

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

- OFBI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)
- OFBI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

○ **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**

○ 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製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い取組等を拡大し、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

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

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規制を緩和
 - ・ジャパンモールの設置・運営の支援

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

平成三十二年の輸出額1兆円目標の前倒し達成