Ⅱ　輸出の促進（輸出拡大等による「海外から稼ぐ力」の強化）

【目標（2030年（年度））】
○　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（訪日外国人旅行者）による食関連消費額：4.5兆円

人口減少下においても、農業生産基盤や食品産業の事業基盤の維持・強化を図るためには、農業者及び食品事業者の収益性の向上に資するよう、今後成長する海外の食市場を取り込み、農林水産物・食品の輸出の促進を図ることが重要である。

輸出の促進に当たっては、生産から流通・販売に至るサプライチェーンの関係者が一体となり、マーケットイン、マーケットメイクの観点から現地ニーズ等に対応することにより、付加価値の向上等を通じた収益性の向上を図り、農林水産業・食品産業を魅力ある産業とすることで、輸出に積極的に取り組む農業者や食品事業者を増やし、また、意欲ある人材を育成・確保していくことが重要である。さらに、戦略的な海外ライセンス等の品種のグローバル展開を推進することが重要である。

海外からの収益を得る手段としては、輸出に加えて、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重要であり、いずれも経常収支黒字に寄与する。

食品産業の海外展開については、食品産業の発展のみならず、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を通じて輸出拡大に貢献する。また、インバウンドによる食関連消費の拡大は、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・食品産業に裨益するとともに、日本食・食文化の魅力の発信を通じて、輸出拡大につながる。

このような「海外から稼ぐ力」を強化するため、輸出促進施策と併せて、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向けた施策を強化し、輸出拡大との相乗効果の発揮を図る。

１　農林水産物・食品の輸出の促進

世界の食市場の規模は、世界人口の増加等に伴い、アジア、欧米を中心に拡大し、2020年の約900兆円から2030年には約1,500兆円、更に2040年には約1,800兆円と倍増する見込みである。この世界の食市場の拡大を農業・食品産業の収益力向上につなげ、生産基盤の維持・強化を図るために、需要拡大の取組と供給力向上の取組を車の両輪として一体的に実施し、農林水産物・食品の更なる輸出の拡大を目指す。需要拡大の取組の推進に当たっては、食品産業の海外展開やインバウンドによる食関連消費の拡大を図る取組との連携を推進する。また、国・地域別、品目別のマーケットの動向や供給体制も踏まえて具体的な戦略を検討する。

さらに、GFP（農林水産物・食品輸出プロジェクト）の枠組みも活用して、地方公共団体、地方銀行、地域商社等との連携を強化しつつ、地方創生につながる輸出の促進を図る。

（１）需要拡大の取組

①　認定品目団体、JETRO、JFOODO等の連携による新市場開拓

海外の主要都市の日本食レストランや日系スーパー等へのアプローチだけでは、需要拡大の効果は限定的である。また、中国など一部の国・地域による日本産水産物の輸入停止措置により、輸出先が特定の国・地域に過度に偏ることのリスクが顕在化している。

このため、海外現地のレストランや現地系の大手スーパーといった非日系市場、未開拓の有望エリア等、新市場の開拓に向けて、現地における日本食・日本産食品のブランディング・商流構築やマーケットインでの供給拡大等を一体的に進めるため、認定品目団体、独立行政法人日本貿易振興機構（以下「JETRO」という。）、JFOODO等の連携を促進するとともに、輸出支援プラットフォームにおいて、必要な体制の充実を図りつつ、引き続き現地での伴走支援を行う。また、日本食・食文化の魅力を海外に発信し、海外需要を拡大するため、在外公館等と連携しつつ、海外の外国人日本食料理人等と効果的に連携するとともに、アニメ等のコンテンツを始め、日本の強みを生かして、効果的なプロモーションを行う。

ア　認定品目団体

認定品目団体は、オールジャパンで行う輸出力強化に向け団体間の連携による相乗効果を図りながら、ジャパンブランドの確立、シェフに対する教育等による現地需要の創造、海外の規制や民間認証等に対応したマーケットインでの供給力の拡大、輸出のすそ野を広げる取組等を進める。

あわせて、海外拠点の設置、品目間連携等を通じた海外現地のニーズをとらえた市場開拓の取組強化により、会員企業へのメリットを充実させつつ、自己財源の確保を始め持続的な体制の構築を図る。

イ　JETRO

JETROは、個別企業が取り組むにはハードルが高い新たな国・地域での輸出先の開拓に重点的に取り組んでいく必要がある。

このため、海外見本市への出展に加え、事前のバイヤーへのアプローチによる商談予約の増加、事後フォロー、産地への招へい等の複数の取組を効果的に組み合わせつつ、海外バイヤー等とのネットワークの形成に努めるなど、新市場開拓に重点的に取り組む。

ウ　JFOODO

JFOODOによる海外プロモーションについては、現地ニーズに対応した効果的なジャパンブランドの構築に加え、JETRO等による新たな商流の構築に有機的に結び付け、農業者・食品事業者の収益向上に貢献していくことが重要である。

このため、海外事務所と連携した海外消費者へのアプローチに加え、JETRO・認定品目団体等と連携し、海外現地の商流・ニーズ分析、メニュー提