

農林水産物・食品の輸出促進について



2025年3月14日

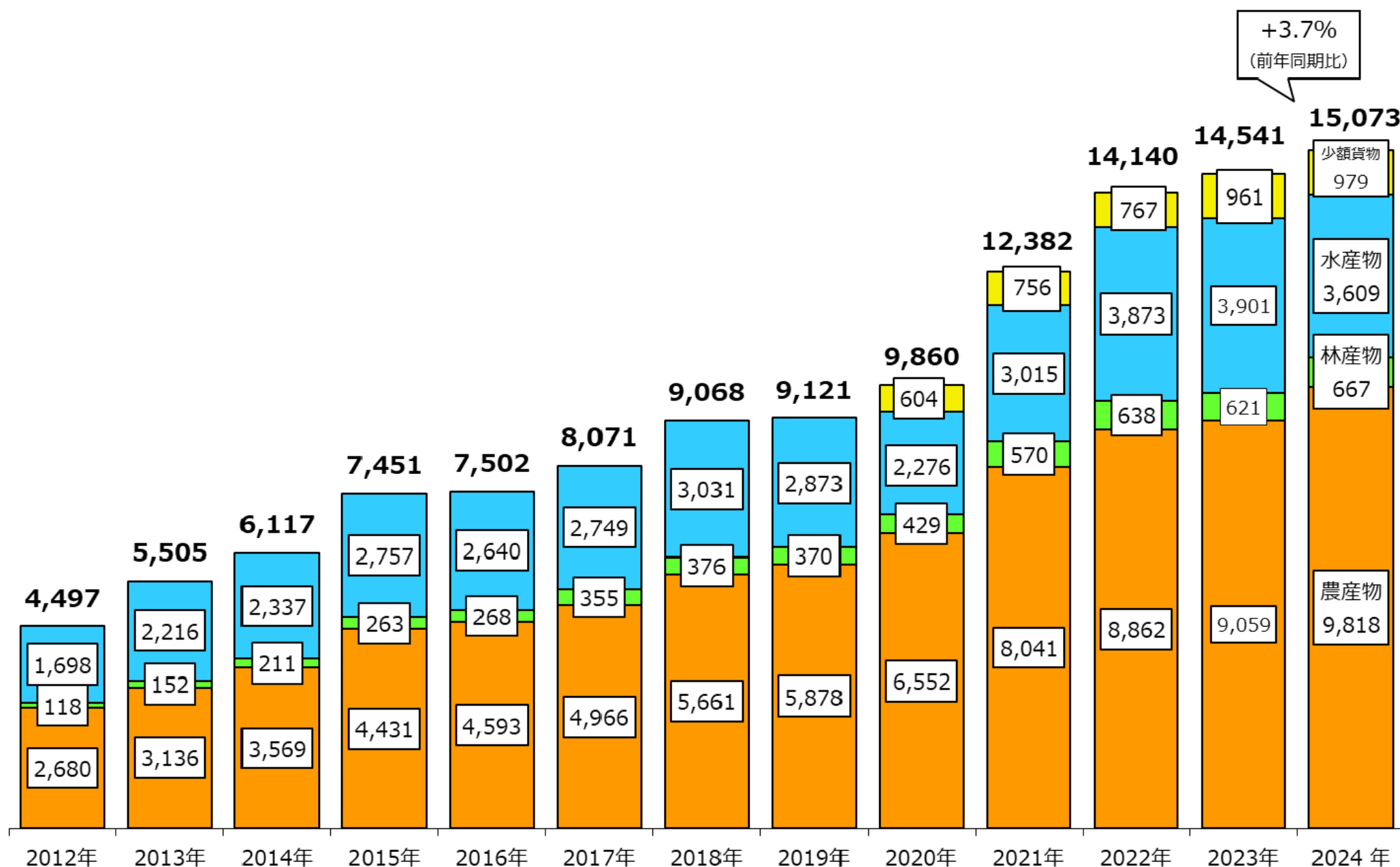
農 林 水 産 省

東北農政局 経営・事業支援部

農林水産物・食品 輸出額の推移

農林水産省
輸出・国際局

(単位：億円)



※財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

品目別の状況（1-12月）

農林水産省
輸出・国際局

輸出重点品目に含まれる輸出額の増加が大きい10品目

品目	増加額（増加率）	主な増加要因
ソース混合調味料	+86億円（+16%）	米国や韓国等において、日本式カレーに対する人気の高まり、インバウンドによる日本食への関心の高まり等を背景に、外食需要が増加
緑茶	+72億円（+25%）	欧州等において、健康志向や日本食への関心の高まり等を背景に、ラテやスイーツ等の食品原料として、抹茶を含む粉末状茶を中心に需要が増加
牛肉	+70億円（+12%）	認知度のより一層の向上を背景として、米国、台湾、東南アジア、欧州等で商流が一層の拡大
清涼飲料水	+38億円（+7%）	米国において日本独特のラムネに対する人気が高まっているほか、香港において健康志向の高まり等により緑茶飲料の需要が増加
菓子（米菓除く）	+36億円（+12%）	米国や香港等において、一目で日本産とわかるデザインや味等を背景としたグミやソフトキャンディーの認知度が向上
りんご	+34億円（+21%）	台湾において、食味の良さに対する引き合いが堅調
米（援助米除く）	+26億円（+28%）	米国や香港等において、おにぎり屋や寿司店等の日本食レストランの増加等、外食向けを中心に需要が増加
日本酒	+24億円（+6%）	米国等において、日本食レストランの増加、インバウンドによる日本食への関心の高まり、現地在庫の解消等を背景に、外食需要が増加
醤油	+21億円（+21%）	EUやタイ等において、日本食レストランの増加、インバウンドによる日本食への関心の高まり等を背景に、外食需要が増加
味噌	+12億円（+25%）	米国等において、日本食レストランの増加、インバウンドによる日本食への関心の高まり等を背景に、外食需要が増加

輸出額の減少が大きい主な5品目

品目	減少額（減少率）	主な減少要因
なまこ（調製）	▲64億円（▲38%）	中国がALPS処理水の海洋放出に伴い、日本産水産物の輸入を規制
ウイスキー	▲64億円（▲13%）	ジャパニーズウイスキーの定義厳格化による事業者の撤退、原酒不足、中国景気の低迷等により中国向け輸出が減少
真珠	▲44億円（▲10%）	香港において、中国景気の低迷に伴い、中国向けの加工用需要が減少
ホタテ貝（調製）	▲33億円（▲16%）	中国や香港がALPS処理水の海洋放出に伴い、日本産水産物の輸入を規制
魚油	▲26億円（▲27%）	魚油の原料であるカタクチイワシのペルー沖での漁業解禁により、チリにおいて日本産魚油への需要が減少

2024年の農林水産物・食品 輸出額 国・地域別

※財務省「貿易統計」を
基に農林水産省作成

順位	2024年1-12月（累計）							2024年12月（単月）				
	輸出先	輸出額 （億円）	金額 構成比 （%）	前年 同期比 （%）	輸出額内訳（億円）			輸出額 （億円）	前年 同月比 （%）	輸出額内訳（億円）		
					農産物	林産物	水産物			農産物	林産物	水産物
1	アメリカ合衆国	2,429	17.2	+17.8	1,614	74	741	263	+34.2	174	7	83
2	香港	2,210	15.7	▲ 6.6	1,311	16	883	218	+6.2	144	2	72
3	台湾	1,703	12.1	+11.2	1,309	43	351	227	+17.9	184	4	38
4	中華人民共和国	1,681	11.9	▲ 29.1	1,293	326	61	181	+13.7	138	37	6
5	大韓民国	911	6.5	+19.8	592	39	280	111	+27.5	61	4	46
6	ベトナム	862	6.1	+23.7	516	7	339	95	+30.8	53	1	41
7	タイ	629	4.5	+23.1	307	10	312	56	+22.5	29	1	27
8	シンガポール	557	4.0	+1.7	461	6	89	53	▲ 0.5	42	1	10
9	オーストラリア	328	2.3	+5.6	290	3	35	29	+8.7	25	0.2	4
10	フィリピン	287	2.0	▲ 6.0	160	95	33	27	+18.1	13	10	3
-	E U	858	6.1	+18.5	735	21	102	87	+27.8	75	2	10

輸出額の増加が大きい主な国・地域（1-12月）

国・地域	増加額	主な増加品目
米国	+367億円	ホタテ貝（生鮮等）、牛肉、日本酒
台湾	+171億円	りんご、ホタテ貝（生鮮等）、牛肉
ベトナム	+165億円	ホタテ貝（生鮮等）、植木等、牛肉

輸出額の減少が大きい主な国・地域（1-12月）

国・地域	減少額	主な減少品目
中国	▲ 689億円	ホタテ貝（生鮮等）、ウイスキー、なまこ（調製）
香港	▲ 155億円	真珠、ホタテ貝（調製）、さんご
チリ	▲ 21億円	魚油

輸出拡大等による「海外から稼ぐ力」の強化

- 2024年8月の輸出関係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し、輸出拡大を加速化
- 輸出拡大の加速化と共に、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、「海外から稼ぐ力」を強化

農林水産物・食品の輸出拡大の加速化

海外需要の拡大

- ・ 認定品目団体、ジェトロ、JFOODO等の連携の下、**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を重点開拓**（現地の食肉販売店への和牛肉のカット技術の教育等を通じた販路開拓）
- ・ **輸出解禁等に向けた協議**を引き続き政府一丸となり実施
- ・ **優良品種の戦略的な海外ライセンスの推進**に向け、**育成者権管理機関の早期立上げ**を推進。**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
- ・ **地理的表示（GI）の活用**、日本の強みである**コンテンツ**との連携、**ユネスコ無形文化遺産**に登録された「伝統的酒造り」の認知度向上等による日本食・食文化の魅力発信

車の両輪で実施

供給力の向上

- ・ **フラッグシップ輸出産地**に対して、各種事業等の優先採択等を実施し、**更なる発展**を後押し（輸出向けのコメの生産コスト削減のための、地域計画を基にした農地の集積・集約化、多収性品種の導入の推進等）
- ・ **認定品目団体**による**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・流通拠点の整備とあわせて、輸出向けの新品目・品種の導入等生産体系の転換など、**ソフト・ハードの取組を一体的に支援**

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の構築

基盤整備や施設整備等の他事業と連携し、産地の生産体系の転換の推進、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一体的に推進（海外展開しているおにぎり屋向けのコメ輸出、海外の大手小売向けバックご飯輸出など）

輸出拡大との相乗効果を発揮するため、

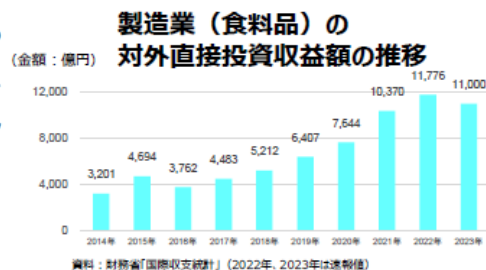
“モノ”の輸出とともに、**食品産業の海外展開やインバウンドによる食関連消費の拡大**を**新たな政策の柱**として位置付け

➡ **関係省庁とも連携し、施策の充実を図るとともに、施策の効果を検証するための指標を検討**

日本食・食文化の
現地で浸透

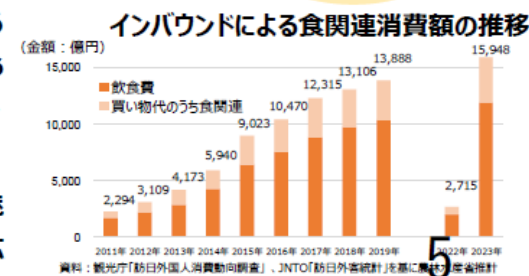
食品産業の海外展開

- ・ **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**
- ・ **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**



インバウンドによる食関連消費の拡大

- ・ **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
- ・ 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**



フラッグシップ輸出産地の選定・公表

- 輸出拡大実行戦略において、輸出先国・地域のニーズや規制に対応した農林水産物を求められる量で継続的に輸出する産地を「フラッグシップ輸出産地」として選定し、公表することとしたところ。
- このため、本年3月に「フラッグシップ輸出産地に関する有識者会議」を立ち上げ、選定基準の策定等を進めてきたところ。4月19日から5月31日まで都道府県等を通じて募集を実施。
- 6月26日の有識者会議にて、フラッグシップ輸出産地として42産地を選定。
また、併せてフラッグシップ輸出産地への支援に関する提言をとりまとめ。

有識者会議委員

菱沼 義久	一般社団法人日本青果物輸出促進協議会 会長
細田 浩之	一般社団法人全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会 専務理事
川島 俊郎	一般社団法人日本畜産物輸出促進協会 専務理事
鈴木 貞美	公益社団法人日本茶業中央会 専務理事
斎藤 健一	一般社団法人全国花き輸出拡大協議会 常務理事
西浦 克	独立行政法人日本貿易振興機構 農林水産食品部 次長(JETRO)
中山 勇	日本食品海外プロモーションセンター 執行役(JFOODO)
紺野 和成	公益社団法人日本農業法人協会 専務理事
原川 竜也	全国農業協同組合連合会 輸出対策部 部長
渡辺 和博	株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス執行役員
小山 朝英	株式会社世界市場 最高執行責任者
田丸 玲奈	株式会社エービーシースタイル 取締役社長
小野 晋	一般社団法人東北経済連合会 顧問
加藤 孝治	日本大学大学院 総合社会情報研究科 教授
杉本 一郎	株式会社時事通信社 取締役、 一般社団法人日本ファームステイ協会 幹事長

有識者会議での検討事項

- 1 **フラッグシップ輸出産地の選定基準の策定**
農産物、畜産物、水産物、林産物の品目ごとの実態等を踏まえ、フラッグシップ輸出産地の選定基準を策定
- 2 **フラッグシップ輸出産地の選定**
候補産地の中から、選定基準に基づき評価を行い、フラッグシップ輸出産地を選定
- 3 **フラッグシップ輸出産地向け施策など輸出産地の成長段階に応じた切れ目ない支援の検討**
フラッグシップ輸出産地に対する施策など、輸出産地の成長段階に応じた施策を検討

※ 第1次選定については、青果物・花き・米・茶・畜産物を対象に行うこととし、林産物・水産物については、その後に検討予定。

フラッグシップ輸出産地 認定産地一覧 (全80産地)

(令和6年12月現在)

青果物 (29産地)

りんご	全国農業協同組合連合会山形県本部②	山形県
	株式会社日本農業①	青森県
	アグベル株式会社①	山梨県、茨城県
	株式会社新亜商事②	山梨県
	全国農業協同組合連合会岡山県本部 (JA岡山、JA晴れの国岡山)②	岡山県
ぶどう	全国農業協同組合連合会長野県本部②	長野県
	全国農業協同組合連合会山梨県本部 (JAフルーツ山梨・JAふさふさ・JA山梨みらい・JA南アルプス市・JA梨北)①	山梨県
	信濃農業協同組合一宮ブロック果実販売対策協議会①	山梨県
	全国農業協同組合連合会岡山県本部 (JA岡山、JA晴れの国岡山)②	岡山県
もも	全国農業協同組合連合会山梨県本部 (JAフルーツ山梨・JAふさふさ・JA山梨みらい・JA南アルプス市・JA梨北)①	山梨県
	信濃農業協同組合一宮ブロック果実販売対策協議会①	山梨県
	スリム愛フード推進機構①	愛媛県
かんきつ	株式会社ローソファーム熊本①	熊本県
	みかん輸出コンソーシアム①	宮崎県、和歌山県、福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県
かき加工品 (干し柿)	農事組合法人富山干柿出荷組合連合会②	富山県
	みなみ信州農業協同組合①	長野県
	株式会社イチゴラス①	熊本県、三重県、兵庫県
いちご	サブライジングファーム株式会社①	熊本県
	静岡県経済農業協同組合連合会①	静岡県
	島原雲仙農業協同組合①	長崎県
	かとり農業協同組合①	千葉県
	株式会社しまアオイファーム①	宮崎県、北海道、茨城県、熊本県、鹿児島県
	ジャパンベジタブル株式会社①	静岡県
かんしょ	Japan potato有限会社①	鹿児島県、千葉県、茨城県
	なめがたしおさい農業協同組合甘藷部会連絡会①	茨城県
	農家ソムリエーズ①	徳島県
	有限会社南橋商事①	鹿児島県、宮崎県
玉ねぎ	ホクレン農業協同組合連合会②	北海道
メロン	静岡県温室農業協同組合クワンメロン支所①	静岡県

米 (6産地)

株式会社百笑市場①	茨城県
全国農業協同組合連合会滋賀県本部 (JA全農しが)②	滋賀県
新潟クボタグループ (新潟クボタ・新潟湯農商)②	新潟県
ホクレン農業協同組合連合会②	北海道
みな穂農業協同組合②	富山県
みやぎ登米農業協同組合①	宮城県

花き (3産地)

切り花	愛知みなみ農業協同組合②	愛知県
盆栽	赤石五葉松輸出振興組合①	愛媛県、香川県
	高松盆栽輸出振興会①	香川県

畜産物 (21産地)

	秋田牛輸出促進コンソーシアム①	秋田県
	カニチク食肉輸出コンソーシアム①	鹿児島県
	黒標牛輸出促進コンソーシアム②	熊本県、宮崎県、鹿児島県、大分県
	J A 食肉がこしま輸出コンソーシアム①	鹿児島県
	スターゼンミートコンソーシアム①	鹿児島県、宮崎県
	ブランドおおいち輸出促進協議会畜産部会②	大分県
 牛肉	ホクレン食肉輸出コンソーシアム②	北海道
	宮崎県牛肉輸出コンソーシアム②	宮崎県
	山形県食肉流通・輸出促進コンソーシアム①	山形県
	和牛マスター輸出拡大コンソーシアム②	兵庫県、北海道、岩手県、福島県、茨城県、栃木県、千葉県、長野県、滋賀県、島根県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、福岡県、佐賀県、大分県、宮崎県、鹿児島県
 豚肉	ホクレン食肉輸出コンソーシアム②	北海道
	オヤマ輸出コンソーシアム①	岩手県
 鶏肉	徳島県阿波尾鶏ブランド確立対策協議会①	徳島県
	株式会社エムシーフーズ①	千葉県
 鶏卵	株式会社トマル①	群馬県、栃木県
	JA全農たまご株式会社①	青森県、岩手県、大分県、福岡県、鹿児島県
 牛乳乳製品	熊本県酪農業協同組合連合会②	熊本県
	大山乳業農業協同組合②	鳥取県
	北海道乳業株式会社輸出促進協議会②	北海道
	雪印メグミルクコンソーシアム②	北海道
	よつ葉輸出促進協議会②	北海道

水産物 (12産地)

ぶり	愛育フィッシュ輸出促進共同企業体②	愛媛県	
	東町漁業協同組合②	鹿児島県	
	大分県漁業協同組合②	大分県	
	尾鷲物産株式会社②	三重県、愛媛県、高知県、香川県	
	グローバル・オーシャン・ワークスグループ②	鹿児島県	
たい	三重県漁業協同組合連合会②	三重県、鹿児島県、長崎県、愛媛県	
	愛育フィッシュ輸出促進共同企業体②	愛媛県	
	愛南漁業協同組合②	愛媛県	
	社鱈	株式会社播磨灘②	兵庫県
	カンパチ	垂水市漁業協同組合②	鹿児島県
クロマクロ シマアジ	辻水産株式会社②	愛媛県	
	愛育フィッシュ輸出促進共同企業体②	愛媛県	

茶 (8産地)

オーガニックティーミヤザキ①	宮崎県
鹿児島県経済農業協同組合連合会②	鹿児島県
株式会社大石茶園①	福岡県、静岡県、三重県、京都府、熊本県、宮崎県、鹿児島県
株式会社流通サービス①	静岡県
株式会社まるまい②	三重県
京都府農林水産物・加工品輸出促進協議会	京都府
宇治茶部会①	静岡県
静岡オーガニック抹茶株式会社①	静岡県
丸山製茶株式会社①	静岡県

製材 (1産地)

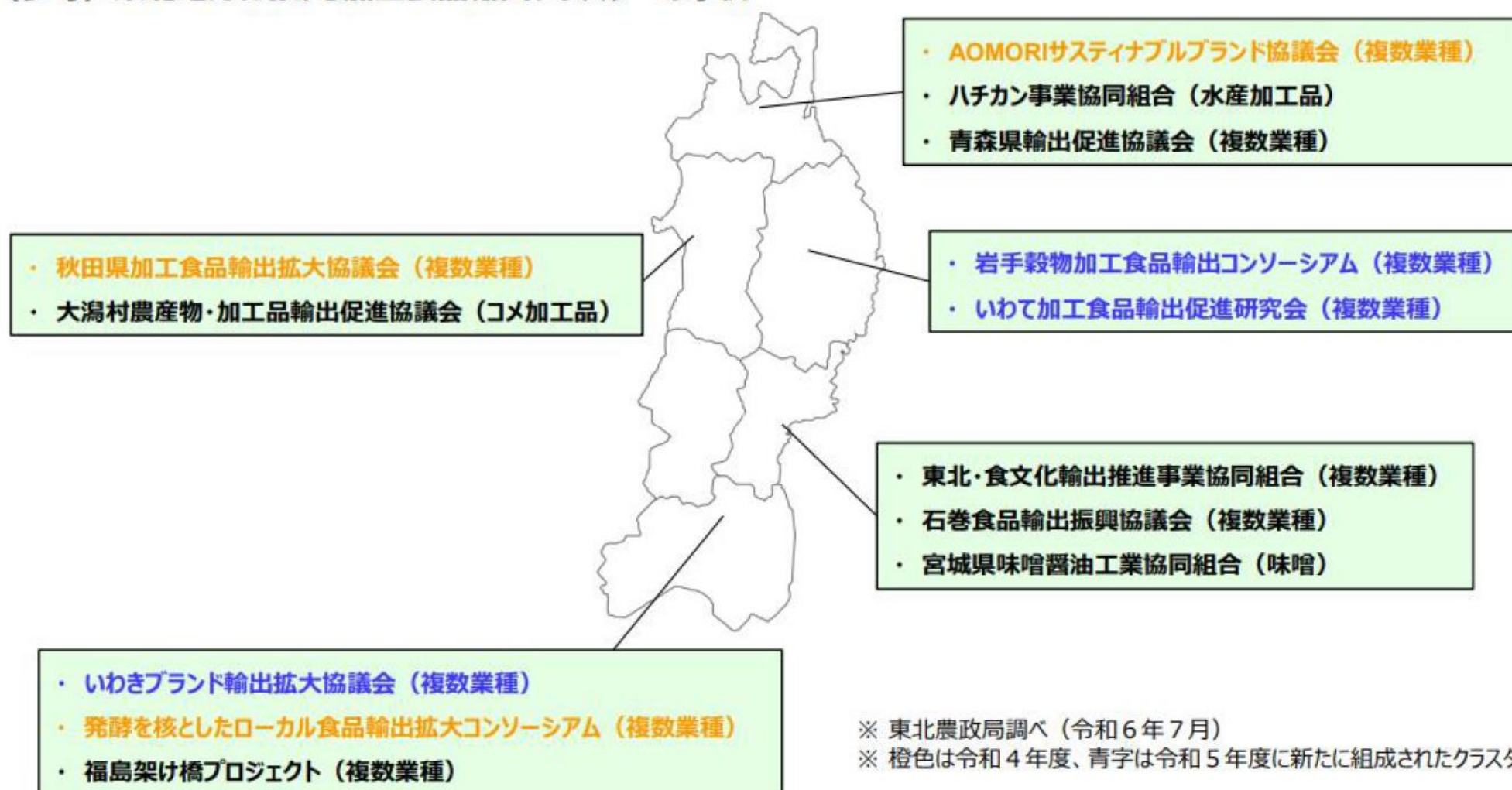
製材	桑原木材株式会社②	愛知県、岐阜県、三重県、長野県
----	-----------	-----------------

※1:上記事業者等を中心とした産地を「フラッグシップ輸出産地」として認定しています。※2:マークの位置と産地の市町村は必ずしも一致しません。 ※3: ①: 第1回認定産地、②: 第2回認定産地

5. 東北地方における加工食品輸出クラスター

- 東北地方の各地域においては、食品製造事業者等による加工食品輸出クラスターが新たに組成され、連携した輸出の取組が始まっているほか、既存の団体が新たに加工食品輸出クラスターとして加工食品の輸出に取り組むケースも出ている。
- 取扱品目は、単一又は複数があり、地域の事業者の実情に応じ様々である。

(参考) 東北地方における加工食品輸出クラスターの事例



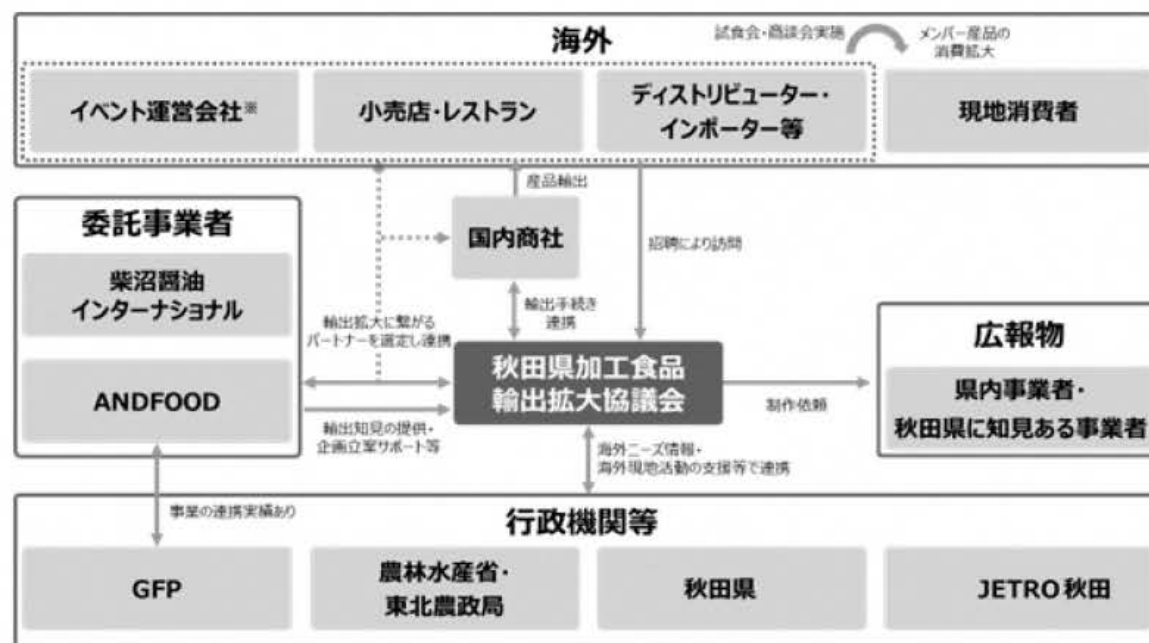
（事例）「秋田県加工食品輸出拡大協議会」について（令和5年6月1日協議会プレスリリース）

- 秋田県内の食品製造事業者6社が、各社が製造販売する加工食品を秋田県の魅力と合わせて発信し、海外マーケットにおける認知度を向上させつつ海外輸出を拡大するため、令和5年2月に協議会を設立。
- 農林水産省の「加工食品クラスター事業」も活用し、海外展示会への共同出展や海外イベントの実施、海外バイヤーの招聘等の取組を実施している。

協議会構成事業者

- ・ 株式会社稲庭うどん小川（乾麺）
- ・ 株式会社大潟村あきたこまち生産者協会（コメ・コメ加工品）
- ・ 株式会社花善（冷凍弁当・味噌付けきりたんぽ）
- ・ 有限会社石孫本店（味噌・醤油）
- ・ 有限会社まこと農産（いぶりがっこ）
- ・ 株式会社木村酒造（日本酒）

○ 体制



※海外でのイベント等運営実績のある国内事業者を含む

○ 協議会の主な取組

- ① ドイツの海外展示会への出展
世界有数の規模で開催される展示会に協議会として共同出展し、まとまった展示を行うことで効果的なプロモーションに繋げ、海外バイヤー・インポーター等との商談を行う。
- ② フランスでの海外イベントの開催
現地で、シェフ・バイヤー等を招いた試食会・商談会を実施する。
- ③ 海外バイヤー等の招聘
香港・アメリカからバイヤー・シェフ・インフルエンサー等を日本に招き、会員企業の製造現場等を視察・試食してもらい、商談を行う。