



第6節

新たな価値の創出による需要の開拓

食品産業は、農業と消費者の間に位置し、食料の安定供給を担うとともに、国産農林水産物の主要な仕向先として、消費者ニーズを生産者に伝達する役割を担っています。また、多くの雇用・付加価値を生み出すとともに、環境負荷の低減等にも重要な役割を果たしています。

本節では、食品産業の動向やJAS¹を始めとした規格・認証の活用等について紹介します。

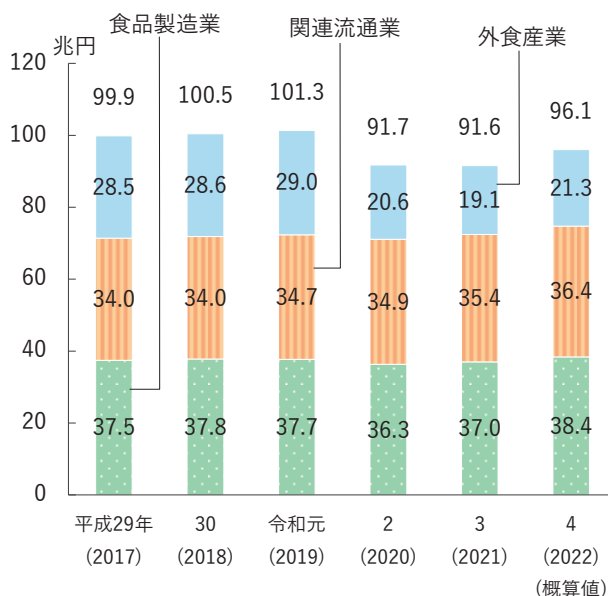
(1) 食品産業の競争力の強化

(食品産業の国内生産額は96兆1千億円)

食品産業の国内生産額については、近年おおむね横ばい傾向で推移しており、令和4(2022)年は新型コロナウイルス感染症の影響で落ち込んだ外食支出が回復しつつあること等から、前年に比べ4.9%増加し96兆1千億円となりました(図表1-6-1)。このうち食品製造業では水産食料品や清涼飲料の生産額が増加したこと等から前年に比べ3.7%増加し38兆4千億円となり、関連流通業は前年に比べ2.6%増加し36兆4千億円となりました。

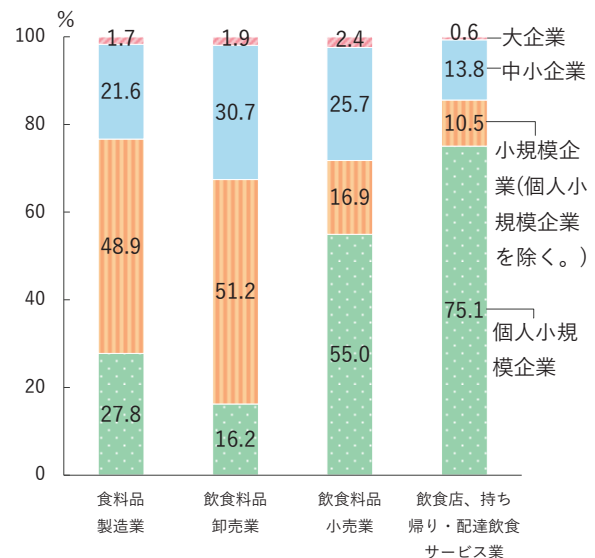
一方、全経済活動に占める食品産業の割合は前年に比べ0.2ポイント減少し8.6%となりました。このほか、食品産業の企業規模別の構成を見ると、大半が中小零細規模の企業となっています(図表1-6-2)。

図表1-6-1 食品産業の国内生産額



資料：農林水産省「農業・食料関連産業の経済計算」を基に作成
注：食品製造業には、飲料・たばこの区分を含む。

図表1-6-2 食品産業の企業規模別構成



資料：総務省・経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査」を基に農林水産省作成
注：令和3(2021)年の数値

¹ Japanese Agricultural Standardsの略で、日本農林規格のこと

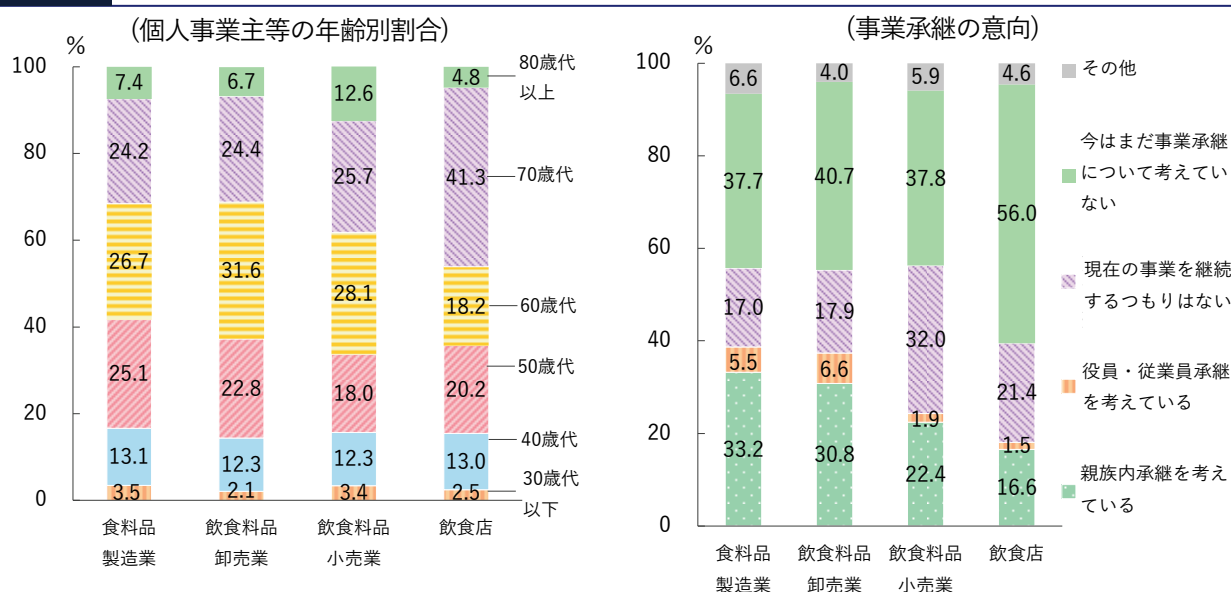
(経営者の高齢化により事業継承の課題を抱える企業が多数存在)

中小企業が大半を占める食品産業では、経営者の高齢化により事業継承の課題を抱える企業が多くなっています(図表1-6-3)。

国内市場を対象としてきた食品事業者の中には、国内市場が縮小傾向にあること等を背景として、自身の世代での廃業を考え、将来に向けた生産拡大や設備の更新等の追加投資を控えるなど、撤退を視野に入れている事業者も見られています。

食料には食品製造業による加工を経て消費者に届くものが多いほか、地域の農林水産業と密接に関係し地域の食文化を反映する加工食品も多いことから、食品製造業を次世代につなげていくことが重要であり、食品製造業の事業継承の円滑化や食品産業の体質強化を図っていく必要があります。

図表1-6-3 個人事業主等の年齢別割合、事業承継の意向



資料：中小企業庁「令和3年中小企業実態基本調査」を基に農林水産省作成

注：1) 令和2(2020)年度決算実績の数値

2) 個人事業主等は、法人企業の社長を含む。

3) 「その他」は「会社への引継ぎを考えている」、「個人への引継ぎを考えている」、「その他の方法による事業承継を考えている」等と回答した者の割合

(食品産業と農業の連携を推進)

食品産業を持続可能なものとするため、食品産業における国産原材料の利用促進や生産性の向上等を推進し、その体質強化・事業継続を図ることによって、消費者に食品や豊かな食文化を提供するとともに、原材料調達や製造工程等において持続性に配慮した食品産業への移行を一層推進していくことが重要となっています。

このため、農林水産省では、国産原材料への切替えによる新商品開発や産地との連携強化等を支援しています。

また、地域の食品産業を中心とした多様な関係者が参画するプラットフォームを形成し、地域の農林水産物を活用したビジネスを継続的に創出する仕組みである「地域食品産業連携プロジェクト」(LFP¹)を推進しています。

¹ Local Food Projectの略



地域食品産業連携プロジェクト(LFP)推進事業

URL : <https://www.maff.go.jp/j/shokusan/seisaku/lfp-pj.html>

(事例) 契約栽培を通じて原料の安定調達と産地との連携強化を推進(兵庫県)

兵庫県神戸市の食品事業者である株式会社マルヤナギ小倉屋では、契約栽培を通じて原料の安定調達を図るとともに、産地との連携を強化する取組を推進しています。

同社は、豆、昆布、もち麦等の製造販売を行っており、独自の蒸し技術により開発した「蒸し大豆」は、大豆のおいしさと栄養価値を併せ持ち、食の洋風化にも対応する商品として市場規模が拡大しています。

一方で、蒸し大豆に適した品種である「北海道産トヨムスメ」は、農業者にとって作りにくく衰退品種となっていることから、トヨムスメの契約栽培を維持・拡大するために、栽培奨励金を支給するなどの施策を講じています。また、同社では、より安全で安心な商品を消費者に提供するため、環境に優しい農業を目指し、減農薬・減化学肥料による特別栽培大豆の契約栽培を奨励しています。さらに、我が国では栽培が難しい有機無農薬栽培大豆についても、技術力の高い農業者に依頼し、契約栽培による原料の確保に取り組んでいます。

このほか、同社では、食物繊維の摂取不足の解消に優れた「蒸しもち麦」を開発し、基幹工場が立地する同県加東市や地元の農協と連携し、地元産原料の確保に努めるとともに、もち麦の健康価値を伝える啓発活動に取り組み、地域農業の振興にも寄与しています。

同社では、「伝統食材のすばらしさを、次の世代へ」つなげていくことを目標としており、今後とも国内原料産地との連携を深化させていくこととしています。



生産者と連携した大豆作り

資料：株式会社マルヤナギ小倉屋



契約栽培を行っている大豆の圃場

資料：株式会社マルヤナギ小倉屋

(フードテック推進ビジョンに基づき、新市場創出のための環境整備を推進)

世界の食料需要の増大に対応した持続可能な食料供給のほか、個人の多様なニーズを満たす豊かで健康な食生活や食品産業の生産性の向上の実現が求められている中、フードテック¹を活用した新たなビジネスの創出への関心が世界的に高まっています。

そのような中、食品企業、ベンチャー企業、研究機関、関係省庁等に所属する者で構成される「フードテック官民協議会」では、令和5(2023)年2月に「フードテック推進ビジョン」を策定し、今後のフードテックの推進に当たり、目指す姿や必要な取組等を整理し、フードテックの6分野²について、具体的な課題を工程表として整理しています。

¹ 生産から流通・加工、外食、消費等へとつながる食分野の新しい技術及びその技術を活用したビジネスモデルのこと

² 6分野は、植物由来の代替たんぱく質源、昆虫食・昆虫飼料、スマート育種のうちゲノム編集、細胞性食品、食品産業の自動化・省力化、情報技術による人の健康実現

農林水産省では、これらに沿って、オープンイノベーションとスタートアップの創業を促進するとともに、新たな市場を作り出すための環境整備を進め、フードテックの積極的な推進に取り組んでいくこととしています。

(コラム) 2025年の大阪・関西万博に向けて、食の多様性に配慮した環境を整備

我が国では、令和7(2025)年に、大阪湾の人工島である夢洲^{ゆめしま}を会場として、「2025年日本国際博覧会^{はくらんかい}」(以下「大阪・関西万博^{おおさか かんさいばんぱく}」という。)を開催することとしており、「いのち輝く未来社会のデザイン」をテーマとし、ポストコロナの時代に求められる社会像を世界と共に提示していくこととしています。

公益社団法人関西経済連合会では、参画団体とともに、大阪・関西万博の開催を見据え、ムスリムやベジタリアン(菜食主義者)、ヴィーガン(完全菜食主義者)、食物アレルギーのある人等に配慮するといった食の多様性に対応でき、多様な信条や考えを持つ訪日外国人旅行者が安心して食事ができる環境を整える「食の多様性推進ラウンドテーブル^{かんさいけいざいれんごうかい}」を設立し、取組を推進しています。

今後は、食の多様性に対応した新たな名物料理の開発・販売や、ピクトグラム等を活用したメニュー表示の普及等を進めることにより、訪日外国人旅行者等が安心して食事を楽しめる環境の実現を後押しすることとしています。

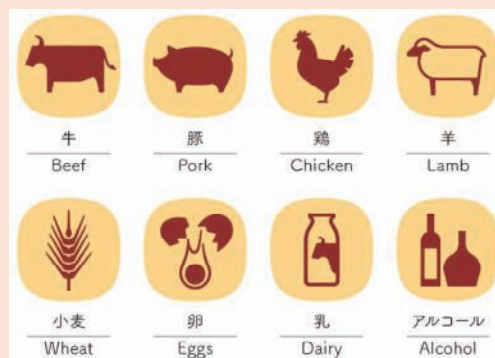
なお、農林水産省では、大阪・関西万博に向けて、輸出拡大やインバウンド需要の拡大を図るため、和食や食文化、農泊体験といった我が国の農林水産・食品産業の有する魅力を世界に向けて発信するとともに、みどり戦略が目指す、環境と調和した持続可能な食料システムの姿を発信することとしています。

* 株式会社JTБ及び株式会社YRK andが座長を務めている。



会場のイメージ

資料：公益社団法人2025年日本国際博覧会協会



食材表示ツールのピクトグラム

資料：株式会社フードピクト

(2) 食品流通の合理化

(農林水産物・食品分野で物流効率化に取り組む事業者数は増加傾向)

農林水産物・食品を消費者に届ける役割を担う食品流通業は、売上高に占める経費(販売費及び一般管理費)の割合が高く、営業利益率が低い状態にあります。また、食品流通はトラック輸送に大きく依存しており、「物流の2024年問題」による輸送費の上昇も懸念されています。このような中、食品流通業を持続的に発展させていくためには、技術の活用等を通じた流通の非効率性の解消が不可欠です。

このため、農林水産省では、パレットや段ボールサイズ等の物流標準化、ICTやロボット技術を活用した業務の省力化・自動化、コールドチェーンの整備による流通の高度化等の取組を支援しています。具体的には、青果物と花きの流通標準化ガイドラインの現場へ

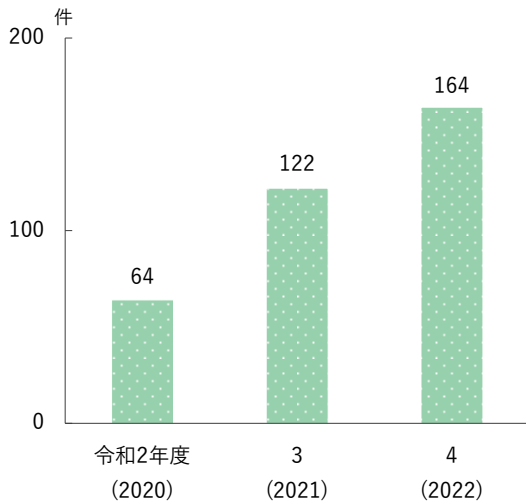
の普及、産地と卸売業者の間で出荷情報を共有するデータ連携システムの構築、流通合理化に対応した卸売市場や中継共同物流拠点の整備等を行っています。

また、「物流革新に向けた政策パッケージ¹⁾」に基づき、自主行動計画の着実な実施のほか、一層の物流標準化や中継共同物流拠点の整備等を推進しています。

このような中、農林水産物・食品等の流通合理化に取り組む事業者数²⁾については、令和4(2022)年度は前年度に比べ42件増加し164件となりました(図表1-6-4)。

他方、農林水産物・食品の物流の現場での取組も進展しており、九州では、青果卸売業者が、九州各県の荷物を集約して大ロット輸送、モーダルシフトを行うための中継共同物流拠点を整備する取組を進めています。また、東北・北陸では、生産者団体が鉄道事業者と連携し、青森県から北陸を経由して大阪府へ米等を輸送する貨物列車の定期運行を開始しています。さらに、食品製造業者と生産者団体が、産地から加工工場に米を運ぶトラックを活用し、加工工場から産地に加工食品を運ぶことにより空車区間を解消する「ラウンド輸送」を開始するといった取組も見られています。

図表1-6-4 流通合理化に取り組む事業者数



資料：農林水産省作成



休日の運休列車を活用した米の鉄道輸送

資料：全国農業協同組合連合会

(卸売市場の物流機能を強化)

卸売市場は、野菜、果物、魚、肉、花き等の日々の食卓に欠かすことのできない生鮮品等を、国民に円滑かつ安定的に供給するための基幹的なインフラであり、多種・大量の物品の効率的・継続的な集分荷、公正で透明性の高い価格形成等の重要な機能を担っています。

食料安全保障の強化が求められる中、持続的に生鮮食料品等の安定供給を確保していくため、単に老朽化に伴う施設の更新のみならず、物流施策全体の方向性と調和し、標準化・デジタル化に対応した卸売市場の物流機能を強化することが必要となっています。

農林水産省では、物流機能を強化するために、コールドチェーンの確保等に資する整備や中継共同物流拠点の施設整備を支援することとしています。

¹⁾ トピックス2を参照

²⁾ 「流通業務の総合化及び効率化の促進に関する法律」に基づく総合効率化計画又は「食品等の流通の合理化及び取引の適正化に関する法律」に基づく食品等流通合理化計画の認定件数

(3) 規格・認証の活用

(JAS普及推進月間に新たな取組を展開)

近年、輸出の拡大や市場ニーズの多様化が進んでいることから、農林水産省では、JAS¹に基づき、農林水産物・食品の品質だけでなく、事業者による農林物資の取扱方法、生産方法、試験方法等について認証する新たなJAS制度を推進しています。令和5(2023)年度は新たに木質ペレット燃料のJASを制定したほか、規格の更なる活用を視野に、既存のJASの見直しを行いました。さらに、令和5(2023)年11月のJAS普及推進月間に、新たな取組として、JASの認知を高め、活用を促進するためのポスターを作成し、周知活動を行いました。事業者や産地の創意工夫により生み出された多様な価値・特色が戦略的に活用され、我が国の食品・農林水産分野の競争力の強化につながることを期待されています。

また、有機農産物加工食品について既に同等性を相互承認している米国やEU等と有機酒類の同等性交渉を進めています。令和5(2023)年8月にはカナダ、令和6(2024)年1月には台湾との間で、有機酒類の同等性が相互承認されました。今後、我が国の有機食品の輸出拡大につながることを期待されています。

このほか、農林水産省では、輸出促進に向け海外との取引を円滑に進めるための環境整備として、産官学の連携により、ISO²規格等の国際規格の制定・活用を進めています。



JAS普及推進月間を
呼び掛けるポスター

(JFS規格の取得件数は2,509件に増加)

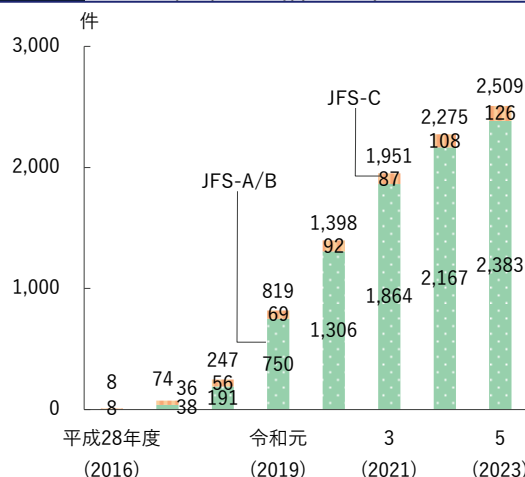
食品の民間取引において、安全管理の適正化・標準化が求められるようになりつつあり、食品安全マネジメント規格への関心が高まっています。

日本発の食品安全マネジメントに関する認証規格である「JFS³規格」の国内取得件数(JFS-A/B/C規格)は、運用開始以降、年々増加してきており、令和6(2024)年3月末時点で2,509件⁴となりました(図表1-6-5)。

今後、JFS規格の更なる普及により、我が国の食品安全レベルの向上や食品の輸出力強化が期待されます。

農林水産省では、JFS規格の認証取得の前提となるHACCP⁵に沿った衛生管理の円滑な実施を図るための研修や海外における認知度向上のための周知、取得ノウハウ等を情報発信して横展開する取組等を支援しています。

図表1-6-5 JFS-A/B/C規格の取得件数



資料：一般財団法人食品安全マネジメント協会資料を基に農林水産省作成

注：1) 集計基準は適合証明書発行日

2) 平成28(2016)年度の8件は全てJFS-C規格

3) 各年度末時点の数値

¹ 正式名称は「日本農林規格等に関する法律」

² International Organization for Standardizationの略で、国際標準化機構のこと

³ Japan Food Safetyの略

⁴ 製造セクター以外の規格を含めた国内取得総件数は2,548件(令和6(2024)年3月末時点)

⁵ Hazard Analysis and Critical Control Pointの略で、危害要因分析及び重要管理点のこと。我が国においては、令和3(2021)年6月から、原則全ての食品等事業者についてHACCPに沿った衛生管理が義務化されている。



第7節

グローバルマーケットの戦略的な開拓

人口減少や高齢化により農林水産物・食品の国内消費の減少が見込まれる中、農業・農村の持続性を確保し、農業の生産基盤を維持していくためには、我が国の農林水産物・食品の輸出拡大に向けた取組を強力に推進し、今後大きく拡大すると見込まれる世界の食市場を出荷先として取り込んでいくことが重要です。

本節では、政府一体となつての輸出環境の整備、輸出に向けた海外への商流構築、プロモーションの促進、食産業の海外展開の促進等について紹介します。

(1) 農林水産物・食品の輸出促進に向けた環境の整備

(2兆円目標の達成に向け、輸出戦略を着実に推進)

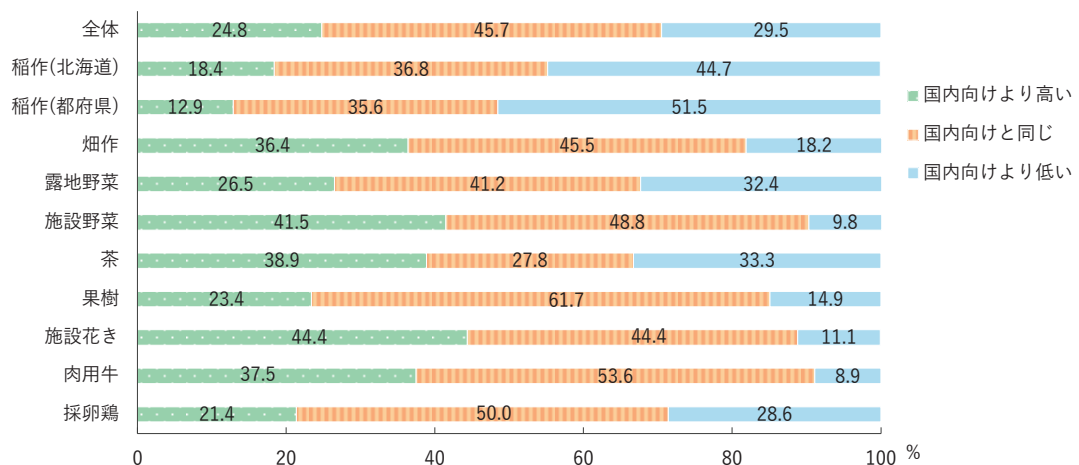
人口減少に伴い国内市場が縮小する一方、海外市場が拡大する中で、国内の農業生産基盤を維持し、地方の「稼ぎ」の柱とするために、輸出の促進を図ることとしています。

令和5(2023)年12月には「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」(以下「輸出戦略」という。)を改訂し、輸出先国・地域の多角化の推進、都道府県やJAグループと連携した地域ぐるみでの輸出産地の形成、輸出先国・地域における商流開拓や食品事業者の海外展開への支援を通じた戦略的サプライチェーンの構築、海外ライセンス指針も踏まえた知的財産の戦略的な保護・活用等を行うこととしています。

(生産者の所得向上にも寄与)

令和5(2023)年3月に公庫が実施した調査によると、輸出の収益性について、「国内向けより高い」と回答した農業者の割合は24.8%となっており、特に施設花きや施設野菜において高い水準となっています(図表1-7-1)。

図表1-7-1 輸出の収益性



資料：株式会社日本政策金融公庫「農業者の海外展開の状況に係る調査」

注：令和5(2023)年3月に実施した調査で、有効回答数は4,803先

国内の食市場の規模が縮小する中、今後大きく拡大することが見込まれる世界の食市場を出荷先として取り込み、国内の生産基盤を維持・拡大するためには、農林水産物・食品の輸出を拡大していくことが不可欠です。

農林水産物・食品の輸出を通じ、国内仕向けを上回る単価で販売することは、生産者の所得向上や海外需要拡大による国内価格の下支え等にもつながるものです。また、加工食品の中には、例えば日本酒のように国産原料を使用しているものがあります。このような国産原料の使用は、地域の生産者に安定的な販路を提供し、その所得の向上につながるものと考えられます。さらに、輸入原料を使用する場合でも、食品製造業が輸出により収益を上げることは、国産原料の買い手としての機能が地域で維持・強化されることにつながります。

(認定品目団体として新たに6団体を認定)

輸出戦略に基づき、農林水産省は、海外で評価される日本の強みを有し、輸出拡大の余地が大きく、関係者が一体となった輸出促進活動が効果的な29品目を輸出重点品目に選定し、ターゲット国・地域、輸出目標、手段を明確化しています。

また、輸出促進法¹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、法人からの申請により、国が「認定農林水産物・食品輸出促進団体」(以下「認定品目団体」という。)として認定しています。認定品目団体は、市場調査やジャパンプランドによる共同プロモーションといった個々の産地・事業者では取り組み難い非競争分野の輸出促進活動を行い、業界全体での輸出拡大に取り組んでいます。令和5(2023)年度は、新たに6団体(10品目)が認定され、合計15団体(27品目)となりました(図表1-7-2)。

図表1-7-2 認定農林水産物・食品輸出促進団体

認定番号	団体名	品目
1	一般社団法人全日本菓子輸出促進協議会	菓子
2	一般社団法人日本木材輸出振興協会	製材、合板
3	一般社団法人日本真珠振興会	真珠
4	日本酒造組合中央会	清酒(日本酒)、本格焼酎・泡盛
5	一般社団法人全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会	コメ・バックご飯・米粉及び米粉製品
6	一般社団法人全国花き輸出拡大協議会	切り花
7	一般社団法人日本青果物輸出促進協議会	りんご、ぶどう、もも、かんきつ、かき・かき加工品、いちご、かんしょ・かんしょ加工品・その他の野菜
8	公益社団法人日本茶業中央会	茶
9	一般社団法人全日本錦鯉振興会	錦鯉
10	全国醤油工業協同組合連合会	味噌・醤油のうち醤油
11	全国味噌工業協同組合連合会	味噌・醤油のうち味噌
12	一般社団法人日本ほたて貝輸出振興協会	ホタテ貝
13	一般社団法人日本養殖魚類輸出推進協会	ぶり、たい
14	一般社団法人日本畜産物輸出促進協会	牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵、牛乳乳製品
15	全日本カレー工業協同組合	ソース混合調味料のうちカレールウ及びカレー調製品

資料：農林水産省作成

¹ 特集第3節を参照

(GFPの会員数は8,942に増加)

輸出産地・事業者の育成や支援を行うGFP¹(農林水産物・食品輸出プロジェクト)は、令和6(2024)年2月末時点で会員数が8,942となっていますが、輸出の熟度・規模が多様化しており、輸出事業者のレベルに応じたサポートを行う必要があるほか、新たに輸出に取り組む輸出スタートアップを増やしていく必要があります。このため、地方農政局等や都道府県段階で、現場に密着したサポート体制を強化することとしています。

また、公庫融資(農林水産物・食品輸出基盤強化資金²)や税制特例(輸出事業用資産の割増償却)の積極的な活用により、輸出に取り組む事業者を強力に後押しすることとしています。

さらに、輸出促進法に基づく輸出事業計画を策定した者に対し、輸出産地の形成に必要な施設整備等を重点的に支援するとともに、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外部人材を「輸出産地サポーター」として地方農政局等に配置し、輸出事業計画の策定と実行を支援しています。

(旗艦的な輸出産地モデルを形成)

農林水産物・食品の輸出の拡大に向けて、残留農薬や植物検疫といった規制の問題に対応することが求められるため、輸出先国・地域ごとや品目ごとに、産地が一体となって生産方式を転換していく必要があります。

また、青果物の輸出は、輸送中の品質保持が重要となることから、流通段階のみならず、産地における取組も重要となります。さらに、流通コストの削減のためには、安定的にコンテナを満載していくことも必要です。

農林水産省では、海外の規制や大ロット等のニーズに対応する輸出産地を形成するため、都道府県や農協が先導し都道府県版GFPを組織化するとともに、輸出支援プラットフォーム等との連携の下、輸出重点品目の生産を大ロット化し、流通コストの低減も図る旗艦的な輸出産地のモデル形成を推進しています。

令和5(2023)年度は、全国で12地区が採択されており、採択地区では、都道府県や農協、地域商社等の生産から流通・販売に至る関係者が一体となって輸出の推進体制の整備を図っています。

(輸入規制措置の撤廃・緩和が進展)

東京電力福島第一原子力発電所の事故に伴い、55か国・地域において、日本産農林水産物・食品の輸入停止や放射性物質の検査証明書等の要求、検査の強化といった輸入規制措置が講じられていました。これらの国・地域に対し、政府一体となってあらゆる機会を捉えて規制の撤廃に向けた粘り強い働き掛けを行ってきた結果、令和5(2023)年度におい



アスノツガル輸出促進協議会による
輸出産地の形成に向けた、りんごの栽培指導

資料：株式会社日本農業

¹ Global Farmers/Fishermen/Foresters/Food Manufacturers Projectの略

² 沖縄振興開発金融公庫でも貸付が行われている。

ては、輸入規制措置がEU等で撤廃され、規制を維持する国・地域は7にまで減少しました。

動植物検疫協議については、農林水産業・食品産業の持続的な発展に寄与する可能性が高い輸出先国・地域や品目から優先的に協議を進めています。令和5(2023)年度は、タイ及びニュージーランド向けのかんきつ類^{ぶたねつ}の輸出検疫条件が緩和されました。また、国内では各地で高病原性鳥インフルエンザや豚熱が発生していますが、発生等がない地域から鶏卵・鶏肉や豚肉の輸出が継続できるよう、主な輸出先国・地域との間で協議を行っています。

このほか、輸出向けHACCP¹等対応の施設・機器整備や、地域の食品製造事業者等が連携した加工食品の輸出促進の取組等を支援しています。

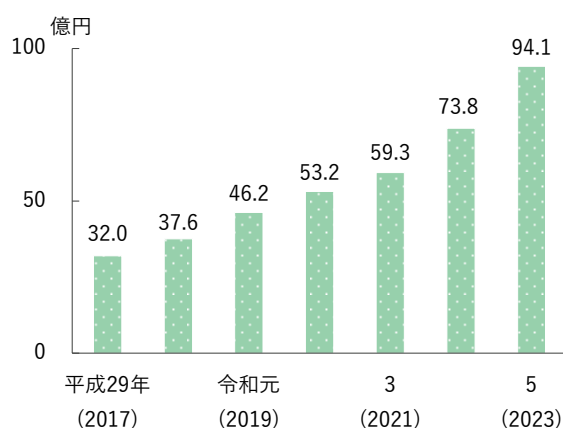
(2) 主な輸出重点品目の取組状況

(コメ・コメ加工品の輸出額は前年に比べ増加)

商業用のコメの輸出額は、日本食レストランやおにぎり店等の需要開拓により、近年増加傾向にあります。令和5(2023)年は、前年に比べ27.5%増加し94億1千万円となりました(図表1-7-3)。また、パックご飯や米粉・米粉製品を含めた輸出額は、前年に比べ26.8%増加し104億9千万円となりました。

農林水産省では、輸出ターゲット国・地域として設定している香港、シンガポール、米国、中国、台湾を中心に、海外市場開拓や大ロットでの輸出用米の生産に取り組む産地の育成を進めていくこととしています。

図表1-7-3 商業用のコメの輸出額



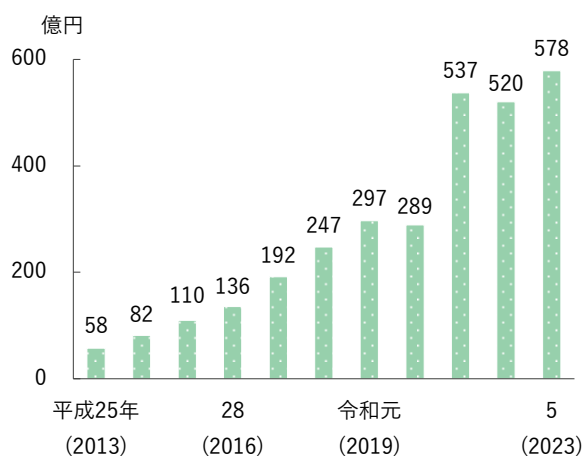
資料：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成
注：政府による食糧援助分を除く。

(牛肉の輸出額は前年に比べ増加)

牛肉の輸出額は、我が国が誇る和牛の品質の高さが世界中で認められ、人気が高まっていることを背景として、近年増加傾向で推移しています。令和5(2023)年は、台湾や香港で外食需要が回復したこと等から、前年に比べ11.2%増加し578億円となりました(図表1-7-4)。

農林水産省では、畜産農家、食肉処理施設、輸出事業者等が連携して産地主導で取り組む新たな商流構築等を支援するとともに、輸出認定食肉処理施設の増加に向けた施設整備を支援しています。

図表1-7-4 牛肉の輸出額



資料：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成
注：令和4(2022)年以降は、加工品を含む。

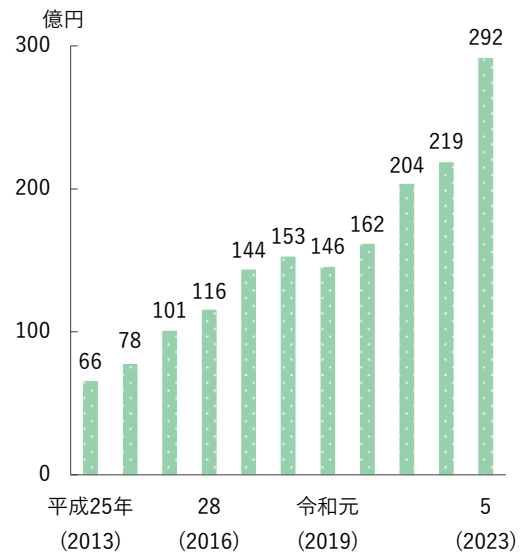
¹ 第1章第6節を参照

(緑茶の輸出額は前年に比べ増加)

緑茶の輸出額は、海外の日本食ブームや健康志向の高まり等を背景として近年増加傾向で推移しています。令和5(2023)年は、前年に比べ33.3%増加し292億円となり、平成25(2013)年と比べると約4.4倍に増加しています(図表1-7-5)。

また、有機栽培茶は海外でのニーズも高く、有機同等性¹の仕組みを利用した輸出货量は増加傾向にあります。令和4(2022)年は前年に比べ2.3%増加し過去最高の1,342tとなりました。特にEUや米国が大きな割合を占めています。

図表1-7-5 緑茶の輸出額



資料：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

(事例) 海外に現地合併企業を設立し、日本茶の販路開拓・拡大を推進(静岡県)

静岡県静岡市の丸善製茶株式会社では、茶の集積地であるモロッコでの加工・販売拠点の整備により、日本茶を世界に届ける取組を展開しています。

同社は、主に同県産原料茶の卸売のほか、緑茶等の茶製品の加工・製造を手掛けています。

平成30(2018)年には、海外販路の拡大に向け、茶の包装機械・資材を扱う日本企業と、加工を担うモロッコ企業と組み、現地に3社の合併会社である「Maruzen Tea Morocco」を設立しました。令和元(2019)年には、茶の集積地であるモロッコでの営業許可を受け、日本産茶葉を現地工場で加工・包装し、本格的に輸出を開始しました。

海外輸出の茶を扱うためには、輸出先国・地域の残留農薬基準を満たす必要があり、基準を満たした茶葉を生産者から安定的に購入できるよう、GFPのサポートも活用しながら生産者への指導を実施しています。

同社では、有機JAS認証やエコサート*認証、ISO22000を取得し、安全・安心なお茶を海外に届ける体制を整えており、今後は、米国や中東地域での販路開拓・拡大を目指しています。

* エコサートは、フランスに本拠を置く有機農産物・加工食品等の国際認証機関。我が国においては、日本法人のエコサート・ジャパン株式会社が有機登録認証機関となっている。



モロッコを拠点に
海外販売される日本茶

資料：Maruzen Tea Morocco

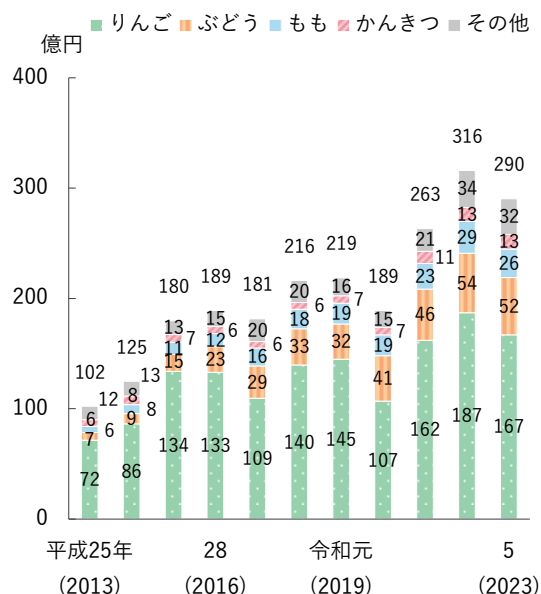
¹ 相手国・地域の有機認証を自国・地域の有機認証と同等のものとして取り扱うこと

(果実の輸出額は前年に比べ減少)

果実の輸出額は、我が国の高品質な果実が諸外国・地域で評価され、りんご、ぶどうを中心に近年増加傾向で推移しています。一方、令和5(2023)年は、夏季の高温の影響により収量が減少したこと等から、前年に比べ8.2%減少し290億円となりました(図表1-7-6)。

農林水産省では、りんご等の果樹について、既存園地の活用や水田への新植、省力樹形の導入等によって生産力を強化し、輸出拡大に対応できる生産量の確保を図っていくこととしています。

図表1-7-6 果実の輸出額



資料：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

注：1) 「その他」は、なし、かき等を含む。

2) 令和4(2022)年以降は干し柿を含む。

(事例) 自社選果場を基盤とした共同出荷体制を構築し、輸出拡大を推進(山梨県)

山梨県山梨市^{やまなし}のアグベル株式会社では、自社選果場を活用した共同出荷体制を構築し、シャインマスカットの輸出拡大や人材育成に注力しています。

令和元(2019)年から香港等向けに輸出を開始した同社では、輸出ロットを確保するため、出荷組合を形成し、同県^{きょうとう}峡東地域の農業者約80軒と連携して共同で出荷する体制を構築しています。輸出に当たっては、自社運営の選果場^{せんぱう}を活用し、選果や梱包の手間等といった生産者の作業負担を軽減するとともに、残留農薬等の基準を満たす栽培を担保しています。また、市場を通さないことで中間コストを削減しつつ、最短のリードタイムで配送できる仕組みを構築しています。

また、現地ニーズへの細やかな対応のため、自社オリジナルのパッケージを制作し、見た目の上でも差別化するとともに、品質管理担当のスタッフを配置し、海外で好まれる品質の確保を追求しています。

さらに、同社では、業界の若返りを図るため、将来に向けて輸出産地の中核となる若手人材を育成しています。植付けから収入発生までのリードタイムが3～4年を要するぶどうの特性を加味し、独立までの収入の保証や、生産技術の伝授等の独立に向けた支援を実施しています。

同社では、長野県の農業者とも提携し、産地リレーによる持続的で安定した輸出体制を築いており、日本産シャインマスカットの普及に向けて一層の輸出拡大を図っていくこととしています。



シャインマスカットの栽培管理

資料：アグベル株式会社

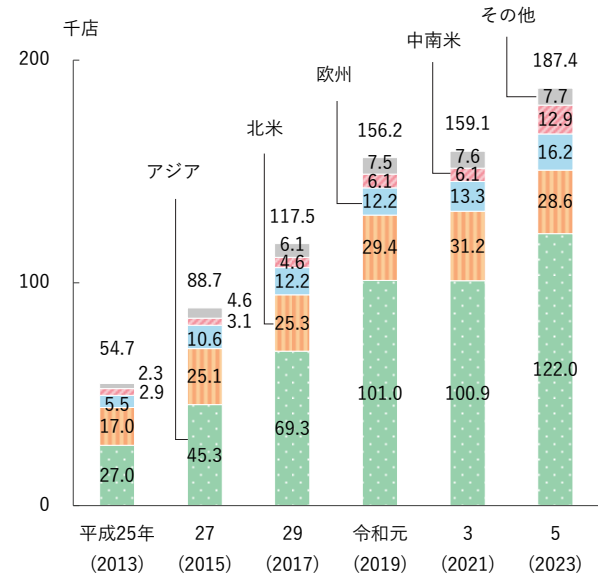
(3) 海外への商流構築、プロモーションの促進と食産業の海外展開の促進

(海外における日本食レストラン数が拡大)

令和5(2023)年の海外における日本食レストラン数(概数)は、令和3(2021)年の15万9千店から約2割増加し18万7千店となりました(図表1-7-7)。特にアジアでは、コロナ禍を経て、レストラン営業の再開や外出制限の解除、日本食人気の高まり、チェーン展開する食品企業の進出等により約2割の増加となっています。

また、日本産食材を積極的に使用する海外の飲食店や小売店を民間団体等が主体となって認定する「日本産食材サポーター店」は、令和6(2024)年3月末時点で約6千店が認定されています。日本食品海外プロモーションセンター(以下「JFOODO」にほんしょくひんかいがいという。)では、世界各地の日本産食材サポーター店等と連携して、日本産食材等の魅力を訴求するプロモーションを実施しています。

図表1-7-7 海外における日本食レストラン数(概数)



資料：農林水産省作成

(JETRO・JFOODOによる海外での販路開拓支援を実施)

JETRO¹では、輸出セミナーの開催、輸出関連制度やマーケット情報の提供、相談対応等の輸出事業者等へのサポートを行っています。また、海外見本市への出展支援、国内外での商談会の開催、サンプル展示ショールームの設置等によるビジネスマッチング支援等により、輸出に取り組む国内事業者への総合的な支援を実施しています。

また、JFOODOでは、「日本産が欲しい」という現地の需要を作り出すため、認定品目団体等と連携した取組を強化するとともに、品目横断的な取組にも着手し、新聞・雑誌や屋外、デジタルでの広告展開、PRイベントの開催といった現地での消費者向けプロモーションを戦略的に実施しています。



海外見本市での日本のブース

資料：独立行政法人日本貿易振興機構(JETRO)



米国の高級和食店の関係者を対象とした日本茶のセミナー

資料：日本食品海外プロモーションセンター(JFOODO)

¹ トピックス3を参照

(コラム) 大規模展示・商談会を活用した農林水産物・食品輸出の取組が進展

コロナ禍を経て、日本産農林水産物・食品への関心が高まる中、海外バイヤーにアピールする大規模展示・商談会が対面形式で開催され、積極的な商談等が行われています。

公庫では、魅力ある農林水産物づくりに取り組んでいる農林水産業者や、地元産品を活用したこだわりの食品を製造する食品企業を対象に、広域的な販路拡大の機会を提供する商談会「アグリフードEXPO」を開催しています。令和5(2023)年8月に東京都で開催された同商談会では、国内の農林水産業者や食品企業等465社が出展し、2日間で8,889人の来場者を集めました。展示会場では、輸出向けの特別フロアを設置し、出展者の輸出拡大につながる商談機会を提供したほか、地域性豊かで海外からの評価も高い国産酒類について、専用のパビリオンに集約し、一堂に集まるバイヤーに提案することで、国内外の販路拡大を支援しました。

また、JETROは、同会場内に日本産農林水産物・食品の取扱いを希望する世界18か国19人の海外バイヤーを招へいし、対面形式での食品輸出商談会の開催により、出展者等131社との間で206件の直接商談を実施しました。

海外市場での需要・商流づくりに当たっては、世界各国の優良バイヤーを招へいする国内での大規模展示・商談会や、海外現地での見本市等の場合は、重要な商談機会となります。今後とも国内外の大規模展示・商談会等の活用を通じ、我が国農林水産物・食品の輸出拡大が一層進展することが期待されています。



国産酒類専用のパビリオン

資料：株式会社日本政策金融公庫



JETROによる食品輸出商談会

資料：独立行政法人日本貿易振興機構
(JETRO)

(輸出の後押しとなる事業者の海外展開を支援)

主要な輸出先国・地域において、農林水産物・食品の輸出を行う事業者を包括的・専門的・継続的に支援するため、現地発の情報提供や新たな商流の開拓支援等を行う輸出支援プラットフォームを設置しています。

令和5(2023)年度は、新たに中国(北京、上海、広州、成都)、台湾(台北)、EU(ブリュッセル)、米国(ヒューストン)において輸出支援プラットフォームの拠点を設立し、合計で8か国・地域となっています¹(図表1-7-8)。

また、食産業事業者の海外展開を支援するため、海外現地において設備投資等を行う場合の案件形成への支援や資金供給の促進を行うとともに、投資円滑化法²に基づき、輸出に

図表1-7-8 輸出支援プラットフォームの拠点
設置国・地域



資料：農林水産省作成

¹ ()内は事務局設置都市

² 正式名称は「農林漁業法人等に対する投資の円滑化に関する特別措置法」

取り組む事業者に投資する民間の投資主体への資金供給の促進に取り組むこととしています。

(インバウンドの本格的な回復の動きを捉え、訪日外国人への日本食の理解・普及を推進)

日本政府観光局¹(JNTO)の調査によると、個人旅行再開等の水際措置の緩和以降、インバウンドの回復が進む中、令和5(2023)年の訪日外客数は、前年から増加し2,506万6千人にまで回復しています(図表1-7-9)。

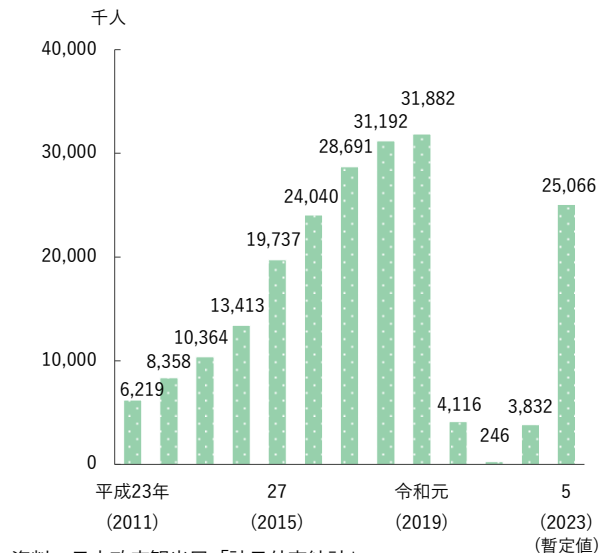
このような中、農林水産省を始めとする関係省庁は、海外の消費者に対して我が国の食品の調理方法、食べ方、食体験等を通じた地域の文化とのつながりの発信等を行うとともに、インバウンドの本格的な回復の動きを捉え、訪日外国人旅行者への日本食や食文化の理解・普及を図ることにより、我が国の農林水産物・食品の輸出市場とインバウンド消費を拡大する取組を支援しています。

これを受けて、JETRO・JFOODOとJNTOは、デジタルマーケティングや海外でのプロモーションイベント等で連携し、我が国の農林水産物・食品の輸出市場とインバウンド消費を相乗的に拡大することを目指しています。

(「SAVOR JAPAN」認定地域に2地域を追加)

増大するインバウンドが、訪日外国人旅行者の更なる増加と農林水産物・食品の輸出増大につながるといった好循環を構築するためには、訪日外国人旅行者を日本食・食文化の「本場」である農山漁村に呼び込むことが重要です。このため、農林水産省は、食と食文化によりインバウンド誘致を図る農泊地域等を「農泊 食文化海外発信地域(SAVOR JAPAN)」に認定することで、ブランド化を推進する取組を行っています。インバウンドの本格的な回復に伴う訪日外国人旅行者の増加を見据え、令和5(2023)年度については新たに2地域²を認定し、認定地域は令和5(2023)年10月時点で42地域となりました。

図表1-7-9 訪日外客数



資料：日本政府観光局「訪日外客統計」



「SAVOR JAPAN(農泊 食文化海外発信地域)」について

URL : <https://www.maff.go.jp/j/shokusan/eat/savorjp/>

¹ 正式名称は「独立行政法人国際観光振興機構」

² 令和5(2023)年度に認定された地域は、静岡県富士山麓・伊豆半島地域(わさび)、福岡県八女市(八女茶)の2地域。()内は、その地域の食