

品目別の輸出力強化に向けた対応方向

目次

概要	・・・1
米	・・・3
青果物・花き・茶	・・・13
畜産物	・・・55
水産物	・・・79
加工食品	・・・125
アルコール飲料	・・・141
林産物	・・・151

品目別の輸出力強化に向けた対応方向の概要

- 農林水産物・食品の輸出拡大に向けて、相手国・地域での需要や日本国内での供給面等における各品目の課題に適切に対応できるよう、取組を強力に進めていくことが必要

① 米

- 商品や輸出ルートが多様化、生産コストの削減などにより、輸出ターゲット市場を拡大・深掘りする
 - ・中国向け輸出ルートへの複線化（精米工場等の追加指定の働きかけや、既存施設を利用した新規参入の促進等）
 - ・高付加価値米や、パックご飯やおかゆ等の加工形態での販売等、商品・売り方を多様化
 - ・コメの生産コスト削減に向けた取組の推進
 - ・多収品種の試験導入等による輸出産地づくりの推進
 - ・より柔軟に輸出用米生産ができるよう制度運用を改正

② 青果物・花き・茶

- ジャパンブランドを定着させる取組や、国産供給力の強化を進めていく
 - ・統一マークの活用等により日本ブランドを前面に立てた販売促進
 - ・リレー出荷による周年供給体制の確立
 - ・ニーズに対応した新品種の開発・普及、優良系統への転換
 - ・省力化・収量増・高品質化につながる新栽培技術の開発・導入

③ 畜産物

- 日本産畜産物の強みを活かす売り方・食べ方を海外に広めるとともに、国産供給力の強化を進めていく
 - ・統一マークの活用による日本ブランドを前面に立てたプロモーション活動を通じ、日本産畜産物の認知度を向上
 - ・焼き肉やすき焼き等の和牛肉の強みを活かす食べ方を海外に普及し、新たな肉料理市場を創出
 - ・高齢化等により減少しつつある繁殖農家を補完するため、子牛生産を地域で分業し、和牛生産量を維持・拡大
 - ・輸出先国・地域の求める条件等を充たす食肉処理施設の整備等を支援

④ 水産物

- 輸出に対応した生産体制の構築や、日本産水産物の特色を活かした市場開拓を進めていく
 - ・人工種苗技術の開発・普及等による安定した養殖生産体制や、運搬船の鮮度保持機能の強化等による輸出向け漁業生産体制を構築
 - ・海外コンサルタント活用やPR活動強化などにより販路を拡大
 - ・水産加工施設におけるHACCP対応や流通・輸出の拠点漁港における高度な品質・衛生管理体制の構築を推進
 - ・輸出向け水産物の水産エコラベル認証スキームを構築

品目別の輸出力強化に向けた対応方向の概要

⑤ 加工食品

- 日本らしさを徹底利用した需要の深掘りや、食品製造事業者の戦略的な取組の環境整備を進めていく
 - ・世界の料理界での日本食材の活用推進及び日本の「食文化・食産業」の海外展開との一体的な推進
 - ・輸出先国・地域の食品安全規制や表示規制等に関する情報提供、事業者による対応の推進
 - ・重点品目（みそ、醤油、ソース混合調味料、清涼飲料水、菓子）に関する戦略的な取組の支援

⑥ アルコール飲料

- 海外の消費者ニーズを踏まえ、日本産酒類のブランド力と品質の向上を進めていく
 - ・地理的表示を活用したブランド力の向上
 - ・品質評価会を通じた製造者の技術及び酒類の品質の向上
 - ・酒類に関する高度な技能や経営に関する実践的な知識を習得させるための講習を実施
 - ・消費者ニーズに応じた商品開発を推進するための新技術の開発・普及
 - ・海外酒類教育機関の日本酒講師候補者を招聘し、日本酒の専門的知識を普及・啓発

⑦ 林産物

- 付加価値の高い製品輸出への転換や、輸出先国・地域の拡大を進めていく
 - ・スギやヒノキをはじめとする日本産木材の認知度の向上及び輸出向け製品仕様の作成等によるブランド化の推進
 - ・製品の販路拡大のための現地パートナー（住宅デベロッパー等）の新規開拓、富裕層を対象とした戸建て分野への進出
 - ・新たな輸出先国・地域における市場調査や日本製品の展示などを通じたPR
 - ・木材加工施設の大規模・高効率化による製材、合板等の生産コストの低減や、森林組合等の共同出荷による大口供給体制への転換

米の輸出力強化に向けた対応方向

輸出のターゲット市場の拡大・深掘りをするとともに、輸出用米生産に関する制度の運用を改正

現状・課題

- ・ 日本食レストランを中心とした需要に留まっている中、輸出先国・地域の多様なニーズに合わせた商品の多様化、生産コストの削減による価格競争力の強化を通じ、輸出ターゲット市場の拡大・深掘りを図ることが課題。
- ・ 潜在的に大きな需要が期待される中国向け輸出について、輸出ルートの多様化を図ることにより、日本産米流通の活性化を図っていくことが課題。

今後の取組

< 輸出ターゲット市場の拡大 >

① 中国向けルートの複線化【平成28年に新たに5事業者の参入を進め、その後も可能な限り拡大】

- ・ 精米工場等の指定追加の働きかけを継続的に進めつつ、これまで実績を有しない事業者による輸出の取組を拡大し、輸出先での流通を複線化

② 幅広い輸出ターゲットに向け、商品・売り方を多様化【平成32年までに30件程度の新たな輸出商品、売り方のモデル事例を蓄積】

- ・ 機能性成分を売りにした高付加価値米、インターネット販売、パックご飯等、輸出商品・売り方の多様化及びPRの強化、インバウンド対応を推進

< 輸出ターゲット市場の深掘り >

③ コメの生産コストに関するKPIIに向けた取組の着実な実施【平成35年までに担い手の生産コストを全国平均から4割削減】

- ・ 省力化技術の導入や作期分散、生産資材費の低減等

④ 多収品種の導入等による低コスト生産・輸出供給モデルの構築【平成28年度】

- ・ 国内で主食用として多く生産されていない多収品種の試験導入、海外マーケットでのテスト販売等による輸出産地づくりの推進

< 輸出用米生産に関する制度運用見直し >

⑤ より柔軟に輸出用米の生産が可能となるよう制度運用の見直し【平成28年4月】

- ・ 生産者が計画書を提出すれば輸出用米の生産が可能となるよう、平成28年4月から輸出用米制度の運用ルールを改正

海外マーケットにおける日本産米の位置付け及び対応方針(イメージ)

ハイエンド

※ 価格帯イメージ: 600円/kg~

これまでの日本産米の進出ゾーン
(主なマーケットは、香港・シンガポールの高所得者層)

拡大

深掘り

ミドルレンジ

※ 価格帯イメージ: 300~600円/kg
・ 中国産 中・短粒種(プレミアム)
・ 米国、豪州産 中・短粒種(カルローズ等)
・ プレミアム長粒種(香り米等)

ローエンド

※ 価格帯イメージ: ~300円/kg
・ 一般的な長粒種、中国産 中・短粒種

輸出ターゲット市場の拡大

- ① 中国向け輸出ルート^{の複線化}
精米工場等の指定追加の働きかけを継続的に進めつつ、これまで実績を有しない事業者による輸出の取組を拡大し、輸出先での流通を複線化(平成28年度に5事業者が実証予定)
- ② 幅広い輸出ターゲットに向け、商品・売り方を多様化
 - ・ 機能性成分を売りにした高付加価値商品の販売促進(金芽米等)
 - ・ インターネット販売を活用した日本産米の販売の事業化の可能性、ターゲットの見極め
 - ・ 炊飯機のない家庭でも食べられるよう、パックご飯等の形態での販売促進(市場性等の調査)

輸出ターゲット市場の深掘り

- ③ 米の生産コスト削減についてのKPI(担い手の生産コストを全国平均比4割削減)に向けた取組を着実に進める(省力化技術の導入や作期分散、資材費の低減)。
- ④ 国内で主食用として多く生産されていない多収品種を導入し、試験的に低コスト生産を行い、海外マーケットでテスト販売を行う等の輸出産地づくりの取組を推進

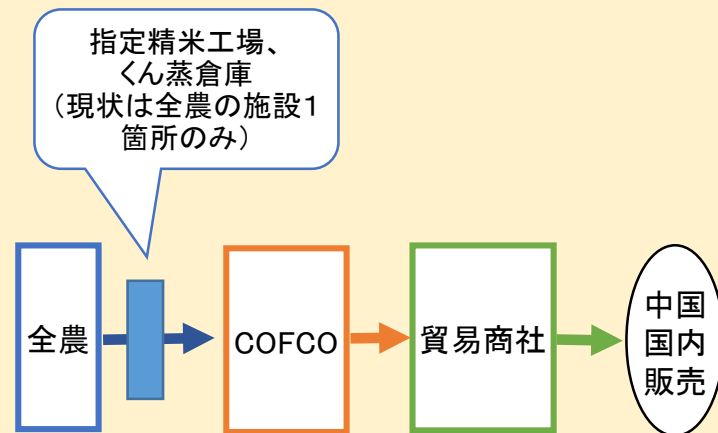
輸出用米生産に関する制度運用を改正

- ⑤ 従来は、国内主食用米と区別するため、6月時点で「販売契約書」の提出を求めていたが、平成28年4月より、生産者による「輸出計画書」のみで生産が可能となるよう、制度運用を改正

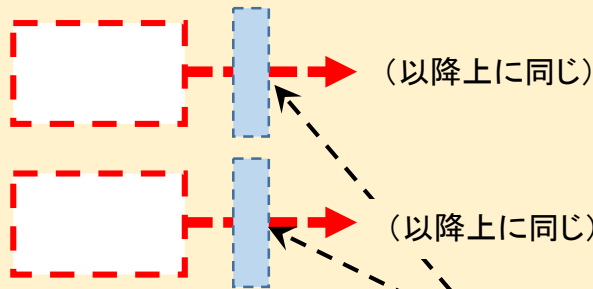
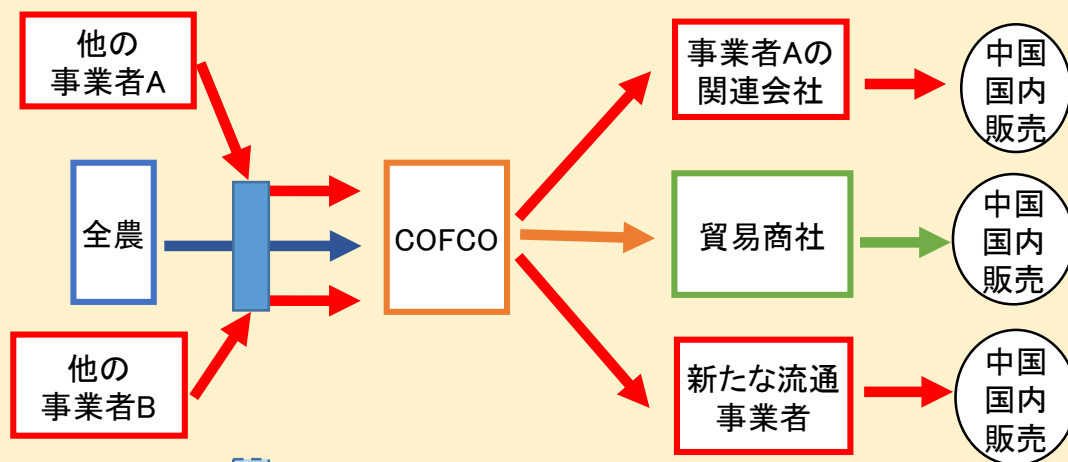
① 中国向け輸出ルート of 複線化 (輸出ターゲット市場の拡大)

- 中国向けのコメの輸出は、現在、全農の指定精米工場から全農が輸出するというルートのみ。
- 全農の指定精米工場を、全農以外の他事業者が使用してコメの輸出を行う実証の取組を進め、流通ルートを複線化して、日本産米流通の活性化を目指す。
- 平成28年度に、5事業者が中国向け輸出の実証に取り組むことを計画している。

<現 状>



<実証の取組(28年度予定):流通ルートを複線化>



精米工場、くん蒸倉庫の指定・登録の追加に向けた働きかけを行い、さらなる流通ルートの複線化を目指す

② 幅広い輸出ターゲットに向け、商品・売りを多様化(輸出ターゲット市場の拡大)

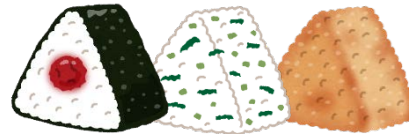
○ これまでの海外マーケットにおける日本産米販売の更なる拡大を図るため、輸出商品や販売方法の多様化を推進。

<取組例>

○ 「金芽米」など機能性成分を売りにした高付加価値商品の市場開拓



○ ファーストフードとしての「おにぎり」の販売展開



○ 輸出用米を海外でインターネット販売するモデルの事業化可能性についての実証



○ 無洗米とミネラルウォーターのセット販売



○ 炊飯器のない家庭でも食べられるよう、無菌包装米飯(パックごはん)の販路開拓



○ 現地シェフによる米を使用したお菓子の開発、販売



海外マーケットへ



③ 価格競争力の強化のための生産コスト削減の取組(輸出ターゲット市場の深掘り)

- 日本産米の輸出の更なる促進のためには、価格競争力を強化し、従来はハイエンド向けであった日本産米の進出ゾーンを、ミドルレンジの中での高価格帯(ハイミドル層)を対象とした、輸出ターゲット市場の深掘りを目指すことが必要。
- このため、日本再興戦略において決定されたKPI(担い手の生産コストを全国平均比4割削減)の実現に向け、①担い手への農地集積・集約等、②省力栽培技術の導入や作期分散の取組、③生産資材費の低減の取組を着実に進める。

日本再興戦略(平成25年6月)において決定されたKPI

今後10年間で産業界の努力も反映して担い手の米の生産コストを現状全国平均(16,001円/60kg)から4割削減(9,600円/60kg)する。

平成25年産の担い手のコメの生産コスト: 個別経営(*) 11,374円/60kg(16,001円/60kgに対し2.9割減)

組織法人経営(**) 11,931円/60kg(16,001円/60kgに対し2.5割減)

担い手への農地集積・集約等

- 今後10年間で全農地面積の8割を担い手に集積
 - ・ 分散錯圃の解消
 - ・ 農地の大区画化、汎用化

省力栽培技術の導入や作期分散の取組

直播(ちよくはん)栽培による育苗・田植えの省略化

- ・ 田植えに比べて生産コストを約1割削減



専用の播種機を用いて播種 無人ヘリの活用も可能

作期の異なる品種の組合わせ

- ・ 作期を分散することで、同じ人数で作付拡大が可能
- ・ 機械稼働率も向上

ICTを活用した作業管理

- ・ 作業のムダを見つけて手順を改善

生産資材費の低減

農業機械の低コスト仕様

- ・ 基本性能の絞り込み
- ・ 耐久性の向上

⇒ 基本性能を絞った海外向けモデルの国内展開等(標準モデル比2~3割の低価格化)

肥料コストの低減

- ・ 土壌診断に基づく施肥量の適正化
- ・ 大口取引による肥料費低減

未利用資源の活用

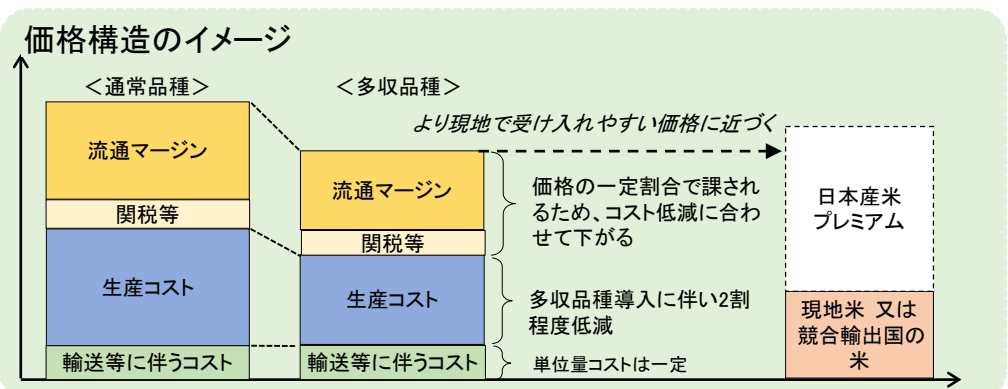
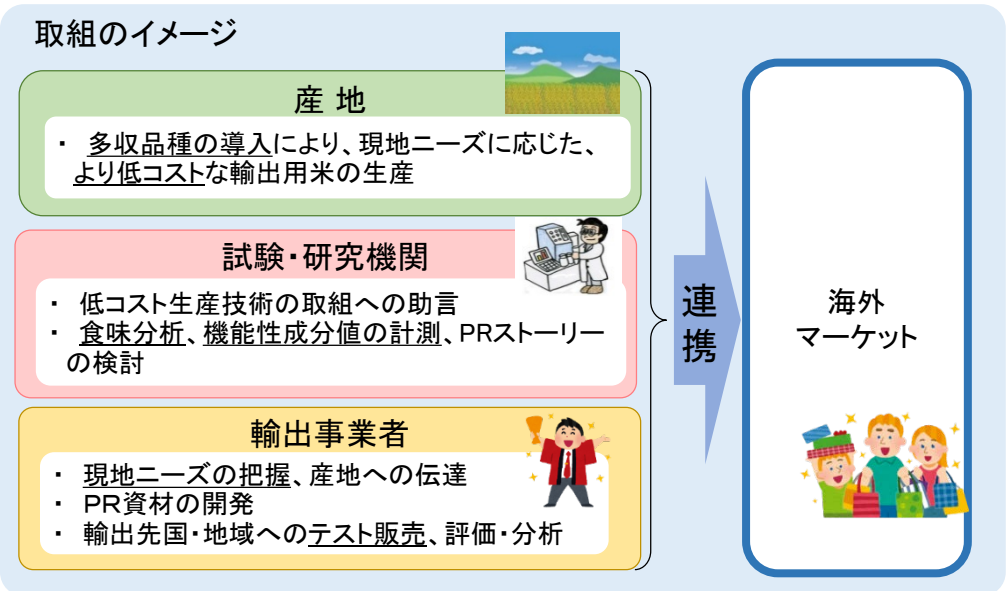
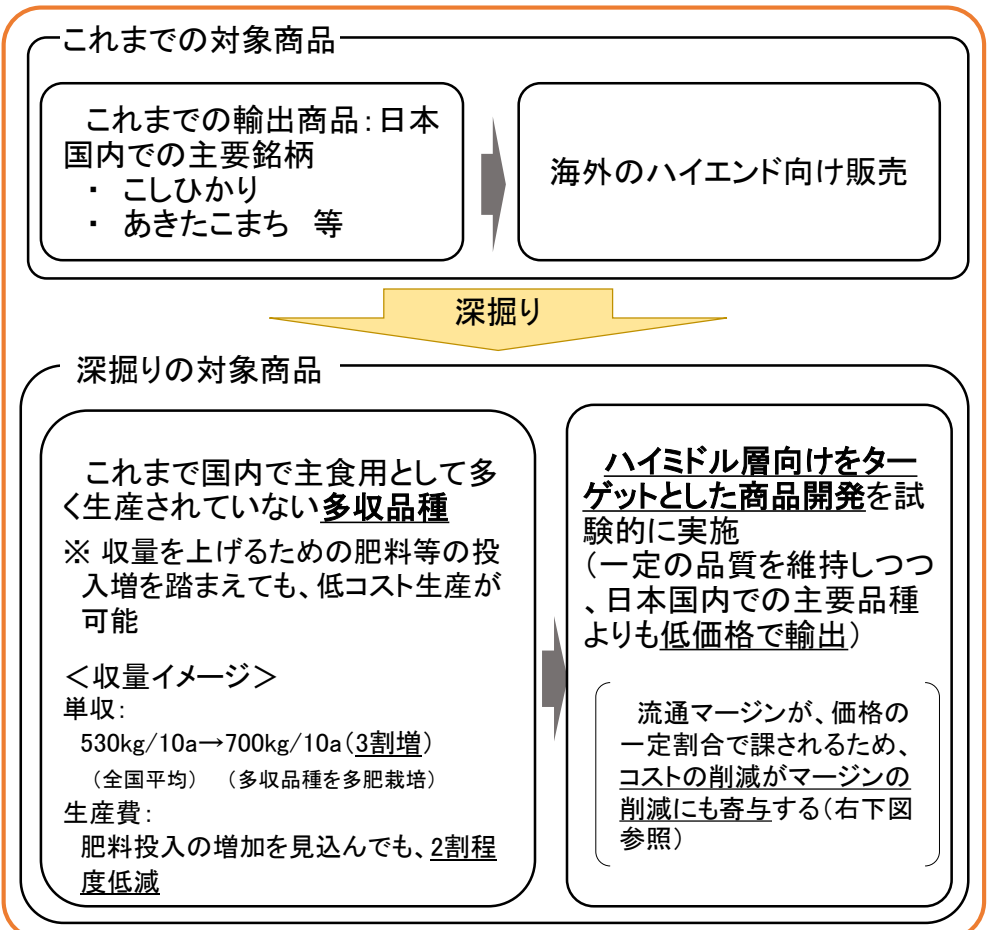
- ・ 鶏糞焼却灰等の利用 ⇒ 1割の低価格化
- ・ 汚泥中りんの有効利用 ⇒ 3割の低価格化

(*) 認定農業者のうち、農業就業者1人当たりの稲作に係る農業所得が他産業所得と同等となる個別経営体(水稻作付面積15ha以上層)

(**) 米の販売金額が第1位となる稲作主体の組織法人経営体(平均水稻作付面積約29ha)

④ 多収品種の導入等による低コストの輸出産地づくりの推進 (輸出ターゲット市場の深掘り)

- 産地がこれまでの国内の主要品種(コシヒカリ等)のみならず、国内で主食用として多く生産されていないが面積当たりの収量が高い品種(多収品種)の栽培を試験・研究機関の助言等を受けて試験的に実施。
- そこで生産されたコメを輸出事業者、産地が連携して、販売先のニーズを踏まえた販売戦略のもと、現地でテスト販売。
- これらの取組を連携して行い、これまで販売できなかったハイミドル層への需要拡大を図る。

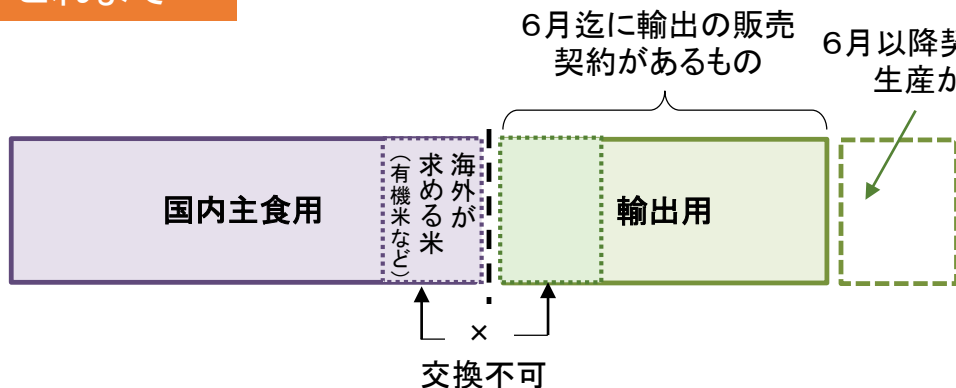


※ このほか、輸出促進に資する助成のあり方についても検討。

⑤ 輸出用米生産に関する制度運用を改正

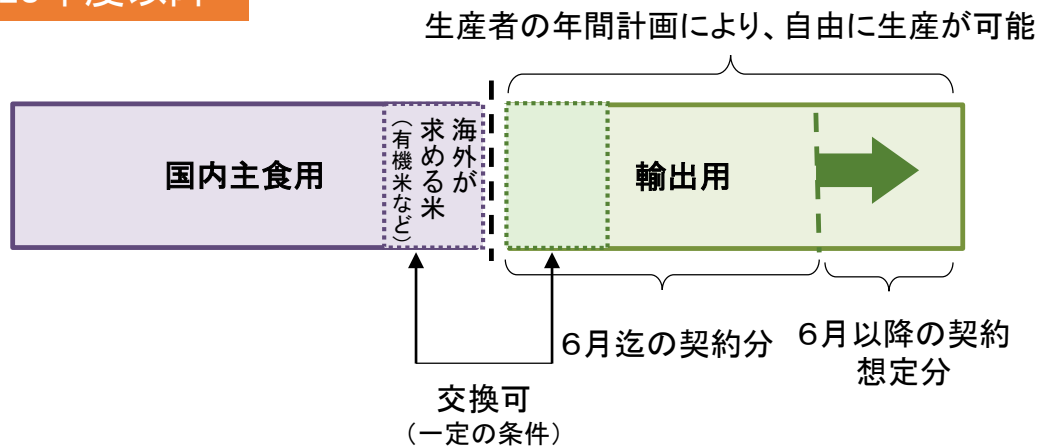
- 輸出用米の生産にあたっては、これまでは、国内主食用米と区別するため、6月時点で「販売契約書」の提出を求めていたが、平成28年4月より、生産者による「輸出計画書」の提出のみで輸出用米が作れるよう、計画承認の運用ルールを改正。

これまで



- ・ 輸出用米は、生産数量目標の外数で生産が可能。
- ・ ただし、確実に輸出に用いられるよう、6月時点で輸出用の販売契約書が必要。
⇒ 7月以降に新たな契約が取れても、それに見合う生産が対応できていない。
また、栽培方法、品種等にこだわる輸出先の顧客のニーズに柔軟に対応することが困難。

28年度以降



- 輸出用米の生産にあたっては、生産者の計画書のみで生産が可能とし、6月時点での販売契約書を不要とする。加えて、輸出先の顧客からの栽培方法、品種等のオーダーに対応して実際に輸出する米を交換できるよう、運用を改正。
- ⇒ 6月時点で実際の契約がなくても、7月以降の新たな契約を見越した輸出用米の生産が可能。
輸出先の顧客のオーダーに応じた栽培方法、品種等の米の輸出が可能。

輸出及び国内生産の現状(コメ)

- 輸出額は、日本食レストランや寿司屋などの米を取り扱う外食店向けの需要が徐々に拡大しており、近年増加傾向で推移。国・地域別に見ると、香港及びシンガポール向けの輸出で全体の半分以上を占めており、高所得者を中心とした需要が増加。
- 一方、国内生産額は、近年約2兆円前後で推移(H26においては、米価下落の影響を受け、1.4兆円まで減少)。

○ 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン)

	H23	H24	H25	H26	H27	H32目標 (コメ・コメ加工品)
輸出額	6.8	7.3	10.3	14.3	22.3	600
輸出量	2,129	2,202	3,121	4,516	7,640	—

○ H27輸出額の国・地域別内訳(億円)

国・地域名	香港	シンガポール	中国	台湾	その他	計
輸出額	6.6	4.6	2.9	2.7	5.5	22.3
シェア	29.5%	20.7%	13.0%	12.0%	24.8%	100%

○ 国内生産額及び国内生産量の推移(億円、万トン)

	H23	H24	H25	H26	H27
生産額	18,497	20,286	17,807	14,343	—
生産量	840	852	861	844	799

(参考)TPP対日関税交渉結果(重点国・地域)

国・地域名	米国	カナダ	豪州	メキシコ	マレーシア	シンガポール	チリ	ペルー	NZ	ベトナム	ブルネイ
結果	5年目 撤廃	(無税)	(無税)	10年目 撤廃	11年目 撤廃	(無税)	8年目 撤廃	従量税 維持	(無税)	即時 撤廃	(無税)

青果物・花き・茶の輸出力強化に向けた対応方向

青果物等のジャパブランドを定着させる取組を強化し、輸出拡大につなげる

現状・課題

- 各産地がそれぞれに販路開拓を行っているため、日本産としてのブランディングが不十分であり、需要拡大につながっていない
- 富裕層向けの高級品路線に特化した取組にとどまっており、中間層向けの需要開拓が課題

今後の取組

1. 青果物等のジャパブランドを定着させる取組の強化

➤ **統一マークの活用等により日本ブランドを前面に立てた販売促進【平成28年度から実施】**

- 日本青果物輸出促進協議会の会員(31団体)である各産地、商社等が実施する全ての販促イベントで、統一ロゴマークや統一販促グッズを使用、統一的设计によるブースを設置するよう転換し、ジャパブランドの確立を強力に推進する

日本産果実マーク



輸出促進ロゴマーク



➤ **富裕層をターゲットにした取り組み**

- 輸出相手国・地域別の輸出実績やマーケットの特徴を踏まえた戦略を立て、富裕層向けの輸出をさらに拡大する

- ① 香港・台湾は、りんごに次ぐ戦略品目として、ぶどう、もも、いちご等について、中秋節、春節等に贈答用として供給拡大を図る
- ② タイ、ベトナム等の新興国に対しては、現地に進出している日系デパート、スーパーと組んで、りんごを中心に富裕層の取り込みを図る

➤ **富裕層向けにとどまることなく、新たな需要を創出【平成28年度から実施】**

- これまでの富裕層向けの贈答需要にとどまることなく、産地と連携して市場調査、実証事業を行うことにより、中間層向けに比較的廉価で販売可能な商品の供給体制を確立し、日本産の青果物に対する新たな需要を創出する
(例:りんごの中小玉果、出回り晩期のいちご、航空便から船便への転換、自家用少量パッケージ等の商品供給体制の整備)

➤ **ニーズを逃さない周年供給体制の確立【平成28年度香港等で実施、平成29年度さらに拡大】**

○ 日本青果物輸出促進協議会が、JETROと連携して、

① 各産地がバラバラに実施していた販促イベント時期について、重複なく通年で実施するよう積極的に調整

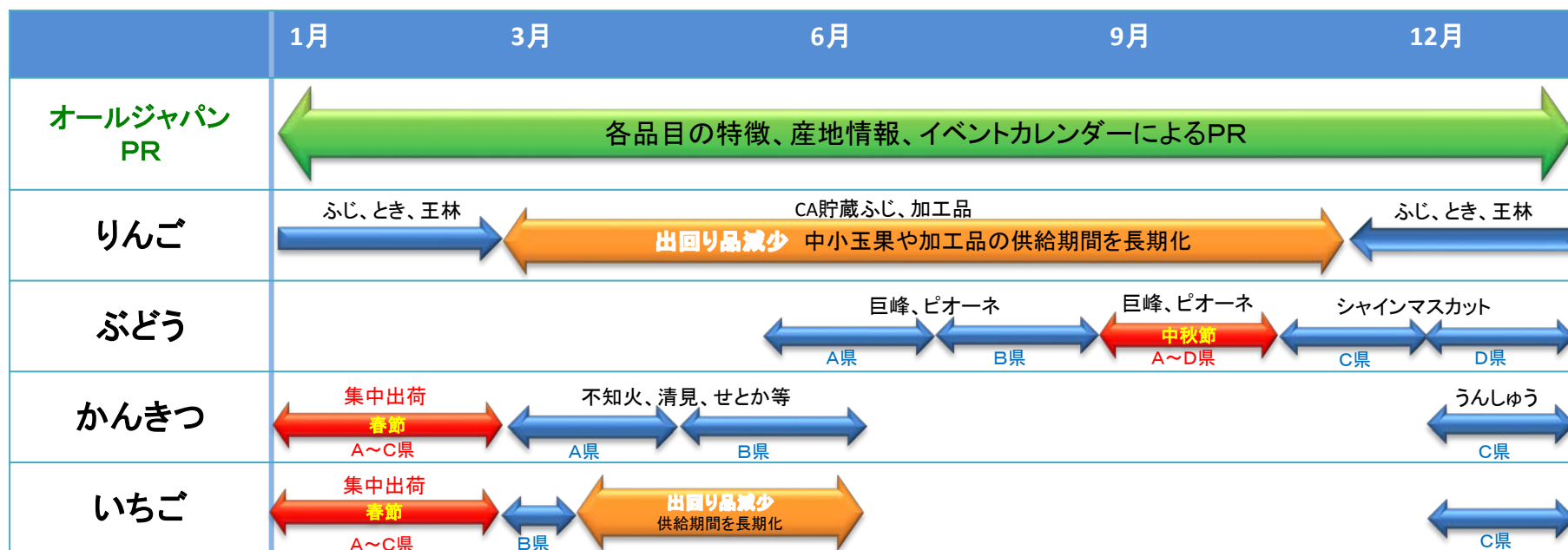
② その販促イベントに合わせて各産地が商品を供給するよう指示

品目の特性に応じて

- ・多品目の組み合わせで周年供給する体制を構築(ぶどう、かんきつなど)
- ・加工品等を組み合わせで単品を周年供給する体制を構築(りんごなど)
- ・甘さや食感などジャンプブランドの特徴をわかりやすく伝え1か所で多様な品種を販売する体制を構築(いちごなど)

③ 各品目の特徴や産地情報、販促イベントや販売の時期などをPR

リレー出荷による多品目周年供給に向けた取組(香港)



○ 全農が、台湾などで販売店の棚を通年で借り上げ、日本産青果物が通年で販売される体制を構築



28年度の結果を踏まえて、効果を分析した上で、29年度以降対象国・地域・対象品目を拡大

対象国・地域	対象品目
香港 + 台湾、シンガポール等	ぶどう、かんきつ、いちご + なし、かき等

- 原料の良さや特徴を生かした加工品や鮮度保持技術の開発・導入により、日本産青果物等の特徴である高品質を維持しながら供給期間を長期化することで周年供給体制の確立を加速

ももの加工品



国産ももを使用したコンポート、ジャム、ジュースなど

MA包装技術

MA無処理区



かびが発生

MA処理区



「低O₂・高CO₂」の状態にすることで呼吸を抑え劣化を防ぐ特殊フィルムを使用

2. 輸出拡大を支える国産供給力の強化

- **新品種、新技術の普及、優良系統への転換による国産供給力の強化**
【平成37年度までにりんご、ぶどう等の主要輸出品目の生産量を1割拡大】

○ 付加価値の向上

- ・ぶどうでは種なしで皮ごと食べられる新品種の開発・導入
- ・かんきつでは、みかん以外にも、皮がむきやすく、甘みの強い新品種(せとか、はるみ等)の開発・導入

○ 生産性の向上

- ・りんご、なし等では省力化・収量増となる新技術の開発・導入
- ・ながいも等では収量増となる新品種の開発・導入
- ・機械化と園地集積を強力に推進

シャインマスカット(ぶどう)



皮が薄いため皮ごと食べられ、日持性が高く長期輸送可能

新しい化技術(りんご)



低樹高で密植が可能のため、労力の軽減及び収量増が可能



輸出拡大に向けて 国産青果物等の供給力を強化

○ 品目別の特徴的な取組

【果物】

- ・台湾、香港のりんごなど既に富裕層に浸透している市場では廉価品による中間層向けの取組みを強化
- ・タイ、ベトナムなど新興市場については、富裕層向けにジャパンプランドの浸透を促進
- ・ぶどう、もも、いちごなど、短時間で鮮度が低下する果物について、CAコンテナ、高電圧方式の鮮度保持コンテナ、MA包装等の鮮度維持技術の開発・導入及び共同輸送の促進等による出荷単位の大口化により、航空便から船便への転換を促進し、現地での販売価格の低下により輸出を拡大

【野菜】

- ・長いものとろろ料理やかんしょの焼き芋など、日本産野菜の良さを引き出す食べ方を広めることにより、日本産野菜の新たな需要を創出
- ・外国では日本とは異なる規格のもの（長いものは大きなサイズ、かんしょは小さいサイズ）が好まれることがあるため、新品種の導入や集出荷施設の整備により、このような規格のものを効率的に出荷できる体制を整え輸出を拡大

【花き】

- ・切り花について、高級花きの需要者である「フラワーデザイナー」へのプロモーションにより、現地バイヤーに日本産の品質や利用方法に対する理解を進め販路を開拓（ニューヨークの成功モデルを全米などに横展開）
- ・植木・盆栽について、第8回世界盆栽大会inさいたま（平成29年4月）を契機とし、世界に盆栽の魅力をPR

【お茶】

- ・米国向けは健康志向が強く緑茶、抹茶デザート等を扱う日本茶カフェが増加しており、健康を訴求した商品を売込み、EUはオーガニックへの関心が高く、安全・健康イメージをPR
- ・台湾、香港、ベトナム等アジアでは抹茶の人气が高まっており、抹茶を使った加工品を含めPR、販路拡大

(品目名)りんご

これまでとは異なる新たなターゲットに向けて戦略的にプロモーション活動を強化し、
伸びゆく輸出の更なる拡大を目指す

現状・課題

- 輸出拡大を図るには、香港、台湾の富裕層の需要だけでなく、中間層向けや、タイ、ベトナム等新興国の富裕層向け等、輸出先国・地域と輸出ターゲットを明確にした戦略的な需要開拓が必要
- 輸出相手国・地域ごとに異なる輸出環境課題があり、各々の残留農薬基準等をクリアすることが課題

今後の取組

- **新たな市場を開拓するためプロモーション活動を強化【現在の2倍の14カ国・地域で実施】**
 - 台湾、香港の富裕層だけでなく、これまではターゲットとしていなかった人口の多い中間層をターゲットに手頃な価格を訴求した中小玉果を売り込み
 - 経済発展が著しく、日系大手スーパーの進出により流通、販売経路が開拓されつつある、タイ、ベトナムの特に富裕層を新たなターゲットとしてPR
 - 輸出相手国・地域において、日本産りんごと競合関係にあるアメリカ産及びNZ産、中国産のりんごの品質や流通状況を調査し、これらのシェアを奪取
- **高まるニーズに対応した生産体制を強化**
 - 世界各国・地域で高まる日本産りんごのニーズに的確に対応するため、新しい化栽培技術の導入など省力化や早期成園化によって速やかな増産体制を整備
- **輸出を円滑に進めるための環境を整備【台湾向け基準値設定申請中の6剤の早期認定】**
 - インドネシア向け輸出について、輸出手続きが簡素化される生産国認定を申請しているところであり、在外公館等を通じて早期承認を強力に要請
 - 台湾に申請中の薬剤(6剤)について、残留農薬基準の設定を要請

(品目名)りんご

中小玉果の販売促進



写真: 大湯ファームホームページ



生産者による店頭販売

- 中間層をターゲットにした手頃な価格を訴求した中小玉果の売り込み

タイ、ベトナムでのPR



青森県産りんごを手にするハノイの若者たち
(ベトナムの首都ハノイの「イオン」ロンビエン店)

写真: 時事通信社ホームページ

- 現地に進出した日系大手スーパーの流通、販売経路を活用

新しい化栽培

- 従来よりもわい性の強い台木(M9ナガノ)を用いた側枝付き苗木を、日当たりの良い生け垣状に仕立てる栽培技術

- 低樹高で小型な樹体(3m程度)となるため作業労力の軽減及び密植による収量増、早期成園化が図られる



低樹高・コンパクトな樹体により高所作業を減少



生け垣状となるため、農薬散布などがしやすい



側枝付き苗木

輸出及び国内生産の現状(りんご)

- 輸出額は、海外での需要の伸びにより、増加傾向で推移
国・地域別に見ると、台湾、香港向けが全体の9割を占めている状況
- 一方、国内産出額は、高齢化や栽培農家数の減少により作付面積は減少傾向にあるものの販売単価の向上により、横ばい傾向で推移

○ 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン)

年	H23	H24	H25	H26	H27	H32目標
輸出額	65	33	72	86	134	140
輸出量	18,205	9,107	19,431	24,118	34,678	—

出典:財務省「貿易統計」

○ H27輸出額の国・地域別内訳(億円)

国・地域名	台湾	香港	中国	タイ	その他	計
輸出額	99	25	6	2	2	134
シェア	74%	19%	5%	1%	1%	100%

出典:財務省「貿易統計」

○ 国内産出額及び国内生産量の推移(億円、トン)

	H22	H23	H24	H25	H26
産出額	1,320	1,316	1,313	1,375	—
生産量	786,500	655,300	793,800	741,700	816,300

出典:産出額 農林水産省「生産農業所得統計」
生産量 農林水産省「果樹生産出荷統計」

(参考)TPP対日関税交渉結果(重点国・地域)

国・地域名	マレーシア	ベトナム
結果	即時撤廃	3年目撤廃

(品目名)ぶどう

輸出に適した品種の選定、産地間リレー、鮮度保持技術の開発により輸出を拡大

現状・課題

- 台湾、香港向けの輸出が全体の9割を占めており、更なる輸出拡大には新規市場の開拓が課題
- 輸送形態は、航空便が中心で、船便よりも輸送コストが高い
また、高く売れる春節時期を狙った輸出を進めるためにも長期保存技術の開発が必要
- ぶどうは、輸送時の振動により脱粒が発生し商品価値が減少するため防止対策や脱粒しにくい品種の輸出の検討が必要

今後の取組

- **海外市場を獲得するためのプロモーション活動を強化【平成28年度以降、現在の2倍の8カ国・地域で実施】**
 - 台湾、香港以外のアセアン諸国(シンガポール、マレーシア等)等の新規市場開拓のための調査や販売促進活動を実施
 - 近年、国内外で人気の高まっている「シャインマスカット」は脱粒もしにくいことから、輸出用としても優れた特徴を有しており生産拡大による輸出増を推進
併せて黒系・赤系品種、種なし及び皮ごと食べられる他の品種についてもニーズが高いため輸出の取り組みを強化
- **鮮度保持・長期保存技術の活用及び出荷単位の大口化による低コスト化【平成32年度までに輸出量の5割を船便輸送】**
 - 現在、船便の輸送は3割弱であるが、MA包装や低温貯蔵、CA貯蔵技術、高電圧方式の鮮度保持コンテナ等を活用した輸送手段及び共同輸送の促進等による出荷単位の大口化により船便での輸送を増加
 - 国、青森県及び山形県が共同でシャインマスカットの長期保存技術の開発を実施。MA包装やCA貯蔵により、2～3ヶ月程度保存が可能との結果
さらなる技術改良により、需要期である中秋節に加え春節に向けた輸出を検討
- **高まるニーズに対応した生産体制の強化**
 - 輸出向け需要にも対応した生産強化対策として、種なしで皮ごと食べられる「シャインマスカット」などの優良品種への転換を推進

(品目名)ぶどう

ぶどうの品種

【シャインマスカット】	【巨峰】	【ピオーネ】	【ナガノパープル】	【クィーンニーナ】
				
<p>大粒でマスカット香を持ち、糖度が20度前後と高く、酸味は少ない 皮が薄いため皮ごと食べられるのが特徴。食味が優れているだけでなく、果肉がしまっていて日持ちが良く脱粒しにくいいため出荷量が増加傾向</p>	<p>現在、最も栽培面積が多い黒色大粒種 果粒は12～13g程度 旬は8月上旬～9月下旬頃</p>	<p>「巨峰」に比べ、果粒が一回り大きく18g前後 旬の時期は8月下旬～9月下旬頃</p>	<p>果皮は黒紫色で、糖度が18～20度くらいと甘みが強くて酸味はおだやか 皮が薄いため皮ごと食べられるのが特徴</p>	<p>果皮が鮮紅色で、糖度は20度以上と甘みが強く酸味は少ない 果粒の大きさは極大</p>

シャインマスカットの長期保存技術



MA包装により密封

【MA包装貯蔵】

青果物の呼吸量に合わせて、フィルムの穴数、穴径を高精度で調整することで「低酸素・高二酸化炭素」の状態を作り出し、果実の呼吸量を抑え、2ヶ月の保存が可能

【CA貯蔵】

貯蔵庫内の空気中の酸素を減らして二酸化炭素を増やしかつ温度を低くするCA貯蔵と穂軸からの水分補給を行う技術を組み合わせることで、3ヶ月程度の保存が可能

輸出及び国内生産の現状(ぶどう)

- 輸出額は、海外での需要の伸びにより、増加傾向で推移
国・地域別に見ると、台湾、香港向けの輸出が全体の9割を占めている状況
- 一方、国内産出額は、高齢化や栽培農家数の減少により作付面積が減少傾向にあるものの単収の向上により生産量が維持されており横ばい傾向で推移

○ 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン)

年	H23	H24	H25	H26	H27	H32目標
輸出額	3	4	7	9	15	25
輸出量	187	360	475	549	913	—

出典:財務省「貿易統計」

○ H27輸出額の国・地域別内訳(億円)

国・地域名	香港	台湾	シンガポール	その他	計
輸出額	8	7	1	0.3	15
シェア	51%	42%	4%	2%	※100%

出典:財務省「貿易統計」
※ラウンドの関係で計は一致しない

○ 国内産出額及び国内生産量の推移(億円、トン)

	H22	H23	H24	H25	H26
産出額	1,040	987	1,079	1,073	—
生産量	184,800	172,600	198,300	189,700	189,200

出典:産出額 農林水産省「生産農業所得統計」
生産量 農林水産省「果樹生産出荷統計」

(参考)TPP対日関税交渉結果(輸出実績国)

国・地域名	シンガポール	マレーシア
結果	(無税)	即時撤廃

最新の輸送・鮮度保持技術を結集しておいしい日本のももを東南アジアをはじめ世界各国・地域に広める

現状・課題

- ももは、品質劣化が早いため航空便での輸送が主であり、船便よりも輸送コストが高い
- ももは長期保存が難しいため、加工品を含めた周年供給体制の検討が必要
- 台湾向け輸出は植物検疫でモモシンクイガが見つかった場合、同一県からの輸出が全て停止する規制があり、検疫条件を満たすための選果作業のコストダウンが課題

今後の取組

- **鮮度保持・長期保存技術の活用及び出荷単位の大口化による低コスト化【平成32年度までに船便による輸出量割合を7割に増加】**
 - ももはデリケートなため温度管理や接触による損傷等に注意が必要であり、船便での輸送に係る包装資材開発や当該資材を用いた輸送方法の確立が必要
 - CAコンテナ、高電圧方式の鮮度保持コンテナ、MA包装等の鮮度維持技術の開発・導入及び共同輸送の促進等による出荷単位の大口化により、船便での輸送を増加
- **海外市場を獲得するためのプロモーション活動を強化【平成28年度以降、現在の2倍の8ヵ国・地域で実施】**
 - 輸送上の課題を解決しながら地元バイヤーや消費者に知ってもらうための販売促進活動を強化
- **加工品を組み合わせた周年供給体制の確立【平成28年度に加工品に係る戦略を策定】**
 - 原料の良さが活かされるコンポート、果実入りゼリーといった加工度の低い加工品の戦略的輸出を検討
このことにより、高品質な日本産ももの強みを活かしつつ、周年供給ができる体制を構築
- **最新の検査技術の活用による効率的な植物防疫対応【平成29年度実用化に向けた試験を実施】**
 - 山梨大学ではX線によりモモシンクイガを検出する装置を開発したが、検出精度、速度の点で実用化には至っていないため、実用化を急ぎ、検査の合理化によって輸出を拡大
- **高いニーズに対応した生産体制の整備**
 - モモシンクイガの防除対策として、薬剤散布による病害虫防除の実施や防風ネットの整備等による高品質果実の安定生産を推進

(品目名)もも

船便による輸出

○岡山大学の研究グループは、低温障害が発生せずに低温下での海上輸送や貯蔵が可能なももの輸出流通システムを構築



左:0度2週間保存後常温で3日間
右:5度2週間保存(低温障害発生)

ももの加工品

○加工品は賞味期間が長く、近年加工技術の向上により果実本来の風味を活かした商品が生産が可能となり、需要が広がりを見せている



香港のFood Expoで試食会を行ったところ
鮮度について高評価



香港向けに輸出されているもも加工品

輸出及び国内生産の現状(もも)

- 輸出額は、海外での需要の伸びにより、増加傾向で推移
国・地域別に見ると、香港向けが全体の71%を占めている状況
- 一方、国内産出額は、高齢化や栽培農家数の減少により作付面積が減少傾向にあるものの販売単価の向上により、横ばい傾向で推移

○ 輸出額及び輸出品の推移(億円、トン)

年	H23	H24	H25	H26	H27	H32目標
輸出額	3	4	6	8	11	22
輸出品	280	439	578	898	1,150	—

出典:財務省「貿易統計」

○ H27輸出額の国・地域別内訳(億円)

国・地域名	香港	台湾	シンガポール	その他	計
輸出額	8	3	0.1	0.2	11
シェア	71%	26%	1%	1%	※100%

出典:財務省「貿易統計」
※ラウンドの関係で計は一致しない

○ 国内産出額及び国内生産量の推移(億円、トン)

	H22	H23	H24	H25	H26
産出額	492	454	461	477	—
生産量	136,700	139,800	135,200	124,700	137,000

出典:産出額 農林水産省「生産農業所得統計」
生産量 農林水産省「果樹生産出荷統計」

(参考)TPP対日関税交渉結果(輸出実績国)

国・地域名	シンガポール	マレーシア
結果	(無税)	即時撤廃

(品目名)なし

出荷時期の異なる多数の品種の組合せによるリレー出荷方式や長期保存技術確立により、販売の長期化・輸出拡大を目指す

現状・課題

- 出荷時期の異なる品種によるリレー出荷体制の構築や長期保存体制の確立により、販売期間の長期化をめざす輸出相手国・地域ごとに異なる輸出環境課題があり、各々の残留農薬基準等をクリアすることが課題

今後の取組

- **出荷期間の異なる品種や産地を組み合わせによる輸出期間の長期化【産地間連携検討会を開催】**
 - 現在、香港、台湾向けに鳥取県の「二十世紀」(9月)、大分県の「新高」(9~11月)、鳥取県の「あたご」(11~12月)が出荷されており、他の産地も巻き込んだリレー出荷体制の構築により輸出期間を長期化
- **最新保存技術・輸送資材を活用した長期保存体制の確立【専門家によるセミナーを開催】**
 - 年によって1ヶ月程度変動する中秋節に対応するためには長期貯蔵技術の開発が不可欠であるが、なしはCA貯蔵による長期保存に向いていないため、氷温貯蔵や1-MCPなどの技術を活用した長期保存体制の確立により、中秋節の贈答用に対応
 - また、この体制の確立により、なしの輸出を長期化
- **海外市場を獲得するためのプロモーション活動を強化【平成28年度以降、現在の2倍の12カ国・地域で実施】**
 - リレー出荷方式を構築した関係者が一丸となった体制でPR
- **高まるニーズに対応した生産体制の整備**
 - 「樹体ジョイント仕立て」などの省力化ができる新たな栽培管理技術等の導入を通じて、規模拡大や担い手確保等を推進
- **輸出を円滑に進めるための環境を整備**
 - 台湾に申請中の薬剤(6剤)について、残留農薬基準の早期設定を要請

(品目名)なし

ジョイント栽培

複数の苗木を直線上に定植し、主枝同士を接ぎ木することにより、直線上の集合樹に仕立てる方法



ジョイント仕立て改植園
樹体を直線的に接ぎ木で繋げる



作業動線の直線化を実現

導入メリット

1. 早期成園化が実現

(定植後の主枝完成から4年目に「幸水」で3t/10aの収穫が可能。)

2. 整枝、剪定、収穫等作業の簡易化により、大幅な作業時間の短縮が可能

(直線的で単純な樹形であるため、作業の動線も直線的になり作業時間を最大40%短縮することが可能)

3. 果樹品質や着果数のばらつきが減少

(樹冠全面に平均的に着果するため、2L~4L果の割合が7割以上を実現)

輸出期間の長期化

産地間連携による複数品品種の組合せにより輸出期間を長期化を推進

	9月	10月	11月	12月
二十世紀(鳥取)				
新高(大分)				
あたご(鳥取)				

なしの長期保存技術



氷温貯蔵庫

【氷温貯蔵】

0℃から食品が凍り始める温度(氷結点)の温度領域で貯蔵する方法
氷温下で呼吸代謝が抑制されるため、長期鮮度保持が可能

【1-MCP】

強力なエチレン阻害剤で、収穫後の果実処理することにより貯蔵中の果肉軟化、果植の変化等の品質劣化を抑制し、果実の日持ち性が向上

輸出及び国内生産の現状(なし)

- 輸出額は、海外での需要の伸びにより、増加傾向で推移
国・地域別に見ると、香港、台湾向けが全体の9割を占めている状況
- 一方、国内産出額は、高齢化や栽培農家数の減少により作付面積が減少傾向にあり生産量の減少により、減少傾向で推移

○ 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン)

年	H23	H24	H25	H26	H27	H32目標
輸出額	3	5	6	5	7	10
輸出量	574	1,042	1,246	1,017	1,374	—

出典:財務省「貿易統計」

○ H27輸出額の国・地域別内訳(億円)

国・地域名	香港	台湾	米国	マレーシア	その他	計
輸出額	4	3	0.2	0.1	0.3	7
シェア	51%	41%	2%	2%	4%	100%

出典:財務省「貿易統計」

○ 国内産出額及び国内生産量の推移(億円、トン)

	H22	H23	H24	H25	H26
産出額	828	805	817	771	—
生産量	258,700	286,200	275,400	267,200	270,700

出典:産出額 農林水産省「生産農業所得統計」
生産量 農林水産省「果樹生産出荷統計」

(参考)TPP対日関税交渉結果(輸出実績国)

国・地域名	シンガポール	米国	マレーシア
結果	(無税)	即時撤廃	即時撤廃

(品目名)かんきつ

うんしゅうみかん、中晩柑を組み合わせたかんきつリレー出荷方式により
出荷期間の長期化、輸出拡大を目指す

現状・課題

- うんしゅうみかんの主な輸出相手国・地域であるカナダでは、皮が柔らかく手軽に食べられる「クリスマスオレンジ」として人気だが、輸出期間の長期化が課題
- 他方、カナダ以外でも台湾、香港、シンガポール等に富裕層向けに潜在的な需要が存在
- 輸出相手国・地域ごとに異なる輸出環境課題があり、各々の残留農薬基準等をクリアすることが課題

今後の取組

- **出荷期間の異なる品種や産地の組み合わせによる輸出期間の長期化【産地間連携検討会を開催】**
 - うんしゅうみかんと収穫時期の異なる「デコポン」、「せとか」、「はるみ」などの中晩柑を組み合わせ、出荷時期の異なる産地の連携により輸出期間を長期化し、輸出量を増加
- **海外市場を獲得するためのプロモーション活動を強化【平成28年度以降、現在の2倍の14カ国・地域で実施】**
 - 台湾、香港、シンガポール等の富裕層への販売を一層促進するために、リレー出荷方式で構築した関係者一丸となった体制でPR
- **高まるニーズに対応した生産体制を強化**
 - 輸出向け需要にも対応した生産強化対策として、高品質の果実を安定的に生産できる「マルチドリップかんがい方式」等の栽培技術や、出荷期間の延長等を可能とする「デコポン」などの中晩柑の導入を推進
- **輸出を円滑に進めるための環境を整備【台湾向け基準値設定申請中の10剤の早期認定】**
 - 台湾に申請中の薬剤(10剤)について、残留農薬基準の早期設定を要請

(品目名)かんきつ

輸出期間の長期化

うんしゅうみかんをはじめとするかんきつ類の出荷時期

	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月
うんしゅうみかん	■	■	■					
不知火(デコポン)				■	■	■	■	■
せとか					■	■	■	
はるみ					■	■	■	

不知火(デコポン)

果実の上部の凸が目印
歯ごたえのある甘い果実
出荷期間が長い
糖度は14~16%



せとか

果肉がジューシーで高糖度、低酸度
濃厚で優れた風味がある
糖度は13%以上



はるみ

果肉の粒に張りがあり、口に含むと弾けるような食感
糖度は13%



○かんきつ類の輸出の状況

うんしゅうみかんに加え、中晩柑の輸出を促進することで輸出期間の長期化、かんきつ類全体の輸出量増が期待できる

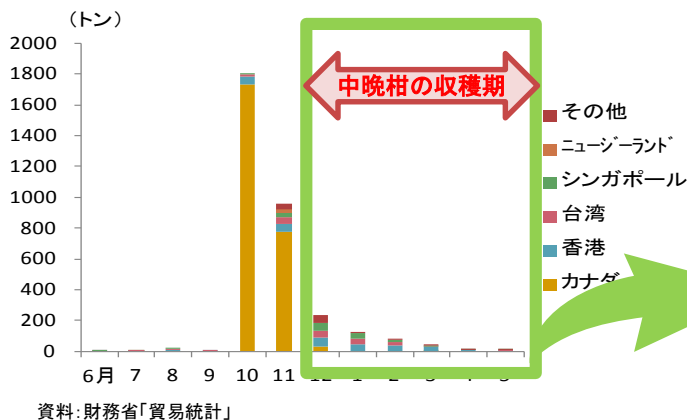
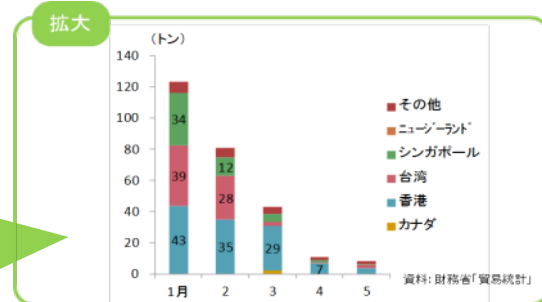


写真: 愛媛県ホームページ



マルチドリップかんがい方式

○地表面をマルチシート(被覆資材)で全面被覆するとともに、点滴かん水を行い、高糖度のかんきつ類を安定的に栽培する技術



マルチシート被覆前



マルチシート被覆作業



マルチシート被覆後

輸出及び国内生産の現状(かんきつ)

- 輸出額は、台湾、香港における需要の高まりにより増加傾向で推移
国・地域別に見ると、カナダ向けが全体の4割を占め、香港、台湾向けも合わせて4割を占めている状況
- 一方、国内産出額は、高齢化や栽培農家数の減少により作付面積が減少傾向にあるものの生産量が維持されており、安定的に推移

○ 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン)

年	H23	H24	H25	H26	H27	H32目標
輸出額	4	4	5	7	6	8
輸出量	2,582	2,424	2,830	3,288	2,550	—

出典:財務省「貿易統計」

○ H27輸出額の国・地域別内訳(億円)

国・地域名	カナダ	香港	台湾	シンガポール	その他	計
輸出額	3	2	1	1	0.4	6
シェア	44%	25%	15%	9%	7%	100%

出典:財務省「貿易統計」

○ 国内産出額及び国内生産量の推移(億円、トン)

	H22	H23	H24	H25	H26
産出額	1,540	1,537	1,480	1,547	—
生産量	786,000	928,200	846,300	895,900	874,700

出典:産出額 農林水産省「生産農業所得統計」
生産量 農林水産省「果樹生産出荷統計」

(参考)TPP対日関税交渉結果(輸出実績国)

国・地域名	シンガポール	米国	カナダ	ニュージーランド
結果	(無税)	10年目撤廃	(無税)	(無税)

(品目名)いちご

甘くて柔らかい日本産いちごをこれまで以上に訴求し、東南アジアを主眼に輸出を拡大

現状・課題

- 日本産いちごは甘くて柔らかく、台湾、香港では人気が高いが、デリケートであるため輸送時の揺れによる傷果発生防止や鮮度保持技術の開発が必要
- 台湾では日本と異なる残留農薬基準が設定されており、残留基準をクリアすることが課題
- また、現在は輸送時間の短い航空便を活用しているが船便よりも輸送コストが高いため、船便での安定的な輸送を実現することが必要



今後の取組

- **デリケートないちごの輸送体制を整備【平成32年度までに輸出量の2割を船便へ転換】**
 - 低温・低酸素、高二酸化炭素や高電圧方式などによる鮮度保持及び共同輸送の促進等による出荷単位の大口化により、航空便から船便輸送への転換を目指す
 - クッション性のある新包装容器の導入により、輸送時の傷みを大幅に軽減
 - ライバルである韓国産いちごの品質や流通経路状況を調査しシェアを奪取
- **海外市場を獲得するためのプロモーション活動を強化【平成28年度以降、現在の2倍の8カ国・地域で実施】**
 - 輸送上の課題を解決しながら地元バイヤーや消費者に知ってもらうための販売促進活動を強化
- **高まるニーズに対応した生産体制の強化**
 - 高設ベンチ栽培による軽労化や環境制御が可能な大規模施設での安定生産により生産拡大を推進
- **輸出を円滑に進めるための環境を整備【台湾向け基準値設定申請中の2剤の早期認定】**
 - 台湾に申請中の薬剤(2剤)について、残留農薬基準の早期設定を要請

(品目名)いちご

保存技術・輸送資材

伸縮性フィルムとホールトレーを組み合わせた新包装容器



- 伸縮性フィルムにより果実とホールトレーを固定し、**果実の動きを抑制**
- 従来の平詰め包装と比較して**輸送時の傷みを大幅に軽減**

MA包装と低温貯蔵を用いた鮮度保持技術



- MA (Modified Atmosphere) 包装: 青果物の呼吸量に合わせて、フィルムの穴数、穴径を高精度で調整することで低酸素・高二酸化炭素状態を作り出し、青果物の呼吸を抑え、鮮度を保持する包装技術
CA貯蔵よりも低コストで簡便
- 低温貯蔵と組み合わせることで、完熟に近い果実の**品質を3週間程度維持することが可能**

韓国のいちごの輸出について

- 長距離輸送に適した梅香(メヒャン)、雪香(ソルヒャン)等の果肉のしっかりとした品種の輸出を推進



<図2> 韓国産いちご輸出推移
出展：韓国農水産食品流通公社 輸出統計 KATI



輸出及び国内生産の現状(いちご)

- 輸出額は、海外での需要の伸びにより、増加傾向で推移
国・地域別に見ると、香港向けが全体の85%を占めている状況
- 一方、国内産出額は、高齢化や栽培農家数の減少により作付面積が減少傾向にあるものの販売単価の向上により、増加傾向で推移

○ 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン)

年	H23	H24	H25	H26	H27	H32目標
輸出額	2	2	2	4	8	14
輸出量	95	95	127	205	408	—

出典:財務省「貿易統計」

○ H27輸出額の国・地域別内訳(億円)

国・地域名	香港	台湾	シンガポール	その他	計
輸出額	7	1	0.2	0.2	8
シェア	85%	10%	2%	3%	100%

出典:財務省「貿易統計」

○ 国内産出額及び国内生産量の推移(億円、トン)

	H22	H23	H24	H25	H26
産出額	1,501	1,533	1,560	1,601	—
生産量	177,500	177,300	163,200	165,600	164,000

出典:産出額 農林水産省「生産農業所得統計」
生産量 農林水産省「果樹生産出荷統計」

(参考)TPP対日関税交渉結果(輸出実績国)

国・地域名	シンガポール	米国
結果	(無税)	即時撤廃

(品目名)ながいも

現地ニーズに応じたプロモーションにより新たな需要を掘り起こし、米国西海岸のみならず、全米での普及を図る

現状・課題

- 米国東海岸、シンガポール及びその周辺国等、新たな市場への販売促進が課題
- 台湾、米国(特に西海岸)の華人社会で薬膳料理の食材として用いられているが、さらなる需要拡大のためには、新たな食べ方の提案が必要
- ニーズは高いものの、ながいもの栽培には、1m程度の掘削が必要。また、礫が多く見つかるほ場はながいものに適さないため、新規栽培ほ場の確保が課題



今後の取組

- **新たな市場を開拓するためのプロモーション活動を強化【現在の3倍の6カ国・地域で実施】**
 - 台湾、米国(特に西海岸)の華人社会において、日本産ながいもは薬膳料理の食材として人気
消化吸収に優れ滋養強壯になるといった機能面を訴求した食材として、大衆層へ売り込み。
 - これまでの輸出の中心である台湾や米国西海岸に限らず、全米、華僑の多いシンガポール及びその周辺国への販売を促進
 - 食感の良さ等日本産の品質の高さをPRし、輸出相手国・地域のレストランシェフを対象に日本料理の食材として売り込むなど新たな食べ方を提案し、販路拡大
- **多収新品種の導入により生産体制を強化**
 - 急増する需要に対応するため、従来の品種より2割程度収量アップが見込める新品種「とかち太郎」の普及等により、増産体制を整備

(品目名)ながいも


ながいも料理

- ながいもは華人社会では、薬膳料理の具材やながいもジュースとして人気があるが、日本料理店が世界中に広がる中、とろろ料理など日本料理としての食べ方はあまり広がっていない
- このため、平成28年1月に米国シアトルにおいて、青森県が現地のレストランシェフを対象に日本料理として料理方法を紹介

新品種「とがち太郎」

- 北海道立総合研究機構十勝農業試験場は、十勝農業協同組合連合会、帯広市川西農業協同組合、音更町農業協同組合と共同して、栽培特性、内部品質、貯蔵性等の主要形質が変わらないが、従来品種より20%多収である「とがち太郎」を育成した

ながいもメニュー



ながいもジュース

- 日本産のながいも、牛乳、糖分をミキサーにかけて「ながいもジュース」を紹介
- ジューススタンドなどで、消化吸収に優れ、滋養強壮になるといった機能面をアピールしつつ販売

資料: JA帯広市川西農業協同組合ホームページ



シアトルで紹介したメニュー

- ・サーモン奉書巻き
- ・蕎麦とろろ蒸し
- ・サーモンけんちん蒸し
- ・芋・鞠・南京・山吹揚げ



(左:音更選抜, 中央:「とがち太郎」, 右:「川西選抜」)

輸出及び国内生産の現状(ながいも等)

- 輸出額は、海外での需要の伸びにより、増加傾向で推移
国・地域別に見ると、台湾、米国向けの輸出が好調な状況
- 一方、国内産出額は、高齢化や栽培農家数の減少により作付面積が減少傾向にあるものの、販売単価の向上により、横ばい傾向で推移

○ 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン)

年	H23	H24	H25	H26	H27	H32目標
輸出額	15	18	19	24	26	50
輸出量	5,035	4,289	5,714	5,777	7,114	—

出典:財務省「貿易統計」

○ H27輸出額の国・地域別内訳(億円)

国・地域名	台湾	アメリカ	シンガポール	その他	計
輸出額	13	11	2	0.1	26
シェア	49%	43%	8%	0%	100%

出典:財務省「貿易統計」

○ 国内産出額及び国内生産量の推移(億円、トン)

	H22	H23	H24	H25	H26
産出額	445	370	453	427	—
生産量	173,400	165,900	166,100	159,800	164,800

出典:産出額 農林水産省「生産農業所得統計」
生産量 農林水産省「果樹生産出荷統計」

(参考)TPP対日関税交渉結果(重点国・地域)

国・地域名	米国	マレーシア	シンガポール
結果	5年目撤廃	(無税)	(無税)

(品目名)かんしょ

東南アジア圏への輸出を拡大するとともに、産地間連携等により出荷体制を強化します

現状・課題

- 日本産のかんしょは甘みが強く、国内では規格外の小サイズのものが調理しやすいサイズとして好まれ、香港・台湾を中心に輸出額は増加傾向
- 一方で、輸送中の品質劣化や輸出先国・地域での残留農薬基準不適合の事例が発生
- 国内での生産量は生産者の高齢化に伴う作付面積の減少等により減少傾向

今後の取組

- **東南アジア圏への輸出拡大による輸出額の増【平成32年までに輸出額を10億円に増加】**
 - かんしょの食べ方として「焼き芋」は日本では一般的であるものの、東南アジアでは知られていない。このため、日本産かんしょの強みである「甘さ」を活かせる「焼き芋」を食べ方と併せてPRすることにより、シンガポールやマレーシア等の東南アジアへの輸出を拡大
- **小さいサイズのかんしょの集荷促進【平成28年以降順次実施】**
 - 海外で好まれ、更なる市場拡大が期待される小さいサイズのかんしょは、国内で一般に流通しているサイズのかんしょよりも洗浄・選別に時間と手間を要する
生産者の高齢化が進む中で、小さいサイズのかんしょの集荷を増やすために、洗浄・選別作業は共同集出荷施設で集中的に実施できる体制を整備(宮崎などにおいて既存の施設を活用しつつ、集荷状況を踏まえ新たに施設を整備)
- **品質劣化を防ぐ出荷体制の確保【平成28年度までに品質劣化抑制の効果を検証】**
 - かんしょは低温で貯蔵すると品質が劣化するが、低温コンテナに他の作物と混載して輸送する機会が多い
このため、かんしょ単独でコンテナ出荷できるよう近隣産地でグループ化してロットを確保(九州、関東などで順次実施)
また、低温コンテナに混載する場合等においても発泡スチロールの活用等による品質維持の効果を検証
- **輸出先国・地域の残留農薬基準に対応した防除体系の確立・普及【平成30年度までに実証】**
 - 台湾において日本より低い残留農薬基準値が設定されている農薬(クロチアニジン等)について、代替できる農薬をリストアップし、防除効果の実証と防除体系を確立を実証して、その結果については防除暦に反映することで生産現場に普及

かんしょの輸出について

- かんしょの主な輸出先は香港、台湾であり、国内では需要の少ない小さいものが好まれる
日本産のかんしょは甘みが強いことから、人気が高く近年、輸出量は増加傾向
- 東南アジアではかんしょを食べる習慣はあるものの「焼き芋」は知られていないことから、
食べ方と併せて日本産かんしょをPR

○マレーシアでの焼き芋のPR



焼き芋機を持ち込んでPR(千葉県が実施)現地の反応は上々で焼き芋需要も増加傾向

○輸出用のかんしょのサイズ



写真上が海外で好まれる小さいサイズ
写真下が国内で青果用に販売されているサイズ

○香港で使われている調理器具



香港では炊飯器にケースを付けて蒸かしイモにしているので、ケースに入るような小さいサイズの小イモが好まれる

輸出及び国内生産の現状(かんしょ)

- 輸出額は、販路の拡大等により、増加傾向で推移。国・地域別に見ると、香港向けの輸出が好調な状況（主な輸出産地：宮崎県、熊本県、千葉県、茨城県、徳島県等）
- 一方、国内生産額は、生産者の高齢化による作付面積の減少等により、減少傾向で推移

○ 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン)

	H23	H24	H25	H26	H27	H32目標
輸出額	1.2	1.7	3.1	3.8	5.9	10
輸出量	424	584	1,029	1,217	1,640	3,000

○ H27輸出額の国・地域別内訳(億円)

国・地域名	香港	台湾	シンガポール	マレーシア	その他	計
輸出額	3.8	1.1	0.6	0.3	0.01	5.9
シェア	65%	18%	11%	6%	0.2%	100%

○ 国内生産額及び国内生産量の推移(億円、トン)

	H23	H24	H25	H26	H27
生産額	902	851	846	—	—
生産量	885,900	875,900	942,300	886,500	814,200

(参考)TPP対日関税交渉結果(重点国・地域)

国・地域名	シンガポール	マレーシア
結果	(無税)	(無税)

(品目名)花き

相手国・地域の現地ニーズに応じたプロモーション活動を強化し、世界の富裕層に日本産花きの魅力を発信
～大量生産国にはない、日本産ならではの品種で勝負～

現状・課題

- 海外では他国で大量生産された切り花が市場を席卷する中で、海外で勝負できる日本産ならではの品目を戦略的に売り込む必要
- 植木等については、イヌマキ等一部品目の資源の枯渇に対応する新たな輸出品目の開拓や植物検疫をクリアできる線虫対策技術の確立が課題
- 切り花については、品質を維持するための輸送条件の整備が課題
また、輸出相手国・地域の検疫条件に対応した国内産地づくりが必要

今後の取組

- **海外市場を獲得するためのプロモーション活動を強化【平成28年度以降、毎年10箇所以上で実施】**
 - 切り花について、高級花きの需要者である「フラワーデザイナー」へのプロモーションにより、現地バイヤーに日本産の品質や利用方法に対する理解を進め販路を開拓（ニューヨークでの成功モデル横展開）
 - 植木・盆栽について、イヌマキに代わる新商材として、ツゲ、カエデ、マツ等のプロモーションを強化
我が国では28年ぶりの開催となる第8回世界盆栽大会inさいたま（平成29年4月）を契機とし、世界に盆栽の魅力をPRするとともに、外国人観光客向け手土産盆栽（コンパクトな盆栽）を推進
- **相手国・地域の植物検疫をスムーズに通過するための体制の強化【平成28年度は主産地4地区を実施】**
 - 切り花について、出荷段階における灰色カビ病対策、害虫対策を講じ、輸出向け生産体制を強化
 - 植木・盆栽について、輸出相手国・地域の植物検疫条件に対応した国・地域別・品目毎に効率的な消毒方法等を実証
 - また、EUのバイヤーから引き合いの強い黒松の輸出解禁に向けたEU政府への働きかけ
- **日本産ならではの切り花の良さを維持するためのコールドチェーンの確立【平成28年度は主要3地区を実施】**
 - 切り花について、長期間輸送に適した鮮度保持技術（低温下での切り花のパッキング（箱詰め）や、輸送時に箱内部まで十分に冷気を取り入れる差圧予冷技術等）の実証を推進

(品目名)花き

花きの輸出について(アメリカ)

- 日本からアメリカ向けに輸出する品種は、コロンビア、エクアドルなどで大量生産されていない品種（スイートピー、ラナンキュラス、グロリオサなど）
- 日本産花きは、品種が豊富であること、花弁の大きさや品質などで海外産より優れている

○スイートピー



17世紀にイタリアシシリー島で見られ世界各地で生産

[日本産の特徴]

外国産に比べ花の大きさ、茎の長さとも倍の大きさ

写真:タキイ種苗ホームページより

○ラナンキュラス



日本の育種家により改良された品種を輸出

[日本産の特徴]

外国産に比べて極めて大輪で花弁の重ねが多い

○グロリオサ



「栄光の」「見事な」という意味のラテン語(gloriosus)を語源にした花燃えるような花弁が特徴

[日本産の特徴]

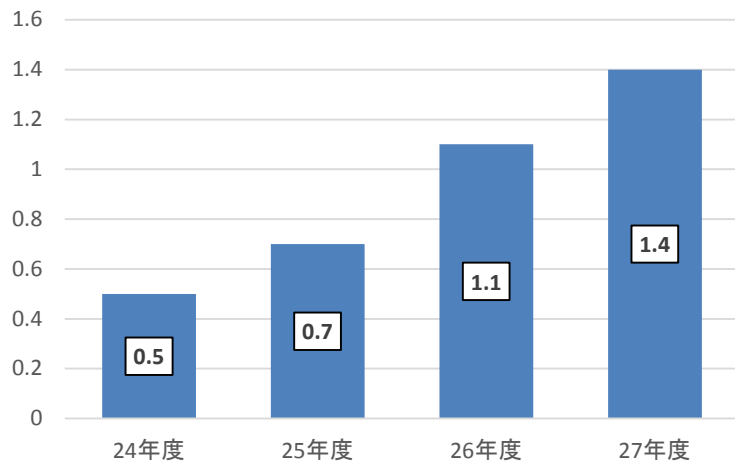
外国産に比べ花弁の大きさ、茎が大きい

(品目名)花き

アメリカでのデモンストレーション活動

- アメリカでは、富裕層向けパーティやファッションイベント等において、変化に富むゴージャスな花材に対する需要
 - イベント等で装飾を担当する「フラワーデザイナー」をターゲットとしたプロモーションを実施（ニューヨークを皮切り）
 - フワラーデザイナーの日本産切り花への評価が高まり、高級花きを扱うバイヤーに波及
 - 米国向け輸出の増加（平成24年度の5千万円から平成27年度は1.4億円に増加）

単位：億円



○アメリカへの切り花輸出額の推移



○日本人のフラワーデザイナーが日本産花きを使ったデモンストレーション於：デンバー

○NY総領事館での天皇誕生日レセプションでのフラワーアレンジメント

(品目名)花き

花きの輸出について(香港)

- 日本から香港向けに（グロリオサ、シンビジウムなど）が輸出されている
- 香港では春節やバレンタインデーを中心に、赤や黄色等の縁起のよいとされる派手な色合いの花の需要が多い
- 日本産花きは、品種が豊富であること、花卉の大きさや品質などで海外産より優れている

○グロリオサ



「栄光の」「見事な」という意味のラテン語(gloriosus)を語源にした花燃えるような花卉が特徴

[日本産の特徴]

外国産に比べ花卉の大きさ、茎が大きい

写真:タキイ種苗ホームページより

○シンビジウム



洋蘭の一種。東南アジアに自生しているものを品種改良したもの

[日本産の特徴]

色彩が豊富で花付きが良い

写真:農林水産省

植木・盆栽の魅力を世界に発信

- 植木は、その美しさが本物の日本庭園を求める富裕層に評価され、花き輸出の柱。盆栽は、世界共通語の「BONSAI」として、EU（イタリア、スペインなど）、中国、南アフリカなど世界で人気。他方、我が国では、世界の評価ほど注目されておらず、生産者、愛好家とも高齢化が進行
- 来年は、第1回大会以来28年ぶりの日本開催となる第8回世界盆栽大会がさいたま市で開催（平成29年4月27日～4月30日）世界の愛好家が注目するこの大会で、我が国の盆栽の魅力を世界へ発信するとともに、国内には若い世代を含め広く関心を喚起し、インバウンドを含めた輸出及び国内需要の拡大を図る
- イヌマキに代わる新商材として、ツゲ、カエデ、マツ等のプロモーションを強化
- 黒松の輸出条件設定に向けたEUとの交渉を開始する予定



○ウクライナの日本庭園に植えられた日本産植木



○根巻きも美しい日本のイヌマキ

○外国人向け
技術セミナー



○盆栽技師によるデモンストレーション（中国）



会期：平成29年4月27日～30日

来場者（予定）：

世界の愛好家：1,200人

一般：20,000人

会場：さいたまスーパーアリーナ、
大宮ソニックシティほか

輸出及び国内生産の現状(花き)

- 輸出額のうち、切り花について、現地プロモーション等により、輸出額が増加傾向で推移
国・地域別に見ると、米国、中国向けの輸出が好調な状況
- 一方、植木について、中国への輸出が増加しているが、ベトナムや香港などへの輸出が減少している
- 国内生産額は、近年横ばいで推移

○ 輸出額の推移(億円、トン)

	H23	H24	H25	H26	H27	H32目標
輸出額	68	83	96	85	82	150

○ H27輸出額の国・地域別内訳(億円)

国・地域名	中国	香港	ベトナム	台湾	その他	計
輸出額	42	13	9	7	11	82
シェア	52%	16%	11%	8%	13%	100%

○ 国内生産額及び作付面積の推移(億円、万ha)

	H22	H23	H24	H25	H26
生産額	3,800	3,700	3,800	3,800	-
作付面積	3.1	3.0	3.0	3.0	-

資料:生産農業所得統計、花き生産出荷統計、花木等生産状況調査

(参考)TPP対日関税交渉結果

国・地域名	アメリカ	カナダ	NZ	その他
結果	0~6.8% 即時撤廃	0~16% 即時撤廃	0%又は5% 即時撤廃	無税

(品目名)茶

世界各地の現地ニーズに応じたプロモーション活動を強化し、世界約60カ国・地域での日本茶ブランドの浸透を目指します

現状・課題

- 海外での評価が高まっている中、競合する中国産品等との競争に勝ち抜き、市場を獲得するため茶文化の普及も含めた積極的なプロモーション展開が必要で、あわせてニーズに応える効率的な生産体制の構築を目指す
- 輸出相手国・地域ごとに異なる残留農薬基準が設定されており、各々の残留基準をクリアすることが課題となっている

今後の取組

- **海外市場を獲得するためプロモーション活動を強化【平成28年度以降、現在の5倍の30の国・地域で実施】**
 - 米国向けは健康志向を背景とした需要が強く、緑茶、抹茶デザート等を扱う日本茶カフェが増加健康を訴求した商品を生込み
 - EUはオーガニックへの関心が高く、安全・健康イメージをPR
 - 台湾、香港、ベトナム等アジアでは抹茶の人気が高まっており、砂糖を加えるなど現地の好みに合わせた抹茶加工品も含めPR、販路拡大
- **海外で茶文化を紹介し、日本茶をPRする人材を配置【30以上の国・地域に必要な人材を配置】**
 - 日本茶インストラクター協会が認定する、日本茶インストラクターの今後10年間で8,000名以上への増員(平成27年実績:4,073名)と、このうち海外で活動できる人材を500名以上育成
 - 「日本茶大使」を今後10年間で30以上の国・地域に配置、現地の在外公館において呈茶等の普及イベントを開催するなど活動を支援
- **海外ニーズの高い抹茶の生産を拡大【平成32年度までに供給を倍増】**
 - 世界各地で今後増加する日本茶カフェ等の抹茶需要に応えるため、新型てん茶炉の導入支援等を通じて平成32年度までに供給の倍増を目標
- **インバウンド需要を獲得【今後10年間で5倍に増加】**
 - 旅行会社、ホテル・旅館等の関係事業者と協力して訪日外国人への売り込みを強化
- **輸出相手国・地域の残留農薬基準をクリアするための環境を整備**
 - 米国等には残留農薬基準の設定申請を進め、平成32年度までに産地から設定要望が強い薬剤(約30剤)のうち、半数の申請を目標
 - EU向けとしては有機栽培を推奨するとともに、残留農薬基準をクリアする防除体系を新たに確立し、平成32年までに普及面積を倍増

(品目名)茶

1. 世界各地での売り込み

- 日本茶輸出促進協議会では、関係機関と連携して見本市や商談会の機会を活用してセミナー・PRイベントを開催し、日本茶の売り込みを図った
- 海外市場への展開に積極的に取り組む産地が見られ、見本市への参加や海外バイヤーの誘致に取り組んでいる

○日本茶輸出促進協議会によるプロモーション活動



(香港Tea Expoで設置した茶室)

開催時期	場所	概要
平成27年1月	ベルリン	在外公館と連携しバイヤーを招待しワークショップ開始
5月	ロンドン	バイヤー・レストラン関係者向けセミナー
8月	香港	香港Tea Expoに、茶室を設置しつつ、出展
9月	ミラノ	ミラノ万博にあわせてシンポジウム開催
10月	シンガポール	Oishii Japan フェアを開催
10月	台北	台湾国際茶業博覧会で販売促進活動



(やまます寿多園の海外バイヤーの誘致)



((やまます寿多園の見本市への参加)

- やまます寿多園では、海外での日本食ブームをきっかけにアメリカ向け輸出に取り組む、商品開発・設備投資、安全性の向上を図り、業績を伸ばしている
輸出先は27カ国・地域、我が国輸出品の7.8%を占める(平成26年時点)

2. 日本茶インストラクターについて

- 日本茶インストラクター制度は、日本茶と消費者の接点となり、日本茶文化の発展及び日本茶の正しい理解と普及を指導できる者を認定するために、平成11年に制定された制度
- 現在(平成27年3月)、約4,000名の日本茶インストラクターが各地で活躍しており、日本茶教室の開催、各種学校での講義、実習、海外でのセミナー、文化交流事業、日本茶カフェプロデュース、ボランティア等の活動を行っている
- また、本年度、日本茶インストラクター協会の会員のうち、海外に在住し、現地での日本茶普及に取り組む「日本茶大使」を18名(12カ国・地域)選定した

○日本茶インストラクター制度と活動



(日本茶インストラクター講座のパンフレットと教材)



(農水省消費者の部屋における冷茶セミナー【平成27年5月】)

○日本茶インストラクターによる海外での活動



平成27年8月に開催された香港国際茶葉フェアに日本茶輸出促進協議会が出展

日本茶インストラクターにより、日本茶の美味しいいれ方等の日本茶セミナーが行われた(左:煎茶、右:抹茶)

(品目名)茶

3. てん茶の生産拡大について

- 抹茶の原料であるてん茶の国内生産は平成18年以降、横ばいであったが、近年増加している
- 高い海外ニーズに対応するため、今後、生産を拡大していく必要があり、生産性の高い新型てん茶炉の導入支援等を通じて、平成32年度までに生産の倍増を目指す

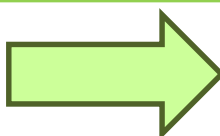
○新型てん茶炉



〈散茶工程〉



〈輻射熱を利用した乾燥工程〉



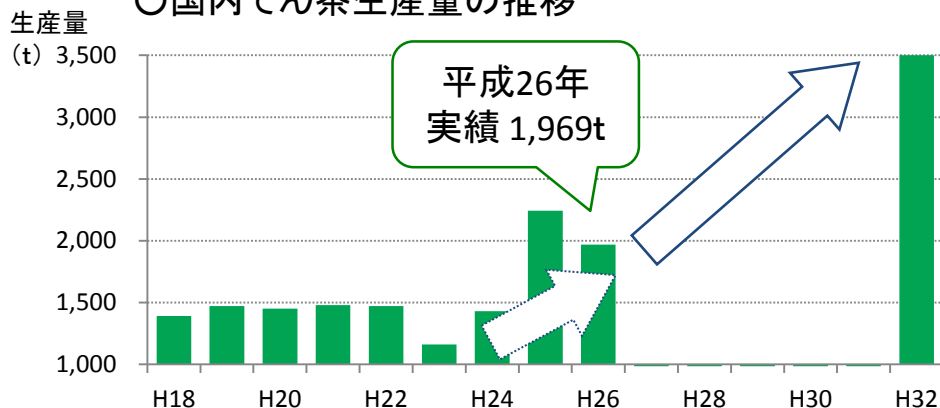
これまでと同じ設備投資額で生産量が倍増
(2工程を1工程で処理するとともに、乾燥を効率化)

※てん茶(抹茶の原料)の生産には、
①蒸してくっついた茶葉を1枚ずつ
パラパラに散らす散茶工程と、
②レンガ造りの乾燥炉を用い、輻射熱を
利用し茶葉を芯まで乾燥させる乾燥工程
が必要であった



〈新たな生産・加工機械〉

○国内てん茶生産量の推移



平成26年
実績 1,969t

新型てん茶炉の導入を契機に国内生産
の拡大を加速化し、平成32年度までに約
3,500tの生産を目指す

(てん茶の生産量は全国茶生産団体連合会調べ)

4. インバウンド需要への対応

- 近年、空港内の店舗や、東京・京都等の観光地における茶小売店舗では、訪日外国人による日本茶の購入が増え、販売額が2～3倍程度伸びている事例がある
- 小分けが可能な個包装のティーバッグをはじめ、100g1,000～2,000円程度のリーフ茶やより高級な玉露などの土産品が人気のある商品となっている

空港での茶購入事例

○▲▲空港(国際線免税店)

平成26年4月から平成27年3月にかけて、お茶の販売額が3.5倍に増加
(国際線利用者は2.5倍の伸びで、中国人が多い傾向)

○羽田空港、関西空港、静岡空港など

お土産物として、「ティーバッグ」や「30g入りリーフ茶」など、500円/個程度の商品の売れ行きが好調
100g入りのリーフ茶も一定の売上げがある

東京・京都小売店舗における茶購入事例

○東京 □□店

様々な国・地域の外国人が店舗を訪れており、外国人への茶の販売も年々増加
100g1,000円強のリーフ茶が売れ筋
高級な玉露は、外国人客向けの方が良く売れている

○京都 ●●店

ここ5年で、外国人客への茶販売は2～3倍程度増
ティーバッグより煎茶(100g2,000円程度)、玉露のリーフ茶が売れ筋
アジア系外国人では、同じ商品を10個、20個まとめ買いすることが多く、インターネット通販でのリピーターも増

(品目名)茶

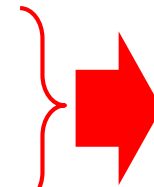
5. 輸出先国・地域の残留農薬基準をクリアする防除体系について

- 茶の生産国である日本では、茶栽培において残留基準が設定されている農薬は多数存在するが、茶の非生産国である欧米等の国々では使用を前提とした残留農薬基準が定められていない農薬が多く、残留基準が厳しくなっている
- そのため輸出向けの茶園における栽培管理では、輸出相手国・地域で残留農薬基準設定のある薬剤や、農薬を使わない防除方法のみで防除体系を組み直す必要がある

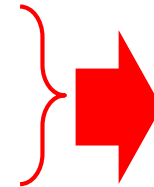
○各国・地域の残留農薬基準(例)

(単位:ppm)

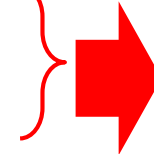
農薬成分	日本	米国	EU
クロルフェナピル	40	0.01	50
フルフェノクスロン	15	(0.01)	15
クロラントラニリプロール	50	50	0.02
ジノテフラン	25	50	0.01
ピリフルキナゾン	20	(0.01)	(0.01)
フロニカアミド	40	(0.01)	0.05



EU向けでは使用可能だが、
米国向けでは使用できない。



米国向けでは使用可能だが、
EU向けでは使用できない。



米国、EU向けともに使用できない。

(注) ()内の数値は対象国・地域で残留基準値が設定されていないため、原則的に一律の基準値(0.01ppm)が適用されることを示す

輸出及び国内生産の現状(茶)

- 輸出額は、海外における日本食ブームや健康志向の高まりにより、過去10年間で5倍に増加
国・地域別に見ると、米国が44億円(43%)、ついでドイツが13億円(13%)、3位がシンガポール9億円(9%)となっており、リーフ茶、ティーバッグ、抹茶等で輸出
- 一方、国内生産量は横ばいで推移

- 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン) 出典:財務省貿易統計

	H23	H24	H25	H26	H27	H32目標
輸出額	47	51	66	78	101	150
輸出量	2,387	2,351	2,942	3,516	4,127	—

- H27輸出額の国・地域別内訳(億円) 出典:財務省貿易統計

国・地域名	米国	ドイツ	シンガポール	台湾	その他	計
輸出額	44	13	9	8	27	101
シェア	43%	13%	9%	8%	28%	100%

- (参考)H27輸出量の国・地域別内訳(トン) 出典:財務省貿易統計

国・地域名	米国	台湾	ドイツ	シンガポール	その他	計
輸出量	1,698	735	305	280	1,109	4,127
シェア	41%	18%	7%	7%	27%	100%

- 国内生産額及び国内生産量の推移(億円、トン) 出典:作物統計(H23、24は主産県の数字)、生産農業所得統計

	H23	H24	H25	H26	H27
生産額	1,066	1,119	970	—	—
生産量	82,100	85,900	84,800	83,600	79,500

- (参考)TPP対日関税交渉結果(重点国・地域)

国・地域名	米国	シンガポール
結果	無税	無税

畜産物の輸出力強化に向けた対応方向

畜産物(牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵、牛乳乳製品)の輸出拡大に向けた取組のポイント

- ・日本産畜産物の強みを活かす売り方・食べ方を海外に広め、輸出拡大につなげる
- ・輸出拡大に対応できるように供給力の強化を進める

今後の方針と主な取組

1. 市場開拓・需要創出

➤ 統一マークの活用等により日本ブランドを前面に立てた販売促進

- ・平成32年度までに輸出戦略上の全ての重点国・地域で各畜産物の統一マークの商標の登録を目指す。

- 畜産物の各品目の統一マーク



品目(策定日)
【商標登録済国】

牛肉(H19.12)
【日本含む41カ国・地域】



豚肉(H27.9)
【日本のみ】



鶏肉(H27.9)
【日本のみ】



鶏卵(H27.3)
【日本申請中】

➤ 日本産畜産物の強みを活かす調理技術等の普及【平成28年度以降3年間で延べ8か国85人のシェフ等を日本に招へい】

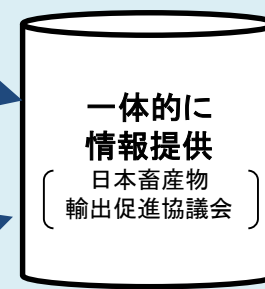
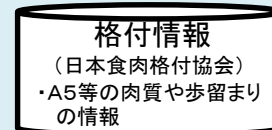
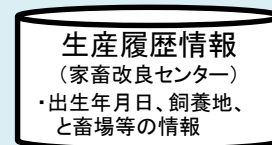
- ・海外のシェフ、流通・小売り業者を日本に招へいして、和牛の良さを引き出すバラ肉やモモ肉の食べ方(すき焼き、焼き肉等)や薄切りといったカット技術を伝えたり、たまごを生食する食習慣を広めることで日本産畜産物に対する新たな需要を創出し、輸出促進につなげる。



➤ 生産履歴情報、格付情報の提供による和牛の高付加価値化の後押し【平成29年度以降、7か国語で提供】

- ・和牛の生産履歴情報と肉質に関する格付情報を7か国語(日、英、仏、中、露、独、西)で一体的に提供することにより、高付加価値化を後押し。

- 生産履歴と格付情報の一体的提供



インターネットアクセス
(日本語、英語、フランス語等7
か国語)

輸出先国・地域の
流通業者、消費者

2. 供給力の強化

- **和牛生産量の維持・拡大【平成37年度までに和牛の飼養頭数を186万頭(平成27年:166万頭)まで増頭】**
 - ・ 高齢化により減少しつつある繁殖経営を補完するため、負担の大きな子牛の哺育・育成を共同で行うキャトル・ステーション等の整備を通じて、地域における分業体制への転換を進め、和子牛の生産基盤を強化。
 - ・ 和子牛の生産を拡大するため、乳牛への和牛受精卵移植を推進。

➤ 効率的な流通体制の確立

- ・ 関係者の合意に基づく食肉加工処理施設の整備・輸出施設認定の取得を支援。
【平成32年度までに米国及びEUへの輸出に対応可能な食肉処理施設の処理能力を現状から3割以上拡大】

○ 牛肉の輸出国・地域別の施設認定状況

	米国	カナダ	メキシコ	EU	ロシア・ベラルーシ	NZ	香港
施設数	10	8	8	4	2	10	10

	UAE	カタール	パレーン	シンガポール	フィリピン	マカオ	タイ	ベトナム	ミャンマー	インドネシア
施設数	4	2	2	10	7	58	54	59	41	1

- ・ 風味を損なわずに牛乳乳製品を冷凍する技術により、賞味期限を延長。
【平成28年度中に実証し、平成29年度以降の実用化を目指す】

○ 風味を損なわずに冷凍可能な技術の実証

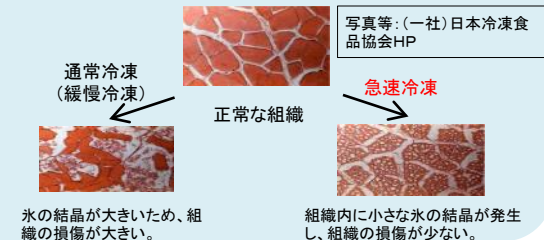
課題

要冷蔵の牛乳、生クリーム等は、通関に時間を要すると、賞味期限が短くなり、店頭に並べることができない場合がある。

対策

風味・鮮度を保ったまま冷凍可能な技術(急速冷凍等)を牛乳乳製品に応用するための実証試験を実施。
 本技術の確立により、賞味期限を延長(2週間→数ヶ月)し、風味を損なわない輸出の拡大を期待。

< 急速冷凍の例 >



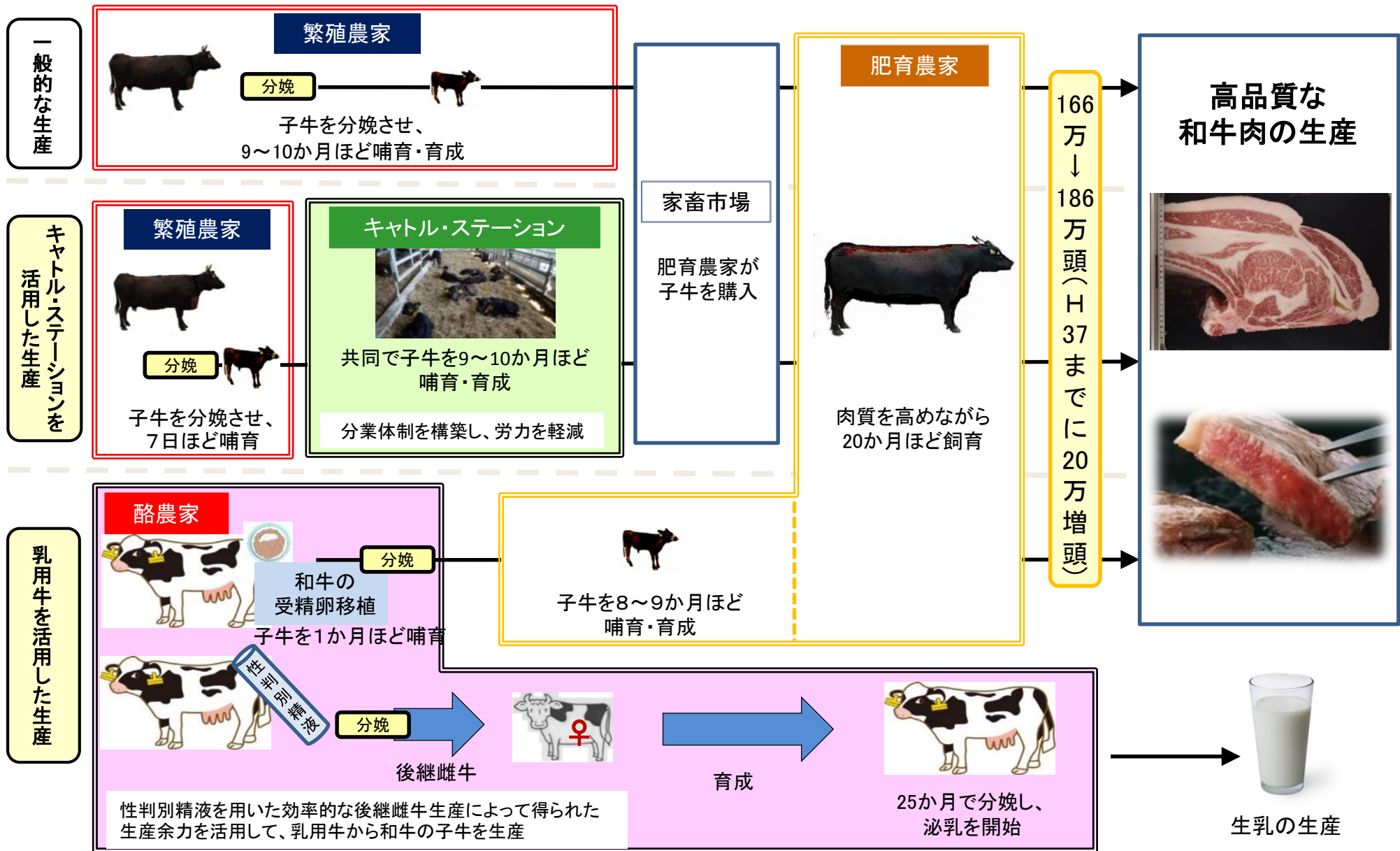
3. 輸出先国・地域の多角化

- **動物検疫協議等の戦略的展開【平成32年度までに輸出戦略上の全ての重点国・地域への輸出解禁を目指す】**

○ 品目別の輸出可能国・地域数

	牛肉	豚肉	鶏肉	鶏卵	牛乳乳製品
	29	8	3	3	19

和子牛の生産基盤の強化



(品目名)牛肉

和牛の強みを活かす売り方・食べ方を海外に広め、輸出拡大につなげる

現状・課題

- 和牛の肉質等の優位性について認知度向上を図る必要
- 輸出拡大に対応し得る供給力確保のため、和牛生産量の維持・拡大、流通合理化を図る必要

今後の取組

1. 市場開拓・需要創出

- **高い品質(味・見た目)を活かした販売促進**
【平成32年度までに輸出戦略上の全ての重点国・地域で和牛統一マークの商標の登録を目指す】
 - ・ ①和牛統一マークの添付等による日本産であることの認知、②和牛の歴史やトレーサビリティ等のストーリーの認知、③外国産WAGYUとの食べ比べ等を通じた和牛のおいしさの認知により、和牛の優位性の認知度を向上。
- **格付け情報、生産履歴情報の提供による和牛の高付加価値化の後押し【平成29年度以降、7か国語で提供】**
 - ・ 和牛の肉質に関する格付け情報と生産履歴情報を7か国語(日、英、仏、中、露、独、西)で一体的に提供することで、高付加価値化を後押し。
- **新たな肉料理市場の創出等を追求【平成28年度以降3年間で計8か国50人のシェフ等を日本へ招へい】**
 - ・ フルセット輸出を可能とするため、海外のシェフ、流通・小売り業者を日本に招へいして、和牛の良さを引き出すバラ肉やモモ肉の食べ方(すき焼き、焼き肉等)や薄切りといったカット技術を伝えることにより、海外における新たな牛肉料理市場を創出。
 - ・ インバウンド需要を取り込みつつ、バラ肉やモモ肉の需要を創出するため、国内国際空港等において、畜産物のお土産(牛肉と鶏卵を組み合わせたすき焼きセット等)を販売するアンテナショップ等を展開。

2. 供給力の強化

- **和牛生産量の維持・拡大【平成37年度までに和牛の飼養頭数を186万頭(平成27年:166万頭)まで増頭】**
 - ・ 高齢化により減少しつつある繁殖経営を補完するため、負担の大きな子牛の哺育・育成を共同で行うキャトル・ステーション等の整備を通じて、地域における分業体制への転換を進め、和子牛の生産基盤を強化。
 - ・ 和子牛の生産を拡大するため、乳牛への和牛受精卵移植を推進(一方、乳用後継雌牛を効率的に確保するため、雌牛が生まれるよう性別別精液を活用)。
- **効率的な流通体制の確立**
 - ・ 関係者の合意に基づく食肉加工処理施設の整備及び輸出施設認定の取得を支援。
【平成32年度までに米国・EUへの輸出に対応可能な施設の処理能力を3割以上拡大】
 - ・ 米国・EUへの船便(冷凍)による輸送等により流通コストを低減。

牛肉輸出の拡大のための市場開拓・需要創出

和牛統一マーク

- ・平成19年12月に決定
- ・平成28年3月現在、41か国・地域(日本含む)で商標登録
- ・権利者
(公社)中央畜産会



和牛肉の一体的な情報提供

個体識別情報
(家畜改良センター)

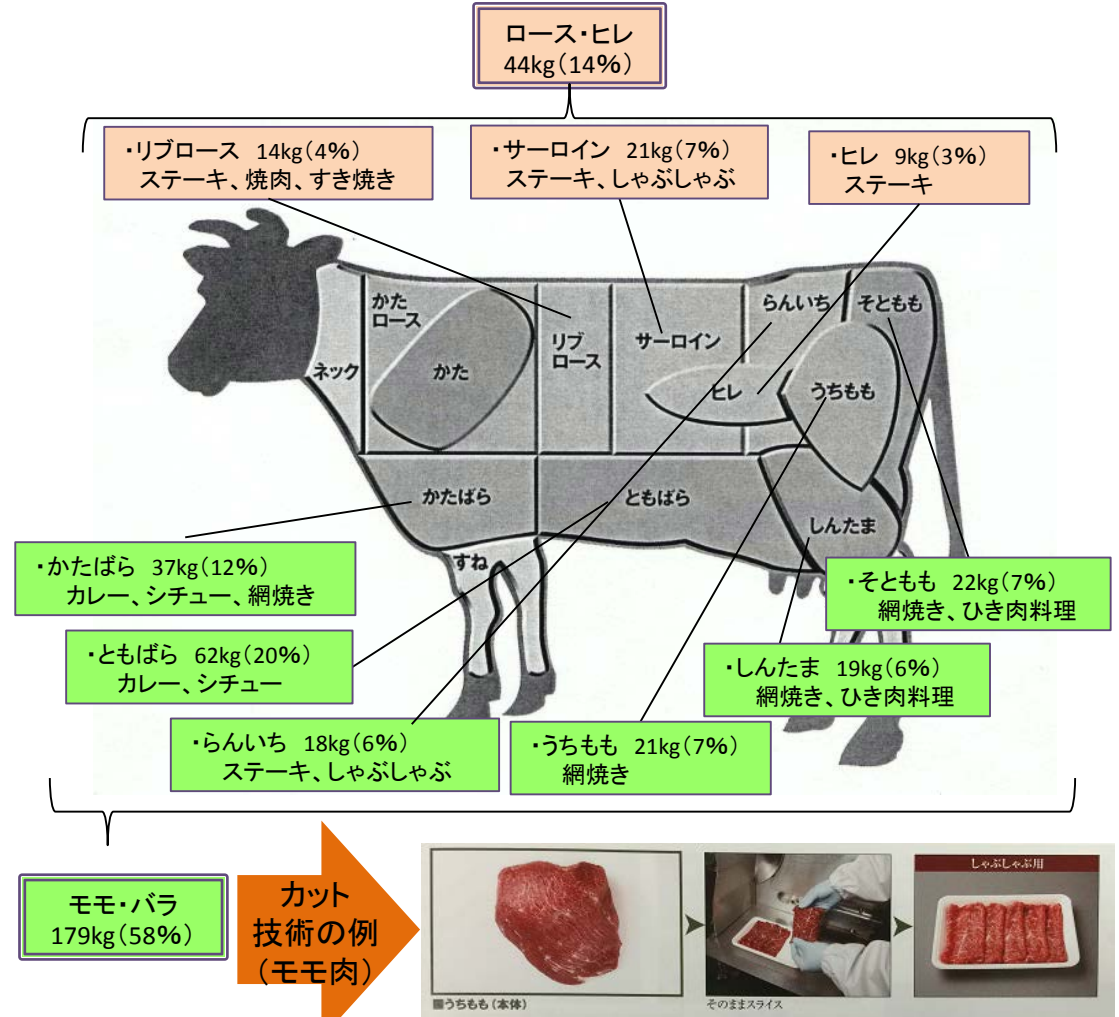
格付情報
(日本食肉各付協会)

一体的に情報提供
(日本畜産物輸出促進協議会)

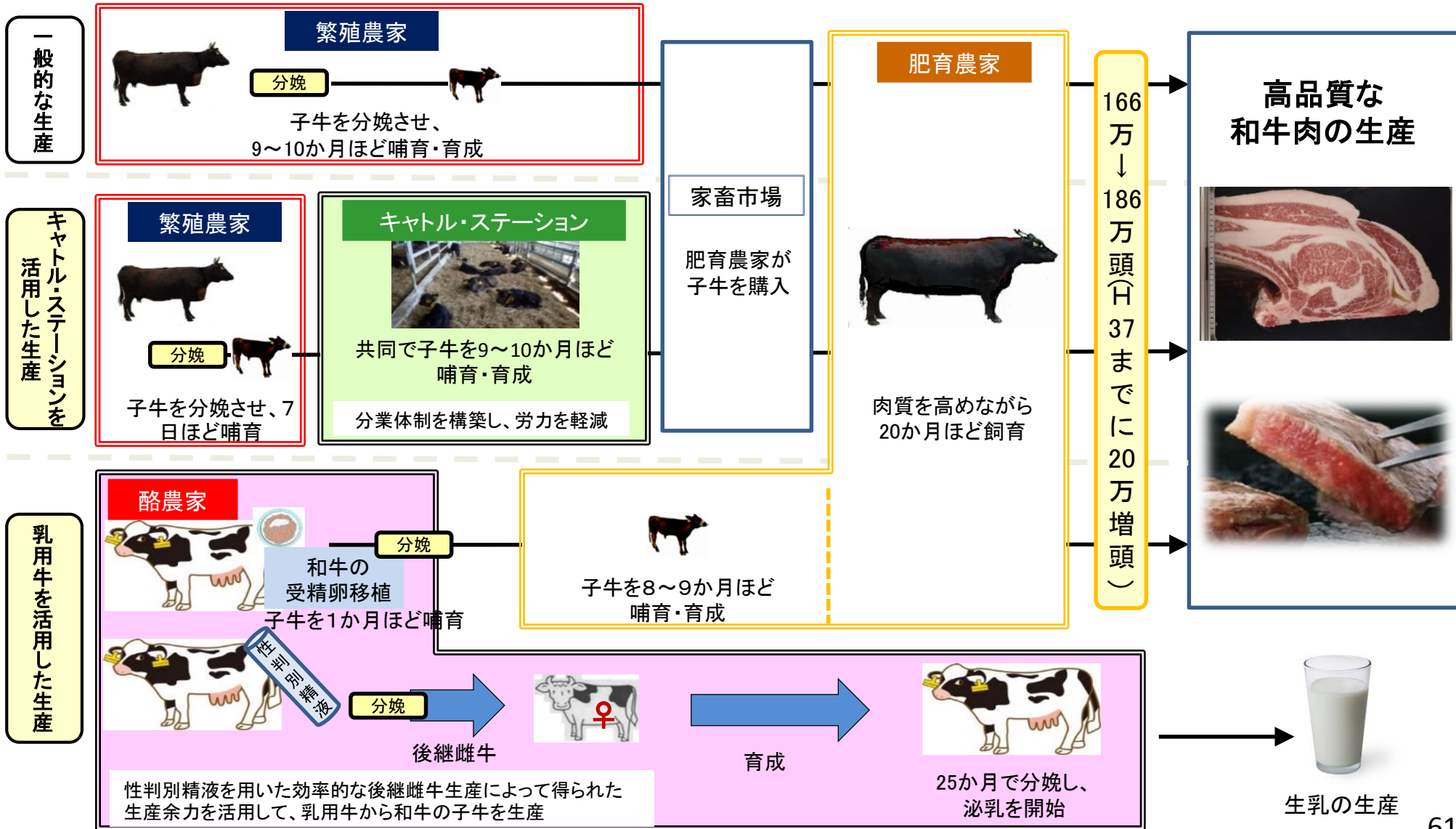
インターネットアクセス
(日本語、英語、中国語、フランス語、
ドイツ語、スペイン語等)

輸出先国・地域の流通業者、消費者

○ 牛部分肉の構成割合と主な用途(部分肉 315kg)



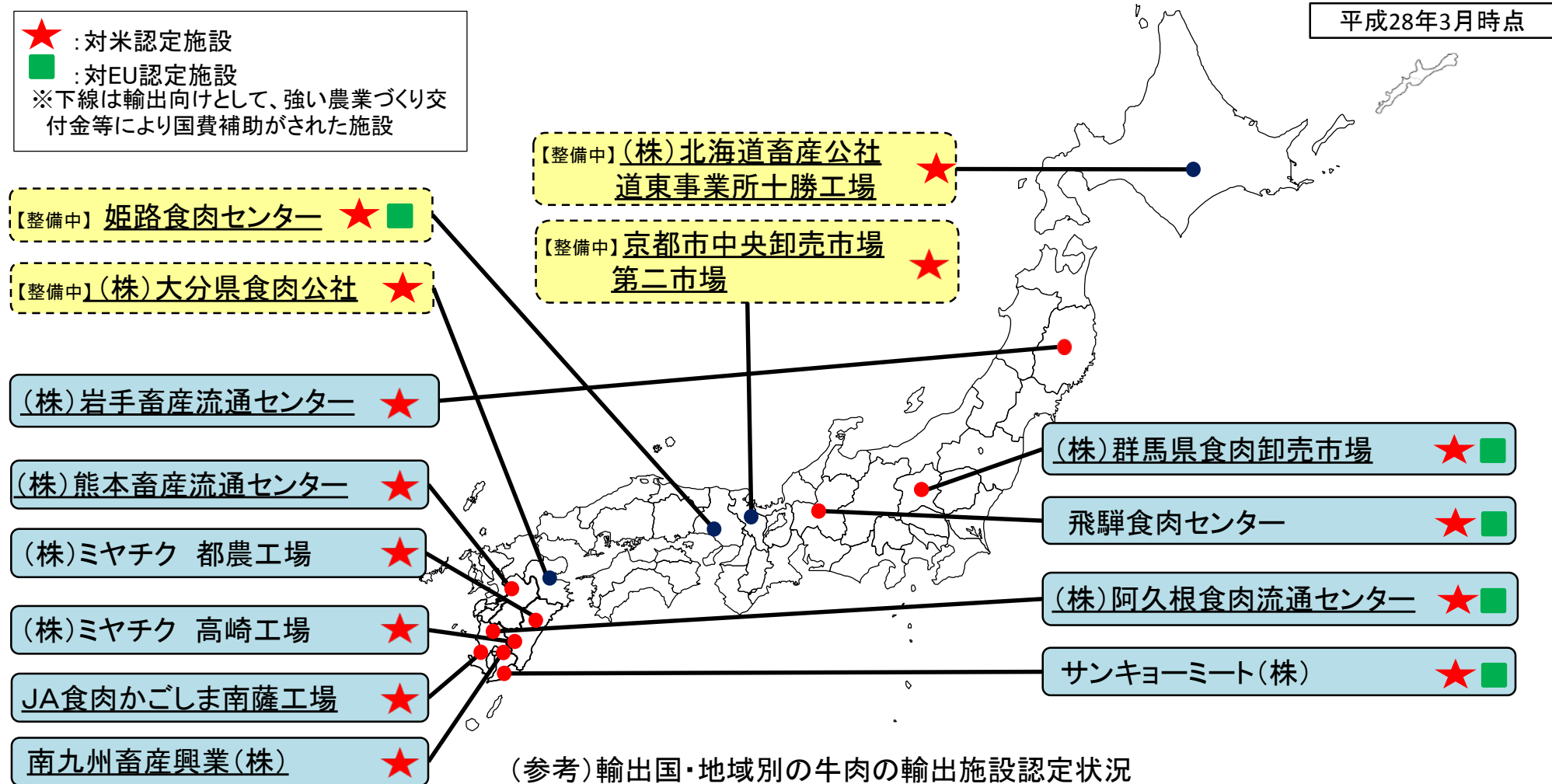
和子牛の生産基盤の強化



米国・EUに輸出対応可能な食肉処理施設(牛肉)の配置について

平成28年3月時点

★ : 対米認定施設
 ■ : 対EU認定施設
 ※下線は輸出向けとして、強い農業づくり交付金等により国費補助がされた施設



(参考)輸出国・地域別の牛肉の輸出施設認定状況

	米国	カナダ	メキシコ	EU	ロシア・ベラルーシ	NZ	香港	UAE	カタール	バーレーン	シンガポール	フィリピン	マカオ	タイ	ベトナム	ミャンマー	インドネシア
施設数	10	8	8	4	2	10	10	4	2	2	10	7	58	54	59	41	1

輸出及び国内生産の現状(牛肉)

- 輸出額は、輸出先国・地域の拡大や生産者・輸出業者等による輸出促進の取組等により、増加傾向で推移。国・地域別に見ると、香港、米国、シンガポール向けの輸出が好調。
- 一方、国内生産額は価格の上昇等により増加傾向で推移。

○ 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン)

	H23	H24	H25	H26	H27	H32目標
輸出額	35	51	58	82	110	250
輸出量	570	863	909	1,251	1,611	4,000

出典：財務省「貿易統計」

○ H27輸出額の国・地域別内訳(億円)

国・地域名	香港	米国	カンボジア	シンガポール	その他	計
輸出額	30	17	15	10	38	110
シェア	27%	15%	14%	9%	35%	100%

出典：財務省「貿易統計」

○ 国内生産額及び国内生産量の推移(億円、トン)

	H23	H24	H25	H26	H27
生産額*	4,625	5,033	5,189	5,940	—
生産量(部分肉)	350,259	363,055	355,590	351,494	336,716
うち和牛	159,531	167,013	163,480	160,514	153,717

出典：農林水産省「生産農業所得統計」、「食肉流通統計」

* 肉用牛：和牛、乳用おす牛、交雑牛

(参考)TPP対日関税交渉結果(重点国・地域)

国・地域名	米国	カナダ	シンガポール	メキシコ	ニュージーランド*
結果	WTO枠内(日本向け): 4.4セント/kg(200トン) 枠外: 26.4% ↓ WTO枠内(日本向け): 5又は10年目撤廃 枠外: 日本向け関税割当(無税、3,000トン(1年目)→6,250トン(14年目)、15年目撤廃)	26.5% ↓ 6年目撤廃	(無税)	20~25%[枠内(日本向け): 2.0~2.5%、6,000トン] ↓ 10年目撤廃	(無税)

[] 内は2015年4月1日時点のEPA税率。

日本ファンに日本の食文化と併せて売り込むことで、日本産豚肉ファンの裾野を広げる

現状・課題

- 海外においても「日本ブランド」を評価する者からは一定の需要
- 輸出拡大に対応し得る供給力確保のため、生産コストの低減、流通合理化を図る必要

今後の取組

1. 市場開拓・需要創出

➤ 「日本ブランド」による販売促進

【平成32年度までに輸出戦略上の全ての重点国・地域において豚統一マークの商標の登録を目指す
平成28年度以降3年間で計4か国20人のシェフ等を日本へ招へい】

- ・ 海外における薄切り等のカット技術の普及や我が国の優れた加工技術を活用した冷凍トンカツ等の販売により、「日本ブランド」を評価をしている者(日本食レストランの経営者、駐在員等)に対し、トンカツやしゃぶしゃぶ等の日本の食文化と一体的に売り込み。

2. 供給力の強化

➤ 国内生産基盤の強化

- ・ 豚の育種改良を進めること等による母豚1頭当たりの子豚生産頭数の増加、養豚農家の規模拡大等を通じて生産コストを低減。

➤ 効率的な流通体制の確立

- ・ 関係者の合意に基づく食肉加工処理施設の再編整備を支援。

輸出及び国内生産の現状(豚肉)

- 輸出額は、輸出先国・地域の拡大や生産者・輸出業者等による輸出促進の取組等により、増加傾向で推移。国・地域別に見ると、香港、シンガポール向けの輸出が好調。
- 一方、国内生産額は価格の上昇等により増加傾向で推移。

○ 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン)

	H23	H24	H25	H26	H27	H32目標
輸出額	1.9	2.0	2.6	5.1	6.4	12
輸出量	166	168	247	429	467	1,000

出典:財務省「貿易統計」

○ H27輸出額の国・地域別内訳(億円)

国・地域名	香港	シンガポール	台湾	その他	計
輸出額	4.7	0.9	0.8	0.04	6.4
シェア	73%	14%	12%	0.6%	100%

出典:財務省「貿易統計」

○ 国内生産額及び国内生産量の推移(億円、トン)

	H23	H24	H25	H26	H27
生産額	5,359	5,367	5,746	6,331	-
生産量(部分肉)	887,130	907,880	916,603	884,519	878,004

出典:農林水産省「生産農業所得統計」、「食肉流通統計」

(参考)TPP対日関税交渉結果(重点国・地域)

国・地域名	シンガポール	ベトナム	米国
結果	(無税)	15又は27%[16.875%] ↓ 8又は10年目撤廃	無税~1.4セント/kg ↓ 即時撤廃

豚統一マーク



平成27年9月に策定。
日本において商標を登録

[] 内は2015年4月1日時点のEPA税率。

日本ファンに日本の食文化と併せて売り込むことで、日本産鶏肉ファンの裾野を広げる

現状・課題

- 海外においても「日本ブランド」を評価する者からは一定の需要
- 外国(輸出先国・地域)産の鶏肉と差別化し得る特色ある鶏の生産拡大を図る必要
- 現在輸出可能な国・地域は3か国・地域

今後の取組

1. 市場開拓・需要創出

- 「日本ブランド」による販売の促進
【平成32年度までに輸出戦略上の全ての重点国・地域において鶏肉統一マークの商標の登録を目指す】
- ・ 「日本ブランド」を評価をしている者(日本食レストランの経営者、駐在員等)をターゲットに、唐揚げや焼き鳥等の日本の食文化と一体的に売り込み。
- ・ 欧米にはムネ肉を売り込み、イスラム諸国には丸どりを売り込むなど、輸出先国・地域の食文化等に合わせて売り込み。

2. 供給力の強化

- 差別化可能な鶏の国内生産基盤の強化【主要国産種鶏の育種改良を継続的に実施】
- ・ 高付加価値化を後押しするため、国産鶏種(地鶏等)の育種改良等を通じて特色のある鶏の生産基盤を強化。

3. 輸出先国・地域の多角化

- 動物検疫協議等の戦略的展開
【平成32年度までに輸出戦略上の全ての重点国・地域への輸出解禁を目指す】

輸出及び国内生産の現状(鶏肉)

- 輸出額は、国内では需要の低い鶏足(モミジ)を中心に、生産者・輸出業者等による輸出促進の取組等により、増加傾向で推移。国・地域別に見ると、香港向けの輸出が大宗を占める。
- 一方、生産量は堅調な需要に支えられて増加傾向で推移しており、それに伴い、国内生産額も増加傾向で推移。

○ 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン)

	H23	H24	H25	H26	H27	H32目標
輸出額	6.1	10.0	13.3	17.0	16.6	35
輸出量	4,206	7,048	8,940	10,823	9,031	14,000

出典:財務省「貿易統計」

○ H27輸出額の国・地域別内訳(億円)

国・地域名	香港	カンボジア	ベトナム	その他	計
輸出額	11.4	3.8	0.9	0.5	16.6
シェア	69%	23%	5%	3%	100%

出典:財務省「貿易統計」

○ 国内生産額及び国内生産量の推移(億円、千トン)

	H23	H24	H25	H26	H27
生産額	3,025	3,035	3,204	3,421	-
生産量	1,378	1,457	1,459	1,494	-

出典:農林水産省「生産農業所得統計」、「食肉流通統計」

(参考)TPP対日関税交渉結果(重点国・地域)

国・地域名	シンガポール	ベトナム	マレーシア
結果	(無税)	20~40% [11.25%] ↓ 11~13年目撤廃	枠内:20%、枠外:40% ↓ 枠内:即時撤廃、枠外:関税割当(20%(10年目)、20,000トン(1年目)→23,219トン(16年目))

[]内は2015年4月1日時点のEPA税率。

鶏肉統一マーク



平成27年9月に策定。
日本において商標を登録。

日本のたまごの強みを活かす食べ方を海外に広め、輸出拡大につなげる

現状・課題

- 海外では生食する食習慣がないため、日本のたまごの強みが活かしきれない状況
- 輸出先国・地域において販売可能な価格帯が限られるため、コスト低減を進める必要
- 現在輸出可能な国・地域は3か国・地域

今後の取組

1. 市場開拓・需要創出

- **日本のたまごの強みを活かしたプロモーションの実施**
【平成32年度までに輸出戦略上の全ての重点国・地域において鶏卵統一マークの商標の登録を目指す
平成28年度以降3年間で計3か国15人のシェフ等を日本へ招へい】
- ・ インバウンド需要を取り込みつつ、日本のたまごの強み(生食可能なほど安全等)を活かせる生食需要を創出するため、国内国際空港等において、畜産物のお土産(牛肉と鶏卵を組み合わせたすき焼きセット等)を販売するアンテナショップを展開するなど、日本の食文化と一体的に売り込み。更に、寿司用の卵焼きなど現地で手軽に使える鶏卵加工品を売り込み。

2. 供給力の強化

- **効率的な生産・流通体制の確立**
- ・ 輸出先国・地域において販売可能な価格帯(特別な飼養方法(放飼^{ほなしが}い等)により生産されたEU等の鶏卵より安い販売価格等)での供給を可能とするため、規模拡大等により生産コストを低減。
- ・ 生食需要の創出に向け、船便で輸出できる賞味期限の半熟卵を製造する技術を開発。
【平成28年度以降、半熟卵を船便で輸出するための技術を開発】

3. 輸出先国・地域の多角化

- **動物検疫協議等の戦略的展開**
【平成32年度までに輸出戦略上の全ての重点国・地域への輸出解禁を目指す】

香港フードフェスティバルでの温泉卵の提供

平成27年12月22日～29日に香港フードフェスティバルでミニハンバーグ温泉卵のせを200食、出汁かけ温泉卵を800食提供。試食した232名にアンケートを取ったところ、9割以上がおいしかったと回答し、86%が今後日本の鶏卵を食べたいと回答。

展示ブース・セミナー会場のスナップ写真



鶏卵輸出準備分科会ブースのショーケース



ミニハンバーグ温泉卵乗せ



温泉たまごのディスプレイ

輸出先国・地域での鶏卵の販売価格帯について(香港、台湾の例)

香港、台湾や欧州等においては、有機卵や放飼い(はなしがい)卵等の特別な飼養方法により生産された卵が比較的多く販売されており、我が国の普通卵を輸出する際には、これらよりも安い価格帯を狙う必要。(スイス、ドイツ、イタリア等では過半を放飼い等で飼養。日本での放飼い等は5%程度)

香港

種類	小売価格(10個当たり)
普通卵(中国産)	160円~430円
普通卵(米国、タイ産)	280円~430円
普通卵(日本産)	350円~770円
放飼い卵(英国、デンマーク産等)	430円~880円
有機卵(米国、イタリア産等)	900円~1,400円

台湾

種類	小売価格(10個当たり)
普通卵(台湾産)	170円~530円
普通卵(日本産)	670円
放飼い卵(台湾産)	640円
有機卵(台湾産)	890円

出典: 鶏卵輸出準備分科会が平成27年10月(香港)、28年3月(台湾)に行った調査。

注1: 普通卵には栄養強化卵も含む。

注2: 上記はスーパーマーケットや百貨店での調査結果であり、市場や商店街での販売分は含まない。

輸出及び国内生産の現状(鶏卵)

- 輸出額は、生産者・輸出業者等による輸出促進の取組等により、増加傾向で推移。国・地域別に見ると、香港向けの輸出が好調な状況。
- 一方、生産量は概ね250万トン前後で安定的に推移しているものの、年ごとの価格変動に伴い、国内生産額も年ごとに変動して推移。

○ 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン)

	H23	H24	H25	H26	H27	H32目標
輸出額	0.8	1.5	2.6	3.9	6.2	26
輸出量	290	587	1,032	1,523	2,335	10,000

出典:財務省「貿易統計」

○ H27輸出額の国・地域別内訳(億円)

国・地域名	香港	その他	計
輸出額	6.2	0.05	6.2
シェア	99.8%	0.2%	100%

出典:財務省「貿易統計」

○ 国内生産額及び国内生産量の推移(億円、千トン)

	H23	H24	H25	H26	H27
生産額	4,505	4,204	4,638	5,109	-
生産量	2,483	2,507	2,522	2,502	-

出典:農林水産省「生産農業所得統計」、「食肉流通統計」

(参考)TPP対日関税交渉結果(重点国・地域)

国・地域名	米国	シンガポール
結果	2.8セント/ダース ↓ 即時撤廃	(無税)

鶏卵統一マーク



平成27年3月に策定。
日本において商標を申請中。

(品目名)牛乳乳製品

強みを活かした輸出戦略・体制の確立や技術的課題の解決などにより、アジア諸国・地域を中心に日本産牛乳乳製品の浸透と輸出拡大を目指す

現状・課題

- 輸出先国・地域のニーズに合わせて、品質や新鮮さなどの強みを活かした輸出戦略や体制を確立することが重要。
- ①賞味期限等の技術的課題の解決、②生乳生産量の減少（平成26年度：733万ト）等による供給力の低下、③輸出解禁・輸出条件緩和に向けた協議の難航等が課題。

今後の取組

➤ 強みを活かした輸出戦略・体制の確立

- 平成30年度までにすべての輸出重点国・地域（※）において市場調査を実施し、各国・地域のニーズや小売形態等に合った輸出戦略を検討するとともに、現地の日系小売業者等と連携した円滑な市場開拓等を支援。
（例：台湾において、よつ葉乳業と現地コンビニが連携し、ソフトクリームミックスを輸出・販売）
- チーズ工房での共同保管・熟成体制の整備（平成28年度中にモデル事例として整備）や海外進出に関する情報交換等を通じ、海外で評価が高まっている国産チーズの品質安定化や地域ブランド化を推進。
※：6か国・地域（ベトナム、マレーシア、シンガポール、香港、台湾、中国）のうちベトナム、香港は実施済み。

➤ 技術的課題の解決【平成28年度中に実証し、平成29年度以降の実用化を目指す】

- 牛乳の風味を損なわずに冷凍可能な技術の実証を行うことで、賞味期限を延長（2週間→数ヶ月）し、新鮮さを活かした輸出が可能な体制を整備。
- 地域の他品目（野菜・果物など）との共同コンテナへの混載による輸送コストの低減策などを実証（平成28年度中に北海道・九州）し、地域ブランドの活用と合わせた小ロットでも効率的な輸出の仕組みを検討・構築。

➤ 生乳生産量の維持・拡大【平成37年度に生乳生産量750万ト】

省力化機械（搾乳ロボット等）や性判別技術等の活用を通じた酪農生産基盤の強化により生乳生産量を拡大。

(品目名)牛乳乳製品

台湾セブンイレブンへのソフトクリーム原料販売(よつ葉乳業)

- 平成25年10月からソフトクリームの原料となるソフトミックス(十勝産乳原料100%使用・液状)を台湾に輸出(平成25年度:630百万円、平成26年度:1,200百万円)し、台湾セブンイレブンの店舗にて「北海道ソフトクリーム」として販売。
- 当初、約10店舗での試験販売であったが、結果が良好だったため、販売店数を拡大(平成27年6月末現在1,010店舗)。
販売商品 バニラ味(35円≒120円)、チョコ味(40円≒140円)
* 期間限定のフレーバーも販売。
- 安定供給体制強化のため、下記の設備投資等を実施。
 - (1) ソフトクリームコーンを現地で生産する法人を設立。
平成28年春までに現地工場を整備し、製造開始予定。
 - (2) よつ葉乳業十勝主管工場においてソフトミックス製造設備を増設。生産能力を約5割増やし、平成27年6月から稼働。



(よつ葉北海道
十勝ソフトミックス)



(ソフトクリーム
販売店舗)

(参考)よつ葉乳業株式会社

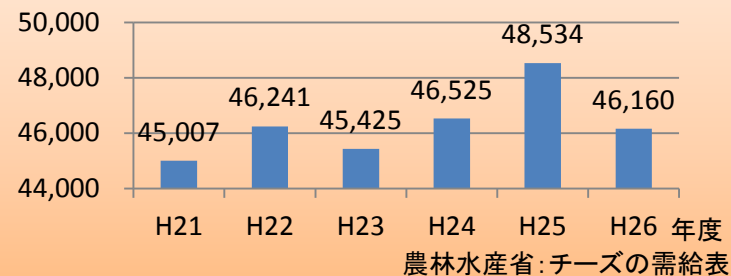
- ・昭和42年、農協資本の乳業会社「北海道協同乳業株式会社」として設立。
- ・社是として「酪農経営の長期安定」と「適正乳価の形成」を挙げている。
- ・資本金31億円、売上高977億円(平成26年度)。
- ・関連会社のくみあい乳業株式会社は、香港・台湾・タイ・シンガポール等向けにLL牛乳を製造。



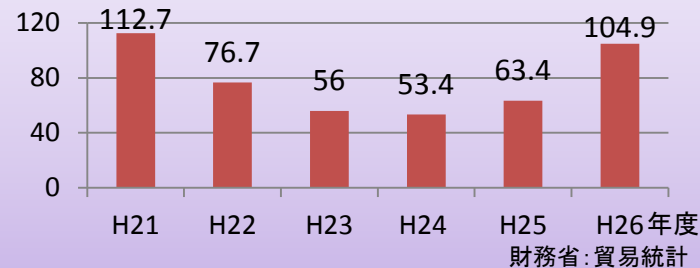
国産チーズの現状

- 国産ナチュラルチーズの生産量は平成25年度に過去最高を記録(約4万9千トン)。
- 国内のチーズ工房等の数も着実に増加(約150か所(平成22年)⇒240か所(平成26年))。
- 国産チーズの品質や評価も着実に向上(国際コンクールでの上位入賞等)。
- 国際的評価の高まりを受け、工房による輸出の取組が出始めたところ。

○ 国産ナチュラルチーズの生産量



○ 国産ナチュラルチーズの輸出量



○ フランスで開催されたチーズ国際コンクールで上位入賞

- ・ 平成27年6月にフランス・トゥールで開催された「モンドリアル・デュ・フロマージュ」チーズ国際コンクールに、11工房28品を出品。
- ・ 特に優れているチーズに贈られるスーパーゴールドにブルーチーズ(アトリエドフロマージュ)、草原の青空(高秀牧場)が選ばれたほか、10品のチーズが入賞。

【スーパーゴールド】

- ・ブルーチーズ(アトリエド・フロマージュ)
- ・草原の青空(高秀牧場)

【ゴールド】

- ・フロマージュ・ド・みらさかシェーヴル(三良坂フロマージュ)
- ・さくら(共働学舎)
- ・モッツアレラ(乳いーずの物語)
- ・町村農場クリームチーズ(町村農場)

【シルバー】

- ・カチョカヴァロ(ファットリアビオ)

【ブロンズ】

- ・カレ・ド・ラヴァンド(三良坂フロマージュ)
- ・フロマージュ・ド・みらさか(三良坂フロマージュ)
- ・なかよし恋よし(乳いーずの物語)
- ・ジャージーミルクのモッツアレラ(カゼイフィーチョ・ダ・サスイーノ)
- ・クアルティローロ(ファットリアビオ)



ブルーチーズ(アトリエドフロマージュ)



<これまでの取組>

- ・ ナチュラルチーズ製造技術に関する研修会等への支援(生乳需要基盤確保・強化緊急支援事業)。
- ・ ALL JAPANナチュラルチーズコンテスト開催(隔年、平成27年は11月24日開催)に関する支援。

<最近の方向性 ~個人からグループへ~>

- ・ 国産ナチュラルチーズ(NC)の製造・衛生技術の向上等を目的として、各地域の代表的なチーズ生産者が集まり「日本チーズ生産者の会」を発足(平成26年10月)。今後、会員数を増やし、会員同士の積極的な情報交換等を通じて国産NCの生産振興等を図る予定。

牛乳乳製品の輸出拡大に向けた技術的課題と対策

現状

- ①現在、輸出品目は、賞味期限が長く常温保存可能な育児用粉乳やLL牛乳、冷凍保存可能なアイスクリーム等がほとんどである。
- ②中小乳業では、小ロットでのLL牛乳等の輸出に、単独で取り組んでいるケースが多い。

1. 風味を損なわずに冷凍可能な技術の実証

課題

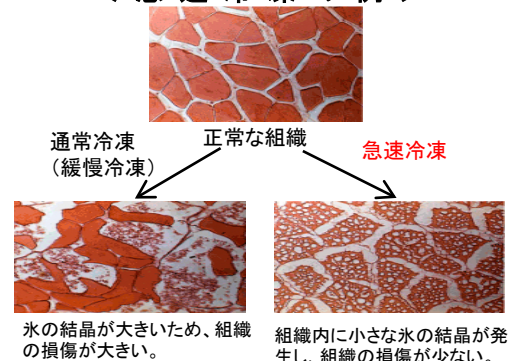
要冷蔵の牛乳、生クリーム等は、通関に時間を要すると、賞味期限が短くなり、店頭に並べることができない場合がある。

対策

風味・鮮度を保ったまま冷凍可能な技術(急速冷凍等)を牛乳乳製品に応用するための実証試験を実施。

本技術の確立により、賞味期限を延長(2週間→数ヶ月)し、風味を損なわない輸出の拡大を期待。

< 急速冷凍の例 >



写真等:(一社)日本冷凍食品協会HP

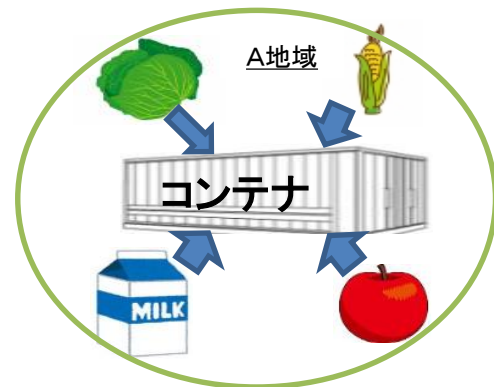
2. 共同輸送による輸送コストの低減対策

課題

自社製品のみを、コンテナに空きがあるまま輸送しているケースが多く、輸送コストが嵩んでいる。

対策

地域の他品目(野菜・果物等)との共同コンテナを活用した、国内外における輸送コストの低減対策を実証。これにより、特に小ロット販売を行う中小乳業の輸送コストの負担軽減を期待。



中国向け牛乳・乳製品の輸出の状況

- メラミン混入事件により中国国内において安全性の観点から日本製品に対するニーズが高まったことを背景として、育児用粉乳などの対中輸出は増加傾向にあった。
- 平成22年4月、中国は我が国において口蹄疫が発生したことを受け、日本からの牛乳・乳製品の輸入を禁止。以降、累次にわたって口蹄疫防疫措置等の情報提供を行うとともに輸出再開を要請。
- 平成22年9月、OIE基準に基づいて加熱処理(132℃以上1秒以上の加熱殺菌等)を行った乳製品の輸出を認める旨の発表を受け、両国家畜衛生当局間で衛生証明書の様式等輸出手続きに関する調整を開始。中国側は、衛生証明書の様式に合意するには放射性物質関連証明書の問題が解決しなければならないとの考え。
- 平成23年3月、東京電力福島原子力発電所事故を受け、福島、群馬、栃木、茨城、宮城、新潟、長野、埼玉、東京、千葉の10都県産のすべての食品の輸入が停止。また、10都県産以外については、検査証明書及び産地証明書の添付を条件に輸出が認められているが、証明書の様式が合意されていないため、事実上輸入停止。

(参考)中国向け乳製品の輸出実績

OLL牛乳

	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
数量(トン)	102	53	0	0	0	0	0
金額(億円)	0.2	0.11	0	0	0	0	0

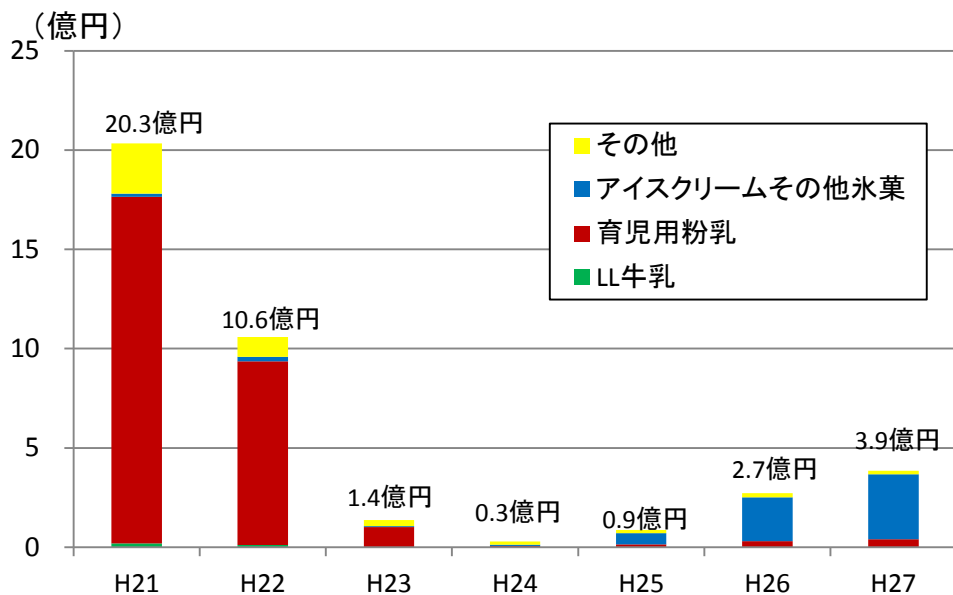
○育児用粉乳

	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
数量(トン)	2,044	1,054	56	4	9	16	17
金額(億円)	17.4	9.3	1.0	0.06	0.2	0.3	0.4

○アイスクリームその他氷菓

	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
数量(トン)	35	51	15	23	114	357	538
金額(億円)	0.2	0.2	0.04	0.06	0.6	2.2	3.3

注)乳成分を含まない氷菓を含む。また、これらは中国の輸入制度上、乳製品に分類されず、輸出が可能。



輸出及び国内生産の現状(牛乳・乳製品)

- 平成22年の口蹄疫や平成23年の原発事故に伴い、各国・地域の輸入規制措置や安全性への信頼低下等から、輸出額は大幅に減少したが、近年はベトナムや台湾などのアジア諸国・地域を中心に増加傾向にあり、平成27年の輸出額は約96億円。
- 国内の生乳生産量は、酪農家戸数の減少等により減少傾向で推移していたが、平成27年はほぼ横ばい。

○ 輸出額の推移(億円)

	H23	H24	H25	H26	H27	H32目標
輸出額	60.4	27.3	36.6	67.8	95.7	140

注:牛乳乳製品については、粉ミルクやアイスクリームなどの多様な重量の異なる加工品が輸出されており、重量ベースの実績や目標にはなじまない。
出典:財務省「貿易統計」

○ H27輸出額の国・地域別内訳(億円、%)

国・地域名	ベトナム	台湾	香港	パキスタン	その他	計
輸出額	26.8	23.9	21.7	6.5	16.8	95.7
シェア	28.0	25.0	22.7	6.8	17.6	100

出典:財務省「貿易統計」

○ 国内生産額及び生産量の推移(億円、千トン)

	H23	H24	H25	H26	H27
生産額(製品)	23,612	23,446	24,439	24,610	—
生産量(生乳)	7,474	7,630	7,508	7,334	7,379

注:牛乳乳製品については、多様な重量の異なる製品があり、製品重量ベースの実績にはなじまないため、生乳生産量を記載。
出典:経済産業省「工業統計表」、牛乳乳製品統計

(参考)主なTPP対日関税交渉結果

国・地域名	アメリカ		カナダ	マレーシア
結果	【育児用粉乳】 10又は15年目撤廃	【アイスクリーム】 10又は20年目撤廃	【育児用粉乳】 即時撤廃	【LL牛乳】 関税割当、16年目撤廃

水産物の輸出力強化に向けた対応方向

養殖生産の一層の拡大や、輸出に対応した生産体制の構築により、水産物の輸出を拡大

現状・課題

- 養殖業は資源上の制約が小さいため、生産の一層の拡大や自然災害等に左右されない生産体制の構築が課題。
- 漁業は、資源管理を行いつつ、輸出余力のある魚種について、輸出に対応した生産体制を構築することが課題。
- 現地のニーズに即しつつ、我が国の水産物の特色を活かした市場の開拓が必要。
- 輸出先国・地域の規制・ニーズに応じた輸出環境の整備も課題。

今後の取組

1. 国内生産体制の整備

【養殖業】

- **養殖生産の拡大【養殖地の拡大に向けた調査を今年度から実施、漁港水域の有効活用の支援を今年度から強化】**
 - ・ 養殖地の拡大に向けて、今年度から、養殖が可能となる地域の調査(漁場の海洋環境や生産性など)を実施。
 - ・ 漁港水域の有効活用(増養殖の場としての利用)を今年度から支援を強化し促進。
 - ・ 養殖生産への転換を図る漁業者の取組を支援。
- **安定した養殖生産体制の構築【自然災害や餌料の高騰に強い生産体制の確立、周年出荷体制の構築】**
 - ・ 人工種苗を活用した赤潮発生前の出荷の推進、被害防止(モニタリング等)の技術開発により、赤潮被害を低減。
 - ・ 低魚粉配合飼料の導入や給餌量の削減等の実証により、餌料価格に左右されない生産体制を構築。
 - ・ 周年出荷に資する人工種苗技術の開発・普及により、一年を通した輸出を可能に。

【漁業】

- **輸出向け漁業生産体制の構築【高品質な冷凍製品の生産、操業体制の転換による低コスト生産モデルの構築】**
 - ・ 運搬船の鮮度保持機能の強化のための新技術の導入や、水揚地の冷凍処理施設の整備を支援し、高品質な輸出向け冷凍製品を生産するための体制を整備。
 - ・ 操業体制の転換(グループ操業、運搬船の共同利用等)の推進や、省エネ・省力化技術(LED集魚灯、衛星情報の活用による効率的な漁場探索等)の開発・実証試験により、低コスト生産モデルを構築。

(品目名)水産物

今後の取組(続き)

2. 市場の拡大

- **現地の水産物ニーズに即した輸出先国・地域への進出【今年度から新たに現地在住の海外コンサルタントを配置】**
 - ・ 水産物専門の現地在住の海外コンサルタントを今年度から新たに配置し、輸出先国・地域のニーズに即したプロモーション活動、現地輸入業者とのマッチング、現地の商慣行についての情報の収集・提供を効果的に実施。
 - ・ 四季の変化が少ない輸出先国・地域において、日本の季節に応じた多様な水産物をアピールするほか、米・日本酒など消費の相乗効果が期待できる産物と連携してPRを実施し、戦略的に日本の水産物の魅力を売り込む。

3. 輸出先国・地域の規制・ニーズに応じた輸出環境の整備

- **水産加工施設のHACCP対応等を推進【対EU・HACCP認定施設について、平成27年度末45施設に加えて平成31年度末までに80施設程度認定する】**

国内で高次の加工まで行い、より付加価値を付けて輸出することなどに資するよう、施設の改修や研修会、現地指導の支援等により、EU等への輸出に必要な水産加工施設のHACCP対応等を推進。
- **流通・輸出の拠点漁港における高度な品質・衛生管理体制を構築【平成32年度末までに高度な品質・衛生管理体制が構築された漁港の割合を5割まで引き上げる】**

陸揚から出荷まで一貫した衛生管理の下で取り扱う水産物を輸出するため、高度衛生管理型漁港の整備を支援し、HACCP対応が必要なEU等向け輸出を拡大、それ以外の国・地域への輸出についても商品価値を高める。
- **輸出に係る各種規制の緩和、手続の簡素化・迅速化【放射能、食品衛生等に係る規制の緩和と証明書発行手続等の効率化】**

輸出先国・地域による各種輸入規制の緩和・撤廃に向けて科学的データ等に基づく協議を行うとともに、輸出に必要な各種証明書の発行手続の電子化・発行機関の拡大を推進。
- **輸出向け水産物の水産エコラベル認証スキームを構築【平成29年度までに新たな輸出向け水産物の認証スキームを構築する】**
 - ・ 我が国の事業者にとって言語やコスト等の面で取り組みやすい国際的な認証の仕組みが求められていることから、輸出向け水産物の認証スキームを国内の認証制度(MELジャパン)の中に新設するとともに、MSCも含め認証の取得を支援し、水産エコラベルが求められる輸出先国・地域への輸出環境を整備。
 - ・ その後、認証水産物を輸出することにより、認証の国際的な認知度を高めることで海外での販路確保及び市場拡大を推進。

国産水産物の輸出拡大に向けた取組について

国内生産体制の整備

養殖生産の拡大と安定した生産体制の構築【養殖業】

- 自然災害の被害があっても輸出を落ち込ませないよう、輸出に向けた養殖生産の一層の拡大
 - ・ 養殖地の拡大に向けた調査(候補地の海洋環境等)を本年5月から新たに実施
 - ・ 漁港水域の有効活用(増養殖に利用)を今年度から支援を強化し促進
 - ・ 漁業者の養殖生産への転換を支援
- 自然災害や餌料価格に左右されない生産体制の構築
 - ・ 人工種苗の活用による赤潮発生前の出荷の推進、被害防止(モニタリング等)のための技術開発により、赤潮被害を軽減
 - ・ 低魚粉配合飼料の導入や給餌量の削減等の実証により餌料コストを低減
 - ・ 人工種苗技術の開発・普及により、通年出荷体制を構築

資源管理と輸出向け生産体制の整備【漁業】

- 適切な資源管理により資源を増大
- 増産分を輸出拡大に繋げるため、
 - ・ 運搬船の鮮度保持機能の強化のための新技術の導入や、水揚地の冷凍処理施設の整備を支援し、高品質な輸出向け冷凍製品を生産
 - ・ 操業体制の転換(グループ操業、運搬船の共同利用等)や省エネ・省力化技術により、低コスト生産モデルを構築

※ 漁獲物を港まで運ぶ運搬船(右)。さばやいわしは鮮度劣化しやすいため、高品質な冷凍製品の生産には鮮度の保持が重要。



市場の拡大 (現地コンサルの活用、我が国水産物の特性を活かしたPR活動)

- 今年度から新たに、水産物専門の現地在住の海外コンサルタントを配置し、輸出先国・地域への効果的な進出を支援
 - ・ 輸出先国・地域のニーズに即したプロモーション活動の展開
 - ・ 現地の輸入業者とのマッチング
 - ・ 現地商慣行の情報収集・提供
- 季節に応じた多様な水揚げや、水産物の和食文化における重要性に着目し、戦略的に日本の水産物の魅力を売り込む
 - 今年度は、シンガポール、ベトナム、米国など有望な輸出先国・地域において30回程度PRを実施し、季節に応じた多様な日本の水産物を各国・地域のバイヤーや消費者に売り込む計画



※ 消費の相乗効果を狙い、日本産米と連携した水産物のPR活動。

輸出先国・地域の規制・ニーズに応じた輸出環境の整備

- ・ 水産加工施設のHACCP対応等を推進【平成27年度末45施設に加えて平成31年度末までに80施設程度認定(対EU)】
- ・ 拠点漁港において高度な品質・衛生管理体制を構築【平成32年度末までに5割の拠点漁港において構築】
- ・ 輸出に係る各種規制の緩和、手続の簡素化・迅速化
- ・ 輸出向け水産物の水産エコラベル認証スキームを新たに構築【平成29年度までに構築】

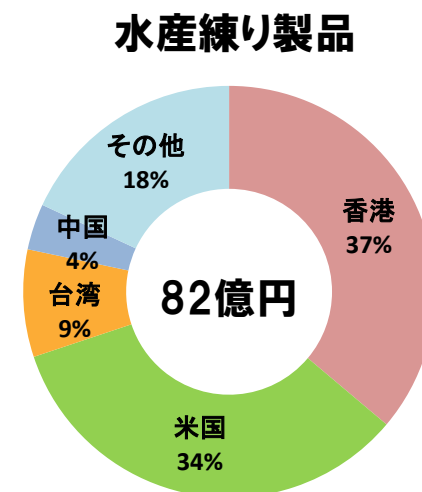
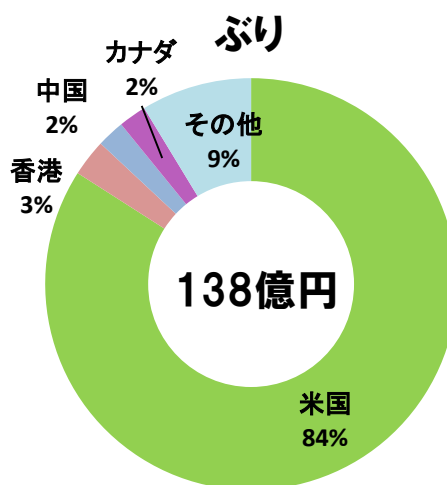
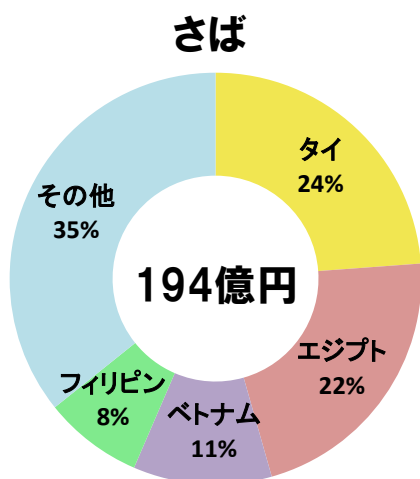
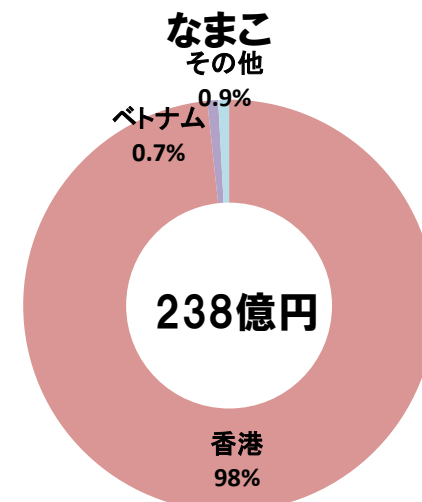
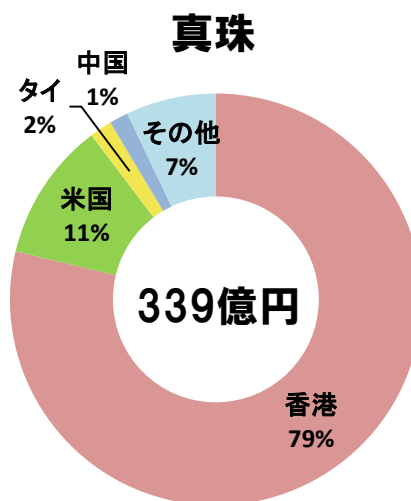
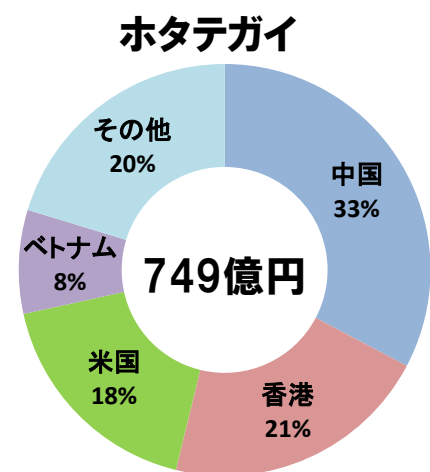


※ 人の手で触れずに魚の選別を行える自動魚体選別機(左)。輸出先国・地域によってはこのような衛生管理が求められる。

※ 我が国発のエコラベル(MELジャパン)

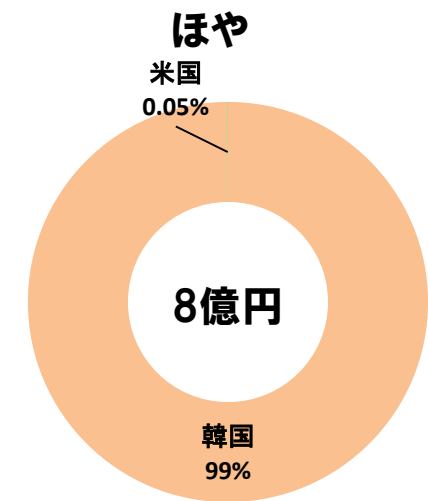
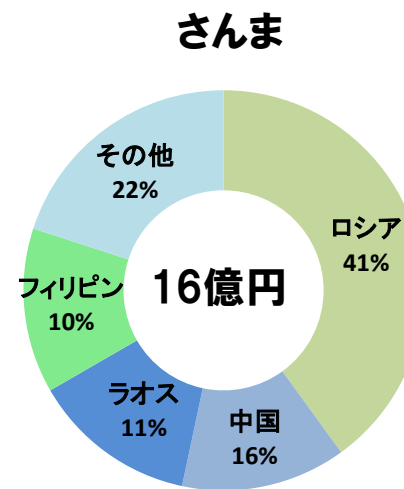
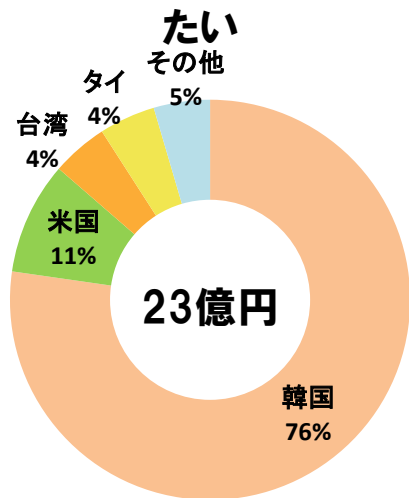
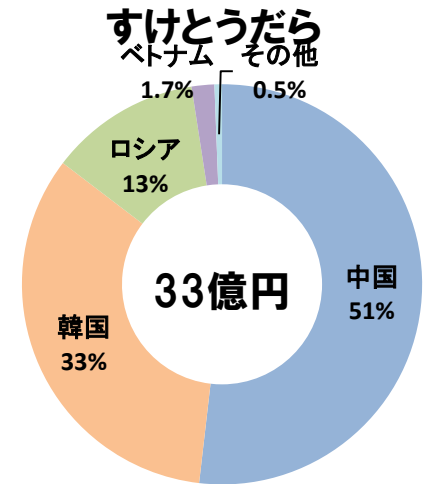
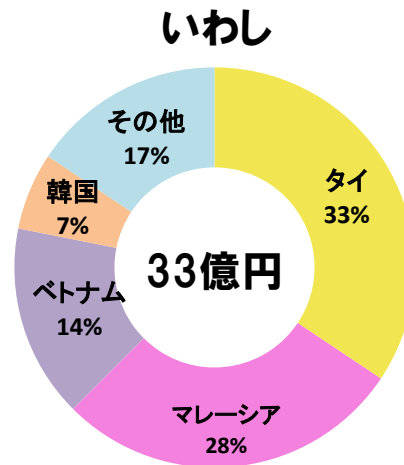
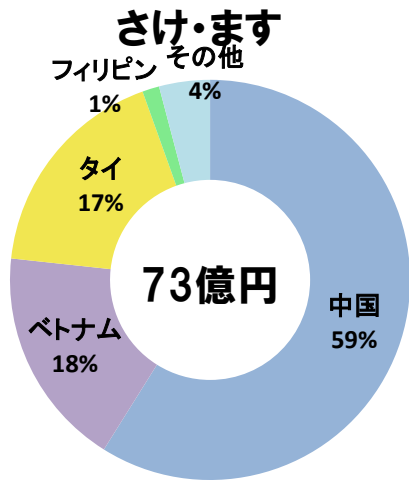


【参考】個別品目の国・地域別輸出実績（平成27年）①



※ホタテガイ、なまこ及びさばについては調製品を含む。

【参考】個別品目の国・地域別輸出実績（平成27年）②



※さけ・ます、いわし及びさんまについては調製品を含む。

【参考】餌料コストの低減

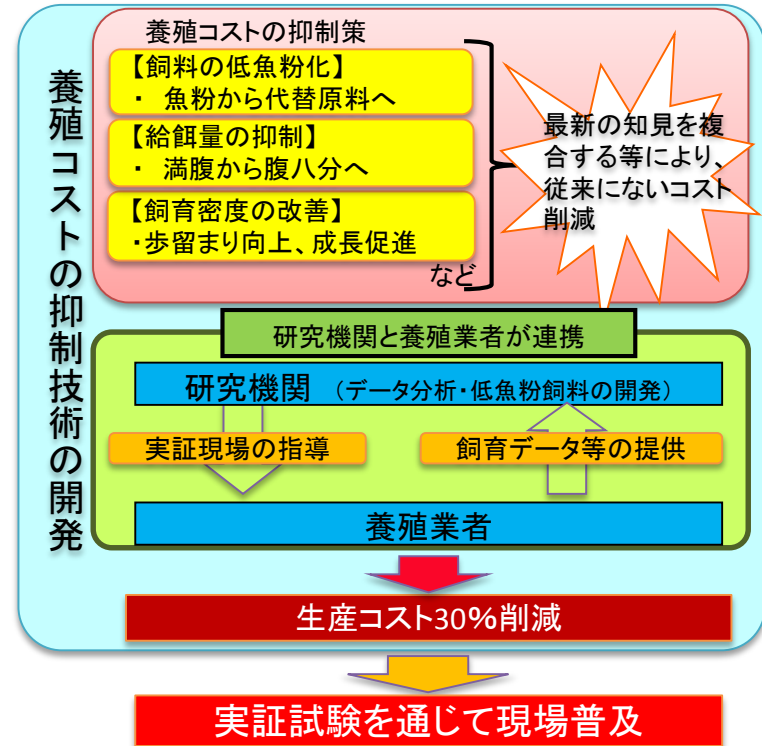
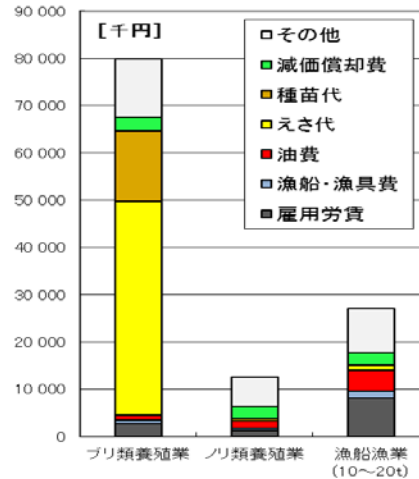
○ 養殖業の餌料コストは、ブリ類で60%程度、マダイで70%程度と、コストの大宗を占めている。

○ 一方、配合餌料の主原料の魚粉価格は、世界的な需要拡大等を背景に高騰。
また、生餌(小型サバ、イワシ類)の供給は、クロマグロ養殖の増加等により不安定な状況。

○ このため、

- ① 配合餌料の低魚粉化、給餌量の削減などによるコスト削減の実証
- ② 生餌として利用されていない時期・魚種の魚を養殖用生餌として流通させる取組への支援を実施し、高コスト体質を改善。

【漁労支出の内訳】

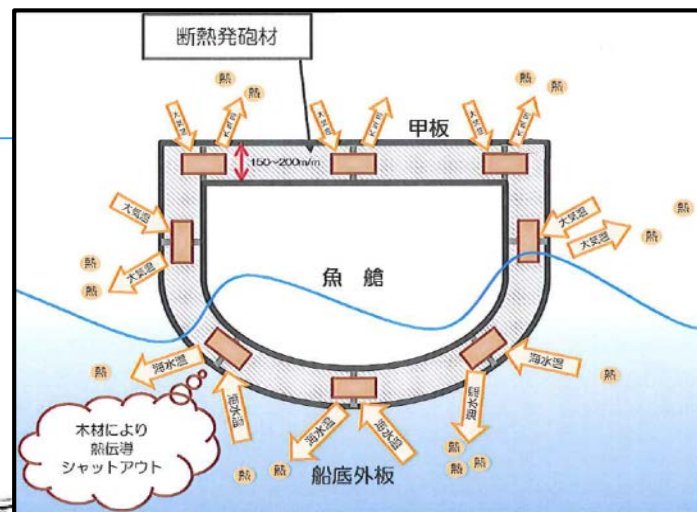
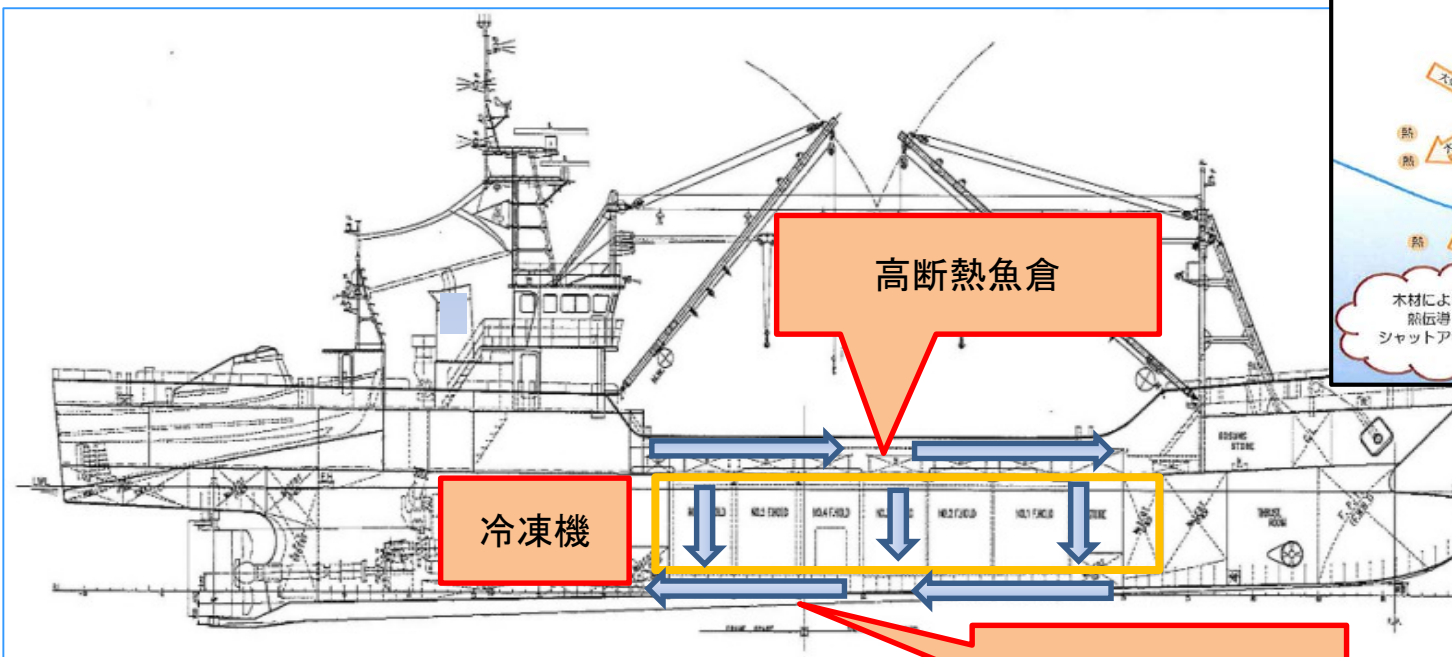


【参考】早期種苗生産技術について

- 一般的なブリ養殖は、天然ブリの稚魚(モジャコ)を種苗として行われているが、採捕時期や量が安定しない。
- ブリの人工種苗作出の基本的な技術は開発されているところ、天然種苗より早期に生産できるため、通年出荷を可能にすることにより、輸出のツールとして有効。
- 我が国最大のブリ養殖地である鹿児島県において、人工種苗生産施設の整備を計画中。

【参考】輸出向け製品を生産するための体制整備:運搬船の機能強化

- 従来の運搬船は、氷のみを用いて漁獲物を冷却。冷却ムラや温度低下が課題。
- 冷海水循環システムや高断熱魚倉(マホービン魚倉)などの新技術導入により、遠隔地の漁場からでも、鮮度劣化しやすいサバ、マイワシを高鮮度の状態で運搬することが可能となり、高品質の輸出向け冷凍製品の生産に貢献。

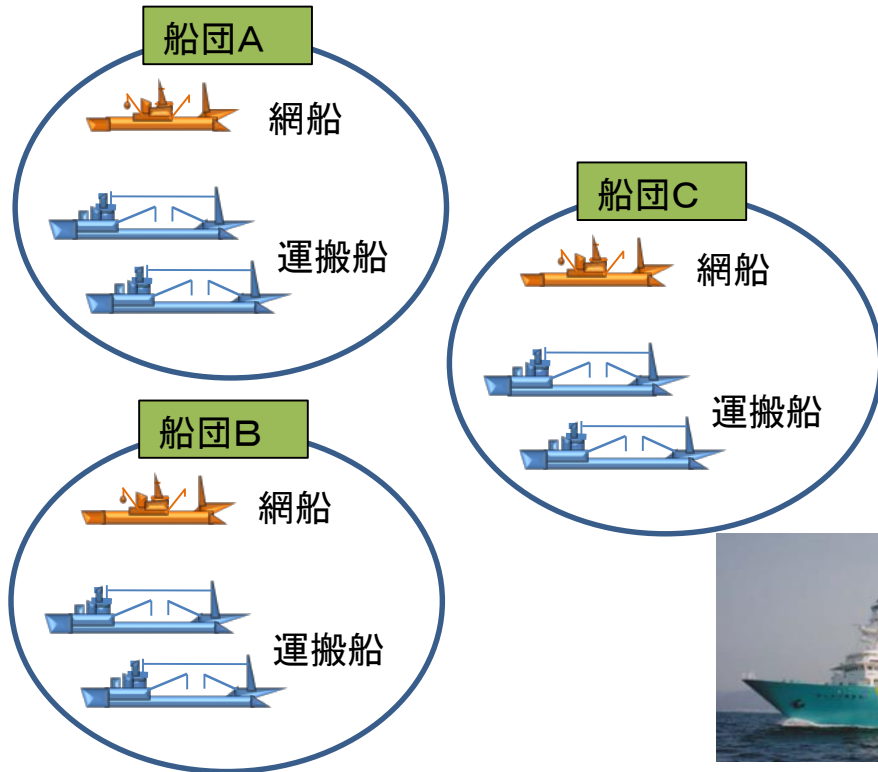


冷海水循環ライン

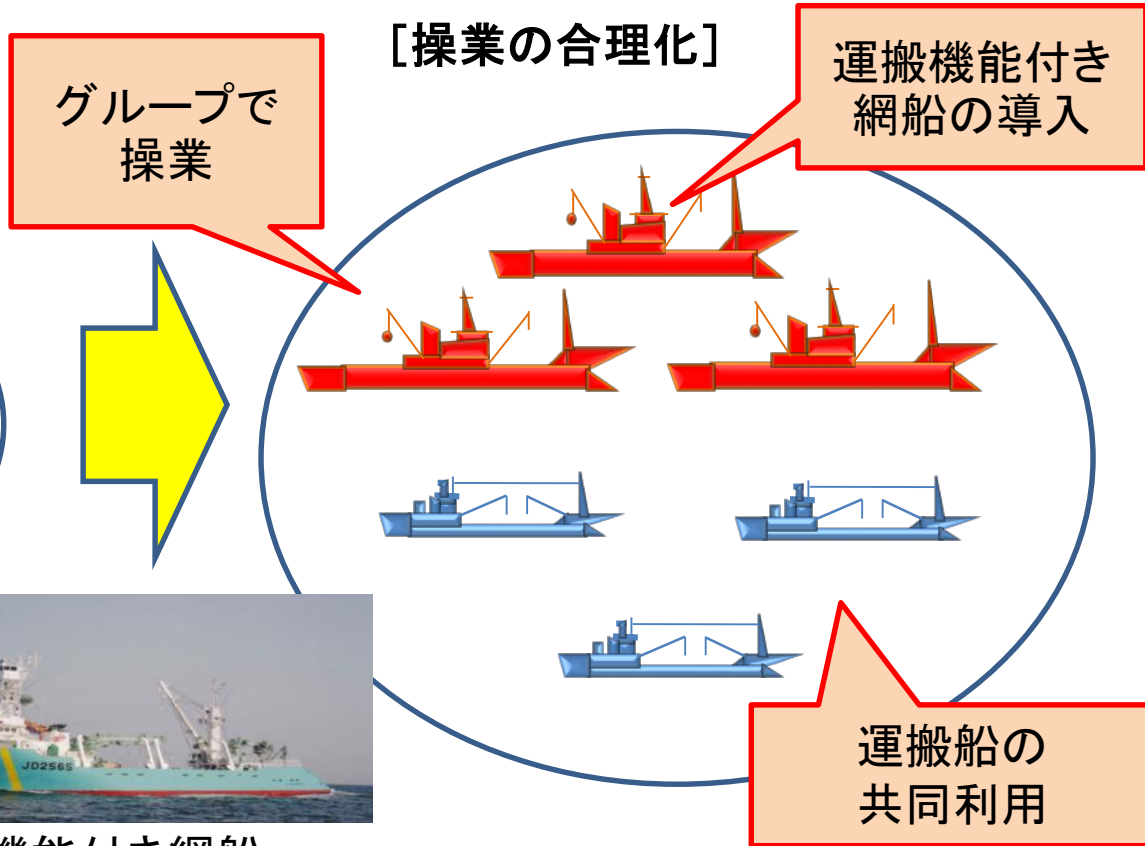
【参考】生産コストの削減：操業体制の転換(まき網操業の合理化)

- 従来、まき網漁業は、網船と運搬船等で構成される船団単位で操業。
- 運搬機能付き網船の導入、複数船団でグループ操業を行い運搬船を共同利用することにより、効率的な漁獲物の運搬、分散水揚げが可能になり、生産コストを削減。

[従来]



[操業の合理化]



運搬機能付き網船

【参考】生産コストの削減：省エネ・省力化の技術開発・実証

- 水産業は化石燃料に大きく依存しており、他産業と比較して経費に占める燃油代の割合が高く、また依然として人手に頼る作業が多い。
- このため、水産業の省エネ・省力化を推進するための技術開発や実証試験を実施※。

LED集魚灯の導入

さんま棒受け網漁業など



1航海当たり約30~40%の燃油使用量削減効果

船体付加物の形状最適化



流れに沿ったピルジキール

カバーを取り付けた魚群探知機の送受波器

約5%~10%の推進抵抗削減効果

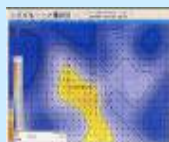
低抵抗漁具による省エネ技術



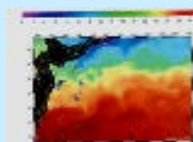
4倍の強度を持つ繊維（写真中の白い箇所）を底曳網漁具に使用し軽量化

曳網時に約20%の燃油使用量削減効果

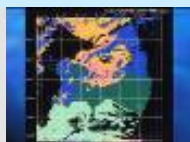
衛星情報の活用による効率的な漁場探索



海面高度



水温



水色

漁場探索の効率が向上したことにより、平均16%の燃油使用量削減効果

養殖網の水中清掃ロボット



ダイバーによる網清掃にかかる労力・費用の削減に寄与

これらの技術により生産性向上、コスト削減を図り、国際競争力も向上

※省エネ等の効果は、漁船の総トン数や流れの速さ等により変動がある。

【参考】輸出向け水産物の流通：日本の技術を活用した鮮度保持流通の取組事例

- 水産物は鮮度劣化が早いため、輸出における一連の流通においては、水産物の鮮度を保持したまま輸送を行うことが必要。
- 現在、魚の脊髄を破壊し、死後硬直を遅らせる「神経締め」、温度維持性能が高いコンテナや断熱材カバーを用いた貨物輸送など、日本の高い技術を活かした鮮度保持流通が行われており、水産物の輸出を拡大していくに当たっては、引き続きこのような技術を活用することが重要。

鮮度保持流通の取組事例

鮮度保持を可能にする魚の処理技術
（「神経締め」の例）



ワイヤーなどを用いて魚の脊髄を破壊することにより、死後硬直を遅らせ、鮮度や味を保ったまま長時間の輸送を可能にする「**神経締め**」。

貨物輸送時の鮮度保持を可能にする特殊機材
（日本航空株式会社の取組例）



高性能蓄冷材を利用して長時間（100時間程度）一定の温度（15-25℃と2-8℃の二つの温度帯）を保つことのできる「**高性能定温コンテナ**」。



断熱材を使用したカバー「**サーマルブランケット**」。輸送中の急激な温度変化を抑えることができる。

【参考】現地の水産物ニーズに即した輸出先国・地域への進出

- これまでのJETROによる取組のほか、今年度から新たに、輸出先国・地域の事情に精通した現地在住の海外コンサルタントを配置予定。水産物を専門に、輸出先国・地域の実態を踏まえた効果的な進出を支援。
- 日本では、季節により多様な水産物が水揚げされることから、季節に応じて多様な水産物を売り込んでいくとともに、コメや日本酒といった日本産の他の食材と相性の良さを活かし、消費の相乗効果を狙ったPRを行っていく。

現地コンサルタントの活用

【輸出先国・地域への進出に伴う主な課題】

- どのようにすれば現地の消費者や輸入業者に有効にPRすることができるかが分からない。
- 現地の有力な輸入業者と商談を行いたい。
- 取引に当たって注意すべき現地の商慣行について知りたい。



現地の事情に精通した水産物専門の海外コンサルタントを配置し、以下の取組を実施

- ✓ 現地ニーズに即した効果的なPR活動
- ✓ 現地の輸入業者とのマッチング
- ✓ 現地の商慣行の情報収集・提供 など

戦略的なプロモーション活動

季節に応じた水産物の多様性や、コメや日本酒といった他の食材との相性の良さを活かした戦略的なPRを展開。

<H28年度セミナー開催計画(計31回)>

- 東南アジア(シンガポール、マレーシア、タイ、ベトナム): 19回
- 東アジア(中国、台湾、香港): 7回
- 欧州(EU、ロシア): 3回
- 米国: 2回

多様な水産物を紹介したPR

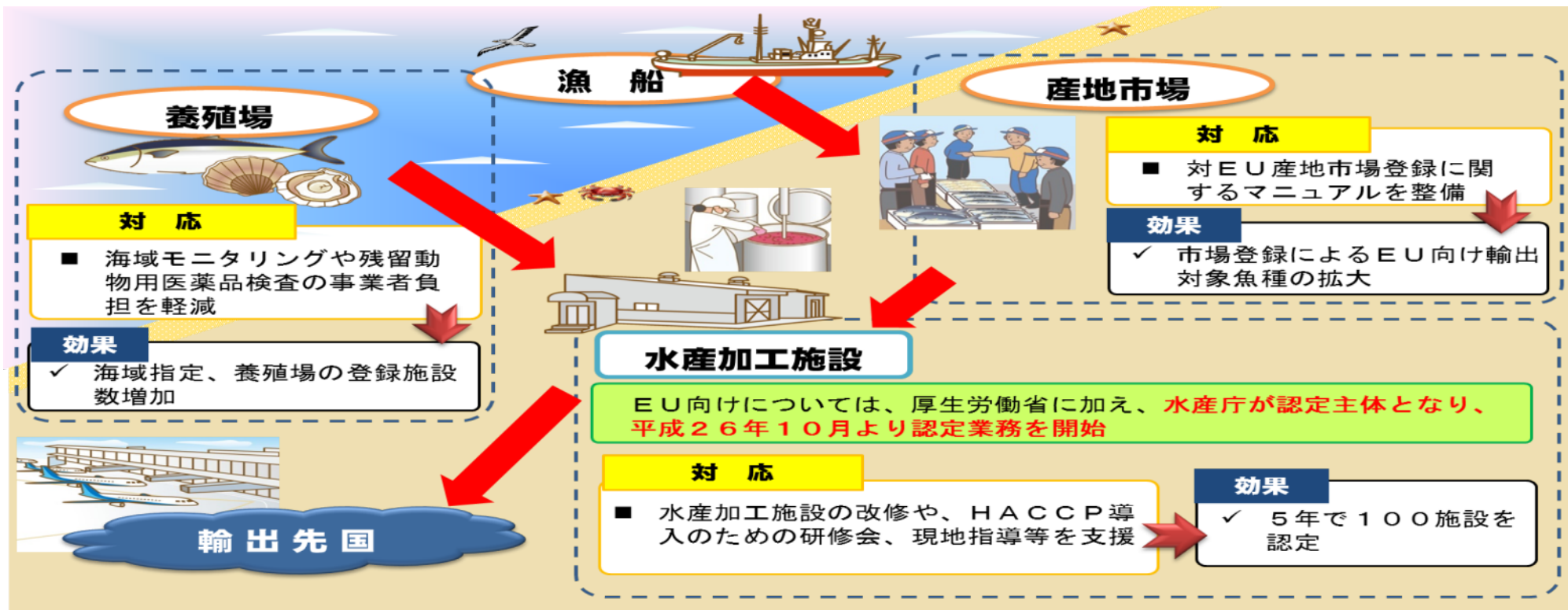


日本産米と連携したPR



【参考】HACCP認定の促進に向けた取組について

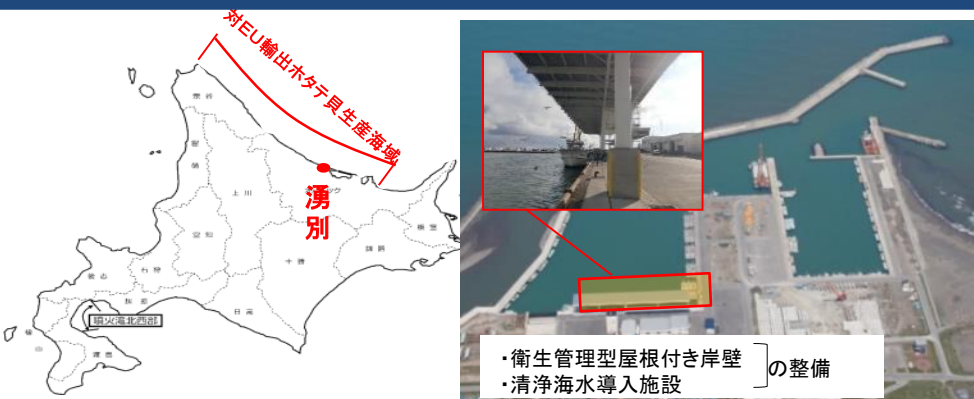
- 欧米諸国向けの輸出には、水産加工施設のHACCP認定取得等が必要。
- このため、特に認定件数の少ない対EU・HACCPについては、平成26年10月から、厚生労働省に加えて水産庁も認定業務を開始。また、HACCP対応のための水産加工施設の改修等を支援。
- なお、EUは、漁場から輸出までのフードチェーン全体の管理も要求していることから、養殖場や産地市場の登録を推進するとともに、海域モニタリング（二枚貝の場合）等の支援も実施。



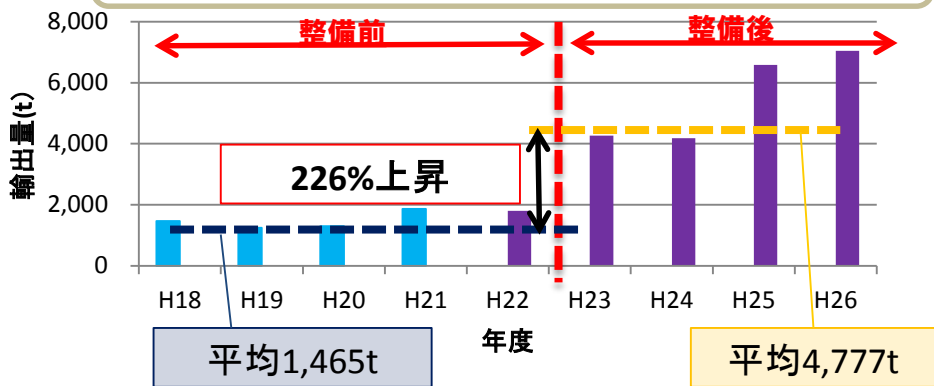
【参考】流通・輸出の拠点漁港における高度な品質・衛生管理体制の構築

○ EUなど輸入に高い安全性を求めている国・地域等への輸出にも応えるため、輸出の拠点となる漁港において、陸揚から出荷に至るまで一貫した衛生管理体制を構築する。

ホタテ貝輸出促進のための漁港の衛生管理
 <湧別漁港(北海道)>



湧別漁港における衛生管理対策によるホタテ輸出量増大
 (輸出先:EU、米国、中国)

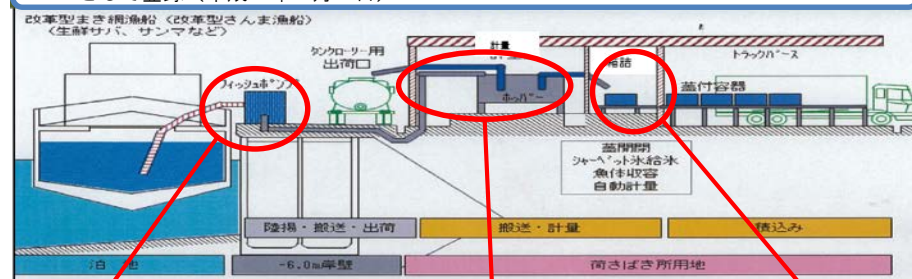


マサバ等輸出促進のための高度衛生管理型荷さばき所
 <八戸漁港(青森県)>



漁港におけるEU向け水産物の取扱

○ 八戸漁港の第三市場A棟が国内で初めて「対EU輸出水産食品取扱施設」として登録(平成27年3月19日)



フィッシュポンプや自動魚体選別機の導入等により有害要因混入の防止

漁獲物の鮮度の保持

【参考】輸出向け水産物の水産エコラベル認証スキームの構築

- 我が国の事業者にとって言語やコスト等の面で取り組みやすい国際的な認証の仕組みが求められていることから、輸出向け水産物の認証スキームを国内の認証制度(MELジャパン)の中に新設するとともに、MSCも含め認証の取得を支援し、水産エコラベルが求められる輸出先国・地域への輸出環境を整備。
- その後、認証水産物を輸出することにより、認証の国際的な認知度を高めることで海外での販路確保及び市場拡大を推進。



輸出及び国内生産の現状(水産物全体)

- 輸出額は増加傾向で推移し、H27は2,757億円となり、中間目標(H28に2,600億円)を1年前倒しで達成。主要輸出品目の輸出形態としては、ホタテガイは冷凍貝柱、真珠は半製品、サバは冷凍加工原料での輸出が多い状況。
- 一方、国内生産額は、海面漁業については、資源状況等により変動はあるものの、概ね横ばい傾向。
- また、海面養殖の平均生産額及び生産量は、震災前5カ年の平均では4,129億円及び118万トンであったが、東日本大震災で三陸の養殖業(ギンザケ、ノリ、ワカメ、コンブ、ホタテ、カキ)が壊滅的な被害を受け減少した。養殖施設の復旧は進んでいるが、出荷までに年数を要するものもあり、完全に回復しているとはいえない状況。

- 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン) ※調製品を含む。

	H23	H24	H25	H26	H27	H32目標
輸出額	1,741	1,700	2,216	2,337	2,757	3,500
輸出量	424,321	439,707	551,565	470,635	556,151	—

- H27輸出額の国・地域別内訳(億円) ※調製品を含む。

国・地域名	香港	米国	中国	ベトナム	その他	計
輸出額	821	393	386	220	937	2,757
シェア	30%	14%	14%	8%	34%	100%

- 国内生産額及び国内生産量の推移(億円、トン)

(海面漁業)

	H23	H24	H25	H26
生産額	9,400	9,158	9,480	—
生産量	3,824,099	3,758,520	3,733,824	3,740,609

(養殖)

	H23	H24	H25	H26
生産額	3,706	3,954	3,882	—
生産量	868,720	1,039,504	997,097	987,639

(参考)TPP対日関税交渉結果(重点国・地域)

国・地域名	米国	ベトナム	シンガポール	マレーシア
結果	即時撤廃～10年目撤廃	即時撤廃～4年目撤廃	即時撤廃	即時撤廃

(品目名)ほたて

養殖地の拡大や既存漁場における生産力の向上により、輸出余力を拡大

現状・課題

- 海外からの引き合いが強いため、養殖地の拡大や既存漁場の生産力の向上により、輸出余力を拡大することが必要。特に、低気圧の被害に比較的強い垂下式養殖の拡大が課題。同時に、品質・衛生管理体制を構築し、各産地が輸出に取り組めるようにすることも必要。
- 一方、今後数年間は、一昨年及び昨年の冬の低気圧の被害により減産が見込まれることから、プロモーション活動を強化し、その間も輸出先国・地域における日本産ほたての地位を維持することが課題。

今後の取組

- **輸出余力の拡大**
 - ・ **養殖地の拡大に向けた調査等の実施【今年度から新たに実施】**
垂下式養殖が可能となる地域の調査(漁場環境や養殖施設の海況耐性強化等に伴うコスト、漁場の生産性)を実施。
 - ・ **ほたて養殖への転換の支援【今年度から新たに実証事業(北海道日本海海域)を支援】**
ほたて養殖への転換を図る漁業者の取組を支援。
 - ・ **漁場環境の改善による生産力の向上【実施中】**
海底耕耘などによる漁場環境の改善により、既存の地播き漁場における生産力を向上。
- **品質・衛生管理の向上に向けた対策**
EUなど輸入に高い安全性を求めている国・地域等への輸出にも応えられるよう、漁港における一貫した衛生管理体制を構築。
- **減産期間における日本産ほたての地位の維持(プロモーション活動の強化)**
数年間見込まれる減産期間においても、日本産ほたての輸出先国・地域における地位を維持するため、水産物・水産加工品輸出拡大協議会を中心として海外でのプロモーション活動を強化。

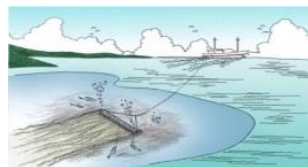
【参考】ほたての輸出拡大に向けた取組

輸出余力の拡大

養殖地の拡大

- ・ 今年度から新たに、垂下式養殖が可能となる地域の調査(漁場環境や養殖施設の海況耐性強化等に伴うコスト、漁場の生産性)を実施 ⇒ 養殖地の拡大

漁場環境の改善



- ・ 海底耕耘によるホタテの生育環境の改善を支援(実施中)
⇒ 既存漁場(地播き)における生産力を向上

ほたて養殖への転換

- ・ ほたて養殖への転換を図る漁業者を支援(今年度から新たに、北海道日本海海域における実証事業を支援)

高度な品質・衛生管理体制の構築

- ・ 衛生的な環境下での取扱いに必要な漁港施設を整備
⇒ 産地による輸出を推進



・衛生管理型屋根付き岸壁 } の整備
・清浄海水導入施設

プロモーションの強化

- ・ 水産物・水産加工品輸出拡大協議会主導の下、セミナー等によるプロモーション活動を実施。
※ 昨年10月、北海道漁連が同協議会に加入。
⇒ 数年間見込まれる減産期間においても、日本産ほたての地位を維持



輸出及び国内生産の現状(ほたて)

- 輸出額は増加傾向で推移しており、H27は749億円。主要輸出先国・地域のうち、中国向けには冷凍殻付き、香港向けには生鮮、米国向けには冷凍貝柱での輸出が多い状況。日本は中国のほたて輸入額全体の約3割(シェア1位)を占め、主な競合国は米国やロシア。
- 輸出需要の増加により、浜値は近年、高水準で推移。国内生産額は、海面漁業については単価上昇により増加傾向で推移。また、養殖ほたての国内生産額も、輸出好調のため増加傾向にあり、生産量は近年12万トンから18万トンの間で推移。しかし、一昨年及び昨年の冬の低気圧より大きなへい死被害が生じ、数年間は減産が見込まれる。

- 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン) ※調製品を含む(ただし、H23の輸出額・量には調整品は含まれない。)

	H23	H24	H25	H26	H27
輸出額	113	275	540	577	749
輸出量	10,255	28,493	60,583	58,500	82,190

- H27輸出額の国・地域別内訳(億円) ※調製品を含む。

国・地域名	中国	香港	米国	ベトナム	その他	計
輸出額	245	158	133	61	152	749
シェア	33%	21%	18%	8%	20%	100%

- 国内生産額及び国内生産量の推移(億円、トン)

(海面漁業)

	H23	H24	H25	H26
生産額	429	391	613	—
生産量	302,990	315,387	347,541	358,982

(養殖)

	H23	H24	H25	H26
生産額	258	257	323	—
生産量	118,425	184,287	167,844	184,588

(参考)TPP対日関税交渉結果(重点国・地域)

国・地域名	米国	ベトナム
結果	即時撤廃	即時撤廃

(品目名)真珠

海外見本市を通じた日本産真珠の需要の拡大と、優れた母貝育種による商品価値の向上により輸出を拡大

現状・課題

- 真珠は宝飾品であることから、海外見本市といった機会を通じて販路の拡大やプロモーションに取り組むことが効果的。
- また、宝飾品としての希少価値が重要であるため、需要に応じた生産を行うことが必要。そのため、更なる輸出金額の拡大のためには、研究開発等により国産真珠の商品価値を高めることが課題。



今後の取組

- **海外見本市を通じた日本産真珠の需要の拡大**
真珠の国際的な流通拠点である香港等で開催される海外見本市において、ジャパンパビリオンを設置して事業者の出展(販路拡大)を支援するとともに、真珠の加工技術の高さ等日本産真珠の魅力に関するプロモーションも併せて実施し、日本産真珠の需要拡大に取り組む。
- **母貝育種に係る研究開発による付加価値等の向上**
真珠の品質向上等を図るため、耐病性等に優れた母貝や高品質真珠を生産する母貝の育種に係る研究開発(DNAマーカ一等)を実施。なお、研究開発に当たっては、知的財産の保護に留意。

(品目名)真珠

【参考】海外見本市における真珠のプロモーション

- 真珠の輸出に当たっては、真珠の国際的な流通拠点である香港等においてジャパンパビリオンを設置し、事業者の出展を支援することで高い効果をあげている状況。
※ 本年3月に開催された当該見本市における成約金額（見込含む）は87億円であり、年間（平成27年）の香港向け輸出額267億円の約3割を占める。
- 今後は、同見本市において、真珠の加工技術の高さ等日本産真珠の持つ魅力についてプロモーション活動も併せて実施することで、日本産真珠の需要拡大に取り組む。

＜従来＞
国際見本市への出展支援



＜今後＞
国際見本市への出展支援
+
日本産真珠の魅力PR

香港での見本市の様様
(平成28年3月)



【参考】真珠の母貝育種

- 真珠の一般的な製品率は50%程度と言われており、増産には製品率を向上させることが有効であると考えられている。そのために、育種技術で優良な母貝を作出する。

輸出及び国内生産の現状(真珠)

- 輸出額は増加傾向で推移しており、H27は339億円。国・地域別に見ると、香港向けの輸出が全体の約8割を占める一方、欧米向けはリーマンショック以降低迷が続いている状況。また、半製品の状態での輸出が多い。日本は香港の真珠輸入額全体の約35%(シェア1位)を占め、主な競合国は豪州やインドネシア。
- 養殖真珠の国内生産額は輸出好調のため増加傾向。生産量は近年20トン程度で横ばい。

○ 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン)

	H23	H24	H25	H26	H27
輸出額	183	177	199	260	339
輸出量	34	37	40	40	41

○ H27輸出額の国・地域別内訳(億円)

国・地域名	香港	米国	タイ	中国	その他	計
輸出額	267	37	6	5	24	339
シェア	79%	11%	2%	1%	7%	100%

○ 国内生産額及び国内生産量の推移(億円、トン)

	H23	H24	H25	H26
生産額	94	99	112	—
生産量	20	20	20	20

(参考)TPP対日関税交渉結果(重点国・地域)

国・地域名	米国
結果	即時撤廃

(品目名)なまこ

資源管理とともに、種苗放流・増養殖に係る技術開発を実施し、生産・輸出を拡大

現状・課題

- 中華料理の高級食材として利用されており、近年の輸出金額は200億円強で安定。
- 移動性が無く、限られた沿岸域の資源であり、引き続き地域の漁業実態に応じた適切な資源管理を実施する必要。一方、生産・輸出の拡大に向けては、種苗放流や増養殖を実用化・普及することが必要。



今後の取組

- **資源管理の実施**
地域の資源・漁業状態に応じた禁漁期間(産卵期)の設定、総漁獲量の制限、小型個体の再放流などによる資源の維持。
- **種苗放流及び養殖に係る技術開発等の実施**
ナマコの種苗放流及び増養殖については、浜の活力再生プランによる地域の取組を支援するとともに、漁港水域の有効活用や種苗放流後の中間育成に関する技術開発を推進。

輸出及び国内生産の現状(なまこ)

- 輸出額は近年大きな増減はなく安定して推移しており、H27は238億円。国・地域別に見ると、香港向けが全体の98%を占めており、干しなまこをはじめとする加工品の状態での輸出が多い状況。
- 生産額は、統計が存在しないため、正確な金額は不明。

- 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン) ※調製品を含む(ただし、*H23の輸出額・量は調整品のみ。)

	H23	H24	H25	H26	H27
輸出額	118	216	255	230	238
輸出量	195	1,090	1,118	885	890

- H27輸出額の国・地域別内訳(億円) ※調製品を含む。

国・地域名	香港	ベトナム	シンガポール	中国	その他	計
輸出額	232	2	1	1	1	238
シェア	98%	0.7%	0.6%	0.4%	0.6%	100%

(参考)TPP対日関税交渉結果(重点国・地域)

国・地域名	米国	ベトナム
結果	即時撤廃	即時撤廃

(品目名)さば・いわし

資源管理との両立の下で漁獲を拡大し、高品質な冷凍製品として輸出を拡大

現状・課題

- マサバは1980年代から資源が低迷していたが、資源回復の取組により近年資源が増大。
- マイワシは、1980年代に400万トンもの漁獲があった後に資源が激減したが、近年再び資源の増大傾向。
- サバ、イワシとも、食用向け、加工品原料、餌料向け等の幅広い輸出需要があるが、鮮度劣化が早い魚種であるため、高品質の冷凍製品を生産するための体制整備等が必要。

今後の取組

- **沖合域での生産力の向上**
資源管理措置の取組みと連携し、沖合漁場の計画的な整備を図り、沖合漁場の生産力を向上。
- **冷凍製品としての輸出に向けた体制整備(鮮度保持機能等の強化、生産コストの低減)**
 - ① **鮮度保持機能等の強化による高品質な輸出向け製品の生産**
鮮度劣化が早いサバ、イワシを輸出向けとするためには、漁獲から水揚げに至るまでの過程で鮮度を確保し、高品質な冷凍製品を生産することが必要であるため、運搬船等の鮮度保持機能の強化、高度衛生管理型漁港及び水揚地の冷凍処理施設の整備を推進。
 - ② **操業形態の合理化や省エネ・省力化等による生産コストの低減**
両魚種は主にまき網漁業により漁獲されるところ、まき網漁業の操業形態の合理化(運搬船の共同利用等)、省エネ・省力化技術の活用(フィッシュポンプ等)により生産コストを縮減し、国際競争力を強化。

輸出及び国内生産の現状(さば)

- 輸出額は増加傾向で推移しており、H27は194億円。東南アジア向けを中心として、冷凍で加工原料用としての輸出が多い状況。日本はタイのさば輸入額全体の約4割(シェア1位)を占める。
- 一方、資源は横ばい状態であり、国内生産額も横ばい。

- 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン) ※調製品を含む。

	H23	H24	H25	H26	H27
輸出額	95	111	136	134	194
輸出量	99,481	110,686	116,407	109,550	188,692

- H27輸出額の国・地域別内訳(億円) ※調製品を含む。

国・地域名	タイ	エジプト	ベトナム	フィリピン	その他	計
輸出額	46	42	21	15	69	194
シェア	24%	22%	11%	8%	35%	100%

- 国内生産額及び国内生産量の推移(億円、トン)

	H23	H24	H25	H26
生産額	379	375	417	—
生産量	392,506	443,808	385,532	500,518

(参考)TPP対日関税交渉結果(重点国・地域)

国・地域名	ベトナム
結果	即時撤廃

輸出及び国内生産の現状(いわし)

- 輸出額は不安定に推移しており、H27は33億円。タイやマレーシア等に対し、冷凍加工原料や餌料としての輸出が多い状況。日本はタイのいわし輸入額全体の約3割(シェア1位)を占め、主な競合国は中国である。
- 一方、国内生産額は、マイワシ資源の増加とカタクチイワシ資源の減少により、横ばい傾向。

- 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン) ※調製品を含む。

	H23	H24	H25	H26	H27
輸出額	8	15	42	14	33
輸出量	12,731	23,073	54,838	13,824	33,976

- H27輸出額の国・地域別内訳(億円) ※調製品を含む。

国・地域名	タイ	マレーシア	ベトナム	韓国	その他	計
輸出額	11	9	5	2	5	33
シェア	33%	28%	14%	7%	17%	100%

- 国内生産額及び国内生産量の推移(億円、トン)

	H23	H24	H25	H26
生産額	503	617	561	—
生産量	570,118	527,964	614,412	585,032

(参考)TPP対日関税交渉結果(重点国・地域)

国・地域名	ベトナム
結果	即時撤廃～11年目撤廃

米国以外での需要の掘り起こしと、安定した生産・出荷体制の構築により、輸出を拡大

現状・課題

- 他国での生産が少量であり、輸出拡大の余地は大きいですが、米国以外での需要の掘り起こしが必要。
- 国内では、餌料の高騰、赤潮や寄生虫の被害にも安定した養殖生産体制の確立が必要。加えて、天然種苗では出荷時期が限られることから、人工種苗技術の活用による通年出荷体制の構築が課題。
- メト化(変色し、鮮度が悪いように見えてしまう現象)が商品価値を低下させるため、防止する技術開発も必要。

今後の取組

- **プロモーション活動の実施による新たな市場の開拓**
これまでの主な市場である米国以外の地域においても、水産物・水産加工品輸出拡大協議会を中心としてプロモーション活動を実施し、新たな市場を開拓。
- **安定した養殖生産の確立**
 - ① **餌料コストの低減**
餌料の高騰にも安定した生産体制を確立するため、配合飼料の価格高騰に備え、経営安定対策を実施するとともに、低魚粉配合飼料の導入を推進。また、給餌量の削減等によるコスト低減の実証事業を実施。
 - ② **赤潮被害の低減**
人工種苗を活用した赤潮発生前の出荷の推進、被害防止(モニタリング等)の技術開発により、赤潮被害を低減。
 - ③ **早く大きく成長し、寄生虫に強い種の育種**
早く大きく成長し、ハダムシなどの寄生虫に強い品種を作出し、寄生虫被害にも安定した生産体制を確立。
- **早期種苗生産技術による通年出荷体制の構築**
早期種苗生産技術(光や水温を調整し、通常の産卵時期ではない時期に産卵する種苗を育成)の普及により、出荷時期や出荷量の平準化を図り、通年出荷体制を構築(鹿児島県において種苗生産施設の整備を検討中)。なお、技術の普及に当たっては、知的財産の保護に留意。
- **メト化防止技術の開発**
メト化を防止する技術の開発により変色を遅らせ、商品価値の向上を図る。

【参考】ぶりのプロモーション活動

- ブリの輸出については、米国向けが輸出額全体の8割以上を占めており、米国頼みの状況。
- 今後は、食べ方の紹介を含めた日本産ブりのプロモーション活動をアジアや欧州等米国以外に広く行っていくことで、ブりの新たな需要拡大を図る。

< 現 在 >
米国頼みの輸出



< 今 後 >
アジアや欧州等におけるプロモーション活動を通じた新たな需要拡大

海外でのプロモーション活動の様様

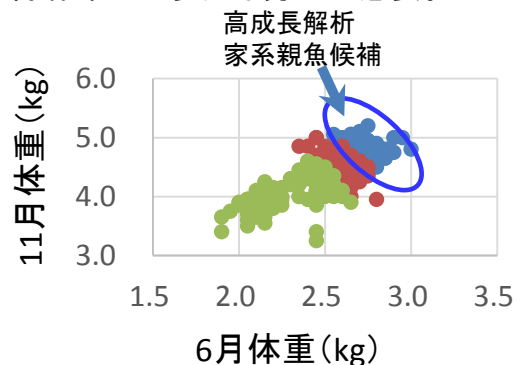


【参考】ぶりの輸出拡大に向けた研究・技術開発

- 輸出用ブリは大型の3年魚が中心であり、速く大きく成長する種が必要。
- 養殖ブリに寄生するハダムシはブリの死亡や感染症の原因。
- ブリの切り身は、黒っぽく変色し鮮度が悪いように見えてしまうメト化現象が早い。

速く大きく成長し、寄生虫にも強いブリの選抜育種

輸出用ブリは大型の3年魚が中心であり、速く大きく成長する品種が求められる。また、養殖ブリに寄生するハダムシは、ブリの死亡や感染症の原因となり、駆除作業には多大な労力が必要。



ハダムシが寄生したブリ

このため、ゲノム情報を活用し、速く大きく成長する系統、寄生虫に強い系統を選抜育種するとともに、知財保護の観点から、作出した育種魚の不妊化技術を開発。

速く大きく成長する高品質なブリ、寄生虫に強く死亡や感染症によるロスが削減できるブリの系統が作られる。

メト化防止技術の開発

メト化とは、筋肉中にあるミオグロビンという色素タンパク質の鉄分が酸化し、解凍後に時間が経つにつれ黒っぽく変色してしまう現象。



鮮魚ブリ切り身



冷蔵で1日貯蔵後



解凍後に褐変した切り身

このため、抗酸化物質の投与による褐変抑制と酸素充填解凍を組み合わせることでメト化を防止する技術を開発。ブリ以外の冷凍水産物にも適用可能。

解凍後でも鮮魚ブリ切り身のような鮮やかな色彩が保たれ、商品価値が維持される。

これらの技術により商品価値の向上やロスの削減を図り、国際競争力も向上

輸出及び国内生産の現状(ぶり)

- 輸出額は増加傾向で推移しており、H27は138億円。国・地域別に見ると、米国向けが全体の約8割を占めており、冷凍の状態での輸出が多い状況。
- 一方、養殖ぶり類は、生産の基礎となる種苗を各業者が需要を見きわめて活入れしていると考えられ、国内生産量は近年13万トンから16万トンの間で横ばい。

○ 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン)

	H23	H24	H25	H26	H27
輸出額	78	77	87	100	138
輸出量	5,084	5,447	6,467	6,323	7,944

○ H27輸出額の国・地域別内訳(億円)

国・地域名	米国	香港	中国	カナダ	その他	計
輸出額	116	4	3	3	12	138
シェア	84%	3%	2%	2%	9%	100%

○ 国内生産額及び国内生産量の推移(億円、トン)(養殖)

	H23	H24	H25	H26
生産額	1,150	1,071	1,115	—
生産量	146,240	160,215	150,387	134,608

(参考)TPP対日関税交渉結果(重点国・地域)

国・地域名	米国
結果	即時撤廃

「第二のかにかま」を目指した食文化の普及・商品開発により、輸出を拡大

現状・課題

- 水産練り製品については、かにかまを除き、海外において食べる文化が十分に普及していないため、輸出の拡大に向けては、食文化の普及が必要。
- 一方、水産練り製品は加工によって様々な製品を生産することが可能であるため、輸出先国・地域のニーズに応じた商品開発が課題(「第二のかにかま」の開発)。
- 加工食品であるため、輸出先国・地域によっては水産加工施設のHACCP対応等が必要。

今後の取組

- **プロモーション活動の実施による食文化の普及**
水産物・水産加工品輸出拡大協議会を中心としてプロモーション活動を実施し、水産練り製品の食べ方の紹介を中心としてセミナー等を実施し、水産練り製品の食文化の普及を図る。
- **輸出先国・地域のニーズに応じた商品開発**
輸出先国・地域のニーズに応じた新商品(「第二のかにかま」)を開発し、新たな市場を開拓する。
- **水産加工施設のHACCP対応等を推進【対EU・HACCP認定施設について、平成27年度末45施設に加えて平成31年度末までに80施設程度認定する】**
認定体制の充実、施設改修等の支援等により、EU等への輸出に必要な水産加工施設のHACCP対応等を推進。

輸出及び国内生産の現状(水産練り製品)

- 輸出額は毎年堅調に増加しており、H27は82億円。国・地域別に見ると、香港向けと米国向けで全体の約7割を占めている状況。
- 一方、製造品出荷額及び生産量はともに横ばい傾向であり、出荷額は4千億円、生産量は50万トン程度で推移。

○ 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン)

	H23	H24	H25	H26	H27
輸出額	51	51	59	70	82
輸出量	7,071	7,095	7,983	8,985	10,188

○ H27輸出額の国・地域別内訳(億円)

国・地域名	香港	米国	台湾	中国	その他	計
輸出額	30	27	7	3	15	82
シェア	37%	34%	9%	4%	18%	100%

○ 国内生産額及び国内生産量の推移(億円、トン)

	H23	H24	H25	H26	H27
製造品出荷額	4,216	3,957	4,217	4,047	4,257
生産量	533,624	531,587	538,329	528,438	531,982

(参考)TPP対日関税交渉結果(重点国・地域)

国・地域名	米国	シンガポール
結果	即時撤廃	即時撤廃

種苗放流による輸出余力の安定的な確保と水産エコラベル認証スキームの構築を実現

現状・課題

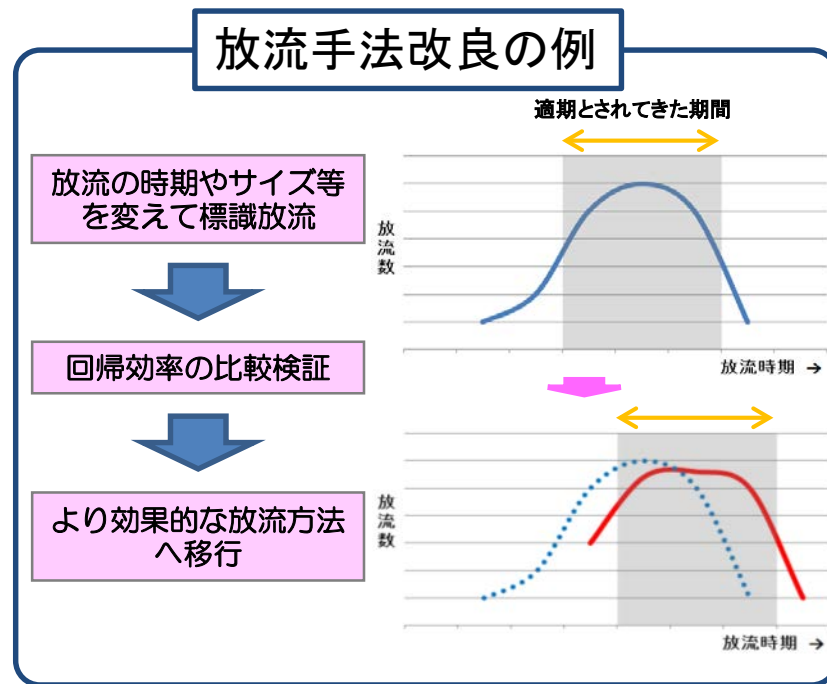
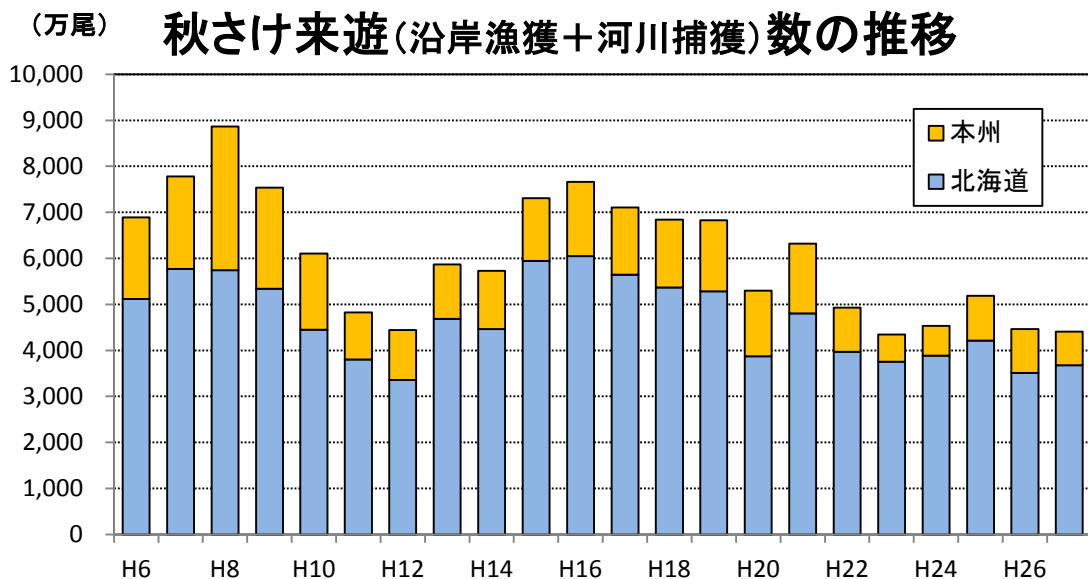
- 秋さけの漁獲は年変動が大きいいため、安定的に輸出余力を確保するための効率的な種苗放流が課題。
- 取引先によっては水産エコラベルの取得が求められるが、種苗放流を行う日本のさけ・ますについては国際的な認証スキーム(MSC)の対象外となっているため、国内認証スキームの構築が必要。
- OIE(国際獣疫事務局)リスト疾病のある魚種であり、輸出先国・地域による動物検疫上の規制が多いため、輸出の拡大に向けてはこれらの規制の緩和が不可欠。

今後の取組

- **効率的な種苗放流に向けた調査・取組の実施**
効率的な種苗放流の確立に向けて、さけ降海時期における河川及び沿岸域の生態調査、放流時期や放流手法などの改良の取組を平成31年度まで実施。
- **輸出向け水産物の水産エコラベル認証スキームを構築【平成29年度までに新たな輸出向け水産物の認証スキームを構築する】**
輸出向け水産物の認証スキームを国内の認証制度(MELジャパン)の中に新設し、水産エコラベルが求められる輸出先国・地域への輸出を促進。
- **豪州の輸入解禁に向けた対応**
特に事業者からの要望が強い豪州向け輸出を可能とするため、輸入解禁に向けた働きかけを引き続き実施。
<豪州の輸入規制の概要について>
豪州向けサケ製品(サケ、いくら)の輸出については、動物衛生の観点から、豪州政府が認めた国(現在のところカナダ、デンマーク等7カ国)のみ輸出が可能な状況。

【参考】秋さけ資源回復に向けた調査等

- 秋サケの水揚げを確保する上で必要不可欠な人工ふ化放流は、毎年ほぼ同様の放流数で実施されているが、回帰魚の数(=回帰率)は減少傾向にあり、輸出に向ける原料が不足することが懸念されている。
- 回帰(=漁獲)数を回復させるためには、回帰率の向上が不可欠であることから、回帰効果をも高める放流手法改良の取組等を支援。



輸出及び国内生産の現状(さけ・ます)

- 輸出額は不安定に推移しており、H27は73億円。国・地域別に見ると、中国向けが全体の約6割を占めており、冷凍の状態での加工原料としての輸出が多い状況。日本は中国のさけ・ます輸入額全体の約7%を占め、主な競合国は米国やロシア。
- 一方、国内生産額は、海面漁業については、国内生産量の年変動が大きいため、それに伴い変動。養殖ぎんざけは宮城県が中心であり、東日本大震災の被害でH23年は激減、H25以降、震災以前の水準に回復。

- 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン) ※調製品を含む。

	H23	H24	H25	H26	H27
輸出額	67	62	84	115	73
輸出量	22,410	21,589	32,951	37,913	20,431

- H27輸出額の国・地域別内訳(億円) ※調製品を含む。

国・地域名	中国	ベトナム	タイ	フィリピン	その他	計
輸出額	43	13	13	1	3	73
シェア	59%	18%	17%	1%	4%	100%

- 国内生産額及び国内生産量の推移(億円、トン)

(海面漁業)

	H23	H24	H25	H26
生産額	702	630	722	—
生産量	147,570	134,404	169,858	151,320

(ぎんざけ養殖)

	H23	H24	H25	H26
生産額	1	26	48	—
生産量	116	9,728	12,215	12,802

(参考)TPP対日関税交渉結果(重点国・地域)

国・地域名	米国	ベトナム
結果	即時撤廃～5年目撤廃	即時撤廃～8年目撤廃

輸入規制を撤廃し、韓国向けの生鮮輸出を拡大

現状・課題

- 日本ではすり身など加工向けの食材として用いられているが、韓国では生鮮でも消費しており、韓国向けに生鮮で輸出することで、より高い単価で販売することが可能。そのため、韓国向け輸出を伸ばしていくことが課題。
- しかしながら、輸入規制の影響等により、韓国への輸出は平成22年(震災前)の48億円から平成27年は33億円へ減少しており、輸出の拡大に向けては、韓国の輸入規制の撤廃が不可欠。

今後の取組

➤ 韓国の輸入規制の撤廃に向けた対応

韓国の輸入規制(放射能関係)の撤廃に向けて、WTOパネル(紛争解決小委員会)の手続に対応するとともに、WTOにおける結論を待つことなく、早期に規制を撤廃するよう、引き続き、韓国側に働きかけを実施。

<韓国の輸入規制の概要について>

- 輸入停止:8県(青森、岩手、宮城、福島、茨城、栃木、群馬、千葉)
- 放射性物質検査証明書(セシウム134,137及びヨウ素131)を要求:8都道県(北海道、東京、神奈川、愛知、三重、愛媛、熊本、鹿児島)
- 以上に加え、全ての日本産について、韓国側の検査で少しでもセシウム、ヨウ素が検出された場合には、ストロンチウム、プルトニウム等についての検査証明書を追加で要求。

輸出及び国内生産の現状(すけとうだら)

- 輸出額は、近年大きな増減はなく安定して推移しており、H27は33億円。国・地域別に見ると、中国向けが全体の約5割を占め、中国向けは冷凍、韓国向けには生鮮の状態での輸出が多い状況。日本は、中国のすけとうたら輸入額全体の約4%を占め、主な競合国はロシア(シェア8割以上)。
- 一方、近年は資源状況が減少傾向となっており、国内生産額は横ばい傾向で推移。

○ 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン)

	H23	H24	H25	H26	H27
輸出額	42	37	50	46	33
輸出量	40,010	41,206	55,719	41,445	22,186

○ H27輸出額の国・地域別内訳(億円)

国・地域名	中国	韓国	ロシア	ベトナム	その他	計
輸出額	17	11	4	0.6	0.2	33
シェア	51%	33%	13%	1.7%	0.5%	100%

○ 国内生産額及び国内生産量の推移(億円、トン)

	H23	H24	H25	H26
生産額	117	135	129	—
生産量	238,920	229,823	229,577	194,920

(参考)TPP対日関税交渉結果(重点国・地域)

国・地域名	米国	ベトナム
結果	即時撤廃	即時撤廃

輸出手続の迅速化と安定的な生産体制の構築により、中国・韓国への活魚輸出を拡大

現状・課題

- 中国・韓国では活魚の評価が高いものの、他国においては高級魚としての評価を受けていない。そのため、中国・韓国向けに活魚での輸出を拡大していくことが重要。
- 活魚での輸出に当たっては品質保持が重要であることから、中国・韓国向け輸出について、衛生証明書や放射性物質検査証明書等の輸出手続の迅速化が課題。
- 人工種苗を用いており、資源上の制約は小さいが、餌料の高騰にも安定的な養殖経営・生産の確立が必要。

今後の取組

➤ 中国・韓国向け輸出手続の迅速化

活や生鮮での輸出に当たっては、品質保持の観点から迅速な輸出が求められることから、中国・韓国向け輸出に必要な衛生証明書及び放射性物質検査証明書に関して、発行窓口の多角化も含め、関係省庁及び都道府県等と検討・連携し、事務処理の合理化を図る。

➤ 餌料コストの低減による安定した養殖経営・生産の確立

餌料の高騰にも安定した養殖経営・生産を確立するため、配合飼料の価格高騰に備え、経営安定対策を実施するとともに、低魚粉配合飼料の導入を推進。また、給餌量の削減等によるコスト低減の実証事業を実施。

輸出及び国内生産の現状(たい)

- 輸出額は、近年大きな増減はなく安定して推移しており、H27は23億円。国・地域別に見ると、韓国向けが全体の約8割を占め、養殖物の生きたままでの輸出が多い状況。日本は韓国のたい輸入額全体の2%を占め、競合国は中国やセネガル。日本産は高級品の扱い。
- 一方、国内生産額は、海面漁業については横ばい傾向。養殖またいは、生産の基礎となる種苗を各業者が需要を見きわめて活入れていると考えられ、国内生産量は近年6万トン程度で横ばい。

○ 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン)

	H23	H24	H25	H26	H27
輸出額	23	17	17	17	23
輸出量	2,905	2,007	1,938	2,648	3,148

○ H27輸出額の国・地域別内訳(億円)

国・地域名	韓国	米国	台湾	タイ	その他	計
輸出額	17	2	1	1	1	23
シェア	76%	11%	4%	4%	5%	100%

○ 国内生産額及び国内生産量の推移(億円、トン)

(海面漁業)

	H23	H24	H25	H26
生産額	171	162	152	—
生産量	27,938	25,803	23,403	25,349

(またい養殖)

	H23	H24	H25	H26
生産額	494	482	492	—
生産量	61,186	56,653	56,861	61,702

(参考)TPP対日関税交渉結果(重点国・地域)

国・地域名	米国	ベトナム
結果	即時撤廃	即時撤廃

(品目名)さんま

国際的な資源管理体制の下、公海における輸出向け操業の実施と ロシアの輸入規制の撤廃により輸出を拡大

現状・課題

- 平成22年頃に資源が減少し、近年は横ばいであるため、資源回復に向け、北太平洋漁業委員会(NPFC)の下、引き続き適切な操業及び資源管理を実施する必要。一方、ロシア水域におけるさけ・ます流し網漁業禁止の影響を受ける漁業者等が、代替漁業として従来さけ・ます操業を行っていた5月から7月に、公海での操業を行うこととしている。
- 他方で、放射能関係の輸入規制により、7県に所在する施設からの輸出が出来ない状況であるとともに、衛生関係の規制により、ロシア向け登録施設の新規登録が停止していることから、拡大傾向にあったロシア向け輸出は平成22年の41億円から平成27年は6億円に減少しており、輸出の拡大に向けては、ロシアの輸入規制の撤廃が不可欠。

今後の取組

- **公海における輸出向け操業の実施【今年度から漁業者団体が試験操業を実施】**
平成28年度から、漁業者団体が実施するロシア等への輸出を主体とする公海操業(5~7月)について、資源への影響に配慮しつつ、決められた漁獲可能量の枠内において漁獲を支援。
- **ロシアの輸入規制の撤廃に向けた対応**
ロシアの輸入規制(放射能関係・新規施設の登録関係)の早期撤廃に向けて、引き続き、ロシア側に働きかけを実施。
 - <ロシアの輸入規制(放射能関係)の概要について>
 - 輸入停止:7県(岩手、宮城、山形、福島、茨城、千葉、新潟)に所在する施設
 - 放射性物質検査証明書(セシウム134, 137及びプストロンチウム90)等を要求:青森県に所在する施設
 - <ロシアの輸入規制(新規施設の登録関係)の概要について>
 - 水産物をロシアに輸出する場合には、最終加工施設又は最終保管施設の登録が必要であるが、平成23年4月以降、ロシアがベラルーシ等との関税同盟を締結したことを理由に、新規の施設登録が認められていない状況。
 - 新規登録の再開のためには、関税同盟が設定した水産物の輸入に係る共通の衛生基準を我が国が満たしていることがロシア側の査察により確認されることが必要。

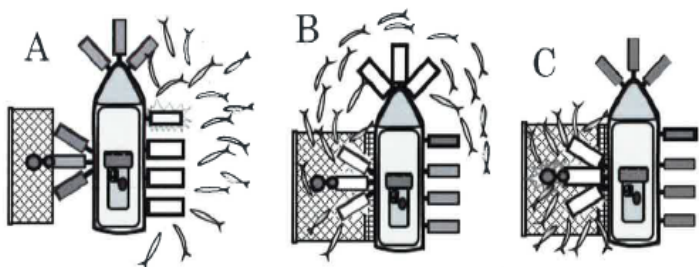
【参考】公海におけるさんまの輸出向け操業の取組

【さんま棒受網漁業の漁法について】

- さんま棒受網漁業は、サンマが光に集まる習性を利用し、集魚灯によって集めたサンマを棒受網漁法により漁獲する漁業。
- サンマは、日本の秋の味覚を代表する水産物の一つで、サンマ漁獲量の90%以上が棒受網漁法によるもの。
- 現在は、8月以降に日本沿岸に来遊するサンマを狙って漁獲。



さんま棒受網漁業の手順



- (A) サンマの群れを発見したら、集魚灯でサンマを集める。
- (B) 左舷側の集魚灯を消灯してから右舷側だけを点灯し、サンマを右舷側に集め、その間に左舷側に網を入れる。
左舷側の集魚灯を点灯してから右舷側を消灯し、サンマを網のなかに誘導する。
- (C) 集魚灯を全て消し、赤色灯を点けるとサンマは網の中で群れ行動をとるので、網をたぐり寄せてフィッシュポンプで船に取り込む。

※ 図・写真は水産総合研究センター開発調査センター提供

(品目名)さんま

【公海における輸出向け操業の取組について】

取組内容

- H28年度から、沿岸に来遊する8月以前に公海でさんまを漁獲。
- 資源への影響に配慮し、決められた漁獲可能量の枠内で漁獲。
- 洋上でロシア加工船へ漁獲したさんまを直接引渡すこと等を計画(輸出)。



さんま棒受網漁船(199トン)



漁獲したさんま



ロシア加工船(32,000トン級)
缶詰加工能力 日産150トン、凍結加工能力 日産300トン

取組結果(狙い)

- 公海における操業機会の確保
- 漁獲量の増大による経営の安定化



- ロシア等への輸出量の増大

※ 写真は水産総合研究センター開発調査センター提供

輸出及び国内生産の現状(さんま)

- 輸出額は近年大きな増減はなく安定して推移しており、H27は16億円。ロシアや中国等に対して、冷凍の状態で加工原料向けの輸出が多い状況。
- 一方、国内生産額は、近年は生産量が減少しているが価格が上昇しているため、横ばい傾向。

- 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン) ※調製品を含む。

	H23	H24	H25	H26	H27
輸出額	14	14	19	13	16
輸出量	13,082	13,161	18,444	9,747	10,866

- H27輸出額の国・地域別内訳(億円) ※調製品を含む。

国・地域名	ロシア	中国	ラオス	フィリピン	その他	計
輸出額	6	2	2	2	3	16
シェア	41%	16%	11%	10%	22%	100%

- 国内生産額及び国内生産量の推移(億円、トン) ※ 括弧は業界調べ。

	H23	H24	H25	H26	H27
生産額	231	171	229	(260)	(248)
生産量	215,353	221,470	149,204	227,520	(112,264)

(参考)TPP対日関税交渉結果(重点国・地域)

国・地域名	米国	ベトナム
結果	即時撤廃～5年目撤廃	即時撤廃～4年目撤廃

(品目名)ほや

輸入規制を撤廃し、韓国向け輸出を拡大

現状・課題

- 韓国向け輸出が全体の99%を占めており、最も有望な輸出先市場。今後とも韓国への輸出を拡大していくことが重要。
- しかしながら、主な生産地である宮城県及び岩手県では、震災前は生産量の約7～8割を韓国へ輸出していたものの、原発事故を受けて、現在、韓国は両県の水産物の輸入を停止しており、輸出の拡大に向けては、韓国の輸入規制の撤廃が不可欠(輸出額:15億円(平成22年)→8億円(平成27年))。

今後の取組

➤ 韓国の輸入規制の撤廃に向けた対応

韓国の輸入規制(放射能関係)の撤廃に向けて、WTOパネル(紛争解決小委員会)の手續に対応するとともに、WTOにおける結論を待つことなく、早期に規制を撤廃するよう、引き続き、韓国側に働きかけを実施。

<韓国の輸入規制の概要について>

- 輸入停止:8県(青森、岩手、宮城、福島、茨城、栃木、群馬、千葉)
- 放射性物質検査証明書(セシウム134,137及びヨウ素131)を要求:8都道県(北海道、東京、神奈川、愛知、三重、愛媛、熊本、鹿児島)
- 以上に加え、全ての日本産について、韓国側の検査で少しでもセシウム、ヨウ素が検出された場合には、ストロンチウム、プルトニウム等についての検査証明書を追加で要求。

輸出及び国内生産の現状(ほや)

- 輸出額は増加傾向で推移しており、H27は8億円。国・地域別に見ると、韓国向けが全体の99%を占めており、生きたままでの輸出が多い状況。
- 一方、養殖ほやの国内生産量は、東日本大震災の被害により減少していたところ、近年回復傾向。

○ 輸出額及び輸出量の推移(億円、トン)

	H23	H24	H25	H26	H27
輸出額	2	2	2	5	8
輸出量	990	705	701	1,552	2,617

○ H27輸出額の国・地域別内訳(億円)

国・地域名	韓国	米国	—	—	—	計
輸出額	8	0.004	—	—	—	8
シェア	99%	0.05%	—	—	—	100%

○ 国内生産額及び国内生産量の推移(億円、トン)

	H23	H24	H25	H26
生産額	1	1	2	—
生産量	693	610	889	5,344

(参考)TPP対日関税交渉結果(重点国・地域)

国・地域名	米国
結果	即時撤廃

加工食品の輸出力強化に向けた対応方向

食品製造事業者の戦略的な取組を応援することにより、加工食品の輸出を拡大

現状・課題

- 日本の加工食品の輸出は、日本食関連の需要への対応や品質の高さを訴求する食品製造事業者の創意工夫によって拡大し、農林水産物・食品の輸出額全体の約3割。
- 今後、加工食品の輸出を拡大していくため、“日本らしさ”を徹底利用した需要の深掘り・拡大、輸出先国・地域の食品安全規制や表示規制等への適確な対応など、販路拡大の局面で、食品製造業者が創意工夫を発揮しやすい環境整備が課題。あわせて、国産原材料の安定調達、研究開発支援への対応も重要。

今後の取組

- **日本らしさを徹底利用した需要の深掘り、拡大の支援**
 - 日本の加工食品の強みを活かして輸出を拡大するため、世界の料理界での日本食材の活用推進、日本の「食文化・食産業」の海外展開を一体的に推進。
 - 日本のフレーバー（抹茶味、ごま味、ゆず、かぼす、和辛子など）や、高度な加工・冷凍技術、包材技術などを活用した需要拡大に加え、人気キャラクターとのコラボなど日本文化を活かした魅力向上の取組を促進。
 - 日本産食材サポーター店認定制度等を通じ、日本食レストラン、ラーメン店、居酒屋等の海外の飲食店や小売店による需要を深掘り・拡大するとともに、現地食に対応したレシピ等による新たな用途の提案を支援。
 - 現地ニーズに対応した商品開発や売り場作りの提案のため、インスタショップ等でのテストマーケティングの実施、商談会・見本市等の機会を捉えたテーマ性のあるプロモーション等を支援。
 - 現地の一般消費者向けの需要拡大として、販売員の育成・確保や店頭での試食などを推進するとともに、インバウンド向けのイベントの機会等も活用。

今後の取組

➤ 輸出先国・地域の食品安全規制や表示規制等に関する情報提供、事業者による対応の推進

- 輸出先国・地域の食品安全規制や表示規制の内容や商慣行(販売期間の設定等)等について、一元的情報集約体制の下でデータベース化するとともに、セミナー等の様々な機会を捉えて事業者に周知。
- 既存添加物(クチナシ青色素等)を含む加工食品の輸出拡大のため、米国/EU当局が要請する安全性を証明するための試験に対して支援を実施。

➤ 重点品目に関する戦略的な取組の支援

品質と技術力の高さなど、日本の加工食品の魅力を生かして、重点的に輸出拡大を図る品目を設定し、個々の品目特性に応じた戦略的な輸出拡大の取組を支援。

<みそ・醤油>

- 日本食レストラン等の業務用需要の強みを発揮するため、原料や味などが地域によって異なる多彩な商品特性を生かし、日本食・食文化の普及と一体となったプロモーションを強化。

<ソース混合調味料> (※とんかつソース、焼きそばソース、中濃ソース、マヨネーズ、ドレッシング類、焼肉のたれ、てりやきソース、焼き鳥ソース、カレーソースなどの調味料全般)

- 日本食の調味料としての需要に加えて、現地のニーズを踏まえた新規需要の開拓を支援。日本らしい調味料のレストラン、スーパー等での利用が、他の日本食材の活用につながるポテンシャルも重視。

<清涼飲料水>

- 健康志向への対応や日本らしい物語性の付与に加え、現地ニーズに対応した売り場作りの提案など、テーマ性のあるプロモーションを支援。

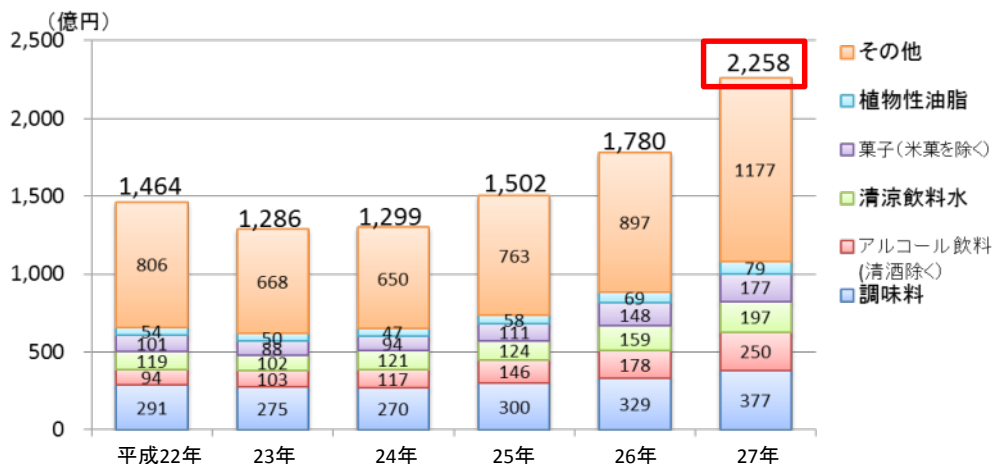
<菓子>

- 海外で評価されている「美味しさ」「高品質」「安全・安心」というポイントを、「日本のお菓子」として訴求するため、高級イメージのパッケージや季節・行事などを絡めたテーマ性のある売り場作りの提案などを支援。

加工食品の輸出の現状

- 農林水産物・食品の輸出額全体において、加工食品は約3割（平成27年2,258億円）を占めている。
- 加工食品の内訳では、調味料（みそ、しょうゆ、ソース混合調味料）、清涼飲料水、菓子の輸出額が多い。

○加工食品の品目別輸出額推移

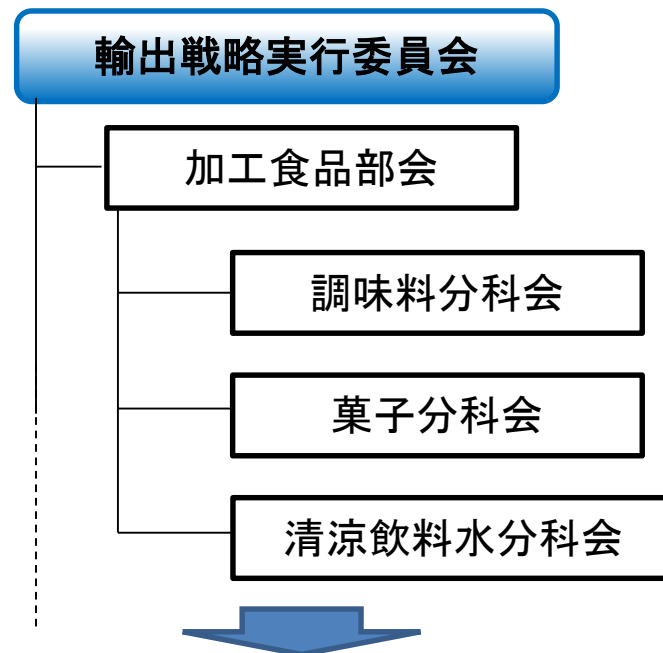


資料:財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

(注) 左の円グラフの加工食品の輸出額から、日本酒、米菓を差し引き、粉乳（畜産品）、即席麺（穀物等）、うどん・そうめん・そば（穀物等）、植物性油脂（その他農産物）を足し上げた額

○加工食品部会における検討

平成27年10月に輸出戦略実行委員会に加工食品部会を立ち上げ、調味料、清涼飲料水、菓子について分科会を開催。さらに品目ごとに輸出拡大方針を策定すべく検討しているところ。



平成28年度内に輸出拡大方針を策定

○ 近年、加工食品の美味しさを損なわずに冷凍したり、高鮮度を保持したまま長期保存や長距離輸送が可能となる技術の開発・普及が進み、我が国の高品質で美味しい加工食品の輸出拡大につながっている。

○ 輸出向け冷凍食品



北米、香港向け業務用の冷凍パスタ、うどん(S社)



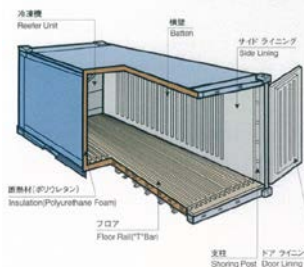
香港での販売

北米、南米、東南アジア、欧州向け冷凍食品(肉まん、あんまん、ピザまん)(I社)

○加工食品の輸出を支えるコールドチェーン技術

リーファーコンテナ

冷凍食品等の海上輸送を行うために冷却装置を内蔵し、 -30°C ~ $+30^{\circ}\text{C}$ まで 0.1°C 単位で庫内温度の制御が可能な海上コンテナ。



生鮮・食料品専用航空コンテナ

冷凍食品等の航空輸送を行うために保冷(冷蔵、冷凍)機能を有した航空コンテナ。



出典:農林水産省HP「平成27年度輸出戦略実行事業報告書」ほか

○ 日本のフレーバー（抹茶味、ごま味、ゆず、かぼす、すだち、和辛子など）やキャラクターと結びつけた商品が海外で人気を得ており、輸出拡大につながっている。

○ 世界が注目している日本のフレーバー



香港、台湾向け抹茶味の焼き菓子(T社)



ゆず味のグミキャンディー(Y社)



ごま味のたれ(M社)

○ キャラクターを活用したプロモーション



Y社では、世界的に人気のキャラクター「ハローキティ」などのボトルに入ったしょうゆやだししょうゆを開発。



中国の百貨店での販売(F社)

既存添加物を含む加工食品の例

○ 米国とEUにおいては、使用が認められていない既存添加物（クチナシ青色素等）を含む加工食品の輸出ができない。

画像	カテゴリー	原材料
	菓子 (ラムネ)	ぶどう糖、タピオカでん粉、酸味料、乳化剤、香料、 クチナシ青色素
	菓子 (クッキー)	小麦粉、砂糖、ショートニング、ぶどう糖、植物油、全粉乳、ホエイパウダー、抹茶、食塩、あずきパウダー、デキストリン、乳化剤(大豆由来)、香料、膨脹剤、 クチナシ黄色素 、カラメル色素、アカビート色素、ビタミンC、 クチナシ青色素
	菓子 (キャンディー)	水あめ、砂糖、植物油、ゼラチン、濃縮アップル果汁(グラニースミス56%、王林4%)、アップルジャム、酸味料、乳化剤、香料、 ベニバナ黄色素 、 クチナシ青色素
	氷菓	りんご果汁、異性化液糖、香料、酸味料、甘味料(アスパルテーム・L-フェニルアラニン化合物、スクラロース)、ポリリン酸Na、 ベニバナ黄色素 、 クチナシ青色素 、シリコーン
	野菜飲料	野菜(にんじん、ピーマン、セロリ、モロヘイヤ、グリーンピース、あしたば、ごぼう、ほうれん草、アスパラガス、小松菜、クレソン、かぼちゃ、紫キャベツ、ブロッコリー、メキャベツ(プチヴェール)、ビート、赤じそ、レタス、はくさい、ケール、パセリ、なす、たまねぎ、だいこん、キャベツ)、果実(りんご、グレープフルーツ、レモン、バナナ、ライム)、食物繊維、香料、 ベニバナ黄色素 、 クチナシ青色素
ホットケーキミックス	[ホットケーキミックス]小麦粉、砂糖、粉末水あめ、食塩/加工でん粉、ベーキングパウダー、香料、増粘剤(キサンタンガム) [抹茶みつ]イソマルトオリゴ糖、水あめ、抹茶/着色料(ベニバナ黄色素 、 クチナシ青色素)、香料、増粘剤(ペクチン)	

○ 潜在輸出規模

商社へのアンケート結果を基に、既存添加物(**クチナシ**、**ベニバナ**、**ベニコウジ**)が輸出可能になった際の輸出規模を推計。(全体推計額はアンケート対象個社の見込額を、それら個社の業界に占めるシェアで割戻した推計値)

(1) 米国 **138.7億円**(アンケート対象個社見込額計) ~ **347.3億円**(全体推計額)

(2) EU **11.0億円**(アンケート対象個社見込額計) ~ **53.8億円**(全体推計額)

目標(加工食品5,000億円)の達成に大きく貢献

既存添加物の登録について、米国/EU当局が要請する安全性を証明するための試験によるデータ収集の支援(平成28年度から実施)

インスタショップにおけるニーズ把握

海外の百貨店等においてインスタ・ショップを設置し、日本産農林水産物・食品の試験販売とプロモーションを行う機会を提供し、その結果を輸出に取り組む事業者にフィードバックすることにより海外市場向けの商品開発を促す。

～ 海外マーケティング拠点事業（ロンドン） ～

海外の百貨店、スーパー等で日本産農林水産物・食品の試験販売及びアンケート調査を実施。併せて、現地レストランにて、シェフが出品商品の一部を使用したメニューを考案し、レストラン内で提供するレストランフェアを実施。出品者には、現地消費者の反応やレストランでのメニュー開発情報、シェフからのアドバイス等をフィードバック。

（農林水産省補助によりゼロが実施）。

- ・実施店舗：Westfield WhiteCity（ショッピングモール）
- ・実施期間：平成27年11月及び12月

○販売商品の一例

商品	専門家(レストランシェフ等)のコメント	主な購入者のコメント	
ドレッシング(わさび胡麻味)	—	◎	ロンドンにはない味で、サラダに良く合う
唐辛子味噌	炙ることで香りが引き立つ。	○	価格が課題だが、味は良い。
ポン酢	香りと味のレベルが高い。	○	価格が課題だが、味は良い。寿司に合いそう。
スイートポテトシロップ	水あめのようにデザートでも砂糖の代わりに使える	△	価格が高くパッケージも変える必要がある。

現地の商慣行への対応により輸出拡大に取り組む事例 ～包装の工夫で賞味期限延長～

- 加工食品については、多くの国・地域において、3ヶ月ルールの商慣行(販売期間は賞味期限の3ヶ月前まで)が適用されている。
- 賞味期限6ヶ月の商品の場合、輸出先国・地域への輸送に2ヶ月程度要すると、実質1ヶ月しか店頭で販売することができない。
- このため、菓子製造事業者Kでは、輸出向け豆菓子について遮光性、機密性に優れた包装に変更し、賞味期限を6ヶ月から1年に延長、販売拡大につなげた。



○中国における取引慣行

中国産品と輸入品の上海における流通コストを調査したところ、中国産品の小売価格が工場出荷額の1.4～2.6倍だったのに対して、輸入品は運賃・保険料込み(CIF)価格の3.5～4倍だった。

輸入品については、関税、増値税(付加価値税)に加え、代理商マージン、棚貸し料・リベート、小売りマージンなどのコストが中国産品に比べて高く設定されており、メーカー・代理商の大きな負担となっている。

(「ジェットロセンサー(平成24年10月号)」より)

日本食レストランとの連携に取り組む事例 ～みそ汁サーバーの活用～

- みそ製造事業者Mでは、アメリカに1拠点、ヨーロッパに1拠点、アジアに2拠点、計4つの海外拠点が
あり、みそを輸出し、本格みそ汁を世界各地で提供できる体制を整備している。
- 手軽に調理できるみそ汁サーバーの設置台数はアメリカで400台、ヨーロッパで150台、アジアでは
200台を超え、海外の和食ブームを支えている。

味噌汁サーバー導入のきっかけ

- ①味のバラつきがある事の悩みを持った海外レストランのオーナーの声、②煮詰まり、作りすぎによ
るロスの発生、③人件費の高騰など



展示会の様子(韓国)



みそパック



みそ汁サーバーの導入例(フィリピン)

みそ汁サーバー導入のメリット

- ①みそ汁サーバー導入による人件費削減・作業の軽減、②ガスで作るよりランニング
コストが下がる、③廃棄ロス、ほぼゼロ、④店舗ごとの味・温度の均一化が可能、
⑤衛生面でも安心。



現地のニーズに対応した商品開発に取り組む事例 ～醤油をソース原料として～

- 醤油製造事業者Sでは、イギリス国内のソース会社を買収し、ソース類の製造設備を日本から調達している。本社で製造される醤油を年間約900KL輸出し、取引先のニーズに応じて業務用に調合、提供している。提供先はイギリスをはじめ、フランスなど。
- 日本産醤油を主な原材料とし、現在では「すし用の醤油」だけではなく、スーパーのテリヤキサーモンに使用する「テリヤキソース」、「ローストビーフ用ソース」など約100種類にもおよび、販路はイギリスの主要スーパーやレストランのほか、欧州全体にまで拡大している。
- スーパーなどからの業務用食材の商品開発の依頼があった際には、日本で培われた商品開発の対応力を活かし、迅速に提案を行っており、イギリスや欧州の類似メーカーに対する優位性の発揮につながっている。
- また、他社では引き受けられないような小ロット生産にも対応、取引先の信用を勝ち取っている。



工場内の様子

食文化の普及と連動した商品プロモーション事例 ～お好み焼きソース～

- ソース製造事業社は、日本食の催事・イベント・展示会への参加や試食販売等を積極的に実施し、作り方や食べ方を含む「お好み焼文化」について海外での認知度を高め、お好み焼きソースの販売につなげた。
- 国際事業に関する専属の部署を設けて海外の情報収集と輸出に関するノウハウを蓄積。
- 現在、米国・韓国・中国・台湾・欧州・豪州・東南アジア等にソース、酢、たれ、その他調味料・お好み焼関連食材を輸出。お好み焼きを扱う日本食レストランの拡大に伴い、輸出と現地生産を戦略的に組み合わせて展開。



業務用商品



家庭用商品



Huishoudbeurs 2014 (オランダ)

(品目名)清涼飲料水

展示会等を活用し輸出拡大に取り組む事例 ～地ラムネをRAMUNEへ～

- 清涼飲料製造事業者Hでは、香港、米国、台湾、中国、タイ、ベトナム、豪州、カナダ、インドネシア、ニュージーランド他40ヶ国へ輸出している。
- 貿易会社を通じて、各国・地域へ輸出を行っている。
- 海外向けの展示会に積極的に参加し、自社商品をアピールすることで、取引先を増やしている。
- 輸出国・地域ごとのニーズに合わせた味付け(例 アメリカ:イチゴ味、中国:ブルーベリー味)に変更するなどの対応を行うとともに、パッケージは日本語表記のまま輸出しており、日本製というの
がわかりやすく、現地で好評を得ている。



FOODEX JAPANでの出展



機能性を訴えて現地需要を開拓した事例 ～水分補給の重要性を戦略的にプロモーション～

- 事業者〇は、アジア、中近東の20カ国・地域にて自社の清涼飲料を販売、うち4カ国では現地生産もしており、輸出と海外展開が戦略的に組み合わせられている。
- 当初、輸液(点滴薬)からアジア・中東市場への進出を図っていたところ、清涼飲料は、飲む点滴、病気のファーストエイドとしての位置付けで受け入れられた。
- インドネシアでは、保健省と提携してデング熱対策への貢献と商品のプロモーションを併せて実施。また、メッカ巡礼時の水分補給を提唱し、「断食明けの最初の飲みもの」という習慣づけに成功。



(品目名)菓子

売り場づくりと高度な技術で生菓子の輸出に取り組む事例 ～どら焼きを世界へ～

- 和生菓子は賞味期限が短く、輸出に向かない商品である。このため、輸出に当たっては、おいしさを維持した商品の賞味期限延長と、製造段階における品質・衛生管理を徹底する必要がある。
- 菓子製造事業者Mでは、製造工程に氷温技術を導入し、おいしさや風味を維持しながら賞味期限の延長するとともに、工場の新設を機に、品質・衛生管理についてHACCPを導入するとともに、平成23年にFSSC22000を取得し、取引拡大につなげた。
- 同社は商品のおいしさや品質の高さ、試食、食べ方提案などを直接お客様に伝える取組を継続するなどのプロモーションを実施し、長期的な販売を実現。



和生菓子(どら焼き)等の商品棚(上海S店)



どら焼きの実演販売

高品質のブランド価値を発揮する販路の確保 ～中東における自社ブランドの展開～

- 菓子製造事業者Y社は、アメリカ側からの熱い要請に応じて、約30年前にはじめてロサンゼルスに出店。中東へは、Y社の商品を熱望する消費者の存在と、そのライフスタイル向上のための提案ができる可能性を有していたことから出店。
- 中東に展開するにあたっては、同社の役員クラスが現地に赴き、現地の市場データ、企業情報、明文化されていない規制に関する情報などを収集するなど、諸課題に対しゼロベースで解決に取り組む。
- これまで同社は、中東にはUAEをはじめカタール、オマーン、バーレーン、クウェートに進出。今後は、GCC（湾岸協力会議）を中心に、将来的にはその周辺地域（LEVANT）も含め展開したいとの考え。



ドバイモール店
(平成26年2月グランドオープン)



シティウォーク店
(平成25年12月グランドオープン)



アルコール飲料の輸出力強化に向けた対応方向

海外の消費者ニーズを踏まえ、更なる高付加価値化を実現すべく、
日本産酒類のブランド力と品質を向上させます。

現状・課題

- ・ 国内外で高い評価を受けた、高付加価値な酒類が輸出される傾向にある。
- ・ 今までの傾向を踏まえ、日本産酒類の高付加価値化を進めるとともに、海外において製造されている酒類との差別化を図ることが課題。

今後の取組

官民連携のうえ、以下の取組を進めていきます。

➤ 地理的表示を活用したブランド力向上【平成28年度から実施予定】

- ・ ブランド価値向上に有効な地理的表示の活用促進を図るとともに、国際交渉を通じて海外に対しても日本の地理的表示の保護を求める。

➤ 品質・技術の向上/人材育成【平成28年度から実施予定】

- ・ 酒類の品質評価会を通じて、製造者の技術の向上、ひいては品質の向上を図る。
- ・ (独)酒類総合研究所において、高度な技能や経営に関する実践的な知識を習得させるための講習を実施する。
- ・ 海外の消費者ニーズに応じた商品開発を推進するため、酒類製造者等と連携して新技術の開発・普及に取り組む。
- ・ 海外酒類教育機関の日本酒講師候補者を日本へ招聘し、(独)酒類総合研究所における講習や酒蔵の視察等を通して、日本酒の専門的知識の普及・啓発を図る。



酒類の品質評価会

日本産酒類の輸出概況

清酒



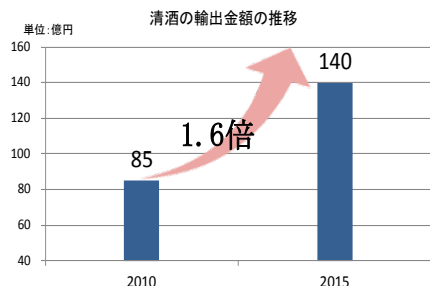
- 純米酒、吟醸酒等の特定名称酒の輸出が好調。

- 2015年の輸出額は約140億円。

輸出額は、6年連続で過去最高を記録。
輸出数量は、蔵出し数量の2.9%(2014年)。

- 日本産米のみを用い、日本国内で製造した清酒を地理的表示「日本酒」として指定(2015年12月25日)。

- 中小規模の製造者が多い。



ワイン



- 北海道や長野県において、新興ワイナリーの設立が相次いでいる。

- 中小規模のワイナリーがほとんどであり、国産ぶどうのみを用いた「日本ワイン」の生産量は少ない。

ウイスキー

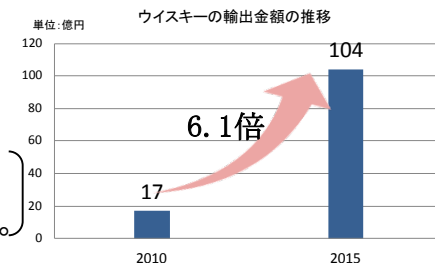


- 大手企業が製造するジャパニーズ・ウイスキーは世界の5大ウイスキーの一角。国際的な評価の高まり(近年は国際的コンテストで毎年入賞)。

- シングルモルトを始めとする人気商品は品薄、プレミアム化。

- 2015年の輸出額は約104億円。

輸出額は、10年連続で増加。
輸出数量は、蔵出し数量の3.7%(2014年)。



ビール



- 日本のビールの品質は海外から高い評価。

※ アサヒの「スーパー・ドライ」が「World beer cup 2014」(米国の世界最大規模ビールコンクール)で金賞受賞。

- 2015年の輸出額は約86億円。

- 大手企業は、現地企業を買収する等、現地生産を含めた海外展開を進めている。

焼酎



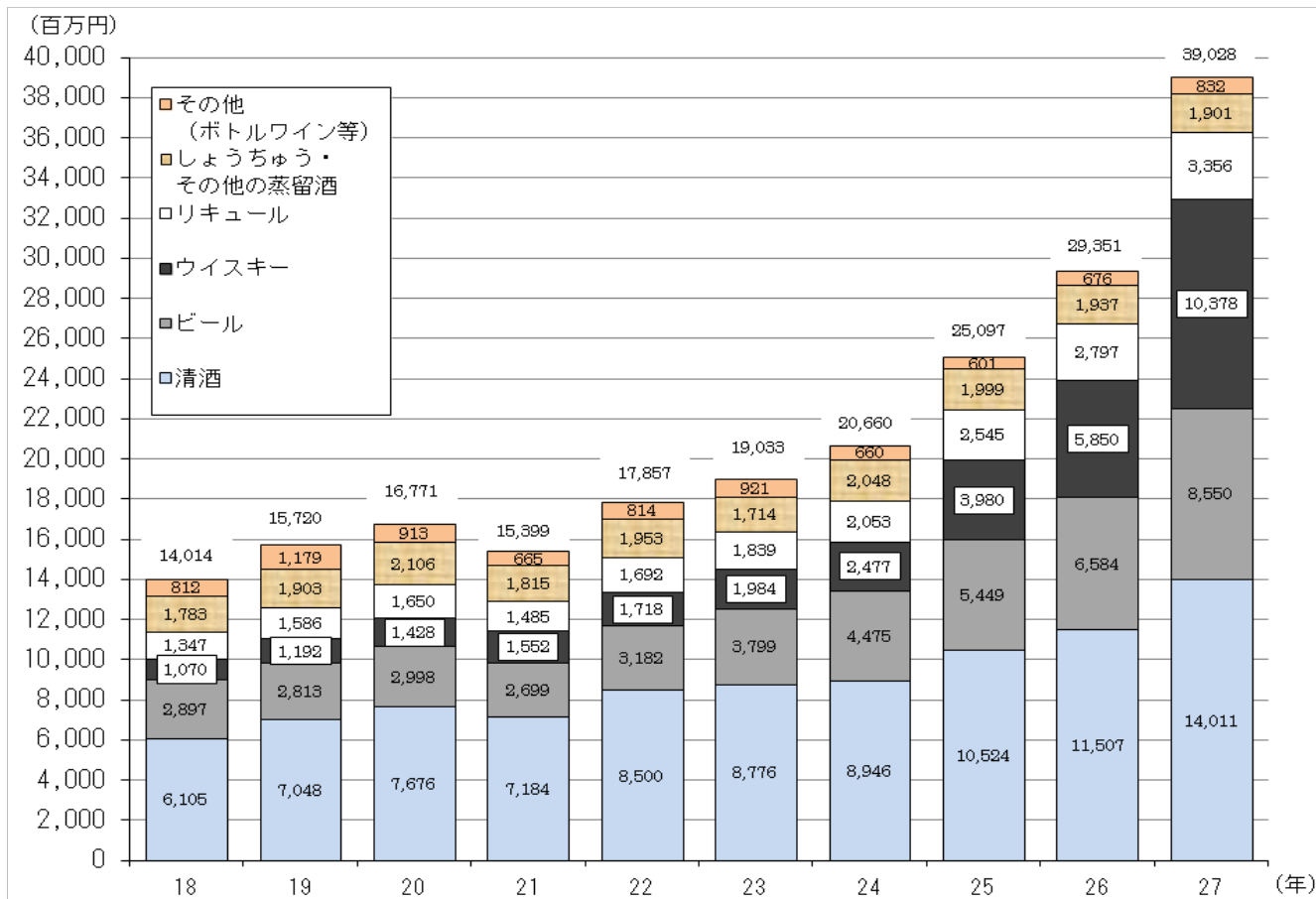
- 海外における焼酎の認知度は、清酒よりも低い。

- 諸外国において、お湯割り、水割り等の飲み方や、蒸留酒を食事とともに飲む習慣がないため、まずは焼酎を浸透させる土壌作りが必要。

- 中小規模の製造者が多い。

日本産酒類の輸出動向

- 平成27年における日本産酒類の輸出額は、約390億円(対前年比133.0%)となり、4年連続で過去最高金額を記録。
 ○ 清酒の輸出については、輸出金額が約140億円(対前年比121.8%)、輸出数量が約18,180kℓ(対前年比111.4%)となり、共に過去最高を記録。



○品目別 (単位:百万円)

品目	平成27年	対前年比
清酒	14,011	121.8%
ビール	8,550	129.9%
ウイスキー	10,378	177.4%
リキュール	3,356	120.0%
しょうちゅう等	1,901	98.1%
その他(ボトルワイン等)	832	123.1%
輸出金額合計	39,028	133.0%

【参考】

輸出数量合計(kℓ)	109,906	125.2%
内、清酒数量(kℓ)	18,180	111.4%

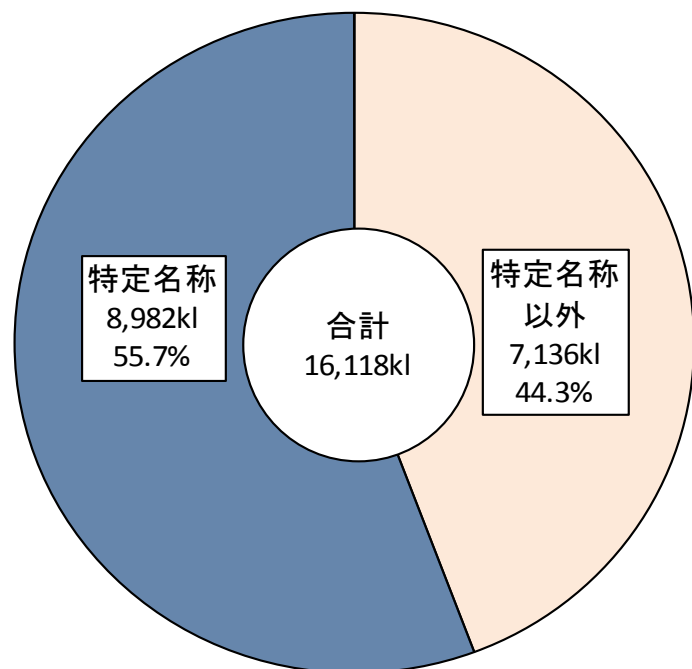
○輸出先別(上位10か国(地域))

国名	平成27年	対前年比
アメリカ合衆国	9,402	148.2%
大韓民国	6,498	131.2%
台湾	4,458	125.5%
香港	3,925	126.5%
フランス	2,542	154.3%
中華人民共和国	2,370	146.0%
シンガポール	2,042	115.2%
オランダ	1,715	466.4%
オーストラリア	1,388	158.7%
ベトナム	610	190.4%

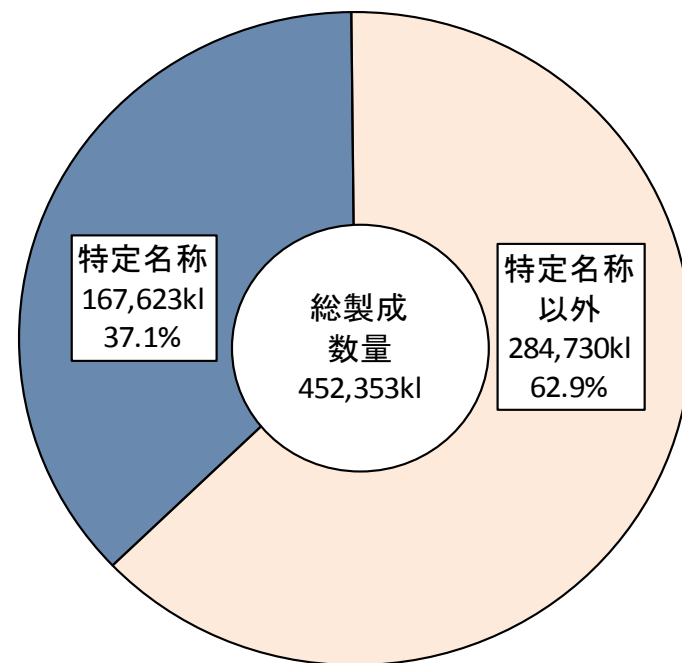
(出典)財務省貿易統計

輸出数量に占める特定名称酒の割合

特定名称酒は、清酒の輸出数量全体の過半数(55.7%)を占めている。一方、特定名称酒の製成数量は総製成数量の37.1%であり、輸出取引では特定名称の割合が製成数量の場合と比較して高くなっている。



清酒の輸出数量に占める特定名称酒の割合



清酒の製成数量に占める特定名称酒の割合

※「特定名称酒」とは、「清酒の製法品質表示基準」によって定められた清酒である。精米歩合、使用原料、製法等により分類され、条件を満たす清酒は「吟醸酒」「純米酒」「本醸造酒」といった名称を名乗ることができる。加工度が高く、付加価値が高い。

環境の変化を踏まえた国税庁の取組

関係省庁とも連携し、酒類産業振興への取組を実施

輸出促進に向けた取組み

➤ 国内外における日本産酒類の特性・魅力の発信

- ・ミラノ万博、国連総会、Yokoso Nippon!(駐 インドネシア大使公邸)、アジア税務長官会合、外務大臣主催「世界津波の日」レセプション、伊勢志摩サミット、リオ・オリンピック等の機会を活用
- ・ IWC (International Wine Challenge) Sake部門の日本開催を支援



表示制度の整備

- 地理的表示(GI)制度の改正(H27.10.30)
- GI「日本酒」の指定(H27.12.25)
- ワイン表示ルールの策定(H27.10.30)



「日本酒」について
Introduction to "Nihonshu"



国税庁
National Tax Agency

地理的表示「日本酒」の指定について

- 酒類業を所管する国税庁では、日本酒のブランド価値向上や輸出促進の観点から、国レベルの地理的表示 (Geographical Indication : GI) として「日本酒」を指定するため、所要の準備を進めてきたところ。
- 関係業界団体との調整を経た上で、パブリックコメント等の所要の手続きが完了したので、平成27年12月25日付で地理的表示「日本酒」を指定した。

(注) 地理的表示は、ある特定の産地に特徴的な原料や製法などによって作られた商品だけが、その産地名を独占的に名乗ることができる制度。海外の地理的表示としては、ボルドーワインやスコッチウイスキーなどが有名。

指定による効果

原料の米に国内産米のみを使い、かつ、日本国内で製造された清酒のみが、「日本酒」を独占的に名乗ることができる

- 1 外国産の米を使用した清酒や日本以外で製造された清酒が国内市場に流通したとしても、「日本酒」とは表示できないため、消費者にとって区別が容易になる。
- 2 海外に対して、「日本酒」が高品質で信頼できる日本の酒類であることをアピールできる。
- 3 海外においても、地理的表示「日本酒」が保護されるよう国際交渉を通じて各国・地域に働きかけることにより、「日本酒」と日本以外で製造された清酒との差別化が図られ、「日本酒」のブランド価値向上を図ることができる。

「日本酒」の国内での需要振興や海外への輸出促進に大きく貢献

➤ 展示会や商談会等の取組を通じた売れ筋商品の把握

輸出先国・地域での展示会や商談会等におけるアンケートやヒアリングにより、売れ筋商品や価格帯を把握し、その結果を輸出業者に情報提供する。

➤ 空港での売れ筋商品の把握

主要国際空港で行っている「日本の酒キャンペーン」において、訪日外国人観光客に対しアンケート調査を実施し、売れ筋商品や価格帯について把握することにより、更なるキャンペーン効果の増大を図る。

➤ 酒類アンケートの充実

清酒・しょうちゅうの製造業者に対し、現地の売れ筋商品やニーズに関するアンケート調査を行うとともに、貿易統計と合わせた分析・公表を行う。



空港でのキャンペーン

統一的・戦略的なプロモーションの実施

➤ 在外公館やジャパンハウスを日本産酒類の情報発信拠点として活用

和食とともに日本産酒類を提供するほか、映像やパンフレットによる知識の啓発を図るなど、効果的に海外プロモーションを推進する。

➤ 日本酒アプリsakefan Worldを活用

効果的な日本酒のPRを行うため、登録酒蔵数の拡大等日本酒アプリsakefan Worldの内容を充実させ、展示会やレセプションの際に活用する。

(参考)sakefan World

日本酒ラベルにスマートフォンをかざすと、日本語及び英語でその製品の基本情報を得られるとともに、適した飲み方や食べ合わせメニュー、周辺地域の情報も得ることができる。平成27年10月にリリース。



酒蔵見学の模様

➤ 酒蔵ツーリズムのPR

JNTO(日本政府観光局)のウェブサイトに酒蔵ツーリズムの紹介や外国語対応可能な酒蔵リストを掲載し、観光と合わせたプロモーションを行う。

林産物の輸出力強化に向けた対応方向

丸太中心の輸出から、付加価値の高い製品輸出への転換を推進
～ 我が国の加工技術を活かした木材製品のブランド化の推進 ～

現状・課題

- 輸出量が最も多い樹種であるが、その大部分は中国向けの低価格・低質な丸太輸出。付加価値の高い製品中心の輸出に転換していくためには、実需者向けPRの強化による日本産木材の認知度の向上、相手国・地域ニーズを踏まえた輸出向け製品開発とブランド化、戸建て住宅やマンション内装をターゲットとした販売促進等が必要。

今後の取組

- **スギをはじめとする日本産木材の認知度の向上【平成28年度から常設展示等による取組強化】**
 - ・住宅や建材関係等のB to B に重点化して日本産木材のPRを強化(展示会、セミナー、中国語ホームページ、バイヤー招聘等)
- **日本産木材製品のブランド化の推進【平成28年度から実施】**
 - ・中国をはじめとする主要な輸出先における、相手国・地域の事業者と連携した木材製品や住宅部材に関するニーズの深堀り
 - ・相手国・地域のニーズや中国木構造設計規範の改定(スギ・ヒノキの構造材利用等が新たに規定される予定)等に対応した輸出向け製品仕様の作成、日本の加工技術を活かした製品開発等による日本産木材製品のブランド化の推進
- **ターゲットを明確にした販売促進【平成27年度からモデル住宅建築を開始】**
 - ・輸出先の建築・建材関係企業や住宅デベロッパー等、製品の販路拡大のためのパートナーの新規開拓
 - ・モデル住宅の建築・展示、軸組み工法やプレカットの施工技術指導等による、富裕層を対象とした戸建て住宅分野への進出
 - ・マンション内装材や建具等、付加価値が高く需要が大きい新たな分野における販売促進
- **製品加工の低コスト化による国際競争力の強化【平成27年度補正予算により取組を推進】**
 - ・大規模・高効率の木材加工施設の整備や原材料の安定供給体制の整備による製材、合板等の生産コストの低減
- **丸太の供給体制の強化【宮崎県・鹿児島県の共同出荷の取組を他地域に拡大】**
 - ・地域の森林組合等の共同出荷による大ロットの供給体制への転換、港湾等における輸出環境の向上

(品目名)林産物(ヒノキ)

高級材であるヒノキの特質を活かした製品開発と輸出先国・地域の拡大を目指す
～ 高級感や健康効果などヒノキの特質を活かしたブランド化の推進 ～

現状・課題

- 輸出先第一位の韓国では、高級感や成分(ヒノキチオール)の健康効果(殺菌、生理活性作用等)から人気が高く、主に住宅内装材、家具等に利用されているが、日本からの輸入丸太の現地加工が大半。今後、ヒノキの特質や我が国の加工技術を活かした製品輸出や韓国以外への輸出の拡大が課題。

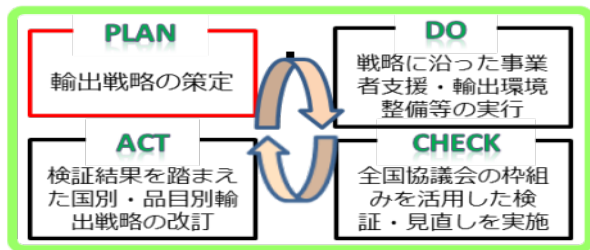
今後の取組

- **ヒノキの認知度の向上【平成28年度から常設展示等による取組強化】**
 - ・ヒノキの健康効果を活かしたPRを韓国以外でも開始(特に、少子化により子供へ投資する意識が高い中国が有望)
- **ヒノキ製品のブランド化の推進【平成28年度から実施】**
 - ・ヒノキの健康効果や高級感を活かした住宅内装材、家具等の輸出向け製品開発
 - ・相手国・地域のニーズや中国木構造設計規範の改定(スギ・ヒノキの構造材利用等が新たに規定される予定)等に対応した輸出向け製品仕様の作成、日本の加工技術を活かした製品開発等による日本産木材製品のブランド化の推進
- **ターゲットを明確にした販売促進【平成27年度からモデル住宅建築等を実施】**
 - ・輸出先の建築・建材関係企業や住宅デベロッパー等、製品の販路拡大のためのパートナーの新規開拓
 - ・モデル住宅の建築・展示、軸組み工法やプレカットの施工技術指導等による、富裕層を対象とした戸建て住宅分野への進出
 - ・マンション内装材や建具等、付加価値が高く需要が大きい新たな分野における販売促進
- **製品加工の低コスト化による国際競争力の強化【平成27年度補正予算により取組を推進】**
 - ・大規模・高効率の木材加工施設の整備や原材料の安定供給体制の整備による製材、合板等の生産コストの低減
- **丸太の供給体制の強化【宮崎県・鹿児島県の共同出荷の取組を他地域に拡大】**
 - ・地域の森林組合等の共同出荷による大口の供給体制への転換、港湾等における輸出環境の向上

農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略(平成25年公表)

国別・品目別輸出戦略

農林水産物・食品の輸出額を
2020年までに1兆円規模へ拡大



約4,500億円

水産物 1,700億円
加工食品 1,300億円
コメ・コメ加工品 130億円
林産物 120億円
花き 80億円
青果物 80億円
牛肉 50億円
茶 50億円

【2012年】

ブランディング、迅速な衛生証明書の発給体制の整備など
(EU、ロシア、東南アジア、アフリカなど)

「食文化・食産業」の海外展開に伴う日本からの原料調達増加など
(EU、ロシア、東南アジア、中国、中東、ブラジル、インドなど)

現地での精米や外食への販売、コメ加工品(日本酒等)の重点化など
(台湾、豪州、EU、ロシアなど)

日本式構法住宅普及を通じた日本産木材の輸出など
(中国、韓国など)

産地間連携による供給体制整備、ジャパン・ブランドの育成など
(EU、ロシア、シンガポール、カナダなど)

新規市場の戦略的な開拓、年間を通じた供給の確立など
(EU、ロシア、東南アジア、中東など)

欧米での重点プロモーション、多様な部位の販売促進など
(EU、米国、香港、シンガポール、タイ、カナダ、UAEなど)

日本食・食文化の発信と合わせた売り込み、健康性のPRなど
(EU、ロシア、米国など)

1兆円

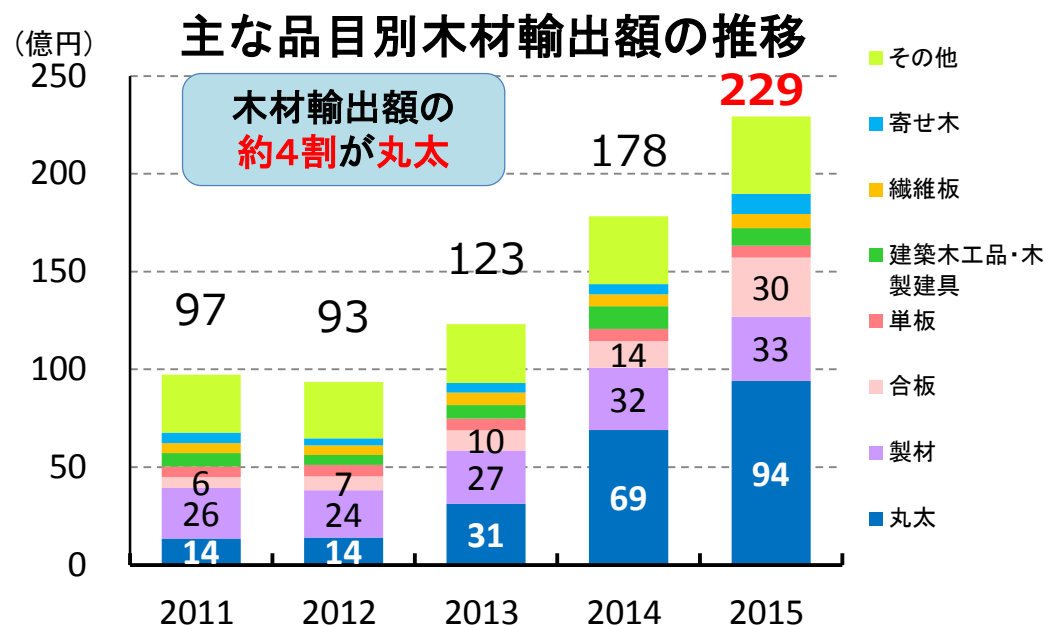
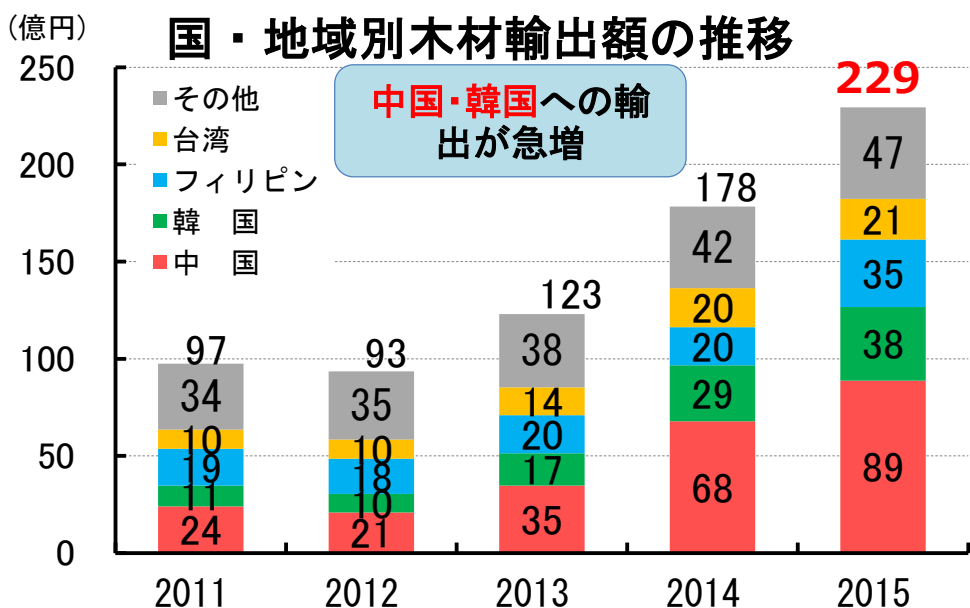
水産物 3,500億円
加工食品 5,000億円
コメ・コメ加工品 600億円
林産物 250億円
花き 150億円
青果物 250億円
牛肉 250億円
茶 150億円

【2020年】

➡ 平成27(2015)年の林産物輸出額は270億円となり、目標を上回った。
(うち木材229億円、特用林産物41億円)

木材輸出の状況(1)(国・地域別・品目別輸出額)

- 木材の輸出は、近年は100億円前後で推移していたが、平成25(2013)年以降は中国・韓国向けを中心に急増し、平成27(2015)年は前年比29%増の229億円。特に丸太と合板輸出が大幅増。
- 中国・韓国の展示会への出展、日本産木材のPR、中国の木造建築基準(「木構造設計規範」)の改定作業への参加等により、国産材の輸出を推進。



資料：貿易統計



中国における住宅関係の展示会
(H25森林・林業白書より)



韓国での内装材としてのヒノキ利用
(日本木材輸出振興協議会HPより)



台湾に輸出される合板
(H26森林・林業白書より)

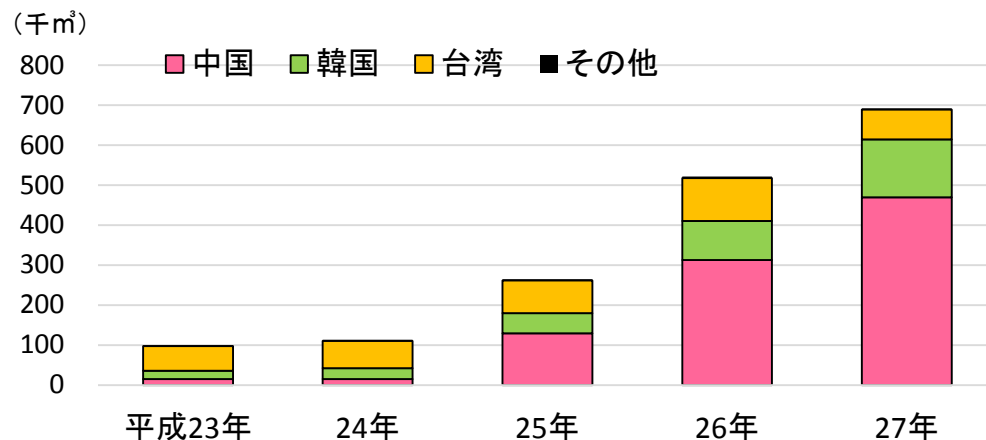
木材輸出の状況(2)(丸太・製材の輸出量)

- ・平成27年の丸太輸出量は**69万m³**に増加(前年比133%)。国・地域別には**中国**(47万m³)、**韓国**(14.5万m³)、**台湾**(7.5万m³)の**3か国**でほとんど(99.6%)を占める。
- ・製材輸出量は**約6万m³**(前年比89%)で、近年は**ほぼ横ばいの状況**。国・地域別には、**中国**と**フィリピン**で75%を占める。

丸太輸出量の推移

丸太輸出量	平成23年	24年	25年	26年	27年
中国	15	15	130	312	470
韓国	21	27	50	98	145
台湾	62	68	82	107	75
その他	2	4	3	3	3
計	100	114	265	521	692

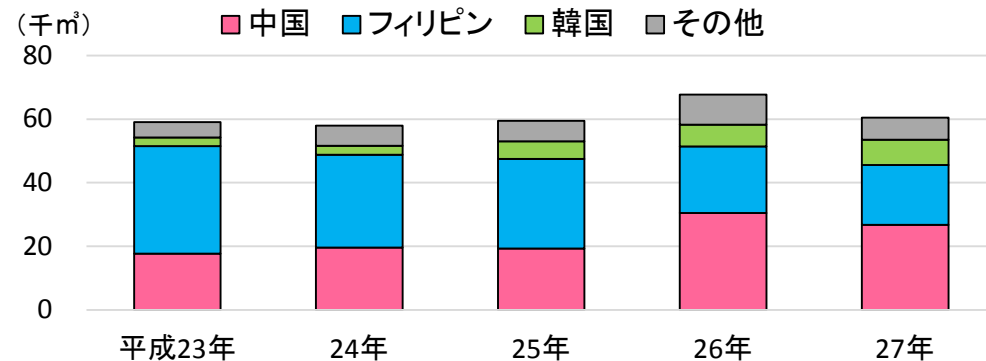
資料:貿易統計



製材輸出量の推移

製材輸出量	平成23年	24年	25年	26年	27年
中国	18	20	19	31	27
フィリピン	34	29	28	21	19
韓国	3	3	6	7	8
その他	5	6	6	9	7
計	59	58	59	68	60

資料:貿易統計



木材輸出の状況(3)(中国、韓国向け輸出)

- ・平成27年の中国向け木材輸出額は、**89億円**で前年より21億円の増加(対前年比131%)。品目別では、**丸太、製材で8割**(81%)を占めている。
- ・韓国向け木材輸出額は、**38億円**で前年より9億円の増加(対前年比132%)。品目別では、**丸太、製材で8割**(80%)を占めている。

■ 中国への主な輸出品目

(億円)

品目	平成26年	平成27年	対前年比
木材合計	68 (100%)	89 (100%)	131%
丸太	37 (54%)	57 (65%)	156%
製材	13 (19%)	14 (15%)	103%
合板等	3 (5%)	3 (3%)	96%
繊維板	3 (5%)	4 (5%)	142%
建築木工品・木製建具	5 (6%)	2 (3%)	47%
パーティクルボード	1 (2%)	2 (2%)	167%
その他	6 (8%)	7 (7%)	116%

資料:貿易統計

■ 韓国への主な輸出品目

(億円)

品目	平成26年	平成27年	対前年比
木材合計	29 (100%)	38 (100%)	132%
丸太	18 (61%)	25 (66%)	142%
製材	4 (16%)	5 (14%)	117%
建築木工品・木製建具	2 (6%)	3 (8%)	164%
加工木材	1 (4%)	1 (3%)	98%
食卓用品	0.2 (1%)	0.4 (1%)	172%
合板等	0.2 (1%)	0.4 (1%)	161%
その他	3 (11%)	3 (7%)	87%

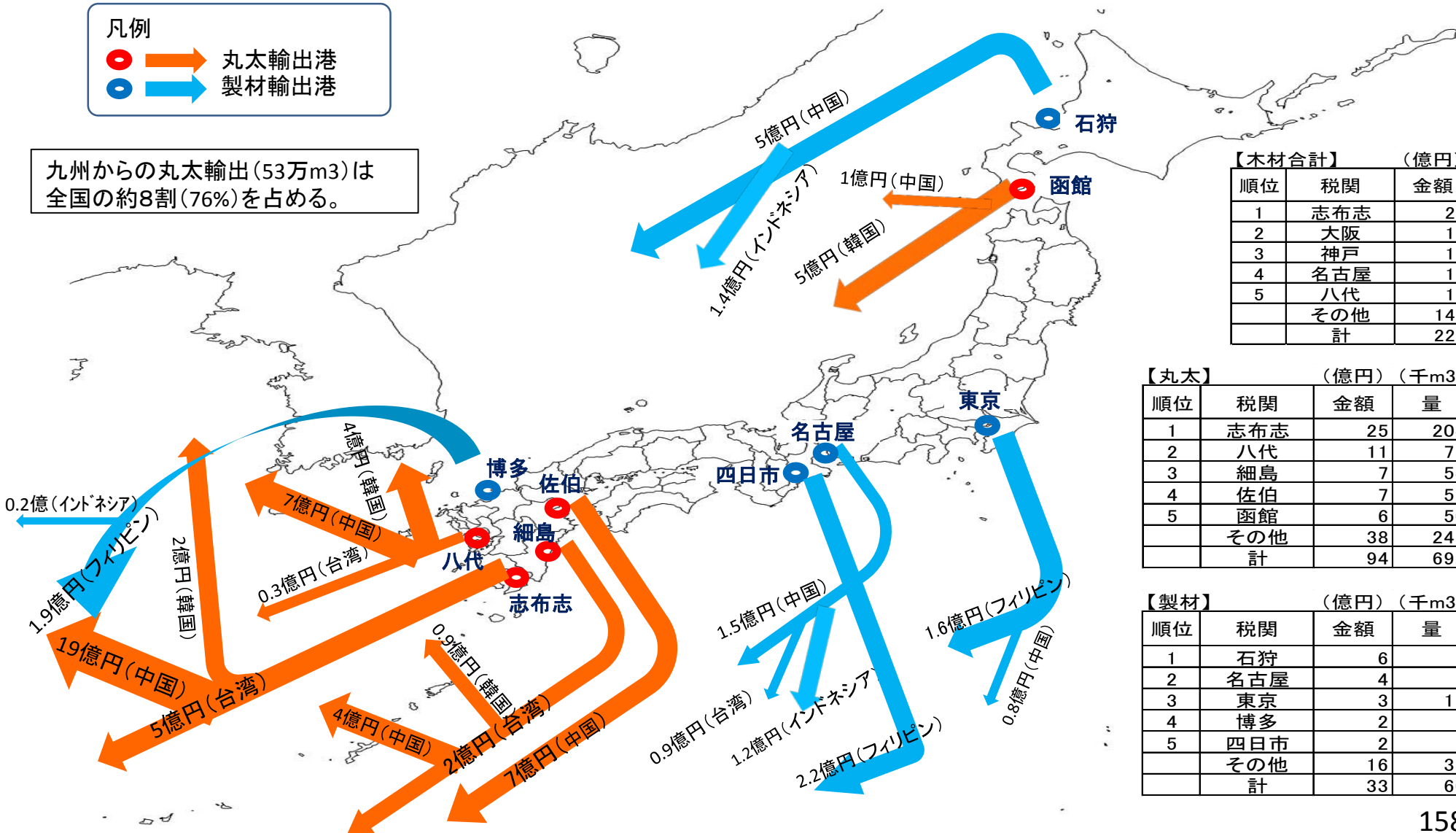
資料:貿易統計

木材の主な輸出港(平成27年税関別輸出額)(丸太、製材別の上位5港)

凡例

- → 丸太輸出港
- → 製材輸出港

九州からの丸太輸出(53万m³)は
全国の約8割(76%)を占める。



【木材合計】 (億円)

順位	税関	金額
1	志布志	26
2	大阪	17
3	神戸	17
4	名古屋	16
5	八代	12
	その他	141
	計	229

【丸太】 (億円) (千m³)

順位	税関	金額	量
1	志布志	25	204
2	八代	11	78
3	細島	7	54
4	佐伯	7	59
5	函館	6	50
	その他	38	247
	計	94	692

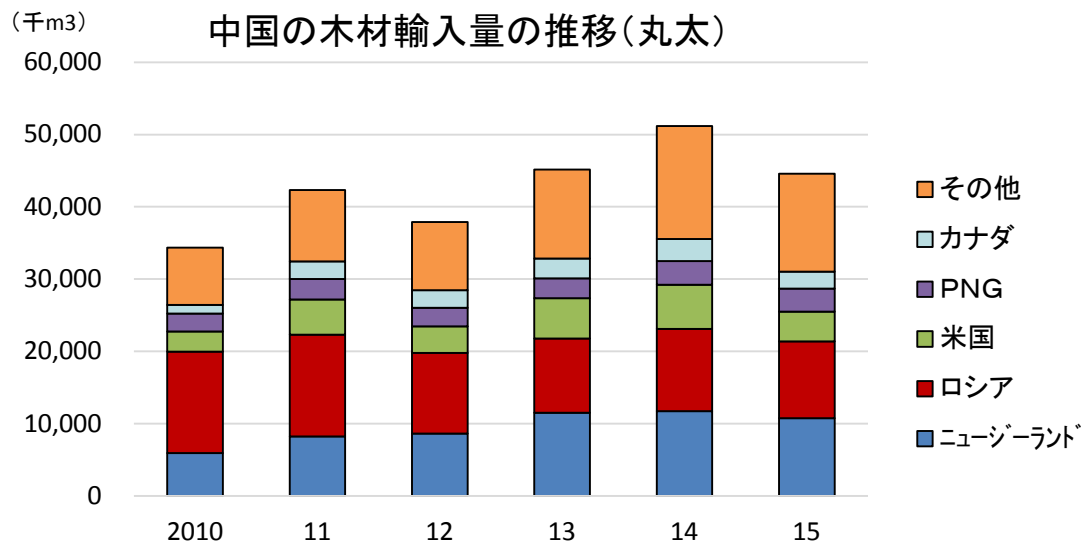
【製材】 (億円) (千m³)

順位	税関	金額	量
1	石狩	6	2
2	名古屋	4	5
3	東京	3	11
4	博多	2	5
5	四日市	2	6
	その他	16	31
	計	33	60

中国の木材輸入量の推移

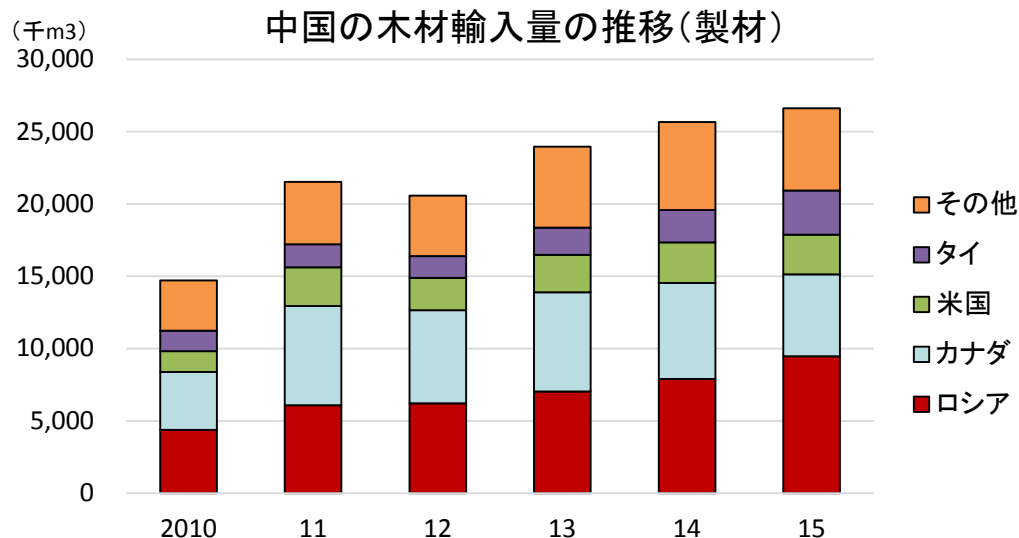
【丸太】

- 丸太の輸入量は、2010年の34百万m³から、2015年の45百万m³へ、30%の増加。材種別には、針葉樹30百万m³、広葉樹15百万m³。
- 主な輸入先は、ニュージーランド(24%)、ロシア(24%)、米国(9%)、パプアニューギニア(7%)など(2015年)。
- 日本からの輸出(47万m³)は、輸入量全体の1.1%(2015年)。



【製材】

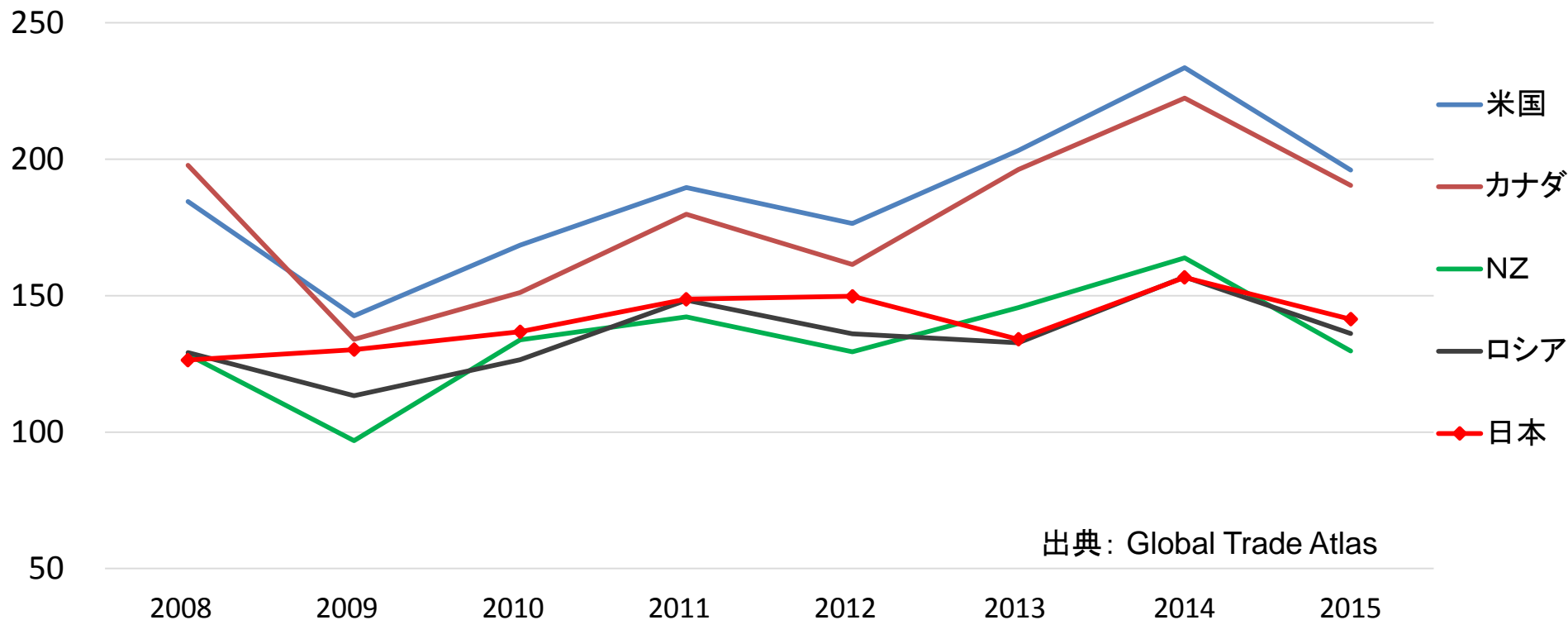
- 製材の輸入量は、2010年の15百万m³から、2015年の27百万m³へ、81%の増加。材種別には、針葉樹18百万m³、広葉樹9百万m³。
- 主な輸入先(2015年)は、ロシア(36%)、カナダ(21%)、タイ(12%)、米国(10%)など(2015年)。
- 日本からの輸出(3万m³)は、輸入量全体の0.1%(2015年)。



中国：主な輸入国・地域別の針葉樹丸太輸入価格の比較

* 日本産丸太(中国向けは主にスギ)は、NZ材、ロシア材と価格的に競合。
ただし、量的にはこれらの国からの輸入量の数%程度に過ぎない。

単価(USDドル)



注：1. 各国・地域からの針葉樹丸太の輸入額を輸入量で割った単純平均価格で、樹種は混み。

2. 中国の港着の輸入価格である。

3. 量の単位は2013年以前はm³、2014年以降はトンとなっているため、その間は連続していない。

中国の「木構造設計規範」改定について

経緯、概要

- 木構造の設計に関する基本事項(工法、構造、材料、強度、防火等)を定めたもので、日本の建築基準法に相当。
- 木構造設計規範は1952年制定、今回は4回目の改定。
- 米国・カナダは2003年(第3回)の改定作業に参加。2×4工法と北米材の構造材としての利用を同規範に盛り込み、結果、両国から中国への木材輸出が飛躍的に拡大。
- 今回の改定作業のために「改定委員会」を設置(平成21年)。**日本産木材等を新たに盛り込むべく、日本からも専門家が同委員会に参加**(農林水産省、森林総合研究所、日本木材輸出振興協会等が支援)
- 第4回改定委員会(平成25年10月)で**日本側提案(下記)を含む改正案を了承済み。その後の政府部内の手続き待ちの状況。**(平成28年中に、審査委員会を経て中国政府建設部による告示、施行の見込み)
- 規範改定を見込んで、**日中の木材関係者等が共同で、現場向けの具体的な設計規範の手引き書を策定中。**

基本設計規定

日本産スギ、ヒノキ、カラマツを明記

木造建築に使用できる構造材の樹種として、日本産スギ、ヒノキ、カラマツを明記

強	強度等級	適用樹種
↑ ↓	TC17	シダレイトスギ、ダイオウマツ、スラッシュマツ、ウエスタンラーチ 等
	TC15	ツガ、アブラスギ、アラスカヒノキ、ダグラスファー、ウエスタンヘムロック、サザンパイン 等
	TC13	シベリアカラマツ、ウンナンマツ、バビショウ、コントロールマツ、アメリカカラマツ、カイガンマツ、 日本産ヒノキ、日本産カラマツ 等
	TC11	ホクセイムラサキトウヒ、シベリアトウヒ、ウエスタンイエローパイン、SPF樹種群、カナダツガ、コウヨウザン、 日本産スギ 等
弱		

角材原木構造

軸組工法に係る基準を設定

木造軸組工法について、新たに「梁と柱」、「壁」、「床組」等に関する基準を設定。

平成28年度木材輸出関連補助事業

木材製品輸出特別支援事業 (平成27年度補正予算、林野庁)

- TPP対策の一環として、付加価値の高い木材製品の輸出を促進
- 日本産木材製品のブランド化に向けた取組
 - 輸出向け木材製品仕様等の作成
 - 輸出向け製品の試作・改良
 - 輸出先における日本産木材に関するセミナーの開催 等



- 新たな輸出先国・地域等における販売促進

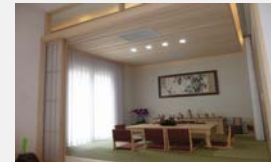
【新規輸出先国・地域を対象】

- 木材製品の展示・PR
- 市場情報の収集・提供
- 広報媒体を通じたPR
- バイヤーの招へい 等



新たな木材需要創出総合プロジェクト のうち海外での地域材利用 (平成28年度予算、林野庁)

- 中国における日本産木材を用いた木造モデル住宅の建築及び展示・PR
- 日中の事業者共同による輸出向け製品の開発 等



輸出に取り組む事業者向け対策事業の うちジャパンプランドの確立に向けた取組 (林産物向け)(平成28年度予算、食料産業局)

【中国、韓国を対象】

- 海外での日本産木材製品の展示・PR
- 中国木構造設計規範に基づく手引きの作成
- 国内検討会・セミナーの開催
- 海外市場調査、バイヤーの招へい 等



輸出及び国内生産の現状(スギ)

- 輸出額は、H25年以降、丸太輸出の大幅増により増加傾向で推移し、H27年の輸出額61億円のうち、丸太が49億円(8割)を占める。国・地域別に見ると、中国向けの丸太輸出(土木用、梱包用等の低質材中心)が37億円で突出した状況。スギ丸太は用途・価格面から特にNZ材と競合。
- 一方、資源量は、スギ人工林面積448万ha、同蓄積17億m³(うち41年生以上が約14億m³)
- 国内生産額は、伐期に達した人工林資源の増大、間伐の促進、路網整備、生産性向上等により、漸増傾向で推移。

- 輸出額及び輸出量の推移(億円、万m³)(丸太、製材の合計)

	H23	H24	H25	H26	H27	H32目標
輸出額	16	16	26	47	61	林産物250億円の内数
輸出量	9	10	20	37	48	-

- H27輸出額の国・地域別内訳(億円)(丸太、製材の合計)

国・地域名	中国	台湾	フィリピン	韓国	その他	計
輸出額	41	9	7	4	0	61
シェア	67%	15%	12%	6%	0%	100%

- 国内生産額及び国内生産量の推移(億円、万m³)

	H23	H24	H25	H26	H27
生産額	1,018	973	1,120	1,296	-
生産量	965	996	1,090	1,119	-

(参考)TPP対日関税交渉結果(重点国・地域) → 林産物の輸出重点国・地域は、中国、韓国、台湾(TPP不参加)

国・地域名	カナダ	マレーシア	
結果	SPF製材 16年目撤廃	熱帯木材合板 16年目撤廃	(丸太はすべて無関税)

輸出及び国内生産の現状(ヒノキ)

- 輸出額は、H25年以降、丸太輸出の大幅増により増加傾向で推移し、H27年輸出額37億円のうち、丸太が26億円(7割)を占める。国・地域別に見ると、韓国において健康効果への評判からヒノキ人気が高まっており、韓国向け(住宅内装、家具用等の丸太、製材)が好調な状況。
- 一方、資源量は、ヒノキ人工林面積260万ha、同蓄積7億m³(うち41年生以上が約5億m³)
- 国内生産額は、伐期に達した人工林資源の増大、間伐の促進、路網整備、生産性向上等により、漸増傾向で推移。

- 輸出額及び輸出品量の推移(億円、万m³)(丸太、製材の合計)

	H23	H24	H25	H26	H27	H32目標
輸出額	13	12	18	30	37	林産物250億円の内数
輸出品量	3	3	6	10	12	-

- H27輸出額の国・地域別内訳(億円)(丸太、製材の合計)

国・地域名	韓国	中国	台湾	その他	計
輸出額	24	9	2	2	37
シェア	65%	24%	6%	5%	100%

- 国内生産額及び国内生産量の推移(億円、万m³)

	H23	H24	H25	H26	H27
生産額	386	336	392	407	-
生産量	217	217	230	240	-

(参考)TPP対日関税交渉結果(重点国・地域) → 林産物の輸出重点国・地域は、中国、韓国、台湾(TPP不参加)

国・地域名	カナダ	マレーシア	
結果	SPF製材 16年目撤廃	熱帯木材合板 16年目撤廃	(丸太はすべて無関税)