

農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略
～マーケットイン輸出への転換のために～

令和２年１１月３０日

令和３年１２月２１日

令和４年５月２０日

令和４年１２月５日

令和５年１２月２５日

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

農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略 ～マーケットイン輸出への転換のために～

1. はじめに

日本の農林水産物・食品の輸出額は、2012年の約4,497億円から倍増し、2021年には、1兆円を突破した。背景には、アジアを中心に海外の消費者の所得が向上し、日本の農林水産物・食品の潜在的購買層が増えるとともに、訪日外国人の増加等を通じて日本の農林水産物・食品の魅力が海外に広まったなどの環境変化がある。その中で、国内の農林水産事業者を中心とする関係者が様々な形で輸出事業に取り組み、成果を挙げつつある。

この間、政府は、農林水産業・地域の活力創造本部に置かれた農林水産業の輸出力強化ワーキンググループにおいて、「農林水産業の輸出力強化戦略」（平成28年5月）を取りまとめた。また、2019年4月には、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、「農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律」（令和元年法律第57号。以下「輸出促進法」という。）に基づき政府一体となって輸出先国・地域との規制に係る協議等を行う体制を整備するなど、輸出促進の取組を進めてきた。

さらに、これまでの輸出拡大の成果を踏まえ、「食料・農業・農村基本計画」（令和2年3月31日閣議決定）及び「経済財政運営と改革の基本方針2020」・「成長戦略フォローアップ」（令和2年7月17日閣議決定）において、2025年までに2兆円、2030年までに5兆円という輸出額目標を設定した。この目標を実現するためには、これまでの国内市場のみに依存する農林水産業・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である。本戦略は、こうした認識の下、農林水産事業者の利益の拡大を図るとともに、輸出の拡大を実現するため、2020年12月に、農林水産業・地域の活力創造本部で決定されたところである。

今回、輸出促進施策の進捗状況を踏まえ、2024年度に実施する施策及び2025年度以降の実施に向け検討する施策について本戦略を改訂し、その方向を決定する。

2. 輸出拡大実行戦略の基本的な考え方

日本の農林水産物・食品の輸出割合は他国と比較しても低く、国内市場依存型となっているため、これまでの輸出事業は、生産者が国内市場向けに生産した製品の余剰品を、輸出できる国だけに輸出するビジネスモデルが主流であった。しかし、そうした輸出事業では、そもそも日本の農林水産物・食品への認知度が低く、しばしば日本人と異なる嗜好を持つ海外の消費者に求められる製品は限られる。海外現地での販路も、現地が要求するスペック（量・価格・品質・規格）で継続的に提供できなければ一般小売店の棚を確保できないため、日本の農林水産物・食品を積極的に調達しようとする日系・アジア系の小売店・外食等に限定されているのが実態である。さらに、輸出先国・地域の衛生検疫規制や規格基準に合わない製品は全く輸出できないため、潜在的なニーズはあっても多くの製品が輸出できていない。世界の農林水産物・食品市場が拡大する中で、輸出増のポテンシャルは高いものの、こうした壁を打破し、海外市場に商流を拓き新たな稼ぎ方を常に模索し続けなければ、拡大する海外市場に広く浸透していくことは困難である。

したがって、今後、日本の農林水産物・食品の輸出拡大を加速する上で最も必要なことは、海外市場で求められるスペック（量・価格・品質・規格）の製品を専門的・継続的に生産・輸出し、あらゆる形で商流を開拓する体制の整備である。換言すると、生産から現地販売までの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必要がある。

この認識の下、本戦略では、次の3つの基本的考え方に基づいて政策を立案・実行する。第一に、日本の強みを最大限に発揮すること、第二に、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、第三に、省庁の垣根を超え政府一体として輸出の障害を克服することである。

3. 基本的な考え方に基づく具体的施策

(1) 日本の強みを最大限に発揮するための取組

農林水産物・食品の輸出が多い、いわゆる輸出先進国では、その国が強みを持つ品目について、生産から販売までの幅広い関係事業者によって組織化された「品目団体」が存在し、業界が一体となって、対象品目の輸出促進に向けたプロモーション、ブランド化、品質向上のための基準作成等を行っている。

また、農産物貿易の専門部署を設置し、専門スタッフを主要な輸出先国・

地域の大使館内又は独自の海外事務所に配置するとともに、専門的知見を有するローカルスタッフを海外事務所に長期に配置することで、品目団体等に対して継続的な支援を実施している。

他方、日本の輸出品目は、加工食品を中心に多岐にわたっており、それぞれの輸出額は小さい。これは、日本の農林水産物・食品の輸出が「国内市場向け産品の余剰品を輸出する」事業にとどまり、マーケットインによる輸出の体制が整備されていないためである。今後の輸出拡大に当たっては、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させ、その波及効果として、全体の輸出を伸ばすことを目指すべきである。このため、日本の強みを有する品目として選定した輸出重点品目について、品目毎のターゲット国・地域への具体的な輸出目標の達成に向けて、政策資源を重点的に投入する。

①輸出重点品目と輸出目標の設定

- 海外で評価される日本の強みがあり、輸出拡大の余地が大きく、関係者が一体となった輸出促進活動が効果的な品目として、以下の29品目を輸出重点品目に選定した。各品目の輸出目標は、別表1にまとめた。なお、輸出重点品目以外でも、輸出促進法に基づく輸出事業計画の認定を受けるなど、輸出目標とその実行のための課題と対策を明確化する産地・事業者には引き続き適切な支援を行っていく。

輸出重点品目	海外で評価される日本の強み
牛肉	和牛として世界中で認められ、人気が高く、引き続き輸出の伸びに期待。
豚肉	とんかつ、焼き鳥など日本の食文化とあわせて海外の日本ファンにアピールすることで、今後の輸出の伸びに期待。
鶏肉	
鶏卵	半熟たまごが浸透し、生食できる卵としての品質が評価され、更なる輸出の伸びに期待。
牛乳乳製品	香港や台湾で品質が高評価。アジアを中心に輸出の可能性。
果樹（りんご）	甘くて美味しく、見た目も良い日本の果実は海外で
果樹（ぶどう）	
果樹（もも）	

果樹（かんきつ）	も人気。
果樹（かき・かき加工品）	
野菜（いちご）	
野菜（かんしょ等）※	焼き芋がアジアで大人気。輸出が急増。
切り花	外国にはない品種に強み。輸出の伸び率が高い。
茶	健康志向の高まりと日本文化の浸透とともに欧米を中心にせん茶、抹茶が普及。
コメ・パックご飯・米粉及び米粉製品	冷めても美味しい等の日本産米は寿司やおにぎり等に向き、日本食の普及とともに拡大が可能。
製材	スギやヒノキは、日本式木造建築だけでなく、香りの癒しの効果も人気で、今後の輸出の伸びに期待。
合板	合板の加工・利用技術は、日本の得意分野。日本式木造建築とともに、今後の輸出の伸びに期待。
ぶり	脂がのっている日本独自の魚種。近年、米国等への輸出額が増加。
たい	縁起のよい赤色は中華圏でも好まれる。活魚輸出の増加に期待。
ホタテ貝	高品質な日本産ホタテ貝は世界で高く評価。水産物では輸出額ナンバーワン。
真珠	真珠養殖は日本発祥。日本の生産・加工技術が国際的に高評価。
錦鯉	日本文化の象徴としてアジア、欧州を中心に海外で人気。
清涼飲料水	緑茶飲料など日本の味が人気となり、伸び率が高い。
菓子	日本独自の発展を遂げ、他国にはない独創性。バラエティ豊かな商品とコンテンツの普及とともに海外で人気。
ソース混合調味料	カレールウなど日本食の普及とともに日本を代表する味に成長。
味噌・醤油	日本が誇る発酵食品。和食文化の浸透とともに欧米・アジア地域で人気も上昇。
清酒（日本酒）	「S A K E」は日本食のみならず各国の料理に合う食中酒等として世界中で認知が拡大中。

ウイスキー	日本製品の品質が世界中でブランドとして定着。
本格焼酎・泡盛	原料の特徴を残すユニークな蒸留酒としての評価があり、今後の輸出拡大に期待。

※その他の野菜（たまねぎ等）についても、水田等を活用して輸出産地の形成に積極的に取り組む。

②輸出重点品目に係るターゲット国・地域、輸出目標、手段の明確化

- 輸出重点品目毎に、海外の市場動向や輸出環境等を踏まえ、輸出拡大を重点的に目指す主なターゲット国・地域毎の輸出目標を設定し、現地での販売を伸ばすための課題とその克服のための取組を明確化した。なお、輸出目標の設定に当たっては、市場のニーズを踏まえながら、現に輸出額が大きい国・地域だけではなく、今後の輸出増のポテンシャルが高い国・地域も新たなターゲット国・地域として位置付け、輸出先国・地域の多角化を図っていく。
- 輸出重点品目別の輸出目標、ターゲット国・地域、国・地域別輸出目標及びその手段については、別表 1 にまとめた。

③品目団体の組織化及びその取組の強化

- 輸出促進法に基づき、本戦略で定める輸出重点品目について、生産から販売に至る関係事業者を構成員とし、当該品目についてオールジャパンによる輸出促進活動を行う体制を備えた団体を、認定農林水産物・食品輸出促進団体（以下「認定品目団体」という。）として、認定する制度を創設した。認定が速やかに進むよう、認定申請に向け必要な助言等を行う。
- 他の輸出先進国と比べ、我が国の認定品目団体制度は緒に就いたばかりであり、認定品目団体が、その活動・体制をさらに充実させ、自ら戦略と目標をもち、多様な取組によって、対象とする品目の輸出力の強化を計る団体となるよう、官民一体で取り組む。
- 認定品目団体は、オールジャパンとして活動することが求められるため、輸出重点品目について全国で 1 つであり、業界一体となって、輸出先国・地域の市場・輸入条件等の調査、商談会や見本市へのオールジャパンによる参加や、ジャパンプランドを活用した広報宣伝等による需要開拓、新しく輸出に取り組む事業者への情報の提供や助言等の業務を行い輸出拡大に取り組む。

- 認定品目団体は、輸出量の増加に伴い拡大する輸送リスク等に対応するため、リスク低減した輸送方法の実践等によるリスク管理の推進に向けて、輸送中における腐敗や品質劣化等の事故要因に係るデータ収集やリスク評価等の取組を国等と連携して推進するとともに、物流効率化や品質保持に向けた包装資材・保管技術の実証・普及や業界規格の策定等に積極的に取り組む。また、将来的には、販路開拓を直接現地で実施する海外拠点の設置等、必要な取組を業界関係者とともに検討し、積極的に実施するよう努めることとする。
- 認定品目団体には、将来的に自主財源を増加させ、国では行えない細やかな業界支援を行うことも期待されている。このため、認定品目団体は、会員の増加等による会費収入の増加に加え、自主財源の充実に向けた取組を積極的に行い、会員が求めるサービスの提供に対して出展料等の費用負担を求めるような仕組みの導入や、輸出のための取組を行う事業者から拠出金を収受し、輸出促進の環境整備に充てる任意のチェックオフの導入も含め自主財源の増加に取り組むよう努める。また、国は、他の輸出先進国の義務的チェックオフ制度なども参考にしながら、引き続き財源の充実強化について検討する。

④輸出先国・地域における専門的・継続的な支援体制の強化

- 在外公館、JETRO海外事務所、JFOODO海外駐在員を主な構成員とする輸出支援プラットフォームでは、現地で食品産業等に精通した人材をローカルスタッフとして雇用・確保し、その知見や人脈も活用しながら、認定品目団体とも連携し、輸出先国・地域において輸出事業者を包括的・専門的・継続的に支援する。そのため、8カ国・地域において輸出支援プラットフォームを設置しているところ、2023年度中にもマレーシア（クアラルンプール）及びUAE（ドバイ）にプラットフォームを新設するとともに、米国のプラットフォームにヒューストンの事務局を追加設置するなど、必要に応じ、市場として有望な国・地域への設置の拡大を図る。
- 輸出支援プラットフォームの取組に当たっては、現地商流に入り込んでいく観点から、日系市場への過度の偏重を避けるとともに、既存の商流の奪い合いにならないようにするため、日系以外の商流に対する新規のアプローチを強化するよう留意する。
また、プラットフォーム毎に、現地発で課題の抽出とこれに即した

具体的な目標の設定を行い、公表するとともに、当該目標・課題と併せて設定する活動指標も活用しながら、以後、毎年の活動について実績評価と次期の計画策定を行うことにより、取組の成果の向上につなげる。

- 輸出支援プラットフォームは、現地展開している事業者や現地の日本食レストランなどと「輸出支援プラットフォーム協議会（以下「協議会」という。）」を設け、協議会と協力して以下の取組を実施する。
 - ア 輸出先国・地域の規制、消費者の嗜好、ニーズなどを「カンントリーレポート」としてまとめ、輸出を目指す事業者に必要な情報を提供
 - イ 協議会を中心に「ジャパンウィーク」を開催するなど現地主導でのプロモーションを推進したり、地方公共団体によるプロモーション活動を把握し、輸出支援プラットフォームの現地ネットワークを活用して、オールジャパンでのプロモーション戦略を立案
 - ウ 輸出先国・地域に輸出のための現地法人などの拠点を設ける事業者を、現地広告代理店と連携した効果的な広告や販促ツールの提供、現地法律事務所と連携した法的アドバイスの提供等を通じて支援
 - エ 日本食レストランが増え、経営の多国籍化、ローカライズ化が進む現状を踏まえ、日本食レストラン等と連携して、日本食の普及や日本の農林水産物・食品の利用促進につながる取組を推進
 - オ 現地のビジネス習慣や法規制等に関する専門的知識について、輸出先国・地域において、アドバイスを行う支援体制を整備
 - カ 疑義情報受付窓口を設置し、集約した模倣品に関する情報を海外当局に通報する等の枠組みを整備・活用
- 主要な輸出先国・地域を対象に、在外公館への農水アタッシェの配置の強化と農林水産省からJETRO、日本台湾交流協会及び日中経済協会への委託によりJETRO海外事務所等における農林水産物・食品貿易担当官を配置し、その機能を強化する。
- 農林水産物・食品輸出本部は、輸出支援プラットフォームを活用し、輸出先国・地域の規制等に係る情報収集や現地消費者ニーズ等の海外市場分析を行い、分かりやすいポータルサイトを立ち上げるなどして、輸出産地・事業者に提供する。

- 2023年に設立した都道府県・輸出支援プラットフォーム連携フォーラム及び農林水産物・食品輸出促進連携ネットワークの下、国と都道府県が輸出促進に向けて意思疎通を図り、引き続き輸出支援プラットフォームと連携し、都道府県が行う海外プロモーションのより効果的な実施や輸出に対応した産地づくりに連携して取り組む。

プラットフォーム設置国・地域	事務局設置都市
米国	ロサンゼルス
	ニューヨーク
	ヒューストン
タイ	バンコク
シンガポール	シンガポール
EU	パリ
	ブリュッセル
ベトナム	ホーチミン
香港	香港
中国	上海
	北京
	広州
	成都
台湾	台北
UAE	ドバイ（候補）
マレーシア	クアラルンプール（候補）

⑤JETRO・JFOODOと認定品目団体等の連携

- JETROは、2021年10月に設立した運営審議会農林水産物・食品輸出促進分科会を通じて認定品目団体等との意見交換を継続するとともに、JETROへ事業の委託要望があった場合には優先的に検討・対応するなど一層の連携強化を図る。
- ア 認定品目団体等が必要とするターゲット国・地域の消費者ニーズ、商慣行、規制等に関する情報を提供するとともに、認定品目団体等からの委託により更なる詳細調査を実施する。
- イ 認定品目団体等の国・地域別戦略及び事業計画に基づき、海外見本市への出展や海外商談会の開催、国内商談会や産地へのバイ

ヤー招へい、広報協力など、認定品目団体等が主体となった販路開拓への支援を強化する。

ウ 輸出重点品目のターゲット国・地域において、日本産食材サポーター店や現地輸入商社、現地系流通に精通しているブローカーなど現地パートナーと連携しつつ、現地の商流構築活動の支援を強化する。

エ 輸出産地の要望も踏まえた上で、輸出診断、海外市場情報の提供、個別相談、ウェブマッチングなど、実状に応じたハンズオンの支援を貿易情報センター等を通じて行うとともに、ターゲット国・地域のオンライン市場の動向等を分析して情報提供するとともに、ECサイトへの出品方法のアドバイスなどを行う。

○ J F O O D Oは、ターゲット国・地域において海外現地の体制を強化し、拡大する海外市場の消費者向けに日本の農林水産物・食品の魅力を効果的に伝え、導入・消費につなげる役割を果たす。

ア 認定品目団体等が実施するマーケティング活動を支援するとともに、認定品目団体等と連携して取り組むオールジャパンでのプロモーションは品目や国・地域を重点化し、外部有識者の専門的視点からの検証・助言を受けながら、複数年にわたり継続的に実施してその効果を最大化させる。

イ 日本食ポータルサイト「Taste of Japan」の運用や日本産食材サポーター店の活用を通じた日本食・食文化の情報発信を強化することにより、輸出先国・地域における日本の農林水産物・食品の理解増進及び需要拡大の環境醸成（マーケットメイク）に取り組む。

ウ 現地ニーズに合わせ複数の輸出重点品目を組み合わせたプロモーションを進める等の品目横断的な取組を展開し、新たな需要の拡大に取り組む。

⑥日本食・食文化の情報発信におけるインバウンドとの連携

○ 日本の食文化は世界に誇る文化遺産であり、外務省、農林水産省、国土交通省等の関係省庁は、海外の消費者への日本の食品の調理方法、食べ方、食体験等を通じた地域の文化とのつながりの発信等を進め、インバウンドの促進と連携した訪日外国人への日本の食や食文化の理解・普及を図ることにより、日本の農林水産物・食品の輸出市

場とインバウンド消費を拡大する取組を支援する。

- JETRO・JFOODOは、日本政府観光局（JNTO）と締結した覚書に基づき、デジタルマーケティングや海外でのプロモーションイベント等で連携し、日本の農林水産物・食品の輸出とインバウンド観光を相乗的に拡大することを目指す。

(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

「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製品の生産・輸出にチャレンジする事業者が不可欠である。

しかし、現在は、輸出向けの生産を行う産地・事業者は少数であり、一部の事業者がマイナーな商流で輸出事業を行っているのが実態である。結果として、大ロットでの取引や海外の小売棚の長期確保は難しく、流通コストも高くなっている。この背景には、「輸出先国・地域の規制やニーズに対応する生産を行うには試行錯誤が必要であり、短期的には収入増につながらない」との事業者の声がある。このような問題を解決するため、輸出向けの生産を行う輸出産地の育成・展開や、自らリスクを取って、輸出先国・地域の規制やニーズに対応したマーケットイン輸出に取り組む産地・事業者等に対して、重点的な支援・環境整備を行う。

また、JAグループなどの農林漁業者団体は、自ら目標等を設定しつつ、輸出促進に主体的に取り組み、農林水産省は、これに助言を行う。

こうした取組により、高い付加価値を創出する輸出産地の形成を進めるとともに、国内の生産基盤の強化を図る。

①リスクを取って輸出に取り組む事業者への投資の支援

- マーケットインでの輸出に向けて、「農林漁業法人等に対する投資の円滑化に関する特別措置法」（平成14年法律第52号。以下「投資円滑化法」という。）を活用し、投資事業有限責任組合（LPF）の積極的な組成を図るとともに、アグリビジネス投資育成（株）等の投資主体による海外現地法人等への出資を促進する。
- 農林水産物・食品の輸出については、輸出先国・地域の規制に対応した施設整備などの投資を行ってから収益化するまで一定期間を有する。このようなリスクに対応するため、輸出促進法に基づく（株）日本政策金融公庫の貸付け（農林水産物・食品輸出基盤強化資金）や債務保証（スタンドバイ・クレジット）による長期・低利の設備資金、

長期運転資金、海外展開に必要な資金等の積極的な活用を推進し、輸出事業計画の認定を受けた農林水産事業者・食品事業者等の育成を図るなど輸出事業者のチャレンジを後押しする。

- 輸出事業用資産にかかる所得税・法人税の特例（割増償却）の積極的な利用を推進する。
- 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特有のリスクを輸出事業関係者が負っていることが多いことから、これらに対応する費用を最小限にするための手法を検討するため、農林水産物・食品の輸送方法と、輸出時に発生する損害等を検証する実証事業の実施を検討する。
- 日本貿易保険（NEXI）が2022年4月に実施した、農林水産品・食品輸出向け「簡易通知型包括保険」利用の要件緩和を踏まえながら、輸出事業者の貿易保険の活用をより推進する。

②マーケットインの発想に基づく輸出産地・事業者の育成・展開

- 輸出先国・地域のニーズや規制に対応した産品を、求められるスペック（量・価格・品質・規格）で継続的に提供するとともに、農林水産事業者の利益につなげるため、リスト化した主として輸出向けの生産を行う輸出産地（都道府県や業界団体等を通じて産地の意向を踏まえた結果、これまでに29の輸出重点品目で合計1,238産地・事業者を公表。）に対して、輸出事業計画に基づく輸出産地の形成に必要な施設整備等を重点的に支援する。また、水田を転換した園地や畑地を活用し、果樹や野菜等高収益作物の輸出産地の育成・展開を図る。輸出産地・事業者とは、①加工処理しない一次産品はその生産地（生産地と連携する輸出事業者を含む。）、②主原料生産地と加工施設が紐付いた加工食品は当該生産地及び加工施設・輸出事業者（輸出産地毎に、生産・流通・輸出版売に取り組む関係事業者が連携したコンソーシアムを含む。）、③製造地に地域性がある加工食品は製造地及び製造・輸出事業者を指す。なお、主原料生産地・製造地ともに地域性を持たずに輸出に取り組む事業者がいる場合には、当該事業者を輸出の担い手と位置付け、事業者間で連携した輸出の取組を促進する。
- 畜産物などについて、主要産地のコンソーシアム化を進めるとともに、コンソーシアムが認定農林水産物・食品輸出促進団体等と連携して、商流の構築や拡大、産地の特色を活かしたブランディング、加

工食品など新商品の輸出促進等に取り組む。

- 輸出が農林漁業者等を始めとする地域の事業者の利益につながっていくことが重要であることから、事業者の実態を正確に把握するための統計的手法を検討する。また、輸出産地の形成を支援する補助事業において、所得向上効果を明記した事業実施計画について支援する。
- 輸出先国の規制への対応を初めて行う民間事業者への支援の重点化を通じ、輸出の拡大を図る。
- 地方農政局等に食品事業者や商社ＯＢ等の民間人材を「輸出産地サポーター」として採用するなどマーケットイン輸出に向けた産地の育成を支援する。また、農林水産省輸出・国際局にも専門人材を配置し、伴走型で支援を行う。
- 輸出産地・事業者の育成や支援に有効なＧＦＰ（農林水産物・食品輸出プロジェクト）については、会員が8,500を超え、輸出に対する経験・規模には大きな格差があり、多様化する輸出事業者のレベルに応じたサポートを行う必要があるほか、輸出額目標達成に向けては、新たに取り組む輸出スタートアップをさらに増やしていく必要がある。

このため、地方農政局や都道府県段階で、現場に密着したサポート体制を強化することとし、具体的には、都道府県やＪＡが輸出の専門家と連携して輸出産地の形成を行うとともに、地方農政局段階では輸出コンサル等と連携した掘り起こし活動やスタートアップへのきめ細かなサポートを行う。

さらに、輸出産地の形成に向け、ＧＦＰを活用した輸出産地を対象としたセミナーや交流会の開催などの取組を一層進める。

- 農協系統は取扱量が大きいが、輸出向けの生産を担う者が明確でなく、産地登録などに能動的に対応できていないことに加え、組合員の高齢化が進み、将来にわたる安定的な出荷が困難であったり、流通・販売体制が国内供給向けに構築されているため輸出に向けた物流が十分対応できないなどマーケットインの輸出への課題が多い。

このため、ＪＡグループが総力をあげ、主体的に輸出産地の課題を踏まえたより効果的な支援を行うことができるよう、ＪＡグループと国とが協議する場を設け、連携して、輸出に意欲あるＪＡに対して輸出先国・地域の規制をクリアできるような産地づくりや、ロス率の

小さい効率的な輸出物流の確立、ＪＡグループ内の輸出関連人材の育成に取り組む。

③地域ぐるみの生産・流通の転換による輸出産地の形成

- 全体のコーディネート機能や生産現場の技術指導を担う都道府県やＪＡ、産地と海外をつなぐ地域商社等の地域の関係者が一体となって、輸出支援プラットフォームやＧＦＰと連携しながら、地域全体として輸出に取り組む推進体制を整備する。
- また、上記体制の下で、遊休農地等の活用による輸出向け生産の拡大、産地リレーや地域内生産者との連携による輸出向けロットの確保、海外でのニーズや付加価値が高い有機農産物等の生産・輸出の拡大など、輸出向け生産・流通体系への転換を通じ、生産から流通・販売までを繋ぐ大規模輸出産地を育成する。
- 輸出先国・地域のニーズや規制に対応した農林水産物を求められる量で継続的に輸出する産地を「フラッグシップ輸出産地」（仮称）として選定し、公表することとする。
- 「フラッグシップ輸出産地」（仮称）など一定程度進んだ輸出産地に対しては、みどりの食料システム戦略推進交付金に輸出産地向けの優遇措置を新たに設けるなど他の施策と連携して支援するとともに、ＧＦＰによる輸出人材育成や人材マッチング等のサポートを強化する。
- あわせて、「農業経営基盤強化促進法」（昭和55年法律第65号）に基づく地域計画の策定とも連動させるとともに、都道府県、ＪＡ、商工関係機関、研究機関など多様な関係者を巻き込んだ輸出産地を形成する。

④輸出人材の育成・確保

- 輸出に取り組む事業者にとって、輸出先国のニーズや検疫条件等の規制に精通し、輸出向けの生産や販路開拓などの輸出関連業務に対応できる人材の不足が大きな課題となっている。
一方、現状では、輸出ニーズ・規制・輸出実務等のノウハウを効率的かつ体系的に体得する学習環境が乏しいことから、ＧＦＰとＡＦＪ日本農業経営大学校が連携した輸出講座の開設など、教育機関と連携した輸出人材の育成を展開する。

- また、輸出人材の育成には一定の時間を要するため、輸出人材の育成と並行して、既存の人材派遣スキームを活用し、G F P のサポートの下で輸出実務経験者等の専門人材と輸出事業者のマッチングを進めることにより、輸出事業者のニーズに合った輸出人材の確保を促進する。

⑤大ロット・高品質・効率的な輸出等に対応可能な輸出物流の構築

- 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・効率的な輸出を後押しするため、農林水産省と国土交通省との連携の下、「効率的な輸出物流の構築に関する意見交換会」で整理した事項を実施するため、以下の措置を講じる。

ア 設備投資の促進

輸出物流の構築に必要な設備投資を促進するため、輸出事業計画に施設設備計画を追加し、認定された計画に基づき行う施設等の整備に対し措置された制度資金（農林水産物・食品輸出基盤強化資金）や所得税・法人税の特例（割増償却）の積極的な周知により利用を推進する。

また、農林水産省と国土交通省が連携し、輸出産地・事業者が港湾を活用した輸出をさらに促進するため、コールドチェーンの確保のために必要な施設等の整備を支援する。

イ 輸出物流の強化

輸出先国の実情に応じた輸出サプライチェーンの確立が必要となっているところ、基幹的な輸出物流ルートにおける産地からの最適な輸送ルートや集荷・保管体制を構築する。

また、地方港湾・空港等を活用した輸出物流を構築するため輸出商社や物流事業者等を育成する。

ネットワーク構築から国内及び海上輸送、品質管理等、輸出物流における各工程での課題解決を目指す。

⑥輸出を後押しする農林水産事業者・食品事業者の海外展開の支援

- 我が国の農林水産事業者・食品事業者の利益となる海外展開の取組を整理したガイドライン（令和4年3月）に沿って活動を行う事業者に対し、重点都市に設立する輸出支援プラットフォームを活用して、現地のビジネス慣習や法規制等に関する専門的知見について、輸

出先国・地域において、アドバイスを行う支援体制を整備する。

- 農林水産物・食品の輸出に係るサプライチェーンの各段階におけるコスト・利益構造を分析するとともに、こうした各段階で生じる利潤を日本の国内事業者が取り込めるような海外展開を促すべく、投資案件形成に係るフィージビリティ・スタディの支援等を行う。
- 海外現地法人を設立し、設備投資等を行う場合の資金供給を促進するとともに、投資円滑化法に基づき、輸出に取り組む事業者の海外現地法人等への投資を行う投資事業有限責任組合（L P S）の組成による資金供給の促進に取り組む。

(3) 省庁の垣根を超え政府一体として輸出の障害を克服

マーケットイン輸出への転換に当たっては、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協議、食品安全管理、知的財産管理、流通・物流整備、研究開発など様々な関連分野で、政府による環境整備が不可欠である。例えば、海外でニーズがあるにも関わらず、日本からの輸入が規制されている、輸出先国・地域の規制に対応する国内の加工施設が少ない等の理由により輸出できない産品は依然として多い。また、輸出先国・地域における規制措置は強化される方向にあり、国内事業者がその都度対応を求められることがある。さらに、我が国の農林水産物・食品分野の強みである、優れた植物品種や栽培技術、家畜遺伝資源等の知的財産が流出し、ジャパnbrandが毀損されたり、海外事業者が利益を享受して、国内事業者の利益につながっていない等のケースが発生している。このため、知的財産の戦略的な保護・活用により、日本の農林水産物・食品のブランド化、競争力強化に取り組むとともに、知的財産を国外における「稼ぎ」に変える仕組みを構築する必要がある。こうした輸出の障害・課題を克服するため、政府一体で取り組む体制の整備を含めた取組を効果的に推進する。

①輸出先国・地域における輸入規制の撤廃・緩和

- 原発事故に伴う放射性物質に係る日本産農林水産物・食品への輸入規制については、2023年8月にEU等5の国・地域において規制が撤廃されたところであり、規制を維持している国・地域は7となった。
- また、従来の原発事故に伴う輸入規制に加えて、2023年8月24日のA L P S 処理水の海洋放出以降、中国、ロシア、香港及びマカオが、

日本産水産物輸入の全面的な一時停止等の措置を採った。

- このような科学的根拠に基づかない措置の即時撤廃に向けて、外務省、経済産業省、農林水産省等の関係省庁が農林水産物・食品輸出本部の下で政府一体となって、各国・地域に対し、あらゆる機会を捉え、より一層働きかけていく。
- また、「水産業を守る」政策パッケージを活用し関係省庁、JETRO等の関係団体が一体となって、輸入規制強化の影響を受けている水産物の輸出先の転換・多角化を進めていく。
- また、輸出重点品目を中心に、規制導入に関する情報を現地で早期に収集し、国内に提供する体制を整えとともに、輸出の障害となる輸出先国・地域の規制の撤廃・緩和に向け、農林水産物・食品輸出本部の下で政府一体となって協議を行う。特に市場規模が最も大きい中国について、あらゆる機会を捉えて、原発事故及びALPS処理水の海洋放出に伴う輸入規制の撤廃や牛肉の輸出再開、精米の輸出拡大等を目指す。

②輸出加速を支える政府一体としての体制整備

- 輸出促進法に基づき、国の登録を受けた民間検査機関（登録発行機関）による輸出証明書の発行が認められるよう関係国との協議を引き続き推進する。
- 輸出証明書発行の電子化について、当面の取組として、現在電子メールで輸出証明書の送付を行っている事例を他の国・地域でも適用できるように、輸出先国・地域に働きかけるとともに、オンラインで完結される手続の1つとして、証明書発行手数料のオンライン納付の仕組みを検討する。
- 米国向け水産物の輸出に係る海産ほ乳類保護法（MMPA）への対応、今後台湾向け動物性水産食品に求められる衛生証明書及び施設認定への対応、「欧州グリーンディール」農業分野を具体化するFarm to Fork戦略に関する規制への対応等について、輸出先国・地域に対して、規制内容の照会及び協議を進めながら、事業者に必要な情報提供を行い、混乱が生じないよう対応する。
- 植物検疫における輸出検査について、第208回国会（令和4年常会）において改正された「植物防疫法」（昭和25年法律第151号）に基づき、2023年4月から第三者機関による輸出検査が可能となり、輸出事業

者の多様なニーズへの対応が可能になったことを踏まえ、第三者機関の登録を進めるとともに、これらによる検査の実施を促進する。

- 海外の残留農薬等の基準に対処できるよう、当該基準に適合した防除体系や有機栽培への転換等を進めるほか、減農薬栽培や天敵農薬といった技術、抵抗性品種等の開発を推進するとともに、これらの研究開発に資するよう品目別の輸出拡大に向けた技術的な課題の把握を行う。
- 世界的に持続可能な社会への意識が高まり、多くの消費者が環境に優しい産品を求める中、各国とも化学農薬等の使用削減や有機農業の拡大等に力を入れているため、マーケットインの発想に基づき、みどりの食料システム戦略及び「環境と調和のとれた食料システムの確立のための環境負荷低減事業活動の促進等に関する法律（みどりの食料システム法）」（令和４年法律第37号）に基づく取組を進め、海外の消費者が求める有機食品等へのニーズに戦略的に対応していくとともに、耕地面積に占める有機農業の取組面積の割合を2050年までに25%（100万ha）に拡大し、有機産品の供給を増大する。

③輸出先国・地域の規制やニーズに対応した加工食品等への支援

- 輸出先国・地域の規制に対応するためのHACCP対応施設などの整備目標（別表２）の達成に向けて、計画的な施設整備に対する支援を行うとともに、厚生労働省及び農林水産省が連携し、輸出促進法に基づく適合施設の認定を迅速に行う。また、個々の施設整備は、各輸出産地が認定を受ける輸出事業計画に反映し、施設整備を具体的な輸出につなげる。
- 加工食品の輸出対応に必要な製造ラインの構築や機器整備、トレーサビリティ確保のためのＩＴ化等に必要な設備投資を促進するため、輸出事業計画に施設設備計画を追加し、認定された計画に基づき行う施設等の整備に対し措置された制度資金（農林水産物・食品輸出基盤強化資金）や所得税・法人税の特例（割増償却）の積極的な周知により利用を推進する。
- 地域の中小食品製造事業者等については、単独では輸出先の発掘や大口ロットの輸出、棚の確保を行うことが困難であるため、地域の食品事業者等の協業の推進により、このような課題の克服を目指す。このため、共同で輸出事業計画を策定し、関係者が連携して取り組む海

外市場調査、販路開拓、輸出用商品開発等を支援する。

- 加工食品の輸出の大きな障害である食品添加物規制については、引き続き、輸出先国・地域に対する食品添加物の認可申請を支援するとともに、早急に輸出を増加させる観点から、輸出先国・地域の規制に合った食品添加物の代替利用を促進するため、現状把握や代替品の調査を行うとともに、食品添加物規制に対応した新商品の開発を支援する。
- 輸出先国・地域のニーズに対応した加工食品の製造を促進するため、地域の中小事業者が連携して輸出に取り組む加工食品クラスターの形成を支援する。
- 第208回国会（令和4年常会）において改正された「日本農林規格等に関する法律」（昭和25年法律第175号）に基づき、有機加工食品のJAS規格に有機酒類を追加し、米国やEU等と有機酒類の認証の同等性交渉に着手したところであり、早期の相互承認を目指す。
- 食料供給のグローバル化に対応し、①我が国の農林水産物及び加工食品の輸出促進と②国内で販売される輸入食品も含めた食料消費の合理的な選択の双方に資するため、現行の食品表示制度を国際基準（コーデックス規格）との整合性の観点も踏まえ見直す。

④日本の強みを守り「稼ぐ」ための知的財産対策強化

- 植物品種について、「種苗法」（平成10年法律第83号）に基づく登録品種の海外持出制限や登録品種の増殖の許諾制等を活用し、育成者権者による品種の適切な管理により海外流出防止を進めるとともに、海外での侵害に対しても権利行使ができるよう海外での育成者権の取得や侵害対策を支援する。
- 育成者権者に代わって、海外への品種登録やライセンスによる実効的な侵害対応を行う育成者権管理機関の取組を推進する。その一環として、海外ライセンス指針に則し、海外からのロイヤルティ収入を新品種開発に投資するサイクルや、輸出先国における周年供給モデル構築により輸出促進に寄与するライセンスの実現に向けた取組を後押しする。
- 戦略的な海外ライセンスの実効性を確保するために、足下の国内における優良品種の取引や栽培技術の管理を徹底する。特に、個人間取引の増大など、昨今の取引実態の変化に対応した管理モデル構築

に向け、国内ライセンス指針の策定など具体的な方策を検討する。

- 海外における日本のブランド製品の模倣品流通による、ブランド価値の毀損・市場喪失を防ぐとともに、我が国産品の「強み」を積極的にPRする骨太なブランド化を推進する。
- GI制度について、2022年11月に行った、差別化された品質特性のみならず、各地のもつストーリーからもたらされるあらゆる特性を評価できる審査を推進する等の運用見直しを活かし、加工食品など輸出向け産品の登録を促進する。また、錦鯉などの日本ならではの産品について、ジャパブランドとしてのGI活用を推進する。
- 輸出ターゲット国における、GIや商標の海外出願を通じた積極的な権利保護を推進するとともに、国内外ECサイト、海外の商標出願状況等を監視し、不正な出品に対する警告状発出などの取組を進める。これに加え、海外の模倣品の流通状況を広く把握して、現地当局と連携した取組を進めるため、輸出支援プラットフォームに現地の模倣品や疑義情報を受け付ける窓口を新たに設置する。
- 模倣品発生 の程度や輸出額などを勘案し、タイ、ベトナム等とのGIの相互保護に向けた枠組みづくりとともに、関係国・地域当局や国際機関とGI制度の相互理解・協力を進める。
- 和牛遺伝資源について、「家畜改良増殖法」(昭和25年法律第209号)に基づき、2022年9月末までに実施した全国の家畜人工授精所への法令の遵守状況に係る調査結果を受け、現在実施している立入検査等を踏まえ、引き続き指導内容の徹底を図り、更なる流通管理の適正化を推進する。
- これら優良品種、栽培技術・ノウハウ、ブランド等の知的財産の戦略的な保護・活用に向け不可欠な、農業知的財産教育の充実と、現場の相談ニーズに対応したサポート体制の整備及びこれを担う農業知財専門人材の確保・育成を行う。
- 日本の農林水産物・食品の輸出促進に資するJAS規格を選定し、戦略的に国際標準化に取り組むなど、日本の規格・標準の国際標準化に取り組む官民の体制を強化する。

(4) 国の組織体制の強化

上記の取組を実行するため、農林水産省輸出・国際局において、既存の施策の見直しも含め、輸出拡大のための施策を強力に推進するとともに、

政府全体の司令塔組織である農林水産物・食品輸出本部の運用等を通じて、同局を中心として、輸出関連施策を政府一体となって実施する。

また、同局は、農林水産省の輸出関係予算を一元的に管理し、日本の農林水産物・食品の輸出拡大に資するものとなっているかをチェックするとともに、輸出に向けた具体的な成果目標を設定し、その執行においては、具体的な輸出拡大につながっているか不断の検証と見直しを行う。

なお、組織として知見が的確に蓄積され効果的な施策が継続して実施されるような体制を整備するとともに、知見と専門性を有する職員を育成する。