

Rice and rice products export approach book -2026

米・米加工品輸出 アプローチBOOK 2026



THIS IS
JAPAN QUALITY
日本のおいしい米。

農林水産省

このアプローチBOOKは、輸出にこれからチャレンジしたい方を対象に、輸出の全体像をふかんしつつ、最初の一步をアプローチしやすくするために作成されたものです。そのため、難しい制度説明はあまり触れず、押さえるべき輸出の基礎情報や進め方をコンパクトにまとめています。既に輸出に取り組まれている方にも活用いただける内容も含まれております。このBOOKが、皆様の輸出への後押しになるよう願っております。

Contents

- ① まずは、輸出の全体像をふかん！
 - 1. 世界の米・米加工品市場のトレンド・・・・・・・・・・ 2
 - 2. 日本産米・米加工品の強みと誤解・・・・・・・・・・ 3
 - 3. 輸出に向いている主体とは？・・・・・・・・・・ 4
 - 4. 国内市場との違い・・・・・・・・・・ 5
 - 5. 輸出に取り組む意義や効果を知る・・・・・・・・・・ 6
 - 6. 品目別の輸出しやすい国・地域の目安・・・・・・・・ 7
- ② 輸出へのアプローチ
 - 1. 輸出成功のためのカギ・・・・・・・・・・ 9
 - 2. 輸出のイロハ・・・・・・・・・・ 10
 - 3. 最適なサポートを得る・・・・・・・・・・ 21
- ③ 輸出産地編
 - 1. 輸出の供給体制の基礎知識・・・・・・・・・・ 26
 - 2. 産地類型別の輸出へのアプローチ・・・・・・・・・・ 29
 - 3. 支援メニュー・・・・・・・・・・ 34
- ④ 米加工品メーカー編
 - 1. 米加工品の輸出の基礎知識・・・・・・・・・・ 49
 - 2. 成長別の輸出へのアプローチ・・・・・・・・・・ 52
 - 3. 支援メニュー・・・・・・・・・・ 54
- ⑤ Appendix
 - 1. 米・米加工品の輸出データ集・・・・・・・・・・ 67
 - 2. 国の米・米加工品の輸出戦略・・・・・・・・・・ 71
 - 3. 役立つ資料集・・・・・・・・・・ 74
 - 4. 米・米加工品の輸出相談窓口・・・・・・・・・・ 75

Close up

- ② 輸出へのアプローチ
 - ・こんなキッカケで輸出にチャレンジ・・・・・・・・・・ 17
- ③ 輸出産地編
 - ・生産者の理解醸成に向けて・・・・・・・・・・ 31
 - ・資金調達・税制・・・・・・・・・・ 42
- ④ 米加工品メーカー編
 - ・資金調達・税制・・・・・・・・・・ 61
 - ・原材料までのアプローチ・・・・・・・・・・ 63

輸出事業者向け

コメに特化

『日本産コメ・コメ加工品輸出ハンドブック』

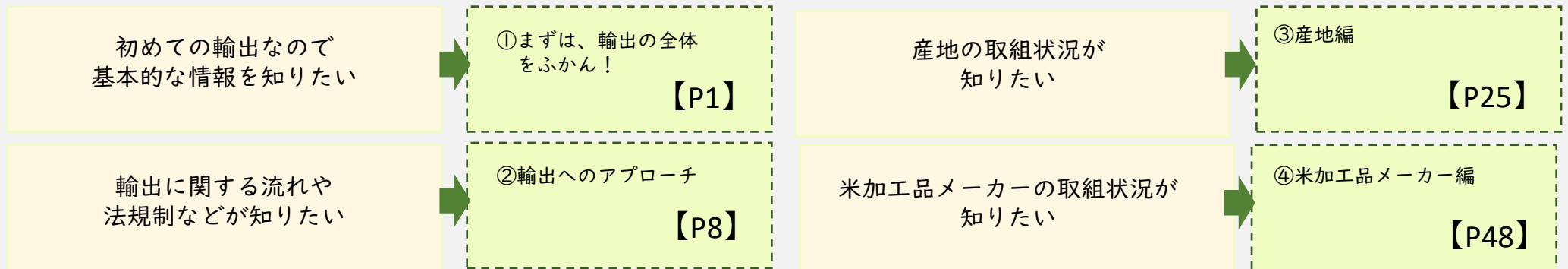
輸出先国・地域の消費・流通・規制の情報が満載！



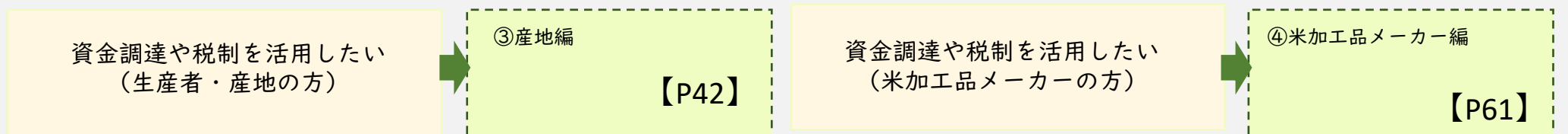
米・米加工品輸出アプローチBOOKのご利用にあたって

本BOOKは、輸出に取り組む際に参考となる情報をまとめたものです。
以下のチャート図を参考に必要となる情報等にアクセスしてみてください。

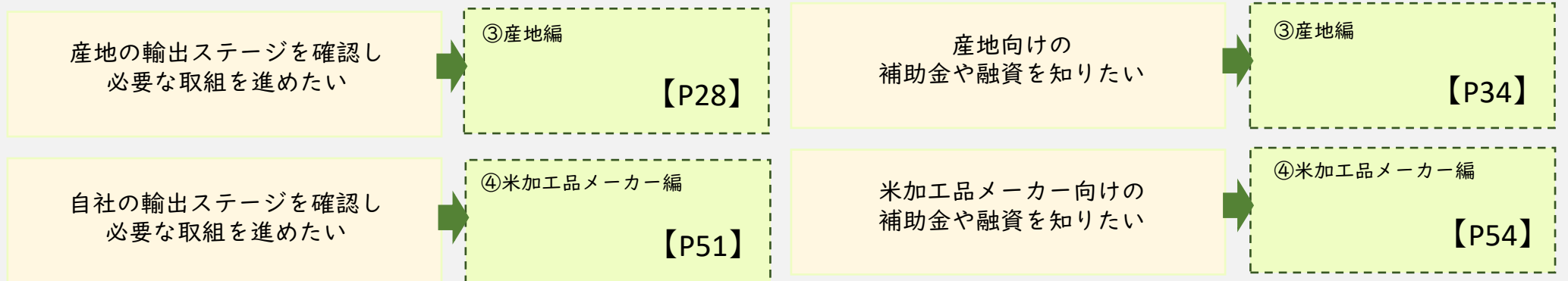
輸出にゼロから取り組む方向け



輸出に向けて経営環境を整えたい方向け



輸出ビジネスを拡大・発展させたい方向け



1

まずは、輸出の全体像をふかん！

農林水産省では、毎年様々な米の輸出産地や米加工品メーカーへ訪問させていただき、輸出に向けた取組状況を聞き取り、サポートを行っています。訪問した際によく聞かれる6つのテーマについて、この章で整理しました。ぜひ、確認してみてください。

index

- 1. 世界の米・米加工品市場のトレンド
- 2. 日本産米・米加工品の強みと誤解
- 3. 輸出に向いている主体とは？
- 4. 国内市場との違い
- 5. 輸出に取り組む意義や効果を知る
- 6. 品目別の輸出しやすい国の目安

1-1 世界の米・米加工品市場のトレンド

まずは、輸出の全体を俯瞰！

今、どんな米・米加工品が世界で求められていますか？



Point 1

世界の米市場では、人口増加に伴う「消費量の拡大」とともに、用途の多様化も進んでいます。

Point 2

外食・中食・冷凍食品・加工用途での利用が増加傾向となっており、安定した品質で大量に使用できる業務用途の米への需要が高まっています。

- 日本食レストランの増加
- 冷凍食品市場の拡大
- グルテンフリー需要の拡大 など

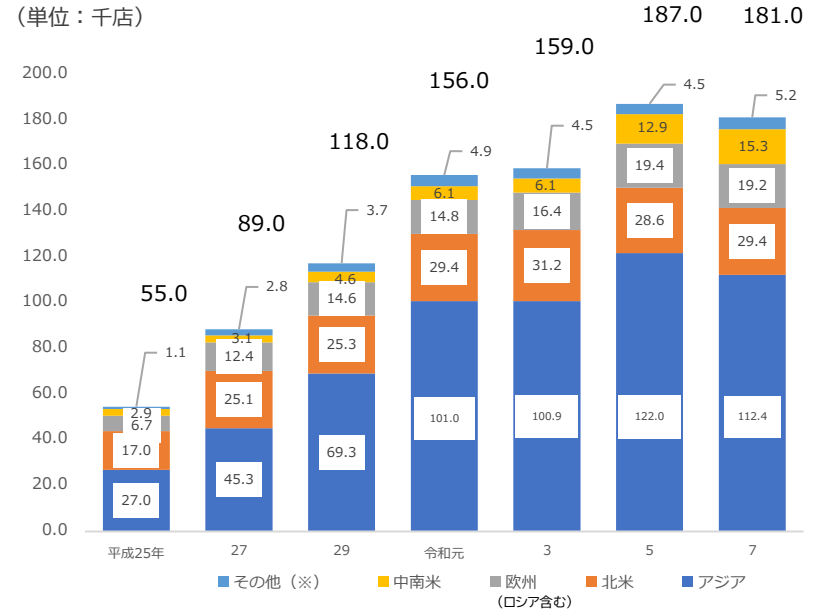
Point 3

これまでの日本産米は「高級」というイメージが先行していましたが、品質が安定した業務用途の米として改めて評価されるケースも増えてきています。「値ごろ感のある美味しい日本産米」のニーズが高いです。

Point 4

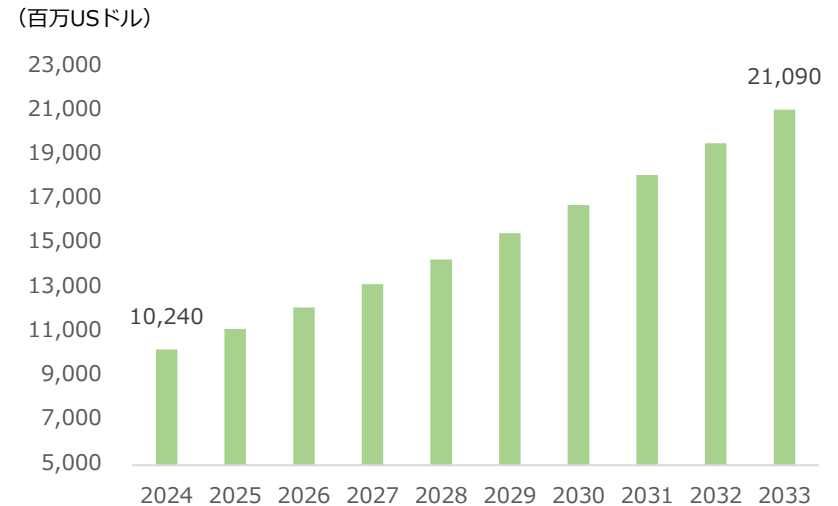
米加工品の中でも商品競争力のある冷凍寿司・シャリ玉などは、今後輸出拡大が期待でき、玄米・精米よりも関税や検疫の措置が緩和される場合もあるため、輸出の入口として有効です。

海外における日本食レストランの概数（推移）



出典：「海外における日本食レストラン数調査」(外務省調べに基づき農林水産省において集計)

世界のグルテンフリー市場規模（予測）



図：世界のグルテンフリー市場

注：2025年以降は予測値

出所：IMARC Groupの調査資料を基に作成

1-2 日本産米・米加工品の強みと誤解

海外で日本産米・米加工品の評価はどのようなのでしょうか？



Point 1

日本産米・米加工品の海外での評価は、「品質の高さ」よりも「品質の安定性」にある。

Point 2

日本産米の強みとは？

(1) 品質の均一性

同一産地・同一規格で粒揃い、水分差が小さく炊飯のムラが出にくい

(2) 精米・水分管理技術

白度・砕粒率・異物混入管理が徹底されている

(3) 加工適性

冷凍後の離水が少ない、粉碎粒度が安定、炊飯再現性が高い

(4) 保温特性

炊飯という調理法により、旨みが米粒にとじこめられ、ごはんが甘く、瑞々しく、香りがよい。

(5) 多様な品種

多種多様な品種があることから、好みや用途に合わせたコメを選択することができる。

といった点が、外食・中食・加工などの業務用途で高く評価されている。

Point 3

よくみられる誤解とは？

×高級米でないと海外では売れない

×有名品種でなければ評価されない

→「普段使いの米」が海外でニーズが高まっている。

耳寄り情報①

海外のバイヤーや外食事業者がみている使い勝手とは？

国内では、「コシヒカリ」「〇等米」といった品種名や等級が価値判断の中心となる傾向が強いが、輸出（特に業務用・加工用の場合）では、使い勝手（炊飯後・調理後にどうなるか）が重要となる。

炊き上がりの硬さ・粘り

時間経過後の食感の変化

冷めて再加熱した時の状態

味の主張の強さや弱さ

同様に品質面も国内と同じように求められる。

割れ・欠けが用途上問題ないか

色味・粒揃いが調理工程に支障を出さないか

安定した品質で供給できるか

耳寄り情報②

有機加工食品の輸出チャンスが到来！
EU有機同等性の範囲が拡大（2025年5月～）

2025年5月18日より、EU加盟国との有機同等性の範囲が拡大。有機酒類、有機畜産物が同等性の対象となったことで、有機JASを取得すれば、EUの有機認証がなくてもこれらの有機加工食品に「有機（organic, bio）」と表示することができるようになり、日本酒などの輸出のチャンスが広がっています。

1-3 輸出に向いている主体とは？

どんな人が輸出に向いているのでしょうか？



Point 1 輸出に向いている主体とは？

- ・農林水産物・食品の輸出リスクを把握できている。
 - 輸出に当たっては売り先をゼロから発掘する必要がある。
 - 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リスクがある。

Point 2 「売れる米（商品）を作る」という発想ができて

「余ったものを輸出として売る」発想から脱却できている。

※米（粒）の場合

「作った米を売る」

生産者発想で、この品種を作りたい、収量が良いからこの銘柄を作るが、作った後で買い手を探す→価格は相場が決める（買い手も価格も不安定）

「売れる米を作る」

需要者発想で、相手が求める条件から逆算して栽培何を（品種）誰に（買い手）どれだけ（取扱量）売ることが決まっている→価格は交渉で決まる（買い手も価格も安定する）

耳寄り情報①

まずは、現在の状況を踏まえてチェックしてみましょう！

向いている主体	向いていない主体
業務用（外食・給食・加工向け）の出荷経験がある	毎年作柄・数量が大きく変わる
年間供給量・規格が守れる体制がある	国内直売が最優先で、余剰のみ輸出したい
長期取引（3年以上）を前提に考えられる	試験的に1回だけ輸出してみたい

耳寄り情報②

よくある輸出に向く米・米加工品の失敗例

- ✗ to C（小売向け等）の発想で、to B（業務用）に売ろうとする
- ✗ to C（小売向け等）品質を前提にするため、to B（業務用）では価格が合わない

参考

高級路線が向くケースとは？

生産数量が少ない
（希少性など）

明確な差別化がある
（ストーリー性など）

マーケティングに
投資できる環境がある

1-4 国内市場との違い

海外市場は、国内市場とどう違うのでしょうか？



Point 1

国内で売っているものをそのまま輸出できない。食品安全規制、動植物検疫への対応が不可欠。

農林水産物・食品の輸出に当たっては、輸先国・地域による

- HACCP
- 残留農薬規制
- 動植物検疫
- 食品添加物規制
- 表示規制

などの規制に対応したものでないと輸出をすることができない。

Point 2

国内向けの売り方では売れない。日本人のために食糧を生産するという考えから離れる必要がある。

- ・輸送に長期間を有する。
- ・国内向けと異なり、売り先の確保や代金回収まで自ら取り組む必要がある。

Point 3

日本ほど特定銘柄にこだわらない。銘柄ありきではなく、用途から逆算した品種選定が重要。

日本では、食味や銘柄が重要視されるが、海外の外食店（チェーン）では、第一は価格と供給の安定が重要視され、用途適正のある米（寿司向き、井向きなど）が求められる。

耳寄り情報①

取引の主な違いをチェックしてみましょう！

※米（粒）を輸出する場合は、一般的に「価格」「安定供給」「用途適正」が重要とされます。

	国内取引	輸出取引
価格の決まり方	価格は市場に強く影響される	価格提案（原価積み上げ+契約）で決まる
価格交渉	交渉の余地あり	事前合意・長期固定
規格	多少のブレは許容	水分・粒度・破碎率などを数値で明確化
責任	慣例・慣習	契約で明文化

耳寄り情報②

まずチャレンジする市場は、「外食・業務用」がオススメ

海外向けに米を輸出する際に、まずチャレンジしやすい市場としては、「外食・業務用」です。to C（小売向け）輸出と比較すると、求められる要件が明確で、ブランド構築に時間やコストをかけずに取引がスタートできる点が大きい。まずは、外食・業務用からスタートし、将来的には小売・ブランド展開へ進むための確実な足場とする戦略もオススメ。

	主な販路	特徴	課題
toC（小売向け）	海外小売 日本食料店	見た目、ストーリー、食味重視	量がでにくい、価格帯が限定的
toB（加工用）	加工メーカー OEM供給	米粉、冷凍食品、惣菜、米菓	規格重視、品種は二次的
toB（業務用）	外食、中食 ホテル など	価格、安定供給、扱いやすさ	炊飯適正、ロット、納期

1-5 輸出に取り組む意義や効果を知る

社内で輸出の機運をつくる時に
どんなことを伝えるべきですか？



Point 物差しの違う市場でのビジネスチャンス

1

- ・国内市場と海外市場では嗜好の違いなどがあり、国内で評価されにくい・注目されていないものでも、海外市場で高評価を得て、新しい市場創出の可能性がある
- ・海外での販売実績をPRすることで、国内市場でのブランド力強化が期待でき、海外の視点で商品を見直し、改良に結びつけることで、商品価値の上昇に繋げられる
- ・海外進出をきっかけに国内市場でも新たな顧客層を開拓することができる

Point 経営基盤の安定化

2

- ・海外販路も含めて様々な販路を持つことで、経営基盤の強化・所得の向上・事業規模拡大に繋がる
(例えば、一次産業にとって不可避の豊凶変動にも対応)
- ・海外販路を持つことで、国内市場の需給を安定させ、国内販売価格の安定に役に立つ
(供給調整機能・価格の急な変動を押さえる・計画的な生産が可能など)
(注) 国内の余り物を海外で販売する、都合の良い時のみ輸出する等では、海外バイヤー等の事業パートナーの信頼を損ない、継続的な輸出は困難。輸出を安定した事業の一部として位置付けることが必要です。
- ・経営基盤の安定によって、資金の余裕や信用度の向上に繋がり、新たな雇用の確保や投資へ繋がる

耳寄り
情報

まずは、一緒に輸出に取り組みたい仲間
探しが大事です。
そのためにも意義や効果をしっかり把握
しましょう。



Point 生産現場・社員の意欲向上や信用力が高まる

3

- ・輸出に取り組むこと(新たな販売先との交流や販路開拓)で、生産現場・社員の意欲向上に結びつく
- ・海外の実績を国内でのPRに活用でき、企業のイメージ・信用力の向上を図ることが可能
- ・海外バイヤー等を相手に商談の経験や交流を重ねることで、求められている品質や商品などのフィードバックもあり、取り組む意欲とともに販売力の向上も期待できる

Point 食料自給率の向上や地域の活性化などに貢献

4

- ・輸出の拡大により国内生産が増加することを通じて、食料自給率の向上や食料安全保障への貢献
(注) 食料自給率は、通常、[国内生産]/[国内消費]で計算されます。
分子の[国内生産]には輸出分が含まれており、輸出が多い国では、食料自給率は100%を超えています。
- ・産地・加工企業を中心とする地域の活性化が進むことが期待できる
- ・日本食文化の海外への普及、世界各国の人々の対日理解の増進などに繋がる

1-6 品目別の輸出しやすい国・地域の目安

品目によって輸出しやすい国・地域は、あるのでしょうか？



輸出重点先国・地域（米国、EU（ドイツとフランス）、英国、シンガポール、台湾、香港、中国、カナダ、オーストラリア）を対象に、検疫・規制・関税情報を大使館等を経由して調査（2025年度）を実施し、その結果をもとに、以下のような品目別の輸出しやすい国の目安を整理しました。

※検疫・規制・関税・その他の通称環境に関する情報は、刻々と状況が変化するため、必ずご自身でもご確認をお願いします。

輸出しやすい国・地域の目安（参考）

精米

- 1位：カナダ
- 2位：香港
- 3位：シンガポール

カナダは、検疫・規制・関税の全てにおいて最も輸出しやすい国です。

※香港とシンガポールは、備蓄制度があります。

玄米

- 1位：カナダ
- 2位：香港
- 3位：シンガポール

カナダは、検疫・規制・関税の全てにおいて精米同様に最も輸出しやすい国です。

なお、中国、メキシコへは輸出できません。

（参考）輸出重点先国・地域以外では、ベトナム、フィリピン、マレーシア、サウジアラビアなどに輸出できます。

パックご飯

- 1位：シンガポール
- 2位：香港
- 3位：カナダ

シンガポールは、検疫・規制・関税の全てにおいて最も輸出しやすい国です。
メキシコは、通関手数料等が課税されます。

米加工品全般

- 1位：シンガポール
- 2位：香港
- 3位：カナダ

シンガポールは、日本酒のみ関税がかかります。

国・地域別で整理した場合の輸出しやすい品目

シンガポール	香港	カナダ
パックご飯、米加工品	全品目	精米、玄米

※上記以外の国・地域は、検疫・規制・関税等様々な対応が求められます。

> 深掘り検索したい方は、P14へ



2

輸出へのアプローチ

農林水産省では、毎年様々な米の輸出産地や米加工品メーカーへ訪問させていただき、輸出に向けた取組状況を聞き取り、サポートを行っています。「まずは何から始めればよいのかわからない」「どんな進め方をしたら良いのか教えて欲しい」などのご相談が多いため、この章で整理しました。

index

- 1. 輸出成功のためのカギ
- 2. 輸出のいろは
- 3. 最適なサポートを得る

2-1 輸出成功のためのカギ

まず、何から始めれば
よいのでしょうか？



これから輸出にチャレンジしたい方向けに、輸出成功のカギとなる項目を確認するチェックリストを作成しました。
現時点で取り組んでいることなどを点検する観点からも、確認してみてください。

輸出成功に向けたチェックリスト マーケティング編

(1) 自社の商品は、輸出を検討している国の輸入規制環境下において、
下記3項目ともクリアしており、輸出できることを確認済みである。

- ① 検疫
- ② 認証、規格
- ③ 重金属・放射性物質規制

Yes No

(Noと回答された方は、P12へ)

(2) 自社の商品は、輸出を検討している国の食文化・ニーズにおいて、
親和性や今後の販売・流通可能性が高いことを確認済みである。

Yes No

(Noと回答された方は、P12へ)

(3) 自社について、現在の輸出対応能力を下記3項目とも把握している。

- ① 過去の輸出実績や見本市・商談会への参加実績
- ② 外国語対応人材の有無
- ③ 海外ビジネスに特有のリスクの見極め

Yes No

(Noと回答された方は、P13へ)

(4) 自社について、輸出余力（ヒト・モノ・カネ）があるかを把握している。

Yes No

(Noと回答された方は、P13へ)

(5) 輸出プランの策定ができています。

Yes No

(Noと回答された方は、P14へ)

輸出成功に向けたチェックリスト 商流を構築するための取組編

(1) 自社の輸出プランを踏まえ、商流を構築する取組として下記2つの中から、
どちらの手法が自社に合っているか選択済みである。

- ① 直接輸出
- ② 間接輸出

Yes No

(Noと回答された方は、P10へ)

(2) GFP・KKP・全米輸などに登録済みである。

Yes No

(Noと回答された方は、P11へ)

(3) 今後、ともに輸出に取り組む現地のパートナーを下記4つの中から、
選択済みである。

- ① 海外バイヤー
- ② 日系（地域）商社
- ③ 外資系（地域）商社
- ④ その他（越境EC事業者等）

Yes No

(Noと回答された方は、P20へ)

(4) パートナーとの機会・ツールを通じて出会うか選択済みである。
(例)

- ① 見本市（海外もしくは国内）
- ② GFP・KKP・全米輸
- ③ 越境EC

Yes No

(Noと回答された方は、P15へ)

(5) 見本市出展に向けて事前にすべき準備や越境ECを活用する際の
注意点について確認済みである。

Yes No

(Noと回答された方は、P16へ)

2-2 輸出のイロハ

最新情報をチェックしよう！

輸出へのアプローチの基礎知識



輸出の流れ（貿易取引）と成長別ステージを確認！



輸出手法を選ぼう

直接輸出は、自社が海外の取引先に直接商品を販売するのに
対し、間接輸出は、商社等を通じて販売します。

	直接輸出	間接輸出
日本語で交渉できる	×	○
貿易実務の代行がある	×	○
代金回収のリスクがない	△	○
中間マージンが生じない	○	×
現地事情の把握ができる	○	△

成長別ステージ目安

※ステージ分けは、本資料で簡易的に説明するために設定したもの

	初期ステージ	発展期ステージ	拡大期ステージ
定義	試験的に輸出している段階 ・契約先：1~2社 ・輸出先国・地域：1カ国中心 ・輸出売上比率：10%未満 ・スポット取引が多い/継続性が弱い	継続的に売れている段階 ・契約先：3~9社 ・輸出先国・地域：2~4カ国中心 ・輸出売上比率：10~30%未満 ・リピート注文あり/年間取引が安定	海外が事業の柱になっている段階 ・契約先：10社以上 ・輸出先国・地域：5カ国以上 ・輸出売上比率：30%以上 ・毎年継続的に規模拡大している/ 海外向け商品開発あり
オススメの輸出手法	間接輸出	間接輸出 +限定的に関与	直接輸出

STEP 1

輸出に取り組む準備

輸出は、国内取引と異なり、輸出先国・地域ごとに規制や消費者の嗜好が異なります。輸出先国・地域の事情と自社の強みや特徴を把握し、「マーケットイン」の発想で、輸出に取り組むことが重要です。

- ★★★★ 必須
- ★★★★ 重要
- ★★★★ 推奨

0 輸出のはじめかた

□ 輸出とはどのようなことかを知り、目標を明確にしましょう。



【動画】無料講座30分で学べるはじめての輸出 <ジェットロ>
※事前にジェットロのお客様情報登録が必要となります。
輸出の成功事例、トラブル事例、輸出のプロセスなど、輸出についての心構えを含め今後の手引きとなる内容を簡単にわかりやすく学べます。



□ 国等のサポートコミュニティを確認しましょう。



ジ-エフ-ビー
GFP
(Global Farmers / Fishermen / Foresters / Food Manufacturers Project の略称)

農林水産省が推進する日本の農林水産物・食品の輸出プロジェクト。無料の会員登録によって様々なサービスを利用可能。

> サービス内容

無料

登録はこちら

- ・輸出診断
- ・自社商品やサービスの紹介
- ・会員同士のマッチング
- ・交流会・セミナーの参加
- ・会員限定メールマガジンなど



ケ-ケ-ビー
KKP \ 米・米加工品に特化/
(コメ海外市場拡大戦略プロジェクトの略称)

農林水産省が推進する米・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、参加者へのサポートを実施。

> サービス内容

無料

登録はこちら

- ・輸出プロモーション支援
- ・産地と事業者のマッチング
- ・海外の輸入規制に関する情報発信
- ・海外需要開拓や輸出に必要な規制対応等の支援 など



全米輸 \ 米・米加工品に特化/
(一般社団法人全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会の略称)

米・米関連食品の海外での需要開拓・拡大を図るために活動する国が認定した認定品目団体。

> サービス内容

有料

登録はこちら

- 会員は、以下の支援が受けれます。
- ・海外での展示会及び商談会等への参加
 - ・商談の伴走支援
 - ・専門家による輸出関連相談対応
 - ・セミナーへの参加
 - ・会員専用のWebサイトでの情報共有



STEP 1 輸出に取り組む準備

輸出は、国内取引と異なり、輸出先国・地域ごとに規制や消費者の嗜好が異なります。輸出先国・地域の事情と自社の強みや特徴を把握し、「マーケットイン」の発想で、輸出に取り組むことが重要です。

★★★★ 必須

★★★☆☆ 重要

★★★☆☆ 推奨

1 輸出先国・地域の事情を知ろう



□ 輸出に関する規制等を確認しましょう。

★★★★

- ・原材料・添加物：各国で使用が禁止されている原材料・添加物を含まない
- ・残留農薬規制：食品中に残留する農薬が各国の定める基準を満たす
- ・動物・植物検疫：生鮮品を中心として病気・害虫の規制に抵触しない
- ・重金属・放射性物質規制：食品中に残留する物質が各国の定める基準を満たす

★★★☆☆

- ・包装資材：包装資材が各国の定める基準を満たす
- ・規格・認証の取得：商品価値を高めるために有効なものを取得している*

*：輸出先国・地域によっては、取得必須場合があります。

参考

・日本からの輸出に関する制度



・諸外国における残留農薬基準値に関する情報



・植物検疫早見表



□ 現地消費者の嗜好を確認しましょう。

★★★☆☆

- ・食文化・嗜好、価格帯、類似・競合品を調査できている
- ・調査結果と、自社商品の味・見た目・量などが比較できている

参考

・マーケティング基礎情報



・農林水産物・食品輸出支援プラットフォーム
カントリーレポート



STEP 1

輸出に取り組む準備

- ★★★★ 必須
- ★★★★ 重要
- ★★★★ 推奨

輸出は、国内取引と異なり、輸出先国・地域ごとに規制や消費者の嗜好が異なります。輸出先国・地域の事情と自社の強みや特徴を把握し、「マーケットイン」の発想で、輸出に取り組むことが重要です。

2 自社の「輸出対応力」を知ろう

□ 自社の輸出対応力を知り、取り組むべき事項に優先順位をつけましょう。

★★★★

- ・輸出する余力（ヒト・モノ・カネ）がある
- ・余り物（余剰なもの）を売る発想から脱却できている
- ・安定した供給を担える体制を築く（まとめるリーダーの存在が必要）
- ・継続的な取引に向けて、生産体制を再点検できている

★★★★

- ・外国語に対応できる人材がいる
- ・海外ビジネスに特有のリスクを見極められている
- ・過去の輸出実績を把握している







オススメ 専門家等に相談

- ① GFPの輸出診断（無料）を受ける
※GFPへの登録が必須
- ② 輸出産地サポーターに相談（無料）する
※輸出産地・事業者をサポートするため、専門的な知見を持つ人材を地方農政局等に配置しています。
- ③ 最寄りのジェトロに相談（無料）する
※ジェトロは各都道府県に事務所を設置しています。



参考 代表的な4つのリスク

物流リスク	品質保持リスク	信用リスク	カントリーリスク
<p>海外へ商品を輸送する過程で、遅延、紛失、破損などが発生する可能性があります。</p> <p><活用できる保険> 民間保険 (三井住友海上火災保険) ※輸出食品専用保険がある</p> 	<p>長距離輸送や保管環境の違いによって、商品が劣化したり、期待される品質を保持することができない可能性があります。</p> <p><活用できる保険> 民間保険 (三井住友海上火災保険) ※輸出食品専用保険がある</p> 	<p>取引先の破産や、商品代金の支払い遅延（商品クレームを除く）等により、損失が生じる可能性があります。</p> <p><活用できる保険> 日本貿易保険（NEXI） ※農林水産物・食品の輸出に特化した保険商品あり</p> 	<p>戦争や突然の輸入規制等により、商品を船積み出来ない、または商品代金が回収出来ないことで、損失が生じる可能性があります。</p> <p><活用できる保険> 日本貿易保険（NEXI） ※農林水産物・食品の輸出に特化した保険商品あり</p> 

輸出へのサポート

※輸出に求められるすべての取組が網羅されているものではありません。

STEP 1 輸出に取り組む準備

輸出は、国内取引と異なり、輸出先国・地域ごとに規制や消費者の嗜好が異なります。輸出先国・地域の事情と自社の強みや特徴を把握し、「マーケットイン」の発想で、輸出に取り組むことが重要です。

- ★★★★ 必須
- ★★★★ 重要
- ★★★★ 推奨



3 輸出プランを作成しよう

□ 目的、輸出先国・地域、目標を明らかにしましょう。



- ・既に調べている市場の特徴、輸出条件をもとに輸出可能性・適合性を検討
- ・数量・時期・検疫手続・輸送方法・価格等を整理する

ポイント

輸出プランを実現するには、適切なパートナー選びが不可欠。自社にとって、直接輸出と間接輸出のどちらの輸出手法が効果的なのか検討が大事。

参考

米(粒)の輸出実績が多い主な国・地域の検疫条件
(諸外国に植物等を輸出する場合の検疫条件一覧(早見表):貨物編)

	香港	アメリカ(本土)	シンガポール	台湾	カナダ	中国
玄米	◎	◎	◎	○	◎	×
精米	◎	◎	◎	◎	◎	○

◎: 植物検疫証明書無しで輸出可能、○: 輸出先国・地域の検疫条件を満たせば輸出可能、
×: 輸出不可

植物検疫証明書 ... 植物防疫所が行う輸出検査に合格した際に発給される証明書(植物検疫証明書)を取得すれば輸出可

特別な検疫条件 ... 中国側が認可した指定・登録施設で精米・くん蒸等がなされ、かつ植物検疫証明書が発行された米のみ輸出可

植物検疫早見表



日本国内の輸出に係る制度



諸外国における残留農薬基準値に関する情報



世界各国の関税率



参考

価格構造

海外取引における価格は、単純な「仕入値」ではなく、複数の要素から構成されています。基本的な考え方は以下の通りです。取引前には、必ず内訳を明確化した見積もりを求めましょう。

・米(粒)の場合

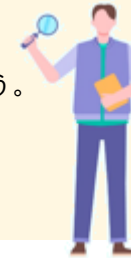


『日本産コメ・コメ加工品輸出ハンドブック』
各国・地域における、それぞれの段階でのマージン等は、本資料の国別概要の中に記載されています。



STEP 2 商談に臨む

取引先を見つける機会として国内・海外で開催される展示会・商談会があります。海外のバイヤーが来日することも少なくありません。事前に準備をしっかりと行って、展示会・商談会に参加しましょう。



- ★★★★ 必須
- ★★★☆☆ 重要
- ★★★☆☆ 推奨

0 はじめかた

□ 国内外の展示会・商談会等の情報を確認しましょう。



イベント情報を調べる



ジェットロ JAPAN STREET*へ登録



オススメ

貿易実務オンライン講座
輸出商談編 <ジェットロ>

初めての輸出商談に向け、事前の準備や商談の進め方を短時間で学びます。

※有料です。



*: ジェットロ招待バイヤー専用のオンラインカタログサイト

※お近くの都道府県でも展示会・商談会等の企画があります。Webサイト等でご確認ください。

参考 オススメの参考資料

コメに特化
『日本産コメ・コメ加工品輸出ハンドブック』



輸出先国・地域の消費・流通・規制の情報が満載！



“地球の歩き方”とのスペシャルコラボ
『おいしい日本の届け方』



食品輸出の基礎から実践までを1冊にまとめた、初心者向け入門書が誕生！

※右側に掲載の「おいしい日本、届け隊」WebサイトにてPDFのダウンロードが可能。(メンバー登録(無料)が必要です)



食の輸出に挑戦したい、関わりたい方に向けた新たな参画の場
GFP 「おいしい日本、届け隊」

多様な業種からの参画環境を構築し、食の輸出を目指すプロジェクト。



STEP 2 商談に臨む

取引先を見つける機会として国内・海外で開催される展示会・商談会があります。海外のバイヤーが来日することも少なくありません。事前に準備をしっかりと行って、展示会・商談会に参加しましょう。

- ★★★★ 必須
- ★★★★ 重要
- ★★★★ 推奨

1 商談の準備をしましょう

□ 事前準備ができているか確認しましょう。



- ・ 自社商品のPRポイント、提示価格、最小ロットが決定している
- ・ 商品紹介シート、想定問答集、商品紹介ツール（カタログ、動画、サンプル）が準備できている
- ・ 商談先の情報（企業情報、実績、得意な取扱商品、販路先等）を調べている



- ・ 想定される商流を決定している
- ・ 商談当日の役割分担、タイムスケジュールが決定している
- ・ 商談会のリハーサルができている

オススメ 商品紹介シート

商品紹介シートは、主催者によって書式が異なりますが、汎用性が高い「FCP 展示会・商談会シート」を参考にして必要な情報を準備しておく便利です。



輸出向けも
あります！



2 効果的な商談をしましょう

□ 実践的な商談練習を行いましょう。



- ・ 商談後に連絡が途絶えるケースもあるため、積極的にメール等で連絡を取る
- ・ 反応がある場合は、可能な限り対面やオンラインで商談を行う
- ・ 反応がない場合は、他の商品情報と一緒に提案する

オススメ はじめての成約を勝ち取る
育成塾 <ジェットロ>

海外バイヤーとの輸出商談に初めて臨む方やこれまでの商談に課題を感じている方を対象に、「効果的な商談」の準備を行う無料研修。

※中小企業の方限定です。



こんなキッカケで輸出にチャレンジ

未知の海外市場に片田舎の農業生産法人が挑戦！



有限会社グリーンパワーなのはな 取締役
金泉 和久

白米、黒米、赤米を中心に、コメ茶や粥など加工品を輸出中です。越境ECもやっています。

企業名	有限会社 グリーンパワーなのはな
所在地	富山県富山市
輸出品目	米・米加工品
進出国	イギリス、フランス、ドイツ、フィンランド、香港、シンガポールなど
進出形態	間接貿易、越境EC含む直接貿易
社員数	正社員：13人、契約社員：12人

国内マーケットの縮小に危機感を抱いた 生産者8名で生産者主導による米輸出専門商社を設立！



株式会社百笑市場 代表取締役
長谷川 有朋

持続的な事業成長の鍵を握るのは、海外市場の開拓です。いまや“無視できない”ではなく“積極的に活用すべきフェーズ”に入っています。

企業名	株式会社百笑市場
所在地	茨城県下妻市
輸出品目	米・米加工品、和牛、かんしょ
進出国	北米、オセアニア、東南アジア、中東、欧州
進出形態	直接、間接貿易
農家数	約110名の生産者が参画

2018年 輸出スタート

北陸農政局の商談会へ参加。
全国農業協同組合連合会（以下、全農）経由で中国への輸出の糸口みつける！

はじめての輸出の糸口に！
情報収集と行動が入り口

間接貿易からのスタート

全農に通関や運送をお任せの輸出形態で、当社は国内の集積地まで商品運ぶだけ。輸出の実感が湧かなかった。

2019年 ヨーロッパ市場への進出

全農に「黒米」を紹介、イギリスへの輸出実現。
商談と市場調査のため現地渡航。
さらにフィンランドやフランスに拡大。

現地渡航で輸出を加速！
細かな食品規制にも対応



2019年9月ロンドン「ジャパン祭り」

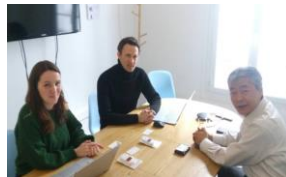
2020年 米加工品の開発・越境EC開始

英文レシピ作りなど、輸出に必要な資料等が徐々に充実！

ジェトロ商談会で輸出先開拓

独自でジェトロ商談会に参加。
フランス、UAEで商談成立、輸出開始！

国や県の助成金を活用
越境ECはAmazonや
Lazada,Shopee活用



2023年3月パリ「iRASSHAI社」商談

2025年 越境ECとのハイブリッドな輸出展開を模索中！

海外ニーズを把握しやすい越境ECをアンテナに、海外展示会情報などを活かし、効率的かつ持続可能な輸出を模索中。

積極的に現地渡航を継続し、自治体やジェトロ支援で、海外展示会にも出席

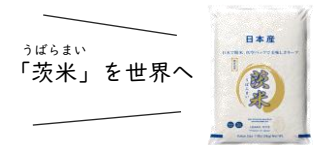


2016年 輸出スタート

当時の茨城県庁の担当者から「海外に米輸出しないと恒久的な米作りはできない」と言われ輸出を決意を！

アメリカでは売れ行き好調！

当時は精米ではなく玄米で60トンアメリカへ輸出。カリフォルニアの日系スーパーには日本から輸出されたものは少なく、価格も現地生産の米に比べて少し高い程度で、徐々に輸出量が増えた。



うばらまい「茨米」を世界へ

低コストに向けた生産面の強化や 契約生産者の確保に奔走



2016年 アメリカへの米輸出出荷式

2022年 精米工場の新設など流通面の強化

国の事業を活用！FSSC22000対応の精米工場と低温倉庫を整備

玄米で輸出するより精米で輸出した方が単価アップが見込めるため、精米工場を新設。

精米品位のグレードアップ！
真空パックで賞味期限も2年

生産者の生産意欲を高める！

自分が作った米がアメリカやシンガポールで販売されること自体がこれまでなかったことだったので、生産者の気持ちを奮い立たせるきっかけに！また、生産者自らアメリカへ出向き現地の売り場で売り子になって米の特徴などを伝える取組も。



延べ50回以上、生産者自らが売り子に立つ

2025年 持続可能な農業生産を推進！

生産者の結束を武器に、生産から精米加工、流通まで一気通貫で行い、輸出拡大を通じて持続可能な農業生産を目指す。

STEP 3

契約交渉を進める

作柄リスクなどもあるため、それらを踏まえた価格設定と調整ルールをあらかじめ協議しましょう。
長期的な取引を見据えて、相互の信頼と継続性を重視した契約内容となるよう納得がいくまで交渉しましょう。

★★★★ 必須

★★★★ 重要

★★★★ 推奨

1 契約条件を整理しましょう。

□ 契約内容について協議しましょう。

★★★★

- ・ 契約前には、関係事業者に関する信用調査を実施する
- ・ 商品の数量、価格は基本として、品質、商品受渡方法（貿易手続に係るコスト負担を含む）、売れ残り商品や輸送時の欠損、シッパックなどにかかるリスク負担などを確認する
- ・ 展示会での試験販売などで、統一的な契約内容が提示された場合も、その内容に納得がいくまで確認する



オススメ

英文ビジネスメール
テンプレート集

<ジェットロ>

輸出に向けて海外のバイヤーとの英文メールのやり取りや、商談等に不慣れな方向け。



2 契約締結しましょう。

□ 契約書を作成しましょう。

★★★★

- ・ 当事者の名称・権限、契約期間、解約条件、署名・押印などが正しく整い、法的に有効な形となっているかを確認する
- ・ 国際契約上は、英文契約書が一般的であるため、自社が不利な内容となっていないかを必ず確認する

オススメ

貿易実務オンライン講座
英文契約編

<ジェットロ>

英文契約読解の基礎知識から現場で役立つ基礎的な英文契約書作成のノウハウまで学習できます。

※有料です。



STEP
4

輸出を行う

輸出では、国内取引に比べ輸送コストがかかるため、輸出先国での販売価格に大きな影響を与えます。このため、輸送時の品質確保とコスト低減の両立を図り、価格競争力を高めることが大切です。

- ★★★★ 必須
- ★★★★ 重要
- ★★★★ 推奨

1 輸送品質と輸送コストのバランスを見極めましょう。

温度管理をしましょう。

★★★★

- ・商品にとって適切な温度が保たれている（コンテナの使い分け（常温、冷蔵、冷凍）
- ・商品が高温に耐えられる設計になっている（窒素ガス充填包装、遮光包装、真空包装）

衝撃回避をしましょう。

★★★★

- ・荷崩れしにくい包装、積み付けを採用している（強度、防湿）
- ・緩衝材、衝撃吸収材を使用している（エアークャップ、トレー、蓋付き容器）

輸送の効率を高めましょう。

★★★★

- ・賞味期限延長等により1回あたりの輸出量を増やし、輸送頻度を下げる
- ・輸送スペースを無駄にしない（容器包装のサイズ）

★★★★

- ・国内輸送費の削減に向けて、地域の港湾・空港が活用できている
- ・地域や品目で貨物をまとめて、1回あたりの輸出量を増やす
- ・（飛行機の場合）船での輸送に変更できる
- ・（冷蔵品の場合）常温で輸送できる



ポイント

産地において、輸出量がコンテナによる輸送単位に満たない場合、事業パートナーと相談し、積載効率を上げるため混載する手法を検討しましょう。

（例）米など重量物は、20フィートコンテナで20トン程度
米菓など軽量物は、40フィートコンテナで20トン程度

オススメ

貿易実務オンライン講座
応用編 <ジェットロ>

貿易取引における、コスト削減やリスク回避のポイントなどが学べます。

※有料です。



2 必要な手続等を行いましょう。

★★★★

- 輸出関連書類の作成を行いましょう。
- 代金回収をしましょう。

参考

通関業者に輸出通関を
依頼する際の必要書類
<ジェットロ>



STEP
5

輸出を継続的に行うために

一過性で終わらず、継続的に輸出に取り組むための戦略と実践が重要です。商品や価値を買いたいと思わせる「売る力」と取引先にまた取引したいと思わせる「つながる力」をそれぞれ両輪で強化していきましょう。

★★★★ 必須

★★★★ 重要

★★★★ 推奨

1 「売る力」を強化しましょう

□ 輸出を「続くビジネス」に育てましょう。

★★★★

- ・輸出を継続的な事業として位置付ける
- ・社内で輸出を支える体制を強化する
- ・定期的に利益がでる価格設定になっているかを確認する
- ・売上げや取引データを次の販売戦略で活用する
- ・継続受注に繋がる提案を定期的に取り先に行う
- ・輸出向けの商品ラインナップを計画的に整えていく
- ・海外向けの商品カタログや資料を整える
- ・現地での試食・サンプル提供で商品の良さを伝える
- ・WebサイトやSNSなどを活用して情報発信を行う

参考 輸出チャレンジ!ポイント集

輸出に取り組む過程でどこから手を付けて良いか分からない、商流が続かない要因が分からないなど、輸出にチャレンジする上でよくある質問をQ&A形式でまとめました。

青果物編
農業者・集荷団体向け



加工食品編
食品製造事業者向け



2 「つながる力」を強化しましょう

□ 様々なパートナーと信頼関係を築きましょう。

★★★★

- ・納期、数量、品質を守り、信頼関係を積み重ねる
- ・クレームや要望には迅速に対応する
- ・パートナーには、こまめに情報共有するとともに、定期的に対面でコンタクトする等、円滑にコミュニケーションが取れる関係性を構築する
- ・商談会や展示会を活用し、新たな販路先を見つける
- ・生産者などには、実際に海外の展示・商談会や個別のイベント等にも同行してもらい、生産意欲を高める活動を行う
- ・支援機関や都道府県と連携する

参考 農林水産物・食品輸出支援プラットフォーム

輸出支援プラットフォームでは、(1)相談対応および現地発の情報発信、(2)オールジャパンでのプロモーション支援、(3)未開拓商流の新規開拓、(4)現地事業者との連携強化、等の現地発の各般の取組を通じて、輸出事業者等を包括的に支援しています。



2-3 最適なサポートを得る

輸出に向けたサポートを上手に活用するコツとは？



国等のサポートを受けなくても輸出はできますが、上手く活用することで、有益な情報を入手できたり、国等のサポートコミュニティに登録等することで、様々な優遇措置等を受けることができます。輸出に取り組む際、取り組んでいる段階で上手くいかない時など、再点検してください。

例えば・・・

Case1 GFP

GFPコミュニティ登録

輸出事業計画の認定が受けられる

認定があるため様々な優遇措置が受けられる

Case2 KKP

KKP登録

KKP参加者向けのプロモーション支援などが受けられる

Case3 FS (フラッグシップ) 輸出産地

FS輸出産地認定

補助上限額の引き上げ、様々な優遇措置などが受けられる

Case4 全米輸

認定品目団体全米輸の会員

会員向けの事業参加、様々なサポートが受けられる



Word 解説

P11
でも紹介

GFP

ジー・エフ・ピー

農林水産省が推進する日本の農林水産物・食品の輸出プロジェクト。GFPコミュニティサイトに登録することで、様々なサービスを利用可能。



KKP

ケー・ケー・ピー

農林水産省が推進する米・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、参加者へのサポートを実施。



全米輸

ぜんべいゆ

米・米関連食品の海外での需要開拓・拡大を図るために活動する国が認めた認定品目団体。



輸出事業計画 → 深掘り① (P22)

我が国で生産された農林水産物又は食品の輸出のための取組を行う者は、単独で又は共同して、農林水産物又は食品の輸出の拡大を図るためこれらの生産、製造、加工又は流通の合理化、高度化その他の改善を図る事業)に関する計画(以下「輸出事業計画」という。)を作成し、農林水産省令で定めるところにより、これを農林水産大臣に提出して、その認定を受けることができます。



FS (フラッグシップ) 輸出産地 → 深掘り② (P23)

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、輸出取組の手本となる産地を認定しています。こうした優れた産地に対しては、国内外への情報発信などにより輸出拡大を後押ししています。



2-3 最適なサポートを得る

様々な支援を受ける準備とは？ 深掘り① 輸出事業計画



認定申請は、随時、受け付けています。

我が国で生産された農林水産物又は食品の輸出のための取組を行う者は、単独で又は共同して、農林水産物又は食品の輸出の拡大を図るためこれらの生産、製造、加工又は流通の合理化、高度化その他の改善を図る事業に関する計画を作成し、農林水産省令で定めるところにより、これを農林水産大臣に提出して、その認定を受けることができます。

主な認定基準とは

- ・ターゲットとする輸出先国の規制やニーズを具体的に把握していること。
- ・輸出に向けた課題と対応するための取組が明確な内容となっていること。
- ・目標年における輸出額の設定が現在の商流と新たな商流から適正な設定となっていること。
- ・輸出事業計画の策定、計画策定後の実証や策定した計画の見直しを行うため、コンサル ティング会社、 ジェトロ、 輸出の専門家などの輸出事業に関する知見を有する者と連携して、 PDCAサイクルを回せる体制が整備されていること。

認定されると受けられる支援など

各種輸出関連予算事業に対する優遇措置 / 農林水産物・食品輸出基盤強化資金 / 施設等の整備に対する所得税、法人税の特例 / 日本政策金融公庫によるスタンドバイ・クレジット制度 / 食品等流通合理化促進機構による債務保証 / 農地転用手続のワンストップ化
このほか、国からのフォローアップを希望する場合、関係機関と連携しながら各地の農政局等がフォローなどを行います。

認定に向けた留意点（米・米加工品）

- ・産地と事業者が連携して認定を受ける場合
一定のまとまりを持って輸出用米の生産に取り組んでいるかどうかやマーケットインの発想で生産や販売計画ができてきているかなど。
- ・輸出産地で認定を受ける場合
目標年の輸出量は1,000トン超に設定されているかや大ロット・低コストを意識した取組となっているかなど。
- ・輸出事業者が認定を受ける場合
ターゲット国のニーズを踏まえた具体的な販売戦略が計画されているかや規制の確認ができてきているかなど。

米・米加工品（品目分類）で認定されているもの（都道府県別の認定数）

※2026年1月現在

北海道	秋田県	岩手県	宮城県	山形県	福島県	茨城県	埼玉県	神奈川県	長野県	新潟県	石川県	富山県	福井県	岐阜県	滋賀県	大阪府	兵庫県	岡山県	香川県	福岡県	佐賀県	合計
8	5	2	3	4	1	5	1	1	1	10	1	1	3	1	2	1	1	1	2	2	1	57

詳細はこちら



輸出事業計画策定の手引き



2-3 最適なサポートを得る

様々な支援を受ける準備とは？ 深掘り② FS（フラッグシップ）輸出産地



認定産地の募集は、毎年募集期間を設けて受け付けています。



海外の規制やニーズに対応して継続的に輸出に取り組み、輸出取組の手本となる産地を認定しています。こうした優れた産地に対しては、国内外への情報発信などにより輸出拡大を後押ししています。

対象と選定基準とは

農林水産物やその加工品を輸出している地域であり、

- (1) 輸出先国・地域の規制やニーズに対応した輸出を行っていること
対象とする輸出先国・地域の規制※1・ニーズ等※2に対応した輸出向け生産・流通に取り組んでいること

※1：輸出先国が求める動植物検疫の規制や残留農薬基準値、衛生管理への対応等

※2：有機栽培やGAP等の認証や相手先国バイヤーの要望に応じた品種の輸出、鮮度保持技術の導入等

- (2) 一定の量又は金額の輸出実績があること
米：直近1年間の輸出実績1,000トン以上
※米加工品：米加工品（包装米飯等、米粉、米粉加工品、米菓及び日本酒）を輸出している場合は、米加工品の輸出実績を原料米の数量ベースに換算

- (3) サプライチェーンを構築し、継続的・安定的に輸出を行っていること
2年以上継続的に輸出に取り組んでいること
上記期間中いずれかの年に2か国（地域）以上に輸出を行っていること

米の認定産地（9産地）

※2025年12月現在

認定産地名	都道府県	認定産地名	都道府県
芦別RICE北海道米輸出拡大推進協議会	北海道	みな穂農業協同組合	富山県
ホクレン農業協同組合連合会	北海道	新潟クボタグループ	新潟県
松原米穀契約生産者組合	北海道	株式会社百笑市場	茨城県
秋田県農畜産物輸出促進協議会 「グローバルリーチAKITA」	秋田県	全国農業協同組合連合会 滋賀県本部（JA全農しが）	滋賀県
みやぎ登米農業協同組合	宮城県		

認定されると受けられる支援など

- ・GFPのWebサイト等を通じた国内外への情報発信
- ・商談会の実施
- ・補助事業等各種支援の優遇措置
- ・PR動画作成（無料）
- ・AFJセミナー等の優先
- ・輸出の人材支援 など

コンセプト動画



主な優遇措置



詳細はこちら



2-3 最適なサポートを得る

様々な支援を受ける準備とは？ 深掘り③ サポートコミュニティ



より手厚いサポートを受けることができる

輸出成長段階に応じた切れ目のない国等のサポート例

1

(初期ステージ)

輸出を検討しているタイミングでオススメ

GFP

KKP

全米輸

おいしい日本、届け隊登録 (P15)

輸出支援プラットフォーム (P20)

農業知財基礎セミナー (P74)

2

(発展期ステージ)

商流が確立したタイミングでオススメ

輸出事業計画

生産方式革新実施計画

食料システム法に基づく計画認定

農業知財総合支援窓口

※輸出事業計画は、初期ステージでも計画を提出することは可能です。

3

(拡大期ステージ)

商流が拡大したタイミングでオススメ

FS輸出産地

GFVC
メンバー登録

※成長別ステージは、目安として掲載しています。

様々なサポートコミュニティや認定制度等があります。
主なものをピックアップし、登録等の検討タイミングを簡単にまとめました。

Word 解説

生産方式革新実施計画

スマート農業技術の活用と新たな生産方式の導入を一体的に行い、農業の生産性を向上させる事業活動計画

⇒ 金融・税制面の優遇措置や行政手続の簡素化などの支援が受けられる

食料システム法に基づく計画認定 (安定取引関係確立事業活動等)

食品等事業者が行う生産者との安定的な取引関係の確立、流通の合理化・付加価値の向上、環境の負荷低減等に係る事業活動計画

⇒ 金融・税制面の優遇措置等が受けられる

農業知財総合支援窓口

農林水産省が主導する「グローバル・フードバリューチェーン (GFVC) のメンバーに登録すると、事務局より協議会等の開催のご案内、支援策に関する公募情報、海外における規制情報の発表などの情報をメールで受けられます。

GFVCメンバー登録

農林水産省が主導する「グローバル・フードバリューチェーン (GFVC) のメンバーに登録すると、事務局より協議会等の開催のご案内、支援策に関する公募情報、海外における規制情報の発表などの情報をメールで受けられます。



3

輸出産地編

index

- 1. 輸出の供給体制の基礎知識
- 2. 産地類型別の輸出へのアプローチ
- 3. 支援メニュー

3-1 輸出の供給体制の基礎知識



最新情報をチェックしよう！ 輸出の供給体制の基礎知識

① まず、押さえる！輸出の供給体制の現在地

現在の輸出

- ・国内市場向けの余剰を海外へ輸出
(国内での流通を前提とする産品を輸出)
- ・日本のモノは、高品質・安全で、海外は欲しがらざるという思い込み
- ・小ロットでバラバラに輸出
- ・生産者は輸出の実態を把握していない

輸出の課題

- ・海外の規制や消費者ニーズに対応した米の確保
- ・生産コストを下げるための輸出に適した品種開発、生産方法、輸送のパッケージングなどが行えていない結果、ロスが多い
- ・大ロット、均一品質、手頃な価格を求める大手商流へ輸出できていない

産地で求められる規制対応

- ・アジアを中心に、輸出先国・地域への施設登録など輸入食品の安全性に関する規制が強化
- ・輸出先国・地域の規制は水際でのチェックから産地で対応が求められる方向にあり、国内向けに比べてコスト負担が大きい。

国が後押し

計画的にマーケットイン輸出に取り組む産地の育成を強化

海外市場での業務用途のニーズに
応えることができるコスト削減の取組

生産コストの低減に対する意識を醸成した上で、
低コスト生産に向けた以下のような取組を支援します。

- ・スマート農業や直播栽培等の導入・定着
- ・多収品種等の普及の拡大 など

生産力強化に向けた
稲作経営モデル確立支援事業



輸出用米生産ガイドブック
(農水省Webサイト)



農地の集積・集約化による新たな輸出
産地の創造や企業等の参加促進

コスト競争やロット確保に優れた輸出産地を育成
するため、以下の取組を支援します。

- ・農業参加を希望する法人を誘致したい地域等の関係者を集めたイベントや情報交換会の開催、参加促進の取組
- ・生産コスト低減に資する農地の大区画化等の基盤整備

地域計画に基づく受け手不在農地の集約化

企業等の誘致

基盤整備

機械・施設等の導入促進

詳細はこちら



輸出産地の生産基盤の強化
(精米施設、乾燥調製施設の整備等)

農業構造転換関連予算において、施設整備と
営農高度化で相乗効果のある以下のような取組
を支援します。

- ・共同利用施設の再編集約・合理化
- ・スマート農業技術及びその効果を高める新たな生産方式の導入など

再編新事業
パンフレット



スマ転事業
パンフレット



産パ
パンフレット



3-1 輸出の供給体制の基礎知識



最新情報をチェックしよう

輸出の供給体制の基礎知識

② 次に、輸出産地を類型別に分解して課題や対策を深掘り！

輸出産地の横断的な主な課題

輸出意欲はあるが適切な商社等が見つからない

輸出先のニーズはあるが、生産・供給面の課題で対応できない
高齢化/労働力、人材不足/国内向けに優先出荷/交付金制度など国内制度との関係

国内向けに比べて輸出向けの手取りが必ずしもよくない

類型1

株式会社、大規模な生産法人など

課題

- ・国内生産量に占める割合が小さい
- ・輸出向けの生産を行うパートナーの確保（自ら生産）

対策

- ・輸出量の拡大に向けた、ターゲット国の規制に対応した生産量の拡大（自ら生産、パートナーとなる生産者の発掘）
- ・海外での新規商流の開拓

類型2

農協など地域の生産者

課題

- ・輸出先国のニーズ等は、輸出事業者任せであることがある
- ・個々の生産者が輸出に取り組んでいる認識がないことがある

対策

- ・構成員に輸出に取り組んでいることを周知し、生産意欲を高める
- ・輸出向けの生産をどう増やすか検討

類型3

都道府県が中心の輸出産地を形成

課題

- ・輸出の実績がない、商流の把握もできず輸出拡大の具体的な方策がない産地がある
- ・個別の事業者が輸出に取り組んでいる認識がないことがある

対策

- ・輸出を行うプレイヤーと、輸出のための生産を行うプレイヤーを明確化する

国が後押し

輸出産地に対する主なサポート

海外バイヤーと産地とのマッチング

効率的な商流・物流の構築

マーケットインに取り組む産地の育成

生産基盤強化の支援

輸出産地サポーターが産地の取組に伴走

※P26ページで説明しています

※P44ページで説明しています

※P13ページで説明しています

※課題や対策は全て網羅されているものではありません。

3-1 輸出の供給体制の基礎知識



最新情報をチェックしよう

輸出の供給体制の基礎知識

③ さらに、成長別のチェック事項で、産地の現在地を確認！

以下の質問にチェックを入れ、一番チェックが多いステージが現在の成長ステージになります。

- 売りたい国が決まっていない
- 規制等対応が出来ておらず、すぐに輸出できない
- 取引先の商社・パートナーがみつからない
- テスト販売や展示会に挑戦できていない
- 現地での販売イメージがついていない
- スポット取引が多い



初期ステージ

間接輸出の場合は、初期ステージの取組は省略できます。

- 海外市場を学び、自社の輸出計画・目標を決める
- 取引先、パートナーを見つける
- テスト販売・展示会展にチャレンジする

※（参考目安）試験的に輸出している段階 →P10

- 継続的な取引が続いている
- 注文量が増えていない・不安定
- 注文量の増加に対応するための施設整備ができていない
- 資金調達ができていない
- 輸出専任のスタッフが確保できていない
- 一部直接輸出になりつつある



発展期ステージ

- 継続輸出に繋げるための交渉・アプローチを続ける
- 最適な輸出量・価格・物流ルートを確立する
- 規模拡大に伴う整備等を計画的に進める

※（参考目安）継続的に売れている段階 →P10

- 継続的な取引ができ、輸出額が増加している
- 施設整備が進められている
- 新たな国・地域への販路拡大を目指している
- 輸出専任のスタッフが確保できている
- 担い手等の人材の確保の取組を強化している
- 直接輸出に切り替えができつつある



拡大期ステージ

- 大ロット販路の拡大
- 施設整備
- 担い手等の育成の強化

※（参考目安）海外が事業の柱になっている段階 →P10

3-2 産地類型別の輸出へのアプローチ

株式会社、大規模な生産法人など

株式会社、大規模な生産法人
など



1 法人の役割とは？

海外のニーズに合わせて、「用途別・高付加価値の米」を計画・生産・供給し、ブランド化まで自ら管理する役割を担う。年間契約と出荷計画を整備し、安定供給と品質管理を徹底し、継続的な取引に取り組む。

2 先行例からみえている課題

- ・国内生産量に占める割合が小さい
- ・輸出向けの生産を行うパートナーの確保（自ら生産）

3 成長別ステージ ※貿易取引については、P10を再度確認！



初期ステージ



発展ステージ



拡大期ステージ

市場開拓フェーズ

(1) 貿易取引の構造 (例)

契約	農業法人
輸送	商社・物流事業者等
決済	海外バイヤー（寿司店・卸）

(2) 法人が取り組むこと (例)

- 海外の寿司店・和食店と直接商談
- 用途別（寿司用・井用等）で分ける
- 精米歩合・粒張りを顧客別に調整
- 価格を自分で提示

量産・定着フェーズ

(1) 貿易取引の構造 (例)

契約	農業法人
輸送	商社＋一部自社
決済	海外卸＋外食チェーン

(2) 法人が取り組むこと (例)

- 国別・用途別に圃場を分ける
- 年間数量と価格の契約
- 物流や出荷計画を整備
- 港倉庫や現地倉庫のスペースを確保

海外事業確立フェーズ

(1) 貿易取引の構造 (例)

契約	農業法人
輸送	自社・現地法人
決済	現地法人（小売・外食）

(2) 法人が取り組むこと (例)

- 現地法人等を設立
- 玄米輸出から現地精米へ
- ブランドを用途別に複線化
- 為替・在庫を自社で管理

3-2 産地類型別の輸出へのアプローチ

農協など地域の生産者

JAなど地域の生産者



1 JAの役割とは？

JAは、生産者の米を集め、品質を揃え、安定して供給することに強みを持つ組織。輸出でも「量・均一性・継続性」を支える基盤として強みが発揮される。世界市場に向けた「日本の米の供給基盤」を担う役割がある。

2 先行例からみえている課題

- ・輸出先国のニーズ等は、輸出事業者まかせてであることがある
- ・個々の生産者が輸出に取り組んでいる認識が無いことがある
- ・JAの担当者が数年毎に交代するため継続性に課題がある

3 成長別ステージ ※貿易取引については、P10を再度確認！



初期ステージ



発展ステージ



拡大期ステージ

試験輸出・ロット形成

量的拡大フェーズ

原料供給フェーズ

(1) 貿易取引の構造 (例)

契約	商社・輸出事業者
輸送	商社・輸出事業者
決済	海外卸

(2) JAが取り組むこと (例)

- 生産者への理解醸成*
- 輸出向けの米の集荷
- 品種・等級の最低限の統一
- 県の商談会等への参加
- 輸出規格への対応

(1) 貿易取引の構造 (例)

契約	JA・商社・輸出事業者
輸送	商社・輸出事業者
決済	海外卸

(2) JAが取り組むこと (例)

- 生産者への理解醸成*
- 輸出用途米の契約栽培
- 品種・水分・粒厚の統一
- 大口のロット化
- 海外卸等との年間供給契約

(1) 貿易取引の構造 (例)

契約	JA・商社・輸出事業者
輸送	商社・輸出事業者
決済	海外卸

(2) JAが取り組むこと (例)

- 生産者への理解醸成*
- 大量・安定供給維持
- 輸出用インフラの管理
- 海外市場と産地間の情報の橋渡し
- 品種・出荷計画の産地間の整理

*：生産者への理解醸成は、次のページ以降で具体例を紹介しております。

※成長別のアプローチは、参考例として掲載しています。

生産者への理解醸成に向けて①

生産者に対して輸出に取り組む理解醸成（モチベーション作り×需要×収益性・支援）をご紹介します。



生産者のモチベーション作り

生産者が輸出先国へ視察

事例 株式会社 百笑市場

自分が作った米がアメリカやシンガポールで販売されること自体がこれまでなかったため、生産者の気持ちを奮い立たせるきっかけに！生産者自らアメリカへ出向き現地の売り場で売り子になって米の特徴などを伝える取組も。



延べ50回以上、生産者自らが売り子に立つ

事例 株式会社 イワイ

若手の契約生産者を同行させ、海外店舗での販促活動に従事してもらう取組を定期的を実施。直接、海外の消費者にニーズを知ることができ、米の作付け意欲の向上にも繋がっています。海外店舗スタッフとも意見交換し、品質管理の重要性を改めて認識し、品質向上に繋がっています。



海外バイヤーが産地へ視察

「日本産米商談会2025」訪日視察ツアー

国の事業において、新市場開拓用米の販売拡大を目的に、日本産米の輸入に関心のある海外のバイヤーを毎年招へいし、日本産米の生産現場や加工現場等の視察を行い、商談会に参加してもらう取組を毎年開催しています。日本産米の魅力や作り手の想いを直接伝えることができる大切な機会となっています。



低温倉庫の視察



農家の話を聞く海外バイヤー

活用できる事業

- ※上記の取組は、各社自費で実施されている事例です。
- ・重要市場の商流維持・拡大対策事業【P39】
- ・サプライチェーン連結強化プロジェクト事業【P40】

活用できる事業

- ・米穀周年供給・需要拡大支援事業【P36】
- ・サプライチェーン連結強化プロジェクト事業【P40】

輸出に取り組む優良事業者表彰

我が国の農林水産物・食品の輸出の優良な取組を広く紹介することにより、輸出促進を図るため、輸出に取り組む事業者のうち、特に優れた事業者に対して表彰を行うものです。



2025 輸出・国際 局長賞 株式会社 丸屋本店 (山形県東根市) 米 (はえぬき)

山形の米問屋が香港で「おにぎり」を製造

取り組み内容

- 創業130年以上の歴史と実績を持つ米どころ山形県の米問屋。2011年の東日本大震災を機に海外進出を決意し、2012年香港に現地法人を設立。翌年には現地に加工工場（ハーフライス工場）を設け、続いて19年にはおにぎり工場（スズキハウス）を設立。山形産米を自社精米し輸出。香港で米加工やおにぎり製造を行い、香港市場の飲食店やホテル150店舗等に卸す。おにぎりチームの思いを込め、2024年からは、セブンイレブン香港の大型取引が始まり、輸出額・量ともに格段に増えた。
- 2026年6月稼働を目指す、少ロットの海外需要に対応するための輸出用の冷凍加工工場を国内に建設中。

2025 輸出に取り組む優良事業者表彰 / 主催：公益財団法人 食品等持続的供給推進機構

2024 農林水産 大臣賞 株式会社 芦別RICE (北海道芦別市) 玄米 ななつぼし ゆめぴりか

芦別の米が海外で絶賛！芦別産ブランドを海外へ

取り組み内容

- 高品質中心に生産する「ななつぼし」と「ゆめぴりか」の玄米を輸出。輸出事業者と連携し、現地のニーズや状況を生産者・農林、行政団体と情報共有し、産地育成、品質向上。
- 国の登録検査機関（お米、玄米）となり、輸出玄米は産地生産者毎に検査。産地に検査することで、「美味しい米作り」に対する生産者の意識向上につながり、北海道産別産「産地ブランド」に繋がっている。
- 輸出の輸出地を拡大し、輸出の輸出先を海外向けに輸出（輸出先を海外向けに輸出）。技術支援を行い、輸出増加のサポートを下げている。

2024 輸出に取り組む優良事業者表彰 / 主催：公益財団法人 食品等流通合理化促進機構

株式会社 百笑市場 × SBIトレーサビリティ株式会社 海外の声や評価のフィードバックを目指して



SHIMENAWAのアプリ画面

生産者が、手塩に掛けて生産した自分のお米には自信を持っているものの、現状は、出荷先や消費者がどう感じているかのフィードバックがなかなか得られていない。



開発に携わるチームの皆さん

それが得られるとモチベーションのアップに繋がるといった話もあり、情報のやり取りが出来ないかと考え、産地や生産者の取組に関する情報を可視化して、消費者に提供することで、生産者がお米にかけたいの思いを知ってもらうため、ブロックチェーンの開発を目指す取組にもチャレンジ。

生産者への理解醸成に向けて②

生産者に対して輸出に取り組む理解醸成（モチベーション作り×需要×収益性・支援）をご紹介します。

安定した需要と販路

契約に基づき、予め計画した量・価格で売りきれするため、国内取引のような価格変動の影響を受けにくい。

また、国内市場と海外市場では嗜好の違いなどがあり、国内で競争力が低い（評価されにくい・注目されていない）ものでも、海外市場で高評価を得て、新しい市場創出の可能性はある。

輸出取引の特徴	
売り先	買い手が決まっており、作った分は契約に基づいて取引
価格	価格は事前に買い手と交渉し、国内取引のような価格変動の影響を受けにくい仕組み
継続性	継続的な取引が前提

収益性

一定面積を新市場開拓用米で作付けし、主食用米と組み合わせることで、数年トータルで見ると、所得が揃いやすくなる。

また、海外販路を持つことで、米の需要を拡大し、国内市場の需給を安定させ、国内販売価格の安定に役立つ。

具体例
・市場価格が低い場合でも、支援措置により収入が下支えされる
・事前に価格が決まることで、収入の予測が可能で、経営の見通しが立てやすい
・品質要件が緩やかで、多収品種と組み合わせると省力・低コスト化しやすい

輸出リスク対策

為替変動や輸出先国の取引先の経営悪化等による代金の回収不能等のリスクに備える制度等がある。

収入保険

収入保険は、自然災害だけでなく、為替変動などによる収入減少も補てん対象。
加入要件：青色申告を行っている農業者（個人・法人）
国庫補助：保険料の50%、積立金の75%



貿易保険

貿易保険は、輸出先国の外貨不足や取引先の経営悪化、破産による輸出貨物代金の回収不能や貨物の輸出不能に伴う損失をカバーします。



政策支援

農業の生産性と収益性の向上のため、新たな食料・農業・農村基本法に基づく初動5年間（令和7～11年度）の農業構造転換集中対策の一つとして輸出産地の育成を集中的・計画的に推進中。

（主な支援内容）

- ・徹底した低コスト生産の推進
- ・HACCP・ハラール等に対応した施設整備
- ・オールジャパンでのブランディング など

（事業規模）令和7年度補正（129億円）、令和8年度当初（37億円）

なお、輸出支援のコメ新市場開拓等促進事業について、農業経営基盤強化準備金制度*が活用できる。

※ 一定の要件の下で、対象交付金を準備金として積み立て、将来、その準備金を活用して農業用固定資産を取得する際、課税の繰り延べができる制度。



| Word 解説 | 農業構造転換集中対策とは？

我が国の農政は大転換期を迎えており、農業者が減少する中、平時からの食料安全保障を実現するため、新たな食料・農業・農村基本計画の下、農業の構造転換を集中的に推進することが重要。農業の構造転換の実現の前提となる生産基盤を強化するため、ハード整備を伴い、早急かつ計画的に対応する必要がある事業を核に、初動5年間で必要な事業の実施を図る。農業構造転換集中対策としては、①農業農村整備（農地の大区画化等）、②共同利用施設の再編集約・合理化、③スマート農業技術・新品種の開発やスマート農業機械等の実装、④輸出産地の育成を行い、食料安全保障の強化を図るため、生産性の抜本的向上に向けた基盤づくりを行う。



3-2 産地類型別の輸出へのアプローチ

都道府県が中心の輸出産地形成

都道府県が中心の輸出産地形成
(協議会など)



3 成長別ステージ ※貿易取引については、P10を再度確認！



初期ステージ



発展ステージ



拡大期ステージ

1 県の役割とは？

都道府県は「輸出主体」ではなく、市場を開き、民間が入れる土俵を作るのがメインの役割。海外市場と国内産地を取引できる関係に「つなぐこと」や民間が輸出できる状態に、産地と制度を「整えること」を中心に関与します。

2 先行例からみえている課題

- ・輸出実績がない、商流の把握もできず輸出拡大の具体的な方策がない産地がある
- ・個別の生産者や事業者が輸出に取り組んでいる認識が無いことがある
- ・県や地域、特定の銘柄に拘ることで、実需の求める量の安定供給が困難になり行き詰まることもある

政策的な輸出・試験輸出フェーズ

(1) 貿易取引の構造 (例)

契約	商社・輸出事業者
輸送	商社・輸出事業者
決済	海外卸・海外バイヤー

(2) 県が取り組むこと (例)

- 海外展示会・商談会の企画
- バイヤーの招へい
- 輸出制度・検疫・残留農薬の整理
- 輸出したい産地の掘り起こし

産地形成フェーズ

(1) 貿易取引の構造 (例)

契約	JA・商社・輸出事業者
輸送	商社・輸出事業者
決済	海外卸

(2) 県が取り組むこと (例)

- 輸出専用品種・産地指定の調整
- 乾燥調製・選別・低温保管への補助
- 国別のプロモーション支援
- トレーサビリティ整備

バトンタッチフェーズ

(1) 貿易取引の構造 (例)

契約	JA・商社・輸出事業者
輸送	商社・輸出事業者
決済	海外卸

(2) 県が取り組むこと (例)

- 民間の海外進出に向けた更なる後押し
- 県内の産地間の競争を整理 (調整)
- 有望な取引先を輸出産地につなぎ直す
- 農地集積・集約化をはじめとする輸出インフラの整備等

3-3 支援メニュー



求めている支援メニューにアクセスしやすいように以下の3つに分けて整理しています。

Access 1

やりたいことに使える支援を探したい方

輸出産地の方からよく聞かれるものをピックアップしました！

→P35

Access 2

成長ステージ別の支援を知りたい方

輸出の準備段階から拡大フェーズまで、今直面している課題に応じて必要な支援を探せます！

→P38

Access 3

農業所得向上の取り組み
テーマ別の支援を見つけたい方

取り組みたいテーマから、適した支援メニューを効率的に見つけられます！

→P43

※事業の詳細（事業内容、要件、対象経費、公募スケジュール等）は、必ず二次元コード等でご確認ください。

- 参考 - 全体像を知りたい方

輸出に関する支援メニューがふかんでき、まずはどんな支援があるのかを知りたい方にオススメです！

農林水産物・食品の輸出の促進
に関する予算



支援策ガイドブック



農林水産物・食品輸出支援策ガイド



経済産業省の海外展開支援関連事業
(中堅・中小企業海外展開/農林水産物・食品輸出)



農業経営支援策活用
カタログ2026



やりたいことに使える支援を探したい方

※主な支援のみピックアップしています。



Pick Up 1 施設を整備したい

精米工場/選別施設/色彩選別機/低温倉庫 など

これから輸出に取り組む産地や取り組む中で体制整備がさらに必要となった産地向け

対象施設別	強い農業づくり交付金 <small>※産地基幹施設等支援タイプ</small>	産地生産基盤 パワーアップ事業 <small>※収益性向上対策</small>	新基本計画実装・農業 構造転換支援事業 <small>※共同利用施設の再編集約・合理化</small>	大規模輸出産地モデル 形成等支援事業	食品産業の輸出向けHACCP 等対応施設整備事業
	対象者 農業者団体、地方公共団体、民間事業者等 ポイント 産地の共同利用施設の整備 大規模施設向けに活用 主な要件 成果目標の策定や産地の基幹的な施設等	対象者 農業者、農業者団体、地方公共団体等 ポイント 産地全体の競争力強化 ソフト・ハード両方対象 主な要件 「産地パワーアップ計画」の策定等	対象者 農業者団体、食品事業者等 ポイント 食料安全保障（国内生産拡大）に寄与する取組やスマート農業の導入 主な要件 「実装計画」の策定等	対象者 産地形成を目指す団体等（生産者、農協、集荷業者などの連携体） ポイント 産地の生産基盤の強化 主な要件 「輸出事業計画」の策定等	対象者 食品製造・加工事業者、流通事業者等（法人格を有する事業者） ポイント 輸出先国の規制への対応 主な要件 「輸出事業計画」の認定等
	1/2以内等 上限20億円/年	1/2以内等 上限20億円/年	1/2以内等 上限20億円/年	定額	1/2以内
精米・調製施設 (例：精米施設、色彩選別機)	○ (施設基準を満たす場合)	○ (施設基準を満たす場合)	○ (施設基準を満たす場合)	△ (事業実施期間中のリースの場合)	○ (規制対応上必要な整備の場合)
包装施設 (例：包装機、計量機)	○ (施設基準を満たす場合)	○ (施設基準を満たす場合)	○ (施設基準を満たす場合)	△ (事業実施期間中のリースの場合)	○ (規制対応上必要な整備の場合)
保管施設 (例：低温倉庫、定温倉庫)	×	×	×	△ (事業実施期間中のリースの場合)	○ (規制対応上必要な整備の場合)
集出荷施設 (例：荷受施設、出荷施設)	○ (施設基準を満たす場合)	○ (施設基準を満たす場合)	○ (施設基準を満たす場合)	△ (事業実施期間中のリースの場合)	○ (規制対応上必要な整備の場合)









○ やりたいことに使える支援を探したい方 ○
 ※主な支援のみピックアップしています。



Pick Up 2 商談先を探したい

出展費/渡航費/バイヤー紹介/通訳費 など

初めて輸出する産地や海外バイヤーと繋がりたい産地向け

販路開拓方法別	支援メニュー		
<p>商談会に参加したい (例：国内外商談会、オンライン商談会)</p>	<p>・海外の見本市・展示会への出展支援 ジェトロが主催・参加する見本市・展示会のジャパン・パビリオンへの出展サポート (有料)</p> <p>問合せ先：ジェトロ各国内事務所</p> 	<p>・海外バイヤー招へい・商談会の実施</p> <ol style="list-style-type: none"> ①商談会の開催 ②商談の成功に向けたサポート ③オンライン商談会 ④国内の輸出商社との商談会の開催 <p>問合せ先：ジェトロ各国内事務所</p> 	<p>・米・米加工品輸出拡大推進事業 KKP*に登録しており、個社の強みを活かした見本市・商談会の参加経費等</p> <p>*：P11を参照</p> <p>(例) 現地消費者向けプロモーション 小売店やレストランへの個別プロモーション 海外見本市への出展、商談会への参加 海外の需要動向を把握するための取組 など</p> <p>対象者：KKP*に登録している者 公募時期：事業実施主体が別に定める 補助率：定額、1/2以内 問合せ先：農林水産省</p> 
<p>展示会に出たい (例：海外展示会出展)</p>	<p>・米穀周年供給・需要拡大支援事業 海外業務用需要などの新たな市場開拓に必要な以下の取組を支援します。</p> <ol style="list-style-type: none"> ①海外バイヤー招へいの旅費 (国内誘致) ②商談や視察に必要な経費 ③商談会の開催費 など <p>対象：輸出産地や米加工品メーカーなど 公募時期：公募用のWebサイトで確認 補助率：定額 問合せ先：農林水産省</p> 	<p>・サプライチェーン連結強化プロジェクト事業 生産から現地販売までの一気通貫した戦略的なサプライチェーン構築に向けた取組を支援します。</p> <p>(例) 価格交渉・販売数量の拡大・継続的な取引が課題となっているため、バイヤーを日本へ招へいし、産地との意見交換や直接商品の価値を伝える場を作りたい。</p> <p>対象：生産者、米加工品メーカー商社等で構成されるコンソーシアム 公募時期：公募用のWebサイトで確認 補助率：原則1/2以内 問合せ先：農林水産省</p>  	
<p>バイヤーを紹介して欲しい (例：バイヤーマッチング、個別商談)</p>	<p>・米穀周年供給・需要拡大支援事業 海外業務用需要などの新たな市場開拓に必要な以下の取組を支援します。</p> <ol style="list-style-type: none"> ①海外バイヤー招へいの旅費 (国内誘致) ②商談や視察に必要な経費 ③商談会の開催費 など <p>対象：輸出産地や米加工品メーカーなど 公募時期：公募用のWebサイトで確認 補助率：定額 問合せ先：農林水産省</p> 	<p>・サプライチェーン連結強化プロジェクト事業 生産から現地販売までの一気通貫した戦略的なサプライチェーン構築に向けた取組を支援します。</p> <p>(例) 価格交渉・販売数量の拡大・継続的な取引が課題となっているため、バイヤーを日本へ招へいし、産地との意見交換や直接商品の価値を伝える場を作りたい。</p> <p>対象：生産者、米加工品メーカー商社等で構成されるコンソーシアム 公募時期：公募用のWebサイトで確認 補助率：原則1/2以内 問合せ先：農林水産省</p> 	

やりたいことに使える支援を探したい方




※主な支援のみピックアップしています。



Pick Up 3 輸送費を支援して欲しい

海上運送費/国内輸送費/港湾費用/保管費 など

テスト輸出したい産地や輸出量を増やしたい産地向け

対象経費別	重要市場の 商流維持・拡大対策事業	輸出物流構築事業	サプライチェーン連結強化 プロジェクト事業
	<p>対象者 輸出に取り組む事業者で認定品目団体の会員又は連携事業者</p> <p>ポイント 販促・商品開発・商流改善など幅広く活用可能 ※実証に係る輸送費は対象</p> <p>主な要件 重要市場*対象の取組、2年以上の輸出実績、品目団体と連携など</p> <p>*：米国、EU・英国、シンガポール、台湾、香港、中国、カナダ等</p>	<p>対象者 食品流通業者、物流事業者、協議会形式の団体等</p> <p>ポイント 大ロット・混載輸送の構築や基幹輸送ルートの整備、港湾活用など物流改善 ※実証に係る輸送費は対象</p> <p>主な要件 複数事業者による連携、流通合理化事業活動計画の策定など</p>	<p>対象者 生産者、加工事業者、輸出商社、物流事業者などで構成されるコンソーシアム</p> <p>ポイント 生産から販売まで一体化した取組や商流・物流の安定化を目指す取引に活用可能 ※物流+商流を一体化で支援</p> <p>主な要件 複数事業者による連携、継続商流構築、輸出拡大効果の継続性など</p>
			
	定額、1/2以内	定額	原則1/2以内
海外輸送費 (例：海上運賃、コンテナ費用)	△ (実証輸送は対象)	△ (実証輸送は対象)	△ (実証輸送は対象)
国内輸送費 (例：集荷輸送費、港までの輸送費)	△ (実証輸送は対象)	△ (実証輸送は対象)	△ (実証輸送は対象)
実証経費 (例：テスト輸出など)	○	○	○
保管費 (例：役務費、借上げ費など)	△ (物流実証に必要な場合のみ)	△ (物流実証に必要な場合のみ)	△ (物流実証に必要な場合のみ)

輸出産地編

成長ステージ別の支援を知りたい方

※主な支援のみピックアップしています。



初期ステージ
(試験的に輸出している段階)

1st 販路先の模索

継続的に取引できる海外バイヤーや販売チャネルを見つける



取組例
マッチングの強化や販路開拓に向けた情報収集

オススメ

農林水産物・食品輸出プロジェクト (GFP)

無料

サービス内容
輸出診断/会員向けコンテンツの提供/交流会・セミナーの開催/情報発信等



取組例
海外バイヤーの招へいや国内での商談を検討

オススメ

米穀周年供給・需要拡大支援事業

海外業務用需要などの新たな市場開拓に必要な海外バイヤー招へいの旅費、商談や視察に必要な経費、商談会開催費等 ※補助率：定額

ソフト事業



2nd

ニーズに合う商品づくり

海外で求められている米の仕様を見つける



取組例
市場リサーチやテストマーケティングの実施

オススメ

米・米加工品輸出拡大推進事業

KKP*に登録しており、市場リサーチからテストマーケティングに至る初期活動に必要な経費
※補助率：定額、1/2以内 *：P11を参照

ソフト事業



取組例
現地の消費者に対するプロモーションの実施

オススメ

米・米加工品輸出拡大推進事業

KKP*に登録しており、個社の強みを活かした現地消費者向けプロモーションの経費や海外見本市への出展・商談会への参加経費等 *：P11を参照
※補助率：定額、1/2以内

ソフト事業



3rd

輸出体制の基礎づくり

継続輸出できる最低限の体制を整える



取組例
テスト輸出に向けた物流実証を検討

オススメ

輸出物流構築事業

物流実証にかかる経費（国内輸送経費も含む）、設備・機器リース導入、輸出拠点施設利用経費等
※補助率：定額、3/10以内（HACCP等対応機器の場合1/2以内）
※補助金の上限1事業主体あたり40百万円

ソフト事業



取組例
輸出先国の品質基準に対応する機器導入の検討

オススメ

新事業進出・ものづくり商業サービス補助金 (グローバル枠)

機械装置・システム構築費、専門家経費、外注費、海外旅費等
※補助率：2/3
※設備導入は、国内に限ります。

経産省



成長ステージ別の支援を知りたい方

※主な支援のみピックアップしています。



発展ステージ
(継続的に売れている段階)

1st 販路拡大・安定化

輸出货量と売上を継続的に拡大させる



取組例
現地の小売店でのプロモーションやフェアを検討

オススメ

重要市場*の商流維持・拡大対策事業

人件費、旅費、広告費、輸送費、印刷製本費、
機器・備品費、認証取得費等
※補助率：定額（機器の購入や認証取得は1/2）

*：米国、EU・英国、シンガポール、台湾、香港、中国、カナダ等

ソフト事業



取組例
現地見本市や商談会への参加を検討

オススメ

米・米加工品輸出拡大推進事業

KKP*に登録しており、個社の強みを活かした
海外見本市への出展・商談会への参加経費等
※補助率：定額、1/2以内 *：P11を参照

ソフト事業



2nd

輸出向け 生産・品質体制強化

安定供給できる体制を
本格化させる



取組例
品種転換や栽培体系の変換、国際認証取得を検討

オススメ

GFP大規模輸出産地生産基盤強化プロジェクト 大規模輸出産地モデル形成等支援事業

連携推進体制の組織化・計画策定、品種転換や栽培体系
の変換、国際認証の取得等、高品質な輸出用農産物の
選別・保冷施設等のリース導入等 ※補助率；定額

ソフト事業



取組例
輸出先国の規制等に対応した施設整備を検討

オススメ

食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備事業

輸出先国等の求める基準・条件等の規制に対応するため、
製造・加工・流通等の施設の新設（掛かり増し経費）及
び改修、機器の整備等 ※補助率：1/2以内

※農業法人は対象、要件が合えば平置き倉庫も対象

ハード事業



3rd

付加価値向上の取組

価値で売れる産地づくり



取組例
自社ブランドの確立や産地直送型の取組を実施

オススメ

新事業進出・ものづくり商業サービス補助金 (新事業進出枠)

機械装置・システム構築、設備費、技術導入費、
専門家経費、広告宣伝・販売促進費等
・補助上限額：企業により異なる
補助下限額：750万円 ※補助率：1/2 ※農業法人は対象

経産省



取組例
現地小売業が求める認証の取得を検討

オススメ

重要市場*の商流維持・拡大対策事業

人件費、旅費、広告費、輸送費、印刷製本費、
機器・備品費、認証取得費等
※補助率：定額（機器の購入や認証取得は1/2）

*：米国、EU・英国、シンガポール、台湾、香港、中国、カナダ等

ソフト事業





拡大期ステージ

(海外が事業の柱になっている段階)

成長ステージ別の支援を知りたい方

※主な支援のみピックアップしています。

1st 海外市場の深化

主要市場でのシェアを拡大させる



取組例
認知を高めるためのブランディングを検討

オススメ

米・米加工品輸出拡大推進事業

KKP*に登録しており、商流の多角化を意識したプロモーション、販売基盤を強化するための取組、ブランディングによる販売力強化等の経費 *：P11を参照
※補助率：定額、1/2以内

ソフト事業



取組例
取引先の招へいによる信頼関係の強化を目指す

オススメ

サプライチェーン連結強化プロジェクト事業

具体的な方策を含めたプロジェクト計画づくりの取組、サプライチェーンの課題解決に向けた実証の取組
※補助率：原則1/2以内

ソフト事業



2nd 輸出供給力の強化

海外需要に対応できる安定供給体制を確立



取組例
輸出用農産物の選別・保冷施設のリース導入

オススメ

GFP大規模輸出産地生産基盤強化プロジェクト 大規模輸出産地モデル形成等支援事業

連携推進体制の組織化・計画策定、品種転換や栽培体系の変換、国際認証の取得等、高品質な輸出用農産物の選別・保冷施設等のリース導入等 ※補助率：定額

ソフト事業



取組例
物流の効率化を目指す

オススメ

サプライチェーン連結強化プロジェクト事業

具体的な方策を含めたプロジェクト計画づくりの取組、サプライチェーンの課題解決に向けた実証の取組
※補助率：原則1/2以内

ソフト事業



3rd ブランドの確立

海外市場で認知されるブランド産地になる



取組例
ブランド力強化のためのプロモーションを実施

オススメ

米・米加工品輸出拡大推進事業

KKP*に登録しており、商流の多角化を意識したプロモーション、販売基盤を強化するための取組、ブランディングによる販売力強化等の経費 *：P11を参照
※補助率：定額、1/2以内

ソフト事業



取組例
高付加価値商品の開発・改良を検討

オススメ

新事業進出・ものづくり商業サービス補助金（革新的新製品・サービス枠）

機械装置・システム構築費、専門家経費、外注費等
※補助率：1/2～2/3

経産省



輸出産地づくりに向けた ロードマップ（例）の作成



米輸出は、すぐに成果がでるものではなく、段階的に時間をかけて進める取組です。そのため、産地づくりをしていくための5年程度のロードマップ作りを推奨しています。ロードマップを作成することで、産地全体で方向性の共有化を図るだけでなく、生産・品質・販路を計画的に整えていく上でも非常に重要です。ぜひ、作成してみましょう。

ロードマップと照らし合わせながら、各ステージ別の支援メニュー（P38～40）を参考に、輸出への取組にチャレンジしてみてください。



1年目



2年目



3年目



4年目



5年目

初期ステージ



準備段階

輸出先市場と販売ルート进行调查し、輸出に取り組む産地体制を整える。

- 市場調査
- 輸出パートナー探し
- 参加農家募集

押さえるポイント

最初は販路づくりが最重要

- こんな進め方は要注意！
- × 市場を決めずに輸出をスタート
 - × 販路がないのに生産計画を作る
 - × プロモーションに取り組む
 - × 農家の参加が少ない



試験輸出

少量輸出を行い、品質や価格が海外市場で受け入れられるかを確認する。

- 少量輸出
- 品質確認
- 市場評価

押さえるポイント

この年は「テスト」の年

- こんな進め方は要注意！
- × 最初から大量輸出する契約を行う
 - × 品質確認や市場評価を省略する
 - × 包装・表示・通関手続きを適当に行う



輸出拡大

市場評価を踏まえて生産量と販売先を拡大し、産地ブランドの認知を高める。

- 作付面積を拡大
- 販路拡大
- ブランドPR

押さえるポイント

品質管理が重要となる段階

- こんな進め方は要注意！
- × 作付面積の拡大を重視し、品質管理を怠る
 - × 販路を1つの国やバイヤーに依存する
 - × 在庫管理や物流が不十分



安定供給

海外バイヤーとの継続取引を確立し、安定した供給体制を構築する。

- 年間契約
- 生産拡大
- 輸出量増加

押さえるポイント

安定供給が最も重要な段階

- こんな進め方は要注意！
- × 不安定な供給を続ける
 - × 生産量の増減を管理せず出荷する
 - × 気象リスクや収量変動リスクを考慮せず契約



輸出産地確立

産地ブランドを確立し、安定輸出を継続しながら新たな海外市場を開拓する。

- ブランド確立
- 定期輸出
- 新市場開拓

押さえるポイント

市場分散の取組が重要な段階

- こんな進め方は要注意！
- × ブランド管理を怠り、品質がバラつく米を出す
 - × 輸出専任スタッフの不在
 - × 新市場開拓せず、現状維持



経営の環境整備に向けた資金調達・税制の情報を確認しましょう！

※主なもののみピックアップしています。

1 農林水産物・食品輸出基盤強化資金

輸出事業計画に従い、国内で生産された農林水産物又は食品の輸出のための取組を行う事業者向けの融資制度です。

- ・輸出事業計画の認定を受けていること
- ・対象用途：輸出用施設（加工・保管・荷捌き場など）の建物、機械購入、輸出試作品の製造費用などの長期運用資金
- ・融資期間：25年以内（うち据置期間3年以内）
- ・融資限度額：負担額の80%以内

（窓口）日本政策金融公庫



2 海外サプライチェーン構築を 図る認定輸出事業者への金融支援事業

（株）日本政策金融公庫から農林水産物・食品輸出基盤強化資金（海外においてサプライチェーンを構築するための施設整備等に要する資金）の融資を受けた事業者に対し、当該融資の金利負担を軽減します。

- ・農林水産物・食品輸出基盤強化資金の融資を受けて、海外で認定輸出事業計画に基づく施設整備等を行う
- ・助成内容：最大2%、最長5年間、
融資枠上限20億円（1件あたり上限5億円）



3 税制上の優遇措置 輸出事業用資産の割増償却

輸出事業計画の認定を受けた事業者が、輸出用の施設などを取得した場合、法人税・所得税の特例措置（割増償却）を受けられます。

- ・対象資産：機械・装置、建物、その附属設備など
- ・割増償却率：機械・装置は30%、建物・附属施設・構築物は35%を通常の減価償却費に上乗せ可能
- ・適用期間：資産の供用開始から5年間



オススメ情報 農業者への税制支援（一覧表）

詳細はこちら

農業経営の安定・発展を後押しする税制措置をまとめたサイトがあります。ぜひ、併せてご確認ください。



（掲載内容）

- ・認定農業者等が農地取得から農業機械購入まで設備投資に広く対応できる税制措置
- ・スマート農業や環境負荷低減のための設備投資に係る税制措置
- ・農業者が利用する燃料に関する税制措置
- ・青色申告の税制措置
- ・農地の保有に係る税制措置
- ・農地の贈与・相続に係る税制措置
- ・農地の取得に係る税制措置
- ・農地の譲渡に係る税制措置

など

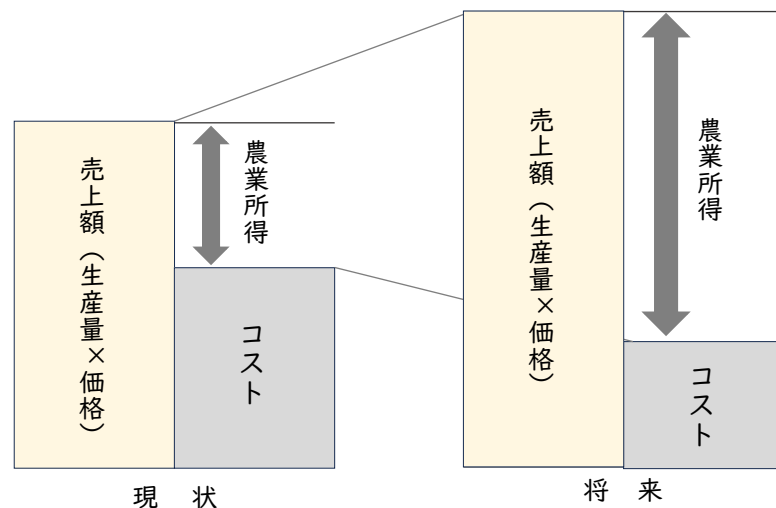
- 農業所得向上の取組
テーマ別の支援を見つけたい方
- ※主な支援のみピックアップしています。

輸出と農業所得

輸出は、単なる販路拡大ではなく、農家の所得増加に繋がるものであり、収益性向上により、経営拡大や投資にも繋がります。様々なサポートを上手く活用することで、将来の所得増加を目指しましょう。

$$\text{農業所得} = \text{売上額 (生産量} \times \text{価格)} - \text{コスト}$$

農業所得を上げるには、



■輸出による農業所得向上に資する主な取組例

生産量増加や安定生産に向けた取組	価格を上げる取組	コストを下げる取組
多収品種等の導入	ブランド化・高付加価値化	機械化・スマート農業による省力化
新たな需要開拓・輸出拡大	用途に合わせた商品開発	農地の集積・集約化、大区画化、基盤整備
スマート農業技術等の活用による単収向上・安定供給	品質やストーリーの発信力強化	施設等の共同化や効率化

> 次のページ以降で、上記の各取組に関連する事業等をご紹介します

海外市場では「安定供給」 できないと契約に至らない



一般的に、海外市場では「価格」「安定供給」「用途適正」が重要とされています。
[【P5で紹介済み】](#)
 なかでも、「安定供給」ができないことで輸出機会を逃してしまうケースが多くあります。産地の生産基盤の強化は喫緊の課題となっています。次のページ以降で紹介している事業を掛け合わせ「安定供給」の実現に向けても、ぜひ意識して取り組んでみてください。

例) 営農高度化×施設整備で「安定供給」の実現に取り組む

生産量
アップ

スマート農業技術・
新たな生産方式の導入

(例)

- ・自動操舵システムが搭載されたトラクター等のスマート農業機械を導入するとともに、その作業効率を高めるため、畦畔を除去しほ場を大区画化
- ・栽培管理システムから得られるデータを産地内で共有し、ほ場内のメッシュごとの適正施肥量を設定するとともに、施肥作業を適正に行うために可変施肥機を導入

対象事業

スマート技術体系への包括的転換加速化
総合対策事業（スマ転）【P45参照】



産地の共同利用施設
の再編集約・合理化

(例)

- ・カントリーエレベーターの機能向上
(輸出用米専用の調製施設を増強)
- ・精米施設の機能向上
(輸出用米専用の出荷施設を整備)

対象事業

新基本計画実装・農業構造転換支援事業
(再編新事業) 【P47参照】








生産量
アップ



○ **農業所得向上の取組テーマ別の支援を見つきたい方** ○
○ ※主な支援のみピックアップしています。 ○

生産量増加や安定供給に向けた取組






多収品種等の導入	新たな需要開拓・輸出拡大	スマート農業技術の活用や安定供給
<p>コメ新市場開拓等促進事業</p>  <p>実需者ニーズに対応するための生産性向上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。</p> <p>①対象作物 令和8年産の新市場開拓用米、加工用米、米粉用米、酒造好適米</p> <p>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：9万円/10a 酒造好適米：最大*3万円/10a</p>	<p>米・米加工品輸出拡大推進事業</p>  <p>海外需要の創出・開拓・定着を図るため、ブランディングによる販売力強化に向けた取組を支援します。</p> <p>(1) 対象：輸出事業者等 (KKP*に登録) *：P11を参照</p> <p>(2) 支援内容 ① 現地消費者向けプロモーション ② 小売店やレストランへの個別プロモーション ③ 海外見本市への出展、商談会への参加 ④ 海外の需要動向を把握するための取組 など</p> <p>(3) 補助率：定額、1/2以内</p>	<p>スマート技術体系への包括的転換加速化総合対策事業 (スマ転)</p>  <p>産地における品目毎の技術課題の解決に向け、スマート農業技術及び新たな生産方式の導入を一体的に実施する取組を支援します。</p> <p>①補助率：1/2以内、定額等 ②支援対象 ・スマート農業機械等の機械費 ・導入する機械に関する人材育成研修等のソフト経費</p>
<p>*取組年数に応じて「1年あたり1万円/10a×最大3年間」を令和8年度に一括で支援</p> <p>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</p> <div style="border: 1px dashed orange; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>都道府県が多収品種と判断する品種を作付けする場合、0.5万円/10a加算されます。 (対象は、新市場開拓用米、加工用米、米粉用米)</p> </div>	<p>米穀周年供給・需要拡大支援事業 (新市場開拓用米の販売拡大の取組)</p>  <p>GFP*とKKP*に登録している輸出産地等を中心に、海外の業務用需要等の新たな市場開拓のために行う取組を支援します。</p> <p>(1) 対象：民間団体等</p> <p>(2) 支援内容 ① 事業実施主体が複数の生産者・生産者団体と連携して実施する海外実需者等を招へいして行う商談会等 (産地の輸出意欲醸成につながるような工夫をすること) ② 大口取引が見込まれる海外実需者等を招へいして行う産地プロモーション</p> <p>(3) 補助率：定額(旅費等)、1/2(機器・借上費)</p>	<p>(参考) 米穀需給変化対応事業</p>  <p>中長期的な新市場開拓用米等の安定的な販売を行うために、流通業者に対して保管経費等を支援します。</p> <p>(1) 対象：集荷業者 (2) 支援内容等： ① 対象作物 新市場開拓用米、加工用米、米粉用米 ② 補助率：1/2以内 (上限あり)、定額 ③ 支援対象経費 保管経費、集約経費等</p>

事業の詳細 (事業内容、要件、対象経費、公募スケジュール等) は、必ず二次元コード等でご確認ください。

○ **農業所得向上の取組テーマ別の支援を見つきたい方** ○
 ○ ※主な支援のみピックアップしています。 ○



価格を上げる取組

ブランド化・高付加価値化	用途に合わせた商品開発	品質やストーリーの発信力強化
<p>米・米加工品輸出拡大推進事業</p>  <p>海外需要の創出・開拓・定着を図るため、ブランディングによる販売力強化に向けた取組を支援します。</p> <p>(1) 対象：輸出事業者等 (KKP*に登録) *：P11を参照</p> <p>(2) 支援内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ① パッケージデザインの制作・管理 ② ブランド確立 (商品の特性・文化・ストーリーの付加価値化) ③ ブランド情報の共有システム構築 など <p>(3) 補助率：定額、1/2以内</p>	<p>重要市場*の商流維持・拡大対策事業 *：米国、EU・英国、シンガポール、台湾、香港、中国、カナダ等</p>  <p>重要市場における輸出商流の維持・拡大に向けて、事業者が日本製品の競争力強化を図るために行う取組を支援します。</p> <p>(1) 対象：輸出に取り組む全米輸*の会員等 *：P11を参照</p> <p>(2) 支援内容</p> <ul style="list-style-type: none"> <高付加価値化 (例)> 輸出先ニーズを踏まえた新商品の開発/テストマーケティング/小売等の独自基準認証の取得 など <コスト削減 (例)> 省人化のための機器導入/共同物流構築 など <販路拡大 (例)> 現地日系外食チェーン、小売店、EC等でのプロモーションやフェア/現地バイヤーや卸と連携した商談会への参加や主催 など <p>(3) 補助率：定額 (認証取得や機器の購入は1/2)、 上限：1案件あたり1,000万円</p>	<p>米・米加工品輸出拡大推進事業</p>  <p>海外需要の創出・開拓・定着を図るため、プロモーションによる販売力強化に向けた取組を支援します。</p> <p>(1) 対象：輸出事業者等 (KKP*に登録) *：P11を参照</p> <p>(2) 支援内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 現地消費者向けプロモーション ② 小売店やレストランへの個別プロモーション ③ 海外見本市への出展、商談会への参加 ④ 海外の需要動向を把握するための取組 など <p>(3) 補助率：定額、1/2以内</p>
<p>有機JAS認証、GAP等認証取得等支援事業</p>  <p>有機JAS認証及びGAP等認証の取得や商談等の実施等を支援します。</p> <p>・補助率 認証取得及び機械リース：1/2 商談及び商品開発：定額</p>	<p>米穀周年供給・需要拡大支援事業</p> <p>主食用の安定を図るため輸出向けの販売促進等の取組として、産地において、あらかじめ生産者が積立てを行い、実施する以下の取組を支援します。</p> <p>主食用米を海外向けに販売する際の商品開発、販売促進等の取組 ※補助率：定額、1/2</p>	<p>米・米加工品輸出拡大推進事業</p>  <p>海外需要の創出・開拓・定着を図るため、プロモーションによる販売力強化に向けた取組を支援します。</p> <p>(1) 対象：輸出事業者等 (KKP*に登録) *：P11を参照</p> <p>(2) 支援内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 現地消費者向けプロモーション ② 小売店やレストランへの個別プロモーション ③ 海外見本市への出展、商談会への参加 ④ 海外の需要動向を把握するための取組 など <p>(3) 補助率：定額、1/2以内</p>

輸出産地編



- 農業所得向上の取組テーマ別の支援を見つきたい方
- ※主な支援のみピックアップしています。

コストを下げる取組

機械・スマート農業による省力化	農地集積・集約化、大区画化、基盤整備	施設等の共同化や効率化
<p>生産力強化に向けた稲作経営モデル確立支援事業</p> <p>米の超低コスト生産の実現に向けた取組や、大規模化等に伴う労働力不足への対応策となる水稲直播栽培への挑戦を支援します。</p> <p>(1) 稲作の超低コスト生産確立事業のうち地域広がり支援タイプ</p> <p>稲作の大幅なコスト低減を目指すため、産地全体で取り組む経営分析・技術実証等の取組を支援します。</p> <p>① 農業者協働実証型 (上限1,000万円/実施主体)</p> <p>地域の関係者と連携する農業者が、大幅なコスト低減を目指して行うコスト分析や技術実証等の取組を支援</p> <p>② 地域モデル構築型 (上限3,000万円/実施主体)</p> <p>大幅なコスト低減を目指す産地に対して、地域計画等の単位で行うコスト分析や技術実証等の取組を支援</p> <p>(2) 水田直播栽培導入促進事業</p> <p>専用機器を導入することなく、試験的に播種作業等を外部委託するために必要な経費を支援します。</p>	<p>大区画化等加速化支援事業</p> <p>法人等の農業者が自ら行う畦畔除去等の簡易整備による農地の大区画化等の取組を支援します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 農地の区画拡大や省力化整備に係る基盤整備 (定額上限) <ul style="list-style-type: none"> 区画拡大 7万円/10a 畦畔除去 4万円/10a 暗渠排水 18万円/10a <p>※担い手に集約化 (面積集積) の場合、定額上限を1.2倍まで引上げ。 1 ha以上に大区画化する場合は、定額上限を1.32倍まで引上げ。</p>	<p>新基本計画実装・農業構造転換支援事業 (再編新事業)</p> <p>カントリーエレベーター等の共同利用施設の再編集約・合理化を支援します。</p> <p>① 産地負担を最大1/3まで低減</p> <p>② 活用例</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ カントリーエレベーターの機能向上 (輸出用米専用の調製施設を増強) ・ 精米施設の機能向上 (輸出用米専用の出荷施設を整備) <p>③ 撤去費も対象となり、複数年 (3年) の実施が可能</p>
<p>地域農業構造転換支援事業</p> <p>地域の中核となって農地を引受ける担い手の経営改善に必要な農業用機械・施設の導入を支援します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 補助率：3/10以内 ・ 補助上限額：個人 1,500万円以内 法人 3,000万円以内 ・ 対象となる農業用機械・施設 トラクター、田植機、コンバインなどの農業用機械 乾燥調製施設 (乾燥機等)、集出荷施設などの施設等 	<p>農地集約化促進事業</p> <p>地域計画の早期実現に向け、農地バンクを通じた貸借等により、農地の集約化等に取り組む地域を支援します。</p> <p>① 集約化加速タイプ</p> <p>農地バンクから転貸された団地面積に応じて地域に支援金を交付 (1.0万円～3.0万円/10a)</p> <p>なお、生産性向上に向けた大規模な農地の集約化や受け手不在農地を活用した誘致団地の創出に取り組む地域は5.0万円/10aを交付</p> <p>② 地域集約化実現タイプ</p> <p>農地の集約化を目指す目標地図が作成された地域において、目標地図に基づく集約化を実現するため、地域のまとまった農地を農地バンクに貸し付ける地域に支援金を交付 (2.0万円～2.6万円/10a)</p>	<p>共同利用施設の「新設」は、強い農業づくり総合支援交付金、産地生産基盤パワーアップ事業で支援が可能。</p> <p>輸出産地の生産基盤強化を図るため、スマート技術体系への包括的転換加速化総合対策事業 (スマ転) も活用し、「施設整備」と「営農高度化」で相乗効果の取組を推進しています。(P44)</p>

4

米加工品メーカー編

index

- 1. 米加工品の輸出の基礎知識
- 2. 成長別の輸出へのアプローチ
- 3. 支援メニュー

4-1 米加工品の輸出の基礎知識



最新情報をチェックしよう！ 米加工品の輸出の基礎知識

① まず、押さえる！米加工品の輸出の現在地

国内生産基盤への戦略的な参入が進む

企業が、農業と関わる目的や方法は様々あり、①安定調達を図るための関係構築、②協業を進めるための出資関係の構築、③自ら農業参入することが主な取組内容となっていますが、②や③が増加傾向となっています。

<関係性> 企業による農業との関わり方
浅い

・市場や卸売業者などを通じた食品の原材料の調達

①加工食品の原材料の供給元と需要先として、「安定生産」と「安定調達」を図るため関係構築

生産技術への助言、出荷の簡素化への協力等、本業から農業への「関与」の促進

②農業と本業との協業を進めるための「出資関係」の構築

効率的な流通の実現や外食における自主的な産地表示の促進、有機農産物の活用による付加価値向上等、食品流通や外食を含む幅広い連携の取組

③異業種の企業による農業への参入

深い

このゾーンの取組が増加傾向

冷凍食品をはじめとする米加工品の高い商品競争力に注目

他国産米にはない「解凍後でもおいしい」という日本産米の特長、優れた冷凍技術など我が国の「強み」を生かした、商品競争力のある米加工品の輸出拡大が期待される。

米加工品の例

冷凍寿司・シャリ玉

- ・調理の簡便さから寿司職人が不足する中でも提供可能
- ・冷凍技術の向上により品質も高く、手軽で本格的な日本食として需要が見込まれる



冷凍加工米飯、冷凍弁当

- ・大手は日本食の普及に伴い多様化するニーズに対応
- ・米国の巨大冷凍食品市場では、冷凍加工米飯に韓国産（冷凍キンパ等）が積極進出
- ・弁当は、外食中心で健康志向を有する消費者に対して栄養バランスの取れた日本食の強みを生かせる



米粉

- ・グルテンフリーで、パン・麺など多様な用途に活用可能
- ・小麦粉と比べ、低吸油のため日本食の有するヘルシーなイメージともマッチ

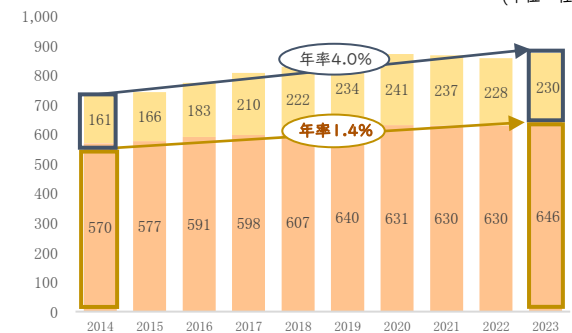


海外現地法人の設立・拡大

海外の市場開拓や生産体制構築を主目的として、食料品製造業や飲食・外食業では過去10年間で海外展開が進展しており、同期間、農林水産物・食品の輸出も大きく拡大しています。投資目的は、海外生産ネットワーク、現地市場の開拓、情報収集等、海外需要の取り込みに向けた積極的な理由の割合が多くなっています。

過去10年間の現地法人数

(単位：社)



出典：「海外進出企業総覧」（東洋経済新報社）各年号を集計
海外進出企業総覧(国別編) 2024年版

投資目的

食料品

- 1位：海外生産ネットワーク構築・活用 (31.4%)
- 2位：現地市場の開拓 (30.1%)
- 3位：第三国への輸出、労働力の確保・利用 (7.4%)

飲食・外食

- 1位：現地市場の開拓 (46.2%)
- 2位：労働力の確保・利用 (13.6%)
- 3位：情報収集 (13.0%)

出典：海外進出企業総覧(国別編) 2024年版-業種別にみた投資目的
注：日本企業による出資比率の合計が10%以上の現地法人を対象。複数回答あり。業種毎の合計回答数を100とした場合の構成比。

4-1 米加工品の輸出の基礎知識



最新情報をチェックしよう！

米加工品の輸出の基礎知識

② 次に、米加工品の輸出の課題や対策を深掘り

輸出の課題

- ・食品加工事業者は、中小企業が多いため、単独で各国の規制調査・海外でのマーケティング・商流構築等の取組はハードルが高い
- ・国、品目、製品ごとの規制・基準の対応や国内向けと別の製造ライン施設が必要な場合も多い
- ・日本国内よりも長い賞味期限を求められるため、代替添加物による新たな商品製造が求められる

加工食品の強み

- ・生鮮食品に比べて検疫上のハードルが下がるため、輸出を禁止されるケースが少ない
- ・季節変動が少なく、周年輸出が容易
- ・日本の高度な技術により、輸出先国・地域の嗜好、生活スタイル等に合わせた付加価値を付けることが可能

メーカーで求められる主な規制対応

- ・施設認定、登録
- ・混合食品
- ・食品添加物
- ・表示
- ・容器、包材
- ・ハラール、コーシャ など

国が後押し

個社では対応が困難な協調領域の課題に対処する取組を中心に強化

海外食品添加物規制早見表をWebサイトで公開

着色料、乳化剤、甘味料、調味料、保存料、酸味料、酸化防止剤、増粘安定剤について、主な輸出先10の国・地域（米国、EU（英国含む）、中国、タイ、香港、豪州、台湾、韓国、シンガポール、ベトナム）の規制に対応した食品添加物の代替利用に役立つ早見表



（一般財団法人 食品産業センターWebサイト）

複数の食品製造事業者向け加工食品クラスター事業

（補助事業）

食品製造業者等が連携して、輸出拡大に向けた活動をするために必要な費用を支援

- ・共同での海外プロモーション
- ・共同輸送
- ・ブランドの確立
- ・海外規制情報の収集等



輸出の課題解決に向けてGFP加工食品部会を開催

※参加は、GFP登録が必須

加工食品の輸出取組に参考となるセミナー、合同相談会等を開催

- （例）
- ・マーケティングセミナー
 - ・添加物、賞味期限対応勉強会
 - ・輸出先国別輸出塾 など



国際認証等の取得や輸出向け生産に必要な施設設備の支援

（補助事業）

- ・国際的に通用する認証等の新規取得を支援
- ・輸出先国等の規制・条件に対応した施設の新設及び改修、機器の整備を支援

認証取得の詳細はこちら



施設整備事業の詳細はこちら





最新情報をチェックしよう /
輸出の供給体制の基礎知識

③ さらに、成長別のチェック事項で、自社の現在地を確認！

以下の質問にチェックを入れ、一番チェックが多いステージが現在の成長ステージになります。

- 売りたい国が決まっていない
- 規制対応等が出来ておらず、すぐに輸出できない
- 取引先の商社・パートナーが見つからない
- テスト販売や展示会に挑戦できていない
- 現地での販売イメージがついていない
- スポット取引が多い



初期ステージ

間接輸出の場合は、初期ステージの取組は省略できます。

- 海外市場を学び、自社の輸出計画・目標を決める
 - 取引先、パートナーを見つける
 - テスト販売・展示会出展にチャレンジする
- ※（参考目安）試験的に輸出している段階 →P10

- 継続的な取引が続いている
- 注文量が増えていない
- 注文量の増加に対応するための施設整備ができていない
- 資金調達ができていない
- 輸出専任のスタッフが確保できていない
- 一部直接輸出になりつつある



発展期ステージ

- 継続輸出に繋げるための交渉・アプローチを続ける
- 最適な輸出量・価格・物流ルートを確立する
- 規模拡大に伴う整備等を計画的に進める

※（参考目安）継続的に売れている段階 →P10

- 継続的な取引ができ、輸出額が増加している
- 施設整備が進められている
- 新たな国・地域への販路拡大を目指す
- 輸出専任のスタッフが確保できている
- 担い手等の人材の確保の取組を強化している
- 直接輸出に切り替えができつつある



拡大期ステージ

- 大ロット販路の拡大
- 施設整備
- 担い手等の育成の強化

※（参考目安）海外が事業の柱になっている段階 →P10

4-2 成長別の輸出へのアプローチ

米加工品メーカー



3 成長別ステージ

※貿易取引については、P10を再度確認！



初期ステージ



発展ステージ



拡大期ステージ

市場開拓フェーズ

(1) 貿易取引の構造 (例)

契約	商社・輸出事業者
輸送	商社・輸出事業者
決済	海外卸・海外バイヤー

(2) 自社が取り組むこと (例)

- 小ロット、試験販売
- 国内仕様の流用
- 採算と市場反応を確認
- 社内に最低限の輸出担当を置く

量産・定着フェーズ

(1) 貿易取引の構造 (例)

契約	自社・商社・輸出事業者
輸送	商社・輸出事業者
決済	海外卸、現地法人 (小売・外食)

(2) 自社が取り組むこと (例)

- 輸出専用規格を整備
- 継続取引・計画生産
- 原価と利益を管理
- 品質管理を強化 (国際認証の準備)
- 海外卸等との定期的なコミュニケーション

海外事業確立フェーズ

(1) 貿易取引の構造 (例)

契約	自社
輸送	自社・現地法人、商社・輸出事業者
決済	海外卸、現地法人 (小売・外食)

(2) 自社が取り組むこと (例)

- 市場別に商品展開
- 高付加価値化
- 国際認証の取得
- 現地法人等を設立

1 米加工品メーカーの役割とは？

輸出先に適した商品開発と品質管理を担います。
また、商社や行政と連携しつつ、日本産米の価値を発信し、輸出体制を調整する役割を持ちます。

2 先行例からみえている課題

- ・ 中小企業が多いため、単独で各国の規制調査・海外でのマーケティング・商流構築等の取組が難しい
- ・ 国、品目、製品ごとの規制・基準の対応や国内向けと別の製造ライン施設が必要な場合も多い
- ・ 日本国内よりも長い賞味期限を求められるため、代替添加物による新たな商品製造が求められる

4-2 成長別の輸出へのアプローチ



最新情報をチェックしよう

米加工品メーカーに求められる主な規制対応

製造等企業登録

中国へ食品を輸出する場合は、製造等企業登録を行うことが必要

混合食品（チャーハンなど）

EUへの輸出では、動物由来の原料が含まれる混合食品の場合、その原料がEU基準を満たしていることが必要

表示

国ごとに栄養成分等の表示ルールが異なることから、内容を確認の上、ラベルを印字又は添付する必要

(参考) ハラール認証、コーシャ認証

原材料、加工方法、包装、貯蔵、物流、陳列等サプライチェーンを通じた対応が必要

食品添加物

国ごとに使用可能な食品添加物が異なることから、使用できない添加物を使用している場合は、代替添加物に変更し商品を製造することが必要

(パックご飯)

製造工場がFDA（米国食品医薬品局）に登録されていることが必要。

- ① pH調整剤を添加している無菌包装米飯は、「酸化性食品」として米国FDAの登録実績あり
- ② 無添加の無菌包装米飯は、「低酸性缶詰食品」というカテゴリーに該当し、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

容器、包材

国ごとに包装容器の品質規格・条件が異なることから内容を確認の上、認められた容器・包材を使用する必要
直近では、EUの容器・包材規制やプラスチック削減条約への対応が重要

Word 解説 | ハラール認証とは、イスラム法の定める適正な方法で処理・加工された合法的な食品であることを証明するものです。
コーシャ認証とは、旧約聖書に基づくユダヤ教の食事規定のことであり、食べて良いものと食べてはいけないものを厳格に区別しています。



求めている支援メニューにアクセスしやすいように以下の3つに分けて整理しています。

Access 1

やりたいことに使える支援を探したい方

加工品メーカーの方からよく聞かれるものをピックアップしました！

→P55

Access 2

成長ステージ別の支援を知りたい方

輸出の準備段階から拡大フェーズまで、今直面している課題に応じて必要な支援を探せます！

→P58

Access 3

取り組みたいテーマ別の支援を見つけたい方

取り組みたいテーマから、適した支援メニューを効率的に見つけられます！

→P64

※事業の詳細（事業内容、要件、対象経費、公募スケジュール等）は、必ず二次元コード等でご確認ください。

- 参考 - 全体像を知りたい方

輸出に関する支援メニューがふかんでき、まずはどんな支援があるのかを知りたい方にオススメです！

農林水産物・食品の輸出の促進
に関する予算



支援策ガイドブック



農林水産物・食品輸出支援策ガイド



経済産業省の海外展開支援関連事業
(中堅・中小企業海外展開/農林水産物・食品輸出)



農業経営支援策活用
カタログ2026



やりたいことに使える支援を探したい方

※主な支援のみピックアップしています。



Pick Up 1 設備を整備したい

パックご飯の製造工場/衛生管理設備など

輸出向け商品の製造をしたい方、生産能力を拡大したい方、輸出に対応した設備を整備したい方など

	食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備事業	新基本計画実装・農業構造転換支援事業 <small>※共同利用施設の再編集集約・合理化</small>	強い農業づくり交付金 <small>※産地基幹施設整備タイプ ※重点枠のうち農産物の輸出の推進 ※食料システム構築支援タイプ</small>	産地生産基盤 パワーアップ事業 <small>※収益性向上対策 ※新市場対応に向けた拠点事業者の育成及び連携産地の体制強化支援</small>	大規模輸出産地モデル 形成等支援事業
対象整備別	<p>対象者 食品製造・加工事業者、流通事業者など（法人格を有する事業者）</p> <p>ポイント 輸出先国の規制への対応</p> <p>主な採択要件 「輸出事業計画」の認定等</p> <p>※単独メーカーで使える ※施設の整備も補助対象</p>	<p>対象者 農業者団体、民間事業者、食品事業者等</p> <p>ポイント 食料安全保障（国内生産拡大）に寄与する取組やスマート農業の導入</p> <p>主な採択要件 成果目標の基準を満たしていること等</p>	<p>対象者 農業者団体、民間事業者、食品事業者等</p> <p>ポイント 産地の共同利用施設の整備 大規模施設向けに活用</p> <p>主な採択要件 成果目標の策定や産地の基幹的な施設等</p>	<p>対象者 農業者、農業者団体、民間事業者、食品事業者等</p> <p>ポイント 産地全体の競争力強化 ソフト・ハード両方対象</p> <p>主な採択要件 成果目標の基準を満たしていること等</p>	<p>対象者 産地形成を目指す団体等（生産者、農協、集荷業者などの連携体）</p> <p>ポイント 産地の生産基盤の強化</p> <p>主な採択要件 「輸出事業計画」の策定等</p>
	1/2以内	1/2以内等 上限20億円/年	1/2以内等 上限20億円/年	1/2以内等 上限20億円/年	定額
製造設備 <small>(例：米菓製造設備、炊飯加工設備)</small>	○ <small>(規制対応上必要な整備の場合)</small>	○ <small>(施設基準を満たす場合)</small>	○ <small>(施設基準を満たす場合)</small>	○ <small>(施設基準を満たす場合)</small>	△ <small>(事業実施期間中のリースの場合)</small>
包装・加工設備 <small>(例：真空包装機、自動包装機、小分け整備)</small>	○ <small>(規制対応上必要な整備の場合)</small>	○ <small>(施設基準を満たす場合)</small>	○ <small>(施設基準を満たす場合)</small>	○ <small>(施設基準を満たす場合)</small>	△ <small>(事業実施期間中のリースの場合)</small>
保管・物流設備 <small>(例：冷凍庫、冷蔵庫、保管庫、出荷設備)</small>	○ <small>(規制対応上必要な整備の場合)</small>	○ <small>(施設基準を満たす場合)</small>	○ <small>(施設基準を満たす場合)</small>	○ <small>(施設基準を満たす場合)</small>	△ <small>(事業実施期間中のリースの場合)</small>
衛生・品質管理設備 <small>(例：衛生設備、異物除去設備)</small>	○ <small>(規制対応上必要な整備の場合)</small>	○ <small>(施設基準を満たす場合)</small>	○ <small>(施設基準を満たす場合)</small>	○ <small>(施設基準を満たす場合)</small>	△ <small>(事業実施期間中のリースの場合)</small>

やりたいことに使える支援を探したい方







※主な支援のみピックアップしています。



Pick Up 2 売り先を探したい

出展費/渡航費/バイヤー紹介/通訳費 など

輸出に関心がある方、海外販路を開拓したい方、商談機会を探している方など

販路開拓方法別	支援メニュー		
商談機会の提供	<ul style="list-style-type: none"> 海外の見本市・展示会への出展支援 ジェトロが主催・参加する見本市・展示会のジャパン・パビリオンへの出展サポート（有料） <p>問合せ先：ジェトロ各国内事務所</p> 	<ul style="list-style-type: none"> 海外バイヤー招へい・商談会の実施 <ol style="list-style-type: none"> ①商談会の開催 ②商談の成功に向けたサポート ③オンライン商談会 ④国内の輸出商社との商談会の開催 <p>問合せ先：ジェトロ各国内事務所</p> 	<ul style="list-style-type: none"> 米・米加工品輸出拡大推進事業 KKP*に登録しており、個社の強みを活かした見本市・商談会の参加経費等 <p>*：P11を参照</p> <p>(例) 現地消費者向けプロモーション 小売店やレストランへの個別プロモーション 海外見本市への出展、商談会への参加 海外の需要動向を把握するための取組 など</p> <p>対象者：KKP*に登録している者 公募時期：事業実施主体が別に定める</p> <p>補助率：定額、1/2以内</p> <p>問合せ先：農林水産省</p> 
展示会			
市場情報の提供や調査、テスト輸出	<ul style="list-style-type: none"> 海外コーディネーターによる輸出相談サービス <p>支援内容：海外在住の専門家による現地の最新情報についての情報提供（Eメール相談、ブリーフィング）を無料実施 など</p> <p>お問合せ先：ジェトロ各国内事務所</p> 	<ul style="list-style-type: none"> 重要市場*商流維持・拡大対策事業 <p>※単独メーカーで使いやすい</p> <p>*：米国、EU・英国、シンガポール、台湾、香港、中国、カナダ等</p> <p>対象：輸出に取り組む全米輸*の会員等 *：P11を参照</p> <p>支援内容：テスト販売/商品改良 など</p> <p>補助率：定額、1/2以内</p> 	<ul style="list-style-type: none"> 食品関連事業者の海外展開に向けた投資可能性調査緊急支援事業 <p>対象者：外食事業者、食品メーカー、物流事業者などの民間事業者</p> <p>支援内容：海外現地での投資可能性調査に係る経費（市場調査/調査委託費/調査旅費/人件費等）</p> <p>補助率：1/2以内</p> 

やりたいことに使える支援を探したい方

※主な支援のみピックアップしています。



Pick Up 3 輸出対応を進めたい

海上運賃/国内輸送費/港湾費用/保管費 など

テスト輸出したい方、商談が進んでいる方、輸出量を増やしたい方など

対象経費別	支援メニュー																										
輸送・物流支援 (例：輸送費、サンプル輸送、共同輸送) P37でも詳しく紹介	・輸出物流構築事業 対象： 米加工品メーカー、輸出事業者、商社、物流事業者（連携）等 ※連携が必要 支援内容： 混載輸送構築/コンテナ輸送実証/物流ルート開発/保冷輸送支援 など ※補助率：定額 <table border="1"> <tr> <td>海外輸送費</td> <td>△</td> <td>実証経費</td> <td>○</td> </tr> <tr> <td>国内輸送費</td> <td>△</td> <td>保管費</td> <td>△</td> </tr> </table>	海外輸送費	△	実証経費	○	国内輸送費	△	保管費	△	・重要市場*商流維持・拡大対策事業 ※単独メーカーで使いやすい *：米国、EU・英国、シンガポール、台湾、香港、中国、カナダ等 対象： 輸出に取り組む全米輸*の会員等 *：P11を参照 支援内容： 商流維持/テスト販売/商品改良/輸送支援 ※補助率：定額、1/2以内 <table border="1"> <tr> <td>海外輸送費</td> <td>△</td> <td>実証経費</td> <td>○</td> </tr> <tr> <td>国内輸送費</td> <td>△</td> <td>保管費</td> <td>△</td> </tr> </table>	海外輸送費	△	実証経費	○	国内輸送費	△	保管費	△	・サプライチェーン連結強化プロジェクト事業 対象： 生産者、米加工品メーカー、商社、物流会社等で構成されるコンソーシアム 支援内容： 供給力強化/物流効率化/現地テスト販売等の課題解決 ※補助率：原則1/2以内 <table border="1"> <tr> <td>海外輸送費</td> <td>△</td> <td>実証経費</td> <td>○</td> </tr> <tr> <td>国内輸送費</td> <td>△</td> <td>保管費</td> <td>△</td> </tr> </table>	海外輸送費	△	実証経費	○	国内輸送費	△	保管費	△
海外輸送費	△	実証経費	○																								
国内輸送費	△	保管費	△																								
海外輸送費	△	実証経費	○																								
国内輸送費	△	保管費	△																								
海外輸送費	△	実証経費	○																								
国内輸送費	△	保管費	△																								
規制・制度対応 (例：成分検査、証明書取得)	・輸出先国規制対応支援事業 対象： 米加工品メーカー、輸出事業者、団体・コンソーシアム 支援内容： 輸出施設認定/規制等の理解向上のための講習会の実施/輸出先国検査官の招へい/輸出前検査/適合宣言書作成等 ※補助率：定額、1/2以内 	・米・米加工品輸出拡大推進事業 対象： 米加工品メーカー、商社、団体等 支援内容： 輸出先国規制対応/国際認証取得/制度適合対応/市場参入対応等 品目： 米・米加工品のみ ※補助率：定額、1/2以内 	(参考) 施設整備 ・食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備事業 対象： 米加工品メーカー等 支援内容： 輸出先国等の求める基準・条件等の規制に対応するための施設整備・設備導入 ※補助率：1/2以内 P35でも詳しく紹介 																								
認証制度 (例：国際認証取得、HACCP)	・輸出先国規制対応支援事業 対象： 米加工品メーカー、輸出事業者、団体・コンソーシアム 支援内容： 国際認証取得 ※補助率：1/2以内 	・食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備事業 対象： 米加工品メーカー等 支援内容： 輸出先国等の求める基準・条件等の規制に対応するための施設整備/記録システム導入/検査設備導入等 ※補助率：1/2以内 	・重要市場*商流維持・拡大対策事業 *：米国、EU・英国、シンガポール、台湾、香港、中国、カナダ等 対象： 輸出に取り組む全米輸*の会員等 *：P11を参照 支援内容： 認証取得 など ※補助率：定額、1/2以内 																								

成長ステージ別の支援を知りたい方

※主な支援のみピックアップしています。



初期ステージ

(試験的に輸出している段階)

1st 販路先の模索

継続的に取引できる海外バイヤーや販売チャネルを見つける



取組例
マッチングの強化や販路開拓に向けた情報収集

オススメ

農林水産物・食品輸出プロジェクト (GFP)

無料 サービス内容
輸出診断/会員向けコンテンツの提供/交流会・セミナーの開催/情報発信等



取組例
現地での競争商品や商習慣の情報収集

オススメ

海外コーディネーターによる輸出相談サービス

無料 海外在住の専門家による現地の最新事情についての情報提供 (Eメール相談・ブリーフィング) を無料で行います。

ジェトロ



2nd

ニーズに合う商品づくり

海外で求められている商品の仕様を見つける

取組例
市場リサーチやテストマーケティングの実施

オススメ

米・米加工品輸出拡大推進事業

KKP*に登録しており、市場リサーチからテストマーケティングに至る初期活動に必要な経費
※補助率：定額、1/2以内 *：P11を参照

ソフト事業



取組例
各社の状況に応じたハンズオン支援

オススメ

農林水産・食品分野の輸出専門家 (プロモーター) による個別支援サービス

海外向けの商品開発・改良、ブランディング、プロモーションにかかるアドバイス等



3rd

輸出体制の基礎づくり

継続輸出できる最低限の体制を整える

取組例
テスト輸出に向けた物流実証を検討

オススメ

輸出物流構築事業

物流実証にかかる経費 (国内輸送経費も含む)、設備・機器リース導入、輸出拠点施設利用経費等
※補助率：定額、3/10以内 (HACCP等対応機器の場合1/2以内)
※補助金の上限1事業主体あたり40百万円

ソフト事業



取組例
輸出先国の品質基準に対応する機器導入の検討

オススメ

新事業進出・ものづくり商業サービス補助金 (グローバル枠)

機械装置・システム構築費、専門家経費、外注費、海外旅費等
※補助率：2/3
※設備導入は、国内に限ります。

経産省



成長ステージ別の支援を知りたい方

※主な支援のみピックアップしています。



発展ステージ

(継続的に売れている段階)

1st 販路拡大・安定化

輸出量と売上を継続的に拡大させる



取組例
現地の小売店でのプロモーションやフェアを検討

オススメ

加工食品輸出先国多角化等支援事業

(加工食品クラスター事業)

複数の食品製造事業者が連携して実施する海外でのプロモーションやテストマーケティングの費用等
※補助率：定額

ソフト事業



取組例
現地見本市や商談会への参加を検討

オススメ

米・米加工品輸出拡大推進事業

KKP*に登録しており、個社の強みを活かした海外見本市への出展・商談会への参加経費等
※補助率：定額、1/2以内

*：P11を参照

ソフト事業



2nd

輸出向け 生産・品質体制強化

安定供給できる体制を本格化させる



取組例
輸出先国の規制等に対応した施設整備を検討

オススメ

食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備事業

輸出先国等の求める基準・条件等の規制に対応するため、製造・加工・流通等の施設の新設（掛かり増し経費）及び改修、機器の整備等
補助率：1/2以内

ハード事業



取組例
国際的に通用する認証の取得を目指す

オススメ

輸出先国規制対応支援事業

国際的に通用する認証等の新規取得、輸出先国の要件に適合する施設の認定等
※補助率：1/2以内

ソフト事業



3rd

付加価値向上の取組

価値で売れる商品づくり



取組例
米粉の特徴を活かした商品開発を検討

オススメ

米粉商品開発等に対する支援

米粉の特徴を活かした商品の開発、米粉・米粉製品の製造等に必要の機械の開発、導入、米粉を原料とする商品の広告宣伝、新商品の上市後3ヶ月間の原材料（米粉）費用等 ※補助率：1/2等

ソフト事業



取組例
商品の開発、改良に向けた設備導入を検討

オススメ

新事業進出・ものづくり・商業サービス補助金（革新的新製品・サービス枠）

機械装置・システム構築費、専門家経費、外注費等
※補助率：1/2～2/3

経産省





拡大期ステージ

(海外が事業の柱になっている段階)

成長ステージ別の支援を知りたい方

※主な支援のみピックアップしています。

1st 海外市場の深化

主要市場でのシェアを拡大させる



取組例
認知を高めるためのブランディングを検討

オススメ

米・米加工品輸出拡大推進事業

KKP*に登録しており、商流の多角化を意識したプロモーション、販売基盤を強化するための取組、ブランディングによる販売力強化等の経費 *：P11を参照

※補助率：定額、1/2以内

ソフト事業



取組例
取引先の招へいによる信頼関係の強化を目指す

オススメ

サプライチェーン連結強化プロジェクト事業

具体的な方策を含めたプロジェクト計画づくりの取組、サプライチェーンの課題解決に向けた実証の取組

※補助率：原則1/2以内

ソフト事業



2nd

輸出供給力の強化

海外需要に対応できる安定供給体制を確立



取組例
米粉の専用ラインの施設整備を検討

オススメ

米粉製品製造能力強化等に対する支援

製造設備や機械導入や建屋（建屋は、米粉が主原料で小麦グルテンを含まない取組に限る。）

※補助率：1/2

ハード事業



取組例
物流の効率化を目指す

オススメ

サプライチェーン連結強化プロジェクト事業

具体的な方策を含めたプロジェクト計画づくりの取組、サプライチェーンの課題解決に向けた実証の取組

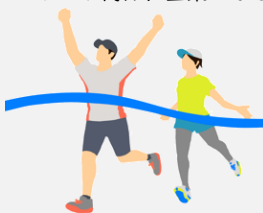
※補助率：原則1/2以内

ソフト事業



3rd ブランドの確立

海外市場で認知されるブランド商品、企業になる



取組例
ブランド力強化のためのプロモーションを実施

オススメ

米・米加工品輸出拡大推進事業

KKP*に登録しており、商流の多角化を意識したプロモーション、販売基盤を強化するための取組、ブランディングによる販売力強化等の経費 *：P11を参照

※補助率：定額、1/2以内

ソフト事業



取組例
高付加価値商品の開発・改良を検討

オススメ

新事業進出・ものづくり商業サービス補助金（革新的新製品・サービス枠）

機械装置・システム構築費、専門家経費、外注費等

※補助率：1/2～2/3

経産省





経営の環境整備に向けた資金調達・税制の情報を確認しましょう！

※主なもののみピックアップしています。

1 農林水産物・食品輸出基盤強化資金

輸出事業計画に従い、国内で生産された農林水産物又は食品の輸出のための取組を行う事業者向けの融資制度です。

- ・輸出事業計画の認定を受けていること
- ・対象用途：輸出用施設（加工・保管・荷捌き場など）の建物、機械購入、輸出試作品の製造費用などの長期運用資金
- ・融資期間：25年以内（うち据置期間3年以内）
- ・融資限度額：負担額の80%以内



（窓口）日本政策金融公庫

2 海外サプライチェーン構築を 図る認定輸出事業者への金融支援事業

（株）日本政策金融公庫から農林水産物・食品輸出基盤強化資金（海外においてサプライチェーンを構築するための施設整備等に要する資金）の融資を受けた事業者に対し、当該融資の金利負担を軽減します。

- ・農林水産物・食品輸出基盤強化資金の融資を受けて、海外で認定輸出事業計画に基づく施設整備等を行う
- ・助成内容：最大2%、最長5年間、融資枠上限20億円（1件あたり上限5億円）



3 海外展開・事業再編資金（中小企業事業）

経済の構造的変化などに適応するために海外の地域における事業の開始、海外展開事業の再編などに取り組んでいる中小企業を支援するための融資制度です。

次のいずれかに該当すること

- ・経済の構造的変化などに適応するために海外展開することが経営上必要で一定の要件に該当すること
- ・海外ににおける経済の構造的変化などに適応するために一定の要件に該当すること
- ・海外直接投資に係る海外展開事業の業況悪化などにより国内における事業活動が影響を受けていること



（窓口）日本政策金融公庫

4 海外展開・事業再編資金（国民生活事業）

経済の構造的変化等に適応するために海外の地域における事業の開始、海外展開事業の再編などに取り組んでいる事業者を支援するための融資制度です。

次のに該当すること

- ・経済の構造的変化などに適応するために海外展開することが経営上必要であって、一定の要件に該当すること

（窓口）日本政策金融公庫





経営の環境整備に向けた資金調達・税制の情報を確認しましょう！

※主なもののみピックアップしています。

5 海外展開・事業再編資金（クロスボーダーローン）

経済の構造的変化等に適応するために中小企業者等（国内親会社）と共同で経営力向上や経営革新、地域経済の活性化等に取り組む海外現地法人向けの融資制度です。

次のいずれかの計画の承認又は認定を受けていること

- ・経営革新計画
 - ・経営力向上計画
 - ・地域経済牽引事業計画
- ※利用いただける国・地域は限られています



（窓口）日本政策金融公庫

6 スタンドバイ・クレジット制度

中小企業者の海外現地法人等が日本政策金融公庫と提携する金融機関から現地流通通貨建て長期資金の借入を行う際、その債務を保証するために日本政策金融公庫がスタンドバイ・クレジット（信用状）を発行することで、海外での円滑な資金調達を支援する制度です。

次のいずれかの計画の承認または認定を受けていること

地域産業資源活用事業計画/農商工等連携事業計画/
事業再編計画/事業参入計画/流通合理化事業活動計画/
輸出事業計画/地域経済牽引事業計画 など

※利用いただける国・地域は限られています

（窓口）日本政策金融公庫



7 税制上の優遇措置 輸出事業用資産の割増償却

輸出事業計画の認定を受けた事業者が、輸出用の施設などを取得した場合、法人税・所得税の特例措置（割増償却）を受けられます。

- ・対象資産：機械・装置、建物、その附属設備など
- ・割増償却率：機械・装置は30%、建物・附属施設
・構築物は35%を通常の減価償却費に上乗せ可能
- ・適用期間：資産の供用開始から5年間



8 食品等持続的供給促進資金（V資金、V' 資金）

輸出に向けた産地との契約取引や物流拠点の整備等、食料システム法の安定取引関係確立事業活動計画等の認定を受けた中小企業者が行う事業活動を支援するための融資制度です。

- ・要件：安定取引関係確立事業活動計画等の認定を受けていること及び事業実施後5年以内に地域の農林水産物の取扱量が概ね20%以上（V資金の場合）増加すること等
- ・対象用途：農林漁業者と食品等事業者が共同して利用する施設の整備等（V資金のみ）、食品等の製造、加工、流通又は販売に必要な施設の整備等、農林漁業者等への出資、長期運転資金
- ・融資期間：25年以内（うち据置期間3年以内）
- ・融資限度額：負担額の80%以内



（V資金）



（V' 資金）

（窓口）日本政策金融公庫



米加工品メーカーの方々とのヒアリングでは、需要があるものの「原材料（米）」の確保に苦戦されている話をよく聞きます。今後、生産現場では担い手が減り、生産量の減少も想定される状況です。代替できない「原材料（米）」を確保したい場合、これまで以上に原材料までのアプローチが自社で求められます。生産現場への支援や生産者との関係性構築などについて紹介します。

<ヒアリングを通じて見えてきた「原材料（米）」の確保ができたアプローチ（例）>

アプローチ

1

安定調達を図るための関係構築



生産現場に定期的に足を運ぶ

- ・定期的な意見交換会を開催
- ・実需者を随行した現地視察
- ・自社の社員が農業体験を実施

生産現場への支援を理解する

- ・生産者に対する交付金等について理解し、交付金を活用した生産を促す
- × 交付金があるとの理由で、価格を下げる交渉は多くの場合、関係構築は難しい。



これらの米を生産した場合

- ・新市場開拓用米
- ・加工用米
- ・米粉用米 等

生産者に対する支援メニュー例

○ 水田活用の直接支払交付金

- ・戦略作物助成
- 水田を活用して、加工用米、米粉用米等を生産する農業者を支援



○ コメ新市場開拓等促進事業

- 実需者との結び付きのもと、新市場開拓用米（例：輸出用米）、加工用米、米粉用米、酒造好適米の生産性向上等に取り組む農業者を支援



アプローチ

2

協業を進めるための出資関係の構築

事例 KM（株）【食品加工】

- ・持続可能な米の調達等を目的に、地元農家との共同出資により、合同会社N（農業法人）を設立。
- ・初年度となる2025年は、約28haでの米の栽培を計画し、今後、米の消費量拡大にも取り組む。

アプローチ

3

自ら農業参入

事例 アイリスグループ【食品加工等】

- ・2026年から農家の高齢化や担い手不足の課題を解決するため、農業へ参入。
- ・農地リース形式で農地を借り受け、グループ従業員が農業の担い手となる。
- ・生産した米を自社グループ内で加工・販売できるため、需要に応じた精米・出荷が可能。



国内生産基盤への戦略的な参入の観点から、アプローチ②や③が増加傾向

取り組みたいテーマ別の支援 を見つきたい方

※主な支援のみピックアップしています。



テーマ① 生産基盤強化

原材料の確保が不安定のため、自社で農業にチャレンジしたい

支援メニュー例

食品関連事業者*が農業参入する際のサポート

*食品関連事業者：外食事業者、食品メーカー、物流事業者などの民間事業者



地域資源を活用した取組をするための施設や拠点を作りたい

支援メニュー例

農山漁村振興交付金のうち 地域資源活用価値創出対策 (定住促進・交流対策型/産業支援型)

農山漁村の自立及び維持発展に向けて、多様な地域資源を活用しつつ、農山漁村における定住・交流の促進、農林漁業者の所得向上や雇用の増大を図るために必要となる農林水産物加工・販売施設、地域間交流拠点等の整備を支援します。

※補助率：3/10、1/2以内

ハード事業



原料産地に対して生産で必要となる機械などのサポートをしたい

支援メニュー例

産地連携支援緊急対策事業

食品製造事業者等が産地と連携計画（産地連携計画）*を策定した場合、以下の取組を支援しています。

- ・産地を支援する取組
（食品製造事業者から産地に農業機械・資材を貸与、提供する等）
- ・産地との連携する取組
（国産原材料の取扱量増加に伴う機械設備の導入等）

※補助率：1/2 上限：2億円/下限：100万円

（耳寄り情報）

産地連携フォーラムでは、事業者や生産者等の産地連携を推進するための情報発信やセミナー等の各種サービスを提供しています。

産地連携
フォーラム 登録

ソフト事業



テーマ② 物流実証、サプライチェーンの強化

地方港を積極的に活用した物流網を構築したい

支援メニュー例

輸出物流構築事業

安定的に輸出し、国内の生産基盤の維持を図るため、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、基幹ルートの機能強化や地方港湾等の活用促進など効率的な輸出物流の構築を支援します。

- ・輸出物流構築に向けた実証事業
- ・輸出物流構築に必要な設備・機械導入、施設利用等

※補助率：定額、3/10以内（HACCP等対応機器の場合1/2以内）

ソフト事業



生産から販売までのサプライチェーンを強化したい

支援メニュー例

サプライチェーン連結強化プロジェクト事業

国内の生産事業者と海外の現地販売事業者、両者を繋ぐ国内外の商社等で構成されるコンソーシアムが行う、生産から現地販売までの一貫通貫した戦略的なサプライチェーンの構築に向けた取組を支援します。

- ・具体的な方策を含めたプロジェクト計画づくりの取組
- ・サプライチェーンの課題解決に向けた実証の取組
（生産・出荷段階、流通段階、販売段階）

※補助率：原則1/2以内

ソフト事業



取り組みたいテーマ別の支援を見つけたい方

※主な支援のみピックアップしています。



テーマ③

海外仕様の商品開発、新しい事業で必要となる設備や情報、海外拠点整備に向けた準備

国内仕様ではなく、海外の規制等に適合した商品を作りたい

支援メニュー例

- ・インバウンド起点による日本産食品の輸出拡大支援モデル事業
- ・インバウンド起点による日本産食品の輸出拡大緊急支援モデル事業

インバウンドから人気のある日本産食品を海外の規制等に適合させ、ソフト事業
シームレスに輸出できるよう対応すべき課題*の解決に向け、
他企業にも応用可能なモデル的取組を支援します。

*対応すべき課題：多言語表示、添加物規制、ハラールやヴィーガンなどの認証取得

(支援内容)

- ・多様なニーズへの対応（多言語表示、国際認証の取得など）
 - ・国内向け食品の海外仕様化（海外の添加物規制等に適合させるための成分変更など）
 - ・上記取組の実施後、国内外の消費者に対するテスト販売等
- ※補助率：1/2以内

ソフト事業
(令和8年度当初予算)



(令和7年度補正予算)



フードテックを活用した事業を海外で展開したい

支援メニュー例

日本発フードテックの海外展開支援事業

フードテックを活用した農林水産・食品関連企業やスタートアップ等の海外展開の加速化を図るため、国内企業を対象に海外フードテック関係者とのネットワーク構築、海外販路開拓や海外からの投資を促進するための取組を支援します。

- ・具体的な支援やイベント開催等の取組は、フードテック官民協議会の会員に向けたお知らせで周知。本事業への参加を希望する場合は、フードテック官民協議会に入会登録が必要です。

ソフト事業



入会申込
フォーム

新しい事業に挑戦する際に必要となる機械等を整備したい

支援メニュー例

新事業進出・ものづくり商業サービス補助金 (新事業進出枠)

経産省

中小企業等が行う、既存事業とは異なる新市場・高付加価値事業への進出に係る設備投資等を支援します。
補助率：1/2

ハード事業



海外現地での拠点づくりの整備を検討したい

支援メニュー例

食品関連事業者*の 海外展開に向けた投資可能性調査緊急支援事業

*食品関連事業者：外食事業者、食品メーカー、物流事業者などの民間事業者

食品関連事業者の海外現地での物流・商流等の拠点づくり等の整備に向けて、自社で行う投資可能性調査に必要な費用を支援します。

※補助率：1/2以内

- ・対象経費：投資判断に必要なフィージビリティスタディ*に直接必要な経費（市場調査、調査委託費、調査旅費、人件費等）

*フィージビリティスタディ：新規事業やプロジェクトを開始する前に、その実現可能性や採算性、リスクなどを多角的に調査・分析し、実行すべきかを判断するための予備調査。

ソフト事業

パンフレット



メルマガ登録

食品製造現場の生産性向上に向けた取組を情報収集したい

支援メニュー例

食品企業生産性向上フォーラム

自動化・DX・人材育成の取組への支援を通じて食品企業の生産性と輸出競争力を高めます。

入会申込
フォーム



5

Appendix

index

- 1. 米・米加工品の輸出データ集
- 2. 国の米・米加工品の輸出戦略
- 3. 役立つ資料集
- 4. 米・米加工品の輸出相談窓口

5-1 米・米加工品の輸出データ集

□ 輸出実績

品目名			2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年		2026年		(参考) 主な輸出先国・地域
								対前年比	1~4月	対前年同期比		
米・米加工品 (①+②+③+④+⑤)	数量 (原料米換算)	トン	36,569トン	45,959トン	53,931トン	58,472トン	67,922トン	70,529トン	+4%	21,905トン	-7%	アメリカ 中国 香港 台湾 韓国
	金額	億円	347億円	524億円	613億円	576億円	636億円	677億円	+7%	237億円	+6%	
①米	数量	トン	19,781トン	22,833トン	28,928トン	37,186トン	45,112トン	46,573トン	+3%	14,044トン	-11%	香港 (13,522) アメリカ (9,896) シンガポール (6,361) 台湾 (3,329) タイ (2,862)
	金額	億円	53億円	59億円	74億円	94億円	120億円	139億円	+15%	51億円	+14%	
②パックご飯等 (加工米飯を含む)	数量	トン	1,205トン	1,129トン	1,384トン	1,593トン	2,298トン	2,853トン	+24%	834トン	-1%	アメリカ 台湾 香港
	原料米換算	トン	634トン	594トン	727トン	837トン	1,208トン	1,499トン	+24%	438トン	-1%	オーストラリア シンガポール
	金額	億円	7億円	6億円	8億円	10億円	14億円	19億円	+34%	7億円	+11%	
③米粉及び米粉製品 (米粉麺等)	数量	トン	249トン	88トン	173トン	101トン	123トン	97トン	-21%	47トン	+32%	台湾 アメリカ
	原料米換算	トン	308トン	108トン	213トン	125トン	152トン	120トン	-21%	58トン	+32%	ドイツ タイ フランス
	金額	億円	0.7億円	0.6億円	1.0億円	0.8億円	1.1億円	1.0億円	-13%	0.4億円	+4%	
④米菓 (あられ・せんべい)	数量	トン	4,222トン	5,141トン	4,523トン	4,565トン	4,656トン	4,047トン	-13%	1,262トン	-4%	アメリカ 台湾 香港
	原料米換算	トン	3,589トン	4,370トン	3,845トン	3,880トン	3,958トン	3,440トン	-13%	1,073トン	-4%	サウジアラビア 韓国
	金額	億円	45億円	56億円	55億円	61億円	66億円	60億円	-9%	20億円	+4%	
⑤日本酒 (清酒)	数量	キリットル	21,761 キリットル	32,052 キリットル	35,894 キリットル	29,194 キリットル	31,054 キリットル	33,549 キリットル	+8%	11,169 キリットル	+1%	中国 アメリカ
	原料米換算	トン	12,257トン	18,054トン	20,218トン	16,444トン	17,492トン	18,897トン	+8%	6,291トン	+1%	香港 韓国 台湾
	金額	億円	241億円	402億円	475億円	411億円	435億円	459億円	+6%	159億円	+4%	
米・パックご飯・ 加工米飯・米粉及び米粉製品 (①+②+③)	数量 (原料米換算)	トン	20,723トン	23,535トン	29,868トン	38,148トン	46,472トン	48,192トン	+4%	14,541トン	-11%	アメリカ 香港 シンガポール
	金額	億円	60億円	66億円	83億円	105億円	136億円	159億円	+17%	59億円	+14%	台湾 タイ

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2025年の輸出金額上位5か国・地域を記載。米に関しては、2025年の輸出数量(トン)を記載。

注4：「米・米加工品」及び「米・パックご飯・加工米飯・米粉及び米粉製品」の値は、ラウンドの関係で一致しないことがある。

5-1 米・米加工品の輸出データ集 (つづき)

□ 米（粒）の国別の輸出数量及び輸出金額の推移

	2020年		2021年		2022年		2023年		2024年		2025年		2026年 (1~4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	19,781 (+43%)	5,315 (+42%)	22,833 (+15%)	5,933 (+12%)	28,928 (+27%)	7,382 (+24%)	37,186 (+29%)	9,411 (+27%)	45,112 (+21%)	12,029 (+28%)	46,573 (+3%)	13,880 (+15%)	14,044 (-11%)	5,147 (+14%)
香港	6,978	1,796	8,938	2,118	9,880	2,344	11,301	2,630	13,474	3,267	13,522	3,571	3,352 (-24%)	1,055 (-5%)
アメリカ	1,989	565	2,244	625	4,459	1,169	6,883	1,768	8,784	2,527	9,896	3,140	2,853 (-15%)	1,101 (+5%)
シンガポール	3,696	785	4,972	1,025	5,742	1,201	5,593	1,153	6,406	1,353	6,361	1,545	2,105 (-1%)	632 (+36%)
台湾	2,004	622	1,907	575	2,532	716	3,116	877	3,577	1,016	3,329	1,037	974 (-9%)	345 (+5%)
タイ	555	145	625	162	1,045	256	1,299	307	1,787	461	2,862	812	1,022 (+16%)	335 (+37%)
カナダ	205	62	210	69	382	104	1,629	394	2,138	546	1,902	567	774 (+3%)	294 (+33%)
オーストラリア	1,074	334	893	283	1,245	390	1,204	386	1,351	460	1,253	480	519 (+8%)	243 (+38%)
イギリス	451	131	332	104	526	162	587	193	853	290	1,093	416	322 (+9%)	156 (+41%)
ドイツ	144	58	185	68	239	81	582	186	867	269	749	275	389 (+62%)	184 (+120%)
アラブ首長国 連邦	58	25	96	45	130	49	389	116	487	172	590	218	161 (-39%)	71 (-22%)
フランス	112	49	173	72	237	93	395	135	473	172	553	209	205 (+1%)	105 (+42%)
スペイン	7	4	13	10	87	28	544	135	675	182	579	191	229 (-18%)	98 (+22%)
その他	2,508	739	2,245	778	2,424	789	3,664	1,131	4,240	1,316	3,884	1,420	1,139	530

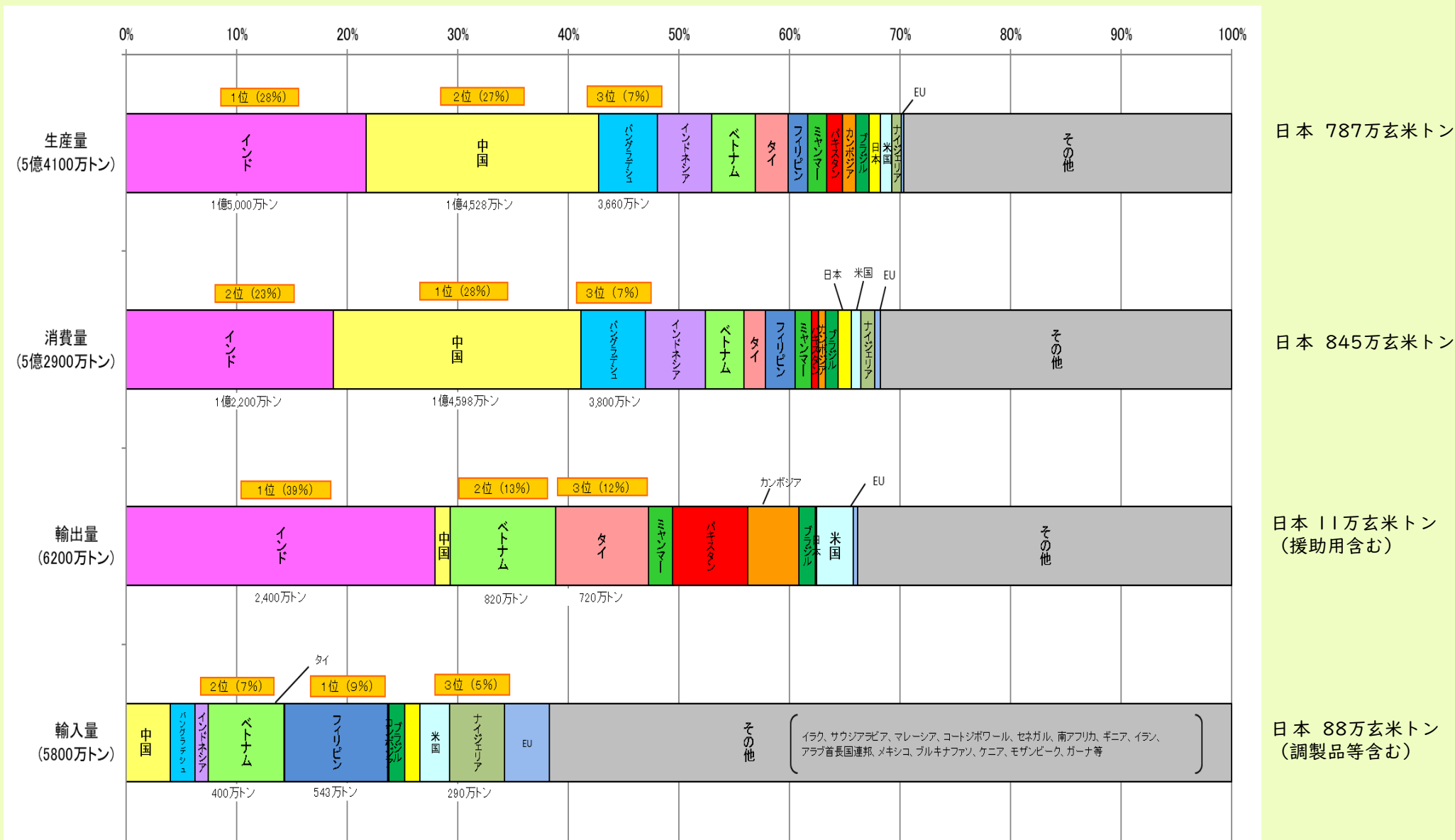
資料：財務省「貿易統計」（政府による食糧援助を除く。）

注1：2025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。

5-1 (参考) 世界のコメ需給の現状 (主要生産国、輸出国等)

世界のコメ生産量は約5億精米トン (うち日本は約1.4%)。世界のコメの輸出量は、約6千万精米トン。
世界の生産の大部分は長粒種 (インディカ米) で、日本産米のような中・短粒種 (ジャポニカ米) のシェアは小さく、約2割とされています。

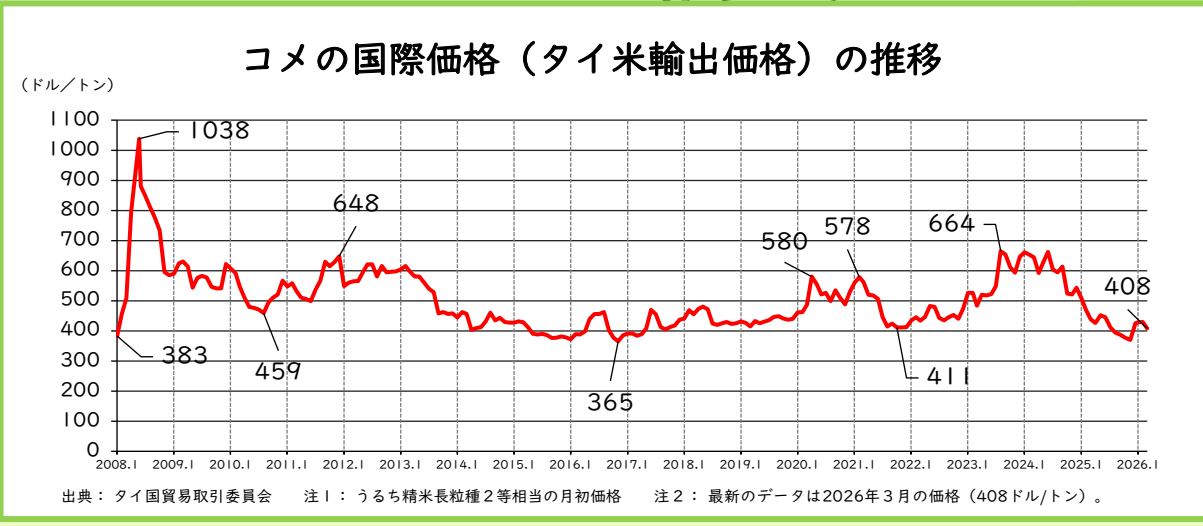
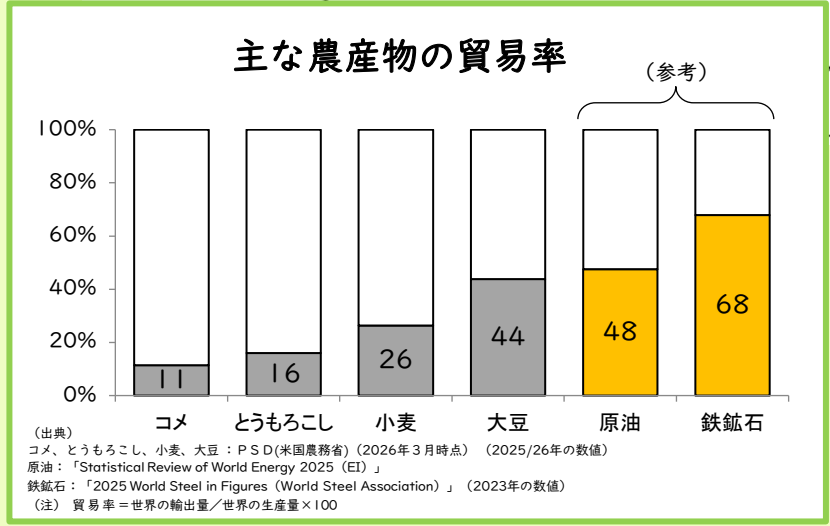
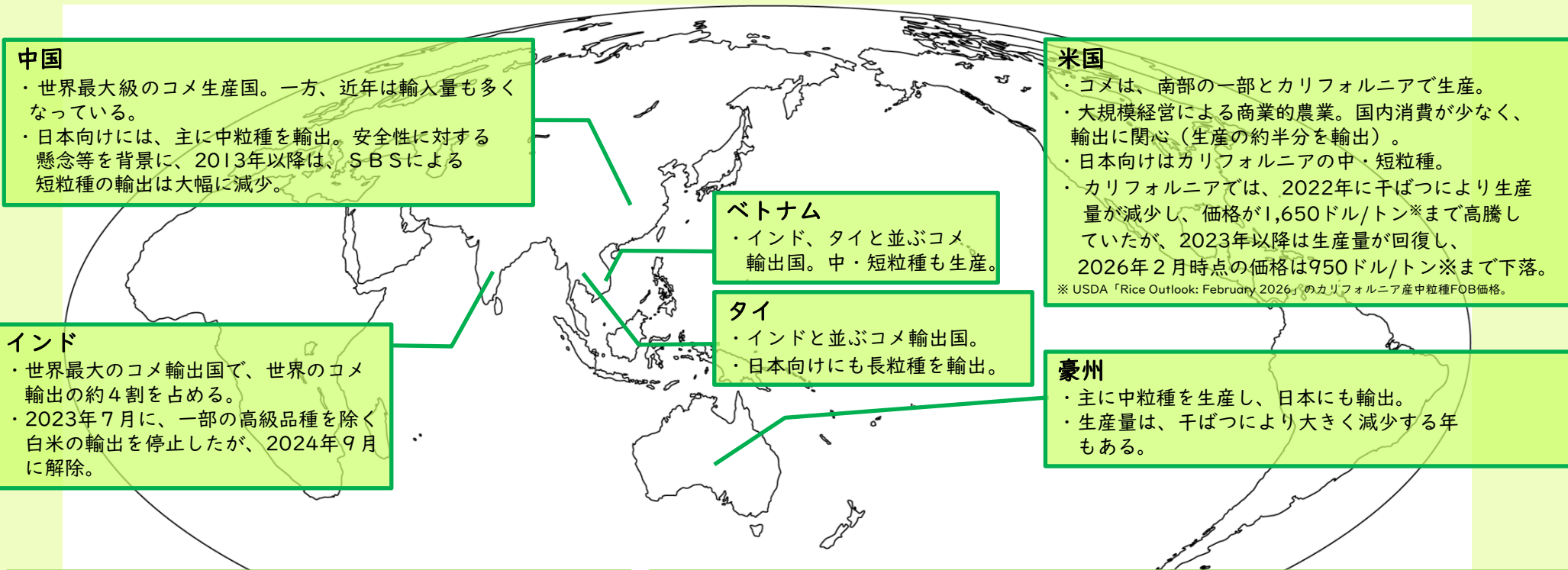


出典: 「P S & D」 (米国農務省) (2024/25年、精米ベース) (2025年9月時点)

※上記データは食料需給表 (2024年度) から引用

5-1 (参考) コメ輸出国の動向

コメの生産に占める貿易の割合(貿易率)は、他の農産物に比べて低く、このため、国際価格は変動しやすい。



5-2 国の米・米加工品の輸出戦略

異常気象の頻発化や地政学的リスクの高まり等の激動する国際情勢や、国内人口・農業者の減少・高齢化等の国内情勢の変化に伴い、我が国の食料・農業・農村は、様々な課題に直面しており、国の施策も大きく動いています。

国の輸出促進に向けた動き

令和6年6月 施行

1 改正食料・農業・農村基本法

農政の基本理念や政策の方向性を示すもの

令和7年4月11日 閣議決定

2 食料・農業・農村基本計画

基本法に基づき政府が策定するもの

令和7年5月 改訂

3 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略

基本計画で示された目標を達成するための戦略を策定したもの

25年ぶりの改正

CHECK

1 改正食料・農業・農村基本法（輸出関連事項）

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ました。

2 食料・農業・農村基本計画（輸出関連事項）

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ました。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。

3 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略

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、その方向性を決定しました。

基本計画で示されている米の輸出に関する目標

食料・農業・農村基本計画で示されている米の輸出に関する目標は以下のとおりです。今後競合する他国産米との競争力を高めていくには、目標を意識して生産コスト低減・生産性向上に取り組むことが課題です。

	現状 (令和5年(2023年))	目標 (令和12年(2030年))	備考
生産コスト	11,350円/60kg	9,500円/60kg	15ha以上の経営体 目標は輸出事業者からの聞き取りによる採算ライン
単収	535kg/10a	628kg/10a (570kg / 10a)	輸出用を含む新市場開拓用の目標値 (括弧は主食用、新市場開拓用、米粉用、飼料用の合計)

	現状	目標 (令和12年(2030年))	備考
輸出額	136億円	922億円	米・パックご飯・加工米飯・米粉及び米粉製品輸出総額
輸出货量	4.4万トン	39.6万トン	米：玄米換算、パックご飯、米菓等（原料米換算） 現状は、令和5年（2023年）
	3.8万トン	35.3万トン	米：実数換算、パックご飯等（原料米換算） 現状は、令和5年（2023年）
水稻作付面積15ha以上の経営体の面積シェア	約3割	5割	現状は、令和2年（2020年）
スマート農業技術を活用した面積の割合	約20%	50%	現状は、令和6年（2024年） ※参考値
米の大規模輸出に取り組む輸出産地	6産地	30産地	フラッグシップ輸出産地として認定されたもの 現状は、令和6年（2024年）

5-2 国の米・米加工品の輸出戦略(つづき)

輸出目標(農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略)

□ 米・パックご飯・加工米飯・米粉及び米粉製品の国別輸出額目標

国名	2024年実績※1	2030年目標※1	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	<ul style="list-style-type: none"> 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
EU・英国	13億円	176億円	<ul style="list-style-type: none"> 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・ジェトロ・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(環太平洋パートナーシップに関する包括的及び先進的な協定)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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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

5-2 国の米・米加工品の輸出戦略(つづき)

輸出目標(農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略)

□ 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
<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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

□ 加工施設等の整備及び認証の取得

現状・課題	方策
<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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繋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

□ 品目別団体を中心とした販路開拓

現状・課題	方策
<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> (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

5-3 役立つ資料集 ※農林水産省が作成したもの



コメに特化 『日本産コメ・コメ加工品 輸出ハンドブック』



“地球の歩き方”との スペシャルコラボ 『おいしい日本の届け方』



輸出チャレンジ！ポイント集 【青果物編】 農業者・集荷団体向け



関東農政局



輸出チャレンジ！ポイント集 【加工食品編】 食品製造事業者向け



関東農政局



輸出へのステップ



北陸農政局



「輸出」基礎の基礎



北陸農政局



はじめての輸出！



東海農政局



輸出用米生産ガイドブック



中国四国農政局
鳥取拠点



参考 オンライン学習



「日本産米を世界へ」



「日本産米を世界へ」 手続一般編



農業知財基礎セミナー



5-4 米・米加工品の輸出相談窓口

農林水産省 品目・制度等の相談窓口【農産局】

米・米加工品の輸出に際しての全般的な相談窓口です。
 なお、お米の輸出に際しては、事前にお近くの農政局等（右側リスト）
 で輸出数量の届出を行うことが義務づけられています。

電話のお申込み

本省

☎ 03-6738-6069

平日10時～12時、13時～17時
 （祝祭日、年末年始を除く）

メールでのお申し込み

rice_export★maff.go.jp

※お問合せの際は上記メールアドレスの★を@に置き換えてください。
 ※ご回答のご連絡及びフォローアップのために、以下の相談者情報の記載をお願いします。

輸出品目名/輸出先国名/相談内容（できるだけ詳細をお願いします。）/相談者企業名
 （任意：法人番号）/連絡先（電話番号）/役職・氏名

北海道農政事務所（生産経営産業部 生産支援課）	011-350-7658
東北農政局（生産部 生産振興課）	022-221-6169
関東農政局（生産部 生産振興課）	048-740-0409
北陸農政局（生産部 生産振興課）	076-232-4302
東海農政局（生産部 生産振興課）	052-223-4622
近畿農政局（生産部 生産振興課）	075-414-9020
中国四国農政局（生産部 生産振興課）	086-224-9411
九州農政局（生産部 生産振興課）	096-300-6227
沖縄総合事務局（農林水産部 生産振興課）	098-866-1653

農林水産省 農林水産物・食品輸出相談窓口【輸出・国際局】

輸出先国・地域の輸入規制や日本政府の輸出証明書の発行手続等について
 の相談を一元的に受け付ける相談窓口です。

電話のお申込み

本省

☎ 03-6744-7185

平日10時～12時、13時～17時
 （祝祭日、年末年始を除く）

相談フォームでのお申込み



北海道農政事務所（生産経営産業部 事業支援課）	011-330-8810
東北農政局（経営・事業支援部 輸出促進課）	022-263-7071
関東農政局（経営・事業支援部 輸出促進課）	048-740-0387
北陸農政局（経営・事業支援部 輸出促進課）	076-232-4233
東海農政局（経営・事業支援部 輸出促進課）	052-223-4619
近畿農政局（経営・事業支援部 輸出促進課）	075-414-9101
中国四国農政局（経営・事業支援部 輸出促進課）	086-230-4258
九州農政局（経営・事業支援部 輸出促進課）	096-300-6382
沖縄総合事務局（農林水産部 食料産業課）	098-866-1673