

## (2) 農林水産物・食品分野

### ア 海外展示会への出展等支援（農林水産省、経済産業省）

#### (7) 施策・事務事業の概要

農林水産省は、JETRO への補助を通じて、輸出に取り組む有望な農林漁業者等の発掘・育成を行うとともに輸出機会を拡大すること等を目的に、「輸出総合サポートプロジェクト事業」を平成 25 年度から実施している（同事業は、平成 30 年度から「海外需要創出等支援対策事業」のメニュー事業として組み替えられる予定である。）。

また、経済産業省は、項目第 3 の 3(1)キで前述したとおり、JETRO への補助を通じて、中小企業・小規模事業者の海外展開を支援すること等を目的に、「中小企業・小規模事業者海外展開戦略支援事業」等を実施している。

これらの事業による補助又は運営費交付金の交付を受け、JETRO は、農林水産物・食品分野の事業者に対する支援として、①海外展示会への出展支援（出展料の一部負担等）、②海外・国内商談会の開催（海外バイヤーの招へい等）、③ミッション派遣（複数企業からなる視察団を海外に派遣し、現地視察・海外商談会等を行うもの。上述の経済産業省の補助により実施）を実施している。

JETRO が出展支援した農林水産物・食品分野の海外展示会、JETRO が開催した農林水産物・食品分野の海外・国内商談会等は、図表 3-(2)-ア-①のとおり、調査対象とした平成 24 年度から 27 年度まででは年間に 83 件から 110 件となっている。

図表 3-(2)-ア-① JETRO による農林水産物・食品分野の海外展示会への出展等支援実績  
(単位：件)

区分	平成 24 年度	25 年度	26 年度	27 年度
海外展示会	17	28	24	22
海外商談会	5	23	27	14
国内商談会	48	57	55	45
ミッション派遣	15	2	1	2
合計	85	110	107	83

(注) 1 当省の調査結果による。

2 JETRO による海外展開支援策のうち商談を伴う主なものは、海外展示会への出展支援、海外商談会・国内商談会の開催及びミッション派遣である。

#### (イ) 把握結果

i) 農林水産省の行政事業レビューシートにおける「輸出総合サポートプロジェクト事業」の成果目標は、「平成 31 年度までに農林水産物・食品の輸出成約金額（見込みを含む）を 226 億円にする」（平成 28 年度の目標値は 148.4 億円）等である。

同成果目標は、平成 28 年 11 月の「秋のレビュー」において、輸出総合サポ

ートプロジェクト事業を含む農林水産省所管の 6 事業が「事業ごとに適切な成果目標・成果指標（アウトカム）を設定し、各事業の効果をみながら事業の改善・合理化を行うべきである」と指摘されたことを受け、平成 29 年度行政事業レビューシートから設定された成果目標である。

平成 28 年度の目標に対する実績は、図表 3-(2)-ア-②のとおり、約 201.4 億円であり、同年度の目標は達成されている。

輸出総合サポートプロジェクト事業の平成 28 年度の予算額は、前述の項目第 2 の 2 の図表 2 のとおり、14.8 億円となっている。

なお、農林水産省の事前分析表・政策評価書において、輸出総合サポートプロジェクト事業に特化した成果目標はない。

図表 3-(2)-ア-② 「輸出総合サポートプロジェクト事業」に係る成果目標及び実績 (単位:億円、%)

定量的な成果目標	成果指標			
		平成 28 年度	目標最終年度 31 年度	
平成 31 年度までに農林水産物・食品の輸出成約金額（見込みを含む）を 226 億円にする。	商談における成約金額	成果実績	201.4	—
		目標値	148.4	226
		達成度	135.7	—

(注) 1 農林水産省の平成 29 年度行政事業レビューシート（事業番号 0022）に基づき、当省が作成した。

2 「輸出成約金額（見込みを含む）」は、輸出総合サポートプロジェクト事業の補助により JETRO が出展支援した海外展示会等における参加事業者の輸出成約金額である。

ii) 経済産業省の行政事業レビューシート、経済産業大臣が定めた平成 27 年度から 30 年度までを目標期間とする「独立行政法人日本貿易振興機構第四期中期目標」における農林水産物・食品の輸出促進に係る成果目標は、「輸出成約金額（見込み含む。）について中期目標期間中に 676 億円以上、かつ、平成 29 年度及び平成 30 年度で合計 436 億円以上を達成する」である。

JETRO が定めた「独立行政法人日本貿易振興機構第四期中期計画」において各年度の目標も設定されており、目標に対する実績をみると、図表 3-(2)-ア-③のとおり、平成 27 年度は目標 115 億円に対して実績が 271.4 億円、28 年度は目標 125 億円に対して実績が 224.3 億円となっている。JETRO は、これらの目標の達成状況を踏まえ、平成 29 年度の目標を 210 億円、30 年度の目標を 226 億円に設定している。

なお、同目標は、平成 25 年 6 月に閣議決定された日本再興戦略において農林水産物・食品の年間輸出額に関する成果目標が定められたことも踏まえ、平成 27 年度を始期とする第四期中期目標から新たに設定されたものである。

図表 3-(2)-ア-③ JETRO の第四期中期目標における農林水産物・食品に係る成果目標及び実績 (単位: 億円、%)

成果目標		平成	28	29	30
		27 年度	年度	年度	年度
輸出成約金額（見込み含む）について中期目標期間中に 676 億円以上、かつ、平成 29 年度及び平成 30 年度で合計 436 億円以上を達成する。	成果実績	271.4	224.3	—	—
	年度目標	115	125	210	226
	達成度	236.0	179.4	—	—

(注) 経済産業省の平成 29 年度行政事業レビューシート（事業番号 0423）、「独立行政法人日本貿易振興機構第四期中期目標」、「独立行政法人日本貿易振興機構第四期中期計画」（平成 27 年 4 月 JETRO）、JETRO の「平成 27 年度業務実績報告書」・「平成 28 年度業務実績報告書」に基づき、当省が作成した。

iii) 当省において、農林水産省の輸出総合サポートプロジェクト事業による補助、経済産業省の中小企業・小規模事業者海外展開戦略支援事業等による補助又は運営費交付金の交付を受け JETRO が出展支援した農林水産物・食品分野の海外展示会等の平成 24 年度から 27 年度までの商談成約率を調査したところ、図表 3-(2)-ア-④のとおり、24 年度は 28.4%、25 年度は 27.0%、26 年度は 28.1%、27 年度は 37.7%となっている。成約金額は、平成 24 年度は 68.0 億円、25 年度は 101.9 億円、26 年度は 167.9 億円、27 年度は 247.8 億円となっている。

農林水産省の「輸出総合サポートプロジェクト事業」の予算額は、前述の項目第 2 の 2 の図表 2 のとおり、平成 25 年度は 10.9 億円（当初予算 10.0 億円及び補正予算 0.9 億円の計）、26 年度は 11.0 億円（当初予算 10.0 億円及び補正予算 1.0 億円の計）、27 年度は 13.8 億円となっている。

経済産業省の「中小企業・小規模事業者海外展開戦略支援事業」等の予算額は、前述の項目第 2 の 2 の図表 1 のとおり、平成 24 年度は 27.6 億円の内数、25 年度は 31.5 億円の内数、26 年度は 22.8 億円の内数、27 年度は 45.0 億円（当初予算 25.0 億円及び補正予算 20.0 億円の計）の内数となっている。

また、これら JETRO が出展支援した農林水産物・食品分野の海外展示会等のうち日本産酒類に特化した海外展示会等の平成 24 年度から 27 年度までの商談成約率を調査したところ、図表 3-(2)-ア-⑤のとおり、24 年度は 21.5%、25 年度は 24.7%、26 年度は 8.9%、27 年度は 37.5%となっている。成約金額は、平成 24 年度は 0.3 億円、25 年度は 0.5 億円、26 年度は 0.4 億円、27 年度は 1.2 億円となっている。なお、日本産酒類に特化していない海外展示会等においても、日本産酒類に関する商談は行われている。

図表 3-(2)-ア-④ JETRO が出展支援した農林水産物・食品分野の海外展示会等  
における商談成約率等 (単位: %、億円)

区分		平成 24 年度	25 年度	26 年度	27 年度
海外展示会	商談成約率	27.3	26.5	26.6	35.1
	成約金額	61.8	92.5	141.7	214.0
海外商談会	商談成約率	23.6	22.0	41.0	60.4
	成約金額	0.1	2.2	7.1	9.5
国内商談会	商談成約率	42.6	37.0	40.0	65.3
	成約金額	4.9	7.1	19.1	24.1
ミッション 派遣	商談成約率	25.1	30.4	35.1	38.8
	成約金額	1.3	0.0	0.0	0.2
全体	商談成約率	28.4	27.0	28.1	37.7
	成約金額	68.0	101.9	167.9	247.8

(注) 1 当省の調査結果による。

2 小数点以下第 2 位を四捨五入したため、全体と内訳の計が一致しない場合がある。

図表 3-(2)-ア-⑤ JETRO が出展支援した日本産酒類に関する海外展示会等にお  
ける商談成約率等 (単位: 件、%、億円)

区分	平成 24 年度	25 年度	26 年度	27 年度
件数	11	12	7	7
商談成約率	21.5	24.7	8.9	37.5
成約金額	0.3	0.5	0.4	1.2

(注) 1 当省の調査結果による。

2 JETRO による日本産酒類に関する海外展示会への出展支援、海外商談会の開催、国内商談会の開催、ミッション派遣に係る商談成約率等を記載した。

iv) 当省が JETRO による農林水産物・食品分野の海外展示会等の出展支援等を受けた 25 事業者について平成 23 年度から 27 年度までの海外売上高等を調査したところ、以下のような例がみられた。

① 香港、台湾及びシンガポールで平成 26 年度に開催された海外展示会に JETRO の出展支援を受けて出展した酒類製造業を営む A 事業者は、27 年度の海外売上高が海外展開を始めた 26 年度と比較して約 4 倍に増加した。

同事業者からは、JETRO による出展料の一部負担や通訳手配が非常に有益であった旨の意見が聴かれた。

② 香港、台湾、上海及びタイで平成 25 年度から 27 年度にかけて開催された海外展示会、27 年度に開催された国内商談会等に JETRO 等の出展支援を受けて出展した製菓業を営む B 事業者は、27 年度の海外売上高が 23 年度と比較して約 4.5 倍に増加した。

同事業者からは、JETRO の支援を受けて海外展示会に出展したことを契機に代理店を見つけることができ、香港、韓国及びシンガポールに海外展開できたとの意見が聴かれた。また、海外の企業については取引先として適当か否か判

断するための情報が少ないことから商談を進める際にリスクを伴うが、JETRO 主催の商談会に出展した場合には JETRO が招へいしたバイヤーと商談を行うため、安心して商談を進めることができる旨の意見が聴かれた。

- ③ 香港、ベトナム及びシンガポールで平成 25 年度から 27 年度にかけて開催された海外商談会、27 年度に開催された国内商談会等に JETRO の出展支援を受けて出展した青果物を扱う C 農業協同組合連合会は、27 年度の海外売上高が 23 年度と比較して約 7.8 倍に増加した。

同連合会からは、JETRO の支援を受けて商談会に出展したことが海外バイヤーと接点をもつ契機となった旨の意見が聴かれた。

## イ 品目別輸出団体等への支援（農林水産省）

### (7) 施策・事務事業の概要

農林水産省は、「農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略」（平成 25 年 8 月農林水産省公表。以下「輸出戦略」という。）、関係府省・事業者団体等により構成される輸出戦略拡大実行委員会（注）が定める品目別の輸出拡大方針、「農林水産業の輸出力強化戦略」（平成 28 年 5 月農林水産業・地域の活力創造本部取りまとめ）に沿って、品目別輸出団体が行うジャパン・ブランドの確立を目指した海外での PR 活動等を支援するため、「輸出に取り組む事業者向け対策事業」を平成 26 年度から実施している。

（注） 我が国の高品質で安全な農林水産物・食品の輸出を一層促進するため、関係者一体となった取組の推進を目的に、平成 17 年 4 月に、関係団体、地方公共団体、関係府省等を会員とした任意団体「農林水産物等輸出促進全国協議会」が設立されている。

また、同全国協議会の下に、輸出戦略に基づく取組の検証やオールジャパンでの実効性ある輸出拡大に向けた取組体制等について議論を行うため、平成 26 年 6 月に、関係団体等を会員とする「輸出戦略拡大実行委員会」が設けられている。

本事業は、コメ・コメ加工品、青果物、花き、茶、畜産物、林産物、水産物及び加工食品（菓子）の 8 品目の品目別輸出団体（注）がジャパン・ブランドの確立を目的として行う国内検討会の開催、海外マーケット調査、海外での該当品目の PR セミナー等に対して補助を行うものである。

（注） 品目別輸出団体 8 団体は、以下のとおりである。

- ① 一般社団法人全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会（平成 26 年 11 月 27 日発足）
- ② 日本青果物輸出促進協議会（平成 27 年 5 月 28 日発足）
- ③ 全国花き輸出拡大協議会（平成 27 年 2 月 17 日発足）
- ④ 日本茶輸出促進協議会（平成 26 年 12 月 22 日発足）
- ⑤ 日本畜産物輸出促進協議会（平成 26 年 12 月 8 日発足）
- ⑥ 一般社団法人日本木材輸出振興協会（平成 27 年 1 月 29 日発足）
- ⑦ 水産物・水産加工品輸出拡大協議会（平成 27 年 2 月 23 日発足）
- ⑧ 一般社団法人全日本菓子輸出促進協議会（平成 29 年 1 月 26 日発足）

本事業による支援を受けた品目別輸出団体等は、図表 3-(2)-イ-①のとおり、平成 26 及び 27 年度は 6 団体、28 年度は 7 団体である。

なお、本事業や項目第 3 の 3(2)アで前述した「輸出総合サポートプロジェクト事業」は、平成 30 年度から「海外需要創出等支援対策事業」のメニュー事業として組み替えられる予定である。

図表 3-(2)-イ-① 輸出に取り組む事業者向け対策事業による品目別輸出団体等への支援実績 （単位：団体等）

区分	平成 26 年度	27 年度	28 年度
品目別輸出団体等数	6	6	7

（注） 1 農林水産省の平成 29 年度行政事業レビューシート（事業番号 0026）に基づき、当

省が作成した。

- 2 26年度の実績については、輸出に取り組む事業者向け対策事業の「ジャパン・ブランドの確立に向けた取組への支援」というメニューの実施件数を記載している。

#### (イ) 把握結果

農林水産省の行政事業レビューシートにおける「輸出に取り組む事業者向け対策事業」の成果目標は、「ジャパン・ブランドの確立に向けた取組を行う団体等の輸出金額を平成31年度までに310億円にする」等である。

同成果目標は、平成28年11月の「秋のレビュー」において、輸出に取り組む事業者向け対策事業を含む農林水産省所管の6事業が「事業ごとに適切な成果目標・成果指標（アウトカム）を設定し、各事業の効果をみながら事業の改善・合理化を行うべきである」と指摘されたことを受け、29年度行政事業レビューシートから設定された成果目標である。

平成28年度の実績は、図表3-(2)-イ-②のとおり、179億円（コメ・コメ加工品7.7億円、青果物150.2億円、花き4.3億円、茶11.2億円及び林産物5.9億円の合計。他の品目別輸出団体は、販売促進活動に係る補助を平成28年度に受けていない。）である。

輸出に取り組む事業者向け対策事業の平成28年度の予算額は、前述の項目第2の2の図表2のとおり、8.4億円となっている。

なお、農林水産省の事前分析表・政策評価書において、輸出に取り組む事業者向け対策事業に特化した成果目標はない。

図表3-(2)-イ-② 「輸出に取り組む事業者向け対策事業」に係る成果目標及び実績  
(単位:億円、%)

定量的な成果目標	成果指標		平成28年度	目標最終年度 31年度
ジャパン・ブランドの確立に向けた取組を行う団体等の輸出金額を平成31年度までに310億円にする。	販売促進活動等に取り組んだ事業者の輸出金額	成果実績	179	—
		目標値	—	310
		達成度		—

(注) 1 農林水産省の平成29年度行政事業レビューシート（事業番号0026）に基づき、当省が作成した。

- 2 「輸出金額」は、農林水産省の「輸出に取り組む事業者向け対策事業」の補助を得て、海外見本市への出展等の販売促進活動を行った品目別輸出団体の構成員の該当品目の年間輸出額の合計である。

## ウ 日本食・食文化の普及支援（農林水産省）

### (7) 施策・事務事業の概要

農林水産省は、平成 32 年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会開催や「和食」のユネスコ世界文化遺産登録により世界各国の日本に対する注目度が高まっている機会を捉えて日本食・食文化の魅力を国内外に発信することで国産農林水産物・食品の消費拡大・輸出拡大に資すること等を目的に、「日本食・食文化魅力発信プロジェクトのうち日本食・食文化普及推進総合対策」を 25 年度から 27 年度まで実施している。

本事業のうち海外向けの事業としては、

- ① 海外主要都市での日本食文化週間の実施、海外メディア等を活用した日本食・食文化の魅力発信や料理人の人材育成等の取組を委託する「日本食・食文化の世界的普及プロジェクト（のうち海外プロジェクト）」、
- ② 海外主要都市での日本食レストランウィークの実施等の取組に対して費用を補助する「日本食・食文化の普及支援事業」、
- ③ 日本の外食事業者の海外進出を支援するためのテスト営業や投資ミッション派遣、海外のビジネスパートナー候補企業等を招へいする取組に対して費用を補助する「日本食レストランの海外出店等の支援の推進」等がある。

本事業の主な実績をみると、図表 3-(2)-ウ-①のとおり、①日本食文化週間等を開催した都市数が平成 25 年度は 1 都市、26 年度は 20 都市、27 年度は 21 都市、②日本食レストランウィークを実施した都市数が平成 26 年度は 33 都市、27 年度は 33 都市となっている。

なお、農林水産省は、本事業の後継事業として、「食文化発信による海外需要フロンティア開拓加速化対策事業」を平成 28 年度から実施している。同事業では、「日本食・食文化の世界的普及プロジェクト」、「日本食・食文化の普及支援事業」を廃止し、日本産食材を積極的に使用する海外の飲食店・小売店を「日本産食材サポーター店」と認定する制度の普及のための事業等を新設している（さらに、「食文化発信による海外需要フロンティア開拓加速化対策事業」は、平成 30 年度から「海外需要創出等支援対策事業」のメニュー事業として組み替えられる予定である。）。

図表 3-(2)-ウ-① 日本食・食文化魅力発信プロジェクトのうち日本食・食文化普及推進総合対策の主な事業実績 （単位：都市）

区分	平成 25 年度	26 年度	27 年度
日本食文化週間開催等により日本食・食文化の魅力発信を行った都市数	1	20	21
日本食レストランウィークを実施した都市数	—	33	33

（注） 農林水産省の平成 28 年度行政事業レビューシート（事業番号 0011）に基づき、当省



が作成した。

#### (イ) 把握結果

外務省が ASEAN 加盟国で実施した対日世論調査では、日本文化で関心のある分野が調査されている（注）。

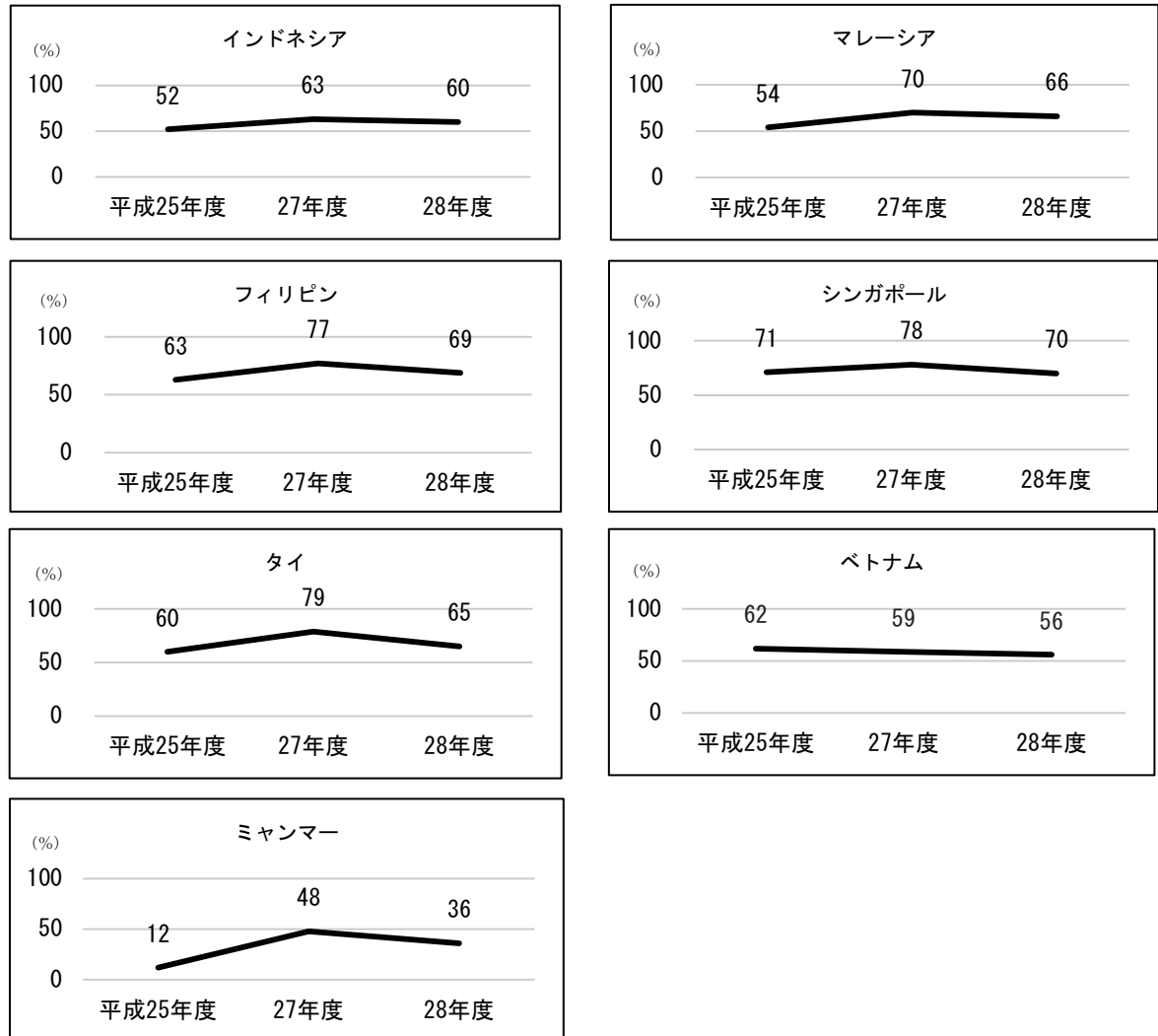
（注） 「日本食・食文化魅力発信プロジェクトのうち日本食・食文化普及推進総合対策」は ASEAN 加盟国以外の国・地域（大韓民国、中華人民共和国、香港、台湾、アメリカ合衆国、ブラジル、EU 加盟国、ロシア等）でも実施されている。

ASEAN 加盟国 10 か国のうち「日本食・食文化魅力発信プロジェクトのうち日本食・食文化普及推進総合対策」が実施された 7 か国（インドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポール、タイ、ベトナム及びミャンマー）について、平成 25 年度、27 年度、28 年度の調査結果をみると（26 年度は調査を実施していない。）、図表 3-(2)-ウ-②のとおり、日本文化で関心のある分野を「和食（食文化）」と回答した者の割合が、7 か国中 5 か国（インドネシア、マレーシア、フィリピン、タイ及びミャンマー）では 25 年度に比較して 28 年度は高くなっている。

7 か国における同事業の実施件数は、図表 3-(2)-ウ-③のとおりである。

なお、「日本食・食文化魅力発信プロジェクトのうち日本食・食文化普及推進総合対策」の予算額は、前述の項目第 2 の 2 の図表 2 のとおり、平成 25 年度は 3.0 億円、26 年度は 14.4 億円（当初予算 11.4 億円及び補正予算 3.0 億円の合計）、27 年度は 11.1 億円となっている。

図表 3-(2)-ウ-② 「日本食・食文化魅力発信プロジェクトのうち日本食・食文化普及推進総合対策」が実施された ASEAN 加盟国における外務省対日世論調査結果（日本文化で関心のある分野を「和食（食文化）」と回答した者の割合）



(注) 外務省の平成 25 年度（調査期間は 26 年 3 月）、27 年度（調査期間は 27 年 12 月）及び 28 年度（調査期間は 29 年 3 月）の「ASEAN における対日世論調査結果」に基づき、当省が作成した。

図表 3-(2)-ウ-③ 「日本食・食文化魅力発信プロジェクトのうち日本食・食文化普及推進総合対策」の ASEAN 加盟国における実施件数（平成 25 年度～27 年度）（単位：件）

インドネシア	マレーシア	フィリピン	シンガポール	タイ	ベトナム	ミャンマー
7	3	2	7	5	5	2

(注) 農林水産省の資料に基づき、当省が作成した。

## エ 農林水産物・食品等の輸出環境整備（財務省（国税庁）、農林水産省）

### (7) 施策・事務事業の概要

#### i) 財務省（国税庁）による輸出環境整備

国税庁は、日本産酒類の輸出環境整備として、主に以下の取組を行っている。

##### ① 日本産酒類の情報発信

国際会議や外交上のレセプションに派遣された職員による日本産酒類の情報発信等を行っている。

##### ② 東日本大震災以降に各国で導入された輸入規制等の撤廃・緩和に向けた働きかけ

東日本大震災以降に各国で導入された輸入規制に対し、酒類総合研究所の分析・研究結果を活用しつつ、関係府省と連携して規制の撤廃・緩和に向けた働きかけを行っている。また、これ以外の貿易障壁についても国際交渉を通じて撤廃・緩和に取り組んでいる。

##### ③ 酒類の地理的表示についての外国との相互保護

米国とは酒類の地理的表示の相互保護に係る手続を開始することで大筋合意し（平成 28 年 2 月）、EU とは双方の酒類の地理的表示保護制度と対象を確認し、知的所有権の貿易関連の側面に関する協定（TRIPS 協定）第 23 条とおおむね同等の高いレベルでの相互保護を行うことで交渉妥結している（29 年 12 月）。

##### ④ 日本酒造組合中央会が行う日本産酒類の輸出促進の取組への支援

酒類業組合法に基づき設立された日本酒造組合中央会が行う日本酒・焼酎の海外における認知度向上等の取組に要する費用を補助している（単式蒸留しようちゆう製造業近代化事業費等補助金）。

##### ⑤ 国税局による輸出セミナーの開催等

国税局は、酒造組合・地方公共団体等を構成員とする輸出促進連絡会議の開催、酒類業者を対象とする輸出セミナーの開催等を実施している。

#### ii) 農林水産省による輸出環境整備

農林水産省は、農林水産物・食品等の輸出環境整備として、項目 3 の 3(2)ア（海外展示会への出展等支援）、イ（品目別輸出団体等への支援）、ウ（日本食・食文化の普及支援）で前述した取組のほか、以下の取組等を行っている。

##### ① 東日本大震災以降に各国で導入された輸入規制等の撤廃・緩和に向けた働きかけ

東日本大震災以降に各国で導入された輸入規制に対し、関係府省と連携して規制の撤廃・緩和に向けた働きかけを行っている。また、これ以外の貿易障壁についても国際交渉を通じて撤廃・緩和に取り組んでいる。

##### ② 農林水産物・食品等の地理的表示についての外国との相互保護

EU とは、双方の農林水産物・食品等の地理的表示保護制度と対象を確認し、TRIPS 協定第 23 条とおおむね同等の高いレベルでの相互保護を行うことで交渉妥結している（平成 29 年 12 月）。

③ 地方農政局による輸出相談等

地方農政局は、農林漁業者等からの輸出先国の各種規制・制度、各種支援事業に関する相談対応等を行っている。

(イ) 把握結果

i) 財務省（国税庁）による輸出環境整備

① 東日本大震災以降に各国で導入された輸入規制の撤廃・緩和に向けた働きかけ

東日本大震災以降に日本産酒類の輸入規制を設けた 13 개국・地域のうち 9 개국・地域が輸入規制を撤廃している（平成 30 年 2 月末現在）。

② ①以外の貿易障壁の撤廃・緩和に向けた働きかけ

蒸留酒の容器容量規制撤廃に係る手続を開始することで米国と大筋合意し（平成 28 年 2 月）、単式蒸留焼酎の容器容量規制撤廃を実現することで EU と交渉妥結している（29 年 12 月）。

また、日本から輸出される清酒・ワインに EU がかけている関税は、日 EU 経済連携協定発効後に即時撤廃されることで交渉妥結している（平成 29 年 12 月）。

ii) 農林水産省による輸出環境整備

① 東日本大震災以降に各国で導入された輸入規制の撤廃・緩和に向けた働きかけ

東日本大震災以降に農林水産物・食品等の輸入規制を設けた 54 개국・地域のうち 27 개국・地域が輸入規制を撤廃している（平成 30 年 2 月末現在）。

② ①以外の貿易障壁の撤廃・緩和に向けた働きかけ

日本から輸出される緑茶、牛肉等に EU がかけている関税は、日 EU 経済連携協定発効後に即時撤廃等されることで交渉妥結している（平成 29 年 12 月）。

(ウ) 本施策・事務事業に係る課題

農林水産物・食品等の輸出環境整備の実施状況を調査したところ、以下の課題がみられた。

i) 地理的表示保護制度の意義

地理的表示保護制度は、

- ① 生産地や品質等一定の基準を満たさない製品については地理的表示の使用が認められないため、地理的表示を付した製品とそれ以外の製品との差別化が図られること、

- ② 不正な地理的表示の使用については行政が取り締まることができること、  
 ③ 生産・加工業者団体が実施する製品の品質管理等により、国に登録された品質等一定の基準が守られる仕組みとなっていること  
 などから地域ブランドの確立に非常に有効な制度である。

酒類及び農林水産物・食品等の地理的表示については、前述のとおり、高いレベルでの相互保護を行うことでEUと交渉妥結しているところ、地理的表示の相互保護に係る国際約束を交わした輸出先国においては我が国の真正な製品の地理的表示が保護されることにより他国の製品との差別化が図られることなどから、地理的表示保護制度は海外におけるジャパンプランドの確立にも非常に有効な制度である。

日本から輸出される清酒、緑茶、牛肉等にEUがかけている関税は日EU経済連携協定発効後に即時撤廃されることとなっており、清酒、緑茶、牛肉等のEUへの輸出が増加することが見込まれることから（注）、地理的表示保護制度の有効性を踏まえれば、海外においてジャパンプランドを確立していく観点からも、酒類製造業者や農林漁業者等が当該制度を積極的に活用することの重要性が更に増していくと考えられる。

（注） 緑茶、牛肉及び清酒の国・地域別輸出額をみると、下表のとおり、

- ① 緑茶の輸出額については、平成24年に総額で50.5億円であったものが、28年には115.5億円と倍増している。輸出額の多い上位3か国・地域は、アメリカ合衆国、ドイツ及びシンガポールである。  
 ② 牛肉の輸出額については、平成24年に総額で50.6億円であったものが、28年には135.5億円となっている。輸出額の多い上位3か国・地域は、香港、カンボジア及びアメリカ合衆国である。  
 ③ 清酒の輸出額については、平成24年に総額で89.5億円であったものが、28年には155.8億円となっている。輸出額の多い上位3か国・地域は、アメリカ合衆国、香港及び大韓民国である。

表 緑茶、牛肉、清酒の国・地域別輸出額 (単位:億円、%)

品目	国・地域	平成24年	25年	26年	27年	28年(構成比)
緑茶	アメリカ合衆国	23.4	31.1	34.2	43.6	48.1 (41.7)
	ドイツ	4.5	8.1	10.4	13.1	13.0 (11.3)
	シンガポール	7.8	6.4	7.9	9.0	10.8 (9.3)
	台湾	2.7	4.4	5.8	8.3	8.3 (7.2)
	香港	1.5	1.7	2.4	3.9	6.9 (6.0)
	その他	10.6	14.2	17.3	23.2	28.4 (24.6)
	合計	50.5	66.1	78.0	101.1	115.5 (100.0)
	[24年比]	1.00	1.31	1.54	2.00	2.29 —
牛肉	香港	12.9	14.8	20.3	30.2	40.2 (29.7)
	カンボジア	15.3	12.4	18.7	15.0	26.0 (19.2)
	アメリカ合衆国	2.1	8.0	12.5	17.1	21.3 (15.7)
	シンガポール	3.6	5.4	7.4	10.2	11.2 (8.3)
	タイ	0.7	2.0	3.8	7.1	7.6 (5.6)

	その他	16.0	15.1	19.0	30.4	29.2	(21.6)
	合計	50.6	57.7	81.7	110.0	135.5	(100.0)
	[24年比]	1.00	1.14	1.61	2.17	2.68	—
清酒	アメリカ合衆国	32.5	38.7	41.3	50.0	52.0	(33.4)
	香港	15.0	17.1	18.3	22.8	26.3	(16.9)
	大韓民国	12.0	13.8	13.1	13.6	15.6	(10.0)
	中華人民共和国 (注)	4.1	5.2	6.9	11.7	14.5	(9.3)
	台湾 (注)	5.1	5.9	6.4	8.9	9.3	(6.0)
	その他	20.8	24.5	29.1	33.1	38.1	(24.5)
	合計	89.5	105.2	115.1	140.1	155.8	(100.0)
	[24年比]	1.00	1.18	1.29	1.57	1.74	—

- (注) 1 貿易統計(財務省)により国税庁・農林水産省が作成した資料に基づき、当省が作成した。
- 2 小数点以下第2位を四捨五入したため、合計と内訳の計が一致しない場合がある。
- 3 国・地域については、輸出額の多い上位5か国・地域を挙げている。清酒の平成24・25年については、台湾が4位、中華人民共和国が5位であり、平成26・27・28年については、中華人民共和国が4位、台湾が5位である。
- 4 「[24年比]」欄は、平成24年の輸出額を1とした場合の比である。

## ii) 地理的表示保護制度と地域団体商標制度との関係

地理的表示保護制度と並んで地域ブランドの確立に有効な制度として、地域団体商標制度がある。

地域団体商標制度と地理的表示保護制度は異なる目的等に基づき設けられた制度であり、必要に応じていずれか又は両者を利用するものであるが、輸出先国での保護という観点からみると、地理的表示保護制度については、地理的表示の相互保護に係る国際約束を交わした輸出先国において地理的表示の不正使用が見つかった場合には輸出先国が取り締まることによって地理的表示が保護される。他方、地域団体商標制度については、権利者のブランド戦略に応じて出願する国を柔軟に選択し個別に商標登録を行うことができ、また、当該国での早期権利化及び輸出先国において地域団体商標の不正使用が見つかった場合には商標権者自らが行う権利行使の早期実施が期待できる。

酒類の地域団体商標の登録状況を見ると、平成30年1月30日までに12商標(清酒6(「灘の酒」、「新潟清酒」等)、蒸留酒6(「球磨焼酎」、「琉球泡盛」等)(注))が登録されている。他方、日本産酒類の地理的表示については、平成30年2月末までに計8産品(ぶどう酒1(「山梨」)、蒸留酒4(「壺岐」、「球磨」、「琉球」、「薩摩」)及び清酒3(「白山」、「日本酒」、「山形」))が指定されている状況であり、その中には日本酒全体のブランド価値向上や輸出促進のため産地の範囲を「日本国」として指定された地理的表示「日本酒」があることを踏まえると、日本産酒類の地理的表示は、ジャパンプランドの確立に一定程度資していると考え

えられる。

(注) 清酒、蒸留酒の別については、商標登録の内容を踏まえて当省で区分した。

農林水産物・食品等の地域団体商標の登録状況をみると、平成 30 年 1 月 30 日までに 354 商標(注)が登録されている。他方、農林水産物・食品等の地理的表示については、平成 30 年 2 月 20 日までに計 59 産品が登録されている状況である。

(注) 農林水産物・食品等の地域団体商標数については、当省の調査による。

地域団体商標制度については平成 18 年 4 月の開始からおおむね 12 年経過しているのに対し農林水産物・食品等の地理的表示保護制度は 27 年 6 月の開始からおおむね 3 年しか経過していないことなどから、単純な比較はできないものの、例えば、①茶に関連する地理的表示の登録が 2 産品(「八女伝統本玉露」及び「西尾の抹茶」)であるのに対し、茶に関連する地域団体商標制度の登録は 16 商標(「宇治茶」、「掛川茶」等)となっており、また、②牛肉に関連する地理的表示の登録が 8 産品(「但馬牛」、「特産松阪牛」等)であるのに対し、牛肉に関連する地域団体商標制度の登録は 51 商標(「但馬牛」、「松阪牛」等)となっていることから、国内の有名産地で生産される茶や牛肉(注)などについて、地理的表示保護制度の更なる活用の余地があると考えられる。

(注) 黒毛和種の牛肉については、産地の努力により全国的に品質、生産方法が向上した結果、品質等による他産地との差別化が難しくなっているが、品質等ではなく社会的評価に基づき地理的表示として登録することも可能となっており、その基準が公表されている(特定農林水産物等審査要領(平成 27 年 5 月 29 日付け 27 食産第 679 号食料産業局長通知)別添 4・別紙 1)。

### iii) 地理的表示保護制度の広報状況等

農林水産省は、地理的表示保護制度の普及啓発に係る情報提供や登録申請に係る産地からの相談を一元的に受け付ける支援窓口として「地理的表示保護制度活用支援中央窓口」を平成 27 年 5 月から設置しているほか、生産・加工業者団体等を対象に登録申請手続の紹介や専門家による個別相談を内容とする説明会を都道府県単位で開催する等しているが、農林水産物・食品等のジャパンプラントの確立に向け、地理的表示保護制度の内容やその効果、各国の輸出環境等を生産・加工業者団体等に更に広報する余地があると考えられる。

こうしたことを踏まえると、農林水産省は、農林水産物・食品等のジャパンプラントの確立に資するため、地域で育まれた伝統と特性を有する農林水産物・食品等への地理的表示保護制度の更なる活用を促進するための取組を行う必要がある。