

平成25年度地方連携フォーラム [実施報告書]

日時：平成26年2月10日（月曜日）

場所：三田共用会議所

主催：外務省大臣官房総務課地方連携推進室

I 開催概要

1. 開催日時：平成26年2月10日（月）14：45～19：15

2. 開催場所：三田共用会議所（東京都港区三田2-1-8）

3. 開催趣旨

地方連携推進室では、地方自治体の職員等を対象に地方自治体の国際化支援を目的とするフォーラムを毎年開催している。

近年、地方自治体に関心を有する外交分野が多岐に亘っていることを踏まえ、今年度は昨年度同様に、自治体の関心事項を事前に調査し、関心の高かったテーマについて、外交政策説明及び分科会を開催した。

第1部は、地域レベルの国際交流活動に密接に関係する外交施策や最新の国際情勢について「外交政策説明」を開催した。今年度は自治体から関心の高かった「最近の日中関係」を取り上げた。

第2部は、「農作物等特産品の輸出促進」、「ASEANからの観光客誘致」、「文化交流の推進」、及び「日本企業の海外展開支援」をテーマに「分科会」を設置し、当省員や外部有識者等が説明を行うとともに、意見交換を行った。

第3部は、第1部及び第2部の参加者並びに都内の駐日大使館関係者等を対象に、意見交換や交流を目的とした意見交換会（外務省官房長主催レセプション）を開催した。

4. 次第及び内容等：

(1) 第1部 講演（14：45～15：30）

○開会挨拶 外務省大臣官房総務課地方連携推進室長 好井 正信

○外交政策説明「最近の日中関係」 外務省アジア大洋州局参事官 下川 眞樹太

(2) 第2部 分科会（16：00～17：30）

ア：農作物等特産品の輸出促進

講師：

(ア)農林水産省食料産業局 輸出促進グループ 課長補佐 久保 牧衣子

(イ)独立行政法人日本貿易振興機構 農林水産・食品部主幹 江口 慎一

(ウ)外務省経済局政策課 課長補佐 鈴木 幸雄

イ：ASEANからの観光客誘致

講師：

(ア)日本アセアンセンター 観光交流部長 ダナンジャヤ・アクシオマ

(イ)日本アセアンセンター 観光部長代理 神田 瑞穂

(ウ)外務省南部アジア部南東アジア第二課 課長補佐 菅田 泰弘

ウ：文化交流の推進

講師：

(ア)外務省大臣官房文化交流・海外広報課 上席専門官 嵯峨濃 明子

(イ)独立行政法人国際交流基金 文化事業部 部長 本田 修

(ウ)独立行政法人国際交流基金 情報センター 部長 平野 正樹

エ：日本企業の海外展開支援

講師：

(ア)外務省国際協力局開発協力総括課 企画官 品田 光彦

(イ)外務省経済局政策課 首席事務官 孫崎 馨

(3) 第3部 意見交換会 (17:45～19:15)

フォーラム終了後、越川和彦外務省官房長の主催で、フォーラムの参加者並びに在京外交団を対象に、個別の意見交換及びネットワーキングを目的に開催。フォーラムの参加者に加え、在京外交団から95名（うち大使29名）の参加があった。

5. 第1・2部参加者数 105名（地方自治体 101名・その他4名）

II 第1部 外交政策説明

下川眞樹太外務省アジア大洋州局参事官から「最近の日中関係」について説明した。概要は以下のとおり。

2012年9月、色々な動きがある中で、尖閣諸島を平穏で安定的に維持管理するため、日本国政府として同島の所有権を獲得し、直接管理することにした。これに対して中国が非常に強い反発を示し、2国間関係が難しくなったと言われる。私が一番申し上げたいことは、日本政府が尖閣諸島の国有地化を行ったことが日中関係悪化の出発点だったということでは決してなく、実は尖閣諸島を巡る問題については、以前から徐々に中国が進出せんとしてきたという歴史の流れがあったことをまず強調しておきたい。

尖閣諸島を巡る問題については、2008年に中国の政府船舶が初めて領海侵入した事案をはじめ、西太平洋での軍事演習を活発化させたり、2010年には、皆さんの記憶にも新しいと思うが、漁船衝突事件等があった。遡れば、1992年に中国が勝手に領海法を制定し、この中で尖閣諸島を編入している。尖閣諸島については、日本固有の領土であり、領土問題は存在しないが、徐々に中国がチャレンジしてきたという大きな流れの中で、2012年の日本政府による国有地化の話がある。

しかしそうは言いながらも、2国間の関係が難しくなっているのは事実であり、反日デモ、ボイコットさらには破壊行為などがあった。我々はそういう中であって、対話のチャンネルを維持し、日中関係全体をコントロールしていく努力を行っているが、取り組みは道半ばというのが現状である。

内閣府やNPOの調査では、日中双方の国民感情の悪化が報告されており、中国に対して親しみを感じる日本人の割合が減り、親しみを感じないという人が増えている。他方で、有識者や学生を母集団とした場合は、お互い全体的に良い印象をもっている人の割合が高い。21世紀東アジア青少年大交流計画（JENESYS）を通じて日本に滞在した中国人青少年のアンケートでは、実に9割が日本に対して印象が良くなったと回答している。

また、日中ともに2国間の関係が重要だと認識している人の割合が高いという調査結果もある。昨今の難しい状況の中で互いの好感度は下がっている一方で、両国の国民は互いの重要性を認識していると考えている。

人の往来については、1年間で約352万人が日本から中国を訪問し、約132万人が中国から日本を訪問するなど非常に多い。また、在留邦人数は14万人であり、これはアメリカに次ぐ2位である。さらに学生について言えば、中国から日本に来ている学生は8万7000人、反対に日本から中国へ渡っている学生も1万7000人であり、人的な交流も盛んである。

中国経済は2007年以降、減速はしているがそれでも急速な勢いで発展しており、世界経済が成長する中でも、中国の占める割合が大きくなっている。中国には労働力コストの増大、格差問題、過剰投資、過剰インフラなどの諸問題はあるものの、引き続き基調と

しては順調な成長を続けており、経済的にも重要な存在である。

中国では地方自治体レベルの経済規模も大きく、韓国は少し別格として ASEAN の 1 か国よりも大きな経済的規模を有する主要な省を持っている。私がインドネシアで勤務している際、自動車が毎年 100 万台も売れているのを見て、インドネシア経済の大きさを凄いと感じていたが、中国ではその 20 倍も自動車が販売されており、スケールの大きさを実感した。中国市場の存在感が増しているのは間違いない事実だと思う。世界各国の GDP を見ても、中国のシェアが増大している。

そのような中で日中間の貿易総額に目を向けると、日本にとって中国は 1 位、中国にとって日本は米国に次ぐ 2 番目の貿易相手国である。投資の面でも継続的に中国は日本にとってトップである。他方で中国が発表している統計では、この 1、2 年のトレンドだけを見れば、投資においては日本の投資額が減っている中で、アメリカや EU、シンガポールが増えており、日本の投資額のボリュームは引き続き大きいですが、伸びには陰りが見られる。

貿易においても中国にとっては日本が引き続き 1 番目又は 2 番目の相手国であるが、EU、アメリカ、ASEAN 及び韓国が伸びている中で、日本との貿易は減っている。投資額と同様に貿易量は大きい伸びが減っている。これには両国間の難しい問題だけでなく、中国の産業構造変化など、色々な要因が影響していると考えている。

2012 年 8 月から 10 月にかけて、尖閣諸島を日本政府が国有地化したことによる影響、破壊活動、デモ、不買運動等により中国における日本製品の消費が大幅に落ち込んだ。自動車の販売台数について申し上げますと、2012 年 8 月から 10 月にかけて、日本車の比率が落ち込み、その部分を中国車や韓国車が補った形となり、観光分野でも 2012 年に中国人観光客が落ち込んでいる。

しかし、2013 年半ばには押し返しており、日本車販売台数の比率も上昇して 20% を超え 2 位となった。また、訪日中国人観光客についてもだいぶ戻ってきており、東日本大震災前の水準に戻りつつある。

地方自治体レベルないし経済界の人々の往来がどうなっているかといえば、2012 年の後半から 2013 年の前半にかけて、2 国間での人的交流のプログラムの中には、中止や延期など停滞したものもある。中止や延期には色々な理由があると思われ、中国政府側がはっきり言ったことはないものの、尖閣諸島を巡る 2 国間関係に鑑み、政府レベルとして交流を自粛したり、政府外でも交流を控えたり、実施してもレベルを落として目立たないような形でやろうとする方向に動いた可能性はある。

そのような状況もあったが、議員レベルでの往来が 2013 年前半から徐々に行われるようになり、さらには安倍総理と習近平国家主席の立ち話が行われ、中国の代表的な企業の CEO の訪日、日中韓文化大臣会合の開催など、2012 年の尖閣諸島を巡る反応は当初激烈なものがあつたが、日中双方の重要性が背景にあり、民間ベース、政治ベース、商業ベース、自治体ベースの交流が徐々に広がってきた。

しかし、そういう良い流れがある中でも、昨年 11 月に中国国防부가防空識別圏をほぼ

一方的に設定したという事案が発生した。これにより東シナ海の大部分の空域を通過する民間航空機はフライトプランを提出しろというような要求が急に出てきたが、これは国際社会で問題となり、日本はアメリカなどと連携して公海上空の飛行の自由を妨げるような措置は撤回するよう言い続けている。

さらには、安倍総理の靖国神社参拝ということが12月26日にあり、これについても中国は激的な反応を示し、今は日本に対するネガティブキャンペーンを実施している。今後の経済的、人的な交流がどうなるかはこれから見ていかなければならないが、今のところ経済については、通関の遅延等の目立った措置は行われていない。また、色々な交流行事等でレベルを下げるという話はあるが、今のところ大きな影響は出ていない。他方で政府・ハイレベルでの交流はなかなか難しい状況となっているのは事実であり、なんとか改善していかなければならない。

事象で見ると、防空識別圏の設定や靖国参拝について、両国政府が互いに反発している状況がある。根底において大切なことは、中国と日本が経済的・人的・文化的つながりに対して今一度共通の認識を持つことであるが、現状はこれらの特定の事象を契機として、相互不信や疑念が発生している。例えば靖国にしても NSC にしても、中国側においては日本が軍国主義・右傾化している等の背景があつての事象と捉えられ、プロパガンダが行われている。これは日本から見れば全く的はずれ、心外であり、我々の戦後の平和国家としての歩みは全くゆるぎない。同時に日本が中国をどのように見ているかという点であるが、戦後、日本が中国を支援してきた事実はあるが、中国のおかげで日本が発展したのも事実であり、そういう背景を理解した上で、双方で疑念を払拭していかなければならない。そして、これを一番先頭で実施していけるのが、これまでの日中関係で大きな役割を果たしてきたビジネス関係者であり、民間であり、自治体である。幸いにも現在のところはこれらの交流が大幅に制約されている状況ではないので、肅々と交流を積み上げ、同時に我々政府レベルでも意思疎通を行って信頼を積み上げていくことが求められていると考える。

最後になるが青少年交流、JENESYS、21世紀東アジア青少年大交流計画を紹介したい。この1年だけでも中国から730名が訪日し、地方自治体も訪問している。自治体の方には大変お世話になっているが、このような地道な事業も行っている。このような分野では引き続き取り組んでいくので、引き続き御支援をいただきたい。

また、人的な交流以外にも、自治体にはノウハウがあり、中国が求めているものが多々あると考えている。例えば大気汚染対策や水不足、食の安全確保など交流の可能性を秘めている分野があると思う。

さらには中国との関係だけでなく、日中韓の3カ国で、隣国同士、地域として3国の協力の枠組みも重要。日韓関係も難しい点もあり、特にハイレベルでの会談は実現できなかった。他方で先ほど述べたとおり、環境問題や観光、青少年交流など、共通の利益がある分野で取り組みを行っていきたい。

日中の間に困難な問題があるのは事実であるが、地方自治体のレベルで交流を進めてい

ただき、その間に政府レベルでも日中関係、日中韓関係を前に進める年としていきたい。

質疑（参考）

Q：いろいろと今難しい問題が出ている中で、靖国などの問題について中国側が反発しているが、日本に期待しているものがあるにも関わらずこれほどまで強く反発するのはどういうことが原因だと思うか？

A：在京大使館の方などの反応を見ると、例えば中国の軍事力の増強などについては、中国の経済規模が大きくなる中で自然の流れと捉えている節があるようだ。また、日本がことさらに中国の軍事力を云々するのは、日本が自身の防衛力増強等の口実に使っているのではないかという疑念もあるようだ。こういうことは意見交換等を通じて、ある程度は解消できる点はあると思う。日本も NSC の発足、NSS の発表等に先だっては日本の意図するところを中国に対して説明してきた。また、中国の軍事費についてももう少し透明性を高めてほしい、予算をどう使っているのか説明をしてほしいと我々は申し込んでいる。2 国間の関係が良い方向に向かえば、一気に発展する可能性があり、好循環の方にもっていければと思う。そのために粘り強く努力している。

Q：最近中国の国力が増す中で、かつては日本を追いかける立場であったが、これからますます中国が大国になっていくなかで、この姿勢が弱まると考えるか強くなると考えるか？

A：軍事力だけではなく、経済力やいろいろな取り組みの総体としての能力と意思の問題として、国の力・価値が決まると思う。軍事費という点だけ見れば軍備拡充競争という一面的に捉えられてしまうが、それはそれでどのようにコントロールするかは一つの課題であるが、それ以外の側面もあるので、国が大きくなる中でそういう対抗局面をコントロールする中でグローバルな課題に取り組んでもらうか、経済を開放して世界経済に貢献してもらうのか、そういう中でどういう風に関与する方向にもっていくのが重要。中国自身、例えば北朝鮮問題や気候変動問題で積極的な動きも見える。そういう方向でゼロサムではなくプラスサムで、同じ方向で協力できる分野を広くする努力が重要であろう。

Q：尖閣の国有化直後で地方の人的交流が政府の指示で止まったという話があった。地方の人的交流が私の自治体でも止まり、最近は若干戻ったが活発であった時期には戻っていない。特に先方が日本に来る方の交流、参事官から見て、中国の地方政府の動き、または中央政府の地方政府への動き、何か把握していることはないか。

A：現状認識は同じであるが、中央から地方に指示が出ているのかというのがよく分からな

い。元々中国の自治体には日本の自治体との交流の要望が強く、中央政府が禁止しているのか、地方政府が自主的に自粛しているのかよく分からない。ただし、中国の地方当局に日本の経済界や自治体と交流したいという意識は高い。その証拠に、昨年夏以降の交流が増えているのではないかと考えている。なんらかの政府間での抜本的な改善がリードとなり、中央政府が地方へメッセージを出すと、雪崩をうったように交流が増えるのではないかと考えるが、まだその方向の段階に至ってはいない。少しずつレベルを上げながらという段階であり、政府としても関係を改善していかなければならないと考えている。

III 第2部 分科会

第2部では、4つの分科会に分かれ、当省員や外部有識者等が説明を行うとともに、意見交換を行った。

分科会ア「農作物等特産品の輸出促進」

1. 講師説明

(1) 外務省経済局政策課 鈴木課長補佐「各国・地域の輸入規制に対する我が国の取組」

2011年の東日本大震災に伴う東電福島第一原発事故を受けた各国・地域による輸入規制措置に対し、日本政府は、各国・地域の要人等との会談におけるハイレベルでの規制緩和・撤廃の申入れ、在外公館を通じた情報提供・申入れ、国際会議における科学的根拠に基づいた対応の働きかけ等を行ってきている他、在外公館において復興の状況や日本食のPR事業を実施するとともに、海外の報道関係者を日本に招へいするなどして情報発信を行っている。

これまでの働きかけの結果、震災以降13か国が完全に規制を撤廃した。他方、依然として約70か国・地域にて何らかの規制が継続しており、今後も、福島原発事故対応の取組に加え、日本製品の安全確保の措置（検査基準・体制や出荷制限等）の情報を迅速かつ正確に各国に提供し、輸入規制の撤廃・緩和を粘り強く働きかけていく。

(2) 農林水産省食料産業局輸出促進グループ 久保課長補佐「農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略」

日本の農林水産物・食品輸出額は、2012年には4千5百億円規模だったが、2020年までに一兆円規模に拡大することを政府として目指しており、農林水産省にて国別・品目別輸出戦略を定めた。さらに、同省では、世界の料理界での日本食材の活用推進（Make FROM Japan）、日本の「食文化・食産業」の海外展開（Made BY Japan）、日本の農林水産物・食品の輸出（Made IN Japan）の取り組みを推進しており、海外での日本食人気を背景に、成長する世界の食市場を獲得していきたいと考えている。

農林漁業者や食品事業者向けの支援としては、国別・品目別輸出戦略に沿って行う取組に対する助成があり、ジャパン・ブランドの確立に向けた取組や、産地が連携した輸出振興体制の構築を図る取組を支援するので、地方自治体においても、これらを活用して産地連携や新興市場への取組を積極的に進めて頂きたい。

(3) 日本貿易振興機構（JETRO）農林水産・食品部 江口主幹「自治体の海外展開の支援策」

JETROは、政府の実施機関として、国内37事務所及び海外73事務所のネットワークを活用し、海外ビジネス支援を行っている。具体的には、ウェブサイトでの情報提供や、商

談の進め方などのセミナーの開催，メールマガジンの配信，国内外での個別相談窓口を設置などの基礎的支援の他，海外で商談する場をアレンジしたり，逆に海外のバイヤーを招へいして国内全国各地にて商談の場を設けたり，海外見本市への出展支援を行っているので，ぜひ活用していただきたい。

次に，JETROの「一県一支援プログラム」を紹介したい。同プログラムでは，最近増加している一次産品の輸出に関し，地方自治体・地元の業界団体や組合・JETROが一体となって産地が連携して輸出することを目指している。現在，海外の成熟市場において日本産品同士が競合している例が多く見られるが，産地同士の連携・共同輸出を支援することにより，そのような問題に対処したいと考えている。支援の対象となっている各都道府県の品目は，地方自治体や地元の業界団体の要望等に基づいて作成した。同プログラムの準備段階においては，JETROがセミナーのセッティングや事前調査・戦略策定のサポートを行い，実戦段階では，海外での商談会や見本市への参加を支援し，最終的には自立的に継続的な輸出を可能とすることを目標としている。

2. 質疑応答

農産物等の輸出促進における「産地の連携」について特に活発な意見交換が行われ，久保補佐より，香港や台湾など安定市場においては，日本の産地同士がシェアの奪い合いを行っているとの指摘があることから，このような安定市場での活動については，県域を越えて複数産地や食品事業者等が連携して取り組む場合についてのみ政府が支援することを基本としている旨説明があった他，江口主幹より，単独での参入が難しい新規市場について，県域を越えた複数産地で目指すことにより，コスト削減やノウハウの共有などのメリットがあるとの紹介があった。

また，東日本大震災に伴う原発事故の影響で，中国向けの米の輸出が制限されている問題について，参加者より，中国との交渉状況について質問があった他，中国への輸出が可能である米の加工品が通関で理由を示されず拒絶された事案について相談があった。

その他，残留農薬に係る輸出の課題などについて意見交換が行われた。

3. 講師総括

(1) 今回のように，地方自治体が直面している農産物等の輸出の問題について，現場の声を聞けるのは有り難く，対応可能なものは取り組んでいきたい。

(2) 新興市場において他国が参入する前にジャパン・ブランドを浸透させるような取組に分厚く支援したいと考えているため，ぜひ地方自治体としても新興市場に向けた取組や産地間連携等について積極的に検討いただきたい。

(3) 農産物の輸出は日本の成長分野の一つであり，特に安倍政権になってからの動きが

活発で今がタイミングとして重要な時期を迎えていると思う。各地域の経済が活性化するように地方自治体と協力していきたい。

(4) 外務省日本企業支援室や外務省ホームページに掲載している全在外公館に設置している日本企業支援窓口で御相談いただければ、事案に応じ、在外公館を通じて相手国政府の担当部局に事実確認や対応の改善などを申し入れることも可能であり、御活用いただきたい。

分科会イ「ASEANからの観光客誘致」

1. 講師説明

(1) 日本アセアンセンター観光交流部 神田部長代理「インバウンド観光市場としてのASEAN」

ASEAN 諸国からの訪日に必要なビザは2013年7月から大幅に緩和され、ASEANからの訪日客は前年比48.3%の伸びを示している。その要因として、ASEAN 諸国の経済成長とLCC（格安航空会社）の就航拡大が挙げられる。

ムスリムの受入れに関しては、まず、一日五回の礼拝（旅行中は三回でも可）のため、ツアー中でもお祈りの時間と場所を確保するのが望ましい。また、「ハラル」というイスラムで認められている食べものと「ハラム」という禁忌品がある。まずは知ることが最初の一步であり、英語のメニューや食材を明記する等できることから始めればよい。大切なのは情報を開示して、相手に選択してもらうことである。日本アセアンセンターでは、ASEAN ムスリム観光客の受入れに関するセミナー等も行っているの、御相談いただきたい。

(2) 日本アセアンセンター観光交流部 ダナンジャヤ観光交流部長「ムスリム市場とは？」

ASEANの人口5億6千万人の約40%がムスリムで、最も多いのはインドネシア（2億3百万人）。インドネシアの経済は堅調に成長している上、政治も安定し、新興中間層が形成されつつあり、2013年前半には訪日客は50%増加、日本にとって重要なマーケットとなっている。

多民族国家のインドネシアでは300以上の民族が700以上の言語を話し、すべての宗教を大切に平等に扱う寛容な国である。簡易で良いからお祈りの場所を提供する、部屋にメッカの方角を示す矢印（キブラ）を付す、どれが豚肉かを分かるようにする等、できる範囲で対応を工夫すればよい。インドネシア人には穏健なイスラム教徒が多く、寛容で、適応力があり、柔軟で、友好的なので、“おもてなし”が得意な日本人は自信を持ってASEANからのムスリム旅行者に接してほしい。

(3) 外務省南部アジア部南東アジア第二課 菅田課長補佐「インドネシアからの観光客を呼び込むには？」

インドネシアでは人口ボーナスが2010年から2030年代後半まで続く。また、富裕層のみならず中間層は、2009年時に比して2020年には10倍（8000万人）に達するとの予想もある。対日感情は極めて良好で、日本語学習者数は世界第2位、日本食やポップカルチャー等の日本文化は深く浸透しており、訪日旅行者数は今後増えるであろう。

インドネシア人が日本への旅行で求めるのは、ブームとなっている日本食、桜や雪を始めとする観光及びショッピングである。インドネシア人は世界でも有数のソーシャル・ネ

ットワーク好きであり、インターネットを使った「口コミ」広報が力を発揮する。また、家族・親族関係を大切にするので、ショッピング・ツアーや体験型ツアー等、家族での旅行者が利用しやすい企画が有望である。

2. 質疑応答

参加者からは、インドネシアからの観光客誘致を念頭に、「具体的な体験ツアーのアイデア」や「温泉への抵抗感の有無」、さらには「人気アニメ」など、踏み込んだ質問があり、活発な意見交換が行われた。

分科会ウ「文化交流の推進」

1. 講師説明

(1) 外務省大臣官房文化交流・海外広報課 嵯峨濃上席専門官

「日本の文化外交—地方との接点を中心に—」と題して、我が国のイメージ向上や我が国主張への理解促進、経済的な利益獲得のための文化外交の意義、重要性を説明。外務省による文化外交の取り組み（官民連携例、海外でイベントへの参加、周年事業を契機とした文化事業など）の具体的な例を紹介しつつ、地方自治体も、文化交流の重要な担い手（アクター）となり得、その参加により、長期にわたり重層的な文化交流の実現が可能となると説明。特に、都市間の文化交流は、国レベルの交流が困難な時期においても、持続的な展開が可能であり、また、豊かな地方文化など日本の多面的な魅力の紹介が可能である、身近な国際化を通じて地方のグローバルな人材を育成できるとして、その意義を指摘。2014年東アジア文化都市事業や、在外公館文化事業、国際交流基金事業など、自治体とタイアップして行った都市間文化事業の例を紹介した。さらに、人物交流も、文化の発信や相互理解の深化のために有益であり、青少年交流事業（JENESYS）などの一層の活用が望まれる旨指摘。

(2) 独立行政法人国際交流基金 平野情報センター部長、 同 本田文化事業部長

平野情報センター部長より、文化外交の担い手として国際交流基金は、主に、①海外での日本語教育、日本語普及、②文化芸術交流事業、③日本研究・知的交流を通じた知日派育成、などの三本柱の事業を行っているとして、おのこの事業の概要および活動実績を紹介。

本田文化事業部長よりは、特に、豊かな地域文化の海外発信を支援した国際交流基金の事業例として、舞台公演、講演、デモンストレーション、展示や、海外専門家の地方への招聘など、様々な事業を紹介、関心を有する地方自治体は、基金の公募プログラムガイドラインを参照の上、基金に連絡願いたい旨述べた。

2. 質疑応答

参加者からは、都市間交流を推進する上での文化交流の今日的な意義（基金より、文化交流は地域の魅力を高める触媒となるため、自治体が強化・発展を目指したい分野に結びつく事業を行うことが重要な旨回答）、地方で行う日本語教室への日本語教材支援（基金より、教材の素材や情報を基金HPで提供している旨回答）、音楽を通じた文化交流の実例（基金より、教育音楽祭や外国人によるセミナー、地方の楽団の交流の例などが、また、他県より青年による音楽交流の事例などが紹介）、文化交流事業の担い手を青少年層に広げるための方法（基金より、青少年参加型の伝統芸能公演や助成制度につき紹介。嵯峨濃上席よ

り青少年交流事業 JENESYS を紹介) 等のさまざまな事項について質疑があり, 意見交換が行われた。

分科会エ「日本企業の海外展開支援」

1. 講師説明

(1) 外務省経済局政策課 孫崎首席事務官「日本企業の海外展開支援」

外務省では、昨年12月、岸田外務大臣を本部長とする「日本企業支援推進本部」を立ち上げ、経済局内に「日本企業支援室」、全在外公館に「日本企業支援窓口」を設置した。

日本企業の海外展開支援は、岸田大臣の進める経済外交の重要な柱の一つであり、関係省庁、機関等とも緊密に連携して、現場（在外公館）での対応（ガイドライン作成）、在外公館や東京で企業等からの相談・照会・要望に対応する等日本企業支援を推進している。

また、新しい取組として「海外展開一環支援ファストパス制度」を始めた。海外展開の潜在力・意欲のある中堅・中小企業等と日頃取引のある地域金融機関などから、外務省、JETRO等に対して企業の紹介をしてもらい、より円滑に支援を提供する制度。

(2) 外務省国際協力局開発協力総括課 品田企画官「ODAを活用した地方自治体と中小企業の海外展開支援」

ODAは途上国・新興国に対する支援。中でも水の浄化、廃棄物処理等の都市開発分野では地方自治体に知見があり、ODAを活用した地方自治体の国際展開支援は、グローバル人材の育成、自治体の国際化、地方の経済活性化と途上国の開発支援の双方向に資することが期待できる。

地方自治体関連の予算は平成26年度、53.6億円であり、主な事業内容は、地方自治体と連携した「草の根技術協力」（15.8億円）と「無償資金協力」（37.9億円）。

「草の根技術協力」は、地方自治体等の知見を活かした技術協力。特に、「地域活性化特別枠」は地方自治体を対象とするもの。「地方自治体と連携した無償資金協力」は、地方自治体が有する技術・知見を活用したインフラ整備等事業支援。

ODAを活用した中小企業海外展開支援は、平成24年度から始まった新しいスキームであり、「ニーズ調査」、「案件化調査」、「普及・実証事業」がある。「ニーズ調査」は、中小企業の製品・技術等の途上国における開発援助ニーズの把握を念頭に置いたもの。「案件化調査」は、中小企業等からの提案に基づいてODA事業としての有効性を確認するためのもの。「普及・実証事業」は、中小企業等からの提案に基づいて製品・技術等の現地での有効性を検証し、適合性を高め、普及・展開を図るもの。

2. 質疑応答

(1) 「日本企業の海外展開支援」関係

問：ファストパス制度は企業の情報関係の連携を行うのか。

答：ファストパス制度では個々の企業の情報提供を受けて判断するためのもの。

問：日本企業等が海外で現地とのコネクションがない場合に、窓口となる機関があればありがたい。

答：外務省 HP で在外公館の担当職員名・メールアドレスを公表している。各公館の支援件数を公表することを検討しているし、JETRO に御相談いただいてもよい。

問：在外公館での PR に関して今後の外務省の方針・方向性如何。

答：現時点ではマーケットに直結した支援ではないが、外交日程と組んで企業 PR を行うことは効果的。

（２）「ODA を活用した地方自治体と中小企業の海外展開支援」関係

問：普及実証事業の採択のポイントと中小企業に求められる技術・資金について。

答：採択の重要なポイントは、途上国の開発に資すること。中小企業の製品・技術は国内で販売・展開の実績があることが求められる。

問：ニーズ調査、案件化調査は採択されるためにどの程度の熟度が必要か。

答：海外に拠点がなくとも、出張して現地調査を行ったり、独自にカウンターパートと交渉しているケースも多い。あるいは既に行われている自治体間交流から現地のニーズが分かり、地元企業が応募する例もある。あるいは、コンサルタントと組んで ODA 事業として適当な事業内容とすることが重要。

問：今後、分野の絞り込みは考えているか。

答：ニーズ調査では、平成 26 年度、中小企業が関心のある国（ミャンマー、フィリピン、アフリカで数カ国）を対象とすることを考えている。

3. 講師総括

地方自治体等が海外で展開しようとする時は外務省に気軽に相談してほしいし、在外公館をもっと活用してほしい。

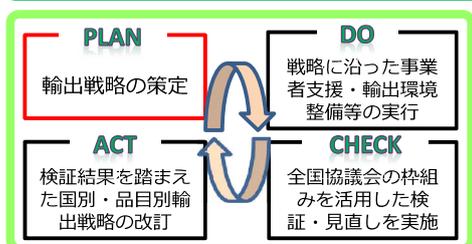
農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略

平成 25 年 8 月

農林水産省

国別・品目別輸出戦略

農林水産物・食品の輸出額を
2020年までに1兆円規模へ拡大



約4,500億円

水産物	1,700億円
加工食品	1,300億円
コメ・コメ加工品	130億円
林産物	120億円
花き	80億円
青果物	80億円
牛肉	50億円
茶	50億円

【2012年】

ブランディング、迅速な衛生証明書の発給体制の整備など
(EU、ロシア、東南アジア、アフリカなど)

「食文化・食産業」の海外展開に伴う日本からの原料調達増加など
(EU、ロシア、東南アジア、中国、中東、ブラジル、インドなど)

現地での精米や外食への販売、コメ加工品（日本酒等）の重点化など
(台湾、豪州、EU、ロシアなど)

日本式構法住宅普及を通じた日本産木材の輸出など
(中国、韓国など)

産地間連携による供給体制整備、ジャパン・ブランドの育成など
(EU、ロシア、シンガポール、カナダなど)

新規市場の戦略的な開拓、年間を通じた供給の確立など
(EU、ロシア、東南アジア、中東など)

欧米での重点プロモーション、多様な部位の販売促進など
(EU、米国、香港、シンガポール、タイ、カナダ、UAEなど)

日本食・食文化の発信と合わせた売り込み、健康性のPRなど
(EU、ロシア、米国など)

1兆円

水産物	3,500億円
加工食品	5,000億円
コメ・コメ加工品	600億円
林産物	250億円
花き	150億円
青果物	250億円
牛肉	250億円
茶	150億円

【2020年】

目次

1. 食文化・食産業のグローバル展開	1
2. 農林水産物・食品の輸出促進に向けて	2
3. 水産物の輸出戦略	4
4. 加工食品の輸出戦略	5
5. コメ・コメ加工品の輸出戦略	6
6. 林産物の輸出戦略	7
7. 花きの輸出戦略	8
8. 青果物の輸出戦略	9
9. 牛肉の輸出戦略	10
10. 茶の輸出戦略	11

1. 食文化・食産業のグローバル展開

- 日本の食文化の普及に取り組みつつ、日本の食産業の海外展開と日本の農林水産物・食品の輸出促進を一体的に展開することにより、グローバルな「食市場」(今後10年間で340兆円から680兆円に倍増)を獲得。
- このため、世界の料理界で日本食材の活用推進(Made FROM Japan)、日本の「食文化・食産業」の海外展開(Made BY Japan)、日本の農林水産物・食品の輸出(Made IN Japan)、の取組を一体的に推進。



日本食文化の普及

日本食の普及を行う人材育成、
メディアの効果的活用等を各省連携して実施



世界の料理界で日本食材の活用推進 (Made FROM Japan)

日本食材と世界の料理界とのコラボレーション
※世界中のシェフが日本のゆずをメニュー化
※中華料理の高級食材として輸出されるホタテ



日本の「食文化・食産業」の海外展開 (Made BY Japan)

- ① ビジネス環境の整備
- ② 人材育成
- ③ 出資による支援



日本の農林水産物・食品の輸出 (Made IN Japan)

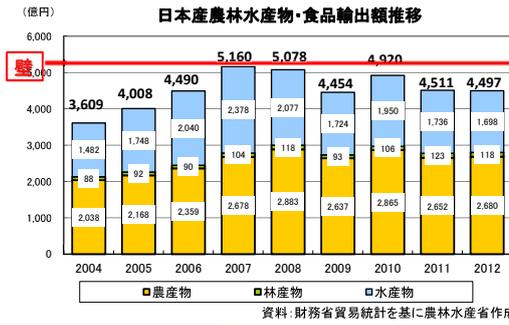
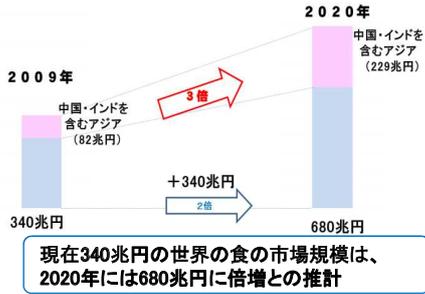
国別・品目別輸出戦略の実行
(全国協議会の枠組みを活用した検証・見直しを実施)



2. 農林水産物・食品の輸出促進に向けて

○ 日本の農林水産物・食品輸出の現状

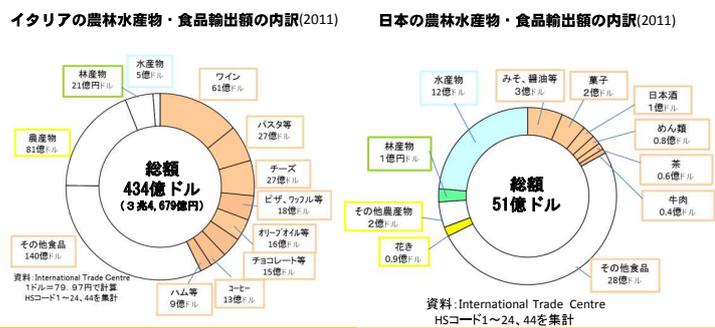
➤ 巨大な食の世界市場規模に対し、日本の輸出金額は5千億円前後



- これまでの輸出支援策は、関税が低く、非関税措置も厳しくない国・地域への商談の機会の提供による、産地の取組支援が中心。
- 一方で、各国との市場獲得競争や原発事故の影響もあり、輸出金額5千億円の壁にあたっている。

○ 「食」への評価と農林水産物・食品輸出額の相関

- ジェトロの調査によると、「食」の人気が一番高いのは日本だが、「食」への支持が輸出に結びついていない。
- 日本の輸出先は、関税が低く、非関税措置も厳しくない地域が中心。

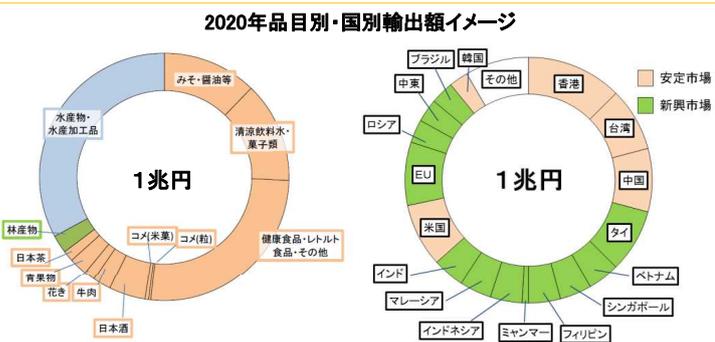


【好きな外国料理】 質問:『好きな料理かつ外食で食べる外国料理はどれですか』



○ 農林水産物・食品輸出の方向性①:重点国・重点品目

➤ 日本「食」への支持を背景に、日本「食」の基軸となる食品・食材を、食市場の拡大が見込まれる国・地域へ輸出することにより、2020年までに1兆円目標を達成。



- 重点品目
 - 水産物
 - 加工食品(みそ、醤油、清涼飲料水、菓子類、牛乳・乳製品、即席麺やレトルトカレー等のコンビニエンス・フーズなど)
 - コメ・コメ加工品(包装米飯、日本酒含む)
 - 林産物・花き
 - 青果物
 - 牛肉
 - 茶
- 重点国・地域
 - 新興市場: EU、ロシア、ベトナム、インドネシア、インド、フィリピン、マレーシア、タイ、シンガポール、ミャンマー、中東、ブラジル
 - 安定市場: 香港、米国、台湾、中国、韓国

○ 農林水産物・食品輸出の方向性②:3Es

➤ 市場の状況に応じ、原発事故の影響の最小化を起点に、①相手国が求める認証・基準への対応や基準のハーモナイゼーション等の輸出環境の整備(ENTER)、②商流の確立支援(ESTABLISH)、③商流の拡大支援(EXPAND)の3つのE施策を集中的に実施。



3. 水産物の輸出戦略

輸出の現状

- 原発事故に伴う諸外国の輸入規制の強化やリーマンショックの影響で近年の輸出額はやや低迷。
- 主な輸出先は、香港、米国、中国、タイ、ベトナム、台湾等。
- 品目別には、ホタテガイ、真珠、干しナマコ等の輸出額が多い。

国別輸出実績(2012年)



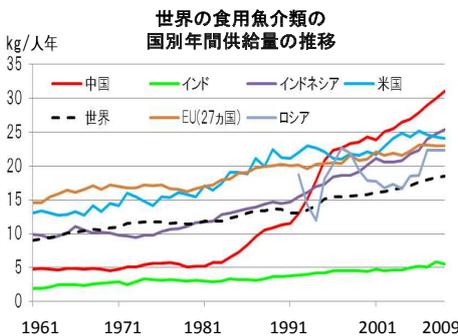
品目別輸出実績(2012年)



資料:財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

分析

- 世界的に水産物に対する需要は増大。特に、中国、EU、米国、インドネシアで高い伸び。
- 日本産水産物の品質に対して、世界から高い評価。
- 輸出先国の衛生管理基準への適合、衛生証明書の添付など、外国政府が求める要件に適切に対応する必要。
- 個々の漁協・事業者が個別に輸出に取り組んでいるため、マーケティング・ブランディングが十分でない、小ロット・季節対応となってしまう売り場が望む供給が難しいなどの課題。



2020年目標と輸出拡大策

○輸出額目標: **3,500億円**

国家的マーケティング

- ・輸出相手国への働きかけ(原発事故に伴う輸入規制の緩和・撤廃に向けて、科学的根拠に立った対応を要請する等)
- ・養殖生産物をはじめとする日本の魚のブランディング
- ・生鮮・加工品の組合せ販売・産地間連携の促進による安定供給
- 【重点品目の考え方】
 - ① 資源的に余裕があり、輸入国で一定の食習慣があるもの(例:ブリ、サバ、サンマ等)
 - ② 国際競争力のある水産加工品(例:第二のカニかま、ファストフィッシュ、真珠等)
 - ③ 国際商材(例:ホタテ、サケ、タラ、錦鯉等)
- 【重点国・地域の考え方】
 - ① 新興市場: 所得が拡大しているなど、需要増加が見込まれる国・地域(例:EU、ロシア、東南アジア、アフリカ)
 - ② 安定市場: 水産物の消費量が多く、日本産水産物が評価されている高・中所得国・地域(例:東アジア、米国)

品質管理水準の向上

- ・品質管理体制の確立(対米・対EU向けHACCP取得の促進等)
- ・迅速な衛生証明書発給体制の構築
- ・品質保持(冷凍・解凍・一次加工)技術の向上

きめ細やかな支援

- ・現地ネットワークやノウハウの蓄積を活かした継続的なサポート
- ・重点国・地域への進出に必要な情報の提供や売込手法の提案【ジェットロとの連携強化】

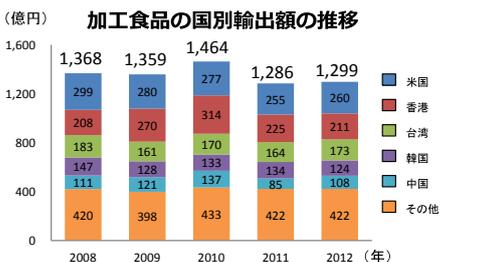
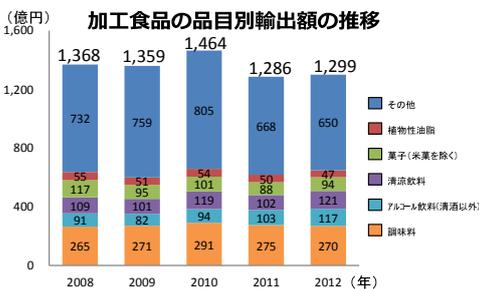
ベストプラクティスの構築

- ・生産者・流通・小売業者等が連携した、水産物輸出のビジネスモデルの構築

4. 加工食品の輸出戦略

輸出の現状

- 加工食品の輸出は、農林水産物・食品全体の1/4を占めるが近年横ばい。
- 2012年の輸出額は1,299億円。

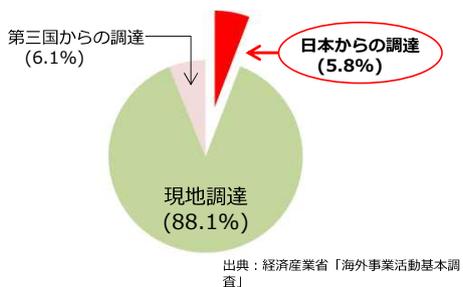


- 主な輸出先は米国、台湾、韓国等日本食市場がある程度確立した国。
- アルコール飲料の輸出は増加基調。
- 清涼飲料水の輸出は他品目に比べ中国、UAEのシェアが大。

分析

- 近年伸び悩んでいる輸出額を増やすためには、輸出できる加工食品の種類の拡大と新規市場の開拓がカギ。
- 最終製品輸出の他、海外の日系外食チェーン等への調味料や原材料提供も有力。

海外進出企業(食料品)の原料調達先(2010年度)



※味噌、醤油など日本の調味料は「日本食」の根幹をなすものであり、調味料だけは日本製にこだわる事業者も多い。

- 日本食の普及促進、ジャパン・ブランドの確立等の輸出促進策の実施が重要。
- 相手国政府や取引先から求められる場面が増えている食品衛生管理基準、その他規制への対応も重要。

2020年目標と対応方向

○輸出額目標: **5,000億円**。

- Made BY Japanの取組に伴う日本からの原材料調達への増加と輸出環境整備、食文化発信により、「出せる市場に出す」から、「出したい市場に出す」へ。
- 原材料の国産化による付加価値の向上を推進。

主な品目ごとの目標と方向性

- 調味料類(1,600億円)
 - みそ、醤油といった日本食を象徴するコンテンツを普及。
 - ・新興市場: EU、ロシア、インドネシア、マレーシア、ベトナム、タイ、シンガポール、フィリピン、中国、中東、ブラジル
 - ・安定市場: 米国、台湾、韓国、香港、豪州
- 菓子類(米菓以外)、清涼飲料水(1,400億円)
 - 大手メーカーの商品販売を促進するとともに、中小企業の商品についてジャパン・ブランドの確立を支援。
 - ・新興市場: インドネシア、マレーシア、ベトナム、タイ、シンガポール、フィリピン、インド
 - ・安定市場: 香港、台湾、米国、韓国
- レトルト食品、植物性油脂、めん類、健康食品、牛乳・乳製品、アルコール飲料(日本酒除く)、その他(2,000億円)
 - 日本の高度な製造技術を活かしたレトルト食品、牛乳・乳製品、植物性油脂、めん類及び食品製造用原料等について、日本食の普及やMade BY Japanの取組と併せて進める。
 - ・新興市場: (レトルト食品等) EU、ロシア、インドネシア、ベトナム、タイ、マレーシア、シンガポール、フィリピン、中国、中東、ブラジル、インド (アルコール飲料) EU、ロシア、ベトナム、タイ、フィリピン、中国、シンガポール

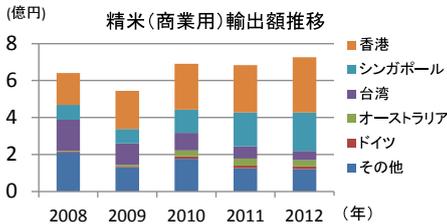
目標達成に向けて

- 【政府】: 輸出環境整備を推進。
- 【民間】: 海外市場のニーズを敏感につかみ、積極的な市場開拓・市場展開及び商品の開発・供給に努める。
- 【ジェットロ】: マーケティングに基づく事業者への総合的なサポート体制の充実・強化。

5. コメ・コメ加工品の輸出戦略

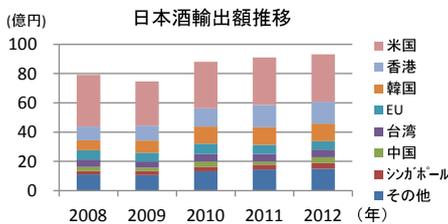
輸出の現状

- 精米の輸出量は、5年間で約2倍の2千t(約7億円)。香港・シンガポールで約7割。中国向けは、過去最大でも100t程度。



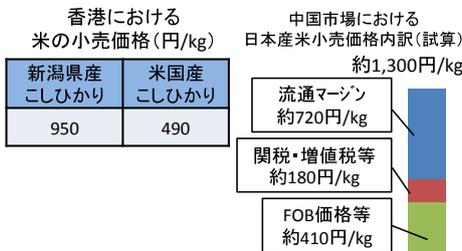
- 2012年の米菓輸出額は、約30億円。主な輸出先は、台湾、米国、香港等。

- 2012年の日本酒輸出額は約90億円。輸出先は、米国・香港で全体の5割。



分析

- 日本産米に対する評価は高いが、許容できる価格差には限界。
- 精米から長期間経過後も販売されているケースもあり品質にも疑問。
- 中国市場では、品質差を上回る高価格で流通しているのが実情。



- 世界のワイン消費量は、約2,400万klで、主要な消費国はEU、米国等。中国の消費量が上昇傾向。
- 世界の酒市場の大きさを考えれば、日本酒の輸出額の拡大余地は大きい。

日本酒	仏ワイン	英スコッチ
88	7,740	5,150

2020年目標と対応方向

- 輸出額目標: **600億円**。

- 精米だけでなく、包装米飯・日本酒・米菓も含めたコメ加工品の輸出に力を入れる。

- コメ(包装米飯含む)
現地での精米の取組や炊飯ロボットと合わせた外食への販売など、日本米のプレゼンスを高める取組を推進。

- ★重点国
新興市場: 台湾、豪州、EU、ロシア等
安定市場: 香港、シンガポール

- 米菓
相手国のニーズに合った商品の開発、手軽なスナックとしてのプロモーション強化。

- ★重点国
新興市場: 中東、中国、EU
安定市場: 台湾、香港、シンガポール、米国

- 日本酒
発信力の高い都市や重点市場でのイベント・事業を実施するほか、セミナー等を通じて、日本酒の良さについて普及。日本酒の生産増に対応した酒造好適米の増産が可能となるよう措置。

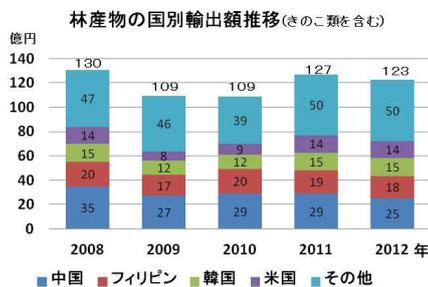
- ★重点国
新興市場: EU、台湾、中国、ブラジル、ロシア、韓国
安定市場: 米国、香港

6

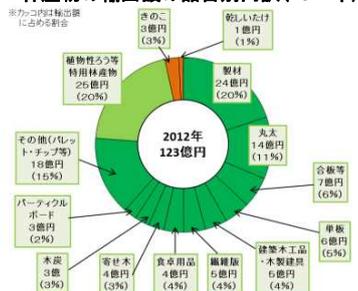
6. 林産物の輸出戦略

輸出の現状

- 2012年林産物輸出額は123億円。うち木材は93億円で近年横ばい。
- きのこの輸出額は4億円。



林産物の輸出額の品目別内訳(2012年)



分析

- 中国では住宅建設が拡大傾向で木材需要の裾野が拡大。
- 他方、スギ、ヒノキが構造用材として中国「木構造設計規範」に明記されていないため、木造軸組住宅の販売ができていない。
- 近年、韓国では香りの良さなどからヒノキの内装材利用が人気。消費者ニーズを踏まえた製品を提案するとともに、現地企業等と連携し、販路を拡大する事業者も一部ある。
- 日本産木材の認知度は低く、消費者向け、業界向けの認知度向上が必要。

	中国	韓国
強み	・軸組工法が気候風土に適合。	・内装材としてヒノキ材利用が人気。
弱み	・木構造設計規範にスギ、ヒノキ、カラマツが明記されていない。 ・日本産木材の知名度が低い。 ・2×4に比べ価格が高く、施工が難しい。 ・木造軸組工法の技術者が少ない。	・日本産木材(特に構造材)の知名度が低い。 ・2×4に比べ価格が高く、施工が難しい。 ・木造軸組工法の技術者が少ない。
機会	・住宅市場の拡大。 ・木材を輸入に依存。	・オンドルのフローリング材として利用。 ・木材を輸入に依存。
脅威	・米国、カナダ材による2×4工法のシェア拡大。	・米国、カナダ材による2×4工法のシェア拡大。

2020年目標と対応方向

- 輸出額目標: **250億円**。

林産物

重点国: 中国、韓国

対応方向:

【中国】

- 中国「木構造設計規範」の改定(2014年度内告示・施行見込)。

【韓国】

- 韓国におけるヒノキを中心とした内装材市場の更なる拡大。

【中国・韓国】

- 協力ネットワークの構築、情報収集、情報発信(全国団体を通じたオール・ジャパンでの取組、ブランド創り)。
- 技術者向け講習会の開催を通じた人材育成、日本産木材の利用促進。
- 森林組合や産地間連携による共同輸出、周年供給体制の構築。
- 常設展示場の設置による通年でのPRによる日本産木材、住宅の認知度向上。

7

7. 花きの輸出戦略

輸出の現状

○花きの輸出額は増加傾向で、2012年は83億円。
うち植木等(植木・盆栽・鉢もの)が82億円、切り花が1億円。



※植木等の主な輸出先はベトナム、中国、香港
※切り花の主な輸出先は、米国、中国

○花きの産出額は近年3,500億円程度で推移。



分析

花き全体

- 多様で高品質。
- 「所得倍増」に向け、今後新たな販路を開拓し、輸出の動きを加速させることが必要。

植木・盆栽

- 日本ブランドが確立。
- 植木については、近年、急激に輸血量が増加したため、イヌマキ等一部品目の資源が枯渇しつつあるため、新たな輸出品目の開拓が必要。

鉢もの・切り花

- 輸出の歴史が浅く、海外における日本産の認知度が低いことから、さらなるプロモーションが必要。
- 継続的な長期出荷に対応できる安定した価格・数量の確保が課題。
- 長時間輸送に耐えうる鮮度保持技術の普及・開発が課題。

2020年目標と対応方向

○ 輸出額目標: **150億円**。

植木・盆栽

重点国: 新興市場: EU
安定市場: 中国

方向性:

- 輸出品目の拡大。

具体的対応:

- 海外からのバイヤー招へいや見本市等を通じ、新たな輸出品目を開拓。

鉢もの

重点国: 新興市場: シンガポール
安定市場: 中国、香港

方向性:

- 輸出の拡大及び認知度の向上。

具体的対応:

- 産地間連携による年間を通じた安定的な供給体制の整備。
- 品種識別技術の開発等、知的財産権の保護強化。

切り花

重点国: 新興市場: シンガポール、カナダ、EU、ロシア
安定市場: 米国、香港

方向性:

- 輸出の拡大及び認知度の向上。

具体的対応:

- 産地間連携による安定的な供給体制の構築。
- 統一規格やロゴ等によるジャパン・ブランドの浸透。
- 見本市の開催等による花文化と併せた効果的な発信。
- 長時間輸送に耐えうる鮮度保持技術の開発・普及。

8

8. 青果物の輸出戦略

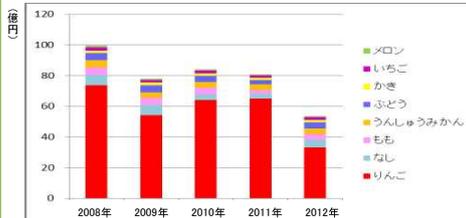
輸出の現状

○野菜・果実等の輸出は、世界的不況等により、2007年をピークに減少傾向(2012年 約80億円)。

【果実】

主要な果実の輸出額のうち、約6割を「りんご」が占める。

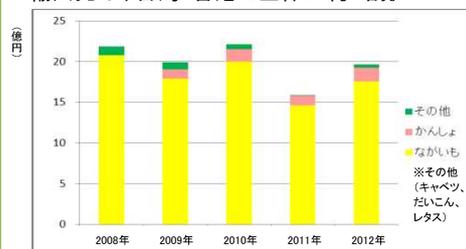
輸出先は、台湾・香港で全体の約9割。



【生鮮野菜】

主要な生鮮野菜の輸出額(2012年)のうち、約9割を「ながいも」が占める。

輸出先は、台湾・香港で全体の約7割。



分析

○ 現在の主要輸出先である台湾に加え、成長の著しい東南アジア等に着目した戦略的な市場開拓が重要。

○ 青果物をジャパン・ブランドとして確立するためには、マーケティングと品揃え、周年供給の確保が重要。

○ 一方で、原発事故に伴う輸入規制によって、主要取引先である台湾・香港は、一部地域からの輸入を停止中。

(具体例)

いちご・・・栃木県
なし・・・福島県、千葉県
もも・・・福島県

2020年目標と対応方向

○ 輸出額目標: **250億円**。

○ 重点品目:

(例) りんご、柑橘類、いちご、なし、もも、ながいも、かんしょ、「第2、第3のりんご、ながいも」

○ 重点国:

(新興市場) シンガポール、タイ、ベトナム、インドネシア、マレーシア、カナダ、米国、EU、ロシア、中東

(安定市場) 台湾、香港

○ 方向性:

- ① 富裕層に加え、人口の多い中間層をターゲットとし、マーケティング等の強化により、売れる品目を発掘しつつ市場を開拓。
- ② 東南アジアやEU、ロシア、中東において、産地間連携、卸売市場の活用等により、りんごや他の品目を組み合わせ、日本産青果物が海外の店舗に常時並ぶ「多品目周年供給」体制を構築。

○ 輸出環境整備:

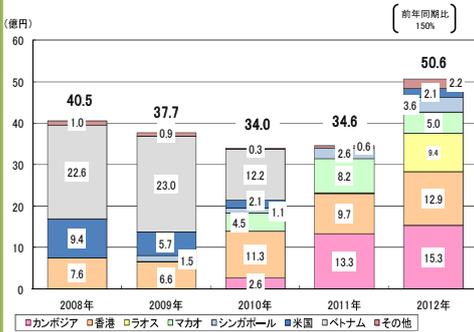
- ① 原発事故による輸入停止措置の解除。
- ② 検疫等の制限に対する戦略的働きかけ。
- ③ 鮮度保持・長期保存技術の開発。

9

9. 牛肉の輸出戦略

輸出の現状

○2012年の輸出額は51億円、輸出量は863トンといずれも過去最高。



○2012年8月に対米輸出が再開し、現在香港、マカオ、シンガポール、米国、タイ、カナダ、UAE等への輸出が可能。
○2013年3月には、EUへの輸出が認められたところ。（※）

※ 輸出施設の認定が行われると、実際の輸出が可能

分析

○市場の大きい米国やEUで重点的に活動する必要。

米国、EUの牛肉消費量及び輸入量
（単位：1,000トン（枝肉ベース））

	米国	EU
消費量	11,651	7,941
輸入量	933	367

出典：米国農務省HP（2011年）

○ロース、ヒレ等の高級部位だけでなく、バラ等多様な部位の販売促進が必要。
○牛肉需要が見込まれる国・地域（ロシア、メキシコ、中国等）への輸出解禁に向けた働きかけが必要。
○相手国の要求するHACCPやハラール認証等に対応した食肉処理施設の整備が必要。

輸出国・地域別の施設認定状況（2013年7月現在）

	米国	カナダ	EU	香港	UAE	シンガポール	マカオ	タイ
施設数	7	5	0	9	2	10	52	34

出典：厚生労働省HP

2020年目標と対応方向

○輸出額目標：**250億円（4千トン相当）**
【新興市場】米国、EU、カナダ、香港、マカオ、シンガポール、タイ、UAE
【有望市場】ロシア、メキシコ、中国、台湾、イスラム圏（インドネシア、マレーシア、サウジアラビア他）等

具体的な輸出拡大策

- 焼肉等の日本食文化と一体的なプロモーション。
- 商談会開催や見本市出展等を支援。
- ジェトロによる米や果物などと一体的な日本食材の販売促進。

和牛統一マーク

焼肉店の海外進出



輸出環境整備

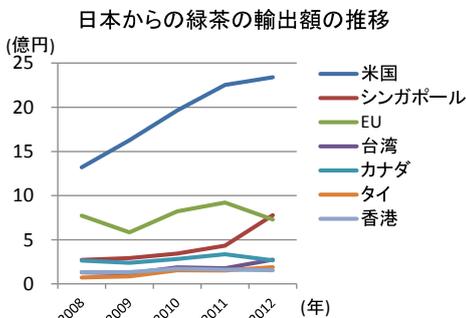
- 輸出解禁に向けた衛生協議（ロシア、台湾、中国等と協議）。
- HACCP等施設整備への支援。
- ハラール認証を取得しようとする取組に対し、きめ細やかな支援を措置。

10

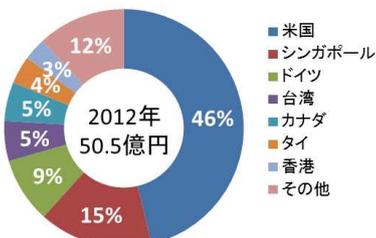
10. 茶の輸出戦略

輸出の現状

○2012年の茶輸出額は約50億円で、5年前と比べ約1.5倍に増加。その半分は米国向け。
○EU向けは震災以降減少しているが、シンガポール向けは拡大傾向。



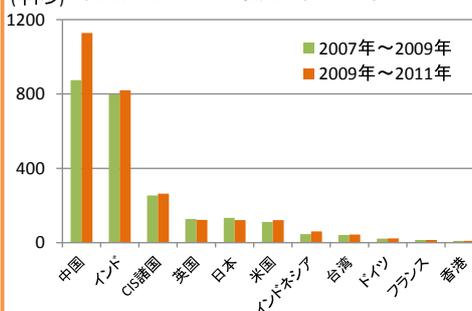
2012年の輸出額の国別割合



分析

○世界的な健康志向の高まりから、各国の緑茶需要は増加傾向。
○他国産に比べてブランド力がある日本茶が進出しやすい状況。
○日本茶の価格は平均して現地・他国産の2～4倍。安いものは家庭用、高いものは贈答用として販売。

（千トン） 国別のお茶の消費量（各3年間の平均）



（出典：茶関係資料（日本茶業中央会））

○米国では、「緑茶は健康」とのイメージがあり、市場が拡大傾向。
○EUでは残留農薬問題や放射性物質にかかる規制により日本茶の輸入量は伸び悩み。

2020年目標と対応方向

○輸出額目標：**150億円。**

- 新興市場：EU、ロシア
- 安定市場：米国、香港、台湾、シンガポール

生産サイドの対応方向

- 輸出に対応した茶栽培技術、加工技術の確立、病虫害に強い茶の開発。
- 有機栽培の推奨。
- 健康成分高含有品種の開発・普及。
- 茶樹中の放射性セシウム低減の徹底。
- 輸出相手国の食品衛生関係規制に対応した基準に合った生産体制の確立。

輸出環境整備

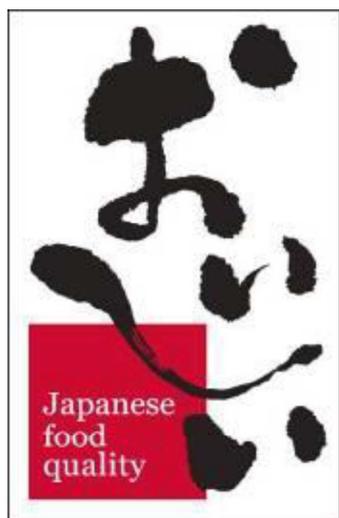
- 米国の有機同等性の承認の取得。
- EU向けのGLOBAL G.A.P.認証取得支援。
- EU、香港、台湾の残留農薬基準への対応。（基準に沿った生産体制確立、相手国でのインポートトランス設定の支援）

マーケティング

- 日本食・食文化の発信とあわせた売り込み。
- 日本茶の安全性や健康イメージ、カテキンなど機能性成分による効能をPR。
- 富裕層だけでなく中間層もターゲットとした新規需要層の開拓。
- フレーバーティー等相手国の嗜好に合った商品を開発。

11

「輸出促進ロゴマーク」を使ってみませんか！



「輸出促進ロゴマーク」(英語版)
世界各国の言語を用意しています。

「おいしい」(oishii)は、食品の味を賞賛する日本語であり、「日本」、「和」のイメージを力強く印象づける筆文字書体でデザインしています。「Japanese food quality」を包含した朱色の四角は、品質の高い日本の農・林・水の各産物及び加工食品(計4種)が世界に向けて勢いよく輸出されることを表現しています。

農林水産省では、日本産農林水産物・食品の輸出に当たり、日本産であることの識別を容易にし、品質やおいしさなどを海外の消費者にアピールするための「輸出促進ロゴマーク」を作成しています。

このロゴマークは、ご自身が取り組む輸出の中で、商品の包装資材、ポスター、名刺などに印刷やシールという形でご使用いただけます。

使用に当たっては、日本産の農林水産物・食品の輸出に用いること、マークのデザイン、色、縦横比を変えないことなど一定の約束をお守りいただきますが、使用されたい方は輸出促進グループまでご連絡下さい。

食料産業局輸出促進グループ 電話 03-3502-3408

農林水産省HP 輸出促進ロゴマーク

http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_logo/index.html

お問い合わせ先

農林水産省は、農林水産物・食品の輸出に取り組む方を応援しています。
お気軽にお問い合わせ下さい。

農林水産省食料産業局輸出促進グループ	(03)3502-3408
北海道農政事務所農政推進部経営・事業支援課	(011)642-5485
東北農政局経営・事業支援部事業戦略課	(022)221-6146
関東農政局経営・事業支援部事業戦略課	(048)740-0111
北陸農政局経営・事業支援部事業戦略課	(076)232-4233
東海農政局経営・事業支援部事業戦略課	(052)223-4619
近畿農政局経営・事業支援部事業戦略課	(075)414-9024
中国四国農政局経営・事業支援部事業戦略課	(086)224-9415
九州農政局経営・事業支援部事業戦略課	(096)211-9334
沖縄総合事務局農林水産部農政課	(098)866-1627

農林水産省

平成26年度予算概算決定

(輸出促進関連)

食料産業局 輸出促進グループ



平成25年12月
農林水産省

[平成26年度予算の概要]

輸出の拡大などグローバルな「食市場」の獲得 【21,749(20,932)百万円の内数】

対策のポイント

- 「国別・品目別輸出戦略」の着実な実施に向けた司令塔機能を設置し、日本貿易振興機構(JETRO)への補助等を通じたオールジャパンでの輸出促進体制の下で、国産農林水産物・食品の輸出を促進します。
- 同戦略に基づき、諸外国の規制へ対応するため、動植物検疫協議に資する調査などを実施するとともに、輸出先国の求める衛生条件を満たす施設等を整備するなど、輸出対応型生産体制を強化し、輸出環境を整備します。
- 食産業のグローバル化に向け、人材育成や環境整備を図るとともに、日本食文化の普及や、「食」がテーマのミラノ国際博覧会出展に向けた準備を行っていきます。

<背景/課題>

- 「日本再興戦略」において、今後10年間で倍増するグローバルな「食市場」の獲得に向け、2020年に農林水産物・食品の輸出額を1兆円とすることを目指し、「国別・品目別輸出戦略」を策定することとしています。
- このため、世界の料理界で日本食材の活用推進(Made FROM Japan)、日本の「食文化・食産業」の海外展開(Made BY Japan)、日本の農林水産物・食品の輸出(Made IN Japan)の取組を、JETRO等とも連携を深めつつ、一体的に推進することとしています。
- また、ミラノ国際博覧会への政府出展については、関係省庁が連携し、国民各層、関係企業・団体等の理解と協力を得て、官民一体となって準備を進めます。

政策目標

農林水産物・食品の輸出額を拡大
4.497億円(平成24年)→1兆円(平成32年)

<主な内容>

- 輸出戦略実行事業【新規】 152(一)百万円
「国別・品目別輸出戦略」の効果的な実施に向け、オールジャパンの輸出促進の司令塔を設置し、輸出関連事業者等の参加の下、輸出を巡る状況等を踏まえた輸出戦略等について議論を行います。また、司令塔の下で、品目別輸出団体による輸出拡大方針を作成し、実効性のある産地間調整やマーケティング戦略を実現し、輸出拡大を図ります。

<各省との連携>

- 内閣官房、外務省、国税庁、厚生労働省、経済産業省及び観光庁
- ・「国別・品目別輸出戦略」に沿った取組を推進するため、オールジャパンでの戦略実行委員会を創設

[平成26年度予算の概要]

- 輸出倍増プロジェクト 1,799(1,748)百万円
JETROとの連携強化を通じた事業者発掘から商談支援に至る総合的なビジネスサポート体制を強化するとともに、農林漁業者や食品事業者等が行うジャパン・ブランドの確立に向けた取組や産地間連携の取組等を支援します。また、輸出拡大に必要な調査等を実施します。

<各省との連携>

- 外務省及び経済産業省
- ・新興市場開拓に向けて、在外公館等とも連携してテストマーケティングを実施するとともに、経済産業省所管のJETRO等と連携しながら、事業者発掘から商談支援までの総合的なビジネスサポート体制を強化

- 食品産業グローバル展開インフラ整備事業 198(64)百万円
食品産業の海外展開に向けて、各国の食品の規格基準・規制等に係る情報の収集・共有化を行います。また、海外の食品ビジネスに精通した人材の確保・活用等を支援します。

<各省との連携>

- 経済産業省
- ・経済産業省所管のクール・ジャパン推進機構と連携して食産業のグローバル展開を推進

- 輸出対応型施設の整備 13,390(12,939)百万円

- (1)食肉・青果関連の施設整備
(強い農業づくり交付金で実施) 優先枠3,000(一)百万円
輸出青果物の長期保存が可能な低温貯蔵施設等や、イスラム圏向けのハラール対応型食肉処理施設の整備を支援します。

- 〔交付率:都道府県への交付率は定額(事業実施主体へは事業費の1/2以内等)〕
- 事業実施主体:都道府県、市町村、農業者の組織する団体等

- (2)国産水産物の消費・輸出拡大を図るための高度衛生管理型漁港の整備 10,390(12,939)百万円

- 我が国水産物の輸出を積極的に推進するため、水揚げから荷捌き、出荷の過程で輸出先国のHACCP基準等を満たす荷捌き所や岸壁等の整備を推進します。
- 〔補助率:10/10(うち漁港管理者1/3等)、1/2等〕
- 事業実施主体:国、地方公共団体等

- 日本食・食文化普及推進総合対策 1,140(一)百万円
料理学校や海外給食事業者等と連携したメニュー開発による日本産食材の活用促進を図るとともに、海外主要都市での日本食レストランウィークの取組等を支援します。

- 〔委託先、事業実施主体:民間団体等〕

<各省との連携>

- 外務省
- ・外務省所管のJICAが主催する国内外の研修等において、我が国の農林水産物・食品に関する取組についてのプログラムを実施し、日本食・食文化を普及する人材を育成

- 6. ミラノ国際博覧会政府出展委託事業 1,100(607)百万円
2015年ミラノ国際博覧会への政府出展に向け、我が国の「食」に関する様々な取組を発信するための日本館建築、展示物製作、行催事・広報活動の実施、運営計画の策定等の開催準備等を実施します。

委託先: JETRO
委託費

<各省との連携>

○経済産業省及び国土交通省 ・ミラノ国際博覧会における日本館の出展準備

- 7. 輸出促進のための植物防疫対策
輸出促進のための植物防疫対策事業 180(69)百万円
消費・安全対策交付金 2,048(2,096)百万円の内数
輸出先国で登録されていない農業等の国内での使用を低減する防除技術の確立や輸出解禁協議等において必要となる国内病害虫情報の収集等の取組を支援します。また、輸出に必要な検査事項を産地等へ情報提供するとともに、集荷地等での輸出検査を行うことにより、産地等の輸出への取組を支援します。

委託先、事業実施主体: 都道府県、市町村、民間団体等、植物防疫所
委託費、交付率: 定額(1/2以内)

- 8. 家畜衛生総合対策 5,524(5,352)百万円の内数
畜産物を輸出する際の相手国からの要求等に応えるため、牛白血病等の家畜の伝染性疾患の清浄化対策を支援するとともに、野生動物を対象とした伝染性疾患の監視を行います。また、検査証明書の電子化対応等により検査手続を迅速化します。

委託先、事業実施主体: 民間団体等、動物防疫所
委託費、補助率: 定額、1/2

(関連対策)

- 9. 食品の品質管理体制強化対策事業 236(255)百万円
国産食品の安全と国際的な信頼の向上を図るため、国内の食品製造事業者の衛生・品質管理体制の強化を図るとともに、HACCP等の国際標準の導入促進に係る取組を支援します。

補助率: 定額、1/2以内
事業実施主体: 民間団体等

お問い合わせ先:

- 1~3の事業 食料産業局輸出促進グループ (03-3502-3408)
- 4(1)の事業 生産局総務課生産推進室 (03-3502-5945)
- 4(2)の事業 水産庁計画課 (03-3502-8491)
- 5の事業 食料産業局食品小売サービス課外食産業室 (03-6744-0481)
- 6の事業 ミラノ国際博覧会チャレンジ本部事務局 (03-6744-2012)
- 7の事業 消費・安全局植物防疫課 (03-3502-5976)
- 8の事業 消費・安全局動物衛生課 (03-3502-5994)
- 9の事業 食料産業局企画課 (03-3502-5743)

2020年に日本産農林水産物・食品の輸出額を1兆円

輸出の拡大などグローバルな食市場の獲得

日本の「食文化・産産業」の海外展開 (Made BY Japan)

- 食品産業のグローバル展開に向けたソフトインフラの整備
- ミラノ国際博覧会への政府出展
- 民間投資と連携した途上国における効率的な農産物・食品の供給体制の構築 (ODA)

世界の料理界で日本食材の活用推進 (Made FROM Japan)

- 料理学校や海外給食事業者等と連携したメニュー開発
- による日本産食材の活用促進
- 海外の料理学校における日本食講座の開設

「国別・品目別輸出戦略」に沿った農林水産物・食品の輸出促進 (Made IN Japan)

- 「国別・品目別輸出戦略」に基づくオールジャパンの取組を進めるため、農林水産物等輸出促進全国協議会のの下に「戦略実行委員会」を設置
- 同委員会を活用し、①産地間連携の促進、②国家的マーケティングの検討、③輸出関連事業の効果の検証等を実施

海外

- ジェトロとの連携強化を通じたビジネスサポート体制の強化
- 海外の県市や商協会等への積極的な参加を支援
- 事業者によるジャパン・ブランドの確立に向けた取組や販売促進活動を支援 等

国内

- GLOBALG.A.P.やハラル等の認証の取得支援
- HACCPやハラル対応の施設整備
- 海外バイヤー等を招聘した商談会の開催 等

輸出戦略に基づいた検査協議等の推進

- 検査事項の産地等への情報提供、集荷地での輸出検査の実施
- 家畜の伝染性疾患の清浄化対策や病害虫情報収集・防除
- 日本産農林水産物・食品に対する規制緩和に向け、規制担当行政官の招聘やデータ提供を実施 等

輸出戦略実行事業[新規]

【152(一)百万円】

対策のポイント

- ・「国別・品目別輸出戦略」の着実な実施に向け、農林水産団体、食品産業、流通関係団体等から構成される農林水産物等輸出促進全国協議会の下に、戦略実行委員会を立ち上げます。
- ・戦略実行委員会において、輸出戦略等について議論を行う場を創設し、戦略実行委員会を司令塔としたオールジャパンでの実効性のある輸出拡大に取り組みます。
- ・戦略実行委員会の下、品目別輸出団体において、実効性のある産地間調整やマーケティング戦略を実現し輸出を拡大していくための議論の場を設置します。
- ・戦略を実施していく上でコアとなる各国の輸入規制に関して、輸入規制に関与する行政官を対象に招聘し、日本の農林水産物・食品についての安全性等の取組についての現地確認、事業者向けセミナーを実施します。

委託先: 民間団体等
委託費

<各省との連携>

- 内閣官房、外務省、国税庁、厚生労働省、経済産業省及び観光庁
- 「国別・品目別輸出戦略」に沿った取組を推進するため、オールジャパンでの戦略実行委員会を創設

(お問い合わせ先: 食料産業局輸出促進グループ (03-3502-3408))

<背景/課題>

- ・農林水産物・食品の輸出拡大策に関しては、これまで各産地・企業が個々に取り組んできた結果、ジャパン・ブランドとしての一体的な価値が発信できず、海外における日本「食」の人氣が輸出に結びついていない状況です。
- ・このため、農林水産省では、国別・品目別輸出戦略を作成し、輸出促進施策も戦略で示された取組に集中することにより、オールジャパンで輸出拡大に取り組んでいくこととしています。
- ・これらの取組が実効あるものとして機能していくためには、事業者の取組の方向性を議論すべく輸出促進体制の整備が必要です。

政策目標

農林水産物・食品の輸出額を拡大
4,497億円(平成24年) → 1兆円(平成32年)

<主な内容>

1. 戦略実行委員会開催費
輸出関連事業者を広く招集し、諸外国の規制等の輸出をめぐる状況、輸出促進事業の活用状況、これらを踏まえた輸出戦略等について議論を行う場を創設します。
2. 品目別輸出団体による輸出拡大方針作成のための検討費
実効性のある産地間調整やマーケティング戦略を実現し輸出を拡大していくため、戦略実行委員会の下で、輸出商社等の専門家も含めた議論の場を設けます。

3. 規制担当者の招聘・セミナー開催費

戦略を実施していく上でコアとなる各国の輸入規制に関して、関与する行政官を海外から招聘し、日本の農林水産物・食品の安全性等の取組についての現地確認、事業者向けセミナーを実施します。

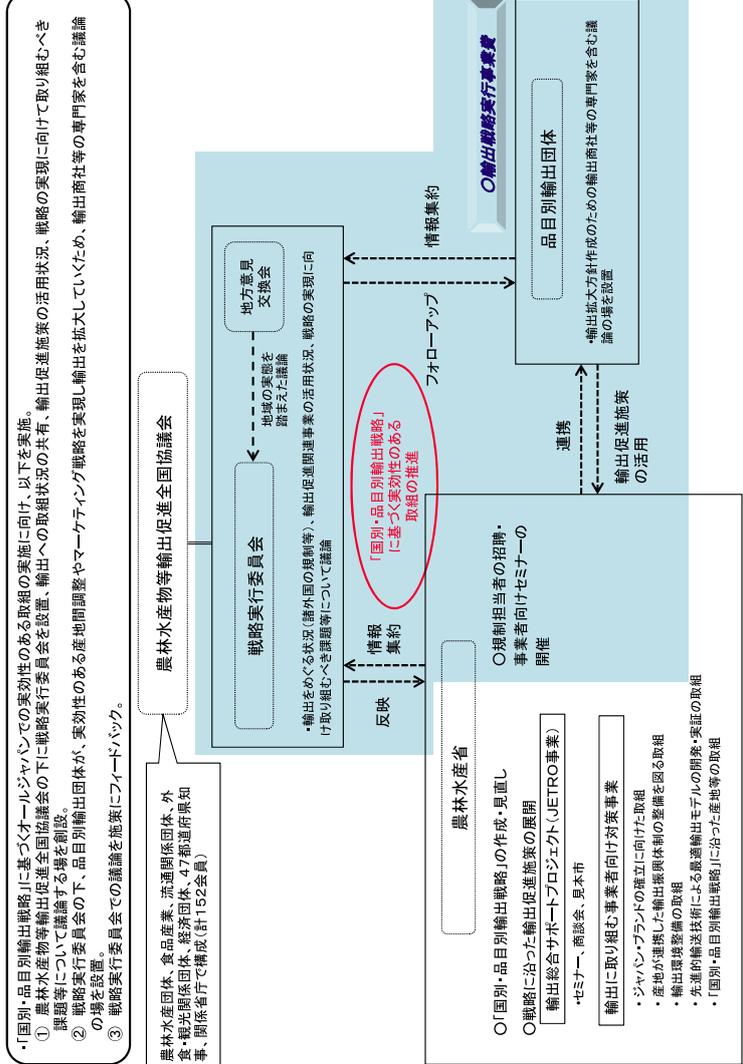
委託先: 民間団体等
委託費

<各省との連携>

- 内閣官房、外務省、国税庁、厚生労働省、経済産業省及び観光庁
- 「国別・品目別輸出戦略」に沿った取組を推進するため、オールジャパンでの戦略実行委員会を創設

(お問い合わせ先: 食料産業局輸出促進グループ (03-3502-3408))

農林水産物・食品の輸出促進施策の進め方(輸出戦略実行事業(26年度概算決定:152百万円))



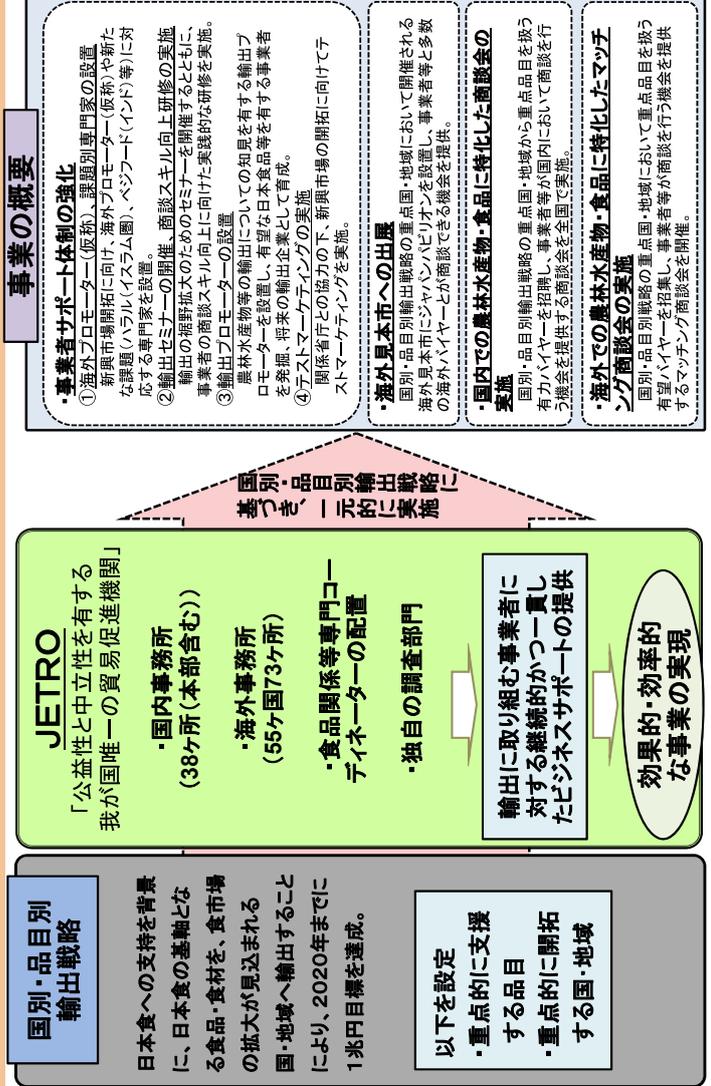
[平成26年度予算概算決定の概要]

4. 海外でのマッチング商談会
 国別・品目別輸出戦略に基づき、日本産農林水産物・食品の海外での商流拡大のため、輸出志向のある農林漁業者等と現地需要者(輸入業者、卸売業者、小売業者等)とのマッチングの場(商談会)を海外に設けます。

＜内容との連携＞
 ○外務省及び経済産業省
 新興市場開拓に向けて、在外公館等とも連携してテストマーケティングを実施するとともに、経済産業省所管のJETRO等と連携しながら、事業者発掘から商談支援までの総合的なビジネスサポート体制を強化

(お問い合わせ先: 食料産業局輸出促進グループ (03-6744-7045))

輸出総合サポートプロジェクト(26年度概算決定額:1,001,501千円)



[平成26年度予算概算決定の概要]

輸出総合サポートプロジェクト

【1,002(1,002)百万円】

対策のポイント
 ジェトロへの補助を通じて、輸出に取り組む事業者等に対し川上から川下に至る総合的なビジネスサポートを強化します。

＜背景／課題＞

- ・日本再興戦略において、2020年に農林水産物・食品の輸出額を1兆円(現状約4,500億円)とすることとされており、原発事故等の影響により輸出額が落ち込み中でこの目標を達成するためには、国別・品目別輸出戦略に基づいて農林水産物・食品の輸出促進の取組の強化を図ることが必要です。
- ・このため、輸出に取り組む事業者の裾野を広げるとともに、多くの輸出機会を創出し、川上から川下に至るまでのジェトロを通じた総合的なサポート体制の下、支援効果を高めていくことが必要です。

政策目標

農林水産物・食品の輸出額を拡大
 4,497億円(平成24年)→平成32年(1兆円)

＜主な内容＞

- 輸出に取り組む事業者に対し、以下の取組を通じて継続的かつ一貫したビジネスサポートを提供します。
1. 事業者サポート体制の強化
 - (1) 新興市場(ベトナム、インドネシア、中東など)の開拓に向け、海外プロモーター(仮称)や新たな課題(ハラール(イスラム圏)等)に対応する専門家を設置します。
 - (2) 輸出の裾野拡大のためのセミナーの開催とともに、事業者の高スキル向上に向けた実践的な研修を実施します。
 - (3) 輸出プロモーターを設置し、日本産農林水産物・食品の輸出に大きな可能性を有する事業者を全国から発掘し、育成を図ります。
 - (4) 関係省庁との協力の下、新興市場の開拓に向けて、海外での試食会等のテストマーケティングを実施します。
 2. 海外見本市への出展
 海外における日本産農林水産物・食品の商流の構築と効果的な普及を図るため、国別・品目別輸出戦略に基づき、海外見本市へジャパン・パビリオンを出展し、海外での販路拡大を支援し、輸出の拡大を図ります。
 3. 国内商談会
 国別・品目別輸出戦略に基づき、国内において、海外の有力なバイヤーとの商談会等を開催し、海外販路の拡大への支援を通じて輸出の裾野を広げます。

<各省との連携>

○外務省及び経済産業省

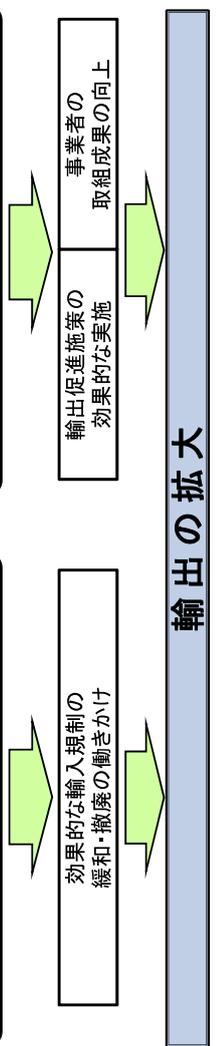
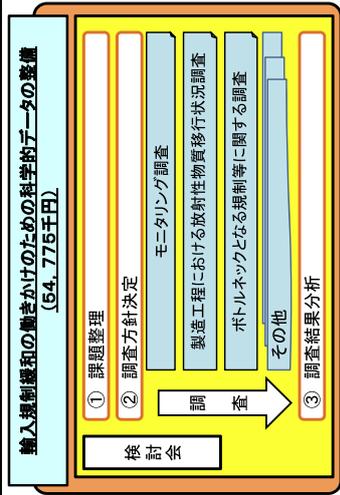
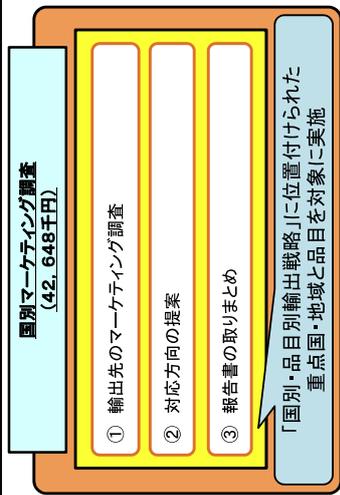
新興市場開拓に向けて、在外公館等とも連携してテストマーケティングを実施するとともに、経済産業省所管のJETRO等と連携しながら、事業者発掘から商談支援までの総合的なビジネスサポート体制を強化

お問い合わせ先：食料産業局輸出促進グループ

- 1の事業 (03-6744-2061)
- 2の事業 (03-3502-3408)

輸出拡大推進委託事業(26年度概算決定額:97,423千円)

- ◎2020年までに輸出額を倍増させ、1兆円水準を達成するためには、
 - ① 原発事故に伴い導入された諸外国の輸入規制の緩和に向けた働きかけ及び輸出阻害要因の是正が必須。
 - 科学的根拠に基づき最新データの整備及びポータルネット等となる規制等に関する調査等が必要。
 - ② 「国別・品目別輸出戦略」上の重点国における輸出環境の整備、商流の確立・拡大が必須。
 - 各国における輸出の課題や市場のトレンド等、最新の情報が必須。



輸出の拡大

食品産業グローバル展開インフラ整備事業
【198(64)百万円】

対策のポイント

日本の「食文化・食産業」の海外展開(Made BY Japan)を促進するため、海外展開における阻害要因の解決を図るとともに、グローバル人材の確保に向けた支援などのソフトインフラを整備します。

<背景/課題>

- ・「日本再興戦略」において、今後10年間で倍増するグローバルな「食市場」の獲得に向け、日本の「食文化・食産業」の海外展開(Made BY Japan)の取組を推進することが求められています。
- ・このため、食産業のグローバル展開に当たって障壁となる諸外国の食品の規格基準等への対応やグローバル展開のための人材確保の取組を進めるとともに、フードシステム全体での海外展開を支援する必要があります。

政策目標

2020年の食品関連産業の市場規模を120兆円に拡大する。

<主要内容>

1. グローバル展開阻害要因解決支援事業 165百万円
各国の多様な食品等の規格基準や規制について情報収集を行うとともに、これらをデータベース化することで情報の共有化を図ります。さらに二国間の様々な課題解決に向けた官民合同フォーラムを開催します。
補助率：委託費
事業実施主体：民間団体等
2. グローバル展開のための人材確保事業 22百万円
グローバル人材の育成を目的とした国内研修会を開催するとともに、現地法人への経営指導等の要請に対応できる食品関係に豊富な専門知識や経験を持つ人材を確保・活用する仕組みを構築します。
補助率：定額
事業実施主体：民間団体等
3. 業種連携によるフードシステム構築事業 12百万円
単独での海外展開に消極的な食品関連産業に対し、同業種あるいは製造・流通・外食等が連携し、バリューチェーンを構築するフードシステム全体での海外展開を支援します。
補助率：定額
事業実施主体：民間団体等

<各省との連携>

○経済産業省

経済産業省所管のクール・ジャパン推進機構と連携して食産業のグローバル展開を推進

お問い合わせ先：食料産業局輸出促進グループ(03-6744-1502)

食品産業グローバル展開インフラ整備事業【26年度概算決定額：197,764千円】

課題

- ◆ 収益性が低く、海外展開に人材・資金を投入できないため、他産業に比べ海外展開が遅れている
- ◆ 大手企業も国内市場に依存しており、海外売上高や利益率が欧米メジャー企業に大きく見劣りしている
- ◆ 各国の食品の衛生規制や出店の際の法規制、商慣行や労使慣行等の情報が不足
- ◆ 現地の製造・流通環境、知的財産保護制度等諸課題への対応

食品産業政策フォーラムの提言

- ◆ 食品の規格基準に係る包括的支援が必要
- ◆ 国毎に異なる食品の規格基準等の情報入手
- ◆ グローバル展開のための人材確保が必要
- ◆ 日本及び現地でのマネジメント人材の確保
- ◆ ニセモノ対策など知財保護の対応が必要
- ◆ 阻害な模倣品によりブランドイメージが毀損
- ◆ 「日本の強み」を発揮する枠組みの構築
- ◆ 海外展開にあたり、共同で日本の強みであるハイレベルのバリューチェーンを構築

食品産業を取り巻く状況

- ・人口減少・高齢化等により国内市場は量的に縮小
- 【食品産業の国内生産額】
2009年：約79兆円
1998年から約15兆円減(約2割減)
- ・一方、現在340兆円の世界の食市場は2020年には680兆円に倍増
- 【中国・インドを含むアジア】
2009年：32兆円⇒2020年239兆円(約3倍増)

FBIのコーラボ

- Made From Japan
世界の料理界での日本食材の活用推進
- Made By Japan
日本の「食文化・食産業」の海外展開
- Made In Japan
「国別・品目別輸出戦略」を策定し、日本の農林水産物・食品の輸出拡大
- 【「国別・品目別輸出戦略」より抜粋】
Enter=輸出環境の整備①
・食品添加物使用許容量、施設認定等の規格基準等については、相手国の基準に合わせて必要

国の支援

- 【グローバル展開阻害要因の解決】
➢ 輸出・海外展開において重要な国々の食品の規格・基準や規制について情報収集しデータベース化
➢ 課題解決に向けた官民合同フォーラムの開催
- 【グローバル人材の確保・利用】
➢ グローバル人材育成のための国内研修会の開催
➢ 食品関係に豊富な専門知識や経験を持つシニア人材の確保・活用
- 【知的財産保護への対応】
➢ 現地の食品関連産業と連携した知的財産権侵害監視システムの構築
➢ 知的財産マネジメントの普及のためのセミナーの開催
- 【業種連携によるフードシステムの構築】
➢ 同業種あるいは製造・流通・外食等が連携し、バリューチェーンを構築するフードシステムでの海外展開を支援
- 【官民出資型ファンドによる資金支援】
➢ 海外展開に対し、(株)海外需要創出支援機構、(株)産業界新機軸等が資金面で支援

「輸出促進ロゴマーク」を使ってみませんか！



「輸出促進ロゴマーク」（英語版）
世界各国の言語を用意しています。

「おいしい」(oishii)は、食品の味を賞賛する日本語であり、「日本」、「和」のイメージを力強く印象づける筆文字書体でデザインしています。「Japanese food quality」を包含した朱色の四角は、品質の高い日本の農・林・水各産物及び加工食品（計4種）が世界に向けて勢いよく輸出されることを表現しています。」

日本産農林水産物・食品の輸出に取り組む皆様へ

農林水産省では、日本産農林水産物・食品の輸出に当たり、日本産であることの識別を容易にし、品質やおいしさなどを海外の消費者にアピールするための「輸出促進ロゴマーク」を作成しています。

このロゴマークは、ご自身が行う輸出の中で、商品の包装資材、ポスター、名刺などに印刷やシールという形でご使用いただけます（印刷代、シール代は自己負担）。

使用に当たっては、日本産の農林水産物・食品の輸出に用いること、マークのデザイン、色、縦横比を変えないことなど一定の約束をお守りいただけますが、使用されたい方は輸出促進グループまでご連絡下さい。

食料産業局輸出促進グループ 電話 03-6744-7045

農林水産省HP 輸出促進ロゴマーク
http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_logo/index.html

農林水産物等輸出促進メールマガジンのご紹介

最新の情報は、農林水産省の輸出促進対策のホームページからご覧いただくことができます。

農林水産省HP 農林水産物等輸出促進メールマガジン
http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_mailmaga/index.html

メールマガジンでは、最新情報をタイムリーに発信しております。
ぜひご登録下さい。

2013年度ジェトロ農林水産・食品分野 輸出支援事業のご案内

日本貿易振興機構（ジェトロ）
農林水産・食品部

基礎的支援

情報提供・調査

情報提供

- ジェトロウェブサイトでの情報提供
<http://www.jetro.go.jp/indexj.html>
- J-FILE（世界57カ国・地域の経済・社会の情報を入手可能）

★ジェトロのホームページ



調査

■ 調査レポート <最近の調査>

1. 2012年度米国食糧及びバイオ燃料生産の現状と課題（2013年3月）
2. 2012年度 穀物調査（アルゼンチン）（2013年3月）
3. 2012年度 穀物調査（ブラジル）（2013年3月）
4. EUの農業政策、食品規制、制度情報（2012年7月～2013年3月報告）（2013年3月）
5. インドネシア日本食品消費動向調査（2013年3月）
6. 2012年度主要国・地域における農林水産物・食品流通構造調査（2013年3月）
7. 日本食品に対する海外消費者アンケート調査 7カ国・地域比較版（中国・香港・台湾・韓国・米国・フランス・イタリア）
8. 日本食品に対する海外消費者アンケート調査（中国）（2013年3月）
9. 日本食品に対する海外消費者アンケート調査（台湾）（2013年3月）
10. 日本食品に対する海外消費者アンケート調査（香港）（2013年3月）
11. 日本食品に対する海外消費者アンケート調査（韓国）（2013年3月）
12. 日本食品に対する海外消費者アンケート調査（米国）（2013年3月）
13. シンガポール日本食品消費動向調査（2013年3月）
14. 日本食品に対する海外消費者アンケート調査（イタリア）（2013年3月）
15. 日本食品に対する海外消費者アンケート調査（フランス）（2013年3月）
16. ロシア・ウクライナ日本食品消費動向調査（2013年3月）
17. イタリア日本食品消費動向調査（2013年3月）
18. ペルー日本食品消費動向調査（2013年2月）

基礎的支援

セミナー・研修会、メールマガジン

セミナー、研修会

■ 輸出入門セミナー

輸出取引にあたっての基本的な知識や商談の進め方などを学ぶセミナーを開催

■ 国・地域別情報提供セミナー

海外コーディネーターなどによる国・地域ごとの日本食品市場と食品関連規制に焦点を当てた「食品輸出セミナー」を東京・大阪・地方で開催

■ 貿易実務講座

貿易取引のシーンに沿った貿易実務を簡単な演習を交えて、基礎から習得する貿易実務講座を開催

※具体的な開催内容、スケジュールはウェブサイトで紹介しています

<http://www.jetro.go.jp/events/seminar/>

メールマガジン

■ ジェトロ農水産・食品Newsletter

ジェトロのイベント情報や調査レポート、注目ニュースなどを毎月15日に配信（無料）

※お申込は下記URLから

<http://www.jetro.go.jp/industry/foods/mail/>

基礎的支援

個別相談（国内・海外）

個別相談（国内）

- 東京、大阪を含む全国40ヶ所に「**農林水産物・食品輸出相談窓口**」を設置し、貿易相談を随時受け付け。（電話、e-mail、個別面談など）

- **原則無料**（調査を伴うものなどは、一部有料）

- **昨年度の相談件数は、5,468件。**（速報値）

農林水産物・食品輸出相談窓口

○ジェトロ本部 **03-3582-5646**
〒107-6006 東京都港区赤坂1-12-32アーク森ビル6階

○大阪本部 **06-6447-2307**
〒530-0005 大阪府大阪市北区中之島3-3-3
中之島三井ビル5階

○お近くのジェトロ貿易情報センター37事務所にも設置
（ご連絡先は以下をご参照下さい）
<http://www.jetro.go.jp/jetro/japan/list/>

個別相談（海外）

- 海外在住のコーディネーターが現地の感覚・目線でご回答。（14ヶ国19事務所）
- **無料（但し、対象は中小企業のみ）**

2013年度海外コーディネーター配置地域（農林水産・食品分野）

（北米） ニューヨーク、ロサンゼルス、サンフランシスコ
（欧州） ロンドン、パリ、ミラノ、モスクワ、
（アジア） シンガポール、バンコク、マニラ、チェンナイ、クアラルンプール
（中国・北東アジア） 北京、上海、広州、香港、ソウル
（大洋州） シドニー
（中南米） サンパウロ
※2013年11月末時点。

e-mail 相談サービス

● 日本にいながらにして、海外の産業分野別の海外コーディネーターに相談できるサービス。
● 「**現地の商習慣**」「**売れ筋商品**」「**現地最新トレンド**」「**日本からの商品の現地販売可能性**」等についての皆様からのご質問・相談にEメールにて回答いたします（注）。
<http://www.jetro.go.jp/services/coordinate/>
● なお、「**企業情報**（パートナー候補企業の照会）」「**制度情報**」「**価格情報**」等は、**海外三調査（有料）**にてお受けします。
http://www.jetro.go.jp/services/quick_info/
（注）本サービスは海外コーディネーターが配置されている国・地域に限ります。

現地フリーフィング相談サービス

● お客様が海外出張される際に、産業分野別の海外コーディネーターに直接相談できるサービス。
● ご関心のある国・分野・市場に向けた、**輸出・開拓の方法等について個別相談（フリーフィング・サービス）**を現地で受けることができます。
● **事前予約が必要**です。「**海外フリーフィング・サービス**」申し込みページにて
<http://www.jetro.go.jp/services/briefing/>
「その他連絡事項」欄に、「海外コーディネーターとの面談を希望」とご記入ください。

商談支援

海外商談会

海外商談会

- 輸出先として可能性の高い国等において海外商談会を実施
- 海外専門家を通じ現地優良バイヤーを誘致
- 効率的、効果的の商談が可能
- 事前セミナーの実施
- 事前準備を支援
- 商談の際の通訳等のサポート
- 商談会の他、現地の最新事情ブリーフィング、小売店舗視察など、効果的なスケジュール

<参加者募集>

<http://www.jetro.go.jp/events/>



広島バンコク商談会

農産物バイヤー商談会 in 香港

Copyright © 2013 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

★2013年度予定

ミッション名	時期
日本産農水産物・食品輸出商談会 (タイ) ※対象品目: 日本酒・牛肉・水産物・果物	7月31日-8月1日
OISHII JAPAN向け 第3回バイヤー招聘 (シンガポール)	10月17日-19日
日本産農水産物・食品輸出商談会 (香港)	10月23-24日
日本酒・和牛セミナー&商談会 (米国・ニューヨーク) ※対象品目: 日本酒・牛肉	10月28日
日本酒セミナー&商談会 (米国・シカゴ) ※対象品目: 日本酒	10月30日
日本産農水産物・食品輸出商談会 (シンガポール) ※対象品目: 水産物・食肉	12月4-5日
日本産農水産物・食品輸出商談会 (ベトナム・ホーチミン) ※対象品目: アルコール飲料・加工品	12月10日-2日
日本産農水産物・食品輸出商談会 (アラブ首長国連邦・ドバイ)	2014年 1月19日-21日
日本産農水産物・食品輸出商談会 (ロシア・モスクワ)	2014年 2月17日-19日
水産物(ほたて)輸出商談会 (フランス・パリ)	2014年2月上旬

※上記以外のスケジュールは追ってホームページ上に公示します

5

商談支援

バイヤー招聘商談会

バイヤー招聘商談会

- 世界各国から有カバイヤーを日本に招へいし、国内で商談を実施
国内にいながら、様々な国のバイヤーと商談が可能
- ジェトロのネットワークを通じ優良バイヤーを選定し、招へい
- 原則事前マッチング制で効率的、効果的の商談が可能
- 事前セミナーの実施、国内参加者との個別打ち合わせを通じたノウハウ等事前準備を支援
- 商談の際の通訳等のサポート

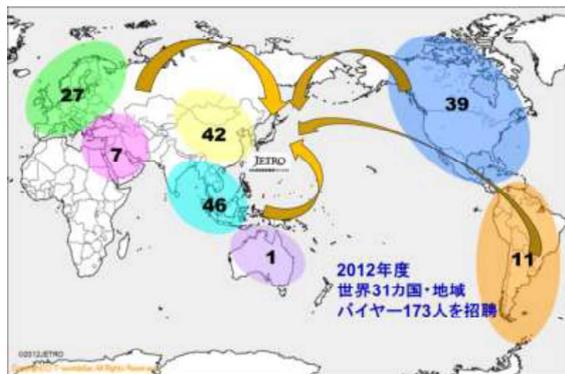
<参加者募集>

<http://www.jetro.go.jp/events/tradefair/>



★2012年度実績

バイヤー招聘商談会 40回 (31都市)
バイヤー数 173人 (2011年度: 25回/134人)



商談会名 (2013年度予定)	時期
日本酒・酒類輸出商談会(京都・山形) ※対象品目: 日本酒・果実酒、焼酎等	7月9-10日(京都) 11日(山形)
食品輸出商談会(旭川・帯広) ※対象品目: 果物、野菜、米、牛肉、 乳製品、菓子等	7月30日(旭川) 8月1日(帯広)
アグリフードEXPO東京2013/ ジャパン・インターナショナル・シーフードショー	8月22-23日
食品輸出商談会 (千葉・長野・岡山・名古屋・富山・長崎)	8月26日 (千葉・長野・岡山) 27日 (名古屋・富山・長崎)
食品輸出商談会(根室、釧路) ※対象品目 水産物・水産加工品	9月17-18日(根室) 19-20日(釧路)
日本酒・酒類輸出商談会(兵庫・福島) ※対象品目: 日本酒、焼酎、リキュール等酒類	9月26日(神戸) 30日(郡山)
日本酒・焼酎輸出商談会(高知・大分) ※対象品目: 日本酒、焼酎、リキュール等酒類	10月4日(高知) 8日(大分)
地方銀行フードセレクション2013	10月21-22日
食品輸出商談会 (山形・徳島・広島・福岡)	10月24日 (山形・徳島) 10月25日 (広島・福岡)
食品輸出商談会(那覇)プレ沖縄大交易会 ※対象品目: 農産物、酒類、畜産物、水産物、加工品、健康食品等	11月14-15日

Copyright © 2013 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

募集時期等のスケジュールは追って個別にホームページ上に公示します

6

商談支援

バイヤー招聘商談会

バイヤー招聘商談会

- 世界各国から有カバイヤーを日本に招へいし、国内で商談を実施国内にいながら、様々な国のバイヤーと商談が可能
- ジェトロのネットワークを通じ優良バイヤーを選定し、招へい
- 原則事前マッチング制で効率的、効果的商談が可能
- 事前セミナーの実施、国内参加者との個別打ち合わせを通じたノウハウ等事前準備を支援
- 商談の際の通訳等のサポート

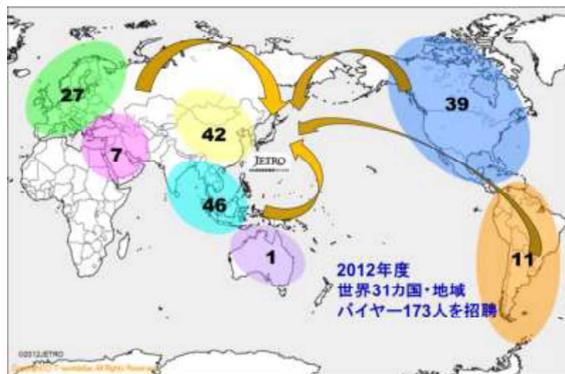
<参加者募集>

<http://www.jetro.go.jp/events/tradefair/>



★2012年度実績

バイヤー招聘商談会 40回 (31都市)
バイヤー数 173人 (2011年度: 25回/134人)



★2013年度 (続き)

商談会名 (2013年度予定)	時期
食品輸出商談会(熊本) 九州食の展示商談会20132013inくもと ※対象品目: 農産物、酒類(日本酒、焼酎)、畜産物、水産物、加工品(味噌、醤油、麺類、菓子類等)	11月20-21日
食品輸出商談会(下関) ※対象品目: 水産物、加工食品、日本酒、野菜果物、畜産物、健康食品	11月22日
日本茶輸出商談会(鹿児島・静岡) ※対象品目: 日本茶	11月7日(鹿児島) 11月10-11日(静岡)
盆栽輸出商談会(さいたま・香川) ※対象品目: 盆栽	11月17日(さいたま) 11月19-20日(高松)
食品輸出商談会(大阪)	2014年2月20-21日
食品輸出商談会 (北海道(函館・札幌)・金沢・山梨)	2014年2月24日(函館・金沢) 25日(山梨) 26日(札幌)
FOODEX JAPAN2014 (幕張メッセ)	2014年3月5-7日
食品輸出商談会 (青森・盛岡・石巻・福島・新潟 ・千葉・山陰・四国・宮崎)	2014年3月10日 (青森・盛岡・石巻 ・山陰・宮崎) 11日(新潟) 12日(千葉) 12-13日(四国)

Copyright © 2013 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

募集時期等のスケジュールは追って個別にホームページ上に公示します

7

商談支援

見本市出展支援

見本市出展支援

1. ジャパンパビリオンによる集客効果

ジェトロのジャパンパビリオンでは、日本企業がまとめて参加しますので、『日本』のブランドとしてより鮮明にアピールできるとともに、より高い広報・集客効果が期待されます。

2. 費用負担の軽減

出品料等の一部についてはジェトロが負担いたします。従って、出品者の皆様は、同等の装飾を施し、単独で出品する場合に比べて、出品費用を抑えることができます。

3. 出品手続きを安心サポート

出品の申込みやブースの装飾など、見本市への参加に伴う煩雑な手続きをジェトロがサポートいたします。初めて海外の見本市に出品される方でも、安心してご参加いただけます。

4. ジャパンパビリオンの広報

様々な媒体を活用して、想定される来場者に対してアプローチします。加えて、広告の設置やカタログの配布など、見本市会場でもプロモーション活動を積極的に行います。

5. 輸出に関するアドバイス

ビジネス経験豊富なジェトロのアドバイザーが、現地の市場情報や、輸出に関するアドバイスを提供いたします。

<出展者募集>

<http://www.jetro.go.jp/events/tradefair/>



FOOD EXPO 2012 in 香港



SIAL China 2012

★2013年度出展予定

見本市・展示会名(特徴等)	会期	開催地
HOFEX 2013 (香港最大級の国際総合食品見本市)	2013年5月7日-10日	中国・香港
SEOUL FOOD 2013 (韓国最大級の国際総合食品見本市)	2013年5月14日-17日	韓国・ソウル
Thaifex 2013 (タイ最大級の国際総合食品見本市)	2013年5月22日-24日	タイ・バンコク
広州国際食品食材展覧会 (中国の主要都市における総合食品見本市)	2013年6月14日-17日	中国・広州
VINEXPO 2013 (フランスにおける最大級の酒類専門見本市)	2013年6月16日-20日	フランス・ボルドー
SIAL BRAZIL 2013 (南米最大級の国際総合食品見本市)	2013年6月25日-28日	ブラジル サンパウロ
Food Taipei 2013 (台湾最大級の国際総合食品見本市)	2013年6月26日-29日	台湾・台北
Summer Fancy Food Show 2013 (米国東海岸最大級の高級食材見本市)	2013年6月30日-7月2日	米国 ニューヨーク
Food & Service 2013 (チリにおける最大級の総合食品見本市)	2013年8月7日-9日	チリ・サンチャゴ
Food Expo 2013 (農水産品輸出先第1位の市場における最大級の総合食品見本市)	2013年8月15日-17日	中国・香港
Speciality and Fine Food Fair 2013 (英国における最大級の高級食材見本市)	2013年9月8日-10日	英国・ロンドン
広州国際特色食品飲料展覧会 2013 (農水産品輸出先として第4位の中国の主要都市における総合見本市)	2013年9月12日-14日	中国・広州
Alimentaria 2013 (ブラジルにおける最大級の外食産業向け見本市であるEquipotellに併催される総合食品見本市)	2013年9月16日-19日	ブラジル サンパウロ
Food and Hotel Malaysia 2013 (マレーシアにおける最大級の総合食品見本市)	2013年9月17日-20日	マレーシア クアラルンプール
PIR 2013 (ロシアにおける最大級のホテル・外食産業向け見本市)	2013年10月1日-4日	ロシア・モスクワ

Copyright © 2013 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

8

商談支援

見本市出展支援

見本市出展支援

1. ジャパンパビリオンによる集客効果

ジェトロのジャパンパビリオンでは、日本企業がまとめて参加しますので、『日本』のブランドとしてより鮮明にアピールできるとともに、より高い広報・集客効果が期待されます。

2. 費用負担の軽減

出品料等の一部についてはジェトロが負担いたします。従って、出品者の皆様は、同等の装飾を施し、単独で出品する場合に比べて、出品費用を抑えることができます。

3. 出品手続きを安心サポート

出品の申込みやブースの装飾など、見本市への参加に伴う煩雑な手続きをジェトロがサポートいたします。初めて海外の見本市に出品される方でも、安心してご参加いただけます。

4. ジャパンパビリオンの広報

様々な媒体を活用して、想定される来場者に対してアプローチします。加えて、広告の設置やカタログの配布など、見本市会場でもプロモーション活動を積極的に行います。

5. 輸出に関するアドバイス

ビジネス経験豊富なジェトロのアドバイザーが、現地の市場情報や、輸出に関するアドバイスを提供いたします。

<出展者募集>

<http://www.jetro.go.jp/events/tradefair/>



FOOD EXPO 2012 in 香港



SIAL China 2012

★2013年度出展予定（続き）

見本市・展示会名(特徴等)	会期	開催地
ANUGA 2013 (欧州最大級の国際総合食品見本市)	2013年10月5日-9日	ドイツ・ケルン
中国国際漁業博 2013 (アジア地域で最大級の水産専門見本市)	2013年11月5日-7日	中国・大連
Wine & Spirits 2013 (香港における最大級の酒類専門見本市)	2013年11月7日-9日	中国・香港
FHC CHINA 2013 (中国における最大級の総合食品見本市)	2013年11月13日-15日	中国・上海
Indonesia Japan Expo2013 (日インドネシア国交樹立55周年記念事業)	2013年12月19日-22日	インドネシア・ジャカルタ
WINTER FANCY FOOD SHOW 2014 (米国西部における最大級の高級食材見本市)	2014年1月19日-21日	米国 サンフランシスコ
IPM エssen 2014 (花き園芸関係で世界最大級の専門見本市)	2014年1月28日-31日	ドイツ・エッセン
Bio Fach 2014 (有機製品分野では 世界で最大級の専門見本市)	2014年2月12日-15日	ドイツ ニュルンベルク
Top Gastro 2014 (チェコにおける最大級の総合食品見本市)	2014年2月20日-23日	チェコ・プラハ
Gulfood 2014 (中東地域における最大級の総合食品見本市)	2014年2月23日-27日	UAE・ドバイ
PROD EXPO 2014 (ロシアにおける最大級の総合食品見本市)	2014年2月10日-14日	ロシア・モスクワ
Hong Kong International Diamond, Gem & Pearl Show 2014 (香港における最大級の宝飾品専門見本市)	2014年3月3日-7日	中国・香港
Salon de Gourmet 2014 (スペインにおける最大級の総合食品見本市)	2014年3月10日-13日	スペイン・マドリッド
Seafood Expo North America 2014 (米国における最大級の水産専門見本市)	2014年3月16日-18日	米国・ボストン

商談支援

見本市出展支援

見本市出展支援

1. ジャパンパビリオンによる集客効果

ジェトロのジャパンパビリオンでは、日本企業がまとめて参加しますので、『日本』のブランドとしてより鮮明にアピールできるとともに、より高い広報・集客効果が期待されます。

2. 費用負担の軽減

出品料等の一部についてはジェトロが負担いたします。従って、出品者の皆様は、同等の装飾を施し、単独で出品する場合に比べて、出品費用を抑えることができます。

3. 出品手続きを安心サポート

出品の申込みやブースの装飾など、見本市への参加に伴う煩雑な手続きをジェトロがサポートいたします。初めて海外の見本市に出品される方でも、安心してご参加いただけます。

4. ジャパンパビリオンの広報

様々な媒体を活用して、想定される来場者に対してアプローチします。加えて、広告の設置やカタログの配布など、見本市会場でもプロモーション活動を積極的に行います。

5. 輸出に関するアドバイス

ビジネス経験豊富なジェトロのアドバイザーが、現地の市場情報や、輸出に関するアドバイスを提供いたします。

<出展者募集>

<http://www.jetro.go.jp/events/tradefair/>



FOOD EXPO 2012 in 香港



SIAL China 2012

★2014年度出展予定

見本市・展示会名(特徴等)	会期	開催地
FHA 2014 (シンガポールで開催される アジア最大級の総合食品見本市)	2014年4月8日-11日	シンガポール
Seafood Expo Global 2014 (欧州における最大級の水産専門見本市)	2014年5月6日-8日	ベルギー・ブリュッセル
Thaifex 2014 (タイにおける最大級の総合食品見本市)	2014年5月21日-25日	タイ・バンコク

※その他随時公表予定

総合支援

輸出有望案件発掘支援・会員制度

輸出有望案件発掘支援

専門家が、お客様の製品・商品や会社の状況に合わせてマーケット・バイヤー情報の収集や海外見本市の随行、商談の立会い、最終的には契約締結まで一貫して支援。

■こんな企業様におすすめです

- 商品には自信があるが、輸出の経験がない
 - アジアに輸出ルートがあるが、アメリカにも輸出したい
 - 海外見本市に出てみたものの後が続かない
 - 海外で特許を取得したものの、安定した輸出ルートが確立できない
- ※2013年度からは大企業やJAも支援対象候補とします。

■事業概要

- 支援期間は、2年間
新規市場2カ国までにおいて、海外企業1社との契約締結までご支援
- 専門家によるアドバイス経費や同行する海外出張費などは、ジェトロが負担します(ただし、企業側の売り込みに要する経費(海外出張費、英文パンフ作成費など)は、企業側負担となります)
- 国内に11名の専門家を配置(2013年11月末時点)

■具体的支援内容



会員制度

■ 農水産情報研究会

ジェトロが持つ農林水産・食品関係の豊富な情報とノウハウをみなさまの活動にお役立ていただくための会員制度。

会費：年会費 一口 52,500円 ※前納一括払い。

会員サービス：

- ①豊富な資料をお届けします。
 - ・ Food & Agriculture 年間50回・毎週月曜日発行
海外の農林水産業、食品産業、日本食事情などを電子媒体でお届け
 - ・ 各種調査資料
- ②海外食品見本市の出品料、海外食品関連ミッション参加料が10%割引になります。
- ③ジェトロの海外ミニ調査サービス(有料)が年間3ユニットまで無料
- ④会員向けセミナー(2013年度開催例)
 - 5月15日 東京 英仏の日本食品市場の現状と市場開拓に向けた実践的アドバイス
 - 7月22日 東京 インドネシア食品市場進出セミナー

※上記以外の詳細、お申込はウェブサイトで紹介しています
<http://www.jetro.go.jp/members/food/>

総合支援

農林水産物・食品業界等海外販路開拓支援事業

業界支援

- 農林水産物・食品分野における特定商品群を代表する団体が狙いを明確に定めた上で実施を希望する海外販路開拓・拡大に向けた意欲的なプロジェクトを、ジェトロの国内外のネットワークを活用して、**最大3年間**の支援期間内で、複数の支援ツールを組み合わせることで**特定商品群の輸出拡大**を目指します(通年募集)。

<支援ツール> ①海外市場・制度調査、②専門家派遣、③国内研究会開催、④海外有識者招聘
⑤海外バイヤー招聘、⑥商談ミッション派遣、⑦海外専門見本市出展、⑧その他

<応募先>

<http://www.jetro.go.jp/services/agri/>

■ 2012年度の取り組み事例

【木材】国産材製品の中国向け販路拡大を目的に、中国の木造建築の国家標準の改定に関する**専門家の派遣**、中国市場の理解促進を図る**国内研究会**、北京への視察・商談**ミッションの派遣**を実施。



【焼酎・泡盛】米国ロサンゼルスとベトナムにおける本格焼酎・泡盛の輸出環境の整備、販路開拓を目的に、同地へ**ミッションを派遣**し、ビジネス関係者向け試飲商談会やセミナー等を開催。



【花き】国内有識者による「花きの知財輸出に関する**研究会**」を設置し、知財輸出の課題等について検討・とりまとめ。また、米国品種保護制度や国内個人育種家による知財輸出の実態等につき**調査**を実施。



インバウンド観光市場としての ASEAN

2014年2月10日（地方連携フォーラム）

日本アセアンセンター 観光交流部

神田瑞穂

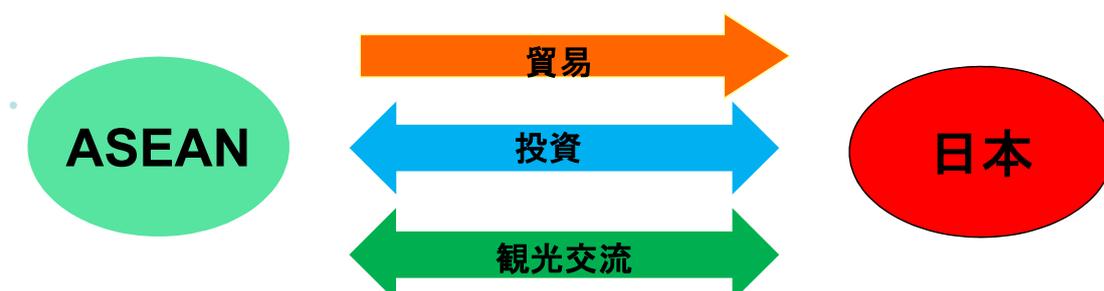
1

日本アセアンセンター

1981年、当時のASEAN加盟国政府および日本政府が、「東南アジア諸国連合貿易投資観光促進センター設立協定」に署名し、設立。現在は、全ASEAN加盟国（10カ国）及び日本が加盟。

・ミッション

- (1) ASEAN諸国から日本への輸出の促進
- (2) 日本とASEAN諸国間の直接投資の促進
- (3) 日本とASEAN諸国間の観光の促進
- (4) 日本とASEAN諸国間の人物交流を深める



2

アウトライン

- ・ASEANの人口と主な宗教
- ・訪日客概要
- ・ASEANのムスリム（礼拝、食事）

3

ASEANの人口 / 主な宗教

出所：国際通貨基金、外務省、各国データ

	2012年人口	宗教
ブルネイ	43万人	イスラム教(67%)、仏教(13%)、キリスト教(10%)
カンボジア	1,500万人	仏教(96.4%)、イスラム教(2.1%)
インドネシア	2億4,000万人	イスラム教(88.1%)、キリスト教(9.3%)、ヒンドゥー教(1.8%)、仏教(0.6%)、儒教(0.1%)
ラオス	630万人	仏教(90%)
マレーシア	2,900万人	イスラム教(61%)、仏教(20%)、キリスト教(9%)、ヒンドゥー教(6%)、儒教・道教(1.0%)
ミャンマー	6,300万人	仏教(90%)
フィリピン	9,700万人	カトリック(82.0%)、プロテスタント(5.4%)、イスラム教(4.6%)
シンガポール	530万人	仏教(33.3%)、イスラム教(14.7%)、キリスト教(11.3%)、道教(10.9%)、カトリック(7.1%)、ヒンドゥー教(5.1%)
タイ	6,400万人	仏教(94%)、イスラム教(5%)
ベトナム	9,000万人	仏教(80%)、カトリック(7%)

ASEAN総人口6億人 40%がムスリム

4

ASEANからの訪日客数 (2013年)

◆観光庁の目標 全世界から 1,000万人 → **1,036万人**
 東南アジアから 100万人 → **114万人**

	訪日客数	前年比増減率(%)
韓国	2,456,100	+20.2%
台湾	2,210,800	+50.8%
中国	1,314,500	▲ 7.8%
・タイ 453,600 (+74.0%) ・シンガポール 189,200(+33.1%) ・マレーシア 176,500(+35.6%) ・インドネシア 136,800(+34.8%) ・フィリピン 108,300 (+27.4%) ・ベトナム 84,400 (+53.0%)	ASEAN 6か国 1,148,800	+48.3%
香港	745,800	+54.8%

出所：日本政府観光局

ASEANの主要訪日マーケットGDP

	2012年 国民一人当たり名目GDP (米ドル)	前年比
シンガポール	53,701	6.8%
マレーシア	10,150	6.8%
タイ	5,325	6.7%
インドネシア	3,011	7.6%
(日本)	(41,595)	(3.6%)

経済成長 + LCC(格安航空会社)の就航拡大

出所：国際通貨基金

訪日に必要なビザ

2013年7月1日より大幅に緩和

シンガポール	3か月以内の滞在は不要(従来通り)
ブルネイ	15日以内の滞在は不要(従来通り)
マレーシア、タイ	15日以内の滞在は不要
インドネシア	数次ビザで30日間まで滞在可能
フィリピン、ベトナム カンボジア*、ラオス* (11月18日より) ミャンマー(2014年1月15日より)	数次ビザで15日間まで滞在可能

数次ビザ : 最大3年間有効 その間何度でも入国が可能

7

◆ 次回行きたいエリア (じゃらんリサーチセンター シンガポール、タイ、マレーシアの2009年12月以降に日本を訪問した約2,000人を対象に実施)

全体	
1位	富士山(山梨県・静岡県)
2位	雪まつり(北海道)
3位	富良野(北海道)
4位	兼六園(石川県)
5位	会津若松城(福島県)
6位	清水寺(京都府)
7位	白川郷・飛騨高山(岐阜県)
8位	立山・黒部(富山県)
9位	美ら海水族館、ビーチリゾート(沖縄県)
10位	大阪の都市部
11位	阿蘇山(大分県)
12位	東京都市部

～雪・花・果物～

8

ムスリムの礼拝

一日五回の礼拝（旅行中は三回も）

ファジャル(明け方から日の出)、ゾフル(正午から昼過ぎまで)、
アッサル(昼過ぎから日没まで)、マグリブ(日没直後)、イシャ(就寝前)

- 礼拝前に身を清め、メッカの方角に礼拝
- 礼拝用マット



9

- メッカの方角を示す矢印



- 礼拝の時間、メッカの方角

<http://www.islamicfinder.org/>

- 男女別の場所が理想(パーテーションなどで区切るのも可)

10

ムスリムの食事

- **ハラール、あるいはハラール**
イスラムの法的に認められているもの、
食べてよいもの
- **ハラム**
禁忌品

11

ハラール

- 豚肉以外でも「ハラール」しか食べない人も
- イスラム法に基づいた食肉処理
- 魚介類はハラール。但しウナギは、ハラムとする人も。
- ハラール認証マーク



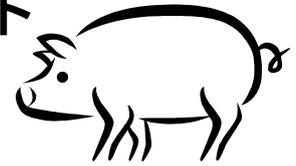
- 保存、調理器具、皿など、そのほか生活全般

12

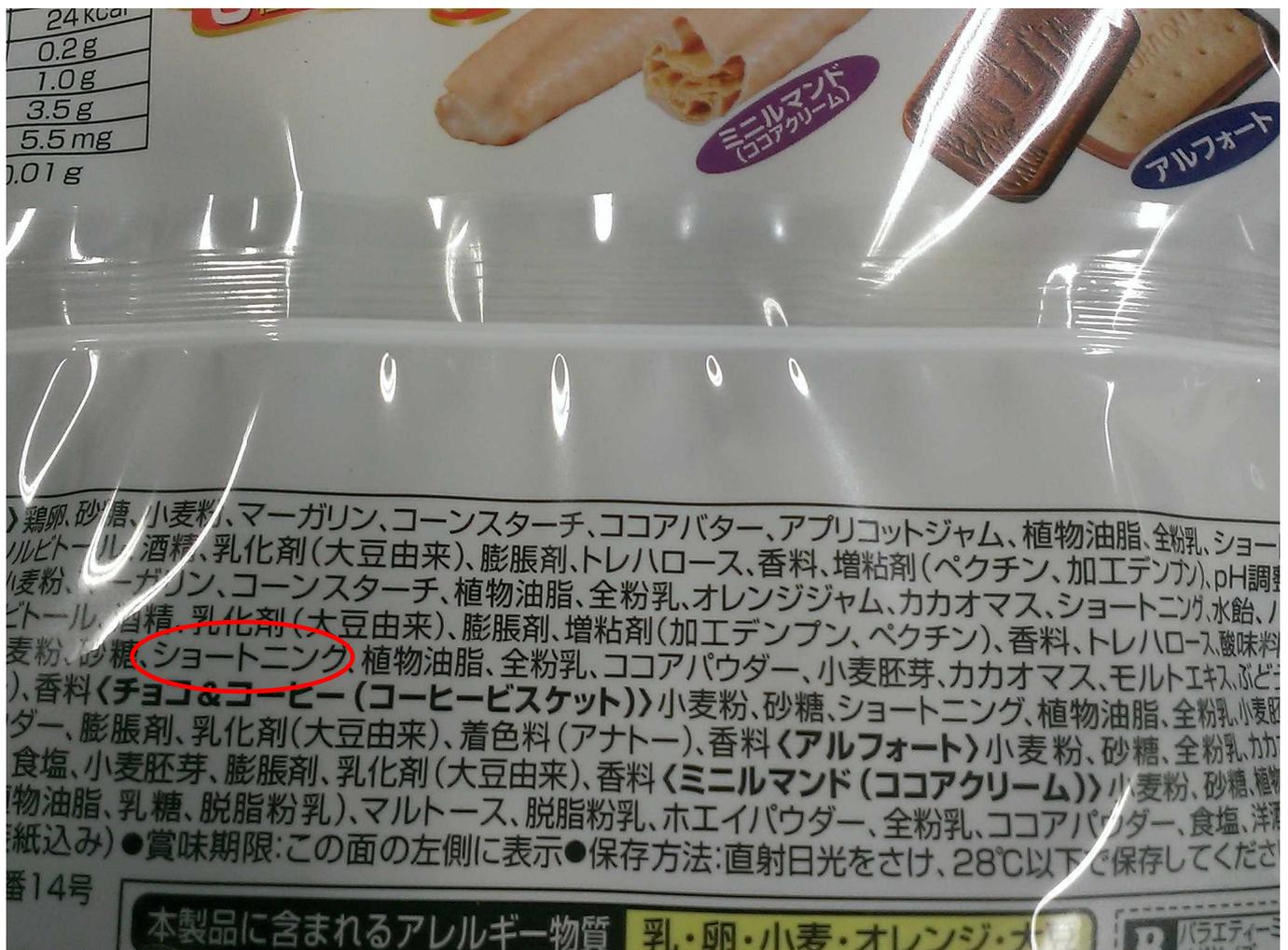
ハラム

- 一番の禁忌品：豚肉、および**由来品**

ベーコン、ハム、ソーセージ、ラード
乳化剤、ショートニング、ゼラチン
豚骨スープ...



- アルコール（料理酒、みりん）

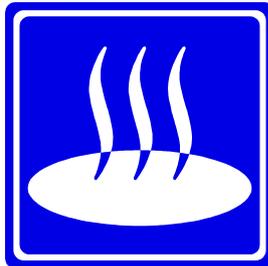


ツアーの訪問先

- お寺、神社訪問時は事前に確認。参拝は自由に。



- 温泉



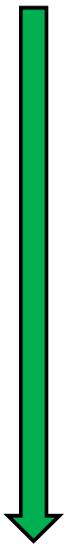
15

意外と知られていないハラム&マナー



16

穩健



厳格

◆ 豚関係、アルコール

◆ 豚肉以外もハラール肉

◆ ハラール環境

17

＜最初の一步＞ 出来ることから・・・

・まずは知る

・英語のメニュー、食材を明記。Pork, Chicken, Beef, Fish あるいは”non-pork”や”non-alcohol”、”pork free”, “alcohol free”。

＜さらにできること＞

・ハラール食材の使用(ハラールチキン、ハラールビーフ、ハラールマトン)

「ハラール」という言葉の使い方に注意

「ハラール・メニュー」 X  「ハラール食材使用」

・モスクの情報提供、お祈りマットやコンパスの貸し出し、同性によるサービス

・ツアー中のお祈りの時間と場所の確保、金曜日のモスクでの集団礼拝

＜もう少し本格的に＞

・使い捨ての食器使用、ムスリムの雇用など、可能な範囲でハラールの環境に近づける

＜ハラール認証の取得＞

18

大切なのは・・・

- ・先回りし過ぎない
- ・情報を開示して、相手に選択してもらう
- ・コミュニケーションをとる



19

<http://www2.asean.or.jp/muslim/index.html>

「ASEANムスリム観光客受け入れのために」

 <p>イスラム教とムスリムについて まずは理解しましょう。</p>	 <p>ムスリム観光客の声 日本を旅するムスリムは、こんなことで困っています。</p>	 <p>ムスリムおもてなし5カ条 これだけはおききましょう。</p>
 <p>食事 ムスリムには宗教上食べられない食材があります。</p>	 <p>お祈り ムスリムにとってお祈りは欠かせない習慣です。</p>	 <p>接客 お祈りや食事だけでなく、生活習慣にも配慮が必要です。</p>
 <p>ムスリムおもてなし事例</p>	 <p>リンク集</p>	 <p>デジタルパンフレットダウンロード</p>

20



Free WiFi

ご飯

スパイシーな食べ物

21

ありがとうございました

Thank You

ASEAN-Japan Centre

www.asean.or.jp

22

ムスリム市場とは？



Presented by :

Dananjaya AXIOMA

Director of Tourism & Exchange – AJC
Tokyo, February 10, 2013

MUSLIM IN THE WORLD



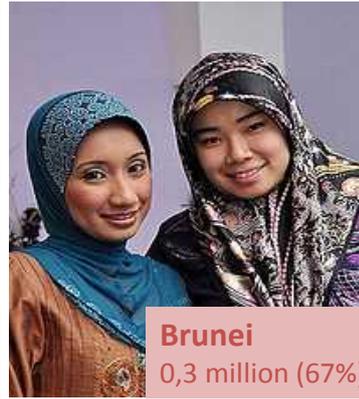
ASEAN ムスリム



Indonesia
203 million (88%)



Singapore
0.7 million (16%)



Brunei
0,3 million (67%)



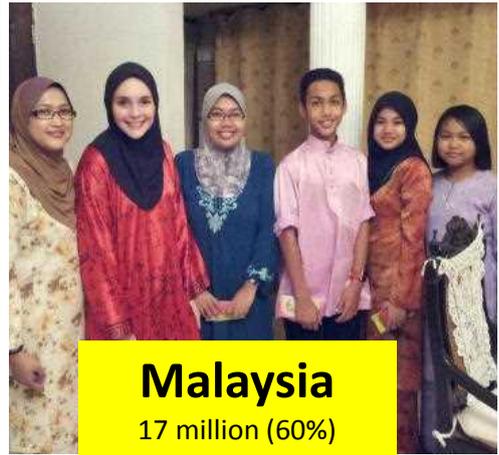
Philippines
4.7 million (10%)



Myanmar 1.9 million (4%)



Thailand
4 million (10%)



Malaysia
17 million (60%)

Average Rate of Tour Package



Borobudur



INDONESIA

Your future largest muslim tourist market

Economic Boom

12:00



WWW.NEWS.CN

07:00
AM



22:00
PM



Jakarta City



	2012	2013	Growth rate	Remark
Malaysia	130,288	176,500	35.6%	Free Visa/No visa
Indonesia	101,498	136,800	34.8%	Visa Applied

Source : JNTO



REPUBLIK INDONESIA

New Nation - New State - New Language

Born on August 17, 1945

National Motto : Bhinneka Tunggal Ika (Unity in Diversity)

National Philosophy : Pancasila (5 Principles)

1. Monotheism
2. Internationalism/Humanism
3. Nationalism
4. Democracy
5. Socialism





Unique and Colorful





Tanah Air



Sea-Land

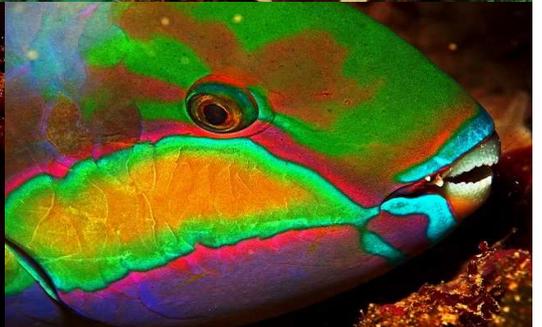


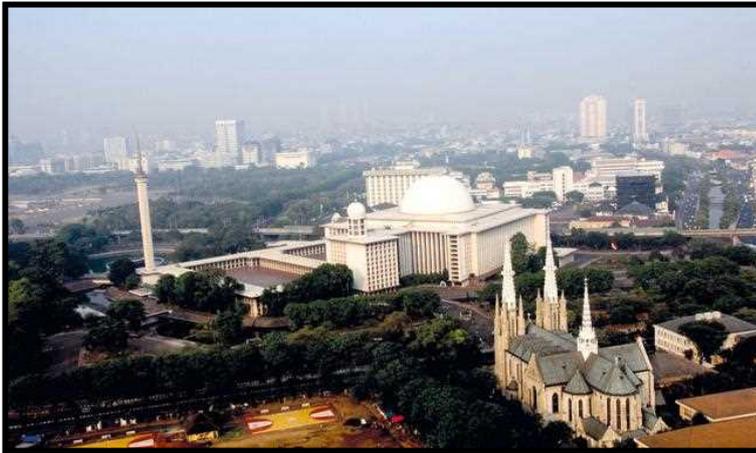


Ring of Fire



Flora and Fauna

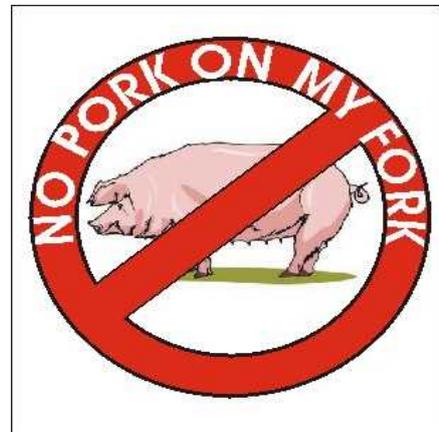
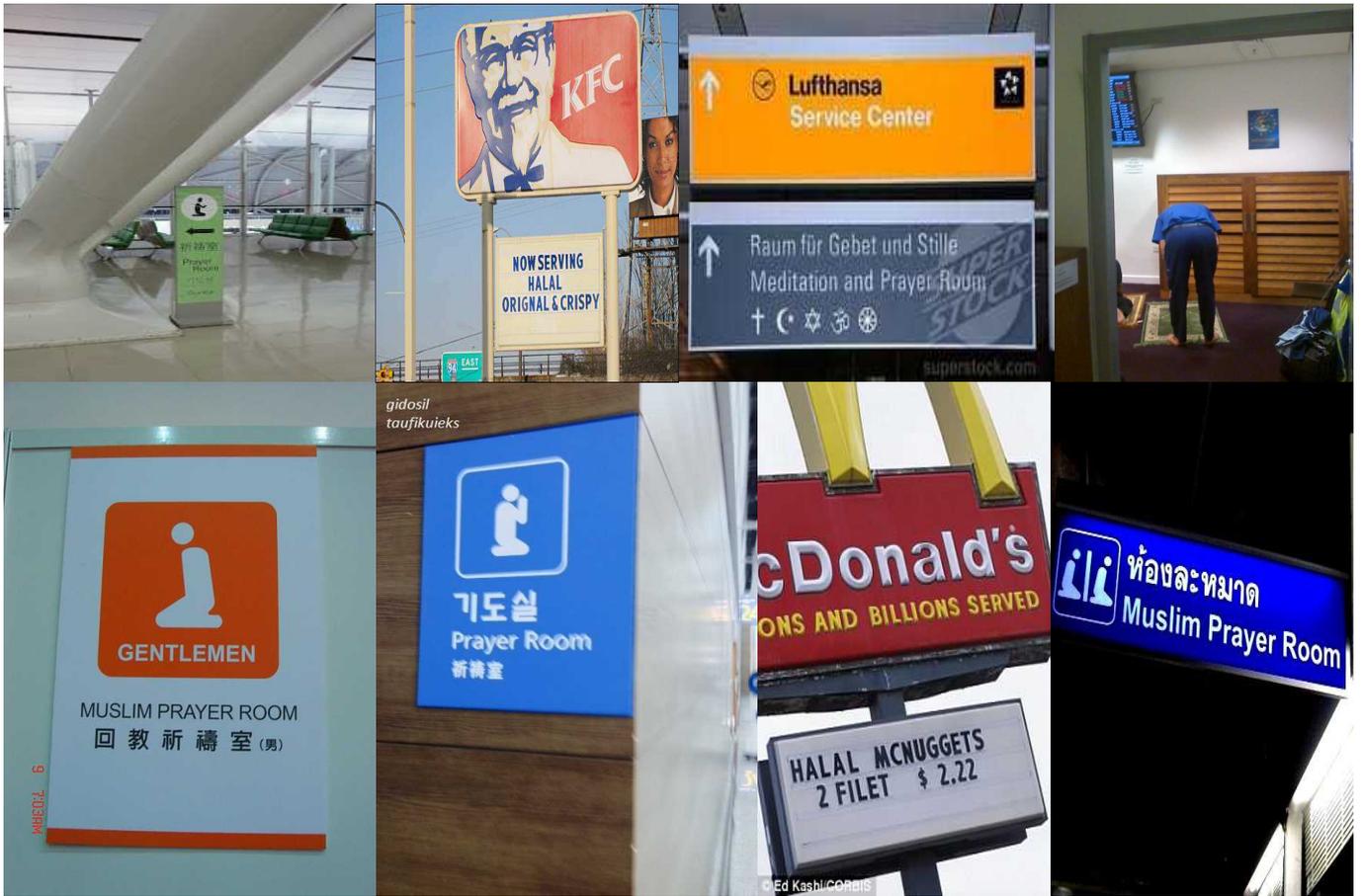




INDONESIAN MUSLIM TOURIST



Muslim Friendly Environment





長芋黒豚

おいしい長芋をいっぱい食べて育った
旨味たっぷり、上質の黒豚をお届けします。



丼

ビビン丼
並 430円
大 530円
Pork

**ネギ塩
豚カルビ丼**
並 380円
大 480円
Pork

キムカル丼
並 490円
大 590円
Beef

Popular Japanese Food



Indonesian Most Popular Dishes



Beef Rendang



Filipino



Singapore



Laos

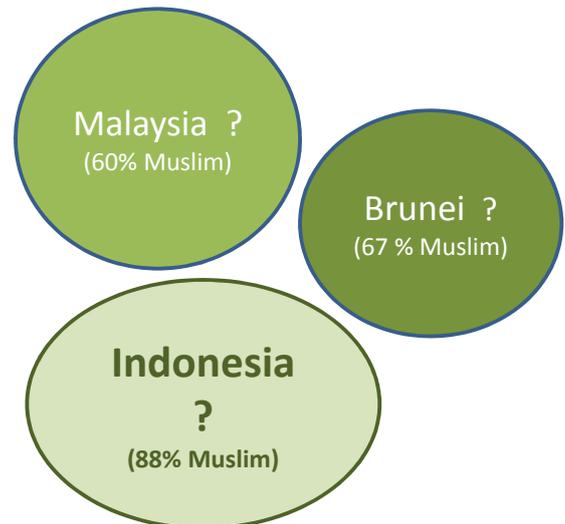


ASEAN BEER

No.1
THAI BEER



Vietnam





Indonesia Beer



LEARN TO PERFORM AND CORRECT YOUR WUDHU

Step 1: Make Niyyah (Intention)
Intention is the basis of all actions. Before Wudhu, make the Niyyah that you are performing an act of worship by making Wudhu to please Allah subhanahu wa ta'ala

Step 2: Say Bismillah
Say Bismillah (Bismillah) (begin with the name of Allah, the most Gracious, the most Merciful).

Step 3: Begin by washing your hands
Wash both hands properly 3 times, up to and including the wrists. Make sure you do not miss any part.

Step 4: Rinse your mouth:
Rinse and gargle your mouth thoroughly, 3 times. Try to use a miswaak (toothstick) before rinsing your mouth as it is a Sunnah that multiplies the reward of Salah by up to 70 times.
(Gargle gently if you are fasting)

Step 5: Clean your nose
Take some water with your right hand gently up into your nostrils, making sure it reaches into the nasal passage, and then clean it with the small finger of your left hand. Do this 3 times.

Step 6: Wash your face
(a) Thoroughly wash your entire face 3 times, covering from the top of your forehead to the bottom of your chin and from one earlobe to the other.
(b) Men with a light beard must take a handful of water, starting at the top of their beard, and rub the water through it.

Step 7: Wash your forearms
Start by putting some water into the palm of the right hand, and then raise your forearm letting the water run down your arm up to and including the elbows. Do this 3 times. Each time pass your other hand over your forearm to make sure it is completely wet and no part is missed. Then do the same with the left arm. After this use your wet hands to wipe in between the fingers of the right hand and then the left.

Step 8: Perform Masah
(a) Wet your hands, then place the palms of your wet hands on your forehead (where the hairline begins), and drag your hands all the way back to your neck, and then back to the front.

Step 9:
(b) Using the same wet hands, place the index fingers inside the lobe of your ears and then wipe the back of your ears using your thumbs.
(You may also pass the back of your wet hands over the back of your neck)

Step 10: Wash feet
Finally, wash both your feet 3 times, remembering to wash the ankles, heel and between the toes. Wash your right foot first and then the left. Try to use your left hand to wash your foot.

Step 10: Du'aa after Wudhu:
Once you have completed Wudhu, say the Kalimah
Shahadah:
أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ، وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ
"Ashhadu an laa ilaaha illallahu wahdahu laa shareeka lah, wa ashhadu anna Muhammadan 'abduhu warasooluhu"
You should also say:
اللَّهُمَّ اجْعَلْ بَيْنِي وَبَيْنَ الْمَغْفُورِينَ
"Al-lahummaj 'alnoo minat tw-waaboona waj' sinee minat mada taih hiraana"

Facts in Wudhu:
1. To wash the entire face once.
2. To wash the fore arms including the elbows once.
3. To wipe enough length of head with wet hands on the forehead of the head, that is, to rub a wet hand softly on it.
4. Wiping with wet fingers the entire arm.

Fresh wudhu is needed after:
1. Natural discharge of urine, stool, and the like.
2. Flow of blood or pus from any part of the body.
3. Sneezing & belching.
4. Falling in to deep sleep.



Purification

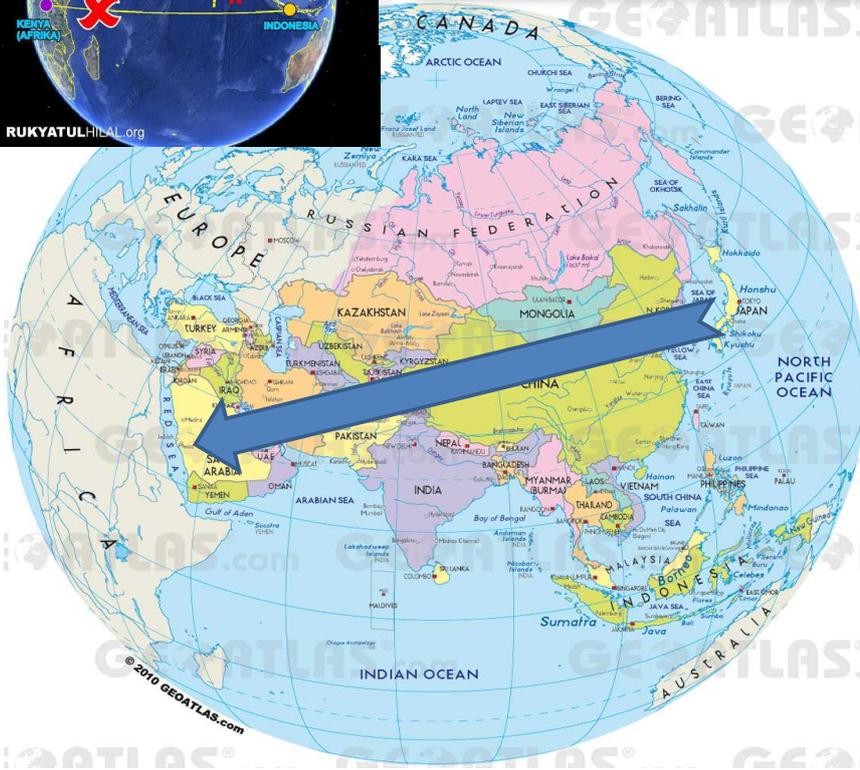
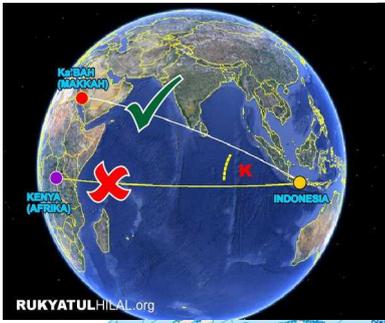


Water



Ablution Place





“Sajadah”
mat



Mukena
(women praying cover)



和のおもてなし
omote-nashi
The ultimate "omote-nash" hospitality style
that fully utilizes Japanese cultural beauty





Presented by :

Danan AXIOMA

Director of Tourism &
Exchange – AJC
(danan@asean.or.jp)



Thank You
Terima Kasih
Arigato Gozaimasu



インドネシアからの観光客 を呼び込むには？

2014年2月10日

外務省南東アジア第二課

課長補佐 菅田泰弘

目次

1. インドネシアの地理・社会は？
2. 日本旅行者数はきっと増える！
3. インドネシアのイスラムとは？
4. 日本への旅行で求めるものは？
5. インドネシア人の特徴は？
6. まとめ

1. インドネシアの地理・社会は？



<地理・気候>

- ・面積約189万平方キロ（日本の約5倍）
- ・東西の幅は米国とほぼ同じ（約5千キロ、3つの時間帯）
- ・群島国家（ジャワ島、スマトラ島、ボルネオ島の約7割、スラウェシ島、パプア島の西半分、その他1万数千の島々）
- ・熱帯性気候
（ジャカルタの年間平均気温は約28度）

<社会>

- ・人口約2.4億人
（世界第4位、ASEAN全体の4割）
- ・多様な民族（大半がマレー系。ジャワ、スダ、マドゥラ、ミナンカバウなど）
- ・人口の6割がジャワ島に集中
- ・人口の約9割はイスラム教徒
- ・国語：インドネシア語（各民族にも言語）

2

<多様性の中の統一> （ビネカ・トゥンガル・イカ）

国是：パンチャシラ（5原則）

- ① 唯一神への信仰
- ② 公平で文化的な人道主義
- ③ インドネシアの統一
- ④ 合議制と代議制における英知によって導かれる民主主義
- ⑤ 全インドネシア国民に対する社会的公正

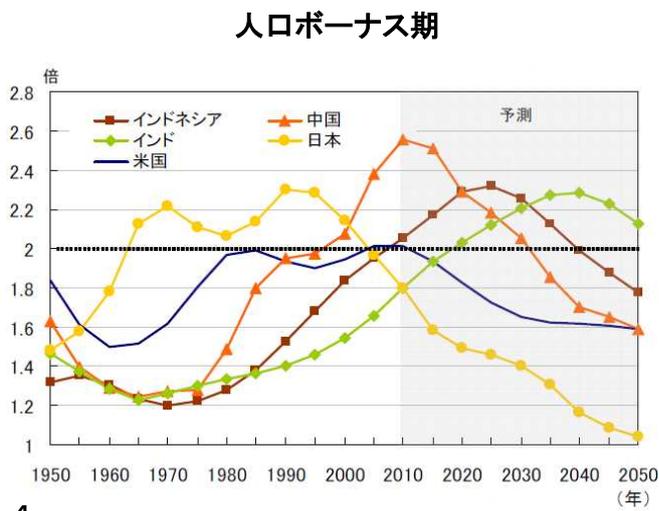
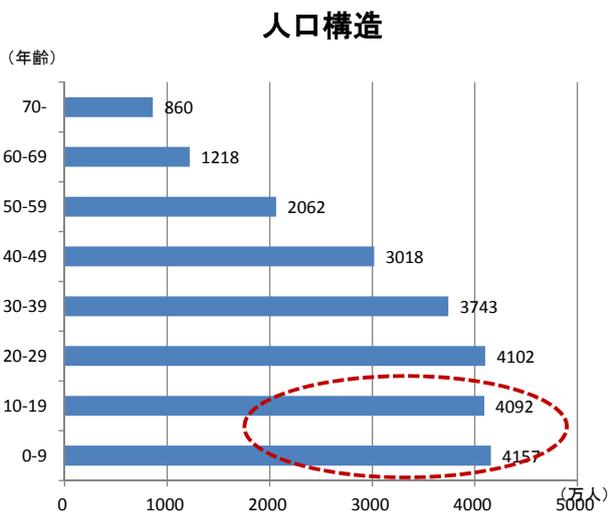
→ 世俗主義（イスラム教は国教ではない）

2. 日本旅行者数はきっと増える！

(1) 人口ボーナスが2010年から2030年代後半まで続く

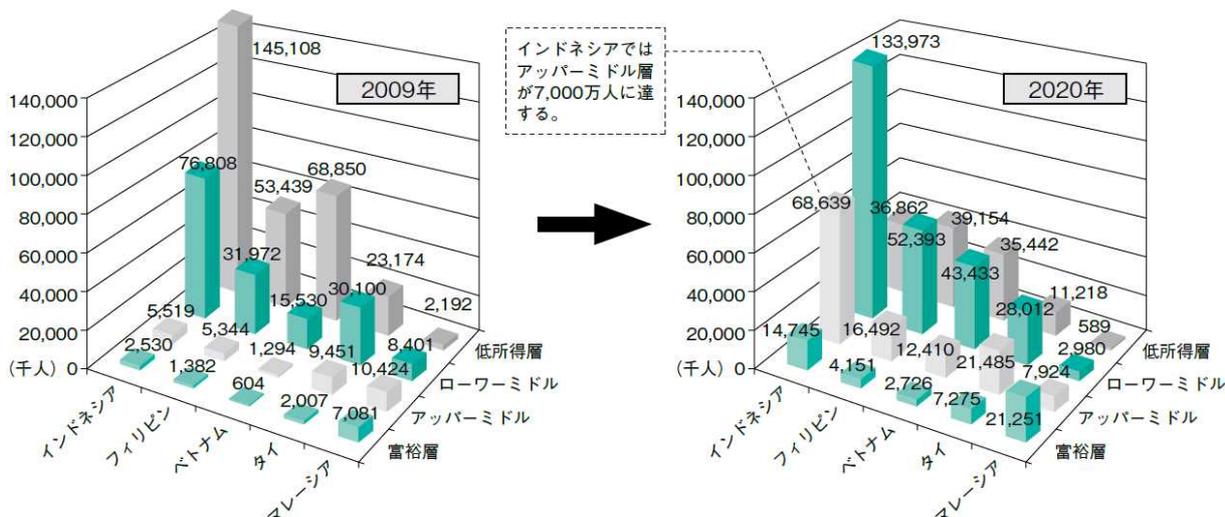
(注) 人口ボーナスとは、生産年齢人口(15歳以上65歳未満)が従属人口(15歳以下あるいは65歳以上)の2倍以上となる期間のこと。

・人口の約35%が20歳未満、53%が30歳未満。



(2) 富裕層のみならず、中間層も増大。

・富裕層及び中間層(ローワーミドルを除く)の人口は、2009年時の800万人から、2020年には10倍(8,000万人)に達するとの予測も。



(備考) 世帯可処分所得別の家計人口を各所得層の家計比率×人口で算出
(出所) Euromonitor International 2010 よりJETRO作成

(注) 低所得層 : 世帯可処分所得 年間 5,000ドル以下
ローワーミドル : 世帯可処分所得 年間 5,000ドル超 15,000ドル以下
アッパーミドル : 世帯可処分所得 年間15,000ドル超 35,000ドル以下
富裕層 : 世帯可処分所得 年間35,000ドル超

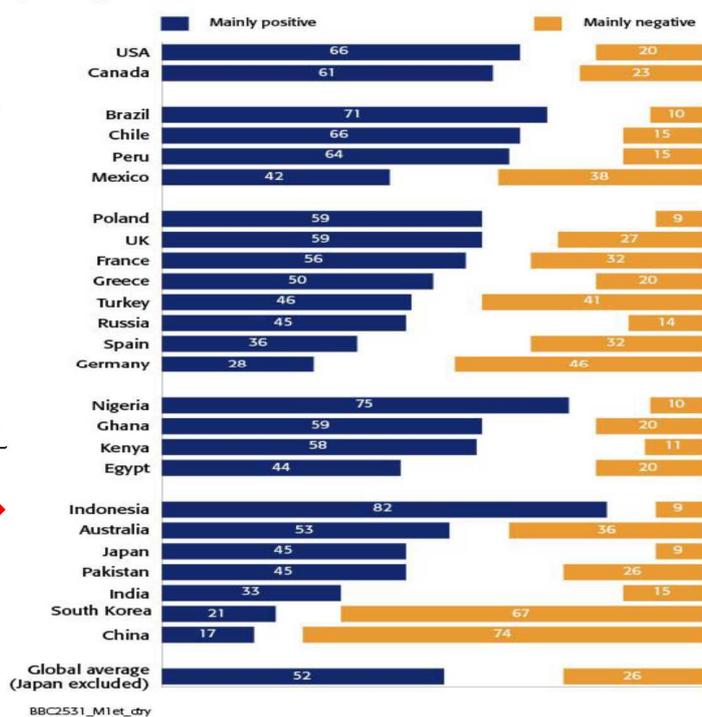
(3) 対日感情は極めて良好。世界で一番の親日国？

英国BBCワールド・サービスによる
国際世論調査(2013年5月発表)

→調査された24カ国の中で、
日本の影響が「肯定的」
とする評価する数値が
最も高いのは、インドネシア(82%)



Views of Japan's Influence
By Country, 2013



6

The white space in this chart represents "Depends," "Neither/neutral," and "DK/NA." Asked of half of sample

(4) 日本語学習者数は、世界で第2位。

国際交流基金による
海外での日本語学習者数
(2013年7月発表)

【2009年のトップ3】

- ①韓国 約96万人
- ②中国 約83万人
- ③**インドネシア** 約72万人



【2012年のトップ3】

- ①中国 約100万人
- ②**インドネシア** 約87万人
- ③韓国 約84万人

教育機関内訳総数

	1998年	2003年	2006年	2009年	2012年
初等教育	35.410	61.723	244.304	3.703	5.750
中等教育				682.548	835.938
高等教育	11.110	13.881	17.777	19.676	22.076
学校教育以外	7.496	9.617	10.638	10.426	8.642
合計	54.016	85.221	272.719	716.353	872.406

背景: 第2外国語として学ぶ
高校生が大部分(96%)

(5) 日本の文化は深く浸透。

日本食、ポップカルチャー(アニメ等)、武道、日本ブランド等



Hokben (Hoka Hoka Bento)
バリューセット 約200円



JKT48
(AKB48の海外初の姉妹グループ)



大学での学園祭の様子

8

3. インドネシアのイスラムとは？

- ・人口の約9割がイスラム教徒。
- ・世界最大のイスラム人口。
- ・**穏健なイスラム教徒が多い。**
(ただし、イスラム法(シャリア)を適用しているアチェ州などもあり、地域によって濃淡がある。)

<食事>

- ・豚肉は禁忌(豚肉を使わない中華料理の工夫も)
- ・アルコールは・・・

<礼拝>

- ・金曜日正午の礼拝は特別

9

4. 日本への旅行で求めるのは？

(1) 食事

- ・日本食はブーム(和牛、てんぷら、照り焼き、鉄板焼きなど)
- ・刺身や寿司は好みと習慣で大きな差

(2) 観光

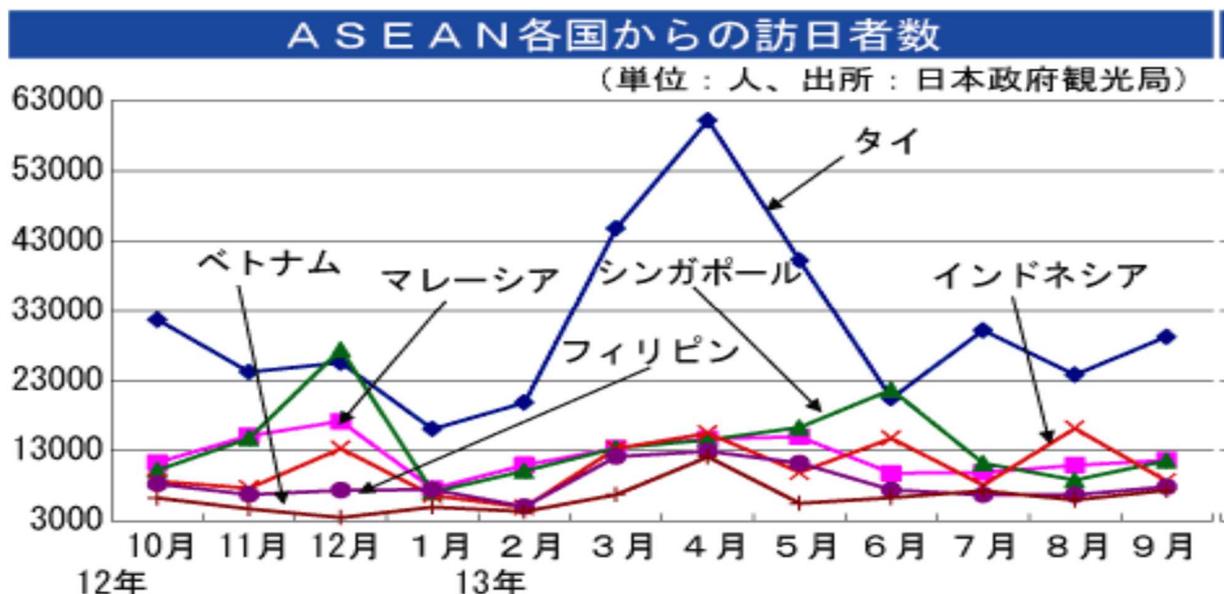
- ・「桜」と「雪」、さらに「紅葉」
- ・アミューズメント・パーク(東京ディズニーランド、USJなど)
- ・自然(富士山等)や寺社仏閣(金閣寺等)

(3) ショッピング

- ・電化製品、化粧品、お菓子、洋服など
- ・「100円ショップ」も人気のショッピング・スポット

10

<訪日者数>



<訪問が増える時期>

- 3月～4月 **桜が咲く頃**
- 6月 小中高等学校の休み
- 8月 レバラン休暇
- 12月 **クリスマス・年末休暇**

<レバラン休暇>

イスラム歴の9月(ラマダン)に断食を行い、その終了を祝うのがレバラン(断食明け大祭)。インドネシアでは1週間程度の休暇。なお、イスラム歴では1年は354日(グレゴリオ暦と比べ、11日少ない。)
(2013年 8月8日・9日→2014年 7月28日・29日)

5. インドネシア人の特徴は？

(1) 世界でも有数のソーシャル・ネットワーク好き

- ・インターネット利用者数は、2013年は6,300万人。
(2014年には1億人を越えるとの報道も。)
- ・Facebook利用者数は世界第4位(米、伯、印)
- ・Twitter利用者数は世界第5位(米、伯、日、英)
→インターネット、ソーシャル・ネットでの発信重要!

(2) 家族・親族関係はとても大切

- ・海外旅行は家族単位で
→家族で楽しめる工夫、
子供の関心事項(アニメ、ゲームなど)を取り込む!

12

6. まとめ

1. インドネシア人観光客数は、今後伸びる。イスラム対応が重要。非イスラム教徒も多い。
2. 穏健なイスラム教徒が多く、受入れの対応がしやすい。
3. インターネットを使った「ロコミ」広報が力を発揮。
(例えば、インドネシア人留学生や研修生などによるインドネシア向けの情報発信)
4. 家族での旅行者が利用しやすい企画。
(例えば、ショッピング・ツアー、体験型ツアー(果樹園、茶道等)、アニメ・ツアー)

ありがとうございました。

インバウンド観光市場としての ASEAN

2014年2月10日（地方連携フォーラム）

日本アセアンセンター 観光交流部
神田瑞穂

1

日本アセアンセンター

1981年、当時のASEAN加盟国政府および日本政府が、「東南アジア諸国連合貿易投資観光促進センター設立協定」に署名し、設立。現在は、全ASEAN加盟国（10カ国）及び日本が加盟。

・ミッション

- (1) ASEAN諸国から日本への輸出の促進
- (2) 日本とASEAN諸国間の直接投資の促進
- (3) 日本とASEAN諸国間の観光の促進
- (4) 日本とASEAN諸国間の人物交流を深める



2

アウトライン

- ・ASEANの人口と主な宗教
- ・訪日客概要
- ・ASEANのムスリム（礼拝、食事）

3

ASEANの人口 / 主な宗教

出所：国際通貨基金、外務省、各国データ

	2012年人口	宗教
ブルネイ	43万人	イスラム教(67%)、仏教(13%)、キリスト教(10%)
カンボジア	1,500万人	仏教(96.4%)、イスラム教(2.1%)
インドネシア	2億4,000万人	イスラム教(88.1%)、キリスト教(9.3%)、ヒンドゥー教(1.8%)、仏教(0.6%)、儒教(0.1%)
ラオス	630万人	仏教(90%)
マレーシア	2,900万人	イスラム教(61%)、仏教(20%)、キリスト教(9%)、ヒンドゥー教(6%)、儒教・道教(1.0%)
ミャンマー	6,300万人	仏教(90%)
フィリピン	9,700万人	カトリック(82.0%)、プロテスタント(5.4%)、イスラム教(4.6%)
シンガポール	530万人	仏教(33.3%)、イスラム教(14.7%)、キリスト教(11.3%)、道教(10.9%)、カトリック(7.1%)、ヒンドゥー教(5.1%)
タイ	6,400万人	仏教(94%)、イスラム教(5%)
ベトナム	9,000万人	仏教(80%)、カトリック(7%)

ASEAN総人口6億人 40%がムスリム

4

ASEANからの訪日客数 (2013年)

◆観光庁の目標 全世界から 1,000万人 → **1,036万人**
 東南アジアから 100万人 → **114万人**

	訪日客数	前年比増減率(%)
韓国	2,456,100	+20.2%
台湾	2,210,800	+50.8%
中国	1,314,500	▲ 7.8%
・タイ 453,600 (+74.0%) ・シンガポール 189,200(+33.1%) ・マレーシア 176,500(+35.6%) ・インドネシア 136,800(+34.8%) ・フィリピン 108,300 (+27.4%) ・ベトナム 84,400 (+53.0%)	ASEAN 6か国 1,148,800	+48.3%
香港	745,800	+54.8%

出所：日本政府観光局

ASEANの主要訪日マーケットGDP

	2012年 国民一人当たり名目GDP (米ドル)	前年比
シンガポール	53,701	6.8%
マレーシア	10,150	6.8%
タイ	5,325	6.7%
インドネシア	3,011	7.6%
(日本)	(41,595)	(3.6%)

経済成長 + LCC(格安航空会社)の就航拡大

出所：国際通貨基金

訪日に必要なビザ

2013年7月1日より大幅に緩和

シンガポール	3か月以内の滞在は不要(従来通り)
ブルネイ	15日以内の滞在は不要(従来通り)
マレーシア、タイ	15日以内の滞在は不要
インドネシア	数次ビザで30日間まで滞在可能
フィリピン、ベトナム カンボジア*、ラオス* (11月18日より) ミャンマー(2014年1月15日より)	数次ビザで15日間まで滞在可能

数次ビザ : 最大3年間有効 その間何度でも入国が可能

7

◆ 次回行きたいエリア (じゃらんリサーチセンター シンガポール、タイ、マレーシアの2009年12月以降に日本を訪問した約2,000人を対象に実施)

全体	
1位	富士山(山梨県・静岡県)
2位	雪まつり(北海道)
3位	富良野(北海道)
4位	兼六園(石川県)
5位	会津若松城(福島県)
6位	清水寺(京都府)
7位	白川郷・飛騨高山(岐阜県)
8位	立山・黒部(富山県)
9位	美ら海水族館、ビーチリゾート(沖縄県)
10位	大阪の都市部
11位	阿蘇山(大分県)
12位	東京都市部

～雪・花・果物～

8

ムスリムの礼拝

一日五回の礼拝（旅行中は三回も）

ファジャル(明け方から日の出)、ゾフル(正午から昼過ぎまで)、
アッサル(昼過ぎから日没まで)、マグリブ(日没直後)、イシャ(就寝前)

- 礼拝前に身を清め、メッカの方角に礼拝
- 礼拝用マット



9

- メッカの方角を示す矢印



- 礼拝の時間、メッカの方角

<http://www.islamicfinder.org/>

- 男女別の場所が理想(パーテーションなどで区切るのも可)

10

ムスリムの食事

- **ハラール、あるいはハラール**
イスラムの法的に認められているもの、
食べてよいもの
- **ハラム**
禁忌品

11

ハラール

- 豚肉以外でも「ハラール」しか食べない人も
- イスラム法に基づいた食肉処理
- 魚介類はハラール。但しウナギは、ハラムとする人も。
- ハラール認証マーク



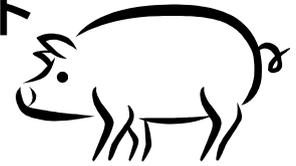
- 保存、調理器具、皿など、そのほか生活全般

12

ハラム

- 一番の禁忌品：豚肉、および**由来品**

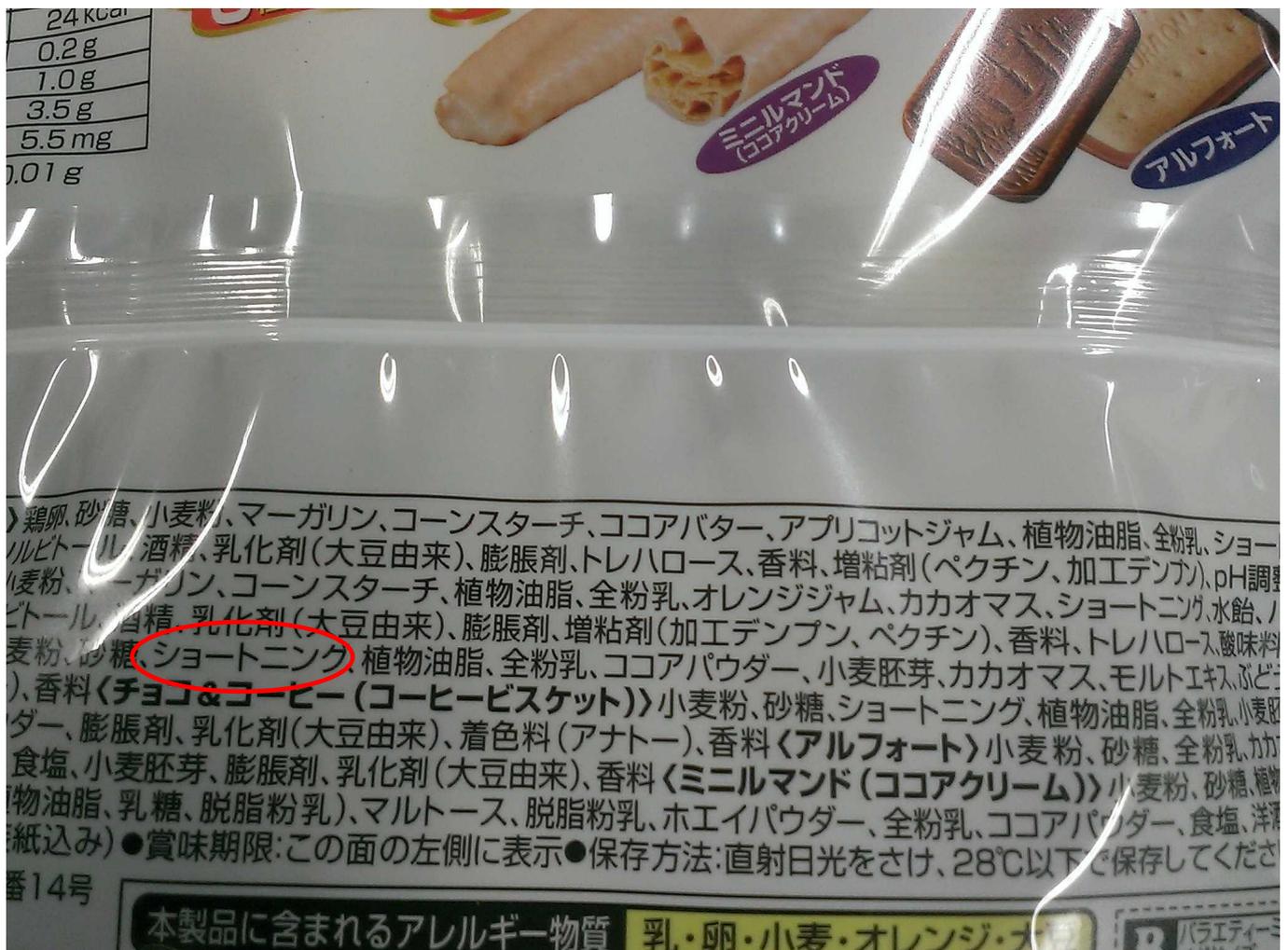
ベーコン、ハム、ソーセージ、ラード
乳化剤、ショートニング、ゼラチン
豚骨スープ...



- アルコール（料理酒、みりん）



13



本製品に含まれるアレルギー物質

乳・卵・小麦・オレンジ・大豆

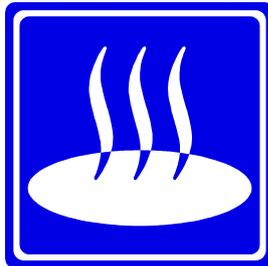
ハラエティ

ツアーの訪問先

- お寺、神社訪問時は事前に確認。参拝は自由に。

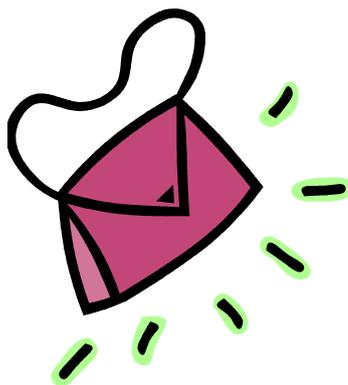


- 温泉



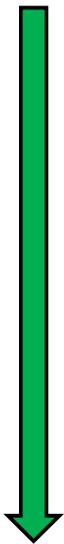
15

意外と知られていないハラム&マナー



16

穩健



厳格

◆ 豚関係、アルコール

◆ 豚肉以外もハラール肉

◆ ハラール環境

17

＜最初の一步＞ 出来ることから・・・

・まずは知る

・英語のメニュー、食材を明記。Pork, Chicken, Beef, Fish あるいは”non-pork”や”non-alcohol”、”pork free”, “alcohol free”。

＜さらにできること＞

・ハラール食材の使用(ハラールチキン、ハラールビーフ、ハラールマトン)

「ハラール」という言葉の使い方に注意

「ハラール・メニュー」 X  「ハラール食材使用」

・モスクの情報提供、お祈りマットやコンパスの貸し出し、同性によるサービス

・ツアー中のお祈りの時間と場所の確保、金曜日のモスクでの集団礼拝

＜もう少し本格的に＞

・使い捨ての食器使用、ムスリムの雇用など、可能な範囲でハラールの環境に近づける

＜ハラール認証の取得＞

18

大切なのは・・・

- ・先回りし過ぎない
- ・情報を開示して、相手に選択してもらう
- ・コミュニケーションをとる



19

<http://www2.asean.or.jp/muslim/index.html>

「ASEANムスリム観光客受け入れのために」

 <p>イスラム教とムスリムについて まずは理解しましょう。</p>	 <p>ムスリム観光客の声 日本を旅するムスリムは、こんなことで困っています。</p>	 <p>ムスリムおもてなし5カ条 これだけはおきましょう。</p>
 <p>食事 ムスリムには宗教上食べられない食材があります。</p>	 <p>お祈り ムスリムにとってお祈りは欠かせない習慣です。</p>	 <p>接客 お祈りや食事だけでなく、生活習慣にも配慮が必要です。</p>
 <p>ムスリムおもてなし事例</p>	 <p>リンク集</p>	 <p>デジタルパンフレットダウンロード</p>

20



Free WiFi

ご飯

スパイシーな食べ物

21

ありがとうございました

Thank You

ASEAN-Japan Centre

www.asean.or.jp

22

ムスリム市場とは？



Presented by :

Dananjaya AXIOMA

Director of Tourism & Exchange – AJC
Tokyo, February 10, 2013

MUSLIM IN THE WORLD



ASEAN ムスリム



Indonesia

203 million (88%)



Singapore

0.7 million (16%)



Brunei

0,3 million (67%)



Philippines

4.7 million (10%)

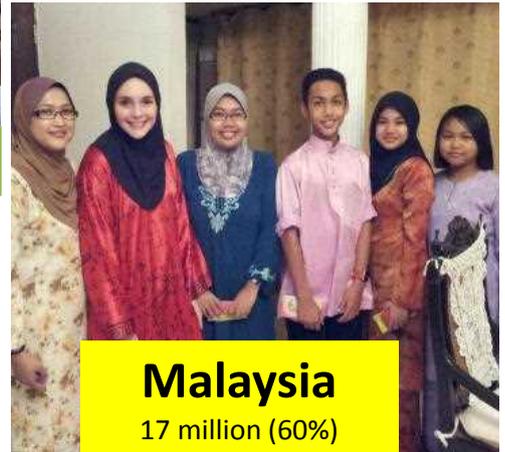


Myanmar 1.9 million (4%)



Thailand

4 million (10%)



Malaysia

17 million (60%)

Average Rate of Tour Package



Borobudur



INDONESIA

Your future largest muslim tourist market

Economic Boom

12:00



WWW.NEWS.CN

07:00
AM



22:00
PM



Jakarta City



	2012	2013	Growth rate	Remark
Malaysia	130,288	176,500	35.6%	Free Visa/No visa
Indonesia	101,498	136,800	34.8%	Visa Applied

Source : JNTO



REPUBLIK INDONESIA

New Nation - New State - New Language

Born on August 17, 1945

National Motto : Bhinneka Tunggal Ika (Unity in Diversity)

National Philosophy : Pancasila (5 Principles)

1. Monotheism
2. Internationalism/Humanism
3. Nationalism
4. Democracy
5. Socialism





Unique and Colorful





Tanah Air



Sea-Land

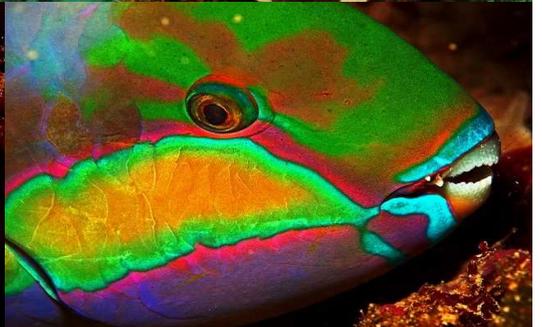
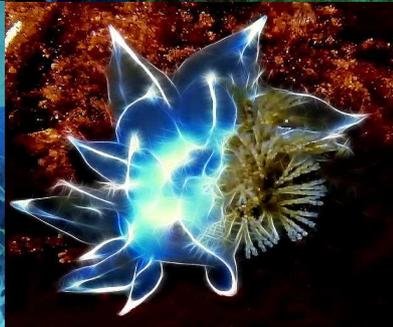




Ring of Fire



Flora and Fauna

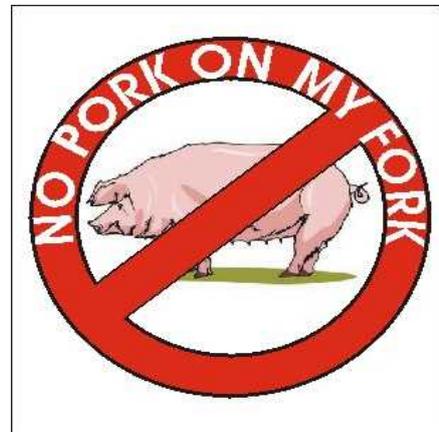
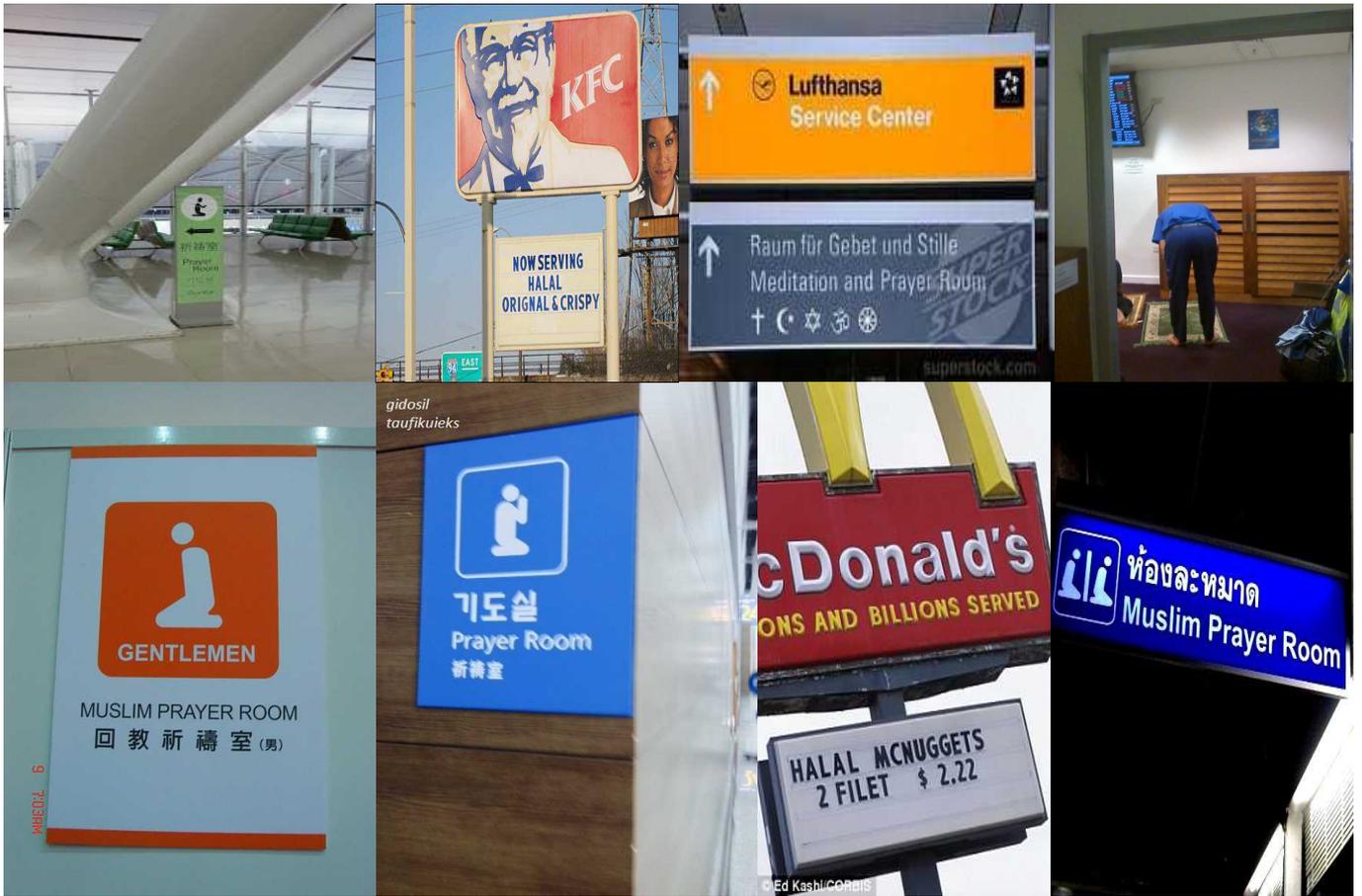




INDONESIAN MUSLIM TOURIST



Muslim Friendly Environment





長芋黒豚

おいしい長芋をいっぱい食べて育った
旨味たっぷり、上質の黒豚をお届けします。



丼

ビビン丼
並 430円
大 530円
Pork

**ネギ塩
豚カルビ丼**
並 380円
大 480円
Pork

キムカル丼
並 490円
大 590円
Beef

Popular Japanese Food



Indonesian Most Popular Dishes



Beef Rendang



Filipino



Singapore



Laos



ASEAN BEER

No.1
THAI BEER



Vietnam





Indonesia Beer



LEARN TO PERFORM AND CORRECT YOUR WUDHU

Step 1: Make Niyyah (Intention)
Intention is the basis of all actions. Before Wudhu, make the Niyyah that you are performing an act of worship by making Wudhu to please Allah subhanahu wa ta'ala

Step 2: Say Bismillah
Say Bismillah (Bismillah) (begin with the name of Allah, the most Gracious, the most Merciful).

Step 3: Begin by washing your hands
Wash both hands properly 3 times, up to and including the wrists. Make sure you do not miss any part.

Step 4: Rinse your mouth:
Rinse and gargle your mouth thoroughly, 3 times. Try to use a miswaak (toothstick) before rinsing your mouth as it is a Sunnah that multiplies the reward of Salah by up to 70 times.
(Gargle gently if you are fasting)

Step 5: Clean your nose
Take some water with your right hand gently up into your nostrils, making sure it reaches into the nasal passage, and then clean it with the small finger of your left hand. Do this 3 times.

Step 6: Wash your face
(a) Thoroughly wash your entire face 3 times, covering from the top of your forehead to the bottom of your chin and from one earlobe to the other.
(b) Men with a light beard must take a handful of water, starting at the top of their beard, and rub the water through it.

Step 7: Wash your forearms
Start by putting some water into the palm of the right hand, and then raise your forearm letting the water run down your arm up to and including the elbows. Do this 3 times. Each time pass your other hand over your forearm to make sure it is completely wet and no part is missed. Then do the same with the left arm. After this use your wet hands to wipe in between the fingers of the right hand and then the left.

Step 8: Perform Masah
(a) Wet your hands, then place the palms of your wet hands on your forehead (where the hairline begins), and drag your hands all the way back to your neck, and then back to the front.

Step 9:
(b) Using the same wet hands, place the index fingers inside the lobe of your ears and then wipe the back of your ears using your thumbs.
(You may also pass the back of your wet hands over the back of your neck)

Step 10: Wash feet
Finally, wash both your feet 3 times, remembering to wash the ankles, heel and between the toes. Wash your right foot first and then the left. Try to use your left hand to wash your foot.

Step 10: Du'aa after Wudhu:
Once you have completed Wudhu, say the Kalimah
Shahadah:
أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ، وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ
"Ashhadu an laa ilaaha illallahu wahdahu laa shareeka lah, wa ashhadu anna Muhammadan 'abduhu warasooluhu"
You should also say:
اللَّهُمَّ اجْعَلْ بَيْنِي وَبَيْنَ الْفَأْئِيزِ مِنَ الْمُتَقَرِّبِينَ
"Al-lahummajj 'alnoo minat tw-wa'ba'na waj' 'alnoo minat mada'hir hira'na"

Facts in Wudhu:
1. To wash the entire face once.
2. To wash the fore arms including the elbows once.
3. To wipe enough length of head with wet hands on the forehead of the head, that is, to rub a wet hand softly on it.
4. Wiping with wet fingers the entire arm.

Fresh wudhu is needed after:
1. Natural discharge of urine, stool, and the like.
2. Flow of blood or pus from any part of the body.
3. Sweating a lot.
4. Falling in to deep sleep.



Purification

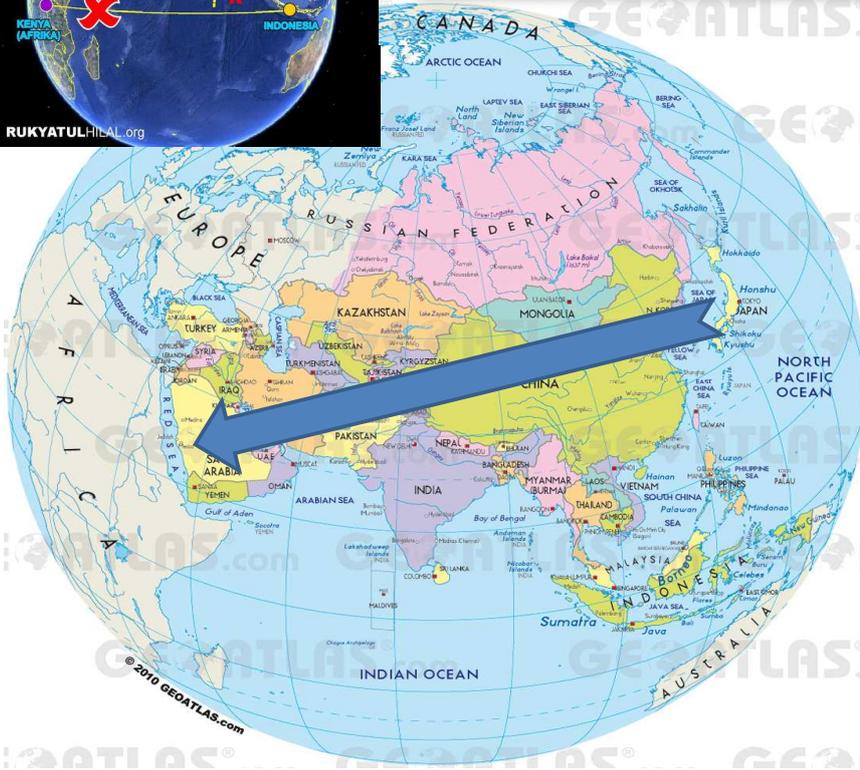
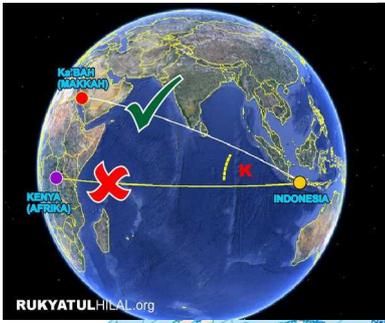


Water



Ablution Place





“Sajadah”
mat



Mukena
(women praying cover)



和のおもてなし
omote-nashi
The ultimate "omote-nash" hospitality style
that fully utilizes Japanese cultural beauty





Presented by :

Danan AXIOMA

Director of Tourism &
Exchange – AJC
(danan@asean.or.jp)



Thank You
Terima Kasih
Arigato Gozaimasu



インドネシアからの観光客 を呼び込むには？

2014年2月10日

外務省南東アジア第二課

課長補佐 菅田泰弘

目次

1. インドネシアの地理・社会は？
2. 日本旅行者数はきっと増える！
3. インドネシアのイスラムとは？
4. 日本への旅行で求めるものは？
5. インドネシア人の特徴は？
6. まとめ

1. インドネシアの地理・社会は？



<地理・気候>

- ・面積約189万平方キロ（日本の約5倍）
- ・東西の幅は米国とほぼ同じ（約5千キロ、3つの時間帯）
- ・群島国家（ジャワ島、スマトラ島、ボルネオ島の約7割、スラウェシ島、パプア島の西半分、その他1万数千の島々）
- ・熱帯性気候
（ジャカルタの年間平均気温は約28度）

<社会>

- ・人口約2.4億人
（世界第4位、ASEAN全体の4割）
- ・多様な民族（大半がマレー系。ジャワ、スンダ、マドゥラ、ミナンカバウなど）
- ・人口の6割がジャワ島に集中
- ・人口の約9割はイスラム教徒
- ・国語：インドネシア語（各民族にも言語）

2

<多様性の中の統一> （ビネカ・トゥンガル・イカ）

国是：パンチャシラ（5原則）

- ① 唯一神への信仰
- ② 公平で文化的な人道主義
- ③ インドネシアの統一
- ④ 合議制と代議制における英知によって導かれる民主主義
- ⑤ 全インドネシア国民に対する社会的公正

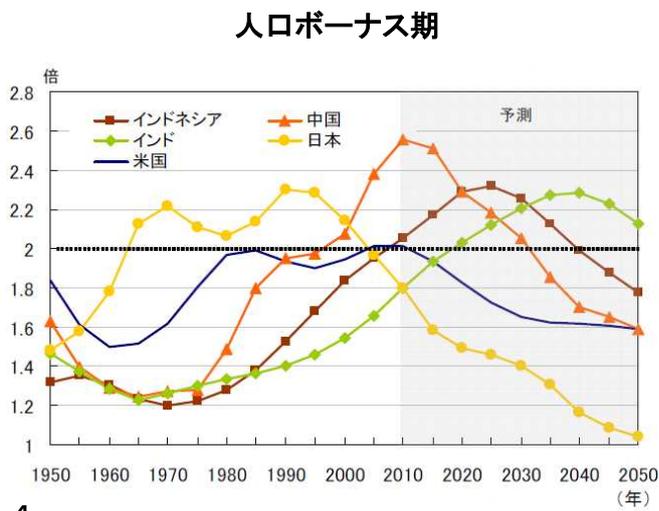
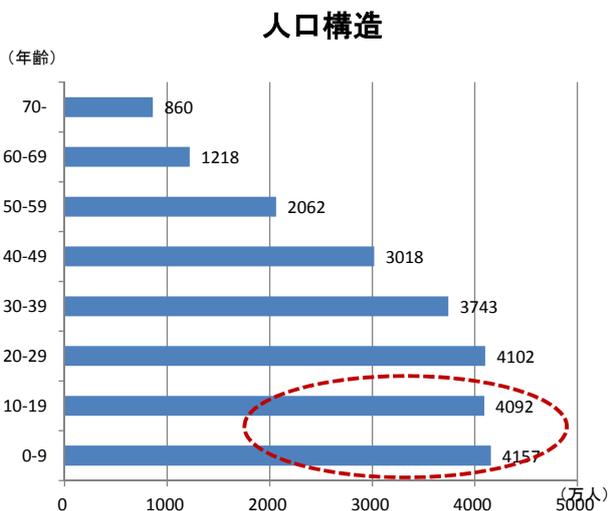
→ 世俗主義（イスラム教は国教ではない）

2. 日本旅行者数はきっと増える！

(1) 人口ボーナスが2010年から2030年代後半まで続く

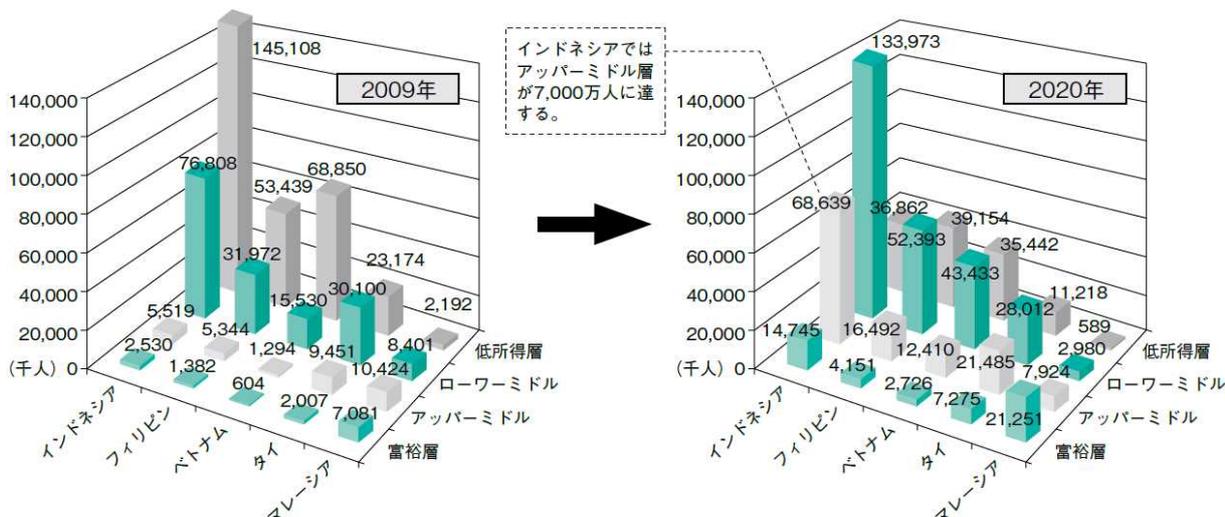
(注) 人口ボーナスとは、生産年齢人口(15歳以上65歳未満)が従属人口(15歳以下あるいは65歳以上)の2倍以上となる期間のこと。

・人口の約35%が20歳未満、53%が30歳未満。



(2) 富裕層のみならず、中間層も増大。

・富裕層及び中間層(ローワーミドルを除く)の人口は、2009年時の800万人から、2020年には10倍(8,000万人)に達するとの予測も。



(備考) 世帯可処分所得別の家計人口を各所得層の家計比率×人口で算出
(出所) Euromonitor International 2010 よりJETRO作成

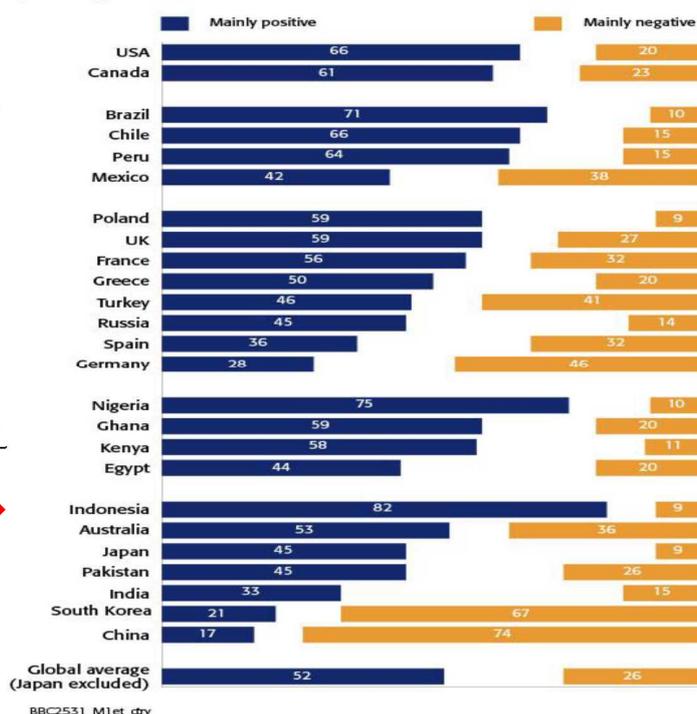
(注) 低所得層 : 世帯可処分所得 年間 5,000ドル以下
ローワーミドル : 世帯可処分所得 年間 5,000ドル超 15,000ドル以下
アッパーミドル : 世帯可処分所得 年間15,000ドル超 35,000ドル以下
富裕層 : 世帯可処分所得 年間35,000ドル超

(3) 対日感情は極めて良好。世界で一番の親日国？

英国BBCワールド・サービスによる
国際世論調査(2013年5月発表)

→調査された24カ国の中で、
日本の影響が「肯定的」
とする評価する数値が
最も高いのは、インドネシア(82%)

Views of Japan's Influence
By Country, 2013



6

The white space in this chart represents "Depends," "Neither/neutral," and "DK/NA." Asked of half of sample

(4) 日本語学習者数は、世界で第2位。

国際交流基金による
海外での日本語学習者数
(2013年7月発表)

【2009年のトップ3】

- ①韓国 約96万人
- ②中国 約83万人
- ③**インドネシア** 約72万人



【2012年のトップ3】

- ①中国 約100万人
- ②**インドネシア** 約87万人
- ③韓国 約84万人

教育機関内訳総数

	1998年	2003年	2006年	2009年	2012年
初等教育	35.410	61.723	244.304	3.703	5.750
中等教育				682.548	835.938
高等教育	11.110	13.881	17.777	19.676	22.076
学校教育以外	7.496	9.617	10.638	10.426	8.642
合計	54.016	85.221	272.719	716.353	872.406

背景: 第2外国語として学ぶ
高校生が大部分(96%)

(5) 日本の文化は深く浸透。

日本食、ポップカルチャー(アニメ等)、武道、日本ブランド等



Hokben (Hoka Hoka Bento)
バリューセット 約200円



JKT48
(AKB48の海外初の姉妹グループ)



大学での学園祭の様子

8

3. インドネシアのイスラムとは？

- ・人口の約9割がイスラム教徒。
- ・世界最大のイスラム人口。
- ・**穏健なイスラム教徒が多い。**
(ただし、イスラム法(シャリア)を適用しているアチェ州などもあり、地域によって濃淡がある。)

<食事>

- ・豚肉は禁忌(豚肉を使わない中華料理の工夫も)
- ・アルコールは・・・

<礼拝>

- ・金曜日正午の礼拝は特別

9

4. 日本への旅行で求めるのは？

(1) 食事

- ・日本食はブーム(和牛、てんぷら、照り焼き、鉄板焼きなど)
- ・刺身や寿司は好みと習慣で大きな差

(2) 観光

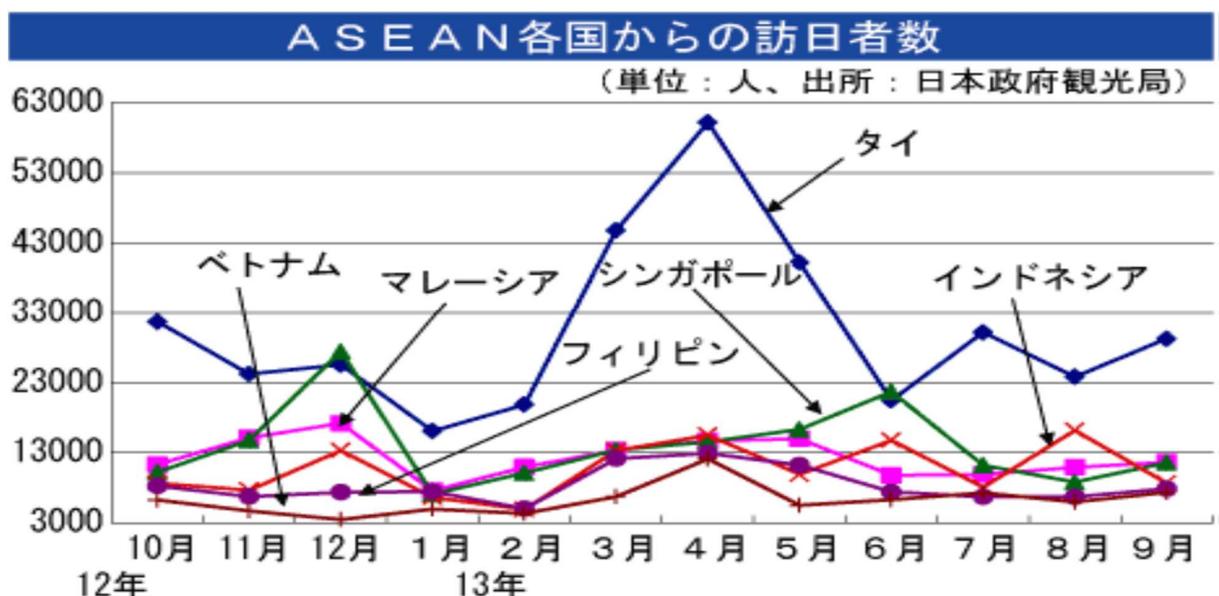
- ・「桜」と「雪」、さらに「紅葉」
- ・アミューズメント・パーク(東京ディズニーランド、USJなど)
- ・自然(富士山等)や寺社仏閣(金閣寺等)

(3) ショッピング

- ・電化製品、化粧品、お菓子、洋服など
- ・「100円ショップ」も人気のショッピング・スポット

10

<訪日者数>



<訪問が増える時期>

- 3月～4月 **桜が咲く頃**
- 6月 小中高等学校の休み
- 8月 レバラン休暇
- 12月 **クリスマス・年末休暇**

<レバラン休暇>

イスラム歴の9月(ラマダン)に断食を行い、その終了を祝うのがレバラン(断食明け大祭)。インドネシアでは1週間程度の休暇。なお、イスラム歴では1年は354日(グレゴリオ暦と比べ、11日少ない。)
(2013年 8月8日・9日→2014年 7月28日・29日)

5. インドネシア人の特徴は？

(1) 世界でも有数のソーシャル・ネットワーク好き

- ・インターネット利用者数は、2013年は6,300万人。
(2014年には1億人を越えるとの報道も。)
- ・Facebook利用者数は世界第4位(米、伯、印)
- ・Twitter利用者数は世界第5位(米、伯、日、英)
→インターネット、ソーシャル・ネットでの発信重要!

(2) 家族・親族関係はとても大切

- ・海外旅行は家族単位で
→家族で楽しめる工夫、
子供の関心事項(アニメ、ゲームなど)を取り込む!

12

6. まとめ

1. インドネシア人観光客数は、今後伸びる。イスラム対応が重要。非イスラム教徒も多い。
2. 穏健なイスラム教徒が多く、受入れの対応がしやすい。
3. インターネットを使った「ロコミ」広報が力を発揮。
(例えば、インドネシア人留学生や研修生などによるインドネシア向けの情報発信)
4. 家族での旅行者が利用しやすい企画。
(例えば、ショッピング・ツアー、体験型ツアー(果樹園、茶道等)、アニメ・ツアー)

ありがとうございました。

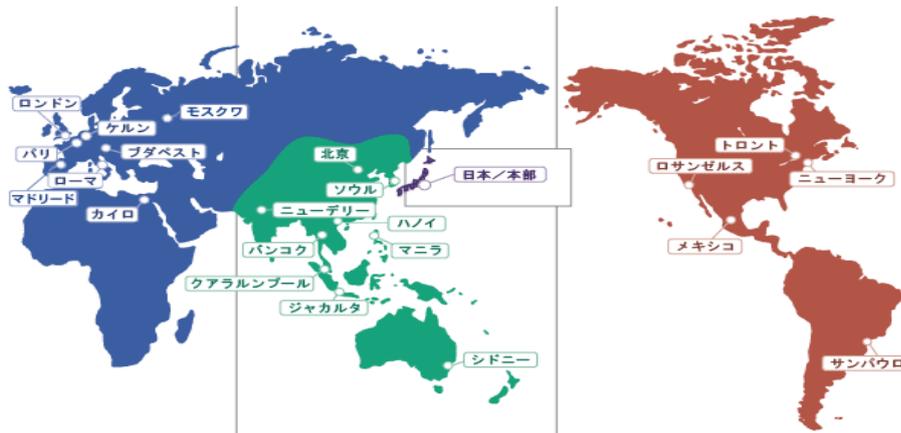
日本文化の魅力を活かし、世界に貢献する日本へ

文化外交の担い手としての国際交流基金

1972年に設立、2003年に独立行政法人に移行

- **組織** : 国内: 本部、京都支部、日本語国際センター(さいたま市)、関西国際センター(大阪府田尻町)
海外: 21カ国に22の海外拠点を設置(2013年度当初)
- **人員** : 役職員数 228名(2013年4月1日現在)
- **収入予算** : 175.2億円(2013年度当初予算150.9億円及びKAKEHASHI受託金24.3億円)

● **海外拠点**:



主な事業分野



日本語能力試験直前まで勉強する受験者(マニラ)

日本語は相互理解促進のカギ

海外での
日本語教育



シンポジウム「多文化共生都市セミナー：2011年東京の多文化共生を考える」

日本研究・知的
交流



(上) 奥州獅子躍 英国公演

(右) モスクワにおける『ダブル・ヴィジョンー日本現代美術展』

文化芸術交流

文化芸術は日本の魅力へのトビラ

知日派育成は日本理解のカナメ

国・地域別観点から、外交ニーズに長期的、総合的に対応

1. 多様な日本の文化芸術の海外への発信

外交上重要な国・地域への重点対応

- ▶ **相手国・地域との関係の節目における重点対応**
 - ・日本イスラエル外交関係樹立60周年(2012年)
 - 歌舞伎舞踊公演、『ダブル・ヴィジョン—日本の現代美術』展<右写真>等
 - ・日米桜寄贈100周年(2012年)
 - 津軽三味線公演、歌舞伎舞踊、和菓子紹介レクデモ等
 - ・日・ASEAN友好協力40周年(2013年)
 - スーパードラム・オーケストラ公演、舞踊プロジェクト等(予定)
 - ・日本スペイン交流400周年(2013年)
 - 杉本文楽公演等(予定)
- ▶ **特に重要な地域・国(米、中、韓、ASEAN等)対応**
 - ・米国 NY MoMA『TOKYO 1955-1970:新しい前衛』展(24年度)
 - ・韓国『Re:Quest—1970年代以降の日本現代美術』展(24年度)



Photo: Kenichi Aikawa

全世界に向けた事業

- ▶ **巡回展**
 - ・デザイン、建築、写真、工芸、ポップカルチャー等様々なテーマの計22の展示セットを世界各地に巡回させて展覧会を実施。東日本大震災後、復興関連建築展、東北写真展、工芸展を新規に制作。24年度は計56か国93都市で106展開催<左写真:写真展『東北—風土・ひと・くらし』北京会場>
- ▶ **日本映画上映**
 - ・24年度は、世界70か国で118件の日本映画祭・日本映画上映会を実施。また、29か国における61件の日本映画上映会に対し経費の一部を助成。3.11後は、震災被害からの再生を扱ったドキュメンタリーや自然災害からの復興をテーマにした劇映画のDVDを86か国138都市で上映



2. 文化芸術分野における国際貢献

双方向型共同作業の推進

- ▶ **共同制作**
 - ・日イスラエル現代演劇共同制作『トロイアの女たち』(22-24年度)
 - ・日中韓現代演劇共同制作『祝／言』(24-25年度)
 - ・北米や欧州との舞台芸術共同制作支援。24年度は計24件に経費の一部を助成。25年度も24件予定。
- ▶ **人的交流**
 - ・世界各国からの学芸員招聘(毎年度継続実施)
 - ・国際舞台芸術ミーティング開催。諸外国の舞台芸術関係者招聘によるネットワーク形成(毎年度継続実施)
 - ・3.11被災地における交流「南三陸-チリ青少年音楽・詩作交流」「宮城-ニューオリンズ青少年ジャズ交流」<上写真>等(24年度)



Photo: Kenichi Aikawa

文化を通じた世界の共通課題への取組み

- ▶ **平和構築、環境、防災・復興等への取組み**
 - ・山下泰裕・井上康生によるイスラエル・パレスチナ両国合同柔道指導(22年度)
 - ・『呼吸する環境—モルディブ・日本現代美術展』(24年度)
 - ・震災復興に向けた国際文化交流事業
 - 「震災を乗り越えて～日本から世界へ～」(伝統芸能公演、復興建築展・東北写真展、再生・復興DVD上映、講演)(23年度)
 - 仙台フィルハーモニー管弦楽団ロシア公演、復興担い手建築家による講演・対話事業、ベネチア・ビエンナーレ建築展等(24年度)
- ▶ **文化芸術分野の人材の育成支援**
 - ・ASEAN諸国対象包括的・中長期の人材育成支援(25年度～)

5

日中交流センター

日中における青少年が日本と中国での直接の体験や生活、交流を通じて相互理解を深め、日中両国の長期的な関係発展の基礎となる国民相互間、特に青年間の信頼関係を醸成することを旨とするため、より深い日中間の青少年交流・市民交流の実現、そしてそこから次代の日中交流の担い手育成を目的として2006年4月に国際交流基金の中に設立されました。日中交流センターは以下の3事業により成り立っています。

中国高校生長期招へい事業

— 日本で学び、ともに成長する —

日本語を学ぶ中国の高校生30数名を約1年間日本に招へいし、日本各地で留学し交流を行う機会を提供します。高校生たちは、ホームステイや寮生活をしながら地元の高校に通学し日本の高校生と同じ高校生活を送ることで、体験を通じて日本の社会や文化を理解し交流を深めます。



2013年3月時点 計237名

中国ふれあいの場事業

— 日本にふれ、日本人と語ろう —

日本の最新情報や日本人と接する機会が少ない中国の地方都市において、青少年層を主な対象に対日理解と交流を促進する「ふれあいの場」を開設しています。



2013年3月時点(設置合意済みの昆明含む) 中国国内にて全13都市において実施

ネットワーク整備事業とは

— 友情の輪が広がる —

日中の大学生が協力して、交流イベントの企画から実施までを行うなど、両国の交流の担い手となる層の拡大とネットワーク形成を図っています。さらに過去招へいした中国高校生や派遣した日本人大学生との共催イベントの実施等、交流の担い手育成を目指し、幅広い事業を展開しています。



海外における日本語の普及

●国際交流基金(JF)による日本語普及事業

日本と各国の国際交流の基礎となる人材を拡充すべく、海外における日本語普及の促進に努めている。 * 日本語事業費 平成25年度予算額 約48.8億円。



JFにほんごネットワーク

45か国・2地域
126中核機関
(2013年11月現在)



★海外における日本語普及のための基盤・環境の整備

1. 「JF日本語教育スタンダード」の考え方にもとづく日本語教育の普及
「JF日本語教育スタンダード」は、「相互理解のための日本語」という理念のもと開発した、日本語の教え方、学び方、学習成果の評価のし方を考えるためのツール。同スタンダード準拠教材『まるごと 日本のことばと文化』を制作。

2. JF日本語講座の拡充
当基金の海外拠点等において実施する日本語講座を拡充。
◆ H24年度29か所 平成25年度30か所

3. 日本語能力試験の実施拡大
平成25年度は海外64の国・地域、206都市において、日本語能力試験を実施。
海外における日本語能力試験受験者数
◆ H25年度:約44万人(国内を含めると、約57万人)

4. インターネット・映像を使った教育ツールの開発・提供
「日本語でケアナビ」看護・介護のための和・英・インドネシア語web辞書の作成。
「アニメ・マンガの日本語」アニメ・マンガ特有のキャラクターや日本語を学ぶwebサイト、映像教材「エリカが挑戦! にほんごできます。」のTV放映、DVD教材出版、webサイト、「まるごと+」JF日本語教育スタンダード準拠教材の自習用webサイトの開発・運営。

★国・地域別事情に応じた日本語普及

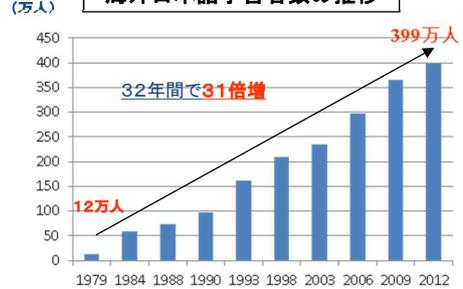
5. 日本語専門家等派遣事業
各国の教育機関、基金海外拠点等に日本語教育の専門家等を派遣している。
◆ H24年度:146ポスト(40か国・地域) H25年度:149ポスト(42か国・地域)

6. 世界各地における日本語教育支援プロジェクト
◆ 「JFにほんごネットワーク(通称:さくらネットワーク)」
当基金の海外拠点および各地の中核的な日本語教育機関とのネットワーク。
JFにほんごネットワーク 45か国・2地域 126中核機関(H25年11月現在)
◆ 日本語教育機関支援・日本語教育プロジェクト支援
海外の日本語教育機関(大学、日本語教師会、民間団体等)に助成を実施。
日本語普及活動助成 H24年度:58か国158件 H25年度予定:61か国163件

7. 海外の教師や学習者を対象とした研修
年間約1千2百人を対象とした研修を実施。現在までの研修参加者数は、のべ約2万人。
◆ 日本語教師研修参加者数H24年度:547名(56か国・地域) H25年度予定:480名(57か国・地域)
◆ 日本語研修参加者数 H24年度:640名(105か国・地域)H25年度予定:675名(106か国・地域)

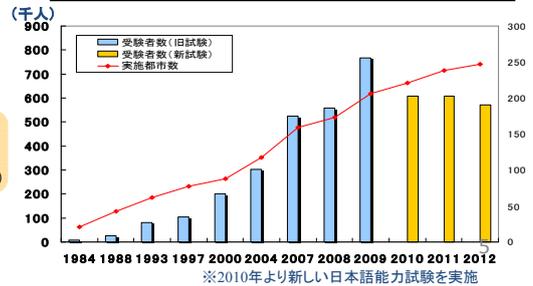
8. 経済連携協定(EPA)に基づく、看護師・介護福祉士候補者日本語予備教育事業
経済連携協定(EPA)にもとづく看護師・介護福祉士候補者への日本語教育を、インドネシア、フィリピンにおいて実施。

海外日本語学習者数の推移



出典:国際交流基金「海外日本語教育機関調査」

日本語能力試験受験者数、実施都市数の推移



※2010年より新しい日本語能力試験を実施

海外における日本研究と知的交流の促進

海外の日本研究の促進

諸外国との知的交流促進

密接な相互関係

日本研究機関への支援

- ◆ 日本研究機関支援
各国・地域の中核的な日本研究機関(大学・研究所)に、教育拡充の援助、客員教授派遣、研究活動への助成、訪日研修への助成、図書寄贈等、包括的なメニューで支援
- ◆ 日本研究ネットワーク支援
海外の日本研究学会や研究者・専門家間の相互交流・ネットワーク作りをサポート

日本研究者への支援

- ◆ 日本研究フェローシップ
海外の日本研究者に、日本での研究活動のための研究奨学金を提供。広く人文科学及び社会科学の諸分野にわたる日本研究のため、基金設立以来、世界中から約5,000人にフェローシップを供与し日本で研究させている。

日本と各国の共通関心テーマ、国際的重要課題についての対話を促進。

- ◆ 知的交流強化事業
内外の機関・知識人との協力のもとに、国際会議、セミナー・ワークショップ、派遣・招へい事業等の知的対話、交流プログラムを企画、実施。

(例)日中韓の次世代リーダーの交流・人脈形成プログラム/アジア各国の社会的リーダーを日本に滞在させ日本理解と人的関係を深めるプログラム/多文化共生を巡る欧州とのシンポジウムを地方自治体と協力で開催

- ◆ 知的交流会議(助成)
国際会議、シンポジウム、セミナー、ワークショップ等への助成により、日本と諸外国との知的交流・対話を促進。

日米センター(Center for Global Partnership/CGP)

- 国際的共通課題に日米が協力する事業を推進
- ◆ 日米間の知的対話、共同研究を企画、支援
- ◆ 知的交流を支える人材育成のための「安倍フェローシップ」が高い評価

各国で日本を正確に伝える専門家を育成

海外の日本理解の深化

わが国の対外発信の強化

国際社会でのわが国のプレゼンス確保

JFICライブラリー

国際文化交流に関する図書・雑誌、日本文化や日本研究に関する外国語図書、日本に関する貴重書などを所蔵。

- 蔵書数 : 図書約36, 200冊(外国語書籍約29, 000冊)、雑誌等約410誌
- 貸出点数 : 年間約3, 300冊
- 来館者数 : 20, 769人(平成24年度)
- テーマ展示 : 「ベネチア・ビエンナーレ国際建築展」、「出版物でふりかえる国際交流基金40年」など、平成24年度は6回実施

ホールさくら、スペースけやき

クラスルーム形式で約80名、椅子のみで約120名収容可能なホールさくら、小規模の会議・意見交換等に利用するスペースけやき等で、展示・講演・報告会等を実施。

《最近の主なイベント》

- 第28回国際交流基金地球市民賞受賞式・レセプション
- ロボット研究者による海外事業報告会・記者懇談会
- トルコ人日本研究フェロー(ハーバード大学、日本社会のユーモアを研究)による落語公演
- 東日本大震災関連事業「南三陸・チリ はるかな友に心寄せて」事業報告会
- トークイベント「海を越える『宇宙兄弟』、アニメ・マンガ・ビジネスの未来と展望」
- 「相撲取りになる夢をかなえたエジプト人力士～大砂嵐 特別講演会」(在京エジプト大使館共催)

平成25年度地方連携フォーラム 分科会「文化交流の推進」
国際交流基金の文化事業を通じた海外との交流

1. 地域で育まれた文化の海外発信

(1) 伝統芸能

- 例：黒森神楽（岩手県宮古市）フランス公演〔主催〕
- 沖縄芸能グループ大洋州公演〔主催〕
- 御諏訪太鼓（長野県岡谷市）北米公演〔助成〕
- 淡路人形浄瑠璃米国公演〔助成〕
- おおさか声明（大阪市）ドイツ公演〔助成〕

(2) 舞台公演

- 例：仙台フィルハーモニー管弦楽団ロシア公演〔主催〕
- 日中韓共同制作演劇「祝言」公演〔青森県立美術館との共催〕
- Noism（新潟市）スペイン公演〔助成〕
- 札幌座ソウル公演〔助成〕
- 伊部京子「和紙物語」（京都）アジア公演〔助成〕

(3) 講演・デモンストレーション

- 例：宮城牡蠣料理欧州巡回レクチャー・デモンストレーション〔主催〕
- からくり人形（名古屋市）レクチャー・デモンストレーション〔主催〕
- 日本食（大分県佐伯市）中米ワークショップ〔助成〕
- 因州和紙（鳥取市）フィリピンワークショップ〔助成〕
- 備前焼フランス、ベルギー公開制作・講習・展示〔助成〕

(4) 展示

- 例：加賀百万石展（パリ日本文化会館）〔金沢市との共催〕
- 3.11ー東日本大震災の直後、建築家はどう対応したか（海外巡回展）〔主催〕
- 美しい東北の手仕事（海外巡回展）〔主催〕
- アイヌ美術工芸展（米国）〔助成〕

2. 地域と海外を結ぶ取組

(1) 海外専門家の招へい

- 例：美術専門家、建築専門家、美術ジャーナリストが「あいちトリエンナーレ」
- 「瀬戸内国際芸術祭」や主要美術館等を訪問。シンポジウム等も開催。

(2) TPAM（国際舞台芸術ミーティング in 横浜）

- 世界の舞台芸術専門家（フェスティバル関係者、劇場関係者等）が参加（2月）

3. その他

(1) 国際交流基金海外拠点における協力

- 例：土佐和紙ちぎり絵ワークショップ（ソウル日本文化センター）
- 福岡アジア文化賞記者発表、あいちトリエンナーレ海外広報

(2) 後援名義

外務省の新たな取り組み

～ODAを活用した地方自治体及び
中小企業の国際展開支援～

平成26年2月
外務省 国際協力局

1

目次

1. なぜODAで地方自治体の国際展開を支援するのか……………3
2. ODAの対象・目的……………4
3. 予算上の位置づけ……………5
4. ODAによる各種支援メニュー……………6

【参考資料】草の根技術協力採択内定案件

2

1. なぜODAで地方自治体の国際展開を支援するのか

- 海外におけるインフラ整備のニーズは、大都市・大型案件のみならず、地方・中核都市における中・小規模案件にも拡大。水の浄化、廃棄物処理などの分野で地域開発の知見を蓄積している我が国自治体との連携は、現地ニーズへのきめ細かな対応に貢献し、日本方式のインフラ輸出の拡大にも寄与するもの。
- 国際協力への自治体の参画により、地域の経験・ノウハウと海外の課題を結びつけて解決に取り組む、国際協力の「担い手」の拡大やグローバル人材の育成並びに地元企業の海外展開を後押しすることで地域経済の活性化、日本経済再生に貢献。

3

2. ODAの対象と目的

①相手はODA対象国(途上国、含、新興国)

②途上国の開発に資する目的

③カウンターパートは政府・政府機関等

4

3. 予算上の位置づけ

平成26年度外務省ODA予算 **53.6億円**

(平成25年度：53.0億円)

事業内容

■ 地方自治体と連携した草の根技術協力等 (JICA運営費交付金(技術協力))

【18億円(25年度)⇒**15.8億円**】

- ・ 製造業の経営能力向上, ものづくり人材育成, 水道事業運営及び廃棄物処理技術向上等, 日本各地の知見を活かした草の根技術協力。
- ・ 日本の地方自治体の都市開発にかかる経験を生かした地元民間企業のアジア等への海外展開支援。

(参考)平成25年度外務省ODA補正予算で、「地域活性化特別枠」6億円を計上。

■ 地方自治体と連携した無償事業の推進 (無償資金協力)

【35億円(25年度)⇒**37.9億円**】

地方自治体が有する技術・知見を活用して, 地方自治体と連携したインフラ整備事業を支援する。

5

4. ODAによる各種支援メニュー

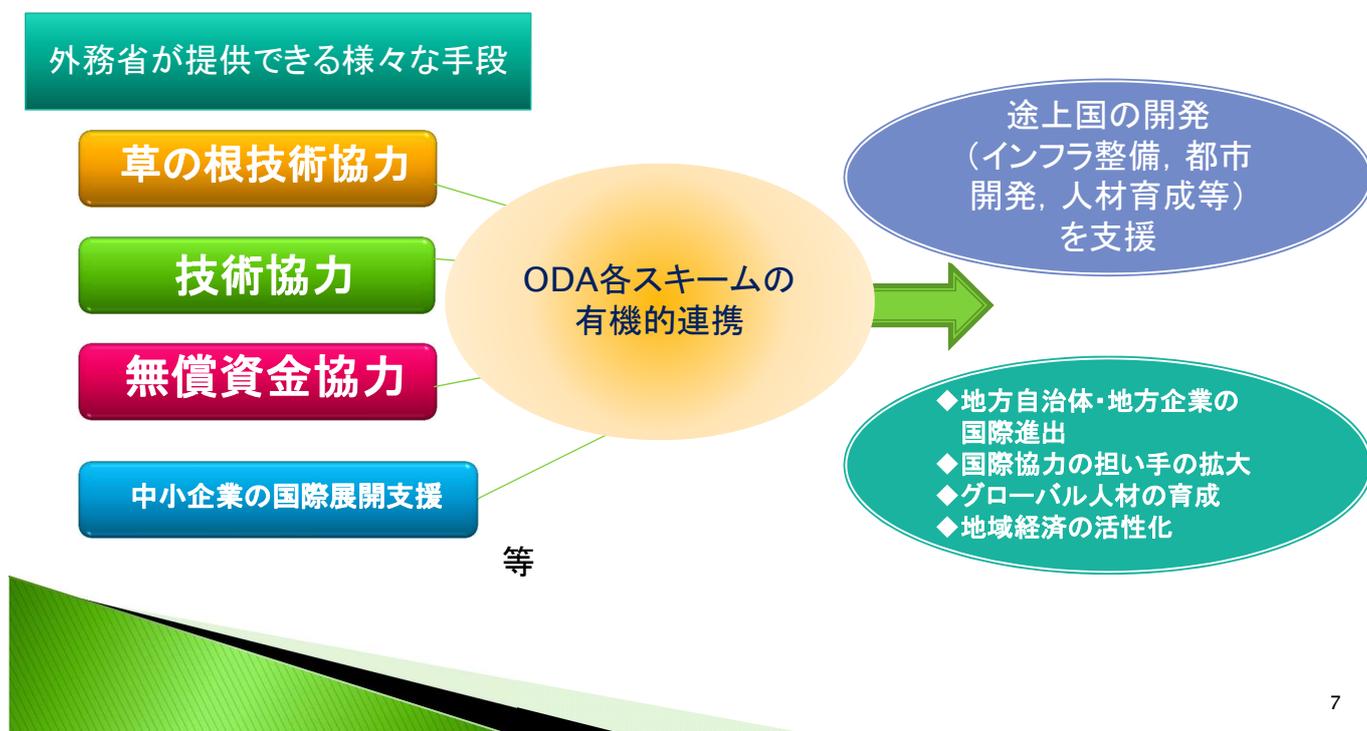
- ▶ 4-1. 草の根技術協力事業
- ▶ 4-2. 無償資金協力事業
- ▶ 4-3. 技術協力事業

- ▶ 4-4. ODAを活用した中小企業等の海外展開支援

- ▶ 4-5. 事例

6

ODAの各スキームを有機的に連携させ、地方自治体の知見・技術・ノウハウを活用し、途上国の開発を支援



7

4-1. 草の根技術協力事業

開発途上地域の住民と一体となって自発的に国際協力を行う意志を持つ日本のNGOや公益団体、大学、地方自治体、民間企業等が、途上国の開発支援のために技術協力を実施することを支援。

■ 応募要件

- ① 人を介した「技術協力」事業であること。(モノの供与が主な事業は不可)
- ② 開発途上国の人々の生活改善・生計向上に直接役立つ内容であること。
- ③ 日本に拠点のある団体であること。

	パートナー型	支援型	地域活性化特別枠(仮) (旧「地域提案型」)
対象団体	途上国での協力経験2年以上有する団体、大学	国内外での活動経験2年以上有する団体、大学	地方自治体 (広域の経済連合会等との共同事業も可)
	民間企業も可	民間企業は不可	実施は地方自治体が指定するNGO等の団体でも可
募集時期	年2回(春、秋)	年2回(春、秋)	年1回(春目処)
金額規模	1億円以下	2500万円以下	6000万円以下
事業期間	5年以内	3年以内	3年以内

8

これまでの自治体によるODA活用例

(1) サモア・水道事業運営(宮古島モデル)支援協力(沖縄県宮古島市)～“島”の知見を活かし、途上国の問題解決に貢献～

沖縄県宮古島市は、草の根技術協力事業を通じて、漏水対策や「生物浄化法(緩速ろ過方式)」を使った浄水場管理を支援している。何層にも重ねた砂利と砂に緩やかな速度で水を通過させ、砂の表面や中の微小な生物が不純物を分解することで病原菌のいない飲用水をつくり出す仕組みにより、安全でおいしい水が提供されるようになった。

水源の多くを地下水に依存している“島”特有の課題に対し、宮古島市が培ってきたノウハウ・システムを、今後、大洋州を中心とする島嶼国へ展開及び普及することが期待される。



(2) モンゴル・寒冷地での都市開発技術改善(北海道旭川市)～寒冷地特有の街づくりを～

平均気温が-20℃以下にもなる寒冷地ウランバートル(UB)市において、旭川市の寒冷地型技術を生かしながら、宅地開発、道路配置、道路舗装・維持管理などの都市開発技術の基準作りと、UB市の都市再開発事業に同基準を反映させるための行動計画作成を支援している。

旭川市職員等の専門家派遣を通じて、都市開発技術基準案へ技術的な助言を行うとともに、UB市関係者を北海道に招き、旭川市の都市開発技術基準に基づいて開発・整備された街づくりや寒冷地特有の凍結路面对策等について総合的に技術移転を実施している。

今後、同じ寒冷地都市間の技術・人的交流及び企業進出が期待されている。



本事業の制度により期待される点

(1) 途上国側は企業の製品だけを持ち込まれても運用できるとは限らないため、ノウハウや技術を有する自治体職員や関連団体等が材料を現地に持ち込み専門家として途上国政府の規制担当者に技術指導したり、研修を行うなどの取組が功を奏する。

(2) 地方自治体が主体となった技術協力事業を全面的に支援することで、自治体や地域の関連企業の海外展開を促進させる。

9

4-2. 無償資金協力事業

地方自治体と連携し、途上国において都市環境インフラ整備等様々な分野の支援を行うことで、地域活性化及び自治体関連企業のビジネス展開を促進する。

途上国のニーズ

- 急速な経済発展が進む中で水、エネルギー、廃棄物処理、都市交通、公害対策分野等のニーズが急増。

地方自治体の知見とニーズ

- 関連分野における長年の経験を通じたノウハウ・技術が蓄積されている。
- 少子高齢化等に伴う国内市場縮小の中、海外展開を通じた地域活性化を目指す自治体が増加。

途上国において事業展開を行う地方自治体からアイデアを募集し、開発途上国における無償資金協力案件に地方自治体の技術・知見を活用する。

これまでの自治体によるODA活用例

カンボジア「コンポンチャム及びバタンパン上水道拡張計画」

(平成25年度供与額:10.37億円《総額33.55億円》)

北九州市は、1999年からカンボジア上水分野で協力事業に貢献し、同国からの信頼を培ってきている。本事業は、北九州市の地元企業の高い技術・ノウハウを活用して、同国における優れた省エネ型上水道(適切な配水区の設定と送配水網の整備、モニタリングシステムの設置等)のモデル事業として実施。



コンポンチャム施設完成予想図



バタンパン施設完成予想図

10

4-3. 技術協力事業

技術協力

- 研修員受入: 途上国の政府関係者等を招き, 中小企業等が参加する本邦での技術研修等を実施。
- 専門家派遣: 中小企業等の人材を専門家として途上国に派遣。



途上国政府関係者との
人脈作りや
途上国で活躍できる
人材の育成を支援。



他のスキームとも有機的に連携
(参考: 4-5. 事例集)

■ 【大分県・宮崎県】日本における人工透析技術セミナー(研修員受入)

保健医療レベルの向上やそのための人材育成(特に人工透析技術による血液・血管医療分野)を国家開発計画の優先課題として掲げている開発途上国に対し、東九州メディカルバレー構想特区(大分県、宮崎県)で進められている産学官連携による血液・血管医療を中心とした医療技術の動向や人材育成等の取組を紹介。自国に適用可能な政策・制度、技術、製品の検討に役立てる。

- ・日程: 2013年5月26日～6月1日
- ・参加者: インド、インドネシア、マレーシア、ミャンマー、フィリピン、南アフリカ、タイ、ベトナムの8ヶ国17名
(保健省、病院、大学の幹部職員等)
- ・研修地: 大分県、宮崎県(大分大学、宮崎大学、松山医院大分腎臓内科、川澄化学工業等)

なお、タイ、インド、南アフリカといった透析医療のニーズがある対象国において、東九州メディカルバレーの中小企業が有する透析医療技術についてのニーズ調査が、平成24年度の中小企業支援委託事業で採択されている。

■ 【三条市】ものづくり産業人材育成セミナー(研修員受入)

- ODAの一環として、途上国の政府関係者らを招き、日本のものづくり現場や人材育成の取組を紹介し、各国の政策や事業に生かしてもらおうという試み。
- フィリピン、タイ、インドネシア、バングラデシュ、カンボジア、ミャンマー等計10カ国から、中央政府の産業振興関係機関の幹部職員や工学系高等教育機関・職業訓練校の幹部職員、その他民間団体の社員等22名が参加。
- 2012年10月15日～16日の東京プログラムでは、産業技術大学大学院や日産自動車等を視察、17日～22日の三条プログラムでは、新潟県三条市内の作業工具メーカーやテクノスクール等を視察し、日本のものづくりを学んだ。
- こうした研修を通して、途上国の政府関係者と日本の中小企業との関係づくりが促進されるとの成果あり。三条市/商工会議所は本セミナーでの縁をきっかけに、会員企業の海外展開を図るべく、現地での情報収集等を検討。

11

4-4. ODAを活用した中小企業等の海外展開支援

	平成25年度外務省委託事業 (予算20億円)		平成25年度JICA運営費交付金事業 (予算20億円)
	ニーズ調査	案件化調査	民間提案型普及・実証事業
概要	中小企業等の製品・技術等の開発援助案件化を念頭に置いたニーズ調査	中小企業等からの提案に基づく、ODA事業への展開のための案件化調査	中小企業等からの提案に基づく、製品・技術等の途上国政府関係機関における普及・展開事業
実施日程	25年4月30日 公示済み(外務省HP参照) 5月27～31日 業務説明会(※全国10都市で実施) 6月21日 応募締切(※応募書類簡素化) 8月8日 仮採択通知 9月下旬以降(予定) 事業実施 翌年2月頃 報告書提出		25年5月10日 公示済み (JICAのHP参照) 5月27～31日 業務説明会(※同左) 6月7日 関心表明締切 6月24日 応募締切 7月31日 仮採択通知 9月～ 事業実施
公募対象	開発コンサルタントや商社等からの提案が基本	中小企業とコンサルタント等による共同提案が基本	中小企業等(コンサルタント等と組むことも可)
採択件数	2件(応募11件)	49件(応募234件)	20件(応募116件)
単価	上限5千万円	3千万円、または5千万円	1億円程度
負担経費	・人件費(※格付単価方式による積算) ・旅費 等	・人件費(※格付単価方式による積算) ・旅費 ・運搬費 ・製品紹介や試用・実証等に要する経費 等	・人件費(コンサルタント経費) ・旅費 ・運搬費 ・製品紹介や試用・実証等に要する経費 ・設備・資機材購入費等

競争率4.8倍

競争率5.8倍

	ニーズ調査	案件化調査	普及・実証事業
概要	中小企業等の製品・技術等の開発援助案件化を念頭に置いたニーズ調査(26年度は国別調査とする予定)	中小企業からの提案に基づく、製品・技術に関する途上国の開発における有効性を確認するための調査	中小企業からの提案に基づき、現地で実際に製品・技術を試用することにより、開発への有効性の実証を図り、現地適合性を高め普及を目指す事業
実施日程(案)	26年3月 公示(外務省HP) 4月 業務説明会 5月 応募締切 6月 仮採択通知 (契約締結後調査開始) 27年3月 報告書提出	【1回目】 26年 5月 公示(JICAのHP) 5月 業務説明会 6月 関心表明締切 6月 応募締切 7月 仮採択通知 (契約締結後調査開始) 【2回目】 26年 11月 公示(JICAのHP) 11月 業務説明会 12月 関心表明締切 12月 応募締切 27年 1月 仮採択通知 (契約締結後調査開始)	【平成25年度補正】 26年 3月 公示(JICAのHP) 4月 業務説明会 5月 関心表明締切 5月 応募締切 6月 仮採択通知 (先方政府機関の了承取付、契約締結後事業開始) 【1回目】 26年 9月 公示(JICAのHP) 9月 業務説明会 10月 関心表明締切 10月 応募締切 12月 仮採択通知 (先方政府機関の了承取付、契約締結後事業開始)
公募対象	開発コンサルタントや商社等からの提案が基本	中小企業等(コンサルタント等と組むことも可)	
採択件数	4件程度	47件程度	44件程度(内、平成25年度補正22件を予定)
上限金額(税込)	5,000万円(予定)	3,000万円(機材(同時携行できる小型の機材を除く)の輸送が必要な場合は、5,000万円)	1億円
協力期間	年度内	数ヶ月～1年程度	1～3年程度
負担経費	・人件費 ・旅費 等	・人件費(外部人材活用費のみ) ・旅費 ・輸送費 ・製品紹介や試用等に要する経費等	・人件費(外部人材活用費のみ) ・旅費 ・輸送費 ・製品の普及・実証等に要する経費 ・設備・資機材購入費等

4-5.【事例1】東九州メディカルバレー透析医療技術の海外展開支援

途上国のニーズ

- 生活習慣病に起因する死因が上位を占める。
- 特に慢性腎不全の潜在リスク、高血圧や糖尿病罹患率が高く、透析医療の患者ニーズが高い。
- 人口透析患者数増加による看護師の負荷軽減やメンテナンス費用の削減が急務。

東九州メディカルバレーの現状とニーズ

- 大分県と宮崎県に広がる東九州地域には、血液や血管に関する医療関連産業が集積。
- 「東九州メディカルバレー構想特区」に指定され、産学官連携により国際競争力の強化と地域医療の活性化を推進。
- 日本は欧米と比べ高い透析技術を有する。

現在までの取組

現地における血液透析ニーズの確認調査(南アフリカ、インド、タイ)

外務省委託事業「ニーズ調査」
2012.11-2013.1

- 現地の血液透析医療状況を調査。
- 現地保健省の担当者と透析医療従事者に日本の血液透析医療の現状を紹介。
- 日本の医療技術に関する現地のニーズを把握。

日本の透析医療への理解醸成・人的ネットワークの構築

技術協力「JICA セミナー」
2013.5

- 8か国(注)17名の保健省・政府系大学病院幹部職員を東九州へ招聘し、日本の血液透析医療、人材育成等の現場を紹介。
- 現地のニーズと日本のシーズのマッチング(ニーズ調査の結果検証)。

注:タイ、インド、南アフリカ、フィリピン、ベトナム、マレーシア、インドネシア、ミャンマー

JETRO招聘事業
2013.6

- タイの三大私立病院グループの透析医師を東九州へ招聘。

タイ 透析医療従事者への実務トレーニングの実施

CLAIR(財団法人自治体国際化協会) 助成事業
2013.8-11、2013.11-2014.1

- タイ国立病院(外務省ニーズ調査及びJICAセミナー対象機関)の透析看護師2名、技師2名をそれぞれ3ヶ月の受入による実務トレーニングを実施。
- トレーニングプログラムによるタイの看護師と技師の技術習得レベルを検証。

今後の取り組み

- 大学附属病院やクリニック等透析医療現場での適切な透析治療の技術移転。
- 大分大学、立命館アジア太平洋大学、九州保健福祉大学、宮崎大学等の高等教育機関と連携した医療従事者(透析看護師、臨床工学技師等)の育成
- 産学官の医療機器メーカーによる最先端医療機器の紹介と、機器操作に関する高度な知識・技術の指導機会の提供。

将来的な目標

- 日本の血液透析医療を学ぶプログラムの開発
- 既存の大学施設を活用したトレーニング設備の充実化
- タイ透析トレーニングセンター構築による人材育成、日本の医療技術・機器の海外展開

4-5.【事例2】新潟県三条市の作業工具メーカーへの海外展開支援

途上国のニーズ

- カンボジア
 - スキルを身に付けた産業人材の育成
 - 裾野産業の育成
- ベトナム国
 - 裾野産業の育成
 - 地場産業の生産品質向上

作業工具メーカーの現状とニーズ

- 高い技術を有する作業工具メーカーが集積(全国191社中新潟県に50社)
- 複数企業が夫々の持ち味と特徴を活かしつつ、分業、協力して、需要家のニーズに対応
- 海外展開のニーズがあるも、1社で海外展開に伴うリスクをカバーするだけの体力は不十分

途上国支援に活用できる製品・技術・産官学の担い手⇄中小企業等の製品・技術等と途上国ニーズのマッチング

- 企業に在籍する高いスキルを身に付けた技術者による技能訓練・指導機会の提供
- 同市周辺所在の高等教育機関による研修生・留学生の受け入れによる人材育成
- 新潟県作業工具協同組合及びメンバーの下請け等関連企業等、産学官連携による中小企業育成・支援ノウハウの供与

セミナー(2012.10) 10ヶ国の途上国政府関係者らを招き、三条市の作業工具にスポットを当て、途上国に産業振興策や人材育成の取組みを紹介。三条市の企業の販路拡大と人脈づくりに貢献。

組合メンバーであるトップ工業㈱による案件化調査(2012.11-2013.3)

高レベルの作業工具を提供しつつ、その操作に当たっての基本動作を伝授することにより、産業人材並びに下請け企業等の育成するための作業工具の新規市場開拓およびODA案件化に関する調査を実施。

三条市の特徴を活かしたODA事業の立案(カンボジア)

トップ工業(株)

普及・実証事業(2013.8-2014.9)

- カンボジア国労働・職業訓練省及び傘下の職業訓練校に産学官連携スキームの運営ノウハウの移転を通じた、職業訓練能力の強化。
- カンボジア国日本人材開発センターに人材を派遣し、日本の「ものづくり」と高品質の製品の「よさ」の認知を向上。

地域を挙げた中小企業の海外展開

草の根技術協力(地域活性化特別枠 2014.1-2016.3)

- ベトナム(ホーチミン市周辺)にて操業中の現地企業と技術提携し、技術指導、OEM委託及び委託販売等により海外市場への展開を図る。(※)
 - 将来の地元企業による現地進出を視野に入れ、候補先自治体(ベトナム/バリア・ブンタウ省)と自治体ベースでの交流促進を図る。
- (※) OEM:「相手先ブランド名製造」

協同組合・自治体を核とした地元(三条市)経済への貢献

三条市独自事業

- 新潟県作業工具協同組合メンバー及び関連企業の間での人材ネットワーク形成による、企業の輸出及び事業の拡大。
- 三条市役所による海外拠点設置(シンガポール)、姉妹都市樹立等地域を挙げての連携・交流による地域経済の活性化。

15

4-5.【事例3】途上国への普及事業(水の浄化・処理):アムコン株式会社(横浜市)

フィリピンの開発課題

- 家庭、事務所の浄化槽の汚泥管理ができておらず不衛生な環境。
- 適切な汚泥処理が課題であるが、汚泥脱水機は高価なものとの認識が高く、導入を見合せているケースが多い。

中小企業の技術・製品

- 汚泥脱水機の専門メーカーで民間企業・日本の自治体が主な顧客。
- 目詰まりがない、省エネ、メンテナンスの負担が少ない、長寿命という特長あり。
- すでに工場廃水等で発生する汚泥の脱水として途上国でも活用されている。

途上国への普及事業を通じて期待された効果(事業実施前)

【ODA】

- 横浜市が進めるセブ市との協力事業とも連携し、本邦研修や草の根技術協力事業を実施することで、市等の関係者と人脈を形成し、汚泥脱水機の導入に係る理解向上を図る。
- 現地の衛生環境改善に資するとともに、本邦企業・自治体の水関連ビジネスの展開にも貢献。

【ビジネス】

- 現地に販売代理店を設置し、フィリピン国内の浄化槽汚泥処理場への汚泥脱水機の普及を促進する。民間、工業団地の排水処理施設への販売も働きかける。



その後の展開

【ODA】

- JICA平成24年度補正予算「民間提案型普及・実証事業」に仮採択され、複数年に渡る実証・普及活動を通じた、現地の汚泥処理に関する体制を整備予定。

【ビジネス】

- 同社製品(汚泥脱水機)にかかるフィリピン市場調査の結果、現地におけるビジネス展開に関する課題の把握と現地ニーズに適した製品開発や供給体制の構築に着手。

【草の根技術協力】平成24年度採択内定案件(地域提案型)①

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～H27年度 (実施中)	モンゴル	ウランバートル市植林技術支援事	北海道	蒼いウランバートル技術支援実行委員会
H25～H27年度 (実施中)	モンゴル	ウランバートル市ゲル地区住民に対する地域保健活動のための看護職人材育成事業	北海道 北見市	北見国際技術協力推進会議
H25～H27年度 (実施中)	ベトナム	「道の駅」を基盤とした、農業の第6次産業化による地域振興	千葉県 南房総市	千葉県南房総市国際協力実行委員会
H25～H27年度 (実施中)	タイ	大腸がん早期発見・治療プロジェクト	東京都 文京区	東京医科歯科大学
H25～H27年度 (実施中)	カンボジア	カンボジア王国・シェムリアップ州・下水道/水環境改善事業	山梨県 甲府市 上下水道局	甲府市上下水道局
H25～H27年度 (提案取下げ)	ベトナム	ベトナム国ホーチミン市職業訓練短期大学におけるモノづくり人材育成支援事業	川崎市 経済労働局	公益財団法人川崎市産業振興財団

【草の根技術協力】平成24年度採択内定案件(地域提案型)②

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～H27年度 (実施中)	ベトナム	ベトナム国ホーチミン市における都市排水管理技術向上プロジェクト	大阪市	都市技術センター
H25～H27年度 (実施中)	ベトナム	キエンザン省における水環境改善のための人材育成プログラム	兵庫県 神戸市	神戸市都市整備公社
H25～H27年度 (実施中)	ブータン	ブータン王国における手すき紙の産業振興	島根県 浜田市	石州和紙協同組合
H25年度 (実施中)	スリランカ	水道施設設計・施工管理能力強化プロジェクト	名古屋市 上下水道局	名古屋市上下水道局
H25～H27年度 (実施中)	ベトナム	ベトナム国ハイフォン市水道公社における配水管網管理の能力向上事業	北九州市 上下水道局	北九州市上下水道局
H25～H26年度 (実施中)	インドネシア	インドネシア共和国西ヌサトゥンガラ州における廃棄物管理業務の効率化事業	福岡県 北九州市	北九州市環境整備協会

【草の根技術協力】平成24年度採択内定案件(地域提案型)③

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～H26年度 (実施中)	東ティモール	沖縄・東ティモール「地域力強化」を通じた平和構築事業	読谷村	沖縄平和協力センター(OPAC)
H25～H27年度 (実施中)	フィリピン	フィリピン・レガスピ市における「公民館」づくりをモデルとした住民参加型行政の展開	飯田市 公民館	特定非営利活動法人ふるさと南信州緑の基金
H25～H27年度 (実施中)	インドネシア	インドネシア・パプア州における水稲栽培技術向上支援事業	山形県 商工観光部 観光経済交流局	山形県
H25～H27年度	インドネシア	香川らしい国際協カプロジェクト「インドネシア西スマトラ州稲作技術向上事業」	香川県 総務部国際課	香川県

【草の根技術協力】平成25年度採択内定案件(地域経済活性化特別枠)①

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～27年度 (実施中)	モンゴル	ウランバートル消防技術支援事業	札幌市 消防局	ウランバートル消防技術支援事業実行委員会
H25～27年度	モンゴル	再生可能エネルギー(地中熱)省エネ施設園芸による野菜生産技術支援事業	北海道	空知エコ普及環づくり協議会
H25～28年度	モンゴル	畜産糞尿利用による循環型農業確立および環境保全事業	北海道 新ひだか町	(株)エコ・エネルギーシステム
H25～28年度	ベトナム	ベトナム・ハノイにおける即戦力IT人材育成のための教育環境強化事業	札幌市	(特非)札幌ITフロント
H25～28年度	モンゴル	農産物の安定供給のための貯蔵技術改善・普及プロジェクト	北海道 帯広市	(一社)北海道中小企業家同友会とかち支部
H25～27年度	タイ、マレーシア	北海道フード特区・フードバレーとかち 海外展開支援を兼ねた東南アジア食産業人材育成	北海道 帯広市	帯広商工会議所

【草の根技術協力】平成25年度採択内定案件(地域経済活性化特別枠)②

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～27年度	ベトナム	ベトナム水産加工流通における衛生・品質管理向上のための人材育成と釧路産水産加工品のPR事業	北海道 釧路総合振興局	釧路商工会議所
H25～28年度	インドネシア	官民連携による市場志向型農業振興プロジェクト	茨城県 鉾田市	(公財)茨城県中小企業振興公社
H25～27年度 (実施中)	ベトナム	機械系技術技能教育の指導力向上プロジェクト	千葉県 教育庁 企画管理部 教育政策課	千葉県教育委員会
H25～26年度	ミャンマー	ヤンゴン廃棄物処理改善共同検討プロジェクト	東京都 環境局	(公財)東京都環境公社
H25～27年度	モンゴル	サインシャンド工業団地緑化と自生種の苗木生産による地域振興協力事業	新潟県	新潟県モンゴル緑化推進技術協力実行委員会
H25～27年度	タイ	タイ地方水道公社における浄水場維持管理能力向上支援事業	埼玉県 企業局	埼玉県企業局

【草の根技術協力】平成25年度採択内定案件(地域経済活性化特別枠)③

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～27年度	マレーシア	マレーシアにおけるNRW削減技術向上プロジェクト	東京都 水道局	東京水道サービス(株)
H25～27年度	フィリピン	フィリピン共和国ラグナ湖周辺農村地域への地域経済密着型の河川簡易監視カメラシステムによる防災システム向上プロジェクト	新潟県 長岡市	(株)イートラスト、東京大学、立命館大学、総合地球環境学研究所
H25～27年度	フィリピン	埼玉・セブものづくり人材育成事業	埼玉県	埼玉県県民生活部
H25～27年度	ラオス	ラオス・ヴィエンチャン都水環境改善事業	千葉県	千葉県
H25～27年度	マレーシア	マレーシアの廃棄物管理における住民の協力体制の構築支援	東京23区 清掃一部 事務組合	東京二十三区清掃一部事務組合
H25～27年度	ベトナム	バリア・ブンタウ省における金属関連裾野産業振興支援並びに人材育成事業	新潟県 三条市	三条商工会議所

【草の根技術協力】平成25年度採択内定案件(地域経済活性化特別枠)④

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～28年度	ラオス	青少年の収入向上のための木工職業訓練	埼玉県 県民生活部 国際課	(特非)国際協力NGO・IV-JAPAN
H25～26年度	インドネシア	カンムリシロムク保護事業 Phase 4	横浜市 環境創造局	横浜市環境創造局
H25～28年度	ベトナム	ホーチミン市職業訓練短期大学におけるモノづくり人材育成支援事業	川崎市 経済労働局	(公財)川崎市産業振興財団
H25～28年度	ウガンダ	ウガンダ野生生物保全事業Phase 3	横浜市 環境創造局	横浜市環境創造局、横浜市緑の協会
H25～27年度	ベトナム	横浜の民間技術によるベトナム国「安全な水」供給プロジェクト	横浜市 水道局	横浜市水道局、横浜市水ビジネス協議会
H25～27年度	ベトナム	ハノイ市における下水道事業運営に関する能力開発計画	横浜市 環境創造局	横浜市環境創造局

【草の根技術協力】平成25年度採択内定案件(地域経済活性化特別枠)⑤

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～28年度	スリランカ	配水管施工管理能力強化プロジェクト	名古屋市 上下水道局	名古屋市上下水道局
H25～27年度 (実施中)	中華人民共和国	中国湖南省における都市汚水処理場運転管理技術と住民の環境意識の向上のためのプロジェクト	滋賀県	(公財)淡海環境保全財団
H25～27年度	ベトナム	ハロン湾における海上輸送を基盤とする廃棄物循環システム構築事業	堺市	公立大学法人 大阪府立大学
H25～28年度	セルビア	セルビア国の残留性有機汚染物質の分析体制強化・排出削減対策プロジェクト	兵庫県 農政環境部 環境創造局 環境政策課	(公財)ひょうご環境創造協会
H25～27年度	ベトナム	ハイフォンにおける港湾物流効率化のための人材育成プログラム	兵庫県 神戸市	(公財)神戸国際協力交流センター
H25～27年度	ミャンマー	ヤンゴン市下水道管渠維持管理・修復能力改善事業	大阪市	積水化学工業(株)、(一財)都市技術センター

【草の根技術協力】平成25年度採択内定案件(地域経済活性化特別枠)⑥

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～26年度	ミャンマー	ミャンマー連邦共和国ヤンゴン管内における無電化地域の電化と技術移転事業	和歌山県	紀南電設(株)
H25～27年度	ベトナム	ベトナム国ドンナイ省におけるものづくり人材育成事業	大阪府 商工労働部 成長産業振興室	公財)太平洋人材交流センター
H25～27年度 (実施中)	中華人民共和国	中国・寧夏回族自治区における水環境改善のための流域管理計画の構築	島根県	島根県
H25～28年度	カンボジア	カンボジアにおける持続可能な社会構築のための教育改善	広島県	ひろしま平和貢献ネットワーク協議会
H25～27年度	モルディブ	IT農業イノベーションによる新産業の創出	広島県 広島市	(有)上野園芸
H25～28年度	ブラジル	サンパウロ州小学校教員の環境教育指導力向上事業	島根県	(公財)しまね国際センター

【草の根技術協力】平成25年度採択内定案件(地域経済活性化特別枠)⑦

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～28年度	フィリピン	フィリピン・ミンダナオのバンサモロ自治政府人材育成事業～広島による平和構築の支援～	広島県	広島大学
H25～27年度	ベトナム	ハノイ市における衛生的な廃棄物処分場の整備能力向上プロジェクト	福岡県	(特非)環境創造研究機構
H25～27年度	インドネシア	インドネシア・バリクパパン市における泥炭・森林火災の消火技術普及モデル事業	福岡県 北九州市	(公財)北九州産業学術推進機構(FAIS)
H25～26年度	カンボジア	カンボジア・シェムリアップ市における水道施設管理能力の向上事業	北九州市 上下水道局	北九州市上下水道局
H25～27年度	インドネシア	インドネシア・メダン市における廃棄物管理改善事業ー都市ごみの資源化とバーム産業の余剰バイオマスの有効利用ー	福岡県 北九州市	(株)新菱
H25～27年度	ベトナム	ハイフォン市製造業の技術力・経営力向上ノウハウ移転プログラム	福岡県 北九州市	(公財)北九州国際技術協力協会

【草の根技術協力】平成25年度採択内定案件(地域経済活性化特別枠)⑧

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～27年度	フィジー	フィジー共和国ナンディ・ラウトカ地区水道事業に関する無収水の低減化支援事業	福岡県 福岡市	福岡市水道局
H25～28年度	サモア、バヌアツ	サモアを中心とした大洋州における志布志モデルの推進	鹿児島県 志布志市	志布志市
H25～26年度	インドネシア	西ヌサトゥンガラ州におけるヒマ栽培を核とした農民生計向上に関する協力事業	福岡県 北九州市	北九州市環境局アジア低炭素化センター
H25～27年度	インドネシア	南ジャカルタにおける持続可能な地域づくりのための地域ネットワーク構築事業－河川を核として－	長崎県 長崎市	長崎大学(長崎総合科学大学、熊本県立大学、ながさきエコネット、長崎市内事業者)
H25～27年度	ミャンマー	ミャンマー・マンダレー市における浄水場運転管理能力の向上事業	北九州市 上下水道局	北九州市上下水道局
H25～27年度	インドネシア	インドネシア・スラバヤ市におけるコミュニティのための安全安心な飲料水供給と水環境改善事業	福岡県 北九州市	地球環境戦略研究機関

【草の根技術協力】平成25年度採択内定案件(地域経済活性化特別枠)⑨

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～27年度	ベトナム	ベトナム南部における科学的根拠に基づく保健医療サービス向上のための、大学と医師会の連携による医師育成	福島県 生活環境部 国際課	福島県立医科大学医学部公衆衛生学講座、 福島県
H25～28年度	フィリピン	フィリピン安全農畜産業技術普及支援プロジェクト	南牧村	(公社)国際農業者交流協会
H25～27年度	インドネシア	バンダ・アチェ市と宮城県東松島市における住民主体での地域資源利活用による相互復興推進プログラム	宮城県 東松島市	(一社)東松島みらいとし機構(HOPE)
H25～28年度	カンボジア	障がい者雇用を前提としたビジネスモデル構築事業	宮城県 多賀城市	(株)ファミリア
H25～28年度	フィリピン	”森と人と海の共生”のための環境意識向上プロジェクト	宮城県 気仙沼市	(特非)森は海の恋人
H25～28年度	マラウイ	マラウイ国農業水利人材能力開発支援事業	宮城県	宮城県

【草の根技術協力】平成25年度採択内定案件(地域経済活性化特別枠)⑩

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～28年度	ベトナム	ベトナムでの足こぎ車いすを利用したリハビリモデル開発及び、リハビリ人材育成プロジェクト	宮城県	(株)TESS
H25～28年度	フィリピン	世界農業遺産(GIAHS)「イフガオ棚田」の持続的発展のための人材養成プログラムの構築支援事業	石川県	国立大学法人 金沢大学
H25～27年度	ミャンマー	ミャンマーにおける伝統医薬品の品質改善を通じたプライマリーヘルスケア向上プロジェクト	富山県	富山大学
H25～28年度	カンボジア	救急医療における人材育成を通じた国際協力(カンボジア)プロジェクト	高松市	(公社)セカンドハンド
H25～28年度	タイ	タイにおける妊産婦管理及び糖尿病のためのICT遠隔医療支援プロジェクト	香川県	遠隔医療支援プロジェクト実行委員会
H25～28年度	カンボジア	カンボジア-日本友好学園における高校生による商品開発を通じた学校運営の実践及びモデル化	徳島県	徳島県

29

地方自治体の国際展開のご相談はお気軽に、
開発協力総括課
(03-5501-8373直通)
官民連携班までお願いします。

日本企業の海外展開支援は、岸田外務大臣の進める日本経済の再生に資する経済外交の重要な柱の一つ。外務省は、関係省庁・機関等との緊密な連携の下、日本企業支援を推進。

1. 日本企業支援推進本部・日本企業支援室の設置

平成25年12月、支援体制を一層強化するため、岸田大臣を本部長とする「**日本企業支援推進本部**」を設置し、経済局内に「**日本企業支援室**」を新設。

<主な役割>

- 外務省・在外公館全体として日本企業の海外展開を効果的に支援するための政策立案
- 外務省・在外公館全体としての統一的な日本企業支援のための「指針」の策定・改定
- 官民連携推進のための民間経済団体等との調整
- 風評被害対策を含む日本産品の海外展開支援
- 企業等からの照会・要望に対する第一次的な窓口業務

2. 在外公館の「日本企業支援窓口」による支援

全ての在外公館に「**日本企業支援窓口**」を設置。日本企業支援担当官が、JETRO等の現地関係機関と連携しながら、個別企業からの相談・支援依頼などに積極的に対応。

◆在外公館の日本企業支援窓口→http://www.mofa.go.jp/mofaj/annai/page22_000526.html

- 現地のビジネス関連情報の提供
- トラブル解決のための現地政府への働きかけ
- 在外公館施設を活用した日本企業支援(レセプションにおける日本産品のPR、ビジネスセミナーの開催等)



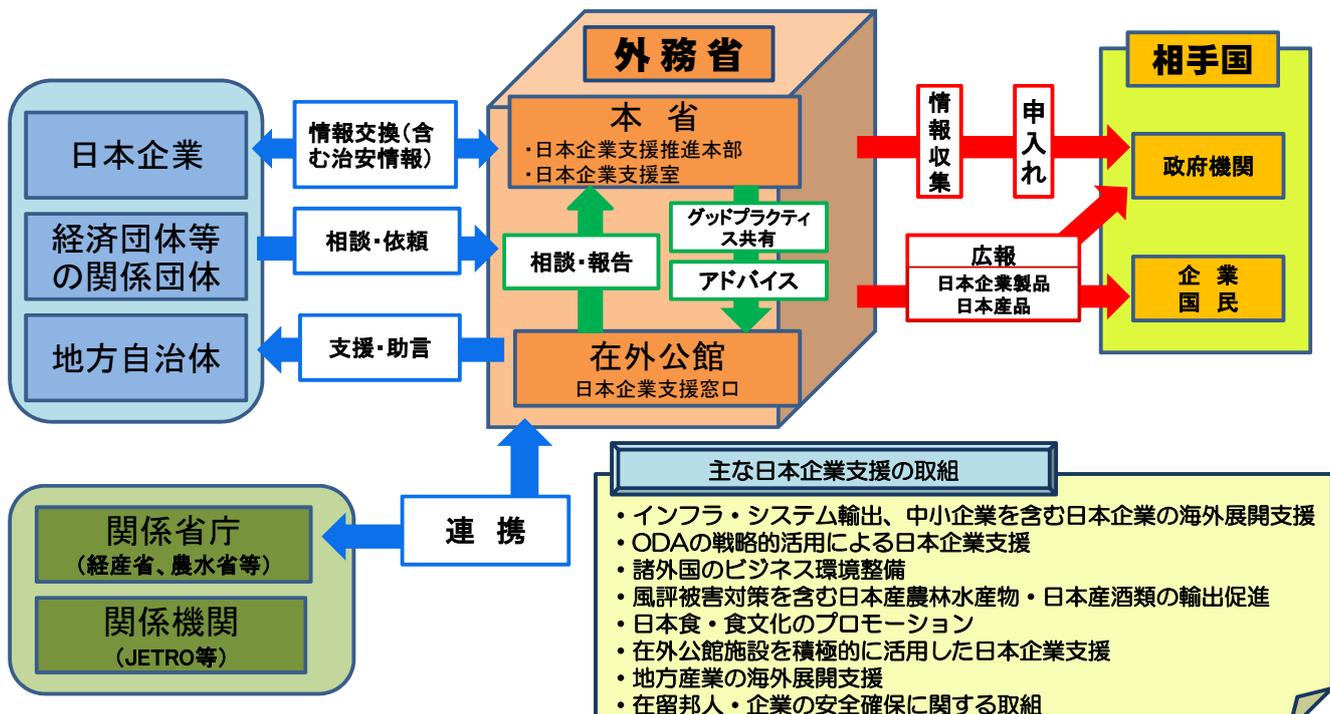
日本産ハマチPRレセプション
(於: 在イスラエル大使館)



天皇誕生日祝賀レセプションに
おける日本製品PR
(於: 在インド大使館)

外務省による日本企業支援の体制

本省と在外公館が一体となり、関係省庁・機関とも緊密に連携しながら、日本企業等からの相談・支援要請に積極的に対応。治安情報の提供や邦人保護、インフラ海外展開、風評被害対策を含む日本産品の海外展開等も日本企業支援の重要な柱であり、今後とも推進。



在外公館を活用した日本の魅力発信

大使着任レセプションにおける日本の地域の魅力発信・日本企業PR

場所：在中国大使館（平成25年4月）

大使着任レセプションの場を活用し、約60の現地日系企業・団体による展示ブースを設置。環境問題への関心の高まりを捉え、「日本の環境技術のアピール」をテーマの一つとして、日本企業製の空気清浄機や浄水器を展示した。さらに、日本食、日本酒、観光分野の関連企業・団体や地方自治体が、自社商品や各地域の魅力をPRを実施した。

レセプションには当地政府・関係機関関係者、在留邦人等約600名が来場し、日中双方の来場者の好評を博した。出展者からの評判も良く、官民を挙げて日本をPRする絶好の機会となった。



日本全国48の蔵元による日本酒セミナーの開催

場所：在ニューヨーク総領事館（平成25年10月）
国連代表部（同年11月）

日本吟醸酒協会との共催により、日本全国48の蔵元が参加し、在ニューヨーク総領事公邸及び国連本部内にて日本酒（吟醸酒）紹介レセプションを開催。在ニューヨーク総領では、米国人講師による日本酒セミナーも合わせて実施され、日本酒の魅力等に関する説明を行った。また、国連本部内では、日本酒の紹介及び試飲に加え、ニューヨーク在住の日本人音楽家による琴とチェロの演奏も実施され、日本酒を始めとする日本文化についての積極的発信が行われた。



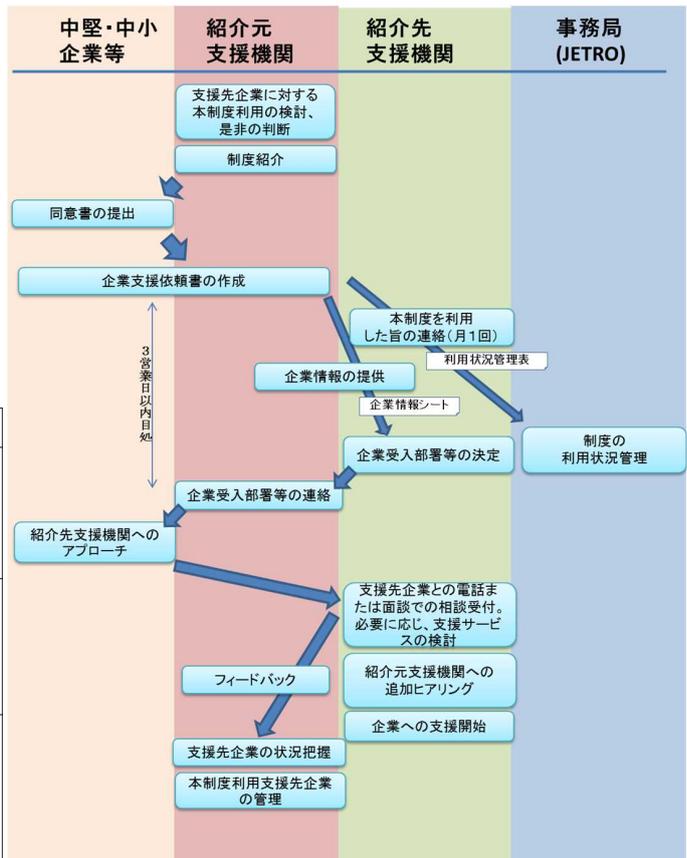
海外展開一貫支援ファストパス制度

○海外展開の「潜在力」「意欲」のある中堅・中小企業等を、平素より取引のある地域金融機関や商工会議所など国内各地域の企業支援機関から、外務省（在外公館を含む）、JETRO等海外展開支援に知見ある機関に対して紹介を行うことにより、円滑に支援を提供する制度。

○昨年12月より試験運用開始。本年2月下旬に本格運用開始予定。

企業・支援機関に求められる役割とメリット（試験運用時）

	企業	紹介元となる支援機関	紹介先となる支援機関
対象 (主な想定)	・海外展開の潜在力・意欲を持つ中堅・中小企業等(2年以内の海外展開計画を有する) ・紹介元となる支援機関の具体的な支援サービスを利用している企業	・商工会議所等 ・金融機関 (DBJ、商工中金、民間金融機関) ・JETRO	・外務省 (在外公館) ・JETRO ・JBIC ・DBJ ・商工中金
行動内容	・支援機関から適切な支援機関への取次ぎを受け相談。	・自機関のクレジットのもと、他の支援機関に紹介。 ・紹介先支援機関と情報共有。 ・紹介先となる支援機関のサービスも活用し、自機関顧客の海外展開を支援。 ・事務局への状況報告	・紹介元支援機関と情報共有。 ・企業に対して適切に対応し、紹介元機関と連携し海外展開支援を実施。
メリット	・支援機関同士が自律的に情報交換を行うため、海外展開支援を国内から海外(各支援機関の海外ネットワークを活用し)までシームレスに受け付けることができる。 ・課題解決を図るに適切な支援機関の担当者に円滑にアクセスできる。	・海外展開支援を行っている支援機関に対して、企業をルールに則って簡易な手続きで紹介することができる。 ・自機関の顧客が抱える課題解決を図るに適切な支援機関の担当者を紹介できる。	・相談に来た企業の情報を他の支援機関から円滑に得ることができ、より効率的な海外展開支援を行うことができる。



インバウンド観光市場としての ASEAN

2014年2月10日（地方連携フォーラム）

日本アセアンセンター 観光交流部

神田瑞穂

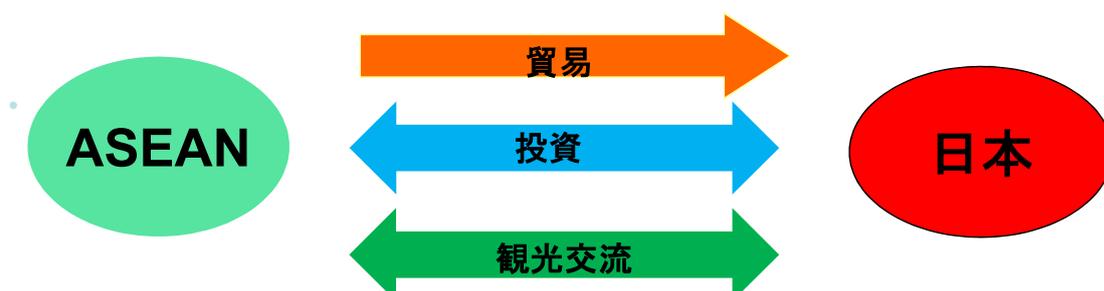
1

日本アセアンセンター

1981年、当時のASEAN加盟国政府および日本政府が、「東南アジア諸国連合貿易投資観光促進センター設立協定」に署名し、設立。現在は、全ASEAN加盟国（10カ国）及び日本が加盟。

・ミッション

- (1) ASEAN諸国から日本への輸出の促進
- (2) 日本とASEAN諸国間の直接投資の促進
- (3) 日本とASEAN諸国間の観光の促進
- (4) 日本とASEAN諸国間の人物交流を深める



2

アウトライン

- ・ASEANの人口と主な宗教
- ・訪日客概要
- ・ASEANのムスリム（礼拝、食事）

3

ASEANの人口 / 主な宗教

出所：国際通貨基金、外務省、各国データ

	2012年人口	宗教
ブルネイ	43万人	イスラム教(67%)、仏教(13%)、キリスト教(10%)
カンボジア	1,500万人	仏教(96.4%)、イスラム教(2.1%)
インドネシア	2億4,000万人	イスラム教(88.1%)、キリスト教(9.3%)、ヒンドゥー教(1.8%)、仏教(0.6%)、儒教(0.1%)
ラオス	630万人	仏教(90%)
マレーシア	2,900万人	イスラム教(61%)、仏教(20%)、キリスト教(9%)、ヒンドゥー教(6%)、儒教・道教(1.0%)
ミャンマー	6,300万人	仏教(90%)
フィリピン	9,700万人	カトリック(82.0%)、プロテスタント(5.4%)、イスラム教(4.6%)
シンガポール	530万人	仏教(33.3%)、イスラム教(14.7%)、キリスト教(11.3%)、道教(10.9%)、カトリック(7.1%)、ヒンドゥー教(5.1%)
タイ	6,400万人	仏教(94%)、イスラム教(5%)
ベトナム	9,000万人	仏教(80%)、カトリック(7%)

ASEAN総人口6億人 40%がムスリム

4

ASEANからの訪日客数 (2013年)

◆観光庁の目標 全世界から 1,000万人 → **1,036万人**
 東南アジアから 100万人 → **114万人**

	訪日客数	前年比増減率(%)
韓国	2,456,100	+20.2%
台湾	2,210,800	+50.8%
中国	1,314,500	▲ 7.8%
・タイ 453,600 (+74.0%) ・シンガポール 189,200(+33.1%) ・マレーシア 176,500(+35.6%) ・インドネシア 136,800(+34.8%) ・フィリピン 108,300 (+27.4%) ・ベトナム 84,400 (+53.0%)	ASEAN 6か国 1,148,800	+48.3%
香港	745,800	+54.8%

出所：日本政府観光局

ASEANの主要訪日マーケットGDP

	2012年 国民一人当たり名目GDP (米ドル)	前年比
シンガポール	53,701	6.8%
マレーシア	10,150	6.8%
タイ	5,325	6.7%
インドネシア	3,011	7.6%
(日本)	(41,595)	(3.6%)

経済成長 + LCC(格安航空会社)の就航拡大

出所：国際通貨基金

訪日に必要なビザ

2013年7月1日より大幅に緩和

シンガポール	3か月以内の滞在は不要(従来通り)
ブルネイ	15日以内の滞在は不要(従来通り)
マレーシア、タイ	15日以内の滞在は不要
インドネシア	数次ビザで30日間まで滞在可能
フィリピン、ベトナム カンボジア*、ラオス* (11月18日より) ミャンマー(2014年1月15日より)	数次ビザで15日間まで滞在可能

数次ビザ : 最大3年間有効 その間何度でも入国が可能

7

◆ 次回行きたいエリア (じゃらんリサーチセンター シンガポール、タイ、マレーシアの2009年12月以降に日本を訪問した約2,000人を対象に実施)

全体	
1位	富士山(山梨県・静岡県)
2位	雪まつり(北海道)
3位	富良野(北海道)
4位	兼六園(石川県)
5位	会津若松城(福島県)
6位	清水寺(京都府)
7位	白川郷・飛騨高山(岐阜県)
8位	立山・黒部(富山県)
9位	美ら海水族館、ビーチリゾート(沖縄県)
10位	大阪の都市部
11位	阿蘇山(大分県)
12位	東京都市部

～雪・花・果物～

8

ムスリムの礼拝

一日五回の礼拝（旅行中は三回も）

ファジャル(明け方から日の出)、ゾフル(正午から昼過ぎまで)、
アッサル(昼過ぎから日没まで)、マグリブ(日没直後)、イシャ(就寝前)

- 礼拝前に身を清め、メッカの方角に礼拝
- 礼拝用マット



9

- メッカの方角を示す矢印



- 礼拝の時間、メッカの方角

<http://www.islamicfinder.org/>

- 男女別の場所が理想(パーテーションなどで区切るのも可)

10

ムスリムの食事

- **ハラール、あるいはハラール**
イスラムの法的に認められているもの、
食べてよいもの
- **ハラム**
禁忌品

11

ハラール

- 豚肉以外でも「ハラール」しか食べない人も
- イスラム法に基づいた食肉処理
- 魚介類はハラール。但しウナギは、ハラムとする人も。
- ハラール認証マーク



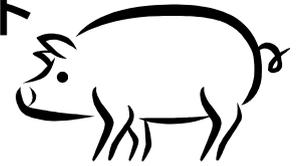
- 保存、調理器具、皿など、そのほか生活全般

12

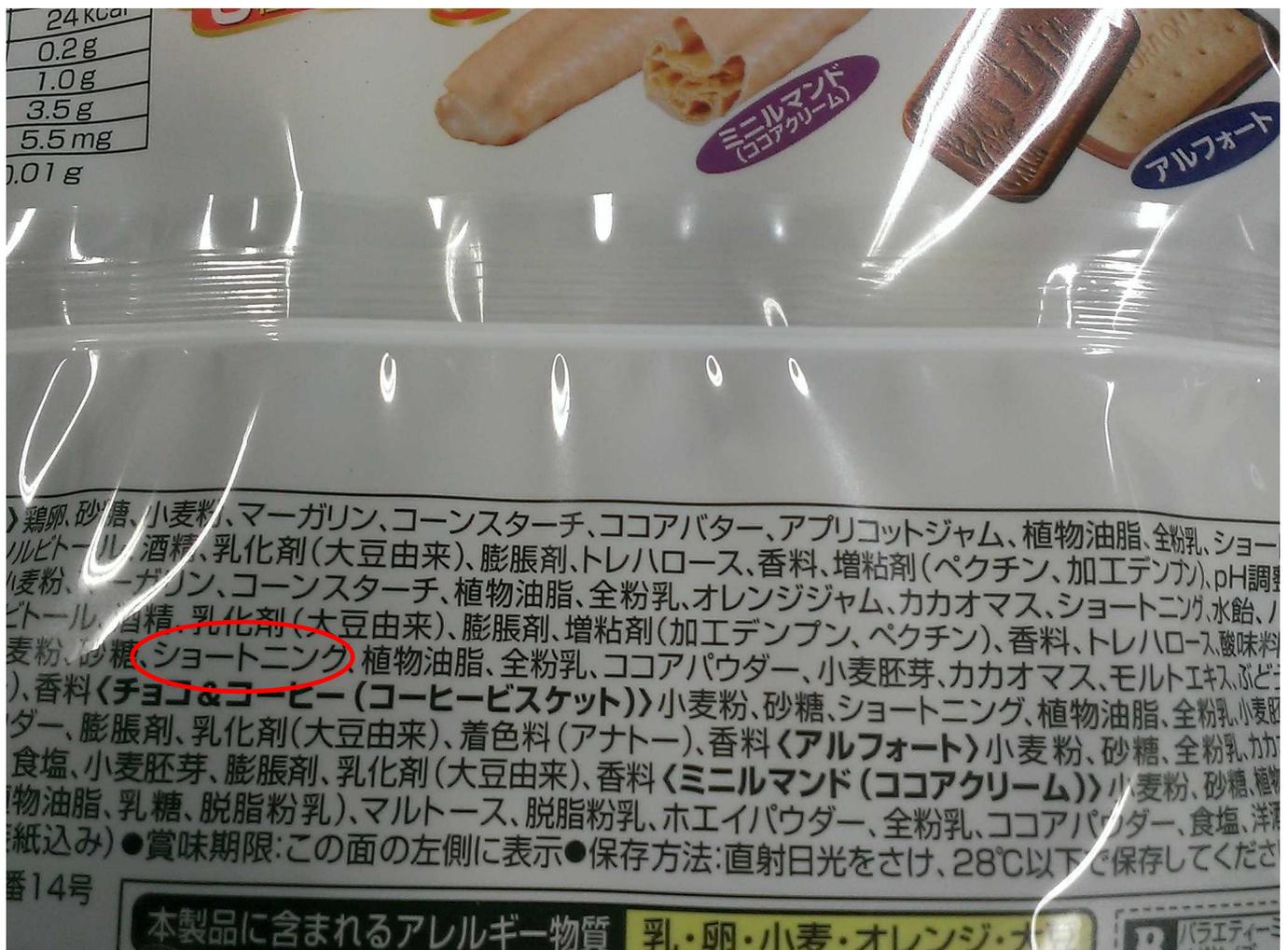
ハラム

- 一番の禁忌品：豚肉、および**由来品**

ベーコン、ハム、ソーセージ、ラード
乳化剤、ショートニング、ゼラチン
豚骨スープ...



- アルコール（料理酒、みりん）



ツアーの訪問先

- お寺、神社訪問時は事前に確認。参拝は自由に。

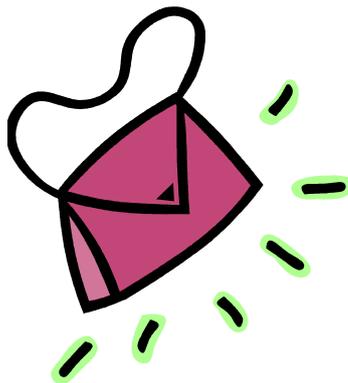


- 温泉



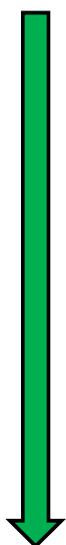
15

意外と知られていないハラム&マナー



16

穩健



厳格

◆ 豚関係、アルコール

◆ 豚肉以外もハラール肉

◆ ハラール環境

17

＜最初の一步＞ 出来ることから・・・

・まずは知る

・英語のメニュー、食材を明記。Pork, Chicken, Beef, Fish あるいは”non-pork”や”non-alcohol”、”pork free”、”alcohol free”。

＜さらにできること＞

・ハラール食材の使用(ハラールチキン、ハラールビーフ、ハラールマトン)

「ハラール」という言葉の使い方に注意

「ハラール・メニュー」 X  「ハラール食材使用」

・モスクの情報提供、お祈りマットやコンパスの貸し出し、同性によるサービス

・ツアー中のお祈りの時間と場所の確保、金曜日のモスクでの集団礼拝

＜もう少し本格的に＞

・使い捨ての食器使用、ムスリムの雇用など、可能な範囲でハラールの環境に近づける

＜ハラール認証の取得＞

18

大切なのは・・・

- ・先回りし過ぎない
- ・情報を開示して、相手に選択してもらう
- ・コミュニケーションをとる



19

<http://www2.asean.or.jp/muslim/index.html>

「ASEANムスリム観光客受け入れのために」

 <p>イスラム教とムスリムについて まずは理解しましょう。</p>	 <p>ムスリム観光客の声 日本を旅するムスリムは、こんなことで困っています。</p>	 <p>ムスリムおもてなし5カ条 これだけはおきましょう。</p>
 <p>食事 ムスリムには宗教上食べられない食材があります。</p>	 <p>お祈り ムスリムにとってお祈りは欠かせない習慣です。</p>	 <p>接客 お祈りや食事だけでなく、生活習慣にも配慮が必要です。</p>
 <p>ムスリムおもてなし事例</p>	 <p>リンク集</p>	 <p>デジタルパンフレットダウンロード</p>

20



Free WiFi

ご飯

スパイシーな食べ物

21

ありがとうございました

Thank You

ASEAN-Japan Centre

www.asean.or.jp

22

ムスリム市場とは？



Presented by :

Dananjaya AXIOMA

Director of Tourism & Exchange – AJC
Tokyo, February 10, 2013

MUSLIM IN THE WORLD



ASEAN ムスリム



Indonesia

203 million (88%)



Singapore

0.7 million (16%)



Brunei

0,3 million (67%)



Philippines

4.7 million (10%)

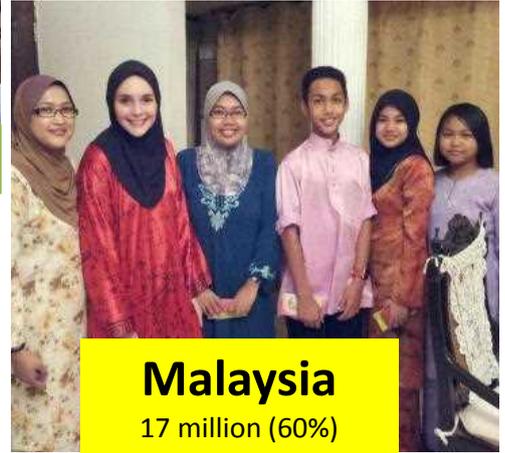


Myanmar 1.9 million (4%)



Thailand

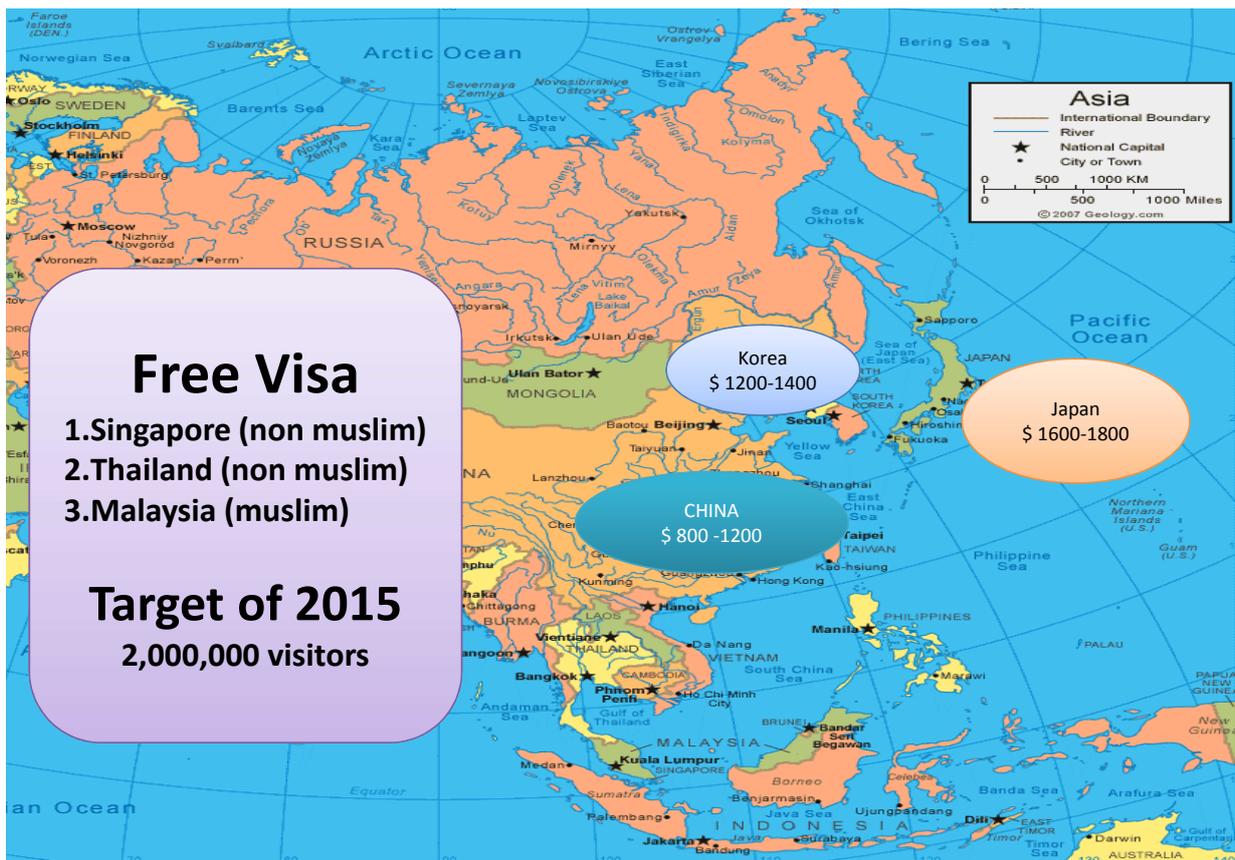
4 million (10%)



Malaysia

17 million (60%)

Average Rate of Tour Package



Borobudur



INDONESIA

Your future largest muslim tourist market

Economic Boom

12:00



WWW.NEWS.CN

07:00
AM



22:00
PM



Jakarta City



	2012	2013	Growth rate	Remark
Malaysia	130,288	176,500	35.6%	Free Visa/No visa
Indonesia	101,498	136,800	34.8%	Visa Applied

Source : JNTO



REPUBLIK INDONESIA

New Nation - New State - New Language

Born on August 17, 1945

National Motto : Bhinneka Tunggal Ika (Unity in Diversity)

National Philosophy : Pancasila (5 Principles)

1. Monotheism
2. Internationalism/Humanism
3. Nationalism
4. Democracy
5. Socialism





Unique and Colorful





Tanah Air



Sea-Land

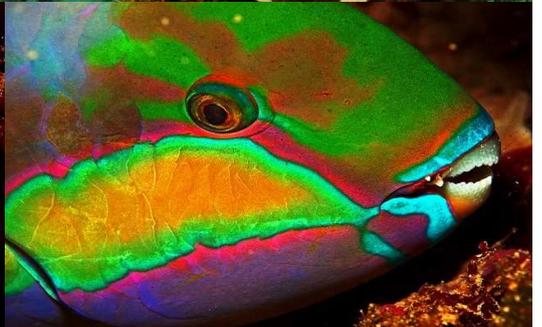




Ring of Fire



Flora and Fauna

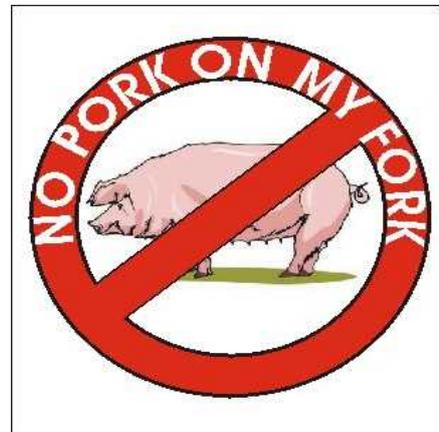
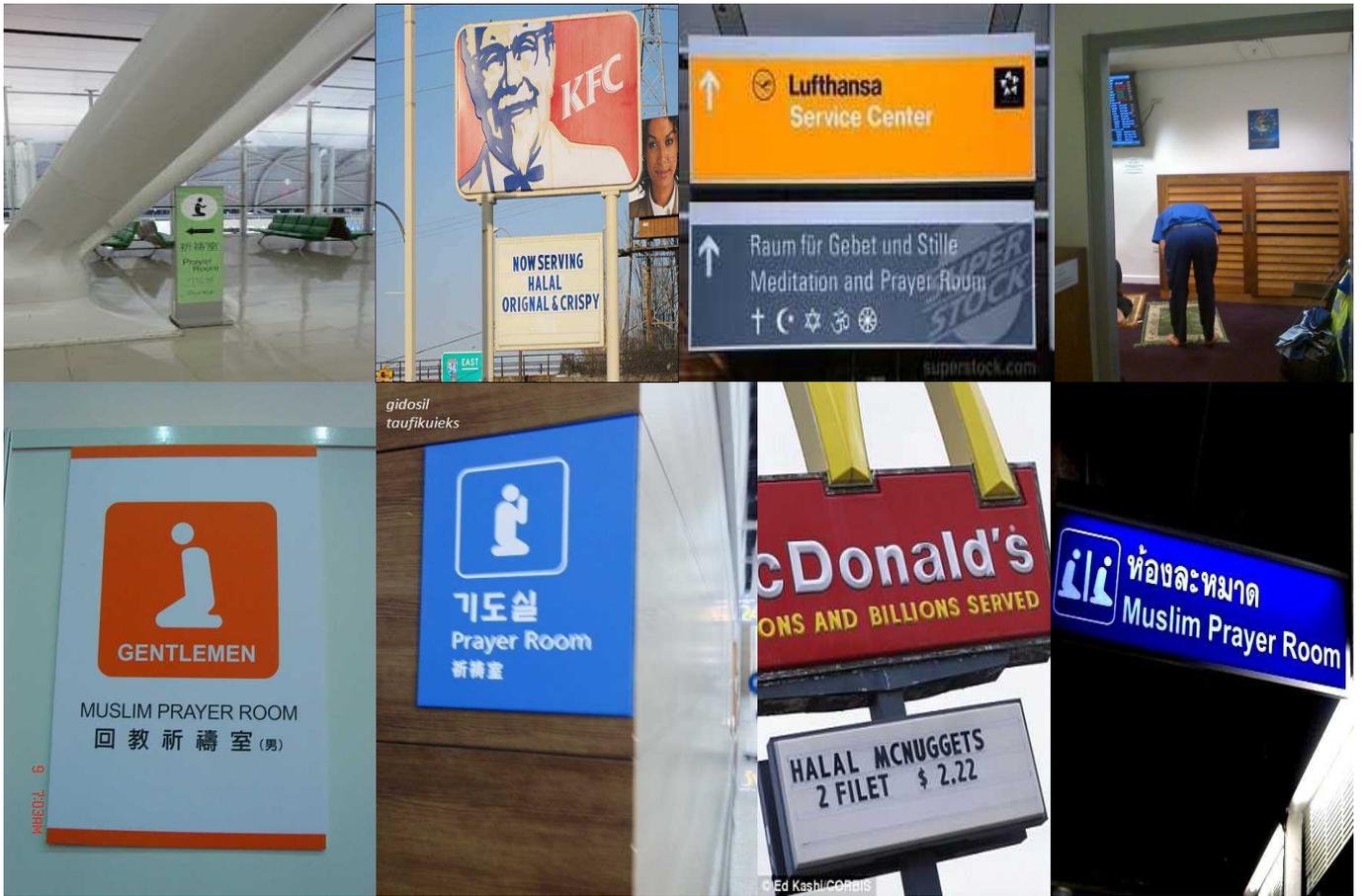




INDONESIAN MUSLIM TOURIST



Muslim Friendly Environment





長芋黒豚

おいしい長芋をいっぱい食べて育った
旨味たっぷり、上質の黒豚をお届けします。



丼

ビビン丼
並 430円
大 530円
Pork

**ネギ塩
豚カルビ丼**
並 380円
大 480円
Pork

キムカル丼
並 490円
大 590円
Beef

Popular Japanese Food



Indonesian Most Popular Dishes



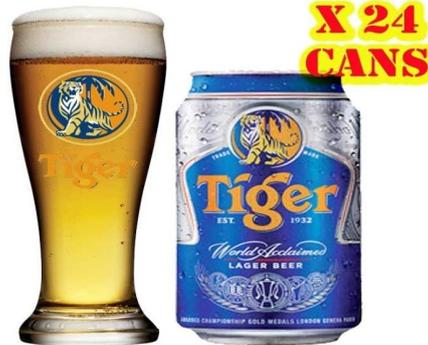
Beef Rendang



Filipino



Singapore



Laos



ASEAN BEER

No.1
THAI BEER



Vietnam





Indonesia Beer



LEARN TO PERFORM AND CORRECT YOUR WUDHU

Step 1: Make Niyyah (Intention)
Intention is the basis of all actions. Before Wudhu, make the Niyyah that you are performing an act of worship by making Wudhu to please Allah subhanahu wa ta'ala

Step 2: Say Bismillah
Say Bismillah (Bismillah) (begin with the name of Allah, the most Gracious, the most Merciful).

Step 3: Begin by washing your hands
Wash both hands properly 3 times, up to and including the wrists. Make sure you do not miss any part.

Step 4: Rinse your mouth:
Rinse and gargle your mouth thoroughly, 3 times. Try to use a miswak (toothstick) before rinsing your mouth as it is a Sunnah that multiplies the reward of Salah by up to 70 times.
(Gargle gently if you are fasting)

Step 5: Clean your nose
Take some water with your right hand gently up into your nostrils, making sure it reaches into the nasal passage, and then clean it with the small finger of your left hand. Do this 3 times.

Step 6: Wash your face
(a) Thoroughly wash your entire face 3 times, covering from the top of your forehead to the bottom of your chin and from one earlobe to the other.
(b) Men with a light beard must take a handful of water, starting at the top of their beard, and rub the water through it.

Step 7: Wash your forearms
Start by putting some water into the palm of the right hand, and then raise your forearm letting the water run down your arm up to and including the elbows. Do this 3 times. Each time pass your other hand over your forearm to make sure it is completely wet and no part is missed. Then do the same with the left arm. After this use your wet hands to wipe in between the fingers of the right hand and then the left.

Step 8: Perform Masah
(a) Wet your hands, then place the palms of your wet hands on your forehead (where the hairline begins), and drag your hands all the way back to your neck, and then back to the front.

Step 9:
(b) Using the same wet hands, place the index fingers inside the lobe of your ears and then wipe the back of your ears using your thumbs.
(You may also pass the back of your wet hands over the back of your neck)

Step 10: Wash feet
Finally, wash both your feet 3 times, remembering to wash the ankles, heel and between the toes. Wash your right foot first and then the left. Try to use your left hand to wash your foot.

Step 10: Du'aa after Wudhu:
Once you have completed Wudhu, say the Kalimah
Shahadah:
أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ، وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ
"Ashhadu an laa ilaaha illallahu wahdahu laa shareeka lah, wa ashhadu anna Muhammadan 'abduhu warasooluhu"
You should also say:
اللَّهُمَّ اجْعَلْ بَيْنِي وَبَيْنَ الْفَأْئِيزِ مِنَ الْمُتَقَرِّبِينَ
"Al-lahummaj 'alnoo minat tw-waaboona waj' 'alnoo minat mada tair' hiraana"

Facts in Wudhu:
1. To wash the entire face once.
2. To wash the feet once including the ankles.
3. To apply enough amount of hand and feet washing on the forehead of the head, that is, to rub it well and softly on it.
4. Washing with feet including the entire foot.

Fresh wudhu is needed after:
1. Natural discharge of urine, stool, and the like.
2. Flow of blood or pus from any part of the body.
3. Sneezing & belching.
4. Falling in to deep sleep.



Purification

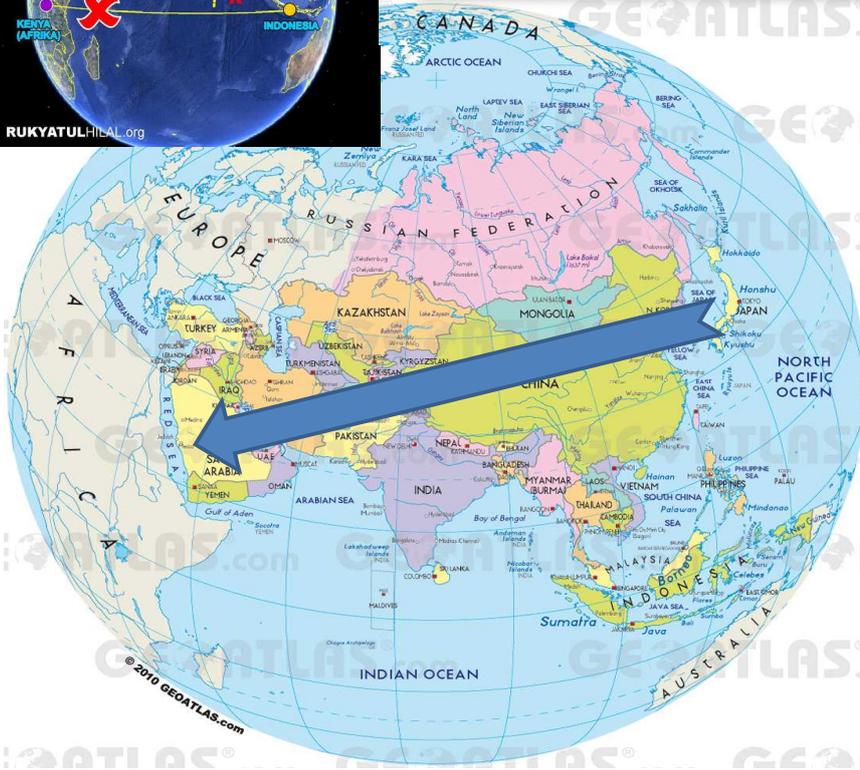
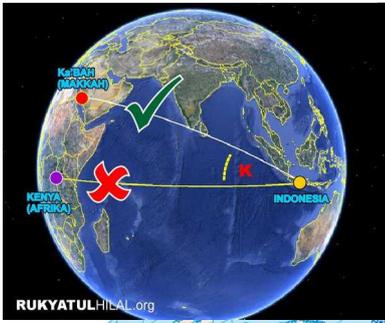


Water



Ablution Place





“Sajadah”
mat



Mukena
(women praying cover)



和のおもてなし
omote-nashi
The ultimate "omote-nash" hospitality style
that fully utilizes Japanese cultural beauty





Presented by :

Danan AXIOMA

Director of Tourism &
Exchange – AJC
(danan@asean.or.jp)



Thank You
Terima Kasih
Arigato Gozaimasu



インドネシアからの観光客 を呼び込むには？

2014年2月10日

外務省南東アジア第二課

課長補佐 菅田泰弘

目次

1. インドネシアの地理・社会は？
2. 日本旅行者数はきっと増える！
3. インドネシアのイスラムとは？
4. 日本への旅行で求めるものは？
5. インドネシア人の特徴は？
6. まとめ

1. インドネシアの地理・社会は？



<地理・気候>

- ・面積約189万平方キロ（日本の約5倍）
- ・東西の幅は米国とほぼ同じ（約5千キロ、3つの時間帯）
- ・群島国家（ジャワ島、スマトラ島、ボルネオ島の約7割、スラウェシ島、パプア島の西半分、その他1万数千の島々）
- ・熱帯性気候
（ジャカルタの年間平均気温は約28度）

<社会>

- ・人口約2.4億人
（世界第4位、ASEAN全体の4割）
- ・多様な民族（大半がマレー系。ジャワ、スンダ、マドゥラ、ミナンカバウなど）
- ・人口の6割がジャワ島に集中
- ・人口の約9割はイスラム教徒
- ・国語：インドネシア語（各民族にも言語）

2

<多様性の中の統一> （ビネカ・トゥンガル・イカ）

国是：パンチャシラ（5原則）

- ① 唯一神への信仰
- ② 公平で文化的な人道主義
- ③ インドネシアの統一
- ④ 合議制と代議制における英知によって導かれる民主主義
- ⑤ 全インドネシア国民に対する社会的公正

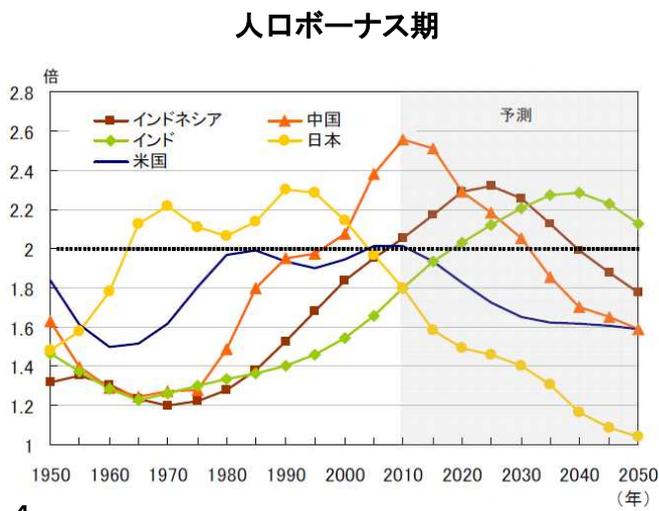
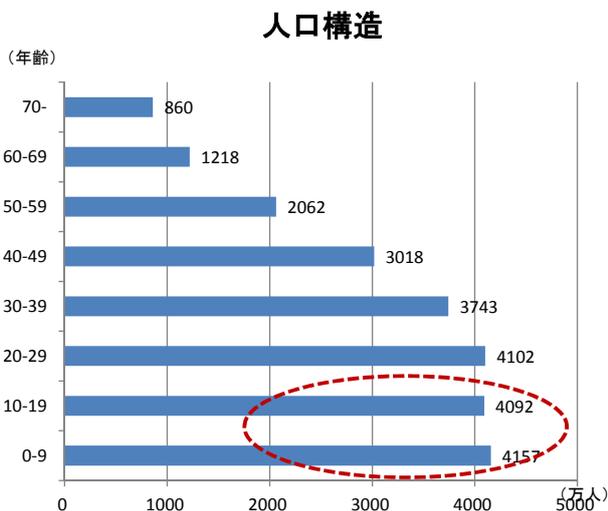
→ 世俗主義（イスラム教は国教ではない）

2. 日本旅行者数はきっと増える！

(1) 人口ボーナスが2010年から2030年代後半まで続く

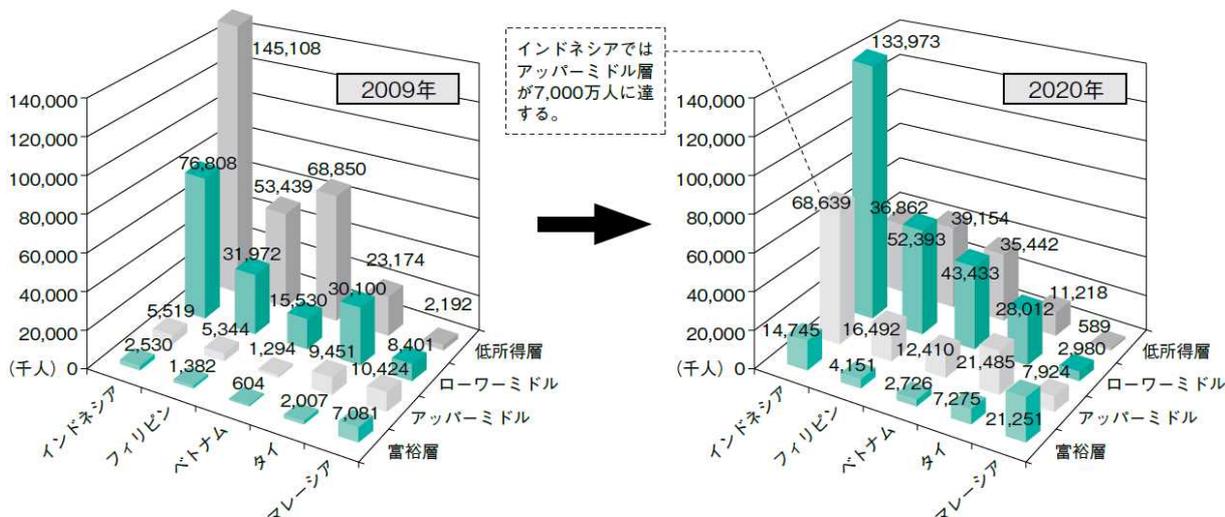
(注) 人口ボーナスとは、生産年齢人口(15歳以上65歳未満)が従属人口(15歳以下あるいは65歳以上)の2倍以上となる期間のこと。

・人口の約35%が20歳未満、53%が30歳未満。



(2) 富裕層のみならず、中間層も増大。

・富裕層及び中間層(ローワーミドルを除く)の人口は、2009年時の800万人から、2020年には10倍(8,000万人)に達するとの予測も。



(備考) 世帯可処分所得別の家計人口を各所得層の家計比率×人口で算出
(出所) Euromonitor International 2010 よりJETRO作成

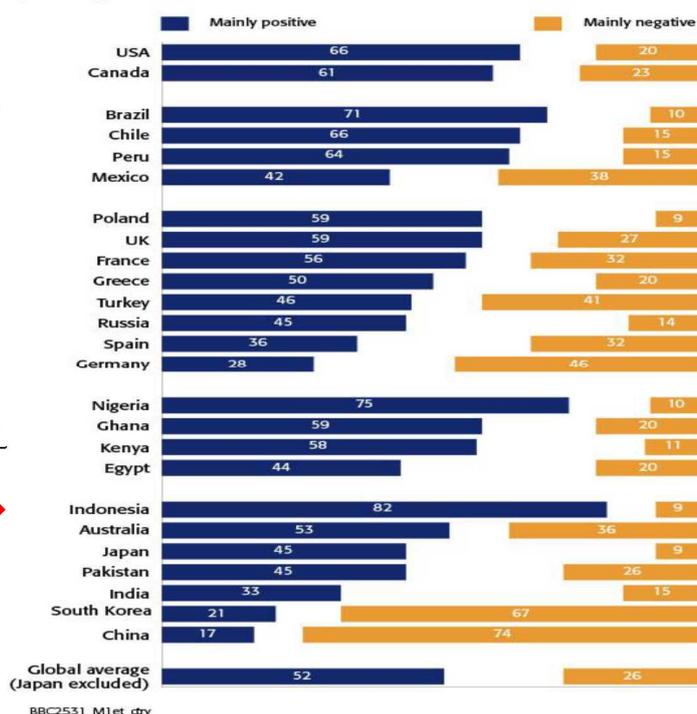
(注) 低所得層 : 世帯可処分所得 年間 5,000ドル以下
ローワーミドル : 世帯可処分所得 年間 5,000ドル超 15,000ドル以下
アッパーミドル : 世帯可処分所得 年間15,000ドル超 35,000ドル以下
富裕層 : 世帯可処分所得 年間35,000ドル超

(3) 対日感情は極めて良好。世界で一番の親日国？

英国BBCワールド・サービスによる
国際世論調査(2013年5月発表)

→調査された24カ国の中で、
日本の影響が「肯定的」
とする評価する数値が
最も高いのは、インドネシア(82%)

Views of Japan's Influence
By Country, 2013



6

The white space in this chart represents "Depends," "Neither/neutral," and "DK/NA." Asked of half of sample

(4) 日本語学習者数は、世界で第2位。

国際交流基金による
海外での日本語学習者数
(2013年7月発表)

【2009年のトップ3】

- ①韓国 約96万人
- ②中国 約83万人
- ③**インドネシア** 約72万人



【2012年のトップ3】

- ①中国 約100万人
- ②**インドネシア** 約87万人
- ③韓国 約84万人

教育機関内訳総数

	1998年	2003年	2006年	2009年	2012年
初等教育	35.410	61.723	244.304	3.703	5.750
中等教育				682.548	835.938
高等教育	11.110	13.881	17.777	19.676	22.076
学校教育以外	7.496	9.617	10.638	10.426	8.642
合計	54.016	85.221	272.719	716.353	872.406

背景: 第2外国語として学ぶ
高校生が大部分(96%)

(5) 日本の文化は深く浸透。

日本食、ポップカルチャー(アニメ等)、武道、日本ブランド等



Hokben (Hoka Hoka Bento)
バリューセット 約200円



JKT48
(AKB48の海外初の姉妹グループ)



大学での学園祭の様子

8

3. インドネシアのイスラムとは？

- ・人口の約9割がイスラム教徒。
- ・世界最大のイスラム人口。
- ・**穏健なイスラム教徒が多い。**
(ただし、イスラム法(シャリア)を適用しているアチェ州などもあり、地域によって濃淡がある。)

<食事>

- ・豚肉は禁忌(豚肉を使わない中華料理の工夫も)
- ・アルコールは・・・

<礼拝>

- ・金曜日正午の礼拝は特別

9

4. 日本への旅行で求めるのは？

(1) 食事

- ・日本食はブーム(和牛、てんぷら、照り焼き、鉄板焼きなど)
- ・刺身や寿司は好みと習慣で大きな差

(2) 観光

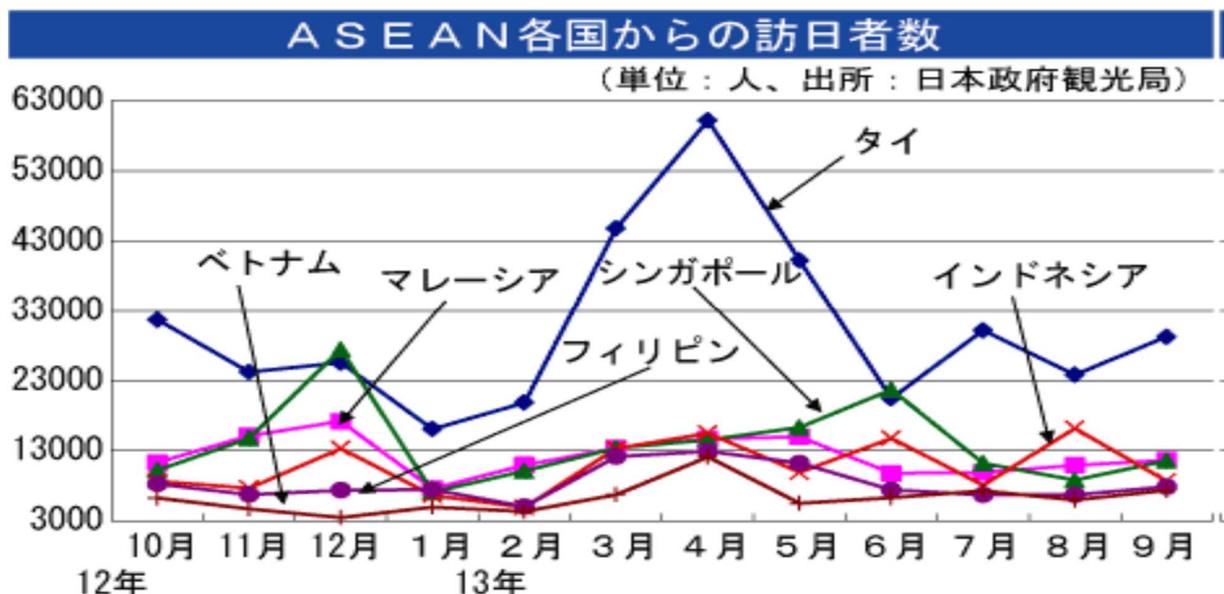
- ・「桜」と「雪」、さらに「紅葉」
- ・アミューズメント・パーク(東京ディズニーランド、USJなど)
- ・自然(富士山等)や寺社仏閣(金閣寺等)

(3) ショッピング

- ・電化製品、化粧品、お菓子、洋服など
- ・「100円ショップ」も人気のショッピング・スポット

10

<訪日者数>



<訪問が増える時期>

- 3月～4月 **桜が咲く頃**
- 6月 小中高等学校の休み
- 8月 レバラン休暇
- 12月 **クリスマス・年末休暇**

<レバラン休暇>

イスラム歴の9月(ラマダン)に断食を行い、その終了を祝うのがレバラン(断食明け大祭)。インドネシアでは1週間程度の休暇。なお、イスラム歴では1年は354日(グレゴリオ暦と比べ、11日少ない。)
(2013年 8月8日・9日→2014年 7月28日・29日)

5. インドネシア人の特徴は？

(1) 世界でも有数のソーシャル・ネットワーク好き

- ・インターネット利用者数は、2013年は6,300万人。
(2014年には1億人を越えるとの報道も。)
- ・Facebook利用者数は世界第4位(米、伯、印)
- ・Twitter利用者数は世界第5位(米、伯、日、英)
→インターネット、ソーシャル・ネットでの発信重要!

(2) 家族・親族関係はとても大切

- ・海外旅行は家族単位で
→家族で楽しめる工夫、
子供の関心事項(アニメ、ゲームなど)を取り込む!

12

6. まとめ

1. インドネシア人観光客数は、今後伸びる。イスラム対応が重要。非イスラム教徒も多い。
2. 穏健なイスラム教徒が多く、受入れの対応がしやすい。
3. インターネットを使った「ロコミ」広報が力を発揮。
(例えば、インドネシア人留学生や研修生などによるインドネシア向けの情報発信)
4. 家族での旅行者が利用しやすい企画。
(例えば、ショッピング・ツアー、体験型ツアー(果樹園、茶道等)、アニメ・ツアー)

ありがとうございました。

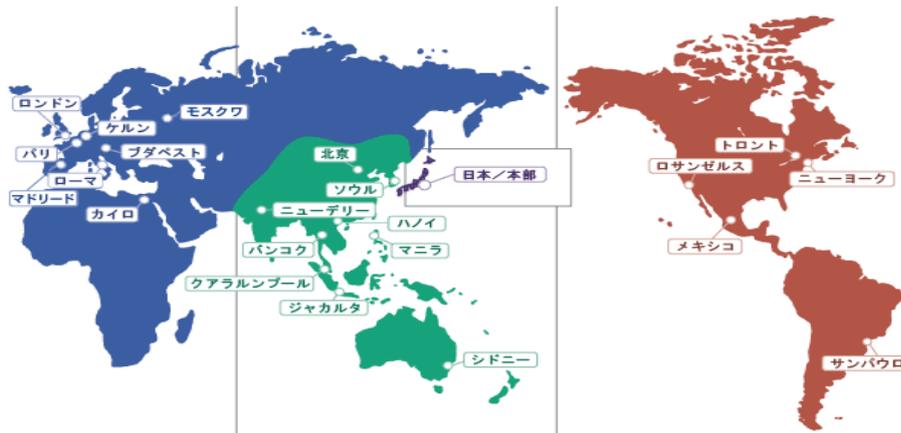
日本文化の魅力を活かし、世界に貢献する日本へ

文化外交の担い手としての国際交流基金

1972年に設立、2003年に独立行政法人に移行

- **組織** : 国内:本部、京都支部、日本語国際センター(さいたま市)、関西国際センター(大阪府田尻町)
海外:21カ国に22の海外拠点を設置(2013年度当初)
- **人員** : 役職員数 228名(2013年4月1日現在)
- **収入予算** : 175.2億円(2013年度当初予算150.9億円及びKAKEHASHI受託金24.3億円)

● **海外拠点**:



主な事業分野



日本語能力試験直前まで勉強する受験者(マニラ)

日本語は相互理解促進のカギ

海外での
日本語教育



シンポジウム「多文化共生都市セミナー：2011年東京の多文化共生を考える」

日本研究・知的
交流



(上)奥州獅子躍
英国公演

(右)モスクワに
おける『ダブル・
ヴィジョンー日本
現代美術展』

文化芸術交流

文化芸術は日本の魅力へのトビラ

知日派育成は日本理解のカナメ

国・地域別観点から、外交ニーズに長期的、総合的に対応

1. 多様な日本の文化芸術の海外への発信

外交上重要な国・地域への重点対応

- ▶ **相手国・地域との関係の節目における重点対応**
 - ・日本イスラエル外交関係樹立60周年(2012年) 歌舞伎舞踊公演、『ダブル・ヴィジョン—日本の現代美術』展<右写真>等
 - ・日米桜寄贈100周年(2012年) 津軽三味線公演、歌舞伎舞踊、和菓子紹介レクデモ等
 - ・日・ASEAN友好協力40周年(2013年) スーパードラム・オーケストラ公演、舞踊プロジェクト等(予定)
 - ・日本スペイン交流400周年(2013年) 杉本文楽公演等(予定)
- ▶ **特に重要な地域・国(米、中、韓、ASEAN等)対応**
 - ・米国 NY MoMA『TOKYO 1955-1970:新しい前衛』展(24年度)
 - ・韓国『Re:Quest—1970年代以降の日本現代美術』展(24年度)



Photo: Kenichi Aikawa

全世界に向けた事業

- ▶ **巡回展**
 - ・デザイン、建築、写真、工芸、ポップカルチャー等様々なテーマの計22の展示セットを世界各地に巡回させて展覧会を実施。東日本大震災後、復興関連建築展、東北写真展、工芸展を新規に制作。24年度は計56か国93都市で106展開催<左写真:写真展『東北—風土・ひと・くらし』北京会場>
- ▶ **日本映画上映**
 - ・24年度は、世界70か国で118件の日本映画祭・日本映画上映会を実施。また、29か国における61件の日本映画上映会に対し経費の一部を助成。3.11後は、震災被害からの再生を扱ったドキュメンタリーや自然災害からの復興をテーマにした劇映画のDVDを86か国138都市で上映



2. 文化芸術分野における国際貢献

双方向型共同作業の推進

- ▶ **共同制作**
 - ・日イスラエル現代演劇共同制作『トロイアの女たち』(22-24年度)
 - ・日中韓現代演劇共同制作『祝／言』(24-25年度)
 - ・北米や欧州との舞台芸術共同制作支援。24年度は計24件に経費の一部を助成。25年度も24件予定。
- ▶ **人的交流**
 - ・世界各国からの学芸員招聘(毎年度継続実施)
 - ・国際舞台芸術ミーティング開催。諸外国の舞台芸術関係者 招聘によるネットワーク形成(毎年度継続実施)
 - ・3.11被災地における交流「南三陸-チリ青少年音楽・詩作交流」「宮城-ニューオリンズ青少年ジャズ交流」<上写真>等(24年度)



Photo: Kenichi Aikawa

文化を通じた世界の共通課題への取組み

- ▶ **平和構築、環境、防災・復興等への取組み**
 - ・山下泰裕・井上康生によるイスラエル・パレスチナ両国合同柔道指導(22年度)
 - ・『呼吸する環境—モルディブ・日本現代美術展』(24年度)
 - ・震災復興に向けた国際文化交流事業「震災を乗り越えて～日本から世界へ～」(伝統芸能公演、復興建築展・東北写真展、再生・復興DVD上映、講演)(23年度) 仙台フィルハーモニー管弦楽団ロシア公演、復興担い手建築家による講演・対話事業、ベネチア・ビエンナーレ建築展等(24年度)
- ▶ **文化芸術分野の人材の育成支援**
 - ・ASEAN諸国対象包括的・中長期の人材育成支援(25年度～)

5

日中交流センター

日中における青少年が日本と中国での直接の体験や生活、交流を通じて相互理解を深め、日中両国の長期的な関係発展の基礎となる国民相互間、特に青年間の信頼関係を醸成することを旨とするため、より深い日中間の青少年交流・市民交流の実現、そしてそこから次代の日中交流の担い手育成を目的として2006年4月に国際交流基金の中に設立されました。日中交流センターは以下の3事業により成り立っています。

中国高校生長期招へい事業

— 日本で学び、ともに成長する —

日本語を学ぶ中国の高校生30数名を約1年間日本に招へいし、日本各地で留学し交流を行う機会を提供します。高校生たちは、ホームステイや寮生活をしながら地元の高校に通学し日本の高校生と同じ高校生活を送ることで、体験を通じて日本の社会や文化を理解し交流を深めます。



2013年3月時点 計237名

中国ふれあいの場事業

— 日本にふれ、日本人と語ろう —

日本の最新情報や日本人と接する機会が少ない中国の地方都市において、青少年層を主な対象に対日理解と交流を促進する「ふれあいの場」を開設しています。



2013年3月時点(設置合意済みの昆明含む) 中国国内にて全13都市において実施

ネットワーク整備事業とは

— 友情の輪が広がる —

日中の大学生が協力して、交流イベントの企画から実施までを行うなど、両国の交流の担い手となる層の拡大とネットワーク形成を図っています。さらに過去招へいした中国高校生や派遣した日本人大学生との共催イベントの実施等、交流の担い手育成を目指し、幅広い事業を展開しています。



海外における日本語の普及

●国際交流基金(JF)による日本語普及事業

日本と各国の国際交流の基礎となる人材を拡充すべく、海外における日本語普及の促進に努めている。
* 日本語事業費 平成25年度予算額 約48.8億円。



JFにほんごネットワーク

45か国・2地域
126中核機関
(2013年11月現在)



★海外における日本語普及のための基盤・環境の整備

1. 「JF日本語教育スタンダード」の考え方にもとづく日本語教育の普及
「JF日本語教育スタンダード」は、「相互理解のための日本語」という理念のもと開発した、日本語の教え方、学び方、学習成果の評価のし方を考えるためのツール。同スタンダード準拠教材『まるごと 日本のことばと文化』を制作。

2. JF日本語講座の拡充

当基金の海外拠点等において実施する日本語講座を拡充。

◆ H24年度29か所 平成25年度30か所

3. 日本語能力試験の実施拡大

平成25年度は海外64の国・地域、206都市において、日本語能力試験を実施。

海外における日本語能力試験受験者数

◆ H25年度:約44万人(国内を含めると、約57万人)

4. インターネット・映像を使った教育ツールの開発・提供

「日本語でケアナビ」看護・介護のための和・英・インドネシア語web辞書の作成。
「アニメ・マンガの日本語」アニメ・マンガ特有のキャラクターや日本語を学ぶwebサイト、映像教材「エリカが挑戦! にほんごできます。」のTV放映、DVD教材出版、webサイト、「まるごと+」JF日本語教育スタンダード準拠教材の自習用webサイトの開発・運営。

★国・地域別事情に応じた日本語普及

5. 日本語専門家等派遣事業

各国の教育機関、基金海外拠点等において日本語教育の専門家等を派遣している。

◆ H24年度:146ポスト(40か国・地域) H25年度:149ポスト(42か国・地域)

6. 世界各地における日本語教育支援プロジェクト

◆ 「JFにほんごネットワーク(通称:さくらネットワーク)」

当基金の海外拠点および各地の中核的な日本語教育機関とのネットワーク。

JFにほんごネットワーク 45か国・2地域 126中核機関(H25年11月現在)

◆ 日本語教育機関支援・日本語教育プロジェクト支援

海外の日本語教育機関(大学、日本語教師会、民間団体等)に助成を実施。

日本語普及活動助成 H24年度:58か国158件 H25年度予定:61か国163件

7. 海外の教師や学習者を対象とした研修

年間約1千2百人を対象とした研修を実施。現在までの研修参加者数は、のべ約2万人。

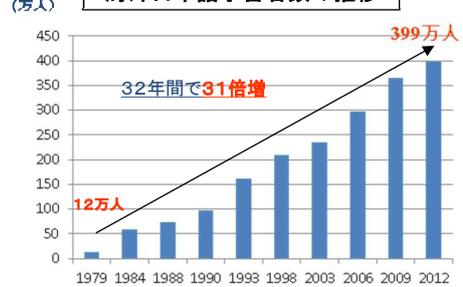
◆ 日本語教師研修参加者数H24年度:547名(56か国・地域) H25年度予定:480名(57か国・地域)

◆ 日本語研修参加者数 H24年度:640名(105か国・地域)H25年度予定:675名(106か国・地域)

8. 経済連携協定(EPA)に基づく、看護師・介護福祉士候補者日本語予備教育事業

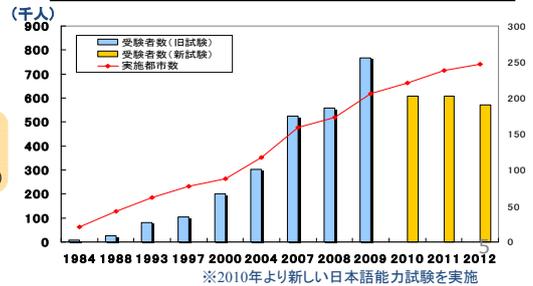
経済連携協定(EPA)にもとづく看護師・介護福祉士候補者への日本語教育を、インドネシア、フィリピンにおいて実施。

海外日本語学習者数の推移



出典:国際交流基金「海外日本語教育機関調査」

日本語能力試験受験者数、実施都市数の推移



※2010年より新しい日本語能力試験を実施

海外における日本研究と知的交流の促進

海外の日本研究の促進

諸外国との知的交流促進

密接な相互関係

日本研究機関への支援

◆ 日本研究機関支援

各国・地域の中核的な日本研究機関(大学・研究所)に、教育拡充の援助、客員教授派遣、研究活動への助成、訪日研修への助成、図書寄贈等、包括的なメニューで支援

◆ 日本研究ネットワーク支援

海外の日本研究学会や研究者・専門家間の相互交流・ネットワーク作りをサポート

日本研究者への支援

◆ 日本研究フェローシップ

海外の日本研究者に、日本での研究活動のための研究奨学金を提供。広く人文科学及び社会科学の諸分野にわたる日本研究のため、基金設立以来、世界中から約5,000人にフェローシップを供与し日本で研究させている。

日本と各国の共通関心テーマ、国際的重要課題についての対話を促進。

◆ 知的交流強化事業

内外の機関・知識人との協力のもとに、国際会議、セミナー・ワークショップ、派遣・招へい事業等の知的対話、交流プログラムを企画、実施。

(例) 日中韓の次世代リーダーの交流・人脈形成プログラム/アジア各国の社会的リーダーを日本に滞在させ日本理解と人的関係を深めるプログラム/多文化共生を巡る欧州とのシンポジウムを地方自治体と協力で開催

◆ 知的交流会議(助成)

国際会議、シンポジウム、セミナー、ワークショップ等への助成により、日本と諸外国との知的交流・対話を促進。

日米センター(Center for Global Partnership/CGP)

国際的共通課題に日米が協力する事業を推進

◆ 日米間の知的対話、共同研究を企画、支援

◆ 知的交流を支える人材育成のための「安倍フェローシップ」が高い評価

各国で日本を正確に伝える専門家を育成

海外の日本理解の深化

わが国の対外発信の強化

国際社会でのわが国のプレゼンス確保

JFICライブラリー

国際文化交流に関する図書・雑誌、日本文化や日本研究に関する外国語図書、日本に関する貴重書などを所蔵。

- 蔵書数 : 図書約36, 200冊(外国語書籍約29, 000冊)、雑誌等約410誌
- 貸出点数 : 年間約3, 300冊
- 来館者数 : 20, 769人(平成24年度)
- テーマ展示 : 「ベネチア・ビエンナーレ国際建築展」、「出版物でふりかえる国際交流基金40年」など、平成24年度は6回実施

ホールさくら、スペースけやき

クラスルーム形式で約80名、椅子のみで約120名収容可能なホールさくら、小規模の会議・意見交換等に利用するスペースけやき等で、展示・講演・報告会等を実施。

《最近の主なイベント》

- 第28回国際交流基金地球市民賞受賞式・レセプション
- ロボット研究者による海外事業報告会・記者懇談会
- トルコ人日本研究フェロー(ハーバード大学、日本社会のユーモアを研究)による落語公演
- 東日本大震災関連事業「南三陸・チリ はるかな友に心寄せて」事業報告会
- トークイベント「海を越える『宇宙兄弟』、アニメ・マンガ・ビジネスの未来と展望」
- 「相撲取りになる夢をかなえたエジプト人力士～大砂嵐 特別講演会」(在京エジプト大使館共催)

平成25年度地方連携フォーラム 分科会「文化交流の推進」
国際交流基金の文化事業を通じた海外との交流

1. 地域で育まれた文化の海外発信

(1) 伝統芸能

- 例：黒森神楽（岩手県宮古市）フランス公演〔主催〕
- 沖縄芸能グループ大洋州公演〔主催〕
- 御諏訪太鼓（長野県岡谷市）北米公演〔助成〕
- 淡路人形浄瑠璃米国公演〔助成〕
- おおさか声明（大阪市）ドイツ公演〔助成〕

(2) 舞台公演

- 例：仙台フィルハーモニー管弦楽団ロシア公演〔主催〕
- 日中韓共同制作演劇「祝言」公演〔青森県立美術館との共催〕
- Noism（新潟市）スペイン公演〔助成〕
- 札幌座ソウル公演〔助成〕
- 伊部京子「和紙物語」（京都）アジア公演〔助成〕

(3) 講演・デモンストレーション

- 例：宮城牡蠣料理欧州巡回レクチャー・デモンストレーション〔主催〕
- からくり人形（名古屋市）レクチャー・デモンストレーション〔主催〕
- 日本食（大分県佐伯市）中米ワークショップ〔助成〕
- 因州和紙（鳥取市）フィリピンワークショップ〔助成〕
- 備前焼フランス、ベルギー公開制作・講習・展示〔助成〕

(4) 展示

- 例：加賀百万石展（パリ日本文化会館）〔金沢市との共催〕
- 3.11ー東日本大震災の直後、建築家はどう対応したか（海外巡回展）〔主催〕
- 美しい東北の手仕事（海外巡回展）〔主催〕
- アイヌ美術工芸展（米国）〔助成〕

2. 地域と海外を結ぶ取組

(1) 海外専門家の招へい

- 例：美術専門家、建築専門家、美術ジャーナリストが「あいちトリエンナーレ」
- 「瀬戸内国際芸術祭」や主要美術館等を訪問。シンポジウム等も開催。

(2) TPAM（国際舞台芸術ミーティング in 横浜）

- 世界の舞台芸術専門家（フェスティバル関係者、劇場関係者等）が参加（2月）

3. その他

(1) 国際交流基金海外拠点における協力

- 例：土佐和紙ちぎり絵ワークショップ（ソウル日本文化センター）
- 福岡アジア文化賞記者発表、あいちトリエンナーレ海外広報

(2) 後援名義

外務省の新たな取り組み

～ODAを活用した地方自治体及び
中小企業の国際展開支援～

平成26年2月
外務省 国際協力局

1

目次

1. なぜODAで地方自治体の国際展開を支援するのか……………3
2. ODAの対象・目的……………4
3. 予算上の位置づけ……………5
4. ODAによる各種支援メニュー……………6

【参考資料】草の根技術協力採択内定案件

2

1. なぜODAで地方自治体の国際展開を支援するのか

- 海外におけるインフラ整備のニーズは、大都市・大型案件のみならず、地方・中核都市における中・小規模案件にも拡大。水の浄化、廃棄物処理などの分野で地域開発の知見を蓄積している我が国自治体との連携は、現地ニーズへのきめ細かな対応に貢献し、日本方式のインフラ輸出の拡大にも寄与するもの。
- 国際協力への自治体の参画により、地域の経験・ノウハウと海外の課題を結びつけて解決に取り組む、国際協力の「担い手」の拡大やグローバル人材の育成並びに地元企業の海外展開を後押しすることで地域経済の活性化、日本経済再生に貢献。

3

2. ODAの対象と目的

①相手はODA対象国(途上国、含、新興国)

②途上国の開発に資する目的

③カウンターパートは政府・政府機関等

4

3. 予算上の位置づけ

平成26年度外務省ODA予算 **53.6億円**

(平成25年度：53.0億円)

事業内容

■ 地方自治体と連携した草の根技術協力等 (JICA運営費交付金(技術協力))

【18億円(25年度)⇒**15.8億円**】

- ・ 製造業の経営能力向上, ものづくり人材育成, 水道事業運営及び廃棄物処理技術向上等, 日本各地の知見を活かした草の根技術協力。
- ・ 日本の地方自治体の都市開発にかかる経験を生かした地元民間企業のアジア等への海外展開支援。

(参考)平成25年度外務省ODA補正予算で、「地域活性化特別枠」6億円を計上。

■ 地方自治体と連携した無償事業の推進 (無償資金協力)

【35億円(25年度)⇒**37.9億円**】

地方自治体が有する技術・知見を活用して, 地方自治体と連携したインフラ整備事業を支援する。

5

4. ODAによる各種支援メニュー

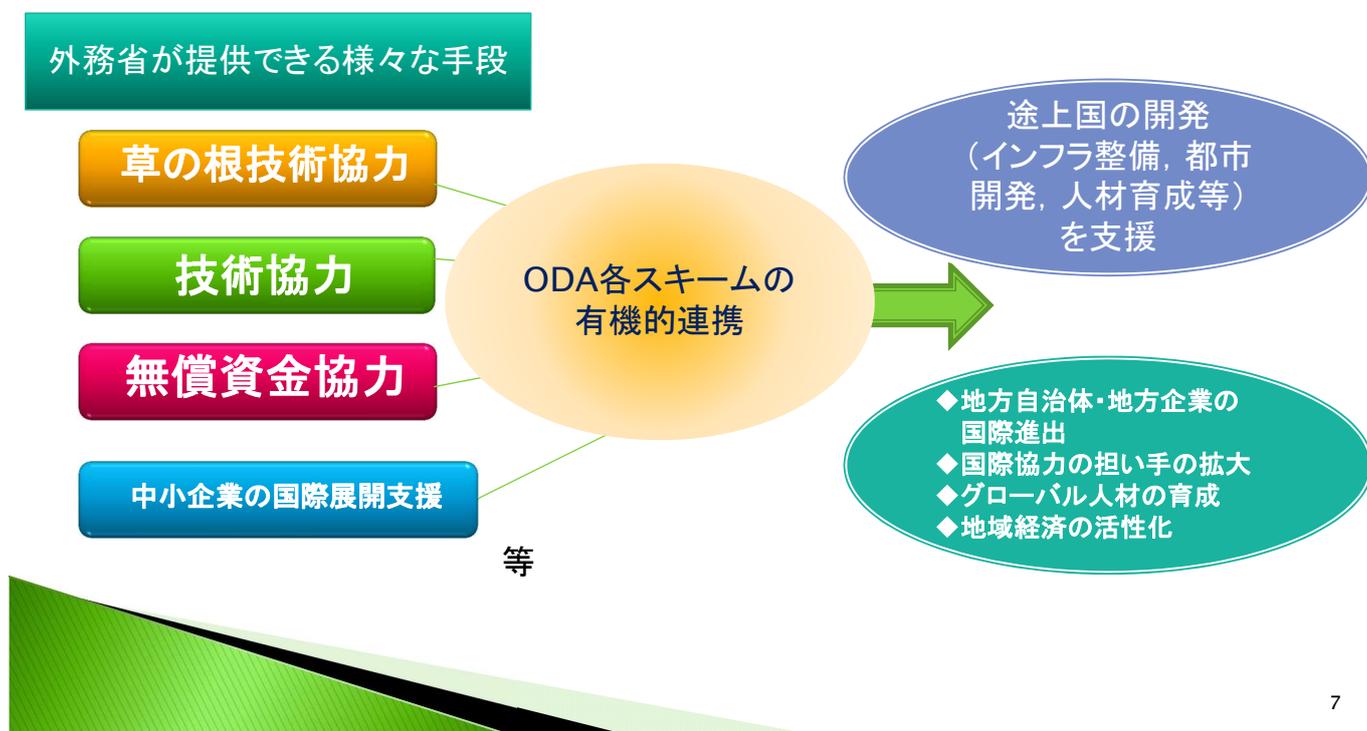
- ▶ 4-1. 草の根技術協力事業
- ▶ 4-2. 無償資金協力事業
- ▶ 4-3. 技術協力事業

- ▶ 4-4. ODAを活用した中小企業等の海外展開支援

- ▶ 4-5. 事例

6

ODAの各スキームを有機的に連携させ、地方自治体の知見・技術・ノウハウを活用し、途上国の開発を支援



7

4-1. 草の根技術協力事業

開発途上地域の住民と一体となって自発的に国際協力を行う意志を持つ日本のNGOや公益団体、大学、地方自治体、民間企業等が、途上国の開発支援のために技術協力を実施することを支援。

■ 応募要件

- ① 人を介した「技術協力」事業であること。(モノの供与が主な事業は不可)
- ② 開発途上国の人々の生活改善・生計向上に直接役立つ内容であること。
- ③ 日本に拠点のある団体であること。

	パートナー型	支援型	地域活性化特別枠(仮) (旧「地域提案型」)
対象団体	途上国での協力経験2年以上有する団体、大学	国内外での活動経験2年以上有する団体、大学	地方自治体 (広域の経済連合会等との共同事業も可)
	民間企業も可	民間企業は不可	実施は地方自治体が指定するNGO等の団体でも可
募集時期	年2回(春、秋)	年2回(春、秋)	年1回(春目処)
金額規模	1億円以下	2500万円以下	6000万円以下
事業期間	5年以内	3年以内	3年以内

8

これまでの自治体によるODA活用例

(1) サモア・水道事業運営(宮古島モデル)支援協力(沖縄県宮古島市)～“島”の知見を活かし、途上国の問題解決に貢献～

沖縄県宮古島市は、草の根技術協力事業を通じて、漏水対策や「生物浄化法(緩速ろ過方式)」を使った浄水場管理を支援している。何層にも重ねた砂利と砂に緩やかな速度で水を通過させ、砂の表面や中の微小な生物が不純物を分解することで病原菌のいない飲用水をつくり出す仕組みにより、安全でおいしい水が提供されるようになった。

水源の多くを地下水に依存している“島”特有の課題に対し、宮古島市が培ってきたノウハウ・システムを、今後、大洋州を中心とする島嶼国へ展開及び普及することが期待される。



(2) モンゴル・寒冷地での都市開発技術改善(北海道旭川市)～寒冷地特有の街づくりを～

平均気温が-20℃以下にもなる寒冷地ウランバートル(UB)市において、旭川市の寒冷地型技術を生かしながら、宅地開発、道路配置、道路舗装・維持管理などの都市開発技術の基準作りと、UB市の都市再開発事業に同基準を反映させるための行動計画作成を支援している。

旭川市職員等の専門家派遣を通じて、都市開発技術基準案へ技術的な助言を行うとともに、UB市関係者を北海道に招き、旭川市の都市開発技術基準に基づいて開発・整備された街づくりや寒冷地特有の凍結路面对策等について総合的に技術移転を実施している。

今後、同じ寒冷地都市間の技術・人的交流及び企業進出が期待されている。



本事業の制度により期待される点

(1) 途上国側は企業の製品だけを持ち込まれても運用できるとは限らないため、ノウハウや技術を有する自治体職員や関連団体等が材料を現地に持ち込み専門家として途上国政府の規制担当者に技術指導したり、研修を行うなどの取組が功を奏する。

(2) 地方自治体が主体となった技術協力事業を全面的に支援することで、自治体や地域の関連企業の海外展開を促進させる。

9

4-2. 無償資金協力事業

地方自治体と連携し、途上国において都市環境インフラ整備等様々な分野の支援を行うことで、地域活性化及び自治体関連企業のビジネス展開を促進する。

途上国のニーズ

- 急速な経済発展が進む中で水、エネルギー、廃棄物処理、都市交通、公害対策分野等のニーズが急増。

地方自治体の知見とニーズ

- 関連分野における長年の経験を通じたノウハウ・技術が蓄積されている。
- 少子高齢化等に伴う国内市場縮小の中、海外展開を通じた地域活性化を目指す自治体が増加。

途上国において事業展開を行う地方自治体からアイデアを募集し、開発途上国における無償資金協力案件に地方自治体の技術・知見を活用する。

これまでの自治体によるODA活用例

カンボジア「コンポンチャム及びバタンパン上水道拡張計画」

(平成25年度供与額:10.37億円《総額33.55億円》)

北九州市は、1999年からカンボジア上水分野で協力事業に貢献し、同国からの信頼を培ってきている。本事業は、北九州市の地元企業の高い技術・ノウハウを活用して、同国における優れた省エネ型上水道(適切な配水区の設定と送配水網の整備、モニタリングシステムの設置等)のモデル事業として実施。



コンポンチャム施設完成予想図



バタンパン施設完成予想図

10

4-3. 技術協力事業

技術協力

- 研修員受入: 途上国の政府関係者等を招き、中小企業等が参加する本邦での技術研修等を実施。
- 専門家派遣: 中小企業等の人材を専門家として途上国に派遣。



途上国政府関係者との人脈作りや途上国で活躍できる人材の育成を支援。



他のスキームとも有機的に連携(参考: 4-5. 事例集)

■ 【大分県・宮崎県】日本における人工透析技術セミナー(研修員受入)

保健医療レベルの向上やそのための人材育成(特に人工透析技術による血液・血管医療分野)を国家開発計画の優先課題として掲げている開発途上国に対し、東九州メディカルバレー構想特区(大分県、宮崎県)で進められている産学官連携による血液・血管医療を中心とした医療技術の動向や人材育成等の取組を紹介。自国に適用可能な政策・制度、技術、製品の検討に役立てる。

- ・日程: 2013年5月26日～6月1日
- ・参加者: インド、インドネシア、マレーシア、ミャンマー、フィリピン、南アフリカ、タイ、ベトナムの8ヶ国17名(保健省、病院、大学の幹部職員等)
- ・研修地: 大分県、宮崎県(大分大学、宮崎大学、松山医院大分腎臓内科、川澄化学工業等)

なお、タイ、インド、南アフリカといった透析医療のニーズがある対象国において、東九州メディカルバレーの中小企業が有する透析医療技術についてのニーズ調査が、平成24年度の中小企業支援委託事業で採択されている。

■ 【三条市】ものづくり産業人材育成セミナー(研修員受入)

- ODAの一環として、途上国の政府関係者らを招き、日本のものづくり現場や人材育成の取組を紹介し、各国の政策や事業に生かしてもらおうという試み。
- フィリピン、タイ、インドネシア、バングラデシュ、カンボジア、ミャンマー等計10カ国から、中央政府の産業振興関係機関の幹部職員や工学系高等教育機関・職業訓練校の幹部職員、その他民間団体の社員等22名が参加。
- 2012年10月15日～16日の東京プログラムでは、産業技術大学大学院や日産自動車等を視察、17日～22日の三条プログラムでは、新潟県三条市内の作業工具メーカーやテクノスクール等を視察し、日本のものづくりを学んだ。
- こうした研修を通して、途上国の政府関係者と日本の中小企業との関係づくりが促進されるとの成果あり。三条市/商工会議所は本セミナーでの縁をきっかけに、会員企業の海外展開を図るべく、現地での情報収集等を検討。

4-4. ODAを活用した中小企業等の海外展開支援

	平成25年度外務省委託事業 (予算20億円)		平成25年度JICA運営費交付金事業 (予算20億円)
	ニーズ調査	案件化調査	民間提案型普及・実証事業
概要	中小企業等の製品・技術等の開発援助案件化を念頭に置いたニーズ調査	中小企業等からの提案に基づく、ODA事業への展開のための案件化調査	中小企業等からの提案に基づく、製品・技術等の途上国政府関係機関における普及・展開事業
実施日程	25年4月30日 公示済み(外務省HP参照) 5月27～31日 業務説明会(※全国10都市で実施) 6月21日 応募締切(※応募書類簡素化) 8月8日 仮採択通知 9月下旬以降(予定) 事業実施 翌年2月頃 報告書提出		25年5月10日 公示済み (JICAのHP参照) 5月27～31日 業務説明会(※同左) 6月7日 関心表明締切 6月24日 応募締切 7月31日 仮採択通知 9月～ 事業実施
公募対象	開発コンサルタントや商社等からの提案が基本	中小企業とコンサルタント等による共同提案が基本	中小企業等(コンサルタント等と組むことも可)
採択件数	2件(応募11件)	49件(応募234件)	20件(応募116件)
単価	上限5千万円	3千万円、または5千万円	1億円程度
負担経費	・人件費(※格付単価方式による積算) ・旅費 等	・人件費(※格付単価方式による積算) ・旅費 ・運搬費 ・製品紹介や試用・実証等に要する経費 等	・人件費(コンサルタント経費) ・旅費 ・運搬費 ・製品紹介や試用・実証等に要する経費 ・設備・資機材購入費等

	ニーズ調査	案件化調査	普及・実証事業
概要	中小企業等の製品・技術等の開発援助 案件化を念頭に置いたニーズ調査 (26年度は国別調査とする予定)	中小企業からの提案に基づく、 製品・技術に関する途上国の開発における 有効性を確認するための調査	中小企業からの提案に基づき、現地で実際に 製品・技術を試用することにより、開発への 有効性の実証を図り、現地適合性を高め 普及を目指す事業
実施日程 (案)	26年3月 公示(外務省HP) 4月 業務説明会 5月 応募締切 6月 仮採択通知 (契約締結後調査開始) 27年3月 報告書提出	【1回目】 26年 5月 公示(JICAのHP) 5月 業務説明会 6月 関心表明締切 6月 応募締切 7月 仮採択通知 (契約締結後調査開始) 【2回目】 26年 11月 公示(JICAのHP) 11月 業務説明会 12月 関心表明締切 12月 応募締切 27年 1月 仮採択通知 (契約締結後調査開始)	【平成25年度補正】 26年 3月 公示(JICAのHP) 4月 業務説明会 5月 関心表明締切 5月 応募締切 6月 仮採択通知 (先方政府機関の了承取付、 契約締結後事業開始) 【1回目】 26年 9月 公示(JICAのHP) 9月 業務説明会 10月 関心表明締切 10月 応募締切 12月 仮採択通知 (先方政府機関の了承取付、 契約締結後事業開始)
公募対象	開発コンサルタントや 商社等からの提案が基本	中小企業等(コンサルタント等と組むことも可)	
採択件数	4件程度	47件程度	44件程度(内、平成25年度補正22件を予定)
上限金額 (税込)	5,000万円(予定)	3,000万円(機材(同時携行できる小型の機材を除く)の輸送が必要な場合は、5,000万円)	1億円
協力期間	年度内	数ヶ月～1年程度	1～3年程度
負担経費	・人件費 ・旅費 等	・人件費(外部人材活用費のみ) ・旅費 ・輸送費 ・製品紹介や試用等に要する経費等	・人件費(外部人材活用費のみ) ・旅費 ・輸送費 ・製品の普及・実証等に要する経費 ・設備・資機材購入費等

4-5.【事例1】 東九州メディカルバレー透析医療技術の海外展開支援

途上国のニーズ

- 生活習慣病に起因する死因が上位を占める。
- 特に慢性腎不全の潜在リスク、高血圧や糖尿病罹患率が高く、透析医療の患者ニーズが高い。
- 人口透析患者数増加による看護師の負荷軽減やメンテナンス費用の削減が急務。

東九州メディカルバレーの現状とニーズ

- 大分県と宮崎県に広がる東九州地域には、血液や血管に関する医療関連産業が集積。
- 「東九州メディカルバレー構想特区」に指定され、産学官連携により国際競争力の強化と地域医療の活性化を推進。
- 日本は欧米と比べ高い透析技術を有する。

現在までの取組

現地における血液透析ニーズの確認調査(南アフリカ、インド、タイ)

外務省委託事業「ニーズ調査」
2012.11-2013.1

- 現地の血液透析医療状況を調査。
- 現地保健省の担当者と透析医療従事者に日本の血液透析医療の現状を紹介。
- 日本の医療技術に関する現地のニーズを把握。

日本の透析医療への理解醸成・人的ネットワークの構築

技術協力「JICA セミナー」
2013.5

- 8か国(注)17名の保健省・政府系大学病院幹部職員を東九州へ招聘し、日本の血液透析医療、人材育成等の現場を紹介。
- 現地のニーズと日本のシーズのマッチング(ニーズ調査の結果検証)。

注:タイ、インド、南アフリカ、フィリピン、ベトナム、マレーシア、インドネシア、ミャンマー

JETRO招聘事業
2013.6

- タイの三大私立病院グループの透析医師を東九州へ招聘。

タイ 透析医療従事者への実務トレーニングの実施

CLAIR(財団法人自治体国際化協会)
助成事業
2013.8-11、2013.11-2014.1

- タイ国立病院(外務省ニーズ調査及びJICAセミナー対象機関)の透析看護師2名、技師2名をそれぞれ3ヶ月の受入による実務トレーニングを実施。
- トレーニングプログラムによるタイの看護師と技師の技術習得レベルを検証。

今後の取り組み

- 大学附属病院やクリニック等透析医療現場での適切な透析治療の技術移転。
- 大分大学、立命館アジア太平洋大学、九州保健福祉大学、宮崎大学等の高等教育機関と連携した医療従事者(透析看護師、臨床工学技師等)の育成
- 産学官の医療機器メーカーによる最先端医療機器の紹介と、機器操作に関する高度な知識・技術の指導機会の提供。

将来的な目標

- 日本の血液透析医療を学ぶプログラムの開発
- 既存の大学施設を活用したトレーニング設備の充実化
- タイ透析トレーニングセンター構築による人材育成、日本の医療技術・機器の海外展開

4-5.【事例2】新潟県三条市の作業工具メーカーへの海外展開支援

途上国のニーズ

- カンボジア
 - スキルを身に付けた産業人材の育成
 - 裾野産業の育成
- ベトナム国
 - 裾野産業の育成
 - 地場産業の生産品質向上

作業工具メーカーの現状とニーズ

- 高い技術を有する作業工具メーカーが集積(全国191社中新潟県に50社)
- 複数企業が夫々の持ち味と特徴を活かしつつ、分業、協力して、需要家のニーズに対応
- 海外展開のニーズがあるも、1社で海外展開に伴うリスクをカバーするだけの体力は不十分

途上国支援に活用できる製品・技術・産官学の担い手⇄中小企業等の製品・技術等と途上国ニーズのマッチング

- 企業に在籍する高いスキルを身に付けた技術者による技能訓練・指導機会の提供
- 同市周辺所在の高等教育機関による研修生・留学生の受け入れによる人材育成
- 新潟県作業工具協同組合及びメンバーの下請け等関連企業等、産学官連携による中小企業育成・支援ノウハウの供与

セミナー(2012.10) 10ヶ国の途上国政府関係者らを招き、三条市の作業工具にスポットを当て、途上国に産業振興策や人材育成の取組みを紹介。三条市の企業の販路拡大と人脈づくりに貢献。

組合メンバーであるトップ工業㈱による案件化調査(2012.11-2013.3)

高レベルの作業工具を提供しつつ、その操作に当たっての基本動作を伝授することにより、産業人材並びに下請け企業等の育成するための作業工具の新規市場開拓およびODA案件化に関する調査を実施。

三条市の特徴を活かしたODA事業の立案(カンボジア)

トップ工業(株)

普及・実証事業(2013.8-2014.9)

- カンボジア国労働・職業訓練省及び傘下の職業訓練校に産学官連携スキームの運営ノウハウの移転を通じた、職業訓練能力の強化。
- カンボジア国日本人材開発センターに人材を派遣し、日本の「ものづくり」と高品質の製品の「よさ」の認知を向上。

地域を挙げた中小企業の海外展開

草の根技術協力(地域活性化特別枠 2014.1-2016.3)

- ベトナム(ホーチミン市周辺)にて操業中の現地企業と技術提携し、技術指導、OEM委託及び委託販売等により海外市場への展開を図る。(※)
 - 将来の地元企業による現地進出を視野に入れ、候補先自治体(ベトナム/バリア・ブンタウ省)と自治体ベースでの交流促進を図る。
- (※) OEM:「相手先ブランド名製造」

協同組合・自治体を核とした地元(三条市)経済への貢献

三条市独自事業

- 新潟県作業工具協同組合メンバー及び関連企業の間での人材ネットワーク形成による、企業の輸出及び事業の拡大。
- 三条市役所による海外拠点設置(シンガポール)、姉妹都市樹立等地域を挙げての連携・交流による地域経済の活性化。

15

4-5.【事例3】途上国への普及事業(水の浄化・処理):アムコン株式会社(横浜市)

フィリピンの開発課題

- 家庭、事務所の浄化槽の汚泥管理ができておらず不衛生な環境。
- 適切な汚泥処理が課題であるが、汚泥脱水機は高価なものとの認識が高く、導入を見合せているケースが多い。

中小企業の技術・製品

- 汚泥脱水機の専門メーカーで民間企業・日本の自治体が主な顧客。
- 目詰まりがない、省エネ、メンテナンスの負担が少ない、長寿命という特長あり。
- すでに工場廃水等で発生する汚泥の脱水として途上国でも活用されている。

途上国への普及事業を通じて期待された効果(事業実施前)

【ODA】

- 横浜市が進めるセブ市との協力事業とも連携し、本邦研修や草の根技術協力事業を実施することで、市等の関係者と人脈を形成し、汚泥脱水機の導入に係る理解向上を図る。
- 現地の衛生環境改善に資するとともに、本邦企業・自治体の水関連ビジネスの展開にも貢献。

【ビジネス】

- 現地に販売代理店を設置し、フィリピン国内の浄化槽汚泥処理場への汚泥脱水機の普及を促進する。民間、工業団地の排水処理施設への販売も働きかける。



その後の展開

【ODA】

- JICA平成24年度補正予算「民間提案型普及・実証事業」に仮採択され、複数年に渡る実証・普及活動を通じた、現地の汚泥処理に関する体制を整備予定。

【ビジネス】

- 同社製品(汚泥脱水機)にかかるフィリピン市場調査の結果、現地におけるビジネス展開に関する課題の把握と現地ニーズに適した製品開発や供給体制の構築に着手。

【草の根技術協力】平成24年度採択内定案件(地域提案型)①

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～H27年度 (実施中)	モンゴル	ウランバートル市植林技術支援事	北海道	蒼いウランバートル技術支援実行委員会
H25～H27年度 (実施中)	モンゴル	ウランバートル市ゲル地区住民に対する地域保健活動のための看護職人材育成事業	北海道 北見市	北見国際技術協力推進会議
H25～H27年度 (実施中)	ベトナム	「道の駅」を基盤とした、農業の第6次産業化による地域振興	千葉県 南房総市	千葉県南房総市国際協力実行委員会
H25～H27年度 (実施中)	タイ	大腸がん早期発見・治療プロジェクト	東京都 文京区	東京医科歯科大学
H25～H27年度 (実施中)	カンボジア	カンボジア王国・シェムリアップ州・下水道/水環境改善事業	山梨県 甲府市 上下水道局	甲府市上下水道局
H25～H27年度 (提案取下げ)	ベトナム	ベトナム国ホーチミン市職業訓練短期大学におけるモノづくり人材育成支援事業	川崎市 経済労働局	公益財団法人川崎市産業振興財団

【草の根技術協力】平成24年度採択内定案件(地域提案型)②

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～H27年度 (実施中)	ベトナム	ベトナム国ホーチミン市における都市排水管理技術向上プロジェクト	大阪市	都市技術センター
H25～H27年度 (実施中)	ベトナム	キエンザン省における水環境改善のための人材育成プログラム	兵庫県 神戸市	神戸市都市整備公社
H25～H27年度 (実施中)	ブータン	ブータン王国における手すき紙の産業振興	島根県 浜田市	石州和紙協同組合
H25年度 (実施中)	スリランカ	水道施設設計・施工管理能力強化プロジェクト	名古屋市 上下水道局	名古屋市上下水道局
H25～H27年度 (実施中)	ベトナム	ベトナム国ハイフォン市水道公社における配水管網管理の能力向上事業	北九州市 上下水道局	北九州市上下水道局
H25～H26年度 (実施中)	インドネシア	インドネシア共和国西ヌサトゥンガラ州における廃棄物管理業務の効率化事業	福岡県 北九州市	北九州市環境整備協会

【草の根技術協力】平成24年度採択内定案件(地域提案型)③

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～H26年度 (実施中)	東ティモール	沖縄・東ティモール「地域力強化」を通じた平和構築事業	読谷村	沖縄平和協力センター(OPAC)
H25～H27年度 (実施中)	フィリピン	フィリピン・レガスピ市における「公民館」づくりをモデルとした住民参加型行政の展開	飯田市 公民館	特定非営利活動法人ふるさと南信州緑の基金
H25～H27年度 (実施中)	インドネシア	インドネシア・パプア州における水稲栽培技術向上支援事業	山形県 商工観光部 観光経済交流局	山形県
H25～H27年度	インドネシア	香川らしい国際協カプロジェクト「インドネシア西スマトラ州稲作技術向上事業」	香川県 総務部国際課	香川県

【草の根技術協力】平成25年度採択内定案件(地域経済活性化特別枠)①

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～27年度 (実施中)	モンゴル	ウランバートル消防技術支援事業	札幌市 消防局	ウランバートル消防技術支援事業実行委員会
H25～27年度	モンゴル	再生可能エネルギー(地中熱)省エネ施設園芸による野菜生産技術支援事業	北海道	空知エコ普及環づくり協議会
H25～28年度	モンゴル	畜産糞尿利用による循環型農業確立および環境保全事業	北海道 新ひだか町	(株)エコ・エネルギーシステム
H25～28年度	ベトナム	ベトナム・ハノイにおける即戦力IT人材育成のための教育環境強化事業	札幌市	(特非)札幌ITフロント
H25～28年度	モンゴル	農産物の安定供給のための貯蔵技術改善・普及プロジェクト	北海道 帯広市	(一社)北海道中小企業家同友会とかち支部
H25～27年度	タイ、マレーシア	北海道フード特区・フードバレーとかち 海外展開支援を兼ねた東南アジア食産業人材育成	北海道 帯広市	帯広商工会議所

【草の根技術協力】平成25年度採択内定案件(地域経済活性化特別枠)②

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～27年度	ベトナム	ベトナム水産加工流通における衛生・品質管理向上のための人材育成と釧路産水産加工品のPR事業	北海道 釧路総合振興局	釧路商工会議所
H25～28年度	インドネシア	官民連携による市場志向型農業振興プロジェクト	茨城県 鉾田市	(公財)茨城県中小企業振興公社
H25～27年度 (実施中)	ベトナム	機械系技術技能教育の指導力向上プロジェクト	千葉県 教育庁 企画管理部 教育政策課	千葉県教育委員会
H25～26年度	ミャンマー	ヤンゴン廃棄物処理改善共同検討プロジェクト	東京都 環境局	(公財)東京都環境公社
H25～27年度	モンゴル	サインシャンド工業団地緑化と自生種の苗木生産による地域振興協力事業	新潟県	新潟県モンゴル緑化推進技術協力実行委員会
H25～27年度	タイ	タイ地方水道公社における浄水場維持管理能力向上支援事業	埼玉県 企業局	埼玉県企業局

【草の根技術協力】平成25年度採択内定案件(地域経済活性化特別枠)③

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～27年度	マレーシア	マレーシアにおけるNRW削減技術向上プロジェクト	東京都 水道局	東京水道サービス(株)
H25～27年度	フィリピン	フィリピン共和国ラグナ湖周辺農村地域への地域経済密着型の河川簡易監視カメラシステムによる防災システム向上プロジェクト	新潟県 長岡市	(株)イートラスト、東京大学、立命館大学、総合地球環境学研究所
H25～27年度	フィリピン	埼玉・セブものづくり人材育成事業	埼玉県	埼玉県県民生活部
H25～27年度	ラオス	ラオス・ヴィエンチャン都水環境改善事業	千葉県	千葉県
H25～27年度	マレーシア	マレーシアの廃棄物管理における住民の協力体制の構築支援	東京23区 清掃一部 事務組合	東京二十三区清掃一部事務組合
H25～27年度	ベトナム	バリア・ブンタウ省における金属関連裾野産業振興支援並びに人材育成事業	新潟県 三条市	三条商工会議所

【草の根技術協力】平成25年度採択内定案件(地域経済活性化特別枠)④

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～28年度	ラオス	青少年の収入向上のための木工職業訓練	埼玉県 県民生活部 国際課	(特非)国際協力NGO・IV-JAPAN
H25～26年度	インドネシア	カンムリシロムク保護事業 Phase 4	横浜市 環境創造局	横浜市環境創造局
H25～28年度	ベトナム	ホーチミン市職業訓練短期大学におけるモノづくり人材育成支援事業	川崎市 経済労働局	(公財)川崎市産業振興財団
H25～28年度	ウガンダ	ウガンダ野生生物保全事業Phase 3	横浜市 環境創造局	横浜市環境創造局、横浜市緑の協会
H25～27年度	ベトナム	横浜の民間技術によるベトナム国「安全な水」供給プロジェクト	横浜市 水道局	横浜市水道局、横浜市水ビジネス協議会
H25～27年度	ベトナム	ハノイ市における下水道事業運営に関する能力開発計画	横浜市 環境創造局	横浜市環境創造局

【草の根技術協力】平成25年度採択内定案件(地域経済活性化特別枠)⑤

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～28年度	スリランカ	配水管施工管理能力強化プロジェクト	名古屋市 上下水道局	名古屋市上下水道局
H25～27年度 (実施中)	中華人民共和国	中国湖南省における都市汚水処理場運転管理技術と住民の環境意識の向上のためのプロジェクト	滋賀県	(公財)淡海環境保全財団
H25～27年度	ベトナム	ハロン湾における海上輸送を基盤とする廃棄物循環システム構築事業	堺市	公立大学法人 大阪府立大学
H25～28年度	セルビア	セルビア国の残留性有機汚染物質の分析体制強化・排出削減対策プロジェクト	兵庫県 農政環境部 環境創造局 環境政策課	(公財)ひょうご環境創造協会
H25～27年度	ベトナム	ハイフォンにおける港湾物流効率化のための人材育成プログラム	兵庫県 神戸市	(公財)神戸国際協力交流センター
H25～27年度	ミャンマー	ヤンゴン市下水道管渠維持管理・修復能力改善事業	大阪市	積水化学工業(株)、(一財)都市技術センター

【草の根技術協力】平成25年度採択内定案件(地域経済活性化特別枠)⑥

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～26年度	ミャンマー	ミャンマー連邦共和国ヤンゴン管内における無電化地域の電化と技術移転事業	和歌山県	紀南電設(株)
H25～27年度	ベトナム	ベトナム国ドンナイ省におけるものづくり人材育成事業	大阪府 商工労働部 成長産業振興室	公財)太平洋人材交流センター
H25～27年度 (実施中)	中華人民共和国	中国・寧夏回族自治区における水環境改善のための流域管理計画の構築	島根県	島根県
H25～28年度	カンボジア	カンボジアにおける持続可能な社会構築のための教育改善	広島県	ひろしま平和貢献ネットワーク協議会
H25～27年度	モルディブ	IT農業イノベーションによる新産業の創出	広島県 広島市	(有)上野園芸
H25～28年度	ブラジル	サンパウロ州小学校教員の環境教育指導力向上事業	島根県	(公財)しまね国際センター

【草の根技術協力】平成25年度採択内定案件(地域経済活性化特別枠)⑦

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～28年度	フィリピン	フィリピン・ミンダナオのバンサモロ自治政府人材育成事業～広島による平和構築の支援～	広島県	広島大学
H25～27年度	ベトナム	ハノイ市における衛生的な廃棄物処分場の整備能力向上プロジェクト	福岡県	(特非)環境創造研究機構
H25～27年度	インドネシア	インドネシア・バリクパパン市における泥炭・森林火災の消火技術普及モデル事業	福岡県 北九州市	(公財)北九州産業学術推進機構(FAIS)
H25～26年度	カンボジア	カンボジア・シェムリアップ市における水道施設管理能力の向上事業	北九州市 上下水道局	北九州市上下水道局
H25～27年度	インドネシア	インドネシア・メダン市における廃棄物管理改善事業～都市ごみの資源化とバーム産業の余剰バイオマスの有効利用～	福岡県 北九州市	(株)新菱
H25～27年度	ベトナム	ハイフォン市製造業の技術力・経営力向上ノウハウ移転プログラム	福岡県 北九州市	(公財)北九州国際技術協力協会

【草の根技術協力】平成25年度採択内定案件(地域経済活性化特別枠)⑧

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～27年度	フィジー	フィジー共和国ナンディ・ラウトカ地区水道事業に関する無収水の低減化支援事業	福岡県 福岡市	福岡市水道局
H25～28年度	サモア、バヌアツ	サモアを中心とした大洋州における志布志モデルの推進	鹿児島県 志布志市	志布志市
H25～26年度	インドネシア	西ヌサトゥンガラ州におけるヒマ栽培を核とした農民生計向上に関する協力事業	福岡県 北九州市	北九州市環境局アジア低炭素化センター
H25～27年度	インドネシア	南ジャカルタにおける持続可能な地域づくりのための地域ネットワーク構築事業－河川を核として－	長崎県 長崎市	長崎大学(長崎総合科学大学、熊本県立大学、ながさきエコネット、長崎市内事業者)
H25～27年度	ミャンマー	ミャンマー・マンダレー市における浄水場運転管理能力の向上事業	北九州市 上下水道局	北九州市上下水道局
H25～27年度	インドネシア	インドネシア・スラバヤ市におけるコミュニティのための安全安心な飲料水供給と水環境改善事業	福岡県 北九州市	地球環境戦略研究機関

【草の根技術協力】平成25年度採択内定案件(地域経済活性化特別枠)⑨

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～27年度	ベトナム	ベトナム南部における科学的根拠に基づく保健医療サービス向上のための、大学と医師会の連携による医師育成	福島県 生活環境部 国際課	福島県立医科大学医学部公衆衛生学講座、 福島県
H25～28年度	フィリピン	フィリピン安全農畜産業技術普及支援プロジェクト	南牧村	(公社)国際農業者交流協会
H25～27年度	インドネシア	バンダ・アチェ市と宮城県東松島市における住民主体での地域資源利活用による相互復興推進プログラム	宮城県 東松島市	(一社)東松島みらいとし機構(HOPE)
H25～28年度	カンボジア	障がい者雇用を前提としたビジネスモデル構築事業	宮城県 多賀城市	(株)ファミリア
H25～28年度	フィリピン	”森と人と海の共生”のための環境意識向上プロジェクト	宮城県 気仙沼市	(特非)森は海の恋人
H25～28年度	マラウイ	マラウイ国農業水利人材能力開発支援事業	宮城県	宮城県

【草の根技術協力】平成25年度採択内定案件(地域経済活性化特別枠)⑩

実施年度	国名	案件名	提案自治体名	実施団体名
H25～28年度	ベトナム	ベトナムでの足こぎ車いすを利用したリハビリモデル開発及び、リハビリ人材育成プロジェクト	宮城県	(株)TESS
H25～28年度	フィリピン	世界農業遺産(GIAHS)「イフガオ棚田」の持続的発展のための人材養成プログラムの構築支援事業	石川県	国立大学法人 金沢大学
H25～27年度	ミャンマー	ミャンマーにおける伝統医薬品の品質改善を通じたプライマリーヘルスケア向上プロジェクト	富山県	富山大学
H25～28年度	カンボジア	救急医療における人材育成を通じた国際協力(カンボジア)プロジェクト	高松市	(公社)セカンドハンド
H25～28年度	タイ	タイにおける妊産婦管理及び糖尿病のためのICT遠隔医療支援プロジェクト	香川県	遠隔医療支援プロジェクト実行委員会
H25～28年度	カンボジア	カンボジア-日本友好学園における高校生による商品開発を通じた学校運営の実践及びモデル化	徳島県	徳島県

29

地方自治体の国際展開のご相談はお気軽に、
開発協力総括課
(03-5501-8373直通)
官民連携班までお願いします。

日本企業の海外展開支援は、岸田外務大臣の進める日本経済の再生に資する経済外交の重要な柱の一つ。外務省は、関係省庁・機関等との緊密な連携の下、日本企業支援を推進。

1. 日本企業支援推進本部・日本企業支援室の設置

平成25年12月、支援体制を一層強化するため、岸田大臣を本部長とする「**日本企業支援推進本部**」を設置し、経済局内に「**日本企業支援室**」を新設。

<主な役割>

- 外務省・在外公館全体として日本企業の海外展開を効果的に支援するための政策立案
- 外務省・在外公館全体としての統一的な日本企業支援のための「指針」の策定・改定
- 官民連携推進のための民間経済団体等との調整
- 風評被害対策を含む日本産品の海外展開支援
- 企業等からの照会・要望に対する第一次的な窓口業務

2. 在外公館の「日本企業支援窓口」による支援

全ての在外公館に「**日本企業支援窓口**」を設置。日本企業支援担当官が、JETRO等の現地関係機関と連携しながら、個別企業からの相談・支援依頼などに積極的に対応。

◆在外公館の日本企業支援窓口→http://www.mofa.go.jp/mofaj/annai/page22_000526.html

- 現地のビジネス関連情報の提供
- トラブル解決のための現地政府への働きかけ
- 在外公館施設を活用した日本企業支援(レセプションにおける日本産品のPR、ビジネスセミナーの開催等)



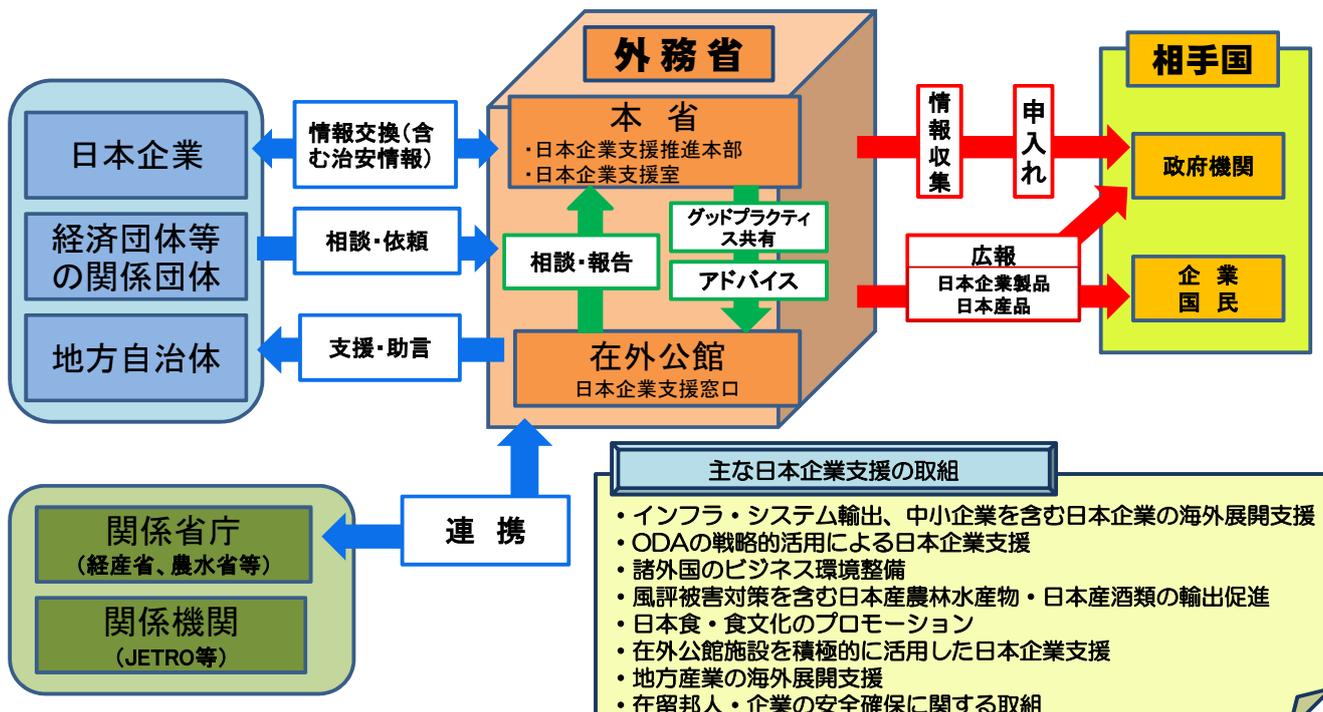
日本産ハマチPRレセプション
(於: 在イスラエル大使館)



天皇誕生日祝賀レセプションに
おける日本製品PR
(於: 在インド大使館)

外務省による日本企業支援の体制

本省と在外公館が一体となり、関係省庁・機関とも緊密に連携しながら、日本企業等からの相談・支援要請に積極的に対応。治安情報の提供や邦人保護、インフラ海外展開、風評被害対策を含む日本産品の海外展開等も日本企業支援の重要な柱であり、今後とも推進。



在外公館を活用した日本の魅力発信

大使着任レセプションにおける日本の地域の魅力発信・日本企業PR

場所：在中国大使館（平成25年4月）

大使着任レセプションの場を活用し、約60の現地日系企業・団体による展示ブースを設置。環境問題への関心の高まりを捉え、「日本の環境技術のアピール」をテーマの一つとして、日本企業製の空気清浄機や浄水器を展示した。さらに、日本食、日本酒、観光分野の関連企業・団体や地方自治体が、自社商品や各地域の魅力をPRを実施した。

レセプションには当地政府・関係機関関係者、在留邦人等約600名が来場し、日中双方の来場者の好評を博した。出展者からの評判も良く、官民を挙げて日本をPRする絶好の機会となった。



日本全国48の蔵元による日本酒セミナーの開催

場所：在ニューヨーク総領事館（平成25年10月）
国連代表部（同年11月）

日本吟醸酒協会との共催により、日本全国48の蔵元が参加し、在ニューヨーク総領事公邸及び国連本部内にて日本酒（吟醸酒）紹介レセプションを開催。在ニューヨーク総では、米国人講師による日本酒セミナーも合わせて実施され、日本酒の魅力等に関する説明を行った。また、国連本部内では、日本酒の紹介及び試飲に加え、ニューヨーク在住の日本人音楽家による琴とチェロの演奏も実施され、日本酒を始めとする日本文化についての積極的発信が行われた。



海外展開一貫支援ファストパス制度

○海外展開の「潜在力」「意欲」のある中堅・中小企業等を、平素より取引のある地域金融機関や商工会議所など国内各地域の企業支援機関から、外務省（在外公館を含む）、JETRO等海外展開支援に知見ある機関に対して紹介を行うことにより、円滑に支援を提供する制度。

○昨年12月より試験運用開始。本年2月下旬に本格運用開始予定。

企業・支援機関に求められる役割とメリット（試験運用時）

	企業	紹介元となる支援機関	紹介先となる支援機関
対象 (主な想定)	・海外展開の潜在力・意欲を持つ中堅・中小企業等（2年以内の海外展開計画を有する） ・紹介元となる支援機関の具体的な支援サービスを利用している企業	・商工会議所等 ・金融機関（DBJ、商工中金、民間金融機関） ・JETRO	・外務省（在外公館） ・JETRO ・JBIC ・DBJ ・商工中金
行動内容	・支援機関から適切な支援機関への取次ぎを受け相談。	・自機関のクレジットのもと、他の支援機関に紹介。 ・紹介先支援機関と情報共有。 ・紹介先となる支援機関のサービスも活用し、自機関顧客の海外展開を支援。 ・事務局への状況報告	・紹介元支援機関と情報共有。 ・企業に対して適切に対応し、紹介元機関と連携し海外展開支援を実施。
メリット	・支援機関同士が自律的に情報交換を行うため、海外展開支援を国内から海外（各支援機関の海外ネットワークを活用し）までシームレスに受け付けることができる。 ・課題解決を図るに適切な支援機関の担当者に円滑にアクセスできる。	・海外展開支援を行っている支援機関に対して、企業をルールに則って簡易な手続きで紹介することができる。 ・自機関の顧客が抱える課題解決を図るに適切な支援機関の担当者を紹介できる。	・相談に来た企業の情報を他の支援機関から円滑に得ることができ、より効率的な海外展開支援を行うことができる。

