

農林水産物・食品の輸出拡大等による「海外から稼ぐ力」の強化について

2025年9月

農林水産省

輸出・国際局

目次

輸出の状況	p. 1～
輸出拡大等による「海外から稼ぐ力」の強化	p.14～
1. 農林水産物・食品の輸出拡大	
▶ 日本の強みを最大限に発揮するための取組	p.16～ (品目団体・ジエトロ・JFOODOの取組強化、ブランド化等による高付加価値化 等)
▶ 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	p.41～ (輸出産地の育成・展開、戦略的サプライチェーンの構築 等)
▶ 政府一体となった障害の克服	p.58～ (輸入規制の撤廃・緩和に向けた協議の推進 等)
2. 食品産業の海外展開	p.73～
3. インバウンドによる食関連消費の拡大	p.77～
輸出関連予算	p.82

2025年1-7月 農林水産物・食品の輸出額

	金額	前年同期差	前年同期比
1-7月累計 (1-6月累計の少額貨物を含む)	9,388億円	+1,234億円	+15.1%
うち米国	1,615億円	+276億円	+20.6%
うち香港	1,218億円	+24億円	+2.0%
うち台湾	942億円	+80億円	+9.3%
うち中国	1,042億円	+118億円	+12.7%
うち少額貨物 (1-6月累計)	501億円	+38億円	+8.2%

品目別の状況（1-7月累計）

輸出額の増加が大きい主な品目

品目	増加額	主な増加国・地域
緑茶	+132億円	米国、英国、タイ
ホタテ貝	+122億円	米国、ベトナム、香港
ぶり	+55億円	米国、韓国、オーストラリア

輸出額の減少が大きい主な品目

品目	減少額	主な減少国・地域
植木等	▲ 24億円	ベトナム、中国、タイ
なまこ（調製）	▲ 22億円	香港、台湾、マカオ
りんご	▲ 18億円	台湾、香港

国・地域別の状況（1-7月累計）

輸出額の増加が大きい主な国・地域

国・地域	増加額	主な増加品目
米国	+276億円	緑茶、ホタテ貝、ぶり
中国	+118億円	丸太、日本酒、ウイスキー
韓国	+100億円	インスタントコーヒー、ビール、いわし

輸出額の減少が大きい主な国・地域

国・地域	減少額	主な減少品目
オマーン	▲ 14億円	ソース混合調味料、木製家具
グアム（米）	▲ 7億円	牛肉、菓子（米菓を除く）、ソース混合調味料
シンガポール	▲ 5億円	ホタテ貝加工品、牡蠣、ビール

2025年7月 農林水産物・食品の輸出額

	金額	前年差	前年比
7月単月	1,291億円	+148億円	+12.9%
うち米国	205億円	+22億円	+12.1%
うち香港	151億円	▲ 12億円	▲ 7.3%
うち台湾	137億円	+10億円	+7.5%
うち中国	141億円	+0億円	+0.2%

品目別の状況（単月）

輸出額の増加が大きい主な品目

品目	増加額	主な増加国・地域
緑茶	+28億円	米国、ドイツ、オランダ
ホタテ貝	+13億円	ベトナム、オランダ、香港
いわし	+12億円	韓国、トルコ、クロアチア

輸出額の減少が大きい主な品目

品目	減少額	主な減少国・地域
丸太	▲ 8億円	中国
めろ	▲ 5億円	南アフリカ共和国
配合調製飼料	▲ 5億円	中国

国・地域別の状況（単月）

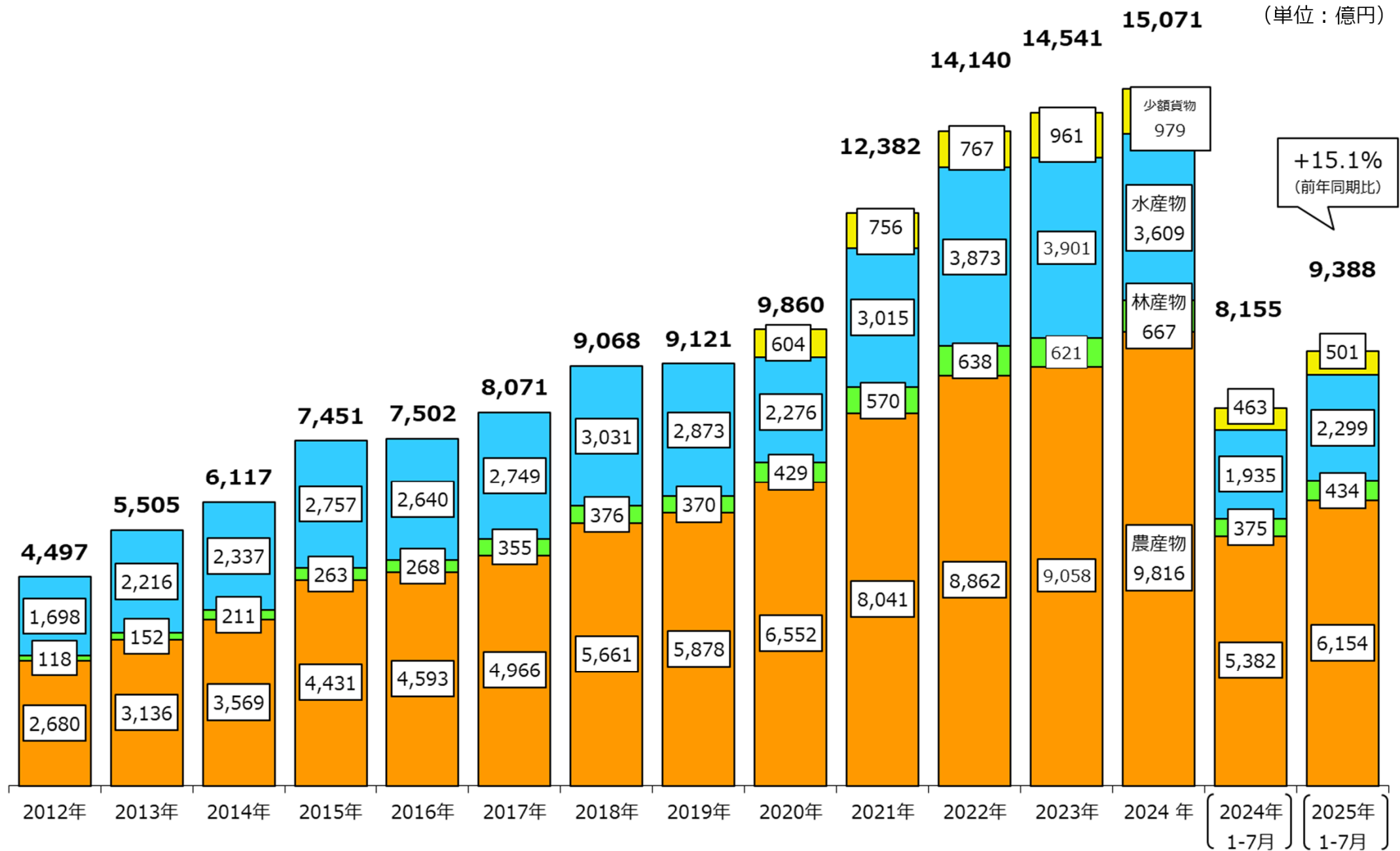
輸出額の増加が大きい主な国・地域

国・地域	増加額	主な増加品目
米国	+22億円	緑茶、牛肉、ぶり
ベトナム	+17億円	ホタテ貝、かつお・まぐろ類、さば
フィリピン	+14億円	たばこ、製材、合板

輸出額の減少が大きい主な国・地域

国・地域	減少額	主な減少品目
香港	▲ 12億円	たばこ、真珠（天然・養殖）、もも
南アフリカ共和国	▲ 5億円	めろ
シンガポール	▲ 4億円	ソース混合調味料、小麦粉、牡蠣

農林水産物・食品の輸出額の推移



2025年1-7月 農林水産物・食品 輸出額（国・地域別）

順位	2025年1-7月（累計）							2025年7月（単月）				
	輸出先	輸出額 （億円）	金額 構成比 （%）	前年 同期比 （%）	輸出額内訳（億円）			輸出額 （億円）	前年 同月比 （%）	輸出額内訳（億円）		
					農産物	林産物	水産物			農産物	林産物	水産物
1	米国	1,615	18.2	+20.6	1,045	51	519	205	+12.1	142	9	54
2	香港	1,218	13.7	+2.0	737	11	470	151	▲ 7.3	104	2	46
3	中国	1,042	11.7	+12.7	795	209	39	141	+0.2	112	25	4
4	台湾	942	10.6	+9.3	716	27	199	137	+7.5	108	4	25
5	韓国	589	6.6	+20.5	391	23	175	82	+10.5	59	3	20
6	ベトナム	475	5.3	+2.1	233	3	239	82	+27.2	31	1	50
7	タイ	425	4.8	+22.2	211	6	207	58	+19.8	30	1	27
8	シンガポール	313	3.5	▲ 1.5	259	3	50	49	▲ 7.2	39	0	9
9	ロシア	290	3.3	+1124.2	289	0	0	57	+1,386.8	57	0	0
10	オーストラリア	213	2.4	+9.4	188	1	23	44	▲ 2.8	40	0	4
－	E U	544	6.1	+8.5	455	14	75	90	+21.6	74	2	14

2025年の農林水産物・食品 輸出額（１－７月）品目別

品 目		金 額 (百万円)	前年同期比 (%)
農 産 物	畜産品	79,575	+1.8
	畜産物	64,222	+10.8
	牛肉	38,586	+16.7
	豚肉	1,551	+23.4
	鶏肉	1,213	▲ 10.4
	鶏卵	4,436	+12.7
	牛乳乳製品	18,435	+0.3
	果樹・野菜等	33,871	+0.9
	りんご	4,926	▲ 27.1
	ぶどう	911	▲ 21.4
	もも	1,057	▲ 30.6
	かんきつ	691	▲ 15.4
	かき・かき加工品	232	▲ 18.0
	なし	11	▲ 56.0
	いちご	5,300	+22.2
	かんしょ・かんしょ加工品	2,002	+16.5
	ながいも	2,178	+18.9
	メロン	673	▲ 10.1
	たまねぎ	66	+0.6
	穀物等	43,478	+7.6
	米（援助米を除く）	7,831	+21.2
	パックご飯等	1,170	+44.3
	その他農産物	105,901	+25.0
	緑茶	32,172	+69.3
	花き	4,065	▲ 38.5
	切り花	1,120	▲ 8.0
	植木等	2,844	▲ 46.1
	たばこ	13,026	+17.2

品 目		金 額 (百万円)	前年同期比 (%)
農 産 物	加工食品	325,673	+8.3
	清涼飲料水	35,644	+6.8
	菓子（米菓を除く）	19,081	+11.6
	米菓（あられ・せんべい）	3,289	▲ 6.4
	ソース混合調味料	40,303	+7.3
	味噌	4,151	+14.7
	醤油	7,616	+11.1
	アルコール飲料	89,505	+14.8
	日本酒	26,283	+10.5
	ウイスキー	32,725	+11.7
	焼酎（泡盛を含む）	1,109	+12.2
林 産 物	農産物計	615,400	+14.3
	林産物計	43,433	+15.9
	製材	6,034	+44.0
	合板	5,069	+28.9
	丸太	18,346	+14.1
水 産 物	木製家具	4,946	+9.4
	水産物（調製品を除く）	193,848	+27.5
	ぶり	28,989	+23.7
	たい	4,800	+21.3
	ホタテ貝	41,356	+41.9
	牡蠣	2,164	▲ 18.0
	真珠（天然・養殖）	24,308	+1.3
	錦鯉	5,962	+32.6
	いわし	12,725	+46.9
	かつお・まぐろ類	11,168	+15.2
	さけ・ます	2,789	▲ 9.8
	さば	10,644	+84.0
	さんま	352	+70.4
	すけとうたら	910	+38.2
	水産調製品	36,097	▲ 13.0
	なまこ（調製）	4,198	▲ 34.5
	練り製品	6,418	+2.2
	ホタテ貝加工品	4,996	▲ 20.2
	牡蠣加工品	756	▲ 4.2
	水産物計	229,945	+18.8
	農林水産物・食品	888,778	+15.5

※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26,902百万円を含む

2025年の農林水産物・食品 輸出額（7月単月）品目別

品 目		金 額 (百万円)	前年同月比 (%)
農 産 物	畜産品	13,237	+1.1
	畜産物	9,828	+19.1
	牛肉	6,014	+23.9
	豚肉	215	▲ 0.5
	鶏肉	216	+6.6
	鶏卵	696	+30.5
	牛乳乳製品	2,688	+10.0
	果樹・野菜等	4,434	▲ 5.8
	りんご	187	▲ 10.3
	ぶどう	379	▲ 30.6
	もも	655	▲ 33.6
	かんきつ	67	+18.2
	かき・かき加工品	4	+11.4
	なし	4	▲ 30.9
	いちご	0	▲ 100.0
	かんしょ・かんしょ加工品	255	+17.6
	ながいも	281	+11.2
	メロン	132	▲ 26.6
	たまねぎ	18	+119.0
	穀物等	6,129	▲ 0.3
	米（援助米を除く）	1,056	+13.1
	パックご飯等	209	+47.0
	その他農産物	15,905	+23.1
	緑茶	5,877	+89.9
	花き	128	▲ 12.8
	切り花	69	▲ 33.3
	植木等	50	+83.9
	たばこ	1,977	▲ 2.8

品 目		金 額 (百万円)	前年同月比 (%)
農 産 物	加工食品	47,205	+7.1
	清涼飲料水	5,394	+10.8
	菓子（米菓を除く）	2,663	+8.3
	米菓（あられ・せんべい）	439	▲ 26.3
	ソース混合調味料	6,240	+5.6
	味噌	570	▲ 3.1
	醤油	1,132	+6.3
	アルコール飲料	11,840	+5.7
	日本酒	3,464	+2.2
	ウイスキー	3,806	▲ 5.3
	焼酎（泡盛を含む）	128	▲ 3.9
林 産 物	農産物計	92,257	+14.0
	林産物計	6,352	+6.5
	製材	1,198	+69.1
	合板	828	+59.6
	丸太	1,992	▲ 27.4
水 産 物	木製家具	828	+13.4
	水産物（調製品を除く）	25,856	+16.0
	ぶり	3,279	+17.1
	たい	721	+7.9
	ホタテ貝	6,365	+25.2
	牡蠣	380	▲ 42.4
	真珠（天然・養殖）	2,022	▲ 9.4
	錦鯉	61	▲ 35.0
	いわし	1,903	+169.6
	かつお・まぐろ類	2,854	+38.5
	さけ・ます	328	▲ 5.9
	さば	2,319	+48.1
	さんま	41	+162.0
	すけとうたら	99	+156.6
	水産調製品	4,644	▲ 9.7
	なまこ（調製）	575	▲ 35.5
	練り製品	963	+4.2
	ホタテ貝加工品	476	+25.7
	牡蠣加工品	121	▲ 41.0
	水産物計	30,500	+11.1
	農林水産物・食品	129,109	+12.9

※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5,347百万円を含む

2025年1-7月 農林水産物・食品 輸出額（国・地域別）

順位	2025年1-7月（累計）							2025年7月（単月）				
	輸出先	輸出額 （億円）	金額 構成比 （%）	前年 同期比 （%）	輸出額内訳（億円）			輸出額 （億円）	前年 同月比 （%）	輸出額内訳（億円）		
					農産物	林産物	水産物			農産物	林産物	水産物
1	米国	1,615	18.2	+20.6	1,045	51	519	205	+12.1	142	9	54
2	香港	1,218	13.7	+2.0	737	11	470	151	▲ 7.3	104	2	46
3	中国	1,042	11.7	+12.7	795	209	39	141	+0.2	112	25	4
4	台湾	942	10.6	+9.3	716	27	199	137	+7.5	108	4	25
5	韓国	589	6.6	+20.5	391	23	175	82	+10.5	59	3	20
6	ベトナム	475	5.3	+2.1	233	3	239	82	+27.2	31	1	50
7	タイ	425	4.8	+22.2	211	6	207	58	+19.8	30	1	27
8	シンガポール	313	3.5	▲ 1.5	259	3	50	49	▲ 7.2	39	0	9
9	ロシア	290	3.3	+1124.2	289	0	0	57	+1,386.8	57	0	0
10	オーストラリア	213	2.4	+9.4	188	1	23	44	▲ 2.8	40	0	4
－	E U	544	6.1	+8.5	455	14	75	90	+21.6	74	2	14

(参考) 2024年の農林水産物・食品 輸出額 (1-12月) 品目別

品 目		金 額 (百万円)	前年同期比 (%)
農 産 物	加工食品	534,046	+4.8
	アルコール飲料	133,710	▲ 0.5
	日本酒	43,456	+5.8
	ウイスキー	43,635	▲ 12.8
	焼酎（泡盛を含む）	1,721	+4.8
	ソース混合調味料	62,988	+15.9
	清涼飲料水	57,431	+7.0
	菓子（米菓を除く）	34,372	+11.9
	醤油	12,189	+21.3
	米菓（あられ・せんべい）	6,571	+7.7
	味噌	6,312	+24.6
	畜産品	139,551	+5.6
	畜産物	107,344	+6.5
	牛肉	64,828	+12.1
	牛乳・乳製品	30,548	▲ 0.8
	鶏卵	7,111	+1.8
	鶏肉	2,481	▲ 2.9
	豚肉	2,375	▲ 11.1
	穀物等	74,130	+11.1
	米（援助米除く）	12,029	+27.8
	野菜・果実等	73,194	+9.1
	青果物	48,834	+9.9
	りんご	20,136	+20.5
	ぶどう	5,932	+14.7
	いちご	5,405	▲ 12.3
	かんしょ	3,602	+24.3
	ながいも	3,356	▲ 0.5
	もも	2,953	+13.2
	かんきつ	1,487	+11.9
	かき	1,131	+2.3
	なし	1,022	▲ 14.2

品 目		金 額 (百万円)	前年同期比 (%)
農 産 物	その他農産物	155,890	+19.8
	たばこ	19,947	+10.4
	緑茶	36,380	+24.6
	花き	9,816	+20.6
	植木等	7,916	+26.9
林 産 物	切花	1,643	▲ 3.7
	農産物計	981,600	+8.4
	林産物	66,725	+7.5
	丸太	28,227	+22.2
	木製家具	8,142	+10.9
水 産 物	製材	7,388	+14.1
	合板	7,299	▲ 25.7
	水産物（調製品除く）	281,872	▲ 6.3
	ホタテ貝（生鮮・冷蔵・冷凍等）	69,489	+0.9
	ぶり	41,427	▲ 0.8
	真珠（天然・養殖）	41,189	▲ 9.7
	かつお・まぐろ類	20,095	▲ 11.3
	いわし	10,812	+9.3
	さば	9,808	▲ 19.5
	錦鯉	7,232	+8.0
	たい	6,904	+4.8
	さけ・ます	5,651	▲ 16.4
	すけとうたら	1,148	▲ 36.2
	さんま	435	+87.0
	水産調製品	79,004	▲ 11.6
農 林 水 産 物 ・ 食 品	ホタテ貝（調製）	17,717	▲ 15.6
	練り製品	11,271	+8.1
	なまこ（調製）	10,501	▲ 38.0
	水産物計	360,876	▲ 7.5
農林水産物・食品		1,409,200	+3.8

※財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

※農林水産物・食品の合計額及び農産物計には、詳細の不明な農産物3,484百万円など合計4,790百万円を含む。 8

(参考) 2024年の農林水産物・食品 輸出額 国・地域別

順位	2024年1-12月（累計）							2024年12月（単月）				
	輸出先	輸出額 （億円）	金額 構成比 （%）	前年 同期比 （%）	輸出額内訳（億円）			輸出額 （億円）	前年 同月比 （%）	輸出額内訳（億円）		
					農産物	林産物	水産物			農産物	林産物	水産物
1	アメリカ合衆国	2,429	17.2	+17.8	1,614	74	741	263	+34.2	174	7	83
2	香港	2,210	15.7	▲ 6.6	1,311	16	883	218	+6.2	144	2	72
3	台湾	1,703	12.1	+11.1	1,309	43	351	227	+17.9	184	4	38
4	中華人民共和国	1,681	11.9	▲ 29.1	1,293	326	61	181	+13.7	138	37	6
5	大韓民国	911	6.5	+19.8	592	39	280	111	+27.5	61	4	46
6	ベトナム	862	6.1	+23.7	516	7	339	95	+30.8	53	1	41
7	タイ	628	4.5	+22.9	306	10	312	56	+22.5	29	1	27
8	シンガポール	557	4.0	+1.7	461	6	89	53	▲ 0.5	42	1	10
9	オーストラリア	328	2.3	+5.6	290	3	35	29	+8.7	25	0.2	4
10	フィリピン	287	2.0	▲ 6.0	159	95	33	27	+18.1	13	10	3
－	E U	858	6.1	+18.5	735	21	102	87	+27.8	75	2	10

※財務省「貿易統計」を
基に農林水産省作成

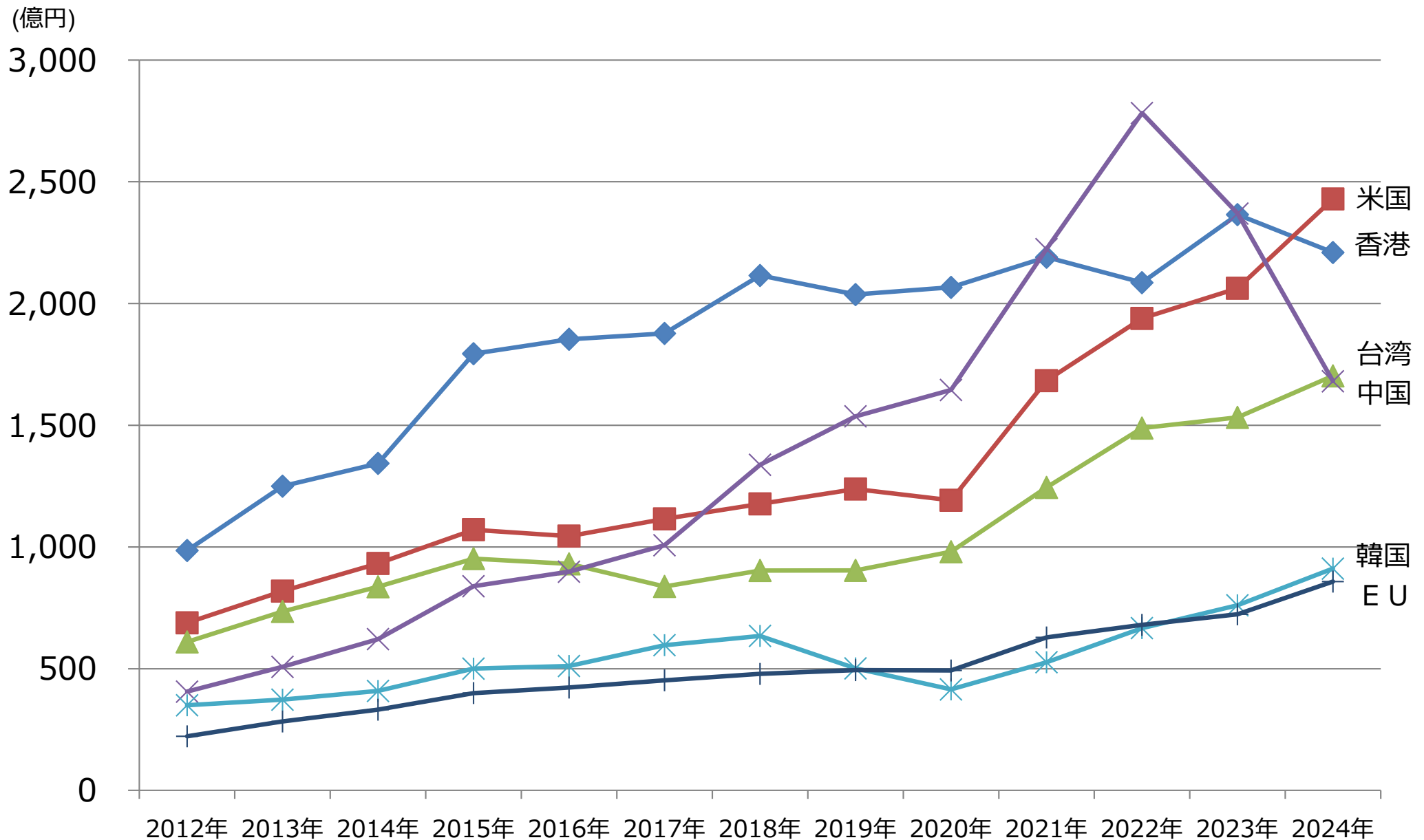
輸出額の増加が大きい主な国・地域（1-12月）

国・地域	増加額	主な増加品目
米国	+367億円	ホタテ貝（生鮮等）、牛肉、日本酒
台湾	+170億円	りんご、ホタテ貝（生鮮等）、牛肉
ベトナム	+165億円	ホタテ貝（生鮮等）、植木等、牛肉

輸出額の減少が大きい主な国・地域（1-12月）

国・地域	減少額	主な減少品目
中国	▲ 689億円	ホタテ貝（生鮮等）、ウイスキー、なまこ（調製）
香港	▲ 156億円	真珠、ホタテ貝（調製）、さんご
チリ	▲ 21億円	魚油

(参考) 国・地域別輸出額の推移



農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律の概要

1. 制定及び改正の背景

- ・農林水産物及び食品の輸出拡大に向けては、輸出先国による食品安全等の規制等に対応する必要があることから、輸出先国との協議、輸出を円滑化するための加工施設の認定等について、政府が一体となって取り組むための体制を整備するために制定（2020年4月施行）。
- ・2025年2兆円、2030年5兆円の輸出額目標に向け、オールジャパンで輸出先国・地域のニーズ調査やブランディング等を行う団体の認定制度の創設、輸出事業計画の認定を受けた者に対する新たな金融上の措置等、更なる輸出拡大に向けた施策を強化するために改正（2022年10月施行）。

2. 法律の概要

I 農林水産物・食品輸出本部の設置

- ・農林水産省に、農林水産大臣を本部長とし、総務大臣、外務大臣、財務大臣、厚労大臣、経産大臣、国交大臣、復興大臣を本部員とする「農林水産物・食品輸出本部」を設置。
- ・本部は、輸出促進に関する基本方針を定め、実行計画（工程表）の作成・進捗管理を行うとともに、関係省庁の事務の調整を行うことにより、政府一体となった輸出の促進を図る。

II 国等が講ずる輸出を円滑化するための措置

- ・これまで法律上の根拠規定のなかった ①輸出証明書の発行、②生産区域の指定、③加工施設の認定について、主務大臣（※）及び都道府県知事等ができる旨を規定。※主務大臣は、農林水産大臣、厚生労働大臣又は財務大臣。
- ・民間の登録認定機関による加工施設の認定も可能とする。
- ・民間の登録発行機関による輸出証明書の発行も可能とする。

III 輸出のための取組を行う事業者に対する支援措置

輸出事業者が輸出事業計画を作成し、当該計画の認定を受けた場合に、以下の支援措置を講ずる。

- ・食品等流通合理化促進機構による債務保証
- ・日本政策金融公庫による長期・低利の、設備資金・長期運転資金・海外子会社等への出資・転貸に必要な資金や債務保証
- ・施設等の整備に対する税制上（所得税・法人税）の特例
- ・輸出事業計画の認定手続と農地転用の許可手続のワンストップ化

IV 認定農林水産物・食品輸出促進団体【改正法で措置】

- ・輸出品目ごとに、生産から販売に至る関係者が連携し、輸出の促進を図る法人を、法人からの申請に基づき、国が「認定農林水産物・食品輸出促進団体」（認定輸出促進団体）として認定する。
- ・認定輸出促進団体は、輸出先国でのニーズ調査等の調査研究や商談会参加等の需要開拓、輸出事業者に対する情報提供を行うほか、必要に応じて輸出促進のための規格の策定や任意のチェックオフの業務を行う。

農林水産物・食品の輸出拡大のための輸入国規制への対応等に関する関係閣僚会議

- 輸入国の規制への対応などの農林水産物・食品の輸出拡大に向けた方策を検討し、実行するため「農林水産物・食品の輸出拡大のための輸入国規制への対応等に関する関係閣僚会議」（輸出関係閣僚会議）を設置（2019年4月）。
- 2025年5月までに22回開催され、輸入国規制の撤廃・緩和に向けた政府一丸となった取組や、輸出額目標達成のための輸出拡大実行戦略の策定・改訂等について議論等が行われてきた。

輸出関係閣僚会議

【議長】 内閣官房長官

【副議長】 厚生労働大臣、農林水産大臣

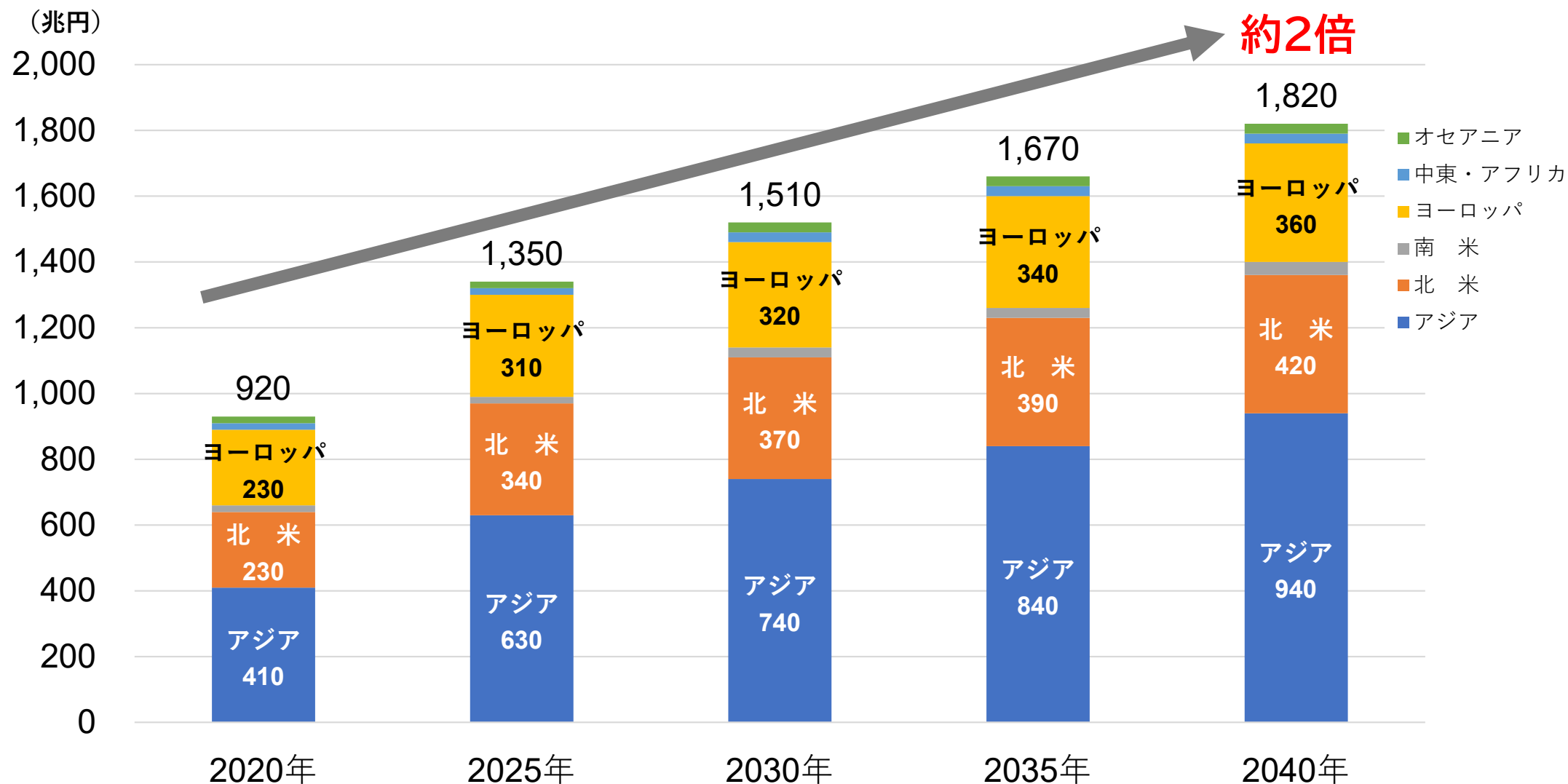
【構成員】

経済再生担当大臣、新しい資本主義担当大臣、デジタル田園都市国家構想担当大臣、内閣府特命担当大臣（沖縄及び北方対策）、内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全）、内閣府特命担当大臣（経済財政政策）、内閣府特命担当大臣（規制改革）、内閣府特命担当大臣（地方創生）、デジタル大臣、復興大臣、総務大臣、法務大臣、外務大臣、財務大臣、文部科学大臣、経済産業大臣、国土交通大臣、環境大臣

世界の食市場の規模（推計）

世界人口の増加等に伴い**アジア、欧米中心に食市場の拡大**が見込まれる

約900兆円（2020年）→約1,500兆円（2030年）→約1,800兆円（2040年）



輸出拡大等による「海外から稼ぐ力」の強化

- 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（地域の活性化に貢献）



農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略

- 人口減少に伴う国内需要の減少が見込まれる中、生産基盤を強化し、食料安全保障を確保するため、成長する**海外の食市場**を取りこむことが重要。
- このため、**農林水産物・食品の輸出拡大**に加え、**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**に向けた施策を強化し、輸出拡大との相乗効果を通じて**海外から稼ぐ力**を強化するための戦略を策定（令和7年5月最終改訂）

1. 農林水産物・食品の輸出拡大（2030年5兆円）

①日本の強みを最大限に発揮するための取組

- 海外で評価される強みがある31の**輸出重点品目**、**ターゲット国・地域**について**輸出目標を設定**
- **新市場の開拓**、輸出先の**多角化**
- 地理的表示（GI）やコンテンツの活用により、**高付加価値化**
- **優良品種**を守り、新品種を育成・普及を進めるための**法制度を検討**

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

- **マーケットインの発想※**に基づき低コストの生産等ができる**大規模輸出産地**の育成・展開
- 国内から現地まで一貫してつなぐ**戦略的なサプライチェーン**を構築し、横展開

※ 海外市場で求められるスペック（量・価格・品質・規格・認証）の産品を専門的・継続的に生産販売しようとするもの。

③政府一体となった輸出の障害の克服

- 輸出先国・地域における**輸入規制の撤廃・緩和**に向けて政府一体となった協議を実施
- 我が国の強みである、優れた品種や技術、特有の食文化等の**知的財産を守り「稼ぎ」に変えるための知的財産対策の強化**

2. 食品産業の海外展開（2030年3兆円）

- 海外現地の**専門家**による規制や税務対応の支援、**コールドチェーン**構築の推進

3. インバウンドによる食関連消費の拡大（2030年4.5兆円）

- 地域の食材や歴史・文化を**ストーリー**にして**旅マエ・旅ナカ・旅アト**で効果的に外国人にアプローチ

輸出重点品目（31品目）の選定

- 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、鶏肉	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、ぶどう、もも、かんきつ、かき・かき加工品、なし)、野菜(いちご)	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。
野菜(かんしょ・かんしょ加工品、ながいも、たまねぎ等)	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。
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。
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。

輸出重点品目	海外で評価される日本の強み
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	脂が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

認定農林水産物・食品輸出促進団体（認定品目団体）

- 輸出品目ごとに、生産から販売に至る関係者が連携し、輸出の促進を図る法人を、国が輸出促進法に基づき「認定農林水産物・食品輸出促進団体」（認定品目団体）として認定する制度を令和4年10月より開始。
- 認定品目団体は、個々の産地・事業者では取り組み難い、非競争分野の輸出促進活動（市場調査、ジャパンブランドによる共同プロモーション）を行い業界全体の輸出を拡大。

認定制度

農林水産物・食品輸出促進団体（品目団体）

農林水産物・食品の輸出促進業務に、品目の生産から販売までの幅広い関係者が緊密に連携しオールジャパンで取り組む法人。

【必須業務】

- 輸出先国の市場・輸入条件（規制）等の調査・研究
- 商談会への参加、広報宣伝等による需要開拓
- 輸出に関する事業者への情報提供・助言



商談会

【任意業務】

- 輸出促進に必要な包材・品質等の規格の策定
- 輸出の取組みを行う事業者から拠出金を収受し、輸出促進の環境整備に充てる仕組みづくり（任意のチェックオフ）

認定申請



輸出促進法※第43条に基づき認定

主務大臣

（農林水産大臣・財務大臣（酒類のみ））

※農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律

認定団体に向けた支援

認定団体は、法律により①～④の特例や援助が得られるとともに、品目団体輸出力強化支援事業等で優先的に採択。

- ① 中小企業信用保険法の特例、② 食流機構による債務保証、③ FAMICによる協力、④ JETROの援助

認定状況

◆令和4年10月の制度開始後、28品目15団体を認定。

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	米・パックご飯・加工米飯・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	醤油
全国味噌工業協同組合連合会	味噌
（一社）日本ほたて貝輸出振興協会	ホタテ貝・ホタテ貝加工品
（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ルウ及びカレー調製品

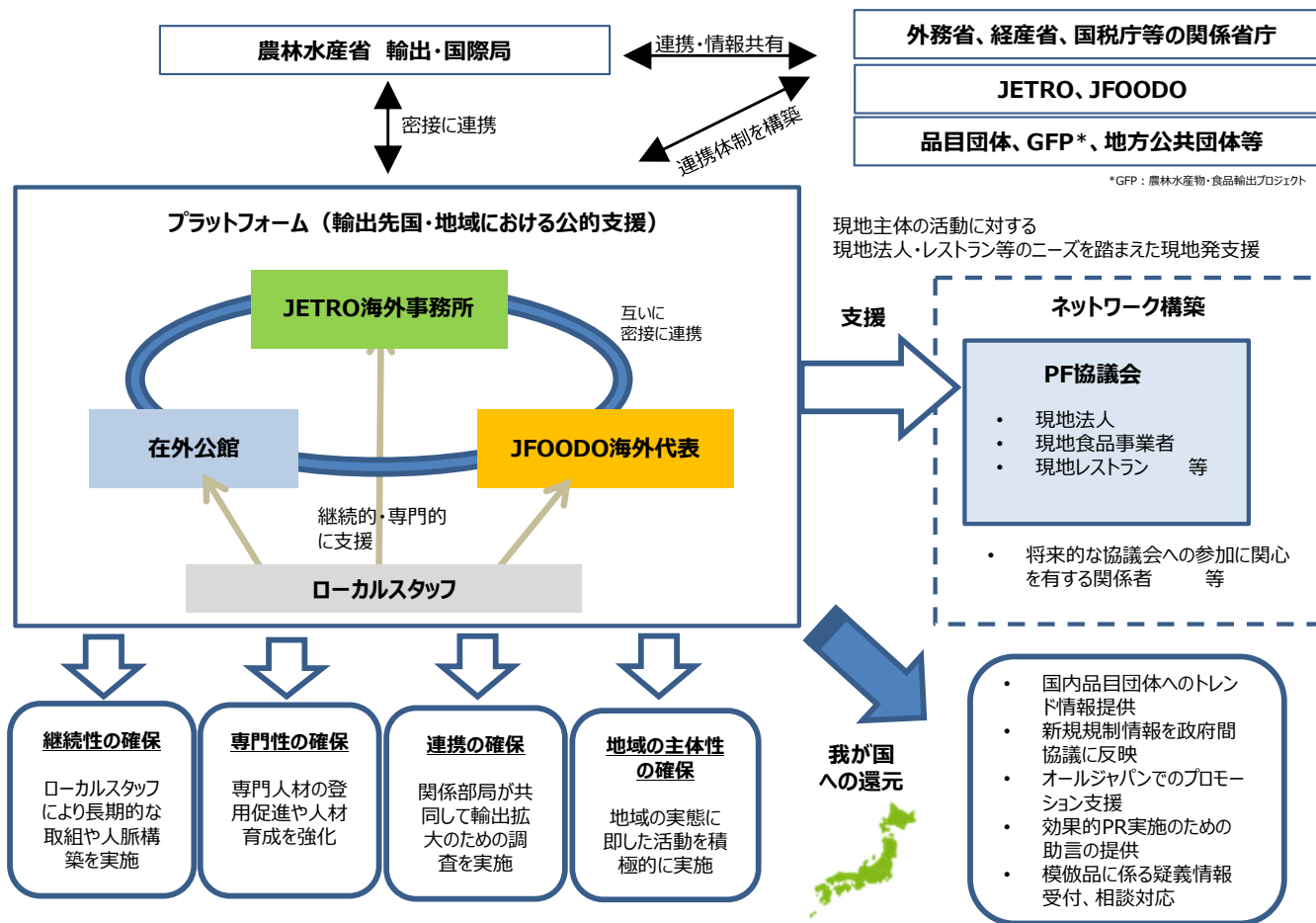
※¹りんご、ぶどう、もも、かんきつ、かき・かき加工品、なし、いちご、かんしょ・かんしょ加工品、ながいも、たまねぎ等

※²牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵、牛乳乳製品

輸出支援プラットフォーム

- **輸出支援プラットフォーム**は、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」に基づき、マーケットイン・マーケットメイクの輸出を進めるため、**輸出先国・地域において輸出事業者を包括的・専門的・継続的に支援**するため設立。都道府県、品目団体等との連携も強化。
在外公館、JETRO海外事務所、JFOODO海外駐在員が主な構成員。
- 2022年4月の米国をはじめとして、EU、タイ等の**10カ国・地域（16拠点）**において立ち上げ済。

輸出支援プラットフォーム（PF）のイメージ



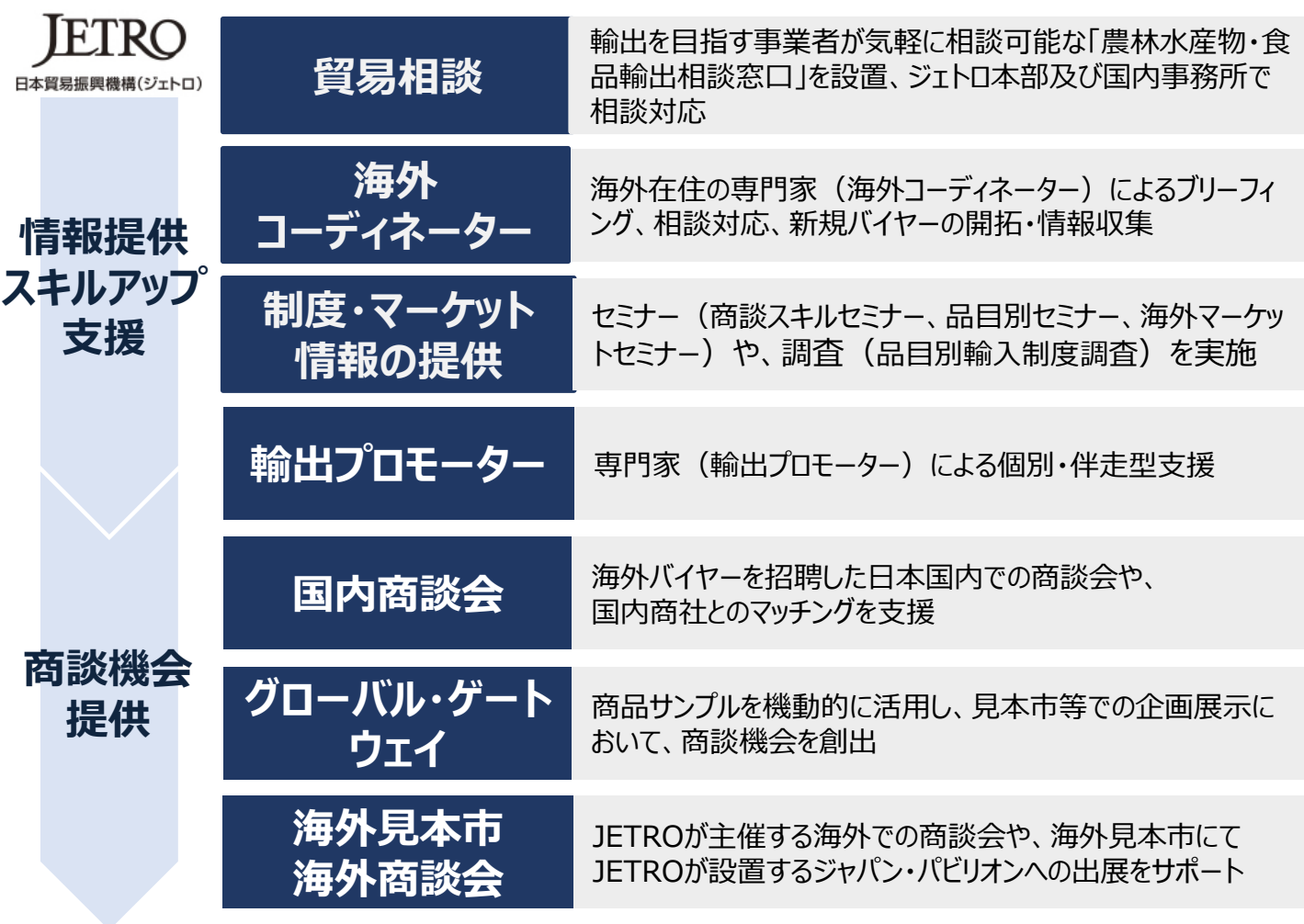
プラットフォーム設置国・地域

設置国・地域	拠点設置都市
米国	ロサンゼルス
	ニューヨーク
	ヒューストン
タイ	バンコク
シンガポール	シンガポール
EU	パリ
	ブリュッセル
ベトナム	ホーチミン
香港	香港
中国	北京
	上海
	広州
	成都
台湾	台北
マレーシア	クアラルンプール
UAE	ドバイ



JETRO・JFOODOの取組概要

- JETROでは、セミナーや相談対応を通じた情報提供・スキルアップ支援、海外見本市や国内外商談会を通じた商談機会の提供など、輸出に取り組む国内事業者への総合的な支援を実施。
- JFOODOでは、海外における日本産農林水産物・食品のブランド構築に向け、消費者向けプロモーションや日本食・食文化の魅力発信を実施。



日本産農林水産物・食品の プロモーション

- JFOODO**
- 1. 戦略的プロモーション**
現地実店舗と連携したプロモーションやメディアを活用したプロモーションを展開
 - 2. 日本食・食文化の魅力発信**
国際会議の活用やポータルサイト（Taste of Japan）等による日本食・食文化の魅力発信
 - 3. 日本産食材サポーター店等と連携したプロモーション**
現地の日本産食材サポーター店（飲食・小売店）と連携した日本産食材等に係る消費者プロモーションを実施

JETROによる農林水産物・食品の輸出促進の取組 情報提供・スキルアップ支援

- ・ 輸出セミナーの開催、制度・マーケット情報の提供、相談対応、専門家による個別支援等を実施。

輸出セミナーの開催



輸出を目指す事業者を対象とした、商談スキル向上、最新の海外マーケットやトレンド、品目別での輸出先国の規制や輸出を進めるためのポイント等、テーマ・内容に応じた輸出セミナーを開催。

制度・マーケット情報の提供



農林水産物・食品の輸出支援ポータル

<https://www.jetro.go.jp/agriportal.html>

輸出先各国の制度及び市場情報等について調査し、JETROポータルサイトで情報を提供。

相談対応

■ 農林水産物・食品輸出相談窓口

輸出を目指す事業者が気軽に相談可能な「農林水産物・食品輸出相談窓口」を国内・海外に設置。



■ 海外コーディネーターによる輸出支援相談

E-mail相談	海外ブリーフィング
 海外コーディネーターが、現地市場の概況、トレンド、参考価格、競合他社の有無など、現地在住だからこそ提供できる情報をご相談の内容に応じて調査し、レポート形式でお答えします。	 海外コーディネーターとの個別面談となります。海外出張中に現地で、もしくはオンラインで、皆様のお悩みやご質問に直接お答えします。

JETROが海外に配置する農林水産物・食品分野の専門家（海外コーディネーター）が、Eメール相談、ブリーフィングを無料で実施。

輸出プロモーターによる個別支援

農林水産物・食品分野の専門家が国内事業者の製品や会社の状況にあわせて戦略を策定し、マーケット・バイヤー情報の収集や海外見本市の随行、商談の立会い、契約締結までを一貫してサポート。



JETROによる農林水産物・食品の輸出促進の取組 商談機会提供

- 海外見本市への出展支援、国内・海外での商談会開催、国内商社との商談会開催、商品サンプルを活用したビジネスマッチング支援等を実施。

海外見本市出展・海外商談会開催



JETROが主催・参加する海外見本市のジャパン・パビリオンへの出展サポート（出展企業・団体を公募）

※一部出展経費をジェトロが補助（見本市により補助対象・補助率が異なります）

日本産食品グローバル・ゲートウェイ事業



海外現地に商品サンプルをストックする拠点を設置し、見本市等での企画展示において、商品サンプルを機動的に活用することにより、テストマーケティングや商談組成を支援。

国内商談会開催



国内で開催される主要な食品見本市等に合わせて、ジェトロで発掘した海外バイヤーを招聘し、国内事業者との商談会を開催。

商社マッチング開催



日本産農林水産物・食品の輸出を行う国内商社との商談会を国内各地で開催。国内納品、日本円決済など、国内取引に近い形で輸出が可能。

(参考) JETROによる直近の取組例

海外見本市

『THAIFEX』

《実施エリア》タイ・バンコク

《期間》2025年
5月27～31日

《取組内容》

東南アジア最大級の総合食品見本市「THAIFEX 2025」※にジェトロは「ジャパンパビリオン」を設置し、37社・7団体の出展企業を支援した。出展者からは「タイだけではなく、周辺諸国や中東、北米、欧州のバイヤーとも商談ができた」など、成果を実感する声が多く聞かれた。

※ 57カ国・地域から3,231社・団体が出展し、来場者数は約14万人。



日本産食品グローバル・ゲートウェイ事業

『FOOD WEEK 2024』

《実施エリア》

韓国・ソウル

《期間》2024年
11月20～23日

《取組内容》

韓国最大級の食品展示会「FOOD WEEK」※にジェトロは日本企業62社の食品104品目を収集・展示し、韓国のバイヤーに向けた試食・サンプリングを通じて紹介した。バイヤーが関心を持った商品は、その場で日本のサプライヤーとオンライン商談へとつながる例もあった。ジェトロでは、ブースを訪れたバイヤーに対して、今後の商談開始や継続した取引に向けたフォローアップを行う。

※ 31カ国から1,054社が出展し、来場者数は約5万5千人。



輸出プロモーター

『カバヤ食品株式会社』

《実施エリア》
岡山県

《支援期間》
2021年度～2023年度

《取組内容》

ジェトロの輸出プロモーター（専門家）が、輸出戦略の再構築を支援。定期的な戦略面談を通じて、並行品との差別化を図る販売戦略を構築し、各国の市場ニーズに柔軟かつ速やかに対応したPB商品の開発と配荷拡大が期待されるコンビニエンスストアへの導入を推進した。さらに、積極的な海外展示会や個別商談への参加が奏功し、支援開始時と比較して輸出月額は約4倍に拡大した。



Seoul Foodにて現地Distributor・コンビニエンスストアバイヤーと、カバヤ食品社員、輸出プロモーター

国内商談会(バイヤー招聘)

『ジェトロ食品輸出商談会 at FOOD EX JAPAN / in 四国』

《実施エリア》東京ビッグサイト

《期間》2025年3月9～14日

《取組内容》

ジェトロは、アジア最大級の食品・飲料専門展示会「FOODEX JAPAN」の機会を利用し、14カ国15名の海外バイヤーを招聘し、日本企業約170社との商談会を開催。海外バイヤーが自身の関心に沿って自由に商談できるよう、通訳や商談同行などの支援も行った。参加バイヤーのうち8社は東京での商談会の前に、香川県も訪問し、四国地方の食品事業者との商談会や企業訪問も行った。



日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）の概要

- ・ 農林水産業・地域の活力創造プラン（平成28年11月改訂）を踏まえ、平成29年4月に日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO ジェイフード）をJETRO内に創設。
- ・ SNSや動画等のデジタル広告、PRイベントの開催等現地でのプロモーションを実施。

組織体制

【センター長】 小林栄三（伊藤忠商事株式会社前会長・現名誉理事）
【執行役】 中山 勇 プロモーション担当執行役（COO）
北川浩伸 経営管理/広報・渉外担当執行役（CAO）
【スタッフ】 本部：42名（センター長、執行役含む）
海外駐在員：6名（ロンドン、パリ、香港、シンガポール、LA）
ほか、海外（7箇所）にフィールドマーケターを配置予定 <2025年7月1日現在>



プロモーション内容

動画コンテンツ制作・メディア活用

コンセプト訴求動画
（和牛・米国）



ブランドイメージ訴求動画
（水産物・全世界）



プロモーションコンセプトやブランドイメージを訴求するための動画コンテンツを制作し、SNSでの発信やインフルエンサー等による拡散を実施。各国での認知や、喫食意向を向上。

現地実店舗PR

著名バーテンダーを招いた
焼酎のポップアップイベント



日本食材に関わる生産のこだわりのストーリーを現地実店舗で直接魅力的に伝え、喫食意向を向上させ、海外での消費増に繋げる。

現地飲食店と連携した
キャンペーン



PRセミナー

日本茶と食事のペアリン
グメニューの体験セミナー



日本産食材・日本酒の
ペアリングの魅力を伝える
セミナー



現地飲食店を起点として、食材とのペアリングの魅力を伝えるセミナーを実施。日本産食材の魅力を発信し、取扱い意向を向上。

JFOODOによる戦略的プロモーションの取組

- 引き続き海外市場分析に基づく戦略的プロモーションを継続するとともに、品目団体との連携した取組等を強化し、海外現地における日本産農林水産物・食品のさらなる消費拡大に取り組む。

日本和牛

実施エリア
米国、欧州



取組内容

「一過性に終わらない、継続的な日本和牛消費の維持・拡大」を目指し、ウェブサイト・SNS・動画を中心とした情報発信、店舗キャンペーンなどを通じ、現地の状況やニーズに即した施策を展開。日本畜産物輸出促進協会と連携し現地レストランで新メニュー開発を行い、新規顧客獲得/売上増加といった相乗効果が得た。

水産物（ホタテ、ブリ、タイ）

実施エリア
台湾、香港、米国

JAPANESE
SEAFOOD

取組内容

“JAPANESE SEAFOOD”ブランドを冠して各魚種を訴求する。また、各市場のターゲットの生活様式や行動様式に合わせて、SNSやウェブサイトを通じた情報発信、現地消費者の嗜好に合った喫食方法の提案、外食店舗でのキャンペーン等を通じて各水産物の認知拡大、理解促進、喫食意向向上を図る。

日本茶

実施エリア
米国、欧州



フォロワー数
約2.6倍
(4.8万人)

取組内容

アルコールを少量しか飲まない若しくはあえて飲まない人が増えている中、テアニンが豊富な抹茶を中心とした日本茶を「マインドフルネス・ビバレッジ」として位置付け。日本茶独自の強みをダイレクトに訴求するとともに、事業者取材動画やギブアウェイなど多岐に渡るコンテンツを展開、情報波及・交流を促すことでファンコミュニティの拡大図った。

日本産酒類

実施エリア
＜日本酒＞ 米国、中国、香港等
＜本格焼酎＞ 米国



取組内容

＜日本酒＞ 和食店以外で飲用されるオケージョンを創出するため、日本酒の持つうま味を増幅させる科学的根拠を持った強みや、日本産ならではの価値・多様性を訴求し、世界で広く飲用される食中酒となることを目指す。
＜本格焼酎＞ 世界の蒸留酒のトレンドがBarから発信されることに着目し、日本の自然やクラフトマンシップを体現する本格焼酎・泡盛を、「原材料の風味が豊かで、バーで楽しむことができる新しいタイプの蒸留酒」として消費者に訴求する。

品目横断

実施エリア
米国等



取組内容

様々な日本産食品をプロモーションしているJFOODOならではの取組として、日本産食品全体の価値向上を目的に、複数品目を組み合わせ付加価値を生み出す品目横断プロモーションを実施する。

(参考) JFOODOによる直近の取組例

メディアを活用したブランディング広告

『CNN』

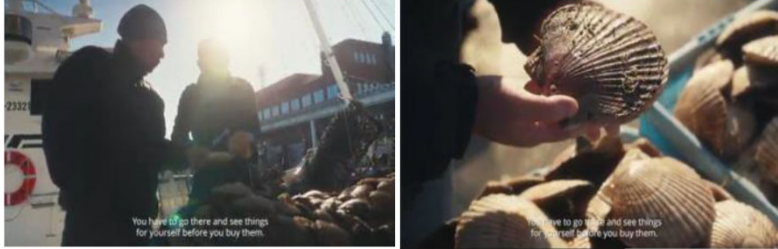
《実施エリア》

米国

《期間》

令和6年12月～1月

《取組内容》



米国を中心に日本産水産物（ホタテ）の特長である、美味しさ、サステナブル、栄養素の高さなどの魅力を消費者らに訴求する取組の一環として、米国や世界のニュース、政治、健康、エンターテインメントなど、さまざまなトピックについて、速報、詳細な報道を提供するグローバルメディアである「CNN」を活用し、ブランディング広告（テレビ、WEB・デジタル、航空機インフライト）を配信。米国のみならず全世界に対して同様の放映や取組を実施。

国際会議等を活用したプロモーション

『ダボス会議に合わせたサイドイベント・ジャパンナイト2025』



《実施エリア》

スイス

《取組内容》

ダボスで開催された世界経済フォーラムの年次総会「ダボス会議」のサイドイベントとして開催されたサイドイベントにて、料理の提供を通じて、参加した現地の政財界要人、観光・食関連事業者、メディア関係者等約220名に対し、日本食・食文化の魅力を発信。

《期間》

令和7年1月22日

SNS・ECサイトの活用

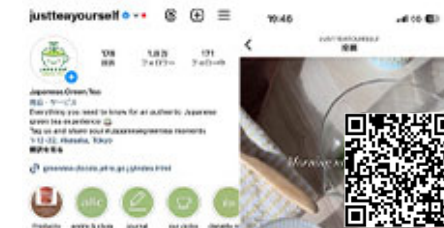
『インスタグラム・Amazon』

《実施エリア》

米国

《取組内容》

すでにある程度認知のある抹茶をコミュニケーションの全面に立て、「日本茶＝マインドフルネス・ビバレッジ」というコンセプトをもとに、米国のミレニアル世代及び健康志向が高い層へストーリー性や日本産のUSP（テアニンリッチ）を訴求。消費者自身が積極的に情報を拡散・波及させるために、インスタグラムのアカウントを開設し、フォロワーの反応を見ながら工夫して情報発信をすることで4.8万人のフォロワーを獲得。プロモーションサイトやECサイトに誘導して、商品購入に繋げた。



<https://www.instagram.com/justteayourself/>



<https://www.amazon.com/japanesegreentea>

ポータルサイトによる情報発信

『Taste of Japan』



《取組内容》

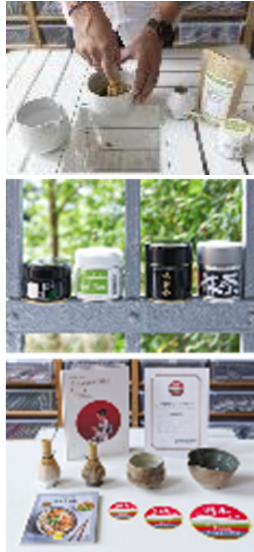
海外現地の日本食・食文化のトレンド情報の紹介等、海外消費者に対し、日本食・食文化の魅力を伝える記事を英語・簡体中文・繁体中文・仏語の4か国語で制作・発信（週1投稿）。SNS（Facebook、Instagram）による情報発信も行い、令和6年度は約30本の記事掲載及び約90のSNS投稿を実施。記事のプレビュー数は160万回超、SNSのフォロワーは約1万人超を達成。

日本産食材サポーター店の活動例

- 世界各国のサポーター店において、ロゴマークをメニューに入れたり、サポーター店認定証を店頭に表示したりするなど、顧客に対して積極的に日本産食材の利用をPR。
- JETRO・JFOODOがサポーター店と連携して実施する日本産食材のプロモーションを支援。

Matchashop（ドイツ・ベルリン）

- 認定団体：JETRO
- 認定日付：2019年2月14日
- 店舗概要
- 日本各地の生産者から届く100種類以上の抹茶と、100種類近い緑茶を取り揃えたベルリンで人気の茶専門店。オンラインショップも運営している。
- SNS等を活用し、日本産抹茶や緑茶の魅力や、様々なシチュエーションでの楽しみ方を提案し幅広く発信している。



聘珍樓（ハイチンロウ）（中国・香港）

- 認定団体：JETRO
- 認定日付：2017年9月19日
- 店舗概要
- 料理長の廖偉成（リャウウェイチン）氏は、日本産食材の安定した品質の高さ等の優位性を感じ積極的に日本産食材を調達。例えば、青森県産のシラウオ、三陸産のアワビ、岩手県産の活ホタテ、香川県産の黒胡麻ソース等を輸入している。
- ロゴマーク等でサポーター店のPRを実施し、顧客から料理と品質の信頼を獲得。



Tatsuya（シンガポール）

- 認定団体：JETRO
- 認定日付：2022年9月28日
- 店舗概要
- 歴史ある「グッドウッドパークホテル」内にある人気レストラン。店内にはロゴマークを掲示し日本産食材の利用をPR。
- オーナーシェフのロニー・チュア氏はシンガポールの寿司文化を牽引、豊洲市場から空輸で届く四季折々に育まれた多様な旬の日本産食材をふんだんに使い、寿司をはじめとする日本料理を提供している。



MITSUKOSHI FRESH（フィリピン）

- 認定団体：JETRO
- 認定日付：2022年11月18日
- 店舗概要
- 東南アジア初出店、フィリピンの人気エリアに構え、誰もが気軽に日本産の商品に触れられ、美食巡りができる心地よい空間を提供している。
- 老舗百貨店に訪れる世界の「いいもの」を知る人々に、安心、安全、高品質な日本の「いいもの」を、現地の消費者ニーズに寄り添いながら販売している。



日本産食材サポーター店認定制度について

- 農林水産物・食品の海外需要を拡大し輸出促進を図るため、日本産食材を積極的に使用する海外の飲食店や小売店を、民間団体等が「**日本産食材サポーター店**」として認定する制度を平成28年4月から開始。
- 認定された飲食店や小売店は、日本産食材サポーター店認定ロゴマークや認定証の使用を通じ、日本産食材の持つ魅力や特長、ブランドを効果的にPRできるほか、JFOODOが実施する日本産食材のプロモーションイベントに参加することが可能。

認定制度

農林水産省

【サポーター店認定に関するガイドラインの策定・提示】

○認定要件

飲食店の場合：

- ・日本産食材を使用した料理や、日本産酒類の**常時提供**
- ・メニュー等において、日本産である旨を**表示**
- ・日本産食材・酒類の**魅力や特長のPR**

小売店の場合：

- ・日本産食材・酒類の**常時販売**
- ・商品棚に、日本産である旨を**表示**
- ・日本産食材・酒類の**魅力や特長のPR**



日本産食材サポーター店
認定ロゴマーク

ガイドラインの提示

届出

運用・管理団体（民間団体1社及びJETRO）

認定団体
になるための申請

認定団体
としての認定

認定団体
(流通事業者等 11か国19団体)

サポーター店
認定申請

サポーター店
認定申請

サポーター店
認定

サポーター店認定・
定期的な支援

海外の飲食店・小売店

(令和7年6月30日時点サポーター店舗数：約5,000店)

サポーター店と連携したプロモーション

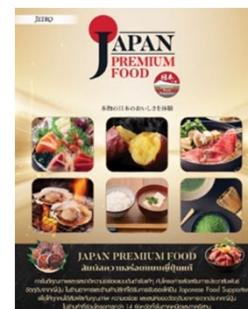
【令和6年度実績】



○現地グルメイベントへの出店（米国 シカゴ）

＜実施内容＞

・食にこだわりをもつ消費者が集まるグルメイベントにおいて、JETROブース内に日本産食材サポーター店が複数出店し、日本産ホタテや和牛を使ったメニューを提供。



○タイ北部等を中心とした大規模プロモーション（タイ）

＜実施内容＞

・タイ北部・東北部を中心に、日本産食材サポーター店49店舗で日本産食品を販売・PRするキャンペーンを実施。現地インフルエンサーやSNSを活用し、現地の消費者向けに魅力を発信。



○日本酒と中華料理のペアリング料理の提供（上海他）

＜実施内容＞

・上海を含む華東地域、成都、深圳の中華レストランなど13箇所での日本酒ペアリングイベントを実施し、中華レストランでの日本酒の認知度向上を目指すとともに、中華レストランで日本酒を飲むという新たな様式を SNS 等を用い広く発信。

ブランド化等による高付加価値化①（G I の更なる活用促進）

- 地理的表示（G I）産品は、地域に根差した特性を有する我が国ならではの産品
- G I 法施行後10年を迎え、国内軸足のG I 普及から、**インバウンド増加等を効果的に活用した、海外への普及・ブランド化へと取組を発展**させ、食関連消費の拡大、輸出拡大を図る。また、G I 制度による名称・ブランド保護を通じた輸出環境の整備に向け、**制度のあり方も含め検討を進める**

産品のブランド価値を「高める」 — 需要者への魅力訴求

課 題

- 我が国GIの価値向上に向け、**国内だけでなく、海外においても認知を高める必要**



- **インバウンド客をターゲットに外国人の認知向上に向け、GI産品を核として地域の魅力訴求を推進**

- 中期的には、**海外市場において我が国GIを目にする機会**の増大

当面（令和7年～）の対応

プロモーション【旅マエ】

- ・ 外国人向け**インバウンド情報サイト・雑誌**において、我が国GIプロモーションを強化



茶房でのGI八女伝統本玉露のペアリング体験

観光コンテンツ化【旅ナカ】

- ・ GI産品の**観光コンテンツ化**に向け、観光庁等と連携し、**地域のDMO等との連携**のほか、「語り部」育成、**広報資材の作成等**を支援



クルーズトレインななつ星でのGIくにさき七島蘭表の体験

中期的対応

海外市場の消費拡大【旅アト】

- ・ 旅ナカを経験したファンの**旅アトへの訴求**に向け、**海外現地のECサイト・小売・外食における取扱拡大**



日本滞在中に地域の食を体験

↓
帰国後も関心購入意欲喚起

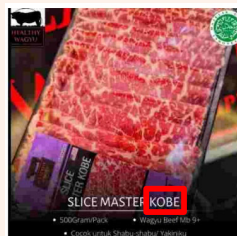
- ・ **輸出産品へのGIマーク貼付を推進**し、海外市場における認知向上

産品のブランド価値を「守る」 — 模倣品対策

課 題

- GI等を活用し**模倣品を排除**していく必要

- 当面、**著名産品の掘起しと、外国におけるGI・商標の活用**を推進



アメリカ合衆国を生産地とするKOBE BEEF（海外ECサイトで発見）

- 中期的には、**輸出産品のGI登録の推進と、GI相互保護国の拡大**

当面（令和7年～）の対応

事前対策支援

- ・ 産地の**知財保護戦略の策定と実践**を伴走支援
- ・ サポートデスクによる**GI申請支援**
- ・ 海外における**GI・商標等の権利取得支援**

事後対応支援

- ・ 専門家による**コンサル、警告・訴訟等**の支援
- ・ **特許庁、輸出支援プラットフォームと連携した**現地当局への働き掛け

中期的対応

- ・ 現行GI制度の下では**登録困難（生産者の合意形成が困難）な産品が登録可能となるスキーム**を検討

- ・ **GI相互保護国の拡大**による模倣品対策の充実

ブランド化等による高付加価値化②（コンテンツ、伝統的酒造り）

- 日本食・食文化の魅力を対外的に効果的に伝え、ブランド価値向上につなげるため、
 - ① 日本の食の魅力を高める**コンテンツ（食・旅の番組）**の海外での配信拡大や、日本の**アニメと食の組み合わせ**による日本食・食文化の海外発信を促進
 - ② 「**伝統的酒造り**」のユネスコ無形文化遺産登録も追い風とした日本産酒類のPRを推進

①コンテンツを有効活用した海外需要の獲得（経産省と連携）

海外での食関連コンテンツの配信拡大

- ・ FAST（広告付き無料ストリーミングTV）内に開設する**日本食チャンネル**の普及を支援
FAST…Free Ad-supported Streaming Television

【チャンネル開設イメージ】

既存のFAST内に、日本食チャンネルを創設

Food & Home



日本食チャンネル

全国各地のグルメ番組や話題の食ドラマなどを集め、オールジャパンで日本食の魅力を海外へ発信



顕彰の創設

- ・ 既存の顕彰制度と連携し、**日本食・食文化海外普及賞（仮称）**を創設
- ・ セミナーを通じて、食品業界への優良事例（受賞作品）の横展開や食×コンテンツの連携を企画できる人材を育成
- ・ **海外需要創出のため、食品産業がコンテンツを積極的に活用することを促進**



既存の顕彰制度「京都アニメのづくりアワード」
（アニメ等×産業によるプロモーションを表彰）

②「伝統的酒造り」のユネスコ無形文化遺産登録も追い風とした日本産酒類のPR

- ・ 2025年3月ドイツで開催された**世界最大級のアルコール飲料見本市「ProWein」**
（65カ国から約4,200社が出展、128カ国から約4万2,000人が来場）に日本酒造組合中央会（11の蔵元）の**ブースを出展**



- ・ 日本酒や焼酎のセミナーや商談の際、「**伝統的酒造り**」のユネスコ無形文化遺産登録を紹介するパンフレットを用いてPR
 - ・ **インバウンドが多数来客すると期待される2025大阪・関西万博会場内において、「伝統的酒造り」や日本産酒類をPRする国税庁ブースを出展***（2025年6月）
- *農林水産省・国税庁・文化庁が協力して行う日本の食・農林水産業の魅力発信イベントの一環



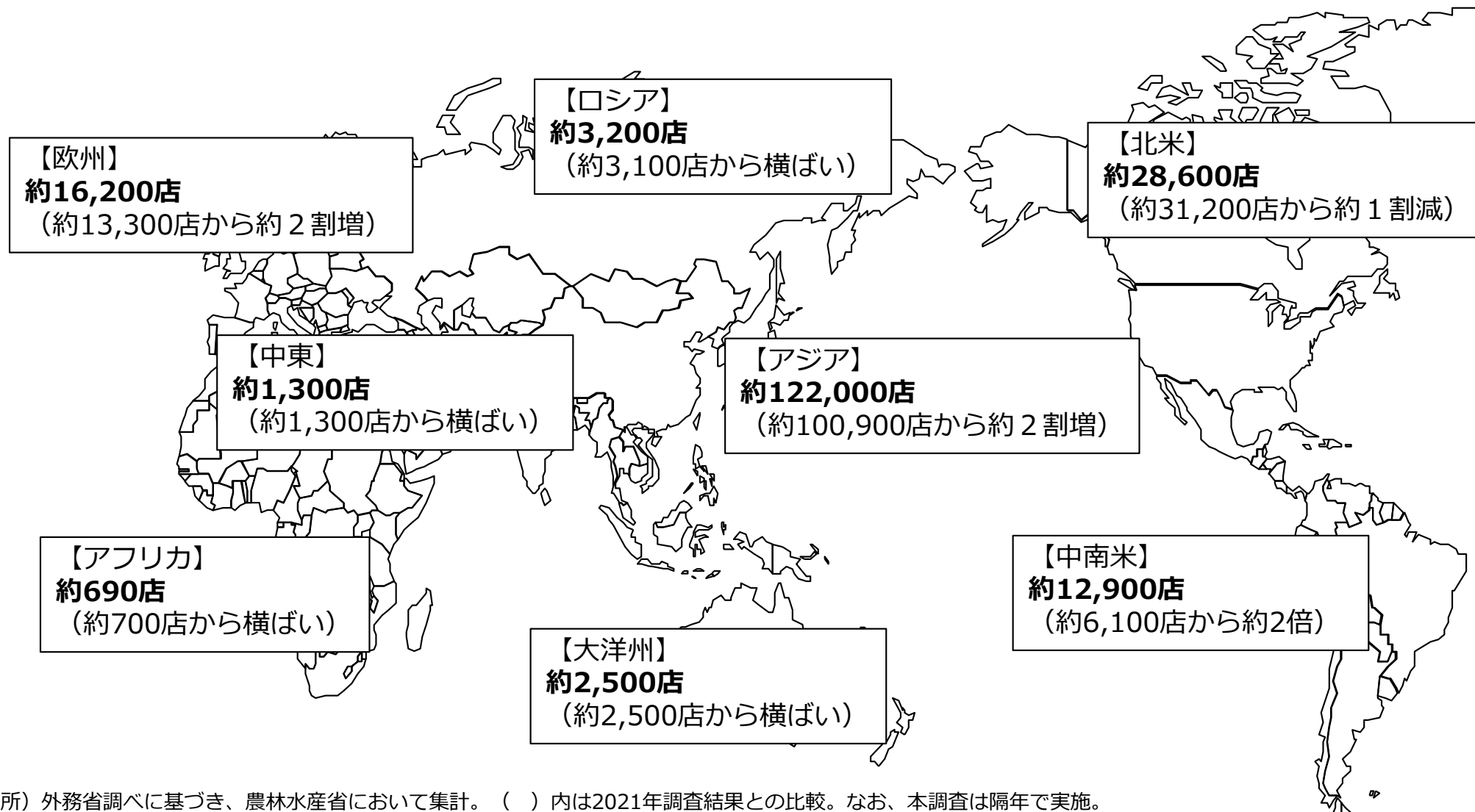
海外における日本食レストランの概数

令和5年10月13日

■ 2023年の海外における日本食レストランは、2021年の約15.9万店から約2割増の約18.7万店。
約2.4万店(2006年)→約5.5万店(2013年)→約8.9万店(2015年)→約11.8万店(2017年)→約15.6万店(2019年)→約15.9万店(2021年)→約18.7万店(2023年)
(7年間で2.3倍) (2年間で1.6倍) (2年間で1.3倍) (2年間で1.3倍) (2年間で微増) (2年間で1.2倍)

※2013年12月「和食：日本人の伝統的な食文化」がユネスコ無形文化遺産に登録。

■ 地域別増減は、アジア約2.1万店増、中南米約0.7万店増、欧州約0.3万店増／北米約0.3万店減



(出所) 外務省調べに基づき、農林水産省において集計。()内は2021年調査結果との比較。なお、本調査は隔年で実施。

令和5年10月13日

各国・地域における調査手法は、次の①～④によるものである。

- | 【欧州】 | 店舗数 | |
|----------|-------|-------|
| アイスランド | 10 | 300 |
| アイルランド | 90 | 270 |
| アゼルバイジャン | 20 | 1,220 |
| アルバニア | 10 | 300 |
| アルメニア | 100 | 90 |
| イタリア | 2,460 | 210 |
| ウクライナ（※） | 140 | 4,680 |
| ウズベキスタン | 20 | 30 |
| 英国 | 1,260 | 50 |
| エストニア | 100 | 150 |
| オーストリア | 100 | 870 |
| オランダ | 1,180 | 170 |
| キプロス | 80 | 30 |
| ギリシャ | 60 | 10 |
| キルギス | 50 | 90 |
| クロアチア | 50 | 80 |
| ジョージア | 30 | 110 |
| スイス | 270 | 140 |
| スウェーデン | 530 | |
| スペイン | 700 | |
| スロバキア | 70 | |
| スロベニア | 10 | |
| セルビア | 40 | |

【アジア】	店舗数
インド	410
インドネシア	4,000
カンボジア	280
シンガポール	1,210
スリランカ	40
タイ	5,330
韓国	18,210
中国	78,760
ネパール	60
パキスタン	20
Bangladesh	30
フィリピン	760
ブルネイ	40
ベトナム	1,620
マレーシア	1,890
ミャンマー	80
モルディブ	40
モンゴル	50
ラオス	50
台湾	7,440
香港	1,400
マカオ	310

【大洋州】	店舗数
オーストラリア	2,000
ニュージーランド	480
フィジー	10

【北米】	店舗数
米国	26,040
カナダ	2,610

【中南米】	店舗数
アルゼンチン	620
ウルグアイ	40
エクアドル	110
エルサルバドル	40
グアテマラ	60
コスタリカ	100
コロンビア	520
ジャマイカ	10
チリ	530
ドミニカ共和国	90
トリニダード・トバゴ	20
ニカラグア	20
パナマ	50
バハマ	10
パラグアイ	80
ブラジル	2,850
ペネズエラ	320
ペルー	230
ボリビア	110
メキシコ	7,120

【ロシア】	店舗数
ロシア	3,190

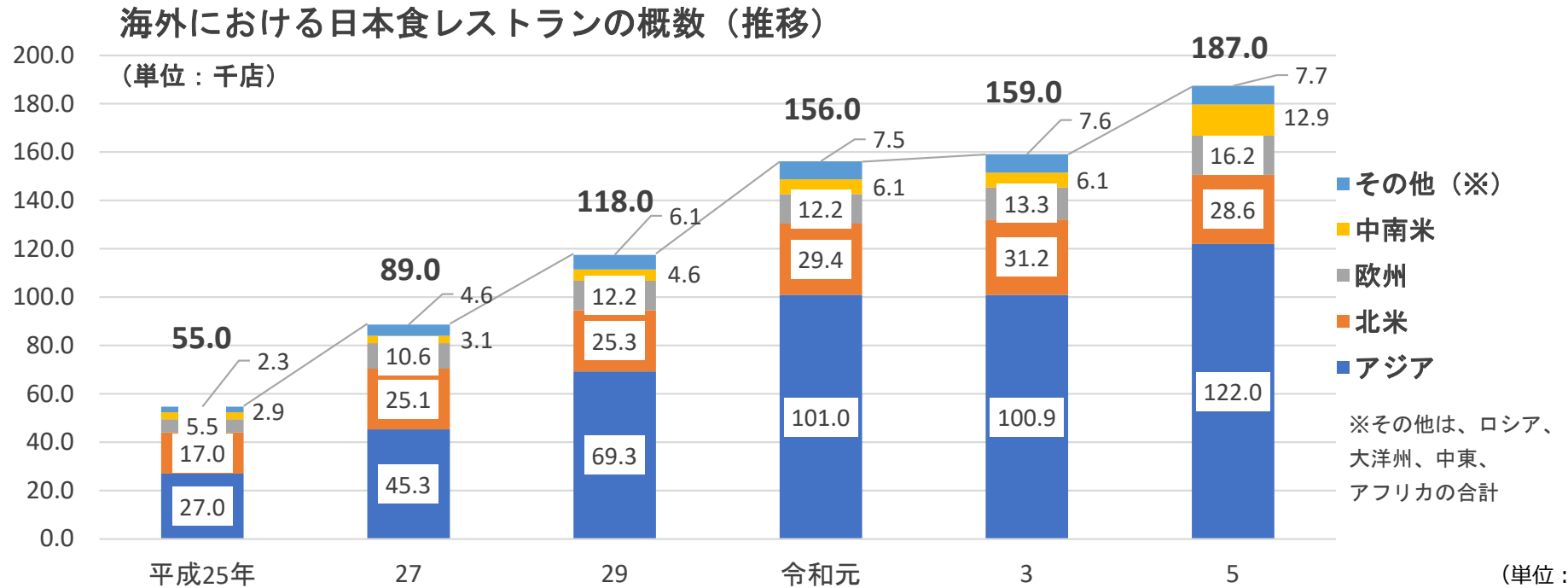
【中東】	店舗数
アラブ首長国連邦	170
イスラエル	320
イラン	30
カタール	30
クウェート	150
サウジアラビア	150
トルコ	260
バーレーン	40
ヨルダン	70
レバノン	80

【アフリカ】	店舗数
エジプト	50
ガーナ	10
ケニア	20
コートジボワール	10
チュニジア	30
ナイジェリア	20
マダガスカル	10
南アフリカ	260
モーリシャス	30
モロッコ	190

(出所) 外務省調べに基づき、農林水産省が集計。

- 31

海外における日本食レストランの概数（推移）



	アジア	北米	欧州	中南米	ロシア	大洋州	中東	アフリカ	合計
平成25年 (2013)	約27,000	約17,000	約5,500	約2,900	約1,200	約700	約250	約150	約55,000
平成27年 (2015)	約45,300	約25,100	約10,550	約3,100	約1,850	約1,850	約600	約300	約89,000
平成29年 (2017)	約69,300	約25,300	約12,200	約4,600	約2,400	約2,400	約950	約350	約118,000
令和元年 (2019)	約101,000	約29,400	約12,200	約6,100	約2,600	約3,400	約1,000	約500	約156,000
令和3年 (2021)	約100,900	約31,200	約13,300	約6,100	約3,100	約2,500	約1,300	約700	約159,000
令和5年 (2023)	約122,000	約28,600	約16,200	約12,900	約3,200	約2,500	約1,300	約690	約187,000

（出所）「海外における日本食レストラン調査」（平成25年、27年、29年、令和元年、3年、5年）外務省調べに基づき、農林水産省において集計。

本調査は隔年で実施。詳細な国・地域別店舗数については2023年を除き非公表。

海外における日本食・食文化発信の担い手育成

- ・ 輸出拡大に向けた新たな市場の開拓に当たっては、**海外で日本食の提供を担う外国人料理人の日本食・食文化に対する理解を深め、日本産食材を継続的に扱う日本食レストランを増加させることが重要。**
- ・ このため、**日本料理の調理技能認定制度の普及、外国人を対象とした日本食料理人育成のための招へい研修や日本料理コンテストの実施、海外料理学校等での日本食講座開設などを通じ、海外における日本食・食文化発信の担い手となる人材を育成。**

① 日本料理の調理技能認定制度の普及

- ・ 日本料理に関する知識及び調理技能が一定のレベルに達した者を、農林水産省の「海外における日本料理の調理技能の認定に関するガイドライン」に沿って民間団体等が認定（約3,000人）
- ・ 講習会、認定試験、制度説明会等の開催支援を通じ、調理技能認定制度の普及拡大を促進し、外国人料理人の日本食文化、日本産食材、衛生管理等に関する知識を向上



(ゴールド) (シルバー) (ブロンズ)

③ 外国人料理人による日本料理コンテスト

- ・ 本格的な日本料理や外国人に親しみのある寿司について、世界中の外国人料理人が調理技術等を競うコンテストの開催を支援
- ・ コンテストの開催と併せて、出場者や開催都市周辺の外国人料理人等を対象としたイベントやセミナーを開催
- ・ 海外メディアと連携し、日本食・食文化及び日本産食材の魅力を広く発信



② 海外日本食料理人育成のための招へい研修

- ・ 民間団体による国内日本料理店等での実践的研修の取組を支援
- ・ 2016年度から、毎年約10名程度を日本に招へいし、累計100名以上が研修を修了
- ・ 研修修了後は、海外の日本食レストラン等で日本産食材を継続的に使用するなど、日本食・食文化の普及に貢献



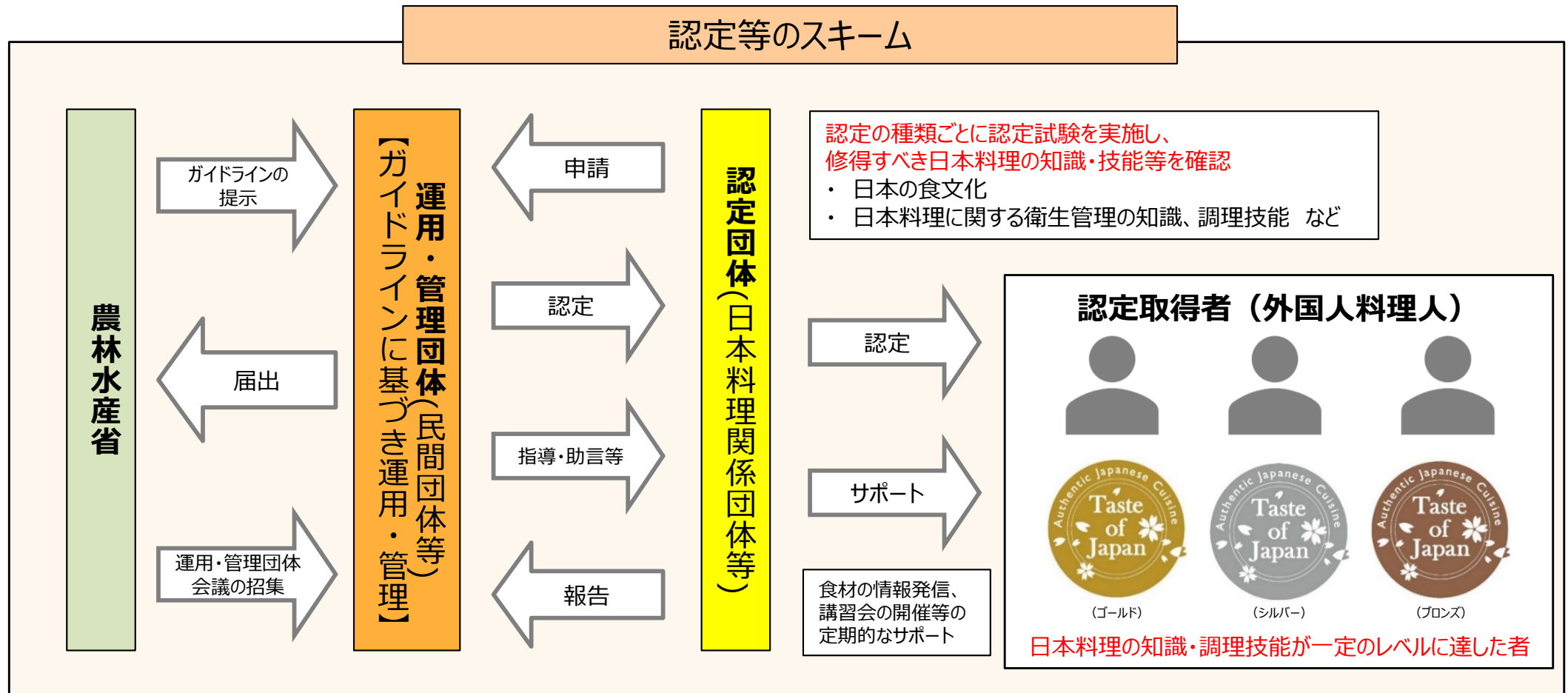
④ 海外料理学校等での日本食指導人材の育成

(2024年度から新たに開始)

- ・ 海外の料理学校等における日本食講座の開設及び日本食の専門知識・技能を有する講師の派遣を支援し、海外において日本食の専門知識・技能を講義・指導できる外国人料理人を育成
- ・ 日本から料理人を派遣するほか、招へい研修修了者である現地料理人を起用する等、効率的かつ効果的に実施

日本料理の調理技能認定制度

- 日本料理に関する適切な知識及び調理技能を有する海外の外国人料理人を育成するため、**海外の外国人料理人のうち、日本料理に関する知識及び調理技能が一定のレベルに達した者を、農林水産省が定めた「海外における日本料理の調理技能の認定に関するガイドライン」に沿って民間団体等が認定する制度。**
- ガイドラインの運用・管理は、民間団体等である運用・管理団体が実施。
- **運用・管理団体が認めた認定団体が、海外の外国人料理人のうち日本料理の知識・技能が一定レベルに達した者を認定。認定の種類は上からゴールド、シルバー、ブロンズの3ランク。**



日本料理の調理技能認定制度

- 2016年4月の制度創設以来、合計3,433名（ゴールド25名、シルバー1,202名、ブロンズ2,206名）を認定（2025年3月末現在）。
- 本認定を取得した外国人料理人は、海外における日本食・食文化発信の担い手となっている。

欧州地域	合計	ゴールド	シルバー	ブロンズ
スペイン	64	0	6	58
フランス	65	0	6	59
ポルトガル	50	1	0	49
イタリア	46	0	3	43
ポーランド	36	0	1	35
英国	32	0	4	28
ドイツ	10	0	2	8
オランダ	9	0	0	9
ルーマニア	8	0	1	7
ギリシャ	9	0	0	9
ハンガリー	9	0	1	8
オーストリア	5	0	2	3
スイス	10	0	0	10
ベルギー	6	0	1	5
デンマーク	3	1	1	1
ラトビア	3	1	1	1
クロアチア	5	0	0	5
ノルウェー	4	0	0	4
ロシア	2	0	2	0
ウズベキスタン	2	0	1	1
スロベニア	2	0	1	1
チェコ	2	0	1	1
フィンランド	2	0	1	1
アイルランド	2	0	0	2
スウェーデン	3	0	0	3
ブルガリア	4	0	0	4
リトアニア	2	0	0	2
ウクライナ	1	0	0	1
カザフスタン	1	0	0	1
マルタ	1	0	0	1
合計	398	3	35	360



（ゴールド）



（シルバー）



（ブロンズ）

合計	ゴールド	シルバー	ブロンズ
3,433名	25名	1,202名	2,206名

2025年3月末現在

大洋州地域	合計	ゴールド	シルバー	ブロンズ
オーストラリア	30	0	3	27
ニュージーランド	2	0	0	2
合計	32	0	3	29

中東地域	合計	ゴールド	シルバー	ブロンズ
トルコ	27	0	2	25
サウジアラビア	2	0	1	1
イラン	2	0	0	2
アフガニスタン	1	0	0	1
レバノン	1	0	0	1
合計	33	0	3	30

アフリカ地域	合計	ゴールド	シルバー	ブロンズ
南アフリカ	7	0	1	6
ウガンダ	2	0	0	2
カーボベルデ	2	0	0	2
アンゴラ	1	0	0	1
ザンビア	1	0	0	1
モーリシャス	1	0	0	1
モザンビーク	1	0	0	1
モロッコ	1	0	0	1
合計	16	0	1	15

アジア地域	合計	ゴールド	シルバー	ブロンズ
中国(香港等含む)	1,037	1	341	695
韓国	536	8	435	93
台湾	427	1	161	265

ベトナム	マレーシア	タイ	インドネシア	シンガポール	フィリピン	ネパール	モンゴル	ミャンマー	バングラデシュ	インド	スリランカ	ブータン	ブルネイ	カンボジア	ラオス	合計
199	68	73	37	31	36	24	19	19	9	16	6	1	1	1	1	2,541
3	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	16
75	14	30	24	4	6	5	8	9	1	2	1	1	1	0	0	1,118
121	53	42	13	27	30	19	11	10	7	14	5	0	0	1	1	1,407

北米地域	合計	ゴールド	シルバー	ブロンズ
米国	228	4	21	203
カナダ	47	2	8	37
合計	275	6	29	240

中南米地域	合計	ゴールド	シルバー	ブロンズ
ブラジル	55	0	7	48
メキシコ	43	0	3	40
チリ	14	0	0	14
パラグアイ	6	0	0	6
アルゼンチン	5	0	1	4
ペルー	3	0	1	2
ベネズエラ	3	0	0	3
コロンビア	2	0	0	2
ボリビア	2	0	0	2
コスタリカ	3	0	1	2
ニカラグア	1	0	0	1
ジャマイカ	1	0	0	1
合計	138	0	13	125

海外日本食料理人育成のための招へい研修

- ・ 海外において日本食・食文化及び日本製品の魅力を発信する先導的役割を担う人材等を育成するため、海外の外国人料理人を日本に招へいし、日本料理の知識、調理技能、おもてなしの精神等を学ぶ研修を実施。
- ・ 2016年度から、毎年約10名程度を日本に招へいしており、累計100名以上が研修を修了。
- ・ 海外の日本食レストラン等で日本産食材を継続的に使用するなど、研修修了後は日本食・食文化の普及に貢献。
- ・ 2024年度は、1週間の集団研修後、受入れ先の日本料理店で5か月間の実務研修を実施を支援。

■ 研修プログラムへの参加条件（※令和6年度事業の例）

- 日本国籍を有さない外国人のうち、料理学校の卒業生又は日本食レストランでの調理に従事した実務経験者であること
- 年齢：18歳以上～40歳程度
- 日常会話レベル以上の英語又は日本語での会話、読み書きができること
- 本プログラム終了後、自らが勤務する飲食店等において使用する日本製品の品目数又は仕入金額を増加させる意思があること 等

■ 研修プログラムで学べること

日本食・食文化、衛生管理、調理器具及び包丁の基本的な取扱い、日本料理の基本技術（五法（生（切る）、煮る、焼く、蒸す、揚げる））、出汁とうま味等に関する基礎知識及び技能



日本料理店での研修



集団研修



■ 過去のプログラム例（2023年度）

※基礎コースと上級コースを設置

基礎コース Eラーニング研修32名(うち優秀者9名を招へい)

- ・ 日本料理コンテスト優勝者2名を加えた計11名を招へい
- ・ 約2週間の招へい研修（集団研修及び日本料理店での個別研修）

上級コース 3名

- ・ 集団研修（約1週間）及び日本料理店での個別研修（約5か月）。
- ・ 研修受入店舗 さかえ寿司、赤坂 菊乃井、赤坂 浅田

■ 招へい研修修了者の活躍事例



シナン・ダムガジュオール Sinan Damgacioglu（トルコ）
招へい研修 2016年度（1期生）、日本食普及の親善大使

Didem Yalçinkaya氏（2022年の研修生）とトルコ在住の日本食普及の親善大使の堀越俊一氏と共に、ブロンズ認定のための日本料理コースのプログラムを提供する教育機関「Uzakdoğu Mutfak Akademisi」を設立。イスタンブールの料理学校USLA (Usla Uluslararası Servis & Lezzet Akademisi)と連携し、本格的な日本料理コースを開設し、日本食インストラクターとして活動中。2024年に日本食普及の親善大使に任命。

外国人料理人による日本料理コンテスト

- 日本食・食文化や日本産食材の魅力を理解し、普及できる外国人料理人の育成と、こうした人材の活躍を通じた日本食の魅力発信機会の海外における構築を目的として、本格的な日本料理と外国人に親しみのある寿司について、**世界中の外国人料理人が日本料理の調理技術等を競うコンテストの開催を支援**。
- コンテストの開催と併せて、出場者や開催都市周辺の外国人料理人等を対象とした**イベントやセミナーを開催**。
- メディアと連携して、日本食・食文化及び日本産食材の魅力を広く発信**。
- 2024年度は、「WORLD SUSHI CUP® JAPAN 2024」を東京で開催したほか、「日本料理大賞への道」と題した日本料理大賞（日本料理アカデミー主催）の外国人部門予選会をシンガポール、ロンドン、オンラインで開催。

■ WORLD SUSHI CUP® JAPAN 2024 開催概要

<参加者> 22名（11か国・地域）の外国人寿司職人

<結果>

総合1位：Vincent Broggi（フランス）

総合2位：Jeremi Seguda（フランス）

総合3位：Alexix Luong（フランス）

■ 日本料理大賞への道 開催概要

<参加者> 28名（14か国）の外国人料理人

<結果>

欧州大会優勝者：Cristina Elena Muñoz Fernández（スペイン）

アジア大会優勝者：LE MINH TIEN（ベトナム）

外国人向けオンライン大会優勝者：Jorge Ramos（メキシコ）



競技の様子（左：WORLD SUSHI CUP® JAPAN 2024、右：日本料理大賞への道 アジア大会）

■ 日本料理コンテスト出場後の出場者の活躍事例



アーロン・タン Alon Than（ポーランド）

2015年度 WORLD SUSHI CUP® JAPAN 2015 優勝

ポーランド及びウクライナにおいて、国際すし知識認証協会のアンバサダーとして活躍。大会優勝後はポーランドで、オーナー・創業者として、Alon Omakase、イズミ寿司、カゴ寿司、Kiseki by Alonなど多数日本食レストランを展開。

2020年にはダボス・ジャパンナイトにおいて寿司職人として協力。

2021年には日本食普及の親善大使に任命。



ヤコブ・オラック Jakub Horak（チェコ）

第10回（2022）和食ワールドチャレンジ欧州予選&決勝大会 優勝

2019年度招へい研修修了者

2023年までチェコの日本食レストラン「YAMATO」（日本産食材サポーター店）に勤務。大会優勝を境に独立し、現在は、日本食についての料理教室、ワークショップ、ケータリング等の事業を手掛けて、寿司関連のポップアップイベントを多く開催。

海外料理学校等での日本食指導人材の育成

- **海外の料理学校等における日本食講座を通じ、日本食の専門知識・技能を講義・指導できる外国人料理人を育成することを目的に、2024年度から、海外の料理学校等への日本食の専門知識・技能を有する講師の派遣等を支援。**
- 初年度である2024年度は、現地シェフによる初の日本料理講座が開設され、日本食普及の兆しがあるトルコ及び経済成長が進み今後の輸出戦略において重要なインドにおいて、日本食講座への講師の派遣を実施。

■トルコ（イスタンブール）

- 行事名：Japon Mutfak Sanatları Eğitimi Özel Semineri
（日本食普及の親善大使によるスペシャル日本料理講座）
- 日時：2024年11月21日
- 会場：Usla Uluslararası Servis & Lezzet Akademisi
（トルコ有数の国際ホテル経営・料理アカデミー）
- 参加者：日本料理に興味を持つUslaの生徒、料理学校関係者、地元シェフ、インフルエンサー等
- 講師：野永喜三夫氏
（「日本橋ゆかり」三代目、日本食普及の親善大使）
- 共催：日本食・食文化振興協議会（JCDC）
Uzakdoğu Mutfak Akademisi
（トルコ人による初の日本料理講座を開設。講師は日本食普及の親善大使である堀越俊一氏・Sinan Damgacioglu氏らが務める）
Usla Uluslararası Servis & Lezzet Akademisi



■インド（ゴア）

- 行事名：Honoring Nature's Gifts - Introduction to Traditional Japanese Cuisine -
（自然の恵みに感謝を - 伝統的な日本料理への誘い -）
- 日時：2024年12月11日～15日
- 会場：Institute of Hotel Management Goa（IHMゴア）
（インド全土に27校ある国立料理学校のゴア校）
- 参加者：日本料理に興味を持つIHMゴアの生徒、料理学校関係者、地元シェフ、インフルエンサー等
- 講師：一枚田清行氏（服部栄養専門学校 日本料理主任教授）
Brehadeesh Kumar氏
（日本料理店「Ginkgo」オーナーシェフ、日本食普及の親善大使、招へい研修修了者）
- 共催：日本食・食文化振興協議会（JCDC）
在インド日本国大使館
協賛：農林水産省



日本食普及の親善大使について

- プロの視点に立って海外の日本料理関係者等へ助言することなどを通じて、国内外への日本食・食文化や日本の農林水産物・食品等の普及を行う者を「日本食普及の親善大使」として農林水産省輸出・国際局長が任命。
- 親善大使は、料理講習会等独自に行う活動やメディアでの情報発信等を行うほか、農林水産省が実施する外国人による日本料理コンテストの審査員や、外国のシェフ・レストラン経営者等向けの日本食普及セミナーの講師等に協力。
- 2015年2月の創設以来、211名（国内在住者54名、海外在住者157名）を任命。

「日本食普及の親善大使」の候補者選考要領（一部抜粋）

（候補者の基準）

- (1) 海外における**日本食・食文化等の普及に係る取組の実績を有すること。**
- (2) 国内外の**日本食・食文化等に関わる事業者・有識者等とのネットワークを有すること。**
- (3) 国内外への**情報発信力を有すること。**
- (4) 親善大使への任命後も引き続き、海外への日本食・食文化等の普及に係る取組を行う意思を有すること。
- (5) 優れた人格、識見及び力量を有する者であること。
- (6) **海外を活動拠点とする者**であること。

なお、国籍は問わないものとする。

（応募方法）

次に掲げる者からの推薦より、募集するものとする。

- (1) 在外公館
- (2) J E T R O
- (3) 輸出支援プラットフォーム
- (4) 農林水産物等輸出促進全国協議会会員
- (5) 食産業関係団体
- (6) 日本国内における公募（自薦及び三親等内の親族からの他薦を除く。）



親善大使使用バッジ



親善大使任命状

優良品種の保護・活用と育成・普及に向けた法制度の検討

- 我が国果樹等の優良品種について、海外における無断栽培を抑止しつつ海外からの稼ぎにつなげていくため、①**我が国品種の競争環境を守るための厳格な管理を推進**するとともに、②**輸出に寄与する戦略的な海外ライセンスを推進**
- こうした管理と海外ライセンスの推進に向け、**対応可能なものから着手**。優良品種の厳格管理の実効性を高めつつ、競争力の高い**新品種の育成・普及も推進するための法制度の検討を行う**

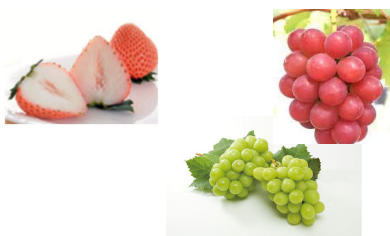
現状・課題

優良品種の厳格管理

- 我が国果樹等の競争環境を守るため、
- 海外流出の抑止に向け、**農業現場における苗木の厳格な管理**を進める必要
- 海外における無断栽培の抑止に向け、**海外での権利取得**を強化する必要

戦略的な海外ライセンス

- 優良品種には海外で稼げる高いポテンシャル
- 他方、優良品種の育成者たる公的機関等には、**戦略的なグローバル展開に必要なリソースが不十分**



当面の対応

農業者のみが苗木を扱う厳格管理の推進

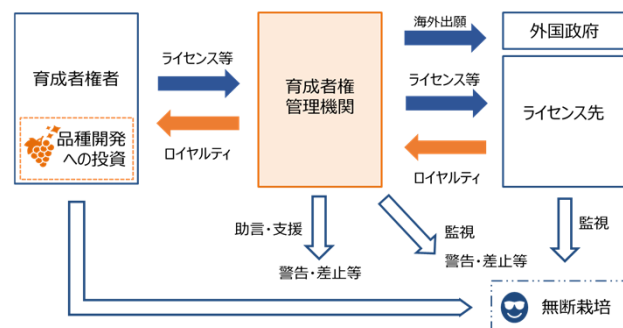
- 優良品種の**苗木利用を農業者に限定**する許諾契約のあり方等について**指針を策定**
- さらに、同指針に基づく**厳格管理のモデル的な取組を推進**し、横展開へ

海外における権利取得の推進

- 海外においても法的保護を受け得るよう、**海外での育成者権と商標権の取得**を支援

育成者権管理機関の早期立上げの推進

- 品種育成者に代わって、優良品種の保護・活用を専任的に担う**育成者権管理機関の早期立上げを推進**



抜本的対応

厳格管理を徹底し易い法的環境の整備

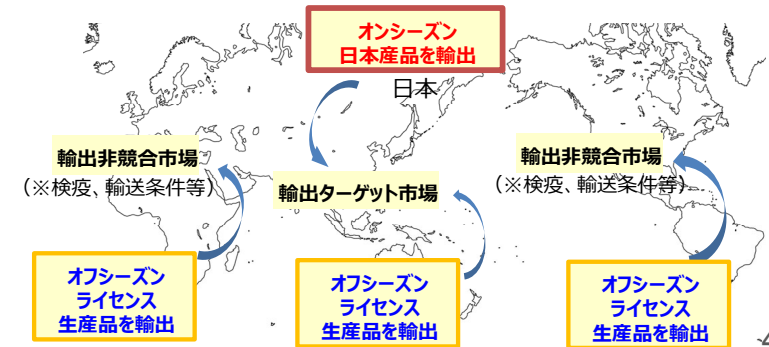
- **育成者権の存続期間の延長**など、現場における管理を徹底し易い法的環境を整備
- **無許諾の輸出目的保管の刑事罰化**など侵害・流出への対処の実効性を高め、抑止力を向上

優良品種の海外権利取得の徹底

- 海外出願する新品種についての**優先審査・手数料減免**を措置し、優良品種の海外出願を徹底

戦略的ライセンス推進のための法的枠組みの整備

- **戦略的な海外ライセンスの取組を認定・支援**し、
 - ① 輸出ターゲット市場において**日本ブランドが周年供給される体制**を構築し、**輸出を後押し**
 - ② 海外からロイヤルティを確保し、競争力の高い**新品種の開発投資、産地導入**を推進



輸出事業計画の策定・実行支援

輸出事業計画の認定制度とは

- 我が国で生産された農林水産物又は食品の輸出のための取組を行う者が、単独で又は共同して、農林水産物又は食品の輸出の拡大を図るためこれらの生産、製造、加工又は流通の合理化、高度化その他の改善を図る事業（輸出事業）に関する計画（輸出事業計画）を作成し、農林水産大臣に提出して、その認定を受けることができる制度（令和2年度から実施）。

これまでの認定数（累積）

輸出事業計画**777件**を認定（令和7年8月末時点）

主な計画記載事項

- ① 輸出事業の**目標**
- ② 輸出事業の対象となる**農林水産物・食品**及び**輸出先国**
- ③ 輸出事業の**内容及び実施期間**
- ④ 輸出事業の実施に必要な**資金額・調達方法**
- ⑤ その他農林水産省令で定める事項
 - －輸出事業の対象となる農林水産物・食品の**輸出の現状**
 - －輸出拡大に向けた**課題**

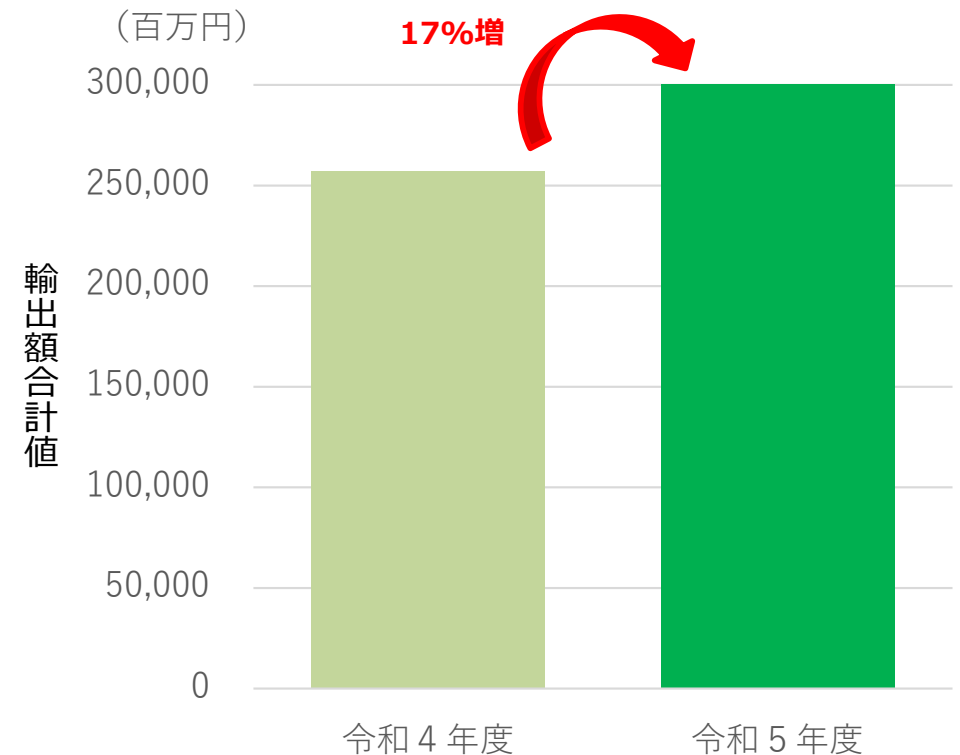
支援措置

- 各種輸出関連予算事業に対する優遇措置
- 農林水産物・食品輸出基盤強化資金
- 施設等の整備に対する所得税・法人税の特例
- 日本政策金融公庫によるスタンドバイ・クレジット制度
- 食品等流通合理化促進機構による債務保証
- 農地転用手続のワンストップ化

このほか、国からのフォローアップを希望する認定輸出事業者に対しては、関係機関と連携しながら各地方農政局等からフォローアップを実施。

輸出事業計画策定者の輸出額実績

令和5年度における輸出事業計画策定者（有効回答数468事業者※）の輸出額合計値は、前年と比較して**増加**。



※：令和6年12月時点で、令和4年度及び令和5年度の輸出額実績が把握できる輸出事業計画策定者数

輸出事業計画の認定を受けた者に対する関連事業の優遇措置等（令和7年度当初予算）

以下に掲載される各種事業では、輸出事業計画の認定等により、審査に当たってのポイント加算等の優先採択等の優遇措置を受けることができます。

ハード事業

- 1 強い農業づくり総合支援交付金(産地基幹施設等支援タイプ)(優先採択)**
産地農業において中心的な役割を果たしている農業法人や農業者団体等による集出荷貯蔵施設や冷凍野菜の加工・貯蔵施設等の産地の基幹施設の整備等を支援。
- 2 農業農村整備事業（優先採択）**
競争力強化のための農地の大区画化や水田の汎用化・畑地化等を推進。

ソフト事業

- 1 サプライチェーン連結強化プロジェクト（優先採択）**
国内の生産事業者と海外の現地販売事業者、両者をつなぐ国内外の商社等で構成されるコンソーシアムが行う、生産から現地販売までの一気通貫した新たなサプライチェーンの構築に向けた取組を支援。
- 2 グローバル産地づくり推進事業のうち**
(1) 大規模輸出産地モデル形成等支援事業（優先採択）
地域の関係者が一体となって輸出推進体制を組織化するとともに、海外の規制・ニーズに対応するための生産・流通体系の転換に取り組む大規模輸出産地を形成するモデル的な取組等を支援。
(2) 規格・認証を活用した加工食品の輸出環境整備事業（優先採択）
食品事業者等に対するセミナー・商談会の開催、輸出に必要な食品安全マネジメントの活用をサポートする人材育成の取組を支援。
- 3 輸出環境整備推進事業のうち**
(1) 農畜水産モニタリング検査支援事業（優先採択）
輸出先国・地域が求める、農畜水産物の動物用医薬品等の残留物質モニタリング検査、乳牛農場におけるブルセウ症・結核検査、二枚貝の生産海域モニタリング検査等について、民間団体等が実施するこれらの検査に要する経費を定額で支援。
(2) 輸出先国規制対応支援事業（優先採択）
輸出額目標の達成に向け、輸出の障壁となっている施設認定や国際的認証の取得等、輸出先国から求められる規制への対応等に係る事業者の取組を支援。
- 4 植物品種等海外流出防止総合対策・推進事業（優先採択）**
品種登録（育成者権の取得）や国内外の侵害対策等に係る経費を支援。
- 5 農業知的財産保護・活用総合支援事業（優先支援）**
現場関係者の知財意識の底上げに向けた研修等の実施、農業知財専門人材の拡大に向けた人材育成、海外におけるGI不正使用事案等の模倣品の調査等を支援。
- 6 育成者権管理機関支援事業（優先支援）**
育成者権者に代わって、海外への品種登録、侵害の監視や訴訟対応、海外ライセンス等の育成者権管理機関の取組を支援。
- 7 地理的表示活用推進支援事業（優先採択）**
海外での日本ブランド保護のため、当該産品の名称の商標出願やGI申請・登録費用及び侵害対策費用を支援。
- 8 米穀周年供給・需要拡大支援事業のうち業務用米、新市場開拓用米等の安定取引拡大支援のうち、新市場開拓用米の販売拡大の取組（優先採択）**
G F Pに登録している戦略的輸出事業者と戦略的輸出基地等が連携して、海外の業務用需要等の新たな市場開拓のための取組の推進。

- 3 農業農村整備関係事業（農地耕作条件改善事業）（優先採択）**
地域の多様なニーズに応じたきめ細かな耕作条件の改善、高収益作物への転換等に必要な取組等をハードとソフトを組み合わせる支援。
- 4 農業農村整備関係事業（畑作等促進整備事業）（優先採択）**
畑作物・園芸作物を作付けする地域において、畑地かんがい施設の整備や農地の排水改良等の基盤整備をきめ細かく機動的に支援。
- 5 林業・木材産業循環成長対策（優先採択）**
川上と連携して木材の安定的・持続可能な供給体制の構築等に取り組む木材加工流通施設及び特用林産振興施設の整備を支援。

- 9 みどりの食料システム戦略推進交付金のうち**
(1) グリーンな栽培体系加速化事業（優先採択）
グリーンな栽培体系への転換に向けた、①検証・普及を加速化すべき環境にやさしい栽培技術の検証、②技術の速やかな普及に向け複数の産地で実施する検証を支援。
(2) 有機農業拠点創出・拡大加速化事業（優先採択）
地域ぐるみで生産から消費まで一貫して有機農業を推進する有機農業推進拠点（オーガニックビレッジ）の創出に向けた取組を支援。
- 10 持続的生産強化対策事業のうち**
(1) 果樹農業生産力増強総合対策（優先採択）
省力的な樹園地への改植・新植等の取組を支援するほか、生産性を飛躍的に向上させるための産地構造の転換に向けた実証等の取組を支援。
(2) 茶・薬用作物等地域特産作物体制強化促進（優先採択）
茶、薬用作物、甘味資源作物等の地域特産作物について、地域の実情に応じた生産体制の強化、国内外の需要創出、実需者と連携した産地形成など生産から消費までの取組を総合的に支援。
(3) ジャパンフラワー強化プロジェクト推進（優先採択）
花き流通の効率化、産地の課題解決に必要な技術導入、需要のある品目への転換や導入、新たな需要開拓、利用拡大に向けたPR活動等を支援。
- 11 みどりの食料システム戦略実現技術開発・社会実装促進事業のうち**
(1) 日本と木材輸出相手国の樹木を外来病害虫から護る複合リスク緩和手法の開発
(2) プリ輸出拡大の実現に向けて、魚類血合筋の褐変を防止する革新的冷凍技術の開発
(3) ホタテガイ等の麻痺性貝毒検査における機器分析導入に向けた標準物質製造技術の開発（いずれも優先採択）
- 12 新事業創出・食品産業課題解決調査・実証等事業のうちフードテックビジネス実証事業（優先採択）**
民間団体等が行う社会課題の解決につながるフードテックを活用したビジネスモデルの実証、及びフードテックに取り組む事業者の横展開を図るための情報発信等の取組を支援。
- 13 農家負担金軽減支援対策事業（対象地区の拡大）**
担い手への農地集積が図られる地区等において、土地改良事業等の農家負担金の償還利子相当額を助成する。
- 14 中山間地農業ルネッサンス推進事業（優先採択）**
地域の所得向上に向けた計画を深化させる取組等の支援のほか、収益力向上、販売力強化、生活支援等に関する具体的な取組、デジタル技術の導入・定着を推進する取組を支援。
- 15 オープンイノベーション研究・実用化推進事業（優先採択）**
国の重要政策の推進や現場課題の解決に資する研究成果を創出し、社会実装を加速するため、産学官が連携して取り組む基礎研究や実用化研究を支援。

輸出事業計画の認定を受けた者に対する関連事業の優遇措置（令和6年度補正予算）

以下に掲載する各種事業では、輸出事業計画の認定等により、審査に当たってのポイント加算等の優先採択等の優遇措置を受けることができます。

ソフト事業/ハード事業

1 産地生産基盤パワーアップ事業のうち収益性向上対策（優先採択）

収益力強化に計画的に取り組む産地に対し、計画の実現に必要な農業機械の導入、集出荷施設の整備等を総合的に支援。

ソフト事業

1 グローバル産地生産流通基盤強化緊急対策のうち

(1) GFP大規模輸出産地生産基盤強化プロジェクト（優先採択）

海外の規制・ニーズに対応した生産・流通体系への転換に取り組み、国内生産基盤の維持・強化を図る大規模輸出産地のモデル構築を集中的に支援。

(2) 加工食品クラスター輸出緊急対策事業（優先採択）

加工食品の輸出拡大に向けて、地域の食品製造事業者等が連携して海外市場を開拓する取組や、現地ニーズに対応した取組等を支援。

(3) 有機JAS認証、GAP認証取得等支援事業（優先採択）

農産物等輸出の拡大に向けて、農業者等が行う有機JAS認証、GAP等認証の取得、輸出向け商談等を支援。

(4) 水産エコラベル認証取得支援事業（優先採択）

資源管理や環境配慮への取組を証明する水産エコラベル認証の取得を促進する取組を支援。

2 サプライチェーン連結強化緊急対策（優先採択）

輸出拡大が見込まれる品目を主とした取組を対象に、非日系市場等への輸出に向け、国内生産者と現地系販売事業者等をつなぐ一気通貫した商流づくりを推進する取組を支援。

3 輸出ターゲット国における輸出支援体制の確立緊急対策のうち

水産物輸出加速化連携推進事業（優先採択）

生産・加工・流通・販売にわたる関係者の連携体制の構築・強化、付加価値向上・省力化等のための機材・機器、情報共有システム整備等、商品開発や販売ルート開拓に対して支援。

4 輸出環境整備緊急対策事業のうち

(1) 輸出先の規制に対応した農畜水産物のモニタリング検査支援緊急事業（優先採択）

輸出先国が求める農畜水産物の農薬、動物用医薬品等の残留物質モニタリング等の検査に係る経費を支援。

(2) 国際的に通用する認証等取得緊急支援事業（優先採択）

輸出先国の消費者や取引先等から求められる国際的に通用する認証等の新規取得の取組に対して支援。

(3) コメ・コメ加工品規制対応緊急対策事業（優先採択）

① 精米輸出に必要なくん蒸や残留農薬・重金属検査等、コメ・コメ加工品の輸出に際して必要となる規制対応のための取組等の推進② 海外実需者が求める、輸出先国が求める規制より厳しい要件に対応するための取組の推進等を支援。

(4) 植物品種等海外流出防止緊急対策事業（優先採択）

海外における知的財産の取得や侵害への対策に必要な費用を支援。

(5) 模倣品等対策事業（優先支援）

我が国の農林水産物・食品の海外における模倣品の調査、侵害事例に応じた対策に係る助言を行う。

5 新市場開拓プロジェクト事業のうちコメ・コメ加工品輸出推進緊急対策事業（優先採択）

① 戦略的輸出事業者と戦略的輸出基地（産地）等が連携して取り組む海外需要開拓及びプロモーションの推進、② 海外需要に応える環境整備のための実証を支援。

6 みどりの食料システム戦略緊急交付金のうち

(1) グリーンな栽培体系加速化事業（優先採択）

グリーンな栽培体系への転換に向けた、① 検証・普及を加速化すべき環境にやさしい栽培技術の検証、② 技術の速やかな普及に向け複数の産地で実施する検証を支援。

(2) 有機農業拠点創出・拡大加速化事業（優先採択）

地域ぐるみで生産から消費まで一貫して有機農業を推進する有機農業推進拠点（オーガニックビレッジ）の創出に向けた取組を支援。

7 林業・木材産業国際競争力強化総合対策

(1) うち木材製品等の輸出支援対策のうち輸出先国のニーズに合わせた木材製品の開発支援事業（優先採択）

輸出先国のニーズや規格・基準に対応した製品・技術開発や性能検査等を支援。

(2) うち木材製品等の輸出支援対策のうち特用林産物の需要拡大支援事業（優先採択）

特用林産物の輸出の課題解決に向け、輸出時の輸送手段や輸送中の取扱い、品質管理等の検証を支援。

8 担い手確保・経営強化支援事業（優先採択）

国内外の様々な経営環境の変化に対応し得る農業経営への転換を図ろうとする地域の中核となる担い手に対し、必要な農業用機械・施設の導入を支援するとともに、地域計画の早期実現に向け、担い手が農地引受力の向上等に取り組む場合の支援を充実。

※ 事業によって輸出事業計画の提出時期等が異なりますので、具体的な申請手続きについては、各事業の担当にお問い合わせください。

大規模輸出産地の形成

- 輸出向けに生産・流通を転換する大規模輸出産地の形成に向けて、JA等と連携し輸出産地の育成や輸出事業者への支援を進めていく。

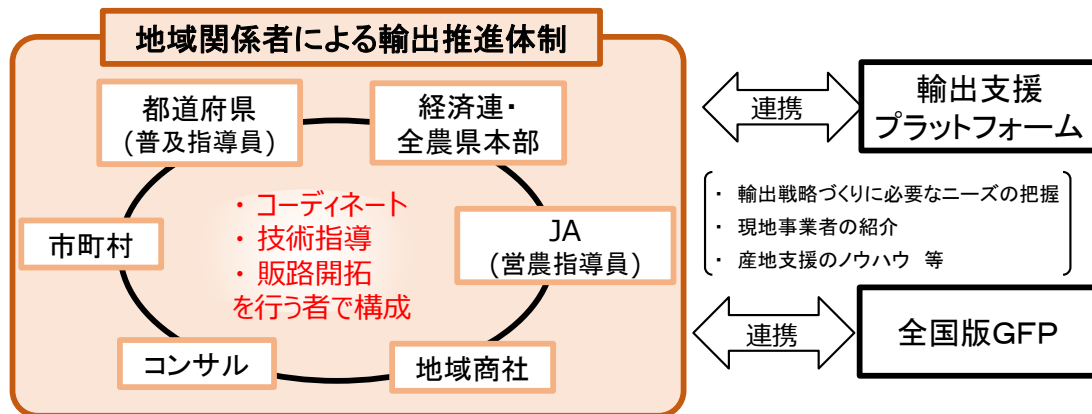
令和6年度補正GFP大規模輸出産地生産基盤強化プロジェクト 令和7年度当初大規模輸出産地モデル形成等支援事業

- **都道府県やJA、地域商社等が連携**し、生産から流通・販売まで、一気通貫で産地をサポートする体制を整備（**地域の関係者による輸出推進体制の組織化**）。
- この体制の下で、有機農法への転換や耕作放棄地を活用した生産拡大等の生産面の転換や、混載等の集荷方法等の転換を推進し、**大規模輸出産地のモデル形成を支援**。

【対応が必要な輸出先国の規制の例（りんご）】

輸出先国	植物検疫	残留農薬基準値（例） （ppm）		輸出実績 （R3）
		アセタミプリド	フェンバレート	
香港	無	1	2	35億円
タイ	園地・選果場の登録	0.8	0.02	4億円
米国	園地・選果場の登録 ＋ ・臭化メチルくん蒸 ・日米合同輸出検査 等	1	不検出	2.5百万円
（参考）日本の残留農薬基準値		2	2	

地域関係者による推進体制の組織化による地域密着型の輸出推進体制の構築



使用農薬の見直しなど生産方法の転換

- ・ 大規模な有機農業への転換、使用農薬の見直し
- ・ 耕作放棄地を活用した輸出向け生産の拡大
- ・ ロス率低下やコスト低減のための新品種・新技術の導入



集荷、船積み方法の転換

- ・ 鮮度保持のためのコールドチェーンを確保した、産地直送型集荷方法の確立
- ・ 輸送コスト軽減や混載を前提とした集荷から船積みまでの流通体系の構築 等



地域密着型の輸出推進体制を構築し、大規模輸出産地形成の横展開をするとともに、持続可能な農業構造への転換や、ひいては国内生産基盤の強化を図る。

新潟県（錦鯉）

＜新潟県、新潟県内水面試験場、養鯉業・流通業者等が参画＞

- ▶ 新潟県内水面水産試験場にて確立された梱包環境改善技術を用いて、輸送時間の延長を検証

新潟県（コメ）

＜新潟県、JETRO、クボタグループ、生産者、市、JA等が参画＞

- ▶ 高温耐性新品種の栽培実証において、生育調査や生産コスト調査、品質食味調査を実施
- ▶ 産地と輸出事業者の連携による、生産・輸送コストの低減やアメリカ向け新規商流の構築



グローバルもも輸出産地協議会（もも）

＜アグベル株式会社、周辺生産者、金融機関、物流機関等が参画＞

- ▶ 収量・品質の安定化を図るため、耕作放棄地を活用した生産園地の拡大
- ▶ 輸出ロット拡大と販路拡充を推進するため、直接輸出体制の構築やローカル市場の新規開拓

グローバルぶどう輸出産地協議会（ぶどう）

＜アグベル株式会社、株式会社アグベル桜川、金融機関、物流機関、その他生産者等が参画＞

- ▶ 輸出相手国の残留検査に対応するためハウス型雨よけを導入し、良品のぶどうの大ロット生産を実施
- ▶ 専用鮮度保持資材の開発及び実証



静岡県かんしょ輸出促進協議会（かんしょ）

＜ジャパンベジタブル株式会社、株式会社日本農業、静岡県、タタラ商店が参画＞

- ▶ ダブルキュアリング処理による日持ち向上効果の検証と流通試験を実施



静岡茶輸出拡大協議会（茶）

＜静岡県、茶業関係団体、茶商、生産者等が参画＞

- ▶ 有機栽培への転換や、有機転換による土壌の細菌数やバイオマス量などへの影響の評価、及び有機碾茶生産に適した被覆資材の検証
- ▶ 海上輸送時の高温による品質劣化を防ぐために、断熱資材を用いた品質維持・単価向上効果の検証



アスノツガル輸出促進協議会（りんご）

＜株式会社日本農業、株式会社RED APPLE が参画＞

- ▶ 高密度栽培の推進及び生産オペレーションの改善
- ▶ 大型コンテナを導入し、リフト運搬を実証



芦別RICE北海道米輸出拡大推進協議会（コメ）

＜株式会社芦別 RICE、有限会社あしべつグリーンファーム、株式会社増田農園等が参画＞

- ▶ 温室効果ガス抑制の取り組みや、生産向上のための技術提供及び農薬資材等の共同購入
- ▶ 食感測定器のリース導入による精米の品質管理体制の強化

北海道農畜産物・水産物輸出推進協議会（かんしょ・たまねぎ・コメ）

＜北海道、ホクレン、JA北海道中央会、JETRO等が参画＞

- （かんしょ）
- ▶ 鮮度保持輸送実証試験を行い、品種・時期等の品質差を検証

- （たまねぎ）
- ▶ 高付加価値につなげるため、輸送時の品質劣化（カビ等）対策として、品種や栽培方法を検討

- （コメ）
- ▶ 試験圃場を設け、減農薬栽培体系を実証するとともに、EU基準での残留農薬検査を実施



山形県（コメ）

＜山形県、県内流通事業者、生産者が参画＞

- ▶ 新品種「ゆきまんてん」の省力技術や作業時間及び生産コストの検証
- ▶ テスト輸出及び現地における求評調査の実施

千葉県産米輸出拡大協議会（コメ）

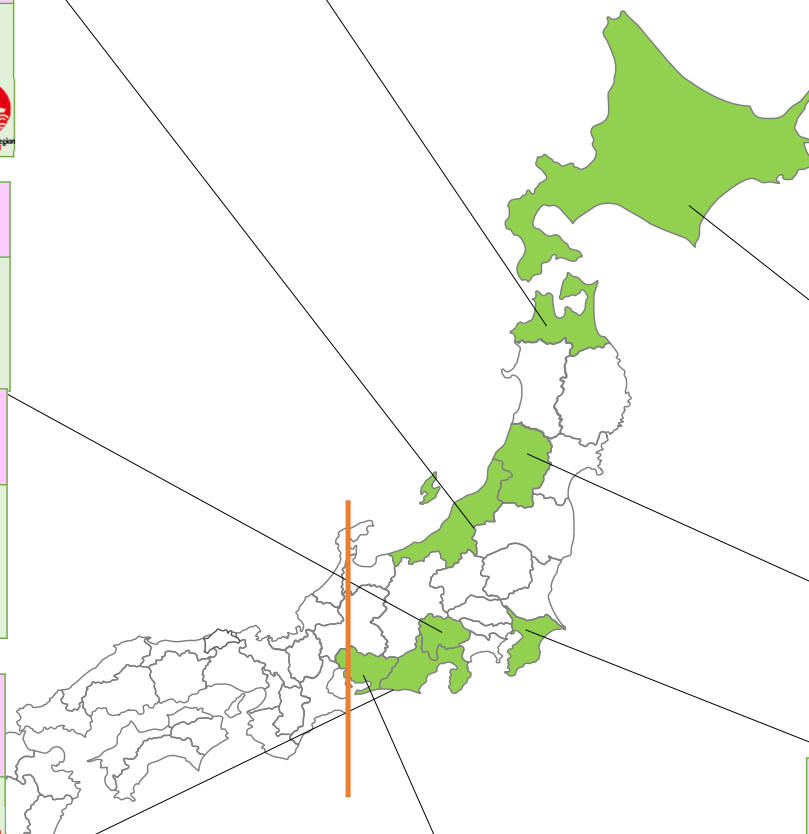
＜株式会社つばめ農園、豊田通商株式会社、その他生産者が参画＞

- ▶ 多収品種「ハイブリッドとうごう」シリーズの直播栽培による低コストの実証
- ▶ 小ロット配送（生産者⇒一次倉庫）と大ロット配送（一次倉庫⇒倉庫 or 実需者）の併用による輸送コスト削減の実証

愛知県（イチゴ、メロン、キャベツ等）

＜豊橋市原広域農業推進会議、豊橋温室園芸農業協同組合、愛知みなみ農業協同組合、あいち豊田農業協同組合等が参画＞

- ▶ 輸出推進体制の整備により、新たに輸出に取り組む産地・生産者を掘り起こし、県内での品種や産地リレー等を実施
- ▶ 産地から現地販売店まで、地元インフラ（中部国際空港、名古屋港）を活用した輸出ルートを構築



（：認定フラッグシップ輸出産地が含まれているもの）



令和6年度補正GFP大規模輸出産地生産基盤強化プロジェクト採択地区一覧《R7.7月現在》 (西日本)

愛南の真鯛輸出拡大連携協議会（養殖マダイ）

＜愛南漁業協同組合、愛南漁協魚類養殖協議会、有限会社ハマスイ 等が参画＞

- ▶ 国際水産エコラベル認証取得・管理円滑化のためのフォーマットを整備
- ▶ 加工機能強化に向けた調査・検討等を実施



えひめ愛フード推進機構（河内晩柑）

＜愛媛県、愛南町、JAえひめ南等が参画＞

- ▶ 緊急防除における散布時期や代替農薬等を検討
- ▶ 販路開拓・拡大に向けた現地での営業活動を実施



愛媛かんきつ輸出促進協議会（かんきつ・加工品）

＜愛媛県農林水産部、遠赤青汁、西南セイフティグループ等が参画＞

- ▶ 耕作放棄地や再生畑を活用した有機かんきつの面積拡大
- ▶ 生果・加工品の品質統一のための基準を整備
- ▶ 有機かんきつ加工品を主力としたプロモーションによる海外販路開拓を実施

北部九州いちご促進協議会（いちご）

＜UluuJapan、うるう農園、福岡ストロベリーパーク、佐賀県等が参画＞

- ▶ 台湾向けに経済性の高いいちご栽培技術の確立（収穫効率化・人的作業の省力化・品種検討・開発）

熊本県（メロン、いちご）

＜熊本県、JA熊本経済連、JA、輸出商社が参画＞

- ▶ （メロン）産地バンニングへの変更によるロス率低減の実証
- ▶ （いちご）国内輸送日数短縮に向けた検証

鹿児島オーガニックティー協議会（有機緑茶）

＜ヘンタ製茶有限公司、有限会社霧島中央製茶等が参画＞

- ▶ 「もが茶」生産拡大のため、耕作放棄地や離農者の圃場を活用

鹿児島県（かんしょ、キャベツ、ブリ、カンパチ）

＜鹿児島県、Japan potato、大吉農園、垂水市漁協が参画＞

- ▶ （かんしょ）ほ場の有機転換に係る栽培・技術指導や資材導入
- ▶ （キャベツ）品種リレー出荷体制の確立
- ▶ （ブリ）解凍後の褐変抑制試験の実施
- ▶ （カンパチ）人工種苗の安定供給体制の構築



なると金時北米輸出拡大協議会（かんしょ）

＜農家ソムリエず及び契約生産者、徳島県、育川合同会社、（公社）徳島県産業国際化支援機構（略称：IGAT）等が参画＞

- ▶ 有機JAS転換圃場にて、苗・栽培方法（施肥・防除）・作付け方法を一括管理。
- ▶ データロガーを活用し、品質変化を最小限に留める仕組みの確立



日本スマートオイスター輸出連携協議会（殻付き牡蠣（活き・冷凍））

＜株式会社リブル、輸出商社が参画＞

- ▶ IoTシステムを活用したシングルシード養殖を拡充し、輸送に適した牡蠣を安定供給する体制を構築
- ▶ 最適な輸送ルートの確保やコンテナ単位での大ロット輸出を前提とした流通体制の構築

三重県養殖魚輸出産地協議会（養殖ぶり、養殖まだい）

＜三重漁連、三重県、三重県海水養魚協議会等が参画＞

- ▶ 高水温期におけるブリの斃死対策として、養殖ブリの育成用エサの給餌試験を実施



伊勢茶輸出プロジェクト（茶）

＜川原製茶、萩村製茶、深緑茶房、茶来まつさか等が参画＞

- ▶ 新たな有機肥料の開発と施肥体系の実証

京都府農林水産物・加工品輸出促進協議会宇治茶部会（茶）

＜京都府、JA茶業部会、茶生産組合、茶商等が参画＞

- ▶ 減農薬栽培等の実証とともに、集荷・混載・冷蔵輸送の輸送コスト低減効果と品質保持効果を検証

奈良県（いちご）

＜奈良県、県内イチゴ生産団体、奈良県農協等が参画＞

- ▶ 生物農薬と物理的防除技術等の併用による、化学農薬の使用を抑えた生産体系の実証

台湾輸出拡大協議会（長芋、ブロッコリー、キャベツ）

＜富永商事株式会社、帯広地方卸売市場株式会社等が参画＞

- ▶ （長芋）台湾市場向けサイズの安定生産のための実証
- ▶ （ブロッコリー）鮮度保持資材の比較実証
- ▶ （キャベツ）適正重量での梱包方法の確立

大分県（シャインマスカット、柑橘）

＜大分県、大分県農業協同組合、ブランドおおい輸出促進協議会が参画＞

- ▶ （ぶどう）産地間リレー出荷体制の確立・貯蔵期間の長期化
- ▶ （柑橘）品種リレー出荷体制の確立

宮崎県（きんかん）

＜宮崎県庁、みやざき『食と農』海外輸出促進協議会、JAみやざき、トレードメディアジャパンが参画＞

- ▶ 台湾向け防除暦を改良し、残留農薬検査体制構築を検証
- ▶ 暑熱対策等の収量・品質向上技術の実証



（ ）：認定フラッグシップ輸出産地が含まれているもの

秋田県（ねぎ、りんご）

<全国農業協同組合連合会秋田県本部 等が参画>

▶（ねぎ）

- ・高品質なねぎ生産のための病害抑制に関する栽培方法の実証。
- ・低コストかつ輸送中の品質劣化を防ぐ輸送方法の検証
- （りんご）
- ・台湾の残留農薬規制に対応した病虫害防除体系の実証
- ・収穫後および貯蔵期間中の果実における残留農薬分析

新篠津村輸出協議会（米（GABA米・精米））

<新篠津村農業協同組合、北海道新篠津村、株式会社インターリジョン、学校法人酪農学園（酪農学園大学）が参画>

▶【実証：北海道】

- ・品種転換による高たんぱく米の計画的栽培
- ・フランス輸出用特別栽培米への転換
- ・GABA米通年供給にむけた冷凍保管の実証

やまがた尾花沢・東根・天童フルーツ輸出協議会

「百笑苦楽分」（さくらんぼ、もも、ラフランス、スイカ）

<株式会社あさあけ農場、株式会社 FARMER'S、水戸農園 他が参画>

▶【実証：山形県】

- ・完熟果実の急速冷凍による品質を保持しつつ海外に届ける冷凍供給体制の検証と統一生産基準・出荷ルールの方策
- ・鮮度保持型パッケージの開発し、物流・販路の最適化を通じた輸出体制構築

宮城県JA農産物輸出促進協議会（さつまいも）

<全国農業協同組合連合会宮城県本部 等が参画>

▶【実証：宮城県】

- ・台湾向け基準に則した残留農薬検査による輸出検討
- ・輸出計画数量を販売先と早期に共有するため、QRコードによる入出庫・在庫管理システムを導入
- ・製品ロス率低減のため、台湾での保管販売を検証

北信濃輸出促進協議会（ぶどう、もも、りんご、すもも）

<中野市役所、浅沼果樹園、三井農園、川島農園合同会社、合同会社SOW、株式会社eff、日本ギルド株式会社株式会社、WAJIN TRADING 他が参画>

▶【実証：長野県】

- ・輸出相手国・地域の残留農薬基準に対応するため、残留農薬分析を行い、使用農薬と防除回数の見直しを実施
- ・輸送中の鮮度を維持するための保水キャップの開発テスト輸送を実施

富山干柿出荷組合連合会（かき加工品）

<（農）富山干柿出荷組合連合会、（農）富山あんぽ柿共同加工センター、福光農業協同組合、なんと農業協同組合、南砺市、富山県が参画>

▶【実証：富山県】

- ・冷凍輸出に対応した乾燥・加工技術の検討、実証の実施
- ・干し柿・あんぽ柿の冷凍・冷蔵輸送、販売による検証

アスノヤマト輸出促進協議会（ぶどう、キウイ）

（2品目共通）（株）日本農業
 （ぶどう）（株）日本農業、ジャパフルーツ(株)、REACT(株)
 （キウイ）（株）日本農業、ジャパフルーツ(株)、Orchard & Technology（株）が参画>

▶（ぶどう）【実証：栃木県】

- ・スマート農業機械の自動走行を活用した取組
- ・台湾向け産地リレー輸出（航空便）の実証

▶（キウイ）【実証：香川県、群馬県】

- ・ストリング技術の確立と標準化
- ・新品種（自社育種・海外新品種）の育成による香川県外での適応性の強化
- ・品質維持のため、予冷・追熟設備の検討及び港までの低温物流の確立

長野県（市田柿、ぶどう）

<長野県農産物等輸出事業者協議会、みなみ信州農業協同組合、八十二Link Nagano株式会社が参画>

▶【実証：長野県】

- ・輸出に係る市田柿の生産拡大を図るため、品目転換による園地整備を実施
- ・産地からインドネシアまでの一貫した新たな輸出物流体制構築に向けた輸送試験

九州みかん輸出拡大協議会（うんしゅうみかん、ゆず、きんかん、不知火、せとか、天草）
 <JAみなみ筑後柑橘部会、JAふくおか八女かんきつ部会、(株)石橋果樹園、長崎でじま青果(株)、JAながさき県央、(株)ファームオリンピア、(株)ネイバーフッド、(株)ファーマインド、九州農産物通商(株)が参画>

▶【実証：福岡県他】

- ・タイ向けゆず、きんかん等の輸出用園地整備及び栽培
- ・ベトナム向けみかんの輸出用園地及び選果施設の追加登録
- ・抗菌鮮度保持剤を活用した傷み軽減対策の実施

3色いちご輸出拡大協議会（いちご）
 <JAみなみ筑後、JA粕屋、ベジフルファーム（株）、JA糸島、岸川農園、ハヤシダファーム、鐘ヶ江農園、溝口農園、渋田いちご園、むらおか農園、平川いちご農園、長崎でじま青果(株)、(株)イチゴラス、(株)アグリテックプラス、遊土屋(株)、(株)精農舎、九州農産物通商(株)が参画>

▶【実証：福岡県他】

- ・フィリピン向けの輸出用園地整備及び栽培
- ・新たな輸出先国（フィリピン等）の開拓
- ・抗菌鮮度保持剤及び荷傷み軽減資材の利用拡大

長崎県（イチゴ、温州ミカン、牛肉、タイ、ヒラメ、スズキ、マアジ、ブリ、ヒラマサ、マグロ）
 <全国農業協同組合連合会長崎県本部、長崎西彼農業協同組合、長崎県央農業協同組合、島原雲仙農業協同組合 等が参画>

▶（いちご）

- ・各時期で最適とされる収穫時の着色歩合を検討し、品質劣化防止に向けた新たな収穫体系を確立

▶（温州ミカン）

- ・ベトナム向け残留農薬基準に対応した防除暦の転換やトラップ調査、輸入国植物検疫検査官の査察等への対応

▶（牛肉）

- ・輸送コスト低減のため、保冷資材を組み合わせた安価な混載方法を検証

▶（水産物）

- ・現地ニーズに対応した製品の加工体制の構築及び鮮度・品質保持の検証

福岡・大玉冷凍イチゴ輸出促進協議会（イチゴ）

<武下農園株式会社、株式会社terra、株式会社Connect Lab、株式会社WhomLab等が参画>

▶【実証：福岡県】

- ・EUおよび東南アジア輸出を見据えた高品質いちごの大規模産地形成に向けた冷凍輸送実証とマニュアル化
- ・輸送効率の最適化、ブランド価値の向上、現地での販促効果の最大化を目的としたパッケージの開発および運用

岡山県果実生産出荷安定協議会（ぶどう、桃）

<全国農業協同組合連合会岡山県本部 等が参画>

▶【実証：岡山県】

- ・タイ輸出向けの選果施設の体制整備に向けた検討
- ・長期安定供給や選定品種の販路拡大を目的とした輸出試験及び品質等の調査

おかやま白桃輸出促進協議会（岡山白桃及び岡山白桃の加工品）

<A TRA-DE株式会社、MOMONA Peach Farm他生産者9名、おかやまおひさまファーム株式会社、株式会社誠和、佐川急便株式会社が参画>

▶【実証：岡山県】

- ・Y字型栽培の導入による生産力向上及び省力化の両立
- ・運送会社による効率的な国内輸送、海外輸送ルートを検討

岡山備中ブドウ輸出産地育成協議会（ぶどう、ぶどう加工品）

<濱農産、中島農園、備中美味しいブドウ研究会等が参画>

▶【実証：岡山県】

- ・長期輸送リスク及び低コスト栽培（露地・無袋栽培）に対応。可能な品種の検討
- ・輸送コストの低減及び輸送時間短縮のため、地元空港を活用した輸出ルートの確立

徳島いちご輸出産地形成協議会（いちご）

<ヴェリタス（株）及び生産者、（株）世界市場、Nippon ICHIBA Taiwan Company Ltd、徳島県等が参画>

▶【実証：徳島県】

- ・農薬使用量削減のため、IPM防除の推進
- ・JGAP/ASIAGAPの取得
- ・最適な予冷環境のため、予冷と植物検疫対策に適した収穫資材の導入

総社市ぶどうスマート輸出促進協議会（ぶどう）

<A TRA-DE株式会社、総社市、秦果樹生産出荷組合、JA晴れの国岡山、株式会社誠和、佐川急便株

▶【実証：岡山県】

- ・スマート農業技術を導入したデータに基づく栽培管理を実施
- ・長距離・長期間の輸送を可能とするため、ぶどう専用コンテナ及び鮮度保持袋を活用

フラッグシップ輸出産地について

- 輸出拡大実行戦略において、**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」として選定し、公表**することとしたところであり、これまでに**80産地**を認定。

▶フラッグシップ輸出産地の選定基準

- ①輸出先国・地域の規制やニーズに対応した輸出向け生産・流通に取り組んでいること
- ②品目ごとに設定された一定の量又は金額の輸出実績があること
- ③サプライチェーンを構築し、継続的・安定的に輸出していること 等

- 「フラッグシップ輸出産地」に対し、補助事業等各種支援措置を優先的に実施することにより、その更なる拡大・発展を後押し



フラッグシップ輸出産地 認定産地一覧（令和6年12月時点）

青果物（29産地）

りんご	全国農業協同組合連合会山形県本部②	山形県
	株式会社日本農業①	青森県
	アゲル株式会社①	山梨県、茨城県
ぶどう	株式会社新亜商事②	山梨県
	全国農業協同組合連合会岡山県本部（JA岡山、JA晴れの国岡山）②	岡山県
	全国農業協同組合連合会長野県本部②	長野県
	全国農業協同組合連合会山梨県本部（JAフルーツ山梨・JAふえふき・JA山梨みらい・JA山梨県南アルプス市・JA梨北）①	山梨県
	笛吹農業協同組合一宮ブロック果実販売対策協議会①	山梨県
もも	全国農業協同組合連合会岡山県本部（JA岡山、JA晴れの国岡山）②	岡山県
	全国農業協同組合連合会山梨県本部（JAフルーツ山梨・JAふえふき・JA山梨みらい・JA山梨県南アルプス市・JA梨北）①	山梨県
	笛吹農業協同組合一宮ブロック果実販売対策協議会①	山梨県
かんきつ	えひめ愛フード推進機構①	愛媛県
	株式会社ローソファーム熊本①	熊本県
	みかん輸出コンソーシアム①	宮崎県、和歌山県、福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県
かき加工品（干し柿）	農事組合法人富山干柿出荷組合連合会②	富山県
	みなみ信州農業協同組合①	長野県
	株式会社イチゴラス①	熊本県、三重県、兵庫県
いちご	サプラインファーマーズ株式会社①	熊本県
	静岡県経済農業協同組合連合会①	静岡県
	島原雲仙農業協同組合①	長崎県
	かとり農業協同組合①	千葉県
かんしょ	株式会社くしまアオイファーム①	宮崎県、北海道、茨城県、熊本県、鹿児島県
	ジャパンベジタブル株式会社①	静岡県
	Japan potato有限会社①	鹿児島県、千葉県、茨城県
	なめがたしおさい農業協同組合甘藷部会連絡会①	茨城県
	農家ソリエーズ①	徳島県
	有限会社南橋商事①	鹿児島県、宮崎県
玉ねぎ	ホクレン農業協同組合連合会②	北海道
メロン	静岡県温室農業協同組合クランメロン支所①	静岡県

花き（3産地）

切り花	愛知みなみ農業協同組合②	愛知県
盆栽	赤石五葉松輸出振興組合①	愛媛県、香川県
	高松盆栽輸出振興会①	香川県

茶（8産地）

茶	オーガニックティーミヤザキ①	宮崎県
	鹿児島県経済農業協同組合連合会②	鹿児島県
	株式会社大石茶園①	福岡県、静岡県、三重県、京都府、熊本県、宮崎県、鹿児島県
	株式会社流通サービス①	静岡県
	株式会社まるゑい②	三重県
	京都府農林水産物・加工品輸出促進協議会宇治茶部会①	京都府
	静岡オーガニック抹茶株式会社①	静岡県
	丸山製茶株式会社①	静岡県

米（6産地）

米	株式会社百笑市場①	茨城県
	全国農業協同組合連合会滋賀県本部（JA全農しが）②	滋賀県
	新潟クボタグループ（新潟クボタ・新潟農商）②	新潟県
	ホクレン農業協同組合連合会②	北海道
	みな穂農業協同組合②	富山県
	みやぎ登米農業協同組合①	宮城県

水産物（12産地）

ぶり	愛育フィッシュ輸出促進共同企業体②	愛媛県
	東町漁業協同組合②	鹿児島県
	大分県漁業協同組合②	大分県
	尾鷲物産株式会社②	三重県、愛媛県、高知県、香川県
	グローバル・オシャン・ワークスグループ②	鹿児島県
たい	三重県漁業協同組合連合会②	三重県、鹿児島県、長崎県、愛媛県
	愛育フィッシュ輸出促進共同企業体②	愛媛県
	愛南漁業協同組合②	愛媛県
	株式会社播磨灘②	兵庫県
	垂水市漁業協同組合②	鹿児島県
クロマグロ	辻水産株式会社②	愛媛県
シマアジ	愛育フィッシュ輸出促進共同企業体②	愛媛県

畜産物（21産地）

牛肉	秋田牛輸出促進コンソーシアム①	秋田県
	カミチク食肉輸出コンソーシアム①	鹿児島県
	黒樟牛輸出促進コンソーシアム②	熊本県、宮崎県、鹿児島県、大分県
	J A食肉かごしま輸出コンソーシアム①	鹿児島県
	スターゼンミートコンソーシアム①	鹿児島県、宮崎県
	ブランドおおい輸出促進協議会畜産部会②	大分県
	ホクレン食肉輸出コンソーシアム②	北海道
	宮崎県牛肉輸出コンソーシアム②	宮崎県
	山形県食肉流通・輸出促進コンソーシアム①	山形県
	和牛マスター輸出拡大コンソーシアム②	兵庫県、北海道、岩手県、福島県、茨城県、栃木県、千葉県、長野県、滋賀県、島根県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、福岡県、佐賀県、大分県、宮崎県、鹿児島県
豚肉	ホクレン食肉輸出コンソーシアム②	北海道
鶏肉	オヤマ輸出コンソーシアム①	岩手県
	徳島県阿波尾鶏ブランド確立対策協議会①	徳島県
鶏卵	株式会社エムイーシーフーズ①	千葉県
	株式会社トマル①	群馬県、栃木県
	JA全農たまご株式会社①	青森県、岩手県、大分県、福岡県、鹿児島県
	熊本県酪農業協同組合連合会②	熊本県
牛乳乳製品	大山乳業農業協同組合②	鳥取県
	北海道乳業株式会社輸出促進協議会②	北海道
	雪印メグミルクコンソーシアム②	北海道
	よつ葉輸出促進協議会②	北海道

製材（1産地）

製材	桑原木材株式会社②	愛知県、岐阜県、三重県、長野県
----	-----------	-----------------

※ ①：第1回認定産地、②：第2回認定産地

【フラッグシップ輸出産地動画リンク】⇒



フラッグシップ輸出産地向け優遇措置（R7年度当初予算）

優先枠の設定

サプライチェーン連結強化プロジェクト（新規）

国内の生産事業者と海外の現地販売事業者、両者をつなぐ国内外の商社等で構成されるコンソーシアムが行う、生産から現地販売までの一気通貫した新たなサプライチェーンの構築に向けた取組を支援。

▶フラッグシップ輸出産地を含むコンソーシアムに優先枠を設置

補助上限額の上乗せ

グローバル産地づくり推進事業のうち大規模輸出産地モデル形成等支援事業

地域の関係者が一体となって輸出推進体制を組織化するとともに、海外の規制・ニーズに対応するための生産・流通体系の転換に取り組む大規模輸出産地を形成するモデル的な取組等を支援。

▶更なる輸出拡大に向け新たな取組を行う場合、補助上限を引き上げて支援

食料システム構築計画のみなし認定

食料システム構築支援タイプ（強い農業づくり総合支援交付金）（新規・拡充）

食料・農業・農村基本法の改正を踏まえた、食料システムを構築するため、ソフト支援から農業施設整備までを一体的に支援

▶フラッグシップ輸出産地における輸出事業計画の認定を受けている者については、事業実施に際して必要となる「食料システム構築計画」の承認を受けたこととみなす

優先採択（ポイント加算等）

1 みどりの食料システム戦略推進交付金のうち

◎ グリーンな栽培体系加速化事業

グリーンな栽培体系への転換に向けた、①検証・普及を加速化するべき環境にやさしい栽培技術の検証、②技術の速やかな普及に向け複数の産地で実施する検証を支援。

◎ 有機農業拠点創出・拡大加速化事業

地域ぐるみで生産から消費まで一貫して有機農業を推進する有機農業推進拠点（オーガニックビレッジ）の創出に向けた取組を支援。

2 ○データ駆動型農業の実践体制づくり支援

データに基づき栽培技術・経営の最適化を図る「データ駆動型農業」の実践を促進するため、産地としての取組体制の構築、データ収集、分析機器の活用、新規就農者の技術習得等を支援。

3 ◎オープンイノベーション研究・実用化推進事業

国の重要政策の推進や現場課題の解決に資する研究成果を創出し、社会実装を加速するため、産学官が連携して取り組む基礎研究や実用化研究を支援。

4 ◎農業農村整備事業

競争力強化のための農地の大区画化や水田の汎用化・畑地化等を推進。

5 ◎農業農村整備関係事業（農地耕作条件改善事業）

地域の多様なニーズに応じたきめ細かな耕作条件の改善、高収益作物への転換等に必要の取組等をハードとソフトを組み合わせる支援。

6 ◎農業農村整備関係事業（畑作等促進整備事業）

畑作物・園芸作物を作付けする地域において、畑地かんがい施設の整備や農地の排水改良等の基盤整備をきめ細かく機動的に支援。

7 ◎農地利用効率化等支援交付金

地域計画の目標地図に位置付けられた者が経営改善に取り組む場合、必要な農業用機械・施設の導入を支援。

8 ◎集落営農連携促進等事業

地域計画に位置付けられている集落営農の連携・合併に向けたビジョンづくり及びその実現に向けた具体的な取組（雇用、法人化、共同利用機械等の導入等）を支援。

9 持続的生産強化対策事業のうち

◎ 果樹農業生産力増強総合対策

省力的な樹園地への改植・新植等の取組を支援するほか、生産性を飛躍的に向上させるための産地構造の転換に向けた実証等の取組を支援。

◎ 茶・薬用作物等地域特産作物体制強化促進

茶、薬用作物、甘味資源作物等の地域特産作物について、地域の実情に応じた生産体制の強化、国内外の需要創出、実需者と連携した産地形成など生産から消費までの取組を総合的に支援。

◎ ジャパンフラワー強化プロジェクト推進

花き流通の効率化、産地の課題解決に必要な技術導入、需要のある品目への転換や導入、新たな需要開拓、利用拡大に向けたPR活動等を支援。

10 ◎新事業創出・食品産業課題解決調査・実証等事業のうちフードテックビジネス実証事業

民間団体等が行う社会課題の解決につながるフードテックを活用したビジネスモデルの実証、及びフードテックに取り組む事業者の横展開を図るための情報発信等の取組を支援。

11 ◎食肉流通構造高度化・輸出拡大施設整備事業

畜産農家、食肉処理施設、食肉流通事業者からなるコンソーシアムが作成する計画に基づく食肉処理施設の再編や高度な加工処理、省力化のための設備導入等を支援。

12 ◎輸出環境整備推進事業のうち輸出先国規制対応支援事業

輸出拡大に繋がる国際的に通用する認証等の新規取得の取組について支援。

13 ◎食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備事業

輸出先国等の求める基準・条件等の規制に対応するため、製造・加工、流通等の施設の新設及び改修、機器の整備に係る経費を支援。

14 ◎米穀周年供給・需要拡大支援事業のうち業務用米、新市場開拓用米等の安定取引拡大支援のうち、新市場開拓用米の販売拡大の取組

G F P に登録している戦略的輸出事業者と戦略的輸出基地等が連携して、海外の業務用需要等の新たな市場開拓のための取組の推進。

15 ◎植物品種等海外流出防止総合対策・推進事業

品種登録（育成者権の取得）や国内外の侵害対策等に係る経費を支援。

フラッグシップ輸出産地向け優遇措置（R6年度補正予算）

優先枠の設定

サプライチェーン連結強化緊急対策

輸出拡大が見込まれる品目を主とした取組を対象に、非日系市場等への輸出に向け、国内生産者と現地系販売事業者等をつなぐ一気通貫した商流づくりを推進する取組を支援。

▶フラッグシップ輸出産地を含むコンソーシアムに優先枠を設置

優先採択（ポイント加算等）

1 グローバル産地生産流通基盤強化緊急対策のうち

◎ 青果物輸出産地体制強化加速化事業

産地と輸出事業者が連携して行う取組に対し、植物検疫条件や残留農薬基準等に対応した生産体制の強化や、輸出先国・地域までの品質の保持に向けた流通体制の強化、産地間連携に向けた合意形成を図る取組等に係る費用を支援。

◎ 有機JAS認証、GAP認証取得等支援事業

農産物等輸出の拡大に向けて、農業者等が行う有機JAS認証、GAP等認証の取得、輸出向け商談等を支援。

◎ 水産エコラベル認証取得支援事業

資源管理や環境配慮への取組を証明する水産エコラベル認証の取得を促進する取組を支援。

◎ 輸出向けHACCP等対応施設整備緊急対策事業

食品製造事業者及びサプライチェーンを構成する事業者が、輸出先国が定める輸入条件への対応並びに輸出向けHACCP等の認定・認証取得に必要な施設や機器の整備及び体制整備をする際に要する経費（コンサルティング経費等）を支援する。

2 輸出ターゲット国における輸出支援体制の確立緊急対策のうち

◎ 水産物輸出加速化連携推進事業

生産・加工・流通・販売にわたる関係者の連携体制の構築・強化、付加価値向上・省力化等のための機材・機器、情報共有システム整備等、商品開発や販売ルート開拓に対して支援。

3 輸出環境整備緊急対策事業のうち

◎ 国際的に通用する認証等取得緊急支援事業

輸出先国の消費者や取引先等から求められる国際的に通用する認証等の新規取得の取組に対して支援。

◎ コメ・コメ加工品規制対応緊急対策事業

①精米輸出に必要なくん蒸や残留農薬・重金属検査等、コメ・コメ加工品の輸出に際して必要となる規制対応のための取組等の推進②海外実需者が求める、輸出先国が求める規制より厳しい要件に対応するための取組の推進等を支援。

◎ 植物品種等海外流出防止緊急対策事業

海外における知的財産の取得や侵害への対策に必要な費用を支援。

◎ 模倣品等対策事業

我が国の農林水産物・食品の海外における模倣品の調査、侵害事例に応じた対策に係る助言を行う。

4 ◎ 新市場開拓プロジェクト事業のうちコメ・コメ加工品輸出推進緊急対策事業

① 戦略的輸出事業者と戦略的輸出基地（産地）等が連携して取り組む海外需要開拓及びプロモーションの推進、②海外需要に応える環境整備のための実証を支援。

補助上限額の上乗せ

1 GFP大規模輸出産地生産基盤強化プロジェクト

海外の規制・ニーズに対応した生産・流通体系への転換に取り組み、国内生産基盤の維持・強化を図る大規模輸出産地のモデル構築を集中的に支援。

▶フラッグシップ輸出産地が更なる輸出拡大に向け新たな取組を行う場合、補助上限を引き上げて支援

2 畜産物輸出コンソーシアム推進対策事業

生産から輸出まで一貫した輸出促進を図る体制（コンソーシアム）が実施する商談や産地の特色を活かしたプロモーション等の取組を支援。

▶事業の上限額の優遇

5 みどりの食料システム戦略緊急対策交付金のうち

◎ グリーンな栽培体系加速化事業

グリーンな栽培体系への転換に向けた、①検証・普及を加速化すべき環境にやさしい栽培技術の検証、②技術の速やかな普及に向け複数の産地で実施する検証を支援。

◎ 有機農業拠点創出・拡大加速化事業

地域ぐるみで生産から消費まで一貫して有機農業を推進する有機農業推進拠点（オーガニックビレッジ）の創出に向けた取組を支援。

6 ○ スマート農業技術開発・供給加速化緊急総合対策のうち

スマート生産方式SOP作成研究

スマート農業技術の導入効果を着実に発揮させる栽培体系やサービス事業者を介した技術の運用方法等を検証し、標準化する取組を推進。

7 ◎ 農産物等輸出拡大施設整備事業

「強い農林水産業」の構築に向け、国産農畜産物の輸出促進の取組に必要な輸出対応型の集出荷貯蔵施設や処理加工施設等の整備を支援。

8 ◎ 食肉等流通構造高度化・輸出拡大事業

食肉処理施設の再編等や輸出拡大に必要な施設の整備、乳製品加工施設の高度化等により、国産畜産物の流通構造の高度化や輸出促進等を支援。

9 ◎ 担い手確保・経営強化支援事業

国内外の様々な経営環境の変化に対応し得る農業経営への転換を図ろうとする地域の中核となる担い手に対し、必要な農業用機械・施設の導入を支援するとともに、地域計画の早期実現に向け、担い手が農地引受力の向上等に取り組む場合の支援を充実。

10 ◎ 産地生産基盤パワーアップ事業のうち園芸作物等の先導的取組支援（果樹・茶）

需要の変化に対応した新品目・品種、省力樹形の導入や栽培方法の転換、技術導入の実証等の取組を支援。

11 林業・木材産業国際競争力強化総合対策

◎ うち木材製品等の輸出支援対策のうち輸出先国のニーズに合わせた木材製品の開発支援事業

輸出先国のニーズや規格・基準に対応した製品・技術開発や性能検証等を支援。

※ ◎ 輸出事業計画の認定を受けた者に対する優遇措置（ポイント加算、要件化等）に加えて、フラッグシップ輸出産地に対し、追加的に優遇措置を設ける事業
○ それ以外の事業

農林水産物・食品輸出プロジェクト（GFP）の取組

- GFP（ジー・エフ・ピー）**は、Global Farmers / Fishermen / Foresters / Food Manufacturers Projectの略称。
農林水産省が推進する**日本の農林水産物・食品の輸出プロジェクト**。
- 平成30年8月31日に農林水産物・食品の輸出を意欲的に取り組もうとする生産者・事業者等のサポートと連携を図る
「**GFPコミュニティサイト**」を立ち上げ。
- 当該サイトに登録した者を対象に、専門家による輸出診断、事業者同士のマッチング、セミナーの開催や、
規制など輸出に関する各種情報提供等の支援を実施。



GFP登録者へのサービス提供

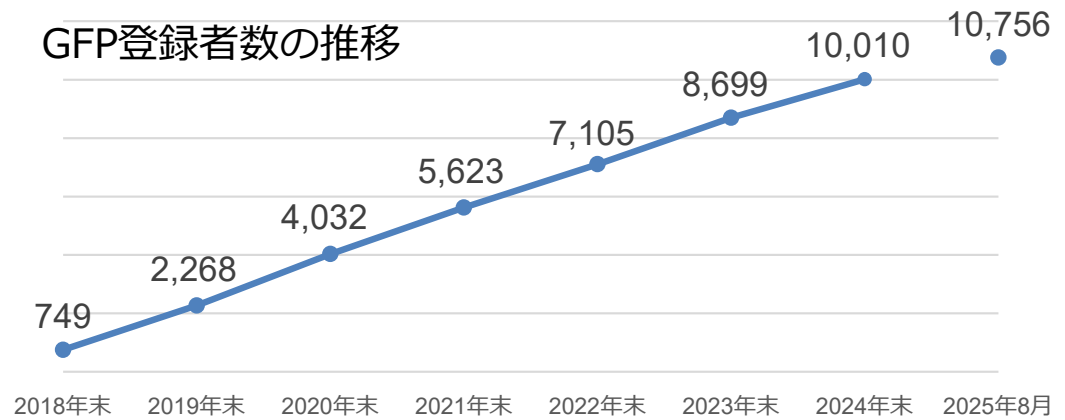
- 農林漁業者・食品事業者へのサービス**
 - ・専門家による無料の輸出診断
 - ・GFPコミュニティサイトで事業者同士が直接マッチング
 - ・GFPビジネスパートナーの紹介等による支援
 - ・輸出のための産地づくりの計画策定の支援
 - ・メンバー同士の交流イベントの参加
 - ・規制情報等の輸出に関連する情報の提供
 - ・セミナー等を通じたGFP登録者の優良事例の共有
 - ・過去のセミナー動画のアーカイブ化による輸出ノウハウの提供
- 輸出商社・バイヤー・物流企業へのサービス**
 - ・GFPコミュニティサイトで事業者同士が直接マッチング
 - ・GFPビジネスパートナーの紹介等による支援
 - ・メンバー同士の交流イベントの参加
 - ・規制情報等の輸出に関連する情報の提供
 - ・セミナー等を通じたGFP登録者の優良事例の共有
 - ・過去のセミナー動画のアーカイブ化による輸出ノウハウの提供

GFPの登録状況（8月末時点）

GFP登録者の内訳

区分	登録者数
農林水産物食品事業者	5,967
流通事業者、物流事業者	4,789
合計	10,756

GFP登録者数の推移



国内から現地まで一貫してつなぐ戦略的なサプライチェーンの構築

- 2030年 5兆円目標に向け、新たな食料・農業・農村基本計画に掲げる「**初動 5年間で**の農業の構造転換の集中的な推進」として、マーケットインの発想で**大規模に安定的・継続的な輸出に取り組む産地の拡大・発展**を強力に進め、これらの産地が農林水産物の**輸出の大宗を占める構造**を構築
- そのため、大規模な輸出産地の更なる発展に向けた、新たなサプライチェーン構築に向けた**モデル的な取組を支援**し、GFP（農林水産物・食品輸出プロジェクト）による情報発信・伴走支援によりその横展開を推進

食料・農業・農村基本計画の目標

農林水産物・食品の輸出額 1.5兆円（2024年） → **【目標】2030年 5兆円**
大規模に農畜産物の輸出に取り組む産地数 65産地（2024年） → **【KPI】2030年 259産地***
〔259輸出産地の育成により、これらの産地が農畜産物の輸出目標額の過半を輸出することを目指す〕

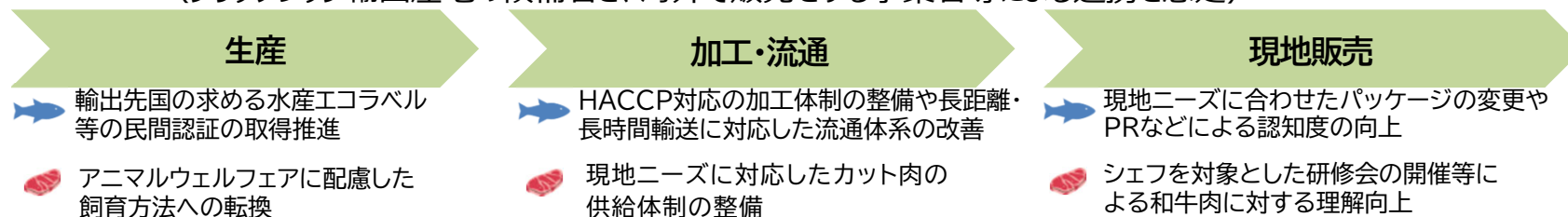
※ 目標・KPIの達成状況を毎年検証し施策を改善

* 水産物については輸出産地を9産地（2024年）から、22産地（2030年）に増加させることを目指す

「サプライチェーン連結強化プロジェクト事業」による大規模輸出産地の更なる発展

【事業目的】 生産・加工・流通・現地販売それぞれの段階のボトルネックを解消するための実証を一気通貫で支援

【対象者】 生産段階を含む複数の事業者が構成するコンソーシアム
(フラッグシップ輸出産地の候補者と、海外で販売をする事業者等による連携を想定)



【今後の取組方針】

①食品企業の**海外展開**、②生産・流通の課題解決につながる**先端技術の活用**等と一体的な新規商流づくりの取組を強化

(参考) 戦略的なサプライチェーンの構築に向けた取組事例

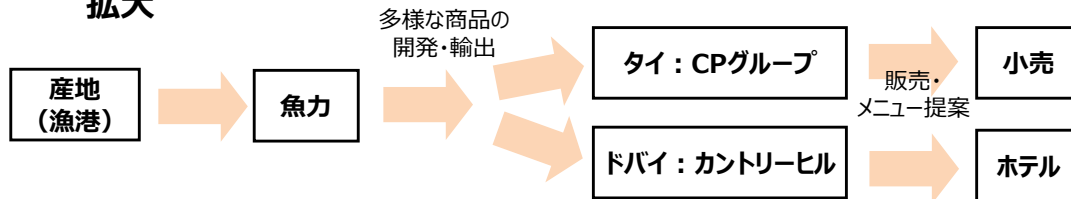
現地大手商流の開拓支援 (R6補正)

※下線は補助対象

(株)魚力によるブリ・マグロ等の輸出

- スキンパックを活用したローカル消費者向けの新商品の開発、保冷剤の効率的利用による低コストコールドチェーンの確立、QRコードを活用したトレーサビリティ担保の仕組み構築等に対するモデル実証支援

➡ タイやドバイの現地小売や高級ホテルチェーンでのタイ・マグロの販売を拡大



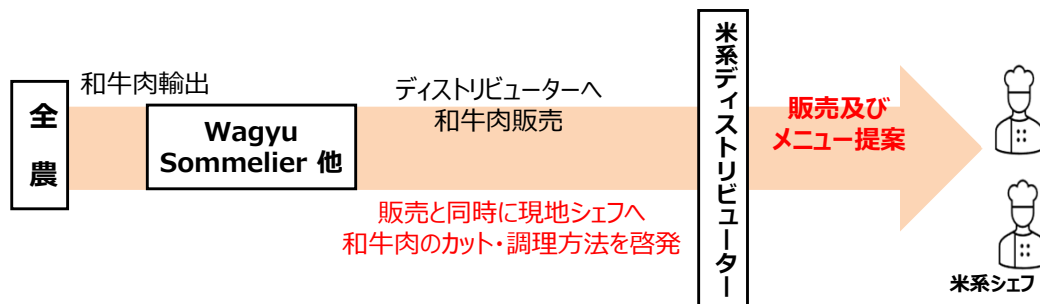
※ サプライチェーン全体でトレーサビリティ・コールドチェーンを確保

成果目標 輸出額: 0.1億円 (R6年度) → 1.6億円 (R12年度)

全農による牛肉の輸出

- 全農が、JAグループの現地ネットワークを活用し、Wagyu Sommelier等の和牛肉販売/コンサルタント会社を通じて行う、和牛肉に関するエデュケーションやプロモーション等に対するモデル実証支援

➡ 米系ディストリビューター、レストランへの和牛肉の販売を拡大



成果目標 輸出額: 0.2億円 (R6年度) → 9.7億円 (R12年度)

輸出拡大に資する新たな技術開発支援(SBIR*で採択)

*スタートアップの持つ技術を社会実装に繋げるため、その大規模技術実証等を支援

ZEROCO(株)

- 自社の革新的な鮮度保持技術の大規模技術実証を支援し、生鮮食品の輸出に当たっての流通面での課題の解決にチャレンジ

➡ 世界へ高品質な日本の食を継続的に輸出する画期的なサプライチェーンを構築

成果目標

2032年度での売上増加額347億円
(採択金額の10倍以上)を達成



(株)ノベルジェン

- 自社の陸上での短期肥育技術の大規模技術実証を支援し、カキの身入りが安定しないといった生産面の課題の解決にチャレンジ

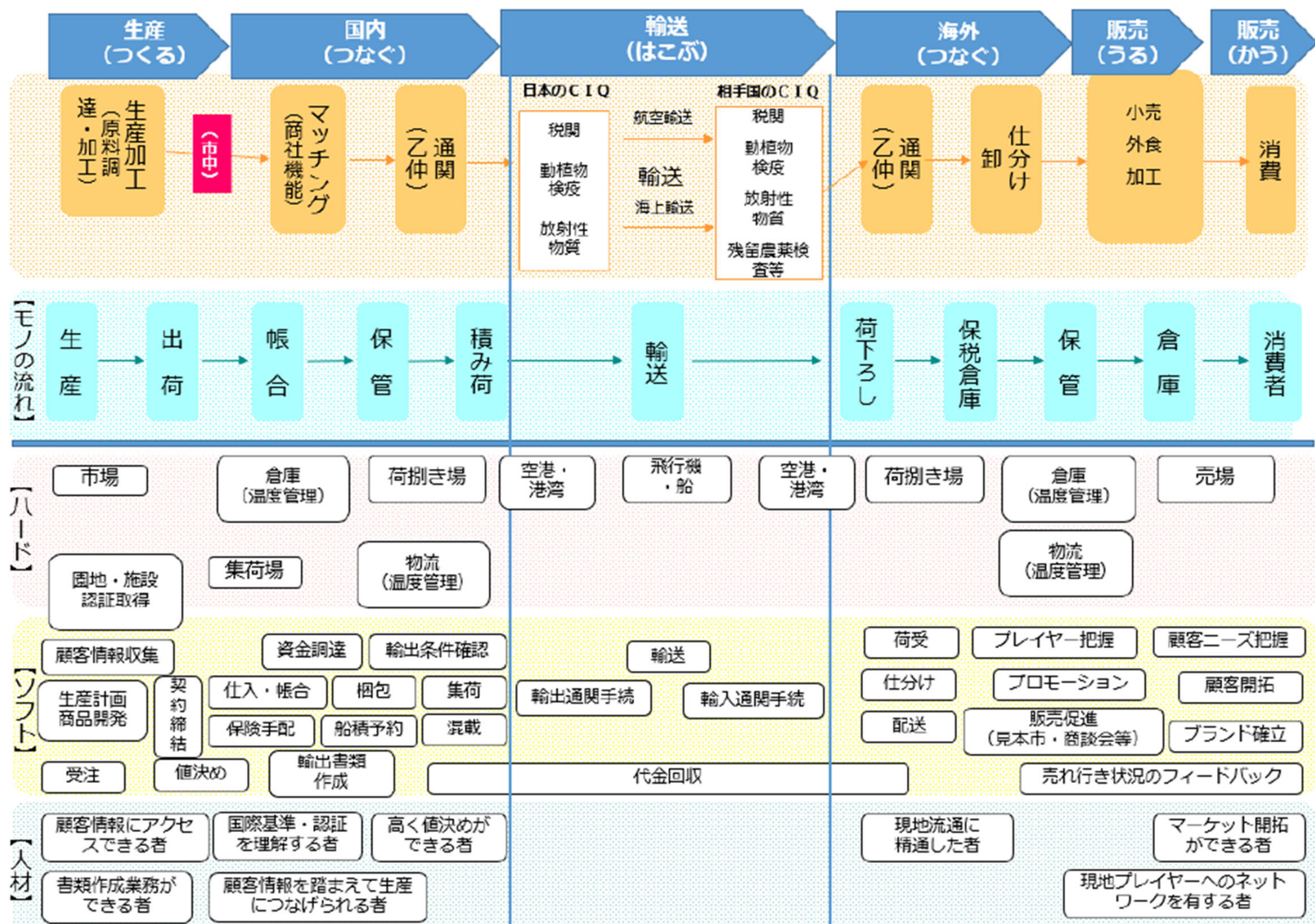
➡ 高品質なカキを安定的に輸出するサプライチェーンを構築

成果目標

日本の生食用カキ輸出市場
(2027年度:99億円)の
約1%の市場獲得



輸出の流れと必要な機能



制度資金（農林水産物・食品輸出基盤強化資金）による支援

- 輸出にチャレンジする事業者を資金面から強力に後押しするため、制度資金を創設。
- ポイントは、
 - ① 輸出促進を目的に、**多用途にわたって有利に融資を受けられる独立の資金。**
 - ② **非食品の品目もカバーし、長期運転資金や海外子会社への転貸も可能**にするなど**多様なニーズに対応。**
 - ③ **償還期限は25年以内のため大規模投資に対応。**

資金の概要

- 1 貸付対象者** 認定輸出事業者（農林水産事業者、食品等製造事業者、食品等流通事業者等）
- 2 貸付限度額** 貸付けを受ける者の負担する額の80%に相当する額（民間金融機関との協調融資を想定）
- 3 資金使途** 改正輸出促進法に基づく認定輸出事業計画に従って実施する事業であって次に掲げるもの
 - ① 農林水産物・食品の輸出事業に必要な製造施設、流通施設、設備の整備・改修費用
例：EU向け水産物の輸出に必要なHACCP等に対応した加工施設の整備費用、ハラールに対応した食肉処理施設の整備費用、添加物等のコンタミネーションを防止するための製造ラインの増設費用
 - ② 長期運転資金
例：商品の試作品の製造費用、市場調査やニーズ調査に係る費用、サンプル輸出や商談会への参加に係る費用、プロモーション活動費、製造ライン本格稼働までに必要な増加経費（原材料費、人件費など）
 - ③ 海外子会社等への出資・転貸に必要な資金
（転貸に必要な資金の使途は①・②。）
- 4 償還期限**
25年以内（うち据置期間3年以内）
（中小企業者は、10年超25年以内）



※民間金融機関から保証付き借入れをする場合、農林水産省の予算事業により、支払った保証料のうち、借入当初から5年間、保証料の1/2相当額の支援が受けられます。

農林水産物・食品の輸出拡大に向けた税制上の措置（租税特別措置法にて別途措置）

- 農林水産物・食品の輸出拡大に向けて、5年間の割増償却措置を講じ、設備投資後のキャッシュフローを改善することで、事業者の輸出拡大のための活動を後押し。

特例の概要

- 令和6年4月1日から令和8年3月31日までの間に、認定輸出事業者が輸出事業計画に従って機械装置、建物等の取得等をした場合、これらの資産について、
 - ① 機械装置は30%、
 - ② 建物及びその附属設備並びに構築物は35%の割増償却を5年間行うことができる。

特例の要件

- ① 導入した機械装置、建物等における輸出向け割合が年度ごとに定める一定の割合以上であること
- | 年度 | 1年目 | 2年目 | 3年目 | 4年目 | 5年目 | 6年目 |
|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 割合 | 15% | 20% | 25% | 30% | 40% | 50% |
- ② 食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備事業の対象でないこと
 - ③ 農林水産物又は食品の輸出の促進を目的とした国の補助金、給付金、又は交付金を受けた資産ではないこと
 - ④ 開発研究用資産ではないこと

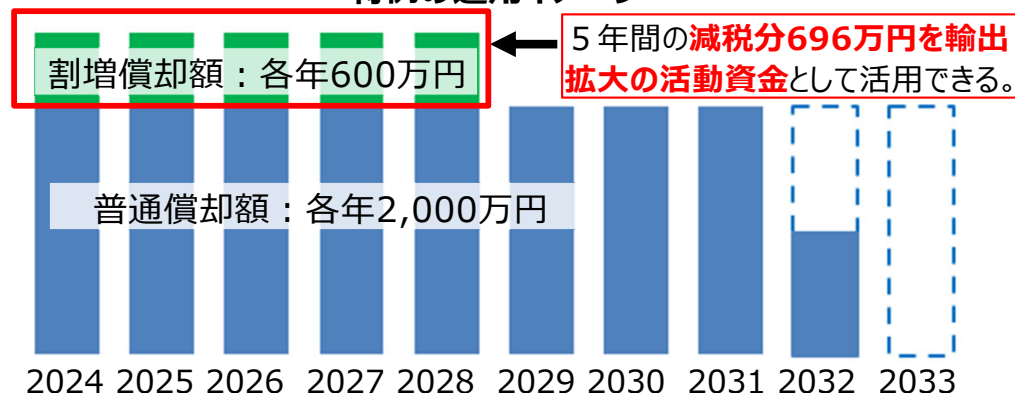
割増償却の効果

- 2億円の製造用設備（耐用年数10年）を導入した場合、設備導入後5年間において、2,000万円/年の普通償却額に加え、600万円/年※1の割増償却が可能となり、**約139万円/年※2の法人税が軽減。**

※1 普通償却額（2,000万円）×割増償却率（30%）＝600万円

※2 割増償却額（600万円）×法人税率（23.2%）≒139万円

特例の適用イメージ



原発事故に伴う諸外国・地域の食品等の輸入規制の概要

原発事故に伴い諸外国・地域において措置された輸入規制は、政府一体となった働きかけの結果、緩和・撤廃される動き（規制を措置した55の国・地域のうち、49の国・地域で輸入規制を撤廃、6の国・地域で輸入規制を継続）。

規制措置の内容／国・地域数※			国・地域名
事故後輸入 規制を措置 55	規制措置を撤廃した国・地域 49		カナダ、ミャンマー、セルビア、チリ、メキシコ、ペルー、ギニア、ニュージーランド、コロンビア、マレーシア、エクアドル、ベトナム、イラク、豪州、タイ、ボリビア、インド、クウェート、ネパール、イラン、モーリシャス、カタール、ウクライナ、パキスタン、サウジアラビア、アルゼンチン、トルコ、ニューカレドニア、ブラジル、オマーン、バーレーン、コンゴ民主共和国、ブルネイ、フィリピン、モロッコ、エジプト、レバノン、UAE、イスラエル、シンガポール、米国、英国、インドネシア、EU、アイスランド、ノルウェー、スイス、リヒテンシュタイン、仏領ポリネシア
	輸入規制を 継続して措置 6	一部又は全ての都道府県を 対象に検査証明書等を要求 2	ロシア、台湾
		一部の都県等を対象に ☒ 輸入停止 4	中国、香港、マカオ、韓国

※ 規制措置の内容に応じて分類。規制措置の対象となる都道府県や品目は国・地域によって異なる。

ALPS処理水の海洋放出に伴う諸外国・地域の食品等の輸入停止の概要

ALPS処理水の海洋放出に伴い諸外国・地域において以下の輸入停止が措置された。

規制措置の内容／国・地域数		国・地域名
海洋放出後 輸入停止を 措置 4	<u>全都道府県</u> の水産物を ☒ 輸入停止	ロシア、（中国※）
	<u>10都県</u> の水産物等を ☒ 輸入停止	香港
	<u>10都県</u> の生鮮食品等を ☒ 輸入停止	マカオ

※ 37道府県の水産物については、輸出関連施設の登録手続きが完了され次第、輸出再開。

原発事故による諸外国・地域の食品等の輸入規制撤廃の経緯

【規制措置が撤廃された国】

2024年5月30日現在

撤廃年	撤廃月及び国・地域名	撤廃年	撤廃月及び国・地域名	撤廃年	撤廃月及び国・地域名
2011年	6月：カナダ ミャンマー 7月：セルビア 9月：チリ	2017年	4月：カタール ウクライナ 10月：パキスタン 11月：サウジアラビア 12月：アルゼンチン	2022年	6月：英国 7月：インドネシア
2012年	1月：メキシコ 4月：ペルー 6月：ギニア 7月：ニュージーランド 8月：コロンビア	2018年	2月：トルコ 7月：ニューカレドニア 8月：ブラジル 12月：オマーン	2023年	8月：EU アイスランド ノルウェー スイス リヒテンシュタイン
2013年	3月：マレーシア 4月：エクアドル 9月：ベトナム	2019年	3月：バーレーン 6月：コンゴ民主共和国 10月：ブルネイ	2024年	5月：仏領ポリネシア
2014年	1月：イラク 豪州	2020年	1月：フィリピン 9月：モロッコ 11月：エジプト 12月：レバノン UAE		
2015年	5月：タイ 11月：ボリビア	2021年	1月：イスラエル 5月：シンガポール 9月：米国		
2016年	2月：インド 5月：クウェート 8月：ネパール 12月：イラン モーリシャス				

「水産業を守る」政策パッケージ

総額1007億円【300億円基金、500億円基金、予備費207億円】

令和5年9月4日
農林水産省、経済産業省、
復興庁、外務省

- ALPS処理水の海洋放出以降の一部の国・地域の輸入規制強化等を踏まえ、科学的根拠に基づかない措置の即時撤廃を求めていくとともに、全国の水産業支援に万全を期すべく、既に用意した800億円の基金による支援や東電による賠償に加え、特定国・地域依存を分散するための緊急支援事業を創設（3、4①②）する。
- 具体的に、以下の5本柱の政策パッケージを策定し、早急に実行に移すとともに、必要に応じて機動的に予算の確保を行い、全国の水産業支援に万全を期す。

1. 国内消費拡大・生産持続対策

- ①国内消費拡大に向けた国民運動の展開（ふるさと納税の活用等）
- ②産地段階における一時買取・保管や漁業者団体・加工/流通業者等による販路拡大等への支援（300億円基金の活用）
- ③国内生産持続対策（相談窓口の設置、漁業者・加工/流通業者等への資金繰り支援、出荷できない養殖水産物の出荷調整への支援、新たな魚種開拓等支援、燃油コスト削減取組支援）（300億円基金、500億円基金の活用等）等

2. 風評影響に対する内外での対応

- ①一部の国・地域の科学的根拠に基づかない措置の即時撤廃の働きかけ
- ②国内外に向けた科学的根拠に基づく透明性の高い情報発信、誤情報・偽情報への対応強化
- ③販売促進・消費拡大に向けた働きかけやイベント実施、観光需要創出、小売業界の取引継続に向けた環境整備等

3. 輸出先の転換対策

- ①輸出減が顕著な品目（ほたて等）の一時買取・保管支援や海外も含めた新規の販路開拓を支援【予備費】
- ②ビジネスマッチングや、飲食店フェアによる海外市場開拓、ブランディング支援【予備費】等

4. 国内加工体制の強化対策

- ①既存の加工場のフル活用に向けた人材活用等の支援【予備費】
- ②国内の加工能力強化に向けた、加工/流通業者が行う機器の導入等の支援【予備費】
- ③輸出先国等が定めるHACCP等の要件に適合する施設や機器の整備や認定手続を支援（既存予算の活用）

5. 迅速かつ丁寧な賠償

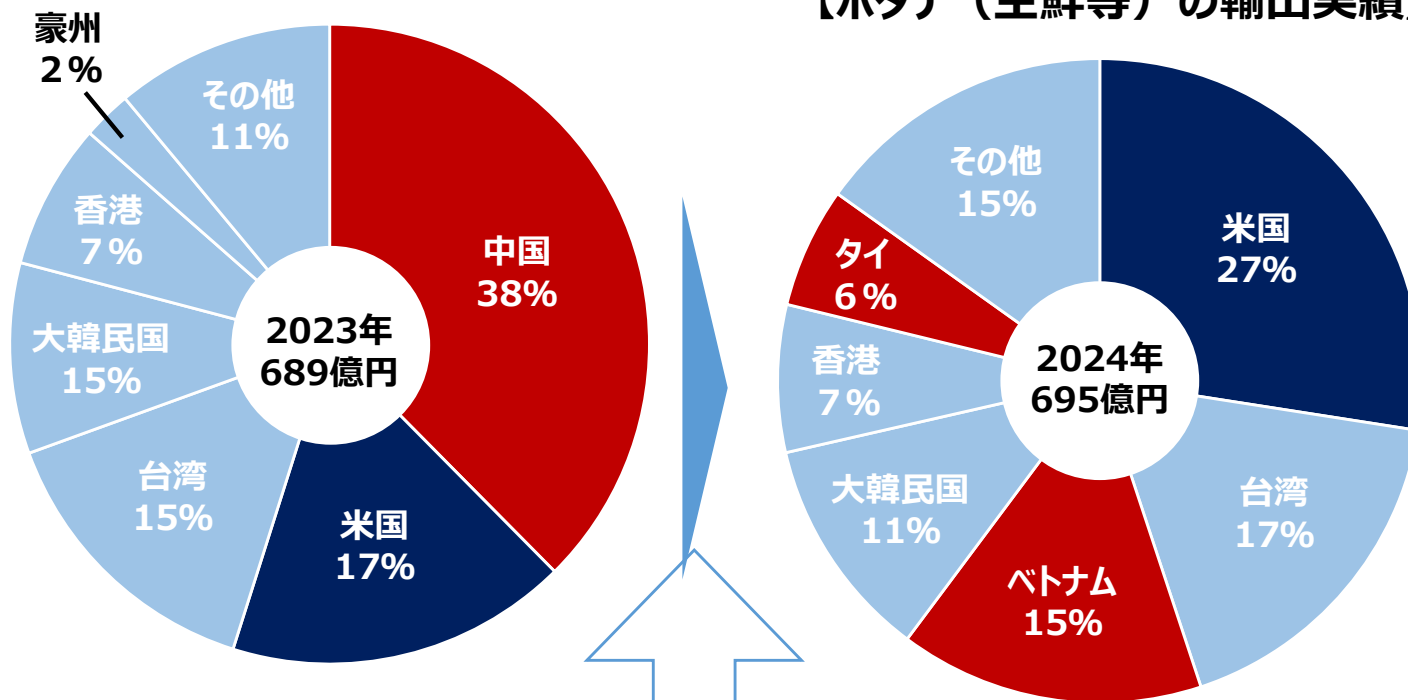
一部の国・地域の措置を受け輸出に係る被害が生じた国内事業者には、東京電力が丁寧に賠償を実行

（注）今回の予備費による措置は、単年度事業として対応。

中国による輸入禁止措置に対応したホタテの輸出先の転換

- 2023年8月のALPS処理水の海洋放出以降、中国が日本産水産物の輸入を禁止。
- ① **輸入禁止措置の前**は、日本産ホタテの一部は、**中国でむき身加工後、米国向けに輸出**
- ② **輸入禁止措置の後**、輸出先の転換を集中的に支援することにより、日本で加工し**米国向けに直接輸出**するルートや、**ベトナム、タイ等で加工**するルートが拡大
- ③ その結果、2024年の日本産ホタテの輸出実績は、**中国向けの減少**（対前年▲259億円）を**米国・ベトナム・タイ向けの輸出拡大でカバー**し、対前年で**プラス（+6億円）**に転換

【ホタテ（生鮮等）の輸出実績】



輸出先転換のための取組

- ① **日本で加工し、米国向けに直接輸出**
- 国内での加工能力の強化支援
- ② **ベトナム・タイで加工するルートの拡大**
- 見本市開催、商談支援

	(億円)	
	2023年 輸出額	2024年 輸出額
世界	689	695
中国	259	▲259 → 0
アメリカ	119	+72 → 191
ベトナム	8	+98 → 106
タイ	12	+30 → 42

出典：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

(参考) 水産物の輸出先転換の取組事例

ジェトロによるビジネスマッチング支援

(2025年3月末時点で、国内外106都市で計291件実施)

海外見本市への出展

- 東南アジア最大級の水産専門見本市「Seafood Expo Asia 2024」において、**ジャパンパビリオン**を設置
- 日本の水産事業者33社が参加。シンガポールだけでなく、インドネシア、マレーシア、ブルネイのバイヤーも独自に誘引し、**300件以上の商談を支援**
(成約金額(見込みを含む) 8.2億円)



バイヤー招へいによる商談

- 海外からバイヤーを国内の産地に招へいし、商談機会を提供
- カナダの水産卸会社は、2023年12月の**三陸招へい**を契機に、**ホタテやカツオ等を試験的に調達**。2024年7月にバンクーバーのコストコの**寿司デリコーナー**で活用
- 2年以内に**カナダのコストコ20店舗以上**にて、**日本産水産物を用いた寿司・刺身を販売**予定



JFOODOによるブランディング・プロモーション

- 日本産ホタテの特長を伝える映像をテレビ、Web・デジタル広告や、CNNの人気レギュラー番組の放映を通じて、米国を中心とする全世界の消費者**64億人が視聴**
- モニター調査の結果、「日本産ホタテを食べたくなった」との回答が約7割に達し、**喫食意向を向上**
- ディストリビューターが商談会等で活用いただきポジティブな評価をいただくとともに、ジェトロの商談会や試食会等の取組において動画を活用

JAPANESE SEAFOOD
日本産水産物統一ロゴ



CNN動画広告

日本食・食文化の魅力発信等を通じた水産物等の海外需要開拓に向けた取組例

○ALPS処理水の海洋放出以降の一部の国・地域の輸入規制強化等により影響を受けているホタテ貝等の日本産水産物等の海外市場開拓による輸出先の転換を後押しするため水産物等の魅力を発信する取組を実施。

■水産物衛生管理等講習会 (フィリピン・マレーシア・ペルー・ブラジル・メキシコ)

日程：2024年2月3日、5日、16日、19日、22日

概要：アジア・中南米の地域において現地シェフや食品事業者等を対象とした日本食の基本知識、水産物等を生の状態で扱う際の衛生管理などの知識について、日本食普及の親善大使による講義や調理実演、水産物の刺身の試食等を実施。



■和食ユネスコ無形文化遺産登録10周年記念シンポジウム（ロンドン）

日程：2024年3月11日

場所：ジャパン・ハウス・ロンドン（英国）

概要：「和食」のユネスコ無形文化遺産登録10周年の機会を捉え、欧州を拠点に活動する日本人シェフ、現地のトップシェフ、うま味や発酵の科学者を招き、日本産水産物を使用した料理の調理デモ・試食、セミナーを通じて、現地の料理人、食関連事業者、メディア等に対して和食の重要な要素である「うま味」、「発酵」や「日本産水産物」の魅力を発信するためのシンポジウムを開催。



調理デモ・試食メニュー
(ホタテ・ハマチ・タイ)



■国際線機内食における日本産水産物メニューの提供等を通じた魅力発信

期間：2023年12月1日～2024年2月29日

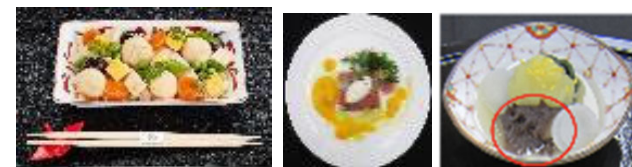
概要：・日本航空株式会社（JAL）及び全日本空輸株式会社（ANA）と連携し、ファーストクラス及びビジネスクラスの国際線機内食において、ホタテ貝等の日本産水産物を使用したメニューを提供。

（ロンドン発～東京着 路線、東京発～米国・欧州・豪州・東南アジア着 路線）

・機内食提供に合わせ、継続的な消費に繋げるために日本産水産物に関する現地ECサイト等の紹介、機内コンテンツ及び空港ラウンジ（全6箇所）等におけるPR、日本産食材サポーター店におけるメニュー提供を実施。



ラウンジPR（ホタテ握り寿司の提供）



機内食提供メニュー例（ホタテ・鯛・ナマコ）



日本産食材サポーター店提供メニュー
(ホタテ・ブリ・ハマチ)

輸出促進法に基づく農林水産物・食品輸出本部の下での実施体制

- 輸出促進法に基づき、農林水産省に「農林水産物・食品輸出本部」を設置（令和2年4月）。
- 「農林水産物・食品輸出本部」の下で、実行計画を策定し、輸出先国における規制に係る協議やHACCP施設の認定等の国内対応を進捗管理。

農林水産物・食品輸出本部

【本部長】 農林水産大臣

【本部員】 総務大臣 外務大臣 財務大臣 厚生労働大臣 経済産業大臣 国土交通大臣 復興大臣

農林水産物・食品輸出本部事務局

【事務局長】 農林水産省 輸出・国際局長

【事務局長代理】 農林水産省 大臣官房審議官（輸出本部担当）

【次長】 農林水産省 輸出・国際局 輸出企画課長
総務省、外務省、財務省、厚生労働省、経済産業省、国土交通省及び復興庁
の課長級の併任者

※ 農林水産省に関係府省庁の総合調整機能を付与するための閣議決定

※ 輸出本部の庶務は農林水産省輸出・国際局輸出企画課が処理する。

基本方針の策定

・輸出先国との協議 ・輸出円滑化措置（証明書発行・施設認定等） ・事業者支援 等

実行計画（工程表）の作成・進捗管理

・米国・EU等向け輸出水産食品認定施設の認定等のスピードアップ ・輸出先国との協議の一体的実施 等

輸出解禁等に向けた協議（実行計画の推進）

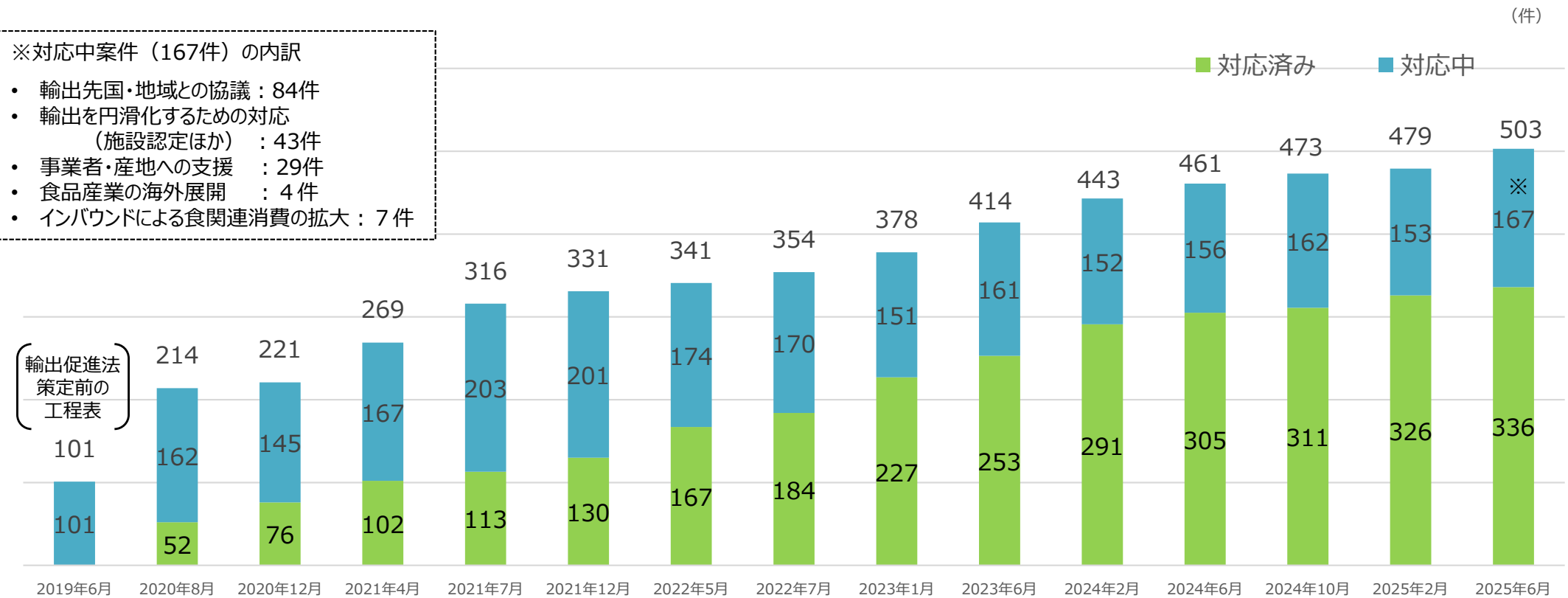
- 輸出解禁の協議等について、生産者等の要望を収集し、輸出拡大見込みの情報を踏まえて**優先順位**を付けて「**実行計画**」を作成。**担当大臣やスケジュールを明記**して、**毎年フォローアップ・改定**しながら着実に推進
- 2025年6月の改訂において、輸出に関する課題に加えて、新たに、食品産業の海外展開など「**海外から稼ぐ力**」の強化に向けた課題についても「**実行計画**」に追加

（実行計画とは、輸出促進法に基づき、農林水産大臣を本部長とする輸出本部において、輸出先国・地域との協議や、輸出施設の認定等を着実に進めるための工程表。毎年複数回、進捗管理を行い、変更）

輸出拡大のための相手国・地域の規制等への対応状況

※対応中案件（167件）の内訳

- ・ 輸出先国・地域との協議：84件
- ・ 輸出を円滑化するための対応（施設認定ほか）：43件
- ・ 事業者・産地への支援：29件
- ・ 食品産業の海外展開：4件
- ・ インバウンドによる食関連消費の拡大：7件



輸出構造の強靱化

- **世界の通商環境が不透明化**する中で、輸出構造を強靱化することの重要性が高まっている
- このため、農林水産業・食品産業の**生産性向上**及びブランド化等による**高付加価値化**を進める
- 未開拓の有望エリアや非日系市場などの**新市場を開拓し、輸出先を多角化**

生産性向上・高付加価値化

(生産性向上)

- ・ 国際競争力の強化に向けて、**低コストで生産できる輸出産地**を育成
- ・ 大規模な輸出産地の更なる発展に向け、国内から現地まで一貫してつなぐ**戦略的なサプライチェーン**を構築
- ・ 農地・園地の集積・集約化、大区画化のほか、スマート農業技術・省力化品種等の開発・導入等を推進

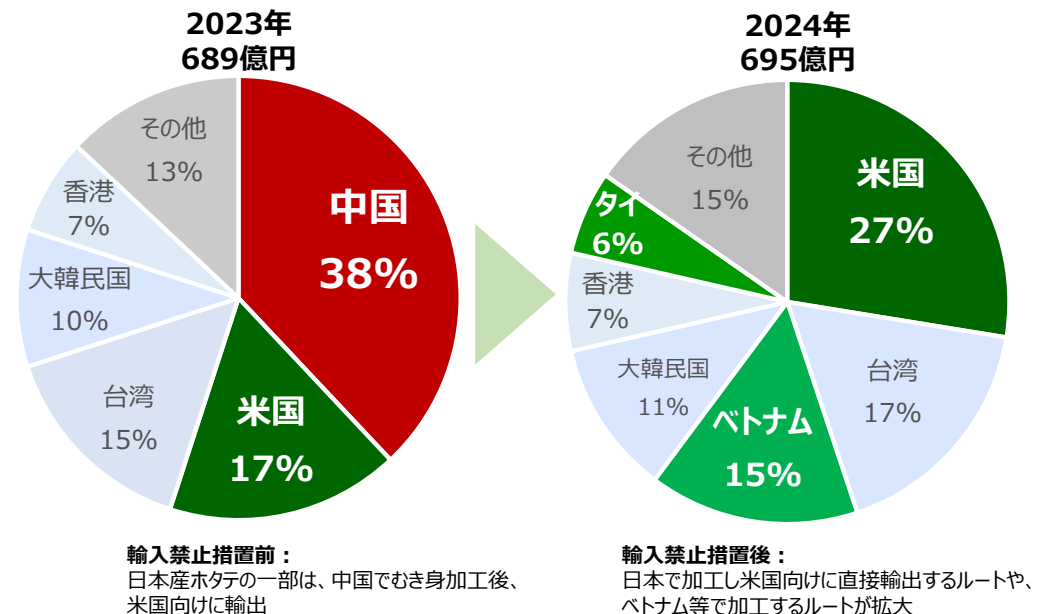
(ブランド化等による高付加価値化)

- ・ 日本特有の品種や技術などの優れた**知的財産の創出と保護・活用によるブランド化**を図るため、GI、商標などによる権利化と侵害・模倣への対応を推進
- ・ 輸出向け生産・流通体系への転換により、**付加価値の高い有機農産物**等の生産・輸出を拡大
- ・ JETRO、JFOODO、認定品目団体が連携し、**新たな商流構築**を支援
- ・ 「伝統的酒造り」のユネスコ無形文化遺産登録を契機として、国税庁、日本酒造組合中央会等による認知度向上の取組を強化
- ・ 認定品目団体は、業界一体となって、日本産品の統一マークの策定、普及等による**ジャパンブランドの構築**を通じた高付加価値化を推進

輸出先の多角化

(中国等による日本産水産物の輸入禁止措置への対応)

- ・ 中国向けの依存度が高かったホタテをはじめとして、『「水産物を守る」政策パッケージ（2023年9月）』による輸出先の転換等を推進
- ・ **ホタテ（生鮮等）の中国向けの減少**（対前年▲259億円）を**米国、ベトナム、タイ等向けの輸出拡大でカバー**し、対前年でプラス（+6億円）に転換



(出典) 財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

注：表示単位未満の端数は四捨五入しているため、内訳の合計値は必ずしも100%とはならない。

輸出証明書発行、区域指定、施設認定の手續の一本化

- これまで農林水産省、厚生労働省、国税庁、都道府県等がそれぞれ通知に基づいて行っていた、輸出に必要な①輸出証明書発行、②生産区域指定、③加工施設認定を法定化（輸出促進法第15条～第17条）併せて、国が行う①の一部と③について手数料納付を規定（①の一部は令和7年4月1日以降、申請1件あたり870円、③は令和2年4月1日以降、申請1件あたり10,400円または20,900円）。
- 国・品目別に定められていた約180の輸出証明書発行、施設認定等の手續を輸出促進法に基づく手續規程として分かりやすく一本化し、ホームページに公表することにより利便性向上。

これまで

厚生労働省、農林水産省、国税庁がそれぞれ通知に基づいて実施。

厚生労働省所管
110本

農林水産省所管
43本

国税庁所管
1本

農林水産省・厚生労働省共管
22本

合計 176本

輸出先国	対象産品	輸出先国	対象産品	輸出先国	対象産品
EU等	牛肉、家きん肉、食肉製品、乳製品、家きん卵及び卵製品、ケーシング、ゼラチン・コラーゲン、水産物、ペットフード	シンガポール	牛肉、豚肉、家きん肉、食肉製品、家きん卵製品、水産物（ふぐ）	ミャンマー	牛肉
				メキシコ	牛肉、水産物
				ロシア	牛肉、水産物
		韓国	家きん卵、畜産加工品、水産物		
米国	牛肉、水産物	ナイジェリア	水産物	香港	牛肉、豚肉、家きん肉、乳及び乳製品、家きん卵及び卵製品、アイスクリーム類等、水産物、モクズガニ
アラブ首長国連邦	牛肉	ニュージーランド	牛肉、水産物（二枚貝）		
アルゼンチン	牛肉	バーレーン	牛肉		
インド	水産物、養殖水産動物用飼料	フィリピン	牛肉		
インドネシア	牛肉、水産物	ブラジル	牛肉、水産物、飲料・酢	台湾	牛肉、家きん卵及び卵製品、乳及び乳製品、食肉製品、水産物（貝類）
ウクライナ	水産物				
ウルグアイ	牛肉	ベトナム	牛肉、豚肉、家きん肉、水産物	中国	乳及び乳製品、水産物、錦鯉
オーストラリア	牛肉、水産物、養殖等用飼料				
カタール	牛肉	マカオ	牛肉、豚肉、家きん肉	各国共通	錦鯉（中国を除く）まぐろ類、めろ、原発事故関連証明書、自由販売証明書、酒類、水産動物等
カナダ	牛肉、水生動物	マレーシア	牛肉、水産物		

整理・統合

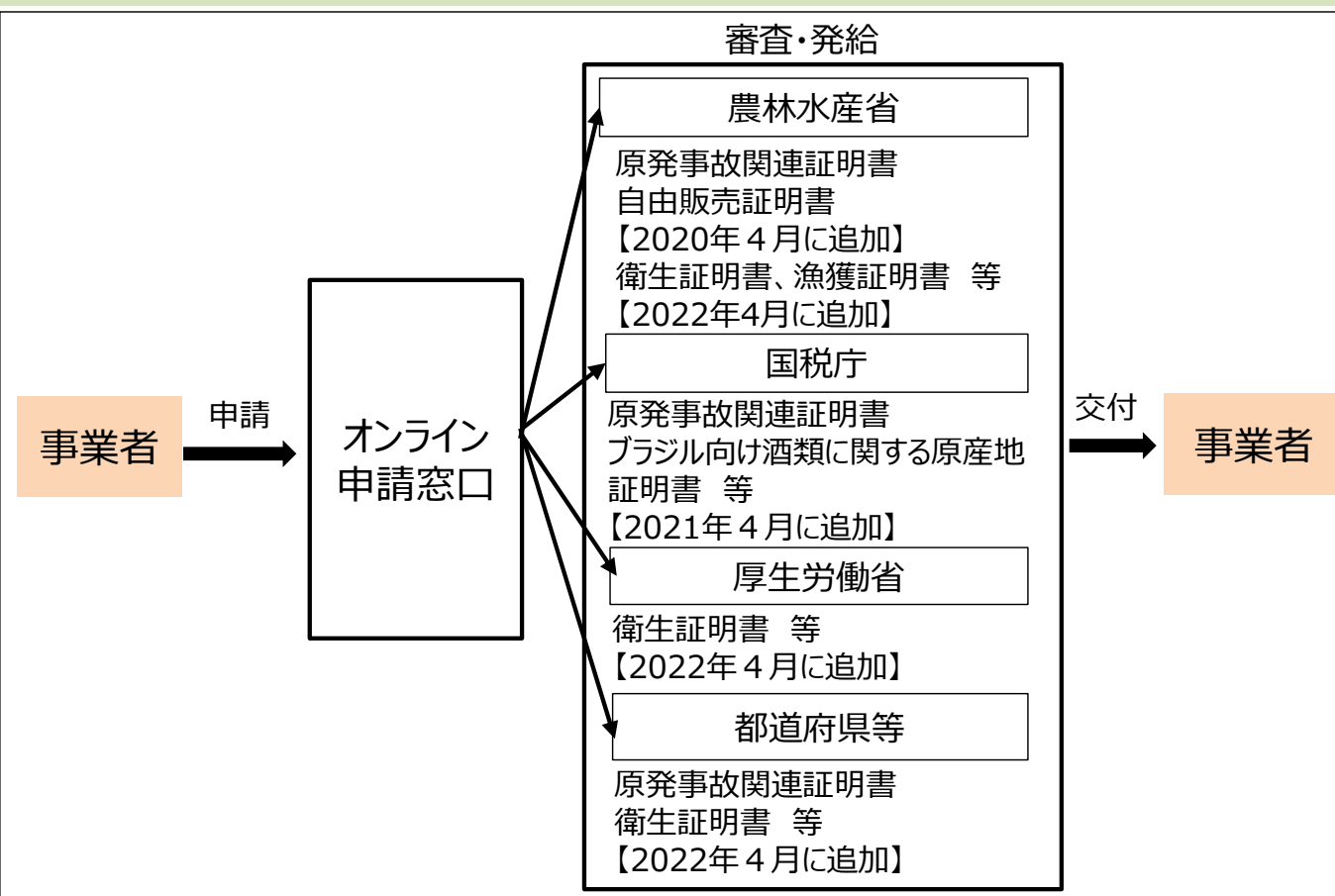
法施行後

輸出促進法に基づく手續規程に一本化。

一元的な輸出証明書発給システムの整備・証明書受取場所の拡大

- ・ 輸出促進法第15条に基づく輸出証明書の申請・発給をワンストップで行えるオンラインシステムを以下のスケジュールで整備。
 - 2020年4月 農林水産省所管の原発事故関連証明書に加え、自由販売証明書を追加
 - 2021年4月 国税庁所管の酒類に関する原発事故関連証明書、ブラジル向け酒類に関する原産地証明書等を追加
 - 2022年4月 農林水産省及び厚生労働省所管の衛生証明書、漁獲証明書等を追加し、原則全ての種類の輸出証明書のシステム運用を整備
- ・ 2021年4月から空港に証明書受取窓口を設置し、一部の輸出証明書について、受取場所を拡大。

輸出証明書発給システムの整備



輸出証明書受取場所の拡大

事業者が輸出する際、輸出証明書をスムーズに受け取ることができるよう交付場所を拡大する必要。



- ・羽田空港での受取
羽田空港内で一部の証明書を受け取ることが可能【2021年4月～】
- ・成田空港での受取
成田空港内で一部の証明書を受け取ることが可能【2022年7月～】

引き続き、地方自治体などにも証明書受取場所を拡大できるように推進。

輸出動物検疫に係る諸外国地域との協議について（食品衛生に関する協議を含む）

- ・ 我が国は、「農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律」※¹に基づく輸出促進実行計画に従い輸出動物検疫に係る協議（解禁・緩和等）を行っており、現在、17か国・地域、22件で実施中。
- ・ 実行計画の策定以降※²で、牛肉について32か国・地域、豚肉について5か国・地域、家きん肉について9か国・地域、家きん卵について11か国・地域、牛乳乳製品について1地域との間で、輸出条件に合意済み。
- ・ 諸外国・地域への解禁要請や協議に、引き続き関係省庁と連携して取り組む。

輸出解禁に向けた協議

- 中国向け牛肉、家きん肉、家きん卵、乳製品、ペットフード
- 韓国向け牛肉、ヨーグルト等
- UAE向け家きん卵
- ニュージーランド向け卵製品

輸出条件の緩和に向けた協議

- 香港向け家きん肉及び家きん卵に関する地域主義の適用単位の縮小
- 台湾向け家きん卵に関する地域主義※³の適用
- シンガポール向け輸出施設の認定権限の委譲※⁴
- ロシア向け輸出施設の認定権限の委譲

輸出再開・継続に向けた協議

- 日本国内の豚熱・鳥インフルエンザ等の発生に関する、地域主義の適用の拡大及び継続
- 清浄化後の輸出再開に向けた協議

主な解禁・緩和等済案件※⁵

- 香港、台湾、米国、EU、シンガポール等向け牛肉の解禁
- 香港、シンガポール、マカオ、タイ等向け豚肉の解禁と豚熱に係る地域主義の適用
- 香港、シンガポール等向け家きん肉及び家きん卵の解禁と鳥インフルエンザに係る地域主義の適用
- EU向け乳製品の解禁
- 香港、台湾、シンガポール等向け牛肉の月齢制限の撤廃

※¹ 2020年4月施行

※² 2020年4月以降

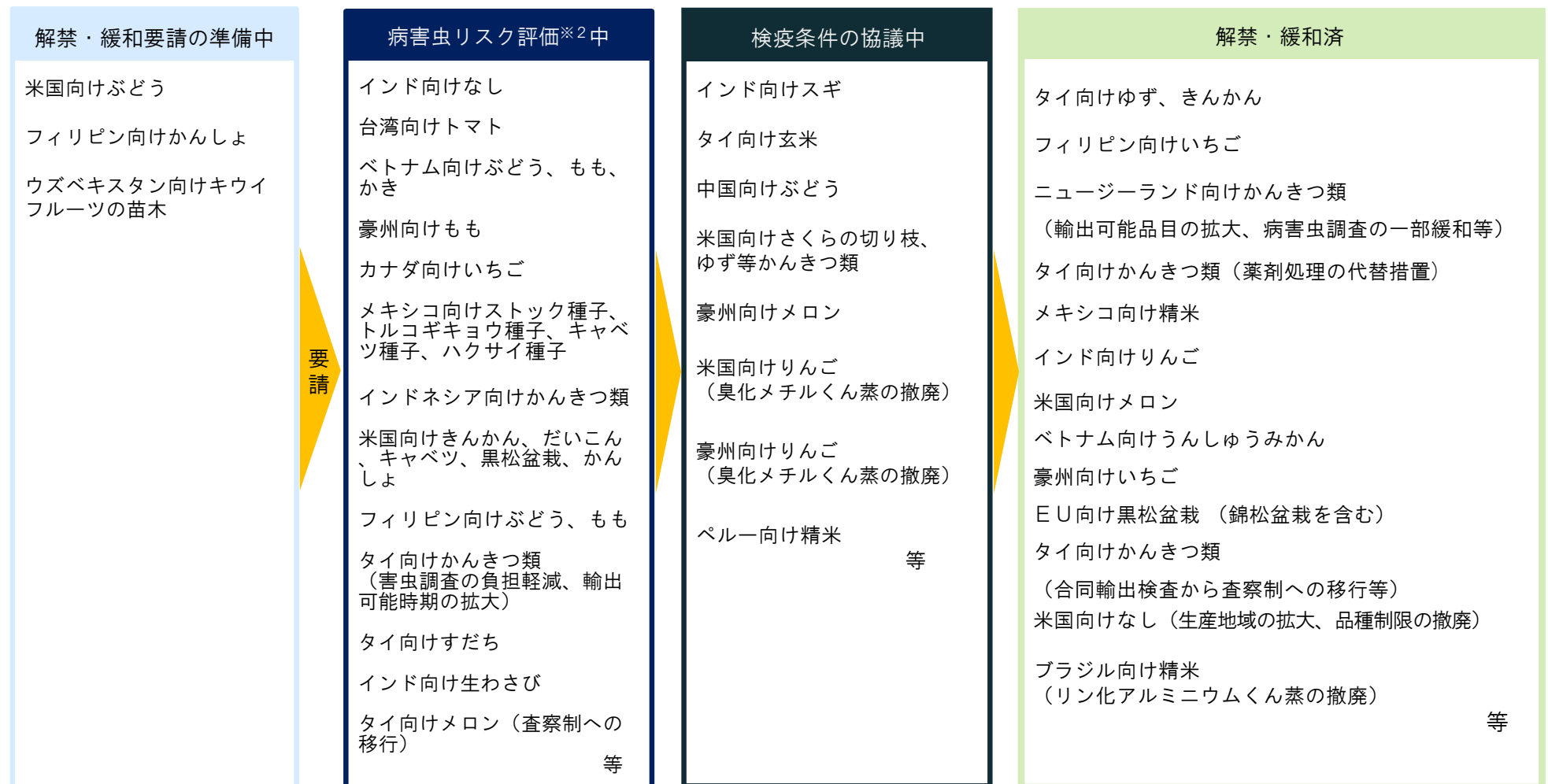
※³ 疾病発生国であっても、疾病が発生している地域だけを輸入停止し、それ以外の清浄であると認められる地域からは輸入を認めるという概念

※⁴ 施設の認定・登録を相手国政府が行うのではなく、日本政府が行うことにより、事業者の負担を軽減

※⁵ 解禁等済であっても、その後の我が国の疾病発生に伴い一定条件下又は停止となっているものも含む

輸出植物検疫に係る諸外国地域との協議について

- 我が国は、「農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律」に基づく輸出促進実行計画に従い※¹、輸出植物検疫に係る協議（解禁・緩和）を行っており、現在、13か国・地域、49件で実施中。
- 実行計画の策定以降、10か国・地域、14件の解禁・緩和を達成。
- 諸外国・地域への解禁要請や協議に、引き続き関係省庁と連携して取り組む。



※¹ 2020年4月の策定以降

※² 病害虫リスク評価とは、病害虫の侵入・定着・まん延の可能性やまん延した場合の経済的被害の程度を評価すること

輸出促進法に基づく適合区域の指定及び適合施設の認定

○主要国向け輸出施設数（輸出促進法第17条）注：令和7年8月31日現在

品目	輸出先国	輸出施設数	認定主体
牛肉	アメリカ	17	厚労省
	EU等※1	14	厚労省
	タイ	84	都道府県等
	マカオ	79	都道府県等
水産	アメリカ	616	登録認定機関 厚労省、都道府県等
	EU等※2	136	農水省 厚労省、都道府県等
	中国	965	厚労省、都道府県等
	ベトナム	901	都道府県

○適合区域（輸出促進法第16条）

品目	輸出先国	指定主体
ホタテ	EU等※2	北海道（7海域）、青森県（2海域）
カキ	EU等※2	広島県（1海域）
生きたカキ	シンガポール	宮城県、三重県、大分県、広島県、福岡県、北海道

※1：英国、スイス、ノルウェー、リヒテンシュタインを含む ※2：英国、スイス、ノルウェーを含む

加工食品の輸出拡大に必要な支援

加工食品クラスター

加工食品クラスターでは、食品製造業者等が連携して個社単独では難しい以下のような輸出拡大に向けた活動を実施。

複数品目、単一品目、地域単位、全国単位など地域の事業者の実情に応じ様々な団体の類型があり、事務局は構成員の食品製造業者、行政機関及び地域商社などが担っている。

＜輸出拡大に向けた活動事例＞

海外市場・規制情報等の把握

- 海外のニーズ・規制（特に添加物、包材）等の情報共有
- 農水省、JETRO等への相談や各種支援策の共同活用

販路開拓に向けた取組

- 国内外の見本市・展示会への参加
- 現地レストラン等での試食イベントの開催
- 小売店やレストラン等の海外バイヤーの招聘
- 地域商社等と連携したテストマーケティングの実施



ブランドの確立に向けた取組

- 有機JAS、GI、地域団体商標等を活用した輸出促進
- 地域や製法の特性を活かした商品について製造方法や歴史等を情報発信



共同商品開発

- 各国の現地ニーズを踏まえた商品開発

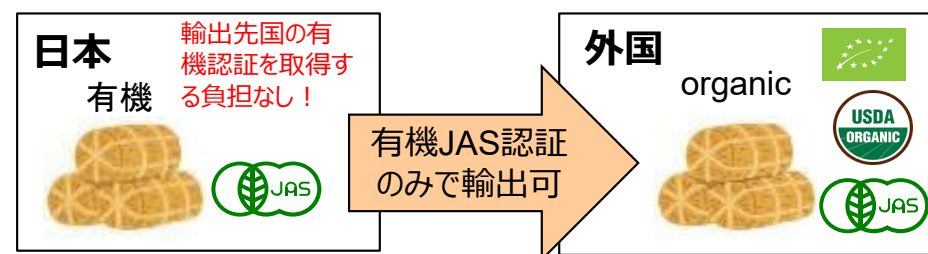
HP : https://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/soumu/kakou_cluster.html

有機JAS

米国・EU等の海外市場においては、有機食品の人気が高く、野菜、果実などの生鮮食品に加えて、加工食品でも有機製品が高値で販売され、その市場が拡大している。

有機同等性を活用した輸出

輸出先国との間で、有機同等性が締結されている場合、事業者は、日本の有機JAS認証を受ければ、輸出先国の有機認証を受けなくとも、輸出先国において「有機」と表示して流通が可能。



有機酒類の追加

改正JAS法（令和4年10月施行）に基づき、有機加工食品のJAS規格に有機酒類を追加。

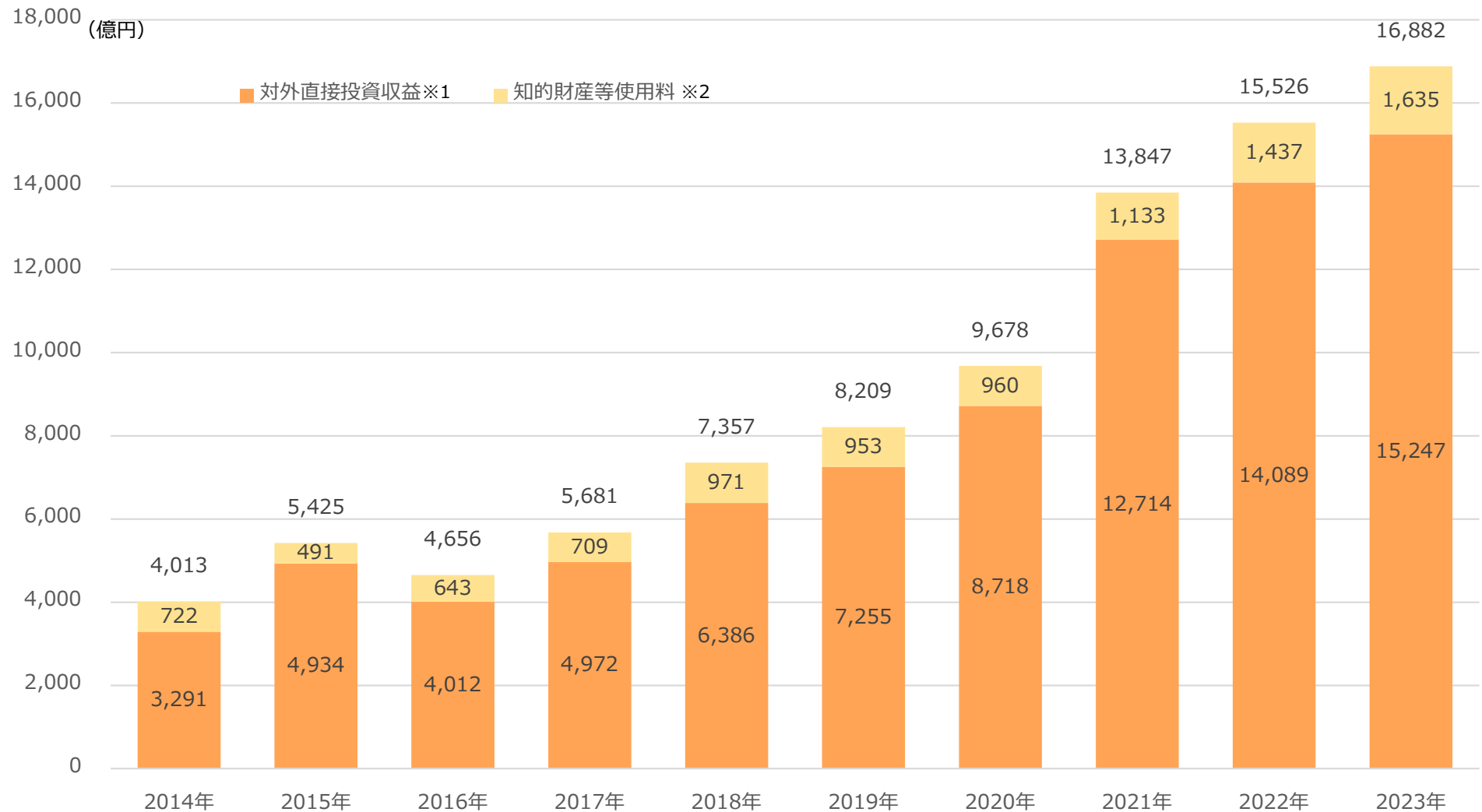
米国やEU等と有機酒類の同等性の交渉を進める。

カナダ（令和5年8月から）、台湾（令和6年1月から）及びEU（令和7年5月から）との間で有機同等性を発効済。



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。



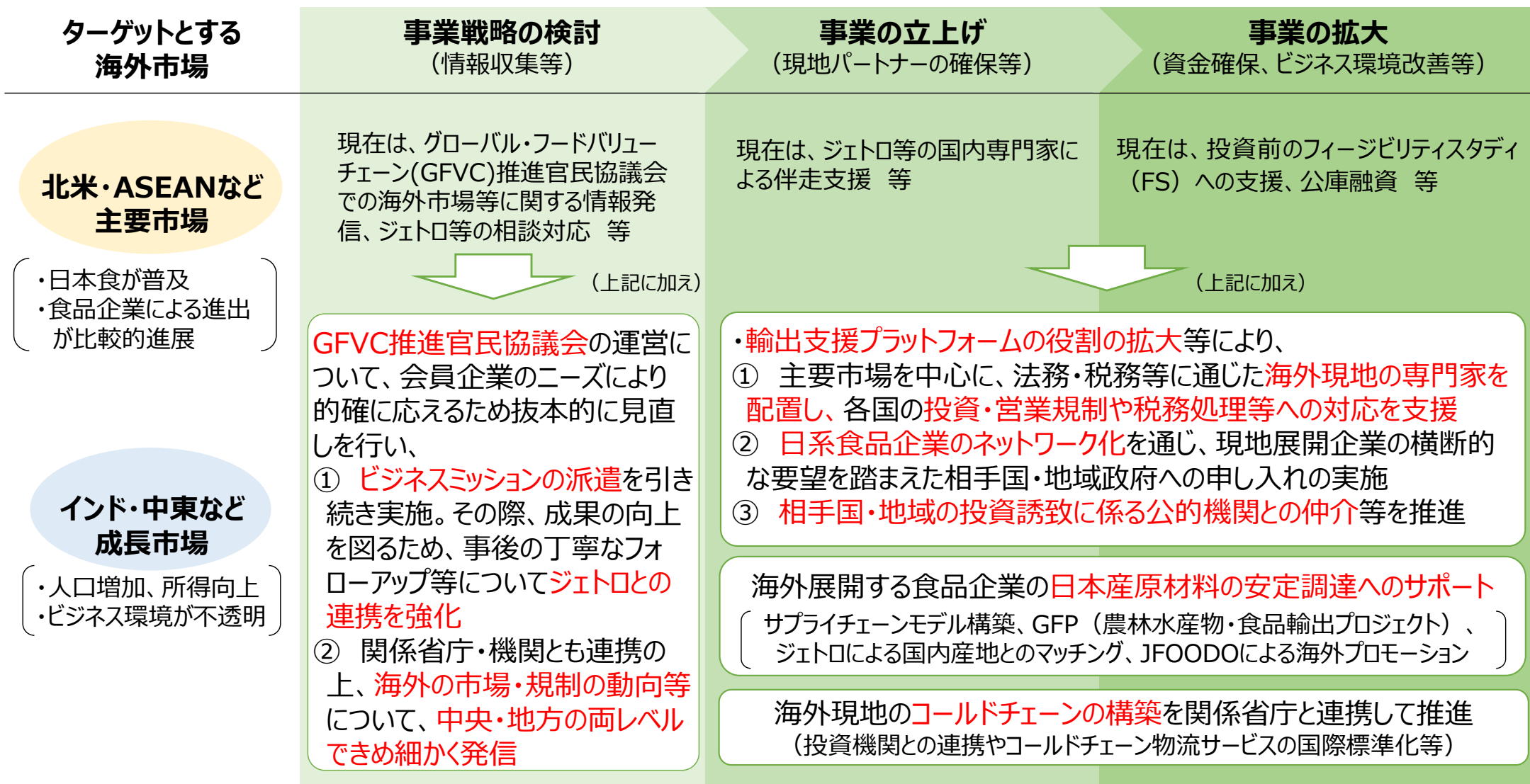
注) 食品産業の海外展開による収益額は、食品の製造業、卸売業及び小売業並びに外食産業に加えて、農林水産業並びに木材及び木材製品の製造業の海外展開による収益額を含む。

※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に向けた施策の方向

- 食品産業の海外展開に際し、現地のニーズを踏まえた、きめ細やかなサポートを実施すべく、農水省、経産省、JETRO等が連携し、**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
- 特に、海外現地において、「**輸出支援プラットフォーム**」の発展等により、法務・税務等に通じた**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



食品産業の海外展開に向けた海外現地での支援事例①（規制の明確化）

- ジェトロ・パリ事務所において、フランスでのコメ調製品（寿司、弁当、おにぎり）の販売に適用される流通規制や販売に係る許認可の内容を整理したレポートを作成・公表（2020年）
- また、おにぎり等の販売の障害となっていた商品の温度規制（4℃以下等で保存・陳列）について、当該規制の例外として認められるために必要となる業界自主基準作成のための手引書を日本語で作成（2022年）し、現地進出企業の規制への対応を支援



- ・ フランスをはじめとした欧州諸国において、日本食に対する健康イメージも相まって、従来から人気の高い寿司に加え、**弁当、おにぎりなどコメを使用した食品を販売する店舗が増加**しており、日本からのコメの輸出も増加傾向にある。
- ・ 一方、EU規制及び各国独自の上乗せ規制により、**食品の保存温度を低温（傷みやすい食品は8℃以下、非常に傷みやすい食品は4℃以下）又は高温（63℃以上）に保つ必要があるため、おにぎりや弁当などは冷蔵で販売**されており、日本産米の歯ごたえや常温で美味しいという長所を十分に生かすことができず、日系事業者の進出や事業拡大の障壁となっていた。
- ・ **おにぎりの常温販売を可能とするためには、業界自主基準を作成し、政府当局の認定を得ることが必要**となるが、日系事業者にとって、200ページ近くあるフランス語のマニュアルを理解することは困難との声も出ていた。
- ・ こうした背景の下、コメ調理品（寿司、弁当、おにぎり）のレストラン、宅配又は小売店での販売に適用されうる流通規制、販売に係る許認可の内容などについてレポートを作成・公表するとともに、常温販売のために必要となる**業界自主基準作成のための手引書を日本語で作成し、現地進出企業の規制への対応を支援**。

食品産業の海外展開に向けた海外現地での支援事例②（事業者サポート）

- 「輸出支援プラットフォーム」では、日系食品企業のネットワーク化等を通じ、規制等の情報共有、現地政府申入れ等により事業者に通ずる課題に対応
- ジェトロでは、国内専門家による伴走支援や相談対応を我が国企業の海外ビジネス展開を業種横断的に支援。輸出促進支援と海外展開支援の相乗効果が発揮される仕組みを検討

輸出支援プラットフォームの設置状況



現地関係者とのネットワークの構築（事例）

- 複雑化するEUの規制への対応について、欧州各地でビジネスを展開する日系食品メーカー（約20社）との意見交換会をブリュッセルにおいて開催（第4回、2025年6月）

輸出支援プラットフォームの相談窓口（事例）

- タイ輸出支援プラットフォームでは輸入規制に関する相談の常設窓口を設置（2023年度の相談件数：700件超）
- 2023年度からは模倣品の疑義情報にも対応し、案件に応じて現地当局への情報提供等を実施（例：干し芋の原料について、日本産と偽った表示が疑われたケース）

ジェトロによる支援イメージ（事例）

【小売業A社（北海道）】

- 食品スーパーマーケット企業。ベトナムに展開する際、**現地法人手続きや法規制対応**のため、国内専門家による伴走支援を活用



売り場イメージ

【製麺業B社（北海道）】

- ラーメン食材（麺・スープ）を輸出する中で、現地進出を検討。その後ドイツ・米国において、本場札幌ラーメン店のレシピやノウハウをサポートする現地法人を設立したほか、製麺工場も建設
- 輸出に取り組む中で、**食品安全に関する助言**をジェトロから受けたほか、進出の際は**国内専門家による商談同行支援**等を活用



商品イメージ

【水産関連C社（東京）】

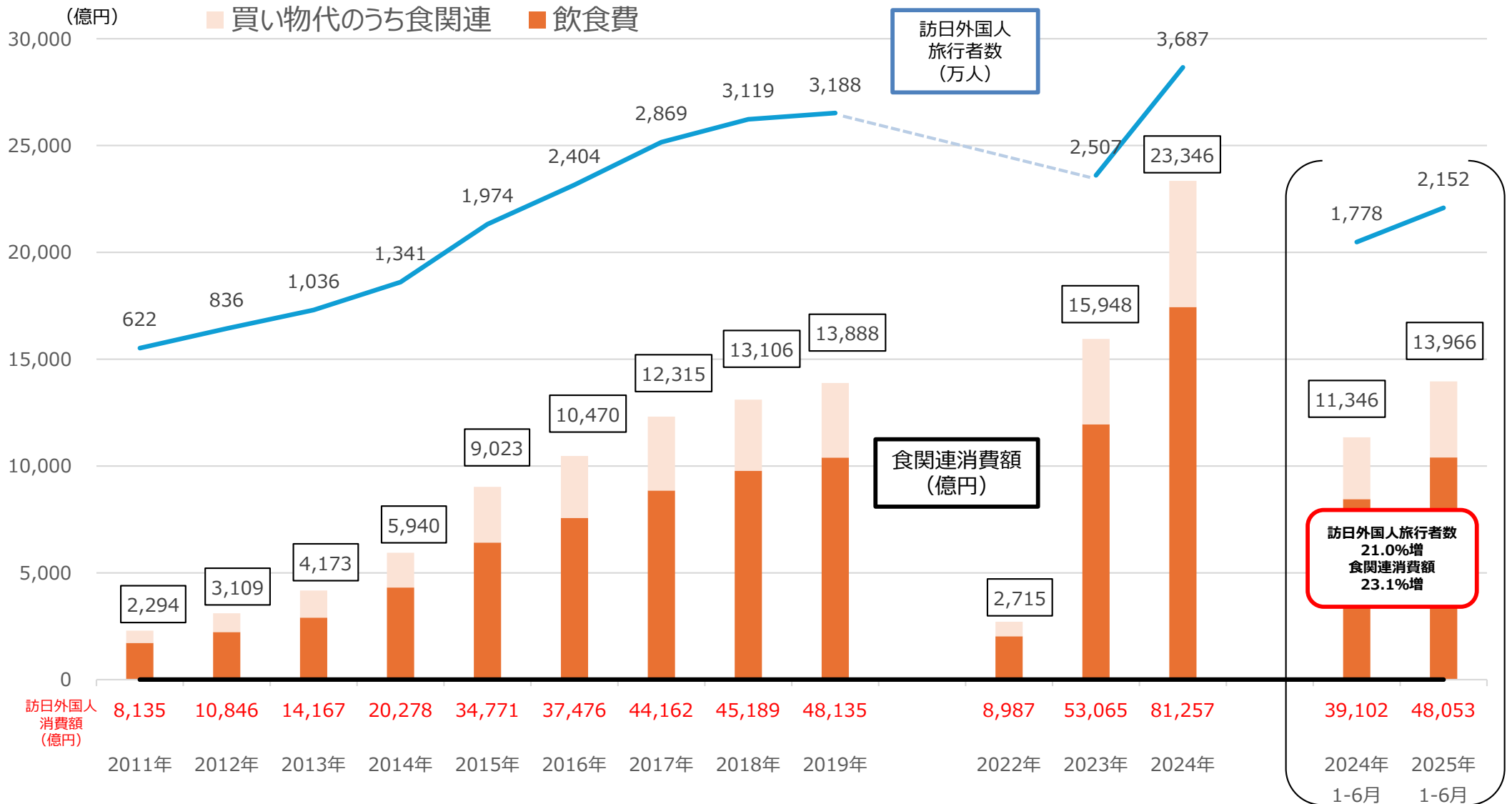
- 海外への水産物輸出を手掛けるなかで、米国ニューヨークにてシーフード和食店を2店舗展開。日本食文化の発信拠点、また自社製品（水産品・加工品）の輸出先として活用
- **JFOODO**による**現地プロモーション**を活用したほか、国内専門家による**商品開発や規制対応**に係るアドバイスを活用



NYの店舗にて、自社養殖のマグロを使った解体ショー

「インバウンドによる食関連消費額」の推移

2024年の「インバウンドによる食関連消費額」は、対前年比46.4%増加の2.3兆円と過去最高。
2025年1-6月は、対前年同期比23.1%増加の1.4兆円。



※2025年1-3月期は第2次速報、4-6月期は1次速報

出典：観光庁「インバウンド消費動向調査」を基に農林水産省推計

インバウンドによる食関連消費の拡大に向けた施策の方向①

- 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しつつ、海外への日本食プロモーション、バイヤー招へい等の輸出施策を連動
- 農水省、観光庁、国税庁、内閣官房（地方創生）等の相互連携の下、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、輸出拡大とインバウンド消費の好循環を形成

食文化・景観などのユニークで楽しい地域づくりとインバウンドの誘客（**本場の日本の食を味わう**）

農山漁村振興や地方創生の交付金なども活用しつつ、

- ・ 食材や歴史・文化を踏まえた地域のストーリーづくり
- ・ 地域間や輸出産地との連携による取組の広域化
- ・ 地域ならではの体験や食事、土産品等の磨き上げ

各省が個別に支援してきた地域における取組を
パッケージ化し、

高付加価値化、滞在時間の長期化
による食関連消費を拡大

旅ナカ



宿泊・食・体験を楽しむ農泊（
農水省）



ガストロノミーツーリズム（観光庁）



酒蔵ツーリズム（国税庁）

国際空港でGFP会員が製造する食品の販売、試食だけでなく、海外現地での販売先や工場見学に関する情報なども発信することで、**旅アト消費**を拡大し、かつ次回の訪日時に**地方へ訪問する動機**も形成

現地での日本食材活用増

旅アト

越境ECサイトの活用や、海外の**小売店・レストラン・OTAサイト**等と連携し、JFOODOの有する産地映像コンテンツの活用等により訪日リピーターの創出と地方への誘客を促進

日本食・日本食材のファンになってもらい、GFP等により輸出拡大や訪日リピートにつなげる

農林水産物・食品の輸出拡大（現地で日本の食を知り、味わう機会の創出）

旅マエ

ジェトロ・JFOODOとJNTO等が連携し、日本産食材とともに、地域の食文化や景観などの情報を一体的に発信（**SAVOR JAPAN**）し、訪日意欲を喚起

誘客数の増加



海外消費者向け日本食ポータルサイト「Taste of Japan」での魅力発信（JFOODO）



外国人向けに訪日意欲を喚起する動画等のコンテンツ制作・発信（JNTO）

インバウンドによる食関連消費の拡大に向けた施策の方向②（関係省庁連携）

○ 関係省庁による連絡会議を開催し、各省庁が担う以下の取組を連動させた効果的な取組の**具体的案件を組成**

農林水産省

（輸出促進施策）

- ・ **JFOODO（日本食品海外プロモーションセンター）**による日本食のプロモーションにおいて、産地の観光面での魅力も発信
- ・ **認定品目団体**が、産地に海外バイヤー等を招へいして商談を行う際に、インフルエンサー等から産地の観光面での魅力も発信

（農泊・海業・食文化施策）

- ・ **農泊地域**や、**海業に取り組む地域**、**SAVOR JAPAN地域**を繋ぐ広域連携により、地域の魅力ある食材や歴史・文化を一つのストーリーとして提供
- ・ **JFOODOが運営する日本食文化海外発信サイト（Taste of Japan）**も活用して発信

観光庁

- ・ 外国人旅行者から需要が高い「食」を活用し、地方誘客や消費単価向上に加え、**地域の周辺産業の振興など波及効果が期待されるガストロノミーツーリズム**について、地域ならではの魅力的な体験を提供するコンテンツの造成を支援
- ・ **JNTO（日本政府観光局）**によるウェブサイトやSNSを活用した情報発信、ニュースレター・オンライン広告の配信、メディア招請等の幅広いプロモーションにより、日本全国に広がる多様な食・食文化の魅力を訴求

国税庁

- ・ 「伝統的酒造り」のユネスコ無形文化遺産登録も踏まえ、日本産酒類に対する新たなファンを開拓すべく、**2025大阪・関西万博における「伝統的酒造り」のPR**や、**ALT（小中学校等の外国語指導助手）**等を対象とした**酒蔵見学ツアー**を開催
- ・ インバウンド向けに國酒の文化的な価値や魅力を発信する、**国際空港「國酒」キャンペーン**を実施（日本酒造組合中央会）
- ・ インバウンドによる海外需要の拡大を目的とした、補助金による**酒蔵ツーリズム等に取り組む酒類事業者の支援**

内閣官房新しい地方経済・生活環境創生本部事務局・内閣府地方創生推進事務局

- ・ **新しい地方経済・生活環境創生交付金**により、地方公共団体の自主性と創意工夫に基づく、**地方創生に資する取組を支援**

インバウンドによる食関連消費の拡大に向けた取組

- **農泊は**、農山漁村ならではの地域資源を活用した様々な観光コンテンツを提供し、国内外の観光客を地方に呼び込みつつ長時間の滞在や消費を促すものであり、**地域の所得向上や関係人口の創出に寄与**
- 今後は、インバウンドの農泊地域への誘客を促進しつつ、**農泊地域を核とした食関連消費の更なる拡大を図る**観点から、従来の取組に加え、**地域の魅力ある食材や歴史・文化を一つのストーリーとして紡ぎ上げる**ことによる**(SAVOR JAPAN等とも連携)地方の持つ価値の見える化**や、**食の拠点化を合わせた農泊モデルづくり**を推進
- これらの取組により高付加価値型の農泊を展開し、**インバウンド消費と輸出拡大の好循環を形成**

これまで

農山漁村における「しごと」づくり
移住・定住も見据えた関係人口の創出

■ 高付加価値な農泊モデルの創出



【福井県小浜市】

- ・農泊地域の体制整備
- ・食や景観の観光コンテンツとしての磨き上げ
- ・古民家を活用した滞在施設の整備 等

宿泊・食事・体験コンテンツの充実

滞在時間：長 → 「滞在型観光」



地域の利益の最大化

これから

インバウンドの農泊地域への誘客による
食関連消費の更なる拡大

■ 食材や歴史・文化を踏まえた地域のストーリーづくり



【三重県鳥羽市：日本農業遺産地域】

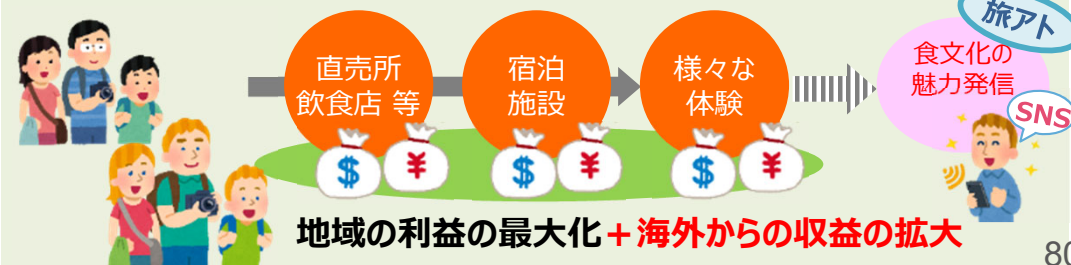
- ・現役海女さんの話を聞くことができる食事体験など、「海女文化」を背景とした地域の魅力ある食材や歴史・文化を一つのストーリーとして提供
- ・インバウンド旅行客等が、SNS等で日本の食文化等の魅力を発信



旅ナカ

農泊地域間やSAVOR JAPAN等との広域連携

滞在時間：さらに長 → 「滞在型観光」+「食関連消費の拡大」



インバウンドによる食関連消費の拡大に向けた取組事例

- 調査・分析事業を実施し、①インバウンドや海外現地における食関連行動や各種日本食・日本産品への需要動向、②食関連消費のトレンドを踏まえた日本食・日本産品への需要を拡大していくポイントを提示
- 今後、更に調査検討を進め、輸出拡大との好循環の形成も念頭に、政策課題と対応方向を取りまとめる考え

インバウンドによる食需要・消費の実態調査（農林水産省）

- ・ オンライン旅行代理店サイト（Klook）、クレジットカードデータ（mastercard）を用いた需要動向調査、事業者等（観光ガイド事業者、業界団体、食品メーカーなど）へのヒアリング調査を実施
- ・ インバウンド消費は既に有名な一部の日本食（焼肉、しゃぶしゃぶ、寿司など）へ集中
- ・ 裾野拡大に向けては“ブリッジ機能”を活用し、認知の低い日本食にもチャレンジしてもらうことが必要

※ブリッジ機能・・・インバウンドの消費行動を日本食の消費へ促す要素

▼ブリッジ機能の例

人の重要性

任意の日本食を経験したことがない人にとっては、“未知の食べ物”となってしまうことから、信頼できるインフルエンサー、友人、ガイドのおすすめ情報を通じて食への探求心を喚起できる。

体験・ストーリーの重要性

旅行需要において“コト消費”のプレゼンスが増す中、食の体験や背景といったストーリーをセットにし、日本語がわからないインバウンド向けにも魅力や付加価値の向上を図ることができる。

わかり易い訴求観点の重要性

商品名、パッケージなどビジュアル（IPコンテンツの活用を含む）、内容物（動物性原材料）、複雑な調理行程の要否など、より直感的な観点の訴求。

インバウンドと輸出が連動した事例（ヤマロク醤油の取組）

- ・ ヤマロク醤油は、香川県小豆島にて木桶を使って醤油を醸造する企業
- ・ 醸造所見学がインバウンド向けの観光資源となっている
- ・ 情報発信→工場見学→商談という流れを作り、インバウンドを通じて、国内にしながら、海外販路を新規開拓



ヤマロク醤油の木桶



醸造所の見学をしている様子

▼ブリッジ機能との対応

情報発信

木桶仕込みという伝統的な製法、木桶職人復活プロジェクト（桶づくりの技術を共有し、木桶職人を増やすことを目指す活動）を海外メディア（CNN、BBC、ウォールストリートジャーナル、Netflix）で発信。

工場見学

現地に来て、伝統的な醸造現場を見てもらう。訪日外国人観光客に木桶で仕込む様子を見学してもらい、醤油の魅力だけでなく、歴史的な経緯を含めてPR。

認知度の向上

商品ラベルにQRコードを付け、リンクから商品を知り、「木桶仕込み醤油＝プレミアム醤油」の浸透を図る。海外では、醤油の原材料が大豆ということを知られていないため、ヴィーガン認証を取得。

<対策のポイント>

農業者及び食品産業の事業者の収益性の向上に資するよう海外の需要に応じた農林水産物・食品の輸出を促進するため、**海外の規制・ニーズに対応した生産・流通体系への転換を図る「供給力向上の取組」と現地系レストラン・スーパー等の新市場開拓を図る「需要拡大の取組」**を車の両輪で推進します。

<政策目標>

農林水産物・食品の輸出額の拡大（2兆円〔2025年まで〕、5兆円〔2030年まで〕）

<事業の全体像>

供給力向上の取組 －生産・流通を輸出に対応したものに転換－	需要拡大の取組 －非日系市場等の開拓、優良品種の保護・活用、各国への規制撤廃等の働きかけ－
○ 国内の生産事業者と海外の現地販売事業者、両者をつなぐ国内外の商社等で構成されるコンソーシアムが行う、生産から現地販売までの一気通貫した新たなサプライチェーンの構築に向けた取組を支援【R7当初 1.0億円】（R6補正 10億円）	
○ 輸出に対応した生産・流通体系への転換等を通じた大規模輸出産地の形成、GFPを活用した産地・事業者の支援、輸出向けHACCP等の認定・認証取得に必要な施設や機器の整備等を支援【7.1億円（R6補正 69億円）】 ○ 改正基本法を踏まえた、食料システムを構築するため、実需とのつながりの核となる拠点事業者と農業者・産地等が連携した、生産から流通に至るまでの課題解決に必要なソフト・ハードの取組を一体的に支援【48億円】 ○ 畜産物の輸出拡大に必要な施設の整備、食肉処理施設の再編等を支援【12億円（R6補正 123億円の内数）】 ○ 配合飼料原料の国産化、人工種苗生産施設の機能強化や養殖コストの低減対策等の取組を支援【3.0億円（R6補正 16億円の内数）】 （参考）令和6年度補正予算でのその他関連予算 ○ 国産農産物等の輸出の拡大に必要な集出荷貯蔵施設・処理加工施設等の産地基幹施設やコールドチェーン対応卸売市場施設等の整備を支援（R6補正 55億円） ○ 畜産農家等・食肉処理施設等・輸出事業者が連携した体制（コンソーシアム）にて実施する、商談やプロモーション、輸出先国の基準やニーズに対応するための取組等を支援（R6補正 15億円） ○ 加工食品に関する輸出先国の規制に対応するため、食品添加物の代替利用や賞味期限延長等を促す勉強会や包材等の切替・機器導入等の取組を支援（R6補正 1.3億円） 等	○ 認定品目団体やジェトロ・JFOODOが連携してオールジャパンで行う、現地系のスーパーやレストランなどの新市場の開拓、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等を支援 戦略的輸出事業者による認定品目団体等と連携した日本産コメ・コメ加工品の海外需要開拓・プロモーションや商流確保のための環境整備の取組等を支援 海外展開に係る官民・企業間の情報共有・交流の推進を図るとともに、海外現地での物流・商流等の拠点づくりに向けた投資案件の形成を支援【24億円（R6補正 63億円）】 ○ 主要な輸出先国・地域において、現地で輸出事業者等を包括的に支援する輸出支援プラットフォームの活動の促進及び現地の食品関連規制等への対応の強化等を支援【2.1億円（R6補正 13億円）】 ○ 輸出先国の規制等に対応した農畜水産物のモニタリング検査や国際的認証の取得、残留農薬基準値設定の申請、HACCP等対応施設の認定等の取組を支援【13億円（R6補正 10億円の内数）】 ○ 我が国優良品種の保護・活用に向け、育成者権管理機関の早期立ち上げ、知的財産権の取得・侵害対策、人材育成、地理的表示の活用促進等を支援【5.3億円（R6補正 10億円の内数）】 ○ 日本産木材製品のプロモーション活動、輸出先国のニーズや規格・基準に対応した製品・技術開発や性能検証、特用林産物の輸出に向けた課題解決の取組等を支援【0.2億円（R6補正 459億円の内数）】 等

農林水産物・食品の輸出に関するお問い合わせ先

農林水産物・食品の輸出促進対策



輸出・国際局
HP



輸出関連予算



各種証明書・
施設認定



放射性物質に係る
規制・対応



農林水産物・
食品輸出本部

あなたを、
生産者の
日本代表にしたい。



1億人ではなく、
100億人を見据えた
農林水産業へ。

四季の豊かなこの国で、だれかを喜ばせたい一心で取り組む生産者のみなさんへ。
海外各国からのニーズが大きくなっている今、みなさんと輸出の成功事例をつくっていききたい。
このコミュニティにぜひ参加して第一歩を踏み出しませんか。農林水産省が全力でサポートします。

こんな方にGFPは最適です！

- 輸出をしたいけど、どうしたらいいかわからない！
- ビジネスパートナーを探したい！
- 輸出に関わる情報を効率よく入手したい！

GFPを通じた成約事例も続々と出ています！

登録
無料

参加を希望する方はまずはメンバー登録を。

WEB : <http://www.gfp1.maff.go.jp>

問い合わせ先：GFP事務局 Mail : gfp@maff.go.jp



農林水産省 輸出・国際局
輸出支援課(輸出相談窓口)

☎ 03-6744-7185

平日10時～12時、13時～17時 祝祭日、年末年始を除く



メールからのお問い合わせは、右のQRコードから入って、お問い合わせください。

地方農政局

- | | |
|-------------------------|----------------|
| 北海道農政事務所(生産経営産業部 事業支援課) | ☎ 011-330-8810 |
| 東北農政局(経営・事業支援部 輸出促進課) | ☎ 022-263-7071 |
| 関東農政局(経営・事業支援部 輸出促進課) | ☎ 048-740-0387 |
| 北陸農政局(経営・事業支援部 輸出促進課) | ☎ 076-232-4233 |
| 東海農政局(経営・事業支援部 輸出促進課) | ☎ 052-223-4619 |
| 近畿農政局(経営・事業支援部 輸出促進課) | ☎ 075-414-9101 |
| 中国四国農政局(経営・事業支援部 輸出促進課) | ☎ 086-230-4258 |
| 九州農政局(経営・事業支援部 輸出促進課) | ☎ 096-300-6381 |
| 沖縄総合事務局(農林水産部 食料産業課) | ☎ 098-866-1673 |

こちらもお役立てください！

農林水産物・食品の
輸出に関するポータルサイト
<https://www.maff.go.jp/ahokusan/export/>



輸出証明書の申請手続き、輸出先国の
規制情報など、農林水産物・食品の
輸出に関する情報を掲載しています。

更に詳細な情報や、証明書の申請が必要となる等、二次対応が必要な場合には
最適な相談先や証明書の申請先等を紹介いたします。