

農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略の進捗状況と 更なる輸出拡大に向けた課題について

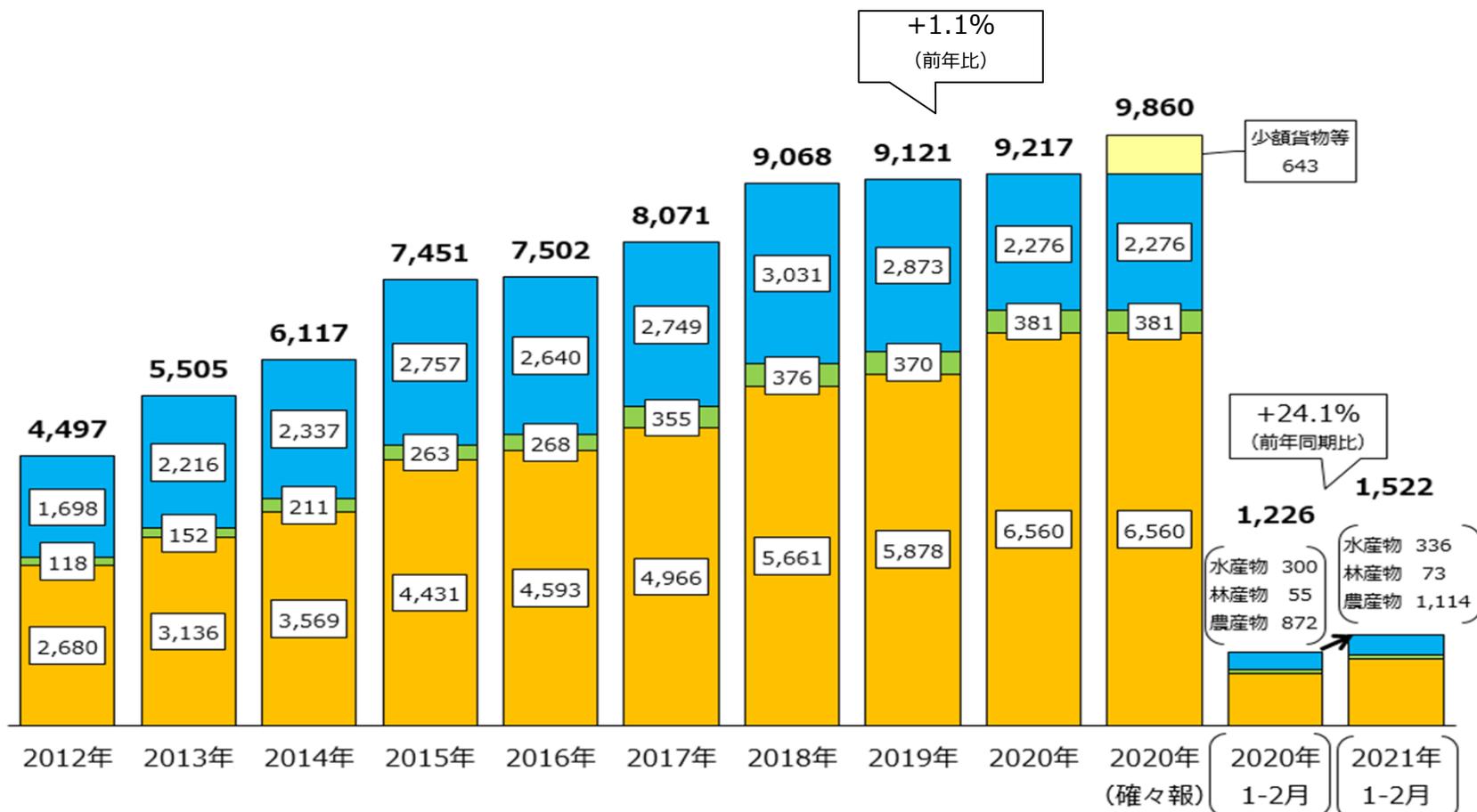


2021年4月

農林水産省

農林水産物・食品の輸出実績

- 2020年の農林水産物・食品の輸出額は**9,217億円**（前年比+1.1%）となり、**8年連続で過去最高額を更新**。また、少額貨物等を含む輸出額は**9,860億円**（前年比+1.5%）。
- 2021年に入っても、農林水産物・食品の輸出額は**引き続き好調を維持**し、1-2月の輸出額は**1,522億円**（対前年比+24.1%）となっている。



※ 少額貨物：1品目20万円以下の貨物。貿易統計には計上されていないことから、別に金額の調査を実施。
 ※ 財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

コロナ禍の中での輸出の動き

- コロナ禍の中で、**世界各国の食料消費の、外食から家庭消費へのシフト**により、日本からの農林水産物・食品の輸出についても、**家庭向けを中心に増加**。
- 牛肉や日本酒等は、コロナの影響から回復した国・地域への輸出が年後半には復活し、**引き続き好調を維持**。

【家庭向け農林水産物・食品の輸出は好調】

(前年同月比は2021年1-2月実績)

1. 家庭需要が堅調であることから小売関連の

輸出が増加

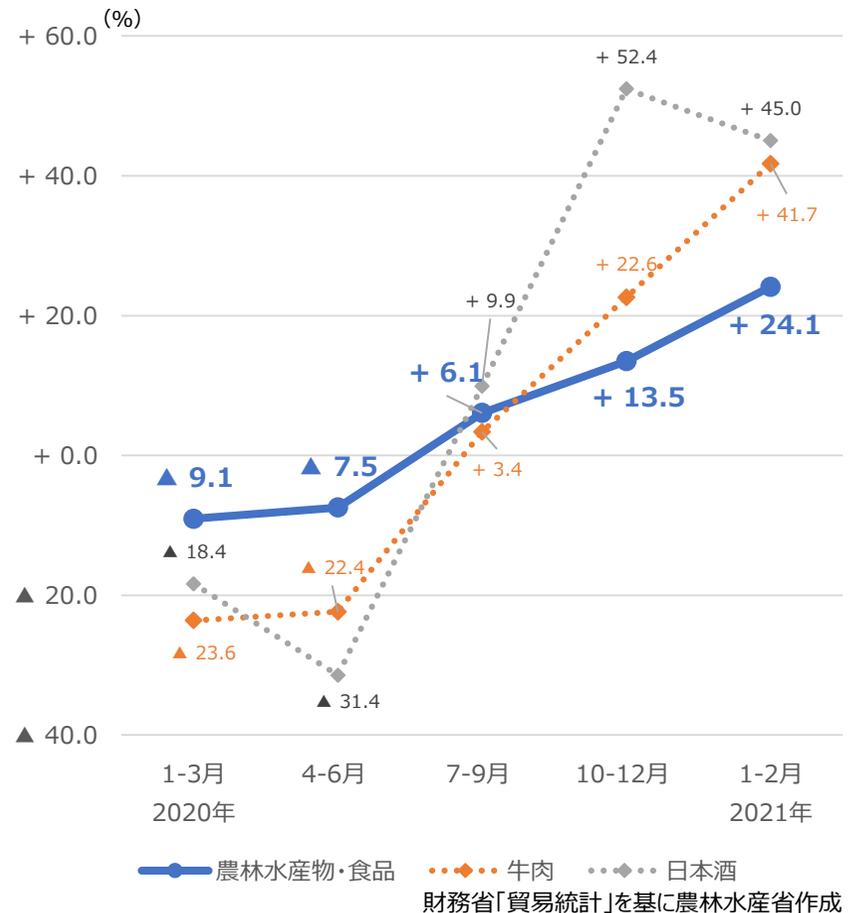
- 鶏 卵：前年同期比 **+ 81.6%**
- コ メ：前年同期比 **+ 15.1%**
- かんしょ：前年同期比 **+ 63.2%**
- いちご：前年同期比 **+ 96.7%**
- ぶどう：前年同期比 **+ 82.3%**

2. コロナ禍でも日本産への信頼が高い品目の

輸出が増加

- 牛乳 乳製品：前年同期比 **+ 17.4%**

【前年同期比の推移】



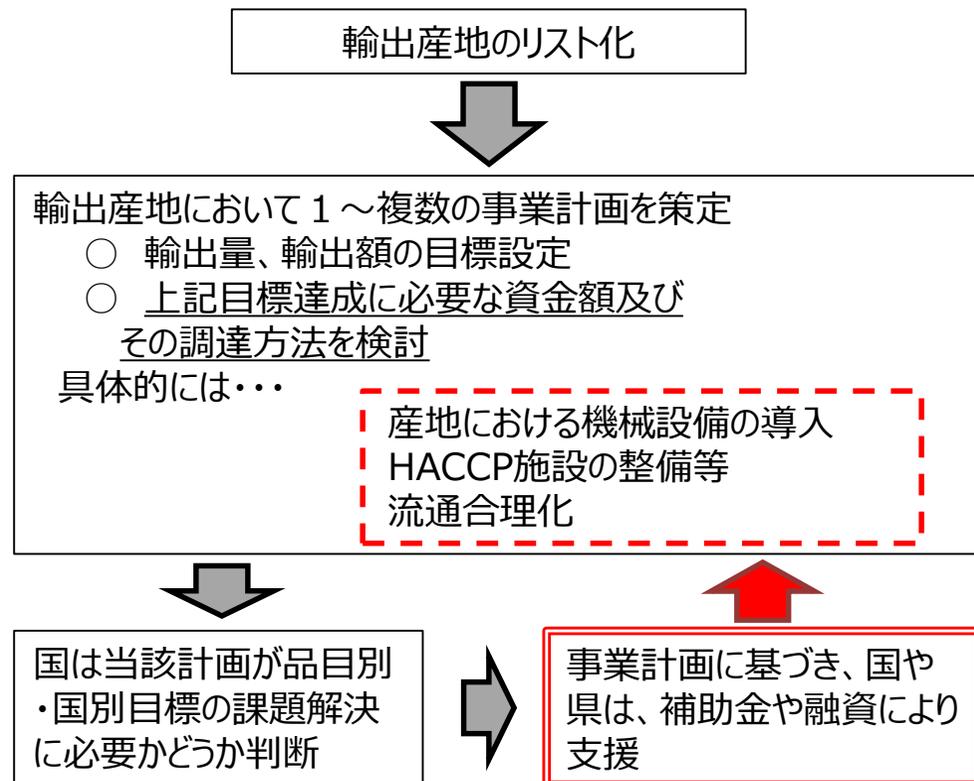
輸出向けの生産を行う輸出産地の公表

- 「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（以下「輸出拡大実行戦略」という。）」では、「主として輸出向けの生産を行う輸出産地を令和2年度中にリスト化」することとなっており、2月16日に23品目353産地のリストを公表。
- 今回、酒類3品目と合板をはじめとする、874産地が新たにリストに掲載され、輸出産地の合計は1,227産地となった。
- 今後、輸出産地において、農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律（以下「輸出促進法」という。）に基づく輸出事業計画の策定を行い、国は計画実現のために、補助や融資等により支援。

○ 輸出産地の一覧

重点品目	公表産地数	重点品目	公表産地数
牛肉	18産地	製材	4産地
豚肉	5産地	合板	8社
鶏肉	7産地	ぶり	7産地
鶏卵	6産地	たい	2産地
牛乳乳製品	2産地、5社	ホタテ貝	2産地
果樹（りんご）	7産地	真珠	1産地
果樹（ぶどう）	5産地	清涼飲料水	11社
果樹（もも）	6産地	菓子	46社
果樹（かんきつ）	14産地	ソース混合調味料	10社
野菜（いちご）	12産地	味噌・醤油	味噌20産地、39社 醤油23産地、47社
野菜（かんしょ・かんしょ加工品・その他の野菜）	35産地	清酒（日本酒）	611者
切り花	7産地	ウイスキー	33者
茶	11産地	本格焼酎・泡盛	186者
コメ・バックご飯・米粉及び米粉製品	37産地		

○ リスト化された輸出産地への支援



輸出規制の緩和・撤廃等の推進

- 輸出の障害となる輸出先国・地域の規制緩和・撤廃に向け、**輸出促進法に基づく農林水産物・食品輸出本部**（以下「輸出本部」という。）の下、**政府一体**となって協議。
- **HACCP対応施設などの計画的な施設整備に向けた整備目標を設定**し、関係省庁の連携による迅速な認定を実施。

農林水産物・食品輸出本部の体制

農林水産物・食品輸出本部 (農林水産省に設置)

農林水産大臣 (本部長)

総務大臣、外務大臣、財務大臣、厚生労働大臣、
経済産業大臣、国土交通大臣、復興大臣

基本方針の策定

輸出先国との協議
輸出円滑化措置 (証明書発行・施設認定等)
事業者支援 等

実行計画 (工程表) の作成・進捗管理

食肉処理施設の認定等のスピードアップ
輸出先国との協議の一体的実施 等

政府一体となった規制の緩和・撤廃の取組

放射性物質規制を **8 か国**で撤廃

米国向けなしの検疫条件の緩和

E U向け家きん肉の輸出解禁

E U向けクロマツ盆栽の輸出解禁

ベトナム向けりんごの検疫条件の緩和

HACCP施設等の整備目標の達成に向けた認定迅速化

牛肉取扱認定施設	米国向け	10施設から 5施設増加
	E U向け	4施設から 7施設増加
水産物取扱認定施設	米国向け	418施設から 76施設増加
	E U向け	63施設から 25施設増加

農林水産物及び食品の輸出の促進に関する基本方針の変更について

- 輸出促進法に基づく現行の基本方針では、「輸出を行う事業者の支援」に関する項目等において、**マーケットの求める輸出に取り組む農林水産事業者の支援など、「輸出拡大実行戦略」の内容が十分に記載されていない。**
- このため、今後、輸出本部において、輸出産地の育成・展開、品目団体の組織化等の事項について、基本方針に反映し、**輸出本部の下で政府一体となって「輸出拡大実行戦略」の実現を目指す。**

現行の基本方針

第1 施策に関する基本的な方向

- ・ 農林漁業者の所得向上、農林水産業及び食品産業の持続的な発展
- ・ 本部において、実行計画を作成・進捗管理

第2 輸出先国との協議

- ・ 農水大臣を中心に、関係大臣の協力を得て協議を実施
- ・ 農林水産業及び食品産業の持続的な発展に寄与する可能性が高い輸出先国・品目から優先的に協議

第3 輸出手続の円滑化

- ・ 証明書発行、施設認定等を農水省、財務省及び厚労省で分担して実施
- ・ 登録認定機関の活用
- ・ 一元的な輸出証明書発給システムの構築

第4 輸出を行う事業者の支援

- ・ 輸出先国の規制等の情報収集・提供
- ・ 相談窓口の設置

戦略の内容を
反映

輸出拡大実行戦略

1. 品目別の目標設定
 - ・ 輸出重点品目
 - ・ **品目団体組織化**
 - ・ **国の支援体制整備**
2. マーケットの求める輸出に取り組む事業者を後押し
 - ・ **輸出産地の育成・展開**
 - ・ **輸出物流の構築**
3. 輸出障害の克服
 - ・ 規制緩和・撤廃
 - ・ **施設整備目標**

今回の主な追加内容

第1 施策に関する基本的な方向

3 施策の基本的な方向

- ・ **生産から現地販売までをプロダクトアウトからマーケットの求める輸出に転換**

第3 輸出手続の円滑化

- ・ **HACCP施設等の整備目標達成に向けた認定迅速化**

第4 輸出を行う事業者の支援

- 2 輸出事業計画の認定等を通じた事業者・**産地**支援
 - ・ **マーケットに応える輸出産地の育成・展開**
- 3 加工・プロモーションによる高付加価値化・物流効率化等の推進
 - ・ **加工食品クラスターの構築**
 - ・ **大ロット・高品質・効率的な輸出物流の構築**
- 4 官民一体となった海外での販売力の強化
 - ・ **品目団体の組織化**
 - ・ **品目団体とJETRO・JFOODOの連携**
 - ・ **大使館などの国の体制強化**

①輸出先国における事業者の支援体制の強化

生産から輸出に至る事業者が一丸となって輸出に取り組む体制を構築し、国も一体的に支援

<政府の輸出先国における支援体制事例>

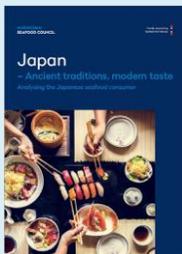
ノルウェー水産審議会 (NSC)



- ・ ノルウェー政府所有の法人であるノルウェー水産審議会 (NSC) が、水産物輸出に課される課徴金を財源に水産物の輸出促進活動を実施
- ・ 5つの魚種分野 (①サーモン、②エビ・貝類、③白身魚、④遠海魚、⑤燻製等加工品) が組織化され、運営方針を決定

【具体的な業務】

- ・ 輸出先国の市場調査・商流開拓
- ・ ノルウェーシーフードロゴ等の輸出の販促ツールの管理



NSCによる日本市場マーケティング調査

米国

農務省は主要消費国に貿易事務所を設置し、市場情報の収集や販促支援等を通じて品目別団体の活動を支援

品目別団体

財政
支援

海外市場

品目別団体海外事務所

一体的に実施

米国農務省

- ・ ATOの活動経費を支援 (1事務所当たり平均10万ドル)
- ・ 品目別の輸出促進活動に対する補助として毎年2億ドルを支援
- ・ 法律に基づくチェックオフ制度の監査等の実施
- ・ 輸出信用プログラム (連邦政府による債務保証)

米国農産物貿易事務所 (ATO)

- (日本、中国、ブラジルなど11か国の主要消費国に農務省の職員を配置)
- ・ 各国の需要動向、輸入要件等の情報収集
- ・ 米国企業の輸出支援
- ・ アメリカ食品展の開催
- ・ 品目ごとの輸出促進団体と連携したプロモーション

<課題>

○ 他の先進国のような「品目団体」が日本にはない

<他の先進国のサポート体制①>

品目団体

- 主要な輸出産品ごとに、生産から輸出に至る事業者を包含する団体を組織化し、以下のような取組を実施
 - ・ 海外の消費者ニーズ調査、マーケティング
 - ・ 輸出に係る規格やナショナルブランドの策定
 - ・ 新規取引先の開拓
- 「品目団体」は、全ての生産者から一定の金額を徴収 (チェックオフ) することにより豊富な資金を活用し、大規模かつ効果的なマーケティング

○ 海外でのサポートの強化が必要

<他の先進国のサポート体制②>

輸出先国での農産物輸出の専門組織

- 主要な輸出品目の専門家をローカルスタッフとして雇用
- 規制の情報収集
- 品目団体と連携して、事業者をサポート

②農林水産物輸出につきまとうリスクを軽減

農林水産物貿易特有のリスクに対応することで安心して輸出に取り組める体制を整備

<具体的なリスクの例>

<輸出先国の規制強化>

- A国における残留農薬規制について、短期の準備期間で強化することが一方的に通告され、対応が必要となった。
- B国から、輸出施設について、施設の査察や施設認定の手法の変更が突然求められ、これに対応できなければ、輸出がストップする可能性がある。
- C国の新型コロナウイルスに関連した厳しい輸入措置により、通関が滞っているという事例が発生。

<動物疾病・病害等による輸出禁止等>

- 豚熱、鳥インフルエンザの発生により豚肉、鶏肉、鶏卵の他国への輸出がストップ。

<各国ごとに異なる措置への対応>

- 新型コロナウイルスの影響で、養殖ブリの最大の市場であるD国で需要が減少したが、D国向けに特殊な加工をしているため、他国への輸出に振り向けられなかった。

<課題>

豚熱、鳥インフルエンザ、病害虫の発生や、相手国の輸入措置の強化などにより、**突然輸出が不可能になり、禁輸状態が長期化する可能性**



- ① 食品産業事業者や輸出事業者にとって大きなリスクだが、**貿易保険や収入保険などの既存制度ではカバーしきれない**
- ② **民間金融機関にとっても融資決定のリスク要因**になっており、輸出事業者に**十分な融資が行われない**



輸出拡大に必要な、事業の拡大や運転資金などの借入れが十分にできない

③輸出拡大に不可欠な食品加工・流通分野の設備投資を促進

加工食品製造業者によるHACCP対応施設等やコールドチェーンに不可欠な流通施設の整備を促進し、輸出拡大の効果を増幅

<事業者の声>

- 加工食品の輸出拡大には、輸出先国の規制に対応した施設の整備が不可欠だが、原材料毎に複数の規制が課せられることもあり、**個別の事業者には大きな負担**。
- 国内物流による都市圏への集積に付随して輸出を行っているため、**小ロットかつ分散した輸出が多く、物流コストが高い**。
- 地方の港湾・空港周辺などは、ソフト・ハード両面で輸出対応が不十分。大都市圏の港湾・空港までが遠いことから**国内陸送コストが高くなってしま**う。

<課題>

- 輸出目標5兆円のうち、2兆円を占める加工食品の輸出拡大が極めて重要
→ HACCPやハラール対応設備の整備、添加物等の規制に対応する製造ラインの増設などの**設備投資が不可欠**
- 輸出拡大には輸送時間の短縮、輸送コスト低減が不可欠
→ 大都市圏の港湾・空港に加え、産地に近い地方の港湾・空港等を活用するためには、従来の港湾・空港の整備のみならず、周辺の**コールドチェーン対応の物流拠点整備**が必要

このような設備投資を誘導するための支援策が重要

先進事例

【ドバイ・フラワーセンター】

- ・ 2006年にドバイ国際空港内に物流ハブとして開設された近代的な設備を持つ冷蔵保税倉庫施設
- ・ 航空機の貨物コンテナのまま花を冷やすことのできる巨大な保冷库を備えている
- ・ 結果、ドバイはアフリカ産のバラの世界流通の中継基地となった（UAEの花の輸入は2001-2011で2.5倍以上に）



④輸出先国における物流・販売体制の整備

輸出拡大に不可欠な海外でのコールドチェーン等を整備し、販売力を強化

<事業者の声>

- 輸出先での物流拠点・コールドチェーン等が不十分であるため、**大ロット輸出や品質確保が困難。**
- 輸出期間を伸ばすには、**最終加工、商品チェック、包装は、現地で行った方が良い。**
- 棚の確保が重要。そのためにも**現地に通年・固定の販売拠点をつくる**ことが有効。

（ドン・キホーテの事例で分かるように、海外の販売拠点強化は、輸出拡大に直結）

<課題>

- 大ロット販売、品質の確保のためには、**輸出先における棚の確保、コールドチェーンの確保が重要**



海外の物流・販売拠点の経営は、現地法人が行う必要があるが、海外法人への支援策はほとんど存在しない

先進事例

【PPIH（ドン・キホーテ）】

- ・ 現在、海外に**57店舗**を展開（2021年3月25日時点）
- ・ 近年、アジアでは、シンガポールに8店舗、香港に7店舗、タイに2店舗、台湾に1店舗、マレーシアに1店舗を展開し、日本産の高品質と安さを謳うジャパンブランド・スペシャリティストアとして、売上げを急速に伸ばしている
- ・ 日本産の高品質な商品に品揃えを絞ることで、安心して購入できるという消費者の信頼を獲得。特に香港で売上げが伸長

<アジア店舗での日本食品の販売事例>

香港 Mira Place2店の
精肉売り場



シンガポールCity Square Mall店
での果物販売





輸出拡大実行戦略において令和3年夏までに結論を得るとされた事項について、下記の課題も含め対応するため、既存の制度の見直しも含め検討を実施

課題

① 輸出先国における事業者の支援体制

他の先進国では主要な輸出産品ごとに生産から輸出に至る事業者を包含する団体を組織化し、海外の消費者ニーズ調査やブランディングを実施しているが、我が国ではこのような体制が整備されていない。また、輸出先国における現地商流の開拓や規制の情報収集等のサポート体制も不十分。

② 農林水産物輸出につきまとう特有のリスク

豚熱、鳥インフルエンザ、病害虫の発生や、輸出先国の輸入規制の強化などにより、突然輸出が不可能となり、輸出できない状態が長期化する可能性。

③ 輸出拡大に不可欠な食品加工・流通分野の投資促進

輸出目標5兆円のうち、2兆円を占める加工食品の輸出が極めて重要。また、輸出拡大には輸送時間の短縮、輸送コスト低減が不可欠であり、こうした分野への民間投資を促す必要。

④ 輸出先国における物流・販売体制

大口販売、品質の確保のためには、輸出先における棚の確保、コールドチェーン等の物流・販売拠点の確保が重要。