

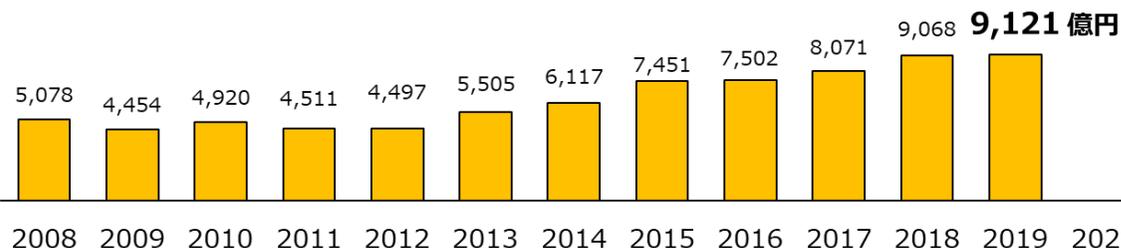
農林水産物・食品の

輸出額目標の考え方



# 新たな農林水産物・食品の輸出額目標

農林水産物・食品の輸出額は、7年連続で過去最高を更新し、2019年は9,121億円。  
4月に「農林水産物・食品輸出本部」を設置し、工程表に基づく取組を加速化するとともに、品目ごとの課題に応じた生産基盤を強化。



## 農林水産物・食品輸出本部の設置 (令和2年4月)

- ・ 実行計画（工程表）の作成と着実な実施
- ・ 施設整備と施設認定の迅速化
- ・ 証明書の申請・発行の一元化 等

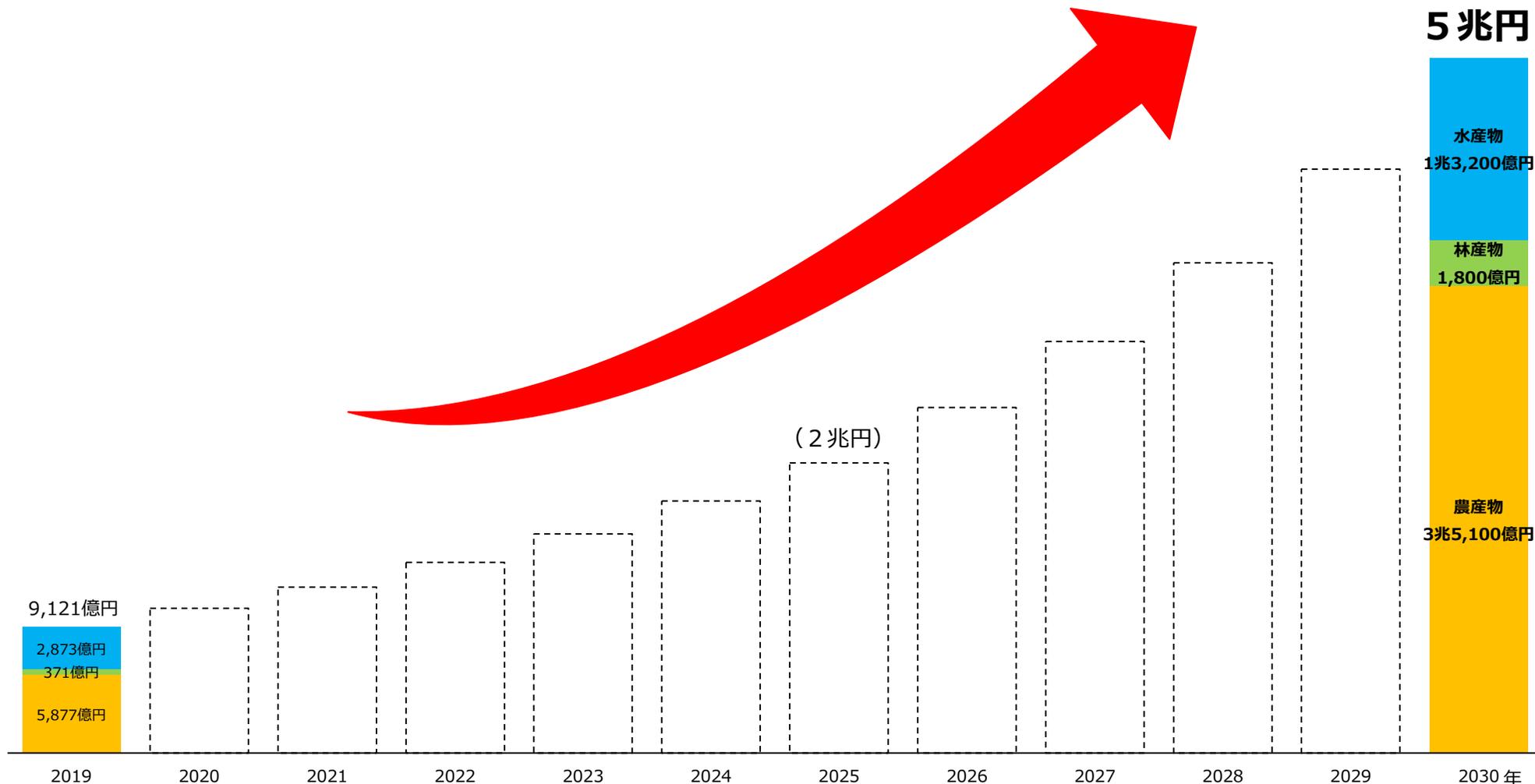
## 品目ごとの課題に応じた生産基盤の強化

- ・ 和牛の大幅な増頭・増産
- ・ 水田から畑地への転換
- ・ 新技術導入による単収量増 等

新たな目標設定へ

# 新たな農林水産物・食品の輸出額目標

2030年に、農林水産物・食品の輸出の目標を5兆円とする。



※農林水産物由来の新たな加工品及び少額貨物（1ロット20万円以下）を新たに輸出額のカウントに追加

# 今後の輸出促進に向けた取組①



4月に「農林水産物・食品輸出本部」を設置し、実行計画（工程表）に基づく取組を加速化するとともに、GFPによるマッチングやグローバル産地づくり、戦略的なプロモーションを進める。

## 1 農林水産物・食品輸出本部の設置（2020年4月）

- ・輸出先国との協議の加速化（放射性物質規制 等）
- ・輸出向けの施設整備・認定の迅速化
- ・輸出証明書の申請・発行の一元化（4月から順次農水省で発行） 等

## 2 GFPによるマッチングやグローバル産地づくり支援

- ・GFP（農林水産物・食品輸出プロジェクト）による輸出診断、マッチング、輸出を目指した産地（グローバル産地）づくりの支援（約50地区を支援見込み（R2年度））
- ・輸出向け施設の整備支援（約80施設を支援見込み（R元年度補正・R2年度））

## 3 戦略的なプロモーションの実施

- ・日本産品のブランディングのためのプロモーション

# 今後の輸出促進に向けた取組②



更に、品目ごとの課題に応じた生産基盤の強化、販路拡大の取組を強力に進める。

## 1 生産基盤の抜本的強化による生産量の拡大

青果物 水田からの転換、省力樹形等の導入により生産を拡大

畜産物 生産基盤を強化し、和牛を大幅に増頭・増産

水産物 資源管理をしっかり行い資源を回復  
養殖は、天然資源への依存が低い新たな餌開発や新規漁場の創出等により生産拡大

加工食品 HACCP施設の導入、AIやIoT等の新技術の活用による省力化・低コスト化、新商品開発により、海外生産に移行することなく、国内で最大限の生産拡大

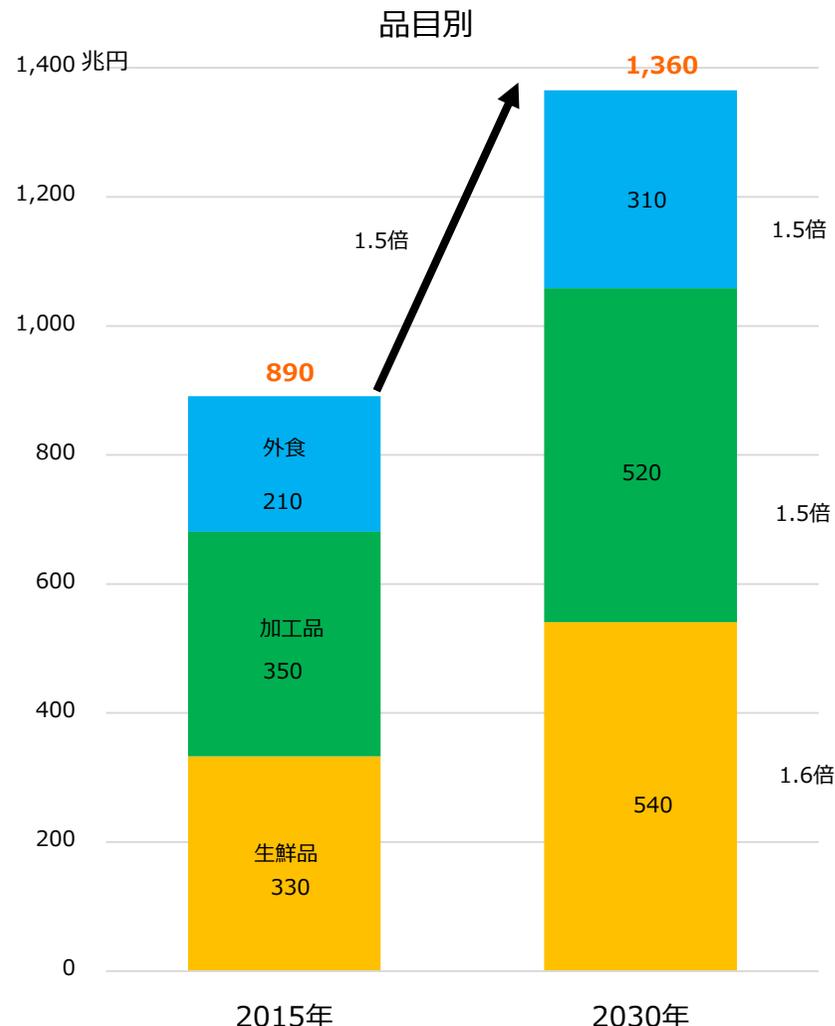
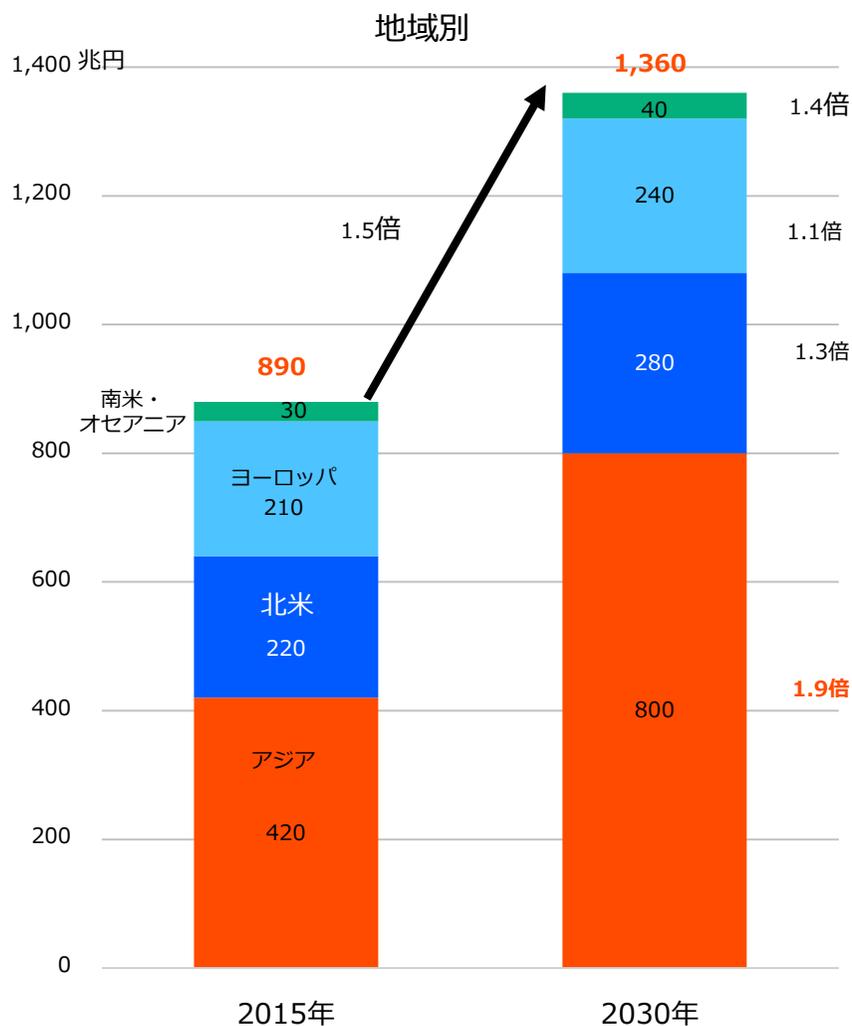
## 2 魅力発信による販路拡大

コメ 海外の日本食レストランやおにぎりビジネス向けに日本産米の魅力をPRし、海外需要を拡大するとともに輸出向けの米の作付を拡大

林産物 付加価値の高い木造住宅の大幅な販路開拓  
付加価値の高い防腐処理木材の生産力の強化

# (参考) 世界の飲食料市場規模の将来見通し (すう勢)

- 2030年の34か国・地域の飲食料市場の規模は、2015年の1.5倍となる1,360兆円に拡大すると予測。
- 拡大する海外の飲食料市場を取り込むことにより、今後の更なる輸出拡大のチャンスは依然大きい。



※グラフの数値は四捨五入して表示してある。

【出典】農林水産政策研究所「世界の飲食料市場規模の推計」