

2つのメッセージ（「国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略」、「品目別の輸出力強化に向けた対応方向」）の詳細は、下記のホームページでご覧いただけます。

<http://kantei.go.jp/jp/singi/nousui/yushutsuryoku.html>

または、内閣官房ホームページのバナーをクリック →

農林水産業の  
輸出力強化

## 国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略の概要（例）

**香港**

**1. 基本情報**

- 人口: 7百万人（人口増加率 0.8%）
- 面積: 1,103km<sup>2</sup>（東京都の約半分）
- 名目GDP: 2,909億ドル
- 一人当たり名目GDP: 40,033ドル
- 実質GDP成長率: 2.5%（2014年の計数）

日本からの距離  
約2,900km  
(東京から)

**3. 状況・課題**

- 幅広い品目で輸出が行われ、日系小売・現地小売とも日本製品の取扱いが見られる。外食向けでは、中華食材の輸出も多い。
- 輸入規制は比較的少ない（放射性物質規制、残留農薬基準などが課題）。
- 日系小売・日本食レストランへの販売の競合が見られる。
- 日系百貨店などでのプロモーション活動が多く行われているが、産地ごとでバラバラに行われている。

**4. 今後の方向性**

重点品目: 幅広い品目で輸出に取り組み

- 最大の輸出先だが、まだ香港の輸入額の数%でではなく、幅広い品目でさらなる輸出の拡大が可能と考えられる。
- 輸出ルートの拡大、流通マージンの削減による価格競争力の強化、日系小売・日本食レストラン以外への販路の拡大などを進め、ショールーム効果も活用し、中国本土や他のアジアの国への輸出拡大にもつなげる。
- プロモーション活動を、イベントカレンダーに基づき、日本ブランドの下で統一的・戦略的に実施するとともに、リレー出荷にも取り組む。
- 放射性物質規制の撤廃や農薬の登録などの働きかけを引き続き進める。

香港を含め、21の国・地域別に詳細な戦略を作成しています。

## 品目別の輸出力強化に向けた対応方向の概要（例）

① \*

- 商品や輸出ルートの多様化、生産コストの削減などにより、輸出ターゲット市場を拡大・深堀りする
- ・中国向け輸出ルートの複線化（精米工場等の追加指定の働きかけや、既存施設を利用した新規参入の促進等）
- ・高付加価値米や、パックご飯やおかゆ等の加工形態での販売等、商品・売り方を多様化
- ・コメの生産コスト削減に向けた取組の推進
- ・多収品種の試験導入等による輸出産地づくりの推進
- ・より柔軟に輸出用米生産ができるよう制度運用を改正

①米のほか、②青果物・花き・茶、③畜産物、④水産物、⑤加工食品、⑥アルコール飲料、⑦林産物の7つの分野で、品目別の詳細な対応方向を作成しています。

### お問合せ先

・農林水産業の輸出力強化戦略について

内閣官房 内閣官房副長官補室  
農林水産業輸出力強化推進室  
TEL: 03-3581-0209, 03-3581-0174  
E-mail: i.yushutsu@cas.go.jp

農林水産省 食料産業局

輸出促進課 輸出相談窓口  
TEL: 03-6744-7155

・農林水産業の輸出の実務について

日本貿易振興機構（ジェトロ）  
農林水産物・食品輸出相談窓口  
TEL: 03-3582-5646

※各地域の農政局・ジェトロ地方事務所にも、  
お問合せ頂けます。

○政府は、平成28年5月19日に開催した、農林水産業・地域の活力創造本部（本部長：内閣総理大臣）で、「農林水産業の輸出力強化戦略」をとりまとめました。

### 【なぜ今、輸出なのでしょうか】

- 国内の食市場が縮小する中で、アジアを中心に世界の食市場は拡大しています。我が国のおいしくて、安全な農林水産物や食品は、海外で高い評価を受けています。
- 輸出は、農林水産物・食品の販路拡大につながる重要な手段です。高い技術力により、四季がある日本で旬の農林水産物や多様な食品を提供できるということは我が国の農林水産業・食品産業の強みです。
- 海外のニーズに合った高品質な日本製品を多く輸出できるようになれば、農林漁業者・食品事業者の所得向上も期待され、また、生産拡大の環境が整うことで、意欲ある若い担い手が新たに参入し、農林漁業の閉塞感の打開にもつながります。
- 輸出の主役は、農林漁業者や食品事業者です。民間のチャレンジや創意工夫が一層引き出され、意欲的な取組が行われるよう、側面から支援していくことが政府の基本姿勢ですが、同時に、民間では対応できない外国の規制等への対応について、政府として全力で取り組んでいます。

### 農林水産物・食品の輸出金額の推移

年	農産物	林産物	水産物	合計
平成18年 2006年	2,359	90	2,040	4,490
平成19年 2007年	2,678	104	2,379	5,160
平成20年 2008年	2,883	118	2,077	5,078
平成21年 2009年	2,637	93	1,724	4,454
平成22年 2010年	2,865	106	1,950	4,920
平成23年 2011年	2,680	123	1,736	4,511
平成24年 2012年	2,680	118	1,698	4,497
平成25年 2013年	3,136	152	2,216	5,505
平成26年 2014年	3,569	211	2,011	6,117
平成27年 2015年	4,431	275	2,757	7,451
平成28年 2016年	7,000	1兆円	7,000	7,000

前倒しを目指す

# 農林水産業の輸出力強化戦略について

平成二十一年の輸出額1兆円目標の前倒し達成

## これまでの輸出に関する主な取組

### OFBI戦略の発表(農林水産省)[H25.4]

・以下の取組を一体的に推進。

〔世界の料理界で日本食材の活用(Made FROM Japan)  
日本の「食文化・食産業」の海外展開(Made BY Japan)  
日本の農林水産物・食品の輸出(Made IN Japan)〕

### OFBI戦略の具体化に向けた農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略の策定(農林水産省)[H25.8]

### 国別、品目別輸出戦略を速やかに実行するための輸出戦略実行委員会<sup>(※)</sup>の設置[H26.6]

※「輸出戦略実行委員会」は、オールジャパンの輸出促進の司令塔として、関係府省及び事業者団体等により構成された委員会

### グローバル・フードバリューチェーン戦略の策定(農林水産省)[H26.6]

・産地の「こだわり」を消費者につなげるため、コードチェーン、流通販売網など輸出環境整備等を推進

## 輸出を取り巻く情勢の変化

### 農林水産物・食品の輸出額は3年連続で最高額を更新し、平成27年は7,451億円

### 平成28年2月、環太平洋パートナーシップ(TPP)協定が署名

### 海外からの訪日客(インバウンド)の増加が加速し、平成27年は年間1,974万人と過去最高

### 平成25年10月の「和食」のユネスコ無形文化遺産登録を契機とした日本食、日本食文化への関心の高まり

### 放射性物質に係る諸外国・地域の輸入規制に対する緩和、撤廃については、一定の進捗はみられるが、台湾、中国など主要な輸出先国・地域は依然として継続

### 展示会などのイベントがバラバラに実施され、効果が限定的

今が日本の農林水産物・食品を世界に売り込む大きなチャンス

ワーキンググループ等での議論を踏まえた検討課題への対応方向

## 実践的な輸出戦略を策定し、政府・民間が一丸となって輸出に取り組む

## ○民間の意欲的な取組への支援

### 1. 市場を知る、市場を耕す(ニーズの把握・需要の掘り起し)

- 現地のニーズを継続して把握し、情報をまとめて、提供する
  - 情報をJETROに一元的に集約・提供
- プロモーションを統一的、戦略的に行う
  - 輸出戦略の「参謀」として「企画戦略会議」を輸出戦略実行委員会の下に設置
  - 「国・地域別イベントカレンダー」を作成
  - 海外の消費者等に対して日本産品の品質や特色を担保する制度の創設を検討
- 多様な方法でプロモーションを行う
  - トップセールスや大型イベントの機会の活用
  - 著名シェフ等の「インフルエンサー」の活用
- 日本文化・食文化と一体として、売り込む
  - 日本食や食文化等を発信する機能を持つ施設の設置・運営を支援
- インバウンドを輸出に結び付ける
  - 外国人旅行者に農山漁村や日本食・食文化を体験してもらう取組等を拡大し、海外へ発信

### 2. 農林漁業者や食品事業者を、海外につなぐ(販路開拓、供給面の対応)

- 輸出についての相談をしやすくする
  - JETROと農林水産省の相談体制の強化
  - JETRO専門家(輸出プロモーター等)や6次産業化プランナーによる支援
- 農林漁業者や食品事業者と貿易のプロを結びつける
  - 海外バイヤーを国内の卸売市場や産地等に招聘しつつ商談会を開催
- 様々な販売ルート、販売手法を提案する
  - 海外に産直市場を設置し、生産者が直接輸出する取組を支援
  - ネットを用いた宅配・予約販売方式による輸出の取組を推進
- 代金決済の不安を取り除く
  - 低保険料率の農林水産業関係法人向け貿易保険の新設
  - 各種輸出手続き等を代行・支援する体制を整備
- 海外ニーズにマッチして、生産する
  - ジャパンブランド定着のため、リレー出荷・周年供給体制を整備
- 海外輸入規制に適合して、生産する
  - 輸出先国の動植物検疫等に対応した栽培方法や加工技術の確立・導入の推進

### 4. 輸出の手間を省く、障壁を下げる(輸出環境の整備)

- 輸出手続の手間を省く、輸出の障壁を下げる
  - NACCS(輸出入・港湾関連情報処理システム)により一元処理できる証明書の範囲の拡大
  - 規制等の緩和・撤廃に向けた取組を加速化するため、内閣官房に「輸出規制等対応チーム(仮称)」を設置
  - 海外での日本の既存添加物の使用が認められるよう、海外当局への申請に必要な安全性試験等を実施
- 国際規格・認証をとる、本物を守る、イスラム市場に打って出る
  - GLOBAL G.A.P.などの国際的な認証取得の推進、日本発の国際的に通用する民間の規格・認証の仕組みの構築
  - 地理的表示(GI)について、諸外国と相互に保護できる制度を整備するとともに、GIマークの海外商標登録を推進
  - ハラール認証に関する情報収集、ハラールセミナーの集中的な実施

### 3. 生産物を海外に運ぶ、海外で売る(物流)

- 安く運ぶ
  - 共同輸送の促進等を通じた出荷単位の大口化
  - 就航ニーズの高い国内空港の発着便数の拡大と空港着陸料減免措置の継続
  - 生鮮品の大量かつ低コストの海上輸送を可能とする最新の鮮度保持輸送技術の普及の促進・新規技術開発
- より多く、品質を守って、運ぶ
  - 成田空港と那覇空港の貨物エリアの整備・拡大
  - 日本企業による海外コールドチェーン事業の参入に対する支援
- 中小事業者がやりやすくなる
  - 卸売市場について、海外バイヤー等に施設を開放し、海外バイヤーと卸売業者が直接取引できるよう規制を緩和
  - ジャパンモールの設置・運営の支援

### 5. 戦略を確実に実行する(推進体制)

- 輸出戦略の実行をチェックし、更に進める
  - 輸出戦略実行委員会において、毎年度、PDCAサイクルにより、輸出戦略に基づく実行状況等の検証、必要な見直しを実施
- 主要輸出先国で官民一体となった輸入促進体制をつくる
  - 在外公館、JETROの海外事務所、輸出業者等が現地の情報・課題を共有し、協力して課題解決に取り組む体制を検討

## ○意欲ある農林漁業者や食品事業者へのメッセージ

### 国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略

それぞれの国・地域ごとに、現地の消費者の嗜好、日本や他国からの輸入の状況などを分析し、輸出拡大に向けた課題と具体的な取組を示した「国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略」を策定

- 毎年度、「国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略」に基づく実行状況等を検証し、戦略を深化

### 品目別の輸出力強化に向けた対応方向

- 米、青果物、茶、畜産物、水産物などについて品目別に輸出を目指す場合の課題と今後の取組の方向を示した「品目別の輸出力強化に向けた対応方向」
- 毎年度、「品目別の輸出力強化に向けた対応方向」に基づく実行状況等を検証し、必要な見直しを実施