

平成30年3月27日

**農産品を含めた新潟県産品の“オール新潟”による共同輸出体制構築に向けた提言**

**新潟商工会議所  
国際貿易委員会**

## はじめに

新潟県は、長年に亘り土地改良を積み重ね、日本一の水稲作付面積と米の産出額を誇るまでの肥沃な田園地帯を造り上げました。こうして生まれた農業資源を背景として、米菓や切り餅製造などの食品加工業が発達し、「食の新潟」という一面から、県民の生活を支えてきました。

しかし、日本の人口は減少しており、特に新潟県においては減少が加速化している現状にあり、将来的に地域内の経済循環を維持させていくことは非常に厳しい状況にあると言えます。

今後、県民の所得水準・生活レベルを維持・向上させていくためには、県内総生産及び1人当たりのGDPを維持・拡大させていくことが必要不可欠であり、そのためには、海外に販路を拡大させることも一つの方策と考えます。

その輸出事業ですが、業務の煩雑化に加えて、東日本大震災以降は、日本の農産品に対する各国の規制・監視措置が厳しくなっており、新潟県における農産品や食品においても例外ではありません。

今後、貿易収支の黒字拡大による県内GDPの押し上げを図るためには、県外・海外における「Made in Niigata (新潟県産)」によるブランディングを推進し、現在、国内外から認知されている米や日本酒をリーディング・コンテンツとして、食肉、園芸などの農産品を含めた魅力ある新潟県産品の優位性を海外に訴求していくことが必要であると考えます。

こうした状況を踏まえ、当委員会では、産学官金連携による“オール新潟”での農産品を含めた新潟県産品の共同輸出体制の構築に向けた、具体的な取組について提言いたします。

この提言によって、県産品の輸出事業が活性化し、食文化・グリーンツーリズムなどの観光体験事業との連携の派生とともに、県内インバウンドの促進により、帰国後も本県産品を求めるニーズが生まれ、より一層の輸出拡大が図られるといった、県産品の輸出と県内インバウンドにおけるプラスのスパイラルが生まれることを期待します。

さらに、経済の好循環と産業構造の変革により、豊かな新潟の維持とさらなる発展につながっていくことを切望します。

## 提言Ⅰ. 県・市・関係団体が一体となった“オール新潟”による共同輸出体制の推進

現在、輸出貿易を行っている県内業者からは、「契機は全て国際見本市であった」との声が多く、国際見本市への出展は有益であると考えられ、出展形態に関しては、主催国・団体から「各行政体や団体・個別企業などの個々でなく、大きなミッション（商談・訪問団）で来て欲しい」との要望も聞かれることから、県や市、関連民間業者・団体等の“オール新潟”体制での出展と、知事や市長による強力且つ積極的なトップセールスが期待されています。

そのため、行政や貿易関係団体、J Aなどの業界団体等と情報交換を密にし、新潟県と新潟市においては施策に関して充分にリレーションシップを図るなど、数多くある出展事業（見本市や商談会）に関する情報の一元化と、出展手続き及びサポートがワンストップで行える体制づくりが強く望まれております。また、ロゴやパンフレットのデザインを統一するなど、『新潟ブランド』の醸成を“オール新潟”で図ることも効果的であると考えます。

ワンストップサポート窓口に関しては、産学官金の連携が必要であり、海外送金や為替レートの課題がある決済に関しては金融業界との連携が肝要で、海外経済マネジメントや海外慣習に関しては経済学部や海外留学生を受け入れている学校機関などとの連携が一考であります。

最近、新たな輸出商談会も開催されるようになり、国内では平成 29 年 10 月に、第 1 回「日本の食品」輸出 E X P O が農業ワールドと同時に幕張メッセで開催されました。国外では、中国の習近平国家主席が「第 1 回中国国際輸入博覧会」を今年の 11 月に上海で開催することを宣布し、15 万社以上のバイヤーが来場すると予想されています。こうした数多くの海外バイヤーが来場する商談会へ積極的に“オール新潟”で参加し、商流を確立することが重要であります。

さらに、県内においても JETRO（日本貿易振興機構）や NICO（にいがた産業創造機構）等が個別輸出商談会を開催しており、ここでも“オール新潟”で連携と統一性を図り、諸外国のインポーターやバイヤー等を集中的に招聘し、県産品の優位性や食文化・歴史などを積極的に配信することが必要と考えます。

また、他の自治体では、J N T O（日本政府観光局）本部や各国の日本総領事館、貿易関係団体等に積極的に職員を派遣しており、これにより将来的に貿易や観光のプロを育成していることから、新潟県並びに新潟市においても、そうした組織体制強化のための事業推進が求められています。

（行政に期待すること）

1. 強力なリーダーシップのもと、関係団体を巻き込んだ“オール新潟”での輸出商談会への出展。
2. ロゴやデザイン等で統一感を持たせるなど、“地域ブランド”確立に向けた推進。
3. J E T R O や J A などの業界団体との情報交換を密にし、二重行政に配慮した、きめ細かな輸出支援事業の実施。
4. 生産者や輸出販売業者等に対する情報とサポート窓口の一元化。
5. 政府機関や貿易関連団体等への職員派遣による輸出に精通した人材の育成。

## 提言Ⅱ．中小・零細生産者と輸出販売業者の育成・支援

輸出商談会に出展している民間事業者は大手のメーカーや生産者が中心で、中小・零細生産者は、ノウハウを持たず、仲介プレイヤーもいないため、商談会への出展ができず輸出に至らないのが現状で、新潟県や新潟市は、輸出に対するメーカーや生産者に対する補助金を設けていますが、ノウハウを確立させている一部の大手メーカー等に利用が偏っている傾向があります。

しかし、新潟のブランディング強化を図っていくためには、良い県産品を持っている中小・零細生産者を取り込むことが肝要であります。総じて、農産品の中小・零細生産者は国内への販売志向が強いため、将来的に国内市場が縮小する可能性が高いことを理解してもらい、海外輸出を先導する施策を同時に行っていくかなければならないと考えます。

また、県産品の中でも農産品の輸出は、規制措置に対する証明書や輸出書類の作成などで煩雑な手続きが必要な割には、単価が安く小ロットで数量が纏まらず、あまり利益が見込めないため大手商社などは手を出してきませんでした。

そこで、中小・零細生産者の育成・支援だけでなく、農産品をはじめとする県産品を海外へアピールし、現地バイヤーやインポーターへの仲介役を果たす輸出販売業者（卸・仲卸業を含む地域商社）及び当地で県産品を纏める事業者の育成・支援が必要であり、この両者を活性化させることによって新潟県産品の輸出促進が図られるものと考えます。

特に、台湾、香港、シンガポール、タイなど、日本食文化やインバウンドが伸びている地域に関連ある業者（肉・魚・野菜・加工食品などの専門取扱業者、もしくは現地有力企業や現地日系企業にコネクションがある総合商社など）を発掘し、WTO補助金協定に留意しながら、当該業者に対して手厚い制度の創設などを含め、育成・支援体制の構築が求められています。

（行政に期待すること）

1. 関係団体と一体となった中小・零細生産者に対する海外展開に関する意識啓発と、現地及び当地での輸出販売業者の発掘。
2. 輸出に意欲的な中小・零細生産者並びに（県内外）輸出販売業者に対する新潟県産品の海外取扱・流通に関するインセンティブ制度の創設・拡充。

### 提言Ⅲ．将来的に近隣県を巻き込んだ独自プラットフォームの開設

輸出商談会等で当地生産者と現地バイヤー等との間で売買契約が締結され、商流ができたとしても、物流の確保という課題があります。主要都市では、共同輸出の推進を目的として事業協同組合が設立され、さらなる輸出拡大とコスト低減等が図られており、その代表的な組織として「関西・食・輸出推進事業（協）」や「北海道国際輸送プラットフォーム推進協議会」、「東北・食・輸出推進事業（協）」「九州農産物通商株」などがあります。

新潟の場合、商談がまとまり農産品の輸出を行うとする場合、初期段階の方法としては、輸出を先行している日本酒や米などの輸出業務・混載での連携や、他県の既存組織（プラットフォーム）を利用することが現実的であります。

しかし、将来的な組織体制としては、海外販路拡大のノウハウが構築できるプラットフォームを“オール新潟”体制で作りながら、輸出実績を積み上げていくことが必要で、時宜を得て近隣エリアの企業も巻き込んだ事業協同組合を設立して、新潟港湾・空港の物流増加に寄与するようなプラットフォームに成長させることが肝要であり、「輸送コスト低減」や「決済代行」の他、「他分野の多くの会員との情報交換」や「海外交渉力向上」といったメリットが派生すると思われま

す。また、各地域・主産地の連携は、供給期間の長期化・通年化が図られ、“地域ブランド”の構築に繋がると考えます。

(行政に期待すること)

1. 他県の共同輸出に係る事業協同組合（プラットフォーム）との情報交換と包括的輸出連携に関する協議。
2. 将来的な独自プラットフォーム開設に向けた事業推進。

## ※その他の提言

### (1) 新潟県産品の安全性向上策等について

#### ① FSSC 22000(食品安全)認証の推奨・拡大と対外的広報の強化

海外への輸出にあたっては、継続的に安全性を確認する体制が求められるFSSC 22000(食品安全)の認証取得企業の拡大も肝要であります。そのため、国際的な取引にも通用するGAP(農業生産工程管理)認証を受けた農場や企業等の拡大に併せて、FSSC 22000(食品安全)認証の導入に向けた技術的指導や助成制度の創設などの支援体制を整え、認証企業を行政で周知するとともに、NICOや新潟IPC財団等のホームページ・SNSを活用して認証制度の説明や普及啓発を行うことが必要だと考えます。

※ FSSC 22000＝食品を安全に生産するための国際標準規格で、具体的な手法(HACCP)と経営による継続的な改善活動が特長。安全な食品を生産、流通、販売するために必要な要求事項が規定されており、要求事項は状況に合わせて変えることが求められる。

#### ② 原子力発電所事故による中国・ロシアの食品輸入規制解除・緩和に向けた働きかけの推進

原子力発電所事故以降、中国・ロシアにおいては、新潟県の農林水産品や食品・飼料等の輸入を禁止しております。しかし、新潟県では、事故発生以降、県産農産物の放射性物質検査を継続実施し、これまで、米をはじめとする県産主要農産物において、基準値(一般食品100Bq/kg)を超過した事例はなく、こうした本県農産品の安全性を広く周知し、政府間協議を通じて、早期に輸入規制解除又は緩和が図られるよう積極的に働きかけを行うことが必要と考えます。

### (2) 新潟県産品の広報について

#### ① 新興国を選定した上でのアンテナショップ開設と機能強化

ロシアや韓国の新潟県産品PRコーナーは、既に廃止され、ニューヨークとシンガポールも廃止ということで、新潟県の海外戦略の見直しの中、PRコーナーもその対象となっています。

しかし、これまで現地日本料理店などの一角を借りた展示がメインで商流が生まれにくかったと思われます。新潟県は東南アジアへの企業進出支援を

強化する方針ということから、当該国のニーズ調査を実施し、対象国を選定した上で商流を生み出す起点としてのアンテナショップの開設は一考であります。

アンテナショップは、単なる展示紹介機能だけでなく、販売機能を持たせて、少品目や小ロットでも定期的に商品を発送する仕組みづくりや現地のニーズを把握する意味でも意義があるものと考えます。

さらに、アンテナショップの販売量拡大はもとより、当該国における輸出販売業者との連携により、商社機能を持たせるなどの機能強化を図り、海外バイヤー（B to B）向けECサイトの開設等も併せ、大口取引企業との商流確保（契約）などで輸出量を拡大させ、コンテナでの輸出が可能になるように持っていくことが重要だと考えます。

こうしたアンテナショップは、JETROや国際事務所などとの連携により、当該国の政府関係機関・団体と本県との交流促進や信頼強化に繋がり、インバウンドの促進にも結びつくものと考えます。

## ② 新潟県産品や食文化等を絡めた着地型体験観光とインバウンド強化地区指定による誘客促進策との連携

今回の提言の趣旨は、輸出そのものの拡大と共に、現地での魅力ある農産品をはじめとする県産品のブランディングを図り、当地でのグリーンツーリズムなどの着地型体験観光などと連携して、インバウンド・交流人口を促進させるといった目的もあります。

当地での“コト”体験型観光については、農業・収穫体験のほか、そば打ちなどの料理体験、茶道や座禅、芸妓、着付などの文化体験、雪下ろしなどの生活体験など、低コストの二次交通と多くの着地型観光・体験を用意しておくことが肝要であり、さらにそういった体験者から新潟に対して好印象を持ち帰ってもらい、トリップアドバイザー等で発信してもらうことが重要であります。

また、中心市街地では、たれカツや料亭・割烹料理など多様な飲食店が集まったエリアや、古町花街・まち歩きエリアなどがあり、それらのエリアや沼垂、万代、駅前エリアも含めてインバウンド誘客促進地区を指定し、Wi-Fiや免税カウンターの設置、総合案内所等を通じた情報提供、多言語対応や個店別優待サービスなど、様々なサービスを用意して、「新潟に来ると“おもてなし”があり、常に新しいモノ（食文化）やコト（体験）の発見がある」と感じてもらえる環境づくりが必要であると考えます。

こうした積み重ねにより、帰国後も“Niigata”や県産品・食文化等に対する関心が高まり、現地での購入（新潟からの輸出）が促進され、更にインバウンドが増加するといったプラスのスパイラルが期待されます。

## 検 討 経 緯

◎平成 28 年 6 月 22 日(水) 国際貿易委員会

議 題

- (1)「関西・食・輸出推進事業協同組合による食輸出の現状と今後の展望」  
説明者：関西・食・輸出推進事業協同組合 理事長 内畑谷 剛 氏
- (2)意見交換

◎平成 28 年 10 月 6 日(木) 国際貿易委員会

議 題

- (1)「株式会社ネクスティ 新潟発 日本のおいしさを世界へ」  
説明者：株式会社ネクスティ 営業本部長 斎藤 正樹 氏
- (2)「株式会社ウオショク 新潟県産食肉の輸出」  
説明者：株式会社ウオショク 代表取締役社長 宇尾野 隆 氏
- (3)意見交換

◎平成 29 年 11 月 21 日(月)・22 日(火) 視察見学会

視察先 宮城県食品輸出促進協議会 ほか

◎平成 29 年 2 月 23 日(木) 国際貿易委員会

議 題

- (1)「新潟港と新潟空港を核とするゲートウェイ機能の強化について」  
説明者：新潟県交通政策局 副局長 水口 幸司 氏
- (2)意見交換

◎平成 29 年 4 月 14 日(金) 正副委員長会議

議 題

- (1)“オール新潟”での農産品の共同輸出に関する提言の骨子について
- (2)意見交換

◎平成 29 年 7 月 19 日(水) 国際貿易委員会

議 題

- (1)“オール新潟”での魅力ある新潟県農産品の共同輸出体制構築に向けた  
提言書(草案)について
- (2)意見交換

◎平成 29 年 10 月 25 日(水) 国際貿易委員会

議 題

- (1)“オール新潟”での農産品を中心とした魅力ある新潟県農産品の共同輸出体制構築  
に向けた提言(草案)について(意見交換)



◎平成 29 年 11 月 22 日(水) 国際貿易委員会

議 題

(1) 「農産物の輸出状況と輸出拡大に向けた取組について」

説明者：新潟県 農林水産部 食品・流通課 販売戦略班 政策企画員 本間 謙一 氏

(2) 「新潟市の農産物輸出促進について」

説明者：新潟市 農林水産部 食と花の推進課 課長 松尾 大介 氏

(3) 新潟県農産品の共同輸出体制について意見交換

◎平成 30 年 2 月 6 日(火) 国際貿易委員会

議 題

(1) 「空港運営の民間委託をめぐる最近の動向」

講 師：国土交通省 航空局 空港経営改革推進室 企画調整官 安井 弘樹 氏

(2) 「空港から始まる広域観光の可能性について」

講 師：仙台国際空港株式会社 取締役 営業推進部長 岡崎 克彦 氏

(3) 航空貨物や二次交通等について意見交換

◎平成 30 年 3 月 7 日(水) 視察見学会

視察先 FOOD EX JAPAN 2018 (於：幕張メッセ)

ジェトロ千葉貿易情報センター (「千葉ブランド農水産物・食品輸入協議会」)

◎平成 30 年 3 月 12 日(月) 正副会頭会議上程

◎平成 30 年 3 月 26 日(月) 常議員会上程

◎平成 30 年 3 月 27 日(火) 新潟県及び新潟市へ提言書提出

## 国際貿易委員会名簿

平成 30 年 3 月 27 日現在

(順不同・敬称略)

委員会 役 職	氏 名	事業所・団体名	事業所・団体役職
委 員 長	高橋 和郎	三菱商事(株)新潟支店	支店長
副委員長	長谷川克弥	ハセガワ化成工業(株)	専務取締役
副委員長	別府 幸典	豊田通商(株)新潟支店	支店長
委 員	小林 一郎	富士運輸(株)東港支店	常務取締役
委 員	高山 正明	(株)阪急阪神エクスプレス新潟支店	支店長
委 員	井口 敏明	(株)コメリ	商品開発部リーダーマネジャー
委 員	安達 祐司	(公財) 環日本海経済研究所	経済交流部 部長代理
委 員	富井 俊明	(株)新潟トレーディング	取締役
委 員	嘉藤 隆	(株)新潟国際貿易ターミナル	専務取締役
委 員	鶴巻 雅人	(株)リンコーコーポレーション	常務執行役員
委 員	湯田 孝男	(一社) 新潟港振興協会	専務理事
委 員	小野澤麻衣	日本貿易振興機構新潟貿易情報センター	所長
委 員	荘司 聡	新潟航空サービス(株)	代表取締役社長
委 員	杉山 茂	日本通運(株)新潟海運支店	支店長
委 員	安達 光宏	日本貨物鉄道(株)新潟支店	輸送担当課長
委 員	金川 貴宣	北越紀州製紙(株)新潟工場	事務部長

<本件担当>

新潟商工会議所 事業部 総合政策課

住所：〒950-8711 新潟市中央区万代島 5-1 万代島ビル 7F

TEL：025-290-4411 FAX：025-290-4421 E-mail:seisaku@niigata-cci.or.jp