

「とくしま農林水産物等海外輸出戦略」の改訂（案）について

1 戦略の見直しの趣旨

平成25年1月に戦略を定めた以降の取組みにより、輸出金額が1.2億円から2.4億円へ倍増する中、和食の「無形文化遺産」への登録など、輸出を取り巻く環境の変化を捉え、さらなる積極的な取組みを進め、輸出拡大を加速させる必要がある。

2 改訂の方向性

(1) 「新たな観点」の追加

① 戦略的な品目の選定

- 海外での高い消費が見込まれる品目の輸出拡大
 - ・ 二国間の検疫協議が終了した「欧米」向けの「牛肉」
 - ・ 健康志向から人気の高い「胸肉」を中心とした「鶏肉」
- とくしま三大香酸カンキツを中心に、生鮮品と6次化商品を併せて輸出

② エリア戦略の展開 【点から面への拡大】

- 北米市場としての「カナダ」への拡大
- EU市場としての「イギリス・イタリア」への拡大

③ ムスリム市場の開拓

- イスラム圏で求められている「食品ハラール」やインバウンドへの対応
- ハラールハブである「マレーシア」や「インドネシア」への拡大

④ 相手国の検疫条件等への対応

- 青果物の検疫条件が厳しい国に対応する「指定ほ場」の確保促進
- 木材輸出を加速させるための「森林認証」の取得促進

(2) 戦略目標の「上方修正」

- 「輸出対象国・地域」、「輸出品目」、「輸出金額」について、「高い水準目標」を設定

～平成28年度（最終年度）の数値目標～

輸出対象国

10ヶ国 → 15ヶ国 5割増
※ 新規 ｲｽ、ｲﾗ、ｶﾀ、ﾏﾚｼｱ、ｲﾝﾄﾞﾈｼｱ

輸出品目

1.5品目 → 30品目 倍増
※ 新規 柿、ぶどう、畜産・水産加工品など

輸出金額

3.6億円 → 7.2億円 倍増