

滋賀県産農畜水産物における今後の輸出支援の考え方について

1 滋賀県産農畜水産物の輸出支援におけるこれまでの成果と今後の方針

本県では平成28年に「滋賀県農畜水産物輸出戦略」を策定し、平成29年からはジェトロ滋賀と連携するとともに、関係機関・団体とのネットワークをさらに強化し、個別指導やプロモーション等を進めるなど、県内事業者へのサポート活動を充実してきました。これらの結果、「近江牛」、「近江米」、「近江の茶」といった主要な県産品の輸出量は年々増加してきたところ。

昨今、意欲的に輸出に取り組もうとする事業者からは、輸出先国ごと、品目ごと、事業者ごとに異なる課題やリスクへの対応をはじめコロナ禍の影響など輸出環境が変化する中でWEB商談など新たな手法への対応についてもきめ細やかな助言・指導を求められることが多くなってきた。

このため、令和2年度末に終期を迎える「滋賀県農畜水産物輸出戦略」については、内容を精査するとともに、これまで県が蓄積してきた情報や現実的なノウハウを基に輸出に必要な基礎知識や心構え等を充実し、事業者の支援ニーズに対応し、輸出力を高めるための支援指針として「滋賀県農畜水産物の輸出サポートガイド(仮称)」に刷新する。今後は、本サポートガイド(仮称)を活用し、意欲ある事業者が戦略的・効率的に海外展開を進められるように支援し、本県農畜水産物のさらなる輸出拡大を図る。

参考 別添資料1

2 滋賀県農畜水産物の輸出サポートガイド(仮称)の概要(案)

別添資料2のとおり

3 今後のスケジュール

2月10日 環境・農水常任委員会(今後の滋賀県農畜水産物の輸出支援の考え方)

中旬 市町・関係団体への意見照会

3月10日 環境・農水常任委員会(滋賀県農畜水産物の輸出サポートガイド(仮称)案)

下旬 策定・公表

これまでの成果

滋賀県農畜水産物輸出戦略

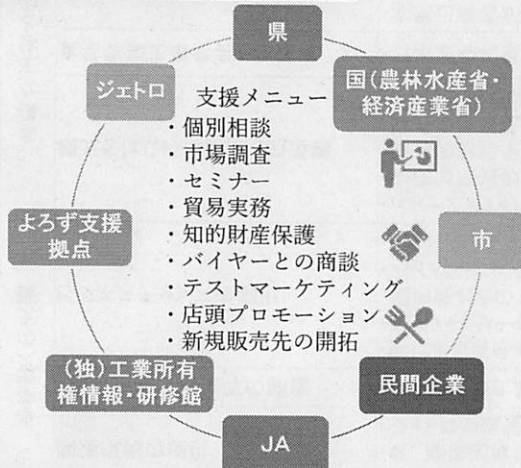
- (1) 推進年次:平成28年度～令和2年度
 (2) 推進方針 ①重点的に推進する品目やターゲット国を定めて推進。
 ・重点品目:近江牛、近江の茶、近江米
 ・チャレンジ品目:湖魚、鮎ずし、もち米、花き、淡水真珠、6次産業化産品等
 ②生産者や関係団体、他業種、市町等との連携を図る。

主な取組

- ・現地プロモーション、バイヤー招聘、セミナー開催等を実施。
- ・ジェトロ滋賀を誘致し、H29に開設され、運営をサポート。
- ・関係団体等のネットワークを強化。

《主な成果》

輸出サポート体制が充実化



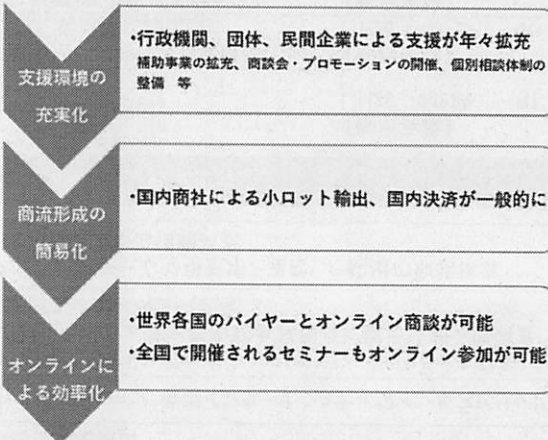
重要品目の輸出量が増加

	目標値 (R2)	実績			
		H28	H29	H30	R1
近江牛	800頭	348頭	516頭	777頭	687頭
近江の茶	10t	3.0t	1.2t	2.9t	6.5t
近江米	300t	119t	169t	331t	812t

※その他の成果の詳細は別添(参考)のとおり

現状と課題

輸出は取り組みやすい環境になっている。



国において「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」が策定された。

近江牛、近江の茶、近江米の輸出量は年々増加し、新たに輸出に取り組む事業者も増えている。

・バイヤー等の輸出関係者とのこれまでのつながりを深め、現在の商流を維持しながら、新たな販路拡大を行っていくことが必要。

新たに輸出に取り組む事業者にはハードルが高い。

・近江牛、近江の茶、近江米以外の事業者では、生産量が少ないうえ、輸出においては国内販売とは異なる課題やリスクが多く存在することから、初めて輸出に取り組む事業者にはハードルが高いと感じられることが多く、新たに輸出に取り組もうとする事業者が少ない。

新型コロナの影響により輸出情勢は変化。

・新型コロナウイルス感染症の影響により世界中が未知の変化に直面。各国の景気や消費行動は大きく変化しており注視が必要である。

今後の方針

県がこれまで蓄積してきた情報や現実的なノウハウを基に、輸出に必要な基礎知識や心構え等の内容を充実し、事業者の支援ニーズに対応し輸出力を高めるための支援指針を作成する。

滋賀県農畜水産物の輸出サポートガイド(仮称)(案)

1. 本サポートガイドの基本的内容について
(利用について、内容、対象品目等)
2. 農畜水産物の輸出を取り巻く状況について
(1) 世界およびわが国の動き
(2) 滋賀県における状況
3. 農畜水産物の輸出について
(1) 輸出に取り組む意義やメリット
(2) 各段階でのポイント
(はじめての取組～継続的な輸出まで)
①計画段階 ②準備段階 ③実行段階 ④継続・拡大段階
(3) 相談窓口・支援団体
(4) 主な品目における輸出規制等
①近江牛 ②近江の茶 ③近江米 ④湖魚 ⑤野菜・果実
4. 県における輸出の支援について
(1) 輸出力を高めるための取組について
(2) 主な品目における取組の方向について

世界情勢がめまぐるしく変化するなか、本サポートガイド(仮称)を活用し、意欲ある事業者が戦略的・効率的に海外展開を進められるよう輸出力を高め、本県農畜水産物のさらなる輸出拡大を図る。

滋賀県農畜水産物輸出戦略における取組状況と輸出実績等(平成28年4月～令和2年9月現在)

(参考)

取組項目		取組状況
輸出に向けた環境づくり	推進組織づくりの促進	<ul style="list-style-type: none"> ・滋賀県海外展開支援推進ネットワーク会議を設置(H28) 【構成員】県、市町、団体、金融機関、大学で構成 ・JA 6次産業化・輸出推進連絡会議を設置(H28) 【構成員】JAグループ滋賀(オブザーバー:県、ジェトロ) ・高島市・特産品海外販売戦略プロジェクトチームを設置(H30) 【構成員】市内事業者、高島市商工会、高島市、県ほか ・国レベルの組織への参画:コメ海外市場拡大戦略プロジェクトに県内6農協が参加、農林水産物の輸出プロジェクト(GFP)に県内20事業者が登録
	海外での認知度やブランド力の向上	<ul style="list-style-type: none"> ・県による海外プロモーション:ベトナム、タイ、米国(ミシガン州・シカゴ)、香港、台湾、中国(上海・北京) ・海外情報誌での食材PR(ベトナム、シンガポール、ミシガン州) ・パンフレット等の多言語化:近江牛パンフレット・ポスター・動画、近江の茶パンフレット・動画作成→関係団体のWEBサイトに掲載 等 ・認証等の取得:GI(近江牛、伊吹そば)、JGAP(10経営体)、ASIAGAP(9経営体)、GLOBALG.A.P(13経営体) ・日本農業遺産の認定、世界農業遺産への申請
事業者への支援	関連情報の提供、個別相談	<ul style="list-style-type: none"> ・ジェトロ滋賀を誘致:平成29年に設置され、運営をサポート(運営に係る費用は県、JA、経済団体に負担。県職員を外向)。 ・県、関係団体等がメールによる早急な情報提供を行える環境が整備(農業・商工の関係団体等)。 ・ジェトロや滋賀県よろず支援拠点による個別相談対応。
	セミナーや研修会等の開催	<ul style="list-style-type: none"> ・はじめての食品輸出セミナー、輸出先国の食品市場や販売戦略に関する研修会等を開催(全10回)。
	ビジネスチャンスの創出	<ul style="list-style-type: none"> ・県による海外展開補助金:海外の商談会等への出展や市場調査の支援(1/2補助、延べ58事業者) ・海外バイヤーを招へい:米国、中国、タイ等 10カ国16バイヤー(ジェトロとの連携事業) ・国内商社とのマッチング商談会を開催(2回)(ジェトロとの連携事業) ・バイヤーによる商品評価を実施(タイ)、発酵食品をシンガポールでテスト販売(ジェトロとの連携事業) ・「滋賀県と香港貿易発展局の相互協力に関する覚書」の締結(H31)
多様な主体との連携	観光をはじめ他産業との連携	<ul style="list-style-type: none"> ・ベトナム・タイ「食と観光」知事トップセールス ・中国湖南省の平和堂にて滋賀県物産・観光フェア ・海外の旅行予約サイト(4社)に近江牛を紹介するページや近江牛を食べられる旅行プランを掲載 ・海外の情報誌で情報発信:ベトナム、シンガポールの情報誌にて観光、工芸品等と共に滋賀の食材の魅力を発信 ・ミシガン州では近江の茶とともに信楽焼も輸出
	食品等加工事業者との連携	<ul style="list-style-type: none"> ・日本酒や和菓子等とセットにしたプロモーション:香港国際ナショナルワイン&スピリッツフェア、ミシガン州「滋賀県のお茶と和菓子」商談会 等
	県ゆかりの関係者との連携	<ul style="list-style-type: none"> ・本県出身者が経営する上海の日本料理店で「みずかがみ」PR(チラシ・パックスライス配布)。 ・香港のキャセイパシフィック航空関連会社の本県出身の和食料理長に協力依頼→機内食に「みずかがみ」を使用。 ・ミシガン州からの使節団への近江の茶体験イベント(2回)。
	市町との連携	<ul style="list-style-type: none"> ・高島市・特産品海外販売戦略プロジェクトチームや甲賀市と連携した輸出の取組推進 ・滋賀県海外展開支援推進ネットワーク会議での情報共有

品目	支援および輸出実績
重要品目	近江牛 <ul style="list-style-type: none"> ・8事業者に商談やバイヤー招へい等による支援を行った。 ・8事業者が近江牛を台湾、タイ、シンガポール等に輸出。 ・タイや香港に近江牛の専門店が開店。 【輸出実績】 H28 348頭 →R1 687頭
	近江の茶 <ul style="list-style-type: none"> ・12事業者に商談やバイヤー訪問、バイヤー招へい等による支援を行った。 ・6事業者が煎茶、ほうじ茶等をアメリカ、EU、香港等に輸出。 【輸出実績】 H28 3トン →R1 6.5トン
	近江米 <ul style="list-style-type: none"> ・5事業者に商談や現地での販売プロモーション等の支援を行った。 ・全農スキームにより世界各国に輸出。2事業者が個別に台湾に輸出。 【輸出実績】 H28 119トン →R1 812トン
チャレンジ品目	湖魚 <ul style="list-style-type: none"> ・7事業者に商談等の支援を行った。2事業者が加工品を香港、台湾に輸出。
	鮎ずし <ul style="list-style-type: none"> ・4事業者に商談等の支援を行ったが、輸出には至っていない。
	もち米 <ul style="list-style-type: none"> ・2事業者に商談等の支援を行い、もち米ともち米を使った加工品を2事業者がタイに輸出。
	花き <ul style="list-style-type: none"> ・和バラがEU、米国等に輸出されている。
	淡水真珠 <ul style="list-style-type: none"> ・輸出の商流が確立されている。
6次産業化産品等	<ul style="list-style-type: none"> ・18事業者に商談等の支援を行い、桑葉や酒かすの加工品等、7事業者がタイ、香港等に輸出。
その他	イチゴ <ul style="list-style-type: none"> ・3事業者に商談等の支援を行い、2者がタイへ輸出。
	野菜 <ul style="list-style-type: none"> ・2事業者に商談等の支援を行ったが成約せず。

↓

- ・輸出支援環境が充実化
- ・輸出に取り組む事業者が増加
- ・事業者の輸出力が向上
- ・重要品目の輸出量の増加

⇨

- ・新たに輸出に取り組む事業者が少ない

1. 本サポートガイドの基本的内容について

(1) サポートガイドの利用について

・事業者が輸出力を高め、県産の農畜水産物およびその加工品の輸出拡大を図るための指針とし、事業者や輸出をサポートする関係者が本サポートガイドを活用することを目的とする。

(2) サポートガイドの基本内容

- ① 農畜水産物の輸出を取り巻く状況
- ② 農畜水産物輸出の手引き
- ③ 県による輸出支援の内容

(3) 対象品目

・県産農畜水産物およびその加工品

※本サポートガイドは諸外国の状況や国内および県内の輸出情勢の変化により、必要に応じて見直しを行う。

2. 農畜水産物の輸出を取り巻く状況について

(1) 世界およびわが国の動き

- ・国境を越えた経済自由化の流れが加速し、輸出入の動きが活性化。
- ・日本食の人氣が世界中で高まっている。
- ・国内では、人口の減少や少子高齢化により消費量が減少し、国内市場は先細りしていくものと予想されている。
- ・政府は農林水産物・食品の輸出額を令和元年の約9千億円から令和12年に5兆円とする目標を設定。令和3年夏までに方向を決定して実行する施策を「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」としてまとめ、自らリスクを取って、海外の規制やニーズに対応したマーケットイン輸出に取り組む事業者や産地等に対して重点的な支援・環境整備を行う等の方針を示した。
- ・新型コロナウイルス感染症により各国の景気や消費動向が変化。今後も注視が必要。

(2) 滋賀県における状況

- ・県では平成23年から海外プロモーションの開催等により販路開拓の支援を開始。
- ・平成29年にはジェトロ滋賀が設立され、相談業務、商談会・バイヤー招聘の実施等によりサポート体制が充実化。
- ・これらの結果、主要な県産品の輸出量は年々増加し、新たに輸出に取り組む事業者も増えてきている。
- ・一方、輸出においては国内販売とは異なる課題やリスクが多く存在することから、初めて輸出に取り組む事業者にはハードルが高いと感じられることが多い。近江牛、近江の茶、近江米以外の事業者では新たに輸出に取り組もうとする事業者が少なく、輸出量が伸び悩んでいる。

3. 農畜水産物の輸出について

(1) 輸出に取り組む意義や

メリット

- ① 経営の安定化
- ② 産地イメージアップに寄与
- ③ 生産意欲の向上
- ④ 国際人材の育成や若手人材の確保

(2) 各段階でのポイント(はじめての取組～継続的な輸出まで)

	Phase1 計画段階	Phase2 準備段階	Phase3 実行段階	Phase4 継続・拡大段階
記載内容	<ul style="list-style-type: none"> ・海外への販売戦略の構築 (輸出先国の設定、販売価格、海外展開への心構え、情報収集等について) ・自社の状況把握 (自社商品の魅力の再確認、国内販売での強み・弱みの把握について) 	<ul style="list-style-type: none"> ・商流の検討 (直接輸出と間接輸出のメリットとデメリット、越境ECの現実等について) ・商談に向けた準備 (PR資料作成のポイント、オンライン商談における留意点等について) ※知的財産保護をめぐる問題 (商標侵害や相談窓口等について) 	<ul style="list-style-type: none"> ・商談会等への参加 (効果的な商談方法、商談での注意点、バイヤーの視点等について) ・商談後の対応 (商談後のバイヤーとのやり取りでの留意点、パートナー選びでの留意点について) 	<ul style="list-style-type: none"> ・パートナー企業との関係構築 (パートナー企業との関係構築のための取組について) ・現地でのPR活動の実施 (現地でのPR活動の意義等について) ・新規販売先の開拓 (商流形成でのトラブルを避けるための留意点について)

(3) 相談窓口・支援団体

- ・相談窓口の紹介: 県、ジェトロ滋賀、国
- ・支援情報サイトの紹介: 国、ジェトロ

(4) 主な品目における輸出規制等

- ・各産品(近江牛、近江の茶、近江米、湖魚、野菜・果実)の輸出規制の概要と参考となるWebサイトの紹介。

4. 県における輸出の支援について

(1) 輸出力を高めるための取組について

- ・各事業者の輸出の段階に応じた支援を実施。
- Phase1～3の段階: 海外から最初の発注を得ることを目指し、事業者の輸出力強化とビジネスチャンスの提供等、継続的な輸出に向けた取組の支援。
- Phase4の段階: 輸出の安定性と輸出量の拡大を目指した支援。
- 事業者ごとに異なる課題を専門的な支援機関等と連携して支援。



取組の内容

- ① 輸出のための支援
 - ア. 関連情報の提供、個別相談
 - イ. 新規取組の発掘
 - ウ. ビジネスチャンスの創出
 - エ. 商流形成の支援
 - オ. 輸出の継続性に対する支援
 - カ. 商品の訴求力向上に対する支援
 - キ. オーガニック農産物の生産と各種認証取得の推進
 - ク. 国際競争力のある産地イノベーション等の促進
- ② 多様な主体との連携
 - ア. 国との連携
 - イ. 市町との連携
 - ウ. 関係団体等との連携

(2) 主な品目における取組の方向について

近江牛	<ul style="list-style-type: none"> ・滋賀食肉センターの設備機能を踏まえつつ、輸出を一層推進。 ・輸出の継続性の強化を図ると共に、新規販路の拡大を推進。
近江の茶	<ul style="list-style-type: none"> ・近江の茶の品質や特徴が伝わりやすい消費者を主なターゲットとした茶専門店等への販路拡大を推進。 ・ニッチな商流であってもプレミアム感が伝えられる販路の開拓を推進。
近江米	<ul style="list-style-type: none"> ・国産米を輸出する全農ルート等を活用し、産地が行う計画的な取組を推進。 ・オーガニック米やその加工品等、高付加価値のある米の輸出チャレンジを推進。
湖魚	<ul style="list-style-type: none"> ・継続的な輸出につなげるためにモデルケースの構築を推進。
野菜・果実	<ul style="list-style-type: none"> ・輸出規制に適合した各種認証の取得やテスト輸送を推進。