

牛肉の輸出戦略検証シート

平成26年11月

農林水産省

牛肉の輸出戦略の検証シート①－輸出額実績の検証

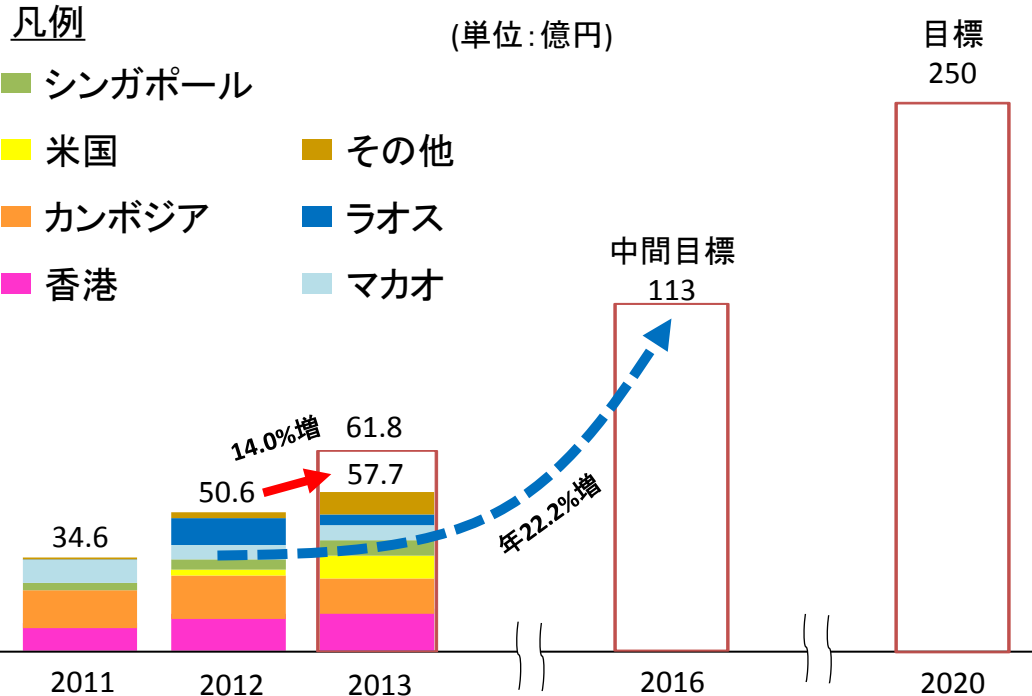


重点国・地域

【新興市場※】 米国、EU、カナダ、香港、マカオ、シンガポール、タイ、フィリピン、UAE、メキシコ、NZ、ベトナム
 ※ 牛肉においては、検疫に係る協議が調い、輸出する牛肉に係る衛生証明書の発行が開始されることとなった国・地域。
 【有望市場】 ロシア、中国、台湾、イスラム圏(インドネシア、マレーシア、サウジアラビア他) 等

2013年実績と輸出額の推移

実績の動向



【輸出全体】

- 2012年の輸出額をベースに250億円目標を達成するには、年平均22.2%増が必要。
- 2013年の輸出額は57.7億円であり、2012年の50.6億円から14.0%増。しかし、目標達成に必要な増加率(22.2%)を下回った。
- 直近の2014年1～4月は23億円で、対前年同期比約25%増と順調。

【国・地域別】

- 対米輸出は4倍に増加(2012年 2.1億円 → 2013年 8.0億円)。
- アジア地域は、シンガポール等向けが好調だが、全体としては伸び悩み。

牛肉の輸出戦略の検証シート②-分析 輸出環境整備について

戦略上の対応方向 (Plan)	実績(Do)	分析(Check)	今後の対応方向(Act)
①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"> ➢ 2013年3月、EU向け輸出解禁。 ➢ 2013年12月、米国向け冷凍牛肉追加。 ➢ 2014年2月、メキシコ、NZ向け輸出解禁。 ➢ 2014年3月、フィリピン、ベトナム向け輸出解禁。シンガポール向け月齢制限撤廃。 ➢ 2014年4月、インドネシアによる現地調査の実施。 ➢ 2014年7月、カタール向け輸出解禁。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 着実に輸出解禁を達成。 ➢ さらなる輸出先国の拡大に向け、インドネシア、台湾、ロシア等と検疫協議を継続中。 ➢ また、月齢制限撤廃に向け、香港、マカオ及びタイと検疫協議を継続中。 ➢ 手荷物での持ち出しに必要な手続きが確立していない。 ➢ 食肉事業者や県からは、ブロック肉に加え、現地では難しいスライス等の処理を施した肉も輸出できるようにして欲しいとの要望があるところ。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ インドネシア、台湾、ロシア等と輸出解禁に向けた検疫協議を継続。 ➢ 香港、マカオ、タイ向け月齢制限撤廃に向けても協議を継続。 ➢ 輸出希望事業者の意見を聴きながら、まずは米国と手荷物に関する手続きの確立に向け協議を継続。 ➢ スライス肉の輸出に係る課題を整理・分析し、輸出可能となるような方策を検討。
②輸出施設認定に係る国内手続きの加速化	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 2013年に新しく認定を受けた施設数はのべ18施設。 ➢ 2014年に入ってから、新規解禁国向けを中心に認定施設数が増加(のべ76施設追加)。【9月末時点】 ➢ 2014年6月、EU認定3施設から、実際に輸出可能となった。 ➢ 米国、EU等に輸出するために必要な施設整備を支援する優先枠を新たに設置。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 事業者サイドにおける体制整備に時間がかかっている。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 引き続き、相手国の要求事項に係る情報を提供し、事業者サイドの体制整備を支援。 ➢ 引き続き、施設整備の支援が可能となるよう予算要求していく。
③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)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ ハラール認証の取得を必要とする国に輸出するために必要な施設整備を支援する優先枠を新たに設置。 ➢ ジェトロがハラールに関する調査報告書を作成・公表。 ➢ ハラール牛肉を生産するための在留資格の要件の緩和を措置。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 現状として牛・豚を同一施設でと畜していると畜場が多く、ハラール対応が困難なケースが多い。 ➢ 現場でハラール制度やイスラム圏マーケットに関する情報が不足している。他国のハラール製品の生産・輸出に関する取組事例に対して関心がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 引き続き、施設整備の支援や輸出環境整備が可能となるよう予算要求していく。 ➢ イスラム圏からの観光客増加による国内需要の高まりも利用し、国内外に通用するハラール対応の取組を支援。 ➢ 引き続き、ジェ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提供するとともに、必要な調査が実施できないか検討。

牛肉の輸出戦略の検証シート②-分析 商流の確立・拡大について

戦略上の対応方向 (Plan)	実績(Do)	分析(Check)	今後の対応方向(Act)
<p>①日本食文化と一体的なプロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 外食事業による和牛を使った日本食・食文化普及イベントを7件実施。 ➢ CNNIにおける和牛肉PRコマercial等々の放映。 ➢ H24年度補正予算で、中央畜産会が和食に使うための牛肉のカット方法を紹介する広報資材(日本語版・英語版)等を作成。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 海外では豪州産“Wagyu”が浸透。 ➢ 過去に輸出された和牛の遺伝資源が利用され、豪州等で、交雑種等の生産・輸出が行われている。 ➢ ロース、ヒレ等のステーキ用高級部位に需要が集中。 ➢ 国内外のインフルエンサーを活用しつつ、イベントやメディアでの和牛PRの継続が必要。 ➢ EUでのコマercial放映時には牛肉が実際には輸出できなかった。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 外国産“Wagyu”との差別化のため、日本の血統管理、格付制度、牛レサ等の効果的アピール。 ➢ うす切り肉等を使う焼肉等の日本食文化と一体的なプロモーションを実施。 ➢ 和牛に関する啓蒙活動の強化。(外国人シェフに対する調理法の提案、小売店に対するカット技術の伝達等) ➢ 小売店における和牛肉の販売促進ツール(消費者向けチラシ・シール等)の検討。 ➢ 和牛を含む日本産食材を用いたメニュー開発など、新たな魅力を消費者へ伝える施策の実施。 ➢ プロモーションのタイミングを最適化。
<p>②商談会開催や見本市出展等の支援</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➢ H24年度補正予算で、食肉関係事業者が一体となってジャパン・ブランド確立に向けた販売促進活動を実施。 ➢ その他15団体が、H24年度補正及びH25年度本予算で、産地PR、商談会、販促活動、海外市場調査等を実施。 ➢ 産地間連携を図る取組を優先的に事業採択するよう措置。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ これまでは産地単位での取組が多く、オールジャパンでの効果的なプロモーションが出来ていない。 ➢ 輸出先国において、「和牛」とは本来日本産品であるという認知が不十分。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ ジャパン・ブランドを確立するための牛肉輸出促進団体を育成し、官民一体となったプロモーションを展開。 ➢ 和牛統一マークと都道府県ブランドの併用を進めるため、和牛統一マークを使用することの効果や都道府県ブランドの意義に関して、豪州産“Wagyu”の販売・プロモーション戦略も参考に、調査・分析。 ➢ 国・地域別のプロモーション方法を検討。(例えば、EUは「ストーリー」を重視、米国は直接的な訴求が有効等)
<p>③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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➢ ジェトロ主催の見本市において、和牛肉を出品(2013年、見本市5件で計13社が出品)。 ➢ ジェトロ主催の商談会に、海外5件で19社、国内6件で9カ国18社のバイヤーが参加。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 初めての取組が多く、関係者間の調整に時間を要した。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 関係者の足並みを揃えるための協力体制の強化。 ➢ 欧州等における影響力がある見本市において、オールジャパンでの販促活動の実施を検討。