

農林水産省のクールジャパン施策

目指すべき姿

輸出の拡大による我が国の農林水産業・食品産業の経営基盤の発展・強化

農林水産物・食品の輸出額一兆円水準を実現 (2020年※)

※目標達成時期は、「日本再生の基本戦略」(平成23年12月24日閣議決定)による。

輸出戦略の具体像

【戦略1】 原発事故の影響への対応

国と民間が協力して、粘り強く、タイムリーに、誠実・丁寧に対応

諸外国・地域への安全情報の発信・規制緩和の強力な働きかけ

証明書発行体制の整備など、諸外国等の輸入規制への迅速な対応

国外における風評被害の払拭、輸出回復に向けたタイムリーなPR・プロモーション

【戦略2】 国家戦略的なマーケティング

諸外国との競争に勝ち抜くため、品目・国別の特性・状況に応じ、明確な戦略に基づく最適なマーケティング体制・手法を構築

1. ジャパン・ブランドの確立と輸出促進体制の整備

- ・品目別に、ジャパン・ブランドを確立し、国内外でマーケティング体制を整備。
- ・国別のベスト・プラクティス・プランを策定。

2. 日本ならではのストーリーを重視

- ・確かな品質、丁寧なつくり方など。
- ・文化を連想させる包装・デザイン。

3. 事業者支援の充実、サポート体制の強化

- ・きめ細かな事業者支援を行うとともに、ジェトロの役割を強化し、現地でのネットワークやノウハウの蓄積を生かした継続的なサポート体制を構築。

【戦略3】 ビジネスとしての輸出を支える仕組みづくり

輸出ビジネスを成長産業として育成していくために、ファンドの創設、産業界の技術やノウハウの蓄積の活用などの輸出を後押しするスキームを構築

1. ファンドの創設など輸出支援スキームの構築

- ・有望なプロジェクトにリスクマネーを供給するファンドの創設。
- ・産業界における技術やノウハウの蓄積を、農林水産物・食品の輸出に一層活用。

2. 輸出の拡大・高度化に向けたビジネス・モデルの構築

- ・上記のシステムを活用して、Eコマースによる輸出など、輸出の可能性を広げる新しいビジネス・モデルを構築。

【戦略4】 確かな安全性・品質の確保と貿易実務上のリスク等への適確な対応

安全神話にあぐらをかいた従来の姿勢から脱却し、安全性・確かな品質を確保し、信頼を回復

1. グローバルスタンダードの追求

- ・HACCPやGLOBALG.A.P等の海外で通用する安全・品質管理体制の構築を推進。

2. ジャパンブランドの保全・向上

- ・知的財産保護コンソーシアムの活用等により、商標権等の侵害に毅然と対応。

3. 貿易実務上のリスクへの対応

- ・在外公館の農務・食品担当を充実させるなど、通関や検疫をめぐる個別案件に速やかに対応できる体制を構築。

【戦略5】 海外での日本の食文化の発信

モノを売るだけでなく、日本の食文化も合わせて発信し、その素晴らしさを世界に普及・食材輸出の拡大を目指す

1. 世界無形遺産への登録

- ・日本食文化の世界無形遺産登録に向けて、国と関係者が連携し積極的に取り組む。

2. 観光など他分野、他産業との連携

- ・ビジットジャパン事業等との連携、他のコンテンツ等との組み合わせにより、日本食・日本食材の魅力を強く訴求。

3. 文化発信機能の強化

- ・在外公館等やジェトロ等が連携しながら、海外における日本食文化の発信を推進。

4. 世界に誇れる人材の顕彰・育成

- ・料理人や農業者など食文化の担い手を国として顕彰。日本食を担う海外人材を育成

我が国の食と農林漁業の再生のための基本方針・行動計画

国産農林水産物・食品の輸出戦略の立直し

○ 地理的表示の保護制度の導入

我が国の高品質な農林水産物に対する信用を高め、適切な評価が得られるよう、地理的表示の保護制度を導入する。

課題

- 我が国の地域特産品となっている農林水産物・食品について、高付加価値化・ブランド化を一層推進するためには、その地域に由来する品質や特徴について適切な評価を与える仕組みが必要。

(我が国の高品質な地域ブランドの例)



鹿児島黒酢
(鹿児島県)



伊勢本かぶせ茶
(三重県)

地理的表示の保護制度 地域ブランドの信用を 高める制度

- 地域の自然的特性を活かした方法又は伝統的方法により生産・加工された結果、当該地域に固有の品質又は特徴を有する産品を対象。
- 当該産品の名称を一定の生産・品質等の基準を満たしている産品に対してのみ用いることができるとし、基準を満たしていない産品に対する名称の使用を防止するための公的な仕組みを整備することで、地域ブランドの信用を高める。

地理的表示の保護制度の 導入により期待される効果

高品質の産品に対する 適正な評価の確保

○輸出市場での有利性確保

地域ブランドの対外的信用を高めることで、対象産品の海外への輸出促進につながることを期待。

○生産者所得の増加

消費者の信頼が向上することで、対象産品の価格上昇と生産者所得の増加が期待。

○六次産業化の取組の推進

対象産品を核とした加工食品化やグリーンツーリズムの取組を推進。

※ 日本にて地理的表示の保護制度の対象となれば、海外の同制度導入国において、我が国の地域ブランド不正使用の抑止効果が期待。

地理的表示の保護制度に関する各種提言

食料・農業・農村基本計画（平成22年3月30日閣議決定）

第3 4. (1)④ 知的財産の保護・活用（4パラ）

加えて、決められた産地で生産され、指定された品種、生産方法、生産期間等が適切に管理された農林水産物に対する表示である地理的表示を支える仕組みについて検討する。

知的財産推進計画2011（平成23年6月3日知的財産戦略本部決定）

4. クールジャパン戦略

③クールジャパンの人気を拡大させる。

【施策例】

・地理的表示保護制度の導入検討

高品質な我が国の農林水産物や食品について、そのブランドイメージを保護し、その輸出促進を図るため、農林水産物・食品に係る地理的表示(Geographical Indications、GI)の保護制度の導入に向けた検討を行い、結論を得る。
(短期)(農林水産省、経済産業省)

我が国の食と農林漁業の再生のための基本方針・行動計画

(平成23年10月25日食と農林漁業の再生実現推進本部決定)

Ⅲ【戦略2】(3)国産農林水産物・食品の輸出戦略の立て直し等

② 我が国の高品質な農林水産物に対する信用を高め、適切な評価が得られるよう、地理的表示の保護制度を導入する。

「我が国の食と農林漁業の再生のための基本方針・行動計画」に関する取組方針

(平成23年12月24日公表)

Ⅱ【戦略2】6. 農林水産物や日本の食文化の発信力の強化

① 地理的表示の保護制度については、国際的な動向を踏まえ、適切な時期に制度を創設できるよう、平成23年度中に有識者等による研究会を立ち上げる。