

# 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（骨子案）

---

令和2年11月20日

農林水産省

## 戦略の基本的な考え方

- 農林水産物・食品の輸出は2012年から2019年にかけて2倍以上に増加  
→ 食料・農業・農村基本計画（令和2年3月31日閣議決定）、「経済財政運営と改革の基本方針2020」及び「成長戦略フォローアップ」（令和2年7月17日閣議決定）で、**2025年2兆円・2030年5兆円の輸出目標**を設定



- 日本は輸出割合が他国と比較して低く、国内市場依存型。  
成長する海外市場への販売比率を高め、農林水産業の成長を図る。
- これまでの「国内市場向け製品の余剰を輸出する。」という考え方では、更なる輸出拡大は困難。



- 農林水産業の成長には、**海外市場で求められるスペック（量・価格・品質・規格）の製品を専門的・継続的に生産・販売する（＝「マーケットイン」）体制の整備**が不可欠

→ 3つの基本的考え方に従って政策を立案・実行

1. 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**
2. **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業者を後押し**
3. **省庁の垣根を超え政府一体として輸出の障害を克服**

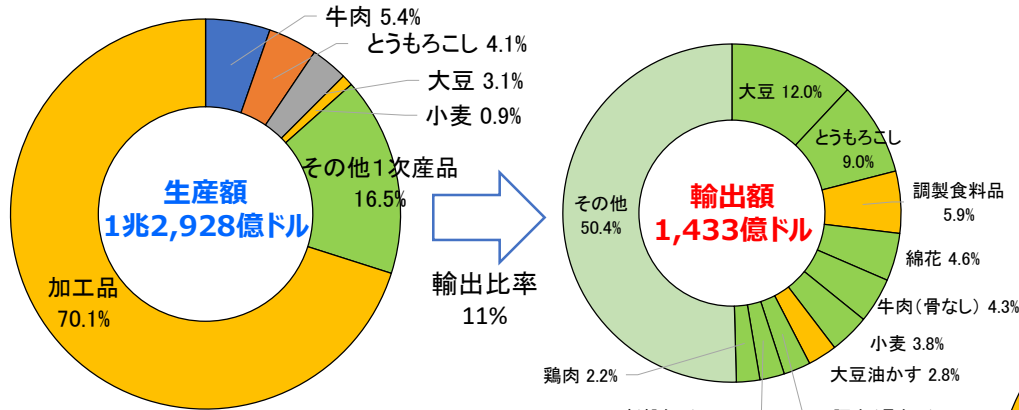
# 1. 日本の強みを最大限に活かす品目別の具体的な目標を設定

## 課題

- 他の先進国が、それぞれの国で強みを有する産品を相当程度輸出しているのに対し、日本では、加工品を中心に輸出品目が多岐にわたり、強みを有する産品のシェアが小さい。

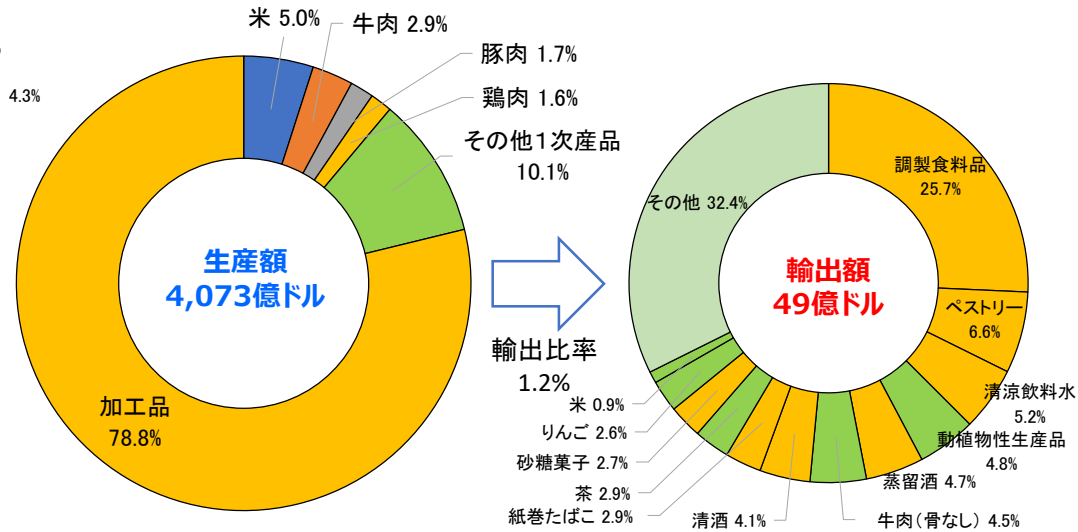
### 米国

主要な輸出品目は、大豆、とうもろこし、小麦等の土地利用型の作物や牛肉など、米国の広大な土地を利用した産品



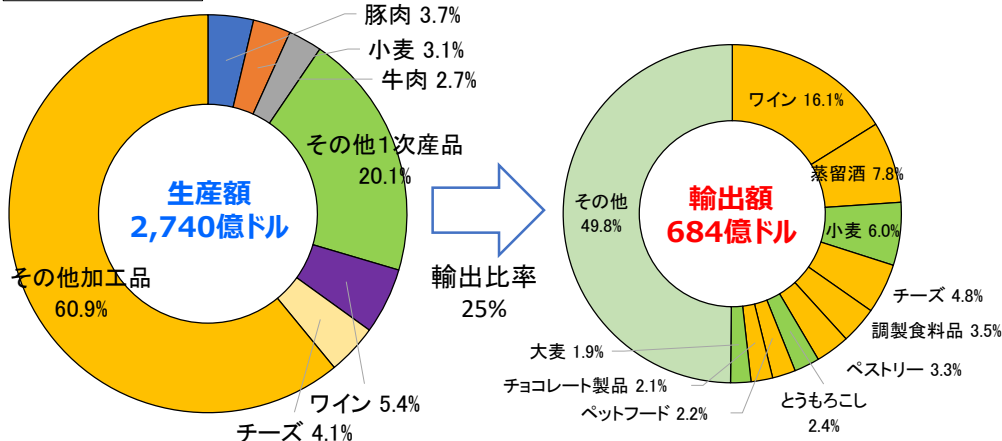
### 日本

主要な輸出品目は、調製食料品、ペストリー(小麦生地)の菓子等)、清涼飲料水等の多様な加工品。米など日本らしい産品の輸出の比率は小さい

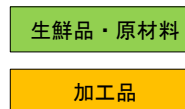


### フランス

主要な輸出品目は、ワイン、チーズ等の伝統的な食文化に支えられた加工品



(注)



「調製食料品」  
スープ、ケチャップ、ソース類、ベーキングパウダー等  
「ペストリー」  
ビスケット、ワッフル、米菓(あられ・せんべい)等

資料: FAOSTATより作成

※FAOのデータのため、林産物・水産物は含まれない

# 1. 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

## 課題

- 他の先進国では、主要な製品の生産から海外販売に至る一連の事業者が組織化され、業界一体となったプロモーション等を実施。政府は、主要輸出先国の規制や市場の調査、品目団体の輸出促進活動の支援を行い、官民一体となって輸出拡大に取り組み。

### 米国

品目別団体はチェックオフにより活動財源を確保  
農務省は主要消費国に貿易事務所を設置し、市場情報の収集や販促支援等を通じて品目別団体の活動を支援

乳製品、牛肉、豚肉、大豆など22品目で法律に基づくチェックオフを実施、各品目団体の活動のための財源を確保

#### 品目別団体

- ・生産者から輸出事業者までを組織化
- ・生産から輸出までを一体的にサポート

#### 米国農務省

- ・品目別の輸出促進活動を財政支援
- ・法律に基づくチェックオフ制度の監査等の実施
- ・輸出信用プログラム

#### 海外市場

#### 品目別団体 海外事務所

- ・調理法等の普及
- ・輸出業者のカウンセリング
- ・輸出阻害要因の分析
- ・小売店と協力したフェアの開催

財政支援

一体的に実施

#### 米国農産物貿易事務所(ATO)

- (主要消費国に農務省の職員を配置)
- ・市場の情報収集
  - ・アメリカ食品展の開催
  - ・スーパー等でのプロモーション

### ルウェー

ルウェー貿易・産業・漁業省所管のルウェー水産物審議会（NSC）が、水産物輸出に課される課徴金を財源に水産物の輸出促進活動を実施

#### 貿易・産業・漁業省

WTO、EPA等の貿易政策やマーケットアクセスのみ

NSCの財源は、法律に基づき水産物輸出業者に課される課徴金

#### ルウェー水産物 審議会 (NSC)

5つの魚種分野 (①サーモン・マス、②エビ・貝類、③白身魚、④遠海魚、⑤燻製等加工品) から選ばれた諮問委員会を設置

- ・魚種別国別の戦略の策定
- ・ルウェー産水産物イメージ向上のためのマーケティングや情報収集
- ・貿易・産業・漁業省のアドバイザーとしての役割

#### 海外市場

#### NSC海外事務所

(主要消費国12ヶ国の大使館内に設置、大使館員と兼任)

- ・市場の情報収集
- ・展示会の開催
- ・講演、セミナー開催
- ・業界を対象としたマーケティング

### <対応の方針>

海外で評価される、日本の強みを有する品目を中心に政策資源を重点的に投入して、輸出増加を加速させ、その波及効果として全体の輸出を伸ばす。

### <具体的な取組>

#### (1)輸出重点品目と輸出目標の設定

- ・海外で評価される日本の強みを有し、輸出拡大余地の大きい品目を重点品目として選定し、重点品目別の輸出目標を設定する。

#### (2)重点品目に係るターゲット国・輸出目標・手段の明確化

- ・重点品目毎に、海外の市場動向や消費者ニーズを踏まえて、輸出拡大を目指すターゲット国を特定する。
- ・ターゲット国毎の輸出目標を設定し、その実現のための課題・対策を明確化する。

#### (3)官民一体となった海外での販売力の強化

- ・重点品目毎に関係事業者を包括する品目団体又は関係事業者が連携するコンソーシアムを組織化し、当該品目団体等が主体となって、ターゲット国の情報収集、販売戦略づくり、ブランディング等に取り組む。
- ・ターゲット国毎に、規制やニーズの情報収集など輸出に係る支援を海外現地で戦略的・継続的に行う国の体制の在り方について検討する。

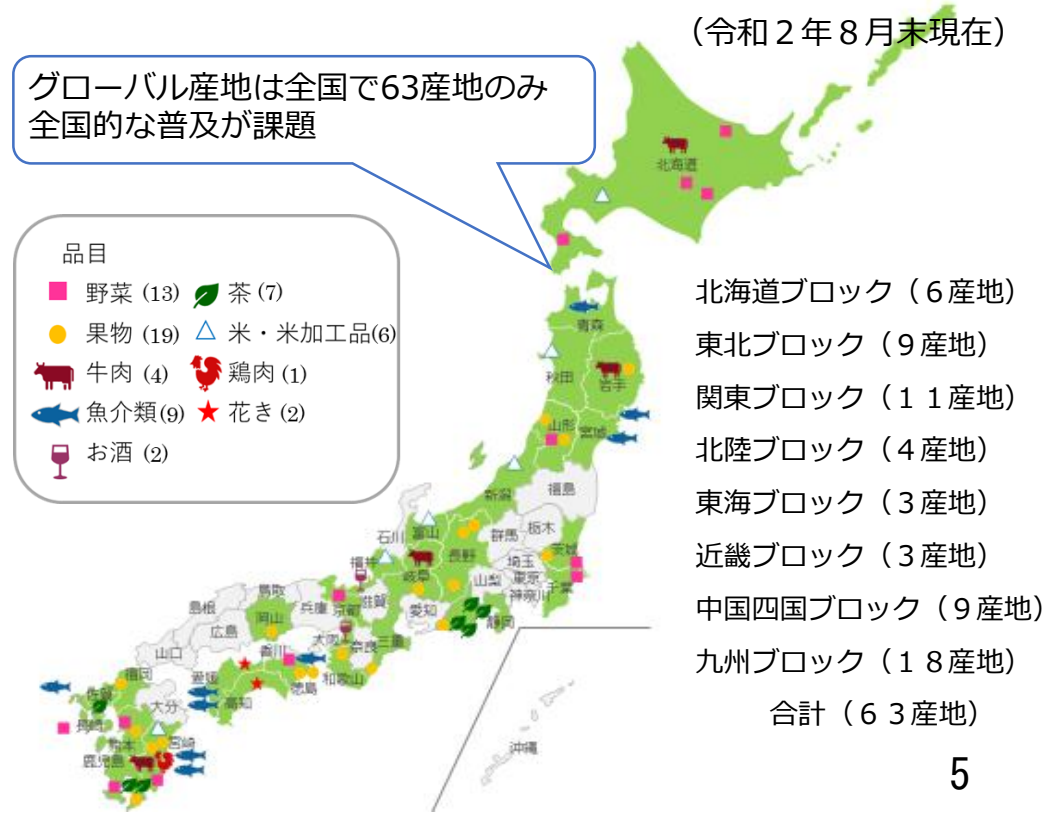
## 2. マーケットインの発想で輸出にチャレンジする農林水産業者を後押し

- 「海外の規制やニーズに対応する生産を行うには試行錯誤が必要であり、短期的には収入増につながらない（輸出をしても儲からない）」との事業者の声が多い。
- このため、輸出向けの生産を行う産地・事業者は少数にとどまり、大ロット取引や長期取引が困難。少数の事業者がマイナーな商流で取引を行なっている実態。
- さらに、輸出向けの流通も、大規模・効率的にできないためにコストが高く、輸出先での販売価格が一層高くなる。

### 先進的に取り組んでいる事業者の声

- 輸出先国の規制・ニーズに応える商品を生産するには試行錯誤が必要。短期的には収入減も。
  - ・ 海外の農薬規制により有効な薬剤が使用できないため商品ロスが多くなる状況。（農業者）
  - ・ 国内向け産品をそのまま輸出するのではなく、海外市場のニーズを把握し、現地で求められているものを生産し、輸出・販売することが不可欠だが、そのための試行錯誤が必要。（総合商社）
- 輸出先国のニーズがあっても、価格の設定、量の確保に問題。
  - ・ 国内向け産地の余剰品を輸出しているのが実情。（農業者）
  - ・ 現地消費者が買える価格を設定し、それに合わせて調達・輸送等を工夫すべきだが今は真逆。（小売店）
  - ・ 日本産青果物のニーズはあるが、量を確保できず、競合品より非常に高い価格になり、購買層も取扱量も限定される。（百貨店、小売店）

### GFPグローバル産地の状況



### <対応の方針>

- 海外のニーズや規制に対応したマーケットインの発想に基づく製品でなければ、輸出につながらない。
- 「自助・共助・公助」の原則のもと、自らリスクを取って、輸出に取り組む事業者や産地等に対して、重点的な支援と環境整備を行う。

### <具体的な取組>

#### **(1) リスクを取って輸出に取り組む事業者のための投資の支援**

- ・ 一時的な収入減少、輸出向け施設への設備投資などのリスクを取って輸出に取り組む事業者に、リスクマネーの供給や技術指導などの支援を行い、輸出に向けたチャレンジを後押しする。

#### **(2) マーケットインの発想に基づく輸出産地の育成・展開**

- ・ 海外の規制やニーズに対応した産品を生産する具体的な産地（輸出産地）・事業者を特定し、産地毎の輸出目標や実現のための課題と対策を明確化することにより、海外のニーズに即した、大口・競争力のある生産を実現する。

#### **(3) 大口・高品質・継続的な輸出等に対応可能な輸出物流の構築**

- ・ 産地が連携して取り組む大口・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等の方策、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・確保の方策を検討する。

### 3. 省庁の垣根を超え政府一体として輸出の障害を克服 課題

- 日本からの輸入が規制されている、海外の規制に対応する施設が少ないなどにより輸出できない製品が多い。
- 優れた品種や動物遺伝資源が流出し、海外の事業者が利益を享受するケースもある。
- 海外交渉、食品安全管理、水際対策を含む知財管理の強化は、複数の省庁の協力が不可欠。

#### 依然として残る海外規制の課題

- 中国、香港、台湾など近隣諸国を中心に輸入規制が残存。特に中国は、放射性物質規制により果実・野菜・茶・乳製品等が事実上禁輸。
- タイの農薬規制等、アジアを中心に規制強化の傾向。制度変更のためのパブコメの段階から適切に対応する必要。

#### 海外の規制・ニーズに対応した施設整備

- 高度な衛生管理に対応した牛肉処理施設はまだ少ない。  
【主要国向け輸出施設数（牛肉）：米国 15、EU 11】
- 水産物加工施設は、欧米向けの認定施設数が少ない。  
【主要国向け輸出施設数（水産物）：米国 484、EU 83、中国 1554、ベトナム 718】  
(令和2年10月末現在)

#### 優良品種の海外流出

##### 【国内】

我が国で育成されたブドウ品種「シャインマスカット」は、輸出産品としての期待も高い

##### 苗木が海外流出

##### 【中国、韓国】

- 当該国内での栽培や販売があるほか、商標出願されていることも確認
- 農水省補助事業の調査（2020年7月）で、36の品種の種苗が中国・韓国のECサイトで販売されていることを確認

##### 生産物が更に輸出

##### 【東南アジア等】

タイ、香港、マレーシア、ベトナムの市場で、中国産、韓国産のシャインマスカットの販売を確認





### 3. 省庁の垣根を超え政府一体として輸出の障害を克服 対応

#### <対応の方針>

マーケットイン輸出への転換を促進するため、政府一体の体制整備を含め、輸出先国規制の緩和・撤廃に向けた対応、海外の規制・ニーズに対応した施設整備、知的財産の保護等を効果的に推進する。

#### <具体的な取組>

##### **(1)輸出加速を支える政府一体としての体制整備**

- ・重点品目を中心に、輸出先国規制の緩和・撤廃に向け、農林水産物・食品輸出本部の下で政府一体となって協議する。
- ・輸出に取り組む事業者等を強力に後押しするため、農林水産省に輸出・国際局（仮称）を設置する。

##### **(2)輸出先国の規制やニーズに対応した加工施設の整備**

- ・H A C C P等の海外の食品安全規制やニーズに対応した施設などの整備目標を明らかにしつつ、関係省庁が連携し、迅速に認定を行う。

##### **(3)日本の強みを守るための知的財産対策強化**

- ・我が国の品種や生産・加工技術などが海外に流出し、輸出の支障にならないよう、国内、水際での知的財産管理、海外での侵害対応を強化する。
- ・我が国の食産業の海外展開がノウハウ等の流出につながらないよう、我が国の利益となる海外展開の推進方策について検討する。