

# 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①-2)



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

---

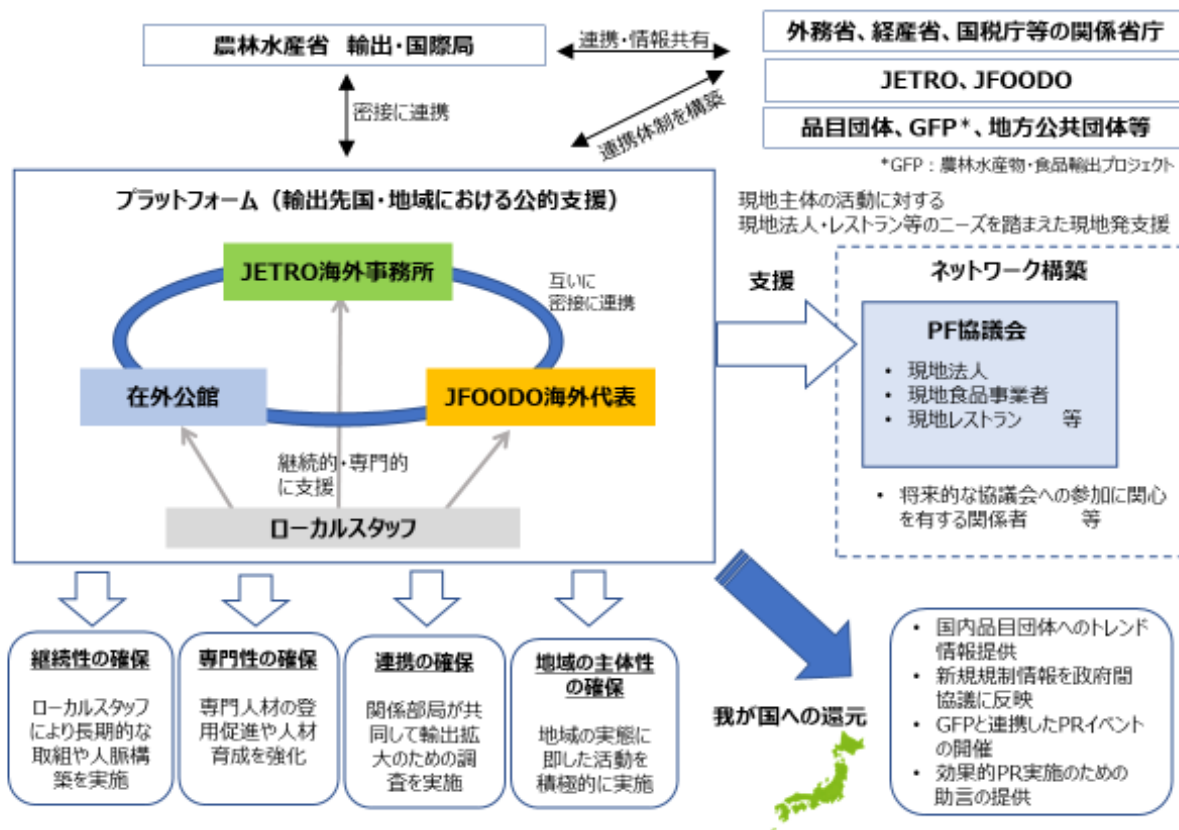


- 2.農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（R 4年12月改訂）・・・p.4～  
輸出拡大実行戦略に基づく具体的な施策⑤（輸出支援プラットフォーム）
  
- 3.農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律の概要・・・・・・・・・・p.20～

# 輸出拡大実行戦略に基づく具体的な施策⑤（輸出支援プラットフォーム）

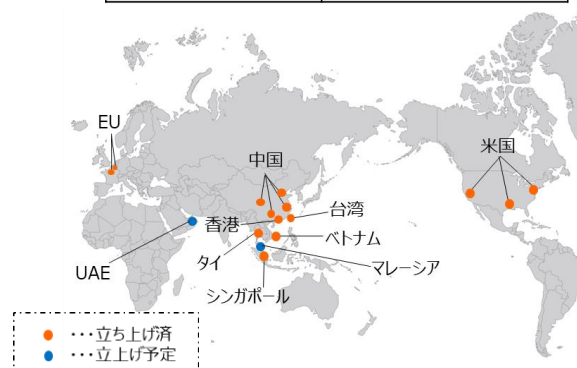
- 輸出支援プラットフォームは、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」に基づき、マーケットイン・マーケットメイクの輸出を進めるため、輸出先国・地域において輸出事業者を包括的・専門的・継続的に支援するため設立。都道府県、品目団体等との連携も強化。  
在外公館、JETRO海外事務所、JFOODO海外駐在員が主な構成員。
- 2022年4月の米国をはじめとして、EU、タイ等の8カ国・地域（14拠点）において立ち上げ済。今後マレーシア及びUAEにも設置予定。

## 輸出支援プラットフォーム（PF）のイメージ



## プラットフォーム設置国・地域

設置国・地域	事務局設置都市
米国	ロサンゼルス
	ニューヨーク
	ヒューストン
タイ	バンコク
シンガポール	シンガポール
EU	パリ
	ブリュッセル
ベトナム	ホーチミン
香港	香港
中国	北京
	上海
	広州
成都	
台湾	台北
UAE	ドバイ（候補）
マレーシア	クアラルンプール（候補）



# (参考) JETRO・JFOODOの取組概要

- JETROでは、(1) 輸出セミナーの開催、制度・マーケット情報の提供、相談対応等の輸出事業者等サポート、(2) 海外見本市への出展支援、国内・海外での商談会開催によるビジネスマッチング支援等、輸出促進に取り組む国内事業者への総合的な支援を実施。
- JFOODOでは、日本産の農林水産物・食品のブランド力を高めて輸出拡大に貢献していくため、海外市場分析に基づく現地での戦略的プロモーションを実施。

## 輸出事業者等サポート

### 1. 輸出セミナーの開催

- ・商談スキルセミナー
- ・品目別セミナー
- ・海外マーケットセミナー

### 2. 制度・マーケット情報の提供

- ・品目別輸入制度調査
- ・海外有望市場商流調査

### 3. 相談対応

- ・農林水産物・食品輸出相談窓口
- ・海外コーディネーター(海外在住の専門家)による輸出支援相談

## ビジネスマッチング支援

### 1. 海外見本市出展支援

JETROが主催・参加する海外見本市のジャパン・パビリオンへの出展をサポート

### 2. 国内・海外商談会

- ・国内・海外商談会  
(世界各国の優良バイヤーとの商談会や、国内商社とのマッチング)
- ・常時オンライン商談  
(随時海外バイヤーと商談アレンジ)

### 3. 食品サンプルショールーム設置

海外主要都市のジェトロ事務所等にショールームを設置し、バイヤーに新商品を提案

### 4. 専門家(輸出プロモーター)による個別支援

輸出に熱意があり有望な商品を持つ企業を専門家が一貫サポート

## 日本産農林水産物・食品のブランディング

JFOODOによる  
戦略的プロモーション  
対象品目



和牛、水産物、日本茶、  
コメ、日本酒、本格焼酎、品目横断

## 海外市場の開拓

### 1. 海外コーディネーターによる新規バイヤーの開拓

### 2. 日本産食材サポーター店等と連携したプロモーション

### 3. Japan Street

- ・BtoBプラットフォーム(電子カタログサイト)

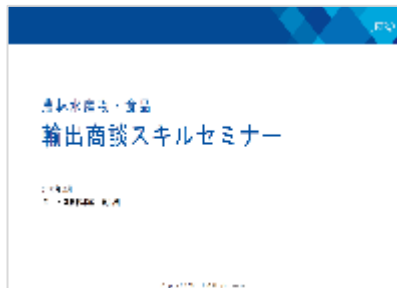
### 4. Japan Mall

- ・海外主要ECサイトでの買取販売支援

# (参考) JETROによる農林水産物・食品の輸出促進の取組 輸出事業者等サポート

- 輸出セミナーの開催、制度・マーケット情報の提供、相談対応等を実施。

## 輸出セミナーの開催



輸出を目指す事業者を対象とした、商談スキル向上、最新の海外マーケットやトレンド、品目別での輸出先国の規制や輸出を進めるためのポイント等、テーマ・内容に応じた輸出セミナーを開催。

## 制度・マーケット情報の提供

農林水産物・食品の輸出支援ポータル



農林水産物・食品の輸出支援ポータル

<https://www.jetro.go.jp/agriportal.html>

輸出先各国の制度及び市場情報等について調査し、JETROポータルサイトで情報を提供。

## 相談対応

### ■ 農林水産物・食品輸出相談窓口

輸出を目指す事業者が気軽に相談可能な「農林水産物・食品輸出相談窓口」を国内・海外に設置。



### ■ 海外コーディネーターによる輸出支援相談

海外コーディネーター（農林水産・食品分野）による輸出相談サービス



JETROが海外に配置する農林水産物・食品分野の専門家（海外コーディネーター）が、Eメール相談、ブリーフィングを無料で実施。

# (参考) JETROによる農林水産物・食品の輸出促進の取組 ビジネスマッチング支援等

- 海外見本市への出展支援、国内・海外での商談会開催、食品サンプルショールーム設置等によるビジネスマッチング支援、日本産食材等の需要喚起のためのプロモーション等を実施。

## 海外見本市出展・商談会開催



JETROが主催・参加する海外見本市のジャパン・パビリオンへの出展サポート（出展企業・団体を公募）※や、商社やバイヤーを招聘した商談会を実施。

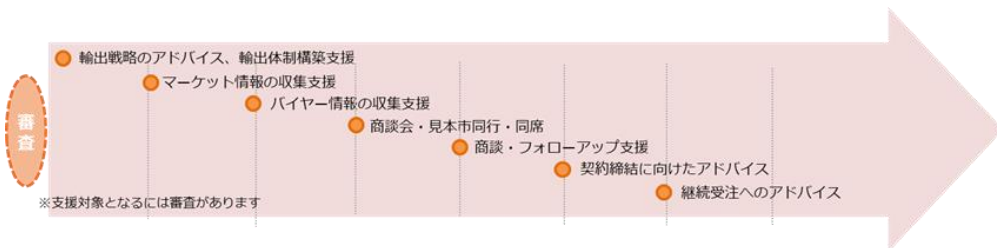
※一部出展経費をJETROが補助（見本市により補助対象・補助率が異なります）

## 食品サンプルショールーム設置



JETROの海外事務所等に、現地バイヤー等が随時閲覧・試食等可能な食品サンプルショールームを通年もしくはスポットで設置。現地バイヤーとの商談機会を提供。

## 輸出プロモーターによる個別支援



農林水産物・食品分野の専門家が、国内事業者の製品や会社の状況にあわせて戦略を策定し、マーケット・バイヤー情報の収集や海外見本市の随行、商談の立会い、契約締結までを一貫してサポート。

## 日本産食材サポーター店等と連携したプロモーション



海外で日本産食材を積極的に使用している日本産食材サポーター店（飲食・小売店）等と連携し、重点品目の販路拡大に向けた日本産食材等のプロモーションを実施。

# (参考) 日本食品海外プロモーションセンター (JFOODO) の概要

- 農林水産業・地域の活力創造プラン（平成28年11月改訂）を踏まえ、平成29年4月に日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO ジェイフードー）をJETRO内に創設。
- SNSや動画等のデジタル広告、PRイベントの開催等現地でのプロモーションを実施。

## 組織体制

【センター長】 小林栄三（伊藤忠商事株式会社前会長・現名誉理事）  
【執行役】 中山 勇 プロモーション担当執行役（COO）  
北川浩伸 経営管理/広報・渉外担当執行役（CAO）  
【スタッフ】 本部：39名（センター長、執行役含む）  
海外駐在員：5名（ロンドン、パリ、香港、シンガポール、LA）  
ほか、海外（7箇所）にフィールドマーケターを配置 <2023年7月1日現在>



## プロモーション内容

### 動画コンテンツ制作

和牛生産者のこだわり動画  
(The Story of Japanese Wagyu) (和牛・米国)



日本開運魚  
(水産物・香港)



プロモーションコンセプトを訴求するための動画コンテンツを制作し、SNSでの発信やインフルエンサー等による拡散を実施。各国での認知向上、興味・関心の喚起を行う。

### PRイベント・キャンペーン

香港における日本産水産物の  
小売店向けキャンペーン



中国における日本酒の  
メディア向けPRイベント



現地飲食店・小売店と連携したキャンペーンを展開。各国の歳時等とも連動させ、参加意欲を高めるとともに、おすすめの料理や食べ方を訴求し、購入意欲を喚起する。

### 事業者向けセミナー・ワークショップ

ソムリエを対象とした  
日本ワインの試飲体験



米国のベーカリー事業者  
向け米粉ワークショップ



現地飲食店のシェフ・ソムリエ等を対象としたセミナー・ワークショップを開催。コロナの中においてもオンライン形式で実施し、日本産食材の魅力を発信し、取扱い意向の向上に努める。

# (参考) JFOODOプロモーションコンセプト

- 引き続き海外市場分析に基づく戦略的プロモーションを継続するとともに、品目団体との連携した取組等を強化し、海外現地における日本産農林水産物・食品のさらなる消費拡大に取り組む。

## 牛肉

One Bite Wonder

### 実施エリア

米国、欧州



### ポジショニング目標

米国：日本産和牛のみが本物の和牛  
欧州：究極の日本食材

### 取組内容

日本和牛のサシが生み出す五感に訴える特長を訴求するためのPRイベントや店舗キャンペーン、WEBやSNSでの情報発信を行う。また、現地事業者向けのガイドブック製作等にも取り組む。

## 水産物（ホタテ、ブリ、タイ）

### 実施エリア

香港、台湾、米国

### ポジショニング目標

日本開運魚  
※米国は別途設定



### 取組内容

香港・台湾はオンライン広告、現地店頭での販売促進活動を実施。米国ではブリを取扱品目とし、レシピ開発やWEB・マスメディアでの情報発信を行う。

## 日本茶

### 実施エリア

米国、欧州

### ポジショニング目標

マインドフルネスビバレッジ



### 取組内容

オンラインを活用した消費者向け施策に加え、現地飲食店事業者をターゲットとし、メニュー開発やキャンペーンを実施することで、現地消費を拡大する。

## コメ、米粉

### 実施エリア

<コメ> 香港  
<米粉> 米国



### 取組内容

<コメ> 日本産コメを用いたレシピ開発、店頭プロモーション、消費者向け情報拡散等を行う。  
<米粉> グルテンフリーベーカリー原料としてのポジショニングを確立するため、販促ツール制作、オンラインワークショップ等を行い、現地取扱を拡大する。

## 日本産酒類

### 実施エリア

<日本酒> 中国、香港、米国等  
<本格焼酎> 米国  
<日本ワイン> 香港



### 取組内容

<日本酒> 店頭でのプロモーション、営業サポートツールの制作、ディストリビューター向け説明会、PRイベント等を行う。  
<本格焼酎> 体験イベントやWEB情報発信を通じ、「原材料の風味が豊かで、Barで楽しむことができる新しいタイプの蒸留酒」であることを発信。  
<日本ワイン> 「広東料理等に最も合う食中ワイン」というポジショニングを確立するため、PRイベント、ディストリビューター向け説明会等を実施する。



# 輸出拡大実行戦略に基づく具体的な施策⑥（産地形成）

- 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に向けて、JA等と連携し輸出産地の育成や輸出事業者への支援を進めていく。

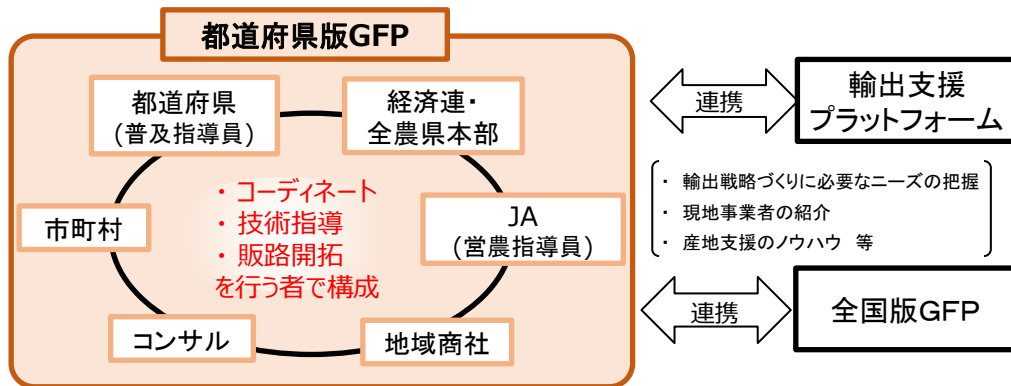
## GFPフラッグシップ輸出産地形成プロジェクト

- **都道府県やJA、地域商社等が連携**し、生産から流通・販売まで、一気通貫で産地をサポートする体制を整備（**都道府県版GFPの組織化**）。
- この体制の下で、有機農法への転換や耕作放棄地を活用した生産拡大等の生産面の転換や、混載等の集荷方法等の転換を推進し、**大規模輸出産地のモデル形成を支援**。
- R4補正では、北海道、静岡、岐阜、新潟、京都、熊本、宮崎、鹿児島のJAが事業に参画。

【対応が必要な輸出先国の規制の例（りんご）】

輸出先国	植物検疫	残留農薬基準値（例） (ppm)		輸出実績 (R3)
		アセタミプリド	フェンハレレート	
香港	無	1	2	35億円
タイ	園地・選果場の登録	0.8	0.02	4億円
米国	園地・選果場の登録 + ・臭化メチルくん蒸 ・日米合同輸出検査 等	1	不検出	2.5百万円
(参考) 日本の残留農薬基準値		2	2	

## 都道府県版GFPの組織化による地域密着型の輸出推進体制の構築



## 使用農薬の見直しなど生産方法の転換

- ・ 大規模な有機農業への転換、使用農薬の見直し
- ・ 耕作放棄地を活用した輸出向け生産の拡大
- ・ ロス率低下やコスト低減のための新品種・新技術の導入



## 集荷、船積み方法の転換

- ・ 鮮度保持のためのコールドチェーンを確保した、産地直送型集荷方法の確立
- ・ 輸送コスト軽減や混載を前提とした集荷から船積みまでの流通体系の構築 等



地域密着型の輸出推進体制を構築し、大規模輸出産地形成の横展開をするとともに、持続可能な農業構造への転換や、ひいては国内生産基盤の強化を図る。

# 輸出拡大実行戦略に基づく具体的な施策⑦ (加工食品の輸出拡大に必要な支援)

## 加工食品クラスター

加工食品クラスターでは、食品製造業者等が連携して個社単独では難しい以下のような輸出拡大に向けた活動を実施。

複数品目、単一品目、地域単位、全国単位など地域の事業者の実情に応じ様々な団体の類型があり、事務局は構成員の食品製造業者、行政機関及び地域商社などが担っている。

<輸出拡大に向けた活動事例>

### 共同での海外プロモーション

単独での海外展示会への参加はハードルが高い

- 共同して、国内外の見本市・展示会への参加。
- 海外バイヤーの招聘



### 共同輸送

個々の事業者が小ロットでバラバラに輸出し物流コストが割高

- コンテナにおける混載、共同輸送
- 地域が一体となった地方空港・港湾の利用

### ブランドの確立に向けた取組

ブランドの明確化による国際競争力の強化

- GI、地域団体商標等の取得
- 有機JASの取得



### 海外規制情報等の共有

単独では海外ニーズ調査は困難であり、各種規制情報等も把握できない

- 海外のニーズ・規制（特に添加物、包材）等の情報共有
- 農水省、JETRO等への相談や支援策の共同活用

HP : [https://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/soumu/kakou\\_cluster.html](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/soumu/kakou_cluster.html)

加工食品クラスターの取組事例 :

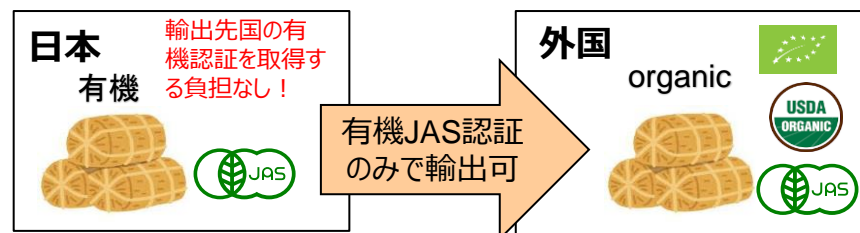
<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/soumu/cluster/zirei.html>

## 有機JAS

米国・EU等の海外市場においては、有機食品の人気の高く、野菜、果実などの生鮮食品に加えて、加工食品でも有機製品が高値で販売され、その市場が拡大している。

### 有機同等性を活用した輸出

輸出先国との間で、有機同等性が締結されている場合、事業者は、日本の有機JAS認証を受ければ、輸出先国の有機認証を受けなくとも、輸出先国において「有機」と表示して流通が可能。



### 有機酒類の追加

改正JAS法（令和4年10月施行）に基づき、有機加工食品のJAS規格に有機酒類を追加。

米国やEU等と有機酒類の同等性の交渉を進める。

カナダとの間で令和5年8月31日より、台湾との間で令和6年1月1日より有機同等性を発効。

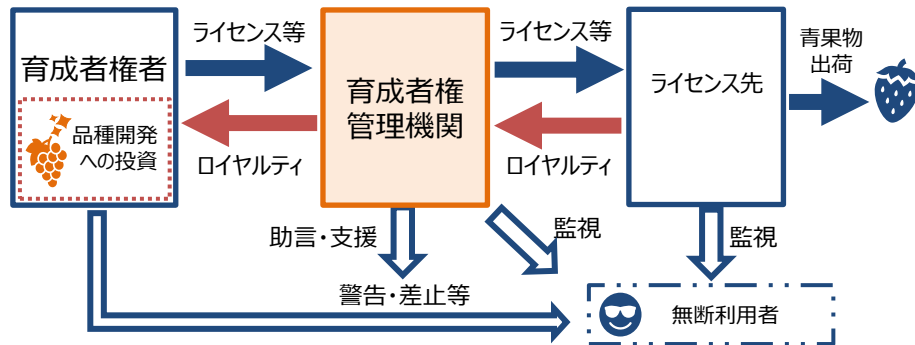


# 輸出拡大実行戦略に基づく具体的な施策⑧（知的財産の活用）

## 育成者権管理機関の取組の推進

- 育成者権者によって、海外への品種登録やライセンスによる実効的な侵害対応を行う育成者権管理機関の取組を推進。
- その一環として、海外ライセンス指針に則し、海外からのロイヤルティ収入を新品種開発に投資するサイクルや、輸出先国における周年供給モデル構築により輸出促進に寄与するライセンスの実現に向けた取組を後押し。

### 〔海外ライセンスイメージ〕



### 〔海外ライセンスと輸出による周年供給イメージ〕



## 効率的・効果的な模倣品対策の実施

- 地理的表示（G I）<sup>※</sup>登録により、その製品の名称の不正使用や模倣品を市場から排除し、当該製品の名称、ブランドを保護。
- EU・英国とG Iの相互保護、輸出支援プラットフォームへの模倣品疑義情報相談窓口の設置、輸出先国の状況に応じた知財権確立に向けた提案、侵害監視、侵害発覚時の対策支援等により、効率的・効果的な模倣品対策を推進。

- ・ G I 相互保護国では、外国当局が不正使用を取り締まり、排除。
- ・ 農水省において、海外のECサイトや店頭、商標出願におけるG I 名称等の不正使用を調査し、削除・修正を要請するとともに、冒認商標出願に対するG I 団体による異議申立を支援。



スペインのレストランで南米産牛肉のメニューに「TROPICAL KOBE BEEF」の表示

EU当局が取締り



「中国産」市田柿と差別化

※ 地理的表示（G I）保護制度  
その地域ならではの自然的、人文的、社会的な要因・環境の中で長年育まれてきた品質、社会的評価等の特性を有する製品の名称を、地域の知的財産として保護するもの。

# 3. 農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律の概要

## 農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律の概要

### 1. 制定及び改正の背景

- ・農林水産物及び食品の輸出拡大に向けては、輸出先国による食品安全等の規制等に対応する必要があることから、輸出先国との協議、輸出を円滑化するための加工施設の認定等について、政府が一体となって取り組むための体制を整備するために制定（2020年4月施行）。
- ・2025年2兆円、2030年5兆円の輸出額目標に向け、オールジャパンで輸出先国・地域のニーズ調査やブランディング等を行う団体の認定制度の創設、輸出事業計画の認定を受けた者に対する新たな金融上の措置等、更なる輸出拡大に向けた施策を強化するために改正（2022年10月施行）。

### 2. 法律の概要

#### I 農林水産物・食品輸出本部の設置

- ・農林水産省に、農林水産大臣を本部長とし、総務大臣、外務大臣、財務大臣、厚労大臣、経産大臣、国交大臣、復興大臣を本部員とする「農林水産物・食品輸出本部」を設置。
- ・本部は、輸出促進に関する基本方針を定め、実行計画（工程表）の作成・進捗管理を行うとともに、関係省庁の事務の調整を行うことにより、政府一体となった輸出の促進を図る。

#### II 国等が講ずる輸出を円滑化するための措置

- ・これまで法律上の根拠規定のなかった①輸出証明書の発行、②生産区域の指定、③加工施設の認定について、主務大臣（※）及び都道府県知事等ができる旨を規定。※主務大臣は、農林水産大臣、厚生労働大臣又は財務大臣。
- ・民間の登録認定機関による加工施設の認定も可能とする。
- ・民間の登録発行機関による輸出証明書の発行も可能とする。【改正法で措置】

#### III 輸出のための取組を行う事業者に対する支援措置

輸出事業者が輸出事業計画を作成し、当該計画の認定を受けた場合に、以下の支援措置を講ずる。

- ・食品等流通合理化促進機構による債務保証
- ・日本政策金融公庫による長期・低利の、設備資金・長期運転資金・海外子会社等への出資・転貸に必要な資金や債務保証
- ・施設等の整備に対する税制上（所得税・法人税）の特例
- ・輸出事業計画の認定手続と農地転用の許可手続のワンストップ化 【改正法で措置】

#### IV 認定農林水産物・食品輸出促進団体【改正法で措置】

- ・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、法人からの申請に基づき、国が「認定農林水産物・食品輸出促進団体」（認定輸出促進団体）として認定する。
- ・認定輸出促進団体は、輸出先国でのニーズ調査等の調査研究や商談会参加等の需要開拓、輸出事業者に対する情報提供を行うほか、必要に応じて輸出促進のための規格の策定や任意のチェックオフの業務を行う。

# 金融・税制による幅広い支援（農林水産物・食品輸出基盤強化資金）

- 輸出にチャレンジする事業者を資金面から強力に後押しするため、制度資金を創設。
- ポイントは、
  - ① 輸出促進を目的に、**多用途にわたって有利に融資を受けられる独立の資金。**
  - ② **非食品の品目もカバーし、長期運転資金や海外子会社への転貸も可能にするなど多様なニーズに対応。**
  - ③ **償還期限は25年以内のため大規模投資に対応。**

## 資金の概要

- 1 貸付対象者** 認定輸出事業者（農林水産事業者、食品等製造事業者、食品等流通事業者等）
- 2 貸付限度額** 貸付けを受ける者の負担する額の80%に相当する額（民間金融機関との協調融資を想定）
- 3 資金使途** 改正輸出促進法に基づく認定輸出事業計画に従って実施する事業であって次に掲げるもの
  - ① 農林水産物・食品の輸出事業に必要な製造施設、流通施設、設備の整備・改修費用  
例：EU向け水産物の輸出に必要なHACCP等に対応した加工施設の整備費用、ハラールに対応した食肉処理施設の整備費用、添加物等のコンタミネーションを防止するための製造ラインの増設費用
  - ② 長期運転資金  
例：商品の試作品の製造費用、市場調査やニーズ調査に係る費用、サンプル輸出や商談会への参加に係る費用、プロモーション活動費、製造ライン本格稼働までに必要な増加経費（原材料費、人件費など）
  - ③ 海外子会社等への出資・転貸に必要な資金  
（転貸に必要な資金の使途は①・②。）
- 4 償還期限**  
25年以内（うち据置期間3年以内）  
（中小企業者は、10年超25年以内）



※民間金融機関から保証付き借入れをする場合、農林水産省の予算事業により、支払った保証料のうち、借入当初から5年間、保証料の1/2相当額の支援が受けられます。

# 金融・税制による幅広い支援（税制上の措置）

- 農林水産物・食品の輸出拡大に向けて、5年間の割増償却措置を講じ、設備投資後のキャッシュフローを改善することで、事業者の輸出拡大のための活動を後押し。

## 特例の概要

- 輸出促進法の改正を前提に、改正法の施行から令和5年度末までの間に、認定輸出事業者が輸出事業計画に従って機械装置、建物等を取得等した場合、当該資産について、
  - ① 機械装置は30%、
  - ② 建物及びその附属設備並びに構築物は35%の割増償却を5年間行うことができる。

## 特例の要件

- ① 導入した機械装置、建物等における輸出向け割合が年度ごとに定める一定の割合以上であること

年度	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	6年目
割合	15%	20%	25%	30%	40%	50%

- ② 食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備事業の対象でないこと
- ③ 農産物等輸出拡大施設整備事業による補助金を受けないこと

## 割増償却の効果

- 2億円の製造用設備（耐用年数10年）を導入した場合、設備導入後5年間において、2,000万円/年の普通償却額に加え、600万円/年※1の割増償却が可能となり、約139万円/年※2の法人税が軽減。

※1 普通償却額（2,000万円）×割増償却率（30%）= 600万円  
※2 割増償却額（600万円）×法人税率（23.2%）≒139万円

## 特例の適用イメージ

