

養殖業成長産業化行動計画（案） ブリ類編

目次

前回協議会の意見と対応	P. 2
養殖業成長産業化総合戦略～行動計画策定の前提～	P. 3
Ⅰ ブリ類 養殖業の成長産業化に向けた基本的考え方	P. 4
Ⅱ 国内市場の維持・安定と安定供給体制の構築	P. 5
Ⅲ 海外市場の開拓と増産体制の構築	P. 12
Ⅳ マーケットイン型養殖の取組事例	P. 23

（一社）全国海水養魚協会



○ポイント

◆ 前回協議会の意見と対応として以下に示す。

意見・協議内容の要旨

本計画への対応

- ・ 民間の業者達が行動計画（ブリ・マダイ）を示されたときに具体的に自分たちは何からやれば良いのかが分かりづらいのではないかという印象を受けた。
- ・ 行動を具体的にイメージできるように示した方がいいのではないか。
- ・ 何か目指す目標があればいいのではないか。

- P11,22の取組シナリオの変更。
- P23～具体的な事例を追加。

- ・ 行動計画には直近の研究開発だけでなく、社会実装の担い手となる人の行動も入れておいた方が良くのではないかと思う。

- P8,18に「研究成果の実用化を推進」生産から販売までの各事業者は、研究成果の実用化に向けた現場への導入を推進する。

- ・ 行動計画に時間軸を盛り込んで頂きたい。

- 具体的な時期までは明記するのは難しいとの判断で、緊急度という表現。

○ポイント

- ◆ マーケットイン型養殖により、国内外の需要を維持・拡大しながら、段階的に成長。
- ◆ 海外需要の創出・獲得には、マーケットに合わせた調査が重要。

○プロダクト・アウト型からマーケット・イン型の養殖業へ

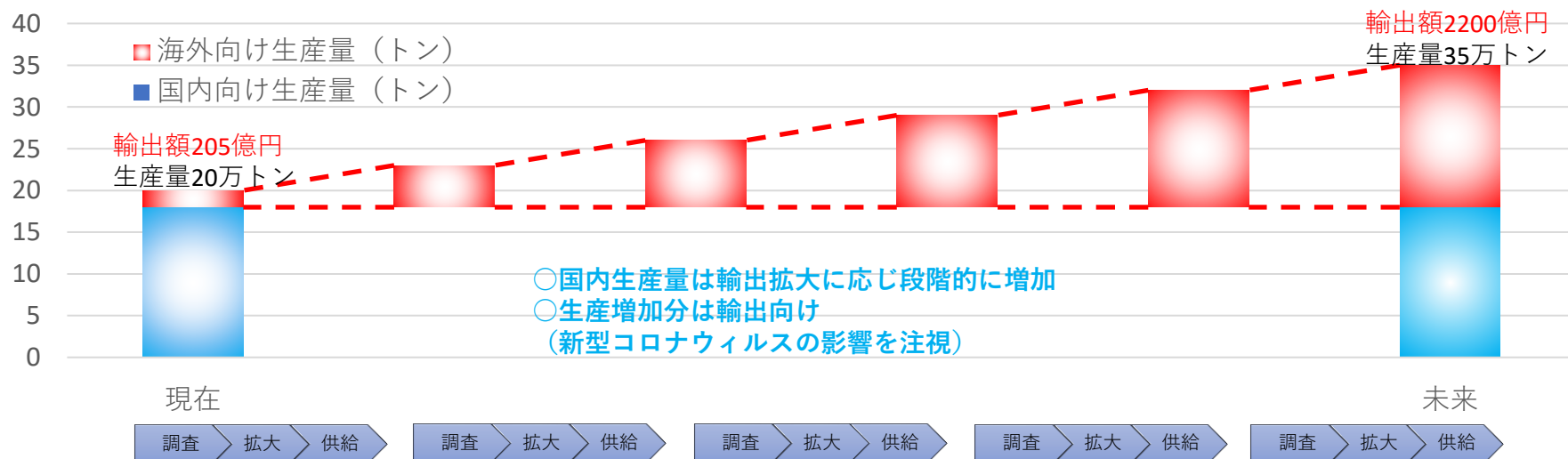
- ◆ 国内外の需要情報（利用形態、質・量）を能動的に入手し、需要に応じた計画的な生産に取り組む

○国内外の需要をとらえた段階的な生産増へ

- ◆ 海外需要の調査⇒計画的な投資⇒輸出向けの生産拡大
- ◆ 国内需要は維持しつつ一層の需要開拓や特定のニーズを掘り起こし

○需要創出・獲得による成長産業化の達成状況を評価するため、戦略的養殖品目(ブリ類)の生産量・輸出額の目標を設定

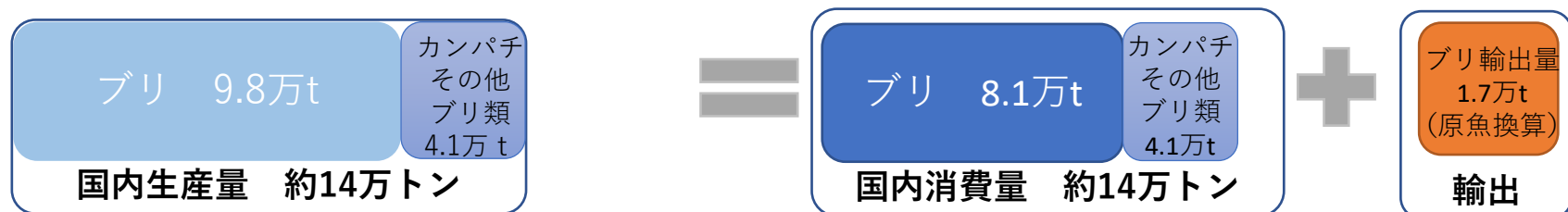
表：ブリ類の成長産業化イメージ



I ブリ類養殖業の成長産業化に向けた基本的考え方

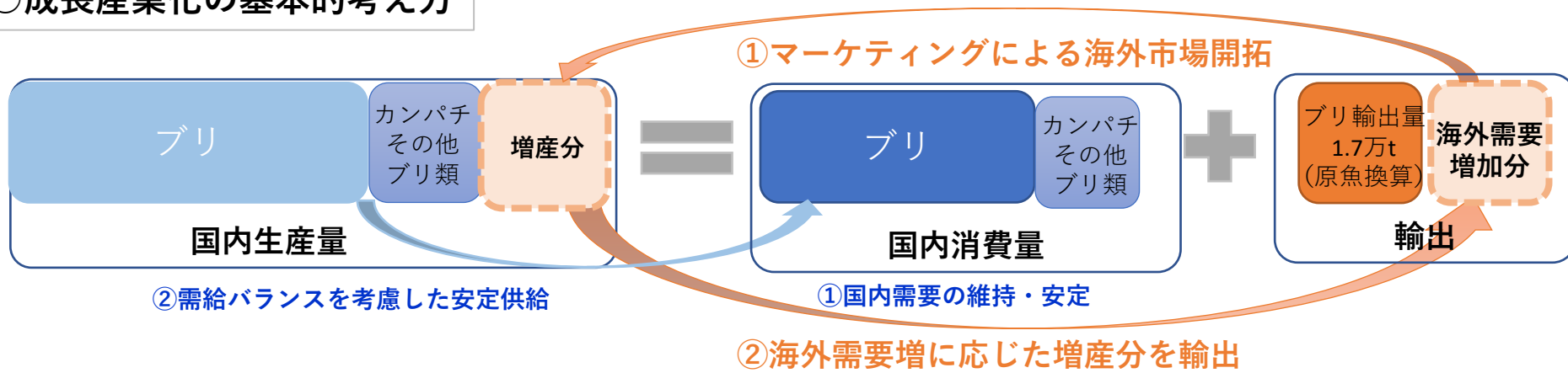
- ◆ 我が国の養殖ブリ類生産量は、養殖生産数量ガイドラインに基づく自主的な生産量の管理を背景として、ブリ類14万トンで安定的に推移。
- ◆ 養殖ブリの80%以上、養殖カンパチ及びその他ブリ類のほとんどが国内市場向け。国内市場における需要の維持を図りながら、需給バランスを考慮した安定供給を継続することが重要。
- ◆ 一方、養殖ブリの輸出量は増加傾向で、国内生産量の10～20%（原魚換算）を占める状況。輸出の進展に更に期待。
- ◆ 以上から、次の2つを基本的な考え方として行動計画を策定。
 - ①国内市場の維持・安定を図り、安定的に養殖ブリ類の供給を行う生産体制の構築
 - ②海外市場における日本産養殖ブリ需要の開拓を図り、これに応じた国内増産体制の構築

○現状の養殖ブリ類需給構造（数値は2018年時点）



※：活魚形態の韓国向けを除き、原魚換算は歩留まり0.6で計算。

○成長産業化の基本的考え方



Ⅱ 国内市場の維持・安定と安定 供給体制の構築

1. 養殖ブリ類の国内市場の基本認識

中長期的に見た国内市場の動向予測

- 我が国の人口は減少し、国民1人あたりの水産物消費量も減少傾向が続いている。このため、中長期的に国内の水産物市場は縮小していくものと予測される。
- 一方で、国内市場における養殖ブリ類の需要については、需要の縮小は緩やかと考えられる。
 [供給が不安定な天然水産物と比較して、主な販路となっている量販店・外食チェーン等の末端実需者の取扱ニーズ（いわゆる4定条件）に合致しているため。]
- また、国内市場にはインバウンド需要も含まれているため、消費の拡大も期待される。
 [更に、インバウンドによる日本食・魚食への関心が高まり、輸出需要も拡大する可能性が考えられる。]

養殖ブリ及び養殖カンパチの国内市場の特徴を踏まえた生産体制の構築

- 量販店や外食チェーンの事業規模等の違いにより、求める養殖ブリ類のニーズも多様であり、求められる条件に合わせた生産体制を構築している優良事例が全国に存在している。（以下に例示）

	例1	例2	例3
ターゲット	大規模量販 外食チェーン	中規模な地域量販 中小規模外食チェーン	ローカル又はニッチな需要 (料亭等)
求められる条件	均質性、ロット 低価格、環境認証等	他店との差別化（ブランド・ストーリー等） 生産履歴等	高品質 高鮮度等
生産体制	大規模協業 一社統合型	中規模生産協業（グループ化） 産地事業者連携、生産者型企业	小規模生産者協業 産地事業者連携

- 加えて、地域的な需要の偏在もあることが指摘されており、潜在的なマーケットニーズの掘り起こしの余地もあると考えられる。（養殖ブリ類の消費が少ない関東以北など）
- 以上から、今後の国内市場の維持・安定を図るためには、新たな市場の掘り起こしを行うとともに、多様なマーケットニーズにきめ細かく対応しうる**生産体制やバリューチェーンの構築**が求められる。

2. 課題の整理

- ◆ 養殖ブリ類の国内市場の維持と安定供給体制の構築に向け、「目標」及び「目標実現のために解決すべき課題」を抽出し、関係する取組主体毎に整理した。

目標	■人口減少局面での多様なニーズや新たな市場の掘り起こし等によるマーケットの維持 ■マーケットニーズに対応しうる生産体制やバリューチェーンの構築
取組主体	目標実現のための課題
生産・加工・流通 (販売含む)	・ マーケティングの強化（潜在的な国内市場の掘り起こし、バリューチェーン全体での一体的なマーケティング、AI・ICTの活用による効率的なマーケティング） ・ 魚食普及の推進（養殖ブリ類の強みの訴求） ・ 研究開発の実用化
生産	・ 国内需給の安定化（養殖生産数量ガイドラインの適切な活用） ・ 持続可能な養殖業（モニタリング、適正養殖可能数量に基づく生産、環境負荷の低減） ・ マーケット・イン型の生産への移行（高品質・高鮮度、安全性、生産コスト削減等の多様なマーケットニーズに対応した生産体制の強化、バリューチェーンの連携強化、環境認証制度等の導入） ・ 資金調達の円滑化（事業性評価ガイドラインと改正投資円滑化法の活用） ・ 人手不足への対応（機械化、人材育成、人材の活用等）
加工・流通	・ 多様なマーケットニーズへの対応（市場が求める製品形態の把握、産地加工の強化） ・ 食の安全確保（HACCPの導入、国際規格の導入） ・ 人手不足への対応（機械化、人材の活用等）
研究機関	・ 人工種苗及び育種（周年出荷体制の構築、優良系統の作出・保存管理の徹底） ・ ワクチンの研究・開発 ・ AI・ICTの導入に向けた研究開発の推進 ・ 赤潮対策（赤潮発生時の迅速な把握、情報共有） ・ 漁場環境の維持（漁場環境モニタリング手法の開発等） ・ 魚粉代替タンパク等の開発

Ⅱ 国内市場の維持・安定と安定供給体制の構築

3. 行動計画（案）

※黄色マーカーは特に優先度の高い取組内容

◆ 総合戦略における総合的な施策を基に、課題解決のための具体的な行動計画（案）を取りまとめた。

取組主体	課題	行動	重要度	緊急度	継続性
生産・加工・流通・販売	マーケットイン型の養殖業の確立	バリューチェーンの連携強化 生産者は、加工・流通・販売等の主体との連携を強化し、市場を捉えた委託生産システムの導入等、マーケットニーズに合致したバリューチェーンの構築を推進する。	◎	◎	
	マーケティングの強化	多様なマーケットニーズの掘り起こし 生産から販売までの各事業者は、連携して、国内における地域的な消費傾向やマーケット規模、品質等のニーズの動向、インバウンド需要を調査し、マーケットの掘り起こしを進める。また、消費者の潜在的なニーズを捉え、新たなマーケットの創出を図る。	◎	○	
		バリューチェーン全体での一体的なマーケティング 生産から販売までの各事業者は、それぞれが所有する市場データや分析結果を共有し、一体的かつ効果的なマーケティングを展開する。	◎	○	
		効率的な市場調査手法・技術の導入 生産から販売までの各事業者は、効率的なマーケット情報の収集・分析を行うため、AI・ICTの積極的な活用を進める。			
	魚食普及の推進	養殖魚の魅力のPR・認知度の向上 生産から販売までの各事業者は、新たな神経締めや血抜き方法の導入を推進し、それらの手法で提供される水産物の価値の普及を推進する。			
		魚類養殖への理解の促進 生産から販売までの各事業者は、給餌体験や観光体験等の取組を進め、養殖生産物の生育環境や生産手法への消費者の理解の促進を図るとともに品質のPRを推進する。			
	研究開発の実用化	研究成果の実用化を推進 生産から販売までの各事業者は、研究成果の実用化に向けた現場への導入を推進する	○		
生産	国内需給の安定化	国内需要への質・量ともに安定的な供給の実現 生産者は、国内外の需給動向を十分に調査・把握し、国内需要に対して質・量ともに適正かつ安定した供給を行う。	○		
	持続可能な養殖業	漁場環境の効率的なモニタリング 生産者は、漁場環境の定期的なモニタリングを行う。モニタリングにあたってはAI・ICTの活用も含め効率的に行うための技術導入を推進する。	○		
		漁場環境に応じた適正養殖可能に基づく生産 生産者は、漁場環境のモニタリング結果を踏まえ、漁場の特性に応じた適正養殖可能数量に基づく生産を行う。	○		
		環境負荷の低減 大規模沖合養殖や給餌量の適正化等により環境負荷の低減を図る。	○		
	マーケット・イン型の生産への移行	生産者は、ターゲットとする市場の多様なニーズ（高品質、安全性、生産履歴の明確化、差別化・ブランド化、コスト削減等）に対応すべく、協業化やグループ化等（総合戦略に示された5類型を参考）を推進して生産体制の強化を図る。（「別紙参考：モデルケース」参照）	◎	◎	
		環境認証制度の導入 生産者は、MEL等の普及状況に合わせてこれらの取得を進める。			
	資金調達の円滑化	事業性評価ガイドライン等の活用 生産者は、養殖経営及び生産の効率化等の改善に要する資金調達の円滑化を図るため調達先の金融機関や外部評価機関とも連携して事業性評価ガイドラインの活用を推進する。また、改正投資円滑化法を活用する。	○		
	人手不足への対応	機械化、人材育成、人材の活用 生産者は、養殖作業における機械化等を進めるとともに、小中高校における水産業関係の授業や実習の導入・改善支援を通じた人材育成や、「特定技能」在留資格を有する外国人材の活用等により人手不足の解消を図る。	○		

Ⅱ 国内市場の維持・安定と安定供給体制の構築

取組主体	課題	行動		重要度	緊急度	継続性
生産	魚病対策	ワクチン使用の推進	生産者は、ワクチンの使用を推進し、魚病の蔓延防止に努める。	○		
	食品安全性の追求	使用する餌飼料・添加物・水産医薬品等のリスク管理	生産者は、食品安全に関する問題を未然に防止するため、自身が使用する餌飼料・添加物・水産医薬品等の由来や成分等について情報収集し、リスク管理を徹底する。			
加工・流通・販売	多様なマーケットニーズへの対応	市場が求める製品形態の把握	加工・流通・販売事業者は、消費者ニーズの把握に努め、得られたニーズ情報を生産者と共有し、市場が求める製品形態に応じた加工度の向上や生産から加工流通に至るネットワークの構築を進める。	◎	◎	
		産地加工の強化	加工事業者は、効率的な加工生産を推進するために、高度加工機器の導入を推進する。 加工業者は、AI・ICTを活用した加工作業及び流通の最適化を進め、省力化、コストの削減を図る。			
	食の安全確保	HACCPの導入	加工事業者は、衛生管理水準の高度化を図るため、HACCPに基づく衛生管理の導入を推進する。			
		国際規格の導入	加工・流通販売事業者は、国際規格の取得を推進し、養殖から加工流通まで食の安全確保を行う。			
	人手不足への対応	機械化、人材の活用	加工・流通・販売事業者は、機械化等に加え、「特定技能」在留資格を有する外国人材の活用等により人手不足の解消を図る。	○		
	人工種苗及び育種	周年供給を可能とする人工種苗供給体制の確立	研究機関等は、通常の種苗生産に加えて、早期採卵による種苗生産も実施し、周年での人工種苗の安定的な生産を行う。	◎	○	●
研究機関（官・民）等		優良系統の作出・保存管理	研究機関等は、高成長、耐病系統、環境ストレス耐性等の優良系統の選抜育種を進め、その保存管理を図る。	◎	○	●
	ワクチンの研究・開発	ワクチンの研究・開発の継続	研究機関等は、薬剤耐性菌対策や防疫対策のため、ワクチンの開発を引き続き行う	◎	○	●
	魚粉代替タンパク等の開発	魚粉代替タンパク等の開発の継続	研究機関等は、漁場環境の維持や生産コストの低減に資するため、魚粉の代替タンパク等の開発を継続して実施する。	◎	○	●
	AI・ICTの導入に向けた研究開発の推進	AI・ICTの導入に向けた研究開発の推進	研究機関等は、下記の領域・分野におけるAI・ICT技術の活用に向けた研究・開発を進める。 ・マーケット情報の共有管理や市場分析等 ・養殖生産管理における省人化、省力化（給餌の効率化や自動化、尾数自動カウント等） ・加工工程での省力化	○		
	赤潮対策	赤潮発生時の迅速な把握、情報共有	研究機関等は、人工衛星のデータを利用して、赤潮の原因となるプランクトンの種判別する技術の開発や人工衛星のデータとスマートバイ等の実測データの活用等により赤潮発生情報予察の精度向上を図るとともに、赤潮発生情報を養殖業者のスマートフォンに迅速に提供するシステムの開発を進める。	◎	○	●
	漁場環境の維持	漁場環境に応じた漁場環境モニタリング手法の開発	研究機関等は、養殖漁場の環境特性に応じた漁場環境モニタリング手法の開発を進める。	○		

※ 重要度：◎高、○中 緊急度：◎高、○中 継続性：●一定の成果を得るまで継続した取組が必要

4. 行動計画の取組シナリオ

- ◆ 養殖ブリ類は、既に一定規模の国内市場を形成しているが、北海道・東北地域を中心として開拓余地を残す地域もある。加えて、部位別の特徴を生かした需要の掘り起こしや工夫した食べ方の普及を徹底する等、国内における未開拓市場や潜在需要の掘り起こしを進めることが当面の取組となる。
- ◆ 現状では、バリューチェーンを構成する各段階の事業者において、情報共有や連携が不足している場合が見られ、国内市場の掘り起こしの足かせとなっている。よって、バリューチェーンを構成する事業者のうち、最終消費により近い販売、流通・加工事業者がマーケティングやプロモーションを徹底して行うこと、さらに、そこで得られた情報をより川上の事業者と共有する体制を構築することが、生産から販売に至る一連のバリューチェーンの連携・情報共有の強化として重要な取組となる。
- ◆ 以上から、養殖ブリ類における「国内市場の維持・安定と安定供給体制の構築」に向けた行動シナリオとしては、「バリューチェーンの連携強化によるマーケティング及びプロモーションの強化」に関する取組を優先して取り組むこととする。
- ◆ 具体的には、以下に示す各主体毎の取組を推進し、次ページに示すような生販一体となった産業構造への変革を進める。

生産者	☐ マーケットニーズに合致した生産体制の強化 ☐ バリューチェーンの連携強化
加工・流通 ・販売	☐ 市場が求める製品形態の把握 ☐ バリューチェーンの連携強化
生産～販売	☐ 多様なマーケットニーズの掘り起こし ☐ バリューチェーン全体での一体的なマーケティング
研究機関等	☐ 周年供給を可能とする人工種苗供給体制の確立 ☐ 優良系統の作出、保存・管理 ☐ 魚粉代替タンパク等の開発 ☐ ワクチンの研究・開発の継続 ☐ 赤潮発生時の迅速な把握、情報共有

4. 行動計画の取組シナリオ

現状

未来

関係機関の連携

生産・加工・流通・販売・
研究機関等

・生産から販売までの各事業者が、市場が求める商品情報を共有し、それを生産・加工・流通・販売できる体制を構築

・多様なマーケットニーズの掘り起こし

・バリューチェーン全体での一体的なマーケティング

安定した国内マーケットの確立に向けた体制強化

国内の円滑な加工・流通・販売体制の構築と、技術開発の推進

生産

国内市場のニーズ
に合わせた生産体制
の構築・強化及び、
新たなニッチ
マーケットの確立・マーケットニーズに合致した
生産体制の強化ターゲットとする市場の多様なニーズ
に対応すべく、協業化やグループ
化等を推進・ワクチン使用の推奨
・機械化、人材育成、人材の活用ターゲットとする市場のニーズにより、
環境認証制度の導入も視野加工・流通
・販売円滑なバリュー
チェーンの構築
市場ニーズへの対応・生産販売と連携した体制の構築
・市場が求める商品形態の把握
・機械化、人材の活用マーケティング活動と連携したバ
リューチェーンの構築

・HACCPの導入

ターゲットとするニーズにより環境認証制度への対応も視野

研究機関等

生産性向上のための
ボトルネックの解決

・赤潮発生時の迅速な把握、情報共有

・周年供給を可能とする人工種苗供給体制の確立
・優良系統の作出、保存管理
・魚粉代替タンパク等の開発の継続
・ワクチンの研究・開発の継続

連携

マーケットイン型の養殖業の確立

Ⅲ 海外市場の開拓と増産体制の構築

1. 養殖ブリ類の海外市場の基本認識

巨視的かつ中長期的に見た海外市場の動向予測

- 世界的な人口増加傾向は続いており、食料需要は増え続けている。それに伴い、海洋資源のうち特に養殖への期待が高まっている。〔天然資源については持続可能な利用が前提となるため、供給量の拡大には限界がある。〕
- 日本産養殖ブリ類のうち、特にブリについては年々輸出量が増加しており、日本周辺に生息する固有種であることも含め、海外市場へのさらなる浸透が期待できるため、海外市場向けにはブリを中心として市場開拓を推進することが妥当と考えられる。
- 豪州、オランダ、アメリカなどで競合種であるヒラマサやカンパチの生産拡大が進んでいるほか、中国で大規模養殖を始める動きも出てきており、我が国が速やかに動かない場合、海外市場をこれらの競合国に押さえられてしまう可能性。

2. 養殖ブリの輸出先市場の分析（輸出先市場の類型区分）

輸出先国・地域の評価と今後の可能性

- 主な輸出先国・地域を、現状の輸出実績及び各種の経済指標から見た今後の輸出可能性から評価し、3つの類型に大別した（次頁参照）。
- 有望な輸出先市場：現時点で一定の輸出実績がある国・地域
〔特に、市場規模の大きなアメリカや中国、EU、経済発展が顕著な東アジア・東南アジア諸国等は、市場の維持・拡大が期待される。〕
- 可能性のある市場：現在輸出実績は多くないが、今後日本食の国際的な普及が進展する可能性がある国・地域
- 以上から、海外市場の開拓に向けた基本的な考え方として、
 - ①当面は有望な輸出先市場の維持・拡大を優先しつつ、
 - ②中長期的に可能性のある輸出先市場の開拓へと展開する考え方が妥当と考えられる。

Ⅲ 海外市場の開拓と増産体制の構築

①有望市場（アメリカ、韓国、香港、中国、タイ、カナダ、台湾、シンガポール、EUなど）

- 輸出実績が多い、又は既に一定の輸出実績があり、今後の市場拡大の可能性が高いと判断される国・地域を指す。養殖ブリ以外にも日本から幅広く水産物が輸出され、日本食材の認知度が高い。日本食のレストランも多く、既に一定規模の市場が存在。
- 現状の市場シェアを確固たるものとすることを目指すとともに、さらなる市場の拡大を狙う。
- 対象となる輸出先国への現状の輸出実績や将来の可能性に応じて、対応方針を細分化する必要がある。
 - ・相手先国内での新たな市場（流通エリアの拡大、最終消費形態の多様化）の開拓（アメリカ、香港、台湾）
 - ・相手先国内での認知度向上による従来市場の拡大（中国、タイ、カナダ、韓国、シンガポール、EU）

②可能性市場（ベトナム、インド、マレーシア、中東、オセアニア、ロシア、その他アジアなど）

- 現時点でまだ輸出実績は多くないが、今後の進展が期待される国・地域を指す。主要都市を中心に日本食材の認知度は一定の水準にあり、今後の可能性は評価される。ただし、高所得層に市場が限定、物理的な距離が遠いといった課題への対応が必要となる。
- 経済発展に伴う所得の向上を見据え、日本食の普及と併せた市場の開拓を推進し、プロモーションによる地理的販路拡大の取組みを展開する。
 - ・所得の高い主要都市を中心とするPR活動
 - ・価格競争力の強化（輸出ロットの拡大や物流の効率化）
 - ・主要都市以外での日本食材の紹介・認知度の向上
 - ・輸入規制への対応

③制約市場（エジプト、トルコ、南米など）

- 輸出実績は少なく、現状では今後の市場拡大の可能性が不明な国・地域、地理的な距離が遠く、日本食レストランの数も限られる。
- 輸出の端緒となる日本食の浸透と併せ、市場の開拓を推進
 - ・プロモーションなど販路開拓の推進
 - ・訪日旅行客を通じた日本食材のPR

※①の有望市場が成熟した場合には、継続市場（輸出実績が多いが、今後の市場拡大の可能性が低い国・地域）に移行。

Ⅲ 海外市場の開拓と増産体制の構築

海外での養殖ブリの用途・最終消費市場と競合品について

■海外市場での日本産養殖ブリの用途・最終消費市場を整理すると、以下の3区分に大別される。

- 1) ハイエンド市場：海外進出した寿司・和食店等、日本の本格的な和食文化と親和した外食店での需要。また、日本食以外の外食店での需要。主な顧客は在留邦人や現地富裕層といった上流層。少量・生鮮・空輸での輸出。
- 2) ハイミドル市場：現地資本の日本食及び日本食以外の外食店や中上流層向けスーパー、テイクアウト寿司等での現地の中食消費等での需要。主な顧客は現地の中上流層。コンテナ・冷凍・船便での輸出。
- 3) ミドル市場：現地の一般スーパーや現地レストラン等での需要。現地のマス市場。

■最大の輸出国であるアメリカにおける市場形成の状況を概観すると、下記のとおりとなる。各マーケットの調達基準を満たすことで外食・量販店等を主体としたハイミドル層・ミドル層へアプローチすることが重要となる。

表 アメリカにおける日本産養殖ブリの市場形成状況（輸出業者ヒアリングより）

単位：ドル/kg

マーケット区分			マーケット		
			ハイエンド層	ハイミドル層	ミドル層
マーケットの特徴・要件			上級階層向け日本食・寿司店、日本食以外の料理店等	中・上流階層向け外食・量販店等（ウェグマーズ等）	中流階層向け外食・量販店等（ホールフーズ等）
			品質等を重視	調達基準が厳しい（持続可能性（エコラベル）等） コストパフォーマンス重視（品質とコストの見合）	調達基準あり 価格重視
日本からの輸出形態			空輸・生鮮形態	コンテナ船・冷凍形態（CO処理無）	コンテナ船・冷凍形態（CO処理有を含む）
競合品	魚種	主な原産国			
	ブリ	日本	20～22	18～20	15～18
	サーモン（アトラン）	ノルウェー		13～16	11～13
	ヒラマサ	オーストラリア		16～18	13～15
	カンパチ	ハワイ		16～18	13～15
	サーモン（トラウト）	チリ			8
	スギ	ベトナム			8

※さらに下層の低価格層にも、品質を重視しない市場が存在。（養殖ブリの価格：13～15ドル/kg）

Ⅲ 海外市場の開拓と増産体制の構築

(輸出先国・地域での市場形成状況と市場開拓に向けた基本的な考え方)

■先に示した輸出先国の可能性と市場形成状況に基づき、以下のとおり基本的な考え方を整理した。

- 第一に、有望な輸出先国・地域において、調達基準の比較的高い外食、量販店等のハイミドル層、ミドル層の需要を主対象とする、
 第二に、輸出先国内で、より広く日本産養殖ブリの認知度を高め、浸透させる（特にアメリカでは内陸部の市場開拓を進める）、
 第三に、コスト低減を進め、ミドル層への市場拡大を図る。

分類		国・地域名	現状・課題	市場開拓に向けた基本的な考え方
① 有望市場	新市場開拓	アメリカ	東西海岸エリアでの寿司店の需要を中心に輸出が伸展。さらなる市場開拓として、東西海岸でのミドル層へのアプローチ及び内陸部エリアの開拓が必要。 日本食レストランへのアプローチは、西海岸やNY等では既存のマーケットの取り合いとなる可能性が高い。そのため、フレンチ、イタリアン、ニューアメリカンなどの洋食店をターゲット市場とする必要がある。	■既存のハイエンド・ハイミドル市場の維持・拡大（鮮度・品質管理の徹底、持続的な養殖業の推進） ■コスト低減によるミドル市場の開拓 ■内陸部の市場開拓の推進（物流・商流の確立、ハイエンド・ハイミドル層の開拓） ■日本食以外の市場を開拓 ⇒調達基準を満たした養殖ブリの増産（エコラベル認証の取得、褐変防止対策等の開発等の推進）及び現地の食嗜好に合わせた加工度の高い品の開発。
		台湾 香港	日本食が浸透し、日本食店も多く展開されている。現状、ハイエンド及びハイミドル層の寿司店需要が中心。限られた既存市場の中で価格競争力を強化し、シェアの維持を図るとともに、ミドル層への市場拡大も図る必要。	■活魚運搬船を活用した活魚輸送等によりハイエンド・ハイミドル市場の維持・拡大（鮮度・品質管理の徹底） ■コスト低減による価格競争力の強化によるミドル層への市場拡大
	既存市場の維持・拡大	韓国	韓国ではマダイ活魚の生食文化があり、近年ブリでも活魚輸出量が増加。活魚船での輸送は、コストが抑えられるため、ハイミドルでの消費が多いと考えられる。	■既存のハイミドル活魚市場の維持（品質管理の徹底） ■コスト低減による価格競争力の強化
		タイ シンガポール	日本食が浸透し、日本食店も多く展開されている。現状、ハイエンド及びハイミドル層の寿司店需要が中心。	■既存ハイエンド・ハイミドル層市場の維持（鮮度・品質管理の徹底）
		E U カナダ	主要都市等の限定的な地域におけるハイエンドの日本食外食店に限定。相手先国内のより広範な地域で需要を喚起する必要。	■既存ハイエンド市場の維持（鮮度・品質管理の徹底） ■日本食店の浸透と併せた広域的なハイエンド市場の開拓
		中国	中国側での通関処理時間が不安定。厳密な納期調整を行うことが難しいため、生鮮での出荷が困難。	■冷凍でのハイミドル市場を維持しながら、活魚運搬船を活用してハイエンドの生鮮向けの市場も拡大
	② 市場可能	可能性のある輸出先に分類された国・地域	まだまだ日本食の浸透が少なく、日本産養殖ブリの認知度も低いことから、基本的なPR活動から展開し、市場を開拓していく必要がある。	■日本食の普及と併せた養殖ブリの認知度向上 ■日本食の普及と併せたハイエンド市場の開拓

Ⅲ 海外市場の開拓と増産体制の構築

3. 課題の整理

■海外で形成されている日本産養殖ブリの市場別にアプローチする際の課題を以下に抽出、整理した。各国・地域の市場ニーズを把握し、効果的なマーケティングを行うための体制整備を行うとともに、各マーケットのニーズに的確に対応しうる生産体制への移行、及びバリューチェーンの構築を推進することが重要となる。

【可能性市場】		【有望市場】		中国	カナダ・E U	台湾・タイ・シンガポール	韓国（活魚）	アメリカ
マーケットの特徴と方向性	マーケット1（ハイエンド） 生鮮・生食：日本食・日本食以外	マーケット2（ハイミドル） 冷凍・生食（一部加熱食）： 日本食・日本食以外			マーケット3（ミドル） 冷凍・生食又は加熱食：現地食含む			
	- 和食や寿司、日本食以外の外食等向けの小規模なハイエンドマーケット - 高品質な商品を小ロットで輸出	- 和食や寿司、日本食以外の現地量販店向けの中・大規模なマーケット - 一定の品質で規格化された商品を中・大ロットで輸出			- 寿司や現地食材として量販店等向けの大規模なマーケット - 現地ニーズに合致した価格の規格化された商品を大ロットで輸出			
生産・加工・流通・販売・研究機関等	- 輸出拡大に向けた体制の整備（マーケティング・プラットフォームの構築） - マーケティングの強化（関係者による一体的なマーケット調査の実施・共有、ブランディング及びプロモーションの実施、新たなマーケットの創出） - 研究開発の実用化							
生産	- 国内外の需給を見据えた生産拡大（沖合を含めた漁場の有効活用、養殖生産数量ガイドラインの活用） - 持続可能な養殖業（モニタリング、適正養殖可能数量に基づく生産、環境負荷の低減） - マーケットイン型の生産への移行（高品質・高鮮度、安全性、価格等の輸出先国・地域のマーケットニーズに対応した生産体制の強化、バリューチェーンの連携強化、環境認証制度等の導入）※ - 魚病対策 - 褐変防止 - 食の安全性の追求 - 資金調達の円滑化（事業性評価ガイドラインと改正投資円滑化法の活用） - 人手不足への対応（機械化、人材育成、人材の活用等）							
加工・流通・販売	- 国内及び輸出先国におけるバリューチェーンの構築（商流・物流の構築、輸出先国・地域におけるコールドチェーンの確保）※ - 多様なマーケットニーズへの対応（市場が求める製品形態の把握、産地加工の強化、環境認証制度の導入） - 食の安全確保（HACCP認定施設の増加、国際規格の導入） - 人手不足への対応（機械化、人材の活用等）							
研究機関	- 人工種苗及び育種 - 魚粉代替タンパク等の開発 - ワクチンの研究・開発 - AI・ICTの導入に向けた研究開発の推進 - 漁場環境の維持（漁場環境モニタリング手法の開発等） - 褐変防止技術の開発							

※付きは、上記マーケット1～3の市場特性やニーズの違いに対応し、異なる取組を実施すべき課題。

※付きは、上記マーケット1～3の市場特性やニーズの違いに対応し、異なる取組を実施すべき課題。

Ⅲ 海外市場の開拓と増産体制の構築

4. 行動計画（案）

※黄色マーカーは特に優先度の高い取組内容

取組主体	課題	行動	重要度	緊急度	継続性
生産・加工・流通・販売・研究機関等	輸出拡大に向けた体制の整備	マーケティング・プラットフォームの構築	◎	◎	
		プラットフォーム維持・運営システムの検討	◎	◎	
		輸出産地の形成	◎		
	マーケティングの強化	関係者による一体的なマーケット調査の実施・共有	◎	◎	
		ブランディング及びプロモーションの実施	◎	◎	
		新たなマーケットの創出	◎		
	研究開発の実用化	研究成果の実用化を推進	○		
生産	国内外の需要を見据えた生産拡大	沖合を含めた漁場の有効活用と段階的な増産体制の構築	◎	○	
	持続可能な養殖業	漁場環境の効率的なモニタリング	◎		
		漁場環境に応じた適正養殖生産	◎		
		環境負荷の低減	◎		
	マーケット・イン型の生産への移行	生産者は、ターゲットとする市場のニーズに対応し、協業化やグループ化等（総合戦略に示された5類型を参考）を推進して生産体制の強化を図る。（「P18別紙：モデルケース」参照） （マーケット1に向けた体制強化の方向性） 高品質・差別化・ブランド化等を重視するマーケット1を狙い、高品質生産物の安定供給を可能とする体制強化を進める。 （マーケット2、3に向けた体制強化の方向性） 価格・コスト、安全性、製品規格等を重視するマーケット2、3を狙い、規模の経済を働かせたコスト削減や規格の統一化等を図るため、産地事業者協業、垂直統合等の体制強化を推進する。	◎	○	
		バリューチェーンの連携強化	○		
		環境認証制度の導入	◎		

Ⅲ 海外市場の開拓と増産体制の構築

取組主体	課題	行動		重要度	緊急度	継続性
生産	魚病対策	ワクチン使用の推奨	生産者は、ワクチンの使用を推進し、魚病の蔓延防止に努める。	◎	○	●
	褐変防止	褐変防止対策の推進	生産者は、褐変防止対策として、それに対応した餌の使用及び技術の導入を推奨する。	◎	○	
	食品安全性の追求	使用する餌飼料・添加物・水産医薬品等のリスク管理	生産者は、食品安全に関する問題を未然に防止するため、自身が使用する餌飼料・添加物・水産医薬品等の由来や成分等について情報収集し、リスク管理を徹底する。			
	資金調達の円滑化	事業性評価ガイドライン等の活用	生産者は、養殖経営及び生産の効率化等の改善に要する資金調達の円滑化を図るため、調達先の金融機関や外部評価機関とも連携して事業性評価ガイドラインの活用を推進する。また、改正投資円滑化法を活用する。	○		
	人手不足への対応	機械化、人材育成、人材の活用	生産者は、養殖作業における機械化等を進めるとともに、小中高校における水産業関係の授業や実習の導入・改善支援を通じた人材育成や、「特定技能」在留資格を有する外国人材の活用等により人手不足の解消を図る。	○		
加工・流通・販売	国内及び輸出先国におけるバリューチェーンの構築	商流・物流の構築	加工・流通・販売事業者は、必要に応じて輸出事業者や輸出先国の流通事業者等と連携し、ターゲット市場に的確にアプローチできる商流・物流を構築する。	◎	○	
		輸出先国におけるコールドチェーンの確保	加工・流通・販売事業者は、輸出先国の流通事業者と連携してコールドチェーンを確保し、冷凍品の品質維持を担保する。	◎	○	
	多様なマーケットニーズへの対応	市場が求める製品形態の把握	加工・流通・販売事業者は、海外市場ニーズの把握に努め、得られたニーズ情報を共有し、市場が求める製品形態に応じた加工度の向上や生産から加工流通に至るネットワークの構築を進める。	◎	○	
		産地加工の強化	加工事業者は、効率的な加工生産を推進するために、高度加工機器の導入を推進する。			
			加工業者は、AI・ICTを活用した加工作業及び流通の最適化を進め、省力化、コストの削減を図る。			
		環境認証制度の導入	加工・流通・販売事業者は、海外市場において重視される環境認証制度（CoC認証）の取得を推進する。	◎		
	食の安全確保	HACCPの導入	加工事業者は、輸出先国の輸入規則に即し、衛生管理水準の高度化を図って、HACCP対応を強化する。	◎	◎	
		国際規格の導入	加工・流通販売事業者は、国際規格の取得を推進し、養殖から加工流通まで食の安全確保を行う。	○		
	人手不足への対応	機械化、人材の活用	加工・流通・販売事業者は、機械化等に加え、「特定技能」在留資格を有する外国人材の活用等により人手不足の解消を図る。	○		
研究機関（官・民）等	人工種苗及び育種	周年供給を可能とする人工種苗供給体制の確立	研究機関等は、通常の種苗生産に加えて、早期採卵による種苗生産も実施し、周年の人工種苗の生産を行う。また、特に研究機関は、人工種苗の安定生産・供給が可能な組織に、当該生産を移行することも含め検討を進める。	◎	○	●
		優良系統の作出、保存管理	研究機関等は、高成長、耐病系統、環境ストレス耐性等の優良系統の選抜育種を進め、その保存管理を図る。	◎	○	●
	魚粉代替タンパク等の開発	魚粉代替タンパク等の開発の継続	研究機関等は、漁場環境の維持や生産コストの低減に資するため、魚粉の代替タンパク等の開発を継続して実施する。	◎	○	●
	ワクチンの研究・開発	ワクチンの研究・開発の継続	研究機関等は、薬剤耐性菌対策や防疫対策のため、ワクチンの開発を引き続き行う。	◎	○	●

Ⅲ 海外市場の開拓と増産体制の構築

取組主体	課題	行動		重要度	緊急度	継続性
研究機関 (官・民) 等	褐変防止技術の開発	褐変防止技術の開発の継続	研究機関等は、特に冷凍品の輸出に際し、解凍後の血合肉の褐変が問題視されていることを受け、褐変防止技術の開発を継続して進める。	◎	○	
	AI・ICTの導入に向けた研究開発の推進	AI・ICTの導入に向けた研究開発の推進	研究機関等は、下記の領域・分野におけるAI・ICT技術の活用に向けた研究・開発を進める。 ・マーケット情報の共有管理や市場分析等 ・養殖生産管理における省人化、省力化（給餌の効率化や自動化、尾数自動カウント等） ・加工工程での省力化			
	赤潮対策	赤潮発生時の迅速な把握、情報共有	研究機関等は、人工衛星のデータを利用して、赤潮の原因となるプランクトンの種判別する技術の開発や人工衛星のデータとスマートプイ等の実測データの収集等により赤潮発生情報予察の精度向上を図るとともに、赤潮発生情報を養殖業者のスマートフォンに迅速に提供するシステムの開発を進める。	◎	○	●
	漁場環境の維持	漁場環境に応じた漁場環境モニタリング手法の開発	研究機関等は、養殖漁場の環境特性に応じた漁場環境モニタリング手法の開発を進める。	○		

※ **重要度**：◎高、○中 **緊急度**：◎高、○中 **継続性**：●一定の成果を得るまで継続した取組が必要

5. 行動計画の取組シナリオ

- ◆ 養殖ブリの海外市場の開拓への取組は、それぞれ個々の事業者によって行われている現状にある。しかし、より効果的に実施するためには、ブリ類養殖に関わる国内の事業者等が連携・協働してマーケティングやプロモーションを実施していくことが必要である。
- ◆ よって、「海外市場の開拓と増産体制の構築」に向け関係する各主体が連携してマーケティングプラットフォームを構築し、海外市場のハイミドル層以上をターゲットとして調査・開拓等に係る取組を実践していく。
- ◆ 海外市場の開拓の動きと併せて、国内での生産・加工・流通体制を整備し、輸出に向けた増産に取り組んでいく。その際、輸出向け増産分が国内市場に還流して国内需給バランスの攪乱を招くことの無いよう各自が海外マーケットを確実に捉えて、増産に取り組む。
- ◆ また、冷凍養殖ブリの血合肉の褐変を始めとした諸問題への対策技術の研究開発について、輸出拡大に向けた基盤と位置づけ、継続して推進する。
- ◆ 具体的には、全関係機関・団体で連携して実施する「マーケティングプラットフォームの構築」に加え、以下に示す各主体毎の取組を推進し、海外市場の開拓と歩調を合わせた段階的な増産を進める。

生産者

- ☐ 沖合を含めた漁場の有効活用と段階的な増産体制の構築
- ☐ マーケットニーズに合致した高品質な生産物の供給と生産体制の強化
- ☐ ワクチン使用の推奨
- ☐ 褐変防止対策の推進

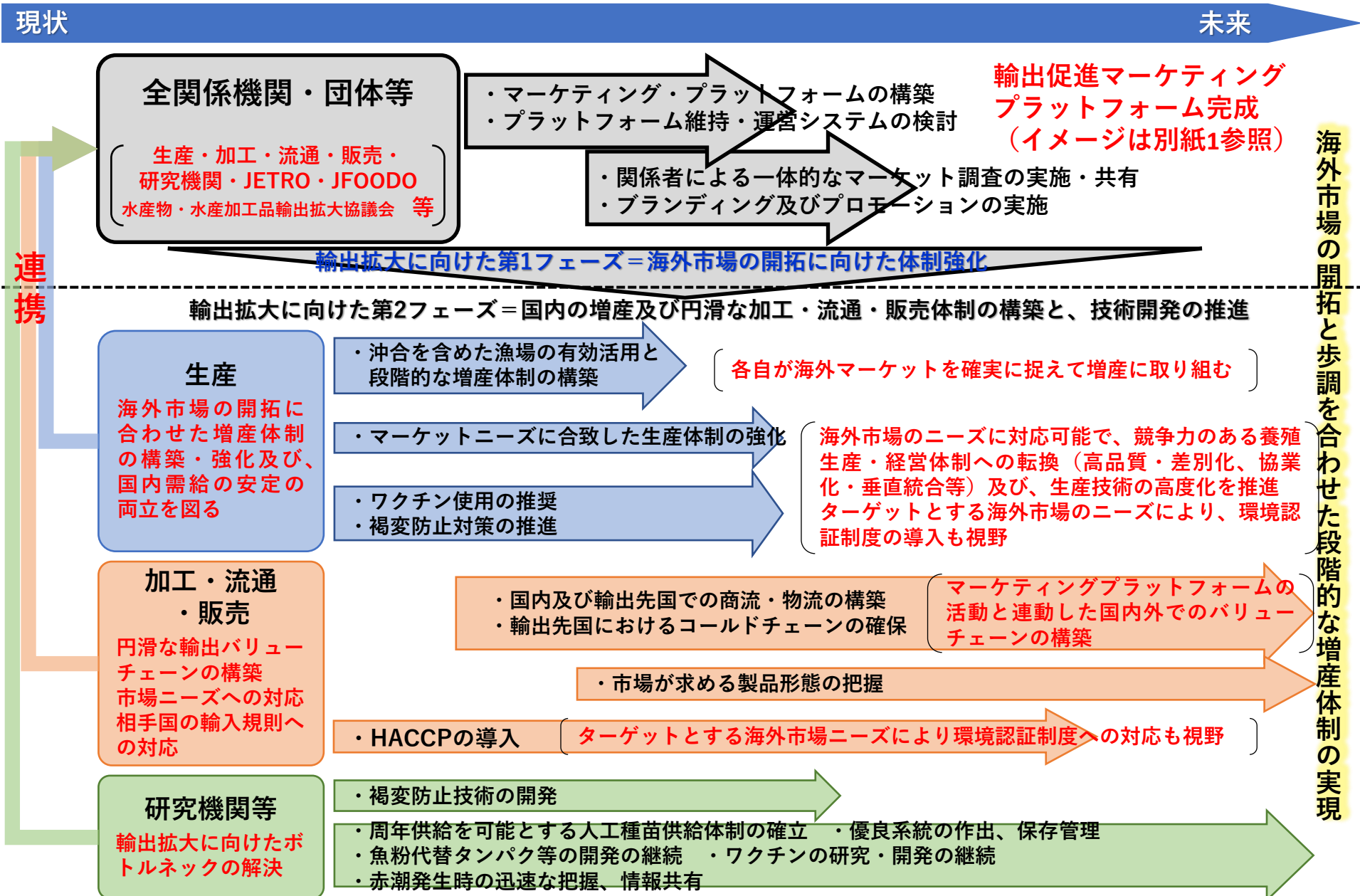
加工・流通
・販売

- ☐ 商流・物流の構築
- ☐ 市場が求める製品形態の把握
- ☐ 輸出先国におけるコールドチェーンの確保
- ☐ HACCPの導入

研究機関等

- ☐ 周年供給を可能とする人工種苗供給体制の確立
- ☐ 優良系統の作出、保存・管理
- ☐ 魚粉代替タンパク等の開発
- ☐ ワクチンの研究・開発の継続
- ☐ 褐変防止技術の開発
- ☐ 赤潮発生時の迅速な把握、情報共有

5. 行動計画の取組シナリオ



IV マーケットイン型養殖の取組事例

IV マーケットイン型養殖の取組事例

産地事業者協業（ブリ） 東町漁業協同組合

東町漁協 取組のポイント

- | | |
|------------|--|
| マーケットインの特徴 | <ul style="list-style-type: none"> ◆ 東町管内の複数業者による生産体制は安定した出荷販売体制に繋がっている。 ◆ ロットを揃えることで、大型の量販店や外食産業との直接取引も可能のしている。また、販売店等と直接つながることにより、マーケットのニーズに合わせた生産・加工が可能。 ◆ 加工・販売を一元管理しているため、トレースバックを行える体制となっている。 |
| 加工 | <ul style="list-style-type: none"> ◆ 年間150万尾を加工しており、海外輸出に対応した加工処理にも対応できる体制を構築。 ◆ 対米及びEU・HACCP、ISO22000、MEL（加工）の取得など安全安心・で環境に配慮した加工体制を実現。 |
| 生産 | <ul style="list-style-type: none"> ◆ 東町管内の生産物は漁協により一定の生産管理体制により生産。 ◆ MEL認証の取得による付加価値の向上を実現。 ◆ 協業による生産管理を推進しており、生産物の品質や出荷までの行程を管理することで、安定した出荷体制を実現している。 ◆ 餌等の資材の一括購入によるコストの低減やオリジナルEPの開発し、コストと品質の両立を実現。 |

生産尾数 (尾)	生産量 (t)
200万	1万



産地事業者協業（ブリ） 大分県漁業協同組合

大分県漁協 取組のポイント

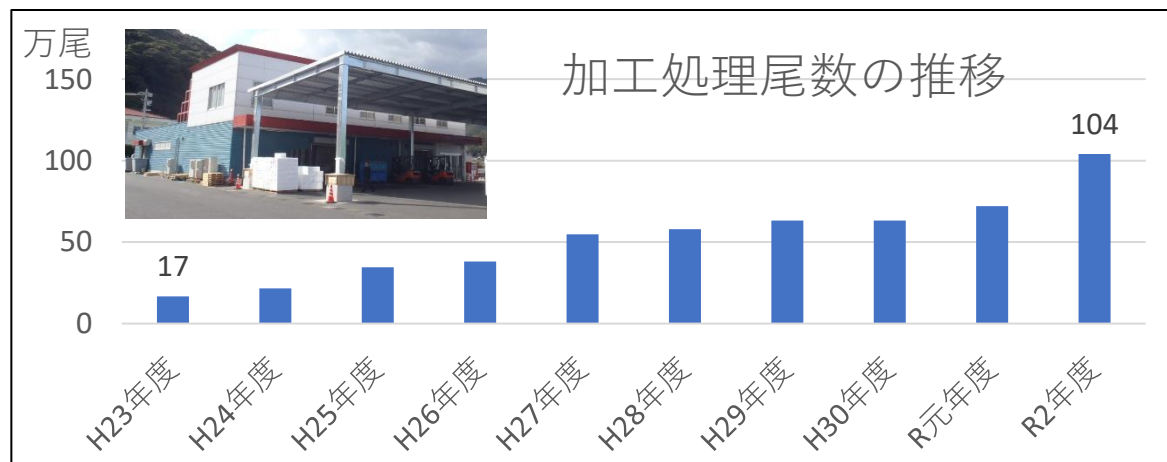
マーケットインの特徴	◆ 県内の複数業者による広域生産体制は安定した出荷販売体制を構築。 ◆ ロットを揃えることで大手商社等を通じて、大型の量販店や外食産業との取引も可能のしている。 ◆ 加工・販売を一元管理しているため、トレースバックを行える体制。
加工	◆ 加工の需要に合わせて生産者からの生産物を一手に引き受け加工を行っている。 ◆ 加工・流通販売を行う大分県漁協は加工事業を強化することで、消費者の需要に合わせた販売が可能になっている。
生産	◆ 生産は県内各地においてそれぞれの養殖業者が行っており、その規模は様々である。 ◆ 県内のブリ生産量のうち県漁協の販売取り扱いは240万尾/年となっており、そのうち100万尾以上を加工している。

生産尾数 (尾)	生産量 (t)
240万	1万

水産加工処理施設概要

H23.3	竣工
H24.10	HACCP認定
H28.12	排水処理施設増設
H30.1	フィレマシン増設

色宮漁港及び加工施設位置図



産地事業者協業（ブリ） 三重県漁業協同組合連合会

三重県漁連 伊勢ぶりの取組のポイント

マーケットインの特徴

- ◆ 販売は県漁連が一元管理しており、安定した出荷販売体制を構築。
- ◆ 消費者の食の安全・安心に対する関心の高まりを受けて、生産者と消費者が互いに顔が見える関係をつくるため、イベント等でのPR販売や量販店での試食販売などを行っている。
- ◆ また、併せて生産管理を徹底しており、生産や情報の共有等を行っている。

加工

- ◆ 加工・流通販売を行う三重県漁連との連携を強化することで、消費者の需要に合わせた生産加工が可能になっている。

生産

- ◆ 漁連と生産者によって「みえぎょれん養殖株式会社」を設立し、製販一体となった新たな取り組みを行っている。この取り組みは、生産基盤の安定と加工・販売力を持った新たな養殖業の形と考えられる。
- ◆ 生産物は生産基準を設け一定の品質を保ち、また生産管理を徹底し、安心安全なブリ生産に取り組んでいる。
- ◆ 「伊勢ぶり」は、三重県の特産品である「茶葉」、「かんきつ」、「海藻」の粉末を添加した飼料によって生産。

生産尾数（尾）

100,000

生産量（t）

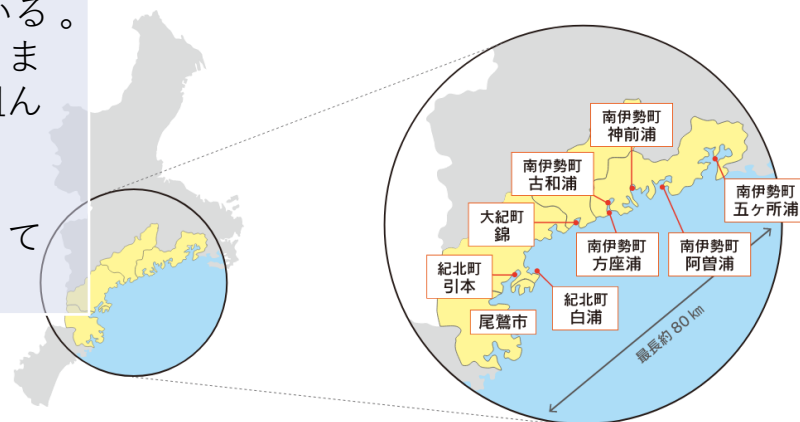
400



産地事業者型統合（マダイ） 三重県漁業協同組合連合会

三重県漁連 伊勢まだいの取組のポイント

マーケットインの特徴	◆ 販売は県漁連が一元管理しており、複数業者による広域連携の生産体制は安定した周年出荷販売体制を構築。 ◆ 消費者の食の安全・安心に対する関心の高まりを受けて、生産者と消費者が互いに顔が見える関係をつくるため、イベント等でのPR販売や量販店での試食販売などを行っている。 ◆ また、併せて生産管理を徹底しており、生産量の調整や情報の共有等を全員で行っている。 ◆ その他にも、製販一体となった取り組みとして、同様の仕組みで特定の販売先と連携し、脂ののりにこだわった「伊勢黒潮まだい」も生産。
加工	◆ 加工・流通販売を三重県漁連が一元管理していることから、消費者の需要に合わせた加工が可能になっている。
生産	◆ 複数の生産者で『伊勢まだい生産者部会』を作り、『伊勢まだい』としてブランド化、品質向上に取り組んでいる。 ◆ 『伊勢まだい』は生産基準を設け一定の品質を保ち、また生産管理を徹底し、安心安全なマダイ生産に取り組んでいる。 ◆ 「伊勢まだい」は、三重県の特産品である「茶葉」、「かんきつ」、「海藻」の粉末を添加した飼料によって生産。



生産尾数（尾）

800,000

生産量（t）

960

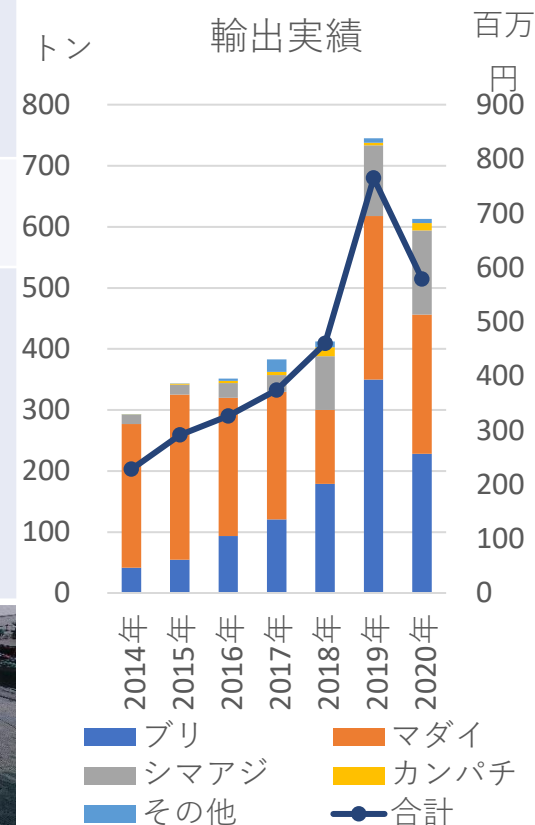
産地事業者協業（ブリ・マダイ等） 熊本県海水養殖漁業協同組合

熊本県海水養殖漁業協同組合 加工販売の取組のポイント

マーケットインの特徴	◆ 加工・販売は県海水が行っており、複数業者による広域連携の生産体制は安定した出荷販売体制を構築。 ◆ 消費者の食の安全・安心に対する関心の高まりを受けて、平成15年から養殖業者の適正養殖業者の認定制度を導入している。この制度は、県及び県漁連が認証する制度で、管理手法や種苗、資材、飼料等にも基準を設け、適正な生産を担保するものとなっている。 ◆ 加工・販売を管理しているため、トレースバックを行える体制。 ◆ 海外輸出にも積極的に取り組んでおり、海外バイヤーの受け入れや、海外シーフードショーへの参加等を行い、海外需要に合わせた生産及び販売を実現。
加工	◆ 加工・流通販売を管理していることから、国内外の消費者の需要に合わせた加工・販売が可能になっている。
生産	◆ 『適正養殖業者認定制度』により、品質の高い生産に取り組んでいる。 ◆ 上記制度の主な項目 ・ 水産医薬品の適正使用、防疫に対する知識。 ・ 生産管理記録や衛生管理の徹底や、出荷前の抗生物質等の残留検査。 ・ 国産種苗の使用や認定資材の使用。 ・ 飼料安全法に適合した餌の使用。

令和2年度輸出国実績は13ヶ国
（韓国、香港、シンガポール、台湾、中国、マカオ、ベトナム、タイ、アメリカ、カナダ、オーストラリア、インド、マレーシア、ドバイ）

【水産エコラベルの取得】
（国際認証：MEL、ASC）



ポストシーフードショー

香港シーフードショー

バイヤー招聘（養殖視察）



1社統合企業（ブリ）

黒瀬水産株式会社 取組のポイント

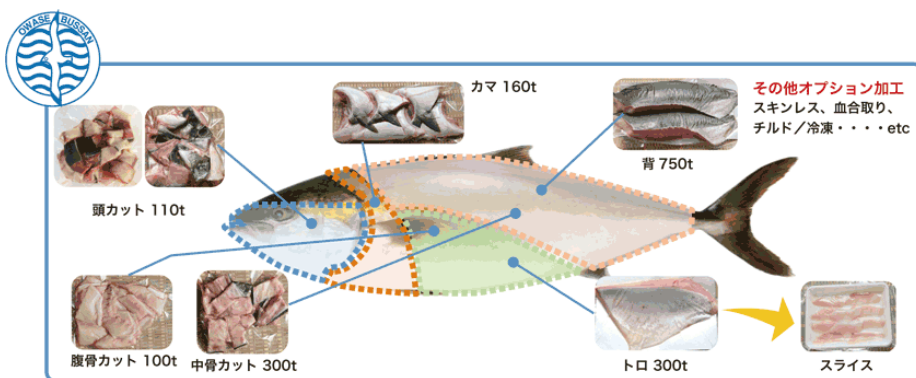
マーケットインの特徴	◆ 種苗生産から加工販売までを一元管理できるシステムを構築することにより、安全・安心な品質の生産物を安定した価格で周年提供している。 ◆ 機能性飼料を使用することにより、褐変の遅延を実現し、国内のみならず海外（EU）への販売も行っている。
加工	◆ マーケットのニーズに合わせ、全量を自社加工。 ◆ 対米及びEU・HACCP、MEL（加工）の取得など安全・安心で環境に配慮した加工体制を実現。
生産	◆ 年間約187万尾（2020年実績）のブリを生産しており、2021年池入れ種苗からは全量人工種苗となっている。 ◆ 人工種苗を周年供給できる体制と技術を確認したことで周年提供できる生産体制を実現。 ◆ 沖合の漁場で浮沈式生簀を利用し、環境に配慮した生産を実現。ASC、MEL認証を取得 ◆ 生簀の大型化、清掃ロボットの導入などを行っており、更に、体長、体重測定はAIによる画像解析で自動化や自動海中給餌システムの開発などを推進している。



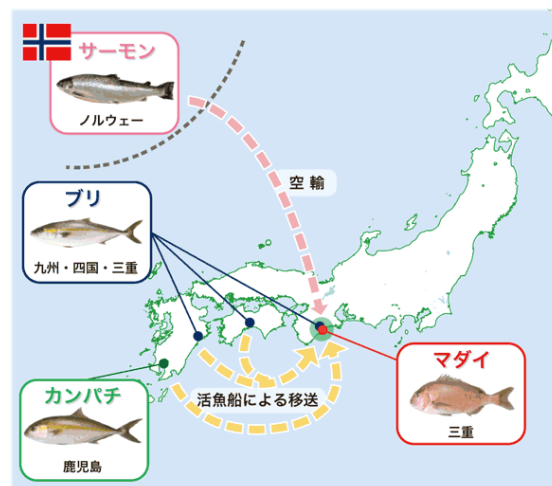
流通型企業（ブリ）

尾鷲物産株式会社 取組のポイント

マーケットインの特徴	◆ マーケティングに基づく生産から流通・販売・商品開発に至る強固なバリューチェーン（付加価値のつながり）を構築。 ◆ SQF認証を取得するなど安全・安心で高品質な商品づくりに取り組んでいる。 ◆ 近年では中国・台湾・ASEAN諸国、さらに欧米諸国等海外市場を対象にした販路開拓にも取り組んでいる。
加工	◆ マーケットの様々なニーズに応えるための安定供給・安定品質・安定価格及び適量供給を実現するため、最大のセールスポイントである鮮魚の『部位別加工』という高次加工を行っている。
生産	◆ 年間約150万尾のブリ・タイ・カンパチなどの養殖魚類を取り扱い、自社以外の養殖魚類については四国・九州及び地元の協力生産者グループから、最適な時期に供給を受けて加工し、周年市場に提供出来る仕組みを構築。



お客様の多岐にわたるメニューづくりのお手伝いをいたします。



(別紙1) 輸出促進マーケティングプラットフォームのイメージ

- 輸出促進マーケティングプラットフォーム（以下、「輸出促進MP」という。）は、基本的に関係者による自律的な組織として設置。また、現在、品目別団体の設立に向けた動きがある。
- 構成員が等しくメリットを得られるよう、マーケティング情報の共有、ブランディングに向けた検討の実施を想定。
- 輸出促進MP 構成者は、生産・資材供給・加工・流通・通関・物流販売を想定。
- 各事業者によるバリューチェーンは連携して、輸出促進MP を活用しながら、具体的な輸出・販売事業を個別に実施していく。
- 輸出促進MP の設置・運営費用は構成員の負担を原則とし、国も各種活動の支援を行う。

【輸出拡大に向けた体制の整備（イメージ図）】

