

オーストラリアへの食品輸出の可能性と 企業・地方自治体のアグリビジネス

一般財団法人 自治体国際化協会 JET プログラム事業部調整課

主査 秋田 美友紀

令和7年1月

はじめに

我が国の農林水産物・食品の輸出額は年々増加し、2023年は1兆4,541億円にのぼった。2013年の時点では5,505億円¹であり、10年間で2.6倍以上の増加となっている。

海外の消費者の所得の向上による購買層の広がりや、訪日外国人の増加に伴い、日本食や食文化がブームになっていることも理由であると考えられる。

これらの傾向は、日本国内の農産物の生産者や事業者にとって、新たな販路を生み出し、生産意欲や所得の向上に寄与することに繋がると考える。

また、国は「みどりの食料システム戦略」を策定し、2050年までに国内における有機農業の取組面積を全農地の25%（100万ha）に拡大する目標を掲げている。そのため、筆者の派遣元である静岡県藤枝市では、国の施策と歩調を合わせ、令和4年度に作成した「藤枝市有機農業実施計画²」に基づく取組を実施しており、有機農産物の海外輸出への支援を取組内容の1つに掲げている。そこで、オーストラリアにおいて、有機農産物や日本の食料品がどのように流通し、それらに対する消費者の関心度について調査することとした。調査の結果から、効果的なPRの方法や、自治体としてどのような支援が必要であるかを模索し、藤枝市の発展の一助としたいと考えた。

2024年9月17日から10月16日までの海外事務所研修では、シドニー事務所にて勤務しながら、日本の食材を取り扱う小売店や事業者等を訪問し、日本産の農産物や食品のオーストラリアへの輸出の可能性を考察した。

また、農業大国であるオーストラリアにおける、先進的なアグリビジネスの事例を学ぶことを目的に企業を訪問した。さらに、藤枝市の姉妹都市である、ニューサウスウェールズ州ペンリス市について、藤枝市職員の一員として、ペンリス市についての理解と今後の交流をさらに進めていきたいとの思いから同市を訪問し、地方自治体における農業をはじめとした最新の経済戦略を調査した。

¹ 農林水産省「農林水産物・食品の輸出に関する統計情報」

[https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_info/zisseki.html]（最終検索日：2025年1月30日）

² 藤枝市「オーガニックビレッジに向けた取組」

[<https://www.city.fujieda.shizuoka.jp/soshiki/sangyoshinko/norin/gyomu/2/20567.html>]（最終検索日：2025年1月30日）

目次

第1章 日本からオーストラリアへの農産物・食品の輸出の可能性	4
第1節 農産物の輸出の概況	4
1 日本からオーストラリアへの輸出	4
2 静岡県における農産物・食品の輸出	6
第2節 シドニーにおける農産物の流通状況	7
1 現地小売店での調査	7
2 輸出に向けた取組のポイント	10
第2章 アグリビジネスへの取組	12
第1節 企業における先進事例（Greenspace 訪問）	12
1 Greenspace の概要	12
2 ビジネスモデルの特徴	12
第2節 地方自治体の経済戦略（ペンリス市訪問）	14
1 ペンリス市の経済戦略の概要	14
2 経済戦略の背景と今後の展望	15
おわりに	17

第1章 日本からオーストラリアへの農産物・食品の輸出の可能性

第1節 農産物の輸出の概況

1 日本からオーストラリアへの輸出

2023年のオーストラリアへの農林水産物の輸出額は約310億円で、輸出相手国としては第9位であった(表1-1)。主要な輸出品目は、アルコール飲料、清涼飲料水及びソース混合調味料で、特にアルコール飲料については、10年間で大きく増加しており、2022年以降は品目別で1位となっている(表1-2)。

表1-1 農林水産物の国・地域別輸出実績(2023年金額上位10か国)³

順位	国・地域名	輸出額	構成比	対前年 増減率
		単位:100万円	単位:%	単位:%
1	中華人民共和国	237,053	17.5	-14.8
2	香港	236,515	17.4	13.4
3	アメリカ合衆国	206,237	15.2	6.4
4	台湾	153,239	11.3	2.9
5	大韓民国	76,079	5.6	14.1
6	ベトナム	69,702	5.1	-3.8
7	シンガポール	54,753	4	-1.1
8	タイ	51,089	3.8	0.9
9	オーストラリア	31,027	2.3	6.2
10	フィリピン	30,587	2.3	-2.6

³ 農林水産省「農林水産物輸出入情報・概況『農林水産物輸出入情報』」より筆者作成。
[<https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/kokusai/>] (最終検索日:2025年1月30日)

表1-2 オーストラリア向け農林水産物・食品の輸出（品目別内訳）⁴

オーストラリア向け農林水産物・食品の輸出（品目別内訳）

輸出額上位品目は、アルコール飲料、清涼飲料水、ソース混合調味料。

	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
1	ソース混合調味料 12億円	清涼飲料水 19億円	清涼飲料水 20億円	清涼飲料水 24億円	清涼飲料水 28億円	清涼飲料水 32億円	清涼飲料水 38億円	清涼飲料水 40億円	清涼飲料水 43億円	アルコール飲料 56億円	アルコール飲料 66億円
2	ホタテ貝（生鮮等） 12億円	ソース混合調味料 14億円	ソース混合調味料 15億円	ソース混合調味料 17億円	アルコール飲料 19億円	アルコール飲料 24億円	アルコール飲料 23億円	アルコール飲料 26億円	アルコール飲料 42億円	清涼飲料水 45億円	清涼飲料水 41億円
3	清涼飲料水 10億円	アルコール飲料 9億円	アルコール飲料 14億円	アルコール飲料 14億円	ソース混合調味料 17億円	ソース混合調味料 18億円	ソース混合調味料 18億円	ソース混合調味料 19億円	ソース混合調味料 20億円	ソース混合調味料 26億円	ソース混合調味料 31億円
4	アルコール飲料 6億円	醤油 5億円	ホタテ貝（生鮮等） 8億円	ホタテ貝（生鮮等） 8億円	ホタテ貝（生鮮等） 10億円	ホタテ貝（生鮮等） 7億円	ホタテ貝（生鮮等） 8億円	醤油 6億円	ホタテ貝（生鮮等） 10億円	ホタテ貝（生鮮等） 21億円	ホタテ貝（生鮮等） 17億円
5	醤油 4億円	ホタテ貝（生鮮等） 4億円	配合調製飼料 7億円	醤油 6億円	醤油 6億円	醤油 6億円	醤油 6億円	ホタテ貝（生鮮等） 6億円	醤油 7億円	牛肉 8億円	スープ ブロス 7億円
6	スープ ブロス 2億円	配合調製飼料 3億円	醤油 6億円	スープ ブロス 3億円	スープ ブロス 4億円	スープ ブロス 5億円	スープ ブロス 5億円	スープ ブロス 5億円	牛肉 5億円	醤油 7億円	牛肉 7億円
7	キャビア及びその代用物 2億円	スープ ブロス 2億円	スープ ブロス 3億円	播種用の種等 2億円	緑茶 2億円	菓子（米菓を除く） 3億円	牛肉 3億円	米（援助米除く） 3億円	スープ ブロス 5億円	スープ ブロス 7億円	醤油 7億円
8	練乳製品（魚肉ソーセージ等） 1億円	キャビア及びその代用物 2億円	緑茶 2億円	配合調製飼料 2億円	キャビア及びその代用物 2億円	緑茶 3億円	即席麺 3億円	牛肉 3億円	即席麺 3億円	インスタントコーヒー 6億円	いわし 6億円
9	播種用の種等 1億円	緑茶 1億円	キャビア及びその代用物 2億円	緑茶 2億円	菓子（米菓を除く） 2億円	即席麺 2億円	菓子（米菓を除く） 2億円	即席麺 3億円	緑茶 3億円	キャビア及びその代用物 5億円	キャビア及びその代用物 6億円
10	即席麺 1億円	味噌 1億円	菓子（米菓を除く） 2億円	菓子（米菓を除く） 2億円	播種用の種等 2億円	味噌 2億円	緑茶 2億円	アイスクリーム等水菓 2億円	インスタントコーヒー 3億円	即席麺 4億円	即席麺 4億円

資料：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

2024年9月28日～29日にシドニーで開催されたイベント「2024 Australian Sake Festival」では、日本の酒や食品を取り扱うブースが多数出展し、試飲や試食、販売を行った。シドニー事務所では、青森県の活動支援依頼を受け、同県のブース運営を支援した。同イベントでは2日間で約8,000人の来場者が集まり、日本酒や日本食の人気の高さがうかがえた。



写真1-1 2024 Australian Sake Festivalでのブース出展の様子⁵

⁴ 農林水産省「農林水産物・食品の輸出に関する統計情報『令和5年農林水産物・食品の輸出実績（国・地域別）』

[https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_info/zisseki.html]（最終検索日：2024年1月24日）

⁵ 2024年9月28日、2024 Australian Sake Festivalにて筆者撮影。

2 静岡県における農産物・食品の輸出

静岡県では、「ふじのくにマーケティング戦略 2024」を策定しており、海外向けの輸出戦略品目として、茶、いちご、わさび、温室メロン、日本酒をあげ、輸出拡大を目指している。これらの品目の輸出状況は、下記のとおりである。

表 1 - 3 静岡県の戦略品目の輸出⁶

(単位：百万円)

品目	2021 年	2022 年	増減	増減理由
茶	4,427	4,800	373	米国、台湾向けの伸びが堅調
いちご	104	118	14	香港向けを伸ばしつつ、米国、タイなど規制が厳しい市場を開拓
わさび	419	524	105	国内外の需要拡大と産地の被災等による供給縮小から単価が上昇
温室メロン	210	285	75	香港向けが伸びたほか、新たな市場である米国向けが拡大
日本酒	375	454	79	飲食店の回復に伴う需要増

2022 年は前年と比較し、全ての戦略品目において輸出額が増加している。

オーストラリアでは、検疫条件が設定されていないことから、農産物については輸出が禁止されている品目が多い。

一方で、緑茶（製茶）は植物検疫証明書がなくても輸出が可能な品目の一つである。⁷

シドニー市内の小売店等でも、日本産のお茶をいたるところで確認することができた。また、日本酒を取り扱う店も多く見受けられ、茶や日本酒についてはオーストラリア向けの輸出に比較的取り組みやすい品目であると言える。

⁶ 静岡県「ふじのくにマーケティング戦略 2024」を参考に筆者作成。（発行日：2024 年 3 月 26 日）

[https://www.pref.shizuoka.jp/res/projects/default_project/page/001/025/521/senryaku2024.pdf]（最終検索日：2024 年 12 月 26 日）

⁷ 植物防疫所「オーストラリア 品目別検疫条件一覧表（貨物）」

[<https://www.maff.go.jp/pps/j/search/ekuni/oc/australia/kamotsu.html>]（最終検索日：2025 年 1 月 10 日）

第2節 シドニーにおける農産物の流通状況

本節では、シドニーにある様々な小売店において、日本産のものを含めた農産物がどのように販売されているのかを調査した結果や、現地調査会社へのインタビューなどから、輸出の際に留意すべきことをまとめたため、報告する。

1 現地小売店での調査

(1) 米

日本産の短粒米は日系、アジア系のスーパーや、ECサイトを中心に販売されている。オーストラリアの大手スーパーの1つである「Coles」では、日本産米を見つけることは出来なかったが、オーストラリア産の短粒米が多くみられた。そのほかにも、「Jasmine Rice」や「Brown Rice」、「Basmati Rice」など、米の種類は豊富に取扱いがあり、消費者が用途に合わせて購入できるようになっている。多くの小売店ではオーストラリアに限らず他国産の短粒種は「Sushi Rice」や「Short Grain」などの商品名で販売され、価格は日本産米の約半分程度である。



図1-2 アジア系・日系スーパーで販売されている日本産の米⁸

(2) 青果

前節でも述べたとおり、農産物はオーストラリアへ輸出できない品目が多く、小売店ではオーストラリア産のものが多数を占めていた。青果の販売方法として、複数個を袋詰めしたパッケージ商品もあるが、写真1-3のように1kgあたりの単価を表示し、量り売りされている店も多かった。

また、オーガニックの農産物も販売されている。オーストラリア原産のりんごの品種である「Granny Smith」で比較すると、オーガニックの方が2倍程度の高価格ではあったもの

⁸ 2024年9月24日、アジア系・日系スーパーにて筆者撮影。

の、日本のスーパーと比べてもオーガニックの農産物の取扱いは多種多様である。



図1-3 オーガニックの青果⁹

(3) 茶

緑茶のティーバッグは、ほとんどのスーパーで購入することができるが、海外産の種類が豊富で、日本産はほとんど見かけない印象であった。

一方、抹茶の人気の高さはシドニーでも実感することができた。加工品にも抹茶フレーバーや抹茶を使用した商品があり、抹茶ラテがメニューにあるカフェも多かったことから、広く普及しているものであると体感した。

スーパーで販売されている抹茶には、日本産の商品も確認することが出来た。日系スーパーでは、日本の商品を取り扱っていることが多いが、そのほかのスーパーなどでは、日本産の抹茶を使用し、オーストラリアで包装された商品も多く見受けられた。

オーガニック専門店では、特に抹茶の種類が多く、健康に良いとされている抹茶が、オーガニック志向の消費者の需要を高めているのではないかと考えられる。



図1-4 オーガニック専門店に並ぶ抹茶（パウダー）¹⁰

⁹ 2024年10月3日、オーガニック専門店にて筆者撮影。

¹⁰ 2024年10月3日、オーガニック専門店にて筆者撮影。

表 1-4 シドニーの小売店における農産物の販売状況（2024年10月時点）

米	1 kg あたり単価 単位：豪ドル	販売店
Sushi Rice（豪州産）	5.99	アジア系スーパー
こしひかり（富山県産）	10.50	アジア系スーパー

りんご	1 kg あたり単価 単位：豪ドル	販売店
Granny Smith（豪州産）	3.99	Coles
Granny Smith（豪州産、オーガニック）	7.80	Coles
Granny Smith（豪州産、オーガニック）	9.99	オーガニック専門店

茶	100g あたり単価 単位：豪ドル	販売店
抹茶パウダー（日本産）	42.33	日系スーパー
抹茶パウダー（中国産、オーガニック）	15.44	オーガニック専門店
抹茶パウダー（日本産、オーガニック）	39.07	オーガニック専門店

2 輸出に向けた取組のポイント

オーストラリアへの輸出に取り組むにあたり、地方自治体が輸出促進に取り組む際に留意すべきことは何かを探るため、NNA AUSTRALIA PTY. LTD.（以下、NNA）を訪問し、インタビューを行った。

NNAは、オーストラリアとニュージーランドのニュース報道、農業食品輸出支援・市場調査会社である。日本の地方自治体の海外進出や輸出の支援も行っており、過去にはオーストラリアのバイヤーを招聘した商談会の開催・運営や、現地ECサイトや実店舗での販売促進イベントを開催している。



図1-5 NNA AUSTRALIA PTY. LTD.訪問の様子¹¹

(1) 輸出にあたり求められるもの

NNAによると、どの自治体も、初めて輸出に取り組むにあたっては、求められる規模の大きさに苦慮することが多いようである。

また、輸出にあたり6か月から1年の賞味期限を求められることが多く、日本国内向けの賞味期限では対応ができない場合もあるとのことであった。

よって、大型店で販売するためには相当の規模を要することになるため、専門店やその商品に特化した代理店等を相手とすることを検討するほか、賞味期限が長い商品を選定することや、賞味期限を延長させる工夫が必要となると考えられる。

(2) オーガニックの表示について

オーストラリアで最大のオーガニック認証機関として、ACO Certification Ltd¹²があり、認証を取得するとマークを表示することができる。日本から輸出されるオーガニック食品には、有機JAS認証を取得した商品があり、パッケージには「Organic」と表示して販売されていることが多い。認証マークを見て購入する消費者が多いというよりも、一般的なオーガ

¹¹ 2024年9月23日、NNA AUSTRALIA PTY. LTD.にて筆者撮影。

¹² ACO Certification Ltd.

[<https://aco.net.au/>]（最終検索日：2025年1月28日）

ニック志向の消費者向けには「Organic」の表記があることが重要という印象である。

筆者が訪問した現地のスーパーにおいても、オーガニックの農産物や加工品のみを扱った売り場を大々的に設けているところが多かったことから、オーガニックの食品を求める一定の購買層がいるものと考えられる。

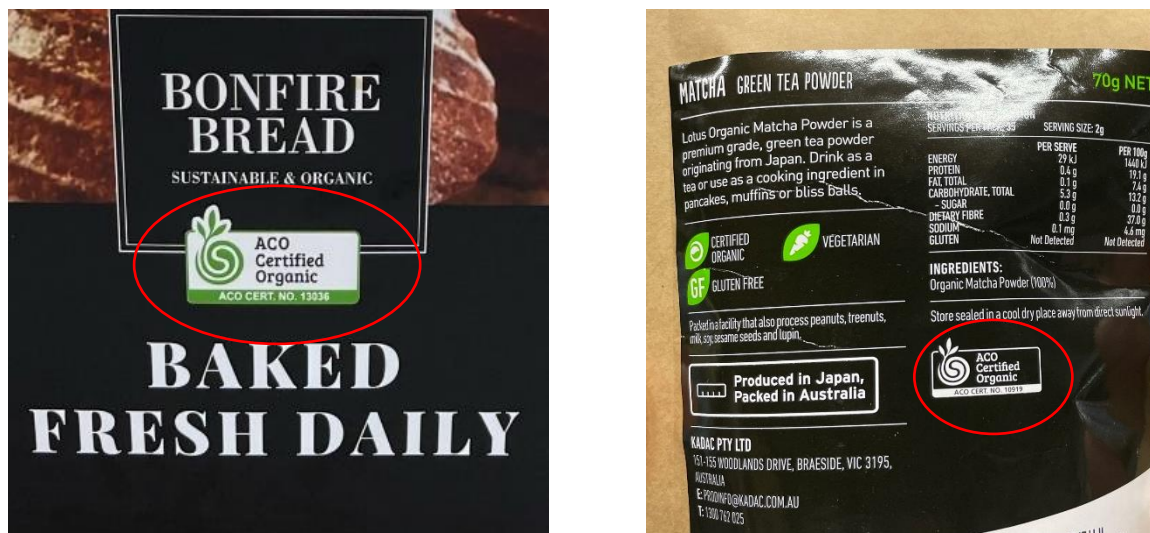


図1-6 ACO(Australian Certified Organic)の認証マークがついた商品

(3) 容器や包装について

オーストラリアでは既に使い捨てプラスチック製品の使用を禁止している州が多く、商品の容器や包装については、今後さらに厳しくなる可能性がある。

例えばニューサウスウェールズ州（以下、NSW州）では、2021年6月にアクションプラン¹³が公表され、プラスチック製品を段階的に廃止することが示されている。2022年11月から使い捨てのプラスチックストロー、箸やフォークなどのカトラリー類や皿などが禁止されており、街中でのテイクアウト商品の容器や食器なども紙や木製が一般的であった。

上記のような流れから、プラスチックの個包装が多い日本の商品は好まれにくいことが想像でき、輸出の際には容器や包装も配慮する必要があると感じた。

¹³ The NSW Environment Protection Authority (EPA), NSW Plastics Action Plan, [<https://www.epa.nsw.gov.au/your-environment/plastics/plastics-action-plan>]（最終検索日：2025年1月28日）

第2章 アグリビジネスへの取組

第1節 企業における先進事例（Greenspace 訪問）

1 Greenspace の概要

シドニーとメルボルンの都心部に拠点となる工場「マクロファーム（写真7）」を設置し、幼葉の野菜やハーブなど、約 45 種類を栽培。収穫前の状態で顧客企業等に設置した小規模の栽培設備「マイクロファーム（写真8）」へ運ばれ、顧客が自ら収穫することで、新鮮な野菜を供給している。今回筆者はシドニーにあるマクロファームを訪問し、インタビューを行った。



図2-1 マクロファーム¹⁴



図2-2 マイクロファーム（Greenspace 提供）

2 ビジネスモデルの特徴

日本でも工場野菜が栽培されている事例はあるが、Greenspace のマクロファームは、もともと高層ビルの地下倉庫として使用されていたスペースを活用してシンプルな構造で作られているという点が特徴的である。さらに以下のような工夫もあり、独自のビジネスを展開している。

（1）顧客への提供方法

顧客はシドニーの企業や大学、レストラン等で、野菜は毎週の注文を受けてから栽培を始めるが、サブスクリプションの形態をとっているため、生産すべき量を事前に把握できることに加え、売り上げのアップダウンを防いでいる。顧客の企業や大学は、食堂などにマイクロファームを設置しており、自分で収穫してその場で新鮮な野菜を食べることが可能である。

¹⁴ 2024年10月2日、Greenspaceにて筆者撮影。

(2) 野菜の品質

マクロファームでは、水耕栽培を採用しており、養分を含んだ水を循環させ、LED 環境下で野菜が栽培されている。マイクロファームに運搬後も、収穫するまで鮮度や栄養分を維持できることも利点である。特にレストランでは、利用客から見える場所にマイクロファームを設置することで、野菜が新鮮であることのアピールになるほか、鮮度が落ちて材料が廃棄されることが減るといふ。さらに、料理に添えるために小さめの野菜が必要な場合にも対応できるなど、顧客のニーズにあった供給が可能となっている。

(3) 環境への配慮

ア 注文があった分だけ生産するため、食品ロスが少ない。

イ 顧客が近くにおり運搬距離が短いため、フードマイレージを削減できる。

ウ 顧客が自分で収穫して料理として提供したり、そのまま食べたりするため、包装資材が不要。

現在、栽培用の容器はプラスチックのカップを使用することが多いが、再利用可能な容器を徐々に増やしており、さらなる環境への負荷軽減に努めていることがうかがえた。

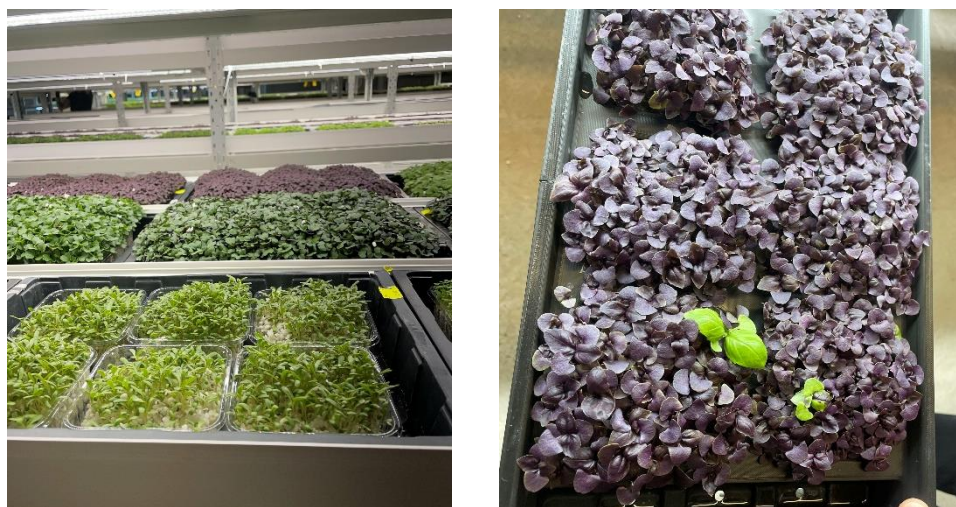


図2-3 (左) マクロファームで生育中の野菜・(右) 再利用可能な容器¹⁵

¹⁵ 2024年10月2日、Greenspaceにて筆者撮影。

第2節 地方自治体の経済戦略（ペンリス市訪問）

藤枝市と NSW 州ペンリス市は、1984 年に姉妹都市の提携を行っている。2024 年 11 月に 40 周年を迎えることに伴い、今年度は藤枝市内の中学生とペンリス市の生徒・学生がオンラインでの交流を実施している。

ペンリス市の位置する西シドニー地域は、大規模な都市開発やインフラの整備が現在進行中であり、その最新の状況を把握するため、ペンリス市（Penrith City Council）を訪問し、経済開発の担当者に話を伺った。



図 2-4 Penrith City Council のホール¹⁶

1 ペンリス市の経済戦略の概要

ペンリス市では、経済開発戦略(Penrith Economic Development Strategy2023-2031)を策定しており、2022 年時点で、ペンリス市には 8 万 2,000 の雇用があり、今後 10 年間で空港とエアロトロポリス（空港都市）開発による 5,000 の雇用を含む、計 2 万 3,000 の雇用を新たに創出することを目標に定めている。それに伴い、2031 年には人口が約 26 万人に増加すると見込んでいる。

表 2-1 ペンリス市の経済関連指標¹⁷

指標	実績（2016 年）	実績（2022 年）	目標（2031 年）
人口	201,897	219,149	260,461
地域雇用	79,443	82,000	105,000
訪問者数	1,290,000	1,640,000	10%以上増
企業数	10,314	16,338	20,000

¹⁶ 2024 年 10 月 9 日、Penrith City Council にて筆者撮影。

¹⁷ Penrith City Council, Penrith Economic Development Strategy 2023 – 2031 を参考に筆者作成。

[https://www.penrithcity.nsw.gov.au/images/documents/resources-documents/documents/economic_development_strategy_2023-2031_final_for_web.pdf]

（最終検索日：2025 年 1 月 30 日）

2 経済戦略の背景と今後の展望

(1) 西シドニー国際空港のオープンが与える影響

ペンリス市が位置する西シドニー地域では、2026年12月、西シドニー空港の開港が予定されている。ペンリス駅から約10分の場所にあるセントメアリーズ駅には、空港から直通のメトロが開通する予定となっている。ペンリス市の担当者によると、開港初年度には最大で100万人の利用者が予想されているという。また、国際航空会社が増加すれば、開港から5～10年の間に、西シドニー地域を通過する人が800万人に達することも予想されている。ペンリス市はその中心部に位置しているため、人の流入や経済効果が期待されている。

現在、西シドニー空港では、シンガポール航空の運航が発表されており、これが実現すれば、東南アジア市場へのアクセスが身近になるため、地元企業、特に農業や製造業にとっては大きなチャンスになると捉えている。



図2-4 ペンリス駅¹⁸

(2) 農業の位置づけ

ペンリス市の上位産業は製造業や建設業で、農業は16番目と上位ではないものの、NSW州内でみると卵の生産量が17.6%を占め、第1位である。今後、市場が開かれる予定の東南アジアでは、卵の需要が高く、ペンリス市においても農業のための十分な面積を確保したいと考えているとのことであった。

農業の振興のためのプログラムとして、東南アジアで需要のある酪農やそのほかの農産物を生産している地域の農業者や中小企業を市場につなげるためのワークショップを開催している。特にシンガポール、インドネシア、ベトナム、中国などからの需要が高い。

オーストラリアは広大な土地に対して人口が少ないことから、製造業や農業の労働力不足が課題となっているが、現在は自動化が進んできており、今後はITやAIの活用が重要になる。

¹⁸ 2024年10月9日、ペンリス駅にて筆者撮影。

農業においては、“Intensive farming”（集約農業）により、限られた土地で大量に生産することで効率化を図ることも必要で、そのためには新しい技術の活用を推奨する考えである。地方自治体だけでなく、州や連邦政府、業界団体と協力して取り組む必要があるとのことであった。



図 2 - 5 ペンリス市訪問の様子¹⁹

¹⁹ 2024年10月9日、Penrith City Councilにて筆者撮影。

おわりに

本研修では、農産物の輸出の可能性について理解するため、まず、実際の流通状況や小売店での販売方法を調査した。また、姉妹都市の農業に関する経済戦略や、民間企業の先進的な事例を学ぶことが出来た。

調査を進めていく中で、「環境や健康に配慮しているかどうか」はキーポイントになることがよく理解できた。これは、消費者と事業者の双方にとって、商品を選ぶ基準の一つになっていると感じた。特に商品を取り扱う事業者は、企業イメージにも繋がるため、商品が作られる背景は非常に重要であることが分かった。

消費者目線で見ても、包装の方法や「オーガニック」、「グルテンフリー」などの表示は日常的に目にする機会があり、生活の一部になっているように感じた。

これらのことから、輸出に取り組む際には、農産物や食品そのもののPRだけでなく、表示や包装、賞味期限なども重要な要素であり、輸出のために改良が必要な場合があることが予想されるため、それらに対する支援も効果的ではないかと考えられる。

また、地方自治体においては、農産物や特産品のPRを行う際、「既存のものをどうアピールするか」というよりも、「どのようなものを作れば需要があるか」が重要であると考えに至った。

アグリビジネスに関しては、都心部で行う農業やペンリス市の今後の展望のように、新しい形で環境負荷の少ない農業や、限られた土地で効率的に行う農業のかたちもあることが学べた。

また、姉妹都市に実際に訪問することで、その土地の風土や、自治体の戦略に対する理解が深まり、さらに関係を継続していきたいという思いが強く残った。これをきっかけに、藤枝市にも情報を共有し、今後の交流の一助としたい。

最後に、本研修に協力いただいたシドニー事務所の方々、訪問を受け入れていただいた企業・団体の方々へ感謝申し上げます。

【参考文献】

- ・農林水産省「農林水産物・食品の輸出に関する統計情報

[https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_info/zisseki.html]

(最終検索日：2025年1月30日)

- ・藤枝市「オーガニックビレッジに向けた取組」

[<https://www.city.fujieda.shizuoka.jp/soshiki/sangyoshinko/norin/gyomu/2/20567.html>]

(最終検索日：2025年1月30日)

- ・農林水産省「農林水産物輸出入情報・概況」

[<https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/kokusai/>] (最終検索日：2025年1月30日)

- ・農林水産省「農林水産物・食品の輸出に関する統計情報」

[https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_info/zisseki.html] (最終検索日：2024年1月24日)

- ・静岡県「ふじのくにマーケティング戦略2024」(発行日：2024年3月26日)

[https://www.pref.shizuoka.jp/res/projects/default_project/page/001/025/521/senryaku2024.pdf] (最終検索日：2024年12月26日)

- ・植物防疫所「オーストラリア 品目別検疫条件一覧表(貨物)」

[<https://www.maff.go.jp/pps/j/search/ekuni/oc/australia/kamotsu.html>] (最終検索日：2025年1月10日)

- ・ACO Certification Ltd.

[<https://aco.net.au/>] (最終検索日：2025年1月28日)

- ・The NSW Environment Protection Authority (EPA), NSW Plastics Action Plan,

[<https://www.epa.nsw.gov.au/your-environment/plastics/plastics-action-plan>] (最終検索日：2025年1月28日)

- ・Penrith City Council, Penrith Economic Development Strategy 2023 - 2031

[https://www.penrithcity.nsw.gov.au/images/documents/resources-documents/documents/economic_development_strategy_2023-2031_final_for_web.pdf]

(最終検索日：2025年1月30日)