具体的な施策

①　手に取りやすい国産果実生産・供給への対応

●　労働生産性の高い栽培体系への転換による、比較的手頃な価格で日常的に摂取してもらえるような果実生産・供給を推進する。

②　果実加工品の生産・供給への対応

●　果実の機能性や地域の特色により差別化が図れるような新たな商品開発の推進や、加工等の関連産業等との連携を促すことによる加工仕向け用の原料果実の安定生産・供給を推進する。

③　食料システムの関係者の理解の増進

●　日常的に摂取してもらえる生果実や果実加工品等の新たな需要について、その取引が合理的に行われるよう、食料システムにおける多様な関係者の理解増進を図る。

●　栄養バランスや機能性等の観点を踏まえて、果実の摂取頻度の増加を含む健全な食生活の重要性について広く消費者の理解を醸成するため、関係者と連携しつつ、学校等での食育に加え、大人の食育等を推進する。

●　また、生果実や果実加工品等の摂取について、環境配慮等を踏まえて選択する行動変容を促すため、環境負荷低減の取組を評価し、等級ラベル表示する「見える化」の取組を推進するとともに、消費者の理解醸成を図る取組を推進する。

⑵　海外から稼ぐ力の強化

目標

国内への需要に対応しつつも、拡大傾向にある海外市場を見据えた輸出に戦略的に取り組むため、高品質等の日本の強みを生かしながら更なる海外需要開拓を図るとともに、輸出先国・地域の規制やニーズに対応しつつ、これに対応できる産地も併せて形成していく。また、果実の輸出と併せて、優良品種の戦略的なライセンスを推進し、周年供給による輸出促進と海外からのロイヤルティの新たな品種開発等への還元により、国内果実生産の振興を図る。このほか、食品産業の海外展開やインバウンドによる食関連消費も海外からの収益を得るという観点から重要であり、輸出促進施策と併せて、これら施策を強化し、輸出拡大との相乗効果を図る。

【ＫＧＩ】

●　輸出額

316億円（令和６年）⇒1,023億円（令和12年）

※　りんご、ぶどう、もも、かんきつ、かき等輸出重点品目（果樹）の合算

主要指標（ＫＰＩ）

●　輸出経営体・産地

16経営体・産地（令和６年）⇒97経営体・産地（令和12年）

具体的な施策

①　海外需要の開拓、輸出産地の育成

●　現地系の大手スーパー等の非日系市場や未開拓の有望エリア等、新市場の開拓に向けて、認定品目団体、ジェトロ（日本貿易振興機構）、ＪＦＯＯＤＯ（日本食品海外プロモーションセンター）等の連携を促進するとともに、高品質な日本産果実の価値を伝えるプロモーション等を通じて、ジャパンブランドの構築を図ることで、海外需要の拡大を図る。

●　輸出先国・地域の規制に対応するための防除体系の見直しや、輸出先国・地域のニーズに対応するための価値・特性を有する品種の産地への導入等を進めることによる産地育成の推進を図る。

②　戦略的な海外展開の推進

●　優良な品種を戦略的にライセンスし、ターゲット市場における我が国の輸出促進に理解があるライセンス先の海外生産を組み合わせたジャパンブランドの周年供給が可能な体制を構築することで、農業者の直接的な「稼ぎ」につなげるとともに、海外からのロイヤルティ収入も利用して、知的財産の保護・管理、産地化・ブランド化、さらには新たな品種開発に還元することで、農業者の将来的な「稼ぎ」につなげる。

●　国外まで俯瞰して、知的財産の保護や管理を徹底しつつ、マーケットニーズに即応した品種の開発・普及や国内未利用品種の再評価を推進する。

●　国内における知的財産の保護・活用に向け、果樹生産者への苗木のリースなど、流出対策とブランド管理を両立する管理方式の導入を推進する。

●　これらの知的財産の保護・活用の取組に当たっては、費用対効果や当該知的財産のライフサイクルを考慮するよう推進する。

●　原材料となる日本産食材の使用や日本食・食文化の理解促進等による輸出拡大につなげる観点から、食品産業の海外展開を推進する。

●　地域の食や景観などの資源を活かした農泊等による農村へのインバウンドの誘客等の促進に加え、海外向けの日本食プロモーションに当たって、ＧＩ産品の観光資源としての更なる活用等を通じ、国内産地の観光面の魅力も発信するなど、輸出促進施策及び観光振興施策について、相互に連携し、輸出拡大とインバウンド消費の好循環の形成を通じて海外需要拡大を図る。

第２　果実の需要の長期見通しに即した栽培面積その他果実の生産の目標

①　需要について

我が国の果実は、優良品目・品種への改植・新植を進めた結果、消費者ニーズに対応した高品質な果実生産が進み、国内外での堅調な需要を背景に、果実の卸売価格は上昇しており、果実の産出額は増加傾向で推移している。一方、果実の消費については、「毎日くだもの200グラム運動」等の啓発活動を行ってきたものの、１人１日当たりの摂取量が減少しており、人口も減少局面にあることから、消費量は減少している状況にある。特に若年層、中年層で摂取量が少ない傾向にあり、国内消費仕向量は減少すると見込まれる。その上で、今後の取組として、

㋐　国内市場については、生果実の消費量が多い高齢者層の購買意欲の維持や若年層、中年層の加工品需要への対応による国内消費の減少抑制を図る必要があり、このため、高品質な国産果実の強みは活かしつつ、実需者や消費者の多様なニーズを捉え、手頃で日常的に摂取してもらえる生果実、果実加工品など新たな需要に対応した取組等を行うこと

㋑　海外市場については、防除暦の見直しなど輸出先国・地域の規制やニーズに対応する輸出産地の育成の推進とともに、プロモーション等による更なる海外需要開拓を図ること

を前提とし、果実の需要の長期見通しを立てる。

②　生産目標について

果実の生産面では、生産者の減少・高齢化等により、需要の減少を上回って生産量が減少し、需要に対し国内生産が応えきれていない状況である。その上で、今後の取組として、

㋐　園地の集積・集約化や基盤整備、省力樹形等への改植・新植、スマート農業技術の開発・導入等による労働生産性の向上、高温対策の導入

㋑　果樹型トレーニングファームの推進等による担い手・労働力の確保・育成

㋒　輸出や加工など関連産業との連携や、こうした事業者の参入による大規模経営体・産地の育成

等の課題が解決された場合に実現可能な生産数量とそれを達成するための栽培面積の水準を生産目標として、果実の種類ごとに設定する。

③　ＫＧＩ、ＫＰＩについて

また、生産目標の達成を実効的なものとするため、項目ごとにＫＧＩ（Key Goal Indicator：重要目標達成指標）を設定するとともに、施策の有効性を示すＫＰＩ（Key Performance Indicator：重要業績評価指標）を設定し、その関連をツリーにて示す。