

グローバル・フードバリューチェーン構築推進プラン

令和元年12月9日

グローバル・フードバリューチェーン推進官民協議会

目 次

I. 基本的考え方	1
(1)日本の技術・ノウハウを活かしたフードバリューチェーン構築	1
(2)GFVC 戦略に基づくこれまでの取組	2
(3)FVC 構築推進のための新たなプランの策定	2
(4)目標	3
II. 新プランにおける取組の視点	4
(1)各国・地域における取組の重点化	4
(2)企業コンソーシアム形成・計画策定支援	7
(3)地方企業の進出促進	7
(4)輸出と投資の一体的促進	7
(5)スマート農業技術の海外展開の推進	9
(6)GFVC 推進官民協議会を通じた海外展開の一貫支援	10
III. 国・地域別プラン	11
1. ASEAN	12
2. 中国	15
3. インド	17
4. 中東(主にサウジアラビア・UAE)	20
5. アフリカ	22
6. 中南米(主にブラジル・アルゼンチン)	24
7. ロシア	26
8. 豪州	29
＜グローバル・フードバリューチェーン構築推進プランの概要＞	31
＜参考＞GFVC 戦略5年間の主な成果～民間企業の海外展開支援～	46

グローバル・フードバリューチェーン構築推進プラン

I. 基本的考え方

(1) 日本の技術・ノウハウを活かしたフードバリューチェーン構築

世界人口の増加と所得の向上等に伴う食生活の変化により、世界の食市場は拡大を続けている。農林水産政策研究所の推計(平成31年3月)によれば、2030年における世界34カ国・地域の飲食料市場規模は1,360兆円と、2015年の1.5倍に増加し、このうち中国やインドを含むアジア地域の市場規模は420兆円から800兆円と1.9倍に拡大すると見込まれる。

特に、高い経済成長により増加する中間層・富裕層等の食生活の変化に伴い、「新鮮」、「安全・安心」、「高品質」など高付加価値な食品への需要は世界的に高まっている。そのような中、途上国・新興国は、国内の食料の安定供給・高付加価値化に加え、TPPなどの巨大経済圏の形成の動きもとらえ、国外市場への関心も高めている。その一方で、戦略的に食品に価値を付加していくプロセスであるフードバリューチェーン(以下「FVC」)の構築¹は技術・ノウハウの不足から未だ不十分であり、優れた技術・ノウハウを持つ海外企業等の投資を呼び込むことで国内農業・食品産業の振興を図ろうとする動きが活発になってきている。

一方、我が国の飲食料市場規模は今後の人口減少や高齢化の進展により縮小する見込みであり、我が国の食産業²にとって、途上国・新興国におけるFVC構築への参画は、これまで培ってきた、高度な農業生産・食品製造・流通システム、高品質コールドチェーン、先進性・利便性の高い日本型食品流通システム、環境負荷軽減など、日本の「強み」である様々な食関連の技術・ノウハウを活かしつつ、巨大な市場を獲得する可能性のある大きなビジネスチャンスである。このチャンスを活かし、我が国食産業の海外展開を促進していくことは、その安定的な成長と相手国の経済発展等に寄与し、また、構築されるFVCを通じて輸出を促進するとともに、国際収支ベースでの農業者等の稼ぎの拡大にもつながるものである。

また、このようなFVC構築を通じて、途上国における、貧困、飢餓の撲滅や、持続可能な消費と生産の確保などが図られ、持続可能な開発目標(SDGs)の達成にも貢献すると考えられる。

¹ フードバリューチェーン(FVC)の構築とは、農林水産物の生産から製造・加工、流通、消費に至る各段階の付加価値を高めながらつなぎあわせ、食を基軸とする付加価値の連鎖をつくることであり、これによりFVCを構成する生産者、製造業者、流通業者、消費者により大きな付加価値をもたらすようにすることである。

² 食産業とは、農林水産物の生産から製造・加工、流通、消費に係る幅広い産業を指し、花き、種苗、農業関連資材、農業機械・食品機械など関連する産業も含む。

(2)GFVC 戦略に基づくこれまでの取組

2014 年6月に策定された「グローバル・フードバリューチェーン戦略」(以下「GFVC 戦略」)に基づき、農林水産省は、海外展開に意欲のある我が国民間企業を主なメンバーとする「グローバル・フードバリューチェーン推進官民協議会」(2014 年6月)を設置し、この5年間、途上国・新興国を中心とした海外におけるFVC 構築を通じて、我が国食産業の海外展開の支援に取り組んできた。

具体的には、情報共有や投資拡大に向けた課題の洗い出し、これらを踏まえた専門的調査による相手国の投資環境の把握、相手国政府との政策対話や両国企業も参加したフォーラムを通じたビジネス・投資環境整備の推進、及び、官民ミッションの派遣・展示会への参加等を通じた現地企業とのマッチング支援など、様々な取組を精力的に実施してきた。

このような活動を通じ、同協議会のメンバー企業・団体数は設立当初の 77 から現在 450 以上まで増加した。また、FVC 構築のための二国間プログラム等の策定や、相手国の規制緩和・撤廃等の投資環境の改善、農産物・食品に係る日本の規格・制度の普及、相手国政府や企業との関係構築支援を通じた我が国の企業進出の促進など、様々な成果が得られている。

これらの取組も寄与し、食関連産業(食料品製造業・飲食サービス業)の海外売上高³は、2017 年度に 5.9 兆円に達し、GFVC 戦略の目標値である 2020 年度の海外売上高約 5 兆円(2020 年度)を前倒しで達成した。

(3)FVC 構築推進のための新たなプランの策定

今後も拡大を続ける海外市場や相手国の投資ニーズの増大等を踏まえれば、中小企業をはじめ、より多くの企業の海外への進出余地は大きいと考えられる。その一方、多くの途上国・新興国では、市場ポテンシャルに比べ日本企業の進出数は依然少なく、また、事業展開の障壁となる投資規制や輸入規制、独自の食品規格・基準等が存在する。

このような中、他国企業との競争にも勝ち抜き、我が国食産業の海外展開を拡大していくためには、我が国の官民が一層連携し、より戦略的な取組を実施していく必要がある。特に、これまでの画一的な取組から各国・地域ごとにターゲットを定めた取組の実施、個別的・点的な企業進出支援から FVC の各要素を構成する複数企業の連携等による波及効果の大きな海外展開に対する支援への移行、既進出企業との連携等を通じた地方企業の進出促進、輸出と投資の一体的推進、スマート農業など日本の新たな「強

³ 経済産業省「海外事業活動基本調査」調査票情報より集計

み」の普及等が重要と考えられる。

このような状況を踏まえ、これまで5年間の GFVC 推進官民協議会の活動で得られた知見等に基づき、FVC 構築を通じた我が国食産業の海外展開を一層加速化するため、新たに「グローバル・フードバリューチェーン構築推進プラン」を策定する。

本プランに基づき、GFVC 推進官民協議会メンバーの民間企業、大学・研究機関、地方自治体、政府関係機関、関係省庁及び在外公館等の連携のもと、日本の技術・ノウハウを活用した、途上国・新興国等における FVC 構築を通じ、我が国食産業の海外展開を推進する。この際、JICA 食と農の協働プラットフォーム(JiPFA)、経協インフラ戦略会議、アフリカビジネス協議会、「知」の集積と活用^④の場^④産学官連携協議会及び新輸出大国コンソーシアムなど、FVC 構築、食産業の海外展開、農林水産物・食品の輸出促進等に関連する各協議体とも緊密に連携した取組を実施する。

これにより、我が国及び相手国の食産業の発展(Win-Win 関係の構築)を図り、世界及び日本の食料安定供給に貢献するとともに、FVC 構築を通じた相手国への日本の農林水産物・食品の輸出促進及び輸出環境整備を推進する。

(4)目標

- ① GFVC 推進官民協議会メンバー企業・団体数を今後5年間で 800 社・団体まで増加させる。
- ② 協議会メンバー企業の海外進出数⁴を今後5年間で 200 社まで増加させることを目指す。

⁴ 日本企業の出資比率が10%以上の現地法人を設立している日本企業の数。2019年10月時点のメンバー企業の海外進出数は124社。(週刊東洋経済:海外進出企業総覧【国別編】2018による)

Ⅱ．新プランにおける取組の視点

これまでの取組成果や課題、新しい技術の展開可能性等を踏まえ、新プランにおいては以下の主要な視点から、相手国における FVC 構築を通じた我が国食産業の海外展開の一層の推進に取り組む。

(1)各国・地域における取組の重点化

これまでの 5 年間に実施してきた様々な取組やその成果等を踏まえると、各国・地域で民間企業の進出状況(表1)、FVC の発展段階及びそれに基づく課題は大きく異なっており、我が国食産業の海外展開を更に促進していくためには、これらの状況をより詳細に把握・分析し、各地域の実態にあわせた取組を実施していくことが非常に重要である。

そのため、これまで主に FVC 構築の取組を実施してきた国・地域を中心に、企業の進出状況と FVC の発展段階及び主要な課題の概観を図1のとおり整理した。このような国・地域ごとの実態に基づき、民間企業の事業展開に有効な取組を定めた国・地域別プラン(P11～)を策定し、これらの国・地域における企業支援の取組を重点化することを通じ、海外展開の促進を図る。

特に企業の進出状況を踏まえ、以下の点に重点的に取り組んでいく。

- ① 市場ポテンシャルに比べ企業進出が進んでいない地域
→複数企業が連携した事業展開等、企業の進出促進(主にインド、アフリカ、ロシア)
- ② 企業進出が一定程度進展している地域
→企業の円滑な事業の実施・拡大につながる、規制の緩和・撤廃等のビジネス・投資環境整備の推進(主に中南米)
- ③ 多くの企業が進出済みの地域
→事業の安定化・より一層の発展のための強固なビジネス環境の構築に向け、日本型の規格・基準、生産システム等の普及推進(日本型食品規格・制度、日本式の農業生産管理技術、高度な食関連技術の普及と、それらの運用に必要な人材の育成)(主に ASEAN、中国、豪州)

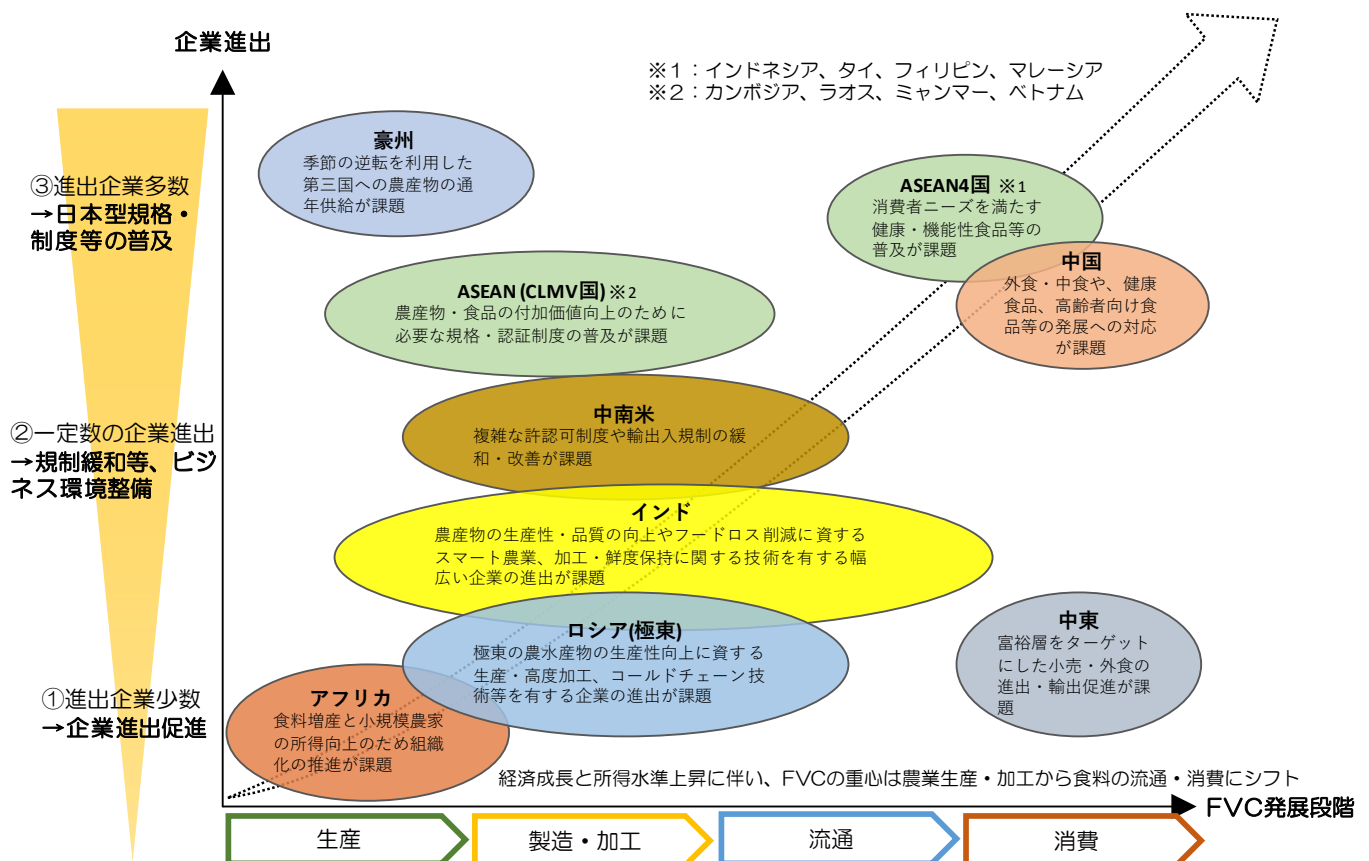


図1 各国・地域における企業の進出状況、FVC の発展段階と主要な課題

※ 各国・地域の FVC の発展段階

- ・ アフリカでは、生産性・品質向上のニーズが高い。
- ・ インドやロシア極東では、生産性・品質向上、高度加工、鮮度保持など幅広い分野でニーズがある。
- ・ 中南米や ASEAN (CLMV 国) は生産～流通段階における FVC 構築が進展し、安全・安心な農産物生産やスマート農業技術などのニーズが増加。
- ・ ASEAN4 国及び中東は流通～消費(川下)の段階における FVC 構築が進展しており、特に富裕層を中心に安全・安心な食品、健康・機能的食品など付加価値の高い食品へのニーズが高まっている。
- ・ 中国では、FVC がかなり発展してきており、外食・中食分野や健康食・高齢者向け食品など、中間層を中心に、より高付加価値な食へのニーズが高まっている。
- ・ 豪州では日本との季節の逆転を利用して二国間で連携した農業生産を行い、第三国へ年間を通じて輸出を行うなどのニーズが存在。

表1 途上国・新興国への我が国食産業の海外展開状況

	海外売上高(百万円) 【食料品製造業・飲食サービス業】 (2012年度⇒2017年度)	農林水産業・食関連企業進出数 (2012年⇒2017年)
ASEAN	507,088⇒952,065	219⇒352 【内訳】 ・農林水産業:20⇒27 ・食品加工業:143⇒187 ・食品卸売:35⇒79 ・食品小売(スーパー):6⇒7 ・飲食・外食:15⇒52
中国	1,048,961⇒1,866,766	313⇒337 【内訳】 ・農林水産業:8⇒10 ・食品加工業:181⇒170 ・食品卸売:57⇒78 ・食品小売(スーパー):17⇒19 ・飲食・外食:50⇒60
インド	4,701⇒3,471	9⇒16 【内訳】 ・農林水産業:2⇒2 ・食品加工業:4⇒9 ・食品卸売:2⇒3 ・食品小売(スーパー):0⇒0 ・飲食・外食:1⇒2
中東	0⇒0	2⇒4 【内訳】 ・農林水産業:0⇒1 ・食品加工業:1⇒1 ・食品卸売:1⇒2 ・食品小売(スーパー):0⇒0 ・飲食・外食:0⇒0
アフリカ	0⇒0	8⇒10 【内訳】 ・農林水産業:3⇒3 ・食品加工業:3⇒5 ・食品卸売:2⇒2 ・食品小売(スーパー):0⇒0 ・飲食・外食:0⇒0
中南米	228,076⇒264,648	63⇒52 【内訳】 ・農林水産業:24⇒19 ・食品加工業:19⇒19 ・食品卸売:20⇒13 ・食品小売(スーパー):0⇒0 ・飲食・外食:0⇒1
ロシア	*⇒0	4⇒4 【内訳】 ・農林水産業:1⇒1 ・食品加工業:1⇒0 ・食品卸売:1⇒3 ・食品小売(スーパー):0⇒0 ・飲食・外食:1⇒0
豪州	81,213⇒244,175	49⇒50 【内訳】 ・農林水産業:18⇒15 ・食品加工業:20⇒21 ・食品卸売:10⇒11 ・食品小売(スーパー):0⇒0 ・飲食・外食:1⇒3

※海外売上高:経済産業省「海外事業活動基本調査」調査票情報より作成

*は企業数が1または2のため秘匿したことを示す。

※企業進出数:東洋経済新報社「海外進出企業総覧」より作成

(2) 企業コンソーシアム形成・計画策定支援

これまで実施してきた我が国食産業への海外展開支援は、各企業に対する個別的・点的な支援が中心であり、その成果が限定的なものも少なくなかった。

一方で、日本の「強み」を活かし海外展開を拡大していくためには、FVC の各段階を構成する複数の企業が連携し、日本の技術・ノウハウや商品をパッケージで展開することが効率的であり、また、これまで単独での海外進出が難しかった中小企業の海外展開を促進するなど、波及効果も大きいと考えられる。このような複数企業の連携は、特に、FVC 構築が進んでいない国・地域で効果的と考えられるが、そのような具体的な計画策定を担う企業体が不足している。

このため、政府関係機関等とも連携しつつ、農林水産省が主導的役割を担い、インド、アフリカ、ロシアなどにおいて、それぞれの FVC 構築の重点的取組に応じた、企業コンソーシアムの形成及びコンソーシアムによる計画策定を積極的に支援し、複数企業が連携した海外展開を推進する。

この際、効率的な事業展開のためには、合併会社の設立等、現地企業との連携が重要であることから、現地パートナー候補企業の情報収集や商談機会の設定などに取り組む。

(3) 地方企業の進出促進

これまでの我が国食産業の海外展開は大都市圏の大企業が中心であり、GFVC 推進官民協議会の活動も首都圏に偏っていた。

一方、海外で求められる優れた技術を有する農業生産者や中小の食品加工業者は地方にも多く存在する。しかし、地方の中小企業は、海外市場の可能性や潜在性を認識していないこと、人材や資金の制限により事業化まで企業体力が続かないという課題があり、その進出は遅れている。一方で、中小企業は比較的意思決定判断が速く、時機を捉えて進出が一気に進む可能性も有している。

このため、中小企業が重要なプレイヤーとの認識のもと、地方の生産者・中小企業に対し、地方でのセミナー・会合等を通じ、これまで蓄積した情報や海外展開のノウハウの提供や各種支援ツールを紹介するとともに、(2)の企業コンソーシアムへの参画や既進出企業との連携を支援し、地方企業の海外進出を促進する。

(4) 輸出と投資の一体的促進

日本産農林水産物・食品の更なる輸出拡大には、単に「モノ」として輸出するだけでなく、FVC 構築を伴う現地生産・加工、店舗展開等の食産業の海外展開(投資)との

一体的な取組が有効と考えられる。この取組は、現地ニーズをよりの確に捉えた日本産農林水産物・食品の輸出とともに、国際収支ベースでの農業者等の稼ぎの拡大にも繋がると思われる。

表2 輸出を牽引する海外展開(投資)の類型

類型	概要	例
＜類型 1＞ 店舗展開型	日本企業が海外で店舗展開・運営(又はライセンス付与)することで、現地で提供する商材・食材の一部(又は全部)に日本産を使用。	外食・小売業が海外にレストランや小売店を展開し、そこで提供・販売する食材・商材(例えば、米、調味料、日本酒等)を日本から輸出。
＜類型 2＞ 卸業展開型	日本企業が海外で食料品の輸入卸売事業を展開(場合によってはM&A)することで、取扱商材の一部に日本産を使用。	食品商社が海外に子会社を設立。日本を含む海外及び域内から食材を調達し現地外食・小売業に販売。
＜類型 3＞ 製品製造設備展開型	日本企業が海外で製造設備を設置(又は技術ライセンス付与)し、原材料の一部(又は全部)に日本産品を使用。	菓子メーカーが海外で生産工場を立ち上げ、原材料の一部(高付加価値食材(例えば抹茶等))を日本から調達。最終製品を域内又は周辺国で販売。
＜類型 4＞ 原料生産設備展開型	日本企業が海外で原材料の生産(又は技術ライセンス付与)を行い、日本で加工後、最終製品を海外に輸出。	食品メーカーが海外農場にライセンスを付与し、自社製品に適した材料を生産、日本に輸入して、最終製品に加工した後、海外市場に輸出。

輸出を牽引する海外展開を類型化すると表2のとおり整理できる。例えば、類型1「店舗展開型」のように、日本食を提供するレストランやお弁当や総菜等を販売する小売店が海外進出すれば、その料理・商品の一部に利用される日本食材の輸出増に結びつくと考えられる。特に、お弁当をはじめとする日本食は、様々な食材を少しずつ食べるという少量多品目の特徴を有していることから、その普及は食関連産業の進出拡大と様々な農林水産物・食品や関連資材の輸出につながる可能性がある。

このような観点から、各国・地域の特色やニーズを踏まえ、日本食・日本食品の展開を軸に、輸出と投資の一体的な促進に取り組む。この際、日本食・日本食品の普及に重要となるコールドチェーン整備をあわせて推進する。

また、我が国農林水産物・食品の輸出の障壁となっている各国の食品衛生基準、検疫条件等への対応については、農林水産省が新たに設置する輸出促進の司令塔組織のもと、その取組を推進する。

(5)スマート農業技術の海外展開の推進

日本のスマート農業技術は、国内農業のみならず、農業形態や気候が近いアジア地域を中心に、農業者の経営改善、安全・安心な農産物の生産、環境負荷の軽減、途上国における農業者の組織化の推進等、様々な課題の解決に貢献できる可能性を有しており、拡大が見込まれる海外市場での普及を積極的に推進していくことが重要である。その一方で、これらの技術は、日本国内においても普及途上にあること、現地の通信インフラ環境や関連法制等に係る情報の不足、現地のニーズに応じた改良が必要等の理由から、現時点では、その海外展開は十分ではない。

このため、図2に示す、海外で導入可能性があるスマート農業技術を念頭に、関係省庁とも連携し、ASEAN などの各国政府との二国間政策対話等を通じ通信インフラ環境、関連法制、具体的なニーズ等の把握と環境整備を推進し、それぞれの国・地域で有効なスマート農業技術の普及に取り組む。この際、現地企業との連携等を通じ、各国のニーズに応じたスマート農業技術の改良を推進する。

また、スマート農業に重要となるのは、気象、土壌、経営データ等の様々なデータを活用し、効率的な農業経営を実践していくことであり、我が国では、世界に先駆け、民間企業間の協調・連携を図るデータプラットフォーム「農業データ連携基盤(WAGRI)」を構築し、データ利用の環境整備を推進しているが、多くの途上国・新興国では、そのようなデータプラットフォームの整備は進んでいない。

このため、内閣官房との連携のもと、WAGRI の普及やそのノウハウ提供等を通じ、ASEANを中心に農業関連データプラットフォームの構築を支援する。その際、WAGRIを生産分野から加工・流通・消費分野まで拡張するため研究開発を進めているスマートフードチェーン(SFC)システムも念頭に、生産～消費に至る「モノ」の動きと連動した FVC 全体のデータ活用・連携を推進し、農産物の高付加価値化に活かせる環境の整備に取り組む。

上記の取組を推進する際、我が国農業の強みに直結する高度技術・データ等の流出防止、知的財産の保護に留意する。

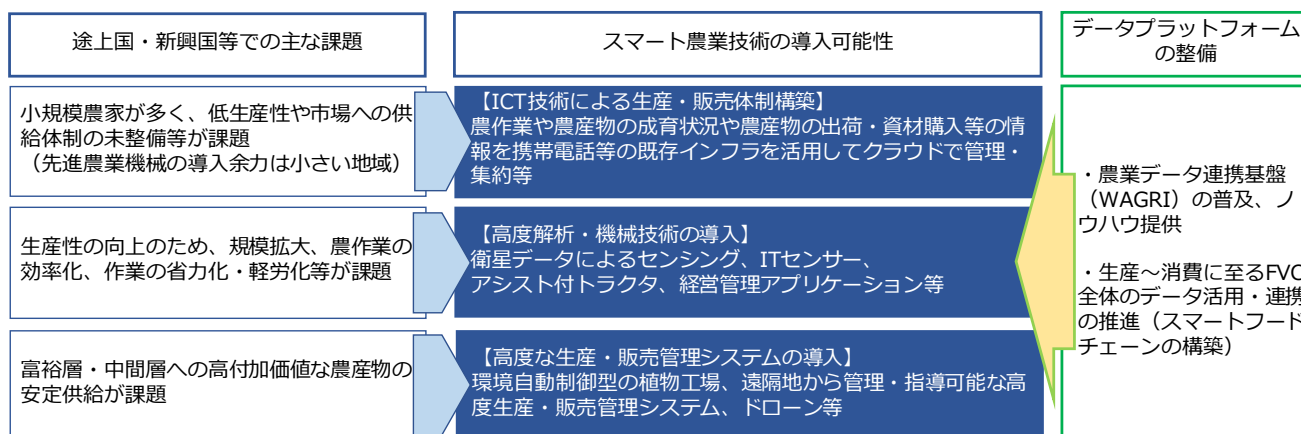


図2 各国・地域でのスマート農業技術の導入可能性

(6)GFVC 推進官民協議会を通じた海外展開の一貫支援

上記の取組を実施していくため、グローバル・フードバリューチェーン推進官民協議会をFVC 構築のプラットフォームとして引き続き最大限活用し、産学官連携のもと、企業の情報収集から実際の進出に至る一連のステップを一貫して支援する体制を構築し、我が国食産業の海外展開を促進する。

また、FVC 構築を通じた食産業の海外展開を推進する上では、相手国政府の協力や連携が必要不可欠である。そのため、両国の官民参加による二国間政策対話・官民フォーラムの開催や官民ミッションの派遣を通じ、上記(1)～(5)の取組の推進につながる、FVC 構築のための議論、規制緩和・撤廃等の要請、日本企業の技術のPR、民間企業と相手国との関係構築、及び、民間企業の事業展開の促進に繋がる二国間プログラムの策定を推進する。

Ⅲ. 国・地域別プラン

「Ⅱ.新プランにおける取組の視点」を踏まえ、これまで FVC 構築の取組を実施してきた国・地域を主な対象に、「国・地域別プラン」として、各国・地域における FVC 構築に向けた重点的な取組方針を以下に示す。

なお、実際に取組を実施する際には、カントリーリスクや競争相手となり得る他国企業の動向も含めた各国・地域のビジネス・投資環境のより一層の情報収集に努め、各国・地域の状況に応じた柔軟な対応が必要である。

また、日本企業の投資促進のためには、高まる安全・安心や健康などの食のニーズに応える我が国企業の優れた技術・ノウハウや日本食・日本食品の認知度を高めることが重要であり、その戦略的な普及を官民が一体となり推進する。更に、将来的な第三国輸出など、長期的なビジネス展開の可能性も念頭に置きながら取組を進めることが重要である。

1. ASEAN

FVC 構築の重点範囲

【CLMV 国】

- ・ 安全・安心な農産物・食品の生産に必要な日本の生産技術、規格・認証制度等の普及及び人材育成

【ASEAN4国】

- ・ 富裕層を主なターゲットとした健康・機能性食品やコールドチェーンなどに係る日本型規格・基準の普及及び人材育成

(1)これまでの主な取組

農林水産省では、ベトナム、ミャンマー、インドネシア、タイ、カンボジア、フィリピンと二国間政策対話の枠組みを設け、両国の官民参加のもと、FVC 構築の議論を実施している。特にベトナムとは「日越農業協力中長期ビジョン」、ミャンマーとは「ミャンマーにおける FVC 構築のための工程表(2016～2020 年)」を策定した他、二国間政策対話や ASEAN 事務局への拠出事業により、FVC 構築に必要な人材の育成、日本の規格・制度の普及等、投資環境の整備を推進するとともに、ハラール等各国への投資の際に重要となる制度に係る情報の収集・共有を実施している。

(2)我が国食産業の進出状況

ASEAN は約 6.4 億人の人口を有する巨大市場であり、近年の高い経済成長に伴い、我が国の食関連企業の進出数は過去5年間で 100 社以上増加、食品製造業・飲食サービス業の売上高もほぼ倍増した。特に ASEAN4国など一人当たり GDP の高い国で、食品加工～飲食・外食関連の企業進出数が大きく伸び、ベトナムでも増加傾向にある。相対的に発展が遅れている CLMV 国においては、生産コストの比較優位性を活かし、工業団地やインフラ整備に合わせて、生産～食品加工関連の企業数が増加している。

今後が続くと見込まれる経済成長や、若年層が多い人口構成に基づく人口ボーナス、TPP11 に伴う中国からの食品加工拠点のシフトの動きを踏まえれば、当該地域への生産～消費に至る様々な企業の進出は今後も増加していくと見込まれる。

また、アジア農業協同組合振興機関(IDACA)の取組を契機にアジア各国との農業組織間の交流が行われている他、日本国内の農業従事者の確保と連携した生産者の海外生産拠点形成の事例が見受けられる。

(3)FVC 構築の現状と可能性

(安全・安心な農産物生産)

増加する中高所得層を中心に、食の安全・安心への関心を高めてきており、現地の農業生

産者・食品企業も、域内外の需要を満たす、安全・安心かつ高品質な農産物・食品の生産に取り組む動きがある。しかし、多くの農業者は高付加価値の農産物の生産に必要な技術・ノウハウなどに関する知識は十分ではなく、また関連する規格等の普及は十分に進んでいない。特に、進出済みの食品企業（農産品加工、惣菜加工等）にとっては、一定基準以上の農産物・原材料を安定的に一定量調達することが課題となっている。

このため、ICT を用いた生産管理技術など日本の食産業が有する様々な技術とともに、日本の規格・認証制度を普及させ、ASEAN 域内や第三国の消費者の需要を満たす安全・安心、高品質な農産物・食品の生産体制の構築と、それに必要な人材育成、生産者の組織化が重要である。

（コールドチェーン網の整備）

都市部を中心としたライフスタイルの多様化により、冷凍・冷蔵食品、高付加価値の農産物、食肉・水産物など、温度管理が必要な食品は急速に増加しており、その輸送にはコールドチェーン網の整備が不可欠である。しかし、一部の大都市を除き、その整備は不十分であり、また、輸送・保管時の温度管理に必要な知識・ノウハウなども普及していない。

そのため、日本のコールドチェーン技術の導入による、高品質な食品の流通体制の整備を促進するとともに、冷蔵倉庫などハードインフラだけではなく、温度管理技術の普及のための人材育成も併せて推進することが有効と考えられる。

（外資規制）

食生活の変化が進む中、ASEAN4国の都市部を中心に、コンビニエンスストアなど日本の「強み」を活かせる食品小売業に対する需要は今後も拡大していくと予想されており、日系の小売業の事業展開は、日系食品製造企業や流通企業等の事業機会の増加を促し、お弁当等の日本食の普及も期待される。その一方、多くの国においては、地元の小規模小売店を保護するために、食品小売業への外資の進出に制約を課していることから、関連規制の緩和・撤廃が重要である。

（健康・介護食）

ASEAN4国の中高所得層を中心とした健康問題への関心の高まりを受け、日本が「強み」も有する栄養機能食品、特定保健用食品、機能性表示食品の需要が高まると予想される。

（4）FVC 構築の重点範囲と主な取組

以上を踏まえ、当該地域での我が国食産業の事業の拡大を図っていくため、中高所得層を中心に急速に拡大している、安全・安心、高品質、健康など、高付加価値の農産物・食品の生産・供給に資する、日本式の生産管理技術・ノウハウや規格・認証制度等の普及とそれに必要となる人材育成及び規制緩和に重点的に取り組む。

特に FVC の発展段階に基づき、CLMV 国では生産～流通段階を、ASEAN4国では、流通～

消費段階での取組を、重点的に実施する(この際、ASEAN4国の経済規模に近づきつつあるベトナムは消費段階の取組も実施する)。

また、これらの取組を通して構築される、高付加価値な農産物・食品の供給に必要な高度なコールドチェーン網や人材などを活用し、我が国農林水産物・食品の輸出拡大を図る。

(主な取組内容)

- ① ASEANの各大学での寄附講座等を通じ、FVC構築にかかる人材育成・日本型の規格・認証制度の普及を推進する。
- ② スマート農業の普及のための各国の通信インフラ、関連法制、その他関係者が必要とする情報の調査を実施するとともに相手国政府と連携し、関連技術の普及に取り組む。
- ③ 相手国と連携したGAP、HACCP、有機規格等の農産物・食品の付加価値向上に資する規格・認証整備のための調査及び人材育成を推進する(主にCLMV国)。
- ④ 現地進出済みの食関連企業・工場が求める基準の農産物の安定供給を充足するために、現地生産者の人材育成及び農協組織間の交流等を通じた組織化を推進する(主にCLMV国)。
- ⑤ 二国間政策対話や官民フォーラム等を通じた、日本の健康・機能性食品やコールドチェーン基準の普及のための相手国への働きかけ・PR及び人材育成を推進する(主にASEAN4国)。
- ⑥ 二国間政策対話等を通じ、日本産食品の輸出拡大や日本食の普及にも資する、食品小売業に係る規制の緩和等を要請し、投資環境整備を図る(主にASEAN4国)。
- ⑦ 優良品種の導入のために、植物新品種が知的財産として適切に保護・活用される制度の整備を支援する。

2. 中国

FVC 構築の重点範囲

- ・中間層の拡大に対応した外食・中食市場での取組や、高齢化の進行と健康志向の高まりにあわせた高齢者向け食品、健康食の普及など、日本の「強み」を活かせる高品質・高付加価値食品等の展開の促進
- ・各種規制・制度等の撤廃・緩和、規制等の最新情報の収集等によるビジネス・投資環境整備

(1)我が国食産業の進出状況

高い成長を続け、世界最大の人口を有する巨大市場である中国には、製造・加工～消費の分野を中心に 300 社以上の企業が進出し事業を展開している。進出数は過去5年ではほぼ横ばいとなっているが、食料品製造・飲食サービス業の売上は過去5年でほぼ倍増した。今後も中間層の拡大に伴い、売上高の増加が見込まれる。

(2)FVC 構築の現状と可能性

(食の安全・安心)

食生活の急速な多様化・高度化の中で、中間層を中心に安全・安心な食品への需要が高まっており、我が国の食産業が培ってきた、高付加価値な「食」に関するきめ細かな技術・ノウハウを活かす機会は増加すると考えられる。一方、伝統と多様性のある豊かな食文化を有し、国民の「食」に対する志向が、「量」から「質」へ急速にシフトしている中国において安定的な市場を獲得・拡大するには、現地で求められる味や仕様などをしっかりと分析・把握するとともに、関心が高まっている食の安全・安心や健康面での差別化、(若年層等に対する)新たな流行や文化イベント等の活用など、中国の消費者への訴求ポイントや販売戦略を明確にする必要がある。

(外食・中食市場)

経済発展の著しい沿海地域のみならず内陸部の大都市等を含め、核家族化とそれに伴う食の簡便化の進行、運輸・通信手段の発展や海外旅行ブーム等を背景に、宅配を含む外食市場の拡大と多様化が急速に進展していることに加え、コンビニエンスストア出店の拡大とともに、サラダやおにぎりなど中食市場も徐々に成長してきている。今後、政府レベルでも内需拡大と民生の安定を目指し、流通分野のレベルアップと国民の消費環境の改善を図る動きが加速するとみられることから、日本からの輸入食材も組み込んで、新たな消費需要に対応した外食分野での事業展開や、総菜等の開発・販売の拡大を図ることが期待される。

(高齢・介護食)

中国では、規模、スピードとも日本を上回る高齢化の進行が今後予想されており、中国より先に高齢化社会を迎えた日本の経験・ノウハウを活かした高齢者関連事業の可能性が高まり、我が国の介護関連企業の中国進出の動きもみられるようになってきている。

このため、高齢者関連産業との連携の下、我が国が先行している高齢者向け食品や介護対

応食等の現地向けの普及を進めることが有効と考えられる。また、生活レベルの向上と少子化の中での乳幼児向け食品需要の取り込みも期待できる。

（投資環境）

中国では、様々な高付加価値食品への需要拡大が見込まれ、日本企業のビジネスチャンスは拡大すると考えられる一方、様々な規制・制度等が引き続き存在していること、頻繁に規制・制度等が変更されること、行政手続きが複雑であること等により、現地での事業展開や日本産食品輸出の障壁となっている。

（3）FVC 構築の重点範囲と主な取組内容

以上を踏まえ、中国での我が国食産業の事業拡大を図っていくため、広い国土と多様な食文化に対応した適切な現地化の必要性和、内陸部や農村地域を含めた E コマースの急速な発展に留意しつつ、中間層の拡大や高齢化等により高度化している様々なニーズに応えられるよう、外食・中食分野や、健康や高齢者に配慮した食品、介護対応食等の分野における企業の事業展開に資する PR・普及活動等の支援を推進するとともに、日本の「強み」を活かすために必要な様々な規制・制度等の撤廃・緩和等のビジネス・投資環境の整備に重点的に取り組む。これらの取組を通じて、巨大市場である中国への我が国の農林水産物・食品の更なる輸出拡大を促進する。

（主な取組内容）

- ① 外食・中食関係や、健康志向の高まりや高齢者に配慮した食品、介護対応食等、今後の事業展開が有望な分野において、E コマースの発展等も十分に活用しながら、「食」と「健康」の関連付けに対する意識の強い中国の風土に対応した多様な商品開発・販売活動が展開されるよう、SNS、企画展等、様々な手法を活用し、訴求ポイントを明確にした PR や普及の取組を推進する。
- ② 産学官の関係者が密接に連携し、食産業の事業展開の推進に必要な各種規制・制度等の撤廃・緩和、規制等の最新情報の収集等によるビジネス・投資環境整備のための取組を進める。

3. インド

FVC 構築の重点範囲

- ・ 農産物の生産性・品質向上やフードロス削減に資するスマート農業、加工・鮮度保持等に関する技術を有する幅広い日系企業の進出とインド企業とのパートナーシップ推進
- ・ インド独自の規制・制度等の撤廃・緩和、規制等の最新情報の収集等によるビジネス・投資環境の整備

(1)これまでの主な取組

農林水産省では、2016 年 11 月に締結した覚書に基づき、インド農業・農民福祉省との間で両国の官民参加による合同作業部会等を実施している。2018 年 10 月には、日本企業のインドでの事業展開を両省で支援するための「農業及び漁業に関する日印投資促進プログラム」に合意した。また、インド食品加工省との間では、2017 年 10 月に、モディ首相主導のもと、食品加工省主催で開催されたインド最大級の食産業の展示会「ワールド・フード・インディア 2017」にパートナー国として参加するとともに、2018 年 10 月に覚書を締結し、合同作業部会を実施していくこととしている。

加えて、連邦制のインドは、州によって文化や言語、州政府による規制や法令等が異なるほか、人口が1億人を超える州が複数存在するなど、全土を対象として投資を行うことは現実的ではなく、円滑な進出につなげるためには州政府との協力が効果的であることから、我が国民間企業の特に関心の高い、アンドラ・プラデシュ(AP)州、ウッタル・プラデシュ(UP)州及びマハラシュトラ(MH)州政府と協力覚書を締結し、対話を実施している。

これらの取組を通じ、我が国食産業とインド中央・地方政府・民間企業との関係構築を促進し、企業の事業展開を支援している。

(2)我が国食産業の進出状況

インドは世界第 2 位の 13 億人超の人口を有し、2024 年には世界最大の人口になると予測され、人口ボーナスによる高い経済成長を背景に富裕層・中間層も増加が続く、有望な食市場である。その一方、一人当たり GDP の低さ、インフラの未整備、食文化の違い、伝統的な商流などもあり、食関連企業の進出数は16社と ASEAN や中国に比べ大幅に少ない状況にある。今後急速に拡大していく市場の獲得のため、我が国食産業の進出拡大を推進していく必要がある。

(3)FVC 構築の現状と可能性

(農産物・食品の生産・供給)

インドは、穀物、野菜、果物等の世界有数の生産国であるものの、小規模農家が多くを占め、生産・加工技術不足等に伴う低い農業生産性や低品質のほか、食品加工技術不足や貯蔵倉庫を含むコールドチェーン等の物流網の未整備に伴うフードロスの発生などにより、農家所得は

非常に低い。

一方で、農村人口の減少による農業生産の効率化・省力化のほか、中間層の拡大、働く女性の増加、ライフスタイルの変化、可処分所得の増加等に伴い、安全・安心、高品質な農水産物、加工食品等へのニーズは年々増加している。そのため、インド政府は農家・農村の所得向上につながる農産物の生産性・品質の向上や食品加工、コールドチェーン整備に高い関心を有しており、関連技術を伴う海外からの投資を期待している。

このため、インド中央・地方政府との協力のもと、日本のスマート農業技術を活用した農産物の生産性・品質向上に加え、フードロス削減に資する加工技術、鮮度保持技術などの導入を推進することにより、農家の所得向上にも資する FVC 構築をすることが有効と考えられる。

さらに、近年、インドでは、AI、IoT 及びデータ分析などの先進的な技術を活用したスタートアップ(ベンチャー企業)の立ち上げが活発化しており、このようなスタートアップ企業とのパートナーシップを通じて、コールドチェーン等の未整備な環境に対処するための独自の物流システムの構築等によりフードロス削減に資することが期待される。

(投資環境)

インドでは、複雑な税制や、国内産業保護のための厳しい外資規制が長年海外からの投資を抑制してきた。そのような中、2014 年に誕生したモディ政権は、インドを世界の製造・輸出拠点とするための「メイク・イン・インド」構想を掲げ、税制の簡素化や外資規制緩和を通じて、外国企業による新規投資や事業展開の拡大を積極的に推進している。

その一方、依然として、独自の食品規制や外資規制等が引き続き存在していること、頻繁に規制・制度等が変更されること、行政手続きが複雑であること等により、現地での事業展開や日本産食品輸出の障壁となっている。

(日本食の普及)

インドでは、日系企業進出数の増加とともに、主要都市で日本食を提供するレストランが増えてきているものの、食文化の違い、食の保守性、家庭調理の選好などから未だにその数は少なく、日本食のブランド確立は十分ではない。一方で、都市部の富裕層を中心に、徐々に、インド料理の特徴である油分や糖分の多さを倦厭し、健康・ヘルシーに対する意識が高まっており、健康面での日本食の効能を訴求することがその普及に効果的と考えられる。

(4)FVC の重点範囲と主な取組内容

以上のように、日本企業のインドへの進出数は未だ少ないものの、農産物の生産性・品質向上やフードロス削減に資するスマート農業、加工・鮮度保持技術、健康的な日本食等、幅広い分野で FVC 構築ニーズが急速に高まっている。そのため、これらの関連技術等を有する企業の進出促進と、インド独自の規制・制度等の撤廃・緩和、規制等の最新情報の収集等によるビジネス・投資環境整備に重点的に取り組む。

その際、協力覚書を締結した州を中心に取り組むこととする。また、特に都市部では我が国農

林水産物・食品の輸出拡大に繋がる、日本食・日本食品等を提供する小売・外食企業の進出促進に取り組む。

（主な取組）

- ① 農産物の生産性・品質向上やフードロス削減に資するスマート農業、加工・鮮度保持技術等を有する日系企業によるコンソーシアム形成及び事業計画策定の支援等により、複数企業による一体的な事業展開を推進する。また、先進的な技術を活用したインドのスタートアップとのパートナーシップを推進する。
- ② スマート農業の普及のための通信インフラ、関連法制、その他関係者が必要とする情報の調査を実施するとともに相手国政府と連携し、関連技術の普及に取り組む。
- ③ 農業・農民福祉省や食品加工省との合同作業部会、州政府との対話、官民ミッション等を通じた、我が国食産業の事業展開に資するプログラムの策定、日本企業とインド政府・企業との関係構築、規制等の撤廃・緩和及び最新の情報収集並びに行政手続きの簡素化等を通じ、ビジネス・投資環境の整備を図る。
- ④ インドで開催される展示会、セミナー、商談会をはじめとする様々なイベントへの参画及び開催を通じ、日本の食産業の有する技術・ノウハウや、安全・安心や健康などの日本食の魅力などのPRを行い、企業間のビジネス形成を支援する。

4. 中東(主にサウジアラビア・UAE)

FVC 構築の重点範囲

- ・ 富裕層を主なターゲットとした日本食・日本食品等を提供する小売・外食企業の進出拡大
- ・ ハラル制度等の詳細把握、独自の食品規制の緩和・透明化等による投資環境整備

(1)これまでの主な取組

農林水産省では、官民ミッション派遣を通じ、同地域の FVC の現状、ビジネス・投資環境等を把握している。

(2)我が国食産業の進出状況

中東 13 か国（シリア除く）の人口の合計は約 2.6 億人であり、13 か国の 1 人当たり GDP は、イエメンの 551 ドルからカタールの 60,804 ドルまで大きな幅があるものの、サウジアラビア：21,120 ドル、UAE:37,226 ドルと、原油及び天然ガスの産出国を中心に高く、多くの富裕層を有する食市場である。一方で食文化の違いもあり、日本食に関する認知度は低く、食産業の進出はほとんど進んでいないことから、富裕層の需要を取り込むため、我が国食産業の進出拡大を推進していく必要がある。

(3)FVC 構築の現状と可能性

(日本食の普及)

中東地域の食文化(肉、スパイス、油の多用等)は、日本とは大きく異なっており、和食等日本の食に関する認知度は総じて低く、従って、日本型食生活が健康の維持増進に寄与するものであることを知る人も少ない。加えて、現地のスーパー等の棚代が高いこと、現地ニーズが十分に把握されていないこと等から、日本企業による日本食レストランの進出は進んでおらず、我が国企業の同地域での取引の多くがサンプル品の輸出に留まっている。

しかしながら、近年の世界的な日本食ブームを背景に富裕層を中心に日本食への関心の高まりが少しずつ見られ、認知度が比較的高い寿司や和牛に加え、日本発祥の B 級グルメである牛丼やカレーなども、現地の若年層を中心に今後普及していく可能性がある。また、同地域の富裕層の間では健康志向の高まりから、安全・安心かつ高品質な食品への需要が増加している。

(独自の食品規制等)

一方で、同地域の住民の大多数がイスラム教徒であることから、これらの人々が口にする食品に関しては「ハラール」であることへの配慮が求められている。また独自の食品規制や煩雑な手続き等が存在し、小売・外食産業の事業展開及び日本産食品の輸出の課題となっている。

(安全・安心な農産物生産)

同地域は乾燥した厳しい気候の下にあり、農業適地が限定されているため、穀物、青果物等

多くの農産物を輸入に頼っている。そのような状況の中、現地の中高所得層のニーズを満たす、新鮮で安全・安心な野菜を周年供給できる節水型の植物工場や施設園芸への潜在的需要が存在すると考えられることから、我が国の技術導入を通じた、高品質な野菜生産、現地スーパーやレストランへの供給の可能性がある。しかし、依然、多くの消費者が安価な輸入野菜等を志向しており、また、サラダなどで生野菜を食べる習慣があまり根付いていないことから、生鮮野菜に対する需要掘り起こしを併せて行う必要がある。

(4)FVC 構築の重点範囲と主な取組

以上のように、日本企業の進出数は未だ少ないものの、富裕層を中心とした日本食・日本食品への需要が高まりつつあることから、我が国の「強み」である健康食品等も含めた農林水産物・食品の輸出拡大に繋がる、富裕層を主なターゲットとした日本食・日本食品等を提供する小売・外食企業の進出促進と、ハラール制度等の詳細把握、輸出入規制の緩和・透明化等によるビジネス・投資環境の整備に重点的に取り組む。

(主な取組)

- ① 企業コンソーシアム等を通じ現地生産、日本からの輸出食品等を組み合わせた、具体的な日本食の提供構想を示す等、農産物生産施設から小売・外食までの日本企業の事業展開を支援する。また、日本産品売り場の設置を通じ、日本企業が現地消費者の嗜好やニーズを的確に把握し、現地ビジネスについて試行するための機会を提供する。
- ② 我が国食産業の事業展開の課題となっている、ハラールに係る諸制度や独自の食品規制について、情報収集・分析を行うとともに、二国間政策対話等を通じて規制等の透明化と手続きの簡素化を要求する。また、相手国政府との日本企業の投資促進に資する協力覚書の締結や二国間プログラムの策定等を推進し、ビジネス・投資環境の改善に取り組む。
- ③ 日本食及び日本産食品の認知度向上のため、その普及に影響力を持つ著名人(インフルエンサーなど)、外食分野のパートナー候補企業関係者、輸入卸売事業者等を日本に招へいし、日本食及び日本産食品を広く紹介する取組を行う。さらに、中東から日本への留学生や旅行者にも日本食等の発信を促す取組を行う。

5. アフリカ

FVC 構築の重点範囲

農産物の生産性向上・高付加価値化、農業及び農家に関する情報のデジタル化を通じた小規模農家の組織化等により、フードバリューチェーン構築を図り、併せて、我が国企業の進出を促進

(1)これまでの主な取組

日本政府は、TICAD(アフリカ開発会議)を通じ、アフリカの農業の生産性向上や農家の所得向上に資する以下の取組を実施し、関連する民間企業の取組を支援している。

- ・ CARD(アフリカ稲作振興のための共同体):サブサハラ・アフリカのコメの生産量を 10 年で倍増
- ・ SHEP(小規模園芸農民の組織化):自給自足から儲かる農業への転換
- ・ IFNA(食と栄養のアフリカ・イニチアチブ):栄養改善に関する国際協力

また、TICAD6 でのアフリカ諸国首脳からの農業協力の要請へ対応するため、農林水産省、外務省及び JICA で構成する「アフリカ農業開発促進プラットフォーム」を立ち上げ、3か国(ケニア、ザンビア、セネガル)にシニア農業政策アドバイザーを派遣している。

更に、2019 年6月に設立されたアフリカビジネス協議会農業ワーキンググループと協働で、民間企業と連携し、農業及び農家に関する情報のデジタル化を通じた小規模農家の組織化(共同出荷・共同購入の推進等)を支援する取組を進めている。加えて、南アフリカ及びケニアと二国間政策対話の枠組みを設け、FVC 構築のための議論を実施してきている。

(2)我が国食産業の進出状況

54 カ国からなるアフリカは、約 12.1 億人の人口を有し、2050 年には 25 億人まで倍増すると予想されている、将来的に有望な食市場である。しかし、一人当たりGDPは平均約 1,800ドルと依然低く、また地理的に遠いこともあり、一部の農業生産、食品加工企業を除き、食産業の進出はほとんど進んでいない。そのような中、近年、アフリカで農業関係のスタートアップに取り組む企業も現れており、将来の市場確保に向け、我が国食産業の進出拡大を推進していく必要がある。

(3)FVC 構築の現状と可能性

(コメ等の生産性・品質向上)

農林水産業はアフリカの主要産業であり、その就業者人口は全体の5割以上を占めるが、多くが生産性の低い小規模農家である。今後の急激な人口増に対応するため、コメ等の穀物を中心に生産増加と安定化が重要であるものの、農家の生産・加工関連技術は十分ではなく、資本

財(機械、資材、農薬・肥料等)の投入も少ないことから、生産性や品質の向上が十分に進んでおらず、穀物等の輸入量は年々増加している。このため、経済協力と民間投資を連携させた農産物の生産性・品質向上のための技術導入等が期待されている。

(農家のマーケット指向の農業への転換の促進)

多くの農家では、マーケットを意識した戦略的な生産を実施しておらず、組織化も進んでいないことから、市場における農家の販売力・交渉力は非常に弱い。そのため、農家にとって適切な市場に適切な価格で生産物を販売することができず、低所得の原因の一つとなっており、農家のマーケット指向の農業への転換を促進するための技術向上・体制構築への支援や環境整備が求められている。

(4)FVC 構築の重点範囲と主な取組

以上のように、日本企業の進出数は未だ少ないものの、現地では農家の所得向上のため、農産物の生産性・品質向上や、農家のマーケット指向の農業への転換へのニーズが高まっていることから、これらの実現に有効な技術を有する企業の進出拡大に重点的に取り組む。

なお、アフリカは、将来的に有望な食市場であることから、FVC 構築については、将来的な日本産農林水産物・食品の輸出の拡大に繋がるよう、日本食・日本食品の認知度向上にも考慮しつつ取り組む。

(主な取組)

- ① 増大する人口を支えるため、JICA 等関係機関と連携し、CARD、SHEP 等を通じて、アフリカの農業の生産性向上や高付加価値化を引き続き支援する。特に、CARD については、我が国が長年蓄積してきたコメのバリューチェーン構築に係る知見の活用が見込まれることから、ODA と連携した収穫後処理技術の移転や農業機械の導入等を通じて、我が国民間企業の進出促進を図る。
- ② アフリカビジネス協議会、JICA 食と農の協働プラットフォーム等の枠組みと連携し、農業及び農家に関する情報のデジタル化を通じて小規模農家の組織化を促進するとともに、生産後の精米、貯蔵、流通から消費までを接続するフードバリューチェーン構築への支援を行う。併せて、これらの取組に関連する我が国民間企業(生産資材、流通、販売分野等)の進出促進を図る。
- ③ 農業政策アドバイザー派遣等を通じ、バリューチェーン全体を有機的に連結しうる ODA 案件の形成や派遣先国における政策立案の支援により、アフリカの FVC 構築に向けた基盤整備を促進する。

6. 中南米(主にブラジル・アルゼンチン)

FVC 構築の重点範囲

- ・ 複雑な税制の改善、外貨規制の緩和、許認可等に係る煩雑な諸手続きの改善(通関や各種手続の統一化、透明化、簡素化、迅速化等)を通じたビジネス・投資環境の整備
- ・ スマート農業技術等の導入・活用を通じた農畜産物の生産・加工の効率化や高付加価値化等の推進

(1)これまでの主な取組

農林水産省では、政府と民間セクターとの継続的な対話の場として、ブラジルとの間で「日伯農業・食料対話」、アルゼンチンとの間で「日亜農林水産業・食料産業対話」を定期的に行い、両国における、①我が国食産業の事業展開や我が国の農林水産物・食品の輸出促進等に資するビジネス・投資環境の改善、②農牧畜業・食料産業の競争力強化のための我が国企業の技術の活用・導入、③穀物輸送インフラの改善等に取り組んでいる。

(2)我が国食産業の進出状況

中南米、特に南米は、日本から地理的に遠いものの、世界の食料市場における一大供給地域であり、我が国にとって、食料安全保障上、重要な地域であること、また、中南米全体で 6.4 億人の人口を有する巨大市場であることから、農業生産、食品製造・食品卸売分野の企業など、50 社以上の企業が進出している。進出数は近年やや減少傾向にあるものの、食品製造業・飲食サービス業の売上高は増加している。

(3)FVC 構築の現状と可能性

(複雑な税制・許認可等)

中南米地域では、例えば、「ブラジルコスト」と呼ばれるような、複雑な税制や許認可等に係る煩雑な諸手続き、過剰な労働者保護、及び、脆弱なインフラ網によるコスト高など、ビジネス・投資環境の整備は遅れており、我が国企業の事業展開の障壁となっている。

ブラジルでは穀物生産が成長を続ける中、国内の輸送インフラ整備によるコストの削減は、国際競争力を強化する上で重要な課題の一つであり、穀物輸送インフラ整備が、引き続き我が国企業の高い関心となっている。

(生産性向上・高付加価値化)

中南米地域の中でも、ブラジル、アルゼンチンは広大な国土に恵まれ、とうもろこし、大豆、粗糖、牛肉、鶏肉等の一大輸出国であり、我が国にとって、食料安全保障上、重要な国である。大規模な穀物生産が行われている中、ブラジルの穀物生産の中心地であるセラード地域などにおいて、スマート農業技術の導入・活用等を通じた、生産性・品質の向上を進める動きが見られており、我が国のスマート農業技術の導入等を通じた、同国における食料供給力の向上が期待

できる。

また、両国では、一次产品中心の輸出からの脱却、農畜産物の加工を通じた高付加価値化による輸出競争力の強化、及び環境保全型の持続可能な農業生産等が課題となっており、より高度な加工技術や鮮度保持技術、より効率的で環境負荷を低減できる技術の導入など、我が国企業の有する技術やノウハウの導入・活用が期待される。

（日系人社会）

中南米地域は、約 210 万人（ブラジル 190 万人、ペルー 10 万人、アルゼンチン 6.5 万人、メキシコ 2 万人等）と世界最大の日系社会が存在し、世界有数の親日的な地域である。多くの日系人が農業生産に従事し、日本企業との連携を通じた事業拡大を希望している。そのような中、農林水産省では、中南米 5 か国（ブラジル、アルゼンチン、パラグアイ、ボリビア、ペルー）の日系農業者等への技術研修を通じた人材育成や、日本企業とのビジネスマッチングを推進している。

（4）FVC 構築の重点範囲と主な取組

以上を踏まえ、中南米地域での我が国食産業の事業拡大及び我が国の農林水産物・食品の輸出促進を図るため、複雑な税制の改善等を通じたビジネス・投資環境の整備、スマート農業の導入・活用を通じた農産物の高付加価値化の推進に重点的に取り組む。この際、現地日系人社会とも連携し、我が国の農林水産物・食品の輸出促進を図る。

（主な取組）

- ① ブラジル及びアルゼンチンとの二国間政策対話等を通じ、我が国食産業の事業展開の課題である複雑な税制の改善、外貨規制の緩和、許認可等に係る煩雑な諸手続きの改善（通関や各種手続の統一化、透明化、簡素化、迅速化等）等を要請し、課題解決を図る。
また、ブラジルとの二国間政策対話においては、同国の穀物輸送インフラの改善・整備に向けた要請等を通じ、穀物の輸送コスト削減及びその安定的な確保を図る。
- ② 相手国政府機関や JICA 食と農の協働プラットフォーム等と連携して、我が国企業が有するスマート農業技術、高度加工技術、鮮度保持技術、環境負荷を低減できる技術等の導入・活用を推進する。
- ③ 日系農業者等との連携交流事業等を通じ、我が国食産業と日本の技術・ノウハウを習得した日系農業者の連携によるビジネス創出を推進するとともに、我が国食産業の事業展開や商品開発を支援することができる人材の確保や育成を進める。

7. ロシア

FVC 構築の重点範囲

- ・ ロシア極東の農水産物の生産性向上・輸出基地化に資する企業の進出拡大(ロシア極東)
- ・ モスクワ等大都市部での小売・外食の進出拡大(ヨーロッパ・ロシア)

(1)これまでの主な取組

日本政府とロシア政府は、2016 年 5 月に安倍総理がプーチン大統領に提示した8項目の協力プランを推進している。農林水産省では、我が国民間企業等をメンバーとする「ロシア極東等農林水産業プラットフォーム」を通じた情報提供や官民ミッションの実施、ロシア農業省との二国間政策対話により、我が国食産業のロシア極東への事業展開を支援している。このような取組を通じて、極東での野菜温室の整備、大豆・穀物等の生産性向上等、日露の民間協力により多くの案件が形成されつつある。

(2)我が国食産業の進出状況

一人当たり GDP が高く市場としてのポテンシャルを有する一方、ソ連崩壊後の経済の混乱や、不透明なビジネス環境から、我が国食産業の事業展開はこれまでほとんど進んでいなかった。そのような中、近年の日露協力の推進により、近年、ロシアでの事業に関心を有する企業は増加しており、そのような企業の進出を推進していく必要がある。

(3)FVC 構築の現状と可能性

(大豆・穀物生産の増加)

ロシア政府は、2024 年までに農水産物の輸出総額を現在の約2倍である 450 億ドルにすることを目標に農産物の生産拡大に取り組んでいる。ロシア極東地域では、大豆(非遺伝子組換え)の生産が急速に増加し主に中国に輸出され、また、小麦やトウモロコシの生産も増加傾向にある。大量の大豆や穀物を輸入している我が国にとっては、地理的に近く、また非遺伝子組換えのロシア極東の大豆や小麦・トウモロコシ等は、新たな供給先としての可能性を有する。しかし、その生産性や品質、加工技術は低く、また、大豆・穀物の輸送・保管に必要なインフラ整備も不十分である。

このため、日本の生産・高度加工技術等を活用することで、日本のユーザーの需要を持たす高品質な非遺伝子組換え大豆・穀物及びその加工品等を生産するとともに、ロシア政府の進めるインフラ整備への我が国の物流システム・ノウハウの導入を通じ、日本や第三国への輸出拡大が期待される。

(未利用水産資源)

ロシア極東水域では、国外の消費者のニーズを踏まえた漁獲・養殖が十分に進んでおらず、イカ、海藻など未利用水産資源も多く存在する。また、漁獲後の加工体制の未整備や、鮮度保

持技術、輸送網の整備が不十分であり、高品質な商品を提供することができない。このため、日本の加工、コールドチェーン技術を活用し、未利用水産資源の利用促進等を進めることで、極東の水産物の利用拡大と日本や第三国への輸出拡大が期待できる。

（温室野菜生産）

ロシア極東地域では冬場を中心に野菜が不足し、中国等からの輸入に依存している一方、中国野菜の安全性への懸念等から、安心な現地産の野菜への需要が高い。そのため、日本企業も協力し複数の野菜温室が建設され、冬場でも新鮮で安全な野菜を地域住民に提供している。一方、依然として、同地域は野菜の多くを輸入しており、日本の技術を用いた野菜温室への需要は依然として高い。

（日本食の普及）

ヨーロッパ・ロシアのモスクワやサンクトペテルブルクでは、富裕層や中間層を中心にした高品質な食品や健康への関心から、日本食の人气が高まっており、ラーメン、寿司、牛丼チェーンなど、我が国外食企業の進出も含め、様々な日本食レストランが増加している。

一方で、日本食に必要な食材を、モスクワ等へ輸送するための輸送コストは依然として高く、より広い消費者層に高品質な日本食を味わってもらうためには、必要な食材をより安価に提供できる物流網の構築が必要である。プーチン大統領は 2018 年 3 月の年次教書で、2024 年までにシベリア鉄道を利用したウラジオストクからロシア西部国境までの輸送期間を7日に短縮する目標を掲げ、ロシア政府がシベリア鉄道の貨物輸送路の整備に取り組むとともに、日露両政府で同鉄道の利用促進に取り組んでいる。このような新たな輸送網も活用した日本食の普及が期待される。

（4）FVC 構築の重点範囲と主な取組

以上を踏まえ、新たな食料供給先としても期待されるロシア極東で、日本や第三国の消費者のニーズを満たす農水産物の生産性向上と輸出拡大を推進するための技術・ノウハウに対するニーズが存在することから、関連する技術を有する企業の進出拡大に重点的に取り組む。

また、ヨーロッパ・ロシアの大都市においては、現地で広がる日本食ブームをとらえ、日本からの農林水産物・食品の輸出促進にも繋がる、富裕層を主なターゲットとした日本食・日本食品等を提供する小売・外食企業の進出拡大に取り組む。

（主な取組）

- ① ロシア中央・地方政府及び関係機関の協力のもと、ロシア極東等農林水産業プラットフォームや極東への官民ミッション派遣等を実施し、民間企業へのビジネス・投資環境に係る情報提供やロシア民間企業とのビジネスマッチングを促進する。
- ② 企業コンソーシアム等を通じ、大豆や小麦・トウモロコシなどの穀物の生産性向上、未利用水産資源の活用や水産物の現地加工と、これらを通じた日露間の直接貿易の拡大、及び、

野菜温室の拡大など、極東の農水産業の振興・輸出基地化に資する、複数企業が連携した事業展開を支援する。

- ③ ロシア国内で開催されるイベント等を通じた、日本の食産業の有する技術・ノウハウや安全・安心や健康などの日本食の魅力のPRを推進するとともに、シベリア鉄道を活用した食品の供給等を通じ日本食の普及を推進する。

8. 豪州

FVC 構築の重点範囲

- ・ 日本との季節の逆転を利用した、第三国への農産物の通年供給体制の構築
- ・ 日本と異なる条件下でのスマート農業技術普及のための日豪協力の推進

(1)これまでの主な取組

豪州と我が国は、2015 年3月の第三回日豪ハイレベル農業対話において、北部豪州を中心に日本の技術を活用して農産物の生産・加工を行い、成長著しい ASEAN 市場等に輸出するとともに、季節が逆であることを利用して日本からの農水産物の輸出と組み合わせて周年供給を実現することで、ASEAN 等での市場シェアを拡大する構想について合意した。

また、豪州は連邦制で州権が強く、農業政策に関する連邦政府の権限は限定されること、かつ、州毎に季節性や地域特性が異なることから、農林水産省では、上記構想を実現するにあたり、4州と協力覚書を締結し、また、4回の官民ミッション派遣を実施することを通じ、日本企業の現地での農産物生産の取組を推進しており、現在、政府間の枠組みの下で、試行的な日本式の農産物の栽培・輸出の取組が行われている。

(2)我が国食産業の進出状況

豪州は、我が国にとって重要な食料供給基地であり、また、一人当たり GDP は約 56,000ドルと国民の所得・生活・物価の水準は高く、ハイエンドマーケットとして一定の日本産品への需要が存在することから、農林水産、食品加工業を中心に約 50 社が事業を実施している。

(3)FVC 構築の現状と可能性

(季節の逆転を利用した農業生産)

豪州で、季節の逆転を利用した農産物生産を行うことにより、日本産の同種農産物の輸出を補完し、経済成長及び人口増加が著しい ASEAN、中国及びインド等の第三国市場への通年供給を実現することで、市場の占有性の向上と日本からの農産物の輸出拡大が期待される。特にこれらの地域で急増する富裕層や中間層は、安全・安心や環境に配慮した農産物へのニーズが高いことから、こうしたニーズへの知見・ノウハウを持つ豪州は生産供給基地としての大きな可能性を有する。

そのため、我が国食関連企業の豪州での農業生産への関心は高く、また最近では日本での災害のリスク分散のために豪州での生産を進める企業などもある。一方で、広大な豪州ではワールドチェーンなどのインフラ未整備、労働コスト高、かんばつ等の天候リスク及び日本産品種の流失防止が課題である。

(スマート農業分野での協力)

豪州では北部を中心に、アフリカや中東などと同様の乾燥帯に属する地域が存在する。データ通信環境やインフラも整備され、大規模農業が実施されているこのような地域は、日本のスマート農業技術等を日本と異なる気象条件や生産規模の地域で普及させていくための実証試験地としても活用できる可能性を有している。

(4)FVC 構築の重点範囲と主な取組

以上を踏まえ、我が国食産業の豪州での事業拡大を図るため、季節の逆転を利用した日本式の農業生産の実施と第三国への通年供給体制の構築を推進する。これにより ASEAN、中国及びインド等の第三国市場への我が国農産物の輸出拡大を図る。また、スマート農業分野での日豪協力の推進に取り組む。

(主な取組)

- ①日豪の季節の逆転を利用し、日本産と同種・同品質の農水産物の生産や第三国への輸出、及び、原料の安定調達のための生産体制整備のための試験的な生産事業を実施する。
- ②責任ある現地企業と連携した、日本産品種の流失防止策、栽培技術・ノウハウの保護のためのライセンス化を検討する。
- ③TAFE(公的な職業訓練プログラム)への日本式農業の組み込みを検討する。
- ④各州別への官民ミッションを派遣し、現地進出にあたっての具体的な課題を明らかにするとともに、投資環境の改善(インフラ整備等)を豪州側へ要請する。
- ⑤スマート農業技術のアフリカや中東での普及も念頭に、これらの地域と同様の気候帯に属する豪州地域において、実証試験等のスマート農業分野での日豪協力を推進する。