により増産
- ・育種や低魚粉飼料の開発により生産コストを低減

○販路開拓

- ・日本養殖魚類輸出推進協会を中心に、他の品目団体と連携し、品目間の相乗効果を発揮できるプロモーション等の実施。現地の食嗜好に合わせた料理レシピの開発。

輸出拡大実行戦略に基づく具体的な施策③(輸出産地・事業者の公表、輸出事業計画の策定)

輸出拡大実行戦略に基づき、

- これまでに、主として輸出向けの生産を行う1,238の輸出産地・事業者をリスト化し、輸出事業計画を策定した者に対し、輸出産地の形成に必要な施設整備等を重点的に支援。
- これら輸出産地・事業者をサポートするために、食品事業者や商社OB等の民間人材を「輸出産地サポーター」として地方農政局等に配置。

輸出戦略においてリスト化した輸出産地・事業者

1,238産地・事業者を公表 (令和5年12月現在)

輸出重点品目	輸出産地数	輸出重点品目	輸出産地数
牛肉	2 1産地	コメ・パックご飯・米粉及び米粉製品	3 0産地
豚肉	6産地	製材	6産地
鶏肉	8産地	合板	8社
鶏卵	5産地	ぶり	1 1産地
牛乳乳製品	3産地、5社	たい	3産地
果樹(りんご)	7産地	ホタテ貝	2産地
果樹(ぶどう)	6産地	真珠	1産地
果樹(もも)	6産地	錦鯉	5産地
果樹(かんきつ)	1 4産地	清涼飲料水	7社
果樹(かき・かき加工品)	1 0産地	菓子	4 7社
野菜(いちご)	1 4産地	ソース混合調味料	1 5社
野菜(かんしょ・かんしょ加工品・その他野菜)	4 4産地	味噌	2 1産地
切り花	8産地	醤油	3 5産地
茶	1 1産地	清酒(日本酒)	6 4 1者
		ウイスキー	3 3者
		本格焼酎・泡盛	2 0 5者



輸出産地サポーターの配置

地方農政局等に民間の専門人材を「輸出産地サポーター」として採用するなどして、輸出産地・事業者の輸出事業計画の実行に向けて伴走型で支援

- 〈北海道〉
 - ・輸出商社、JETROでの勤務経験がある者を配置
- 〈東北〉
 - ・コメなどの食品輸出、輸出の手続きについての知見がある者を配置
- 〈関東〉
 - ・輸出商社での勤務経験がある者や食肉や農産物の輸出、輸出の手続きについての知見がある者を配置
- 〈北陸〉
 - ・輸出の手続きについての知見がある者を配置
- 〈東海〉
 - ・牛肉、茶、清涼飲料水などの食品輸出の知見がある者や輸出入物流の知見がある者を配置
- 〈近畿〉
 - ・輸出商社での勤務経験、食品の輸出や輸出入物流の知見がある者を配置
- 〈中国四国〉
 - ・輸出商社での勤務経験、輸出入物流の知見がある者を配置
- 〈沖縄〉
 - ・食品の輸出や輸出の手続きについての知見がある者を配置

輸出拡大実行戦略に基づく具体的な施策④（認定農林水産物・食品輸出促進団体）

- 輸出品目ごとに、生産から販売に至る関係者が連携し、輸出の促進を図る法人を、国が輸出促進法に基づき「認定農林水産物・食品輸出促進団体」（認定品目団体）として認定する制度を令和4年10月より開始。
- 認定品目団体は、個々の産地・事業者では取り組み難い、非競争分野の輸出促進活動（市場調査、ジャパンブランドによる共同プロモーション）を行い業界全体の輸出を拡大。

認定制度

農林水産物・食品輸出促進団体（品目団体）

農林水産物・食品の輸出促進業務に、品目の生産から販売までの幅広い関係者が緊密に連携しオールジャパンで取り組む法人。

【必須業務】

- 輸出先国の市場・輸入条件（規制）等の調査・研究
- 商談会への参加、広報宣伝等による需要開拓
- 輸出に関する事業者への情報提供・助言



商談会

【任意業務】

- 輸出促進に必要な包材・品質等の規格の策定
- 輸出の取組みを行う事業者から拠出金を収受し、輸出促進の環境整備に充てる仕組みづくり（任意のチェックオフ）

認定申請



輸出促進法*第43条に基づき認定

主務大臣

（農林水産大臣・財務大臣（酒類のみ））

※農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律

認定団体に向けた支援

認定団体は、法律により①～④の特例や援助が得られるとともに、品目団体輸出力強化支援事業等で優先的に採択。

- ① 中小企業信用保険法の特例、② 食流機構による債務保証、
- ③ FAMICによる協力、④ JETROの援助

認定状況

◆令和4年10月の制度開始後、27品目15団体を認定。

認定団体名	対象とする輸出重点品目
（一社）全日本菓子輸出促進協議会	菓子
（一社）日本木材輸出振興協会	製材、合板
（一社）日本真珠振興会	真珠
日本酒造組合中央会	清酒（日本酒）、本格焼酎・泡盛
（一社）全日本コム・コム関連食品輸出促進協議会	コム・パックご飯・米粉及び米粉製品
（一社）全国花き輸出拡大協議会	切り花
（一社）日本青果物輸出促進協議会	青果物7品目※1
（公社）日本茶業中央会	茶
（一社）全日本錦鯉振興会	錦鯉
全国醤油工業協同組合連合会	醤油
全国味噌工業協同組合連合会	味噌
（一社）日本ほたて貝輸出振興協会	ホタテ貝
（一社）日本養殖魚類輸出推進協会	ぶり、たい
（一社）日本畜産物輸出促進協会	畜産物5品目※2
全日本カレー工業協同組合	ソース混合調味料のうちカレールウ及びカレー調製品

※1 りんご、ぶどう、もも、かんきつ、かき・かき加工品、いちご、かんしょ・かんしょ加工品・その他の野菜
 ※2 牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵、牛乳乳製品