

国・地域別の農林水産物・食品の輸出拡大戦略 (韓国)



1.基礎データ

輸入 4,368億ドル
輸出 5,272億ドル

- ・人口: 50百万人 (人口増加率 0.4%)
- ・面積: 約10万km²(日本の約4分の1)
- ・宗教: 仏教、キリスト教 (儒教の影響も強い)
- ・名目GDP: 1兆4,104億ドル
- ・一人当たり名目GDP: 27,970ドル
- ・実質GDP成長率: 3.3%



日本からの距離
約1,200km
(東京からソウル)

2.日本との関係

日本とのEPA締結なし、TPP未参加

- ・為替レート: 1ウォン=0.1円 (2016年1月時点)
- ・対日輸入: 45,859百万ドル(半導体、鉄鋼板、プラスチック製品等)
- ・対日輸出: 25,604百万ドル(石油製品、無線通信機器、半導体等)
- ・日本の直接投資: 16億6,500万ドル
- ・進出日本企業(拠点)数: 667、居留邦人数: 36,708人
- ・日本への渡航者数: 4,002,100人 (国・地域別2位)
- ・日本からの渡航者数: 2,280,434人



3.農業関連データ

- ・農業生産額: 32,357百万ドル 食料自給率41%
- ・農産物輸入額: 24,987百万ドル
- ・主な輸入品: トウモロコシ(2,677百万ドル、ブラジル、アルゼンチン等)、小麦(1,616百万ドル、アメリカ、インド等)、牛肉(941百万ドル、オーストラリア、アメリカ等)
- ・韓国は穀物を中心に海外から輸入(アメリカ、中国、ブラジル、オーストラリアなどが主な輸入先)。

4.市場の特性

物価(参考) りんご 約690円(韓国産・4~7個入)、日本産確認できず
コメ 約1,750円(韓国産、4kg)、日本産確認できず

- ・日本産品の多くが外食市場で消費。外食市場は不景気の中でも堅調に成長。日本食の人気が高まっており、日本食店(居酒屋含む)は増加。
- ・郷土料理や各地の日本酒への関心も高い。訪日旅行者が旅行中に食したメニューは他の東アジア諸国に比べても多岐にわたる。
- ・原発事故の影響から日本産が避けられる傾向にあるが、菓子類などは数量が回復傾向。
- ・健康面への効果の評判が高まり、住宅内装材等へのヒノキが人気。

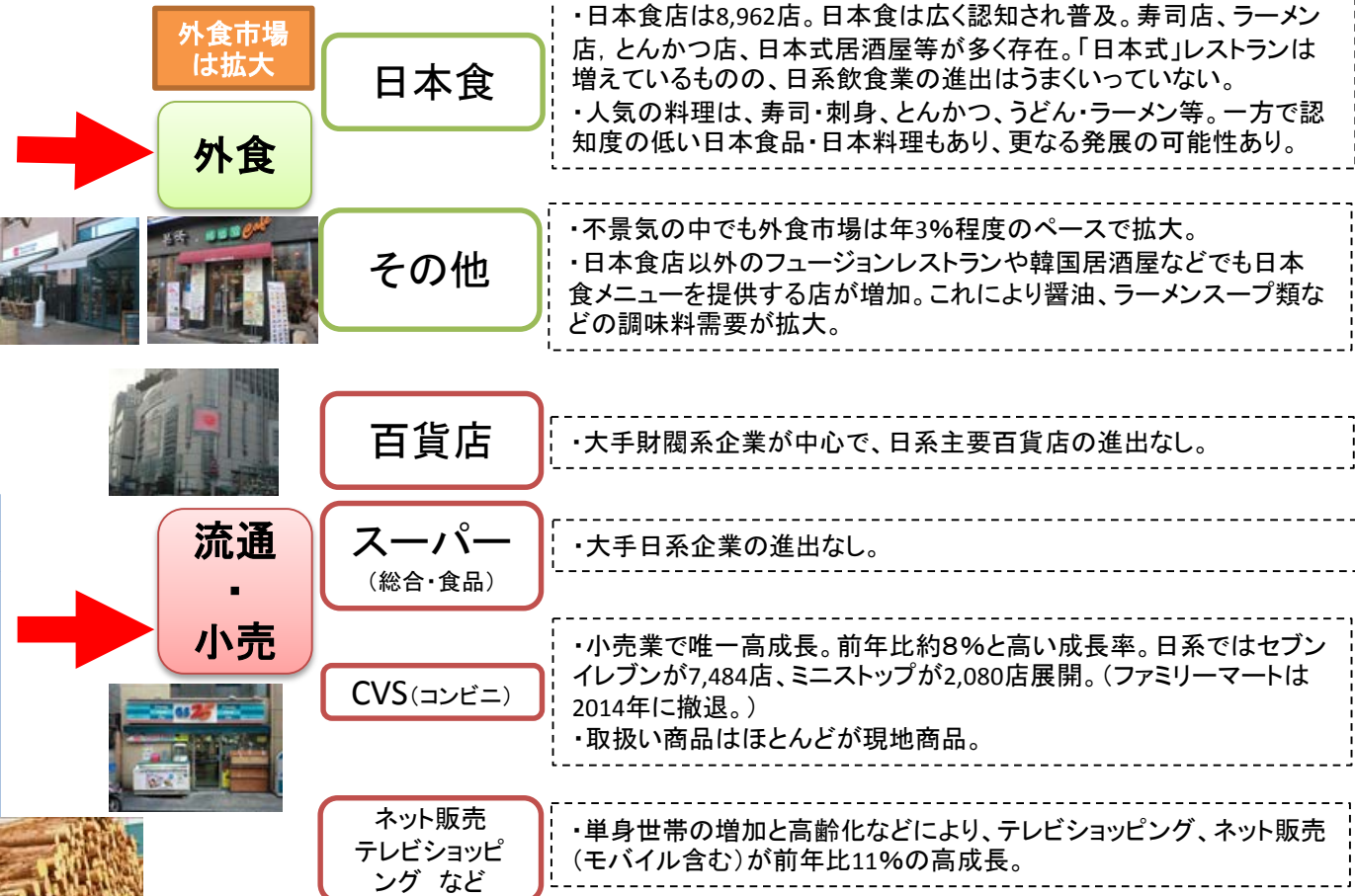
5.消費者の味覚、嗜好上の特徴

- ・米飯・麺類が主食。唐辛子を用いた料理が多い。
- ・日韓で塩辛さの感じ方に相違がある。
- ・保守的な嗜好で、消費者は昔からの定番商品を選ぶ傾向。一般的ではない商品は十分なプロモーションが必要。

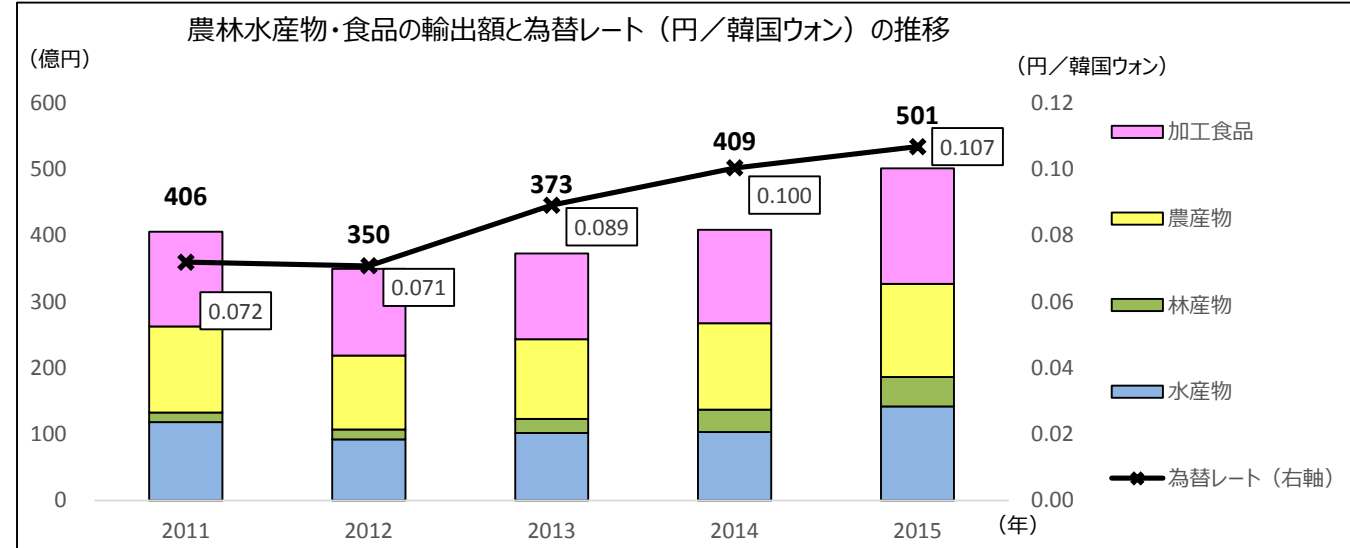
6.商流・商習慣

- ・流通小売市場は成熟期。小売は低成長が続いている。
- ・小さな個人店よりも大手流通で購入する傾向が強く、小売は大手財閥の百貨店・総合スーパーが主導し成長。近年は、成長著しいオンライン市場や流通小売業態の専門化により、財閥のシェアは徐々に低下。
- ・流通マージンが高い傾向。
(例: 日本酒の場合、卸売業者のマージンが販売価格の20%程度、百貨店のマージンが25%~35%等)

7.外食・小売等の状況



- **韓国は、日本の農林水産物・食品の輸出先第5位。**
- 日本と気候が近く、生産している農林水産物が競合するため、動植物検疫や関税のハードルが高く、輸出品目は加工食品などが多い。
- ヒノキが人気で、木材輸出が急増。
- 水産物は、放射性物質規制の影響もあり伸びが弱い。



<輸出上位品目の状況及び今後の見通し>

順位	品目	輸出金額 (2015年)	増加率 (2013~)	現状	課題	今後の見通し・取組み
1	アルコール飲料	65億円	49.1%	・ビールが中心（韓国のビールは薄い）。 ・日本食ブームで日本酒の増加が期待されるが、今は安価な商品が中心。	・若年層への日本酒の需要拡大（日本式居酒屋が若年層に人気）。	・若年層もターゲットとした日本酒の需要拡大に向けたPR。
2	ホタテ	33億円	45.4%	・外食用に刺身や中華の材料。 ・活きている状態での輸出が多い。	・ニーズは強いが、国際商材でもあり、価格動向により輸出量は変動。 ・生産に時間がかかるため、供給に制約。	・昨年の冬の低気圧の影響で数年間減産の見込み。 ・日本産の需要は強いが、生産の拡大には一定の期間（生産手法によるが2～4年）が必要。
3	ソース混合調味料	27億円	39.3%	・調理の簡便化などからソースやドレッシングの消費が拡大し、海外のソース類が幅広く販売。 ・ウスターソースやドレッシングなどの需要がある。	・表示規制等への対応。	・日本食の普及に伴い増加する可能性。
4	丸太	25億円	205.1%	・健康志向などからヒノキに強い需要がある。	・産地間連携などによる安定供給。 ・丸太から半製品・製品へのシフトによる付加価値化。	・引き続き安定的な丸太需要が見込まれる。 ・製品輸出へのシフトによる付加価値化。
5	配合調製飼料	20億円	89.1%	・養殖用飼料、ペットフードなどを輸出。	・他国産との差別化。	・需要拡大に伴い、現地産に切り替わる可能性。
6	タイ	17億円	8.6%	・高級日本料理の食材や贈答用として人気。 ・活きている状態での輸出が多い。	・輸送中の鮮度維持。 ・活魚の場合は、動物衛生の関係で輸出に日数を要する。	・日本食レストランの増加に伴い、今後も堅調な需要が期待。
7	播種用の種等	14億円	17.4%	・日本の農産物品種の評価は高く、野菜の種子（ほうれんそう、ごぼう等）の輸出が多い。	・種苗業者から、種苗管理センターに対し種子伝染性病害検査を求められるが、国内でできる検査の種類が少なく海外機関への依頼が必要。	・日本産品種への需要の高まりが今後も続く見込まれ、さらなる輸出拡大が期待。
8	菓子（米菓を除く）	12億円	98.2%	・震災の風評被害から回復基調。 ・輸入菓子の専門店が増えており、商店街でも販売。	・表示規制等への対応。 ・類似商品の販売。	・堅調な増加が期待される。
9	すけとうだら	11億円	20.2%	・韓国の伝統食材。 ・鍋物商材として、堅調な需要。	・資源量の減少に伴う供給の制約。	・今後も安定した需要が見込まれる。 ・資源管理の取組みを実施。
10	スープブロス	10億円	25.0%	・ラーメンスープや様々な国の料理のスープの需要がある。 ・粉末状カップスープが人気。	—	・日本食レストランの増加から、今後も堅調な需要が期待。

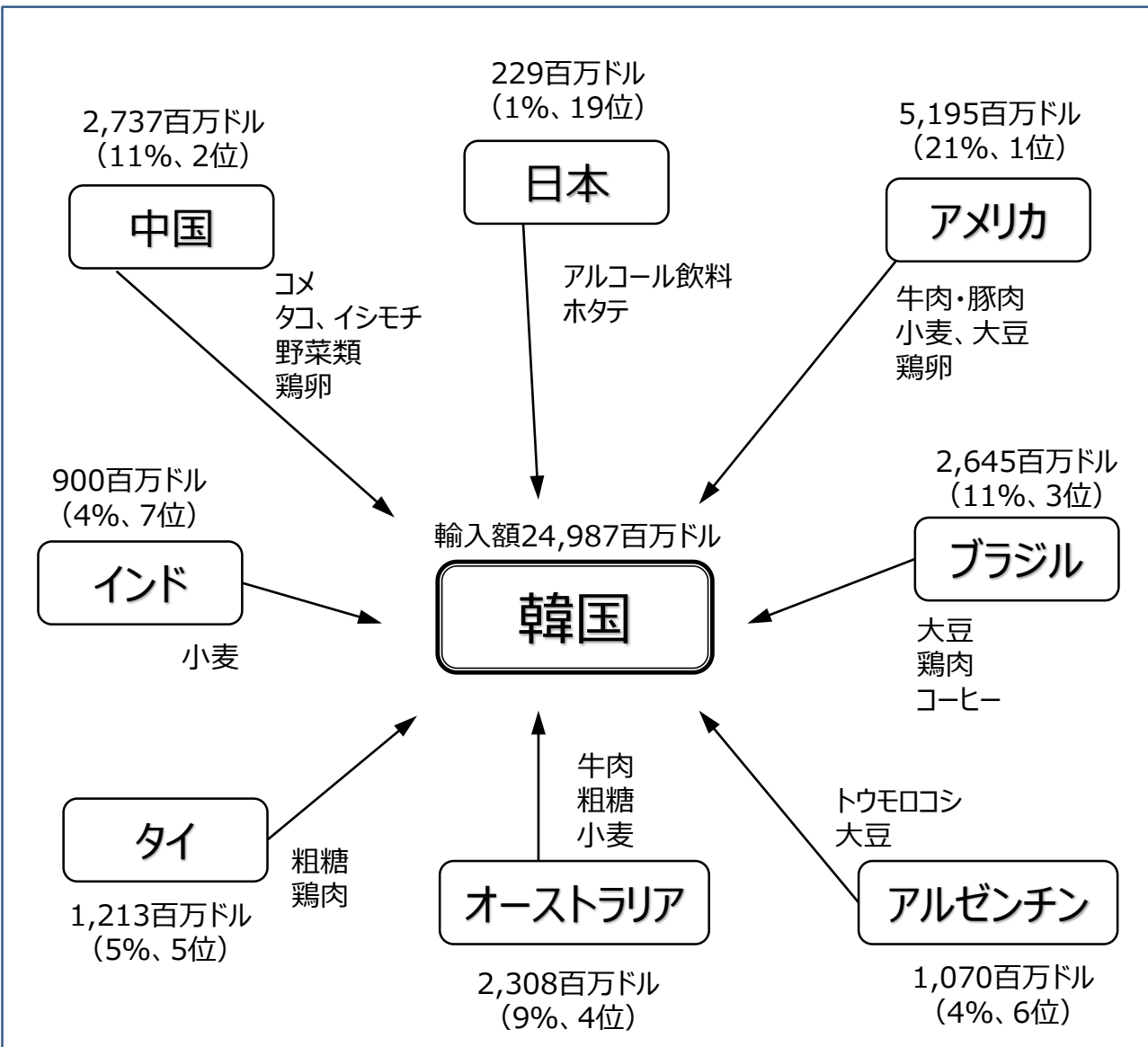
<その他の品目の状況及び今後の課題>

品目	輸出金額 (2015年)	増加率 (2013~)	現状	課題	輸出拡大のための取組み
水産物	142億円	39.6%	<ul style="list-style-type: none"> ・なべや日本食の食材として人気が高い。 ・イシモチが人気。ヒラメ、フグなどもよく食べる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・放射性物質規制への対応。 (ホヤ等については、放射性物質規制の影響で、東北の産地から輸出ができない状況) 	<ul style="list-style-type: none"> ・規制措置の撤廃・緩和に向けた働きかけ等を引き続き実施。
ホヤ	8億円	317.4%	<ul style="list-style-type: none"> ・ホヤは、震災前は宮城県を中心とする東北から7千トン程度輸出されていたことから、放射性物質規制が撤廃・緩和されれば輸出を増やせる可能性。 		
牛肉	(輸入禁止)	—	<ul style="list-style-type: none"> ・日本旅行での和牛の人気も高く、ジェトロ調査でも食べてみたい日本産品の一位。 ・輸入禁止が解除されれば、高級部位を中心に輸出できる可能性。 	<ul style="list-style-type: none"> ・輸入禁止の解除（検疫協議）。 	<ul style="list-style-type: none"> ・必要に応じて検疫協議を実施。
鶏卵	(輸入禁止)	—	<ul style="list-style-type: none"> ・鳥インフルエンザが頻繁に発生しているため、外国産の鶏卵への需要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・輸入禁止の解除（検疫協議）。 	<ul style="list-style-type: none"> ・輸出解禁に向けた働きかけを引き続き実施。
果物	(輸入禁止) ※	—	<ul style="list-style-type: none"> ・現状では輸入できない果物の中でも、食べてみたい果物もみられる（びわ、りんご、ももなど）（ジェトロ調査）。 	<ul style="list-style-type: none"> ・解禁されている品目の輸出推進。 ・輸入禁止の解除（必要に応じて検疫協議） 	<ul style="list-style-type: none"> ・解禁されている品目の訪日旅行者へのお土産対応の取組み。 ・りんご・なしの輸出解禁に向けた働きかけを引き続き実施するとともに、必要に応じて検疫協議を実施。
調味料 (醤油、味噌等)	33億円	29.9%	<ul style="list-style-type: none"> ・日本食レストランは多いため、可能性がある。 ・鍋でも味噌などの調味料が使われている。 ・ジェトロ調査で消費経験がある日本産品の中で味噌が人気。 	<ul style="list-style-type: none"> ・表示規制等への対応。 	—
清涼飲料水	3億円	112.3%	<ul style="list-style-type: none"> ・日本産の評価は高く、増加傾向。 	<ul style="list-style-type: none"> ・添加物規制等への対応。 ・現地ニーズに合わせた商品開発。 	<ul style="list-style-type: none"> ・マーケット分析、現地トレンド調査。
花き	0.6億円	72.7%	<ul style="list-style-type: none"> ・シンビジウム、ラン、ツツジなど鉢物の輸出が増加傾向。 	<ul style="list-style-type: none"> ・植物検疫の対応が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> ・検疫に対応するための消毒方法の確立。
製材・合板	5億円	75.9%	<ul style="list-style-type: none"> ・ヒノキの住宅内装材の需要が高く、さらに輸出を拡大できる可能性。 	<ul style="list-style-type: none"> ・丸太輸出から半製品・製品の輸出へのシフト。 ・ヒノキ以外の樹種の輸出拡大。 	<ul style="list-style-type: none"> ・現地ニーズを踏まえた製品開発と販売促進。 ・ヒノキ以外の日本産木材のPR。

※ ぶどう、キウイフルーツ及びいちごを除く（いずれも実績なし）。

<その他輸出拡大の可能性が考えられる品目> 豚肉【検疫協議が必要】 など

＜他国からの農林水産物・食品の輸入状況＞



※FAOSTAT2013及び各国統計より作成。計数・順位はFAOSTAT2013のもの。

- 日本の輸出額は、韓国の輸入額の1%程度。
- 韓国の主な輸入品目は穀物や肉類など。日本からは動植物検疫や高関税の関係で農産品の輸出が難しい状況。

＜輸出上位品目の競合の状況＞

品目	主な輸出国	日本産のシェアなど
アルコール飲料	・イギリス ・アメリカ	・日本の輸出は輸入額全体の1%未満。
ホタテ	・中国 ・ベトナム	・日本の輸出は輸入額全体の32%程度（輸出1位）。 ・価格は中国産を大きく上回っているが、品質で優位。
ソース混合調味料	・中国 ・アメリカ	・日本の輸出は輸入額全体の17%程度（輸出2位）。 ・中国産が半分程度のシェア。
丸太	・ニュージーランド ・カナダ	・日本の輸出は輸入額全体の1%程度（ヒノキ）。 ・NZ産丸太はスギと競合するが、ヒノキは品質面から差別化。
タイ	・中国 ・セネガル	・日本の輸出は輸入額全体の2%。 ・日本産は日本料理の象徴として高級品での取扱い。
菓子（米菓を除く）	・アメリカ ・中国	・日本の輸出は輸入額全体の2%程度。 ・日本の大量生産の菓子は高めだが比較的手ごろな価格で販売。
すけとうだら	—	・日本の輸出は輸入額全体の92%程度（輸出1位）。 ・価格帯は不明。
スープロス	・アメリカ ・中国	・日本は輸出は輸入額全体の37%程度（輸出1位）。

＜その他の品目の競合の状況＞

品目	主な競合先	日本産のシェアなど
水産物全般	・中国 ・ロシア ・ベトナム	・日本の輸出は輸入額全体の3%程度。
ホヤ	・中国 ・タイ	・日本の輸出は輸入額全体の20%程度（輸出3位）。 ・放射性物質規制で、東北の産地からの輸出ができない状況。
牛肉	・オーストラリア ・アメリカ	・輸入停止中
鶏卵	・中国 ・アメリカ	・輸入停止中
果物	・アメリカ ・フィリピン ・チリ	・日本の輸出は輸入額全体の1%未満。 ・アメリカ産が半分以上のシェアだが、価格帯は不明。
調味料	・中国 ・アメリカ	・日本の輸出は輸入額全体の18%程度（輸入2位）。 ・中国産が半分以上のシェアだが、価格帯は不明。
製材・合板	・中国 ・マレーシア	・日本の輸出は輸入量全体の1%未満。 ・合板は中国・マレーシア、製材はチリ・ロシアが大きなシェア。

1. 検疫協議・食品安全規制

<動物検疫>

・牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵は韓国向けに輸出できない（鶏卵について、輸入解禁を要請し、協議中）。

⇒ 鶏卵等の輸出解禁に向け引き続き働きかけが必要。

<植物検疫>

・精米・野菜については輸出可能だが、果物については韓国の規制により原則輸入禁止のため、いちご・ぶどうなど一部の果物しか韓国には輸出できない。

⇒ りんご・なしの輸出解禁に向けた引き続き働きかけが必要。

<鯉節>

・鯉節は発がん性物質（ベンゾピレン）の基準値を満たす必要。

⇒ 基準値の適合に取り組む水産加工業者等の支援が必要。

<加工施設の事前登録>

・輸入食品の加工施設は事前の登録等が必要（2016年2月施行）。

⇒ 国内事業者規制に関する情報提供。（施行後の影響は不明）

2. 放射性物質に係る輸入規制

・規制措置の撤廃に向けた働きかけを実施しているが、依然として、福島県を含む8県産の水産物の輸入停止や放射性物質検査証明書の提出などが行われている。⇒ 引き続き、科学的根拠に基づいた対応を強く要請していくことが必要。

〔 韓国による日本産水産物等の輸入規制に関し、2015年9月にはWTOにパネルが設置。 〕

品目	北海道	青森	岩手	宮城	山形	福島	茨城	栃木	群馬	埼玉	千葉	東京	神奈川
水産物	黄	赤	赤	赤	黄	赤	赤	赤	赤	黄	赤	黄	黄
きのこ類	黄	赤	赤	赤	黄	赤	赤	赤	赤	黄	赤	黄	黄
山菜	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄
野菜・果実	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄
牛乳・乳製品	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄
穀物	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄
茶・茶製品	黄	黄	黄	黄	黄	黄	赤	赤	赤	黄	赤	黄	赤
食肉・家禽卵	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄
野生鳥獣	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄
酒類	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄
上記以外の食品	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄	黄
飼料	黄	黄	黄	黄	黄	赤	赤	赤	赤	黄	赤	黄	黄
養魚用飼料・魚粉	黄	黄	黄	黄	黄	赤	赤	赤	赤	黄	赤	黄	黄

赤	: 輸入停止
赤	: 輸入停止（日本国内で1度でも出荷制限対象となった品目）
黄	: 政府機関発行の放射性物質検査証明書を要求
黄	: 政府機関発行の産地証明書を要求

※これ以外の府県も幅広く規制の対象となっており、放射性物質検査証明書や産地証明書が求められている。

3. ブランド保護

・日本の農林水産品GIマークの商標登録を申請中。

⇒ 日中韓FTAにより、地理的表示保護制度の相互保護の枠組みづくり等を促進。

4. 物流

○ 物流関係は充実しており、韓国に特有の問題は聞かれない。

・日本との航空便は週約470便（仁川空港）。航空輸送時間約3時間。

・日本とのコンテナ航路は週約175便。海上輸送日数は最短で1日程度。

・冷凍冷蔵食品の一人当たりの市場規模がアジア域内では比較的高く、コールドチェーンの整備が進んでいる（特に、釜山港は韓国国内の冷凍冷蔵倉庫の一大集積地）。

5. 関税

・自国で生産している農林水産物と競合する品目の関税率が高い。

（例）牛肉30%、リンゴ45%、ホタテ20% など

・他の品目は、水産物10～28%、調味料・清涼飲料水8%、日本酒15%など

※ 日韓EPA交渉は2004年以降中断。

2013年より日中韓FTA、RCEPの枠組みで交渉中。

輸出拡大に向けた基本的な方向性

- 韓国は、動植物検疫や放射性物質規制などの輸入規制が多いものの、日本からの距離が近く、訪日旅行客も多く、日本食が人気であることなどから、日本製品の輸出を増やすことは可能と考えられる。
- 韓国向けの輸出については、
 - ・輸出可能な品目について、訪日旅行客へのお土産販売を行いつつ、その結果も利用して販路拡大を進める。
 - ・現在輸出できない品目について、動植物検疫や放射性物質規制などの輸入規制の撤廃に全力で取り組み、輸出可能な品目を増やしていく。
- 韓国では日本食は十分定着しているが、小売を通じた家庭用での日本製品の利用はまだ限られていることなどから、バイヤーの日本招へいや訪日旅行客への働きかけなど様々なルートを通じて、日本食材の安全性や現状では日本から輸出できない品目のPRなどを行い、じっくりと日本料理や日本食材の浸透を進めていく。

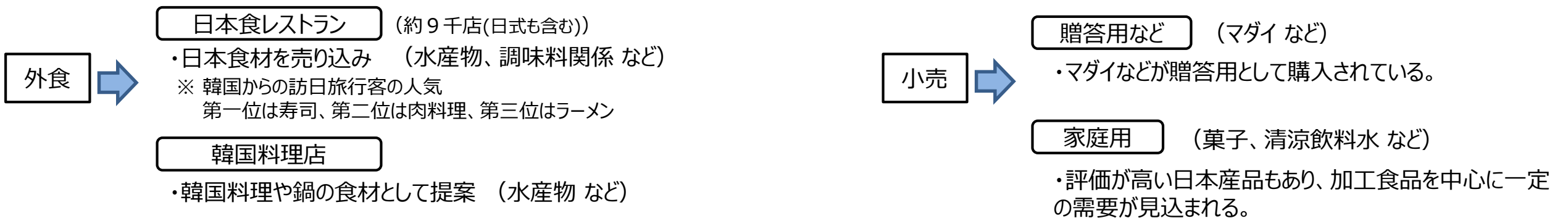
重点品目

- ・水産物全般（ホタテ、ブリ、マダイ、ホヤ、すけとうだら など）
- ・牛肉【検疫協議が必要】、鶏卵【検疫協議が必要】
- ・菓子、清涼飲料水、調味料
- ・アルコール飲料
- ・林産物（ヒノキ）

輸出拡大に向けた主なターゲット

● 韓国では日本食レストランが多く、日本製品も人気がある。ただし、輸出のために動植物検疫協議が必要な品目が多く、関税率が高いことなどから、輸出が可能な水産物や加工食品の外食向けへの輸出が中心となる。小売向けは、日系小売の進出も少ないため、現地小売への販路開拓が必要。

（参考）好きな外国料理の1位が日本料理。好きな日本製品は菓子、ビールのほか、水産物や味噌も人気。【2013年、ジェトロ調査】



輸出拡大に向けた主な取組み

ニーズの把握、需要の掘り起こし

<見本市・商談会>

- KOREA FOOD EXPOなどの見本市への出展希望者を支援する。【経産、農水、財務】
- 日本で開催される見本市（FOODEX JAPANなど）などへのバイヤーの招へいなども行いつつ、日韓両国において小規模な商談会やセミナー等を実施する。【経産、農水、財務】

<日本文化関連のイベント>

- 日韓交流おまつりなどの交流イベントにおいて、日本食・日本食品のPRを実施する。【外務、農水、財務、経産、観光】

<消費者への情報発信>

- SNSなどのツールを利用し、韓国向けに日本食、日本食材に関する情報の発信を進める。【農水、財務、観光、外務、経産】

<訪日旅行客>

- ビジットジャパン事業と連携し、韓国からの訪日旅行客等に対して日本食・日本食材の魅力（放射性物質関係の不安を払しょくしていくため、農林水産物・食品の安全性に関するPRも含め）の紹介を進める。【観光、農水、財務】
- 韓国からの訪日旅行客向けに、日本・現地の旅行会社における、現在輸出できない品目を含んだ多様な日本食材を満喫できるツアー、食関連の産業観光や農村ツーリズムなど日本の食に関する旅行商品の提供を促進するとともに、ビジットジャパン事業と連携し、日本食・日本食材の魅力を海外に発信する。【観光、農水、財務、民間】

<日本食材の現地料理での利用方法>

- 国内外の韓国料理の専門家を活用しつつ日本食材の韓国料理での利用方法を研究し、利用方法の紹介を進める。【農水、民間】

販路開拓、供給面の対応

<バイヤー等の情報提供、マッチング>

- 日本食レストラン等への販売の状況や現地バイヤーの情報等について幅広く情報提供を行うとともに、現地バイヤーの紹介・マッチングの取組みを進める。【経産、外務、財務】

<小売>

- 安定供給・価格競争力の強化の取組みを進め、現地小売等での日本産品の取扱いを増やす。【民間、農水、経産】

<外食>

- 高級な日本食レストランに対しては、水産物を中心としてビジネスのネタになるようなストーリー性をもって高級食材の輸出・販売を進め、日本ブランドの維持・向上を図る。【民間、農水、経産】

<お土産対応>

- 日本産品のお土産需要の拡大を図るため、韓国からの旅行客が多い羽田空港、福岡空港、博多港などでの販売・PRの取組みを進める。【民間、農水、財務、国交、観光】

<ネット通販>

- ネット通販の実施状況等を生産者に情報提供し、流通マージンを削減した日本産品の販売の取組みを進める。【民間、農水、経産】

輸出拡大に向けた主な品目の取組み

<牛肉>

〔方向性〕現地では焼肉で多様な部位を食しており、輸出が解禁されれば、モモ肉、バラ肉等の輸出が見込まれることから、輸出解禁に向けた働きかけを引き続き実施するとともに、輸入解禁後に向けて取組みを進める。

● 現在輸出できない和牛を満喫できるツアーなど、訪日旅行客向けの旅行商品の提供を進める。【民間、農水、観光】

● バイヤーの日本への招へいなども行いつつ、事業等と連携しつつ、インフルエンサー訪日の機会にセミナーを実施し和牛の認知度向上を図る等により、輸出解禁に向けた取組みを進める。【民間、農水】

<鶏卵>

〔方向性〕韓国は日本からの距離が近く、船便で輸出できる日本産の鶏卵は価格競争力があり、また、韓国では近年鳥インフルエンザが頻発しているため、海外産鶏卵への潜在的な需要が見込まれることから、輸出解禁に向けた働きかけを引き続き実施するとともに、小売・外食での日常的な消費を目指し、輸入解禁後に向けて、取組みを進める。

● 訪日旅行客に対しホテルの朝食等で日本産鶏卵を食べる機会をとらえて日本産鶏卵のおいしさや安全性についてPRを行う。【民間、農水、観光】

<水産物>

〔方向性〕日本からの距離が近く、日本食レストランも多いことから、日本の水産物の安全性のPRを進めるとともに、外食向けに日本の多様な魚種の紹介を進め、活・生鮮での輸出を増やしていく。

● 日本で開催される水産の見本市（ジャパン・インターナショナル・シーフードショーなど）などへのバイヤーの招へいなども行いつつ、日韓両国において外食関係者等を対象としたセミナー等を実施する。【経産、農水】

● 訪日旅行客向けに多様な日本の水産物を満喫できるツアーや卸売市場などの水産の現場の見学も含むツアーなどの提供を日本・現地の旅行会社と進める。【民間、農水、観光】

● 卸売市場を通じた輸出などにより、季節に応じた多様な魚種の周年供給の取組みを進める。【民間】

<日本酒>

〔方向性〕近年日本式居酒屋の人気の上昇していることなどから、若年層へのPRを行い日本酒の認知度向上を図るとともに、日本式のレストランや居酒屋を中心に日本酒の販路開拓を進め、輸出拡大を目指していく。

● 富裕層・中間層に加え、若年層もターゲットとし、日本酒の需要拡大に向けたPRを実施する。【民間、財務、農水】

<林産物>

〔方向性〕ヒノキに対する人気が高いことから、戸建て住宅やマンション内装などヒノキの特質を活かした製品開発や販売促進を進め、さらに需要の拡大を図るとともに、スギなどの日本産木材についてもPRを進め、認知度の向上・輸出拡大を目指す。

● 見本市（Kyung Hyang Housing）への出展、商談会、セミナー、バイヤー招へいなど行い、ヒノキなどの内装材の利用拡大を進めるとともに、スギなどの日本産木材のPRを行う。【農水、経産、民間】

輸入規制に関する主な取組み

海外当局への働きかけ

- <動物検疫関係>
 - ・牛肉、豚肉及び鶏卵の輸出解禁に向けた働きかけを引き続き実施。
- <植物検疫関係>
 - ・りんご及びなしの輸出解禁に向けた働きかけを引き続き実施。
- <放射性物質関係>
 - ・規制措置の撤廃に向けた働きかけ等を引き続き実施。

理解の促進・適合に向けた取組みの実施

- <鯉節>
 - ・基準値の適合（低減化、濃度測定）に取り組む水産加工業者等を支援。
- <加工処理施設の事前登録>
 - ・国内事業者に対し規制に関する情報提供を実施。