

日本産酒類の輸出促進連絡会議 説明資料

2013年11月

農林水産省食料産業局

食文化・食産業のグローバル展開

- 日本の食文化の普及に取り組みつつ、日本の食産業の海外展開と日本の農林水産物・食品の輸出促進を一体的に展開することにより、グローバルな「食市場」(今後10年間で340兆円から680兆円に倍増)を獲得。
- このため、世界の料理界で日本食材の活用推進(Made FROM Japan)、日本の「食文化・食産業」の海外展開(Made BY Japan)、日本の農林水産物・食品の輸出(Made IN Japan)、の取組を一体的に推進。



日本食文化の普及

日本食の普及を行う人材育成、
メディアの効果的活用等を各省連携して実施



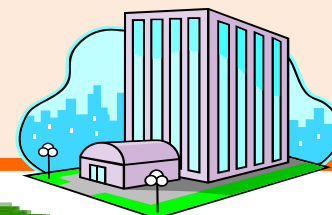
世界の料理界で日本食材の活用推進 (Made FROM Japan)

日本食材と世界の料理界とのコラボレーション
※世界中のシェフが日本のゆずをメニュー化
※中華料理の高級食材として輸出されるホタテ



日本の「食文化・食産業」の海外展開 (Made BY Japan)

- ① ビジネス環境の整備
- ② 人材育成
- ③ 出資による支援



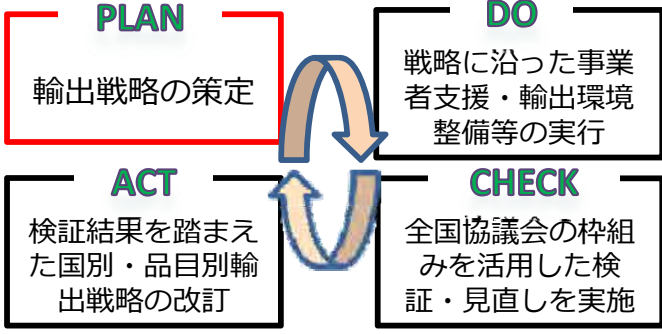
日本の農林水産物・食品の輸出 (Made IN Japan)

国別・品目別輸出戦略の実行
(全国協議会の枠組みを活用した検証・見直しを実施)



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



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】

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
(EU、ロシア、東南アジア、アフリカなど)

「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
(EU、ロシア、東南アジア、中国、中東、ブラジル、インドなど)

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
(台湾、豪州、EU、ロシアなど)

日本式構法住宅普及を通じた日本産木材の輸出など
(中国、韓国など)

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
(EU、ロシア、シンガポール、カナダなど)

新規市場の戦略的な開拓、年間を通じた供給の確立など
(EU、ロシア、東南アジア、中東など)

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
(EU、米国、香港、シンガポール、タイ、カナダ、UAE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
(EU、ロシア、米国など)

1兆円

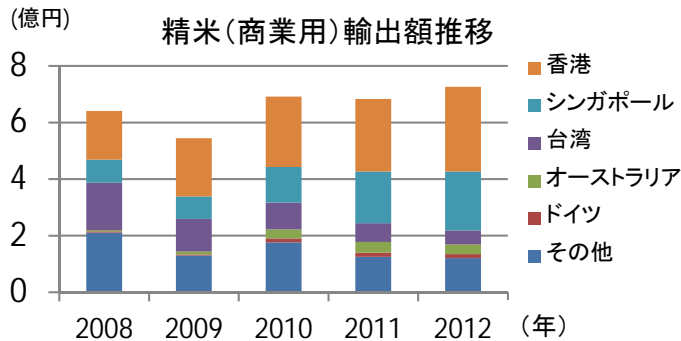
水産物 3,500億円
加工食品 5,000億円
コメ・コメ加工品 600億円
林産物 250億円
花き 150億円
青果物 250億円
牛肉 250億円
茶 150億円

【2020年】

コメ・コメ加工品の輸出戦略

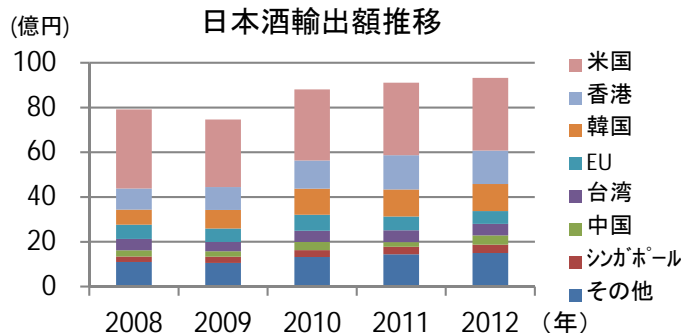
輸出の現状

- 精米の輸出量は、5年間で約2倍の2千t(約7億円)。香港・シンガポールで約7割。中国向けは、過去最大でも100t程度。



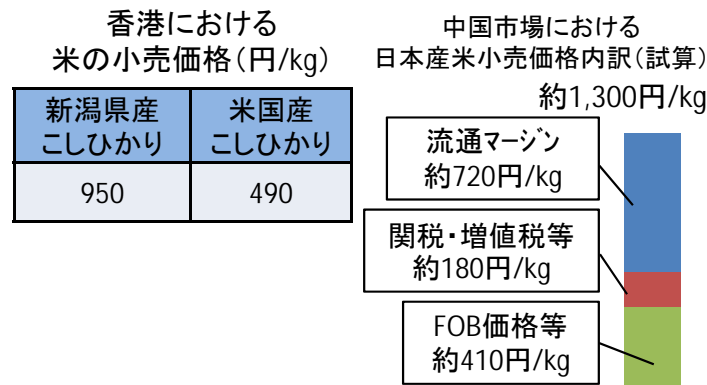
- 2012年の米菓輸出額は、約30億円。主な輸出先は、台湾、米国、香港等。

- 2012年の日本酒輸出額は約90億円。輸出先は、米国・香港で全体の5割。



分析

- 日本産米に対する評価は高いが、許容できる価格差には限界。
- 精米から長期間経過後も販売されているケースもあり品質にも疑問。
- 中国市場では、品質差を上回る高価格で流通しているのが実情。



- 世界のワイン消費量は、約2,400万klで、主要な消費国はEU、米国等。中国の消費量が上昇傾向。
- 世界の酒市場の大きさを考えれば、日本酒の輸出額の拡大余地は大きい。

各国を代表する酒の輸出額(2011年/億円)

日本酒	仏ワイン	英スコッチ
88	7,740	5,150

2020年目標と対応方向

- 輸出額目標: **600億円**。

- 精米だけでなく、包装米飯・日本酒・米菓も含めたコメ加工品の輸出に力を入れる。

- コメ(包装米飯含む)
現地での精米の取組や炊飯ロボットと合わせた外食への販売など、日本米のプレゼンスを高める取組を推進。

★重点国

新興市場: 台湾、豪州、EU、ロシア等
安定市場: 香港、シンガポール

- 米菓

相手国のニーズに合った商品の開発、手軽なスナックとしてのプロモーション強化。

★重点国

新興市場: 中東、中国、EU
安定市場: 台湾、香港、シンガポール、米国

- 日本酒

発信力の高い都市や重点市場でのイベント・事業を実施するほか、セミナー等を通じて、日本酒の良さについて普及。日本酒の生産増に対応した酒造好適米の増産が可能となるよう措置。

★重点国

新興市場: EU、台湾、中国、ブラジル、ロシア、韓国

安定市場: 米国、香港

日本産酒類をはじめとする日本食・食文化の普及の取組

2012年

- 7月 ロンドン五輪ジャパンハウスでのVIPレセプション
ロンドンTOPシェフによる日本食材の紹介と提供
- 8月 香港FoodEXPOジャパンパビリオンにて日本酒セミナー
日本酒の歴史や醸造方法、種類などの説明とともに日本酒の飲み方を提案
- 9月 サマーダボス会議のサイドイベント「ジャパンナイト」
和洋中の料理別に相性の良い日本の地酒を提供



ロシアでの日本食レセプションで安倍総理、江藤農林水産副大臣が日本産酒類等をはじめとする日本食を直々にトップセールス

2013年

- 1月 ダボス会議のサイドイベント「ジャパンナイト」
欧州で注目されている弁当スタイルで酒と食をセットで提供
- 2-3月 フランスにおける日本食文化週間
現地フランス人の発案による日本食文化の総合的な情報発信
- 4-5月 ロシア、アブダビ等における日本食レセプションの開催
安倍総理、江藤農林水産副大臣が日本食を直々にトップセールス
- 6月 日仏ワーキングランチ開催
総理大臣官邸において、オランダ仏大統領に日本食を紹介
ポーランドでの日本食レセプションを開催
安倍総理のポーランド歴訪にあわせて、現地で日本食を紹介
- 8月 中東における日本産果物のPR
バーレーン、クウェート、カタールに歴訪された安倍総理が、食事会やPRイベントにおいて、全国各地の季節の果物を紹介。
- 11月 輸出促進全国協議会と夕食会「“おいしい” to the world」の開催
農林水産物等輸出促進全国協議会総会で日本食海外普及功労者表彰を実施。また在京の大使等を招き、日本食の魅力を発信。



日仏ワーキングランチで日本酒「獺祭」と山梨甲州白ワインを紹介



ポーランド日本食レセプションで日本酒をトップセールス



農林水産物等輸出促進全国協議会総会の夕食会での乾杯の様子と、林大臣と在京大使等との懇談の様子