

**「農林水産物・食品輸出立国」の確立に向けて
— 輸出5兆円を達成するために乗り越えるべき課題 —**

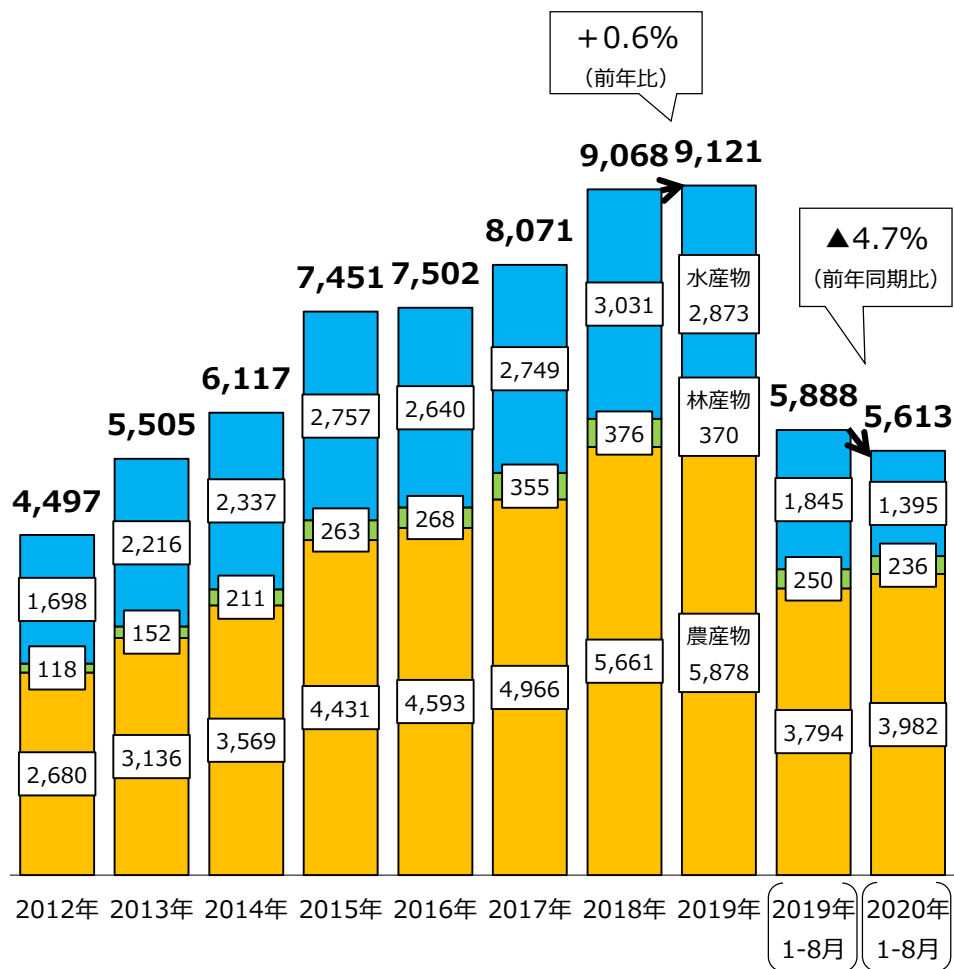
令和2年10月1日

農林水産省

農林水産物・食品の輸出状況

- 農林水産物・食品の輸出額は、2012年の4,497億円から、**2019年の9,121億円と倍増**。
- **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**。

【輸出額の推移】



【家庭向け農林水産物・食品の輸出は好調】

(2020年1-8月)

1. 家庭需要が堅調であることから小売向けの品目の輸出が増加

- 鶏 卵：前年比 **+109.3%**
- コ メ：前年比 **+22.7%**
- か ん しょ：前年比 **+14.4%**
- い ち ご：前年比 **+7.5%**

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：前年比 **+25.8%**

国内外の飲食料市場

- 国内の食品市場規模は縮小。
- 世界の飲食料市場の規模は、2015年から2030年には、約1.5倍増と予測。

【国内食料消費の将来推計（指数）】

(食料支出総額)

2015年
100



2040年
98

(総供給熱量)

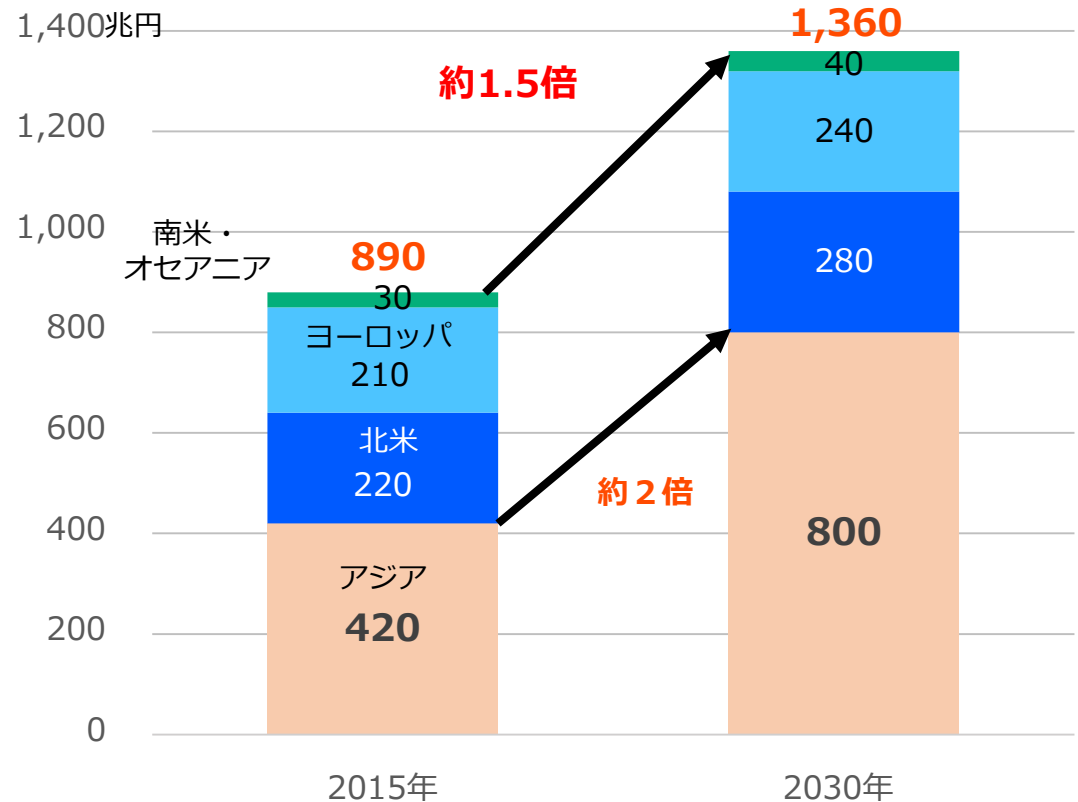
2017年
100



2050年
66~77

出典：農林水産政策研究所「我が国の食料消費の将来推計」（2019年8月）

【世界の飲食料市場規模】



※ グラフの数値は四捨五入して表示してある。

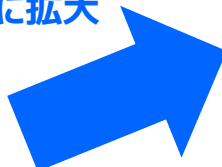
【出典】農林水産政策研究所「世界の飲食料市場規模の推計」（2019年3月）

世界の農産物輸出市場（2001年－2018年）

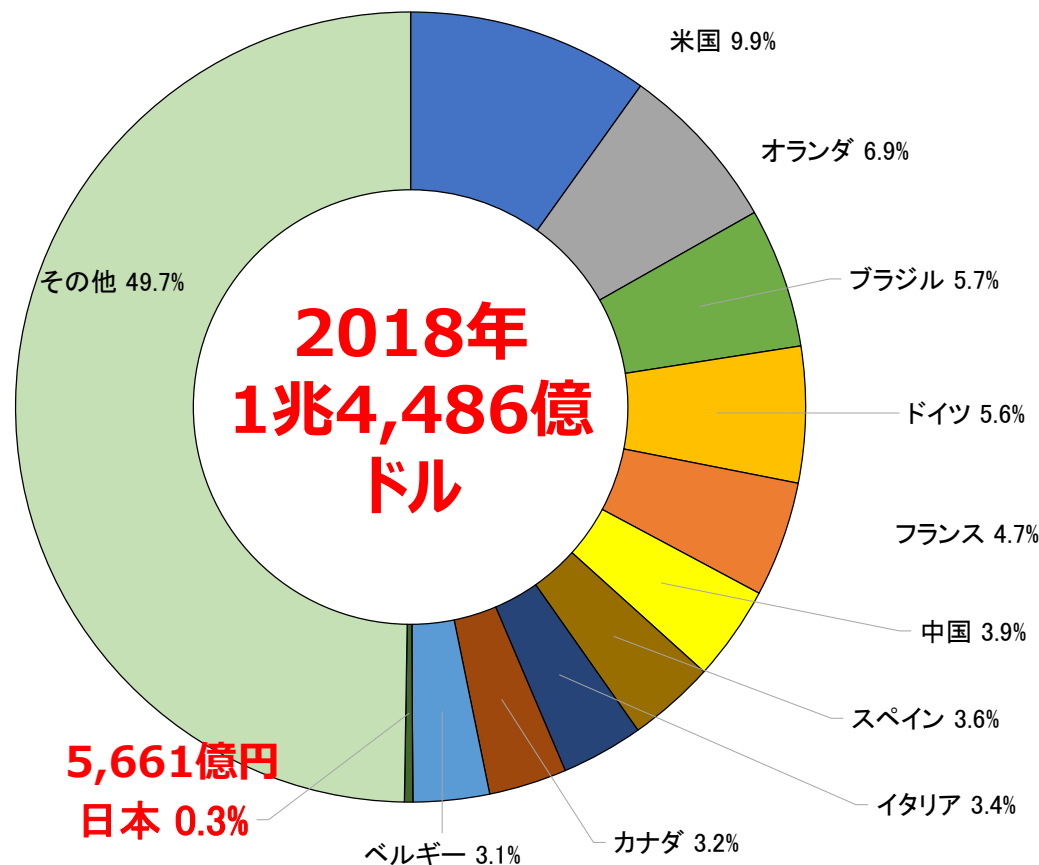
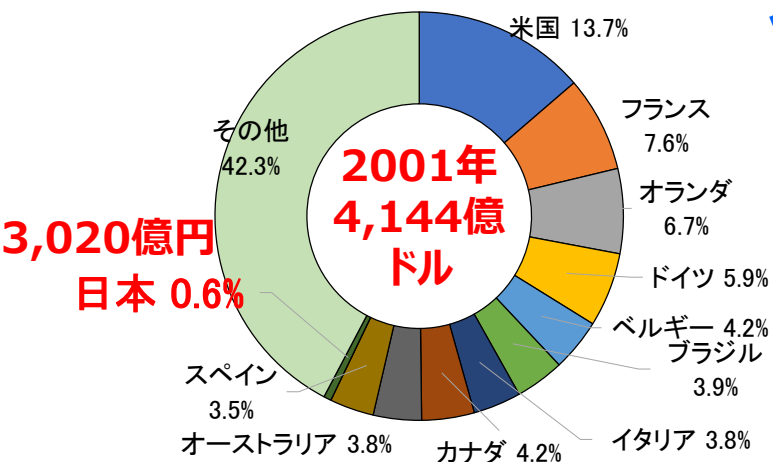
- 世界の農産物市場は、2001年の4,144億ドルから、2018年の1兆4,486億ドルと約3.5倍に拡大。
- 日本の輸出額も約1.9倍に拡大したが、その伸びは特段に大きいものではない。

【世界の農産物輸出市場】

世界の輸出市場は
約3.5倍
に拡大



日本の輸出額は
約1.9倍
に拡大



5兆円目標の意義

- 世界の農産物市場が拡大する中で、日本の輸出割合は他国と比較しても低いため、輸出増のポテンシャルは高い。
- 国内生産額の10%を海外市場へ販売することで、5兆円目標を達成し、国内の農林水産業の活性化を図る。

【諸外国の農産物・食品の輸出割合】

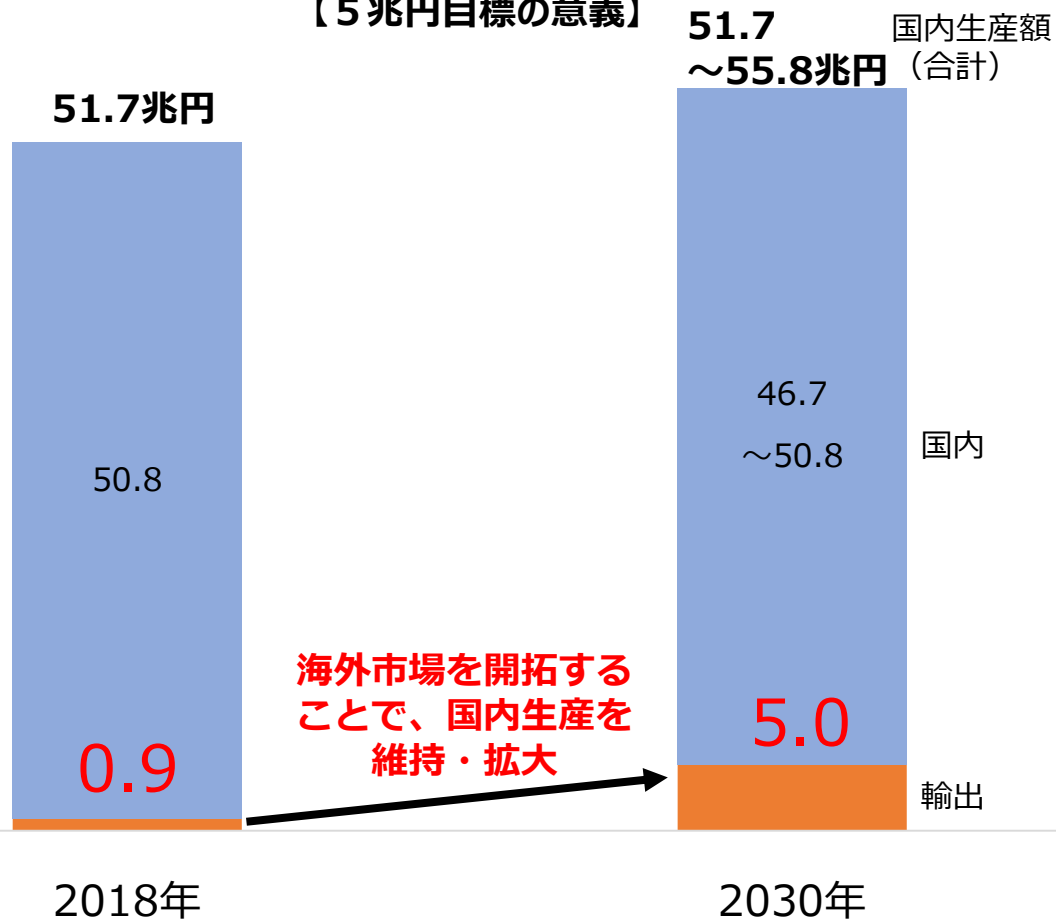
(億ドル)

国名	生産額 (農産物・ 食品製造業)	輸出額 (農産物・ 加工食品)	輸出割合
アメリカ	12,335	1,442	12%
フランス	2,591	730	28%
イタリア	2,302	485	21%
イギリス	1,548	286	18%
オランダ	1,066	1,018	95%
日本	4,725	84	2%

注：日本以外の諸外国の林業・漁業生産額については、比較可能な統計がないことから、生産額、輸出額とも含めていない。日本のみ農林水産物として算出。

資料：FAOSTAT, 三井物産戦略研究所, Global Trade Atlas, 生産農業所得統計, 工業統計, 林業産出額, 漁業産出額, 農業・食料関連産業の経済計算

【5兆円目標の意義】



(出典) 農業：農業総産出額（生産農業所得統計）
 林業：木材・木製品製造業（家具を除く）の製造品出荷額等（工業統計）及び栽培きこの類の産出額（林業産出額）の合計
 漁業：漁業産出額（漁業産出額）
 食品製造業：国内生産額（農業・食料関連産業の経済計算）
 (注) 食品製造業の原料の一部に農業、林業、漁業生産物が含まれる。
 (注) 2030年の国内生産額は試算値

これまでの農林水産物・食品の輸出促進の進捗

- これまで省庁間の縦割りにより、輸出先国との協議を一元的に対応できない、施設認定等の手続に時間がかかるなどの課題があった。これらを解消するため、2019年4月、「[農林水産物・食品の輸出拡大のための輸入国規制への対応等に関する関係閣僚会議](#)」を設置し、輸出拡大に向けた省庁間の連携を強力に推進。
- 2019年11月、輸出先国による食品安全規制等に政府一体となって取り組むための体制整備等を内容とする、「[農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律](#)」が成立。
- 本年4月に設置された「[農林水産物・食品輸出本部](#)」の下、実行計画等に基づく輸出先国による規制への対応や、事業者の負担軽減等輸出の円滑化への対応を実施。

輸出先国による規制への対応

- 省庁間の縦割りを排除し、実行計画（工程表）等に基づき推進
（2019年5月～2020年8月）

1 国内対応の主な実績

米国向け牛肉取扱認定施設を **5施設増加**

E U向け牛肉取扱認定施設を **5施設増加**

米国向け水産物取扱認定施設を **59施設増加**

E U向け水産物取扱認定施設を **16施設増加**

E U向け二枚貝の海域指定を **2海域追加**

2 相手国・地域との協議への対応の主な実績

放射性物質規制を **4か国・地域で撤廃**

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

事業者のための輸出の円滑化への対応

- 事業者の負担軽減や輸出のための手続を迅速化

1 証明書発行等の手続の法定化・一本化

これまで各省庁や都道府県等がそれぞれ通知に基づき行っていた手続を法定化し、国・品目別に定められていた約180の輸出証明書等の根拠通知を分かりやすく一本化し公表

2 一元的な輸出証明書発給システムの整備

輸出事業者がオンラインシステム上で輸出証明書の申請・発給をワンストップで行えるよう、一元的な証明書発給システムを整備

3 輸出についての一元的な相談窓口の設置

農林水産省に輸出に取り組む事業者からの相談を一元的に受け付ける窓口を設置

4 登録認定機関の登録

施設認定の迅速化を図るため、検査能力を有する民間検査機関として登録認定機関を登録

日本の農林水産業・食品産業の強みと弱み

- 5兆円目標を達成するには、日本の農林水産業・食品産業の強みを十分に活かすとともに、弱点をカバーすることが必要。
- 日本の強みを活かせる品目を核に戦略的な輸出を実現し、5兆円目標を達成する。

強み	弱み
<p>◎ 食味や見た目の美しさにこだわり抜いた高品質な産品</p> <p>牛肉（きめ細かいサシ（脂肪交雑））、 果実（大きく、甘い）、 野菜（見た目が均一） など海外にはない品質へのこだわり</p> <p>➡ 食品安全規制への対応、輸出産地の確立などの取組を推進し、高品質な産品を世界中に輸出</p>	<p>● 生産性が低いため、輸出向けに大量で低価格の販売ができず、競争力が弱い</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国土が狭いいため、米国が得意とするような、とうもろこしや小麦などの産品の生産は不利 ・それ以外の産品でも、生産性向上に課題 <p>➡ 輸出先国で求められる品質を維持しつつ、生産性を向上し、海外での競争力を高める</p>
<p>◎ 長い歴史を背景とする食文化に支えられた食品</p> <ul style="list-style-type: none"> ・和食はユネスコ無形文化遺産により海外でも味がよく健康だと人気 ・米を中心として生食（寿司、刺身）や発酵食品（味噌、しょうゆ）を組み合わせた多様な食材を用いる食文化を背景とする、日本独自の多様な食品や加工品 <p>➡ EUは地理的表示（GI）を活用し戦略的に輸出を促進。我が国も、伝統ある食文化を活かし、加工品などを輸出する体制（現地商流の確保や現地食文化との融合など）を整備</p>	<p>● ブランド価値がある産品を有しているにもかかわらず知的財産保護の対策が遅れ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・植物品種、家畜遺伝資源など多くの知財が流出 ・日本から流出した知財を活用し第3国が利益を得ている実態（韓国によるいちご、シャインマスカットの輸出、豪州の「WAGYU」など） <p>➡ 知財流出対策、農業者の知財意識を強化</p>

日本の農林水産物・食品輸出の課題（事業者の声）

- **53の事業者からヒアリングを実施**したところ、日本の農林水産物・食品輸出の**課題**が明らかになった。
（卸売業：7事業者、小売業：6事業者、食品製造業：25事業者、生産者：11事業者、その他：4事業者）

【課題1】輸出先国の規制・ニーズに応える産品を生産するには試行錯誤が必要。短期的には収入減も。

- 海外の農薬規制により**有効な薬剤が使用できないため商品ロスが多くなる**状況。（生産者）
- 国内向け産品をそのまま輸出するのではなく、**海外市場のニーズを把握し、現地で求められているものを生産し、輸出・販売**することが不可欠だが、そのための試行錯誤が必要。（総合商社）

【課題2】輸出先国のニーズがあっても、価格の設定、量の確保に問題。

- **国内向け産地の余剰品を輸出**しているのが実情。（地域農業）
- **現地消費者が買える価格を設定し、それに合わせて調達・輸送等を工夫すべき**だが今は真逆。（小売店）
- 日本産青果物のニーズはあるが、**量を確保できず、競合品より非常に高い価格**になり、購買層も取扱量も限定される。（百貨店、小売店）

【課題3】食品製造事業者が輸出先国の規制やニーズに対応できていない。

- **海外の消費者ニーズや規制を日本で把握・対応するのは困難**、体制も未整備。（食品加工メーカー）
- 輸出すれば売れる商品であっても、**添加物等の食品安全規制にひっかりそうな商品は輸出の検討対象から除外**せざるを得ない。（食品卸）

【課題4】輸出先国での売り込む力の不足。オールジャパンでの販売体制になっていない。

- 継続的な輸出には、**現地での地道なマーケティング活動や商流構築が必要**。（食品加工メーカー）
- **自治体単位のプロモーションは、現地で認知されず、単発に終わる傾向**。海外消費者への定着のためには、**オールジャパンで継続的なプロモーションが必要**。（小売店）