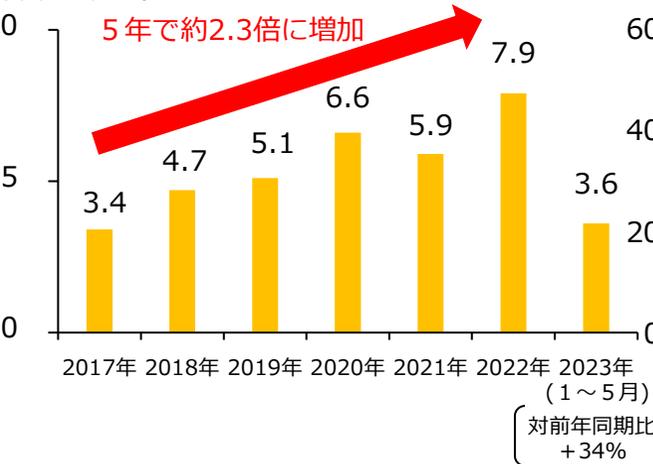


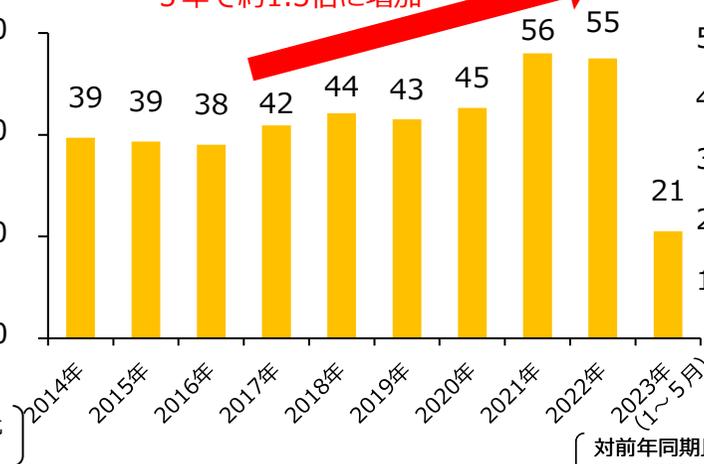
パックご飯・米菓・日本酒の輸出実績の推移

- パックご飯については、輸出事業者からの聞き取りによると、海外の需要先の獲得、製造工場の稼働率向上や新設により輸出を増やしたなどの声も聞かれ、2022年の輸出金額・輸出量はともに増加。
- 米菓については、業界からの聞き取りによると、国内生産シェアの上位にいるメーカーが輸出も含め、長期間生産を中止等していたことが要因の一つとの声も聞かれ、2022年の輸出金額・輸出量はともに減少。
- 日本酒については、中国・アメリカ向け等が増加したこと等から、2022年の輸出金額・輸出量はともに増加。

● パックご飯の輸出実績
(単位：億円)



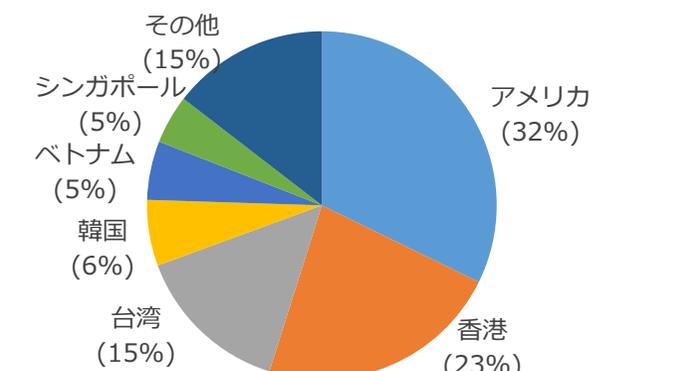
● 米菓の輸出実績
(単位：億円)



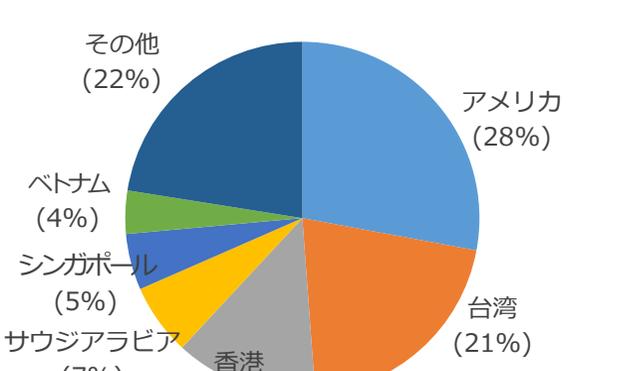
● 日本酒の輸出実績
(単位：億円)



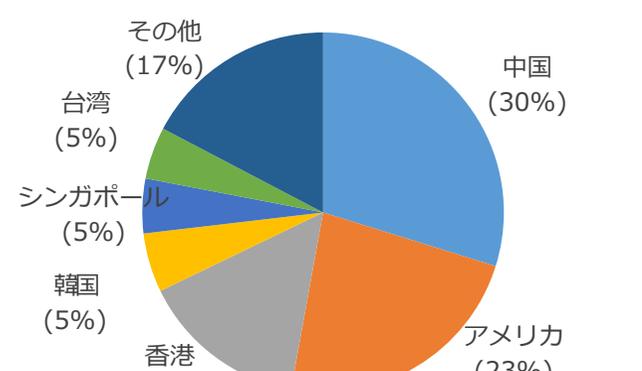
■ パックご飯の輸出先国・地域内訳 (金額ベース)(2022年)



■ 米菓の輸出先国・地域内訳 (金額ベース)(2022年)



■ 日本酒の輸出先国・地域内訳 (金額ベース)(2022年)



※資料：財務省「貿易統計」
(注) パックご飯等は2017年より貿易統計にて輸出実績を集計・公表。

農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（2022年12月改訂）について

戦略の趣旨

- 2025年2兆円・2030年5兆円目標の達成は、海外市場で求められるスペック（量・価格・品質・規格）の産品を専門的・継続的に生産・販売する（＝「マーケットイン」）体制整備が不可欠



改訂の概要

- 輸出促進法等の一部改正法の施行（2022年10月1日）等を踏まえ、2023年度に実施する施策、2024年度以降の実施に向け検討する施策について、その方向性を決定

3つの基本的な考え方と具体的施策

1. 日本の強みを最大限に発揮するための取組

- ①輸出重点品目(29品目)と輸出目標の設定
- ②輸出重点品目に係るターゲット国・地域、輸出目標、手段の明確化
- ③品目団体の組織化とその取組の強化
- ④輸出先国・地域における専門的・継続的な支援体制の強化
- ⑤JETRO・JFOODOと認定農林水産物・食品輸出促進団体等の連携
- ⑥日本食・食文化の情報発信におけるインバウンドとの連携

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

- ⑦リスクを取って輸出に取り組む事業者への投資の支援
- ⑧マーケットインの発想に基づく輸出産地・事業者の育成・展開
- ⑨大ロット・高品質・効率的な輸出等に対応可能な輸出物流の構築
- ⑩輸出向けに生産・流通を転換するフラッグシップ輸出産地の形成
- ⑪輸出を後押しする農林水産事業者・食品事業者の海外展開の支援

3. 政府一体となった輸出の障害の克服

- ⑫輸出先国・地域における輸入規制の撤廃
- ⑬輸出加速を支える政府一体としての体制整備
- ⑭輸出先国・地域の規制やニーズに対応した加工食品等への支援
- ⑮日本の強みを守るための知的財産対策強化

4. 国の組織体制の強化