



# GFP海外輸出支援セミナー

～輸出支援プラットフォームの活動紹介・GI制度の運用見直し～

輸出に関わる事業者や地方公共団体を輸出先国・地域から支援する「輸出支援プラットフォーム(略称：PF)の活動紹介」や「GI制度の運用見直しの紹介」を目的としたオンラインセミナーを開催します！現地情報の収集・販路開拓に向けて関心のある方はぜひご視聴ください。

## 第1部 輸出支援プラットフォームの活動紹介 (9:30～10:50)

1. PFの概要
2. PFの活動、PF活用法や連携のメリット等の紹介※
3. 活用いただいている輸出事業者からのコメント
4. 質疑応答

※米国・香港・シンガポールPFより中継にて解説。うち、米国・香港は初公開のカントリーレポートの紹介も予定。

## 第2部 GI制度の運用見直しについて (11:10～12:00)

1. GI制度の運用見直しと今後の活用について
2. 海外での日本産品の侵害状況と、GI制度とプラットフォームとの連携について
3. 質疑応答



## “日本産品”を海外へ輸出したい同士と繋がりませんか?!

農林水産省「GFP農林水産物・食品プロジェクト」はオンラインを活用しながら、様々な輸出支援サービスを実施・輸出を目指す人を応援します！

### 情報収集

輸出チェックレポート  
訪問診断(対面・オンライン)

農政局・他専門家を通じて、  
輸出に関する悩み・課題を解決



### マッチング

ビジネスパートナーマッチング  
GFPオンラインマッチング

自社のビジネスに繋がる商社等  
との出会い機会を創出



### コラボレーション

GFP交流会・セミナー  
GFPサイト/Facebook

GFPコミュニティを活用して、  
優良事例や補助事業の情報収集



登録者6,900名！気になった方はGFPメンバー登録を。

WEB：「GFP 輸出」で検索！

問い合わせ先：農林水産省GFP事務局

(MAIL：gfp@maff.go.jp TEL：03-6744-7172)

登録  
無料



# 輸出支援プラットフォームのご紹介

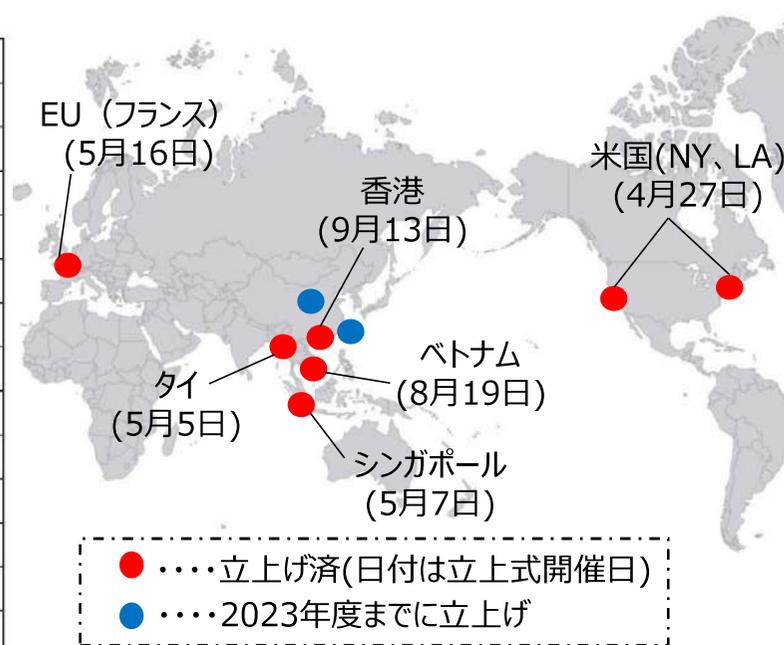


## 輸出先国・地域における専門的・継続的な支援体制の強化

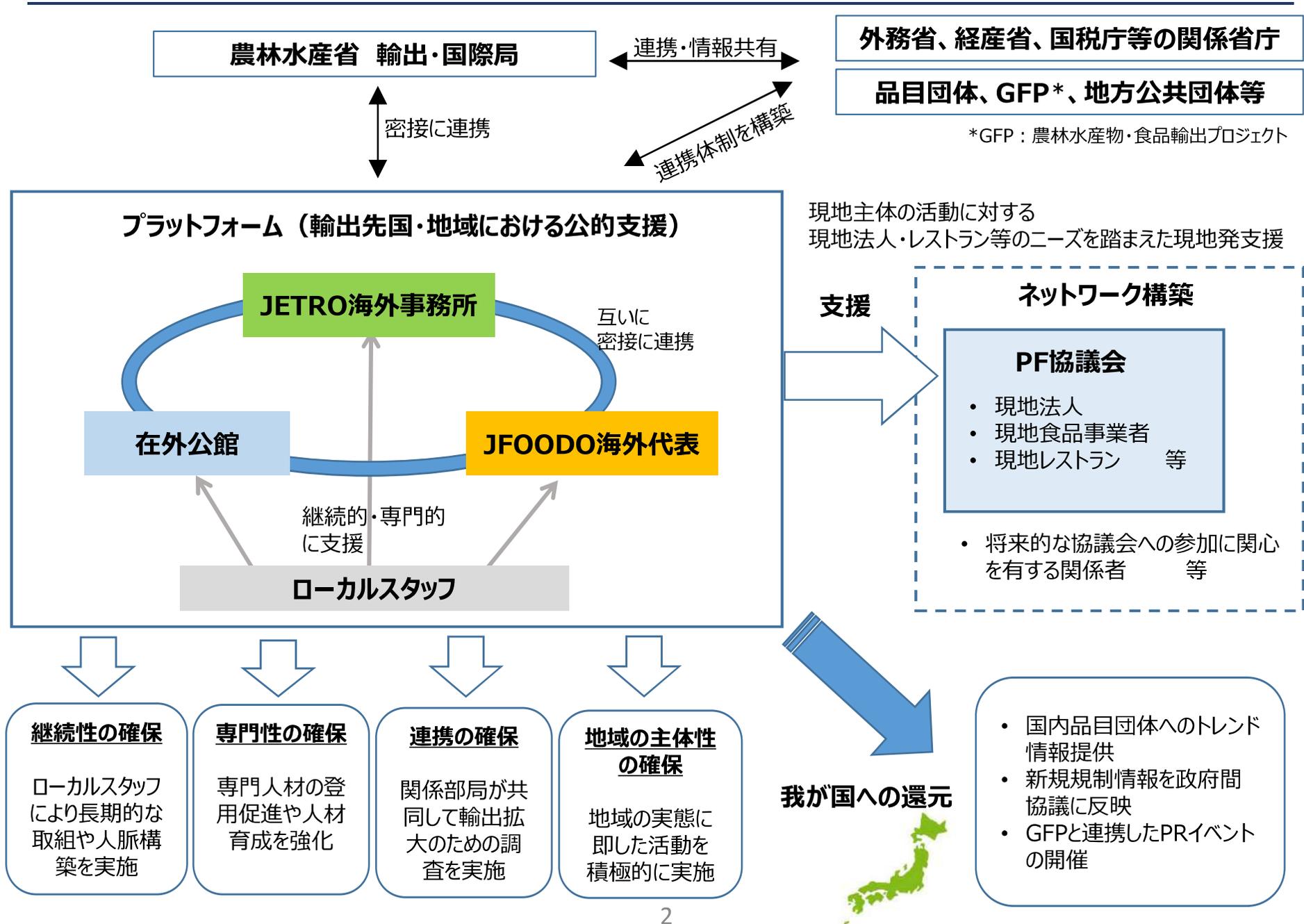
- 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（農林水産物・地域の活力創造本部、令和4年6月改訂）に基づき、**輸出先国・地域において輸出事業者を包括的・専門的・継続的に支援**するため、在外公館、JETRO海外事務所、JFOODO海外駐在員を主な構成員とする輸出支援プラットフォームを設立。
- まずは、2023年度までに米国、EU、タイ等の8カ国・地域において立ち上げ、順次、市場として有望な重点都市に設立

### ○ プラットフォーム設置候補都市

主要な輸出先国・地域	プラットフォーム設置候補都市
米国	ロサンゼルス
	ニューヨーク
EU	パリ
	ブリュッセル又はアムステルダム
ベトナム	ホーチミン
シンガポール	シンガポール
タイ	バンコク
中国	上海
	北京
	広州
	成都
香港	香港
台湾	台北



# 輸出支援プラットフォーム（PF）のイメージ



## 輸出支援プラットフォームの活動

- 輸出支援プラットフォームに期待される以下の活動の円滑な実施のため、次の取組を推進。
  - ・相談窓口の設置
  - ・今後の取組内容、スケジュールを現地、本国の関係者に見える化
  - ・商流構築や事業者からの相談対応に資する人脈のリスト化
  - ・プラットフォーム協議会の機能・会員の拡充

— 現在取組中の活動例 —

### 市場・規制に関する現地発の情報発信 (カントリーレポートの作成)

市場・規制の全体像、市場の変化や規制の導入等、現地の有益な情報をカントリーレポートとして取りまとめ、品目団体や事業者を提供。

### オールジャパンでのPR活動

国や地方公共団体等が行うプロモーション活動を整理して把握。より効果の高いプロモーション活動になるよう、連携強化を働きかけ。

### 関係者一体での新たな商流の開拓

在外公館、JETRO、JFOODO、品目団体等が協力して新たな商流を開拓。

NYにて国連総会の機会を捉え、オールジャパンでの日本食・食文化、日本産食材と観光のプロモーションイベントを開催（9月21日）



### 現地事業者の巻き込み

日系・非日系の現地事業者への接触を強化し、現地事業者を巻き込んで商流開拓や日本食の普及活動を推進。

非日系現地事業者の参加を得て、子供世代への日本産米のアピール策を相談（香港）



# 輸出支援プラットフォーム（PF）のウェブサイトについて

<https://www.jetro.go.jp/agriportal/platform.html>

**JETRO**  
日本貿易振興機構（ジェトロ）  
農林水産物・食品の輸出支援ポータル

海外市場における日本産農林水産物・食品の輸出支援体制の強化  
**農林水産物・食品 輸出支援プラットフォーム**

政府は、日本産農林水産物・食品の有望な輸出先国・地域において輸出支援プラットフォームを設置し、農林水産物・食品の輸出拡大に向けた環境整備の取組を実施することとしています。ジェトロ海外事務所は、在外公館やJFOOD海外駐在員とともに、輸出支援プラットフォームの主な構成員として参画します。

輸出支援プラットフォームでは、現地展開している事業者や現地の日本食レストランなどと設ける協議会と協力して、(1) カントリーレポートの作成、(2) 現地主導でのプロモーションの推進、(3) 現地拠点を設ける事業者またはこれから現地に進出される事業者への支援、(4) 日本食レストラン等と連携した日本食の普及等を実施します。

輸出先国における支援体制の強化（2022年9月） (599KB) 農林水産省、外務省、ジェトロ、JFOOD

**世界各地の輸出支援プラットフォーム拠点**

2023年度末までに、以下の8か国・地域の都市に輸出支援プラットフォームが設置される予定です。

国・地域	プラットフォーム設置事務所
米国	ロサンゼルス ニューヨーク
フランス	パリ
タイ	バンコク
ベトナム	ホーチミン
シンガポール	シンガポール
中国	上海 北京 広州 成都
香港	香港
台湾	設置予定（ジェトロの事務所はございません）

**カントリーレポート**

プラットフォーム対象国・地域の農林水産物・食品に関する規制、市場等の情報をお届けします。情報は随時拡充していきます。農林水産省輸出・国際局ウェブサイト や農林水産物・食品輸出支援ポータルも合わせてご利用ください。

**現場レポート**

規制に関する速報のほか、売れ筋商品や最新トレンド等を随時提供（ビジネス短信を含む）。

**最新ニュース（ビジネス短信から）**

- 2022年11月18日 成都市の中華レストランで日本酒ペアリングイベントを開催(中国)
- 2022年11月17日 米国日系レストラン協会、「スシ・アンド・サケ・フェスティバル」を3年ぶりに開催(日本、米国)
- 2022年11月15日 2023年第1回茶などの類似特産品申請、12月1日から受け付け開始(タイ)
- 2022年11月11日 九州と沖縄の熟計・泡盛、香港のパンデューラをターゲットにPR(香港、日本)

PFの紹介

PFの設置拠点

カントリーレポート

プロモーションスケジュール

海外事務所のコンタクト先



2022年11月10日 保健省、食品ラベル表示や機能性表示など告示案5本の意見公募(タイ)

2022年11月8日 通信子組み換え食品の使用・表示に関する告示の詳細明らか(タイ)

2022年11月2日 コメダ強辯店、イオン香港と提携で香港切出店(香港、日本)

2022年11月1日 米FDA、外国食品施設などの査察拒否に関するガイダンスの最終版公表(米国)

2022年10月24日 香港で佐賀県産日本酒のポップアップストアを開店(香港、日本)

2022年10月19日 タイ保健省、食品添加物の使用基準の改定案について意見公募(タイ)

もっと見る

**深堀レポート**

2022年9月27日 日本産豚肉に明日はある-次なる市場を作る- (香港) (676KB)

JFOOD海外フィールドマーケットによる現地「食」情報レポート

**プロモーション・スケジュール**

輸出支援プラットフォーム設置都市（予定含む）における、令和4年度の農林水産省、国税庁、ジェトロ本部、JFOODが主催または出席するイベントの年間スケジュールは添付をご覧ください。予定は変更する可能性がありますので、最新の情報は日程表の下部に記載の各担当までお問い合わせください。

プロモーションイベント日程表 (495KB) ※2022年10月18日時点

**セミナー案内（NEW）**

※輸出支援プラットフォームの活動やGI制度の運用見直しについて説明致します。

6PF輸出支援セミナー開催のお知らせ（2022年11月22日午前9時～12時） (1.3MB)

**ご質問・お問い合わせ**

農林水産物・食品輸出支援プラットフォームを設置したジェトロ海外事務所では以下の項目についての相談を受け付けております。輸出入や海外進出の実務のご相談に対しては、最寄りのジェトロにて承ります。

1. カントリーレポートの内容
2. 現地の農林水産物・食品プロモーション情報
3. 農林水産物、食品企業に関し、これから現地に進出したい企業や既に進出している現地法人からの相談
4. 輸出支援プラットフォーム協議会の活動についてのお問合わせ

国・地域	プラットフォーム設置事務所	担当者	電話番号	E-mail アドレス
米国	ロサンゼルス	米村	1-213-624-8855	lag-USPF@jetro.go.jp
	ニューヨーク	北出	1-212-997-0400	lag-USPF@jetro.go.jp
フランス	パリ	佐野	33-1-42-61-27-27	food-prs@jetro.go.jp
タイ	バンコク	谷口	66-2-253-6441	ThaiPF_Japanfood@jetro.go.jp
ベトナム	ホーチミン	井田、ズン	84-28-3821-9363	VNPF_Japanfood@jetro.go.jp
シンガポール	シンガポール	事業担当	65-6221-8174	AFK@jetro.go.jp
中国	上海	藤島	86-21-6270-0489	PCS-Food@jetro.go.jp
	北京	藤島	86-10-6513-7077	pch@jetro.go.jp
	広州	秋篠	86-20-8752-0060	pcg-mkt@jetro.go.jp
	成都	内田	86-28-87796693	pcr@jetro.go.jp
香港	香港	山崎	852-2526-4067	hkgsvent@jetro.go.jp

# GFP海外輸出支援セミナー

～輸出支援プラットフォームの活動紹介・GI制度の運用見直し～

輸出支援プラットフォームの活動紹介

# 香港輸出支援プラットフォームの機能

## ① 市場動向・知的財産等の相談窓口機能（常時相談可能、事業検討前推奨）

（相談可能分野の例）

- ・ 食品・酒類全般 : 専門家によるブリーフィング、店舗視察、統計等の数値や調査レポート（カントリーレポート含む）の提供 等
- ・ 知的財産 : 香港知財法制度や知財保護手続き、香港税関の知財関連の取り締まり状況、知財系法律事務所等の情報提供
- ・ 市場調査（※） : 専門家が現地の市場を調査、パートナーの紹介、取次ぎ、現地ニーズ発掘調査等をレポートまたは面談で回答
- ・ 現地法務・税務（※） : 専門家が現地進出、現地法人運営にかかる法務・労務・税務・会計等の相談に文書又は面談で回答

※ 外部専門家に依頼するレベルのものは県ではなく中小企業からの申し込みが必要

（実際の相談事例）

- ・ 価格調査や各国産の市場規模の把握を引き受け、県予算を他の内容で検討
- ・ 模倣品情報があった県特産品について、店舗の写真撮影と手続き紹介を実施
- ・ 県の事業検討の前提となる市場認識の相談に対し、専門家ブリーフィング等を実施

## ② 予算事業・展示会出展等での連携機能（事前相談必要）

- ・ 今年度の連携（後述③、④）に加え、来年度予算事業や展示会出展、広報などでの連携（検討例：後述③など各種予算事業での連携、FBやバイヤー案内メール等での広報協力、大型展示会出展時に都道府県ブースを集約・バイヤーへの紹介）

# 香港輸出支援プラットフォームの機能

## ③ サンプルショールームによる商談、企業相談（上期下期の年2回募集）

（サンプルショールームの概要）

- ・ 常設の展示場を設置し、日本国内から集めたサンプルを展示。現地バイヤーを誘致して商品紹介を随時行うとともに、オンライン商談を実施



（実際の連携事例）

- ・ フェア実施店における未成約商品も他のバイヤーに紹介し、追加商談を組成
- ・ 商談はサンプルショールームで引き受け、県予算を小売店のフェアに充当
- ・ 出品企業のうち希望する企業に対して、専門家による事前相談会を実施

## ④ フェアを行う小売店等の相談・紹介・仲介（フェア検討前の相談必要）

（相談のイメージ）

- ・ どのような目的なのかを確認し、スーパー・ECサイト・卸・事業者などを紹介

（実際の相談等事例）

- ・ 現地系大手小売でのフェアを希望した県に代わって小売と交渉しフェアを実現  
※ 単県では難しい場合、複数県によるフェアも組成
- ・ 複数県が集まって立ち上げた分科会に対して、品目団体や現地関係者を紹介

# FoodExpoにおける品目団体、都道府県等との連携イメージ

## 【2022年連携例】

BtoCイベントになったことを受け、全米輸と連携して米の食育ブースで出展  
全米輸は素材やアイデアを提供し、実際の予算建てや運営はジェトロが実施



連日大行列が出来たジェトロブース



全米輸が動画・ポスター等を無償提供  
クイズも共同作成

## 【2023年連携イメージ】

元のBtoBイベントになる前提で、品目団体や都道府県、その他事業者のブースをとりまとめ、輸出支援プラットフォームがどのブースで何を扱っているか紹介できる日本の総合受付の機能を果たせないか検討中

### (総合受付機能案)

- ・〇〇を探しているという相談に対し、A〇〇とB〇〇ブースにあるなどと紹介
- ・日本からの出品者全体に係る香港バイヤーへの周知、紹介

# 米国輸出支援プラットフォームの活動について

(2022年4月～11月)

2022年11月22日

JETROロサンゼルス事務所

米国輸出支援プラットフォーム事務局長

木村 恒太

# 1. これまでのPF活動のご報告（4月～11月）

## （1）カンントリーレポート ～先ずこれを見ればわかる～

- ・ 米国における市場動向や規制、トレンドをまとめた**全体レポート**を作成
- ・ 今月中に、第1稿を公表。来年2月に、最終稿を公表予定

## （2）商流開拓支援 ～新たな市場、地域、分野、手法で展開を支援～

- ・ フロリダ州において、「**American Food & Beverage Show**」に初出展
- ・ Air Force Baseでのテスト販売による**ミリタリー市場開拓**に着手
- ・ **GFP登録企業様**の現地展開支援
- ・ NY州において、**Gohan Fes**の開催

## （3）現地法人支援 ～日系企業の課題や問題を専門・継続的に支援～

- ・ NY州において、現地食関連事業者向けの**トッププロモーション**を実施
- ・ **日本食メーカー、レストラン**様の米国展開、小売店様の**店舗拡大**にかかる支援

## （4）現地レストラン等連携 ～個社でなく連携で課題を突破～

- ・ NY州において、**ジャパン・ストリート・フェア**を開催
- ・ NY州において、「**発酵食品**」の魅力と歌えるプロモーションの実施
- ・ **地方自治体や品目団体と連携**し、食品見本市に共同展開

## 2. 米国におけるカントリーレポートについて

### ① 全体レポート

米国市場に初めてチャレンジする事業者の皆様向けに、市場の概要や規制等について概要を解説。

### ② 品目別レポート

牛肉など、特定の品目についてフォーカスし、マーケットや規制等について解説。

### ③ 現地レポート

米国におけるトレンドや動向など、鮮度の高い情報を、定期的に発信。

### ④ 制度調査報告

米国における制度や規制について、詳しく解説。

[https://www.jetro.go.jp/reportstop/reports/n\\_america/us/](https://www.jetro.go.jp/reportstop/reports/n_america/us/)

## 2. 米国におけるカントリーレポートについて

### ① 米国の農林水産物・食品市場動向

日米間貿易状況、マーケットの全体像、近年のトレンドについて解説。



### ② 対米食品輸出・実践編

販売体制や販売戦略の策定と実践、展示会の活用等について解説。



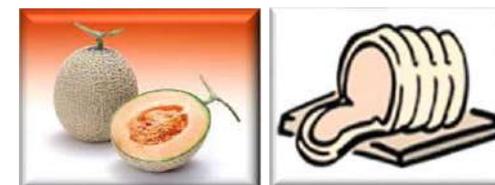
### ③ 米国の農林水産物・食品規制

食品規格、残留農薬規則、重金属・汚染物質等について解説。



### ④ 米国向け動植物検疫条件一覧

米国向けに動植物類を輸出する際に必要となる、同省物検疫条件について解説。



「カントリーレポート」や輸出支援プラットフォームに関する最新情報については、以下をご参照ください。

<https://www.jetro.go.jp/agriportal/platform/>

## 2. 米国におけるカントリーレポートについて

### 1. 米国の農林水産物・食品市場動向

#### ② マーケットの全体像(1)

- 日本食を好む消費者層には、「**アジア系**」、「**若年層**」、「**西部・北東部在住**」、「**日本文化に興味**」といった特徴がみられる。



アジア系

食の嗜好が近いアジア系消費者は本格的な日本食を求める割合が高い。日本食に支出する金額も人種別では最も大きい。アジア系以外の消費者は、カリフォルニアロールなど米国向けにアレンジされた者からスタートし、次第に他の日本食に挑戦する人もいる。

米国におけるアジア系住人：  
2,000万人



若年層

ミレニアルズ、Z世代といった若年層は新しい料理やユニークな料理に挑戦することへの抵抗が低い。子供の頃から日本食に食べ慣れている人も少なくない。注文後すぐに食べられるラーメンは若者の間で定番のファストフード。たこ焼き、抹茶スイーツなども人気。

米国におけるミレニアルズ・Z世代：1億3,900万人



西部・北東部在住

日本の対岸にあるカリフォルニア、オレゴン、ワシントンと行った西海岸には、アジア系人口が多いこともあり、日本食が最も普及している。日本食を食べる頻度、支出する金額も西海岸が最大。ニューヨークを中心とする北東部でも日本食は手に入りやすい。

米国西海岸の人口：  
5,100万人



日本文化に興味

日本食を好む層は日本文化に高い関心を持つ傾向があり、訪日経験者も多い。彼らは日本だけでなく様々な国の文化にもオープンであり、新しい料理、新しいものに常に挑戦したいと思っている。

米国の訪日観光客数  
(2019年)：172万人

### 3. 商流開拓支援等のご報告

#### (1) American Food & Beverage Show出展支援（9月11～14日）

- ・フロリダ州マイアミにおいて、食品見本市に初出展。ロサンゼルスにて展開する**サンプル・ショールーム**の展示商品を広報展開し、日本産食材に対する**反応を調査**。



ジャパン・ブースの様子



商品を視察する来場者

### 3. 商流開拓支援等のご報告

#### (2) Air Force Baseでのテスト販売によるミリタリー市場開拓（4月～）

- ・ **新たな市場**となるロサンゼルス市内の軍施設Air Force Baseに、日本産食品を扱うテストショップ（TOMODACHI Shop）を開店。このショップを梃子に、**全米各地の軍施設への展開を目指す**。



勝俣副大臣のショップ視察



TOMODACHI Shop店内の様子

### 3. 商流開拓支援等のご報告（GFPとの連携①）

#### （3）Japan Food Expo in Los Angeles2022における出展（9月24日）

- ・ GFPの産品や産地の魅力発信、海外市場トレンドや日本産品ニーズ等の把握のため**米国ロサンゼルスで開催されたJapan Food Expoに出展**。
- ・ GFP登録者のうち既に米国で商流を持つ事業者約50社（うち特に意欲的な12社は渡米し参加）が出展。
- ・ PFでは、B向けブースを展開するとともに、広報活動などを支援。



GFPのFood Expo in Los Angeles への出展



勝俣副大臣のGFPブース視察

### 3. 商流開拓支援等のご報告（GFPとの連携②）

#### （4）GFP海外マーケットセミナー&GFP産品PRイベントとの連携（9月26日）

- ・ 米国輸出支援プラットフォーム（PF）はGFPと連携し、**GFP海外マーケットセミナー及びGFP産品PRイベントを実施**。
- ・ セミナーではGFP登録者向けに、PFから取組内容の説明のほか現地の輸出プレーヤー（インポーター、ディストリビューター、ブローカー等）による米国市場参入等について講演。また、現地バイヤーやメディア、インフルエンサー等を対象とし、ミシュランシェフがGFP産品を使用した調理を提供。
- ・ 上記イベントを通じた、新たな商流開拓や現地ネットワークの強化を期待。



GFP海外マーケットセミナーを実施



GFP産品PRイベントを実施

### 3. 商流開拓支援等のご報告

- ・2022年7月16日、日本食フェスティバルJapan Fesと連携して「Gohan Fes」を開催。
- ・おにぎり、寿司、丼ものなど**日本産米を使用した日本食を提供**するとともに、餅つき大会やおにぎり体験などの**参加型ステージイベント**を展開。約1万5000人が来場し、おにぎりが1店舗で2,000個以上完売するなど好評。
- ・7月1日～31日まで、**日本食ミールキットECサイト**にて、日本産米に関する特設ページとパックごはんのキャンペーンを実施。Gohan Fes当日にパックご飯の試食とECサイトに誘導するブースを設けるなど、**オンラインとオフラインを組み合わせた仕立て**を意識。
- ・NYプラットフォーム協議会の機会に事前に計画を周知したことで、**事業者間の連携が実現**。  
(例；全農がA5和牛と日本産米を出店レストランに協賛し、A5和牛丼を当日提供)



大勢の来場者で賑わう会場の様子



おにぎりなどを楽しむ来場者



ステージイベントの様子



餅つき大会の様子



おにぎり体験の様子



日本食ミールキットECサイトでのキャンペーン

### 3. 商流開拓支援等のご報告

- ・2022年5月14日、**ジャパン・パレード開催（来場者2万人以上）**の機会を捉えて、**ジャパン・ストリート・フェア**を開催し、**B級グルメを中心とした日本食のPR**を実施。
- ・お好み焼き、ラーメン、おにぎり、鶏の唐揚げ、そば、チャーシュー丼、ほうじ茶のパンナコッタ、餅ドーナツ、緑茶を提供し、**各店舗400食分用意していたものが3時間弱で完売**。
- ・JNTO及びCLAIRも出店し、**政府機関が一体となって日本の魅力を発信**



提供：Japan Day  
パレードとストリート・フェアの位置図



ストリート・フェア会場の様子



パレードの様子



沿道の様子



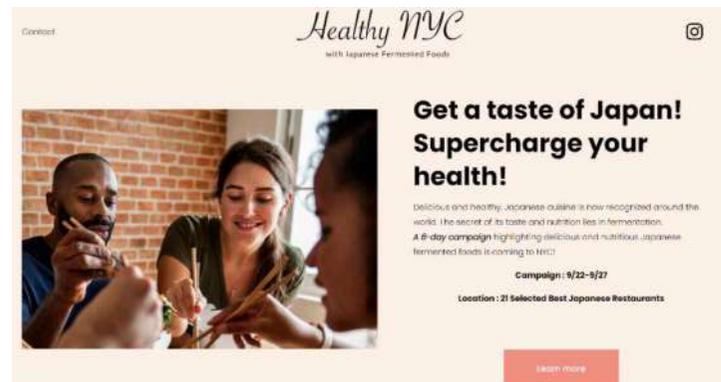
屋台の様子

### 3. 商流開拓支援等のご報告

- ・2022年9月22日～27日、JETROニューヨーク及び在ニューヨーク総領事館の主催により、日本の発酵食品に焦点を当てたレストランキャンペーンを開催。
- ・現地レストラン21店舗と連携し、各店舗における日本の発酵食品メニューの提供、食品サンプル（インスタント味噌汁）の配布、日本の発酵食品の特徴などを伝える特設ウェブサイトの開設、インフルエンサーによるキャンペーンメニューのSNS発信等を実施。



レストランキャンペーンのチラシ

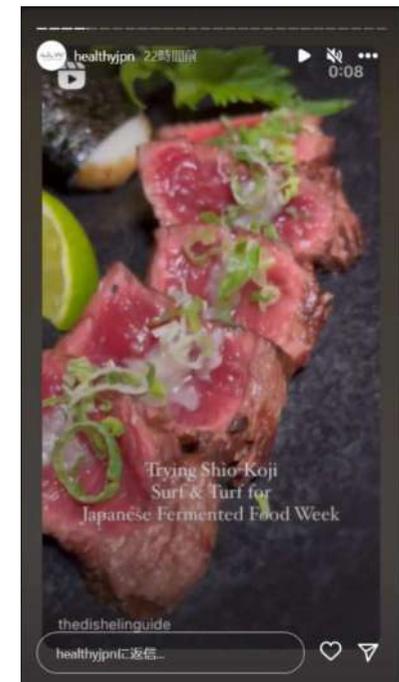


#### What are Japanese fermented foods?

Typical fermented products include miso, soy sauce, milk, sake, and vinegar. In particular, miso is already attracting the world's attention as a 'superfood'. It is no exaggeration to say that it is fermented foods that create the rich flavor of Japanese cuisine.



キャンペーン用の特設ウェブサイト



インフルエンサーによる発信

### 3. 商流開拓支援等のご報告

岸田総理大臣、林外務大臣、木原内閣官房副長官、勝俣農林水産副大臣らが出席

・2022年9月21日、国連総会の機会を捉え、関係者が連携し、**オールジャパンでの日本食・食文化の魅力を伝えるためのセミナーとレセプション**をカーネギーホールで開催。

・セミナーでは、現地の食関連事業者等に向けて、**日本食文化の一つである「発酵食品」**をテーマとし、“漬け”“酢締め”など食材を長持ちさせるための発酵調味料の活用方法を紹介。

・レセプションには、食関連事業者に加えて、**政財界要人、メディア・インフルエンサー等約150名が出席**。厳選した日本酒、寿司、メロンや、トップシェフによる味噌や麴など発酵食品を活用した伝統的な日本料理の魅力を紹介。観光プロモーションに関するプレゼンテーションも実施。



勝俣農林水産副大臣による開会挨拶



岸田総理大臣による乾杯



要人との懇談



握り寿司の実演



日本酒・焼酎コーナー



レセプション会場の様子



## GFPアンバサダー

### 「株式会社杉本商店（宮崎県／生産者）」

- ◆ 乾しいたけの国内需要の減少を背景に、将来にわたって高千穂郷の生産者からの買い付けを継続していくために、2017年頃から輸出ビジネスを開始
- ◆ 大手EC（Amazon）を中心に、米・英国向けに乾しいたけを輸出。米国Amazonの乾しいたけのランキングで10位以内にランクインするなど、海外からの人気も高い。
- ◆ オーガニック・ヴィーガン向けに料理キットを販売するECサイトでの取り扱いに加え、飲食店での取扱い拡大も目指し、テイクアウト商品を中心にコロナ禍でも輸出を拡大
- ◆ 動画を活用したプロモーション活動・ヴィーガン向けの販路開拓にも積極的に取り組む



# シンガポールにおける 輸出支援プラットフォームの活動報告

令和4年11月22日  
在シンガポール日本国大使館  
JETROシンガポール事務所  
JFOODO シンガポール

# シンガポールにおけるプラットフォーム（PF）実施体制図

2022年11月時点  
赤字：ローカルスタッフ  
（予定含む）  
青字：本国派遣のPF専任者  
（予定含む）

## PFサポート機能

PFの活動の基礎となる情報の収集・分析・プロモーションを担当

- 輸出アドバイザー PISE 横山氏  
（商流開拓、マーケット調査・トレンド情報）
- 委託事業 ※都度契約  
（カンントリーレポートに必要な情報収集）  
（11月のお米のイベントの受託者）
- PF支援員（現地人材リスト化事業）（パソナ）  
※契約は東京
- 野村総研シンガポール  
（海外展開支援のための情報提供） ※契約は東京

## シンガポールPF

### ① PF本体

- ジェトロシンガポール事務所
  - 久富所長、大山次長
  - 諸遊シニアディレクター
  - 農水アタッシェ（R5年2月着任予定）
  - Dana Lee アシスタント

- JFOODO
  - 伊藤代表

- 在シンガポール日本国大使館  
内山二等書記官

業務委託



役務の提供

情報提供・相談等



業務計画に係る  
助言、要望等

### ② PF協議会（コアメンバー）

- 農林中央金庫
- 日本政府観光局
- 自治体国際化協会

### ③ PF協議会（案件に応じて参加）

- 小売店
- 飲食店関係者
- 流通事業者
- 物流関係者
- 自治体

# お米イベントの背景

○今年5月、プラットフォーム立ち上げ以降、  
10社以上日系・非日系食品関連事業者と意見交換したところ、

- ・ 日本製品の食べ方・魅力発信の必要性
- ・ 自治体が散発的にプロモーションする費用対効果
- ・ 韓国など他国製品との競合（韓、仏、伊などは国が主導）
- ・ 日本製品を購入する層を厚くする必要性

といった意見が複数



プラットフォームが主催してAll JapanのB to C の  
プロモーションイベントを試行してみよう！！

# お米イベントの概要

- 日時 : 11月19日(土) 午前11時~午後6時
- 場所 : ジャパンクリエイティブセンター (大使館の組織)
- 参加者 : シンガポールに住む約200名
- 主催 : 輸出支援プラットフォーム
- 協力者 :
- ・ (一社) 全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会
  - ・ 自治体国際化協会シンガポール事務所
  - ・ 北海道、秋田県、栃木県、長野県、高知県
  - ・ キックコマン
  - ・ 農林中央金庫シンガポール支店
  - ・ HARIO
  - ・ JFC、IMEI

以降、(一社) 全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会  
を「全米輸」を略



# お米イベントの概要

各回30名程度（全7回）を対象に以下を実施

- (1) 五つ星お米マイスター（片山氏、秋沢氏）によるセミナー【全米輸による推薦】



隅田屋商店代表取締役 片山氏



山田屋本店 秋沢氏

- (2) 全米輸細田理事による日本のコメ輸出PR活動に関する紹介



細田専務理事

# お米イベントの概要

(3) 各自治体から推薦のあった以下のお米の食べ比べ

- ・ 北海道 ゆめぴりか、ななつぼし
- ・ 秋田県 サキホコレ
- ・ 栃木県 とちぎの星
- ・ 長野県 金芽米、コシヒカリ
- ・ 高知県 よさ恋美人



# お米イベントの概要

## (4) 日本産米と相性のよいおかずとのマッチング試食

- 食品流通事業者（JFC、IMEI）の推薦の中から、梅干し、きんぴらレンコン、食べるラー油、かつおみりんふりかけをおかずとして選定
- キッコーマンによる鍋つゆを応用した炊き込みご飯



# お米イベントの概要

## (5) 日本産米を利用したローカル料理

- 新潟産米を利用したチキンライスを提供。  
(同時期の全米輸イベントより調達)



全米輸のイベント会場



試食会場

# お米イベントの概要

## (6) 調理器具の紹介

- ・ 短時間かつ手軽に炊飯可能な土鍋・IH鍋、陶器製おひつ（いずれも片山氏マイスターが開発を監修）の試用・展示。



# お米イベントの概要

## ○イベント参加者の声

- ・説明を受けて食べると、粘り気・甘味に違いがあることが分かりとても興味深い。
- ・日本産短粒種は冷めても美味しい。シンガポールではお米単独では食べないので、おかずの味を邪魔しない甘味が少ないほうが良いのではないか。
- ・産地名は北海道しか知らなかったが、他の地域でも多様なお米を作っていることに驚いた。シンガポール人は頻繁に日本に旅行に行くので、事前に情報があればその産地のお米を食べてみたいと思うのではないか。



←参加者の多くが興味を示した各銘柄の一覧チャート

# お米イベントの概要

## ○イベント参加者の声

- チキンライスを単粒種で作れるのは驚いたし美味しい。  
(同様の意見多数)
- 鍋つゆで炊き込みご飯が作れるのは知らなかった。家でもやってみたい。
- 土鍋はシンガポールの家庭にもあるが、お米を簡単に炊ける調理器具があるとは知らなかった。どこで売っているのか。



会場の雰囲気



地元インフルエンサーのインタビューを受けるマイスター

# 各種プロモーションの実施状況

9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
青果物 プロモーション (JFOODO)		11/14~月末 消費者向け 日本産米イベント (全米輸)			飲食店と連携した 日本酒キャンペーン (JFOODO)	World Food Fair 出展支援 (JETRO)
9/1 フグ加工品 輸入解禁イベント (水産物・水産加工 品輸出拡大協議会)		11/19 消費者向け 日本産米認知度向上 イベント (JETRO、全米輸、 クレア、JNTO)			サポーター店と 連携した日本産食品 プロモーション (JETRO)	
					消費者向けAll Japan 雰囲気醸成 プロモーション 「Japan Fair」 (JETRO)	
					天誕レセプション (在星大)	
					2/6 日本産ワイン認知度 向上イベント (国税庁事業の会場 で開催)	



# Alchemist Pte Ltd ならびにJFBN (Japanese Food & Beverage Network)



**Alchemist Pte. Ltd.**  
(アルケミスト・プライベート・リミテッド)

シンガポールに根ざした「食関連専門」のマーケティング（イベント、PR含む）・調査会社。PRやプロモーションだけでなく、ビジネスマッチングサポートからマーケットリサーチまでも担う。自社ブランドとしてシンガポールの200社の日系飲食・食品店が加盟するJFBN運営。また料理イベントブランドSpoonfulを運営。  
<https://www.alchemist.sg/ja>



**JFBN/Singapore Japanese F&B Network**  
(ジャパニーズF&Bネットワーク)

シンガポールの日系飲食店（200社が登録）、食品会社（Kikkoman、Nisshin）、食品商社、メーカー、サプライヤーが参加するネットワーク。シンガポールの飲食・食品業界と海外進出を目指す企業や生産者をマッチングし、マーケティングをサポートする、ビジネスプラットフォーム。  
<https://jfbn-sg.com/>



**Spoonful(スプーンフル)**

料理イベント又、シンガポール政府機関、インターナショナルスクール等への、出張料理教室運営。レシピ制作、料理動画との製作も得意とする。

<https://spoonful.sg/jp>

**代表：ケルニン青木康子**

食のイベント会社Alchemist Pte Ltd代表。2014年起業後、1年6ヶ月で約100本のイベント開催後、大手企業、政府機関とタイアップを開始。2020年 JFBN立ち上げ。2021年度、JETRO貿易コーディネーター（農水・食品分野）シンガポールの食のインスタグラマーでもある。



## 日本の各所・各機関が個々に日本食品をPR！ しかし、All Japanという形も考慮すべきでは？

コロナ以前は、各政府、都道府県機関がそれぞれにシンガポールを目指し、日本食品PRイベントが100を越えた年も！  
しかしAll Japanという要素は弱く、各機関がそれぞれに食品をPRしている様子であった。  
またPRイベントが分散する事により、メディアやバイヤーからの興味が逸れてしまう結果に。  
また食・観光分野は繋がるポイントがある。協業の可能性は？

(現在のシンガポールでのPRがもったいないと感じる点)  
☑各PRの予算が小さくなり、大きなPR展開が望めない

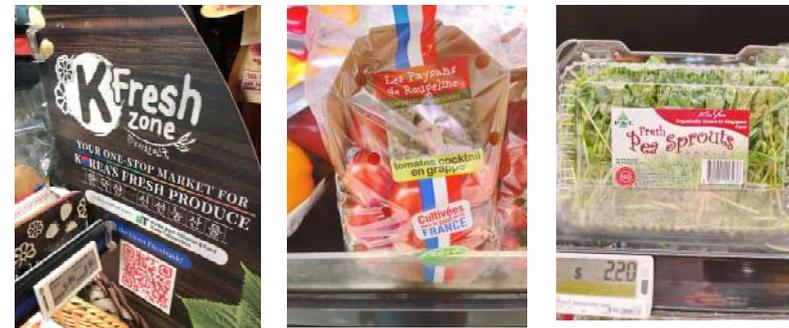
☑例として、自治体A県、A県のA市と同じ県の中で、県と市と2か所別々に来星し、PR商品も似通う。またPRイベントが、日を置かないで、開催されると、**違いが出せなく、現地も混乱**する。(例外として、北海道、沖縄とブランドになっている地域もある。)

☑各機関が欲しい・集めたい情報は類似。  
この為、**同じ情報集約・調査の繰り返し**。  
情報のアーカイブ化、共有が同じ日本国内・時には人事交代で、同じ機関でもされない。

☑メディア・バイヤー招待も、年に100も日本食品イベントがあると、違いが出せなくなり、招聘が難しくなる。

☑同じPRにおいても同一機関で食品課と、観光課とが分かれていて、「食品+観光のPR」が大変難しい。⇒同時に開催すれば効果が高まる。

**All Japan**で取り組めば、時には、食品・観光の共催でより効果的なキャンペーンが作れるのは？  
(他国はすでに展開している！)



他国はロゴを作成し、国を押ししてPR  
PR手法は日本が見習える点が多い。  
フランスは国を挙げて観光文化含めPR：<https://www.voilah.sg/>

# GFP海外輸出支援セミナー

～輸出支援プラットフォームの活動紹介・GI制度の運用見直し～

**GI制度の運用見直しについて**



# GI を活用した日本産品・地域産品の 輸出・ビジネスの拡大

農林水産省知的財産課長  
松本 修一



大きな日輪を背負った富士山と水面をモチーフに  
日本国旗の日輪の色である赤色と伝統・格式を感じる金色を使用し  
日本らしさを表現

# 1 使い易くなったG I

- － 地理的表示保護制度の運用見直し

# 2 輸出・ビジネスを後押しするG I

- － 地理的表示保護制度の今後の展開方向

# 1 使い易くなったG I

- － 地理的表示保護制度の運用見直し

# 2 輸出・ビジネスを後押しするG I

- － 地理的表示保護制度の今後の展開方向

# 地理的表示（GI : Geographical Indication）保護制度

- GI制度は、その地域ならではの自然的、人文的、社会的な要因・環境の中で長年育まれてきた品質、社会的評価等の特性を有する製品の名称を、地域の知的財産として保護するもの。外国との相互保護や模倣品対策の充実により、海外においても保護。
- ビジネスにおいては、地域と結びついた製品の品質、製法、評判、ものがたりといった潜在的な魅力や強みを見える化し、国による登録やGIマークと相まって、効果的・効率的なアピール、取引における説明や証明、需要者の信頼の獲得を容易にするツール。

## 産品

### 生産地

奈良県全域

- ・ 2つの清流を結ぶ肥沃な地味や湿度に恵まれた小麦の栽培適地。奈良時代から素麺作りが始まった。
- ・ 鎌倉時代の挽き臼の導入と、油をつける製法により、現在のような細長い形状に。
- ・ 新しい技術を導入しながらも、伝統的な手延べ製法を継承。

育まれて確立

### 特性

- ・ 非常に細く、しっかりとしたコシがあり、茹で伸びが抑制された素麺。
- ・ 素麺発祥の地。毎年全国の手延べ素麺産地の関係者が一堂に会し、大神神社で「ト定祭」が営まれる
- ・ 毎年宮内庁に献上

## 地理的表示

### 三輪素麺



高い知名度を有する「三輪素麺」という名称から産地と製品の特性がわかる

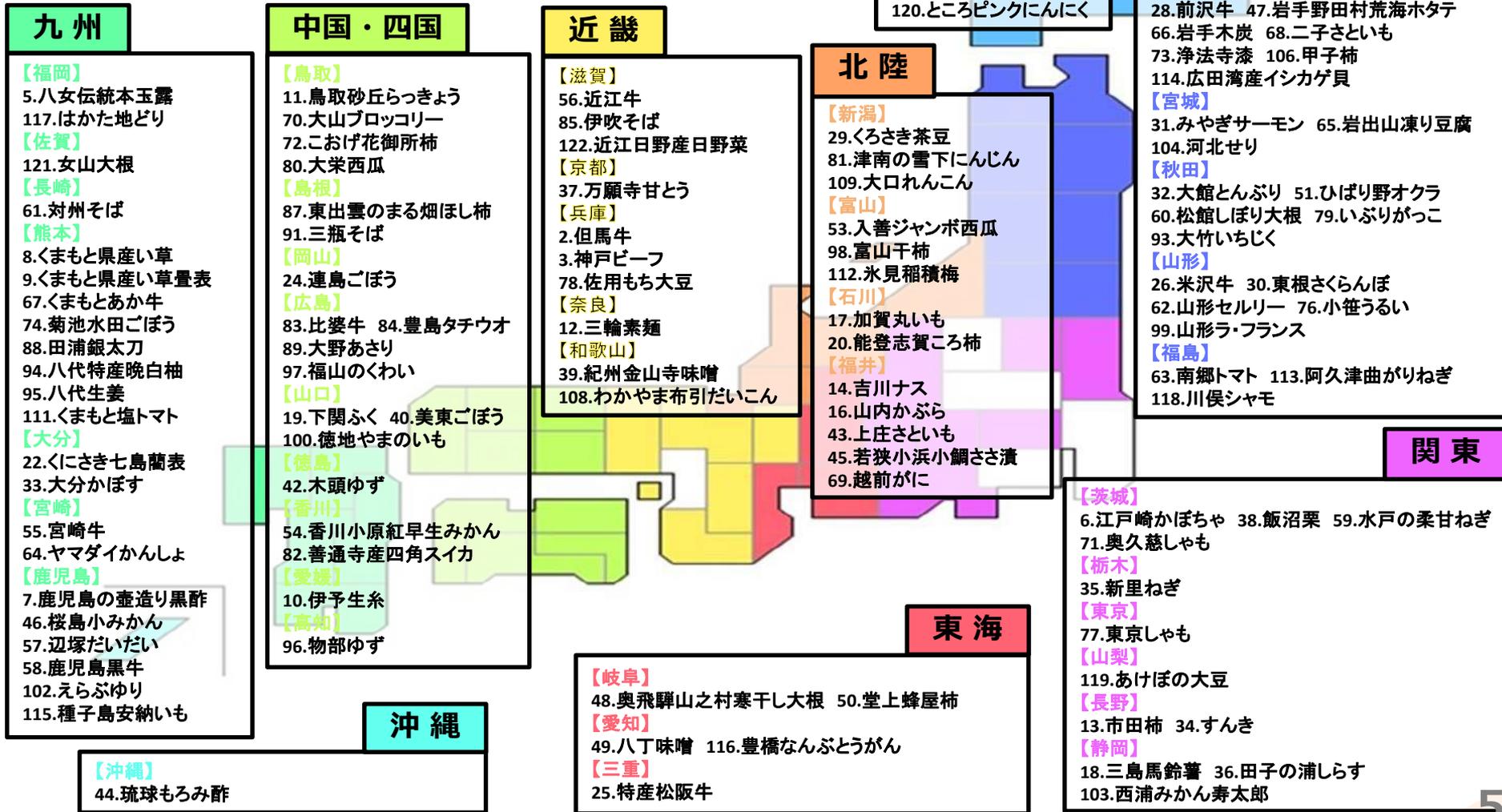
- 地理的表示は、生産者団体が産品について登録を受け、構成員が使用。登録内容は明細書に記載。
- 登録を受けた生産者団体は、構成員が行う「生産」が、明細書に適合して行われるよう、必要な指導等を実施（生産行程管理業務）。

- 登録された地理的表示が不正使用された場合には、行政が取締り。

# GI登録の現状

117 産品  
(令和4年10月21日時点)

※「CraftMAP」を使用



\* 主な名称、主な生産地のみ記載

# GI登録の効果

- **GI登録・GIブランドの価値を高めるため**、これまで他産品よりも**優位な品質、厳しい生産行程管理**を重視する運用。模倣品排除を通じた**産品のブランド強化、ビジネスの拡大、所得や地域の活力の向上**に貢献。

## みやぎサーモン（宮城県）



「養殖ギンザケ」発祥の地、宮城県で養殖された高品質・高鮮度なギンザケ。

GI登録を契機として、**JR東日本フーズと駅弁（押し寿司）を共同開発**。仙台駅と東京駅で販売中。

**GI登録により商談も円滑化し**、2018年にはシンガポール、2019年には北米への**輸出を開始**。

## 鳥取砂丘らっきょう（鳥取県鳥取市福部町）



らっきょうの栽培に適した鳥取砂丘の砂丘畑で生産。食感のシャキシャキ感が評価。

登録前は販売単価の乱高下があったが、登録以降、**取引価格が向上・安定し**、2021年には**過去最高単価を更に更新**

10kgあたり 7004円(2017年産)  
→ 9000円(2021年産)

## 吉川ナス（福井県鯖江市）



千年の歴史を持つ伝統野菜。多収品種の普及により絶滅寸前だったものが復活。

登録を機にメディア露出が増え、**百貨店や都内ミシュラン店等との取引**が開始。

また、道の駅では、“吉川ナスバーガー”が販売され、これを目当ての**観光客**も訪れるなど、**道の駅のキラークンテンツ**に。

R3年度には、**地産地消等優良事例表彰にて農林水産大臣賞を受賞**。

## 神戸ビーフ（兵庫県）



兵庫県で長い歳月をかけ改良が重ねられた但馬牛を素牛とし、A・B4等級以上でBMSNo6以上に格付けされた最高級の霜ふり肉。海外でも高い評価。

スペインのレストランにおいて、南米産牛肉のメニューに、「**TROPICAL KOBE BEEF**」と表示している例や、ドイツのスーパーにおいて、NZ産和牛に「**Wagyu “Kobe-Style”**」と表示している事例等を確認。

**欧州との相互保護の枠組の下**、我が国から**EU当局等に適切な措置を執るよう要請し、当局からの指導の上、削除**。

# GI 制度の課題

○ 反面、こうした運用が徐々に厳格化していった結果、GI産品は、他産品との品質差を証明し易く、地域でまとまり易い小規模・地場の伝統野菜等に偏り、知名度の高いもの、輸出志向の産品、輸出に繋がりがやすい加工品は僅か。

## 加工品 (22)

- ・ 檜山海参
- ・ 清水森ナンバ
- ・ 岩出山凍り豆腐
- ・ 越前がに
- ・ すんき
- ・ 田子の浦しらす
- ・ 若狭小浜小鯛ささ漬
- ・ 奥飛騨山之村寒干し大根
- ・ 紀州金山寺味噌
- ・ 東出雲のまる畑ほし柿
- ・ 対州そば
- ・ 大館とんぶり

- ・ いぶりがっこ
- ・ 能登志賀ころ柿
- ・ 琉球もろみ酢
- ・ 八女伝統本玉露
- ・ 鹿児島壺造り黒酢
- ・ 八丁味噌
- ・ 富山干柿
- ・ 堂上蜂屋柿
- ・ 三輪素麺
- ・ 市田柿

- ・ 今金男しゃく
- ・ あおもりカシス
- ・ 網走湖産しじみ貝
- ・ 十三湖産大和しじみ
- ・ つるたスチューベン
- ・ 大鰐温泉もやし
- ・ 清水森ナンバ
- ・ 岩手野田村荒海ホタテ
- ・ 西浦みかん寿太郎
- ・ 浄法寺漆
- ・ 甲子柿
- ・ 広田湾産イシカゲ貝
- ・ 万願寺甘とう
- ・ 河北せり
- ・ ひばり野オクラ
- ・ 松館しばり大根
- ・ 大竹いちじく
- ・ 対州そば
- ・ くにさき七島蕎麦

- ・ 夕張メロン
- ・ 十勝川西長いも
- ・ 前沢牛
- ・ 岩手木炭
- ・ 米沢牛
- ・ 東根さくらんぼ

- ・ 田子の浦しらす
- ・ あけぼの大豆
- ・ くろさき茶豆
- ・ 津南の雪下になじん
- ・ 入善ジャンボ西瓜
- ・ 山形セルリー
- ・ 小笹うるい
- ・ 南郷トマト
- ・ 阿久津曲がりねぎ
- ・ 川俣シャモ
- ・ 江戸崎かぼちゃ
- ・ 飯沼栗
- ・ 越前がに
- ・ 奥久慈しゃも
- ・ 新里ねぎ
- ・ 東京しゃも
- ・ 大口れんこん
- ・ 三島馬鈴薯
- ・ 大分かぼす

- ・ 山形ラ・フランス
- ・ 二子さといも
- ・ 近江牛
- ・ 水戸の柔甘ねぎ
- ・ 但馬牛
- ・ 神戸ビーフ

- ・ 伊吹そば
- ・ 佐用もち大豆
- ・ わかやま布引だいこん
- ・ 鳥取砂丘らっきょう
- ・ 大山ブロッコリー
- ・ こおげ花御所柿
- ・ 三瓶そば
- ・ 連島ごぼう
- ・ 氷見稲積梅
- ・ 加賀丸いも
- ・ 吉川ナス
- ・ 山内かぶら
- ・ 上庄さといも
- ・ 豊橋なんぶとうがん
- ・ 特産松阪牛
- ・ 美東ごぼう
- ・ 辺塚だいだい
- ・ 桜島小みかん
- ・ 近江日野産日野菜

- ・ 木頭ゆず
- ・ ところピンクにんにく
- ・ 大栄西瓜
- ・ みやぎサーモン
- ・ 下関ふく
- ・ はかた地どり
- ・ 八代特産晩白柚

## 加工品以外の産品 (99)

- ・ 比婆牛
- ・ 徳地やまのいも
- ・ 豊島タチウオ
- ・ 大野あさり
- ・ 福山のくわい
- ・ くまもとあか牛
- ・ 香川小原紅早生みかん
- ・ 善通寺産四角スイカ
- ・ 伊予生糸
- ・ 物部ゆず
- ・ くまもと県産い草
- ・ くまもと県産い草畳表
- ・ 菊池水田ごぼう
- ・ 八代生姜
- ・ 田浦銀太刀
- ・ くまもと塩トマト
- ・ 女山大根

## 輸出実績産品 (35)

- ・ 種子島安納いも
- ・ 宮崎牛
- ・ ヤマダイかんしょ
- ・ 鹿児島黒牛
- ・ えらぶゆり
- ・ 小川原湖産大和しじみ

## (参考) 欧州における多様なGI産品

○ 欧州のGI制度では、他産品との優劣ではなく、地域と結び付いたその**産品独自の魅力や強みを評価**。加工品が過半を占め、輸出も多い（販売額の約20%は輸出向け）。GI産品の価格は、非GI産品の約2倍。

欧州には、品質と生産地との結び付きが強い原産地呼称（PDO）と比較的緩やかな地理的表示（PGI）が存在。

**PDO (674,うち加工品は約400)**

### 【要件】

- 品質又は特性が、**自然的、人的要因を備えた特定の地理的環境に基本的又は排他的に起因**。
  - 生産、加工及び調整（**生産行程の全て**）がその地域で行われる。
- ⇒ **事実上、品質特性は必須**。品質と地域における特定の要因との**強い結び付き（因果関係等）**が必要。

**PGI (904,うち加工品は約400) ※日本のGIが相当**

### 【要件】

- 品質、評判その他の特性が、**その地理的原産地に基本的に帰し得る**。
  - 生産、加工及び調整（**生産行程のいずれか**）がその地域で行われる。
- ⇒ **品質特性は必須ではない**。特性と地域との**結び付き**があれば足る。

### ロックフォール（フランス オード等）



羊の全乳から作られる青カビチーズ

ロックフォールにある天然の洞窟には、固有の青かびが存在。産地内で放牧された特定品種の羊乳と青かび菌によりもたらされる滑らかさや独特の芳香がある。

### コーニッシュ パスティ（イギリス コーンウォール）



牛肉と野菜と香辛料が詰まった半円形のミートパイ

産業革命期に地元炭鉱労働者の栄養豊富な主食として発展。作業中でも安全に食せるよう半円形となったもの。地元ジャガイモ等を用いる当時のレシピにより製造。

### ポム ド テラ ド イル ド レ（フランス レ島）



完熟する前に収穫される、初物のじゃがいも

レ島はサンゴ礁等に由来し、水はけがよく、カリやリン酸を豊富に含む土壌。日照率が高く、降雨の少ない海洋性気候。土壌品質を変質させないため栽培慣行も実施。これらによりもたらされる独特の香りや甘みがある。

### ハヴァティ（デンマーク全域）



セミハードのクリーミーなチーズ

酪農の長い歴史を有する同国において、酪農の学術的トレーニングにより養成された技術者のいる酪農場で生産。王室御用達で、多くの消費者が同国との結び付きを認識。

# 地理的表示保護制度の運用の見直し（概要）①

- GI制度について、農林水産物・食品の輸出拡大や所得・地域の活力の向上に更に貢献できるよう、多様な製品の登録につながるよう間口を広げるとともに、GI全体のプロモーションの在り方も波及効果の高いものに転換。

## 改正前

他産品と比較して品質的に優れていることを要件。

加工食品など一部県外の工場で生産している場合、これらの地域全体を生産地として認めてこなかった。

概ね25年の生産実績が必要。

登録名称を分断する名称（例：霞が関手延うどん）をGI名称として認めていない。

生産行程管理業務として、団体は、各生産業者が作成した生産記録の取りまとめ確認。年に1回、農水省にその実績を報告。

GI産品の加工品へのGIマークの使用が抑制的。

## 改正後

地域における自然的・人文的・社会的な要因・環境による品質、製法、評判等の特性が要件。

それぞれの地域間のつながりに合理性が認められる場合には、これらの地域全体が生産地となる。

産品の特性の周知の程度や模倣品発生の可能性の程度等を勘案し、25年の期間を短縮できる。

名称としての同一性が認められれば、分断名称もGI名称として認める。

団体は、生産の方法を遵守するために必要な手順を定めて周知し、定期的に手順を検証する。実績報告は廃止。

GI産品の加工品であっても、加工品がGI登録されたものと誤認を招かない表示は使用できるようルールを明確化。

## 地理的表示保護制度の運用の見直し（概要）②

- 11月1日より、GI制度の運用を見直し、所得・地域の活力の向上や輸出促進を更に後押し。
  - (1) 地域で守られるべき伝統野菜から、加工品、海外志向の産品まで、多様な産品の登録につながるよう間口を広げるとともに、登録申請前及び登録後における地域の負担を軽減する。
  - (2) GIを市場において目にする機会を増やすプロモーションを強化し、GIの認知・価値を高めていく。

### 1 審査基準の見直し

地域と結び付いたその産品独自の多彩な特性を実質的に評価する審査へ

- 差別化された品質がなくとも、地域における自然的・人文的・社会的な要因・環境の中で育まれてきた品質、製法、評判、ものがたり等のその産品独自の多彩な特性を評価する審査を推進。
- 知名度なども考慮し、生産実績が25年に満たなくとも、登録の可否を弾力的に判断。

### 2 登録前後における手続の見直し

申請に向けて必要となる名称統一の柔軟化、登録後の生産行程管理の合理化・効率化により、地域の負担を軽減

- GI産品と信頼して購入した需要者の利益を毀損しない、GI真正品について、名称の統一が申請への合意形成の支障とならないよう、登録名称を分断する名称の継続使用を可能に。（「霞ヶ関りんご」が登録された場合の「霞ヶ関〇〇りんご」）
- 生産者の遵守事項の簡素化を推進。生産行程管理業務も、年1回の実績報告書を廃止し、最終製品ではなく、生産の手順・体制をチェックする方法へ。

### 3 GIの市場における露出の拡大

GIマークの活用とGI産品と他業種とのコラボを推進し、市場において目にする機会を増やし、その認知・価値を向上

- GIマークを、GI産品の加工品に使用する場合のルールを明確化
- GIマークも効果的に活用し、外食、食品、観光などの他業種とのコラボ商品・コラボサービスの開発・提供を推進

令和4年1月19日 設立

目的

全国のGI登録団体の団結を図り、GI登録団体の連携によるGI製品の販売や輸出等を促進することにより、GI登録団体の活動活性化とGI制度の認知度向上を図る。

構成

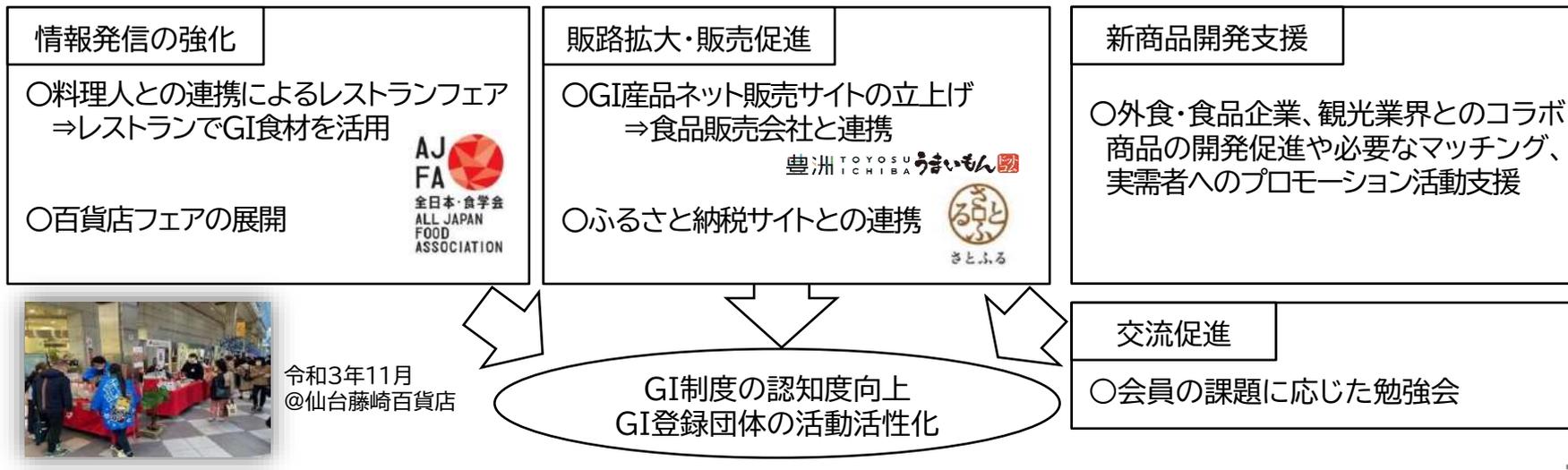
- ・顧問：森山裕氏(元農林水産大臣)
- ・会長：村田吉弘氏(一般社団法人全日本・食学会 理事長)
- ・副会長：寺沢寿男氏(みなみ信州農業協同組合 代表理事組合長)
- ・会員：GI登録団体(100団体)
- ・協力会員：GI登録団体の活動に協力する団体等(食品産業、料理人、商工、金融、流通、酒類GI、行政等)(99団体)



※令和4年9月末現在

活動

GI登録のメリットの拡大に向けて、関係業界とのコラボなど波及効果の高いプロモーション



令和3年11月 @仙台藤崎百貨店

# 1 使い易くなったG I

- 地理的表示保護制度の運用見直し

# 2 輸出・ビジネスを後押しするG I

- 地理的表示保護制度の今後の展開方向

# 地理的表示（GI : Geographical Indication）保護制度

- GI制度は、その地域ならではの自然的、人文的、社会的な要因・環境の中で長年育まれてきた品質、社会的評価等の特性を有する製品の名称を、地域の知的財産として保護するもの。外国との相互保護や模倣品対策の充実により、海外においても保護。
- ビジネスにおいては、地域と結びついた製品の品質、製法、評判、ものがたりといった潜在的な魅力や強みを見える化し、国による登録やGIマークと相まって、効果的・効率的なアピール、取引における説明や証明、需要者の信頼の獲得を容易にするツール。

## 産品

### 生産地

奈良県全域

- ・ 2つの清流を結ぶ肥沃な地味や湿度に恵まれた小麦の栽培適地。奈良時代から素麺作りが始まった。
- ・ 鎌倉時代の挽き臼の導入と、油をつける製法により、現在のような細長い形状に。
- ・ 新しい技術を導入しながらも、伝統的な手延べ製法を継承。

育まれて確立

### 特性

- ・ 非常に細く、しっかりとしたコシがあり、茹で伸びが抑制された素麺。
- ・ 素麺発祥の地。毎年全国の手延べ素麺産地の関係者が一堂に会し、大神神社で「ト定祭」が営まれる
- ・ 毎年宮内庁に献上

## 地理的表示

### 三輪素麺



高い知名度を有する「三輪素麺」という名称から産地と製品の特性がわかる

- 地理的表示は、生産者団体が産品について登録を受け、構成員が使用。登録内容は明細書に記載。
- 登録を受けた生産者団体は、構成員が行う「生産」が、明細書に適合して行われるよう、必要な指導等を実施（生産行程管理業務）。

- 登録された地理的表示が不正使用された場合には、行政が取締り。

# 今後のGIの展開方向

- GI制度について、農林水産物・食品の輸出拡大や所得・地域の活力の向上に更に貢献できるよう、多様な製品のGI登録と波及効果の高いGIプロモーションを展開。
- GIマークという統一ロゴの下、GI製品の名称・ブランドを保護しつつ、成功事例の横展開、市場展開を通じ、GIそのものの認知を高め、全体として「GIブランド」を確立。



「成功事例」を  
ひろげる

輸出を含め、優良事例の  
創出・横展開

## 市場におけるGIの露出の拡大

波及効果の高い  
プロモーション

製品のフィールドを  
ひろげる

多様な製品の  
登録

登録のフィールドを  
ひろげる

真に価値あるGIブランドへ

—地域産品・日本産品のマーケット拡大、所得・地域の活力の向上—

# G I 産品と関係業界とのコラボの推進

- G I マークという統一ロゴの下、流通・eコマース、観光、食品・外食との連携強化等を通じ、G I 産品やコラボ商品・コラボサービスの市場の拡大を志向。市場においてG I を目にする機会の増大を図る。
- G I 産品とのコラボは、関係業界・関係企業にとっても、商品開発、SDGsへの貢献などの面にメリット。

## ■ これまでのG I 産品と関係業界・企業とのコラボ事例

### ■ 今金男しゃく × 湖池屋

今金男しゃくを使用したポテトチップスを、オンライン限定商品と「湖池屋プライドポテト」シリーズにおいて、季節限定販売。



### ■ 宮城サーモン × JR東日本

JR東日本フーズとの共同開発により、押し寿司弁当を東京駅と仙台駅にて数量限定販売。売行きが好調であったことから、現在まで継続して販売中。



### ■ 江戸崎かぼちゃ × セブンイレブン

「江戸崎かぼちゃのポターージュ」を2018年から茨城県内全域で期間限定販売。2021年には、北関東地域まで販売が拡大。



### ■ 大口れんこん × 加島屋

地域の特産野菜を使用した「大口れんこんピクルス」を地元の醸造会社が製造。新潟の老舗食品企業・加島屋本店において季節商品として限定販売。



### ■ 辺塚だいたい × キリンビール

地域の特産果実でつくる、キリンビール株式会社の「いいね！ニッポンの果実。氷結®」シリーズにおいて、期間限定販売（完売）。鹿児島県内一の繁華街のご当地ハイボール「天文館ハイボール」の原料にも使用されている。



### ■ 吉川ナス × 百貨店・ミシュランレストラン

G I 登録をセールスポイントに、伝統野菜に関心があった伊勢丹（新宿店）、京急百貨店と取引を開始。都内ミシュランレストラン等とも取引。



### ■ 全国のG I 産品 × 豊洲市場ドットコム

豊洲市場に集まる産品を一般消費者に紹介・販売するECサイト「豊洲市場ドットコム」（会員数32万人、年間1億PV）において、2022年1月から全国のG I 産品の取扱いを開始。



# GIツーリズム（仮称）構想

- **GI産品がもつ風土、匠の技、伝統、品質といった産地の物語**は、幅広いフィールドにおいてGIを展開する際の大きな強み。
- **その地にしかない産品、ご当地ブランドの証としてGIを活用し、その地を訪れる呼び水として観光とタイアップ**。観光分野におけるGIをコンテンツとした新たな商品・サービスの提供は、**GIの新たな価値と地域の活力の創造につながる可能性**。

## ■ GI×観光列車

日本各地を走る観光列車。  
「食」を楽しむ列車では、食堂車や車内販売ではGI産品の提供を。  
「景観」を楽しむ列車では、車窓から、あるいはや途中下車で産地を探訪。



観光列車の例：「観光特急しまかせ」  
(近畿日本鉄道Webサイトより)

## ■ GI×現地体験

実際に産地を訪れ、GIを郷土料理として楽しむほか、収穫・ものづくり等の体験を通じて産地の物語を聞く機会も。



「岩手木炭(炭焼き体験)」



「石巻せり鍋」



## ■ GI×観光エンタメ

産地のアイコン的キャラクターやアイドルとのコラボ。アニメやドラマの舞台・題材として話題性を狙うのも◎。



## ■ GI×観光スポット

GIを育んだ地域の豊かな自然や深い歴史に触れるスポットを提案。訪れた人は、「逸品」の価値を肌で実感。



「但馬牧場公園」  
(但馬牛博物館併設)



「鳥取砂丘らっきょう畑」

## ■ GI×駅弁、お土産品

GI産品を使って地元企業が駅弁やお土産品を開発・製造。ヒット商品は都心のアンテナショップへ進出！



# GIを活用した輸出の促進①

- GI製品については、**外国との相互保護**や**模倣品対策**を通じ、**海外においても、その名称・ブランドを保護**。
- GI制度の活用により、その名称・ブランドを守りつつ、**真正な日本産品として、競合する外国産品との差別化・競争力強化**にも寄与。GIマークという統一ロゴの下、「**ジャパン・ブランド**」としてアピールも。

## 1 公正な競争環境の整備

### ■ 市田柿（長野県）

春節需要が高まる年明けに、中華系マーケットをターゲットに輸出戦略を展開する中、「**中国産市田柿**」を市場から**排除すべくGIを取得**。ブランドの取組を一層強化。



➡ **2020年の輸出額が2016年比で2.2倍増に**

## 3 冒認商標への対抗

農水省調査により判明した**第三者によるGI産品の名称を用いた商標の出願**に対し、**GI権利保持者が異議申立**。

- インドネシア：「**鹿児島黒牛**」
- ベトナム：「**市田柿**」
- 中国：「**すんき**」



➡ **当局が当該商標の登録を拒絶**

## 2 外国政府によるGI保護

「**相互保護**」の枠組により、**日本のGI名称が外国でも保護**。**不正使用が発見された場合、外国当局が取り締まりこれを排除**。

- スペインのレストランにおいて、南米産牛肉のメニューに「**TROPICAL KOBE BEEF**」と表示



- ドイツのスーパーでは、NZ産和牛に「**Wagyu "Kobe-Style"**」

➡ **我が国の要請に応じ、EU当局が事業者に対しGI名称の削除を指導**

## 4 ショッピングサイトにおける不正出品物の削除

世界の主要な166のショッピングサイトにおいて**GI名称の不正使用が疑われる産品**について、農水省が各サイトの運営会社に**削除・修正を要請**。

➡ **1300件以上の不正使用のうち、1000件以上が削除済**

## GIを活用した輸出の促進②

- 地域産品・日本産品の輸出・ビジネスの拡大、潜在的な海外市場の獲得にとって、GI制度の活用が有効な場面は少なくないのではないか。

### ■ 海外市場に溢れる模倣品

「日本〇〇」

「北海道〇〇」



長崎カステラ



「日本醤油」



「北海道ほたて」



紀州南高梅



「日本緑茶」



「北海道牛乳」

# 地理的表示保護制度についての問い合わせ先



担当部署	電話番号
北海道農政事務所生産経営産業部 事業支援課(北海道)	011-330-8810
東北農政局経営・事業支援部 地域食品・連携課(青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県)	022-263-1111 (内線:4635)
関東農政局経営・事業支援部 地域食品・連携課(茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県、長野県、静岡県)	048-740-0152
北陸農政局経営・事業支援部 地域食品・連携課(新潟県、富山県、石川県、福井県)	076-232-4890
東海農政局経営・事業支援部 地域食品・連携課(岐阜県、愛知県、三重県)	052-223-4602
近畿農政局経営・事業支援部 地域食品・連携課(滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県)	075-414-9025
中国四国農政局経営・事業支援部 地域食品・連携課(鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県)	086-230-4511 (内線:2324)
九州農政局経営・事業支援部 地域食品・連携課(福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県)	096-211-9111 (内線:4391)
内閣府沖縄総合事務局農林水産部 食料産業課(沖縄県)	098-866-1673

農林水産省 輸出・国際局 知的財産課

03-3502-8111(内線:4284)

[http://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi\\_act/index.html](http://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/index.html)

**ご参加いただき、ありがとうございました  
皆様の感想をお聞かせください**

**アンケートはこちら**



**<https://www.secure-cloud.jp/sf/business/1667354878skikJflg>**

**MAFF**  
農林水産省



# GFP海外輸出支援セミナー

～輸出支援プラットフォームの活動紹介・GI制度の運用見直し～

多くの皆様のご参加ありがとうございました