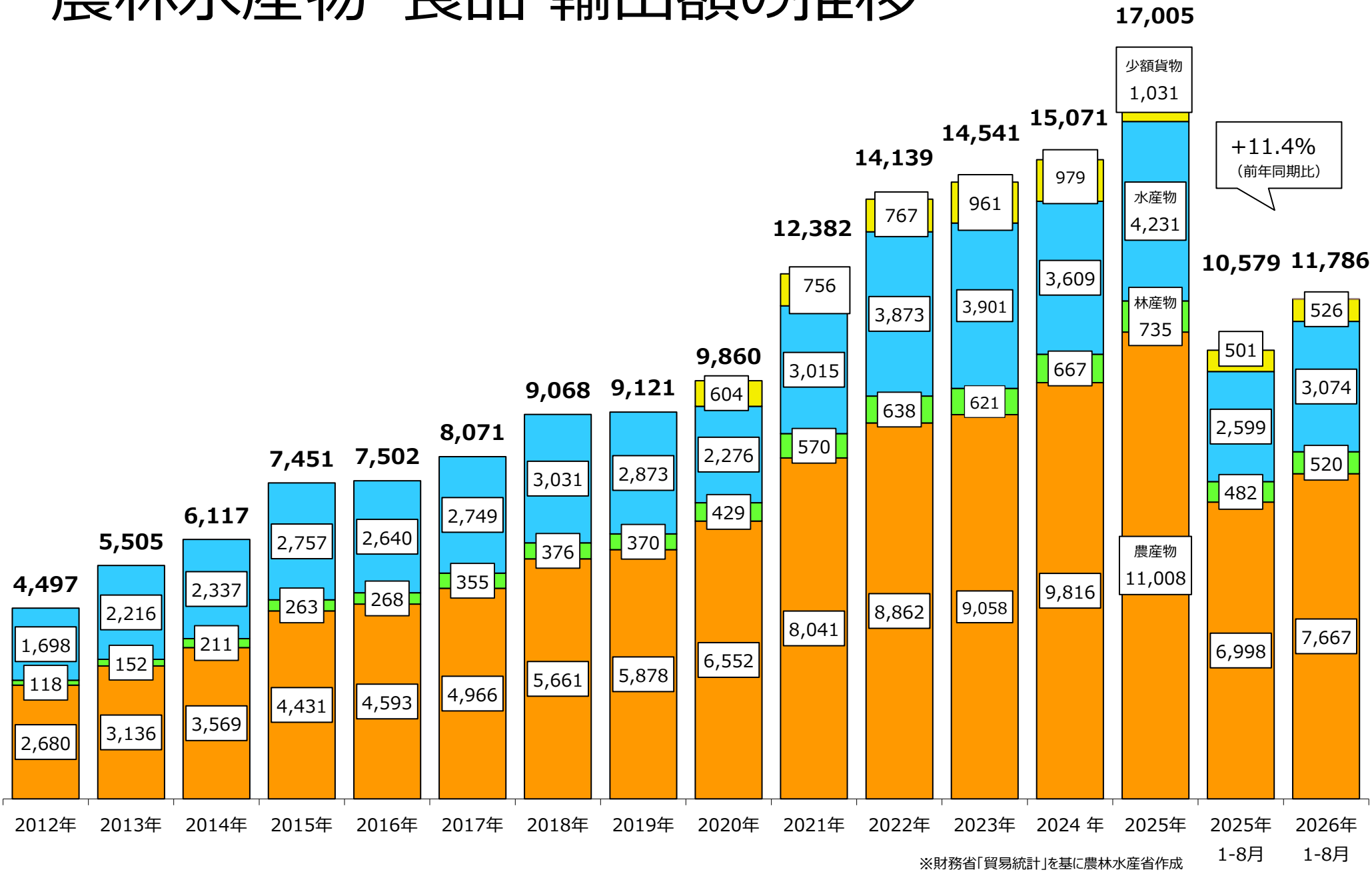
農林水産物・食品 輸出額の推移

（単位：億円）



※財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

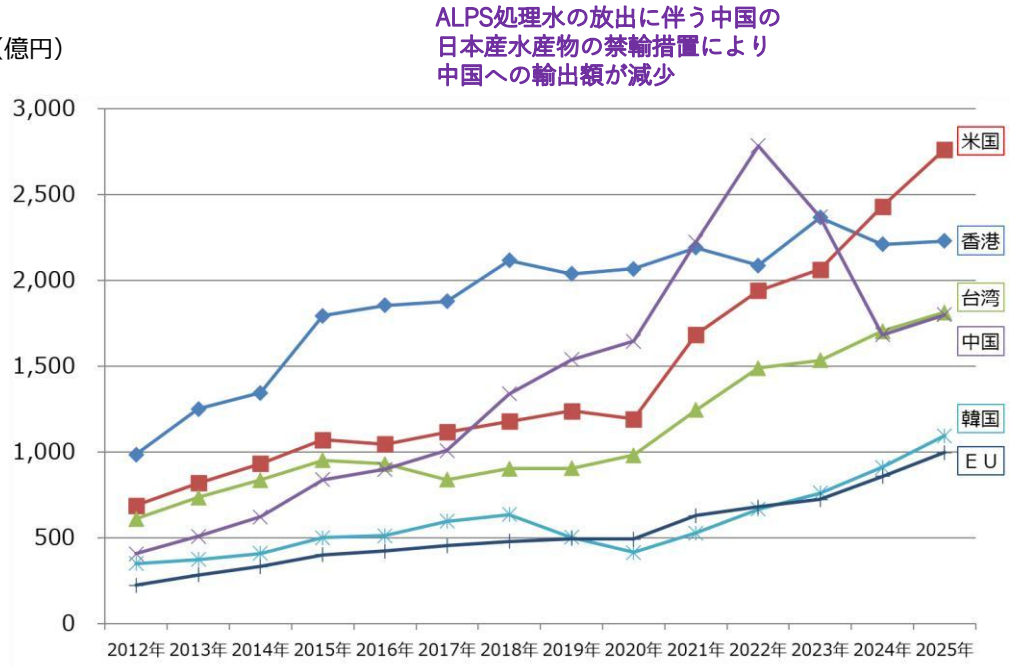
国・地域別、農林水産物・食品の輸出額

- 国・地域別でみると、**米国、香港、中国**への輸出が４割強のシェア。
- 今後これらの国・地域以外のアジア、所得の高い北米や欧州諸国等にも輸出を拡大できる可能性。

上位10カ国輸出先国・地域別内訳（2026年）

順位	2026年1-8月（累月） 輸出先	輸出額（億円）	金額構成比（%）	前年同期比（%）	輸出額内訳（億円） 農産物	林産物	水産物
1	米国	2,157	19.2	+19.9	1,370	65	722
2	香港	1,419	12.6	+2.9	885	12	522
3	中国	1,248	11.1	+7.0	953	254	41
4	台湾	1,173	10.4	+8.2	929	26	218
5	韓国	816	7.2	+22.0	531	30	255
6	ベトナム	711	6.3	+26.8	352	10	349
7	タイ	560	5.0	+17.3	259	7	294
8	シンガポール	425	3.8	+19.2	346	4	75
9	オーストラリア	284	2.5	+17.8	248	2	34
10	マレーシア	236	2.1	+36.4	176	2	58
–	ＥＵ	778	6.9	+26.1	660	16	101

輸出先国・地域別輸出額の推移



財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

農林水産物・食品輸出プロジェクト（GFP）の取組

○**GFP（ジー・エフ・ピー）**は、Global Farmers / Fishermen / Foresters / Food Manufacturers Projectの略称。
農林水産省が推進する**日本の農林水産物・食品の輸出プロジェクト**。
○平成30年8月31日に農林水産物・食品の輸出を意欲的に取り組もうとする生産者・事業者等のサポートと連携を図る**「GFPコミュニティサイト」**を立ち上げ。
○当該サイトに登録した者を対象に、専門家による輸出診断、事業者同士のマッチング、セミナーの開催や、規制など輸出に関する各種情報提供等の支援を実施。

GFP登録者へのサービス提供

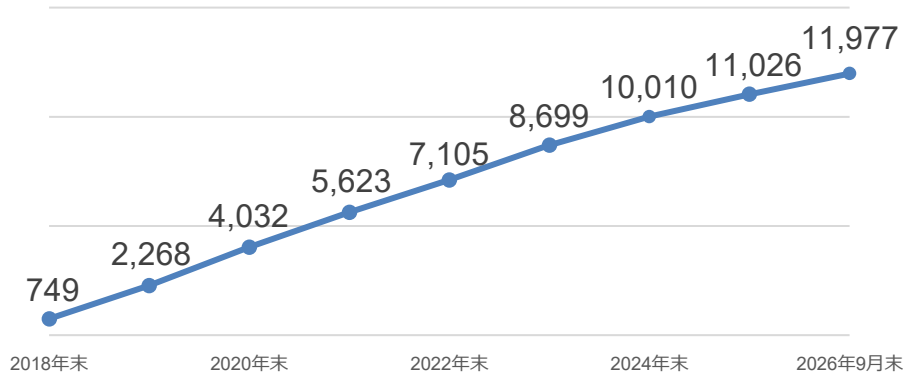
○農林漁業者・食品事業者へのサービス
- 専門家による無料の輸出診断
- GFPコミュニティサイトで事業者同士が直接マッチング
- GFPビジネスパートナーの紹介等による支援
- 輸出のための産地づくりの計画策定の支援
- メンバー同士の交流イベントの参加
- 規制情報等の輸出に関連する情報の提供
- セミナー等を通じたGFP登録者の優良事例の共有
- 過去のセミナー動画のアーカイブ化による輸出ノウハウの提供

○輸出商社・バイヤー・物流企業へのサービス
- GFPコミュニティサイトで事業者同士が直接マッチング
- GFPビジネスパートナーの紹介等による支援
- メンバー同士の交流イベントの参加
- 規制情報等の輸出に関連する情報の提供
- セミナー等を通じたGFP登録者の優良事例の共有
- 過去のセミナー動画のアーカイブ化による輸出ノウハウの提供

GFPの登録状況（9月末時点）

GFP登録者の内訳

区分	登録者数
農林水産物食品事業者	6,627
流通事業者、物流事業者	5,350
合計	11,977



中国四国地域におけるGFP登録状況

- ✓ 中国四国地域におけるGFP登録数（令和８年９月末現在）は990事業者（中国560、四国430）。
- ✓ このうち訪問診断を申し込んだ登録事業者に対する訪問診断は、令和８年９月末までに88事業者（中国57、四国31）に対し実施。 ※令和8年４月より「訪問診断」は「個別相談」に名称変更。

【GFPの登録状況（令和８年９月末現在）】

		登録数（比率）
登録事業者		990
農林水産物食品事業者		718（73%）
	うち、輸出診断申込み数	227（23%）
	うち、訪問診断申込み数	91（9%）
流通事業者、物流事業者等		272（27%）

【訪問診断事業者内訳（令和８年９月末現在）】

品目	訪問事業者数	輸出取組の有無	
		有	無
農産物／農産物加工食品	42	11	31
畜産物／畜産物加工食品	5	4	1
水産物／水産物加工食品	21	9	12
その他加工食品	14	9	5
酒類	6	5	1
合計	88	38	50

【輸出診断の概要】

- **事業者のレベルに応じたアドバイス。**
  - **「何を、どこに、誰に」売るかを明確にすべき。**
  - **まずは商談会に参加すべき。**
  - **支援策や課題の問い合わせ先を紹介。**
  - **検疫や商談会の情報を提供。**

【事業者の声】

- **各種支援策や検疫、商談会等の情報が得られてよかった。**
- **農水省、ジェトロ、県との課題共有は収穫。**
- **行政、植物検疫協会等との人的つながりができてよかった。**
- **人脈を広げて事業者間で情報を得たいので、GFPコミュニティの取組に期待する。**

あなたを、
生産者の
日本代表にしたい。

GFP
農林水産物・食品
輸出プロジェクト

1億人ではなく、
100億人を見据えた
農林水産業へ。

四季の豊かなこの国で、だれかを喜ばせたい一心で取り組む生産者のみなさんへ。
海外各国からのニーズが大きくなっている今、みなさんと輸出の成功事例をつくっていきたい。
このコミュニティにぜひ参加して第一歩を踏み出しませんか。農林水産省が全力でサポートします。



GFP（Global Farmers / Fishermen / Foresters / Food Manufacturers Project）とは？

農林水産省が推進する、日本の農林水産物・食品の輸出プロジェクトです。
2018年に立ち上げて以降、GFPを活用した輸出事例が続々と出ています!

「輸出を始めたいけど、どうしたらいいか分からない」
「輸出について情報収集したい」「ビジネスパートナーを探したい」

登録無料

こんなお悩みをお持ちの方は、是非メンバー登録を！

https://www.gfp1.maff.go.jp

問い合わせ先： 農林水産省 GFP事務局　Mail：gfp@maff.go.jp

農林水産省

1 GFPコミュニティとは？


農林漁業者


生産者団体・グループ


食品メーカー


輸出商社・物流企業等

GFPメンバー登録

GFPコミュニティサイト（GFP会員間のコラボレーション、チームづくりの推進）

輸出診断	ビジネスパートナーマッチング	個別支援	交流会の開催	情報発信

ワンストップでの支援：農林水産省／日本貿易振興機構（JETRO）／JFOODO

連携

オールジャパンでの支援：経済産業省／国税庁／自治体／輸出支援プラットフォーム／品目団体

- 輸出は、国内出荷と異なり、様々な手続き・規制・言語のハードルや独特の商流が存在し、個々のプレーヤーでは継続的な成果を出すのが困難です。
- こうした課題を解決するため、個々のプレーヤーがビジネスパートナーを見つけ、商談への橋渡しを行うサイトを運営します。
- 併せて、これらのコミュニティでの取組みに対して、行政・JETRO等による総合的な支援を提供します。

2 GFP登録事業者

農林水産物・食品の輸出に意欲的に取り組もうとする事業者（生産者、食品加工業者、商社、物流企業、金融機関など）

3 サービス詳細

1 輸出診断
輸出の可能性を診断すると共に、役立つ情報をご提供します。また、診断結果に応じた個別相談によって、輸出課題の解決を支援します。

2 ビジネスパートナーマッチング
生産者・メーカーの方を対象に、輸出商社とのマッチング支援や、新たな輸出ビジネスの創出に向けて共に取り組んでいける GFP ビジネスパートナーを紹介します。

3 個別支援
輸出産地づくりの計画策定を支援するほか、各種支援メニュー（輸出レベルアップコース、輸出専門人材の紹介等）を通じてサポートします。

4 交流会の開催
テーマ別（各地域・品目・業種等）に、セミナーや商談会・交流会などのイベントを開催し、様々な事業者間の交流のきっかけを創出します。

5 情報発信
輸出に関する情報（規制情報、輸出優良事例、補助事業等）について、コミュニティサイトや会員限定のメルマガ配信、SNS等を通じてGFP関連の情報発信を随時行っています。

YouTube公式チャンネル　Facebook　instagram　LINEお友達登録

4 GFPの活用事例・サービス利用者の声


輸入商社
今岡　柾 様

- GFPを通じ多くの生産者・輸出商社さまと出会う機会を頂きました。会社立ち上げ直後でしたので大変助かりました。
- 今後も生産者ブランドを現地の消費者に届け、タイ向け青果物輸出拡大を目指します。


生産者
小澤 光範 様

- 輸出開始時から、悩んでいるどんなことでも、気軽に相談に乗っていただけたのがGFPの皆さんでした。
- オン・オフライン問わず、多種多様なイベントを開催していただき、自分に合った輸出戦略をアドバイスいただくことができました。
- GAP取得に向けてのお話や自社農園の課題解決、新しい発見もすることができました。


生産者
古賀 百伽 様

- GFPに参加して以降、海外輸出の現場情報や商談の場に継続的にアクセスできるようになり、現地バイヤーとの信頼構築や販路拡大に繋がっています。
- 国内では得られない視点やニーズを得ることで、商品開発や生産体制の見直しにも良い影響がありました。
- 地域の農家とともに「輸出に強い産地づくり」を進め、日本の農産物の価値を世界に伝えていきたいと考えています。

GFPサービスの活用方法とその効果の詳細は「GFP登録者の優良事例」をご覧ください。

農林水産省

GFP 農林水産物・食品輸出プロジェクト

フラッグシップ輸出産地について

○「フラッグシップ輸出産地」とは、令和６年度に創設された、海外の規制やニーズに対応して継続的に農林水産物の輸出に取り組み、輸出取組の手本となる産地として農林水産大臣が認定する制度。令和６（2024）年７月に第１回、12月に第２回、令和７（2025）年12月に第３回の認定が行われ、全国で108産地が認定されている。

○中国四国農政局管内では、第１回に５産地、第２回に８産地、第３回に４産地が認定され、計17産地が認定されている（１品目につき１産地とカウント）。

○当局の認定産地の特徴として、他局では認定実績のない盆栽の栽培産地が２産地（高松盆栽輸出振興会、赤石五葉松輸出振興組合）が認定されている。

認定産地

県名	認定産地（申請者名）	品目	認定回
鳥取	**大山乳業農業協同組合** (特殊パックで賞味期限延長した「白バラ牛乳」のチルド牛乳を香港向けに輸出)	牛乳乳製品	第1回
岡山	**全国農業協同組合連合会岡山県本部（JA岡山、JA晴れの国岡山）** (主に台湾、香港向けに輸出。高い品質は現地でも高評価)	もも、ぶどう	第2回
	江与味製材株式会社 (桧製品の販売におけるサプライチェーンの構築を進めつつ輸出に取り組む産地)	製材	第3回
広島	**クニヒロ株式会社** （日本で唯一牡蠣のEU HACCP認証を取得し海外輸出の拡大に邁進）	牡蠣	第3回
	尾道海産株式会社 (産地・製造方法、漁船のトレース情報等の証明書を提出しつつ輸出に取り組む産地)	煮干魚介類	第3回
徳島	**徳島県阿波尾鶏ブランド確立対策協議会** (輸出食鳥処理場認定を受け、香港、ベトナム等向け輸出に注力)	鶏肉	第1回
	株式会社農家ソムリエーず (ニーズに合った規格品の安定的なロット確保を実現しカナダ向け輸出を強化)	かんしょ	第1回
香川	**高松盆栽輸出振興会** (各国の輸出条件に対応した防除暦を作成。技術の普及や輸出後の品質維持に繋げる)	盆栽	第1回
愛媛・香川	**赤石五葉松輸出振興組合** (EUの規制に対応した栽培管理体制を整備。スペイン、オランダ向けに直接輸出)	盆栽	第1回
愛媛	**えひめ愛フード推進機構** (販売促進と、検疫条件や残留農薬基準等の規制を克服する課題解決の両面から取組)	かんきつ	第1回
	愛育フィッシュ輸出促進共同企業体 (県産養殖魚「愛育フィッシュ」のプロモーションを現地商談会等で積極的に実施)	ぶり、たい、シマアジ	第2回
	愛南漁業協同組合 (水産エコラベルを取得。米国で好まれる無投薬による生産拡大を働きかけている)	たい	第2回
	辻水産株式会社 (対米HACCP認証取得。FDA、中国、台湾等の施設登録を行い各国の規制に対応)	クロマグロ	第2回
高知	**高知市農業協同組合** (完全共同選果共同販売体制による輸出先国ニーズに応じた独自の出荷ルールを策定)	切り花(グロリオサ)	第3回

令和７年度輸出に取り組む優良事業者表彰（農林水産大臣賞）

2025 農林水産大臣賞

ヤマロク醤油株式会社（香川県小豆郡小豆島町）

醤油（木桶仕込み）



SNSを活用し「木桶仕込み醤油」を毎日世界の消費者へ発信

取り組み内容

- 創業は約150年前。醤油を絞る前の「もろみ」の卸販売を行っており、醤油屋としては昭和24年から営業開始。**「木桶仕込み」という伝統的な製法で"プレミアム醤油"として、海外へ発信**している。
- 安心安全の品質を守るため、ISO22000認証、米国FDA登録などのレベルの高い食品衛生管理を得ているほか、ヴィーガンおよびコーシャの食生活を鑑み、世界中の多くの方に、安心して使っていただけるよう取り組んでいる。
- **SNSを活用し、毎日英語で木桶仕込み醤油のことを知っていただく投稿を行っている。**その**成果として、フォロワー数は6万5,000人を超え、その内、9割が外国人**である。


▲150年前から使用する木桶


▲木桶に生きる酵母菌や乳酸菌



▲各国の取り扱い店が分かるQRコード



▲SNSを積極活用



2025 輸出に取り組む優良事業者表彰 / 主催：公益財団法人 食品等持続的供給推進機構

令和７年度輸出に取り組む優良事業者表彰（農林水産大臣賞）

2025 農林水産大臣賞

株式会社黄金の村（徳島県那賀郡那賀町）

木頭ゆず果汁（加工品）



木頭ゆずのストーリーと認証取得で販路拡大に取り組む

取り組み内容

- 西日本で2番目に高い剣山の南麓に位置し、自然豊かな木頭地区。 木頭ゆずは、全国のゆずの苗にもなった歴史を持ち、昭和52年に**果樹としては初めて「朝日農業賞」を受賞、名実ともに日本一のゆず**となった。その木頭ゆずの産地としてゆずの生産・加工・輸出を行い、**木頭ゆずの歴史をストーリーとして届け、海外ファンを惹き付けている。**
- 2017年、地域で協力し、**農林水産省地理的表示保護制度の認定(GIマーク・登録42号)**を申請し、**木頭ゆずが認定**された。
- **高温予措（高温貯蔵）と低温貯蔵を組み合わせ、長期貯蔵技術を確立。**2022年HACCP(JFS-B規格)取得、2024年コーシャ認証取得。



◀フレッシュな香りと酸味を届けるため、収穫後、24時間以内に手絞り▼





▲用途に応じて梱包・輸送方法を丁寧に選択



▲コンテナに積み込み出荷





▲GI認証（H29）

2025 輸出に取り組む優良事業者表彰 / 主催：公益財団法人 食品等持続的供給推進機構

中国四国農政局における輸出促進の取組

Ⅰ　中国四国地域農林水産物等輸出促進協議会



- 中国四国地域において農林水産物等の輸出促進を図るため、各県及び関係機関をメンバーとする協議会を設置。
- 令和８年２月20日に幹事会を開催し、各機関から輸出の取組や支援策等について情報共有。
- 幹事、会員に輸出関係情報を提供。

Ⅱ　輸出産地･事業者の伴走型支援



◆ 輸出産地・事業者の支援を伴走型で進めるため、
- 令和4年に専門的知見を有する職員を「輸出産地サポーター」として配置。
- 令和4年1月4日に農政局内に「中国四国農政局輸出産地等支援プロジェクトチーム」を、2月10日に関係機関と連携した「中国四国地域輸出産地等支援ネットワーク」を設立。
- 令和７年９月12日に、岡山市で香港市場への輸出創出や輸出拡大に関心のある方々に向けた「セミナー及び個別相談会」を開催。

Ⅲ　GFPの取組等





- GFP（日本の農林水産物・食品の輸出プロジェクト）には、中国四国地域で990事業者が登録し、訪問診断（令和2年度以降原則オンライン形式）を88事業者実施（令和８年９月末現在）。※令和8年４月より「訪問診断」は「個別相談」に名称変更。
- GFPコミュニティ委託事業として、令和７年10月30日に岡山市で「“味噌・醤油” 輸出促進セミナー～輸出×インバウンドで稼ぐ！～」、令和７年11月28日に農政局で、輸出拡大に向けた金融機関・地域商社・支援機関向け情報交換会、令和８年２月２日～２月５日に岡山県・徳島県・香川県で「海外バイヤー招聘ツアー」を開催。

有限会社河野酢味噌製造工場　http://kohno@kohno-honten.co.jp

「杉桶の天然醸造にこだわった味噌や食酢をEU・台湾等へ輸出」

＜事業者の概要＞
1. 所在地：岡山県真庭市久世267
2. 代表者：代表取締役　河野　尚基
3. 主な品目：食酢（米酢・赤酢）、味噌、醤油、ドレッシング類
4. 主な輸出先国･地域：オランダ、フランス、台湾等
5. 事業概要：1888年創業、伝統製法の食酢や国産原料を杉桶で仕込む天然醸造と手間を惜しまず手仕事で味噌を製造。先代から守り続けてきた糀と地元の規格外しいたけを活用した「糀ぽん酢」はヴィーガン認証を取得。



仕込み作業と杉桶



展示会ブースの様子

【輸出の取組内容】

- 天然醸造にこだわった味噌や食酢など、伝統技術を守りながら本物のおいしさを海外に伝える目的で、2018年より輸出に向け取組む。
- 主力商品の食酢（米酢・赤酢）、味噌等を商社を通して、オランダ、フランス、台湾等に輸出しており、2023年の輸出額は、755万円と全体売上の８％程度。
- 国内販売を含む全体売上はコロナ前より減少傾向にあるものの、コロナ後に再開したフランスへの輸出は現在徐々にコロナ前に戻る中で、新たにオランダ等へも輸出したため、輸出額はコロナ前より増加。

【取組経緯】

- 積極的に輸出に挑戦すべく、FOODEX JAPAN2019に出展し商談を受ける。
- 量販店で商品を目にしたバイヤーから直接のリクエストを受ける。

【課題と対応方法】

○輸送時の品質劣化対応
→味噌の品質劣化を防ぐため、リーファーコンテナを使用。

○長期熟成場所の確保
→３年間の熟成を要する熟成酢のニーズが高いことから、増産用に仕入先の倉庫を熟成場所として確保。

○原料の調達対応
→地元の原料（米・大豆等）にこだわりがあるが確保が難しく、仕入れ先を岡山県内に広げ安定的に原料を確保。

【実績】

輸出額（万円）	
2021年	86
2022年	270
2023年	755

輸出国・地域割合（%）2023年	
オランダ	27
フランス	24
台湾	14
その他	35

【今後の事業展開】

- ✓ 有機原料を用いた商品開発や、主力の食酢・味噌において、東南アジアやイスラム市場をターゲットにハラル認証・ヴィーガン認証の取得を目指す。
- ✓ 海外の有機市場に好機があることは間違いなく、有機原料の確保に取り組むとともに、徐々に販路拡大できるよう挑戦していく。

マルクラ食品有限会社

https://www.marukura-amazake.jp/

「伝統的な製造方法を守りつつ、輸出先国が求める商品を適切に供給!!」

＜事業者の概要＞
1. 所 在 地：岡山県倉敷市加須山273-3
2. 代 表 者：代表取締役　岡田 幸憲
3. 主な品目：米こうじ、玄米甘酒、白味噌
4. 主な輸出先国･地域：北米 約70%、EU・英国 約20%
その他（オーストラリア、ニュージーランド等 ）約10%
5. 事業概要：こうじ加工品（米こうじ、甘酒、白味噌）の製造販売



輸出用米こうじ



Foodex商談会に出品

【輸出の取組内容】

- 平成15年、輸出先国からオーガニック食品（白味噌）の出荷を依頼され、輸出を開始。
- 平成23年、原発事故以降、欧米からの食品安全意識の高まりに対応するため、大幅な工場改修と衛生管理の強化を行い、ISO22000を取得。平成25年、アメリカのFDA査察をクリア。令和３年、FSSC22000を取得。
- 令和５年、北米のグルテンフリー市場（ライスシロップの需要）に対応するため、ライスシロップの原料となるオーガニック乾燥こうじを輸出。その後、十分な供給能力を確保するための製造工場を増設（令和７年８月完成）。
- アメリカのFDA査察クリアにより、輸出先国との信頼確保や更なる他国への販売拡大に繋がった。

【取組経緯】

- 伝統製法を守りながら、平成15年から輸出を検討。アメリカ向けオーガニック食品の出荷依頼が輸出の契機。
- アメリカの大手オーガニック食品事業者に白味噌を輸出。

【課題と対応方法】

〇国内連携の取組
→FDA認証やISO22000認証の取得企業が少なく、国内事業者との連携に苦慮。
その中で一部の同業者と連携し、日本ブランドとして白味噌を輸出。
〇海外規制への対応
→アメリカは、州ごとに表示基準が設定されているため、対応に苦慮。
→規制情報は、農林水産省やジェトロ等のサイトで確認。

【実績】

輸出額（万円）		輸出国・地域割合（%）	
2022年	約5,700	北米	70
2023年	約6,300	EU（英国含む）	20
2024年	約7,000	オーストラリア等	10

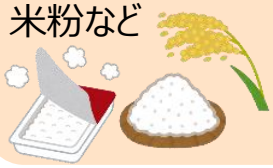
【今後の事業展開】

✓ 食品製造業界は賃金が低く、新規雇用が難しい。今後、労働生産性を上げながら、賃金を上げる仕組みを検討していく。
また、社員の若返りにより、会社組織のDX化を進めていく。

輸出重点品目

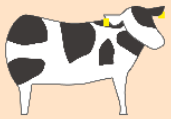
これまで日本から輸出してきた品目は多岐にわたっていましたが、それぞれの品目の輸出額は小さく、「日本ならでは」の強みを持つ産品のシェアが小さい状況でした。
そこで海外で評価される「日本ならでは」の強みをもつ31品目を**「輸出重点品目」**として設定しました。
31品目それぞれにターゲットとする国や地域、具体的な輸出目標やそれに向けた課題を明確にし、その実現に向けたさまざまな取り組みを行っています。

コメ・パックご飯・米粉など



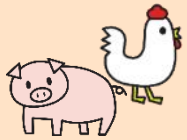
冷めても美味しい等の日本産米は寿司やおにぎり等に向き、日本食の普及とともに拡大が可能。

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、鶏肉



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。

製材



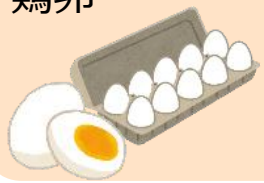
スギやヒノキは、日本式木造建築だけでなく香りの癒しの効果も人気で、今後の輸出の伸びに期待。

果樹(りんご、ぶどう、もも、かんきつ、かき・かき加工品、なし)、野菜(いちご)



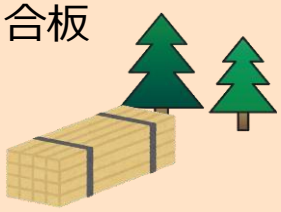
甘くて美味しく、見た目も良い日本の果実は海外でも人気。

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。

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。

野菜(かんしょ等)



焼き芋がアジアで大人気。輸出が急増。

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。

牡蠣・牡蠣加工品



身が厚く濃厚な味わいが特徴、アジアでは日本産牡蠣が浸透。今後は生食用の需要が高い欧米などへの販路拡大にも期待。

切り花



外国にはない品種に強み。輸出の伸び率が高い。

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。

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。

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。

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



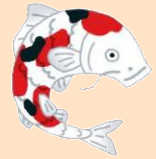
日本産品の品質が世界中でブランドとして定着。

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。

錦鯉



日本文化の象徴としてアジア、欧州を中心に海外で人気。

令和６年度　中国四国地域の主な農林水産物・食品の輸出品目と輸出先

山口県

品目名	輸出先	輸出額（千円）
水産加工品 和牛等	台湾、シンガポール、ベトナム、米国、EU等	723,576

※やまぐちの農林水産物等輸出推進会議調べ
※ぶちうまエクスポーター実績

愛媛県

品目名	輸出先	輸出額（千円）	輸出量
温州みかん	香港ほか６国・地域	62,714	119.3 t
中晩柑	香港ほか７国・地域	59,131	62.0 t
柿	香港ほか３国・地域	1,176	1.66 t
ブルーベリー	台湾ほか３国・地域	1,725	0.66 t
キウイフルーツ	香港ほか４国・地域	3,004	4.8 t

※ えひめ愛フード推進機構調べ

加工食品	シンガポール、中国ほか９国・地域	330,420
林産物	カナダ、韓国ほか３国・地域	277,158
水産物	中国ほか６国・地域	3,510,686

※ 愛のくにえひめ営業本部調べ

広島県

品目名	輸出先	輸出額（千円）	輸出量
ぶどう	香港・台湾	472	0.4 t
なし	香港、台湾、シンガポール	1,942	3.7 t
柑橘（レモン）	マレーシア、シンガポール	635	1.4 t
柑橘（はるか）	香港	400	1.0t
鶏卵	香港	838,485	2,834 t
日本酒	フランス、中国、台湾等	257,000	224 kL
牡蠣	香港、台湾等	2,193,740	1,745 t

※ 広島県調べ

※ 日本酒は令和６年１月～12月のデータ、
牡蠣は令和６年７月～令和７年６月の実績データ（むき身ベース）

島根県

品目名	輸出先	輸出額（千円）
加工食品（茶、酒、海産物加工等）	米国、韓国、台湾等	2,744,520
花き（牡丹苗、芍薬等）	オランダ、台湾等	15,351
農産物	台湾、香港、フランス等	58,514
うち 米		2,724
野菜（乾燥野菜、エディブルフラワー等）		13,593
果樹（ぶどう、柿等）		42,197
畜産物	香港、シンガポール等	298,722
水産物（冷凍魚、動物、鮮魚等）	ベトナム、タイ、中国等	408,313
木材及び木材加工品	中国、韓国、メキシコ等	97,862

※島根県調べ
※令和６年１月～12月のデータを集計
※各品目の内訳は島根県HP参照

鳥取県

品目名	輸出先	輸出額（百万円）	輸出量
日本なし	主に台湾、香港、米国	150	182 t
柿	主にタイ	4	8 t
スイカ	香港	10	31 t
和牛	台湾、香港、米国等	166	26t
乳製品	香港、韓国、マカオ等	53	ー
日本酒	米国、ロシア、中国等	148	ー
加工食品（菓子等）	米国、中国、韓国等	682	ー

※ 鳥取県実態調査に回答があったもののみ

岡山県

品目名	輸出先	輸出額（千円）	輸出量
もも	台湾、香港等	41,415	24 t
ぶどう	台湾、香港等	1,089,789	465 t
木材（ヒノキ）	韓国、中国等	485,075	8,336㎥

※ 岡山県調べ



高知県

品目名	輸出先	輸出額（千円）
ゆず（果汁含）	フランス、米国、オーストラリア等	883,673
酒類	米国、中国、韓国等	624,128
水産物（加工品除く）	ベトナム、香港、米国等	553,607
その他加工品等	シンガポール、マレーシア、台湾等	970,255

※ ジェトロ高知・高知県　貿易実態調査

徳島県

品目名	輸出先	輸出額（千円）
農畜水産物	マレーシア、香港等	3,328,148
木材・木材加工品	米国、ドイツ	588,355
加工食品	EU、イギリス	1,077,570

※ 徳島県調べ

香川県

品目名	輸出先	輸出額（千円）
畜産物（オリーブ牛、鶏卵等）	米国、香港等	269,776
青果物（いちご、かんしょ、レタス等）	香港、シンガポール、タイ等	134,220
加工食品（うどん、調味料、日本酒等）	米国・台湾等	98,070
その他（盆栽、オリーブハマチ等）	EU、香港等	29,866

※香川県　県産品振興課調べ
（成約・出荷等に香川県が関与したもの）

注：本資料は、県及びＪＡ等の協力により把握した主な農林水産物・食品の輸出額・輸出量であり、各県の状況を網羅したものではない。

輸出拡大等による「海外から稼ぐ力」の強化

○　農林水産物・食品の輸出拡大を加速すると共に、食品産業の海外展開、インバウンドによる食関連消費の拡大を連携して推進
○　これらの相乗効果を通じて、農林水産業・食品産業の「海外から稼ぐ力」を強化（地域の活性化に貢献）

農林水産物・食品の輸出額
【現状】1.7兆円（2025年）→【目標】５兆円（2030年）

農林水産物・食品の輸出拡大

現地で用いる原材料の輸出をけん引

ECサイト・現地スーパー等での食体験を通じ、訪日意欲を喚起

日本食・食文化の現地での浸透

「本場」の食体験を通じ、日本食のファンに

現地の日本食レストラン等での食体験を通じ、訪日意欲を喚起

食品産業の海外展開

食品産業の海外展開による収益額
【現状】1.7兆円（2023年）→【目標】３兆円（2030年）

「本場」の食体験を通じ、日本食を身近に楽しむ

インバウンドによる食関連消費の拡大

インバウンドによる食関連消費額
【現状】2.7兆円（2025年）→【目標】4.5兆円（2030年）

農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略

○　人口減少に伴う国内需要の減少が見込まれる中、生産基盤を強化し、食料安全保障を確保するため、成長する**海外の食市場**を取りこむことが重要。

○　このため、**農林水産物・食品の輸出拡大**に加え、**食品産業の海外展開**、**インバウンドによる食関連消費の拡大**に向けた施策を強化し、輸出拡大との相乗効果を通じて**海外から稼ぐ力**を強化するための戦略を策定（令和７年５月最終改訂）

１．農林水産物・食品の輸出拡大（2030年５兆円）

①日本の強みを最大限に発揮するための取組

- 海外で評価される強みがある31の**輸出重点品目**、**ターゲット国・地域**について**輸出目標を設定**
- **新市場の開拓**、輸出先の**多角化**
- 地理的表示（GI）やコンテンツの活用により、**高付加価値化**
- **優良品種を**守り、新品種を育成・普及を進めるための**法制度を検討**

②マーケットインの発想で輸出にチャレンジする事業者の支援

- **マーケットインの発想**※に基づき低コストの生産等ができる**大規模輸出産地**の育成・展開
- 国内から現地まで一貫してつなぐ**戦略的なサプライチェーン**を構築し、横展開

※　海外市場で求められるスペック（量・価格・品質・規格・認証）の産品を専門的・継続的に生産販売しようとするもの。

③政府一体となった輸出の障害の克服

- 輸出先国・地域における**輸入規制の撤廃・緩和に向けて政府一体となった協議**を実施
- 我が国の強みである、優れた品種や技術、特有の食文化等の**知的財産を守り「稼ぎ」に変える**ための**知的財産対策の強化**

２．食品産業の海外展開（2030年３兆円）

- 海外現地の**専門家**による規制や税務対応の支援、**コールドチェーン**構築の推進

３．インバウンドによる食関連消費の拡大（2030年4.5兆円）

- 地域の食材や歴史・文化を**ストーリー**にして**旅マエ・旅ナカ・旅アト**で効果的に外国人にアプローチ