

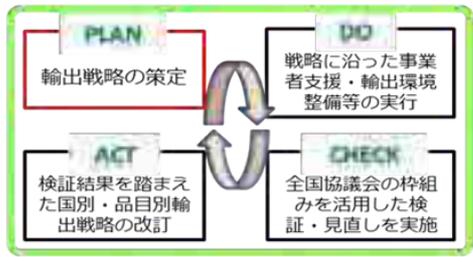
2020年の目指す姿

～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	EU、ロシア、東南アジア、アフリカなど
加工食品	2,300億円	EU、ロシア、東南アジア、中国、中東、ブラジル、インドなど
コメ・コメ加工品	280億円	台湾、豪州、EU、ロシアなど
林産物	190億円	中国、韓国など
花き	135億円	EU、ロシア、シンガポール、カナダなど
青果物	170億円	EU、ロシア、東南アジア、中東など
牛肉	113億円	EU、米国、香港、シンガポール、タイ、カナダ、UAEなど
茶	100億円	EU、ロシア、米国など

プランニング、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
現地で精米や外食への販売、コメ加工品（日本酒等）の着目化など
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

【2016年】

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】

平成27年度日本食・食文化普及推進総合対策（要求額1,393百万円）

【背景・課題】

- 日本国内の食市場が縮小する中、雇用・所得を守り、政策目標の輸出額1兆円を達成するには、今後食市場の拡大が見込まれる国・地域の需要を開拓し、輸出拡大するための取組が重要。

- 日本産農林水産物・食品を輸出する取組と併せて、日本食・食文化を世界に発信することで、日本産農林水産物・食品に対する関心と需要を高めて普及させるとともに、世界に正しく伝播させる仕組みの構築が必要。

【対策のポイント】

日本食・食文化普及推進総合対策

日本食・食文化の
魅力の世界発信

日本食文化の魅力発信
による
日本食のブランド化

輸出促進・海外展開
のための環境整備

日本食文化を普及する
料理人等の
人材育成等

日本産物・食品への
需要拡大

海外

国内

①多様なコンテンツ を活用した魅力発信

- 在外公館と連携した日本食・食文化の理解促進(新規)
- 日本食の海外出店等の支援の推進(新規)
- 日本食文化週間の開催(継続)

②人材の育成と 活用

- 海外の日本食・食文化の普及のための料理人等の人材の活用(継続)
- JICAと連携した日本食・食文化普及の人材育成(継続)
- 民間進出企業と連携した食育活動支援(継続)

③海外メディア 等の活用

- 海外メディア等を活用した日本食・食文化の魅力発信(継続)



④国内における日 本食の魅力訴求

- 外国人旅行者への国産食材使用料理店等のPR(新規)
- 多言語やハラルに対応可能な料理人の育成(新規)



効果

- 海外における日本産農林水産物・食品の需要拡大。
- 政策目標輸出額1兆円に向けた輸出促進への貢献。

クールジャパン発信力強化のためのアクションプラン（抜粋）

① クールジャパンの発信の先駆として、世界で高く評価されている日本の食文化の発信イベントを海外で順次行う。その際、食材の発信やスイーツなどの活用にも配慮する。また、クールジャパンの発信に当たっては、相手国の文化等を理解した上で、食、日本産酒類、ファッション、ものづくり、コンテンツ等の連携の可能性を検討し、経済的効果に文化的価値を加えたトータルコーディネートも含めた日本ブランドの効果的発信を模索する。その際には、民間の優れた人材の活用等を通じて柔軟な発想を活かすことができるよう努める。（外務省、経済産業省、総務省、農林水産省、内閣官房（日本産酒類の輸出促進連絡会議）、内閣官房（国際広報室））

④ 地域の放送局や番組制作会社等が能力と意欲のある中小企業、自治体等と協力して食や観光資源等の情報を放送やネットを通じて海外に発信し、地域活性化を進める取組やポップカルチャーの映像コンテンツの発信を支援する。（総務省、経済産業省、農林水産省）

⑤ 外国の要人・著名人への働きかけや、内外でのイベント、在外公館の活動等を通じて、日本国内に滞在する外国人に対してはもとより、広く外国においても日本産酒類の魅力をも日本産農林水産物・食品と併せて発信するとともに、輸出環境の整備を図る。（内閣官房（日本産酒類の輸出促進連絡会議）、財務省（国税庁）、外務省、農林水産省、経済産業省、観光庁）

⑦ 総理大臣、ファーストレディ、クールジャパン戦略担当大臣などが公式行事などの場で率先して日本ブランドを発信する。（内閣官房（知的財産戦略推進事務局）、関係各府省）

⑯ 正統な日本料理を作ることのできる料理人や日本料理に造詣の深い学識経験者（日本人、外国人）などを食の伝道師として育成し、日本食・食文化の普及・啓発を行わせる。（農林水産省）

平成27年度日本食・食文化の普及の取組について

事業名（関連するアクションプラン）

事業事例

1. レセプション 食イベント

- 1 クールジャパン関係省庁と連携した取組（①）
- 2 トップセールス（⑤・⑦）

- ミラノ万博におけるジャパンプレゼンテーション（6, 7月）
- 総理の外遊に合わせた食イベント
等

2. 普及人材育成

- 1 海外の料理学校等の活用（⑩）
- 2 海外のトップシェフの活用（⑩）
- 3 海外の日本食レストランの活用（⑩）

- 海外給食事業者と連携した料理人育成
- 日本酒と日本食文化の普及人材育成
等

3. 海外広報

- 1 メディアを活用した広報（④）

- 和食全般に関する番組の制作放映
- 郷土料理・和菓子に関する番組の制作放映
等

4. 海外出店支援

- 1 事業可能性検証（①・⑤）
- 2 外食産業投資ミッション派遣（①・⑤）

等

平成26年度日本食・食文化の普及の取組について

事業名（関連するアクションプラン）

事業事例

1. レセプション 食イベント



- 1 クールジャパン関係省庁と連携した取組（①）
- 2 トップセールス（⑤・⑦）

- ジャパンおもてなしパビリオンでの食イベント
- 和食道でのシンポジウム、レセプション等
- パリ・ニューヨークでのレセプション

2. 普及人材育成



- 1 海外の料理学校等の活用（⑬）
- 2 海外のトップシェフの活用（⑬）
- 3 在外公館や海外の日本食レストランの活用（⑬）

- WSETとの連携による日本酒および日本食普及人材育成
- アジアの料理学校との連携
- 海外給食事業者とのメニュー開発
- サンパウロでの和食セミナー
- ニューヨーク・マドリッドの日本食レストランとの連携

3. 海外広報



- 1 メディアを活用した広報（④）

- CNNを活用した日本茶・和牛・水産物・日本酒のCM放送
- NHKワールド通じた番組放映

1 - 1 日本食フェスティバルの開催

■ ジャパンおもてなしパビリオンでのレセプション・食イベント

期間：2014年6月12日～7月13日

場所：Parque da Bola (Jockey Club, Rio de Janeiro)

概要：日本食（蕎麦など）・日本酒の試食提供を期間中実施。
また、オープニング、日本食レストラン週間のレセプションを開催。
在ブラジルの小池シェフによる調理デモや現地食材と日本産品を使用した料理を提供。



内閣官房、総務省、外務省、国税庁、文化庁、農林水産省、経済産業省、観光庁、環境省と連携
後援：ジェトロ、(社) ミス日本酒

■ 和食道 — The World Japanese Cuisine Show —

日時：2015年1月30日～2月1日

場所：京都

概要：海外の食文化関係の学識者、シェフ・ソムリエなど、長産業関係者等を招へいし、日本の食文化関係の学識者、料理関係者、生産者等と交流し、日本食・食文化の魅力に触れ、理解を深めるため、伝統、健康、観光、教育等多面的な観点から「日本の食」を見つめるシンポジウム等を開催予定。



外務省、国税庁、農林水産省、経済産業省、観光庁と連携

和食道 <http://washoku-do.jp/>

検索

1-2 トップセールス

■パリ：日仏友好和食レセプション（2014年5月5日）

安倍総理のフランス訪問の際に、総理からオランド仏大統領へ、和食を紹介するレセプションをパリの在フランス日本大使公邸で実施。

6月より本格輸出の始まる和牛の料理を提供し、和牛の魅力をPR。



■ニューヨーク：和食スタイルレセプション（2014年9月24日）

場所：国際連合日本政府代表部 大使公邸

概要：国連総会に出席する世界のリーダー、米国政財界、流通関係者、食関連事業者等を対象に米国人シェフの眼で見た日本産品の魅力を料理で表現。

日本酒、ウイスキー等日本産酒類も提供。

※大統領6名、首相2名、外相10名ほか約270名が出席



2 - 1 普及人材の育成 料理学校等の活用

■ Wine & Sprits Educational Trust (W S E T) ロンドン校との連携

◆ 2014年11月末～12月1週目：日本への招聘

対象：W S E T各国の日本酒クラス講師候補 8名

概要：蔵元や酒類総研で日本酒、日本文化について学ぶ

◆ 2015年2月3日（予定）：ロンドンでのセミナー

対象：食関連事業者、メディア関係者

概要：日本酒と日本食のマッチング、現地の食とのマッチングについてセミナーを実施



■ 料理学校アジア

◆ 開催概要

フィリピン（マニラ）事業：

①7月28日 ②7月31日 ③8月27日 ④9月24日

インドネシア（ジャカルタ）事業：

①8月14日 ②8月20日 ③9月17日 ④9月24日

◆ 事業内容

富裕層のメイドを対象として、日本食のつくり方、日本製品の活用の仕方が学べる料理学校講座を開催。

フィリピン事業においては、料理研究家の千葉真知子氏を起用。「手軽につくれる日本食」をコンセプトに講義を実施し好評を得た。



2-2 普及人材の育成 海外のトップシェフの活用

■海外給食事業者とのメニュー開発

日時：2014年12月8日（月） ベルギー

場所：Belgocateringのカフェテリア（VTMテレビ局内）

対象：Belgocateringの各店舗料理長、副料理長クラス約40名

概要：オランダに輸入されている日本産の季節の野菜や調味料の販路拡大のため、ベルギー食材調達量が大きく、この分野に関心のある高級セグメントの給食事業者のシェフを対象に、現地ディストリビューターも招いたセミナーを開催。

講師：末次庸介氏（のんべえ大学シェフ 第8回日本食海外普及功労者）
Mr.Gert de Mangeleer（ブルージュ三つ星Hertog-janシェフ）

結果：セミナー実施後にベルギー国内のディストリビューターが決定。



■サンパウロ：和食セミナー、料理講習会（2014年8月2日）

場所：ホテル・チボリ・サンパウロ・モファレジ

概要：現地の日本食料理人や料理学校生徒を対象とした和食セミナー及び料理講習会を開催。
試食会には安倍首相も出席。

講師：アレックス・アタラ（「D.O.M」オーナーシェフ）
風戸正義（国際すし知識認証協会代表理事）
小池信也（現地日本料理「藍染」オーナーシェフ 第8回日本食海外普及功労者）



■ 在外公館への日本産新米の贈呈

時期：2014年11月

内容：在外公館で開催される天皇誕生日祝賀会などのレセプションで日本産新米の美味しさをPRするため、JA全農、ANAの協力を得て、北米、欧州、アジアの22の在外公館へ日本産新米を提供。



■ マドリッドのレストランにおける日本食材のメニュー提案

時期：2015年2月（予定）

内容：国際的なシェフ学会であるMadrid Fusion 2015で日本産食材・地域食材と調理法を紹介。Madrid Fusionと同時期に、マドリッド市内のレストランの協力を得て、学会で紹介する食材を使用した特別メニューを提供する。現地シェフと日本から参加するシェフが、それぞれメニューを作成し、日本食材の持つ幅広い可能性を提案する。



3. メディアを活用した海外広報

■ CNNを活用した日本茶のCMの制作と昨年制作 の和牛・水産物・日本酒のCM放送

日本茶の文化や日本茶の生産から加工までの工程に注力したCMを制作。

またCNNのグローバルネットワークを活用し、昨年度制作した和牛・水産物・日本酒および日本茶のCMを放映。

放映は、欧州・北米・アジア等。



■ NHKワールド（日本国際放送）TVを通じ日本食・食文化に係る番組を放映

和食、和牛、水産物、日本酒、日本茶をテーマとしたテレビ番組を制作し、NHKワールドTVで、約150の国・地域（約1億9,791万世帯視聴可能）で放送。

省庁間連携として、NHKワールドTVでの放映の最後に観光庁PR映像の放映、総務省事業で持っている海外のTV放送局の番組枠に農水省のコンテンツの供給。



2015年ミラノ国際博覧会の開催について

- ミラノ万博は、2015年5月から半年間「地球に食料を、生命にエネルギーを」をテーマに開催される大規模な博覧会
- 農林水産省及び経済産業省を幹事省、国土交通省を副幹事省とし、ジェトロを参加機関とした体制を整備
- 日本の農林水産業や食を取り巻く様々な取組み、日本食、日本食文化に詰め込まれた様々な知恵や技が、人類共通の課題解決に貢献していくことをテーマに準備中

＜日本館の概要＞



万博日本館のマーク

祝い箸をモチーフにし、
EXPOの「E」を形作っている

日本館のテーマ

Harmonious

Diversity – 共存する多様性

建築 多様性のうつわ

日本古来からの知恵と技を現代の日本の最先端技術を用いて応用し、伝統と革新が共存する木材等を活用した日本館を建築する。

展示 食生活と農業生産の多様性

自然と共生する「農林水産業」をベースに、深遠な知恵と技とが凝縮された日本の「食」と「食文化」が、持続可能な未来社会を切り拓くことをアピール。

レストラン Feel the Japanese Passion

展示の理解を共感に変えるため、だし等の日本の優れた食を体験できる場として展開。（高級日本食レストランとフードコートを設置）

催事 多くの方々が参加・発信できる行催事の展開

日本食や食文化の多様性を世界へアピールするため、地方公共団体や団体の参画を公募。現在25組33自治体、12団体が参画表明

ミラノにおけるジャパンプレゼンテーションショー事業開催

【期間】 : 平成26年6月15日 (月) ~ 7月15日 (水) の期間中31日間

【会場】 : ステッリーニ宮殿 (Corso Magenta 61 Milano)

【内容】

- ミラノ万博開催に合わせ、ミラノ市内にて、ジャパンサローネを開催
- 日本食・日本酒・日本茶・和菓子の試飲提供
- 日本食・食文化の紹介展示 (パネル/現物展示/映像展示)
- NHK 8K技術体験 ○クールジャパン・シアター
- パネル展示 ○パンフレット・リーフレット配布

【特別プログラム】

- ミラノ万博ジャパニデー レセプション (7月予定)
現地食材と日本産品を使用した料理提供・調理デモ (仮)



テーマプレゼンテーション1 共同企画展示

- テーマに基づくストーリー性を持った壁面展示等を展開



テーマプレゼンテーション2 個別ブランド・製品展示/商談

- 個別のブランドや製品情報を商談でも紹介できるよう展示



テーマプレゼンテーション3 個別商談会

- バイヤーや重要なステークホルダーと企業別に商談できるようアレンジ



内閣府、総務省、農林水産省、経済産業省、観光庁等と連携
後援: ジェトロ