

- 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。

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

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

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

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）

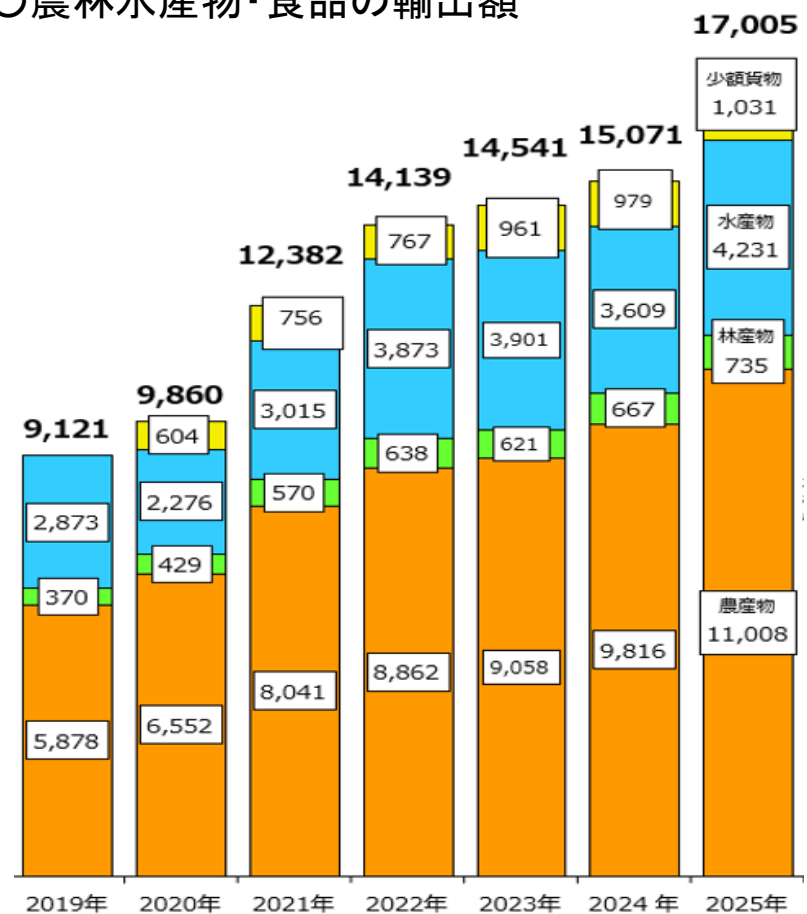
インバウンドによる 食関連消費の拡大

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）

「本場」の食体験を通じ、
日本食を身近に楽しむ

- 農林水産物・食品の輸出額を2030年に5兆円とすることを目指す。
- 2025年の輸出額は1兆7,005億円で過去最高。米国向けについては、緑茶や牛肉の需要増加により対前年比13.7%の増加を記録。
- 輸出先国・地域としては、米国が最大で、次いで香港、台湾、中国の順。

○農林水産物・食品の輸出額



(少額貨物等を含む)

資料: 財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

○輸出先国・地域別(2025年)

順位	2025年1-12月 (累計)						
	輸出先	輸出額 (億円)	金額 構成比 (%)	前年比 (%)	輸出額内訳 (億円)		
					農産物	林産物	水産物
1	米国	2,762	17.3	+13.7	1,847	88	828
2	香港	2,228	13.9	+0.8	1,354	20	854
3	台湾	1,812	11.3	+6.4	1,364	45	403
4	中国	1,799	11.3	+7.0	1,387	345	67
5	韓国	1,094	6.8	+20.0	689	40	365
6	ベトナム	954	6.0	+10.7	453	7	493
7	タイ	735	4.6	+17.1	379	11	346
8	シンガポール	563	3.5	+1.2	460	6	98
9	ロシア	414	2.6	+439.3	413	0	1
10	オーストラリア	382	2.4	+16.6	329	2	50
-	E U	997	6.2	+16.2	821	22	154

資料: 財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

○ 品目別では、牛肉、豚肉、いちご、米・パックご飯等、茶、清涼飲料水、菓子、ソース混合調味料、味噌・醤油、製材、ぶり、たい、錦鯉の13の輸出重点品目等で過去最高を記録した。

○2025年の主な品目の輸出実績

品 目		金 額 (百万円)	前年比 (%)
農 産 物	畜産品	142,769	+2.3
	畜産物	117,253	+9.2
	牛肉	73,105	+12.8
	豚肉	2,977	+25.3
	鶏肉	2,548	+2.7
	鶏卵	8,140	+14.5
	牛乳乳製品	30,482	▲ 0.2
	果樹・野菜等	71,071	▲ 2.9
	りんご	14,369	▲ 28.6
	ぶどう	4,669	▲ 21.3
	もも	2,474	▲ 16.2
	かんきつ	1,436	▲ 3.4
	かき・かき加工品	1,118	▲ 1.1
	なし	1,141	+11.7
	いちご	6,736	+24.6
	かんしょ・かんしょ加工品	4,465	+24.0
	ながいも	3,721	+10.9
	メロン	1,200	▲ 5.9
	たまねぎ	123	▲ 62.3
	穀物等	78,233	+5.5
	米（援助米を除く）	13,880	+15.4
	パックご飯等	2,022	+31.0
	その他農産物	198,496	+27.3
	緑茶	72,094	+98.2
	花き	7,872	▲ 19.8
	切り花	1,491	▲ 9.3
	植木等	6,090	▲ 23.1
	たばこ	22,844	+14.5

品 目		金 額 (百万円)	前年比 (%)
農 産 物	加工食品	572,488	+7.2
	清涼飲料水	60,434	+5.2
	菓子（米菓を除く）	37,384	+8.8
	米菓（あられ・せんべい）	5,959	▲ 9.3
	ソース混合調味料	72,146	+7.8
	味噌	7,142	+13.1
	醤油	13,493	+10.7
	アルコール飲料	149,477	+11.8
	日本酒	45,879	+5.6
	ウイスキー	48,979	+12.2
	焼酎（泡盛を含む）	1,960	+13.9
	農産物計	1,100,821	+12.1
林 産 物	林産物計	73,478	+10.1
	製材	10,238	+38.4
	合板	8,609	+16.5
	丸太	29,850	+5.8
	木製家具	8,910	+9.4
水 産 物	水産物（調製品を除く）	353,604	+25.4
	ぶり	52,775	+27.4
	たい	8,024	+16.2
	ホタテ貝	90,587	+30.4
	牡蠣	4,242	▲ 12.2
	真珠（天然・養殖）	41,167	▲ 0.1
	錦鯉	9,973	+37.9
	いわし	20,742	+91.8
	かつお・まぐろ類	21,537	+7.2
	さけ・ます	4,493	▲ 20.5
	さば	19,077	+94.5
	さんま	876	+101.4
	すけとうたら	1,389	+21.1
	水産調製品	69,514	▲ 12.0
	なまこ（調製）	7,893	▲ 24.8
	練り製品	11,768	+4.4
	ホタテ貝加工品	11,827	▲ 33.2
	牡蠣加工品	1,270	▲ 8.9
	水産物計	423,118	+17.2
	農林水産物・食品	1,597,417	+13.4

※財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

※「パックご飯等」は、パックご飯・加工米飯・米粉及び米粉製品の合計。政府による食糧援助を除く。

※「ソース混合調味料」は、カレー調製品・マヨネーズ・ドレッシング・酢・ウスターソース類等の合計

※2025年から、「ソース混合調味料」には酢、「製材」には改良木材、「合板」にはLVLやブロックボード等を含む

※農産物計には、詳細の不明な農林水産物339百万円を含む

○ 海外で評価される日本の強みを有し、輸出拡大余地が大きく、関係者が一体となった輸出促進活動が効果的な31品目を輸出重点品目に選定。

輸出重点品目		海外で評価される日本の強み
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		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。
鶏肉		
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。
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に期待。
果樹	りんご	甘くて美味しい食味や外観の良さなど高品質である日本産果実は、アジアを中心に需要が拡大。
	ぶどう	
	もも	
	かんきつ	
	かき・かき加工品	
	なし	
野菜	いちご	日本産のかんしょは甘みが強く、スイーツとしての食べ方の広がりにより、需要が拡大。日本産野菜は、品質の良さからアジアを中心に需要が拡大。
	かんしょ・かんしょ加工品、ながいも、たまねぎ等	
米・パックご飯・加工米飯・米粉及び米粉製品		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。
茶		日本の緑茶の製法は独自の発展を遂げ高い品質。健康志向や日本食への関心の高まりを背景に輸出拡大。
切り花		外国にはない品種に強み。輸出の伸び率が高い。

輸出重点品目		海外で評価される日本の強み
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。
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。
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)		「S A K E」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。
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。
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。
ぶり		脂の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・ホタテ貝加工品		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。
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。
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。
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。

輸出重点品目以外でも、輸出事業計画の認定を受けるなど輸出目標とその実行のための課題と対策を明確化する産地等に対しては、引き続き適切に支援

○ 輸出促進法や輸出拡大実行戦略に基づき、政府一体となって以下の取組を実施。

品目団体の認定

- ・R8年5月までに**29品目16団体**を認定。
- ・品目団体を中核とし、オールジャパンによる輸出促進を展開。

認定団体名	対象とする輸出重点品目
(一社) 全日本菓子輸出促進協議会	菓子
(一社) 日本木材輸出振興協会	製材、合板
(一社) 日本真珠振興会	真珠
日本酒造組合中央会	清酒(日本酒)、本格焼酎・泡盛
(一社) 全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会	コメ・パックご飯・米粉及び米粉製品
(一社) 全国花き輸出拡大協議会	切り花
(一社) 日本青果物輸出促進協議会	青果物 8品目※1
(公社) 日本茶業中央会	茶
(一社) 全日本錦鯉振興会	錦鯉
全国醤油工業協同組合連合会	味噌・醤油のうち醤油
全国味噌工業協同組合連合会	味噌・醤油のうち味噌
(一社) 日本はたて貝輸出振興協会	ホタテ貝
(一社) 日本養殖魚類輸出推進協会	ぶり、たい
(一社) 日本畜産物輸出促進協会	畜産物 5品目※2
全日本カレー工業協同組合	ソース混合調味料のうち カレーウおおよびカレー調製品
(一社) 全国牡蠣協議会	牡蠣・牡蠣加工品

※1 りんご、ぶどう、もも、かんきつ、かき・かき加工品、なし、いちご、かんしよ・かんしよ加工品、ながいも、たまねぎ等
※2 牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵、牛乳乳製品

輸入規制・輸出障壁への対応

- ・ 原発事故に伴い日本産食品の輸入規制を措置した国・地域の数は、事故後の55から現在 **5 (中国、香港、マカオ、韓国、ロシア)** にまで減少 (R8年8月時点)。
- ・ ロシア、香港、マカオについては、ALPS処理水の海洋放出に伴い、更に日本産水産物等を停止。

引き続き輸入規制の早期撤廃を働きかけ。

輸出支援プラットフォームの設置

- ・R8年5月までに**10か国・地域 (16拠点)** で立ち上げ。
- ・輸出事業者等を包括的・専門的・継続的に支援。

PF設置国・地域及び拠点設置都市

米国 (LA、NY、ヒューストン)、
EU(パリ、ブリュッセル)、ベトナム (ホーチミン)、シンガポール (シンガポール)、タイ (バンコク)、中国 (北京、上海、広州、成都)、香港 (香港)、台湾 (台北)、マレーシア (クアラルンプール)、UAE (ドバイ)



輸出産地の支援

- ・ **GFP (農林水産物・食品輸出プロジェクト)** 登録者数は11,000以上。(R7年度末時点)

〈GFP登録者へのサービス〉

- ・ GFPコミュニティサイトでの事業者同士の直接マッチング
- ・ 規制情報等の輸出に関連する情報の提供 等



- ・ 輸出先国・地域のニーズや規制に対応した農林水産物を求められる量で継続的に輸出する産地を「**フラッグシップ輸出産地**」として**108産地**を認定。(R7年12月末時点)

- 食品事業者の海外展開支援を目的とする「グローバル・フードバリューチェーン推進官民協議会」の枠組みの下で行われる情報提供・ビジネスマッチング、海外現地での物流・商流構築に係る投資案件形成への支援を実施。
- 農林水産物・食品の輸出に寄与する食品製造業・外食産業を重点的に支援。
- 新たな食料・農業・農村基本計画では、2030年目標として食品産業の海外展開による収益額3兆円を設定。

食品産業の海外展開支援

- ・ **グローバル・フードバリューチェーン(GFVC)推進官民協議会**
2014年6月に食品企業の海外ビジネス展開を後押しするための情報交換・発信の場として発足。2026年7月時点で民間企業(921社)及び関係機関・団体等175社)が参加。

1. 食品関連企業の海外ビジネス展開に関する情報提供

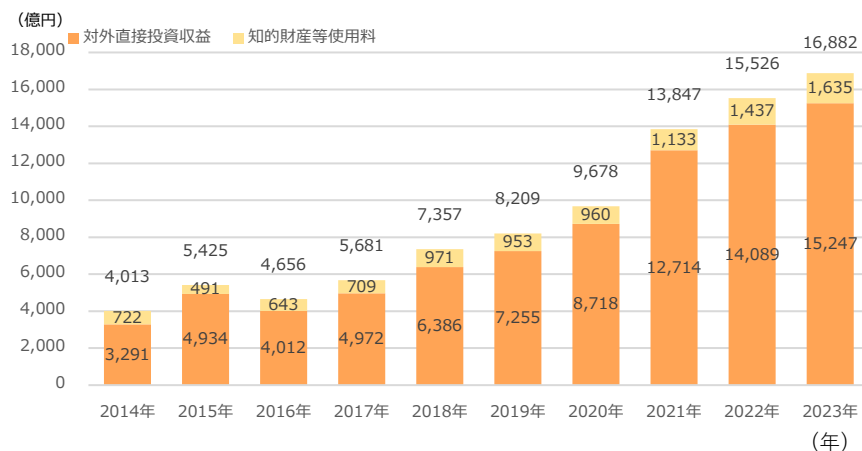
- ・ セミナーの開催等を通じた優良事例や公的支援メニューの紹介。
- ・ **輸出支援プラットフォーム**による現地市場に関する情報発信。
- ・ 食品事業者の海外展開を支援するための**ガイドライン**を策定。

2. 官民ビジネス・ミッションの派遣

- ・ 官民参加のフォーラムや**ミッション派遣**等を通じて、現地の政府機関や企業との関係構築を支援。
- ・ **投資可能性調査(FS)支援事業**
食品関連事業者の海外展開に際し海外現地での物流・商流等の拠点づくりに係る事業の実現可能性についての調査支援。

食品産業の海外展開による収益額の推移

- ・ 2023年の食品産業の海外展開による収益額は、対前年比8.7%増加の1.7兆円と過去最高。



注) 食品産業の海外展開による収益額は、食品の製造業、卸売業及び小売業並びに外食産業に加えて、農林水産業並びに木材及び木材製品の製造業の海外展開による収益額を含む。

※1 対外直接投資収益：海外の企業への投資により子会社等から得られる配当金等及び再投資収益(海外子会社等の内部留保)

※2 知的財産権等使用料：特許権、著作権等の知的財産権の使用料

食品産業の海外展開事例

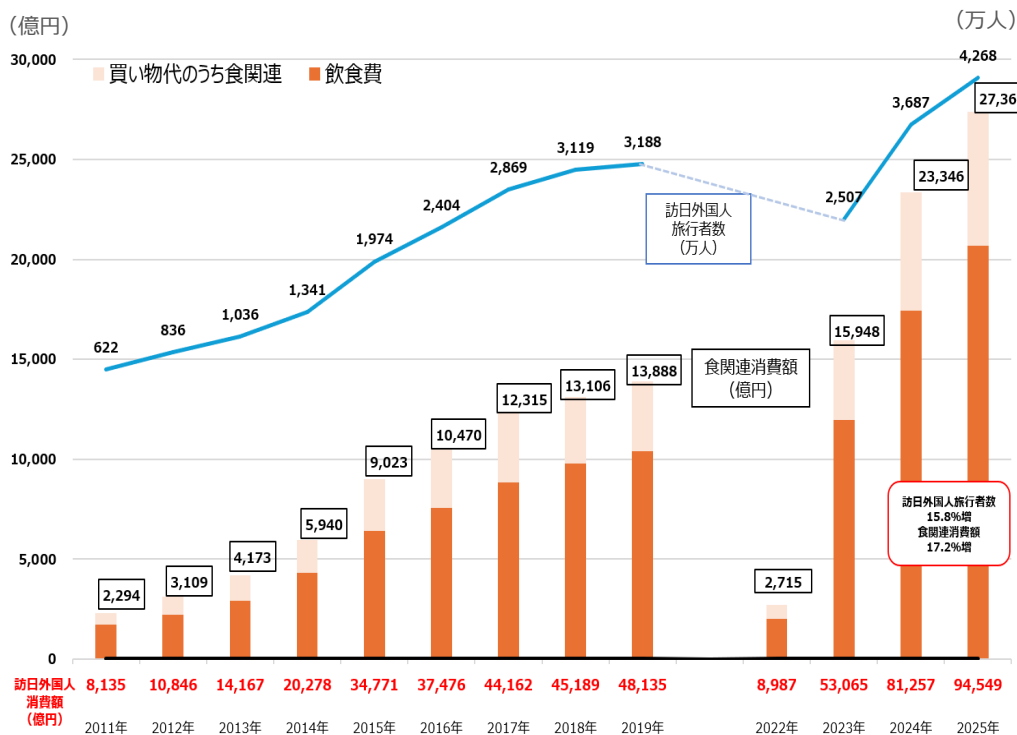
<外食> 定食店「大戸屋ごはん処」

- 首都圏中心に展開している日本食レストラン。2005年1月にタイに進出。2024年5月時点でタイ、台湾を中心に展開。
- 海外の店舗でも、日本の商品と同じ味・品質を目指し、日本産の米や魚、調味料を使用するとともに、店内調理にもこだわる。



- 新たな食料・農業・農村基本計画では、2030年目標としてインバウンド食関連消費額4.5兆円を設定。
- インバウンドによる食関連消費の拡大により、海外の日本食ファンを増やすことを通じて、輸出拡大との相乗効果を発揮する。

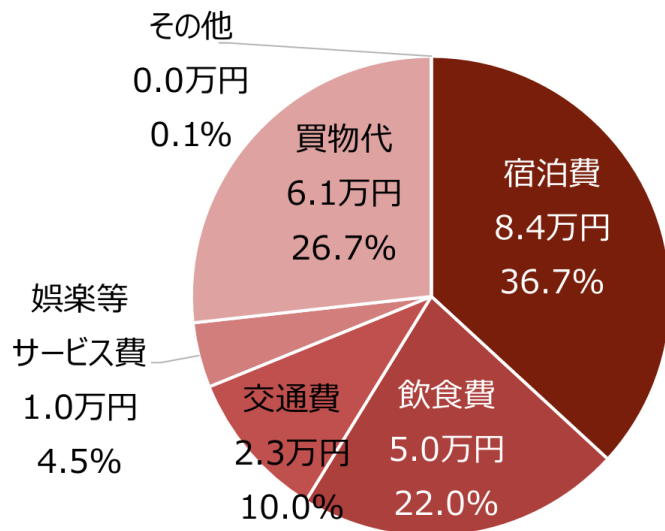
「インバウンドによる食関連消費額」の推移



- 令和7年のインバウンドによる食関連消費額は、2兆7,367億円で過去最高。
(訪日外国人旅行者数は4,268万人と過去最高を記録)

旅行消費額の内訳

【図表】費目別にみる一般客 1 人当たり旅行支出



- 2025年の訪日外国人（一般客）1人当たり旅行支出は22.9万円と推計される。
- 費目別にみると、宿泊費が8.4万円と最も高く、次いで買物代6.1万円、飲食費5.0万円の順で高い。