

クールジャパン戦略の関連施策について
(クールジャパン戦略会議資料)

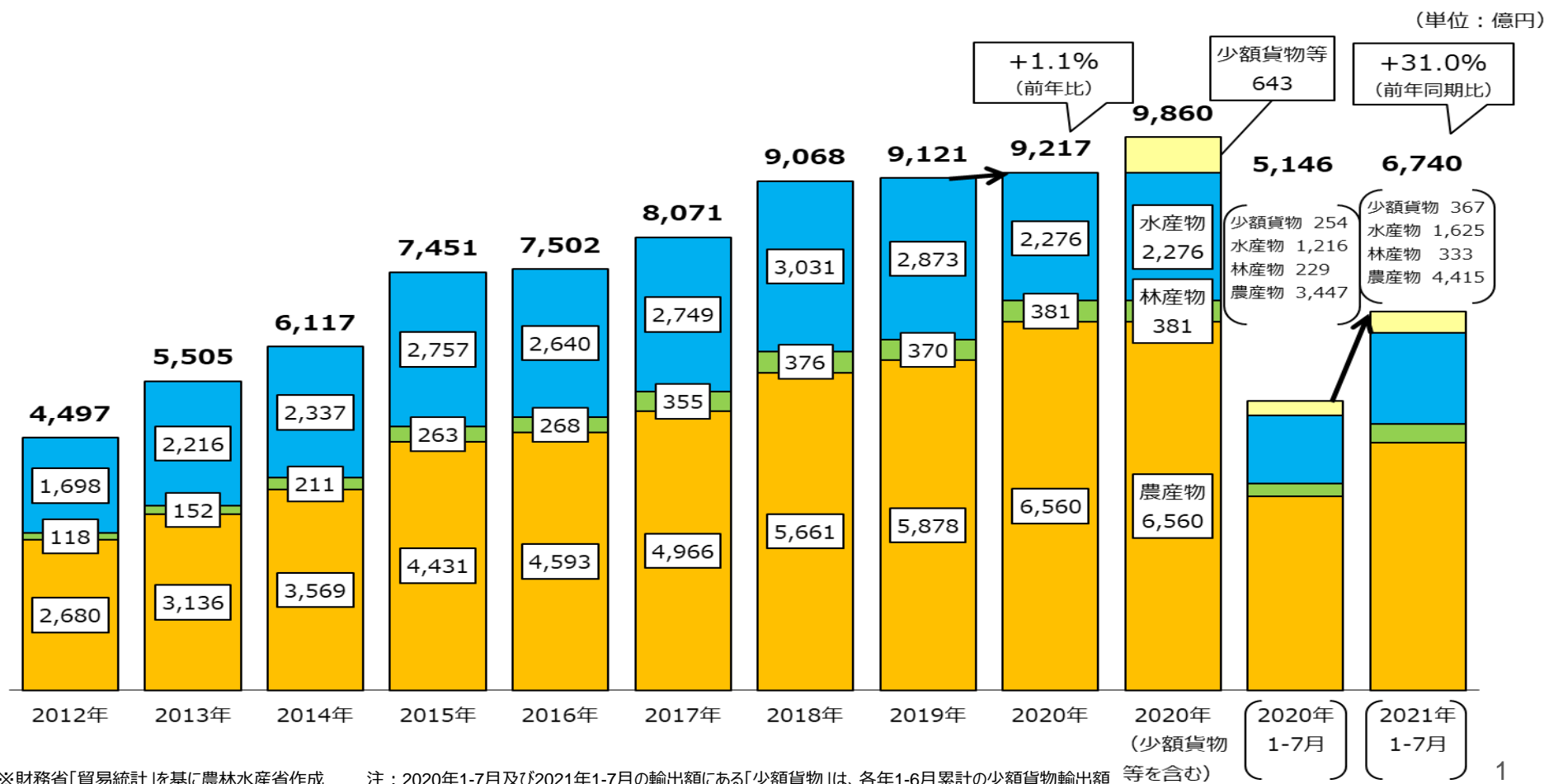


令和3年9月

農林水産省

農林水産物・食品の輸出実績

- 2020年の農林水産物・食品の輸出額は9,217億円（前年比+1.1%）となり、8年連続で過去最高額を更新。また、少額貨物等を含む輸出額は9,860億円（前年比+1.5%）。
- 2021年に入っても、引き続き好調を維持し、上半期の輸出額は5,773億円（前年同期比+31.6%）となり、上半期の実績としては、過去最高額を更新。
- 本年7月も967億円（前年同月比+27.5%）となり、13か月連続で前年を上回っている。



農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略とそのフォローアップについて

戦略の趣旨

- 2025年2兆円・2030年5兆円目標の達成は、海外市場で求められるスペック（量・価格・品質・規格）の産品を専門的・継続的に生産・販売する（＝「マーケットイン」）体制整備が不可欠



- R2年11月に、速やかに実行するもの、R3年夏までに方向を決定し実行するものを実行戦略として取りまとめ
- さらにR3年5月に、実行戦略の検討事項、ヒアリング等で明らかになった課題をフォローアップとして整理

3つの基本的な考え方と具体的施策

1. 日本の強みを最大限に発揮するための取組

- ① 輸出重点品目(27品目)と輸出目標の設定
- ② 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
- ③ 計画的にマーケットイン輸出に輸出に取り組む産地・事業者を育成
- ④ 生産から海外での販売に至る品目団体を組織化
- ⑤ 輸出先国において政府一体となって事業者を支援する体制を整備

2. マーケットインの発想で輸出にチャレンジする事業者の支援

- ⑥ 投資円滑化法に基づき輸出に取り組む事業者へリスクマネーを供給
- ⑦ 農産品輸出特有のリスクに対応するためのセーフティネットを措置
- ⑧ 効率的な輸出物流を構築し、輸送コストを低減
- ⑨ 加工食品輸出に必要な設備投資を促進、事業者の輸出体制を構築
- ⑩ 輸出を後押しする農林水産物・食品事業者の海外展開を支援

3. 政府一体となった輸出の障害の克服

- ⑪ 輸出本部の下、政府一体となった規制の緩和・撤廃の取組
- ⑫ 輸出先国の規制やニーズに対応した施設等の整備目標の設定
- ⑬ 民間機関を活用し、輸出証明書の発行を迅速化
- ⑭ 輸出証明書発給を電子化し、事業者の利便性を向上
- ⑮ 政府一体となって日本の知的財産を保護・活用

4. 輸出促進法を改正し、上記課題の対応を実現

- ⑯ 輸出促進法改正の検討を行うとともに、金融・税制などを含めた幅広い支援を検討。



27の重点品目について

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を有し、輸出拡大余地の大きい27品目を重点品目に選定。

輸出重点品目	海外で評価される日本の強み	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。	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。
豚肉、鶏肉	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。	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。
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。	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。
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。	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。
果樹(りんご、ぶどう、もも、かんきつ)、野菜(いちご)	甘くて美味しく、見た目も良い日本の果実は海外でも人気。	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。
野菜(かんしょ等) ※	焼き芋がアジアで大人気。輸出が急増。	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。
切り花	外国にはない品種に強み。輸出の伸び率が高い。	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。
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。	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。
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。	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。
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。	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。
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。	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。

計画的にマーケットイン輸出に取り組む産地・事業者の育成

輸出拡大実行戦略に基づき、

- 主として輸出向けの生産を行う1,261の輸出産地・事業者をリスト化。
- 令和3年度中を目途に、当該輸出産地について、輸出促進法に基づく輸出事業計画のスキームの下、産地ごとの輸出目標やその実行のための課題と対策を明確化。政府は輸出に対する各種支援を輸出事業計画とリンクさせ、輸出産地・事業者の目標達成を支援。
- これら輸出産地・事業者をサポートするために、専門家として「輸出産地サポーター」を地方農政局等に配置。

輸出戦略においてリスト化した輸出産地・事業者

1,261産地・事業者を公表

(令和3年5月現在)

重点品目	輸出産地数	重点品目	輸出産地数
牛肉	18産地	コメ・パックご飯・米粉及び米粉製品	37産地
豚肉	5産地	製材	4産地
鶏肉	7産地	合板	8社
鶏卵	7産地	ぶり	7産地
牛乳乳製品	2産地、5社	たい	3産地
果樹（りんご）	7産地	ホタテ貝	2産地
果樹（ぶどう）	5産地	真珠	1産地
果樹（もも）	6産地	清涼飲料水	11社
果樹（かんきつ）	14産地	菓子	46社
野菜（いちご）	12産地	ソース混合調味料	14社
野菜（かんしょ・かんしょ加工品・その他野菜）	38産地	味噌	20産地、39社
切り花	9産地	醤油	23産地、48社
茶	12産地	清酒（日本酒）	618者
		ウイスキー	33者
		本格焼酎・泡盛	200者

計画策定に向けたサポート支援

<輸出産地サポーターの配置>

地方農政局等に民間の専門人材を「輸出産地サポーター」として採用するなどして、輸出産地・事業者の輸出事業計画の策定・実施を伴走型で支援

<計画策定マニュアルの作成>

輸出産地・事業者の輸出事業計画策定のためのマニュアルを作成

リスクを取って輸出に取り組む事業者への投資の支援

改正投資円滑化法に基づき輸出に取り組む事業者へリスクマネーを供給

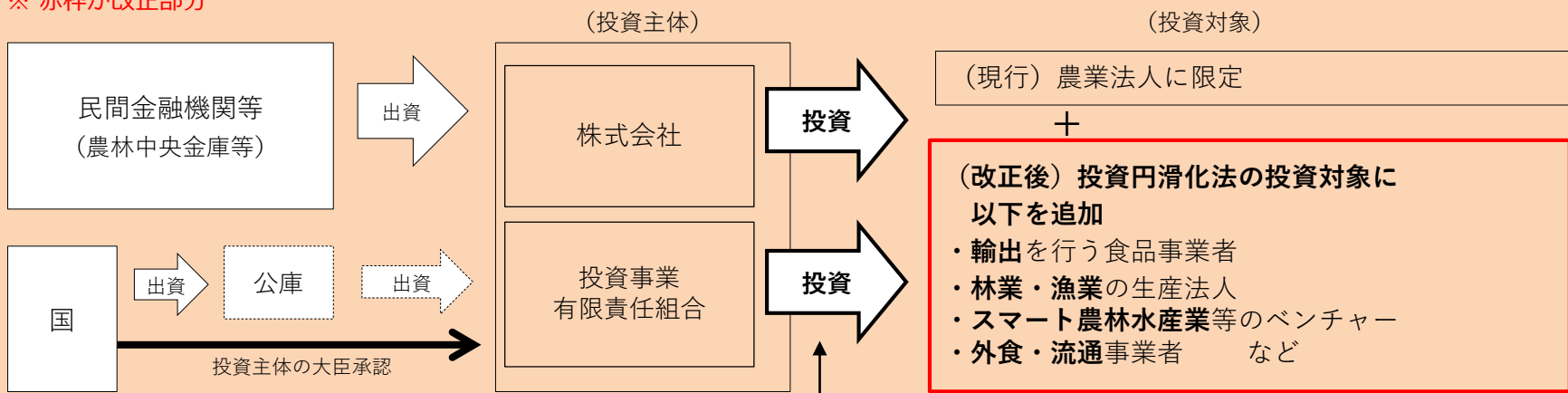
■ 改正投資円滑化法が8月2日に施行

- 改正投資円滑化法に基づき、輸出に取り組む事業者や、海外での製造・物流・販売拠点を運営する現地法人等への投資を行う投資事業有限責任組合（LPS）を組成
- 民間金融機関等の参画を推進し、輸出に取り組む事業者に対する投資を拡大



リスクマネーの供給により海外の規制やニーズ対応に向けた設備投資や、輸出に取り組む事業者の参入を促進

※ 赤枠が改正部分



投資事業有限責任組合が行う外国法人に対する投資に関する特例措置

→ (LPSは組成したファンドを上限なく海外法人への出資に使うことが可能 50%→100%)

日本産食材サポーター店等と連携したプロモーション

○ 海外で日本産食材を積極的に使用している日本産食材サポーター店（飲食・小売店）等と連携し、重点品目の販路拡大に向けた日本産食材等の需要喚起のためのプロモーション等を実施。

日本産食材を活用した料理の試食やサンプルの提供、日本産食材の魅力を紹介する動画等のコンテンツの制作・発信、ウェブサイトやSNS等を活用した情報発信、現地インフルエンサーを起用した情報拡散等、現地飲食店や小売店等による日本産食材等の取扱い拡大につながるプロモーション等を実施。
令和2年度実施件数：34件（20カ国・地域）

【令和2年度の取組例】

実施主体：JETRO（ロサンゼルス事務所）

実施期間：2020年11月～2021年2月

協力店：日本産食材サポーター店を中心
に約200店

PR食材：水産物（ブリ）

事業概要：



ミシュランシェフによる調理ライブ

1 日本産食材のデリバリーでのプロモーション

サポーター店を中心とした日本食レストランで取り扱う日本産ブリを、デリバリーにより消費者にサンプル提供してPR。

2 日本産食材のSNS等でのプロモーション

米国人ミシュランシェフが考案したブリを使用した料理のデモンストレーション及び日本におけるブリの生産・加工現場の様子をSNS等で主にシェフ向けにPR。

日本産ブリ・ハマチの魅力を、現地の日本人ミシュランシェフによりわかりやすく説明する動画を作成しYoutubeで消費者にPR。

3 日本産食材のECサイトでのプロモーション

ブリを使用した加工食品（南蛮漬け、生姜焼き）を日系食品メーカーと共同で2品考案し、ECサイトでレストラン・一般消費者向けにPR。



日本産食材サポーター店認定制度

日本産食材を積極的に使用する海外の飲食店や小売店を、民間団体等が自主的に「日本産食材サポーター店」として認定する制度。

認定実績：7,142店（うち 飲食店：4,434店、小売店2,708店）

※2021年6月末時点



SAVOR JAPAN（農泊 食文化海外発信地域）：地域の食・食文化によるインバウンド誘致

- 農泊（農山漁村滞在型旅行）を推進している地域であって、多様な地域の食やそれを支える農林水産業、伝統文化の魅力で、訪日外国人を誘客する重点地域を農林水産大臣が認定する制度を平成28年度に創設。
- 健康志向やサステナブルへの関心が高まる中、健康的な理由から人気の高い日本食・食文化の本場であり、自然、エコ（地産地消、混雑緩和）等の観点から、当地域への新たなインバウンドニーズが期待。
- バーチャルトリップ（疑似旅行体験）といった新たな情報発信に取り組むとともに、上質なサービスを求める訪日外国人に対応したコンテンツ造成に向けた検討等、コロナ収束後の受入体制の整備が課題。

<イメージ図>

知ってもらう、来てもらう

①認定地域の食・食文化を「SAVOR JAPAN」ブランドとして一体的に魅力発信



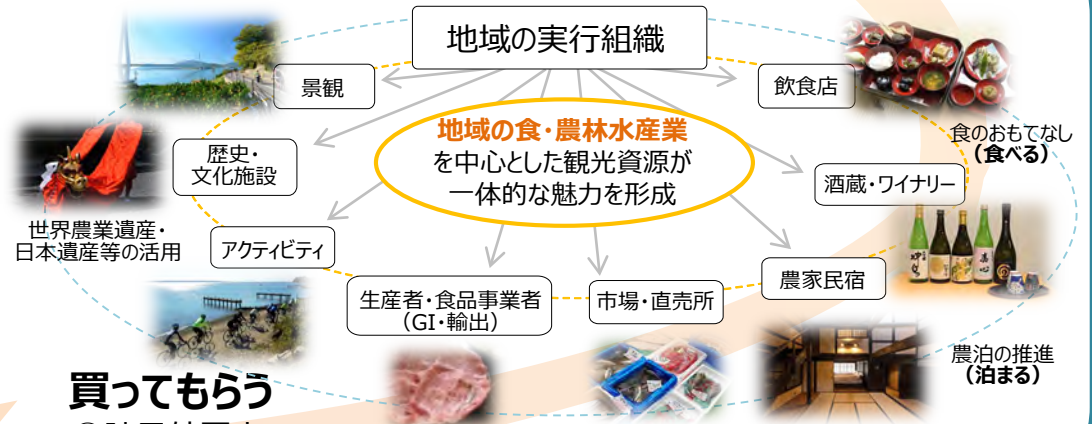
SAVOR JAPAN PR動画



食べてもらう、泊まってもらう

②日本食・食文化の「本場」である農山漁村での訪日外国人の受入体制の強化

地域の食とそれに不可欠な農林水産業や特徴のある気候、風土、景観、歴史などの観光資源を活用し、インバウンドを誘致



買ってもらう

③訪日外国人への農林水産物の販売促進


















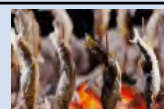


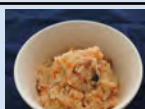



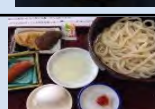
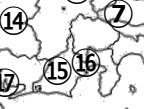


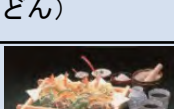







直売施設における販売促進 (買う)

認定地間ネットワーク (地域資源の磨き上げ)

④訪日外国人の更なる増加と輸出等の新たな需要の創出 (好循環の更なる拡大)

「SAVOR JAPAN」認定地域一覧 (H28~R2年度 : 計31地域)



<p>①北海道 十勝地域 (チーズ)</p> 	<p>⑩福井県 小浜市 (へしこ)</p> 	<p>⑯静岡県 大井川地域 (日本茶)</p> 	<p>⑳和歌山県 湯浅町 (醤油と海鮮料理)</p> 		
<p>②岩手県 一関市・平泉町 (もち料理)</p> 	<p>⑪長野県 小諸市 (おにかけそば)</p> 	<p>⑰愛知県 南知多町 (鯛料理)</p> 	<p>㉒鳥取県・兵庫県 因幡・但馬地域 (牛すすぎ鍋)</p> 		
<p>③秋田県 大館地域 (きりたんぽ)</p> 	<p>⑫長野県 白馬村 (そば料理)</p> 	 <div data-bbox="1333 642 1487 928" style="text-align: center;">  <p>SAVOR JAPAN Explore Regional Flavors</p> </div>			
<p>④山形県 鶴岡市 (精進料理)</p> 	<p>⑬長野県 山ノ内町 (りんご、そば)</p> 			<p>㉓広島県 尾道市 (法楽焼き)</p> 	<p>㉔徳島県 にし阿波地域 (そば米雑炊)</p> 
<p>⑤福島県 会津若松市 (こづゆ)</p> 	<p>⑭岐阜県 下呂市馬瀬地域 (鮎)</p> 			<p>㉕香川県 さぬき地域 (さぬきうどん)</p> 	<p>㉖愛媛県 八幡浜市 (柑橘とさつま汁)</p> 
<p>⑥栃木県 大田原市 (しもつかれ)</p> 	<p>⑮静岡県 浜松・浜名湖地域 (うなぎ)</p> 			<p>㉑京都府 森の京都地域 (かしのすき焼き)</p> 	<p>㉗長崎県 島原半島地域 (手延べそうめん)</p> 
<p>⑦埼玉県 秩父地域 (ずりあげうどん)</p> 	<p>⑯京都府 京都府北部地域 (丹後ばら寿司)</p> 			<p>㉒京都府 京都山城地域 (宇治茶)</p> 	<p>㉘大分県 国東半島地域 (だんご汁)</p> 
<p>⑧新潟県 十日町市 (へぎそば)</p> 	<p>⑰京都府 京都府北部地域 (丹後ばら寿司)</p> 			<p>㉓和歌山県 紀の川市 (フルーツ料理)</p> 	<p>㉙宮崎県 高千穂郷・椎葉山 地域 (神楽料理)</p> 
<p>⑨石川県 小松市 (報恩講料理)</p> 	<p>⑱三重県 大紀町 (松阪牛のすき焼き)</p> 			<p>㉔和歌山県 紀の川市 (フルーツ料理)</p> 	<p>㉚宮崎県 高千穂郷・椎葉山 地域 (神楽料理)</p> 

新たな情報発信（バーチャルトリップの実施）

- 訪日外国人旅行者に対する民間調査によれば、コロナ収束後に旅行したい国として、日本人気は引き続き高い結果となっている。また、海外においては、健康志向のさらなる高まりから、日本食の価値が再評価されている。
- SAVOR JAPAN地域を対象に、オンライン上での疑似旅行体験（バーチャルトリップ）を実施。コロナ収束後の訪日意欲を高め、インバウンドの回復と新規需要の獲得を支援。

【バーチャルトリップの実施概要】

○ 令和2年度

@香川県さぬき地域

令和2年8月29日 参加人数 約150名

さぬきうどんの歴史・食べ方・作り方を善通寺や製麺所を巡り、麺打ちの実演をしながら紹介。

@徳島県にし阿波地域

令和2年11月21日 参加人数 約280名

独特の高傾斜地集落の農耕法や在来の穀物、そば、芋等を中心とした伝統的な食文化を祖谷のかずら橋や茅葺き家屋を巡りながら紹介。

@山形県鶴岡市

令和3年3月13日参加人数 271名

国宝五重塔がある羽黒山杉並木を山伏とともに歩きながら地域の歴史を説明するとともに、精神文化と密接に関わる独自の食文化（精進料理）を紹介。

○ 令和3年度

新たに3地区程度で実施予定。

海外消費者がバーチャルトリップ終了後に商品購入が可能となる企画や、海外の旅行事業者を対象にコロナ収束後の旅行プランの商談に繋がるような企画も新たに提案。



食かけるプロジェクト：多様な食体験の提供と輸出拡大の一体的な取組

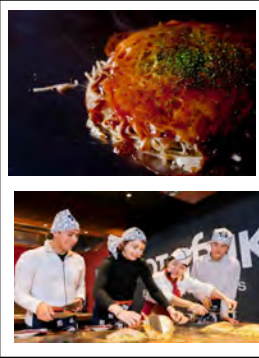
- 訪日中の食に関わる体験をした外国人が帰国後も日本の食を再体験できるような環境整備を図り、日本産農林水産物・食品の輸出拡大につなげていく「食かけるプロジェクト」を2018年度に立ち上げ。その一環として、食×アート、食×歴史、食×スポーツなど食と異分野を掛け合わせた取組を全国から募集し、表彰する「食かけるプライズ」を実施。
- 今年度は、持続可能性や食の多様性への対応等社会貢献に資する食体験を対象に特別賞を新たに設けるとともに、越境 E C サイトへの掲載等輸出につなげる取り組みを引き続き支援。

【食かけるプライズ2020における受賞事例】

【食かける大賞】 1件

食×広島お好み焼き×オコノムニケーション
【OKOSTA】（広島県）

広島のスoulフードである広島お好み焼きを本格鉄板でインストラクターと一緒に調理する体験。ヴィーガン、ベジタリアン、ハラル、グルテンフリーなど、あらゆる食のニーズに対応。



【食かける賞等】 他14件

日本茶×富士山×あなただけのブレンド
【富士山まる茂茶園株式会社】（静岡県）

富士山と太平洋を望む「富士の茶の間」で行う合組体験。合組という伝統的なブレンド技術を駆使して、茶師がゲストの好みを聞きながら様々なお茶とハーブやスパイスを組み合わせた世界に一つだけのお茶を作る。

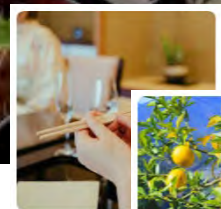


【食かけるプライズ2021募集告知】

Google Art & Cultureと連携した食文化発信

- 「Google Art & Culture」は、2011年からGoogle社が非営利で提供を開始した、2,000を超える世界各地の美術館や博物館等が所蔵する作品や文化遺産を鑑賞できるオンラインサービス。
- 農林水産省は、多様な食やそれらを支える農林水産業、伝統文化の魅力を国内外に発信するため、2018年6月にGoogle Art & Cultureとパートナー契約を締結し、2019年から日本食をテーマとするプロジェクトページ「Flavors of Japan – 奥深き日本の食文化を召し上がれ –」を公開。日本食の魅力を美しい写真や映像を用いてストーリー化。
- 農林水産省のページでは、全国53地域等から提供された写真や映像2,479点、83ストーリーを掲載。
- 2021年4月に第2弾として、日本の食文化に加え、それを支える生産者にもスポットを当てた48展示を新たに公開。

Flavors of Japan – 奥深き日本の食文化を召し上がれ –



オンライン展示
食事の作法を通じ知る、美しき日本
農林水産省



オンライン展示
“世界一”の美しい深い魅力
農林水産省



オンライン展示
安心して美味しい矢かき 牡蠣養殖へ親子3代の挑戦
農林水産省

農林水産省のページでは、地域の魅力ある食と農林水産業をここに観光客の誘致に取り組む「SAVOR JAPAN」の認定地域等の食や食文化に関わる写真や映像を掲載。

掲載記事		
北海道十勝地域(SJ・チーズ)	茨城県 (梨)	愛媛県(キャビアライム・河内晩柑)
秋田県大館地域(SJ・きりたんぼ)	茨城県 (栗)	福岡県 (いちじく)
埼玉県秩父地域(SJ・日本酒等)	栃木県 (いちご)	長野県 (レストランかまら村)
静岡県浜松・浜名湖地域(SJ・鰻等)	埼玉県 (フルーツ狩り)	長野県 (須賀川そば、早蕎麦)
広島県尾道市(SJ・瀬戸田レモン等)	神奈川県(湘南ゴールド)	長野県 (白馬ガレット)
香川県さぬき地域(SJ・さぬきうどん)	山梨県 (ドライフルーツ)	新潟県 (へぎそばと着物)
宮崎県高千穂郷・椎葉山地域 (SJ・高千穂神楽等)	山梨県 (桃)	愛知県 (鯛)
東京都 (豊洲市場)	長野県 (りんご)	三重県 (海女文化)
一財) 国民公園協会皇居外苑 楠公レストハウス(江戸時代のお弁当)	長野県(シャインマスカット)	三重県 (牡蠣)
(株)紀文食品 (おせち料理)	奈良県 (柿)	三重県 (松阪牛)
虎屋 (和菓子と桜)	岡山県 (清水白桃)	広島県 (牡蠣)
三信化工(株) (和食器等)	岡山県 (ワイン)	広島県 (海苔)
蕎麦割烹倉田 (和包丁等)	山口県 (夏みかん)	広島県 (食用バラ)
京都菊乃井(魯山人の器と料理)	山口県 (いちご)	大分県 (久留島流すき焼き)
新横浜ラーメン博物館	香川県 (フルーツ)	大分県(椎茸、関さば、関あじ等)
JAXA 宇宙航空研究開発機構(宇宙食)	高知県 (ゆず)	大分県 (日本酒)
小学館、集英社、講談社、リイド社、扶桑社(漫画で見る日本食)	高知県 (スイカ)	大分県 (農泊体験、郷土料理)
茨城県 (いちご)	愛媛県 (温州ミカン)	日本食マナー、だし文化等

※ SJ : SAVOR JAPAN地域

2030年輸出5兆円目標の実現に向けた「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」の実施

参考

【令和4年度予算概算要求額 18,833 (9,908) 百万円】

<対策のポイント>

5兆円目標の実現に向けて、官民一体となった海外での販売力の強化、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の後押し、省庁の垣根を超えた政府一体となった輸出の障害の克服等を支援します。

<政策目標>

農林水産物・食品の輸出額の拡大（2兆円 [2025年まで]、5兆円 [2030年まで]）

<事業の全体像>

1 品目別輸出目標の達成に向けた官民一体となった海外での販売力の強化 【69億円】

(1) マーケットイン輸出ビジネスの拡大

- 品目団体が輸出重点品目について、オールジャパンとして行う、海外における新規販路開拓、海外市場調査等の輸出力強化に向けた取組を支援
- J E T R O・J F O O D Oが行う、品目団体等と連携した販路開拓・戦略的プロモーション等を支援
- 主要な輸出先国・地域において、J E T R Oの海外事務所を活用し、在外公館等と連携してプラットフォームを立ち上げ、規制や市場環境に係る情報等を調査・提供し、輸出を支援
- 海外料理人の育成や日本産食材サポーター店の拡大、海外消費者等に対する情報発信等を通じた日本食・食文化の魅力発信を支援

(2) 食産業の戦略的な海外展開の支援

- 複数の事業者がコンソーシアムを形成し、事業化可能性調査・実証など戦略的サプライチェーンを構築するための取組を支援

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の後押し 【22億円】

(1) 輸出産地の育成・展開

- 輸出産地サポーター等を活用した輸出産地の育成、輸出産地による輸出事業計画の策定や実行の取組を支援
- G F Pを活用した、輸出産地サポーターの活動強化、輸出産地を海外市場と繋げる地域輸出商社等の輸出事業者の育成等を実施
- 輸出リスクに対応し、融資を円滑化するため、信用保証に係る保証料を支援

(2) 地域の特色ある加工食品の輸出支援

- 中小食品製造業の生産性向上等のための機器整備、輸出先国で利用可能な食品添加物を用いた新商品の開発等を支援

等

3 省庁の垣根を超えた政府一体となった輸出の障害の克服等【97億円】

(1) 規制の緩和・撤廃に向けた協議の加速化

- 政府間交渉に必要となる情報・科学的データの収集・分析、輸出先国が求める植物検疫上の要求事項を満たすための体制構築等を実施

(2) 輸出手続の円滑化、利便性の向上

- 研修等による実務担当者の能力向上、人員の増強や検査機器の導入、輸出証明書の発行場所の拡大に向けた体制整備等を支援

(3) 生産段階での食品安全規制への対応強化

- 輸出施設のH A C C P等認定、畜水産物モニタリング検査、インポート・トランス申請、国際的認証取得・更新等を支援

(4) 輸出向け施設の整備

- 食品産業に対する輸出向けH A C C P等対応施設を整備
- 畜産農家、食肉処理施設、食肉流通事業者の3者で組織されたコンソーシアムに対し、輸出インフラ施設の整備等を支援

(5) 知的財産の流出防止

- 海外での品種登録、東アジア地域における共通の出願審査システムの導入による審査協力体制の構築、海外での防衛的許諾、加工品等のG I登録等を支援、相手国における我が国G Iの不正使用等の監視を強化

等

5兆円目標に向けた更なる輸出拡大を目指す