

# 輸出拡大等による「海外から稼ぐ力」の強化について 参考資料

---

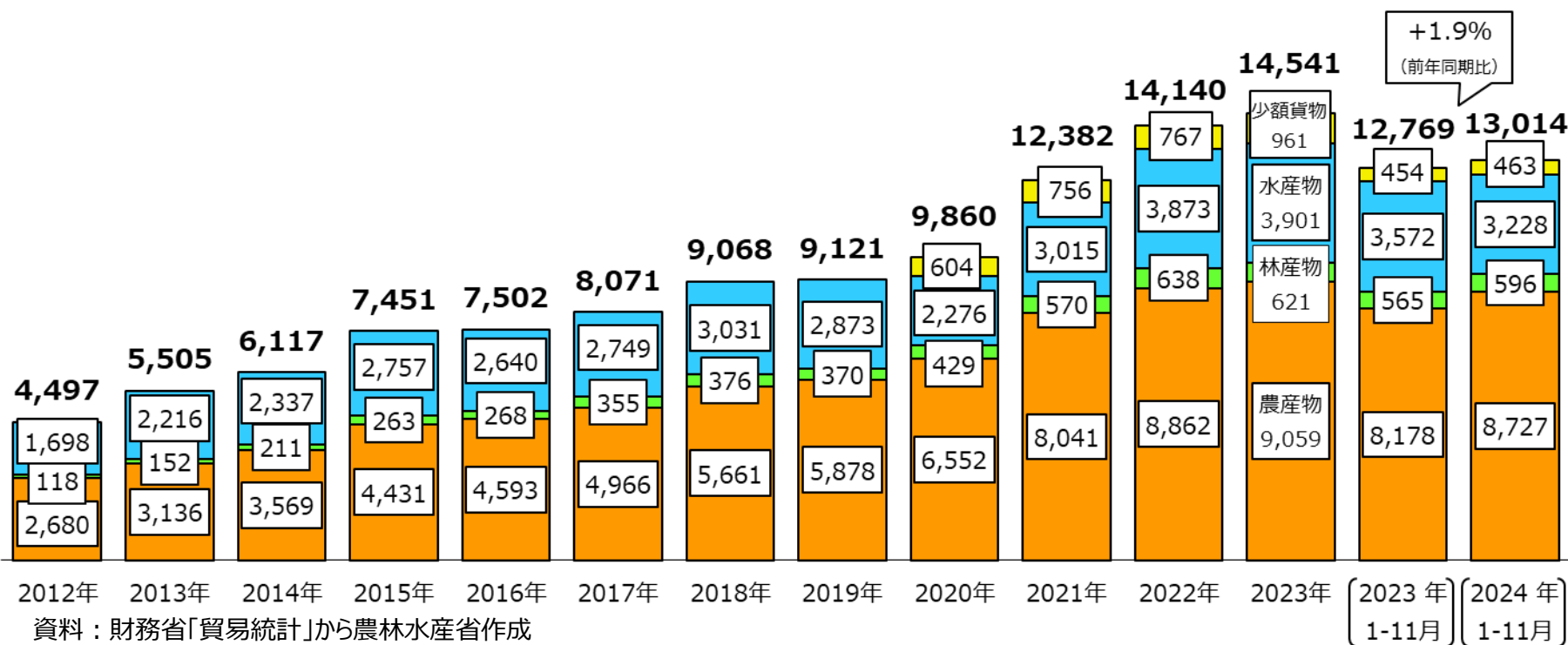
2025年1月10日

農林水産省

# 2024年1-11月 農林水産物・食品の輸出額

- 輸出額は、2023年まで11年連続で増加し、過去最高額を更新
- 2023年8月のALPS処理水の海洋放出後の中国等による水産物の輸入停止措置を受け、2024年1月から11月までの実績は1兆3,014億円で対前年同期比1.9%プラスの微増

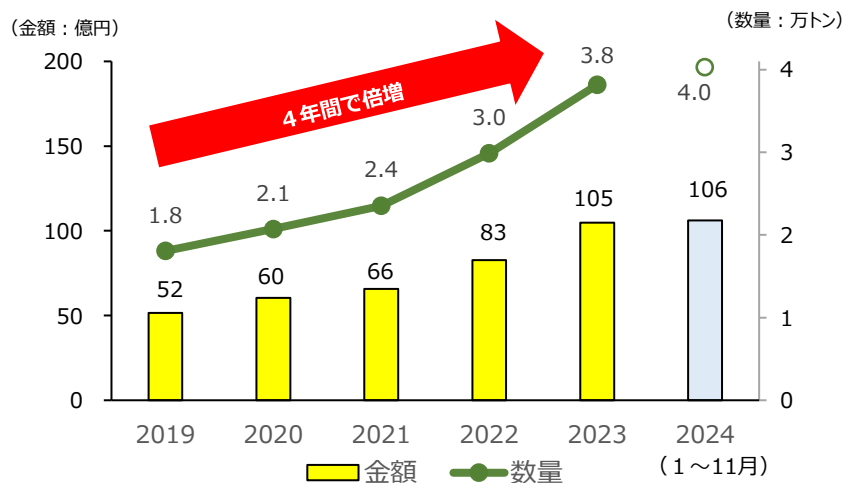
	金額	前年差	前年比
1-11月累計 <small>(1-6月累計の少額貨物輸出額を含む)</small>	13,014億円	+244億円	+1.9%
うち中国	1,500億円	▲ 711億円	▲ 32.1%
うち香港	1,992億円	▲ 168億円	▲ 7.8%
うち中国、香港以外	9,058億円	+1,114億円	+14.0%
うち少額貨物(上半期)	463億円	+9億円	+2.0%



# コメ輸出の最大化に向けた施策の強化

- コメ（パックご飯、米粉・米粉製品を含む）の輸出は2019年から2023年の4年間で倍増（2019年52億円→2023年105億円）
- 国内の主食用米の需要は減少傾向にあるが、海外需要は拡大の余地が大きい
- 輸出向けの供給力の向上と海外需要の拡大の取組を車の両輪として進め、輸出額の増加ペースの加速化を図る

## コメ等の輸出実績



## 今後の施策の強化の方向

### ① コメの大規模輸出産地拠点の形成

- 基盤整備と合わせた大規模輸出産地の育成
- スマート農業の導入と低コスト生産技術の定着
- 地域計画を基にした農地の集積・集約化による新たな輸出産地の創造
- 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
- 官民をあげた多収品種の開発・活用の拡大

### ② 輸出機会を逃さないサプライチェーンの構築

- パックご飯等の供給拡大を可能とする拠点施設の整備、認証取得の推進

### ③ 更なるマーケット拡大

- 輸出先国・地域のニーズを踏まえた非日系・新興国等への新たな販路開拓
- パックご飯など精米以外の付加価値を持つ商品の輸出促進
- 輸出先国・地域の求める規制への対応

# コメの大規模輸出産地拠点の形成

○ 農地の大区画化やスマート農業の導入等を通じて生産コストを削減し、輸出用米の生産を拡大

## ● 基盤整備と合わせた大規模輸出産地の育成

- 農地の大区画化に伴う大型機械の導入等により、農作業労働時間や生産コストの低減を実現。

事例：コメの輸出事業計画に取り組む農地整備事業（TPP対策）実施地区

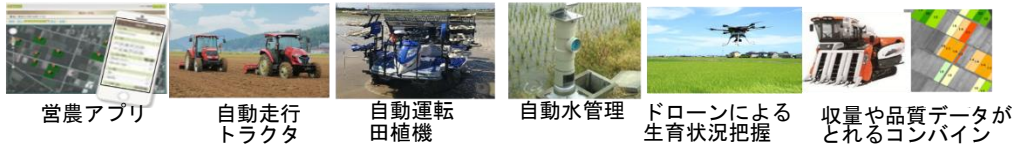
- 基本区画平均面積：1.72ha
- コメ生産コスト（平均）：9,244円/60kg



## ● スマート農業の導入と低コスト生産技術の定着

- ドローン・直進キープ田植機等のスマート農業技術の活用により、農薬散布や田植作業が省力化。労働時間の抑制（実証では、慣行農法と比較可能な地区の約3割で10%以上減）や施肥量の低減によりコストを削減。

経営管理 → 耕起・整地 → 移植・直播 → 水管理 → 栽培管理 → 収穫

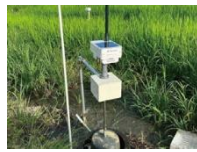


## 低コスト生産技術の実証

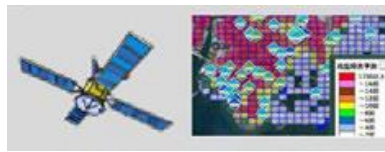
- 稲作農業の体質強化に向けた超低コスト産地育成事業を活用した技術実証により3,036円/60kgの削減。  
(R2 14,082円/60kg→R5 11,019円/60kg)



V溝直播



止水版、水位センサー、自動給水装置



生育予測診断システム、衛星画像診断

## ● 地域計画を基にした農地の集積・集約化による新たな輸出産地の創造

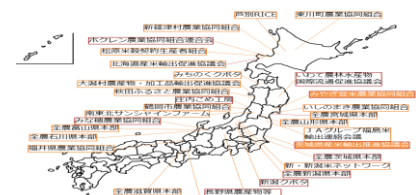
- 地域計画を基に農地の集積・集約化に取り組む地域を支援し、コメの輸出産地の形成を後押し。

## ● 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

- フラッグシップ輸出産地（年間のコメ輸出1,000トン超）を、現在の2産地から拡大することを目指す。
- 輸出産地の規模拡大に対応し、精米施設、乾燥調製施設を整備。



乾燥調製貯蔵施設、精米施設の整備



主なコメの輸出産地

## ● 官民をあげた多収品種の開発・活用の拡大

- 多収品種を活用した輸出の取組が進捗。
- 収穫期の異なる品種を組み合わせた作業分散型作付により、安定的な生産が可能。
- 中長期的には、新たな品種の開発も期待される。

# 輸出機会を逃さないサプライチェーンの構築と更なるマーケット拡大

- 生産が拡大する輸出用米を確実に商流を載せ、供給力を向上
- 国産米の強みを生かして新たな市場を開拓

## ● パックご飯等の供給拡大を可能とする拠点施設の整備、認証取得を推進

- **パックご飯等の製造施設の整備等へ支援**し、海外向けの供給を拡大。
- また、輸出先国の**規制に対応するために必要な施設整備等や国際認証等の取得**についても、一体的に支援。



パックご飯の製造ラインの増設



輸出先国の規制に対応するために必要な施設整備等



国際認証等の取得

## ● 輸出先国・地域の求める規制への対応

- **中国向け精米輸出拡大**のため、精米工場及びくん蒸倉庫の更なる追加に向け、**働きかけを継続**。  
(11月15日、石破首相から習近平国家主席に対し、精米の輸出拡大に係る当局間協議の早期再開を要請)
- 更に、**輸出先国等から求められる各種規制**（くん蒸、残留農薬、重金属等）への対応に必要な取組を支援。



精米輸出用のくん蒸等の規制対応に対する支援

## ● 輸出先国・地域のニーズを踏まえた非日系・新興国等への新たな販路開拓

- 海外の日本食レストランや日系スーパー等の**日系市場のみならず**、現地系の大手小売店などの**非日系**に加え、**新興国や地方都市などの市場の開拓**を図る
- **認定品目団体を中心に**、展示会への出展や商談会の開催、輸出先国の市場調査などを通し、**オールジャパンでのプロモーションを加速**。

### 認定品目団体を中心とした取組例



【アメリカ：最大級の高級食品見本市への出展】



【メキシコ（昨年日本からの精米の輸出が解禁）：商談会の開催】



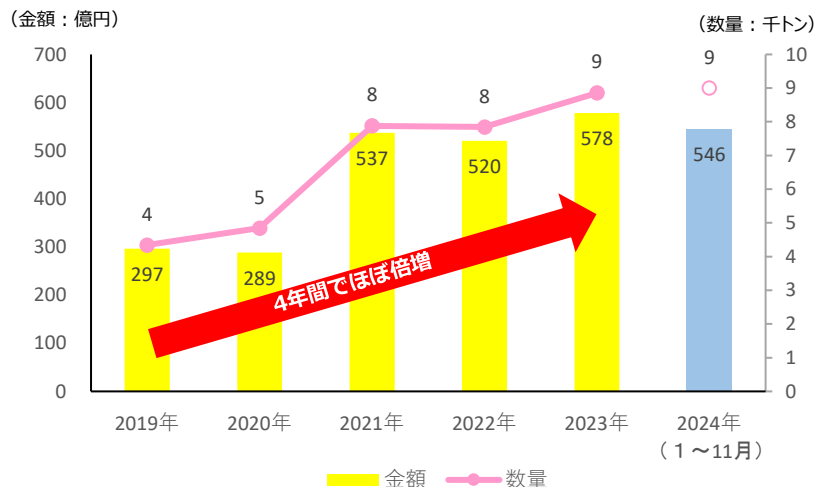
【コメ・コメ加工品の消費・流通等のマーケット情報や、関税や検疫制度等の規制情報を掲載したハンドブックの作成】



# 牛肉輸出のさらなる拡大に向けた施策の強化

- 牛肉の輸出は2019年から2023年の4年間でほぼ倍増（2019年297億円→2023年578億円）
- 国内の牛肉需要は緩和傾向にある中で、更なる海外需要の獲得を進めていくことが重要
- 各産地のプロモーションとオールジャパンのサポート等と食肉処理施設の整備・円滑な輸出認定によるハード・ソフト両面での取組により輸出の更なる拡大を図る

## 牛肉の輸出実績



## 今後の施策の強化の方向

### ① 更なる商流拡大や新規商流構築

- 未開拓の有望エリアの開拓、認知度向上に向けた品目団体によるオールジャパンでのプロモーション
- 現地調理人、食肉販売店等を対象にした、和牛肉を最大限活用する基礎となる喫食方法やカット技術等の教育

### ② 輸出体制の強化

- 多様化する輸出先国のニーズに対応する人手の不足を解消するため、非併設処理施設を含めた新たな施設の整備・認定
- 相手先国の規制・慣習に合わせた専門人材の確保、施設整備、機械導入

### ③ 日本産牛肉のブランディングによる差別化

- 和牛統一マークの利用拡大と併せた輸出先国での商標登録による日本産牛肉のブランド確立・保護
- 格付、性別、産地等の品質情報を確認できるQRコードシステムの普及

# 牛肉輸出のさらなる拡大に向けた今後の施策の方向とその事例

- 未開拓の有望エリアの開拓や和牛肉を最大限活用するためのカット技術等の教育による新規商流の構築
- 産地の食肉処理施設の整備支援や5者協議での円滑な輸出施設認定による輸出体制強化
- 品目団体による和牛統一マーク等を活用した和牛肉のブランド確立・保護

## 更なる商流拡大や新規商流構築

### ● 認定品目団体によるオールジャパンでのプロモーション

- ・米国中西部、西欧、サウジアラビア等、未開拓の有望エリアで、和牛の知識の教育、カッティングセミナーの開催により、オールジャパンでの和牛肉認知度向上を図るとともに、商談につなげていく。



和牛セミナーの開催

### ● 現地調理人等へのカット技術等の教育

- ・現地調理師学校と連携したシェフ向け和牛教育や日本に招聘してのカッティングセミナーの開催等により、モモ、カタ等を含めて和牛肉を余すことなく活用するためのカット技術や調理方法等を教育。

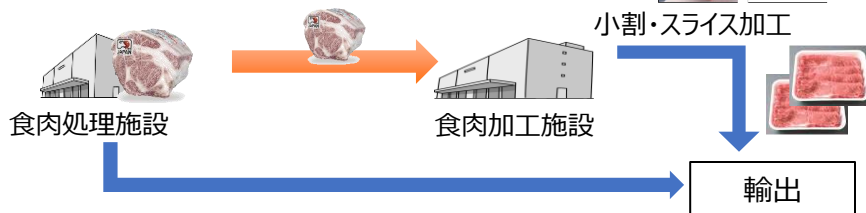


現地食肉学校での講義

## 輸出体制の強化

### ● 多様化する輸出先国のニーズへ対応するための施設整備・認定の円滑化、規制・慣習に合わせた専門人材の確保

- ・スライスや小割肉などの高度な輸出用加工に対応するため、輸出向け食肉処理施設や非併設食肉処理施設整備を支援。
- ・厚労省等の関係者が一堂に会した5者協議による輸出施設の認定の円滑化。
- ・ハラル牛肉生産に不可欠な機械導入やムスリムのと畜人の確保のための関係省庁と協力した入国スキームの円滑な運用。



## 日本産牛肉のブランディングによる差別化

### ● 和牛統一マークの利用拡大と輸出先国での商標登録による日本産牛肉のブランド確立・保護

- ・日本産牛肉のブランド確立・保護を目的に作成した和牛統一マークを現在48の国・地域で商標権を登録。
- ・同マークの利用拡大と商標権によりブランド確立・保護を推進。



### ● 格付、性別、産地等の品質情報を確認できるQRコードシステムの普及

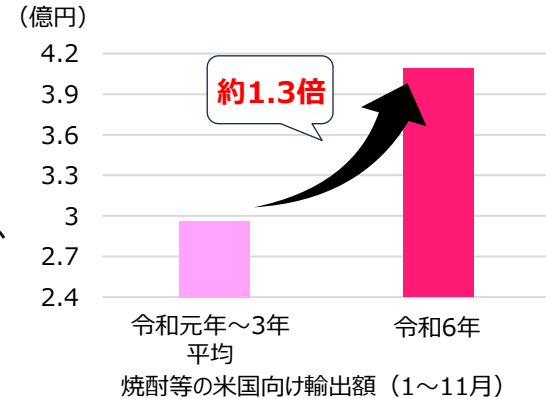
- ・トレーサビリティと品質について正確かつ詳細な情報を求める海外シェフの声を受け、QRコードで即座に格付、性別、産地等の品質情報をQRコードで確認できるシステムの普及を推進。
- ・和牛統一マークの利用拡大と併せて日本産牛肉の差別化を推進。

# 認定品目団体によるオールジャパンでの輸出力強化の取組

○ これまでに認定した27品目15団体において、生産から販売に至る関係者が連携した取組が進展

## 米国での焼酎の輸出拡大に向けた規制緩和を実現

- ・ ニューヨークやカリフォルニアでは、州法で焼酎がハードリカーに分類されており、飲食店等での販売・提供時には高額なライセンス料が設定されていた。
- ・ 焼酎以外の蒸留酒では、州法の特例条項により安いライセンス料の区分で販売できるものもあり、**焼酎は不利な立場での競争を強いられていた。**
- ・ 日本酒造組合中央会が、現地の弁護士事務所や総領事館と連携し、それぞれの州法の調査やロビー活動を実施した結果、2022年7月にニューヨーク州、2023年10月にカリフォルニア州で**規制が緩和され、ソフトリカーライセンスでも販売が可能となり、焼酎の取扱いが拡大。**



## スギ・ヒノキ構造材の米国での性能検証・認可

- ・ スギ・ヒノキ構造材は、これまで米国での使用に必要とされる強度等の基準が未設定で、輸出ができなかった。
- ・ (一社)日本木材輸出振興協会が米国でのヒノキ製材のツーバイフォー構造材としての性能検証を実施した結果、**2024年4月に設計強度が認可され、ヒノキのツーバイフォー構造材の輸出が可能となった。**
- ・ 現在、**スギ製材のツーバイフォー構造材の性能検証を実施中であり、令和7年度中の認可を目指す。**



ヒノキ製材の構造材としての性能検証

## 認定品目団体の自己財源の充実に向けた取組

- ・ (一社)全日本錦鯉振興会は、主催する品評会への錦鯉の出品料の徴収等に加え、**錦鯉の品質等を証明するための電子証明書発行システムを導入し、その利用料の徴収等により自己財源の充実を進める。**
- ・ 認定品目団体の自己財源の充実に向けた取組をさらに進め、持続可能な体制の構築を目指す。



錦鯉の個別のIDを付与した証明書



# ジェットロによる新たな商流の構築の取組

- 海外見本市出展支援、商談会の開催等を通じ、年間231億円の成約※を創出（2023年度実績） ※見込み金額を含む。
- 「水産業を守る」政策パッケージに基づき、ホタテ貝等の水産物の輸出先の多角化を重点的に推進。その結果、中国以外の2024年1-11月ホタテ貝（生鮮等）の輸出実績は、対前年同期比約7割増加

## ○海外見本市への出展支援、商談会の開催等による成約



支援ツール	参加事業者数	成約金額
海外見本市への出展支援	約400社・団体	132億円
国内外における商談会	約1,600社・団体	60億円
サンプル展示ショールーム	約2,700社・団体	39億円

## ○日本産水産物の輸出先多角化

- ・米国当局と交渉しデンバー空港での日本産水産物の通関が実現。米国中西部への**日本からの直送が可能に**
- ・直送ルートを活用し、本年9月には日本産水産品等の試食商談会を開催し、**新たな商流を構築**



## ○輸出に取り組む事業者のすそ野拡大に向けた取組



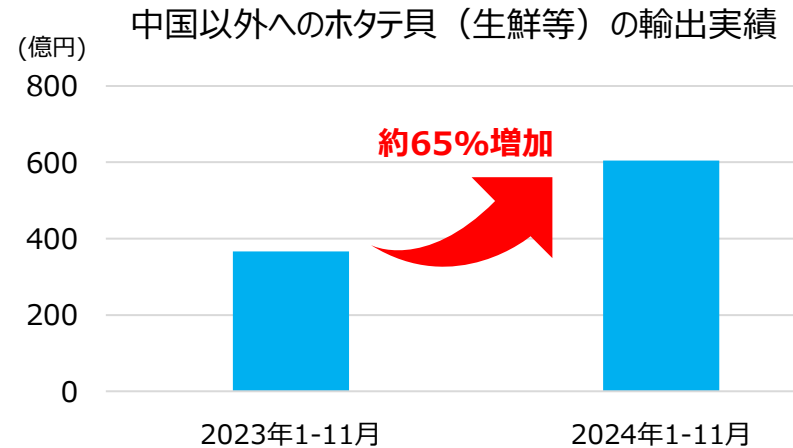
支援ツール	実績
セミナー等による市場・規制情報の提供	60件を実施し、約5,900名が参加
現地専門家による相談対応	海外22都市にて年間約1,000件の相談に対応
専門家（輸出プロモーター）による伴走支援（3年間）	約250社・団体を支援



### 【輸出プロモーターでの支援事例】

精肉加工業者A社：継続的な営業活動に加え、ハラール処理対応や精肉のカッティング技術指導等を通じたバイヤーとの良好な関係を構築。輸出額が**3倍以上**に（2021年度と2019年度の比較）

米穀業者B社：小売店での実演販売や海外見本市への出展を進めるとともに、専門家がタイムリーに提供する海外現地情報をもとに営業を継続した結果、コロナ禍の2020年度でも対前年度比で輸出が**倍増**



# 日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）によるジャパンブランドの構築

○ JFOODOによる戦略的な消費者プロモーションを通じ、輸出拡大の基盤たるジャパンブランドの構築を推進

## グローバルメディアを活用した需要喚起

- 日本産ホタテの需要喚起のため、**CNNを通じてブランディング・プロモーション**を実施。  
日本産ホタテの特長を伝える映像をテレビ、Web・デジタル広告や、CNNの人気レギュラー番組の放映を通じて、米国を中心とする全世界の消費者**64億人が視聴**。
- モニター調査の結果、「日本産ホタテを食べたくなった」との回答が約7割に達し、**喫食意向を向上**。
- ディストリビューターが商談会等で活用いただきポジティブな評価をいただくとともに、ジェトロの商談会や試食会等の取組において動画を活用。2次利用が可能であり、今後も様々な機会でも有効活用。

## 日本茶の米国でのプロモーションによる販路開拓

- 日本茶の主力品である抹茶を起点に、日本茶の特長であるテアニンリッチをもとに「日本茶 = マインドフルネスビバレッジ」と掲げて、**加工用に展開**することで消費の拡大を促進
- 外食店向けプロモーションへの参加やSNS施策において**3万人のフォロワー**を獲得、生産者の想い・日本産のストーリー性（生産者のクラフトマンシップ）を強調した動画を6本掲載し、合計で約**100万回再生**されたことで、国内のプロモーション参加事業者（直近2年間で延べ約140社）のビジネスにつなげた。
- 日本茶の特長を認知し、関心を持った消費者が継続して購入が可能ないように、**Amazonに日本茶の特設サイトを創設**。国内事業者の商品を随時リンク中。

## ポータルサイトによる日本食・食文化の魅力情報の発信

- 海外現地の日本食・食文化のトレンド情報の紹介等、海外消費者に対し、日本食・食文化の魅力を伝える記事をポータルサイト（**Taste of Japan**）により、4か国語（英語・繁体中文・簡体中文・仏語）で制作・発信。
- 記事のプレビュー数は**200万回超を達成**し、多くの海外消費者の日本食・食文化への関心を向上。

## JAPANESE SEAFOOD

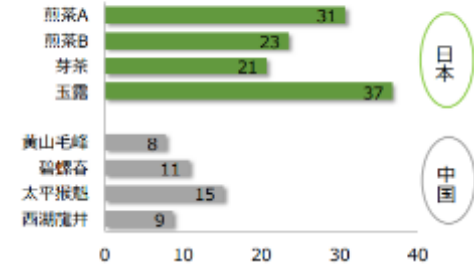
日本産水産物統一ロゴ



CNN動画広告

<緑茶に含まれるテアニンについて>

- 緑茶には、リラックス効果をもたらすテアニンが含まれている
- 緑茶の中でも、特に日本茶はテアニンが豊富である



日本茶と中国茶の浸出液100mlに含まれるテアニン量の比較（農研機構資料よりJFOODO作成）



日本茶のAmazon特設サイト



駅弁に関するTaste of Japan掲載記事

# 輸出支援プラットフォームの成果と今後の取組

- 輸出支援プラットフォーム（10か国・地域、16拠点）では、オールジャパンでのプロモーションのための企画・調整を行うことにより、①現地の規制等に係る情報提供・相談の受付け、②現地関係者とのネットワークの構築等を実施しつつ、非日系を含む新たな商流の開拓に向けた事業者の取組を支援
- 今後はこうした枠組みを活用しつつ、輸出以外も含めた食品事業の海外ビジネス展開に係る支援を強化

## ◆ 輸出支援プラットフォームの設置状況



## ◆ 輸出支援プラットフォームの相談窓口機能

- タイ輸出支援プラットフォームでは輸入規制に関する相談の常設窓口を設置（2023年度の相談件数：700件超）
- 2023年度からは模倣品の疑義情報にも対応し、具体的な対策の助言等を行うとともに、案件に応じて現地当局への情報提供や働きかけを実施

## ◆ 非日系を含む新たな商流の開拓

- 香港では、プラットフォームが協力した畜産物フェアを契機として、現地系スーパーにおける日本産の鶏肉・豚肉の販売が200店舗以上に拡大



## ◆ 現地関係者とのネットワークの構築

- 複雑化するEUの規制への対応について、欧州各地でビジネスを展開する日系食品メーカーとの意見交換会をブリュッセルにおいて開催（第3回、2024年11月）
- 日本産食品の輸入規制の続く中国において、中国系・日系の事業者の参加を得て、「日本食普及の親善大使」による調理デモを含めた交流会を開催（2024年12月）



ブリュッセルにおいて日系食品メーカー20社が参加する意見交換会を開催



中国成都の交流会では小売・流通・外食などの55社、105名が参加



# 日本産酒類の輸出に向けた取組

- 認知度向上や販路拡大に向けた取組を、認定品目団体である日本酒造組合中央会とも連携し、推進
- 「伝統的酒造り」のユネスコ無形文化遺産登録も追い風に、輸出拡大に向け今後さらに取組を強化

## 国内外における「伝統的酒造り」の認知度向上

「伝統的酒造り」ユネスコ無形文化遺産登録！  
(令和6年12月5日(日本時間))

- 今後、「伝統的酒造り」に関する国内外の認知度を高めるための施策を推進

### ① 国税庁等が開催する「伝統的酒造り」に関する今後のイベント等

2025大阪・関西万博の機会も活用  
日本酒造組合中央会、文化庁、外務省(在外公館)、農林水産省、JETRO等と連携しつつ、実施

日程	企画(主催)	場所
R7.1.25~26	伝統的酒造りシンポジウム(文化庁)	石川県金沢市
R7.2.3	伝統的酒造りシンポジウム(国税庁)	ベルギー ブリュッセル
R7.6.8~15	万博会場内におけるPR(国税庁)	「大阪・関西万博」 会場内のEXPOメッセ
R7.6月中旬~ 7月初旬頃	國酒フェア(日本酒造組合中央会)	大阪市

※ 主なものを列記。上表のほか、各国税局においても多数のイベントを開催予定。

### ② その他広報周知の取組



「伝統的酒造り」ポスター(日本語、英語)のほか、以下の広報施策を予定

- ・新聞広告
- ・主要駅デジタルサイネージ広告
- ・機内シートモニター広告

## 「日本産酒類輸出促進コンソーシアム」等を通じた販路開拓支援

- 国内の「酒類製造者」と「輸出卸・商社」等が参加するコンソーシアムを構築し、両者のマッチングを推進
- 世界各地に「酒類輸出コーディネーター」を配置し、商談会や日本産酒類プロモーションセミナーなどを実施(令和6年度は、19か国、20名を設置)

### 商談会



世界各地で商談会を開催  
令和7年度においては、参加事業者に対するきめ細やかなフォローアップを進める等、**取引継続化をより意識した販路開拓支援を推進予定**

### セミナー



日本産酒類の認知度向上のためのプロモーションセミナー等を開催  
今後、バイヤー等プロ向けセミナー等においては、**お酒の品質維持に必要な管理方法の普及も図っていく予定**

## 国際空港「國酒」キャンペーン (日本酒造組合中央会)

- 主要国際空港において日本酒や本格焼酎・泡盛といった「國酒」のブースを設置し、インバウンド向けに試飲や販売を実施
- 國酒の文化的な価値や魅力を発信

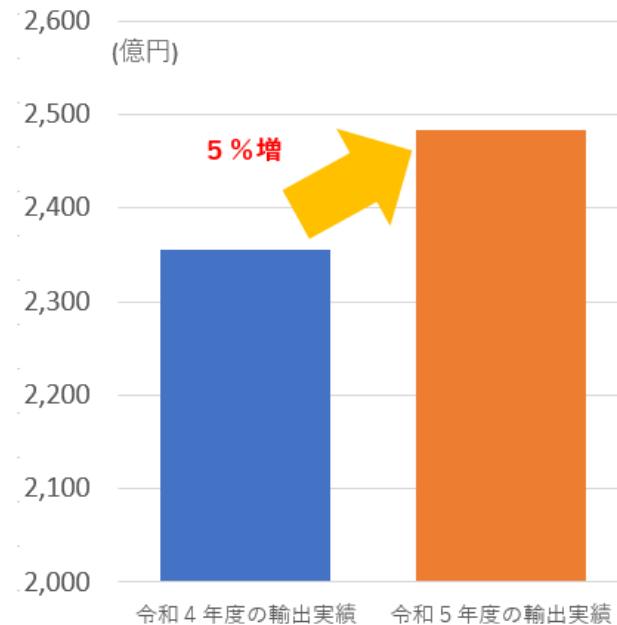


# 輸出事業計画の進捗・成果

- 輸出促進法に基づく輸出事業計画の認定は令和2年4月からスタート
- これまでの認定件数は延べ658件、うち計画期間が終了した計画は103件（令和6年11月末時点）
- これら103件の実績については
  - ・計画の基準年の輸出合計額：151億円 に対して、
  - ・計画最終年の輸出合計額：263億円となっており74%の伸び率
- また、計画期間中の342件についての直近1年間の輸出合計額は、対前年比5%の伸び率で推移

実績報告済み（103件）の実績まとめ	(百万円)
A 基準年の輸出額の合計	15,127
B 計画最終年の輸出額の合計	26,314
(B-A)/A 合計額ベースの伸び率	74%

※ 2か年～3か年の計画が主



計画期間中の  
認定輸出事業者の  
輸出額の伸び率



# 大規模輸出産地支援の進捗状況

- R4年度補正予算採択（R5年度実施分）の14地区については、
  - ・ 有機栽培に適した品種への改植や輸出向けの有機茶栽培への生産の転換
  - ・ 防除暦の作成等、残留農薬基準をクリアする新たないちごの生産体系の確立・普及等の取組に対して支援
- 例えば、静岡県かんしょ輸出促進協議会では、本事業の実施により荒廃農地の再生に取り組み、輸出用かんしょの作付けを拡大させ、輸出額を900万円（2022年度）から1.3億円（2023年度）に拡大

## 【既に成果が現れている取組例】

### 取組

- 荒廃農地の再生と新規作付
  - ・ 荒廃農地の再生と土壌改良（天地返し等）を推進
- 生産の効率化
  - ・ 大規模営農に対応する機材導入やIoT機器の活用
- 集荷の効率化、産地バンニングの実施
  - ・ 収穫用コンテナの無料貸与や中継地点の設置、産地バンニングの実証

### 成果

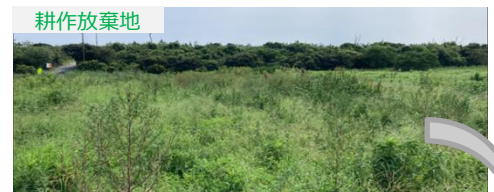
- 荒廃農地19haを再生し、新規かんしょの作付けを実施
- IoTセンサーを搭載したトラクターやドローン防除を導入
- 自社選果場で産地バンニングを行い、**地元の清水港からの輸出を実現**



V

2022年度  
輸出額 約900万円  
輸出量 約27トン

2023年度  
輸出額 約1.3億円  
輸出量 約368トン



# 食品産業の海外展開関連施策

## ○グローバル・フードバリューチェーン推進官民協議会【農林水産省】

- ・ 食産業の海外展開に向けた環境整備を図ることを目的に、官民間及び企業間の情報交換の場として運営。セミナーの開催等を通じた事業者への情報提供や、海外展開の際の実務的な留意事項等をまとめたガイドラインの策定・普及等を実施。

## ○海外サプライチェーン構築に向けた投資可能性調査緊急支援事業【農林水産省】

- ・ 農林水産物・食品の輸出等に関連する事業者の海外展開を推進するため、海外での物流・商流等の拠点づくりを通じたサプライチェーンの構築に向けた民間企業の海外投資案件の形成を支援。

## ○農林水産物・食品輸出基盤強化資金【日本政策金融公庫】

- ・ 輸出促進法に基づく認定輸出事業計画に従って実施する製造施設、流通施設、設備の整備・改修費用等に対する長期低利資金を貸付け。

## ○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【農林水産省】

- ・ (株)日本政策金融公庫の農林水産物・食品輸出基盤強化資金の融資を受け、海外においてサプライチェーンを構築するための施設の整備等を行う事業者に対する金利負担を軽減。

## ○海外展開ハンズオン支援【中小企業庁】

- ・ 海外ビジネスに精通した専門家が、法務・税務・規制・現地マーケティング等の海外現地専門家と連携し、相談助言等を通じて海外事業戦略立案やビジネスモデルの仮説検証を支援。

# インバウンドによる食消費関連施策

## ○地域一体型ガストロノミーツーリズム推進事業【観光庁】

- ・ 先進的な観光地域創出に向けた食のコンサルタントや料理人を含む食の専門家による視察や磨き上げ等の伴走支援、ガストロノミーツーリズムコンテンツ造成支援、販売経路の形成等の支援。

## ○農泊インバウンド受入促進重点地域プロモーション事業【農林水産省】

- ・ 重点地域の特設サイトやデジタルパンフレットの作成、外国人等を対象としたモニターツアー等を実施。

## ○SAVOR JAPAN（農泊 食文化海外発信地域）【農林水産省】

- ・ 地域の食や食文化等の魅力で訪日外国人を誘客する農泊地域などをSAVOR JAPAN地域として認定し、専門家の派遣による地域資源の観光商品化に向けた磨き上げ等の支援、認定地域の一元的な情報発信を実施。

## ○OGIの活用によるインバウンド市場の開拓・拡大【農林水産省】

- ・ 観光庁などの関係省庁等と連携し、地域の観光資源の一つとしてG I 産品を活用するとともに、広く周知する取り組みを推進。

## ○インバウンド需要と消費実態の分析事業【農林水産省】

- ・ インバウンド客の日本国内での食関連消費をキャッシュレスデータやPOSデータなどの定量的なデータから分析し、客観的な目線で国籍・人の属性・国内都市や地域別に消費傾向を把握。