

農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（概要）

～マーケットイン輸出への転換のために～

戦略の趣旨

- ・ 2025年2兆円・2030年5兆円目標の達成には、海外市場で求められるスペック（量・価格・品質・規格）の産品を専門的・継続的に生産・販売する（＝「マーケットイン」）体制整備が不可欠



- マーケットインで輸出に取り組む体制を整備するため、
- ・ 速やかに実行するもの
 - ・ 令和3年夏までに方向を決定し、実行するもの
- を実行戦略として取りまとめ

3つの基本的な考え方と具体的施策

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

①輸出重点品目(27品目)と輸出品目の設定

②重点品目に係るターゲット国・地域、輸出品目、手段の明確化

③品目団体の組織化と海外における国の支援体制の整備

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事業者を後押し

①リスクを取って輸出に取り組む事業者へのリスクマネーの供給を後押し

②専門的・継続的に輸出に取り組む「輸出産地」を具体化、輸出産地形成を重点的に支援

③大ロット・高品質・効率的な輸出品物の構築のため、港湾等の利活用、輸出品物拠点の整備等

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輸出本部の下、政府一体となつた規制の緩和・撤廃の取組

②輸出先国の規制やニーズに対応したHACCP施設等の整備目標の設定、目標達成に向けた認定迅速化

③日本の強みを守るための知的財産の流出防止対策の強化等

4. 国の組織体制の強化

農林水産省に「輸出・国際局」（仮称）を設置し、政府全体の司令塔組織である農林水産物・食品輸出手部の運用等を通じて、同局を中心として、輸出入関連施策を政府一体となって実施する。

戦略の具体的内容と実施に向けた工程（その1）

第1の戦略：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

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27品目を重点品目に選定。

輸出重点品目	海外で評価される日本の強み	輸出重点品目	海外で評価される日本の強み
牛肉	和牛として世界中で認められ、人気が高く、引き続き輸出の伸びに期待。	ぶり	脂がのっている日本独自の魚種。近年、米国等への輸出額が増加。
豚肉、鶏肉	とんかつ、焼き鳥など日本の食文化とあわせて海外の日本ファンにアピールすることで、今後の輸出の伸びに期待。	たい	縁起のよい赤色は中華圏でも好まれる。活魚輸出の増加に期待。
鶏卵	半熟たまごが浸透し、生食できる卵としての品質が評価され、更なる輸出の伸びに期待。	ホタテ貝	高品質な日本産ホタテ貝は世界で高く評価。水産物では輸出額ナンバーワン。
牛乳・乳製品	香港や台湾で品質が高評価。アジアを中心に輸出の可能性。	真珠	真珠養殖は日本発祥。日本の生産・加工技術が国際的に高評価。
果樹(りんご、ぶどう、もも、かんきつ)、野菜(いちご)	甘くて美味しく、見た目も良い日本の果実は海外でも人気。	清涼飲料水	緑茶飲料など日本の味が人気となり、伸び率が高い。
野菜(かんしょ等)※	焼き芋がアジアで大人気。輸出が急増。	菓子	日本独自の発展を遂げ、他国にはない獨創性。バラエティ豊かな商品とコンテンツの普及とともに海外で人気。
切り花	外国にはない品種に強み。輸出の伸び率が高い。	ソース混合調味料	カレールウなど日本食の普及とともに日本を代表する味に成長。
茶	健康志向の高まりと日本文化の浸透とともに欧米を中心にせん茶、抹茶が普及。	味噌・醤油	日本が誇る発酵食品。和食文化の浸透とともに欧米・アジア地域で人気も上昇。
コメ・パックご飯・米粉及び米粉製品	冷めても美味しい等の日本産米は寿司やおにぎり等に向き、日本食の普及とともに拡大が可能。	清酒(日本酒)	「SAKE」は日本食のみならず各国の料理に合う食中酒等として世界中で認知が拡大中。
製材	スギやヒノキは、日本式木造建築だけでなく香りの癒しの効果も人気で、今後の輸出の伸びに期待。	ウイスキー	日本産品の品質が世界中でブランドとして定着。
合板	合板の加工・利用技術は、日本の得意分野。日本式木造建築とともに、今後の輸出の伸びに期待。	本格焼酎・泡盛	原料の特徴を残すユニークな蒸留酒としての評価があり、今後の輸出拡大に期待。

※その他の野菜（たまねぎ等）についても、水田等を活用して輸産地の形成に積極的に取り組む。

戦略の具体的内容と実施に向けた工程（その1）

第1の戦略：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重点品目に係るターゲット国・地域、輸出目標、手段の明確化

○重点品目毎に、輸出に向けたターゲット国・地域を特定し、ターゲット国・地域毎の輸出目標を設定。目標達成に向けた課題と対応を明確化。

本戦略で決定

③官民一体となった海外での販売力の強化

○重点品目毎に品目団体又は生産・流通・輸出事業者が連携したコンソーシアムを組織化。当該品目団体等が主体となって、輸出先の情報収集、販売戦略づくりなどに取り組む。品目団体等の財源の確保等について検討。

（例）牛肉：産地ごとのコンソーシアムによる市場調査、商談等の実施

令和3年夏を目途に結論

○品目団体等と連携したJETROの輸出支援業務・JFODDOのプロモーションを推進。

本戦略で決定

○ターゲット国・地域毎の規制等の情報収集・提供といった海外における品目団体等の支援を行うため、大使館などの役割強化の方法など国の体制強化について検討。

令和3年夏を目途に結論

(参考)品目別輸出目標例

牛肉

【目標額】

297億円(2019年) → 1,600億円(2025年)

○国別輸出額目標とニーズ対応への課題・方策

国名	2019年	2025年	ニーズ・規制対応への課題・方策
香港	51億円	330億円	消費者向けプロモーションの強化、スライス肉、加工品等の新たな品目の輸出促進。
台湾	37億円	239億円	
米国	31億円	185億円	認知度向上のためのプロモーション。様々な部位も含めた輸出促進。
EU	21億円	104億円	

○輸出産地 15産地

- ・生産から輸出まで一貫して輸出に取り組むコンソーシアムを産地で構築
- ・食肉処理施設等による輸出先国が要求する条件への対応
- ・繁殖雌牛の増頭奨励金交付、牛舎等の施設整備等による生産基盤の強化

○販路開拓

- ・コンソーシアムによる産地と一体となった商談
- ・オールジャパンの和牛の認知度向上に向け、日本畜産物輸出促進協議会やJFOODOによるプロモーションを実施

コメ・コメ加工品

【目標額】

52億円(2019年) → 125億円(2025年)

○国別輸出額目標とニーズ対応への課題・方策

国名	2019年	2025年	ニーズ・規制対応への課題・方策
香港	15億円	36億円	中食・外食を中心にした需要開拓
米国	7億円	30億円	
中国	4億円	19億円	外食、EC等の需要開拓。パックご飯・米粉の更なる市場開拓。EC、贈答用需要の開拓。指定精米工場等の活用・追加。

シンガポール

8億円 16億円 中食・外食を中心にした需要開拓

○輸出産地 30～40産地

- ・千トン超の輸出用米の生産に取り組む産地を育成
- ・大ロットで輸出用米を生産・供給
- ・生産・流通コスト低減、輸出用米の生産拡大を推進

○販路開拓

- ・(一社)全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会による新興市場でのプロモーション等を実施

果樹 (りんご)

【目標額】

145億円(2019年) → 177億円(2025年)

○国別輸出額目標とニーズ対応への課題・方策

国名	2019年	2025年	ニーズ・規制対応への課題・方策
台湾	99億円	120億円	大玉で赤色の贈答用に加え、値頃感のある中小玉果の生産・供給体制を強化
香港	37億円	45億円	
タイ	4.5億円	5.5億円	富裕層のほか、買い求めやすい価格帯の生産・供給体制を強化

○輸出産地 7産地

- ・既存園地の活用や水田への新植、省力樹形の導入等による生産力の強化
- ・産地と輸出事業者等が連携したコンソーシアムの形成

○販路開拓

- ・日本青果物輸出促進協議会の機能強化に向けた検討
- ・輸送実証、プロモーション活動などを支援

ぶり

【目標額】

229億円(2019年) → 542億円(2025年)

○国別輸出額目標とニーズ対応への課題・方策

国名	2019年	2025年	ニーズ・規制対応への課題・方策
米国	159億円	320億円	小売店の調達基準を満たす生産の拡大と安定供給。現地の食嗜好に合わせた商品を開発・製造。
中国	13億円	60億円	
香港	11億円	40億円	活魚の需要があるアジア向けに、活魚運搬船を活用した物流・商流を構築

○輸出産地 5産地

- ・漁場の大規模化、沖合養殖の推進、生け簀の整備により増産
- ・育種や低魚粉飼料の開発により生産コストを低減

○販路開拓

- ・水産物・水産加工品輸出拡大協議会と有限責任事業組合日本ブリ類養殖インシアティブとが共同でプロモーション等を行うことを検討

戦略の具体的内容と実施に向けた工程（その2）

第2の戦略：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事業者を後押し

① リスクを取って輸出に取り組む事業者への投資の支援

○リスクを取って輸出に取り組む事業者へのリスクマネーの供給を後押しするため、「農業法人に対する投資の円滑化に関する特別措置法」を改正。	可能な限り速やかに法案を国会に提出
---	-------------------

② マーケットインの発想に基づく輸出産地の育成・展開

○輸出向けの生産を行う輸出産地をリスト化し、輸出産地の形成に向け重点的に支援。 (例) 野菜（かんしょ、その他の野菜）について、かんしょは、輸出拡大に意欲的な12産地の育成、その他の野菜は、水田転換ほ場等を活用し、生産性の高い産地形成に取り組む	令和2年度中に実施
○輸出産地について、輸出促進法に基づく輸出事業計画のスキームの下、産地毎の輸出目標や課題と対策を明確化。	令和3年度中を目途に実施

③ 大ロット・高品質・効率的な輸出等に対応可能な輸出物流の構築

○港湾や空港の具体的な利活用等の方策、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・確保の方策等について検討。	令和3年夏を目途に結論
--	-------------

戦略の具体的内容と実施に向けた工程（その3）

第3の戦略：省庁の垣根を超え政府一体として輸出の障害を克服

①輸出加速を支える政府一体としての体制整備

○輸出先国・地域の規制緩和・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。 〔（例）中国の放射性物質規制の撤廃、牛肉の輸出再開、精米の輸出拡大等〕	引き続き実施
○輸出先国・地域との協議、適合施設の認定等の進捗状況を踏まえ、輸出促進法に基づく実行計画を見直し。	令和2年中に実施
○基準に適合した防除体系、有機栽培への転換、減農薬栽培などの技術、抵抗性品種等の開発を推進。品目別の輸出拡大に向けた技術的な課題を把握。	令和2年度中に実施

②輸出先国・地域の規制やニーズに対応した加工食品等への支援

○H A C C P 対応施設などの計画的な施設整備に向けた整備目標の設定。関係省庁の連携による迅速な認定を実施。 〔（例）米国向け牛肉処理施設の2025年整備目標：25件（2020年時点15件）〕	本戦略で決定
○地域の輸出向け加工食品の開発等を支援するため、輸出に取り組む加工食品事業者との協力体制の構築について検討。	令和3年夏を目途に結論

③日本の強みを守るための知的財産対策強化

○ノウハウなどの流出につながらないよう、我が国の農林水産業・食品産業の利益となる海外展開の推進方策について検討。	令和3年夏を目途に結論
○海外での品種登録、改正種苗法に基づく輸出先国・地域の指定などを行う品種数等の数値目標を設定。	法施行後速やかに実施