

# 農林水産業の輸出力強化戦略について

## これまでの輸出に関する主な取組

FB!戦略の発表(農林水産省)[H25.4]  
 以下の取組を一体的に推進、  
 世界の料理界で日本食材の活用(Made FROM Japan)  
 日本の「食文化・食産業」の海外展開(Made BY Japan)  
 日本の農林水産物・食品の輸出(Made IN Japan)

FB!戦略の具体化に向けた農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略の策定(農林水産省)[H25.8]

国別、品目別輸出戦略を速やかに実行するための輸出戦略実行委員会( )の設置[H26.6]

「輸出戦略実行委員会」は、オールジャパンの輸出促進の司令塔として、関係府省及び事業者団体等により構成された委員会

グローバル・フードバリューチェーン戦略の策定(農林水産省)[H26.6]

産地の「こだわり」を消費者につなげるため、コールドチェーン、流通販売網など輸出環境整備等を推進

## 輸出を取り巻く情勢の変化

農林水産物・食品の輸出額は3年連続で最高額を更新し、平成27年は7,451億円

平成28年2月、環太平洋パートナーシップ(TPP)協定が署名

海外からの訪日客(インバウンド)の増加が加速し、平成27年は年間1,974万人と過去最高

平成25年10月の「和食」のユネスコ無形文化遺産登録を契機とした日本食、日本食文化への関心の高まり

放射性物質に係る諸外国・地域の輸入規制に対する緩和、撤廃については、一定の進捗はみられるが、台湾、中国など主要な輸出先国・地域は依然として継続

展示会などのイベントがバラバラに実施され、効果が限定的

今が日本の農林水産物・食品を世界に売り込む大きなチャンス

ワーキンググループ等での議論を踏まえた検討課題への対応方向

## 民間の意欲的な取組への支援

### 1. 市場を知る、市場を耕す(ニーズの把握・需要の掘り起し)

- ▶ 現地のニーズを継続して把握し、情報をまとめて、提供する
  - ・情報をJETROに一元的に集約・提供
- ▶ プロモーションを統一的、戦略的に行う
  - ・輸出戦略の「参謀」として「企画戦略会議」を輸出戦略実行委員会の下に設置
  - ・「国・地域別イベントカレンダー」を作成
  - ・海外の消費者等に対して日本産品の品質や特色を担保する制度の創設を検討
- ▶ 多様な方法でプロモーションを行う
  - ・トップセールスや大型イベントの機会の活用
  - ・著名シェフ等の「インフルエンサー」の活用
- ▶ 日本文化・食文化と一体として、売り込む
  - ・日本食や食文化等を発信する機能を持つ施設の設置・運営を支援
- ▶ インバウンドを輸出に結び付ける
  - ・外国人旅行者に農山漁村や日本食・食文化を体験してもらう取組等を拡大し、海外へ発信

### 2. 農林漁業者や食品事業者を、海外につなぐ(販路開拓、供給面の対応)

- ▶ 輸出についての相談をしやすいとする
  - ・JETROと農林水産省の相談体制の強化
  - ・JETRO専門家(輸出プロモーター等)や6次産業化プランナーによる支援
- ▶ 農林漁業者や食品事業者と貿易のプロを結びつける
  - ・海外バイヤーを国内の卸売市場や産地等に招聘しつつ商談会を開催
- ▶ 様々な販売ルート、販売手法を提案する
  - ・海外に産直市場を設置し、生産者が直接輸出する取組を支援
  - ・ネットを用いた宅配・予約販売方式による輸出の取組を推進
- ▶ 代金決済の不安を取り除く
  - ・低保険料率の農林水産業関係法人向け貿易保険の新設
  - ・各種輸出手続き等を代行・支援する体制を整備
- ▶ 海外ニーズにマッチして、生産する
  - ・ジャパンブランド定着のため、リレー出荷・周年供給体制を整備
- ▶ 海外輸入規制に適合して、生産する
  - ・輸出先国の動植物検疫等に対応した栽培方法や加工技術の確立・導入の推進

### 3. 生産物を海外に運ぶ、海外で売る(物流)

- ▶ 安く運ぶ
  - ・共同輸送の促進等を通じた出荷単位の大口化
  - ・就航ニーズの高い国内空港の発着便数の拡大と空港着陸料減免措置の継続
  - ・生鮮品の大量かつ低コストの海上輸送を可能とする最新の鮮度保持輸送技術の普及の促進・新規技術開発
- ▶ より多く、品質を守って、運ぶ
  - ・成田空港と那覇空港の貨物エリアの整備・拡大
  - ・日本企業による海外コールドチェーン事業の参入に対する支援
- ▶ 中小事業者が売りやすくする
  - ・卸売市場について、海外バイヤー等に施設を開放し、海外バイヤーと卸売業者が直接取引できるような規制を緩和
  - ・ジャパンモールの設置・運営の支援

### 4. 輸出の手間を省く、障壁を下げる(輸出環境の整備)

- ▶ 輸出手続の手間を省く、輸出の障壁を下げる
  - ・NACCS(輸出入・港湾関連情報処理システム)により一元処理できる証明書の範囲の拡大
  - ・規制等の緩和・撤廃に向けた取組を加速化するため、内閣官房に「輸出規制等対応チーム(仮称)」を設置
  - ・海外での日本の既存添加物の使用が認められるよう、海外当局への申請に必要な安全性試験等を実施
- ▶ 国際規格・認証をとる、本物を守る、イスラム市場に打って出る
  - ・GLOBAL G.A.P.などの国際的な認証取得の推進、日本発の国際的に通用する民間の規格・認証の仕組みの構築
  - ・地理的表示(GI)について、諸外国と相互に保護できる制度を整備するとともに、GIマークの海外商標登録を推進
  - ・ハラール認証に関する情報収集、ハラールセミナーの集中的な実施

### 5. 戦略を確実に実行する(推進体制)

- ▶ 輸出戦略の実行をチェックし、更に進める
  - ・輸出戦略実行委員会において、毎年度、PDCAサイクルにより、輸出戦略に基づく実行状況等の検証、必要な見直しを実施
- ▶ 主要輸出先国で官民一体となった輸入促進体制をつくる
  - ・在外公館、JETROの海外事務所、輸出業者等が現地の情報・課題を共有し、協力して課題解決に取り組む体制を検討

## 意欲ある農林漁業者や食品事業者へのメッセージ

### 国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略

- ・それぞれの国・地域ごとに、現地の消費者の嗜好、日本や他国からの輸入の状況などを分析し、輸出拡大に向けた課題と具体的な取組を示した「国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略」を策定
- ・毎年度、「国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略」に基づく実行状況等を検証し、戦略を深化

### 品目別の輸出力強化に向けた対応方向

- ・米、青果物、茶、畜産物、水産物などについて品目別に輸出を目指す場合の課題と今後の取組の方向を示した「品目別の輸出力強化に向けた対応方向」を策定
- ・毎年度、「品目別の輸出力強化に向けた対応方向」に基づく実行状況等を検証し、必要な見直しを実施

実践的な輸出戦略を策定し、政府・民間が一丸となって輸出に取り組む

平成三十三年の輸出入額1兆円目標の前倒し達成

# 農林水産業の輸出力強化戦略 –ポイント–

## 〔基本的考え方〕

- 国内の食市場が縮小する中で、アジアを中心に世界の食市場は拡大。我が国のおいしくて、安全な農林水産物や食品は高い評価。
- 輸出は、農林水産物・食品の販路拡大につながる重要な手段。高い技術力により、四季がある日本で旬の農林水産物や多様な食品を提供できるということは我が国の農林水産業・食品産業の強み。海外のニーズに合った高品質な日本産品を多く輸出できるようになれば、農林漁業者や食品事業者の所得向上も期待。また、生産拡大の環境が整うことで、意欲ある若い担い手が新たに参入し、創意工夫にあふれた経営を実践していくことで、農林漁業の閉塞感の打開にもつながる。
- 輸出の主役は、農林漁業者や食品事業者。民間のチャレンジや創意工夫が一層引き出され、意欲的な取組が行われるよう、側面から支援していくことが政府の基本姿勢。同時に、民間では対応できない外国の規制等への対応について、政府として全力で取り組む。

## 民間の意欲的な取組を支援する「7つのアクション」

### ■ 情報の一元的提供

(まずは、「相手国・マーケット・ライバルを知る」)

### ■ 日本産の「品質の良さ」を世界に伝える

(日本の「強み」をアピール)

- ・JASの仕組みを活用し、海外の消費者・事業者に対して日本産品の品質や特色を担保する制度の創設を検討
- ・インバウンドとの連携、日本文化との一体的プロモーション

### ■ 「ライバル国に負けない」ための戦略的販売(リレー出荷・周年供給)を進める

(「売り込み体制を整えて、前へ」)

- ・H28香港での果物リレー出荷の本格的な実施をサポート
- ・新たに国・地域別イベントカレンダーを策定することで、全国統一的なプロモーションを実施
- ・最新の鮮度保持技術で、船舶により大量に高品質で供給

### ■ 農林漁業者自身が海外において販売拠点を設ける取組をサポート

(「新しい発想の輸出をつくる」)

- ・シンガポールでの農水産物産直市場設置の取組に対する支援を検討 (まず「成功例をつくる」)

### ■ 既存の規制を見直し、国内の卸売市場を輸出拠点へ (「いつもの市場から海外へ」)

- ・市場施設を海外バイヤーに開放、コンテナヤード等を整備
- ・卸売業者と海外バイヤーが直接取引したり、海外バイヤーの依頼で、仲卸業者が産地と直接取引できるよう規制緩和

### ■ 諸外国の規制の緩和・撤廃のため、省庁横断でチームをつくり、戦略的に対処

(「輸出可能な品目・輸出先を増やす」)

- ・食品安全、放射性物質、検疫、通関手続などを対象
- ・内閣官房に「輸出規制等対応チーム(仮称)」を設置

### ■ 国内の輸出関連手続を改革

(輸出の「手間を省く」)

- ・省庁が連携した各輸出関連証明書の発行手続の抜本改革
- ・動植物検疫につき、これまでの主要海空港以外でも、早朝・夜間・土日・祝日も柔軟に対応

## 意欲ある農林漁業者や食品事業者に届ける「2つのメッセージ」

### □ 国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略を提示

(※21の国・地域)

(個々の民間主体の情報を補い、新しい展開の一助へ。そして、意欲ある農林漁業者や食品事業者が、具体的に「売れる可能性」を感じてもらい、「海外に打って出る」きっかけに)

- ・輸出先国の消費者の嗜好やライバル国の状況も調べ、幅広いルートでニーズを把握の上、重点品目、有望品目を設定
- ・品目ごとのターゲット、販路開拓の取組も提案
- ・今後も更新しながら、最新の情報を農林漁業者や食品事業者へ提供

### □ 品目別の輸出力強化に向けた対応方向を提示(※米、青果物、茶、畜産物、水産物など)

(広く農林漁業者へのメッセージ。「産地が変わる」きっかけに)

# 農林水産業の輸出力強化戦略

平成28年 5 月

## 目次

I	農林水産業の輸出力強化に向けて（本戦略の趣旨）	1
II	民間の意欲的な取組を支援する「7つのアクション」と意欲ある農林漁業者や食品事業者に届ける「2つのメッセージ」	3
	1. 7つのアクション	3
	2. 2つのメッセージ	4
III	農林水産業の輸出力強化に向けた具体的な戦略	5
	第1 民間の意欲的な取組を支援する	5
	1. 市場を知る、市場を耕す（ニーズの把握、需要の掘り起し）	5
	2. 農林漁業者や食品事業者を、海外につなぐ（販路開拓、供給面の対応）	6
	3. 生産物を海外に運ぶ、海外で売る（物流）	8
	4. 輸出の手間を省く、障壁を下げる（輸出環境の整備）	9
	5. 戦略を確実に実行する（推進体制）	11
	第2 意欲ある農林漁業者、食品事業者にメッセージを届ける	12
	1. 国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略	12
	2. 品目別の輸出力強化に向けた対応方向	12

## I 農林水産業の輸出力強化に向けて（本戦略の趣旨）

我が国では少子高齢化が他の国より早いペースで進行しており、今後国内の食市場は縮小すると見込まれている。一方で世界に目を向ければ、日本と距離が近いアジアを中心とした新興国では経済成長、人口増加が進んでおり、世界全体の食市場は平成21年（2009年）の340兆円から平成32年（2020年）には680兆円まで倍増すると推計されている。

我が国のおいしくて、安全な農林水産物や日本食は、世界において高い評価を受けている。平成25年（2013年）には「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録され、平成27年（2015年）に開催された「食」をテーマとする初の万博であるミラノ万博において日本館は高い評価を受けた。さらに、海外における日本食レストラン数も平成25年（2013年）の5.5万店から平成27年（2015年）には8.9万店に増加し、海外からの訪日客は平成27年（2015年）には年間1,974万人と過去最高を記録するなど、「日本食」に対して追い風が吹いている。

農林水産物・食品の輸出額は着実に伸びており、平成25年（2013年）から3年連続で過去最高額を更新し、平成27年（2015年）の輸出実績は7,451億円と、平成28年（2016年）に7,000億円という中間目標を1年前倒しで達成した。

このような状況の中、TPP協定が署名（平成28年（2016年）2月）された。TPP協定では、コメや牛肉など我が国が特に輸出の拡大を図っている品目全てについて、相手国の関税が撤廃されることとなった。TPPは、日本の農林水産物・食品を世界に売り込む大きなチャンスである。

今後、海外において食の需要が拡大すると見込まれる中で、輸出は、農林水産物・食品の販路拡大につながる重要な手段である。長い年月の間に培われた高い技術力により、四季がある日本で旬の農林水産物や多様な食品を提供できるということは、我が国の農林水産業・食品産業の強みである。海外のニーズに合った高品質な日本産品をより多く輸出できるよう、バリューチェーンをつなぐことができれば、農林漁業者や食品事業者の所得の向上が期待できる。

また、生産を拡大できる環境が整うことで、意欲ある若い担い手が新たに農林漁業に参入するとともに、ITなどの新技術を駆使して創意工夫にあふれた経営を実践していくことが可能となり、農林漁業の閉塞感を打開し地方創生につなげていける

ものと確信する。

輸出を実行していくのは農林漁業者であり、食品事業者である。主役たるこれらの事業者のチャレンジや創意工夫が一層引き出され、意欲的な取組が行われるよう、側面から支援していくことが政府の基本姿勢である。同時に、民間では対応できない外国の規制等への対応については、政府として全力で取り組む。

当ワーキンググループでは、輸出に関係する各分野（ニーズ・需要、販路開拓、供給面、物流、輸出環境整備）毎に、有識者から御意見を聞き、「農林水産業の輸出力強化戦略」を取りまとめた。

今後は、輸出を企画・議論する段階から一歩踏み出し、多くの事業者がこの戦略で盛り込まれた施策を活用して、具体的な行動を起こしていただくことを期待する。

また、個々の民間主体の情報を補い、意欲ある事業者の海外展開の一助となるよう、それぞれの国・地域ごとに、現地の消費者の嗜好、日本や他国からの輸入の状況などを分析し、輸出拡大に向けた課題と具体的な取組を示した「国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略」を策定した。

さらに、農林漁業者が発想を転換し、創意工夫を発揮して輸出にチャレンジするきっかけとなるよう、品目別に輸出を目指す場合の課題と今後の取組の方向を示した「品目別の輸出力強化に向けた対応方向」を策定した。

国内のマーケットに加えて、海外のマーケットが獲得できれば、農林漁業・食品産業の未来は開かれる。農林水産物・食品の輸出額については、平成32年（2020年）の1兆円目標を可能な限り早期に達成する。そして、農林漁業者、食品事業者と流通業者・物流業者や行政が力を合わせて、輸出の高みを目指す取組を進め、農林水産業の成長産業化を確かなものとするのが重要である。

農林水産業・地域の活力創造本部

農林水産業の輸出力強化ワーキンググループ

## Ⅱ 民間の意欲的な取組を支援する「7つのアクション」と意欲ある農林漁業者や食品事業者に届ける「2つのメッセージ」

輸出力強化のための具体的な戦略のうち、農林水産物・食品の輸出拡大の課題解決に不可欠で、スピード感を持って進めるべき新たな取組を「7つのアクション」として抽出した。官民がそれぞれの役割分担の下でこれらの取組に速やかに着手し、軌道に乗せていく。この秋には早速、「7つのアクション」の進捗状況等を検証することとする。

「国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略」と「品目別の輸出力強化に向けた対応方向」は農林漁業者や食品事業者に向けての「2つのメッセージ」である。これらにより、輸出に関心のある事業者はもとより、関心のなかった方々、これから農林水産業に取り組みようとする方々に農林水産物・食品の輸出を視野に入れていただければ幸いである。そして、多くの事業者がこれらを活用して、農林水産物・食品の輸出拡大に取り組んでいただくことを期待する。

### 1. 7つのアクション

#### ■ 情報の一元的提供

(まずは、「相手国・マーケット・ライバルを知る」)

- 現地のニーズなど輸出に関する情報をJETROに一元的に集約し、WEBやメルマガ等、ユーザーが使いやすい形で提供します。

#### ■ 日本産の「品質の良さ」を世界に伝える

(日本の「強み」をアピール)

- JASの仕組みを活用し、海外の消費者・事業者に対して日本産品の品質や特色を担保する制度の創設を検討します。
- インバウンドとの連携や日本文化との一体的プロモーションに取り組み、日本の農林水産物・食品の輸出拡大に結び付けます。

#### ■ 「ライバル国に負けない」ための戦略的販売（リレー出荷・周年供給）を進める

(「売り込み体制を整えて、前へ」)

- 平成28年度に香港向けに本格的に実施する果物のリレー出荷をサポートします。
- 新たに国・地域別イベントカレンダーを策定することで、全国統一的なプロモーションを実施します。
- 最新の鮮度保持技術で、船舶により大量に高品質な農林水産物・食品を供給します。

## ■ 農林漁業者自身が海外において販売拠点を設ける取組をサポート

(「新しい発想の輸出をつくる」)

- シンガポールでの農水産物産直市場設置の取組に対する支援を検討します（まず「成功例をつくる」）

## ■ 既存の規制を見直し、国内の卸売市場を輸出拠点へ

(「いつもの市場から海外へ」)

- 市場施設を海外バイヤーに開放するとともに、コンテナヤード等の整備を進めます。
- 卸売業者と海外バイヤーが直接取引したり、海外バイヤーの依頼で、仲卸業者が産地と直接取引できるよう規制緩和します。

## ■ 諸外国の規制の緩和・撤廃のため、省庁横断でチームをつくり、戦略的に対処

(「輸出可能な品目・輸出先を増やす」)

- 食品安全、放射性物質、検疫、通関手続きなどの輸出に関する規制等の緩和・撤廃に向けた取組を加速化させるため、内閣官房に「輸出規制等対応チーム（仮称）」を設置します。

## ■ 国内の輸出関連手続きを改革

(輸出の「手間を省く」)

- 省庁が連携して各輸出関連証明書の発行手続きの抜本改革に取り組みます。
- 動植物検疫につき、これまでの主要海空港以外でも、早朝・夜間・土日・祝日も柔軟に対応します。

## 2. 2つのメッセージ

### ■ 国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略を提示（※21の国・地域）

(個々の民間主体の情報を補い、新しい展開の一助へ。そして、意欲ある農林漁業者や食品事業者が、具体的に「売れる可能性」を感じてもらい、「海外に打って出る」きっかけに)

- 輸出先国の消費者の嗜好やライバル国の状況も調べ、幅広いルートでニーズを把握の上、重点品目、有望品目を設定します。
- 品目ごとのターゲット、販路開拓の取組も提案します。
- 今後も更新しながら、最新の情報を農林漁業者や食品事業者に提供します。

### ■ 品目別の輸出力強化に向けた対応方向を提示（※米、青果物、茶、畜産物、水産物など）

(広く農林漁業者へのメッセージ。「産地が変わる」きっかけに)

- 品目別に輸出を目指す場合の課題と今後の取組方向を農林漁業者等に提供します。

### Ⅲ 農林水産業の輸出力強化に向けた具体的な戦略

#### 第1 民間の意欲的な取組を支援する

##### 1. 市場を知る、市場を耕す（ニーズの把握、需要の掘り起し）

###### (1) 現地のニーズを継続して把握し、情報をまとめて、提供する

- ・ 関係省庁、関係団体は、在外公館や現地事務所を通じるなどにより、現地の農林水産物・食品の市場に関する情報等を継続的に収集
  - ◇ 在外公館の「日本企業支援担当官（食産業担当）」は、現地の輸入に関する制度、公館のイベント等で供された日本食に対する反応などの情報を収集
  - ◇ JETROは、現地の食生活に関する一般情報、インスタアショップでの販売状況、展示会・商談会等での反応や成約状況などの情報収集。あわせて、プロモーション活動やバイヤー招聘などの成功事例、失敗事例を評価・分析した情報も蓄積
  - ◇ 農水省は、輸出統計のより詳細な分析を行うとともに、分析対象国を10ヶ国から倍増
  - ◇ 観光庁・JNTO（日本政府観光局）は、訪日外国人旅行者の消費動向、ニーズなどの情報を収集
- ・ 上記により収集した情報を輸出戦略実行委員会と連携して JETROに一元的に集約。WEBやメルマガ等、ユーザーが使いやすい形で提供するとともに、プロモーション活動やバイヤー招聘などに反映。

###### (2) プロモーションを統一的、戦略的に行う

- ・ 輸出戦略の「参謀」として、民間有識者も参画した「企画戦略会議」を輸出戦略実行委員会の下に設置。プロモーションの企画・実行は、JETROの機能を最大限活用しつつ、官民一体となって統一的・戦略的に推進
  - 〔企画戦略会議の取組〕
    - ◇ 1年以上先のイベント情報を盛り込んだ「国・地域別イベントカレンダー」を作成し、フェアの重複排除やイベント間の連携、出展者の掘り起しなどに活用
    - ◇ 共通ロゴマークなどプロモーションデザインを統一し、イベント・パンフレットなどでの使用を推進
    - ◇ リレー出荷、産地間連携の取組の企画・検証
    - ◇ インバウンドと農林水産物・食品の輸出の連携強化
- ・ JASの仕組みを活用し、海外の消費者・事業者に対して日本産品の品質や特色を担保する制度の創設を検討

###### (3) 多様な方法でプロモーションを行う

- ・ 総理外遊等の際のトップセールスや東京オリンピック・パラリンピックなどの大型イ

ベントの機会を活用したプロモーションを実施

- ・ 在外公館やジャパン・ハウスを日本産品や日本食・食文化の発信拠点として活用
- ・ 在外公館のレセプション等に、著名シェフなど「インフルエンサー」を招待し、日本産品や日本食・食文化の魅力を広めてもらうよう働きかけ
- ・ 日本食普及の親善大使（平成28年2月時点34名）の活用や専門的知識を持つ人材育成を通じた日本産品や日本食・食文化の発信
- ・ 海外の酒類教育機関であるWSET(Wine and Spirits Education Trust)の講師候補者を日本に招聘することなどにより、ソムリエなど日本酒の専門的知識を持つ人材の育成
- ・ 海外食品のプロモーションで実績・ネットワークを持つ機関（SOPEXA）とJETROとの連携を通じた、新たなノウハウ・ネットワークを導入したプロモーションの実施
- ・ 日本産品や日本食・食文化を紹介した放送コンテンツ、ポータルサイト及びアプリの作成や取材機会の提供により、様々な海外メディア・WEBメディア等を活用して世界に発信
- ・ 日本酒アプリ“sakefan World”の充実と展示会における活用等の促進〔民間〕

#### （４）日本文化・食文化と一体として、売り込む

- ・ 海外主要都市において、レストラン、販売スペース、展示スペースなど、日本食や食文化等を発信する機能を持つ施設の設置・運営を支援
- ・ 和食等の食文化や食器等の伝統工芸品、コンテンツ等の日本文化と食材をセットにしたイベントの実施

#### （５）インバウンドを輸出に結び付ける

- ・ 広域観光周遊ルートにおけるモデルコースや食・農業体験などを活かした旅行など、「食」や「農」をテーマにした旅行商品の開発・販売
- ・ 「食と農の景勝地」認定制度の導入や「農泊」の推進（平成32年度までに50地域）による、外国人旅行者に農山漁村や日本食・食文化を体験してもらう取組の拡大
- ・ 日本の農林水産業や日本食・食材の魅力を発信する「ジャパン・ハーヴェスト」（平成28年11月・東京）等の開催
- ・ 道の駅、空港、クルーズ船の寄港地などにおける、外国人旅行者を対象とした農林水産物・食品のお土産としての持ち帰りを促進
- ・ 持ち帰り可能な農畜産物がわかる多言語化リーフレットの配布
- ・ ビジット・ジャパン事業を通じ、日本産品や日本食・食文化等についての情報を、国・地域ごとの消費動向等を踏まえて選択しつつ発信

## **2. 農林漁業者や食品事業者を、海外につなぐ（販路開拓、供給面の対応）**

### （１）輸出についての相談をしやすくする

- ・ JETROと農林水産省の相談窓口の有機的連携と相談体制の強化
  - ◇ 相談窓口の連絡先などを記載したパンフレット等の作成・配布
  - ◇ 輸出に関心のある農林漁業者や食品事業者に対する出張説明
- ・ JETRO専門家（輸出プロモーター、新輸出大国コンソーシアム専門家）や6次産業化プランナー（平成28年度中に輸出に関する相談・アドバイスを行える人材を100名確保）による相談内容に応じた様々な専門家の支援
- ・ 農林漁業者や中小食品事業者などを対象とした輸出実務に関する研修会・セミナー等の充実

## （2）農林漁業者や食品事業者と貿易のプロを結びつける

- ・ 海外バイヤーを国内の卸売市場や産地等に招聘しつつ商談会を開催
- ・ 見本市については、①集客力が大きく、近隣国からもバイヤーが集まるフラッグシップとなるものへの出展、②今後の輸出拡大が特に強く期待できる国での出展を拡大
- ・ 商談会での成約率を上げるため、①商談前に、参加者に基礎知識を習得するためのセミナーや事例紹介、国内の貿易業者の紹介を行う、②商談後に、取引状況の分析結果や現地マーケット情報を提供するなど、参加者に対するフォローアップを強化
- ・ 国内貿易業者や海外バイヤーのリストを常に最新情報に更新するとともに、輸出先や取扱品目など各業者の情報を追加
- ・ 輸出を希望する農林漁業者・事業者とその商品のリスト化を行い、海外バイヤー等に提供

## （3）様々な販売ルート、販売手法を提案する

- ・ 日本産食材を積極的に使用するレストラン等として認定を受けた「日本産食材サポーター店」や日本料理の知識・技能が一定レベルに達した者として認定を受けた外国人料理人を増やして、日本の食材・食品の利用・販売を促進（平成30年度までに「日本産食材サポーター店」を3,000店舗以上認定。平成30年度までに日本料理の調理技能認定において1,000名以上認定）
- ・ 外国人が国内の日本料理店で働きながら伝統料理等の技術を修得する取組を推進
- ・ 日系コンビニや現地スーパー等における日本の食材・食品の試験販売を実施（平成28年11月、ベトナムの日系コンビニ200店舗で実施）
- ・ 海外に産直市場を設置し、農林漁業者から生鮮品・一次加工品を直接輸出する取組を支援（シンガポールでの構想を検討）
- ・ JAグループにおいて、農業者等のリスクをカバーする等の多様なニーズに一元的に対応する輸出促進のための新法人を立ち上げるとともに、シンガポール等における輸入拠点の段階的な整備を検討
- ・ ネットを活用した宅配・予約販売方式による輸出の取組を推進〔民間〕
- ・ 機内食、健康食、冷凍食など新分野への参入による市場開拓〔民間〕

- ・ 現地の消費者に日本食や食文化などを説明できる現地販売員を育成するとともに、現地の消費者に食べ方、調理法、文化的背景等の知識を伝えるための調理デモンストレーションや試食を推進
- ・ 和牛のモモ肉やバラ肉等の良さを引き出す食べ方（焼き肉、すき焼き等）や薄切りといった技術を海外のシェフや流通・小売業者に習得させるための取組の推進（平成28年度以降3年間で、計8ヶ国50人のシェフ等を日本に招聘）

#### （４）代金決済の不安を取り除く

- ・ 低保険料率の農林水産業関係法人向け貿易保険の新設（「中小企業輸出代金保険」の対象法人の拡充）と利用の促進（農水食品分野での利用社数を3年間で現在の3倍以上である150社以上。）
- ・ 出荷から実際の輸出に至るまでの各種輸出手続き等を代行・支援する体制を整備〔民間〕
- ・ 輸出に取り組む事業者に対し、海外バイヤーの信用調査サービスを提供

#### （５）海外ニーズにマッチして、生産する

- ・ ジャパンブランドの定着のため、リレー出荷・周年供給体制を整備
- ・ 青果物については、日本青果物輸出促進協議会が、各産地が行う販促イベントの時期を調整し、産地が連携して通年で販売する体制を新たに構築（平成28年度に香港で実施）
- ・ 輸出先国のニーズに対応した新品種の開発・導入の推進や優良品種への転換
- ・ 省力化・収量増、コスト低減につながる新しい栽培技術の開発・導入の推進
- ・ ロボット技術やICT等の先端技術を応用した技術開発を推進

#### （６）海外輸入規制に適合して、生産する

- ・ 輸出先国の動植物検疫等に対応した栽培方法・検査体制等の確立・導入の推進
- ・ 輸出先国の残留農薬基準をクリアするための防除体系の確立・導入の推進
- ・ 動植物検疫が不要な加工形態の商品の開発・輸出の取組の推進
- ・ 各都道府県に専門家をメンバーとする産地サポート体制を整備し、輸出先国の規制に対応した防除・生産・選果等に関する助言・技術指導等を実施
- ・ HACCP、ハラールなど輸出先国が求める食肉処理施設の整備を関係者の合意に基づき推進

### **3. 生産物を海外に運ぶ、海外で売る（物流）**

#### （１）安く運ぶ

- ・ 改正物流総合効率化法の活用による共同輸送の促進等を通じた出荷単位の大口化
- ・ 就航ニーズの高い国内空港の発着便数の拡大等による競争環境の整備

- ・ 空港着陸料減免措置の継続
- ・ 成田空港での冷蔵倉庫増床に係る賃料の割引措置の導入に向けた検討
- ・ 生鮮品の大量かつ低コストの海上輸送を可能とする最新の鮮度保持輸送技術の普及の促進・新規技術開発
- ・ 空港における流通加工基地の設置など流通工程の簡素化〔民間〕

## (2) より多く、品質を守って、運ぶ

- ・ 空港・港湾等の輸出拠点周辺における冷蔵倉庫等の整備の促進
- ・ 成田空港において、貨物上屋の機能向上や貨物エリア内の導線改良を実施
- ・ 那覇空港において、暫定LCC施設の移設による貨物エリア拡大や駐機スポットの増設。また、国際物流ハブ化に向けた検討を推進
- ・ 港湾におけるリーファーコンテナ輸出環境の向上
- ・ 官民ファンドを活用した日本企業による海外コールドチェーン事業の参入に対する支援（ベトナムで冷凍冷蔵倉庫が平成28年8月稼働予定）
- ・ 海外の物流環境改善に向けた政府間対話等の推進
- ・ クール宅配システム等の規格化・国際標準化に向けた取組の促進

## (3) 中小事業者が売りやすくする

- ・ 卸売市場施設を海外バイヤーや輸出業者が有効利用できるような施設の開放を促進するとともに、海外バイヤーと卸売業者が直接取引できるよう規制を緩和
- ・ 卸売市場内に輸出向けに利用できるコンテナヤード等を整備するとともに、市場内で各種輸出関係証明書を発行
- ・ 官民ファンドを活用したジャパンモール（日本産品・日本製品の販売店や日本食レストランが集積した商業施設）の設置・運営の支援（シンガポールで平成28年7月開業予定、マレーシアで平成28年10月部分開業予定）
- ・ 海外に産直市場を設置し、農林漁業者から生鮮品・一次加工品を直接輸出する取組を支援（シンガポールでの構想を検討）【再掲】
- ・ JAグループにおいて、農業者等のリスクをカバーする等の多様なニーズに一元的に対応する輸出促進のための新法人を立ち上げるとともに、シンガポール等における輸入拠点の段階的な整備を検討【再掲】
- ・ ネットを活用した宅配・予約販売方式による輸出の取組を推進〔民間〕【再掲】

## **4. 輸出の手間を省く、障壁を下げる（輸出環境の整備）**

### (1) 輸出手続の手間を省く

- ・ NACCS（輸出入・港湾関連情報処理システム）により一元処理できる証明書の範囲の拡大（輸出証明書（原発事故関連）、漁獲証明書、衛生証明書について、平成28年度中

の実施を目指し、関係省庁間で調整)

- ・ 証明書窓口・受領場所の拡大（卸売市場における輸出証明書（原発事故関連）の受領、漁獲証明書を発行する都道府県の拡大等について、平成28年度中の実施を目指す）
- ・ 国際的にネットワーク化の動きがある証明書（植物検疫証明書・動物検疫証明書）について電子化を推進
- ・ 衛生証明書関係の発行手続きの簡素化、迅速化
  - ◇ 地方厚生局等における衛生証明書等発行申請のペーパーレス化
  - ◇ 中国向け水産食品について、同一製品を継続して輸出する場合には自主検査成績書の添付を不要、外観やにおいなどの確認報告書の添付の不要等
  - ◇ EU向け水産食品について、一定の要件を満たした場合に輸出時の現場検査の頻度回数を削減
  - ◇ 輸出認定施設外の倉庫に搬出・保管された食肉についても、衛生証明書を発行
- ・ 各種輸出関連証明書の申請発行手続きに関する情報を容易に検索できるサイトの開設（平成28年度中に開設）
- ・ 主要空港の税関や植物防疫所・動物検疫所は24時間365日体制で対応（それ以外の場所でも事業者の要請に応じて早朝・夜間、土日・祝日も柔軟に対応）

## （２）輸出の障壁を下げる

- ・ 食品安全、放射性物質、検疫、通関手続き、流通業・物流業等の外資規制などの輸出に関する規制等の緩和・撤廃に向けた取組を加速化させるため、内閣官房に関係省庁を構成員とする「輸出規制等対応チーム（仮称）」を設置  
[対応チームの役割]
  - ◇ ヒアリングなどにより、輸出に取り組む民間企業等の意見や要望等を幅広く把握し、交渉方針等に反映
  - ◇ 交渉の選択肢を広げるため、各省庁から課題を出し合い、オールジャパンで交渉方針等を決定
  - ◇ 交渉方針に基づき関係省庁が相手国に働きかけ、その結果を共有しながら解決を図る
- ・ 海外からの病害虫等の侵入により輸出が止まることがないように、動植物検疫体制を強化
- ・ 家畜疫病発生による畜産物輸出の即時全面ストップを回避するため、相互に輸入停止を発生地域に限定して輸出を継続できるシステムの構築（アメリカ、EUと協議中）
- ・ 海外での日本の既存添加物の使用が認められるよう、海外当局への申請に必要な安全性試験等を実施（平成28年度からクチナシ青色色素、クチナシ黄色色素、ベニコウジ赤色色素の安全性試験等を実施）
- ・ 海外での残留農薬基準（インポート・トレランス）が設定されるよう、海外当局への申請に必要な各種試験を実施。

- ・ 新規に登録及び残留農薬基準の設定が行われる農薬について、輸出先国においても同時期に基準が設定されるようOECD諸国と国際共同評価を行うとともに、アジア諸国に対して国際共同評価への参加を働きかけ

### (3) 国際規格・認証をとる

- ・ 海外の小売事業者等から要求される、GLOBAL G. A. P. などの国際的な認証取得の推進
- ・ 日本発の国際的に通用する民間の規格・認証の仕組みの構築
  - ◇ GAP（平成28年度から認証を開始し、最初の1年間に10件以上の認証、平成29年度の国際的な申請を目指す）
  - ◇ HACCPをベースにした食品安全管理規格（平成28年度から認証を開始し、最初の1年間に10件以上の認証、平成29年度の国際的な申請を目指す）
  - ◇ 水産エコラベル（平成29年度までにMELジャパン（マリン・エコラベル・ジャパン）の中に輸出向け水産物の認証スキームを構築することを目指す）
  - ◇ 国際クール宅配システム（平成28年度中の国際規格策定を目指す）
- ・ HACCPの制度化への検討（「食品衛生管理の国際標準化に関する検討会」を開催し、平成28年末を目途に報告書とりまとめ）

### (4) 本物を守る

- ・ 地理的表示（GI）について、諸外国と相互にGIを保護できる制度を整備するとともに、GIマークの海外における商標登録を推進。
- ・ UPOV（植物新品種保護国際条約）91年条約への加盟を強く働きかけるとともに、海外での知的財産権（特許、商標、意匠、新品種育成者権等）の取得や知財トラブルへの対応を支援

### (5) イスラム市場に打って出る

- ・ 各国ごとに異なるハラール認証に関する情報を収集し、随時更新するとともに、JETROにハラール食品の専門家を設置し、ハラールセミナーを集中的に開催
- ・ 関係者の合意に基づくハラール対応可能な食肉処理施設の整備を推進

## **5. 戦略を確実に実行する（推進体制）**

### (1) 輸出戦略の実行をチェックし、更に進める

- ・ 輸出戦略を着実に推進するため、輸出戦略実行委員会に新たに企画戦略会議を設置するとともに、現行の部会などの役割分担、組織・メンバーの見直しを実施
- ・ 輸出戦略実行委員会において、毎年度、PDCAサイクルに基づき、輸出戦略に基づく実行状況等を検証し、必要な見直しを実施
- ・ 輸出戦略に関する説明会を全国各地で開催するとともに、ホームページやSNS等を活

用した情報提供を実施

## (2) 主要輸出先国で官民一体となった輸入促進体制をつくる

- ・ 主要輸出先国において、在外公館、JETROの海外事務所、輸出業者、日本食レストラン、日系のスーパー・コンビニ、日系物流事業者、現地バイヤー等が、現地の情報や課題を共有し、関係者が協力して課題解決に取り組む体制を検討

## 第2 意欲ある農林漁業者、食品事業者にメッセージを届ける

### 1. 国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略

- ・ 個々の民間主体の情報を補い、意欲ある農林漁業者・食品事業者の海外展開の一助となるよう、それぞれの国・地域ごとに、現地の消費者の嗜好、日本や他国からの輸入の状況などを分析し、輸出拡大に向けた課題と具体的な取組を示した「国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略」を策定（別紙1）
- ・ 今後、それぞれの国・地域ごとの有望品目、ターゲット（所得層、年齢層、民族、都市など）、プロモーション方法等に関する分析を更に進めるとともに、毎年度、「国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略」に基づく実行状況等を検証し、戦略を深化

### 2. 品目別の輸出力強化に向けた対応方向

- ・ 農林漁業者等が、発想を転換し、世界のマーケットにも目を向けて、創意工夫を発揮して輸出にチャレンジするきっかけとなるよう、米、青果物、茶、花き、畜産物、水産物、加工食品、アルコール飲料、林産物について品目別に輸出を目指す場合の課題と今後の取組の方向を示した「品目別の輸出力強化に向けた対応方向」を策定（別紙2）
- ・ 毎年度、「品目別の輸出力強化に向けた対応方向」に基づく実行状況等を検証し、必要な見直しを実施