

平成27年度 輸出戦略実行委員会 テーマ別部会における取組

平成28年2月

農林水産省



●目的

農林水産物・食品の輸出額1兆円目標を達成するためには、混載等の方法により、物流コストの低減を図っていくことが大きな課題の一つ。物流部会では、農林水産物・食品の輸出に係る物流の課題を整理、検討し、物流の効率化・高品質化を目指していく。

●検討内容・結果

事業者が品目やニーズに応じた最適な輸送方法を選択する際に参考となるように、国際輸送に関わる課題を解決する技術や事例を収集・整理した。特に海上輸送では鮮度保持が課題となっており、鮮度保持に関する技術・事例を重点的に収集した。

1. 「農林水産物・食品輸出の手引き ～国際輸送の鮮度保持技術・事例を中心に～」の作成

● 主な内容

- 基礎知識（輸送機関の特徴や品種別特性等の基本情報を含む）
- 輸送事例集（貨物積付、輸送品目、混載組み合わせ、経路、日数、使用技術等）
- 輸送技術集（コンテナ、緩衝包装、防振パレット、フィルム梱包、窒素充填等）

2. 同事例・技術集の生産者・事業者等への周知

● 主な周知対象

- 国際輸送を利用したことがない生産者・事業者等、食品に有効な鮮度保持技術を求めている生産者・事業者 等

● 主な周知方法

- 農水省、国交省のHPへの掲載、簡易版(リーフレット)の作成、品目別の輸出促進団体を通じた生産者・事業者への配布等



●目的

輸出戦略上の重点品目*に輸出環境課題(例:原発事故に伴う輸入規制、動植物検疫)、それらのうち優先的に取り組むべき課題、進捗状況等を整理・検証する。* 加工食品、水産物、コメ・コメ加工品、林産物、花き、青果物、牛肉、茶

●検討内容・結果

1. 品目別部会ならびに輸出環境課題部会において、輸出環境課題への取組の進捗状況を踏まえ、今後の取組事項について整理し、輸出環境課題表を更新した。
2. 知的財産や地理的表示保護制度(GI)を活かした輸出促進の取組について情報共有した。
3. コーデックス規格、WTO(SPS、TBT)協定の概要と、これら規格・協定と食品輸出との関係について情報共有した。
4. FSMA(米国食品安全強化法)と既存添加物に関する輸出環境については、それぞれ部会、分科会を設置し、具体的な対応等について検討した。



●目的

既存添加物分科会では、加工食品の輸出を促進するために、厚生労働省の必要な協力を得て、優先度の高い4品目について事業者の取り組みに係る情報共有を行いながら、今後の支援策等を検討する。

●検討内容・結果

1. クチナシ黄色素、クチナシ青色素、ベニコウジ（赤）色素について、各既存添加物製造事業者では、想定される登録の難易度、承認後の効果の大きさ等を踏まえ、米国・EU向け申請の可能性の検討を実施。なお、ベニバナ黄色素に関しては、その米国・EUにおける動向を注視していく。
2. 農林水産省は、上記既存添加物のデータ収集・申請に係る費用について、関係する製造事業者への支援を引き続き検討。
3. 既存添加物分科会事務局では、当該既存添加物を活用した加工食品の輸出拡大意向等について、即席麺・菓子等の業界団体及びメーカーに対してヒアリングを実施。その結果は既存添加物製造事業者とも共有し、今後の検討における基礎資料として活用していく予定。



●目的

FSMA(米国食品安全強化法)部会では、FSMAに円滑に対応していくため、事業者・業界団体・関係省庁及び関係部署等と協力して対策を検討する。

●検討内容・結果

1. 2016年に施行予定のFSMA(米国食品安全強化法)の細則等を把握し、日本語訳や解説等を整備

- ・ 食品安全強化法の主要規則解説等(2015年3月他、ジェットロ、農水省)
- ・ 最終規則(仮訳)(103条、105条、301条、307条)(2015年10月他、ジェットロ)・FSMA入門資料(農水省)

2. FSMAセミナーを開催し、国内事業者に対して情報を提供(農林水産省補助事業を通じてジェットロにて実施)

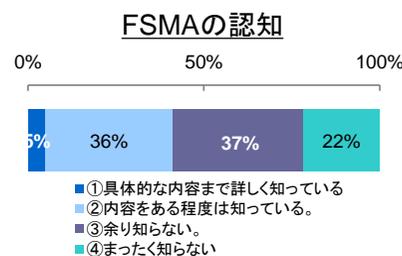
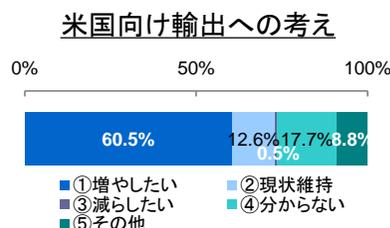
- ・ 2016年2月、FDA担当官を招へいし、東京、大阪にてセミナーを開催。国内事業者からの多くの質疑に対し、FDAから直接回答を得た

3. FSMAに関する情報提供手段の一つとして、FSMAメルマガの配信を開始し、国内事業者の対応を促進

- ・ 地方ブロック意見交換会や業界団体を通じてメルマガの案内を行い、現在、読者数は1,000人超、計6通のメルマガを発信済み
- ・ メルマガ登録時にアンケートを実施し、事業者のFSMAへの対応状況の把握と今後の対策の在り方を検討している

<メルマガ登録時アンケート結果(N=222)>

- ・ 回答者の約7割は、米国への輸出増または現状維持を希望
- ・ FSMAの認知度は依然として低い状況
- ・ 支援策として、書面による情報整備・提供のニーズが高く、次いでセミナーや相談窓口といった対面での情報提供のニーズが高い



必要と思う支援策

対応マニュアルの整備・活用	89.6%
制度(法律、規則)の日本語訳	89.2%
FSMA解説セミナー	81.4%
米国FDAの日本担当窓口の設置	76.8%
公的機関による指導	60.2%
税優遇や低利の融資制度	57.6%
HACCPIに関するアドバイス	55.5%
弁護士等による法律相談窓口	38.1%



●目的

輸出拡大を図る上で、マレーシア、インドネシアや中東などイスラム圏への食品輸出に取り組むことは重要である。そのため、ハラールの取組にかかる課題・事例を整理・検討し、ハラール認証取得、輸出の成功事例創出につなげるための議論を行う。

●検討内容・結果

1. 国内ハラール認証取得企業のハラール食品輸出取組事例集

- ・ 日本国内のハラール認証取得企業を対象に、アンケート調査、ヒアリングを実施。
- ・ ハラール認証から原材料調達、生産、輸送、現地販売の各工程ごとに課題とその対応策を抽出すると共に、事例を紹介。

2. ハラール食品輸出に向けた「手引き」

- ・ 昨年度作成した、ハラール認証の仕組みや各国における制度の違い等の基本的な情報を整理した「手引き」について、最新の情報に更新。

3. 日本産農林水産物・食品の輸出に向けたハラール調査(2015年度ジェットロ調査)

- ・ 主要ムスリム国などにおけるハラール認証、現地のマーケット事情等について調査。
- ・ 対象国は、インドネシア、マレーシア、サウジアラビア、アラブ首長国連邦(UAE)、トルコ、シンガポール



●目的

卸売市場部会では、農水産物の集荷・販売における主要拠点である卸売市場について、その輸出に果たす役割を確認し、卸売市場を拠点とした輸出促進のために取り組むべき課題を整理するとともに、卸売市場を拠点とした輸出促進方策をまとめる。

●検討内容・結果

1. 卸売市場を拠点とした輸出促進のために取り組むべき課題の整理

- 現地情報の取得が困難(売れる商品が分からない、現地企業や商習慣が不明、現地の法規制が分からない等)
- 商談・契約締結が困難(現地企業と出会えない等)
- 輸出手続きが煩雑(検疫検査、通関、産地証明等、また、これらの申請窓口が異なり、手続きに時間や手間がかかる等)
- 物流コスト・輸送時の品質維持(ロットが小さくコストがかかる、鮮度を保った輸出が難しい等)
- 代金決済リスクが大きい(信頼できる現地企業を見つけるのが難しい、リスク軽減策を実行できない等)

2. 平成27年度「国際農産物等市場構想推進事業」の実施結果の検証

- 卸売市場において各種輸出手続の集約を図ることにより、手続の迅速化及び商品の速やかな輸送が実証された。また、海外の販売店において、現地産や他国産と比べ、商品の日持ちの点で劣らない上、品質・美味しさの点で優位な評価が得られた。
- 青果、水産、花きの各卸売会社共同による海外での展示会に参加するとともに、また、海外バイヤーを日本の卸売市場に招へいし、市場関係者や生産者との意見交換を行ったことで、海外バイヤーに対し、卸売市場が持つ「目利き」や「集荷力」の機能、生産現場の取組についてPRできた。
- 今後の課題として、混載による輸出コストの低減、輸出手続のワンストップ化等による品質・鮮度維持の取組、商談会への参加等を継続し、取引先の開拓・拡大を図っていくことが挙げられた。

3. 卸売市場を活用した輸出戦略の策定

上記1. 2. を踏まえ、卸売市場を活用した輸出戦略について検討。(「農水産物の集荷・販売の主要拠点である卸売市場は、輸出において生産者・仲卸業者等が抱える問題点の払拭、バイヤー等のニーズに対応するため、①現地情報等の取得サポート、②販路開拓の推進、③輸出手続きサポート、④大ロット・鮮度保持・混載輸送推進、⑤代金決済リスクサポート、といった機能を発揮することにより、農林水産物の輸出を促進。」)

卸売市場を活用した輸出戦略(案)

農水産物の集荷・販売の主要拠点である卸売市場は、輸出において生産者・仲卸業者等が抱える問題点の払拭、バイヤー等のニーズに対応するため、その目指す機能を発揮することにより、農林水産物の輸出を促進。

輸出の流れ	生産者・仲卸業者等の抱える問題点	卸売市場の目指す機能
市場調査	現地情報の取得が困難 ✓ 売れる商品が分からない ✓ 現地企業や商習慣が不明 ✓ 現地の法規制が分からない	①現地情報等の取得サポート ✓ 各機関は積極的に卸売市場に情報(セミナー等の開催情報や現地情報)の提供を図り、卸売市場に集まる情報を充実させる ✓ 輸出に取り組む生産者等に近い卸売市場が中心となり、各生産者等に応じた輸出関連情報を提供
契約締結	商談・契約締結が困難 ✓ 現地企業と出会えない	②販路開拓の推進 ✓ 卸売市場が複数企業の商品をまとめて情報発信することで、商談や営業のコストダウンを図り、また、海外バイヤーのニーズに応える
輸出手続き	輸出手続きが煩雑 ✓ 検疫検査、通関、産地証明 ✓ 窓口が違う、時間がかかる	③輸出手続きサポート ✓ 各種輸出手続きを卸売市場内で実施することにより、手続きの迅速化・輸出者の負担軽減を図る
輸送	物流コスト・輸送時の品質維持 ✓ ロットが小さくコストがかかる ✓ 鮮度を保った輸出が難しい	④大ロット・鮮度保持・混載輸送推進 ✓ 卸売市場で集荷することにより大ロット輸出を実現し、個々の企業の物流費用負担を軽減する ✓ 他機関と協力し、均一的な鮮度保持サービスを提供する ✓ 混載輸送を行い、海外バイヤー等のニーズに応える
代金決済	代金決済リスクが大きい ✓ 信頼できる現地企業は？ ✓ リスク軽減策を実行できない	⑤代金決済リスクサポート ✓ 輸出に取り組む生産者等が実行していたリスク軽減策を卸売市場がまとめて実行することにより、コストダウン

関係機関と連携して一元的に問題点を解決・ニーズに対応

機能の発揮

卸売市場を拠点とした輸出の促進

今後、上記機能をいかに発揮していくか、以下の項目に対する検討を継続し、戦略の具現化を図っていく。

- 各卸売市場の実情にあった各機能の詳細設定
- 卸売市場向けの積極的な情報開示や情報提供機会
- シームレスなサポート体制の構築・提供
- 輸出手続きワンストップ化の推進
- 卸売市場に応じた品質保持機能の向上
- 代金決済リスクにおける成功モデルの構築
- 本事業の他部会と連携した情報発信
- 国内卸売市場間連携の検討