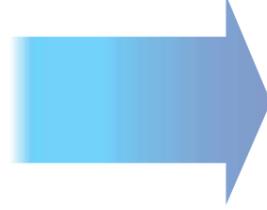


ア | 牛肉

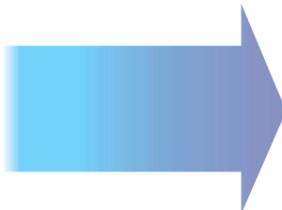
1. 国・地域別の施策方針

輸出相手国	区分	令和6年度(現状)		国・地域別の強み, 課題
		輸出量	輸出額	
米国	重点	703t	4,361百万円	<ul style="list-style-type: none"> 米国は世界有数の牛肉消費国であり、市場規模が大きく輸出は年々増加 サンフランシスコ・ラスベガスといった西部を中心に食品展示会への出展等により、県内事業者は商流を構築。また、ニューヨークなど東部の一部においても商流を構築 西部においては、日本産牛肉の認知度が向上するとともに、非ロイン系部位の利用も徐々に浸透 州別人口・経済規模ともに全米2位のテキサス州等の南部において、市場開拓の余地がある。
ASEAN諸国	重点	309t	1,886百万円	<ul style="list-style-type: none"> 本県からASEAN諸国に向けた輸出は年々増加傾向 シンガポールでは他国産、国内他県産との競合がある一方、タイやベトナム、フィリピンなどでは、和牛のニーズが高まっている。 多様な部位(ウデ・モモ等)のニーズがある。
台湾	重点	617t	3,255百万円	<ul style="list-style-type: none"> 日本へのインバウンドが増加し、富裕層だけでなく、一般消費者にも和牛のニーズがある。 輸入規制等が緩やかで、比較的輸出しやすく、他国産、国内他県産との競合がある。 フルセット(一頭買い)や、ロイン系以外の多様な部位(モモ・カタ等)のニーズがある。
EU等	重点	432t	3,998百万円	<ul style="list-style-type: none"> 近年、輸出が伸びているが、動物福祉、環境面に関心が高く、アニマルウェルフェアに即した対応が求められる。 農場からと畜場に搬入される牛をEU向けと他国向けとに明確に分けて繋留・と畜する必要があり、他国向け輸出に比べて牛の搬入・と畜が煩雑 EU向けに輸出される畜産物については、残留物質モニタリングの実施かつ、EUでの禁止薬剤を使用していないことを証明することが必要 日本産牛肉の輸出量は、ロインが約8割以上を占める(2024年度実績)。
香港	重点	531t	2,746百万円	<ul style="list-style-type: none"> 日本へのインバウンドが増加し、富裕層だけでなく、一般消費者にも和牛のニーズがある。 輸入規制等が緩やかで、比較的輸出しやすく、他国産、国内他県産との競合がある。 炒め物や火鍋料理、煮込み料理など様々な料理で利用されており、多様な部位のニーズがある。



施策方針	令和12年度(目標)
	輸出額
<ul style="list-style-type: none"> 食品展示会への出展、カット技術・調理方法の指導、バイヤー招へいなど、実需者に対する、きめ細やかなフォローアップを実施 西部やニューヨークなど販路のある地域において、販売指定店制度を推進し、指定店でのイベント活動等により、鹿児島和牛の認知度向上及び更なる輸出拡大を図る。 ロイン系以外のセカンダリ部位(モモ・カタ等)の需要が増えつつあることから、引き続きカット技術指導と合わせた販売促進活動を展開 南部は富裕層が多く、和牛の需要が見込めることから、これまで取引のあるバイヤー等との商流を生かして販路開拓に取り組む。 	7,150百万円
<ul style="list-style-type: none"> 販売指定店におけるフェア開催などのPR活動により、鹿児島和牛の更なる認知度向上と輸出拡大を図る。 食品展示会への出展やバイヤー招へい等による販路拡大に取り組む。 競合のあるシンガポールにおいては、和牛日本一を前面に出したプロモーションの展開等により、他国産、国内他県産との差別化を図り、シェアの維持・拡大を図る。 タイ、ベトナム、フィリピンといった大幅な需要拡大が見込まれる市場については、展示会や商談会への出展支援、積極的なセールス展開により、更なる販路開拓を図る。 販売指定店等に対し、多様な部位(ウデ、モモ等)の活用を提案し、フルセット(一頭買い)の取引を推進する。 	6,360百万円
<ul style="list-style-type: none"> 顧客の安定的な確保と販売強化のため、外食・小売り向けのサンプル提供やプロモーション活動を実施 販売指定店におけるフェア開催などのPR活動により、鹿児島和牛の更なる認知度向上と輸出拡大を図る。 食品展示会への出展やバイヤー招へい等による販路拡大に取り組む。 販売指定店等に対し、非ロイン系の多様な部位(ウデ、モモ等)の活用を提案し、フルセット(一頭買い)の取引を推進する。 	5,230百万円
<ul style="list-style-type: none"> 販売指定店におけるフェア開催などのPR活動により、鹿児島和牛の更なる認知度向上と輸出拡大を図る。 食品展示会への出展やバイヤー招へい等による販路拡大に取り組む。 生産者等に対する研修会の開催等により、アニマルウェルフェアについての理解醸成を図る。 EUの輸入規制への理解醸成を図り、EUへの供給体制を強化する。 引き続き、適切な残留物質モニタリングを実施 非ロイン系の多様な部位(ウデ、モモ等)の販売を推進 	4,140百万円
<ul style="list-style-type: none"> 顧客の安定的な確保と販売強化のため、外食・小売り向けのサンプル提供やプロモーション活動を実施 販売指定店におけるフェア開催などのPR活動により、鹿児島和牛の更なる認知度向上と輸出拡大を図る。 食品展示会への出展やバイヤー招へい等による販路拡大に取り組む。 販売指定店等に対し、多様な部位(ウデ、モモ等)の活用を提案し、フルセット(一頭買い)の取引を推進する。 	4,090百万円

輸出相手国	区分	令和6年度(現状)		国・地域別の強み, 課題
		輸出量	輸出額	
中国	重点	-	-	<ul style="list-style-type: none"> 令和7年7月に日本産牛肉の中国向け輸出再開の前提となる協定が発効され、今後、輸出認定施設の認定・登録に係る協議等が行われる予定となっているが、輸出再開の具体的な時期は不明。
中東地域(UAE等)	今後期待	-	-	<ul style="list-style-type: none"> 本県にハラール認定施設がなく、県外の認定施設への委託と畜に依存せざるを得ない状況 オーストラリア産和牛が流通しており、日本産和牛は高級品として認知されている。 日本食は一般家庭までには浸透していない。 日本食レストランは増加しつつある。
その他	-	125t	1,004百万円	-
合計	-	2,717t	17,250百万円	-



施策方針	令和12年度(目標)
	輸出額
<ul style="list-style-type: none"> 中国への牛肉輸出再開に向けた輸出認定施設・登録等に係る協議の加速化を国に要望する。 輸出再開を見据え、鹿児島和牛のPR活動を展開 	1,040百万円
<ul style="list-style-type: none"> 当面は県外のハラール認定施設を活用しつつ、県内におけるハラール認定施設の整備について関係事業者等と検討・協議を進める。 ハラール認定施設の新設等を検討する事業者が出てきた場合には、国庫補助事業の活用等の支援を実施 中東への輸出を志向する生産者等によるセールス活動や展示会・商談会への出展、プロモーション等の取組支援 現地パートナーと連携し、純日本料理に限らず高級多国籍料理をターゲットとして販路拡大を図る。 	410百万円
合計	30,000百万円

2. 輸出産地の育成・展開

現状課題
<ul style="list-style-type: none"> EU向け牛肉輸出においては、牛の一生涯にわたり、EU禁止薬剤の不使用や、森林減少に起因していないことを証明する必要があり、関係機関・団体による情報収集や生産者等への情報提供等の対応が必要



施策方針
<ul style="list-style-type: none"> EUの規制強化に関する情報収集及び生産者等への情報発信

3. 加工・流通施設の整備

現状課題
<ul style="list-style-type: none"> 県内のと畜場は7か所(令和7年3月末時点) 県内におけるハラール認定施設の整備はすぐには難しいため、当面、県外施設での委託と畜に依存せざるを得ない状況。



施策方針
<ul style="list-style-type: none"> 認定施設の新設等を検討する事業者が出てきた場合には、国庫補助事業の活用等の支援を実施 当面は県外のハラール認定施設を活用しつつ、県内におけるハラール認定施設の整備について関係事業者等と検討・協議を進める。

イ | 鶏肉(モミジ(鶏足)を含む)

1. 国・地域別の施策方針

輸出相手国	区分	令和6年度(現状)		国・地域別の強み, 課題
		輸出量	輸出額	
香港	重点	551t	192百万円	<ul style="list-style-type: none"> 香港の景気低迷により市況が悪い。 中国産等の安価な鶏肉が流入 日本産鶏肉のブランド価値を高める必要 唐揚げや焼き鳥などで需要のある日本食レストラン等をターゲットに販売を推進していく必要 高病原性鳥インフルエンザ(HPAI)の発生による輸出停止のリスクが増大
その他	-	-	-	-
合計		551t	192百万円	

施策方針	令和12年度(目標) 輸出額
<ul style="list-style-type: none"> 地理的優位性のある香港において、安心・安全な鶏肉のPRを展開していくことが必要 HPAI発生に対応するため、加工品への切り替えの実施を検討していく必要。 新たな輸出品としてHPAIの影響を受けない、加熱加工品や低温調理品のマーケット開拓 	250百万円
合計	20百万円 270百万円

2. 輸出産地の育成・展開

現状課題
<ul style="list-style-type: none"> 近年、国内及び県内においてHPAIが発生しており、発生した場合には、国内向け出荷が優先されることから、輸出が困難

施策方針
<ul style="list-style-type: none"> 安全で高品質な鶏肉の生産を推進するため、需要に即した生産の推進や飼養管理技術の改善による生産性の向上を図る。 養鶏経営の安定化を図るため、経営安定対策に係る積立金の助成を実施

3. 加工・流通施設の整備

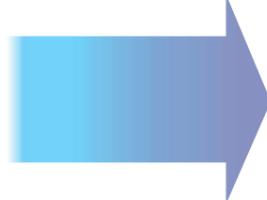
現状課題
<ul style="list-style-type: none"> 県内の鶏肉処理施設は15か所(令和7年3月現在) 鶏肉輸出は、賞味期限の問題等があり不利なため、加工設備の拡張が必要

施策方針
<ul style="list-style-type: none"> 安全で高品質な鶏肉の生産を推進するため、施設整備については国庫補助事業の活用等の支援を実施

ウ | 鶏卵

1. 国・地域別の施策方針

輸出相手国	区分	令和6年度(現状)		国・地域別の強み, 課題
		輸出量	輸出額	
香港	重点	449t	142百万円	<ul style="list-style-type: none"> 香港は鶏卵を生で食べる習慣がないが、最近ではインバウンドによる需要が上昇中 高病原性鳥インフルエンザ(HPAI)の発生による輸出停止のリスクが増大
合計		449t	142百万円	



施策方針	令和12年度(目標)
<ul style="list-style-type: none"> 地理的優位性のある香港において、安心・安全で生食できる鶏卵であることのPRを展開していくことが必要 現状維持の数量の確保 	340百万円
合計	340百万円

2. 輸出産地の育成・展開

現状課題
<ul style="list-style-type: none"> HPAIの発生を考慮すると、更なる積極的な輸出へ向けた動きが困難



施策方針
<ul style="list-style-type: none"> 安全で高品質な鶏卵の生産を推進するため、需要に即した生産の推進や飼養管理技術の改善による生産性の向上を図る。 養鶏経営の安定化を図るため、経営安定対策に係る積立金の助成を実施 世界的なHPAI発生状況を鑑みた場合、現行鶏卵の輸出停止基準の見直しを行い、安定した輸出が可能な体制を構築する事により、国・県が目指す農畜産物の輸出拡大体制を構築していくことが必要

3. 加工・流通施設の整備

現状課題
<ul style="list-style-type: none"> 県内の鶏卵処理施設は7か所(令和7年3月末時点)



施策方針
<ul style="list-style-type: none"> 安全で高品質な鶏卵の生産を推進するため、施設整備については国庫補助事業の活用等の支援を実施

エ | お茶

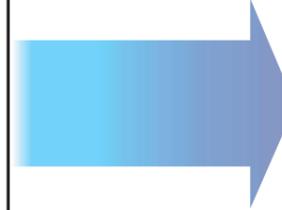
1. 国・地域別の施策方針

輸出相手国	区分	令和6年度(現状)		国・地域別の強み, 課題
		輸出量	輸出額	
米国	重点	3,246t	5,506百万円	<ul style="list-style-type: none"> 健康志向や日本食への高まり等を背景に大手カフェチェーン等では抹茶商品が定番化し、ラテなどの飲料やスイーツとしての需要が増加している。 抹茶の需要拡大に伴い、原料となるてん茶の生産拡大が必要である。 県内で抹茶を製造・販売する事業者が少ない。 現状、相互関税が0%に引き下げられたものの、引き続き注視が必要である。
EU等	重点	103t	472百万円	<ul style="list-style-type: none"> 米国と同様、健康志向や日本食への高まり等を背景に大手カフェチェーン等では抹茶商品が定番化し、ラテなどの飲料やスイーツとしての需要が増加している。 抹茶の需要拡大に伴い、原料となるてん茶の生産拡大が必要である。 県内で抹茶を製造・販売する事業者が少ない。 食の安全・安心に対する意識が高く、有機栽培茶に対する需要が高い。 有機認証が重要視され、有機栽培茶園の面積拡大が必要である。 環境への配慮(包装資材の脱プラスチック)が必要である。 品質を重視する傾向にあるイギリスやフランスなどでは、商品ができるまでのプロセスを理解したいというニーズが強い。
台湾	重点	350t	189百万円	<ul style="list-style-type: none"> ペットボトル入りの緑茶飲料の需要が拡大しており、安価なドリンク原料用の煎茶の需要が高い。 需要拡大に対応するため、台湾向け含めた複数の輸出先国に向けた防除体系への転換が必要
インド	今後期待	3t	15百万円	<ul style="list-style-type: none"> 緑茶製品はニッチセグメントであり、簡単に飲むことが可能なティーバッグなどを好む。 緑茶が健康に良いという認識が訴求していることから若者を中心に消費が増えている。 輸出に係る証明やライセンス等を取得することが必要



施策方針	令和12年度(目標)
	輸出額
<ul style="list-style-type: none"> 海外での需要が高い抹茶に適した品種「せいめい」の産地化に引き続き取り組む。また、「栽培・加工技術標準作業手順書(鹿児島版SOP(スタンダード・オペレーティング・プロシージャー))」を作成し、高品質で安定した生産を展開 抹茶加工事業者とてん茶の生産者がコンソーシアムを形成し、「かごしまの抹茶」として拡大する需要に対応できる生産体制及び直接輸出の拡大に向けた流通・販売体制を構築 現地デスクの設置による市場調査等への情報収集や輸出に必要なFDA(アメリカ食品医薬品局)への登録支援 	12,000百万円
<ul style="list-style-type: none"> 海外での需要が高い抹茶に適した品種「せいめい」の産地化に引き続き取り組む。また、「栽培・加工技術標準作業手順書(鹿児島版SOP(スタンダード・オペレーティング・プロシージャー))」を作成し、高品質で安定した生産を展開 輸出に関する専門的知識が豊富な現地パートナー人材を確保、現地デスクとして配置し、現地ニーズの把握やバイヤーへのPRなど輸出サポート体制の構築 抹茶加工事業者とてん茶の生産者がコンソーシアムを形成し、「かごしまの抹茶」として拡大する需要に対応できる生産体制及び直接輸出の拡大に向けた流通・販売体制を構築 輸出業者と生産者とのコンソーシアムを形成し、有機栽培茶の拡大する需要に対応できる生産体制を構築 有機JAS認証取得による有機栽培面積の面積拡大の支援 有機茶栽培の課題となる除草などについて、省力機械(乗用型除草機等)導入による労働力負担軽減 包装及び包装廃棄物に関する規制(PPWR)等への対応 品質のみならず「かごしま茶」を育む風土や生産者のこだわりといったストーリー性の紹介 	1,500百万円
<ul style="list-style-type: none"> 県茶市場における台湾向け取引体制の構築(継続中) 拡大する需要に対応するため、台湾を含め複数の輸出先国に対応できる防除体系の転換を支援 	750百万円
<ul style="list-style-type: none"> 高所得者層を中心に緑茶に対する認知度向上 インドへの輸出に必要な認証やライセンス等の精査 	45百万円

輸出相手国	区分	令和6年度(現状)		国・地域別の強み, 課題
		輸出量	輸出額	
中東地域 (UAE等)	今後期待	0.6t	4百万円	<ul style="list-style-type: none"> 本県の重点市場であるEUとも距離が近く、人や物が集まる中東のハブであり、外国人も多く、国が輸出支援拠点を設置するなど、背後の市場への波及も期待できる。 現地の取引においては、ハラール認証を求められる場合がある。 カフェやレストランでも抹茶を使用したメニューが浸透しつつある。 小売店を含め中国産の「抹茶」が広く流通している。日本産の抹茶に対しては富裕層を中心に高い需要が見込まれる。
その他	—	71.4t	152百万円	<ul style="list-style-type: none"> 重点地域以外の各国からも抹茶を中心に需要がある。 輸出先国に対応した防除体系への転換が必要
合計		3,774t	6,338百万円	



施策方針	令和12年度(目標)
	輸出額
<ul style="list-style-type: none"> 海外での需要が高い抹茶に適した品種「せいめい」の産地化に引き続き取り組む。また、「栽培・加工技術標準作業手順書(鹿児島版SOP(スタンダード・オペレーティング・プロシージャー))」を作成し、高品質で安定した生産を展開 抹茶加工事業者とてん茶の生産者がコンソーシアムを形成し、「かごしまの抹茶」として拡大する需要に対応できる生産体制及び直接輸出の拡大に向けた流通・販売体制を構築 必要に応じたハラール認証等の取得支援 	24百万円
<ul style="list-style-type: none"> 現地パートナーと連携し、純日本料理に限らず高級多国籍料理をターゲットとして販路拡大を図る。 中東への輸出を志向する生産者等によるセールス活動や展示会・商談会への出展、プロモーション等の取組支援 県農林水産物輸出用統一ロゴマーク等の活用による中国産「抹茶」との差別化 	681百万円
合計	15,000百万円

2. 輸出産地の育成・展開

現状課題
<ul style="list-style-type: none"> 輸出先国・地域のニーズに対応した生産体制の構築 商品ができるまでの生産プロセスへのニーズへの対応



施策方針
<ul style="list-style-type: none"> 病害虫に強い品種への新植・改植に加え、輸出先国の食品安全基準に対応した防除体系や、有機栽培への転換支援 「かごしま茶」を育む風土や生産者のこだわりといったストーリー性の紹介

3. 加工・流通施設の整備

現状課題
<ul style="list-style-type: none"> 海外における抹茶の需要拡大に対応するための施設整備 包装材等の食品関連規制

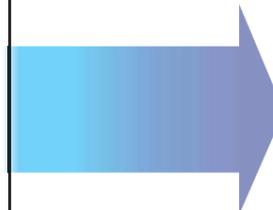


施策方針
<ul style="list-style-type: none"> 抹茶や原料となるてん茶の加工施設等の整備の支援 包装及び包装廃棄物に関する規制(P.P.W.R)等への対応

オ | さつまいも

1. 国・地域別の施策方針

輸出相手国	区分	令和6年度(現状)		国・地域別の強み, 課題
		輸出量	輸出額	
ASEAN諸国	重点	1,023t	470百万円	(共通) ・ 現地では焼き芋需要が大きく、Sサイズでも人気 (シンガポール) ・ 安定した市場として定着しつつある。 ・ 輸入規制等が緩やかで、比較的輸出しやすく、低価格の近隣産、国内他県産との競争が激しい。 ・ 有機栽培のさつまいもについて、新たなニーズがある。 (タイ) ・ 現地小売店では焼き芋が人気であり、今後も需要の伸びが期待されている。 ・ 植物防疫上、植物検疫証明書が必要なほか、選別・梱包施設の事前登録が必要 ・ 現地産・国内他県産のさつまいもとの競争がある。 (マレーシア) ・ 輸入規制等が緩く、本県からの輸出量が伸びている。 ・ 有機栽培のさつまいもについて、新たなニーズがある。 ・ 現地産・国内他県産との競争がある。
香港	重点	830t	297百万円	・ 高品質・安全性を重視する傾向が強く、日本産食品への信頼度が高い香港の消費者に本県産のさつまいもは人気。特に焼き芋需要が大きく、本県からのさつまいも輸出量・額とも最も多い。 ・ 輸入規制等が緩やかで輸出しやすく、低価格の近隣産、国内外の他産地との競争が激しい。
米国	重点	109t	66百万円	・ 令和6年度から米国のグアム向けに本格的なさつまいもの輸出を開始。安定した市場として定着しつつある。 ・ 米国本土向けには、青果のさつまいもの輸出が認められておらず、冷凍焼き芋など加工品が輸出されている。 ・ 青果のさつまいもの輸出解禁に向けて、2国間協議が進められている。



施策方針	令和12年度(目標)
	輸出額
(共通) ・ 現地小売店等や生産者等と緊密に連携し、現地ニーズにきめ細やかに対応することで、安定した市場として定着を図る。 ・ 日本産食品に親和性の高い客層をターゲットとして、安心・安全で高品質な本県産さつまいもを積極的にPRするとともに、新たな食べ方等を提案し、更なる需要を創出 ・ パイヤー招へいや商談機会の創出等による新たな販路開拓 (シンガポール) ・ 長年にわたる輸出実績と現地小売店等との関係を活用し、現地ニーズを更に増やすためのフェアやPR等を実施 ・ 現地の新たなニーズに対応した有機栽培のさつまいもや品種の豊富なラインナップを前面に出した売り込みにより、近隣産・国内他県産との差別化を図る。 (タイ) ・ 現地小売店等と連携したフェアの開催等による認知度向上及び販路拡大 ・ 輸入規制等に対応できる生産者等の育成、産地づくりを推進 ・ 安定した量・品質、サイズと品種の豊富なラインナップなどを前面に出した売り込みにより現地産・国内他県産との差別化を図る。 (マレーシア) ・ 現地小売店等と連携したフェアの開催等による認知度向上・販路の拡大を図る。 ・ 現地の新たなニーズに対応した有機栽培のさつまいもや品種の豊富なラインナップを前面に出した売り込みにより、現地産・国内他県産との差別化を図る。	850百万円
・ 長年にわたる輸出実績と現地小売店等との関係を活用し、現地ニーズを更に増やすためのフェアやPR等を実施 ・ 新たな食べ方等を提案し、更なる需要を創出 ・ 安定した量・品質、サイズと品種の豊富なラインナップなどを前面に出した売り込みにより近隣産・国内他県産との差別化を図る。 ・ パイヤー招へいや商談機会の創出等による新たな販路の開拓	575百万円
・ グアムについては、現地小売店や生産者等を緊密に連携し、現地ニーズにきめ細やかに対応するとともに、新たな食べ方等を提案し、更なる需要を創出 ・ 本土向けには、加工品の輸出を推進するとともに、青果のさつまいもの輸出解禁について、米国との協議の迅速化を国に要望(さつまいもに対する潜在的な需要・市場可能性を調査)	100百万円

輸出相手国	区分	令和6年度(現状)		国・地域別の強み, 課題
		輸出量	輸出額	
台湾	重点	24t	14百万円	<ul style="list-style-type: none"> 現地でのフェアの継続開催等により, 本県産さつまいもの認知度が向上しつつあり, 需要も高まりつつある。 本県の多様なさつまいもの品種が評価されている。 現地産・国内他県産との競合がある。 輸入規制が比較的厳しく, 植物検疫, 表示規制, 残留農薬検査, 原産地表示等の要件をクリアする必要がある。
中東地域(UAE等)	今後期待	—	—	<ul style="list-style-type: none"> 海上輸送のリードタイムが長く, 鮮度維持が課題 現地ニーズや商流等を把握する必要がある。 植物検疫証明書や輸入許可証が必要である。 加工品はハラール表示が選好される傾向がある。
インド	今後期待	—	—	<ul style="list-style-type: none"> 検疫条件を設定していないため, 青果用さつまいもの輸出が認められていない。
合計		1,986t	847百万円	

施策方針	令和12年度(目標)
	輸出額
<ul style="list-style-type: none"> 現地小売店等や生産者等と緊密に連携し, 現地ニーズ(需要があるサイズ, 品種, パッケージなど)にきめ細やかに対応できるよう支援 安定した量・品質, サイズと品種の豊富なラインナップなどを前面に出した売り込みにより現地産・国内他県産との差別化を図る。 輸入規制に対応できる生産者の育成, 産地づくりを推進 	24百万円
<ul style="list-style-type: none"> 現地ニーズ・商流等の調査により青果用さつまいもの輸出可能性を探るとともに, まずは低次加工品の輸出に向けて, 商談機会の創出やハラール認証の取得支援, トライアル輸出を検討する。 輸入規制に対応できる生産者の育成, 産地づくりを推進 	5百万円
<ul style="list-style-type: none"> 低次加工品の輸出可能性を探るとともに, 低次加工品の輸出に意欲的な事業者等の掘り起こしを行う。 	1百万円
合計	1,555百万円

2. 輸出産地の育成・展開

現状課題
<ul style="list-style-type: none"> 輸出に意欲的に取り組む生産者の確保及び産地づくり ニーズの高い有機栽培のさつまいもの生産者及び生産量の確保 新たな品種の展開(現在の主要品種は「べにはるか」) 安定した品質と量の確保 輸送時等の腐敗ロスの低減

施策方針
<ul style="list-style-type: none"> 輸出セミナーの開催や, 輸出を希望する事業者への伴走支援を通じて, 新たな輸出産地の掘り起こしを推進 さつまいもほ場の有機転換に意欲のある生産者等の取組への支援 現在生産されている品種に対する海外ニーズの確認及び輸出に向けた生産拡大 輸出に向け安定した品質・量を確保するため, 基腐病抵抗性, 加工適性を有する品種の開発・普及や, 輸出先国の農業基準等に対応した防除暦の作成を推進 輸送時の腐敗防止技術の普及やキュアリング(高温・高湿条件下で処理し, さつまいも表面の傷をコルク化させ直す処理)施設等の整備を推進

3. 加工・流通施設の整備

現状課題
<ul style="list-style-type: none"> さつまいもの洗浄及び腐敗対策としてキュアリングが必要 輸出先国によっては, 選果・こん包施設が従うべき基準や施設登録が必要

施策方針
<ul style="list-style-type: none"> 洗浄機械の導入やキュアリング施設整備の推進 輸出先国の規制に対応した選果・こん包施設整備の推進

カ | 柑橘(きんかん・大将季等)

1. 国・地域別の施策方針

輸出相手国	区分	令和6年度(現状)		国・地域別の強み, 課題
		輸出量	輸出額	
香港	重点	22.1t	19.3百万円	<ul style="list-style-type: none"> 日本産食品の品質・安全性への信頼が高く、市場として定着している。 本県産のきんかんは、大玉で甘く、色味が良いことから、縁起物・贈答品として人気がある。 本県の特産ある柑橘(不知火)である大将季も、現地での需要が期待されている。 糖度があり、酸味がなく見た目も美しい「せとか」という品種が人気であり、大将季の競合となっている。きんかんについても国内他県産との競合がある。
ASEAN諸国	重点	5.8t	5.6百万円	<p>(シンガポール)</p> <ul style="list-style-type: none"> 中華系の多いシンガポールでは、香港・台湾と同様にきんかんの人気があり、大将季についても一定の需要がある。 シンガポールは所得水準が高く品質志向が強い市場であり、高品質な本県産の柑橘への親和性が高いと見込まれる。 きんかんについては国内他県産との競合がある。 <p>(マレーシア)</p> <ul style="list-style-type: none"> マレーシアについては、本県産きんかん・大将季の輸出も始まっている。 中華系が多い国であり、香港・台湾で人気のきんかんの需要が期待できる。 きんかんについては国内他県産との競合が見込まれる。
台湾	重点	0.8t	1.1百万円	<ul style="list-style-type: none"> 本県産のきんかんは、大玉で甘く、色味が良いことから、縁起物・贈答品として需要がある。 現地でのフェアの継続開催等により、本県産きんかんの認知度が向上しつつあり、需要も高まりつつある。 台湾への輸出に意欲的に取り組んでいる産地がある。 輸入規制が比較的厳しく、植物検疫、表示規制、残留農薬検査、原産地表示などの要件をクリアする必要がある。 きんかんについては国内他県産との競合がある。
中東地域(UAE等)	今後期待	—	—	<ul style="list-style-type: none"> 海上輸送のリードタイムが長く、鮮度維持が課題 現地ニーズや商流等を把握する必要がある。 植物検疫証明書や輸入許可証が必要である。 加工品はハラール表示が選好される傾向がある。
インド	今後期待	—	—	<ul style="list-style-type: none"> 検疫条件を設定していないため、柑橘の輸出が認められていない。
その他	—	0.1t	0.1百万円	—
合計		28.6t	26.0百万円	



施策方針	令和12年度(目標)
	輸出額
<ul style="list-style-type: none"> 現地小売店等や生産者等と緊密に連携し、現地ニーズにきめ細やかに対応 日本産食品に親和性の高い客層をターゲットとして、春節等の贈答品需要の取り込みのためのPRを積極的に展開 現地フェア等において、きんかん及び大将季を積極的にPRし、認知度向上及び安定した需要の確保に取り組む。 安定した量・品質、サイズを前面に出した売り込みにより国内他県産との差別化を図る。 	36百万円
<p>(シンガポール)</p> <ul style="list-style-type: none"> 現地小売店等や生産者等と緊密に連携し、現地ニーズにきめ細やかに対応 日本産食品に親和性の高い客層をターゲットとして、春節等の贈答品需要の取り込みのためのPRを積極的に展開 現地フェア等において、きんかん及び大将季を積極的にPRし、認知度向上及び需要の確保に取り組む。 安定した量・品質、サイズを前面に出した売り込みにより国内他県産との差別化を図る。 <p>(マレーシア)</p> <ul style="list-style-type: none"> 現地小売店等や生産者等と緊密に連携し、バイヤー招へいやフェア等の開催を通じて、本県産きんかん・大将季の需要拡大を図る。 安定した量・品質、サイズを前面に出した売り込みにより国内他県産との差別化を図る。 	8.5百万円
<ul style="list-style-type: none"> 現地小売店等や生産者等と緊密に連携し、現地ニーズにきめ細やかに対応 日本産食品に親和性の高い客層をターゲットとして、春節等の贈答品需要の取り込みのためのPRを積極的に展開 現地フェア等において、きんかんと並んで大将季を積極的にPRし、安定した需要の確保に取り組む。 引き続き、残留農薬基準などに対応した防除暦の作成・普及、輸入規制等に対応できる生産者の育成、産地づくりを推進 安定した量・品質、サイズを前面に出した売り込みにより国内他県産との差別化を図る。 	7百万円
<ul style="list-style-type: none"> 現地ニーズ・商流等の調査により輸出可能性を探るとともに、まずは低次加工品の輸出に向けて、商談機会の創出やハラール認証の取得支援、トライアル輸出を検討する。 輸入規制に対応できる生産者の育成、産地づくりを推進 	1百万円
<ul style="list-style-type: none"> 低次加工品の輸出可能性を探るとともに、低次加工品の輸出に意欲的な事業者等の掘り起こしを行う。 	1百万円
合計	54百万円

2. 輸出産地の育成・展開

現状課題
<ul style="list-style-type: none"> 輸出に意欲的に取り組む生産者の確保及び産地づくり きんかんについては、海外からの需要に対応できる安定した品質・量の確保が必要 輸入規制の厳しい輸出先国・地域向けに対応できる生産者が限られており、輸出拡大に向けた生産者の育成・産地づくりが必要



施策方針
<ul style="list-style-type: none"> 輸出セミナーの開催や、輸出を希望する事業者への伴走支援を通じて、新たな輸出産地の掘り起こしを推進 輸指向けの品質及び量の確保を図るため、きんかんや大将季の輸出に意欲的に取り組む生産者の掘り起こし・育成 輸入規制の厳しい輸出先国・地域に対応した防除暦の作成や栽培技術向上のための検討会の開催、残留農薬検査の実施など、生産者の育成や産地づくりを推進

3. 加工・流通施設の整備

現状課題
<ul style="list-style-type: none"> 柑橘は贈答用としての需要が高いことから、輸出先国が求める梱包資材のデザインや、長期輸送に耐える資材作成等の対応が必要 国内向けと比較して選果・選別・こん包作業に時間を要する。



施策方針
<ul style="list-style-type: none"> 柑橘の輸出拡大を図るため、輸出先国のニーズを踏まえた梱包資材の作成など産地における取組を支援 選果作業の省力化や効率化が図られ、輸出先国・地域が求める高品質な柑橘の厳選出荷が可能となる選果機器の導入や施設整備を推進

キ | 木材(丸太等)

1. 国・地域別の施策方針

輸出相手国	区分	令和6年度(現状)		国・地域別の強み, 課題
		輸出量	輸出額	
中国	重点	351千m ³	4,448百万円	<ul style="list-style-type: none"> 梱包材や土木用資材などの原料として日本産スギ丸太の需要が高い。 日本産製材品に対する認知度が低い。
米国	重点	0.8千m ³	47百万円	<ul style="list-style-type: none"> フェンス材に利用されている米スギの代替材として日本産スギの需要が増加 本県から中国に輸出した丸太の一部がフェンス材に加工され米国に輸出されている。 日本産スギ・ヒノキの2×4構造材が設計強度の認可を受け、当該木材の需要拡大が期待される。 2×4構造材を輸出するには、米国検査機関による格付けが必要
台湾	重点	9.0千m ³	135百万円	<ul style="list-style-type: none"> 集成材やCLTなどを用いた非住宅建築物の木造化・木質化が推進されている。 住宅の木造率が低く、建築士等に対する日本産木材の品質等の情報提供が必要
韓国	重点	0.3千m ³	9百万円	<ul style="list-style-type: none"> ヒノキ内装材は一定の人気を確立しており、日本産であることが一種のブランドとなっている。 住宅及び非住宅の構造材としての利用に関して認知度が低い。
その他	—	1.4千m ³	88百万円	<ul style="list-style-type: none"> 木材利用のニーズやポテンシャルを十分に把握できていないことや、本県製材品に対する認知度が低いことが課題
合計		363千m ³	4,727百万円	

施策方針	令和12年度(目標)
	輸出額
<ul style="list-style-type: none"> 丸太・製材品等の安定的供給体制の構築 鹿児島県産材輸出サポーターが実施する海外バイヤーの招へいや商談等の取組を支援(内装材など) 付加価値の高い製材品等の輸出拡大に向けたPR等を展開 	4,996百万円
<ul style="list-style-type: none"> 製材品等の安定的供給体制の構築 鹿児島県産材輸出サポーターが実施する海外バイヤーの招へいや商談等の取組を支援(フェンス材, 2×4構造材) 現地展示会の出展による建築士等を対象とした県産製材品の認知度向上 米国の規格に合わせたフェンス材生産ラインの整備や製造・流通コストの低減及び販路の確保 米国検査機関による格付けを有した現地企業との連携など本県にとって最適な2×4構造材輸出体制の整備 	500百万円
<ul style="list-style-type: none"> 製材品等の安定的供給体制の構築 鹿児島県産材輸出サポーターが実施する海外バイヤーの招へいや商談等の取組を支援(集成材, CLT, 内装材など) 現地展示会の出展による建築士等を対象とした県産製材品の認知度向上 	300百万円
<ul style="list-style-type: none"> 製材品等の安定的供給体制の構築 鹿児島県産材輸出サポーターが実施する海外バイヤーの招へいや商談等の取組を支援(内装材, プレカット材) 現地展示会の出展による建築士等を対象とした県産製材品の認知度向上 	105百万円
<ul style="list-style-type: none"> 製材品等の安定的供給体制の構築 鹿児島県産材輸出サポーターが実施する海外バイヤーの招へいや商談等の取組を支援 付加価値の高い製材品等の輸出拡大に向けたPR等を展開 	103百万円
合計	6,004百万円

2. 輸出産地の育成・展開

現状課題
<ul style="list-style-type: none"> 県産材輸出のほとんどを中国向けの丸太が占めており、製材品等の輸出拡大を図るため輸出先国での認知度向上・販路開拓が必要 米国向けに2×4構造材を輸出するには、米国検査機関のグレーダーによる格付けなど、輸出先国・地域の制度等への対応が必要 継続的・安定的に原料を供給するための生産基盤の強化

施策方針
<ul style="list-style-type: none"> 付加価値の高い製材品等の輸出拡大に向けた海外プロモーションの実施により、認知度向上・販路開拓を推進 輸出先国・地域の制度等に対応した生産・流通・販売体制の構築 原料となる原木の安定供給や生産コストの削減に資するため、森林施業の集約化、路網整備や高性能林業機械の導入などを促進

3. 加工・流通施設の整備

現状課題
<ul style="list-style-type: none"> 輸出先国・地域の規格に合わせた生産ラインの整備や製造・流通コストの低減

施策方針
<ul style="list-style-type: none"> 輸出先国・地域の制度や規格・基準に対応した加工・流通施設等の生産体制整備を促進

ク | 水産物(養殖ブリ・カンパチ・鯉節等)

1. 国・地域別の施策方針

輸出相手国	区分	令和6年度(現状)		国・地域別の強み, 課題
		輸出量	輸出額	
米国	重点	7,204t	13,694百万円	<ul style="list-style-type: none"> マーケット規模が大きく、鹿児島産ブリ(冷凍フィレ)がシェアを有している最大・最重要市場 ブリは「HAMACHI」としてサーモン、マグロに次ぐ寿司商材等として浸透し堅調に需要が伸びている。 ブリは西部(カリフォルニア州等)の日系店は飽和状態。中南部(テキサス州等)や東部(ニューヨーク州等)等において販路開拓の余地がある。 米国内の消費動向について、中食や内食消費が増加しつつある。 ブリ以外の品目の更なる多角化が必要
ASEAN諸国	重点	3,395t	1,059百万円	<p>東南アジア地域の経済発展に伴い需要の増加が見込まれる。</p> <ol style="list-style-type: none"> 輸出障壁が低く輸出しやすいが、他県他国産との競争が激しい(シンガポール)。 富裕層が増加し、和食がステータス化。北部と南部で嗜好が異なる(ベトナム)。 富裕層が増加しているものの、他県産ブリとの競争あり。カンパチは認知度が低い(マレーシア)。 ASEANではインドネシア産をはじめ、安価な鯉節が製造されているが、上質な品質を求める高級日本食レストランにおいて日本産鯉節が使用されている。
香港	重点	475t	972百万円	<ul style="list-style-type: none"> 輸出障壁が低く、日本食が普及しているため、日本産水産物が多く輸出されており競争が激しい。 景気低迷により高級外食店での需要に影響
中国	重点	—	—	<ul style="list-style-type: none"> 令和7年5月に条件付きで輸出再開することが日中間で合意されたものの、同年11月から事実上輸出ができない状態になっている。
台湾	重点	331t	450百万円	<ul style="list-style-type: none"> 親日・日本食店数増加傾向にあり、有望な市場 他県産魚との競争が激しい。
EU等	重点	220t	360百万円	<ul style="list-style-type: none"> 国民所得が高く、環境への意識が高いものの、輸出障壁(EU-HACCP)が高く供給できる産品が限定的(ブリ、鰻蒲焼等) 鯉節の輸出については、EUの厳しい基準に適合した製造技術を実用化する必要
韓国	重点	429t	478百万円	<ul style="list-style-type: none"> 活魚需要が強く、活魚運搬船を活用し物流・商流が構築されており、輸出が盛んな九州北部に比べ本県は地理的に不利 他方、人手不足から韓国国内の処理能力低下が見られており、今後加工品が伸びる可能性



施策方針	令和12年度(目標)
	輸出額
<ul style="list-style-type: none"> 養殖ブリの生産体制の強化や、加工施設の整備による産地加工の強化等により安定供給を図る。 現在の主要マーケットである西部への商流は維持しつつ、中南部や東部へ様々なチャネルを活用しプロモーションを強化 中食等への需要に対応した商品開発及び高次加工が可能な施設等の整備 ブリ以外の品目(カンパチ、鯉節等)の認知度向上に資する販売促進活動を推進 	19,700百万円
<ol style="list-style-type: none"> バイヤー等の産地招へいやシェフ向け勉強会等により品質やストーリーを訴求して、鹿児島ブランド力向上による差別化を図る。(シンガポール) 北部は冷凍に抵抗あり、南部は受け入れつつあるので、北部は鮮魚のカンパチ、南部は冷凍ブリをPR(ベトナム) 他県産ブリ等の輸出が進んでいるため、輸出パートナーや現地プレイヤーを発掘(マレーシア) 高級日本食レストランをターゲットに、本県の高品質な鯉節を、産地招へいやシェフ向け勉強会等により訴求 	1,520百万円
<ul style="list-style-type: none"> 他産地の競合品と差別化を図るため、ブランド力の向上、キープレイヤーとなり得る商社等と連携した日本食レストランや小売店での販売促進活動を推進 大ロットチャネルを点で狙ったプロモーションにより、ミドルクラス外食/小売商流を集中的に開拓 輸出再開手続きが速やかに進むよう国に要望するとともに、再開後は時期を逸することなく商流再構築を図る。 	1,000百万円
<ul style="list-style-type: none"> バイヤー等の産地招へいやシェフ向け勉強会等により品質やストーリーを訴求して、鹿児島ブランド力向上による差別化を図る。 	670百万円
<ul style="list-style-type: none"> EU-HACCP取得への支援(ハード、ソフト) 輸出可能な水産物・水産加工品の掘り起こし EUの規制に適合した鯉節の製造技術の実装に向けた実用化試験及び技術普及 	650百万円
<ul style="list-style-type: none"> 加工品需要が期待できる小売店等に対し、フィレやロイン等を訴求 	520百万円
	500百万円

輸出相手国	区分	令和6年度(現状)		国・地域別の強み, 課題
		輸出量	輸出額	
中東地域 (UAE等)	今後期待	27t	34百万円	<ul style="list-style-type: none"> UAEやサウジアラビアでは、水産物は基本的にハラール規制に抵触しないためハラール認証は求められない。 国際都市化が進み、比較的コールドチェーンが発達しているUAEではブリ等の継続的な輸出があるものの、サウジアラビアやカタールでは単発的な輸出のみ。その他の国はほとんど輸出なし。 UAEでは健康志向の高まりで、高品質で健康的なイメージがある日本産水産物のニーズが高まり、日本食レストランが増加しつつある。 UAEでは他県産ブリと競合
インド	今後期待	9t	22百万円	<ul style="list-style-type: none"> 地域で輸入規制が異なる。 地域で食の嗜好性(ベジタリアンが多く魚を食べない等)が異なり、魚食は西岸部ムンバイなど限定的。 魚を扱えるシェフが少ない。
その他	—	522t	297百万円	—
合計		12,612t	17,366百万円	

施策方針	令和12年度(目標)
	輸出額
<ul style="list-style-type: none"> コールドチェーンが発達しているUAEを足掛かりに周辺国への展開を図る。 現地パートナーと連携し、純日本料理に限らず高級多国籍料理をターゲットとして販路拡大を図る。 バイヤー等の産地招聘や、生産者によるセールス活動や展示会・商談会への出展、プロモーション等の取組支援、現地パートナーとの連携により差別化を図る。 魚食志向のあるムンバイ等の都市をターゲットにプロモーションを展開する。 加工度の高いブリのロイン等を訴求 	100百万円
—	30百万円
—	310百万円
合計	25,000百万円

2. 輸出産地の育成・展開

現状課題
<ul style="list-style-type: none"> ブリ人工種苗については、種苗生産施設整備が完了し、早期人工種苗の供給体制が構築された。今後、人工種苗の沖出し直後の初期減耗が課題 カンパチ人工種苗については、官民連携による種苗供給体制が開始。これまでの育種により種苗性が向上したが、中間育成の技術確立や漁場の確保等が課題 鰹節のEUへの輸出を実現するため、EUの厳しい基準に適合した製造技術を開発。製造技術の実装、鰹節製造工場の施設認定の取得や販売促進に向けたマーケティング調査を実施する必要 生産基盤の維持・強化を図るため、計画的な老朽化施設の更新・改良が必要 生産性の向上を図るため、必要に応じた新規養殖関連施設などの整備が必要

施策方針
<ul style="list-style-type: none"> <ブリ・カンパチ共通>育種・中間育成技術の向上(高成長形質を有する人工種苗の育種等) <ブリ> 沖だし直後の生残率の向上を目的とした中間育成技術改善に向けた実証試験の実施 <カンパチ> 中間育成技術向上のための実証試験を実施 <鰹節> 県内鰹節工場のEU向け鰹節製造技術の実装支援や施設認定(EU-HACCP)の取得支援、EU内のマーケティング調査を実施 <施設整備> 養殖関連施設や荷さばき施設など漁業用共同利用施設については、計画的な整備を進め、生産性の向上を図る。

3. 加工・流通施設の整備

現状課題
<ul style="list-style-type: none"> 輸出用加工場の整備により輸出用製品の生産能力が向上(養殖ブリの加工能力: 約6,000トン/年→約7,800トン/年) 水産加工品の更なる輸出拡大にあたっては、輸出先国の規制に対応した施設及び体制の整備が必要

施策方針
<ul style="list-style-type: none"> 拡大する海外需要に対応するため、産地加工生産の強化(効率化・高度化)を図る。 輸出先国の規制やニーズに対応したHACCP等の基準を満たすために必要な機器・施設の整備が必要