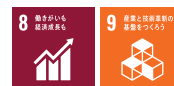


トピックス

- 1 農林水産物・食品の輸出の新たな戦略
- 2 みどりの食料システム戦略～食料・農林水産業の生産力向上と持続性の両立をイノベーションで実現～
- 3 令和元（2019）年度スマート農業実証プロジェクト
- 4 農業・食関連産業でのデジタル変革の推進
- 5 鳥インフルエンザ、豚熱への対応
- 6 植物新品種の海外流出対策
- 7 フードテックの現状



トピックス

1

農林水産物・食品の輸出の新たな戦略

政府の輸出額目標である令和7(2025)年に2兆円、令和12(2030)年までに5兆円を達成するため、令和2(2020)年12月に農林水産部において、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」を決定し、海外市場で求められる量・価格・品質・規格の産品を継続的に生産・販売するマーケットインの体制を整備することとしました。以下では、輸出戦略で示された3つの基本的な考え方と具体的な施策について紹介します。

(第1の戦略：日本の強みを最大限に活かす品目別の具体的目標を設定)

農林水産物・食品の輸出が多い先進国では、その国が強みを持つ品目を輸出向けに専門的・継続的に生産・輸出する体制を整備しています。一方、日本の輸出品目は多岐にわたり、それぞれの輸出額は小さくなっています。これは、これまでの日本の農林水産物・食品の輸出が「国内市場向け産品の余剰品を輸出する」事業にとどまり、マーケットインによる輸出の体制が整備されていないためです。今後の輸出拡大に当たっては、海外で評価される日本の強みがある品目を中心に輸出を加速させる必要があります。

そのため、海外で評価される日本の強みがあり、輸出拡大余地の大きい27品目を重点品目に選定しました(図表トピ 1-1)。これらの品目について、主として輸出向けの生産を行う輸出産地をリスト化し、1,227産地¹を掲載しています。

図表トピ 1-1 輸出重点品目

輸出重点品目	海外で評価される日本の強み	輸出重点品目	海外で評価される日本の強み
牛肉	和牛として世界中で認められ、人気が高く、引き続き輸出の伸びに期待。	ぶり	脂がのっている日本独自の魚種。近年、米国等への輸出額が増加。
豚肉、鶏肉	とんかつ、焼き鳥など日本の食文化とあわせて海外の日本ファンにアピールすることで、今後の輸出の伸びに期待。	たい	緑色のよい赤色は中華圏でも好まれる。活魚輸出の増加に期待。
鶏卵	半熟たまごが浸透し、生食できる卵としての品質が評価され、更なる輸出の伸びに期待。	ホタテ貝	高品質な日本産ホタテ貝は世界で高く評価。水産物では輸出額ナンバーワン。
牛乳・乳製品	香港や台湾で品質が高評価。アジアを中心に輸出の可能性。	真珠	真珠養殖は日本発祥。日本の生産・加工技術が国際的に高評価。
果樹(りんご、ぶどう、もも、かんきつ)、野菜(いちご)	甘くて美味しく、見た目も良い日本の果実は海外でも人気。	清涼飲料水	緑茶飲料など日本の味が人気となり、伸び率が高い。
野菜(かんしょ等) ※	焼き芋がアジアで大人気。輸出が急増。	菓子	日本独自の発展を遂げ、他国にはない獨創性。バラエティ豊かな商品とコンテンツの普及とともに海外で人気。
切り花	外国にはない品種に強み。輸出の伸び率が高い。	ソース混合調味料	カレールウなど日本食の普及とともに日本を代表する味に成長。
茶	健康志向の高まりと日本文化の浸透とともに欧米を中心にせん茶、抹茶が普及。	味噌・醤油	日本が誇る発酵食品。和食文化の浸透とともに欧米・アジア地域で人気も上昇。
コメ・パックご飯・米粉及び米粉製品	冷めても美味しい等の日本産米は寿司やおにぎり等に向き、日本食の普及とともに拡大が可能。	清酒(日本酒)	「SAKE」は日本食のみならず各国の料理に合う食中酒等として世界中で認知が拡大中。
製材	スギやヒノキは、日本式木造建築だけでなく香りの癒しの効果も人気で、今後の輸出の伸びに期待。	ウイスキー	日本産品の品質が世界中でブランドとして定着。
合板	合板の加工・利用技術は、日本の得意分野。日本式木造建築とともに、今後の輸出の伸びに期待。	本格焼酎・泡盛	原料の特徴を残すユニークな蒸留酒としての評価があり、今後の輸出拡大に期待。

※その他の野菜(たまねぎ等)についても、水田等を活用して輸出産地の形成に積極的に取り組む。

資料：農林水産省作成

また、重点品目ごとに、海外の市場動向や輸出環境等を踏まえ、輸出拡大を重点的に目指すターゲット国・地域を特定し、ターゲット国・地域ごとの輸出目標を設定しました(図表トピ 1-2)。さらに、官民一体となった海外での販売力の強化のため、重点品目ごとに品目団体又は生産・流通・輸出事業者等が連携したコンソーシアムを組織化することとしています。品目団体等が主体となって、輸出先の情報収集、販売戦略づくり等に取り組むこととしています。

¹ 令和3(2021)年4月1日時点

図表トピ1-2 品目別輸出目標の例

牛肉 【目標額】				果樹(りんご) 【目標額】			
297億円(2019年) → 1,600億円(2025年)				145億円(2019年) → 177億円(2025年)			
○国・地域別輸出額目標とニーズ対応への課題・方策				○国・地域別輸出額目標とニーズ対応への課題・方策			
国・地域名	2019年	2025年	ニーズ・規制対応への課題・方策	国・地域名	2019年	2025年	ニーズ・規制対応への課題・方策
香港	51億円	330億円	消費者向けプロモーションの強化。スライス肉、加工品等の新たな品目の輸出促進。	台湾	99億円	120億円	大玉で赤色の贈答用に加え、値頃感のある中小玉菓の生産・供給体制を強化
台湾	37億円	239億円		香港	37億円	45億円	
米国	31億円	185億円	認知度向上のためのプロモーション。様々な部位も含めた輸出促進。	タイ	4.5億円	5.5億円	富裕層のほか、買い求めやすい価格帯の生産・供給体制を強化
EU	21億円	104億円					
○輸出産地 15産地				○輸出産地 7産地			
<ul style="list-style-type: none"> 生産から輸出まで一貫して輸出に取り組むコンソーシアムを産地で構築 食肉処理施設等による輸出先国が要求する条件への対応 繁殖雌牛の増頭奨励金交付、牛舎等の施設整備等による生産基盤の強化 				<ul style="list-style-type: none"> 既存圃地の活用や水田への新植、省力樹形の導入等による生産力の強化 産地と輸出事業者等が連携したコンソーシアムの形成 			
○販路開拓				○販路開拓			
<ul style="list-style-type: none"> コンソーシアムによる産地と一体となった商談 オールジャパンでの和牛の認知度向上に向け、日本畜産物輸出促進協議会やJFOODDによるプロモーションを実施 				<ul style="list-style-type: none"> 日本青果物輸出促進協議会の機能強化に向けた検討 輸送実証、プロモーション活動などを支援 			
コメ・コメ加工品 【目標額】				ぶり 【目標額】			
52億円(2019年) → 125億円(2025年)				229億円(2019年) → 542億円(2025年)			
○国・地域別輸出額目標とニーズ対応への課題・方策				○国・地域別輸出額目標とニーズ対応への課題・方策			
国・地域名	2019年	2025年	ニーズ・規制対応への課題・方策	国・地域名	2019年	2025年	ニーズ・規制対応への課題・方策
香港	15億円	36億円	中食・外食を中心とした需要開拓	米国	159億円	320億円	小売店の調達基準を満たす生産の拡大と安定供給。現地の食嗜好に合わせた商品を開発・製造。
米国	7億円	30億円		外食、EC等の需要開拓。パックご飯・米粉の更なる市場開拓。	中国	13億円	
中国	4億円	19億円	EC、贈答用需要の開拓。指定精米工場等の活用・追加。	香港	11億円	40億円	
シンガポール	8億円	16億円	中食・外食を中心とした需要開拓				
○輸出産地 30~40産地				○輸出産地 5産地			
<ul style="list-style-type: none"> 千トン超の輸出用米の生産に取り組む産地を育成 大ロットで輸出用米を生産・供給 生産・流通コスト低減、輸出用米の生産拡大を推進 				<ul style="list-style-type: none"> 漁場の大規模化、沖合養殖の推進、生け簀の整備により増産 育種や低魚粉飼料の開発により生産コストを低減 			
○販路開拓				○販路開拓			
<ul style="list-style-type: none"> 一販社団法人全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会による新興市場でのプロモーション等を実施 				<ul style="list-style-type: none"> 水産物・水産加工品輸出拡大協議会と有限責任事業組合日本ブリ類養殖インシアティブが共同でプロモーション等を行うことを検討 			

資料：農林水産省作成

(第2の戦略：マーケットインの発想で輸出にチャレンジする農林水産事業者を後押し)

輸出のマーケットインへの転換のためには、リスクを取って輸出向け製品の生産・輸出にチャレンジする事業者が不可欠です。そのため、海外の規制やニーズに対応した輸出に取り組む事業者や産地に対し、重点的な支援・環境整備を行うことが重要です。

これまでの支援に加え、輸出に取り組む事業者への資金の供給を後押しするため、「農業法人に対する投資の円滑化に関する特別措置法の一部を改正する法律案」を国会に提出しました。また、専門的・継続的に、輸出向けの生産を行う輸出産地をリスト化し、輸出産地の形成に必要な施設整備等を重点的に支援することとしました。さらに、大ロットで高品質、効率的な輸出を後押しするため、港湾や空港の具体的な利活用の方策、輸出のための集荷等の拠点となる物流施設の整備・活用、海外におけるコールドチェーンの拠点整備・確保の方策等について検討することとしています。

(第3の戦略：省庁の垣根を越え政府一体としての輸出の障害を克服)

輸出加速を支える政府一体としての体制の整備の一つとして、輸出先国・地域の規制緩和・撤廃に向け、農林水産物・食品輸出本部の下、政府一体となって協議することとしています。また、輸出先国・地域の規制やニーズに対応するため、HACCP¹対応施設等の整備といった加工食品等への支援も重要で、適合施設の認定を迅速に行うこととしています。そして、生産・加工・販売等の関連事業の海外展開が我が国のノウハウ等の流出につながらないよう、我が国の農林水産業・食品産業の利益となる海外展開の推進方策について検討するほか、海外での品種登録や改正種苗法(トピックス6参照)に基づく輸出先国・地域の指定等を行う品種数等の数値目標を設定することとしています。

さらに、上記の戦略を実行するため、農林水産省に「輸出・国際局」(仮称)の設置を予定しており、今後、同局を中心として、輸出関連施策を政府一体となって実施します。

→第1章第4節を参照

¹ 用語の解説(3(2))を参照