

食文化産業振興WGにおける取りまとめ



- 食文化産業の発展に向け、日本の外食事業者の海外店舗の大幅拡大や世界に向けて発信力を持つ食に特化した地域づくりのために、事業者等へのヒアリングを実施し、必要な施策を検討。

海外展開拡大

- ✓ グローバル・フード・バリュー・チェーン（GFVC）推進官民協議会によるセミナー等の開催
 - ・ 専門家や現地に展開する日系企業から、現地の市況や事業の課題等について説明
- ✓ フィーズビリティ・スタディへの支援
 - ・ 海外ビジネスの基盤整備に向けた投資可能性調査を支援

- ・ 海外ビジネスには規制・商習慣等の専門情報やパートナーが重要（規制、商習慣への対応や、許認可を受けることに苦労）
- ・ 日本産食材の安定調達が必須。輸出産地や生産者とのマッチングによる原料調達、直接契約、加工食品の規制対応等が課題
- ・ 調達した原材料の選別・調整等の設備には多額の投資が必要

① 閣僚トップセールスを突破口に活用

- ・ 日本企業と現地政府や商工会との関係づくり
- ・ 現地JETRO等の体制を強化し、フォローアップ、許認可の円滑化等を推進（大使館だけでなく、農林水産省本省幹部によるWeb等でのフォロー）

② はじめの一步の踏出しから現地事業定着までの各種課題解決

- ・ 現地店舗出店に係る食品・労働・投資規制対応、産地・メーカーとのマッチング、テストマーケティング・プロモーション、現地での人材育成や設備導入など、課題解決を支援

③ 店舗の拡大投資に向けた資金調達の後押し

- ・ 民間の投融資を誘引するための利子助成の拡充や、案件のマッチング支援を検討

これまでの取組

ヒアリングを踏まえた課題

これからの対応方向

インバウンド展開拡大

✓ SAVOR JAPAN事業の取組

- ・ 食を含めた訪日外国人の消費は都市部に集中。
- ・ 地域の食文化を生かして訪日外国人誘客に取り組むSAVOR JAPAN地域は45に拡大。
- ・ 地域の食や食文化を生かきれておらず、客単価の上げや消費額の拡大が図られていない。

- ・ 色々なものがありすぎて逆に特色が弱い。地域の素材を魅力的に見せる仕組みづくりに課題
- ・ 専門家や世界情勢がわかる方にコーディネーターや戦略づくりを支援してほしい
- ・ 効果的に情報発信ができる機会が必要

① 地域の食材及び食文化のポテンシャルを発掘

- ・ 食文化産業中核拠点を目指すために必要な要素をフーディー視点で確認

② 地域の食文化を科学的に分析・検証し、戦略を策定

- ・ 分野横断的に事業者・人材が参加する駆動的な組織体を形成
- ・ 地域の食文化を科学的に分析・検証し、インバウンド誘客戦略を策定

③ 世界でも通用する食文化の国内外へのPR

- ・ 国際会議（国際料理学会等）の誘致・開催など世界でも通用する食文化の国内外へのPR
- ・ 地域未来戦略に基づく地方自治体のインバウンド拡大のための地場産業成長プラン等の策定を支援

- 食文化産業振興WGにおいて取りまとめた取組を着実に実現するため、以下の**2つのチームを結成し、課題解決のための取組を進める**。
- チームに参画する農林水産省職員は**ポストに関わらず**、勤務時間の一部を充てて、**本チームの業務に従事**。

外食事業者の海外展開拡大チーム

1. 支援対象事業者：

公募により選定

2. チームメンバー：

農林水産省内で公募等を行い組織

※経済産業省PIVOTチームとも連携

3. チームによる取組や支援：

補助事業等も活用し、以下を個社支援

- ①現地事業者と国内産地・事業者とのマッチング
- ②障壁となる、規制、ルールに関する情報収集、提供、調整
(許認可取得円滑化に向けた働きかけ)
- ③トレードミッションの支援

インバウンド拡大チーム

1. 支援対象地域：

公募により選定

2. チームメンバー：

農林水産省内で公募等を行い組織

※経済産業省PIVOTチームとも連携

3. チームによる取組や支援：

支援対象地域から、インバウンド拡大を進める上での知見や課題を共有し、チームメンバーが課題解決の検討・方策を実行

- ①応募があった地域のキーパーソンとのブレスト
- ②海外要人の訪問先候補として情報提供
- ③地域での訪日外国人を円滑に受け入れるための環境整備に関する情報収集