

2025年11月

## グローバル・フードバリューチェーン（GFVC）推進官民協議会 アドホック・アドバイザリーボード 提言書

### 1. はじめに

世界の食市場が急速に拡大する中、日本の「強み」を活かしたフードバリューチェーン<sup>1</sup>の構築を産学官連携で推進するため、GFVC（グローバル・フードバリューチェーン）推進官民協議会（以下「本協議会」）が2014年に設置され、海外展開に関するセミナーの開催等による情報提供や官民ミッションの派遣を実施してきた。その結果、2025年6月現在でGFVC協議会の会員数は973社・団体にのぼり、多様な業態・ビジネス事情の会員の参加を得ることとなった。

このような中、2024年6月改正の「食料・農業・農村基本法」において食品産業の海外展開が明示的に規定され、2025年4月の「食料・農業・農村基本計画」では、農林水産物・食品の輸出拡大との相乗効果を図る観点から、食品産業の海外展開に向けた施策を強化することとされた。

これらを受けて、本協議会の運営体制を見直し、会員企業・団体等の多様なニーズをより的確に反映するために、会員代表による議論の場としてアドホック・アドバイザリーボードが設置された。本提言書は、2025年6月から10月にかけて行われた本協議会の「アドホック・アドバイザリーボード」での議論を踏まえ、今後のGFVC推進の方向性を示すものである。

### 2. GFVC推進官民協議会の趣旨と活動目的

本協議会は、「フードバリューチェーンの構築」を通じて、会員企業・団体等の海外ビジネス展開を推進することを主目的とする。この目的の明確化は、会員企業・団体等の拡大や活動内容の充実にも資するものである。

また、本協議会は、日本企業による海外投資の促進を図るという文

---

<sup>1</sup> フードバリューチェーンの構築とは、生産から製造・加工、流通、消費に至る各段階の付加価値を高めながらつなぎあわせることにより、食を基軸とする付加価値の連鎖をつくることである。これにより、フードバリューチェーン全体でより大きな付加価値を生み出し、バリューチェーンを構成する生産者、製造業者、流通業者、消費者により大きな付加価値をもたらすようにしていくことを指す。（「グローバル・フードバリューチェーン戦略」平成26年6月、グローバル・フードバリューチェーン戦略検討会）

脈において、その食品分野での取組を促進する趣旨で設立された経緯があることから、同協議会の活動は単なる輸出支援にとどまらず、現地生産や現地市場への進出や出店、さらには日本食文化の普及やブランド価値の向上も視野に入れるべきである。

本協議会は、これにより食品産業全体の「海外から稼ぐ力」を底上げし、国内外のサプライチェーン強靭化にも寄与するとともに、食料・農業・農村基本計画（2025年4月閣議決定）の目標である「農林水産物・食品の輸出額」、「食品産業の海外展開による収益額」、「インバウンドによる食関連消費額」の増加、およびそれらのKPI達成にも貢献するものである（参考1）。

### 3. 活動内容

GFVC推進官民協議会は、他協議会や他機関との重複を避けつつ、産学官が連携してより効果的、有機的な支援を提供し、協議会の目的である会員企業・団体等の海外ビジネス展開の推進を達成するため、以下の活動に取り組むこととする。

#### （1）情報提供及び意見交換

セミナー、メールマガジン、ウェブサイトを通じた情報提供を継続してフィードバックを得るとともに、以下の点を強化する。

- 現地市場の動向、食品や海外展開に係る新規制の導入や撤廃等のタイムリーな情報発信：  
JETROや輸出支援プラットフォーム等と連携し、現地の市場動向や業規制・商慣行（税務処理、就労規則、認可手続き等）など、実務に直結する情報を漏れなくタイムリーに提供する。
- 会員企業・団体等の多様なニーズへの対応：  
企業規模や業種、海外展開の実績等に応じて、必要とされる情報や支援内容をカテゴリ化し、バランスよく提供する。海外展開のフェーズ別、業種別、関心度別などの切り口で情報を整理し、情報提供や支援の最適化を図る。
- 部会の設置を通じた取組の重点化  
会員企業・団体等の関心に応じ、重点国・地域の取組を強化するための国別・地域別部会、食品製造業や外食業など業種別の共通課題に対処するための業種別部会の活用を図ることとし、その設置方法について検討する。部会を設置する際には、既存の業種別会合との重複や内容の硬直化を避け、産学官が連携した業種横断

的な組織である本協議会の特徴を活かす。また、各国に共通する規制や食の多様性（ハラール、ヴィーガン、コーチャ、世代別需要、ライフスタイル変化等）へ対応するため、分野別部会についても柔軟に対応する（参考2）。

- **先進事例の発掘・紹介：**

会員企業が積極的に本協議会の活動に参加できるよう、海外展開の成功・撤退事例を含め、モデルと教訓を得られる先行事例を発掘・紹介する。

## （2）ビジネスマッチングとネットワーク形成

ミッション派遣やネットワーキング会合等の枠組みを活用し、以下の点について強化を図る。

- **ミッション派遣の最適化：**

アンケート等を通じて会員企業・団体等の意向を確認しながら、本協議会の目的達成に資する派遣先と時期、タイミングを選定し、食品関連企業向けを中心としたミッション派遣を実施する。また、現地側の在外公館等と連携し、進出に当たっての課題を政府側と協議する機会としても活用する。

その際、マッチングの機会では、現地側の投資誘致機関やバイヤー、在外公館、既に海外展開している日系企業等、海外展開の際の拠点設置や人材確保のパートナーとなり得る者等を優先的に人選する。また、市場の視察等においては、現地における日系商品・サービスの需要動向について評価を行うことにより、実効性の高いミッションの実現を目指す。

- **ネットワーキング会合等を通じた人材育成・発掘：**

会員企業・団体等において海外展開への関心が高まる一方、国内側で海外展開に対応できる人材の不足が指摘されている。このため、現地における人材確保のため教育機関との連携も有効と考えられる他、日本国内への留学生などの人的ネットワークの形成が食品産業における地域の中核企業・団体等の人材育成・発掘に資するよう支援する。組織の枠を超えて刺激し、幅広い視野を得る機会を作ることによって海外展開に向けた人材育成・発掘に取り組む。

## （3）会員企業・団体等のニーズに応じた対応

- **会員企業・団体等の実態把握と対応：**

アンケートやヒアリングを通じて、会員企業・団体等の海外展開状況やニーズをスピード感をもって的確に把握し、必要に応じて個別のフォローアップを行う。特に、活動に積極的に参加していない会員の実態把握、フォローアップも重要である。これらフォローアップの方法については、オンラインアンケート、ウェブ会議やSNSによる情報取集等により効率性を確保する。

- 海外ビジネス展開の戦略策定支援：  
会員企業・団体等の海外展開状況やニーズに基づいてターゲット国を設定し、現地に配置するアドバイザーの協力を得つつ海外展開戦略を作成する。この海外展開戦略を活用し、特に中小規模の企業に対しては海外展開初期段階からの伴走支援も検討する。
- 情報提供の多様化・利便性向上：  
動画コンテンツの充実や検索機能の強化、輸出支援プラットフォーム等が発表する規制情報に関する外部リンクの掲載など、会員企業・団体等が必要な情報にアクセスしやすい「情報のハブ」となることを目指す。

#### 4. 今後の運営体制

本協議会運営においては、会員企業・団体等の意向をより良く反映するルール整備を進める。具体的には、本協議会事務局において会則案を作成し、会員からの意見聴取を経て令和8年度からの施行を想定する。

#### 5. まとめ

本協議会は、食品産業の海外展開を支える官民連携の中核として、会員企業・団体等の多様なニーズに応じた情報提供、ビジネスマッチング、伴走支援を強化し、現場に根差した実効性ある活動を展開すべきである。今後も、現地市場の変化や会員企業・団体等の声を的確に捉えつつ、柔軟かつ戦略的な運営を行うことを提言する。

以上

参考 1：食料・農業・農村基本計画の目標・KPI（輸出関係）

目標（2030年）	KPI（2030年（年度））
農林水産物・食品の輸出額 1.5兆円(2024年) →5兆円	<ul style="list-style-type: none"> <li>・輸出重点品目ごとの輸出額</li> <li>・大規模に農畜産物の輸出に取り組む産地数(65産地(2024年)→259産地)</li> <li>・公的機関における海外への品種登録出願に係る判断基準の整備(100%)</li> <li>・育成権者管理機関の法人化とライセンス先による商業栽培の開始 (1件以上(法人化及び商業栽培開始))</li> </ul>
食品産業の海外展開による収益額 1.6兆円(2022年) →3兆円	<ul style="list-style-type: none"> <li>・食料品製造業の現地法人の売上高(6.9兆円(2022年度)→9兆円)</li> <li>・食料品製造業の現地法人から支払われるロイヤリティ (280億円(2022年度)→411億円)</li> <li>・グローバル・フードバリューチェーン推進官民協議会会員企業のうち 現地法人を有している企業数(187社(2023年)→230社)</li> </ul>
インバウンドによる食関連消費額 1.6兆円(2023年) →4.5兆円	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンドによる一人当たりの食関連消費額 (6.4万円/人(2023年)→7.5万円/人)</li> <li>・訪日外国人旅行者数 (2,507万人(2023年)→6,000万人)</li> </ul>

## 参考2：部会の開催例

### テーマ別の開催例1：ハラール部会

- 関心を有する会員企業・団体等を募り、海外展開・輸出・インバウンドの観点からのヒアリングにより知見を積み重ねる。
- 複数の進出先国・地域に係る情報を横断的に扱い、比較と共に項の洗い出しを行う。

### テーマ別の開催例2：人材育成・発掘部会

- 既存の交流枠組みとの継続性にも留意しつつ、海外展開先の教育機関と日系企業との間を橋渡しできるような情報共有と意見交換の機会を設ける。
- 国内において地域の中核企業・団体等のネットワーク形成を図り、海外展開への関心を高める。

### 地域別の開催例：インド部会

- インドへの海外展開を既に進めている関係者より、現地発の情報を会員企業・団体等へ共有する。
- 令和7年度に予定しているインドへの官民ミッションについて報告会を開催し、今後、進出を検討している関係者による評価を共有する。

### ○各会合の違いについて

会合種別	内容	開催方式
全国セミナー	・テーマに即した情報提供 ・GFVC協議会による報告	・100人規模 ・セミナー形式
地方セミナー	・地域の先行事例の共有 ・支援機関による施策紹介	・50人規模 ・セミナー形式
部会	・国別・地域別、業種別、 テーマ別の深掘り・意見交換 ・異業種交流、ネットワーキング	・20～30人 ・ラウンドテーブル会合