

輸出拡大等による「海外から稼ぐ力」の強化 に向けた施策の展開方向

農林水産省

輸出拡大等による「海外から稼ぐ力」の強化に向けた施策の展開方向

- 農林水産物・食品の輸出額のうち、**米国は最大の輸出先**（2,429億円）。引き続き**政府一体で米国の一連の関税措置の見直しを強く求める**とともに、輸出への影響を把握・分析し、販路開拓等の**対策に万全を期す**
- **「海外から稼ぐ力」の強化**に向け、本年 1 月の輸出関係閣僚会議での議論を踏まえ、施策を具体化

【米国の関税措置への対応】

- 1 米国の関税措置による農林水産物・食品の輸出への影響と対応
- 2 輸出構造の強靱化

【「海外から稼ぐ力」の強化に向けた輸出拡大実行戦略の改訂】

- 3 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略の改訂（全体像・輸出拡大の加速化）
- 4 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
- 5 輸出解禁等に向けた協議（実行計画の推進）
- 6 優良品種の保護・活用と育成・普及に向けた法制度の検討
- 7 ブランド化等による高付加価値化
- 8 食品産業の海外展開に向けた施策の方向
- 9 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
- 10 輸出拡大実行戦略のフォローアップ

1 米国の関税措置による農林水産物・食品の輸出への影響と対応

- 「米国関税措置を受けた緊急対応パッケージ」に基づき、政府一体となって対応
- **注文のキャンセル**の連絡があったという声や、**景気悪化による販売量への悪影響を懸念**する声などがある
- 随時影響を把握・分析するとともに、影響を受ける事業者による**販路開拓等の取組**を補助金により**優先支援**

米国関税措置を受けた緊急対応パッケージ（抄）

（令和7年4月25日 米国の関税措置に関する総合対策本部決定）

2. 緊急対応策

（5）産業構造の転換と競争力強化

今般の関税措置を契機に、中長期の視点に立ち、国内回帰投資の推進、サプライチェーンの再構築、輸出市場の多角化や新たな販路開拓を加速させる。重点分野（半導体・蓄電池・医薬品・農産品等）における国内投資や輸出を促進する補助制度・戦略分野国内生産促進税制や、経済安全保障分野での研究開発税制を活用し、戦略産業の育成を推進する。
（中略）

また、農林水産分野については、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）に基づく施策の方向性を踏まえつつ、今般の関税措置による影響を受ける農林水産事業者・食品事業者等に対しても、生産体系等の転換に係る支援における優先採択を行う。

令和6年度補正予算等に盛り込んだグローバルサウス諸国における実証事業等への支援、JETROなどを通じた中堅・中小企業の海外展開支援や農林水産事業者・食品事業者等の輸出支援により、多角化や新規販路開拓を通じて、事業の多角化や代替市場の獲得を促進する。

聴取りで得られた声

- ・ 現地の顧客から**注文のキャンセル**の連絡があった（一部の品目）
- ・ 米国の景気が悪化すれば、**販売量への悪影響が生じる懸念**（複数の品目）
- ・ 取引によっては、**品質格差により、差別化**が図られている場合もある
- ・ **米国以外への輸出拡大を検討する**
- ・ **航空便で輸送する生鮮品**の一部の業者間取引で、関税の価格転嫁の動きがみられる

輸出関連予算（R6補正・R7当初）による優先採択等

- ・ **輸出向けの生産転換や販路開拓等を支援**する補助金において、影響を受ける農林漁業者・食品事業者等を**優先的に採択**することとし、**順次公募を実施**
- ・ **ジェトロ**が行う新規商流開拓・構築支援の優先採択等の対応、**輸出支援プラットフォーム**に影響を受ける事業者への支援に係る事業の優先・前倒し実施を4月25日に**要請**

2 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

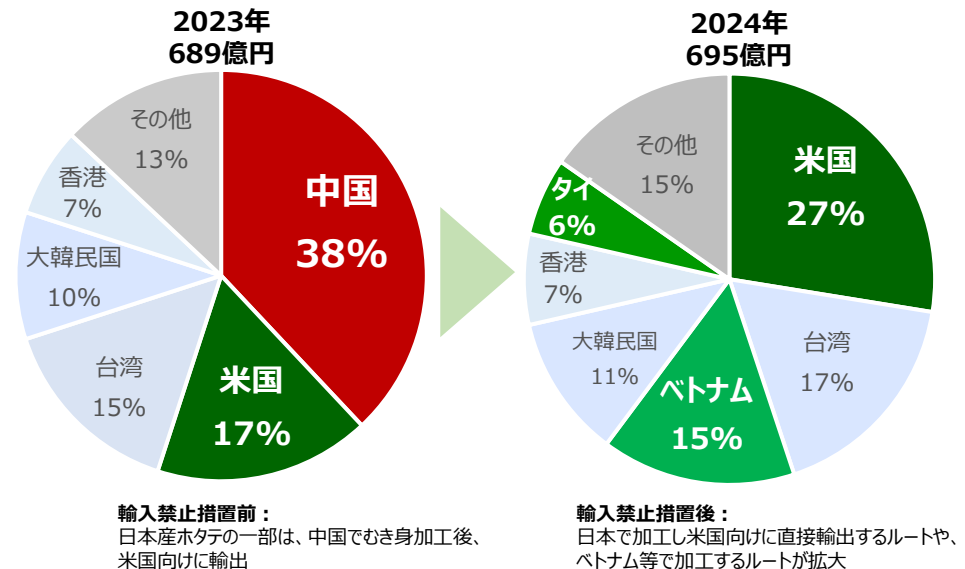
(ブランド化等による高付加価値化)

- ・ 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

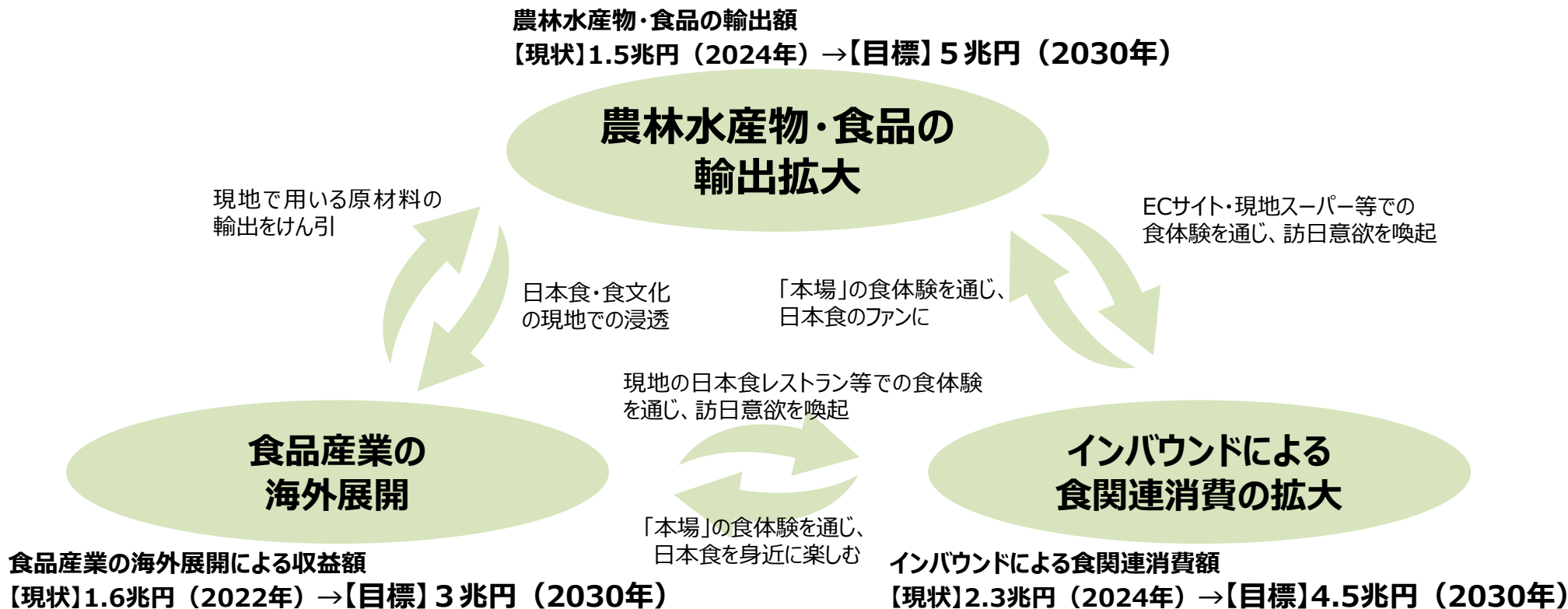


（出典）財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

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。

3 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略の改訂①（全体像）

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



＜施策の展開方向＞

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

新設

＜施策の展開方向＞

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

新設

3 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略の改訂②（輸出拡大の加速化(1)）

○ 戦略では、**2030年 5 兆円目標**の達成に向け、特に日本の強みが生かせる**輸出重点品目（31品目）を選定**するとともに、**輸出重点品目ごとの目標**、さらに品目ごとに国・地域別目標、輸出産地数、課題と対応方向を策定

輸出重点品目		2024年実績	2030年目標
農産物		9,816 億円	3.6 兆円
畜産品	牛肉	648 億円	1,132 億円
	豚肉	24 億円	52 億円
	鶏肉	25 億円	44 億円
	鶏卵	71 億円	109 億円
	牛乳乳製品	305 億円	883 億円
果樹・野菜・穀物等	果樹（りんご）	201 億円	279 億円
	果樹（ぶどう）	59 億円	380 億円
	果樹（もも）	30 億円	180 億円
	果樹（かんきつ）	15 億円	130 億円
	果樹（かき・かき加工品）	11 億円	54 億円
	果樹（なし）	10 億円	100 億円
	野菜（いちご）	54 億円	253 億円
	野菜（かんしょ・かんしょ加工品、ながいも、たまねぎ等）	101 億円	309 億円
	米・パックご飯・加工米飯・米粉及び米粉製品	136 億円	922 億円
	茶	364 億円	810 億円
加工食品	切り花	16 億円	46 億円
	清涼飲料水	574 億円	2,876 億円
	菓子	409 億円	2,050 億円
	ソース混合調味料	669 億円	3,351 億円
	味噌・醤油	185 億円	926 億円
	清酒（日本酒）	435 億円	760 億円
	ウイスキー	436 億円	750 億円
	本格焼酎・泡盛	17 億円	50 億円

輸出重点品目		2024年実績	2030年目標
林産物		667 億円	1,660 億円
	製材	74 億円	850 億円
	合板	74 億円	115 億円
水産物		3,609 億円	1.1 兆円
	ぶり	414 億円	736 億円
	たい	69 億円	204 億円
	ホタテ貝・ホタテ貝加工品	872 億円	1,385 億円
	牡蠣・牡蠣加工品	62 億円	93 億円
	真珠	412 億円	472 億円
	錦鯉	72 億円	100 億円
合計（少額貨物を含む。）		15,071 億円	5 兆円

※ 果樹（なし）、ホタテ貝加工品、牡蠣・牡蠣加工品は、今回輸出重点品目に追加

3 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略の改訂②（輸出拡大の加速化(2)）

- 戦略では、2030年 5 兆円目標の達成に向け、その内訳となる輸出重点品目ごとの目標、さらに**品目ごとに国・地域別目標、輸出産地数、課題と対応方向を策定**
- 戦略的サプライチェーンの構築、輸出産地育成、輸出解禁等の協議、高付加価値化等の方策を品目ごとに明確化

【品目別目標の例（一部抜粋）】

品目	国・地域	2024年実績	2030年目標	国別のニーズ・規制に対応するための課題と方策
牛肉	合計	648億円	1,132億円	【育成すべき輸出産地】フラッグシップ輸出産地数 10産地（2024年）→25産地（2030年）
	米国	135億円	236億円	・ ロイン系だけでなく、カタ、バラ、モモ等を含めて余すことなく活用するための 現地調理人等への日本式カットや利用法の教育 、和牛統一マーク等を活用した ブランディング 等の実施
	EU等	71億円	92億円	
	中国	－	200億円	・ 輸出再開 に向けて関係省庁と連携した 協議 等を実施
	台湾	113億円	150億円	・ カタ、バラ、モモ等の多様な部位、スライス肉等の新たな需要への対応（省力化機械導入、非併設食肉処理施設の整備・認定、人材育成・確保）
	香港	85億円	136億円	
茶	合計	364億円	810億円	【育成すべき輸出産地】フラッグシップ輸出産地数 8産地（2024年）→20産地（2030年）
	米国	161億円	335億円	・ 粉末状茶 （輸出量の約 8 割）等の需要拡大に対応した生産拡大、米国で我が国と同等の基準値が設定された農薬を使用した米国向け防除体系の確立・普及等を推進
	EU	65億円	164億円	・ 有機栽培茶 （輸出量の約 8 割）及び粉末状茶の生産拡大、慣行栽培茶の輸出拡大に向けたインポートトレランス申請に係る取組を推進
	ASEAN	51億円	110億円	・ 中高所得層のうち新たな食文化を取り入れることに積極的な若年層等を中心に需要の拡大が見込まれる粉末状茶の生産拡大を推進
	台湾	23億円	46億円	・ リーフ茶を飲む文化が根付いている地域であり、 高品質な日本茶のプロモーション 等により更なるリーフ茶の需要拡大を推進

4 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〕

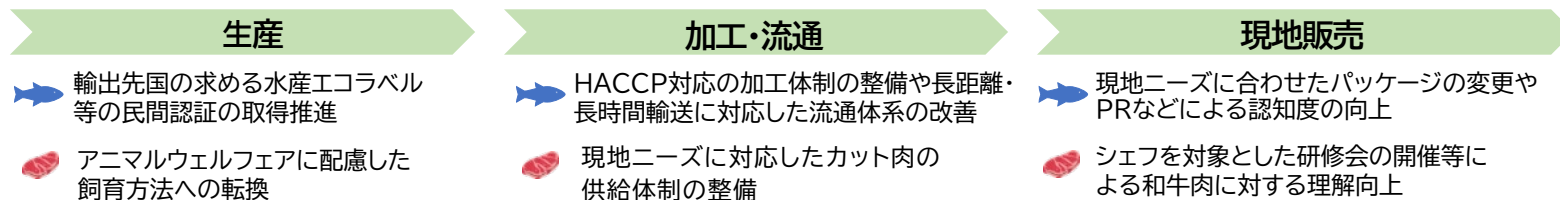
※ 目標・KPIの達成状況を毎年検証し施策を改善

* 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

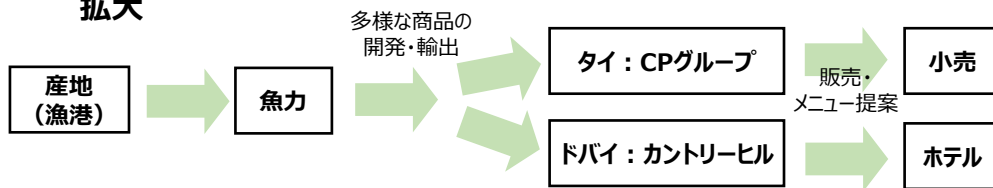
現地大手商流の開拓支援（R6補正）

※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



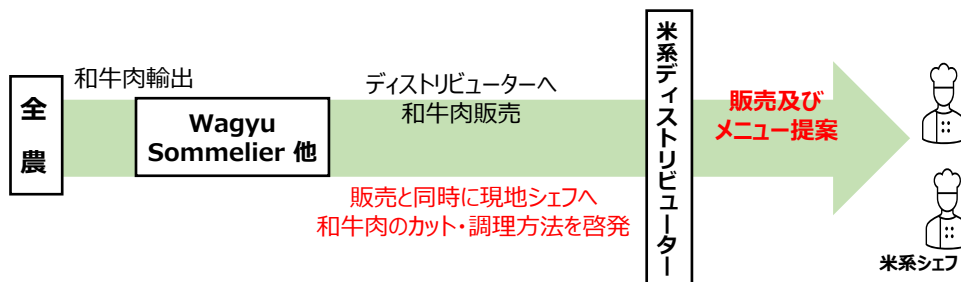
※ サプライチェーン全体でトレーサビリティ・コールドチェーンを確保

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

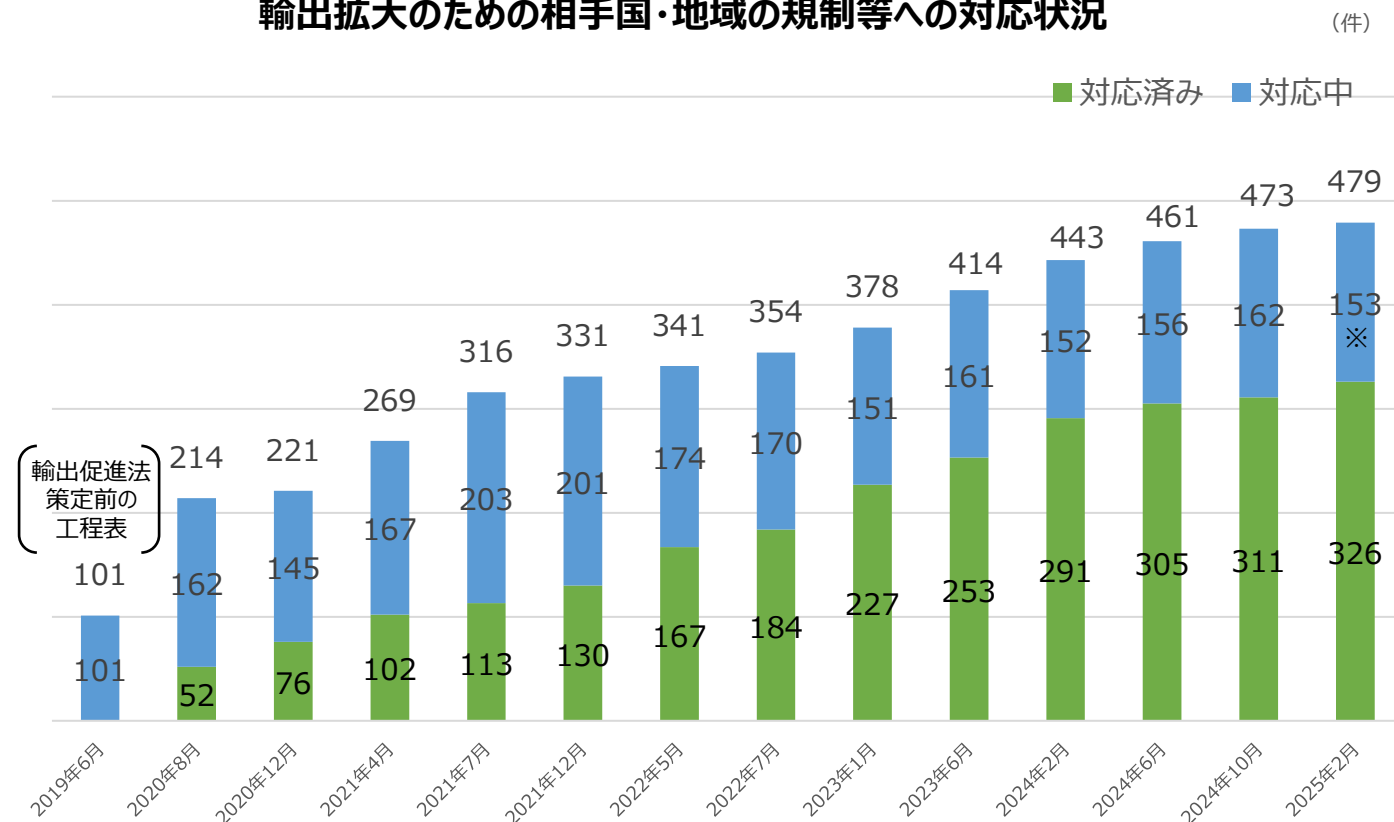


5 輸出解禁等に向けた協議（実行計画の推進）

- 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
- 今後、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、改定）

輸出拡大のための相手国・地域の規制等への対応状況



次期計画改訂（2025年年央予定）において「海外から稼ぐ力」の強化のため、
・食品産業の海外展開、
・インバウンドの食関連消費の拡大
 に向けた取組を新たに掲載

<具体例>

- ✓ 各国の不明瞭な規制（食品衛生規制など）の明確化
- ✓ 輸出支援プラットフォームにおける日系企業ネットワークの形成

※対応中案件（153件）の内訳

- ・ 輸出先国・地域との協議：79件
- ・ 輸出を円滑化するための対応（施設認定ほか）：45件
- ・ 事業者・産地への支援：29件

6 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

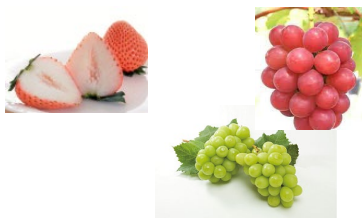
現状・課題

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

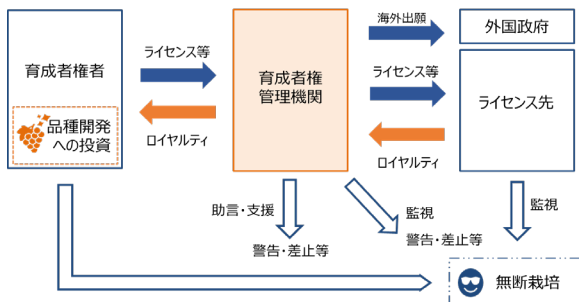
- 優良品種の**苗木利用を農業者に限定**する許諾契約のあり方等について**指針を策定**
- さらに、同指針に基づく**厳格管理のモデル的な取組を推進**し、横展開へ

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

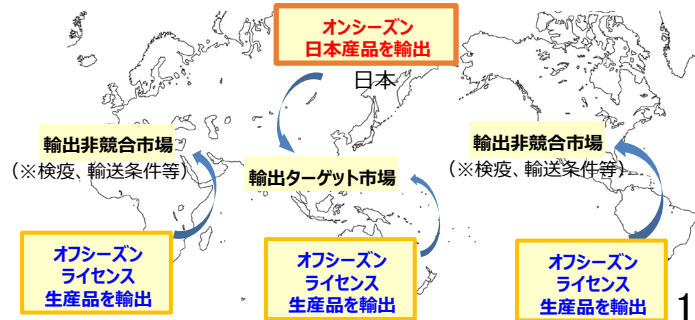
- **育成者権の存続期間の延長**など、現場における管理を徹底し易い法的環境を整備
- **無許諾の輸出目的保管の刑事罰化**など侵害・流出への対処の実効性を高め、抑止力を向上

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**



7 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	当面（令和7年～）の対応	中期的対応
■ 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	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 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	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 ・ 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	当面（令和7年～）の対応	中期的対応
■ 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 ➢ 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	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	・ 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

7 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「京都アニメのつくりアワード」
（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**

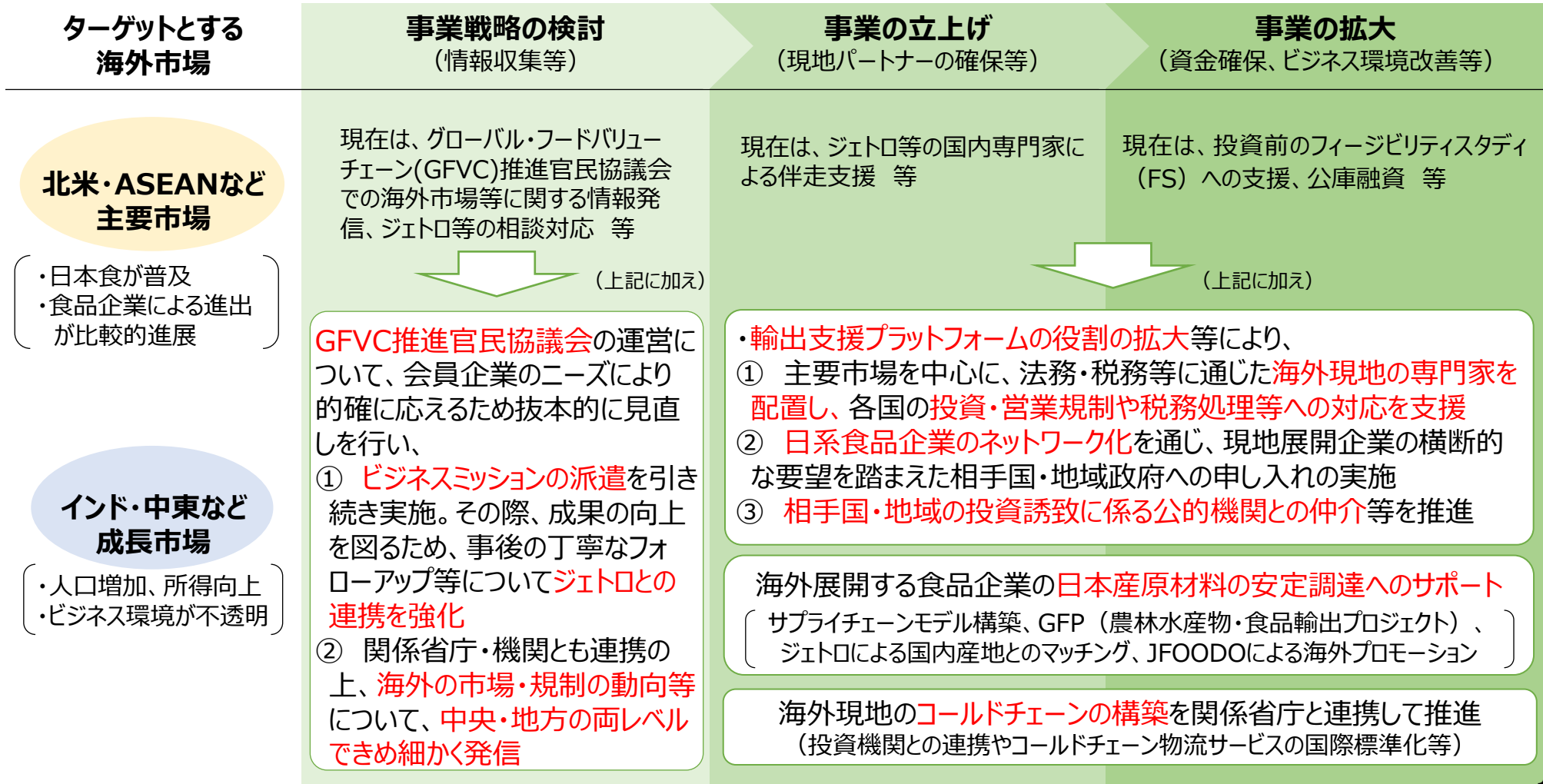
- ・ インバウンドが多数来客すると期待される**2025年大阪・関西万博会場内**において、「**伝統的酒造り**」や**日本産酒類をPRする国税庁ブースを出展***（2025年6月）

*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



8 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



9 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）



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）

誘客数の増加

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



9 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
- ・ 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**

10 輸出拡大実行戦略のフォローアップ

- 毎月、輸出額の実績を公表し、半期ごとに、品目ごとの増減要因を分析し公表
- 基本計画・実行戦略に掲げた**輸出重点品目ごとの目標、KPIや施策**について、進捗状況を**毎年フォローアップ**
- フォローアップ結果を踏まえ、不断に施策を改善し、輸出関係閣僚会議に報告・公表

【農林水産物・食品の輸出額の実績公表】

- 財務省「貿易統計」を基に、毎月初旬に、当該月の2月前の農林水産物・食品の輸出実績を品目別、国・地域別に公表
- 上期実績（8月公表）や年間実績（翌年2月公表）といった半期ごとに、事業者への聴取り等により品目ごとの増減要因を分析

【目標・KPI一覧（輸出関係）】

※食料・農業・農村基本計画（抜粋）（令和7年4月11日閣議決定）

目標（2030年）	KPI（2030年（年度））
農林水産物・食品の輸出額 1.5兆円(2024年)→5兆円	・輸出重点品目ごとの輸出額
	・大規模に農畜産物の輸出に取り組む産地数(65産地(2024年)→259産地)
	・公的機関における海外への品種登録出願に係る判断基準の整備(100%)
	・育成権者管理機関の法人化とライセンス先による商業栽培の開始（1件以上(法人化及び商業栽培開始)）
食品産業の海外展開による収益額 1.6兆円(2022年)→3兆円	・食料品製造業の現地法人の売上高(6.9兆円(2022年度)→9兆円)
	・食料品製造業の現地法人から支払われるロイヤリティ（280億円(2022年度)→411億円）
	・グローバル・フードバリューチェーン推進官民協議会会員企業のうち現地法人を有している企業数(187社(2023年)→230社)
インバウンドによる食関連消費額 1.6兆円(2023年)→4.5兆円	・インバウンドによる一人当たりの食関連消費額（6.4万円/人(2023年)→7.5万円/人）
	・訪日外国人旅行者数（2,507万人(2023年)→6,000万人）

【輸出拡大実行戦略のフォローアップ】

- **実行戦略のPDCAサイクル**として、
 - ・農林水産物・食品の輸出額目標、食品産業の海外展開による収益額目標、インバウンドによる食関連消費額目標、関連するKPI
 - ・輸出重点品目ごとの輸出額目標や輸出産地数、輸出に対応する加工・流通施設の整備目標
 - ・戦略に掲げた各施策**の進捗状況について毎年フォローアップ**
- フォローアップ結果を踏まえ、不断に施策を改善し、輸出関係閣僚会議に報告・公表