

第2回都道府県・輸出支援プラットフォーム（PF）連携フォーラム

【第一部】全体会合

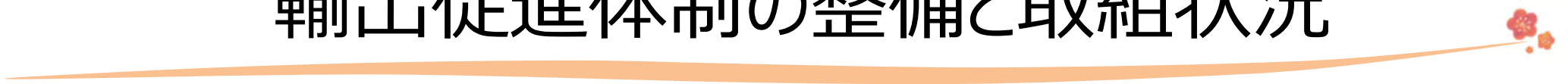
1. 日時： 2023年8月25日（金） 9:30-10:15（日本時間）

2. 会場： ハイブリッド開催（農水省会場は共用第一会議室）

3. 議事次第 全体会合 9:30～10:15

- | | |
|--|--|
| ① 輸出国際局長挨拶（5分） | 農林水産省 輸出・国際局長 水野政義 |
| ② 国・都道府県・関係機関の連携による
輸出促進体制の整備と取組状況（20分） | 農林水産省 大臣官房審議官
（兼輸出・国際局・新事業・食品産業）笹路健 |
| ③ “日本の食品”輸出 EXPO に関する
情報提供（10分） | RX Japan 株式会社
“日本の食品”輸出 EXPO 事務局長
矢島大地 |
| ④ 意見交換・質疑応答（10分） | |

国・都道府県・関係機関の連携による 輸出促進体制の整備と取組状況



令和5年8月25日

農林水産省 輸出・国際局



1. 国の政策における輸出促進の位置づけ	p.2-3
2. 輸出支援プラットフォーム（PF）の概要	p.4-5
3. PFと品目団体・都道府県との連携等	p.6-16
4. GFPフラッグシップ輸出産地形成プロジェクト	p.17-18
5. 都道府県と国の連携体制 （第1回農林水産物・食品の輸出促進連携ネットワーク会合資料）	p.19-21

農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（R4年12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施行（R4年10月1日）等を踏まえ、R5年度に実施する施策、R6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(29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・食文化の情報発信におけるインバウンドとの連携

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輸出向けに生産・流通を転換するフラッグシップ輸出産地の形成
- ⑪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

- ⑫輸出先国・地域における輸入規制の撤廃
- ⑬輸出加速を支える政府一体としての体制整備
- ⑭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
- ⑮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

食料・農業・農村基本法見直しにおける輸出促進の位置づけ

- 本年6月2日に開催された、総理を本部長とする食料安定供給・農林水産業基盤強化本部において「食料・農業・農村政策の新たな展開方向」を決定。輸出の促進については、農業生産基盤の維持を図るために不可欠なものとして政策上位置づけ。
- この新たな展開方向に基づき、令和6年の通常国会への食料・農業・農村基本法改正法案の提出に向けた作業を加速化する、との総理指示。

食料安定供給・農林水産業基盤強化本部

食料・農業・農村政策審議会 基本法検証部会

【食料・農業・農村政策の新たな展開方向（令和5年6月2日）】

II 政策の新たな展開方向

1 食料安定供給の確保

（3）農産物・食品の輸出の促進

人口減少に伴い国内市場が縮小する中で、輸出の促進については、国内の農業生産基盤の維持を図るために不可欠なものとして政策上位置付ける。その際、国産の農産物・食品の輸出の促進について、農業者等へ真に裨益するよう、

- ① 地域ぐるみの生産・流通の転換による輸出産地の形成
- ② 生産から加工、物流、販売までのサプライチェーン関係者が一体となった戦略的な輸出の体制の整備・強化
- ③ 海外への流出防止や競争力強化等に資する知的財産等の保護・活用の強化

等の施策を確実に講ずる。

なお、輸入の急増、国内生産の減少の際に必要な輸出入に関する措置についても適切に講ずる。

【中間とりまとめ（令和5年5月）】

第2部 分野別の主要施策

1 食料分野

（3）食料施策の見直しの方向

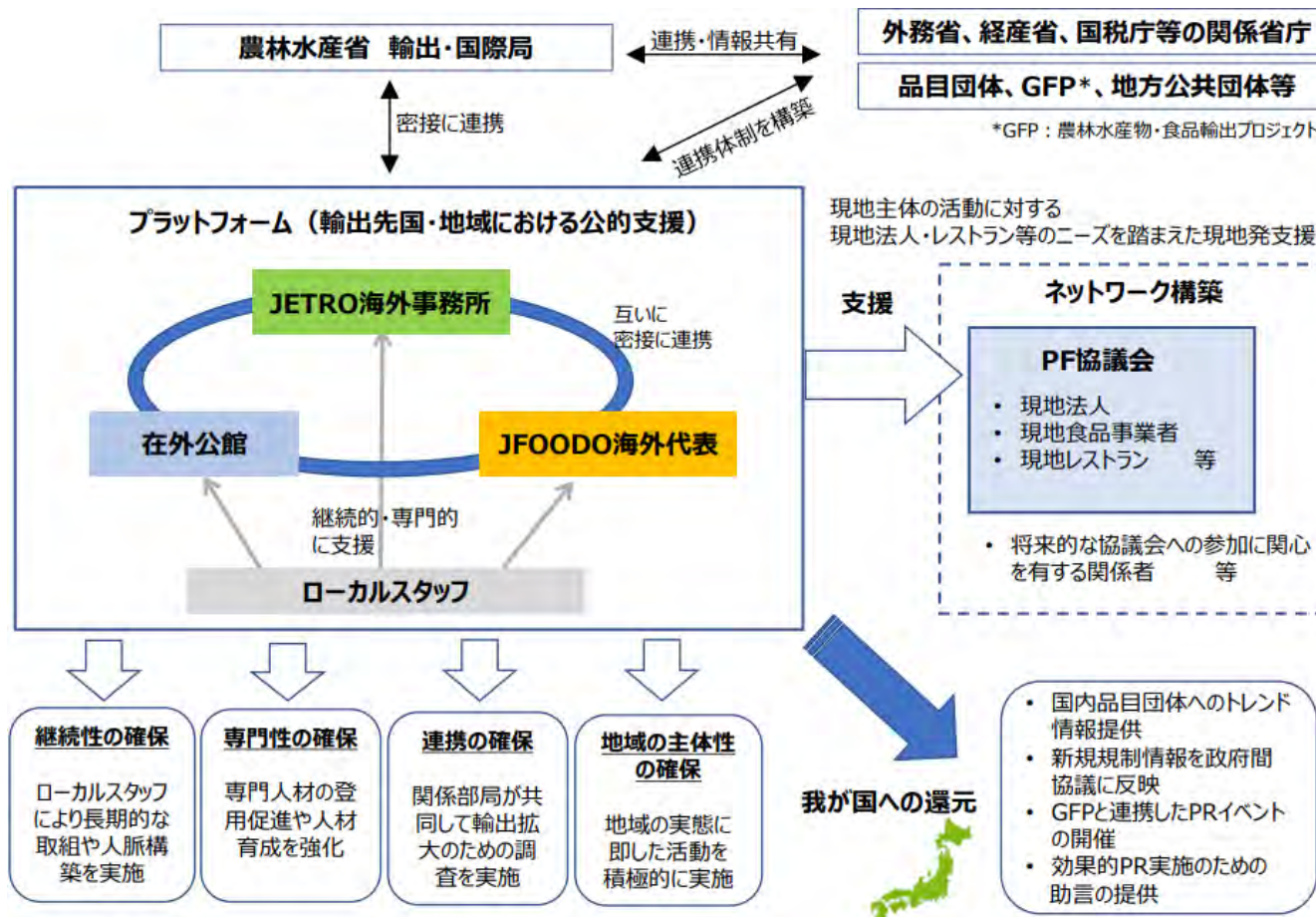
⑥ 輸出施策

輸出を国内農業・食品産業の生産の維持・強化に不可欠な要素として位置付けた上で、農業者等に裨益する効果を検証し、国民にも示しつつ、輸出産地の形成や食品安全・環境に係る規制対応のための施設整備や技術指導、人材育成により供給力を向上させる。また、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品目団体や、輸出支援プラットフォーム等の海外拠点を活用し、海外の消費者・実需者のニーズを捉え、これに対応した食料システムを構築する。海外展開には一定のリスクも伴うことも踏まえ、商流開拓やリスク低減等についての支援を講じ、農業者・製造者が輸出に容易に取り組むことが可能な環境を整備する。

輸出支援プラットフォーム

- 輸出支援プラットフォームは、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」に基づき、輸出先国・地域において輸出事業者を包括的・専門的・継続的に支援するため設立。
在外公館、JETRO海外事務所、JFOODO海外駐在員が主な構成員。
- 2022年4月の米国をはじめとして、EU、タイ等の8カ国・地域において立ち上げ済。今後も必要に応じ、市場として有望な重点都市への拡大を検討。

輸出支援プラットフォーム（PF）のイメージ



プラットフォーム設置国・地域

設置国・地域	事務局設置都市（候補）
米国	ロサンゼルス
	ニューヨーク
EU	パリ
	(ブリュッセル)
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	北京
	上海
	広州
	成都
香港	香港
台湾	台北



輸出支援プラットフォームの活動

事業者や地方公共団体からの様々な相談対応 及び現地発の情報発信

窓口寄せられる様々な相談に対応するほか、市場・規制の全体像や変化など、現地発の有益な情報を「カンントリーレポート」として輸出支援PFウェブページ等で公表。

海外でのプロモーションを効果的にするにはどうしたら？

現地の規制につき困っている

PF協議会に参加したい

各プラットフォームに相談窓口を設置し、様々な相談を受付（連絡先は後述）



カンントリーレポートの公表に際し、ウェビナーやメルマガを通じて広く周知

オールジャパンでのプロモーション活動への支援

「都道府県・輸出支援プラットフォーム連携フォーラム」等で都道府県の意向を把握した上で、オールジャパンでのプロモーションのための体制構築や都道府県の伴走支援等を実施。



国連総会の機会を捉えた日本食・食文化・観光のプロモーションイベントを、オールジャパンで開催する体制を構築（米国）



国税庁とも連携の上、地方公共団体が参加可能な日本産ワインイベントを企画し都道府県を伴走支援（シンガポール）

新たな商流の開拓

現地発の戦略の下、現地パートナーと連携しつつ、日本産同士の競合とならない**新たな商流を開拓**。



サブカルチャーの祭典Japan Expoで日本のコンビニ風の展示を行い日本産食材をアピール（フランス）



これまで接点のなかった米軍施設内でテストショップを開店（米国）

現地事業者との連携の強化

現地の流通に精通する**日系・非日系の現地事業者との連携を強化**し、商流構築や日本食普及を推進。



品目団体や現地事業者と連携して、食の大型展示イベントで日本産米のプロモーションを実施（香港）



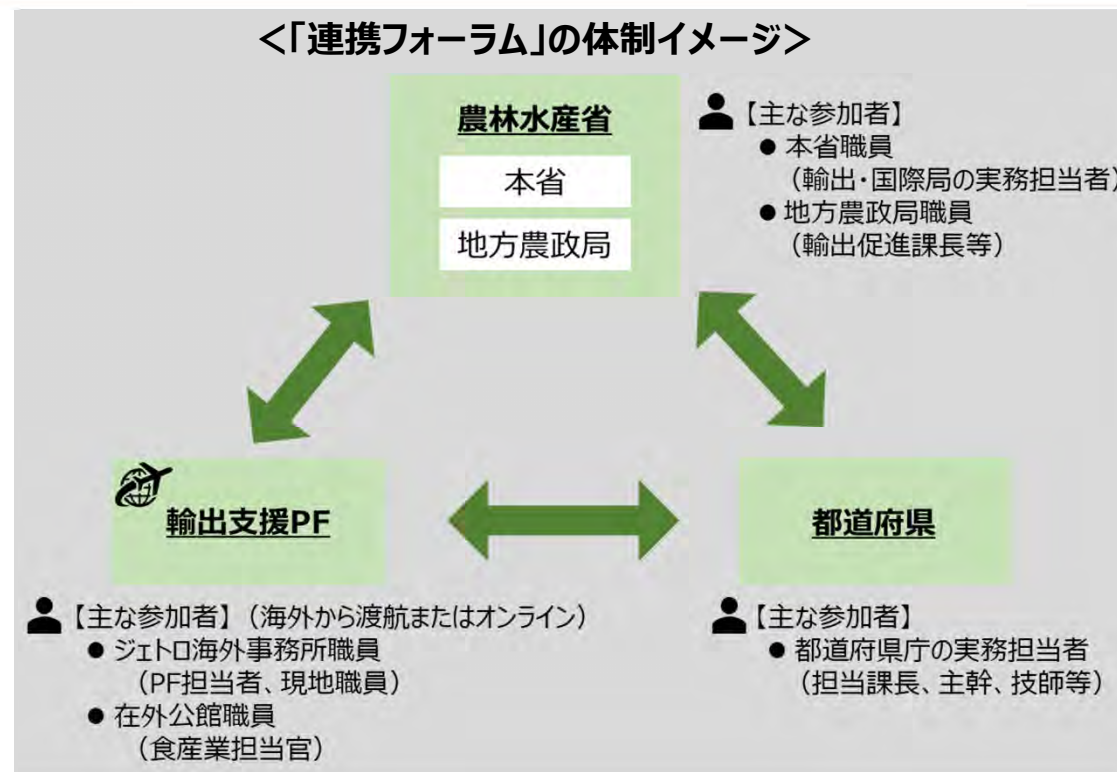
バンコク都内150店、地方87店の地元飲食店と連携し、「本物の「Made in Japan」を味わおう！」キャンペーンを実施（タイ）



現地最大級の食品見本市にジャパンパビリオンを設置、日本の事業者70社以上の食品を出品し、現地バイヤーとの商談をアレンジ（ベトナム）

都道府県・輸出支援プラットフォーム連携フォーラム

- 2023年1月、都道府県と輸出支援プラットフォームの連携を具体化するためのフォーラムを開設
- 8月25日、第2回フォーラム会合を開催
 - 米国、シンガポール、香港、台湾の各プラットフォームが都道府県との連携の具体案を提示し議論予定
 - 都道府県の反応を踏まえて提案を調整し、順次実行



＜現地 P F と連携した効果的プロモーション＞

・似たような小規模なイベントが散発的に行われている。

主なイベントの実施都道府県数 (2022年10月～12月)

	A 国・地域	B 国・地域
酒・加工品等	10都道府県	6都道府県
青果物	12都道府県	7都道府県
米	1都道府県	3都道府県
畜水産物	6都道府県	3都道府県

・売り込む商品の供給量が少なすぎ、取引がつかない。

都道府県が現地 P F と連携することにより、

- 大型展示会での都道府県ブースの集約
- 現地小売りにとっても魅力的な、複数県によるフェアの組成
- J E T R O サンプルショールームと組み合わせた県イベント終了後の追加商談
- 国内での対応が必要となっている、現地のニーズや規制、トラブル等の情報の現地専門家からの提供等が可能に。

香港輸出支援プラットフォームと日本青果物輸出促進協議会の連携事例①

- 2023年6月より、**香港輸出支援プラットフォームと日本青果物輸出促進協議会**（以下、日青協）が連携し、香港で県別フェアの実績がある日系ケーキショップ「イタリアントマト」ほか飲食店で**複数の都道府県の果物をリレー的に販売**する長期のジャパンフェアを実現。
- 6月24日から**静岡県のクラウンメロン**で開始し、7月21日から**和歌山県の桃**を実施。9月には**広島県のシャインマスカット**を予定するなど、今後も様々な県・果物で実施予定。

■ 年間スケジュール（2023年度、イメージ）



■ 実施時期：2023年6月中旬～2024年2月中下旬頃、約9か月間（ピーク期間であるクリスマス時期を除く）

■ 実施店舗：イタリアントマト香港ほか飲食店（Pancake House HoiHoi、PAN de PAIN等）



イタリアントマト香港



Pancake House HoiHoi



PAN de PAIN

(参考) 香港輸出支援プラットフォームと県事務所が連携したフェア

- 日本青果物輸出促進協議会での取組に先立って、2023年3月には**宮崎県の日向夏**、4月には**熊本県・福岡県の不知火・デコポン**、6月には**沖縄県のパイナップルとシークワサー**を活用したフェアを県事務所と連携して開催。

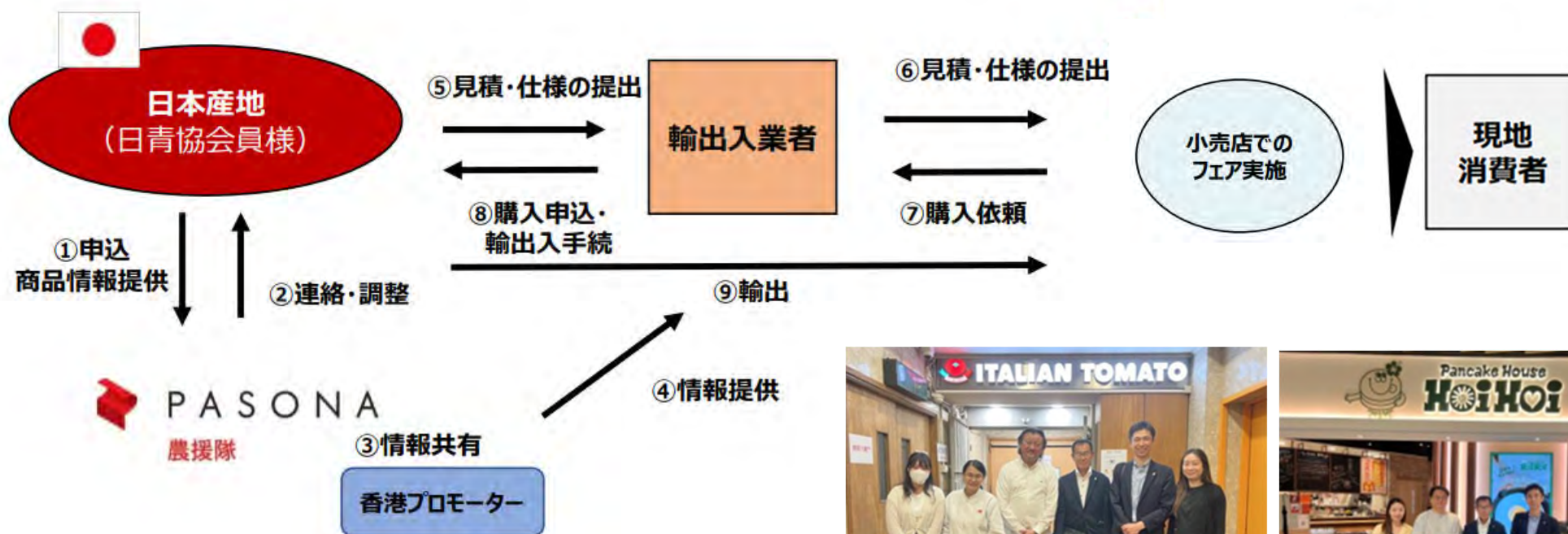
(2023年2月~6月)
県事務所と連携したフェア
(PFも広報等をサポート)



香港輸出支援プラットフォームと日本青果物輸出促進協議会の連携事例②

- 現地外食店にニーズをヒアリングし、実際に日本産果実を使用したフェアの実施を希望している現地外食店と連携。
- 単発のプロモーションではなく、**事業終了後も継続して日本産果実の提供を行ってもらうため、実際に店舗が産地から購入し、販売**するという商流の流れに沿ってフェアを実施。
- 産地から現地外食店に対する商品説明や、定期的な意見交換を通じ、現地の理解向上や関係構築を目指す。

■事業スキーム



産地による店舗訪問（左：イタリアントマト香港、右：Pancake House HoiHoi）

香港輸出支援プラットフォームと日本青果物輸出促進協議会の連携事例③

- **産地独自のプロモーションと連携**し、小売店でのプロモーションを行う場合は**同時期に外食店でのフェアを実施**するよう、現地・日本間で調整。
- フェア全体の広報プラットフォームとして、**視覚的な訴求、若年層を含む幅広い年代との接触機会を創出**できる**Instagramのアカウントを開設**し、情報発信を実施。フェア認知向上のため、SNS広告を実施し、フォロワー獲得とSNSからの店舗送客を目指す。また、**現地メディア向けのプレスリリースを発行**し、フェアの認知向上、露出拡大を図る。
- フェアの主要な実施先であるイタリアントマト香港では、品目ごとにフェアメニュー（ケーキ）のチラシを作成し、ケーキの情報に加え、「日本産果実マーク」、フェアの名称と概要、品目に関する情報を付記。



Instagramアカウント : fruity_Japan_hk
https://www.instagram.com/fruity_japan_hk/



イタリアントマト香港によるフェア・ケーキ紹介チラシ、リーフレット



Pancake House HoiHoi
 によるフェア紹介のチラシ

シンガポール輸出支援プラットフォームと全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会の連携事例①

2022年11月19日(土)、日本大使館施設(Japan Creative Centre)

- シンガポールでは、様々な種類の日本産米が日系小売店や日本食レストランを中心に広く流通している一方、多くのローカル消費者は、**日本産米の産地に関する情報や、美味しく喫食するための調理方法に関する知見がない**ことが課題。
- こうした課題を踏まえ、昨年度シンガポール輸出支援プラットフォームにおいて、自治体、品目団体、卸売事業者等が連携した日本産米のB to C のプロモーションイベントを主催。

“Japanese Rice: The Journey of Flavours and History~ Showcasing the different varieties of Japanese rice ~”

- ・ 目的：多様な日本産米の魅力発信及び食べ方の提案による購買層の拡大
- ・ 日時・場所：2022年11月19日(土)、Japan Creative Centre (JCC)
- ・ 主催：シンガポール輸出支援プラットフォーム
- ・ 協力団体：全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会（以下、全米輸）、自治体国際化協会シンガポール、北海道、秋田県、栃木県、長野県、高知県、農林中央金庫シンガポール支店、キッコーマン、JFC、IMEI、HARIO
※全米輸は、講師の推薦およびローカル料理とのコラボレーションを紹介
- ・ 参加人数：約200人（※募集後3日で全枠満了）
- ・ 内容：（１）五つ星お米マイスターによる日本産米レクチャー
（２）試食体験
 - ① 産地の異なる5種の日本産米
 - ② ご飯と合うおかず
 - ③ ローカル料理との組合せ紹介

シンガポール輸出支援プラットフォームと全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会の連携事例②

2022年11月19日(土)、日本大使館施設(Japan Creative Centre)

- プログラム前半は**五つ星お米マイスター**による日本産米の特徴や、**よりおいしく炊くためのコツ**について説明。
- プログラム後半は、自治体から推薦のあった**産地の異なる5種類の日本産米の食べ比べ**や、**ご飯と合うおかずの紹介**、チキンライスなどの**ローカル料理との組み合わせ**を紹介。



五つ星お米マイスターの講義（左：隅田屋商店 片山氏、右：山田屋本店 秋沢氏）



- ＜各自治体から推薦のあった米＞
- ① 北海道：ゆめぴりか、ななつぼし
 - ② 秋田県：サキホコレ
 - ③ 栃木県：とちぎの星
 - ④ 長野県：金芽米、コシヒカリ
 - ⑤ 高知県：よさ恋美人

5道県から推薦を受けた銘柄の紹介と食べ比べ



日本産米と相性の良いおかずとのマッチング試食

- 食品流通事業者（JFC、IMEI）の推薦の中から下記を選定
- ・梅干し ・きんぴらレンコン ・食べるラー油 ・かつおみりんふりかけ
 - ・キッコーマンによる鍋つゆを応用した炊き込みご飯

ローカル料理との組合せ試食（チキンライス）

シンガポール輸出支援プラットフォームと全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会の連携事例③

2022年11月19日(土)、日本大使館施設(Japan Creative Centre)

【事業の成果・効果】

- **来場者の9割以上が、本イベントに参加することで日本産米の理解が深まったと実感。また、95%以上がシンガポール人に日本産米を推薦できると回答。**

＜参加者の声＞

- ・ 単県では知名度の低さから集客に苦労するが、今回のイベントはプラットフォームが自治体を束ねて実施したため、**集客効率だけでなく、他県産米と比較しながら魅力を発信できた。**次回以降も参加したい。（自治体関係者）
- ・ 自治体間の連携のため、次年度の予算編成時期などに**前広に情報を共有頂きたい。**枠予算事業もあるため、情報は早い方が助かる。（自治体関係者）
- ・ 産地名は北海道しか知らなかったが、**他の地域でも多様な米が作られていることに驚いた。**（イベント参加者）
- ・ 説明を受けて食べると、**粘り気・甘味に違いがあることが分かり、とても興味深い。**（イベント参加者）
- ・ チキンライスで短粒種で作れるのは驚いたし、美味しい。（イベント参加者）



会場の賑わいの様子



地元インフルエンサーのインタビューを受けるお米マイスター



全米輸細田専務理事によるコメ輸出PR活動に関する説明

【今後の取組の方向性】

- **高所得層に加え、中所得層を視野に**日本産品の食べ方、魅力を伝え、**日本産品購入層の拡大**を図る。
- このため、**自治体、品目団体、在星・在日の事業者との結びつきを更に強め、**韓国、スペイン、イタリア等、競合国に見劣りしないオールジャパンでのプロモーションを企画・実行する。

シンガポール輸出支援プラットフォームと都道府県等の連携事例

シンガポールでの「日本産ワイン認知度向上イベント」

- 2023年2月、シンガポールにおいて**国税庁や自治体国際化協会 (CLAIR)、都道府県と協力し日本産ワインのイベントを実施**。流通・飲食事業者を対象に、多様な日本産ワインの試飲を通じて、認知度を向上させるとともにシンガポール人の嗜好にあったワインの探索、求められる価格帯を調査
- 協力団体：日本大使館、JETROシンガポール、JFOODOシンガポール、国税庁
JETRO国内事務所、CLAIR、北海道、静岡県、長野県、岡山県、高知県
- 参加人数：食品事業者等約100人

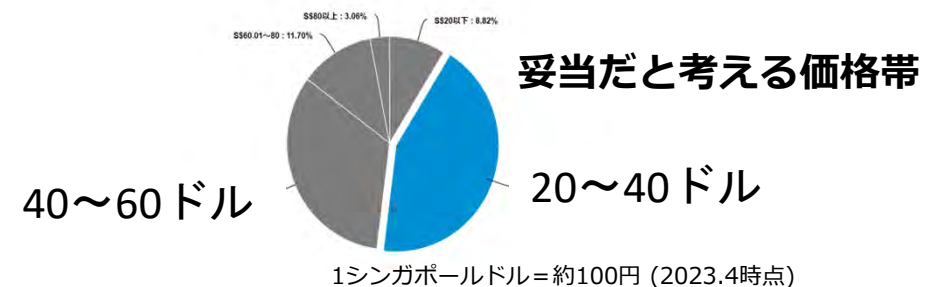
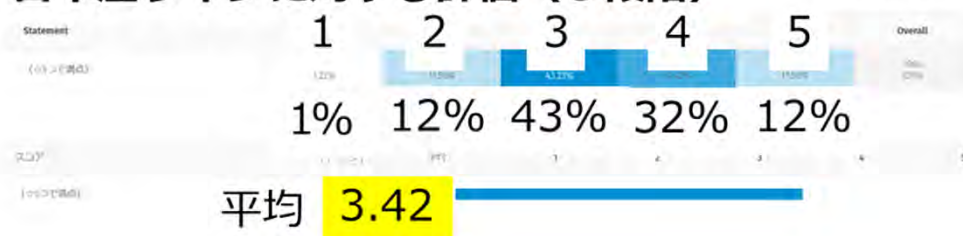
<関係省庁や都道府県と連携するメリット>

- **PFが実施するワインプロモーションと国税庁が実施する日本酒等の日本産酒類プロモーションの日程を合わせるとともに、会場を隣同士にすることで、費用が節約**
- 参加者が両方のイベントを行き来する相乗効果
- 複数の都道府県で実施することで、商品のバリエーションを強化
- 地域による違いを楽しんでもらうと同時に、「オールジャパン」としてアピール



会場の雰囲気

日本産ワインに対する評価（5段階）



品目団体輸出力強化支援事業を活用中の認定品目団体等の一覧

○ **認定品目団体等の会員**になることで、**見本市へのオールジャパンでの出展等に参加**できる等のメリットがある。

認定品目団体等名	対象とする輸出重点品目	農林水産省担当課・連絡先
認定品目団体等（認定された団体及び認定に向け取り組む団体）について		輸出・国際局輸出企画課 03-6744-1779
日本畜産物輸出促進協議会	牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵、牛乳・乳製品	畜産局食肉鶏卵課 03-6744-2130
（一社）日本青果物輸出促進協議会	青果物 7 品目※	農産局園芸作物課 03-3502-5958
（一社）全国花き輸出拡大協議会	切り花	農産局園芸作物課 03-6738-6162
（公社）日本茶業中央会	茶	農産局果樹・茶グループ 03-6744-2194
（一社）全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会	コメ・パックご飯・米粉及び米粉製品	農産局企画課 03-6738-6069
（一社）日本木材輸出振興協会	製材、合板	林野庁木材利用課 03-6744-2299
（一社）日本養殖魚類輸出推進協会	ぶり、たい	水産庁加工流通課 03-3502-4190
日本ほたて貝輸出振興協会	ホタテ貝	
（一社）日本真珠振興会	真珠	
（一社）全日本錦鯉振興会	錦鯉	
（一社）全日本菓子輸出促進協議会	菓子	03-3502-5747
全日本カレー工業協同組合	ソース混合調味料のうちカレー調製品	新事業・食品産業部 食品製造課
全国味噌工業協同組合連合会	味噌・醤油のうち味噌	
全国醤油工業協同組合連合会	味噌・醤油のうち醤油	
日本酒造組合中央会	清酒（日本酒）、本格焼酎・泡盛	輸出・国際局輸出企画課 03-6744-1779

※りんご、ぶどう、もも、かんきつ、かき・かき加工品、いちご、かんしょ・かんしょ加工品・その他の野菜

(参考) 令和5年度における各プラットフォームの主な活動計画

※既に終了したイベント等も含まれる
※赤枠は連携フォーラム分科会開催PF
(R5.8.25)

<米国>

- ・ ロサンゼルス日系スーパーにおける常設型アンテナショップの展開等
- ・ 現地の有益な情報をカントリーレポートとして適時配信
- ・ シェフ養成機関における日本産和牛コースを設立等
- ・ 新たな食品規制の早期確認及び相談体制の構築等

<EU>

- ・ 9月のラグビーフランスワールドカップでの日本産食材フェアや放射性物質輸入規制の撤廃を契機とする各種日本産食材プロモーションの実施支援等
- ・ 現地の有益な情報をカントリーレポートとして適時配信
- ・ 品目団体とも連携し、日本産ぶりの認知向上を通じたPR実施を支援
- ・ 9月5日にブリュッセル事務局を立ち上げ、EUの食品規制に関する情報収集・発信体制を強化等
- ・ 窓口 to 寄せられる相談への対応等

<ベトナム>

- ・ ベトナム最大級の食品見本市にジャパンパビリオンを設置し、オールジャパンでのプロモーション活動を支援
- ・ 現地の有益な情報をカントリーレポートとして適時配信
- ・ 現地スーパーの紹介などによる商流開拓支援
- ・ 窓口 to 寄せられる相談への対応等

<シンガポール>

- ・ 品目団体や自治体との連携の上、シンガポールの食品事業者や消費者を対象とした日本産食品の魅力発信
(コメ、ワイン、日本茶、抹茶)
- ・ 現地の有益な情報をカントリーレポートとして適時配信
- ・ ライブコマースによる日本産食品のテスト販売等
- ・ SNS等デジタルマーケティングの効果測定等

<タイ>

- ・ 見本市へジャパンパビリオンを設置し、オールジャパンでのPR活動を支援
- ・ 現地の市場や規制の動向等をカントリーレポートとして適時配信
- ・ タイ地方や周辺国への商流構築、展示会やオンラインを活用した商談会
- ・ 輸入規制への対応のため相談窓口の運営等

<中国>

- ・ 北京フード会等の現地日系団体や自治体と連携した、中国の食品事業者や消費者を対象とした食品PR、商談会の実施
(九州・沖縄各自治体と協力した焼酎プロモーションへの支援)
- ・ 現地の有益な情報をカントリーレポート等により適時配信
- ・ 新たな商流開拓のために日本産食品の商流等を調査
- ・ 現地スーパーにおける新規日本食イベントの実施による商流開拓
- ・ 日本食品関連企業が継続的に交流できる「PF協議会」、「PF交流会」の開催
- ・ 現地法人からの相談への対応等

<香港>

- ・ 8月のFood Expoにてオールジャパン総合受付として出展等
- ・ 現地の有益な情報をカントリーレポートとして適時配信
- ・ 輸入拡大に向けた商流開拓実証事業等
- ・ 学校給食で日本産米を導入する取組を継続・進化
- ・ 都道府県が行う取組のインフルエンサー等を用いた広報支援

<台湾>

- ・ FOOD TAIPEIにおけるジャパンパビリオンの設置・運営
- ・ カントリーレポート等による現地の有益な情報の発信や、日本台湾交流協会Facebookを活用した都道府県産品の情報発信
- ・ 「日台フルーツ夏祭」等における品目団体と連携したPR活動の支援
- ・ 台北市進出口商業同業公会との連携や、サンプルショールーム等を活用した新たな商流の開拓を支援
- ・ 日本産食材サポーター店や地方都市の小売店等が行う日本産農林水産物・食品フェアの実施支援

GFPフラッグシップ輸出産地形成プロジェクトの取組

- 輸出向けに生産・流通を転換するフラッグシップ輸出産地の形成に向けて、JA等と連携し輸出産地の育成や輸出事業者への支援の具体化を進めていく。

対応の方向

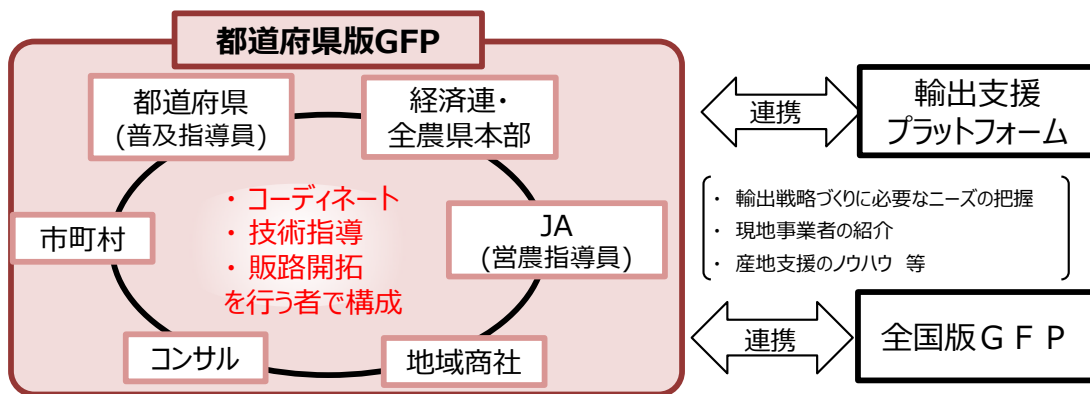
【GFPフラッグシップ輸出産地形成プロジェクト（令和4年度補正）】

- **都道府県やJA、地域商社等が連携**し、生産から流通・販売まで、一気通貫で産地をサポートする体制を整備（**都道府県版GFPの組織化**）。
- この体制の下で、有機農法への転換や耕作放棄地を活用した生産拡大等の生産面の転換や、混載等の集荷方法等の転換を推進し、**大規模輸出産地のモデル形成を支援**。
- R4補正では、北海道、静岡、岐阜、新潟、京都、熊本、宮崎、鹿児島県のJAが事業に参画。

【対応が必要な輸出先国の規制の例（りんご）】

輸出先国	植物検疫	残留農薬基準値（例） （ppm）		輸出実績 （R3）
		アセタミプリド	フェンバレード	
香港	無	1	2	35億円
タイ	園地・選果場の登録	0.8	0.02	4億円
米国	園地・選果場の登録 ＋ ・臭化メチルくん蒸 ・日米合同輸出検査 等	1	不検出	2.5百万円
（参考）日本の残留農薬基準値		2	2	

都道府県版GFPの組織化による地域密着型の輸出推進体制の構築



使用農薬の見直しなど生産方法の転換

- ・ 大規模な有機農業への転換、使用農薬の見直し
- ・ 耕作放棄地を活用した輸出向け生産の拡大
- ・ ロス率低下やコスト低減のための新品種・新技術の導入

集荷、船積み方法の転換

- ・ 鮮度保持のためのコールドチェーンを確保した、産地直送型集荷方法の確立
- ・ 輸送コスト軽減や混載を前提とした集荷から船積みまでの流通体系の構築 等



地域密着型の輸出推進体制を構築し、大規模輸出産地形成の横展開をするとともに、持続可能な農業構造への転換や、ひいては国内生産基盤の強化を図る。

GFPフラッグシップ輸出産地形成プロジェクト採択地区一覧



京都府農林水産物・加工品輸出促進協議会宇治茶部会(茶)

＜京都府、JA茶業部会、茶生産組合、茶商等が参画＞

「京の米で京の酒を」推進会議（日本酒）

＜京都府、JA全農京都、酒米生産者、酒造会社等が参画＞

- ▶ 茶：輸出向けの有機栽培、減農薬栽培園地を拡大・団地化
- ▶ 日本酒：欧州の嗜好にあった酒米(祝2号)に一斉転換するとともに、祝2号の特色を生かした日本酒を開発
- また、EU向けに茶と日本酒のコンテナ混載による輸出を拡大

熊本県（いちご、メロン）

＜熊本県、経済連・JA、輸出商社、資材業者等が参画＞

- ▶ いちご：県育成品種について、台湾向けの防除体系を確立・普及
- ▶ メロン：ニーズの高い赤肉品種への作付け転換を行うとともに、スーパークーリングシステム等を活用した鮮度保持輸送を実証

みやざき『食と農』海外輸出促進協議会（きんかん、日向夏、かんしょ）

＜宮崎県、経済連・JA、農業法人、輸出商社等が参画＞

- ▶ きんかん：台湾向けの残留農薬基準をクリアする新たな生産体系の確立・普及により、輸出仕向けの供給量の拡大を図るとともに、出荷期間を延長
- ▶ 日向夏(果汁)：EU向けの新たな防除体系を導入する園地への転換と併せ、紙パックに代わるEU規制に対応した容器を開発
- ▶ かんしょ：基腐病の発生リスクの少ない地域に輸出専用団地を形成し、ドライコンテナを使った輸出により腐敗リスクを低減
- また、上記品目について近隣県の地方港からの輸出を拡大

鹿児島県（かんしょ、きんかん、ぶり・かんぱち）

＜鹿児島県、経済連、農業法人、漁協、輸出商社等が参画＞

- ▶ かんしょ：世界的な有機ニーズに対応し、輸出向けの有機栽培園地を拡大
- ▶ きんかん：台湾向けの残留農薬基準をクリアできるよう、防除暦の作成・県内他産地への普及により、輸出に取り組む生産者を拡大
- ▶ ぶり・かんぱち：天然種苗に依存せず県内で育成した人工種苗の活用により持続的な輸出産地を育成
- また、上記品目について県内港からの輸出を拡大

新潟県（コメ、日本酒、錦鯉）

＜新潟県、JA、農業法人、酒造組合、錦鯉団体、輸出商社等が参画＞

- ▶ コメ：コスト低減に資する直播栽培や減農薬などの環境に配慮した生産方法への転換により競争力を強化
- ▶ 日本酒：県オリジナルの麹菌、酵母を使った輸出用日本酒の開発と併せ、県内の小口取引をまとめて大ロットで輸出
- ▶ 錦鯉：AI技術等を活用し病気に罹患していない商品価値の高い錦鯉の生産体系を確立
- また、上記品目の混載による地元空港からの直接輸出を拡大

北海道農畜産物・水産物輸出推進協議会（コメ、かんしょ、たまねぎ）

＜北海道、ホクレン、JA、JETRO、コンサル等が参画＞

- ▶ コメ：米国向けに直播を活用した多収品種の栽培面積を拡大
- ▶ かんしょ：輸出向けのかんしょの増産・品質改善を進めるとともに、長期保管技術の確立により出荷期間を延長
- ▶ たまねぎ：台湾でのニーズが高いうち大玉を鮮度保持したまま届ける生産・流通体系を確立

アスノツガル輸出促進協議会（りんご）

＜(株)日本農業、生産組合、生産法人等が参画＞

- ▶ 農家段階での粗選果、木箱使用、市場までの運搬等をなくした、農家負担の小さい新たな集荷システムを導入
- ▶ 上記を通じて農家に栽培に集中してもらい、傷や色むらのない輸出向きの大玉・小玉りんごに特化した生産を拡大

静岡茶輸出拡大協議会（茶）

＜静岡県、経済連、茶生産者、茶商、JETRO等が参画＞

静岡県かんしょ輸出促進協議会（かんしょ）

＜静岡県、(株)日本農業、農業法人・生産者、資材業者等が参画＞

- ▶ 茶：県内4地区の産地で、有機栽培園地等を拡大し、地元港を活用した北米向け大ロット混載輸出を推進
- ▶ かんしょ：荒廃農地(20ha)を再生し、輸出用かんしょを増産することにより、コンテナ満載を前提とした輸出体系を構築

岐阜県農林水産物輸出促進協議会（かき）

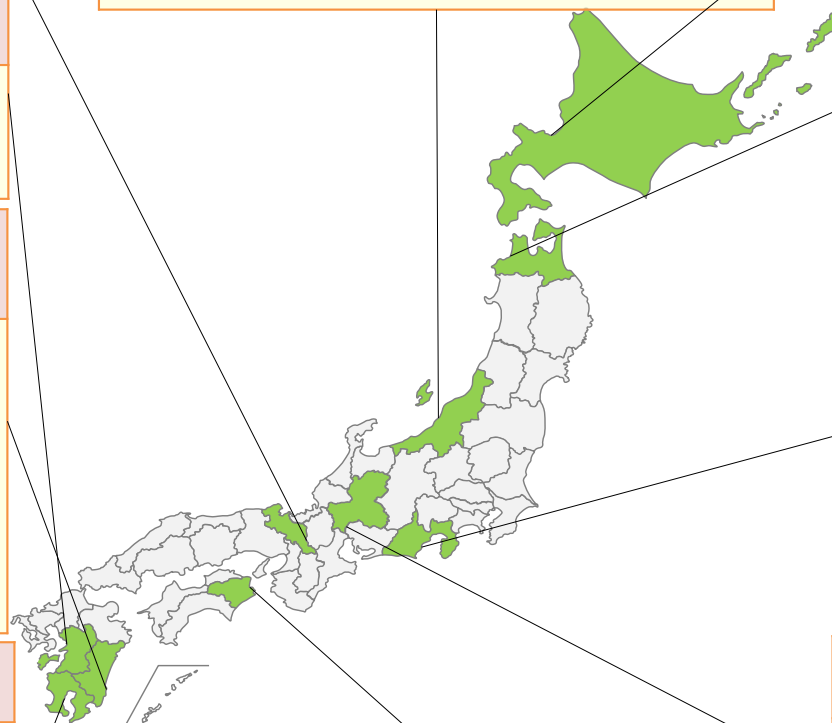
＜岐阜県、JA全農岐阜・JA、輸出商社、JETRO等が参画＞

- ▶ 県内3地区で選果梱包施設の認定を取得し、タイの検疫条件等に対応した県オリジナルブランド柿をはじめとする柿の輸出産地を形成
- ▶ 品質保持技術の確立と併せ、貯蔵・包装を行う中間拠点の設置により効率的な物流ルートを構築

徳島県（いちご）

＜徳島県、(株)世界市場、農業法人、農業メーカー等が参画＞

- ▶ 台湾向けいちごの産地形成に向け、輸出商社と農業メーカーが連携し、防除暦を作成、普及
- ▶ 鮮度保持技術の知見を有する技術者による研修を行うとともに、フライト時刻から逆算して出荷から現地までのコールドチェーンを確立



※公募時に事業実施主体が提出した事業実施計画書を基に作成

第1回農林水産物・食品の輸出促進連携ネットワーク会合



- 7月21日、野村農林水産大臣は、「第1回農林水産物・食品輸出促進連携ネットワーク会合」を開催し、国と都道府県の連携について、**古田岐阜県知事（農林水産物輸出拡大PTリーダー）**、**平井鳥取県知事（全国知事会会長）**と意見交換を実施。
- 輸出促進の取組がより高い効果を発揮することを目指し、「**連携ネットワーク**」の下で国と都道府県が連携していくことを確認。

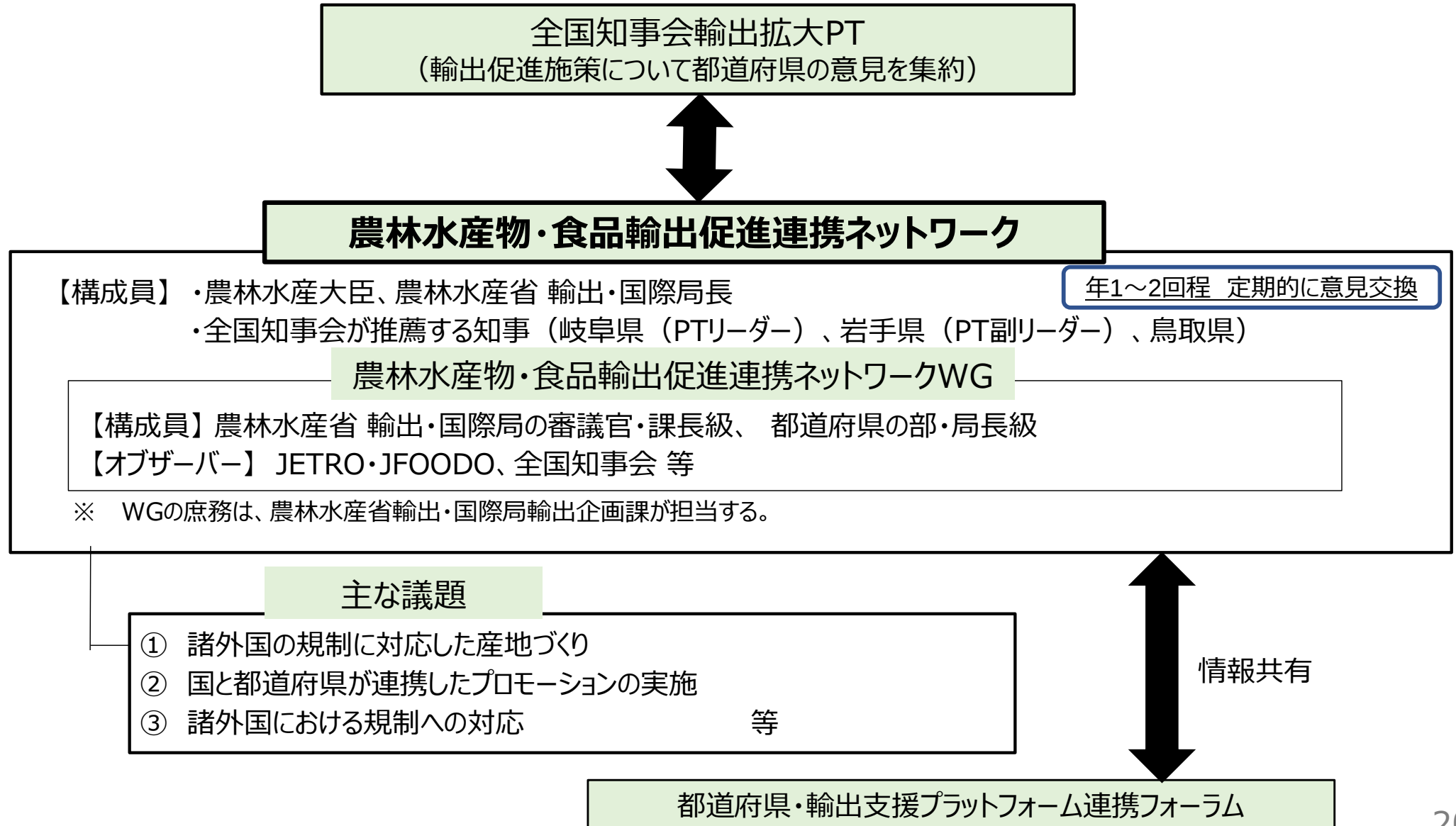
【開催概要】

- 日 時：令和5年7月21日（金）11時20分から11時40分まで
- 場 所：農林水産省第一特別会議室
- 出席者：
 - （1）全国知事会：古田 肇 岐阜県知事（農林水産物輸出拡大PTリーダー）
平井 伸治 鳥取県知事（全国知事会会長）
（※古田知事、平井知事はオンラインでの参加。）
 - （2）農林水産省：野村 哲郎 農林水産大臣
水野 政義 輸出・国際局長
- 大臣発言概要：
 - （1）農林水産物・食品の輸出のさらなる拡大のために、輸出向け産地形成や、プロモーションに関する**個々の取組を有機的に連携させることが重要**。
 - （2）農林水産省と全国知事会との間で「農林水産物・食品の輸出促進ネットワーク」を設立し、**大臣・知事の主導の下で、国と都道府県との連携を、より強固にしていきたい。**



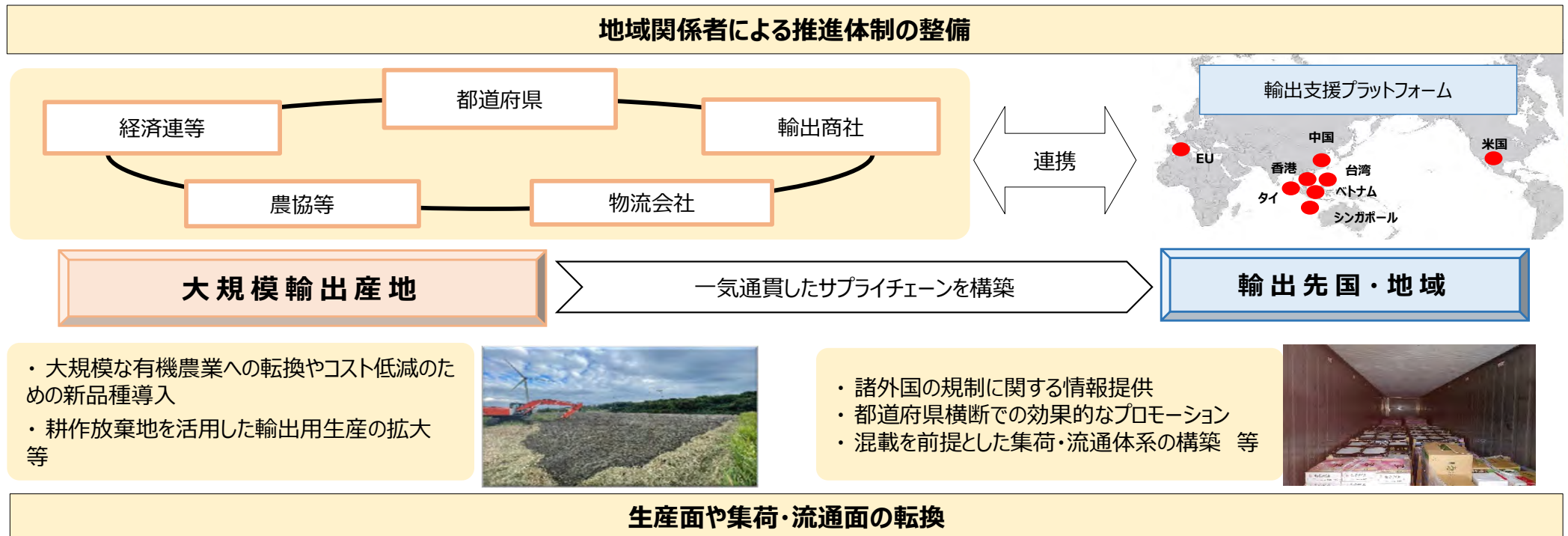
輸出促進に関する国と都道府県との連携体制について

- 国と都道府県が輸出促進に向けて意思疎通を図り、輸出に対応した産地づくりやプロモーション活動等に連携して取り組んでいくため、以下のようなオールジャパンの連携体制を構築。



輸出促進に関する国と都道府県の連携について

- 今後、都道府県やJA、地域商社等の地域の関係者が一体となって、**地域全体として大規模輸出産地を支援する推進体制を整備**することが必要。
- また、**輸出支援プラットフォームとの連携**により、①訴求力のある**都道府県横断での効果的なプロモーション**や、②複数の産地を組み合わせた**リレー出荷、混載などによるバリューチェーンの改善**を実現することが必要。



- これらを実現に向けて、**国と都道府県が一体となって取り組んでいくために、全国知事会農林水産物輸出拡大PTと農林水産省との間で、JETRO・JFOODOをオブザーバーとしつつ、定期的に意見交換する場を設け、**
- 更なる連携を通じて、**都道府県・輸出支援プラットフォーム連携フォーラムの効果を高め、国と都道府県が連携したプロモーション等の優良事例の横展開を図ること**としたい。

“日本の食品”輸出EXPO ご紹介

前回（2023年6月）の結果と2024年の開催について

RX Japan株式会社
“日本の食品”輸出EXPO 事務局
事務局長 矢島大地

“日本の食品”輸出EXPOとは

- 日本の食品を世界に売り込める大商談会（世界80か国からバイヤーが来場）
- 日本にしながら、日本の食品に関心がある海外バイヤーに売込める



主催：RX Japan株式会社（日本最大の展示会主催会社）

共催：（独）日本貿易振興機構（JETRO）

協力：農林水産省

の3者で連携して開催。

第7回 “日本の食品”輸出EXPO 開催結果

会 期：2023年6月21日(水)～23日(金)

会 場：東京ビッグサイト 西展示棟1ホール～2ホール

主 催：RX Japan (株)

共 催：(独)日本貿易振興機構 (JETRO)

協 力：農林水産省

開催結果

●出展社数:427社

●来場者数:23,070名*

●内 海外バイヤー数:2,629名*

*同時開催展を含む

3日間 盛大に開催しました





メディア・報道から多くの取材

テレビ朝日 <報道ステーション>

レモンよりもマイルドです

NHK <ニュース7>

日本の食品は疑いなく最高だ
野菜などの良さは 農家の努力の成果だ

TBS <Nスタ>

寿司だけでなく
和牛もイタリアで人気なんだよ

テレビ東京 <WBS>

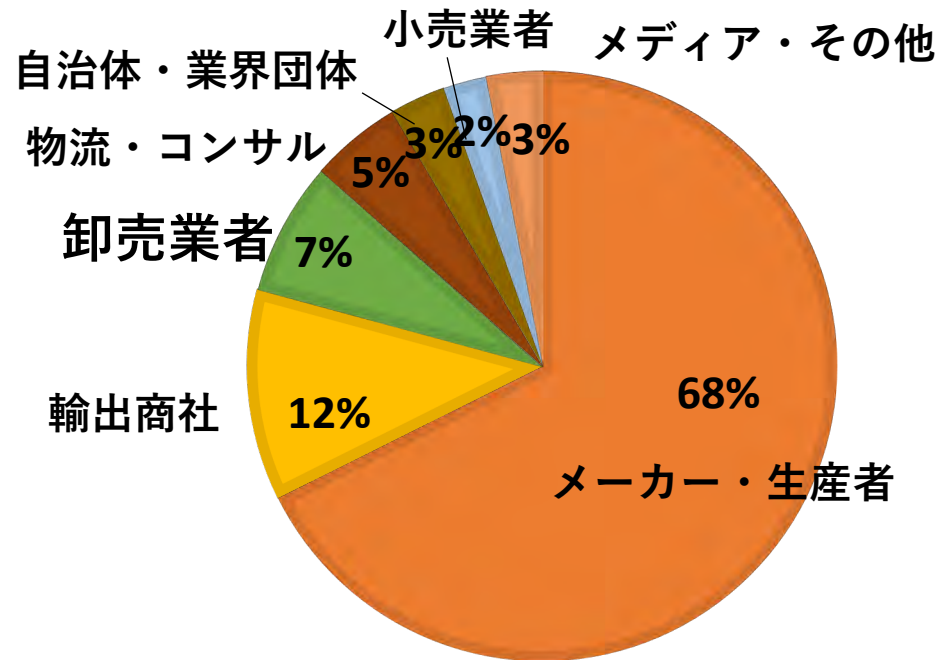
戦争が始まる前のぶどうを使って36カ月

出展社結果レポート

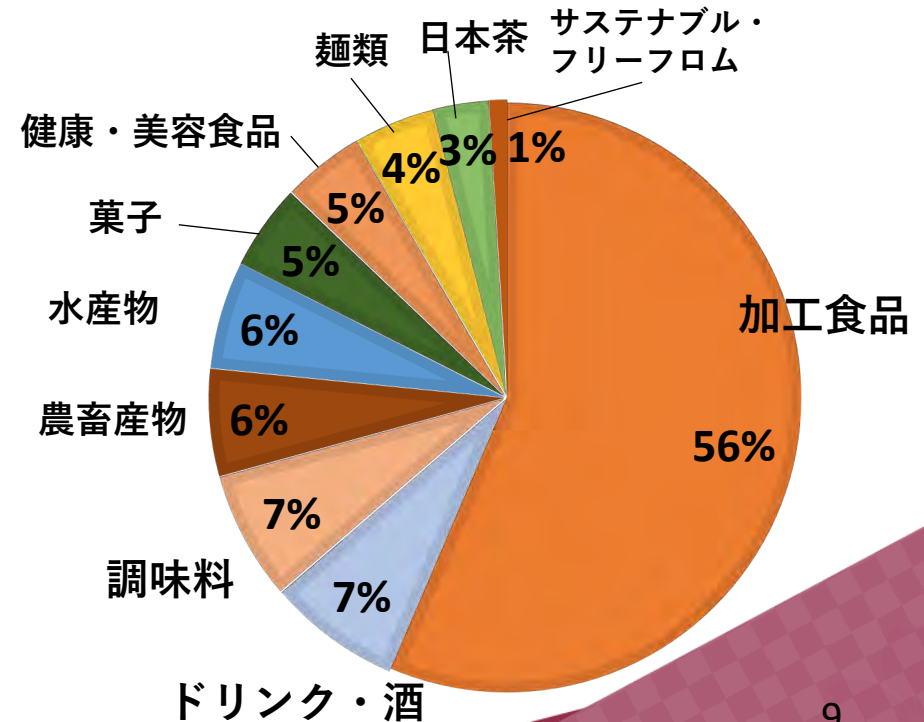
出展社レポート

出展社総数 427社

業種割合



出展製品割合



出展社レポート

名刺交換数

1社あたり平均

214枚[※]

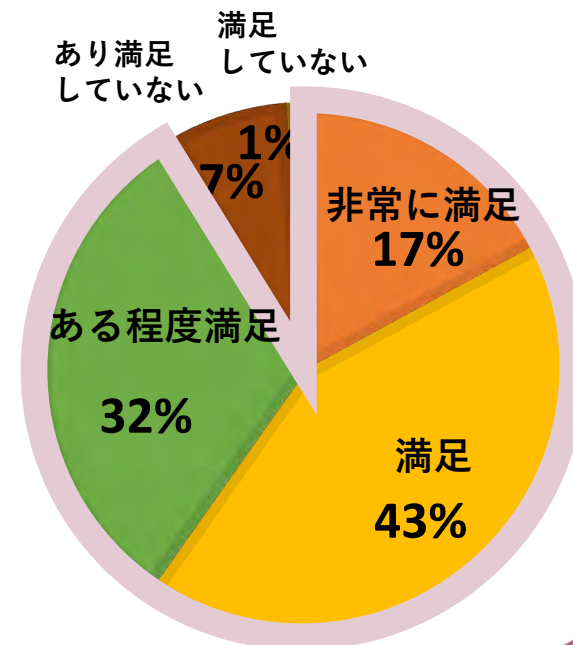
受注に繋がりそうな案件数

1社あたり平均

42件[※]

出展社満足度

92%[※]の出展社が満足と回答[※]



※出展社アンケートより

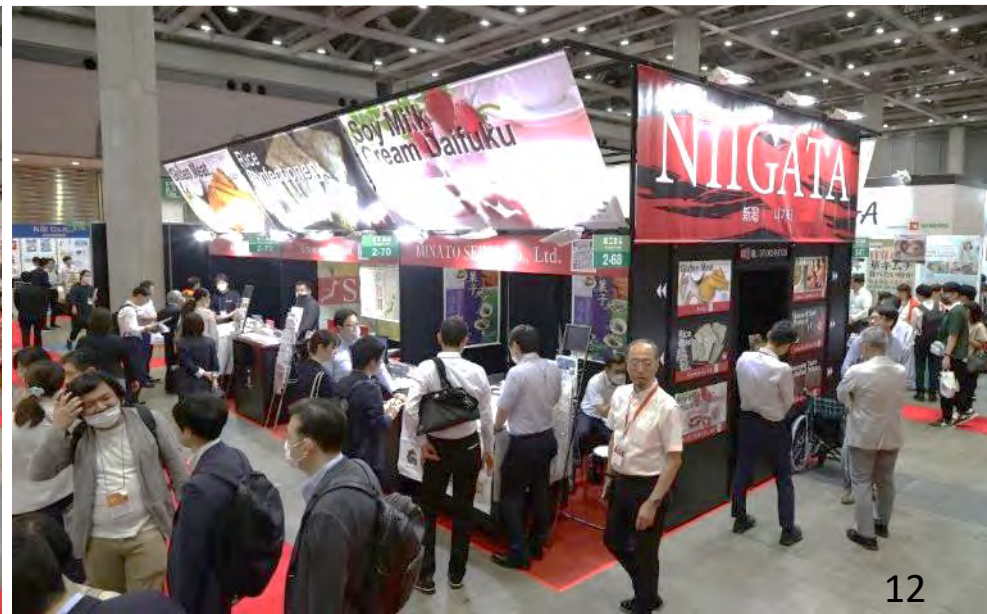
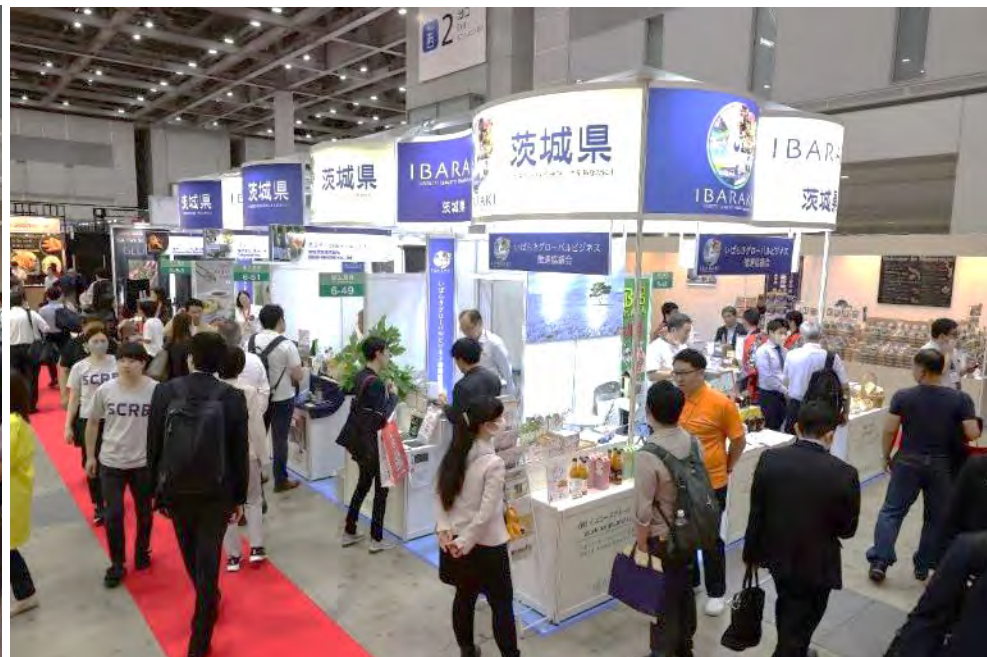
出展社レポート

都道府県別出展社数

東京都	92	宮崎県	9	沖縄県	3
大阪府	26	埼玉県	8	宮城県	3
兵庫県	23	鹿児島県	7	群馬県	3
愛知県	19	静岡県	7	香川県	3
千葉県	17	愛媛県	6	秋田県	3
滋賀県	15	高知県	6	大分県	3
広島県	14	三重県	6	徳島県	3
神奈川県	14	長崎県	6	富山県	3
北海道	14	岩手県	5	和歌山県	3
長野県	13	岐阜県	5	山口県	2
新潟県	11	京都府	5	石川県	2
茨城県	10	熊本県	5	栃木県	2
島根県	10	山形県	5	福井県	2
福岡県	10	鳥取県	5	佐賀県	1
岡山県	9	奈良県	4	青森県	1

出展いただいた県別パビリオン

- ・ いばらき中小企業グローバル推進機構（茨城県）
- ・ しまねブランド推進課（島根県）
- ・ 長野県 / 長野県産業振興機構（長野県）
- ・ にいがた産業創造機構（新潟県）
- ・ 千葉ブランド農水産物食品輸出協議会（千葉県）
- ・ 岡山県産業振興財団（岡山県）
- ・ 宮崎の食の輸出を進める会（宮崎県）
- ・ 稲美町商工会（稲美町／兵庫県）
- ・ 宇治茶ブランド新展開プロジェクト協議会（京都府）
- ・ 高知県水産物輸出促進協議会（高知県）



出展社の声

社名	都道府県	コメント
オタフクソース(株)	広島県	3日間で約300件の商談。昨年よりも海外バイヤーが増えており、大型の受注にもつながる濃い商談もできて満足。
北海道チクレン	北海道	ブランド牛を世界中に知ってもらえる素晴らしい機会。 小売、外食を中心に商談し年間で3,000万の売上を見込む。
(株) ダイショー	福岡県	去年より明らかに海外の方が増え、1日で60件の濃い商談ができた。 まだ未取引の中東やインドのバイヤーと商談できたのは大きかった。
五十嵐園	東京都	3日間で1,000枚ほどの名刺交換。オンラインではその場で成約はなかったが、今年リアル商談でその場での成約が2件あった。
(株) 播磨灘	兵庫県	東南アジアを中心に台湾、ベトナム、インドネシア、シンガポールのバイヤーと商談。 直接の試食によってすぐに反応をみれ、スピーディーな商談ができて満足。
三菱食品(株)	東京都	初出展だったが中国、東南アジア、欧米と想定以上に多くのバイヤーに会えた。 ヘルシーさや味の面でも日本食は世界から評価を得ていると強く感じられて良かった。
(株) 千里	東京都	3日間で濃い商談が60件。アメリカ、カナダ、香港、台湾、マカオなど多くのバイヤーと商談。まとまれば年間で3～5億ほどの受注を見込む。

来場者結果レポート

来場者レポート

来場総数

- 総来場者数 23,070名
- 海外バイヤー 2,629名（64ヶ国）



来場国TOP20

1位	中国	11位	インドネシア
2位	台湾	12位	オーストラリア
3位	韓国	13位	モンゴル
4位	香港	14位	フランス
5位	タイ	15位	カナダ
6位	シンガポール	16位	インド
7位	フィリピン	17位	イギリス
8位	アメリカ	18位	マカオ
9位	ベトナム	19位	スロバキア
10位	マレーシア	20位	UAE

来場者レポート

海外バイヤーからの人気商材TOP5

1位 菓子

スナック、おつまみ、和菓子

2位 加工食品

冷凍食品、麺類、即席・レトルト

3位 飲料・酒

日本酒、清涼飲料、ウイスキー、日本茶

4位 水産物

鮮魚、貝類、水産加工品

5位 健康・美容食品

サプリメント、プロテイン、ドリンク

商談成果

事前アポイント申請数

8,380件

出展社1社平均 19.6件

海外バイヤー商談金額

338億円

(アンケートより)

2024年は、年2回開催します

6月開催

第8回 “日本の食品”輸出EXPO SUMMER

・会期:2024年6月19日(水)~21日(金)

・会場:東京ビッグサイト

11月開催

第9回 “日本の食品”輸出EXPO WINTER

・会期:2024年11月27日(水)~29日(金)

・会場:幕張メッセ

その他料金や申込スケジュールなど
お気軽にお問合せください。

＜お問合せ先＞

- ・ 事務局TEL：03－6739－4133
- ・ E-mail：jpfood.jp@rxglobal.com
- ・ 担当：山中、丸山