

令和5年度 農林水産省行政事業レビュー 公開プロセス

No.3 マーケットイン輸出ビジネス拡大支援事業

日時：令和5年6月7日(水) 13:00～13:52

場所：農林水産省 本館 7階 講堂

(外部有識者) 金子 健紀 委員、三浦 希美 委員、室屋 有宏 委員、

石田 恵美 委員、亀井 善太郎 委員、林 隆之 委員

(事務局) 前島 明成 危機管理・政策立案総括審議官、坂本 延久 広報評価課長

(説明者) 【輸出・国際局】伊藤 優志 輸出企画課長、斎藤 賢介 輸出企画課輸出戦略調査官、

西尾 暁 輸出企画課輸出連携推進調査官、

【新事業・食品産業部】永濱 享 外食・食文化課食文化室長

○前島審議官 再開いたします。

それでは、3番目、「マーケットイン輸出ビジネス拡大支援事業」について、輸出・国際局輸出企画課から説明をお願いいたします。

○輸出企画課長（伊藤） マーケットイン輸出ビジネス拡大支援事業について御説明いたします。

資料の1ページを御覧いただければと思います。

本事業ですが、農林水産物・食品の輸出拡大のために、特に海外の販路開拓部分を中心に取組を支援するものでございます。具体的には、現状・課題に書いてありますとおり、一つ目、JETRO・JFOODOによる海外見本市への出展、国内外の商談会の開催、海外現地にサンプルを展示したショールームの設置、海外現地での消費者向けプロモーションへの支援。それから、二つ目ですが、昨年10月に農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律、輸出促進法が改正され、創設されました認定制度に基づいて、輸出重点品目ごとにオールジャパンで輸出拡大に取り組む品目団体の認定を推進し、活動を強化する取組が大きな柱でございます。また、これら以外に海外で日本産食材を積極的に使用している飲食店、小売店を日本産食材サポーター店としまして、JETROなどが認定する仕組みがございますが、このサポーター店と連携して日本産品の海外需要を拡大する取組なども実施しております。

なお、令和4年度の予算額は26億2,200万円、令和7年度が事業の終了予定年度でございます。

事業のアクティビティでございますが、JETRO・JFOODO向け支援を①として、戦

略的輸出拡大サポートと記載しております。それから、輸出重点品目の品目団体向け支援を②、それから、日本産食材サポーター店に焦点を当てて取り組むものを③と記載をしておるところでございます。

①戦略的輸出拡大サポートにつきましては、アウトプットを参加事業者数としまして、短期アウトカムにつきましては、輸出拡大のためには特に新規の取組が重要でございますので、新規性のある商談を実施した事業者数としております。これはJETRO・JFOODOの中期計画における期間目標にもなっております。この短期アウトカムを補強する形で、特にプロモーション関係を対象に、プロモーションに参加した現地事業者などにおける役立ち度というものも設定をいたしました。

次に、中長期のアウトカムでございますが、参加した事業者の成約金額の増加としまして、具体的な目標値でございますが、これらの事業者には全体を牽引する役割が期待されますので、2025年、2兆円の輸出額目標を達成するために伸ばさなければならない金額の増加率よりも高い増加率を置いたところでございます。

②輸出重点品目の品目団体による海外販売力強化でございますが、アウトプットを団体数としまして、短期アウトカムを認定団体によって輸出拡大に取り組む重点品目の増加、それから、中長期のアウトカムでございますが、政府全体の輸出額目標を念頭に輸出重点品目ごとの輸出目標額といたしました。

③日本産品の海外需要拡大でございますけれども、アウトプットをサポーター店への勧誘活動としまして、短期アウトカムについては、サポーター店は申請によってこれは認定する仕組みでございますが、このサポーター店数の増加とし、それから、中長期のアウトカムをサポーター店における日本産食材の仕入額の増加としたところでございます。

2ページ目に各指標の具体的な目標というのを記載したところでございます。

以上でございます。

○前島審議官 ありがとうございます。

本事業の論点といたしましては、1、2兆円の輸出額目標の達成に向けて、JETRO・JFOODOの支援が輸出促進を牽引することが期待される中、一部の輸出事業者を支援する本事業のアウトカム目標は妥当な水準となっているのか。2、中長期アウトカム達成に向けたボトルネックはどこにあると認識しているのか。農林水産省として有効な打ち手は何であると考え、どのような工夫を図っていくのか。3、輸出額は為替の影響を大きく受けるため、為替などの外部要因に左右されない量や質を着実に伸ばしていくべきであり、これらをモニタリング

できるようにすべきではないか、といった点が挙げられるかと思えます。

この事業につきましては、金子委員、三浦委員、室屋委員、石田委員、亀井委員、林委員に議論に御参加いただくこととしております。

それでは、委員の皆様から御発言をお願いいたします。御発言のある委員におかれましては、挙手をお願いいたします。

では、室屋委員、お願いいたします。

○室屋委員 どうも御説明ありがとうございました。農産物輸出に関しては、2兆円という目標ないし5兆円という目標とは別に、食文化を海外に普及することによって日本のファンづくりとか、そういった形で観光とかそういう国益に広く裨益するような形につながっていくことが望ましいというふうに思っております。ここでも書かれています食文化の発信ということに一つ重きを置かれているんですけども、アクティビティのところを含めて、ものを売るというのではなくて、体験をどういう形で農産物輸出につなげていくかというような、取組が何かもう少し新しい基軸として打ち出してもらえると、もっとパンチが効いたものになったのかなという正直言って印象を持っております。

この中で言いますと、例えば日本産の食材を利用する日本産食材サポーター店というふうな制度を一つ取組として挙げておられます。これは申請ベースということなんですけれども、もちろんこういう形で手挙げ、向こうから申請してきたことを承認していくということは、それはそれでいいのかもしれないですけども、既に多くの国際的な都市においては、日本食というのは相当現地化しております、言ってみたらハイブリッドなもの、それぞれの文化の中で変容していくというような形になっているんだろうと思うんですね。

そういった中であれば、市場の自由な競争に任せておいて、何がオーセンティックなものかという、それはなかなか難しいわけです。我々は中華料理とかイタリア料理を一々それぞれの国のお墨付きを特に得ていないわけなんですけれども、日本料理もそのレベルでかなり普及度に達してきているわけなので、あえてこういう制度に依存しなくても、自由に競争させておいた方がいろんな日本料理があって、それを通じて日本に興味を持ってもらうということで日本に来て、日本の農山村を訪問してもらうような形につながっていったらいいのかなと思っております。

そういう点からいうと、この③の経路というのがどれくらい例えば輸出促進につながるのかなど、むしろ何か外国との間で摩擦を生んだりしないのかなというような不安も少しはあるんですけども、その辺りについて感度というのがちょっともしあればお聞かせいただけたらと

いうふうに思います。

○輸出企画課長（伊藤） どうもありがとうございます。まず、一つ目におっしゃった食文化の普及の話でございますが、まさにおっしゃるとおり農林水産物・食品の輸出を伸ばすベースとなる話だと思います。今私ども2年に一回ずつ調査をしております、日本食店と呼ばれるレストランが海外全体ですと、2021年の夏の調査では15万9,000店舗ございまして、したがって、そこは現地における一般の消費者、現地の方からすると、日本食のショーウインドウ的な形で日本に触れ、日本食文化に触れるということで非常に重要な拠点という認識でございます。

したがって、この食文化の普及といったことも中に入れていくわけでございますが、ただ、なかなかこの食文化の普及のところを実際のロジックモデルの中でアウトカムという形で置くのは非常に難しいところもございまして、結局のところ、最終的な目的は何かというと、このインパクトのところに書きました農林水産物・食品の輸出拡大でもあるものですから、最終的なやはり目標としてはそこに置いて、それで、各日本食を扱っているお店において実際日本食の普及と、それから、その原料として日本産の食材を使うという話と、もう一つステップがあるものですから、あるいはこれは小売店でもしかりでございます。現地化されて日本食を提供するというのもあるんですけども、その前提として日本産を使われると。そこにより価値を見出すというのもあるものですから、まずインパクトとしてはそういう形で、この輸出のところはこのアウトカム、インパクトを持ってきているということでございます。

しかしながら、繰り返しでございますが、日本食文化の普及というのは非常に重要なものですから、引き続きそのところはきちっと伸ばしていきたいと。それで、今おっしゃったとおり相当現地化をしていて、いろんな形で現地に合った日本食の普及、広がっているのは事実でございます。そういう形でも当然これが伸びていけば、そこで日本食、日本食文化に触れる機会になるものですから、それは望ましいことだと思っております。裾野がどんどん拡大していくというのはいいと思います。

それで、理想としてはそういう形で裾野が拡大する。それから、その中でより一層、私どもが日本国内で日本食とイメージするものも、更に料理人の質、料理人の技術が向上して、そういったより日本食と私どもが捉えているような懐石的なもの、そういったものまで普及するといいなということで、横を広げるのと縦のところを広げると、そういう形でやっていきたいと思っております。

それで、何か摩擦うんぬんという話でございますが、決してこれは何か制約するような話ではございませんで、日本食、日本食文化を広めましょうということで、その一環として政府も

それに支援をしているということで、何かいわゆるなんちゃって日本食を排除するとか、そういったことは全然ございませんで、むしろそれは非常に裾野が広くて有り難い話でございますので、特におっしゃったような摩擦とかそういったことはない状況でございます。

それと、もう一つ申し上げたいのは、海外でそういう形で広まりますと、より海外の方が日本に興味を持たれるということでインバウンドにもこれはつながりますし、それで、より日本において本物を食べられると。そうすると、戻られてから、また日本、日本食に興味、日本産食材を買おうというこれは好循環のまさに仕組みになるので、より一層しっかりとやっていきたいと思っております。

○室屋委員 どうも御説明ありがとうございます。

この資料では、食材サポーター店への勧誘活動というようなことが書かれてあるんですけども、一方で基本的に認定は各店舗の申請ということになっているんですが、そのところは基本的にどういう形になっているんでしょうか。目ぼしいところにそういうものになってみませんかと声を掛けていくという形で進んでいるということでしょうか。

○輸出企画課長（伊藤） ありがとうございます。実際声を掛ける主体というのはJETROが中心にやっているわけでございます。それで、一つはまさに海外に今JETROの事務所というのが全部で76か所ございますので、そこが中心になって声を掛けていくという形になっております。

それで、そういった声掛けのときに個別に声を掛けるというのもありますし、このところのアウトプットで書いてございますとおり、勧誘活動というので一部予算をつけておるものから、まさにこのサポーター店制度自体のプロモーション、制度の紹介とか認定式といったこともやって、あと、日々の勧誘ということで回るというのを組み合わせてやっているところでございます。

なお、このサポーター店の認定の要件でございますが、日本産食材、酒類を販売している小売店、あるいはレストランであれば、その料理を提供しているということ。それから、日本産である旨の表示をしている。それと、接客などの際に日本産食材、酒類の魅力や特徴をPRされている、こういったことを要件に声掛けをしているところでございます。

○室屋委員 どうもありがとうございました。

○前島審議官 それでは、亀井委員、手が挙がっていますので、よろしくお願ひします。

○亀井委員 御指名ありがとうございます。また、御説明ありがとうございました。また、この間基礎的なEBPMということでいろいろとロジックモデルの再検討をさせていただいて、そ

れによって先ほどの御説明では、多分時間の都合ではしよられたと思うんですけども、各種対応強化策であるとか、あるいは運営方法の見直し等々いろいろとお示しを頂いて、ありがとうございました。とても具体的なものになって、もともと考えていらっしやったことも含めてだと思ってしまうんですけども、そういうものが見えてくるというのは大変大事なことだと思いますし、こういうプロセスの意義ではないかなというふうに思います。

そういう意味では、この事業は市場の創造と申しましょるか、拡大と申しましょるか、新しいところに挑戦していくところでもありまして、どんどんフェーズが変わっていく、局面が変わっていくというところがありますので、そういう意味でもまさにアジャイルな政策立案とか評価というものが求められる事業の典型的なものではないかなというふうに思っております。

そういう中で一つ是非教えていただきたいんですけども、一方で、これ本来は民間事業者の領域である、輸出というのは。これは農政そのものがもしかしたら農業をやっていらっしやる方、民間の方々、日本人の皆さんはそうですから、あるいは事業者ですから、民間そのものなわけですけども、そういう中でどういうふうにフェーズが変わっていくかは別にして、国と民間の役割分担というところについてどういうふうに考えていくのかというのは結構大事なところで、最初はまさに市場を創造していく、作り出していくところは国が引っ張っていくんだというところの意気もよいし、大切なことだと思うんですけども、このフェーズがどんどん変わっていく中で、しかるべき形で多分役割分担がなされていくのかと思うんですけども、非常にこれは抽象的な問いかけで恐縮なんですけれども、ここら辺のところというのはどんなふうにお考えなのか、ちょっとそのお考えについてまずはお聞かせいただけますでしょうか。

○輸出企画課長（伊藤） ありがとうございます。

今おっしゃったとおり、これはまさに民間事業者の取組というのがまず大前提でございます。それで、総論で申し上げますと、日本の農林水産物・食品の輸出というのを政府が力を入れてやっているんですが、その背景としましては、実は日本の市場というのは今まで結構大きかったものですから、国内に農林水産漁業者の方あるいは食品メーカーの方が向いておられたというのが状況でございます。ただ、海外の状況を見ますと、例えば国内で生産あるいは製造されている生産・製造金額のうち10%以上とか、それくらいはもう海外に目を向けて、輸出を、海外のまさに拡大する市場を取り込んでいこうという形でやっていて、残念ながら、現状日本は金額ベースでいうと2%ぐらいでございまして、海外の輸出先進国と比べると遅れているという状況でございます。

これは実際今申しましたように、国内市場がある程度大きかったというのもありますし、や

やはりこれは輸出に取り組もうとなると、最初のところ、いろいろと初期投資も含めていろんなハード、ソフト、情報も含めていろいろ大変なものですから、なかなかそこに一步踏み出そうという方が少ないものですから、まずそこは政府として環境整備あるいは情報をお出しするかということによっていくという必要があるんだろうなということでございます。まず、そうすることで各種政策の体系というのを組んでいるという状況でございます。

そうはいつでも、そういうことで組んでいるんですけれども、まだ今の状況としては、私どもは今輸出額目標2兆円とやっているものですから、これから更に輸出に取り組もうという方々のプレーヤーをどんどん増やしていくというのが今の状況でございます。今やっておられる方は、当然御自身の輸出金額を伸ばすというのものもあるんですが、やっぱり輸出額目標の達成ということであると、現状ではもっとプレーヤーをどんどん増やしていくというようなところが非常に重要だという認識でございます。

それで、当然どういうフェーズで行政が関わらないようになっていくかということなんですけれども、もう自走化して、その方が自ら輸出に取り組まれると。情報もいろいろと入ってくる形でもうパイプができています。それからあと、商流についていえば、最初きちっと商流が相手方とフェース・トゥ・フェースでできれば、その規模を大きくしていけばいいということでもありますものから、御自身で輸出が積極的に伸ばせるという形になったときには、これはもう基本は皆さん方でやっていただくという状況だと思っております。

○亀井委員 御説明ありがとうございます。恐らくなんですけれども、そういうことが今のお話の中でいうと、短期アウトカムに新規性ある商談を実施した事業者数という形にも表れているのかなというふうに感じました。それはそれでよろしいかと思うんですが、一方で、もちろん政府がだんだん手離れをしていくというのが一つのこれは方向性かもしれないんですけれども、一方で政府でなければできないことというのは必ずあるはずだと思います。そこはしっかり見極めて、きちんと続けられるようにしていただきたいなというふうに思いました。今新しい分野であるがゆえに、立ち上げ当初の期間において情報収集とか高度な分析を大分これ外に依存しがちなのかなというところがこのレビューシートを見るとちょっと垣間見えるところがあります。

これはこれで当面の期間はやむを得ないんだと思うんですが、多分政策官庁としての本来業務であるんだと思いますので、そういった情報収集とか高度な分析だとか、これに基づいた民間への共有みたいなことは、政策官庁として、また、その産業政策を立案する、そして、産業政策を推進する農林水産省としてしっかり取り組めるようにそこは準備していただきたいなと

いうふうに思います。ややもすると、何かある種の新自由主義的な思想で民間に任せるんだというところで、とにかく無理やり子離れみたいな感じのところはややあるんですが、世界各国の産業政策を見ていますと、決してそうではない。特に食料については安全保障が直結するわけでございますので、まさに食料安全保障と直結する農政として、農業政策を産業政策として考えるときにどう農林水産省が機能するべきなのかというところはしっかり考えながら、では、我々はここをしっかりと取っていこうという形で仕事を確保していただくことが極めて重要なのかなというふうに思います。

また、一方で民間に委ねていくところに当たっては、巨大な人たちがこういうときに出てくる場合があるわけですね。巨大というよりは特定かもしれませんが、特定の事業者に何か偏ってしまうことがありがちで、そういうところこそ逆に競争を促すみたいなのが農水省としての知恵が試される場所だと思いますので、これがこの事業の7年度までの間にどこまで進むのか私は分かりませんが、ただ、いずれにせよこの事業は終了するかもしれませんが、皆さんが御担当されている方々は多分続けていくんだと思いますので、是非そういったところに御配慮いただきながら進めていただければなというふうに思いました。

以上です。ありがとうございます。

○輸出企画課長（伊藤） どうもありがとうございます。まさに応援団としてのアドバイス等を頂いたという認識でございます。今のお話の関係で少し補足をしたいと思います。資料で用意しましたのが28ページでございます。

28ページ、これが今年度の農林水産物・食品の輸出全体の体系の絵でございます。それで、今日御説明していますのはプロモーションあるいは輸出先国との販路拡大というところが中心の話でございますが、今おっしゃったとおり政府でないとできない話というのは相当でございます。相手も政府でございます。それが昨年のまさにこの公開レビューで対象ということで、非常に貴重な御意見等を頂いたんですが、ここでいうと3番のところでございます、3番のところに昨年は左側のところが去年アドバイス等を頂いた事業でございます。この辺りは政府でないとできないものですから、相手国との交渉、それから、相手国のルールに基づいた国内での環境整備、ここはまずきちっとやっていこうということでございます。

それともう一つ、せっかくですから紹介しますと、まさに政策として産業官庁としてやっていくということでいいますと、さっき言いましたとおり他の輸出先進国は結構国として力を入れてやっています。完全に民間に委ねてということではございませんので、そこは私どもそういったこともあるものですから、今政策として大きく打ち出しております。

それで、具体的には例えば情報収集ということではいいますと、資料ではいいますと33ページでございます。全て民間事業者さんにある程度だったらお任せということではなかなか市場の創造ということは難しいものですから、33ページの右側のところにありますとおり、例えば国内事業者向けの話については、輸出専門家という人をどんどん増員する形によってサポートするという、それから、33ページの右下のところでございますが、結局のところ、相手国においてこれは売れないと仕方がないものですから、そこでちゃんと市場を取っていくということでございます。したがって、JETROの海外事務所を中心に在外公館とも連携しまして、私どもは輸出支援プラットフォームと呼んでおりますが、情報収集も含め、輸出事業者を包括的・専門的、継続的にこれは支援していくということで今取組を始めたところでございます。

いろいろと御指摘も頂いたものですから、今年度も更にそこを拡大するという、中国は既に設立したのと、台湾も今月中にこの輸出支援プラットフォームを立ち上げると。さらに、必要に応じて設置国、地域の拡大というのにも検討していきたいと思っております。こういう形できちっとバックアップをして、政策として海外での市場というのを取っていくことをやっていきたいと思っております。

以上でございます。

○亀井委員 今、経済安全保障に近いようなお話もありましたが、ある種のインテリジェンスと申しましょうか、情報の収集と高度な分析、そして、集約というのは極めて大事な政府の機能であります。ややもすると、農水省はそうした自覚、大変失礼な言い方ですけども、やや薄いかもしれず、こちら辺は諸外国のところから学ぶところもあるかもしれませんし、同じほかの官庁から学ぶところもあるかもしれません。是非しっかり対応していただけるようお願い申し上げます。

以上です。ありがとうございます。引き続きよろしく申し上げます。

○前島審議官 引き続き御議論をお願いできればと思いますけれども、委員の皆様はコメントシートへの入力を始めていただければと思います。一応35分というのを目安に送信していただければと考えておりますけれども、一方で、できるだけ多くの委員の方々から御質問、御意見を承りたいと思っておりますので、一通り議論が済むまではコメントをお送りいただかなくても構わないかというふうに考えております。できれば説明者には、少しちょっと回答をコンパクトにいただくと有り難いかなと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

では、続いて林委員、お願いいたします。

○林委員 ありがとうございます。

先ほど事前に想定される論点のところにも挙げられていたところですが、令和7年度までに2兆円を目標としていて、農林水産物・食品の輸出額ですね、2022年が1兆4,000億なので、140%ぐらい拡大するということですね。やはりなかなかこのロジックモデルを見ていて分からないのは、この事業でいろいろな海外見本市等々の様々な事業をされるわけですが、それがどのくらいのボリューム感があって、実際に例えばここに参加した企業が令和6年度で141%成約金額増加という目標を挙げていますが、それを達成することで全体の令和7年目標2兆円にどれくらい寄与するのか、あるいは言うてしまえば、要はこの海外見本市に参加した企業が幾ら達成しても、それはごく一部でしかなくて、令和7年度目標2兆円に達しないのであれば、もうちょっと別のことを考えなければいけなくなりますので、その辺りの目標の設定の仕方と、それから、やはりここに参加している事業者以外のところにどう影響させているのかということをお説明いただきたいと思っています。

先ほども既にJETROの輸出専門家の話とか中国、台湾での輸出支援プラットフォームの話とか既にありましたので、そういうところに関係するのかなとは思いましたが、それを是非御説明いただきたいのが1点と、もう1点だけ簡単に。実際にプロモーションの活動はJETROから更に各業者に委託が出されていますよね。見ると二十数社とかそういうところに国内での伴走支援とか、そういう形で出ています。そうすると、亀井委員が先ほど御質問されたように、やはりそういう二十数社もあるような事業者がどんどん輸出の支援のノウハウを身につけていき、国の支援が不十分なところでもその民間事業者が主体的に活動できるようになるのではないかというふうに思うんですが、そうすると、そういうところでのノウハウの蓄積、共有であるとか、そういうことというのは例えばJETROが意図的にやっているのかとか、その辺りの事業者の支援というか、農水の生産者ということではなくて、支援をする事業者です。そこについての支援とか連携とか、その辺りはどういうふうにお考えなのかというのを教えてください。

○輸出企画課長（伊藤） どうもありがとうございます。この①番の事業が輸出の目標額のトータルにおいてどれくらいのボリューム感かという話、1点目でございますけれども、これはこの事業自身がアウトプットのところに書いてございますとおり、事業者数としては例えば今年度4,250社というようなことでございます。それで、この方々がどれくらい今輸出額がトータルであってというところが、これからというところもあるものですから、ちょっと追えないところがあります。

ただ、一つ重要なのは、やはり今食品メーカーあるいは農林水産物の事業者さんからすると、

まだ輸出をするというのが当たり前にはなっていないものですから、例えば自分の身近なところで輸出をしている方がいると、自分もやってみようという気付き、それから、情報収集してみようという形になるものですから、そういった意味では、これなかなかボリューム感がどれくらいか示しにくいんですが、この方々が先駆けて輸出金額のところを達成することによって、横への波及というのは必ずこれは大きくあるなと思っております。

それと、参加されている事業者の方以外への波及ということですので、今みたいな話のほか、JETROの事業、見本市とか商談会はそこで一過性のものにどうしてもなってしまうんですが、いろいろセミナー等についてはこれ全部アーカイブ化をしまして、いつでも自由にアクセスをして見ることができるというような形でやっております。それと、あとは輸出に先進的に取り組んでおられる方を講師にするような形で、その人たちの話を聞けるような機会というのも多く設けておるものですから、そういったことで多くの事業者さんを取り込んでいこうということでございます。

それと、あともう一つ、②番で書いてあります品目団体の関係、これ実は業界を挙げて輸出に取り組もうという形で仕組んでいる内容でございます、こちらはこちらでまた輸出額目標に向けて個別の品目ごとに輸出の目標ということで、業界全体の品目ごとの数値というのがございますので、それをアウトカムのところの目標として定めております。したがって、こちらの方でも当然その金額の達成に向けて行いますので、そういった相乗効果の中で2025年2兆円というのを達成していきたいということを思っているところでございます。

それともう1点、プロモーションの関係で申し上げますと、先ほどお話にございました委託事業の関係でいいますと、この伴走支援というのが実はこういったJETROの事業に参加された方を参加される前、それから、後のところをきちっとサポートしていかないと実際の輸出拡大につながらないものですから、それ用の専門家をつけるための委託事業でございます。

したがって、これはJETROの方から委託という形で出しているものですから、そこでのノウハウというのはまたJETROの本部の方に全部蓄積をされるということでございます、例えばJETROに相談窓口というのがございますので、そういうところでのやり取りなんかにも全部生かされるという形にしております。

以上です。

○林委員 分かりました。ありがとうございます。

○前島審議官 では、金子委員、お願いいたします。

○金子委員 このロジックモデルを拝見すると、一番最後は結局輸出拡大といういろんな要素

が入り込んでしまうところからスタートしているので、この事業の効果を測定するのがそもそも難しいという前提があるのではないかという気がする中で、今出てきているアウトプット、短期・中長期のアウトカムを見ていても割と計測しにくいのではないかとと思われるような勧誘活動とか役立ち度とか、どちらかという定性的に近いようなものが結構多いですし、成約金額の増加というのもこの事業の影響というか、結果に限定して計測がそもそもできるのかなというような、全体的なちょっと効果測定の難しさを感じるんですけども、その辺りはどういうふうにお考えでしょうか。

○輸出企画課長（伊藤） ありがとうございます。

効果測定は非常に難しいという点、よく分かっている中で、さはさりながら、これはきちっと効果を図っていかなくちゃいけないということで議論をしてまとめたものがこれでございます。それで、例えばレビューシートの方に少し書きましたけれども、このアウトカムのところで事業者の成約金額をどうやって見ていくかということでございますけれども、これは事業に参加された事業者について、まず当日書面調査によりこれをきちっと実施するという、それから、それ以降はeメールでその方にアンケートURLというのを送付しまして、それで、事業者さんから回答を得てJETROにおいてシステム上でまとめるということで、対象者は少なくともきちっとアウトプットで対象になった方の状況というのを見ていくというようなことでございます。

それから、あとは役立ち度のところ、これはどうしても定性的になってしまうところはあるんですけども、これも実際事業に海外において参加された方々を対象に、今申し上げたような手法で確認を取りまして、それで、実際どれくらい効果があったかというのをまとめるということで、可能な限りこの事業と結びつける形でアウトカムというのをしっかりと確認していきたいと思っております。

○金子委員 ありがとうございます。

○前島審議官 ほかの委員。では、石田委員、お願いします。

○石田委員 ちょっと為替の話なんですけれども、2011年から2022年にかけてこれだけ輸出量が増えましたというのがあるんですけども、やっぱりこれ一番極端に2011年に75円までいったみたいな、2022年はもう70円代から80円ぐらいのところの為替だったものが、2022年はこれまた150円というような極端なものまで振れ、円安、円高のところの影響が非常に大きく出てしまっている二つの年度を比較してこれだけ輸出量が増えましたといっても、やはりそれは為替の影響という農業そのものではないのが入っていると言わざるを得ないのではないかなと。

これだけ為替がもう1.5、1.6倍みたいなのが入ってくるとすると、それを除いたところでの農業そのものの伸び率というのはどのように把握することができ、把握していらっしゃるのかというのをまず教えていただけますでしょうか。

○輸出企画課長（伊藤） 今おっしゃった為替のところというのは、当然これ影響があると思います。当然昨年なんかは円安の局面でございましたので、海外市場の競争環境を改善しまして、それで、この輸出に好影響を与えているということもあると思います。ただ、私ども思っておりますのは、当然これは為替のところも大きく影響はするんですけども、それ以外に例えば昨年の例でいえば、円安が輸入原材料高あるいは資材高を招くという要因もあったところがございますし、あるいは輸送運賃の値上がりとか海外のインフレなどの需要動向というのも輸出額に大きく関係するという認識でございます。

したがって、こういった様々な要因が複雑に関係する中で輸出が行われているということになるものですから、かつ申し上げますと、今円安の話はございましたが、実は過去数年は円高基調が御案内のとおりあったわけで、そういう中でも輸出額は右肩でずっと伸びているというような状況もあるものですから、相応的にいろいろな要因というのを常にウオッチしているという状況でございます。

○石田委員 ありがとうございます。

要するに農業の担う方というか、こういうことを担う方してみると、常にそういう環境というもので自分たちでは抗い難いものに影響を受けるというところは避け難いところではあるんですけども、それが全部表れてしまっている数字だけ追いかけて、伸びているか伸びていないかみたいなことをすると、いつもその裏側で違う理由で言い訳ができてしまうということになりかねないので、そういうことも踏まえながら、それについての影響は多分ほかの施策で緩めるような形で、またそれはそれでやっているはずなので、この事業で取るべき目標というものとか、あるいはアウトカムというものに関しては、できるだけそういうものを排除した指標とかを置いてあげて、実際にできているのかできていないのかというのを自分の努力がきちんと分かるような形のアウトカム指標というのができないかというのは、また工夫していただけると有り難いかなというふうに思います。

あと、コメントになっちゃうんですけども、そういう意味では今これは飽くまでも牽引していく事業だと思うので、輸出額の伸び率と同じままでやっている、国全体の輸出額はそれ以下にしかならないということになるでしょうから、これの事業としての目標率はもう少し高く設定すべきではないですかというのは事前でも御指摘あったと思うんですけども、やはり

それは工夫していただきたいと思いますということと、すみません、あと話題が変わっちゃうんですけども、先ほどから民間の活力の呼び込みとありましたけれども、今は地方銀行とか地域金融機関とか、みんなやっぱり躍起になって地元の活性化のために一次産業のところを海外に持っていくということをやっているんで、それに対して今までと同じようなJETROの活動じゃなくて、JETROが呼び水になりながらも、どうやって委託先とか再委託先とか、そこで参加してくださった人たちがどれだけ伸びたのかというのを図るものというのは、多分またもっと指標というか数字を各金融機関が持っていたりとかすると思いますので、そういった今民間側でどのぐらい伸びたのかということが分かるようなものとかも含めた更なる指標というものについては工夫していただけるといいのかなというふうには思います。

○輸出企画課長（伊藤） どうもアドバイスありがとうございます。しっかりと検討していきたいと思います。

それで、今の話で少し申し上げますと、まさにこの指標の工夫ということで、短期のアウトカムのところというのは、これはまた金額のところでないところで見えていこうということで議論をして、設定をしたという状況でございます。

それとあと、最後におっしゃった地域の金融機関なりそういったところの指標というのは、是非いろいろと勉強させてもらおうと思っております。今やっておりますのは、非常に皆さんがそれぞれ輸出に向けて頑張っておられるので、そことの連携というのはしっかりとやっていたかなきゃいけないと。それで、今回これはJETROの事業なものですから、JETROの取組を中心に資料でもまとめましたが、地域の金融機関あるいは地方自治体、あるいはJAグループ、さらには商工会議所、商工会、こういうところと横の連携をすごく今やっていたいようなことでやっておりますので、そういう中できちっとどういうのを具体の目標で置いておくかということも含めてやっていきたいと思っております。

○前島審議官 すみません。私があまり本来議論に参加してはいけないんですけども、今の石田委員からの意見の中で、アウトカムの目標設定がこれでいいのか、指標の設定がこれでいいのかというところがあったかと思うんですけども、ここについては事前の御指摘を踏まえて数字を上げているはずですので、その点について説明者はきちんと。

○輸出企画課長（伊藤） 答弁漏れがありまして、失礼いたしました。今おっしゃったとおりで、この人たちが牽引をする役割を果たします。したがって、具体的にはインパクトの令和7年の輸出額2兆円という指標11でございますが、これに向けてアウトカムの①番のところの成約金額の増加につきまして、2ページ目のところの指標4で書いてございますけれども、

令和4年度対比で令和6年度141%、令和7年度を169%と置いています。令和7年の輸出金額2兆円の目標を達成するためには、令和4年度の輸出金額から7年度までの3年間で41%伸ばす必要があるんですが、したがって、1年当たりで12%ずつ増加させる必要があるんですが、この事業を活用した事業者については、全輸出業者をリードすると先ほど申し上げたとおりの位置づけでございますので、1年当たり19%ずつ増加、すなわち2年間で今申しました41%、目標最終年度の令和7年度の前年度までにこの目標を達成する水準という形でアウトカムを上げているところでございます。

○石田委員 ありがとうございます。これについても何でその伸び率にするのかというのは、またそれはそれでエビデンスに基づいて、そこまで上げるとちょうど2割になるとかというところは裏付けを取った上で設定されたということによろしいんですか。

○輸出企画課長（伊藤） なかなかこの方々がどのくらい横に波及をするのかというのは難しいところはあるんですが、少なくとも牽引するというような位置づけで捉えておるものですか、それを基にどういった数値が適切かという議論でこの数値を置いております。

○前島審議官 では、ほかの委員の方々、御質問等は。

では、三浦委員。

○三浦委員 この事業は基本的に日本全体としてのプロモーション活動のためというよりも、個々の事業者さんが輸出に参画していくための支援というふうに認識しております。その中に海外で商売するという点においては、国内で商売するよりも先ほど石井委員がおっしゃったように為替リスクもありますし、税務や法務、いろんなリスクがより高いというふうに思っております。そうした中で、皆さんがこのプロモーション活動等に参加して、今後もそれを将来につなげていくためには、日本で販売するよりもそういったリスクを抱えながら海外で販売した方が収入もそうですし、ほかの付加価値的なものも高いということで継続して、それがだんだん拡大につながっていくというふうに認識しておりますけれども、そこはやはり日本で売るよりも海外で売る方が自分たちのためになるということにつながるというふうに考えてもよろしいのでしょうか。

○輸出企画課長（伊藤） ありがとうございます。

私ども各事業者さんで輸出に取り組んでおられる方のいろいろな先進事例、優良事例というものを集めています。そういうものをお示しすることによって、ほかの方々には是非自分も輸出をやってみようという思いになってもらうというのが重要だと思っております。

それで、具体的には例えば岩手のJAの例でいいますと、これはリンゴなんですけれども、

国内販売用よりも輸出用がキログラム当たり55円高いとか、あるいは日本国内ですと、かんしょあるいは長芋で規格外のものだったものが海外ではそれがすごく評価されているとか、いろんなプラスになる話というのがあるものですから、今おっしゃったとおり、これは海外で売っていくとまさに稼ぎになるというのが重要でございますので、そういった話、実際にそうでございますので、広めていきたいと思っています。

○三浦委員 御説明ありがとうございました。

○前島審議官 それでは、よろしいでしょうか。

では、コメントの方がまとまったようですので、取りまとめコメント案を御覧いただきたいと思います。皆さん、よろしいでしょうか。

それでは、金子委員より発表をお願いいたします。

○金子委員 委員の皆様のコメントを紹介させていただきます。

輸出拡大というインパクトは為替を筆頭に外的要因の影響が大きいことが想定され、事業の効果を測定することに困難が想定される。これに対し、直接的アンケート等を採用することにより計測の正確性を極力担保しているとのことだが、更に分かりやすい指標の検討を続けていただきたい。

次です。本事業は新規参入等の入口部分に関するものであるところ、輸出拡大においては継続が重要と考える。これに対し、ほかの事業やJETRO等との連携により展示会等への参加の機会のみならず、その後の活動も支援する体制が必要である。

次です。マーケットイン型の「新市場創造」という場合、従来とは異なる新機軸をもっと打ち出せないか。これに対し、展示会、市場調査といった従来タイプの輸出促進策がまだ中心を占めているように見える。政府が民間と連携して、新たな市場を創出していくよりチャレンジングな取組を期待。

次です。文化と絡めた長期の輸出促進の視点と取組がより必要ではないか。これに対し、他の官庁や施策などと連携し、例えばインバウンド観光客が本国で日本製品の継続的購入者となる仕組みづくり等が必要であろう。

次です。事業の課題や問題点として、輸出額2兆円目標達成のために様々な施策がある中で、この事業の担う役割を踏まえた因果関係のある指標としての中期アウトカム、長期アウトカムの設定が挙げられる。これに対し、輸出額を増やすためには、これを牽引する位置付けになるイベントやビジネスマッチングの成約件数の目標について、輸出の目標伸び率よりも高く設定する必要があるのではないか。

J E T R Oの活動を通して民間の活力を呼び込むことが必要であり、民間では出しづらいうところを国が負担しつつ、委託先、再委託先にて出してほしい成果目標、実績評価も工夫しながら、的確な短期・中期アウトカム指標を設定してはどうか。

次です。円ベースでの輸出額目標にすることで、為替の影響を除外したときの伸び率が不明瞭となる。これに対し、為替、地政学的影響を踏まえても、本事業そのものの伸び率がどのくらいであるのかを分かるように更に指標を工夫するとよいと思う。

次です。本年のレビューでは、「政策効果の発現経路と目標をロジカルに説明し、事後的にデータに基づいて見直す」ことができるようやり取りを進めてきた。この間のロジックモデルの再検討を通じた各種対応強化策・運営方法の見直しが提示されたことについては評価したい。これに対し、今後もこの間のプロセスで取り組んできた政策効果発現のプロセスに関するロジカルな検討、データに基づいた課題の把握等を通じて、より効果の高い政策になるよう体制の在り方も含めて、不断の見直しに取り組まれない。

次です。市場の創造といった先導的な役割を果たす事業の場合、局面ごとに政府が果たすべき機能は異なる。この点でも、基礎的なE B P Mの徹底は求められるが、もう一つの視点でいえば、健全な成長を実現する官・民の関係性・役割分担に関するストーリーが現時点から必要なのではないか。これに対し、今後輸出拡大が伴ってくれば、官民のあるべき役割分担も見えてくるはず。そうした流れをしっかりと予見しつつ、将来任せべき主体への潤滑な機能の移行ができるよう、主体の育成も含めて民間側の準備も進めていくべき。また、その際、特定の事業者への依存を避け、健全な競争が行われるよう十分な配慮が必要である。

次、新しい分野であるがゆえに立ち上げ当初の期間においては、情報の収集や高度な分析等を外部に依存しがちであることはやむを得ないが、これらは政策官庁としての本来業務であることは肝に銘じるべき。これに対して、農水省においては資金の出し手としてばかりではなく、政策目的にかなった情報の集約、高度な分析、そして、これに基づいた民間への情報共有など、政策官庁として強い求心力を保持しながら、事業をリードしてほしい。

最後、本事業に参加した事業者の販路拡大効果が得られるだけでなく、それ以外の事業者への波及的効果が目的達成には重要になってくる。波及がいかに関係するかがロジックモデルからは分かりにくい。これに対し、J E T R O等で輸出に関心が薄かった農水産物の事業者向けにも情報をアクセスしやすい形で取りまとめるなど、波及のための活動を意識的に事業内に組み入れて、その効果も把握していただきたい。それによってロジックモデルが、ロジックが通る形で成立するようになる。

以上です。

何かございますでしょうか。

なければ、農林水産省は本取りまとめ結果を尊重の上、事業内容の改善に向けた検討をお願いいたします。

進行を事務局にお戻しします。

○前島審議官 ありがとうございます。

以上で本事業につきまして議論を終了いたします。

次の事業は少し中途半端になりますけれども、5分後の13時57分をめどに再開したいと思います。よろしく願いいたします。