

施策関係資料集

目次

I 民間の意欲的な取組みを支援する

1. 市場を知る、市場を耕す（ニーズの把握、需要の掘り起し）

(1) 現地のニーズを継続して把握し、情報をまとめて、提供する

- ・情報を一元的に集約・提供する体制の整備・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1

(2) プロモーションを統一的、戦略的に行う

- ・プロモーションを統一的、戦略的に実施するための体制の整備・・・・・・・・・・・・ 2
- ・イベントカレンダーの運用方針・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
- ・プロモーションデザインの統一・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4

(3) 多様な方法でプロモーションを行う

- ・在外公館を活用したプロモーション活動の多様化・充実化・・・・・・・・・・・・・・ 5
- ・日本食普及の親善大使・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6
- ・日本酒の専門的知識を持つ人材の育成・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 7
- ・SOPEXAとJETROとの連携によるプロモーション・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8
- ・海外メディア等を活用した日本産品や日本食・食文化の発信・・・・・・・・・・・・ 9

(4) 日本文化・食文化と一体として、売り込む

- ・日本文化・食文化と一体化した拠点設置の推進・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 10
- ・食文化や伝統工芸品の日本文化と食材をセットにしたイベントの実施・・・・・・・・ 11

(5) インバウンドを輸出に結び付ける

- ・「食」や「農」をテーマにした旅行商品の開発・販売・・・・・・・・・・・・・・ 12
- ・「食と農の景勝地」認定制度と「農泊」の推進・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 13
- ・「ジャパン・ハーヴェスト」(平成28年11月・東京)の開催・・・・・・・・・・・・・・ 14
- ・外国人向け観光案内所や道の駅を活用した日本産品の販売・PRの促進・・・・・・・・ 15
- ・国際空港における日本産品の販売・PRの推進・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 16
- ・クルーズ旅客を対象とした販売・PR・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 17
- ・訪日観光客が動植物検疫を経てスムーズに農畜産物をお土産として持ち帰る仕組みの構築・・・ 18
- ・ビジット・ジャパン事業を通じた日本産品や日本食・食文化等の発信・・・・・・・・ 19

2. 生産者を、海外につなぐ（販路開拓、供給面の対応）

(1) 輸出についての相談をしやすくする

- ・相談・アドバイス体制の強化・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 20
- （参考）専門家による輸出に関する支援・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 21
- ・輸出に関する研修会・セミナー等の充実・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 22

(2) 農林漁業者や食品事業者と貿易のプロを結びつける

- ・海外バイヤー招へい事業の拡充・改善・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 23
- ・商談会・見本市に参加する出店者へのサポートの拡充・改善・・・・・・・・・・・・ 24
- ・海外のバイヤー等のリスト拡充、輸出に取り組む事業者や商品のリスト化・・・・ 25
- ・「FCP展示会・商談会シート」の活用による商品の紹介・・・・・・・・・・・・・・ 26

(3) 様々な販売ルート、販売手法を提案する

・「日本産食材サポーター認定制度」と「日本料理調理技能認定制度」	27
・日系コンビニ等における日本の食材・食品の試験販売	28
・海外における産直市場の設置・運営の支援	29
（参考）農林漁業成長産業化ファンドによる輸出支援事例	30
（構想）海外への産直市場の設置・JAグループの取組	31
・ネットを活用した宅配・予約販売方式による輸出モデル（シンガポール）〔民間〕	32
・ネットを活用した宅配・予約販売方式による輸出モデル（香港）〔民間〕	33

(4) 代金決済の不安を取り除く

・農水食品分野での貿易保険の利用拡大	34
--------------------	----

(5) 海外ニーズにマッチして、生産する

・リレー出荷・周年供給体制の整備	35
・輸出先国のニーズに対応した新品種の開発・導入の推進	36
・省力化・収量増・コスト低減につながる新しい栽培技術の開発・導入の推進	36
・ロボット技術やICT等の先端技術を応用した技術開発の推進	37

(6) 海外輸入規制に適合して、生産する

・輸出先国の動植物検疫条件等に対応するための栽培方法や加工技術の確立・導入	38
・輸出先国の残留農薬基準をクリアするための防除体系の確立・導入の推進	39
・輸出先国の規制に対応するための産地サポート体制の整備	40
・HACCP、ハラールなど輸出先国が求める食肉処理施設の整備	41

3. 生産物を海外に運ぶ、海外で売る（物流）

・農水産品の輸出拡大に向けた物流面での取組の方向	42
--------------------------	----

(1) 安く運ぶ

・改正物流総合効率化法の活用による共同輸送等を通じた出荷単位の大口化	43
・航空輸送に係るコストの低減	44
・生鮮品の低コスト・大量輸送を可能とする鮮度保持輸送技術の普及・開発	45
・生鮮品の低コスト・大量輸送を可能とする鮮度保持輸送技術の普及①	46
・生鮮品の低コスト・大量輸送を可能とする鮮度保持輸送技術の普及②	47
・生鮮品の低コスト・大量輸送を可能とする鮮度保持輸送技術の普及③	48

(2) より多く、品質を守って、運ぶ

・輸出拠点周辺の冷蔵倉庫等の整備促進①	49
・輸出拠点周辺の冷蔵倉庫等の整備促進②	50
・輸出拠点周辺の冷蔵倉庫等の整備促進③	51
・成田空港及び那覇空港の貨物エリア等の整備・拡大	52
・那覇空港の農産物輸出拠点化について	53
・港湾におけるリーファーコンテナ輸出環境の向上	54
・日本企業による海外コールドチェーン事業への参入	55
・クール宅配システム等の国際標準化の推進に向けた取組の促進	56

(3) 中小事業者が売りやすくする	
・卸売市場の輸出拠点化	57
・官民ファンドを活用したジャパンモールの設置・運営の支援	58
4. 輸出の手間を省く、障壁を下げる（輸出環境の整備）	
(1) 輸出手続の手間を省く	
・各種輸出関連証明書の発行手続きの利便性の向上	59
（参考）NACCSによるシングルウィンドウ化の推進の状況	60
・衛生証明書関係の発行手続きの簡素化・迅速化	61
・動植物検疫業務の柔軟な対応	62
(2) 輸出の障壁を下げる	
・動植物検疫体制の強化	63
・家畜疫病発生時の畜産物輸出の即時全面ストップ回避	64
・海外での日本の既存添加物の登録に向けた安全性試験等の実施	65
・輸出先国との残留農薬基準設定の調和	66
(3) 国際規格をとる	
・国際的な認証取得の推進	67
（参考）認証の現状	68
(4) 本物を守る	
・海外における日本の地理的表示（GI）の保護	69
（参考）農林水産物・食品等の地理的表示保護制度	70
・アジアを中心としたUPOV91年条約への加盟の働きかけ	71
・農林水産分野の海外展開における知財保護の支援強化	72
(5) イスラム市場に打って出る	
・ハラール認証取得の推進	73
5. 戦略を確実に実行する（推進体制）	
・輸出戦略の確実な実行のための推進体制	74
（参考）	
・農林水産業の輸出力強化ワーキンググループにおける検討状況	75
・農林水産業の輸出力強化タスクフォースにおける国・地域別戦略等の検討状況	76
・農林水産業の輸出力強化タスクフォースで意見を聴取した有識者一覧	77

情報を一元的に集約・提供する体制の整備

- 関係省庁、関係団体が収集した輸出に関する情報をJETROに一元的に集約し、WEBやメルマガ等で提供。

【集約する情報】

○ ニーズなどの継続的な情報収集

- ・現地の輸入に関する制度、公館のイベント等で供された日本食に対する反応などの情報(在外公館の「日本企業支援担当官(食産業担当)」)
- ・現地の食生活に関する一般情報、インスタショップでの販売状況、展示会・商談会等での反応や成約状況などの情報、プロモーション活用やバイヤー招聘などの成功事例、失敗事例を評価・分析した情報(JETRO)
- ・より詳細な分析を実施した輸出統計(農林水産省)
- ・訪日外国人旅行者の消費動向、ニーズなどの情報(観光庁・JNTO(日本政府観光局))

○ 海外に発信する情報

- ・和食など紹介(農林水産省他)
- ・レシピの紹介(農林水産省、民間事業者他)

【利用者への提供】

○ 相談窓口(JETRO、農林水産省)

- ・相談窓口の連絡先などを記載したパンフレットの作成・配布
- ・農林漁業者や食品事業者に対する出張説明
- ・相談内容に応じた適切なアドバイス

○ WEB

- ・JETROのHP上に、集約した情報を掲載
- ・関係省庁や品目別輸出団体のHP

○メルマガ

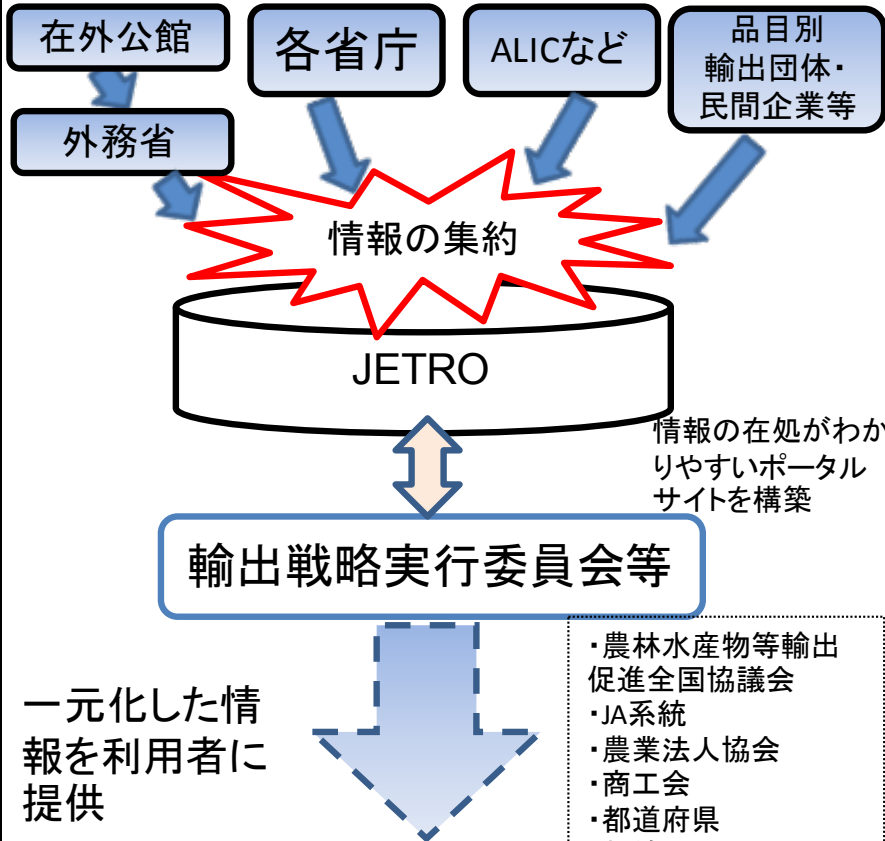
- ・農林水産省の「農林水産物等輸出促進メールマガジン(登録数:約1万件)」

○セミナー・説明会

- ・JETROのHP(集約した情報の掲載ページ)を紹介

○その他

- ・農林水産物等輸出促進全国協議会、JA系統、農業法人協会、商工会、都道府県等を通じて周知
- ・農水省/JETROの輸出相談窓口で情報案内



一元化した情報を利用者に提供

【利用者】

(国内輸出関係者)

- ・品目別輸出団体
- ・生産者、卸売事業者等の輸出に取り組む事業者
- ・行政

(海外)

- ・バイヤー、レストラン関係者等

1 - (2) プロモーションを統一的、戦略的に行う

プロモーションを統一的、戦略的に実施するための体制の整備

- 輸出戦略の「参謀」として、輸出戦略実行委員会の下に「企画戦略会議」を設置。プロモーションの企画・実行は、JETROの機能を最大限活用しつつ、官民一体となって統一的、戦略的に推進。

農林水産物等輸出促進全国協議会

農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略 (平成25年8月策定)

Cool Japan
戦略

Visit Japan
戦略

司令塔

輸出戦略実行委員会 (平成26年6月設立)

構成: 品目別輸出団体(コメ・コメ加工品、青果物、畜産物、茶、花き、林産物、水産物)、全国知事会、日本貿易会、JETRO、食品産業セクター、全農、全中、関係省庁(農水、外務、財務、厚労、経産、国交、観光、知財事務局)など
目的: 輸出戦略に基づき、**オールジャパンでの輸出拡大に取り組む**

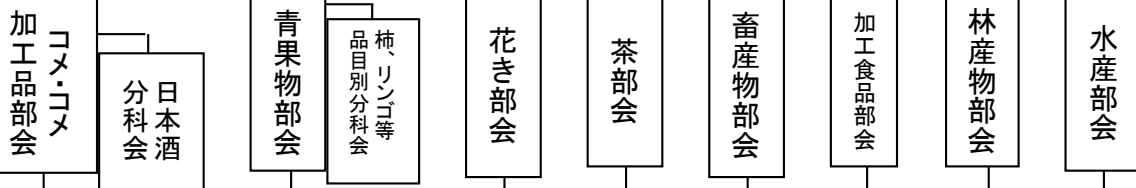
企画戦略会議

民間有識者の参画

「国・地域別イベントカレンダー」の作成、プロモーションデザインの統一、リレー出荷・産地間連携の企画・検証などに取り組む。

品目部会

各品目毎に輸出商社等の専門家も含めた議論の場を設置し、取組を検証し、新たな方針を作成。



品目ごとの輸出団体

【取組】 産地間連携の推進、市場調査、見本市、商談会への参加、ジャパンブランド確立、オールジャパンでの日本産品PR 等

テーマ別部会

品目横断的な主要テーマについて、輸出を促進／障害を除去するための方策を議論。

物流部会

卸売市場部会

輸出環境課題部会

既存添加物分科会

畜肉エキス分科会

米
国
食
品
安
全
強
化
法
部
会

ハ
ラ
ー
ル
部
会

地方ブロック意見交換会

地域ごとの課題を聴取。輸出戦略、産地間連携の取組みを説明し、意見交換。

メンバーの見直し
(内閣官房、商工、金融、貿易...)

現地における輸出戦略の実行体制(在外公館、JETRO、協議会...)

国内

現地

農林水産省等と一体となって支援

JETRO

本部(東京・大阪)
国内43貿易情報センター

- ・相談対応＝情報のワンストップサービス (平成27年4月～平成28年3月末の相談窓口実績11,757件)
- ・輸出事業セミナーの開催 (商談スキルセミナー、海外マーケットセミナー等)
- ・国内商談会の開催
- ・専門家によるサポート(個別企業支援) 等

海外事務所
54カ国、73事務所

- ・海外商談会の開催
- ・海外見本市への出展
- ・海外プロモーターによるサポート(商談、マッチング、バイヤー発掘 等)
- ・市場調査 等

イベントカレンダーの運用方針（イメージ）

- 1年以上先のイベント情報を盛り込んだ「国・地域別イベントカレンダー」を作成。フェアの重複を排除し、連携を図る。
- オールジャパンによる効果的なプロモーションを行うことで、イベント参加者の裾野を広げるとともに、出展者の掘り起こしを目指す。

食関連イベント、商談会の企画案の集約

〔遅くとも1年前からの企画段階から集約〕

企画戦略会議

→効果的なプロモーション実施計画となるかどうかを精査

- ※①個々のイベントが、国別・地域別輸出戦略と整合しているか、足りない内容はないか
- ②イベント同士の重複はないか、統合することで効果的とならないか
- ③同時に実施することが効果的なプロモーションはないか

等の視点でチェックし、効果的なプロモーション戦略へ仕立てる。

公表

イベントカレンダー（イメージ）

【A国】

平成28年5月

- 3～5日：○×見本市 申込受付中
- 3日：セミナー（品目団体） 申込受付中
- 4日：観光イベント（JNTO） 申込受付中
- ※期間中はメディアによるPR実施

平成28年6月

○日：○○○○○○○
：

平成28年7月

：

個別のイベント予告

【○×見本市】

- 会期：5月3～5日
- 場所：△イベントホール
- 出展ブース数：30
- ※申込締切：平成○○年○月○日
- デモ設備：有り
- ・イベントスペース
- ・150米ドル/1h(60平米)
- ・スクリーン、音響、調理機器あり 等

※公表後も個々の内容について随時更新

※国別、時期別、ジャンル別、対象者別、応募可否別で検索可能とする。

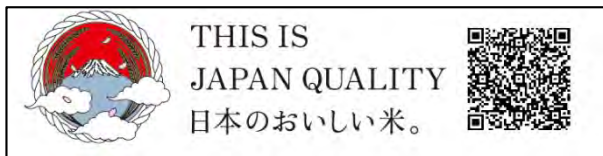
プロモーションデザインの統一

- 共通ロゴマーク(おいしいマーク、品目別ブランドマーク)のイベント・パンフレット等での統一使用や見本市等における統一的デザインでのブース設置の取組を推進。

共通ロゴマークの使用・普及



輸出促進
ロゴマーク
(おいしいマーク)



(コメ・コメ加工品)



(果実)



(牛肉)



(豚肉)



(鶏肉)



(鶏卵)



(水産物)

品目別ブランドマーク

統一的デザインによるブース設置



14 PAVILION IMAGE

<ジャパン・パビリオン>

「ジャパンブランド」を前面に押し出し、効果的なプロモーションを実施

在外公館を活用したプロモーション活動の多様化・充実化

○在外公館における日本食プロモーション活動の多様化・充実化。

在外公館における日本食関連のイベント・レセプションについて、以下の点を考慮しながら、より多様かつ充実したイベント・レセプションを開催していく。

・政府の「輸出力強化戦略」を踏まえ、現地事情に通じた日本企業支援担当官(食産業担当(54の国・地域、58在外公館等に設置))が創意工夫を発揮し、多様なコンセプト・種類のイベント・レセプションを企画。日本食・食文化一体となった発信も意識。

・在外公館の構築した人的ネットワークを活用し、イベント・レセプションのコンセプトに応じた多様な関係者(現地で影響力を有する政財界関係者、現地シェフを含むレストラン関係者など)を招待。

【具体例】

公邸料理人が山椒、塩麴、酒粕、ユズ等、和食特有の食材を活用したフレンチ・フュージョン料理、炙り寿司等の日本食、日本酒を現地有名レストランのシェフ、グルメジャーナリスト等に紹介。ブリティッシュ・コロンビア州日本酒協会との共催。
(在バンクーバー総領事公邸)



鹿児島県商工会連合会との共催で奄美の黒糖焼酎を紹介するレセプションを開催。写真は「黒糖焼酎アンバサダー」による黒糖焼酎カクテルの実演。鹿児島県商工会連合会がレセプションに加え現地で商談会等を実施した結果、8歳元の輸出が決定。
(在ドイツ大使公邸)



日本食普及の親善大使の活用

○ 海外の日本食レストラン等に対するアドバイスを行う日本料理関係者等を「日本食普及の親善大使」として任命し(平成28年2月時点で海外在住者13名を含む34名)、日本食・食文化をより広く普及。

平成27年2月任命

【特別親善大使】

- 檀れい
女優(松竹エンターテイメント所属)

【親善大使】(国内)

- 梅崎正利
元・春日ホテル総料理長
(一社)奈良県日本調理技能士会会長
- 片田勝紀
割烹旅館春日楼代表
(一社)全国日本調理技能士会連合会会長
- 風戸正義
さかえ寿司代表
(一社)国際すし知識認証協会代表理事
- 神田川俊郎
新日本料理神田川店主
全日本調理師協会名誉会長
- 木浦信敏
なだ万代表取締役社長
(一社)全国日本調理技能士会連合会理事長
- 田村隆
日本料理「つきぢ田村」三代目
(公社)日本料理研究会師範
- 長島博
元・築地本願寺「紫水」料理長
(一社)全国日本調理技能士会連合会専務理事
- 村田吉弘
菊乃井主人
(特非)日本料理アカデミー理事長
- 山縣正
都寿司店主
全国すし商生活衛生同業組合連合会会長
- 熊倉功夫
静岡文化芸術大学長
- 辻芳樹
(学)辻料理学館辻調理師専門学校理事長・校長
辻調グループ代表
- 服部幸應
(学)服部学園服部栄養専門学校理事長・校長
(公社)全国調理師養成施設協会会長
- 三宅洋子
公益社団法人日本料理研究会会長

平成28年2月任命

【親善大使】(国内)

- 麻生繁
(一社)京都府日本調理技能士会事務局長
京料理花かがみ主人
- 大田忠道
兵庫県日本調理技能士会会長
- 小島弘太郎
(公社)日本料理研究会副会長
(有)甲州屋調理士紹介所代表取締役
- 加藤達雄
(株)ガーデンコートクラブKATO'S 顧問
- 栗栖正博
(一社)全日本・食学会理事
京料理たん熊北店主
- 嶋宮勤
全国すし商生活衛生同業組合連合会国際
渉外委員長
(株)すし善代表取締役
- 高橋拓児
(株)木乃婦代表取締役社長
- 中村昌次
(学)後藤学園武蔵野調理師専門学校理事

【親善大使】(海外)

<米国>

- 末次毅行
シアトル日本料理協会会長、BISTRO
SATSUMA店長
- デービッド・ブーレイ
Bouley オーナーシェフ、Brushstroke 共同
オーナー
- 松久信幸
レストランMatsuhisa オーナー
Nobu 経営者

<カナダ>

- 木村重男
Ginko(銀杏) Restaurant オーナーシェフ
- 東條英員
Tojo's Restaurant オーナーシェフ

<英国>

- 石井義典
日本食レストランUMU 総料理長

<デンマーク>

- オーレ・モウリットセン
南デンマーク大学教授(生物物理学)

<フランス>

- 奥田透
パリ奥田、銀座小十及び銀座奥田店主

<スペイン>

- ロジャー・オルトウーニョ・フラメリッチ
日本料理専門サイト「Comer Japones.com」創設者
バルセロナ「サロン・デル・マンガ」日本食部門全体
監修者

<アルゼンチン>

- 大野剛浩
TEA CONNECTION&GREEN EAT グループ総料理長

<ブラジル>

- 小池信也
和食レストラン「藍染」「酒蔵阿咩」オーナー兼シェフ

<オーストラリア>

- アダム・リャオ
フード・パーソナリティ、作家、プレゼンター
- 出倉秀男
料理研究家、Culinary Studio Dekura 代表

日本酒の専門的知識を持つ人材の育成

WSET (Wine and Spirits Education Trust) など海外の酒類教育機関等と連携し、日本酒等の専門的知識を持つ人材の育成に取り組む

海外の酒類教育機関等

(例) WSET



- ロンドンに本部を置く世界最大のワイン・蒸留酒の教育機関

※ 認定試験を実施し始めて40年以上の歴史を持ち、認定試験受験者は世界62カ国で年間56,000名に達する。

- 世界の食品業界、レストラン業界などに対して強い影響力
- 平成26年8月から日本酒講座を開講

情報発信が期待できる者を日本へ招聘し、研修を実施

【日本酒プログラム等の提供】

- (独)酒類総合研究所における講習 (日本酒の製造方法、官能評価実習等)
- 酒蔵の視察 (製造方針、製造方法、地域との関係性等)



日本酒等の専門的知識を持つ人材を育成し、多様な人的ネットワークを活用することにより、情報発信力を高める

SOPEXA等とJETROとの連携によるプロモーション

○ジャパンブランドとして一体的に売り込むべく、海外食品のプロモーションで実績・ネットワークを持つ機関(SOPEXA等)とJETROとの連携を通じた、新たなノウハウ・ネットワークを導入したプロモーションの実施。

JETRO

農林水産事業者、食品メーカー、
品目別輸出団体等の輸出支援

SOPEXA等

海外の食品専門プロモーション機関

プロモーション活動の連携(案)

○以下のような連携が可能か、SOPEXAと協議しているところ。

ウェブサイトを通じた発信

- 日本の農林水産物・食品の紹介や日本食文化・歴史、レシピ、各国の日本産食材取扱業者等の情報を、ウェブサイトを通じ、各国バイヤー等に対して複数言語で発信。

ジャパン・フード・フェア

- JETROや自治体等によるモデル的なオールジャパンの農林水産物・食品プロモーション・イベントを開催。

産地間連携プロモーション

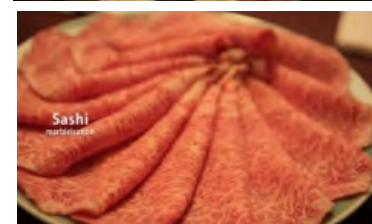
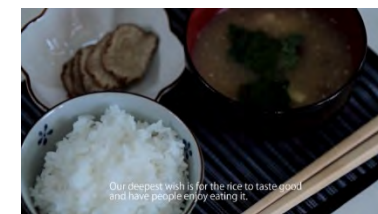
- 日本の産地間が連携したモデル的なプロモーション活動をターゲット国・地域において試行的に実施。

海外メディア等を活用した日本産品や日本食・食文化の発信

- 海外メディア等を活用し、CMや放送コンテンツ等を通じて日本産品及び日本食・食文化を発信。

■ 海外メディア等を活用した日本食・食文化の魅力発信

- 輸出重点品目を中心とする日本産品の魅力を訴求するCMの制作・放送
- 日本産品や日本食文化の魅力を訴求するドキュメンタリーやアニメ番組等の制作・放送、ポータルサイトの充実
- 上記放送に合わせて、海外の食関係者、メディア関係者を対象に、日本産品の魅力を訴求する食文化普及イベント等を展開



- 農林水産省が制作する日本食・食文化等の魅力を紹介するCMや放送コンテンツを、総務省と連携し発信
- 海外メディアやポータルサイトを活用した日本食・食文化等の魅力発信と、輸出戦略に沿った日本食普及イベントとの連携により相乗効果の強化
- クールジャパン関係府省等と連携し、各種イベントに海外メディア関係者を招待し、日本産品の放送コンテンツの放映などでPRを展開

日本文化・食文化と一体化した拠点設置の推進

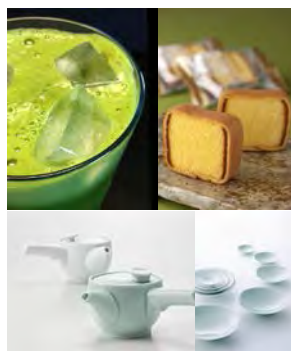
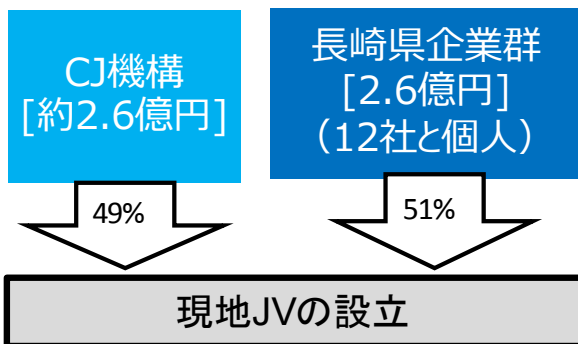
- 海外主要都市において、レストラン、販売スペース、展示スペースなど、日本食や食文化等を発信する機能を持つ施設の設置・運営の支援等。

お茶カフェ

(米国ロサンゼルス: 本年6月オープン予定)

- 米国で約30年間の日本茶ビジネスの実績があるM AEDA-EN USAの親会社(株)マエタクと**長崎県の企業が中心となり地域コンソーシアム**を組成。
- 米国で「**日本茶カフェ**」を展開し、長崎県の波佐見焼等の茶器の活用やサイドメニューとしてのお菓子の展開、更には地域産品のお皿や雑貨を提供するなど、**長崎県をはじめとする地域名品の販売プラットフォーム**を構築。
- 健康志向からくる緑茶を中心とする**米国のお茶ブーム**を活用して**日本茶を発信**するとともに、**地域産品を販売して「日本のライフスタイル」を提案する地方創生モデル**を構築する。

<総事業費 5.2億円>

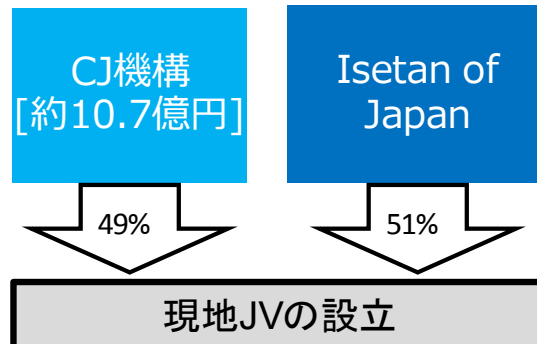


ジャパンモール

(マレーシア: 本年10月部分オープン予定)

- クアラルンプール最大の繁華街で、三越伊勢丹の既存拠点(約1万㎡)を**ASEAN初の全館クールジャパン仕様に刷新**。
※海外における一般的な日系百貨店の日本商材の比率は5~10%程度
- **ショールームや体験スペース**等を通して、**ファッションから食、美容、健康まで日本の最先端のライフスタイル**を発信。**地域・中小企業の海外展開の足がかり**とする。
- 同国で**ハラール対応等のノウハウ**を蓄積し、**イスラム圏進出の足掛かり**とする。

<総事業費 約20億円>



全館クールジャパンの挑戦
「提供元: 三越伊勢丹」

食文化や伝統工芸品等の日本文化と食材をセットにしたイベントの実施

- 和食等の食文化や食器等の伝統工芸品、コンテンツ(マンガ・アニメ等)等の日本文化と食材をセットにしたイベントを実施。一体となって売り込んでいく。

和食等の食文化



伝統工芸品、調理器具



日本文化(伝統文化・アニメ等)



人気アニメとも
タイアップ

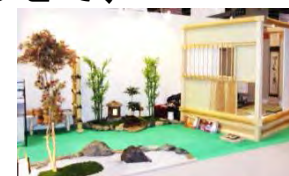
セットにしたイベントを実施

【事例】

- ① 平成27年11月の香港インターナショナル・ワイン&スピリッツ・フェアのジャパンパビリオンにおいて、日本産酒類と酒器(27年は美濃焼酒器)を一体として販売促進。

酒セミナーで酒器を活用した試飲、日本の酒と酒器をひとつの文化としてPRを実施。

- ② 平成26年12月の香港デザイン博覧会で、日本ブースに茶室を展示。茶室の商談会とあわせて、茶、花、いぐさ製品等を紹介。



- ③ 平成26年7月の香港ブックフェア(書籍等の展示イベント)で、人気アニメとコラボ(キャラクターの絵をプリントしたラベルを添付する等)した梅酒を出品し、公表を博す。

食材



「食」や「農」をテーマにした旅行商品の開発・販売

○ 日本の食や農業体験、美しい農山漁村の景観などを活かした旅行商品の開発・販売。

広域観光周遊ルート

○ 広域観光周遊ルートにおいて、食・農業体験・農山漁村風景等をコンテンツとした訪日外国人に訴求力のあるモデルコースを28年度に創出。

【支援内容】

以下の取組に対して支援

- ・地域の食の魅力に関するファムトリップの開催等、海外に向けた情報発信
- ・農林漁業体験プログラムの開発
- ・日本食の魅力を含む観光パンフレット作成等の外国人受入環境の整備 等



地域ならではの食を堪能



美しい農村の景観

観光地魅力創造事業

○ 食・農業体験・農山漁村風景などの地域観光資源を磨き上げ、それを活かした着地型旅行商品づくりを推進。

【支援内容】

以下の取組を一体的に支援

- ・事業計画策定やマーケティング
- ・食や農業体験等を活かした滞在コンテンツの充実
- ・受入環境整備やICTの活用
- ・交通アクセスの円滑化



国立公園の利活用



二次交通の充実

テーマ別観光による地方誘客事業

○ 酒蔵ツーリズム等の特定の観光資源をテーマに取り組んでいる地域をネットワーク化し、新たな観光マーケットを創出するとともに、地方への誘客を推進。

【支援内容】

- ・ネットワークを構築するための地域連携協議会の設立
- ・マーケティング実施、共通パンフレット作成、共同サイト開設等の連携した取り組み
- ・シンポジウム開催によるさらなるネットワークの拡大



酒蔵ツーリズム(兵庫県) エコツーリズム(群馬県)



「食と農の景勝地」認定制度と「農泊」の推進

- 「食」をキーコンテンツとしてインバウンド需要を取り込もうとする意欲的な農山漁村を官民挙げて支援し、日本での食体験を通じて、今後の輸出につながる海外のファン増加を図る。
- 日本ならではの伝統的な生活体験と農村地域の人々との交流を楽しむ「農泊」という滞在手段を提供する地域を全国各地の農山漁村地域に創出

「食と農の景勝地」認定制度

- 地域の食とそれに不可欠な農林水産業や特徴のある気候、風土、景観、歴史などの観光資源を活用することで、訪日外国人旅行者をもてなす取組を農林水産大臣が認定し、国が海外広報等で認定地をPRする仕組み
- 平成28年4月に制度を創設し、説明会を開催、6～7月に募集を行い、本年秋頃に第一弾認定



【「食と農の景勝地」となる地域の主な要件】

- ① 地域をとりまとめる実行組織(日本版DMO^注等)
(注) Destination Marketing/Management Organizationの略
- ② 核となるコンテンツとして「地域特有の伝統的な食」とそれを支える「農林水産業」が現存
- ③ 「食」を訪ねて旅行した際に楽しむことができる
- ④ 「食」と関連する地域資源(文化、伝統工芸、景観等)が存在
コンテンツ等について、特有のストーリーで説明が可能

上記のほか、地域の将来ビジョンや目標が設定されていること、景勝地の取組を通じた地域課題の解決、実行組織による取組のフォローアップや人材育成、受入環境整備等を検討

ターゲットに向けた発信

国による支援
(農水省、観光庁等)

「農泊」の推進

- 「農泊」とは、日本ならではの食を含めた伝統的な生活体験や農村地域の人々との交流を楽しむ滞在
- 地域に根ざした人々との交流を楽しむ農家民宿、日本文化を体感できる古民家、長期滞在が可能な廃校を活用した宿泊施設やゲストハウスなど、旅行者のスタイル・ニーズにあった多様な滞在手段を提供

農家民宿



古民家ステイ



廃校活用宿泊施設



ゲストハウス



- 農山漁村の持つ豊かな自然や「食」を観光に活用する取組
- Web等を活用した海外への情報発信

国による支援
(農山漁村振興交付金)

観光客として来訪を見込む国・地域

訪日旅行

日本での食体験を通じた日本産農林水産物・食品のファン増加

「ジャパン・ハーヴェスト」(平成28年11月・東京)の開催

- 「日本と世界の絆を深める」「消費者と生産者の絆を深める」をコンセプトに実施する「食と農林漁業の祭典」の一環として、毎年「ジャパン・ハーヴェスト」を開催。
- 2016年度は、特に、多言語化対応や日本の食文化を楽しめるようなインバウンドの外国人向けコンテンツを強化。

- 日時：2016年11月上旬の土曜日、日曜日(予定)
- 場所：東京都心部(去年は丸の内周辺で開催)

<2016年度実施予定の外国人来場者誘致施策>

外国人ツアー

外国人によるJH内、食の日本代表
食べ歩きツアー



多言語によるPRツール

多言語のパンフレット等を作成し、広く配布。
海外発信を行うPR事業等を活用し、
来日予定の外国人や、日本に関心のある
外国人に広く周知。

日本の食・食文化の紹介

和食をはじめとした日本の食文化や多様な
食材を多言語で紹介。
実食を通じて、来場者が日本の食について
体験する機会を創出。

食と農の景勝地の紹介

来年度認定予定の食と農の景勝地について、
多言語で紹介。
日本各地の訪れるべき食や農の観光名所
を紹介。

<参考：2015年ジャパン・ハーヴェスト実施内容>

(1) 学生参加型イベント

①ご当地！絶品うまいもん甲子園

高校生の考案したメニューを表彰。
当日は、高校生の作る弁当を販売。



②大学生アワード&農林漁業学園

大学生の活動を表彰。
当日は大学生が育てた野菜などを販売。



(2) 日本産品の魅力を発信するイベント

日本を代表する食を販売。

①食の日本代表コラボレーション企画

日本を代表する人々のコラボレーションによる開発料理の出店。

- ・食に精通したタレント
- ・FAN推進パートナー生産者
- ・日本を代表する料理人
- ・キッズ



②食コンテスト受賞者出店企画



③ミラノ万博日本館 凱旋出店



(3) 連携企画

体験型イベントやマルシェなど。

①東京ハーヴェスト

THE HARVESTAR



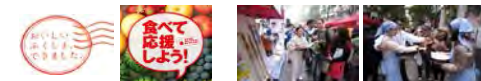
みのりんびっく



ありがとうアート



②東北復興事業との連携



③三菱地所運動企画



④日本の食団体関連コーナー



外国人向け観光案内所や道の駅を活用した日本製品の販売・PRの促進

○「道の駅」における外国人観光案内所の認定を拡大。

現状

- 駐車場やトイレのほか、情報提供・休憩施設や地域振興施設を備え、地域の情報発信や交流の場として活用されている全国各地の「道の駅」のうち、現在**84駅がJNTO(日本政府観光局)の「外国人観光案内所」に認定**されている。
(平成26年度比で約20駅増加)
- 「道の駅」は、地方創生を具体的に実現していくための極めて有力な手段であり、国土交通省では、平成26年度より各省庁と連携して、**地方創生の核となる特に優れた取組を選定し、重点的に応援する取組**を実施。

【インバウンド観光を促進する道の駅の事例:「発酵の里こうざき」(千葉県神崎町)】

- 町の資産である発酵文化(酒、味噌、醤油)を「道の駅」を核として世界に発信
- 圏央道開通で成田空港とアクセス強化され、**ゲートウェイとして機能する「道の駅」**
- 免税店、外国人観光案内所の整備**
- 発酵製品を活かしたオリジナル商品やレストランメニューの開発
- 酵素を活かした発酵足湯の整備



健康を増進する発酵をテーマにした特産品や加工品を展示

今後の取組

- 今後、地域の農産品や特産品等を扱う**「道の駅」の外国人観光案内所認定を拡大**し、訪日外国人旅行者を誘致するとともに、「道の駅」における日本製品の販売を促進する。

国際空港における日本製品の販売・PRの推進

- 国際空港においては日本製品の販売店や日本食レストランがすでに充実しており、今後も訪日外国人観光客に対する販売を推進
- 国際空港におけるキャンペーン等、日本製品のPRについても引き続き推進

日本製品の販売・PR例

◆成田国際空港における日本製品の販売店

- 成田国際空港においては、日本産品(日本茶、和菓子、米菓等)や日本食レストランの販売店が数十店舗展開されている。



AIRPORT MALL



◆ニッポンを飲もう！「日本の酒キャンペーン」

- 我が国の国際空港(成田・羽田・中部・関西)において、外国人旅行者にとって関心の高い「日本の酒」を通じて、我が国の文化やその魅力に触れてもらい、訪日外国人の増加を目指す取組みを平成25年10月に開始。
- 空港の免税エリア内のキャンペーンブースや店舗において、訪日外国人を対象に、日本酒・焼酎の試飲によるPRを実施。その他、お酒の製法や飲み方等のお酒の文化や、外国人が見学可能な酒蔵情報等を紹介。

オープニングセレモニーでの舞妓さんによる振る舞い酒(関西空港)



キャンペーンブースでの試飲の様子(羽田空港)



クルーズ旅客を対象とした日本製品の販売・PR

○ クルーズ船の受入環境やクルーズ旅客への日本製品の販売環境を改善

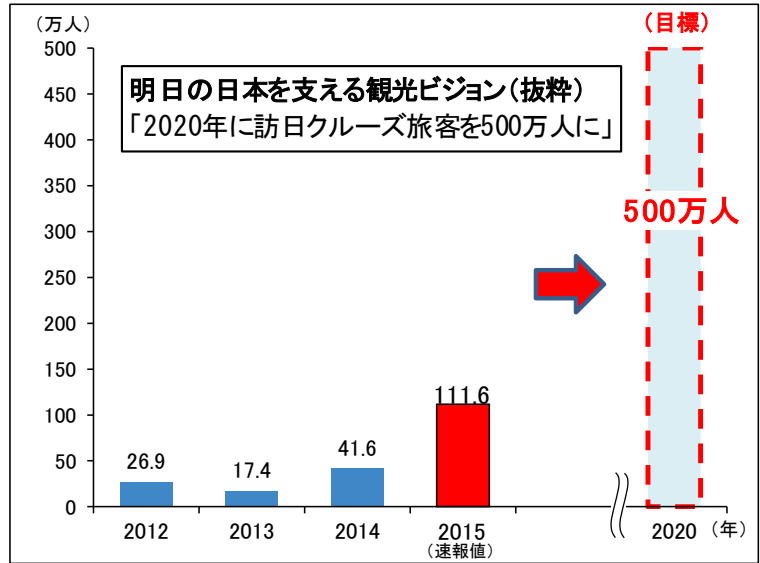
現状・課題

- アジアのクルーズ市場の拡大を地域の活性化及び農林水産物・食品の輸出拡大につなげるため、クルーズ船の受入環境やクルーズ旅客への日本製品の販売環境の改善が必要

今後の取組

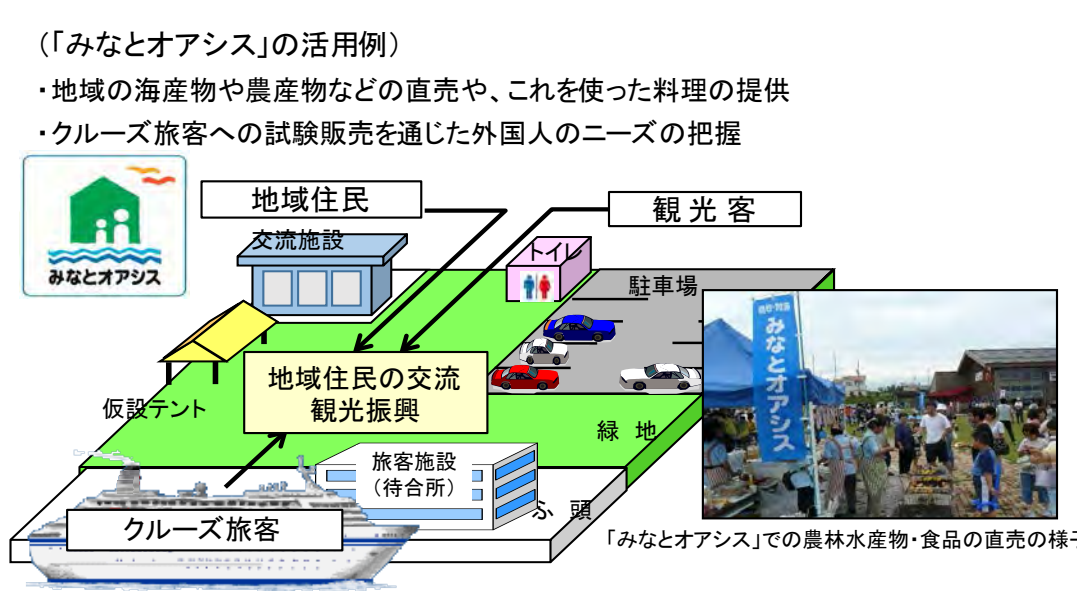
- **クルーズ船の受入環境の改善**
 - ・クルーズ船の寄港増・大型化に対応した受入環境の整備等を推進
- **クルーズ旅客への日本製品の販売環境の改善**
 - ・「みなとオアシス」の活用推進等により、クルーズ旅客による農畜産物や海産物等のお土産としての消費を拡大

クルーズ船による外国人入国者数（概数）



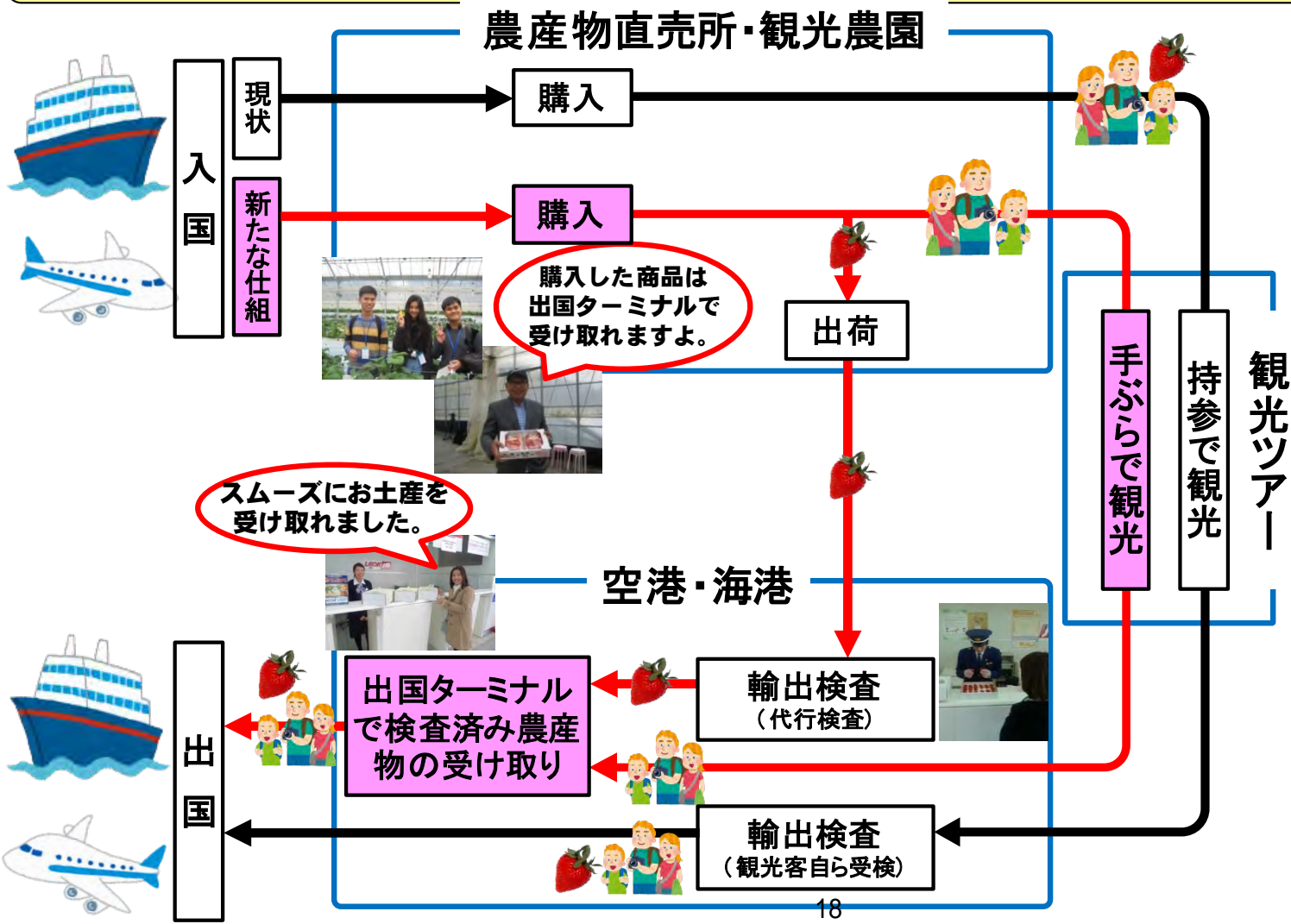
注1) 法務省入国管理局の集計による外国人入国者数で概数(乗員除く)。
注2) 1回のクルーズで複数の港に寄港するクルーズ船の外国人旅客についても、(各港で重複して計上するのではなく)1人の入国として計上している。

みなとオアシスの活用イメージ



訪日観光客が動植物検疫を経てスムーズに農畜産物をお土産として持ち帰る仕組みの構築

- 訪日観光客の農畜産物のお土産としての持ち帰りを促進するためには、動植物検疫に係る手続きの利便性を向上し、持って帰りやすい環境を整備することが必要。
- このため、平成27年度から訪日観光客が直売所や観光農園で購入した農産物を事前に輸出検査を済ませてクルーズ船や飛行機の出発ターミナル等で引き渡す取組や検査済みの畜産物を販売する取組を実施。



畜産物

- 平成28年1月から日本産の畜産物(牛肉、牛肉製品、豚肉及び豚肉製品)を携帯品としてのシンガポールへの持ち込みが解禁。
- 28年度より、畜産物についても動物検疫と連携したモデル販売を実施。
- 28年3月より、(株)人形町今半でもお土産用牛肉を販売開始。

家畜防疫官の簡易証明を添付した今半のすき焼き用牛肉(シンガポール向け)



ビジット・ジャパン事業を通じた日本産品や日本食・食文化等の発信

○輸出促進という観点を取り入れたビジット・ジャパン事業による日本食の需要掘り起こし及び情報発信の強化

現状

- 外国人旅行者が訪日前に期待していることの第1位は、「日本食を食べること」であり、日本食は訪日プロモーションにおいても重要な訴求コンテンツの一つであることから、観光庁は平成26年に農林水産省と「農観連携の推進協定」を締結

調査対象市場	訪日前に期待していたこと（上位5項目）
韓国	①日本食を食べること ②ショッピング ③温泉入浴 ④自然・景勝地観光 ⑤繁華街の街歩き
台湾	①日本食を食べること ②ショッピング ③自然・景勝地観光 ④繁華街の街歩き ⑤温泉入浴
中国	①日本食を食べること ②ショッピング ③自然・景勝地観光 ④繁華街の街歩き ⑤温泉入浴
米国	①日本食を食べること ②自然・景勝地観光 ③ショッピング ④日本の酒を飲むこと(日本酒・焼酎など) ⑤日本の歴史・伝統文化体験
英国	①日本食を食べること ②自然・景勝地観光 ③日本の歴史・伝統文化体験 ④日本の酒を飲むこと(日本酒・焼酎など) ⑤日本の日常生活体験
タイ	①日本食を食べること ②ショッピング ③自然・景勝地観光 ④繁華街の街歩き ⑤温泉入浴
シンガポール	①日本食を食べること ②ショッピング ③自然・景勝地観光 ④繁華街の街歩き ⑤温泉入浴

出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」平成27年の年間値(暦年)

今後の取組

- 輸出促進を強化する品目の情報を踏まえ、ビジット・ジャパン事業において「食」を切り口としたプロモーションを行う際、**各国・地域においてPRすべき日本食を戦略的に選別して発信する**等の取組を進め、日本食需要の掘り起こしにつなげる。



合計約278万のファン(平成26年度実績)を擁するJNTOの多言語Facebookを活用した、地方の食等に関する発信事例
・台湾向けFacebookにおける山形県板そばの紹介 いいね! 2617件

- 平成28年度ビジット・ジャパン事業において以下の「食」に関連した事業を新たに実施する。

- 米国における「食」をテーマとしたイベントへのブース出展

- 東北観光プロモーション事業において、台湾を対象としたグルメ番組を招請



- 「食と農の景勝地」や農家民泊等をビジット・ジャパン事業における情報発信や招請事業に取り入れて**積極的に紹介**を行う。



相談・アドバイス体制の強化

○ JETROと農林水産省の相談窓口の有機的連携と相談体制の強化

輸出の相談を希望する事業者

相談内容に応じた丁寧な対応

- ・ワンストップで各種情報提供
- ・相談窓口の案内

農水省

農林水産省輸出相談窓口

- ・諸外国の各種規制・制度 (放射性物質・検疫等)
- ・各種補助事業 等

ジェトロ農林水産物・食品輸出相談窓口

- ・輸出先国の基礎情報・マーケット情報
- ・輸出手続きに関する情報
- ・見本市・海外商談会に関する情報 等

JETRO

農水省本省

ジェトロ本部

地方農政局等

ジェトロ国内事務所

新輸出大国コンシェルジュ

- 相談内容等を情報共有
- 以下の取組を連携して実施
 - ・相談窓口の連絡先などを記載したパンフレットの作成・配布
 - ・農林漁業者や食品事業者に対する出張説明
 - ・セミナー等の開催

アドバイス

状況・ニーズに応じて専門家がアドバイス・支援

これから商品開発・輸出をしたい
農林漁業者等
⇒6次産業化プランナー

有望な輸出案件を持つ事業者
⇒輸出プロモーター

TPPを契機に海外展開したい事業者
⇒新輸出大国コンソーシアムの専門家

(参考) 専門家による輸出に関する支援

○ 6次産業化プランナー

- ・ 6次産業化に取り組む農林漁業者等の経営の発展段階に即した様々な課題に対応する民間の専門家。加工技術、新商品の企画、販路開拓、資金調達等についてアドバイスを実施。
- ・ 【都道府県段階(平成27年12月末現在 771名)】
農林水産物の加工・販売、商品化等のビジネスに必要な知見を有する者
- ・ 【中央段階(同239名)】
高度な専門性を有し、ファンドの案件組成や県域を越える課題に対応できる者の2段階が存在。今後、輸出に関する相談・アドバイスを行える人材を、28年度に100名確保。

○ 輸出プロモーター(ジェトロに設置)

- ・ 農林水産物等の輸出について知見を有する専門家。国内で事業者に対し、輸出に関する様々な課題についてアドバイス。(現在15名)
- ・ 既に輸出有望な商品等を持つ事業者に対し、最長2年間、輸出実現まで一貫して支援(マーケットにあわせた商品やパッケージ作りを含む)。

○ 「新輸出大国コンソーシアム」の専門家

- ・ TPPを契機に海外展開したい事業者に対して、海外展開戦略策定・販路開拓から法律、会計、知財など幅広い分野の相談、支援を行う専門家。(約400名)(ジェトロに設置)
- ・ コンソーシアムに参加する各種支援機関と連携しながら、海外展開を支援。

輸出実務に関する研修会・セミナー等の充実

- 生産現場での輸出マインド醸成のため、地方公共団体や農協、漁協、森林組合、中堅・中小食品事業者等を対象とした輸出セミナーを農水省(地方農政局等)・ジェトロが幅広く実施。

輸出に取り組む事業者
輸出に関心のある事業者



見本市に出
たいけど初め
てで不安...

- ・海外見本市・商談会への出展予定者
- ・海外見本市への出展経験がない方 など



- ・輸出に興味、関心のある方 など

マーケティング基礎講座

- ・マーケティングの理論から輸出戦略の立案方法を学ぶことができる

商談スキルセミナー

- ・商談の事前準備から事後対応までの一連のノウハウを学ぶことができる
- ☆見本市に出展する輸出初心者には必須!

海外マーケットセミナー

- ・海外に配置した専門家が最新の現地市場情報を説明

品目別セミナー

- ・輸出戦略における重点品目に特化し、輸出先国・地域における輸入規制等に焦点

テーマ別セミナー

- ・事業者からの希望を踏まえてテーマ設定
- ・28年度はハラール、GIをテーマに設定



効果的な
出展・商談

〈見本市・商談会〉



輸出マインドの醸成

海外バイヤー招へい事業の拡充・改善

○ 国内での見本市に併せて、海外バイヤー等を招へい。卸売市場や品目の特性に応じた旬の産地等への訪問を含む国内商談会を実施し、日本産品にまつわるストーリーの理解と関連付けた需要を開拓



○ 海外バイヤー等に対して、積極的に新たな需要の開拓を図る。

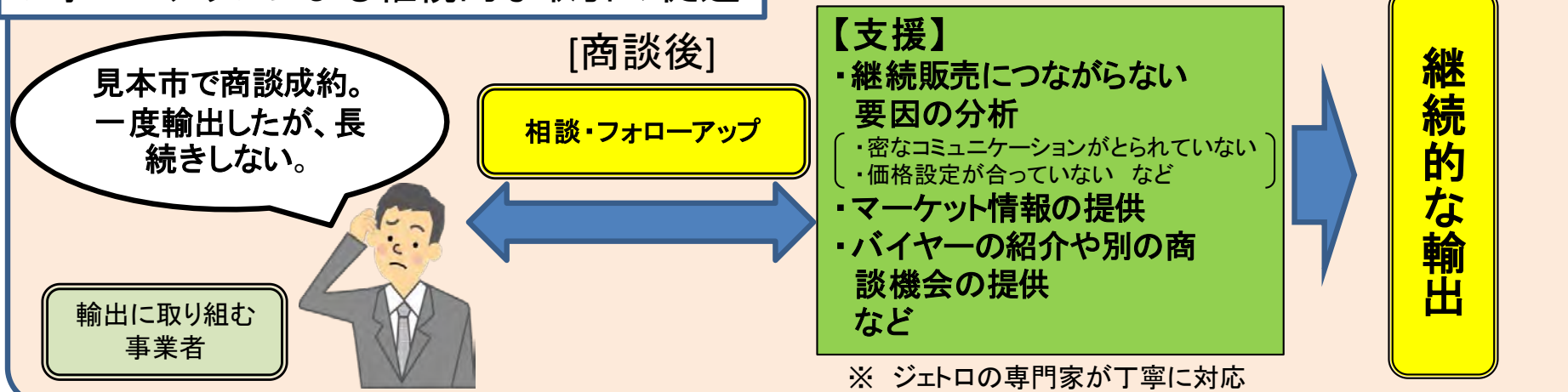
商談会・見本市に参加する出展者へのサポートの拡充・改善

- セミナー等で出展前に基礎知識を習得してもらい、あるいは貿易業者と事前にマッチングすることにより、確実に輸出に結びつける、また、フォローアップにより継続的な輸出につなげるための支援を拡充・改善。

セミナー等による生産者の基礎知識習得・マッチング

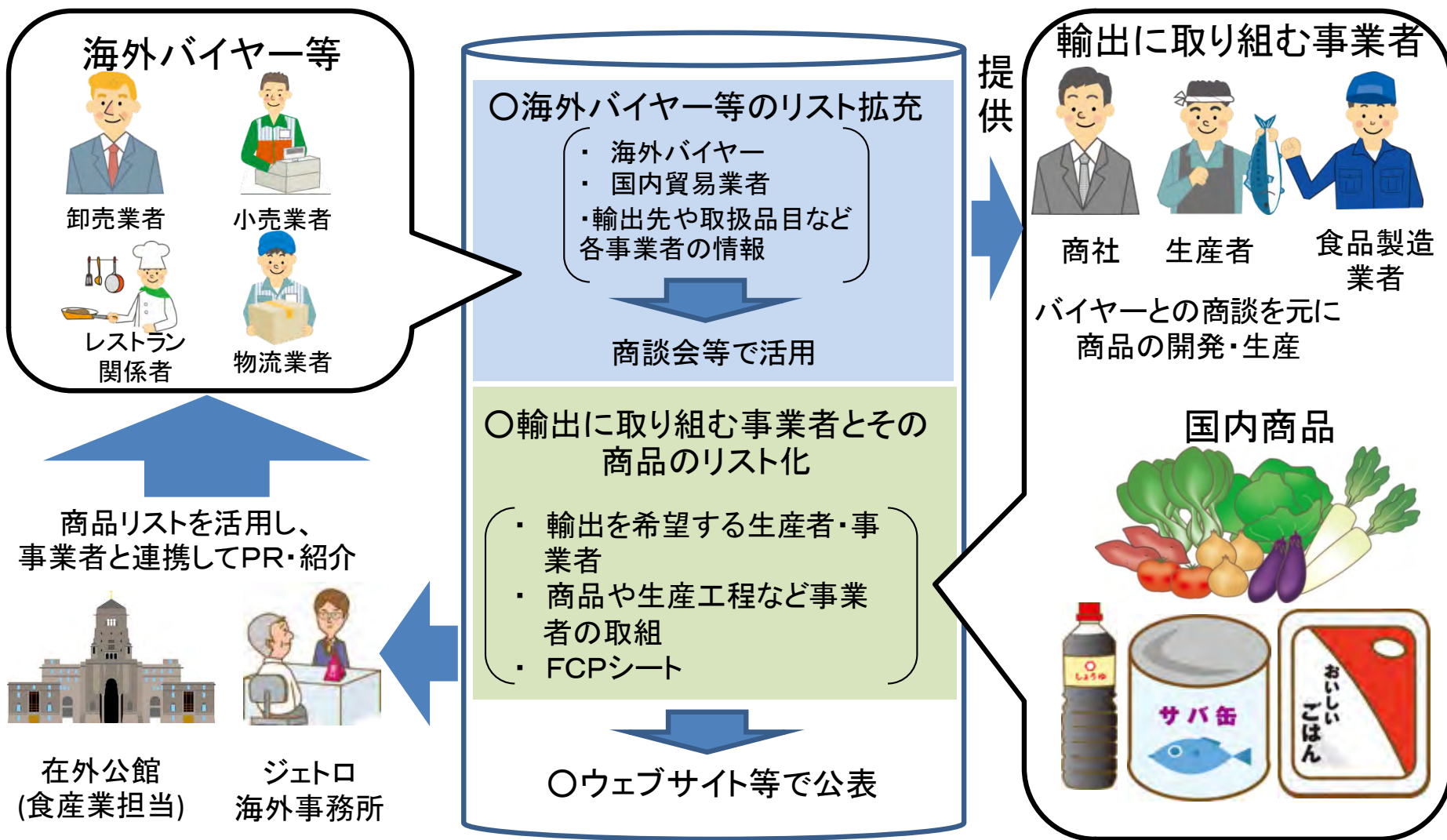


フォローアップによる継続的な取引の促進



海外のバイヤー等のリスト拡充、輸出に取り組む事業者や商品のリスト化

- 海外のバイヤーや国内の貿易業者(商社・物流会社等)のリストを拡充。
- 輸出に取り組む事業者(生産者含む)やその商品のリスト化を行い、事業者や海外バイヤーに紹介。



「FCP展示会・商談会シート」の活用による商品の紹介

- 「FCP(フード・コミュニケーション・プロジェクト)展示会・商談会シート」は、商品の特性や事業者の情報をまとめて紹介する統一フォーマット。
 - 国内外の展示会・商談会で使用されており、平成27年度に海外で行ったインスタ・ショップ事業(ジエトロ実施)で、輸出用のツールとして活用され、好評。
- ⇒ 今後も、輸出促進のため、展示会・商談会で活用。

Products Introduction Sheet		FOOD COMMUNICATION PROJECT
<p>Products Information</p> <p>Product Name: Ripe Dried Sweet Potato</p> <p>Best Season (month): year round</p> <p>Best Before: 6 months Expiry Date: </p> <p>Origin of ingredients (rubbing location, etc.): BENIHARUKA sweet potato from Kagoshima prefecture</p> <p>Recipe Recommendation: Ideal office snacks</p> <p>Product Selling Point: Produced with only BENIHARUKA sweet potatoes from Kagoshima prefecture. Healthy snack with the sweetness of sweet potatoes</p>		
		<p>Allergy display ※ ✓ to the item it is using</p> <p><input type="checkbox"/> Shrimp <input type="checkbox"/> Crab <input type="checkbox"/> Wheat <input type="checkbox"/> Soba <input type="checkbox"/> Egg <input type="checkbox"/> Milk <input type="checkbox"/> Peanut <input type="checkbox"/> Gelatin <input type="checkbox"/> Abalone <input type="checkbox"/> Squid <input type="checkbox"/> Salmon Roe <input type="checkbox"/> Orange <input type="checkbox"/> Cashew Nuts <input type="checkbox"/> Kiwi Fruit <input type="checkbox"/> Beef <input type="checkbox"/> Walnut <input type="checkbox"/> Sesame <input type="checkbox"/> Salmon <input type="checkbox"/> Mackerel <input type="checkbox"/> Soy <input type="checkbox"/> Chicken <input type="checkbox"/> Banana <input type="checkbox"/> Pork <input type="checkbox"/> Matsutake <input type="checkbox"/> Peach <input type="checkbox"/> Yam <input type="checkbox"/> Apple Others <</p>
<p>Company (Supplier) Information</p> <p>Company Name: ABC Agricultural Co. Ltd</p> <p>In English: </p> <p>Name of Representative: 農林太郎 Taro Nourin</p> <p>Message: With the philosophy of "Pioneering spirit in the next generation agriculture", we not only wish for the happiness of the people engaged in agriculture here, we would like to provide health and happiness to the people who are linked through the "food" that is produced here. And in order to deliver such goal, soil cultivation is the fundamental for our production activities.</p> <p>Website: http://www.abc.or.jp</p> <p>Address of Company: ○○○ Prefecture</p> <p>Address of Factory: ○○○ Prefecture</p>		
<p>Manufacturing process (Production process in the case of agriculture, forestry and fishery products) & Appeal Point</p> <p>Manufacturing process: Storage (sweet potato) → sorting → weighing → acceptance → washing/polishing → steaming → peeling → forming → drying → packing → X-ray inspection → heat sterilization → visual inspection → box up → shipment</p> <p>Information Quality control: We are committed to continuously improve our product quality for the safety and wellness of our customers.</p>		

← 平成27年7月～28年2月にシンガポール伊勢丹(スコッツ店)で開催されたインスタ・ショップに出品した、鹿児島産さつまいもを使った干し芋の「FCPシート」活用の例

商品の使用用途(想定されるシーン)、セールスポイント等を記載

アレルギー表示

企業情報欄。バイヤーへのメッセージも記載。

生産工程や品質保持のための工夫を、写真とともに紹介。

出展者の伝えたい情報とバイヤーの知りたい情報が1枚にまとまっている

効率的・効果的な商談が可能

輸出拡大のため、国内外の展示会・商談会に積極的に用いていく

「日本産食材サポーター店認定制度」と「日本料理の調理技能認定制度」

○海外のレストラン・小売店や外国人料理人による日本の食材・食品の利用・販売の促進

■日本産食材サポーター店認定制度

- 日本産食材を積極的に使用する海外の飲食店や小売店を、民間団体等が自主的に日本産食材サポーター店として認定できる仕組みを創設。
(平成28年4月に、国がガイドラインを公表)
- 日本産農林水産物・食品のユーザーである飲食店等をネットワーク化し、海外需要を拡大し、輸出促進を図る



海外の日本産食材に関心が高い消費者に向けてサポーター店を増加させ、需要を拡大

■日本料理の調理技能認定制度

- 海外の外国人料理人について日本料理の知識・技能が一定レベルに達した者を、民間団体等が自主的に認定する仕組みを創設。
(平成28年4月に、国がガイドラインを公表)
- 日本料理に関して適切な知識・技能を有する海外の日本食料理人を育成し、日本食レストランを通じた日本食の発信を強化

認定種類	対象者イメージ
ゴールド	実務経験が概ね2年程度の者
シルバー	日本料理学校等の卒業生又は実務経験が概ね1年程度の者
ブロンズ	短期料理講習会等を受講した者



日系コンビニ等における日本の食材・食品の試験販売

○2016年11月、ベトナムの日系コンビニエンスストア最大200店舗において、日本の農水産品・加工食品、日用品などを試験販売予定。

【現地のファミリーマート店舗の様子】

林経済産業大臣がコンビニ連携事業の一環として視察。2016年3月



コンビニエンス・ストアとJETROとの連携に関する協議会（平成28年1月設立）

- TPPによりベトナムやマレーシアにおける流通業の外資規制が緩和され、コンビニエンス・ストアを始めとする流通産業にとっては、アジアなどへの海外展開のチャンスが拡大。
- これを踏まえ、コンビニエンス・ストア業界とJETROとの間で、コンビニエンス・ストアの海外展開支援、及び中堅・中小企業の商品の海外販売の支援等に関する連携を進めるための協議会を設立。

【協議会参加メンバー】

株式会社セブン-イレブン・ジャパン
 株式会社ファミリーマート
 ミニストップ株式会社
 株式会社ローソン
 独立行政法人日本貿易振興機構（JETRO）

それぞれ
トップ

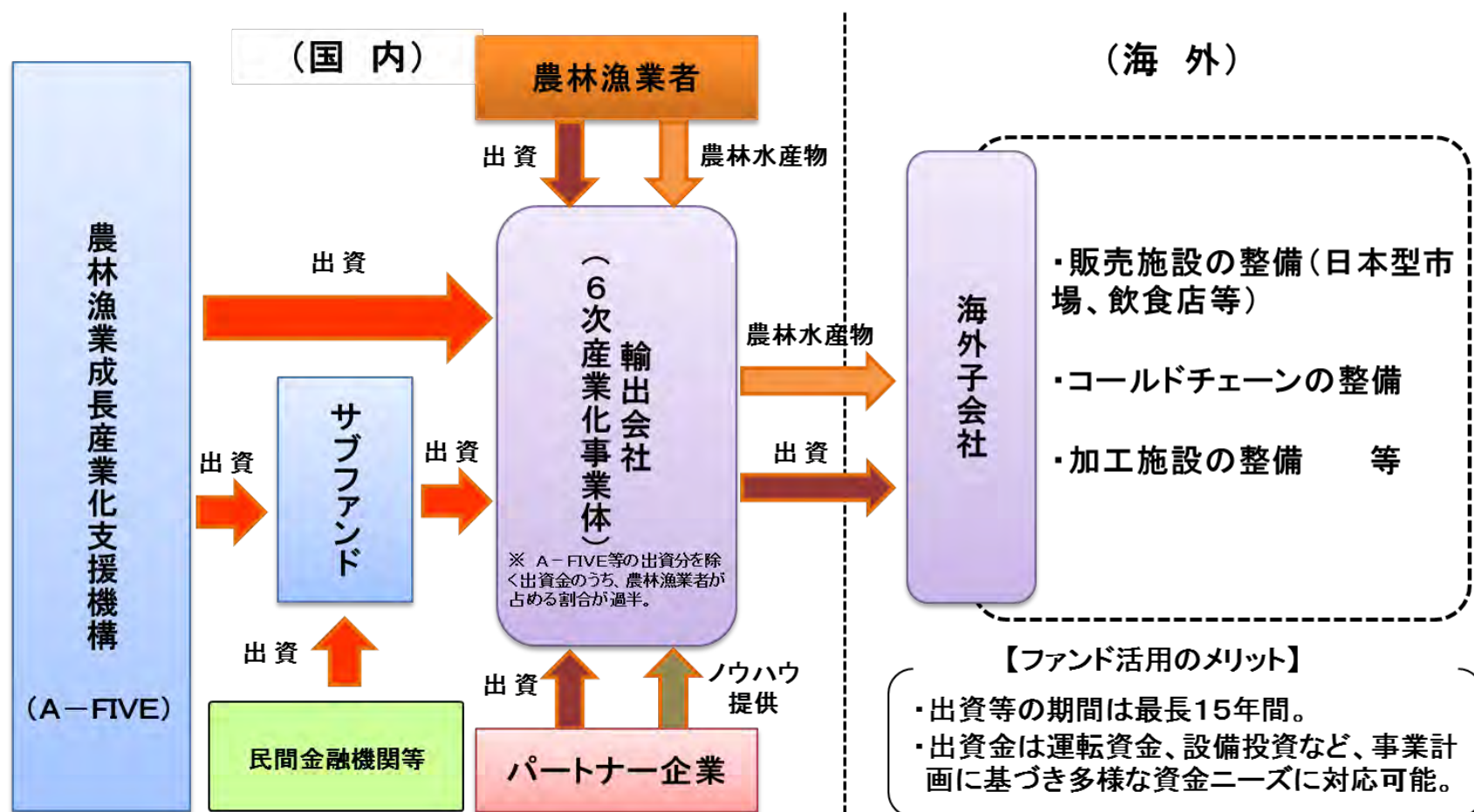
（オブザーバー）

一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会 専務理事
 経済産業省 通商政策局長 商務流通保安審議官

海外における産直市場の設置・運営の支援

- 農林漁業者主体の輸出（輸出先国の物流・販売拠点の整備等）を含めた6次産業化の取組に対して、農林漁業成長産業化支援機構（A-FIVE）は、サブファンド等を通じて、出資等により支援。

A-FIVEの出資等による輸出支援（イメージ）



(参考) 農林漁業成長産業化ファンドによる輸出支援事例

生鮮野菜等の輸出プロジェクト

農林漁業者

多様な農産物を供給

パートナー

物流ノウハウの提供

(株)みずほジャパン

【茨城県つくば市】



- 茨城県を中心とした全国の小規模農家が生産する農産物(トマト、イチゴ等)を海外(タイ等)へ輸出。
- 海外において、富裕層に的を絞り、対面販売・宅配による直接販売を実施。

生産

・海外の富裕層に指名買いされるような、自信を持つ農家が全国から参加

流通

・朝摘み農産物を羽田に集め、深夜便で空輸
・鮮度管理のためにアイスバッテリーを使用

販売

・デパートやスーパー、小売りを使わず、ターゲットとする富裕層に対し、対面・宅配で直接販売

各地域の農畜水産物を活用した輸出等プロジェクト

農林漁業者

各地域の農畜水産物の原料供給

パートナー

販売、集客、メニュー開発のノウハウ等の提供

(株)食の劇団

【東京都千代田区】

※ 東南アジア各国に現地法人を設置

- 各地域で6次産業化に取り組む農畜水産物の生産者が、飲食関連サイト運業者、健康関連事業者等と連携し、輸出・飲食店事業を実施。
- 香港を皮切りに、東南アジア各国に現地法人を設立。現地パートナーと連携し、日本産の農畜水産物を活用した飲食事業等を通じて生産物の付加価値向上を図る。

生産

・6次産業化に取り組む複数の生産者が、野菜、果物、畜産物、水産物等を供給

流通

・国内に設立された法人(食の劇団)が東南アジアに農畜水産物を輸出

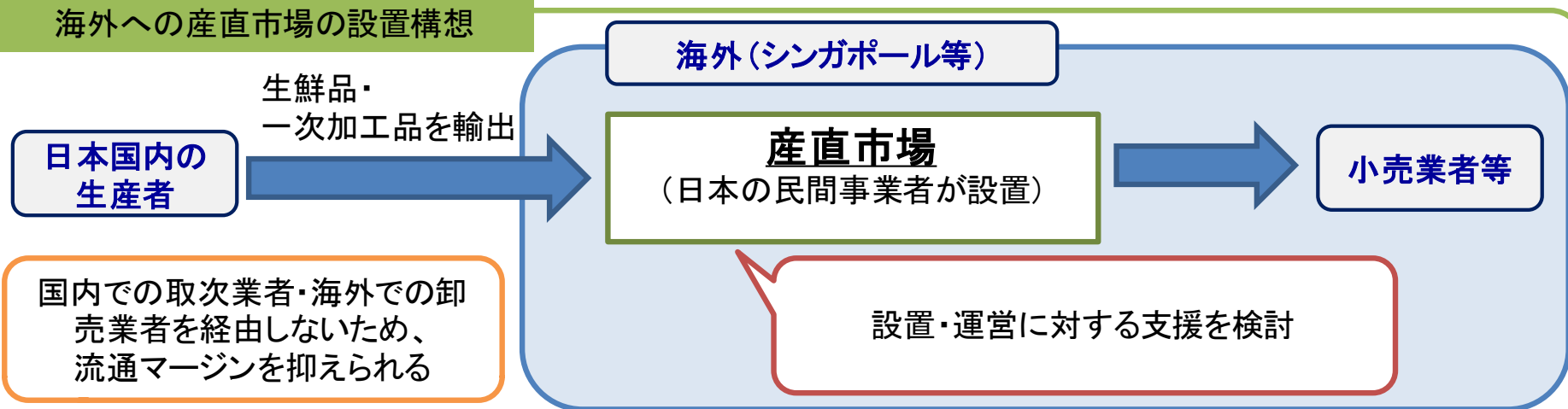
販売

・東アジア各国に設立された現地法人及び現地パートナーが日本産の農畜水産物を活用した料理の提供等

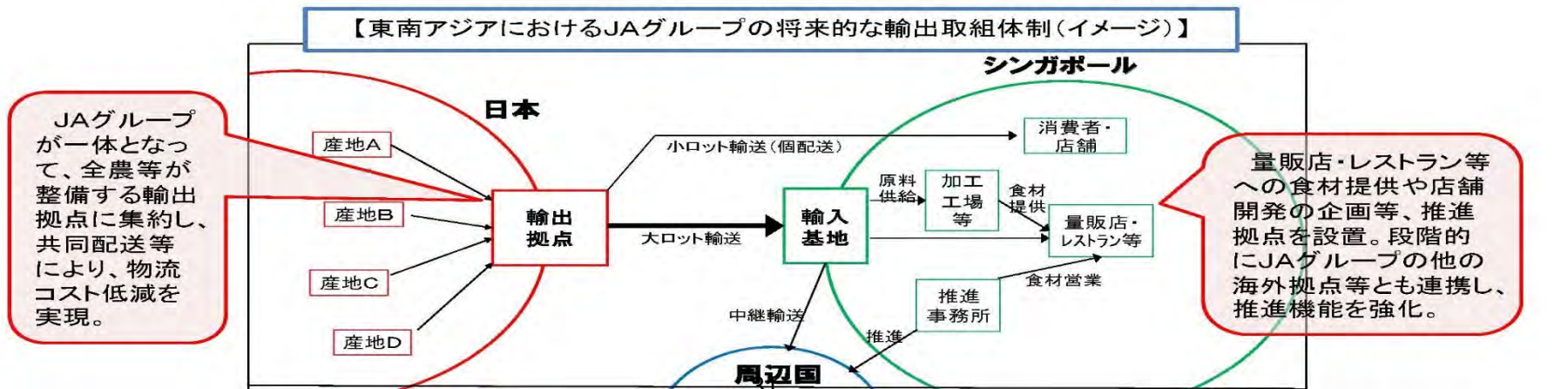
(構想) 海外への産直市場の設置・JAグループの取組

- 海外に日本産農水産物の産直市場を設置し、日本から生鮮品・一次加工品を輸送して直接生産者から輸出できる仕組みを作る民間の構想に対する支援を検討。
- JAグループにおいて、農業者等のリスクをカバーする等の多様なニーズに一元的に対応する輸出促進のための新法人を立ち上げるとともに、シンガポール等における輸入拠点の段階的な整備を検討。

海外への産直市場の設置構想

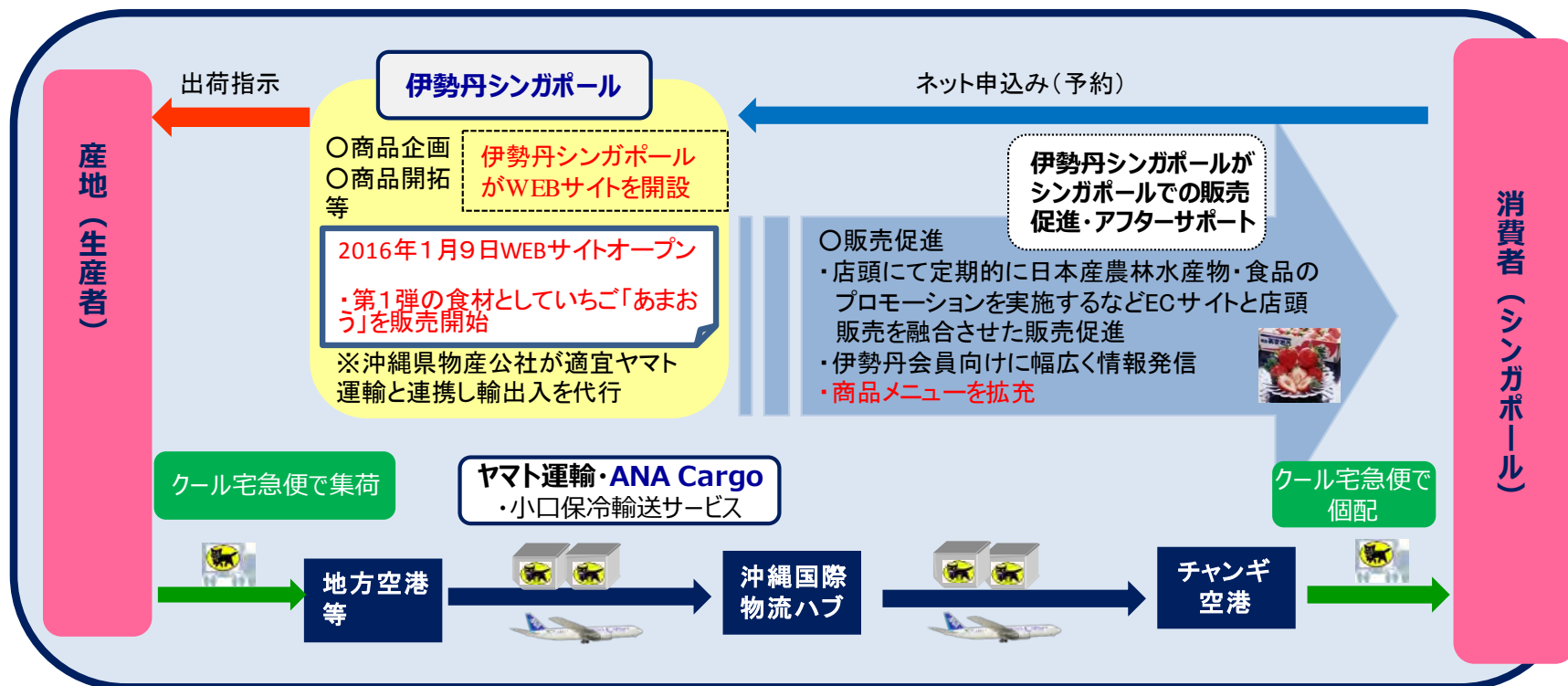


JAグループの輸出拡大の取組



ネットを活用した宅配・予約販売方式による輸出（シンガポール）〔民間〕

- 伊勢丹シンガポール、ヤマト運輸、ANA Cargoの3社が連携し、シンガポールの消費者向けにインターネット注文・宅配方式（お取り寄せ方式）により、高品質で新鮮な旬の果物等を、ロットをまとめ輸出する民間の取組を2016年1月9日から開始。これにより、あまおう2パック約6,000円（既存商品）が、約2,700円で販売可能に。



日・シ外交関係樹立50周年記念日本食普及フェスティバル（2016年1/9～10）

3社の取組が開始されることに併せ、消費者にイチゴ、黒豚、熟成肉等の日本食材の魅力をトップセールス



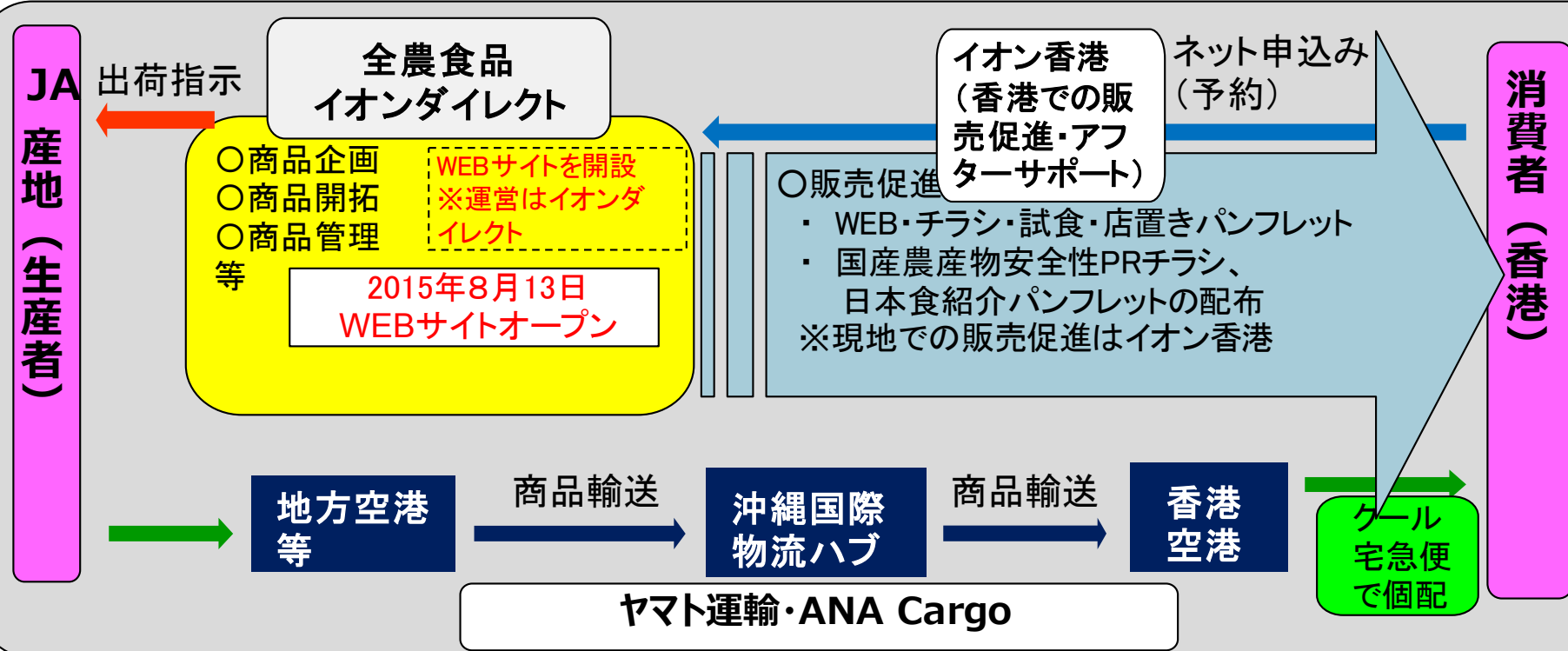
＜対象商品＞

イチゴ（あまおう）※今後商品メニューを拡充



ネットを活用した宅配・予約販売方式による輸出（香港）〔民間〕

○ 農林水産省が検討していた農産物等輸出モデルに賛同したイオンダイレクト株式会社、全国農協食品株式会社、ヤマト運輸株式会社、株式会社ANA Cargoの4社が連携し、香港の消費者向けに宅配・予約販売方式により、高品質で新鮮な旬の果物等を、ロットをまとめ輸出する取組を2015年8月13日から開始。



香港Food Expo 2015
(2015年8/13～17)

4社は本取組の周知を図るため、販売対象である果物の試食、チラシやパンフレットの配布を実施。



<対象商品>

果物、米等の日本食材



農水食品分野での貿易保険の利用拡大

○低保険料率の農林水産業関係法人向け貿易保険の新設と利用の促進

貿易保険とは

○貿易保険は、輸出における代金決済リスクなど対外取引に伴う下記のリスクをカバーする保険。

- ・戦争・テロ、為替・輸入制限、自然災害、経済制裁、収容等の**非常危険(カントリーリスク)**
- ・契約相手方の破産、履行遅延等の**信用危険(取引相手方の信用リスク)**

○国の信用力を背景に(独)日本貿易保険(NEXI)がリスク審査及び保険引受を実施。



農水食品分野での活用事例

◆輸出物: 黒糖(輸出相手国: 香港)

・A社は貿易保険で代金回収リスクのカバーが可能と知り、新規顧客を獲得。



◆輸出物: こんにゃく製品(輸出相手国: フランス)

・B社は貿易保険を利用することで、後払い決済での注文が来ていた複数企業と輸出契約を締結。売上が大幅増。



◆輸出物: 日本酒(輸出相手国: 香港、米国)

・C社は商社経由で輸出していたが、貿易保険の利用により、香港バイヤーから後払い決済要望に対応し、直接取引に移行。



利用拡大に向けた取組み

- 保険料率が低く、中小企業が利用しやすい「**中小企業輸出代金保険**」の対象を**農林水産業関係法人等に拡大**。

(貿易保険は本邦法人・個人が幅広く利用可能な制度であるが「中小企業輸出代金保険」は現在、中小企業基本法に基づく法人のみが対象)



- ✓ 保険料率引下げ(約25%)
- ✓ 提携金融機関経由の申込みは割引(10%)
- ✓ 海外バイヤー信用調査料無料(8件)



- 農水省・JETRO等と連携した広報により、農水食品分野での**利用社数を、3年間で150社以上とする**。

(現在の3倍以上)

リレー出荷・周年供給体制の整備

○ 日本青果物輸出促進協議会が、ジェットロと連携して、

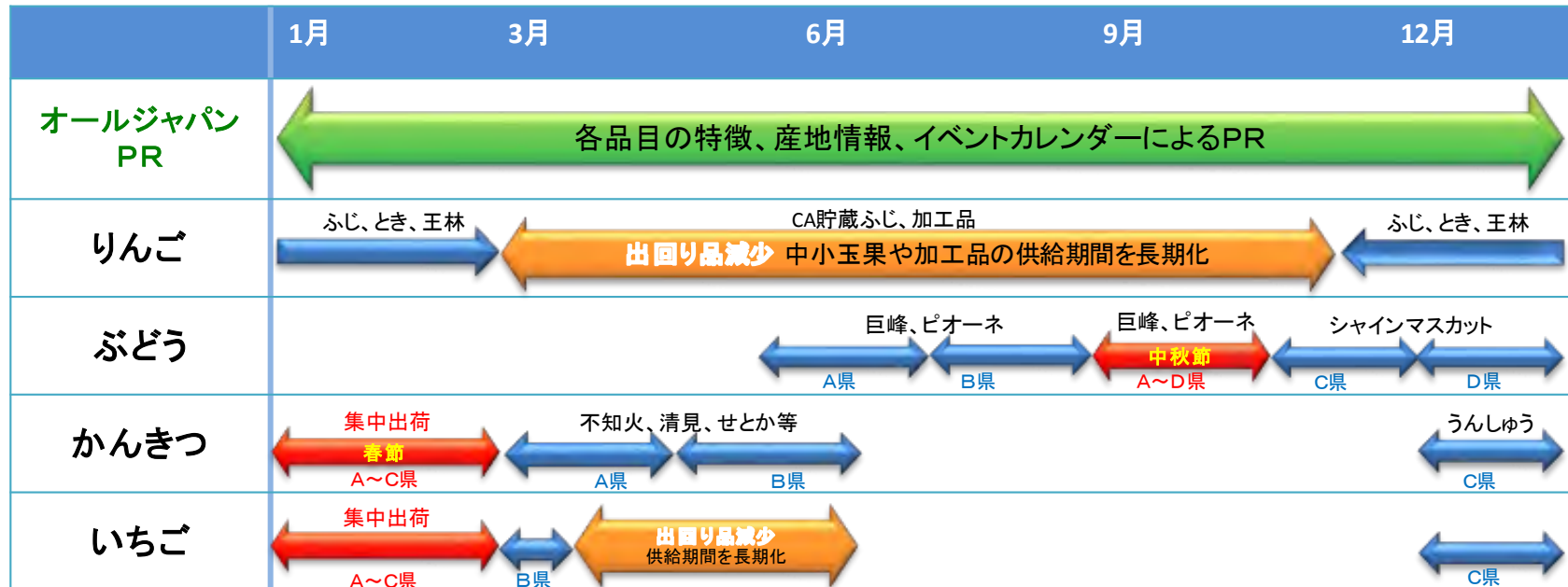
- ① 各産地がバラバラに実施していた販促イベント時期について、重複なく通年で実施するよう積極的に調整。
- ② その販促イベントに合わせて各産地が商品を生産するよう指示。

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る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パン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・対象品目を拡大

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

- ・ 輸出先国のニーズに対応した新品種の開発・導入の推進
- ・ 省力化・収量増・コスト低減につながる新しい栽培技術の開発・導入の推進

○ 輸出先国のニーズに対応した新品種や省力化等につながる技術の導入を図るため、研究成果の普及を進めるとともに、生産者や民間企業等による実証を支援。

●既存技術の導入の促進

開発された新品種や既存の低コスト・高品質生産につながる技術を普及させるとともに、生産者・民間企業等による実証を支援

(例)

・国内外で人気のシャインマスカット

皮ごと食べられ、日持ち性が高く長期輸送が可能なシャインマスカット等の新品種の普及

→輸出用として優れた特長



シャインマスカット

・高品質な酒米

山田錦並の酒米新品種の安定栽培技術、海外ニーズに対応した醸造技術を実証

→日本酒の輸出の大幅増

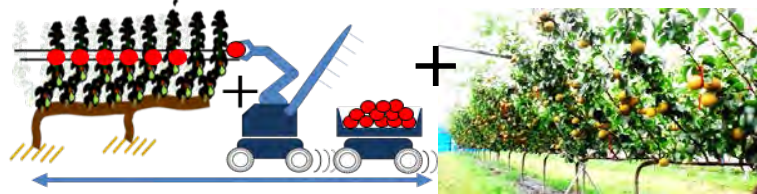
●革新的な技術の創出

海外ニーズにマッチした新たな新品種や大幅な省力化を可能とする革新的な技術開発を産学官連携により推進

(例)

・ロボット化による果樹生産の超省力化技術の開発

リンゴ・ナシ等の着果管理・収穫の超省力化の開発



収穫作業等の
ロボット化と
直線的な共通
樹形で省力化

・世界初のカフェイン・レス茶の開発

ニッポン発の輸出市場を創出するカフェイン・レス茶系統の開発

▶ 新たな産学官連携研究の仕組み（「知」の集積と活用）を活用して、革新的な研究成果を生み出し、スピード感を持って新たな商品化・事業化に導く

ロボット技術やICT等の先端技術を応用した技術開発の推進

○ メーカー・ベンチャー企業・研究機関の参加を募り、技術開発を実施。

市場ニーズに応じて生産や供給を効率的に行うIoTやロボット開発の支援を行う。実施にあたっては、メーカーに加え、ベンチャー企業や研究機関の参加も募り、農林水産省、総務省など関係省庁とも連携して実施(IoT推進コンソーシアム等の枠組みを活用)。

【可能性のある事例】

- センサー等で収集したデータで生産を数週間前に高い精度で予測するシステムの開発を支援。
- 省人化・生産コスト削減のためロボットや生産制御システムの開発を支援。

その他、可能性のある技術開発を検討。



※写真は独立行政法人中小企業基盤整備機構のウェブサイト(J-Net21)より引用

国内の生産供給体制



海外の市場ニーズ

海外ニーズにマッチした生産のために・・・
・通年供給体制
・効率化、低コスト化、省人化
・ニーズの生産現場への還元 等

技術インフラ提供

先端技術を応用した
技術開発プロジェクト

メーカー

ベンチャー
企業等

研究機関

業種・企業規模・国内外の垣根を越えた企業連携、プロジェクト組成を促進

輸出先国の動植物検疫条件等に対応するための栽培方法や加工技術の確立・導入

- 輸出先国の動植物検疫条件や残留農薬基準に対応した栽培方法や加工技術について、生産者や民間企業等が使いやすい形で公開。
- 海外の販路開拓を支えるため、既存成果については現地実証の取組を支援し、新たな技術ニーズについては技術開発を推進。

ジェトロが集約した
海外輸入規制の情報



海外輸入規制への対
応に活用可能な研究
成果の情報を生産
者・民間企業等が使
いやすい形で公開

既存技術の活用

新たな技術ニーズ
への対応

生産者や民間企業等が行う現地実証を支援

(例)

【モモ】

- ・ 出荷前の害虫自動検査技術
→台湾へのモモ輸出拡大



X線、光切断法等検査による全数検査

【加工食品】

- ・ グルテンフリーでパン加工適性を備えた玄米の米粉製造技術
→加工品なので輸出先国での植物検疫が不要
→パン主食の海外のグルテンアレルギー消費者に対応

新たな技術ニーズに対応した技術開発の促進

(例)

- ・ 輸出先国の残留農薬基準に対応した茶の防除技術の開発
→検疫条件をクリアし、欧米への輸出拡大
- ・ 各国の規制調和に向けた科学的知見の蓄積と共同評価

輸出先国の残留農薬基準をクリアするための防除体系の確立・導入の推進

- 食品として輸出するためには、植物検疫以外に、相手国の残留農薬基準をクリアすることが必要。
- しかし、青果物については、市場調達を中心に残留農薬基準違反による廃棄処分が多数発生。
- このため、病害虫防除マニュアルの作成や産地サポート体制の整備により、輸出相手国の残留農薬基準をクリアするための防除体系の確立・導入を支援。

残留農薬基準違反の事例

日本の農産物輸出が農薬の基準の違いという障壁に直面している。日本と輸出先の基準を比較すると、輸出が滞る例が相次ぐ。輸出拡大のため新たな防除を取り巻くこと、やむを得ない防除が必要だ。

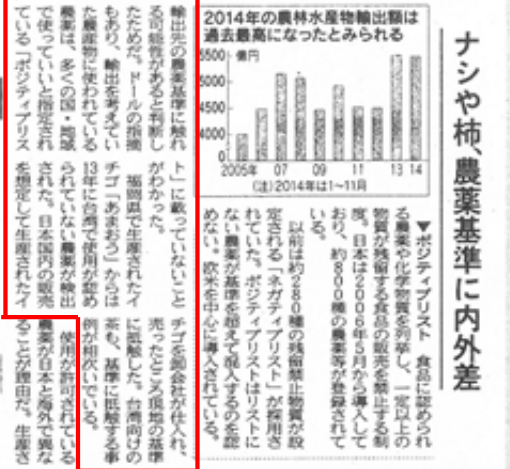
【国内で生産したものなら安全な輸出であると考えた】農産物の市場拡大を目指す農業者は多い。2014年度、JFA(全農)や青果販売大手のドール(東京・千代田)と組む、ナスを植える西原ヤシガボールを輸出しようとしたが、ほとんどできなかった。輸出を断念したのは、

【経済】2015-02-16 18:55

(台北 16日 中央社)衛生福利部食品藥物管理署が16日に発表した、昨年の食品と関連商品に関する通関検査の統計で、**不合格は日本からの輸入品が最も多かったことが分かった。**

同署の関係者によれば、検査で不合格となったのは主に農産品と加工商品で、**日本からの輸入品のうち、ネギ、みかん、緑茶などが残留農薬に関する規定に違反していたという。**

農産物、輸出拡大に障壁



情報収集や体制整備 課題

平成27年1月16日付 日経19面

病害虫防除体系の確立・導入

- 輸出重点品目について、輸出相手国で登録されていない農薬の基準値を超過しないよう、新たな防除体系を確立。

- ・ 輸出相手国の残留農薬基準に対応した病害虫防除マニュアルの作成

- 【26年度】
 - いちご
 - 日本茶(煎茶、玉露)
- 【27年度(作成中)】
 - りんご(無袋)
 - 日本茶(抹茶、かぶせ茶)
- 【28年度(予定)】
 - りんご(有袋)
 - なし
 - かんきつ



- 産地が輸出国の残留農薬基準に対応した防除等を適切に行うことができるよう、防除の専門家等をメンバーとする産地サポート体制を整備し、産地に対する助言や技術指導を実施。

輸出先国の規制に対応するための産地サポート体制の整備

- 農産物を輸出するためには、輸出先国の規制・条件に合った作物を作ることが必要であるが、食品安全規格・規制や植物検疫の条件は国ごとに異なる。
- このため、専門家をメンバーとした産地サポート体制を整備し、輸出に取り組もうとする産地の状況に合わせたきめ細やかな技術指導等を行うことにより、輸出先国の規制・条件に即した防除体系や栽培方法を広く普及。

輸出に取り組もうとする産地

STEP 1. 輸出計画作成

- ・ 地域特産物の輸出先の選定
- ・ 輸出業者・海外バイヤーとのマッチング

STEP 2. 輸出先国の規制・条件に合った生産

- ・ 輸出先国の残留農薬基準に合致した防除体系の確立
- ・ 検疫条件に合致した栽培・防除・選果の実施

STEP 3. 園地・こん包施設の登録、輸出検査

- ・ 園地・こん包施設の登録
- ・ 輸出先国の査察受け入れ準備
- ・ 輸出検査

円滑に輸出開始

植物防疫官と連携した産地サポート体制(イメージ図) (植物検疫・防除技術の専門家集団)

産地の現状に合わせて、専門家が植物防疫官と連携して必要なサポートを強化

産地の意向や課題を聴取し、必要な情報を提供
(諸外国の残留農薬基準や検疫条件等)

[JETRO等関係機関を紹介することにより輸出関係者とのマッチングをサポート]

病虫害防除マニュアルを踏まえた防除体系の確立・導入に向けた技術的指導等を実施

輸出先国の検疫条件に即した栽培・防除・選果等の的確な実施に向けた技術的指導等を実施

[園地やこん包施設の登録、輸出先国の査察受け入れ準備、輸出検査等に係る輸出手続き等をサポート]

専門家を産地に派遣します!

JETRO、日本青果物輸出促進協議会等



植物防疫所等

※ 検疫協議の進捗に合わせて実施することで、輸出解禁後すぐに輸出することが可能

HACCP、ハラールなど輸出先国が求める条件に対応可能な食肉処理施設の整備

- 食肉を輸出する場合には、輸出先によっては、HACCPやハラール等の追加的条件のクリアが必要な場合がある。
- 追加的条件のクリアのために施設の整備が必要な場合には、関係者との調整や合意形成の上で、対応可能な食肉処理施設の整備を推進。

輸出対応施設の現状

<輸出国別の施設認定状況>

求められる追加的条件	主な輸出先国	施設数
高い衛生水準(HACCP)を求められる国	米国	10か所
	E U	4か所
ハラール対応を求められる国	U A E	4か所
	インドネシア	1か所

※上記の求められる追加的条件は、国ごとに異なる。
例：ハラール対応において、インドネシアは施設全体をハラールとすることが求められるが、UAEは部分的なハラールでも認められる 等

施設整備の課題

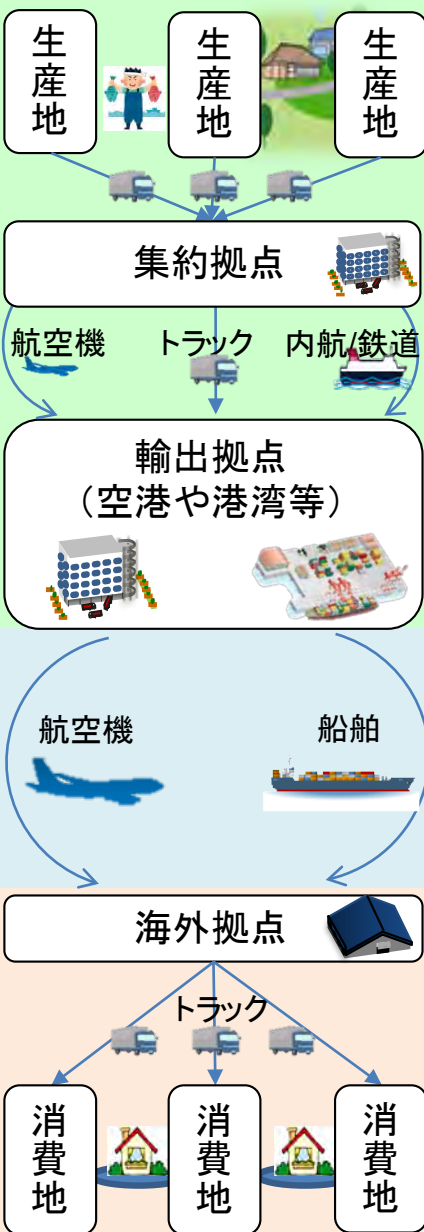
- 食肉処理施設の整備にあたっては、産地の位置、飼養規模、産地からの輸送距離等を考慮し、集荷・運営の見通しを立てた上で、地域の実情に応じて計画を立てていくことが重要。
- 加えて、輸出対応施設を整備する場合は、輸出先国が求める追加的条件の精査が必要。
- 関係者(都道府県、市町村、と畜場設置者、食肉流通業者、生産者)とのしっかりとした調整や合意形成が必要。

国は、関係者の合意に基づく
施設の整備を支援

輸出を志向する生産者・産地等の取組を積極的に推進

農水産品の輸出拡大に向けた物流面での取組の方向

《モノの流れ》



日本国内

内から外へ

海外へ

《現状と課題》

- 1) 輸出拠点の機能充実が必要
冷蔵倉庫等の保管容量、利便性の向上必要
(施設点在、リーファー電源不足、空港内外の接続等)
- 2) 生産者が個別に出荷するなど
「規模の経済」が機能していない
- 3) 【航空】物量が少なく貨物単位あたりの輸送コストが高い
- 4) 【船舶】輸送時間が長く、品質上の制約
- 5) 国ごとに物流への規制があり、スムーズな物流や日本企業進出に支障
- 6) ASEAN地域等で物流の質が低い
a: 温度管理技術が不十分
b: コールドチェーンインフラが未成熟

《取組の方向》

1. 輸出拠点の機能向上
 - ① 冷蔵倉庫の整備促進・機能充実
(倉庫税制措置継続等も活用)
 - ② 港湾の冷蔵(リーファー)コンテナの輸出環境改善
 - ③ 成田空港での冷蔵倉庫増床。利用促進割引措置の検討
 - ④ 成田空港の貨物上屋の機能向上、動線改良
2. 荷物の集約・大口化等による適正な物流コストの実現
 - ① 「改正物流総合効率化法」の仕組等を活用し、イ: 共同輸送の促進
ロ: 大量輸送機関(鉄道・船舶)の利用促進
 - ② 国内空港の着陸料減免措置継続
 - ③ 那覇空港の国際物流ハブ化に向けた取組の推進
 - ④ 「鮮度保持輸送技術*1」の普及促進により、大量かつ低コストの海上輸送の実現
*1 船で1週間輸送しても飛行機同様に鮮度保持できる技術等
3. 鮮度を保持してスムーズに届けるコールドチェーン
 - ① 事業環境改善に向けた政策当局間協議
 - ② 我が国クール宅配システムの国際標準化
 - ③ 官民ファンド「JOIN*2」の活用促進
*2 (株)海外交通・都市開発事業支援機構

改正物流総合効率化法の活用による共同輸送等を通じた出荷単位の大口径化

○「改正物流総合効率化法」の仕組等を活用し、共同輸送の促進と大量輸送機関（鉄道・船舶）の利用促進。

主務大臣による基本方針策定と「総合効率化計画」の認定

総合効率化計画の作成（事業者）

支援措置

- H28予算案**
【一般会計：（38百万円）】
○モーダルシフト等推進事業
 - ・計画策定経費補助
 - ・モーダルシフト等運行経費補助
 【エネルギー対策特別会計（37億円）】
○物流分野におけるCO2削減対策促進事業
 - ・シャーシ・コンテナ、共同輸送用車両等の購入補助

- 税制上の特例**
※税制大綱において、物流総合効率化法の改正を前提に次の措置を講じることとされている。
 - ① 輸送連携型倉庫の建物整備
（所得・法人税 5年間 割増償却10%）
（固定資産・都市計画税 5年間 倉庫：1/2 付属設備：3/4）
 - ② 旅客鉄道による貨物輸送
貨物用車両、貨物搬送装置
（固定資産税 5年間 2/3等）

- 立地規制に関する配慮**
・市街化調整区域の開発許可の配慮等

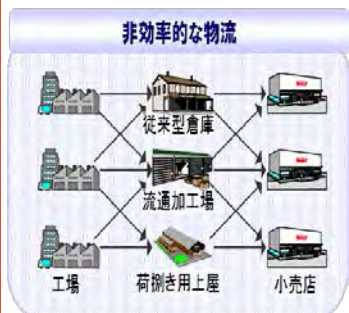
- 中小企業者に対する支援**
・中小企業信用保証協会による債務保証の上限の引き上げ等

- 食品生産業者等に対する支援**
・食品流通構造改善促進機構による債務保証等

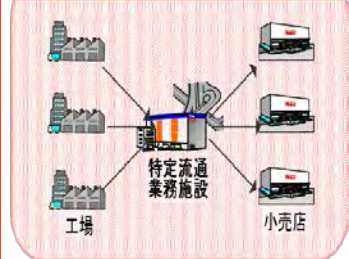
- 事業開始における手続簡素化**
・新規路線での貨物鉄道の運行、カーフェリーの航路新設の許可みなし
・自社貨物に加えて、他社の貨物の輸送も請け負う場合のトラック事業の許可みなし
・過疎地等の地域内配送の共同化のための軽トラック事業の届出みなし
・自家用倉庫を輸送連携型倉庫に改修して他業者に供用する際の倉庫業の登録みなし

現行

大規模で高機能な倉庫が必須



効率的な物流



対象を拡充・再編

改正案

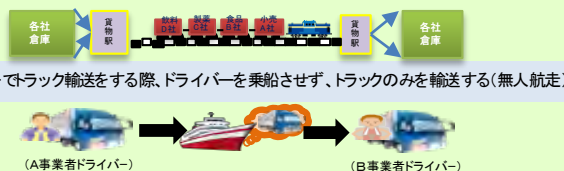
二以上の者の連携を前提に、輸送の効率化や共同化、輸送と保管の連携など、様々な取組みを対象にできるよう、枠組みを柔軟化

【例えば】

モーダルシフト

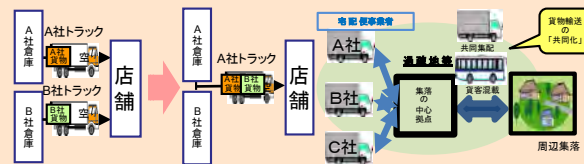
大量輸送が可能で
環境負荷の少ない
鉄道・船舶も活用
した輸送

異業種の複数荷主が連携して必要な貨物量を確保し、貨物列車を運行



地域内配送共同化

他社との混載や運行頻度の改善等、各社それぞれで行っていた輸送の共同化により、過疎地域内のムダのない配送を実現



輸送機能と保管機能の連携

総合物流保管施設に
トラック営業所併設、
予約システム導入等
の輸送円滑化措置を
講じ、待機時間のない
トラック輸送を実現



航空輸送に係るコストの低減

① 航空貨物運送の競争環境の整備

- ・航空便数の増加による競争環境整備に向け、就航ニーズの高い首都圏空港、福岡、那覇、新千歳等の国内空港における発着便数拡大に向けた取組を推進。

② 空港におけるコストの低減

- ・国内空港における着陸料減免措置を平成28年度について継続し、平成29年度についても継続する方向で検討。
- ・成田空港での冷蔵倉庫増床に係る賃料の割引措置の検討。

首都圏空港の機能強化

- 羽田空港の飛行経路の見直しや成田空港の高速離脱誘導路の整備等により2020年までに首都圏空港の空港処理能力を約8万回拡大

首都圏空港の更なる機能強化に関する技術的な選択肢 —首都圏空港機能強化策技術検討小委員会の中間取りまとめ(概要)— (平成26年7月8日)

	■2020年東京オリンピック・パラリンピックまでに実現し得る主な方案	■2020年東京オリンピック・パラリンピック以降の方案
羽田空港	<ul style="list-style-type: none"> ・滑走路処理能力の再検証【年間+約1.3万回(約35回/日)】 ・滑走路運用・飛行経路の見直し【年間+約2.3~2.6万回(約63~72回/日)】 	<ul style="list-style-type: none"> ・滑走路の増設
成田空港	<ul style="list-style-type: none"> ・管制機能の高度化【年間+約2万回(約55回/日)】 ・高速離脱誘導路の整備【年間+約2万回(約55回/日)】 ・夜間飛行制限の緩和【年間+α回】 	<ul style="list-style-type: none"> ・既存滑走路の延長 ・滑走路の増設
合計 年間約75万回+約8万回		

国内空港の機能強化

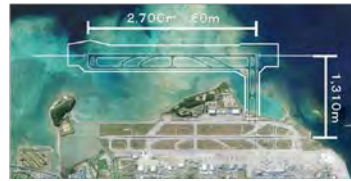
【新千歳空港】

2017年3月下旬からの夏ダイヤより、1時間当たりの発着枠を32回から42回へ拡大するほか、本年10月下旬からの冬ダイヤより、国際線航空便の発着枠を月曜日から木曜日の12時から17時、金曜日の12時以降、土曜日・日曜日の全日に大幅に拡大する。

【那覇空港】

- ・那覇空港滑走路増設事業を実施

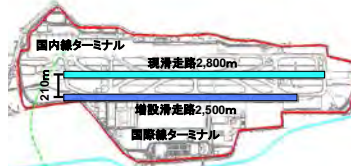
供用開始予定
平成32年3月末※



【福岡空港】

- ・福岡空港滑走路増設事業を実施

供用開始予定
平成37年3月末※

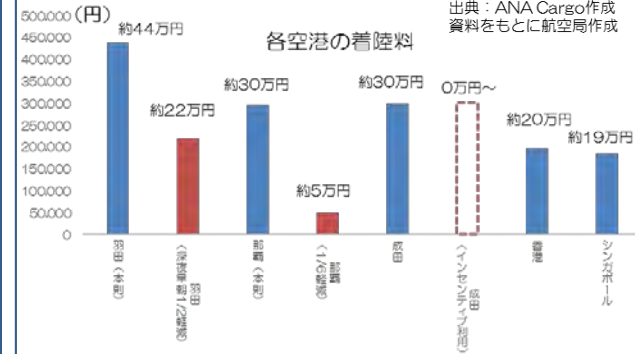


※航空法第40条に基づく告示

空港におけるコストの低減

【空港着陸料減免措置の継続】

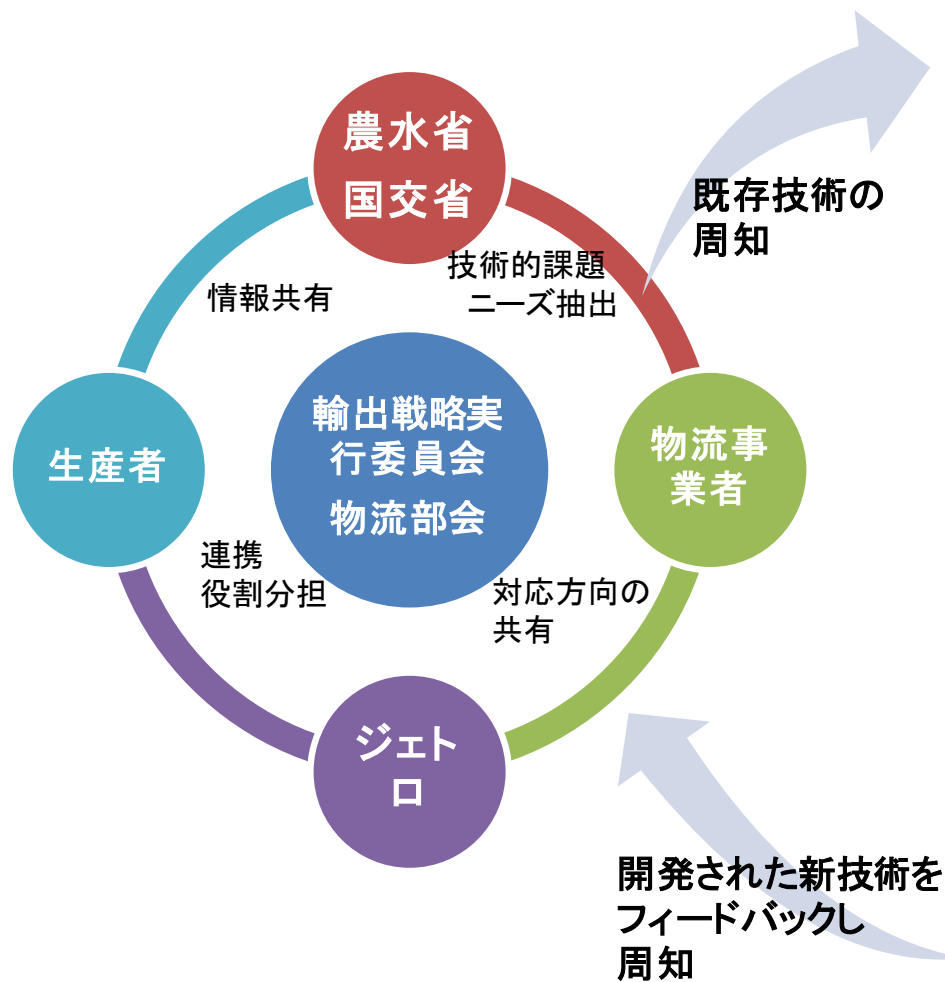
- ・羽田空港の深夜早朝国際貨物便に係る軽減(通常の1/2)
- ・成田空港における新規就航便等の減免(最大で1年間免除)
- ・那覇空港発着の国際貨物便の着陸料の軽減(通常の1/6等) 等



【成田空港での冷蔵倉庫に係る増床割引】
成田空港の貨物エリアにおいて整備する冷蔵倉庫について、当該整備等による増床分に係る利用者への賃料の割引措置を成田国際空港(株)が新たに検討。

生鮮品の低コスト・大量輸送を可能とする鮮度保持輸送技術の普及・開発

- 農水省・国交省・事業者等が連携し、
 - 実用可能な既存技術に関する情報を周知し、実証。
 - さらに新たな技術に関するニーズを把握し、技術開発を支援。開発された新技術の情報についても同様に周知。



1 鮮度保持・輸送技術の普及

- ◆ 関係者が一堂に会す物流部会において、平成27年度に普及すべきものとして鮮度保持技術を対象として選定し、**輸送技術・ノウハウ**を収集・整理。今後、生産者・事業者にも**周知**。



CAコンテナ

温度と空気組成を調整し、
青果物の貯蔵期間を延長



鮮度保持フィルム

低O₂・高CO₂に保ち、青
果物の呼吸を抑制

効果の検証やより良い技術へのニーズ

2 技術の実証、新たな技術開発の支援

例1: CAコンテナの効果の検証

- ・イチゴの**輸送実証**(香港・シンガポール向け)により、最適な条件での輸送では品質が維持できることを確認。また、航空便と比べた場合の輸送費低減(1/10程度)を確認できた反面、店頭販売期間が短くなるとの課題を確認
→福岡大同青果が**イチゴ輸出に利用を開始**

例2: 新たなコンテナ輸送技術の開発

- (現状) 生鮮品は**品目毎に鮮度保持条件**が異なり、低コスト輸送に不可欠な**混載が困難**との課題
→ **多品目混載コンテナ**の輸送技術を開発

生鮮品の低コスト・大量輸送を可能とする鮮度保持輸送技術の普及①

○ 鮮度保持輸送技術の物流事業者における採用及び生産者等への周知を促進(CAコンテナ)

最新の鮮度保持輸送技術 ～船で1週間輸送しても飛行機同様に鮮度保持できる技術等～

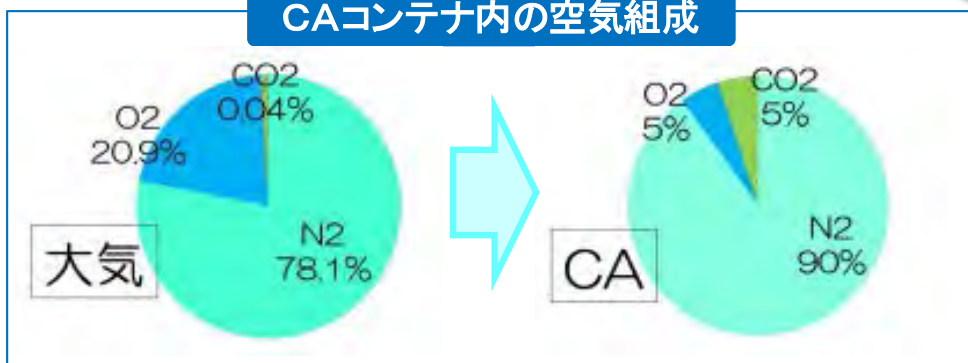
青果物等を海上輸送する際に、コンテナ内の窒素濃度を高めることで酸素濃度を低下させ、青果物等の呼吸を抑制させることにより、通常の冷蔵コンテナでの輸送より鮮度を保持して輸送することができる手法がある。

1. CA(Controlled Atmosphere)コンテナ

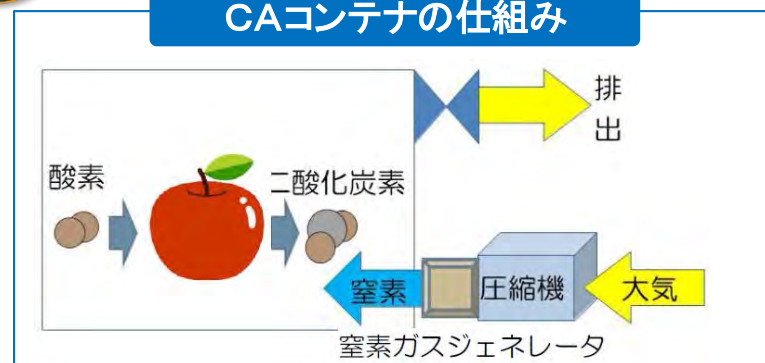
- ・日本郵船(株)により平成25年秋から輸出のための輸送サービスを開始。
- ・大気中の窒素を分離してコンテナ内に送り込む装置を内蔵する冷蔵コンテナを使用。
- ・平成27年度には、保有している1,000本のCAコンテナに加えて700本を調達し、サービスを拡大。また、20フィート型CAコンテナも導入。



CAコンテナ内の空気組成



CAコンテナの仕組み



2. 窒素注入型のCA輸送

- ・ガスボンベからリーファーコンテナ内部に窒素を一気に注入することにより、貨物を積み込んだ当初から内部の酸素濃度を低下させる方法。
- ・日本郵船(株)は平成27年7月から、(株)商船三井は平成28年2月からサービスを開始。

【今後の課題】

- ・作物ごとの最適な酸素濃度や温度帯等が異なるため、混載にはノウハウの蓄積が必要。

生鮮品の低コスト・大量輸送を可能とする鮮度保持輸送技術の普及②

- 鮮度保持輸送技術の物流事業者における採用及び生産者等への周知を促進(高電圧方式の鮮度保持コンテナ)

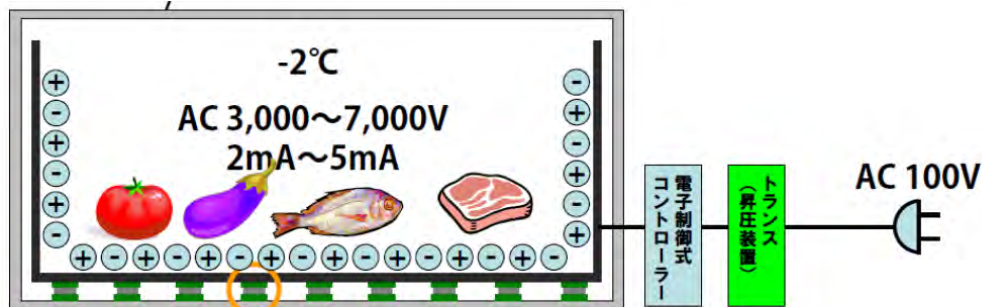
最新の鮮度保持輸送技術 ～船で1週間輸送しても飛行機同様に鮮度保持できる技術等～

コンテナ内に高電圧を通し、殺菌効果のあるオゾンが発生させるとともに、電場による微弱振動で凍結させずに -2°C まで冷却することにより鮮度を保持させる設備を有する冷蔵コンテナである。

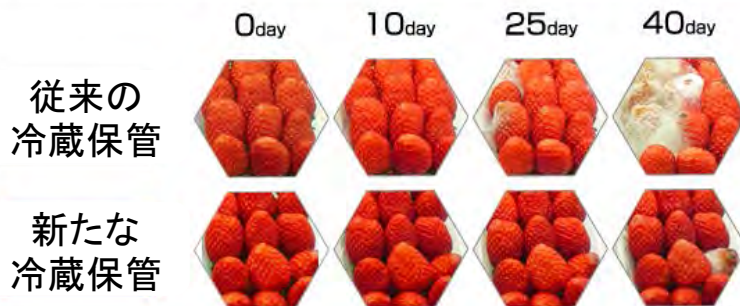
・高電圧方式の鮮度保持冷蔵コンテナ

日通商事(株)により開発が進められており、今後、輸送試験を実施するとともに、平成28年秋から輸送サービスを開始する予定。

◆苺を使った冷蔵保存試験



絶縁磚子



※外部と絶縁された特殊な構造を持つ冷蔵コンテナ内に、トランスによって昇圧した交流(AC)の高電圧(5,000~7,000V)をかけることにより、以下の効果が期待される。

- 1) 高圧放電に伴うオゾン発生による細菌の繁殖抑制による腐敗抑制
- 2) 腐敗の進行が大幅に抑制される零度以下でも凍結せずに、フレッシュな状態を維持可能
- 3) 畜産物については、アミノ酸増加による熟成効果
- 4) 冷気コントロールによる高レベルでの温度管理

生鮮品の低コスト・大量輸送を可能とする鮮度保持輸送技術の普及③

○ 新たな生産・加工・流通システムの構築による地域企業等の輸出促進及び成功事例の共有

具体的な事例

北海道：伊藤忠商事(株)、
ホクレン農業協同組合等

北海道の特産品であるスイートコーンやアスパラガス等を、氷点下でも凍らない空間を作るスーパークーリングシステムを活用し、鮮度を保持した状態で東南アジアへの輸送実証を実施。



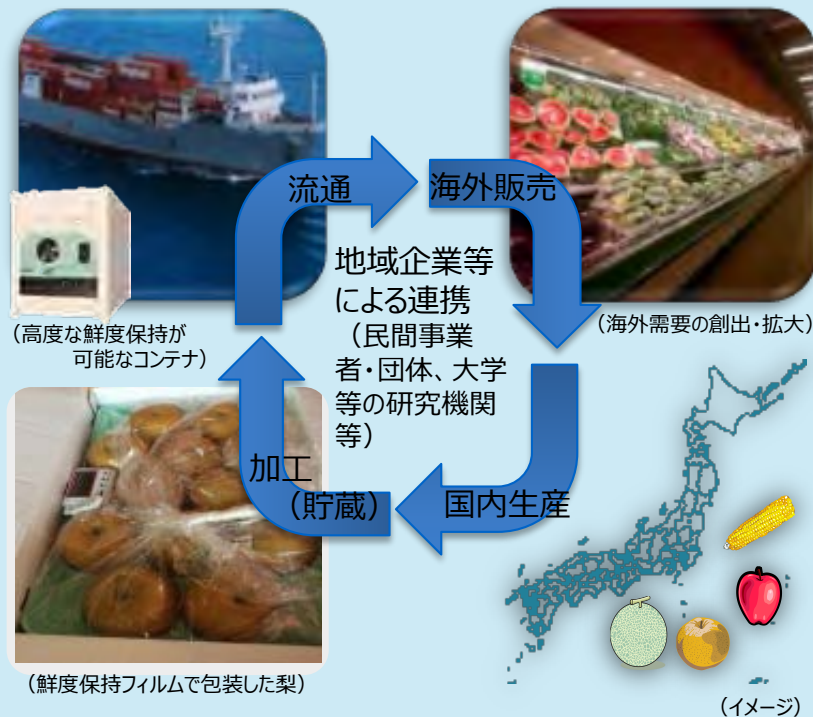
電場による微弱振動で凍結させずに冷却することで鮮度を維持

福岡県：福岡大同青果(株)

各産地との調整を行い、産地間連携の形成に向け取り組むと共に、あまおう（イチゴ）等の九州の農産物を、環境制御可能なCAコンテナ、特殊段ボール資材を活用し、鮮度を保持した状態でシンガポール向けに輸送実証を実施。



生産・加工・流通・販売が連携した効率的なバリューチェーンの構築



実証により各段階での課題を解決し、強固なバリューチェーンを構築。

- ・植物工場等によるこれまでにない高付加価値野菜の生産
- ・新技術を活用した加工・包装・貯蔵方法による鮮度保持
- ・新技術を導入した鮮度保持コンテナによる流通方法確立
- ・大ロット、高付加価値品の提供による新市場の創出・拡大

など

- シンポジウムを開催し輸出事業者の成功・失敗事例を共有
- 農林水産物輸出に取り組む事例集を作成し広く展開

輸出拠点周辺の冷蔵倉庫等の整備促進①

○ 港湾における民間の物流施設の整備に対する支援

特定用途港湾施設整備事業

国際コンテナ戦略港湾において、流通加工機能を備えた荷さばき施設(上屋)又は保管施設(倉庫)を整備する民間事業者に対する無利子貸付を行う。

【支援内容】国及び港湾管理者からの無利子貸付

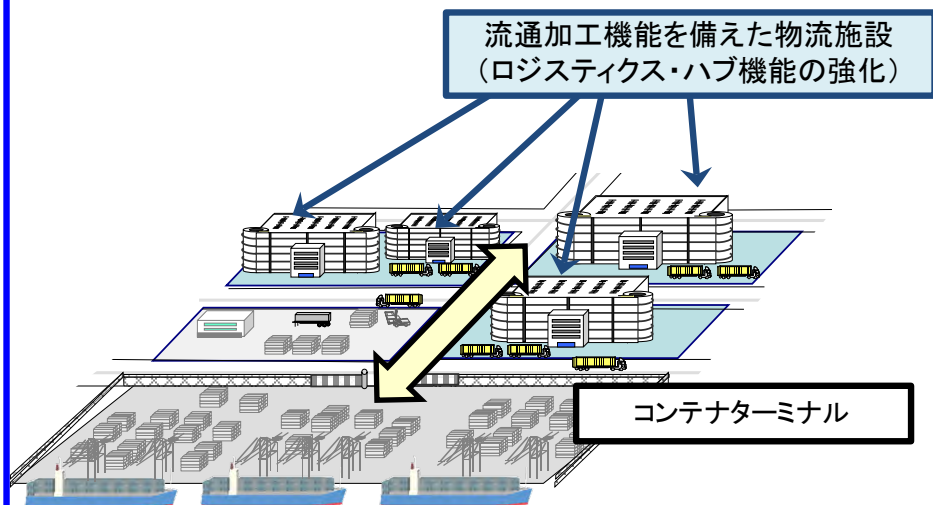
【対象港湾】京浜港、阪神港

【貸付比率】

国 : 港湾管理者 : 民間事業者 = 3 : 3 : 4

【対象施設】

国際コンテナ戦略港湾(京浜港、阪神港)の埠頭の近傍に立地する物流施設(上屋、倉庫)



【国際コンテナ戦略港湾における創貨のイメージ】

港湾機能高度化施設整備事業 【物流拠点再編・高度化支援施設】

港湾における防災機能の向上及び効率的な物流網の形成を図るため、港湾に立地する老朽化・陳腐化した物流施設を再編・高度化する民間事業者に対する補助を行う。

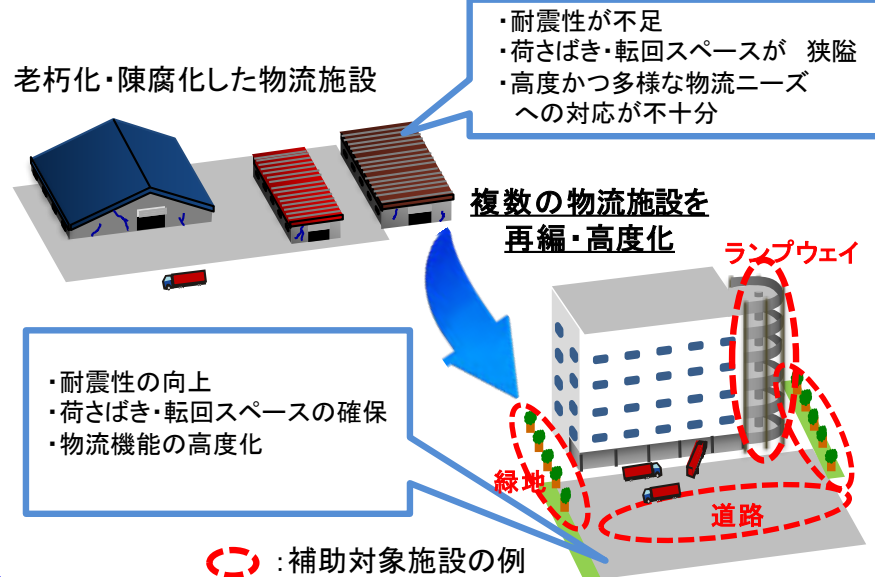
【支援内容】国からの補助

【対象港湾】苫小牧港、仙台塩釜港、京浜港、新潟港、清水港、名古屋港、四日市港、阪神港、水島港、広島港、徳山下松港、関門港、博多港、那覇港 ※臨港地区に限る

【補助率】1/3

【補助対象施設】

物流施設の共用部(ランプウェイ、スロープ等)*及び共同施設(道路、緑地等) ※免震機能を含む



輸出拠点周辺の冷蔵倉庫等の整備促進②

○ 省エネ型自然冷媒機器を導入する冷蔵倉庫事業者に対する導入経費の補助支援。

【目的】

先進技術を利用した省エネ型自然冷媒機器を普及し、温室効果が極めて小さい自然冷媒(水、空気、アンモニア、CO2等)を使用したエネルギー効率の高い機器の導入を促進する。

【補助対象者】 民間団体等

【補助対象設備】

省エネ型自然冷媒機器

- ・ **物流倉庫等に使用される冷凍冷蔵機器**(冷凍機、冷却塔等)
- ・ 小売店舗(スーパーマーケット、コンビニエンスストア)のショーケース等
- ・ 食品製造工場、化学製品製造工場(新規)、アイススケートリンク(新規)に使用される冷凍冷蔵機器等

平成28年度予算
75億円の内数(継続)

事業スキーム

<委託事業>

委託対象：民間団体

実施期間：平成26年度～平成28年度

<補助事業>

補助対象：①補助金の交付事業を行う民間団体

②①の法人を経由して省エネ自然冷媒機器を導入しようとする民間団体等

補助割合：①国から法人への補助 : 定額

②法人から事業実施者への補助 : 1 / 2 以下

(参考)平成27年度予算:63.8億円の内数

省エネ自然冷媒冷凍等装置導入事例 (超低温冷蔵保管庫)



外観



空気冷凍システム

《省エネルギー効果》

エネルギー削減量年間：1,115,063 kWh/年
(従来比34%削減)

《温室効果ガス削減効果》

559 t-CO2/年

(内訳)

- ・ エネルギー起源CO2削減量：380 t/年
*電気0.341 kg-CO2 /kWh
- ・ 冷媒漏洩CO2削減量：179 t/年

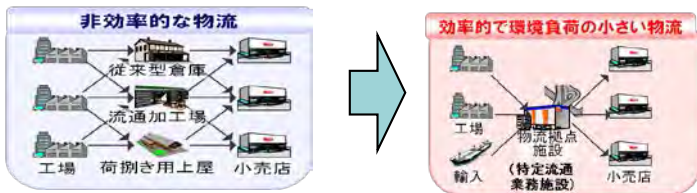
輸出拠点周辺の冷蔵倉庫等の整備促進③

○ 新たな物流効率化のための計画に基づき取得した事業用資産に係る税制特例措置。

施策の背景

現行の枠組み

【目的】物流の総合化(輸送・保管・荷捌き・流通加工を一体的に実施)に伴う物流の効率化(輸送網の集約化等)促進



【物流総合効率化法の政策のイメージ】

従前の環境対策に加え、昨今の物流をめぐる社会情勢(労働力不足等)の変化への対応の必要性

現行の枠組みに加え、新たに創設する枠組み

【目的】輸送フローの効率化及びモーダルシフトの一層の促進による物流の効率化

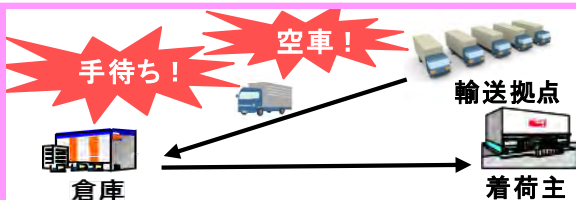
新たな物流効率化のための計画に対する支援制度の創設

複数の事業者が共同で物流の効率化に資する計画を作成し、それに基づき事業を行う場合、所要の支援措置を講ずるものとする。

物流総合効率化法改正を前提に、以下の税制特例を設ける。

○ 輸送と保管の連携が図られた倉庫の整備促進

現状の課題



輸送拠点の併設、又はトラック予約システムを備えることで空車や手待ち時間を解消する。これにより、
①輸送フローの効率化
②生産性の向上を実現する。

輸送連携型倉庫

○ 輸送拠点の併設



又は

○ トラック予約受付システムの導入



【特例内容】

- 倉庫事業者が所有する倉庫(施設及び附属設備)
 - ・ 所得税・法人税 割増償却を5年間10%
 - ・ 固定資産税等 課税標準を5年間1/2等
 - ・ 適用期限 平成30年3月31日

○ 施設要件

- ・ 倉庫業法に基づく登録を受けた営業倉庫であること。
- ・ トラックの予約受付システムを有すること、またはトラックの営業所が併設されていること。
- ・ 高速道路のIC等から5km以内であること。
- ・ 冷蔵倉庫については、容積が6,000m³以上であること。
- ・ 非常用電源、荷崩れ防止装置等の備付けがあること。

等

成田空港と那覇空港の貨物エリアの整備・拡大

○ 空港周辺の貨物エリアや冷蔵倉庫等の輸出拠点の整備促進。

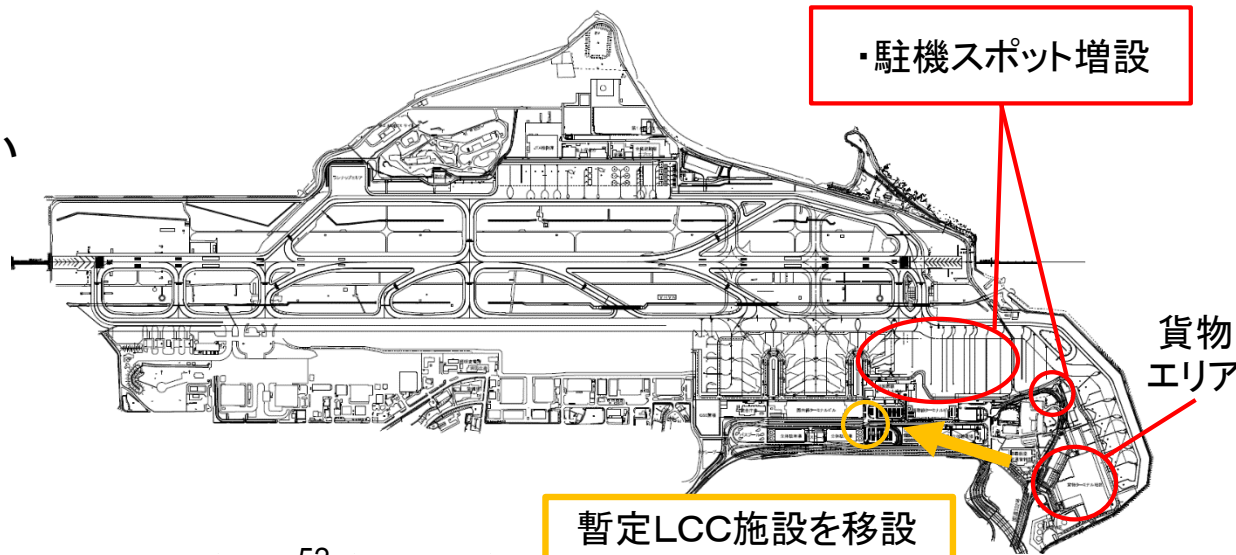
成田空港

貨物エリアにおいて、冷蔵倉庫を整備するとともに、円滑かつ効率的な運用を行うため、貨物上屋の機能向上及び貨物エリア内導線改良を実施



那覇空港

ターミナル地域再編事業に伴い 暫定LCC施設の移設による 貨物エリアの拡大、 駐機スポットの増設予定



3 - (2) より多く、品質を守って、運ぶ 那覇空港の農産物輸出拠点化について

1. 背景

- 那覇市の半径2,000km以内には台湾、上海、香港、北京、ソウルといったアジアの主要都市が存在し、人口20億人市場。
- 那覇空港は国内外のネットワークが効率よく構築されており、24時間365日体制のCIQも措置済み。
- 加えて、東京五輪開催直前の2020年3月末の供用開始を目指し、滑走路増設事業を推進。
- 関係省庁と調整を図りつつ、那覇空港の農産物輸出拠点化に向けて検討。

那覇市と各主要都市の位置関係



那覇市と各主要都市との位置関係

1000km圏内	台湾全域 (約2,300万人) 上海 (約2,400万人) 九州全域 (約1,320万人)
1500km圏内	ソウル (約1,040万人) マニラ (約166万人) 大阪 (約885万人)
2000km圏内	北京 (約2020万人) 東京 (約1350万人)
2500km圏内	ハノイ (約650万人) 札幌 (約190万人)
	(括弧内は人口)

2. 那覇空港の活用方向

- ・国内各地の農産物・食品をまとめて輸出することにより、低コスト輸出を実現
- ・集荷された農産物を加工することにより、高付加価値輸出を実現
- ・宅配便を活用することにより、インバウンド効果で本場の日本食品の品質を知っている現地消費者を取り込み



24時間対応の荷さばき施設が滑走路に隣接



在庫機能を有する物流倉庫

3. 対応方向 (案)

- ・那覇空港のハブ機能をもとめるため、空港近隣にワールドチェーンを備えたストックヤードや加工施設が必要
- ⇒時間軸・実現性等を踏まえ、国際物流拠点産業集積地域の老朽化した棟をリノベーションし、冷蔵・冷凍倉庫やセントラルキッチン等を備えた輸出拠点を構築
- ⇒空港近辺に流通・加工の環境を整えることで、将来、沖縄に食品コンビニートを創設し、機内食や介護食、惣菜・弁当の世界の宅配基地を構築してはどうか



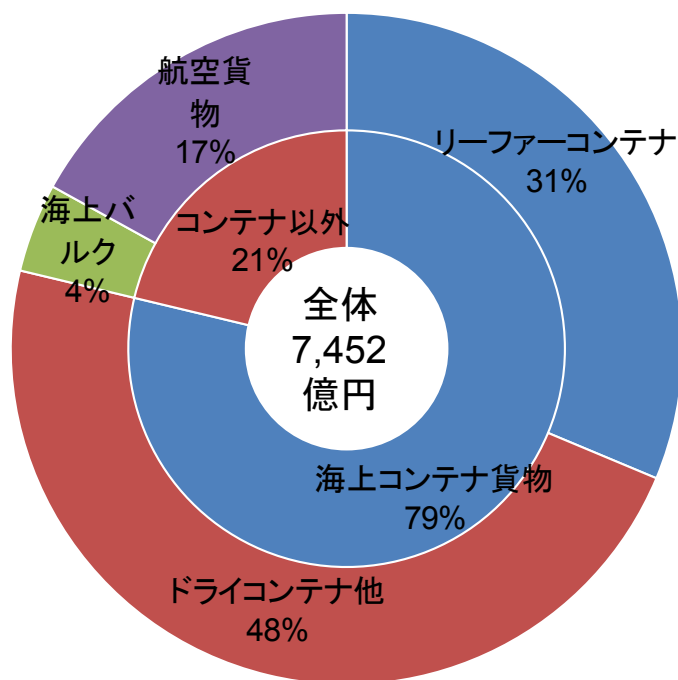
既存施設の一部は老朽化

港湾におけるリーファーコンテナ輸出環境の向上

船舶による農林水産物・食品輸出の現状

- 我が国における外貿冷蔵コンテナの取扱貨物量は増加傾向。
- 農林水産物・食品の輸出額全体のうち、全体の約8割が海上コンテナで輸送されている。
- 海上コンテナ輸送のうち、約4割がリーファーコンテナで輸送されている。

H27農林水産物・食品輸出の運送形態別の割合



リーファーコンテナ

生鮮食品など、冷蔵・冷凍の低温輸送を行うために冷却装置を内蔵したコンテナ



出典) 日本通運(株)



リーファーコンテナ用電源

出典) 東京港埠頭(株)HP

- ※1 農林水産物・食品の輸出額は、農林水産省資料に基づく
- ※2 農林水産物・食品の運送形態別割合は、貿易統計(概況品別品別表)より算出
- ※3 海上コンテナ貨物に占めるリーファーコンテナの割合は、H25全国輸出入コンテナ貨物流動調査より算出

出典) 農林水産省資料、財務省「貿易統計(H27)」及び「H25全国輸出入コンテナ貨物流動調査」より国土交通省港湾局作成

日本企業による海外コールドチェーン事業への参入

① 物流政策対話

海外の物流への規制、運用上の課題等の解決につなげるため、物流の課題に対する相互理解を目的とした二国間による政府間対話を実施。

② 物流パイロット事業

我が国物流事業者が海外で新たな物流システムの導入、又は改善を行う等に当たっての先駆的事業「物流パイロット事業」を、国と物流事業者が連携して実施。

③ 官民ファンドの活用

共同出資等を行う仕組み(株)海外交通・都市開発事業支援機構(JOIN))を日系物流事業者に周知・活用促進。

※なお、現地におけるコールドチェーン構築にあたっては、現地の有力な物流・流通企業グループと連携することが極めて重要であり、我が国物流事業者との合弁等を促す必要がある。

物流政策対話・ワークショップ

日タイ物流政策対話・ワークショップ



【物流政策対話】

平成25年10月29日(火)

【ワークショップ】

10月30日(水)

【日本側代表】 国土交通省国際物流課長

【タイ側代表】 運輸省次官補

【主な議論の内容】

両国の物流事情施策の現況及び課題

タイにおける相互通行に関わる諸手続き、兼業規制や外資規制などの国内の諸規制、貨物鉄道輸送の未整備等の課題について提起

物流パイロット事業

東西経済回廊におけるトラック輸送とベトナム鉄道を活用した複合一貫輸送(平成26年度実施)



【背景】

タイ南部からベトナム北部への輸送については、海上輸送の他に、東西経済回廊を経由したトラック輸送が活用されているが、経済成長に伴う貨物量の増加により、都市部を中心とした交通渋滞や道路負荷の増大が課題になるなど、持続的な経済成長や環境に対する影響が懸念。

【調査概要】

第3の物流ルートの構築に向け、トラック輸送と鉄道輸送を組み合わせた複合一貫輸送及び冷蔵コンテナ輸送によるクロスボーダー冷温輸送(コールドチェーン)サービスの実現に向けたトライアル輸送を実施。

官民ファンドの活用

(株)海外交通・都市開発事業支援機構(JOIN)の周知・活用促進



【主な業務】

出資(民間との共同出資)
ハンズオン支援(役員・技術者の人材派遣等)
相手国側との交渉

【支援対象事業】

交通事業／都市開発事業
上記の事業を支援する事業

【支援の効果】

○海外市場への参入により世界の成長を取り込む
○事業運営への参画により関連産業の受注機会拡大
○インフラ整備により日本企業の海外事業環境の改善

物流システムの国際標準化の推進に向けた取り組み

- コールドチェーンや宅配サービス等の我が国物流事業者が有する質の高い物流システムの規格化・国際標準化の推進。

国際標準化の位置づけ

○交通政策基本計画【平成27年2月閣議決定】

目標④ 我が国の技術とノウハウを活かした交通インフラ・サービスをグローバルに展開する

○自動車、鉄道、海運、航空、物流、港湾等の各交通分野について、安全面、環境面、効率面に関する我が国の規格、基準、システム等の国際標準化を推進し、我が国の交通産業の成長を目指す。

○今後の物流政策の基本的な方向性等について

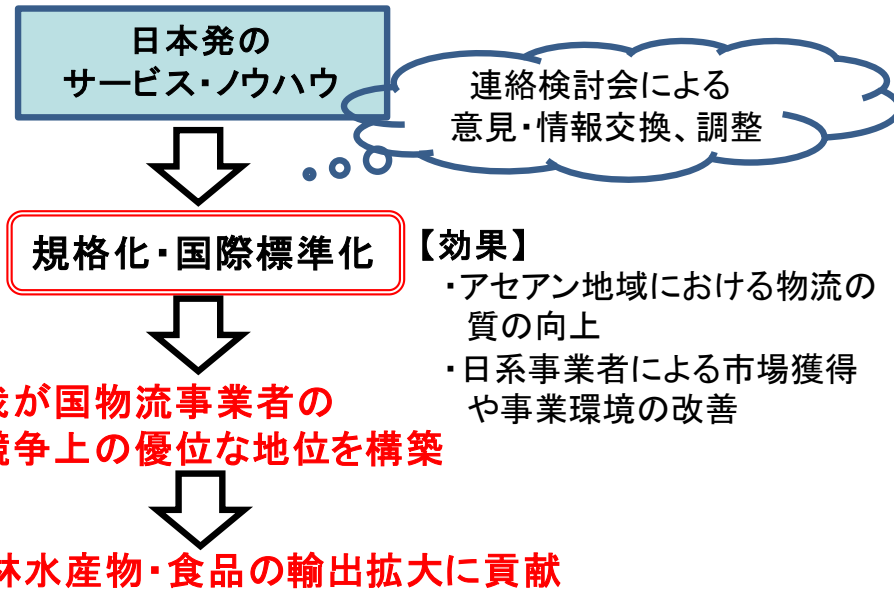
【平成27年12月社会資本整備審議会・交通政策審議会答申】

(アジアにおける物流資機材や物流サービスの標準化)
我が国物流事業者が競争上の有利な地位を築いていくという観点から、多頻度・小口配送や定時配送等といった顧客ニーズに応じたきめ細やかなサービス、コールドチェーン、宅配システム等我が国物流事業者が有する世界でも最高水準のサービスやノウハウ等を基に、アジア諸国とともにアジアの標準を積極的に形成していくことが重要である。このため、我が国物流システムの規格化・国際標準化を主導的に果たしていくような取組の検討が必要である。

物流分野においても、官民連携で物流システムの国際標準化に取り組む必要

<「我が国物流システムの国際標準化の推進等に関する連絡検討会の開催」(平成28年3月~)>

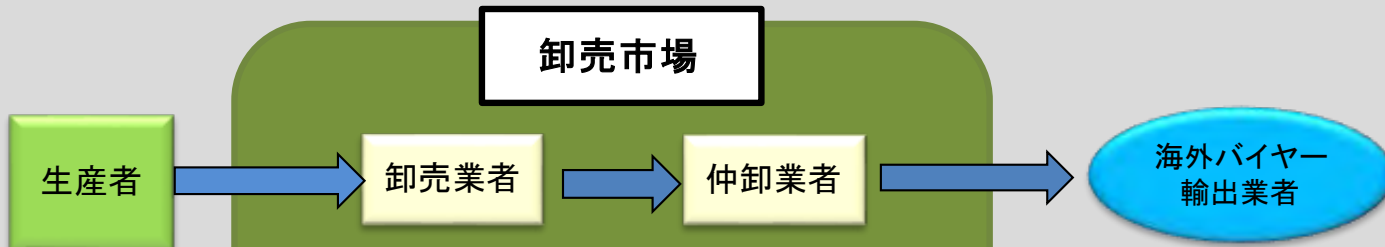
オールジャパンで日本の物流システムの国際標準化に向けた取組を進めるため、物流事業者、業界団体、関係省庁等からなる検討会を設置。小口保冷輸送を対象に議論を開始。



卸売市場の輸出拠点化

○ 卸売市場が輸出に取り組む中小企業者の拠点となるよう、規制の緩和、コンテナヤード等の整備、輸出手続きの迅速化などを推進。

卸売市場流通



輸出拠点としての卸売市場流通



官民ファンドを活用したジャパンモールの設置・運営の支援

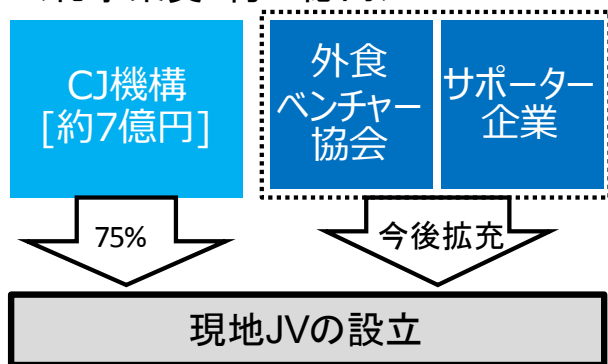
- 官民ファンドを活用したジャパンモール(日本産品・日本製品の販売店や日本食レストランが集積した商業施設)の設置・運営の支援。

ジャパン・フードタウン

(米国ロサンゼルス: 本年7月オープン予定)

- 東南アジアで1人あたりGDPが最も高く、周辺国を含めて富裕層が集まるシンガポールの中心部の一等区画において、**外食ベンチャーを中心とした様々な種類の日本食レストラン(16店舗)を集積し**、集客力を高めて展開。
- **外食ベンチャーによる単独の海外進出では、一等地の確保は困難**。このため機構の投資を通じて、海外展開が初の企業も含め、複数の外食ベンチャーが事業を行うプラットフォームを現地に整備する新会社を設立。
- **広く地域企業に出店の呼びかけを行い、地域発の外食ベンチャー等の進出確保**を目指す。

<総事業費 約10億円>



<寿司>



<鍋料理>

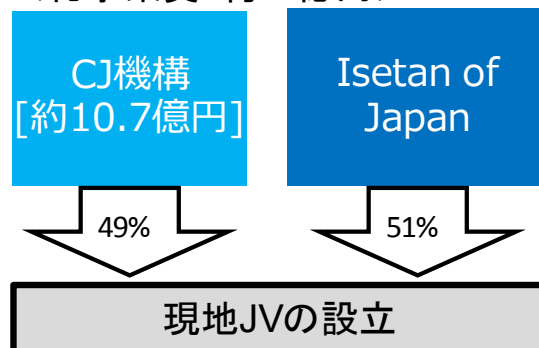
外食ベンチャーの例

ジャパンモール

(マレーシア: 本年10月部分オープン予定)

- クアラルンプール最大の繁華街で、三越伊勢丹の既存拠点(約1万㎡)を**ASEAN初の全館クールジャパン仕様に刷新**。
※海外における一般的な日系百貨店の日本商材の比率は5~10%程度
- **ショールームや体験スペース等を通して、ファッションから食、美容、健康まで日本の最先端のライフスタイルを発信**。**地域・中小企業の海外展開の足がかり**とする。
- 同国で**ハラル対応等のノウハウ**を蓄積し、**イスラム圏進出の足掛かり**とする。

<総事業費 約20億円>



全館クールジャパンの挑戦
「提供元: 三越伊勢丹」

各種輸出関連証明書の発行手続きの利便性の向上

ONACCS(輸出入・港湾関連情報処理システム)により一元処理できる証明書の範囲の拡大と、証明書窓口・受領場所の拡大

【現行】

主な必要書類	対象品目	申請受付・証明書受領場所	電子申請
○輸出許可書	全品目	税関 ※輸出許可は許可書を発行することなくNACCS上のシステム処理で行われる。(注)	◎ (NACCS)
○原産地証明(一般) ○サイン証明	全品目	商工会議所・商工会等	×
○輸出証明書(原発関連)			
産地証明、放射性物質検査証明	肉類、青果、コメ、加工食品	申請: 地方農政局・一部支局等 受領: 地方農政局・支局等、水産庁・漁業調整事務所	○
	水産物	申請: 水産庁 受領: 地方農政局・支局等、水産庁・漁業調整事務所 ※上記とは別に一部道県で申請受付・証明書受領が可能	○
○検疫証明書 ※現物確認が必要			
・動物検疫	肉類	動物検疫所又は家畜防疫官の指定した場所	◎ (NACCS)
・植物防疫	青果、コメ	植物防疫所又は植物防疫官が必要と認める当該植物の所在地	◎ (NACCS)
○衛生証明書 ※現物確認が必要			
肉類	肉類	都道府県等食肉衛生検査所	×
水産物	水産物	都道府県(衛生部局、水産部局)、地方厚生局、登録検査機関(日本冷凍食品検査協会)、水産庁	×
○漁獲証明書	水産物(マグロ類等)	水産庁、都道府県(4県)	×

(注) 輸出許可書が必要な輸出者又は通関業者はシステム端末から印刷が可能。

・ 各種証明書の発行申請をNACCSで行うことを可能とすることについて、できるものは平成28年度中の実施を目指し、関係省庁間で調整

・ 現物確認が必要のない輸出証明書や漁獲証明書などについて受領場所を拡大する方向で検討

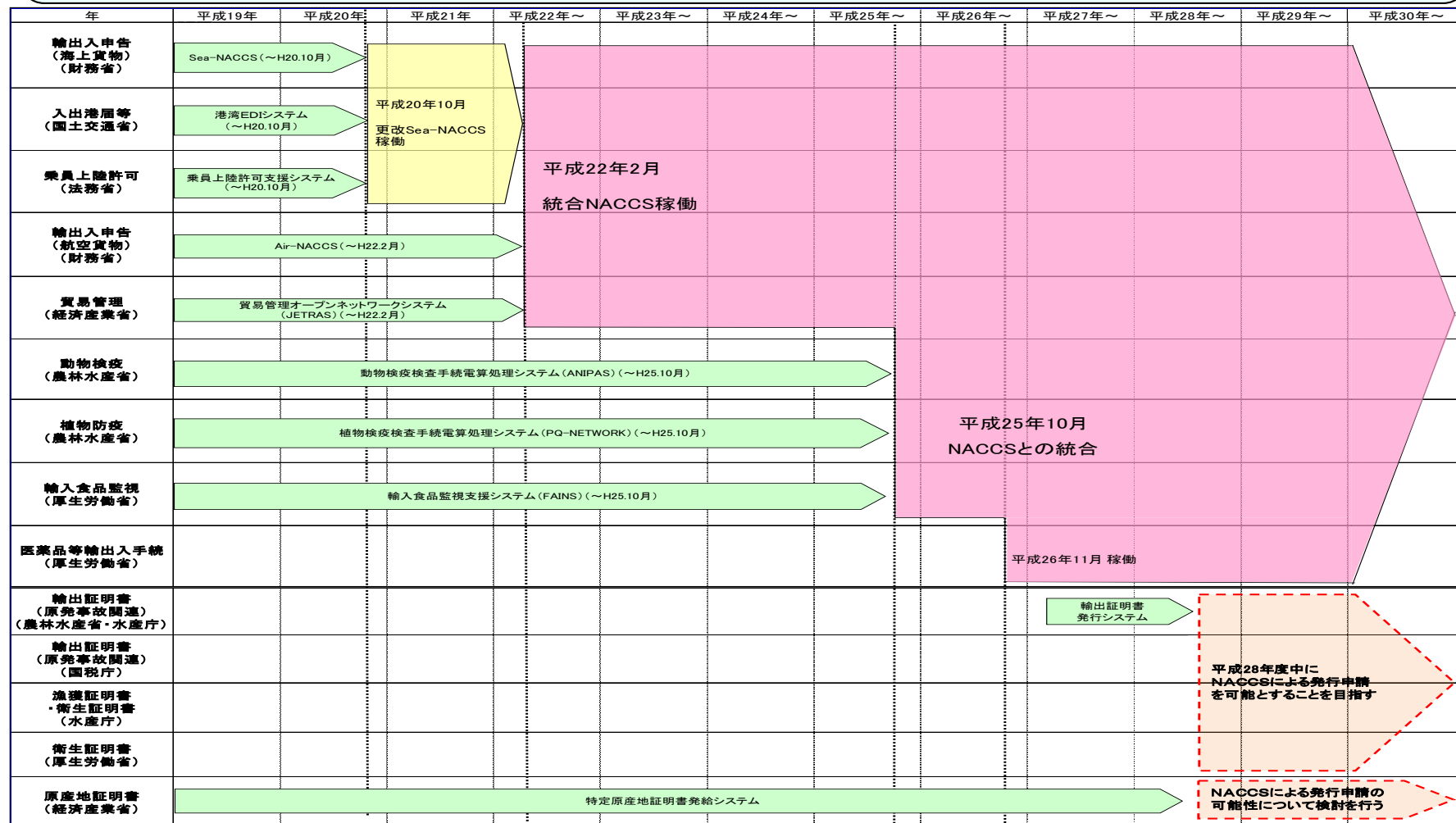
(参考) NACCSによるシングルウィンドウ化の推進の状況

○NACCSは、輸出入等関連業務(税関手続、入国管理手続、食品衛生手続等の官業務及び輸送、保管等の輸出入に関連する民間業務)を電子的に処理する官民共用のシステム

(参考1) 輸出入・港湾関連情報処理システム(NACCS) : Nippon Automated Cargo and port Consolidated System

(参考2) 輸出入申告総件数の約98%をNACCSにより電子的に処理

(参考3) 輸出入・港湾関連情報処理センター(株)が運営



平成28年度中に
NACCSによる発行申請の
可能とすることを旨す

NACCSによる発行申請の
可能性について検討を行う

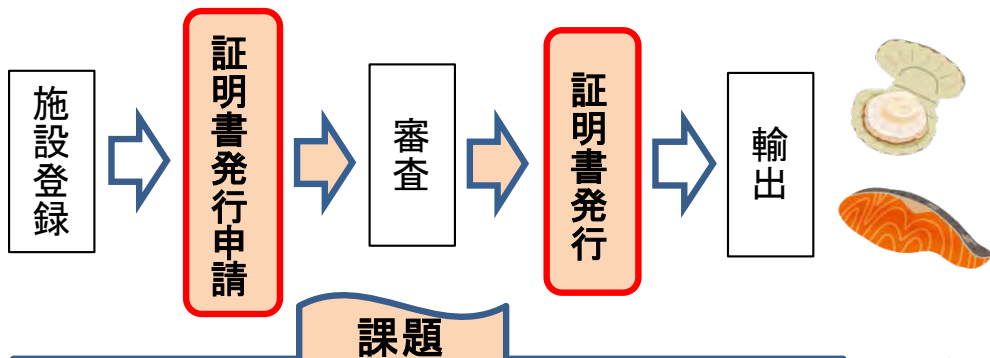
NACCS : Nippon Automated Cargo and port Consolidated System
EDI : Electronic Data Interchange
JETRAS : Japan Electronic open network TRAdE control System

ANIPAS : Animal Quarantine Inspection Procedure Automated System
PQ-NETWORK : Plant Quarantine NETWORK
FAINS : Food Automated Import Notification and inspection network System

衛生証明書関係の発行手続の簡素化・迅速化

- 地方厚生局等で発行している衛生証明書等について、メールでの発行申請受け付けによる発行手続の迅速化、添付書類の簡素化等を実施
- 輸出食肉処理施設外の倉庫に搬出・保管された食肉についても、衛生証明書を発行

水産食品の衛生証明書発行手続の簡素化・迅速化



対応

- ・メールによる発行申請など、発行手続を迅速化（全地方厚生局で実施。都道府県等は任意）
- ・自主検査成績書の有効期間延長、継続して輸出する場合の検査成績書の添付不要など、申請時の添付書類を簡素化
- ・輸出の都度の現場検査について、問題がない輸出者の頻度を削減
→生鮮品の輸出等に寄与

食肉の衛生証明書発行対応の拡大



課題

- ・輸出施設内の保管庫の容量に限りがあるため、衛生証明書を発行可能なロットの大きさに制限

対応

- ・輸出施設外の倉庫においても衛生証明書を発行
→輸出ロットの大口化による輸送コストの低減等に寄与

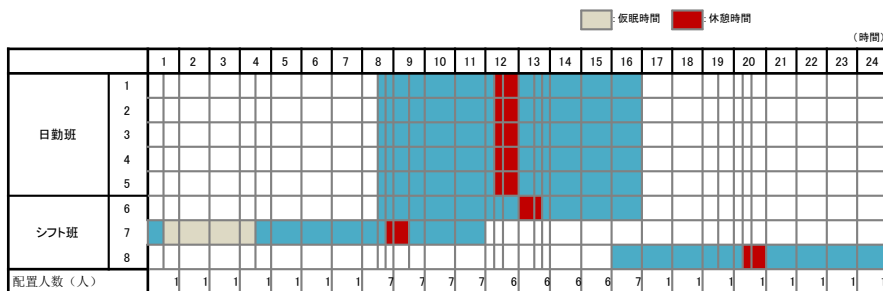
動植物検疫業務の柔軟な対応

- 成田空港、羽田空港、中部空港、関西空港において、輸出検査の24時間・365日体制を構築（それ以外の場所でも事業者の要請に応じて早朝・夜間、土日・祝日も柔軟に対応）。
- 青果物については、事業者の要請により、植物防疫官が栽培地・集荷地・市場に出向いて輸出検査（集荷地検査）を実施。
- 畜産物については、通常家畜防疫官が常駐していない空海港へ出張し、輸出検査（出張検査）を実施。

24時間・365日の検査対応

- 動植物検疫については、成田空港、羽田空港、中部空港、関西空港において、輸出検査の24時間・365日体制を構築。

羽田空港支所のシフトイメージ(植物検疫)



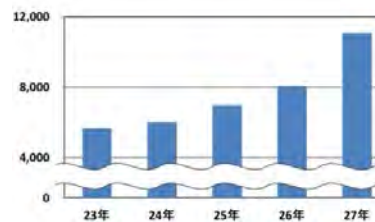
- 輸出検査の24時間・365日体制が構築できていない空海港等においても、輸出検査申請に基づき、土日も含めその都度対応。

集荷地検査等

- 集荷地検査事例
 - ・青森県の台湾向けりんご
 - ・長野県川上村での台湾向けレタス
 - ・愛知県の花き市場での諸外国向け花き類
 - ・福岡県の福岡中央卸売市場での台湾向け野菜類 等

(集荷地検査実績)

約4千件(H21)→約1万1千件(H27)



集荷地検査件数の推移



台湾向けりんごの集荷地検査の様子(青森県)

- 出張検査事例
 - ・青森空港、富山港等でのシンガポール、香港向け卵
 - ・志布志港での米国向け牛肉 等
- (出張検査実績)23件(H27)

動植物検疫体制の強化

○海外からの病害虫等の侵入により輸出が止まることがないように、動植物検疫体制を強化。

国際連携による周辺国の家畜疾病リスクの低下

アジア周辺地域(韓国、中国等)と家畜疾病に関する連携及び水際検疫を強化

- 平成27年9月、日中韓農業大臣が越境性動物疾病への対応に関する協力覚書に署名
- 平成28年3月、日本と中国の研究所間で口蹄疫及び鳥インフルエンザに関する共同研究等の覚書を締結

国際空港での水際対策による家畜疾病侵入の防止



広報・注意喚起



靴底消毒



検疫探知犬



携帯品検査

※ 畜産物携行品は、銃、麻薬、ポルノとともに申告。

動植物検疫の違反発見事例

○没収家きん肉

平成27年、中国から持ち込まれた家畜伝染病予防法違反畜産物携帯品約3万件。うち、生鮮家きん肉の一部74検体について検査を実施し、2検体から高病原性鳥インフルエンザウイルスを分離。



H5N1ウイルスが検出された携行鶏肉

平成27年1月～平成28年3月迄
(国際獣疫事務局(OIE)へ報告があったもののみ)

- 口蹄疫
中国 4件、韓国 179件
- 高病原性鳥インフルエンザ
中国 15件、韓国 137件

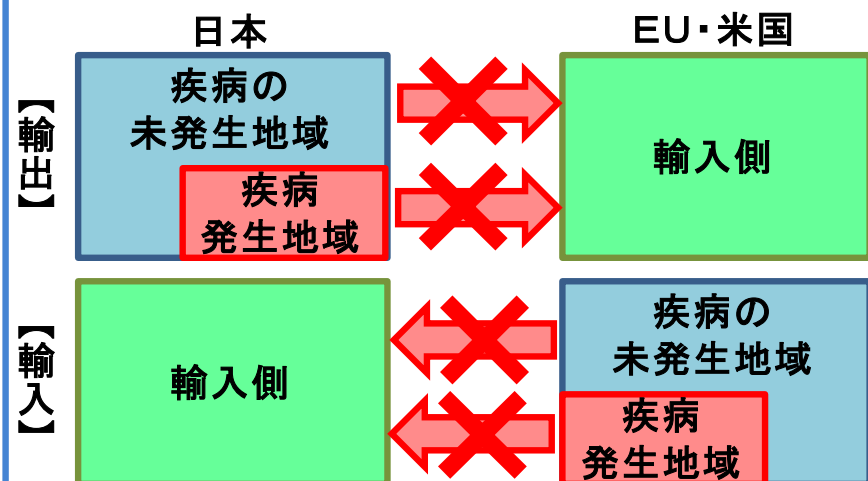


家畜疫病発生時の畜産物輸出の即時全面ストップ回避

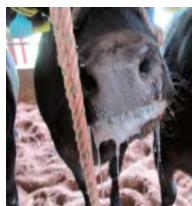
- 宮崎県で口蹄疫が発生した際には、牛肉の輸出が即時全面的に停止（米国向け牛肉は、輸出再開まで2年4か月）。
- 国内で家畜疾病が発生した場合でも、我が国からの畜産物輸出の全面ストップを回避するための協議を開始。また、EU・米国において疾病が発生した場合でも、貿易上の混乱を回避。

現状

- **家畜疾病が発生した場合、畜産物輸出は即時全面ストップ。**
 （宮崎県での口蹄疫の発生（平成22年）により、米国向けの牛肉輸出は2年4か月間ストップ）



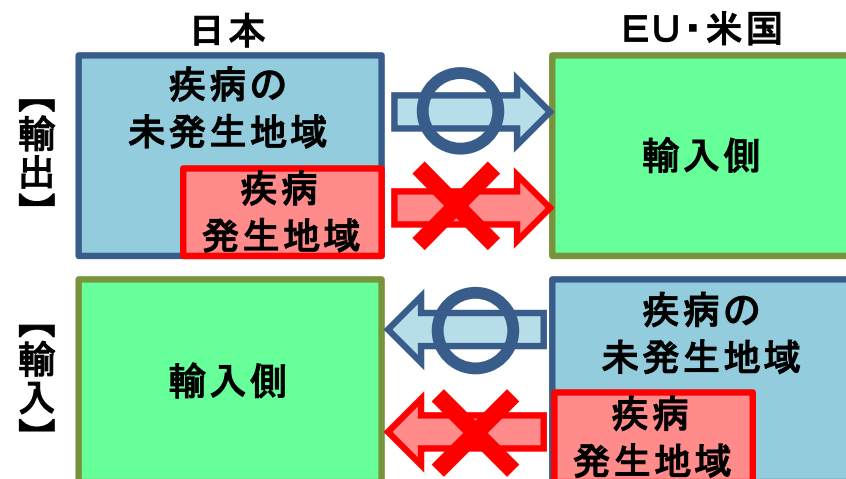
口蹄疫



伝播力が極めて強く、広域で牛、豚等に大流行を引き起こす。
 （平成22年に宮崎県で発生し、牛・豚合わせて約30万頭を殺処分）

今後

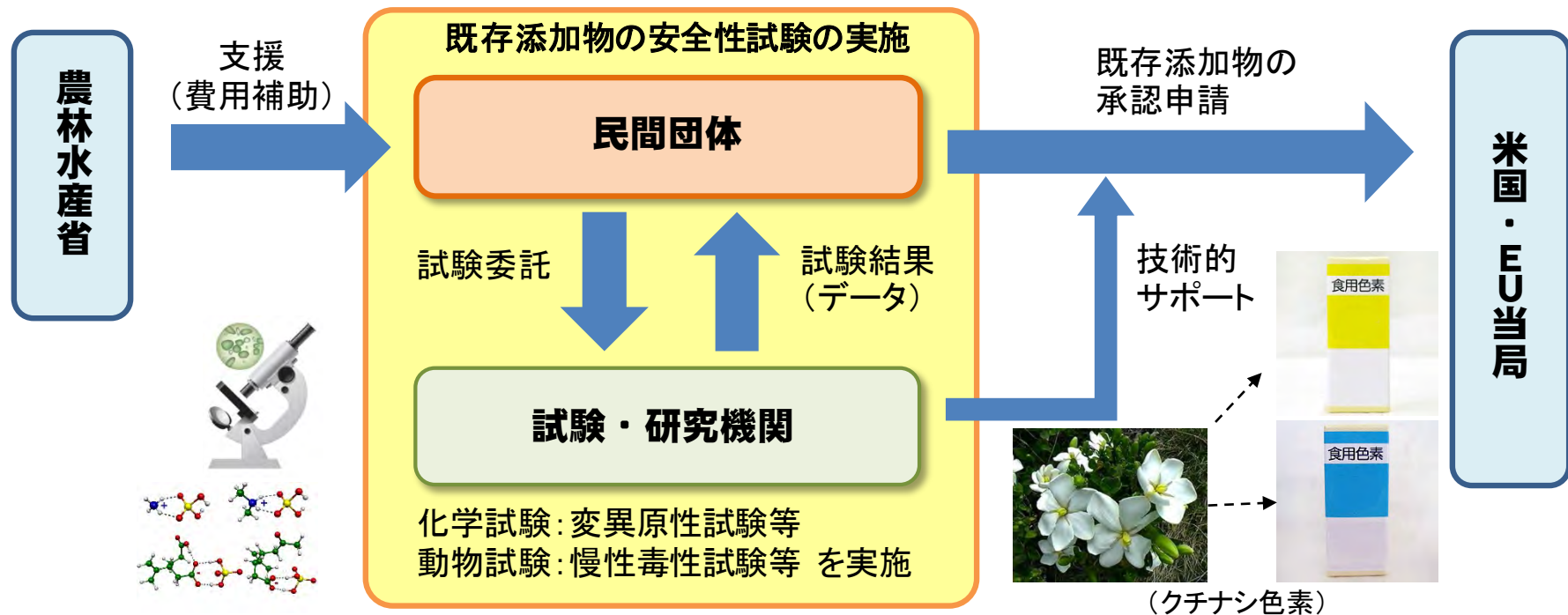
- 昨年、家畜疾病が発生した場合でも、畜産物輸出の**全面ストップを相互に回避するための協議を米国・EUと開始。**
- 今後、3年後を目途に、米国と鶏肉、牛肉、豚肉の順に協議。



海外での日本の既存添加物の登録に向けた安全性試験等の実施

○ 加工食品について日本で汎用されている既存添加物(クチナシ青色色素等)の海外での使用が認められるよう、海外当局への申請に必要な安全性試験等を実施。

- ・ 輸出環境整備推進事業により、米国、EUに対する承認申請に必要な既存添加物(クチナシ色素等)の安全性試験に取り組む民間団体への支援を実施



米国、EUに対する日本産食品の輸出拡大

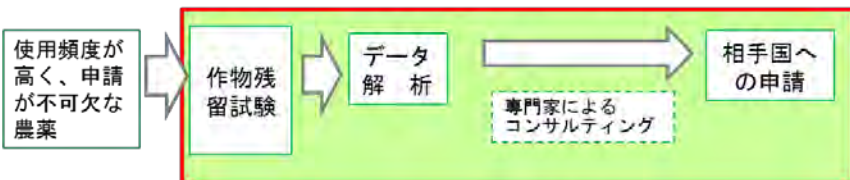
輸出先国との残留農薬基準設定の調和

- 食品として輸出するためには、植物検疫以外に、相手国の食品安全基準をクリアすることが必要。
- しかし、青果物については、市場調達を中心に残留農薬基準違反による廃棄処分が多数発生。
- このため、①インポートトレランスの設定、②国際共同評価による基準値の早期・同時期の設定等により、植物検疫上輸出できるものの輸出実現を支援。

インポートトレランスの設定支援

- 輸出相手国で登録されていない農薬について、輸入品用の残留基準(インポートトレランス)の設定を支援していく必要。
- 青果物及び茶については、それぞれの輸出促進協議会が、農水省の支援を受け、農薬メーカーに委託し、産地から基準の設定要望が強い農薬を優先して輸出先国・地域にインポートトレランス申請を行っているところ。
- 青果物については、平成27年度補正より農水省の支援を開始したところであり、輸出先国・地域へのインポートトレランス申請の加速化を推進。
- 茶については、平成27年度当初より農水省の支援を開始したところであり、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、約半数の申請を目標(平成27年度 3剤申請支援)

インポートトレランス申請までの手続き(一例)



農薬の国際共同評価

現状

- OECD諸国間では、評価参加国で早期・ほぼ同時期の農薬登録、残留基準値設定を可能とする国際共同評価の取組が広がつつある
- アジア諸国でもOECD諸国に準じた残留農薬規制が順次導入されているが、農薬の審査能力は十分でなく、登録も基準値設定も遅れる傾向

→相手国で残留農薬基準が設定されていない場合、当該農薬が検出されると残留農薬基準違反に

取組

- 農薬登録制度の国際調和を進めるとともに、農薬の国際共同評価に積極的に参加
- アジア諸国の農薬評価担当者を対象に評価能力の向上を目的とした研修を実施、共同評価への参加を促進

効果

各国でほぼ同時期に残留農薬基準値が設定されることにより、輸出先国での基準値違反を防止



相手国で基準値設定された農薬が増えて、輸出用の作物が作りやすくなった!

アジア諸国を対象としたセミナー

(参考) 認証の現状

GAP

【海外の認証の仕組みの例】

- ・GLOBALG.A.P.(本部:ドイツ)
認証数:世界で約15万件(うち欧州約7割
日本約280件)
- ・CANADAGAP(本部:カナダ)
- ・SQF(本部:米国)
- ・PrimusGFS(本部:米国)

※ この他、各国の国内のみで使われている規格・認証の仕組みも存在。

【日本の認証の仕組みの例】

- ・JGAP (運営主体:日本GAP協会)
認証数:日本で約3,800件
- ・都道府県やJA等が運営するGAP
(都道府県:37団体)

※ 国際的に通用するものがない。

HACCP

【海外の認証の仕組みの例】

- ・FSSC22000(本部:オランダ)
認証数:世界で約1万件、日本約1千件
- ・SQF(本部:米国)
- ・BRC(本部:英国)
- ・IFS(本部:ドイツ)

※ この他、各国の国内のみ、又は数力国の範囲で使われている規格・認証の仕組みも存在。

【日本の認証の仕組みの例】

- ・総合衛生管理製造過程承認制度(マル総)(運営主体:厚生労働省)
6食品群対象
認定数:施設数500、認定数723
- ・都道府県や市町村が運営する自治体HACCP認証制度(約90団体)
- ・業界団体が運営するHACCP認証制度(8団体)

※ 国際的に通用するものがない。

水産エコラベル

【海外の認証の仕組みの例】

- ・MSC (本部:英国)
認証数:世界で286漁業、日本2漁業
- ・ASMI (本部:アラスカ)
- ・IRF (本部:アイスランド)
- ・FOS (本部:イタリア)

※ この他、特定の環境保護団体等が立ち上げている規格・認証の仕組みも存在。

【日本の認証の仕組みの例】

- ・MEL (運営主体:大日本水産会)
認証数:23漁業

※ 国際的に認知度が低い。

海外における日本の地理的表示 (GI) の保護

○ 地理的表示 (GI) について、諸外国と相互にGIを保護できる制度を整備するとともに、GIマークの海外における商標登録を推進。

外国との地理的表示の相互保護

GI法 地域と結びついた特色ある農林水産物等の名称 (地理的表示 = GI) の保護

※平成28年3月時点で12産品を登録

TPP協定 ⇒ GIの相互保護に関する共通ルールが確立

〔 TPP非締約国を含む外国政府との国際協定に基づくGI保護が対象 〕

TPP協定に対応したGIの相互保護を可能とする制度を整備

日本

外国



○日本で外国GIを保護
⇒模倣品の排除による誤認・混同の防止

輸入された不正表示産品の譲渡を禁止

○外国で我が国GIを保護
⇒我が国生産者のGI登録の負担軽減
⇒外国での我が国農林水産物のブランド化

日本の高品質な農林水産物の輸出促進による攻めの農林水産業の推進

GIマークの活用



▶地理的表示の登録を受けた産品にGIマーク貼付

〔 主要な輸出先国においてGIマークを商標登録 〕

▶輸出先国で我が国の真正な特産品であることを明示し、差別化

▶真の日本の特産品の海外展開に寄与
▶農林水産物・食品の輸出促進

※ 酒類のGI制度は平成7年7月から運用を開始し、現在7つのGIを指定 (吉岐、球磨、琉球、薩摩 (以上しょうちゅう)、山梨 (ワイン)、白山、日本酒 (以上清酒))。これらのGIの一部については既にメキシコ、チリ及びペルーと相互保護を行っているほか、アメリカとも相互保護のための手続の検討開始について合意している。

(参考) 農林水産物・食品等の地理的表示保護制度

- 地理的表示とは、地域で育まれた伝統を有し、その高い品質等の特性が生産地と結び付いている農林水産物・食品等の名称。
- この名称を知的財産として保護する地理的表示保護制度の運用を平成27年6月から開始。今後、国内外の市場においてGIマークによる差別化と保護を図ることで、我が国の地域特産品のブランド化を促進。

地理的表示保護制度の大枠と効果

制度の大枠

- ① 「地理的表示」を生産地や品質等の基準とともに登録。
- ② 基準を満たすものに「地理的表示」の使用を認め、GIマークを付す。
- ③ 不正な地理的表示の使用は行政が取締り。
- ④ 生産者は登録された団体への加入等により、「地理的表示」を使用可。

効果

- 製品の品質について国が「お墨付き」を与える。
- 品質を守るもののみが市場に流通。
- GIマークにより、他の製品との差別化が図られる。
- 訴訟等の負担なく、自分たちのブランドを守ることが可能。
- 地域共有の財産として、地域の生産者全体が使用可能。

登録産品 (平成28年3月29日時点)

あおりカシス



(青森県)

但馬牛



(兵庫県)

神戸ビーフ



(兵庫県)

夕張メロン



(北海道)

八女伝統本玉露



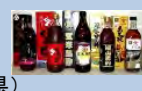
(福岡県)

江戸崎かぼちゃ



(茨城県)

鹿児島島の壺造り黒酢



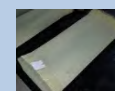
(鹿児島県)

くまもと県産い草



(熊本県)

くまもと県産い草畳表



(熊本県)

伊予生糸



(愛媛県)

鳥取砂丘らっきょう ふくべ砂丘らっきょう



(鳥取県)

三輪素麺



(奈良県)

地理的表示のイメージ

生産地



○人的な特性
伝統的な製法
地域伝統の文化・行事 等

○自然的な特性
気候・風土・土壌 等

“主として帰せられる”
|| 結び付きがある ||

産品の特性

- 品質
特別に糖度が高い
もっちりとした食感
- 社会的評価・評判
市場で高値で取引
農林水産大臣賞受賞
- その他
きれいな飴色
小ぶりで食べやすい



地理的表示



○○干柿

○○地域と
産品の特性が結
び付いた商品の
名称の表示。

アジアを中心としたUPOV91年条約への加盟の働きかけ

- 東アジア各国等におけるUPOV(植物新品種保護国際条約)91年条約に準拠した制度の整備の働きかけを実施。

取組内容

1. アセアン諸国間でのUPOV加盟に向けた啓発活動
 - ① アセアン全体の指導者となる人材を育成するための研修をベトナムで開催
 - ② 研修の修了生を講師として、UPOV未加盟国を対象とした研修・啓発活動を実施
2. 各国キーパーソン(政策決定者)への意識啓発
UPOV事務局職員や有識者を派遣して、各国キーパーソン(政策決定者)を対象とした意識啓発セミナーを実施
3. UPOV91年条約に準拠した国内法整備の支援
法整備及び法改正の課題解決のためUPOV事務局専門家を派遣し、各国の法令担当者を対象とした法令ワークショップを実施

(参考)

	91年条約 (新条約)	78年条約 (旧条約)
締約国数	55	19
保護対象植物	全植物	24種類以上
育成者権の及ぶ範囲	種苗、収穫物	種苗のみ
育成者権の及ぶ範囲存続期間	登録から20年以上 永年性植物は25年以上	登録から15年以上 永年性植物は18年以上
アセアン+3の加盟状況	日本(1998年) 韓国(2002年) シンガポール(2004年) ベトナム(2006年)	中国(1999年)

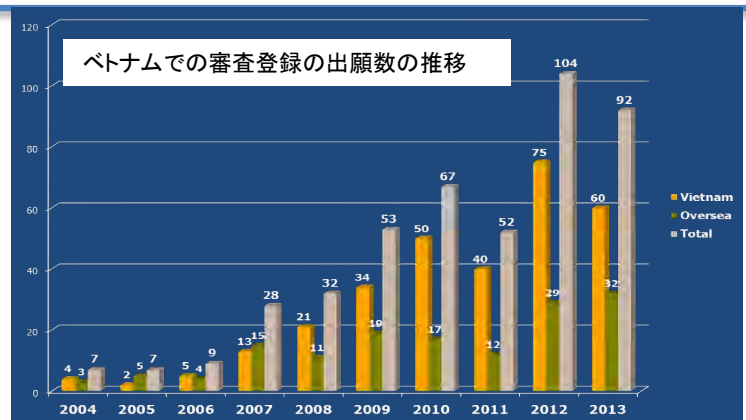
※締約国数は2015.11現在。

これまでの成果

これまでに、東アジア植物品種保護フォーラム※メンバー国を主対象に、UPOV加盟に向けた法整備支援や啓発セミナーを実施

※東アジア各国の植物品種保護制度の整備・充実を目的として、日本の提案の下、平成20年に日本、アセアン10か国、中国及び韓国をメンバーとして設立

成果:ベトナム等各国の担当部局における知識、審査技術が大きく向上



今後の取組

TPP協定でUPOV条約の締結義務が規定されたことを踏まえ、UPOV91年条約を品種保護のスタンダードとして、新たにTPP加盟交渉に参加する可能性がある国(インドネシア、タイ、フィリピン等)を中心に働きかけを強化。

農林水産分野の海外展開における知財保護の支援強化

○ 海外への事業展開に応じた知財(特許、商標、意匠、新品種育成者権等)に関する支援を強化。

◆ 地方農政局や経済産業局及び知財総合支援窓口等各支援機関と連携して、事業展開準備から事業展開までの各段階に応じた支援を実施。

事業展開準備

情報周知・相談

事業の内容

全国の地方農政局等及び経済産業局等と全国47都道府県に設置されている(独)工業所有権情報・研修館(INPIT(インピット))の『知財総合支援窓口』が連携し、海外展開に伴う知財の外国出願の際の手續やノウハウ等の助言を実施。

権利化

外国出願補助金等
中小企業等外国出願支援事業

事業の内容

生産者等による戦略的な外国出願促進を図るため、JETRO及び都道府県中小企業支援センター等を通じ、資金面での支援を実施。

- ① 外国出願に要する費用の補助
- ② 特許に係る国際出願関係手数料の軽減・交付金

事業展開(侵害対策)

海外侵害対策補助金
中小企業等海外侵害対策支援事業

事業の内容

JETROを通じ、海外での権利行使と侵害係争対策に対する費用を補助。

<①模倣品対策>

模倣品に関する調査から侵害者に対する警告、行政摘発手続までの費用を補助。地域団体商標も対象。

<②防衛型侵害対策>

海外で外国企業から知財侵害で訴えられた場合の弁護士への相談や訴訟に要する費用を補助。地域団体商標も対象。

<③冒認商標無効・取消係争>

海外で悪意の第三者が、我が国生産者等の商標や地域団体商標を先取出願した場合の、当該冒認商標の無効・取消に要する費用を補助。

ハラール認証取得の推進

- 各国毎に異なるハラールに関する情報を収集・更新し、報告書等の公開やセミナー等を通じて、より多くの事業者に分かりやすく提供するとともに、ジェトロに専門家を設置してハラール認証取得を目指す事業者への個別支援も実施

需要の喚起

- インバウンド対応を通じた需要喚起
イスラム諸国からの旅行者に対して、パンフレットを配布するなどハラールに配慮した日本食を提供するレストランに関する情報提供等を通じて、帰国先国での日本食需要を発掘

関連情報の提供

- 国別のハラール関連調査
認証に必要な措置など、わかりやすく説明した手引きや調査報告書等を公開・情報更新(農水省、ジェトロ)
- 事業者向けセミナーの実施(ジェトロ)
 - ・事業者の多数存在する大都市圏など3ブロックで、ハラールセミナーを集中的に開催(農水省補助事業)
 - ・Web上で中継・公開するセミナーの実施(農水省補助事業)

認証取得の支援

- 認証取得・更新費用等の支援
認証取得や更新に必要な費用等を支援(農水省)
- 国内ハラール認証機関との連携(ジェトロ)
輸出先国別のハラールの認証機関から公認を受けている、国内のハラール認証機関の勤務経験者を雇用、当該認証機関からの助言、適任者の紹介等
- ハラール食品専門家の配置(ジェトロ)
ハラール食品専門家の雇用・育成(農水省補助事業)

5 戦略を確実に実行する

輸出戦略の確実な実行のための推進体制

- 輸出戦略の「参謀」として、輸出戦略実行委員会の下に「企画戦略会議」を設置。
- 主要輸出先国において、現地の課題を共有し、課題解決に取り組む体制を構築。

<国内での検討、検証体制>

司令塔

輸出戦略実行委員会

構成: 品目別輸出団体(コメ・コメ加工品、青果物、畜産物、茶、花き、林産物、水産物)、全国知事会、日本貿易会、JETRO、食品産業センター、全農、全中、関係省庁(農水、外務、財務、厚労、経産、国交、観光、知財事務局)など
目的: 輸出戦略に基づき、**オールジャパンでの輸出拡大に取り組む**

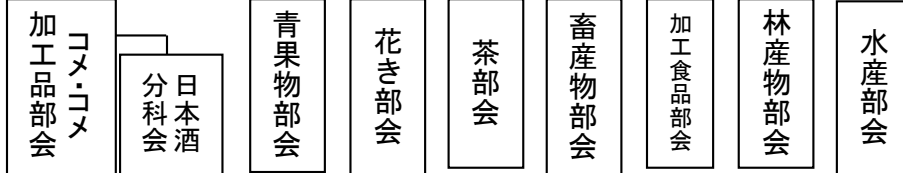
企画戦略会議

民間有識者の参画

「国・地域別イベントカレンダー」の作成、プロモーションデザインの統一、リレー出荷・産地間連携の企画・検証などに取り組む。

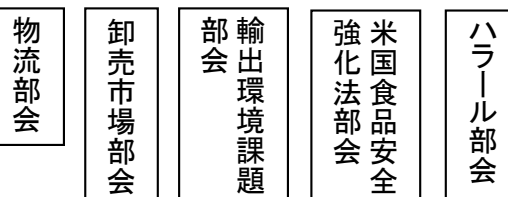
品目部会

各品目毎に輸出商社等の専門家も交え、取組を検証し、方針を見直し。



テーマ別部会

品目横断的な主要テーマについて、輸出を促進／障害を除去するための方策を議論。



地方ブロック意見交換会

地域ごとの課題を聴取。輸出戦略、産地間連携の取組を説明し、意見交換。

- ・組織・メンバーの見直し
- ・PDCAサイクルにより、毎年度、輸出戦略を検証
- ・情報発信を強化

<主要輸出先国での体制>

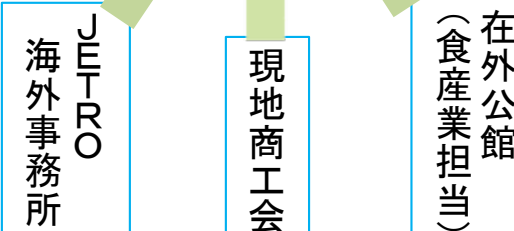
主要輸出先国において在外公館、JETRO、日系食品関連事業者等が、現地の情報や課題を共有し、課題解決に取り組む体制を検討。

日系食品関連事業者等
(輸出業者、日本食レストラン、日系スーパー・コンビニ、日系物流事業者、現地バイヤー等)

①輸出戦略
③フィードバック

②現地情報
輸出環境課題

- ・現地情報や課題の共有
- ・課題解決に向けた取り組み



※ 日本企業支援担当官(食産業担当):54力国・地域、58在外公館等
JETRO海外事務所:55力国、74事務所

農林水産業の輸出力強化ワーキンググループにおける検討状況

農林水産業の輸出力強化ワーキンググループ 構成員

座長 経済再生担当大臣

副座長 内閣官房長官
農林水産大臣
経済産業大臣

構成員 内閣官房副長官(政務及び事務)
内閣官房副長官補(内政担当)(農林水産業輸出力強化等推進室長)
内閣官房内閣審議官(内閣官房副長官補付)
内閣官房内閣審議官(農林水産業輸出力強化等推進室次長)
外務省経済局長
財務省関税局長
厚生労働省医薬・生活衛生局生活衛生・食品安全部長
農林水産省大臣官房総括審議官
農林水産省食料産業局長
経済産業省通商政策局長
国土交通省大臣官房物流審議官
観光庁次長

(有識者)

大西 洋 (株)三越伊勢丹ホールディングス 代表取締役社長
岡田 晃 (株)ANA総合研究所 代表取締役社長
木村 敬 JA全農ミートフーズ(株) 代表取締役社長
小島 順彦 三菱商事(株) 取締役相談役
齋藤 一志 (株)庄内こめ工房 代表取締役
長尾 裕 ヤマト運輸(株) 代表取締役社長
中山 勇 (株)ファミリーマート 代表取締役社長
西 英司 北海道漁業協同組合連合会 代表理事副会長
深澤 守 一般社団法人青森県りんご輸出協会 事務局長
茂木 友三郎 キッコーマン(株) 取締役名誉会長

(注) 有識者の所属は、とりまとめ時のもの。
ヒアリング先の所属は、ヒアリング時のもの。

ワーキンググループの開催状況

第1回 2月2日 立ち上げ・有識者の紹介
第2回 2月19日 ヒアリング①
第3回 3月3日 ヒアリング②
第4回 3月14日 ヒアリング③
第5回 3月22日 ヒアリング④
第6回 4月5日 テーマ別検討①(ニーズ把握、需要掘り起し)
第7回 4月15日 テーマ別検討②(販路開拓、供給面の対応)
第8回 4月20日 テーマ別検討③(物流、輸出環境の整備)
第9回 4月27日 これまでの議論の整理、国・地域別戦略
第10回 5月12日 とりまとめ

ヒアリング先 一覧

- ヒアリング①
羽田 正治 九州農水産物直販(株) 代表取締役社長
涌井 徹 (株)大潟村あきたこまち生産者協会 代表取締役
高橋 元 (株)クボタ アグリソリューション推進部 担当部長
有路 昌彦 近畿大学准教授 (株)食縁 代表取締役社長
- ヒアリング②
古田 肇 岐阜県知事
木内 博一 農事組合法人和郷園 代表理事
仲野 益美 出羽桜酒造(株) 代表取締役社長
高島 宏平 オイシックス(株) 代表取締役社長
- ヒアリング③
多田羅 博 RE&S enterprise pte ltd 代表取締役社長
桐島 俊昭 日本茶輸出組合理事長及び宇治の露製茶(株)取締役
坂井紳一郎 Aglien 代表
木戸 貴文 川崎汽船(株) 執行役員
- ヒアリング④
岩佐 大輝 (株)GRA 代表取締役CEO
谷口 隆博 谷口牧場 代表
堂園 司 宮崎県・鹿児島県木材輸出戦略協議会 会長
奥村 恆弘 国分グループ本社(株) 取締役執行役員

農林水産業の輸出力強化タスクフォースにおける国・地域別戦略等の検討状況

- 農林水産業の輸出力強化ワーキンググループの下に設置された「農林水産業の輸出力強化タスクフォース」において、外務省・JETROの地域担当の協力を得つつ、地域の状況に詳しい有識者の意見も伺い、日本からの農林水産物・食品の輸出の多い国を中心に、21の国・地域の国・地域別戦略について検討（その後テーマ別の横断的課題についても検討）。
- 国・地域別戦略では、それぞれの国・地域ごとに、消費者の嗜好、日本や他国からの輸入の状況、輸入規制などを調査・分析した上で、輸出拡大に向けた基本的な方向性、重点品目とターゲット、需要の掘り起こしや販路開拓、輸入規制の撤廃・緩和に向けた取組みなど、輸出に向けた具体的な戦略を提示。

農林水産業の輸出力強化タスクフォース メンバー

- 議長 内閣官房副長官補（内政担当）
（農林水産業輸出力強化等推進室長）
- 議長代理 農林水産省食料産業局長
- 議長補佐 内閣官房内閣審議官（内閣官房副長官補付）
内閣官房内閣審議官
（農林水産業輸出力強化等推進室次長）
外務省経済局審議官
経済産業省通商政策局通商機構部長
- 構成員 外務省経済局政策課長
財務省関税局関税課参事官
厚生労働省生活衛生・食品安全部監視安全課長
農林水産省食料産業局企画課長
中小企業庁経営支援部経営支援課長
国土交通省総合政策局物流政策課長
観光庁国際観光課長

タスクフォースでの検討状況

- 第1回 2月12日 香港、台湾、韓国
- 第2回 2月18日 シンガポール、マレーシア、ブルネイ、インドネシア
- 第3回 2月25日 ベトナム、タイ、ミャンマー、フィリピン
- 第4回 3月4日 中国、インド、中東、アフリカ
- 第5回 3月10日 アメリカ、カナダ、中南米、大洋州
- 第6回 3月17日 EU、ロシア
- 第7回 3月24日 テーマ別検討①（ニーズの把握、需要の掘り起し）
- 第8回 3月31日 テーマ別検討②（販路開拓、供給面の対応）
- 第9回 4月7日 テーマ別検討③（物流、輸出環境の整備）

以下の地域は、括弧内の国を中心に分析・検討。

- ・ 中東（サウジアラビア、UAE、カタール、トルコ）
- ・ アフリカ（エジプト）
- ・ 中南米（メキシコ、ペルー、チリ、ブラジル）
- ・ 大洋州（オーストラリア、ニュージーランド）
- ・ EU（ドイツ、イギリス、フランス、イタリア）

（参考）この21の国・地域で、2015年の農林水産物・食品の輸出の95%程度をカバー。

農林水産業の輸出力強化タスクフォースで意見を聴取した有識者 一覧

回	地域	品目・分野	氏名	所属
1	香港 台湾 など	小売	小西 毅	有限会社 City Super Japan 食品部長
	台湾	コンビニ	上野 美玲	統一超商東京マーケティング株式会社 顧問
	韓国 など	ビール	深山 清志	アサヒビール株式会社 国際部担当部長営業グループリーダー
	韓国 など	木材製品	久津輪 光一	池見林産工業株式会社 代表取締役社長
2	シンガポール など	展示会	西田 滋直	株式会社おいしいJAPAN 代表取締役プロデューサー
	マレーシア インドネシア など	ソース混合 調味料	勝山 忠昭 田中 信也	キューピー株式会社 常務取締役(海外統括、海外本部担当) 経営推進本部危機管理室長
	ブルネイ マレーシア など	飲料 加工食品	三坂 大作	ソイ&ワールド株式会社 代表取締役社長
	インドネシア など	牛肉	(非公表)	(食肉加工品メーカー)
3	タイ	青果物等	長谷川 久夫	株式会社みずほジャパン 代表取締役
	タイ ベトナム など	小売	頼房 伸吾 伊藤 章彦	イオンリテール株式会社 食品商品企画本部輸出推進部長 食品商品企画本部コーディネーター部
	ミャンマー ベトナム など	商社	(非公表)	(商社)
	フィリピン など	播種用の種	永井 昇	カネコ種苗株式会社 取締役外国部長

回	地域	品目・分野	氏名	所属
4	中国	食品流通全般	西村 敦	叻克透商貿(上海)有限公司 董事總經理 (株式会社ラクト・ジャパン)
	中国	小売	橋本 方乃	株式会社マックスパワー マネージャー
	インド	食品流通全般	繁田 奈歩	株式会社インフォブリッジマーケティング&プロモーションズ 代表
	中東	食品卸	藤澤 憲明	株式会社コスモトレードアンドサービス 海外事業部長
5	中東 アフリカ など	水産加工品 (缶詰)	須田 昭彦	川商フーズ株式会社 海外事業部長
	米州 大洋州 など	加工食品、 水産品、 日本酒等流通	加澤 保昌 石田 健	JFCジャパン株式会社 経営企画部長 キッコーマン株式会社 海外事業部/企画 グループ統括
	アメリカ 中南米 など	調味料	伏見 和彦	マルコメ株式会社 海外事業本部海外事業グループ執行役員
	アメリカ など	日本茶	若林 正之 宮坂 周	株式会社伊藤園 国際営業部長 国際本部グループリーダー
6	ヨーロッパ など	食品卸 小売	福村 真宏 後藤 義幸	吉川商事株式会社 欧州営業責任者 欧州向証明書等対応責任者
	ヨーロッパ など	料理人	高木 慎一郎	株式会社銭屋 代表取締役社長
	ヨーロッパ など	ウイスキー	山本 憲一	【ニッカウイスキー】 アサヒビール株式会社 国際部担当部長
	ロシア	商社	高橋 克弘	株式会社エル・アイ・ビー 代表取締役

(注) 有識者の所属は、ヒアリング時のもの。