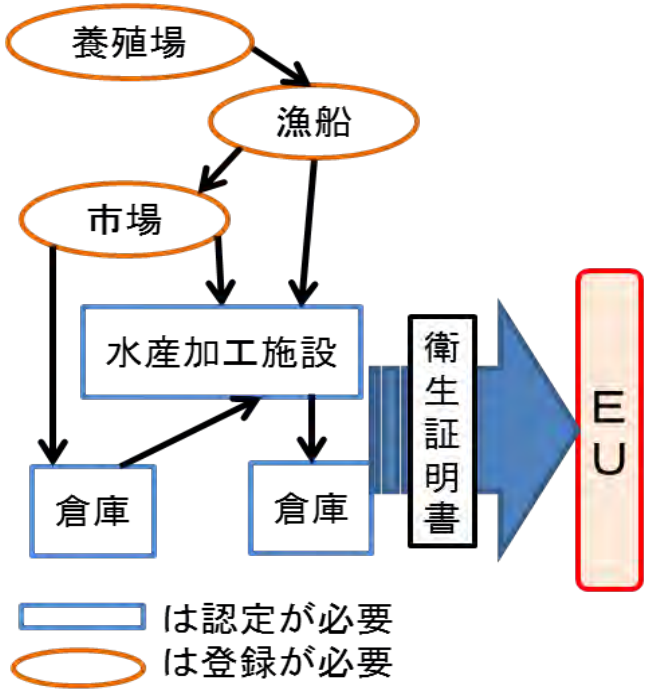
水産物のHACCPの現状について

○ HACCPは、FAOとWHOの合同機関であるCodex委員会から発表され、各国にその採用が推奨されている食品安全のための工程管理システム。
○ このシステムは、食品の製造工程で発生する恐れのある危害をあらかじめ分析（Hazard Analysis ）し、安全な製品を製造する上で特に重要な工程を重要管理点（Critical Control Point ）と定め、これを継続的に監視することにより製品の安全を確保。多くの国でHACCPを導入。
○ EUは、漁場から食卓までのフードチェーン全体でHACCP基準を満たすことを要求しており、他国に比べて厳しい条件となっている。
○ 日本は、EU・HACCP認定施設数が諸外国に比べて少ない現状にある。

水産食品のEU輸出へのフロー



EU・HACCP認定に際してのポイント

（1）HACCPの導入
－HACCPチームの編成
－危害要因の分析
－重要管理点の決定、監視
－継続的な記録の作成、保管、等

（2）HACCPに対応できる施設整備
①交差汚染の防止（汚染区域と清潔区域を壁等を用いて区分け）
②床・壁等の素材（不浸透性・非吸収性の洗浄可能で無害な材質）
③カビ、結露の発生を防止
④手洗い（自動式蛇口を有する等適切に設計された給湯付き手洗設備）　等

（3）公的機関による認定

主要国における EU・HACCP認定状況

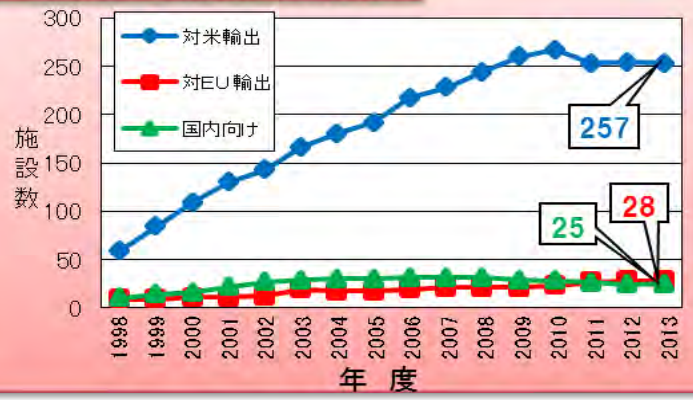
No.	国名	認定施設数
1	アメリカ	1014
2	カナダ	657
3	中国	634
4	ベトナム	443
5	モロッコ	356
6	インド	330
7	タイ	271
8	チリ	253
9	ペルー	207
10	インドネシア	180
32	日本	28

EU保健・消費者保護総局HPをもとに水産庁作成（2013年12月18日時点）

水産物のHACCP認定促進に向けた課題

○ 水産物輸出増にはHACCP施設増が必要。
○ 2012年度以降、補正予算で改修を行う施設が59施設あり、今年度中には全てが作業を終了する予定。
そのうち対EU向けは22施設、対米国向けは26施設、その他（東南アジア等）は11施設。
○ 2013年度補正においても引き続き改修支援を促進。
○ HACCP施設の認定促進に向けた体制強化が不可欠。

HACCP認定施設の推移



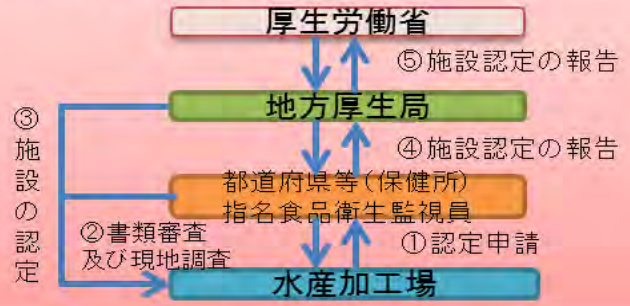
HACCP対応のための改修支援事業

2012年度補正予算
○予算額　　：25億円
○対象施設　：55社（59施設）
　－うち、改修を終了。4施設（対EU向けが1施設）
　－今年度中に終了予定。55施設（対EU向けが21施設）
○改修済み対EU向け施設については保健所が指導を開始。

認定等の手続き

○対EU・HACCPは、厚生労働省の指導の下、保健所が認定。対米HACCPは保健所又は（一社）大日本水産会等が認定。

【EU・HACCPの認定の流れ】



年度別EU・HACCP新規認定数の推移

13

我が国における農業生産工程管理(GAP)の取組状況

GAPの導入

【基本理念】

○農業の持続的発展

○食品の安全確保

○環境の保全

農業生産工程管理(GAP)とは

農業生産活動を行う上で必要な関係法令等の内容に則して定められる点検項目に沿って、農業生産活動の各工程の正確な実施、記録、点検及び評価を行うことによる持続的な改善活動。

我が国への導入策

○基礎GAP(2007年3月)
○GAP手法導入マニュアル
(2008年1月)

取組の拡大

高度なGAPの拡大

「食料・農業・農村基本計画」
(2010年3月)
「共通基盤づくりを進めるとともに、産地における更なる取組拡大と取組内容の高度化を推進」

「農業生産工程管理(GAP)の共通基盤に関するガイドライン」を策定
(2010年4月)
食品安全、環境保全や労働安全に関し、特に実践を奨励すべき取組を明確化。

高度化

今後の展開方向

○ ガイドラインに則したGAPの普及・拡大を引き続き推進。

○ 輸出を目指す生産者・産地に対し、GLOBALG.A.P.※等の取得を支援。

※ 欧州の流通小売の大手企業が主導で策定した取引要件としてのGAP
我が国におけるGLOBALG.A.P. 取得数(2012年末現在) 122件

推進策(2013年度)

◆ 食品の安全性等を向上し、需要者や消費者の信頼を確保するため、高度な取組内容を含むGAPの普及を支援。
○ 消費・安全対策交付金 (2,096百万円の内数)

◆ 輸出を目指す生産者・産地に対し、海外の取引先の要請に対応したGLOBALG.A.P.等の取得を支援。
○ 日本の食を広げるプロジェクト(4,000百万円の内数)

我が国のガイドラインに則したGAP取組産地数

2013年3月
980産地
(うちGLOBALG.A.P.取得数 122件 (2012年末現在))

2015年度(目標)
1,600産地

輸出環境整備に係る取組と今後の対応

○ 攻めの農林水産業の検討以降、厚生労働省ほか関係府省の協力を得つつ、輸出環境の整備に努力。
○ 今後は、まず、2014年度の戦略実行予算を活用しつつ、課題の優先順位付けや予見可能性について、事業者とコミュニケーション。
さらに、2015年度以降はPDCAサイクルで検証しつつ、問題となる規制の概要、国際ルール上の問題点、課題への対応の進捗状況などを盛り込んだ「輸出環境整備レポート」（仮称）を作成・公表。

年月	事案名	国名	品目名	具体的内容
2013年3月	牛肉の第三国リスト掲載	EU	牛肉	○ 2005年から、牛肉に係るEUの第三国リスト掲載に向けた交渉を開始。 ➡ 2013年３月に第三国リストに掲載。 （現在、申請のあった施設の認定に向けた審査を厚労省で実施中。）
2013年6月	自由販売証明書の発行	ベトナム、フィリピン、タイ、トルコなど	加工食品等	○ 加工食品等の輸入の際に東南アジア各国では自由販売証明書を要求。 ➡ 2013年6月20日より厚生労働省が発給を開始。 （ベトナム、フィリピンなどへの加工食品の輸出が可能となった。）
2013年8月	○農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略の公表			
2013年9月	有機同等性の承認の取得	米国	茶等	○ 2003年から、我が国の有機JAS制度と全米有機プログラムの同等性の交渉を開始。 ➡ 2013年9月26日、米国から有機同等性の承認を取得。2014年1月1日より適用。 有機JASを取得した農産物等が、米国の有機制度による認証を改めて受けることなく「organic」等と表示して輸出することが可能となった。
2013年12月	植物由来の輸入食品の規制緩和	ベトナム	青果物等	○ 2011年7月ベトナム政府は植物由来食品をベトナムへ輸出するには、食品の衛生・安全が確保されている国としての認定を要求し、我が国の植物由来食品を輸入停止。 ○ 林大臣がファット農業大臣と会談した結果、ベトナムが2013年に限り、日本を輸出国として暫定的に認定。 ➡ 2013年12月16日正式に輸出国として認定を取得。植物防疫の条件の設定が必要なものを除き輸出可能となった。
2014年2月	牛肉の輸出解禁	メキシコ	牛肉	○ 2004年から、牛肉の輸出に向けた協議を開始。 ➡ 2014年2月、検疫条件に合意し、認定施設からの輸出が可能となった。

15

輸出のビジネスサポートをジェトロに集約

○ 海外における見本市への出展や商談会の開催など、農林水産省とジェトロや経済産業省をはじめとした関係府省が連携して輸出を推進。

2012年度まで

○ 事業者は、輸出に係る情報を個別に収集。

○ 農林水産省とジェトロは、それぞれ海外見本市への出展、商談会の開催などを実施。

○ 海外見本市への出展や商談会開催の年間スケジュールの公表なし。

○ ジェトロの農林水産物・食品に係る事業規模は、中小企業対策費を中心に、約5億円（2012年実績ベース）

2013年度以降

- 国内外にネットワークを有するジェトロへ機能を集約。
- PDCAサイクルにより、継続的に事業を見直し。

○ 関係府省と連携しつつ、ジェトロを輸出に係る情報窓口としてワンストップサービス化に着手。

○ 海外見本市への出展、商談会の開催などをジェトロに集約。

○ 2014年度より、海外見本市への出展や商談会開催の年間スケジュールを公表。

○ 中小企業対策費等のほか、農林水産省からジェトロへの約10億円の補助。
（輸出総合サポート事業）

産地間競争からオールジャパンの体制へ

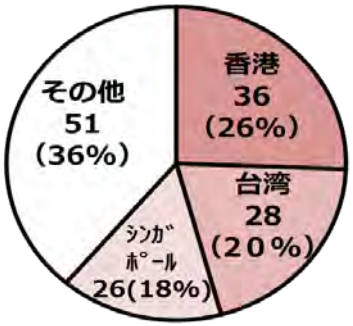
○ 各県バラバラではなく、ブロックや地域でまとまって輸出に取り組む取組を支援するとともに、共同輸送・混載による物流費の抑制を図るため、事業者向け支援をメリハリ化することにより、ジャパンブランドの構築や産地間連携の取組を重点化（輸出総合サポートプロジェクト事業）。

これまで

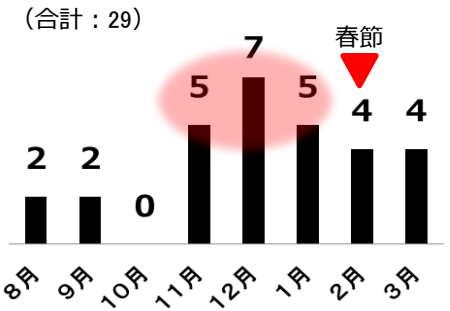
重点国・重点品目を設定せず、
事業者への輸出機会の提供が中心。

産地単位で、輸出しやすく、商流が既に確立している国・地域に輸出が集中し、現地で産地間の過当競争や叩き売りが発生。

【例】
香港、台湾、シンガポールへ事業が集中（図１）、
さらに香港の春節前に県のイベントが集中（図２）。



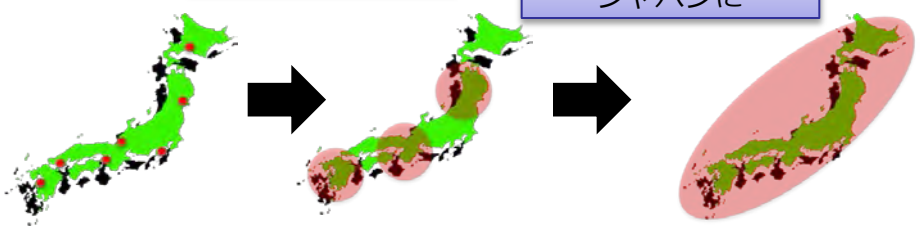
（図１）
2012年度販売促進事業
実施先国（延べ数）



（図２）
香港における2012年度
果実の月別販促補助事業実施数

これから

オールジャパンで、
重点品目を重点国・地域へ積極的に輸出



産地バラバラ

産地間連携による
多品目周年供給の実現

品目別輸出団体の育成・支援

SOPEXA（フランス食品振興会）やUSMEF（米国食肉輸出連合会）、NSC（ノルウェー水産物審議会）等を参考にしつつ、品目別に輸出促進の指令塔・マーケティングを行う団体を育成・支援。

（品目例）

- 牛肉
- 茶
- 日本酒
- 水産物

等

関係省庁との連携による取組

○ 品目別マーケティング団体の育成等の国家的マーケティング体制を整備、事業者サポート体制を強化。

日本酒の輸出に関する国全体の効果的なマーケティングに関する調査

【委託先】
○ みずほ情報総研

【趣旨】
○ SOPEXA等各国の輸出促進団体を調査しつつ、日本酒の国全体としての効果的なマーケティングに向けた現状・課題・あり方等を検討。

【委員】
○ 内閣官房、国税庁、農林水産省、ジェトロ、酒造組合中央会、地酒協同組合、名門酒会、卸売酒販中央会等、日本酒の主たる組合・メーカー・流通事業者等

【スケジュール】
○ 今年度内に、日本酒全体としてのマーケティングのあり方について、一定の方向性を報告。

成田空港周辺における農観連携プロジェクト検討会

【事務局】
○ 観光庁

【検討事項】
○ 成田空港周辺地域をモデル地域として、農業と観光が連携した地域活性化、農産品のプロモーション、空港を活用した輸出拡大方策等を検討。

【委員】
○ 農林水産省、国土交通省、千葉県、地元市町、成田空港会社

【スケジュール】
○ 今年度内に地元の取組状況や意向を確認。2014年度は具体的プログラム作りやプロモーションを進めつつ、課題を抽出・具体化。

農林水産物・食品の輸出に係る物流検討会

【事務局】
○ 農林水産省・国土交通省

【検討事項】
○ 農林水産物・食品の輸出拡大に向け、国内荷量の集約、共同配輸送等による効率的な輸送ルートの確保、品質の維持、海外マーケット開拓等を検討。

【委員】
○ 農林水産省、国土交通省、学識経験者、ジェトロ、経団連、日本物流団体連合会、全農、物流事業者、農産物等輸出事業者

【スケジュール】
○ 今年度内に方向性を取りまとめ。

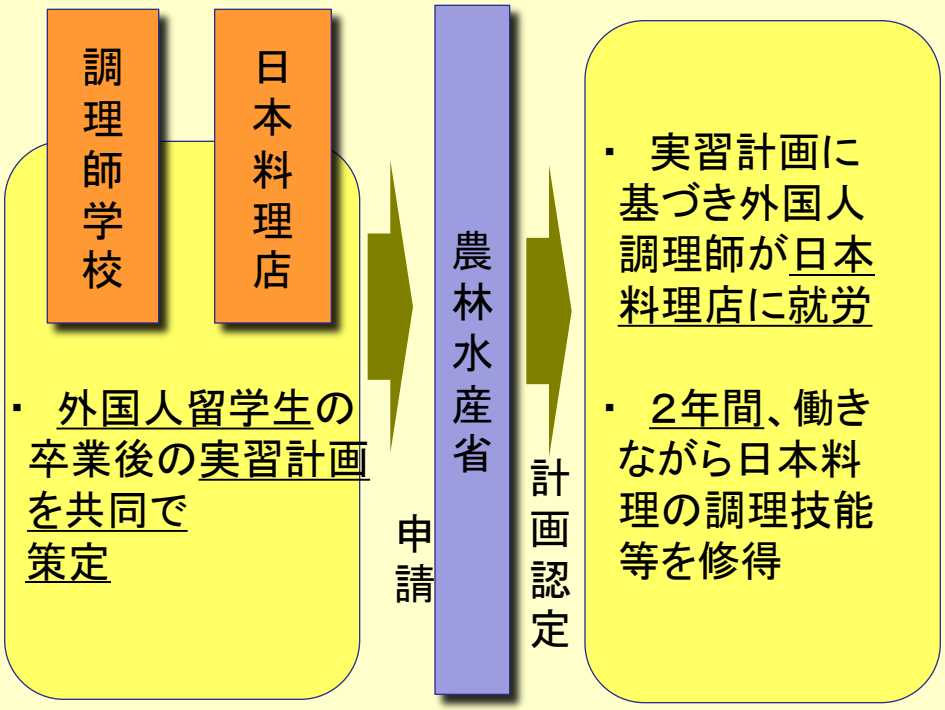
【クールジャパン、ビジット・ジャパン等と連携した取組】
関係省庁が実施するクールジャパン等関連イベントと連携して、日本食・食文化の魅力を海外に発信。
＜例＞昨年11月にインドで開催された南アジア最大級の見本市に経済産業省と連携してパビリオンを設置。他分野のコンテンツと連携して、日本食・食文化の魅力を総合的に発信。

世界の料理界での日本食材の活用推進

○ 世界の料理界における日本食材の活用促進のため、外国人調理師の在留資格の要件の緩和や、海外のトップシェフや食関連事業者等への魅力発信等を実施。

外国人調理師の在留資格の要件緩和

本年2月から、外国人調理師が日本国内において働きながら日本料理を学べるように在留資格の要件緩和を実施



海外のトップシェフや食関連事業者等への魅力発信

世界的トップシェフに日本食・食文化への正しい魅力を深めてもらう取組を実施

アラン・デュカス氏

例）
- マスターオブワイン（ワインに関する国際的な認定資格を有する者）を日本に招聘し、酒造りや日本酒の持つ魅力を海外へ発信
- パリにおいてアラン・デュカス氏と連携した日本食や日本産食材のPRイベントを開催
- 米国サンフランシスコ市内のレストラン10店舗で、日本産食材を使った創作メニューによるレストランフェアを開催

STEP2 商流の確立

グローバル・フード・バリューチェーン戦略の構築

～ 日本の「強み」を活かした日本の食産業の成長と輸出拡大 ～

1. ねらい

- 日本の「強み」を活かしたフード・バリューチェーン（FVC）構築により、今後急速な成長が見込まれる世界の食市場を取り込み、日本の食産業の成長と輸出拡大につなげる（”Made BY Japan”の深化）。
- 民間投資と経済協力の連携によるフード・バリューチェーン構築により、日本の食産業の海外展開と途上国等の経済成長につなげる（”All Japan”、”Made WITH Japan”による途上国等との「Win-Win」な関係の構築）。

■ 日本の食産業の「強み」

①健康安全・高品質 ：品質管理、品種開発、表示・規格等
②先進技術 ：農業機械、食品加工・製造、コールドチェーン、ICT、省エネ等
③先進・利便性 ：コンビニ、スーパー、外食等

■ FVC構築の課題（地域ごとに異なる）

生産・流通・消費、ビジネス投資環境整備（各種規制、商慣習等）、人材、税制、インフラ（道路、港湾、電力等）等

2. グローバル・フード・バリューチェーン戦略（今夏までに策定）

（1）総合戦略
- 地域ごとの諸課題に官民連携で対応（官民連携体制の構築と役割分担）
- 情報収集、ビジネス環境整備、人材育成、外交機会の活用、経済協力との連携、資金調達、インフラ整備等・官民連携による食インフラシステム輸出

（2）地域別戦略
- 潜在的成長力の高い地域別の戦略を策定（アセアン、中国、インド、アフリカ等）
- 地域の課題や実情に応じたFVC構築のための戦略

生産
・種子、肥料、農薬、資材
・農業機械、灌漑、発電、土壌、ICT、農業保険　等

製造・加工
・食品製造・加工
・品質管理　等

流通
・コールドチェーン
・集荷・貯蔵・輸送、卸売市場
・品質管理
・港湾、道路、電力　等

消費
・コンビニ、スーパー、外食
・品質管理、POS
・日本食市場開拓　等

商流の拡大に向けた取組

○ ビジネス環境の一層の整備を図るため、ファンド等も活用し、輸出の商流を拡大。

クールジャパンファンド

【設立】

2013年11月

【目的】

○ 世界に向けて展開するためのプラットフォームの確保

○ M&A等を通じた海外流通網の確保

○ 「地域発、世界へ」を実現、ものづくりを狙う地域を活性化

【出資金】

375億円

連携

A－FIVE

【設立】

2013年１月

【目的】

○ 農林漁業者が主体となって、生産と消費をつなぐバリューチェーンの構築

【出資金】

318億円

【A-FIVEを活用した輸出の取組】

○ 千葉県を中心とした植木、盆栽生産者と連携し、中国に加えEU、北南米等への輸出も志向して新たな市場を開拓。

海外での盆栽・植木の利用例
(左)イタリア、(右)中国

EU向け輸出に向けた輸出条件をクリアするため、栽培地において厳しく管理(右)

農林水産物・食品の輸出促進について

（参考資料編）

- 農林水産物・食品の輸出の推移 ・・・・・・・・・1
- 農林水産物・食品の輸出額の国・地域別内訳 ・・・・・・・・・2
- 農林水産物・食品の輸出量・額の動向 ・・・・・・・・・3
- 農林水産物・食品の輸出入状況 ・・・・・・・・・4
- 農林水産物等輸出促進全国協議会の役員・会員 ・・・・・・・・・5
- 平成26年度海外見本市等計画 ・・・・・・・・・6

平成２６年３月１４日

農林水産省

参考資料1