

宮城県農林水産物・食品輸出促進戦略
(2022年度版)

宮城県経済商工観光部

目次

第1章 宮城県農林水産物・食品輸出促進戦略の策定について.....	1
1 改定の趣旨.....	1
2 戦略の位置づけ.....	2
3 戦略期間.....	2
第2章 農林水産物・食品の輸出における現状と課題.....	3
1 輸出拡大に向けた世界情勢.....	3
(1) 世界経済の動向.....	3
(2) 世界人口の見通し.....	4
(3) 新型コロナウイルス感染症の影響とデジタル化の推進.....	5
(4) 地球規模の問題への対応.....	5
(5) 農林水産分野及び食品分野の知的財産の侵害・海外流出への対応.....	5
2 国の取組状況.....	6
3 県のこれまでの取組と課題.....	8
(1) これまでの取組.....	8
(2) 課題.....	9
第3章 輸出拡大に向けた目標と方向性.....	10
1 目指すべき姿の設定.....	10
(1) 目標.....	10
(2) 目標指標.....	11
2 施策の方向性.....	12
第4章 輸出基幹品目の設定と取組方針.....	16
1 輸出基幹品目の設定.....	16
2 輸出基幹品目の取組の方向性.....	17
(1) 水産物.....	17
(2) 米.....	18
(3) 牛肉.....	19
(4) いちご.....	20
(5) 日本酒.....	21
第5章 県の施策と支援体制の整備.....	22
1 県支援策.....	22
付属資料1.....	26

第1章 宮城県農林水産物・食品輸出促進戦略の策定について

1 改定の趣旨

- 日本国内の人口減少と高齢化はさらに加速していくと見込まれており、国内市場の縮小は避けられない状況です。また、2020年1月以降、世界的に拡大した新型コロナウイルス感染症は国民の生活はもとより多くの企業の経済活動に大きな影響を与えております。国や県レベルで様々な対策を講じており、徐々に経済活動を開始してきているものの収束する兆しは見え、予断を許さない状況が続いています。
- このような中、国は2020年11月に策定した「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（以下「輸出拡大実行戦略」という）」において、輸出重点品目を定め、2021年12月には輸出重点品目の追加や輸出先国・地域での支援強化などの改定を行い、2030年の輸出額5兆円の達成を目標に官民一体となった取組をさらに進めていくこととしています。
- 一方で、県では、富県宮城の実現と震災からの復興を国際関連施策の面から推進するため国際関連の個別計画として、2017年に「みやぎ国際戦略プラン（第4期）」を策定し、「“MIYAGI”のグローバル化による富県宮城の実現」を基本理念に掲げ、海外を視野に入れた取組を展開するとともに、グローバル経済の促進と本県の国際的知名度の向上による富県宮城の実現を目指して取り組んできました。
- 「宮城県農林水産物等輸出促進戦略」は、「みやぎ国際戦略プラン」の個別計画として、国内の食品市場規模が縮小する見込みの中で、県内の農林水産業及び食品産業が発展するためには更なる輸出拡大が不可欠であることを踏まえ、2017年3月に策定されました。
- 今般、「みやぎ国際戦略プラン（第5期）」の策定に合わせて、本県の農林水産物・食品の現状を見直し、新たな課題に対応するものとして、「2022年度版 宮城県農林水産物・食品輸出促進戦略（以下「本戦略」という）」に改定します。

2 戦略の位置づけ

- 本戦略は「新・宮城の将来ビジョン」が掲げる「富県躍進！ “PROGRESS Miyagi”」の理念のもと、国際関連施策を総合的かつ計画的に推進するための計画である「みやぎ国際戦略プラン」の食品輸出関連分野の個別計画として位置付けております。

3 戦略期間

- 「みやぎ国際戦略プラン（第5期）」の計画期間と合わせて2022年度から2024年度までの3年間とします。

年度	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
新・宮城の将来ビジョン	10年間									
新ビジョン実施計画	前期4年				中期3年			後期3年		
みやぎ国際戦略プラン	第4期	第5期								
宮城県農林水産物・食品輸出促進戦略		戦略期間								

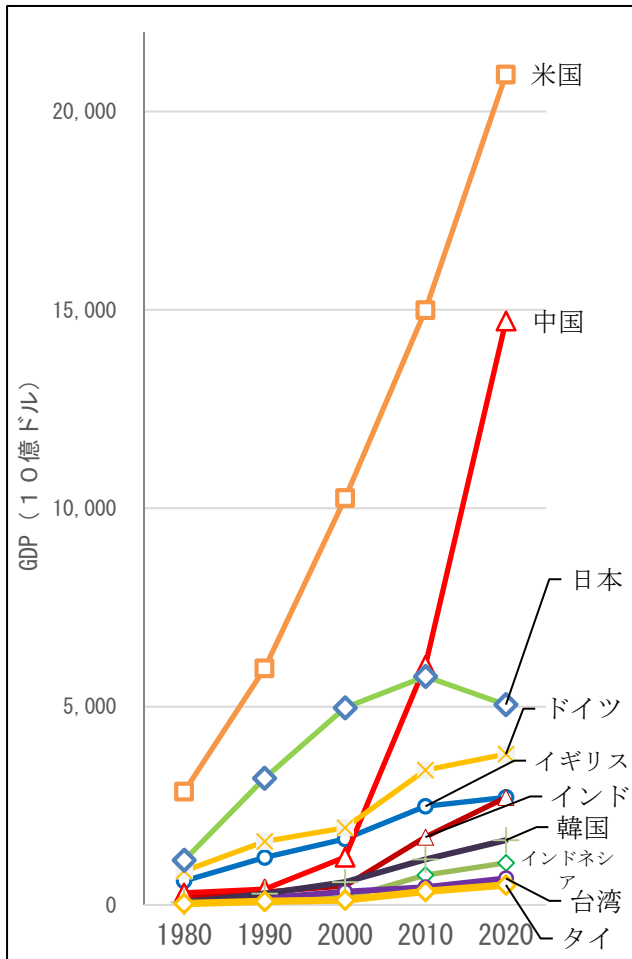
第2章 農林水産物・食品の輸出における現状と課題

1 輸出拡大に向けた世界情勢

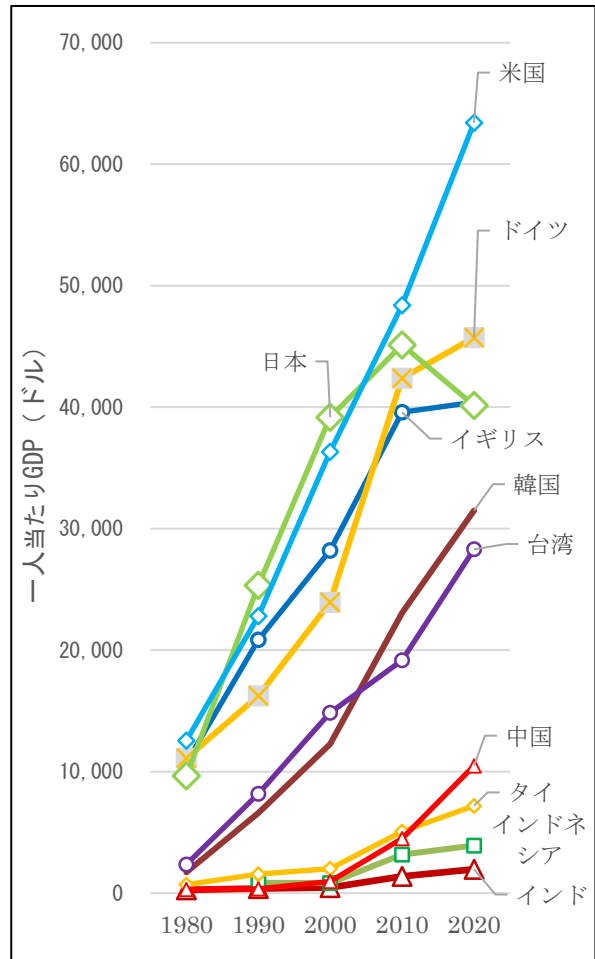
(1) 世界経済の動向

- 国際通貨基金（IMF）によれば、世界経済は新型コロナウイルス感染症の影響を受けつつも、成長を続けていく見通しです。
- 国の経済規模を示す各国のGDPのこれまでの推移を見ると、1990年代以降、米国、中国が成長を続ける中、日本は世界第3位に位置するものの、大きな増加がなく停滞気味と言えます。また、一人当たりGDPに関しては欧米諸国やアジア諸国が成長を維持しているのに対し、日本は減少傾向にあります。

【図1】各国のGDPの推移



【図2】各国の一人当たりGDPの推移

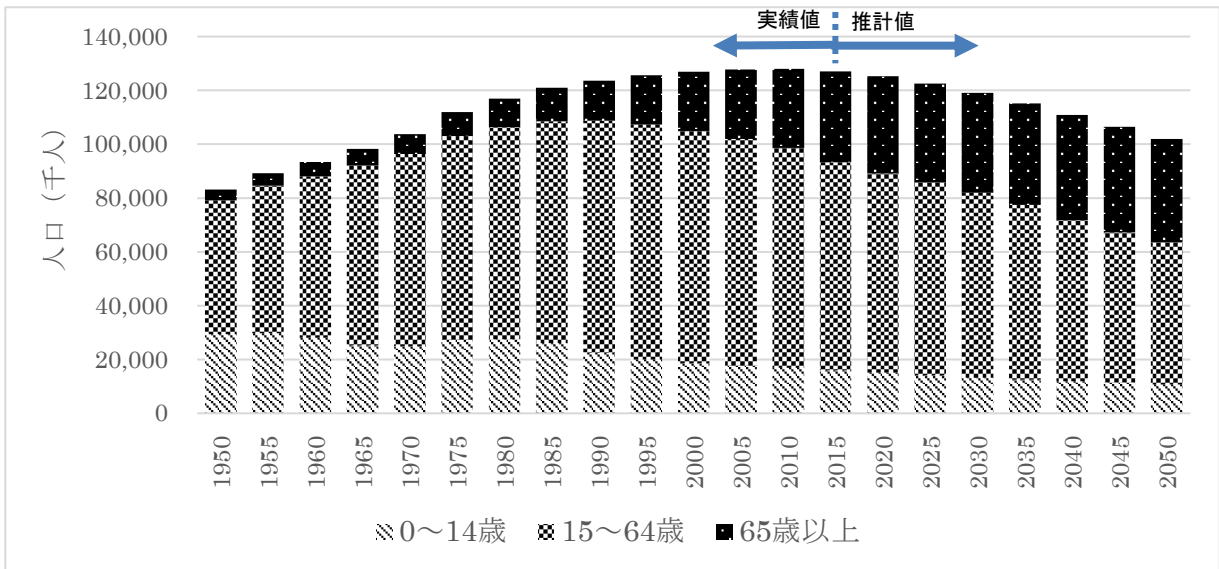


資料：「World Economic Outlook (April 2021)」 IMF

(2) 世界人口の見通し

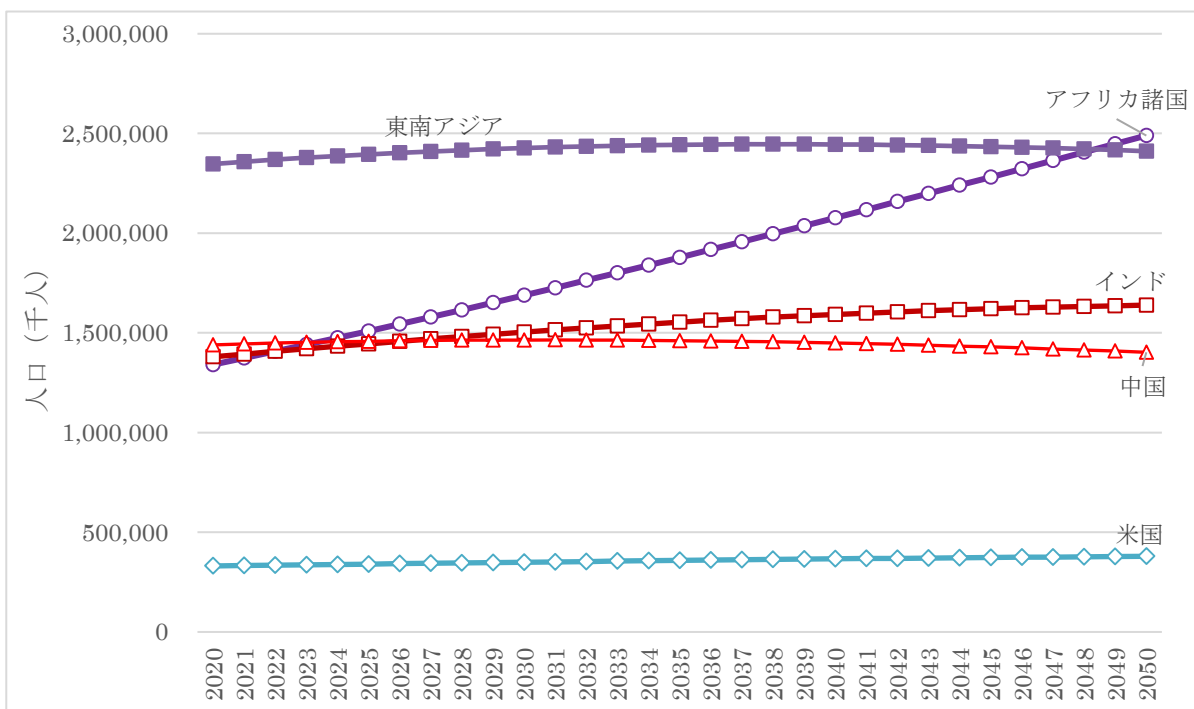
- 日本国内の人口は2010年を境に減少に転じており、今後減少の速度は加速していくことが見込まれております。
- 一方で、国連によれば、世界の人口は2050年には約100億人まで増加し、その増加分は主として新興国によるものと予測されます。これら新興国では、人口の増加により経済規模が拡大していくと考えられます。

【図3】日本の人口推移



資料：「国立社会保障・人口問題研究所『日本の将来推計人口（平成29年推計）』から作成

【図4】各国・地域の人口予測



資料：「World Population Prospects 2019」 国際連合

(3) 新型コロナウイルス感染症の影響とデジタル化の推進

- 2020年からの新型コロナウイルス感染症の世界的流行により、世界経済は未曾有の停滞にさらされました。多くの国々では、都市閉鎖や行動制限等、感染拡大防止のための経済活動の抑制を余儀なくされました。日本も例外ではなく、度重なる緊急事態宣言等の発令により、経済活動は大きく停滞しました。
- 一方で、海外とのオンライン商談が普及し、時間や場所にとらわれずに利用可能な電子商取引（EC）及びモバイル決済等の拡大により、企業や個人はオンライン環境を利用して海外とより容易に経済活動ができるようになりました。海外の成長力を直接的に取り込む手段や機会が多様化する中、国際的な競争環境への対応が必須となっており、デジタルトランスフォーメーション（DX）を加速させるとともに、バーチャル・リモート・タッチレスが前提となる新型コロナウイルス感染症収束後の社会を見すえた対応も必要となっています。

(4) 地球規模の問題への対応

- 地球温暖化の影響による各地での異常気象とそれに伴う災害の頻発により、温室効果ガスの排出量を減らす脱炭素社会への移行が世界的に進められています。
- 2015年のCOP21で採択されたパリ協定では、21世紀後半での二酸化炭素の排出実質ゼロを目指しています。2021年11月時点で約190の国と地域が参加しており、ゼロカーボン社会を目指す動きは世界共通となっています。
- 今後こうした新たな価値観は国際社会において活動する際に、あらゆる場面で前提とされ、理念の理解にとどまらず、具体的な行動・対応が求められていくと考えられます。特に、ビジネスの場において、SDGsへの対応が重要視され、SDGsへの貢献を前提としたビジネスモデルへの転換が求められています。

(5) 農林水産分野及び食品分野の知的財産の侵害・海外流出への対応

- 経済のグローバル化に伴い、農林水産物・食品を含む大量の物資が国境を越えて取引される中で、海外において日本産品の模倣品等が流通する事案や種苗が海外に持ち出され現地で生産されることにより日本産品と競合する事案、日本産品のブランド名・品種名が海外の別の品目として商標登録される事案などが発生しています。
- 農林水産分野及び食品分野の知的財産の侵害・海外流出は、本来得られるべき利益や権利が著しく損なわれたり、確保していた有力な海外市場を失うなど、日本産品のブランド価値が毀損されることにつながります。
- こうした状況に対応するためには、国を挙げての国際的な保護の推進が必要であるほか、信頼のおけるパートナーと知的財産権の利用契約を締結してライセンス収入につなげるなど、知的財産権を有効に活用していくことが求められています。

2 国の取組状況

- 国は、更なる輸出拡大に向けて、海外の国・地域との協議により輸出先国・地域や輸出可能となる農林水産物・食品の幅を広げるとともに、輸出先国・地域の規制等に適合した農林水産物・食品の生産を拡大していく必要があることから、2020年4月に「農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律（以下「輸出促進法」という）」を施行しました。
- また、これまでの輸出拡大の成果を踏まえ、「食料・農業・農村基本計画」（2020年3月31日閣議決定）及び「経済財政運営と改革の基本方針2020」・「成長戦略フォローアップ」（2020年7月17日閣議決定）において、2025年までに2兆円、2030年までに5兆円という輸出額目標を設定しています。
- この目標を実現するためには、これまでの国内市場依存型から海外市場で稼ぐ方向への転換を図り、海外が求めるスペック（量・価格・品質・規格）による製品の継続的生産や輸出するための商流開拓など、生産から現地販売までのバリューチェーン全体を、「プロダクトアウト」から「マーケットイン」へと徹底的な転換を図る必要があるとしました。この認識の下、農林水産事業者の利益拡大を実現するため、2020年11月に農林水産業・地域の活力創造本部において「輸出拡大実行戦略」が策定され、コメ、牛肉、いちご等を含む27品目を「輸出重点品目」として、品目ごとのターゲット国・地域や具体的な輸出目標額を定め、輸出拡大の取組を進めています。
- さらに、重点品目ごとに、その特性に応じて生産から販売に至る関係事業者を包括する品目団体や当該関係事業者が連携したコンソーシアムを組織し、これらの品目団体やコンソーシアムが主体となって生産から輸出に至るバリューチェーンを拡大し、ターゲット国・地域に関する情報収集や品目のブランディング、商談・販路開拓支援等に取り組むこととしました。
- こうした取組により、財務省「貿易統計」を基に農林水産省が作成している「国の農林水産物・食品輸出額の推移（図2）」において、2021年の農林水産物・食品の輸出額は初の1兆円を超え1兆2,385億円（前年比25.6%増）となりました。
- しかし、2025年の輸出目標2兆円の達成にはまだ遠く、より一層の輸出促進が求められることから、2021年12月に「輸出拡大実行戦略」を改定し、輸出重点品目を追加し輸出産地の育成・展開、輸出先国・地域における専門的・継続的な支援体制の強化などの取組を進めるとともに、輸出促進法を改正し、重点品目ごとの農林水産物・食品輸出促進団体（仮称）を認定する制度を創設し、品目団体での取組を推進していくこととしています。

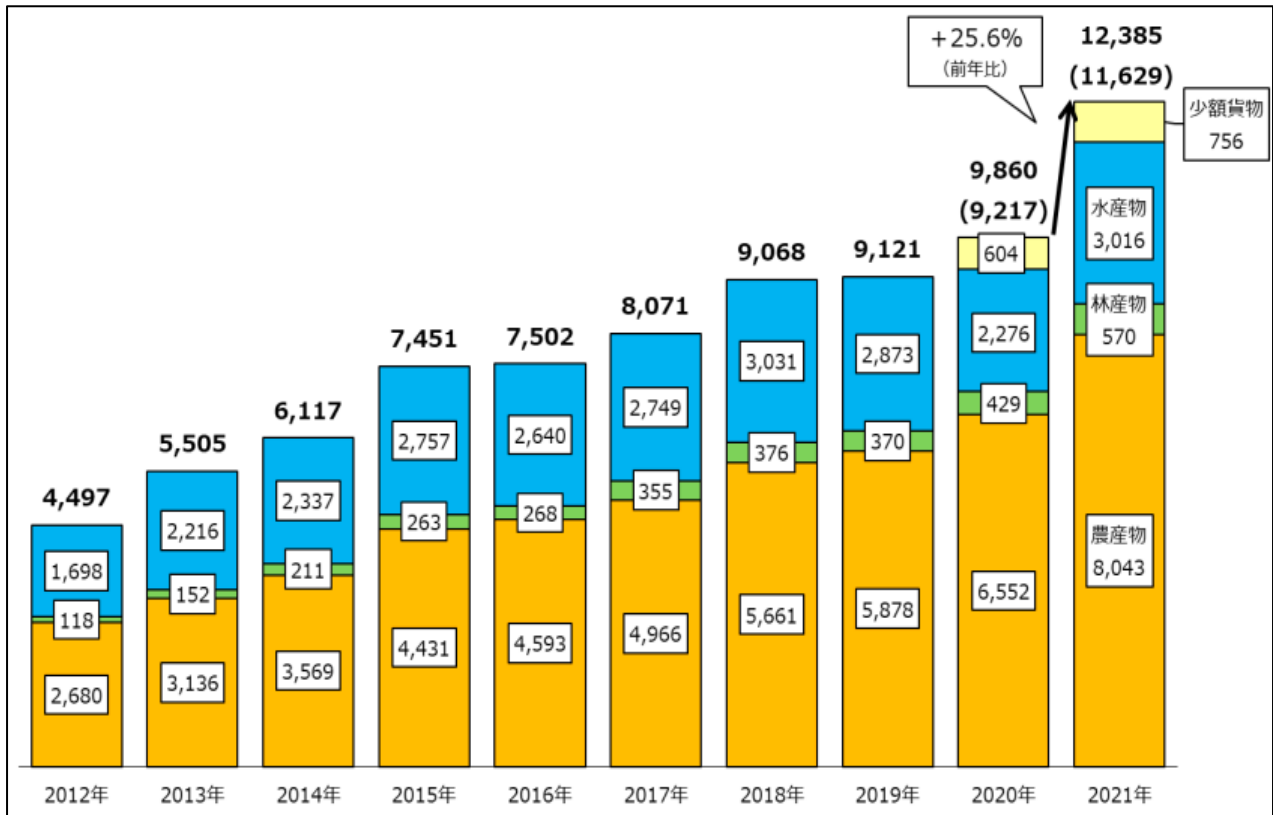
【図5】輸出拡大実行戦略における輸出重点品目

輸出重点品目と輸出目標額の設定	
海外で評価される日本の強みがあり輸出拡大の余地が大きい品目として、以下の28品目を重点品目に選定	
重点品目	海外で評価される日本の強み
牛肉	和牛として世界中で認められ、人気が高く、引き続き輸出の伸びに期待
豚肉	とんかつ、焼き鳥など日本の食文化とあわせて海外の日本ファンにアピールすることで、今後の輸出の伸びに期待
鶏肉	
鶏卵	半熟たまごが浸透し、生食できる卵としての品質が評価され、更なる輸出の伸びに期待。
牛乳・乳製品	香港や台湾で品質が高評価。アジアを中心に輸出の可能性。
果樹（りんご）	甘くて美味しく、見た目も良い日本の果実は海外でも人気
果樹（ぶどう）	
果樹（もも）	
果樹（かんきつ）	
果樹（柿・柿加工品）	
野菜（いちご）	
野菜（かんしょ等）	焼き芋がアジアで大人気。輸出が急増。
切り花	外国にはない品種に強み。輸出の伸び率が高い
茶	健康志向の高まりと日本文化の浸透とともに欧米を中心にせん茶、抹茶が普及
コメ・パックご飯・米粉及び米粉製品	冷めても美味しい等の日本産米は寿司やおにぎり等に向き、日本食の普及とともに拡大が可能
重点品目	海外で評価される日本の強み
製材	スギやヒノキは、日本式木造建築だけでなく、香りの癒しの効果も人気で、今後の輸出の伸びに期待
合板	合板の加工・利用技術は、日本の得意分野。日本式木造建築とともに、今後の輸出の伸びに期待。
ぶり	脂がのっている日本独自の魚種。近年、米国等への輸出額が増加。
たい	縁起のよい赤色は中華圏でも好まれる。活魚輸出の増加に期待。
ホタテ貝	高品質な日本産ホタテ貝は世界で高く評価。水産物では輸出額ナンバーワン。
真珠	真珠養殖は日本発祥。日本の生産・加工技術が国際的に高評価。
清涼飲料水	緑茶飲料など日本の味が人気となり、伸び率が高い
菓子	日本独自の発展を遂げ、他国にはない独創性。バラエティ豊かな商品とコンテンツの普及とともに海外で人気
ソース混合調味料	カレールウなど日本食の普及とともに日本を代表する味に成長。
味噌・醤油	日本が誇る発酵食品。和食文化の浸透とともに欧米・アジア地域で人気も上昇。
清酒（日本酒）	「SAKE」は日本食のみならず各国の料理に合う食中酒等として世界中で認知が拡大中。
ウイスキー	日本産品の品質が世界中でブランドとして定着。
本格焼酎・泡盛	原料の特徴を残すユニークな蒸留酒としての評価があり、今後の輸出拡大に期待。

資料：「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（2021年12月）」から作成

【図6】国の農林水産物・食品 輸出額の推移（速報値）

単位：億円



資料：財務省「貿易統計」を基に農林水産省が作成

3 県のこれまでの取組と課題

(1) これまでの取組

- 県では、日本食への関心が高く、植物検疫等の市場参入障壁が比較的低いと考えられる「香港」及び「台湾」を中心に、宮城県食品輸出促進協議会や独立行政法人日本貿易振興機構（以下「ジェトロ」という。）などと連携し、輸出セミナーの開催、海外バイヤー招へのほか、海外での商談会・見本市出展等に要する経費の助成、輸出基幹品目のプロモーションなどに取り組んできました。
- これまでの取組により、海外バイヤーとのネットワークが構築されたほか、事業者が主体的に「水産物」や「水産加工品」、「米」などの輸出に取り組む事例も生まれています。
- 2020年度から拡大した、新型コロナウイルス感染症は企業の経済活動においても様々な変化をもたらしており、海外渡航の制限によりオンライン商談が当たり前になったほか、時間や場所の制限なく利用できる電子商取引（EC）への関心も高まっています。
- 2020年度は、宮城県食品輸出促進協議会等と連携し、電子商取引（EC）による海外販路開拓をテーマとしたセミナー開催、海外バイヤー向けWEB商品カタログの制作、ジェトロ海外事務所と連携したサンプル展示・提供によるオンライン商談会開催等、社会情勢や企業活動の変化に対応した支援を積極的に展開しました。この結果、新たに香港向けに米や日本酒、鶏卵などの成約事例が生まれました。
- また、2021年度には、オンラインの活用などの新しい生活様式による取組が加速化してきたことから、2020年度の取組をさらに強化し、SNSや電子商取引（EC）販売等のデジタルコンテンツを活用したデジタルプロモーションと現地での試食会の開催といったリアルプロモーションを効果的に組み合わせた事業を実施し、さらなる輸出促進に努めました。

◆米の輸出事例【百農社（香港）の取組】

美里町中埠地区の複数の農業法人が生産した「ひとめぼれ」などを百農社（香港）に紹介。「ひとめぼれ」は2020年度米約20トン、2021年度米200トンの輸出成約となった。

百農社は香港での新ブランド「OMUSUBI」の立ち上げを発表。新ブランド対応の1号店で使用されるコメは美里町の「ひとめぼれ」であることが大々的に紹介された。



◆日本酒の輸出事例【MIYAGI STYLES の取組】

県内の酒蔵の多くが輸出促進に取り組む中で、海外でのブランド化や需要に応じたロットの確保、初期の商流構築段階での在庫リスクなどが課題となっていた。そこで、県内の8つの酒蔵と物流会社が連携し、在庫リスク軽減のために欧州地域にストックポイントを設置し、日本酒の特徴である「味・香り」によるカテゴリー分類とオリジナルの統一ラベルにより認知度向上を図り販売促進に取り組んだ。



(2) 課題

- 県が実施した事業者ヒアリングやアンケートによると、輸出に取り組んでいる事業者はまだ一部であり、輸出の取組が進んでいないほか、生産・製造サイドにはまだ「プロダクトアウト」の視点での取組が多いことや、実際に海外との取引を始めようとする際に、ロットの確保や温度管理等の流通面がボトルネックとなって、継続した取引にはつながりにくいといった課題が明らかとなっています。
- さらに、東日本大震災に伴う原発事故による輸入規制が一部の国でいまだ続いている中で、東京電力ホールディングス株式会社福島第一原子力発電所における多核種除去施設等処理水の処分に関する基本方針が決定され、更なる風評被害の発生が懸念されています。

課題A 輸出に取り組む事業者や産地を増やすことが必要

- 海外への輸出は、輸出先国・地域の輸入規制、市場の需要動向、通関を始めとする複雑な貿易関係手続き、輸出先国・地域における商習慣など、専門的な知識やノウハウが必要であり、事業者の取組状況に応じた個別の支援が求められています。

課題B 生産・製造サイドにおけるマーケットインの視点による取組が必要

- これまでの「プロダクトアウト」の取組から、海外バイヤーから寄せられる様々なニーズに的確に対応する「マーケットイン」の取組への徹底的な転換が必要となっています。

課題C 流通面でのボトルネックの解消が必要

- 農林水産物・食品の輸出においては、ロット確保・温度管理等の流通面がボトルネックとなることが多く、これらは個々の企業単位での解決が困難なため、輸出先国・地域や品目に合わせて生産・加工、流通、販売に関わる事業者が連携したバリューチェーンモデルを構築し、生産性の向上や流通の効率化を図ることが重要となります。

課題D 輸入規制撤廃に向けた働きかけが必要

- 東日本大震災に伴う原発事故による輸入規制がいまだに継続している国・地域もある中、多核種除去施設等処理水の処分をめぐる情報によって、近隣国からは様々な反応が出ており、輸入規制撤廃や風評被害の予防・対策に向けた取組が必要となっております。

第3章 輸出拡大に向けた目標と方向性

1 目指すべき姿の設定

(1) 目標

- 前章でまとめた世界情勢や国の取組状況、本県の現状・課題を踏まえて、本戦略では、本県の豊かな自然や環境が育んだ県産農林水産物や食品の魅力を活かし、生産・加工・流通・販売に取り組む事業者が、海外への農林水産物・食品の輸出により、今後も事業を継続していくとともに、産業全体として成長していくことを目指します。その実現に向けて次の3つの目標を設定します。

目標1 輸出に取り組む事業者の増加

- 農林漁業者及び食品製造業者等が、新たな販売先として海外市場を認識し、輸出は販路拡大のための一つのツールであるとの意識を醸成するとともに、県内事業者の先進(成功)事例が、他の事業者の輸出の取組を促進することにより、新たに輸出に挑戦する事業者が増加し、輸出拡大が進むこと。

目標2 輸出に取り組む事業者の利益拡大

- 県産農林水産物・食品の付加価値を高め、海外市場で求められるスペック(量・価格・品質・規格)で継続的に生産・輸出することにより、輸出の取組が、農林漁業者及び食品製造業者等の利益拡大に結び付くこと。

目標3 生産・加工・流通・販売の事業者連携によるバリューチェーンモデルの構築

- 物流の効率化を図るとともに、生産・加工・流通・販売における事業者連携によりバリューチェーンモデルが構築され、輸出品目の増大や新たな輸出先国・地域の開拓につながる。

(2) 目標指標

- 本戦略の推進にあたり取組の進捗状況等を把握するため、県の取組を通じた以下の目標指標を設定することとします。

目標1 輸出に取り組む事業者の増加

【数値目標】

- 海外販路開拓相談 100件以上/年
(コーディネーターによる相談件数)
- 海外ビジネスマッチング支援 40件以上/年
(県事業等を活用して商談等を行った件数)
- 輸出に取り組む県内企業の増加 3件以上/年
(事業者が今まで輸出したことがない国・地域において成約した件数)

目標2 輸出に取り組む事業者の利益拡大

【数値目標】

年度	指標	
2022年度	2022年度末までに、対象市場で新規に輸出につながった県産食品の数	計15商品以上
	上記県産食品に係る2022年度末までの輸出総額	計60,000千円以上
2023年度	2023年度末までに、対象市場で新規に輸出につながった県産食品の数	計20商品以上
	上記県産食品に係る2023年度末までの輸出総額	計80,000千円以上
2024年度	2024年度末までに、対象市場で新規に輸出につながった県産食品の数	計25商品以上
	上記県産食品に係る2024年度末までの輸出総額	計100,000千円以上

目標3 生産・加工・流通・販売の事業者連携によるバリューチェーンモデルの構築

【数値目標】

- バリューチェーンモデル構築 1件以上/年

2 施策の方向性

課題A 輸出に取り組む事業者や産地を増やすことが必要

- これまで、輸出セミナー開催による機運醸成、海外バイヤー招へいによる商談会等を実施し、事業者と海外バイヤーとのマッチング機会を提供してきましたが、県内には中小企業者が多く、社内で輸出担当者を確保することは難しいため、海外での需要動向、複雑な貿易実務や輸出規制などについての情報や輸出に関するノウハウが不足している状況です。
- 特に、最近では、海外でも新型コロナウイルス感染症の影響により市場のニーズや貿易の動向、消費者の購買行動、事業者との商談方法なども変化しており、状況把握が難しくなっています。

方向性1 輸出に取り組む事業者や産地の取組段階に合わせた支援の実施

- 輸出の取組を始めたが、なかなか上手くいかない事業者や新たに輸出に取り組んでみたいという事業者に対し、宮城県食品輸出促進協議会等と連携してスタートアップを重点的に支援します。
- 個々の事業者の取組段階・ニーズに応じたきめ細かなフォローアップにより、輸出に取り組む事業者を支援します。
- 海外バイヤーからのニーズに応じて、対応可能な県内事業者のマッチング支援を行います。
- 新型コロナウイルス感染症の影響により広がった、越境ECやオンライン商談等を活用した効果的なPR手法や商談方法等に関する知識の取得機会を提供します。

対応策①

- 宮城県食品輸出促進協議会やジェトロ等と連携したスタートアップ支援
- 「県産品販路開拓コーディネーター」による貿易実務等の個別相談実施
- 県が重点的に取り組む国・地域、品目でのマーケティング支援
- マーケットニーズに合わせた事業者の掘り起こし・マッチング支援
- 越境ECやオンライン商談等に関するセミナーの開催

課題B 生産・製造サイドにおけるマーケットインの視点による取組が必要

- 海外では県産農林水産物・食品への認知度が低く、日本人と異なる嗜好を持つ海外の消費者に求められる製品は限られてしまい、販路も日系・アジア系の外食産業や小売店に限定され、日本国内の他産地との競争も激しさを増しています。
- 海外バイヤーとのマッチングにおいても、海外市場で求められるスペック（量・価格・品質・規格）に応じることが難しいケースが多く、一時的な取引で終わってしまう事例が多く見受けられます。農林水産物・食品の輸出については、国内市場向け産品を輸出できる国だけに販売する「プロダクトアウト」から生産段階から海外市場のニーズを意識した「マーケットイン」への徹底的な転換が必要となっています。
- また、農林水産物・食品の輸出が拡大する一方で、海外で人気となった日本産品の模倣品が製造されたり、種苗が持ち出されて現地で生産される事例や、ブランド名・品種名の名称が海外の別の品目として商標登録されてしまい現地で使用できなくなる事案が発生しており、知的財産権の保護に向けた対応が必要です。

方向性2 海外で求められるスペックで専門的・継続的に生産・輸出する体制整備

- 海外市場で求められるスペック（量・価格・品質・規格）に合致する産品を専門的・継続的に生産する連携体制の構築を進めます。
- また、輸出先国・地域の衛生・検疫等の規制や規格基準に対応していない産品は輸出できないため、常に状況が変化する輸出先国・地域の規制情報を入手し事業者へのフィードバックを図るとともに、規制に対応した生産設備の導入、海外で求められる各種認証の取得支援など、海外での競争力の強化に向けた取組を支援します。
- 海外における農林水産物の知的財産流出防止に向けては、国の取組状況を把握するとともに、県の有力な品種や商品については、地理的表示（G I）登録による保護や海外における知的財産権の権利取得による保護について、関係機関と連携し検討を進めます。

対応策②

- 海外ニーズの把握と事業者へのフィードバック
- 海外ニーズに応じた商品のブラッシュアップからマッチング・商流構築までの伴走型による支援
- 海外市場で求められるスペック（量・価格・品質・規格）での生産体制構築に向けたグローバル産地の育成
- 相手国の求める農薬規制・衛生管理などに対応した生産・加工施設の整備促進
- 海外で求められる国際認証等の取得支援
- 海外知的財産権の情報把握と登録に向けた検討の推進

課題C 流通面でのボトルネックの解消が必要

- これまで実施してきた海外での現地商談会や海外バイヤー招へいによる商談会において、商談から成約に至る件数は決して多くはなく、成約に至っても長期取引に至らないケースが多く見受けられます。
- その理由としては、海外バイヤーが日本から食品等を輸入する際に、物流コスト削減のため、ロットの確保や多品目での取引を求められることが多い一方で、生産量や事業者ごとの取扱量が少ない品目では、物流コストがかかることによって現地での販売価格が割高となるため、取引が想定どおりに成立しないといった、流通面がボトルネックとなっている場合が多くあります。

方向性3 生産から海外現地販売までの事業者が連携した物流コスト低減等に向けた体制整備

- ターゲットとする国・地域に係る規制やニーズ等の情報を収集し、海外市場で求められる量・価格・品質・規格に応じた産品を生産・輸出し、商流を構築する体制整備が必要です。
- このため、ターゲットとする国・地域において、県産農林水産物・食品の輸出を拡大する上で、生産、加工、流通、現地販売の各段階でボトルネックとなっている構造的な課題を抽出し、その課題の解決に向けた体制整備を支援します。

対応策③

- 複数の生産者や生産から現地販売までの各事業者の連携体制構築
- 多品目による共同プロモーションや混載による物流コストの低減等により新たな商流の構築につなげるための取組支援

課題D 輸入規制撤廃に向けた働きかけが必要

- 東日本大震災の発生以前は、本県の多くの水産品・水産加工品が海外に輸出されていましたが、震災に伴う原発事故により、本県の食品等は諸外国・地域の輸入規制措置の対象となりました。その後、規制の撤廃や緩和を行う国などが出てきているものの、依然として有力な貿易相手国であった中国や韓国等は厳しい規制を継続しており、県産農林水産物・食品の海外での販路開拓を進めるに当たり、大きな支障となっています。
- また、国では東京電力ホールディングス株式会社福島第一原子力発電所における多核種除去施設処理水を2年程度の準備期間を経て海洋放出する方針を決定しました。人や環境への影響を評価・測定し、その安全性を確認するとともに、公衆や周辺環境、農林水産品の安全性を確保するとしておりますが、中国や韓国など、近隣の国からは多核種除去施設処理水放出に関して大きな反発を受けております。

方向性4 国への働きかけと情報の収集・発信

- 一日も早く輸入規制が解除されるとともに、多核種除去施設等処理水の処分に関する基本方針の決定に伴う風評被害対策を徹底するよう、国等に対して働きかけていきます。
- 県産農林水産物の放射性物質検査を的確に行い、その安全性を海外も含めて広く周知していきます。

対応策④

- 輸入規制撤廃に向けた取組や多核種除去施設等処理水の処分決定に伴う風評被害対策の徹底について国等へ積極的に働きかける
- 県産農林水産物の放射性物質検査の実施
- 県産農林水産物の安全性の情報発信

第4章 輸出基幹品目の設定と取組方針

1 輸出基幹品目の設定

- 2017年度版の「宮城県農林水産物等輸出促進戦略」では、生産状況（供給可能量）や海外市場での受入可能性などを勘案して、重点的に輸出支援を行う「輸出基幹品目」として「水産物」「米」「牛肉」「いちご」（いずれも加工品含む）を設定し、輸出ターゲットとなる国・地域に販路開拓を進めた結果、新たな販路・商流の構築が図られ、輸出の促進につながりました。
- 一方で、実際に海外市場から求められる品目は、ターゲットとする国・地域のマーケットや所得層ごとに嗜好性も異なり、現地の経済・社会情勢や文化、生活様式の影響を大きく受け、より細かく分類されます。また、海外からのニーズはあるものの生産体制の整備や輸入規制等への対応ができず、輸出が限定される品目もあります。
- こうした状況を踏まえるとともに、国の輸出拡大実行戦略で選定された輸出重点品目などを勘案し、本戦略では、日本酒を加えた5品目を輸出基幹品目として設定し、品目ごとの取組方針について見直しを図りました。
- また、ターゲット国・地域については、国際情勢や自然環境の変化、デジタル化の進展などによりめまぐるしく変化することから、本戦略内には定めず、海外ニーズを捉えながら柔軟に対応することとしました。
- なお、今回設定した輸出基幹品目以外についても輸出の促進を図るとともに、海外ニーズの変化等に併せて輸出基幹品目及び取組内容についても適宜見直すこととします。

輸出基幹品目

水産物	米	牛肉	いちご	日本酒
-----	---	----	-----	-----

海外から求められる品目は、ターゲットとする国・地域のマーケットや経済・社会情勢等により異なるため整理。

対象国・地域

国際情勢や自然環境の変化、デジタル化の進展などにより、海外情勢が変化することから、海外ニーズを捉えながら柔軟に対応。

2 輸出基幹品目の取組の方向性

(1) 水産物

輸出に向けた現状と課題

- 本県では世界三大漁場の三陸沖を有し、全国有数の漁港に多種多様な魚が水揚げされていますが、近年は漁獲量の減少や魚種の変化など、安定的な供給が難しくなりつつあります。また、サバ類やビンナガマグロなどを海外加工原料として輸出する割合が多く、付加価値を高めた加工品等の輸出はそれほど多くない状況です。
- カキなどの海面養殖業も盛んですが、海外ニーズに応じたスペック（量、価格、品質、規格）を満たすための生産体制が取られていない状況です。
- 県内産地魚市場や水産加工施設は、HACCPなどの衛生管理に対応した最新施設を導入していますが、海外輸出にあたっては高度衛生基準や輸出先国・地域に応じた規制等への対応を求められます。

取組方針

- 事業者も交えた部局横断型の「水産物輸出促進プロジェクト」として、海外からニーズが見込まれる品目や将来を見据えた有望な品目について、差別化を図るためのブランド化や付加価値の高い生産体制の整備に向けて検討を進めます。
- 安定的な供給が難しい天然水産物について、異なる魚種であっても加工方法を工夫することで水産加工品として安定的に輸出するための体制整備を進めます。
- 新たな輸出産地形成に向けて国が進める「グローバル産地づくり」の取組を支援するとともに、成功事例について横展開を図ります。
- HACCP等の高度衛生管理や国際認証など、輸出先国・地域に応じた衛生基準等の対応を一層推進します。

取組目標と内容

① 輸出促進に向けた品目のブランド化や付加価値の高い生産体制の整備

天然水産物は、漁獲が安定しない状況にあることから、海外ニーズにあった形で生産が可能な養殖水産物（カキ・ホヤ）について付加価値の高い生産体制の検討を進めるとともに、海外での積極的なプロモーションを実施します。また、今後輸出が有望とされる品目について検討を進めます。

② 事業者連携による天然水産物の安定供給や加工による付加価値の拡大

安定供給が難しい天然水産物については、事業者が連携し代替魚種による安定的な供給体制を整備するとともに、加工技術を活かして付加価値の高い加工品としての輸出拡大の取組を支援します。

③ グローバル産地の育成

継続して輸出するための産地形成に向けた取組を支援するとともに、すでにグローバル産地を形成している事業について、県内他産地に情報発信を行い、成功事例の横展開を図ります。

④ 輸出先国・地域別の規制対応や国際認証の取得支援

国庫補助事業を活用し、輸出先国・地域で求められるHACCP等の規制に対応するための施設整備を推進するとともに、国際認証の取得支援により販路の多角化を図ります。

(2) 米

輸出に向けた現状と課題

- 本県の米の輸出は、(1)JAグループによる大手卸と連携した大ロットの取組、(2)香港を中心としたおむすびチェーン向けの取組、(3)寿司店や和食専門店、スーパー・百貨店等向けの小ロットの取組が展開されています。
- 輸出用米は、国内米価以下の価格で取引されるケースや、タイ米やベトナム米等のインディカ種と競合するなど、輸出先国・地域での価格競争が激しい状況です。
- 国内の大手卸等が輸出事業者となっており、他県においても輸出を推進する動きが活発化する中で、国内産地間での競合が激しく、また、県内においても独自ルートで販路を開拓したJAの輸出は進んでいるものの、全体では伸び悩んでいます。
- 炊飯の手間が省ける「パックご飯」の輸出が注目されており、県内では民間事業者やJAグループが加工工場を整備し、輸出を拡大する動きが見られます。

取組方針

- JAグループと輸出事業者の連携を強化し、輸出先国・地域のニーズに合った米の生産体制を整備します。
- 輸出先国・地域での販路開拓、輸出事業者と生産者のマッチングを図ります。
- パックご飯等の新たな需要を創出し販路を拡大します。

取組目標と内容**① 大手卸業者との連携強化と現地ニーズに合った生産体制整備の促進**

JAグループによる取組は、輸出事業者である大手卸売業者の連携を強化するとともに、輸出事業者が把握した輸出先国・地域のニーズを踏まえ、生産者がニーズに合った生産に取り組める体制を整備します。

輸出先国・地域のニーズに応えるため、業務用多収品種の導入や低コスト栽培技術(直播栽培等)による低コスト化、SDGsを取り入れた差別化を図ります。

② 販路の多角化に向けた生産者の連携強化

ジェトロ海外事務所と連携したサンプル展示・提供による商談会等を活用した輸出先国・地域での販路開拓を進めるとともに、輸出事業者と生産者のマッチングを図ります。

③ パックご飯等、多彩なみやぎ米を活用した販路拡大

パックご飯等の手軽にみやぎ米を味わえる商品を充実させ、海外在住邦人をターゲットとした販売に加え、多彩な品種構成を活かした外国人向けの新たな食べ方を提案するなど需要を創出し販路を拡大します。

(3) 牛肉

輸出に向けた現状と課題

- 「仙台牛」は、主要銘柄で唯一、5等級に限定する厳しい格付け基準（肉質等級5かつ歩留等級A又はB）で、国内出荷頭数は年間約9,000頭と主要銘柄でもトップクラスですが、海外ではブランド力がまだまだ低い状況です。
- 牛肉の輸出に当たっては、輸出先国・地域の認定を取得したと畜場での処理が必要であり、県内のと畜場では、「タイ、マカオ、ベトナム」への輸出が可能ですが、日本からの輸出量の多い「米国、香港、台湾」へは県外のと畜場を経由した輸出となるため、輸出頭数が限られ、積極的なプロモーションは難しい状況です。
- 輸出向けは、ロイン系の高級部位のみニーズが高く、他の部位は輸出されず国内市場に出回っていることや、輸出先国・地域によっては県外のと畜場を経由せざるを得ないことがコスト高の要因となっています。

取組方針

- 県内のと畜場で認定を受けている「タイ、マカオ、ベトナム」に向けては、日本一厳しい基準をクリアした「仙台牛」の品質の高さを積極的にPRするとともに、輸出拡大に向けた現地プロモーションを推進します。
- 日本からの輸出量が多い「米国、香港、台湾」については、現時点では輸出頭数が限られることや輸送コストが高くなることから、インバウンド客などを対象に「仙台牛」を味わってもらえる機会を増やし、高級牛肉としてのブランド化の向上を図ります。
- 安定的な輸出体制の構築に向けて、関係事業者や仙台牛銘柄推進協議会と連携した商流構築を図るとともに、様々な部位の活用促進を図り、一頭買いによる効率的な輸出拡大を進めます。

取組目標と内容**① 「仙台牛」の認知度向上**

「仙台牛」の品質の高さを海外に向けて積極的にPRするとともに、現地の展示会や試食会を通じて積極的な販売プロモーションを実施します。

② インバウンドと連携した「仙台牛」のブランド価値の向上

食目的のインバウンド誘客に向けて、観光プロモーションと連携し、現地の旅行エージェントやインフルエンサー等を対象とした「仙台牛」試食会等を開催します。

③ 輸出体制の整備、販路の多角化

県内の食肉処理施設から輸出が出来ない国・地域（米国、香港、台湾）については、県外のと畜場経由での継続的な商流構築を図るとともに、その他の国・地域への輸出についても、仙台牛銘柄推進協議会と検討を進めます。

④ 一頭買い促進によるコスト低減

今まで輸出が進んでいない部位の販売促進に向けて、部位の特徴や調理方法等のプロモーションを実施します。

(4) いちご

輸出に向けた現状と課題

- 国の輸出拡大実行戦略では、いちごについて輸出額21億円(2019年)から、86億円(2025年)を目指して取り組むこととしており、当県では全国農業協同組合連合会宮城県本部(亘理町, 山元町)が実施主体として登録されています。
- いちごは本県で生産される園芸品目の中で農業産出額が最も大きい重要な品目であり、県では、2021年4月に策定した「みやぎ園芸特産振興戦略プラン」において、2018年度における産出額56億円を2030年度に100億円まで引き上げる目標を掲げ、生産振興に取り組んでいます。
- 東日本大震災による壊滅的な被害からの復興の中で大規模ないちご団地が形成され、国庫補助金を活用した輸出対応型施設等において輸出拡大を目指す事例も出てきているものの、近年、いちごの国内相場は安定しており、県産いちごについても国内需要が供給を上回る状態が続いています。
- 品質の高い日本のいちごの海外における評価は高く海外ニーズはあるものの、輸出向けロットの確保が難しい状況であり、ニーズに応えられないのが現状です。
- また、一部の生産者団体や農業法人が先行して輸出に取り組んでいるものの、輸送コストの高さや輸送ロスが発生、輸出先国・地域の植物検疫及び残留農薬基準への対応、通関手続きなどの煩雑さ等が障害となり、輸出量は拡大していない状況です。

取組方針

- 収益性の高い輸出ルートを構築するには、鮮度や品質の保持、安価で安定した輸送手段の確保、通関手続等に関するノウハウを有する輸出商社、輸出先国・地域での優良な販路を有する卸売業者との連携構築が不可欠であるため、これらの事業者を発掘し、小規模な輸出トライアルの実施を通じて、本県におけるいちごの高収益な輸出モデルを確立します。
- いちごの生産量を拡大する中で、輸出を希望する生産者を集約し、輸出モデルを活用した取引量の拡大を図りながら、高収益な輸出に対応した産地を育成します。
- 新たな品種について国内出願を行うとともに、主要な輸出先国・地域における品種登録出願を検討し、知的財産の侵害リスクが高い国・地域には積極的に出願を行います。

取組目標と内容**① 輸出トライアルの実施と高収益な輸出バリューチェーンの構築**

ジェトロ等の支援団体を活用して競争力が高い輸出商社や卸売業者を発掘し、県内の生産者団体や農業法人とマッチングして輸出トライアルを実施するとともに、補助事業による助成や専門家派遣によるブラッシュアップ等で支援しながら、国内販売以上に収益性が高いいちごの輸出バリューチェーンを構築します。

② 高収益な輸出に対応できる産地の確立

生産者団体、農業法人、商社等を核として生産者を集約し、輸出先国・地域が求める規格・品質のいちごをバイヤーが求めるロットで出荷できる産地を確立するとともに、国内における流通の合理化・効率化を進めます。

(5) 日本酒

輸出に向けた現状と課題

- 国の輸出拡大実行戦略では、日本酒について輸出額234.1億円(2019年)から、600億円(2025年)を目指して取り組むこととしており、当県では16産地が登録されています。
- 県内のいくつかの酒蔵が輸出で成果を上げている一方で、小規模の酒蔵の多くは今後輸出拡大を検討しているものの、海外ではまだまだ知名度で選ばれる傾向が強く、県内酒蔵が個別に行う販売プロモーションだけでは十分な成果が得られていない状況です。
- また、小規模な酒蔵は海外との初期の取引段階では、輸出のために生産体制を整えることが難しいため、海外需要に十分対応できていない現状です
- 海外バイヤー側は、現地商談時のサンプル提供などスピーディーな対応を求めてきますが、初期の段階ではどの程度売れるかという予測が難しいため、海外で売れるまでの在庫リスクが課題となっています。

取組方針

- 宮城県産日本酒の特徴をわかりやすく海外に伝え、海外市場の求める価値に商品をブラッシュアップし、魅力的な「宮城ブランド」として海外での認知度向上を図ります。
- 県内の酒蔵を連携させ、生産から流通、海外販売までをつなぎ、海外需要に応じた品質とロットの確保に向けたバリューチェーンモデルの構築を図ります。

取組目標と内容**① 魅力的な「宮城ブランド」確立による知名度向上**

宮城県酒造組合が提唱している日本酒の「味、香り」により、宮城の日本酒の特徴をわかりやすく海外へ伝えるとともに、現地の食とのペアリングを考慮したプロモーション実施します。このプロモーションを通じて、現地のニーズを把握、商品のブラッシュアップを図ることで、魅力的な「宮城ブランド」の確立を図ります。

② 酒蔵連携によるバリューチェーンモデルの構築

「宮城ブランド」の確立と合わせ、酒蔵が連携して海外ニーズに応じた物流の合理化・効率化を図り、収益性の高い日本酒のバリューチェーンモデル構築を推進します。






第5章 県の施策と支援体制の整備

- 県が主体的に実施する輸出促進のプロモーションや支援事業は次のとおりですが、各事業については、市場の動向や事業者ニーズに応じて必要な見直しを行います。
- また、本戦略の推進に当たっては、県庁内の農政部及び水産林政部との連携を図り、適宜輸出基幹品目ごとの戦略の見直しなどを行いながら進めていきます。

1 県支援策

取組段階	初 動 支 援			展 開 支 援		
	1 情報収集	2 ターゲットの 絞り込み	3 事業パートナーの 発掘・決定	4 トライアル 輸出の実施	5 プロモーションの 実施	6 継続取引

	取組の内容等	主担当 課・室	事業者の輸出の取組段階					
			初動支援			展開支援		
			1	2	3	4	5	6
1	県産食品海外ビジネスマッチングサポート事業 (輸出ビジネスサポート事業) <内容> ○ 宮城県食品輸出促進協議会と連携し事業者のレベルに応じた輸出セミナーの開催。 ○ 県産品販路開拓コーディネーターによる貿易実務等の個別相談の実施。	国際ビジネス推進室						
2	県産食品海外ビジネスマッチングサポート事業 (地域産品輸出促進助成事業) <内容> ○ 新規(新商品)で、県が重点的に取り組む国・地域、品目でのマーケティング支援。(補助率1/2以内, 上限500千円/者(900千円/グループ))	国際ビジネス推進室						
3	県産食品海外ビジネスマッチングサポート事業 (課題解決型輸出拡大バリューチェーンモデル構築事業(補助)) <内容> ○ 輸出拡大が期待される国・地域において、県産農林水産物・食品の輸出を拡大する上で、生産から現地販売までの事業者が連携し、物流面などのボトルネックとなっている構造的な課題を抽出し、新たな付加価値の高い物流と商流の形成に繋げるための取組みを支援。(補助率1/2以内, 上限2,000千円)	国際ビジネス推進室						

	取組の内容等	主担当 課・室	事業者の輸出の取組段階					
			初動支援			展開支援		
			1	2	3	4	5	6
4	欧米地域販路開拓事業 <内容> ○ 欧米地域の販路開拓に向けて、越境 EC 等と併せて現地プロモーションを実施するなど、リアルとデジタルを融合した効果的なマーケティング支援により欧米市場への販路開拓を促進。	国際ビジネス推進室						
5	東南アジア宮城県産品マーケティング支援等事業 (宮城県産食品マーケットイン型ハンズオン支援事業) <内容> ○ 現地のニーズを的確に捉え、ターゲット市場に対し、現地が求める商品を現地が求めるスペック(量・価格・品質・規格)で継続的に輸出するためのハンズオン支援を実施。	国際ビジネス推進室						
6	コメ海外販路開拓事業 <内容> ○ 米国の健康嗜好の富裕層をターゲットとして「金のいぶき」などの玄米食・玄米加工品(パックライス)の認知度向上による海外販路開拓を支援。	国際ビジネス推進室						
7	輸出基幹品目販路開拓事業 (ホヤ海外販路開拓事業) <内容> ○ 東日本大震災後の韓国の輸入規制により既存の販路を失ったホヤについて、海外でのプロモーションを通じて、新たな商流・販路の構築に向けた取組を実施。	国際ビジネス推進室						
8	グローバル産地づくり推進事業(国補助) <内容> ○ 海外市場のニーズ、需要に応じたロットの確保、相手国の求める農薬規制・衛生管理などに対応した生産・加工体制を構築するためのGFPグローバル産地計画の策定及び計画の実施体制の構築、事業効果の検証・改善等の取組について支援。	国際ビジネス推進室						

	取組の内容等	主担当 課・室	事業者の輸出の取組段階						
			初動支援			展開支援			
			1	2	3	4	5	6	
9	<p>HACCP 等対応施設整備支援事業（国補助） <内容> ○ 輸出先のニーズに対応した HACCP 等の基準を満たすために水産関係食品製造事業者等が実施する、施設の改修及び新設、機器の整備に対する取り組みについて支援。 （補助率 1/2 以内， 3/10 以内）</p>	水産業振興課		○	○				
10	<p>姉妹友好関係等を活用した海外販路開拓事業 <内容> ○ 2022 年度にデラウェア州と姉妹県州提携 25 年を迎えることから、これまで培われた姉妹友好関係等のネットワークを活用した県産品のプロモーション等を実施。 ○ 米国の南加州人会との関係を深化させるとともに、そのネットワークを活かしたイベント等の機会を活用し、県人会会員と連携して現地における「宮城」の認知語の向上を図るとともに、県産品の PR・商談等を実施。</p>	国際政策課			○	○	○	○	
11	<p>北米及び欧州における販路開拓・定着促進事業（米国シアトル都市圏及び有望地域における県産品プロモーション事業） <内容> ○ シアトル都市圏において県産品の定着を図るため、2021 年度に実施した小売店での物産展プロモーションの結果を踏まえ、バイヤーとの商談等を実施するとともに現地でのセールス等を実施。 ○ 県内事業者の進出実現の可能性が高い米国内のその他の有望地域において、現地調査、関係者の招聘等を実施。</p>	国際政策課				○	○	○	
12	<p>みやぎの食材バリューチェーン構築プロジェクト（喜ばれる商品づくり支援事業（補助）） <内容> ○ 県内の食品製造業者等が行う地域の食材等を活用したマーケットイン型の商品づくりを支援。（補助率 1/2 以内， 上限 1,500 千円/者， 持続可能社会向け商品づくり事業は上限 3,000 千円/者）</p>	食産業振興課		○					

	取組の内容等	主担当 課・室	事業者の輸出の取組段階					
			初動支援			展開支援		
			1	2	3	4	5	6
13	水産加工業経営課題解決サポート事業 <内容> ○ 水産加工業者の経営状況・課題を把握するための相談体制の強化と、支援機関等と連携した支援を実施。	水産業振興課	○					
14	水産加工品等の販路開拓強化支援事業（補助） 水産加工業者販路開拓支援事業（補助） <内容> ○ ジャパンインターナショナルシーフードショー及びシーフードショー大阪に宮城県ブースを設置するとともに、水産加工業者のブース出展を支援。（補助率 1/2 以内，上限 200 千円）	水産業振興課	○	○	○			○
15	持続可能なみやぎの養殖振興事業 （ASC/MSC/MEL 漁業認証支援事業） <内容> ○ 水産物の国際認証(MSC, ASC)および国内認証(MEL), 流通・加工の管理認証 (CoC)の取得に対する審査等に要する経費を支援。	水産業基盤整備課					○	○

輸出アンケート調査結果(2021年10月実施)

対象期間 2020年1月1日から12月31日まで
 調査依頼数 506社
 回答数 170社
 回答率 33.5%

1 輸出の取組について

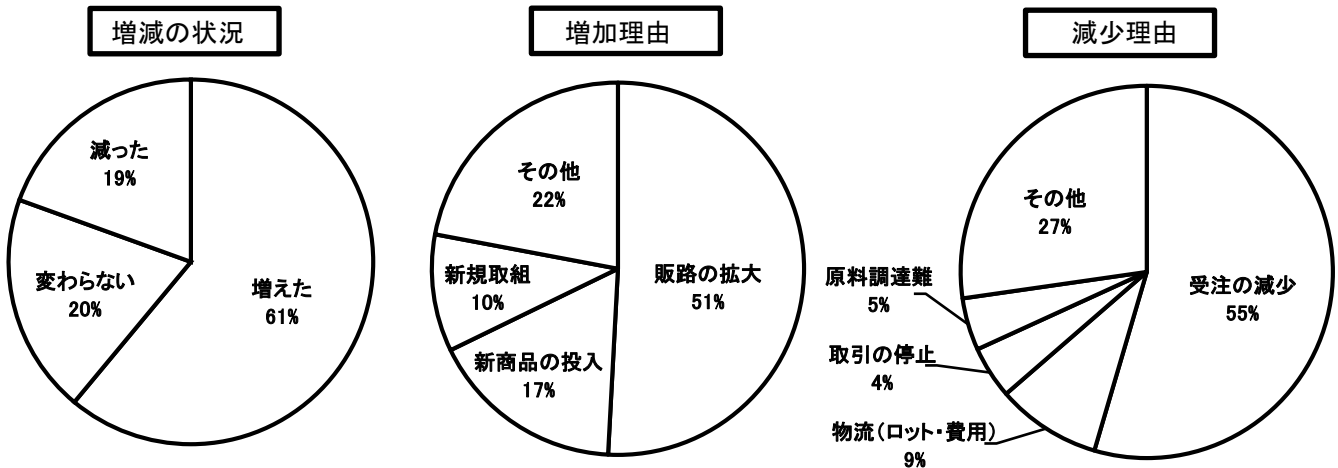
輸出をしている	77社 (内直接貿易5社, 間接貿易51社, 両方19社)
輸出をしていない	94社 (内過去にしていた14社, 過去にしていない43社)

2 輸出をしている品目及び国(地域)

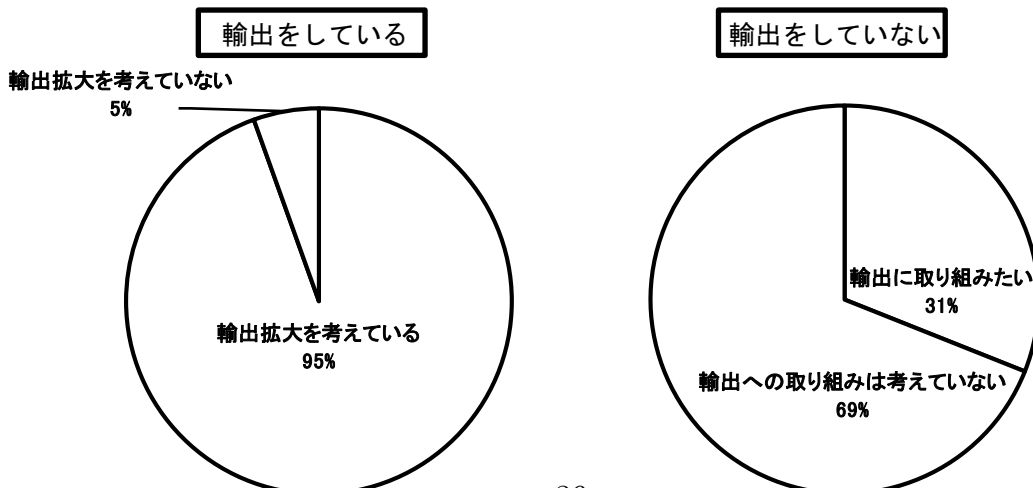
品目名	回答数	国または地域
水産物	37社	香港, アフリカ諸国, ベトナム, シンガポール
酒	16社	香港, シンガポール, アメリカ, 台湾
米	10社	香港, アメリカ, タイ, オーストラリア
その他(乾麺, 調味料等)	9社	タイ, 台湾, 香港, ベトナム
その他農産物	5社	香港, アメリカ, 台湾, ドバイ
いちご	4社	シンガポール, 香港, タイ
牛肉	4社	マカオ, フィリピン, 香港, ベトナム

※各品目については, その加工品を含む。

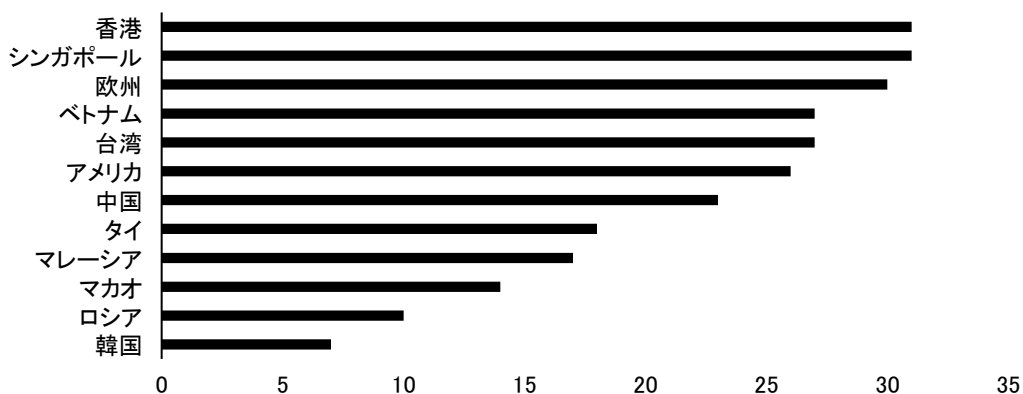
3 輸出をしている企業の2021年の輸出額の増減状況(前年比)



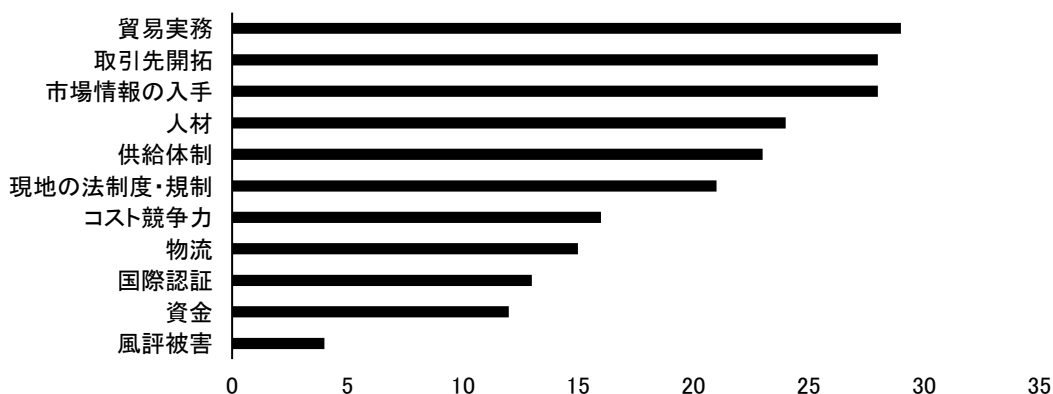
4 企業の今後の意向



5 輸出拡大を考えている企業が有望視する主な輸出国（地域）※複数回答あり。



6 輸出をしていない企業が輸出に取り組んでいない理由 ※複数回答あり。



7 県に望む輸出支援の取組（要望順3位までの回答を求め、1位3点、2位2点、3位1点を乗じ、合計。）

