

改訂後	改訂前
<p style="text-align: center;">農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略 ～輸出拡大等による「海外から稼ぐ力」の強化～</p> <p>1. はじめに</p> <p>日本の農林水産物・食品の輸出額は、2012年の約4,497億円から12年連続で増加し、2024年には1.5兆円を初めて突破した。<u>2023年8月からの中国・香港等による日本産水産物等の輸入禁止措置により、2024年の中国及び香港への輸出は大きく減少したが、ホタテ等の輸出先の転換・多角化が進んできた結果、輸出額全体では増加を維持した。</u>また、訪日外国人旅行者数は2024年に過去最高の3,687万人となり、その食関連消費額は2.3兆円となった。こうしたインバウンドの訪日動機の第1位は「日本食を食べること」であり、日本の食の魅力を海外に発信する好機になっている。食品産業の海外展開についても、海外における日本食レストランは10年で3倍以上の18万店超まで増加するなど、日本食・食文化の海外普及につながっている。このように、日本の農林水産物・食品の輸出に向けた好機が広がりにつつある。</p> <p>これまで、政府においては、輸出拡大に向けた組織体制や制度的枠組みの整備などに取り組んできた。2019年には、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を設置し、「農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律」(令和元年法律第57号。以下「輸出促進法」という。)に基づき政府一体となって輸出先国・地域との規制に係る協議等を行う体制を整備した。</p> <p>2020年には、「食料・農業・農村基本計画」(令和2年3月31日閣議決定)及び「経済財政運営と改革の基本方針2020」・「成長戦略フォローアップ」(令和2年7月17日閣議決定)において、2025年までに2兆円、2030年までに5兆円という輸出額目標を設定した。<u>本戦略は、この目標を実現するためには、これまでの国内市場のみに依存する農林水産業・食品産業の構造を、成長する海外市場で稼ぐ方向に転換することが不可欠であるとの認識の下、農林水産事業者の利益の拡大を図るとともに、輸出の拡大を実現するため、2020年12月に、農林</u></p>	<p style="text-align: center;">農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略 ～マーケットイン輸出への転換のために～</p> <p>1. はじめに</p> <p>日本の農林水産物・食品の輸出額は、2012年の約4,497億円から倍増し、2021年には、1兆円を突破した。背景には、アジアを中心に海外の消費者の所得が向上し、日本の農林水産物・食品の潜在的購買層が増えるとともに、訪日外国人の増加等を通じて日本の農林水産物・食品の魅力が海外に広まったなどの環境変化がある。その中で、国内の農林水産事業者を中心とする関係者が様々な形で輸出事業に取り組み、成果を挙げつつある。</p> <p>この間、政府は、農林水産業・地域の活力創造本部に置かれた農林水産業の輸出力強化ワーキンググループにおいて、「農林水産業の輸出力強化戦略」(平成28年5月)を取りまとめた。また、2019年4月には、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を設置し、「農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律」(令和元年法律第57号。以下「輸出促進法」という。)に基づき政府一体となって輸出先国・地域との規制に係る協議等を行う体制を整備するなど、輸出促進の取組を進めてきた。</p> <p>さらに、これまでの輸出拡大の成果を踏まえ、「食料・農業・農村基本計画」(令和2年3月31日閣議決定)及び「経済財政運営と改革の基本方針2020」・「成長戦略フォローアップ」(令和2年7月17日閣議決定)において、2025年までに2兆円、2030年までに5兆円という輸出額目標を設定した。この目標を実現するためには、これまでの国内市場のみに依存する農林水産業・食品産業の構造を、成長する海外市場で稼ぐ方向に転換することが不可欠である。<u>本戦略は、こうした認識の下、農林水産事業者の利益の拡大を図るとともに、輸出の拡大</u></p>

(参考) 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（令和7年（2025年）5月改訂） 新旧対照表

改訂後	改訂前
<p>水産業・地域の活力創造本部で決定された<u>ものである。</u></p> <p><u>2022年には、輸出促進法を改正し、輸出重点品目ごとに、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など、施策を強化した。</u></p> <p><u>2024年には、「食料・農業・農村基本法の一部を改正する法律」（令和6年法律第44号）が施行され、25年ぶりに改正された食料・農業・農村基本法（以下「改正基本法」という。）において、人口減少に伴い国内市場が縮小する中で、拡大する海外市場を獲得し、農業生産基盤の維持及び食品産業の発展を通じて食料安全保障の確保を図るとの考え方の下、輸出に係る規定が拡充され、食品産業の海外展開の促進に係る規定が新設された。</u></p> <p><u>さらに、改正基本法に基づき初めて策定した新たな「食料・農業・農村基本計画」（令和7年4月11日閣議決定）では、海外需要の拡大と供給力の向上の取組を車の両輪とする輸出促進の取組に加え、食品産業の海外展開及びインバウンドによる食関連消費の拡大を政策の柱として位置付けた。具体的には、食品産業の海外展開により日本食・食文化の理解促進を図るとともに、インバウンドの食関連消費の拡大により、海外の日本食ファンを増やすことを通じて、輸出拡大との相乗効果を発揮し、農林水産業・食品産業の「海外から稼ぐ力」を強化することとした。</u></p> <p><u>その上で、これらの政策の推進により目指す2030年の目標として、農林水産物・食品の輸出額5兆円、食品産業の海外展開による収益額3兆円、インバウンドによる食関連消費額4.5兆円を設定した。</u></p> <p><u>今回、輸出重点品目別のターゲット国・地域、輸出目標達成のための手段を含む輸出促進施策について改訂を行うとともに、食品産業の海外展開及びインバウンドによる食関連消費の拡大に関する施策を新たに位置付け、その方向性を決定する。</u></p>	<p>を実現するため、2020年12月に、農林水産業・地域の活力創造本部で決定された<u>ところである。</u></p> <p>今回、輸出促進施策の進捗状況を踏まえ、2024年度に実施する施策及び2025年度以降の実施に向け検討する施策について本戦略を改訂し、その方向を決定する。</p>

改訂後	改訂前
<p>2. 輸出拡大実行戦略の基本的な考え方</p> <p>日本の農林水産物・食品の輸出割合は他国と比較しても低く、国内市場依存型となっているため、これまでの輸出事業は、生産者が国内市場向けに生産した製品の余剰品を、輸出できる国だけに輸出するビジネスモデルが主流であった。しかし、そうした輸出事業では、そもそも日本の農林水産物・食品への認知度が低く、しばしば日本人と異なる嗜好を持つ海外の消費者に求められる製品は限られる。海外現地での販路も、現地が要求するスペック（量・価格・品質・規格・<u>認証</u>）で継続的に提供できなければ一般小売店の棚を確保できないため、日本の農林水産物・食品を積極的に調達しようとする日系・アジア系の小売店・外食等に限定されているのが実態である。さらに、輸出先国・地域の衛生検疫規制や規格基準に合わない製品は全く輸出できないため、潜在的なニーズはあっても多くの製品が輸出できていない。世界の農林水産物・食品市場が拡大する中で、輸出増のポテンシャルは高いものの、こうした壁を打破し、海外市場に商流を拓き新たな稼ぎ方を常に模索し続けなければ、拡大する海外市場に広く浸透していくことは困難である。</p> <p>したがって、海外市場で求められるスペック（量・価格・品質・規格・<u>認証</u>）の産品を専門的・継続的に生産・輸出し、あらゆる形で商流を開拓する体制の整備が<u>不可欠</u>である。換言すると、生産から現地販売までのバリューチェーン全体を、「プロダクトアウト」から「マーケットイン」に徹底的に転換する必要がある。さらに、一層の輸出拡大を図るためには、<u>日本産食材の調理法の教育、日本食・食文化の現地普及やインバウンドによる食体験等の取組を組み合わせ</u>て実施する中で、日本の農林水産物・食品の活用を現地の食生活に溶け込ませる形で<u>新たな市場を創造する「マーケットメイク」を図ることが鍵となる</u>。また、<u>世界の通商環境が不透明化する中であっても輸出を安定的な稼ぎとするためには、輸出構造を強靱化することが重要である</u>。このため、農林水産業・食品産業の生産性の向上、ブランド化等による高付加価値化を進めるとともに、輸出先が特定の国・地域に過度に偏ることのリスクを回避できるよう、非日系市場や未開拓の有望エリアなどの新市場を開拓し、輸出先の多角化を進める。</p> <p>この認識の下、<u>輸出拡大について</u>、日本の強みを最大限に発揮すること、マー</p>	<p>2. 輸出拡大実行戦略の基本的な考え方</p> <p>日本の農林水産物・食品の輸出割合は他国と比較しても低く、国内市場依存型となっているため、これまでの輸出事業は、生産者が国内市場向けに生産した製品の余剰品を、輸出できる国だけに輸出するビジネスモデルが主流であった。しかし、そうした輸出事業では、そもそも日本の農林水産物・食品への認知度が低く、しばしば日本人と異なる嗜好を持つ海外の消費者に求められる製品は限られる。海外現地での販路も、現地が要求するスペック（量・価格・品質・規格）で継続的に提供できなければ一般小売店の棚を確保できないため、日本の農林水産物・食品を積極的に調達しようとする日系・アジア系の小売店・外食等に限定されているのが実態である。さらに、輸出先国・地域の衛生検疫規制や規格基準に合わない製品は全く輸出できないため、潜在的なニーズはあっても多くの製品が輸出できていない。世界の農林水産物・食品市場が拡大する中で、輸出増のポテンシャルは高いものの、こうした壁を打破し、海外市場に商流を拓き新たな稼ぎ方を常に模索し続けなければ、拡大する海外市場に広く浸透していくことは困難である。</p> <p>したがって、今後、日本の農林水産物・食品の輸出拡大を加速する上で最も必要なことは、海外市場で求められるスペック（量・価格・品質・規格）の産品を専門的・継続的に生産・輸出し、あらゆる形で商流を開拓する体制の整備である。換言すると、生産から現地販売までのバリューチェーン全体を、「プロダクトアウト」から「マーケットイン」に徹底的に転換する必要がある。</p> <p>この認識の下、<u>本戦略では、次の3つの基本的考え方に基づいて政策を立案・</u></p>

(参考) 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（令和7年（2025年）5月改訂） 新旧対照表

改訂後	改訂前
<p>ケットインの発想で輸出にチャレンジする事業者を後押しすること、省庁の垣根を超え政府一体として輸出の障害を克服することの3つの基本的考え方に基づき、政策を立案・実行するとともに、食品産業の海外展開及び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、農林水産業・食品産業の「海外から稼ぐ力」を強化する。</p>	<p>実行する。第一に、日本の強みを最大限に発揮すること、第二に、マーケットインの発想で輸出にチャレンジする農林水産事業者を後押しすること、第三に、省庁の垣根を超え政府一体として輸出の障害を克服することである。</p>

改訂後	改訂前
<p>3. 輸出拡大に向けた具体的施策</p> <p>(1) 日本の強みを最大限に発揮するための取組</p> <p>農林水産物・食品の輸出が多い、いわゆる輸出先進国では、その国が強みを持つ品目について、生産から販売までの幅広い関係事業者によって組織化された「品目団体」が存在し、業界が一体となって、対象品目の輸出促進に向けたプロモーション、ブランド化、品質向上のための基準作成等を行っている。</p> <p>また、農産物貿易の専門部署を設置し、専門スタッフを主要な輸出先国・地域の大使館内又は独自の海外事務所に配置するとともに、専門的知見を有するローカルスタッフを海外事務所に長期に配置することで、品目団体等に対して継続的な支援を実施している。</p> <p>他方、日本の輸出品目は、加工食品を中心に多岐にわたっており、それぞれの輸出額は小さい。これは、日本の農林水産物・食品の輸出が「国内市場向け製品の余剰品を輸出する」事業にとどまり、マーケットインによる輸出の体制が整備されていないためである。今後の輸出拡大に当たっては、海外で評価される日本の強みがある品目を中心に輸出を加速させ、その波及効果として、全体の輸出を伸ばすことを目指すべきである。このため、日本の強みを有する品目として選定した輸出重点品目について、品目毎のターゲット国・地域への具体的な輸出目標の達成に向けて、政策資源を重点的に投入する。</p>	<p>3. 基本的な考え方に基づく具体的施策</p> <p>(1) 日本の強みを最大限に発揮するための取組</p> <p>農林水産物・食品の輸出が多い、いわゆる輸出先進国では、その国が強みを持つ品目について、生産から販売までの幅広い関係事業者によって組織化された「品目団体」が存在し、業界が一体となって、対象品目の輸出促進に向けたプロモーション、ブランド化、品質向上のための基準作成等を行っている。</p> <p>また、農産物貿易の専門部署を設置し、専門スタッフを主要な輸出先国・地域の大使館内又は独自の海外事務所に配置するとともに、専門的知見を有するローカルスタッフを海外事務所に長期に配置することで、品目団体等に対して継続的な支援を実施している。</p> <p>他方、日本の輸出品目は、加工食品を中心に多岐にわたっており、それぞれの輸出額は小さい。これは、日本の農林水産物・食品の輸出が「国内市場向け製品の余剰品を輸出する」事業にとどまり、マーケットインによる輸出の体制が整備されていないためである。今後の輸出拡大に当たっては、海外で評価される日本の強みがある品目を中心に輸出を加速させ、その波及効果として、全体の輸出を伸ばすことを目指すべきである。このため、日本の強みを有する品目として選定した輸出重点品目について、品目毎のターゲット国・地域への具体的な輸出目標の達成に向けて、政策資源を重点的に投入する。</p>

改訂後	改訂前																																										
<p>①輸出重点品目と輸出目標の設定</p> <p>○ 海外で評価される日本の強みがあり、輸出拡大の余地が大きく、関係者が一体となった輸出促進活動が効果的な品目として、以下の<u>31</u>品目を輸出重点品目に選定した。</p> <p>各品目の輸出目標は、別表1にまとめた。</p> <p>輸出重点品目以外でも、輸出促進法に基づく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<u>輸出産地（複数の農林水産事業者又は農林水産事業者及びその他の事業者がまとまりをもって、輸出に向けた農林水産物又はその加工品の生産等の活動をしているものをいう。以下同じ。）</u>などの輸出事業者（輸出に取り組む農林水産事業者、食品事業者、流通事業者、その他の事業者をいう。以下同じ。）には引き続き適切な支援を行っていく。</p>	<p>①輸出重点品目と輸出目標の設定</p> <p>○ 海外で評価される日本の強みがあり、輸出拡大の余地が大きく、関係者が一体となった輸出促進活動が効果的な品目として、以下の<u>29</u>品目を輸出重点品目に選定した。</p> <p>各品目の輸出目標は、別表1にまとめた。</p> <p>なお、輸出重点品目以外でも、輸出促進法に基づく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<u>産地・事業者</u>には引き続き適切な支援を行っていく。</p>																																										
<table border="1"> <thead> <tr> <th>輸出重点品目</th><th>海外で評価される日本の強み</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>牛肉</td><td>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</td></tr> <tr> <td>豚肉</td><td rowspan="2">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</td></tr> <tr> <td>鶏肉</td></tr> <tr> <td>鶏卵</td><td>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</td></tr> <tr> <td>牛乳乳製品</td><td>香港や台湾で品質が高評価。アジアを中心に輸出の<u>伸びに期待</u></td></tr> <tr> <td>果樹（りんご）</td><td rowspan="7">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、<u>アジアを中心に需要が拡大</u></td></tr> <tr> <td>果樹（ぶどう）</td></tr> <tr> <td>果樹（もも）</td></tr> <tr> <td>果樹（かんきつ）</td></tr> <tr> <td>果樹（かき・かき加工品）</td></tr> <tr> <td>果樹（なし）</td></tr> <tr> <td>野菜（いちご）</td></tr> <tr> <td>野菜（かんしょ・かんしょ）</td><td>日本産のかんしょは甘みが強く、主にアジアなどにおける焼き芋と</td></tr> </tbody> </table>	輸出重点品目	海外で評価される日本の強み	牛肉	和牛として世界中で認められ、人気が高く、引き続き輸出の伸びに期待	豚肉	とんかつ、焼き鳥など日本の食文化とあわせて海外の日本ファンにアピールすることで、今後の輸出の伸びに期待	鶏肉	鶏卵	半熟たまごが浸透し、生食できる卵としての品質が評価され、更なる輸出の伸びに期待	牛乳乳製品	香港や台湾で品質が高評価。アジアを中心に輸出の <u>伸びに期待</u>	果樹（りんご）	甘くて美味しい食味や外観の良さなど高品質である日本産果実は、 <u>アジアを中心に需要が拡大</u>	果樹（ぶどう）	果樹（もも）	果樹（かんきつ）	果樹（かき・かき加工品）	果樹（なし）	野菜（いちご）	野菜（かんしょ・かんしょ）	日本産のかんしょは甘みが強く、主にアジアなどにおける焼き芋と	<table border="1"> <thead> <tr> <th>輸出重点品目</th><th>海外で評価される日本の強み</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>牛肉</td><td>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<u>。</u></td></tr> <tr> <td>豚肉</td><td rowspan="2">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<u>。</u></td></tr> <tr> <td>鶏肉</td></tr> <tr> <td>鶏卵</td><td>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<u>。</u></td></tr> <tr> <td>牛乳乳製品</td><td>香港や台湾で品質が高評価。アジアを中心に輸出の<u>可能性。</u></td></tr> <tr> <td>果樹（りんご）</td><td rowspan="6">甘くて美味しく、見た目も良い日本の果実は海外でも人気<u>。</u></td></tr> <tr> <td>果樹（ぶどう）</td></tr> <tr> <td>果樹（もも）</td></tr> <tr> <td>果樹（かんきつ）</td></tr> <tr> <td>果樹（かき・かき加工品）</td></tr> <tr> <td>（新設）</td></tr> <tr> <td>野菜（いちご）</td><td rowspan="2">焼き芋がアジアで大人気。輸出が急増<u>。</u></td></tr> <tr> <td>野菜（かんしょ等）※</td></tr> </tbody> </table>	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 <u>。</u>	豚肉	とんかつ、焼き鳥など日本の食文化とあわせて海外の日本ファンにアピールすることで、今後の輸出の伸びに期待 <u>。</u>	鶏肉	鶏卵	半熟たまごが浸透し、生食できる卵としての品質が評価され、更なる輸出の伸びに期待 <u>。</u>	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の <u>可能性。</u>	果樹（りんご）	甘くて美味しく、見た目も良い日本の果実は海外でも人気 <u>。</u>	果樹（ぶどう）	果樹（もも）	果樹（かんきつ）	果樹（かき・かき加工品）	（新設）	野菜（いちご）	焼き芋がアジアで大人気。輸出が急増 <u>。</u>	野菜（かんしょ等）※
輸出重点品目	海外で評価される日本の強み																																										
牛肉	和牛として世界中で認められ、人気が高く、引き続き輸出の伸びに期待																																										
豚肉	とんかつ、焼き鳥など日本の食文化とあわせて海外の日本ファンにアピールすることで、今後の輸出の伸びに期待																																										
鶏肉																																											
鶏卵	半熟たまごが浸透し、生食できる卵としての品質が評価され、更なる輸出の伸びに期待																																										
牛乳乳製品	香港や台湾で品質が高評価。アジアを中心に輸出の <u>伸びに期待</u>																																										
果樹（りんご）	甘くて美味しい食味や外観の良さなど高品質である日本産果実は、 <u>アジアを中心に需要が拡大</u>																																										
果樹（ぶどう）																																											
果樹（もも）																																											
果樹（かんきつ）																																											
果樹（かき・かき加工品）																																											
果樹（なし）																																											
野菜（いちご）																																											
野菜（かんしょ・かんしょ）	日本産のかんしょは甘みが強く、主にアジアなどにおける焼き芋と																																										
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 <u>。</u>																																										
豚肉	とんかつ、焼き鳥など日本の食文化とあわせて海外の日本ファンにアピールすることで、今後の輸出の伸びに期待 <u>。</u>																																										
鶏肉																																											
鶏卵	半熟たまごが浸透し、生食できる卵としての品質が評価され、更なる輸出の伸びに期待 <u>。</u>																																										
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の <u>可能性。</u>																																										
果樹（りんご）	甘くて美味しく、見た目も良い日本の果実は海外でも人気 <u>。</u>																																										
果樹（ぶどう）																																											
果樹（もも）																																											
果樹（かんきつ）																																											
果樹（かき・かき加工品）																																											
（新設）																																											
野菜（いちご）	焼き芋がアジアで大人気。輸出が急増 <u>。</u>																																										
野菜（かんしょ等）※																																											

(参考) 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略 (令和7年(2025年)5月改訂) 新旧対照表

改訂後			改訂前		
	加工品、ながいも、たまねぎ等)	いったスイーツとしての食べ方の広がりにより、需要が拡大傾向。 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		切り花	外国にはない品種に強み。輸出の伸び率が高い。
	茶	日本の緑茶の製法は独自の発展を遂げ、高い品質が特徴。健康志向や日本食への関心の高まり等を背景に更なる輸出拡大に期待		茶	健康志向の高まりと日本文化の浸透とともに欧米を中心にせん茶、抹茶が普及。
	切り花	外国にはない品種に強み。輸出の伸び率が高い		コメ・パックご飯・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。
	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		(下から移動)	(下から移動)
	菓子	日本独自の発展を遂げ、他国にはない独創性。バラエティ豊かな商品とコンテンツの普及とともに海外で人気			
	ソース混合調味料	カレールウなど日本食の普及とともに日本を代表する味に成長			
	味噌・醤油	日本が誇る発酵食品。和食文化の浸透とともに欧米・アジア地域で人気も上昇			
	清酒(日本酒)	「SAKE」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		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		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		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		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		ホタテ貝	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確保にも期待		(新設)	(新設)

(参考) 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略(令和7年(2025年)5月改訂) 新旧対照表

改訂後			改訂前		
	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		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		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。
	(上へ移動)	(上へ移動)		清涼飲料水	緑茶飲料など日本の味が人気となり、伸び率が高い。
				菓子	日本独自の発展を遂げ、他国にはない独創性。バラエティ豊かな商品とコンテンツの普及とともに海外で人気。
				ソース混合調味料	カレールウなど日本食の普及とともに日本を代表する味に成長。
				味噌・醤油	日本が誇る発酵食品。和食文化の浸透とともに欧米・アジア地域で人気も上昇。
				清酒(日本酒)	「SAKE」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	日本製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。
			※その他の野菜(たまねぎ等)についても、水田等を活用して輸出産地の形成に積極的に取り組む。		
<p>②輸出重点品目に係るターゲット国・地域、輸出目標、手段の明確化</p> <p>○ 輸出重点品目毎に、海外の市場動向や輸出環境等を踏まえ、輸出拡大を重点的に目指す主なターゲット国・地域毎の輸出目標を設定し、現地での販売を伸ばすための課題とその克服のための取組を明確化した。</p> <p>なお、輸出目標の設定に当たっては、市場のニーズを踏まえながら、現に輸出額が大きい国・地域だけではなく、今後の輸出増のポテンシャルが高い国・地域も新たなターゲット国・地域として位置付け、輸出先国・地域の多角化を図っていく。</p> <p>○ 輸出重点品目別の輸出目標、ターゲット国・地域、国・地域別輸出目標及びその達成に向けた手段については、別表1にまとめた。</p>			<p>②輸出重点品目に係るターゲット国・地域、輸出目標、手段の明確化</p> <p>○ 輸出重点品目毎に、海外の市場動向や輸出環境等を踏まえ、輸出拡大を重点的に目指す主なターゲット国・地域毎の輸出目標を設定し、現地での販売を伸ばすための課題とその克服のための取組を明確化した。</p> <p>なお、輸出目標の設定に当たっては、市場のニーズを踏まえながら、現に輸出額が大きい国・地域だけではなく、今後の輸出増のポテンシャルが高い国・地域も新たなターゲット国・地域として位置付け、輸出先国・地域の多角化を図っていく。</p> <p>○ 輸出重点品目別の輸出目標、ターゲット国・地域、国・地域別輸出目標及びその手段については、別表1にまとめた。</p>		

改訂後	改訂前
<p>③品目団体の組織化及びその取組の強化</p> <p>○ 輸出促進法に基づき、本戦略で定める輸出重点品目について、生産から販売に至る関係事業者を構成員とし、当該品目についてオールジャパンによる輸出促進活動を行う体制を備えた団体を、認定農林水産物・食品輸出促進団体（以下「認定品目団体」という。）として、認定している。今回新たに輸出重点品目に位置付けられた品目に係る団体の認定等（既存の認定品目団体が新たな輸出重点品目についての活動を担うことを含む。）を進めるため、必要な助言等を行う。</p> <p>○ 他の輸出先進国における品目団体の活動・体制を参考にしつつ、認定品目団体が活動・体制をさらに充実させ、品目特有の課題を解決し、新たな市場を開拓するためには、品目ごとの強みを伸ばす観点から、多様な取組を戦略的に実施することが重要である。今後、認定品目団体が自らの業界を取りまとめ、団体としての戦略と目標を策定・更新し、継続してその実現に主体的に取り組めるよう、有識者の意見も聴きながら、官民一体で輸出力の強化に取り組む。また、こうした多様な取組を品目ごとの課題に即して実施するためには、認定品目団体の事務局体制の充実が必要であるため、各認定品目団体の中期的な計画において整備の方針を定め、体制の充実に向けて取り組む。</p> <p>○ 認定品目団体は、業界一体となって、輸出先国・地域の市場・輸入条件等の調査、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、海外現地の料理人等に対する日本産食材等の調理方法や取扱いに関する教育活動による需要開拓、海外における規制や業界基準の緩和などに向けたロビイング活動、海外エージェントの配置を通じた現地での販路開拓に向けた機動的な支援体制の整備、産地リレー出荷等による海外への周年供給体制の構築など、個々の事業者では取り組みがたい活動等を通じた事業者の支援を行い、輸出拡大に取り組む。その際、認定品目団体間の連携の強化を通じた相乗効果の発揮を図る。</p> <p>○ 国や認定品目団体等（認定品目団体の活動を支援する団体を含む。）は、</p>	<p>③品目団体の組織化及びその取組の強化</p> <p>○ 輸出促進法に基づき、本戦略で定める輸出重点品目について、生産から販売に至る関係事業者を構成員とし、当該品目についてオールジャパンによる輸出促進活動を行う体制を備えた団体を、認定農林水産物・食品輸出促進団体（以下「認定品目団体」という。）として、認定する制度を創設した。認定が速やかに進むよう、認定申請に向け必要な助言等を行う。</p> <p>○ 他の輸出先進国と比べ、我が国の認定品目団体制度は緒に就いたばかりであり、認定品目団体が、その活動・体制をさらに充実させ、自ら戦略と目標をもち、多様な取組によって、対象とする品目の輸出力の強化を計る団体となるよう、官民一体で取り組む。</p> <p>○ 認定品目団体は、オールジャパンとして活動することが求められるため、輸出重点品目について全国で1つであり、業界一体となって、輸出先国・地域の市場・輸入条件等の調査、商談会や見本市へのオールジャパンによる参加や、ジャパンブランドを活用した広報宣伝等による需要開拓、新しく輸出に取り組む事業者への情報の提供や助言等の業務を行い輸出拡大に取り組む。</p> <p>○ 認定品目団体は、輸出量の増加に伴い拡大する輸送リスク等に対応す</p>

改訂後	改訂前
<p>輸送中における腐敗や品質劣化等の事故要因に係るデータ収集やリスク評価等を行いつつ、<u>その成果の普及に努めるとともに、物流効率化や品質保持に向けた包装資材・保管技術の実証・普及等に取り組む。</u></p> <p>○ 認定品目団体には、<u>自己財源</u>を増加させ、国では行えない細やかな業界支援を行うことも期待されている。このため、認定品目団体は、会員の増加等による会費収入の増加に加え、<u>自己財源</u>の充実に向けた取組を積極的に行い、会員が求めるサービスの提供に対して出展料等の費用負担を求めるような仕組みの導入や、輸出のための取組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任意のチェックオフの導入も含め<u>自己財源</u>の増加に取り組む、<u>持続的な体制を構築するよう努める</u>。また、国は、他の輸出先進国の義務的チェックオフ制度なども参考にしながら、引き続き財源の充実強化について検討する。</p> <p>○ <u>酒類については、各国・各地域において、それぞれ特有の税制や免許制度、商慣行等が存在し、これらを的確に把握した上で市場開拓を進めることが不可欠であることから、酒類に係る品目団体等は、国税庁等の関係機関と緊密に連携し輸出拡大に取り組む、国税庁等の関係機関は必要な支援を行う。</u></p>	<p><u>るため、リスク低減した輸送方法の実践等によるリスク管理の推進に向けて、輸送中における腐敗や品質劣化等の事故要因に係るデータ収集やリスク評価等の取組を国等と連携して推進するとともに、物流効率化や品質保持に向けた包装資材・保管技術の実証・普及や業界規格の策定等に積極的に取り組む。また、将来的には、販路開拓を直接現地で実施する海外拠点の設置等、必要な取組を業界関係者とともに検討し、積極的に実施するよう努めることとする。</u></p> <p>○ 認定品目団体には、<u>将来的に自主財源</u>を増加させ、国では行えない細やかな業界支援を行うことも期待されている。このため、認定品目団体は、会員の増加等による会費収入の増加に加え、<u>自主財源</u>の充実に向けた取組を積極的に行い、会員が求めるサービスの提供に対して出展料等の費用負担を求めるような仕組みの導入や、輸出のための取組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任意のチェックオフの導入も含め<u>自主財源</u>の増加に取り組むよう努める。また、国は、他の輸出先進国の義務的チェックオフ制度なども参考にしながら、引き続き財源の充実強化について検討する。</p> <p>(新設)</p>

改訂後	改訂前
<p>④輸出先国・地域における専門的・継続的な支援体制の強化</p> <p>○ <u>主要な輸出先国・地域において、在外公館、JETRO海外事務所、JFODO海外駐在員を主な構成員とする輸出支援プラットフォームを設置・運営し、現地で食品産業等に精通した人材をローカルスタッフとして雇用・確保の上、その知見や人脈も活用しながら、認定品目団体とも連携し、輸出先国・地域の現地において輸出事業者等を包括的・専門的・継続的に支援する。現状、10カ国・地域において輸出支援プラットフォームを設置しているところ、今後、海外に進出した食品事業者等に対する現地での伴走支援など、食品産業の海外展開及び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発揮するため、輸出支援プラットフォームにおいて必要な体制の充実を図る。また、必要に応じ、市場として有望な国・地域へその活動の横展開を図る。</u></p> <p>○ <u>輸出支援プラットフォームの運営のため、在外公館への農水アタッシェを配置することに加え、農林水産省からJETRO、日本台湾交流協会及び日中経済協会への委託によりJETRO海外事務所等における農林水産物・食品貿易担当官を配置する。</u></p> <p>○ <u>輸出支援プラットフォームにおける輸出拡大の取組に当たっては、現地商流に入り込んでいく観点から、日系市場への過度の偏重を避けるとともに、既存の商流の奪い合いにならないようにするため、日系以外の商流に対する新規のアプローチを強化するよう留意する。</u></p> <p><u>また、2023年より公表しているプラットフォーム毎の目標・課題については、併せて設定する活動指標も活用しながら、毎年、活動について実績評価と次期の計画策定を行うことにより、現地発での取組の成果の向上につなげる。</u></p> <p>○ <u>輸出支援プラットフォームは、現地展開している事業者や現地の日本食レストランなどと「輸出支援プラットフォーム協議会（以下「協議会」という。）」を設け、協議会と協力して以下の取組を実施する。</u></p>	<p>④輸出先国・地域における専門的・継続的な支援体制の強化</p> <p>○ <u>在外公館、JETRO海外事務所、JFODO海外駐在員を主な構成員とする輸出支援プラットフォームでは、現地で食品産業等に精通した人材をローカルスタッフとして雇用・確保し、その知見や人脈も活用しながら、認定品目団体とも連携し、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。そのため、8カ国・地域において輸出支援プラットフォームを設置しているところ、2023年度中にもマレーシア（クアラルンプール）及びUAE（ドバイ）にプラットフォームを新設するとともに、米国のプラットフォームにヒューストンの事務局を追加設置するなど、必要に応じ、市場として有望な国・地域への設置の拡大を図る。</u></p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 10px; margin: 10px 0;"> <p>(3. (1)④4 マルから移動)</p> <p>○ <u>主要な輸出先国・地域を対象に、在外公館への農水アタッシェの強化と農林水産省からJETRO、日本台湾交流協会及び日中経済協会への委託によりJETRO海外事務所等における農林水産物・食品貿易担当官を配置し、その機能を強化する。</u></p> </div> <p>○ <u>輸出支援プラットフォームの取組に当たっては、現地商流に入り込んでいく観点から、日系市場への過度の偏重を避けるとともに、既存の商流の奪い合いにならないようにするため、日系以外の商流に対する新規のアプローチを強化するよう留意する。</u></p> <p><u>また、プラットフォーム毎に、現地発で課題の抽出とこれに即した具体的な目標の設定を行い、公表するとともに、当該目標・課題と併せて設定する活動指標も活用しながら、以後、毎年、活動について実績評価と次期の計画策定を行うことにより、取組の成果の向上につなげる。</u></p> <p>○ <u>輸出支援プラットフォームは、現地展開している事業者や現地の日本食レストランなどと「輸出支援プラットフォーム協議会（以下「協議会」という。）」を設け、協議会と協力して以下の取組を実施する。</u></p>

改訂後	改訂前
<p>ア 輸出先国・地域の規制、消費者の嗜好、ニーズなどを「カントリーレポート」としてまとめ、輸出を目指す事業者に必要な情報を提供</p> <p>イ <u>現地系スーパーでの商流構築に向けたプロモーション等、協議会を中心とした現地主導での新市場開拓のための取組を推進するとともに、地方公共団体によるプロモーション活動を把握し、輸出支援プラットフォームの現地ネットワークを活用して、オールジャパンでのプロモーション戦略を立案</u></p> <p>ウ 輸出先国・地域に輸出のための現地法人などの拠点を設ける事業者を、現地広告代理店と連携した効果的な広告や販促ツールの提供、現地法律事務所と連携した法的アドバイスの提供等を通じて支援</p> <p>エ 日本食レストランが増え、経営の多国籍化、ローカライズ化が進む現状を踏まえ、<u>日本産食材の取扱いが無い日本食レストラン等と連携して、日本産食材の新たな販路開拓につながる取組を推進</u></p> <p>オ 現地のビジネス習慣や法規制等に関する専門的知識について、輸出先国・地域において、アドバイスを行う支援体制を整備</p> <p>カ 疑義情報受付窓口を設置し、集約した模倣品に関する情報を海外当局に通報する等の枠組みを整備・活用</p> <p>(3. (1)④2 マルへ移動)</p> <p>○ 農林水産物・食品輸出本部は、輸出支援プラットフォームを活用し、輸出先国・地域の規制等に係る情報収集や現地消費者ニーズ等の海外市場分析を行い、分かりやすいポータルサイトを立ち上げるなどして、<u>輸出事業者</u>に提供する。</p> <p>○ 2023年に設立した都道府県・輸出支援プラットフォーム連携フォーラム及び農林水産物・食品輸出促進連携ネットワークの下、国と都道府県が輸出促進に向けて意思疎通を図り、引き続き輸出支援プラットフォームと連携し、都道府県が行う海外プロモーションのより効果的な実施や輸出に対</p>	<p>ア 輸出先国・地域の規制、消費者の嗜好、ニーズなどを「カントリーレポート」としてまとめ、輸出を目指す事業者に必要な情報を提供</p> <p>イ 協議会を中心に「<u>ジャパンウィーク</u>」を開催するなど<u>現地主導でのプロモーションを推進したり、地方公共団体によるプロモーション活動を把握し、輸出支援プラットフォームの現地ネットワークを活用して、オールジャパンでのプロモーション戦略を立案</u></p> <p>ウ 輸出先国・地域に輸出のための現地法人などの拠点を設ける事業者を、現地広告代理店と連携した効果的な広告や販促ツールの提供、現地法律事務所と連携した法的アドバイスの提供等を通じて支援</p> <p>エ 日本食レストランが増え、経営の多国籍化、ローカライズ化が進む現状を踏まえ、日本食レストラン等と連携して、<u>日本食の普及や日本の農林水産物・食品の利用促進につながる取組を推進</u></p> <p>オ 現地のビジネス習慣や法規制等に関する専門的知識について、輸出先国・地域において、アドバイスを行う支援体制を整備</p> <p>カ 疑義情報受付窓口を設置し、集約した模倣品に関する情報を海外当局に通報する等の枠組みを整備・活用</p> <p>○ <u>主要な輸出先国・地域を対象に、在外公館への農水アタッシェの配置の強化と農林水産省からJETRO、日本台湾交流協会及び日中経済協会への委託によりJETRO海外事務所等における農林水産物・食品貿易担当官を配置し、その機能を強化する。</u></p> <p>○ 農林水産物・食品輸出本部は、輸出支援プラットフォームを活用し、輸出先国・地域の規制等に係る情報収集や現地消費者ニーズ等の海外市場分析を行い、分かりやすいポータルサイトを立ち上げるなどして、<u>輸出産地・事業者</u>に提供する。</p> <p>○ 2023年に設立した都道府県・輸出支援プラットフォーム連携フォーラム及び農林水産物・食品輸出促進連携ネットワークの下、国と都道府県が輸出促進に向けて意思疎通を図り、引き続き輸出支援プラットフォームと連携し、都道府県が行う海外プロモーションのより効果的な実施や輸出に対</p>

改訂後		改訂前	
応じた産地づくりに連携して取り組む。		応じた産地づくりに連携して取り組む。	
プラットフォーム設置国・地域	<u>拠点設置都市</u>	プラットフォーム設置国・地域	<u>事務局設置都市</u>
米国	ロサンゼルス	米国	ロサンゼルス
	ニューヨーク		ニューヨーク
	ヒューストン		ヒューストン
タイ	バンコク	タイ	バンコク
シンガポール	シンガポール	シンガポール	シンガポール
EU	パリ	EU	パリ
	ブリュッセル		ブリュッセル
ベトナム	ホーチミン	ベトナム	ホーチミン
香港	香港	香港	香港
中国	上海	中国	上海
	北京		北京
	広州		広州
	成都		成都
台湾	台北	台湾	台北
UAE	ドバイ	UAE	ドバイ（候補）
マレーシア	クアラルンプール	マレーシア	クアラルンプール（候補）

○ プラットフォーム設置国・地域以外の国・地域においても、輸出拡大の可能性や事業者のニーズ等を踏まえつつ、在外公館、JETRO海外事務所などが中心となって、輸出を含む事業者の海外ビジネス展開に向けた支援に取り組む。

（新設）

改訂後	改訂前
<p>⑤JETRO・JFOODOの取組の強化</p> <p>○ JETROは、<u>国内外のネットワークを生かし、海外現地のレストランや現地系の大手スーパーといった非日系市場、主要国の地方都市や新興国といった未開拓の有望エリア等、新市場の開拓に向けた新たな商流の構築活動を強化するほか、2021年10月に設立した運営審議会農林水産物・食品輸出促進分科会を通じて認定品目団体との意見交換を継続するとともに、JETROへ事業の委託要望があった場合には優先的に検討・対応するなど一層の連携強化を図る。事業実施に当たっては、輸出重点品目のターゲット国・地域や、輸出産地の要望等を踏まえて重点化を図る。</u></p> <p>(ア及びイは統合し、オに移動)</p> <p>(削る。「輸出重点品目」の要素は柱書へ記載。)</p> <p>(削る。「輸出産地の要望も踏まえる」ことは柱書へ記載。)</p> <p><u>ア 海外見本市への出展及び国内外における商談会の開催を通じた商流構築支援を行う。出展する海外見本市については、より輸出額拡大に貢献する見本市を選定するほか、その出展形態・施工等の運</u></p>	<p>⑤JETRO・JFOODOと認定品目団体等の連携</p> <p>○ JETROは、2021年10月に設立した運営審議会農林水産物・食品輸出促進分科会を通じて認定品目団体等との意見交換を継続するとともに、JETROへ事業の委託要望があった場合には優先的に検討・対応するなど一層の連携強化を図る。</p> <p><u>ア 認定品目団体等が必要とするターゲット国・地域の消費者ニーズ、商慣行、規制等に関する情報を提供するとともに、認定品目団体等からの委託により更なる詳細調査を実施する。</u></p> <p><u>イ 認定品目団体等の国・地域別戦略及び事業計画に基づき、海外見本市への出展や海外商談会の開催、国内商談会や産地へのバイヤー招へい、広報協力など、認定品目団体等が主体となった販路開拓への支援を強化する。</u></p> <p><u>ウ 輸出重点品目のターゲット国・地域において、日本産食材サポーター店や現地輸入商社、現地系流通に精通しているブローカーなど現地パートナーと連携しつつ、現地の商流構築活動の支援を強化する。</u></p> <p><u>エ 輸出産地の要望も踏まえた上で、輸出診断、海外市場情報の提供、個別相談、ウェブマッチングなど、実状に応じたハンズオンの支援を貿易情報センター等を通じて行うとともに、ターゲット国・地域のオンライン市場の動向等を分析して情報提供するとともに、ECサイトへの出品方法のアドバイスなどを行う。</u></p> <p>(新設)</p>

改訂後	改訂前
<p><u>用の改善についても不断に検討・実施する。</u></p> <p><u>イ 事業者が輸出に取り組むために必要となる規制情報・市場情報等についての調査や、セミナー等を通じた事業者への情報提供を引き続き行い、事業者サポート体制を強化する。専門家による事業者支援に当たっては、専門家間の役割分担の明確化及び連携の強化を図り、施策の相乗効果を生み出していく。</u></p> <p><u>ウ 日本産農林水産物・食品の海外発信の更なる強化及び輸出促進を図るため、海外における日本産食材サポーター店認定制度を生かし、特に日本食・食文化を理解し、日本産食材の活用に意欲が高い飲食店等を、顕彰等により重点的に後押ししていく仕組みを導入する。</u></p> <p><u>エ また、2024年度に締結した全国農業協同組合連合会（ＪＡ全農）や一般社団法人大日本水産会との連携協定に基づき、ＪＦＯＯＤＯとともに、情報提供、商談機会の提供、プロモーション協力等の取組を進める。</u></p> <p><u>オ 認定品目団体による民間主導でのオールジャパンでの活動を支援するため、各団体のターゲット国・地域の消費者ニーズ、商慣行、規制等に関する情報を提供するとともに、認定品目団体からの委託により更なる詳細調査を実施する。また、各団体の行う海外見本市への出展、海外商談会の開催、国内商談会や産地へのバイヤー招へい、広報など、販路開拓活動への支援を強化する。</u></p> <p><u>カ 中小・中堅企業の海外展開支援施策との連動など、輸出拡大と食品産業の海外展開との相乗効果を発揮させる取組を強化する。</u></p> <p><u>○ ＪＦＯＯＤＯは、外部有識者の専門的視点からの検証・助言を受けつつ、消費者向けプロモーションと商流構築との連動の強化、ターゲット国・地域の現地体制の強化、事業活動の企画の現地化を進めることにより、新市場を中心として、海外市場の消費者向けに日本の農林水産物・食品の魅力を効果的に伝える。</u></p>	<p>(新設)</p> <p>(新設)</p> <p>(新設)</p> <p>(上から移動 (ア及びイ))</p> <p>(新設)</p> <p>○ ＪＦＯＯＤＯは、<u>ターゲット国・地域において海外現地の体制を強化し、拡大する海外市場の消費者向けに日本の農林水産物・食品の魅力を効果的に伝え、導入・消費につなげる役割を果たす。</u></p>

改訂後	改訂前
<p>ア <u>JETRO・認定品目団体と連携して取り組むオールジャパンでのプロモーションは、役割分担の明確化と相互連携の強化を図りつつ、富裕層の需要獲得も念頭に、品目や国・地域を重点化し、複数年にわたり継続的に実施してその効果を最大化させる。</u></p> <p>イ 現地ニーズに合わせ複数の輸出重点品目を組み合わせたプロモーションを進める等の品目横断的な取組を展開し、新たな需要の拡大に取り組む。</p> <p>ウ 日本食ポータルサイト「Taste of Japan」の運用等を通じた日本食・食文化の情報発信の強化、海外の外国人日本食料理人との連携強化により、輸出先国・地域における日本の農林水産物・食品の理解増進及び需要拡大の環境醸成（マーケットメイク）に取り組む。</p> <p>エ <u>認定品目団体によるオールジャパンでの活動を支援するため、各団体のターゲット国・地域において、各団体が実施するマーケティング活動を支援する。</u></p> <p>オ <u>日本政府観光局（JNTO）との連携強化による観光振興施策の連動など、輸出拡大とインバウンド施策との相乗効果を発揮させる取組を強化する。</u></p>	<p>ア <u>認定品目団体等が実施するマーケティング活動を支援するとともに、認定品目団体等と連携して取り組むオールジャパンでのプロモーションは品目や国・地域を重点化し、外部有識者の専門的視点からの検証・助言を受けながら、複数年にわたり継続的に実施してその効果を最大化させる。</u> (以下、順番入れ替え)</p> <p>ウ 現地ニーズに合わせ複数の輸出重点品目を組み合わせたプロモーションを進める等の品目横断的な取組を展開し、新たな需要の拡大に取り組む。</p> <p>イ 日本食ポータルサイト「Taste of Japan」の運用や日本産食材サポーター店の活用を通じた日本食・食文化の情報発信を強化することにより、輸出先国・地域における日本の農林水産物・食品の理解増進及び需要拡大の環境醸成（マーケットメイク）に取り組む。 (新設)</p> <p>(新設)</p>

改訂後	改訂前
<p>⑥ブランド化等による高付加価値化の推進</p> <p>○ <u>農林水産物等の付加価値向上に向けては、日本特有の品種や技術、ノウハウ、食文化等、優れた知的財産の創出とその保護・活用によりブランド価値を高めることが不可欠である。</u></p> <p><u>このためには、農業等の関係者が、これら強みを知的財産として捉え、ブランド化や国際競争力の強化に向けて、戦略的に保護・活用するという、知財マネジメントの意識を醸成するため、以下の取組を進める。</u></p> <p>ア <u>日本の強みとなる知的財産について、地理的表示（GI）、商標、特許等を適切に活用した権利化等と侵害・模倣への対応を推進し、ブランド価値を守り、他産品との差別化を図る。</u></p> <p>イ <u>現場での知財マネジメントの実践が進み、農林水産物等のブランド価値の向上につながるよう、農業分野の知的財産の基礎を学ぶ講座の実施、農業知財専門人材の育成、現場と専門家をマッチングする相談窓口の設置、地域や企業内での知財保護実践の伴走支援や中核となる人材の育成等、現場への知財サポートの充実を図る。また、知的財産を保護・活用し、付加価値向上、経営発展に取り組む優良事例の顕彰と横展開を推進する。</u></p> <p>ウ <u>地域ならではの特性を有する産品を国が登録することで、その産品の名称を保護するGI保護制度については、他国との相互保護により、海外での名称保護も可能となることから、輸出産品・著名産品の登録が進むよう、認知度の向上、サポートデスクによる申請支援等を行い、2030年度までに212産品の登録を目指す（2024年度までに161産品が登録）。</u></p> <p>※ <u>酒類については、国税庁で指定（2024年度までに30産地を指定）。</u></p> <p>エ <u>GI保護制度は、GIマークと相まって、産品のもつ品質、評判、ものがたり等の魅力や強みを「見える化」し、外国人にも効果的に産品をアピールすることが可能。増加するインバウンド向けにGIの</u></p>	<p>(新設)</p>

改訂後	改訂前
<p><u>観光コンテンツ化の推進を図るため、観光庁、観光地域づくり法人（DMO）との連携構築、魅力を説明できる「語り部」の育成、情報サイトへの掲載等を通じたプロモーションの強化により魅力を訴求し、海外への普及・ブランド化へと発展させる。</u></p> <p><u>オ 旅アトへの訴求に向け、G I マークが真正な日本産品であることを普及するとともに、輸出産品への我が国G I マーク貼付を推進し、日本産品の消費拡大につなげる。</u></p> <p><u>○ 昨今、世界的に急速な成長をみせているコンテンツ市場を、国内の食品関連事業者の発展につなげられるよう、海外での日本食チャンネルの配信拡大や日本食・食文化の海外普及に貢献するコンテンツの顕彰制度の創設など、外国人の関心の高い日本のアニメやキャラクターなどのコンテンツを活用した日本産農林水産物・食品のブランディングを推進する。</u></p> <p><u>○ 「伝統的酒造り」のユネスコ無形文化遺産の登録を契機として、2025年大阪・関西万博の機会も活用して、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する。JETRO、JFOODOや他の認定品目団体とも連携し、新たな商流構築につなげるとともに、酒類だけでなく、加工品等との相乗効果を発揮する。</u></p> <p><u>○ 日本産食材を継続的に扱う日本食レストラン等を増加させる基盤として、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、日本産食材に対する理解や調理技能の向上等を図ることが重要である。このため、現地で中核的役割を期待される外国人日本食料理人を対象とした招へい研修、調理技能の認定、海外の料理学校における日本食講座の開設に向けた講師派遣、日本食普及の親善大使の任命等の取組を推進する。また、海外で活躍する外国人日本食料理人のネットワークの形成を図ることにより、これらの者が日本食や日本産食材について継続的に学び、その魅力を海外の消費者に自発的に伝えることを促す。また、これらの取組の実施に当たっては、令和8年1月から開始予定の「在外公館料理人制度」において、在外公館料理人が日本食・食文化や</u></p>	

改訂後	改訂前
<p><u>日本産食品のPR等も担うことを踏まえ、同制度との連携を図りつつ、効果的に行う。</u></p> <p>○ <u>海外の消費者の環境意識の高まりも踏まえ、各種国際会議の場でも評価を受けている我が国の環境負荷低減の「見える化」について、分かりやすく現地で伝えるためのラベル表示（(英語版ラベルの愛称)ChoiSTAR(チョイスター)）の有効活用に向け、GFP(農林水産物・食品輸出プロジェクト)とも連携しつつ、生産者や事業者、政府関係機関に対する普及啓発等に取り組むことで、2025年度中に輸出・インバウンド向けにラベルを付与した製品の販売実績の創出を目指す。</u></p>	

改訂後	改訂前
<p>⑦品種のグローバル展開</p> <p>○ 我が国の優良品種の強みを最大限に発揮し、「海外から稼ぐ」体制の構築が必要である。</p> <p>○ 我が国の優良品種を活用し、収穫物を輸出することに加えて、戦略的な海外ライセンスといったグローバル展開により、輸出先国・地域において、ライセンス先における海外生産と日本からの輸出を組み合わせたジャパンブランドの周年供給が可能な体制を構築することで、我が国農業・農業者の直接的な「稼ぎ」につなげる。</p> <p>さらに、海外からのロイヤルティを得て、知的財産の保護・管理、産地化・ブランド化、さらには新たな品種開発に還元することで、農業者の将来的な「稼ぎ」につなげる取組を推進する。これらの取組を担う育成者権管理機関の早期立上げ・早期事業化を進める。</p> <p>○ 海外展開を行う我が国優良品種の競争環境を守るため、国内外での育成者権の取得や厳格な管理を推進する。さらに、海外ライセンスと国内管理の推進に向け、種苗制度の見直しも検討する。</p>	<p>(新設)</p>
<p>(5.へ移動)</p>	<p>⑥日本食・食文化の情報発信におけるインバウンドとの連携</p> <p>○ 日本の食文化は世界に誇る文化遺産であり、外務省、農林水産省、国土交通省等の関係省庁は、海外の消費者への日本の食品の調理方法、食べ方、食体験等を通じた地域の文化とのつながりの発信等を進め、インバウンドの促進と連携した訪日外国人への日本の食や食文化の理解・普及を図ることにより、日本の農林水産物・食品の輸出市場とインバウンド消費を拡大する取組を支援する。</p> <p>○ JETRO・JFOODOは、日本政府観光局(JNTO)と締結した覚書に基づき、デジタルマーケティングや海外でのプロモーションイベント等で連携し、日本の農林水産物・食品の輸出とインバウンド観光を相乗的に拡大することを目指す。</p>

改訂後	改訂前
<p>(2) <u>マーケットインの発想で輸出にチャレンジする事業者</u>を後押し</p> <p>「プロダクトアウト」から「マーケットイン」への転換には、リスクを取って輸出向け製品の生産・輸出にチャレンジする事業者が不可欠である。</p> <p>しかし、現在は、輸出向けの生産を行う輸出産地は少数であり、一部の事業者がマイナーな商流で輸出事業を行っているのが実態である。結果として、大ロットでの取引や海外の小売棚の長期確保は難しく、流通コストも高くなっている。この背景には、「輸出先国・地域の規制やニーズに対応する生産を行うには試行錯誤が必要であり、短期的には収入増につながらない」との事業者の声がある。</p> <p>このような問題を生産現場が自らの課題として捉え、その解決に積極的に取り組めるよう、生産者団体、認定品目団体等による事業者の後押しが重要である。国は、こうした民間団体等とも連携しながら、輸出向けの生産を行う輸出産地の育成・展開や、自らリスクを取って、輸出先国・地域の規制やニーズに対応したマーケットイン輸出に取り組む輸出事業者に対して、重点的な支援・環境整備を行う。</p>	<p>(2) <u>マーケットインの発想で輸出にチャレンジする農林水産事業者</u>を後押し</p> <p>「プロダクトアウト」から「マーケットイン」への転換には、リスクを取って輸出向け製品の生産・輸出にチャレンジする事業者が不可欠である。</p> <p>しかし、現在は、輸出向けの生産を行う産地・事業者は少数であり、一部の事業者がマイナーな商流で輸出事業を行っているのが実態である。結果として、大ロットでの取引や海外の小売棚の長期確保は難しく、流通コストも高くなっている。この背景には、「輸出先国・地域の規制やニーズに対応する生産を行うには試行錯誤が必要であり、短期的には収入増につながらない」との事業者の声がある。</p> <p>このような問題を解決するため、輸出向けの生産を行う輸出産地の育成・展開や、自らリスクを取って、輸出先国・地域の規制やニーズに対応したマーケットイン輸出に取り組む産地・事業者等に対して、重点的な支援・環境整備を行う。</p> <p><u>また、ＪＡグループなどの農林漁業者団体は、自ら目標等を設定しつつ、輸出促進に主体的に取り組み、農林水産省は、これに助言を行う。</u></p> <p><u>こうした取組により、高い付加価値を創出する輸出産地の形成を進めるとともに、国内の生産基盤の強化を図る。</u></p>

改訂後	改訂前
(④に移動)	<p>①リスクを取って輸出に取り組む事業者への投資の支援</p> <p>○ <u>マーケットインでの輸出に向けて、「農林漁業法人等に対する投資の円滑化に関する特別措置法」(平成14年法律第52号。以下「投資円滑化法」という。)を活用し、投資事業有限責任組合(LPS)の積極的な組成を図るとともに、アグリビジネス投資育成(株)等の投資主体による海外現地法人等への出資を促進する。</u></p> <p>○ <u>農林水産物・食品の輸出については、輸出先国・地域の規制に対応した施設整備などの投資を行ってから収益化するまで一定期間を有する。このようなリスクに対応するため、輸出促進法に基づく(株)日本政策金融公庫の貸付け(農林水産物・食品輸出基盤強化資金)や債務保証(スタンドバイ・クレジット)による長期・低利の設備資金、長期運転資金、海外展開に必要な資金等の積極的な活用を推進し、輸出事業計画の認定を受けた農林水産事業者・食品事業者等の育成を図るなど輸出事業者のチャレンジを後押しする。</u></p> <p>○ <u>輸出事業用資産にかかる所得税・法人税の特例(割増償却)の積極的な利用を推進する。</u></p> <p>○ <u>腐敗や品質劣化の被害や輸入不許可による貨物返送費用等の特有のリスクを輸出事業関係者が負っていることが多いことから、これらに対応する費用を最小限にするための手法を検討するため、農林水産物・食品の輸送方法と、輸出時に発生する損害等を検証する実証事業の実施を検討する。</u></p> <p>○ <u>日本貿易保険(NEXI)が2022年4月に実施した、農林水産品・食品輸出向け「簡易通知型包括保険」利用の要件緩和を踏まえながら、輸出事業者の貿易保険の活用をより推進する。</u></p>

改訂後	改訂前
<p>①輸出先国・地域の規制・ニーズに対応した生産・流通への転換</p> <p>○ 輸出先国・地域のニーズや規制に対応した産品を、求められるスペック(量・価格・品質・規格・認証)で継続的に提供するとともに、農林水産事業者の利益につなげるため、主として輸出向けの生産を行う輸出産地に対して、輸出事業計画に基づく輸出産地の形成に必要な施設整備等を重点的に支援する。</p> <p>○ <u>米について、低コストで生産できる輸出向け産地を新たに育成することとし、農地の集積・集約化による分散錯圃の解消、農地の大区画化、品種改良、多収量品種の作付け拡大、大区画化を生かしたスマート農業技術の活用</u>の取組により、輸出産地を形成する。</p> <p>○ 水田を転換した園地や畑地を活用し、果樹や野菜等高収益作物の輸出産地の育成・展開を図る。</p> <p>○ <u>果樹や野菜等について、プロモーション等による更なる海外需要開拓を図るとともに、防除暦の見直しなど輸出先国・地域の規制やニーズに対応する輸出向けに特化した産地育成を推進する。</u></p> <p>○ 畜産物について、主要産地のコンソーシアム化を進めるとともに、コンソーシアムが<u>認定品目団体等</u>と連携して、商流の構築や拡大、産地の特色を生かしたブランディング、<u>加工品</u>など新商品の輸出促進等に取り組む。</p>	<p>②マーケットインの発想に基づく輸出産地・事業者の育成・展開</p> <p>○ 輸出先国・地域のニーズや規制に対応した産品を、求められるスペック(量・価格・品質・規格)で継続的に提供するとともに、農林水産事業者の利益につなげるため、<u>リスト化した主として輸出向けの生産を行う輸出産地(都道府県や業界団体等を通じて産地の意向を踏まえた結果、これまでに29の輸出重点品目で合計1,238産地・事業者を公表。)</u>に対して、輸出事業計画に基づく輸出産地の形成に必要な施設整備等を重点的に支援する。</p> <p>(新設)</p> <p>また、水田を転換した園地や畑地を活用し、果樹や野菜等高収益作物の輸出産地の育成・展開を図る。<u>輸出産地・事業者とは、①加工処理しない一次産品はその生産地(生産地と連携する輸出事業者を含む。)、②主原料生産地と加工施設が紐付いた加工食品は当該生産地及び加工施設・輸出事業者(輸出産地毎に、生産・流通・輸出販売に取り組む関係事業者が連携したコンソーシアムを含む。)、③製造地に地域性がある加工食品は製造地及び製造・輸出事業者を指す。なお、主原料生産地・製造地ともに地域性を持たずに輸出に取り組む事業者がいる場合には、当該事業者を輸出の担い手と位置付け、事業者間で連携した輸出の取組を促進する。</u></p> <p>(新設)</p> <p>○ 畜産物などについて、主要産地のコンソーシアム化を進めるとともに、コンソーシアムが<u>認定農林水産物・食品輸出促進団体等</u>と連携して、商流の構築や拡大、産地の特色を活かしたブランディング、<u>加工食品</u>など新商品の輸出促進等に取り組む。</p>

改訂後	改訂前
<p>○ <u>林産物について、原材料となる原木の生産基盤を強化するとともに、輸出先の規格・基準に対応した製品、高耐久製品等の生産体制の整備を推進する。</u></p> <p>○ <u>水産物について、海外需要に応えられるよう、人工種苗の増産や新たな養殖漁場の拡大を推進するとともに、養殖産品を中心に、国・地域別の規制や調達基準等に合わせ、輸出認定加工施設の整備や民間認証の取得推進等を進める。</u></p> <p>○ 輸出が農林漁業者等を始めとする地域の事業者の利益につながっていくことが重要であることから、輸出産地の形成を支援する補助事業において、<u>事業実施計画に所得向上効果を明記させ、その実現に向けたフォローアップを行う。</u></p> <p>(削る)</p> <p>○ 地方農政局等に食品事業者や商社OB等の民間人材を「輸出産地サポーター」として<u>配置し、輸出事業計画の策定及びその実行、農林水産物・食品の貿易実務、輸出先国・地域の輸入規制の対応等に係るサポートを行い、マーケットイン輸出に向けた輸出事業者の育成を支援する。</u></p> <p>○ <u>輸出事業者の育成や支援に有効なGFPについては、会員が1万を超える中、輸出に対する経験・規模には大きな格差があり、多様化する輸出事業者のレベルに応じたサポートを行う必要があるほか、輸出額目標達成に向けては、輸出に意欲的に取り組む輸出事業者のすそ野の一層の拡大を図っていく必要がある。</u></p> <p><u>このため、多様化するレベルやニーズに応じて輸出専門家のスポット派遣やセミナーの開催を行うとともに、地方農政局段階における輸出事業者のきめ細かなサポートを行うなど、都道府県やJAと連携しながらGFPによる現場に密着した伴走支援体制を強化する。</u></p>	<p>○ 輸出が農林漁業者等を始めとする地域の事業者の利益につながっていくことが重要であることから、<u>事業者の実態を正確に把握するための統計的手法を検討する。また、輸出産地の形成を支援する補助事業において、所得向上効果を明記した事業実施計画について支援する。</u></p> <p>○ <u>輸出先国の規制への対応を初めて行う民間事業者への支援の重点化を通じ、輸出の拡大を図る。</u></p> <p>○ 地方農政局等に食品事業者や商社OB等の民間人材を「輸出産地サポーター」として<u>採用するなどマーケットイン輸出に向けた産地の育成を支援する。また、農林水産省輸出・国際局にも専門人材を配置し、伴走型で支援を行う。</u></p> <p>○ <u>輸出産地・事業者の育成や支援に有効なGFP（農林水産物・食品輸出プロジェクト）については、会員が8,500を超え、輸出に対する経験・規模には大きな格差があり、多様化する輸出事業者のレベルに応じたサポートを行う必要があるほか、輸出額目標達成に向けては、新たに<u>取り組む輸出スタートアップをさらに増やしていく必要がある。</u></u></p> <p><u>このため、地方農政局や都道府県段階で、現場に密着したサポート体制を強化することとし、具体的には、都道府県やJAが輸出の専門家と連携して輸出産地の形成を行うとともに、地方農政局段階では輸出コンサル等と連携した掘り起こし活動やスタートアップへのきめ細かなサポートを行う。</u></p> <p><u>さらに、輸出産地の形成に向け、GFPを活用した輸出産地を対象としたセミナーや交流会の開催などの取組を一層進める。</u></p>

改訂後	改訂前
<p>○ <u>輸出産地の体制構築に当たっては、全体のコーディネート機能や生産現場の技術指導を担う都道府県やＪＡ、産地と海外をつなぐ地域商社、事業者間のマッチングや輸出事業者への伴走支援を行う地方銀行等の地域の関係者が一体となって、輸出支援プラットフォームやＧＦＰと連携しながら、地域全体として輸出に取り組む推進体制を整備する。</u></p> <p><u>その際、農協系統は取扱量が多いが、輸出向けの生産を担う者が明確でなく、産地登録などに能動的に対応できていないことに加え、組合員の高齢化が進み、将来にわたる安定的な出荷が困難であったり、流通・販売体制が国内供給向けに構築されているため輸出に向けた物流が十分対応できないなどマーケットインの輸出への課題が多い。</u></p> <p>このため、ＪＡグループが総力をあげ、主体的に輸出産地の課題を踏まえた、より効果的な支援を行うことができるよう、ＪＡグループと国とが協議する場における連携を推進して、輸出に意欲あるＪＡに対して輸出先国・地域の規制をクリアできるような産地づくりや、ロス率の小さい効率的な輸出物流の確立、ＪＡグループ内の輸出関連人材の育成に取り組む。</p> <p>(①に統合)</p> <p>(3.(2)①11マルに移動)</p> <p>○ 上記体制の下で、遊休農地等の活用による輸出向け生産の拡大、産地リレーや地域内生産者との連携による輸出向けロットの確保、海外でのニーズや付加価値が高い有機農産物等の生産・輸出の拡大など、輸出向け生産・流通体系への転換を通じ、生産から流通・販売までをつなぐ大規模輸出産地を育成する。</p> <p><u>その際、「農業経営基盤強化促進法」(昭和55年法律第65号)に基づく</u></p>	<div data-bbox="1227 220 2179 467" style="border: 1px dashed black; padding: 10px;"> <p>※3.(2)③1マルから移動</p> <p>○ 全体のコーディネート機能や生産現場の技術指導を担う都道府県やＪＡ、産地と海外をつなぐ地域商社等の地域の関係者が一体となって、輸出支援プラットフォームやＧＦＰと連携しながら、地域全体として輸出に取り組む推進体制を整備する。</p> </div> <p>○ <u>農協系統は取扱量が多いが、輸出向けの生産を担う者が明確でなく、産地登録などに能動的に対応できていないことに加え、組合員の高齢化が進み、将来にわたる安定的な出荷が困難であったり、流通・販売体制が国内供給向けに構築されているため輸出に向けた物流が十分対応できないなどマーケットインの輸出への課題が多い。</u></p> <p>このため、ＪＡグループが総力をあげ、主体的に輸出産地の課題を踏まえたより効果的な支援を行うことができるよう、ＪＡグループと国とが協議する場を設け、連携して、輸出に意欲あるＪＡに対して輸出先国・地域の規制をクリアできるような産地づくりや、ロス率の小さい効率的な輸出物流の確立、ＪＡグループ内の輸出関連人材の育成に取り組む。</p> <p>③地域ぐるみの生産・流通の転換による輸出産地の形成</p> <p>○ <u>全体のコーディネート機能や生産現場の技術指導を担う都道府県やＪＡ、産地と海外をつなぐ地域商社等の地域の関係者が一体となって、輸出支援プラットフォームやＧＦＰと連携しながら、地域全体として輸出に取り組む推進体制を整備する。</u></p> <p>○ <u>また、上記体制の下で、遊休農地等の活用による輸出向け生産の拡大、産地リレーや地域内生産者との連携による輸出向けロットの確保、海外でのニーズや付加価値が高い有機農産物等の生産・輸出の拡大など、輸出向け生産・流通体系への転換を通じ、生産から流通・販売までを繋ぐ大規模輸出産地を育成する。</u></p> <p>○ 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</p>

改訂後	改訂前
<p><u>地域計画と連動して、輸出産地の形成のための農地の集積・集約化に取り組む地域を支援し、都道府県、市町村、ＪＡ、商工関係機関、研究機関など多様な関係者を巻き込んだ輸出産地の形成を後押しする。</u></p> <p>○ <u>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安定的・継続的に輸出する「フラッグシップ輸出産地」の拡大を図るとともに、こうした大規模な輸出産地が、輸出の大宗を担うよう、輸出促進施策や生産振興施策においてフラッグシップ輸出産地向けの優遇措置を設けるなどにより、更なる発展を後押しする。</u></p>	<p><u>量で継続的に輸出する産地を「フラッグシップ輸出産地」(仮称)として選定し、公表することとする。</u></p> <p>○ <u>「フラッグシップ輸出産地」(仮称)など一定程度進んだ輸出産地に対しては、みどりの食料システム戦略推進交付金に輸出産地向けの優遇措置を新たに設けるなど他の施策と連携して支援するとともに、ＧＦＰによる輸出人材育成や人材マッチング等のサポートを強化する。</u></p> <p>○ <u>あわせて、「農業経営基盤強化促進法」(昭和55年法律第65号)に基づく地域計画の策定とも連動させるとともに、都道府県、ＪＡ、商工関係機関、研究機関など多様な関係者を巻き込んだ輸出産地を形成する。</u></p>
<p>(③へ移動)</p>	<p>④輸出人材の育成・確保</p> <p>○ <u>輸出に取り組む事業者にとって、輸出先国のニーズや検疫条件等の規制に精通し、輸出向けの生産や販路開拓などの輸出関連業務に対応できる人材の不足が大きな課題となっている。</u></p> <p><u>一方、現状では、輸出ニーズ・規制・輸出実務等のノウハウを効率的かつ体系的に体得する学習環境が乏しいことから、ＧＦＰとＡＦＪ日本農業経営大学校が連携した輸出講座の開設など、教育機関と連携した輸出人材の育成を展開する。</u></p> <p>○ <u>また、輸出人材の育成には一定の時間を要するため、輸出人材の育成と並行して、既存の人材派遣スキームを活用し、ＧＦＰのサポートの下で輸出実務経験者等の専門人材と輸出事業者のマッチングを進めることにより、輸出事業者のニーズに合った輸出人材の確保を促進する。</u></p>

改訂後	改訂前
<p>②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</p> <p>○ <u>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更なる発展に向けて、生産・加工・流通、現地販売それぞれの段階におけるボトルネックを解消するためのモデル的な取組を一気通貫で支援し、GFPによる情報発信・伴走支援によりその横展開を進め、国内から現地まで一貫してつなぐサプライチェーンの構築を推進する。その際、米の輸出産地の形成、食品企業の海外展開、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する。</u></p> <p>○ <u>輸出先国・地域の港湾・空港までの輸送については、輸出先国・地域のニーズや規制に対応する事業者が連携して取り組む大ロット・高品質・効率的な輸出を後押しするため、農林水産省と国土交通省との連携の下、「効率的な輸出物流の構築に関する意見交換会」で整理した事項を実施するため、以下の措置を講じる。</u></p> <p>ア 設備投資の促進</p> <p>輸出物流の構築に必要な設備投資を促進するため、輸出事業計画に施設設備計画を追加し、認定された計画に基づき行う施設等の整備に対し措置された制度資金（農林水産物・食品輸出基盤強化資金）や所得税・法人税の特例（割増償却）の積極的な周知により利用を推進する。</p> <p>また、農林水産省と国土交通省が連携し、<u>輸出事業者が港湾を活用した輸出をさらに促進するため、コールドチェーンの確保のために必要な施設等の整備を支援する。</u></p> <p>イ 輸出物流の強化</p> <p>輸出先国の実情に応じた輸出サプライチェーンの確立が必要となっているところ、基幹的な輸出物流ルートにおける産地から<u>港湾・空港までの最適な輸送ルートや集荷・保管体制を構築する。</u></p> <p>また、地方港湾・空港等を活用した輸出物流を構築するため輸出商社や物流事業者等を育成する。</p> <p>ネットワーク構築から国内及び海上輸送、品質管理等、輸出物流における各工程での課題解決を目指す。</p>	<p>⑤大ロット・高品質・効率的な輸出等に対応可能な輸出物流の構築 (新設)</p> <p>○ 輸出先国・地域のニーズや規制に対応する<u>産地が連携して取り組む大ロット・高品質・効率的な輸出を後押しするため、農林水産省と国土交通省との連携の下、「効率的な輸出物流の構築に関する意見交換会」で整理した事項を実施するため、以下の措置を講じる。</u></p> <p>ア 設備投資の促進</p> <p>輸出物流の構築に必要な設備投資を促進するため、輸出事業計画に施設設備計画を追加し、認定された計画に基づき行う施設等の整備に対し措置された制度資金（農林水産物・食品輸出基盤強化資金）や所得税・法人税の特例（割増償却）の積極的な周知により利用を推進する。</p> <p>また、農林水産省と国土交通省が連携し、<u>輸出産地・事業者が港湾を活用した輸出をさらに促進するため、コールドチェーンの確保のために必要な施設等の整備を支援する。</u></p> <p>イ 輸出物流の強化</p> <p>輸出先国の実情に応じた輸出サプライチェーンの確立が必要となっているところ、基幹的な輸出物流ルートにおける産地からの最適な輸送ルートや集荷・保管体制を構築する。</p> <p>また、地方港湾・空港等を活用した輸出物流を構築するため輸出商社や物流事業者等を育成する。</p> <p>ネットワーク構築から国内及び海上輸送、品質管理等、輸出物流における各工程での課題解決を目指す。</p>

(参考) 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（令和 7 年（2025 年）5 月改訂） 新旧対照表

改訂後	改訂前
<p>○ <u>輸出先国・地域の港湾・空港以降の輸送においてもコールドチェーンを確保できるよう、上記に係る支援に加え、海外現地でのコールドチェーンや商流の構築に係る投資案件形成に向けて、投資機関との連携やフィージビリティ・スタディへの支援を行うとともに、コールドチェーン物流サービスに関する国際標準規格（ISO31512）の普及を図る。</u></p>	<p>（新設）</p>

改訂後	改訂前
<p>③輸出人材の育成・確保</p> <p>○ <u>輸出事業者</u>にとって、輸出先国のニーズや検疫条件等の規制に精通し、輸出向けの生産や販路開拓、<u>海外における知的財産の保護</u>などの輸出関連業務に対応できる人材の不足が大きな課題となっている。</p> <p>一方、現状では、輸出ニーズ・規制・輸出実務・<u>知的財産保護</u>等のノウハウを効率的かつ体系的に体得する学習環境が乏しいことから、G F P と A F J 日本農業経営大学校が連携した輸出講座の開設など、教育機関と連携した輸出人材の育成を展開する。</p> <p>○ また、輸出人材の育成には一定の時間を要するため、輸出人材の育成と並行して、<u>内閣府と連携し、プロフェッショナル人材事業のスキーム</u>を活用し、G F P のサポートの下で輸出実務経験者等の専門人材と輸出事業者のマッチングを進めることにより、輸出事業者のニーズに合った輸出人材の確保を促進する。</p>	<p>④輸出人材の育成・確保</p> <p>○ <u>輸出に取り組む事業者</u>にとって、輸出先国のニーズや検疫条件等の規制に精通し、輸出向けの生産や販路開拓などの輸出関連業務に対応できる人材の不足が大きな課題となっている。</p> <p>一方、現状では、輸出ニーズ・規制・輸出実務等のノウハウを効率的かつ体系的に体得する学習環境が乏しいことから、G F P と A F J 日本農業経営大学校が連携した輸出講座の開設など、教育機関と連携した輸出人材の育成を展開する。</p> <p>○ また、輸出人材の育成には一定の時間を要するため、輸出人材の育成と並行して、<u>既存の人材派遣スキーム</u>を活用し、G F P のサポートの下で輸出実務経験者等の専門人材と輸出事業者のマッチングを進めることにより、輸出事業者のニーズに合った輸出人材の確保を促進する。</p>

改訂後	改訂前
<p>④リスクを取って輸出に取り組む事業者への投資の支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ マーケットインでの輸出に向けて、「農林漁業法人等に対する投資の円滑化に関する特別措置法」(平成14年法律第52号。以下「投資円滑化法」という。)を活用し、投資事業有限責任組合(LPS)の積極的な組成を図るとともに、アグリビジネス投資育成(株)等の投資主体による海外現地法人等への出資を促進する。 ○ 農林水産物・食品の輸出については、輸出先国・地域の規制に対応した施設整備などの投資を行ってから収益化するまで一定期間を有する。このようなリスクに対応するため、輸出促進法に基づく(株)日本政策金融公庫の貸付け(農林水産物・食品輸出基盤強化資金)や債務保証(スタンドバイ・クレジット)による長期・低利の設備資金、長期運転資金、海外展開に必要な資金等の積極的な活用を推進し、輸出事業計画の認定を受けた農林水産事業者・食品事業者等の育成を図るなど輸出事業者のチャレンジを後押しする。 ○ 輸出事業用資産にかかる所得税・法人税の特例(割増償却)の積極的な利用を推進する。 (削る) ○ 日本貿易保険(NEXI)が2022年4月に実施した、農林水産品・食品輸出向け「簡易通知型包括保険」利用の要件緩和を踏まえながら、輸出事業者の貿易保険の活用をより推進する。 	<p>(①から移動)</p> <p>①リスクを取って輸出に取り組む事業者への投資の支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ マーケットインでの輸出に向けて、「農林漁業法人等に対する投資の円滑化に関する特別措置法」(平成14年法律第52号。以下「投資円滑化法」という。)を活用し、投資事業有限責任組合(LPS)の積極的な組成を図るとともに、アグリビジネス投資育成(株)等の投資主体による海外現地法人等への出資を促進する。 ○ 農林水産物・食品の輸出については、輸出先国・地域の規制に対応した施設整備などの投資を行ってから収益化するまで一定期間を有する。このようなリスクに対応するため、輸出促進法に基づく(株)日本政策金融公庫の貸付け(農林水産物・食品輸出基盤強化資金)や債務保証(スタンドバイ・クレジット)による長期・低利の設備資金、長期運転資金、海外展開に必要な資金等の積極的な活用を推進し、輸出事業計画の認定を受けた農林水産事業者・食品事業者等の育成を図るなど輸出事業者のチャレンジを後押しする。 ○ 輸出事業用資産にかかる所得税・法人税の特例(割増償却)の積極的な利用を推進する。 ○ <u>腐敗や品質劣化の被害や輸入不許可による貨物返送費用等の特有のリスクを輸出事業関係者が負っていることが多いことから、これらに対応する費用を最小限にするための手法を検討するため、農林水産物・食品の輸送方法と、輸出時に発生する損害等を実証事業の実施を検討する。</u> ○ 日本貿易保険(NEXI)が2022年4月に実施した、農林水産品・食品輸出向け「簡易通知型包括保険」利用の要件緩和を踏まえながら、輸出事業者の貿易保険の活用をより推進する。

改訂後	改訂前
<p>⑤地方創生に貢献する多様な主体の連携</p> <p>○ <u>地域の「稼ぎ」や人材の呼び込み等、地方創生につながる輸出を促進するため、伝統やものがたりを有する G I 産品の特徴を生かした地域産品の魅力の見える化、農泊や観光業、伝統工芸品・コンテンツ、食文化等との連携による高付加価値化を推進するとともに、外部の専門人材とのマッチング、G F P と金融機関や地域商社等との連携強化を通じ、若者・女性を巻き込みながら、地域ぐるみの輸出を促進する。</u></p>	<p>(新設)</p>
<p>(4. へ移動)</p>	<p>⑥輸出を後押しする農林水産事業者・食品事業者の海外展開の支援</p> <p>○ <u>我が国の農林水産事業者・食品事業者の利益となる海外展開の取組を整理したガイドライン (令和 4 年 3 月) に沿って活動を行う事業者に対し、重点都市に設立する輸出支援プラットフォームを活用して、現地のビジネス慣習や法規制等に関する専門的知見について、輸出先国・地域において、アドバイスを行う支援体制を整備する。</u></p> <p>○ <u>農林水産物・食品の輸出に係るサプライチェーンの各段階におけるコスト・利益構造を分析するとともに、こうした各段階で生じる利潤を日本の国内事業者が取り込めるような海外展開を促すべく、投資案件形成に係るフィージビリティ・スタディの支援等を行う。</u></p> <p>○ <u>海外現地法人を設立し、設備投資等を行う場合の資金供給を促進するとともに、投資円滑化法に基づき、輸出に取り組む事業者の海外現地法人等への投資を行う投資事業有限責任組合 (L P S) の組成による資金供給の促進に取り組む。</u></p>

改訂後	改訂前
<p>(3) 省庁の垣根を超え政府一体として輸出の障害を克服</p> <p>マーケットイン輸出への転換に当たっては、海外現地での情報収集や売り込み、輸入規制等に係る政府間協議、食品安全管理、知的財産管理、流通・物流整備、研究開発など様々な関連分野で、政府による環境整備が不可欠である。例えば、海外でニーズがあるにも関わらず、日本からの輸入が規制されている、輸出先国・地域の規制に対応する国内の加工施設が少ない等の理由により輸出できない製品は依然として多い。また、輸出先国・地域における規制措置は強化される方向にあり、国内事業者がその都度対応を求められることがある。さらに、我が国の農林水産物・食品分野の強みである、優れた植物品種や栽培技術、家畜遺伝資源等の知的財産が流出し、ジャパンプランドが毀損されたり、海外事業者が利益を享受して、国内事業者の利益につながっていない等のケースが発生している。このため、知的財産の戦略的な保護・活用により、日本の農林水産物・食品のブランド化、競争力強化に取り組む。こうした輸出の障害・課題を克服するため、政府一体で取り組む体制の整備を含めた取組を効果的に推進する。</p>	<p>(3) 省庁の垣根を超え政府一体として輸出の障害を克服</p> <p>マーケットイン輸出への転換に当たっては、海外現地での情報収集や売り込み、輸入規制等に係る政府間協議、食品安全管理、知的財産管理、流通・物流整備、研究開発など様々な関連分野で、政府による環境整備が不可欠である。例えば、海外でニーズがあるにも関わらず、日本からの輸入が規制されている、輸出先国・地域の規制に対応する国内の加工施設が少ない等の理由により輸出できない製品は依然として多い。また、輸出先国・地域における規制措置は強化される方向にあり、国内事業者がその都度対応を求められることがある。さらに、我が国の農林水産物・食品分野の強みである、優れた植物品種や栽培技術、家畜遺伝資源等の知的財産が流出し、ジャパンプランドが毀損されたり、海外事業者が利益を享受して、国内事業者の利益につながっていない等のケースが発生している。このため、知的財産の戦略的な保護・活用により、日本の農林水産物・食品のブランド化、競争力強化に取り組むとともに、<u>知的財産を国外における「稼ぎ」に変える仕組みを構築する必要がある</u>。こうした輸出の障害・課題を克服するため、政府一体で取り組む体制の整備を含めた取組を効果的に推進する。</p>
<p>①輸出先国・地域における輸入規制の撤廃・緩和</p> <p>○ <u>東京電力福島第一原子力発電所における事故(以下「原発事故」という。)</u>に伴う放射性物質に係る日本産農林水産物・食品への輸入規制については、<u>2024年5月に仏領ポリネシアで撤廃、9月に台湾で緩和</u>されたところであり、規制を維持している国・地域は<u>6</u>となった。</p> <p>また、従来の原発事故に伴う輸入規制に加えて、2023年8月24日のA L P S処理水の海洋放出以降、中国、ロシア、香港及びマカオが、日本産水産物輸入の全面的な一時停止等の措置を採った。</p> <p>このような科学的根拠に基づかない措置の即時撤廃に向けて、外務省、経済産業省、農林水産省等の関係省庁が農林水産物・食品輸出本部の下で政府一体となって、各国・地域に対し、あらゆる機会を捉え、よ</p>	<p>①輸出先国・地域における輸入規制の撤廃・緩和</p> <p>○ <u>原発事故</u>に伴う放射性物質に係る日本産農林水産物・食品への輸入規制については、<u>2023年8月にEU等5の国・地域において規制が撤廃</u>されたところであり、規制を維持している国・地域は<u>7</u>となった。</p> <p>○ また、従来の原発事故に伴う輸入規制に加えて、2023年8月24日のA L P S処理水の海洋放出以降、中国、ロシア、香港及びマカオが、日本産水産物輸入の全面的な一時停止等の措置を採った。</p> <p>○ このような科学的根拠に基づかない措置の即時撤廃に向けて、外務省、経済産業省、農林水産省等の関係省庁が農林水産物・食品輸出本部の下で政府一体となって、各国・地域に対し、あらゆる機会を捉え、よ</p>

改訂後	改訂前
<p>り一層働きかけていく。</p> <p>○ 「水産業を守る」政策パッケージ等を活用し関係省庁、JETRO等の関係団体が一体となって、輸入規制強化の影響を受けている水産物の輸出先の転換・多角化を進めていく。</p> <p>○ 輸出重点品目を中心に、規制導入に関する情報を現地で早期に収集し、国内に提供する体制を整えるとともに、輸出の障害となる輸出先国・地域の規制の撤廃・緩和に向け、農林水産物・食品輸出本部の下で政府一体となって協議を行う。特に市場規模が大きい中国について、あらゆる機会を捉えて、原発事故及びALPS処理水の海洋放出に伴う輸入規制の撤廃や牛肉の輸出再開、精米の輸出拡大等を目指す。</p> <p>○ <u>2025年4月2日に米国が公表した一連の関税措置の見直しを強く求めるとともに、影響を受ける農林水産物・食品の輸出先の多角化・新規販路開拓や生産体系の転換を一層進めることにより、輸出構造の強靱化を図る。</u></p>	<p>り一層働きかけていく。</p> <p>○ <u>また</u>、「水産業を守る」政策パッケージを活用し関係省庁、JETRO等の関係団体が一体となって、輸入規制強化の影響を受けている水産物の輸出先の転換・多角化を進めていく。</p> <p>○ <u>また</u>、輸出重点品目を中心に、規制導入に関する情報を現地で早期に収集し、国内に提供する体制を整えるとともに、輸出の障害となる輸出先国・地域の規制の撤廃・緩和に向け、農林水産物・食品輸出本部の下で政府一体となって協議を行う。特に市場規模が<u>最も</u>大きい中国について、あらゆる機会を捉えて、原発事故及びALPS処理水の海洋放出に伴う輸入規制の撤廃や牛肉の輸出再開、精米の輸出拡大等を目指す。</p> <p>(新設)</p>

改訂後	改訂前
<p>②輸出加速を支える政府一体としての体制整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 輸出促進法に基づき、国の登録を受けた民間検査機関（登録発行機関）による輸出証明書の発行が認められるよう関係国との協議を引き続き推進する。 ○ 輸出証明書発行の電子化について、<u>引き続き、現在電子媒体で輸出証明書の発行を行っている事例を他の輸出先国・地域でも適用できるように働きかけるとともに、輸出証明書発行に係るシステム連携を求める輸出先国・地域に対してその条件についての協議を行う。</u> ○ <u>動植物検疫、輸出証明書の発行、航空保安対策等の必要な輸出手続を迅速に行い、高品質な農林水産物・食品をその品質を保持しつつ、輸出先国・地域に輸出する体制の構築に努める。</u> ○ 米国向け水産物の輸出に係る海産ほ乳類保護法（MMPA）への対応、今後台湾向け動物性水産食品に求められる衛生証明書及び施設認定への対応、「欧州グリーンディール」<u>及びその農業分野を具体化するFarm to Fork戦略、「農業と食のビジョン」に関する規制への対応等について、輸出先国・地域に対して、規制内容の照会及び協議を進めながら、事業者に必要な情報提供を行い、混乱が生じないよう対応する。</u> ○ 植物検疫における輸出検査について、「植物防疫法」（昭和25年法律第151号）に基づき、2023年4月から第三者機関による輸出検査が可能となり、輸出事業者の多様なニーズへの対応が可能になったことを踏まえ、第三者機関の登録を進めるとともに、<u>これらの積極的な活用を促すための環境整備を通じて、輸出検疫のより一層の効率化を推進する。</u> ○ 海外の残留農薬等の基準に対処できるよう、当該基準に適合した防除体系や有機栽培への転換等を進めるほか、<u>減農薬栽培や天敵の導入、抵抗性品種等の開発を推進するとともに、これらの研究開発に資するよう品目別の輸出拡大に向けた技術的な課題の把握を行う。</u> ○ 世界的に持続可能な社会への意識が高まり、多くの消費者が環境に 	<p>②輸出加速を支える政府一体としての体制整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 輸出促進法に基づき、国の登録を受けた民間検査機関（登録発行機関）による輸出証明書の発行が認められるよう関係国との協議を引き続き推進する。 ○ 輸出証明書発行の電子化について、<u>当面の取組として、現在電子メールで輸出証明書の送付を行っている事例を他の国・地域でも適用できるように、輸出先国・地域に働きかけるとともに、オンラインで完結される手続の1つとして、証明書発行手数料のオンライン納付の仕組みを検討する。</u> (新設) ○ 米国向け水産物の輸出に係る海産ほ乳類保護法（MMPA）への対応、今後台湾向け動物性水産食品に求められる衛生証明書及び施設認定への対応、「欧州グリーンディール」農業分野を具体化するFarm to Fork戦略に関する規制への対応等について、輸出先国・地域に対して、規制内容の照会及び協議を進めながら、事業者に必要な情報提供を行い、混乱が生じないよう対応する。 ○ 植物検疫における輸出検査について、<u>第208回国会（令和4年常会）において改正された「植物防疫法」（昭和25年法律第151号）に基づき、2023年4月から第三者機関による輸出検査が可能となり、輸出事業者の多様なニーズへの対応が可能になったことを踏まえ、第三者機関の登録を進めるとともに、これらによる検査の実施を促進する。</u> ○ 海外の残留農薬等の基準に対処できるよう、当該基準に適合した防除体系や有機栽培への転換等を進めるほか、<u>減農薬栽培や天敵農薬といった技術、抵抗性品種等の開発を推進するとともに、これらの研究開発に資するよう品目別の輸出拡大に向けた技術的な課題の把握を行う。</u> ○ 世界的に持続可能な社会への意識が高まり、多くの消費者が環境に

(参考) 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（令和7年（2025年）5月改訂） 新旧対照表

改訂後	改訂前
<p>優しい産品を求める中、各国とも化学農薬等の使用削減や有機農業の拡大等に力を入れているため、マーケットインの発想に基づき、みどりの食料システム戦略及び「環境と調和のとれた食料システムの確立のための環境負荷低減事業活動の促進等に関する法律（みどりの食料システム法）」（令和4年法律第37号）に基づく取組を進め、海外の消費者が求める有機食品等へのニーズに戦略的に対応していくとともに、耕地面積に占める有機農業の取組面積の割合を2050年までに25%（100万ha）に拡大し、有機産品の供給を増大する。</p>	<p>優しい産品を求める中、各国とも化学農薬等の使用削減や有機農業の拡大等に力を入れているため、マーケットインの発想に基づき、みどりの食料システム戦略及び「環境と調和のとれた食料システムの確立のための環境負荷低減事業活動の促進等に関する法律（みどりの食料システム法）」（令和4年法律第37号）に基づく取組を進め、海外の消費者が求める有機食品等へのニーズに戦略的に対応していくとともに、耕地面積に占める有機農業の取組面積の割合を2050年までに25%（100万ha）に拡大し、有機産品の供給を増大する。</p>

改訂後	改訂前
<p>③輸出先国・地域の規制やニーズに対応した加工食品等への支援</p> <p>○ 輸出先国・地域の規制やニーズに対応するためのH A C C P対応施設など加工・流通施設の整備目標（別表2）の達成に向けて、計画的な施設整備に対する支援を行うとともに、厚生労働省及び農林水産省が連携し、輸出促進法に基づく適合施設の認定を迅速に行う。また、個々の施設整備は、<u>各輸出事業者</u>が認定を受ける輸出事業計画に反映し、施設整備を具体的な輸出につなげる。</p> <p>○ 加工食品の輸出対応に必要な製造ラインの構築や機器整備、トレーサビリティ確保のためのIT化等に必要な設備投資を促進するため、輸出事業計画に施設設備計画を追加し、認定された計画に基づき行う施設等の整備に対し措置された制度資金（農林水産物・食品輸出基盤強化資金）や所得税・法人税の特例（割増償却）の積極的な周知により利用を推進する。</p> <p>○ 地域の中小食品製造事業者等については、単独では輸出先の発掘や大口ロットの輸出、棚の確保を行うことが困難であるため、地域の食品事業者等の協業の推進により、このような課題の克服を目指す。このため、共同で輸出事業計画を策定し、関係者が連携して取り組む海外市場調査、販路開拓、輸出用商品開発等を支援する。<u>また、海外のニーズを踏まえ、包材の見直し等賞味期限の延長に資する取組を推進する。</u></p> <p>○ 加工食品の輸出の大きな課題である食品添加物規制については、<u>代替困難な食品添加物</u>は引き続き、輸出先国・地域に対する食品添加物の認可申請を支援するとともに、早急に輸出を増加させる観点から、輸出先国・地域の規制に合った食品添加物の代替利用を促進するため、<u>輸出先国・地域の規制調査</u>や代替品の調査を行うとともに、食品添加物規制に対応した商品の開発・変更等を支援する。</p> <p>○ 輸出先国・地域のニーズに対応した加工食品の製造を促進するため、地域の中小事業者が連携して輸出に取り組む加工食品クラスターの形成を支援する。</p> <p>○ <u>加工食品については、上記の取組による輸出に向けた供給体制の強</u></p>	<p>③輸出先国・地域の規制やニーズに対応した加工食品等への支援</p> <p>○ 輸出先国・地域の規制に対応するためのH A C C P対応施設などの整備目標（別表2）の達成に向けて、計画的な施設整備に対する支援を行うとともに、厚生労働省及び農林水産省が連携し、輸出促進法に基づく適合施設の認定を迅速に行う。また、個々の施設整備は、<u>各輸出産地</u>が認定を受ける輸出事業計画に反映し、施設整備を具体的な輸出につなげる。</p> <p>○ 加工食品の輸出対応に必要な製造ラインの構築や機器整備、トレーサビリティ確保のためのIT化等に必要な設備投資を促進するため、輸出事業計画に施設設備計画を追加し、認定された計画に基づき行う施設等の整備に対し措置された制度資金（農林水産物・食品輸出基盤強化資金）や所得税・法人税の特例（割増償却）の積極的な周知により利用を推進する。</p> <p>○ 地域の中小食品製造事業者等については、単独では輸出先の発掘や大口ロットの輸出、棚の確保を行うことが困難であるため、地域の食品事業者等の協業の推進により、このような課題の克服を目指す。このため、共同で輸出事業計画を策定し、関係者が連携して取り組む海外市場調査、販路開拓、輸出用商品開発等を支援する。</p> <p>○ 加工食品の輸出の大きな障害である食品添加物規制については、引き続き、輸出先国・地域に対する食品添加物の認可申請を支援するとともに、早急に輸出を増加させる観点から、輸出先国・地域の規制に合った食品添加物の代替利用を促進するため、<u>現状把握</u>や代替品の調査を行うとともに、食品添加物規制に対応した<u>新商品</u>の開発を支援する。</p> <p>○ 輸出先国・地域のニーズに対応した加工食品の製造を促進するため、地域の中小事業者が連携して輸出に取り組む加工食品クラスターの形成を支援する。 (新設)</p>

改訂後	改訂前
<p><u>化に加え、「GFP加工食品部会」の枠組みも生かしつつ、訪日外国人によるお土産などでの旺盛な需要を踏まえたインバウンド施策や加工原材料の輸出に繋がる食品製造業の海外展開施策と連携した輸出拡大を促進し、輸出事業者の増加とこれらの者の販路拡大を図る。</u></p> <p>○ 「日本農林規格等に関する法律」(昭和25年法律第175号)に基づき、有機加工食品のJAS規格に有機酒類を追加し、米国や英国等と有機酒類の認証の同等性交渉を<u>進めており</u>、早期の相互承認を目指す。</p> <p>○ 食料供給のグローバル化に対応し、①我が国の農林水産物及び加工食品の輸出促進と②国内で販売される輸入食品も含めた食料消費の合理的な選択の双方に資するため、改訂前の食品表示制度を国際基準(コーデックス規格)との整合性の観点も踏まえ見直す。</p>	<p>○ <u>第208回国会(令和4年常会)において改正された「日本農林規格等に関する法律」(昭和25年法律第175号)に基づき、有機加工食品のJAS規格に有機酒類を追加し、米国やEU等と有機酒類の認証の同等性交渉に着手したところであり</u>、早期の相互承認を目指す。</p> <p>○ 食料供給のグローバル化に対応し、①我が国の農林水産物及び加工食品の輸出促進と②国内で販売される輸入食品も含めた食料消費の合理的な選択の双方に資するため、改訂前の食品表示制度を国際基準(コーデックス規格)との整合性の観点も踏まえ見直す。</p>

改訂後	改訂前
<p>④日本の強みを守り「稼ぐ」ための知的財産対策強化</p> <p>○ <u>輸出や海外展開を見据えて、国内関係者の知的財産の保護・活用の取組の実践に向け、研究開発や生産の現場の知的財産に関する意識・能力向上と専門家によるサポートの充実、知的財産の保護・活用により事業経営の発展に取り組む優良事例の顕彰と横展開を推進する。</u></p> <p>○ <u>植物品種について、「種苗法」（平成10年法律第83号）に基づく登録品種の海外持出制限や登録品種の増殖の許諾制等を活用し、育成者権者による品種の適切な管理により海外流出防止を進めるとともに、海外での侵害に対しても権利行使ができるよう海外での育成者権の取得や侵害対策を支援する。</u></p> <p>（削る）※3. (1)⑦に内容を反映</p> <p>○ <u>厳格管理の徹底に向けては、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し、同指針に基づく厳格管理のモデル的な取組を推進し、横展開を行う。また、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推進するとともに、品種の流出リスクが高い国における監視・侵害対応を許諾先に担わせることを目的とした防衛的な海外ライセンスに向けた条件整備を進める。</u></p> <p>○ <u>出願・審査手続きの円滑・迅速化、育成者権の行使の実効性の向上など育成者のメリット・権利の強化、DNA品種識別技術を活用しやすい環境の整備、オンライン取引の増大等の新たな流出リスクへの対応を推進するほか、これらの推進に必要な制度的枠組みの整備を検討する。</u></p>	<p>④日本の強みを守り「稼ぐ」ための知的財産対策強化 （新設）</p> <p>○ <u>植物品種について、「種苗法」（平成10年法律第83号）に基づく登録品種の海外持出制限や登録品種の増殖の許諾制等を活用し、育成者権者による品種の適切な管理により海外流出防止を進めるとともに、海外での侵害に対しても権利行使ができるよう海外での育成者権の取得や侵害対策を支援する。</u></p> <p>○ <u>育成者権者に代わって、海外への品種登録やライセンスによる実効的な侵害対応を行う育成者権管理機関の取組を推進する。その一環として、海外ライセンス指針に則し、海外からのロイヤルティ収入を新品種開発に投資するサイクルや、輸出先国における周年供給モデル構築により輸出促進に寄与するライセンスの実現に向けた取組を後押しする。</u></p> <p>○ <u>戦略的な海外ライセンスの実効性を確保するために、足下の国内における優良品種の取引や栽培技術の管理を徹底する。特に、個人間取引の増大など、昨今の取引実態の変化に対応した管理モデル構築に向け、国内ライセンス指針の策定など具体的な方策を検討する。</u></p> <p>（新設）</p>

改訂後	改訂前
<p>○ 海外における日本の農林水産物・食品のブランド製品の模倣品流通による、ブランド価値の毀損・市場喪失を防ぐ。また、輸出ターゲット国における、G I や商標の海外出願を通じた積極的な権利保護を推進するとともに、特許庁や輸出支援プラットフォームと連携した侵害発生国へ対応を行う。</p> <p>(削る) ※3. (1)⑥に内容を反映</p> <p>(削る) ※3. (3)④5 マルに一部内容を反映</p> <p>○ 模倣品発生の程度や輸出額などを勘案し、外国とのG I の相互保護の推進とともに、関係国・地域当局や国際機関とG I 制度の相互理解・協力を進める。</p> <p>○ <u>植物の新品種の保護に関する国際条約(U P O V) 未加盟国の品種保護制度整備とともに、U P O V加盟国との審査協力を推進し、我が国品種の海外での保護を促進する。</u></p> <p>○ 和牛遺伝資源について、「家畜改良増殖法」(昭和25年法律第209号)に基づき、現在実施している立入検査等を踏まえ、引き続き指導内容の徹底を図り、更なる流通管理の適正化を推進する。</p> <p>(削る)</p>	<p>○ 海外における日本のブランド製品の模倣品流通による、ブランド価値の毀損・市場喪失を防ぐとともに、我が国産品の「強み」を積極的にP Rする骨太なブランド化を推進する。</p> <p>○ <u>G I 制度について、2022年11月に行った、差別化された品質特性のみならず、各地のもつストーリーからもたらされるあらゆる特性を評価できる審査を推進する等の運用見直しを活かし、加工食品など輸出向け製品の登録を促進する。また、錦鯉などの日本ならではの製品について、ジャパブランドとしてのG I 活用を推進する。</u></p> <p>○ <u>輸出ターゲット国における、G I や商標の海外出願を通じた積極的な権利保護を推進するとともに、国内外E Cサイト、海外の商標出願状況等を監視し、不正な出品に対する警告状発出などの取組を進める。これに加え、海外の模倣品の流通状況を広く把握して、現地当局と連携した取組を進めるため、輸出支援プラットフォームに現地の模倣品や疑義情報を受け付ける窓口を新たに設置する。</u></p> <p>○ 模倣品発生の程度や輸出額などを勘案し、タイ、ベトナム等とのG I の相互保護に向けた枠組みづくりとともに、関係国・地域当局や国際機関とG I 制度の相互理解・協力を進める。</p> <p>(新設)</p> <p>○ 和牛遺伝資源について、「家畜改良増殖法」(昭和25年法律第209号)に基づき、<u>2022年9月末までに実施した全国の家畜人工授精所への法令の遵守状況に係る調査結果を受け、現在実施している立入検査等を踏まえ、引き続き指導内容の徹底を図り、更なる流通管理の適正化を推進する。</u></p> <p>○ <u>これら優良品種、栽培技術・ノウハウ、ブランド等の知的財産の戦略的な保護・活用に向け不可欠な、農業知的財産教育の充実と、現場の相</u></p>

(参考) 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略 (令和 7 年 (2025 年) 5 月改訂) 新旧対照表

改訂後	改訂前
<p>○ 日本の農林水産物・食品の輸出促進に資する J A S 規格を選定し、戦略的に国際標準化に取り組むなど、日本の規格・標準の国際標準化に取り組む官民の体制を強化する。</p>	<p><u>談ニーズに対応したサポート体制の整備及びこれを担う農業知財専門人材の確保・育成を行う。</u></p> <p>○ 日本の農林水産物・食品の輸出促進に資する J A S 規格を選定し、戦略的に国際標準化に取り組むなど、日本の規格・標準の国際標準化に取り組む官民の体制を強化する。</p>

改訂後	改訂前
<p>4. 食品産業の海外展開に向けた具体的施策</p> <p><u>食品産業の海外展開による収益額は、2022年1.6兆円であり、これを2030年3兆円とする目標を新たに設定した(当該収益額には、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。)。食品産業の海外展開は、海外子会社の利子・配当等による日本本社の利益拡大や企業グループ全体の価値向上等を通じて、食品産業の発展や経常収支黒字の拡大に寄与しており、輸出の拡大とともに、食品事業者の海外進出を促すことが重要である。</u></p> <p><u>食品事業者が海外に進出するに際しては、事前に現地の消費者ニーズ、規制・税制等の情報を把握した上で、信頼できる現地のビジネスパートナー・人材の確保や新たなサプライチェーンの構築が必要となる。また、現地の実需者・消費者に受け入れられるためには、その嗜好に合わせて商品開発を行うといった事業のローカライズも求められるなど、経営を軌道に乗せるために対応すべき課題は多い。このため、食品産業の海外展開を推進するに当たって、現地のニーズを踏まえたサポートを実施すべく、経済産業省、JETRO等が実施する業種横断的な支援施策との有機的な連携も図りつつ、日本産食品の普及・浸透の度合いやビジネス環境といった現地市場の特徴や、事業者の海外進出ステージ(進出検討期、事業立上げ期、事業拡大期等)に応じた国内外での伴走支援体制を整備する。</u></p> <p><u>○ 事業の進出検討期においては、食品事業者の海外におけるビジネス展開を支援するグローバル・フードバリューチェーン(GFVC)推進官民協議会における情報発信、JETRO等の相談対応を実施してきたところであるが、事業者の個別のニーズにきめ細かく対応することで、海外展開に取り組む意欲を喚起することが課題となっている。このため、GFVC推進官民協議会について、会員企業のニーズによりの確に定めるための運営の抜本的な見直しを行いつつ、以下に取り組む。</u></p> <p><u>ア ビジネスミッション派遣の成果の向上を図るため、事後の丁寧なフォローアップ等についてJETROとの連携を強化</u></p> <p><u>イ 関係省庁・機関とも連携の上、海外の市場・規制の動向等について、地方</u></p>	<p>(新設)</p> <p>【参考】(2)⑥輸出を後押しする農林水産事業者・食品事業者の海外展開の支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 我が国の農林水産事業者・食品事業者の利益となる海外展開の取組を整理したガイドライン(令和4年3月)に沿って活動を行う事業者に対し、重点都市に設立する輸出支援プラットフォームを活用して、現地のビジネス慣習や法規制等に関する専門的知見について、輸出先国・地域において、アドバイスを行う支援体制を整備する。 ○ 農林水産物・食品の輸出に係るサプライチェーンの各段階におけるコスト・利益構造を分析するとともに、こうした各段階で生じる利潤を日本の国内事業者が取り込めるような海外展開を促すべく、投資案件形成に係るフィージビリティ・スタディの支援等を行う。 ○ 海外現地法人を設立し、設備投資等を行う場合の資金供給を促進するとともに、投資円滑化法に基づき、輸出に取り組む事業者の海外現地法人等への投資を行う投資事業有限責任組合(LPS)の組成による資金供給の促進に取り組む。

改訂後	改訂前
<p><u>農政局、経済産業局等の地方支分部局間連携を強化し、中央・地方の両レベルできめ細かく発信</u></p> <p>○ <u>事業の立上げ期から事業拡大期にかけては、JETRO、中小企業基盤整備機構の国内専門家による伴走支援、投資案件形成に係るフィージビリティ・スタディへの支援、海外現地法人を設立し設備投資等を行う場合の（株）日本政策金融公庫による長期低利融資や、投資円滑化法に基づき、輸出に取り組む事業者の海外現地法人等への投資を行う投資事業有限責任組合（LP S）の組成による資金供給の促進等の施策を講じてきたところであるが、信頼できる現地でのビジネスパートナーや資金の確保、ビジネス環境の整備が引き続き課題となっている。このため、既存の支援措置の活用を更に促進するとともに、輸出支援プラットフォーム等の役割の拡大等により、以下に取り組む。あわせて、こうした現地における伴走支援体制について、GFVC推進官民協議会の枠組み等を通じて広く周知の上、事業者による利活用を促す。</u></p> <p>ア <u>日本食が普及し、食品企業による進出が比較的進展している北米・ASEAN等の主要市場を中心に、法務・税務等に通じた海外現地の専門家を配置し、各国の投資・営業規制や税務処理等への対応を支援</u></p> <p>イ <u>日系食品企業のネットワーク化を通じ、現地進出企業の横断的な要望を踏まえた相手国・地域政府への申入れを実施</u></p> <p>ウ <u>相手国・地域の投資誘致に係る公的機関との仲介等を推進</u></p> <p>○ <u>国内外一貫したサプライチェーンモデル構築、GFP、JETROによる国内産地とのマッチング、JFOODOによる海外プロモーションなどを通じて、海外展開を行う食品事業者に対し、日本からの原材料の安定調達を支援し、輸出拡大との相乗効果を目指す。</u></p> <p>○ <u>投資機関を活用した物流事業者の海外展開支援やコールドチェーン物流サービスの国際標準化等、海外現地のコールドチェーンの構築を関係省庁と連携して推進する。</u></p> <p>○ <u>海外展開による収益額の向上を図るためには、対外投資直接収益とともに、ロイヤルティ収入を拡大していくことが重要である。このため、中小の事業者を含め、外食産業のフランチャイズ展開や食品メーカー等による現地でのラ</u></p>	

(参考) 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略(令和7年(2025年)5月改訂) 新旧対照表

改訂後	改訂前
<p><u>イセンス生産を推進するべく、GFVC推進官民協議会や関係団体を通じた情報発信、案件の組成支援など事業環境の整備を推進するとともに、品種のグローバル展開を進め、農業者・食品関連事業者の「稼ぎ」につなげる。</u></p> <p>○ <u>輸出促進法に基づく「農林水産物及び食品の輸出に関する実行計画(以下「輸出実行計画」という。)</u>において、各国・地域の事業規制など、食品産業の海外展開を推進する上で障害となっている課題を掲載し、進捗管理を行いつつ、解決に向けた対応を行う。</p>	

改訂後	改訂前
<p>5. インバウンドによる食関連消費の拡大に向けた具体的施策</p> <p><u>インバウンドによる食関連消費額は、2024年2.3兆円であり、農林水産物・食品の輸出額を上回る規模の「海外からの稼ぎ」となっている。また、日本で本場の日本食の魅力を体験した外国人が帰国後に日本の農林水産物・食品の需要を拡大することも期待される。</u></p> <p><u>インバウンドによる食関連消費を拡大し、輸出拡大との好循環を形成する上では、都市部や主要な観光地だけでなく、農山漁村の誘客につなげることが地方創生の観点から重要であり、そのためには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訴求していく必要がある。</u></p> <p><u>このため、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させつつ、訪日前（旅マエ）、訪日旅行中（旅ナカ）、帰国後（旅アト）のそれぞれの段階について、農林水産省、観光庁、国税庁、内閣官房等の相互連携の下で以下の施策を講じる。</u></p> <p>○ <u>旅マエの取組として、JETRO・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し、訪日意欲を喚起する。このため、JFOODOが運用する日本食ポータルサイト「Taste of Japan」の機能強化や認定品目団体による産地への海外バイヤー等の招へい・商談実施に際してインフルエンサー等から産地の観光面での魅力を発信するなどの取組を通じ、インバウンドとの一体的な発信を強化する。</u></p> <p>○ <u>JNTO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する。</u></p> <p>○ <u>「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年大阪・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する。</u></p> <p>○ <u>旅ナカの取組として、農山漁村振興や地方創生の交付金なども活用しつつ、</u></p>	<p>(新設)</p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 10px; margin-top: 10px;"> <p>【参考】(1)⑥日本食・食文化の情報発信におけるインバウンドとの連携</p> <p>○ 日本の食文化は世界に誇る文化遺産であり、外務省、農林水産省、国土交通省等の関係省庁は、海外の消費者への日本の食品の調理方法、食べ方、食体験等を通じた地域の文化とのつながりの発信等を進め、インバウンドの促進と連携した訪日外国人への日本の食や食文化の理解・普及を図ることにより、日本の農林水産物・食品の輸出市場とインバウンド消費を拡大する取組を支援する。</p> <p>○ JETRO・JFOODOは、日本政府観光局（JNTO）と締結した覚書に基づき、デジタルマーケティングや海外でのプロモーションイベント等で連携し、日本の農林水産物・食品の輸出とインバウンド観光を相乗的に拡大することを目指す。</p> </div>

改訂後	改訂前
<p><u>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・食事・土産品等の磨き上げなど、農泊、海業、ガストロノミーツーリズム、酒蔵ツーリズムといった関係省庁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することで高付加価値化を進め、滞在時間の長期化を図る。また、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、旅アト消費を誘発し、かつ次回の訪日時に地方へ訪問する動機も形成する。</u></p> <p>○ <u>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する。</u></p> <p>○ <u>日本酒造組合中央会が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」キャンペーンの実施を後押しするとともに、インバウンドによる海外需要の拡大を目的とした酒蔵ツーリズム等に取り組む酒類事業者を支援する。</u></p> <p>○ <u>旅アトの取組として、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(インターネット上だけで取引を行う旅行会社)等と連携した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等を促進する。日本食・日本産食材のファンを増やし、GFPやJETROの取組と連動させることで、輸出拡大や訪日リピートにつなげる取組を推進する。</u></p> <p>○ <u>海外向けの日本食プロモーションに当たって、GI産品の観光資源としての更なる活用等を通じ、国内産地の観光面の魅力も発信するなど、輸出促進施策及び観光振興施策について、相互に連携し、輸出拡大とインバウンド消費の好循環の形成を通じて海外需要拡大を図る視点も持って実施する。</u></p> <p>○ <u>上記の取組を始めとしたインバウンドによる食関連消費の拡大に向けた取組を輸出実行計画に位置づけるとともに、関係省庁による連絡会議を開催し、関係省庁が担う上記の取組を連動させた効果的な取組の具体的案件の組成を</u></p>	

(参考) 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略 (令和 7 年 (2025 年) 5 月改訂) 新旧対照表

改訂後	改訂前
図る。	

改訂後	改訂前
<p>6. 国の組織体制の強化</p> <p>上記の取組を実行するため、政府全体の司令塔組織である農林水産物・食品輸出本部の運用等を通じて、農林水産省輸出・国際局を中心として、既存の施策の見直しも含め、輸出拡大等による「海外から稼ぐ力」の強化のための施策を政府一体となって強力に推進する。</p> <p>特に、同局は、本戦略に掲げた目標及び施策の進捗状況について、毎年フォローアップを行う。</p> <p>また、農林水産省の輸出関係予算を一元的に管理し、日本の農林水産物・食品の輸出拡大等による「海外から稼ぐ力」の強化に資するものとなっているかをチェックするとともに、具体的な成果目標を設定し、その執行においては、具体的な輸出拡大につながっているか不断の検証と見直しを行う。</p> <p>なお、組織として知見が的確に蓄積され効果的な施策が継続して実施されるような体制を整備するとともに、知見と専門性を有する職員を育成する。</p>	<p>(4)国の組織体制の強化</p> <p>上記の取組を実行するため、農林水産省輸出・国際局において、既存の施策の見直しも含め、輸出拡大のための施策を強力に推進するとともに、政府全体の司令塔組織である農林水産物・食品輸出本部の運用等を通じて、同局を中心として、輸出関連施策を政府一体となって実施する。</p> <p>また、同局は、農林水産省の輸出関係予算を一元的に管理し、日本の農林水産物・食品の輸出拡大に資するものとなっているかをチェックするとともに、輸出に向けた具体的な成果目標を設定し、その執行においては、具体的な輸出拡大につながっているか不断の検証と見直しを行う。</p> <p>なお、組織として知見が的確に蓄積され効果的な施策が継続して実施されるような体制を整備するとともに、知見と専門性を有する職員を育成する。</p>

(参考) 策定・改訂履歴

令和2(2020)年12月 策定
 令和3(2021)年12月 改訂
 令和4(2022)年6月 改訂
 令和4(2022)年12月 改訂
 令和5(2023)年12月 改訂
 令和7(2025)年5月 改訂