

鹿児島県農林水産物 輸出促進ビジョン

～攻めの農林水産業の実現に向けて～

平成30年3月
鹿児島県

[目 次]

頁

◆ 「鹿児島県農林水産物輸出促進ビジョン」の概要について

第 1	ビジョン策定の趣旨（はじめに）	1
1	本県農林水産業の現状・課題	
(1)	農業	
(2)	林業	
(3)	水産業	
2	ビジョン策定の目的	
3	ビジョンの位置付け	
4	ビジョンの目標年次	
第 2	県産農林水産物の魅力と強み	6
1	農業	
2	林業	
3	水産業	
第 3	県産農林水産物の輸出の現状・課題	10
1	農業	
2	林業	
3	水産業	
第 4	世界に挑戦する本県農林水産業の姿	23
1	目指すべき将来像	
2	目標値	
第 5	ビジョンの実現に向けた戦略的取組	25
1	『つくる』	
2	『あつめる・はこぶ』	
3	『うる』	
第 6	輸出重点品目の輸出国・地域別輸出拡大戦略	28
第 7	戦略的取組の推進体制等	59
1	推進体制（ロードマップ）	
2	広域的連携	
3	国への要請	
〔参考資料〕		
	県産農林水産物の輸出体制のフローと関連部門の連携協力関係	63
	品目毎の輸出のサプライチェーン	64
	鹿児島県農林水産物輸出促進ビジョン(仮称)策定 検討委員会設置要綱	73
	鹿児島県農林水産物輸出促進ビジョン策定検討委員会の開催実績等	76

「鹿児島県農林水産物輸出促進ビジョン」の概要について

～攻めの農林水産業の実現に向けて～

趣旨

- ◇ 国内の食市場等が減少していく中、本県の基幹産業である農林水産業を維持・発展させるため、国際経済連携等によるグローバル市場の出現を新たなビジネスチャンスと捉え、県産農林水産物の更なる輸出拡大に向けた指針となるビジョンを策定
- ◇ 輸出重点品目、輸出重点国・地域を明確にした上で輸出目標額を設定し、その実現に向け、鹿児島の強みを生かした短期・中長期の戦略的取組を展開

現状・課題

【現状】

- 平成28年度(2016年)の県産農林水産物の輸出額は、過去最高の約155億円

〈内訳〉

- ・ 牛肉等の農畜産物 : 約73億円
- ・ 丸太等の林産物 : 約12億円
- ・ 養殖ブリ等の水産物 : 約69億円

- 主な輸出相手国・地域は、農畜産物がアジア諸国(お茶:米国)林産物が中国、水産物が北米

【課題】

- 更なる輸出拡大に向けては、
 - ① 輸出相手国・地域の動植物検疫や認証基準に対応した産地づくり
 - ② 農林水産物を持続的に輸出するための生産基盤の強化
 - ③ ニーズに応じた商品づくり
 - ④ 高品質流通技術の開発・普及
 - ⑤ 輸送コストの低減
 - ⑥ 海外での認知度向上の取組等が必要

ビジョンの実現に向けた戦略的取組

輸出サプライチェーンを「つくる」「あつめる・はこぶ」「うる」の3つに柱立て。それぞれに「かう」側の視点(★)を入れた取組を進める。

つくる

- 輸出向け生産者の裾野の拡大
- 輸出相手国等ニーズの把握(★)
- AI, IoT等による生産コストの低減
- GAP・ASC等の認証取得の促進(★) など

あつめる・はこぶ

- 輸出集荷組織の育成
- 混載等による輸送コストの低減(★)
- 小ロットに対応した輸送手段等の構築
- 鮮度保持技術の研究・開発の推進 など

うる

- 海外で魅力をPRできる人材の育成
- SNS等を活用した情報の発信(★)
- 統一ロゴなどによるブランドイメージの向上
- ECサイト等多様な販売ツールの確保(★) など

* 目標達成に向け、ロードマップに基づく計画的な取組を推進

重点品目

牛肉, 豚肉, 鶏肉, 鶏卵, お茶, さつまいも等/丸太等/養殖ブリ・カンパチ等

重点国・地域

香港, シンガポール, 台湾, タイ, 中国, 韓国, アメリカ, EU等

推進体制等

ビジョンの実現に向けて、司令塔となる組織と品目別部会からなる推進体制を整備

国際的経済連携協定の進展を見据えながら戦略的な取組を展開

目指す姿

平成37年度(2025年)

農林水産物の輸出拡大による「攻め」の農林水産業を実現

◆ アジアや欧米に向け農林水産物が安定的・持続的に輸出され、「攻め」の農林水産業が展開

◆ 海外での県産品の認知度が高まり、『かごしまブランド』が確立

◆ 多くの農林漁業者が輸出に取り組み、所得向上により後継者が確保され地域経済に貢献

輸出目標額は倍増の約300億円を実現

第1 ビジョン策定の趣旨（はじめに）

1 本県農林水産業の現状・課題

（1）農業

- ・ 本県では、温暖な気候、広大な畑地などを生かし、畜産、園芸を中心とした農業経営が展開されています。
- ・ 農業産出額は全国第3位（平成28年）であり、その6割を和牛日本一になった黒牛、豚、鶏など全国第1位の飼養頭羽数を誇る畜産部門が占めており、我が国の食料供給基地としての重要な役割を果たすとともに、地域経済を支える基幹的な産業として位置付けられています。
- ・ 農業生産の安定化を図るためには、担い手の確保・育成はもとより、台風・干ばつなどの自然災害に対応した防災対策や近隣諸国における家畜疾病のまん延に対応した家畜防疫対策等の強化、大消費地から遠隔地にあることに対応した鮮度保持・低コスト輸送技術の開発・実証・普及に取り組む必要があります。
- ・ また、国際化が進展する中、持続可能な農業を確立するためには、足腰の強い競争力のある農業生産基盤を整備し、海外市場への販路開拓にも積極的に取り組んでいく必要があります。

（2）林業

- ・ 本県の林業は、県土の約6割を占める森林で営まれており、水源の涵養、土砂流出の防止など森林の公益的機能の発揮に重要な役割を果たすとともに、木材生産を通じて地域の振興に大きく貢献しています。
- ・ 木材生産量は、全国第9位（平成28年）で、スギ・ヒノキなどの森林資源が充実し本格的な利用期を迎え、県内での大型木材加工施設や木質バイオマス発電施設の稼働、木材輸出の取組などにより、着実に増加してきています。

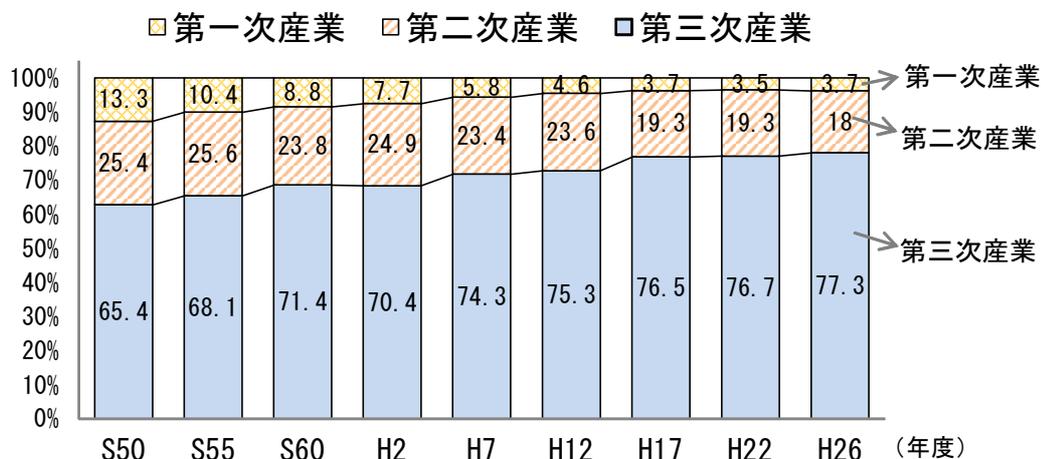
- ・ 今後、林業の成長産業化※を実現していくためには、輸出拡大をはじめ新たな木材需要の創出や木材産業の競争力の強化を図るとともに、木材の安定供給体制を整備することなどにより、就業機会の創出と所得水準を高めていく必要があります。

※ 林業の成長産業化：林業及び木材産業を安定的に成長・発展させ、山村等における就業機会の創出と所得水準の上昇をもたらす産業へ転換すること

(3) 水産業

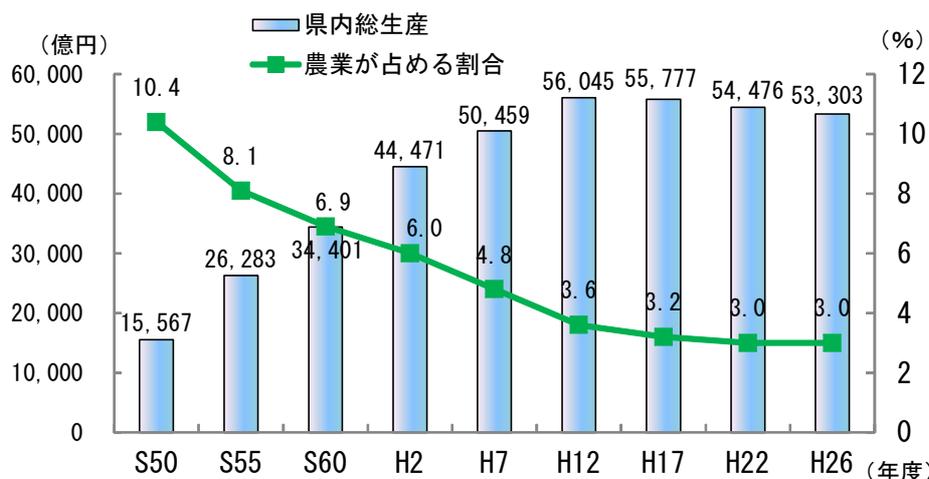
- ・ 本県の水産業は、黒潮などの恵みを受け、沿岸・沖合域での漁船漁業や静穏海域での養殖業などが営まれています。
- ・ 海面漁業・養殖業産出額は、全国第4位（平成27年）で、魚種別には、ミナミマグロ、養殖ブリ・カンパチの生産量が全国第1位、また、内水面養殖業ではウナギの生産量が全国第1位、水産加工業では、かつお節の生産量が全国第1位となっています。
- ・ 水産業を持続的・安定的に発展させていくためには、つくり・育てる漁業の推進、漁業経営対策と担い手づくり、水産物の流通・加工・販売対策、水産技術の開発・普及などの取組を展開していく必要があります。

【 県内総生産の構成比の推移 】



資料：内閣府「県民経済計算」

【 県内総生産に占める農業の割合 】



資料：内閣府「県民経済計算」

【 全国における本県の地位 】

〔 農 業 〕

(単位：億円，%)

区 分	産出額	構成比
全国	93,051	—
1 北海道	12,115	13.0
2 茨 城	4,903	5.3
3 鹿児島	4,736	5.1
4 千 葉	4,711	5.1
5 宮 崎	3,562	3.8

資料：農林水産省「生産農業所得統計」

〔 林 業 〕

(単位：千m³，%)

区 分	生産量	構成比
全国	20,660	—
1 北海道	3,307	16.0
2 宮 崎	1,982	9.6
3 岩 手	1,474	7.1
. . .		
9 鹿児島	1,045	5.1

資料：鹿児島県「森林・林業統計」

〔水産業〕

(単位：億円，%)

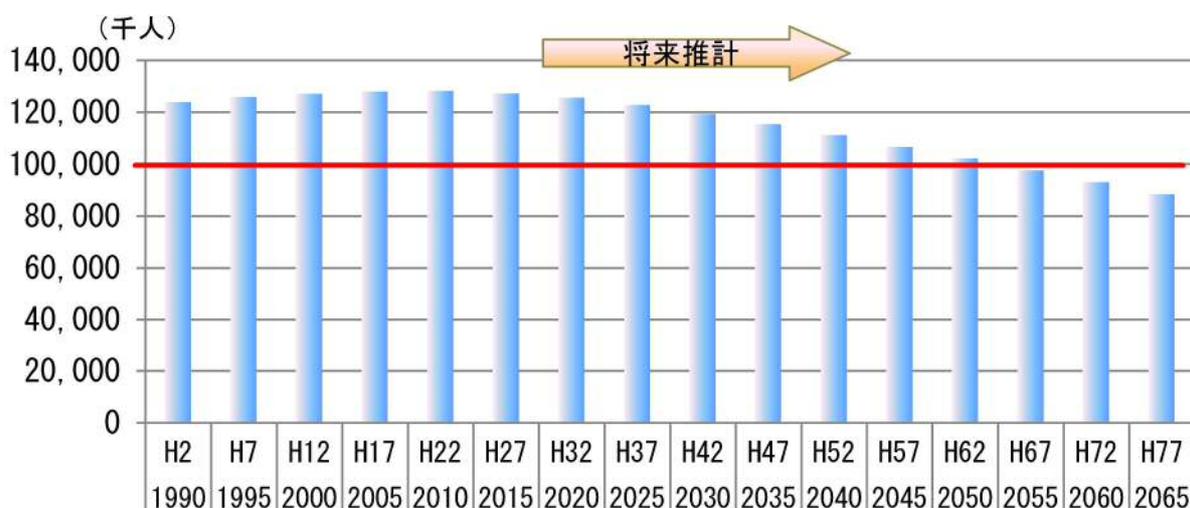
区 分	産出額	構成比
全国	14,874	—
1 北海道	3,195	21.5
2 長 崎	1,000	6.7
3 愛 媛	892	6.0
4 鹿児島	796	5.4
5 宮 城	737	5.0

資料：農林水産省「漁業・養殖業生産統計」

2 ビジョン策定の目的

- ・ 国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、2015年(平成27年)に1億2,709万人だった日本の人口は、2060年(平成72年)には1億人を切り、2065年(平成77年)には8,808万人に減少すると予測されています。
- ・ 人口減少に伴い、日本の食需要は1990年(平成2年)以降、20年以上減少し続けており、食需要の減退は、農林水産業や農山漁村の衰退につながることから、早急な対応が必要となっています。
- ・ 日本と諸外国との間で経済連携協定が締結されるなど、経済活動のグローバル化が急速に進む中、本県の基幹産業である農林水産業を維持・発展させるためには、グローバル市場の出現を新たなビジネスチャンスと捉え、農林水産物の輸出に取り組むなど、攻めの農林水産業への転換が必要となっています。
- ・ このような状況等を踏まえ、県産農林水産物の輸出拡大に取り組むため、国内外の食市場を取り巻く環境の変化、輸出相手国における需要や市場条件の変化等を調査・分析し、中・長期的な視点から、本県の農林水産業が目指すべき将来像とその実現に向けた戦略的取組等を明確にしたビジョンを策定します。

【 日本の人口の将来推計 】



資料：厚生労働省「国立社会保障・人口問題研究所」

3 ビジョンの位置付け

- ・ 「かごしま食と農の県民条例に基づく基本方針」¹、「県森林・林業振興基本計画」²、「県水産物等輸出促進戦略」³の方向性を踏まえ、「かごしま未来創造ビジョン」⁴を加味しつつ、県産農林水産物の輸出拡大に向けた今後の展開方向を示したものとします。
- ・ 本ビジョンは、おおむね10年先を見据えた中・長期的な視点から策定するものですが、農林水産業を取り巻く経済情勢などに大きな変化等が生じた場合には、速やかにビジョンの内容を再検討するものとします。

¹ かごしま食と農の県民条例に基づく基本方針

県民条例の趣旨を踏まえ、地域経済の発展と県民の健康で豊かな生活の向上を図るため、本県の食、農業及び農村の振興に関する各般の施策の展開方向及び主要目標を示したものであり、平成26年度に策定された。

² 県森林・林業振興基本計画

国が定めた「森林・林業基本計画」や「森林・林業再生プラン」の方向性を踏まえ、中長期的な展望に立った本県の森林や林業振興に関する目指すべき姿とその実現に向けた施策の推進方針等を示すものであり、平成22年度に策定された。

³ 県水産物等輸出促進戦略

県、生産者、加工業者、輸出関連事業者等、県産水産物等の輸出に関わる者が、相互に特性や役割を認識し、一体となって県産水産物等の輸出拡大につながる施策を総合的かつ計画的に取り組むための指針として平成27年度に策定された。

⁴ かごしま未来創造ビジョン

本県の新たな行政課題や挑戦すべき課題を明確にし、中長期的な視点から、そのあるべき姿や今後の県政の進むべき基本的な方向性等を示す新たな県政ビジョンとして平成29年度に策定された。

4 目標年次

- ・ 本ビジョンは、「かごしま食と農の県民条例に基づく基本方針」等の目標年次との整合性を図る必要があることから、平成28年度(2016年度)を基準年度として、平成37年度(2025年度)を目標年度とします。

第2 県産農林水産物の魅力と強み

1 農業

- ・ 本県の農業産出額は4,736億円（平成28年）で、北海道、茨城県に次いで全国第3位となっており、日本の代表的な食料供給基地としての重要な役割を果たしています。
- ・ 「かごしまブランド」確立運動の展開により、市場や消費者から信頼される産地づくりを強力に推進しており、良質なものを安定的かつ継続的に生産・出荷できる体制が整っています。
- ・ また、環境と調和した農業を推進する中で、全国に先駆けて食品安全、環境保全等の持続可能性を確保するための生産工程管理（GAP）を導入するとともに、総合的病害虫・雑草管理（IPM）の取組などを通じて、安心・安全でなおかつ持続可能な高度の技術を用いた農業生産活動が展開されています。
- ・ 農業産出額の6割を占める畜産部門については、「鹿児島黒牛」が第11回全国和牛能力共進会（平成29年9月：宮城県）で「日本一」を獲得、「かごしま黒豚」が、ブランド豚として国内外で高い評価を得ているほか、日本農林規格（特定JAS）で定められた生産方法に基づいて飼育された「かごしま地鶏」は、おいしく安全な地鶏として人気が高まっています。
このように牛、豚、鶏、それぞれにおいて、生産者と関係者が一体となった飼育・生産・改良を行う体制が確立されています。
- ・ また、和牛や豚、採卵鶏とブロイラーを合わせた鶏の飼養頭羽数は、全国第1位と高い水準を維持しており、全国有数の畜産基地として、高品質な畜産物を安定的に供給できる体制が整っています。
- ・ お茶は、栽培面積・生産量ともに全国第2位の産地であり、ほ場整備された茶園で、機械作業による大規模で効率的な生産が行われ、多様な品種が栽培されています。また、世界各国に輸出対応可能な有機栽培茶の栽培面積は、全国トップクラスとなっています。

【 「かごしまブランド」 確立運動 】

- ・ 安心・安全で品質の良い農畜産物を安定的に供給できる産地づくりなどを平成元年度から積極的に推進しています。
- ・ 平成29年8月末現在、かごしまブランド産地は19品目25産地に及んでいます。

【 県産畜産物の全国の地位 】

区 分	飼養頭羽数	全国に占める割合	全国に占める割合
肉用牛（和牛）（頭）	305,100	18.9%	1位
豚（頭）	1,327,000	14.2%	1位
採卵鶏（千羽）	10,590	6.0%	3位
ブロイラー（千羽）	26,645	19.7%	2位

資料：農林水産省「平成29年畜産統計」

【 県産茶の全国における地位と有機栽培茶園の状況 】

区 分	本 県	全 国	全国に占める割合	全国における地位	(参考) 静岡県
荒茶生産量 (t)	26,600	82,000	32.4%	2位	30,800
茶栽培面積 (ha)	8,430	42,400	19.9%	2位	17,100
うち有機栽培 (ha)	532	-	-	-	200
うち有機JAS (ha)	415	-	-	-	-
有機JAS格付数量の県別の割合	44%	100%	-	1位	24%

資料：農林水産省統計，県農政部調べ

注1) 荒茶生産量・茶栽培面積：H29年産，有機栽培面積・うち有機JAS面積：H29年時点

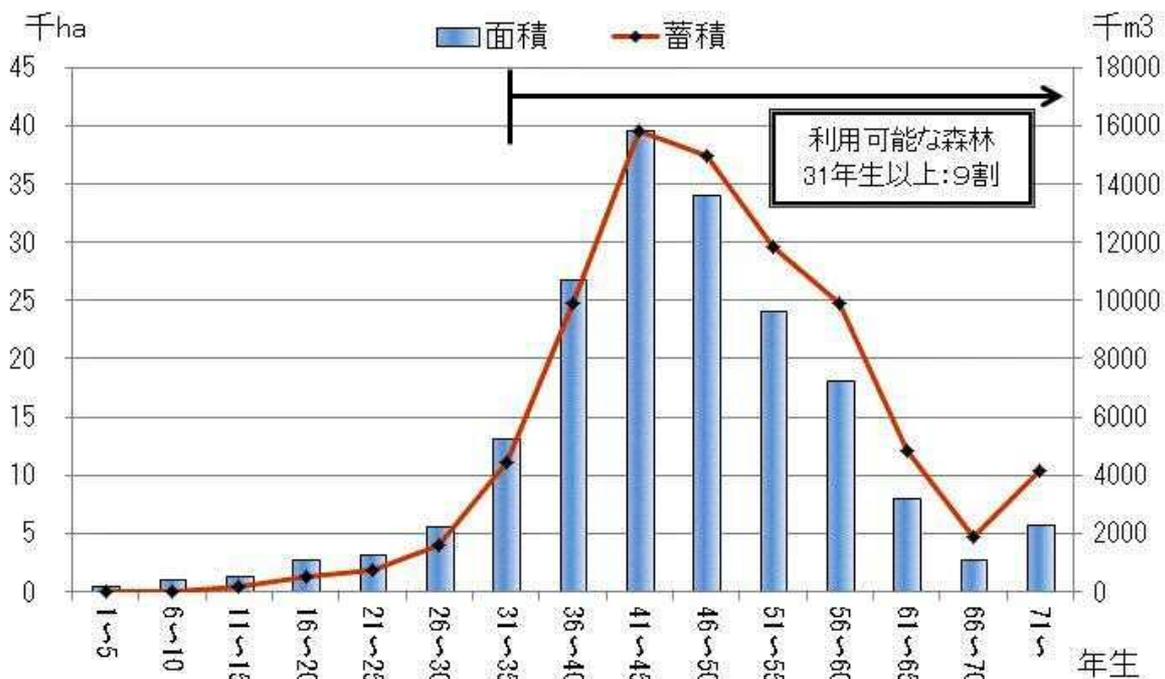
注2) 静岡県有機栽培面積：H28年時点（静岡県「茶業の現状」より）

注3) 有機JAS格付数量の県別の割合（H26年）：格付数量の約6割の事例調査結果（農林水産省「茶をめぐる情勢」より）

2 林業

- ・ 本県の森林面積は全国第13位（平成28年）で、九州管内では、森林面積，人工林面積ともに第2位を占めています。
- ・ 木材生産については，スギ・ヒノキの人工林の大半が利用可能な林齢を迎えているほか，県境を越えた森林組合の連携が進展するなど，需要者のニーズに対応した原木の安定供給体制が整備されています。
- ・ また，路網の整備や高性能林業機械の導入，大型の木材加工施設の整備が進められており，低コストで安定した木材の生産体制と新たな需要創出に向けた製材品等の供給体制の整備を進めています。
- ・ 新規の林業就業者は，ここ数年150人から180人程度で推移しており，林業就業者全体に占める40歳未満の割合が増加する傾向にあります。
- ・ 林野庁は，大隅地域を「林業成長産業化地域」に選定し，関係事業者が，地域の森林資源の循環利用を進めることにより，多くの雇用を生み出す取組が展開されています。

【 スギ・ヒノキ人工林の齢級別面積及び蓄積（民有林） 】



資料：鹿児島県「平成29年度県森林・林業統計」

3 水産業

- ・ 本県の海面漁業・養殖業産出額は796億円（平成27年）で、全国第4位となっており、全国でも有数の水産物の生産地となっています。
- ・ また、本県は太平洋と東シナ海の南北600キロメートルに及ぶ広大な海域と多くの島しょを有しており、黒潮の恩恵によって、多種多様な魚介類の捕獲が可能であることから、実需者ニーズに合わせた生産が可能となっています。
- ・ 海水が年間を通して比較的高い水温に恵まれていることなどから、養殖業の展開に有利な地理的特性を有しており、養殖ブリ・カンパチなどの生産量は全国第1位であり、安定供給が可能となっています。
- ・ さらに、養殖ブリ・カンパチについては、「かごしまのさかな」ブランド認定制度があり、市場や消費者等のニーズに応えられるなど、県内生産者のモデルとなるような優良な水産物を認定しています。

【 かごしま旬のさかな（平成6年度～） 】

「春」：マダイ、カツオ、アオリイカ、トビウオ
「夏」：キビナゴ、トコブシ、マダコ、ウナギ
「秋」：バショウカジキ、ツキヒガイ、サバ、カンパチ、アサヒガニ
「冬」：ブリ、マイワシ、カサゴ、イセエビ、クルマエビ

【 「かごしまのさかな」ブランド認定制度 】

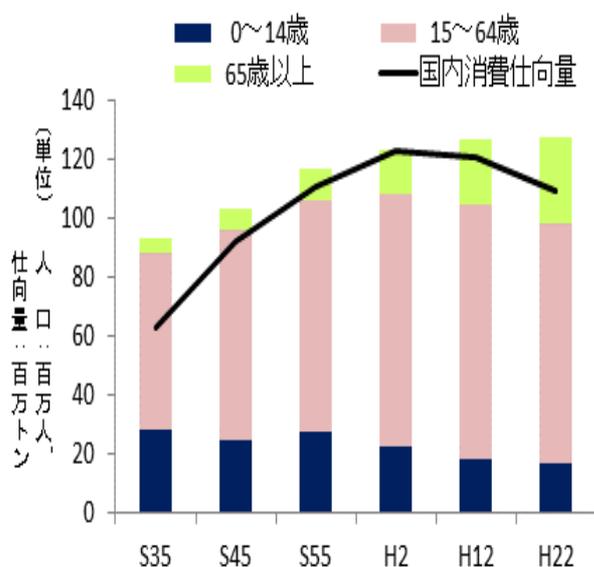
「かごしまのさかな」ブランド認定制度は、鹿児島県で生産された養殖ブリ・カンパチについて、品質等が優れ市場や消費者のニーズに応えられるなど、県内生産者のモデルとなるような優れたものを、漁協等からの申請に基づき、「かごしまのさかなづくり推進協議会」が審査・認定するもの。これまでに8件が認定（平成30年3月末現在）されている。

認定年月	認定魚
平成16年2月	①東町漁協の養殖ブリ，②福山養殖の養殖ブリ
平成16年7月	③垂水市漁協の養殖カンパチ
平成18年3月	④ねじめ漁協の養殖カンパチ
平成19年11月	⑤牛根漁協の養殖ブリ
平成19年11月	⑥鹿屋市漁協の養殖カンパチ，⑦山川町漁協の養殖カンパチ
平成29年12月	⑧高山漁協の養殖カンパチ

第3 県産農林水産物の輸出の現状・課題

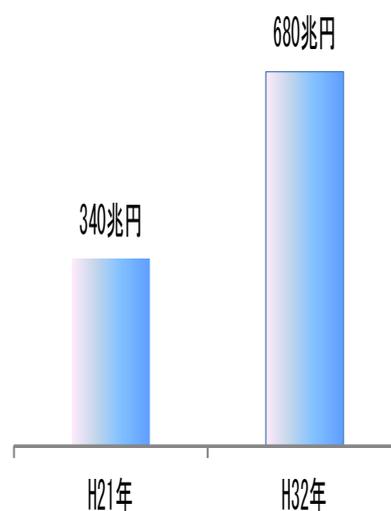
- ・ 人口減少社会，超高齢化社会を迎えた日本では，過去10数年に渡って食市場が縮小してきています。
- ・ 一方，世界人口は，平成62年(2050年)に96億人に達し，世界の食市場は今後10年間に340兆円から680兆円に倍増すると予測されており，国内市場が縮小する中，新たな販路のひとつとして，農林水産物の輸出の重要性が高まっています。
- ・ このような中で，県産農林水産物の輸出額は，平成28年度には対前年度比約20パーセント増加し，過去最高の約155億円となるなど，年々着実に輸出を伸ばしてきています。
- ・ その内訳は，牛肉等の農畜産物が約73億円(47%)，養殖ブリ等の水産物が約69億円(45%)，丸太等の林産物が約12億円(8%)となっています。
- ・ 県産農林水産物の更なる輸出拡大に向けては，海外での県産品の認知度向上，EUなどの新たな市場の開拓，混載コンテナの活用等による低コスト輸出手段の確保，輸出相手国・地域の動植物検疫や認証基準への対応等が重要な課題となっています。

【 国内の食市場構造の変化 】



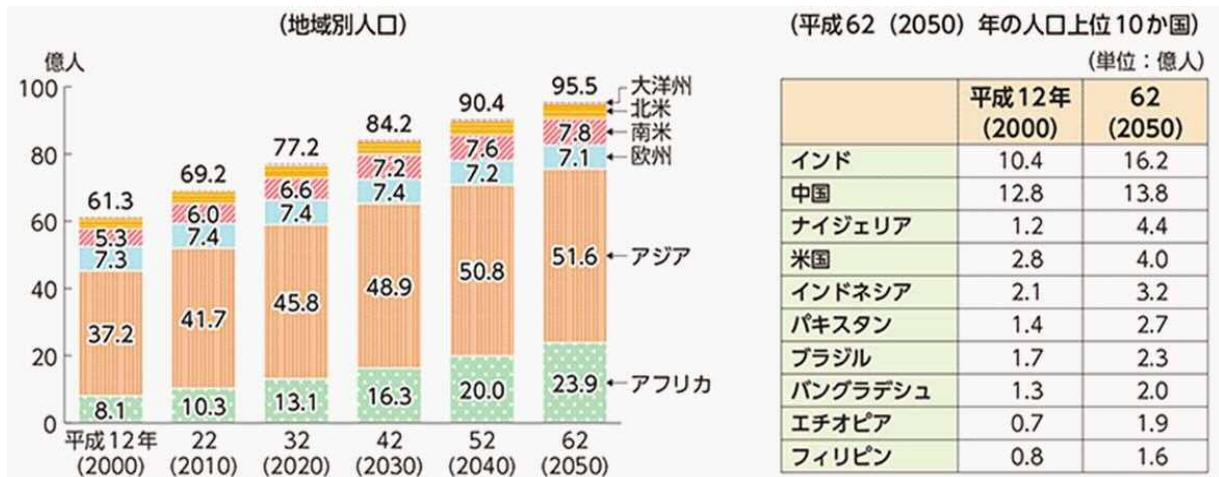
資料：総務省「人口動態調査，農水省食糧需給表」

【 世界規模の食市場の拡大 】



資料：農林水産省HPより

【 世界人口の推移と見通し 】



資料：農林水産省HPより

【 県産農林水産物の輸出額の推移 】

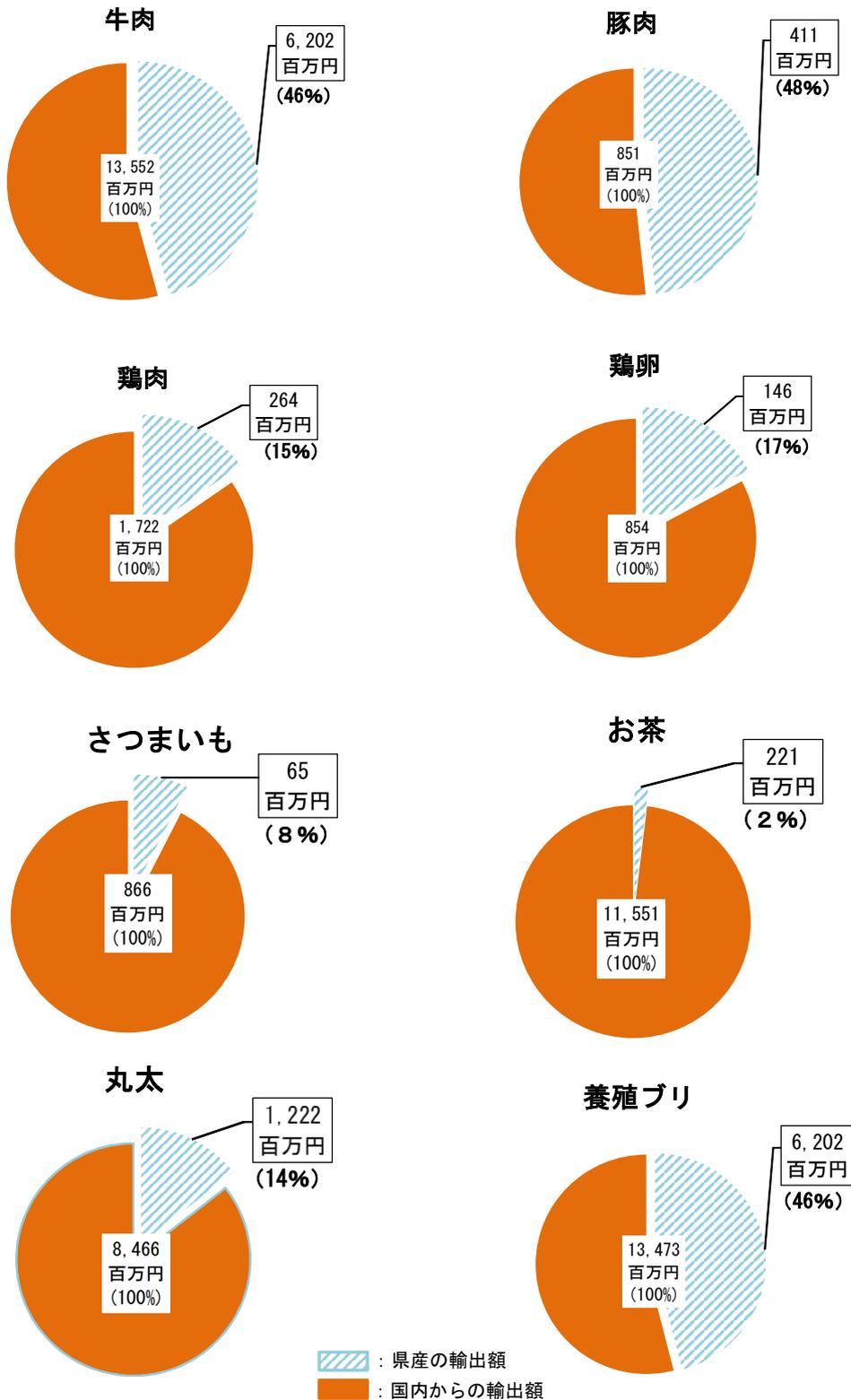


資料：県農政部とりまとめ

注) 県産農林水産物を輸出している団体等(経済連, J A, 関連団体, 輸出業者等)に聞き取り調査を行い, 回答があったものについて取りまとめているものであり, 県産農林水産物全ての輸出額ではない。

【 日本の輸出額に占める県産農林水産物の輸出額 】

牛肉, 豚肉, 養殖ブリにおいては, 国産輸出の約5割が県内から輸出されているものと推定



注) 国の輸出額は, 平成28年1月~12月であり, 県産農林水産物の輸出額は, 平成28年4月~平成29年3月の数値である

注) 県産農林水産物の輸出額は, 県農政課, 農産園芸課, 畜産課, 水産振興課, かがしま材振興課, 各課の調べ

【 県産農林水産物の生産量に占める輸出量 】

(単位：t, 千㎡, %)

区 分	品 目	県生産量 ①	県輸出量 ②	②/①
畜産物	牛肉（肉用牛） ※ 1	33,215	868.7	2.6
	豚肉 ※ 1	156,492	329.7	0.2
	鶏肉（ブロイラー） ※ 1	132,085	1,376.6	1.0
	鶏卵（鶏卵） ※ 1	167,707	563.0	0.3
農産物	お茶（荒茶） ※ 2	24,600	132.7	0.5
	さつまいも ※ 2	295,100	202.0	0.1
	きんかん ※ 3	871	7.0	0.8
林産物	丸太等 ※ 4	1,045	112.2	10.7
水産物	養殖ブリ ※ 5	25,365	3,774.2	14.9

※ 1 資料：農林水産省「畜産物流通調査」,「鶏卵流通統計調査」,「畜産統計調査」をもとに算出

※ 2 資料：農林水産省「生産農業所得統計」

※ 3 資料：農林水産省「平成26年特産果樹生産動態等調査」

※ 4 資料：鹿児島県「平成29年度県森林・林業統計」

※ 5 資料：農林水産省「平成27年漁業・養殖業生産統計」

【 輸出相手国・地域での高級スーパーにおける日本産と海外産との価格の比較 】

品 目	輸出相手 国・地域	原産国	価 格	日本産/海外産
牛 肉	香港	日本産	2,783円/100g	2.2倍
		米国産	1,268円/100g	
	アメリカ (ニューヨーク)	日本産	2,019円/100g	2.8倍
		米国産	725円/100g	
豚 肉	香港	日本産	928円/100g	1.8倍
		米国産	509円/100g	
	シンガポール	日本産	554円/100g	1.2倍
		米国産	472円/100g	
お 茶	アメリカ (ニューヨーク)	日本産	1,174円/100g	2.0倍
		台湾産	587円/100g	
さつまいも	シンガポール	日本産	1,710円/kg	2.0倍
		マレーシア産	864円/kg	
	タイ	日本産	1,159円/kg	2.2倍
		ベトナム産	529円/kg	
ブ リ	アメリカ (ロサンゼルス)	日本産	673円/100g	1.4倍
		米国産	466円/100g	

資料：ジェトロHPより

1 農業

- ・ 県産農畜産物の輸出額は年々増加の傾向にあります。平成28年度の輸出額は約73億円で、このうちの約9割を牛肉（約62億円）、豚肉（約4億円）などの畜産物が占めています。
- ・ 輸出先の国・地域は、香港が約6割を占めており、次いで、アメリカ、シンガポール、EUなどとなっています。
- ・ 総じて、県産農畜産物の輸出拡大に向けては、生産・加工・流通各段階の基盤強化や輸出相手国・地域の食品安全基準等への対応、県産品の認知度向上に向けた取組などが必要となっています。

〔畜産物〕

- ・ 平成23年度から取り組んでいる海外での販売指定店は、平成30年2月末現在、香港、シンガポール、タイ、台湾等の計6か国において、104店舗（和牛94、黒豚10）となっており、今後、販売指定店制度を活用した販路の拡大を図るためには、店舗数を更に増やしていく必要があります。
- ・ 畜産物の輸出認定施設は、平成30年2月末現在、牛肉7施設、豚肉13施設、鶏肉11施設、鶏卵5施設となっており、畜産物の更なる輸出拡大に向けた体制が整っています。
- ・ 牛肉の更なる輸出拡大のためには、ロース・ヒレ等の高級部位だけでなく、ウデやモモなどの多様な部位の販路の拡大が必要となっています。
- ・ また、牛肉や豚肉の輸出量は増加しているものの、飼養戸数が年々減少するなど、生産基盤が脆弱化してきていることから、輸出拡大に向けては、生産基盤の維持・拡大が必要となっています。

〔お茶〕

- ・ お茶の平成28年度の輸出額は約2.2億円（前年比111%）であり、主な輸出国はドイツ、アメリカ、台湾となっています。

- ・ お茶については、世界的な健康志向や和食ブーム等を背景に、海外での人気が高まっており、更なる輸出拡大のためには、世界各国に輸出対応可能な有機栽培茶や輸出相手国の食品安全基準に対応した輸出向けお茶の生産拡大、需要が高まっている抹茶の原料となる「てん茶」などの生産拡大が重要となっています。
- ・ また、抹茶加工施設の整備を進めるとともに、「抹茶」を含めた「かごしま茶」の海外での市場開拓を進める必要があります。

〔青果物〕

- ・ 野菜・果物など青果物の輸出は、香港等向けのさつまいもなど一部の品目に限られていることから、市場調査等により、輸出拡大が期待される青果物については、生産段階からの関係者が一体となった取組が必要となっています。

【 農畜産物の品目別の輸出額等（平成28年度） 】

（単位：百万円）

品目	牛肉	豚肉 (黒豚以外)	黒豚	鶏肉	鶏卵	お茶	さつまいも	その他	計
輸出額	6,202	346	66	264	146	221	65	33	7,343
割合	84.5%	4.7%	0.9%	3.6%	2.0%	3.0%	0.9%	0.5%	100.0%

資料：県農政部調べ

【 農畜産物の国・地域別の輸出額の割合（平成28年度） 】

香港	アメリカ	シンガポール	EU	タイ	台湾	その他	合計
59.7%	12.6%	9.7%	9.2%	2.6%	1.6%	4.4%	100.0%

資料：県農政部調べ

【 和牛・黒豚の国別販売指定店舗数の状況（平成30年3月末現在） 】

区分	香港	シンガポール	タイ	アメリカ	台湾	フィリピン	合計
KAGOSHIMA WAGYU	62(1)	13(1)	15(9)	3	0	1	94(11)
KAGOSHIMA KUROBUTA	0	9(2)	0	0	1	0	10(2)
合計	62(1)	22(3)	15(9)	3	1	1	104(13)

資料：県畜産課調べ

注1)：() は平成28年度の新規店舗数

注2)：販売指定店制度とは、鹿児島和牛、かごしま黒豚の海外での知名度向上と販路拡大を目的に、取扱量等の基準を満たした海外の販売店や料理店を「販売指定店」として指定する制度

【 牛肉輸出認定施設の主な国の施設数(県内7施設)(平成30年3月末現在) 】

区分	アメリカ	香港	シンガポール	台湾	EU
本県	4	4	4	5	2
全国	10	10	13	29	4

資料：厚生労働省「輸出食肉認定制度」

【 豚肉輸出認定施設の国毎施設数（県内13施設）（平成30年3月末現在） 】

区 分	香港	シンガポール	台湾	ベトナム
本 県	19 (10)	4	6	9
全 国	105	5	13	36

注)：() はと畜場の数

資料：厚生労働省「輸出食肉認定制度」

【 鶏肉・鶏卵輸出認定施設の国毎施設数（平成30年3月末現在） 】

〈 鶏肉（県内11施設） 〉

区 分	香港	ベトナム
本 県	10	9
全 国	74	76

資料：厚生労働省「輸出食肉認定制度」

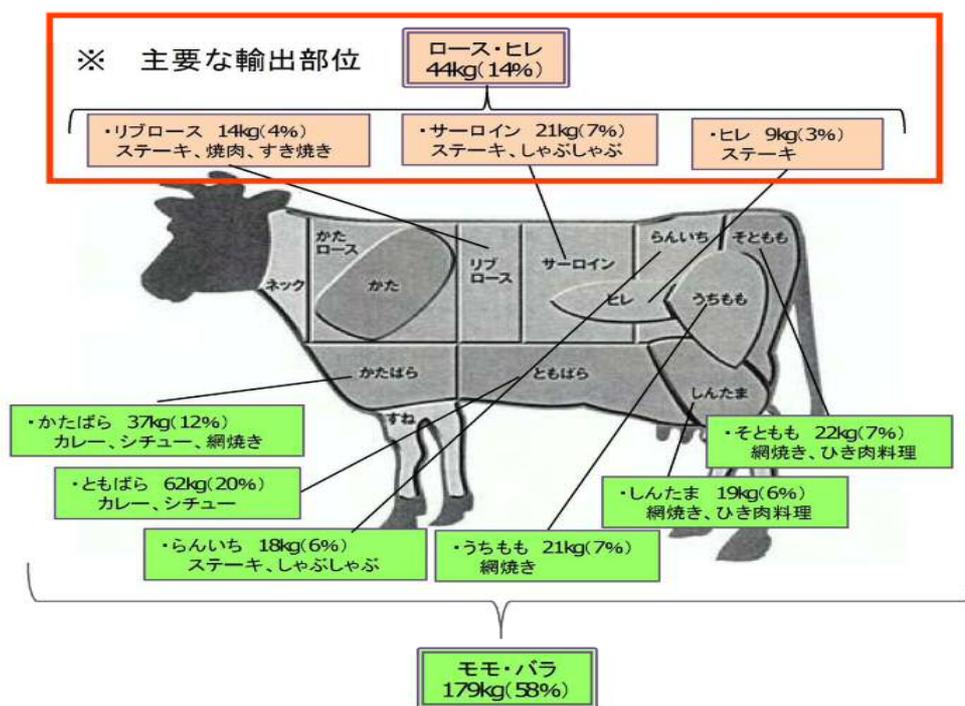
〈 鶏卵（県内5施設） 〉

区 分	香港
本 県	5
全 国	135

資料：厚生労働省「輸出食肉認定制度」

【 和肉の主要な輸出部位 】

牛部分肉の構成割合と主な用途（部分肉315kg）



資料：農林水産業・地域の活力創造本部HPより

【 県内におけるてん茶工場数（累計） 】

（単位：工場）

年 度	H26	H27	H28	H29	計	備 考
工場数	3	5	6	12	12	南九州市（5），霧島市（3） 志布志市（4）

資料：県農産園芸課調べ

注）てん茶とは 原料となる生葉を玉露と同じように覆いを長い期間かけて育て、製造工程で揉まずに乾燥した、抹茶の原料となる荒茶のこと。

【 主な輸出相手国の動植物検疫状況（平成30年3月末現在） 】

区 分	動植物検疫						農産物残留農薬基準
	畜産物			緑茶 (製茶)	青果物		
	牛肉	豚肉	鶏肉		さつまいも	きんかん	
香港	○	○	○	○	○	○	①ポジティブリスト制度 ②基準値設定ない農薬は一切の検出× ③日本使用農薬の多くは基準値なし
シンガポール	○	○	⊗	○	○	○	—
ドバイ	○	○	⊗	○	○	○	—
マレーシア	○	×	⊗	○	○	○	—
EU	○	⊗	⊗	○	○	△	①お茶の残留農薬基準は一律基準 ②日本で使用農薬は殆ど基準なし
台湾	○	○	⊗	○	△	△	①ポジティブリスト制度 ②基準値設定ない農薬は一切の検出× ③日本使用農薬の多くは基準値なし
米国	○	⊗	⊗	○	×	×	①ポジティブリスト制度 ②基準値設定ない農薬は一切の検出× ③日本使用農薬の多くは基準値なし
タイ	○	⊗	×	△	△	×	—

資料：農林水産省植物防疫所，動物検疫所資料より抜粋

注1）畜産物の「○」は，二国間協議により輸入が解禁された国

“ 「⊗」は，輸入解禁に向け協議中

“ 「×」は，疾病の発生等を理由に輸入を認めていない

注2）農産物の「○」は，検疫証明書なしで輸出可能

“ 「△」は，条件付き（検疫証明書の添付，相手国の輸入許可証取得，二国間合意に基づく特別な検疫条件を満たしたもので）輸出可能

“ 「×」は，相手国が原則輸入を禁止又は検疫条件未設定

2 林業

- ・ 県産材の輸出額は、中国、韓国など東アジア地域向けを中心として年々増加する傾向にあり、平成28年度の輸出額は約12億円で、そのほとんどが、国内では価格の安い丸太（低質材）となっています。
- ・ 丸太は、高規格幹線道路等の整備が進み、港湾機能が充実している志布志港から、主に輸出されています。
- ・ 県外の商社等の関係者を「県産材輸出サポーター」として登録し、サポーターが実施する商談等の取組を支援するとともに、木材輸出に関する最新情報を収集しています。
- ・ 製材品等の輸出拡大に向けては、県産品の認知度向上を図るとともに、輸出相手国毎に異なるニーズに対応した商品開発や販路の拡大を進める必要があります。

【品目別県産材輸出状況（平成28年度）】

区 分	輸 出 量（m ³ ）	輸 出 額（百万円）
丸 太	112,101	1,218
製材品	56	4
計	112,157	1,222

資料：県かごしま材振興課調べ

【国・地域別の輸出額の割合（平成28年度）】

中国	韓国	台湾	合計
90.2%	5.7%	4.1%	100.0%

資料：県かごしま材振興課調べ

【港別県産材輸出量（平成28年度）】

区 分	輸 出 量（m ³ ）
志布志港	75,962
串木野港	21,347
米ノ津港	9,817
川内港	1,995
その他	3,036
計	112,157

資料：県かごしま材振興課調べ

3 水産業

- ・ 県産水産物の輸出額は、平成24年度以降伸び続け、平成28年度は約69億円に達しており、このうちの9割が養殖ブリで、そのほとんどが北米向けとなっています。
- ・ 県産水産物の輸出に関しては、平成28年3月に策定した「鹿児島県水産物等輸出促進戦略」に基づき、関係団体と連携して各種施策に取り組んでいます。
- ・ 県産品の輸出拡大に当たっては、輸出促進対象品目の確保及び取扱量をバランス良く増大させるとともに、量・質・価格の全てにおいて、安定した供給の確保が不可欠です。
さらに、グローバルマーケットで求められる水産物の持続的な利用、環境への配慮が必要であることから、養殖魚の輸出では人工種苗の導入が求められており、県では、ブリ種苗の生産施設の整備を進めているところです。
- ・ 輸出相手国・地域が求める衛生基準に適合させるためには、H A C C P等の衛生管理基準の整備や施設の登録を進める必要があります。

※ H A C C P (Hazard Analysis Critical Control Point) とは

原材料の受入れから最終製品までの各工程ごとに、微生物による汚染、金属の混入などの危害要因を分析（H A）した上で、危害の防止につながる特に重要な工程（C C P）を継続的に監視・記録する工程管理システム

- ・ また、物流コストの低減や品質管理の向上を図るため、冷凍ブリ等の高品質流通技術体系の開発に産学官連携で取り組んでいます。
- ・ 北米に加えて、経済発展と人口増加が顕著なアジア地域・中東地域への新たな商流を構築するため、新規市場調査や海外で開催される展示会などへの出展に対する支援等を行っており、より輸出相手国・地域のニーズに対応するために継続的な取組が必要になっています。

【 品目別の輸出額等（平成28年度） 】 （単位：百万円）

	ブリ	カンパチ	マグロ・カツオ類	鮮魚等	加工品	合計
輸出額	6,202	24	131	261	309	6,927
割合	89.5%	0.3%	1.9%	3.8%	4.5%	100.0%

資料：県水産振興課調べ

【 国・地域別の輸出額の割合（平成28年度） 】

北米	EU等	アジア等	その他 (加工品含)	合計
85.8%	3.0%	6.5%	4.7%	100.0%

資料：県水産振興課調べ

【 主な水産物輸出認定・登録加工施設の国毎施設数 】

区分	EU	中国	ベトナム	ロシア	ブラジル
本県	1	35	12	12	3
全国	51	1,756	665	425	77

資料：水産庁，厚生労働省より

【 我が国からの水産食品の輸出に必要な手続き（国・地域別） 】

区分	施設認定・登録	放射性物質関係	衛生関係	衛生関係（輸入禁止）
アメリカ	△ FDA認定，登録	○	○	—
EU	△ EUHACCP認定，登録	△ 産地証明	△ 衛生証明	× 鯉節
中国	△ 登録	△ 産地証明， 放射能基準適合証明	△ 衛生証明	—
香港	○	○	○	—
台湾	○	△ 産地証明	○	—
ベトナム	△ 登録	○	△ 衛生証明	—
シンガポール	○	△ 産地証明	○	× 高リスク製品 (冷蔵された殻付き生ガキ等)
タイ	○	○	○	× フグ

資料：水産庁ホームページ「水産物輸出に係る手続きについて」より抜粋

注1) 「○」：証明書等なしで輸出可能。

「×」：相手国が原則輸入を禁止。

「△」：条件付き（産地・衛生検疫証明書の添付，相手国の輸入制度，二国間合意に基づく施設登録・認定等）で輸出可能。

注2) FDA(Food and Drug Administration)とは，「米国食品医薬品局」

EU・HACCPとは，EU規則に基づく衛生およびHACCP管理基準

冷凍ブリ等の高品質流通技術体系（メト化抑制技術）を開発中

水産物の流通において、冷凍した切り身の血合肉が凍結保存・解凍後に変色(褐変)してしまう「メト化」が課題。



鮮魚ブリ切り身



冷蔵で1日貯蔵後



解凍後に褐変した切り身

ATP^(注)が持つ血合肉の凍結保存・解凍後の変色(褐変)を抑える機能・作用を活用。

生産から消費まで一貫した品質管理技術の確立と実証及び技術の普及を図り、高品質冷凍ブリの流通を確立。

※通常の冷凍流通(-20℃)でも血合肉の変色(褐変)を抑え、品質を維持。

(注)ATP：アデノシン三リン酸(筋肉を動かす時のエネルギー源となる物質)

第4 世界に挑戦する本県農林水産業の姿

1 目指すべき将来像

- ・ 輸出向けのサプライチェーンが品目毎に確立されており、アジア諸国・地域に加え、欧米諸国などに向けて県産農林水産物が安定的かつ持続的に輸出がなされ、「攻め」の農林水産業が展開されています。
- ・ 安心・安全で高品質な県産農林水産物の認知度が高まり、かごしまブランドが確立されています。
- ・ 多くの農林漁業者が農林水産物の輸出に取り組んでおり、それらの取組により生産者の所得の向上と後継者の確保という好循環が生まれ、地域経済の発展に大きく貢献しています。

2 目標値（目標年度）

- ・ 本ビジョンの目標値は、県産農林水産物の輸出額を示しています。
- ・ 具体的には、平成37年度(2025年度)の輸出額を平成28年度(2016年度)【基準年】の2倍となる約300億円に設定します。

輸出目標額(品目別)

項目		2016年度(平成28年度) (基準年度)		2025年度(平成37年度) (目標年度)	H37/H28 (輸出額)
		輸出量	輸出額 (百万円)	輸出額 (億円)	
畜産物	牛肉	869 t	6,202	約110~137	約2.0倍
	豚肉	330 t	411		
	鶏肉	1,377 t	264		
	鶏卵	563 t	146		
	計	3,138 t	7,024		
お茶		133 t	221	約16~20	約9.0倍
青果物	さつまいも	202 t	65	約1.6~2	約2.0倍
	きんかん	7 t	10		
	その他	132 t	22		
	計	341 t	97		
木材(丸太等)		112,157 m ³	1,222	約21 ~ 26	約2.0倍
水産物	養殖ブリ・ カンパチ等	4,576 t	6,927	100~約110	約1.6倍
	合計		15,492	約300	約2.0倍

※ラウンドの関係で合計が合わない場合がある

輸出目標額(国別)

項目	2016年度(平成28年度) (基準年度)		2025年度(平成37年度) (目標年度)	H37/H28 (輸出額)
	輸出額 (百万円)		輸出額 (億円)	
香港	4,495		約72~90	約2.0倍
シンガポール	733		約12~17	約2.3倍
台湾	370		約5~6.6	約1.8倍
タイ	370		約4.2~4.6	約1.2倍
中国	--		約19.6~24.3	--
韓国	--		約1.2~1.5	--
アメリカ	6,953		約100~126	約1.8倍
E U 等	875		約20~25	約2.9倍
合計	15,492		約300	約2.0倍

第5 ビジョンの実現に向けた戦略的取組

戦略的取組として、県産農林水産物の輸出サプライチェーンを『つくる』、『あつめる・はこぶ』、『うる』の3つに柱立てし、それぞれに『かう』側の視点を意識した取組を進めます。

1 『つくる』

輸出相手国・地域の動植物検疫等に対応した生産・加工技術の確立と普及や国際的な制度の認証取得の促進を図り、輸出に取り組む農林漁業関係者の裾野を広げるとともに、鹿児島島の強みを生かした産地づくりや海外のニーズに対応した商品づくりを進めます。

- ・ 取組1 輸出に取り組む農林漁業者を確保・育成し、その裾野を広げます。
- ・ 取組2 海外でのマーケティング活動や情報収集等を通じて、輸出相手国・地域の市場のニーズ等の把握と生産者への周知に努めます。
- ・ 取組3 AIやIoTなどを活用し、生産コストを引き下げながら「産地づくり」や「産品づくり」を進めます。
- ・ 取組4 農林水産物の輸出事業に精通した商社等と連携し、海外のニーズに対応した商品づくりを推進します。
なお、ハラール圏への食肉等の輸出については、事業者等の意向を踏まえながら進めます。
- ・ 取組5 世界に通用するGAP・ASC等の認証制度の取得のための取組を推進します。
- ・ 取組6 輸出相手国・地域の衛生基準に応じた加工施設のHACCP認証取得への対応を推進します。

※ GAP (Good Agricultural Practice: 農業生産工程管理) とは農業において、食品安全、環境保全、労働安全等の持続可能性を確保するための生産工程管理の取組を指している。

※ ASC (Aquaculture Stewardship Council: 水産養殖管理協議会) とは水産養殖管理協議会(ASC)が定める責任ある養殖水産物を対象とする認証制度。本基準に適合するものは、その養殖が、持続可能で、社会的責任を負い、環境的にも適正に管理されたものとされる。

2 『あつめる・はこぶ』

産地間連携や複数品目の混載等によって一定のロットを確保するとともに、大隅加工技術研究センター等での青果物等の鮮度保持技術の研究・開発等を進め、鹿児島島の地理的優位性を生かした船便などの活用による低コストで、なおかつ品質を保持した輸送手段・ルートの実立を図ります。

- ・ 取組1 産地づくりから集荷・販売まで一貫して取り組む集荷組織等の確保と育成に努めます。
- ・ 取組2 混載等によって一定量のロットを確保し、輸送コストの低減を図ります。
- ・ 取組3 鹿児島島の地理的優位性等を生かせる船便などの活用を促進します。
- ・ 取組4 インターネットによる小口の輸出にも対応できる輸送手段・輸出チャネルの構築を推進します。
- ・ 取組5 大隅加工技術研究センター等において、青果物等の鮮度保持技術の研究・開発を推進します。

3 『うる』

農林漁業関係者が一体となった強固な連携関係のもとで、海外バイヤー等を招いた商談会の開催などを通じて、個々の商品に関する情報の提供や多くの外国人に県産農林水産物の魅力を伝えるプロモーション活動を展開することにより、海外における県産農林水産物への理解を促進し、「かごしまブランド」の確立と各品目のブランドイメージを高めながら、需要の拡大を図ります。

- ・ 取組 1 海外での商談会やフェア等に積極的に参加するとともに、バイヤーや現地消費者に県産品の魅力をPRできる人材の育成に努めます。
- ・ 取組 2 販売指定店の拡大や地理的表示（GI）への登録の促進、SNS等を活用した身近な調理方法の紹介や鹿児島県の食文化情報の積極的な海外発信などにより、海外での販売促進活動を展開します。
- ・ 取組 3 輸出用の統一ロゴの作成などによって、鹿児島県のブランドイメージの統一化を図り、県産農林水産物の認知度の向上を図ります。
- ・ 取組 4 インバウンドの観光客などをターゲットに、多くの外国人に県産農林水産物の魅力を体感していただき、県産品の愛好者を増やします。
- ・ 取組 5 輸出先の販売業者の意向等を踏まえながら、県域を越えた広域的な連携などにより、通年的な輸出品目の確保に努めます。
- ・ 取組 6 ECサイトなどを含め、多様な販売ツールの確保に努めます。
- ・ 取組 7 鹿児島港等に寄港するクルーズ船への食材供給の可能性を探ります。

※ SNS（Social Network Service）とは
人と人とのコミュニケーションを促進し、社会的なネットワークの構築を支援するインターネットサービスのこと。

※ ECサイト（Electronic Commerce）とは
商品やサービスを、インターネット上での独自運営のウェブサイトで販売するサイトのこと。

第6 輸出重点品目の輸出国・地域別輸出拡大戦略

(1) 農林水産物・食品の輸出に関する輸出相手国・地域の基礎データ	29
(2) 輸出重点品目別戦略	30
ア 牛肉	
イ 豚肉	
ウ 鶏肉〈モミジ（鶏足）を含む〉	
エ 鶏卵	
オ お茶	
カ さつまいも	
キ きんかん	
ク 木材（丸太等）	
ケ 水産物（養殖ブリ・カンパチ等）	
(3) 今後輸出拡大が期待される品目	39
ア 米粉	
イ 切り花	
(4) 輸出重点国・地域別戦略（国・地域別基礎データ）	40
ア 香港	
イ シンガポール	
ウ 台湾	
エ タイ	
オ 中国	
カ 韓国	
キ アメリカ	
ク EU等	

※ 国・地域別基礎データは、農林水産省の「農林水産業の輸出力強化戦略（平成28年5月）」（別冊）より抜粋

(1) 農林水産物・食品の輸出に関する輸出相手国・地域の基礎データ

区分	本県からの距離 (参考地点)	輸出必要日数		国際連携協定		市場分類			輸出可能の可否														
		航空便	船便	EPA 締結	TPP 参加国	定着	有望	制約	畜産物				お茶	青果物			切り花	木材		水産物			
									牛肉	豚肉	鶏肉	鶏卵		さつまいも	きんかん	みかん類		丸太	製材品	ブリ	カンパチ	マグロ	
アジア地域	韓国	740km (ソウル)	1~2日程度	2日程度				○	×	×	×	×	○	×	×	×	○	◎	○	○	○	○	
	中国	850km (上海)	1~2日程度	2~10日程度				○	×	×	×	×	×	×	×	×	○	◎	○	◎	○	○	
	台湾 (台北)	1,190km (台北)	3~4日程度 ※水産物は 1~2日程度	1週間程度 ※畜産物は 2~4週間程度				○	◎	◎	×	○	◎	◎	◎	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	○
	香港	1,970km	3~4日程度 ※水産物は 1~2日程度	1~2週間程度 ※畜産物は 2~4週間程度				○	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	○	◎	○	○	◎	◎	◎	○
	タイ	3,660km (バンコク)	3~4日程度	1週間程度	○			○	◎	×	×	×	◎	◎	×	×	○	○	○	◎	○	○	○
	シンガポール	4,400km	1~4日程度	2週間程度	○	○	○	○	◎	◎	×	○	◎	◎	◎	○	○	○	○	◎	◎	◎	○
欧米	アメリカ	9,930km (ニューヨーク)	1週間程度 ※水産物は 1~2日程度	3~4週間程度			○	○	◎	×	×	×	◎	×	×	×	◎	○	◎	◎	◎	○	
	EU	9,040km (フランス：パリ)	1週間程度 ※水産物は 2~3日程度	3~4週間程度	○			○	◎	×	×	×	◎	○	○	○	○	○	○	◎	○	○	

注1：市場分類の欄の

- ①「定着市場」：輸入制限が比較的小さく、日本食材の浸透度が高い国・地域
- ②「有望市場」：日本食材は比較的浸透しており、今後の伸びが期待される国・地域
- ③「制約市場」：日本食材の認知度は高いが、輸入に関する規制が大きい国・地域

注2：輸出可能の可否の欄の「◎」は本県から既に輸出されている品目、「○」は輸出可能、「×」は輸出不可の品目

(2) 輸出重点品目別戦略

ア 牛肉

輸出相手国・地域	2016年度（平成28年度） （現状）	
	輸出量	輸出額
香港	516 t	3,683 百万円
アメリカ	121 t	863 百万円
シンガポール	83 t	590 百万円
E U	82 t	585 百万円
タイ	25 t	179 百万円
台湾	—	—
その他	42 t	302 百万円
合計	869 t	6,202 百万円

2025年（平成37年度） （目標年度）	取組内容
輸出額	
畜産物 約110～137億円 の内数	<ul style="list-style-type: none"> ・ 外食率が高いため、レストラン等外食産業をターゲットに、ロースやヒレ等の高級部位だけでなく、モモ肉やカタ肉の多様な部位の販売を推進 ・ 現地に専門家を派遣し、調理方法（すき焼き、焼き肉等）やカット技術の普及を推進 ・ 販売指定店制度を活用した販路拡大を推進
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 高級牛肉としての和牛が認知されており、主要都市の高級レストランへ、ステーキ用高級部位の販売を推進 ・ ステーキを家庭で消費する文化があることから、高所得者層に向けて、高級スーパーへの販路開拓を推進 ・ 現地に専門家を派遣し、調理方法（すき焼き、焼き肉等）やカット技術の普及を推進
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 外食率が高いため、レストラン等外食産業をターゲットに、ロースやヒレ等の高級部位だけでなく、モモ肉やカタ肉の多様な部位の販売を推進 ・ 現地に専門家を派遣し、調理方法（すき焼き、焼き肉等）やカット技術の普及を推進 ・ 販売指定店制度を活用した販路拡大を推進
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 主要都市の高級レストランを中心に、肉質等級の低い和牛も含めて販路開拓を進めるとともに、既に和牛を取り扱っているレストランを中心にバラ肉やモモ肉の需要を創出 ・ 現地に専門家を派遣し、調理方法（すき焼き、焼き肉等）やカット技術の普及を推進
	<ul style="list-style-type: none"> ・ レストラン等外食産業をターゲットに、ロースやヒレ等の高級部位だけでなく、モモ肉やカタ肉の多様な部位の販売を推進 ・ 現地に専門家を派遣し、調理方法（すき焼き、焼き肉等）やカット技術の普及を推進
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 平成29年9月、牛肉輸出が解禁 ・ レストラン等外食産業をターゲットに、ロースやヒレ等の高級部位だけでなく、モモ肉やカタ肉の多様な部位の販売を推進 ・ 現地に専門家を派遣し、調理方法（すき焼き、焼き肉等）やカット技術の普及を推進

イ 豚 肉

輸 出 相手国・地域	2016年度（平成28年度） （現状）	
	輸出量	輸出額
香 港	187 t	233 百万円
シンガポール	90 t	112 百万円
台 湾	44 t	55 百万円
その他	9 t	11 百万円
合計	330 t	411 百万円

2025年度（平成37年度） （目標年度）	取組内容
輸出額	
畜産物 約110～137億円 の内数	<ul style="list-style-type: none"> 県産豚肉の需要が最も高いため、引き続き、安心・安全な県産豚肉の輸出拡大を推進 「かごしま黒豚」の品質や味についてのPRを改めて展開 外食率が高いため、トンカツやしゃぶしゃぶなど日本食レストランをターゲットに販売を推進
	<ul style="list-style-type: none"> 安心・安全な本県産の豚肉の需要が高いため、引き続き、県産豚肉の認知度向上と輸出拡大を推進 販売指定店制度を活用した販路拡大を推進 外食率が高いため、トンカツやしゃぶしゃぶなど日本食レストランをターゲットに販売を推進
	<ul style="list-style-type: none"> 「かごしま黒豚」の認知度が高く、需要が最も多い国であり、引き続き、安心・安全な「かごしま黒豚」の輸出拡大を推進 販売指定店制度を活用した販路拡大を推進 日本食レストランをターゲットにトンカツやしゃぶしゃぶ等の販売を推進

ウ 鶏 肉 〈モミジ（鶏足）を含む〉

輸 出 相手国・地域	2016年度（平成28年度） （現状）	
	輸出量	輸出額
香 港	1,377 t	264 百万円



2025年度（平成37年度） （目標年度）	取組内容
輸出額	
畜産物 約110～137億円 の内数	<ul style="list-style-type: none"> これまで国内で需要の低い鶏足（モミジ）が中心であり、今後、安心・安全な鶏肉の輸出の拡大を推進 唐揚げや焼き鳥などで需要のある日本食レストランをターゲットに販売を推進 価格は高いものの、平成29年本年5月にかごしまブランドに産地指定された「黒さつま鶏」「さつま地鶏」「さつま若しゃも」の3地鶏の品質や味についてのPRを展開

工 鶏 卵

輸 出 相手国・地域	2016年度（平成28年度） （現状）		2025年度（平成37年度） （目標年度）	取組内容
	輸出量	輸出額		
香 港	563 t	146 百万円	畜産物 約110～137億円 の内数	<ul style="list-style-type: none"> 香港は鶏卵を生で食べる習慣がないことから、安心・安全で生食できる卵であるこのとPRを展開

オ お 茶

輸 出 相手国・地域	2016年度（平成28年度） （現状）	
	輸出量	輸出額
E U	22 t	97 百万円
アメリカ	29 t	64 百万円
台 湾	76 t	46 百万円
その他	6 t	14 百万円
合 計	133 t	221 百万円

2025年度（平成37年度） （目標年度）	取組内容
輸出額	
約16～20億円 （うち抹茶：12.8～16億円 うち煎茶：3.2～4億円）	<ul style="list-style-type: none"> ・ オーガニックでの引き合いが強いことから、有機栽培茶を中心とした輸出拡大を推進。特に健康志向を背景に茶葉を丸ごと摂れる抹茶需要が高まっており、安心・安全を前面に出した有機抹茶の輸出拡大を推進 ・ 貿易の拠点であるドイツを中心に、高所得者層をターゲットに茶専門店への販路開拓
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 健康志向を背景としたニーズが高く、カフェ等で緑茶、緑茶飲料、抹茶加工品を扱う店舗が増えており、現地デスクを活用した情報収集活動等による販路開拓を推進 ・ 特に、抹茶はラテパウダーや菓子等の加工用を中心に流通しており、多様な需要に対応したバリエーション豊かな商品づくりによる輸出拡大を推進
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 輸出は増加傾向にあるが、単価は他地域向けと比べて低く、中国産茶との競合があることから、安心・安全で良質な比較的安価な商品の提供に向けた取組を支援

カ さつまいも

輸 出 相手国・地域	2016年度（平成28年度） （現状）	
	輸出量	輸出額
香 港	121 t	37 百万円
シンガポール	30 t	11 百万円
タ イ	31 t	10 百万円
台 湾	20 t	7 百万円
合 計	202 t	65 百万円

2025年度（平成37年度） （目標年度）	取組内容
輸出額	
青果物 約1.6～2億円 の内数	<ul style="list-style-type: none"> 植物検疫の制約がなく，輸出は可能 小さいサイズが好まれることから，産地づくりの中で，ニーズに応じた集荷・選別の取組を展開 香港においては「焼き芋」が，あまり知られていないことから，商談等で積極的なPRを展開
	<ul style="list-style-type: none"> 植物検疫の制約がなく，輸出は可能 所得が高いことから，富裕層をターゲットとした積極的なPRを展開
	<ul style="list-style-type: none"> 植物検疫証明書を添付することで，輸出は可能 日本ブランドの認知度が高く，首都「バンコク」は所得が高いことなどから，商談等で積極的なPRを展開
	<ul style="list-style-type: none"> 残留農薬のポジティブリスト制が導入されており，残留農薬基準が日本国内と異なることから，台湾の基準に合わせた生産を推進 甘みが強く，調理しやすい小サイズのものが好まれることから，産地づくりの中で，ニーズに応じた集荷・選別の取組を展開

キ きんかん

輸 出 相手国・地域	2016年度（平成28年度） （現状）	
	輸 出 量	輸 出 額
台 湾	4 t	6 百万円
香 港	2.5 t	3 百万円
シンガポール	0.5 t	1 百万円
合 計	7 t	10 百万円



2025年度（平成37年度） （目標年度）	取組内容
輸 出 額	
青果物 約1.6～2億円 の内数	<ul style="list-style-type: none"> ・ 残留農薬のポジティブリスト制が導入されており、残留農薬基準が日本国内と異なることから、台湾の基準に合わせた生産を推進 ・ 春節・中秋節等の贈答品として、富裕層をターゲットとした積極的なPRを展開
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 春節・中秋節等の贈答品として、富裕層をターゲットとした輸出拡大に向けたPRを展開 ・ 中間層をターゲットとした手頃な価格を訴求した商品の売り込みを推進
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 所得が高く、果物を好んで食べることから、商談等で県産かんきつ類もあわせた積極的なPRを展開

ク 木 材（丸太等）

輸 出 相手国・地域	2016年度（平成28年度） （現状）	
	輸出量	輸出額
中 国	103 千m ³	1,103 百万円
韓 国	4 千m ³	69 百万円
台 湾	5 千m ³	50 百万円
アメリカ	X	X
合 計	112 千m ³	1,222 百万円

2025年度（平成37年度） （目標年度）	取組内容
輸出額	
約21～26億円	<ul style="list-style-type: none"> 丸太、製材品等の安定的供給体制の確立を促進 海外バイヤーの招へい等による県産材の認知度向上や付加価値の高い製材品等の輸出拡大に向けたPRを展開 鹿児島県産材輸出サポーターと連携した実需者ニーズ等の把握を促進 競争力のあるスギ・ヒノキ内装材等や、木構造設計規範の改定を見据えた製材品の開発及び普及を推進
	<ul style="list-style-type: none"> 丸太、製材品等の安定的供給体制の確立を促進 海外バイヤーの招へい等による県産材の認知度向上や付加価値の高い製材品等の輸出拡大に向けたPRを展開 鹿児島県産材輸出サポーターと連携して実需者ニーズ等の把握を促進 競争力のあるスギ・ヒノキ内装材等の開発及び普及を推進
	<ul style="list-style-type: none"> 丸太、製材品等の安定的供給体制の確立を促進 海外バイヤーの招へい等による、県産材の認知度向上や付加価値の高い製材品等の輸出拡大に向けたPRを展開 鹿児島県産材輸出サポーターと連携して実需者ニーズ等の把握を促進 競争力のあるスギ・ヒノキ内装材等の開発及び普及を推進
	<ul style="list-style-type: none"> 鹿児島県産材輸出サポーターと連携して実需者ニーズ等の把握を促進 海外バイヤーの招へい等による、県産材の認知度の向上や付加価値の高い製材品等の輸出拡大に向けたPRを展開 製材品等の安定供給体制の確立を促進

ケ 水産物（養殖ブリ・カンパチ等）

輸 出 相手国・地域	2016年度（平成28年度） （現状）	
	輸出量	輸出額
北 米	3,456 t	5,810 百万円
アジア地域等	199 t	259 百万円
E U等	137 t	204 百万円
その他	784 t	654 百万円
合 計	4,576 t	6,927 百万円

2025年度（平成37年度） （目標年度）	取組内容
輸出額	
100～約110億円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 県産水産物輸出先として9割を占め、市場は沿岸部に集中 ・ 養殖ブリを中心に、カンパチ、カツオが輸出されており、一定の市場が確立していると思料 ・ HACCPの実施が求められており、今後は更なる商圈拡大(内陸部)を目指し、かごしまのさかな・水産加工品の取扱量の増大を推進 ・ 安定的供給、輸出の円滑化が図られるような衛生基準を満たす取組を支援
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 養殖ブリを中心に徐々に伸びてきているところ ・ 今後、人口の増加やGDPの増加、インフラ整備の拡大に伴い需要の伸びが期待出来ることから、積極的に「かごしまのさかな・水産加工品」の新規市場の開拓を図りながら、取扱量の増加、安定的供給への取組を支援 ・ 中国については、水産物の輸出に関する施設の認定・登録が厳しい国の一つであり、市場参入に向けた取組については、試験的な取組から大量輸出の段階へと、取扱量の増大を図るとともに、安定的供給や輸出の円滑が図られるような衛生基準を満たす取組を支援
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新興市場であり、現在、ブリを中心にした小規模な輸出が行われているところ ・ 今後、需要の拡大が伸びる地域の一つであるが、衛生管理に関する施設の認定・登録が最も厳しい地域 ・ 同地域への市場の参入への取組については、生産・加工・流通まで一貫した製品管理が必要があり、輸出の円滑化を図るとともに、安定的供給や輸出の円滑が図られるような衛生基準を満たす取組を支援

(3) 今後輸出拡大が期待される品目

ア 米粉

輸出 相手国・地域	2016年度（平成28年度） （現状）		2025年度（平成37年度） （目標年度）	取組内容
	輸出量	輸出額		
EU等	X	X	約1~1.5千万円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 欧米では、小麦粉などに含まれるタンパク質（グルテン）の摂取により引き起こされる疾患の増加に伴い、米粉などグルテンを含まない（ノングルテン）商品のニーズが高い ・ 農林水産省が策定した「米粉製品の普及のためのガイドライン」に基づく「ノングルテン表示」を推進するとともに、米粉製品の輸出拡大に向けた市場調査やマッチング活動を推進

イ 切り花

輸出 相手国・地域	2016年度（平成28年度） （現状）		2025年度（平成37年度） （目標年度）	取組内容
	輸出量	輸出額		
香港等	X	X	約0.8~1千万円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 旧正月向けを中心に花の需要があることから、現地のニーズを把握した上で、輸出に向けた取組を展開 ・ 生産・流通コストの削減や他品目との混載も前提とした、輸送中の鮮度保持についても検討

(4) 重点国・地域別戦略 (国・地域別基礎データ)

ア 香港

輸 出 重点品目	2016年度 (平成28年度) (現状)	
	輸出量	輸出額
牛 肉	516 t	3,683 百万円
豚 肉	187 t	233 百万円
〔 鶏 肉 モミジ (鶏足) を含む 〕	1,377 t	264 百万円
鶏 卵	563 t	146 百万円
さつまいも	121 t	37 百万円
きんかん	2.5 t	3 百万円
養殖ブリ等	X	X
その他	X	X
合 計		4,495 百万円

2025年度 (平成37年度) (目標年度)	取組内容
輸出額	
約72~90億円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 外食率が高いため、レストラン等外食産業をターゲットに、ロースやヒレ等の高級部位だけでなく、モモ肉やカタ肉の多様な部位の販売を推進 ・ 現地に専門家を派遣し、調理方法 (すき焼き、焼き肉等) やカット技術の普及を推進 ・ 販売指定店制度を活用した販路拡大を推進 ・ 県産豚肉の需要が最も高いため、引き続き、安心・安全な県産豚肉の輸出拡大を推進 ・ 「かごしま黒豚」の品質や味についてのPRを改めて展開 ・ 外食率が高いため、トンカツやしゃぶしゃぶなど日本食レストランをターゲットに販売を推進 ・ これまで国内で需要の低い鶏足 (モミジ) が中心であり、今後、安心・安全な鶏肉の輸出の拡大を推進 ・ 唐揚げや焼き鳥などで需要のある日本食レストランをターゲットに販売を推進 ・ 価格は高いものの、平成29年本年5月にかごしまブランドに産地指定された「黒さつま鶏」「さつま地鶏」「さつま若しゃも」の3地鶏の品質や味についてのPRを展開 ・ 香港は鶏卵を生で食べる習慣がないことから、安心・安全で生食できる卵であるこのとPRを展開 ・ 植物検疫の制約がなく、輸出は可能 ・ 小さいサイズが好まれることから、産地づくりの中で、ニーズに応じた集荷・選別の取組を展開 ・ 香港においては「焼き芋」が、あまり知られていないことから、商談等で積極的なPRを展開 ・ 春節・中秋節等の贈答品として、富裕層をターゲットとした輸出拡大に向けたPRを展開 ・ 中間層をターゲットとした手頃な価格を訴求した製品の売り込みを推進 ・ 所得が高いことから、高級外食・小売向けに航空便での高品質な生鮮品の輸出を行うことが可能であり、頻繁に行われている日本産フェアも活用しつつ、品質の高い多様な県産水産物を紹介し、ニーズの開拓を推進



1.基礎データ

輸入 5,449億ドル
輸出 4,749億ドル

- ・人口:7百万人 (人口増加率 0.8%)
- ・面積:1,103km²(東京都の約半分)
- ・宗教:仏教、道教、キリスト教
- ・名目GDP:2,909億ドル
- ・一人当たり名目GDP:40,033ドル
- ・実質GDP成長率:2.5%



2.日本との関係

日本とのEPA締結なし、TPP未参加

- ・為替レート:1香港ドル=14.75円(2016年1月時点)
- ・対日輸入:37,316百万ドル(電気機器、一般機械、化学製品等)
- ・対日輸出:16,989百万ドル(輸送用機械、原料別製品、電気機器等)
- ・日本の直接投資:63億香港ドル(約929億円)
- ・進出日本企業(拠点)数:1,388、居留邦人数:27,146人
- ・日本への渡航者数:1,524,300人(国・地域別4位)
- ・日本からの渡航者数:約1,078,766人



3.農業関連データ

- ・農業生産額:27百万ドル
- ・農産物輸入額:25,432百万ドル
- ・主な輸入品:牛肉(2,147百万ドル、ブラジル、アメリカ等)、アルコール飲料(1,744百万ドル、フランス、中国等)、鶏肉(1,524百万ドル、ブラジル、アメリカ等)
- ・香港は9割以上の食品を海外から輸入。日本からの輸入額は全体の4%程度(中国、アメリカ、ブラジル、オランダ、タイ、オーストラリアにつぐ7位)。

4.市場の特性

物価
(参考)

りんご1個(フジ) 約390円(日本産)、
約72円(中国産)
コメ1kg 約1,000円(大潟村あきたこまち)、
約340円(台湾ひとめぼれ)

- ・輸入規制が他国に比べ少なく、関税も無税であるため輸入が容易。
- ・中国大陸からの旅行者(4,720万人/年、2014年)が香港経済に一定の影響。中国やアジアへのショーケース機能もあり、国際見本市も多数開催。
- ・中国など周辺国に再輸出される食品も多い(26.1%、2012年)。
- ・外食率が高い(約6割)。日本食は人気。ラーメン店や寿司店などの行列もみられる。日本の外食企業の進出意欲も高い。旅行雑誌で日本掲載も多い。
- ・日本産食品は種類、量とも豊富。頻繁に日本産品のフェアが開催されている。日系以外の現地の卸・小売との取引も増加しつつある。

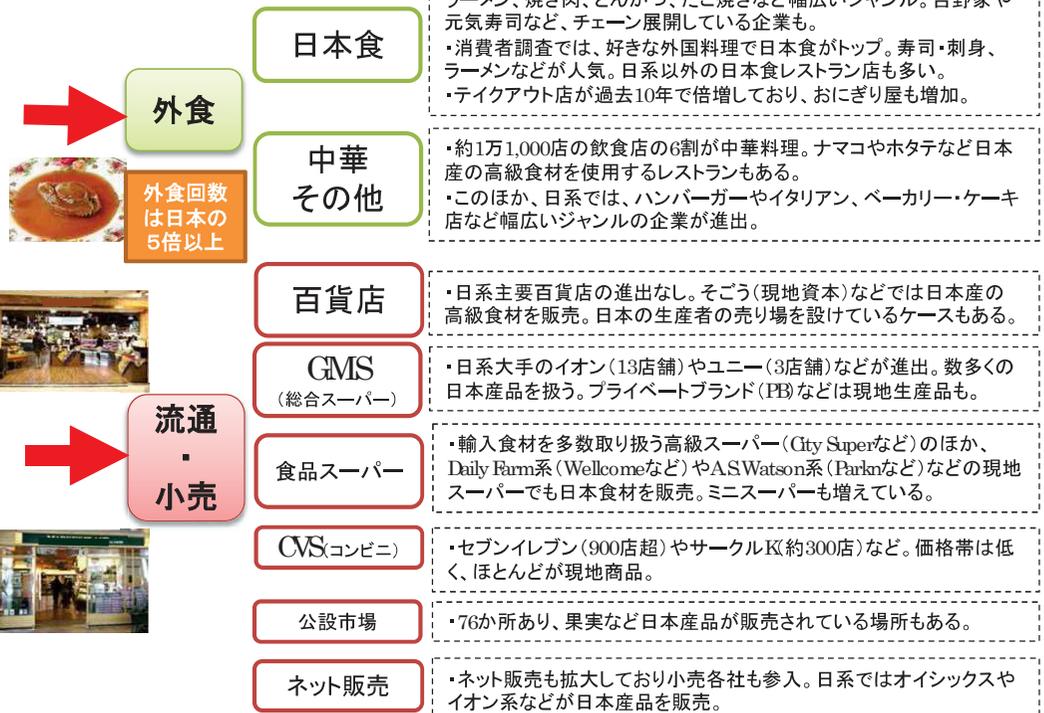
5.消費者の味覚、嗜好上の特徴

- ・主食は米、麺類。一般的に甘い味を好み、酸っぱいものは苦手。
- ・米飯とおかずは基本的に分けられていることが多く、家庭ではおかずを取って白飯の上のせて食べる人が多い。
- ・食事の時の飲酒は一般的ではない(食事と宴会が分かれている)。
- ・傾向として個々の食品への特別な嗜好(うんちく)に左右されやすい。
- ・食の安全へのこだわりも高まっている(中国からの輸入野菜などへの抵抗感も)。

6.商流・商習慣

- ・食品スーパーは、現地資本グループ(Daily FarmとAS Watson)が全体の7割以上を占め、複占状態。日本の生鮮食品は、日系スーパーに加え現地の高級スーパーでの取り扱いも増えてきている。加工食品は現地スーパーでも取り扱っている。
- ・春節、中秋節に食品の贈答用の需要が大きい(春節は主に水産乾物、果物等。中秋節は主に月餅、果物等)。

7.外食・小売等の状況



イ シンガポール

輸 出 重点品目	2016年度（平成28年度） （現状）	
	輸出量	輸出額
牛 肉	83 t	590 百万円
豚 肉	90 t	112 百万円
さつまいも	30 t	11 百万円
きんかん	0.5 t	1 百万円
養殖ブリ等	X	X
その他	X	X
合 計		733 百万円



2025年度（平成37年度） （目標年度）	取組内容
輸出額	
約12～17億円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 外食率が高いため、レストラン等外食産業をターゲットに、ロースやヒレ等の高級部位だけでなく、モモ肉やカタ肉の多様な部位の販売を推進 ・ 現地に専門家を派遣し、調理方法（すき焼き、焼き肉等）やカット技術の普及を推進 ・ 販売指定店制度を活用した販路拡大を推進
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 安心・安全な本県産の豚肉の需要が高いため、引き続き、県産豚肉の認知度向上と輸出拡大を推進 ・ 販売指定店制度を活用した販路拡大を推進 ・ 外食率が高いため、トンカツやしゃぶしゃぶなど日本食レストランをターゲットに販売を推進
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 植物検疫の制約がなく、輸出は可能 ・ 所得が高いことから、富裕層をターゲットとした積極的なPRを展開
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 所得が高く、果物を好んで食べることから、商談等で県産かんきつ類もあわせた積極的なPRを展開
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 所得が高いことから、高級外食・小売向けに航空便での高品質な生鮮品の輸出を行うことが可能であり、セミナー等により品質の高い多様な県産水産物を紹介し、ニーズの開拓を推進

1.基礎データ

輸入 3,663億ドル
輸出 4,100億ドル

- ・人口: 6百万人 (人口増加率 2.0%)
- ・面積: 約716km² (東京23区と同程度)
- ・宗教: 仏教、イスラム教、ヒンドゥー教、道教、キリスト教ほか
- ・名目GDP: 3,079億ドル
- ・一人当たり名目GDP: 56,287ドル
- ・実質GDP成長率: 2.9%

日本からの距離
約5,400km
(東京から)



2.日本との関係

日本とEPA締結、TPP参加国

- ・為替レート: 1シンガポールドル=82.11円 (2016年1月時点)
- ・対日輸入: 20,106百万ドル (電気機器、一般機械、鉱物性燃料等)
- ・対日輸出: 16,753百万ドル (化学製品、電気機器、一般機械等)
- ・日本の直接投資: 75億8,000万ドル
- ・進出日本企業 (拠点) 数: 779、居留邦人数: 35,982人
- ・日本への渡航者数: 308,800人 (国・地域別8位)
- ・日本からの渡航者数: 824,741人



3.農業関連データ

- ・農業生産額: 77百万ドル
- ・農産物輸入額: 12,395百万ドル
- ・主な輸入品: 蒸留酒 (1,793百万ドル、フランス、イギリス等)、加工食品 (817百万ドル、インドネシア、マレーシア等)、たばこ (643百万ドル、インドネシア、中国等)
- ・シンガポールはほとんどの食料を海外 (マレーシア、フランス、インドネシア、イギリス、中国など) から輸入。

物価
(参考)

りんご 約887円 (日本産サンフジ、2個)、
約120円 (中国産フジ、1個)
コメ 約2,360円 (全農あきたこまち、2kg)、
約830円 (アメリカ産松鶴、2.5kg)

4.市場の特性

- ・多様な民族・人種が存在。(中華系7割超、マレー系、インド系など)
- ・一人当たりGDPは日本を上回る。男女共働き社会で、可処分所得も高い。
- ・人口550万人程度だが、近隣諸国を中心に年間1,500万人もの観光客が訪れるため、「ショーケース」的な役割。再輸出比率も4割と高い。
- ・品揃えは豊富だが、商品サイクルは短い。
- ・日本食材は、輸入全体に占めるシェアは低いが、安全性や味などから、日常的に購入されている。中心部から郊外にも波及。
- ・日系の伊勢丹、高島屋、明治屋では、毎週のように各自治体がイベントを開催し、競合。

資料: 農林水産省「農林水産物の輸出力強化戦略」

5.消費者の味覚、嗜好上の特徴

- ・外食中心の食文化。昼食の他、朝食、夕食も外食又は中食で済ます人が多い。
- ・多様な民族構成から、様々な食文化が共存。宗教上の食事制限がある人もいる。
- ・塩辛い、酸っぱい、薄味、あっさり味は苦手な傾向。
- ・基本的に味付けが濃い、スパイシーなもの、甘いものを好む傾向。

6.商流・商習慣

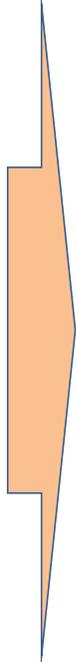
- ・現地小売店では委託販売が中心。賞味期限が迫ると返品されるため、輸入卸売業者が返品リスクを負う。販促費や商品登録、口座開設の手数料等を要求されることが一般的。日本と比べ場所代が高く、仕入金額の下げ圧力が生じる。
- ・日本からの輸入には輸入ライセンスが必要だが、輸入ライセンスの取得は容易で、輸入業者を経由せずに食材を直接輸入する日本食レストランもある。

7.外食・小売等の状況



ウ 台湾

輸 出 重点品目	2016年度（平成28年度） （現状）	
	輸 出 量	輸 出 額
牛 肉	—	—
豚 肉	44 t	55 百万円
お 茶	76 t	46 百万円
さつまいも	20 t	7 百万円
きんかん	4 t	6 百万円
木 材 （丸太）	5 千m ³	50 百万円
養殖ブリ等	X	X
その他	X	X
合 計		370 百万円



2025年度（平成37年度） （目標年度）	取組内容
輸 出 額	
約 5 ～6.6億円	<ul style="list-style-type: none"> 平成29年9月より牛肉輸出が解禁 日本産品は、高品質で安全との評価が浸透しており、また、親日で日本各地の知識も豊富な国であることから、安心・安全な「鹿児島和牛」の輸出拡大を推進 すき焼きやしゃぶしゃぶ等日本食レストランをターゲットに販売を推進
	<ul style="list-style-type: none"> 「かごしま黒豚」の認知度が高く、需要が最も多い国であり、引き続き、安心・安全な「かごしま黒豚」の輸出拡大を推進 販売指定店制度を活用した販路拡大を推進 日本食レストランをターゲットにトンカツやしゃぶしゃぶ等の販売を推進
	<ul style="list-style-type: none"> 輸出は増加傾向にあるが、単価は他地域向けと比べて低く、中国産茶との競争があることから、安心・安全で良質な比較的安価な商品の提供に向けた取組を支援
	<ul style="list-style-type: none"> 残留農薬のポジティブリスト制が導入されており、残留農薬基準が日本国内と異なることから、台湾の基準に合わせた生産を推進 甘みが強く、調理しやすい小サイズのものが好まれることから、産地づくりの中で、ニーズに応じた集荷・選別の取組を展開
	<ul style="list-style-type: none"> 残留農薬のポジティブリスト制が導入されており、残留農薬基準が日本国内と異なることから、台湾の基準に合わせた生産を推進 春節・中秋節等の贈答品として、富裕層をターゲットとした積極的なPRを展開
	<ul style="list-style-type: none"> 丸太、製材品等の安定的供給体制の確立を促進 海外バイヤーの招へい等による、県産材の認知度向上や付加価値の高い製材品等の輸出拡大に向けたPRを展開 鹿児島県産材輸出サポーターと連携して実需者ニーズ等の把握を促進 競争力のあるスギ・ヒノキ内装材等の開発及び普及を推進
	<ul style="list-style-type: none"> 親日で日本各地の知識も豊富であることから、本県の多様な近海産鮮魚のPRしながら、本県からの距離の近さを生かした鮮魚での輸出などを推進 近年、鹿児島空港を活用した鮮魚類を中心とした水産物の輸出が伸びているところ

1.基礎データ

輸入 2,740億ドル
輸出 3,136億ドル

- ・人口: 23百万人
- ・面積: 3万6千km²(九州とほぼ同じ)
- ・宗教: 仏教、道教、キリスト教
- ・名目GDP総額: 5,296億ドル
- ・一人当たりの名目GDP: 22,600ドル
- ・実質GDP成長率: 3.8%



2.日本との関係

日本とのEPA締結なし、TPP未参加

- ・為替レート: 1台湾ドル=3.52円(2016年1月時点)
- ・対日輸入: 41,693百万ドル(電子・電気機器、化学品、基本金属等)
- ・対日輸出: 19,904百万ドル(電子・電気機器、基本金属、化学品等)
- ・日本の直接投資: 5億4,876万ドル
- ・進出日本企業(拠点)数: 1,112社、居留邦人数: 18,592人
- ・日本への渡航者数: 3,677,100人 (国・地域別3位)
- ・日本からの渡航者数: 1,634,790人



3.農業関連データ

- ・農林水産業のGDP: 82億ドル
- ・農産物輸入額: 11,624百万ドル
- ・主な輸入品: 大豆(1,282百万ドル、アメリカ、ブラジル等)、トウモロコシ(1,183百万ドル、ブラジル、アルゼンチン等)、牛肉(604百万ドル、アメリカ、オーストラリア等)
- ・台湾は穀物自給率が約2割程度しかなく多くを海外から輸入。日本からの輸入額は全体の7%程度(アメリカ、ブラジルにつぐ3位)。

物価 (参考)	
りんご(フジ1個)	約500円(山形産) 約207円(韓国産)
コメ(1kg)	約1,400円(新潟産コシヒカリ)、 約500円(台湾産有機米)

4.市場の特性

- ・親日で、人口2,300万人に対し年間300万人以上が訪日。日本統治時代から日本食が浸透(弁当文化も伝わっている)。家庭食でも日本産食材を使用する人が多く、農産品に限れば最大の輸出先。
- ・専門チャンネルで日本の番組が放送されているほか、現地語に翻訳された日本関連の書籍やレシピが、日本食文化の情報源になっている。日本の地方の特産品や地方グルメなどの需要も高まっている。
- ・急速な高齢化のため、健康志向を反映した食材・料理への需要も拡大が見込まれる。
- ・消費者の所得水準が高く、PPPベース1人当たりGDPは日本を上回る。
- ・関税率が低い品目は輸入量も多いため競合が激しい。

資料: 農林水産省「農林水産業の輸出強化戦略」

5.消費者の味覚、嗜好上の特徴

- ・主食はコメだが、パン食が急速に普及。コメ、パンのほか、麺類、水餃子などの消費も多い。家庭ではほぼ中華料理(台湾料理)。
- ・汁物は薄味が好まれる。日本では塩味の食品に甘さがプラスされていることもある。若年層を中心に、本場(日本)そのままの味が好きな層も存在する。
- ・晩酌の習慣が無く、食べながらお酒を飲む人は少ない。一方で、普段はビールも飲まないが、宴会では度数の高いお酒を大量に飲む人もいる。

6.商流・物流・商習慣

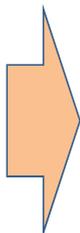
- ・春節、中秋節に食品のギフトを贈る習慣。(春節は主に果物(リンゴなど)、中秋節は主に月餅など。)
- ・商品自体は台湾市場に既にあるものでも、日本産品としては製法・パッケージ・ブランドカ・味等で明確に差別化できる商品が求められる。

7.外食・小売等の状況



エ タ イ

輸 出 重点品目	2016年度（平成28年度） （現状）	
	輸出量	輸出額
牛 肉	25 t	179 百万円
さつまいも	31 t	10 百万円
養殖ブリ等	X	X
その他	X	X
合 計		370 百万円



2025年度（平成37年度） （目標年度）	取組内容
輸出額	
約4.2～4.6億円	<ul style="list-style-type: none"> ・ レストラン等外食産業をターゲットに、ロースやヒレ等の高級部位だけでなく、モモ肉やカタ肉の多様な部位の販売を推進 ・ 現地に専門家を派遣し、調理方法（すき焼き、焼き肉等）やカット技術の普及を推進
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 植物検疫証明書を添付することで、輸出は可能 ・ 日本ブランドの認知度が高く、首都「バンコク」は所得が高いことなどから、商談等で積極的なPRを展開
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本からの加工原料用水産物の輸出は多いが、小売・外食向けの輸出は、まだ少ないことから、まずは、首都バンコクで、日本食レストランや百貨店などに季節性に応じた多様な県産水産物の紹介を展開

1.基礎データ

輸入 2,002億ドル
輸出 2,247億ドル

- ・人口: 68百万人 (人口増加率 0.4%)
- ・面積: 51万4千km² (日本の約1.4倍)
- ・宗教: 上座部仏教(約95%)、イスラム教(南部3県に多い)
- ・名目GDP: 4,048億ドル
- ・一人当たり名目GDP: 5,896ドル
- ・実質GDP成長率: 0.9%



2.日本との関係

日本とEPA締結、TPP未参加

- ・為替レート: 1タイバーツ=3.22円 (2016年1月時点)
- ・対日輸入: 35,507百万ドル(一般機械、電気機器、鉄鋼等)
- ・対日輸出: 21,741百万ドル(電気機器、一般機械、肉類・調製品等)
- ・日本の直接投資: 1,818億3,200万バーツ(約5,818億円)
- ・進出日本企業(拠点)数: 1,641、居留邦人数: 64,285人
- ・日本への渡航者数: 796,700人 (国・地域別6位)
- ・日本からの渡航者数: 1,265,307人



3.農業関連データ

- ・農業生産額: 40,944百万ドル (穀物自給率148%)
- ・農産物輸入額: 10,987百万ドル
- ・主な輸入品: 大豆油粕(1,555百万ドル、アメリカ等)、大豆(1,018百万ドル、ブラジル、アメリカ等)、加工食品(914百万ドル、アメリカ、シンガポール等)

4.市場の特性

- ・タイは豊富な原材料と安価で良質な労働力を活かし、食品加工産業が発展。世界各国に加工食品を輸出する食品大国。
- ・バンコクは所得も高く、食品への支出を中心に消費意欲が強い。
- ・日系食品企業も多数進出し、幅広い品目を現地生産。
- ・日本食品の輸入はASEAN地域で最大。日本食ブームなどから、日本食品フェアも頻りに開催。
- ・親日的で訪日客も急増中。富裕層中心に本物の味を求めるニーズもある。

物価
(参考)

りんご1個 約769円(日本産 甚八むつ)、
約286円(アメリカ産)
コメ2kg 約1,957円(新潟産こしひかり)、
約228円(タイ産東海米)

資料: 農林水産省「農林水産業の輸出力強化戦略」

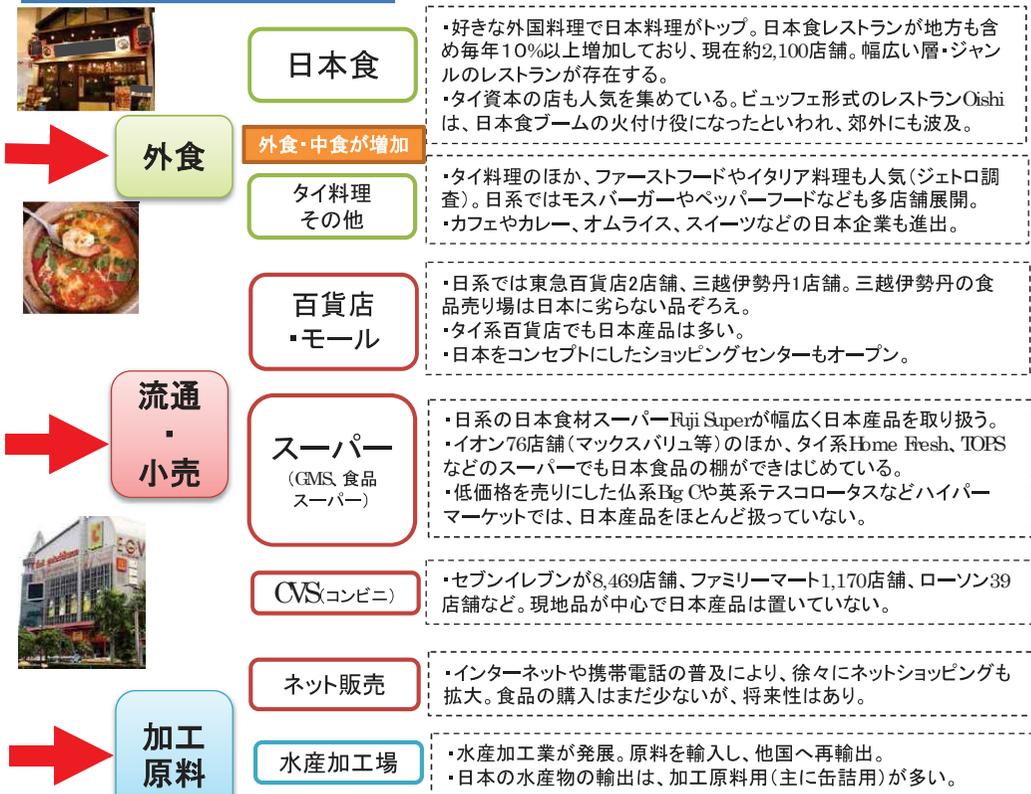
5.消費者の味覚、嗜好上の特徴

- ・主食は米(長粒種)。唐辛子や香草、ナンプラーを使うスパイシーな料理が多い。野菜を生で食べる習慣あり。甘み、辛味、酸味などはっきりした味が好まれ、薄い味、塩辛いものは好まれない。
- ・食の多様化が進み、日本食は日常的な料理となっている。麺文化がありラーメンも人気。鯖のてりやき、うなぎ、とんかつ等も人気がある。
- ・SNS等で口コミ情報が伝わりやすい。

6.商流・商習慣

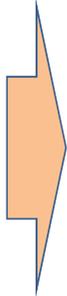
- ・中華系を中心に、旧正月やクリスマスに、バスケット等でギフトを贈る習慣。
- ・輸入にはライセンスが必要。タイに現地法人がある企業のみ可能。
- ・タイ系大手小売は、確実に売れる商品以外は棚代を徴収。サプライヤーが棚代に20~30%を負担しなければならない。
- ・輸入業者が卸を兼ねている場合が多い。

7.外食・小売等の状況



オ 中 国

輸 出 重点品目	2016年度（平成28年度） （現状）	
	輸出量	輸出額
木 材 （丸太等）	103 千m ³	1,103 百万円
養殖ブリ等	X	X
合 計	--	--



2025年度（平成37年度） （目標年度）	取組内容
輸出額	
約19.6～24.3億円	<ul style="list-style-type: none"> 丸太、製材品等の安定的供給体制の確立を促進 海外バイヤーの招へい等による県産材の認知度向上や付加価値の高い製材品等の輸出拡大に向けたPRを展開 鹿児島県産材輸出サポーターと連携した実需者ニーズ等の把握を促進 競争力のあるスギ・ヒノキ内装材等や、木構造設計規範の改定を見据えた製材品の開発及び普及を推進
	<ul style="list-style-type: none"> 水産物の輸出に関する施設の認定・登録が厳しい国の一つであり、市場参入に向けた取組については、試験的な取組から大量輸出の段階へと、取扱量の増大を図るとともに、安定的供給や輸出の円滑が図られるような衛生基準を満たす取組を支援 安定的供給や輸出の円滑が図られるような衛生基準を満たす取組を支援



1.基礎データ

輸入 1兆9,602億ドル
輸出 2兆3,427億ドル

- ・人口:1,376百万人(人口増加率 0.5%)
- ・面積:約960万km² (日本の約26倍)
- ・宗教:宗教活動は制限(仏教、イスラム教、キリスト教など)
- ・名目GDP: 10兆3,565億ドル
- ・一人当たり名目GDP: 7,572ドル
- ・実質GDP成長率: 7.3%



2.日本との関係

日本とEPA締結なし、TPP未参加

- ・為替レート: 1人民元=17.59円(2016年1月時点)
- ・対日輸入: 162,997百万ドル(電気機器、一般機械、化学製品等)
- ・対日輸出: 149,442百万ドル(電気機器、一般機械、衣類・同付属品等)
- ・日本の直接投資: 67億4,063万ドル
- ・進出日本企業(拠点)数: 32,667、居留邦人数: 133,902人
- ・日本への渡航者数: 4,993,800人 (国・地域別1位)
- ・日本からの渡航者数: 2,717,600人



3.農業関連データ

- ・農業生産額: 1,284,599百万ドル (穀物自給率100%)
- ・農産物輸入額: 115,388百万ドル
- ・主な輸入品: 大豆(38,009百万ドル、ブラジル、アメリカ等)、綿花(8,441百万ドル、アメリカ、インド等)、天然ゴム(5,759百万ドル、タイ、インドネシア等)

4.市場の特性

物価 (参考)	コメ	約3,500円(日本産米、2kg)、 約1,055円(中国産米、3kg)
------------	----	---

- ・世界最大の人口を抱える巨大市場。中間層が増加し、消費力も旺盛。
- ・訪日旅行者数も急増し、国・地域別トップ。上海や北京などを中心に多くの日本企業が進出し、日本人駐在者も多い。
- ・日系食品メーカーも多数進出しており、現地生産品や台湾産、韓国産食品と一部競合。
- ・輸入規制により青果物は殆ど輸入できないが、日本の水産物や加工食品、飲料などは、信頼性も高い。
- ・日本産品の模倣品や商標侵害などへの対策も大きな課題。

資料: 農林水産省「農林水産物の輸出強化戦略」

5.消費者の味覚、嗜好上の特徴

- ・地域によって味覚や嗜好に大きな違い。北京周辺(華北地域)は塩辛い味付け、広州周辺(華南地域)はさっぱりとした味が一般的。上海周辺(華東地域)では濃い味、甘い味、内陸の中部地域では香辛料の効いたものや辛い味が好まれる。
- ・食に関する事件・事故が多発。安全・安心への意識が高い。特に小さな子供を持つ若い世代、女性、富裕層を中心に、健康・美容に良い食品への関心が高い。
- ・菓子、清涼飲料水、調味料類は日本と共通点が多い。

6.商流・商習慣

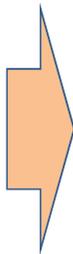
- ・輸入手続きに時間を要し、賞味期限が6ヶ月を切る食品は流通上取扱い困難。
- ・委託販売が主流。小売店(卸売含む)参入には、諸経費(口座開設・維持費、バーコード登録費、棚管理費、折々の催事協力費)が発生。(個々の条件は商品次第)
- ・春節、中秋節等で食品のギフト(果物、菓子、酒など)を贈る習慣がある。

7.外食・小売等の状況



力 韓 国

輸 出 重点品目	2016年度（平成28年度） （現状）	
	輸出量	輸出額
木 材 （丸太等）	4 千m ³	69 百万円
水産物	X	X
合 計	--	--



2025年度（平成27年度） （目標年度）	取組内容
輸出額	
約1.2～1.5億円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 丸太、製材品等の安定的供給体制の確立を促進 ・ 海外バイヤーの招へい等による県産材の認知度向上や付加価値の高い製材品等の輸出拡大に向けたPRを展開 ・ 鹿児島県産材輸出サポーターと連携して実需者ニーズ等の把握を促進 ・ 競争力のあるスギ・ヒノキ内装材等の開発及び普及を推進
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 本県からの距離が近く、日本食レストランも多いことから、県産水産物の安全性のPRを進めるとともに、外食向けに本県の多様な魚種の紹介を進め、活・生鮮での輸出拡大を推進



1.基礎データ

輸入 4,368億ドル
輸出 5,272億ドル

- ・人口: 50百万人 (人口増加率 0.4%)
- ・面積: 約10万km² (日本の約4分の1)
- ・宗教: 仏教、キリスト教 (儒教の影響も強い)
- ・名目GDP: 1兆4,104億ドル
- ・一人当たり名目GDP: 27,970ドル
- ・実質GDP成長率: 3.3%



2.日本との関係

日本とのEPA締結なし、TPP未参加

- ・為替レート: 1ウォン=0.1円 (2016年1月時点)
- ・対日輸入: 45,859百万ドル (半導体、鉄鋼板、プラスチック製品等)
- ・対日輸出: 25,604百万ドル (石油製品、無線通信機器、半導体等)
- ・日本の直接投資: 16億6,500万ドル
- ・進出日本企業(拠点)数: 667、居留邦人数: 36,708人
- ・日本への渡航者数: 4,002,100人 (国・地域別2位)
- ・日本からの渡航者数: 2,280,434人



3.農業関連データ

- ・農業生産額: 32,357百万ドル 食料自給率41%
- ・農産物輸入額: 24,987百万ドル
- ・主な輸入品: トウモロコシ(2,677百万ドル、ブラジル、アルゼンチン等)、小麦(1,616百万ドル、アメリカ、インド等)、牛肉(941百万ドル、オーストラリア、アメリカ等)
- ・韓国は穀物を中心に海外から輸入(アメリカ、中国、ブラジル、オーストラリアなどが主な輸入先)。

4.市場の特性

物価 (参考) りんご 約690円 (韓国産・4~7個入)、日本産確認できず
コメ 約1,750円 (韓国産、4kg)、日本産確認できず

- ・日本産品の多くが外食市場で消費。外食市場は不景気の中でも堅調に成長。日本食の人気が高まっており、日本食店(居酒屋含む)は増加。
- ・郷土料理や各地の日本酒への関心も高い。訪日旅行者が旅行中に食したメニューは他の東アジア諸国に比べても多岐にわたる。
- ・原発事故の影響から日本産が避けられる傾向にあるが、菓子類などは数量が回復傾向。
- ・健康面への効果の評判が高まり、住宅内装材等へのヒノキが人気。



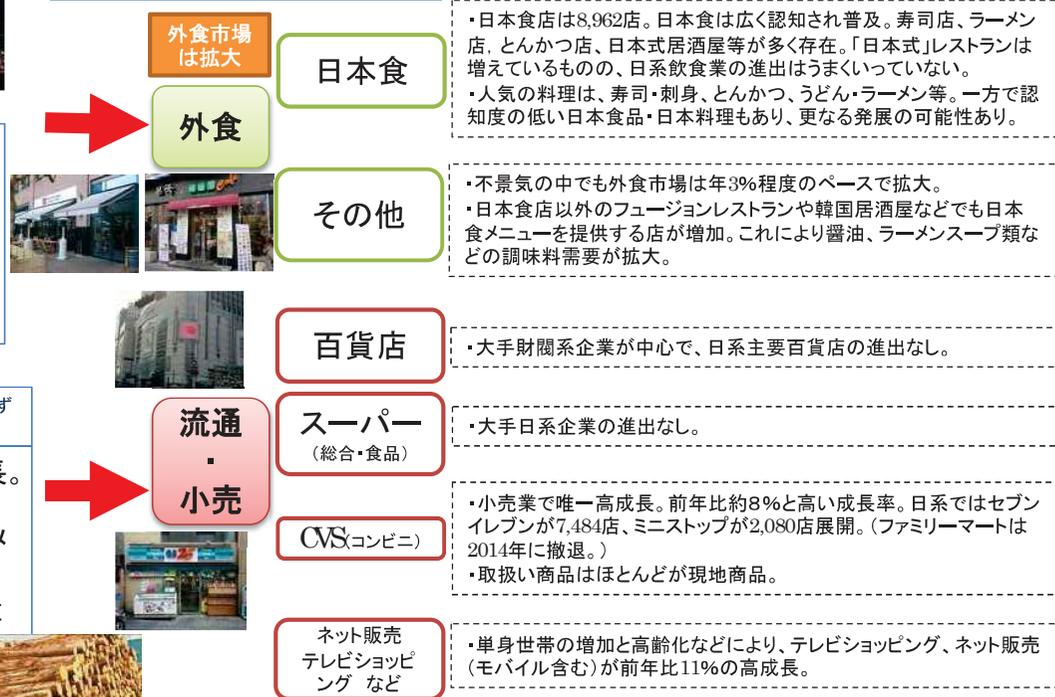
5.消費者の味覚、嗜好上の特徴

- ・米飯・麺類が主食。唐辛子を用いた料理が多い。
- ・日韓で塩辛さの感じ方に相違がある。
- ・保守的な嗜好で、消費者は昔からの定番商品を選ぶ傾向。一般的ではない商品は十分なプロモーションが必要。

6.商流・商習慣

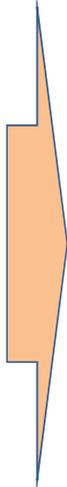
- ・流通小売市場は成熟期。小売は低成長が続いている。
- ・小さな個人店よりも大手流通で購入する傾向が強く、小売は大手財閥の百貨店・総合スーパーが主導し成長。近年は、成長著しいオンライン市場や流通小売業態の専門化により、財閥のシェアは徐々に低下。
- ・流通マージンが高い傾向。
(例: 日本酒の場合、卸売業者のマージンが販売価格の20%程度、百貨店のマージンが25%~35%等)

7.外食・小売等の状況



キ アメリカ

輸 出 重点品目	2016年度（平成28年度） （現状）	
	輸出量	輸出額
牛 肉	121 t	863 百万円
お 茶	29 t	64 百万円
養殖ブリ等	3,456 t	5,810 百万円
木 材 （丸太等）	X	X
合 計	—	6,953 百万円



2025年度（平成37年度） （目標年度）	取組内容
輸出額	
約100～126億円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 高級牛肉としての和牛が認知されており、主要都市の高級レストランへ、ステーキ用高級部位の販売を推進 ・ ステーキを家庭で消費する文化があることから、高所得者層に向けて、高級スーパーへの販路開拓を推進 ・ 現地に専門家を派遣し、調理方法（すき焼き、焼き肉等）やカット技術の普及を推進
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 健康志向を背景としたニーズが高く、カフェ等で緑茶、緑茶飲料、抹茶加工品を扱う店舗が増えており、現地デスクを活用した情報収集活動等による販路開拓を推進 ・ 特に、抹茶はラテパウダーや菓子等の加工用を中心に流通しており、多様な需要に対応したバリエーション豊かな商品づくりによる輸出拡大を推進
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 県産水産物輸出先として9割を占め、市場は沿岸部に集中 ・ 養殖ブリを中心に、カンパチ、カツオが輸出されており、一定の市場が確立していると思料 ・ HACCPの実施が求められており、今後は更なる商圏拡大（内陸部）を目指し、かごしまのさかな・水産加工品の取扱量の増大を推進 ・ 安定的供給、輸出の円滑化が図られるような衛生基準を満たす取組を支援
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 鹿児島県産材輸出サポーターと連携して実需者ニーズ等の把握を促進 ・ 海外バイヤーの招へい等による、県産材の認知度の向上や付加価値の高い製材品等の輸出拡大に向けたPRを展開 ・ 製材品等の安定供給体制の確立を促進



1.基礎データ

輸入 2兆3,476億ドル
輸出 1兆6,205億ドル

- 人口: 322百万人(人口増加率 0.8%)
- 面積: 約962万km² (日本の約25倍)
- 宗教: プロテスタント諸派、ローマカトリック等
- 名目GDP: 17兆3,481億ドル
- 一人当たり名目GDP: 54,353ドル
- 実質GDP成長率: 2.4%



2.日本との関係

日本とEPA締結なし、TPP参加国

- 為替レート: 1ドル=117.25円 (2016年1月時点)
- 対日輸入: 134,004百万ドル(自動車・同部品、一般機械、電気・電子機器等)
- 対日輸出: 66,827百万ドル(食料品・農水産物、化学品、一般機械等)
- 日本の直接投資: 337億6,500万ドル
- 進出日本企業(拠点)数: 7,816、**居留邦人数: 414,247人**
- 日本への渡航者数: 1,033,200人(国・地域別5位)
- 日本からの渡航者数: 3,579,363人



3.農業関連データ

- 農業生産額: 311,084百万ドル (穀物自給率118%)
- 農産物輸入額: 113,690百万ドル
- 主な輸入品: アルコール飲料(7,050百万ドル、フランス、イギリス等)、コーヒー豆(4,801百万ドル、ブラジル、コロンビア等)、牛肉(3,255百万ドル、オーストラリア、NZ等)

物価
(参考)

りんご 約 233円(米国産ふじ・1ポンド、kgあたり 519円)
※日本産確認できず。
コメ 約 3,688円(島根産無洗米コシヒカリ、2kg)
約 820円(米国産寿司米、2.27kg)

4.市場の特性

- 世界最大の食品市場で、高い購買力を有す。
- アジア系の人口の割合は約5%程度で、人口も増加。
- サンフランシスコ・ベイエリアやNYは、世界の流行発信地としても機能。
- 東西海岸の大都市を中心に日本食が浸透。寿司、テリヤキ、天ぷらのほか、酒、豆腐、味噌、最近は柚子やワサビ等も認知されつつある。
- 日系人やアジア系などをターゲットに、日本のメーカーが現地生産する日本食材も多い。
- 日本から輸出する日本産品は、中国などアジア産の安価な食品とも競合。
- 日本からの距離が遠く輸送コストが高いため、品質で差別化が必要。

5.消費者の味覚、嗜好上の特徴

- 様々な人種・民族で構成されており、大都市では各国の移民が持ち込んだ食文化や外国料理店が存在。食生活は多様。
- 炭水化物はパン、パスタ、ジャガイモ、コメ等、様々な穀類が食される。
- 健康志向の高まり等により、牛肉消費が減少。鶏肉は増加し、豚肉消費は横ばい。
- ミレニアル世代(80~00年代生まれ)と呼ばれる若い世代が、人口の3分の1を占め、食産業では、割高でも高品質の食品・商品を購入する存在として認識される。

6.商流・商習慣

- 東西海岸では、日系商社により流通網が整備。日系マーケット(日系小売店や日本食レストラン)への物流上の大きな障壁はない。
- 2011年4月に食品安全強化法が施行。細部を定める個別規則が順次制定・適用される(最速で2016年から適用)。今後の動向に注意が必要。
- 生鮮食品を除く小売向け食品は、十分な消費期限・賞味期限が要求される。

7.外食・小売等の状況



日本食

- 高級食材を多く使用し日本産にこだわる高級店から、ラーメン等のカジュアルフード店に至るまで、幅広い層・ジャンルの店が展開。
- 日本食レストランは全米に22,452店(2年前の1.5倍)。NYでは日本食レストラン13店がミシュランガイド(2016年版)で星を獲得。
- 牛角やくら寿司など日本の外食チェーン店も数多く進出。
- 日系人の経営は減少傾向、アジア系含む非日本人の経営が増加。
- 中高級店では多国籍料理との融合(フュージョン)もみられる。



外食

その他

- フレンチレストランなどの高級レストランの一部でも、味噌や醤油、みりん、酢、野菜、和牛、水産物など日本産食品の使用が見られる。
- ニューヨークでは多様な民族が生活。ベジタリアン、ビーガン(完全菜食)、ハラール(イスラム教)、コーシャ(ユダヤ教)などの需要も。



スーパー

(高級スーパー、食品スーパー、日系・アジア系等)

- 在留邦人の多い大都市近郊では、専門店やフードコート併設の大型日系スーパー(ニジヤ、マルカイ、ミツワ等)が日本食材を販売。
- 多店舗展開するアジア系スーパーでも、相当数の日本食材を販売。日本食フェアや試食などを行う店舗もある。日本人だけでなく、韓国系やアジア系の人々にも日本食品の需要が広がっている。
- 一般スーパーでも、米や醤油など日本食材(現地産含む)の販売増加。健康志向で、豆腐など日本食材をアレンジしたメニューも人気。
- 天然成分、オーガニック、グルテンフリー等を扱う高級志向のスーパーが増加。高級自然食スーパー大手のWhole Foodsでも日本酒やお茶などの日本食品を扱う(成分・添加物等、基準は厳格)。



流通・小売

ネット販売等

- AmazonがシアトルやサンフランシスコなどでAmazon Freshという生鮮食品の宅配サービスを開始。日本食品も一部扱う。
- 西海岸を中心に、ネットを活用したデリバリーや持ち帰りサービスが拡大。ソーシャルメディアやアプリを活用した食品のプロモーションも活発化。

ク EU等

輸 出 重点品目	2016年度（平成28年度） （現状）	
	輸出量	輸出額
牛 肉	82 t	585 百万円
お 茶	22 t	97 百万円
養殖ブリ等	137 t	204 百万円
合 計	—	875 百万円



2025年度（平成37年度） （目標年度）	取組内容
輸出額	
約20～25億円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 主要都市の高級レストランを中心に、肉質等級の低い和牛も含めて販路開拓を進めるとともに、既に和牛を取り扱っているレストランを中心にバラ肉やモモ肉の需要を創出 ・ 現地に専門家を派遣し、調理方法（すき焼き、焼き肉等）やカット技術の普及を推進
	<ul style="list-style-type: none"> ・ オーガニックでの引き合いが強いことから、有機栽培茶を中心とした輸出拡大を推進。特に健康志向を背景に茶葉を丸ごと摂れる抹茶需要が高まっており、安心・安全を前面に出した有機抹茶の輸出拡大を推進 ・ 貿易の拠点であるドイツを中心に、高所得者層をターゲットに茶専門店への販路開拓
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新興市場であり、現在、ブリを中心にした小規模な輸出が行われているところ ・ 今後、需要の拡大が伸びる地域の一つであるが、衛生管理に関する施設の認定・登録が最も厳しい地域 ・ 同地域への市場の参入への取組については、生産・加工・流通まで一貫した製品管理が必要があり、輸出の円滑化を図るとともに、安定的供給や輸出の円滑が図られるような衛生基準を満たす取組を支援

1.基礎データ

輸入 5,101億ユーロ
輸出 4,385億ユーロ

- ・人口: 64百万人(人口増加率 0.5%)
- ・面積: 約54万km² (日本の約1.5倍)
- ・宗教: カトリック、イスラム教、プロテスタント、ユダヤ教等
- ・名目GDP: 2兆8,337億ドル
- ・一人当たり名目GDP: 44,332ドル
- ・実質GDP成長率: 0.2%



日本からの距離
約9,700km
(東京からパリ)

2.日本との関係

日本とEPA締結なし

- ・為替レート: 1ユーロ=126.81円 (2016年1月時点)
- ・対日輸入: 4,215百万ユーロ (一般機械、輸送用機器、電気機器等)
- ・対日輸出: 6,845百万ユーロ (医薬品、輸送用機器、飲料等)
- ・日本の直接投資: 8億8,600万ドル
- ・進出日本企業(拠点)数: 659社、居留邦人数: 38,349人
- ・日本への渡航者数: 214,300人(国・地域別13位)
- ・日本からの渡航者数: 479,305人



3.農業関連データ

- ・農業生産額: 73,142百万ドル (穀物自給率176%)
- ・農産物輸入額: 57,255百万ドル
- ・主な輸入品: 動植物性原材料(2,777百万ドル、オランダ、ドイツ等)、加工食品(2,242百万ドル、ドイツ、ベルギー等)、チョコレート(1,889百万ドル、ベルギー、ドイツ等)

りんご1kgあたり約307円(フランス産ふじ)
※日本産確認できず。
コメ1kgあたり約3,877円(新潟魚沼産コシヒカリ/有機栽培)
約575円(米国産Rose)、約394円(イタリア産寿司米)

4.市場の特性

物価
(参考)

- ・寿司や焼き鳥などの日本食が定着。ラーメンや居酒屋等の人気も高まる。
- ・高級品市場で、日本産の品質は一定の信頼感を得ている。
- ・パリのシェフは、良い食材を常に探しており、新しい日本食品が受け入れられる土壌あり。但し、多くの日本食材の使用方法が理解されておらず、普及には丁寧な説明・PRが必要。
- ・若い世代を中心に、日本のアニメ・マンガの人気が非常に高く、数十万人を動員するイベントも開催される。日本食に親しみを感じる一因にも。
- ・加工食品など、日本企業が互域内で生産した日本食材の販売も多い。
- ・互最大の農業国であり、農産物のほか、ワインやチーズなども世界有数の輸出額を誇る。

資料: 農林水産省「農林水産物の輸出力強化戦略」

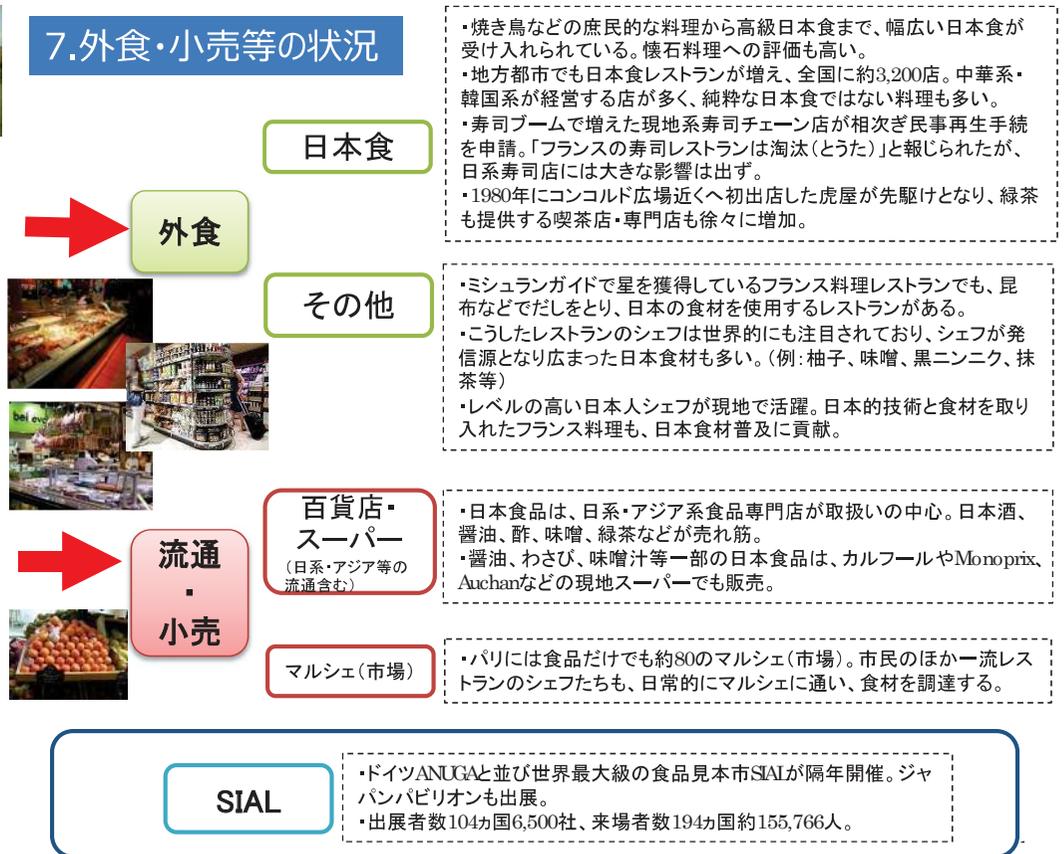
5.消費者の味覚、嗜好上の特徴

- ・バゲット(パン)が主食。食に保守的で、一般的に家庭料理は質素。外食は少ない。
- ・伝統的なフランス料理店(ビストロ)が普及しているが、高級ファストフード店の進出など、多様化が進む。
- ・現地で食されていない食品の輸出には粘り強い普及活動が必要。一度定着すれば、長く愛されることが期待できる国民性でもある。
- ・日本食は「おいしい」「健康的」「ファッショナブル」というイメージとともに人気が高まっているが、生魚を苦手とする人も多い。

6.商流・商習慣

- ・価格に非常に敏感。マスマーケットで売るには価格競争力が必要。
- ・輸入業者からは、「賞味期限の短さ」が課題として挙げられる。特に船便輸送の場合、約3ヶ月の輸送期間を要し、賞味期限は1年以上が望ましい。

7.外食・小売等の状況





1.基礎データ

輸入 5,148億ユーロ
輸出 3,807億ユーロ

- 人口: 65百万人(人口増加率 0.6%)
- 面積: 約24万km² (日本の約3分の2)
- 宗教: 英国国教会、スコットランド教会等
- 名目GDP: 2兆9,500億ドル
- 一人当たり名目GDP: 45,729ドル
- 実質GDP成長率: 3.0%



2.日本との関係

日本とEPA締結なし

- 為替レート: 1ポンド=165.52円(2016年1月時点)
- 対日輸入: 7,681百万ユーロ(輸送用機器、一般機械、電気機器等)
- 対日輸出: 5,242百万ユーロ(医薬品、一般機器、輸送用機器、電気機器等)
- 日本の直接投資: 19億7,900万ポンド
- 進出日本企業(拠点)数: 1,084社、居留邦人数: 67,258人
- 日本への渡航者数: 258,500人(国・地域別11位)
- 日本からの渡航者数: 222,000人



3.農業関連データ

- 農業生産額: 30,541百万ドル (穀物自給率101%)
- 農産物輸入額: 62,675百万ドル
- 主な輸入品: ワイン(4,808百万ドル、フランス、イタリア等)、加工食品(3,306百万ドル、オランダ、イタリア等)、動植物性原材料(2,530百万ドル、オランダ等)

4.市場の特性

- 日本食はヘルシーなイメージが定着。高い肥満率が社会問題化していることもあり、ロンドンでは日本食への関心も高まっている。
- 一方で、ロンドン以外の地方では、日本食の普及度はまだ低い。日本文化への関心も大陸の欧州諸国と比べ低い。
- ロンドンでは、高品質なアイテムを求め、高価格を許容する層も存在。中東やロシアの富裕層も滞在。
- 加工食品など、日本企業がEU域内で生産した日本食材の販売も多い。

物価
(参考)

りんご1個 約 72円(米国産)、約36円(英国産)
※日本産確認できず。
コメ1kgあたり 約796円(新潟県産コシヒカリ)
約713円(欧州産ゆめにしき)

5.消費者の味覚、嗜好上の特徴

- 主食はジャガイモやパン。ビールやスナック菓子が好まれ、肥満率は欧州一。
- 食に対して保守的な一方、気に入れば継続購入する傾向がある。
- 一般的に食生活は質素。家庭では簡便志向が強く、レディミール(調理済み食材)が広く普及。栄養バランスが社会問題となっている。
- 健康や食の安全性への関心は高く、オーガニック市場も拡大。
- ロンドンは多国籍化が進み、食文化も多様化。高級レストランも多い。
- 地方においては、生魚を食べることに慣れていない人もいる。

6.商流・商習慣

- 日本食レストランの大半は非日系だが、日本食材の多くは日系流通業者(日系卸売)により供給されている。

7.外食・小売等の状況



日本食



外食



その他



百貨店・スーパー

(日系・アジア等の流通含む)



流通・小売



ネット販売等

- 日本食はヘルシーなイメージが定着。日本食レストランは約810店。
- ロンドンでは高級店からカレーやお好み焼きといった店まで幅広く、日系資本の専門店の進出も増加。ラーメン人気も高まる。
- 寿司や弁当、麺類、カレーなどテイクアウト専門店も人気。
- 一部の高級日本食レストランでは和牛を提供。全農もロンドンで和牛を全面的に押し出した和食レストラン「TOKIMEITE」をオープン。
- ロンドン発のカジュアルな日本風レストラン「Wagamama」や回転寿司店「YO! Sushi」などが多店舗展開。海外にも進出。
- 一方で、日本食は高価なイメージも強く、スコットランドや地方では、一般普及していない。

- ロンドンは外国料理レストランも多いが、地方は少ない。
- 日本食以外的高级レストランでも、日本産調味料(ゆず、醤油、マヨネーズなど)を使う店が増加。
- 従来型のフルサービスレストランが減少、手頃な値段のカジュアルダイニングが注目を集める。

- 小規模店のほか、TescoやSainsbury'sといった大手スーパーのほとんどの店舗で、醤油等の調味料、テイクアウト用の寿司、バックやうどん等を販売。
- 日本酒や緑茶などの高級食材を中心に、現地的高级百貨店やワイン専門店での取扱いも増加。ハロッズやフォートナム &メイソンなどの高級百貨店では、和牛も販売。
- ロンドンを中心に、Japan CentreやAtari Yaなど日本食材店も10店舗以上存在。日本人以外の利用も増えている。
- 一部アジア系食材店においても、日本食材コーナーを設け、多数の日本食材を取り扱う。

- 日本食材店によるオンラインショップやインターネット専業の小売店も登場。日本食関連商品の購入が容易に。
- 一部店舗では、欧州他国への配送も行っている。

1.基礎データ

輸入 9,150億ユーロ
輸出 1兆1,348億ユーロ

- 人口: 81百万人(人口増加率 0.1%)
- 面積: 約35万km² (日本の約94%)
- 宗教: カトリック、プロテスタント、イスラム教、ユダヤ教等
- 名目GDP: 3兆8,744億ドル
- 一人当たり名目GDP: 47,774ドル
- 実質GDP成長率: 1.6%



日本からの距離
約9,000km
(東京からベルリン)

2.日本との関係

日本とEPA締結なし

- 為替レート: 1ユーロ=126.81円(2016年1月時点)
- 対日輸入: 14,520百万ユーロ(電気機器、一般機械、輸送用機器等)
- 対日輸出: 17,095百万ユーロ(輸送用機器、医薬品、一般機械等)
- 日本の直接投資: 11億2,600万ユーロ
- 進出日本企業(拠点)数: 1,684、居留邦人数: 39,902人
- 日本への渡航者数: 162,600人(国・地域別16位)
- 日本からの渡航者数: 711,529人



3.農業関連データ

- 農業生産額: 59,299百万ドル(穀物自給率103%)
- 農産物輸入額: 93,500百万ドル
- 主な輸入品: 動植物性原材料(5,398百万ドル、オランダ、中国等)、チーズ(4,194百万ドル、オランダ、フランス等)、ワイン(3,340百万ドル、イタリア、フランス等)

4.市場の特性

- 日本食は「健康的でクール」というイメージが強く、人気。
- 健康志向が高く、アメリカに次ぐ世界第二位のオーガニック市場。(EUの有機認証と日本の有機JAS認証は同等性が認められている)
- 加工食品など、日本企業がEU域内で生産した日本食材の販売も多い。
- 中国・韓国・タイ等から日本食品の類似品が大量に流入。日本産と誤認する消費者もいる。

物価
(参考)

りんご1kg 約390円(イタリア産)、約298円(ドイツ産)
※日本産確認できず。
コメ1kgあたり 約1,300円(新潟県産コシヒカリ)
約669円(米国産ひとめぼれ)

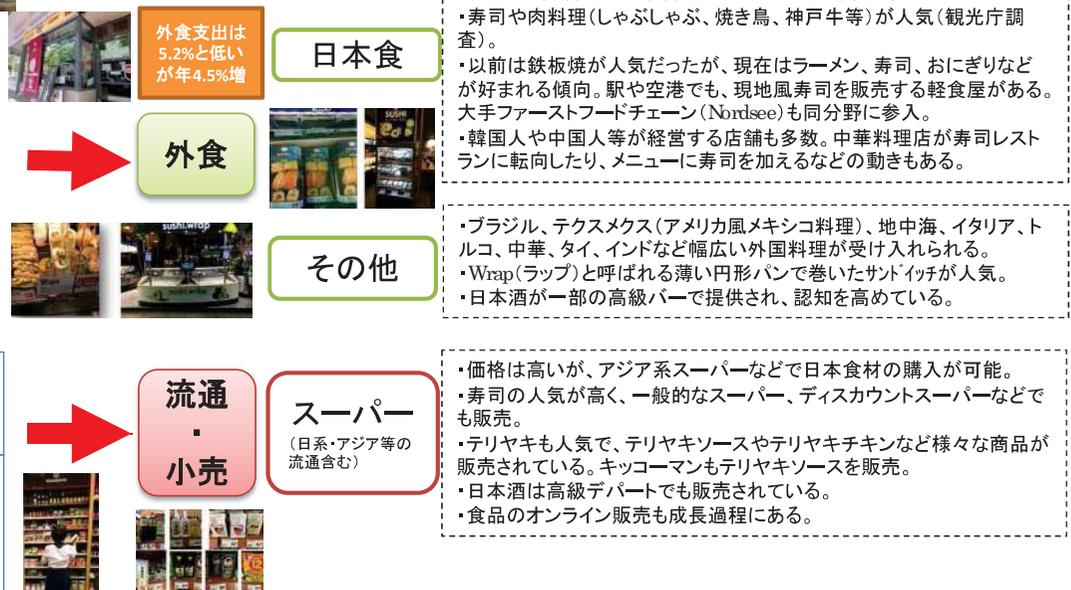
5.消費者の味覚、嗜好上の特徴

- 主食はパン。肉製品やジャガイモを好む。食に対しては保守的で、外食率も低い。
- 近年、特に若者の間でアジア料理や地中海料理に加え、中東・アフリカ料理などのエスニックフード等、外国料理の人気の高まる。
- オーガニック食品(BIO)、ラクターゼ不使用、純菜食主義者向け製品等も人気。

6.商流・商習慣

- 一般的に日本食材の流通ルートは、1.日系マーケット、2.アジア系マーケット、3.現地系マーケット。輸入食材については、輸入商社、卸問屋が存在するが、現地大手小売りでは、域内加工メーカー等からの直接購買も多い。現地系マーケットでも日本食材の取扱量は少なく、EU域内生産品や有機食品にほぼ限られる。
- 大手小売業者に新規取り扱いを依頼する場合、リスティング・フィー(棚代)を請求される可能性あり。

7.外食・小売等の状況



1.基礎データ

輸入 3,551億ユーロ
輸出 3,979億ユーロ

- 人口: 60百万人(人口増加率 0.1%)
- 面積: 約30万km² (日本の約5分の4)
- 宗教: キリスト教(カトリックが約85%)、イスラム教等
- 名目GDP: 2兆1,477億ドル
- 一人当たり名目GDP: 35,335ドル
- 実質GDP成長率: -0.4%



日本からの距離
約9,900km
(東京からローマ)

2.日本との関係

日本とEPA締結なし

- 為替レート: 1ユーロ=126.81円(2016年1月時点)
- 対日輸入: 2,705百万ユーロ(一般機械、輸送用機器、電気機器等)
- 対日輸出: 5,364百万ユーロ(医薬品、一般機械、バッグ類等)
- 日本の直接投資: 4億7,700万ドル
- 進出日本企業(拠点)数: 277社、居留邦人数: 13,687人
- 日本への渡航者数: 103,200人(国・地域別17位)
- 日本からの渡航者数: 454,465人



3.農業関連データ

- 農業生産額: 45,577百万ドル(穀物自給率76%)
- 農産物輸入額: 48,067百万ドル
- 主な輸入品: たばこ(2,525百万ドル、オランダ、ドイツ等)、チーズ(2,224百万ドル、ドイツ、フランス等)、豚肉(2,136百万ドル、ドイツ、オランダ等)

物価
(参考)

りんご1kg 約250円(イタリア産)
コメ1kgあたり 約642円(イタリア産ゆめにしき)
約295円(イタリア産寿司用の米)
※いずれも日本産確認できず。

4.市場の特性

- 食に対しては保守的だが、日本食が徐々に浸透しつつある。
- 日本のアニメやマンガの認知度が高く、作品に出てくる日本食メニューへの親近感も醸成されている。
- EU域内で生産された日本食材やアジア産食材も販売されるが、日本産品に対する信頼が厚く、多少の価格差であれば日本産が選択されている。
- 2015年に食をテーマとしたミラノ万博が開催され、日本食を含む海外の食文化への理解が高まる。
- 白菜や大根など日本食に馴染みのある野菜や鮮魚は豊富。



5.消費者の味覚、嗜好上の特徴

- イタリア料理に対するこだわりが強く、食には保守的。
- パン・パスタ等を主食とし、野菜、肉、魚等豊富な食材を使用。塩・コショウ・オリーブオイルといったシンプルな味付けを好む。イタリア料理は郷土色が強く、多種多様。
- 一般的に外食率は低く、店の選択も保守的な傾向。
- 若者や流行に敏感な消費者の間で、日本食を含む外国料理の人気も向上。スタイリッシュなアジア料理店も増えている。

6.商流・商習慣

- 日本食品を取り扱う輸入業者はまだ少ない。
- レストランは、食材の現地調達率が高い。
- 欧州の他国同様、日本からの輸送に要する時間が長く、長い賞味期限が必要。イタリア人の傾向としても、賞味期限の長い商品を好む。
- 健康志向が高まり、EUの有機認証を持った製品は強みがある。

7.外食・小売等の状況



日本食

- 英仏に比べると日本食の浸透が遅れていたが、健康志向の高まりやマンガの影響などにより、日本食への関心が高まる。ミラノ万博でも日本パビリオンが人気を集めた。
- 寿司のほか、ラーメンや天ぷらも人気。
- 日本食レストランは約900店。寿司のテイクアウトや宅配店も増加。
- 日本人経営のレストランはまだ少ないが、九州レモンガスがミラノで日本食レストランを開店するなど、徐々に増加。



外食



その他

- 高級イタリアレストラン等で、日本食材や日本食の調理法を用いた料理の提供など、新しい試みも。



流通
・
小売

スーパー・
オーガニック
食品店など

- 日本食材を扱う店も増えているが、他の西欧諸国に比べ割高。
- 日系含むアジア系食品店やオーガニック食品(自然食品)店などで日本食材が販売される。
- 寿司が人気で、寿司を自宅で作る人も多い。寿司キットも販売される。
- 健康ブームにより、オーガニック食品専門店での取り扱いも増加。味噌、醤油、たまり醤油、梅酢、米酢、ごま塩などが販売される。
- ミラノ万博を機に、大手スーパーで日本食品専用コーナーが拡大されるなどの動きが見られる。
- ローマに三越伊勢丹が出店(日本食品は販売せず)。

ネット販売等

- ネット販売を通じ、地方都市でも一般の日本食品が入手可能に。

第7 戦略的取組の推進体制等

1 推進体制

- ・ 本ビジョンの実現に向けて司令塔となる組織を立ち上げ、その下に、品目別の部会を新たに設置するなどの体制を整備し、各般の施策を推進するとともに、ビジョンに基づく戦略的取組の推進や検証等を実施します。
- ・ ロードマップに基づく輸出重点品目の国・地域別の目標達成に向けて、計画的な取組を進めます。
- ・ 輸出に関するあらゆる相談に対応できる専門家や実務者を活用し、必要な助言等を行うこととします。

2 広域的連携

- ・ 平成27年に策定した「九州創生アクションプラン」に基づき、九州各県の特（長）性を生かしながら「オール九州」での輸出に向けた取組について検討を進めていきます。
- ・ 通年的な輸出品目の確保に向け、九州管内を越えた広域的連携の可能性について検討を進めていきます。

3 国際的な経済連協定への戦略的な対応

- ・ 日EU・EPAやTPP11など、国際的な経済連携協定の進展等を見据えながら、戦略的な取組を展開していきます。

4 国への要請

- ・ 国際競争力のある生産基盤等の確立に必要な支援や、二国間協議による輸出環境整備と輸出先国等の基準に適合した生産体制の確立などに対する支援をあらゆる機会を通じて要請していきます。

【 県農林水産物輸出促進ビジョン推進本部 】

庁内体制

本 部 会 議

構成：副知事(本部長)/農政部長/環境林務部長/商工労働水産部長/PR・観光戦略部長
 役割：政策目標の達成状況の把握/施策の検討など

幹 事 会 議

構成：農政部次長(幹事長)/農政課長/農産園芸課長/畜産課長/かごしま材振興課長
 水産振興課長/かごしまPR課長
 役割：各部会の取組計画・実績の把握/施策の進行管理など

推進主体



企画戦略会議

【 県輸出食品振興連絡協議会 】
 (事務局：農政課)

調整・企画

取組把握

品目部会

『青果物部会』

【 県園芸振興協議会 】 (事務局：農産園芸課)

『お茶部会』

【 かごしま茶輸出対策実施本部 】 (事務局：県茶業会議所)

『畜産部会』

【 県食肉輸出促進協議会 】 (事務局：畜産課)

『林産物部会』

【 県産材輸出促進協議会 】 (事務局：かごしま材振興課)

『水産物部会』

【 県水産物等輸出促進協議会 】 (事務局：水産振興課)

※ テーマ別部会『物流部会』などを必要に応じて設置

各品目部会の構成員(県職員)もメンバーとなり、品目部会間における横断的な取組の調整、総合的な取組の企画など

各生産者団体・各関連団体等と連携した各品目毎の取組方針の計画・実践・進行管理、施策の推進など



県産品輸出振興連絡会議

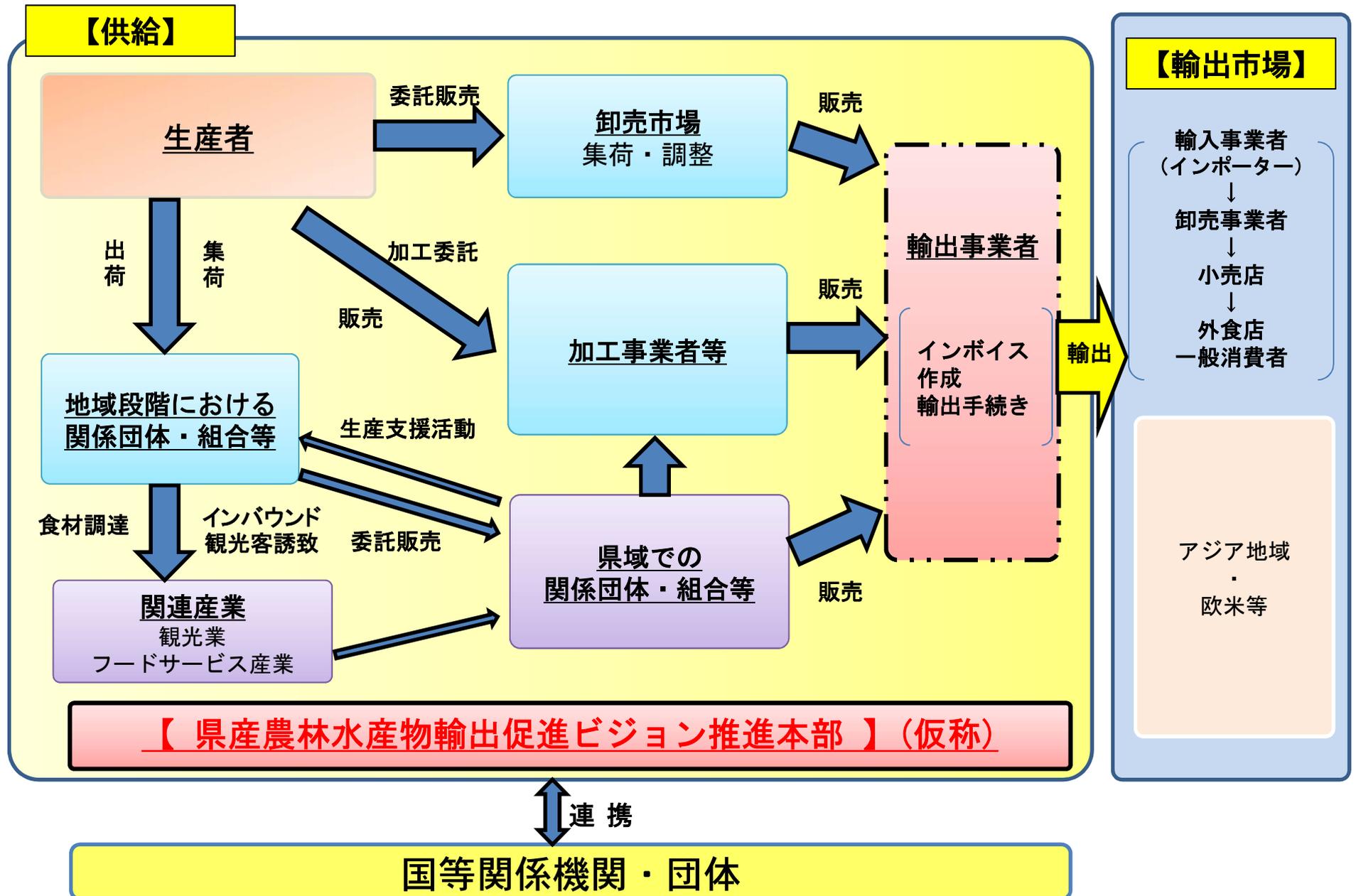
事務局：PR・観光戦略部
 座長：PR・観光戦略部次長

取組項目・内容等		2018年 (H30)	2019年 (H31)	2020年 (H32)	2021年 (H33)	2022年 (H34)	2023年 (H35)	2024年 (H36)	2025年 (H37)
つ く る	① 輸出に取り組む農林漁業者の確保・育成	各種セミナーの参加を支援							
		輸出用防除暦を作成		防除暦に基づく栽培を実証					
		加工施設等の導入など輸出環境の整備を支援							
	② 輸出相手国・地域の市場のニーズ等の把握	海外見本市等への参加を通じて新規市場の調査等を実施							
	③ 鹿児島県の強みを生かした「産地づくり」や「商品づくり」の推進	輸出相手国のニーズに応じた産地づくりを推進							
	④ 商社等と連携した海外のニーズに応じた商品づくりの推進	輸出相手国のニーズに応じた商品づくりを推進							
あ つ め る ・ は い び	⑤ 世界に通用するGAP・ASC等の認証制度への取組を促進	各種認証制度の取得に向けた取組を促進							
	⑥ 輸出相手国・地域の衛生基準に応じた加工施設のHACCP対応等への取組を促進	HACCP対応等への取組を促進							
	① 産地づくりから集荷・販売まで一貫して取り組む集荷組織等の確保・育成	輸出に意欲的な事業者等の取組等を支援							
	② 複数品目の混載等により、輸送ロットを確保したコストの低減の取組	低コスト品質保持対策の体系化		実証試験等の実施		低コスト輸送体系の普及を推進			
	③ 鹿児島県の地理的優位性等を生かせる船便などの活用を促進	「急速液体凍結機」の導入を推進、活用を促進〔畜産物〕							
あ つ め る ・ は い び	④ インターネットによる小口の輸出にも対応できる輸送手段・ルートの活用を促進	関係者と連携した輸送手段の検討、利活用を推進							
		「Ship & Air」の推進							
	⑤ 大隅加工技術研究センター等において、青果物等の鮮度保持技術の研究・開発を推進	鮮度保持技術の研究・開発を推進							

取組項目・内容等	2018年 (H30)	2019年 (H31)	2020年 (H32)	2021年 (H33)	2022年 (H34)	2023年 (H35)	2024年 (H36)	2025年 (H37)
① バイヤーや現地消費者等に県産品の魅力をPRできる人材の育成	商談用語学習得を支援							
	海外販売促進フェアを企画、開催等、商談会等への出展を支援							
② 販売指定店の拡大や地理的表示(GI)の登録の促進等による海外での販売促進活動を展開	「GI」の登録を推進、「GI」を活用した輸出を促進							
	「鹿児島黒牛」・「かごしま黒豚」販売指定店制度を推進							
③ 鹿児島のブランドイメージの統一化による県産農林水産物の認知度向上	統一PR資材・パンフレット等を作成		統一PR資材・パンフレット等を活用した取組を展開					
	「KAGOSHIMA WAGYU」, 「KAGOSHIMA KUROBUTA」の商標登録の取得を支援							
④ 多くの外国人に県産農林水産物の魅力を体感してもらい、県産品の愛好者を増やす取組の実施	検疫証明手続き等に関する国等との協議・調整を実施							
	国際空港や港等での試食・宣伝・販売への取組を支援							
⑤ 県域を越えた広域的な連携などにより、通年的な輸出品目の確保	九州各県等と連携した取組を展開							
⑥ ECサイトなど多様な販売ツールの確保	情報収集及び輸出事業者等への情報提供							
⑦ クルーズ船への食材供給の可能性を探る	食材供給可能性を研究		食材供給					

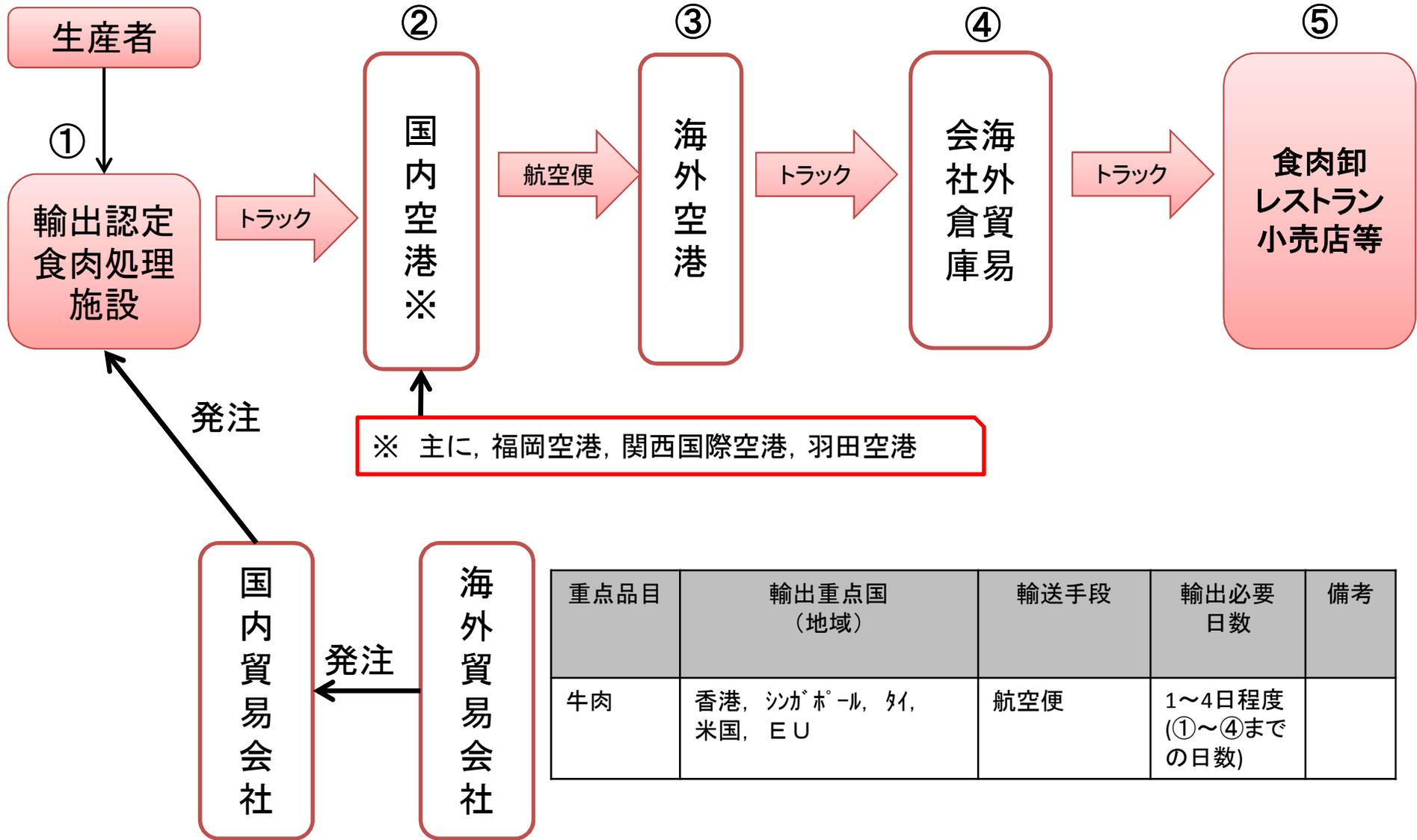
〔 参 考 资 料 〕

図：県産農林水産物の輸出体制のフローと関連部門の連携協力関係

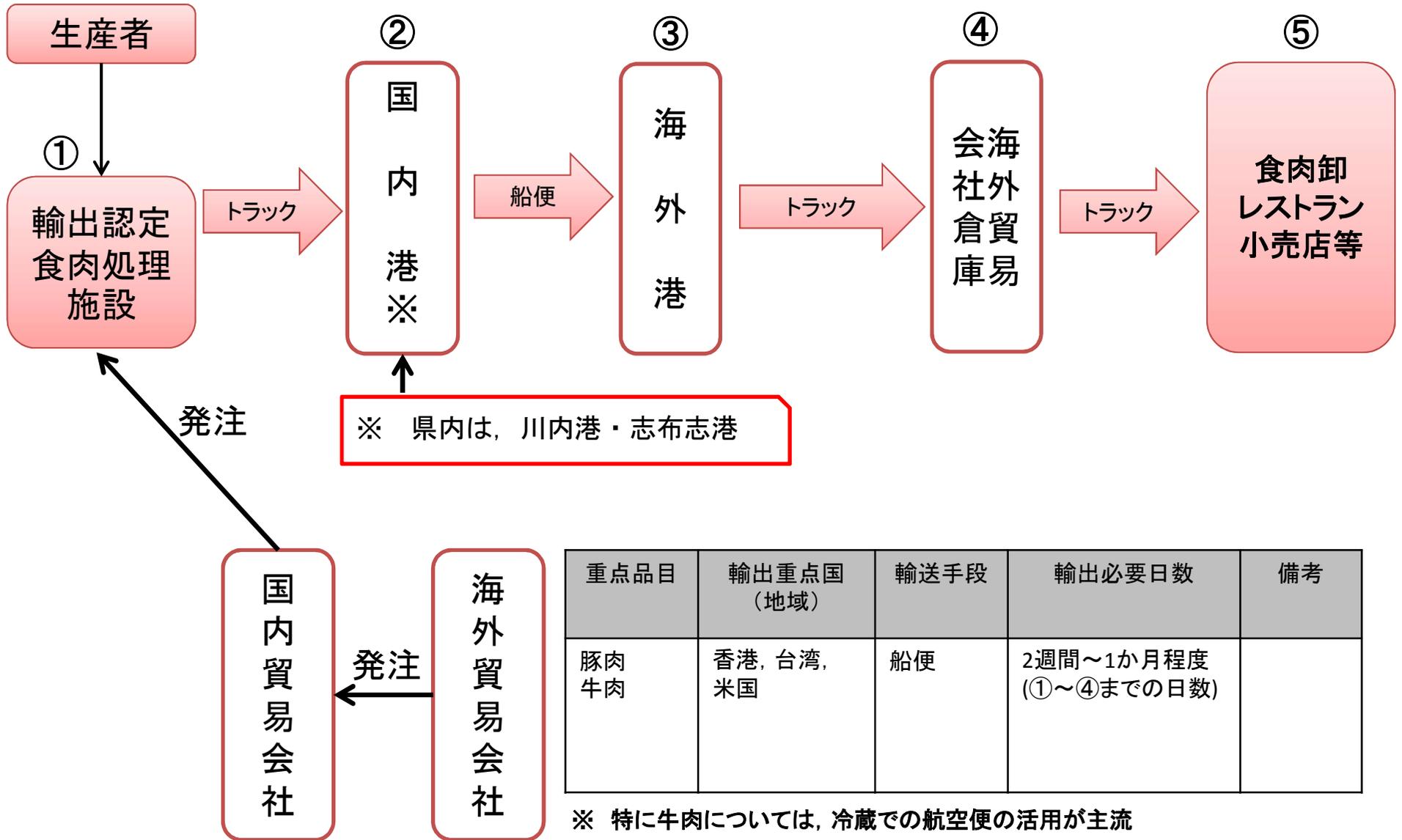


〔参考資料〕 【◆ 品目毎の輸出のサプライチェーン】

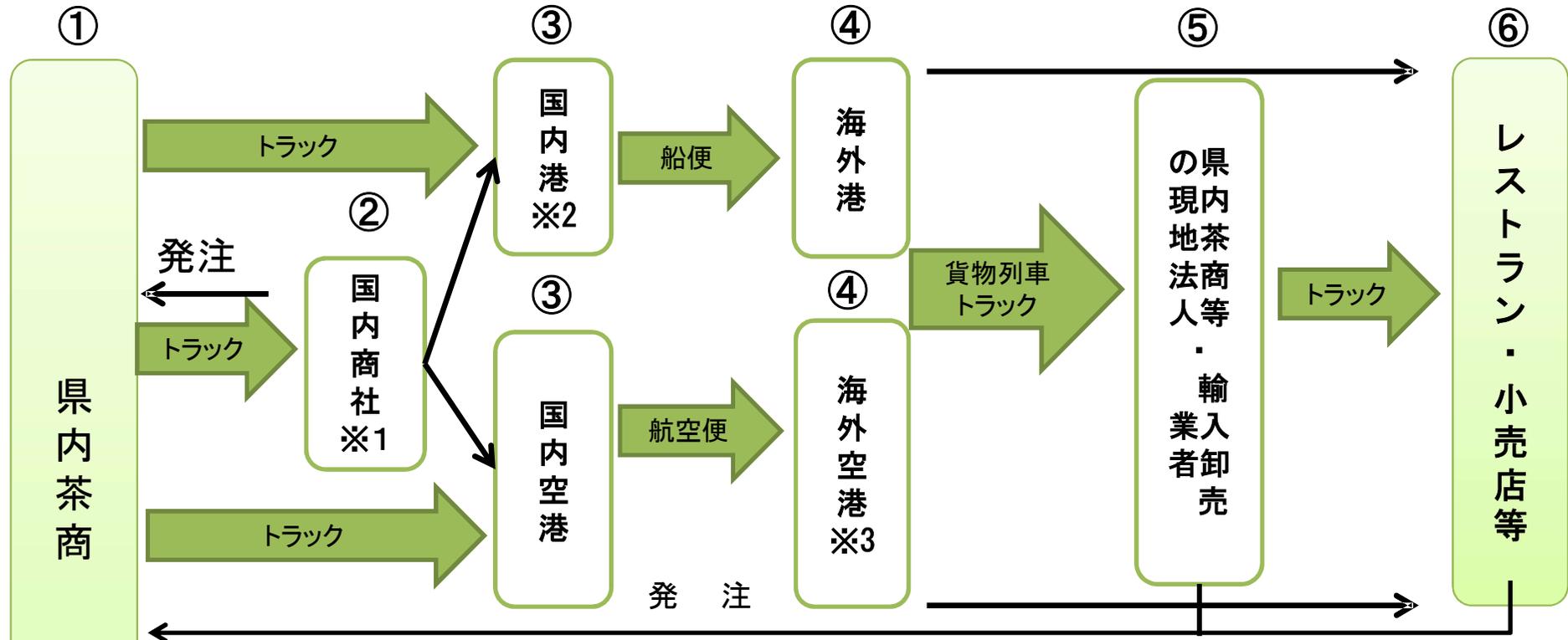
○ 牛肉（冷蔵） → 香港，シンガポール，タイ，米国，EU



○ 豚肉・牛肉 (冷凍) → 香港, 台湾, 米国



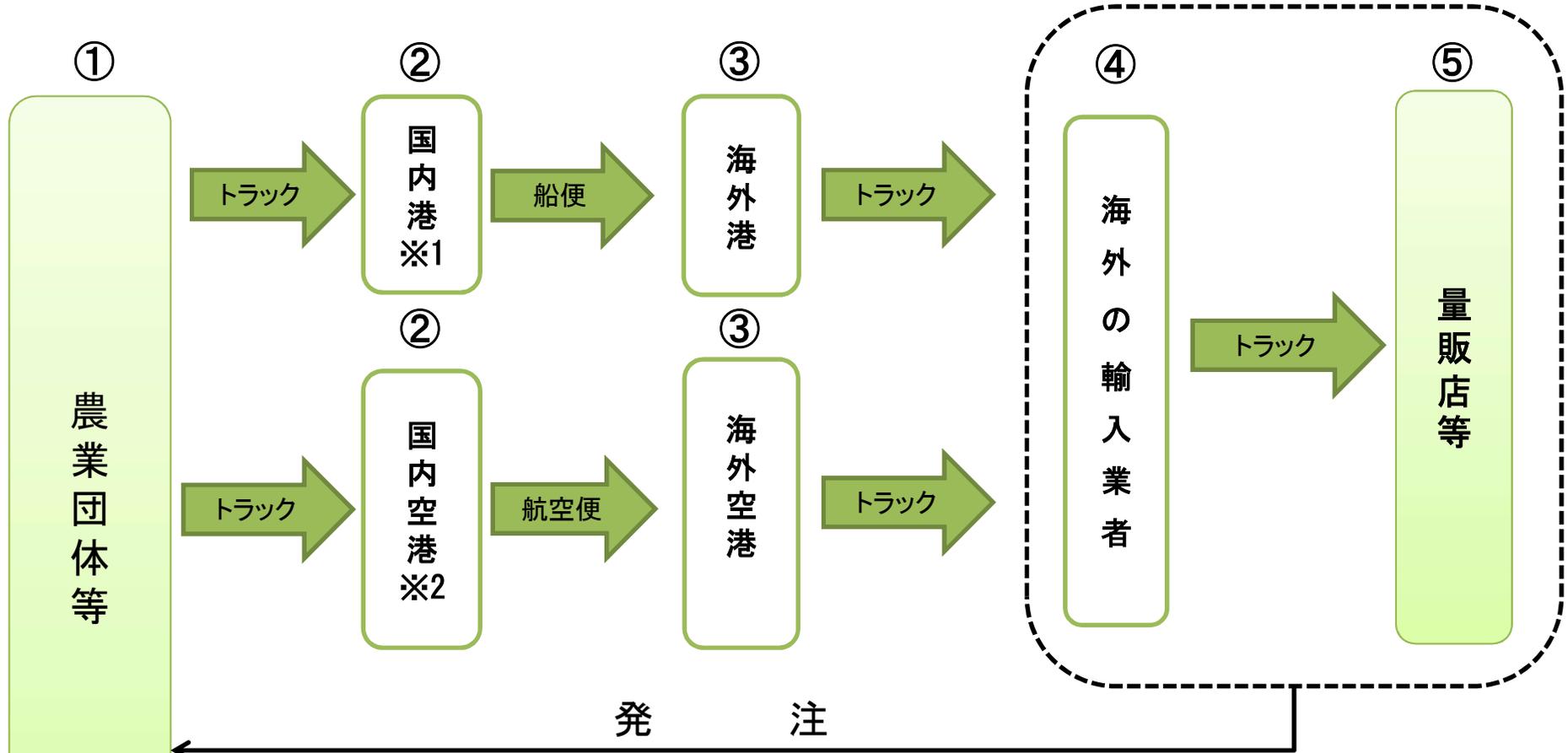
○ お茶 → 米国, ドイツ, 台湾



※1：国内商社を通す場合は、国内渡りで終了
 ※2：主に博多港
 (国内港を経由する場合もあり)
 ※3：海外ハブ空港等での載せ換えあり

輸出重点国 (地域)	輸送手段	輸出必要日数	備考
米国, ドイツ	船便	3~4週間程度 (①~⑥までの日数)	常温輸送
	航空便	1週間程度 (①~⑥までの日数)	
台湾	船便	4~5日程度 (①~⑥までの日数)	
	航空便	—	

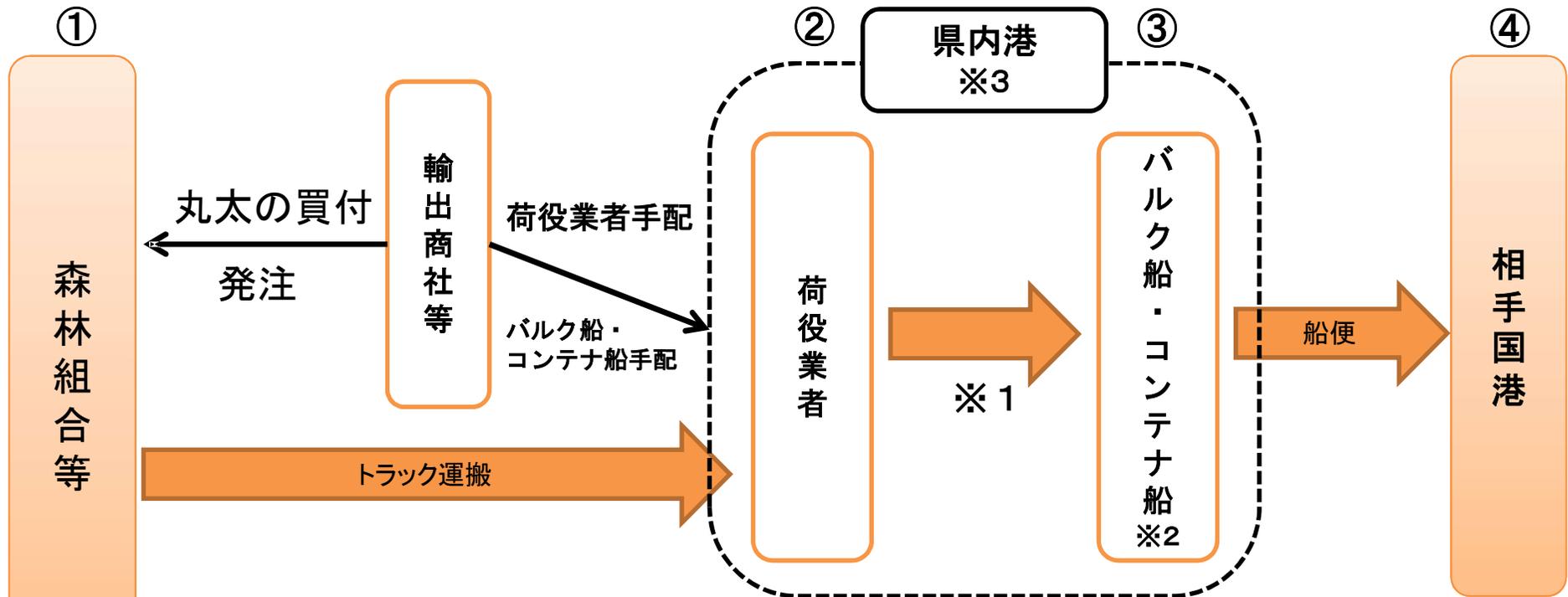
○ さつまいも → 香港, 台湾, タイ



※1: 鹿児島県内の港
 ※2: 主に福岡空港

輸出重点国 (地域)	輸送手段	輸出必要日数	備考
香港, 台湾, タイ	船便	1週間程度 (①~⑤までの日数)	
	航空便	3~4日間程度 (①~⑤までの日数)	

○ 木材（丸太） → 中国，韓国，台湾

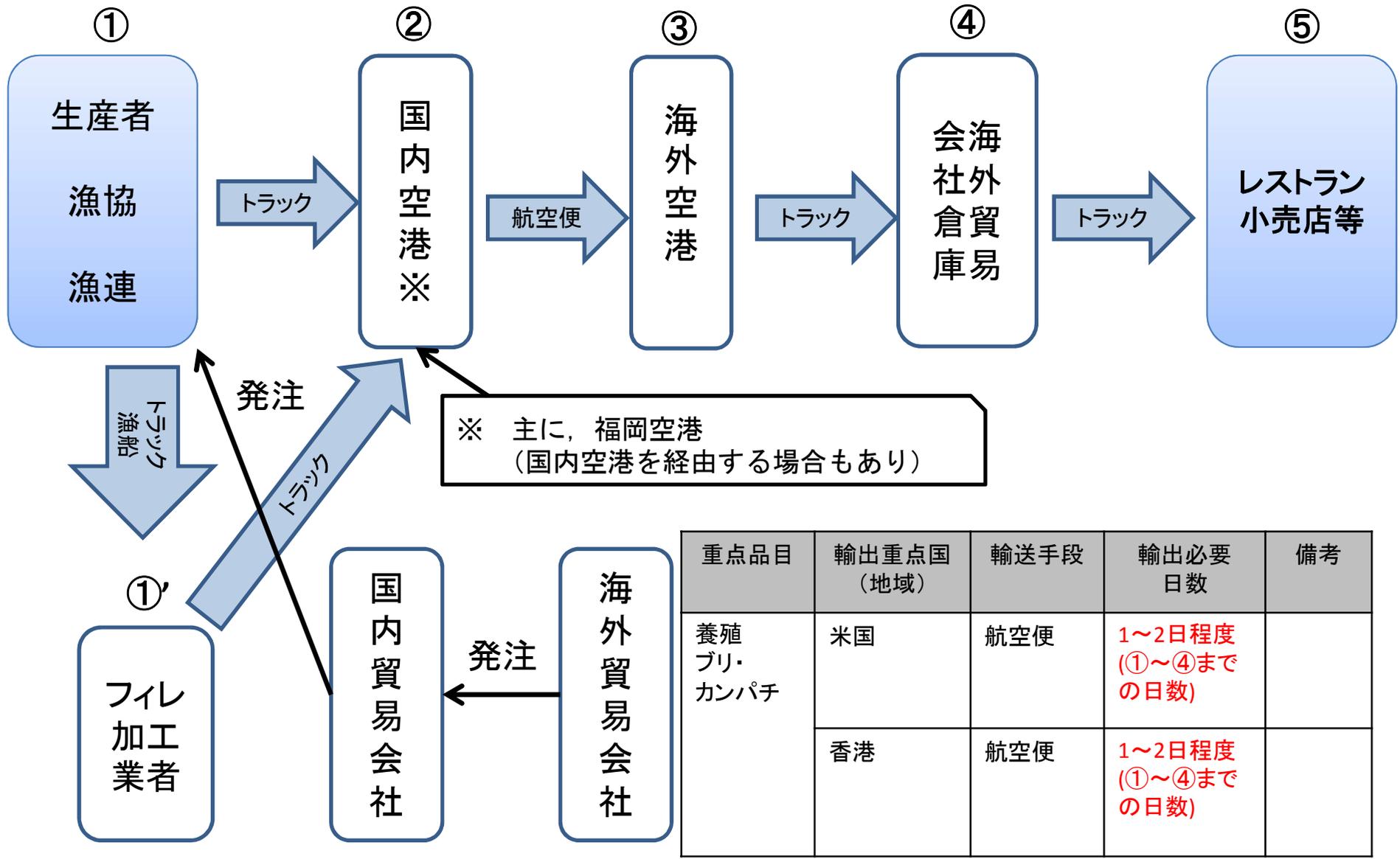


丸太の流れ → 商流等の業務

※1：中国の場合、くん蒸処理が必要
 ※2：・バルク船とは、梱包されていない穀物・木材などのばら積み貨物を船倉に入れて輸送するために設計された貨物船
 ・コンテナ船とは、国際規格の輸送用容器（コンテナ）を積み込むための設備を有する船
 ※3：志布志港・川内港・串木野港・米ノ津港

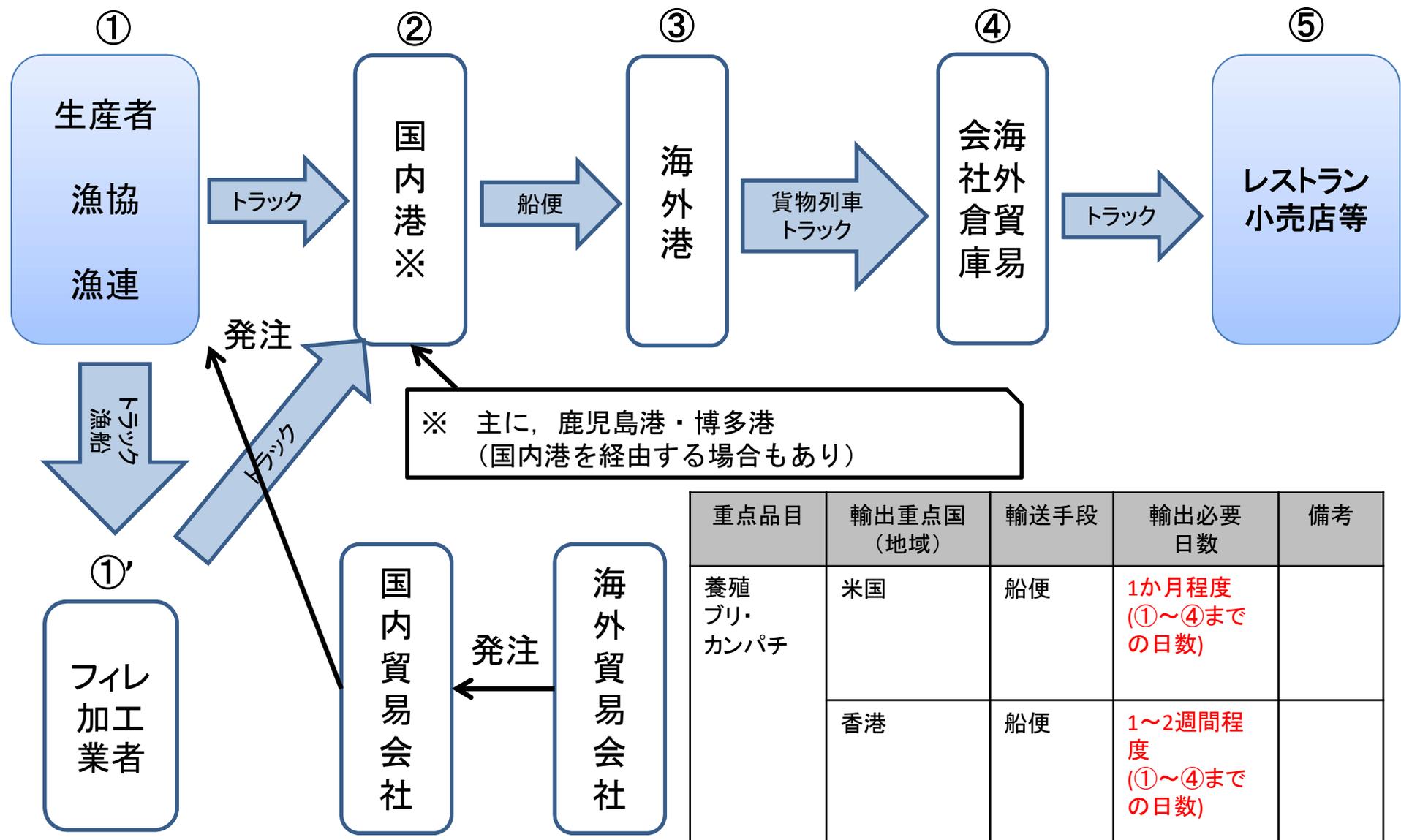
重点品目	輸出重点国 (地域)	輸送手段	輸出必要日数	備考
木材(丸太)	中国	バルク船	10日程度 (①～④までの日数)	
		コンテナ船	2週間程度 (①～④までの日数)	
	韓国	バルク船	5日程度 (①～④までの日数)	
		コンテナ船	3日程度 (①～④までの日数)	
台湾	コンテナ船	10日程度 (①～④までの日数)		

○ 水産物（冷蔵）① → 米国，香港

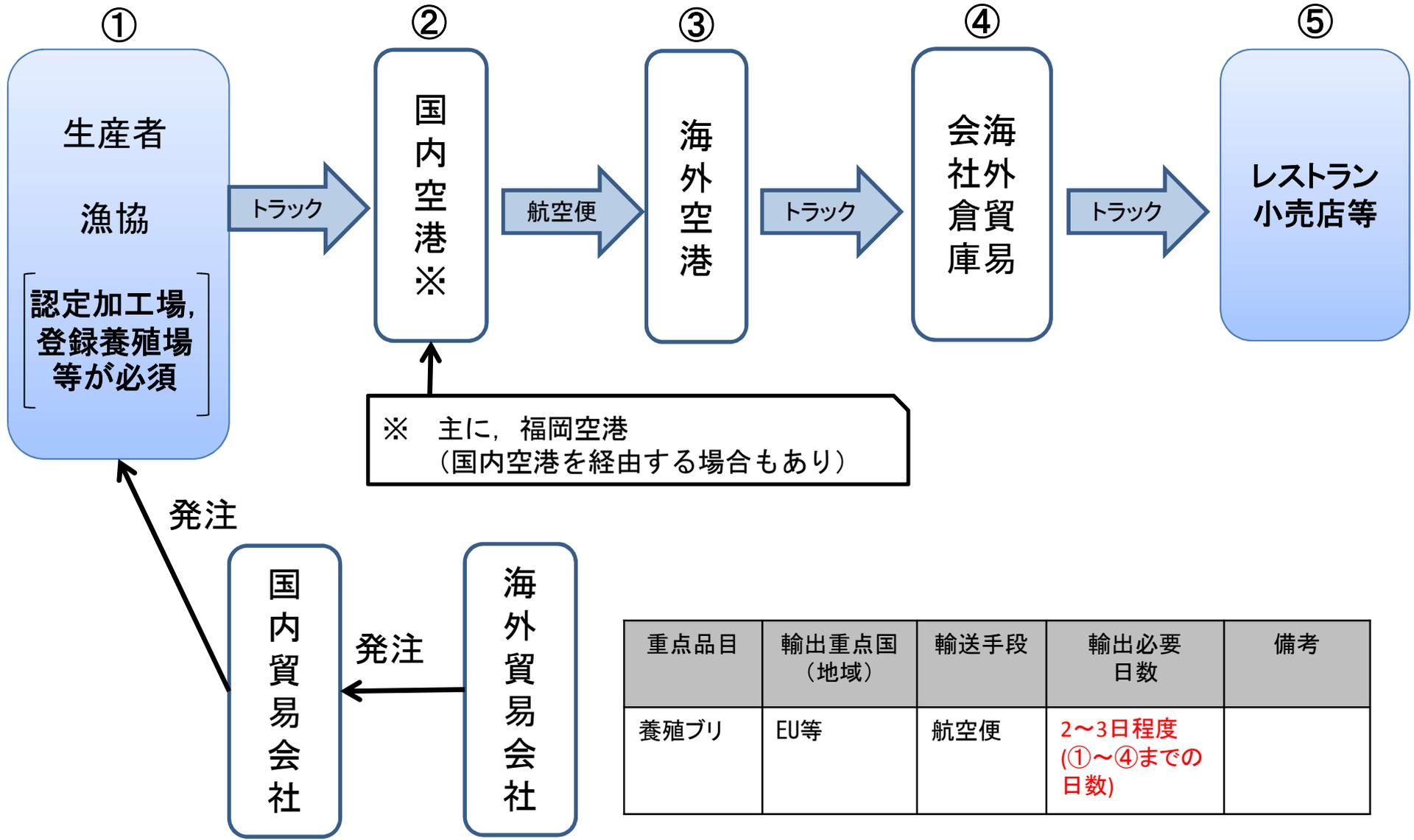


重点品目	輸出重点国 (地域)	輸送手段	輸出必要日数	備考
養殖ブリ・カンパチ	米国	航空便	1~2日程度 (①~④までの日数)	
	香港	航空便	1~2日程度 (①~④までの日数)	

○ 水産物（冷凍）② → 米国，香港

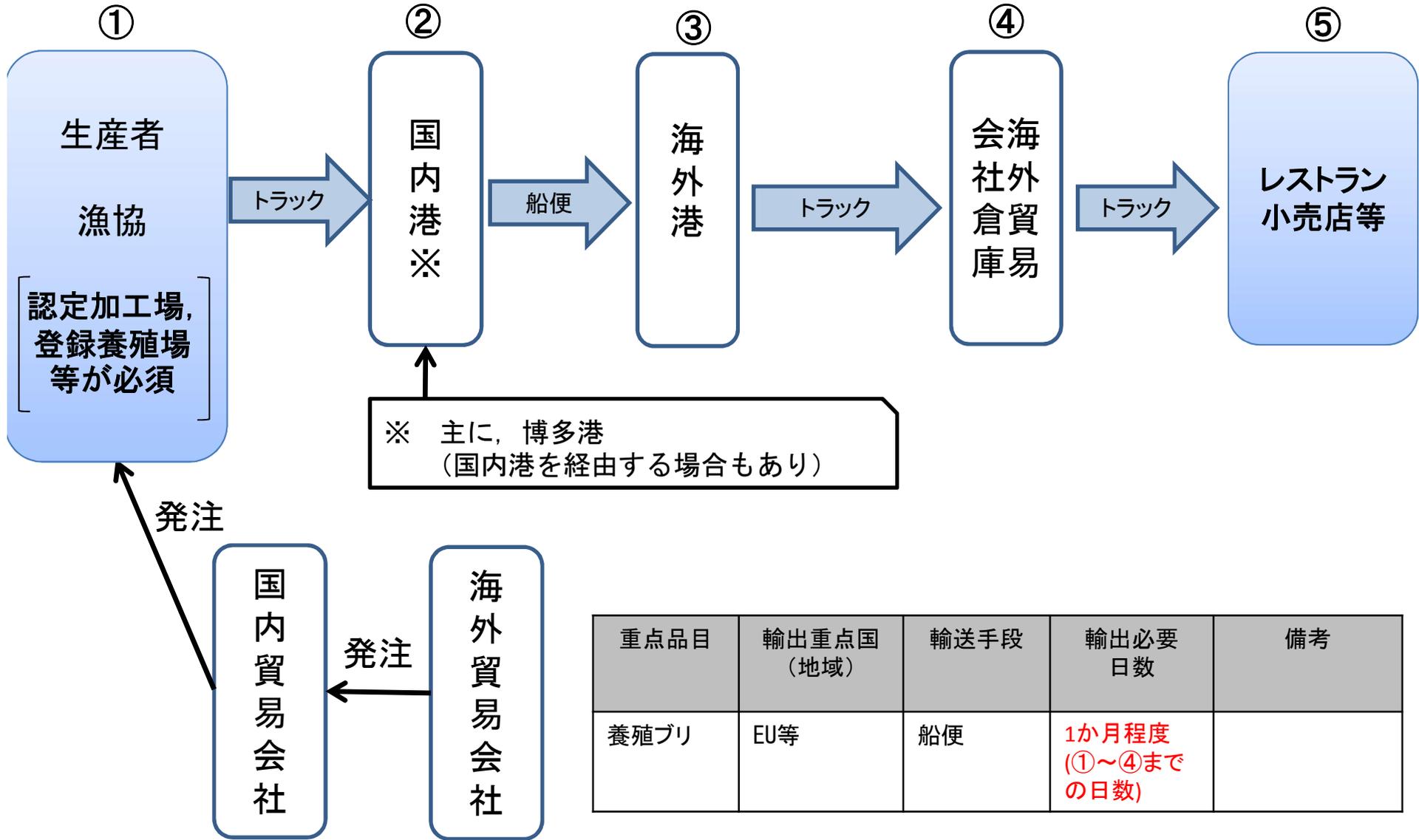


○ 水産物（冷蔵）③ → EU等



重点品目	輸出重点国 (地域)	輸送手段	輸出必要日数	備考
養殖ブリ	EU等	航空便	2~3日程度 (①~④までの日数)	

○ 水産物（冷凍）④ → EU等



※ 主に、博多港
(国内港を経由する場合もあり)

重点品目	輸出重点国 (地域)	輸送手段	輸出必要 日数	備考
養殖ブリ	EU等	船便	1か月程度 (①～④まで の日数)	

鹿児島県農林水産物輸出促進ビジョン（仮称）策定検討委員会設置要綱

（設置）

第1 鹿児島県産農林水産物の輸出拡大に向けた指針となる「鹿児島県農林水産物輸出促進ビジョン（仮称）」（以下「ビジョン」という。）を策定するにあたり、「鹿児島県農林水産物輸出促進ビジョン（仮称）策定検討委員会」（以下「検討委員会」という。）を設置する。

（検討事項）

第2 検討委員会は、県産農林水産物の強みを生かした輸出促進に向けて、以下の事項について検討する。

- (1) 輸出相手国毎の品目横断的な取組
- (2) 本県の地理的優位性を生かした取組
- (3) 輸出目標額及び目標年度
- (4) その他農林水産物の輸出促進に必要な事項

（組織）

第3 検討委員会は、別紙に掲げる委員等をもって組織する。

（委員長及び副委員長）

第4 検討委員会に委員長及び副委員長を各1人置き、委員の互選によりこれを定める。

2 委員長は、会務を総理する。

3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるとき、又は委員長が欠けたときはその職務を代理する。

（検討委員会の会議）

第5 検討委員会の会議は、委員長が招集し、委員長が座長となる。

2 委員長は、その所掌事務を遂行するため必要があると認めるときは、委員以外の者の出席を求め、意見を聴くことができる。

（事務局）

第6 検討委員会の事務局の総括は、鹿児島県農政部農政課が行う。

（雑則）

第7 この要綱に定めるもののほか、検討委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が検討委員会に諮って定める。

附 則 この要綱は、平成29年5月31日から適用する。

「県農林水産物輸出促進ビジョン（仮称）」策定検討委員会構成

※敬称略

委員（14人）

【有識者】（4人）

日本大学生物資源科学部 教授	下渡 敏治（委員長）
鹿児島大学水産学部 教授	佐野 雅昭
合同会社 Go! Kagoshima 代表	門田 晶子
三菱商事株式会社生活産業グループ 生鮮品本部戦略企画室長	村田 哲也 ※50音順

【生産者団体】（5人）

県経済農業協同組合連合会 代表理事専務	鬼丸 幸司
県食肉輸出促進協議会 会長	佐々木 幸良
かごしま茶輸出対策実施本部 本部長	池田 耕一
県産材輸出促進協議会 会長	野村 輝明
県水産物等輸出促進協議会	宮内 和一郎

【関係機関・団体】（3人）

農政部部長	川野 敏彦（副委員長）
ジェトロ鹿児島貿易情報センター 所長	永盛 明洋
県特産品協会 専務理事	池田 誠

【貿易・金融関係】（2人）

弓場貿易株式会社 代表取締役	弓場 秋信
鹿児島相互信用金庫 海外・貿易相談所 所長	村田 秀博

オブザーバー (4人)

【農林水産省輸出促進推進員 本県担当者】(3人)

食料産業局 食文化・市場開拓課 課長補佐	松尾	佳典
食料産業局 知的財産課 審査官	南	光広
食料産業局 食品流通課商品取引室 室長	福井	逸人

【PR・観光戦略部】(1人)

かごしまPR課長	久保	博一
----------	----	----

事務局 (5人)

【農政部】(3人)

農政課長	菊地	要
農産園芸課長	寺園	昌昭
畜産課長	佐々木	幸良 (委員)

【環境林務部】(1人)

かごしま材振興課長	米盛	恒司
-----------	----	----

【商工労働水産部】(1人)

水産振興課水産流通対策監	折田	和三
--------------	----	----

計 23人

鹿児島県農林水産物輸出促進ビジョン策定検討委員会の開催実績等

年 月	項目， 検討内容等
平成29年	
6 月	第 1 回 検 討 会 (6/15) (・ 県農林水産物輸出促進ビジョン(仮称)について ・ 県産農林水産物の輸出の現状等について)
8 月	第 2 回 検 討 会 (8/29) (・ 県農林水産物輸出促進ビジョン(仮称)骨子案について)
11 月	第 3 回 検 討 会 (11/14) (・ 県農林水産物輸出促進ビジョン(仮称)素案について)
12 月	・ ビジョン案のパブリックコメントの実施 (12/13～翌1/12)
平成30年	
2 月	第 4 回 検 討 会 (2/5) (・ 県農林水産物輸出促進ビジョン案について ・ 平成30年度事業の概要について)
3 月	・ ビジョン策定・公表

