

〔基本的考え方〕

- 国内の食市場が縮小する中で、アジアを中心に世界の食市場は拡大。我が国のおいしくて、安全な農林水産物や食品は高い評価。
- 輸出は、農林水産物・食品の販路拡大につながる重要な手段。高い技術力により、四季がある日本で旬の農林水産物や多様な食品を提供できるということは我が国の農林水産業・食品産業の強み。海外のニーズに合った高品質な日本産品を多く輸出できるようになれば、農林漁業者や食品事業者の所得向上も期待。また、生産拡大の環境が整うことで、意欲ある若い担い手が新たに参入し、創意工夫にあふれた経営を実践していくことで、農林漁業の閉塞感の打開にもつながる。
- 輸出の主役は、農林漁業者や食品事業者。民間のチャレンジや創意工夫が一層引き出され、意欲的な取組が行われるよう、側面から支援していくことが政府の基本姿勢。同時に、民間では対応できない外国の規制等への対応について、政府として全力で取り組む。

民間の意欲的な取組を支援する「7つのアクション」

■ 情報の一元的提供

(まずは、「相手国・マーケット・ライバルを知る」)

■ 日本産の「品質の良さ」を世界に伝える

(日本の「強み」をアピール)

- ・JASの仕組みを活用し、海外の消費者・事業者に対して日本産品の品質や特色を担保する制度の創設を検討
- ・インバウンドとの連携、日本文化との一体的プロモーション

■ 「ライバル国に負けない」ための戦略的販売(リレー出荷・周年供給)を進める

(「売り込み体制を整えて、前へ」)

- ・H28香港での果物リレー出荷の本格的な実施をサポート
- ・新たに国・地域別イベントカレンダーを策定することで、全国統一的なプロモーションを実施
- ・最新の鮮度保持技術で、船舶により大量に高品質で供給

■ 農林漁業者自身が海外において販売拠点を設ける取組をサポート

(「新しい発想の輸出をつくる」)

- ・シンガポールでの農水産物産直市場設置の取組に対する支援を検討(まず「成功例をつくる」)

■ 既存の規制を見直し、国内の卸売市場を輸出拠点へ(「いつもの市場から海外へ」)

- ・市場施設を海外バイヤーに開放、コンテナヤード等を整備
- ・卸売業者と海外バイヤーが直接取引したり、海外バイヤーの依頼で、仲卸業者が産地と直接取引できるよう規制緩和

■ 諸外国の規制の緩和・撤廃のため、省庁横断でチームをつくり、戦略的に対応

(「輸出可能な品目・輸出先を増やす」)

- ・食品安全、放射性物質、検疫、通関手続などを対象
- ・内閣官房に「輸出規制等対応チーム(仮称)」を設置

■ 国内の輸出関連手続を改革

(輸出の「手間を省く」)

- ・省庁が連携した各輸出関連証明書の発行手続の抜本改革
- ・動植物検疫につき、これまでの主要海空港以外でも、早朝・夜間・土日・祝日も柔軟に対応

意欲ある農林漁業者や食品事業者に届ける「2つのメッセージ」

□ 国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略を提示

(※21の国・地域)

(個々の民間主体の情報を補い、新しい展開の一助へ。そして、意欲ある農林漁業者や食品事業者が、具体的に「売れる可能性」を感じてもらい、「海外に打って出る」きっかけに)

- ・輸出先国の消費者の嗜好やライバル国の状況も調べ、幅広いルートでニーズを把握の上、重点品目、有望品目を設定
- ・品目ごとのターゲット、販路開拓の取組も提案
- ・今後も更新しながら、最新の情報を農林漁業者や食品事業者へ提供

□ 品目別の輸出力強化に向けた対応方向を提示(※米、青果物、茶、畜産物、水産物など)

(広く農林漁業者へのメッセージ。「産地が変わる」きっかけに)