

## 「農林水産物・食品の輸出の取組について」議事録

---

(開催要領)

1.開催日時: 令和2年 12月 17日(木)13:00~15:00

2.場 所: ホテルニューオータニ佐賀

3.登壇者 :

農林水産省食料産業局 海外市場開拓・食文化課 輸出プロジェクト室(GFP 事務局)

課長補佐 武藤誠

佐賀冷凍食品株式会社 かねすえ事業統括 古賀照基

農林水産省食料産業局 輸出先国規制対策課 課長 伊藤優志

(プログラム)

1.開会挨拶 武藤誠

2.講演①「GFP(農林水産物・食品輸出プロジェクト)の取組について」 武藤誠

3.講演②「GFP 登録者の取組について」 古賀照基

4.講演③「農林水産物・食品輸出本部の取組について」 伊藤優志

\* 敬称略・順不同

---

司会:

皆さん、こんにちは。現在私の後ろでは、佐賀の映像が流れています。佐賀には様々な景色があります。こちらも併せてご覧いただきたいと思います。「未来に向けて 知る・変わる・守る チーム NEXT ステップ」シンポジウムをご視聴いただき、ありがとうございます。この時間は「農林水産物・食品の輸出の取組について」をテーマとして、佐賀県からインターネット配信によるオンラインシンポジウムをライブでお送りしていきます。本日の司会は私、青木理奈が務めさせていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

なお、新型コロナウイルス感染症防止の対策から、一部の出演者の方には、リモートでご登壇いただきます。どうぞご了承ください。

さて、本日のオンラインシンポジウムでは、農林水産物・食品の輸出をサポートする GFP、農林水産物・食品輸出プロジェクト、この GFP 登録者を対象に、農林水産省が輸出の可能性を診断するなど、政府一体となって行う輸出への取組をご紹介します。また今年4月に始動した農林水産物・食品輸出本部の取組についても、ご紹介していきます。どうぞ最後までご覧ください。

それでは初めに、今回の開催会場佐賀県について、映像でご紹介いたします。ご覧ください。

司会:

それでは続きまして、農林水産省食料産業局 海外市場開拓・食文化課 輸出プロジェクト室 (GFP 事務局) 課長補佐、武藤誠より開会のご挨拶を申し上げます。なお武藤さんは、本日は東京からリモートでのご出演となります。武藤さん、よろしくお願いいたします。

## 1.開会挨拶

武藤：

皆さん、こんにちは。農林水産物・食品輸出プロジェクト、GFP を担当しています武藤と申します。本日のオンラインシンポジウムにて、政府一体となって進めております農林水産物・食品輸出の取組について、説明する機会をいただきまして、誠にありがとうございます。

開催にあたりまして、なぜ今、輸出促進をするのかということについて、簡単に触れさせていただきたいと思います。皆さん、ご承知のとおり、日本の人口は 2050 年には 20% 近く減少するといわれています。人口減少によるマーケットの縮小と農林水産業の従事者の高齢化によって、国内の食市場が縮小します。一方で、世界を見ると、世界の市場は今後大幅に拡大することが見込まれています。こうした中で、農林業者の所得向上を図るためには、拡大する海外市場を狙って、農林水産物、食品の輸出を促進することが重要となっています。

このため 2030 年の輸出額 5 兆円の目標達成に向けて、本年 4 月に始動した農林水産物・食品輸出本部の下に、政府一体となって、戦略的に輸出促進に取り組んでいくこととしています。具体的には、輸出先国の規制やニーズに対応できる産地の育成、その全国展開を進めるとともに、輸出にチャレンジする生産者を全力でサポートしてまいります。

九州は大変魅力的な農林水産物・食品が多く生産されています。また立地的にも輸出するに適した地域ということで、多くの事業者様が輸出に取り組んでいる輸出先進地域であると思います。本セミナーにおいて、この後私から GFP の取組状況について説明するとともに、GFP の佐賀県の登録事業者である佐賀冷凍食品株式会社の古賀様より、輸出の取組について講演いただきます。

最後には、輸出先国規制対策課の伊藤課長より、「農林水産物・食品輸出本部の取組について」、説明します。皆様におかれましては、今回のセミナーを契機として、輸出に関心を持っていただいて、チャレンジする方の一助となることを期待しています。簡単ではございますが、開催の挨拶といたします。

司会：

武藤さん、ありがとうございました。それでは今回のオンラインシンポジウムのテーマでもある「農林水産物・食品の輸出の取組について」、映像にてご紹介いたします。ご覧ください。

司会：

続きまして、「GFP (農林水産物・食品輸出プロジェクト) の取組について」、農林水産省、武藤課長補佐より説明をお願いいたします。武藤さん、引き続きよろしくお願いいたします。

## 2.講演①

武藤：

よろしくお願ひします。私から、GFP の取組について、資料に合わせてご説明いたします。

挨拶の際に簡単に触れましたが、なぜ輸出なのかということ、国内外の状況を含めて、詳しく説明していきたいと思ひます。最初は、わが国の農業の状況についてです。農業従事者は毎年6万人減少しており、また、従事する方が65歳以上が70%、39歳以下は5%と、アンバランスな状況になっています。これを解消するためには、若い方に就農していただく必要があります。ただ、持続可能な力強い農業を実現するためには、やはり農業を儲かる産業にしないと就農が進んでいかないと思ひます。私も輸出を担当してまだ3年ですが、輸出に取り組んでいる、又はこれからチャレンジしようという方と話し合う機会があり、その際に感じることは、若い方が多いということです。それもIT事業や輸出商社から農業へ、チャンスを感じて就農してきている方が多いと感じます。これは、今から説明するGFPの登録状況にも表れており、30歳台、40歳台が一番多い登録となっています。

続きまして、国内外の需要の変化についてです。先ほども説明しましたが、2050年には国内人口が20%減少して、高齢化も進んでいきます。今後、国内の食市場は大きな拡大が見込めない状況です。ただ、世界を見ると、人口が30%以上増加するということで、世界の市場を狙っていくことが重要だと思ひます。

少し視点を変えまして、海外における日本食レストランの数を資料として出しています。日本食レストランは、世界中に広く展開しています。最も多い国としては、中国が6万6,000店、アメリカでは2万5,000店、韓国では1万2,000店と、日本食レストランが多く展開して増えてきている状況です。

続いて、インバウンドの関係についてです。訪日外国人観光客の食への関心が高いということで、アンケートを取ると、2013年にユネスコの無形文化遺産登録を契機として、和食への関心が高まっています。訪日した観光客の方の一番好きな料理は、日本料理と答えています。

日本に來られた方の消費行動ですが、コロナの前では年々旅行者数が増えて、來ていただくと、日本国内で食事をしたり、観光したりする中で、消費活動をしていただく。そのうち2割が、食関連で消費していただいています。今お話ししたことが輸出とどう関係があるのかということですが、インバウンドの効果が輸出にもつながっているということです。

例えば鶏卵、生卵は、輸出が大幅に増えています。なぜかと言うと、日本に來られた外国人の方が、朝食で当然のように生卵が出ます。温かいご飯にかけて、卵かけご飯で食していただく。これが私も大好きですが、大変おいしくて、現地に戻られても食べたいということで、生卵を購入しようと思ひますが、海外では生卵を食す習慣がありませんので、日本の安全な卵を求めるといふことで、輸出が伸びているというの、効果としては現れているのかと思ひます。

世界の飲食料市場規模の推移とすう勢ということで、2030年の34カ国の地域を見ると、飲食料市場の規模が、2015年と比較すると1.5倍に拡大するといふことで、特にアジアについては1.9倍

と、相当伸びてきます。特にタイ、ベトナム、インドネシアなどは成長が著しく、国民の所得が増え、生活水準が向上しています。日本の農林水産物・食品のニーズが高まってきていますので、更なる輸出拡大のチャンスが大きいです。

農林水産物・食品の生産額と輸出額についてです。国内の生産額は、農業、林業、漁業、食品製造業がありますが、それを併せると約 52 兆円ということで、その生産されたものがどのぐらい輸出されているかということ、まだ 0.9 兆円で、2%ぐらいしかありません。諸外国を見ると、アメリカではその割合が 12%、フランス 28%、イタリア 21%、イギリス 18%と、日本における輸出増のポテンシャルは高いと思います。他国と同様に輸出割合を高めていくことによって、2030 年の輸出目標の5兆円は、意欲的な数字ではありますが、不可能ではないと考えています。

輸出をめぐる状況についてです。農林水産物・食品の輸出額は、7年間で約2倍に増加しています。昨年 2019 年、1兆円の目標を掲げて頑張っていました。一番の輸出先である香港の内政情勢が不安定だったこと、また韓国の不買運動もあり、ちょっと微増ということで1兆円には手が届きませんでした。今年に入り、今度はコロナの影響で、右の表にありますが、対前年比で見ると、これも減少ということ。ただ、7月以降、月ベースで見るとプラスに転じてきていますので、足元は明るいのかと。要因としては、外食が止まっている国もありますので、外食から家庭消費へのシフトということがあります。家庭向けを中心に増加していることが見られます。増加している品目としては、先ほどお話しした鶏卵、米、パックご飯等が増えています。コロナの中でも日本産の信頼が高い牛乳・乳製品も増加しています。

これは昨年の農林水産物の輸出、どんな品目が輸出されているのかということで、一覧で出しております。多くの品目が幅広く輸出されていることが、お分かりになると思います。特徴的な部分では、農産物であれば鶏卵が伸びていますし、あとはかんしょ、サツマイモが伸びております。この理由は、東南アジアを中心に、日本もそうですが、今、焼き芋ブームが来ており、店先に焼き芋機を置いて、焼き芋を焼きながら販売する、それが現地の方に相当評判で、サツマイモの輸出が伸びています。

また、水産物ではブリの輸出が伸びています。特に伸びているのはアメリカです。産地は九州や四国の養殖ブリが、生鮮または冷凍の状態で輸出されています。なぜアメリカでブリが流行っているかということ、ブリは油が大変おいしい魚で、アメリカ人は脂質に富んだ食品を好むということで伸びています。これは輸出全般に言えますが、このように海外のニーズを把握していけば、輸出は確実に伸びていくことが分かると思います。

これはどういう国に、どういう品目が輸出されているかという表です。第1位は香港です。香港はそれほど大きな地域ではありませんが、なぜこんなに輸出額が1位かということ、農産物の食品に関しての輸入関税が、お酒以外はないということです。あと輸入するときの検疫関係、非関税障壁といいますが、これがほとんどない。あと、地理的に日本から近いので、輸送手段が海上も航空も使いやすい。観光客も多いことから、日本食に大変関心を持たれている地域でもあるということで、一番輸出されている国になります。

香港に輸出することで一番メリットがあるのは、後ろに控えている中国の方も香港に観光に来

るので、そこで消費される。香港で流行ったものは、しばらくたって中国本土で流行ってくるということで、まず香港で輸出を一度トライしてもらい、そこから輸出を更に進めていくというのが、チャレンジとしてはおススメなのかと。それと同じ状況はシンガポールにも言えるので、最初に香港、シンガポールの輸出にチャレンジしていくのは、足掛かりとしてはよろしいかと思えます。

続いて現状と課題についてです。輸出自体伸びてきていますが、促進する上で課題も見えてきています。大きな課題が三つあります。まずは、生産現場での輸出に関する情報不足。生産現場の方は、どうやって輸出すればいいのか、輸出拡大するためには、どういうことに取り組みればいいのかという、知りたい情報が不足している。生産者からは、「もうちょっと情報が見えるところにあるといいのに」というお話をよく聞きます。適切な情報やアドバイスが必要だというのが課題です。

続いて、産地でのグローバル対応ができていないということで、輸出を行うにあたっては、輸出先国のニーズや、その国に入るための規制があり、そういうことに対応した産地で生産されているものでないと、なかなか入れません。また海外のバイヤーさんと商談をした際に、「この商品が欲しい。このロットで」と言われたときに、求められるロットを確保できないということも、商談まで至らないという、もったいない事例もよく聞きますので、まずは海外のニーズに対応し、またロットも確保できるような産地を育成していく必要があるということが課題になります。

続いて、事業者間の連携が取れていないということで、国内の販売もそうですが、輸出の際も同じで、生産したものが最終的にどう消費されるのかという部分で、いろいろな事業者が関わります。特に輸出の場合は、通関もありますし、どう輸送するのかという部分もあり、いろいろな物流事業者、輸出商社とつながる必要があります。そのためのマッチング支援が必要だというのが課題です。

このような課題をクリアするためにということで、ようやく私が担当している GFP という取組のご説明をしたいと思います。GFP の取組は、まだ立ち上がって新しく、平成 30 年 8 月 31 日、2 年 3 か月ちょっとです。農林水産物・食品の輸出に意欲的に取り組もうとする生産者・事業者と連携を図るために、GFP のコミュニティーサイトを立ち上げたところです。このサイトに登録していただくと、まず最大のサポートということで、先ほども流れましたが、農林水産省の職員または JETRO、輸出の専門家が直接訪問して、いろいろ意見交換をしながら、輸出の可能性について診断をするというサポートです。GFP のサポートは、輸出診断以外にもいろいろありますので、これは後でご説明します。

下の表の登録状況を見ていただきたいのですが、11 月末時点で、農林水産物食品事業者が 2,200 事業者、流通事業者、物流事業者、上は生産するサイドですが、流通事業者は買い手側ということで、この中には輸出商社さんも 300 社を超える登録があります。11 月末時点では、3,900 となっていますが、今日登録状況を見てきましたが、これが 4,000 件を超えているので、毎月 150 の登録が伸びていっております。また九州の登録者ですが 600 件を超えており、意欲的に輸出に取り組む方が多い地域というのも特徴です。

では、どういうサポートがあるかというのが次です。こちらは 2 年 3 カ月、GFP の取組実績を紹介したものです。メインは輸出診断で、あとは GFP 超会議、何かで交流を深める、または消費者さん、

大手バイヤーさんも入っていただいていたので商談マッチングを行うイベントを開催しています。見える化の部分は、GFP のコミュニティーサイトを立ち上げているので、登録した方の個人ページを作成することが可能になっています。そこで自分の商品を紹介するような形で、海外の方が入れるような形もありますし、国内の輸出商社も見える形になっていますので、サイト上でマッチングが図れるようになっています。あと、グローバル産地の形成、育成という部分について、63 件のグローバル産地の推進を支援しています。

輸出診断・訪問診断ですが、農林水産省・JETRO 等の専門家が現地を訪問して、マスコミ等も入って関心の高い事業になっており、いろいろ記事にも取り上げられています。生産者の方もいろいろ意見交換ができるということで、好評を受けています。コロナの影響で、訪問診断が今年に入って難しくなっており、ただ輸出を止めないということで、オンラインでの輸出診断も始めています。

輸出診断のフォローアップと書いていますが、輸出診断をした際には、商談の機会を得たいとか、どういふふうに対応したらいいのかという要望に応えるために、フォローアップも行っています。事例としては、プロモーションに苦労しているとか、どうにか商談をする機会を、マッチングする機会をとということで、再度訪問する形で、マッチングをフォローするという取組も行っています。

続いて、GFP 登録者への情報提供です。情報が見える化していない、一元化していないという課題があり、当方としては、規制や、自分が活用できる補助事業など、輸出に関わる有益な情報については、メール配信または GFP 公式 Facebook も立ち上げていますので、Facebook を通じながらいろいろな情報を提供しています。

訪問診断に行けないため、新たな取組として、GFP のデジタルカタログというサービスを行っています。商談する際に商談シートが必要になりますが、海外の方にも対応できるように、日本語の商談シートと、それに合わせた海外の商談シート作成もサポートしており、これが 100 件を超えており、コロナが終わればすぐに商談に行けるような態勢にしており、サポートの充実も行っていきます。

続いては、コミュニティーサイトで、GFP 会員サイトの中では、300 社を超える輸出商社が登録しているので、自分の商品を紹介すると、商社の方も関心を持って見ていただくということで、オンライン上でのマッチング、365 日マッチングという形でサポートを行っています。

イベントの参加ということで、先ほどもご説明したように、対面で GFP 超会議をいろいろなところで行ってきましたが、コロナの影響もあり、やりたいのにやれないという状況があり、オンラインで何かやろうということで、GFP オンラインセミナー、GFP ビジネスマッチングということで、サポートを実施しています。

これも新しく始めたものですが、ビジネスパートナーマッチングということで、伴走支援ということで、実際に輸出商社の方と、お互いにオンラインでつながってもらって、どうしたら輸出までつながれるのかという部分について、1対1で輸出までつなげるようなマッチングサービスも行っています。

交流会の開催ですが、GFP 超会議という名前で、交流を深めるために、対面でいろいろな地区で開催しています。最初は東京で行いましたが、二番目は輸出が盛んな九州で行いました。その

後、北海道、大阪、東北と行ってきています。年明けには開催したいと思っていますので、また開催する際には、Facebook、メール等でお知らせしたいと思います。

続いて、グローバル産地の形成です。予算事業ですが、グローバル産地の計画を作成するまでに、いろいろ話し合い経費もかかるので、それをサポートするための事業ということでサポートさせていただいています。この事業を活用して、今、63 地域について、グローバル産地の計画づくりについて進めています。九州ブロックが 18 産地で一番多く採択されており、輸出産地に向けて鋭意頑張っています。

足早にご説明しましたが、輸出を目指したいという生産者におかれましては、ぜひ GFP に参画していただき、農林水産省が全力でサポートしたいと考えていますので、よろしく願いいたします。以上です。

司会：

武藤さん、ありがとうございました。この後は、GFP に実際に登録されている事業者の声をお聞きしたいと思います。佐賀冷凍食品株式会社かねすえ事業統括、古賀照基様より「GFP 登録者の取組について」、ご講演いただきます。古賀様、よろしく願いいたします。

### 3.講演②

古賀：

こんにちは、佐賀冷凍食品の古賀と申します。本日はどうぞよろしくお願いいたします。只今より、弊社佐賀冷凍食品の海外展開に関する取組について、発表させていただきます。

本日は五つのテーマで発表させていただきます。まず初めに会社概要、それから弊社の商品説明、海外展開を始めたきっかけ、海外展開の現状、最後にまとめとして、今後の海外展開の方向性について、お話をさせていただきます。

初めに会社概要です。弊社佐賀冷凍食品株式会社は、食品の卸売業並びに食品製造業の二つの事業を行っています。創業は明治 25 年、佐賀県小城市芦刈町にて、雑貨商、屋号かねすえとしてスタートしました。昭和 48 年に佐賀冷凍食品として法人化を行い、地元佐賀県内のスーパーに、冷凍食品や乳製品の卸売販売をスタートしました。平成 8 年には、北海道から沖縄までの全国の地域産品を集めて、それを宅配事業者また佐賀県内のスーパーなどで卸売をしています。平成 18 年には食品製造業へも本格的に参入し、当時冷凍おにぎりを 1 個 300 円で販売スタートしたことがきっかけです。その後、佐賀の地域資源である佐賀牛を活用した「レンジ de ステーキ」という商品を開発し、手軽にご自宅でステーキが食べられるような商品を開発しました。平成 29 年には、佐賀県佐賀市に新工場として、かねすえキッチンを建設しました。現在自社商品については、かねすえキッチンで食品製造業を行っています。

続きまして、弊社の商品について説明させていただきます。自社商品については、佐賀県産品であるお米、佐賀牛を活用したものをメインに製造しています。私どもが製造にあたって大事にしていることは、佐賀の食材を生かした付加価値のある商品づくり、マーケットインの視点を持った

商品開発を行っています。特にマーケットインの視点でつくられた商品ですが、「レンジ de ステーキ」並びに冷凍のお寿司に関しては、バイヤー様から要望を受け、それを商品化し販売したということで、それ以外にも、冷凍のお節を海上自衛隊様向けに製造して販売しているなど、どちらかと言うと、私どもで考えて販売していくというよりも、消費者もしくはバイヤー様のニーズに沿った形で、商品の製造、企画、販売をしているところです。

本題であります海外展開を始めたきっかけについて、お話をさせていただきます。私どもが海外展開を始めたきっかけは、2017年11月より、香港のスーパーに向けて販売をスタートしたことがきっかけです。国内の商談会で、たまたま香港のバイヤーの方が弊社のブースに来ていただき、実際に香港に向けて輸出をするという流れになっており、現在でも香港で、「みつせ鶏おにぎり」「鯛めしおにぎり」「すき焼きおにぎり」、こちらの3商品を店頭にて販売いただいております。当時は海外展開に向けてという認識は少なく、どちらかと言うと、新規の国内でのお取引様といった認識で進めていました。本格的に海外展開を進めていこうとなったのが2018年です。このきっかけとしては、2017年11月より、香港で販売実績ができたことで、海外展開をこれから進めていこうという流れになりました。

どこにどのような商品をというところですが、私どもの商品で佐賀牛の加工品や、冷凍のお寿司をヨーロッパやアメリカに向けて、輸出を取り組んでいこうと考えていました。なぜアメリカやヨーロッパを選定したかと言うと、本来であれば、ヨーロッパやアメリカなど、輸出国を選定していくにあたっては、様々なマーケティング調査を行って選定していくものですが、当時私ども、輸出に関する経験が全くなく、なんとなくヨーロッパやアメリカに輸出をしていけたら、弊社自社商品のブランド力向上が付与されていくのではなかろうかということで、ヨーロッパやアメリカに向けて輸出をしようと考えました。

しかしながら、実際に輸出に向けて様々な調査を行っていく中で、ヨーロッパやアメリカの場合、牛肉や水産物を輸出するところの規制が非常に厳しく、またヨーロッパであればEU HACCPの取得認証が必要であったり、様々な障壁がありました。自社単独でヨーロッパやアメリカに、佐賀牛の加工品や冷凍お寿司を進めていくのは、非常に難しいという現実があり、このままでは海外展開を進めていくのは難しいと感じておりました。

2019年から、ヨーロッパ、アメリカに向けた牛肉、水産物等の輸出は非常に難しいということで、方向転換をすることにしました。アジアに向けて輸出することを目標に動き出していくことにしました。冷凍米飯、冷凍おにぎり、冷凍お寿司、プリンやイチゴのタルトなど、冷凍スイーツを、海外の展示会に積極的に展開していくことになりました。実際に展示会に出店をしたブースですが、Food Expo 香港 2019 など、2019年度は香港へ3回ほど出店しました。香港は規制的には緩やかな部分があり、冷凍米飯、佐賀牛の加工品は非常に引き合いが多くありましたが、台湾への輸出では、牛肉の規制が非常に厳しく、冷凍のスイーツの引き合いが多く入りました。

実はここまで単独で進めてこれたというよりも、様々な関係省庁様や企業の方からご支援をいただきながら進めていきました。この図がご支援をいただいていた内容になります。今回の GFP のシンポジウムについても、農林水産省様からのご支援をいただき、交流会やセミナーを通じて、

様々な輸出経験のある企業様と接点を持つことができ、情報交換ができたことで、自社の輸出に関する展開方法に非常に参考になったこともありました。

JETRO さんに関しては、JETRO さんが主催されている商談会や、海外での展示会の情報をいただきながら、自社にとってどこの国が合うのかを選定しながら、積極的に商談会や展示会には参加をしています。また JETRO さんに関しては、ハンズオン支援という形で、弊社に専門家の方を1名つけていただき、海外展開に関する市場調査や、ニーズ調査、どこの国に対して自社の商品が合うのかという包括的な支援をいただきながら、海外展開を進めています。経産省様や中小機構様、またよろず支援拠点というところがありますが、そういったものも活用しながら、さまざまな展示会のご支援や、海外展開に関するさまざまな視点においての支援をいただいたり、我々のような中小企業単独では難しい面がありますので、そういった方々から多角的にご支援をいただくことで、輸出に向けて少しずつ前に進んでいる状況です。

現状、どこでどのような商品が販売ができていますのか。一番バイヤーの方に興味をいただくもの、販売実績がある商品ですが、「くまもんプリン」という冷凍プリンですが、ラベルにくまもんの図柄を付けて販売している商品があります。アメリカやシンガポールに販売実績があります。これ以外にも、香港や台湾のバイヤー様からは、非常に人気をいただいている商品で、今、3社ほど商談を進めており、内訳としては香港、タイなどのバイヤーの方から商品に関する問い合わせ、商談を進めています。自社商品の主力商品の一つですが、冷凍おにぎりの3種類を、現在香港のみで販売をしています。おにぎりに関しては、輸出がまだ少ない状況です。

今後の輸出に向けての取組です。バイヤーとの商談の中で、スイーツに関するニーズが多く、自社商品である「くまもんプリン」や、それ以外に冷凍タルトを作っており、そういったものに興味をいただいて、ご提案させていただくことが多くあります。また自社で食品の製造業のみならず、食品の卸売業という二つの事業をしている関係から、製造のみで解決できないバイヤー様のお困りごとを、卸売業という視点に立ってご提案していくことで、輸出に関する足掛かりを広めることができました。

自社の強みである冷凍米飯の売り込みを、今後強めていきたいと考えていますが、課題として、冷凍米飯、特におにぎりですが、海外のバイヤーの方と話をする中で、先ほどのプリンには興味を持っていただくのですが、なかなかおにぎりに対して興味を持っていただくことが少なく、自社とバイヤー様の思いの中でかけ離れたところもありますが、今後どのように自社の強みである冷凍米飯を売り込んでいけるか、興味を持っていただけるかというところの課題を解決して、我々のおにぎり、お寿司、佐賀牛の加工品などを、海外に向けてより強めて売っていきたいと考えています。

今後、香港、台湾、シンガポールへ、我々の商品であるおにぎりやスイーツ系の販路拡大を目指して取り組んでいきますが、冒頭お話をさせていただいたアメリカやヨーロッパに向けても、最終的には売り込んでいきたいと考えている中で、最近では牛肉や水産品の規制の部分に関する課題を解決できつつあるので、そういったところにおいては、今後5年内ぐらいには、輸出に向けた取り組みを進めていければと思います。

我々の輸出に関する事業は、まだまだ始めて3年ぐらいで、日が浅いです。これから輸出事業

に関する内容を豊富にして、今後も事業拡大を目指していきたいと考えています。以上でご説明を終わらせていただきます。本日はありがとうございました。

司会：

古賀様、ありがとうございました。

続いて、農林水産省食料産業局輸出先国規制対策課課長、伊藤優志より、「農林水産物・食品輸出本部の取組について」、ご説明します。なお伊藤さんは、本日は東京からリモートでのご出演となります。伊藤さん、よろしくお願いいたします。

#### 4.講演③

伊藤：

皆さん、こんにちは、農林水産省の伊藤です。本日はご参加、ありがとうございます。また皆様におかれましては、日頃より農林水産、食品行政にご理解・ご協力を賜り、感謝を申し上げます。本日のシンポジウムの最後の登板で、締めくくりということですので、私からは最近の日本政府の農林水産物・食品の輸出促進の取組全般について、約 30 分間、説明をさせていただきます。

本日冒頭の開会の挨拶にありまして、日本国内の食市場が縮小する一方で、世界の食市場は今後大幅に拡大することが見込まれます。こうした中で世界の食市場に目を向け、海外への輸出拡大を通じて、農林漁業者、食品事業者の皆様の所得向上、日本の農林水産業、食品産業の持続的な発展につなげていきたいと考えています。

後ほど説明をしますが、現在私は、輸出先国の規制対応の仕事をしています。この仕事の前は、2015 年から昨年夏まで、中国北京の在中国日本国大使館で日本と中国間の農林水産物・食品の貿易について、交渉の最前線にいました。したがって、海外の食市場が拡大しているというこの実感は相当持っており、なんとかそれを獲得していきたいという思いで、日々仕事をしています。今日の私の話が、今、輸出に取り組みされている方、これからチャレンジされる方の一助になれば幸いです。それでは、資料に基づいて説明を行っていききたいと思います。

まず3ページです。政府の輸出促進政策について、時系列でまとめたものです。これらのうち、今日の説明では、真ん中より少し下のところ、2019 年 11 月、農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律、輸出促進法の制定の背景、内容について、まず紹介したいと思います。次にその下の、2030 年までに農林水産物・食品の輸出額を5兆円とする目標。その下に、中間目標として2025 年までに農林水産物・食品の輸出額を2兆円とする目標を設定したことを受けまして、一番下の○ですが、2020 年 11 月、農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略を取りまとめています。それを後半で紹介したいと思います。

4ページです。輸出促進法制定の背景となった、さらなる輸出拡大の課題ということで、紹介をしたいと思います。日本も含めて各国は、SPS 協定、衛生と植物防疫のための措置というものがあり、科学的知見に基づき、国民や動植物の健康を守るため、規制を相手国にも課すことが認められています。したがって、日本から各国に輸出する場合に、相手国の規制は尊重し、遵守が必

要です。ただし科学的な根拠がないものは協議をし、撤廃を求めていくことになります。輸出できる農林水産物・食品の品目、対象国を増加させていくためには、日本から現在輸出できない品目あるいは輸出の障害となっている規制について、輸出先国と協議を行う必要があります。

左下の図を見ていただきたいのですが、いまだ 16 カ国・地域で、2011 年の福島第一原発に伴う放射性物質に関する規制が存在しています。今週、2カ国撤廃に持っていくことができましたが、まだ 16 カ国・地域で残っています。これによって輸出できない品目があったり、煩雑な手続きが必要だったりということがあります。この規制は日本にだけ求められている規制で、日本としては各国に規制の緩和・撤廃を強く求めているところですが、これは当然、東北の復興にもつながる話です。

右上の図を見てください。各国の食品の安全に関する規制ですが、EU、アメリカは以前から厳しい状況があります。しかし近年、アジアを中心に規制が強化される動きが出ています。例えばこれは未実施ですが、中国の衛生証明書の義務付けの意向が示されたり、実施済みのものとしては、台湾の牛肉あるいはタイの青果物で規制が強化されています。右下ですが、主な食品輸出先国の規制緩和に向けて、閣僚レベルや高級事務レベルといったハイレベルでの交渉、また実務者レベルの交渉など、様々なレベルの協議を行う必要があります。

今度は背景として、国内の環境整備の話をさせていただきます。5ページです。左上に書いていますが、アメリカあるいは EU 向けに輸出をする際に求められるものとして、食肉輸出の場合、HACCP の施設認定が必要です。施設認定をいかに迅速に進めていくかという問題があります。左下の例のところですが、輸出のために必要な各証明書が相手国から求められるケースが非常に多く、しかも複数求められることがあります。日本側の対応として、申請・発行する省庁が異なり、手続きが煩雑といった声、そして発行が遅いという声が過去にありました。右側のところの例ですが、施設の認定あるいは証明書の発行以外にも、輸出のために国内の生産段階のモニタリングが必要なものもあります。例えばアメリカ向け活カキの輸出においては、厚生労働省及び農林水産省が、貝類の衛生プログラムを策定し、アメリカの承認を受けた上で海域モニタリングが必要になってきます。あるいはその下の EU 向けの乳製品輸出関係です。これも厚生労働省あるいは地方自治体等による動物用医薬品等の残留物質モニタリングが求められています。右の一番下ですが、輸出先国で認められていない天然着色料の安全性について、詳細な分析データが求められるケースもあります。これは民間事業者だけでは対応が困難なケースが生じています。

こういった課題がある中で6ページ、昨年、輸出促進法の制定を進めました。今申し上げた課題に対して、政府一体となって戦略的に取り組む体制を構築することが大きな目的です。昨年 11 月に成立し、今4月1日から施行しています。

具体的にどうしているかを、紹介したいと思います。7ページをご覧ください。行政の縦割りを排除し、政府一体となった対応をするため、輸出促進法に基づき、農林水産大臣を本部長、関係大臣を本部員とする農林水産物・食品輸出本部を、農林水産省に設置しました。私がいる部署、輸出先国規制対策課はこの庶務を担っております。また輸出本部では、基本方針、実行計画を策定していますので、簡単に紹介したいと思います。

8ページをご覧ください。まず基本方針の第2、輸出先国との協議ですが、これは農林水産大臣

が中心となって、関係大臣の協力を得て行います。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・品目から行っていくということを、基本方針に書いています。第3ですが、国内の手続です。輸出を円滑化するために必要な手続の整備ということで、証明書の発行、生産区域の指定、加工施設等の認定といったものがありますが、これは国レベルでは農林水産省、財務省、厚生労働省が分担して実施をしていきます。具体的には、輸出先国から日本の食品衛生当局の対応が求められる場合、あるいは屠畜場、食鳥処理場に関するものは厚生労働大臣、酒類、たばこに関するものは財務大臣、今申し上げた厚生労働大臣、財務大臣に関すること以外については農林水産大臣という分担で進めています。

次に、実行計画の内容についてご紹介します。9ページをご覧ください。この中では、国、地域、品目ごとに、どの省庁が、いつまでに何を行うかについて、国内対応に関する事項、相手国・地域との協議が必要な事項、この二つに分けて定めています。なお輸出本部は今年4月から立ち上がっていますが、これに先駆けて対応できるものについては、昨年6月に既に工程表をつくっております。それに基づき対応を行っているところです。

資料左側ですが、国内対応の現在の主な実績を書いています。アメリカ向け、EU 向けの牛肉処理施設、あるいは水産物の取扱施設などが増加しているのが、お分かりになると思います。右側ですが、こちらは相手国・地域との協議の主な実績を載せています。先ほど申し上げた放射性物質規制の関係では、7カ国が撤廃となっています。それ以外に、マカオ向け牛肉の月齢制限の撤廃や、タイ向けのかんきつ類、ベトナム向けのりんご、アメリカ向けなしの、検疫条件の緩和。あるいはEU向け家きん肉やクロマツ盆栽の輸出解禁などがあります。現在の実行計画については、国内対応で77項目、相手国・地域との協議対応で86項目を掲載しており、これらが対応済みとなるように、スケジュールを定め、着実に進めていきたいと思っております。

先ほど申し上げた輸出本部においては、関係省庁間の調整を行い、この実行計画の進捗状況を管理しております。国内だけの対応であれば、政府で確実に進められますが、相手のある話については、あらゆる機会をとらえて、戦略的に粘り強く行っていきたいと思っております。今日ご参加いただいている皆様におかれても、もし改善すべき規制など、この実行計画に盛り込んだほうがよいという事項があれば、ぜひ、お問い合わせをいただきたいと思っております。

10～12 ページは、原発事故に係る輸入規制の現状や、動物検疫協議の状況、植物検疫協議の状況を載せていますので、後ほど関心のある方はご覧いただければと思います。

13 ページでは、日本国内の輸出を円滑にするための対応について紹介しています。輸出を円滑化するための措置として、主務大臣、これは農林水産大臣あるいは厚生労働大臣、財務大臣を指しますが、主務大臣や都道府県知事等が、輸出促進法ができる前は、法定化されていなかった輸出証明書の発行や生産区域の指定、加工施設の認定を行っていましたが、これを法律上位置付けたというのが、一つポイントとしてあります。

この法定化により、組織として対応する必要があるわけですが、地方自治体あるいは国において対応する際に、この組織を充実させることができるといったことがあります。あと、法律に基づいて、今申し上げたような対応をしているということですので、相手国からすると信頼性が増すとい

た効果があります。輸出促進法に基づいて、もし証明書の発行で疑義が生じた場合は、その事業者に対して立ち入り調査なども可能となりました。こういう法定化の効果があるわけですが、その上でこのスライドに書いているのは、輸出事業者の皆さんの利便性の向上のために、今まで国・品目別に定められていた約 180 の証明書の発行手続きや、施設認定の手続きを、輸出促進法に基づく手続き規定として分かりやすく一本化して、ホームページに公表したところです。

14 ページです。現在、輸出証明書の申請・発給をワンストップで行えるシステムを整備中です。先行的にこの4月より、自由販売証明書の発行を追加しました。今後、国税庁、厚生労働省、都道府県等が発給する証明書も対象に加え、来年度末までに全ての輸出の証明書をこのシステムの対象に追加し、利便性の向上を図っていききたいと思います。

15 ページ、主要国向けの輸出施設数です。輸出促進法に基づいて認定された施設数の状況をまとめました。先ほどアメリカ、EU 向けについては、少し紹介しました。それ以外にも、例えば牛肉ではタイ、マカオ向け、水産では中国、ベトナム向けといった形で、施設の認定が必要です。認定をした施設で生産されたものではないと輸出ができません。現在も取り組んでいますが、これらの数を増やしていきたいと思っております。

16 ページ、登録認定機関制度の概要です。今申しましたとおり、相手国から求められて、国あるいは都道府県等が施設の認定をしています。この施設の認定の、より一層加速化を図るということで、専門的な知見を有する民間機関を活用して認定を行えるように、登録認定機関制度を新たにつくったところです。こうした登録認定機関制度も施設認定ができるということです。

17 ページですが、現在一般社団法人で日本食品認定機構、一般財団法人で日本食品検査が、すでにこの登録認定機関として登録がされました。これら以外にも、現在申請している機関が複数あり、審査をしている最中です。今後これらを増やしていきたいと思っております。

19 ページ、一元的な相談窓口の設置です。輸出先国の規制は、既に輸出に取り組んでおられる方はよくお分かりのとおりです。国・地域・品目ごとに内容が異なる複雑な内容になっています。したがって、農林水産省に一元的な相談窓口を設置しました。事業者からの様々な相談に対応する機能を果たしていきます。農林水産省本省以外に、出先で地方農政局もあります。各地方農政局においても対応できるように、この窓口を整備したところです。窓口に寄せられた相談内容については、農林水産省の中のみならず、省外の関係部署あるいはJETRO等、関係機関と相談情報を共有するというのも、今、進めています。今後、更に相談対応を向上させていきたいと思っております。

次に、政府の輸出額目標と輸出拡大実行戦略について、紹介したいと思います。21 ページをご覧ください。冒頭、政府の取り組みを紹介した際に、輸出目標を話しました。2019年に9,121億円だった農林水産物・食品の輸出額を、2025年に2兆円、2030年に5兆円とする意欲的な目標を設定しています。この目標を実現するためには、これまでの国内市場に依存する農林水産物・食品産業の構造を、成長する海外市場で稼ぐ方向に転換することが不可欠との問題意識です。

22 ページ、5兆円目標の意義です。左側は諸外国の農産物・食品の輸出割合を比較しています。各国の国内生産額に占める輸出額の割合が、例えばアメリカは12%、フランス28%などとな

っています。一番下にある日本は2%ということで、この輸出割合は他国と比較しても相当低い状況です。右側は、日本国内の生産額の状況です。この輸出目標に向けて輸出を伸ばして、海外市場を開拓することで、国内生産の維持・拡大を図っていきたくと考えています。

23 ページ、農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略の概要です。先月末にまとめたので、概要を紹介したいと思います。輸出をこれから伸ばして目標達成するためには、海外市場で求められるスペックの産品を、専門的・継続的に生産・販売する体制整備をすること。すなわち生産から現地の販売までバリューチェーン全体を、プロダクトアウトからマーケットインに徹底的に転換することが必要です。この認識のもとに、下に三つの基本的な考え方を書いています。速やかに実行する施策、令和3年夏までに方向を決定して実行する施策を、実行戦略として取りまとめました。

一つ目が一番左ですが、日本の強みを最大限に活かす品目別の具体的な目標を設定すること。二つ目が真ん中、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すること。三つ目が右側、省庁の垣根を越え政府一体として輸出の障害を克服すること。この三本の基本的な考え方に基づいて、戦略をまとめています。

24 ページ、戦略の具体的内容と実施に向けた工程です。今回、輸出重点品目と輸出目標を設定しました。日本の農林水産物・食品の輸出は、今はどうしても国内市場向け産品の余剰品を輸出するといった状況に留まっています。海外のニーズに応じたマーケットインの輸出体制が整備されていないといった課題があります。今後の輸出拡大にあたっては、海外で評価される日本の強みがある品目を中心に輸出を加速し、その波及効果として全体の輸出を伸ばしていくことが不可欠です。そこでここにありますとおり、食味や見た目の美しさなど、海外で評価される日本の強みを有し、輸出拡大余地の大きい 27 品目を重点品目として選定しています。

25 ページですが、この選定した重点品目ごとに、海外の市場動向や輸出環境等を踏まえ、輸出に向けたターゲット国・地域を特定し、ターゲット国・地域ごとの輸出目標を設定するとともに、目標達成に向けた課題と対応を明確化したところです。また海外での販売力を強化するためには、重点品目ごとに、生産から販売に至る事業者を包括する品目団体やコンソーシアムを組織化し、その団体等が主体となり、輸出先の情報収集や販売戦略づくり、ブランディングなどに取り組むことが必要です。このような品目団体等の活動財源の確保等についても検討していきます。さらに品目団体と連携した JETRO の輸出支援業務、JFOOD、日本食品海外プロモーションセンターによるプロモーションを推進します。ターゲット国・地域ごとの規制等の情報収集・提供といった、海外における品目団体等の支援を行うため、大使館などの役割強化の方法など、国の体制強化についても検討すると書いています。

26 ページです。今申し上げた 27 品目の関係で、品目別輸出目標例、4品目を例示で挙げています。こういった形で 27 品目それぞれについて、ターゲット国・地域ごとの輸出目標、輸出産地について、個別に掲載をしました。

27 ページ、第2の戦略です。プロダクトアウトからマーケットインへの転換には、リスクを取って輸出向け産品の生産、輸出にチャレンジする事業者が不可欠です。リスクを取って輸出に取り組む事業者へのリスクマネーの供給を後押しするために、可能なかぎり速やかに、農業法人に対す

る投資の円滑化に関する特別措置法の改正案を、国会に提出します。また輸出先国・地域のニーズや規制に対応した産品を、求められる量や価格といったスペックで継続的に提供するために、主として輸出向けの生産を行う輸出産地を、令和2年度中にリスト化し、輸出産地の形成に必要な施設整備等を重点的に支援します。

さらに輸出先国・地域のニーズや規制に対応する産地が連携して取り組む大ロット、高品質、効率的な輸出等に対応可能な輸出物流を構築するため、国土交通省とも連携しながら、港湾や空港の具体的な利活用等の方策や、輸出のための集荷等の拠点となる物流施設の整備・活用、海外におけるコールドチェーンの拠点整備・確保の方策等について、来年夏までに検討します。

28 ページです。マーケットイン輸出への転換にあたっては、海外現地での情報収集や売り込み、輸入規制等に係る政府間の協議、食品安全管理など、さまざまな関連分野で政府による環境整備が不可欠です。輸出先国・地域の規制緩和・撤廃に向け、輸出本部のもとでの協議を政府一体となって進めていきたいと思っております。特に市場規模の大きい中国について、あらゆる機会をとらえて、規制緩和を目指していきたいと思っております。

また輸出先国の規制に対応するための HACCP 対応施設などの整備目標も、今回この中に設定しました。計画的な施設整備に向けた支援を行うとともに、厚生労働省・農林水産省が連携して、輸出促進法に基づく施設の認定を迅速に行っていききたいと思います。最後のところを書いてありますが、さらにわが国の品種、生産加工技術が海外に流出し、日本の事業者の輸出の支障とならないよう、知的財産対策も強化していきたいと思っております。

今まで話したような取り組みを実行するために、令和3年度に農林水産省に、輸出国際局を新たに設置し、既存の施策の見直しを含め、輸出拡大のための施策を強力に推進していきたいと思っております。説明の資料は以上になります。

最後に一言申し上げたいと思っております。既に進めている輸出先国の規制対応は引き続き精力的に進めていきたいと思っております。後半に説明しました農林水産物・食品の輸出拡大の実行戦略についても、速やかに実行する施策を進め、さらに具体化が必要なものは、内容を決め、実行していく所存です。なお、今日お聞きの皆様で、実行戦略本体に関心のある方がいましたら、ぜひ、農林水産省のホームページでご覧いただきたいと思っております。

まだ外を見渡すと、新型コロナウイルス感染症が収束せず、農林水産物・食品の輸出環境は大変厳しい状況が続いています。このような逆風の中でも、直近の7月から10月の農林水産物・食品の輸出額は、対前年度同月比でプラスになっています。これは海外において、日本産の農林水産物・食品への根強いニーズがあるということのほか、輸出に関わる事業者の皆さんが、海外において、外食店から小売り、家庭食に消費者がシフトしている状況がありますが、これに対して、販路なり商品の面で、柔軟に積極的に対応されていることの証だと思っております。

今、輸出に取り組まれている方々に敬意を表するとともに、更に取り組の拡大に期待しています。また輸出に関心を持たれている産地や事業者の皆さんのチャレンジを期待しています。引き続き、農林水産物・食品の輸出力強化に向けて、事業者の皆さんとの意思疎通を精力的に努めます。常に現場に根ざした対応を行っていききたいと思います。そして直面する課題への対応から、中長

期的なことまで、全力で事業者の皆さんの輸出に向けた取り組みへの後押しを行っていきたいと思います。私の説明は以上です。ありがとうございます。

司会：

伊藤さん、ありがとうございました。ご講演の皆様、ありがとうございました。以上をもちまして、「農林水産物・食品の輸出の取組について」をテーマとしたオンラインシンポジウムを終了させていただきます。

以上