

第3回農林水産業の輸出力強化ワーキンググループ 議事要旨

1. 日時：平成28年3月3日（木）17：50～18：53

2. 場所：官邸4階大会議室

3. 出席者

（政府側）

石原経済再生担当大臣（座長）、菅内閣官房長官、森山農林水産大臣（副座長）、萩生田内閣官房副長官、世耕内閣官房副長官、杉田内閣官房副長官、高鳥内閣府副大臣、高木経済産業副大臣

古谷内閣官房副長官補、藤井内閣官房内閣審議官、山口内閣官房内閣審議官、金杉外務省経済局長、岸本財務省大臣官房参事官（代理出席）、福田厚生労働省医薬・生活衛生局生活衛生・食品安全部長、佐藤農林水産省大臣官房総括審議官、櫻庭農林水産省食料産業局長、片瀬経済産業省通商政策局長、羽尾国土交通省大臣官房物流審議官、蛸名観光庁次長

（有識者・敬称略）

岡田晃（株）ANA Cargo代表取締役社長）、木村敬（JA全農ミートフーズ（株）代表取締役社長）、齋藤一志（株）庄内こめ工房代表取締役）、長尾裕（ヤマト運輸（株）代表取締役社長）、中山勇（株）ファミリーマート代表取締役社長）、深澤守（一般社団法人青森県りんご輸出協会事務局長）、茂木友三郎（キッコーマン（株）取締役名誉会長）

（外部有識者・敬称略）

古田肇（岐阜県知事）、木内博一（農事組合法人和郷園代表理事）、仲野益美（出羽桜酒造（株）代表取締役社長）、高島宏平（オイシックス（株）代表取締役社長）

4. 概要：

○ 外部有識者から各々の取組について発言。主な発言は以下の通り。

【古田肇氏（岐阜県知事）】

- ・岐阜県では、ブランドづくりと担い手づくりを柱として、TPPを追い風にした攻めの農業を展開。
- ・「食・モノ・観光」をパッケージとして、高品質、高価格な岐阜ブランドを確立すると

ともに、「国・自治体・民間」が一体となった取組を進めている。

- ・対象地域や対象産品は、選択と集中を行い、アジア・EU・アメリカへ飛騨牛や柿、地酒、鮎、ミネラルウォーター等を輸出。
- ・長良川の鮎などの世界農業遺産、地歌舞伎や美濃焼などの伝統・文化などの地域資源を最大限活用。
- ・世界のトップリーダーや海外ブランド店舗との交流・連携、フランスやベトナムとの地域間交流などを通じて、販路の拡大に取り組んできた。
- ・検疫や取扱施設認定など輸出条件の整備、ハラール認定の獲得支援、担い手の育成に対する支援をお願いしたい。
- ・総理を本部長とした農林水産物最高輸出戦略会議を設立し、国・地域別、産品別の実践的な戦略を作ってはどうか。また、重点国については現地輸出会議を設立してはどうか。

【木内 博一 氏（農事組合法人和郷園 代表理事）】

- ・日本の農業・食産業が海外で成長できる戦略として、「市場形成型」「農食連携型」「農工連携型」の3つの輸出戦略を提案。
- ・「市場形成型輸出戦略」として、日本産品を誰もが出品でき、一般消費者や専門のバイヤーなど誰もが買える市場を香港やシンガポールに作ってはどうか。
- ・「農食連携型輸出戦略」として、海外に日本の野菜のサプライチェーンを作るため、太陽光フィルムハウスや人工光型植物工場、食品加工場などのプラントを輸出してはどうか。
- ・「農工連携型輸出戦略」として、エネルギー資源を有する国で、日本のエネルギー技術や収穫ロボット技術など無人で24時間365日稼働するストロベリーファームを作ってはどうか。
- ・検疫については、民間では対応できないので、政府の対応をお願いしたい。
- ・GAP認証への取り組みも重要。アジアへの輸出時に、日本の農業者が取り組みやすいJGAPがそのまま通用すれば、農家の意識も高まるのではないか。

【仲野 益美 氏（出羽桜酒造（株） 代表取締役社長）】

- ・平成9年から日本酒の輸出を開始し、30か国、在外公館も含めれば74か国へ輸出を行っている。日本の吟醸酒や純米酒という言葉の世界の言葉にしたい。
- ・今年の伊勢・志摩サミットや、4年後のオリンピック、パラリンピックでは、日本酒で

乾杯をしてほしい。

- ・ 輸出拡大の要因は、よいインポーターと取引すること、売りっぱなしではなく、蔵元自らが現地に行ってメニュー提案などフォローをすること、色々な方に海外から来てもらい、触れてもらうことが重要。
- ・ 外食産業での消費が多いが、家庭用やギフト用として消費されて初めて日本酒が現地で根付き、定着したといえる。海外宅配制度や小口の配送システム、共同配送などももっと勉強が必要。
- ・ 他産業、例えば天童でいえば器や将棋の駒とのコラボレーションの推進も重要。
- ・ 地理的表示の取組として、JSSシールを貼って日本産の酒であることをPR。山形の地理的表示を認めてもらい、山形県として県内の蔵元が利き酒のコーナーを設けて、山形をアピールすることが理想。
- ・ 王子にある国税庁の旧醸造試験所を、日本酒の情報発信基地として有効活用いただきたい。

【高島 宏平 氏（オイシックス（株） 代表取締役社長）】

- ・ インターネットで食品を販売。海外は香港に空輸と船便を使って輸出。
- ・ 日本は産地間競争で足を引っ張っている。ニュージーランドのゼスプリのように戦略的な品目別のマーケティングを実施すべき。ゼスプリは厳しい品質管理基準を設定し、価格統制している。
- ・ ジャパンブランドとして、品質の共通基準を作り、共同でブランディング、マーケティングし、産地間リレーで商品を供給していく。すでに、トマトや三陸かきでは、このような取り組みを実施している。
- ・ ドイツの「オクトーバーフェスト」のようなインバウンドを活用した輸出強化も重要。外国人の日本の食を目当てにくるようなイベントを行い、ファンを増やしていくことが有効。
- ・ 民間では対応できない点として、政府には、輸出に関する規則の撤廃をお願いしたい。また、ルール上輸出が可能となっているものでも、オペレーション上輸出が止められる。この解決のため、政府・民間一体となった輸出規制撤廃チームをつくるべき。

○ 外部有識者との意見交換。主な質疑・コメントは以下の通り。

（石原大臣）

- ・ 「モノ」をただ輸出するだけでなく文化などとコンビネーションで販売することが重要。

また、地域のブランディングも重要。ニューヨークでも日本の食材を食器や陶磁器などと一緒に売っていた。

- ・ 外国の人に日本酒の味の違いはどうか捉えられているのか。
- ・ 品目ごとのマーケティングが重要ということもよく理解した。イチゴやみかんで地域間競争が起こっているが、外国の人にはその違いが分からないだろう。紹介のあったNZのゼスプリのように、グレードの高いものを作る基準づくりも重要。

(古田知事)

- ・ 海外に行く度に、年々所得水準が向上していると感じる。所得向上により海外の和食レストランに行っておいしいと思う。そして、日本に行ってみたいというニーズや、本場の和食や日本食材へのニーズも高まるだろう。
- ・ 海外の酒好きに、岐阜の酒をふるまうと非常に細かく分析して、うるさいことを言う。近い将来、日本人以上にうるさい利き酒の名人を輩出してくるのではないか。

(木内氏)

- ・ 丸亀製麺は、モスクワやハワイに進出し大ヒットしており、客単価も日本を上回る。日本の提供するコストでも、海外でも十分に通用する。
- ・ 品種別に輸出するのではなく、日本の強みを確認した上で、Jブランドとして戦略的に売り出すことが必要。
- ・ ゼスプリのキウイやコカ・コーラの茶葉、マクドナルドのレタスはJGAPが認証している。JGAPのように、自分たちが使いやすい認証を作り、世界に普及させた方が良い。

(仲野氏)

- ・ 日本酒は海外でも意外と理解されている。飲み比べや同時に複数の日本酒を提供するという工夫もしている。
- ・ 国内1500社の酒造メーカーで輸出に取り組んでいるのは665社と多い。海外でも飲み比べができるようになってきている。
- ・ 日本酒の味わいを理解していただく上でも、食との組み合わせは非常に重要。

(高島氏)

- ・ 品目別の取り組みとして、ゼスプリ以外にも、全米ポテト協会やイスラエルのオレン

ジ、オランダの花など様々な事例がある。

- ・ 国内においても、夕張メロンがこれに近いアプローチで成功。夕張メロンと呼べる品質の基準を明確化し、国内で高い価格で販売。
- ・ こうした取り組みを行えば、技術共有もできる。日本では品質の高いイチゴが各地で生産されているが、技術が共有化されておらず、どこにも集まっていない。国内では産地同士で競争するが、海外輸出を目標とすれば連携できるのではないか。

(石原大臣)

- ・ 現地で生産した商品は Made in Japan と言えるのか。

(木内氏)

- ・ Made by Japanese といえる。他産業でも、現地生産はするが、部品やパーツなど日本から持っていくものもある。

(菅官房長官)

- ・ 海外に市場を作るのであれば、その運営主体や参加者はどのようなものをイメージしているか。

(木内氏)

- ・ 平成 15 年から輸出に取り組み、現地に会社を作った。売り上げは 25 億円で、日本からの供給は 15 億円。10 億円は現地の利益になっており、ここが無駄なのではと思う。このコストを軽減すればもっとひろがるのでは。
- ・ 市場を海外で作るのであれば、共同出資会社を作ったり、各専門家が集まって運営すべき。
- ・ 香港で売る場合、香港人というより、フィリピン人のお手伝いさんが予算の中で買ってくる。これが（高価格帯商品との）ミスマッチ。お手伝いさんでも買えるようなマーケットづくりが必要。

(菅官房長官)

- ・ 海外に目を向けたきっかけは。

(仲野氏)

- ・ アメリカの日本酒のファンの方がハンドキャリーで運んでいたところ、限界があるということから事業を始めたことがきっかけ。
- ・ 実績として、空港での日本酒の売り上げは大きく、主要国向けの販売量に匹敵。酒以

外の日本産品も売れている。

- ・ 乗り換えする場合は酒を持っていけないとの話もあり、運びやすい、割れないような包装など工夫が必要。

(菅官房長官)

- ・ 輸出規制撤廃チームのご提案についてはすぐにでもやりたいと思うが、そのイメージはどのようなものか。

(高島氏)

- ・ 政府間で制度的に合意しても運用面で輸出が止められてしまう場合もあるので、官民が一緒に取り組むチームが必要。
- ・ また、民間は、国内の各規制の窓口の担当がどこの省かということは分からないので、窓口の一本化が必要。

(菅官房長官)

- ・ 政権としても農業には力をいれている。総理は海外に行くたびに日本食を宣伝。観光も同様で、ビザを緩和して観光客は増加している。たぶん日本の産品も同じようなことになる雰囲気を感じている。

(森山大臣)

- ・ J G A Pについて。もう少しお聞きしたい。

(木内氏)

- ・ 民間で、特定NPO法人でやっているが、かなり農林水産省から応援いただき、半官半民のような形でやらせていただいている。ぜひ、政府としてももう少しフォーカスをお願いしたい。

(森山大臣)

- ・ 農家の現場まで取組を届けないといけない。

(森山大臣)

- ・ 検疫の話があったが、農林水産省では国別・品目別輸出戦略の中から、産地の要望が強いものから優先順位をつけて検疫協議を行っている。
- ・ 例えば、アメリカとは柿の検疫条件の詰めを行っている段階。コメについては、精米は解禁されているところが多いが、玄米で認められていないところが多い。玄米で輸

出して、現地で精米できるように、オーストラリアなどと検疫協議に取り組んでいきたい。要望する品目について教えていただければ、対応したい。

- ・放射性物質に係る輸入規制について、本年1月のEUの規制緩和の事例を各国に紹介し、科学的根拠に基づく輸入規制の撤廃・緩和を行うよう働きかけを行っていきたい。

(古田知事)

- ・イスラム圏の巨大マーケットを考えれば、ハラールへの対応は重要であり、いろんな角度から集中的に対応方策の検討をお願いしたい。

(森山大臣)

- ・相手国の状況もよく見て対応する必要がある。

(世耕副長官)

- ・サミットでは日本産の酒に徹底的にこだわる。日本酒は三重県産、ワインは三重県はないので国産ワイン、それも国産のブドウを使った地理的表示に対応したワインとしたい。

○ 石原経済再生担当大臣の発言

(石原大臣)

- ・本日も貴重な意見をいただいた。農林水産大臣も海外の現場で交渉していただいているが、輸出の一步を踏み出す相手国との交渉をはじめとして、官民挙げて取り組んでいきたいので知恵をお貸しいただきたい。

以上