

宮城県農林水産物・食品輸出促進戦略
(2025年度版)

【中間案】

宮城県経済商工観光部

目次

第1章 宮城県農林水産物・輸出促進戦略の策定について	1
1 改定の趣旨	1
2 戦略の位置づけ	1
3 戦略期間	1
第2章 農林水産物・食品の輸出を取り巻く環境	2
1 世界情勢	2
(1) 世界経済の動向	2
(2) 世界人口の見通し	3
(3) デジタル化の推進	4
(4) 持続可能な社会に関する課題への対応	4
(5) 諸外国による県産農林水産物等への輸入規制に関する対応	4
(6) 農林水産分野及び食品分野の知的財産の侵害・海外流出への対応	5
2 国の取組状況	6
3 県の取組状況	8
第3章 目指すべき姿	10
1 基本理念	10
2 基本方針	11
(1) 輸出に取り組む事業者の増加と利益拡大	11
(2) 販路拡大による輸出品目と輸出量の増加	11
(3) 持続的なバリューチェーンモデルの構築	12
(4) パートナーシップの充実	13
第4章 輸出基幹品目	
1 輸出基幹品目の設定	15
(1) 水産物	16
(2) 米	18
(3) 牛肉	19
(4) いちご	20
(5) 日本酒	21
(6) さつまいも	22
第5章 目標指標	28
1 目標指標の設定	28
2 取組の検証と改善	29
第6章 県の施策と支援体制の整備	30
1 県の支援策	30

付属資料1 仙台空港及び仙台港の概要

付属資料2 輸出アンケート

第1章 宮城県農林水産物・食品輸出促進戦略の策定について

1 改定の趣旨

- 2023（令和5）年4月に公表された「日本の将来推計人口 [令和5年推計]」¹の結果によれば、我が国の総人口は50年後に現在の7割に減少し、65歳以上人口は総人口のおよそ4割になると推計されており、人口減少と高齢化の進展、これに伴って懸念されている国内市場の縮小（国内需要の減少）は避けることができない状況です。
- このような中、将来に向けて農林水産業及び食品産業が発展していくためには、海外への販路拡大が不可欠であり、国では、2020（令和2）年11月に「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（以下「輸出拡大実行戦略」という）」を策定し、政府の輸出額目標である2025（令和7）年に2兆円、2030（令和12）年に5兆円を達成するための取組を推進しています。
- 我が県においても、2022（令和4）年に「“MIYAGI”のグローバル化による富県宮城の実現」を基本理念とする「みやぎ国際戦略プラン（第5期）」を策定しており、『宮城県農林水産物・食品輸出促進戦略』は、このプランの食品輸出分野に関する個別計画として、2022（令和4）年3月に改定²されました。
- 今般、計画期間の満了により「みやぎ国際戦略プラン（第6期）」が策定されることにあわせ、『宮城県農林水産物・食品輸出促進戦略』についても2025年度版（以下「本戦略」という）に改定し、我が県の農林水産物・食品産業が置かれている現状や、これまでの取組を振り返るとともに、新たな課題に対応する取組の方向性を示そうとするものです。

2 戦略の位置づけ

- 本戦略は県政運営の基本指針である「新・宮城の将来ビジョン」が掲げる「富県躍進！ “PROGRESS Miyagi”」の理念のもと、国際関連施策を総合的かつ計画的に推進するための計画である「みやぎ国際戦略プラン」の食品輸出関連分野の個別計画です。

3 戦略期間

- 「みやぎ国際戦略プラン（第6期）」との連動性を確保するため、同プランの計画期間とあわせて2025年度から2027（令和9）年度までの3年間とします。

年度	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
新・宮城の将来ビジョン（10年）	前期（4年）				中期（3年）			後期（3年）		
宮城国際戦略プラン		第5期			第6期			-		
宮城県農林水産物・食品輸出促進戦略		現戦略			戦略期間			-		

¹ 2023年4月26日に上記推計結果の概要を公表／国立社会保障・人口問題研究所

² 2017（平成29）年4月にスタートした「みやぎ国際戦略プラン（第4期）」にあわせて、最初の『宮城県農林水産物・食品輸出促進戦略』が策定されている。

第2章 農林水産物・食品の輸出における現状と課題

1 世界情勢

(1) 世界経済の動向

- 世界の経済成長率³についてIMF（国際通貨基金）は、2024（令和6）年4月に公表した「世界経済の見通し」の中で、2023年を3.2%とし、2024年と2025年については同率で「横ばいで推移する」と予測しています。
- また、世界経済については、「新型コロナウイルス感染症の拡大以降、サプライチェーンの混乱や世界的な商品価格の高騰などによる悲観的な見通しが示されていたが、世界経済は結果的に景気の後退を免れ、強靱性を保った」と評価しています。
- 一方で、国の経済規模を示す各国のGDPの推移をみると、米国、中国など各国が成長を続ける中、我が国は、為替レートの変動が大きく影響しているものの、ドイツと入れ替わって順位を下げるなど、停滞傾向が続いています。

図1 各国のGDPの推移

図2 各国の一人当たりGDPの推移

最終案で掲載予定

各国のGDP推移

出典：World Economic Outlook（April2024）／International Monetary Fund、IMF

³ 実質GDP伸び率

(2) 世界人口の見通し

- 国立社会保障人口問題研究所が発表している「日本の将来推計人口」によると、我が国の総人口は、2070（令和52）年には9,000万人を割り込み、高齢化率は39%の水準になると推計されており、人口は減少局面を迎えています。⁴
- また、2025年には全人口の約18%が75歳以上となるなど、諸外国と比較しても、我が国の少子高齢化は長期的・継続的な傾向となっています。
- 一方、国連の推計によれば、世界の人口は2022（令和4）年末に80億人を超え、2024年以降も増加が続くと予測されており、2037（令和19）年には90億人に、2058（令和40）年には100億人に到達するとみられています。

図3 日本の人口推移

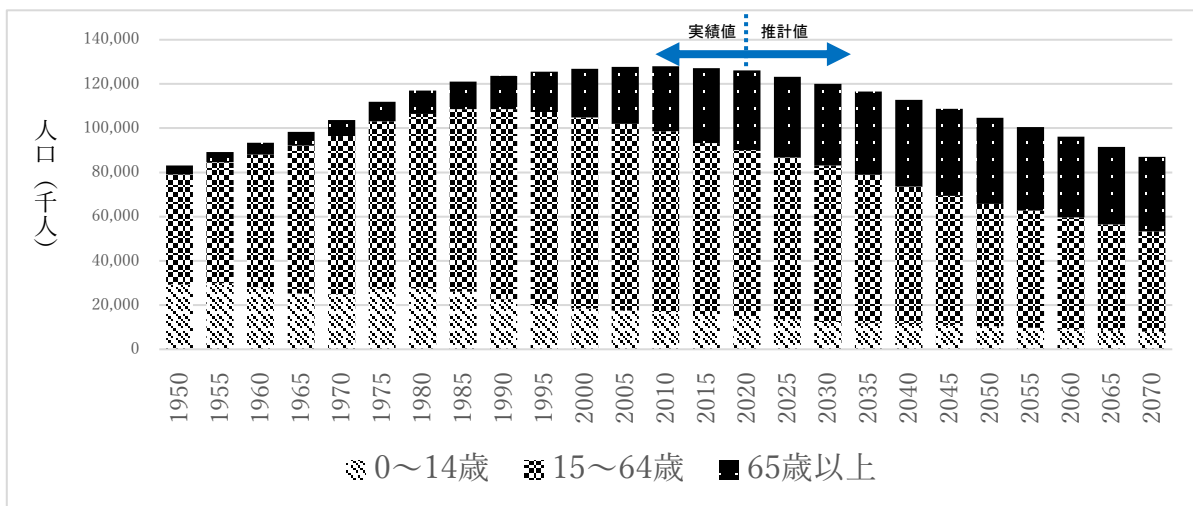


図4 各国・地域の人口予測



⁴ 「日本の将来推計人口（令和5年推計）」国立社会保障・人口問題研究所

(3) デジタル化の推進

- 2020年からの新型コロナウイルス感染症の世界的流行が収束した後、海外とのオンライン商談や電子商取引（EC）及びモバイル決済等が拡大し、企業や個人がオンライン環境を利用して、海外とより容易に経済活動ができるようになっていきます。
- 国境を越えて通信販売を行うECサイト「越境EC」に対して、購買者はスピードを重視する傾向があることから、貿易手続の迅速な処理のニーズは高く、国際的な競争環境へ対応するためのデジタルトランスフォーメーション（DX）のほか、通関等国際的な貿易手続の円滑化・デジタル化の推進が求められています。

(4) 持続可能な社会に関する課題への対応

- 地球温暖化の影響による各地での異常気象とそれに伴う災害の頻発により、温室効果ガスの排出量を減らす脱炭素社会への移行が世界的に進んでいる中で、国は2050（令和32）年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにする「カーボンニュートラル」を目指すことを宣言し（2020年10月）、その他120以上の国と地域が「2050年カーボンニュートラル」という目標を掲げています。
- また、物流業界は担い手不足やカーボンニュートラルへの対応等の課題を抱えている中、時間外労働規制の見直し等により物流の停滞が懸念され、我が国は「物流の2024年問題」に直面しています。効率的な輸出物流の構築に向けて、地方の港湾や空港を活用し、多様な輸出ルートの中から最適な輸送ルート・輸送手段を選択し、国内陸上輸送にかかる時間とコストを短縮することが必要です。
- さらに、ビジネスの場においてSDGsへの対応が重視され、SDGsへの貢献を前提としたビジネスモデルへの転換が求められています。最適な輸送ルート等の確立に止まらず、包装資材や保管技術等、輸送・保管に関する技術開発をSDGsに配慮しつつ進める必要があります。

(5) 諸外国による県産農林水産物等への輸入規制に関する対応

- 東日本大震災以降は、中国では全ての食品、韓国では水産物の禁輸措置が継続されています。さらに、2023年8月に開始された福島第一原発からのALPS処理水の海洋放出の影響により、本県の主要輸出先であった香港でも水産物の禁輸措置が講じられました。
- 特に、本県は全国屈指の水産県であり、本県の輸出総額のうち水産物が約8割（2024年県輸出アンケート）を占めており、多大な影響が及ぼされました。これらの国・地域が行っている輸入規制が一日も早く解除されるよう、引き続き国に働きかけを行うとともに、県産水産物・食品の安心・安全性を広く発信していく必要があります。

(6) 農林水産分野及び食品分野の知的財産の侵害・海外流出への対応

- 経済のグローバル化に伴い、海外で日本産品の模倣品等が流通する事案や、種苗が海外

に持ち出され現地で生産されることにより日本産品と競合する事案、日本産品のブランド名や品種名が海外の別の品目として商標登録される事案等が発生しています。

- 農林水産物分野及び食品分野の知的財産の侵害・海外流出は、本来得られるべき利益や権利、有力な海外市場の損失等、日本産品のブランド価値が毀損されることにつながります。国では、品種の育成振興と種苗の流通の適正化を図り、農林水産業の発展に寄与することを目的として、種苗法（平成10年法律第83号）に基づき、新品種保護のための「品種登録制度」と、種苗の適正な流通を確保するための「指定種苗制度」を定めています。これらに加えて、地理的表示（GI）保護制度により、その産品の市場における名称の不正使用や模倣品を排除し、名称やブランドを保護することを推進しています。

2 国の取組

- 国は、更なる輸出拡大に向けて、輸出先国による食品安全等の規制等に対応する必要があることを背景に、輸出先国との協議、輸出を円滑化するための加工施設の認定等について、政府が一体となって取り組む体制を整備するため、2020年4月に「農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律（以下「輸出促進法」という）」を施行しました。
- また、これまでの輸出拡大の成果を踏まえ、「食料・農業・農村基本計画」（2020年3月31日閣議決定）及び「経済財政運営と改革の基本方針2020」・「成長戦略フォローアップ」（2020年7月17日閣議決定）において、2025年までに2兆円、2030年までに5兆円という輸出額目標を設定しています。
- この目標の実現に向けて、オールジャパンで輸出先国・地域のニーズ調査やブランディング等を行う団体の認定制度の創設や、輸出事業計画の認定を受けた者に対する新たな金融上の措置等、更なる輸出拡大に向けた施策を強化するため、輸出促進法を改正し、2022年10月に施行しました。また、輸出額目標達成には、成長する海外市場で稼ぐ方向への転換が必要とし、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」（2020年12月農林水産業・地域の活力創造本部決定、2023年12月最終改定）を策定しました。
- 輸出拡大には「プロダクトアウト」から「マーケットイン」への転換が必要という認識の下、「輸出重点品目」として現在29品目を選定しています。各品目でターゲット国・地域と輸出目標を設定し、オールジャパンによる輸出促進活動を行い、認定品目団体の取組を強化し、また、輸出先国・地域に輸出支援プラットフォームを設置することで、現地で輸出事業者を専門的・継続的に支援する取組を進めています。
- さらに、マーケットインの発想で輸出に取り組む事業者の支援として、融資や税制特例等の支援や、地域ぐるみの生産・流通の転換による輸出産地形成の支援等に取り組むこととしました。
- こうした取組により、財務省「貿易統計」を基に農林水産省が作成している「農林水産物・食品輸出額」において、2023年の農林水産物・食品の輸出額は1兆4,541億円（前年比2.8%増）となりました。しかし、2024年1月から6月までの輸出実績は7,013億円（対前年同期比1.8%減）となっています。⁵
- 2025年の輸出目標2兆円の達成にはまだ遠く、より一層の輸出促進が求められることから、生産・流通の転換による輸出産地の形成、海外における輸出支援体制の確立や戦略的サプライチェーンの構築、生産者・事業者が輸出や海外展開に取り組む土台となる環境の整備等の取組を推進していくこととしています。

⁵ 中国及び香港向けの輸出実績は、2023年夏のALPS処理水放出以降、対前年同期比で減少傾向となっているところ、2024年1-6月累計ではそれぞれ▲43.8%、▲10.5%となった。（農林水産省輸出企画課）

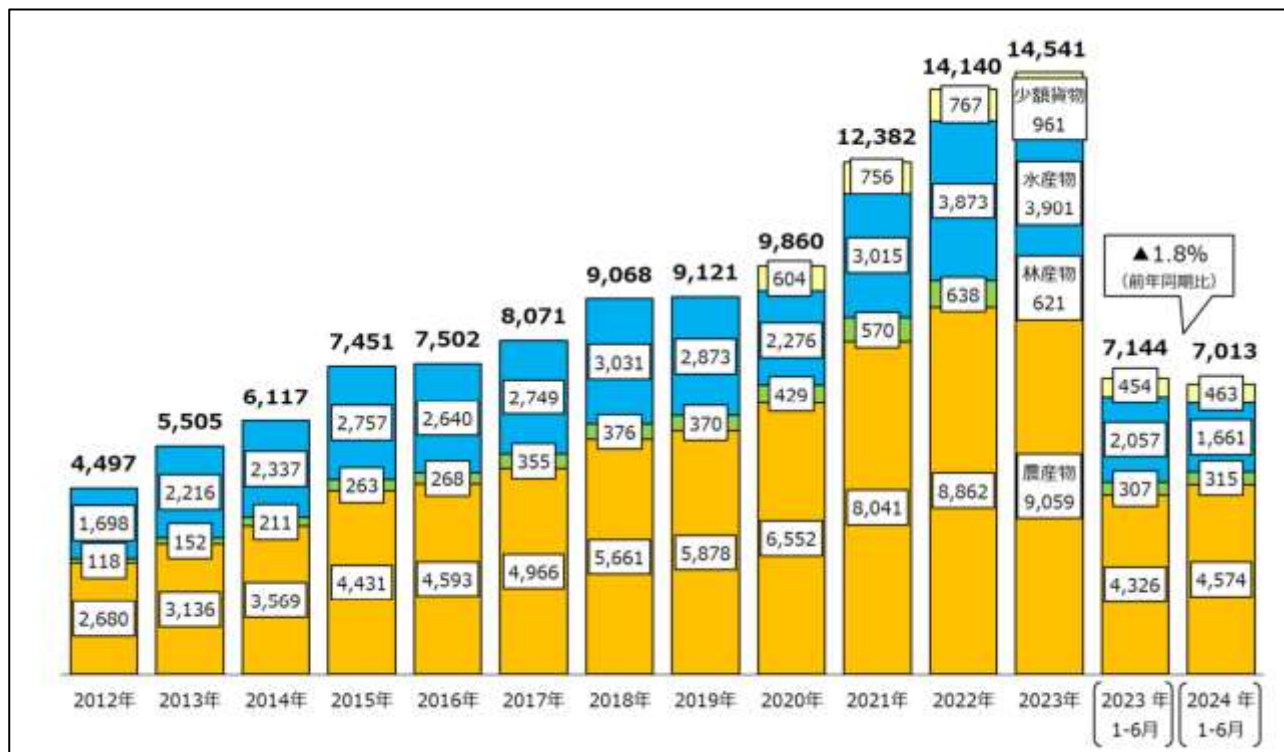
図● 輸出拡大実行戦略における輸出重点品目

輸出重点品目と輸出目標額の設定			
海外で評価される日本の強みを有し、輸出拡大余地が大きく、関係者が一体となった輸出促進活動が効果的である以下の29品目を選定。			
輸出重点品目	海外で評価される日本の強み	輸出重点品目	海外で評価される日本の強み
牛肉	和牛として世界中で認められ、人気が高く、引き続き輸出の伸びに期待。	製材	スギやヒノキは、日本式木造建築だけでなく香りの癒しの効果も人気で、今後の輸出の伸びに期待。
豚肉、鶏肉	とんかつ、焼き鳥など日本の食文化とあわせて海外の日本ファンにアピールすることで、今後の輸出の伸びに期待。	合板	合板の加工・利用技術は、日本の得意分野。日本式木造建築とともに、今後の輸出の伸びに期待。
鶏卵	半熟たまごが浸透し、生食できる卵としての品質が評価され、更なる輸出の伸びに期待。	ぶり	脂がのっている日本独自の魚種。近年、米国等への輸出額が増加。
牛乳・乳製品	香港や台湾で品質が高評価。アジアを中心に輸出の可能性。	たい	縁起のよい赤色は中華圏でも好まれる。活魚輸出の増加に期待。
果樹	甘くて美味しく、見た目も良い日本の果実は海外でも人気。	りんご	高品質は日本産ホタテ貝は世界で高く評価。水産物では輸出額ナンバーワン。
		ぶどう	
		もも	
		かんきつ	
		かき・かき加工品	
野菜	焼き芋がアジアで大人気。輸出が急増。	真珠	真珠養殖は日本発祥。日本の生産・加工技術が国際的に高評価。
		いちご	日本文化の象徴としてアジア、欧州を中心に海外で人気。
かんしょ等※	焼き芋がアジアで大人気。輸出が急増。	錦鯉	日本文化の象徴としてアジア、欧州を中心に海外で人気。
切り花	外国にはない品種に強み。輸出の伸び率が高い。	清涼飲料水	緑茶飲料など日本の味が人気となり、伸び率が高い。
茶	健康志向の高まりと日本文化の浸透とともに欧米を中心にせん茶、抹茶が普及。	菓子	日本独自の発展を遂げ、他国にはない獨創性。バラエティ豊かな商品とコンテンツの普及とともに海外で人気。
コメ・バックご飯・米粉及び米粉製粉	冷めても美味しい等の日本産米は寿司やおにぎり等に向き、日本食の普及とともに拡大が可能。	ソース混合調味料	カレールーなど日本食の普及とともに日本を代表する味に成長。
		味噌・醤油	日本が誇る発酵食品。和食文化の浸透とともに欧米・アジア地域で人気も上昇。
		清酒(日本酒)	「SAKE」は日本食のみならず各国の料理に合う食中酒等として世界中で認知が拡大中。
		ウイスキー	日本産品の品質が世界中でブランドとして定着。
		本格焼酎・泡盛	原料の特徴を残すユニークな蒸留酒としての評価があり、今後の輸出拡大に期待。
※その他の野菜(たまねぎ等)についても、水田等を活用して輸出産地の形成に積極的に取り組む。			

資料：「農林水産物・食品の輸出促進について(2024年8月)」から作成

図● 農林水産物・食品 輸出額の推移

単位：億円



資料：財務省「貿易統計」を基に農林水産省が作成

3 県の取組

- 本県では、2010年（平成22年）2月に「宮城県食品輸出促進協議会」が設立され、意欲ある県内の農林水産・食品事業者及び関係機関が一体となり、県産農林水産物等の輸出を促進してきました。
- 2011年（平成23年）3月には、東日本大震災及び福島第一原子力発電所事故の影響により輸出を取り巻く環境が大きく変化したほか、中国や韓国など、諸外国による県産農林水産物等への輸入規制措置は一部で現在も継続されるなど、厳しい状況が続いています。
- このような中、2016年（平成28年）5月に国が策定した「農林水産業の輸出力強化戦略」などを踏まえ、県は2017年3月に最初の「宮城県農林水産物・食品輸出促進戦略」を策定しています。
- これまでの戦略期間中には、2020年度から拡大した新型コロナウイルス感染症による海外渡航の制限といった不測の事態もありましたが、オンライン商談や電子商取引（EC）による事業を実施するなど、継続して取組を展開してきました。また、海外渡航制限が緩和された2022年度以降は、海外バイヤー向けWEB商品カタログの作成などデジタル化への対応を継続しながら、現地でのプロモーションにも積極的に取り組んでいます。
- 2022年度版戦略において重点的に輸出支援を行う基幹品目として設定した「水産物」「米」「牛肉」「いちご」及び「日本酒」の5品目については、それぞれ定めた取組の方向性に従い、輸出促進を図ってきました。マーケットイン型の輸出促進に取り組み、海外ニーズを的確に捉え、生産者等へフィードバックを行い、生産・加工、流通、販売に取り組む事業者とのネットワークやパートナーシップにより、既存商流の定着と新規商流の構築に繋げてきました（詳細は「第4章 輸出基幹品目」のとおり）。
- 輸出基幹品目以外の県産品についても、海外市場のニーズや取引先のリクエストに応えた県内企業への支援や、日本国内外でのパートナーとのマッチング支援を実施し、県内の港湾や空港等を活用した、より経済的・効率的な物流の検証などを通じて、多くの国・地域に向けた輸出を実現しています。
- なかでも、仙台港から香港向けの輸出に取り組んだ「さつまいも」については、県内生産者と輸出商社、物流業者、香港の輸入者、現地のリテール（販売店舗）が、定期・定量の輸出を行うバリューチェーンを構築し、その品質も高い評価を得ています。
- また、2023年度には、仙台港からシンガポール向けの県産梨・山形産ぶどうの混載によるテスト輸出が行われたほか、台湾向けのいちごの定期・定量輸出を行う物流体制が構築され、2024年度についても、本県産と隣県産の青果物の混載による仙台港からアジア向けの輸出が計画されています。

《取組例》

<p>○ 宮城県食品輸出促進協議会と連携した取組</p> <p>2010年2月に「宮城県食品輸出促進協議会」が設立されました。会員数は、148団体・個人（令和6年6月21日現在）となっており、会員向けセミナーの開催、バイヤー招へいの実施、ALPS処理水放出に伴う東京電力ホールディングス株式会社への損害賠償に関する説明会の開催などの事業を実施しています。</p>	
<p>○ 広域連携による仙台港からの青果物の混載輸出の実証</p> <p>2023年、宮城大学による品質保持技術の監修のもと、宮城県産の梨と山形県産のシャインマスカットをリーファーコンテナに混載し、海上輸送により仙台港からシンガポール向けに輸出する実証試験を初めて行い、輸送日数は、通常、京浜地区へ陸送する輸送ルートより長くなったものの、品質保持については特に問題がありませんでした。2024年には更に県域を広げ（宮城県、山形県、岩手県）、混載する果物の品目も増やして同様の取組を実施する予定です。</p>	
<p>○ 県産さつまいもの仙台港から香港への輸出</p> <p>従来、京浜地区の指定倉庫まで陸送し、東京港から香港まで海上輸送していたさつまいもの輸出について、輸送スケジュールの調整等により、京浜地区へ陸送した場合と輸送日数を同程度としたことで、2023年に京浜地区への陸送部分を仙台港からの海上輸送に全面的に切り替え、横浜港経由で香港に輸出する物流体制を構築しました。産地で直接バンニングを行い、陸送時間を短縮することにより、品質の安定化とCO₂排出量の削減に寄与しています。</p>	
<p>○ 民間企業との連携協定の締結・実行</p> <p>2023年12月に、国内外に「ドン・キホーテ」を展開する株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス（以下、「PPIH」）と連携協定を締結し、PPIHが持つ海外販売網の活用により輸出量を伸ばしています。</p>	
<p>○ 「仙台いちご®」の仙台空港から台湾への輸出</p> <p>JAグループが主体となり、2024年にJAみやぎ亙理管内で生産された「仙台いちご®」を初めて仙台空港から直行便で台湾に輸出しました。コロナ禍以降に仙台空港から県産食品の輸出が再開されたのは初めての事例であり、直行便で空輸された新鮮ないちごは「大粒で美味しい」と台湾の消費者から高い評価を得ました。</p>	
<p>○ 国際ビジネス推進コーディネーターによる個別相談</p> <p>貿易に関する知識を有する者を「国際ビジネス推進コーディネーター」として宮城県経済商工観光部国際ビジネス推進室に配置し、県内事業者からの貿易実務等の個別相談に対応しています。</p>	
<p>○ オール東北での輸出プロモーションの実施</p> <p>東北経済連合会（わきたつ東北戦略会議）が主導する THAI FEX に出展し、東北各県合同の海外プロモーションを展開し、東北の製品の認知度向上やブランド化を図りました。</p>	
<p>○ 企業間連携による県産食品の仙台港から香港への輸出</p> <p>（株）栗駒ポトリー（栗原市）が鶏卵の香港向けの輸出で構築した商流を活用し、企業間連携により、2024年から（株）ライシー宮城（栗原市）が生産・集荷する県産米の香港向けの輸出を開始しました。鶏卵は仙台港から横浜港経由で、米は仙台港から韓国の釜山港経由で香港まで海上輸送されており、今後も更なる取扱い品目の増加が期待されます。</p>	
<p>○ 海外バイヤー向け商品データベースの構築</p> <p>2024年には、JETRO「JAPAN STREET」と連携し、海外バイヤー向けに魅力的な商品情報をタイムリーに共有可能な「商品カタログデータベース」を構築しました。これにより、宮城県産商品の海外バイヤーへの訴求力向上、更なる商談機会の創出、県内企業の輸出拡大を目指します。</p>	

第3章 目指すべき姿

1 基本理念

- 人口減少とそれに伴う国内市場の縮小は、県内の農林漁業者及び食品製造業者等の事業継続と産業全体の成長のために、乗り越えなければならない課題です。
- 第2章で示したとおり、県では、関係機関とのパートナーシップや生産・加工、流通、販売に取り組む事業者とのネットワークにより輸出を促進し、農林漁業者及び食品製造業者等を支援してきました。これらの取組により、本県の輸出に取り組む事業者やその利益が増加するなど、一定の成果を上げています。
- この成果を踏まえて、本戦略においては、基本理念を「みやぎの“おいしい”を世界に届ける」とし、関係機関や事業者との一層の連携強化により、本県の安心・安全でおいしい食品の輸出が拡大し、本県の産業全体が成長する姿を目指します。
- これは、「新・宮城の将来ビジョン」に掲げる県政運営の理念である「富県躍進！ “PROGRESS Miyagi～多様な主体との連携による活力ある宮城を目指して～」が見据えている「民の力を最大限に生かした多様な主体の連携」の推進にも貢献するものです。

2 基本方針

- 基本理念の実現に向けて、4つの基本方針“輸出に取り組む事業者の増加と利益拡大”、“販路拡大による輸出品目と輸出量の増加”、“持続的なバリューチェーンモデルの構築”、及び“パートナーシップの充実”に取り組む、輸出促進に取り組んでいきます。

(1) 輸出に取り組む事業者の増加と利益拡大

背景と課題

- 国内市場が縮小傾向にある一方で、日本産食品の海外における人気や需要は高まっているとともに、近年の新型コロナウイルス感染症対策の世界的な緩和による外食産業の回復や、円安などの外部環境が、食品の輸出拡大にとって好機となっています。
- 輸出への取組を志向する県内事業者は増加傾向にありますが、県内の食品製造業者は中小企業が多く、輸出に取り組むマンパワーやノウハウが不足している状況にあります。
- 海外からの継続的な受注を獲得し、事業者の利益拡大に繋げるためには、従来の国内向けに作った商品を売る「プロダクトアウト型」の輸出から、海外市場で求められる品質や規格の商品を生産・販売する「マーケットイン型」の輸出への転換が必要であり、その動きは加速化しています。

取組の方向性

- 個々の事業者の取組段階や要望や、きめ細かなフォローアップを実施することにより、輸出に取り組む事業者が増加し、輸出拡大が進むことを目指します。
- 宮城県産食品（農産物の品種、日本酒の銘柄等）の特長を活かし、個別の海外ニーズに応えるマーケットイン型の輸出を行うことにより、継続的な受注に繋げ、農林漁業者及び食品製造業者等の利益拡大に結び付くことを目指します。

具体的な取組

今後の予算編成の状況によって加筆・修正の可能性あり

- ・宮城県食品輸出促進協議会やジェトロ等と連携したスタートアップ支援
- ・「国際ビジネス推進コーディネーター」による県内事業者からの貿易実務等の個別相談対応
- ・県が重点的に取り組む国・地域、品目でのマーケティング支援
- ・マーケットニーズに合わせた事業者の掘り起こし・マッチング支援
- ・事業者の意識啓発に向けたセミナーの開催
- ・海外バイヤーの招聘
- ・海外ビジネスマッチング（商談）の実施

(2) 販路拡大による輸出品目と輸出量の増加

背景と課題

- 海外では宮城県産農林水産物・食品への認知度が低く、日本人と異なる嗜好を持つ海外の消費者に求められる品目は多くはなく、販路も日系・アジア系の外食産業や小売店が中心であり、日本国内の他産地との競争も激しさを増しています。このことから、既に日本産食品が多く輸入されている国・地域（レッドオーシャン）だけでなく、未だ日本産食品の輸入が少ない国・地域（ブルーオーシャン）や、食品輸出のハードルが高い国・地域（米国、EU、

台湾等)をターゲットとし、他産地に先駆けて県産品の販路開拓に取り組んでいく必要があります。

- 東日本大震災以降は、中国では全ての食品、韓国では水産物の禁輸措置が継続されています。さらに、2023年8月に開始されたALPS処理水放出の影響により、本県の主要輸出先であった香港でも水産物の禁輸措置が講じられました。これらの国・地域に替わる海外市場への販路開拓が急務となっています。

取組の方向性

- 日本産食品のニーズが高いにも関わらず、未だ日本産食品の輸入が少ない国・地域（ブルーオーシャン）をリサーチし、いち早く販路開拓に取り組むことにより、宮城県産食品の輸出拡大に繋がります。
- ジェトロなど関係機関との連携を一層強化し、中国や韓国、香港等に代わる代替市場の開拓を推進します。

具体的な取組

今後の予算編成の状況によって加筆・修正の可能性あり

- ・ 県内事業者へのマーケットイン型の商品開発支援（ハンズオン支援）
- ・ 海外ニーズ調査、マーケティング調査の実施と事業者へのフィードバック
- ・ 海外ニーズに応じた商品のブラッシュアップからマッチング・商流構築までの伴走型による支援
- ・ 海外市場で求められるスペック（量・価格・品質・規格）での生産体制構築に向けたグローバル産地の育成
- ・ 相手国の求める農薬規制・衛生管理などに対応した生産・加工施設の整備促進
- ・ 海外で求められる国際認証等の取得支援
- ・ 海外知的財産権の情報把握と登録に向けた検討の推進
- ・ 海外新市場への販路開拓に向けた商流の選定と物流の構築
- ・ 輸出先国・地域の食品輸入規制や、輸出に必要な手続き・留意点等についての県内事業者への情報提供

(3) 持続的なバリューチェーンモデルの構築

背景と課題

- 食品の輸出はロットの確保や品質の保持、流通コストの低減などが大きな課題であり、特に水産物や青果物といった生鮮食品については発注に応じてその都度対応するスポット（単発の）輸出が主流となっています。
- 県産食品の更なる輸出拡大に当たっては、生産・加工・流通・販売に係る事業者が連携し、産地での生産から海外現地での販売まで、最適な商流・物流を選定し、品質を保持しながら大ロットの食品を定期的・定量的に輸出するバリューチェーンモデルを構築することが重要です。
- 近年の県事業による取組として、いちご（アジア・グアム）、さつまいも（香港）、日本酒（イタリア）、米（香港）、鶏卵（香港）について、定期・定量輸出を行うバリューチェーンモデルが構築されています。
- 県では2023年12月に、国内外に「ドン・キホーテ」を展開するPPIHと「県産品

の海外販路拡大に関する包括連携協定」を締結しました。P P I Hが持つ海外販売網等の活用による、輸出品目と輸出量の拡大が期待されています。

取組の方向性

- 産地から海外現地までが一体となり、生産・加工、流通、販売に関わる事業者が連携し、輸出先国・地域に合わせた最適商流・物流を選定することにより、高品質な商品の安定的・継続的な輸出を実現するバリューチェーンモデルを構築します。
- 包括連携協定を締結したP P I Hが運営する海外小売店など現地パートナーと連携したプロモーションを展開し、そのネットワークや販売網を活用しながら、戦略的に商流の構築や販路拡大に取り組みます。

具体的な取組

今後の予算編成の状況によって加筆・修正の可能性あり

- ・複数の食品製造事業者（生産者、加工業者等）、流通事業者（輸出商社、物流業者）、海外現地販売者（小売店、飲食店等）による連携体制の構築支援
- ・多品目による共同プロモーションや混載による物流コストの低減等により新たな商流の構築につなげるための取組支援
- ・輸出品目に適した品質保持技術の開発・導入
- ・生産担当課と連携した、生産量増加・品質向上に向けた技術的支援

（４）パートナーシップの充実

背景と課題

- 第3章の「目指すべき姿」でも述べたように、東北地方から輸出される農林水産物や食品は、主に京浜地区の倉庫までトラックで陸送してコンテナに積み替えし、東京港や横浜港から海上輸送、または成田空港などから空輸されるケースが多くなっています。
- しかし、近年は「物流の2024年問題」や「カーボンニュートラル」への対応として、トラック輸送を削減することによる陸送時間の短縮や、CO₂削減への取組が求められています。今後は物流を取り巻く環境の変化を考慮し、効率的で最適な物流の構築を検討していく必要があります。
- そのため、県では、仙台港及び仙台空港を活用した県産食品の輸出を推進しています。生産者、輸出商社、物流業者や業界団体等と連携して物流構築に取り組んだ結果、米や青果物、鶏卵などにおいて、仙台港及び仙台空港からの輸出が増えてきており、県域を越えた複数品目の青果物の輸出事例も生まれています。
- 将来的には、広域連携により東北地方の食品を集約して混載し、効率的に仙台港や仙台空港から輸出する物流体制の構築も望まれます。
- また、東北の産品の海外における認知度やブランド力の向上に向け、今後は各県単独ではなく、東北6県の自治体や関係機関が広域連携し、「オール東北」での輸出の促進や、海外プロモーションなどに一体的に取り組んでいくことが重要です。
- さらに、国や地方自治体、業界団体（JAグループ、ジェトロ、（一社）東北経済連合会、GFP東北等）食品輸出に携わる商社等の専門企業、学術組織（大学や公設試験場等）など関係機関との連携を強化し、必要な技術や知見等の情報を収集しながら、海外販路の拡大に取り組んでいくことが効果的です。

取組の方向性

- 「オール東北」での食品輸出の取組を促進するとともに、東北産の複数品目の食品を混載により仙台港や仙台空港から輸出する物流体制を構築し、物流コストの削減やリードタイムの短縮を図ることにより、東北の製品の海外における競争力や優位性を高めます。
- ジェトロ、GFP東北、東北経済連合会などの関係機関と連携した東北6県合同の海外プロモーションを展開し、東北の製品の認知度向上やブランド化を図ります。

具体的な取組

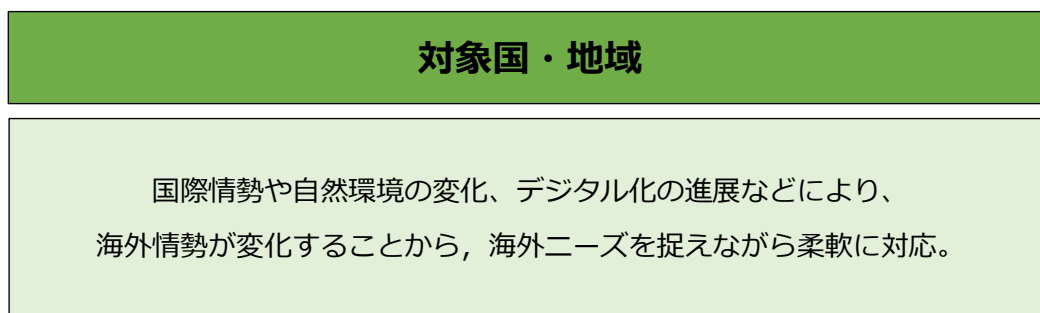
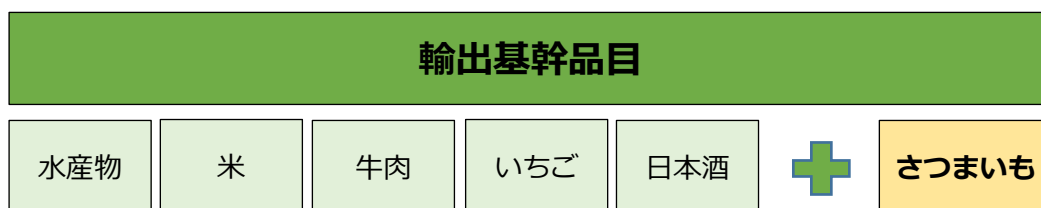
今後の予算編成の状況によって加筆・修正の可能性あり

- ・ 東北産の複数品目の食品の混載によるテスト輸出の実施
- ・ 広域輸出セミナーの開催
- ・ 関係機関や業界団体と連携した東北6県合同海外プロモーションの実施
- ・ 関係機関や業界団体と連携した東北6県合同によるバイヤー招聘、商談会の開催

第4章 輸出基幹品目

1 輸出基幹品目の設定

- 2022年度版の「宮城県農林水産物・食品輸出促進戦略」では、重点的に輸出支援を行う基幹品目として「水産物」「米」「牛肉」「いちご」及び「日本酒」の5品目を設定し、品目ごとの取組方針を定めました。
- その戦略期間においては、新型コロナウイルス感染症の拡大による消費や物流への影響、福島第一原発からのALPS処理水の海洋放出による周辺諸国の禁輸措置など、厳しい環境下でありながら、それぞれの品目の輸出に関する取組は一定の成果を挙げています。
- このことから、本戦略においても輸出基幹品目を定め、輸出拡大を目指します。品目については、第2章で示した取組の成果を踏まえて、従来の5品目に「さつまいも」を加えた6品目を輸出基幹品目に設定します。
- なお、本戦略の計画期間においても、国際情勢や自然環境などはめまぐるしく変化すると考えられることから、輸出促進のターゲットとする国や地域については定めず、海外市場のニーズを捉えながら、柔軟に対応していくこととします。






(1) 水産物

① これまでの取組

- 本県は、世界三大漁場の三陸沖を有し、全国有数の漁港に多種多様な魚が多く水揚げされており、海面養殖業も盛んです。輸出に向けた情報の収集・共有、生産体制の整備、連携体制の強化等の取組を推進する「水産物輸出促進プロジェクト」として、加工品も含めて広く水産物の輸出を展開しています。
- マーケットイン型ハンズオン支援による生産者のサポートや特定品目の輸出促進を展開してきており、2023年には、ベトナム、タイ、マレーシア、香港の4か国から16名のバイヤーを招聘し、ホヤやカキ等の試食会や、ホタテ加工場やギンザケ、ウニの陸上養殖場の産地視察を実施するなど、継続的なプロモーションに取り組みました。
- ホヤについては、最大の輸出先であった韓国の輸入規制により販路が絶たれたことから、他地域での需要創出に取り組み、新たな輸出先国の開拓を行いました。2023年には、現地飲食店へホヤを使ったレシピを提供し、海外現地のパートナーと連携して、ベトナム、マレーシア、シンガポールの9店舗の飲食店でのメニューフェアが実現し、うち3店舗においては、継続した納品にも繋がっています。カキについても、海外市場ニーズを踏まえた商品づくりに取り組んでいます。
- 国の補助事業を活用し、石巻食品輸出振興協議会（事務局：石巻市）が行う北米輸出のための産地体制の確立や、水産事業者が行うHACCP等対応施設改修の支援を実施しました。

《取組例》

<p>○ 産地への海外バイヤー招聘の実施</p> <p>2024年、5か国・地域（台湾、マレーシア、シンガポール、タイ、ベトナム）から15社の商社・飲食店のバイヤー等を招聘し、産地視察（仙台市中央卸売市場、ギンザケ・ウニの陸上養殖）を実施し、宮城県産水産物の魅力と生産環境を実際に見てもらうことで、今後の販路拡大の足掛かりを作りました。</p>	
<p>○ ホヤメニュー開発による新たな需要創出</p> <p>2023年、ホヤを使ったメニューを25品考案し、ベトナム3店舗、マレーシア3店舗、シンガポール3店舗、計9店舗でメニューフェアを実施しました。フェア終了後の継続した納品もベトナムの3店舗で決定しました。現地インフルエンサーも来店し、SNSでホヤをアピールするなど県産ホヤの知名度向上にも繋がりました。</p>	
<p>○ アジア圏に向けたカキプロモーションの実施</p> <p>ベトナム、タイの飲食店においてフェア商談会を実施し、フェア実施後には多くの注文が入りました。広島県との連携により両県産のカキを使った料理を提供し、魅力をアピールするとともに、更なる輸出促進に繋げることができました。</p>	

② 現状と課題

- 2023年の水産物の輸出額は3,901億円（前年比100.7%）で、国の輸出拡大実行戦略では、2025年の輸出目標を1.2兆円としています。ブリ、タイ、ホタテ、真珠及び錦鯉の5品目が輸出重点品目に選定されています。
- 宮城県の海面漁業漁獲量は171,600トン、海面養殖業収獲量は88,700トンで、ギンザケ及びホヤ類の収穫量は全国第1位、カキ類の収穫量は全国第2位となっています（令和5年漁業・養殖業生産統計）。また、海面漁業・養殖業産出額は922億円（前年比140.8%）で、全国第4位、東北地方第1位の産地となっています（202



2年、漁業産出額年報（農林水産省）。

- 国内消費量は減少傾向にありますが、世界の水産物消費量、輸出入量は増加傾向にあることから、海外における販路拡大のため、海外市場における認知度や消費ニーズ、食嗜好、流通経路等を捉えたマーケットイン型の商品開発やプロモーションが必要です。
- 近年、海水温上昇など海洋環境が変化しており、水揚魚種の変化、ホヤやカキ等の養殖品目の生産不調が生じています。原材料の確保、安定供給のため、海洋環境の変化に対応した生産体制の環境整備が必要です。
- 東日本大震災以降の中国や韓国による禁輸措置に加え、2023年8月に開始した福島第一原子力発電所からのALPS処理水の海洋放出の影響による香港での水産物の禁輸措置により、これらの国・地域に替わる海外市場の開拓が必要です。
- EU、北米向けの輸出には、生産（二枚貝の生産海域、漁船）から加工・流通に至るまでEU等の求める衛生基準を満たす必要があり、取得において民間事業者単独ではハードルが高く、輸出が進められていない状況です。

③ 取組の方向性

- 県産水産物の販路拡大のための伴走型支援の継続
「水産物輸出促進プロジェクト」として、海外ニーズの把握や輸出先国が求める衛生基準への対応、HACCP等の認証取得等の支援を引き続き推進し、県産水産物の販路拡大を促進します。
- 海洋環境変化に対応した輸出品目の開拓と輸出促進
海水温上昇の影響を受けた養殖種について、海外市場ニーズを踏まえた商品づくりと輸出促進に向けたプロモーションを実施するとともに、将来的には、海水温上昇などの海洋環境の変化に対応した養殖種や魚種を新たな輸出品目として検討します。
- 関係機関とのネットワークを活かした新たな市場開拓
輸入規制の撤廃や風評被害の防止に向けた取組とともに、包括連携協定を締結したPPIHのネットワークや、海外で拡大する店舗網の活用や、民間企業及びジェトロなど関係機関との連携を一層強化し、ターゲットとする国や地域の転換を検討し、中国や韓国、香港等に代わる代替市場の開拓を推進します。
- EU、北米向けの水産物輸出に向けた対応
生産から流通に関係する事業者・団体と行政が連携し、二枚貝の生産海域の指定や食品加工施設等のHACCP認証取得等に向けた体制整備の検討を進めます。

《事業展開／イメージ》


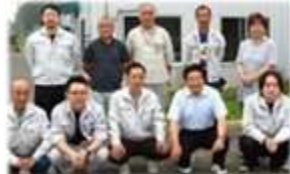

<p>○ 震災や自然災害等へ対応できる輸出体制への進化</p> <p>事業者や関係機関等の連携を深め、震災や環境変動等の新たな課題に対応していくとともに、国の補助事業を活用しながら衛生管理の高い施設整備を進め、一層の水産物の輸出を促進します。</p>	
<p>○ メキシコ市場への水産物の輸出促進</p> <p>在外県人会の存在など歴史的に縁があり、親日で日本食の人気・需要が高い現状にありながら、いまだ日本産食品の輸入量が少ないメキシコを新規有望市場に位置付け、小売店、飲食店等でのフェア実施により県産水産物の販路を開拓します。</p>	

(2) 米

① これまでの取組

- 宮城県では、主にJAグループによる国内大手米卸業者と連携した銘柄米の大ロット輸出、県内の大規模農業法人及び米卸業者等による海外小売店向けや業務用米の輸出の取組が展開されています。
- 県内の大規模農業法人及び米卸業者等による主な輸出の取組として、2020年に香港のおむすびチェーン店向けの県産米の輸出が開始しました。また、2024年には、異業種の企業間連携により、鶏卵の輸出で構築した商流を活かして香港の大手食品商社への県産米の輸出が開始しており、いずれも継続的な輸出が行われています。
- 海外での健康志向の高まりを受け、2022年度宮城県事業により、県が育成した巨大胚玄米品種「金のいぶき」のアメリカにおけるプロモーションを展開するとともに、2023年には県内の米卸業者が現地ECサイトでの販売を開始しました。
- 広域連携による米輸出の取組として、2024年度に(一社)東北経済連合会が大手米卸業者と連携し、東南アジア最大級の食品見本市「THAIFEX」におけるジェトロのジャパン・パビリオンに出展、東北6県及び新潟県の米のプロモーションを実施しました。

《取組例》

<p>○ 香港のおむすびチェーン店と連携した県産米の輸出</p> <p>(株)舞台ファーム(仙台市)及び(株)タカシヨク(栗原市)が2020年に香港でおむすびチェーン店「華御結」(はなむすび)、「OMUSUBI」を展開する百農社に宮城県産米の輸出を開始。「ひとめぼれ」などを中心に継続した輸出が行われています。香港でのおむすび人気の高まりを受け、店舗は拡大を続けており、今後も県産米の取扱い量の増加が期待されます。</p>	
<p>○ 企業間連携による県産食品の輸出拡大</p> <p>(株)栗駒ポर्टリー(栗原市)は、2021(令和3)年に香港の大手食品商社である四洲集団への鶏卵の輸出を開始。両社間の安定的な取引拡大に向け、鶏卵以外の取扱い品目を増やすことで合意し、2024年から(株)ライシー宮城(栗原市)と連携して県産米の輸出を開始しました。異業種の企業間連携により、県産食品の輸出拡大につながりました。</p>	
<p>○ アメリカにおける「金のいぶき」のプロモーションの展開</p> <p>2022年度宮城県事業により、Tastemade Jaoan(株)が、栄養価の高い巨大胚玄米品種「金のいぶき」のアメリカにおけるプロモーションを展開。レシピ動画の再生数は合計で84万回再生を超え、関心の高さが伺えました。2023年には、(株)タカシヨク(栗原市)が、「金のいぶき」のAmazonでの販売を開始しました。</p>	

② 現状と課題

- 人口減少と米の一人当たり消費量(2022年:50.9kg)の減少により、今後我が国の米の年間需要量は毎年10トンずつ減少していくことが見込まれています。一方で、米の輸出は近年大きく増加しており、2023年の輸出額は94億円(前年比127%)、輸出量は37,186トン(前年比129%)で、直近4年間で倍増しています。国の輸出拡大実行戦略では、2025年の輸出目標を125億円としています。
- 宮城県の水稲の作付面積は60,900ha、生産量は344,700トン(2023年産、農林水産統計)、産出額は630億円で、全国第5位、東北地方第3位の産地となっています(2022年産、農林水産統計)。本県では、国の輸出拡大実行戦略に基づく重点品目の輸出産地として、JAみやぎ登米(登米市)、JAいしのまき(石巻市、東松島

市、女川町)、全農宮城県本部(JA仙台、JA加美よつば、JA新みやぎ管内の市町村)の輸出事業計画が認定されています。また、JAみやぎ登米は、2024年6月に国の輸出取組の手本となる産地として、「第1回フラッグシップ輸出産地」に選定されています。

- 本県では「ひとめぼれ」等を中心とした銘柄米の輸出が行われており、海外の実需者からは県産米の品質について一定の評価を得ていますが、国内他産地との産地間競争、また、輸出先国・地域によっては価格競争が激しい状況となっているため、県産米の競争力を高め、他産地との差別化を図っていく必要があります。あわせて、未だ日本産米の輸出が少ない新規有望市場の開拓に積極的に取り組んでいくことが重要です。
- 海外現地では、近年、炊飯の手間が省け、美味しい日本産米を手軽に食べられるパックご飯の人気と需要が高まってきており、輸出量も伸びています。本県でも、JAグループや民間企業が、それぞれパックご飯をアジアや欧米の各国・地域に輸出しています。

③ 取組の方向性

○ 県産米の競争力強化による安定生産・輸出体制の構築

生産者に対し、多収米品種や省力化技術、アグリテック(スマート農業)の導入を推進し、収量の増加と生産コストの低減を図り、県産米の他産地との競争力を強化します。あわせて、輸出用米の生産を県内全域に拡大し、海外需要に応える県産米の安定生産・輸出体制を構築します。



○ 関係機関との協働による販路の共創

JAグループ、大手米卸業者、県内の農業法人や米卸業者、(一社)東北経済連合会やジェットロ等の関係団体との連携を強化し、海外商談会や食品見本市への出展、現地でのプロモーションの実施などを通して、販路の共創や新規有望市場の開拓に積極的に取り組み、県産米の更なる輸出拡大を目指します。

○ 「みやぎ米」の特長を活かした販売チャネルの拡大

日本産米の主要銘柄(作付面積全国第2位)であり、世界的にも知名度の高い「ひとめぼれ」をはじめ、高級寿司店向けの「ササニシキ」、健康志向やヴィーガン需要に応える「金のいぶき」、手軽に食べられるパックご飯等、多彩な「みやぎ米」の特長を活かしたマーケットイン型の輸出を展開し、海外における販売チャネルを拡大します。

《事業展開／イメージ》




<p>○ 県産米の競争力強化による安定生産・輸出体制の構築</p> <p>県産米の競争力の強化に向け、多収米品種や省力化技術、アグリテックの導入を推進し、収量の増加と生産コストの低減を図ります。また、現在は県産米の輸出は県北地域を中心に行われていますが、未だ輸出がほとんど行われていない県南地域にも輸出用米の取組を拡大し、県が一体となった輸出体制の構築を目指します。</p>	
<p>○ 関係機関との協働による販路の共創</p> <p>JAグループ、大手米卸業者、県内事業者との連携を強化し、海外商談会や食品見本市への出展、現地でのプロモーションの実施などを通して、販路の共創や新規有望市場の開拓に積極的に取り組み、県産米の更なる輸出拡大を図ります。また、業界団体等との協働により、東北地方広域での海外プロモーションを展開します。</p>	

(3) 牛肉

① これまでの取組

- 宮城県では、年間約2万5千頭の肉用牛が出荷されていますが、県の地道な育種改良により産肉能力が高い種雄牛を造成し、また農家の生産技術が優れることにより、2023年度はそのうち約5割程度の11,505頭が「仙台牛」として出荷され、主要銘柄牛の出荷量としては全国トップクラスを誇ります。仙台牛は黒毛和種であり、枝肉取引規格の「A5」及び「B5」(肉質等級5かつ歩留等級A又はB)と評されたものだけで、国内の主要銘柄牛の中では、唯一5等級に限定する最も厳しい格付け基準となっています。また、仙台牛銘柄推進協議会が認定した市場及び共進会等に出品された牛肉のみが「仙台牛」として販売されています。
- 県では肉用牛のうち、仙台牛の輸出を重点的に推進しており、これまで霜降り度合いが高い牛肉が好まれる香港や台湾などを中心に、現地ニーズの高いロイン系の部位を中心とした納品や、飲食店でプロモーションなどに取り組んできたほか、仙台牛のブランド向上にむけた部位別の商品提案も行ってきました。
- 2023年には、日本酒の輸出で構築した商流を活用し、「MIYAGI STYLE」の手法を取り入れた宮城県産日本酒と仙台牛とのペアリングによるプロモーションを行い、イタリアへの仙台牛の輸出を実現しました。仙台牛はイタリアで高い評価を受けており、継続した輸出につながっています。

《取組例》

<p>○ 海外現地飲食店におけるプロモーションの実施</p> <p>香港や台湾の焼肉店等において仙台牛のプロモーションを実施し、仙台牛の美味しさや魅力をPRしました。あわせて、仙台牛に合う宮城県産日本酒の紹介を行いました。仙台牛、日本酒ともに高い評価を得ており、継続した取引につながっています。</p>	
<p>○ 仙台牛の部位別提案</p> <p>輸出商談会や展示会において、海外のバイヤーや飲食店等に対し、仙台牛の部位別の食べ方提案に取り組んでいます。海外ニーズの高いロイン系だけでなく、1頭買いを推進することにより、仙台牛のブランド価値の向上に努めています。</p>	
<p>○ 「MIYAGI STYLE」の手法による仙台牛のイタリア向け輸出の実現</p> <p>2023年、「MIYAGI STYLE」の手法により、イタリアの飲食店において宮城県産日本酒と仙台牛とのペアリングによるプロモーションを行い、仙台牛の輸出を実現しました。2023年度は仙台牛80kgの成約につながり、その後も継続した取引が行われています。</p>	

② 現状と課題

- 2023年度の仙台牛の輸出数量は約46トン(前年度比126.2%)で、輸出量はコロナ禍前の水準まで回復している一方、全出荷数量に占める輸出数量の割合は約1%と低い現状です。
- 2023年度の仙台牛の主な輸出先国・地域は、輸出量が多い順に台湾、アメリカ、香港、シンガポール等となっています。なお、輸出用の牛肉は、輸出先国・地域ごとに認定を取得している食肉処理施設でと畜を行う必要がありますが、県内の食肉処理施設はマカオ、タイ、ベトナム向けの認定は取得していますが、仙台牛の需要が高い国・地域向け

の認定は未取得となっています。これらの国・地域に向けて安定的に仙台牛を輸出できる体制の構築が求められていますが、そのためには大規模な施設改修に伴う設備投資が必要になります。

- 和牛銘柄では、「KOBE BEEF」がいち早く輸出に取り組み海外での知名度を獲得しましたが、仙台牛は海外における知名度は未だ低い状況です。また、西歐式の食文化圏にあつては、ステーキが主に好まれロイン系のニーズが大きいいため、他の部位は輸出されず国内市場に出回る場合が多いため、国内供給が過剰となり、ブランド価値を下げる要因となることが懸念されます。

③ 取組の方向性

- 関係機関が一体となった仙台牛の安定的・継続的な輸出体制の構築

仙台牛銘柄推進協議会等の関係機関と連携し、県外の食肉処理施設を活用しながら、仙台牛の需要が高い国・地域への安定的・継続的な輸出を行う体制の構築を図ります。また、将来的には、仙台牛の輸出が可能な市場の拡大についても検討を行います。



- 一頭買いの推進による効率的な輸出の拡大とブランド価値の向上

海外バイヤーや現地の実需者等に対し、これまで輸出が進んでいなかったロイン系以外の部位別の特長や調理方法についての理解を醸成し、一頭買いを推進することにより、仙台牛の効率的な輸出の拡大とブランド価値の向上を図ります。

- 海外プロモーションやインバウンドとの連携による潜在需要の喚起

海外の飲食店等と連携し、仙台牛の品質の高さや美味しさについて現地消費者に知ってもらうためのプロモーションを展開します。また、旅行会社やインフルエンサー等を活用し、観光プロモーションと併せてインバウンド向けのPRを行い、潜在需要を喚起して、仙台牛の消費拡大と認知度向上を図ります。

《事業展開／イメージ》




<p>○ 安定的・継続的な輸出体制の構築</p> <p>仙台牛の需要が高い国・地域向けの輸出については、現状では県外市場から行わざるを得なく、そのことがコスト高や輸出頭数の制限、積極的な売り込みが難しい要因となっています。そのため、関係機関が一体となり、各国・地域に対し、安定的・継続的に仙台牛の輸出を行えるような体制の構築を目指します。</p>	
<p>○ 潜在需要の喚起</p> <p>少子高齢化や人口減少により国内の食肉市場が縮小傾向にある中で、海外の消費者をターゲットとした仙台牛の輸出拡大は必要不可欠な取り組みです。そのため、海外現地でのプロモーションや、インバウンド向けのPRを積極的に展開し、潜在需要を喚起することにより、仙台牛の消費拡大と認知度向上を図ります。</p>	

(4) いちご

① これまでの取組

- 宮城県では、これまでJAグループや一部の農業法人がいちごの輸出に取り組んでいましたが、ロットの確保が難しいうえ、輸送コストの高さや輸送ロスの発生などが障壁となり、輸出量は拡大していない状況でした。
- そこで、2022年度に、県内の複数のいちご生産者と食品商社が連携し、産地からタイの小売店まで、大ロットのいちごを鮮度保持しながら、定期的・定量的に輸出するバリューチェーンを構築しました。
- 2023年度には、輸出先をタイ、シンガポール、香港、台湾、マレーシアに拡大し、2024年4月には、グアムへの初輸出が実現するなど、海外販路が拡大しており、輸出量・輸出金額も増加しています。また、2023年12月には、いちごの輸出がひとつの契機になり、国内外にドン・キホーテを展開するPPIHと「宮城県産品の海外への販路拡大等」について包括連携協定を締結しました。
- また、2023年度には、JAグループが台湾の残留農薬基準に適合したいちごの生産に取り組み、「仙台いちご®」の仙台空港から台湾への定期・定量輸出を行いました。

《取組例》

<p>○ いちご生産者と食品商社によるバリューチェーンの構築</p> <p>2023年1月に、県内の5軒の生産者と(株)アライドコーポレーション(横浜市)が連携し、タイのDON DON DONKI向けにいちごの定期・定量輸出を行うバリューチェーンを構築。2024年には生産者が倍増し、輸出先もタイ、シンガポール、香港、台湾、マレーシア、グアムに拡大し、輸出量約121,000パック(30.2トン)、輸出金額約4,800万円を達成しました(2024年産促成いちご、1月～6月の輸出実績)。</p>	
<p>○ JAグループによる「仙台いちご®」の台湾向け輸出</p> <p>2024年にJAみやぎ亘理管内で9軒の生産者が台湾の厳しい残留農薬基準に適合したいちごの栽培に取り組み、仙台空港から直行便による台湾へのいちごの輸出を実現。1月～2月に週2回程度の定期・定量輸出を行い、輸出量は約6,700パック(1.7トン)、輸出金額は約420万円となりました。</p>	
<p>○ PPIHとの包括連携協定の締結</p> <p>いちごの輸出がひとつの契機となり、宮城県とPPIHは2023年12月22日に「宮城県産品の海外への販路拡大等に関する包括連携協定」を締結しました。いちごをはじめとした県産品の海外販路拡大・販売促進や、県内の空港・港湾を活用した輸出促進、観光振興等に取り組んでいくこととしています。</p>	

② 現状と課題



- 2023年の日本産いちごの輸出額は約62億円(前年比117.6%)で、国の輸出拡大実行戦略では、2025年の輸出目標を86億円としています。本県では、国輸出拡大実行戦略の重点品目の輸出産地として、亘理町・山元町(実施主体(輸出事業計画の策定者):全農宮城県本部)が登録されています。
- 宮城県のいちごの作付面積は136ha、収穫量は4,870t、産出額は63億円で、全国第10位、東北地方第1位の産地となっています(2022年産、農林水産統計)。また、県では、2021年4月に策定した「みやぎ園芸特産振興戦略プラン」において、「いちご100億円産地の育成」を目標に掲げ、いちごの新規参入拡大や、輸出促進に向けた基盤構築等を進めています。

- 品質の良い日本産のいちごは海外で高い人気と需要があり、宮城県産いちごの引き合いも増えてきています。また、近年、県内でいちごの輸出に取り組む生産者は増加していますが、国内の需要や販売価格が高い時期は、未だ海外需要に対し供給が応えられていない状況にあるため、海外需要に応じた安定供給体制の構築が求められています。
- いちごは輸出先国・地域により、生産園地及び選果こん包施設の登録、衛生証明書の取得、植物検疫及び残留農薬基準への対応などが求められます。そのため、輸出に取り組む生産者の拡大に向けては、引き続き、これらの必要な手続きや対応についての支援を行っていく必要があります。

③ 取組の方向性

- 輸出に取り組む生産者の拡大によるいちご輸出産地の形成
 県内いちご生産者に対し、輸出実績のフィードバックや課題解決のための勉強会の開催、輸出に必要な手続きや対応についての支援を行い、輸出に取り組む生産者の拡大を図り、「いちごの輸出1億円」産地の形成を目指します。
- 宮城県産いちごのブランド化と輸出量の拡大
 JAグループ、輸出商社、包括連携協定を締結したPPIHをはじめとした海外販売店等と連携しながら、海外におけるプロモーションを展開して宮城県産いちごの認知度向上とブランド化に取り組み、更なる輸出量の拡大を図ります。
- 海外需要に応じた輸出体制の構築
 生産者や輸出商社等と生産・出荷計画を共有しながら、海外需要が高い時期に的確に対応できるような輸出体制を構築します。また、6月上旬頃まで輸出が可能な本県の強みを活かし、九州～関東地域との産地リレーにより、海外需要に応える日本産いちごの長期輸出体制の構築を目指します。

《事業展開／イメージ》




<p>○ 包括連携協定の実行による県産いちごの輸出拡大</p> <p>県と包括連携協定を締結したPPIHとの連携を深め、これまでに構築したいちご輸出のバリューチェーンの改善と強化を支援し、更なる輸出量の拡大を目指します。また、PPIHの商流を活用し、いちご輸出と連動した県産食品の輸出拡大を図ります。</p>	
<p>○ 「いちごの輸出1億円」産地の形成</p> <p>県内生産者、JAグループ、輸出商社、海外販売店等と連携し、いちご輸出の将来展望を共有しながら、輸出に取り組む生産者の拡大、新たな海外販路の開拓、海外における県産いちごのブランド化を図り、早期に「いちごの輸出1億円※」産地の形成を目指します。 (※宮城県事業及び県の支援による県産いちごの輸出実績)</p>	

(5) 日本酒

① これまでの取組

- 宮城県では、2021年度より宮城県酒造組合が提唱する日本酒の「香り」と「味の濃淡」、「柔らかさ」の数値による分類を活用し、オリジナルラベルの作成や現地料理とのペアリング提案によるプロモーション（「MIYAGI STYLE」）を実施してきました。
- 2022年度にはイタリア共和国、2023年度にはイタリア共和国及びスイス連邦において、現地料理とのペアリングによるテイasting商談会を実施しました。商談会後は、複数の蔵元と物流事業者、現地輸入事業者のサケカンパニーが連携し、欧州への商流構築が実現しました。また、サケカンパニーが運営する現地ECサイトを活用した販売促進にも取り組んでいます。
- イタリア共和国、スイス連邦の現地ソムリエ等を対象としたセミナーや、2023年度に実施したイタリア共和国の酒ソムリエ協会の宮城ツアー等を通じて、県産日本酒に関する学習機会をつくり、海外における日本酒への理解醸成と消費者への情報発信力の強化にも取り組んでいます。また、海外における評価の高まりを受けて、県内メディアへの掲載や藤崎百貨店（仙台市）における店頭販売の開催など、国内での知名度向上にも取り組んでいます。

《取組例》

<p>○ イタリア、スイスにおけるテイasting商談会の実施</p> <p>イタリア共和国ミラノ、ローマ、スイス連邦ルガーノにおいて、現地の日本酒卸業者と連携し、「MIYAGI STYLE」の手法により、現地飲食店関係者やソムリエ等に日本酒を味わいながら、その奥深さや魅力を学んでいただき、新たな商流構築につながりました。</p>	
<p>○ イタリア共和国の酒ソムリエ協会の宮城ツアーの実施</p> <p>イタリア共和国から現地輸入事業者やソムリエ等23名を招へいし、日本酒の蔵元を視察したほか、古川農業試験場において酒造好適米について学ぶなど、県産日本酒への理解醸成につなげました。</p>	
<p>○ 「ソウルサケフェスティバル2024」への出展</p> <p>2024年5月に開催されたアジア最大級の日本酒イベント「ソウルサケフェスティバル2024」に宮城県ソウル事務所がブースを出展し、イベントに参加した宮城県の6つの酒蔵の活動支援を行いました。韓国では近年、20代～30代の若年層を中心に日本酒の人気が高まってきており、今後、韓国における宮城県産日本酒の販路拡大が期待されます。</p>	

② 現状と課題

- 2023年の日本酒の輸出額は411億円（前年比86.5%）で、国の輸出拡大実行戦略では、2025年の輸出目標を600億円としています。本県では、国輸出拡大実行戦略の重点品目の輸出産地として、16産地が登録されています。
- 宮城県の日本酒の酒類販売業免許場数は35場、製成数量は5,996kl、販売（消費）数量は8,920kl（令和4年度版国税庁統計年報）です。本県では、一定の基準を満たした原料や方法により造られる「特定名称酒」の製造比率が高まっており、「蔵の華」「吟のいろは」といった酒造好適米の開発も進められています。その高品質な当県の日本酒は、ロンドンで行われる世界最大規模のワイン品評会「IWC」インターナショナル・ワイン・チャレンジや、フランスのトップソムリエが審査を行う「Kura Master」など海外のコンペティション・コンクール等でも高い評価を受けています。

- 一方、酒蔵の多くは海外への一貫した供給体制を持たず、輸出の初期段階では売れ行き予測が難しいなど、個別のプロモーションには限界があります。複数の酒蔵が連携し、日本酒の魅力を海外市場に伝えるとともに、適切に輸送、保管、供給する仕組みを共同で構築していく必要があります。

③ 取組の方向性



- 酒蔵・パートナー企業との連携による販路定着

県内複数の酒蔵の連携や、欧州のパートナー企業との関係強化を中心に、県産日本酒の情報発信と販路の定着を促進します。
- 交流基盤を活用した県産日本酒の普及啓発

県の海外事務所（ソウル、大連）をはじめ、自治体国際化協会やジェットロへの職員派遣、姉妹友好都市、海外宮城県人会や販路開拓事業で開拓した人的交流基盤等を活用し、重層的に海外市場にアプローチします。特に米国は特殊な流通規定や複雑なライセンスにより酒類の参入障壁が高いため、現地交流基盤を構築・活用しながら、県産日本酒等の認知向上・販路開拓を図っていきます。
- 「MIYAGI STYLE」による知名度向上とファンへの浸透

国内外での知名度向上を図り、「MIYAGI STYLE」によるプロモーションを継続的に実施することにより、県産日本酒の理解醸成や新たな市場とファン獲得に取り組みます。また、牛肉などの他品目を組み合わせた相乗効果のあるプロモーションを実施します。


《事業展開／イメージ》

<p>○ 酒蔵と現地輸入事業者等が連携した販路拡大の取組</p> <p>現地輸入事業者等と繋がりのある現地飲食店経営者やソムリエ等を招聘した蔵見学や、酒蔵が現地を訪問し商談会を実施します。また、サケカンパニーの持つ商流を活かし、「MIYAGI STYLE」の手法により新たにスペイン王国での市場開拓に取り組みます。</p>	
<p>○ 交流基盤を活用した県産日本酒プロモーションの実施</p> <p>現地交流基盤を活用しながら、米国サンフランシスコで開催される日本国外最大の日本酒イベント等に出展し、県産日本酒の認知向上に取り組みます。あわせて、販路事業で開拓したコネクションにより、県内酒蔵のプロモーションや現地企業との面談等を実施し、販路開拓に取り組みます。</p>	

【MIYAGI STYLE】

宮城県酒造組合が提唱する「日本酒の特徴的な香りと味の濃淡・柔らかさの数値」に基づいて4カテゴリーに分類し、それぞれのオリジナルの統一ラベルと、それぞれに合う現地の料理とのペアリングを提案するものです。

この手法により、ワイン文化のある海外に向けたPRに取り組み、県産日本酒の認知度向上及び輸出促進に繋がっています。





(6) さつまいも

① これまでの取組

- これまで日本のさつまいもの生産や輸出の主要産地であった九州では、近年、土壌伝染性病害の拡大などにより、生産量は減少を続けています。一方で、東北や北海道では新たにさつまいもの生産に取り組む動きが広まっており、宮城県でもさつまいもの作付面積は増加傾向にあります。
- 県内では山元町の農業生産法人が先行して大規模な栽培に取り組み、生産や貯蔵に関するノウハウを蓄積しながら、JAグループと協力して国内外の販路を開拓しており、2021年に九州の輸出商社を通して香港の小売店にさつまいもの輸出を開始しました。県内のさつまいもの作付面積は年々増加しており、輸出向け生産を行う農業者も拡大傾向にあります。
- 2023年には、「物流の2024年問題」や「カーボンニュートラル」への対応を見据え、生産者・JAグループ・輸出商社・物流業者・海外現地販売者が連携し、従来の横浜港までのトラック輸送を仙台港からの海上輸送に全面的に切り替え、産地から海外小売店まで一貫したさつまいもの輸出バリューチェーンを構築しました。

《取組例》

<p>○ 県産さつまいもの香港向け輸出を開始</p> <p>2021年、全農宮城県本部と九州農水産物直販(株)がマッチングし、香港のデイリーファーム向けに(株)やまもとファームみらい野のさつまいものトライアル輸出を実施。香港現地から高い評価を得たことから、同年に本格的な輸出を開始しました。県内のさつまいもの作付面積の拡大に伴い、輸出に取り組む生産者や輸出量も増加傾向にあります。</p>	
<p>○ 仙台港を活用したさつまいも輸出バリューチェーンの構築</p> <p>(株)やまもとファームみらい野、全農宮城県本部、九州農水産物直販(株)、三陸運輸(株)、香港デイリーファームが連携し、仙台港から横浜港経由の海上輸送により、香港に県産さつまいもを輸出するバリューチェーンを構築。産地でパニングを行い、陸上輸送の時間を短縮することにより、品質の安定化とCO₂の削減を実現。</p>	

② 現状と課題

- 2023年の日本産さつまいもの輸出額は約29億円(前年比103.9%)で、国の輸出拡大実行戦略では、2025年の輸出目標を28億円としています。本県では、2024年にJAグループが中心となり、「宮城県JA農産物輸出促進協議会」(事務局:全農宮城県本部)を設立しました。また、同協議会のさつまいもの輸出事業計画が「令和6年度大規模輸出産地モデル形成等支援事業」(農林水産省)に採択され、輸出向け栽培面積の拡大、輸出向け生産を行う農業者の増加、輸出先国・地域の規制・ニーズに適合した新商品の開発及び商品の改良、新たな販路拡大等に取り組むこととしています。
- 宮城県のさつまいもの作付面積は約56ha、収穫量は694t(2023年産、農林水産統計)で、作付面積は近年急増しています。県では、さつまいもの作付面積の増加に伴い、2021年3月に策定した「みやぎ園芸特産振興戦略プラン」について、2024年3月に中間見直しを行い、さつまいもを県戦略品目に追加して産地化を図ることとしています。
- 糖度が高く食味の良い日本のさつまいもは、東南アジアをはじめ海外で高い人気があ

り、その需要は年々大きくなっています。宮城県でもJAグループが主体となり、2021年から香港へのさつまいもの輸出を開始しましたが、需要に対し供給が応えられていない状況です。さつまいもの生産を本格的に開始してから日が浅い生産者が多く、輸出量の拡大に向けては、収量や品質の向上に向けた栽培技術の改善が必要となっています。

- さつまいもの輸出は海上輸送が一般的ですが、冬季（11月～2月）の海上輸送中の腐敗が多いため、腐敗率の低減に向け、適切な出荷・輸送条件を明確化し、有効な対策を実施することが求められています。また、輸出用のさつまいもはキュアリング処理が必須となりますが、県内のキュアリング施設は不足している状況です。
- 輸出先の香港の一般家庭では、さつまいもを炊飯器で調理する習慣があるため、現在の主要販売先である小売店ではSサイズのさつまいもの取扱いが中心となっています。Sサイズの商品づくりは栽培管理や出荷調製に労力がかかるため、今後は業務向けのM～Lサイズの輸出も視野に入れるとともに、香港以外の輸出先国・地域の開拓に取り組み、より多くの規格のさつまいもの輸出を推進していくことが重要です。

③ 取組の方向性

○ さつまいもの輸出産地の形成

JAグループや市町村等の関係機関と連携し、県内農業者に対してさつまいもの生産・輸出への取組を働きかけ、輸出向けさつまいもの生産面積の拡大と輸出量の増加を図ります。あわせて、国や県の補助事業を活用しながら、キュアリング施設の導入支援等を行い、さつまいもの輸出産地の形成を目指します。



○ 生産技術の改善による収量・品質の向上と安定供給の実現

国の試験研究機関等と連携し、さつまいもの生産・輸出マニュアルの改良や栽培講習会の開催等を通して生産技術の改善を図り、収量・品質の向上と安定供給につなげます。

○ 新たな海外販路の開拓と輸出商品の開発

宮城県JA農産物輸出促進協議会と輸出商社や海外バイヤー等との商談・マッチングを支援し、香港以外の国・地域への販路拡大を進めます。また、多様な規格（サイズ）の商品や、焼き芋等の業務向け商品、干し芋等の加工品など、輸出先国・地域や現地販売先の需要に応じた商品開発に取り組み、県産さつまいもの更なる輸出拡大を図ります。

《事業展開／イメージ》

<p>○ 生産者・関係機関が一体となったさつまいもの輸出産地の形成</p> <p>2024年、JAグループを中心とした「宮城県JA農産物輸出促進協議会」が設立されました。県内の生産者や関係機関等が一体となり、国の輸出事業等を活用しながら、さつまいもの輸出産地の形成を目指します。</p>	
<p>○ 新たな海外販路の開拓による輸出拡大と安定供給の実現</p> <p>新たな海外販路の開拓に積極的に取り組むとともに、輸出先国・地域や現地販売先の需要に応じた商品開発を行い、宮城県産さつまいもの更なる輸出拡大を図ります。あわせて、生産者への栽培技術支援も行い、収量・品質の向上と安定供給を実現します。</p>	

第5章 目標指標

1 目標指標の設定

第3章で定めた「目指すべき姿」の達成を目指して、以下の目標指標を設定し、取り組んでいきます。

<目標1> 輸出に取り組む事業者の増加と利益拡大（継続）

- 新たに輸出に挑戦する事業者の掘り起こし、アドバイザーによるマッチング、輸出プロモーションにかかる費用の補助等を実施し、輸出に取り組む県内企業数の増加に取り組めます。

項目	目標	実績
海外販路開拓相談	●件以上／年 前計画：100件以上／年	2022：294件 2023：292件 2024：
海外ビジネスマッチング支援	●件以上／年 前計画：100件以上／年 最終案で 掲載予定	2022：76件 2023：49件 2024：
輸出に取り組む県内企業の増加	●件以上／年 前計画：3件以上／年	2022：15件 2023：10件 2024：

<目標2> 販路拡大による輸出品目と輸出量の増加（新規）

- 「マーケットイン」の商品づくりに取り組むため、マーケット調査や現地プロモーションを実施により販路を開拓し、販路開拓後も海外現地パートナーとの連携等により、より多くの商品や量が多いの国・地域に向けて輸出されるよう取り組みます。

項目	目標	実績
輸出商品の数	2025：●商品以上／年 2026：●商品以上／年 2027：●商品以上／年	2022：267商品 2023：296商品 2024：
輸出総額	2025：●千円以上／年 2026：●千円以上／年 2027：●千円以上／年 最終案で 掲載予定	2022：40,172千円 2023：76,637千円 2024：
輸出先国・地域数	2025：●国・地域以上／年 2026：●国・地域以上／年 2027：●国・地域以上／年	2022：19国・地域 2023：14国・地域 2024：

<目標3> 持続的なバリューチェーンモデルの構築（継続）

- 生産から海外現地販売までの事業者が連携した物流コスト低減等に向けた体制整備を実施し、バリューチェーンモデルが構築されるよう取り組みます。

項目	目標	実績
生産・流通等の事業者連携によるバリューチェーン構築	1件以上/年	2022年：1件 2023年：1件 2024年：

<目標4> 「東北」からの輸出促進と認知度の向上（新規）

- 東北経済連合会やジェトロ、GFP東北（農林水産物・食品輸出プロジェクト）と連携し、物流面でも支援を行いながら、「東北」一体となり輸出促進につなげる取組を実施します。

項目	目標	実績
東北各県と連携した取組	1事例以上/年	2022年：1事例 2023年：1事例 2024年：

2 取組の検証と改善（進捗管理）

本戦略で掲げた目標を確実に達成するためには、第2章の3に掲げた様々な取組の実施状況を把握し、検証と改善を行っていくことが重要です。

本戦略の実行状況を管理するため、各年度の取組実績を取りまとめ、外部組織「みやぎ国際戦略プラン懇話会」において意見を伺います。

第6章 県の施策と支援体制の整備

1 県の支援策

最終案で掲載予定

最終案で掲載予定

最終案で掲載予定

宮城県農林水産物・食品輸出促進戦略

(2025年度版)

2017（平成29）年3月 策定
2022（令和04）年3月 改定
2025（令和07）年3月 改定（予定）

宮城県経済商工観光部（国際ビジネス推進室）
980-8570 宮城県仙台市青葉区本町三丁目8番1号
電話：022-211-2946（国際ビジネス推進第二班）
mail：s-yushutsu@pref.miyagi.lg.jp