

1 戦略策定の背景・目的

国内市場

人口減少	食料需要の減少	農業・食品産業の将来的な成長戦略が描きにくい状況
少子高齢化	食市場の縮小	

日本ブランドの認知・理解の進展
(生産技術・安全性・健康イメージ・味・見た目の美しさ)

海外市場

東・東南アジア等の人口増加に伴う消費の拡大	新興国での富裕層の増加	日本産農畜産物等の需要が増加し、輸出額は増加基調
-----------------------	-------------	--------------------------

海外市場への輸出が拡大
(2022年の輸出額は過去最高の1兆4,148億円)

2020年4月 | 農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律
→政府一体となって輸出拡大を推進する体制を整備
2020年11月 | 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略

国は拡大する海外市場で稼ぐ方向へ転換	農林水産物・食品の輸出額目標 2025年までに2兆円 2030年までに5兆円
--------------------	--

輸出拡大に向けた戦略の必要性

戦略策定

群馬県は、輸出を販路拡大の重要手段と捉え、下記の目的達成のために、輸出促進戦略を策定

目的

- 1 県産農畜産物等の認知度向上
- 2 県産農畜産物等の輸出品目・量・金額の拡大
- 3 農業者の所得向上

2 戦略の位置づけ

輸出関連施策の推進方向性を具体的かつ計画的にするもの

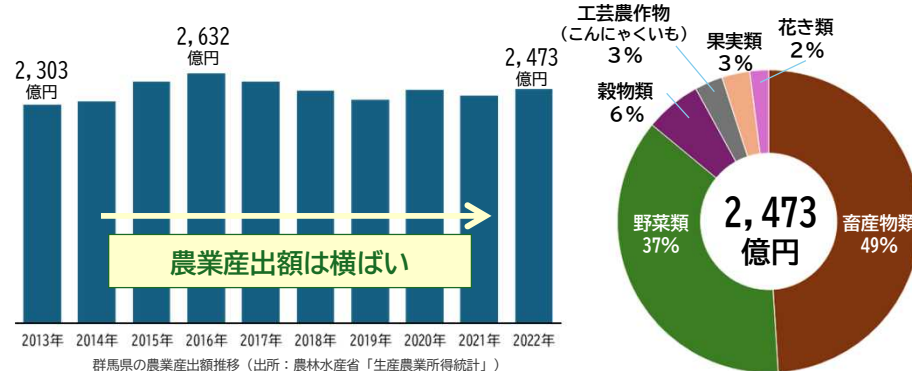
3 計画期間

2024年～2030年の7年間(暦年)
※社会状況や国際情勢を踏まえ、適宜見直しを行う

4 群馬県の農業算出額と輸出の現状・目標

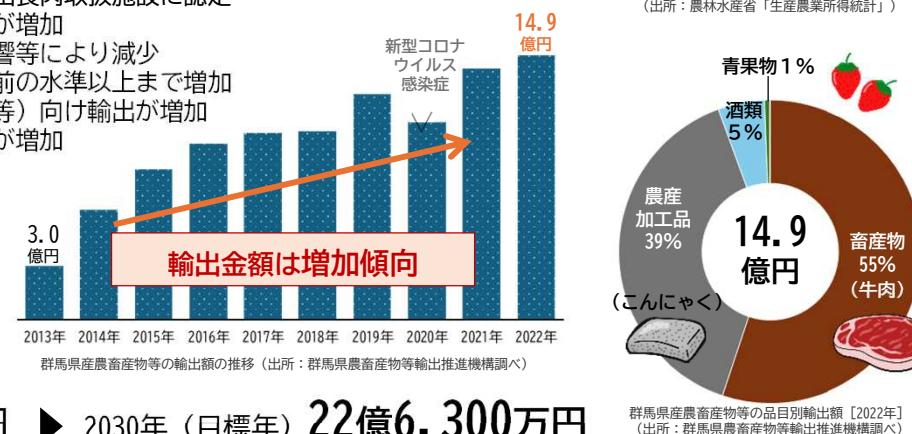
群馬県農業の特徴

- 1 畜産物類が群馬県全体の49%を占め、そのうち豚肉が20%と最も高い
- 2 野菜類の群馬県全体上位10品目には、キャベツ、きゅうり、なす、ほうれんそうが入っている
- 3 こんにゃくは群馬県全体の3%であるが、生産量全国1位であり、全国シェア90%以上を占める



群馬県輸出の現状

- 2014年 群馬県食肉卸売市場がEU向け輸出食肉取扱施設に認定畜産物(牛肉)の欧州向け輸出が増加
- 2020年 新型コロナウイルス感染症の影響等により減少
- 2021年 新型コロナウイルス感染症蔓延前の水準以上まで増加
牛肉の北米(アメリカ、カナダ等)向け輸出が増加
こんにゃく製品の香港向け輸出が増加
- 2022年 輸出実績: 約14.9億円



目標

2022年(基準年) 14億8,500万円 ▶ 2030年(目標年) 22億6,300万円

5 県の方向性(目指す姿)

- 1 輸出拡大によって、日本国内外における単価の上昇や、県内の農業者及び事業者の所得向上を実現
- 2 生産拡大や新規参入者の増加につなげ、農業及びその関連産業が成長産業として持続的に発展
- 3 海外市場が求める世界標準のスペックを有する持続性のある農業者及び事業者を増加

6 輸出重点品目・輸出推進品目等

輸出重点品目【3品目】



- 1 輸出重点先国・地域の設定
- 2 輸出拡大に向けた取組方針、数値目標の設定

輸出推進品目【8品目】

- キャベツ
- やまといも
- キウイフルーツ
- 花き類
- はくさい
- うめ
- りんご
- 鶏卵

- 1 推進の方向性の設定
- 2 輸出拡大に向けた取組方針の設定

有機農畜産物・食品

- 1 有機農業の担い手確保と育成
- 2 有機JAS認証取得に向けた指導・助言
- 3 有機農畜産物・食品の輸出拡大

7 輸出重点品目の取組方針

牛肉

輸出重点先国・地域 E U・アメリカ・台湾

取組方針

- 1 多様な機会により、海外実需者や消費者への理解を促進
- 2 県内の輸出に対する生産基盤の強化・検討を実施

数値目標

2022年(基準年) : 7.9億円 ▶ 2030年(目標年) 9.9億円

目指す姿

- 1 既存の輸出先国・地域への段階的な輸出拡大に加え、群馬県食肉卸売市場の対台湾輸出食肉取扱施設登録を踏まえて、新たな市場を獲得
- 2 海外の実需者・消費者への県産和牛の更なる理解促進を図り、競合産地への切り替えを防止し、ロイン部位(※)以外の輸出を強化



輸出メモ

群馬県食肉卸売市場は日本初の対EU輸出食肉取扱施設に認定された。先発優位の位置にあり、EUには「上州和牛」を指名する顧客が存在する。

※ヒレ、リブロース、サーロインのこと

課題

<流通面>

- 1 群馬県食肉卸売市場の施設老朽化や冷凍施設の未整備等に伴う、競争力の低下(日本国内他産地で新しく整備された施設と比較した際の賞味期限の短さ、輸出先の国・地域に対応した製品ラベルやバーコード管理の未整備等)

<販売面>

- 2 ロイン部位への需要の偏り

Japan
●
日本からの輸出動向

牛肉

欧米向けはステーキ需要が多いことから、主としてロインが輸出されており、ロイン以外が余剰となる傾向にある。香港や台湾等のアジア地域では、火鍋や焼肉等で様々な部位を消費することから、ロイン以外の部位も含めて輸出されている。



こんにゃく(粉・加工品)

輸出重点先国・地域 E U・アメリカ

取組方針

- 1 生産・製粉・加工の各段階に介在する関係者の連携を促進
- 2 有機こんにゃくいもの生産を拡大
- 3 海外実需者や消費者への理解を促進
- 4 食コンテンツのインバウンド対応を実施

数値目標

2022年(基準年) : 4.2億円 ▶ 2030年(目標年) 6.1億円

目指す姿

- 1 欧米の富裕層など有機・健康志向者層のニーズに対応した生産体制の確立とマーケットの獲得
- 2 輸出実績を有する国・地域への更なる輸出拡大



輸出メモ

県内にはこんにゃくいもの生産に加え、高い加工技術や商品開発力を有し、独自性・高付加価値商品の製造・輸出まで一貫して行う事業者も存在する。

課題

<生産面>

- 1 有機JAS認証製品の生産拡大に向けた、原材料の安定確保
- 2 国際規格の認証取得に伴う経済的・労務的負担

<販売面>

- 3 他国による類似商品の流通に伴う価格競争の激化
- 4 安価な海外産製品との差別化

いちご

日本産のいちごは、世界でも糖度、大きさ、ジューシーさ等において優位性を有し、香港を中心に輸出額は増加傾向にある。デリケートで傷みやすい輸送上の課題を解決するため、鮮度保持の取組みが進んでいる。



いちご

輸出重点先国・地域 香港・台湾・タイ

取組方針

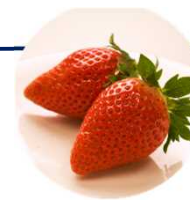
- 1 絶対量の確保に向け、輸出に取り組む農業者の増強を推進
- 2 海外実需者や消費者への理解を促進
- 3 新たな業態等への販路を開拓
- 4 食コンテンツのインバウンドの対応を実施

数値目標

2022年(基準年) : 0.02億円 ▶ 2030年(目標年) 0.5億円

目指す姿

- 1 香港を中心とした既存輸出先国・地域に対し、新たな販路開拓に取り組み、段階的に輸出を拡大
- 2 参入障壁が高い台湾・タイへの輸出に意欲的な農業者・地区への積極的なサポートにより新たな市場を獲得
- 3 群馬県の特徴である観光農園、直売等のインバウンド対応の充実を図り、輸出との好循環を構築



輸出メモ

群馬県産品種のやよいひめは、果皮が硬く、長距離輸送への耐性、日持ちの良さに優位性がある。

課題

<生産面>

- 1 輸出に取り組む担い手の不足、輸出向け生産量の拡大
- 2 残留農薬規制が厳しい国・地域向けの生産体制の整備

<流通面>

- 3 商品の鮮度維持や潰れ防止対策資材の導入、それに係る資材費の高騰や作業負担

<販売面>

- 4 輸出向け規格の確立と長時間輸送を踏まえた品質管理
- 5 香港への輸出拡大に向けた新たな販路の開拓

Gunma
●
県等の推進体制

生産

- 1 輸出に取り組む生産者の掘り起こし及び育成
- 2 輸出先国・地域が求める輸出に対応した流通資材や技術開発
- 3 輸出向け農畜産物等の栽培面積及び生産量の拡大

加工・流通

- 1 輸出先国・地域が求める加工・流通の衛生管理
- 2 輸出に対応した流通資材や技術開発
- 3 輸出パートナーの発掘・マッチング

販路拡大

- 1 商談機会の創出
- 2 海外実需者及び海外消費者に対する商品の理解促進及びPR
- 3 輸出先国・地域が求める衛生管理や残留農薬規制
- 4 輸出先国・地域が求める国際認証取得
- 5 知的財産対応

群馬県関係各課、各農業事務所、JETRO群馬、JA全農ぐんま・各JA