

農林水産物・食品の輸出促進について



2022年9月

農 林 水 産 省

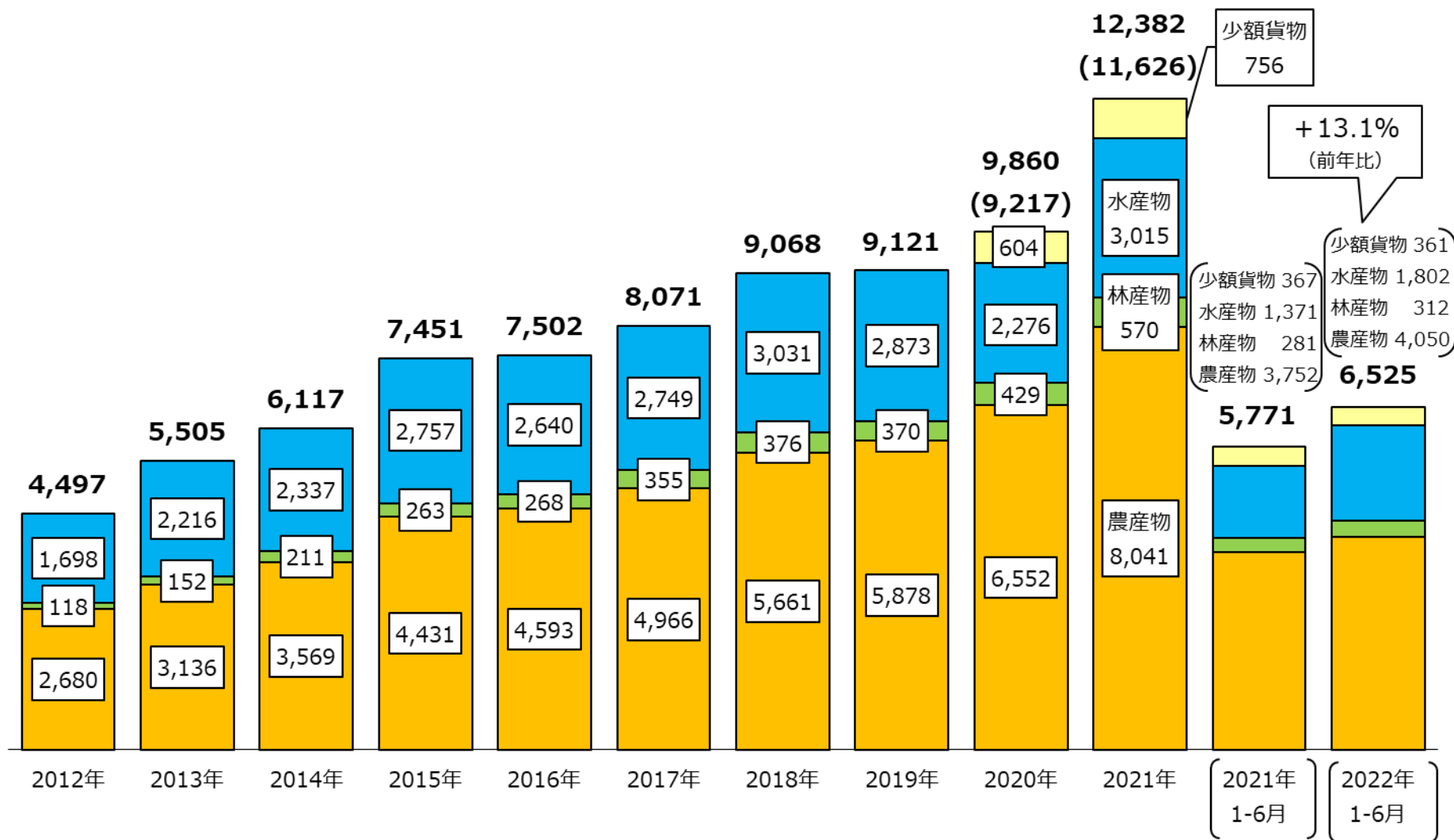
輸出・国際局

輸出企画課 輸出支援課 国際地域課

農林水産物・食品 輸出額の推移

農林水産省
輸出・国際局

(単位：億円)



※財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

※2020年の (9,217) は少額貨物及び木製家具を含まない数値

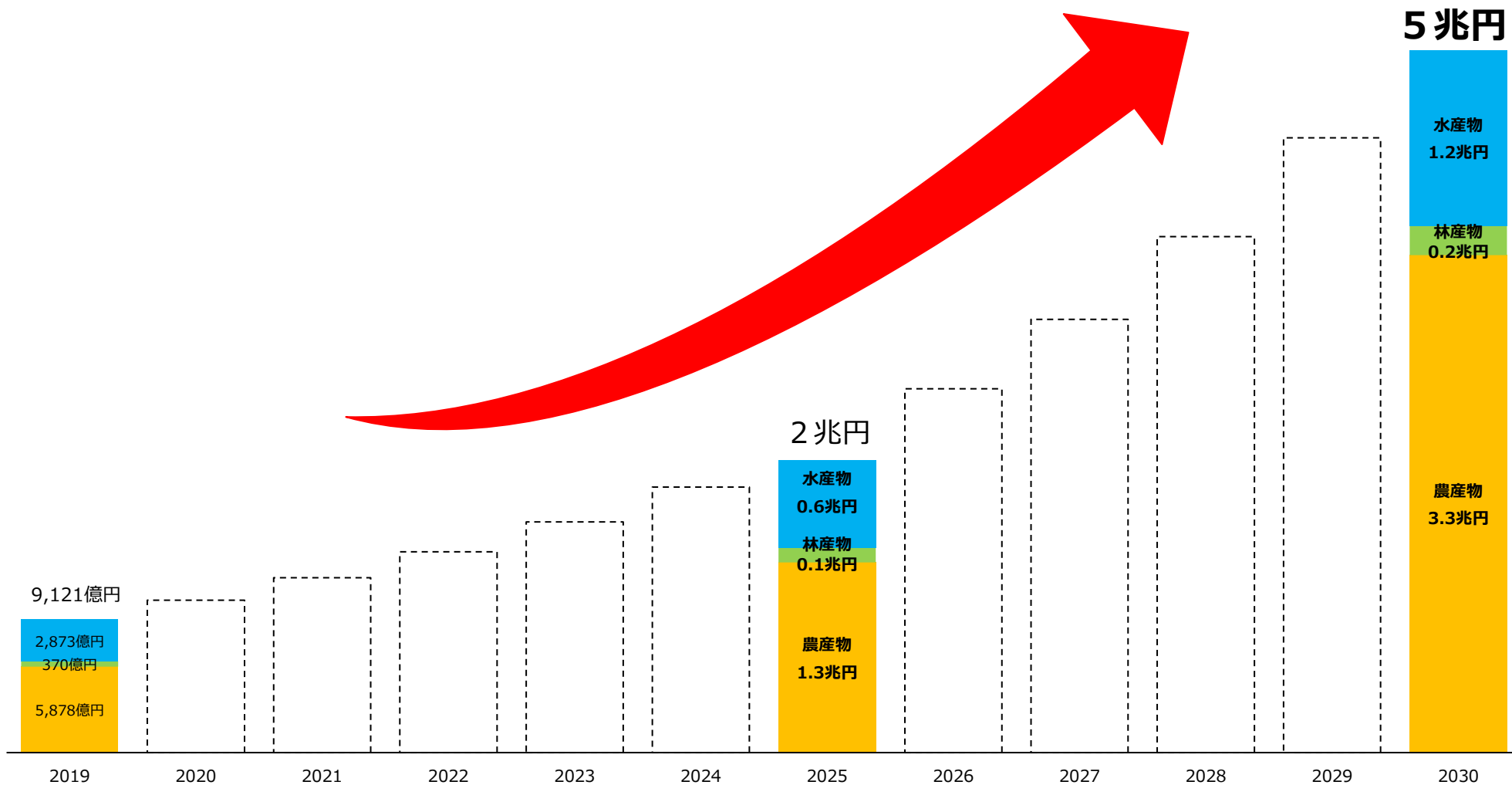
2021年の (11,626) は少額貨物を含まない数値

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。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。

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

農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（R4年6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成立（R4年5月19日）等を踏まえ、R4年度に実施する施策、R5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(28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

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大口ロット・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

- ⑪輸出先国・地域における輸入規制の撤廃
- ⑫輸出加速を支える政府一体としての体制整備
- ⑬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
- ⑭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

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

(令和4年法律第49号)の概要

(令和4年5月25日公布)



1 品目団体の法制化

- ・ 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に取り組み、市場の開拓等を行う法人を、申請に基づき認定する仕組みを創設

2 輸出事業計画の支援策の拡充

- ・ 輸出事業計画の記載事項として、輸出事業に必要な施設の整備に関する事項を追加
- ・ 輸出事業計画の認定を受けた者に対する日本政策金融公庫の業務の特例として、輸出事業に必要な資金の貸付けを措置（資金使途の追加、償還期限の延長）
※ 輸出事業計画に基づき行う施設等の整備に対する税制上（所得税・法人税）の特例を新設

3 民間検査機関による輸出証明書の発行

- ・ 国の登録を受けた民間検査機関が輸出証明書の発行を行える仕組みを創設

4 有機JAS制度の改善（JAS法改正）

- ・ JAS法を改正し、JAS規格の対象に有機酒類を追加
- ・ その他輸出促進に必要な事項を措置

5 施行日

- ・ 公布日（令和4年5月25日）から起算して6月を超えない範囲内で政令で定める日

参 考 資 料

2021年の農林水産物・食品 輸出額 品目別

農林水産省
輸出・国際局

品 目	金 額 (百万円)	前年比 (%)
加工食品	459,482	+22.8
アルコール飲料	114,658	+61.4
日本酒	40,178	+66.4
ウイスキー	46,144	+70.2
焼酎（泡盛を含む）	1,746	+45.4
ソース混合調味料	43,519	+19.1
清涼飲料水	40,576	+18.8
菓子（米菓を除く）	24,422	+29.8
醤油	9,143	+21.7
米菓（あられ・せんべい）	5,637	+24.4
味噌	4,448	+15.7
畜産物	113,922	+47.7
畜産物	87,243	+46.7
牛肉	53,678	+85.9
牛乳・乳製品	24,390	+9.8
鶏卵	5,867	+27.9
豚肉	2,013	+14.5
鶏肉	1,295	▲ 37.2
穀物等	55,863	+9.5
米（援助米除く）	5,933	+11.6
野菜・果実等	56,951	+28.0
青果物	37,657	+28.3
りんご	16,212	+51.5
ぶどう	4,629	+12.4
いちご	4,061	+54.4
かんしょ	2,333	+13.1
もも	2,322	+24.1
ながいも	2,314	+8.7
かんきつ	1,101	+60.3
なし	961	+25.9

品 目	金 額 (百万円)	前年比 (%)
その他農産物	117,875	+8.6
たばこ	14,553	+2.5
緑茶	20,418	+26.1
花き	8,509	▲ 26.3
植木等	6,931	▲ 34.3
切花	1,344	+65.7
林産物	56,975	+32.8
丸太	21,059	+28.9
製材	9,754	+44.3
合板	7,524	+35.4
木製家具	5,443	+37.4
水産物（調製品除く）	233,525	+39.3
ホタテ貝（生鮮・冷蔵・冷凍等）	63,943	+103.7
ぶり	24,620	+42.6
さば	22,025	+7.7
かつお・まぐろ類	20,413	+0.1
真珠（天然・養殖）	17,078	+124.6
いわし	7,445	▲ 3.9
たい	5,042	+33.4
さけ・ます	3,540	▲ 10.1
すけとうたら	1,997	+20.1
さんま	635	+15.2
水産調製品	68,004	+13.4
なまこ（調製）	15,515	▲ 14.4
練り製品	11,258	+8.4
ホタテ貝（調製）	8,078	+73.9
貝柱調製品	5,967	▲ 16.6

※財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成
※財務省「貿易統計」確々報(2021)公表に基づき修正済み

2021年の農林水産物・食品 輸出額 国・地域別

農林水産省
輸出・国際局



順位	2021年						
	輸出先	輸出額 (億円)	金額 構成比 (%)	前年比 (%)	輸出額内訳 (億円)		
					農産物	林産物	水産物
1	中華人民共和国	2,223	19.1	+35.2	1,395	239	590
2	香港	2,190	18.8	+6.0	1,505	18	668
3	アメリカ合衆国	1,683	14.5	+41.2	1,196	64	423
4	台湾	1,245	10.7	+26.9	943	34	268
5	ベトナム	585	5.0	+9.4	393	8	184
6	大韓民国	527	4.5	+26.9	305	45	176
7	タイ	441	3.8	+9.5	228	7	205
8	シンガポール	409	3.5	+38.0	343	5	60
9	オーストラリア	230	2.0	+39.1	203	2	25
10	フィリピン	207	1.8	+34.5	75	108	24
—	E U	629	5.4	+43.8	518	16	94

※財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

※財務省「貿易統計」確々報(2021)公表に基づき修正済み



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（28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28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。
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	カレールウ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°の強化。スライス肉、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	認知度向上のための°F°。様々な部位も含めた輸出促進。
EU	21億円	104億円	

○輸出産地 18産地

- 生産から輸出まで一貫して輸出に取り組むコンソーシアムを産地で構築
- 食肉処理施設等による輸出先国が要求する条件への対応
- 繁殖雌牛の増頭奨励金交付、牛舎等の施設整備等による生産基盤の強化

○販路開拓

- コンソーシアムによる産地と一体となった商談
- 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議会やJFOODOIによるプロモーションを実施

コメ・コメ加工品

【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。 バックご飯・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。
シンガポール	8億円	16億円	中食・外食を中心にした需要開拓

○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新興市場でのプロモーション等を実施

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

○輸出産地 8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

- 日本青果物輸出促進協議会の機能強化に向けた検討
- 輸送実証、プロモーション活動などを支援

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	60億円	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	

○輸出産地 10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

- 水産物・水産加工品輸出拡大協議会と有限責任事業組合日本ブリ類養殖イニシアティブとが共同でプロモーション等を行うことを検討

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1,192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

1,192産地・事業者を公表

(令和4年5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	18産地	コメ・パックご飯・米粉及び米粉製品	30産地
豚肉	5産地	製材	4産地
鶏肉	7産地	合板	8社
鶏卵	6産地	ぶり	10産地
牛乳乳製品	2産地、5社	たい	3産地
果樹（りんご）	8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	清涼飲料水	7社
果樹（かんきつ）	15産地	菓子	46社
果樹（かき・かき加工品）	10産地	ソース混合調味料	14社
野菜（いちご）	13産地	味噌	20産地
野菜（かんしょ・かんしょ加工品・その他野菜）	38産地	醤油	30産地
切り花	8産地	清酒（日本酒）	619者
茶	12産地	ウイスキー	33者
		本格焼酎・泡盛	206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〉
 - ・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〉
 - ・日本酒や食品の輸出の知見がある者を配置
- 〈東海〉
 - ・茶の輸出の知見がある者を配置
- 〈近畿〉
 - ・輸出商社での勤務経験や輸出入物流の知見がある者を配置
- 〈中国四国〉
 - ・食品の輸出や輸出入物流の知見がある者を配置
- 〈九州〉
 - ・輸出商社での勤務経験、農産物の輸出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

品目団体の組織化及びその取組の強化

品目団体の認定制度を創設し、以下の取組を推進

- ① 輸出先国・地域の市場等の調査やジャパンブランドを活用した広報宣伝等の業界一体での需要開拓
- ② 輸出拡大に効果的な業界規格の策定
- ③ 会員等を対象とする任意のチェックオフなど自主財源の増加

- 他の先進国並の輸出促進の体制を構築
- 日本の強みがある品目をオールジャパンで販売する体制を整備

ルウエー水産物審議会 (NSC)



- ・ ルウエー政府所有の法人であるNSCが、水産物輸出に課される課徴金を財源に輸出促進活動を実施
- ・ 5つの魚種分野（①サーモン、②エビ・貝類、③白身魚、④遠海魚、⑤燻製等加工品）が組織化され、運営方針を決定

【具体的な業務】

- ・ 輸出先国の市場調査・商流開拓
- ・ ルウエーシーフードロゴ等の輸出の販促ツールの管理

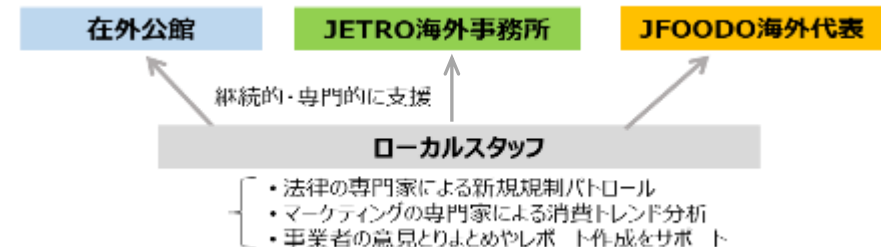


NSCによる日本市場マーケティング調査

輸出先国における専門的・継続的な支援体制の強化

- 主要なターゲット国・地域において、在外公館とJETRO海外事務所等を主な構成員とする輸出支援プラットフォームを設立
- 食品産業等に精通した人材をローカルスタッフとして速やかに雇用・確保し、輸出先国で包括的・専門的・継続的に支援
- 輸出支援プラットフォーム設置候補都市
米国（ロサンゼルス、ニューヨーク）、
EU（パリ、ブリュッセル又はアムステルダム）、
ベトナム（ホーチミン）、シンガポール（シンガポール）、
タイ（バンコク）、中国（上海、北京、広州、成都）、
香港（香港）、台湾（台北）

※下線は立ち上げ済の都市（令和4年7月時点）



輸出拡大実行戦略に基づく具体的な施策⑤

リスクを取って輸出に取り組む事業者への投資の支援

輸出先国・地域の規制に対応した施設整備などの投資を行ってから収益化するまで一定期間を有するリスクに対応するため、以下の支援を措置

- ① 輸出事業計画の認定を受けた事業者に対する長期運転資金や施設整備等に対する金融上の支援
- ② 輸出事業用資産にかかる所得税・法人税の特例（割増償却）による支援

■ 長期運転資金の例

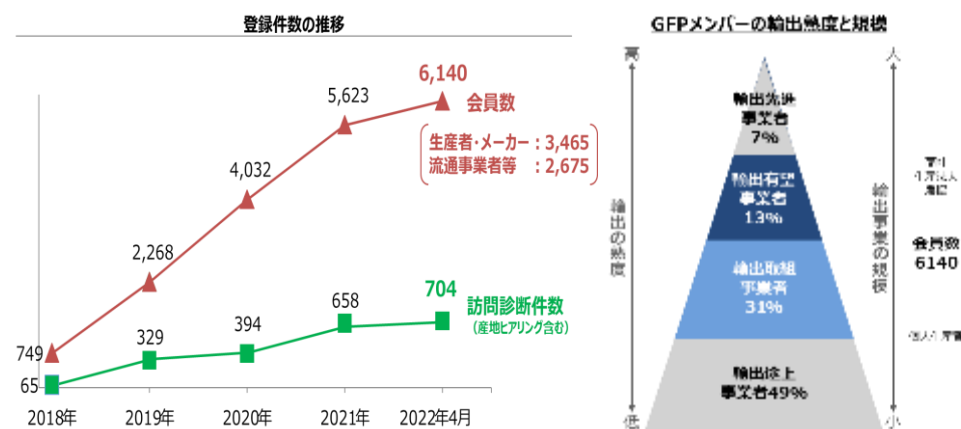
- ・ 商品の試作品の製造費用
- ・ 市場調査やニーズ調査に係る費用
- ・ サンプル輸出や商談会への参加に係る費用
- ・ プロモーション活動費
- ・ 製造ライン本格稼働後に必要な増加経費（原材料費、人件費など）

■ 施設整備等に対する資金の例

- ・ 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
- ・ ハラルに対応した食肉処理施設の整備費用

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

- 輸出産地・事業者の育成や支援を行うGFP（農林水産物・食品輸出プロジェクト）は、会員数が6,000を超え、輸出の熟度・規模が多様化。



- 新たに輸出にチャレンジする産地の掘り起こし（初級レベル）、規制が厳しい国が求める産地登録等への対応（中級レベル）、商社任せの間接取引から直接取引への移行（上級レベル）など、輸出事業者のレベルに合わせて細やかなサポートを継続的に行うための運営体制の整備を検討。

輸出拡大実行戦略に基づく具体的な施策⑥

加工食品の輸出拡大に必要な支援

2030年 5兆円目標のうち2兆円を占める加工食品の輸出を促進するための対応

- ① 改正輸出促進法による施設整備計画に基づき行う施設等の整備に対し創設した新たな制度資金や所得税・法人税の特例（割増償却）の積極的な周知により利用を推進
- ② 輸出先国・地域の食品添加物規制等に対応した加工食品の製造を促進するため、地域の中小事業者が連携して輸出に取り組む加工食品クラスターの形成を支援
- ③ 改正JAS法に基づき、有機加工食品のJAS規格に有機酒類を追加し、米国やEU等と有機酒類の認証の同等性確保の交渉を進める。



日本の強みを守るための知的財産対策強化

- 日本の優良な品種は、海外でも高く評価されているが、海外への無断流出が問題化。
- 2016年頃に流出したシャインマスカットは、中国で急速に普及し、日本の約30倍の栽培面積。
- 一般的な許諾契約ベースで、年間100億円以上*の損失が発生。

* 中国におけるシャインマスカットの生産量に、中国における市場出荷価格（340円/kg）と許諾料割合（出荷額の3%と想定）を乗じて算出。

- 種苗法に基づく海外流出防止を実効的に実施するため、外国の事例を参考に、育成者権者に代わって、専門家が知的財産権を管理・保護する「育成者権管理機関」の設立を検討。

海外の育成者権管理機関の例

シカソフ（SICASOV）

- ・ 1947年にフランスの種苗企業の出資により設立
- ・ 国内外の4,400品種を管理
- ・ ロイヤリティ収入：
年間98～126億円



金融・税制による幅広い支援

新たな制度資金の創設

農林水産物・食品の輸出拡大に向けて、新資金を創設し支援内容を拡充することで、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。

現在の資金 (農林水産物・食品輸出促進資金制度)

- 流改資金、HACCP資金を流用しているため、輸出事業のすべてをカバーできていない。
- 対象は、原則施設整備に限定。
- 償還期限は、15年以内。

農林水産物・食品輸出基盤強化資金（仮称）

- 輸出促進を目的とした独立の資金。
- 長期運転資金や海外子会社への転貸も可能にし、対象を拡大し、多様なニーズに対応。
- 償還期限は、25年以内に拡充。

税制上の特例の創設

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。

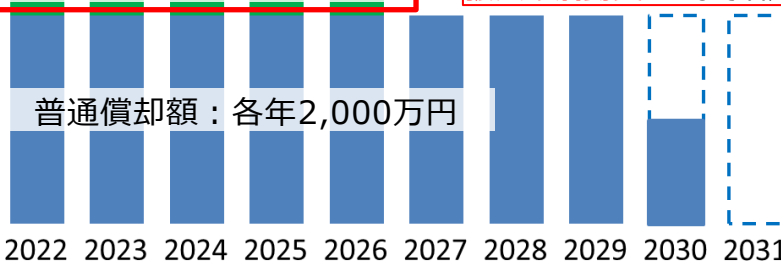
輸出促進法の改正を前提に、同法の認定輸出事業者が、一定の輸出事業用資産の取得等をして、輸出事業の用に供した場合には、

- 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措置を講ずる。
(所得税・法人税)
- ※特例の適用には一定の要件あり

特例の適用イメージ

※2億円の製造用設備（耐用年数10年）を導入した場合

割増償却額：各年600万円 ← 5年間の減税分696万円※を輸出拡大の活動資金として活用できる。



※696万円 = 600万円/年 × 法人税率（23.2%） × 5年

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。

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。
 - ・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
 - ・食品等流通合理化促進機構による債務保証
 - ・農地転用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。

V 施行日

- ・令和2年4月1日から施行。
- ・改正法については公布日（令和4年5月25日）から起算して6月を超えない範囲内で政令で定める日から施行。

農林水産物・食品輸出プロジェクト（GFP）の取組

- GFP（ジー・エフ・ピー）**は、Global Farmers / Fishermen / Foresters / Food Manufacturers Projectの略称。農林水産省が推進する**日本の農林水産物・食品の輸出プロジェクト**。
- 平成30年8月31日に農林水産物・食品の輸出を意欲的に取り組もうとする生産者・事業者等のサポートと連携を図る「**GFPコミュニティサイト**」を立ち上げ。
- 当該サイトに登録した者を対象に、農林水産省がジェトロ、輸出の専門家とともに産地に直接出向いて輸出の可能性を無料で診断する「**輸出診断**」を平成30年10月から開始。



GFP登録者へのサービス提供

○農林漁業者・食品事業者へのサービス

- ・専門家による無料の輸出診断
- ・GFPコミュニティサイトで事業者同士が直接マッチング
- ・輸出商社の「商品リクエスト情報」の提供
- ・輸出希望商品の輸出商社への紹介
- ・輸出のための産地づくりの計画策定の支援
- ・メンバー同士の交流イベントの参加
- ・規制情報等の輸出に関連する情報の提供

○輸出商社・バイヤー・物流企業へのサービス

- ・GFPコミュニティサイトで事業者同士が直接マッチング
- ・生産者・製造業者が作成する「商品シート」の提供
- ・「商品リクエスト」の全国の生産者・製造業者への発信
- ・メンバー同士の交流イベントの参加
- ・規制情報等の輸出に関連する情報の提供

GFPの登録状況（7月末時点）

GFP登録者数

区分	登録者数
農林水産物食品事業者	3,677
流通事業者、物流事業者	2,890
合計	6,567

輸出診断申込状況

区分		
輸出診断申込数		1,414
	うち訪問診断希望者	1,047
訪問診断完了数		555

令和4年度 GFPグローバル産地づくり推進事業 採択産地 (令和4年5月現在)

中国四国ブロック(15産地)

53	岡山県	全農岡山県本部	もも・ぶどう
54	山口県	やまぐちの農林水産物需要拡大協議会	日本酒
55		(株)販東食品	かんきつ・かんきつ加工品・茶
56	徳島県	西地食品(有)	かんきつ・しょうが加工品
57		徳島魚市場(株)	ぶり・鮮魚・水産加工品
58		香川県漁業協同組合連合会	ぶり
59		石丸製麺(株)	麺類
60	香川県	大平やさい(株)	レタス
61		ヤマロク醤油(株)	醤油
62	香川県		冷凍麺
63		愛南漁業協同組合	まだい
64	愛媛県	愛媛県	すま
65		愛媛県漁業協同組合	ぶり・まだい
66		えひめ愛フード推進機構	かんきつ
67	高知県	高知米国市場開拓協議会	製材

九州・沖縄ブロック(30産地)

68	福岡県	九州農産物通商(株)	かき・かき加工品
69		九州農産物通商(株)	かんきつ
70	佐賀県	うれしの茶グローバル産地協議会	茶
71		(株)アグリ・コーポレーション	かんしょ・かんしょ加工品
72	長崎県	対馬水産(株)	穴子・穴子加工品
73		(株)杉本本店	牛肉
74	熊本県	(株)イチゴラス	いちご
75		大分県漁業協同組合	ぶり
76		大分県農業協同組合	ぶどう
77	大分県	大分県農業協同組合	かんきつ
78		日田木材協同組合	製材
79		(株)マルハニチロAQUA アクア事業所	ぶり
80		(株)ネイバーフッド	かんきつ
81		黒瀬水産(株)	ぶり
82		(株)かぐらの里	かんきつ
83	宮崎県	ジャパンキャビア(株)	キャビア
84		(株)高千穂ムラタビ	甘酒・米菓子
85		南九州輸出茶コンソーシアム	茶
86		(株)MOMIKI	ソース混合調味料
87		(株)杉本商店	乾しいたけ
88		鹿児島堀口製茶(有)	茶
89		(有)かごしま有機生産組合	かんしょ・かんしょ加工品
90		東町漁業協同組合	ぶり
91		(有)大崎農園	だいこん
92	鹿児島県	鹿児島県経済農業協同組合連合会	かんしょ・かんしょ加工品
93		鹿児島県漁業協同組合連合会	ぶり
94		(株)宿宿やさいの王国	かんしょ・キャベツ・レタス
95		大吉農園	キャベツ・かぼちゃ
96		枕崎水産加工業協同組合	かつお
97	沖縄県	琉球飲料・畜産養鶏場・エングループ輸出拡大コンソーシアム	鶏卵

北陸ブロック(18産地)

29		にいがた有機農業輸出促進協議会	コメ
30		新・新潟米ネットワーク(同)	コメ
31		(株)想樹	梨
32	新潟県	新潟県酒造組合	日本酒
33		新発田市米輸出促進協議会	コメ
34		(株)くにみ農産	コメ・かき・かき加工品・そば加工品
35		(有)エコ・ライス新潟	コメ
36		越後製菓(株)	コメ加工品・バックご飯
37		(同)新潟小規模蒸溜所	ウイスキー
38		弥彦村	枝豆加工品
39		(有)グリーンパワーなのはな	コメ・コメ加工品
40	富山県	(農)富山干柿出荷組合連合会	干柿
41	石川県	(有)わくわく手づくりファーム川北	クラフトビール
42		(株)エコファームみかた	梅酒
43		(株)ベントフォーク	コメ・コメ加工品
44	福井県	福井県農業協同組合	コメ
45		(株)マイセンファインフード	大豆加工品
46		(合)白龍シンフォニー	日本酒



東海ブロック(3産地)

47	岐阜県	飛騨ミート農業協同組合連合会	牛肉
48		岐阜県農林水産物輸出促進協議会	かき、いちご
49	三重県	伊勢茶輸出プロジェクト	茶

近畿ブロック(3産地)

50	京都府	京都府農林水産物・加工品輸出促進協議会宇治茶部会	茶
51		「京の米で京の酒を」推進会議～京都酒米振興プロジェクト～	日本酒
52	和歌山県	紀北川上農業協同組合	かき

北海道ブロック(7産地)

1		新ブランド農産物生産組合 あつさ農匠	かぼちゃ
2		新篠津村農業協同組合	コメ
3		新篠津村農業協同組合	たまねぎ
4	北海道	栗山町日本酒輸出拡大連携協議会	日本酒・酒米加工品
5		十勝清水町農業協同組合	大豆・小豆加工品
6		中札内村農業協同組合	枝豆加工品
7		北海道産畜肉輸出産地形成コンソーシアム	牛肉・豚肉

東北ブロック(9産地)

8		いわて農林水産物国際流通促進協議会	りんご
9	岩手県	いわて農林水産物国際流通促進協議会	牛肉
10		いわて農林水産物国際流通促進協議会	コメ
11		南気仙沼水産加工事業協同組合	サメ肉
12	宮城県	(株)ヤマナカ	牡蠣
13		石巻食品輸出振興協議会	水産加工品・鮮魚
14	秋田県	大潟村農産物・加工品輸出促進協議会	コメ・コメ加工品
15		朝日町果樹組合連絡協議会	りんご
16	山形県	(株)マンカウビル東北	りんご・もも

関東ブロック(12産地)

17	茨城県	なめがたしおさい農業協同組合	かんしょ
18	埼玉県	狭山茶輸出促進協議会	茶
19	山梨県	アグベル(株)	ぶどう
20		(株)小池えのき	エノキタケ加工品
21		(株)フルプロ	りんご
22	長野県	(株)秀果園	りんご・ぶどう・ぶどう加工品
23		(有)小柳農園	コメ・コメ加工品
24		(株)MARUMAGO	茶
25		MATCHA KAORI JAPAN (株)	茶
26	静岡県	静岡市茶業振興協議会	茶
27		(株)流通サービス	茶
28		(株)かけがわ有機の郷	茶

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、「日本産が欲しい」という現地の需要・市場を作り出すため、品目毎に対象市場を設定し、戦略的に新聞・雑誌、屋外、デジタルでの広告展開、PRイベントの開催等現地での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・商品輸出相談窓口
- ・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



牛肉、日本産水産物、日本茶、
米粉、日本酒、日本ワイン

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

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・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

JETRO海外支店等にて相談窓口
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・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。

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。

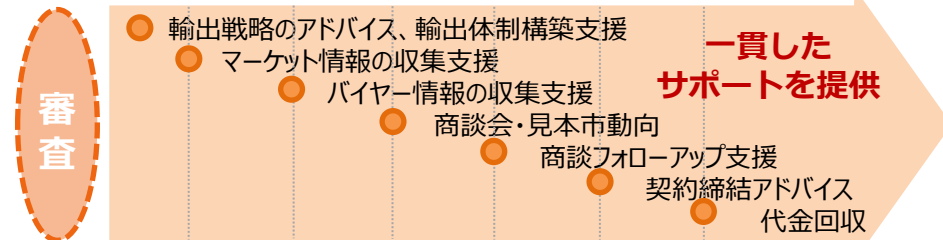
※一部出展経費をジェットロが補助（見本市により補助対象・補助率が異なります）

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・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。

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。
- ・ 平成30年1月からSNSを中心に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：44名（センター長、執行役含む）
海外駐在員：4名（ロンドン、パリ、香港、シンガポール）
ほか、国内各ブロック（11名）と海外（6箇所予定）にフィールドマーケターを配置



＜2022年8月1日現在＞

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。

プロモーション内容

JFOODOプロモーションコンセプト（令和4年度事業）

- 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ー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。

