

<対策のポイント>

訪日外国人の食体験を通じ、日本の食・食文化や伝統文化への関心を高め、更なるインバウンド需要及び農林水産物・食品の輸出増大につなげるため、地域の生産者・輸出事業者等と連携した食と地域資源等をかけ合わせた食体験の磨き上げと訪日外国人への食体験の提供を促進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6,000万人、旅行消費額15兆円〔2030年まで〕）

○ 農林水産物・食品の輸出額の拡大（2兆円〔2025年まで〕、5兆円〔2030年まで〕）

<事業の内容>

1. 地域の食・食文化等を活用した食体験の開発

地域の食・食文化でインバウンド誘致を図るSAVOR JAPAN地域を中心に、生産者・輸出事業者等と連携した食・食文化・地域資源等をかけ合わせた日本の食を深く体験できるコンテンツの磨き上げを支援します。

2. 食体験の提供促進

訪日外国人が手軽に食体験を実施できるようインターネットを通じた販売や自国での再体験を促進する取組を支援します。

これらの取組を通じ、日本の食・伝統文化の海外におけるブランド力を強化し、農林水産物・食品の評価を高め、インバウンド需要拡大や輸出増大につなげていきます。

<事業イメージ>

1. 地域の食・食文化等を活用した食体験の開発

①地域特有の食・食文化がある地域（SAVOR JAPAN）等への専門家の派遣、ネットワークの構築支援

※地域のDMO、農林水産物・食品の生産者、輸出事業者等と連携した食体験の磨き上げ、研修会・交流会の開催

②全国各地の食体験の発掘

※輸出拡大に向け、牛肉、青果物、米、緑茶、水産物、加工食品等の体験を重点的に発掘、インバウンド誘致に向けた磨き上げを実施

農林水産業によって生み出される食

食を深く知ることができる地域資源を活用した体験

日本食・食文化への関心を高める食体験



食（モノ） × 体験（コト） = 高付加価値の食体験

2. 食体験の提供促進

①インターネットでの食体験の販売促進

②旅行博等への出展



統一ブランドでの発信

農山漁村へ訪日旅行客を呼び込み食体験を提供



③海外の日本食レストラン・販売店、越境ECサイト等の情報提供



日本の食の再体験機会拡大