

<対策のポイント>

日本食・食文化への関心の高まりや農林水産物・食品の輸出増大をインバウンドの拡大につなげ、多くの訪日外国人の経験を通じ、更に日本産食材の評価を高めるといった好循環を構築するため、**地域の「食」の魅力を磨き上げ、農山漁村の食・食文化を一体的なブランドとして海外に発信する取組を支援します。**

<政策目標>

インバウンド需要の増大（訪日外国人旅行者数4,000万人、旅行消費額 8 兆円〔平成32年まで〕）

農林水産物・食品の輸出額の拡大（8,071億円〔平成29年〕→1兆円〔平成31年まで〕）

<事業の内容>

- 全国各地の多様な農林水産物・食品や食文化、景観等の魅力を発掘し、**地域特有のストーリーを海外に発信する取組を支援します。**
- こうした取組を通じ、**地域の食・食文化の海外におけるブランド力を強化し、日本産食材の評価を高め、インバウンドの拡大や輸出増大につなげていきます。**

<事業イメージ>

地域資源の発掘・磨き上げ



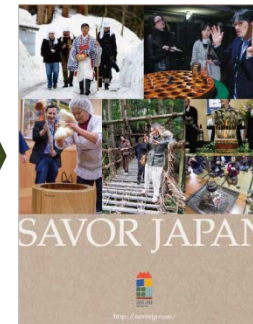
地域特有の歴史的なストーリー

農林水産業によって生み出される
地域の食

食や農林水産業に関連のある
地域資源



パッケージにして海外へ発信



農山漁村へ訪日旅行客を呼び込み



農山漁村の食体験



<事業の流れ>



訪日外国人4,000万人（平成32年）、旅行消費額 8 兆円（平成32年）
輸出額 1 兆円（平成31年）