

輸出事業計画

※申請者名：新潟県、品目：錦鯉、コメ、日本酒

1. 輸出における現状と課題

【現状】

令和4年3月に「新潟県産農林水産物輸出拡大実行プラン」を策定し、錦鯉、コメを重点品目に定め、取り組んでいる。

錦鯉は、全国の輸出額の約50%以上を占める全国の主要産地で、世界30か国以上に輸出し、各国からのディーラーが産地を訪れて買い付けを行っている。

コメは、生産量全国1位の主産県であり、主力輸出品目として輸出に意欲を持つ生産者や事業者等の支援を行っており、輸出用米の作付けは年々増加し、輸出額も堅調にのびている。

清酒は、全国1位の酒蔵数を誇るが、国内市場の縮小等もあり長期的には減少しており、新規需要の獲得に向け、酒蔵の海外展開の推進は重要で、とりわけ人材やノウハウなど輸出に係る経営資源の充実に推進している。

【課題】

- ・輸出に向けた生産対応
- ・輸入規制への対応
- ・担い手育成
- ・物流体制の構築
- ・産地「新潟」のブランド構築



2. 輸出事業計画の取組内容

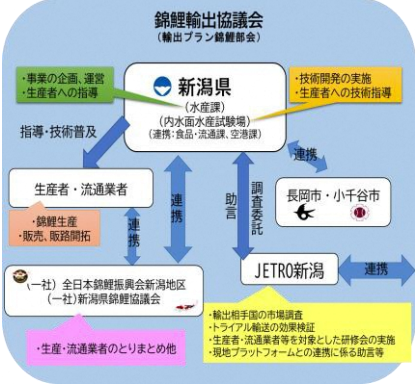
錦鯉	生産	・ 海外のニーズ（商品価値の高い鯉の生産）に対応した技術開発
	輸入規制対応	・ 魚病防疫体制の強化と魚病検疫技術の向上を図る研究を推進
	担い手育成	・ 多品種維持と需要対応のための養殖池の確保、担い手育成
	物流構築	・ 輸送コストの削減と長距離輸送に対応した梱包技術の改良・普及
	ブランド構築	・ 「錦鯉発祥の地新潟」の認知度向上と新潟ブランドの更なる浸透
コメ	生産	・ 直は栽培の導入等による生産コストを削減する取組を実施 ・ ニーズに応じた生産技術や品種導入
	輸入規制対応	・ HACCP衛生管理、GAPやハラル認証等の取得支援
	担い手育成	・ セミナー等により生産者と事業者等が輸出の意義や目的を理解できる機会を提供し、輸出への機運を醸成
	物流構築	・ 地元港の有効活用や、集荷の仕組みの検討など、流通の効率化に向けた取組を推進 ・ 輸出支援プラットフォームと連携し、新規商流を構築する
	ブランド構築	・ 米作りの作り手の技術、情熱など新潟の強みや食文化についてストーリー性のある情報を発信
清酒 日本酒	生産	・ 県内のオリジナルの麹菌、酵母の研究による海外嗜好に合わせた日本酒開発
	輸入規制対応	・ 輸出時の清酒ラベル登録等の手続きに関するセミナー等を実施
	担い手育成	・ 現地の嗜好や流通事情に関して酒蔵が理解を深めることを目的に、専門家によるセミナー等を開催
	物流構築	・ コールドチェーンの確保実現に向け、輸送コスト低減、品質保持技術の利用や異なるサイズを混載した輸出等
	ブランド構築	・ 伝統の「越後杜氏」の技術、世界初の「日本酒学」の取組など、酒どころ新潟の背景をストーリー性をもって発信することによるブランド構築

輸出事業計画

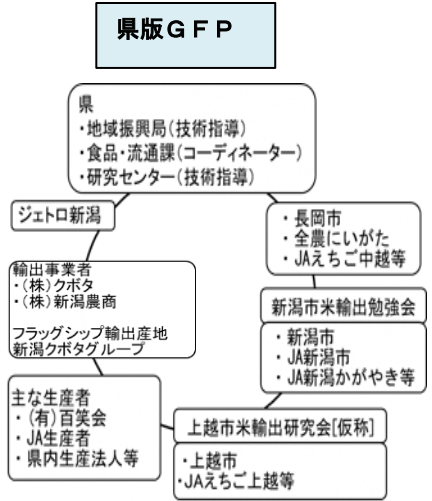
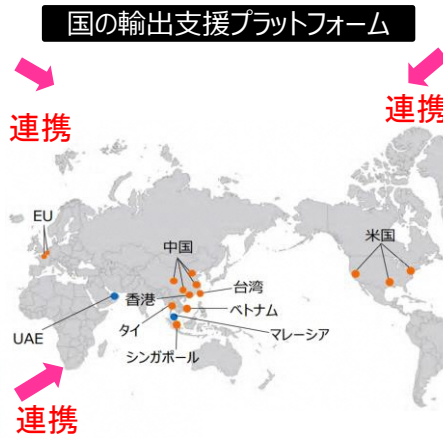
※申請者名：新潟県、品目：コメ、錦鯉、日本酒

3. 輸出事業計画の実証と見直しを行うためのPDCA実施体制

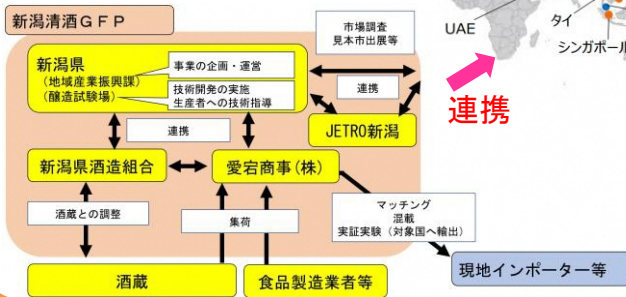
■ 錦鯉



■ コメ



■ 清酒 (日本酒)



4. 輸出目標額

	錦鯉		コメ		清酒 (日本酒)	
	現状 (令和4年度)	目標年 (令和9年度)	現状 (令和4年度)	目標年 (令和9年度)	現状 (令和4年度)	目標年 (令和9年度)
輸出額 (千円)	2,850,000	4,406,959	1,477,465	2,560,000	3,883,813	5,789,805
輸出量 (kg, kl)	145,000	169,013	6,978,000	10,987,124	3,100	4,115
輸出先国	北米 (アメリカ、カナダ)、東アジア (中国、香港)、東南アジア (インドネシア、タイ、ベトナム)、南アジア (インド)、ヨーロッパ (フランス、オランダ、ドイツ、英国等)、その他 (中東、アフリカ等)	北米 (アメリカ、カナダ)、東アジア (中国、香港)、東南アジア (インドネシア、タイ、ベトナム)、南アジア (インド)、ヨーロッパ (フランス、オランダ、ドイツ、英国等)、その他 (中東、アフリカ等)	シンガポール、台湾、香港、オーストラリア、アメリカ、ヨーロッパ (フランス、イギリス)、中国、タイ、中東 (UAE)、その他 (モンゴル等)	シンガポール、台湾、香港、オーストラリア、アメリカ、ヨーロッパ (フランス、イギリス、ドイツ)、中国、タイ、中東 (UAE)、その他 (モンゴル等)	ベトナム、マレーシア、タイ、香港、シンガポール、オーストラリア、その他 (アメリカ、韓国等)	ベトナム、マレーシア、タイ、香港、シンガポール、オーストラリア、その他 (アメリカ、韓国等)