

コロナ禍での農林水産物・食品の輸出促進及び食文化の普及について

令和2年9月

農林水産省
食料産業局

1. 新型コロナウイルスの世界的なまん延への対応

- 輸出事業者等へのヒアリングにおいても、外食向けの売り上げは大きく減少する一方で、家庭食へのシフトにより、小売、デリバリー、ECサイト向けの輸出は拡大しているとの声がある。
- これらの声も踏まえ、既存の商流を維持するとともに、新型コロナウイルスのまん延を機に生じている行動変容への迅速な対応により、輸出の拡大を図る。

輸出事業者の声

- ① 移動制限等に伴う**旅客便の減便**により、**輸出向けの航空便の輸送スペースが縮小**。
(香港、シンガポール、タイ、北米等)
- ② **外食向け輸出の売り上げは大きく減少**。
(A社：前年比95%減、B社：同7～8割減)
- ③ **家庭食へのシフト**により、**小売、デリバリー、ECサイト向けの販売は拡大**。
このような中、香港等向けの**牛乳等**の輸出が拡大。
- ④ 輸出向けの**新たな商談はできていない**。既存顧客とメール・電話・SNS等で商談を継続。
- ⑤ **香港、中国向けの輸出は少しずつ回復基調**。



今後の対応策

- 1 既存の商流の維持
- 2 新型コロナウイルスのまん延を機に生じている行動変容への迅速な対応
 - ① 外食から**家庭食へシフトしている需要**に対応するための**商品開発・施設整備の推進**
 - ② **オンラインでの商談機会**の拡大支援
 - ③ 反転攻勢のためのプロモーション
 - ・ 輸出先国の経済活動の回復状況を見ながら、反転攻勢のための**戦略的プロモーション**
 - ・ 輸出先の**小売店等と連携した日本食材のキャンペーン**等

2. 経済対策の概要

家庭食の輸出増加や新規・有望市場でのシェア獲得等、輸出の維持・促進を図るため、輸出物流の維持、食品製造設備等の整備・導入支援、新規・有望市場の維持・開拓に必要な商談・プロモーションの支援等を実施。

1 輸出物流の維持

新型コロナウイルス感染拡大下での生鮮品物流を維持

2 輸出先国の志向・規制等に合わせた食品の生産支援

安定調達可能な原料への切替による加工食品・外食メニューの開発・施設整備や、パックご飯の製造ラインの施設整備等を支援

3 輸出先国の家庭用シフト等に対応するための施設整備等

- ・ 輸出向け食品の製造・加工・流通等の施設・機器及び大径原木の加工施設等の新設・改修・導入を支援
- ・ インバウンド需要を回復させるため、訪日外国人が安心して店舗を利用できる衛生管理の徹底・改善等を支援

4 仕向け先の転換等のための商談・プロモーション

輸出先国の転換、輸出先国内での仕向け先の転換等のための商談・プロモーション等を支援



新商品の開発



パックご飯の製造ラインの整備



大径原木の加工施設



衛生管理の改善のための
手洗い設備の改修



海外見本市での商談



日本産食材サポーター店での
日本産食材キャンペーン

3. 新たな取組①（オンライン商談会・セミナーの開催）

オンライン商談会の開催

1 GFP初 オンライン商談会の開催

- “輸出を止めないDigital GFP”の初の取組として、九州地区及び東北地区の事業者によるオンラインでの商談会等を開催。
(輸出商社等と生産者・食品メーカーが参加、約60件の商談を実施)

※ GFP（農林水産物・食品輸出プロジェクト）
輸出に関心を持ち、サイトに登録した事業者に対し、輸出診断やマッチング支援等を実施する取組。農林水産省の委託事業により実施。



2 JETROによるオンライン商談会の開催

- 国ごと、バイヤーごと、国内産地ごと、特定テーマごと等、様々なグループ単位で最適なオンライン商談会を企画。6月に「アジアオンライン商談会2020」を実施。
(30都道府県から69社が参加し、バイヤーは、アジア4ヶ国9社が参加し、97件の商談を実施)

オンラインセミナーの開催

GFP オンラインセミナーの開催

- withコロナ状況下で輸出を継続する商社等から輸出への影響や解決に向けた取組、GFPを通じた「産地間連携による輸出拡大」に係る情報等をGFP登録者に共有するオンラインでのセミナーを開催。

【大阪セミナーの様子】

(輸出商社や生産者・食品メーカー等、延べ1,294名が参加)



パネルディスカッションの様子



輸出商社からの講演

【仙台セミナーの様子】

(輸出商社や生産者・食品メーカー等、延べ303名が参加)



パネルディスカッションの様子



輸出商社からの講演

4. 新たな取組②（国内外での外食産業の取組）

海外での日本産食材等のPR・需要喚起

- 新型コロナウイルス感染症の影響で低迷した海外における日本産食材の需要の回復・拡大を図るため、JETROや日本産食材サポーター店（※）等が行う日本産食材等のPRキャンペーンを支援。
- 日本産食材を使った料理のテイクアウトフェア、フードデリバリー・ウェブサイトを活用した日本産食材のPR、日本産食材等のSNSでの発信を競う消費者参加型キャンペーン等が実施される予定。

※ 日本産食材サポーター店

農林水産省が定めたガイドラインに基づき、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認定。2020年6月末時点で、各国・地域で4,853店が認定。



日本産食材サポーター店のロゴ



日本産食材サポーター店で日本産食材キャンペーン（例）



フードデリバリー・ウェブサイトを活用した日本産食材キャンペーン（イメージ）

新たな生活様式に対応した外食企業の取組

- 外食企業においては、新型コロナの影響による売上の大幅な減少、新たな生活様式に対応した様々な取組を行っている。
主な取組事例は以下のとおり。
 - ・ ICTを活用した接触機会を減らした接客の仕組みの導入（タッチパネル、注文ロボット等の導入）
 - ・ 在宅勤務者などの新規需要に対応した宅配設備の導入（中食用の厨房を新設）
 - ・ 在宅勤務者などの新規需要に対応した新たな業態の導入（テイクアウト、デリバリー、ネット販売、他産業への参入）
 - ・ 3密を回避するための新たな飲食形態の提案（チェーン店間をつなぐリモート専用席の設置）

5. コロナ禍での食文化の普及

- 海外の訪日旅行サイトでのアンケート※によると、入国解除が行われたらすぐに日本に行きたいと答えた方が40%強を占め、訪日時に行きたい場所として、80%を超える方が「自然が多い場所」へ足を運びたいと回答。
- SAVOR JAPAN（農泊 食文化海外発信地域）におけるバーチャルトリップの実施やGoogleと連携した日本食・食文化の情報発信により、コロナ収束後におけるインバウンド回復を後押し。

※ 台湾最大級の訪日旅行メディア「旅行酒吧（トラベルバー）」の会員1538名への訪日意向に関する調査結果（BEENOS Travel調べ）

SAVOR JAPAN Virtual Trip の開催

- 訪日旅行が制限される中、日本各地の食・食文化の魅力でインバウンド誘致を図る「SAVOR JAPAN」認定地域のバーチャルトリップを実施し、地域産品の購入及びコロナ収束後の誘致につなげる。

※ SAVOR JAPAN（農泊 食文化海外発信地域）
農泊を推進している地域であって、多様な地域の食と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。



【第一弾】さぬきうどん Virtual Trip

対象者：海外在住の外国人観光客、
日本在住の外国人等

内容：善通寺や製麺所を巡るとともに、
うどん打ちパフォーマンスを見学し、
うどんの歴史や魅力を学ぶ

実施日：令和2年8月29日（土）

※第2弾以降については検討中。



Google Arts&Culture を活用した発信

- 世界中の芸術や文化等をオンラインで鑑賞できる「Google Arts&Culture」において、日本の食文化に関する写真やストーリーをオンライン上で発信。
- SAVOR JAPAN認定地域をはじめとする17地域等の食や食文化の他、日本産果物のストーリーを追加予定。



きりたんぼのストーリー



豊洲市場のストリートビュー