

水産物の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	
輸出相手国への働きかけ等 (原発事故に伴う輸入規制の緩和・撤廃に向けて、科学的根拠に立った対応を要請する等)	【原発事故にかかるとの対応】					
	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き、原発事故に伴う輸入規制の緩和・撤廃に向けて韓国等の重点国を中心に働きかけを実施 	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き、原発事故に伴う輸入規制の緩和・撤廃に向けて韓国等の重点国を中心に働きかけを実施した。 	<ul style="list-style-type: none"> 農林水産省 	H27年5月、タイが規制を撤廃。 H27年8月、ロシアが規制を緩和。 H28年1月、EUが規制を緩和。 H27年5月、台湾が規制を強化。	<ul style="list-style-type: none"> 水産物のモニタリング検査等を通じて安全性を確保するとともに、各国・地域に対して、科学的データをもとにWTO/SPS委員会等の様々な国際会議の場も活用して輸入規制の撤廃・緩和を働きかけることが重要ではないか。 	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き、原発事故に伴う輸入規制の緩和・撤廃に向けて韓国等の重点国を中心に働きかけを実施する。
	【その他規制への対応】					
	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き、輸出先国における各種規制への対応を継続 	<ul style="list-style-type: none"> 輸出先国の各種規制に関して情報収集を行うことで輸出先国が求める衛生証明書等へ対応するとともに科学的根拠や国際的な規定等に基づき、フグの輸入解禁等に向けて必要に応じて働きかけを実施。 	<ul style="list-style-type: none"> 農林水産省 		<ul style="list-style-type: none"> インドネシアやインド向け輸出にあたっては、衛生証明書の添付が求められていることから、証明事項の妥当性等について相手国政府と協議しつつ、関係省庁で連携して国内における証明書発行体制を構築する必要がある。ふぐについても、まずは諸外国におけるふぐの規制状況を明らかにした上で、諸外国の規制の動向等について情報収集を行いつつ、継続的に輸入解禁に向けた働きかけを実施する必要があるではないか。 【地方】インドネシアへの海苔の輸出にあたり、相手国からヒ素の検査証明書を求められているが、コスト削減のためにも日本の検査機関が相手国の登録機関として認められるよう働きかけをすべき。 	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き、輸出先国における衛生証明書等各種規制への対応や、フグの輸出解禁等に向けた働きかけを実施する。

水産物の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	
品質管理体制の確立(対米・対EU向けHACCP取得の促進等)	【EU・HACCP認定取得施設数の拡大】 > 厚生労働省(都道府県等)での認定に加え、水産庁も認定主体となり、水産加工施設の対EU・HACCP認定を行う(平成26年度10月より業務開始)ことや、HACCP講習会の開催等により、対EU・HACCP認定取得水産加工施設数の拡大を図る。	> 輸出拡大協議会が、欧州委員会の担当官等を招へいし、EU・HACCPに関する事業者等を対象としたセミナーを実施(H28年2月17日)。	> 水産物・水産加工品輸出拡大協議会	対EU・HACCP認定施設数41(H27年12月末時点) 対米HACCP認定数281(H27年12月末時点) 大日本水産会とジェットロが連携し輸出基礎・HACCP入門セミナーを19回開催(H27年1月～12月)	> 今後に向けて海外のみならず国内でも衛生管理の対応で必要となる動きであり、意識構築に役立ったとの評価(沖縄)があり、各地でよりきめ細かい実施が必要でないか。 > HACCP認証への関心が高まっており、定員オーバーとなる講習会も複数回できた。受講者が帰社後に社内研修をしたいというニーズがある。 > 水産庁による認定開始等により、一定の認定加速化が図られているが、輸出促進に向け更なる認定施設数の増加が必要である。 > HACCP認証は二年に一度の更新の手間がかかることから合計認定数は微増であるが、内訳をみると認証をやめている事業者もある。	> 引き続き、厚生労働省(都道府県等)と水産庁により対EU・HACCP認定を、厚生労働省(都道府県等)と大日本水産会により対米HACCP認定を行うとともに、事業者向けのHACCP講習会の開催や、専門家による現地指導への支援等を通じて、EU等の基準を満たす水産加工施設の拡大を図る。また、HACCP講習会は開催要望が増えており、各回の定員拡大の可能性を検討する。
		> 大日本水産会とジェットロの共催により国内HACCP入門セミナーを開催する(15回:釜石、福岡、京都、那覇、大阪、下関、横浜、境港、津、焼津、薩摩川内、浜田、仙台、富山、金沢)。セミナーは、輸出の現状、ジェットロによる輸出の流れ、留意すべき輸出条件の詳説を内容とする「水産物輸出の基礎知識」、大水によるHACCP取得の必要性和初歩の手引きを内容とする「水産物輸出に向けたHACCP講習」の2部構成。また、各地自治体の要請で長崎県、高知県にて、シーフードショー東京・大阪にて同様のセミナーを実施(計4回)。	> 大日本水産会 > ジェットロ			
		> 大日本水産会が、HACCP認定加速化支援事業(水産庁補助事業)等により、HACCP3日間講習を開催(18回予定)(H27年4-12月に13回開催済(開催都市(複数回数含む):東京、静岡、盛岡、大阪、札幌、博多、青森、大分、岡山、宮崎))。	> 大日本水産会			
		> 水産庁及び厚生労働省(都道府県等)により、対EU・HACCPの認定を実施した(認定施設数:35(H27年3月末時点)→41(H27年12月末時点))。	> 農林水産省 > 厚生労働省			
		> 大日本水産会及び厚生労働省(都道府県等)により、対米・HACCPの認定を実施する(認定施設数:262(H27年3月末時点)→281(H27年12月末時点))。	> 大日本水産会 > 厚生労働省			

水産物の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	
迅速な証明書発行体制の構築	<p>【証明書発行の迅速化】</p> <ul style="list-style-type: none"> 重要国向け衛生証明書の発行機関の拡充などに関係省庁と連携して取り組む。原産地証明書についても、発給体制の整備に努めるなど、可能な限り迅速な証明書発行に取り組む。 	<ul style="list-style-type: none"> 産地証明書等に関して電子証明システムを導入した。一部の都道府県等を発行機関に追加した。 	<ul style="list-style-type: none"> 農林水産省 厚生労働省 地方自治体 		<ul style="list-style-type: none"> 電子証明システムの導入をスムーズに行うために、輸出事業者への早期の周知や資料作成等を行う必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> 産地証明書等について、電子証明システムの導入により迅速な発行を実施するとともに、受取窓口の拡充により輸出事業者等の利便性向上を図る。
品質保持(冷凍・解凍・一次加工)技術の向上	<p>【品質保持技術の向上】</p> <ul style="list-style-type: none"> 引き続き、生産・流通段階における品質保持技術の向上の取組を継続 	<ul style="list-style-type: none"> 有識者の参加を得た国内検討会において、品質保持技術、変色防止技術、コールドチェーンの改善方法等に関する最新の情報収集及びその実現可能性を検討した。 	<ul style="list-style-type: none"> 水産物・水産加工品輸出拡大協議会 事務局 		<ul style="list-style-type: none"> 品質保持にあたっては、国内における冷凍技術に加えて、輸出先国・地域における解凍技術についても同様に重要であり、これら技術の開発及び実用化の推進が必要であり、香港、中国、ロシア等相手国を決めた取組が有効でないか。 冷凍プリのように解凍方法によって品質が関わるものは相手国でのPRや講習会等を実施すべきでないか。 	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き、生産・流通段階における品質保持技術の向上の取組を具体的な相手国を設定した上で継続する。技術の向上に加えてPRを冷凍プリを例に解凍技術の講習や料理メニューの提示を実施する。

水産物の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		
養殖生産物をはじめとする日本の魚のブランディング	【輸出体制の整備等】 > 水産物の輸出団体を設立し、当該団体の中で、季節に応じた様々な魚種の組合せによる周年供給体制の実現や、日本産水産物の認知度向上・ブランディング、有望国のマーケティング等の取組を継続。	> 日本産水産物のPRパンフレットを作成した。	> 水産物・水産加工品輸出拡大協議会	プロモーション活動を20回実施	> 日本産水産物のブランディングを進める上で養殖魚と天然魚との違いや産地ブランドとの関係性について検討する必要がある。 > 今後もジェトロ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のではないか。 > 【地方】欧州への輸出を考えるのであれば、MSC等のエコラベル認証も有効なのではないか。また、日本型エコラベルの海外への普及も重要ではないか。 > 【地方】欧米での健康志向による需要増加を踏まえ、健康観点でPRすべきではないか。	> 水産物・水産加工品輸出拡大協議会において、日本産水産物のブランディングを進める上で、養殖魚と天然魚との違いや産地ブランドの関係性、季節に応じた様々な魚種の組合せによる周年供給体制の実現、健康面や環境への配慮の観点からの訴求方法について検討を実施する。また、引き続き、健康面の観点など日本産水産物の特性等を生かしたPRや他の品目団体との連携によるPRを実施。取組に当たっては、Webサイトも活用しつつ、メッセージを効果的に伝えていく。	
		> 海外における日本産水産物のプロモーション活動を実施した(EU、東南アジア、中国等で実施予定)。このうち、H27年5月にロンドン、H27年8月に香港で品目別輸出団体が連携してセミナーを開催し、PRを実施した。	> 水産物・水産加工品輸出拡大協議会				> コメの団体と連携することにより寿司としてPRしていくなど、他品目との連携によるPRは有効的なのではないか。
		> 輸出拡大協議会の取組の一環として、H27年10月にロシアにおいて、コメ・コメ加工品の輸出団体と連携し、寿司などの水産物とコメ・日本酒をセットでのPRを実施した。	> 水産物・水産加工品輸出拡大協議会				> 水産物・水産加工品輸出拡大協議会の活動状況を広く国内関係者に周知していく必要があるのではないか。 > 【地方】協議会の活動情報が伝わっていないため、外向けに情報共有される仕組みを考えるべきではないか。
							> 水産物・水産加工品輸出拡大協議会の活動内容、成果を広く国内関係者に周知し、オールジャパンの取組を推進する。

水産物の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	
生鮮・加工品の 組合せ販売・産 地間連携の促 進による安定供 給		<ul style="list-style-type: none"> ➢ 安定供給が課題となっている水産物を特定した上で、有識者の参加を得た国内検討会において産地間連携等の方策等を検討した。 ➢ シンガポールで、季節と産地ごとの旬の魚介類にこだわったセミナー/フェア開催により周年のメニュー提案を実施し、日本の水産物の魅力を継続的にアピールした。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 水産物・水産加工品輸出拡大協議会事務局 		<ul style="list-style-type: none"> ➢ シンガポールでは産地や魚種の旬等に配慮した周年供給体制が一定の成果を得たので、今後も対象国や魚種を念頭に方策検討を継続すべきでないか。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ H27年の結果を受けて対象国を決め、そこに相応しい魚種に絞り込んで、引き続き産地間連携などの方策等を検討する。
		<ul style="list-style-type: none"> ➢ プリと練り製品を対象に英国、マレーシア、タイにおいてマーケット調査を実施した。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 水産物・水産加工品輸出拡大協議会 		<ul style="list-style-type: none"> ➢ 【地方】資源管理にも力を入れていかないと、輸出目標の3,500億円の達成は難しいのではないか。 ➢ マーケティング調査結果から有望となった英国、タイ、マレーシアに対しての輸出の取組を強化すべきでないか。その他の国について、有望な輸出先国・品目を検討する必要があるのではないか。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 海外マーケティング調査結果から有望な英国、タイ、マレーシアへの輸出の取組を強化する。

水産物の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	
現地ネットワークやノウハウの蓄積を活かした継続的なサポート 重点国・地域への進出に必要な情報の提供や売込手法の提案	【ジェットロとの連携強化】					
	> 輸出拡大協議会とジェットロの連携による事業者支援の枠組みを継続し、輸出に取り組む事業者へのきめ細やかなサポートを実施。	> 輸出拡大協議会が、ジェットロの協力を得て、海外のバイヤー等を招聘し、国内事業者等に対して今後の輸出にあたってのポイントについてのセミナーを実施。H27年6月の東北開催では、4カ国の海外バイヤーによるセミナー・商談会を実施した(仙台(H27年6月 東北復興水産加工品展示商談会)、九州(H27年11月))。	> 水産物・水産加工品輸出拡大協議会 > ジェットロ	5カ国の海外バイヤーによるセミナー・商談会を2回実施	> 海外バイヤーに対し、日本産水産物・水産加工品の評価をより高いものにするためにも、今後も継続的に取り組むことが必要ではないか。	> 引き続き、輸出拡大協議会とジェットロの連携により事業者支援の枠組みを継続し、輸出に取り組む事業者へのきめ細やかなサポートを実施する。特に輸出拡大協議会が単独で実施するセミナー等は商談に繋がらないことからジェットロの連携をさらに強化していく。
		> ジェットロが、水産品専門見本市において、ジャパンパビリオンを設け、日本産水産物の一体的な販路拡大を実施する。H27年3月の香港の見本市で、日本真珠輸出組合との連携で6年連続してジャパン・パール・パビリオンを出展した。 ・H27年3月 米国Seafood Expo North America (出展者数:10社) ・H27年3月 香港Int'l Diamond, Gem & Pearl Show (5社・1団体:計100社) ・H27年4月 ベルギーSeafood Expo Global(SEG) (13社:前年度出展者数を倍増) ・H27年11月 中国青島Seafood Expo (9社)	> ジェットロ	水産品専門見本市へ3回、パールの世界的見本市に出展 H27年4月ベルギーのSEGでは前年比2.5倍の成約 H27年11月中国青島では前年比 11.8倍の成約	> 水産見本市においてジャパンパビリオンを設定することで、オールジャパンのブランドをBtoB向けに広報・集客効果をより高めることができた。また、出展者全てがHACCP取得済みのため、海外バイヤーの信頼を獲得するとともに、はまち、ほたて、うなぎ製品などの品目を中心に大きな成約を上げた。4月のSEGでは出展規模を前回の倍増し、12億円(前回比2.5倍)、11月の中国青島漁業博ではバイヤーのニーズに応えられる豊富な調達能力を持つ事業者の出展があり、約28億円(同11.8)倍の成約(見込み含)を上げた。香港パールショーH28年もH27年と同規模の出展面積を確保し、H27以上の成約額を目指すとともに、日本産真珠のブランド力をさらに海外のインフルエンサーに打ち込むため、ネットワーキングイベントが必要ではないか。	
> ジェットロが、水産品を含む食品総合見本市への出品支援と、国内商談会でのマッチング支援を実施する。アグリフードエキスポ、シーフード・ショーに併せ13カ国から17社のバイヤーを招聘。うち、水産品に関心があるバイヤーは8カ国、9社で、東京のほか、青森、長崎に移動し、現地の視察と商談を実施。		> ジェットロ	アグリフードexpo, シーフードショーに併せて商談会を実施	> まだ海外との取引に距離感をもつ地方企業にとって現地(地方)での商談・加工施設等の視察は、相互の信頼を深めるためより効果的ではないか。		

水産物の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	
生産者・流通・小売業者等が連携した水産物輸出のビジネスモデルの構築	【ベストプラティクスの構築に向けた活動】					
	<ul style="list-style-type: none"> 品質管理体制の確立、産地間連携の支援、ジェットロを通じたサポート等を継続的に実施 	<ul style="list-style-type: none"> 輸出拡大協議会が平成27年度に実施する国内検討会やマーケティングの結果をとりまとめた報告書を作成し、事業者等に広く配布するとともに、報告会を開催する。(2016年3月に実施予定) 大日本水産会とジェットロの共催により、2月アグリフードExpo/シーフードショー(大阪)を開催し、広報展示や海外バイヤー商談会・工場訪問をアレンジを実施した。また、水産物の重点市場であるアフリカのコードジボアールからサブサハラ地域では初めてバイヤーを招聘した。中国漁業博では、水産物のフィレやホタテなど現地で輸入者が加工のつぶしが効くため、加工度の低いものへの引き合いが強いことがわかった。 展示会・商談会等イベントに参加した海外バイヤーや国内事業者へ調査票を配布・聞き取り等で、商品に対するバイヤーの評価、国内事業者が得た商品開発のヒントや改良点を確認し、その後の活動に活かした(H27年8月アグリ・シーフードショー(東京)、H27年10月フードエキスポ(九州)への参画など)。 	<ul style="list-style-type: none"> 水産物・水産加工品輸出拡大協議会 大日本水産会 ジェットロ 	<ul style="list-style-type: none"> 商談会を1回開催。シーフードショーのうち水産品専門のバイヤーを長崎と青森に派遣し、現地で商談会を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> マーケティング調査結果から有望と判断された英国、タイ、マレーシアは今後の取組先として強化すべきでないか。 H27年2月アグリフードExpo/シーフードショー(大阪)での商談件数は252件に上り、水産物のコンテナ単位での取引を希望する商談が多くみられた。H27年8月のアグリフードExpo/シーフードショーの商談は423件で水産物・同加工品、刺身・寿司用など加工度の低い商品に関心が高かった。商談会の機会を有効に活用するために、調達したい魚種・加工度等を事前にバイヤーへのヒアリング等を実施するとともに、事業者側も取引量や金額をバイヤーに事前に提示するなどして、マッチング効果を高めることができるのではないかと。現地バイヤーが商談会を通じて直接商品を目利きできることが大きなメリットであるという声があるとともに、日本の水産物が現地の食習慣に馴染むよう、よりローカライズしたレシピを開発する必要があるという声もあった。 	<ul style="list-style-type: none"> マーケティング調査の結果から英国、タイ、マレーシアは有望であり輸出の取組を強化する。 未開拓の有望地域への商流構築に向け、引き続き、品質管理体制の確立、産地間連携の支援、ジェットロを通じたサポート等を継続的に実施する。