

食品産業の海外展開について

令和8年2月
農林水産省 輸出・国際局
海外需要開拓グループ

- 現状と政策的位置づけ
- 食品産業の海外展開の事例
- 海外展開のプロセスと論点
- GFVC推進官民協議会の見直しと活動予定
- 案件形成調査（FS）支援事業

新たな食料・農業・農村基本計画（令和7年4月閣議決定）

- **新たな食料・農業・農村基本計画**では、輸出拡大を加速するとともに、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の連携による相乗効果を通じた**「海外から稼ぐ力」の強化に向けた目標を設定**
- これらの目標の達成に向けて施策の具体化を図るべく、**輸出拡大実行戦略を改訂**

農林水産物・食品の輸出額
【現状】1.5兆円（2024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

インバウンドによる食関連消費の拡大

食品産業の海外展開による収益額
【現状】1.6兆円（2022年）→【目標】3兆円（2030年）

インバウンドによる食関連消費額
【現状】2.3兆円（2024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

新設

<施策の展開方向>

- ・ 海外市場の特徴や事業ステージに応じた**国内外での伴走支援体制**を構築
- ・ **輸出支援プラットフォーム等の役割拡大**による**海外現地専門家の配置**や**日系食品企業のネットワーク化**を推進
- ・ **海外現地のコールドチェーン**の構築を推進

新設

<施策の展開方向>

- ・ 地域の魅力ある食材や歴史・文化をひとつのストーリーとして、**インバウンドに訴求する地域づくり**を推進
- ・ 訪日外国人の**旅マエ・旅ナカ・旅アト**に効果的にアプローチし、**日本食・日本食材のファンづくり**を推進

食品産業の海外展開の現状

現状分析

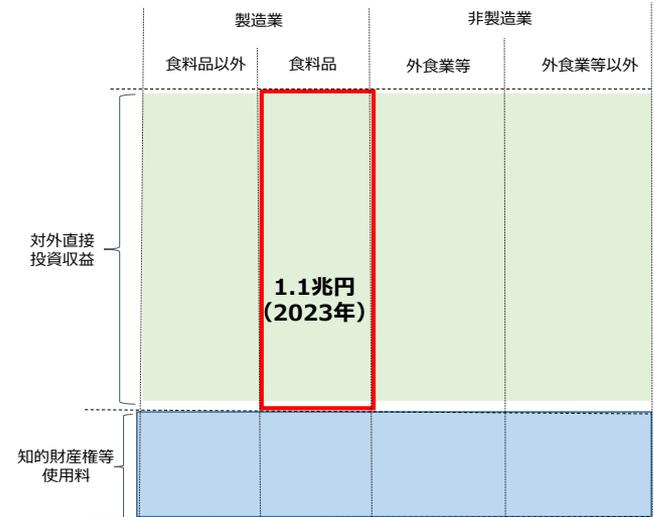
- 食品産業の海外展開は、海外子会社の利益による企業グループ全体の価値向上や日本本社に送金される利子・配当等による日本本社の利益拡大等を通じて、食品産業の発展や国際収支黒字の拡大に寄与。

また、日本産原材料を用いた現地加工、日本食の普及、食文化の理解促進等を通じ、輸出促進にも貢献。

海外展開の大まかなフェーズ

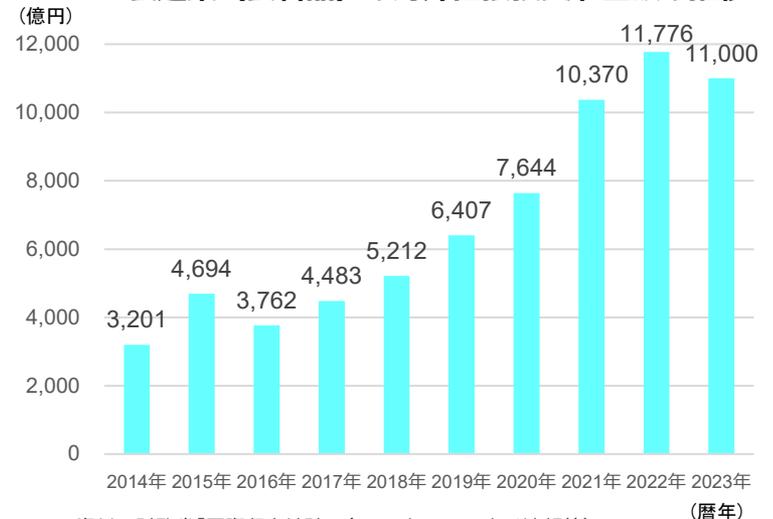
	1990年代	2010年代以降
海外展開の背景	安い生産コスト 電子メールの普及	国内需要の先細り SNS情報拡散 国別の規制、認証
販売先	日本	海外（第三国も）
業種	食品製造業	食品製造業、小売、外食
進出形態	独資、合併、M&A	独資、合併、M&A、 フランチャイズ
課題	コスト格差の減少 カントリーリスク	日本食への需要度 外国企業との競争 日本産食材の輸出 コロナ以降のEC拡大

製造業（食料品）の対外直接投資収益額



資料：財務省「国際収支統計」

製造業（食料品）の対外直接投資収益額の推移

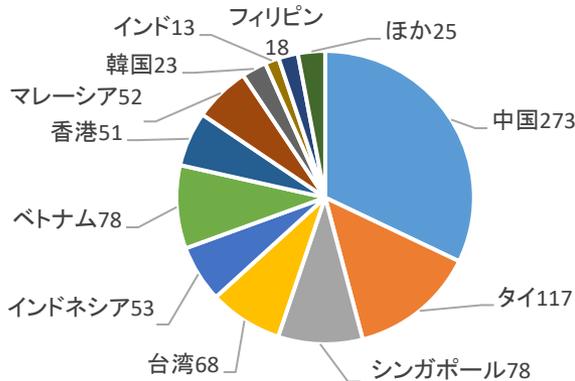


資料：財務省「国際収支統計」（2022年、2023年は速報値）

食品産業の世界市場への展開状況

- 我が国の食品産業の海外展開は、アジアを中心に本格化し、日系食品関連事業者の現地法人所在地は2024年で全世界1,337社のうち849社がアジアである。

食品産業のアジアにおける国別現地法人数 (2024年)



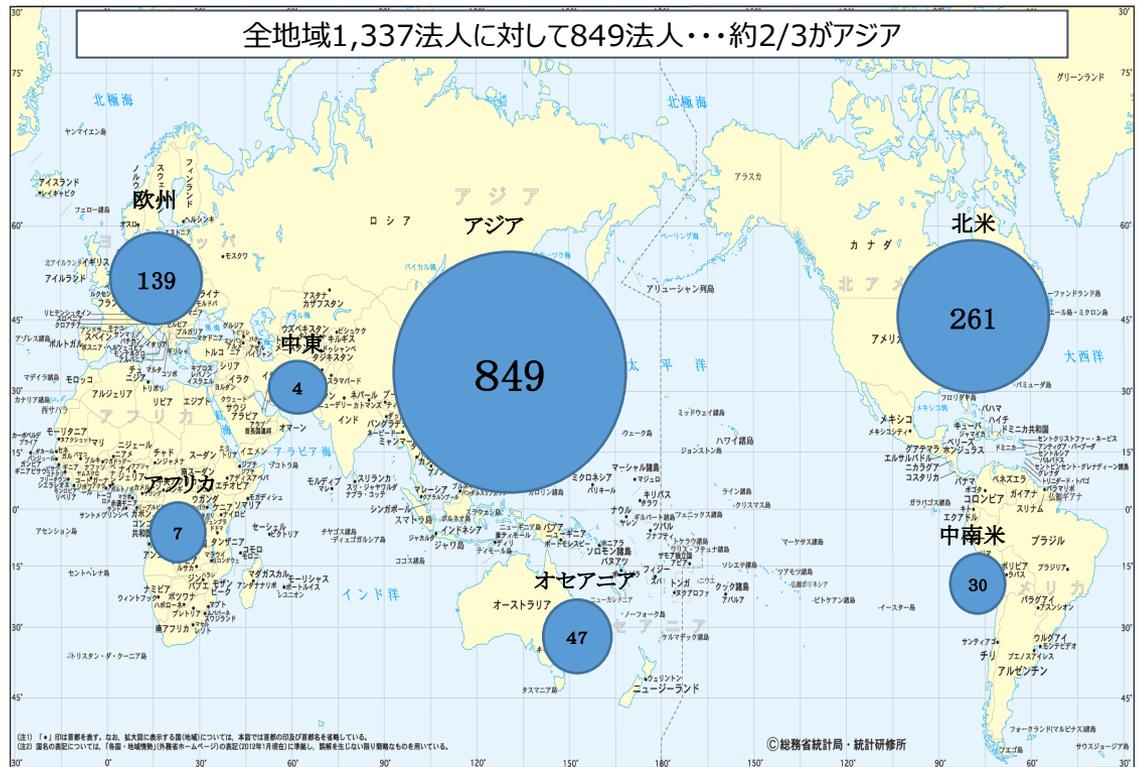
出所：東洋経済新報社「海外進出企業総覧2025」を基に農水省作成

国内法人数に対する現地日系法人数の比率 (製造業)(2023年)

	国内 法人数(a)	現地日系法人数		比率	
		世界(b)	アジア(c)	(b/a)	(c/a)
食品製造業	28,616	646	420	2.3%	1.5%
その他製造業	193,584	12,159	8,600	6.3%	4.4%

出所：国内法人数は、経済産業省「2024年経済構造実態調査 製造業事業所調査 (産業別統計表データ)」を基に農水省作成
 現地日系法人数は、東洋経済新報社「海外進出企業総覧2024」を基に農水省作成

日本の食品関連産業の海外現地法人分布 (2024年)



業種：食品製造、食品卸売、小売(百貨店、スーパー)、飲食・外食

出所：東洋経済新報社「海外進出企業総覧2025」(2024年10月現在)を基に農水省作成

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	・輸出重点品目ごとの輸出額
	・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)
	・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%)
	・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)）
食品産業の海外展開による収益額 1.6兆円(2022年) →3兆円	・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)
	・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）
	・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)
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	・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）
	・訪日外国人旅行者数（2,507万人(2023年)→6,000万人）

※食料・農業・農村基本計画（抜粋）（令和7年4月11日閣議決定）

- 現状と政策的位置づけ
- 食品産業の海外展開の事例
- 海外展開のプロセスと論点
- GFVC推進官民協議会の見直しと活動予定
- 案件形成調査（FS）支援事業

海外展開の先行事例（大戸屋ごはん処）

【定食屋「大戸屋ごはん処」の海外出店】

- 首都圏中心に国内約300店舗ある日本食レストラン。2005年にタイに進出。2024年5月時点でタイ、台湾を中心に110店舗以上展開。
- 海外店舗でも国内店舗と同じ味・品質を目指し、日本産の米や魚、調味料等を積極的に取り入れつつ、セントラルキッチンを使わず店内調理にこだわる。
- 食材供給・商品開発・教育支援まで含む包括的な支援体制が特徴。
- 米国では高級和食路線で浸透。ニューヨーク進出を足がかりに、グローバルブランドとしての確立を進める。



台湾の大戸屋



タイの大戸屋メニュー

海外展開の先行事例（カゴメ・インド）

【カゴメ・インドでの加工品生産・販売】

- ・インドはトマトの生産量・消費量が世界2位の国。生トマトを調理する文化のため、加工品への置き換えにおいて高いポテンシャルがあると認識。
- ・2018年10月の日印首脳会談の際、カゴメフーズ・インディア社はインド食品加工省との間で覚書を締結し、マハラシュトラ州においてトマト加工品生産の事業を展開。
- ・最終製品はピザソースやインディアングレイビー（カレーの材料）であり、インド国内に加えてスリランカ等へも輸出。
- ・トマトの契約農家に対しては、スタッフが栽培管理や栽培指導も行い、高収量・高品質トマトの栽培に取り組む。



ピザ・パスタソースとインディアングレイビー



マハラシュトラ州の工場施設

海外展開の先行事例（ジャパン・デリカ）

【ジャパン・デリカによる水産品加工】

- ・2024年より日本産ホタテの現地加工、海外輸出を計画し、バングラデシュ・コックスバザール市において2025年4月に加工場を竣工。

（2024年の政府間対話でも同社の取組を紹介）

- ・加工工場の開所式は、現地の関連企業グループ（Jグループ）と同国投資開発機構（BIDA）が共催。
- ・Jグループは本工場を拠点に、①ソフトシェルクラブ（蟹）の養殖事業・冷凍加工、②地元漁業者から買い取った水産物の冷凍加工、③日本産ホタテを含むホタテの殻剥き・冷凍加工を進めていく計画。
- ・既に同国シャトキラ市で進めてきたソフトシェルクラブの養殖については、JICAとJIRCASによる協力事業を活用。



バングラデシュでの水産展示会



加工場開所式（2025年4月）

海外展開の先行事例（ニチレイ）

【ニチレイによる低温物流事業】

- ・同社は1988年からオランダを起点に欧州へ進出。EU経済圏の拡大を見据え、冷蔵倉庫・低温物流事業を展開。
- ・2004年に上海へ、その後、タイ・マレーシアなどASEAN地域にも進出。
- ・米国市場では、アジアフードを展開し、冷凍食品市場で第2位のシェア（2020年時点）を持つ。
- ・少子高齢化による国内需要の限界、冷凍食品のグローバルな需要の拡大を背景に海外展開を推進。高品質・安全性・技術力の高さを武器として海外市場での差別化を図る。
- ・「現地で作って、現地で売る」モデルへの転換を図っており、現地の食文化に合わせた商品開発を重視。



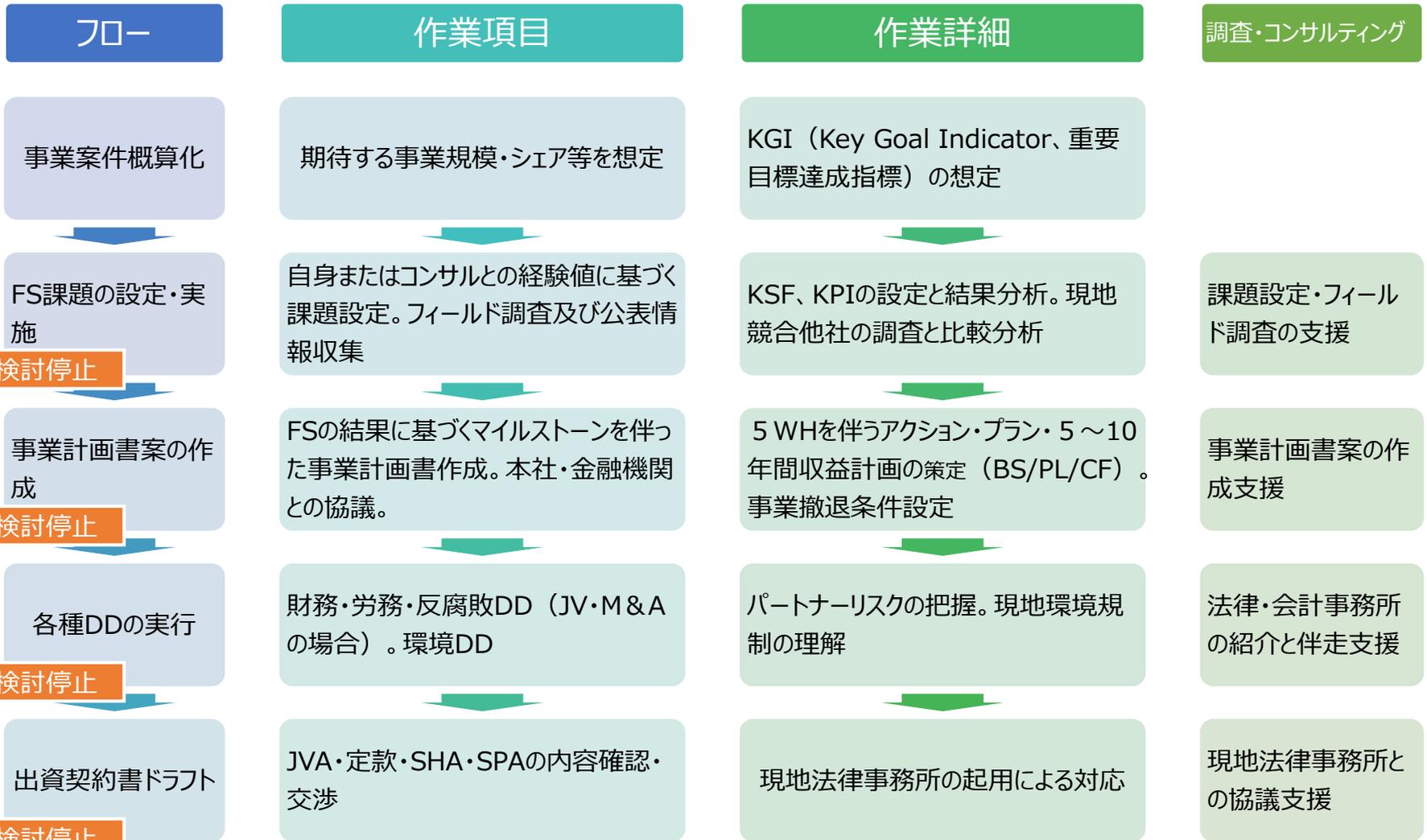
ポーランドの倉庫施設



米国向け米飯商品

- 現状と政策的位置づけ
- 食品産業の海外展開の事例
- 海外展開のプロセスと論点
- GFVC推進官民協議会の見直しと活動予定
- 案件形成調査（FS）支援事業

海外出資案件におけるフローと作業（1）



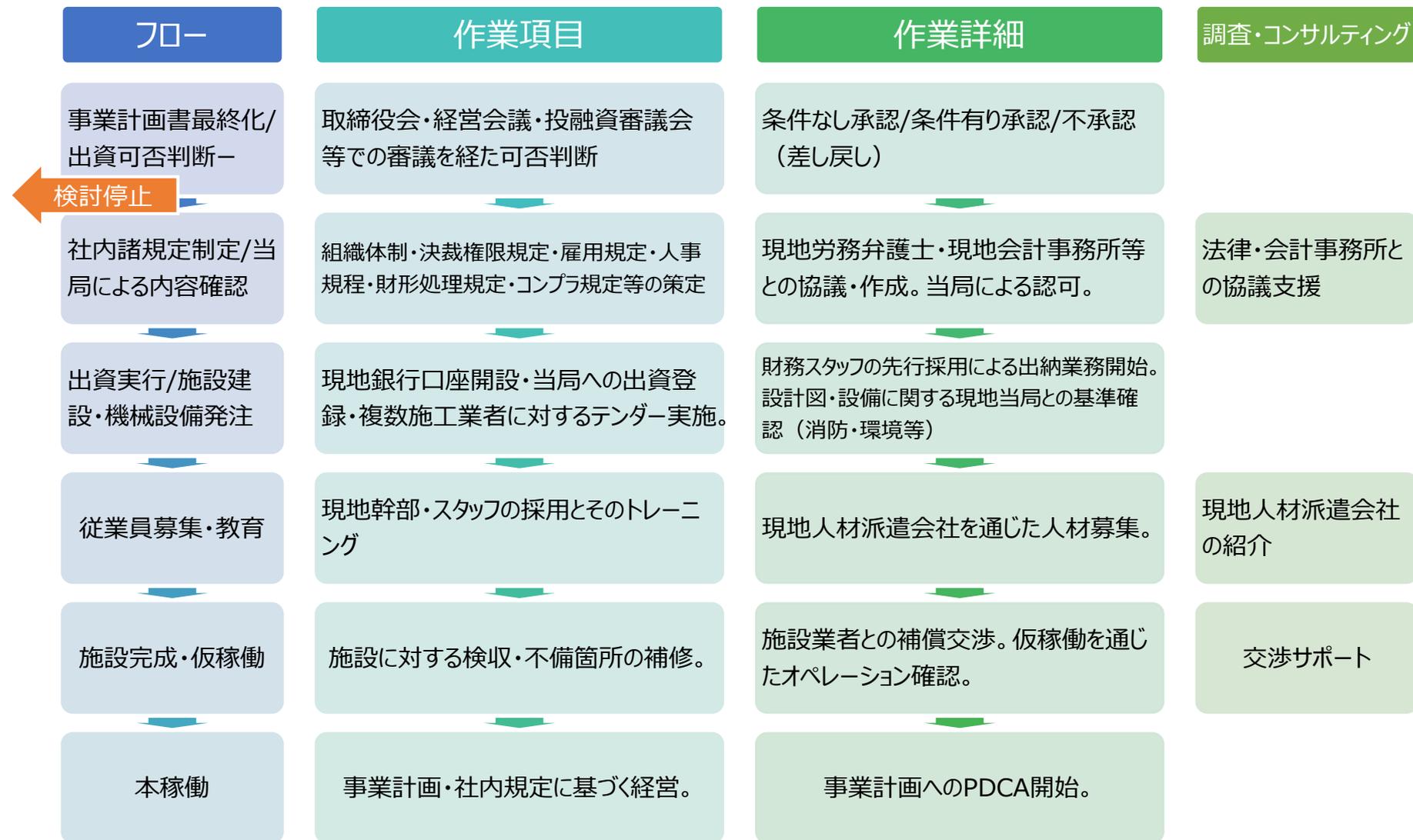
FS：フィージビリティスタディ
DD：デューデリジェンス
JV：合併事業

M&A：合併・買収
JVA：合併契約
SHA：株主間契約

SPA：株式譲渡契約書
KSF：重要成功要因
KPI：重要業績評価指標

BS：貸借対照表
PL：損益計算書
CF：キャッシュフロー計算書

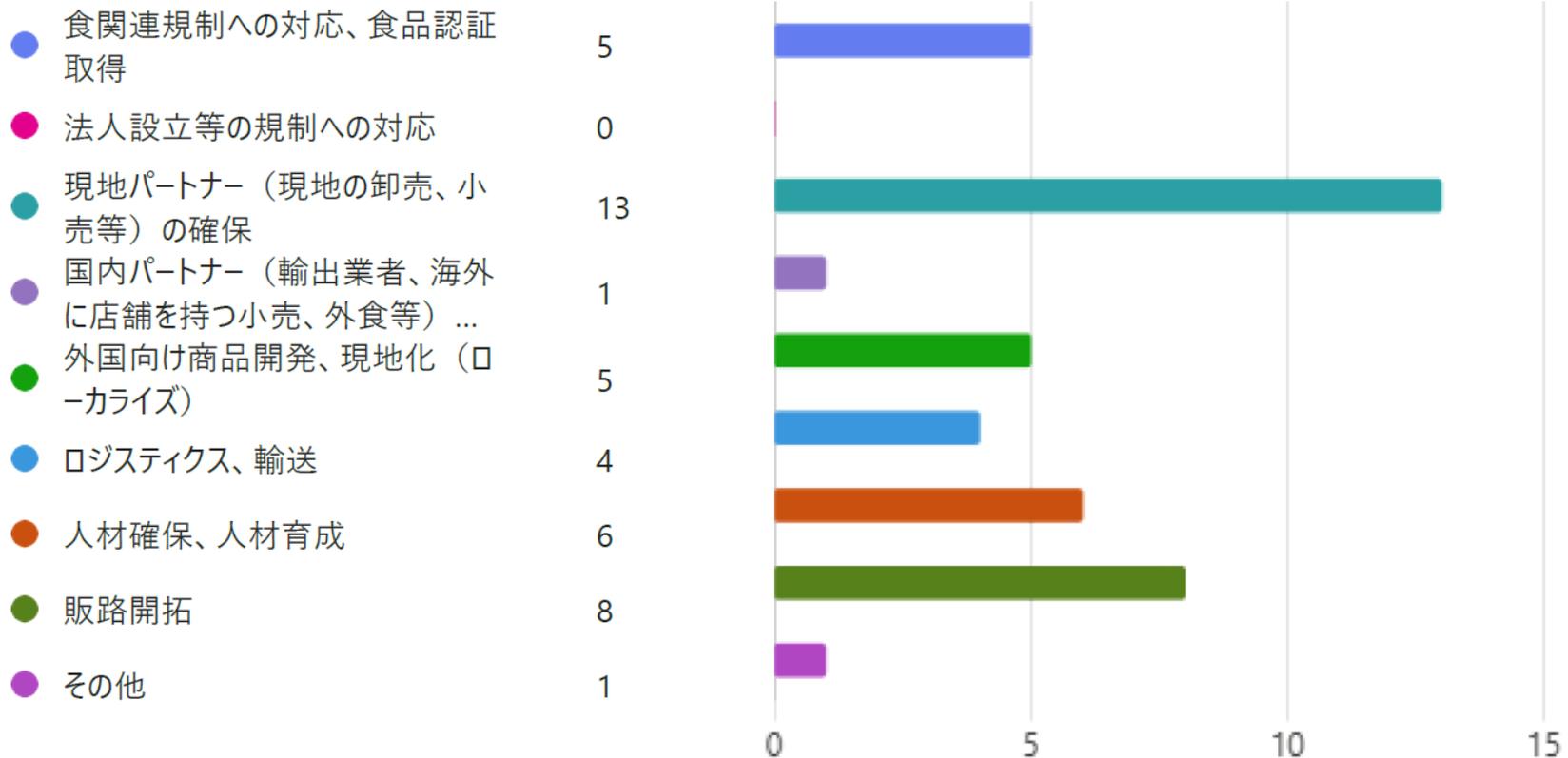
海外出資案件におけるフローと作業（２）



GFVC推進官民協議会に関するアンケート結果（3：最も大きい課題）

○ 「最も課題に感じていること」として、**現地パートナーの確保を挙げる回答が多かったものの、販路開拓、人材確保など回答は多岐にわたっている。**

○ 海外展開、海外での事業拡大において最も課題に感じていること



食品産業の海外展開に係る論点

- **国別の課題**：法規制、食品認証制度、税制、商法、流通構造に係る情報へのニーズ。一方、各国の状況を俯瞰し、比較できる情報を求める声もある。
- **市場の基礎情報**：現地の食習慣や嗜好をまとめた最新の情報（基礎情報）を継続的に発信してほしい。一カ国毎に個社で調査することは負担が大きい。
- **原材料供給**：進出国のみならず周辺国からの調達も含めて計画されている。日本からの原材料調達を行う場合、何をメリットとできるかが課題。
- **不動産物件**：知名度が無い外食産業にとっては良い物件のハードルが高い。
- **現地パートナーとのマッチング**：先方企業による訪日体験や第三国での飲食体験がきっかけとなり問い合わせがなされるケースもある。
- **人材確保と体制構築に対するニーズ**：現地側（日本人、現地人）及び日本側
- **コールドチェーンの確保**：コールドチェーン未整備（特にチルド）の国があり、物流コストや品質維持に課題（輸出可能品目が制限される）。

海外展開の留意点：価値源泉の流出・棄損を防ぐ

- 海外展開における留意点として、戦略検討の甘さや海外法制度の知見不足等から、ノウハウ等の価値源泉を流出・毀損してしまう事例も散見される。
- また他にも、海外展開の検討不足や事業拡大の失敗、経営管理の不足等、海外展開には注意点が多く存在する。

	流出事例A	流出事例B	流出事例C
価値の源泉	我が国事業者等の努力によって、 我が国独自の品種を開発 し、栽培を行っていた。	我が国の外食店が 独自のレシピや運営ノウハウで店舗経営 を行っていた。	我が国の食品製造業者が 高い衛生水準で製品を製造 していた。
進出経緯	その 育成者権をA国の農業者に許諾 し、育成技術を供与した	B国の 現地企業と合併会社を設立し、B国に展開 。運営ノウハウ等を現地企業に提供した。しかし、売上がふるわなかったため、合併を解消、B国から撤退した。	C国に進出した際、十分なビジョンや戦略を持たずに進出したため、売上がふるわず、 衛生水準を極端に落としてコスト削減 を行った。
生じた問題	しかし、その 農業者が許諾権に違反する形で第三者に株を提供 し、A国内で栽培者が増加。さらには A国の栽培者から他国にも苗が流出 したことにより、結果として、我が国独自の品種であったにもかかわらず、A国並びにその他各国への輸出が困難となった。	ところが、その後 現地企業がB国内で同様の形態での類似店を展開 し、結果的に独自のレシピや運営ノウハウを模倣されてしまった形となった。	低い品質の商品を販売することとなり、他国の粗悪品が流入し、 日本産の高級かつ高品質な製品が売れなくなってしまった 。

※ いずれも実際の事例ではなく、想定されるケースを記載。

- 現状と政策的位置づけ
- 食品産業の海外展開の事例
- 海外展開のプロセスと論点
- **GFVC推進官民協議会の見直しと活動予定**
- 案件形成調査（FS）支援事業

グローバル・フードバリューチェーン（GFVC）推進官民協議会

・我が国食産業の海外ビジネス展開を戦略的に推進し、食品の輸出のみならず、世界的なバリューチェーン全体を通じた海外需要を獲得するため食品企業の海外ビジネス展開を後押しする上での情報交換・発信の場として、2014年6月、産学官が連携し、フードバリューチェーンの構築を通じた日本の食産業の海外展開を推進するため発足。



メンバー数：1036社・団体等（2026年1月現在）
（参考）2014年6月：77社 ～ 2019年10月：454社

会員登録用
QRコード

- ・民間企業（863社）、関係機関・団体（109社）、学識経験者（26人）、地方自治体（28）、関係府省（10）が参加。
- ・農業生産者から流通、外食、金融企業など川上から川下まで様々なセクターの企業等が加入。

主な活動内容

1. FVC構築に関する情報提供

海外でのビジネス展開に関する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。

セミナーの開催実績	
全体会合	コールドチェーン、経済連携協定、海外展開に向けた資金調達、海外市場概況について 等
地域別部会	ASEAN（・豪州）、インド、アフリカ、中南米 等
地方セミナー	北海道、東海、近畿、中国四国、九州

2. 官民ミッションの派遣等を通じた海外現地とのビジネスマッチング
 官民参加のフォーラムやミッション等を通じて、日本企業の参画によるFVC構築を推進。

主な官民ミッション実施国	
ASEAN	ベトナム、ミャンマー、タイ、インドネシア、カンボジア、フィリピン
南アジア	インド、ネパール
アフリカ	ケニア、南アフリカ
ロシア・NIS	ロシア、ウズベキスタン
中南米	ブラジル、アルゼンチン
大洋州	豪州
中東	サウジアラビア・UAE
欧州	オランダ、フランス

(参考) 最近のセミナーのテーマ、登壇企業等

R6年度① グローバルサウス市場

- 味の素、亀田製菓、日清食品ホールディングスの事例紹介、各種の支援ツールの紹介

R6年度② 関西発の海外市場開拓

- シュゼット・ホールディングス、兵庫県手延素麺協同組合、関西・食・輸出推進事業協同組合より事例紹介

R6年度③ 環境規制の国際動向

- 名古屋大学大学院 内記教授の講演
- 明治ホールディングス、UCCジャパン、西村あさひ法律事務所・外国法共同事業より事例紹介

R6年度④ ASEAN諸国の物流

- 岐阜大学 中野教授の講演
- 国土交通省、郵船ロジスティクス、鴻池運輸・コウノイケ・ビナトランスより事例紹介

R7年度① 各地のビジネス投資環境

- インド、インドネシア、フランス、UAE、メキシコに係る有識者からの情報提供

R7年度② ハラル対応と海外展開

- 日本ハラル・ジャパン協会 佐久間理事長の講演
- ふあん・じやぱん株式会社及びマレーシアとUAEの輸出支援プラットフォームより事例紹介

R7年度③ 外食産業の海外展開

- トリドールホールディングス 草野執行役員の講演
- JETROロンドン事務所、みずほリサーチ&テクノロジーズ、JFOODOより活動報告。ミッション派遣の報告

R7年度地方セミナー① 九州

- フンドーダイ、八ちゃん堂より事例紹介

R7年度地方セミナー② 関西

- オタフクソース、まねき食品、千房ホールディングスより事例紹介

R7年度地方セミナー③ 東海

- ヤマモリ・トレーディング、あづまフーズ、デンソーより事例紹介

R7年度 人材育成・発掘ネットワーキング会合

- NRIシンガポールより話題提供
- 麺食、スタイルブレッドより事例紹介。JIFAの活動紹介

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のポイント

- 協議会の会員数は900団体以上にのぼり、多様な業態・ビジネス事業に基づくニーズに即した活動が必要。
- 新たな基本計画においても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とを踏まえ、食産業の海外展開に向けた事業者への支援を効果的に実施していくため、同協議会の運営体制の見直しを行うこととした。
- 協議会代表ほか8名の委員により3回のアドバイザリーボード会合を開催し、2025年11月19日に提言書を公表。

【協議会の趣旨と活動目的】

- 「フードバリューチェーンの構築」を通じ、会員企業・団体等の海外ビジネス展開を推進
- 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、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
- 本協議会は食品産業全体の「海外から稼ぐ力」を底上げし、新たな基本計画における輸出関係目標・KPI達成にも貢献

【活動内容】

1. 情報提供及び意見交換

- 現地市場の動向、食品や海外展開に係る新規規制導入等のタイムリーな情報発信
- 会員企業・団体等の多様なニーズへの対応：海外展開のフェーズや業種、関心度別などの切り口で整理
- 部会の設置を通じた取組の重点化：国別・地域別部会、業種別部会、規制や食の多様性（ハラール等）へ対応した分野別部会の設置を検討。既存の業種別会合との重複や内容の硬直化を避ける
- 先進事例の発掘・紹介：成功・撤退事例を含む

2. ビジネスマッチングとネットワーク形成

- ミッション派遣の最適化：会員企業・団体等の意向に基づき派遣先と時期、タイミングを選定。現地パートナーの候補者や既に海外展開している日系企業への訪問、先方政府との協議、現地における日系商品・サービスの需要動向調査
- ネットワーキング会合等を通じた人材発掘：現地における人材確保のための教育機関との連携、日本国内への留学生の活用を含めたネットワークの形成が人材育成・発掘に資するよう支援。

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：必要に応じ個別のフォローアップを行う。オンラインによる情報収集の効率化
- 海外ビジネス展開の戦略策定：ターゲット国の選定、現地アドバイザーの協力、海外展開初期段階からの伴走支援等
- 情報提供の多様化・利便性向上：動画コンテンツや検索機能の充実、輸出支援プラットフォームとの連携等

【今後の運営体制】

- 事務局において協議会の会則案を作成し、令和8年度からの施行を想定

GFVC推進官民協議会の活動予定

○ 海外展開に関するネットワーキング会合

- 海外展開に当たって課題とされる人材育成・発掘について、地域の中核企業を対象としたラウンドテーブル会合を開催（2月20日（金））。
- 当日のプログラムは、①モデレータによる話題提供、②先進企業による事例共有、③参加者による自己紹介と質疑応答等。

○ ビジネスミッションの派遣

- 会員アンケートに基づき、2月3日～7日にインド及びインドネシアへのビジネスミッション派遣。
- 派遣中に想定される用務
 - ・ 現地政府機関への訪問
 - ・ 海外進出パートナー企業とのマッチングセミナー
 - ・ 進出済み日系企業との意見交換
 - ・ 小売店、物流施設等の視察
 - ・ 現地の規制に対応した工場見学

○ 全国セミナー・地方セミナー・部会

- 全国セミナー
 - ・ 2025年11月にハラールをテーマとして開催。
 - ・ 2月27日（金）に外食産業をテーマとして開催。
- 地方セミナー
 - ・ 2025年10月に第1回を福岡市で開催。
 - ・ 1月22日に神戸市、1月27日に名古屋市で開催。
- 部会
 - ・ 人材育成・発掘部会等を検討中。

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

ハラル対応と連携した海外展開の事例（令和7年度第2回GFVCセミナーより）

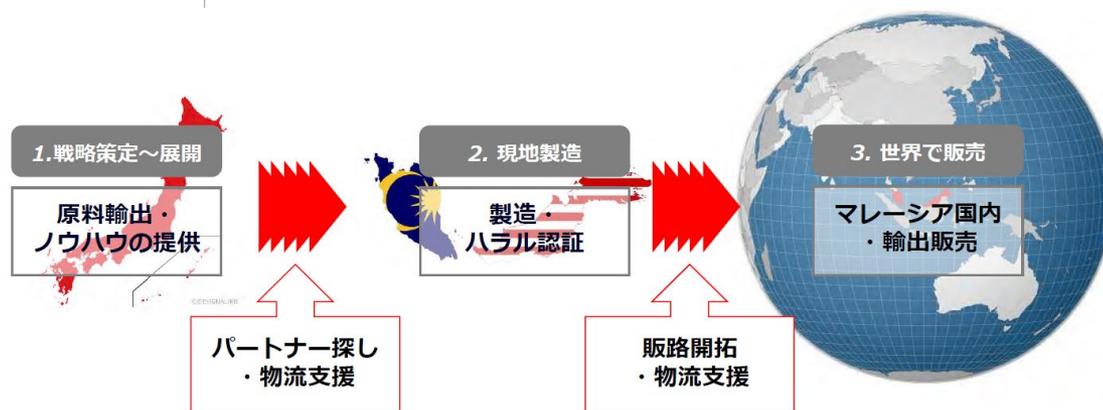
- ふあん・じゃぱん株式会社は、特にマレーシアを戦略拠点とし、現地製造やハラル認証取得を活用した商品展開、マレーシア国内では2500店舗以上への卸販売ハラルスイーツ工場の運営等、現地市場に根ざした多様な販路開拓を実現。その他マレーシアから中東諸国など4か国に輸出を行っている。
- 「Made in Japan」商品の輸出だけでなく、「Made by Japan」として現地生産・現地運営を重視し、商品開発から販路開拓までバリューチェーン全体を支援する体制を構築している。

【事業内容】

- アジアを中心に2万点以上の日本商品を現地ニーズに合わせて展開しており、コンサルティング、商社機能、アウトソーシング（OEM製造、物流、店舗運営等）をワンストップで提供。
- ハラルスイーツ事業においては、ハラル認証を取得している自社スイーツ工場を運営し、日本ブランドや現地小売店向け、海外向けのOEM生産および販売を実施。

【マーケティングの特徴】

- 高所得者には日本向け製品、価格帯によっては日本産原料を使用した現地加工品など、海外市場でシェアを獲得するためのマーケティング戦略が必要との考え。



GFVC推進官民協議会の全国セミナーの開催案

- グローバル・フードバリューチェーン（GFVC）推進官民協議会においては、例年、食品関連企業の海外展開の機会を増大するための一助として、情報提供のためのセミナーを開催。
- 今回のセミナーでは、輸出拡大をけん引している我が国の外食産業の海外展開に焦点を当て、海外進出のリーディング企業をお招きし、事業の概況や課題、今後の展望等について基調講演をいただく。
- また、JETROロンドン事務所が公表した英国の外食産業調査、EUにおける包装・包装廃棄物規則（PPWR）の最新状況など、食品産業の海外展開に関する令和7年度の成果について報告する。

開催概要

【タイトル】

令和7年度第3回GFVC推進官
民協議会全国セミナー

～日本食文化産業の海外展開～

【日時】

令和8年2月27日（金）

14:00～16:00

【形式】

対面・オンラインのハイブリッド形式

【会場】

農林水産省 講堂

プログラム

1. 話題提供 食品産業の海外展開について（農林水産省）

3. 基調講演

株式会社トリドールホールディングス 執行役員兼食品安全管理・品質本
部長 草野篤氏

4. 外食産業の海外展開ガイドライン ～英国の事例～

JETROロンドン事務所ディレクター 林伸光氏

5. PPWRに向けた国内・EU域内の対応状況、EU包装規制に係る最新
動向

みずほリサーチ&テクノロジーズシニアコンサルタント 中村彩乃氏

6. 海外の消費者を対象とした日本産食品に関する市場調査について

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）カテゴリー・マネージャー
藤田恵子氏

7. インド及びインドネシアへのミッション報告（農林水産省）

- 現状と政策的位置づけ
- 食品産業の海外展開の事例
- 海外展開のプロセスと論点
- GFVC推進官民協議会の見直しと活動予定
- 案件形成調査（FS）支援事業

農林水産物・食品の輸出促進のうち

食品関連事業者の海外展開に向けた投資可能性調査支援事業

令和8年度予算概算決定額 10百万円（前年度 10百万円）

〔令和7年度補正予算額 40百万円〕

<対策のポイント>

海外現地での物流・商流等の拠点づくりをはじめ、日本食材・食文化の活用・普及に寄与する食品関連事業者の海外でのビジネス展開を推進するため、民間企業による投資案件形成を支援します。なお、特に輸出拡大との相乗効果を発揮させる観点から、特に食品製造や外食産業の海外展開による投資案件形成の重点化（優先化）を行います。

<事業目標>

- 農林水産物・食品の輸出額の拡大（5兆円〔令和12年度まで〕）
- 食品産業の海外展開による収益の増加（3兆円〔令和12年度まで〕）

<事業の内容>

農林水産物・食品の輸出にも資する海外現地での物流・商流等の拠点づくり等の食品関連事業者の海外でのビジネス基盤の整備に向けて、民間事業者が行う投資案件形成のための投資可能性調査に必要な経費を支援します。

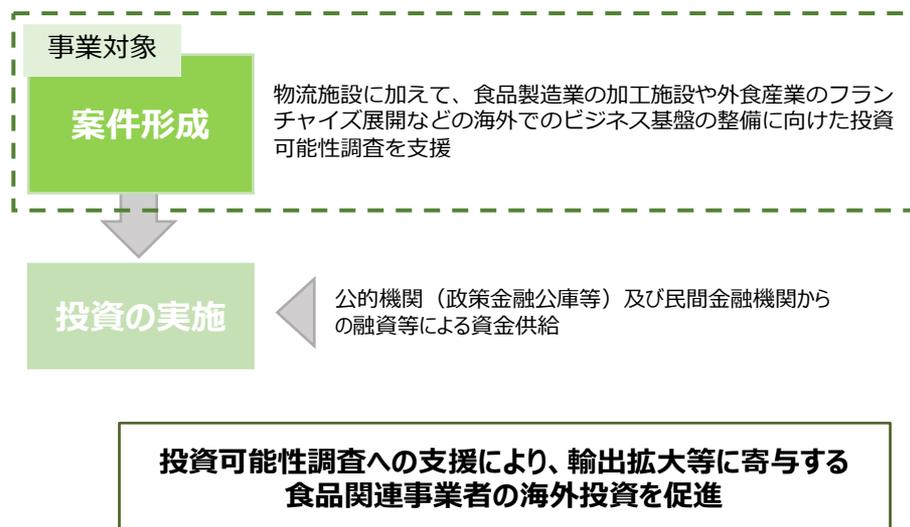


【海外の冷蔵・冷凍物流倉庫】



【海外での飲食店】

<事業イメージ>



<事業の流れ>



【お問い合わせ先】 輸出・国際局海外需要開拓グループ (03-3502-8478)

食品関連事業者の海外展開に向けた投資可能性調査支援事業（FS支援事業）

【事業内容】

- 農林水産物・食品の輸出にも資する海外現地での物流・商流等の拠点づくり等の食品関連事業者の海外でのビジネス基盤の整備に向けて、民間事業者が行う投資案件形成のための投資可能性調査に必要な経費を支援。

【スキーム】

- 農林水産省より民間団体等に対して事業費の1/2以内を補助。

【これまでの予算額と採択の状況】

- R5補正：予算額 7 千万円、10件採択
- R6補正：予算額 7 千万円、13件採択
- R7当初：予算額 1 千万円、1 件採択
- R7補正：予算額 4 千万円、
1次公募で 5 件採択
- R8当初：予算額1千万円

【調査の内容】

調査内容は各事業者の海外展開戦略によるが、具体的な内容の例は以下のとおり。

1. 投資計画

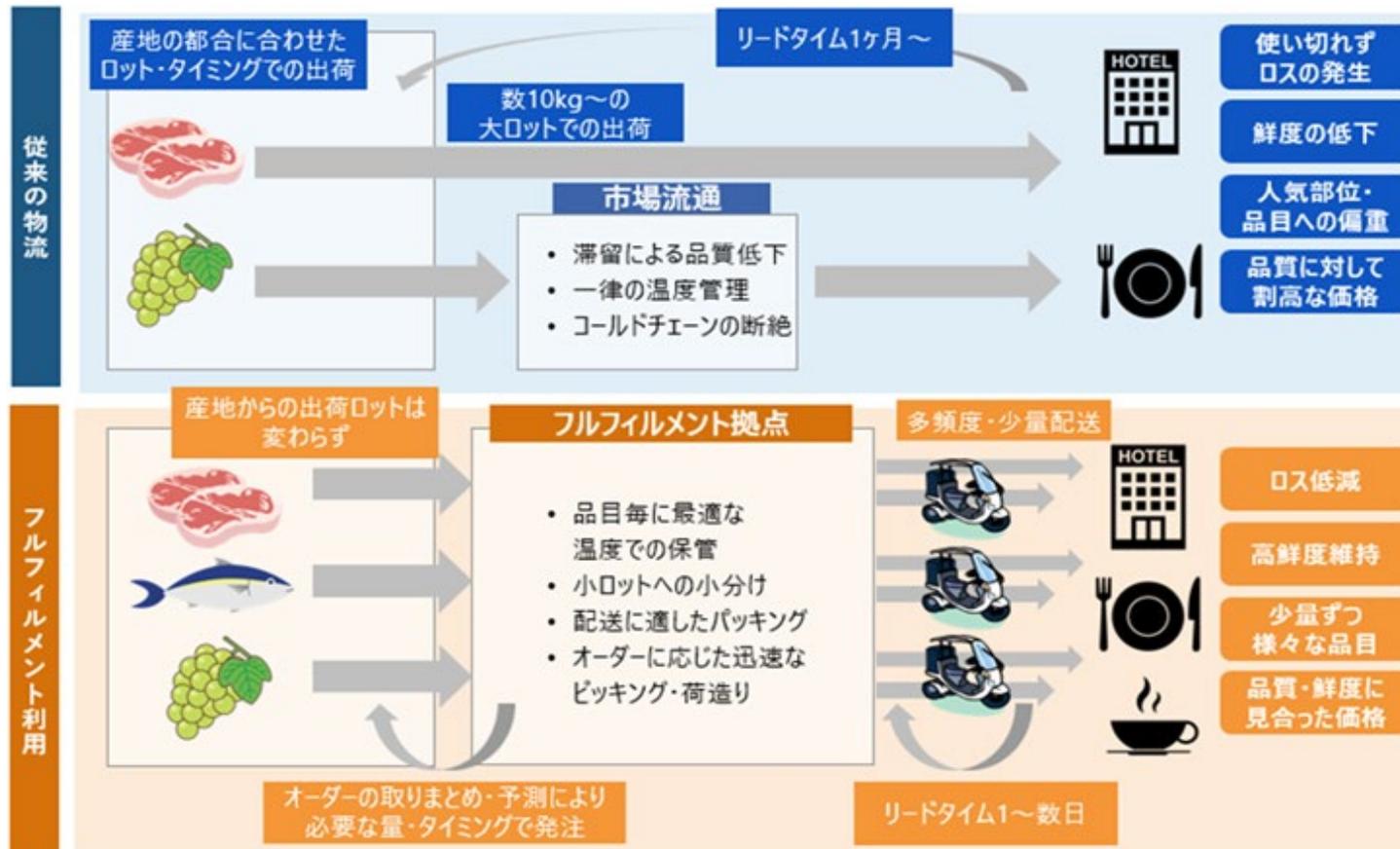
- 新たな地域への輸出販売拡大のための現地法人の設立。
- 青果物・水産物等の生鮮食品の物流・加工拠点の設置。
- 現地におけるコールドチェーン構築など物流網の高度化。
- 新たな商品を投入するための製造拠点の拡張。
- 外食チェーンのフランチャイズ展開。

2. 調査内容

- 市場調査による自社商品の有望性の確認。
- 拠点の設置に係る投資規模の検討。
- 調査対象地域は北米と東南アジアが多くの案件を占めるが、中東地域等もあり。

FS支援事業に係る投資計画と調査内容の事例

- タイの外食産業では、日本食材のニーズは高いが、**外食産業向けは鮮度維持、小ロット発注・配送への対応が課題**。
A社では①適切な品質管理の下で、受注～小ロットへのパッキング～配送を行う**現地の物流拠点の設置**と②オンライン受注や冷蔵混載便・バイク便などによる**小ロットの配送による物流システムの構築**を計画。
- 支援を受けたFS調査では①冷蔵倉庫、コールドチェーン配送網、受注システムの投資規模の検討、②収益を確保するための顧客数の確認、③**物流拠点やパートナー企業の選定**などを実施。



FS支援事業の採択事業者の事例（カップ・クリエイト）

【グループ目標と海外事業】

- カップ・クリエイトを含む**コロワイドグループ**は、コロワイド・ビジョン2030において、連結売上収益5,000億円、うち**海外外食事業1,500億円への拡大を目指す。**
- 2009年に韓国、2020年にインドネシアにおいて**かっぱ寿司**の出店を開始し、2025年にはインドネシアへ子会社を設立。
- 2026年3月期の決算短信によれば、韓国の回転寿司事業では、**原材料価格高騰への対応を進め、安定した収支構造の構築に取り組んでいる。**
- また、**インドネシアの回転寿司事業では、各種マーケティング施策が効果を発揮し、収益が大きく伸長し、さらなる成長に向けての投資を推進している。**
- さらに、**海外第3の出店候補国の調査や現地パートナー、不動産デベロッパーとの関係強化を継続し、海外回転寿司事業の拡大を計画。**

インドネシアのかっぱ寿司の高級食べ放題は
408,000ルピア >> 約3,700円

Premium Buffet 食べ放題 Table
75 minutes

Adult : Rp408.000**
Child/Senior : Rp308.000**

Contents

01 Appetizer & Salad Bite size for your starter	10 Single Piece Sushi Tuna, Salmon, Unagi
02 Grill & Kushi Grill & Japanese Style Skewers	11 Gunkan Sushi rice wrapped in nori
03 Nigiri Sushi High quality fresh Sushi	12 Maki Sushi Hosomaki, Chumaki
04 Nigiri Sushi High quality fresh Sushi	13 Signature Sushi Roll Kappa Sushi Roll Recommendations
05 Aburi Sushi Various grilled sushi	14 Variety Sushi Roll Kappa Sushi Roll Recommendations
06 Variety Sushi Tsutsumi & Tempura Sushi	15 Agemono Ebi, Chicken, Takoyaki
07 Premium Sushi Imported Premium Sushi	16 Tempura & Soup Golden crunchy seafood & Soups
08 Kappa Sushi Signature Agemono, Grill, Sushi&Gashimi	17 Donburi Savor the goodness in every bowl
09 Niku Sushi Various Niku (meat) Sushi	18 Udon & Ramen Savor the goodness in every bowl
	19 Dessert & Drinks Pudding, Ice Cream & Drinks

Terms and Conditions.
 *Food and beverage is for dine-in only.
 **Any menu that has been ordered, can not be returned.
 *Any wastage will be charged for Rp50,000/100g.
 *Free of charge for children who is under 120cm height. 120-140cm height will be charged for children price.
 *For those taller than 140cm will be charged as Adult price.
 *Senior price is for 65 years old or above.
 *Please pay and release table within 75 minutes after seated, last order should be made 15 minutes before meal ends.
 *Extra charge will be added for every 30 minutes extension.
 (Adult Rp50,000 per person, Child / Senior Rp30,000 per person)
 *Child / Senior price only valid for Buffet Menu.
 *Price does not include tax & service charge.



グローバル・フードバリューチェーン 推進官民協議会のご案内

食品産業の海外展開に役立つ取組を行っています。

■ 協議会を通じた情報提供

- 各国のビジネス・投資環境など、海外で事業を実施する上で重要となる情報を入手できます。
- 他のメンバー企業との情報交換や、連携した事業展開を検討することができます

■ 民間企業の皆様への支援

- 農林水産省及び政府関係機関が実施している様々な支援メニューをご紹介します。
- 海外展開のご相談にのります。

■ 二国間政策対話等への参加

- 二国間政策対話などへの参加を通じて、皆様の技術・ノウハウをPRできます。
- 相手国の政府や民間企業とのパイプも作れます。