

米の輸出をめぐる状況について

令和7年7月

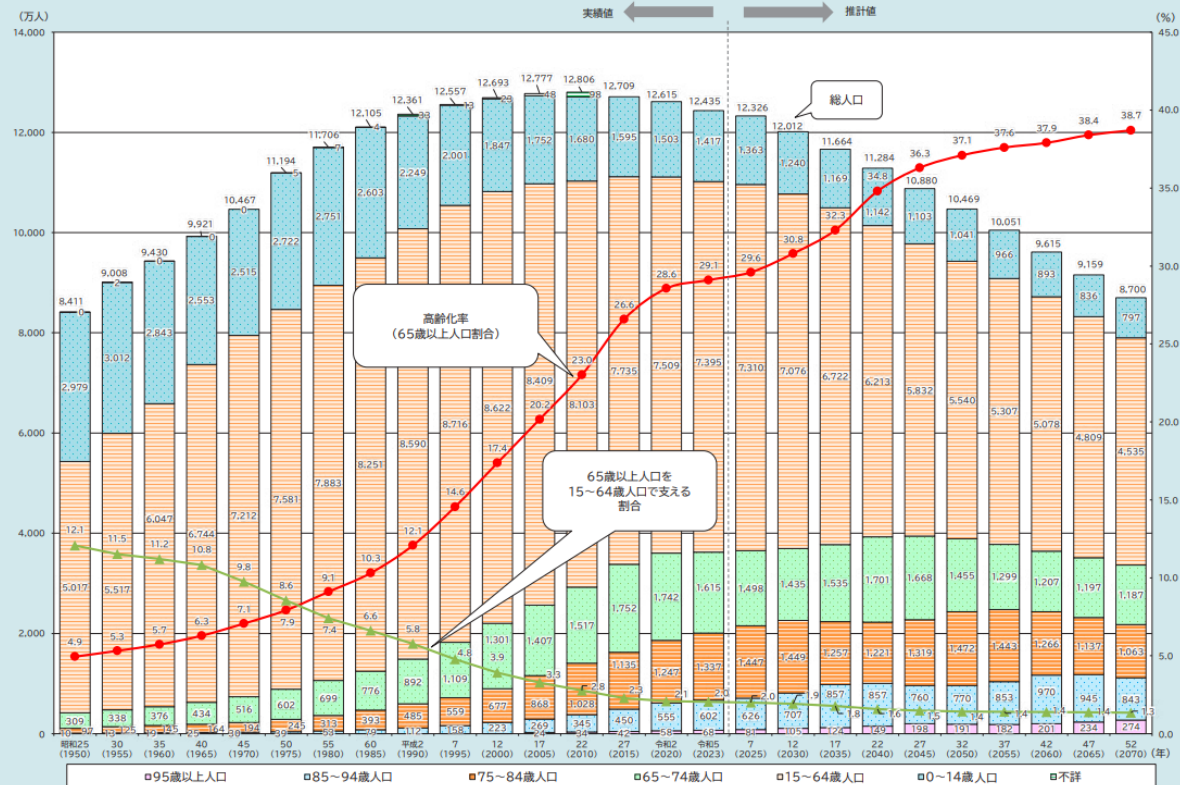
農林水産省

農産局企画課

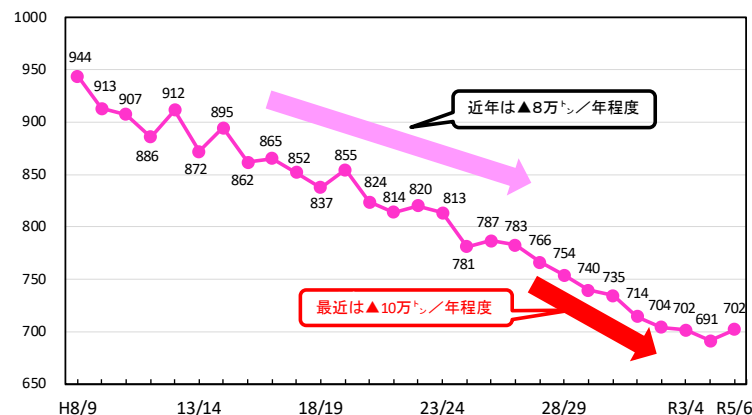
なぜ、今輸出なのか

- 我が国の人口は2010年の1億2,806万人をピークに減少局面に入っており、2070年には8,700万人にまで減少すると予測されている。また、我が国の年間一人当たりの米の消費量は、1962年（昭和37年）以降減少を続け、2023年（令和5年）では51.1kgとなっている。
- このような人口動態や米の消費量の減少を背景に、我が国の米の年間需要量は毎年約10万トンずつ減少。
- 米の国内マーケットが縮小傾向にあるなか、米・米加工品の生産・流通を生業とする幅広い関係者が産地と連携し、新たな海外需要開拓を図っていくことは喫緊の課題。

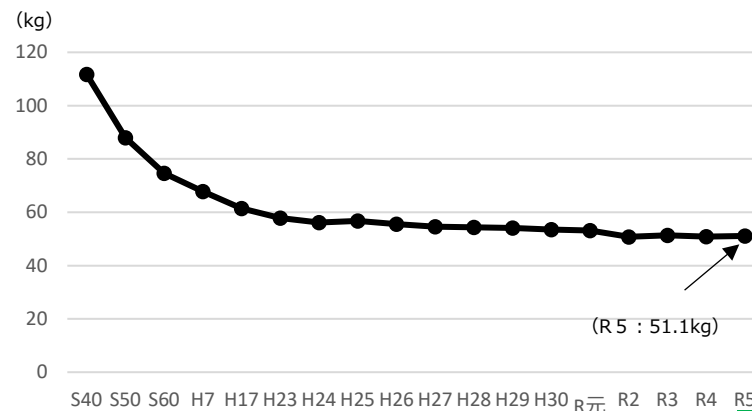
図1-1-2 高齢化の推移と将来推計



(出典) 内閣府「令和6年版高齢社会白書」より抜粋



(出典) 農林水産省「米をめぐる状況について（令和6年8月）」



(出典) 農林水産省「食料需給表」

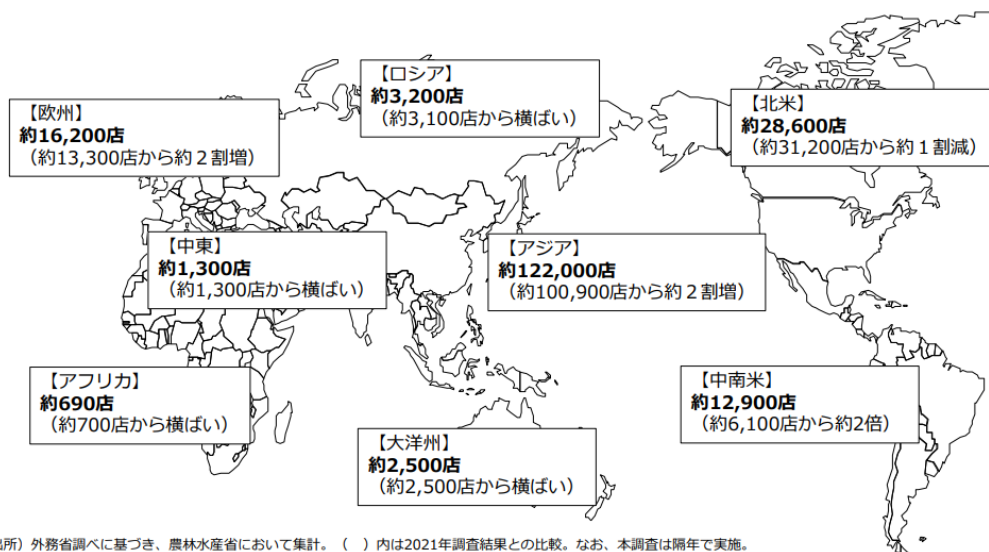
注：「食料需給表」の1人・1年当たり供給純食料の数値より上記グラフを作成。

日本食マーケットの広がり

- 海外の日本食レストランの店舗数は増加傾向にあり、アジアの店舗数が最も多い。日本食のマーケットは確実に世界で広がりつつある状況。
- 近年は日系中食・レストランチェーン、小売店の海外進出等を背景に、日本産米の海外需要も年々高まっている。

日本食レストランの広がり

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18.7万店となった。



日系中食・外食チェーンの海外進出



元気寿司（香港、シンガポール）



スシロー（台湾、シンガポール等）



日系スーパーの中食での日本産米使用例
（香港、シンガポール等）



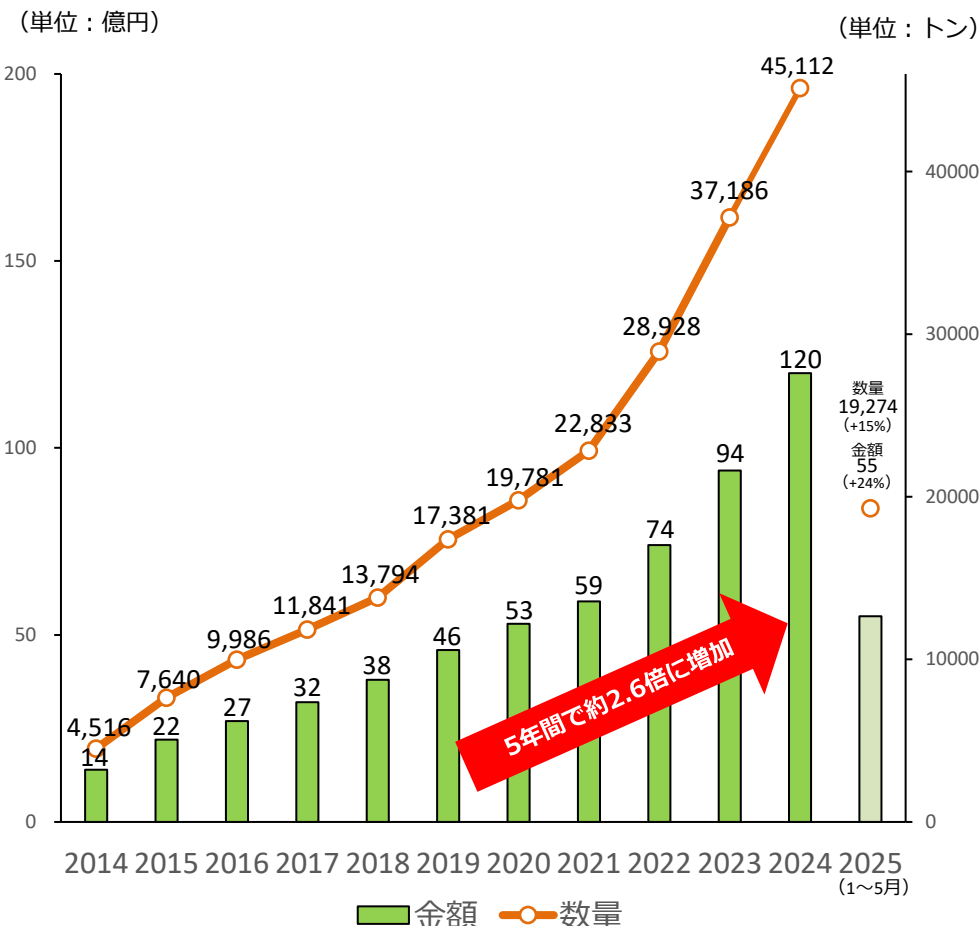
おむすび権米衛（（株）イワイ）
（アメリカ、フランス）

米の輸出実績の推移

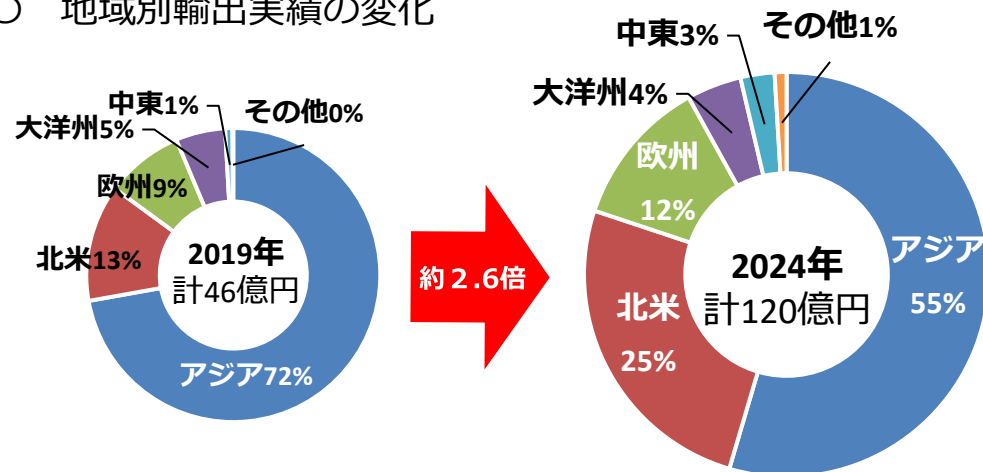
○ 2024年の輸出数量は45,112トン（対前年比+21%）となり、直近5年間で約2.6倍に増加。
海外における日本食レストランやおにぎり店などの需要開拓を進めた結果、アジアのほか、北米や欧州向けも大きく増加。また、中東等、輸出実績のない/少ない国・地域向けの輸出に取り組む事業者も多くみられる。

○ 商業用米の輸出実績

(単位：億円)



○ 地域別輸出実績の変化



	2019年	2024年		2019年	2024年
アジア	33.35億円 (13,105トン)	65.64億円 (26,755トン)	約2.0倍	大洋州	2.52億円 (803トン)
北米	5.94億円 (2,138トン)	30.72億円 (10,922トン)	約5.2倍	中東	0.37億円 (82トン)
欧州	3.98億円 (1,238トン)	14.26億円 (4,523トン)	約3.6倍	その他	0.04億円 (15トン)
					1.14億円 (367トン)

資料：財務省「貿易統計」（政府による食糧援助を除く。）

注：括弧書きは対前年同期比を表す。

米の輸出実績の推移（各国・地域で広がりを見せる「おにぎり」）

- 日本産米で作ったおにぎりは、冷めてもやわらかさと粘りがあり、米そのものの美味しさを伝えることが可能。
- おにぎりは、テイクアウトが可能で手軽に食べられ、外食に比べコストパフォーマンスも良いことから、近年、海外でも人気となっている。

（2025年1月時点）

（株）イワイ（アメリカ・フランス）

- アメリカ（NY、NJ）とフランス（パリ）におむすび専門店「おむすび権米衛」を展開。
- **玄米形態で輸出し現地店舗で精米**することで、精米したての米を使ったおむすびを消費者へ提供。
- 国内外店舗を問わず、**店舗で使用される全ての米を生産者と直接契約**。
- コロナ禍によるテイクアウト需要で売上げが加速。

（店舗数：4店舗）



百農社国際有限公司（香港）

- 香港のオフィス、ショッピングモール、地下鉄駅構内等において、おむすび専門店「華御結」「OMUSUBI」を展開。
- 米は全て日本産を使用。品質の均一化・多店舗展開に対応するため、**おむすびは全て自社工場で製造**。
- 生産者とは**毎月1回ミーティング**を行い、ブランドコンセプトを共有。

（店舗数：150店舗）



（株）パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス （シンガポール・香港・マカオ・台湾・マレーシア・アメリカ）

- **DON DON DONKI**店内で、握りたてのおにぎりと精米したての米を提供する日本産米専門店「**富田精米（シンガポール・マレーシア・香港・マカオ・台湾）」「安田（やすだ）精米（香港・台湾・アメリカ（ハワイ・グアム・カリフォルニア））**」を展開。
- おにぎりを食べてもらう**飲食業**と日本産米を買ってもらう**物販業**が併存する従来にない**ハイブリッド型**。
- **玄米輸出、現地精米**をすることで、鮮度の高い日本産米を提供。

（店舗数：22店舗）



KNT-CTホールディングス（株）（アメリカ）

- 旅行会社として**日本の食材と日本産米の魅力**を海外へ向け発信し、地域創生を目指す「**コメイノベーション事業**」を開始。
- フードトラックでの、おにぎりのテスト販売を経て、「**ONIGIRI SUN**」をロサンゼルスにオープン。
- 玄米輸出、現地精米した日本産米で、**握りたてのおにぎりを提供**。具材には鮭・明太子・昆布等の定番に加え、大豆ミートそぼろ等、**ヴィーガンにも対応**。飲料にも日本発の玄米デカフェを提供。

（店舗数：1店舗）



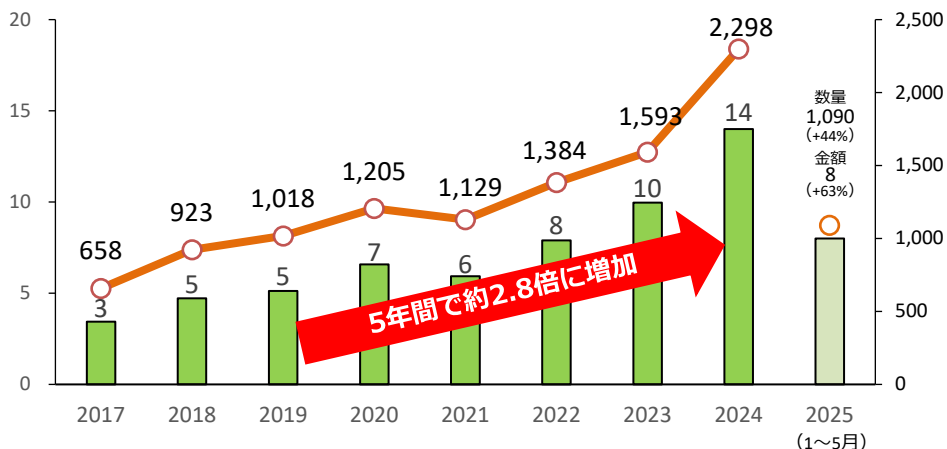
パックご飯等の輸出実績の推移

○ 2024年の輸出額は約14億円（対前年比+44%）、輸出数量は2,298トン（対前年比+44%）となり、直近5年間で輸出額が約2.8倍に増加。

○ パックご飯等の輸出実績

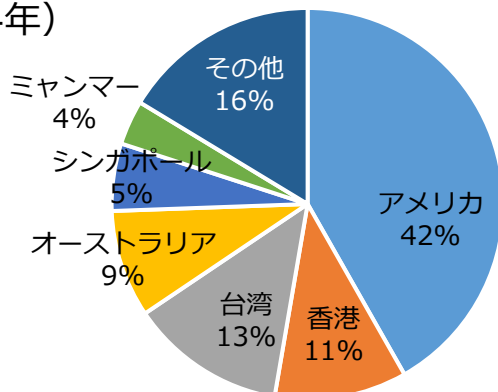
（単位：億円）

（単位：トン）



■ 金額 ○ 数量

○ パックご飯等の輸出先国・地域内訳（金額ベース）（2024年）



資料：財務省「貿易統計」（政府による食糧援助を除く。）

注1：パックご飯等は2017年より貿易統計にて輸出実績を集計・公表。

注2：パックご飯等とは、包装米飯、その他加工米飯のほか、加熱またはその他の調製をした調製食料品のうち米のものを集計。（2017年1月から単独のコードとして独立。）

注3：括弧書きは対前年同期比を表す。

○ パックご飯等の輸出の取組

（2024年8月時点）

アイリスオーヤマ株式会社

- 東日本大震災の復興と米の消費拡大のため、2013年に食品事業に参入し、2022年にパックご飯の直接貿易を開始し、台湾を中心に海外展開を実施。
- 米国食品医薬品局（FDA）による認証を角田工場のパックご飯で受け、2024年1月よりネット通販及びアメリカの大手スーパーを中心に販売開始。
- アメリカへ本格進出し、販売シェア拡大を目指す。
- 2024年からタイにも販売を開始。
- ASEAN諸国への供給体制を強化するため、鳥栖工場での生産基盤を整備。



株式会社ウーケ

- 北アルプスと日本海を望む雄大な自然環境と豊富な地下水に恵まれた入善町の海岸付近に工場を建設し、製造ラインを3ラインまで増設。
- 海外展開を見据え、2010年6月に「品質安全国際規格SQF認証」を取得。
- 現在は、イギリス、豪州等に輸出。
- 令和5年度産地生産基盤パワーアップ事業を活用し、新工場を建設予定。



JA全農ラドファ株式会社

- 今後の国内市場の成長性や輸出拡大等の観点から、1993年からパックご飯事業に参入。
- 2020年4月「株式会社JA加美よつばラドファ」を全農が子社化し、JA全農ラドファ株式会社に変更。
- イギリスやシンガポール、香港などに輸出。
- 2023年11月に東北工場が竣工し、2024年3月から本格稼働。香港・イギリス等に輸出。



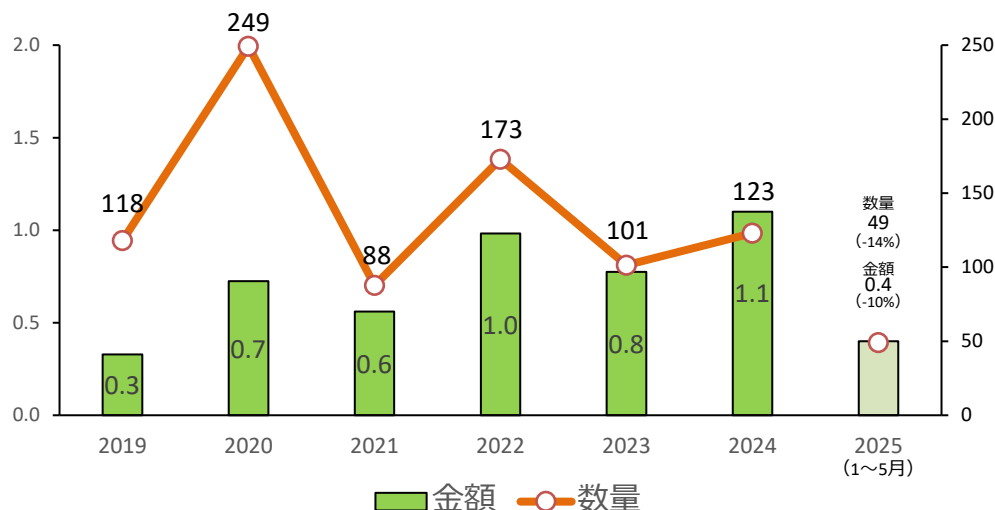
米粉及び米粉製品（米粉麺等）の輸出実績の推移

- 2024年の輸出額は約1.1億円（対前年比+43%）、輸出数量は123トン（対前年比+22%）となっている。

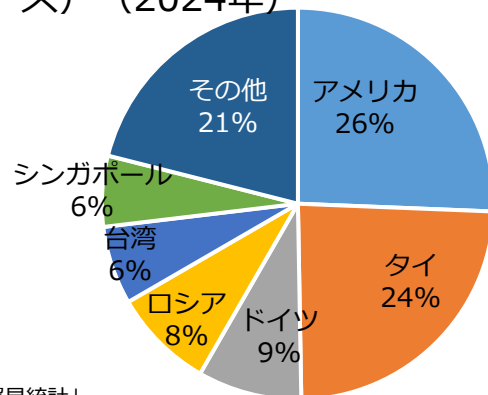
○ 米粉及び米粉製品（米粉麺等）の輸出実績

（単位：億円）

（単位：トン）



○ 米粉及び米粉製品（米粉麺等）の輸出先国・地域内訳（金額ベース）（2024年）



資料：財務省「貿易統計」

注1：米粉は2019年より、米粉麺等は2020年より貿易統計にて輸出実績を集計・公表。

注2：米粉及び米粉製品のうち米粉製品の原料米換算は米粉100%として推計。

注3：括弧書きは対前年同期比を表す。

○ 米粉及び米粉麺等の輸出の取組

（2024年8月時点）

株式会社波里

- 拡大する欧米のグルテンフリー市場の獲得を目指し、輸出を開始。
- 2021年7月にノングルテン米粉の製造工程管理JASやノングルテン米粉の第三者認証を取得。
※ノングルテン米粉：グルテン含有量が1μg/g（=1ppm）以下の米粉
- 2024年6月にGFCO認証（グルテンフリー認証）を取得。
- フランスにエーエージェントを置き、欧州市場の獲得を目指す。



小城製粉株式会社

- 2014年にドイツへの米粉の輸出を開始。
- 約400種類の米粉を高品質で製造しており、海外で高評価を得ている。
- 2017年には、ドイツに現地子会社「KOMEKO社」を設立し、ドイツ人スタッフを配置した上で、健康にターゲットを絞った需要開拓を図っている。



小林生麺株式会社

- 米粉のラーメン、うどん、パスタなどの各種麺類を開発し、グルテンフリー食品の市場規模の大きなアメリカ等において、市場開拓に取り組み。
- 米粉麺の製造は専用工場で行っており、GFCOを取得。また、ハラル・ビーガン対応商品を開発し、ハラル認証を取得。
- 海外の展示会・商談会等にも積極的に参加し、更なる輸出拡大を図る。



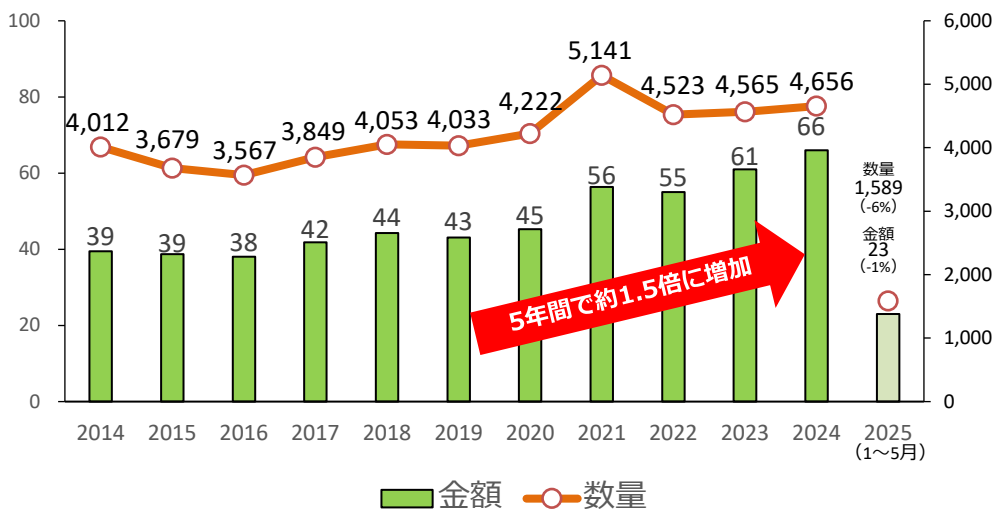
米菓の輸出実績の推移

○ 2024年の輸出金額は約66億円（対前年比+ 8 %）、輸出量は4,656トン（対前年比+ 2 %）となり、増加傾向で推移。

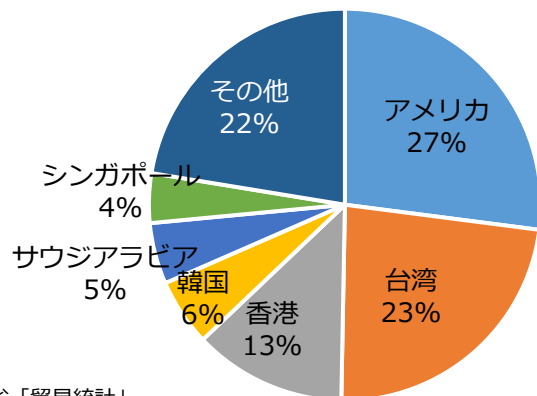
○ 米菓の輸出実績

(単位：億円)

(単位：トン)



○ 米菓の輸出先国・地域内訳（金額ベース）（2024年）



資料：財務省「貿易統計」

注：括弧書きは対前年同期比を表す。

○ 米菓の輸出の取組

(2024年 8月時点)

岩塚製菓株式会社

- 海外事業部を新設し、「海外に通じる米菓作りと米菓輸出の本格化」の一歩として、2023年12月にハワイへの米菓の輸出を開始。
- 「日本のBEIKAを世界のスタンダードに」というコンセプトのもと、新たなブランドを展開。



酒田米菓株式会社

- 2024年 6月に鳥海山麓工場でハラル認証を取得。
- 現在、米国、オセアニア、ヨーロッパ、東南アジアに米菓を輸出。
- ハラル認証により、中東、北アフリカ、南アジアなどのムスリム人口が多い国々への販路拡大を目指している。



三幸製菓株式会社

- 日本の伝統菓子である米菓を幅広く世界に輸出。
- 国内のヒット商品である「雪の宿」シリーズを筆頭に、味の良さ、四季を感じるデザイン性、コストパフォーマンスの良さから特に台湾で他の追随を許さない強い人気。
- 地域性として「甘味」を好むアジア圏で塩味と甘味のバランスが重視され、日本にはないカスタードフレーバー等も人気。
- 今後もさらに戦略的な輸出対応を行う。

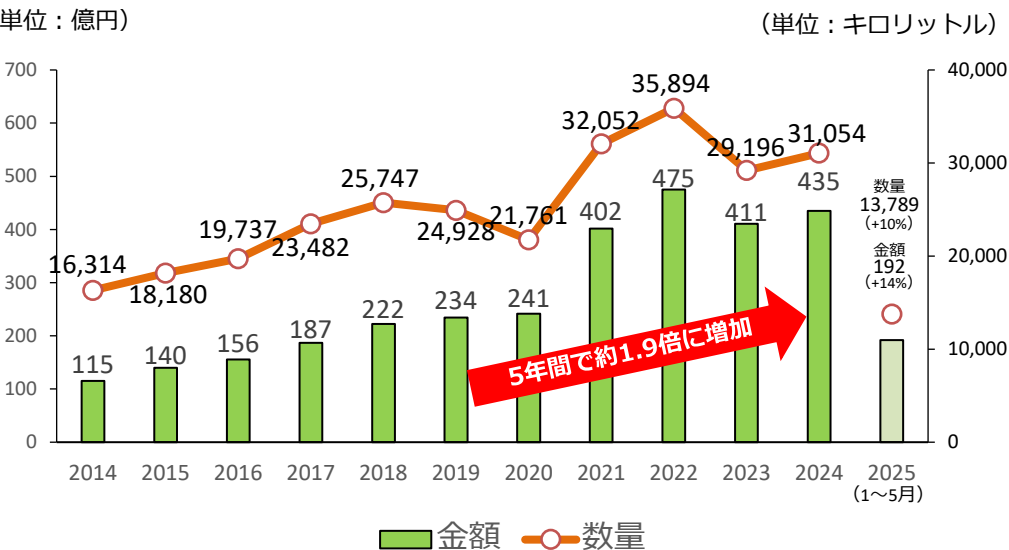


日本酒の輸出実績の推移

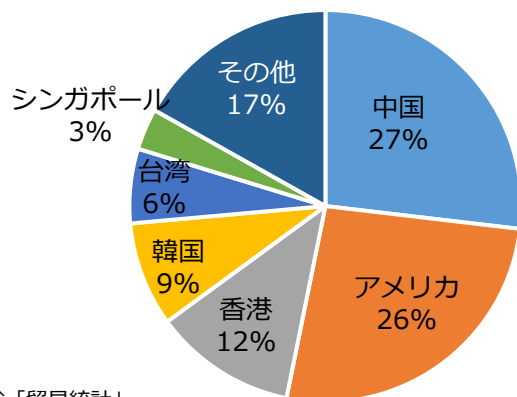
- 2024年の輸出額は約435億円（対前年比+6%）、輸出数量は31,054キロリットル（対前年比+6%）となり、増加傾向に推移。

○ 日本酒の輸出実績

（単位：億円）



○ 日本酒の輸出先国・地域内訳（金額ベース）（2024年）



資料：財務省「貿易統計」
注：括弧書きは対前年同期比を表す。

○ 日本酒の輸出の取組

（2024年8月時点）

菊正宗酒造株式会社

- 2012年頃から中国市場への進出を本格化して以降、中国、アメリカ、香港、シンガポール、オーストラリアなど約30か国・地域に輸出。
- 「しぼりたて ギンパック」シリーズは、高品質でコストパフォーマンスに優れていることが評価され、「IWC（SAKE部門）」において、「グレートバリュー・チャンピオン・サケ」を2度受賞（2019年、2023年）するなど、海外からも評価。
- 最高品質を目指した限定ブランドである「百黙」シリーズも、アメリカ、オーストラリア、シンガポールなど12か国で展開。



玉乃光酒造株式会社

- オーガニック日本酒「有機純米吟醸GREEN 山田錦100%」、「有機純米吟醸GREEN 雄町100%」について、有機JAS酒類の認証を取得。
- 有機認証を新たな切り口として、海外の健康志向の消費者に訴求。
- ドイツ・米国・フランス・香港向けに有機JAS認証の純米吟醸酒2種類を輸出。



人気酒造株式会社

- 新型コロナの影響による外食需要が減少したことから、香港・フランスの家飲み需要の獲得を図るため、越境ECサイトを構築。
- 自社Webサイトを多言語化対応するなど抜本的なリニューアルを実施し、ブランディングを強化。
- コーシャ認証も取得し、更なる輸出拡大を目指す。



米・米加工品の輸出実績

品 目 名		2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年		2025年		(参考) 主な輸出先国・地域	
								対前年比	1～5月	対前年同期比		
米・米加工品	数量 (原料米換算)	35,531トン	36,569トン	45,959トン	53,931トン	58,472トン	67,922トン	+16%	29,026トン	+13%	アメリカ 中国 香港 台湾 韓国	
		金額	329億円	347億円	524億円	613億円	576億円	636億円	+10%	278億円		+15%
	米 (援助米を除く)	数量	17,381トン	19,781トン	22,833トン	28,928トン	37,186トン	45,112トン	+21%	19,274トン	+15%	香港 (13,474) アメリカ (8,784) シンガポール (6,406) 台湾 (3,577) カナダ (2,138)
		金額	46億円	53億円	59億円	74億円	94億円	120億円	+28%	55億円	+24%	
	米菓 (あられ・せんべい)	数量	4,033トン	4,222トン	5,141トン	4,523トン	4,565トン	4,656トン	+2%	1,589トン	-6%	アメリカ 台湾 香港 韓国 サウジアラビア
		原料米換算	3,428トン	3,589トン	4,370トン	3,845トン	3,880トン	3,958トン	+2%	1,351トン	-6%	
		金額	43億円	45億円	56億円	55億円	61億円	66億円	+8%	23億円	-1%	
	日本酒 (清酒)	数量	24,928 ㌔リットル	21,761 ㌔リットル	32,052 ㌔リットル	35,894 ㌔リットル	29,194 ㌔リットル	31,054 ㌔リットル	+6%	13,789 ㌔リットル	+10%	中国 アメリカ 香港 韓国 台湾
		原料米換算	14,041トン	12,257トン	18,054トン	20,218トン	16,444トン	17,492トン	+6%	7,767トン	+10%	
		金額	234億円	241億円	402億円	475億円	411億円	435億円	+6%	192億円	+14%	
	パックご飯等 (加工米飯を含む)	数量	1,018トン	1,205トン	1,129トン	1,384トン	1,593トン	2,298トン	+44%	1,090トン	+44%	アメリカ 台湾 香港 オーストラリア シンガポール
		原料米換算	535トン	634トン	594トン	727トン	837トン	1,208トン	+44%	573トン	+44%	
		金額	5億円	7億円	6億円	8億円	10億円	14億円	+44%	8億円	+63%	
	米粉及び米粉製品 (米粉麺等)	数量	118トン	249トン	88トン	173トン	101トン	123トン	+22%	49トン	-14%	アメリカ タイ ドイツ ロシア 台湾
		原料米換算	146トン	308トン	108トン	213トン	125トン	152トン	+22%	61トン	-14%	
		金額	0.3億円	0.7億円	0.6億円	1.0億円	0.8億円	1.1億円	+43%	0.4億円	-10%	
米・パックご飯・ 加工米飯・米粉及び米粉製品	数量 (原料米換算)	18,062トン	20,723トン	23,535トン	29,868トン	38,148トン	46,472トン	+22%	19,908トン	+15%	香港 アメリカ シンガポール 台湾 オーストラリア	
	金額	52億円	60億円	66億円	83億円	105億円	136億円	+29%	63億円	+27%		

資料：財務省「貿易統計」（政府による食糧援助を除く。）
注1：米粉は2019年より、米粉麺等は2020年より貿易統計にて輸出実績を集計・公表。
注2：米粉及び米粉製品のうち米粉製品の原料米換算は米粉100%として推計。
注3：「（参考）主な輸出先国・地域」は2024年の輸出金額上位5か国・地域を記載。米に関しては、2024年の輸出数量（トン）を記載。

(参考) 米の輸出数量及び輸出金額の推移

	2019年		2020年		2021年		2022年		2023年		2024年		2025年 (1～5月)	
	数量 トン	金額 百万円	数量 トン	金額 百万円	数量 トン	金額 百万円	数量 トン	金額 百万円	数量 トン	金額 百万円	数量 トン	金額 百万円	数量 トン	金額 百万円
輸出合計	17,381 (+26%)	4,620 (+23%)	19,781 (+14%)	5,315 (+15%)	22,833 (+15%)	5,933 (+12%)	28,928 (+27%)	7,382 (+24%)	37,186 (+29%)	9,411 (+27%)	45,112 (+21%)	12,029 (+28%)	19,274 (+15%)	5,510 (+24%)
香港	5,436	1,372	6,978	1,796	8,938	2,118	9,880	2,344	11,301	2,630	13,474	3,267	5,508 (+10%)	1,380 (+14%)
アメリカ	1,980	543	1,989	565	2,244	625	4,459	1,169	6,883	1,768	8,784	2,527	4,067 (+27%)	1,265 (+38%)
シンガポール	3,879	802	3,696	785	4,972	1,025	5,742	1,201	5,593	1,153	6,406	1,353	2,497 (+6%)	554 (+11%)
台湾	1,262	411	2,004	622	1,907	575	2,532	716	3,116	877	3,577	1,016	1,316 (+8%)	398 (+22%)
カナダ	158	51	205	62	210	69	382	104	1,629	394	2,138	546	993 (+13%)	285 (+28%)
タイ	578	145	555	145	625	162	1,045	256	1,299	307	1,787	461	1,137 (+62%)	317 (+79%)
オーストラリア	770	233	1,074	334	893	283	1,245	390	1,204	386	1,351	460	567 (+13%)	212 (+27%)
イギリス	450	131	451	131	332	104	526	162	587	193	853	290	393 (+2%)	146 (+13%)
ドイツ	140	52	144	58	185	68	239	81	582	186	867	269	300 (-16%)	104 (-6%)
スペイン	31	12	7	4	13	10	87	28	544	135	675	182	294 (+47%)	85 (+64%)
アラブ首長国連邦	55	23	58	25	96	45	130	49	389	116	487	172	293 (+65%)	100 (+70%)
フランス	93	40	112	49	173	72	237	93	395	135	473	172	286 (+20%)	104 (+24%)
その他	2,549	805	2,508	739	2,245	778	2,424	789	3,664	1,131	4,240	1,316	1,623	560

資料：財務省「貿易統計」（政府による食糧援助を除く。）

注1：2024年1～12月の輸出金額上位国・地域を記載。

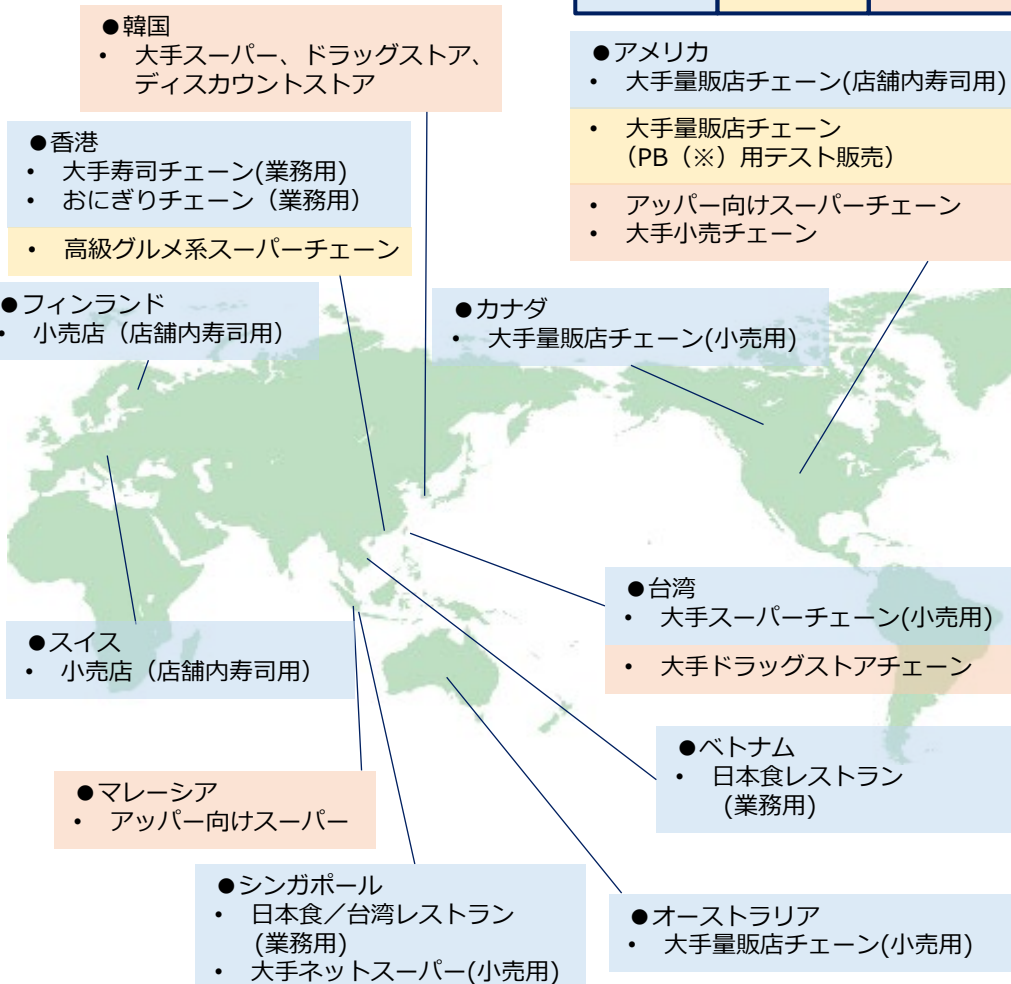
注2：（ ）内は対前年同期増減比である。

現地系外食・小売チェーン等への進出

- 輸出額の更なる増加に向けては、オールジャパンで、輸出先国・地域の市場調査、販路開拓等の取組を進めることにより、日系だけでなく現地系スーパー・レストランチェーンなど新たな市場を開拓する必要。
- 香港、シンガポール、アメリカなど各国・地域において、現地系外食・小売チェーン等に進出する事例も出ている。

〈進出事例の一部〉

(2024年7月時点)



米	パックご飯	米菓
---	-------	----

日本産米

- ・シンガポールで24店舗展開している台湾料理チェーンに対して、**台湾料理(チャーハン等)に合う米の提案や炊き方提案**、使用後のきめ細やかな**フォローアップ**を実施。
- ・チャーハンに合う米を提案したことで、**メニューの品質が向上**。また、多量の米を消費する同チェーンに対して、試用期間中に欠かさずに米を供給をし続けられたことも評価され、**日本産米の継続使用が実現**。



パックご飯

- ・アメリカ全土に展開する**現地系量販店と他業態で取引関係があったこと**をきっかけに、エリアを限定したPB商品としてテスト販売を実施する予定。定番商品化に向けて商談中。
- ・台湾においても、**同米系量販店のECサイトを足掛かりに、実店舗への進出**を計画。



米菓

- ・消費者による日本製菓子の**SNS投稿がバイヤーの目にとまり、JETRO経由で紹介**を受けたことで、アメリカのテキサス州に展開する**現地系小売店のPB商品**としてテスト販売を実施。2023年10月から本格的に現地での販売を開始。
- ・日系小売店では日本風のパッケージにラベルを貼って対応することを求められるが、**英語のパッケージで子ども受けするポップなデザイン**にして、**現地系消費者に訴求**。



※"Private Brand"の略称。小売業者が商品を企画して、メーカーが生産した商品を全量買取して自社ブランドとして販売するビジネスモデル。

米・米加工品の輸出拡大について（食料・農業・農村基本計画（令和7年4月11日閣議決定））

- 米の輸出は近年、年率10%を上回る増加が続いており、2024年の「米・パックご飯・米粉及び米粉製品」の輸出量は前年比22%増の4.6万トン（うち、米は4.5万トン）。
- 今後も米・米加工品の輸出量の増加が見込まれる一方で、海外での更なる需要開拓を図るには、海外市場の求める品質、数量、価格等への対応が必要となるが、米の生産コストの低減が最も大きな課題となっている。
- 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、生産性向上の取組を進めるとともに、海外における需要拡大を図ることにより、輸出重点品目である「米・パックご飯・米粉及び米粉製品」として、35.3万トン（原料米換算）の輸出量の達成を目指す。

食料・農業・農村基本計画（令和7年4月11日閣議決定）（米の輸出関連部分）（抜粋）

① 米

ウ 輸出

「米・パックご飯・米粉及び米粉製品」については「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」（令和2年12月農林水産業・地域の活力創造本部決定、令和5年12月改訂）における輸出重点品目として、「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）に基づく認定品目団体等と連携した戦略的なプロモーションのほか、高まる海外ニーズや規制の情報、輸出事例に関する情報提供等を実施している。また、2023年末時点で、年間1,000トン超の輸出を目標とする「モデル輸出産地」は30産地となっており、多収品種の導入や作期分散等、生産・流通コスト低減に資する取組への支援等を通じて、輸出向けを含む新市場開拓用米の生産拡大を推進している。

こうした取組により、輸出は近年、年率10%を上回る増加が続いており、特に2024年の輸出量は前年比22%増（原料米換算：4.6万トン）と大きく増加したところであり、今後も増加が見込まれる。一方で、**海外での米・米加工品の更なる需要開拓を図るには、海外市場の求める品質、数量、価格等への対応が必要となるが**、輸出米の生産費の採算ライン（約9,500円/60kg（輸出業者からの聴き取り））に対し、**現在、国内農家の平均生産コストは約16,000円/60kgであり、米の生産コストの低減が最も大きな課題となっている。**

このため、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、以下の生産性向上の取組を強力に進める。

農地の集積・集約化（輸出を行う経営規模15ha以上の経営体の作付面積を拡大）による分散錯圖の解消

農地の大区画化（1ha以上の団地の農地を新たに整備）

品種改良、多収量品種の作付け拡大

大区画化を活かしたスマート農業技術の活用（全経営耕地面積に占めるスマート農業技術・機械の活用割合を50%以上に向上）

上記取組により**大規模輸出に取り組む輸出産地を30産地形成（本産地からの輸出が輸出全体の過半以上を占める姿を実現）**

あわせて、海外ニーズが高い有機米の作付け拡大を進めるとともに、ニーズ等の調査を行いながら**海外における需要拡大を図ることとし**、以下の取組を強力に進める。

日本食のプロモーションや商流構築、国内外一貫してつなぐサプライチェーンのモデル構築、日系外食企業（おにぎり屋、日本食レストラン等）の海外進出、インバウンドと輸出の好循環の形成等を推進し、使用量を拡大する。くわえて、パックご飯についても、簡単かつ手軽に日本産米を食べることができるという特性を最大限訴求し、輸出拡大を図る。

こうした施策の総動員により、輸出重点品目である「米・パックご飯・米粉及び米粉製品」として、35.3万トン（原料米換算）の輸出量の達成を目指す。

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



1. 国別輸出額目標

国名	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・方策
合計	136億円	922億円	—
米国	32億円	216億円	- 西海岸・東海岸の主要都市や日系事業者だけでなく、中部などの地方都市の市場の開拓及び非日系のレストランやスーパーを中心とした商流構築の拡大が課題 - 中食・外食などの日系企業の海外展開を促進し、日本産米の利用拡大を図る - 品目団体・JETRO・JFOODOが連携し、寿司やおにぎり等の米を使った日本食のプロモーションや商流構築を推進することで、上記課題の克服を図る - 有機食品への関心の高まりを切り口に有機米の販売促進を図る
E U・英国	13億円	176億円	- 日本食の需要拡大にあわせて、日本産米のプロモーション等を実施しているが、輸出実績は小規模で現地に十分浸透していない - 中食・外食などの日系企業の海外展開を促進し、日本産米の利用拡大を図る - 品目団体・JETRO・JFOODOが連携し、米を使った日本食のプロモーションや商流構築を推進することで、寿司やおにぎり等の切り口で各国における非日系を含めた市場開拓・拡大を図る - 品目団体による展示会への出展や商談会の開催のほか、他品目との連携による顧客の深掘りや、拡大するグルテンフリー市場において米粉・米粉製品の需要開拓を図る - 容器・包装等の各種規制への対応に必要な取組を支援する - 英国のCPTPP加入に伴う関税撤廃を追い風に更なる輸出拡大を図る - 有機食品への関心の高まりを切り口に有機米の販売促進を図る
シンガポール・台湾・香港	61億円	141億円	- 輸出事業者が日系外食店・小売店を中心に需要を開拓しているが、一部では日本産米同士の競合が生じている - 他国産ジャポニカ米が安価で販売されており、価格による競争は限界 「冷めてもおいしい」といった日本産米の特性を訴求し、既存の販路に加え、非日系のレストランやスーパーとの商流やECサイトなど新たな販路の構築により更なる需要開拓を図る - 高級外食店・小売店に加え、手軽に食べられることが人気のおにぎり等のプロモーションを通じて日本産米の更なる市場開拓を図る
中国	0.8億円	128億円	- 指定精米工場及び登録くん蒸倉庫の追加や原発事故に伴う輸入規制の即時撤廃を、政府一丸となって強く働きかける - くん蒸対応の不要なパックご飯の需要拡大、認証の取得や必要な機械・設備の導入等を支援 - 中食・外食などの日系企業の海外展開を促進し、日本産米の利用拡大を図る - インバウンド向けを含め、日本料理店等をターゲットとしたプロモーションやバイヤー招へい等を通じた商流構築を推進
カナダ	6億円	104億円	炊飯の習慣が必ずしも一般的ではない中で、より簡便に日本産米を食することが可能なパックご飯の需要拡大を図りつつ、寿司等の日本食の広がりに応じた日本産米の需要開拓を図る
その他（中東、豪州等）	24億円	157億円	- 中食・外食などの日系企業の海外展開を促進し、日本産米の利用拡大を図る - インバウンドによる食消費の拡大を通じた輸出拡大との好循環の形成を図る

※ 四捨五入の関係で内訳の計と合計が一致しないことがある



2. 輸出産地の育成・展開

育成すべき輸出産地	
【現状（2024年）】フラッグシップ輸出産地 6 産地 【目標（2030年）】フラッグシップ輸出産地30産地を目指す	
現状・課題	方策
- 供給が追いつかず、旺盛な海外需要に応えきれしていない - 他国産に比べ割高で、国際競争力も十分でない	農地の大区画化等の基盤整備、農地の集積・集約化による分散錯圃の解消等の生産基盤の強化の推進、官民をあげた多収品種の普及・開発の拡大、スマート農業等と低コスト生産技術の導入・定着、輸出産地の規模拡大等に伴う精米施設・乾燥調製施設の整備等により、低コストで生産できる大規模輸出産地の形成や海外需要のある有機米の作付け拡大を推進

3. 加工施設等の整備及び認証の取得

現状・課題	方策
- 輸出先国・地域の規制等への対応が十分進んでいない - 物流における低コスト化や輸送効率の改善が十分行われていない	- パックご飯や加工米飯について、輸出先国・地域の規制に対応するための国際認証等の取得や輸出向け生産に必要な機械・設備の導入等を支援 - 生産者と輸出事業者等のマッチングを促進する等、生産から販売までの国内外一貫したサプライチェーンの構築を推進 - 国内流通も含め、低コスト化や作業効率の改善につながる産地から精米工場への推奨フレコンによる出荷や鉄道へのモーダルシフトを推進

4. 品目別団体を中心とした販路開拓

現状・課題	方策
- 更なる輸出拡大が見込める主要輸出先国・地域での新たな購買層の深掘りや輸出事業者の進出が不十分な国・地域での市場開拓が不十分 - 海外における日本産米の理解醸成が十分でない	（一社）全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会（全米輸）による輸出国・地域のマーケット情報の収集・発信、プロモーション活動を実施。実施に際しては、他の品目団体や輸出支援プラットフォームとも連携 - 現地ニーズを踏まえた商品提案や商流構築を行うため、現地にエージェントを設置 - 輸出支援プラットフォーム等とも連携して、消費者と事業者に対し、日本産米の多様性や特徴をPRするなど、マーケットに応じた訴求を図る - インバウンドによる食消費の拡大を通じた輸出拡大との好循環の形成を図る

全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会（全米輸）の概要

- 米・米関連食品の海外需要の開拓・拡大のため、オールジャパンでの輸出を促進する全国団体（一般社団法人全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会（全米輸））を平成27年8月13日に設立。
- 令和4年12月5日付けで輸出重点品目となっている「**コメ・パックご飯・米粉及び米粉製品**」の認定品目団体（※）として認定。

（※品目団体の認定制度は、輸出促進法に基づき、輸出重点品目ごとに、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、その申請に基づき、所管大臣が認定品目団体として認定するもの。令和7年5月30日付けで改訂された「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」において、輸出重点品目は「米・パックご飯・加工米飯・米粉及び米粉製品」に変更。）

○目的

- （1）我が国の良質な米・米関連食品の海外での需要の開拓・拡大を図り、世界のマーケットに届けるため、オールジャパンで取り組むべき共通課題の洗い出し・解決に向けた協力体制を構築すること。
- （2）米、米関連食品輸出の拡大を通じて、我が国のコメ生産者の所得向上に資すること。
- （3）米、米関連食品の輸出拡大に向けて、協議会会員間の相互の情報収集、共有を通じ、各種連携を促進し、必要に応じて輸出事業の共同展開に資すること。

○代表理事：木村 良（きむら りょう）

○会員数：100（令和7年7月2日現在）

米輸出事業者、生産者団体等：56（クボタ、全農、神明、木徳神糧、千田みずほ、ホクレン等）、蔵元等：16、米菓メーカー等：9、パックご飯メーカー等：11、米粉メーカー等：11、その他：8（食品機器メーカー、外食事業者等）



農林水産大臣から認定証を授与される木村理事長（中央）

○問い合わせ先（事務局）

ホームページ <https://zenbeiyu.com/jp/>

電話番号：03-5643-1720 FAX：03-5643-1721

メールアドレス jimukyoku@zenbeiyu.or.jp

所在地：東京都中央区日本橋小伝馬町15-15 食糧会館 6F

※一部重複があるため、合計の会員数と一致しない。



THIS IS
JAPAN QUALITY
日本のおいしい米。

全米輸「エージェント事業」

- 日本産米の輸出拡大を図るためには、マーケットインの発想で、現地ニーズを踏まえた商品提案、商流構築等を行っていく必要があるが、日本国内からではアプローチをしていくことが困難。
- このため、現地にエージェントを設置し、市場における変化や機会をタイムリーに捉え全米輸会員に共有すると共に、日本にいる全米輸及び全米輸会員の代理として、現地系スーパー等への販路開拓等に取り組む「エージェント事業」を実施。

設置国・地域

米国（ロサンゼルス・ニューヨーク）（2023年度～）

取組内容

【メイン業務】

新規需要先の掘り起こし

- 市場リサーチを行い効果的な販路開拓・戦略を立案
- 新規需要先と全米輸会員とのマッチング

市場動向の報告

- 市場動向、現地産米の作況、現地市場価格調査
- 外国産米の動向については、公的な輸出促進団体の動きとディストリビューターの動きをチェック

全米輸事業・PF等との連携

- 輸出支援PF等と全米輸とのハブとなり、双方の連携が円滑に進むよう調整
- 全米輸が実施する現地プロモーション事業について、現地バイヤー招致など、全米輸・委託事業者をサポート

2024年度事業成果及び今後の取組

米国 (ニューヨーク)	➤ 現地系スーパーなどに販路を持つ現地の事業者との連携を提案し、実現に向けた調整を実施。 ➤ 寿司チェーン店等の中食市場への販路開拓に取り組み、日本産米がテスト販売に採用。高評価を獲得。
米国 (ロサンゼルス)	➤ 現地系小売店やパック寿司の製造業者等による日本産米の導入に向け、現地事業者との連携を提案。 ➤ グルテンフリーに関心を持つ食品製造業者へ日本産米粉を提案。

【今後の取組予定】

① 現地系小売店の店頭販売の新規開拓

NY：現地の大手インポーター及び卸を通じた、現地の大手小売との商談の実施を目指す。

LA：現地的高级小売店への小容量米(2kg)導入に向けた商談を継続。

② 寿司チェーン店、小売店の寿司デリコーナーへの業務用低価格米での販売拡大

NY：寿司チェーン店等への導入に向けたテスト販売の拡大を目指す。

LA：現地系高級小売店の店内寿司デリコーナーへの導入に向けた商談を継続。

③ 全米輸会員が参加する米国での大規模食品展示会や内陸部での商談会における、有力バイヤーの招致、日本産米のPR、成約に向けた補助活動の実施

全米輸による海外需要開拓の取組例①

SIAL Paris 2024への出展及び商談の実施(フランス)(2024年10月)

欧州最大級の食品見本市であるSIAL Paris 2024において全米輸ブースを出展（来場者数：約28万人、出展社数：約7,500社）。

大手ケータリングやスーパーマーケット等でおにぎりを取り扱う企業のバイヤー等を本ブースへ招待し、試食や商談を実施。また、本展示会期間中には、別途全米輸が独自に現地レストランや食品卸との商談会をアレンジ。



▲展示会会場の様子



▲商談会の様子

サウジアラビアにおけるプロモーションイベント (2023年12月)

サウジアラビアにおいて、現地事業者を招待したプロモーションイベントの実施や個社への訪問を通じた商談を実施。

プロモーションイベントの試食会では、JETROリヤド事務所と連携して、日本産水産物を活用した日本産米の試食メニューも提供。事業実施後も更なる成約獲得に向けて、フォローアップを実施。



▲プロモーションイベントの様子



▲日本産水産物コラボの試食メニュー
(小俵おにぎりとマグロガーリックバター)

アメリカにおける他品目団体等との連携事業 (2024年10月)

重点市場であるアメリカでの新たな販路開拓を目的に、マイアミ、ヒューストンにおいて、日本養殖魚類輸出推進協会やJETRO・JFOODOと連携した取組を実施。

日本産米とぶり・たいなどの水産物が持つ個々の強みを掛け合わせた相乗効果により、単品では実現し得ないコンテンツパワーを創出し、寿司を中心とした知名度の高い人気料理を通じて日本産食材の魅力を最大限訴求。また、SNS等を活用した日本産食材のPRキャンペーンやレストランでのプロモーション (to C) とビジネスマッチング (to B) を連動させ、効果的な商流構築を図った。



▲ビジネスマッチングの様子



▲プロモーションイベント
(寿司の提供) の様子

全米輸による海外需要開拓の取組例②

日本産コメ・コメ加工品輸出ハンドブック（2023年度）

全米輸では、海外における米・米加工品の消費・流通等のマーケット情報や、関税や検疫制度等の規制情報を掲載したハンドブックを作成（第1版 2016年度発刊）。最新の情報を反映させるとともに、新たにサウジアラビア、イスラエル及びメキシコを加え「令和5年度版 日本産コメ・コメ加工品輸出ハンドブック」（対象：19か国・地域）を作成。

作成したハンドブックは、日本産米・米加工品の輸出に取り組んでいる事業者や、これから取り組む事業者が広く活用できるよう全米輸HPに掲載。



▲ ハンドブック

「日本産米の特性」PR事業（2024年度）

「日本産米の特性」を海外に効果的に伝えるため、展示会や商談会向けの販促物（POP・PRチラシなど）を作成。海外バイヤーのヒアリングや消費者調査を基に、市場ごとに適した情報を記載。視覚的に分かりやすい画像も活用。

また、輸出事業者が活用しやすいよう、販促物や写真・動画ライブラリーを整備し、全米輸を中心に日本産米の魅力を広く発信する取組を進めている。

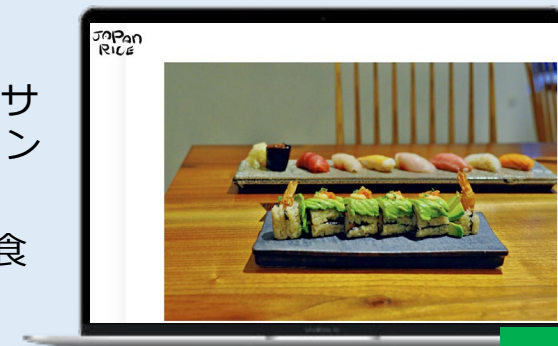


▲ 三つ折りチラシ

消費者向けサイトの運用（2024年度）

輸出先国・地域の消費者への更なる日本産米・米加工品の浸透のため、既存のWEBサイト「myjapanrice.com」の充実を図り、「レシピ」や「シェフの話」等の多様なコンテンツを多言語（英語・中国語（繁体字）・日本語）で掲載。

さらには、日本産米の魅力を伝えるべく、日本産米の産地紹介や各国で日本産米が食べられる店舗の掲載、インフルエンサーを活用したサイトの拡散等を実施した。



▲ WEBサイト

コメ海外市場拡大戦略プロジェクト①

- 「コメ海外市場拡大戦略プロジェクト」は、米の輸出量を飛躍的に拡大すべく、平成29年9月に立ち上げ。
- 本プロジェクトは、目標及び取組方針を掲げて米・米加工品の輸出拡大に取り組む事業者・産地が参加可能なプラットフォームであり、参加者への支援を実施。

《国による支援》

- ・ 戦略的輸出事業者と戦略的輸出基地（産地）等が連携して実施する取組を後押し
- ・ （新たに）輸出に取り組む事業者・産地に対するマッチング・相談等サポート
- ・ 輸入規制についての情報発信

支援

戦略的輸出基地 （産地）

海外マーケットに対応可能な、質、数量、価格の面で競争力を有する米の生産を推進。



戦略的輸出事業者 （卸、輸出商社、メーカー等）

輸出拡大の目標、当該目標達成のためのターゲット国・地域・市場及び取組方針を掲げ戦略的に海外市場を開拓。



連携

連携

農林水産物・食品
輸出支援プラットフォーム
（在外公館、JETRO海外事務所、
JFOODO海外駐在員）

認定農林水産物・
食品輸出促進団体
（一般社団法人 全日本コメ・
コメ関連食品輸出促進協議会）

産地と輸出事業者が一体となった
マーケットイン型の海外需要開拓

輸出目標の達成に向けた

米・米加工品輸出の飛躍的増加

コメ海外市場拡大戦略プロジェクト②

- 現在までに132の戦略的輸出事業者、167の戦略的輸出基地が2025年の輸出目標と目標達成に向けた取組方針を設定。（戦略的輸出事業者による目標数量合計：約17.3万トン（原料米換算））
- 参加事業者に対して、戦略的輸出事業者が産地と連携して取り組むプロモーション等に対する支援、戦略的輸出事業者と産地のマッチングの推進や海外規制動向のタイムリーな情報発信等の施策を通じて輸出を強力に後押し。

戦略的輸出事業者参加状況(2025年7月2日時点)

132事業者（目標数量合計：17.3万トン※）

○ 主な戦略的輸出事業者（輸出目標上位5事業者を抜粋）

戦略的輸出事業者	輸出目標	重点国・地域
J A全農	米：50,000トン パックご飯：200万食	中国、北米、EU、アジア等
(株)神明	米：10,500トン パックご飯：100万食 米粉・米粉製品：100トン	中国、アジア、EU等
(株)クボタ	米：10,000トン	米国等
全農インターナショナル(株)	米：10,000トン パックご飯：100万食	中国、北米、EU、アジア等
木徳神糧(株)	米：6,000トン	中国、香港、北米、EU、東南アジア（シンガポール・タイ等）、ブラジル、アジア等

※ 原料米換算。輸出事業者の目標の積み上げであり、重複して計上される場合もある。

戦略的輸出基地(産地)参加状況(2025年7月2日時点)

- (1) 団体・法人 158産地
- (2) 都道府県単位の集荷団体等 8団体（J A全農県本部、経済連）
（(1)以外の産地も含めた取組を推進する都道府県単位の団体等）
- (3) 全国単位の集荷団体等 1団体（J A全農）
（(1)、(2)以外の産地も含めた取組を推進する全国単位の団体等）

○ 主な戦略的輸出基地（令和3年産輸出用米生産実績上位5産地を抜粋）

【団体】		【農業法人】	
都道府県	戦略的輸出基地	都道府県	戦略的輸出基地
新潟県	J Aグループ新潟 米輸出推進協議会	新潟県	(株) 新潟クボタ
宮城県	JAみやぎ登米	青森県	(株) みちのくクボタ
岩手県	JA岩手ふるさと	北海道	(株) 芦別RICE
茨城県	茨城県産米輸出推進協議会	山形県	(株) 庄内こめ工房
福井県	JA福井県	北海道	(株) 松原米穀 契約生産者組合

戦略的輸出事業者による取組事例①

事例1：「おにぎり」による日本産米PR（アメリカ）

2024年度実施

取組内容

- ・ アメリカで「おにぎり」を活用した市場開拓、販路拡大を目指したプロモーションを実施。
- ・ イベント会場に炊飯器を持ち込み、その場で「おにぎり」を調理し提供。同時に来場者に対して消費者として重視する事項をヒアリング。併せて、ECサイトのQRコードを作成し、チラシにも記載することで精米販売にも対応。

成果

- ・ プロモーションの実施等により、日本産米への関心が高まり、日本産米の輸出開始に繋がった。
- 〔 2023年実績 なし
2024年 " 1t 〕
- ・ 特にイベントでは、「おにぎり」が提供されていることが一目でわかる看板が好評で売完。
 - ・ 定期的な販売促進を行うことで、更なる輸出拡大を目指す。



【上：好評だったおにぎりの看板とQRコードを記載したチラシ】

【下：イベント会場の風景】



事例2：レストラン・小売店での日本産米PR（メキシコ）

2024年度実施

取組内容

- ・ 日本産精米の輸入解禁、日本食の関心の高まりを契機に、輸出拡大を図るべく、日本食レストランの新規開拓、小売店での試食・販売を実施。
- ・ 具体的には、集客が見込める週末を利用し、試食・販売イベントを複数回実施。試食方法は、現地で炊飯した日本産米をおにぎりとして提供。
- ・ イベント期間中は、のぼり等の設置によるPRを行うとともに、日本産米の炊飯方法を記載したチラシを配布。

成果

- ・ 現地の日本食レストランを中心に日本産米のPR等を行った結果、新規需要を発掘。
- 〔 2023年実績 29t
2024年 " 144t 〕
- ・ イベントでは、食感・食味の良さが消費者から高評価。一方、2kgや5kgといった小容量の米袋での販売を求める声も多く、こうした要望への対応等を通じて、更なる輸出拡大を目指す。



【上：レストランの新規開拓】

【下：イベントでのおにぎり提供】



事例3：日本国内の精米工場の視察による輸出増（カナダ）

2023年度実施

取組内容

- ・ 外食チェーン経営者や輸入事業者を日本国内に招聘し、産地・精米工場・国内の飲食店等の視察を通じ、日本産米の理解醸成を図る。
- ・ 視察の際には、先方の関心事項であった無洗米の手軽さに加えて、比率の異なるブレンド米の試食を通して味や食感のバリエーションの違いを説明。

成果

- ・ 産地や工場、飲食店での視察を行ったことで、生産から消費までの日本産米の理解が図られたことで、現地でのストーリー性のある新たなメニュー開発にも寄与。
- 〔 2022年実績 0.5t
2023年 " 20.3t 〕
- ・ 本取組により、新たな商談が成立する等、輸出量は計画を超えて大きく増加。



【上：比率の異なるブレンド米の試食の様子】

【下：輸入事業者等を招聘した精米工場視察】



戦略的輸出事業者による取組事例②

事例 4：試食会等を通じた日本産米PR（イスラエル） 2023年度実施

取組内容

- 中東でも特に日本食レストランが多いイスラエルは、日本産米の普及に適していると判断。
- 現地系小売店でのPR活動、レストラン事業者・食材バイヤー・現地メディア等を対象とした試食会、現地代理店のSNSを活用した商品説明や食べ方の広告宣伝、日本産米の理解醸成に向けた現地関係者の産地への招聘といった取組を実施。

成果

- 現地における紛争の影響を受けたものの、各取組を通じた日本産米のPRにより、定期的な輸出を実現。
- 2022年実績 精米・パックご飯ともになし
2023年 " 精米 12 t
 パックご飯 5,900食
- 特に、現地関係者の日本招聘による日本産米の理解醸成の効果は大きく、引き続き取り組む予定。



【上：現地系小売店店頭に設置されたポスター】



【下：試食会の様子】

事例 5：寿司飯の日本産米への切替（スイス） 2023年度実施

取組内容

- 現地系小売店内の寿司において利用される他国産米のコーナーや寿司レストランにおいては、他国産米が利用されていた。
- 不作等による他国産米の供給不安・価格高騰や円安を背景に、日本産米への切替を検討。
- 現地系小売店に納入実績のある現地取引先と商談を行うとともに、日本人寿司職人による寿司の実演販売等、日本産米の使用と品質・食味をPR。

成果

- 日本人寿司職人による日本産米を活用した寿司作りの実演は消費者への訴求効果が高く、日本産米の評価向上に貢献。
- 2022年実績 0t
2023年 " 173t
- 本取組の波及効果として、別商流による日本産米の輸出も実現。



【上：評価が高かった寿司作りの実演】

【下：日本産米の使用をPRするタペストリー】



事例 6：大規模小売店における日本産米PR（カナダ） 2023年度実施

取組内容

- 円安を輸出機会の増加のチャンスと捉え、日本産米の取扱いがない大規模小売店での販売促進を企画・実施。
- 現地販売員を活用した日本産米の試食販売を22店舗で実施。実食を通じ、日本産米の美味しさを広くPR。
- 飲食店での日本産米のポスターや日本産米を使ったメニューの掲示によるPR等を実施。

成果

- 多くの国で店舗展開中の大規模小売店でPB商品として販売したこと、購入者によるSNSでの商品情報の拡散もあり、日本産米需要の掘り起しに成功。
- 2022年実績 0t
2023年 " 443t
- カナダでの取組の成功を受け、他国での販売要望もあり、輸出の更なる拡大が見込める。



【上：「こしひかり」のポスターを掲示する飲食店】



【右：試食販売の様子】

戦略的輸出事業者による取組事例③

事例 7：パックご飯の試食展示会等でのPR（アメリカ） 2023年度実施

取組内容

- 展示会において、精米やパックご飯の試食を通じて日本産米の美味しさをPR。
- アメリカ人は炊飯器を持っていない人が多いことから、SNSを通じて鍋を使った美味しい炊飯方法を紹介。
- その他、インフルエンサー・SNSを活用した日本産米を使用したパックご飯の商品宣伝。

成果

- 本取組の実施後、ECサイトでの販売を開始。特にパックご飯の輸出が好調。
- 2022年実績 0t

2023年 " 13t

(パックご飯の実績)
- パックご飯の手軽さを子育て層などに幅広くPRするとともに、小売店販売員の商品認知度の向上を進め、オンライン、オフラインとも販売増を目指す。



【上：展示会での試食】

【下：オンライン販売の一例】



事例 8：イベントを活用した日本酒PR（フィリピン） 2024年度実施

取組内容

- 現地輸入事業者との新たな繋がりを機に、人口の増加や所得が向上しているフィリピンにおいて、日本酒の需要喚起・販路開拓を決意。
- 初開催となる日本産酒類の展示会に出展し、レストラン・ホテル業界、ソムリエ等に日本酒の知識の説明や料理とのペアリングを実施。
- 併せて、高級レストラン及び酒販売店での視察・商談会を実施。

成果

- 展示会では日本料理だけではなく、現地料理とのペアリングも実施したことで来場者から高評価。二部レストランでの導入も決定。
- 2023年実績 なし

2024年 " 0.2kl
- 環境への意識が高い富裕層に、原料となる酒米を減農薬・減化学肥料で栽培するなど自社のサステナビリティを訴求し、更なる輸出拡大を目指す。



【日本酒類展示会の様子】



事例 9：ポップアップの日本酒バーにおける日本酒PR（スウェーデン） 2024年度実施

取組内容

- 効果的に日本酒の売上を伸ばすための策として、都心や避暑地にポップアップの日本酒バーを設置し日本酒をPR。
- 特に、日本文化や料理に馴染みのない消費者を新たな顧客とすべく、夏に飲みやすいスパークリング日本酒や日本酒ベースのカクテルを提案。

成果

- ポップアップバーでは想定を超える来場者数となるなど好評。様々なスタイルの日本酒のPRが功を奏し、消費者からの定期的な出展の要望に繋がった。
- 2023年実績 5.54kl

2024年 " 7.08kl
- イベントの成果として、現地レストランでのメニュー採用が決定し、スタッフに日本酒の知識の教育を開始。更なる日本酒の輸出拡大に繋げていく。



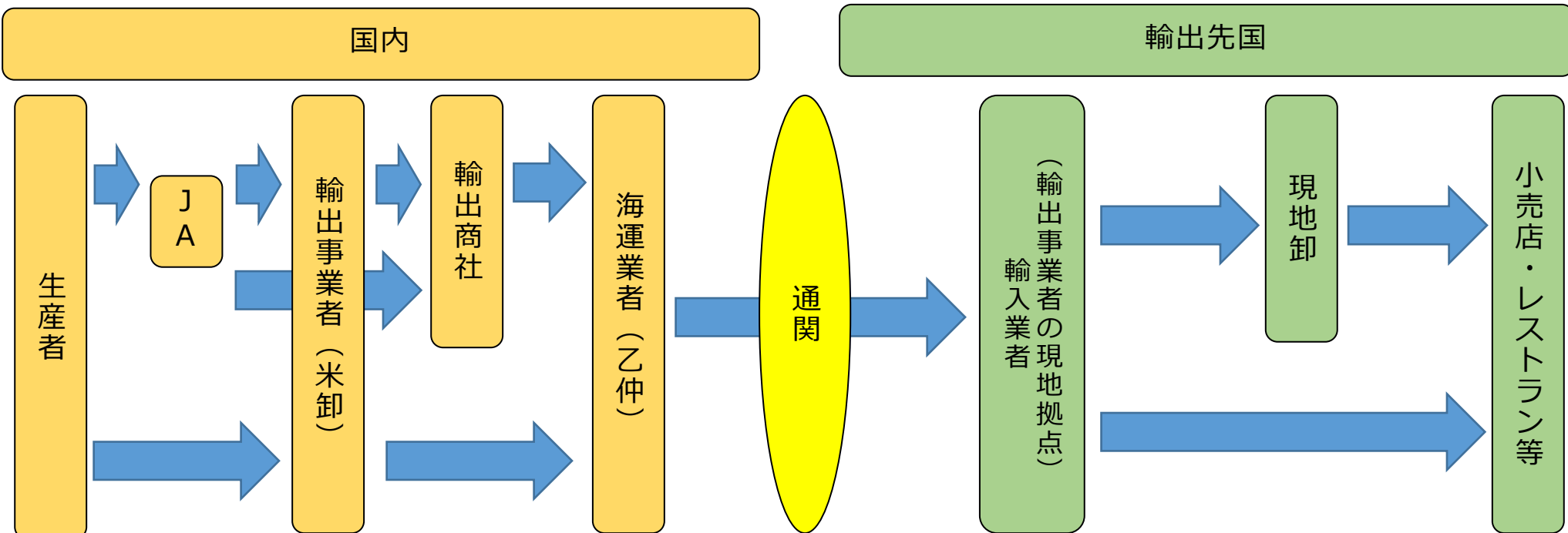
【上：ポップアップバー設置にあたって準備した日本酒】

【下：ポップアップバーでの試飲会の様子】



米の輸出経路

- 米の輸出においては、輸出事業者（米卸、輸出商社等）が海外需要開拓において主要な役割を担っていることが多い。海外に現地拠点を設置し、現地卸を通さず、自ら販路開拓を図っている事例も見られる。
- 米の輸出量が増加している中、輸出においても今後は大ロット・安定供給が求められることが見込まれ、JAや大規模法人等の産地が果たす役割は重要。
- また、輸出のためには、
 - ① パートナーとなる輸入業者・現地卸と結びつくだけでなく、
 - ② 海外の消費者・実需者（小売店、レストラン等）が求める商品を提供する「マーケットイン」の発想で輸出に取り組むことが重要。

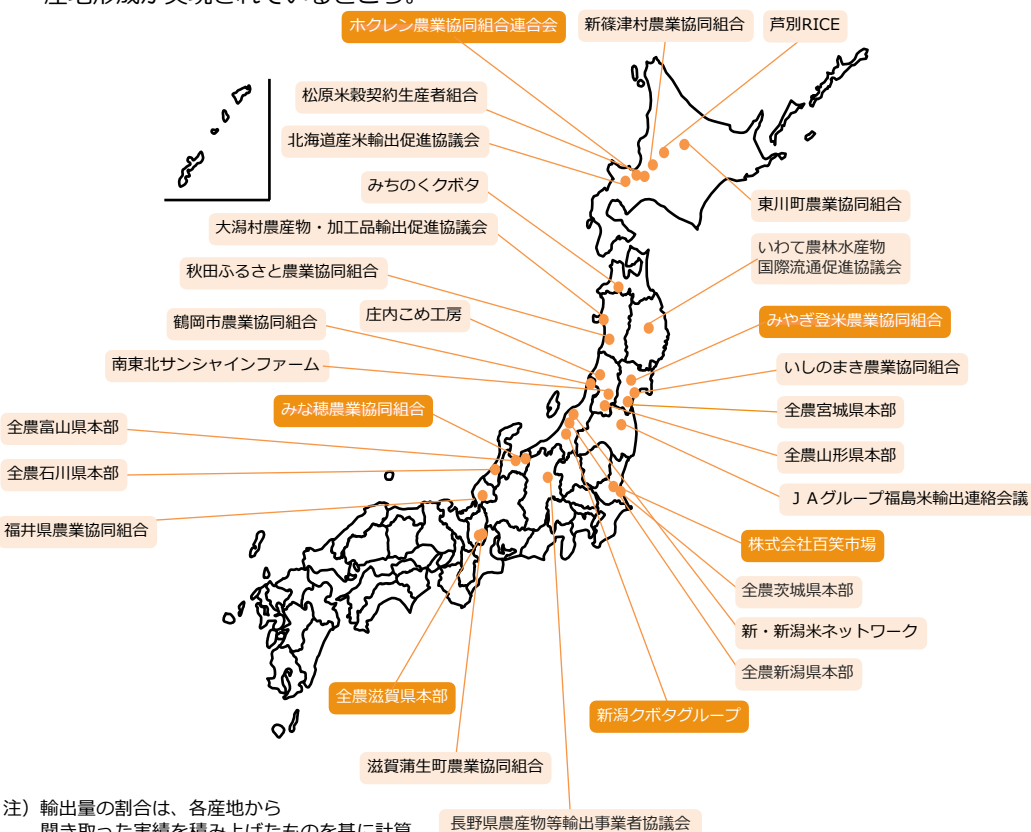


主な米の輸出産地

- 海外の規制やニーズに対応して継続的に輸出に取り組む手本となる「フラッグシップ輸出産地」の拡大を図り、2030年に30産地を目指す。（「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」において、育成すべき米輸出産地の目標として設定。）
- 年間1,000トン超の米輸出を目標とする30産地を中心に、低コスト生産等の取組を支援し、競合する他国産米との国際競争力を高めていく必要。

年間1,000トン超の米輸出を目標とする30産地（令和7年5月末現在）

- ・ 30産地で、令和5年のコメの輸出量約37,000トンの9割をカバー。
- ・ フラッグシップ輸出産地は6産地（オレンジ色の産地）。
- ・ それらの産地では、多収性品種の導入等による低コスト生産と大ロット安定供給できる産地形成が実現されているところ。



注) 輸出量の割合は、各産地から聞き取った実績を積み上げたものを基に計算。

とめ みやぎ登米農業協同組合

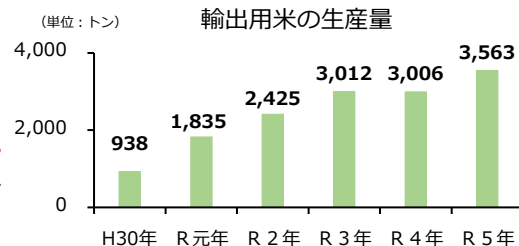
【取組内容】

「コメ新市場開拓等促進事業」も活用して、つきあかり等の多収性品種の導入と併せて、**耕畜連携による堆肥の有効活用**を図り**低コスト生産を推進**。

輸出用米の生産者数が増加
(H30年235人→R5年532人)

【生産実績】

R7年度の目標として掲げていた3,000トンをR3年度に達成。
令和5年の生産量は3,563tで、香港、米国、シンガポール等に輸出。



ひやくしょういちば 株式会社百笑市場

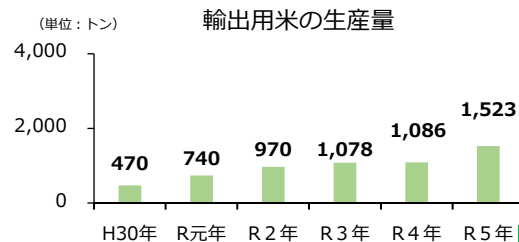
【取組内容】

(株)百笑市場では、「コメ新市場開拓等促進事業」も活用して、**多収性品種**（にじのきらめき、ハイブリッドとうごう3号）の**契約栽培を推進**。そのほか、**ドローンによる直播・病虫害防除等の省力・低コスト化の取組を推進**。

輸出用米の生産者数が増加
(H28年8人→R5年85人)

【生産実績】

R5年の生産量は1,523tで、米国、香港、シンガポール等に輸出。



輸出先国・地域における市場の特性①

香港、シンガポール

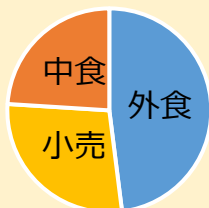
- 所得水準が高く、米食の習慣がある。
- 外食比率が高く、多量の米の消費が期待できる。
- 日系中食（おにぎりや寿司）及び外食（日本食レストラン）が需要の主体。

（単位：トン）

米の輸出数量	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
香港	5,436	6,978	8,938	9,880	11,301	13,474
シンガポール	3,879	3,696	4,972	5,742	5,593	6,406

チャネル別消費動向（推計）

日系小売・外食チェーン等の進出やおにぎり店の増加が日本産米の輸出増に寄与



おにぎりチェーン（香港）



日系寿司チェーン（香港）



日系小売チェーン（香港、シンガポール）

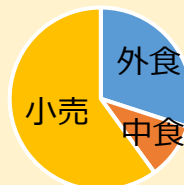
《考えられる方向性》

- 大規模な取引が見込める日系レストランチェーンや「冷めても美味しい」日本産米の特性を活かせるおにぎり・弁当等の中食事業者等との連携を図って輸出を拡大していく必要。
- 現地系小売・レストランチェーンとの取引に当たっては、大規模な数量が期待される一方で、品質・数量・価格面で、安定的に大口ロットで日本産米を供給できる体制づくりが必須。

アメリカ

- 需要の主体は小売。日本産米の取扱いには日系小売店がほとんどだが、一部のアジア系や現地系スーパーにも日本産米が導入され始めている。
- 小売店では消費者に認知度の高い銘柄（コシヒカリやあきたこまち）の売れ行きが良い傾向。
- 近年、カリフォルニア産ジャポニカ米の価格が上昇傾向であり、日本産米との価格差が縮まりつつある。

チャネル別消費動向（推計）



【米の輸出数量】

2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
1,980	1,989	2,244	4,459	6,883	8,784

《考えられる方向性》

- 近年、日本食レストランチェーンでは、現地で精米した高品質な日本産米を導入した例がみられる。
- カリフォルニア産米と競合する中で、日本産米の品質の高さ等をPRするためにも、現地精米や真空包装の導入などの品質劣化防止策を図っていく必要。
- 炊飯指導等を通じて、レストランシェフ・オーナーに日本産米の美味しい炊き方や品質の高さを実感してもらうことで、他国産米からの切り替えを図る取組も有効。
- 現時点では進出がないが、人口が増加しており、日本食レストランの大幅な増加も期待される中部で、新たな市場として需要開拓を図る取組も必要。

輸出先国・地域における市場の特性②

中国

- 約1億5千万トンの消費量、300～600万トン弱の輸入量を誇る世界最大の米消費国。

- 日系外食店が主たる実需先。

【米の輸出数量】

(単位：トン)

2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
1,007	1,002	575	764	526	172

《考えられる方向性》

- 日系外食店における需要の開拓を図る必要。

台湾

- 所得水準が高く、日本食・日本文化が浸透。現地でジャポニカ米を生産しているが、**ジャポニカ米を食べ慣れているが故に日本産米の品質を評価する声**も聞かれる。

【米の輸出数量】

(単位：トン)

2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
1,262	2,004	1,907	2,532	3,116	3,577

《考えられる方向性》

- 現地でジャポニカ米が生産されていることから、日本食レストランでの日本産米採用による他店舗との差別化により需要開拓を図る必要。

その他

- 欧州では、おにぎりや寿司向けに日本産米を導入している事例が見られる。
- カナダでは、カリフォルニア産米の価格高騰や円安等の影響によりアジア系小売チェーン等での需要が拡大。
- 中東では、日本食レストラン（日本式居酒屋風レストランやラーメン店など）が増加。ただし、現状は他国産米の利用が多いところ。

(単位：トン)

米の輸出数量	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
イギリス	450	451	332	526	587	853
カナダ	158	205	210	382	1,629	2,138
ドイツ	140	144	185	239	582	867
フランス	93	112	173	237	395	473
フィンランド	183	188	216	190	159	182
UAE	55	58	96	130	389	487

《考えられる方向性》

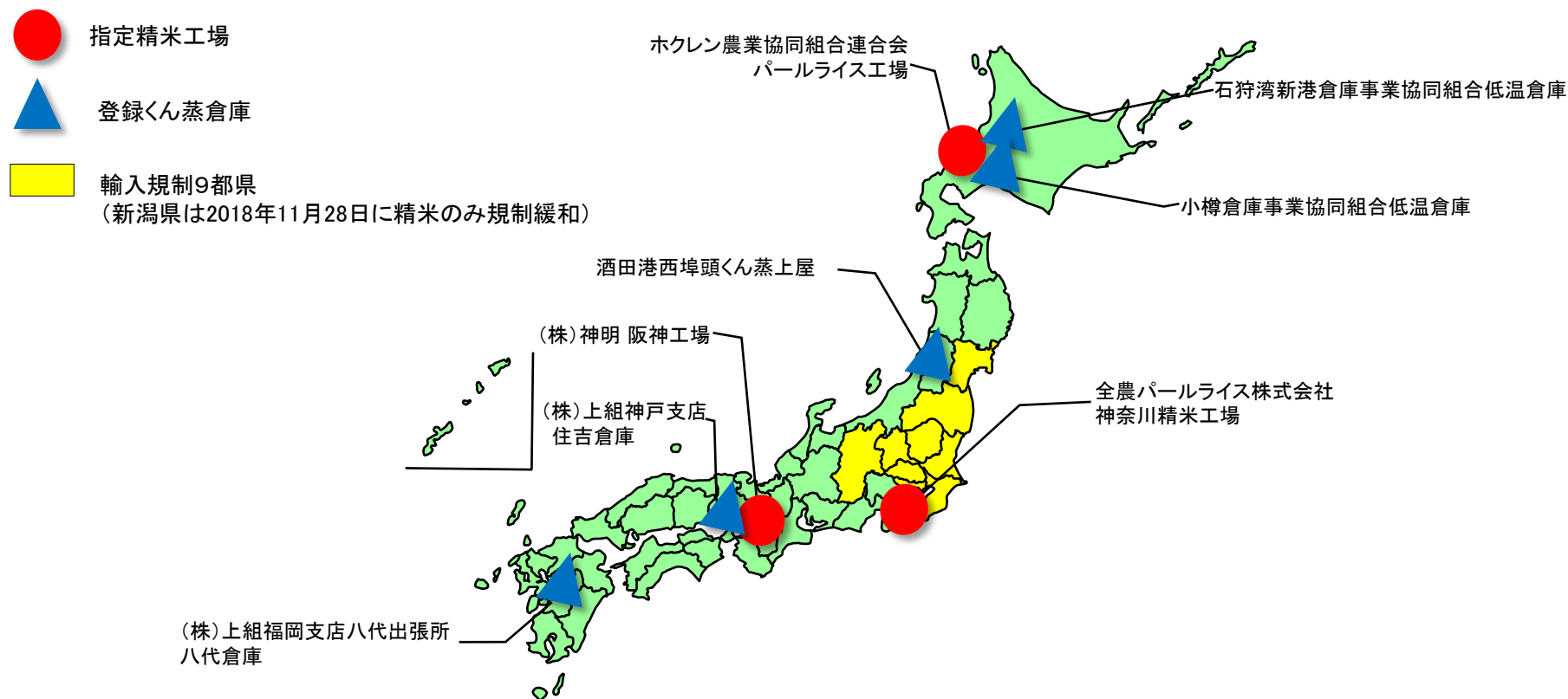
- 米を主食としない国・地域において、寿司やおにぎり等の日本食需要拡大に合わせた日本産米の需要開拓が必要。
- EU、英国を中心に拡大するグルテンフリー需要の取り込みを通じた米粉・米粉製品の需要開拓を図る必要。

米やパックご飯を海外に輸出する際の規制及びその対応

- 中国のほかいくつかの国・地域では、日本産米やパックご飯を輸出する際の規制が存在。放射性物質に係る規制については政府一体となった働きかけを継続しているほか、くん蒸等の規制に対応するための取組に要する経費を支援。

輸出先国・地域	規制の概要
中国	① 福島等 9 都県産の全ての食品、新潟県産の米を除くすべての食品の輸入を停止。左記以外の食品の輸入に際して産地証明書の提出を要求。 ② 精米を輸出するためには、指定精米工場における精米及び登録くん蒸倉庫におけるくん蒸が必要。 （その他、一部の食品については放射性物質検査証明書の提出を要求（米・パックご飯については該当しない）） ③ 輸入食品海外製造企業登録管理規定に基づき、中国国内向けに食品を輸出する製造・加工・貯蔵企業は登録が必要。
台湾	福島、茨城、栃木、群馬、千葉県産の米・米加工品の輸入に際して、放射性物質検査報告書及び産地証明書の提出を要求。 上記 5 県産以外の米・米加工品の輸入に際して産地証明書の提出を要求。
アメリカ	パックご飯の輸入に際して、製造工場がFDA（米国食品医薬品局）に登録されている必要。その際、 ① pH調整剤を添加している無菌包装米飯については、『酸化性食品』として米国FDAの登録実績もあるが、 （米国FDAの登録を取得し、アメリカにパックご飯を輸出するメーカーも存在） ② 無添加の無菌包装米飯については『低酸性缶詰食品』というカテゴリに該当し、登録に求められる要件が非常に厳しく、登録を得ている日本のパックご飯製造施設は存在しない。
インド	精米・玄米の輸入に際して、植物検疫証明書の提出とくん蒸が必要。（また、通関時に包装に英語あるいはヒンドゥー語でのラベル表示（直接印字、シール不可）を求められるケースがある。）
フィリピン	精米・玄米の輸入に際して、植物検疫証明書の提出とフィリピン政府発行の輸入許可証が必要。 また、輸入許可証取得の際に示される要件（例：くん蒸）を満たす必要。

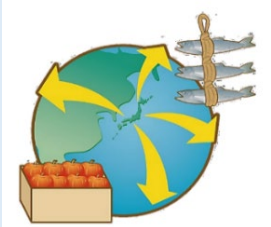
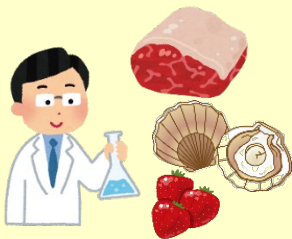
- 中国向けに精米を輸出するためには、指定精米工場における精米及び登録くん蒸倉庫におけるくん蒸が必要。
- 現在、指定精米工場は3か所、登録くん蒸倉庫は5か所。(2018年5月の日中首脳会談後、精米工場2施設及びくん蒸倉庫5施設が追加。)
- また、福島第一原子力発電所事故により、9都県産米の輸出が停止。(2018年11月に、新潟県産の精米の規制のみ緩和。)



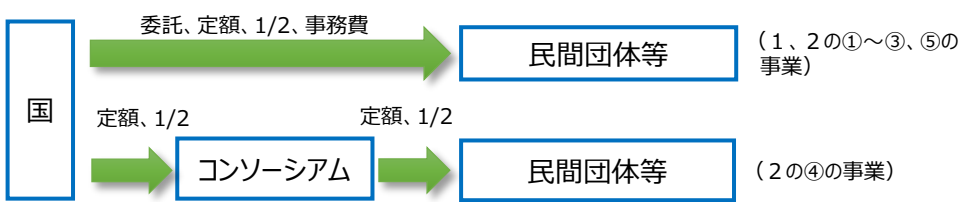
中国向け 精米輸出実績	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年 (1~5月)
数量（トン）	375	298	524	1,007	1,002	575	764	526	172	14
金額 （百万円）	163	97	211	363	321	219	262	170	64	9

＜対策のポイント＞
輸出先国の規制に対応した輸出環境整備を通じて、輸出産地・事業者の輸出可能性を高めるため、輸出先国の規制等に関して特に緊急的な対応が必要な取組を支援します。

＜事業目標＞
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〕）

＜事業の内容＞	＜事業イメージ＞
輸出先国の規制に対応した農畜水産物モニタリング検査や残留農薬基準値設定の申請、HACCP等対応施設の認定加速化等の取組を支援するほか、国際的に通用する認証等の新規取得、海外における品種登録出願や模倣品対策等を支援します。 1. 国内の生産者支援等の取組 150百万円 施設認定等の輸出環境の整備に必要な以下の取組を支援します。 ① 国際的に通用する認証等の新規取得 ② HACCP等の施設認定の加速化 ③ 輸出証明書の発給等体制強化 2. 輸出先国の規制対応や知的財産保護の取組 825百万円 輸出先国の規制対応や知的財産保護のために必要な以下の取組を支援します。 ① 輸出先での残留農薬の基準値設定申請に係るデータ収集等 ② 農畜水産物モニタリング検査及び検査法の確立 ③ コメ・コメ加工品の輸出に必要な規制対応等 ④ 植物品種等海外流出防止 ⑤ 模倣品等対策	【1.国内の生産者支援等の取組】  国際的に通用する認証等の新規取得の支援  HACCP等の施設認定を支援 【2.輸出先国の規制対応や知的財産保護の取組】  輸出先での残留農薬基準値設定申請に係るデータ収集等  農畜水産物モニタリング検査の支援  精米輸出用のくん蒸等の規制対応に対する支援  海外での品種登録の支援（無断栽培の防止）

＜事業の流れ＞



【お問い合わせ先】

(1、2の②の事業)	輸出・国際局規制対策グループ	(03-6744-2378)
(2の④⑤の事業)	知的財産課	(03-6738-6169)
(2の①の事業)	農産局園芸作物課	(03-3502-5958)
	果樹・茶グループ	(03-6744-2194)
(2の③の事業)	企画課	(03-6738-6069)

農林水産物・食品の輸出促進のうち
新市場開拓プロジェクト事業

【令和6年度補正予算額 6,349百万円】

＜対策のポイント＞
農林水産物・食品の輸出拡大に向けて、認定品目団体やジェトロ・JFOODOが連携して行う海外の新市場開拓、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します。

＜事業目標＞
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〕）

＜事業の内容＞

＜事業イメージ＞

1. 品目団体輸出力強化緊急支援事業 4,162百万円
認定品目団体等がオールジャパンで行う輸出課題の解決や新たな輸出先の開拓等、業界全体の輸出力強化に向けて行う取組を支援します。
2. 品目団体等と連携した輸送リスク管理推進緊急実証事業 65百万円
品目団体や調査会社等が連携し、輸送中における事故要因となる温度や湿度の変化等のデータ収集やリスク評価を行うなど、輸送リスク管理のための取組を実施します。
3. 戦略的輸出拡大サポート緊急対策事業等 1,932百万円
① ジェトロによる新規商流の開拓・構築、輸出事業者への情報提供や伴走支援等の取組を支援します。
② JFOODOによる海外消費者向け戦略的プロモーション等の取組を支援します。
③ インバウンドにおける食体験を日本産食材の海外需要拡大や農林水産業・食品産業の収益向上に効果的につなげるための調査を実施します。

4. コメ・コメ加工品輸出推進緊急対策事業 100百万円
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します。

5. 海外サプライチェーン構築に向けた投資可能性調査緊急支援事業 70百万円
海外での物流・商流等の拠点づくりを通じたサプライチェーン構築に向け、農林水産物・食品の輸出等に関連する事業者が行う投資可能性調査を支援します。

6. 日本発フードテックの海外展開支援事業 20百万円
フードテック企業が新規ビジネスモデルを求める海外企業や出資者等と出会う場を設け、日本発フードテックを積極的に発信し、協業や投資を促進する取組を支援します。

＜事業の流れ＞

国

定額

民間団体等

民間団体等

(1の事業)

(1、2、3の事業)

輸出・国際局輸出企画課

(03-3502-3408)

委託

民間団体等

(2、3③、6の事業)

(4の事業)

農産局農産政策部企画課

(03-6738-6069)

定額

ジェトロ

(3①、②の事業)

(5の事業)

輸出・国際局海外連携グループ

(03-3502-8058)

定額、1/2以内

民間団体等

(4、5の事業)

(6の事業)

新事業・食品産業部新事業・国際グループ

(03-6744-2352)

定額、1/2以内

民間団体等

(1の事業)

(1、2、3の事業)

輸出・国際局輸出企画課

(03-3502-3408)

委託

民間団体等

(2、3③、6の事業)

(4の事業)

農産局農産政策部企画課

(03-6738-6069)

定額

ジェトロ

(3①、②の事業)

(5の事業)

輸出・国際局海外連携グループ

(03-3502-8058)

定額、1/2以内

民間団体等

(4、5の事業)

(6の事業)

新事業・食品産業部新事業・国際グループ

(03-6744-2352)

認定品目団体による輸出力強化

輸送リスク管理の推進

戦略的輸出拡大サポート（ジェトロ・JFOODO）等

海外見本市への出展

現地外食店での日本産食材を活用したメニュー提案・体験の機会提供

インバウンド需要喚起のためのプロモーション・調査分析

コメ・コメ加工品の輸出推進

海外での物流等拠点づくり

フードテックの海外展開

店頭での実演プロモーション

海外での加工・物流施設等への投資案件形成を支援

フードテックに取り組みスタートアップ等と海外企業等とのマッチングを促進

新市場開拓プロジェクト事業のうち
品目団体輸出力強化緊急支援事業

【令和6年度補正予算額 4,162百万円】

- ＜対策のポイント＞
認定品目団体等がオールジャパンで行う輸出課題の解決や新たな輸出先の開拓等、業界全体の輸出力強化に向けた取組を支援します。
- ＜事業目標＞
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〕）

＜事業の内容＞		＜事業イメージ＞	
輸出重点品目について、認定品目団体等※が、品目ごとに生産から販売までの業界関係者を取りまとめオールジャパンで行う、輸出力の強化に向けた次の①～⑩までの取組を支援します。 ※輸出促進法に基づき認定された団体及び認定に向け取り組む団体 ① 輸出ターゲット国・地域の市場・規制調査 ② 海外におけるジャパンブランドの確立 ③ 業界関係者共通の輸出に関する課題解決に向けた実証等 ④ 海外における販路開拓活動 ⑤ 輸出促進のための規格の策定等 ⑥ 国内事業者の水平連携に向けた体制整備 ⑦ 輸出手続きや商談等の専門家による支援 ⑧ 新たな輸出先国・地域の開拓に向けた調査及び輸送試験 ⑨ 任意のチェックオフ制度導入に向けた体制整備 ⑩ ジェトロやJFOODOとの連携強化推進【4億円】		①-例 ・マーケティングを行う現地エージェントを活用したコメ市場の調査 ②-例 ・牛肉の非日系市場への商流開拓に向けた流通実態等の調査 ③-例 ・錦鯉の品質や価値を証明する電子生産証明書システムの開発 ④-例 ・青果物の産地リレー出荷による小売店での長期棚確保実証 ⑤-例 ・米国への構造材輸出のためのスギ製材の性能検証 ⑥-例 ・フランスの学校給食への日本式カレーの導入促進のためのレシピ等の提供や調理実習等の実施 ⑦-例 ・バイヤー等向け教育セミナーの開催、品目専門見本市への出展等 ⑧-例 ・商談の多様化に向けた真珠のオンライン入札システムの開発 ⑨-例 ・輸送資材や温度管理、洗浄方法等、相手国等のニーズに対応した規格やマニュアル等の策定 ⑩-例 ・商流構築のために構成員が行う必要な認証取得への支援(1/2以内) ①-例 ・旬の青果物を活用したスイーツによる外食店での長期間フェアを可能とするリレー出荷のための出荷時期や数量等の調整 ②-例 ・海外現地の市場や規制、手続等に精通する専門家による相談対応 ③-例 ・ぶりの品質保持や輸送効率化等のための輸送実証 ④-例 ・任意チェックオフ導入に向けた諸外国の事例調査や国内関係者を集めた検討会の開催、徴収体制の構築、徴収事務等 ⑤-例 ・ジェトロやJFOODOとの連携による現地系外食店でのフェアの実施等、新市場開拓に資する取組（①～⑨のいずれにも対応）	

ジャパンブランドの確立



製材の性能検証



包材の規格化



リレー出荷によるスイーツ店での長期間フェア

6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
メロン	もも	シャイマスカット	なし	かんしょ	列バス休止	いちご	きんかん	

○ 水田活用の直接支払交付金等

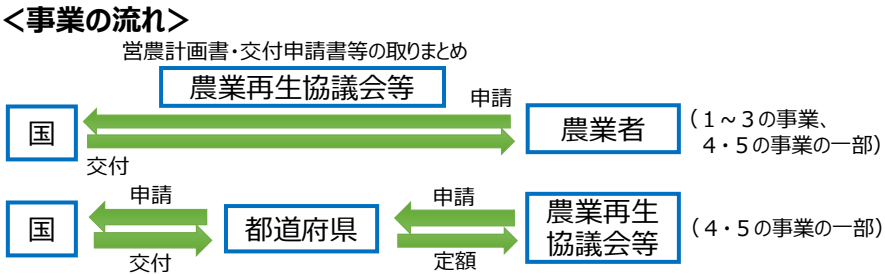
【令和7年度予算概算決定額 287,000（301,500）百万円】

＜対策のポイント＞
食料自給率・自給力の向上に資する麦、大豆、米粉用米等の戦略作物の本作化とともに、地域の特色をいかした魅力的な産地づくり、産地と実需者との連携に基づいた低コスト生産の取組、畑地化による高収益作物等の定着等を支援します。

＜政策目標＞
○ 麦・大豆等の作付面積を拡大（麦30.7万ha、大豆17万ha、飼料用米9.7万ha〔令和12年度まで〕）
○ 飼料用米、米粉用米の生産を拡大（飼料用米：70万t、米粉用米：13万t〔令和12年度まで〕）
○ 実需者との結びつきの下で、需要に応じた生産を行う産地の育成・強化

＜事業の内容＞

- 1. 戦略作物助成
水田を活用して、麦、大豆、飼料作物、WCS用稲、加工用米、飼料用米、米粉用米を生産する農業者を支援します。
- 2. 産地交付金
「水田収益力強化ビジョン」に基づく、地域の特色をいかした魅力的な産地づくりに向けた取組を支援します。
- 3. 都道府県連携型助成
都道府県が転換作物を生産する農業者を独自に支援する場合に、農業者ごとの前年度からの転換拡大面積に応じて、都道府県の支援単価と同額（上限：0.5万円/10a）で国が追加的に支援します。
- 4. 畑地化促進助成
水田を畑地化し、高収益作物やその他の畑作物の定着等を図る取組等を支援します。
- 5. コメ新市場開拓等促進事業 11,000（11,000）百万円
産地と実需者との連携の下、新市場開拓用米等の低コスト生産等の取組を行う農業者を支援します。※7
※7 予算の範囲内で、助成対象となる地域農業再生協議会を決定



＜事業イメージ＞

戦略作物助成

対象作物	交付単価
麦、大豆、飼料作物	3.5万円/10a※1
WCS用稲	8万円/10a
加工用米	2万円/10a
飼料用米、米粉用米	収量に応じ、5.5万円～10.5万円/10a※2

＜交付対象水田＞

- ・ たん水設備（畦畔等）や用水路等を有しない農地は交付対象外。
- ・ 5年間で一度も水張り（水稻作付）が行われない農地は令和9年度以降は交付対象水田としない。
- ・ 水張りは、水稻作付けにより確認することを基本とする。ただし、①湛水管理を1か月以上行い、②連作障害による収量低下が発生していない場合は、水張りを行ったものとみなす。

※1：多年生牧草について、収穫のみを行う年は1万円/10a
※2：飼料用米の一般品種について、令和7年度については標準単価7.0万円/10a（5.5～8.5万円/10a）、令和8年度においては標準単価6.5万円/10a（5.5～7.5万円/10a）とする

産地交付金

```
graph TD
    A[国] -- "資金枠を配分※3" --> B[都道府県]
    B -- "資金枠を配分" --> C[地域協議会]
    C -- "地域協議会ごとの助成内容の設定も可能" --> D[農業者]
    B -- "資金枠の範囲内で都道府県が助成内容を設定" --> D
```

○ 当年産の以下の取組に応じて資金枠を追加配分

取組内容	配分単価
そば・なたね、新市場開拓用米、地力増進作物の作付け（基幹作のみ）	2万円/10a
新市場開拓用米の複数年契約※4（3年以上の新規契約を対象に令和7年度に配分）	1万円/10a

※3：作付転換の実績や計画等に基づき配分
※4：コメ新市場開拓等促進事業で採択された者が対象

- 畑地化促進助成（令和6年度補正予算と併せて実施）
- ① 畑地化支援※5：10.5万円/10a
 - ② 定着促進支援※5（①とセット）：2万円（3万円※6）/10a×5年間
または10万円（15万円※6）/10a（一括）
 - ③ 産地づくり体制構築等支援
 - ④ 子実用とうもろこし支援（1万円/10a）
- ※5：対象作物は、畑作物（麦、大豆、飼料作物（牧草等）、子実用とうもろこし、そば等）及び高収益作物（野菜、果樹、花き等）
※6：加工・業務用野菜等の場合
- 【お問い合わせ先】農産局企画課（03-3597-0191）

<対策のポイント>

需要拡大が期待される作物を生産する農業へと転換するため、**実需者との結び付きの下で、新市場開拓用米、加工用米、米粉用米（パン・めん用の専用品種）の低コスト生産等に取り組む生産者を支援**します。

<事業目標>

- 実需者との結びつきの下で、需要に応じた生産を行う産地の育成・強化
- 米粉用米の生産を拡大（米粉用米13万t〔令和12年度まで〕）

<事業の内容>

1. 実需者ニーズに応えるための低コスト生産等の取組支援
11,000（11,000）百万円

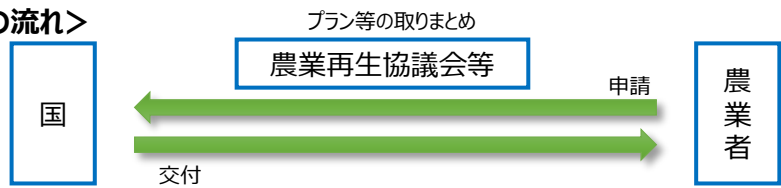
産地・実需協働プランに参画する生産者が、実需者ニーズに対応するための**低コスト生産等の技術導入を行う場合に、取組面積に応じて支援**します。

- ① **対象作物**：令和7年産の新市場開拓用米、加工用米、米粉用米（パン・めん用の専用品種）
- ② **交付単価**：新市場開拓用米 4万円/10a
加工用米 3万円/10a
米粉用米（パン・めん用の専用品種） 9万円/10a
- ③ **採択基準**：取組面積等の評価基準（ポイント）に基づき、地域協議会単位で、**予算の範囲内で採択**

<留意事項>

- ※1 令和7年産の基幹作が対象です。
- ※2 農業者等が実需者と販売契約を締結する又はその計画を有していることが必要です。
- ※3 本支援の対象となった面積は、令和7年度水田活用の直接支払交付金の戦略作物助成（加工用米、米粉用米）及び都道府県に対する産地交付金の取組に応じた追加配分（新市場開拓用米）の対象面積から除きます。
- ※4 予算額のうち、30百万円を農業再生協議会等の事務費として計上しています。

<事業の流れ>



<事業イメージ>

【産地・実需協働プラン】

- ✓ 産地と実需者が連携し、新市場開拓用米、加工用米、米粉用米について、需要拡大のために必要な生産対策や需要の創出・拡大に係る取組内容、目標等を盛り込んだ計画



実需者ニーズに応えるための低コスト生産等の技術導入



【例】スマート農業機器の活用



直播栽培



土壌診断に基づく施肥

米粉用米（パン・めん用の専用品種）の例

- （パン用の専用品種）
 - ・ミズホチカラ
 - ・笑みたわわ 等
- （めん用の専用品種）
 - ・亜細亜（あじあ）のかおり
 - ・ふくのこ 等

