北海道の農畜産物の輸出に関する現状と課題

令和２年（2020年）10月
北海道農政部食の安全推進局食品政策課

農畜産物の輸出促進の背景

■日本国内の食市場は縮小の見込み

ー我が国は人口減少、高齢化が進行しており、今後国内の食市場は縮小すると見込まれている。

	20年前	現在	▲20%	2050年
人口 高齢化率 （65歳以上の割合）	**1億2,600万人** **14.5%** （1995年）	**1億2,671万人** **27.7%** （2017年）	→	**1億190万人** （2050年）
飲食料のマーケット規模	**83兆円** （1995年）	**76兆円** （2011年）		
農業総産出額	**10.4兆円** （1995年）	**9.2兆円** （2016年）		

人口減少、高齢化に伴い
国内の市場規模は縮小の可能性

・主食用米の需要量は今後年10万トンペースで減少

■世界の食市場は拡大の見込み

ー新興国の経済成長、人口増加が進んでおり、世界全体の食市場は拡大すると見込まれている。

			+32%	
人口	**57億人** （1995年）	**74億人** （2015年）	→	**98億人** （2050年）
飲食料のマーケット規模 （主要国）	－	**340兆円** （2009年）	⇢ **680兆円** （2020年）	
農産物貿易額	**4,400億ドル** **（約42兆円）** （1995年）	**1兆4,000億ドル** **（約136兆円）** （2013年）		

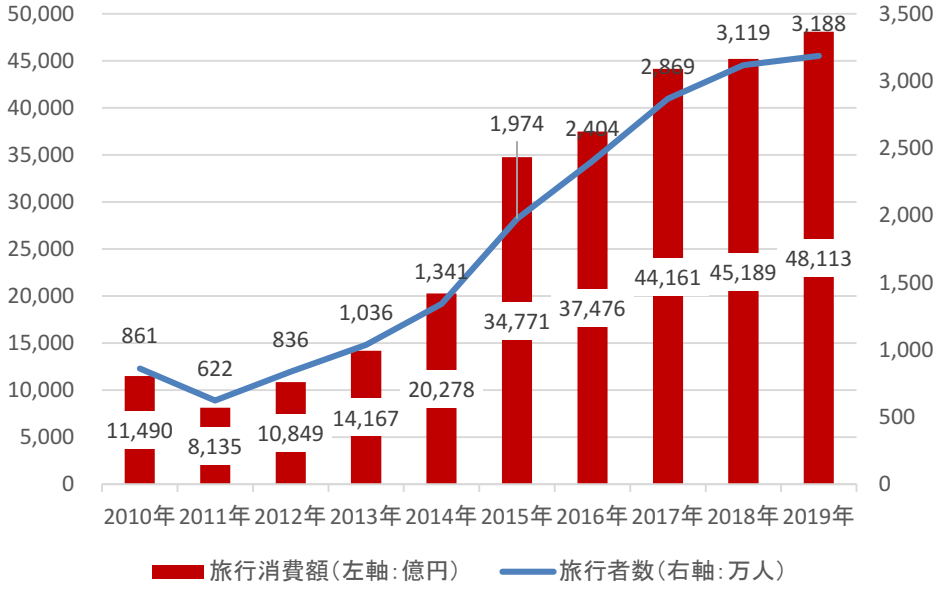
世界の農林水産物・食品マーケットは拡大

資料：農林水産省ホームページ

日本の食・食品・食文化への海外の関心の高まり

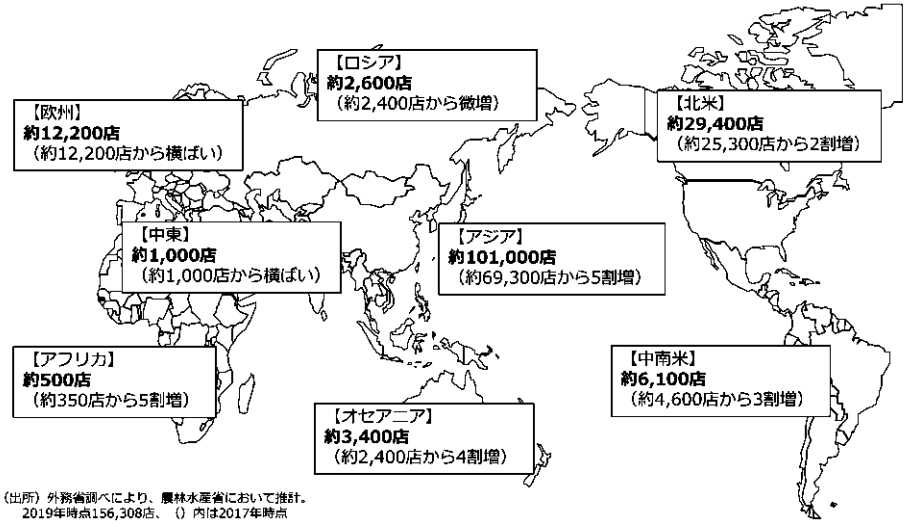
- ○ 2013年、「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録
  - ・ 海外の食分野では、フランスの美食術、地中海料理などが登録
- ○ 2015年、ミラノ万博での高評価
  - ・ 「食」をテーマとする初めての万博（テーマ：地球に食料を、生命にエネルギーを）
- ○ 日本料理は、外国料理の中でも一番の人気
  - ・ 「食」の人気が輸出に結びついていない（ジェトロ調査）
- ○ 2021年、東京オリンピック・パラリンピック
  - ・ 海外への日本食文化発信等の絶好の機会

【訪日外国人旅行客数と旅行消費額】
海外からの訪日客は2019年に年間3,188万人と過去最高を記録



資料：農林水産省ホームページ

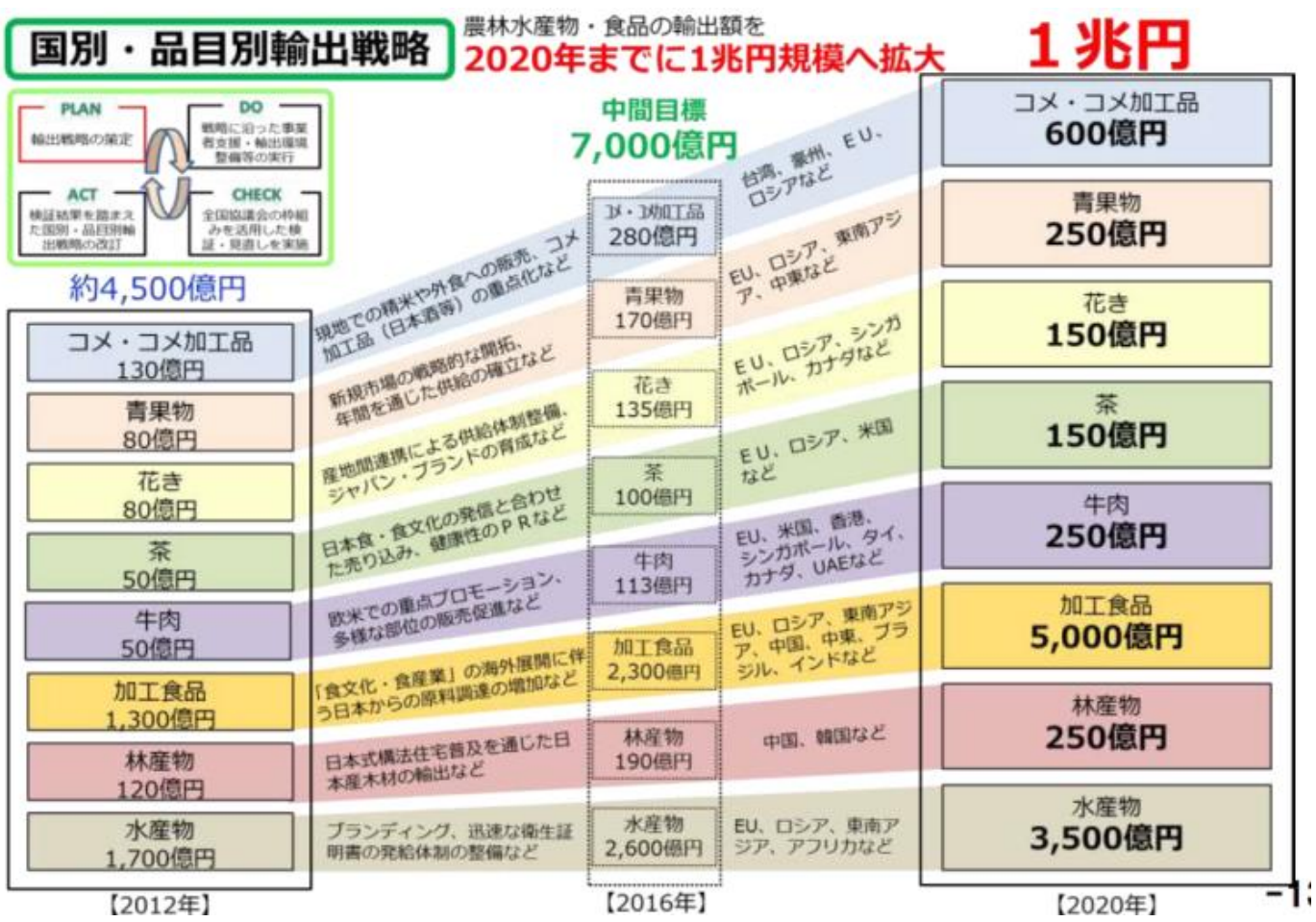
【海外における日本食レストラン】
2006年（約2.4万店）から2019年には6.5倍の約15.6万店に増加

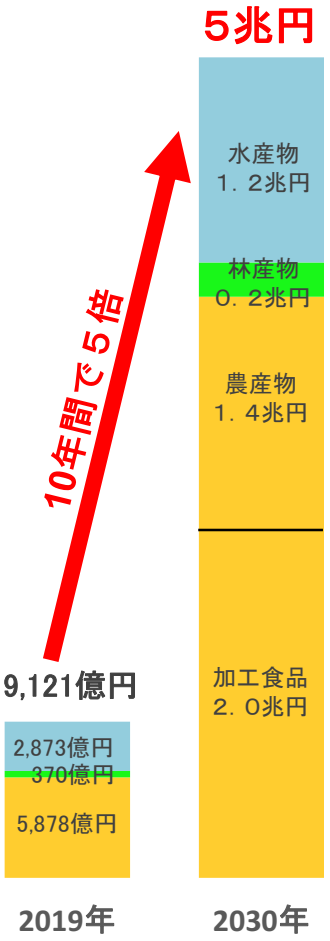


資料：海外における日本食レストラン数の調査結果について
令和元年　農林水産省　食料産業局食文化・市場開拓課

国の輸出戦略について　①

- 国では当初、2020年（令和2年）までに農林水産物・食品の輸出額を1兆円とする輸出戦略を策定
- その後、2017年（平成29年）12月に政府の「農林水産業・地域の活力創造本部」において、目標年が1年前倒しされるとともに、その実績を基に2030年（令和12年）に5兆円を目指す新たな目標を設定し具体策を検討することとされた。



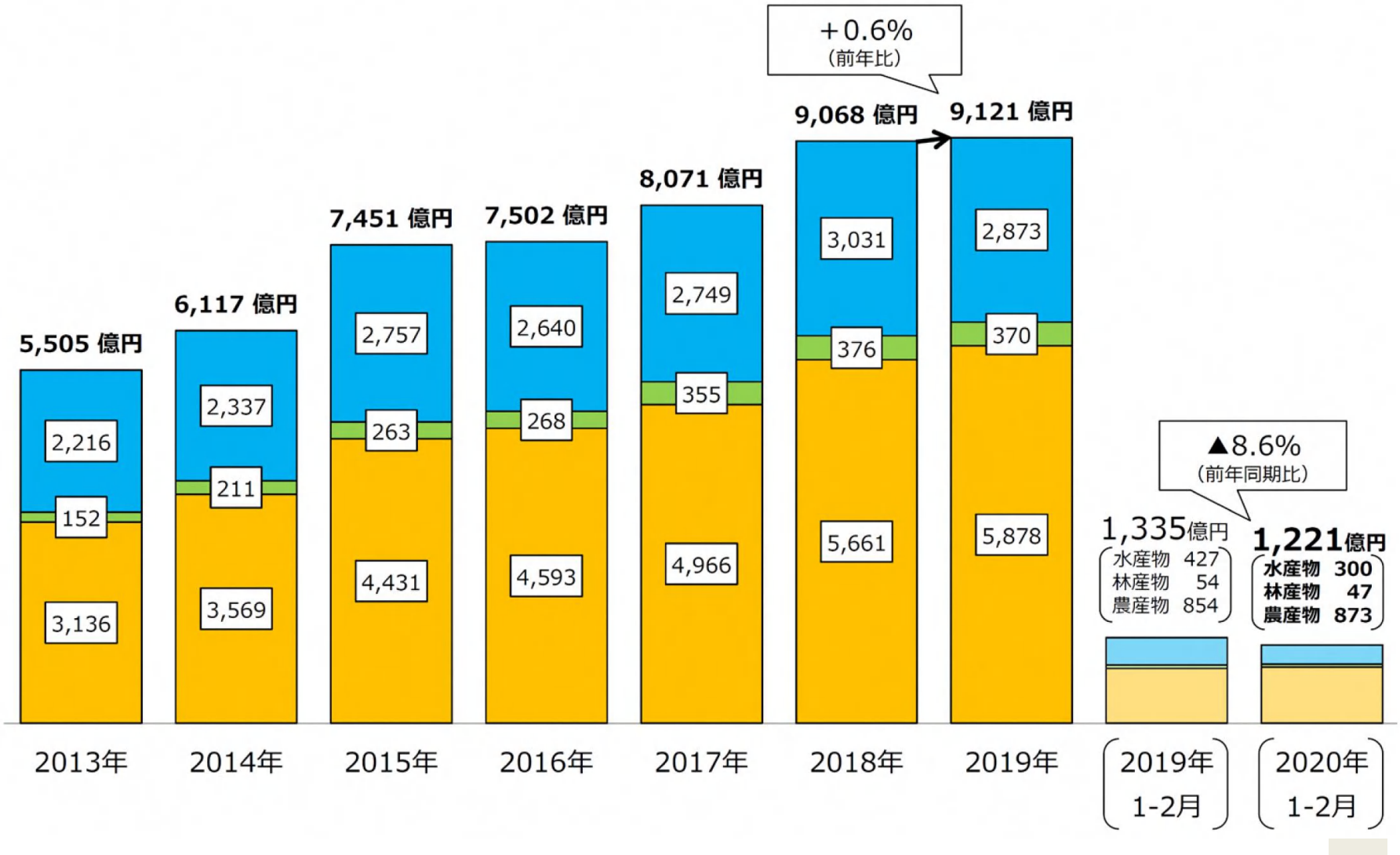


出展：農水省ホームページ

国の輸出戦略について　②

農林水産物・食品 輸出額の推移

農林水産省
食料産業局



資料：農林水産物・食品の輸出額実績について　令和２年４月　農林水産省

北海道食の輸出拡大戦略＜第Ⅱ期＞

■趣旨

北海道ブランドの浸透や市場の拡大に向けた取組に弾みをつけ、輸出に携わる事業者や担い手の裾野を広げることにより、北海道の食の輸出をさらに成長させ、道内食関連産業の持続的な発展を図る。

■推進期間

目標達成に必要な推進期間は、2019年から2023年の５年間。

・本道を取り巻く経済情勢や輸出環境等の変化を考慮し、必要に応じて展開方向等の見直し（ローリング）を行う。

■重点国・地域

国が策定した「農林水産業の輸出力強化戦略」に示された国・地域を基本とし、過去３年（2015年～2017年）の本道からの輸出実績やGDPなどを考慮し、重点国・地域を設定。

・その他の国・地域についても、経済情勢や輸出環境等に配慮しながら、道産食品の輸出拡大に向けた取り組みを進める。

中国、香港、台湾、韓国、ベトナム、タイ、シンガポール、フィリピン、マレーシア、インドネシア、 米国、ロシア、欧州、大洋州

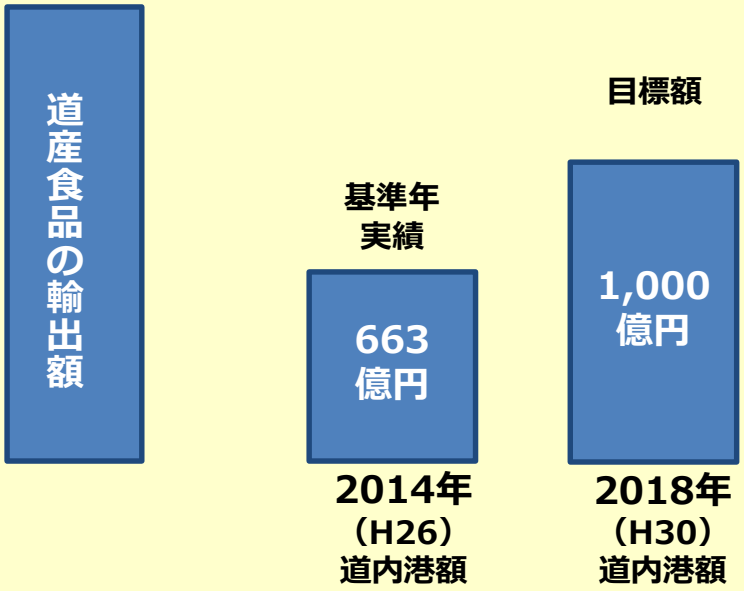
■基本的な考え方

国が策定した「農林水産業の輸出強化戦略（平成28年5月）」の対応方向や、道が策定した「新・北海道総合計画（北海道未来創造プラン）」、「北海道グローバル戦略」など関連するその他の計画・戦略等との整合性を図るとともに、食関連企業、生産者団体等からのヒアリングを踏まえ、本道に適した輸出拡大に向けた基本戦略や展開方法等を示したもの。

資料：北海道食の輸出拡大戦略〈第Ⅱ期〉　平成31年1月　北海道

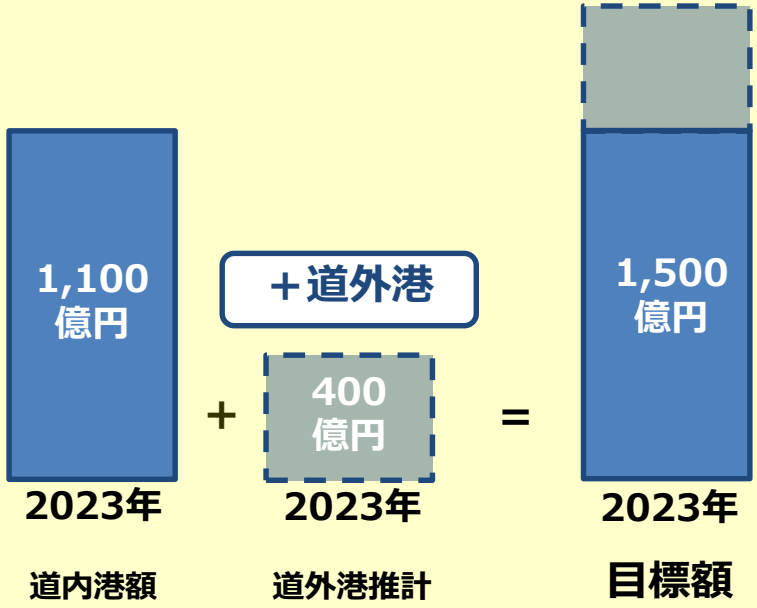
北海道食の輸出拡大戦略＜第Ⅱ期＞の輸出額の目標

輸出拡大戦略〈2016年～2018年〉



品目別内訳	2014年（H26）道内港額	2018年（H30）道内港額
水産物・水産加工品	613億円	750億円
農畜産物・農畜産加工品	**25億円**	**100億円**
その他加工食品	25億円	150億円

輸出拡大戦略〈第Ⅱ期〉2019年～2023年



800億円	＋	300億円	＝	1,100億円
100億円	＋	**25億円**	＝	**125億円**
200億円	＋	75億円	＝	275億円

・道内港からの道産食品輸出額については、財務省の貿易統計（函館税関分）をもとに取りまとめたもの
・道外港からの道産食品輸出額については、貿易統計で公表されていないことから、貿易統計による全国の輸出実績や国土交通省の移出実績調査などの調査報告書のほか、各種データや貿易に携わる企業・業界団体からの聞き取り調査等をもとに分析・推計する

資料：北海道食の輸出拡大戦略〈第Ⅱ期〉　平成31年1月　北海道

北海道食の輸出拡大戦略＜第Ⅱ期＞の推進イメージ

＜Ⅰ 生産の安定・輸出品目の拡大＞
・国内の需給バランスに配慮しつつ、海外需要に応じた一次産品の安定的な生産の推進

・地域に眠っている新たな輸出品目となる道産食品の発掘　など

＜Ⅱ 商流・物流網の整備＞
・道内の主要輸出拠点の物流機能の充実・強化

・商社機能の強化に向けた民間企業等との連携　など

＜Ⅲ 北海道ブランドの浸透・市場拡大＞
・**輸出拡大に向けた国際認証・国際規格等の導入・取得促進**

・海外「どさんこプラザ」を活用した販路拡大、商品の磨き上げなどによる付加価値の向上　など

＜Ⅳ 人材育成・輸出支援体制の強化＞

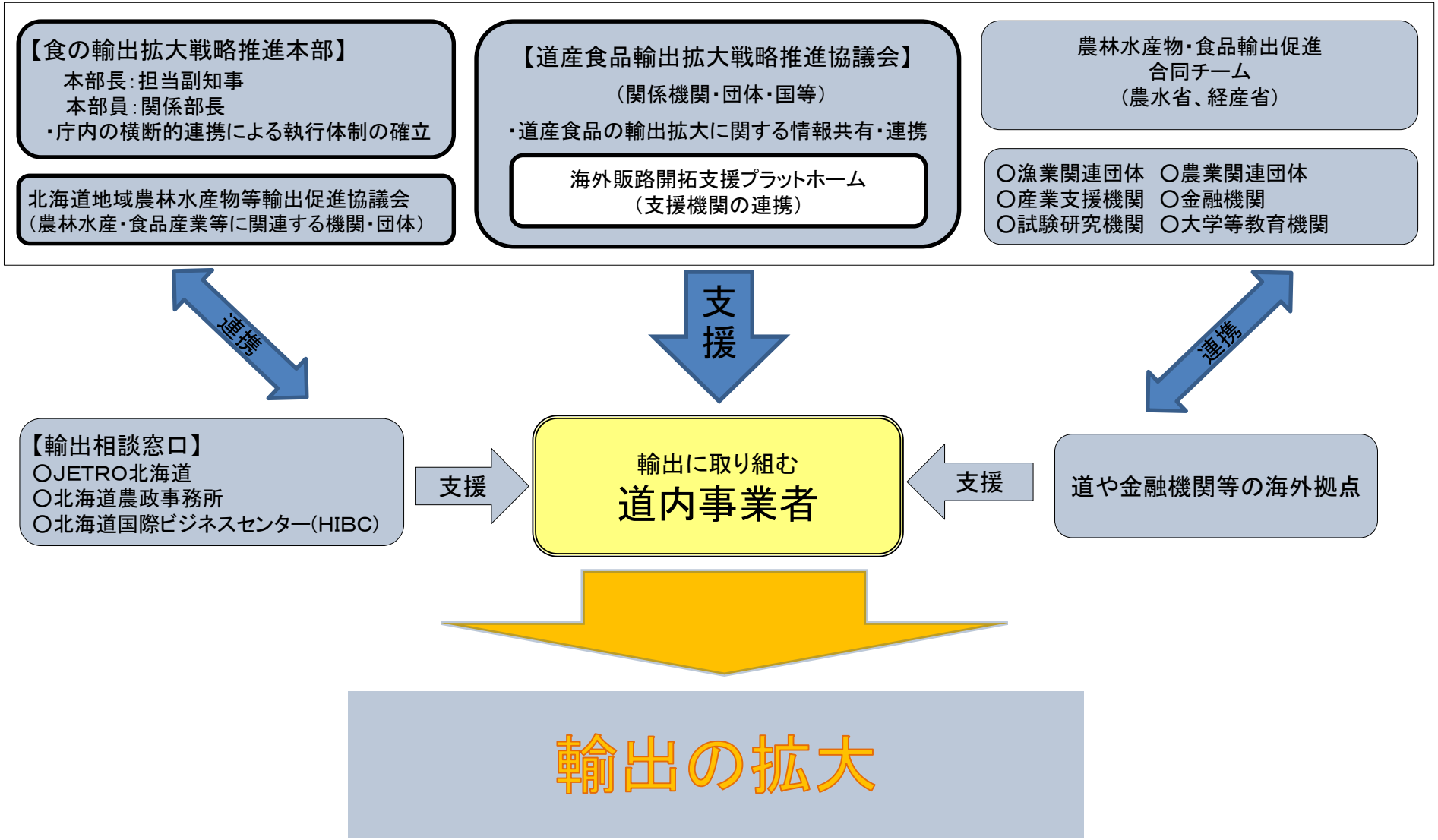
・栽培技術、養殖技術等の改良、普及
・物流の効率化に向けた課題の整理、情報提供
・輸出に向けた基礎的な知識習得のための講座の開催
・海外「どさんこプラザ」を活用したテストマーケティング
・輸出に向けた地域の取組の支援
・輸出に取り組む企業を創出するためのセミナーなどの開催
・対米・対EU輸出水産食品取扱施設認定の取得促進に向けた
・事業者向け講習会の開催
・海外商談会・展示会への参加による実践的なアプローチ
・経済活動を支える人材確保対策の推進　など

基本戦略に沿った対策を着実に講じることにより、「高品質で安全・安心な一次産品の安定生産」「商流・物流の強化による輸送メリットの享受」「高付加価値化商品の創出・販路拡大」に結びつけるとともに、事業者と関係機関、行政が、それぞれのフェーズに応じた課題を共有することにより、輸出に取り組む事業者の裾野を拡大させることが重要。

資料：北海道食の輸出拡大戦略〈第Ⅱ期〉　平成31年1月　北海道

輸出拡大戦略＜第Ⅱ期＞の推進体制

オール北海道の関係者が連携した推進体制と、きめ細やかな支援体制の構築



資料：北海道食の輸出拡大戦略〈第Ⅱ期〉　平成31年1月　北海道

北海道食の輸出拡大戦略＜第Ⅱ期＞の推進体制

関係機関による主な役割分担

【道】
・戦略の推進管理
・輸出規制の撤廃や輸出手続きの簡素化に向けた国への要請活動
・関係機関・団体などとの連携体制の構築による輸出拡大に向けた取組への支援
・海外の市場拡大に向けた北海道ブランドの発信
・フード特区の取組の推進・特区制度の活用促進
・安定生産に向けた環境整備
・フード塾等の成果を活かした人材育成の推進
・海外「どさんこプラザ」の活用促進

【支援機関】
・輸出相談の対応
・国や道との連携
・現地情報等の提供
・規制等に関する情報の提供
・輸出に取り組む人材育成支援

【金融機関】
・設備投資等への支援
・事業計画等の経営相談

オール
北海道の
連携体制

【国】
・輸出規制の撤廃や輸出手続きの簡素化に向けた諸外国への働きかけなどによる輸出環境の整備
・民間や地域の取組のバックアップ
・日本の食文化の発信・普及
・輸出拠点の整備・強化
・知的財産制度の活用促進

【民間】
・海外の市場ニーズを捉えた輸出品目の生産・開発・普及
・海外「どさんこプラザ」や商談会等の機会を活用した積極的な新規市場開拓
・国内流通事業者との連携
・EC（Eコマース）の活用による販路開拓
・インバウンド向けの販売促進
・フード塾等を活用したマーケティング力の強化

【生産者団体】
・国内需給バランスに考慮した一次産品の安定生産
・生産者の所得向上につながる取組の加速

【市町村】
・管内企業の海外販路拡大に向けた取組支援
・港湾管理者等による物流機能の充実・強化

資料：北海道食の輸出拡大戦略〈第Ⅱ期〉　平成31年1月　北海道

北海道食の輸出拡大戦略＜第Ⅱ期＞の展開方向〈農畜産物・農畜産物加工品（日本酒を含む）〉

〈　課題・分析　〉

○主要な農畜産物は、輸出に対応した生産体系ではなく、国内需要に応じた計画的な生産を推進

○継続的な輸出ではなく、過剰生産時の需給バランス改善策として行われる単発的な輸出が散見

○農業関係者の輸出への関心は高いが、国内市場価格の上昇による輸出拡大に向けた取組の停滞

○輸出先国の動植物検疫等による輸入規制や衛生管理基準、残留農薬基準への対応

○認証・知的財産制度の戦略的活用

○農産物を供給できる期間の延長及び多品目による周年供給体制の構築

○新たな海外需要の掘り起こし

○陳列棚の回転率向上や良質な取引先の確保等の販売戦略の見直し

○食習慣・流通構造の分析、店頭での実売期間の延長、取引先・適正価格の確保、他府県産品との競合

資料：北海道食の輸出拡大戦略〈第Ⅱ期〉　平成31年1月　北海道

北海道食の輸出拡大戦略＜第Ⅱ期＞の展開方向〈農畜産物・農畜産物加工品（日本酒を含む）〉

〈主な展開方向〉

○国内の食料自給率の向上に貢献しつつ、農家所得の向上に資する輸出の取組の促進
○第Ⅰ期戦略に引き続き、米・日本酒・青果物・牛肉を重点品目に設定
○農林水産物・食品輸出プロジェクト「ＧＦＰ」　※１などと連携した輸出のための安定的な生産に取組む戦略的な産地の育成
○新たな輸出品目発掘のための産地訪問等の実施
○輸出先国における輸入規制の撤廃・緩和と手続きの簡素化などに向けた国への要望
○集出荷加工施設等のＨＡＣＣＰ導入促進
○関係機関・団体・企業等と連携した海外ニーズや規制情報等の収集及び道内企業・生産者等への情報提供
○ＧＡＰの認証取得促進や、地理的表示（ＧＩ）制度の有効活用
○鮮度保持・品質保持技術の活用や、混載可能な農畜産物の組み合せ（輸出カレンダー）の検討・実証
○現地の中外食やＥＣ（Ｅコマース）、Ｏ２Ｏ　※２などの新たな流通市場に対応した取組の促進
○インバウンドへのＰＲ・販売促進
○東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会開催を契機としたＰＲ・販売の強化
○「棚ざらし」「売れ残り」「叩き売り」をなくし、「適正価格」で売れる商流の確立・拡大
○北海道ブランドの確立・戦略的活用
○海外バイヤー向け商談会等への参加などの商流確立に向けた支援

※１　GFPとは農林水産物・食品の輸出に取り組もうとする生産者・食品事業者等の登録者を対象に、輸出診断やマッチング支援などのサポートを行う農林水産省のプロジェクト（2018年8月開始）
※２　O2O（オーツ-オー）とは、「Online to Offline」の略で、インターネット（Online)とリアル店舗（Offline）との間で、顧客の購買行動を誘導するマーケティングの方法で、アメリカや中国の世界的なネット企業がO2Oを活用した食品スーパーへの参入・買収が活発化し、注目を集めている。

資料：北海道食の輸出拡大戦略〈第Ⅱ期〉　平成31年1月　北海道

道産食品の輸出の状況

○北海道からの食品輸出額は、平成24年まで350億円程度で推移していたが、平成25年以降はホタテガイやサケなどの水産物等の輸出額が増加し、平成30年には774億円と過去最高を記録

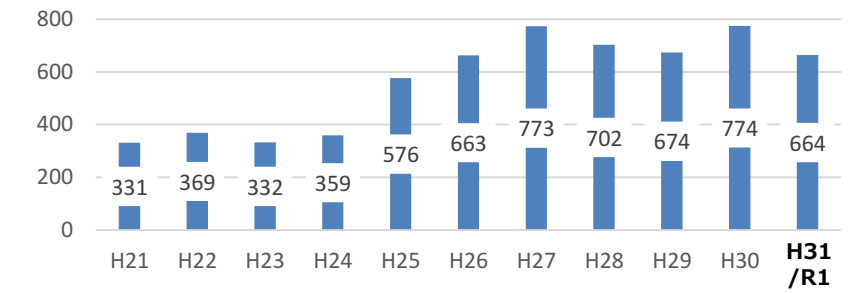
○ 平成31年/令和元年の実績は、米や日本酒の輸出額が増加した一方、ホタテガイの出荷量や単価が低下した等の影響を受け、664億円

○北海道からの輸出額の約8割が水産物・水産加工品となっており、ホタテガイ、ナマコなどが主力品目

○その他の輸出品目の主なものとしては、ながいも、LL牛乳、菓子類など

○主な輸出先国としては、中国、香港、台湾などであり、水産物・水産加工品を中心に輸出

北海道（道内港）からの食品輸出額



【品目別】　平成31年/令和元年

項　目	2019年輸出額	2019年　対前年	主な増減品目輸出額（対前年増減額）
農畜産物 農畜産加工品	億円 40.0	+5.0億円 (+14.4%)	米　5.3億円（+　2.3億円） ながいも　13.3億円（△　2.1億円） 日本酒　3.5億円（+　0.7億円）
水産物 水産加工品	億円 538.4	△86.1億円 (△13.8%)	ホタテガイ　321.7億円（△ 77.0億円） ナマコ　120.9億円（△　1.3億円） サケ・マス　34.0億円（△　6.8億円）
その他 加工食品	億円 86.0	△28.7億円 (△25.0%)	菓子類　54.8億円（△ 34.1億円） 調味料　3.6億円（+　1.7億円） 野菜調整品　10.0億円（+　1.1億円）
合　計	億円 664.4	△109.7億円 (△14.2%)	

【主な地域別】　平成31年/令和元年

項　目	2019年輸出額	2019年　対前年	主な増減品目輸出額（対前年増減額）
中国、台湾 香港、韓国	億円 537.4	△89.9億円 (△14.3%)	ホタテガイ　287.5億円（△ 62.9億円） サケ・マス　7.2億円（△　6.1億円） ナマコ　120.5億円（+　2.8億円）
ＡＳＥＡＮ	億円 72.3	△3.1億円 (+4.1%)	ナマコ　0.4億円（△　4.2億円） ホタテガイ　4.1億円（△　2.6億円） 醤油　1.3億円（+　1.1億円）
アメリカ合衆国	億円 23.7	△7.3億円 (△23.6%)	ホタテガイ　12.5億円（△　6.9億円） ながいも　5.6億円（△　1.0億円） チョコレート　1.7億円（+　0.5億円）
ヨーロッパ	億円 25.1	△10.4億円 (△29.3%)	ホタテガイ　14.3億円（△　6.1億円） サンマ　0.7億円（△　2.7億円） チョコレート　0.7億円（+　0.3億円）

※「増減率」は千円単位で計算。端数処理の関係で合計が一致しない場合がある。

資料：北海道食の輸出拡大戦略〈第Ⅱ期〉推進状況報告書（2019年）　令和２年４月　北海道

道産農畜産物の輸出の現状

○平成31/令和元年の輸出額は40億円で、前年から5億円増加

○ながいも、ミルク等、米、たまねぎで全体の8割を占め、日本酒が約9%
その他輸出額の多い順に、鶏卵、メロン、豚肉等

○主力のながいもは、前年の天候の影響により春堀り分（平成30年産）の収穫量が減少し、米国、台湾向けの輸出が減ったことにより2億1千万円の減少

○たまねぎは、前年から生産量が回復したことにより、2億3千万円の増加

○ミルク等は、香港への輸出量が順調に伸びたことにより、7千万円の増加

○日本酒は、単価の高い銘柄を輸出している香港への輸出量が伸びたことにより7千万円の増加

平成31年/令和元年農畜産物輸出額・輸出数量

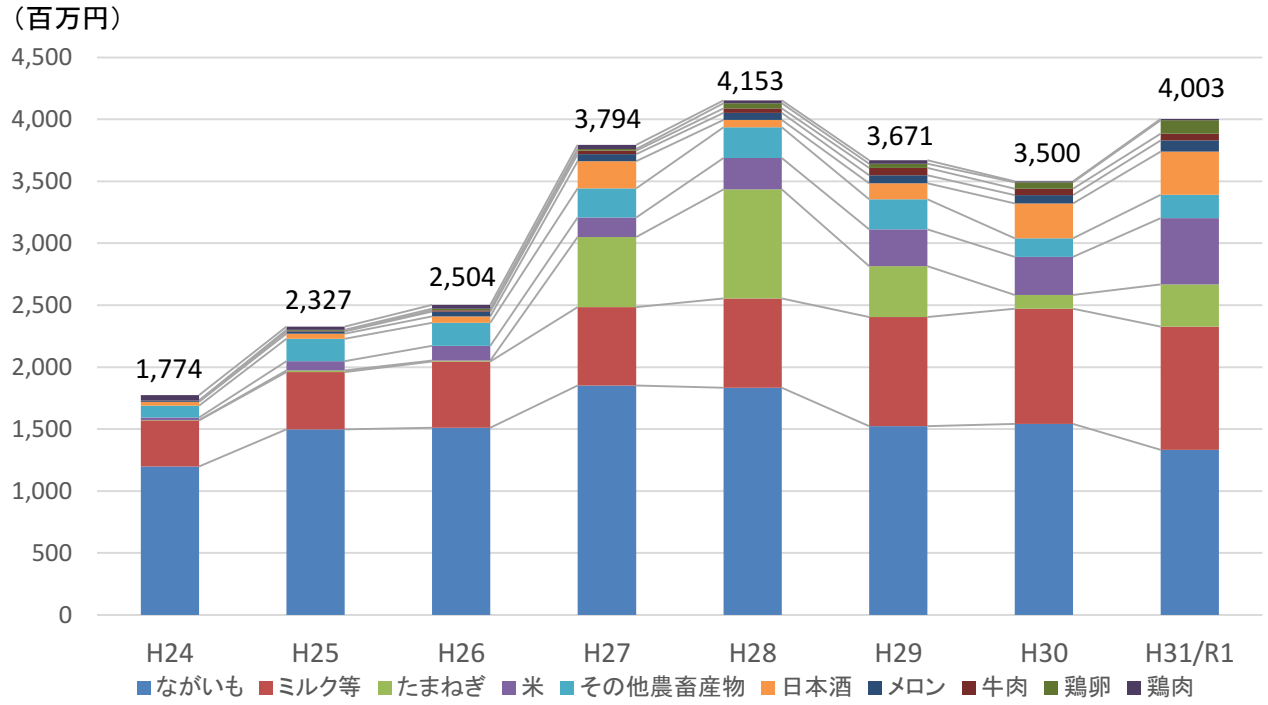
(単位：t、百万円)

区分		H30年		H31/R1年		対前年		備考(H31/R1年の主な輸出国)
		輸出数量	輸出額	輸出数量	輸出額	輸出数量	輸出額	
野菜	ながいも	4,353.4	1,543.2	3,541.2	1,333.2	-812.2	-210.0	台湾6.0億円、米国5.6億円、ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ1.6億円
	たまねぎ・ねぎ属	1,905.1	111.2	9,226.4	339.9	7,321.3	228.7	台湾3.1億円
	にんじん	154.5	9.8	79.4	5.1	-75.1	-4.7	台湾4百万円
	かぼちゃ	4.9	1.2	10.5	1.5	5.6	0.3	
	その他	113.8	96.8	194.6	91.1	80.8	-5.7	
	野菜小計	6,531.7	1,762.2	13,052.1	1,770.8	6,520.4	8.6	
果実	メロン	103.2	66.5	145.3	90.6	42.1	24.1	香港87百万円、ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ3百万円
	りんご	21.5	9.8	11.3	5.4	-10.2	-4.4	ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ5百万円
	その他	8.8	3.9	3.0	2.1	-5.8	-1.8	
	果実小計	133.5	80.2	159.6	98.1	26.1	17.9	
穀類	米	889.0	305.0	1,764.0	533.8	875.0	228.8	中国2.1億円、香港1.3億円、米国61百万円
	その他	28.0	3.4	10.0	3.3	-18.0	-0.1	
	穀類合計	917.0	308.4	1,774.0	537.1	857.0	228.7	
乳製品	ミルク・クリーム	4,035.9	929.7	4,214.8	994.9	178.9	65.2	香港8.9億円、ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ89百万円
	バター・チーズ	5.5	11.3	4.6	8.8	-0.9	-2.5	
	ヨーグルト・バターミルク	0.6	0.3	1.4	0.9	0.8	0.6	
	乳製品小計	4,042.0	941.3	4,220.8	1,004.6	178.8	63.3	
食肉	鶏肉	48.0	8.9	70.9	10.1	22.9	1.2	ﾍﾞﾄﾅﾑ10百万円
	牛肉	10.7	51.2	13.3	52.7	2.6	1.5	台湾17百万円、ﾍﾞﾄﾅﾑ15百万円
	豚肉	10.6	13.5	65.6	71.8	55.0	58.3	香港61百万円
	肉小計	69.3	73.6	149.8	134.6	80.5	61.0	
鶏卵		172.3	52.1	355.1	109.3	182.8	57.2	全て香港向け
日本酒		45,504.0	281.7	43,205.0	347.9	-2,299.0	66.2	香港3.2億円、中国9百万円
合計		11,865.8	3,499.5	19,711.4	4,002.4	7,845.6	502.9	

注）日本酒は単位がLのため合計数量には合算していない（合計金額には含まれる）

資料）財務省「貿易統計」（道内港通関分）

道産農畜産物の輸出額の推移



平成30年 → 平成31/令和元年の
増減要因（主な品目）

ながいも（▲210百万円）
春堀り分（H30年産）収穫量が減少

ミルク等（＋65百万円）
香港向け輸出が堅調に増加

たまねぎ（＋229百万円）
生産量が回復し輸出量が増加

米（+229百万円）
中国・香港向けの輸出量が増加

日本酒（＋66百万円）
単価の高い銘柄の香港向け輸出が増加

本道の農畜産物の輸出額・輸出数量の年次推移（単位t、百万円）

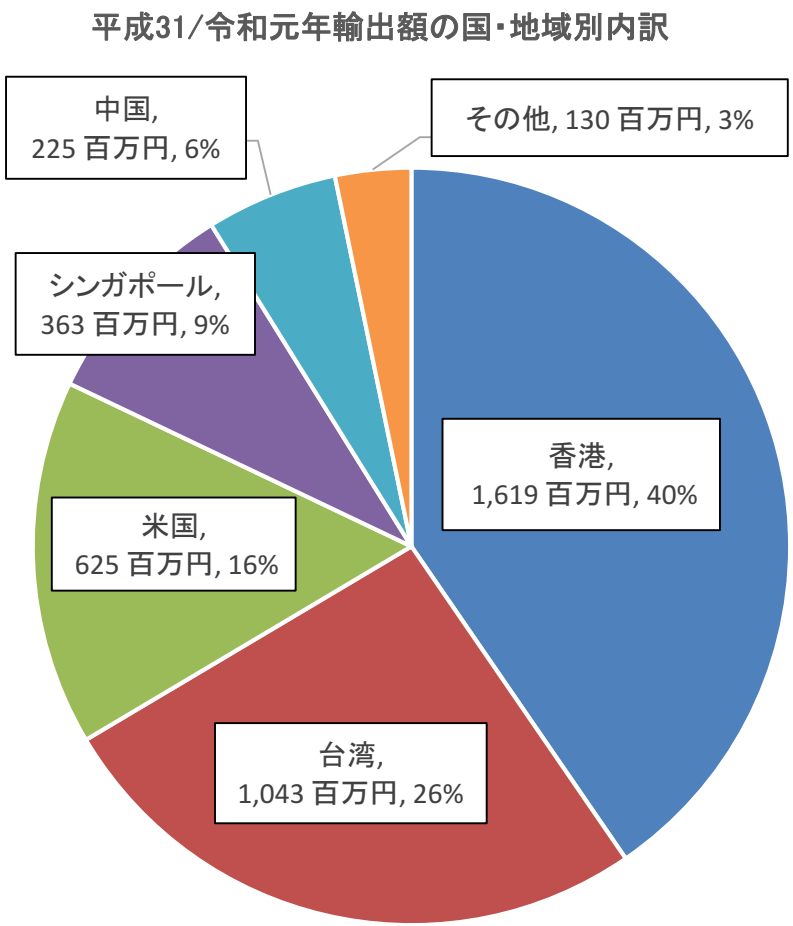
品　目	H24		H25		H26		H27		H28		H29		H30		H31・R1		H31・R1対前年増減	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
ながいも	2,991	1,199	4,677	1,498	3,650	1,511	5,186	1,852	4,555	1,834	2,918	1,524	4,353	1,543	3,541	1,333	△812	△210
ミルク等	1,896	372	2,325	463	2,641	535	2,947	633	3,323	721	3,819	880	4,036	930	4,215	995	179	65
たまねぎ	30	1	196	11	161	8	10,913	566	20,546	880	10,851	412	1,905	111	9,226	340	7,321	229
米	70	22	225	75	423	117	668	156	962	254	1001	297	889	305	1,764	534	875	229
メロン	18	10	34	17	61	38	94	57	91	57	104	65	103	67	145	91	42	24
牛肉	1	1	1	5	3	10	7	28	10	36	12	60	11	51	13	53	2	2
鶏卵	0	0	40	8	54	12	62	14	155	42	124	34	172	52	355	109	183	57
鶏肉	245	44	122	26	169	33	147	33	121	22	144	28	48	9	71	10	23	1
日本酒	16,588	30	43,077	43	52,360	53	106,324	218	26,583	60	44,292	130	45,504	282	43,205	348	△2,229	66
その他	384	95	893	181	546	187	845	237	644	247	860	241	349	150	385	190	36	40
道内港合計	5,635	1,774	8,513	2,327	7,708	2,504	20,869	3,794	30,407	4,153	19,833	3,671	11,866	3,500	19,715	4,003	7,849	503
(参考)道外港推計値		－		－		－		－		777		1,398		3,748		－		－
(参考)合計		－		－		－		－		4,930		5,069		7,248		－		－

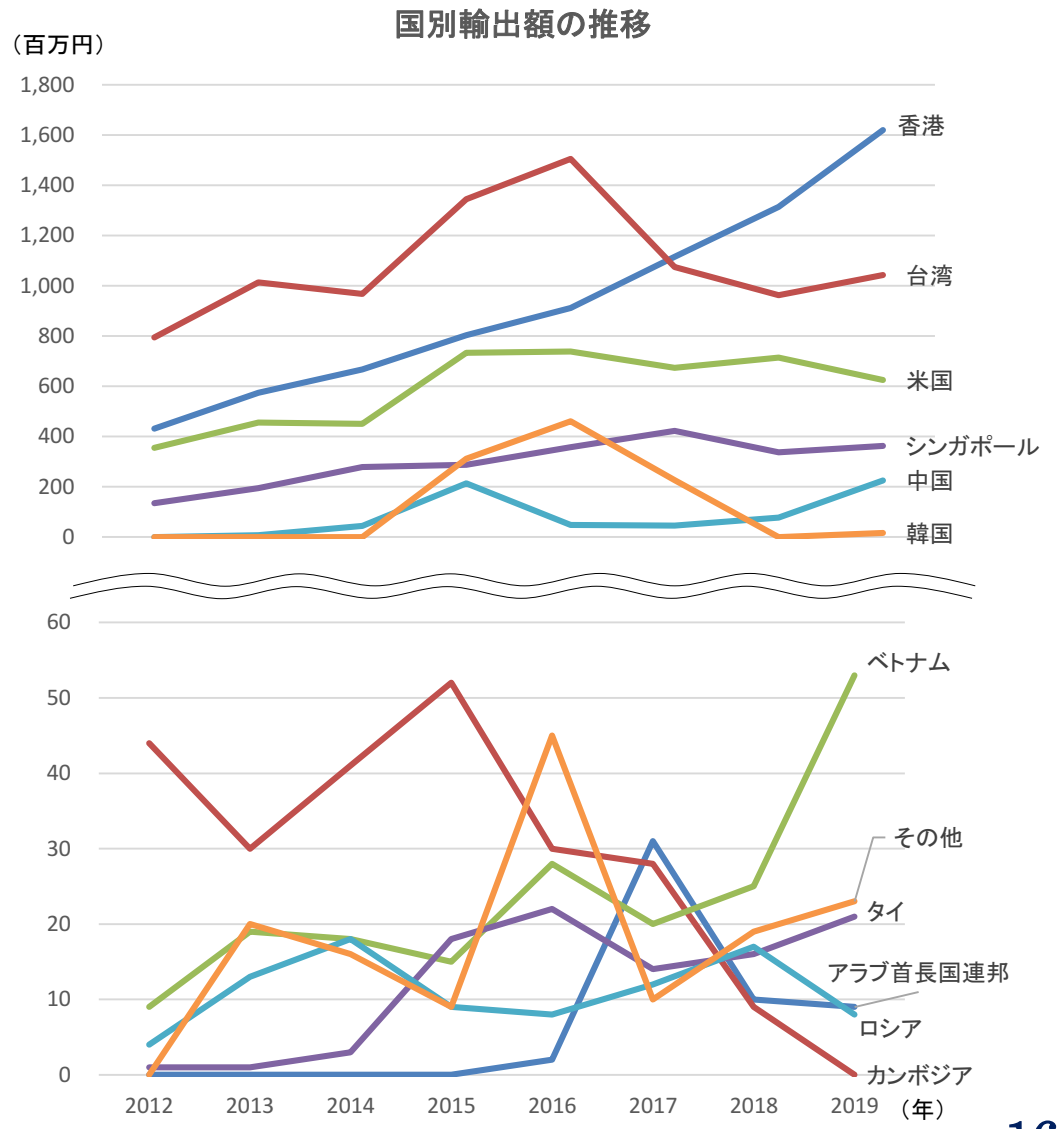
資料：財務省「貿易統計」

注：日本酒については、単位がℓのため数量には合算していない。（金額には含まれる。）

平成31/令和元年農畜産物の輸出額の国・地域別内訳（道内港）

- 香港が約16億円（40%）、台湾が約10億円（26%）、米国が約6億円（16%）、シンガポールが約4億円（9%）と、４つの国・地域で91%を占める。

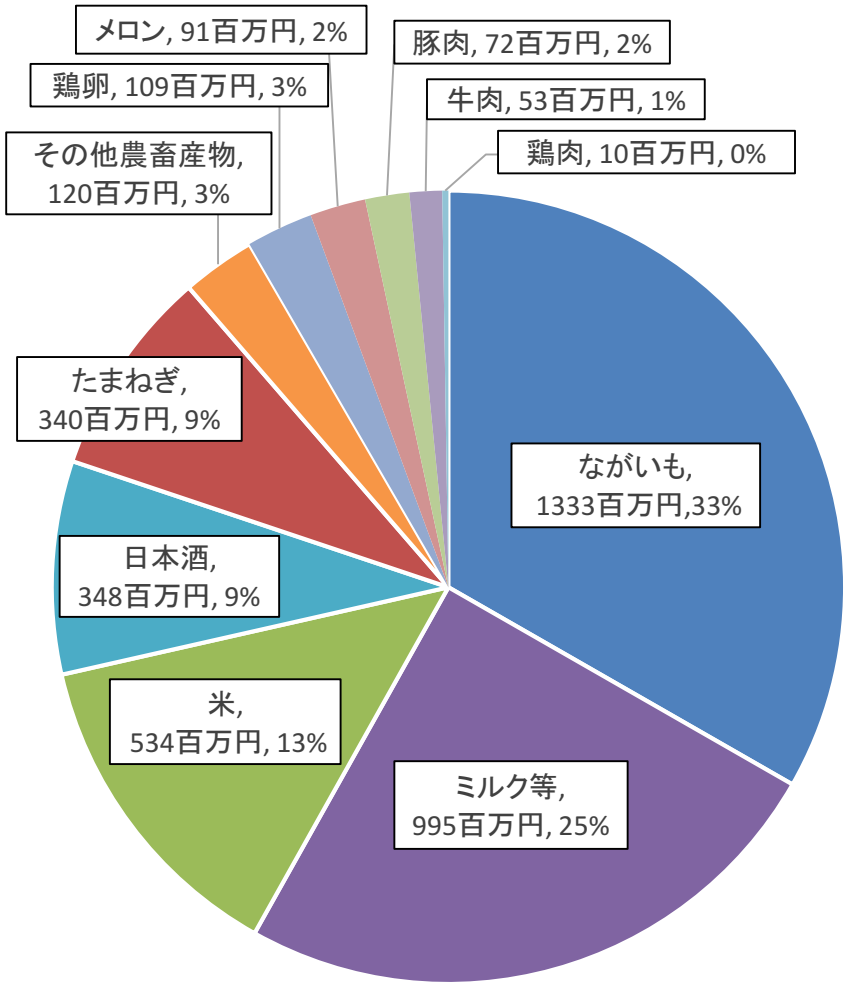




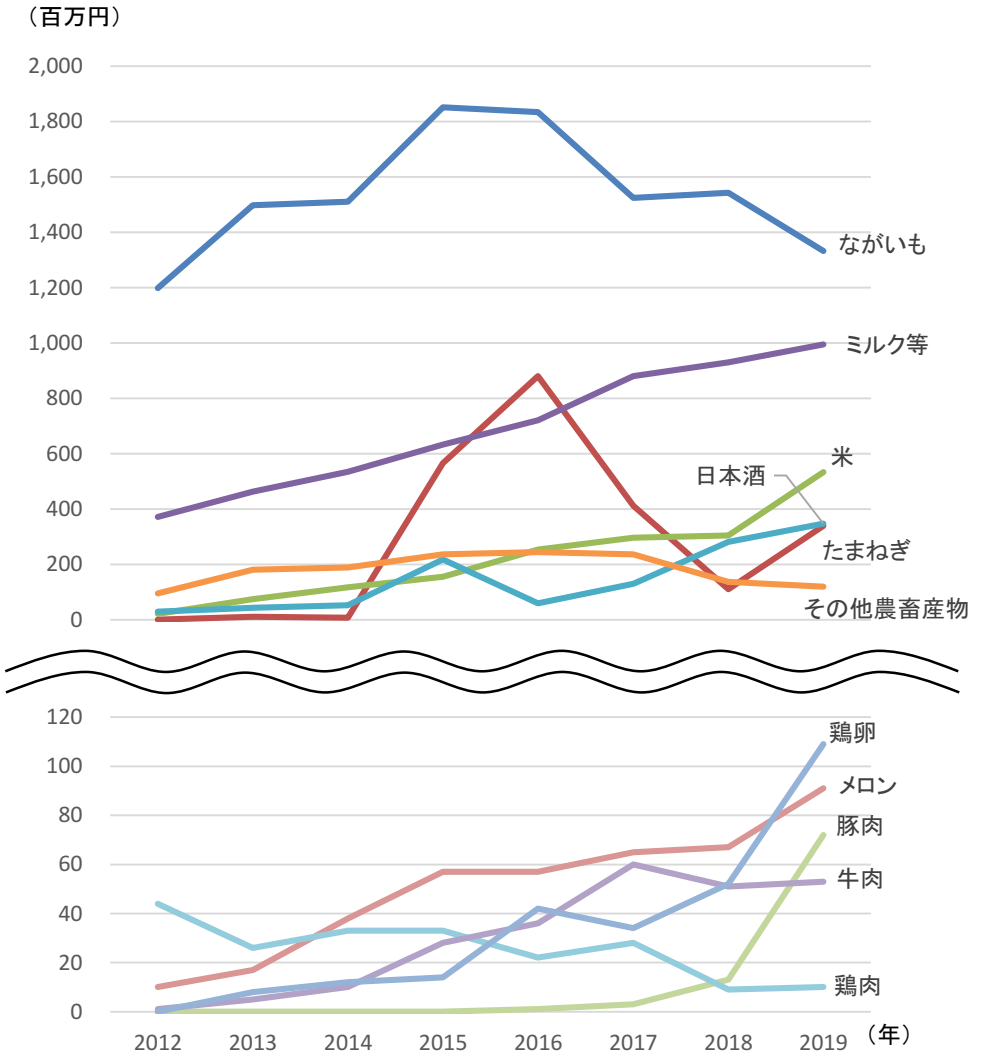
平成31/令和元年農畜産物の輸出額の品目別内訳（道内港）

- ながいもが約13億円、33%とトップ。その他ミルク等、米、日本酒、たまねぎで全体の約９割を占める。
- 近年は、LL牛乳の伸び幅が大きい。

平成31/令和元年輸出額の品目別内訳



品目別輸出額の推移

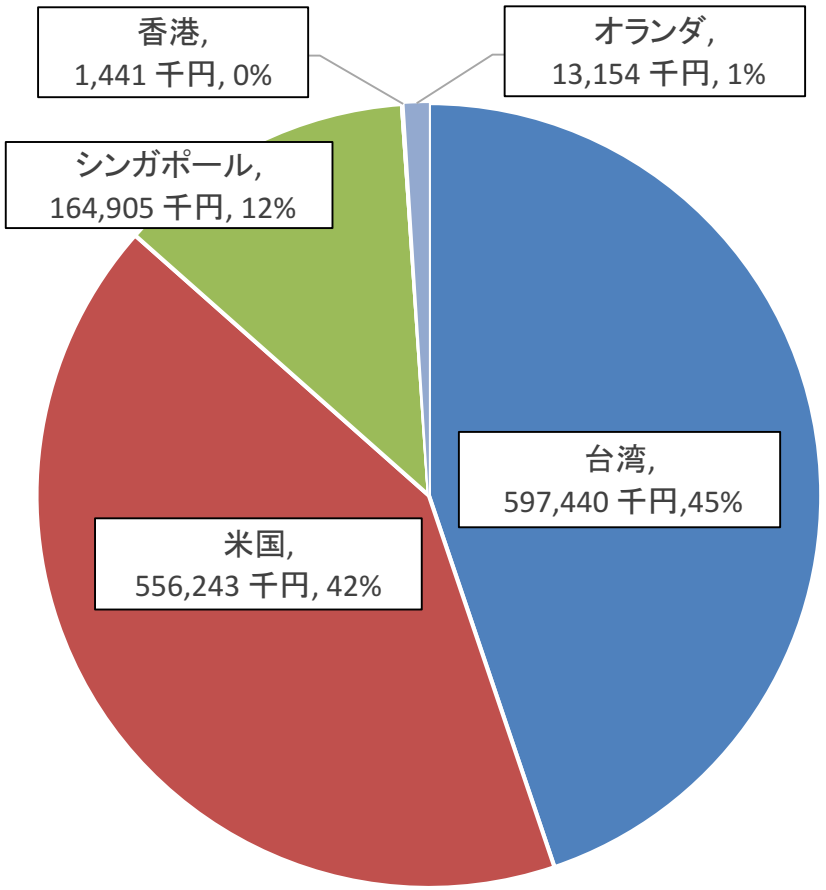


平成31/令和元年主要な品目の輸出額の国・地域別内訳（道内港）①

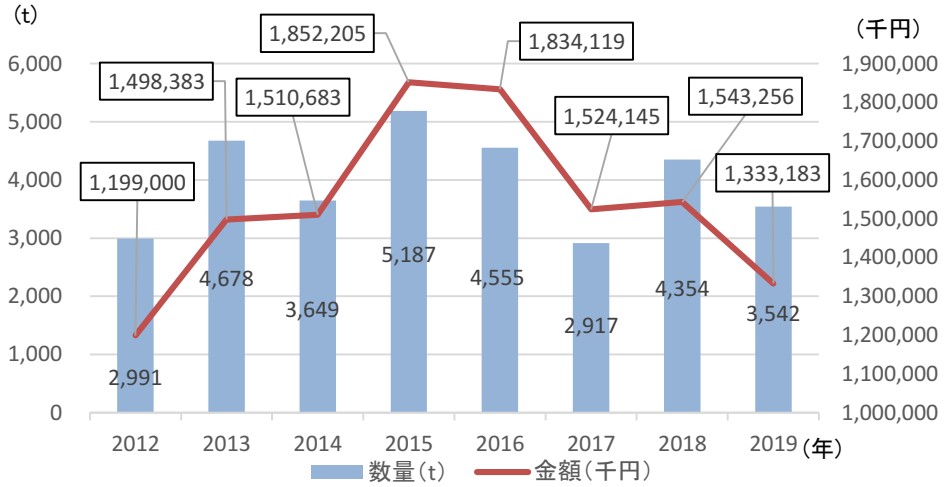
- 台湾、米国が約11億5千万円で全体の87%を占め、これにシンガポールを加えると99%を占める。
- 輸出量が多く、販売単価に応じ輸出額が大きく増減。

<ながいも>

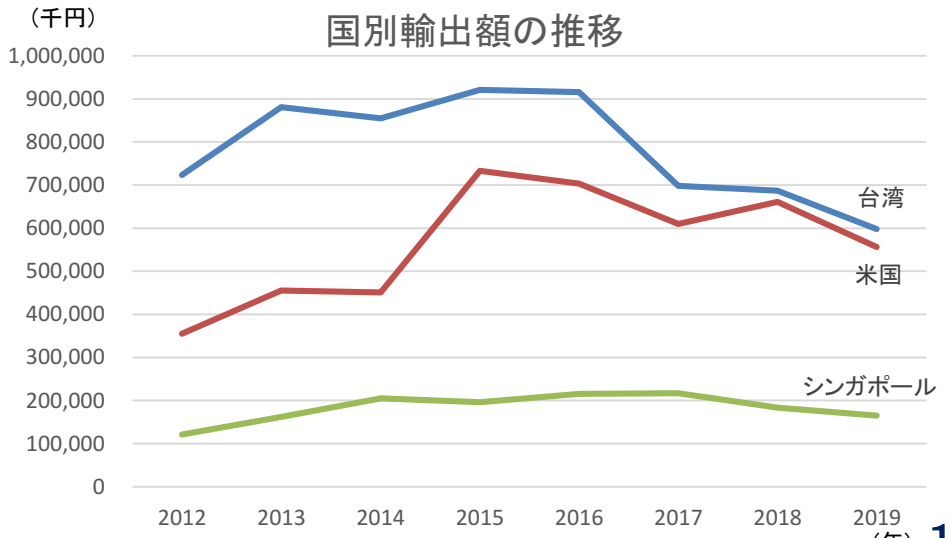
平成31/令和元年輸出額の国・地域別内訳



輸出量と輸出額の推移



国別輸出額の推移

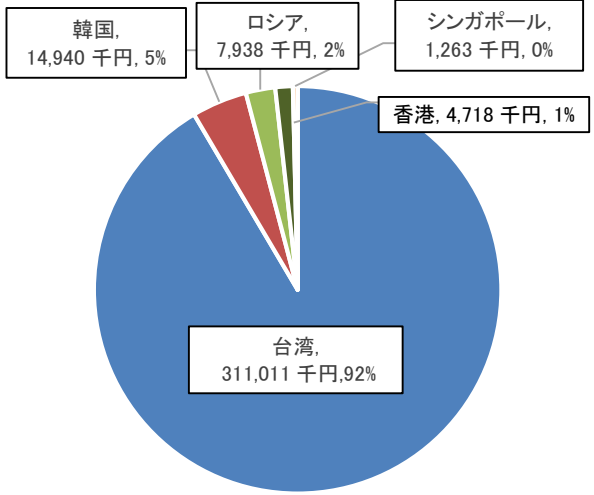


平成31/令和元年主要な品目の輸出額の国・地域別内訳（道内港）②

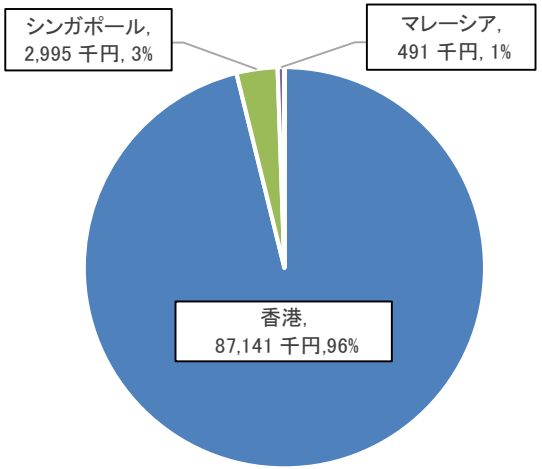
- たまねぎは、台湾が約3千11百万円で全体の92%を占める。香港が増加傾向。
- メロンは、香港が約8千7百万円で全体の96%を占める。シンガポール向けが近年増加傾向。

平成31/令和元年 主要品目の輸出額の国・地域別内訳

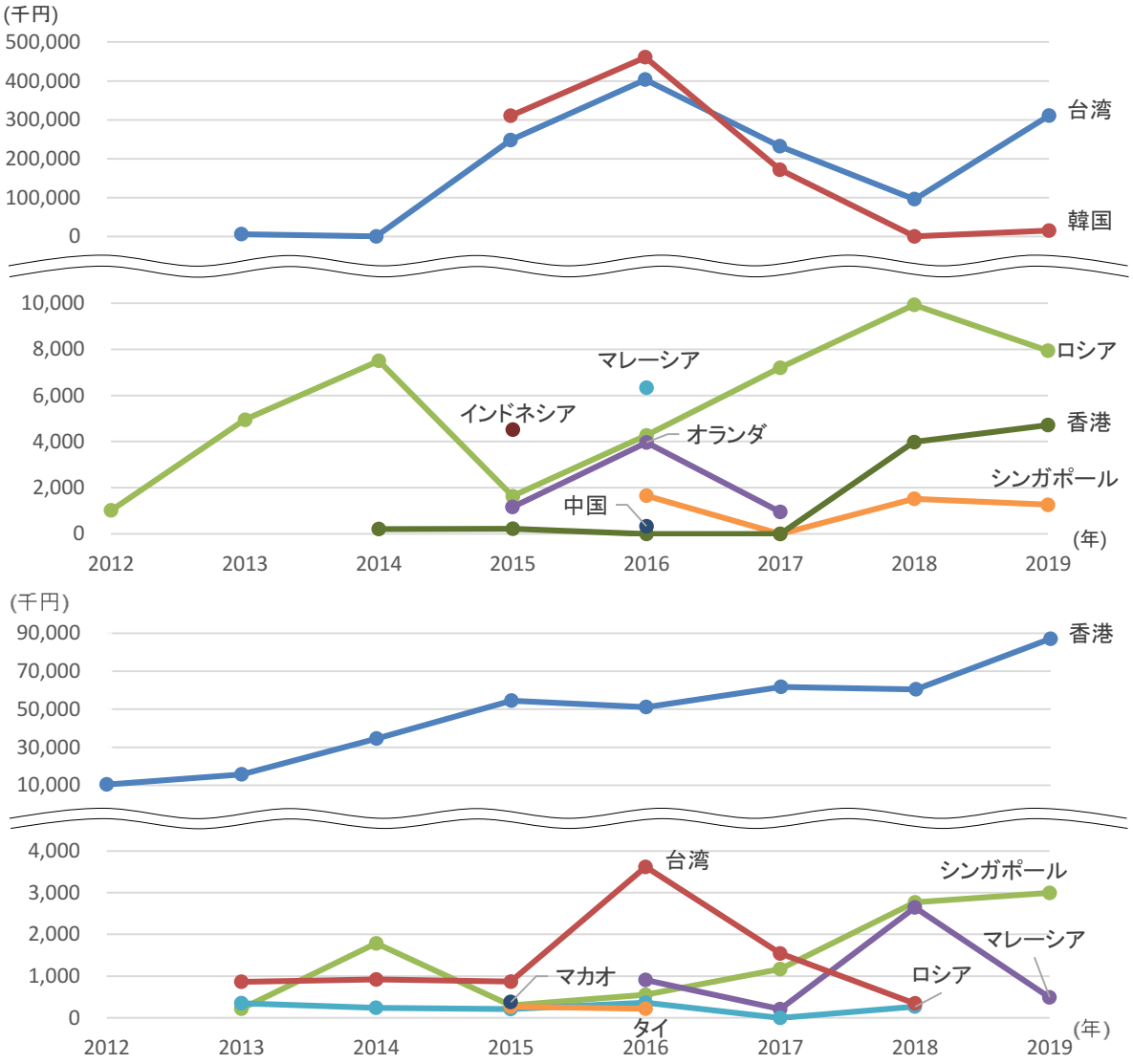
〈たまねぎ〉



〈メロン〉



国別輸出額の推移

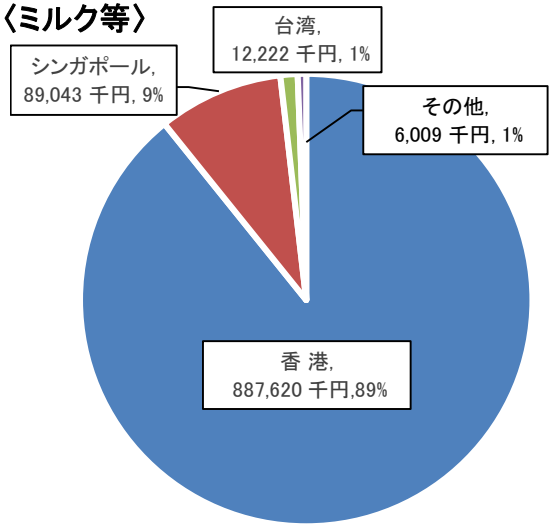


平成31/令和元年主要な品目の輸出額の国・地域別内訳（道内港）③

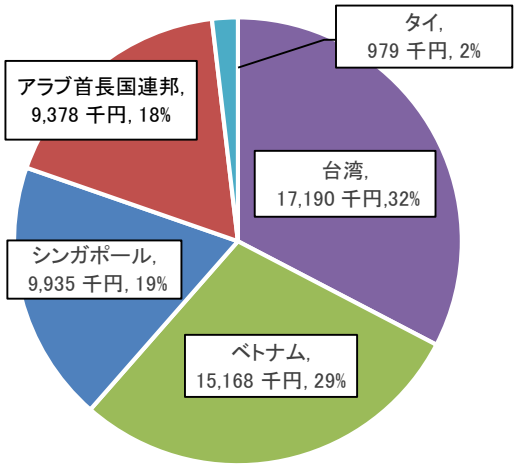
- ミルク等は、香港が約8億9千万円と89%を占める。
- 牛肉は、台湾が約1千7百万円、ベトナムが約1千5百万円でそれぞれ全体の３割ずつを占める。

平成31/令和元年
主要品目の輸出額の国･地域別内訳

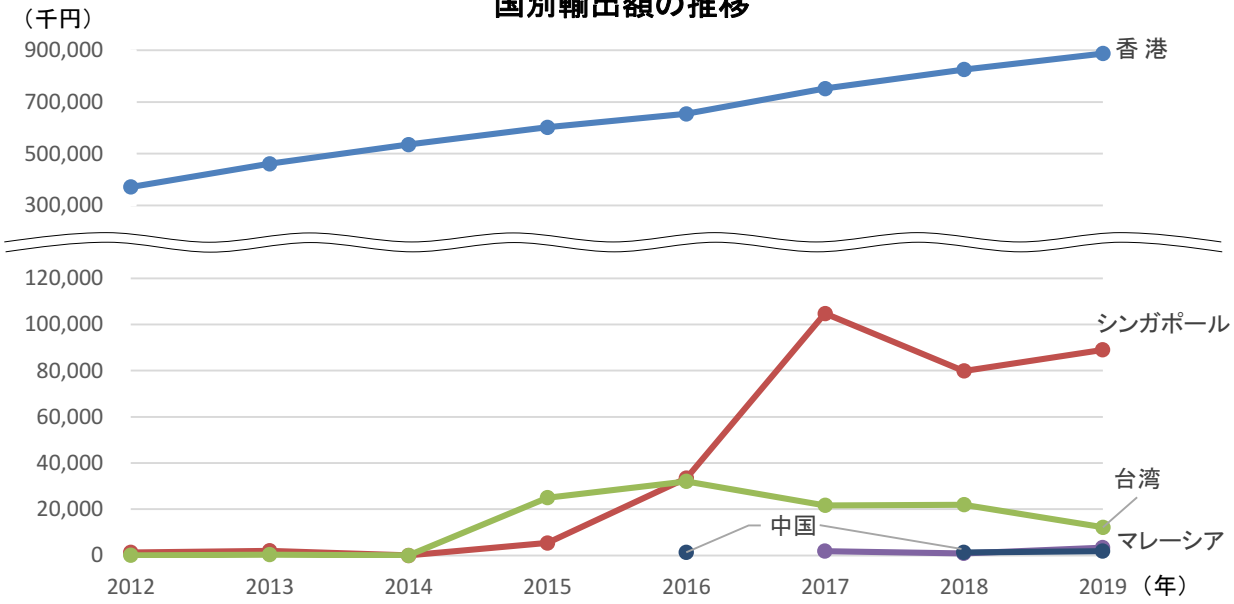
〈ミルク等〉

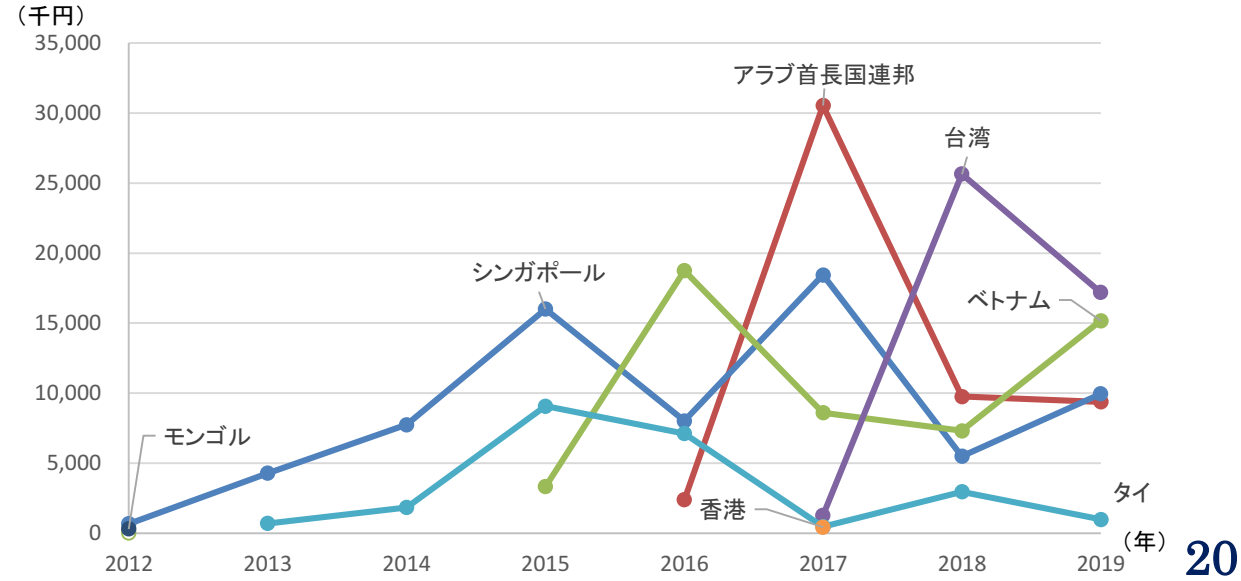


〈牛肉〉



国別輸出額の推移



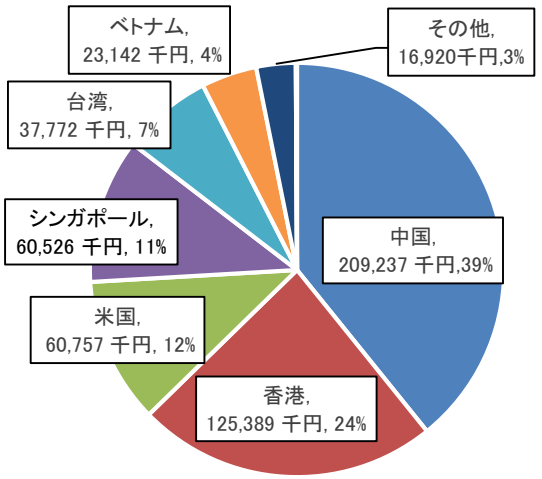


平成31/令和元年主要な品目の輸出額の国・地域別内訳（道内港）④

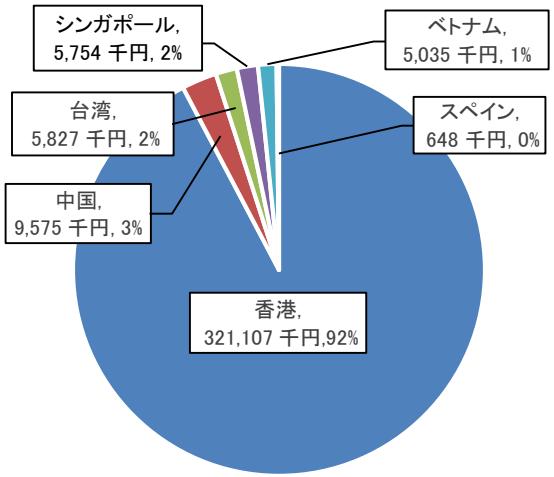
- 米は、中国向け輸出が急増し約2億1千万円で39%を占める。香港向けも約1億2千万円を輸出。
- 日本酒は、香港が約3億2千万円で92%を占める。

平成31/令和元年
主要品目の輸出額の国･地域別内訳

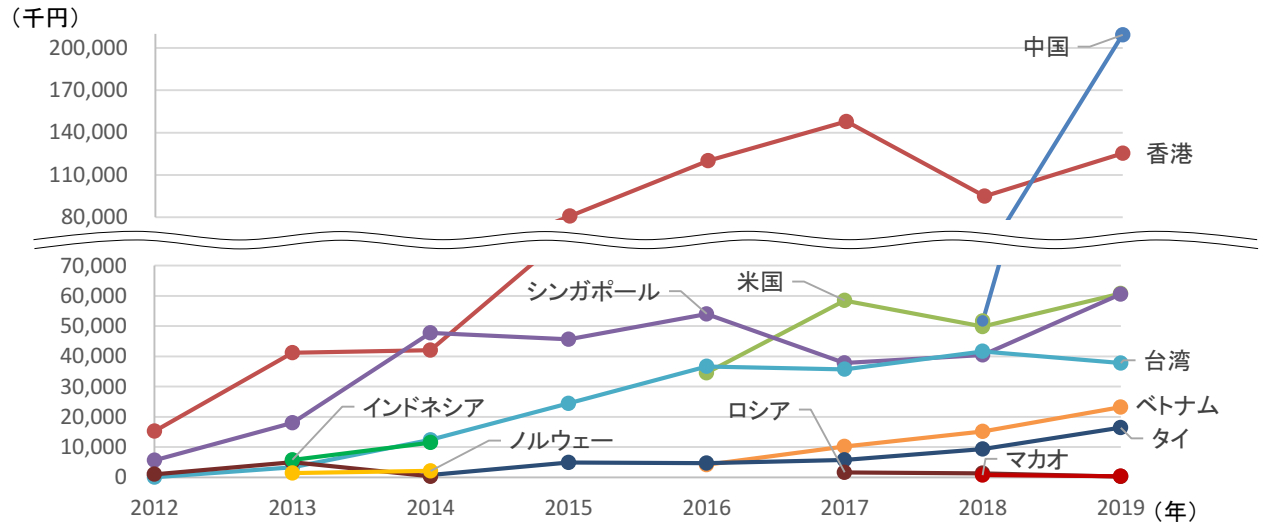
〈米〉

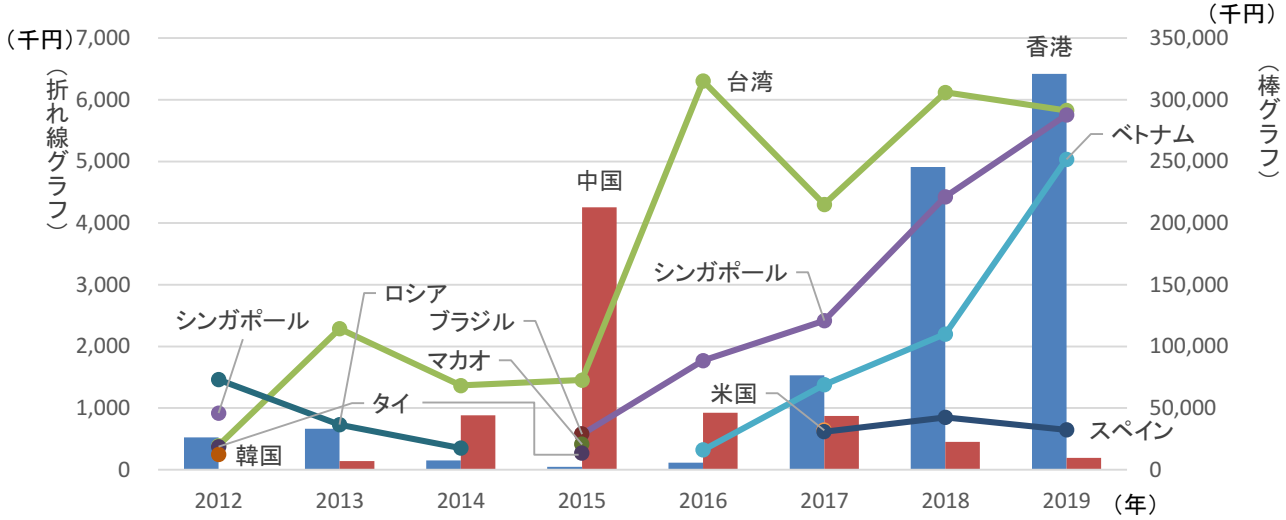


〈日本酒〉



国別輸出額の推移





農畜産物の輸出に向けた課題

【全　般】
・本道農畜産物の国内需要が安定し、多くの品目で国内市場の方が有利に取引できる状況の中で、輸出に回す品目・量が不足していること構造的要因

・産地が海外からのニーズに十分対応できておらず、ニーズに対応した品質・ロットの生産が十分に行われていない

・世界的規模での新型コロナウイルス感染拡大に伴う物流の停滞・経済情勢の悪化等により、輸出量の落ち込みが懸念

【　米　】
・道内港からの輸出が実現した大市場の中国における販路開拓

【日本酒】
・地元産米使用酒の評価が高い道産酒のＥＵでの販路開拓やアジア市場での販売促進

【青果物】
・単発的な輸出が散見される北海道青果物全体の通年の安定的な輸送量の確保

【牛　肉】
・和牛との差別化と、現地ニーズを踏まえた調理方法等による需要創出

施策展開の方向

○ 生産者団体と一体となった販路開拓

・「北海道農畜産物・水産物海外輸出推進協議会」の活動を通じ、海外への販路開拓に向けた展示会出展や海外バイヤーの招へい等

○ 重要品目の輸出拡大

・輸入規制の撤廃・緩和の国への要請

・米、日本酒、青果物、牛肉を重要品目に定め、品目や相手国・地域に応じた商談会やプロモーション等

○ 輸出に向けた課題解決に取り組む産地の育成

・道における産地との連携・サポート

・国補助事業を活用したグローバル産地の形成や相手国の衛生基準に対応した施設整備など総合的な支援

最近の食品輸出のトピックス

輸出促進

■GFP　農林水産物・食品輸出プロジェクト

○**ＧＦＰ（ジー・エフ・ピー）**とは、Global Farmers／Fishermen／Foresters／Food Manufacturers Project の略称で有り、農林水産省が推進する**日本の農林水産物・食品の輸出プロジェクト**。
○**平成30年8月31日**に農林水産物・食品の輸出を意欲的に取り組もうとする生産者・事業者等と連携を図る**「ＧＦＰコミュニティサイト」を立ち上げ**。
○当該サイトに登録した者を対象に、**農林水産省が「輸出の可能性」を無料で診断**する「輸出診断」を平成30年10月から開始。

GFP
農林水産物・食品輸出プロジェクト

ＧＦＰ登録者へのサービス提供

○農林漁業者・食品事業者へのサービス
・輸出診断を無料で実施
・輸出商社の「商品リクエスト情報」の提供
・輸出希望商品の輸出商社への紹介
・輸出のための産地づくりの計画策定の支援

○輸出商社・バイヤー・物流企業へのサービス
・生産者・製造業者が作成する「商品シート」の提供
・輸出商社の「商品リクエスト情報」の提供

○共通サービス
・ＧＦＰコミュニティサイトでの事業者マッチング
・メンバー同士の交流イベントへの参加
・規制情報等の輸出関連情報の提供

ＧＦＰの登録状況

○令和２年３月末時点での**GFP登録事業者数は全2,801件**
○**輸出診断の対象者**である**農林水産物・食品事業者**は**1,787件**。そのうち**輸出診断（訪問診断）を希望している事業者**は**728件（26%）**

	登録数（比率）	うち道内登録件数
登録事業者数	2,801	227
農林水産物・食品事業者	1,787 (64%)	146
うち、輸出診断申込数	1,178 (42%)	44
うち、訪問診断申込数	728 (26%)	43
訪問診断完了数	360 (13%)	21
流通事業者、物流事業者等	1,014 (36%)	81

資料：農林水産省　2020.4　農林水産物・食品の輸出促進について

最近の食品輸出のトピックス

輸出促進

■日本食品海外プロモーションセンター〈JFOODO〉

○　農林水産業・地域の活力創造プラン（平成28年11月改訂）を踏まえ、平成29年４月に**「日本食品海外プロモーションセンター」（略称：JFOODO（ジェイフードー））**をジェトロ内に創設。
○　平成30年１月から、５品目７テーマについて新聞・雑誌、屋外、デジタルでの広告の展開、PRイベントの開催等**現地でのプロモーションを実施**。

活動内容

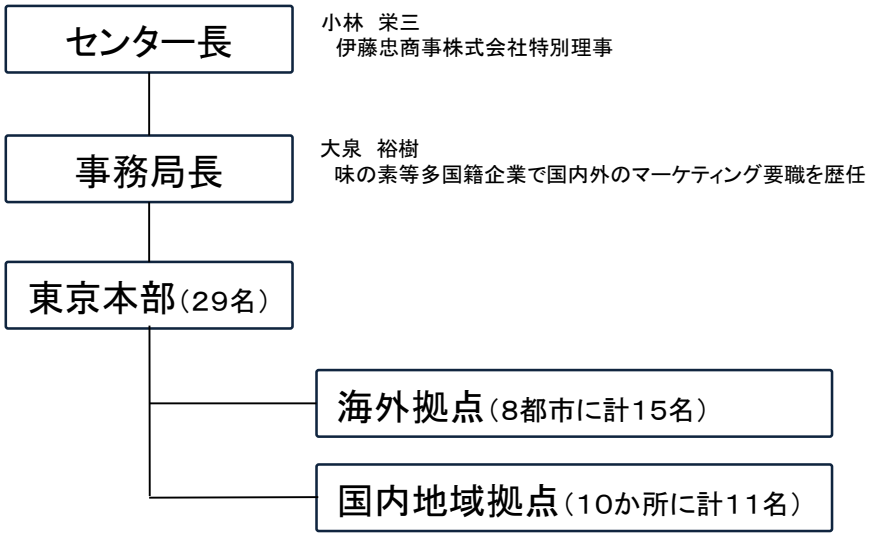
①　**海外市場のニーズ把握**や現地の卸・小売・外食事業者等の商流を作り出す**キープレーヤー等の情報の徹底調査**
②　**どの国・地域に、何を**、**どこで**（小売・外食・中食）**売り込むか戦略設定**
③　日本の食文化と一体となった、**ブランディングのためのオールジャパンでの海外市場の消費者向けプロモーションを実施**

「日本産が欲しい」という現地の需要・市場を作り出し、産地の特色・魅力にあふれた産品を**相応の価格で輸出**することで**生産者の所得向上**につなげる。

【ロゴマーク】

JFOODO

【体制】　※令和2年2月1日時点



資料：農林水産省　2020.4　農林水産物・食品の輸出促進について

最近の食品輸出のトピックス

輸出促進

■JFOODOの取組

○ 第一次取組テーマと戦略

平成29年12月、第1次ターゲット5品目7テーマのプロモーション戦略を決定。平成30年1月から、新聞・雑誌、屋外、デジタルでの広告展開、PRイベントの開催等現地でのプロモーションを実施

品目	エリア	起点	戦略
米粉	米国・欧州	米国・仏国	グルテンフリー度と生地適正に優れた日本産米粉を、パンやピザに原料ブランドとして訴求し、世界の情報発信都市を起点に日本国内需要米の100倍に相当する小麦粉市場を少しずつ置き換えていく。（世界のグルテンフリー市場は、令和2年に5,000億円に達するとされる。）
日本酒	欧州・米国・アジア	英国	日本酒の入り口としてのキーディッシュを設定した上で、日本酒本来の価値を伝えて消費者を日本酒の世界に引きこんだ後、好みの日本酒を選べるような情報を整備する。
日本ワイン	米国・欧州香港	英国・香港	欧州品種ワインに比べ、バランスが良くエレガントな日本ワインを、世界の料理の潮流であるマイルドな味付けの料理に相性の良いワインとして、権威誌を通じて先進国のソムリエに広め、大ワイン市場に食い込んでいく。（世界のワイン市場は3兆9千億円（平成28年））
クラフトビール	米国	米国	米国におけるクラフトビールブームをとらえ、特徴のあるフレーバーを持ち日本のクラフトマンシップで実現され日本で作られた点を訴求し、新しいオプションを提供していく。（米国のクラフトビール市場は3.8百万キロリットルと、既に日本のビール総市場を超えている。）
水産物（ハマチ（ブリ）・ホタテ・タイ等）	アジア	香港	味や栄養・安全性を前提に、文化的アプローチで、日本産の水産物を寿司店で関心を喚起して選択を後押しし、ローカル市場におけるサーモン牙城を崩す。
和牛	アジア	台湾	日本産のブランド力、スライス肉の現地インフラを活用し、豪州産や米国産のWagyuでは本格感を訴求しにくい日本式しゃぶしゃぶ等をキーディッシュとして、部位や等級を拡大し、名声にシェアを近づける。
日本茶	米国・欧州・中東	米国	IT企業を中心に広がる日本由来のマインドフルネス（リフレッシュ・集中力増強方法）のブームをとらえ、競合茶よりもテアニンが豊富な日本茶を心と体を整えるマインドフルネスビバレッジとしてリポジショニングする。

資料：農林水産省　2020.4　農林水産物・食品の輸出促進について

最近の食品輸出のトピックス

輸出促進

■日本の食品　輸出EXPOの開催

○　日本の農林水産物・食品を海外バイヤーにアピールする初めての大規模見本市「日本の食品　輸出EXPO」を平成29年（2017年）からリードエグジビションジャパン及びジェトロが幕張メッセで共催。
○　農林水産省が有力バイヤー招聘を補助。

	第1回 実績	第2回 実績	第3回 実績
会期	2017年（H29） 10月11日～13日	2018年（H30） 10月10日～12日	2019年（R1） 11月27日～29日
出展者数	304	638	675
海外バイヤー	71か国 2,860名	71か国 3,008名	86か国 3,765名
来場者数	12,836名	14,677名	17,549名
商談金額	131億円	223億円	301億円（速報値）

資料：農林水産省　2020.4　農林水産物・食品の輸出促進について

最近の食品輸出のトピックス

国際基準

■日本発の食品安全規格がGFSI承認を取得

1　日本発の規格である【JFS】と【ASIAGAP】が平成30年10月31日に**GFSIの承認**を取得
2　欧米を中心とした世界の食品小売・製造事業者において、GFSI認証規格による認証が取引条件になりつつある。
3　今回の承認により、JFSとASIAGAPを取得した製造事業者・農業者の取組が**国際基準で評価され、日本の農業・食品産業の輸出力が強化される。**

GFSI（世界食品安全イニシアティブ）
カーギルをはじめとした世界的に展開する食品企業の集まり、食品安全の向上と消費者の信頼強化のため、協議して食品安全管理規格の承認等を行う民間団体。

GFSIボードメンバー
Chair:カーギル Vice-Chair:ｱﾎｰﾙﾄﾞ、ｳｪｸﾞﾏﾝｽﾞ
Member:ｱﾏｿﾞﾝ、ｲｵﾝ、ｳｫﾙﾏｰﾄ、ｶﾙﾌｰﾙ、ｺｶｺｰﾗ
ﾀﾞﾉﾝ、ﾄﾞｰﾙ、ﾏｸﾄﾞﾅﾙﾄﾞ、ﾒﾄﾛ、ﾓﾝﾃﾞﾘｰｽﾞ、ﾈｽﾚ
ｺｽﾄｺ、ﾀｲｿﾝ、ﾃｽｺ、ｵｰｼｬﾝ、中糧集団有限公司、
新希望六和股份有限公司　等

承認

ベンチマーキング要求事項との適合性を審査

1．組織への要求事項
（1）HACCP
（2）食品安全マネジメント
（3）適正規範（GAP,GMP等）

2．認証の仕組みへの要求事項
（認証の信頼性を高める仕組み）

安全食品認証プログラム間で等価性を図り、収束させることにより、食品安全リスクを軽減するとともに、コストを適正化する。

1．と2．の両方認証	FSSC22000(蘭)	IFS（独）	**1．のみ認証**（政府規格技術的同等性承認）
ASIAGAP(日)	Global Agriculture Alliance(米)	**JFS-C(日)**	China HACCP(中) ほか　2プログラム
BRC(英)	GLOBALG.A.P (独)	PrimusGFS(米)	GFSI承認規格が取引条件となりつつある
CANADAGAP(加)	GRMS(ﾃﾞﾝﾏｰｸ)	SQF(米)	**小売**

資料：農林水産省　自民党・農産物輸出促進推進対策委員会資料：記者説明資料

最近の食品輸出のトピックス

コメ

■コメ海外市場拡大戦略プロジェクト構想（平成29年9月8日公表）

○　我が国のコメの消費量が毎年約10万トン減少していく中で、食料自給率・食料自給力の向上や米農家の所得向上を図っていくためには、海外市場に積極的に進出し、輸出を拡大していくことが喫緊の課題。
○　そのため、平成29年９月に「コメ海外市場拡大戦略プロジェクト」を立ち上げ、**コメの輸出量を飛躍的に向上するため、戦略的に輸出に取り組む関係者を特定し、それらが連携した個別具体的な取組を強力に後押し**する。

(1) 戦略的輸出事業者

令和元年に向けた飛躍的な輸出目標を掲げ、コメ輸出の戦略的な拡大に取り組む輸出事業者を「戦略的輸出事業者」として特定。

「戦略的輸出事業者」等と連携して、輸出用米の安定的な生産に取り組む「戦略的輸出基地」づくりを推進

産地と事業者の結びつきの強化・拡大

「戦略的輸出事業者」等と連携したプロモーション等により、輸出先国における日本産米の需要を拡大

連携したプロモーション等の実施

(2) 戦略的輸出基地（産地）

輸出産地としての取組方針を掲げ、輸出米の安定的な生産に取り組む産地（法人・団体）を「戦略的輸出基地」として特定。

コメ輸出の飛躍的拡大

目標：１０万トン（※）

(3) 戦略的輸出ターゲット国

「戦略的輸出事業者」が輸出を拡大する国を中心に、重点的にプロモーション等を行う「戦略的輸出ターゲット国」を特定。
→中国、香港、シンガポール、米国、EU等

（※）米菓・日本酒等の原料米換算分を含む。

資料：農林水産省　米をめぐる状況について　令和２年４月

最近の食品輸出のトピックス

コメ

■コメ海外市場拡大戦略プロジェクトの参加状況（令和２年３月31日）時点

戦略的輸出事業者

71事業者（目標数量合計１４万トン）

○主な戦略的輸出事業者（輸出目標（令和元年）上位5事業者を抜粋）

戦略的輸出事業者	輸出目標	重点国・地域
（株）神明	30,000ﾄﾝ	香港、中国
木徳神糧（株）	30,000ﾄﾝ	中国、台湾、タイ、ベトナム等
JA全農	20,000ﾄﾝ	中国、ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ、他アジア、中東、EU、米国等
（株）WakkaJapan	15,000ﾄﾝ	香港、ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ、台湾、ハワイ、米国本土、タイ、中国
全農パールライス（株）	10,000ﾄﾝ	中国、台湾、ヨーロッパ、米国、香港、ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ、タイ、ロシア等

※輸出事業者の目標の積み上げは、重複して計上される場合もある。

戦略的輸出基地（産地）

（１）団体・法人　250産地

（２）都道府県単位の集荷団体等

21団体（ＪＡ全農県本部、経済連）

（（１）以外の産地も含めた取組を推進する都道府県単位の団体等）

（３）全国単位の集荷団体等　1団体（ＪＡ全農）

（（１）、（２）以外の産地も含めた取組を推進する全国単位の団体等）

○主な戦略的輸出基地

平成30年産輸出実績（見込）上位5産地を抜粋）

【団体】

都道府県	戦略的輸出基地
新潟県	JAグループ新潟米輸出推進協議会
宮城県	JAみやぎ登米
富山県	JAみな穂
岩手県	JA岩手ふるさと
秋田県	JA秋田おばこ

【農業法人】

都道府県	戦略的輸出基地
新潟県	株式会社新潟農商
新潟県	新・新潟米ネットワーク
茨城県	茨城県産米輸出推進協議会
山形県	株式会社庄内こめ工房
北海道	株式会社ショクレン北海道

戦略的輸出ターゲット国

戦略的輸出事業者から提出された「重点的に輸出を拡大する国・地域」は以下のとおり。

中国、台湾、香港、ﾏｶｵ、ｼﾝｶﾞﾎﾟｰﾙ、ﾀｲ、ﾍﾞﾄﾅﾑ、ﾏﾚｰｼｱ、ﾓﾝｺﾞﾙ、米国、ｶﾅﾀﾞ、EU、ｽｲｽ、ｵｰｽﾄﾗﾘｱ、ﾛｼｱ、中東、ｲﾝﾄﾞ

今後の取組方針

○ 海外市場における日本産米の需要をより一層喚起し、輸出拡大に繋げるため、令和元年度補正予算に盛り込まれた輸出促進予算等を活用して戦略的輸出事業者による海外市場開拓を強力に推進。

○ また、海外需要に応じた輸出用米の生産拡大を進めるため、戦略的輸出事業者と戦略的輸出基地の結びつけ・マッチングを進めるとともに、各県・地域が水田フル活用ビジョンの検討を進める中で、戦略的輸出事業者と戦略的基地との間で輸出用米の具体的な生産数量や品種等の調整が進むよう、関係者が一体となって輸出用米生産の取組を推進。

○ 引き続き、本プロジェクトに参加する輸出事業者及び産地の団体・法人を募集。

資料：農林水産省　米をめぐる状況について　令和2年4月

最近の食品輸出のトピックス

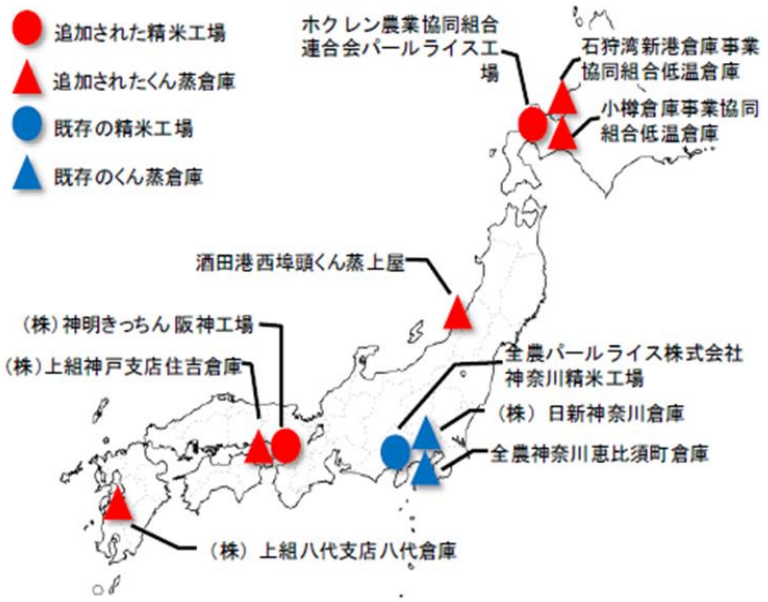
コメ

■中国向け輸出可能な精米工場及びくん蒸倉庫の追加

○　これまでは、精米工場1施設及びくん蒸倉庫2施設のみが認可されていた。
○　平成30年5月、精米工場2施設及びくん蒸倉庫5施設が中国側と合意され、北海道から精米工場1施設及びくん蒸倉庫2施設が認可。同年9月に北海道から中国向け輸出が開始。

【精米工場】
- ●　ホクレン農業協同組合連合会
  パールライス工場
- ●　全農パールライス工場株式会社
  神奈川精米工場
- ●　（株）神明きっちん
  阪神工場

【くん蒸倉庫】
- ▲　小樽倉庫事業組合低温倉庫
- ▲　石狩湾新港倉庫事業協同組合低温倉庫
- ▲　酒田港西埠頭くん蒸上屋
- ▲　（株）日新神奈川倉庫
- ▲　全農神奈川恵比寿町倉庫
- ▲　（株）上組神戸支店住吉倉庫
- ▲　（株）上組八代支店八代倉庫



中国向け精米輸出実績	2015年（H27年）	2016年（H28年）	2017年（H29年）	2018年（H30年）	2019年（R1年）	2020年（R2年）1～2月
数量（トン）	568	375	298	524	1,007	147
金額（百万円）	291	163	97	211	363	50

資料：農林水産省　米をめぐる状況について　令和2年4月

最近の食品輸出のトピックス

牛肉

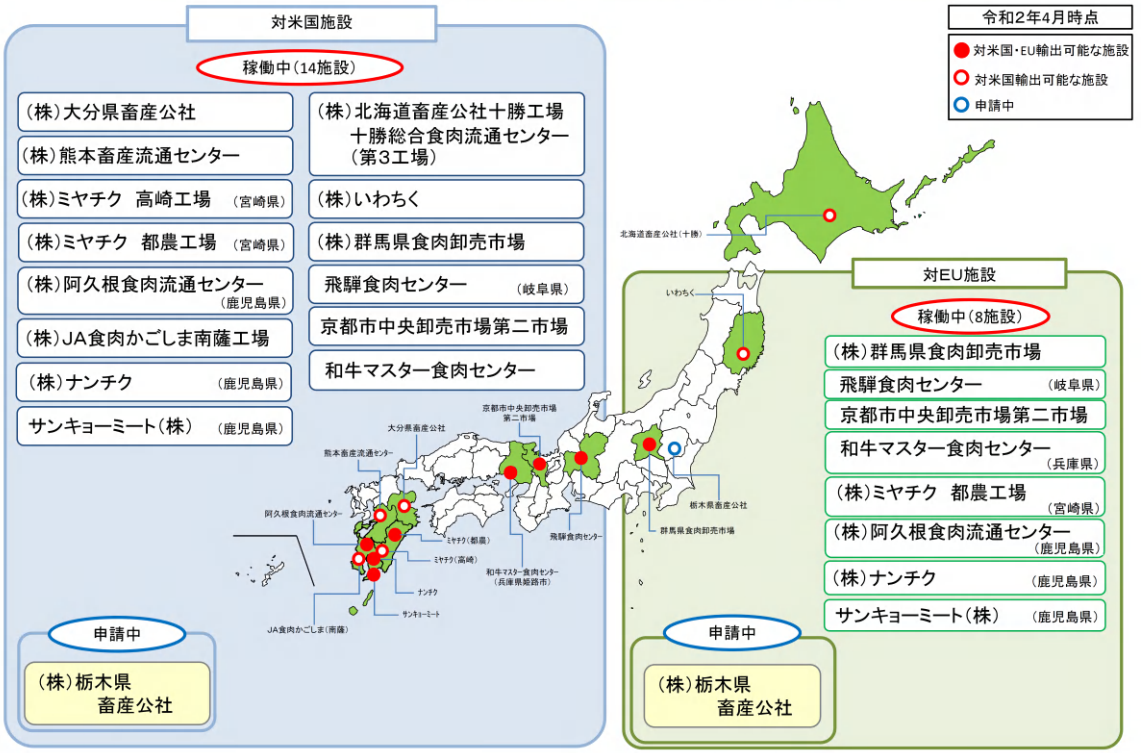
■アメリカ向け輸出が可能な牛肉処理施設の新規認定

○　令和元年5月に、北海道畜産公社十勝工場（第3工場）が「牛肉の対米輸出が可能な施設」として全国で14施設目、北海道としては初めて認定。
○　牛肉の対米輸出には、米国農務省が規定する厳しい衛生基準が求められており、HACCPを運用したと畜・食肉加工を行うことでその基準をクリア。
○　米国向け出荷は令和元年7月に開始。

【認定までの経緯】
○　平成25年６月に決定された日本再興戦略等で食品輸出の拡大方針が示されたことなどにより、道内生産者から海外への食肉輸出要望が増加。
○　このため、平成26年８月、(株)北海道畜産公社は、米国に道産食肉（牛肉）を輸出するための新たなと畜場として、十勝第３工場の建設に着手し、平成28年３月に完成。
○　同施設及び道の帯広食肉衛生検査所は、国内基準（と畜場法）に加え、米国基準に適合した衛生管理等の体制を整備。
○　平成30年３月、厚生労働省に輸出対応施設認定を申請し、書類審査及び現地調査を実施
○　令和元年５月、厚生労働省が同施設を対米輸出食肉（牛肉）取扱施設として認定。

【施設概要】
所在地：帯広市（十勝総合食肉流通センター内）
総事業費：６３億円（強い農業づくり交付金を活用）
処理能力：牛１００頭/日
（十勝工場全体では牛４５０頭/日）

米国・EUに輸出対応可能な食肉処理施設（牛肉）の配置について



資料：農林水産省ホームページ

最近の食品輸出のトピックス

輸出促進

■農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律の制定

農林水産物及び食品の更なる輸出拡大に向けて輸出先国による食品安全等の規制に対応するため、輸出先国との協議、輸出円滑化のための加工施設の認定、輸出に取り組む事業者の支援等について政府が一体となって取り組むための体制整備を目的に制定。（令和2年4月1日から施行）

法律の概要

Ⅰ　農林水産物・食品輸出本部の設置

- 農林水産大臣を本部長とし、総務大臣、外務大臣、財務大臣、厚生労働大臣、経済産業大臣、国土交通大臣等を本部員とする「農林水産食品輸出本部」を設置
- 本部は、輸出促進に関する基本方針を定め、実行計画（工程表）の作成及び進捗管理を行うとともに、関係省庁の事務の調整を行うことにより、政府一体となった輸出の促進を図る。

Ⅱ　国等が講ずる輸出を円滑化するための措置

- これまで法律上の根拠規定がなかった　① 輸出証明書の発行、② 生産区域の指定、③ 加工施設の認定について、主務大臣（※）及び都道府県知事等ができる旨を規定。

（※）主務大臣は農林水産大臣、厚生労働大臣及び財務大臣。民間の登録機関による加工施設の認定も可能とする

Ⅲ　輸出のための取組を行う事業者に対する支援措置

- 輸出事業者が作成し認定を受けた輸出事業計画について、食品等流通合理化法及びＨＡＣＣＰ支援法に基づく認定計画とみなして、日本政策金融公庫による融資、債務保証等の支援措置の対象とする。

資料：農林水産省　2020.4　農林水産物・食品の輸出促進について