

# 牛肉のPDCAシート

輸出拡大方針(Plan)		実績(Do)		分析(Check)		対応方向(Act)
輸出戦略上の対応方向	輸出拡大方針	活動内容	実施主体	現状値	定性評価	
輸出解禁・輸出条件緩和に向けた検疫協議の進展	【規制緩和】					
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 国は、有望市場の解禁を目指して検疫協議を継続するとともに、既存の輸出先国についても輸出条件の緩和を実現。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 有望市場である中国・台湾・イスラム圏諸国と輸出解禁に向けた検疫協議を継続的に実施した。</li> <li>➢ 検疫条件の緩和を求める協議を継続的に実施した。</li> <li>➢ パーレーン向け(2015年6月)、ペラルーシ向け(2015年7月)、ミャンマー向け(2015年10月)牛肉の輸出が可能となった。</li> <li>➢ 豪州向け常温保存可能牛肉製品の輸出解禁をした。(2015年11月)</li> <li>➢ ブラジル向け牛肉の輸出解禁をした。(2015年12月)</li> <li>➢ マカオ、タイ向け月齢制限撤廃に向けた協議を継続的に実施した。</li> <li>➢ タイ及びマカオ向け日本産牛肉輸出について、国内生産者及び輸出事業者等にとって不利な条件(月齢制限、タイについてはTransship条項も含める)改正に向け、協議を継続的に実施した。</li> <li>➢ 香港向け牛肉の月齢制限撤廃をした。(2015年1月)。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 農林水産省</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3ヶ国以上と協議実施(うち、1ヶ国の輸出解禁)</li> <li>3ヶ国と協議実施(うち、1ヶ国の月齢制限撤廃)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 二国間条件の現状については動物検疫所HP等にて公開しており、輸出拡大に寄与している。</li> <li>➢ 着実に解禁協議を進め、輸出可能国を増やしている。</li> <li>➢ 二国間会合の機会等を捉えて協議及び働きかけを実施している。不利な条件が改正されることにより、関係者の商業活動に寄与する。</li> <li>➢ 【地方】国別の検疫条件を具体的に説明してほしい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 引き続き検疫協議を実施する。</li> <li>➢ 農水省は、動植物検疫条件を公表しているHPの認知度の向上に努める。</li> <li>➢ 引き続き検疫協議を実施する。</li> <li>➢ 農水省は、動植物検疫条件を公表しているHPの認知度の向上に努める。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 国は、航空手荷物としての輸出が可能となるよう、まずは米国との協議を進展。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 米国との協議結果を踏まえ、航空手荷物等による輸出手続きを簡便化するための協議を継続的に実施した。</li> <li>➢ 商業ベースでのおみやげとしての畜産物輸出を行うための効率的かつ恒常的な流通・販売・手続き及びその周知方法について検討した。</li> <li>➢ 米国以外への輸出実現に向け、シンガポール、香港及びタイと協議を実施した。</li> <li>➢ シンガポール向けおみやげの検疫体制の整備を行った。</li> <li>➢ 商業ベースでのおみやげとしての畜産物輸出を行うため、効率的かつ恒常的な流通・販売・手続き及びその周知方法について検討した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 農林水産省</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3ヶ国と協議を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 航空手荷物等による輸出手続きを簡便化し、商業ベースでのおみやげ販売を実現することが、米国以外の国向けのおみやげ販売実施にも寄与すると考えられ、今後の輸出拡大に資するジャパンブランド牛肉の浸透に貢献するのではないかと期待される。</li> <li>➢ おみやげ輸出可能な国及び輸出条件が明らかになり、訪日観光客向けの商業活動に寄与する。その結果、シンガポール、香港及びタイで消費者にジャパンブランド和牛の美味しさ・価値が浸透し、現地でのブランドイメージが向上すると期待される。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 航空手荷物等による輸出手続きの簡便化に向けて米国との協議を進展。</li> <li>➢ 検疫体制の整った国向けの商業ベースでの販売体制を整える。(平成28年度おみやげ農畜産物検疫受検円滑化支援事業も利用)</li> </ul>

# 牛肉のPDCAシート

輸出拡大方針(Plan)		実績(Do)			分析(Check)	対応方向(Act)
輸出戦略上の対応方向	輸出拡大方針	活動内容	実施主体	現状値	定性評価	
(再掲)輸出解禁・輸出条件緩和に向けた検疫協議の進展	<ul style="list-style-type: none"> <li>国は、関係事業者の要望や都道府県等の実情を踏まえ、現在の認定施設外に立地する施設において、スライス等の加工や冷凍・冷蔵保管を行って輸出する上での課題を整理・分析し、輸出の可能性を検討。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>米国との協議を踏まえ、食肉処理施設、冷凍・冷蔵施設について、認定と畜場からの原料供給、トレーサビリティの確保、流通・処理時の分別管理、公的監督体制の整備等の課題への対応可能性を検討した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>厚生労働省</li> </ul>	検討を実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>食肉処理施設については、常時監視を要件とする米国等向けの認定は時間等を要するため、常時監視を要件としない輸出先国への対応を優先すべき。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>具体的な分別管理の手法等について関係事業者から聴取の上、食肉処理施設、冷凍・冷蔵施設の認定に係る仕組みを輸出先国に提示し、協議を進める。</li> </ul>
輸出施設認定に係る国内手続きの加速化	<p>【国内手続き支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>事業者に対して、施設認定に係る相手国の要求事項等の情報を分かりやすく、適時適切に提供するとともに、引き続き施設整備を支援。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内事業者に対して、施設認定に関する情報提供を行った。</li> <li>強い農業づくり交付金により施設整備の支援を実施した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>厚生労働省</li> <li>農林水産省</li> </ul>	実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>地方ブロック意見交換会や関係団体主催の講習会等の場にて、施設認定に係る情報提供および支援のための交付金について説明を継続的に実施しており、事業者への周知が促進された。</li> <li>地方ブロック意見交換会等の場にて、施設認定に係る情報提供および支援のための交付金について説明を継続的に実施しており、事業者への周知が促進された。</li> <li>【地方】牛肉については、HACCP基準に対応した産地の食肉施設整備が必要であり、その分野の支援を進めてもらいたいと思います。相手の輸出条件に合わせて、輸出施設を整備していく必要があります。</li> <li>【地方】県内の牛肉の物量が少ないため、施設認定等のコストが見合わない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、施設認定に係る情報提供を行う。</li> <li>引き続き、輸出向け施設整備を支援できるよう努める。</li> </ul>

# 牛肉のPDCAシート

輸出拡大方針(Plan)		実績(Do)			分析(Check)	対応方向(Act)
輸出戦略上の対応方向	輸出拡大方針	活動内容	実施主体	現状値	定性評価	
ハラール対応(ハラール認証の取得や産地食肉センターの整備等)	【ハラール関連支援】					
	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内外のイスラム市場を取り込むため、食肉処理場の整備に対する支援等により、ハラール牛肉生産を支援。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>強い農業づくり交付金による施設整備の支援や輸出に取り組む事業者向け対策事業によるハラール認証取得の支援を実施した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>農林水産省</li> </ul>	実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>地方ブロック意見交換会等の場にて、施設認定に係る情報提供および支援のための交付金について説明を継続的に実施しており、事業者への周知が促進された。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、輸出向け施設整備を支援できるよう努める。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ジェットロのセミナー等を通じて、ハラール制度等に関する情報を普及させるとともに、他国のハラール製品の生産・輸出に関する調査を実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ハラール認証の手続き等に関する正確な情報を国内事業者等に発信するとともに、講習会を複数回、開催した。</li> <li>ハラール制度等にかかる各国調査の結果を取りまとめ、国内事業者等に最新の情報を発信することを検討した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>農林水産省</li> <li>ジェットロ</li> <li>ALIC</li> <li>輸出団体</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ジェットロで国内セミナーを13回実施。</li> <li>ALICで国内セミナーを3回実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ジェットロはハラールセミナー(外部主催セミナーへの講師派遣等を含む)を12月までに13回(山形(2)、東京(3)、千葉、長野、富山、大阪、鳥取、香川、徳島、宮崎)開催した結果、受講者からのアンケート結果でもハラールについて知識が深まった等のご意見を多数いただき高い評価を得た。</li> <li>ALICはハラールセミナーを12月までに3回(北海道、東京、京都)開催し、国内事業者の知識向上に寄与した。</li> <li>輸出団体は、28年1月にハラール市場、およびHACCP対応が求められるEU・米国向けへの市場の対応を目的とした知識向上研修会を開催。全国から約150人が参集。</li> </ul> <p>【地方】食肉処理場におけるハラール対応についてマニュアル化の検討をして欲しい。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、ジェットロはハラール制度等に関する情報を国内事業者等に普及するためのセミナーを実施する。</li> <li>農水省は26年度および27年度のハラール調査結果(非ムスリム国におけるハラール食品輸出事例調査/ハラール食品輸出に向けた手引き・国内ハラール認証取得企業の取組み事例集)について広く周知していく。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>イスラム圏への牛肉輸出におけるハラール以外の規制等の調査を実施した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事務局</li> </ul>	実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>中東(ドバイ・アブダビ)の現在の規制について、輸出時および現地での流通・販売時の行程ごとに、通関・検疫手続きや表示ラベル規則、現地での商取引・商慣行に分類して網羅的に調査を実施した結果、今後の輸出にあたっての対応事項が把握できた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、事業者がハラール以外の規制に抵触することがないように情報の整備に努める。(昨年度のハラール調査結果(非ムスリム国におけるハラール食品輸出事例調査/ハラール食品輸出に向けた手引き)について広く周知していく。)</li> </ul>	

# 牛肉のPDCAシート

輸出拡大方針(Plan)		実績(Do)		分析(Check)		対応方向(Act)
輸出戦略上の対応方向	輸出拡大方針	活動内容	実施主体	現状値	定性評価	
日本食文化と一体的なプロモーション	【オールジャパンブランドとしてのPR活動】 <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 輸出先国のマーケット調査結果等を踏まえ、外国産“Wagyu”との差別化を図りつつ、日本食文化と一体的な和牛プロモーションを引き続き実施。</li> </ul>	➢ 見本市来場者やレストラン、ホテル関係者、牛肉流通事業者等を対象に、日本産牛肉の魅力について、外国産Wagyuとの違いを説明し、肉質の特徴の解説、カット技術や調理法の実演、部位ごとの試食提供等を実施した。	➢ 農林水産省輸出団体ジェトロALIC	12カ所で実施(H27.1以降では17カ所で実施)(H28年1月時点)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 日本産和牛を見たこともないドイツの食肉事業者に、和牛の特徴を伝えるきっかけとなった。</li> <li>➢ 英国では食肉事業者やレストラン関係者に、和牛の用途を一層普及するきっかけとなった。特に10月期には現地系のレストラン関係者にも広く和牛を認知されるきっかけをつくった。</li> <li>➢ 英国のロンドン以外の都市でも、日本食店を起点に和牛を情報発信するきっかけとなった。</li> <li>➢ フランスで有力な食肉事業者に、和牛の特徴を伝えるきっかけとなった。</li> <li>➢ JETROのサポートを得つつ、各品目団体との連携を通じ、一体的に取り組みを行い、日本食品と一体的に普及が行えた。</li> <li>➢ 8月に開催された香港フードエキスポの特設ステージで和牛セミナーを実施し、2日間で200人以上の参加を得た。和牛マークのあらためての認識普及と多様な部位の活用を普及できた。</li> <li>➢ 9月にホーチミン市内のレストランにおいて、ホテル・食店等関係者150名に対し、日本産和牛の特徴の解説とともにカットや調理法等のセミナーを実演。日系に限らず、現地系高級ホテルやレストランにも興味をひかせることができた。</li> <li>➢ 10月のRestaurant Showでは、クリスマス商戦を控えて現地系レストランのシェフが多く参集した。ブースと特設セミナーをあわせて、3日間で2500人以上が訪れ、和牛セミナーを聴講。現地系の多くの有名シェフに初めて、かつ正しく和牛を知ってもらった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 引き続き、農林水産省、輸出団体、ALIC、ジェトロが連携してオールジャパンブランドを活用した日本食文化と一体的な普及の取組を進める。また、和牛のカット技術や現地にマッチした調理法の研究、多様な部位の活用を推進させていく。</li> </ul>
		➢ 和牛の品質、安全面のみならず、日本の丁寧な飼育法・和牛の血統等も合わせてPR活動を実施した。				
		➢ 2月にアメリカ(NY、アトランタ)、9月にベトナム(ホーチミン)、10月にイギリス(ロンドンThe Restaurant Show)・アメリカのフロリダ州(マイアミ、オーランド)・ドイツのケルン(ANUGA)において、オールジャパンで連携し和牛のPR活動を実施した。引き続き、2月にUAE(Gulfood)において、国内地域ブランドの垣根を越え、オールジャパンで連携しPR活動を実施。				
		➢ 1月、5月、8月にそれぞれベルリン、ロンドン、香港(フードエキスポ)で品目別輸出促進団体が連携してセミナーを開催し、PRを実施した。				
		➢ 5月にパリで高級食肉卸売・小売事業者等を参集し、セミナーを開催した。				
		➢ 5月に英国(ノリッチ)、9月にベトナム(ホーチミン)で食肉事業者・レストラン関係者等に対してミニセミナーを実施した。				

# 牛肉のPDCAシート

輸出拡大方針(Plan)		実績(Do)		分析(Check)		対応方向(Act)
輸出戦略上の対応方向	輸出拡大方針	活動内容	実施主体	現状値	定性評価	
(再掲)日本食文化と一体的なプロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ (再掲)輸出先国のマーケット調査結果等を踏まえ、外国産“Wagyu”との差別化を図りつつ、日本食文化と一体的な和牛プロモーションを引き続き実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 28年1月に、シンガポールで日本産牛肉の多様な品種の紹介と熟成技術を紹介するセミナーを行った。</li> </ul>		シンガポール、アメリカ、ドイツの3ヶ所で実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 10月のアメリカでは、高所得者層や観光客がいるフロリダ州の見本市や料理学校レストランショーでオーナーやシェフに和牛を広くPR。4日間で1600人以上に和牛を紹介し、新しい地域に普及できた。</li> <li>➢ 10月のANUGA(192カ国から約16万人来場)ではJETROの協力を得て食肉ホール内にブースを設置し、セミナーを実施。5日間で約1万人以上がブースに来場した。海外の多くのバイヤーに日本産和牛をPRできた。</li> <li>➢ 28年1月のシンガポールセミナーでは、バイヤーと消費者それぞれに、最高級品・和牛の価値を伝えるとともに、日本産牛肉の多様な品種の普及も図った。</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 27年度輸出団体の取り組みの下、会員企業等が販売促進活動を実施。</li> <li>➢ 和牛セミナー開催の場合に積極的に参加し、和牛のPRを行った。その他の国についてもオールジャパン体制での広報資材を活用し、日本の和牛の価値が伝わるよう情報提供を行った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 輸出団体(会員企業等)</li> </ul>	実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 会員企業や都道府県輸出促進組織が、輸出団体の取り組みの下にPR活動を実施。広報資材を活用し、日本の和牛の価値が伝わるよう活動した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 今後とも需要が見込める国に対してPR活動の継続と販売促進活動のさらなる充実を図る。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 和牛の情報提供システム構築を目指し、今年度は証明書のプロトタイプを作成した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 輸出団体</li> </ul>	実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 海外で日本産和牛を証明することのできる証明書のプロトタイプを作成した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 今後、多言語化を図る。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ スライス文化とカット技術、スライサー等の機械の一体となった普及に欧米や香港のセミナーで取り組んだ。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ イギリス、フランス、香港、米国の和牛セミナーでスライサーを用いたスライス肉の商品化を実演した結果、理解の促進につながった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 和牛のカット技術や現地にマッチした調理法の研究も進め、ワークショップ等で広く教育活動を進めていく。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 海外のシェフ、小売店、消費者、食肉関係事業者等を対象に、対象毎に最適な時期、場所及び手法で、日本産牛肉に関する啓蒙・PR活動を効果的に実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 検疫協議中の国における解禁後の円滑な市場調査に資するため、また、EUにおける和牛肉の理解を深化させ需要拡大を図るため、市場流通構造等の調査を実施した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 輸出団体</li> </ul>	実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 中国における競合品の流通・販売状況等を調査した。EUについては、フランスの高級牛肉店の小売状況等を調査した。ドイツ、イギリス、イタリアについては牛肉の流通・販売状況等の把握調査を行った。その結果、一定の理解促進につながるのと同時に、普及に関する課題を得た。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 今後、未解禁国の牛肉流通・小売状況等を調査する。また、解禁国にあっても多様な部位の普及に向けた状況把握を行う。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ ロシア、イギリス、ドイツの食肉卸売・販売事業者やレストラン関係者を招へいし、生産農場、処理施設、販売店の視察紹介を行うことにより、和牛の取扱方法の普及等を図った。(日本産品のPR)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 輸出団体</li> </ul>	実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 和牛の飼養管理方法、和牛肉の特徴等を理解し、現地における和牛の普及定着にむけた体制を強化した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 引き続き、海外の食肉処理業者や卸売事業者、レストラン関係者を招へいし、生産農場、処理施設、販売店の視察紹介を行うことにより、牛肉の取扱方法の普及等を図る。また、メディアを活用した情報発信も進める。</li> </ul>

# 牛肉のPDCAシート

輸出拡大方針(Plan)		実績(Do)			分析(Check)	対応方向(Act)
輸出戦略上の対応方向	輸出拡大方針	活動内容	実施主体	現状値	定性評価	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>小売店における販促ツールの検討を行った。</li> <li>小売店における販促ツールを用いた店頭装飾方法についてとりまとめを行った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出団体 JETRO 事務局</li> </ul>	実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>モデル的な店頭装飾方法のとりまとめを行った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>今後、店頭販促資材の供給の必要な国を見極め、最適な供給の在り方を検討していく。</li> </ul>
(再掲)日本食文化と一体的なプロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>(再掲)海外のシェフ、小売店、消費者、食肉関係事業者等を対象に、対象毎に最適な時期、場所及び手法で、日本産牛肉に関する啓蒙・PR活動を効果的に実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>プロモーションイベントに参加した海外の事業者等に調査票を配布し、反応(和牛の魅力、ニーズ等)を確認するため、調査票の項目および運用方法について検討した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事務局 JETRO 農林水産省 ALIC 輸出団体</li> </ul>	検討を実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>調査票の様式・項目および運用方法について検討した結果、プロモーションイベントの種類(セミナーや商談会)に応じて、目的・対象者が異なるため、統一様式を作成する必要性は少ないという結論となった。むしろ、調査票の様式統一より、各団体で収集したアンケート結果等の情報共有を行う場を設け、その後のプロモーションイベントに活用できるような示唆を抽出することが、今後の販売戦略を構築していくために重要ではないか。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>今後のプロモーションイベントの参考にし、最適なプロモーション活動を検討していくべく、プロモーションイベントに参加した海外の事業者等に調査票を配布し、その結果をとりまとめて各団体間で共有する。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>プロモーションイベントの参加者への調査票の配布等により、解禁している国別に、チャネルごとの出回り具合(浸透具合)を調査し、国ごとの流通チャネル別に実施すべきこと(和牛販売で重点的にわらう対象者、最適なPRの時期・場所及び手法など)をとりまとめるため、調査票の項目および運用方法について検討した。</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>プロモーションイベントの参加者への調査票の配布等により、解禁している国別に、チャネルごとの出回り具合(浸透具合)を調査し、その結果を取りまとめて各団体間で共有し、国ごとの流通チャネル別に販売戦略を検討する。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>解禁している国別に、求められる和牛の価格帯についての調査を検討した。</li> </ul>	事務局			<ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、解禁している国別に、求められる和牛の価格帯について調査を行い、日本産和牛の現地販売における適切な価格帯を把握する。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>「和牛統一マーク」について、効果的な使用・普及方法等について検討し、適切な管理を実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ニュージーランド、ベトナム、インドネシア及びカタール等について、和牛統一マークの商標登録の申請・出願・更新を行った。</li> <li>ニュージーランド、ベトナム、インドネシア、カタールについて出願完了。フィリピンとアメリカは更新手続完了。</li> <li>「和牛統一マーク使用許諾要領」を改訂し、マーク申請者に対する利用状況等の定期的な報告の義務化を目指し、利用状況の報告内容と方法について、検討した。</li> <li>必要に応じて、現地での問題事例の抽出を行い、書面による是正勧告等を行うことを目指し、問題事例への対応について、適切な対処方法を専門家と検討する必要がある、事例に応じて検討を開始した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出団体</li> <li>輸出団体</li> <li>輸出団体</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>4ヶ国について出願を実施。2ヶ国で更新完了。</li> <li>検討を実施</li> <li>検討を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>現在の商標登録状況は別表のとおり。</li> <li>「和牛統一マーク使用許諾要領」を改訂し、商標登録した国で、マークを貼付した商品の価値が維持されるよう、使用申請者に対して利用状況等の定期的な報告、管理の徹底を求めていく。</li> <li>問題事例の対処方法をスキーム化した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、和牛統一マークの申請・出願・更新手続を行う。</li> <li>引き続き、マーク申請者に対する利用状況等の把握に努めていく。</li> <li>引き続き、必要に応じて、現地での問題事例の抽出を行い、書面による是正勧告を行う。</li> </ul>
商談会開催や見本市出展等	【輸出体制構築支援】					

# 牛肉のPDCAシート

輸出拡大方針(Plan)		実績(Do)			分析(Check)		対応方向(Act)
輸出戦略上の対応方向	輸出拡大方針	活動内容	実施主体	現状値	定性評価		
本市出展等の支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出団体を設立・育成し、農林水産省、JETRO、農畜産業振興機構等がそれぞれの立場から各種サポートを行う体制を構築。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出に取り組む事業者向け対策事業、畜産物輸出特別支援事業等を着実に実施し、輸出団体のサポートを行った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>農林水産省 ALIC JETRO</li> </ul>	実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>畜産物輸出特別支援事業により、日本畜産物輸出促進協議会が、輸出に向けた海外活動拠点の設置、市場・流通調査等に取り組んでおり、その結果、輸出団体のオールジャパン体制が着実に整ってきている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>JETROと農水省は、マーケットの情報収集については、インスタショップ事業として、小売店の売り場の一角を借りて事業者の商品を並べ、販売状況やアンケート結果等の情報をフィードバックする仕組みを検討する。</li> </ul>	
						<ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、畜産物輸出特別支援事業を着実に実施する。</li> </ul>	

# 牛肉のPDCAシート

輸出拡大方針(Plan)		実績(Do)		分析(Check)		対応方向(Act)	
輸出戦略上の対応方向	輸出拡大方針	活動内容	実施主体	現状値	定性評価		
ジェトロによる酒類などと一体的な日本食材の販売促進	【ジェトロとの連携強化】						
		<ul style="list-style-type: none"> <li>国際的に影響力がある海外見本市において、関係者と連携し、牛肉ブースを設営する等、オールジャパンでの販促活動を実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2015年10月:ドイツ(ANUGA)にてジャパンパビリオン内に牛肉ブースを設営し、PRを行った。2016年2月には、:UAE(Gulfood)でジャパンパビリオン内に牛肉ブースを設営し、PRを行った。</li> <li>ドイツでのPRには輸出団体の下で10社が参加。ジェトロと輸出団体と連携し効果的なPRができるよう準備を進めた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ジェトロ 輸出団体</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2ヶ所で実施 ANUGA には10社が参加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ドイツ(ANUGA)では、昨年のSIALに引き続き、高級食品以外の特定品目のホールにジャパンパビリオン(牛肉ブース)を設置し、特定の分野に特化した専門バイヤーとの商談を促したところ、食肉の出品者から高い評価を得た。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、EUや新たな市場の海外見本市において、輸出団体と連携し、牛肉ブースを設営する等、オールジャパンでの販促活動を支援する。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>プロモーションイベントに参加した海外の事業者には調査票を配布し、反応(和牛の魅力、和牛販売に最適な時期・場所及び手法など)を確認するため、調査票の項目および運用方法について検討した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事務局 輸出団体 ジェトロ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>検討を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>調査票の様式・項目および運用方法について検討した結果、プロモーションイベントの種類(セミナーや商談会)に応じて、目的・対象者が異なるため、統一様式を作成する必要性は少ないという結論となった。むしろ、調査票の様式統一より、各団体で収集したアンケート結果等の情報共有を行う場を設け、その後のプロモーションイベントに活用できるような示唆を抽出することが、今後の販売戦略を構築していくために重要ではないか。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>今後のプロモーションイベントの参考にし、最適なプロモーション活動を検討していくべく、プロモーションイベントに参加した海外の事業者には調査票を配布し、その結果をとりまとめて各団体間で共有する。</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>現地レストランのシェフを対象に、日本産和牛のCuttingマニュアル、レシピ提供を行い、ワークショップ等を実施した。</li> <li>1月にベルリンで品目別輸出促進団体3団体が連携して共同でセミナーを開催し、PRを実施した。</li> <li>5月にロンドンで品目別輸出促進団体5団体が連携して共同でセミナーを開催し、PRを実施した。</li> <li>8月に香港で品目別輸出促進団体3団体が連携してフーデックスの特設ステージでセミナーを開催し、PRを実施した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ジェトロ 輸出団体</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2ヶ国で実施</li> <li>2ヶ国で実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ベルリンでは、三団体合同で複数品目を同時にPRしたため、来場したバイヤーがどの品目に関心があるか日本側事業者に分かりにくいという課題が発生した。</li> <li>上記課題を解消すべく、ロンドンではバイヤーの関心品目ごとに名札を区別。日本側事業者は効率的にネットワーキングを実施することができた。</li> <li>ロンドンでは、牛肉のPR活動は進んでいたという評価を得た。</li> <li>今後、日系以外のバイヤーも掘り起こし、国内企業へ紹介していく必要がある。</li> <li>今後もJETROのサポートを得つつ、各品目団体との連携を通じ、一体的に取り組む必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、ジェトロと各品目別の輸出団体が連携し、オールジャパンブランドを全面に出した販促活動を進める。その際、日系以外のバイヤーの発掘に引き続き取り組む。</li> </ul>		



# 牛肉のPDCAシート

輸出拡大方針(Plan)		実績(Do)			分析(Check)		対応方向(Act)
輸出戦略上の対応方向	輸出拡大方針	活動内容	実施主体	現状値	定性評価		
その他	➢ その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 可能な国については、牛肉に限らず、日本のオール畜産物を一体的にPRする活動を行うことを検討した。</li> <li>➢ 日本畜産物輸出促進協議会は、豚肉、鶏肉、鶏卵、乳製品の輸出戦略案を検討し、8月27日に開催された第1回畜産物輸出戦略検討会で提案を行った。</li> <li>➢ H28年1月15日に第2回畜産物輸出戦略検討会で輸出拡大方針について検討を実施した。</li> </ul>	➢ 輸出団体	2回実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 畜産物輸出戦略検討会において、検討会各委員の意見を踏まえた畜産物の輸出戦略(案)を予定通り構築することができた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵、牛乳・乳製品を合わせ、畜産物部会として、輸出拡大戦略を検討していく。</li> </ul>	
					<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 中国、台湾等については日本産食品に対して厳しい放射性物質規制が課されており、検疫協議が終了しても、一部都県産の牛肉を輸出できない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 引き続き、原発事故に伴う規制の緩和・撤廃に向けて、中国、台湾等の重点国を中心に働きかけを実施する。</li> </ul>	