

日本産畜産物の輸出拡大 へ向けた取り組みについて (牛肉を中心に)

令和7年3月

一般社団法人 日本畜産物輸出促進協会
専務理事 川島俊郎

内 容

1. 協会の概要
2. 畜産物の輸出状況
3. 協会の活動方針
4. 輸出拡大に向けた協会の主な取組
5. 今後の取組方向

1. 協会の概要

- ・ 日本産畜産物のオールジャパンでのプロモーションや輸出に関する情報の収集・提供等を通じ、日本産畜産物の輸出を促進するため、平成26年12月に設立。令和5年9月に任意団体から一般社団法人に移行。
- ・ 同11月に輸出促進法に基づき農林水産大臣から認定農林水産物・食品輸出促進団体に認定。
- ・ 各品目別協議会の会員は生産者・生産者団体、都道府県協議会、食肉等事業者等。また、各役員会の主要メンバーは輸出に携わる事業者。

一般社団法人日本畜産物輸出促進協会 (会員数13)

(令和6年3月末現在)

品目別輸出協議会会員

全国団体会員



94
会員数

牛肉輸出協議会

事務局(一社)日本畜産物輸出促進協会
肉牛生産者団体、食肉関係団体、道府県協議会、食肉事業者、生産者等



23
会員数

豚肉輸出協議会

事務局(一社)日本養豚協会
肉豚生産者団体、食肉事業者、生産者等



37
会員数

鶏肉輸出協議会

事務局(一社)日本食鳥協会
肉鶏生産者団体、ブランド地鶏生産組合、鶏肉インテグレーター等



63
会員数

鶏卵輸出協議会

事務局(一社)日本養鶏協会
鶏卵生産関係団体、マヨネーズ会社、鶏卵生産者等



10
会員数

牛乳乳製品輸出協議会

事務局(一社)日本乳業協会
全農、全酪連、牛乳乳製品関係団体、チーズ普及協会等



38
会員数

食肉加工品輸出協議会

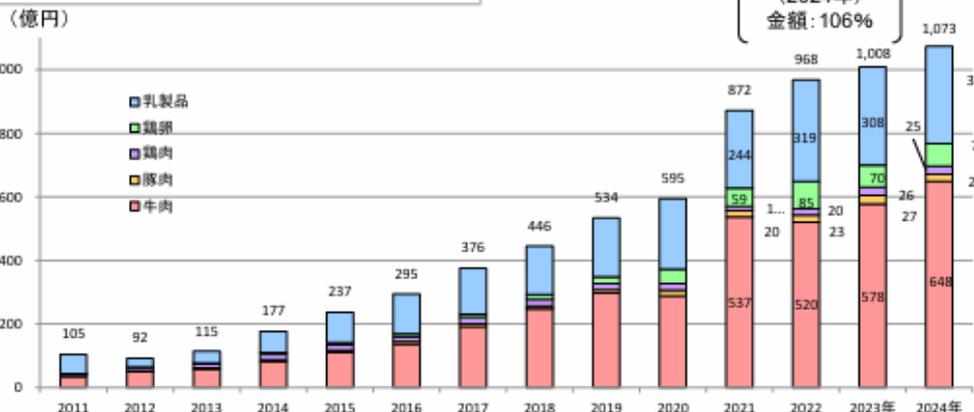
事務局日本ハムソーセイジ工業協同組合
食肉加工品生産関連組織、食肉事業者等

(一社)家畜改良事業団
(公社)中央畜産会
(公社)日本食肉格付協会
(公社)日本食肉協議会
全国農業協同組合連合会
地方競馬全国協会
(独)農畜産業振興機構

2. 畜産物の輸出状況①

- 2024年の畜産物の輸出実績は1,073億円で、2012年以降連続して増加。うち牛肉が最大の648億円、全体の約60%を占める。
- 日本産畜産物は、高品質・高い安全性が海外で高く評価されており、潜在的な購買層の増加が見込まれている。
- 世界で評価される日本産畜産物の強みを生かし、輸出産地、輸出事業者等の関係者一体となった輸出促進活動の展開が必要。

日本産畜産物の輸出実績



農林水産物・食品輸出本部の創設

令和2年4月に設置された農林水産大臣を本部長とする「農林水産物・食品輸出本部」において、輸出促進に関する基本方針を定め、実行計画(工程表)の作成・進捗管理を行うとともに、政府一体となった輸出の促進を図り、

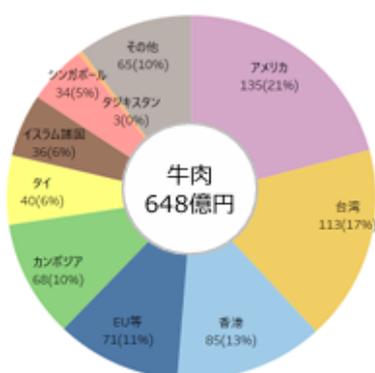
- ・輸入規制の緩和・撤廃に向けた輸出先国との協議の加速化
- ・輸出向けの施設整備と施設認定の迅速化 等に取り組む

2030年輸出目標額

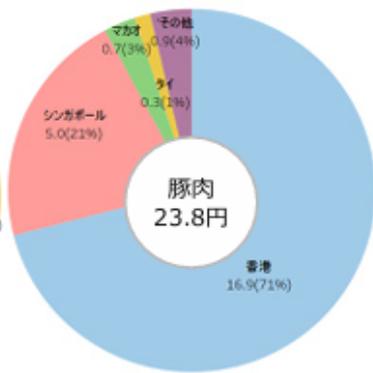
牛肉	: 3,600億円	鶏肉	: 100億円
豚肉	: 60億円	鶏卵	: 196億円
		牛乳・乳製品	: 720億円

品目毎の国・地域別輸出実績(2024年)

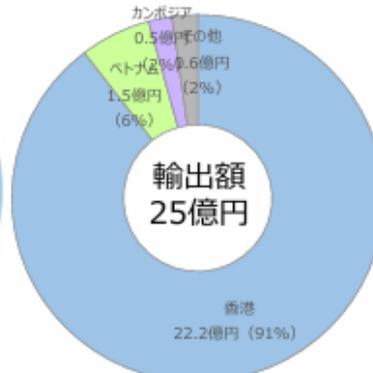
<牛肉>



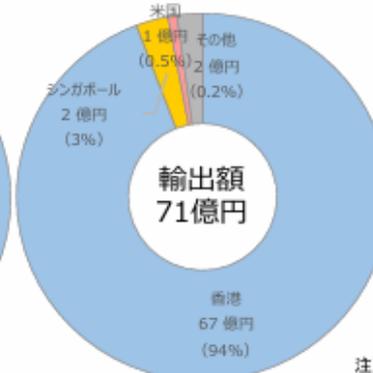
<豚肉>



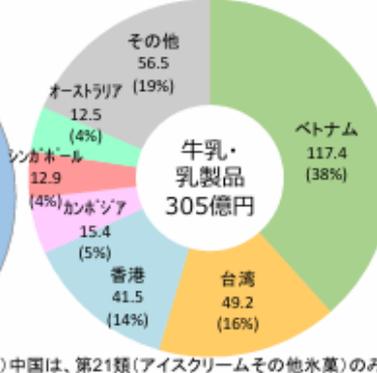
<鶏肉>



<鶏卵>



<牛乳・乳製品>



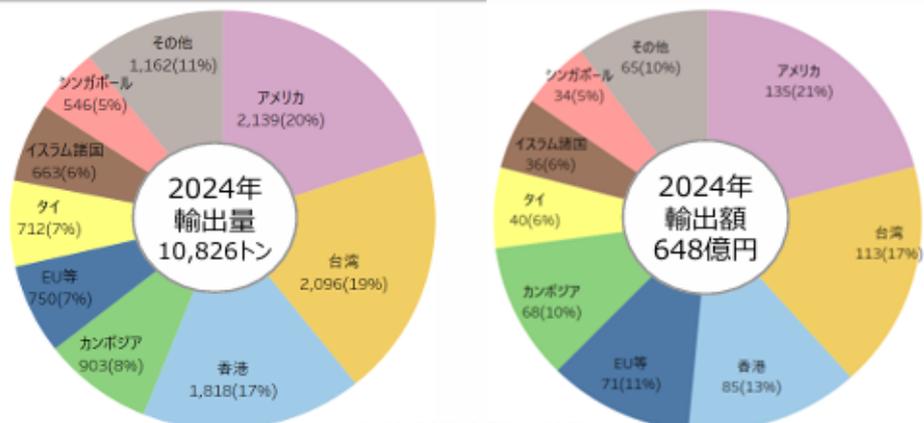
2. 畜産物の輸出状況②

最近の輸出実績※



※ 正肉、牛す肉、加工品の合計。ただし、2021年以前は加工品を除く。

牛肉の国・地域別輸出実績



資料: 財務省「貿易統計」

2030年輸出目標: 3,600億円
(2025年輸出目標: 1,600億円)

- 輸出可能国・地域
香港、台湾、シンガポール、タイ、ベトナム、
米国、EU、英国、カナダ、オーストラリア、
マレーシア、インドネシア、UAE、
ロシア、ブラジル、アルゼンチン、ウルグアイ 等
- 輸出解禁協議中の国
中国、韓国 等

<輸出先国・地域別の施設認定状況> (2025年1月末現在)

	香港	台湾	米国	シンガポール	EU	タイ	マカオ
施設数	14	28	16	20	12	83	77

輸出拡大実行戦略に定める主な取組

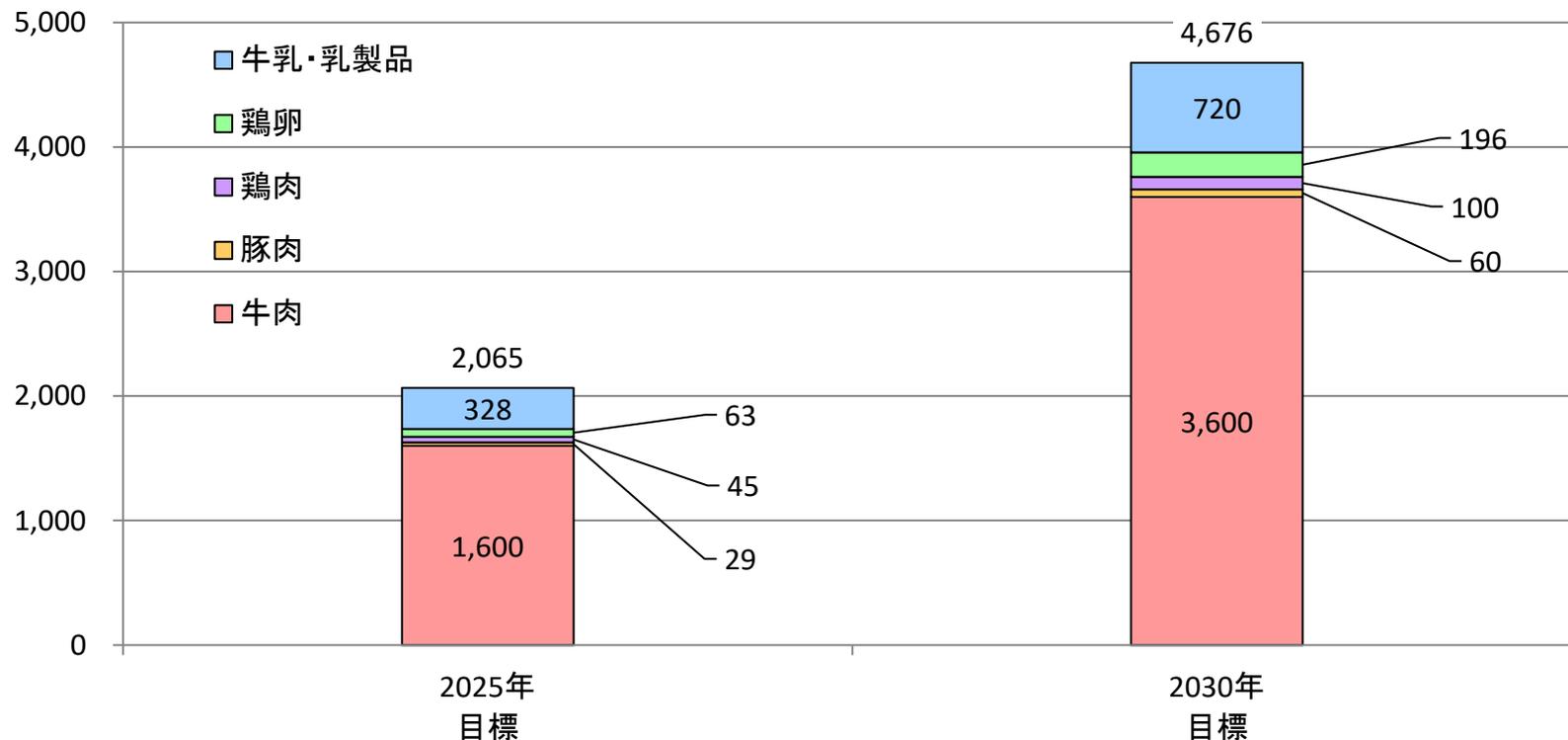
- オールジャパンでの和牛認知度向上に向けた、
日本畜産物輸出促進協会によるプロモーション
- 輸出先国の求める衛生基準に適合
した食肉処理施設の整備・認定迅速化
- 生産者・食肉処理施設・輸出事業者が
生産から輸出まで一貫して輸出促進を
図る「コンソーシアム」を産地で構築
- スライス肉、小割肉、食肉加工品等の新たな品目の
輸出促進
- 中国等向け輸出解禁協議の加速化



資料: 農林水産省

2. 畜産物の輸出状況③

＜参考1＞ 畜産物の品目別輸出目標額（「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」）



＜参考2＞ 品目別国・地域別輸出目標額と実績額（牛肉）

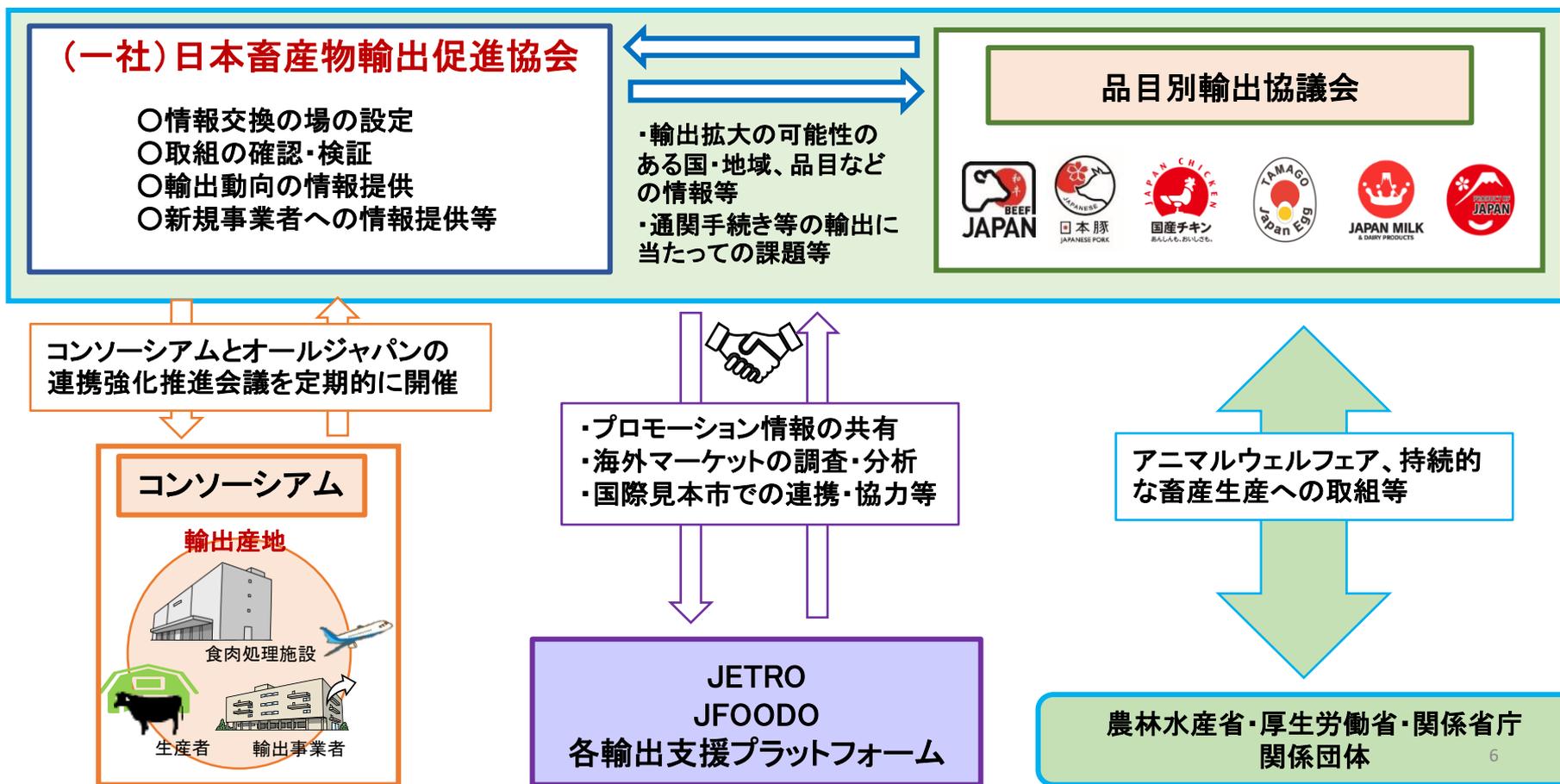
単位：億円（%）

国・地域	合計	香港	台湾	米国	EU等	イスラム諸国	中国	その他※
2025年目標額	1,600	330	239	185	104	55	400	288
2024年実績額 (充足率)	648(41)	85(26)	113(47)	135(73)	71(68)	36(65)	-	208(72)

3. 協会の活動方針①

(1) 目標の達成に向けた取組体制

- ・ 政府目標の達成に向け、更なる輸出拡大の促進を図っていくことがミッション。
 - ・ このミッションをクリアするために、輸出事業者が輸出先国の規制、畜産物消費動向等を理解して取り組んでいくことが必要。
- ⇒ **(一社)日本畜産物輸出促進協会**は、**関係機関と協力しつつ、輸出産地と連携し、継続的、効果的な環境整備、支援を行う体制**により政府目標の実現に貢献する。



3. 協会の活動方針②

(2) 各品目における取組方針

- ・ 品目ごとのマーケットの特徴、要求される事項に応じて取り組んでいく。
- ・ 有望な市場を調査、新規開拓し、輸出先国・地域を多角化していく。
- ・ オールジャパンで対応が必要な商流構築、拡大の基礎となる課題に取り組んでいく。

認知度

鶏肉

豚肉

鶏卵

牛乳
乳製品

牛肉

課題

・ジャパンブランドの確立。

・輸出先の多角化。

・一層の認知度向上。
・輸出先の多角化。

・認知度が低い国、都市への訴求。
・ロイン以外の部位の需要開拓。

ジャパンブランドの確立

ジャパンブランドの維持、保護

大規模食品国際見本市への出展

現地事業者、シェフ等向けの知識や技術の普及セミナー、メニュー開発

市場調査

事業者向け輸出相談窓口の設置

輸出に対する生産者の理解醸成

インバウンド需要の取り込み

輸出に係る共通課題の検討(輸出先ごとに異なる容器包装の表示の共通化、通関手続き等)

商流構築・拡大の取組

基礎となる取組

4. 輸出拡大に向けた協会の主な取組①

(1)海外における販路拡大

① セミナーの開催、食品見本市への出展

- ・ 現地シェフや食肉事業者等を対象にした独自のセミナーの開催や、大規模な食品国際見本市（ANUGA、SIAL、GULFOOD）等への出展を通じて、広く認知度の向上を図るとともに、輸出事業者に現地バイヤーとの商談の場を提供。
- ・ 和牛セミナーでは、試食会、食肉のカッティングの実演や品質・生産方式をPRし、現地事業者等が和牛の魅力や特徴を体感できる場を提供。

<和牛における取組(令和6年度)>

※ 出展ブース来訪者の推計値

時期	実施国・地域	イベント名称	参加事業者数	出席者数
令和6年6月	米国(シカゴ)	独自セミナー	8社	66名
7月	米国(フィラデルフィア)	独自セミナー	7社	81名
8月	香港	Food Expo PRO 2024	6協議会27社	7,000名(※)
9月	スペイン(マドリード)	独自セミナー	8社	96名
9月	スペイン(バルセロナ)	独自セミナー	8社	147名
10月	フランス(パリ)	Sial Paris 2024	8社	5,000名(※)
11月	米国(ヒューストン)	独自セミナー	9社	101名
12月	サウジアラビア(リヤド)	独自セミナー	12社	72名
令和7年1月	ベトナム(ホーチミン)	独自セミナー	9社	93名
1月	米国(ラスベガス)	Winter Fancy Food Show 2025	7社	3,000名(※)
2月	UAE(ドバイ)	Gulfood 2025	8社	とりまとめ中

4. 輸出拡大に向けた協会の主な取組②

〈見本市・セミナーでのカッティングデモ等の様子〉



Food Expo PRO2024
(令和6年7月香港)



Sial Paris2024
(令和6年9月パリ)



Winter Fancy Food Show2025
(令和7年1月ラスベガス)



シカゴでの和牛セミナー
(令和6年6月)



ホーチミンでの和牛セミナー
(令和7年1月)



バルセロナでの和牛セミナー
(令和6年9月)

4. 輸出拡大に向けた協会の主な取組③

<セミナーでの和牛特徴のプレゼンの例(まとめ部分)>



Japan Livestock Products Export
Promotion Council

Summary of Japanese Wagyu Characteristics

- **Only 100% Pure Bred Wagyu** ←100%純粋和牛
 - **Excellent Quality with outstanding Marbling**
 - Pedigree Registration with history
 - Objective Grading System
 - Individual Identification by Traceability
- **Sustainable Production System** ←持続可能な生産システム
 - Treated with great care like a family member
 - Circulation of natural resources, Animal Welfare etc
- **Transparent QR code information** ←QRによる情報提供で透明性を確保



4. 輸出拡大に向けた協会の主な取組④

② 現地バイヤー等の日本への招へい

- 海外から**現地バイヤー等を日本へ招へいし、(公社)全国食肉学校において食肉の取扱研修を受講**してもらい日本産畜産物に関する知識やカッティングへの理解を深める。

<和牛における食肉学校への招へい状況(令和5年度)>

	米国	台湾	香港	カナダ	ベトナム	その他
招へい者数	46名	18名	17名	15名	13名	76名

(2)海外におけるジャパンプランドの確立

① ロゴマークの維持・管理等

- ジャパンプランドの確立・保護**のため、品目別にロゴマークを作成し、各国で商標登録を実施。



和牛



日本豚
JAPANESE PORK

豚肉



国産チキン
あんしんも、おいしさも。

鶏肉



鶏卵



牛乳・乳製品



食肉加工品

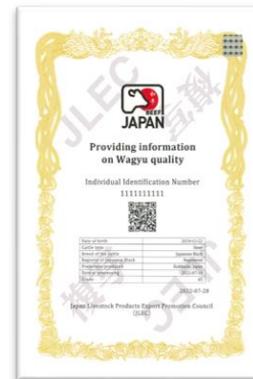
<登録状況(令和5年11月現在)>

品目	和牛	豚肉	鶏肉	鶏卵	牛乳乳製品	食肉加工品
有効国数	48	37	6	35	35	3

4. 輸出拡大に向けた協会の主な取組⑤

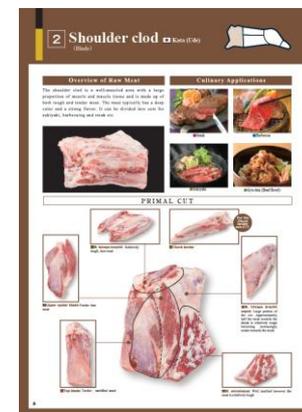
- 和牛については、海外からのトレーサビリティと品質への情報提供を求める声を受け、**格付(A5等)、性別、産地等の品質情報を確認できるシステム**を開発し、**証明書やQRコードを印刷したシール**を発行。

令和5年度 発行枚数	証明書	シール
	6,511枚	165,591枚



② 多言語のカットングガイドの提供

- 和牛の**ロインだけにとどまらない多様な部位**の活用方法を紹介するカットングガイドを7か国語で作成。
- 過去4年間に会員等に15,000部以上配布するとともに、動画をYouTube上で配信。



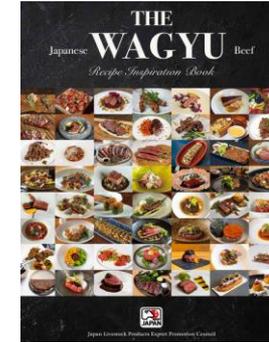
4. 輸出拡大に向けた協会の主な取組⑥

③ 外国人シェフによるメニュー開発

- 外国人シェフ等とタイアップし、畜産物の多様な部位を使ったメニューを開発。
- そのメニューを開発したシェフのレストラン等で提供する畜産物フェアを実施するとともに、内容をまとめたパンフレットを作成し、過去4年間に会員等に3,000部以上配布。

<メニュー開発実績(令和5年度)>

	和牛	豚肉	鶏卵
実施国	米国、ドイツ	シンガポール、タイ、香港	香港



(4) 輸出ターゲット国・地域における市場調査

- 商流構築のための基礎的な情報として、輸出ターゲット国における日本産畜産物と競合品の価格差等の流通実態、アニマルウェルフェアやSDGsに関連する法規制、ハラール牛肉の消費動向等に関する調査等を実施。
 - 中東地域における日本産牛肉の流通実態調査(令和5年度)
 - フランス・英国における環境負荷低減などに配慮して生産された牛に由来した牛肉の需要・嗜好調査(令和5年度)等

(5) 輸出相談窓口の設置

- 新たに輸出を行うことを検討している食肉事業者に対して、輸出に関する手続きや商談等の相談のために専門家による相談窓口を設置。

相談件数(令和5年度)	主な国・地域
145件	米国、台湾、香港、東南アジア、EU、サウジアラビアなど

4. 輸出拡大に向けた協会の主な取組⑦

(6) 輸出に対する生産者の理解醸成

・和牛の輸出が国内の枝肉価格に与える影響の分析

「2023年の牛肉輸出は国内の枝肉卸売価格を339.9円/kg下支え」

・輸出実務、輸入規制(EU動物医薬品使用規制等)等についての研修会開催

・先駆的輸出者の取組事例の紹介(ビデオ・パンフ)

「和牛の未来を切り開く(生産者の挑戦)」(令和6年度)

和牛の未来を切り拓く
— 生産者の挑戦 —
Pioneering the Future of Wagyu:
The Producers' Challenge



一般社団法人 日本畜産物輸出促進協会
JAPAN

<参考> 神戸大学の調査結果

(2023年の場合)

国内枝肉卸売価格	基準値	輸出ゼロの場合	変化量
牛肉全体	2,445.8円/kg	2,106.0円/kg	339.9円/kg
サーロインのみ	2,445.8円/kg	2,257.0円/kg	188.9円/kg

※1 国内枝肉卸売価格は、農林水産省「畜産物流通統計」の東京市場のA3～A5ランクの牛肉めす・去勢について、取引成立頭数(頭)をウェイトに加重平均した価格。

※2 生産量は、牛肉めす・去勢について、農林水産省「食肉流通統計」の全国の枝肉生産量に、東京市場のA3～A5ランクの頭数が全ランクの頭数に占める割合を乗じたもの。

資料: 神戸大学「牛肉輸出による価格の下支え効果、畜産物輸出による経済波及効果の推計について」(八木浩平ほか)より抜粋

5. 今後の取組方向(牛肉関係)①

〈 基本的考え方 〉

目標の達成に向け、**既存の商流を維持・拡大しつつ、有望な新規都市における新規商流の開拓を図るとともに、日本の和牛の価値やおいしさを普及する。**

〈 今後の新たな取組方向 〉

これまでの活動を随時見直し、必要なものは継続しつつ、新たな取組も進めていく。

(1) 認知度の更なる向上

- 国際見本市への参加に加えて、新規都市での和牛セミナーの開催
(例) 米国の内陸部都市(シカゴ、ヒューストン、ダラス等)、スペイン、インドネシア 等
- 現地ジャパンフードフェア等への参加促進
(例) 日本大使館等主催の品目横断的なフードフェアへの参加促進
- 和牛生産が持続的であることの情報発信
(例) たい肥化处理とその循環利用、エコフィード、飼養管理等に関する技術的な指針(AW)

(2) 非ロイン系も含めた多様な部位の活用

- 現地シェフ等と連携した調理セミナーの開催
(例) 和牛セミナーのフォローアップとして同じ都市で開催(複数年アプローチ)
- 調理学校等との連携によるカッティング技術の現地研修の実施

(3) 加工流通業者等現地関係者とのチャンネル拡大

- 大手流通業者(和牛未取り扱い)、調理学校教師等を日本の加工施設、生産地等に招へい
- 現地食肉加工流通団体等との関係構築

5. 今後の取組方向(牛肉関係)②

(4) 現地消費者へのアプローチ強化

- 現地チェーンレストラン、小売店等との連携による定着可能なメニュー・レシピの開発・普及
- SNS活用による和牛ファン層(事業者～消費者)の拡大
- 現地で和牛メニューを提供するレストラン等の情報提供

(5) 市場調査の充実化

- 市場動向の変化に対応するため、現地専門機関と連携した詳細な調査の実施
(例) ・現地消費者の動向調査(嗜好、重視する価値、購買部位等)
・食肉調達における民間認証の活用

(6) 品質・生産に関する科学的・客観的データの蓄積・提供

- 国内外の大学等との連携による調査研究の促進
(例) 和牛の品質の比較優位性に関する科学的検証(外国産Wagyuとの違い)

(7) 政策的課題への取組

- 輸出先国の求める衛生基準に適合した食肉処理施設の整備・認定
(例) 食品安全関連(残留農薬、病原微生物等)、ハラール認証 等
- 新規輸出先国の解禁 (例) 中国、韓国 等
- 関税・通関手続き (例) 米国低関税枠
- 新たな輸入規制への対応 (例) EU: 包装および包装廃棄物、森林デューデリジェンス

(8) 関係機関との連携

上記の対応のため、個々の課題ごとに、会員はもとより、農林水産省他関係省庁、JETRO、JFOODO、現地の輸出支援プラットフォーム(PF)、国内外の大学等専門機関、コンソーシアム等との連携を一層強化