

# 輸出拡大等による「海外から稼ぐ力」の強化について

---

2025年1月10日

**農林水産省**

**1 更なる輸出拡大に向けた取組**

**2 「海外から稼ぐ力」の強化**

# 更なる輸出拡大に向けた施策（全体像）

○ 8月の輸出閣僚会議での官房長官指示を踏まえ、海外需要の拡大と供給力向上を車の両輪として施策を展開

今後の施策の展開方向（8/23 輸出閣僚会議）		令和6年度補正予算及び令和7年度当初予算での対応
海外需要の拡大	非日系市場など新たな市場開拓	・ 非日系市場、未開拓の有望エリアの需要開拓に向けた認定品目団体、ジェトロ、JFOODOによる商流構築やプロモーション等を支援
	輸入規制撤廃等に向けた働きかけ	・ 輸出先での残留農薬基準値設定に向けたインポートトランス申請、認証取得等を支援
	優良品種の保護・活用・開発の促進	・ 優良品種の海外流出防止に向け、海外への品種登録、権利侵害対応、ECサイト等における種苗の違法取引等の調査、農業知財相談窓口の設置、現場の人材育成等を支援

輸出向けの供給力の向上、国内外の流通体制構築や現地での新たな販路の開拓による、国内外を一貫してつなぐ新たなサプライチェーンモデルを構築

供給力の向上	フラッグシップ輸出産地に対する各種支援の優先的措置（基盤整備、新技術の活用等）	・ 新たな輸出先国へのニーズに対応した産地間連携等の新たな取組への重点的な支援、農地基盤整備事業やスマート農業関連事業等において、優先採択等の優遇措置を実施
	認定品目団体を中心としたオールジャパンの取組拡大	・ 業界関係者共通の課題解決に向けた新産地育成、規格統一に向けた実証等を支援
	生産体系の転換等に対するソフト・ハード一体的な支援	・ 輸出等、実需とつながりのある拠点事業者と産地等が連携・策定する計画に基づく拠点施設の整備や、輸出向けの新品目・品種の導入等ソフト・ハードの取組を一体的に支援

# 海外現地系スーパーやレストラン、未開拓の有望エリア等の新市場の開拓

- 認定品目団体、JETRO、JFOODOが連携して行う、海外現地系スーパーやレストラン、未開拓の有望エリア等をターゲットとしたブランディングや海外需要の創造、新たな商流の構築を重点的に支援

## パリでの日本産和牛肉の現地加工体制の構築による販路開拓

- ▶ 現地食肉学校での和牛コース開設支援が後押しとなり、**産地と日系流通事業者、現地食肉加工業者の連携**が深まった結果、日本産和牛肉が航空会社の機内食へ導入され、また**現地系小売約400店舗で新たに取扱い開始**予定。年間数十トンの輸出を見込む。
- ▶ これまでレストラン向けがメインだった和牛肉を、ロイン系以外の部分も含めて**現地の消費実態に合わせた活用方法を提案**することで**現地大手小売にリーチ**。



## タイにおける現地系料理への日本産ホタテの浸透

- ▶ バンコクのみならず、**チェンマイ等の未開拓エリア**を含め、**品目団体が現地メディアの活用や現地料理へのメニュー提案**等を行い、日本産ホタテの魅力を現地ディストリビューターに訴求。
- ▶ 飲食73ブランド**391店**、小売6ブランド**29店**で日本産ホタテのPRを行い、**新規取扱いに繋げる**。
- ▶ タイ向けのホタテ**輸出額は大きく伸長**。  
(本年1~11月累計：39億円(対前年同期比**4.4倍**))



## 米国大手現地系の新規商流を構築

- ▶ ジェトロの**商談会が契機**となり、東海岸で110店舗を展開する**現地富裕層向け大型総合スーパー**が一部店舗で総菜寿司に用いる日本産米の取扱いを試験的に開始。
- ▶ 販路開拓に当たっては、**民間認証取得**、日本米が持つ**ストーリー**の消費者訴求がポイント。



# 輸出解禁等に向けた協議

- 東京電力福島第一原子力発電所事故やALPS処理水の海洋放出に伴う輸入規制に対し、あらゆる機会を捉えて早期撤廃の働きかけや、輸出解禁等に向けた動植物検疫等の協議を政府一丸となり実施

## 台湾の日本産食品の輸入規制が緩和（9月）

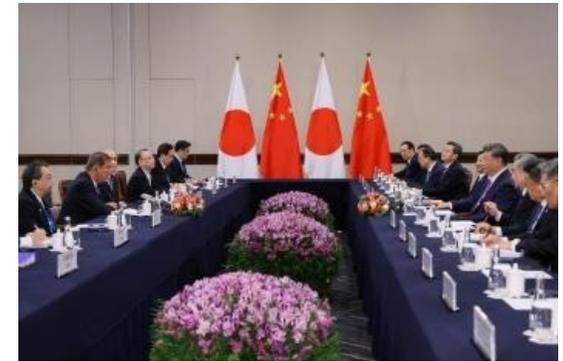
- これまで輸入停止となっていた5県（福島県、茨城県、栃木県、群馬県及び千葉県）の野生鳥獣肉、きのこ類、コシアブラについて、放射性物質検査報告書及び産地証明書の添付を条件に輸入停止が解除。  
⇒ 日本国内で流通する食品は全て輸出が可能に
- 5県以外の放射性物質検査報告書の添付義務が撤廃。  
⇒ 静岡の茶類、岩手・宮城の水産物などが放射性物質検査報告書なしで輸出が可能に
- 今後とも、証明書の添付等の輸入規制が科学的根拠に基づいて早期に撤廃されるよう、働きかけ。

## フィリピン向け日本産いちごの輸出解禁（12月）

- フィリピンの検疫当局との協議を粘り強く重ねてきた結果、日本産いちごのフィリピン向け輸出が12月15日に解禁。
- 主な検疫条件である生産施設や選果こん包施設の登録、生産施設での病害虫の発生調査、輸出前の残留農薬検査及び微生物検査に適切に対応するため、地方自治体や産地など関係者に丁寧に説明。

## 日中首脳会談での水産物の輸入回復等への働きかけ（11月）

- 11月15日、石破総理大臣と習近平中国国家主席との間で首脳会談を実施。
- 首脳間で、ALPS処理水の海洋放出と日本産水産物の輸入規制に関する2024年9月の発表（日中間の共有された認識※）を両国できちんと実施していくことを確認し、石破総理大臣から、中国による日本産水産物の輸入回復を早期に実現するよう求めた。
- 石破総理大臣から、日本産牛肉の輸出再開、精米の輸出拡大に係る当局間協議の早期再開を求め、両首脳は、意思疎通を継続していくことを確認した。



日中首脳会談の様子

※外務省ホームページより（写真提供：内閣広報室）

### 【参考】日中間の共有された認識（抄）（2024年9月20日）

- 4 （前略）中国側は、I A E Aの枠組みの下での長期的かつ国際的なモニタリングに有効に参加し、参加国による独立したサンプリング等のモニタリング活動を実施後、科学的証拠に基づき、当該措置の調整に着手し、基準に合致した日本産水産物の輸入を着実に回復させる。

# 戦略的な海外ライセンス及び優良品種の国内管理の推進

- 農業・農家の新たな「稼ぎ」の確保に向け、輸出だけでなく、我が国優良品種の戦略的な海外ライセンスを推進
- こうしたグローバル展開を担う育成者権管理機関の早期立上げを進めるとともに、足下の国内からの流出抑止に向け、制度的枠組の整備の検討を含め、優良品種の厳格な国内管理を推進

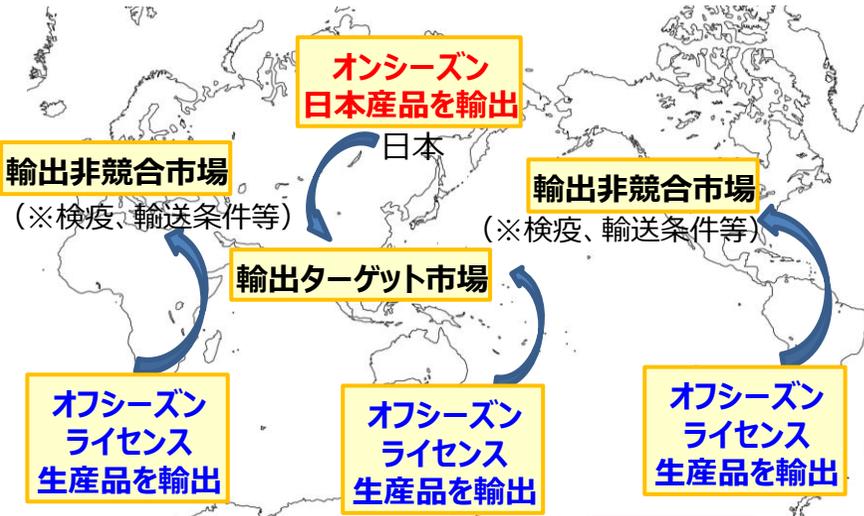
## 戦略的な海外ライセンスの推進

### 【目指す姿】

- 海外における無断栽培を実効的に抑止しつつ、海外からの稼ぎにつなげるため、日本の生産オフシーズンに海外ライセンス生産を行い、
- ① 我が国からの輸出と連携し、ターゲット市場においてジャパンブランドが周年供給可能な体制を構築し、**輸出を後押し**
  - ② 我が国からの輸出と競合しない市場への輸出・販売からロイヤリティを確保し、**新品種の開発、国内管理と産地化・ブランド化等に投資**

⇒ これらを担う育成者権管理機関の早期立上げ・事業化を推進

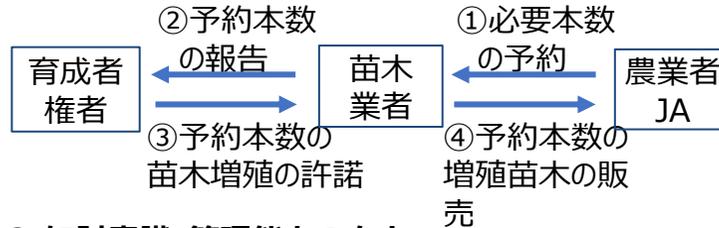
### 【我が国優良品種の海外展開イメージ】



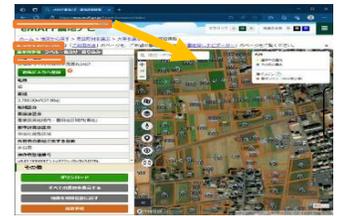
## 優良品種の国内管理の推進

### ○ 苗木管理システムによる厳格管理

不特定者に苗木が渡らないよう、流通量を厳格に管理するとともに、農業者の苗木利用を地図情報により管理



作付情報を地図上に登録  
農地情報ソフト

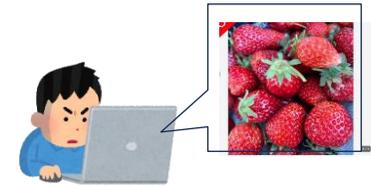


### ○ 知財意識・管理能力の向上

種苗業者等の知財意識・管理能力の向上に向けた知財教育を進め、一定の種苗管理能力を有する事業者のリスト化・公表等を実施

### ○ オンライン取引の監視・侵害対応

フリマサイトの巡回・監視と権利者による出品取下げ請求や警告・訴訟などの民事上の権利行使、刑事告発を支援



### ○ 制度的枠組の整備の検討

- ・ 農業者のみが苗木を取り扱うような許諾管理のあり方等の国内管理指針作成を検討
- ・ 苗木利用者の増殖・転売等を権利者が把握・管理し易い「苗木のリース方式」の導入推進、侵害行為に対する実効的な対応等に必要な制度的枠組について検討

# 地理的表示（GI）の活用

- GI制度は、その地域ならではの自然的、人文的、社会的な要因・環境の中で育まれてきた品質、社会的評価等の特性を有する製品の名称を、地域の知的財産として保護するもの  
(2024年8月時点で148製品がGIに登録(酒類を除く。)、政策目標:200製品(2029年))
- GIの活用により、輸出の拡大や産地の活性化等とともに、観光庁等と連携したインバウンド市場の拡大にも貢献

## 1 外国政府によるGI保護

「相互保護」の枠組により、日本のGI名称が外国でも保護。  
不正使用が発見された場合、外国当局が取り締まりこれを排除。

- スペインのレストランにおいて、南米産牛肉のメニューに「TROPICAL KOBE BEEF」と表示



- ドイツのスーパーでは、NZ産和牛に「Wagyu “Kobe-Style”」  
➡ 我が国の要請に応じ、EU当局が事業者を取り締り

## 2 ショッピングサイトにおける不正出品物の削除

世界の主要な179のショッピングサイトにおいてGI名称の不正使用が疑われる製品について、農水省が各サイトの運営会社に削除・修正を要請。

- ➡ 1200件以上の不正使用のうち、600件以上が削除済 (R5)

## 3 外国産品との差別化

### ■ 市田柿 (長野県)

春節需要が高まる年明けに、中華系マーケットをターゲットに輸出戦略を展開する中、「中国産市田柿」と差別化すべくGIを取得。ブランドの取組を一層強化。



- ➡ 2023年の輸出額が登録時の4.2倍に増加

## 4 輸出の拡大

### ■ 岩手木炭 (岩手県)

火持ちが良く、煙、臭いが少ない等の品質が評価され、輸出量が4倍(約1t→約4t)に増加。



## 5 インバウンド市場の拡大

### ■ 八代生姜 (熊本県)

八代港にクルーズ船専用の岸壁や旅客ターミナルが完成し、インバウンド客が増加。

街おこしのコンテンツとして、インバウンド客にも人気の生姜焼き(ジンジャーポーク)に注目し、八代生姜を観光資源として活用。

観光庁や地元商工会、JA、関連企業と連携した新商品開発・町めぐりなどGI産品を核とした地域一体となった取組へと発展。

地域における八代生姜の知名度が上昇。

➡ 八代生姜を使った料理を提供する店舗が50社以上に拡大。ガストロノミー体験を通じて、インバウンド客に八代の魅力を発信する新たな観光スタイルを創造。



# 日本の強みであるコンテンツと連携した日本食・食文化の魅力発信

- 外国人の関心が高い日本の「アニメ／キャラクター」や「食」を切り口にし、海外のファンに向けて、日本食・食文化への関心喚起、喫食機会を増やす等の取組を実施
- 今後、一層の取組強化に向けて、関係省庁との連携の下、クールジャパンとの連携などを検討

## 日本産フルーツ×人気キャラクター

( (一社) 日本青果物輸出促進協議会 )

- ・海外で子どもに人気の「ハローキティ」とコラボし、オールジャパンでの日本産青果物のプロモーションを実施
- ・ハローキティと日本産果実マークがコラボしたポスターやチラシ等様々なコラボレーショングッズを製作
- ・香港、台湾、タイ、シンガポール、マレーシア、ベトナムの6か国・地域において、日本産青果物を通年で販売するフェアや現地外食店と連携したキャンペーン等でグッズを活用

- ↓
- ✓ 日本産青果物のイメージや購入意欲を向上させ、会員事業者の売上増（対前年比2割アップ）を目指す

## 国産フルーツのジャパブランドの強化を期待



## 新たなクールジャパン戦略

(2024年6月4日知的財産戦略本部決定)

II - (ii) インバウンド、農林水産物・食品の輸出、地域の魅力の発信など横断的な取組

### 3. 分野別課題

(2) 農林水産物・食品の輸出

(前略)

このような観点からも、海外において、日本の食・食文化全体が普及・浸透する取組を行うことが重要である<sup>108</sup>。また、世界的な健康志向の高まりやライフスタイルの変化に対して、日本の食が貢献することができる可能性があり、ニーズを適切に把握するといったマーケットインの視点がさらに求められている。

108 さらに、食に関わるモノ（箸や器など）と一体的にプロモーションを行ったり、アニメなどコンテンツとのクロスオーバーに取り組んだりすることにより、大きな効果が期待できるといった意見がある。

# 「フラッグシップ輸出産地」の更なる拡大・発展

- 輸出先国・地域のニーズや規制に対応した農林水産物を一定の量又は金額以上、継続的に輸出する産地を「フラッグシップ輸出産地」として認定・公表。これまでに80産地を認定し、今後も認定拡大を推進
- 「フラッグシップ輸出産地」に対し、各種支援措置を優先的に実施することにより、その更なる拡大・発展を後押し

## フラッグシップ輸出産地の認定状況（2024年12月時点）

品目	産地	品目	産地
りんご	青森県、山形県の生産者、輸出事業者等からなる <b>2産地</b>	盆栽	香川県、愛媛県の実産者、輸出事業者等からなる <b>2産地</b>
ぶどう	茨城県、山梨県等の生産者、輸出事業者等からなる <b>6産地</b>	牛肉	宮崎県、鹿児島県等の生産者、輸出事業者等からなる <b>10産地</b>
もも	山梨県、岡山県の実産者、輸出事業者等からなる <b>3産地</b>	豚肉	北海道の実産者、輸出事業者等からなる <b>1産地</b>
かんきつ	愛媛県、熊本県等の生産者、輸出事業者等からなる <b>3産地</b>	鶏肉	岩手県、徳島県の実産者、輸出事業者等からなる <b>2産地</b>
かき加工品	富山県、長野県の実産者、輸出事業者等からなる <b>2産地</b>	鶏卵	青森県、千葉県等の生産者、輸出事業者等からなる <b>3産地</b>
いちご	静岡県、熊本県等の生産者、輸出事業者等からなる <b>4産地</b>	牛乳乳製品	北海道、鳥取県、熊本県の実産者、輸出事業者等からなる <b>5産地</b>
かんしょ	茨城県、鹿児島県等の生産者、輸出事業者等からなる <b>7産地</b>	製材	愛知県の生産者、輸出事業者等からなる <b>1産地</b>
その他野菜	静岡県（メロン）、北海道（玉ねぎ）の実産者、輸出事業者等からなる <b>2産地</b>	ぶり	三重県、愛媛県、大分県、鹿児島県の実産者、輸出事業者等からなる <b>6産地</b>
米	宮城県、茨城県等の生産者、輸出事業者等からなる <b>6産地</b>	たい	愛媛県の実産者、輸出事業者等からなる <b>2産地</b>
茶	静岡県、京都府等の生産者、輸出事業者等からなる <b>8産地</b>	その他水産物	愛媛県（くろまぐろ、しまあじ）、鹿児島県（かんぱち）、兵庫県（牡蠣）の実産者、輸出事業者等からなる <b>4産地</b>
切り花	愛知県の生産者、輸出事業者等からなる <b>1産地</b>		

※第1回認定を7月、第2回認定を12月に実施。製材、水産物については、第2回認定から募集対象に追加。

## フラッグシップ輸出産地への支援措置（R6補正、R7当初予算）

### フラッグシップ輸出産地の更なる輸出拡大に向けた取組に係る優遇措置

#### 輸出向け生産・流通転換に対する支援

- GFP大規模輸出産地生産基盤強化プロジェクト（※）
- サプライチェーン連結強化緊急対策（※）

#### 施設整備に対する支援

- 農産物等輸出拡大施設整備事業（※）
- 食肉等流通構造高度化・輸出拡大事業（※）

#### 有機栽培に対する支援

- グリーンな栽培体系加速化事業（※）
- 有機農業拠点創出・拡大加速化事業（※）

#### 基盤整備・農地利用に対する支援

- 農業農村整備事業（★）
- 担い手確保・経営強化支援事業（※）

#### スマート農業、研究開発に対する支援

- スマート生産方式SOP（標準作業手順書）作成研究（※）
- データ駆動型農業の実践体制づくり支援（★）

■ 補助上限額の上乗せ、優先枠の優遇措置を実施

■ ポイント加算の優遇措置を実施

（※）R6年度補正予算

（★）R7年度当初予算

# 認定品目団体による業界関係者共通の課題の解決に向けた取組

- かんしょの業界共通の課題である長期安定供給による海外での棚確保のため、端境期の解消に向けた新産地（北海道）の育成と複数産地でのリレー出荷の実証を実施
- 認定品目団体が主体となったリレー出荷等による長期安定供給に向け、他の品目への横展開を推進

## 業界の課題

日本産かんしょは、海外からの引き合いが強いものの、一部産地での病害の発生等による生産量の減少や、各産地が個別に輸出することで、供給の波が発生していること等から、長期安定供給ができていなかった。

## 実証の内容

（一社）日本青果物輸出促進協議会は、長期間の安定供給を求める現地ニーズに応えるため、複数産地や流通・輸出事業者、現地販売事業者等が一体となった体制の下で、産地間で異なる規格（かんしょのサイズや出荷箱）を統一するとともに、端境期となりやすい期間を埋めるべく、北海道に新たな産地を育成しつつ、複数産地で計画的にリレー出荷を行う仕組みを実証。

産地	産地出荷時期						
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
徳島	8/15 8/30						
茨城		9/16-10/3		10/5-11/7	12/2-12/14	12/22-1/14	
北海道				11/22	12/6		
千葉						1/18-1/29	2/7-2/23

複数産地での計画的なリレー出荷状況



産地と流通・輸出事業者の連携により各輸出先国のニーズに合わせた規格で安定的に供給

# 輸出向け供給力の向上を図るためのソフト・ハード一体的な支援（イメージ）

- 輸出向け供給力の向上を図るため、生産から流通に至るまでの諸課題を一体的に解決し、生産・流通拠点の整備とあわせて、新品目・新品種の導入等を通じた生産体系の転換など、事業者や産地が連携して取り組むソフト・ハードの取組を一体的に支援する仕組みを創設

従来の事業

## 施設整備計画（単年）



農業協同組合、農事組合  
法人等が作成

## 【取組】施設整備（ハード）

- ・集出荷貯蔵施設
- ・農産物処理加工施設 等

## 【目指す姿】産地の収益力強化

- ・作付面積、反収増加
- ・労働生産性の向上 等

## 事業の実施体制と計画策定

### 【拠点事業者】

農業法人、食品事業者等



### 【連携者】（産地等）

農業者、農業団体、  
輸出事業者 等

作成

- ・食料システム構築計画（3年程度） 又は
- ・「フラッグシップ輸出産地」における輸出事業計画 等

新たな食料システムを実践・実装するための生産から流通に至るまでの課題を一体的に解決するための計画を策定

### 例えば、輸出に取り組む産地では・・・

輸出先国ニーズ・規制を踏まえた、食料システムを実践・実装するための、産地の生産体系から、認証取得に向けた対応、コールドチェーン構築に至る様々な課題を一体的に解決する計画を策定

## 食料システム構築計画のイメージ （輸出産地の形成）

### ①生産安定・効率化機能

- ・海外の残留農薬基準に対応した防除替への転換実証
- ・抵抗性品種や農薬散布を効率化するスマート農業技術の導入

拠点事業者  
連携者

- ・周年供給に必要な産地ルーの構築に向け、産地間で生育状況の共有や出荷予測を行うシステムの導入

### ②供給調整機能

- ・品質維持のためのコールドチェーンの構築に向けた冷凍施設の整備
- ・民間認証取得に向けた検討会の開催

### ③実需者ニーズ対応機能

3つの機能具備・強化に向けた取組をソフト・ハード一体的に支援

新たな仕組み

# 国内外を一貫してつなぐサプライチェーンの構築（取組イメージ）

- 海外で競争力のある品目をターゲットに、新規商流のモデルづくりに向けた産地の供給力強化・国内外の物流・現地での販売に関する課題解決のための取組を支援
- 基盤整備や施設整備等の他事業とも連携し、産地の生産体系の転換を通じた輸出向けの供給力の向上を推進しつつ、国内外の流通体制構築（コールドチェーン等）や現地での新たな販路の開拓を図り、国内外を一貫してつなぐ新たなサプライチェーンモデルを構築

## 【コメ】 食品企業等と産地が連携し、日本のコメの新たな商流確立に向けた挑戦



- ・産地は、環境に配慮した生産（温室効果ガスの排出削減、化学肥料低減）等、食品企業等のニーズに応じた生産を実施
- ・産地と食品企業等との複数年の契約栽培により、高品質なコメを安定的に輸出
- ・おにぎりやパックご飯を中心に、海外の外食や大手小売等をターゲットとする新たなコメのマーケットづくりにチャレンジ

## 【茶】 有機茶等を南アジア・中東など欧米以外の新たなマーケットへ輸出するための商流確立に向けた挑戦



- ・ロットを確保するため、複数の産地が、茶商と連携し、有機農業への転換を行い、有機茶の供給量を拡大
- ・海外の衛生基準等に対応した茶加工施設で、海外の規制に即した抹茶等を生産
- ・パッケージやフレーバー等の見直しを行いながら、新たなマーケットにおける販路開拓等にチャレンジ

## 【りんご】 生産・流通の徹底した合理化を通じた、ミドル層を対象にした新たな商流の確立に向けた挑戦



- ・産地は、省力樹形等への転換を行い、供給力の拡大と併せて生産コストを低減
- ・選果労力の低減に資する効率的な選果体制を導入
- ・上記の取組で価格競争力を高め、富裕層だけではなくミドル層もターゲットにした新たな販路開拓等にチャレンジ

## 【牛肉】 日本産牛肉の米国での現地系商流の確立に向けた挑戦



- ・現地のシェフ等を対象とした日本産牛肉のプロモーションを展開し、米国における現地商流開拓にチャレンジ
- ・現地の大学等と連携した牛肉のカッティング技術者の育成等を実施
- ・現地の食肉卸等との人脈づくり

産地の輸出向け  
供給力向上

国内外の  
流通体制構築

海外現地での  
新たな販路開拓

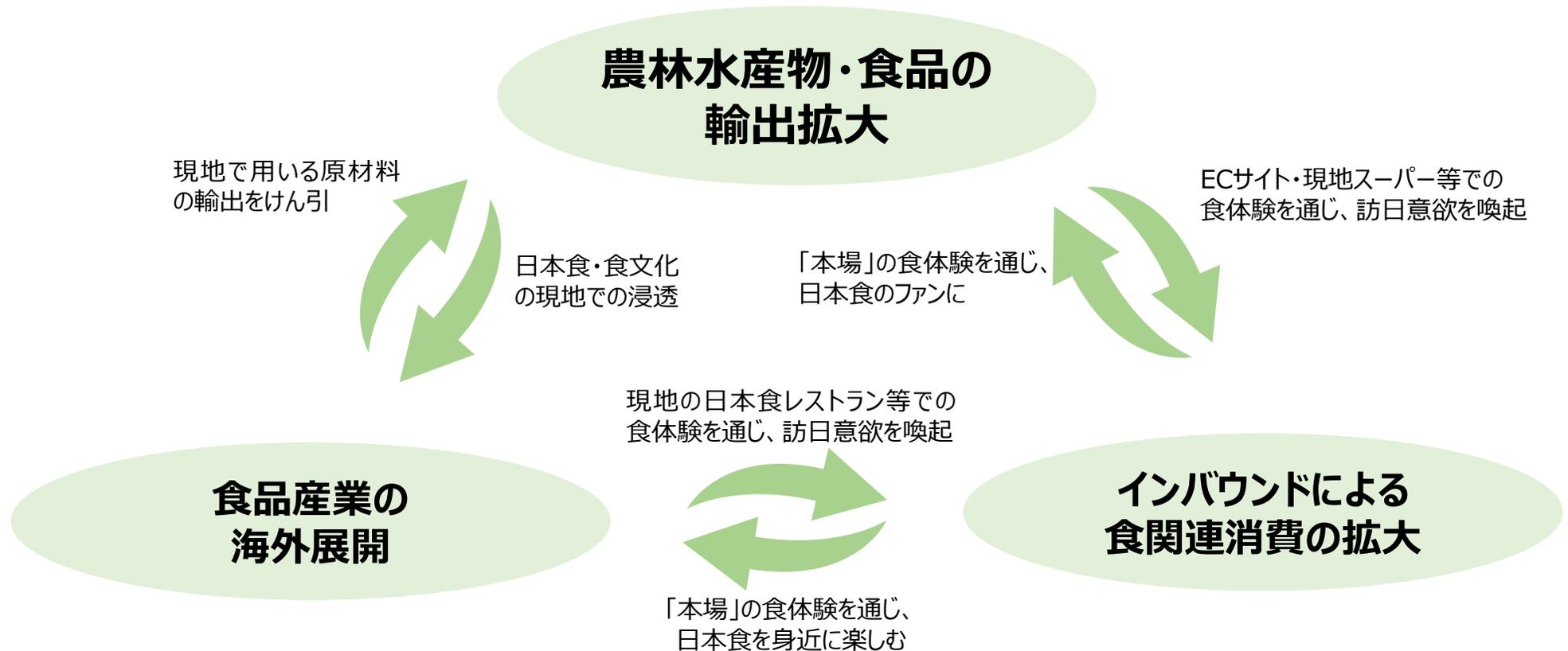
左記課題を解決し、国内外を一貫してつなぐ  
サプライチェーンモデルを構築

**1 更なる輸出拡大に向けた取組**

**2 「海外から稼ぐ力」の強化**

# 「海外から稼ぐ力」の強化

- 農林水産物・食品の輸出拡大を加速すると共に、食品産業の海外展開、インバウンドによる食関連消費の拡大を連携して進め、各施策の相乗効果を通じて、農林水産物・食品産業の「海外から稼ぐ力」を強化（地域の活性化に貢献）



# 食品産業の海外展開の現状

## 現状分析

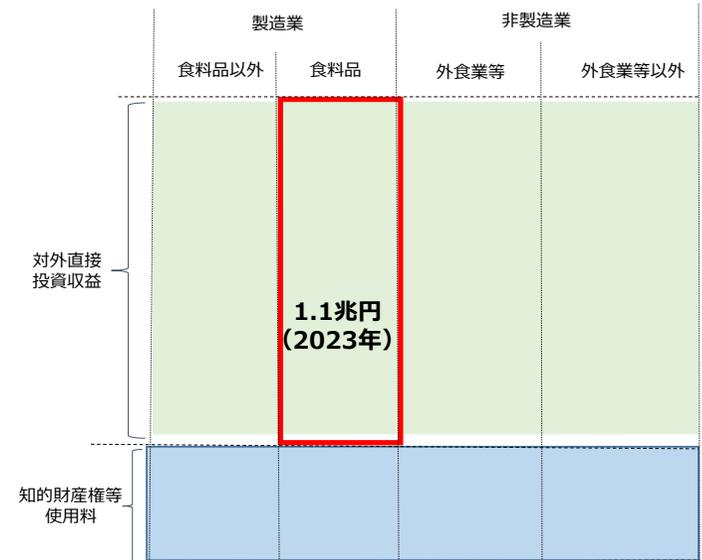
- 食品産業の海外展開は、海外子会社の利益による企業グループ全体の価値向上や日本本社に送金される利子・配当等による日本本社の利益拡大等を通じて、食品産業の発展や国際収支黒字の拡大に寄与。

また、日本産原材料を用いた現地加工、日本食の普及、食文化の理解促進等を通じ、輸出促進にも貢献。

- 製造業（食料品）の対外直接投資収益額は2023年で1.1兆円。

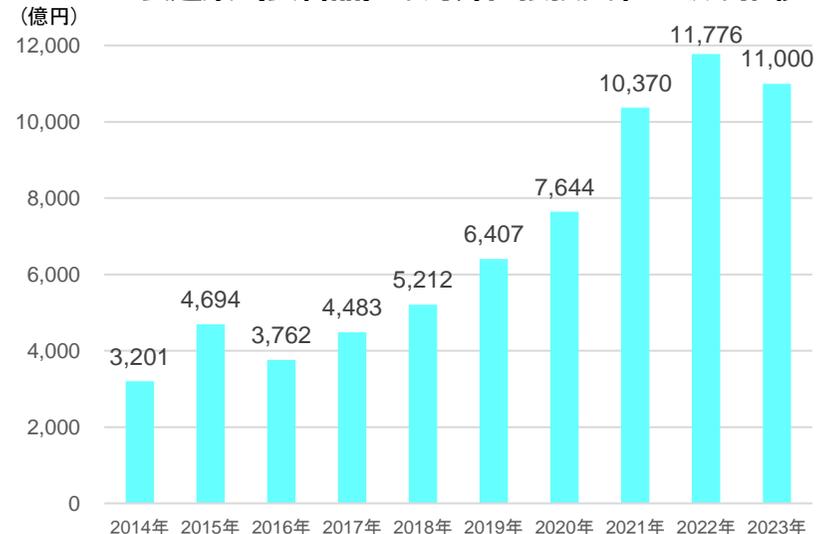
- これまで農林水産省では、「グローバル・フードバリューチェーン推進官民協議会」の枠組みの下でのセミナーの開催等を通じた事業者への情報提供や、海外現地での物流・商流構築に係る投資案件形成支援等を実施。

## 製造業（食料品）の対外直接投資収益額



資料：財務省「国際収支統計」

## 製造業（食料品）の対外直接投資収益額の推移



資料：財務省「国際収支統計」（2022年、2023年は速報値）

# 食品産業の海外展開の事例

## <小売> 洋菓子店「シャトレーゼ」

- 国内に863店舗ある洋菓子店。2014年にシンガポールに出店。香港、インドネシア、UAEなど7か国で185店舗を展開。（2024年11月時点）
- 海外に多数のフランチャイズ店舗を展開しており、日本で製造したケーキの土台と、日本産のイチゴ、メロン、桃などのフルーツを輸出し、海外店舗でフルーツケーキにして販売。
- 日本で重要な製造工程を行うことで、高品質を維持し、海外店舗への技術流出を防止。国内の加工乳製品の在庫が過剰となった際には、海外店舗で国産乳製品を活用し、消費拡大に貢献。



ベトナムシャトレーゼ店舗での販売風景



## <外食> 定食店「大戸屋ごはん処」

- 首都圏中心に国内約300店舗ある日本食レストラン。2005年1月にタイに進出。2024年5月時点でタイ、台湾を中心に110店舗以上展開。
- 海外の店舗でも、日本の商品と同じ味・品質を目指し、日本産の米や魚、調味料を使用するとともに、店内調理にもこだわる。



タイの大戸屋メニュー



台湾の大戸屋

# インバウンドによる食関連消費の現状

## 現状分析

・ **インバウンド（訪日外国人旅行者）による食関連消費は、日本の食に対する海外からの需要という点で輸出と同様、農林水産業・食品産業に裨益。**また、インバウンドの増加は、**日本食・食文化の魅力**を海外に発信していく好機であり、**輸出拡大にも貢献。**

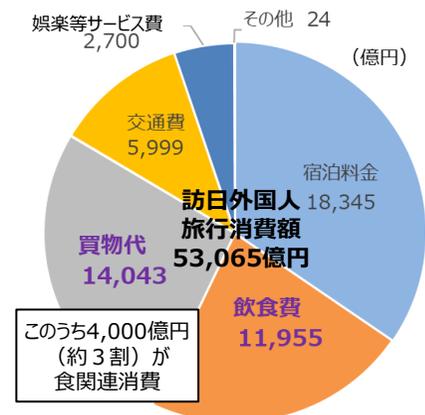
・ 2024年は、11月時点で**訪日外国人旅行者数は3,338万人、旅行消費額は5.9兆円と過去最高を記録。**インバウンドによる**食関連消費**は、2023年の訪日外国人旅行消費額（約5.3兆円）のうち、**約1.6兆円を占めている。**

・ これまで農林水産省では、**観光庁とも連携して、以下の取組等を実施。**

- ① **インバウンドをターゲットとした海外プロモーション等を通じた日本食・食文化の魅力発信**
- ② **地域の食や景観などの資源を活かした農泊等による農山漁村へのインバウンドの誘客と消費促進**
- ③ **地域ならではの自然環境、文化等に由来する品質、伝統、ものがたりを有する地理的表示（GI）製品の観光資源としての活用**

訪日外国人旅行消費額（2023年）

飲食費 1.2兆円 + 買物代 0.4兆円 = **食関連消費 1.6兆円**

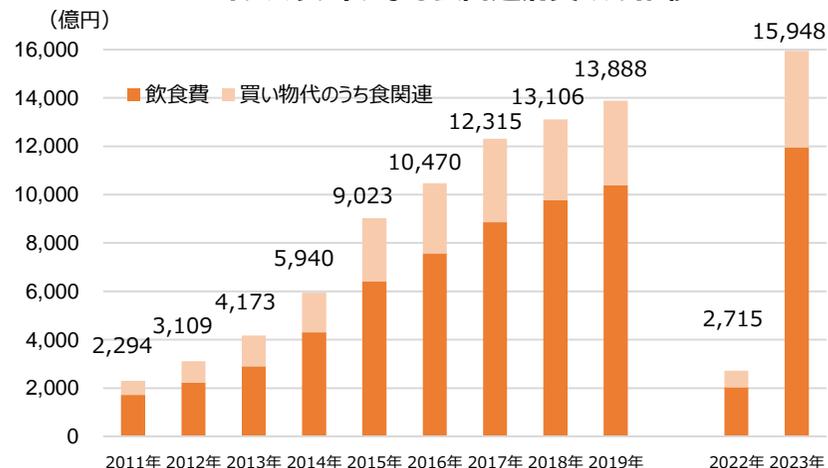


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、JNTO「訪日外客統計」を基に農林水産省推計

インバウンドと輸出の好循環イメージ



インバウンドによる食関連消費額の推移



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、JNTO「訪日外客統計」を基に農林水産省推計

# インバウンド（訪日外国人）による需要の取込みを目指した取組事例

## <インバウンド向けGIツーリズム造成> 八女伝統本玉露（福岡県八女市）

- インバウンドの観光客の地方誘客の促進に向け、地域の観光資源を活用したツーリズムを造成し、モニターツアーを実施中。
- 日本文化に興味のある訪日外国人が好む「お茶（GI産品：八女伝統本玉露）」と「神社（巫女体験）」や「伝統工芸品（製作体験）」を融合させた新しい体験型ツアーを企画。
- 伝統や産地との結びつきなどのストーリーを持つGI産品を効果的なツールとして活用し、地域の観光資源の付加価値を向上。



## 日本外国特派員協会記者による酒蔵訪問（国税庁）

- 「伝統的醸造」ユネスコ無形文化遺産登録を外国メディアに取り上げてもらうため、日本外国特派員協会所属記者による酒蔵訪問を実施（小澤酒造株式会社（東京都青梅市））。
- 酒蔵案内やきき酒を実施し、5種の異なるお酒と和洋フードとのペアリング体験の場を提供。日本の酒に関する文化や歴史等を説明。

英紙（テレグラフ）

