

「とくしま農林水産物等海外輸出戦略」の改訂について

1. 戦略の見直しの趣旨

輸出実績が順調に拡大している中、「農林水産物等海外輸出戦略会議」と「とくしまブランド戦略会議」を統合し、新たに「とくしまブランド成長戦略会議（仮称）」を設置することから、戦略期間を「とくしまブランド戦略」に合わせ、平成30年度まで延長し、高い目標の設定や具体的な戦略を明記する。

2. 改訂の方向性

(1) 【戦略1】輸出国・地域と品目の重点化

- 高い経済成長等による市場規模拡大が見込める4カ国を追加
・サウジアラビア、アラブ首長国連邦、ブルネイ、ニュージーランド
- 試験輸出や招聘したバイヤーの意見等から需要が見込める品目を追加
・アジア（杓苺・海苔）、EU（シタ・鳴門わかめ）等

(2) 【戦略2】輸出品目と輸出量の拡大

- 業務用や加工用など大口需要への対応として輸出サポート
・輸出サポートセンターが中心となって大口ロットの注文に対応
- GIマークの活用によるブランド化（木頭ゆず、勝浦みかん等）
- プロモーションの強化
・アメリカ向け「花の輸出」
・アジア中心に「コメ」のプロモーション強化
・「在留外国人」や「インバウンド」向けPRの強化

(3) 【戦略3】輸出の継続化を図るための輸出産地形成・人材育成

- 徳大 生物資源産業学部設置を契機に「産官学連携」による新商品開発
- グローバル人材育成のため、若い生産者の「海外派遣」の促進
- イスラムの食市場に進出するため、「ハラール」の取組強化
- 輸出環境の整備として、「航空機から船舶へ」の技術研究

3. 平成30年度における戦略目標の新たな設定

	【H26実績】	→	【H28目標】	→	【H30目標】
(1) 輸対象国・地域	10ヶ国・地域	→	15ヶ国・地域	→	20ヶ国・地域
(2) 輸出品目	18品目	→	30品目	→	40品目
(3) とくしまブランド海外協力店	6店舗	→	10店舗	→	12店舗
(4) 輸出金額	3.9億円	→	7.2億円	→	11億円