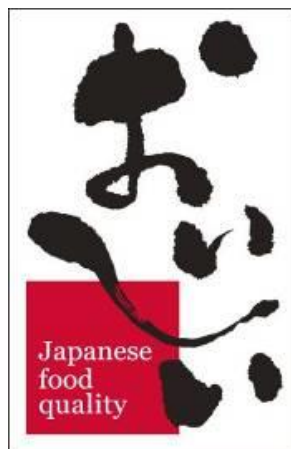


# 輸出促進対策 及び 米国食品安全強化法(FSMA)について



平成28年2月  
農林水産省 食料産業局  
輸出促進課 丸尾英二

# 説明内容

I. 輸出促進対策について

II. 米国食品安全強化法(FSMA)について

# 農林水産物・食品の輸出促進の意義

- 農林水産物・食品の輸出には、様々な背景・意義が存在する。

## 背景

- 海外には今後伸びていくと考えられる有望なマーケットが存在
  - －世界的な日本食ブームの広がり
  - －アジア諸国等における経済発展に伴う富裕層の増加、人口増加
- 他方、日本国内のマーケットは縮小する見込み
  - －我が国の少子高齢化社会の到来

## 意義

(産地・地域にとってのメリット)

- 農林水産物・食品の新たな販路拡大、所得の向上
- 海外輸出を通じた国内ブランド価値の向上、経営に対する意識改革
- 地域経済の活性化
- 国内価格下落に対するリスクの軽減

(国民全体にとってのメリット)

- 我が国の輸出入バランスの改善
- 日本食文化の海外への普及、世界各国の人々の対日理解の増進

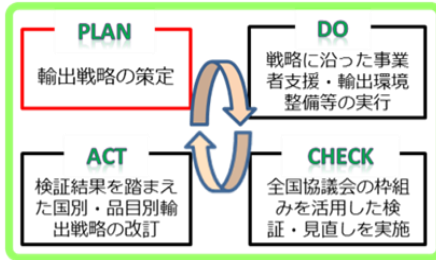
# 農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略

## 国別・品目別輸出戦略

農林水産物・食品の輸出額を

2020年までに1兆円規模へ拡大

1兆円



約4,500億円

水産物	1,700億円
加工食品	1,300億円
コメ・コメ加工品	130億円
林産物	120億円
花き	80億円
青果物	80億円
牛肉	50億円
茶	50億円

【2012年】

中間目標  
7,000億円

水産物	2,600億円
加工食品	2,300億円
コメ・コメ加工品	280億円
林産物	190億円
花き	135億円
青果物	170億円
牛肉	113億円
茶	100億円

【2016年】

EU、ロシア、東南アジア、アフリカなど

EU、ロシア、東南アジア、中国、中東、ブラジル、インドなど

台湾、豪州、EU、ロシアなど

中国、韓国など

EU、ロシア、シンガポール、カナダなど

EU、ロシア、東南アジア、中東など

EU、米国、香港、シンガポール、タイ、カナダ、UAEなど

EU、ロシア、米国など

ブランディング、迅速な衛生証明書の発給体制の整備など

「食文化・食産業」の海外展開に伴う日本からの原料調達増加など

現地での精米や外食への販売、コメ加工品（日本酒等）の重点化など

日本式構法住宅普及を通じた日本産木材の輸出など

産地間連携による供給体制整備、ジャパン・ブランドの育成など

新規市場の戦略的な開拓、年間を通じた供給の確立など

欧米での重点プロモーション、多様な部位の販売促進など

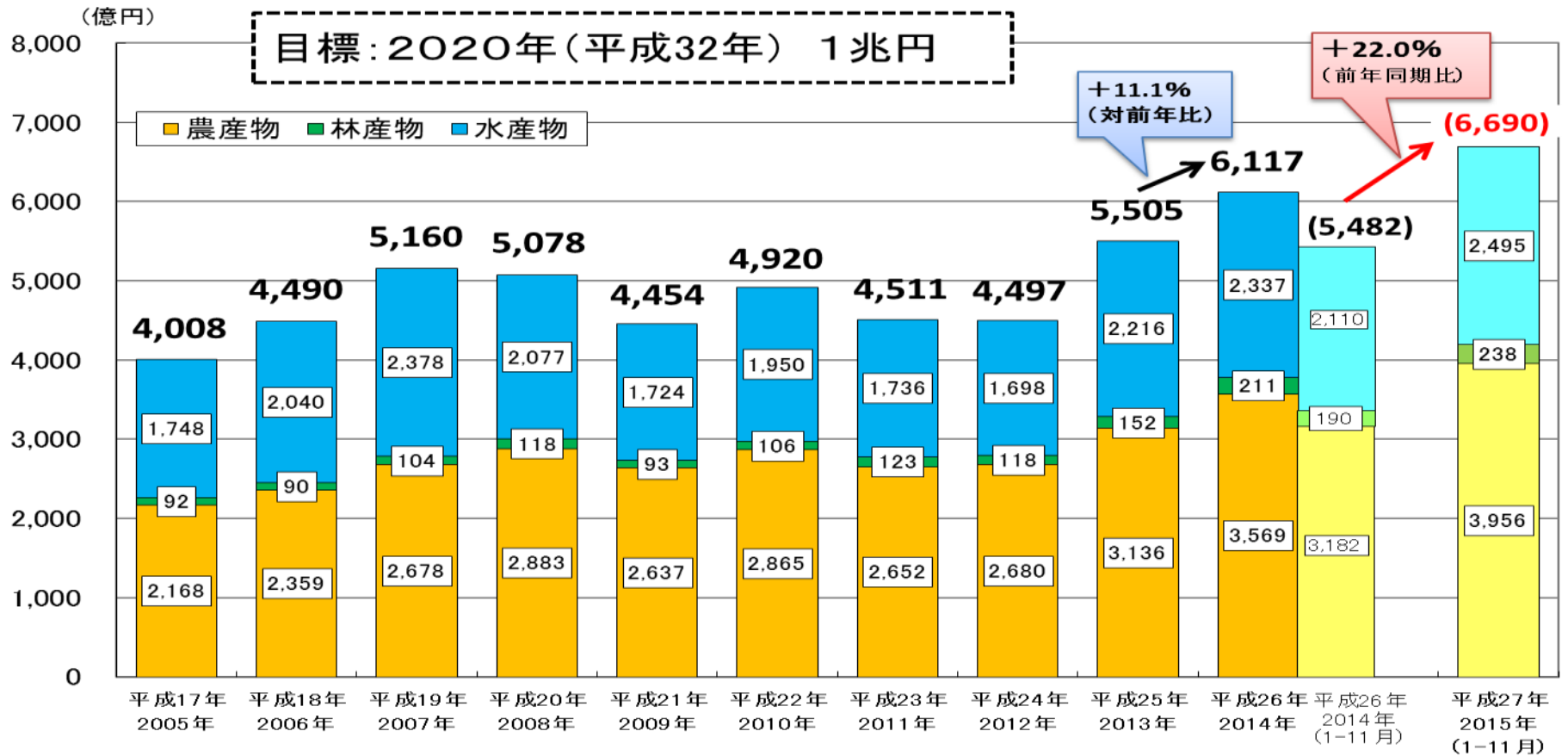
日本食・食文化の発信と合わせた売り込み、健康性のPRなど

水産物	3,500億円
加工食品	5,000億円
コメ・コメ加工品	600億円
林産物	250億円
花き	150億円
青果物	250億円
牛肉	250億円
茶	150億円

【2020年】

# 農林水産物・食品の輸出額の推移

農林水産物・食品の輸出は、2年連続で伸びており、平成26年は、昭和30年に輸出額の統計を取り始めて以来の最高値となった。また、平成27年1-11月の輸出も対前年同期比22.0%増と好調な伸びとなっており、最高値を更新。



## ○為替レートの推移

資料：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

年	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年
円/ドル	110	116	118	104	94	88	80	80	97	105
円/ユーロ	137	145	161	154	130	117	111	102	129	140

出典：税関「税関長公示レート」を基に農林水産省作成

# 海外で日本の「食」が注目されている

## 和食ブーム

- 外国人観光客が「訪日前に期待すること」1位「食事」(62.5%)

出典: JNTO 訪日外客訪問時調査(2010年)



- 外国人が好きな外国料理1位「日本料理」(21.1%)

出典: 日本貿易振興機構調査(2013年3月)

- 海外の日本食レストランの数 2015年 約8万9千店

(外務省調べ、農林水産省推計)



## 食を文化としてとらえる世界の潮流

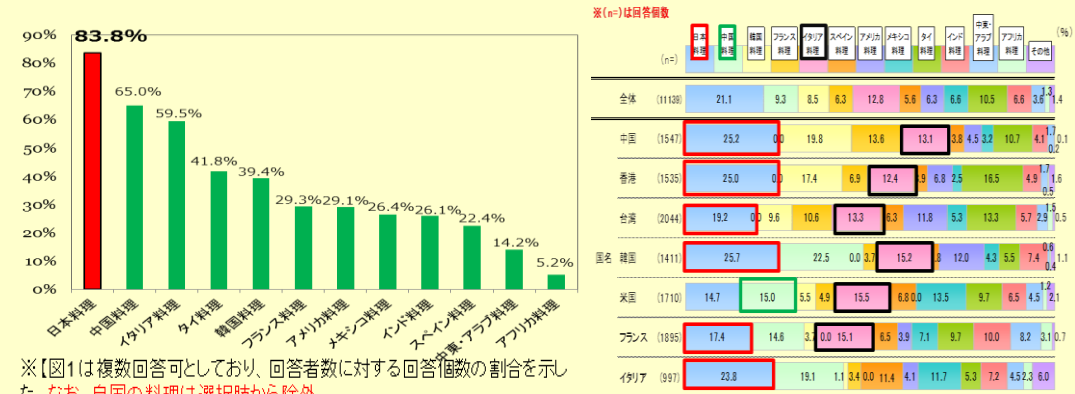
### 日本料理への高い好感度

- 好きな外国料理、全体1位は日本。回答者の83.8%が日本料理を好きと回答【図1】
- 米国を除く全ての国・地域で1位は「日本料理」(米国では3位)【図2】
- 日本、イタリア以外は、近隣国の食が高評価される傾向に

好きな外国料理

質問:「好きな料理かつ外食で食べる外国料理はどれですか(複数回答可)」 ※本設問においては、実施国の料理は選択肢から除外

【図1】好きな外国料理(7カ国全体結果) 【図2】好きな外国料理(各国の結果)



※【図1】は複数回答可としており、回答者数に対する回答個数の割合を示した。なお、自国の料理は選択肢から除外

出典: 日本食品に対する海外消費者意識アンケート調査(7カ国・地域比較版)(JETRO(2013年3月))

### 【日本食品・日本料理に関する評価】

- ◆日本料理が好きな理由  
主な理由は「味の良さ」「健康に配慮」「洗練されている・高級感」。
- ◆日本料理のイメージ  
「美味しい」「健康に良い」「おしゃれ」「安全」など総じてポジティブなイメージが強い一方、4割程度の回答者が「価格が高い」と回答。
- ◆好きな日本料理  
「寿司・刺身」「天ぷら」「ラーメン」などが上位。

出典: 日本食品に対する海外消費者意識アンケート調査(6都市比較版)(JETRO(2014年3月))



# 日本食・食文化の普及の取組

○今後10年間で、340兆円から680兆円に倍増すると見込まれている世界の食市場の獲得のために、**日本食・食文化の魅力を正しく普及していくことが重要**。  
そのためには、日本食・食文化が海外において**継続的に普及継承されていくような仕組みを構築**することが必要。

## 総理、農林水産大臣等によるトップセールス

出張等の機会に合わせ、レセプションにおいて、日本産食材を活用したメニュー等を提供

例) 27年9月に、国連総会時に合わせた日本食文化発信のイベントを実施。



## 海外の料理学校

将来の料理人を育成する海外の料理学校において日本食講座を開設

例) 25年3月に、コルドンブルー(仏)で日本食講座を実施。



## メディア等

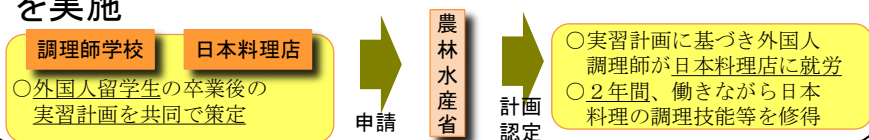
影響力の高いメディア等を活用して、海外で、日本食・食文化の魅力を発信

例)・影響力の高いメディアであるCNNを活用した和牛・水産物・日本酒・日本茶のCMを制作。  
・欧州トップクラスの発信力を持つBBCによる、一汁三菜のCMを制作し放映。



## 外国人調理師の在留資格の要件緩和

H26年2月から外国人調理師が日本国内において働きながら日本料理を学べるように在留資格の要件緩和を実施



## 海外の日本食レストラン等

海外の複数の日本食レストラン等と連携し、一般消費者に日本食・食文化の魅力を伝える料理の提供等を実施

例) 国際的なシェフ学会であるMadrid Fusion 2015にて日本産食材・地域食材と調理法を紹介。



## 海外のトップシェフや食関連事業者等

世界的トップシェフに日本食・食文化への正しい魅力を深めて貰う取組を実施

例) パリにおいてアラン・デュカスと連携した日本食や日本産食材のPRイベントを開催



アラン・デュカス氏

# 和食普及 及び 輸出促進



## 農林水産物・食品の輸出額目標 「2020年1兆円」の前倒しを目指す

日本食・食文化の魅力を発信！



出典：農林水産省広報誌  
「aff」2015年6月号改



# 輸出促進の推進体制(輸出戦略実行委員会)

●農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略に基づく取組の検証や、オールジャパンでの実効性ある輸出拡大に向けた取組体制等について議論を行うため、農林水産物等輸出促進全国協議会の下に各重点品目の団体等で構成する輸出戦略実行委員会を設置。

農林水産物等輸出促進全国協議会

農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略  
(平成25年8月策定)

Cool Japan戦略

Visit Japan戦略

司令塔

輸出戦略実行委員会

品目部会

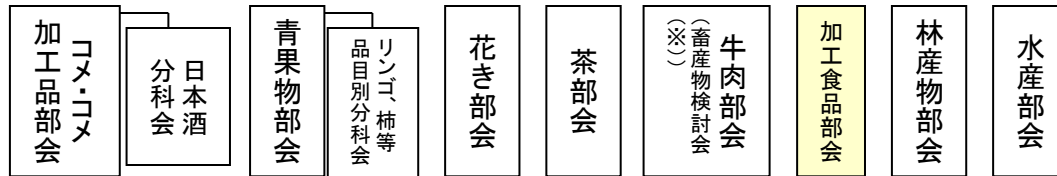
平成26年6月設立

構成: 品目別団体(コメ、畜産物、茶、花き、酒、木材、水産物)、全国知事会、日本貿易会、JETRO、食品産業センター、全農、全中、関係省庁(農水、外務、財務、厚労、経産、国交、観光、知財事務局)  
目的: 重点品目ごとの輸出戦略に基づき、**オールジャパンでの輸出拡大に取り組む**

輸出商社等の専門家も含めた議論の場を設置し、品目別輸出団体等が輸出拡大に向けて取り組むべき方針を作成。

- 輸出拡大方針の策定 オールジャパンでのマーケティング(対象市場、PR手法等の選定)、品目別輸出団体の育成の検討 等
- 優先的に対応が必要な規制・制度の整理

※ 豚肉、鶏肉、鶏卵、牛乳・乳製品の輸出戦略を策定済

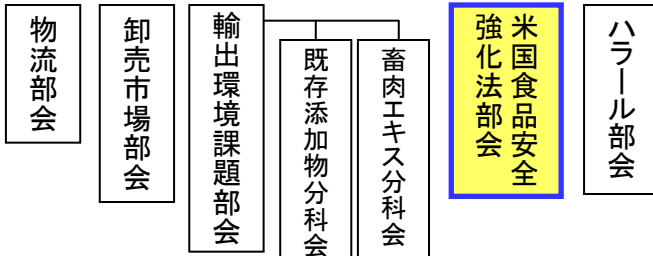


品目ごとの輸出団体

【取組】産地間連携の推進、市場調査、見本市、商談会への参加、ジャパンブランド確立、オールジャパンでの日本産品PR 等

テーマ別部会

品目横断的な主要テーマについて、輸出を促進/障害を除去するための方策を議論。



地方ブロック意見交換会

地域ごとの課題を聴取。輸出戦略、産地間連携の取組みを説明し、意見交換。

国際農産物等市場構想

日本食文化コンソーシアム

Global Food Value-Chain 構想

国内

現地

JETRO

本部(東京・大阪)  
国内43貿易情報センター

- ・相談対応=情報のワンストップサービス (平成26年4月~平成27年3月末の相談窓口実績10,444件)
- ・輸出事業セミナーの開催 (商談スキルセミナー、海外マーケットセミナー等)
- ・国内商談会の開催
- ・専門家によるサポート (個別企業支援) 等

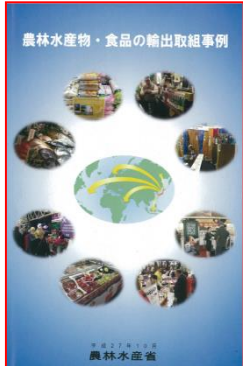
海外事務所  
54カ国、73事務所

- ・海外商談会の開催
- ・海外見本市への出席
- ・海外プロモーターによるサポート(商談、マッチング、バイヤー発掘 等)
- ・市場調査 等

# 輸出促進事業の展開事例

●輸出促進に向け、各種情報の提供や商談機会の確保、事業者の取組に対する支援を実施。

## ○輸出に必要な情報の提供



農林水産省輸出相談窓口



▲農水省のウェブサイトやメールマガジンによる情報提供

## ○国内外バイヤーとの商談機会の提供等 (輸出総合サポートプロジェクト)



▲国内・海外商談会の開催



▲海外の食品見本市等における、ジャパンパビリオンの出展

## ○意欲ある農林漁業者等の輸出活動に対する支援 (輸出に取り組む事業者向け対策事業)



▲海外のスーパー等における試食会の開催、市場調査



▲品目別ロゴマークの作成・普及(図は和牛の例)



▲セミナーの開催(商談スキル、ハラル対応、HACCP等)



▲トップセールスの支援(青果物をPRする林大臣(当時)(2015年8月、於香港))

I. 輸出促進対策について

II. 米国食品安全強化法(FSMA)について

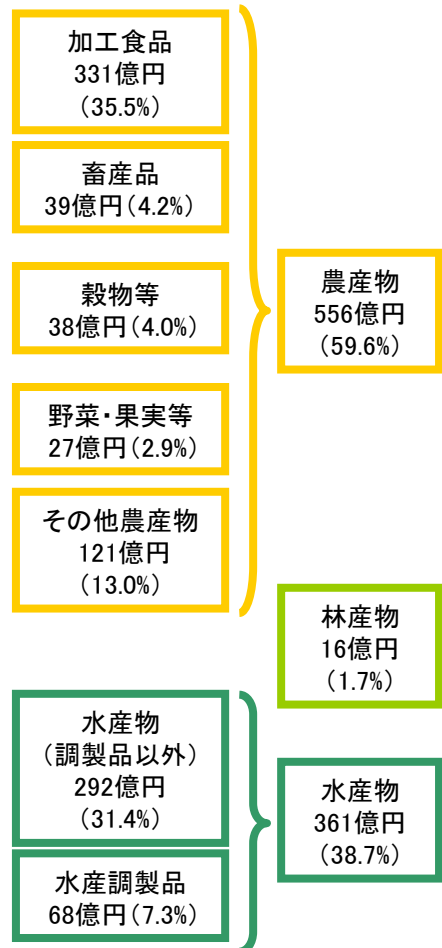
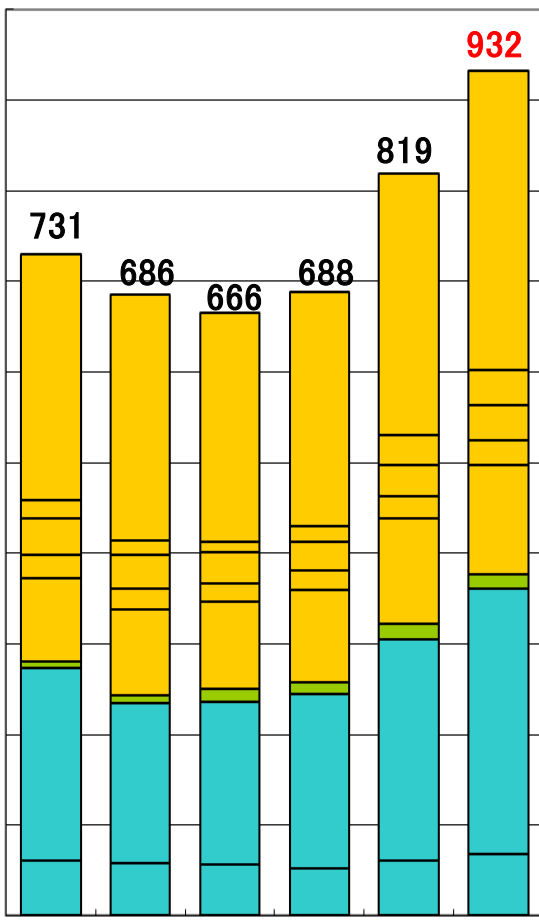
# 米国向け農林水産物・食品の輸出額の品目別内訳

- 米国向け農林水産物・食品の輸出額は、平成26年 **932億円** (世界第2位、対前年+13.9%)。
- 上位品目は、ホタテ貝、ぶり、アルコール飲料。

(億円)

1,000

900  
800  
700  
600  
500  
400  
300  
200  
100  
0



※ カッコ内は全体に占める割合

## 米国向け農林水産物・食品輸出品目上位10位

	2009年 平成21年	2010年 平成22年	2011年 平成23年	2012年 平成24年	2013年 平成25年	2014年 平成26年
1	ホタテ貝 (生・蔵・凍・乾) 78億円	ぶり(生・蔵・凍) 61億円	ぶり(生・蔵・凍) 71億円	ぶり(生・蔵・凍) 69億円	ホタテ貝 (生・蔵・凍・乾) 113億円	ホタテ貝 (生・蔵・凍・乾) 140億円
2	ぶり(生・蔵・凍) 51億円	ソース混合調味料 48億円	ソース混合調味料 47億円	ホタテ貝 (生・蔵・凍・乾) 58億円	ぶり(生・蔵・凍) 74億円	ぶり(生・蔵・凍) 84億円
3	ソース混合調味料 44億円	アルコール飲料 44億円	アルコール飲料 46億円	アルコール飲料 46億円	アルコール飲料 59億円	アルコール飲料 63億円
4	アルコール飲料 42億円	真珠(天然・養殖) 32億円	真珠(天然・養殖) 29億円	ソース混合調味料 46億円	ソース混合調味料 53億円	ソース混合調味料 53億円
5	真珠(天然・養殖) 29億円	植物性油脂 25億円	植物性油脂 24億円	真珠(天然・養殖) 31億円	真珠(天然・養殖) 33億円	植物性油脂 38億円
6	魚肉かまぼこ等練り製品 25億円	魚肉かまぼこ等練り製品 24億円	魚肉かまぼこ等練り製品 23億円	植物性油脂 25億円	植物性油脂 33億円	真珠(天然・養殖) 37億円
7	植物性油脂 24億円	ホタテ貝 (生・蔵・凍・乾) 21億円	緑茶 23億円	緑茶 23億円	緑茶 31億円	緑茶 34億円
8	清涼飲料水 19億円	清涼飲料水 20億円	ホタテ貝 (生・蔵・凍・乾) 20億円	魚肉かまぼこ等練り製品 21億円	魚肉かまぼこ等練り製品 24億円	魚肉かまぼこ等練り製品 27億円
9	緑茶 16億円	緑茶 20億円	清涼飲料水 16億円	清涼飲料水 20億円	清涼飲料水 17億円	清涼飲料水 20億円
10	菓子(米菓を除く) 13億円	菓子(米菓を除く) 11億円	配合調製飼料 15億円	配合調製飼料 19億円	ゼラチン 16億円	ゼラチン 17億円

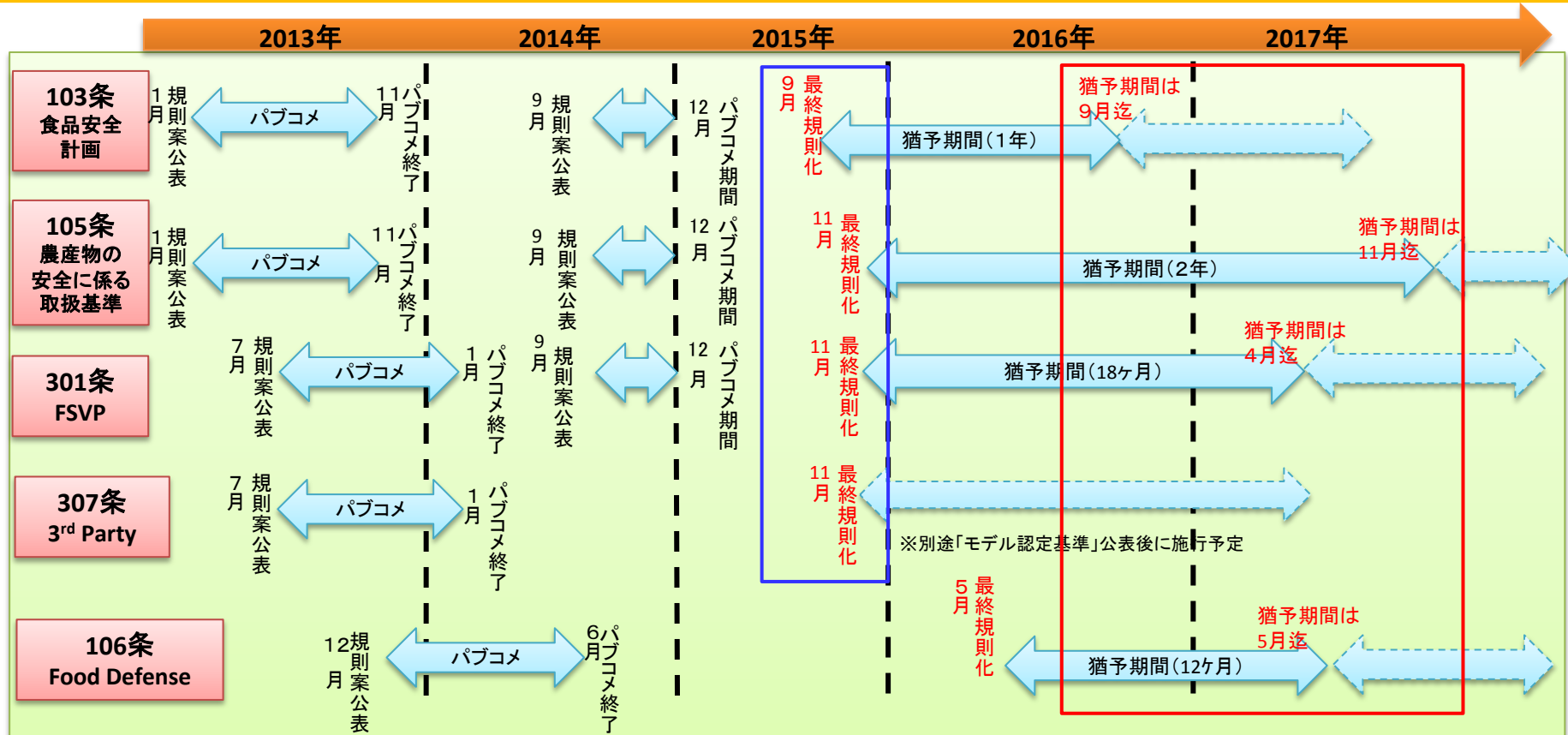
水産HACCP対象品目 (且つFSMA対象品目)      FSMA対象品目

※ソース混合調味料・・・ソース、たれ、ドレッシング、カレー調製品等の調味料。

資料:財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

# FSMA 今後のスケジュール

- FSMAの法律は2011年1月に既に成立済み。2013年1月以降、FDAは代表的な規則案を順次公表し、パブコメを募集してきたところ。
- 下記の通り、2015年から16年にかけて代表的な規則が順次最終化され、2017年中には全ての規則が施行される見込み。



(注1) 原則として、上記の猶予期間に加えて、企業規模(“Very Small Business”等)に応じて、更に1年等の猶予期間が設けられている。

(注2) 103条施行後は、FDAによる海外の食品製造施設の査察時に、HACCP計画等の確認が必須となる(現在は、GMP(製造管理・品質管理基準)等のチェックが主。)



# 米国向け農林水産物・食品に関連するFSMAの主な内容

品目	事項	食品安全計画策定等	農産物の安全に係る取扱基準	外国施設へのFDA検査の強化	FDAへの施設登録	海外供給事業者検証プログラム
		(103条)	(105条)	(201/306条)	(102条)	(301条)
<b>農産物</b>						
穀物（コメ、麦等）、茶		△ <sup>1</sup>	×	○	△ <sup>2</sup>	○
野菜（長芋（Yam）を含む）		×	○	○	×	○
野菜（未加工で消費されることが殆ど無いもの（例：ワサビ等））		×	×	○	×	○
野菜加工品		△ <sup>3</sup>	×	○	○	○
果実		×	○	○	×	○
日本酒		(○*)	×	—	○	×
水産物		(○*) 但し海藻類は○	×	○	○	(○*) 但し海藻類は○
加工食品		○	×	○	○	○
肉、肉加工品、卵		(○*)	×	×	×	×

○：適用されます ×：適用されません (○\*)：別法で既に義務化済、導入済 —：不明（今後確認予定）

△<sup>1</sup>：農場での生産活動に基本的には適用されませんが、穀物の流通・消費に係る活動や、製茶プロセス等には適用されます。

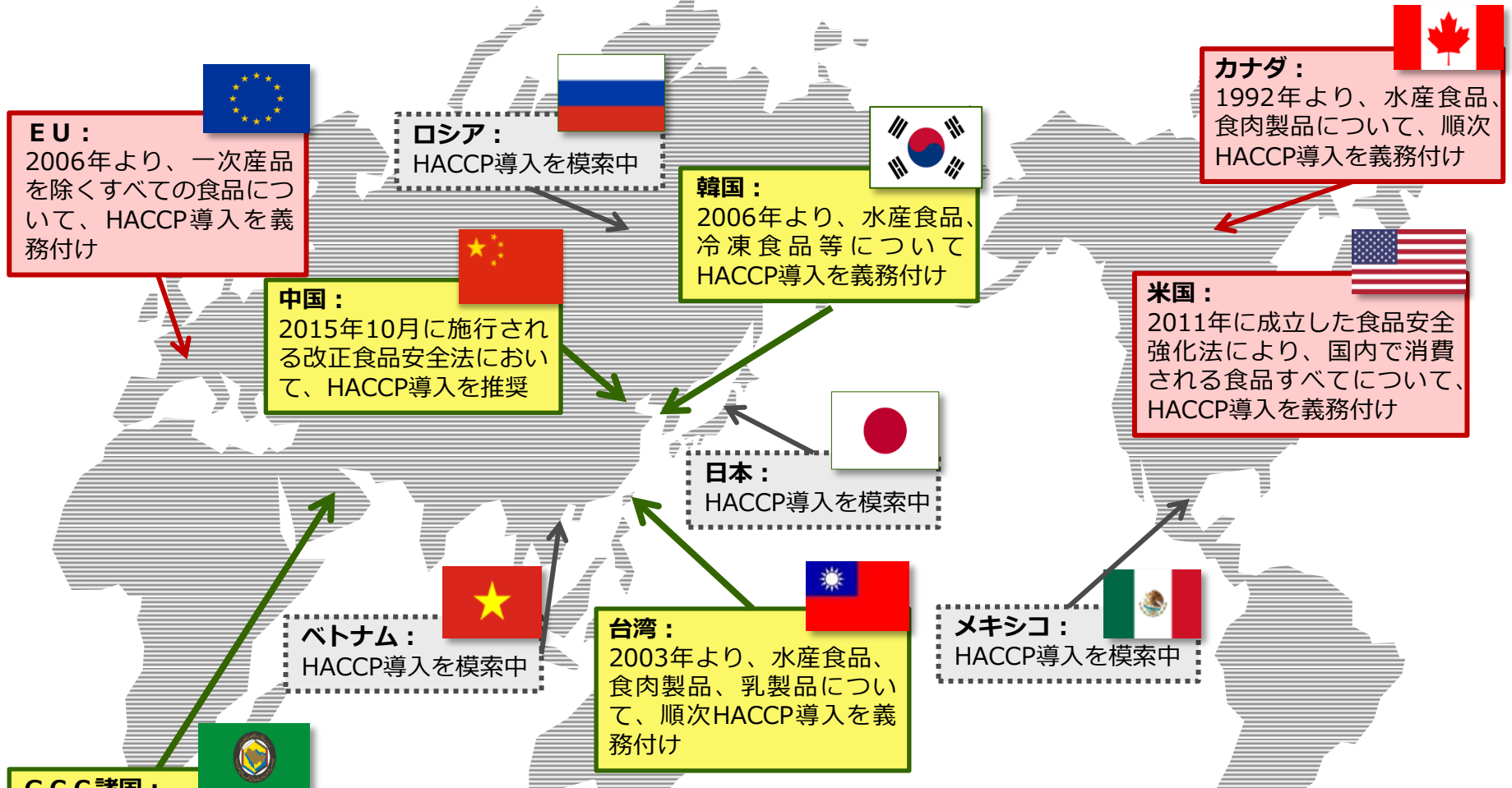
△<sup>2</sup>：基本は適用されませんが、△<sup>1</sup>にて該当する活動・プロセスには適用されます。

△<sup>3</sup>：農場での加工品でも、出資比率/規模/リスクによっては適用されるケースがあります。

○：今後、動向を確認する必要がありますが、米国内の農場に実際にFDAが検査に来たケースは無いと聞いています。

FSMAの主要事項の概要については、以下のホームページ（HP）を参照下さい。 [http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/index.html#fsma\\_top](http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/index.html#fsma_top)

# 海外におけるHACCP導入の動き (厚生労働省資料)



農林水産物・食品の輸出額上位15か国 (億円・平成26年度実績)					
1. 香港	1,343	6. タイ	348	11. <b>カナダ</b>	74
2. <b>米国</b>	<b>932</b>	7. <b>EU</b>	<b>332</b>	12. フィリピン	70
3. <b>台湾</b>	<b>837</b>	8. <b>ベトナム</b>	<b>292</b>	13. マレーシア	68
4. <b>中国</b>	<b>622</b>	9. シンガポール	189	14. <b>UAE</b>	<b>59</b>
5. <b>韓国</b>	<b>409</b>	10. 豪州	94	15. インドネシア	59

# 農林水産省におけるFSMAへの取組

- 平成26年8月に輸出戦略実行委員会の下にFSMA部会を設立、業界団体・JETRO・厚生労働省・農林水産省等で対応策を検討。
- FSMAに特化した情報を適時発信するため、農林水産省FSMAメルマガを発行。現在、読者約1,000名に対して5回発行済(1月8日時点)。
- 農林水産省ホームページに解説資料等を掲載。
- FDAと協議を実施。セミナーにFDA担当官を招聘し、日本事業者のFSMAに対する理解を促進。
- 地方農政局等とも連携して、対米輸出に取り組む全国の事業者を幅広くサポートする体制を構築。

# 結語

- **米国**は、我が国にとって農林水産物・食品の輸出額で**第2位**を占める重要な相手国です。今後も更なる輸出拡大を図りたいと考えております
- 農林水産省は、厚生労働省等と連携しながら、FSMA部会における検討やFDAとの協議を通じて、事業者の**皆様の対米輸出をサポート**していきます
- 必要なことがございましたら、お気軽に以下の連絡まで、お問い合わせ下さい。

農林水産省 食料産業局 輸出促進課 事業者支援班

電話 03-3501-4079 Fax 03-6738-6475

E-mail [hiroshi\\_matsuura060@maff.go.jp](mailto:hiroshi_matsuura060@maff.go.jp) 松浦課長補佐  
[eiji\\_maruo640@maff.go.jp](mailto:eiji_maruo640@maff.go.jp) 丸尾調査員

FSMA関連HP <http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/index.html#fsr>

# 輸出相談窓口

農林水産省は、農林水産物・食品の輸出に取り組む方を応援しています。  
お気軽にお問い合わせ下さい。

## 【電話】

北海道農政事務所生産経営産業部事業支援課	(011) 330-8810
東北農政局経営・事業支援部地域連携課	(022) 221-6402
関東農政局経営・事業支援部地域連携課	(048) 740-5351
北陸農政局経営・事業支援部地域連携課	(076) 232-4233
東海農政局経営・事業支援部地域連携課	(052) 223-4619
近畿農政局経営・事業支援部地域連携課	(075) 414-9101
中国四国農政局経営・事業支援部地域連携課	(086) 224-9415
九州農政局経営・事業支援部地域連携課	(096) 211-8607
沖縄総合事務局農林水産部農政課	(098) 866-1627
農林水産省食料産業局輸出促進課	(03) 6744-7155

## 【お問合せメールフォーム】

<https://www.contact.maff.go.jp/maff/form/1241.html>