

強い農業②（輸出振興）

平成28年11月12日

行政改革推進本部事務局

説明資料

事業概要

輸出総合サポートプロジェクト事業 [1,747百万円(29年度要求)]

・ジェットロ等への補助を通じて、輸出に取り組む有望な農林水産業者の発掘・育成を行い、輸出機会の拡大のため、国内外商談会の開催、世界の主要な国際見本市への出展、新興市場等のマーケティング拠点の設置等を行う。

輸出に取り組む事業者向け対策事業 [842百万円(29年度要求)]

・農林漁業者や食品事業者の組織する団体等が行う、ジャパンプランドの確立に向けた取組、産地間連携の促進、輸出環境整備、先進的輸送技術による最適輸出モデルの開発・実証等の取組を支援。

輸出環境整備推進委託事業 [303百万円(29年度要求)]

・政府間交渉により解決を図るべき案件の交渉を進めるにあたり、交渉過程での相手国からの要求等に応じて必要となる日本農林水産物・食品の安全性評価等の必要な情報・データを収集・分析等を実施。

食品の品質管理体制強化対策事業 [169百万円(29年度要求)]

・HACCP導入のため、食品製造業者に対する研修会の開催や助言・指導を行う専門家の派遣等を行う事業に補助金を交付等。

日本発食品安全管理規格策定推進事業(新28) [115百万円(29年度要求)]

・食品関係事業者が国際的に通用する食品安全管理規格の認証を取得しやすい環境を整備するため、規格やガイドラインの作成、国際規格に係る情報収集や関係機関等との調整等の取組を支援。

強い農業づくり交付金 [23,000百万円(29年度要求)]

・国産農畜産物の安定供給・輸出拡大に必要な共同利用施設整備を支援。

農林水産物・食品の輸出額1兆円達成に向けて①

各国国内総生産額に対する農産物の輸出割合

	日本	アメリカ	中国	イギリス	オランダ	オーストラリア
国内総生産額(名目GDP)(単位:億ドル)	49,196	166,632	95,184	27,123	8,642	15,288
うち農林水産業(単位:億ドル)【GDP比(%)】	590【1.2】	2,254【1.4】	9,194【9.7】	168【0.6】	150【1.7】	360【2.4】
農産物輸出額(単位:億ドル)【GDP比(%)】 (注:林・水産物を除く)	31【0.06】	1,477【0.9】	464【0.5】	293【1.1】	909【10.5】	378【2.5】

「2013年 国連統計、FAO統計より」

農林水産業の輸出力強化戦略

平成28年5月19日の農林水産業・地域の活力創造本部(本部長:内閣総理大臣)において取りまとめ
目標:平成32年の農林水産物・食品の輸出額1兆円目標の1年前倒し達成(平成27年 7,451億円)

「国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略」を策定

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提示

「品目別の輸出力強化に向けた対応方向」を策定

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提示

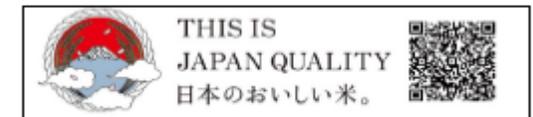
農林水産物・食品の輸出額1兆円達成に向けて②

現状等

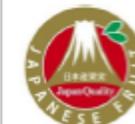
- ・着実な実施に向けて、関係省庁、輸出関連事業者等から構成される「輸出戦略実行委員会」において、取組状況の検証や取組方針の策定等を議論。
- ・これまで、輸出しやすく、商流が確立している香港や台湾等に販売促進活動が集中し、現地で産地間の過当競争や叩き売りが発生。
- ・オールジャパンで戦略的に輸出するため、品目別輸出団体(コメ・コメ加工食品分野では、(一社)全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会)を設立し、産地間で連携を図り、ジャパブランドの育成や長期的に安定した輸出を図っている。
- ・現在、農水省において、輸出促進に向けて、産地間連携の促進やジャパブランドの確立による販路開拓など、品目別輸出団体等の取組に対する支援や、ジェトロ等を通じて、海外見本市におけるジャパパビリオンの設営や農林漁業者と海外バイヤー等とのマッチングの機会を提供するため国内外における商談会の開催など、輸出に取り組む事業者等に対する品目横断的なサポート体制の強化など、各種支援策を講じている。



統一的デザインによるブース設置
〈ジャパパビリオン〉



(コメ・コメ加工品)



(果実)



(牛肉)



(豚肉)



(鶏肉)



(鶏卵)



(水産物)

共通ロゴマークの使用・普及
〈品目別ブランドマーク〉

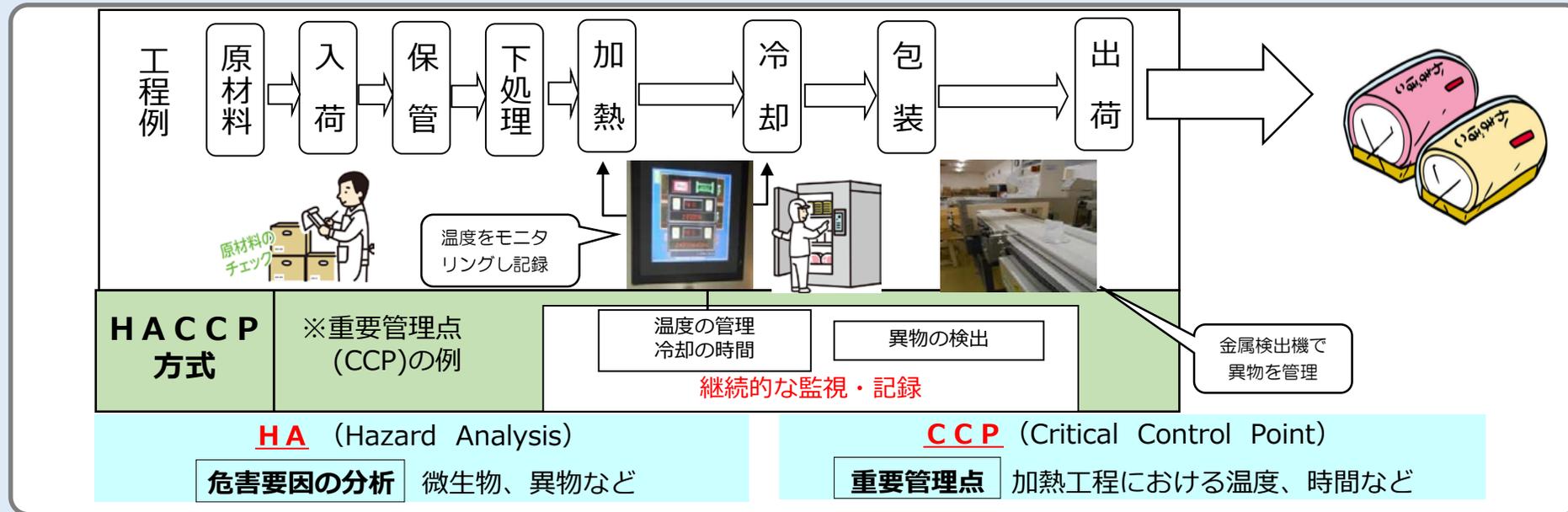
輸出拡大に向けた食品安全管理規格の認証等の推進について

現状等

- ・世界の食品取引の状況において、各国の食品安全規制は、HACCP(ハサップ)の義務化の流れがある。
- ・輸出の促進に向けては、国際的に通用し、相互に認め合える日本の規格・認証が必要。
- ・中小事業者の取組が重要であるものの、HACCPの導入率は伸び悩んでいる。
(平成27年度 中小事業者HACCP導入率 35% (目標:平成35年度までに50%))

HACCPとは

原材料の受入から最終製品までの各工程ごとに、微生物による汚染、金属の混入などの危害要因を分析(HA)した上で、危害の防止につながる特に重要な工程(CCP)を継続的に監視・記録する「工程管理システム」



農畜産物輸出拡大のためには、輸出先国の求める衛生条件等を満たすために必要な施設の整備が必要
強い農業づくり交付金事業を実施(施設整備に対する補助)

論点

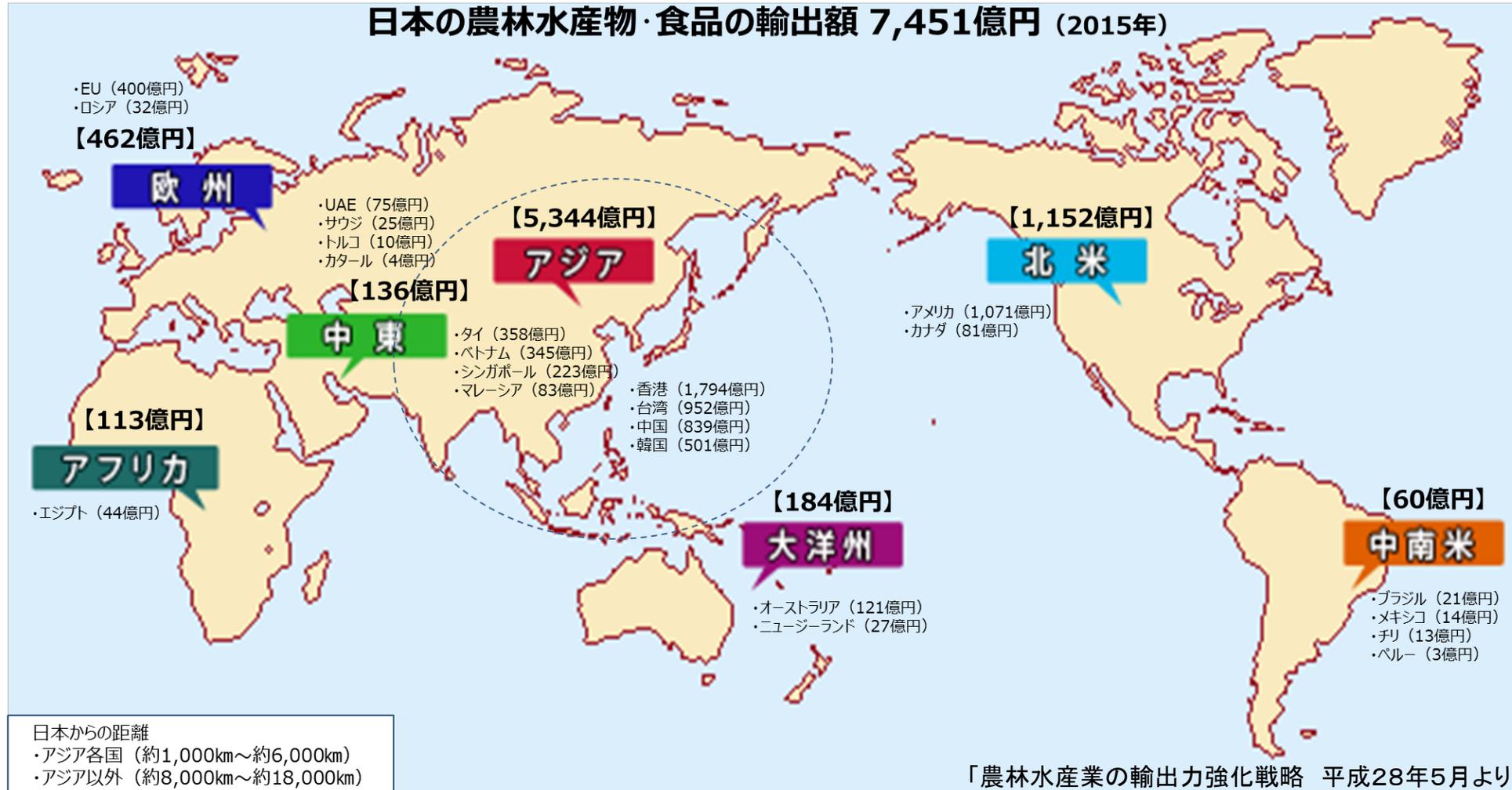
論点① 日本の農産物輸出は、なぜ少ないのか。

論点② 輸出拡大の目標を達成する為に各種施策への資金配分は適切か。
事業効果は出ているのか。

論点③ HACCP導入率の伸び悩みの要因は何か。
事業の効果は出ているのか。

参考 国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略①

- アジア地域は、日本の農林水産物・食品の輸出額の7割以上（2015年）を占めており、日本からの距離の近さ、日本食・日本文化の認知度、経済成長への期待などを踏まえると、今後も重点的に輸出拡大に向けた取組みを進めていくことが重要。
- アジア以外の地域については、日本からの距離も遠いことなどから、輸出可能な品目が限られるとともに、現地での販売価格も高くなるため、北米や欧州など所得（一人あたりGDP）の高い国・地域を中心に輸出拡大に向けた取組みを進めていくことが重要。



参考 国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略②



香港

アジア
定着市場

1. 基本情報

- ・人口: 7百万人 (人口増加率 0.8%)
- ・面積: 1,103km² (東京都の約半分)
- ・名目GDP: 2,909億ドル
- ・一人当たり名目GDP: 40,033ドル
- ・実質GDP成長率: 2.5% (2014年の計数)



日本からの距離
約2,900km
(東京から)

2. 農林水産物・食品の輸出状況

1,794億円 (国・地域別順位1位)

	品目	輸出額	伸び率(2013年~)
1	真珠	251億円	101.8%
2	乾燥なまこ	100億円	6.4%
3	たばこ	87億円	42.3%
4	菓子 (米菓を除く)	61億円	53.1%
5	ホタテ	41億円	12.2%

(2015年)




3. 状況・課題

- ・幅広い品目で輸出が行われ、日系小売・現地小売とも日本製品の取扱いが見られる。外食向けでは、中華食材の輸出も多い。
- ・輸入規制は比較的少ない(放射性物質規制、残留農薬基準などが課題)。
- ・日系小売・日本食レストランへの販売の競争が見られる。
- ・日系百貨店などでのプロモーション活動が多く行われているが、産地ごとにバラバラに行われている。

4. 今後の方向性

重点品目: 幅広い品目で輸出に取り組み

- ・最大の輸出先だが、まだ香港の輸入額の数%でしかなく、幅広い品目でさらなる輸出の拡大が可能と考えられる。
- ・輸出ロットの拡大、流通マージンの削減等による価格競争力の強化、日系小売・日本食レストラン以外への販路の拡大などを進め、ショールーム効果も活用し、中国本土や他のアジアの国への輸出拡大にもつなげる。
- ・プロモーション活動を、イベントカレンダーに基づき、日本ブランドの下で統一的・戦略的に実施するとともに、リレー出荷にも取り組む。
- ・放射性物質規制の撤廃や農薬の登録などの働きかけを引き続き進める。



中国

アジア
制約市場

1. 基本情報

- ・人口: 1,376百万人 (人口増加率 0.5%)
- ・面積: 約960万km² (日本の約26倍)
- ・名目GDP: 10兆3,565億ドル
- ・一人当たり名目GDP: 7,572ドル
- ・実質GDP成長率: 7.3% (2014年の計数)



日本からの距離
約2,100km
(東京から北京)

2. 農林水産物・食品の輸出状況

839億円 (国・地域別順位4位)

	品目	輸出額	伸び率(2013年~)
1	ホタテ	242億円	158.4%
2	丸太	57億円	317.3%
3	さけ・ます	43億円	▲21.8%
4	植木等	41億円	22.4%
5	播種用の種	31億円	41.1%

(2015年)




3. 状況・課題

- ・加工原料用の水産物や加工食品を中心に日本からの輸出は多い。
- ・輸入規制が厳しい(放射性物質規制により10都県産の食品が輸入不可、動植物検疫協議が進展せず畜産物は輸入不可、青果物等はりんご・なし・製茶以外輸入不可など)。
- ・食品衛生関係の確認などの輸入手続きに時間がかかるケースが多い。
- ・訪日旅行者は多く(約500万人・1位: 2015年)、日本食・日本食材は人気。

4. 今後の方向性

重点品目: 水産物、加工食品、コメ など

- ・日本からの距離や人口規模を踏まえると、輸出を大きく増やせる可能性。
- ・検疫協議等が必要な品目(牛肉、乳製品、りんご・なし以外の青果物など)については、規制の撤廃・緩和を進め、輸出可能な品目を増やす。
- ・ビジットジャパン事業と連携し、訪日旅行者に日本食材の紹介を進める。
- ・輸出可能な品目(水産物、加工食品、コメなど)については、流通マージンの削減等による価格競争力の強化や輸入手続きの円滑化の取組みを進め、沿岸部以外の大都市等への販路の拡大を進める。
- ・特に、コメについては、流通の複線化などに関係者総力で取り組む。

参考 国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略③



アメリカ

アジア以外
定着市場

1. 基本情報

- ・人口: 322百万人 (人口増加率 0.8%)
- ・面積: 約962万km² (日本の約25倍)
- ・名目GDP: 17兆3,481億ドル
- ・一人当たり名目GDP: 54,353ドル
- ・実質GDP成長率: 2.4% (2014年の計数)



日本からの距離
約10,900km
(東京からワシントン)

2. 農林水産物・食品の輸出状況

1,071億円 (国・地域別順位2位)

品目	輸出額	伸び率(2013年~)
1 ホタテ	127億円	12.8%
2 ぶり	116億円	57.4%
3 アルコール飲料	94億円	60.0%
4 ソース混合調味料	57億円	9.3%
5 緑茶	44億円	39.4%

(2015年)

3. 状況・課題

- ・日本製品の輸出の歴史が長く、一定の日系の流通網が確立されている。
- ・日系・アジア系小売や日本食レストラン向けを中心に、幅広い日本製品が輸出されている。
- ・輸入規制は比較的厳しく、アメリカ食品安全強化法 (FSMA) により、加工食品の製造業者へのHACCP導入 (2016年9月以降) などの対応も必要。
- ・日系小売や在外公館などでプロモーション活動が行われているが、産地ごとでバラバラに行われている。

4. 今後の方向性

重点品目: 幅広い品目で輸出に取り組み

- ・日系・アジア系小売や日本食レストランを中心に、幅広い品目でさらなる輸出拡大が可能と考えられる。
- ・輸出ロットの拡大、流通マージンの削減等による価格競争力の強化、他民族や内陸部の都市などへの販路の拡大を進める。
- ・プロモーション活動を、イベントカレンダーに基づき、日本ブランドの下で統一・戦略的に実施する。
- ・ニューヨークなどから日本食も含めた日本文化の情報発信を進める。

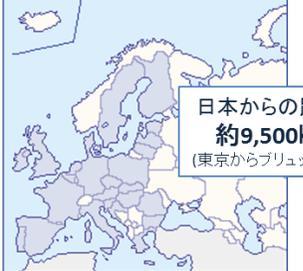


EU

アジア以外
高所得市場

1. 基本情報

- ・人口: 508百万人 (人口増加率 0.1%)
- ・面積: 429万km² (日本の約11倍)
- ・名目GDP: 18兆5271億ドル
- ・一人当たり名目GDP: 36,869ドル
- ・実質GDP成長率: 1.4% (2014年の計数)



日本からの距離
約9,500km
(東京からブリュッセル)

2. 農林水産物・食品の輸出状況

400億円 (イギリス: 66億円、フランス62億円など)

品目	輸出額	伸び率(2013年~)
1 アルコール飲料	55億円	105.0%
2 ホタテ	32億円	73.6%
3 播種用の種	21億円	45.7%
4 緑茶	20億円	61.9%
5 ソース混合調味料	20億円	28.7%

(2015年)

3. 状況・課題

- ・アルコール飲料、ホタテ、牛肉などの単価の高い食材の輸出が多い(ヨーロッパまで船便で運ぶ場合には、輸入手続きも含め2ヶ月程度かかる)。
- ・日本食材の小売の販売ルートは限られている。
- ・日本食レストランの数も増えてきている。各国によって状況は異なるが、フランスで日本食レストランが多い。
- ・基本的に、日本食材や日本の食文化に関する知識・認識が乏しい。

4. 今後の方向性

重点品目: 水産物、牛肉、日本特有の食材 など

- ・日本文化の認知度が比較的高く食に関して影響力のあるフランス(パリ)や、世界への発信力の高いイギリス(ロンドン)を中心に輸出拡大の取組みを進め、EU域内の他国への輸出拡大につなげる。
- ・日本からの距離が遠いため輸出できる品目が限られ、小売の販売ルートも限られることから、外食を中心に、高品質で特徴のある日本製品(水産物、牛肉、日本特有の食材(ゆずなど))の紹介を進める。
- ・日本食材に関する情報を普及していくため、業者向けの取組みと併せて、消費者への日本食材の紹介も進める。

参考 品目別の輸出力強化に向けた対応方向の概要①

- 農林水産物・食品の輸出拡大に向けて、相手国・地域での需要や日本国内での供給面等における各品目の課題に適切に対応できるよう、取組を強力に進めていくことが必要

① 米

- 商品や輸出ルートが多様化、生産コストの削減などにより、輸出ターゲット市場を拡大・深掘りする
 - ・中国向け輸出ルートの複線化（精米工場等の追加指定の働きかけや、既存施設を利用した新規参入の促進等）
 - ・高付加価値米や、パックご飯やおかゆ等の加工形態での販売等、商品・売り方を多様化
 - ・コメの生産コスト削減に向けた取組の推進
 - ・多収品種の試験導入等による輸出産地づくりの推進
 - ・より柔軟に輸出用米生産ができるよう制度運用を改正

② 青果物・花き・茶

- ジャパンブランドを定着させる取組や、国産供給力の強化を進めていく
 - ・統一マークの活用等により日本ブランドを前面に立てた販売促進
 - ・リレー出荷による周年供給体制の確立
 - ・ニーズに対応した新品種の開発・普及、優良系統への転換
 - ・省力化・収量増・高品質化につながる新栽培技術の開発・導入

③ 畜産物

- 日本産畜産物の強みを活かす売り方・食べ方を海外に広めるとともに、国産供給力の強化を進めていく
 - ・統一マークの活用による日本ブランドを前面に立てたプロモーション活動を通じ、日本産畜産物の認知度を向上
 - ・焼き肉やすき焼き等の和牛肉の強みを活かす食べ方を海外に普及し、新たな肉料理市場を創出
 - ・高齢化等により減少しつつある繁殖農家を補完するため、子牛生産を地域で分業し、和牛生産量を維持・拡大
 - ・輸出先国・地域の求める条件等を満たす食肉処理施設の整備等を支援

④ 水産物

- 輸出に対応した生産体制の構築や、日本産水産物の特色を活かした市場開拓を進めていく
 - ・人工種苗技術の開発・普及等による安定した養殖生産体制や、運搬船の鮮度保持機能の強化等による輸出向け漁業生産体制を構築
 - ・海外コンサルタント活用やPR活動強化などにより販路を拡大
 - ・水産加工施設におけるHACCP対応や流通・輸出の拠点漁港における高度な品質・衛生管理体制の構築を推進
 - ・輸出向け水産物の水産エコラベル認証スキームを構築

参考 品目別の輸出力強化に向けた対応方向の概要②

⑤ 加工食品

- 日本らしさを徹底利用した需要の深掘りや、食品製造事業者の戦略的な取組の環境整備を進めていく
 - ・世界の料理界での日本食材の活用推進及び日本の「食文化・食産業」の海外展開との一体的な推進
 - ・輸出先国・地域の食品安全規制や表示規制等に関する情報提供、事業者による対応の推進
 - ・重点品目（みそ、醤油、ソース混合調味料、清涼飲料水、菓子）に関する戦略的な取組の支援

⑥ アルコール飲料

- 海外の消費者ニーズを踏まえ、日本産酒類のブランド力と品質の向上を進めていく
 - ・地理的表示を活用したブランド力の向上
 - ・品質評価会を通じた製造者の技術及び酒類の品質の向上
 - ・酒類に関する高度な技能や経営に関する実践的な知識を習得させるための講習を実施
 - ・消費者ニーズに応じた商品開発を推進するための新技術の開発・普及
 - ・海外酒類教育機関の日本酒講師候補者を招聘し、日本酒の専門的知識を普及・啓発

⑦ 林産物

- 付加価値の高い製品輸出への転換や、輸出先国・地域の拡大を進めていく
 - ・スギやヒノキをはじめとする日本産木材の認知度の向上及び輸出向け製品仕様の作成等によるブランド化の推進
 - ・製品の販路拡大のための現地パートナー（住宅デベロッパー等）の新規開拓、富裕層を対象とした戸建て分野への進出
 - ・新たな輸出先国・地域における市場調査や日本製品の展示などを通じたPR
 - ・木材加工施設の大規模・高効率化による製材、合板等の生産コストの低減や、森林組合等の共同出荷による大口供給体制への転換