

農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略 改訂の概要

令和4年12月5日改訂

2023年度に実施する施策及び2024年度以降に実施すべき施策の方向を決定

1 日本の強みを最大限に発揮するための取組

- ・ 都道府県・輸出支援プラットフォーム連携フォーラムを設置し、都道府県の海外プロモーションのより効果的な実施を推進
- ・ JETRO・JFOODOは、日本政府観光局（JNTO）とデジタルマーケティング等で連携し、日本の農林水産物・食品の輸出市場とインバウンド消費との相乗的な拡大を促進
- ・ 「錦鯉」を輸出重点品目に追加し（合計29品目）、輸出目標を設定（別紙）

2 マーケットインの発想で輸出にチャレンジする農林水産事業者を後押し

- ・ 都道府県やJA、地域商社等が参画し、輸出支援プラットフォームや全国版GFPと連携しつつ、一気通貫で産地をサポートする体制を整備（都道府県版GFPの組織化）
- ・ 大ロット輸出に向けた生産面の転換（有機農法への転換、使用農薬の見直し、耕作放棄地の活用等）や集荷・船積み方法の転換（コールドチェーンの確保、輸出品目の混載等）のための取組を推進し、大ロット輸出産地のモデル形成を支援
- ・ GFPについては、多様化する輸出事業者へのサポートや、輸出スタートアップの掘り起こしのため、地方農政局や都道府県段階で現場と密着したサポート体制を強化
- ・ 輸出事業関係者が負っている腐敗や品質劣化の被害や輸入不許可による貨物返送費用等のリスクに対応する費用を最小限にするための手法を検討

3 省庁の垣根を超え政府一体として輸出の障害を克服

- ・ 育成者権管理機関の設立に向けた準備体制の早期構築と2023年度からの保護・活用の取組の着手を後押し
- ・ 運用を見直した農林水産物・食品のGI制度の更なる活用により、ジャパnbrランドとして販路開拓を推進
- ・ 食品供給のグローバル化に対応するため、現行の食品表示制度を見直し
- ・ 米国向け水産物の輸出、台湾向け動物性水産食品の輸出及びEUのFarm to Fork戦略に関する規制等に対し、輸出先国・地域との協議や事業者への適切な情報提供等を実施
- ・ EPA原産地証明書について、青果物については仕入書に記載された産地を基に証明書を取得できる運用の簡素化を実施したため、積極的な周知を実施



1. 国別輸出額目標

国名	2021年実績	2025年目標	国別のニーズ・規制に対応するための課題・方策
合計	59億円	97億円	
中国 香港	10億円	20億円	<ul style="list-style-type: none"> ・富の象徴として日本の品評会受賞等の高級錦鯉が求められる。 ・愛好家は広州（広東省）周辺に限られているため、上海や北京等、需要が見込まれる地域でプロモーションを行い販路を拡大。 ・中国国内の生産が増加傾向にあるため、日本の技術力とブランド力の維持強化が課題。
米国	7億円	11億円	<ul style="list-style-type: none"> ・手ごろな価格帯で多様な種類が求められるため、ニーズに応じた品種を提案し裾野を拡大。ニーズに応じた品種確保が課題。
インドネシア	6億円	9億円	<ul style="list-style-type: none"> ・華僑系富裕層による高級錦鯉の購入が増加。更なる販路拡大を進め富裕層から一般向け裾野拡大を目指しプロモーションを実施。
ドイツ	6億円	9億円	<ul style="list-style-type: none"> ・伝統的養鯉国であり独自の品種も開発している国であり日本の鯉の人気は高い。新種開発も含めた販路拡大プロモーションを実施。
その他 (東南アジア、EU、中東等)	31億円	48億円	<ul style="list-style-type: none"> ・東南アジア、EU等の需要のある国はプロモーションを実施。 ・水が貴重な中東等の未開地、ガーデニング文化が乏しく需要が低かったラテン系の国は、近年人気が高まっている盆栽等とともに日本文化の象徴として発信。また、まずは富裕層向けに販路拡大のプロモーションと日本文化の象徴として錦鯉の情報を発信。

2. 輸出産地の育成・展開

<輸出産地数>

- ・全国の錦鯉主産地の5産地

<今後育成すべき国内産地>

- ・新潟県や広島県等の主産地において、水田転換等を活用し錦鯉生産池の拡大により生産力の強化等に戦略的に取り組む産地等の育成を図る。

<生産基盤の強化やロットの拡大、産地間連携の実現に向けた方策>

- ・日本文化と一体となった錦鯉の魅力、楽しみ方等を海外に情報発信。国内外で錦鯉品評会に併せて、セミナーを実施する等の生産者と輸出事業者が連携し国産錦鯉のプロモーションを実施。
- ・海外のニーズに合わせた幅広い価格帯や他品種の錦鯉の生産、新種の開発。

3. 加工・流通施設の整備

- ・検疫や魚病に関する海外情報の共有、輸出先が求める検疫施設や輸出専用の集荷施設等の整備、生産者の在庫情報の発信。

4. 品目別団体を中心とした販路開拓

- ・Youtube等による情報発信、海外で品評会開催等プロモーションやマーケティング調査を実施。
- ・海外顧客向け動画の配信やメタバースによる仮想空間上での情報発信を通じて顧客満足度の向上、販売促進及びオーナー制度の拡大。
- ・JAS規格を組み込んだ品種、血統、受賞履歴など錦鯉のデータバンク化と証明書の発行による国産錦鯉ブランド確保。
- ・海外からの参加によるネットオークションやオンライン品評会の開催、webを活用した在庫情報提供。