

茨城県における 農産物輸出拡大に向けた取組



茨城県営業戦略部農産物輸出促進チーム
令和3年2月

はじめに

目的：本県農業を持続可能なものとするため，輸出を販路の1つとして定着できるように，輸出の取組を推進

目次

1. なぜ，いま，輸出拡大？
2. 国の輸出動向
3. 茨城県の輸出動向
4. 農産物輸出促進チームの取組み
5. 県内の輸出に関する取組事例
6. 輸出のポイント
7. まとめ

なぜ、いま、輸出拡大？

■ 日本国内の食市場は縮小の見込み

—我が国は人口減少、高齢化が進行しており、今後国内の食市場は縮小すると見込まれている。



・主食用米の需要量は今後年10万tペースで減少

■ 世界の食市場は拡大の見込み

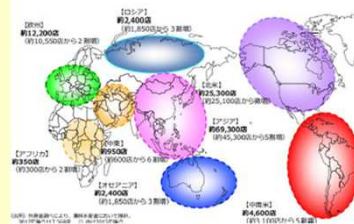
—新興国の経済成長、人口増加が進んでおり、世界全体の食市場は拡大すると見込まれている。



■ 日本食への関心の高まり

- 2013年、「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録
 - ・海外の食分野では、フランスの美食術、地中海料理などが登録
- 2015年、ミラノ万博での高評価
 - ・「食」をテーマとする初めての万博(テーマ:地球に食料を、生命にエネルギーを)
- 日本料理は、外国料理の中でも一番の人気
 - ・「食」の人気は輸出に結びついていない(ジェトロ調査)
- 2020年、東京オリンピック・パラリンピック
 - ・海外への日本食文化発信等の絶好の機会

【海外における日本食レストラン】
2006年(約2.4万店)から2017年には45倍の約11.8万店に増加



✓ **持続可能な
農業経営の
実現のため
には海外も
視野に入れ
る必要性**

国の輸出動向

- 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略及び品目別輸出目標の策定、27品目を重点品目に設定（令和2年12月）
- 国の輸出目標額：令和12年（2030）までに5兆円
- 2020年：9,223億円（1.1%増）, 8年連続過去最高を更新

【農林水産物・食品の輸出額推移】



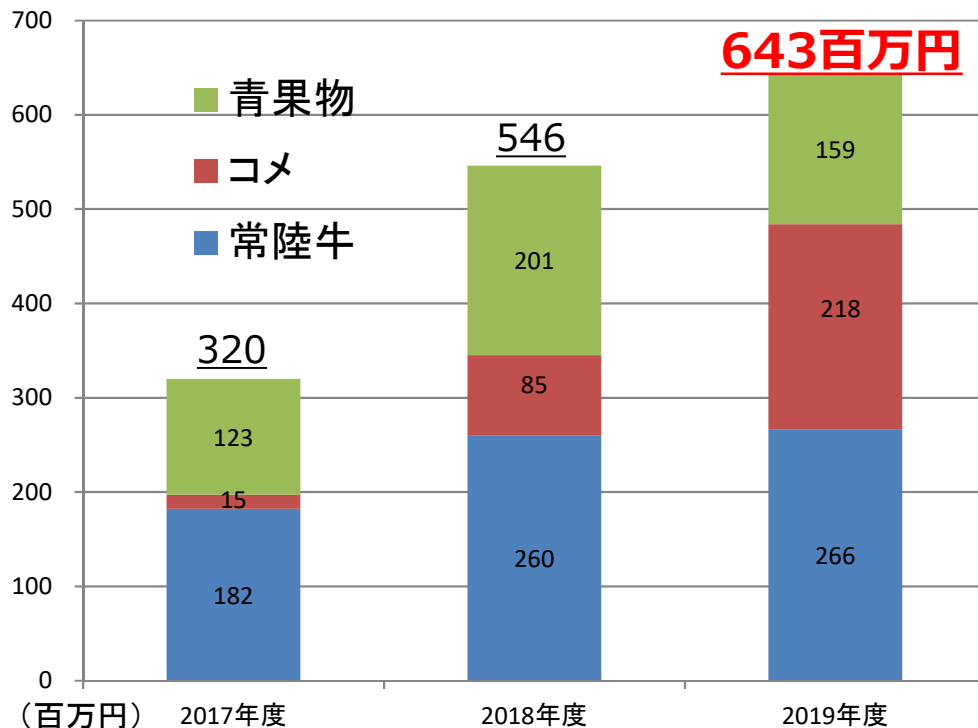
【2020年輸出額 国・地域別】

順位	2020年1-12月（累計）						
	輸出先	輸出額 (億円)	金額 構成比 (%)	前年 同月比 (%)	輸出額内訳 (億円)		
					農産物	林産物	水産物
1	香港	2,061	22.3	+1.2	1,506	4	550
2	中華人民共和国	1,639	17.8	+6.6	1,149	176	313
3	アメリカ合衆国	1,188	12.9	▲ 4.0	909	41	238
4	台湾	976	10.6	+8.0	753	22	202
5	ベトナム	537	5.8	+18.3	329	8	200
6	大韓民国	411	4.5	▲ 18.0	246	33	132
7	タイ	401	4.3	+1.5	179	4	218
8	シンガポール	295	3.2	▲ 3.5	250	2	43
9	オーストラリア	164	1.8	▲ 5.6	149	0	15
10	フィリピン	151	1.6	▲ 1.6	64	65	23
-	EU	488	5.3	▲ 1.2	417	9	63

茨城県の輸出動向①

- 輸出戦略：かんしょ，梨，メロン，コメに注力しつつ，意欲的でロットが確保できる品目・生産者に対して積極的に支援
- 輸出実績：6億4,300万円(2019)
- 常陸牛を除き，新型コロナウイルスの影響は限定的

【輸出額の推移】



【主な輸出品目の内訳】

品目	輸出額 (百万円)	前年度比 (%)	主な輸出先
青果物 (甘藷, 梨, メロン等)	159	79	タイ, シンガポール, ベトナム
コメ	218	257	香港, シンガポール, 米国
常陸牛	266	102	タイ, 米国, ベトナム

※ 輸出額は県が関与する商談会や支援する販売促進活動を通じて把握した実績(農産物輸出促進チーム調べ)

茨城県の輸出動向②

○茨城県産品に対する輸出条件（原発規制・植防疫）

- 原発事故に伴い輸入停止措置を講じている国・地域の多くは輸出額上位国。
- 相手国と日本政府との植物検疫協議が整っていない国・地域も。

【輸出額上位国における本県産品への
原発事故に伴う輸入規制措置】

【主なアジア諸国及び米国の検疫条件】

順位	国・地域	2020輸出額(億)	構成比(%)	本県産に対する輸入規制措置
1	香港	2,061	22.3	一部食品に証明書要求
2	中国	1,639	17.8	<u>全て輸入停止</u>
3	米国	1,188	12.9	一部輸入停止
4	台湾	976	10.6	<u>全て輸入停止(酒類除く)</u>
5	ベトナム	537	5.8	○規制無し
6	韓国	501	5.5	<u>一部輸入停止</u>
7	タイ	401	4.3	○規制無し
8	星国	295	3.2	○規制無し

国・地域	内 容
中国	輸入規制措置が撤廃されても、検疫条件未設定のため輸出不可（コメ等以外）
ベトナム	検疫条件未設定のため輸出不可（メロン、かんしょ、いちご等）。
タイ	検疫証明書を添付しなければ輸出不可（かんしょ、コメ等） 生産園地登録、選果こん包施設登録がなければ輸出不可（メロン、梨、いちご等）
米国	梨について袋がけ栽培でなければ輸出不可

※ 各国・地域の輸入規制・検疫条件の詳細については、農林水産省及び各国政府のHP等を確認ください。

農産物輸出促進チームの取組

○ソフトからハードまで輸出に関する事業を展開

- 1 知的財産対策（シンガポール，米国等）
 - ・ 県育成品種（恵水，いばらキッス）等の海外商標権の取得
- 2 産地輸出支援（東南アジア，香港，北米等）
 - ・ 産地と輸出事業者等が連携して行う現地プロモーションを支援（現地小売店舗での試食販売等）
- 3 常陸牛海外プロモーション（執行：畜産課）
 - ・ 常陸牛の輸出促進に向け，米国等の現地卸業者と連携した現地プロモーションや商談会等を実施
- 4 輸出コーディネーターの配置
 - ・ 商談前後のフォローや各種相談への対応等
- 5 グローバル産地推進事業（国補）
 - ・ 輸出に取り組む産地等の生産体制構築等の支援（ソフト）
- 6 食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備事業（国補）
 - ・ 加工食品等の輸出拡大に必要な施設の支援（ハード）
- 7 タイ向け青果物梱包施設の適合施設認定・証明書発行
 - ・ 各農林事務所と連携してタイ向け青果物輸出に必要な証明書を発行



輸出に関する取組事例（コメ）



○ J A や大規模農家が輸出に取り組む。

品目	コメ (とうごう3号, ほしじるし等)	現地販売の様子
国・地域	 <p>米国 香港 シンガポール</p>	 <p>左：米国トヨタ本社近くの日系スーパーでの試食販売</p>
生産者の声	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本人の胃袋数が減るのは明らか。リスクを負ってでも今のうちに海外販路を開拓したい。 ✓ （国内米価下落懸念を受け）海外に販路を持っていて本当によかった。 ✓ まだまだ未来への投資の意味合いが強く継続するかは販売価格次第。 	

輸出のポイント

- 東南アジアを中心に日本産青果物市場は拡大が続いており，安定供給と多品種・大ロットが強みの本県にとってはビジネスチャンス。
- 一方，ライバルは世界（中国やマレーシア等）であり価格競争力が求められる。

○青果物輸出のチェックポイント（参考）

ポイント	継続的な輸出に繋がっているケース 	単発的な輸出になりがちな（又は商談が成立しない）ケース 
主体性	自分が現地で売り込みたい	県（商社）が売ってくれる
輸出の捉え方	販路の多角化や経営を安定させたい	輸出で儲けたい（過剰な手数料を上乗せ）
輸出量	ロットが安定して確保できる	余剰分を輸出したい（少量・不安定）
価格設定	現地市況を理解した上での持続可能な再生産価格	日本の品質は高いという思い込みでの価格（価値を伴わない高額）
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・キーマンとなるリーダーがいる ・現地要望(GAP等)に柔軟に対応できる（マーケットイン的） 	<ul style="list-style-type: none"> ・産地の名称にこだわりすぎる ・日本の食べ方・価値観を優先（プロダクトアウト的）

まとめ

- ✓ 海外→日本産農産物に対する海外ニーズは東南アジア・香港を中心に確実にある。
- ✓ 茨城→輸出に意欲ある生産者・産地を支援し，輸出が販路の1つとして定着することで，経営の安定化，ひいては「儲かる農業」につながるよう取組みを進める。

産地にとって 輸出とは

- 市況に左右されない，売り先の1つ
 - 海外でのPRによる国内単価の引き上げ効果
- **持続可能な農業の一助に**

担当：農産物輸出促進チーム
電話：029-301-3965