

岐阜県産農畜水産物の海外展開



岐阜県
2023年7月



1 輸出拡大に向けた基本方針

「飛驒・美濃じまん海外戦略プロジェクト」(2009年～)

○2つの三位一体戦略で、成長著しいアジアから、情報発信力の高い欧米、さらにはオーストラリアへと展開

◆「観光・食・モノ」

- ・価値の相互増幅（「観る」と「食べる」をパッケージ）
- ・プレミアムブランドの確立 → 量より質

◆「国・自治体・民間」

- ・ 国 … 在外公館、JETROなど
- ・自治体 … 県、県内市町村
- ・民 間 … 農業関係団体

○コロナ禍においても、現地での展示会、フェア、旅行博及びオンラインセールスを積極的に展開

主なトップセールス実績（食関係）

年度	対象国・地域
2009	香港、タイ
2010	シンガポール、マレーシア
2011	シンガポール
2013	インドネシア、シンガポール、タイ
2014	マレーシア、シンガポール、フランス
2015	ベトナム、フィリピン、イギリス、フランス
2016	ベトナム、タイ、アメリカ
2017	フランス、スペイン、イギリス
2018	フランス、香港、ベトナム
2019	オーストラリア
2023	台湾、シンガポール、マレーシア、フランス

2 3つのステージで施策を展開

○地域別・品目別の取組状況に合わせて、3つのステージで施策を展開

**ステージ1：トップセールス等での認知獲得
(現地プロモーションなど)**



**ステージ2：フォローアップを通じた輸出ルートの確保
(産地招聘、メニューフェアなど)**



**ステージ3：本格輸出に向けた民間取組への移行
(民間主体の販売活動への支援)**

※その他、輸出の前提となる相手国における検疫条件の設定などについて、
国へ働きかけ

3 対象品目（選択と集中）

○岐阜県をイメージでき、国内での評価も高く、かつ出荷数量も確保できる品目を選定し、集中的に海外に売り込み

○飛騨牛

- ・ 本県を代表する農産物
（全国和牛能力共進会 最優秀枝肉賞 連続受賞）
- ・ 高級レストランに差別化商品としての売込みが可能



○鮎

- ・ 清流の国ぎふをイメージできる魚（県魚）
- ・ 政策的に岐阜県を海外にアピールできる



○柿

- ・ 本県を代表する農産物（富有柿発祥の地）
- ・ 日持ちがするため、長期間の輸送に有利



○いちご

- ・ 令和3年2月、オーストラリアに全国で初めて輸出



4 輸出向け食肉処理施設の確保

○日本トップクラスの衛生管理により、現在までに18カ国・地域の認定を確保

○県食肉衛生検査所を食肉処理施設内に移設し、迅速な検査体制を構築



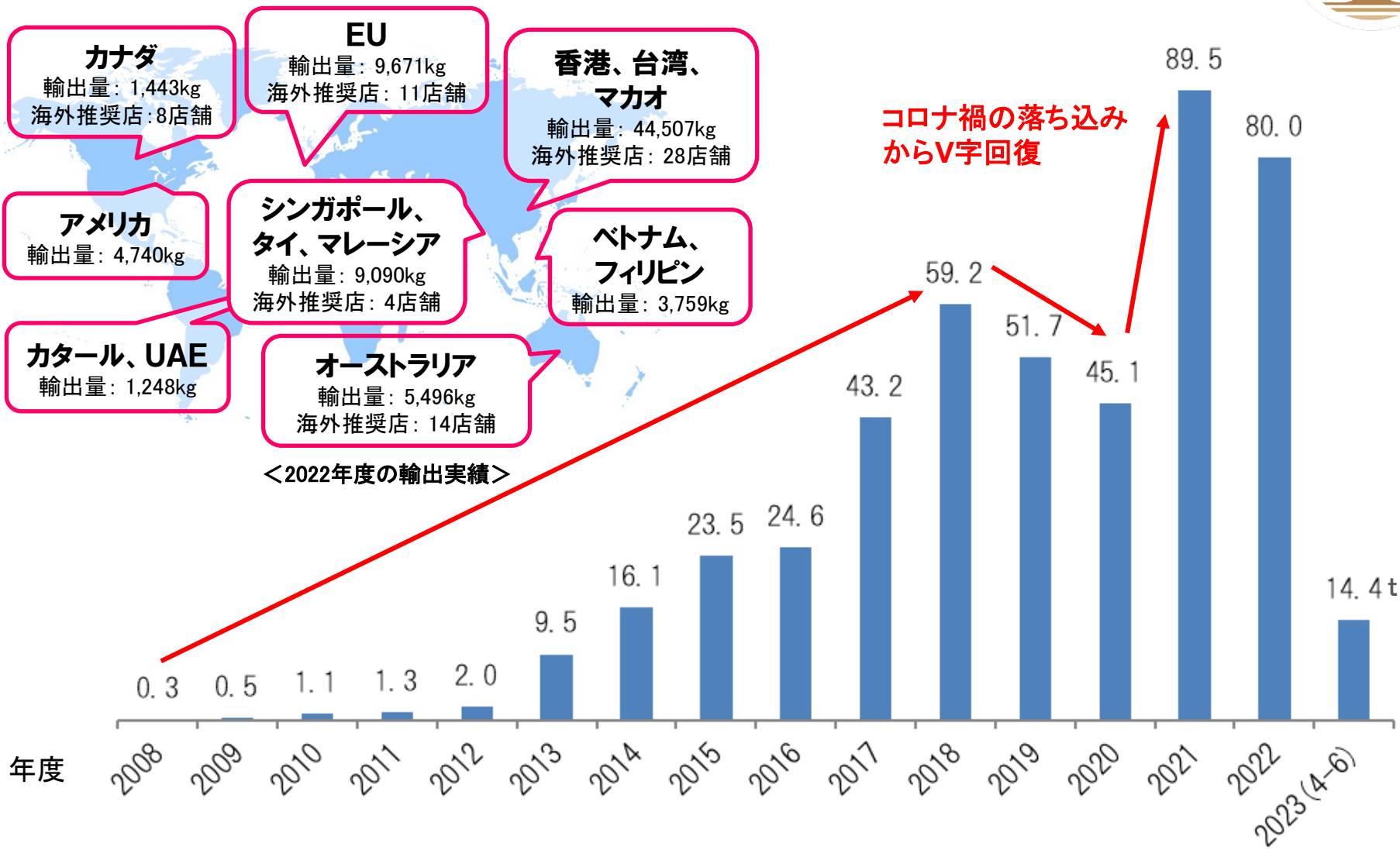
飛驒ミート農業協同組合連合会（JA飛驒ミート）

○輸出向けの施設認定状況

国・地域	認定年月
タイ・マカオ	2010年1月
香港	2010年7月
シンガポール	2010年9月
フィリピン	2014年3月
EU・英国・スイス・リヒテンシュタイン・ノルウェー・ニュージーランド	2015年5月
ベトナム	2015年7月
米国・カナダ、ミャンマー	2015年10月
台湾	2017年9月
豪州、アルゼンチン	2018年6月
計	18カ国・地域

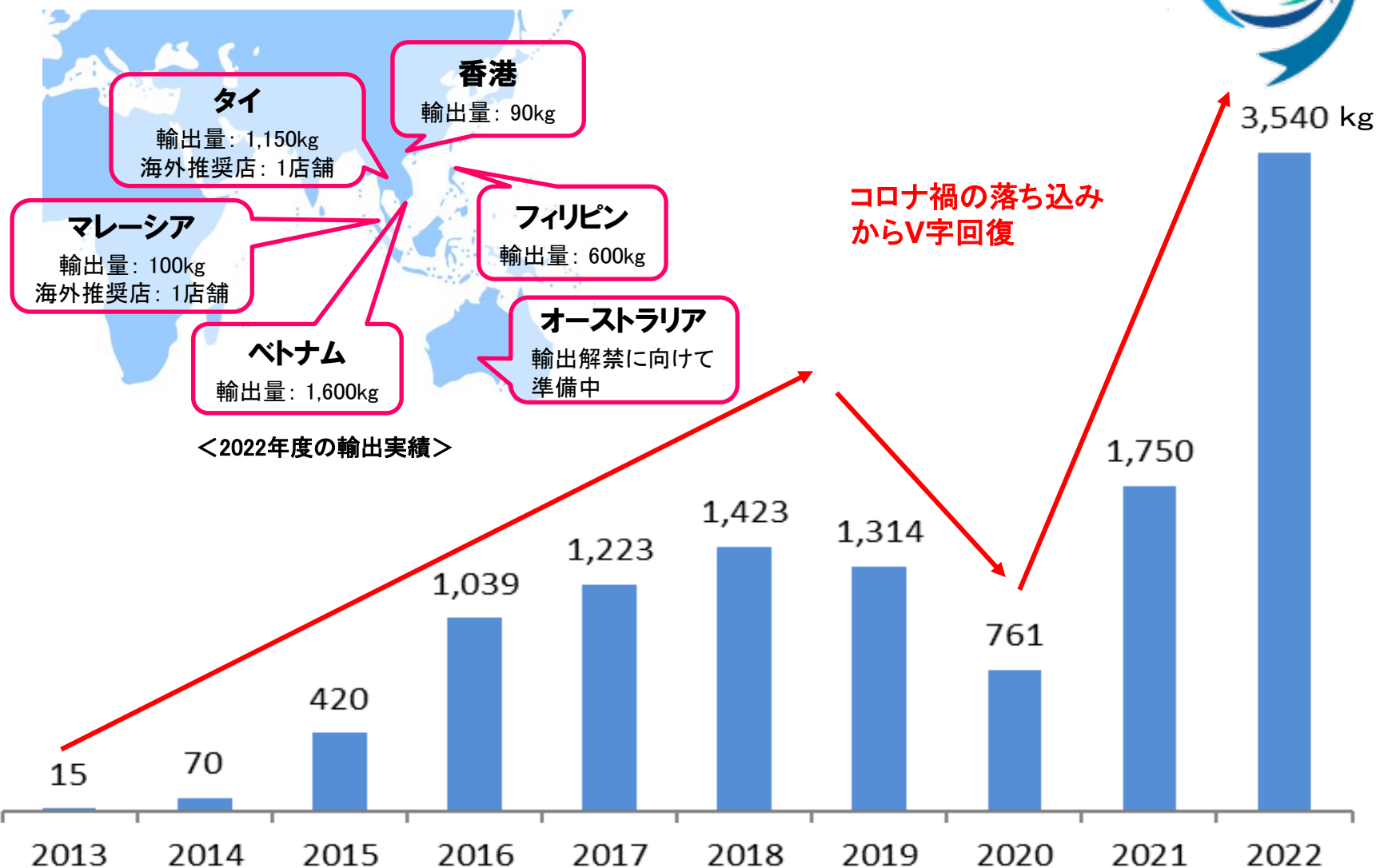
5 輸出実績①「飛騨牛」

- 2008年の香港を皮切りに、トップセールスを通じて23カ国・地域、約80tに拡大
- 飛騨牛を常時取り扱う「飛騨牛海外推奨店」は、12カ国・65店舗にまで拡大
- 2023年1月に、「飛騨牛」がGI保護制度の認定を取得



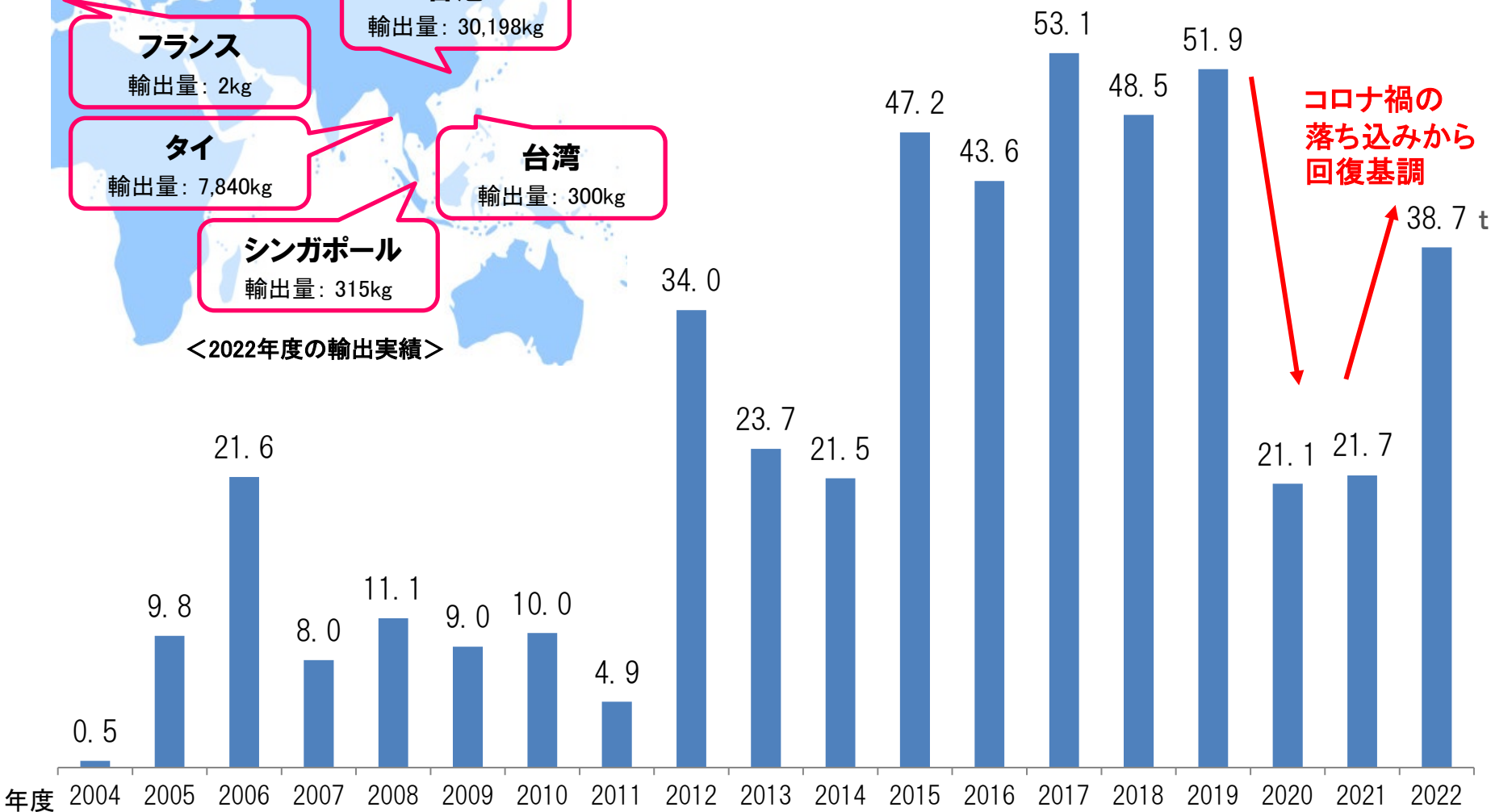
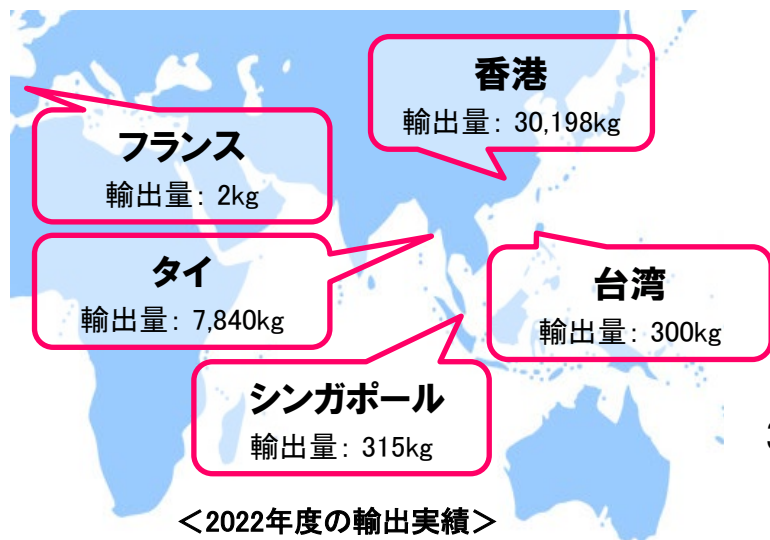
5 輸出実績②「鮎」

○「清流長良川の鮎」が国連（FAO）の世界農業遺産に認定（2015年12月）
されたことを契機に、鮎の海外展開を加速化

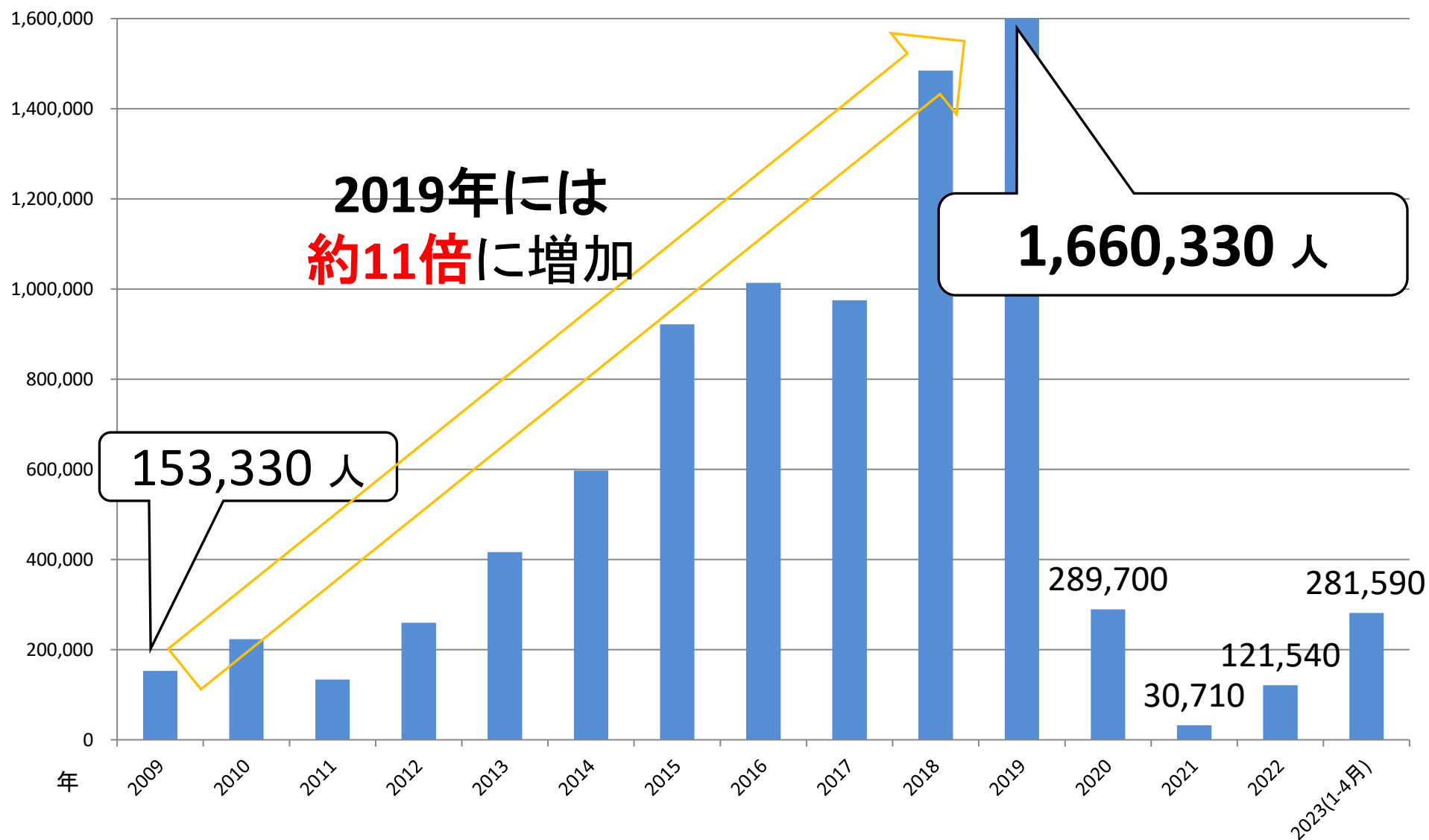


5 輸出実績③「柿」

○2004年の香港を皮切りに、JAグループと連携し、富有柿の輸出を拡大
○岐阜ブランドの向上に向け、オリジナルブランド「天下富舞」を海外でPR



6 インバウンド実績



7 課題

○ 広域連携の推進

大阪・関西万博の活用も視野に、国内外での効果的な共同プロモーションの展開

○ 輸出障害の除去

輸出先国での輸入規制や手続きの緩和等について、国レベルの粘り強い交渉が不可欠

○ フレームワークの活用

現地における「輸出支援プラットフォーム」、「全国知事会農林水産物輸出拡大PT」及び「農林水産物・食品の輸出促進連携ネットワーク」の積極的な活用