

GFP北海道 輸出セミナー&マッチングin 帯広

2023年2月24日(金) 13:00~18:00

農林水産物・食品の輸出促進について



令和5年2月
北海道農政事務所

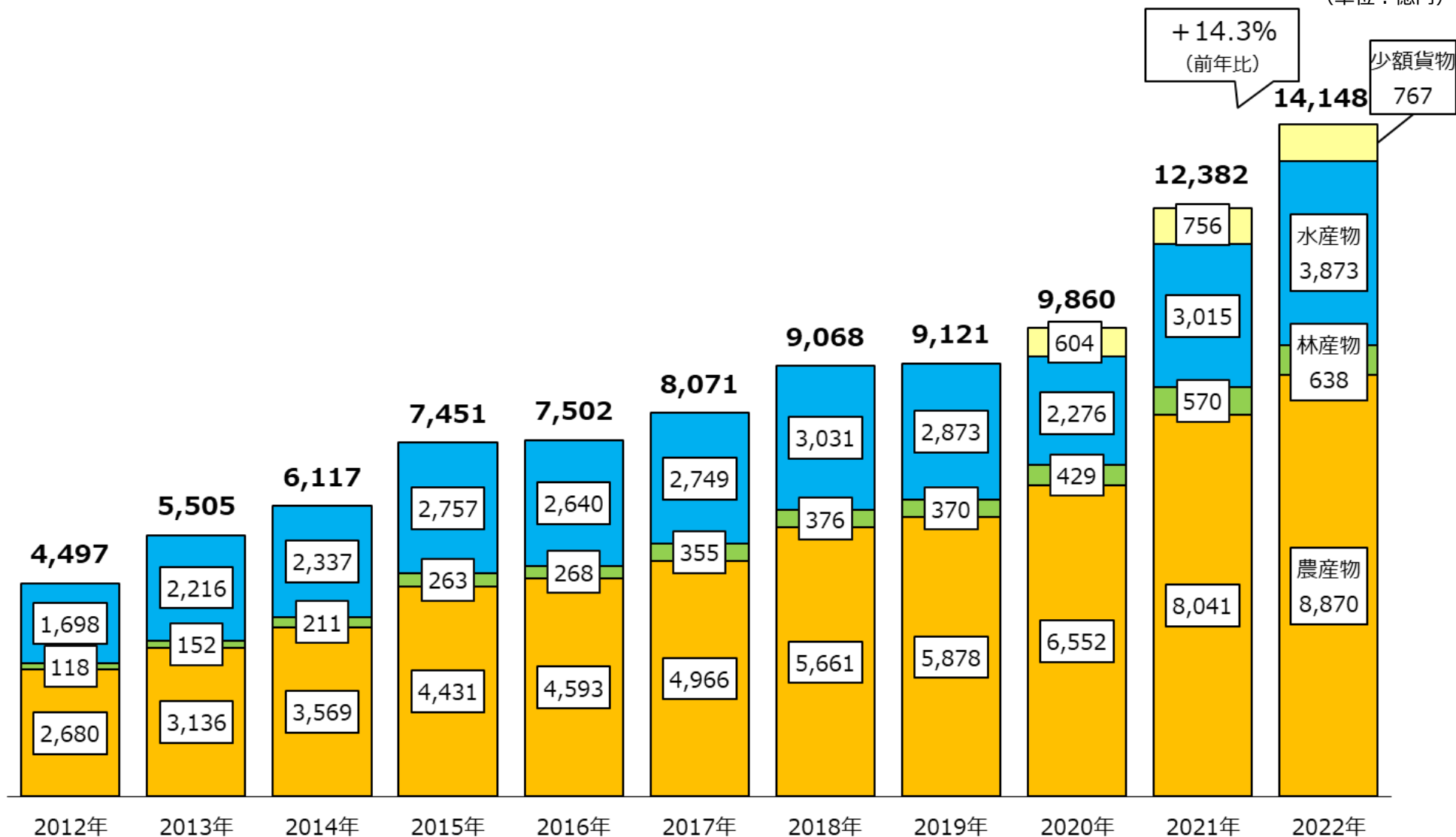


輸出の状況	p. 2～
政府の輸出促進政策と新たな輸出額目標	p.10～
農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略	p.11～
農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律に基づく取組・・・	p.15～
農林水産物・食品輸出プロジェクト（GFP）の取組	p.16～
輸出関係予算	p.22～
G I（地理的表示保護制度）	p.31～

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

※2020年の(9,217)は少額貨物及び木製家具を含まない数値

2021年の(11,626)は少額貨物を含まない数値

2022年の農林水産物・食品 輸出額 品目別

農林水産省
輸出・国際局

品 目	金 額 (百万円)	前年比 (%)
加工食品	505,167	+9.9
アルコール飲料	139,224	+21.4
日本酒	47,492	+18.2
ウイスキー	56,078	+21.5
焼酎（泡盛を含む）	2,172	+24.4
ソース混合調味料	48,380	+11.2
清涼飲料水	48,215	+18.8
菓子（米菓を除く）	27,991	+14.6
醤油	9,396	+2.8
米菓（あられ・せんべい）	5,503	▲ 2.4
味噌	5,077	+14.1
畜産品	126,827	+11.3
畜産物	96,820	+8.6
牛肉	52,019	▲ 4.0
牛乳・乳製品	31,926	+30.9
鶏卵	8,546	+42.4
豚肉	2,326	▲ 10.6
鶏肉	2,003	+0.6
穀物等	62,696	+12.2
米（援助米除く）	7,382	+24.4
野菜・果実等	68,702	+20.6
青果物	47,492	+24.3
りんご	18,703	+15.4
ぶどう	5,390	+16.4
いちご	5,242	+29.1
もも	2,897	+24.8
かんしょ	2,789	+12.6
ながいも	2,690	+16.3
なし	1,346	+40.1
かんきつ	1,272	+15.5
かき	1,189	+50.0

品 目	金 額 (百万円)	前年比 (%)
その他農産物	123,612	+4.9
たばこ	12,710	▲ 12.7
緑茶	21,887	+7.2
花き	9,143	+7.5
植木等	7,385	+6.6
切花	1,514	+12.7
林産物	63,761	+11.9
丸太	20,559	▲ 2.4
合板	11,054	+46.9
製材	9,191	▲ 5.8
木製家具	6,893	+26.6
水産物（調製品除く）	300,448	+28.7
ホタテ貝（生鮮・冷蔵・冷凍等）	91,052	+42.4
ぶり	36,256	+32.7
真珠（天然・養殖）	23,753	+39.1
さば	18,802	▲ 14.6
かつお・まぐろ類	17,845	▲ 12.6
いわし	11,630	+56.2
たい	7,475	+48.3
さけ・ます	6,675	+88.5
すけとうたら	3,061	+53.3
さんま	285	▲ 55.1
水産調製品	86,878	+27.8
なまこ（調製）	18,405	+18.6
ホタテ貝（調製）	16,807	+108.0
練り製品	12,266	+9.0
貝柱調製品	3,914	▲ 34.4

※財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

※「牛肉」、「鶏卵」、「豚肉」、「鶏肉」、「かんしょ」、「かき」の金額はそれぞれの加工品を含む金額。
「青果物」、「かんしょ」、「かき」の前年同月比は加工品を除く金額で算出

※「ぶり」の金額はぶり（活）を含む金額。但し、前年同月比はぶり（活）を除く金額で算出

2022年1-12月 農林水産物・食品の輸出額

農林水産省
輸出・国際局

2022年1-12月の輸出実績は、1兆4,148億円を記録し、過去最高を記録しました。
(2021年1-12月実績: 1兆2,382億円)

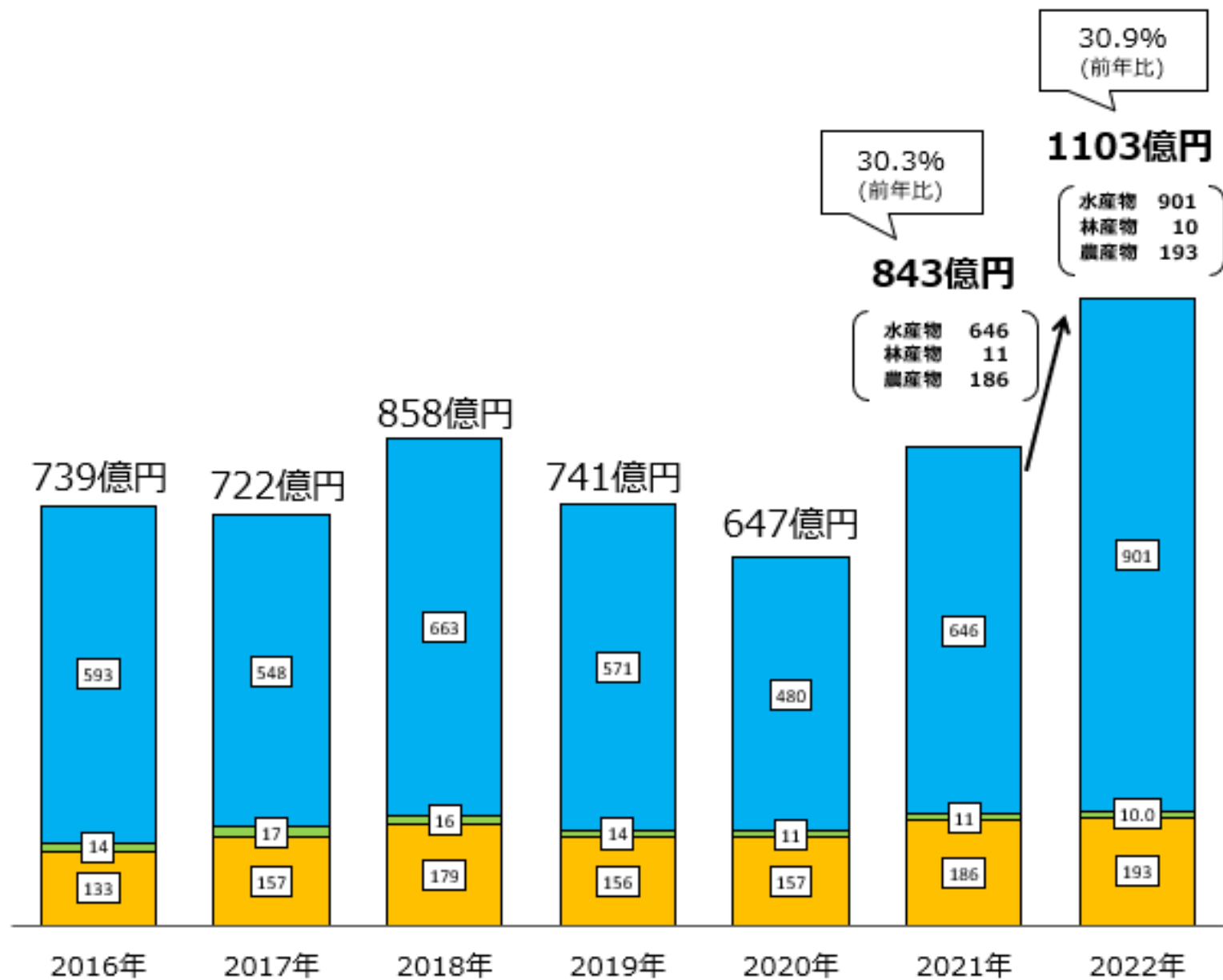
	金額	前年差	前年比
1-12月累計 (少額貨物輸出額を含む)	1兆4,148億円	+1,766億円	+14.3%

	少額貨物	前年比
1-12月	767億円	+1.5%

全体の状況（1-12月）

- 関係者からの聴き取りによると、多くの国・地域で、外食向けがコロナによる落込みから回復したこと、小売店向けやE C販売等の販路への販売が引き続き堅調だったこと等に加えて、円安による海外市場での競争環境の改善も追い風となり、農産物、林産物、水産物共に多くの品目で輸出額が伸び、総額も伸びた。
- 品目別の輸出額では、水産物は中国及び米国向け、アルコール飲料は中国向け、青果物は香港及び台湾向け、牛乳・乳製品はベトナム向けの伸びが大きい。香港向けが上半期を中心にコロナによる外食規制、欧米向けが下半期からインフレによる消費減退の影響を受けた。
- 日本政府が政府一体で進めてきた輸出拡大の取組（輸出支援プラットフォームの設立、水産加工施設等の整備など）も輸出を後押し。

北海道における農林水産物・食品 輸出額の推移（2022年）



2022年の北海道における農林水産物・食品 輸出額 品目別

品 目		金 額 (百万円)	対前年同期 増減率(%)
農 産 物	加工食品	5,932	▲ 16.0
	ビール	51	107.0
	清酒	82	▲ 46.4
	その他アルコール飲料	267	▲ 20.1
	調味料	228	▲ 3.5
	ソース混合調味料	113	▲ 22.1
	その他（でん粉・清涼飲料等）	1,690	1.1
	調製食料品	626	▲ 6.4
	チョコレート菓子	1,697	1.2
	その他菓子（米菓を除く）	428	▲ 3.8
	その他の砂糖菓子	2	-
	ベーカリー製品類	1,372	▲ 40.3
	畜産品	6,158	12.8
	牛肉	340	22.2
	豚肉	554	▲ 11.1
	鶏肉	15	▲ 30.8
	鳥卵・卵黄	76	▲ 53.6
	酪農品	2,125	27.5
	牛乳・部分脱脂乳	917	▲ 3.3
	粉乳等	1,160	72.2
	動物性油脂	989	54.4
	原皮	693	▲ 15.2
	穀物等	1,644	▲ 0.2
	穀物	901	44.0
	米	900	44.2
	穀粉調製品	690	▲ 27.3
	麦芽エキス、穀粉等	264	▲ 53.6
	即席麺	27	▲ 32.8
	シリアル食品	14	35.6
	野菜・果実等	4,748	28.3

品 目		金 額 (百万円)	対前年同期 増減率(%)
	果実・その調製品	515	▲ 16.5
	野菜・その調製品	4,232	37.2
	野菜（生鮮・冷蔵・乾燥）	2,679	56.9
	たまねぎ及びシャロット	1,332	360.1
	ながいも等	1,245	▲ 4.0
	その他の野菜調製品	1,553	12.8
	ばれいしょ	1,416	12.6
	その他農産物	779	13.0
	配合調製飼料	543	11.1
	林産物	1,001	▲ 10.8
林 産 物	素材（丸太）	628	▲ 17.7
	製材	321	▲ 8.6
水 産 物	水産物（調製品除く）	79,192	44.9
	さんま	74	2.7
	いわし	431	7.6
	ひらめ・かれい	530	72.5
	たら	628	169.2
	すけそうだら	610	▲ 23.6
	さけ・ます	6,129	101.5
	かに	1,034	46.2
	いか	22	2.2
	たこ	307	36.6
	ホタテ貝	59,646	41.6
	魚油（肝油除く）	5,607	281.1
	水産調製品	10,866	9.5
	キャビア及びその代用物	908	244.8
	貝柱（調製）	595	2.3
	なまこ	6	-
	乾燥なまこ（調製）	3,189	▲ 1.3
	その他の調製なまこ	4,725	▲ 11.0

※ 財務省「貿易統計」を基に北海道農政事務所作成

2022年の農林水産物・食品 輸出額 国・地域別

農林水産省
輸出・国際局

順位	2022年1-12月（累計）							2022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	中華人民共和国	2,783	20.8	+25.2	1,671	241	871	235	+18.0	159	21	55
2	香港	2,086	15.6	▲ 4.8	1,315	16	755	232	+8.6	138	2	92
3	アメリカ合衆国	1,939	14.5	+15.2	1,323	76	539	158	▲ 10.2	106	5	47
4	台湾	1,489	11.1	+19.6	1,102	41	346	208	+17.4	167	5	36
5	ベトナム	724	5.4	+23.8	500	9	216	75	+2.8	54	1	21
6	大韓民国	667	5.0	+26.6	379	44	244	77	+18.0	39	4	34
7	シンガポール	562	4.2	+37.3	459	6	96	51	+13.2	40	1	10
8	タイ	506	3.8	+14.9	262	9	235	43	+6.7	26	1	15
9	フィリピン	314	2.3	+51.6	135	150	29	29	+32.1	13	13	3
10	オーストラリア	292	2.2	+27.1	250	3	39	27	+3.8	21	0	5
－	E U	680	5.1	+8.2	535	16	129	57	+0.3	47	1	9

※財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

北海道における農林水産物・食品 輸出額（2022年1-12月）国・地域別

農林水産省
輸出・国際局



順位	輸出先	輸出額 (億円)	前年同期 増減率 (%)	輸出額内訳(億円)			主な輸出品目（下段は全体に占める割合）		
				農産物	林産物	水産物	1位	2位	3位
1	中華人民共和国	568.5	30.1	33.2	2.7	532.6	ホタテ貝（生・蔵・凍・塩・乾） 78.7%	なまこ（調製） 6.2%	さけ・ます 3.2%
2	台湾	85.5	25.4	30.6	0.0	54.8	ホタテ貝（生・蔵・凍・塩・乾） 22.1%	なまこ（調製） 15.9%	たまねぎ 13.2%
3	香港	81.4	▲ 23.8	27.0	0.0	54.4	なまこ（調製） 34.3%	ホタテ貝（生・蔵・凍・塩・乾） 16.8%	牛乳 11.1%
4	アメリカ合衆国	59.5	58.4	11.8	0.3	47.4	ホタテ貝（生・蔵・凍・塩・乾） 74.0%	菓子（米菓を除く） 5.8%	かに（活・生・蔵・凍） 5.6%
5	ベトナム	59.4	31.2	12.5	0.0	46.9	さけ・ます 45.9%	粉乳 9.8%	魚油（肝油除く） 5.2%
6	オランダ	54.5	60.7	1.5	0.0	53.0	ホタテ貝（生・蔵・凍・塩・乾） 97.3%	パスタ類 1.3%	スープ・ブロス 0.8%
7	チリ	38.1	378.4	0.0	0.0	38.1	魚油（肝油除く） 100.0%		
8	大韓民国	32.0	67.4	16.7	4.9	10.4	ホタテ貝（生・蔵・凍・塩・乾） 20.3%	動物性油脂 19.8%	丸太 15.2%
9	タイ	28.3	59.4	6.7	1.0	20.6	さけ・ます 48.1%	豚の皮（原皮） 12.6%	ホタテ貝（生・蔵・凍・塩・乾） 6.9%
10	シンガポール	17.0	26.8	16.1	0.0	0.8	粉乳 24.6%	菓子（米菓を除く） 19.3%	牛肉 10.0%
－	E U	81.4	73.0	8.2	0.1	73.1	ホタテ貝（生・蔵・凍・塩・乾） 89.8%	調製食料品 3.1%	パスタ類 2.8%

財務省「貿易統計」を基に北海道農政事務所作成

2022年の農林水産物・食品 輸出額

農林水産省
輸出・国際局

	農林水産物	前年同月比	輸出額内訳		
			農産物	林産物	水産物
1月	787億円	+3.7%	544億円	37億円	206億円
2月	901億円	+18.0%	610億円	50億円	241億円
3月	1,104億円	+7.3%	748億円	61億円	295億円
4月	1,146億円	+12.0%	717億円	51億円	379億円
5月	1,054億円	+19.1%	674億円	55億円	325億円
6月	1,173億円	+24.0%	759億円	58億円	356億円
7月	1,178億円	+21.9%	775億円	58億円	345億円
8月	1,122億円	+16.3%	753億円	56億円	314億円
9月	1,141億円	+17.1%	772億円	48億円	321億円
10月	1,251億円	+18.7%	843億円	54億円	354億円
11月	1,216億円	+16.4%	784億円	55億円	377億円
12月	1,308億円	+7.5%	893億円	56億円	359億円
計	1兆3,381億円	+15.1%	8,870億円	638億円	3,873億円
計 (少額貨物輸出額を含む)	1兆4,148億円	+14.3%	—	—	—

<少額貨物輸出額>

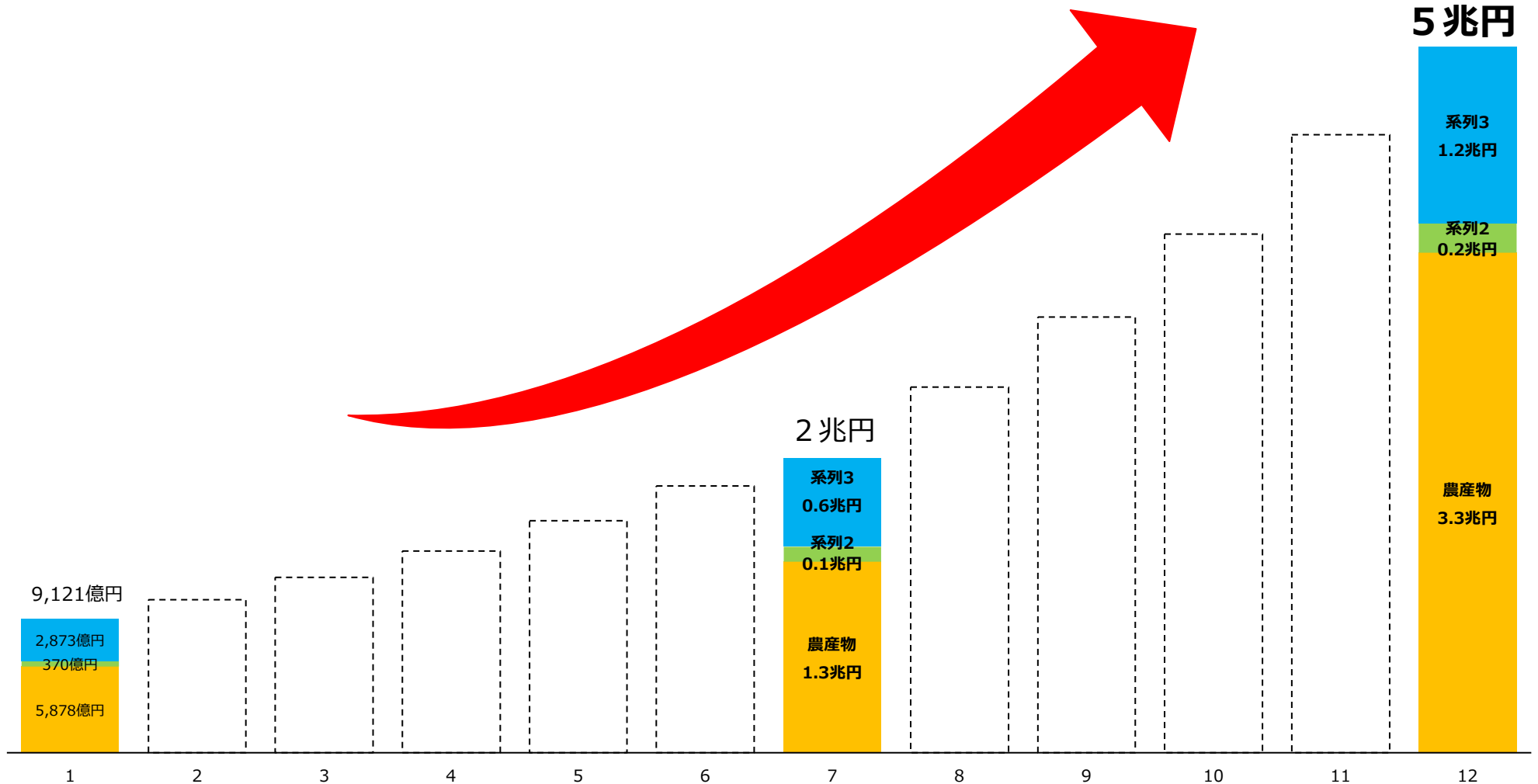
	少額貨物	前年同期比
1-6月	361億円	▲1.6%
7-12月	407億円	+4.4%
計	767億円	+1.5%

※少額貨物…輸出入申告の際、1品目20万円以下の貨物に関しては「貿易統計」に計上されておらず、別途調査を行っている。(1-6月、7-12月の年2回集計)

※財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成
※少額貨物は財務省調査を基に農林水産省作成

新たな農林水産物・食品の輸出額目標

農林水産物・食品の輸出額を、2025年までに2兆円、2030年までに5兆円とすることを目指す。



※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

農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（R4年12月改訂）について



戦略の趣旨

- 2025年2兆円・2030年5兆円目標の達成は、海外市場で求められるスペック（量・価格・品質・規格）の産品を専門的・継続的に生産・販売する（＝「マーケットイン」）体制整備が不可欠



改訂の概要

- 輸出促進法等の一部改正法の施行（R4年10月1日）等を踏まえ、R5年度に実施する施策、R6年度以降の実施に向け検討する施策について、その方向性を決定

3つの基本的な考え方と具体的施策

1. 日本の強みを最大限に発揮するための取組

- ①輸出重点品目(29品目)と輸出目標の設定
- ②輸出重点品目に係るターゲット国・地域、輸出目標、手段の明確化
- ③品目団体の組織化とその取組の強化
- ④輸出先国・地域における専門的・継続的な支援体制の強化
- ⑤JETRO・JFOODOと認定農林水産物・食品輸出促進団体等の連携
- ⑥日本食・食文化の情報発信におけるインバウンドとの連携

2. マーケットインの発想で輸出にチャレンジする事業者の支援

- ⑦リスクを取って輸出に取り組む事業者への投資の支援
- ⑧マーケットインの発想に基づく輸出産地・事業者の育成・展開
- ⑨大ロット・高品質・効率的な輸出等に対応可能な輸出物流の構築
- ⑩輸出向けに生産・流通を転換するフラッグシップ輸出産地の形成
- ⑪輸出を後押しする農林水産事業者・食品事業者の海外展開の支援

3. 政府一体となった輸出の障害の克服

- ⑫輸出先国・地域における輸入規制の撤廃
- ⑬輸出加速を支える政府一体としての体制整備
- ⑭輸出先国・地域の規制やニーズに対応した加工食品等への支援
- ⑮日本の強みを守るための知的財産対策強化

4. 国の組織体制の強化

北海道 輸出重点品目の輸出産地リストマップ

◎ 牛肉



- ホクレン食肉輸出コンソーシアム（北海道全域）

◎ 豚肉



- 北海道産豚肉輸出拡大コンソーシアム（新冠町）

◎ 鶏肉



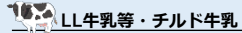
- 日本ホワイトファーム(株)札幌コンソーシアム（厚真町）

◎ 牛乳乳製品



LL牛乳等・チルド牛乳

- よつ葉乳業(株)（旭川市、音更町）
- 雪印メグミルク(株)（旭川市、中標津町、大樹町）
- 北海道乳業(株)（函館市）



- 北海道日高乳業(株)（日高町）
- (株)北海道酪農公社（江別町）
- ホクレン農業協同組合連合会（旭川市）

◎ 味噌



- 全国味噌工業協同組合連合会北海道組合（札幌市）
- 福山醸造(株)（札幌市）
- 岩田醸造(株)（札幌市）
- 渋谷醸造(株)（本別町）
- 倉繁醸造(株)（網走市）
- 服部醸造(株)（八雲町）
- 太田醸造(有)（訓子府町）
- 北海道味噌(株)（旭川市）

◎ 醤油



- 北海道味噌醤油工業協同組合（札幌市）
- 福山醸造(株)（札幌市）
- 北海道醤油(株)（札幌市）
- 渋谷醸造(株)（中川郡）

◎ その他の野菜



- たまねぎ
- 音更町農業協同組合（音更町）
- ふらの農業協同組合（富良野市）
- きたみらい農業協同組合（北見市）
- 常呂町農業協同組合（北見市常呂町）
- えんゆう農業協同組合（湧別町）
- 美幌地方広域農業協同組合連合会（美幌町）



- かぼちゃ
- 新ブランド農産物生産組合あさぎ農匠（厚沢部町）



- ながいも
- 帯広大正農業協同組合（帯広市）
- 帯広市川西農業協同組合（帯広市）
- 音更町農業協同組合（音更町）



- にんじん
- 音更町農業協同組合（音更町）



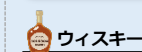
- にんにく
- 十勝清水町農業協同組合（清水町）
- 常呂町農業協同組合（北見市常呂町）

◎ ホタテ貝



- ホタテ貝（北海道全域）
- 北海道漁業協同組合連合会
- カネヨ木村水産(株)
- (株)カネキチ澤田水産
- (有)カネヤマ松浦水産
- (有)丸二永光水産
- 異冷凍食品(株)
- 稚内東部(株)
- カクイチ畠森水産(株)
- 広瀬水産(株)
- (株)丸堀切商店
- (株)マルキチ
- 北見食品工業(株)
- 同和食品(株)
- (株)カネコメ田中水産
- マルゼン食品(株)
- (株)北海永徳
- (株)マ印神内商店
- (株)丸イ佐藤海産

◎ ウィスキー



- 札幌酒精工業(株)（札幌市）

◎ 清酒



- 清酒
- 日本清酒(株)（札幌市）
- 男山(株)（旭川市）
- 高砂酒造(株)（旭川市）
- 福司酒造(株)（釧路市）
- 小林酒造(株)（栗山町）
- 金滴酒造(株)（新十津川町）
- 三千櫻酒造(株)（東川町）
- 国稀酒造(株)（増毛町）

◎ コメ・バックご飯・米粉及び米粉製品



- コメ・バックご飯
- ホクレン農業協同組合連合会（北海道全域）
- 東川町農業協同組合（東川町）



- コメ
- (株)芦別RICE（芦別市）
- 新篠津農業協同組合（新篠津村）
- 北海道産米輸出促進協議会（小樽市、美瑛町、倶知安町、せたな町）
- (株)松原米穀契約生産者組合（北海道全域）

農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略に基づく輸出重点品目の輸出産地リスト

※牛肉・豚肉・鶏肉・鶏卵・牛乳乳製品における輸出産地のエリア・所在地については、産地の核となる食肉処理施設、食鳥処理施設、鶏卵処理施設、乳業者の所在地を記載しています。

令和4年5月20日時点

品目	品目の詳細	輸出産地			実施主体 （輸出事業計画の策定者）		
		輸出産地名	産地のエリア・所在地		事業者名	所在地	
			都道府県	市町村		都道府県	市町村
牛肉	－	(株)北海道畜産公社を中心とした産地	北海道	全域	ホクレン食肉輸出コンソーシアム	北海道	札幌市
豚肉	－	(株)日高食肉センターを中心とした産地	北海道	新冠町	北海道産豚肉輸出拡大コンソーシアム	北海道	新冠町
鶏肉	－	日本ホワイトファーム(株)を中心とした産地	北海道	厚真町	日本ホワイトファーム(株)札幌コンソーシアム	北海道	厚真町
牛乳乳製品	LL牛乳等	北海道	北海道	旭川市	よつ葉乳業株式会社	北海道	札幌市(本社)
	チーズ			音更町			
	LL牛乳等			旭川市	雪印メグミルク株式会社	東京都	新宿区(本社)
	チーズ			中標津町 大樹町等			
	LL牛乳等			日高町	北海道日高乳業株式会社	北海道	日高町
	LL牛乳等			江別市	株式会社北海道酪農公社	北海道	江別市
	チルド牛乳			函館市	北海道乳業株式会社	北海道	函館市
	チーズ						
	LL牛乳等			旭川市	ホクレン農業協同組合連合会	北海道	札幌市
その他の野菜	たまねぎ	北海道	北海道	・十勝管内（音更町、鹿追町） ・上川管内（富良野市、上富良野町、中富良野町、南富良野町、占冠村） ・オホーツク管内（北見市、訓子府町、置戸町、北見市常呂町、湧別町、美幌町、津別町、大空町）	音更町農業協同組合	北海道	音更町
					ふらの農業協同組合		富良野市
					きたみらい農業協同組合		北見市
					常呂町農業協同組合		北見市常呂町
					えんゆう農業協同組合		湧別町
					美幌地方広域農業協同組合連合会		美幌町

品目	品目の詳細	輸出産地			実施主体 (輸出事業計画の策定者)		
		輸出産地名	産地のエリア・所在地		事業者名	所在地	
			都道府県	市町村		都道府県	市町村
その他の野菜	ながいも	北海道	北海道	十勝管内 (帯広市、音更町、士幌町、上士幌町、鹿追町、本別町、幕別町)	帯広大正農業協同組合	北海道	帯広市
				帯広市川西農業協同組合	帯広市		
				音更町農業協同組合	音更町		
	にんじん			音更町	音更町農業協同組合		音更町
	にんにく (加工品含む)			清水町	十勝清水町農業協同組合		清水町
				北見市常呂町	常呂町農業協同組合		北見市 常呂町
	かぼちゃ			厚沢部町、江差町、乙部町	新ブランド農産物生産組合 あっさぶ農匠		厚沢部町
コメバックご飯 ・米粉及び 米粉製品	コメバックご飯	北海道	北海道	全域	ホクレン農業協同組合連合会	北海道	札幌市
		東川町		東川町	東川町農業協同組合		東川町
	コメ	芦別市		芦別市	(株)芦別RICE		芦別市
		新篠津村		新篠津村	新篠津農業協同組合		新篠津村
		小樽市 美唄市 倶知安町 せたな町		小樽市 美唄市 倶知安町 せたな町	北海道産米輸出促進協議会		小樽市
		北海道		全域	(株)松原米穀契約生産者組合 (仮称)		札幌市

14

品目	品目の詳細	輸出産地			実施主体 (輸出事業計画の策定者)		
		輸出産地名	産地のエリア・所在地		事業者名	所在地	
			都道府県	市町村		都道府県	市町村
ホタテ貝	ホタテ貝	北海道	北海道	道内全域	北海道漁業協同組合連合会	北海道	札幌市
					カネヨ木村水産(株) (株)カネキチ澤田水産 (有)カネヤマ松浦水産 (有)丸二永光水産 巽冷凍食品(株) 稚内東部(株) カクイチ昌森水産(株) 広瀬水産(株) (株)寺本商店 (株)丸木堀切商店 (株)マルキチ 北見食品工業(株) 同和食品(株) (株)カネコム田中水産 マルゼン食品(株) (株)北海永徳 (株)マ印神内商店 (株)丸イ 佐藤海産		森町 枝幸町 猿払村 稚内市 雄武町 紋別市 湧別町 佐呂間町 網走市 苫小牧市 標津町 別海町
味噌	北海道味噌	北海道	北海道	道内全域	全国味噌工業協同組合連合会 北海道組合	北海道	札幌市
					福山醸造株式会社		札幌市
					岩田醸造株式会社		札幌市
					渋谷醸造株式会社		本別町
					倉繁醸造株式会社		網走市
					服部醸造株式会社		八雲町
					太田醸造有限会社		訓子府町
					北海道味噌株式会社		旭川市
醤油	北海道醤油	北海道	北海道	道内全域	北海道味噌醤油工業協同組合	北海道	札幌市
					福山醸造株式会社		札幌市
					北海道醤油株式会社		札幌市
					渋谷醸造株式会社		中川郡

品目	品目の詳細	輸出産地			実施主体 (輸出事業計画の策定者)		
		輸出産地名	産地のエリア・所在地		事業者名	所在地	
			都道府県	市町村		都道府県	市町村
清酒	清酒	日本清酒株式会社	北海道	札幌市	－	－	－
		男山株式会社		旭川市	－	－	－
		高砂酒造株式会社		旭川市	－	－	－
		福司酒造株式会社		釧路市	－	－	－
		小林酒造株式会社		栗山町	－	－	－
		金滴酒造株式会社		新十津川町	－	－	－
		三千櫻酒造株式会社		東川町	－	－	－
		国稀酒造株式会社		増毛町	－	－	－
ウイスキー	ウイスキー	札幌酒精工業株式会社	北海道	札幌市	－	－	－
錦鯉	錦鯉	新潟・東北・北海道	北海道、青森県、秋田県、山形県、福島県及び新潟県	－	全日本錦鯉振興会新潟地区	新潟県	小千谷市

農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律等の一部を改正する法律 (令和4年法律第49号)の概要



1 品目団体の法制化

- ・ オールジャパンで輸出先国・地域のニーズ調査やブランディング等に取り組み、市場の開拓等を行う法人を、申請に基づき認定する仕組みを創設

2 輸出事業計画の支援策の拡充

- ・ 輸出事業計画の記載事項として、輸出事業に必要な施設の整備に関する事項を追加
- ・ 輸出事業計画の認定を受けた者に対する日本政策金融公庫の業務の特例として、輸出事業に必要な資金の貸付けを措置（資金使途の追加、償還期限の延長）
※ 輸出事業計画に基づき行う施設等の整備に対する税制上（所得税・法人税）の特例を新設

3 民間検査機関による輸出証明書の発行

- ・ 国の登録を受けた民間検査機関が輸出証明書の発行を行える仕組みを創設

4 有機JAS制度の改善（JAS法改正）

- ・ JAS法を改正し、JAS規格の対象に有機酒類を追加
- ・ その他輸出促進に必要な事項を措置

5 施行日

- ・ 令和4年10月1日

農林水産物・食品輸出プロジェクト（GFP）の取組



- GFP（ジー・エフ・ピー）**は、Global Farmers / Fishermen / Foresters / Food Manufacturers Projectの略称。農林水産省が推進する**日本の農林水産物・食品の輸出プロジェクト**。
- 平成30年8月31日に農林水産物・食品の輸出を意欲的に取り組もうとする生産者・事業者等のサポートと連携を図る「**GFPコミュニティサイト**」を立ち上げ。
- 当該サイトに登録した者を対象に、農林水産省がジェトロ、輸出の専門家とともに産地に直接出向いて輸出の可能性を無料で診断する「**輸出診断**」を平成30年10月から開始。



GFP登録者へのサービス提供

- 農林漁業者・食品事業者へのサービス**
 - ・専門家による無料の輸出診断
 - ・GFPコミュニティサイトで事業者同士が直接マッチング
 - ・輸出商社の「商品リクエスト情報」の提供
 - ・輸出希望商品の輸出商社への紹介
 - ・輸出のための産地づくりの計画策定の支援
 - ・メンバー同士の交流イベントの参加
 - ・規制情報等の輸出に関連する情報の提供
- 輸出商社・バイヤー・物流企業へのサービス**
 - ・GFPコミュニティサイトで事業者同士が直接マッチング
 - ・生産者・製造業者が作成する「商品シート」の提供
 - ・「商品リクエスト」の全国の生産者・製造業者への発信
 - ・メンバー同士の交流イベントの参加
 - ・規制情報等の輸出に関連する情報の提供

GFPの登録状況（12月末時点）

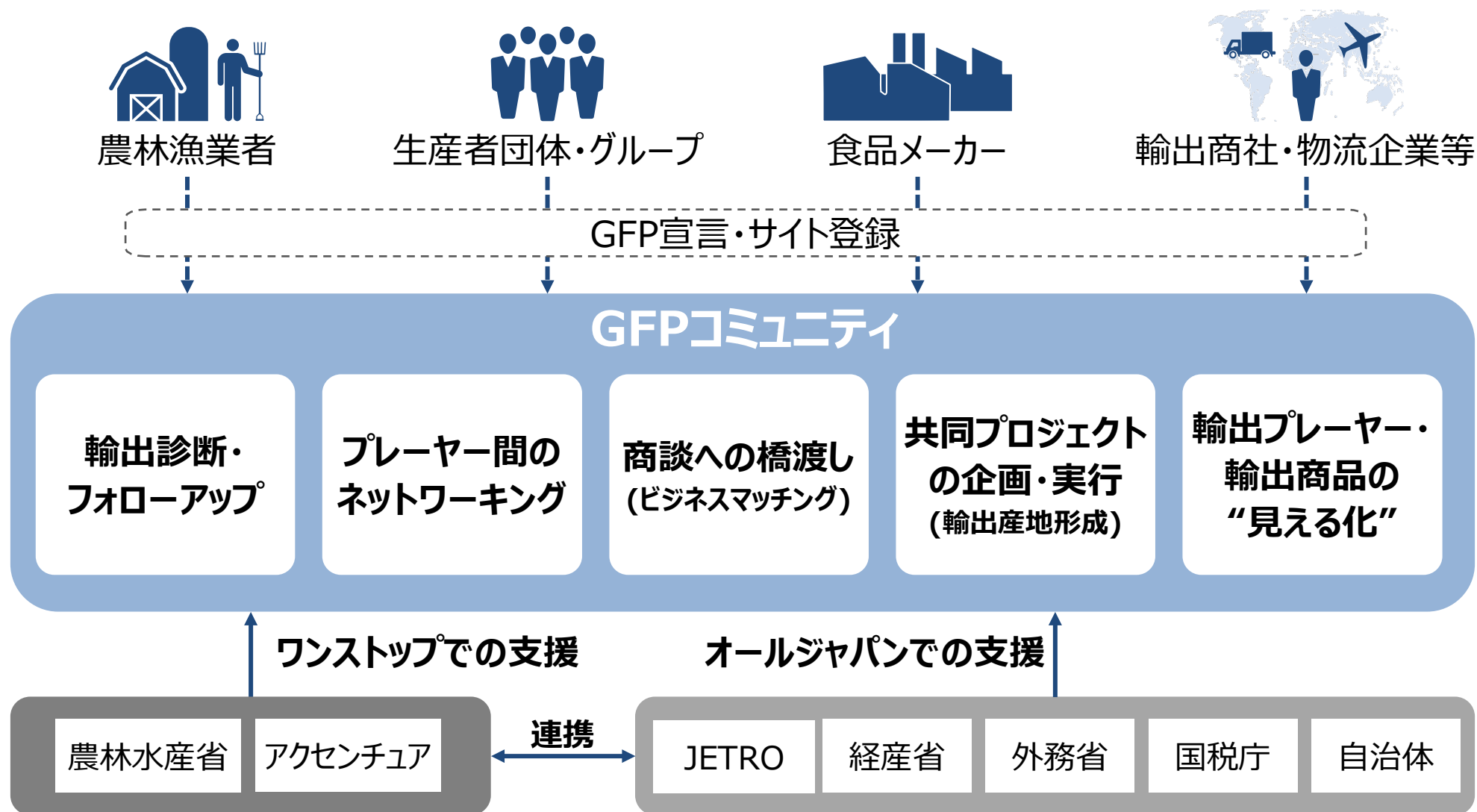
GFP登録者数	
区分	登録者数
農林水産物食品事業者	3,947
流通事業者、物流事業者	3,158
合計	7,105

輸出診断申込状況

区分		
輸出診断申込数		1,550
	うち訪問診断希望者	1,157
訪問診断完了数		616

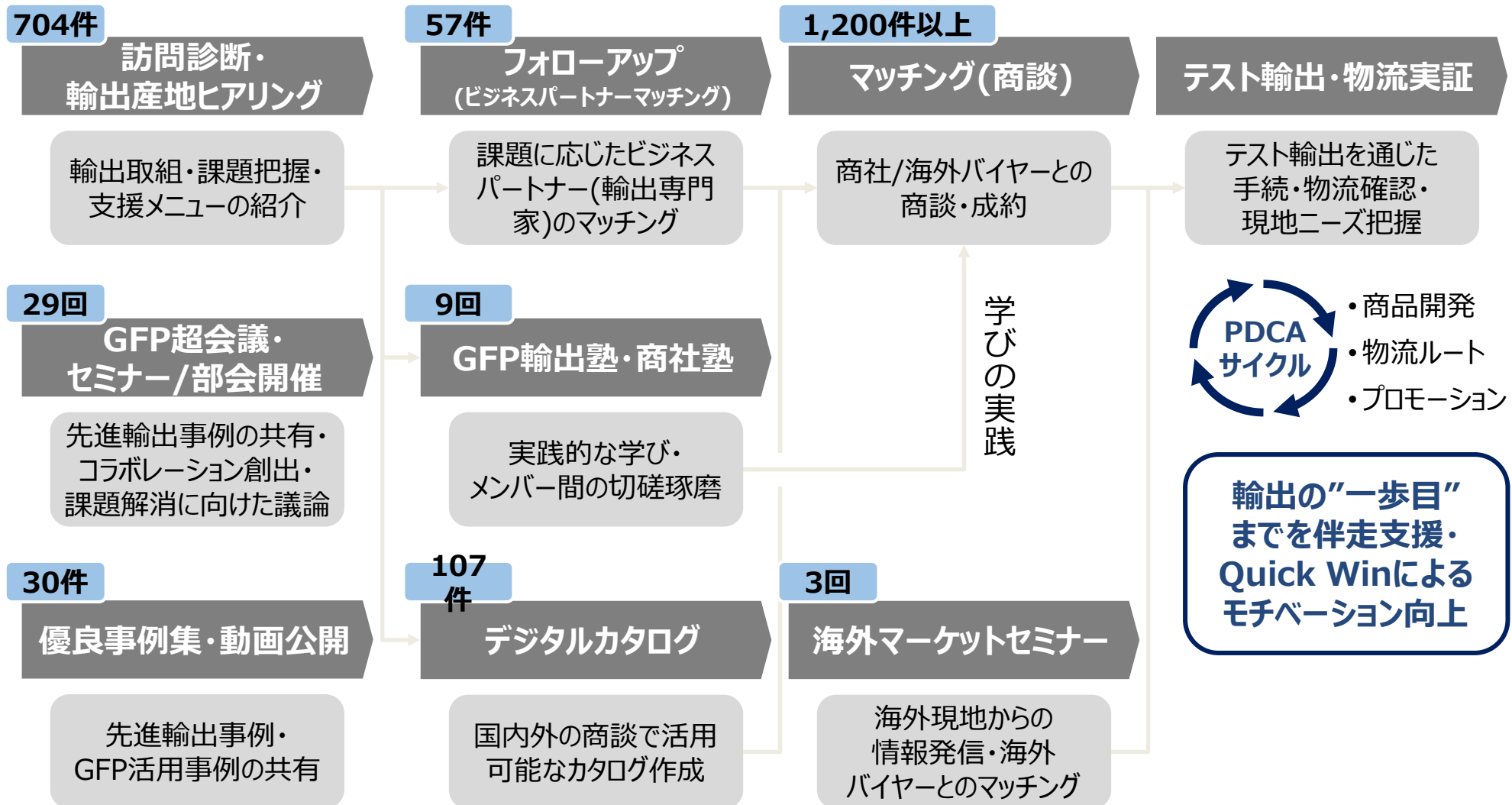
GFPの取組全体像

GFPメンバー間のマッチング・コラボレーション創出・きめ細かなフォローアップ/伴走支援に重きを置くことで、JETRO等既存の支援サービスとの差別化を重視。



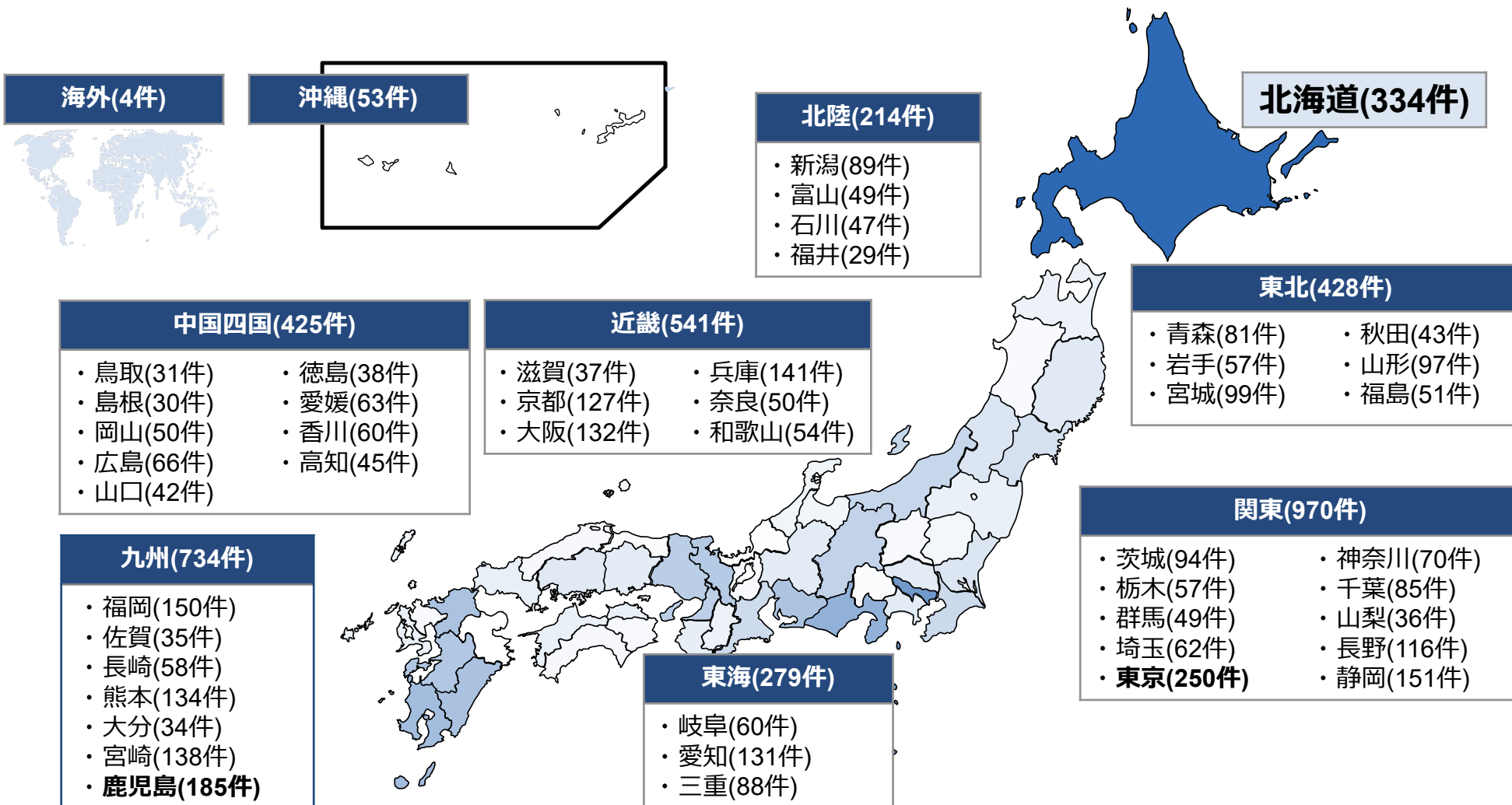
GFPを通じた輸出支援メニュー

輸出は“一歩目”のハードルが高いため、マッチングを通じた適切なビジネスパートナーの紹介・テスト輸出を通じた手続・ニーズ把握までを一気通貫で支援。



各地域のGFP登録数（生産者・加工食品メーカー）（1月17日時点）

都道府県別では、北海道(334件)・東京(250件)・鹿児島(185件)が登録者が多く、GFPネットワークの拡大・輸出産地形成が活性化している。



道内のGFP登録者数（1月17日時点）

農林水産・食品関連事業者

品目	登録者数
水産物	77
青果物	51
その他加工品	51
コメ・コメ加工品	41
畜産	28
菓子	24
調味料	14
酒類	14
製麺品	6
林産品	6
茶・飲料 花き・その他	22
合計	334

- 農林水産・食品関連事業者のGFP登録者数全国1位

農林水産・食品事業者以外

業種	登録者数
官公庁	29
コンサルタント	21
商社	33
卸売・小売	31
業界団体	13
物流	10
金融機関	5
広告・メディア	8
ECサイト	1
その他	27
合計	178

- 農林水産・食品事業者以外のGFP登録者数全国3位
 - 1位は東京(1030)、2位は大阪(215)

GFP北海道の取組



～GFP(ジー・エフ・ピー)とは～
Global Farmers / Fishermen / Foresters / Food Manufacturers Project
の略称であり、農林水産省が推進する日本の農林水産物・食品の輸出プロジェクトです。

“GFP北海道”のミッション/Mission

北海道の生産者・メーカーの皆様の、輸出へのチャレンジから
バイヤーとの商談まできめ細やかにサポートします！



輸出を新たに始めるに当たっての相談

- ✓ 輸出に興味はあるが踏み出せていない方は、輸出の可能性やポテンシャルについて気軽に相談できます！
- ✓ スタートアップ・産学官連携等、輸出促進に向けたコラボレーションにチャレンジできます！



GFP北海道 セミナー&商談会への参加

- ✓ 北海道からの輸出に繋がるチーム（バイヤー×輸出商社×生産者・メーカー）の一員になります！
- ・先進輸出事例/今までにない輸出の取組をしている事業者の輸出事例をセミナーで共有
- ・輸出商社・海外バイヤーとのマッチング機会を得られます。

GFPにおけるサポート内容

- ✓ GFPに登録することで様々な支援を活用できます！
- ・輸出を始める際に必要な情報の入手
- ・自分の商品の発信
- ・ビジネスパートナーとのマッチング

登録
無料

GFPコミュニティを活用される方はまずはGFP登録を！
WEB : <https://www.gfp1.maff.go.jp/>



農林水産省
北海道農政事務所

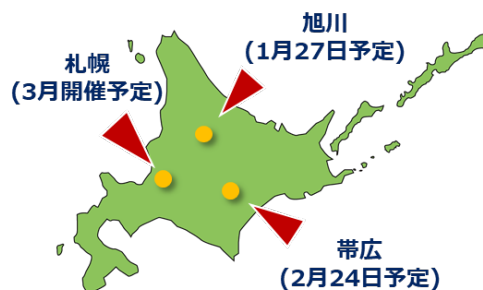
01 “オール北海道”で輸出拡大を目指す仕組み

北海道内輸出プレイヤーへの後押しを行いつつ、商社・海外バイヤーを巻き込んで輸出を見据えたチームづくりを
促し、持続的な輸出拡大に結びます。



02 近日中のセミナー予定

北海道各地にて輸出プレイヤー及び産地への支援・輸出へのきっかけづくりを目的とし、商談会も兼ねたセミナー・
交流会を旭川・帯広で開催します。札幌開催のセミナーでは各地の取組報告・フォローアップも兼ねて実施します。



<こんな方におすすめ！>

- ・これから輸出を始めたいけど、誰とパートナーを組んで進めれば良いかわからない...
- ・北海道産品の輸出の可能性を知りたい！
- ・次の輸出先国開拓のために、新たな商社と出会いたい！

各種イベント・輸出支援申込

支援申込フォーム

<https://www.secure-cloud.jp/sf/business/1669304967KfcCxZjF>



問い合わせ先

GFP北海道事務局(アクセンチュア株式会社)
メール: Agri_Exportation_JP@accenture.com
北海道農政事務所事業支援課 TEL: 011-330-8810

accenture

農林水産省
北海道農政事務所

2030年輸出5兆円目標の実現に向けた「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」の実施

【令和4年度補正予算額 42,609百万円】

<対策のポイント>

5兆円目標の実現に向け、官民一体となった海外での販売力の強化、マーケットインの発想で輸出にチャレンジする農林水産事業者の後押し、省庁の垣根を超えた政府一体となった輸出の障害の克服等を支援します。

<政策目標>

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〕）

<事業の全体像>

1 品目別輸出目標の達成に向けた官民一体となった海外での販売力の強化 【88億円】

（1）オールジャパンでのマーケットイン輸出の取組強化

- ・ 認定品目団体等が輸出重点品目についてオールジャパンで行う、輸出課題の解決や販路拡大等、早急な業界全体の輸出力強化に向けて行う取組を支援
- ・ J E T R Oによる輸出事業者サポート、J F O O D Oによる重点的・戦略的プロモーション、民間事業者等による海外販路開拓・拡大の取組等を支援
- ・ コメ・コメ加工品の海外需要開拓・プロモーションを支援
- ・ インバウンド消費と輸出の相乗効果を更に高めていくために必要な、日本食・食文化の情報発信や、魅力ある地域の食体験コンテンツの造成等を支援

（2）海外での輸出支援体制の確立

- ・ 主要な輸出先国・地域において、輸出支援プラットフォームが輸出事業者を専門的かつ継続的に支援する体制を整備
- ・ 有望な海外市場への物流・商流づくりなどの戦略的サプライチェーンの構築を支援

等

2 マーケットインの発想で輸出にチャレンジする農林水産事業者の後押し 【94億円】

（1）輸出産地・事業者の育成・展開

- ・ 都道府県やJ Aが先導する輸出向け生産の拡大に向けた大ロット輸出産地の形成や、G F P（農林水産物・食品輸出プロジェクト）を活用したスタートアップの取組等を支援
- ・ 輸出に取り組む事業者等へのリスクマネーの供給を支援

（2）一貫したコールドチェーンによる輸出物流の構築

- ・ 輸出物流ネットワーク構築に向けた環境調査、輸出物流構築に向けたモデル実証、設備・機器導入等を支援

（3）畜産物輸出コンソーシアムの推進

- ・ 畜産農家、食肉処理施設、輸出事業者等で組織するコンソーシアム（事業共同体）が取り組む、商流の構築や輸出先国の求めに応えるための取組、対米認定食肉処理施設における血斑発生低減に向けた設備の改良や導入等を支援

等

3 省庁の垣根を超えた政府一体となった輸出の障害の克服等 【244億円】

（1）輸出促進に向けた環境整備

- ・ 畜産物モニタリング検査、インポートトランス申請、コメ・コメ加工品の輸出に必要な規制対応、海外模倣品対策等を支援
- ・ 加工食品の国際標準化対応や我が国の規格認証の普及等、輸出先国ニーズの対応に向け、食品産業の課題解決の取組を支援

（2）輸出先国の規制や需要に対応した加工施設等の整備

- ・ 加工食品等の輸出拡大に必要な製造・加工、流通等の施設の新設及び改修、機器の整備を支援
- ・ 農産物等の輸出拡大に必要な集出荷貯蔵施設、コールドチェーン対応型の卸売市場等の整備を支援
- ・ 畜産物の輸出拡大を目的とした食肉処理施設の再編等を支援
- ・ 大規模な水産物流通・生産の拠点での共同利用施設・養殖場等の一体的整備、魚礁や藻場等の漁場整備を支援

（3）日本の強みを守るための知的財産対策の強化

- ・ 海外における品種登録出願や模倣品対策を支援
- ・ 品種登録審査に必要な栽培試験施設の整備を支援

（4）その他

- ・ 木材製品等の国際競争力強化に向け、輸出先国のニーズに対応するための性能検証、販売促進活動やプロモーション活動、きのこの知的財産保護等を支援

2030年輸出 5 兆円目標の実現に向けた「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」の実施

【令和 5 年度予算概算決定額 10,871（10,787）百万円】

（令和 4 年度補正予算額 42,609百万円）

＜対策のポイント＞
5 兆円目標の実現に向けて、官民一体となった海外での販売力の強化、マーケットインの発想で輸出にチャレンジする農林水産事業者の後押し、省庁の垣根を超えた政府一体となった輸出の障害の克服等の取組を支援します。

＜政策目標＞
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〕）

＜事業の全体像＞

1 品目別輸出目標の達成に向けた官民一体となった海外での販売力の強化

- （1）マーケットインによる海外での販売力の強化
- ・ マーケットイン輸出の実現に向けて品目団体、JETRO及びJFOODOが連携して行う販路開拓、市場調査や商流構築などの輸出力強化に向けた取組を支援
 - ・ 海外料理人の育成や日本産食材サポーター店の拡大、日本食・食文化に関する食体験コンテンツの磨き上げ等を支援
 - ・ 食産業の海外展開を促進するため、官民協議会を通じて海外展開を支援
- （2）海外での輸出支援体制の確立
- ・ 主要な輸出先国・地域において、JETRO海外事務所等を活用し、在外公館等と連携して輸出支援プラットフォームを設置・運営し、輸出事業者を専門的かつ継続的に支援
- 等

2 マーケットインの発想で輸出にチャレンジする農林水産事業者の後押し

- （1）輸出産地・事業者の育成・展開・安定供給体制の強化
- ・ 輸出産地サポーター等を活用した輸出産地の育成、都道府県と連携し、輸出産地による輸出事業計画の策定や実行の取組を支援
 - ・ GFPを活用した、産地・事業者への輸出診断や商流構築など輸出熟度や規模に応じた伴走支援、輸出支援プラットフォーム等と連携したセミナーなどの取組を支援
 - ・ 輸出リスクに対応し、融資を円滑化するため、信用保証に係る保証料を支援
- （2）地域産業の強みを活かした加工食品の輸出の取組支援
- ・ 地域の食品産業を中心とした多様な関係者が参画した地域食品産業連携プロジェクト（LFP）を構築して行う、社会課題解決と経済性が両立する新たなビジネスを継続的に創出する取組を支援
- 等

3 省庁の垣根を超えた政府一体となった輸出の障害の克服等

- （1）規制の緩和・撤廃に向けた協議の加速化
- ・ 政府間交渉に必要となる情報・科学的データの収集・分析、輸出先国が求める植物検疫上の要求事項を満たすための体制構築等を実施
- （2）輸出手続の円滑化、利便性の向上
- ・ 研修等による実務担当者能力向上、人員の増強や検査機器の導入、輸出証明書の発行場所数の増加に向けた体制整備等を支援
- （3）生産段階での食品安全規制への対応強化
- ・ 輸出施設のHACCP等認定、畜水産物モニタリング検査、インポートトランス申請、国際的認証取得、施設登録規制への対応等を支援
- （4）輸出向け施設の整備
- ・ 食品産業の輸出向けHACCP等対応施設や農畜産物の輸出拡大に必要な処理加工施設等の整備を支援
 - ・ コンソーシアム（畜産農家・食肉処理施設・食肉流通事業者の3者で組織する事業共同体）が取り組む、食肉の流通構造の高度化等に必要な施設の整備等を支援
- （5）知的財産の実効的な管理・保護と海外流出の防止
- ・ 育成者権者に代わって行う海外への品種登録、侵害の監視や訴訟対応、海外ライセンス等の育成者権管理機関の取組、国内外におけるGIの侵害対応を支援
- 等

グローバル産地づくり推進事業

【令和5年度予算概算決定額 925（954）百万円】
（令和4年度補正予算額 1,695百万円）

<対策のポイント>

GFP（農林水産物・食品輸出プロジェクト）を通じて産地育成、安定供給体制の強化を図るため、輸出産地による**輸出事業計画の策定・実行支援**、**輸出診断や商流構築の実施**、**加工食品の輸出強化**、**輸出関連信用保証支援**、**輸出支援プラットフォーム等との連携**、**品目等の課題に応じた取組**等を行います。

<事業目標>

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>

<事業イメージ>

1. GFPグローバル産地づくり強化対策

① 輸出事業計画策定等の支援

都道府県と連携し、輸出産地形成を具体的に進めるための**計画策定・実行**、**生産・加工体制の構築**、**事業効果の検証**など、輸出産地形成を本格的に進める取組を支援します。

② GFPの取組強化

ア 輸出産地等の裾野を広げ海外市場に繋げるため、**産地・事業者への輸出診断や商流構築など熟度や規模に応じた伴走支援等を実施**するとともに、**輸出支援プラットフォーム等と連携したセミナーなどを実施**します。

イ 輸出先国の植物検疫等の規制に係る**産地の課題解決**を支援します。

③ 加工食品の輸出強化への支援

重点品目の他、**包材規制・賞味期限延長**への対応、**代替添加物への切替え促進**、**地方農政局等を活用した事業者掘り起こし**等による輸出拡大を強化します。

④ 輸出ビジネス強化等支援

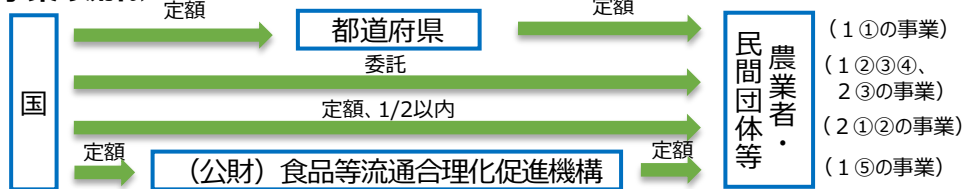
輸出事業者の更なる販路拡大に向け、**ECサイトの活用方法の検討**や**ECを活用した農林水産物・食品の輸出の実態**を調査します。

⑤ 輸出関連信用保証支援

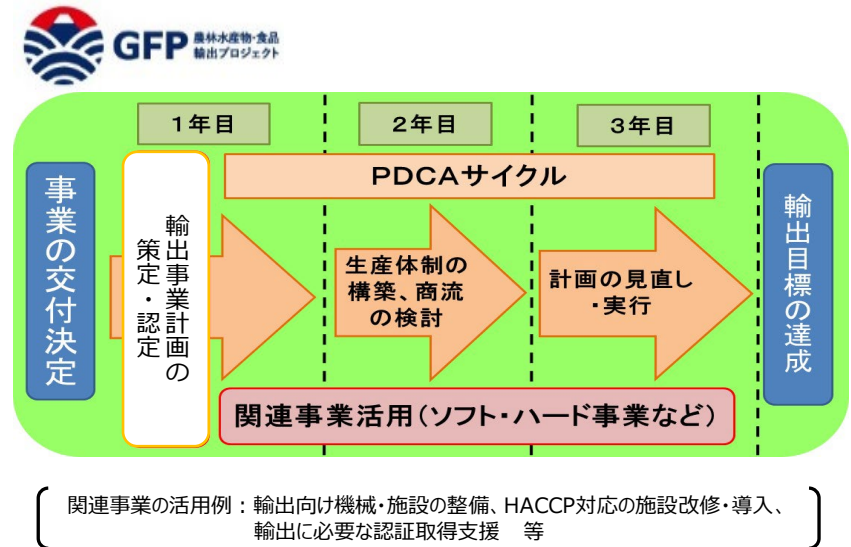
輸出リスクに対応し融資を円滑化するため**信用保証に係る保証料**を支援します。

2. 品目等の課題に応じた取組支援

<事業の流れ>



1. 輸出事業計画策定等の支援



2. 品目等の課題に応じた取組支援

- ① **日本発の水産エコラベルの普及推進**
国際水準の水産エコラベルの普及に向けた取組を支援します。
- ② **規格・認証を活用した加工食品の輸出環境整備**
国際規格であるJFS規格を活用した輸出を支援します。
- ③ **JAS等の国際標準化による輸出環境整備**
ISOや諸外国の国際標準化の状況等の調査、JAS等をベースとした国際規格の制定、専門人材の育成等を支援します。

輸出事業計画の認定を受けた者に対する関連事業の優遇措置等

(令和5年度予算概算決定時点)

ハード事業

※優先採択とは、審査に当たってのポイントの加算等

- 1 強い農業づくり総合支援交付金(産地基幹施設等支援タイプ)(優先採択)**
産地農業において中心的な役割を果たしている農業法人や農業者団体等による集出荷貯蔵施設や冷凍野菜の加工・貯蔵施設等の産地の基幹施設の整備等を支援。
- 2 農業農村整備事業等(優先採択)**
農業の競争力強化のための農地の大区画化や汎用化・畑地化、新たな農業水利システムの構築、国土強靱化のための農業水利施設の長寿命化・耐震化対策、ため池の改修・統廃合等を推進。
- 3 農業競争力強化基盤整備事業(補助率の嵩上げ)**
農地の大区画化や汎用化、農業水利施設の長寿命化やパイプライン化・ICT化等の整備に関する計画策定を支援。
- 4 林業・木材産業循環成長対策(優先採択)**
川上と連携して木材の安定的・持続可能な供給体制の構築等に取り組む木材加工流通施設及び特用林産振興施設の整備を支援。

ソフト事業

- 1 マーケットイン輸出ビジネス拡大支援事業のうち戦略的輸出拡大サポート事業(要件緩和)**
新市場の獲得も含め、輸出拡大が期待される具体的かつ横断的な分野・テーマについて、民間事業者等による海外販路の開拓・拡大の取組を支援。
- 2 木材製品輸出拡大実行戦略推進事業(優先採択)**
製材・合板等の付加価値の高い木材製品の輸出拡大を図るため、中国・韓国・米国・台湾等における木造技術講習会の開催を支援するほか、企業の連携によるモデル的な輸出の取組を支援。
- 3 みどりの食料システム戦略実現技術開発・実証事業のうち農林水産研究の推進(優先採択)**
ブリの輸出拡大の実現に向けて、魚類血合筋の褐変を防止する革新的冷凍技術の開発を支援。
- 4 グローバル産地づくり推進事業のうち規格・認証を活用した加工食品の輸出環境整備事業(優先採択)**
日本発の規格・認証を活用した輸出のための環境整備を支援。
- 6 輸出環境整備推進事業のうち**
 - ①施設認定等検査支援事業(優先採択)
 - ②畜水産モニタリング検査支援事業(優先採択)
 - ③国際的認証資格取得等支援事業(優先採択)
- 7 植物品種等海外流出防止総合対策・推進事業(優先採択)**
我が国優良品種の海外への流出・無断増殖を防止するため、品種登録(育成者権の取得)や侵害対策に係る経費等を支援。
- 8 農業知的財産保護・活用支援事業(優先的に調査)**
国内で開発された品種の海外での登録状況を一元的に把握し、海外における市場規模や侵害リスクを調査・情報発信する。
- 9 育成者権管理機関支援事業(優先的に支援)**
植物新品種の海外での無断栽培を防止するため、育成者権者に代わって行う海外への品種登録、侵害の監視や訴訟対応、海外ライセンス等の育成者兼管理機関の取組を支援。
- 10 地理的表示保護・活用総合推進事業(優先的に支援)**
海外での農林水産物・食品等のブランド保護のため、当該産品の名称の商標出願やGI申請・登録費用を支援。模倣品が確認された場合には、侵害対策を支援。
- 11 新事業創出・食品産業課題解決調査・実証等事業のうちフードテックビジネス実証事業(優先採択)**
フードテック等を活用した新たな商品・サービスを生み出す、ビジネスモデルを実証する取組を支援。
- 12 持続的生産強化対策事業のうち**
 - ①果樹農業生産力増強総合対策(優先採択)
 - ②茶・薬用作物等地域特産作物体制強化促進(優先採択)
- 13 農家負担金軽減支援対策事業(対象地区の拡大)**
担い手への農地集積が図られる地区等において、土地改良事業等の農家負担金の無利子貸付等を行う。
- 14 中山間地農業ルネッサンス推進事業(優先採択)**
地域の所得向上に向けた計画を深化させる取組等の支援のほか、収益力向上、販売力強化、生活支援等に関する具体的な取組、デジタル技術の導入・定着を推進する取組を支援。
- 15 オープンイノベーション研究・実用化推進事業**
国の重要政策の推進や現場課題の解決に資するイノベーションを創出し、社会実装を加速するため、産学官が連携して取り組む基礎研究や実用化研究を支援。

令和4年度 GFPグローバル産地づくり推進事業 採択産地



中国四国ブロック(15産地)		
53	岡山県 全農岡山県本部	もも・ぶどう
54	山口県 やまぐちの農林水産物需要拡大協議会	日本酒
55	(株)販東食品	かんきつ・かんきつ加工品・茶
56	徳島県 西地食品(有)	かんきつ・しょうが加工品
57	徳島県 徳島魚市場(株)	ぶり・鮮魚・水産加工品
58	香川県 香川県漁業協同組合連合会	ぶり
59	香川県 石丸製麺(株)	麺類
60	香川県 大平やさい(株)	レタス
61	香川県 ヤマロク醤油(株)	醤油
62	香川県 香川県	冷凍麺
63	愛媛県 愛南漁業協同組合	まだい
64	愛媛県 愛媛県	すま
65	愛媛県 愛媛県漁業協同組合	ぶり・まだい
66	えひめ愛フード推進機構	かんきつ
67	高知県 高知米国市場開拓協議会	製材

九州・沖縄ブロック(30産地)		
68	福岡県 九州農産物通商(株)	かき・かき加工品
69	福岡県 九州農産物通商(株)	かんきつ
70	佐賀県 うれしの茶グローバル産地協議会	茶
71	長崎県 (株)アグリ・コーポレーション	かんしょ・かんしょ加工品
72	対馬水産(株)	穴子・穴子加工品
73	(株)杉本店	牛肉
74	(株)イチゴラス	いちご
75	大分県 大分県漁業協同組合	ぶり
76	大分県 大分県農業協同組合	ぶどう
77	大分県 大分県農業協同組合	かんきつ
78	日田木材協同組合	製材
79	(株)アグアファーム	ぶり
80	(株)ネイバーフッド	かんきつ
81	黒瀬水産(株)	ぶり
82	(株)かぐらの里	かんきつ
83	宮崎県 ジャパンキャビア(株)	キャビア
84	(株)高千穂ムラタビ	甘酒・米菓子
85	南九州輸出茶コンソーシアム	茶
86	(株)MOMIKI	ソース混合調味料
87	(株)杉本商店	乾しいたけ
88	鹿児島県 鹿児島堀口製茶(有)	茶
89	(有)かごしま有機生産組合	かんしょ・かんしょ加工品
90	東町漁業協同組合	ぶり
91	(有)大崎農園	だいこん
92	鹿児島県 鹿児島県経済農業協同組合連合会	かんしょ・かんしょ加工品
93	鹿児島県 鹿児島県漁業協同組合連合会	ぶり
94	(株)指宿やさいの王国	かんしょ・キャベツ・レタス
95	大吉農園	キャベツ・かぼちゃ
96	枕崎水産加工業協同組合	かつお
97	沖縄県 琉球飼料・瀬産鶏鶏・エングループ輸出拡大コンソーシアム	鶏卵

北陸ブロック(18産地)		
29	にいがた有機農業輸出促進協議会	コメ
30	新・新潟米ネットワーク(同)	コメ
31	(株)想樹	梨
32	新潟県 新潟県酒造組合	日本酒
33	新潟県 新潟市米輸出促進協議会	コメ
34	(株)くにみ農産	コメ・かき・かき加工品・そば加工品
35	(有)エコ・ライス新潟	コメ
36	越後製菓(株)	コメ加工品・パックご飯
37	(同)新潟小規模蒸溜所	ウイスキー
38	弥彦村	枝豆加工品
39	(有)グリーンパワーなのはな	コメ・コメ加工品
40	(農)富山干柿出荷組合連合会	干柿
41	石川県 (有)わくわく手づくりファーム川北	クラフトビール
42	(株)エコファームみかた	梅酒
43	(株)ベントフォーク	コメ・コメ加工品
44	福井県 福井県農業協同組合	コメ
45	(株)マイセンファインフード	大豆加工品
46	(合)白龍シンフォニー	日本酒

(品目)

牛肉

鶏肉・鶏卵

果物

野菜

茶

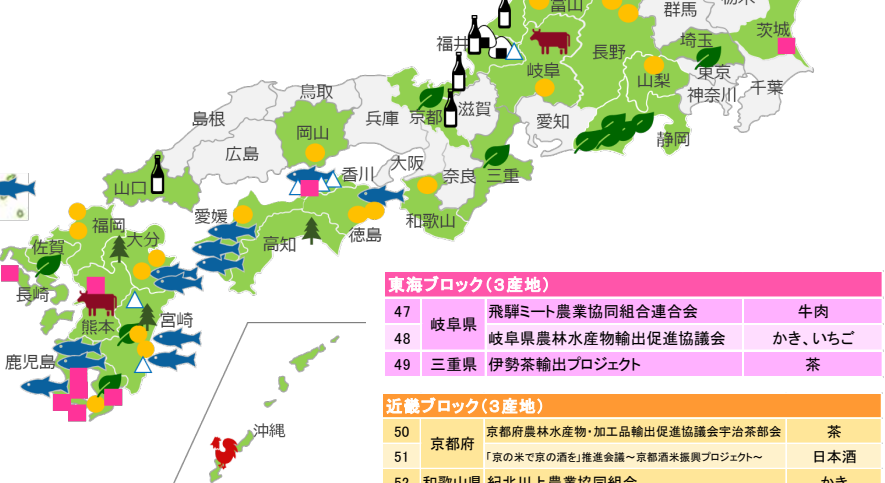
酒類

コメ・コメ加工品

林産物(製材・キノコ等)

水産物

加工食品



北海道ブロック(7産地)		
1	新ブランド農産物生産組合 あつさ農匠	かぼちゃ
2	新篠津村農業協同組合	コメ
3	新篠津村農業協同組合	たまねぎ
4	北海道 栗山町日本酒輸出拡大連携協議会	日本酒・酒米加工品
5	十勝清水町農業協同組合	大豆・小豆加工品
6	中札内村農業協同組合	枝豆加工品
7	北海道産畜肉輸出産地形成コンソーシアム	牛肉・豚肉

東北ブロック(9産地)		
8	いわて農林水産物国際流通促進協議会	りんご
9	岩手県 いわて農林水産物国際流通促進協議会	牛肉
10	いわて農林水産物国際流通促進協議会	コメ
11	南気仙沼水産加工事業協同組合	サメ肉
12	宮城県 (株)ヤマナカ	牡蠣
13	石巻食品輸出振興協議会	水産加工品・鮮魚
14	秋田県 大潟村農産物・加工品輸出促進協議会	コメ・コメ加工品
15	朝日町果樹組合連絡会議	りんご
16	山形県 (株)マンカウィル東北	りんご・もも

関東ブロック(12産地)		
17	茨城県 なめがたしおさい農業協同組合	かんしょ
18	埼玉県 狭山茶輸出促進協議会	茶
19	山梨県 アグベル(株)	ぶどう
20	(株)小池えのき	エノキタケ加工品
21	(株)フルプロ	りんご
22	(株)秀果園	りんご・ぶどう・ぶどう加工品
23	(有)小柳農園	コメ・コメ加工品
24	(株)MARUMAGO	茶
25	MATCHA KAORI JAPAN (株)	茶
26	静岡県 静岡県茶業振興協議会	茶
27	(株)流通サービス	茶
28	(株)かけがわ有機の郷	茶

東海ブロック(3産地)		
47	岐阜県 飛騨ミート農業協同組合連合会	牛肉
48	岐阜県 岐阜県農林水産物輸出促進協議会	かき、いちご
49	三重県 伊勢茶輸出プロジェクト	茶
近畿ブロック(3産地)		
50	京都府 京都府農林水産物・加工品輸出促進協議会宇治茶部会	茶
51	「京の米で京の酒を」推進会議～京都酒米振興プロジェクト～	日本酒
52	和歌山県 紀北川上農業協同組合	かき



2030年輸出 5 兆円目標の実現に向けた「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」の実施のうち 食品産業の輸出向けHACCP等対応施設の整備

【令和 5 年度予算概算決定額 152（600）百万円】
（令和 4 年度補正予算額 6,000百万円）

<対策のポイント>

食品製造事業者等が行う輸出先国等の規制・条件（食品衛生、ハラール・コーシャ等）に対応した**施設の新設及び改修、機器の整備**を支援します。

<事業目標>

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〕）

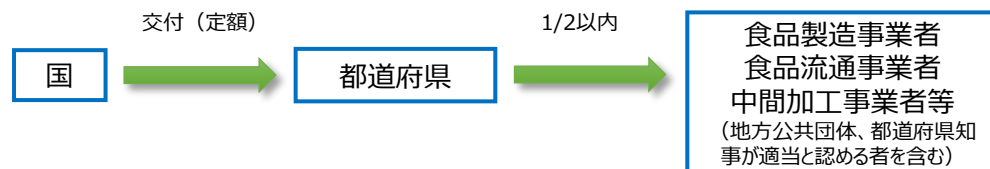
<事業の内容>

1. 加工食品等の輸出拡大に向け、輸出先国等の求める基準・条件等の規制に対応するため、**製造・加工、流通等の施設の新設（掛かり増し経費）及び改修、機器の整備に係る経費**を支援します。

- ① 輸出先国等の政府機関が定める、HACCP等の要件に適合する施設の認定取得に必要な施設・設備
- ② ISO、FSSC、JFS-C、有機JAS等の認証取得に必要な施設・設備
- ③ 検疫や添加物等の規制に対応した製品の製造に必要な施設・設備

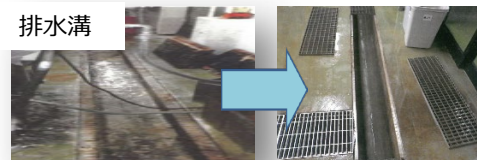
2. 施設整備と一体的に行い、その効果を高めるために必要な**コンサルティング費用等の経費**（効果促進事業）を支援します。

<事業の流れ>



このほか、強い農業づくり総合支援交付金に輸出優先枠を設けるとともに、食肉流通再編合理化施設整備事業を含め農畜産物の輸出力強化に必要な処理加工施設等の整備を支援します。

<事業イメージ>



施設の衛生管理の強化に対応する排水溝、床、壁等の改修



厳密な温度管理に対応する急速冷凍庫等の導入



空気を經由した汚染を防止する設備（パーティション）の導入



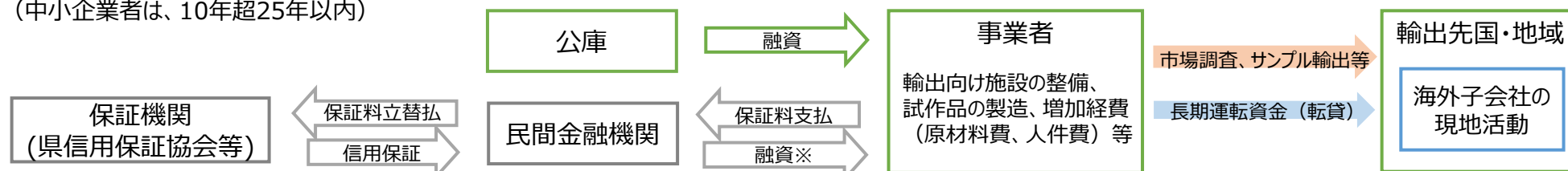
製造ラインにおいて添加物混入を回避する輸出専用ミキサーの導入

農林水産物・食品輸出基盤強化資金（日本政策金融公庫法の特例）

- 輸出にチャレンジする事業者を資金面から強力に後押しするため、制度資金を創設。
- ポイントは、
 - ① 輸出促進を目的に、**多用途にわたって有利に融資を受けられる独立の資金。**
 - ② **非食品の品目もカバーし、長期運転資金や海外子会社への転貸も可能にするなど多様なニーズに対応。**
 - ③ **償還期限は25年以内のため大規模投資に対応。**

資金の概要

- 1 貸付対象者** 認定輸出事業者（農林水産事業者、食品等製造事業者、食品等流通事業者等）
- 2 貸付限度額** 貸付けを受ける者の負担する額の80%に相当する額（民間金融機関との協調融資を想定）
- 3 資金使途** 改正輸出促進法に基づく認定輸出事業計画に従って実施する事業であって次に掲げるもの
 - ① 農林水産物・食品の輸出事業に必要な製造施設、流通施設、設備の整備・改修費用
例：EU向け水産物の輸出に必要なHACCP等に対応した加工施設の整備費用、ハラールに対応した食肉処理施設の整備費用、添加物等のコンタミネーションを防止するための製造ラインの増設費用
 - ② 長期運転資金
例：商品の試作品の製造費用、市場調査やニーズ調査に係る費用、サンプル輸出や商談会への参加に係る費用、プロモーション活動費、製造ライン本格稼働までに必要な増加経費（原材料費、人件費など）
 - ③ 海外子会社等への出資・転貸に必要な資金
（転貸に必要な資金の使途は①・②。）
- 4 償還期限**
25年以内（うち据置期間3年以内）
（中小企業者は、10年超25年以内）

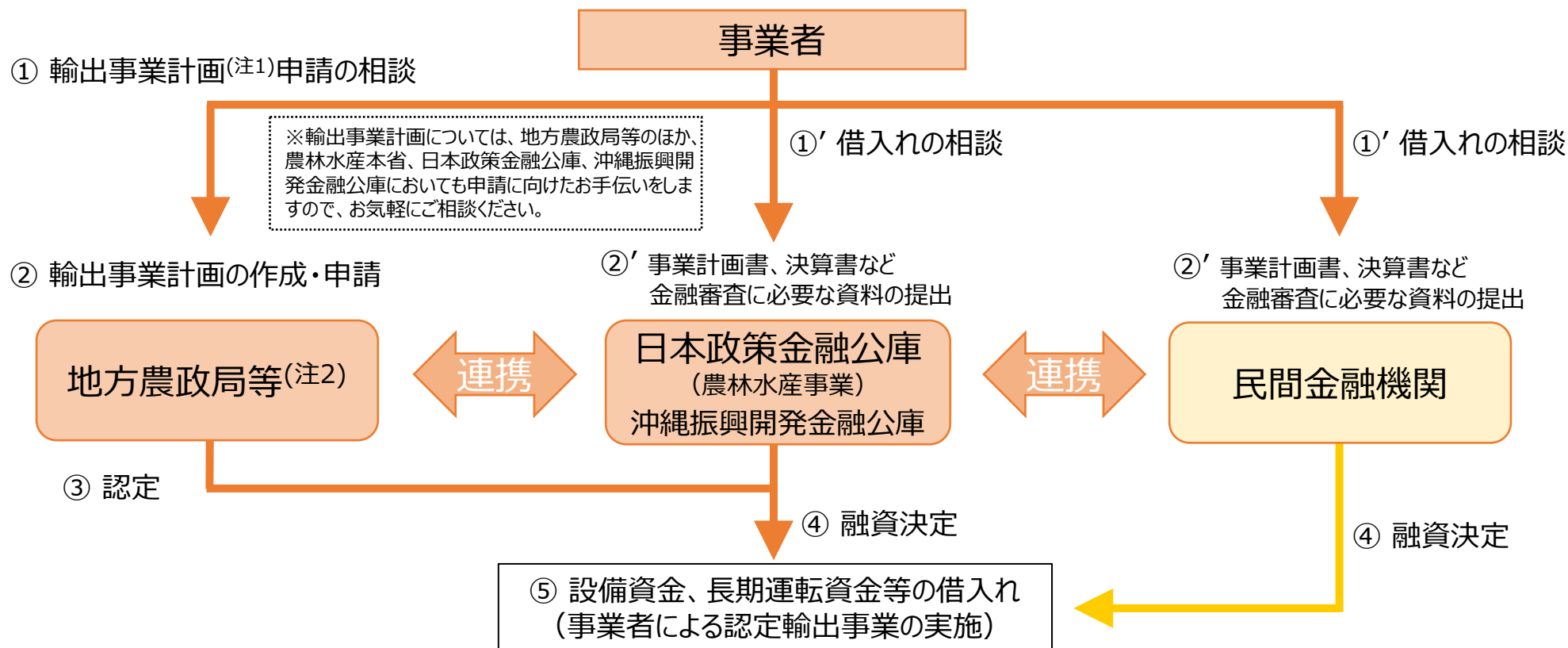


※ 民間金融機関から保証付き借入れをする場合、農林水産省の令和4年度予算事業により、支払った保証料のうち、借入当初から5年間、保証料の1/2相当額の支援が受けられます。

農林水産物・食品輸出基盤強化資金の借入手続きについて

- 公庫から農林水産物・食品輸出基盤強化資金を借り入れるためには、輸出事業計画を作成し、農林水産省（地方農政局等）から認定を受ける必要があります。
- 公庫・民間金融機関への借入の相談と平行して、地方農政局等に対し輸出事業計画の申請に向けた相談を開始してください。
- 融資の決定に当たっては公庫による金融審査があります。

フロー図



(注1) 輸出事業計画とは、農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律に基づく計画で、輸出に関して今後取り組む内容として、「目標」「対象となる農林水産物又は食品及びその輸出先国」「内容及び実施期間」「実施に必要な資金の額及びその調達方法」等について記載するものです。

(注2) 輸出事業計画は、最寄りの地方農政局輸出促進課（北海道は北海道農政事務所事業支援課、沖縄県は沖縄総合事務局食料産業課）に提出してください。

農林水産物・食品の輸出拡大に向けた税制上の措置（租税特別措置法にて別途措置）

- 農林水産物・食品の輸出拡大に向けて、5年間の割増償却措置を講じ、設備投資後のキャッシュフローを改善することで、事業者の輸出拡大のための活動を後押し。

特例の概要

- 輸出促進法の改正を前提に、改正法の施行から令和5年度末までの間に、認定輸出事業者が輸出事業計画に従って機械装置、建物等を取得等した場合、当該資産について、
 - ① 機械装置は30%、
 - ② 建物及びその附属設備並びに構築物は35%の割増償却を5年間行うことができる。

特例の要件

- ① 導入した機械装置、建物等における輸出向け割合が年度ごとに定める一定の割合以上であること
- | 年度 | 1年目 | 2年目 | 3年目 | 4年目 | 5年目 | 6年目 |
|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 割合 | 15% | 20% | 25% | 30% | 40% | 50% |
- ② 食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備事業の対象でないこと
 - ③ 農産物等輸出拡大施設整備事業による補助金を受けないこと

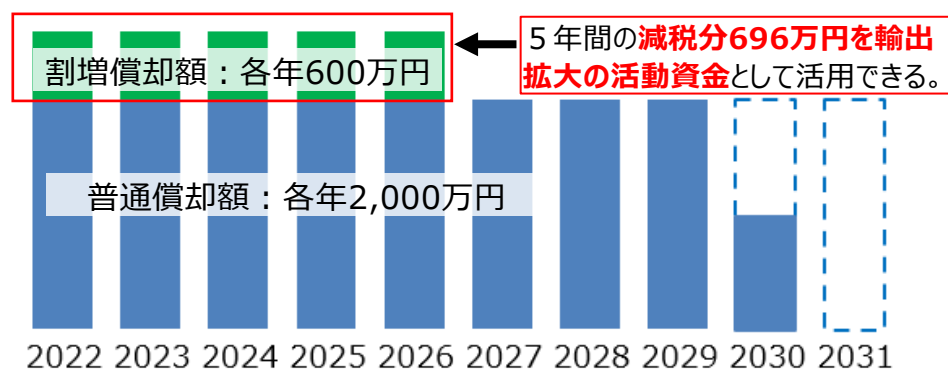
割増償却の効果

- 2億円の製造用設備（耐用年数10年）を導入した場合、設備導入後5年間において、2,000万円/年の普通償却額に加え、600万円/年※1の割増償却が可能となり、約139万円/年※2の法人税が軽減。

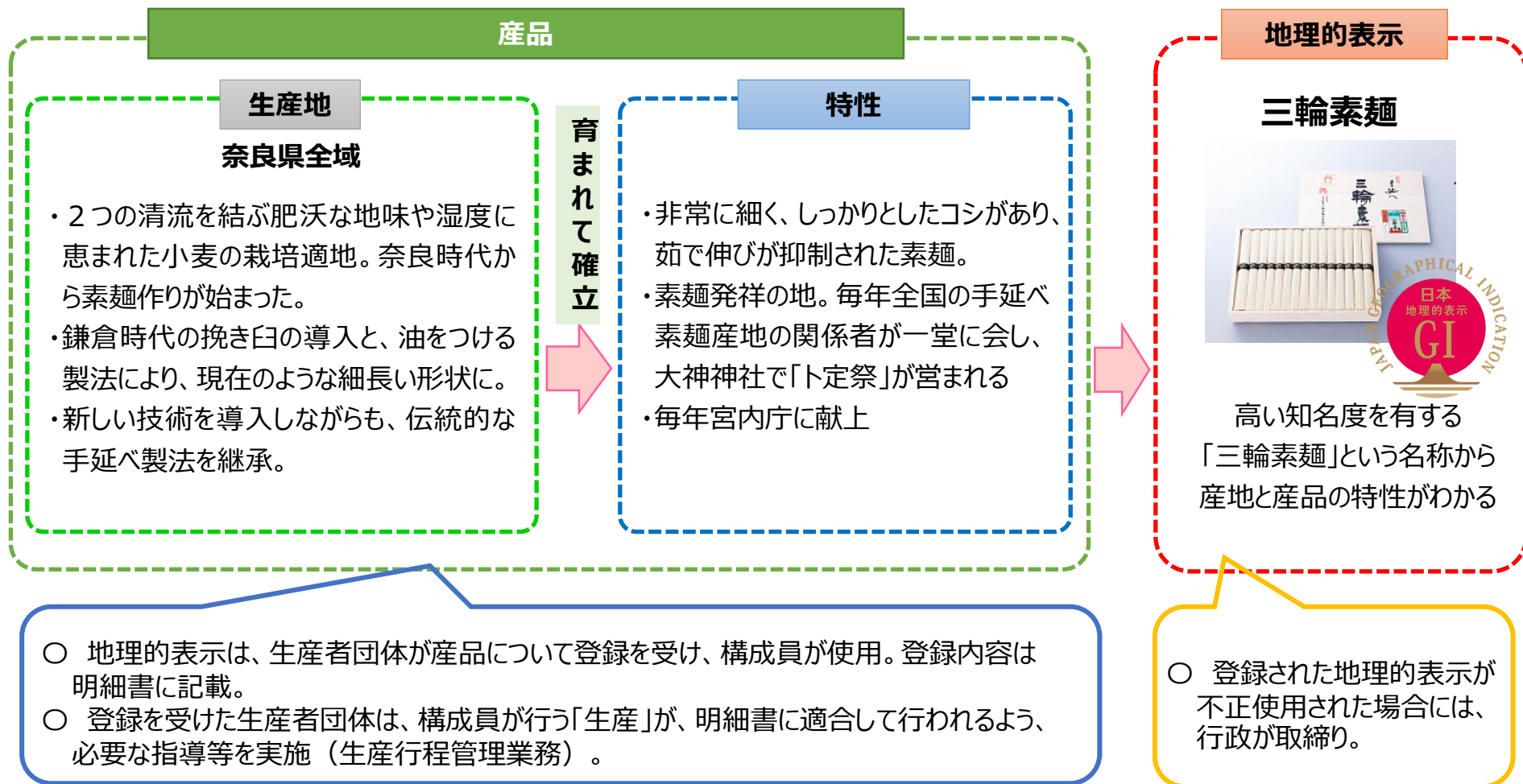
※1 普通償却額（2,000万円）×割増償却率（30%）＝600万円

※2 割増償却額（600万円）×法人税率（23.2%）≒139万円

特例の適用イメージ



- 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**が見える化し、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**。



G I 登録の現状

117産品
(令和4年10月21日時点)

※「CraftMAP」を使用

北海道

【北海道】

4.夕張メロン
21.十勝川西長いも
86.今金男しゃく
92.檜山海参
101.網走湖産しじみ貝
120.とろろピンクにんにく

東北

* 主な名称、主な生産地のみ記載

【青森】

1.あおりカシス 23.十三湖産大和しじみ
52.小川原湖産大和しじみ
75.つるたスチューベン
90.大鰐温泉もやし 105.清水森ナンバ

【岩手】

28.前沢牛 47.岩手野田村荒海ホタテ
66.岩手木炭 68.二子さといも
73.浄法寺漆 106.甲子柿
114.広田湾産イシカゲ貝

【宮城】

31.みやぎサーモン 65.岩出山凍り豆腐
104.河北せり

【秋田】

32.大館とんぶり 51.ひばり野オクラ
60.松館しほり大根 79.いぶりがっこ
93.大竹いちじく

【山形】

26.米沢牛 30.東根さくらんぼ
62.山形セルリー 76.小笹うり
99.山形ラ・フランス

【福島】

63.南郷トマト 113.阿久津曲がりねぎ
118.川俣シャモ

関東

【茨城】

6.江戸崎かぼちゃ 38.飯沼栗 59.水戸の柔甘ねぎ
71.奥久慈しゃも

【栃木】

35.新里ねぎ

【東京】

77.東京しゃも

【山梨】

119.あけぼの大豆

【長野】

13.市田柿 34.すんき

【静岡】

18.三島馬鈴薯 36.田子の浦しらす
103.西浦みかん 毒太郎

北陸

【新潟】

29.くろさき茶豆
81.津南の雪下にんじん
109.大口れんこん

【富山】

53.入善ジャンボ西瓜
98.富山干柿
112.氷見稲積梅

【石川】

17.加賀丸いも
20.能登志賀ころ柿
【福井】

14.吉川ナス
16.山内かぶら
43.上庄さといも
45.若狭小浜小鯛ささ漬
69.越前がに

東海

【岐阜】

48.奥飛騨山之村寒干し大根 50.堂上蜂屋柿

【愛知】

49.八丁味噌 116.豊橋なんぶとうがん

【三重】

25.特産松阪牛

近畿

【滋賀】

56.近江牛
85.伊吹そば
122.近江日野産日野菜

【京都】

37.万願寺甘とう

【兵庫】

2.但馬牛
3.神戸ビーフ
78.佐用もち大豆

【奈良】

12.三輪素麺

【和歌山】

39.紀州金山寺味噌
108.わかやま布引だいこん

中国・四国

【鳥取】

11.鳥取砂丘らっきょう
70.大山ブロッコリー
72.こおげ花御所柿

80.大柴西瓜

【島根】

87.東出雲のまる畑ほし柿
91.三瓶そば

【岡山】

24.連島ごぼう

【広島】

83.比婆牛 84.豊島タチウオ
89.大野あさり

97.福山のくわい

【山口】

19.下関ふく 40.美東ごぼう
100.徳地やまのいも

【徳島】

42.木頭ゆず

【香川】

54.香川小原紅早生みかん
82.善通寺産四角スイカ

【愛媛】

10.伊予生糸

【高知】

96.物部ゆず

沖縄

【沖縄】

44.琉球もろみ酢

九州

【福岡】

5.八女伝統本玉露
117.はかた地どり

【佐賀】

121.女山大根

【長崎】

61.対州そば

【熊本】

8.くまもと県産い草
9.くまもと県産い草畳表
67.くまもとあか牛
74.菊池水田ごぼう
88.田浦銀太刀
94.八代特産晚白柚
95.八代生姜
111.くまもと塩トマト

【大分】

22.くにさき七島簡表
33.大分かぼす

【宮崎】

55.宮崎牛
64.ヤマダイかんしょ

【鹿児島】

7.鹿児島島の壺造り黒酢
46.桜島小みかん
57.辺塚だいたい
58.鹿児島黒牛
102.えらぶゆり
115.種子島安納いも

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を取りまとめて確認。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。

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

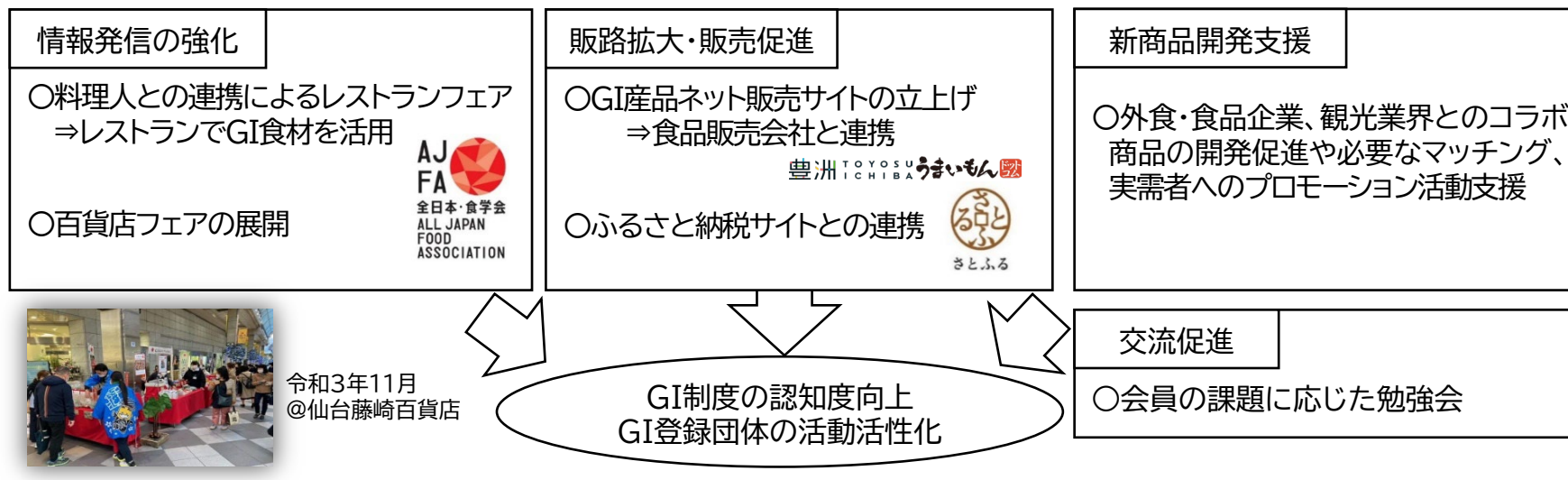
- ・顧問：森山裕氏(元農林水産大臣)
- ・会長：村田吉弘氏(一般社団法人全日本・食学会 理事長)
- ・副会長：寺沢寿男氏(みなみ信州農業協同組合 代表理事組合長)
- ・会員：GI登録団体(100団体)
- ・協力会員：GI登録団体の活動に協力する団体等(食品産業、料理人、商工、金融、流通、酒類GI、行政等)(99団体)



※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



GFP北海道 輸出セミナー&マッチングin 帯広

2023年2月24日(金) 13:00~18:00

生産性向上に 取り組む皆様へ

生産性革命推進事業のご案内

ものづくり・商業・サービス補助金

- ✓ 最大5,000万円の設備投資補助

持続化補助金

- ✓ 最大250万円の販路開拓等補助

I T 導入補助金

- ✓ 最大450万円のITツール導入補助

「ものづくり・商業・サービス補助金」で 新製品・サービスの開発や生産プロセス改善等を支援！

事業環境変化に合わせた支援を用意！

補助上限額 750万円～5,000万円、 補助率 1 / 2 ～ 2 / 3

特に、賃上げやグリーン、海外市場開拓の支援を拡充！

賃上げに取り組む
事業者に、
補助上限を
引き上げて支援！



グリーン枠を拡充し、
3段階の上限設定
で幅広い省エネ
ニーズを取込み！



海外市場開拓に取り組む
事業者ブランディング
・プロモーション等の費用を
支援！



生産性向上を目指すなら、誰もが使える！

事業の再構築に 取り組む皆様へ

事業再構築補助金のご案内

- ✓ 大胆な賃上げや、グリーンを含む成長分野への再構築、規模拡大を促進
- ✓ 市場規模が縮小する業種・業態等からの転換を支援
- ✓ 新型コロナ・物価高騰等により業況が厳しい事業者も引き続き支援

新規輸出1万者支援
プログラム始動

事業者のみなさま



円安をチャンスに 輸出を始めませんか？

新たに輸出に乗り出すみなさまを
後押しする支援策をご提案します。



専門家による伴走型支援



輸出向け商品の開発、
ブランディング
・プロモーション



ECサイトを
活用した販路開拓



輸出商社
とのマッチング など

海外リモート出張代行サービス レンタルHIS

現在、新型コロナウイルスの影響により、海外への渡航がしづらい状況が続く中、世界各地に海外拠点がある弊社のサービス<レンタルHIS>をご利用いただくことで、多くの問題解決をすることが出来ております。ニューノーマルな海外ビジネスプランをご要望の予算内でご提案させていただきます。



お客様は出張には行かず
オフィスやご自宅にしながら
弊社現地支店スタッフが
お客様の代行で
業務を遂行いたします

お客様



依頼

見積もり納品

HIS

・現地調査レポートやライブ中継
・商品の販販
・オンライン商談アレンジ
・現地取引先候補のリストアップ
など…他にも多数



トヨタ生産方式で 現場を**カイゼン**

自動車産業で培った生産工程管理手法を農業に応用し
現場改善で農業経営の基盤強化、人材育成に貢献します

こんな悩みごと、ありませんか？

売上を上げたい
忙しくて人手がたりない
物がどこにあるのかわからない



人が育たない
品質が不安定
何に困っているのかわからない

自ら改善する仕組みと職場風土づくり

輸出食品専用保険のご案内

GFP会員プラン

MS&AD 三井住友海上

輸出食品専用保険の特徴

- 海上輸送(コンテナ入り)や航空輸送で輸出される食品を対象とする外航貨物海上保険です。
- 輸送中の偶然・外来の事故による貨物の損害を補償します。
- 輸出食品専用保険では、通常の外航貨物海上保険では補償されない**腐敗・品質劣化損害**や**温度変化損害**を含めて補償します。
- オプションで、**輸入不許可命令**が出されたことによって発生する損害についても年間100万円を限度※に補償が可能です。

※Delivered (DAP, DPU, DDP)条件の場合は200万円が限度となります。

NEXI
Nippon Export and Investment Insurance

農林水産物・食品輸出をお考えのみなさま
その輸出先、本当に信用できますか？

ちゃんと代金回収できるか心配…

もし取引先が倒産したらどうすれば…

顔が見えない相手との取引で不安…

貿易保険で

その不安、軽減しませんか？



行政相談コーナーまで。



tenace

Research & Creative Company



代表取締役社長／
プロデューサー

小祝 誉士夫
Yoshio Koizumi

TNC Inc. Company Guide





グローバル視点で日本を元気に！

新しい社会の風を読み解き、日本でも、海外でも、

TNCにしかできないアクションをします。

常に新しい感覚や価値観で変化の萌芽をつかみ、日本でも、海外でも、

TNCにしかできないチャレンジとチェンジを起こします。

そのためにTNCメンバーは常に個性や感覚を磨き、

独自のリサーチとクリエイティビティで

地球環境・社会・顧客・次代の未来へ可能性を広げます。

海外にヒントあり。

海外に市場あり。

海外在住日本人女性ネットワーク

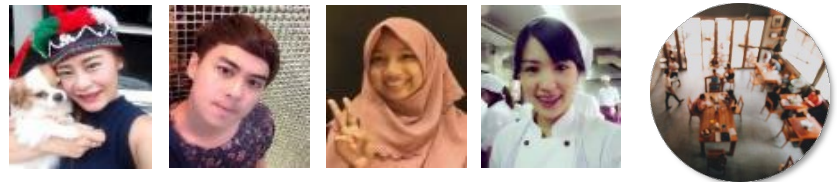
メンバーは70カ国100地域500人の日本人女性

アジア地区		アメリカ地区		ヨーロッパ地区		ヨーロッパ地区	
	韓国		アメリカ		イギリス		ハンガリー
	中国		カナダ		アイルランド		チェコ
	モンゴル		ブラジル		フランス		ロシア
	台湾		アルゼンチン		スイス		トルコ
	タイ		メキシコ		ベルギー		ポルトガル
	インドネシア		キューバ		オーストリア		ポーランド
	シンガポール		ベネズエラ		イタリア		リトアニア
	マレーシア (クアラルンプール)		ベルー		スペイン		スロバキア
	ベトナム		コスタリカ		ギリシャ		ブルガリア
	スリランカ		チリ		ドイツ		セルビア
	インド	アフリカ地区			オランダ		ボスニア
	フィリピン		モロッコ		フィンランド	中東地区	
	カンボジア		ジンバブエ		ノルウェー		アラブ首長国連邦
	ラオス		南アフリカ共和国		スウェーデン		サウジアラビア
	バングラデシュ		エジプト		デンマーク		レバノン
	ミャンマー		ナイジェリア				カタール
	パキスタン		ケニア				オマーン
	カザフスタン						イスラエル

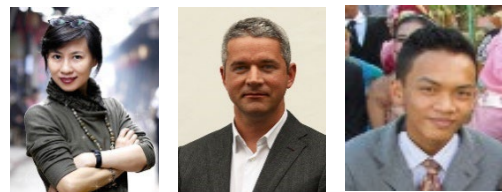
■ 現地在住日本人女性ネットワーク



■ 現地企業コネクション・現地生活者コミュニティ



■ 現地有識者・専門家との協業



スタートアップ・ベンチャー企業

大学・研究機関

※有識者の写真はイメージです

現地に根ざした生活者視点



現地ネットワークを最大限に活用



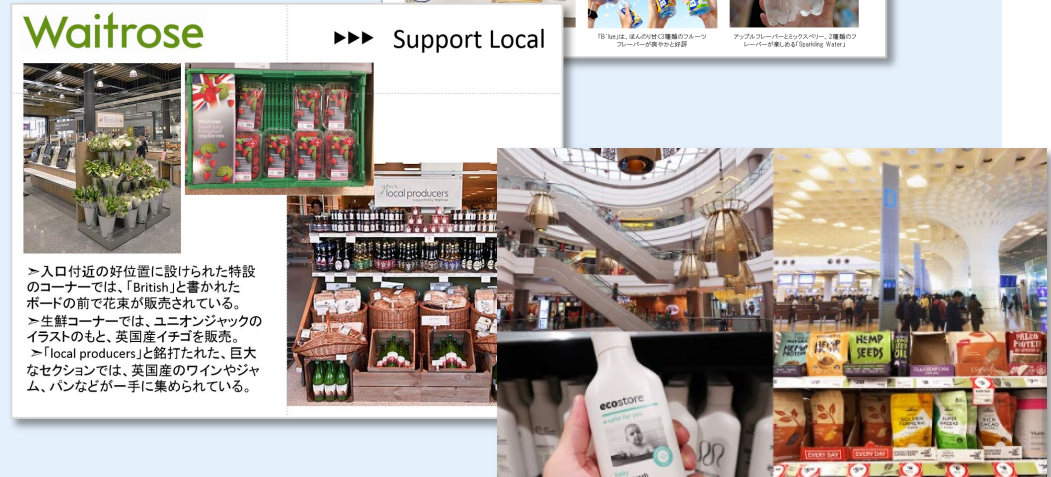
翻訳なしの日本語で納品



オンラインで直接各国から参加



- 各業界における先進国の最新動向
- ライフスタイルリサーチ
- 現地市場動向リサーチ
- 有識者インタビュー
- スタートアップ事例
- ビジネスシーズのキャッチ
- 各国企業とのマッチング
- 視察コーディネート ほか

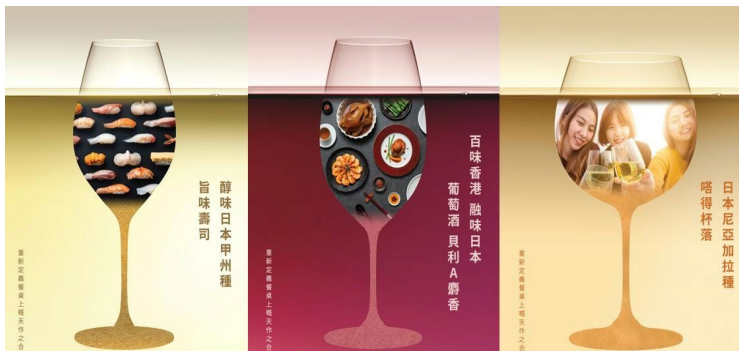


海外の先進事例を知ることによって未来を先読み。
グローバル視点をもって商品やサービスなどに掛け合わせ、
商品開発や新規事業、マーケティングに活用。

海外コンセプトの商品開発事例

Life Style
RESEARCHER

投影用資料
(転載不可)



その他、事業ご紹介

海外の先進フードトレンド・
食潮流分析レポート

FOODIAL

SDGs ビジネスを支援する
プラットフォーム



SDGs Voice & Eyes

アジア14カ国トレンドに特化した
ビジネス支援サービス



ASIA Trend Lab.

TNCアジアトレンドラボ



世界のフードトレンドや新しい潮流を 毎月お届けするフードマーケティングレポート

世界各地の食トレンド発信地の最新動向を、TNC独自の海外ネットワーク「ライフスタイル・リサーチャー®」が常にウォッチ。食品・飲料・流通業界向けの商品開発やマーケティング業務の中で、ますますニーズが高まる海外のフードトレンド、今後のライフスタイルの変化の兆しを幅広い業界向けに提供することを目的としています。

タイトルは「FOOD（食）＋DIAL（指針、羅針盤）」の造語で、海外の食潮流を読み解き、日本の食の未来を指し示すという意志を込めています。



創刊から75号でおよそ2000以上の
海外食トレンド事例をお届けしています

「Pick Upページ」 現在最も注目されるテーマを詳細に解説
「Topicページ」 各国より最新情報を毎号およそ15事例を紹介



SDGs Voice & Eyes

世界のSDGsビジネス先進事例と生活者の声を届け、日本のSDGsを推進するプラットフォーム 会員制ウェブサイト

●世界のリアルなトレンドや声を把握



掲載事例は各地の市場や店頭、SNSや口コミなど、現地生活者にしかわからない情報源から厳選し、ビジネス視点でレポート。

また、実際の体験付きレポート（動画も有り）によって使用感や感想、課題を知ることができ、日本でのビジネスのヒントに活用できます。

●NEXT ACTIONもサポート



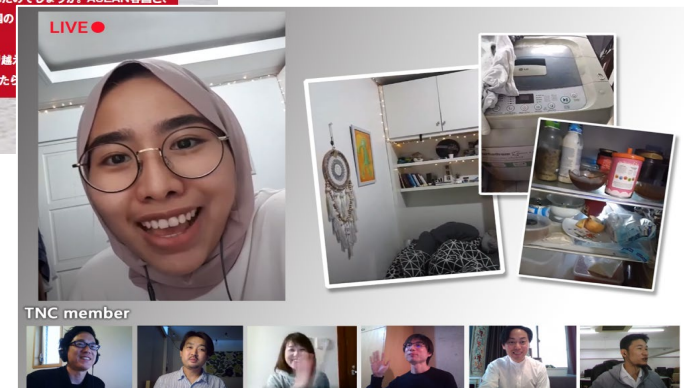
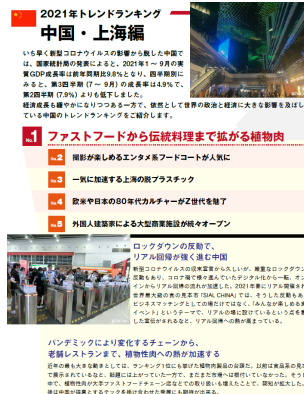
世界各地在住の生活者ネットワーク、ビジネスマッチングや国際物流エキスパート、SDGs/ESGコンサルティング・人材教育の専門家など、多彩なパートナーと連携したチーム体制で、貴社のSDGsビジネスの次のアクションをサポートします。

各国の高感度層ボードメンバーから集めたトレンドを分析し、ウェブサイトやSNSを通じて発信。リサーチ、グループインタビューなど調査業務も対応。



アジア各国の結婚事情をコラムでリレーします！まず第一弾は上海。結婚するときに必要なものは？家を買うタイミングは？現地在住のTNCアジアトレンドラボの記事も担当している、ライフスタイル・リサーチャーが現地目線でお届けします。これから約10カ国の結婚事情を連載していきますので、ぜひご覧ください！

▼調査会社インテージの海外情報ブ



● 神楽坂のキッチンラボ&サロン「MAISON DE TSUYUKI」



TNCが運営する「メゾン・ド・ツユキ」は、神楽坂の裏路地にある築70年以上の伝統家屋を改装し、キッチンラボ&サロンとして運営。月3日間だけの会員制プライベートレストランの営業は、様々な企業の方々を迎え、食事を楽しみながらの交流を育んでいる。また、このスペースでは地域の食材を活用したメニュー開発やメディアを招待してのプレゼンテーションイベント等も実施。今後は日本各地の食文化や食材と、東京や海外をつなぐ拠点として活用することも計画している。

<http://tsuyuki.tokyo>

TNC 世界の食潮流 2023



世界の食潮流 2022-2023 9のキーワード

サステナビリティ

- ・ミシュラングリーンスター
- ・リジェネラティブ
- ・アップサイクル
- ・BYOC

プラントベース

- ・プラントベースミート
- ・プラントベースミルク
- ・プラントベースエッグ

ネクストシーフード

- ・プラントベースシーフード
- ・培養シーフード
- ・シーガニズム
- ・シーウィード
- ・未利用魚

オルタナティブ

- ・小麦粉代替/コメ代替
- ・甘味料代替/嗜好品代替

ウォーターイノベーション

- ・ウォーターフットプリント
- ・ウォーターレス
- ・サステナブルウォーター
- ・リフィラブル/トラッキング

フローズン・ルネサンス

- ・一食完結/スナック化
- ・アイスクリーム市場の拡大
- ・冷凍技術の進化

心身調整

- ・完全栄養食/スマートフード
- ・フェムケアフード
- ・ヌートロピック/ムードフード

リワイルディング

- ・フォレンジング
- ・Power of Tree
- ・フラワーフレーバー
- ・Mashrooms in the spotlight (きのこ)

食の楽しさへの原点回帰

- ・コミュニティダイニング
- ・フードテイメント
- ・モダンイズコンフォート
- ・フードホールの復活

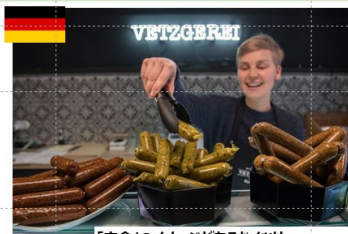
3.ネクストシーフード

- ・プラントベースシーフード
- ・培養シーフード
- ・シーガニズム
- ・シーウィード
- ・未利用魚・陸上養殖・ゲノム編集魚

世界人口の増加や食生活の変化に伴い、水産物の消費量や漁業生産量は右肩上がりになっている。そうした水産物に対しての需要が拡大していく中、タピオカ粉や米粉など植物性の代替物を使った商品の事例などについて紹介します。

プラントベース

プラントベースミート



「肉食」のイメージがあるドイツは
今やプラントベース大国として世界を牽引している



プラントベースフードの
「弱点」をカバーした
商品も登場



ビーフレス・ルンダン (パダンススタイル)
→プラントベースのローカライズ
※ルンダン: 肉をココナツミルクと旨辛料で煮込んだ、
インドネシアを代表する料理



Z世代向けのプラントベース商品

最新の海外フードトレンドから未来を読み解く。

「世界の食潮流2022-2023」



海外70カ国のネットワークを持ち、国内外のマーケティングサポートを行う株式会社TNC（東京都・新宿区）が2015年から毎年更新し、自信をもってお届けする「世界の食潮流」セミナーでは、海外の食にまつわる大きな流れ（食の潮流）の解説とそれを裏づける各エリアの食トレンド事例を紹介します。国内外市場での新商品開発、新規事業開発、マーケティング戦略などの各種業務にぜひお役立てください。

欧州・米国・アジアなど
世界の食潮流やトレンドを紹介

食の未来を先読みできる
キーワードで解説



世界の食潮流 2022-2023 9のキーワード

サステナビリティ	プラントベース	ネクストシーフード
・ミシュラングリーンスター ・リジェネラティブ ・アップサイクル ・BYOC	・プラントベースミート ・プラントベースミルク ・プラントベースエッグ	・プラントベースシーフード ・培養シーフード ・シーガニズム ・シーウィード ・未利用魚
オルタナティブ	ウォーターイノベーション	フローズン・ルネサンス
・小麦粉代替/コメ代替 ・甘味料代替/嗜好品代替	・ウォーターフットプリント ・ウォーターレス ・水のRTD ・リフィラブル/トラッキング	・冷凍技術の進化 ・アイスクリーム市場の拡大 ・一食完結/スナック化
※ご紹介するキーワードや海外事例はセミナー内容に合わせて調整・抜粋してご紹介いたします。		
・フェムケアフード ・ヌートロピック/ムードフード	・Power of Tree ・エディブルフラワー	・モダンイズコンフォート ・フードホールの復活

価値づくりのコツ

グローバル視点&マーケットイン思考

(ローカルでは伝統⇒グローバルではトレンド)

グローバル視点での価値創出



グローバル視点での価値創出

Plant Based Food

Fermentation

**Next Seafood
(Seaweed)**

Mobile “WASHOKU”

voice_{jp}

VOL95 2018年10月26日配信

TNCが魅力をあけてお送りするフリーメールマガジン

「VOICEjp」は配信のお申し込みをいただいた方およびTNCスタッフとお仕事させていただいた方に、無料でお届けしております。送信の解除を希望される方は、お手数ですが、最後に記載していますメールアドレスまで御連絡をお願いいたします。

voice_{jp} Series World Lifestyle



日本でミレニアルズ（ミレニアル世代）という言葉が聞かれて久しいですが、アメリカではGeneration Zと呼ばれる次世代の動きに注目が集まっています。1990年代半ばから2000年代前半生まれの世代で、アメリカの総人口の17%を占めています。ミレニアルズの次世代となる彼らの大半はまだ親の扶養下にありますが、3年後には「若者」と定義される世代の人口をミレニアルズと二分することになります。今年2月にフロリダ州で発生した高校での銃乱射事件を発端に、銃規制を求める大規模なデモを先導したのが被害にあった高校生自身であったことも、エポックメイキングなニュースとして各メディアで大々的に取り上げられました。彼らの発信力と、この先数年で大きく高まるであろう経済力は、日に日に存在感を増しつつあります。場所や時間を問わずネットと緊密につながる現代では、Generation Zの動きが世界に波及していくのも時間の問題と言えるでしょう。

Generation Zを読み解くキーワードから彼らの特徴と消費傾向を見つめます。

2 快適な暮らしを実現する新技術・サービスを躊躇なく取り入れる

利便性の高い最新の技術に囲まれて生まれ育ってきたGeneration Zは、デジタル機器やシステムを直感的に使いこなします。彼らにとって、使用するサービスが合理的で使いやすいことは必要最低限の条件。また、Generation X・ミレニアルズを両親に持ち、9・11やリーマンショックなど不可逆的な危機が次々と起こる時代に成長してきた彼らは、独立志向が強くクリエイティブでインベティブな精神を持つと言われます。彼らの目に、スマートな最新のテクノロジーは魅力的に映るに違いありません。

広告も開くものとして進化する、「ヒアリング市場」がじわり拡大

パソコンやスマートフォン、街中のデジタル広告に至るまで目は朝から晩までブルーライトの光にさらされています。知らないうちに溜まる眼精疲労の影響もあり「ヒアリング市場」に注目が集まっています。



2018年時点でのスマートスピーカーの利用者は、12歳以上の人口の18%にあたる5,100万人以上。スマートフォンが浸透し始めた初期のそれよりも速いスピードで拡大しています。

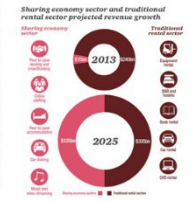
音声ストリーミングが、スマホで簡単にストリーミングできるようになったことで広告付き音楽を無料配信（有料プランもあり）する Spotify や Pandora といったサービスが一般化。企業はこの拡大する「ヒアリング市場」に着目。大手スーパーマーケットの Trader Joe's は Pandora にオーディオアドを提出しており、リスナーが広告をクリックすると、最寄りの店舗や商品、クーポンなどが簡単に見られるようになっています。広告もまた、聞くものとして進化しつつあるのです。「ヒアリング市場」は今後も堅実な拡大が予想されています。

3 シェアリングエコノミーに付加価値を見出すGeneration Z

Generation Z が所属するコミュニティや仕事を進めるときに重視することとして挙げられるのは、まず柔軟性。そして利便的な環境です。コラボレーションやコミュニティに傾倒する傾向。新たな出会いや旧知の友人と語り合う時間を好む彼らにとって、スペースや時間をシェアするこの時代がクリエイティブなソーシャライゼーションなのです。

既存店を巻き込み拡大するコワーキングの新形態

「シェアリングエコノミー」という言葉が使われるようになって5年ほど。シェアリングサービスのUberやAirbnbは一般に広く知られ、所有するメットより共有するメットを消費する消費者が増加しています。シェアリング市場における世界規模での消費は、2013年から2025年までに140億ドルから3,350億ドルへの成長と驚異的な拡大が見込まれています。リソースとして楽しみながら作業すればクリエイティブなアイデアも浮かびやすく、ネットを介したフリーランスの拡大も相まってコワーキングスペース市場は成長し続けています。



これに目を付けた飲食店も、コワーキングビジネスに参入し始めています。Kettle Spaceは既存のカフェと提携し、会員となった利用者が仕事場としてカフェを利用できる併設サービスを提供しています。

会員は提携先のカフェを使用することができ、コーヒー飲み放題の利用やアプリでの混雑状況の確認などができます。コワーキング用のカフェを新たに作ることも、既存店と利用者を結びつけることに成功したと表せるこのサービス。提供するカフェも、パソコンやデバイス利用は会員のみといった規定を設け、回転率を調整できます。月額で複数の価格設定があり、



TNCでは、注目の海外情報を集めるVOICEjpをHTMLメールマガジンとして定期的に発行しています。（これまでに通算120号配信）

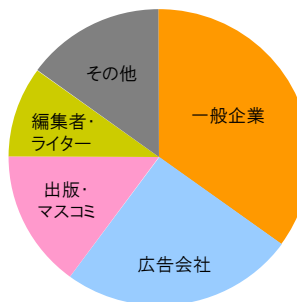
こちらのQRコードより
ご登録ください



もしくは下記メールアドレスまで
「メルマガ配信希望」とメールください。

koiwai@tenace.co.jp

➤ 読者層



配信	●VOICEjp/創刊2008年9月より毎月配信
体裁	HTMLフリー・メールマガジン方式
配信数	12,000部
読者対象	TNCのメンバーと名刺交換をして下さった方と、配信をご希望された方
発行元	株式会社TNC
発行人	小祝 蒼士夫
制作	木下 朋
編集人	村上 千砂

株式会社 T N C

住 所 本社
〒162-0833
東京都新宿区笹塚1番地
TEL. 03-6280-7193 FAX. 03-6280-7194

TNC“F”
〒810-0041
福岡県福岡市中央区大名2-6-11 Fukuoka Grows Next

設 立 2004年2月19日

事業内容 「ライフスタイル・リサーチ」の運営業務
商品企画及びそれに関する国内外のマーケティング業務
企画・編集・ライティング業務
国内外におけるPR業務

TNC ASEAN NETWORK

○TNC Bangkok (SOUTHEAST ASIA HEADQUARTERS) 2011年6月設立
住 所 229/4 Soi Sukhumvit 49 Klongtan-Nua Wattana, Bangkok 10110
TEL. +66(0)2-392-0833 FAX. +66(0)2-713-5958

○TNC Saigon 2014年設立
○TNC Jakarta 2014年設立

事業内容 タイ・アジア諸国における現地PR業務
タイ・アジア諸国における現地マーケティング業務

1億人ではなく
100億人を見据えた
農林水産・食品産業へ

GFP北海道輸出セミナー& マッチング in 帯広

北海道・帯広からの 輸出拡大のポイント

アクセンチュア株式会社
ビジネスコンサルティング本部

小栗 史也

GFP北海道輸出セミナー&マッチングのコンセプト

産地掘り起こし・輸出機運の醸成・商談機会の創出を目的としたセミナーを開催し、国内外の商社・バイヤーを招いた個別/グループ商談会・交流会を実施予定。

セミナー



新たな輸出産地の掘り起こし・ 各地の輸出機運醸成

- 輸出を取り巻くトピック・支援メニューの解説を実施
- 北海道からの先進輸出事例の紹介を実施

個別/グループ商談会



バイヤーの道産品ファンづくり・ 成約に繋がる“新たな商談会”

- 商社・海外バイヤーを招へいしつつ、成約に繋がるマッチング・ディスカッションを実施
- グループ商談と個別商談を組み合わせて実施

交流会



国内外の商社・バイヤー・シェフ 等を招いたメニュー検討

- 持参頂いた産品をその場で試食しながら、取扱いに向けたメニュー検討・展開方法を検討
- 多様な参加者間でのコラボレーションを創出

輸出熟度に応じたマッチング ～旭川イベントの事例

輸出にこれから取り組む事業者様等はグループ商談を実施して、事務局サポートの元での事業者連携での商品提案・コラボ企画検討を実施。

グループ商談



- 輸出未経験者等は、弊社ファシリテートの元、複数事業者で連携したバイヤーへの商品提案・コラボレーション企画を議論

個別商談



- 熟度が高く、“相思相愛”のマッチングに関しては、個別商談をセットして、詳細な商品紹介・バイヤーとの輸出条件の詰めを実施

GFP北海道輸出セミナー＆マッチング in 帯広

登壇事業者様

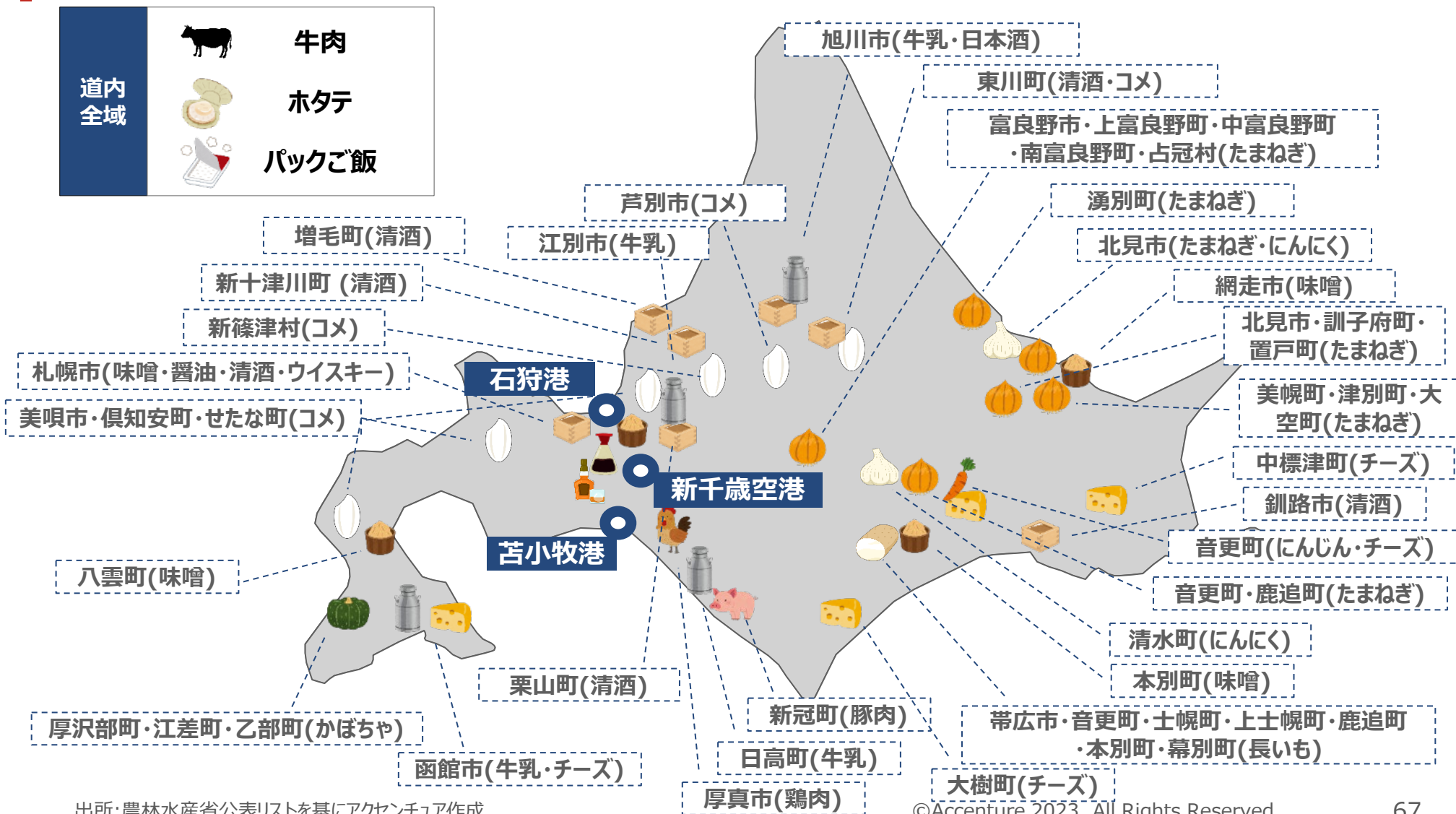
- 勝毎ホールディングス
(森のスパリゾート北海道ホテル)
- 十勝清水町農業協同組合
- グリーنز北見
- 国分北海道
- プライム・ストリーム北海道
- 九州農水産物直販

参加バイヤー様

- 国分北海道
- プライム・ストリーム北海道
- 北海道物産トレーディング
- 九州農水産物直販
- 四洲集団

(参考) 道内輸出産地の所在状況

北海道からは全11品目35産地64事業者が輸出産地リストに掲載されており(令和3年12月時点)、道内全域にわたって産地が数多く所在している。



大ロット・小ロット両輪による輸出拡大

富裕層・嗜好層向けの小ロット輸出を支えるとともに、コストメリットを確立・ミドル層向けの市場開拓と並行した大ロットの輸出商流・物流を構築。

品目パターン

物流／商流上のポイント

中小メーカー等による
小口・多品目
輸出

- 少量(多商材)による輸出品目
 - 高価値野菜・ブランド和牛・日本酒・加工食品等

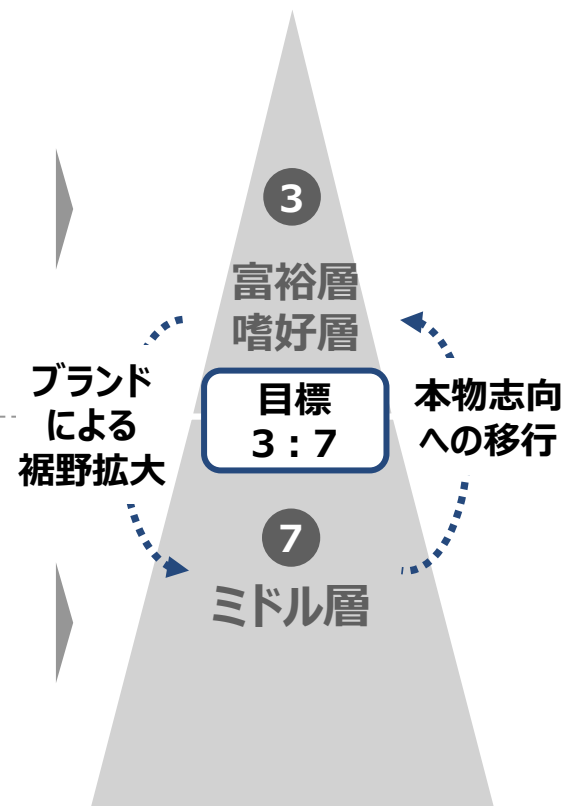
- 大都市部での集約や地方空港・地方港LCL等の活用可能性検討により手続き・コスト等のハードルを低減
- 産品発掘(輸出向け開発)・ブランディングから手続き面までを商社等が担い高級小売・外食等へ向け輸出

単一品目による大ロット
輸出

- 単一(少数)商材によりコンテナを仕立てることが可能な品目
 - 大ロット野菜(キャベツ・大根・かんしょ等)・冷凍水産物・畜産物等

- 大ロット生産、または集荷・混載ルートを構築、海上輸送によりコストメリットを確立
- 大ロット化・低コスト化により、ミドル層の需要を開拓(有望商社・バイヤーによる“太い商流”の開拓が重要)

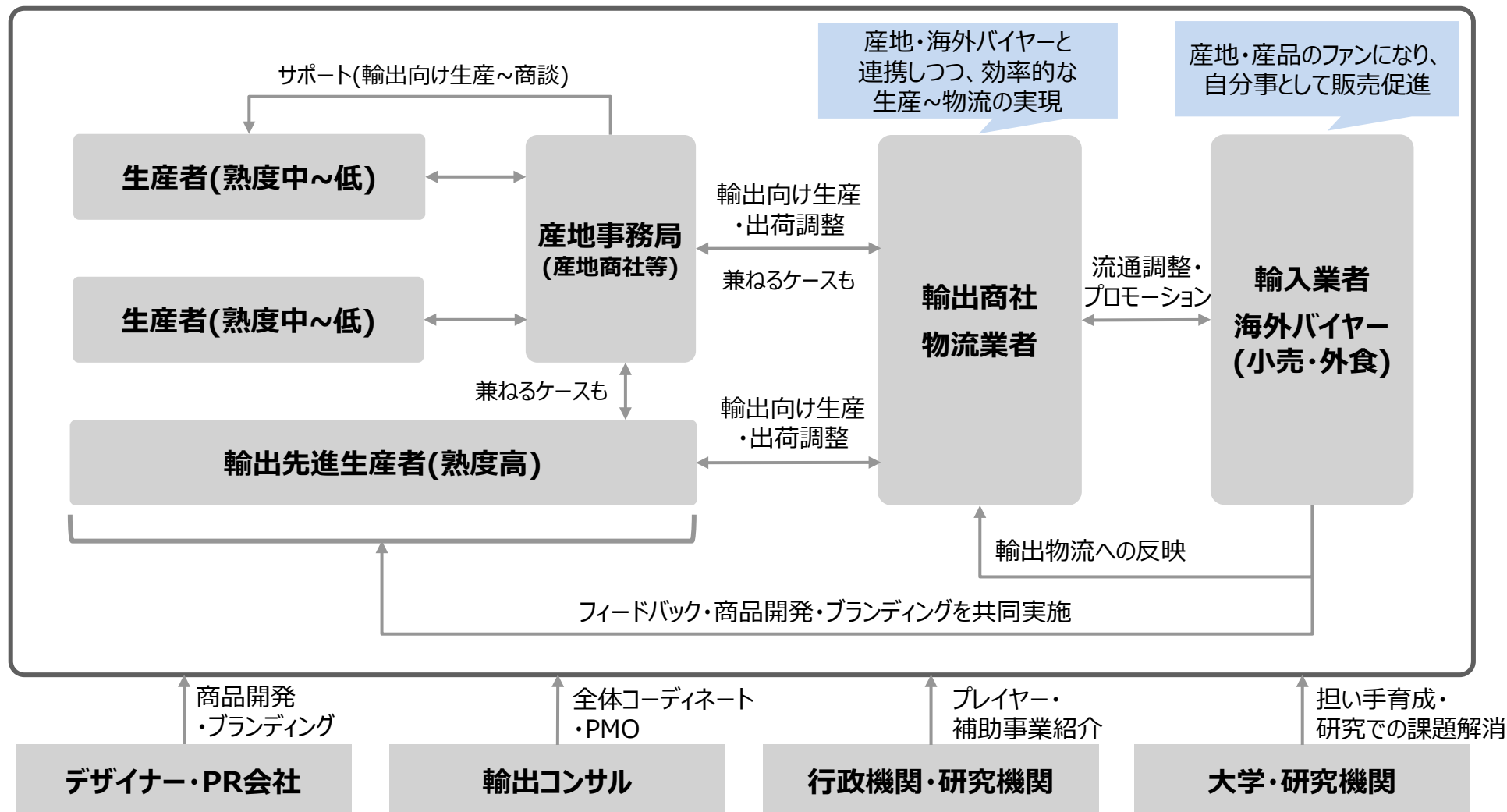
海外におけるターゲット層



小ロット・大ロット両面での輸出ルート構築を推進、相乗効果による輸出拡大を図る

輸出における“チームづくり”の重要性

“出口”となる海外バイヤーを含めたチームづくりを行うことで、海外ニーズを生産・流通へ反映できる仕組み・コーディネートする商社・輸出コンサル等の存在も重要。



輸出における“チームづくり”事例 ～鹿児島ブリ・カンパチ輸出

海外バイヤー・国内商社・水産養殖/加工業者がチームを組み、行政・コンサルが視察・議論の場をコーディネートすることで、現地ニーズに合った商品開発を推進。

← 海外(台湾)バイヤー・国内商社が水産養殖・加工業者とチームング
2日間行程で視察・試食・討議を一気通貫で実施しPB開発を目指す →

生産現場視察



加工場視察・試食



行政・コンサル交えた討議



- 主要原料魚種の養殖現場にて水揚げ・給餌の様子等を視察
- 品質向上・環境負荷低減・食の安心安全性担保に係る工夫等、生産のこだわりを体感

- 加工場内を案内いただき規模・設備スペックを確認
- 既存商品/サンプル品の試食も行い異なる味付けの可能性等をメーカーと意見交換

- 産地・メーカーの前では言いにくかった意見含め率直に討議
- 原価率を下げる工夫等、商社・行政が一体で協議する必要がある事項を詰める

輸出商社/海外バイヤーを巻き込んだ“新しい商談会”

商社/海外バイヤーを巻き込んで現地ニーズ起点での商品PR・メニュー検討を共創する形の“新しい商談会”を実施することが、道産品の“自分ごと”化を促す。

バイヤー招聘・ワークショップ・商談



メニュー提供・試食
(レストラン・テストキッチン)



ワークショップ
(メニュー・ブランディング検討)



産地紹介
(産地ツアー・視察アレンジ)



連携

GFP北海道
支援チーム

新たな商品発掘・取扱検討

輸出メニュー開発・試食

ライブコマース・SNS発信



バイヤー・シェフ
インフルエンサー



バイヤーの北海道ファンづくり・“自分ごと”としての
商品開発～販売促進、海外消費者への発信

北海道ブランドの高い評価

北海道ブランドに対する海外事業者の引き合いは強く、商品だけでなく地域ブランド・ストーリーの訴求もプロモーションの要諦。

事業者ヒアリング結果

- 食にこだわりを持つ香港人は、“**本物**”の商品を好む。その為、**地域ブランド**を持っている商品は人気が高い
- 例えば、**北海道アイスクリーム**や**北海道ほたて**、**北海道スイートポテト**、**沖縄黒糖**、**京都抹茶**

外資系卸売業者(日本法人)

- 日本の各地域の“**ご当地感**”のある商品を現地小売は期待している
- 「**北海道産**」という地域ブランドは香港でも強いと感じている。特に**北海道産牛乳**は人気である

輸出商社

- 商品売るのではなくストーリーを売った方がよい
(Don't sell a product, sell a story)
- **北海道**や**沖縄**、**福岡**等、香港人が旅行へ行き、食のイメージが強い産地の商品は“**美味しい**”というイメージもあり人気が高い

現地系スーパー(展開国：香港・台湾等)

- “**ご当地商品**”は積極的に取り扱っており、特に**北海道**は**北海道コーナー**を設けているため、コーナー向け商品を探している
- 富士山関連商品や**北海道・沖縄**の原料を活用した加工食品や店舗で最終加熱する各地の名物商品を使った加工品もニーズ高い

日系スーパー(展開国：シンガポール・香港等)

十勝・帯広・道東エリアのポテンシャル

- 青果物(特に野菜)・スイーツ・水産物(ホタテ・うに・いくら等)・畜産物等海外ニーズの高い品目が多く、大ロット生産・輸出が可能な“日本の食料基地”
 - 青果物は、JA川西・大正・十勝清水をはじめとしてJAが積極的に輸出を牽引（ながいも・たまねぎ・かぼちゃ・にんにく・にんじん・ゆり根・スイートコーン等）
 - スイーツは複数メーカーが連携した“スイーツクラスター”での取組が有望
- ブランドが確立している“北海道”に上乗せするブランドとして、“十勝”ブランドで更なる相乗効果が期待できる
- 北海道ホテルを拠点とした海外バイヤーの招へい・インバウンド連携・海外向けメニュー開発等に期待
- 十勝・帯広エリアとして、青果加工品・フードテックをはじめとした食のイノベーション拠点化、“サウナ飯”としてのプロモーション等も有望

道産野菜を活用したメニュー提案

道産野菜の輸出拡大に向けては、ローカルシェフと連携して日本産の強みが活きる現地メニューへの活用・試食と生産者による産地ストーリーのプレゼンを実施。

GFPシンガポールイベントでの提供メニュー(2/9)



- 現地ローカルシェフと連携した上で、日本産野菜の強みが活きるメニュー(イタリアン・中華料理)を共創・提供：カルパッチョサラダ、话梅小番茄、四川泡大根、鍋メニュー等
- 日本の生産者・商社によるプレゼンを通じて産地ストーリーを訴求：ローカルバイヤー・レストランシェフからは多くの引き合いを頂き、今後の輸出拡大に繋げる
- シンガポールではサラダ店やヴィーガンレストランが拡大しており、販路拡大の好機

和菓子・スイーツに関する有望性

ローカライズ(“和と洋の中間”)による大ロット輸出の方向性に加え、北海道ブランドを活かしたスイーツのアジア圏輸出が有望。冷凍輸出も可能。

	訴求要素	品目例	ターゲット国	輸出拡大の方向性
輸出ロット 大 ↑ ↓ 小	“ローカライズ” (和と洋の中間)	- どらやき・大福 ➢ チーズ・クリーム・抹茶味等も人気 - もちアイス - 日本風月餅	- 米国 - アジア圏	- 現地系小売(PB商品)・大手EC(特に中国)・外食/中食チェーン開拓 - コーヒー/抹茶ラテと連動したカフェ向け和菓子提案 - 現地消費者の嗜好性に合った定期的な新商品投入
	“地域ブランド・安心/安全・品質/味の良さ”	- 冷凍ケーキ(北海道産等) - バームクーヘン - カステラ	- 中国 - ベトナム - マレーシア	“北海道産”をはじめとした高品質な原材料による「地域ブランド」訴求 - アジア圏の健康志向層への安心・安全面の訴求
	“日本らしさ・本物/伝統”	- 伝統的和菓子 ➢ 大福・饅頭 ➢ くずもち ➢ ゼリー菓子等	- 米国 - 中国 - 香港 - シンガポール	- 春節等を中心とした中華系消費者の贈答用需要向け提案 - 食以外も含めた、複数品目セットでのプロモーション・日本文化の認知向上 - 黒蜜きな粉味・桜風味等は独自性があり、現地ニーズも高い

道内港湾の活用に向けた方向性（例）

既存の小口混載事業の活用に向けた議論から、荷量の確保を安定化・必要なインフラを整備するための事業者間連携を促進。

小口混載支援事業の活用を端緒とした事業者間の連携の推進

活用港	苫小牧港
品目	ホタテ・野菜・コメ・冷凍食品・牛乳/乳製品
方向性	- 小口混載事業の利用拡大促進 ➤ PR強化、事業者ネットワークの構築等 - 商社の育成・試験的輸出に向けた支援(PR補助等) - 輸出量を考慮した冷凍/冷蔵倉庫の更なる拡充 - 港湾までのサテライト拠点設置等、道内物流の効率化

輸出に関心のある皆様 GFPへの登録・事務局へのご連絡を お気軽にお願いします！



GFP

農林水産物・食品
輸出プロジェクト

こんな方にGFPは最適です！

- 輸出をしたいけど、どうしたらいいかわからない！
- ビジネスパートナーを探したい！
- 輸出に関わる情報を効率よく入手したい！

GFPを通じた成約事例も続々と出ています！

登録
無料

参加を希望する方はまずはメンバー登録を。

WEB : <http://www.gfp1.maff.go.jp>
agri_exportation_jp@accenture.com



GFP北海道輸出セミナー&マッチング in 帯広

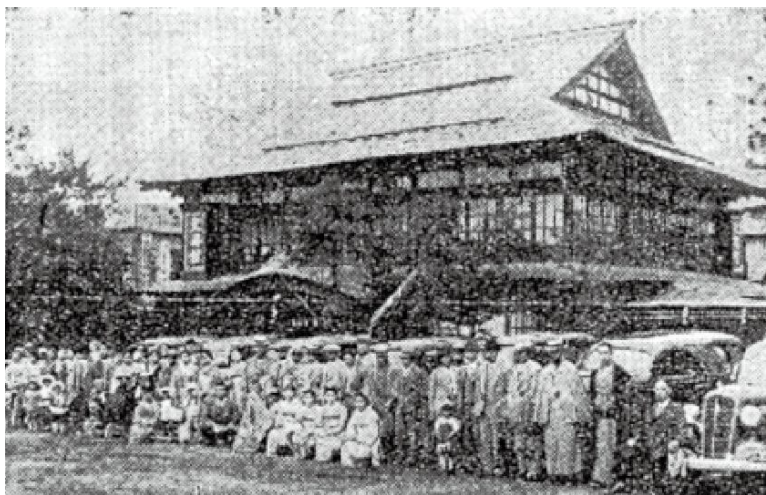


森のスパリゾート

北海道ホテル

森のスパリゾート北海道ホテル
マネジメント戦略部長
山崎 隆弘

■ 北海道ホテル 沿革（抜粋）



1899年（明治32年） 創業「北海館」

1991年（平成 3年） 十勝毎日新聞社グループ

1995年（平成 7年） 日高ウイング増築
「北海道ホテル」に改称

2001年（平成 13年） ガーデンウイング
（旧、北海館）を改修



2015年（平成 27年）
客室改修「露天風呂付客室」
「森のスパリゾート北海道ホテル」に改称

北海道ホテルという施設名には、
十勝・帯広から「北海道を代表するホテルに」
という志が込められています。

■食のコンセプト



コンセプトは「地産地消」

～ 十勝の美味しい食をお客様へ ～

レストランや宴会場で提供する料理に、
十勝産食材を積極的に利用。

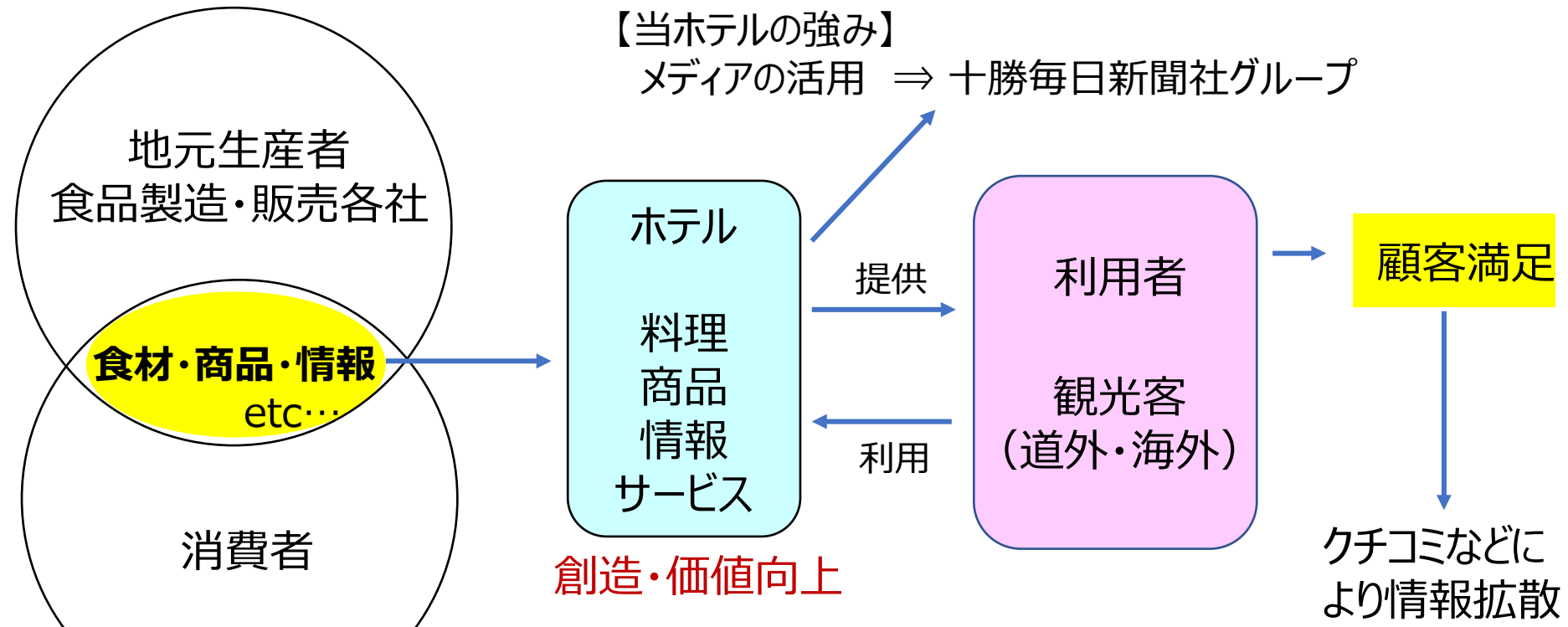
■ レストラン 「ぐるっとTOKACHI」フェア

■ イベント 「TOKACHIごちそうビュッフェ」

■ 料理教室 JA主催イベントや学校など

フランス料理エスコフィエ協会「ディシプル」の称号
を持つ洋食料理人、国内の有名店で修行を積んだ
和食料理人、シニアソムリエを含む7名のソムリエ
たちが、十勝の食の素晴らしさを伝えます！

■ 食に関する当ホテルの役割



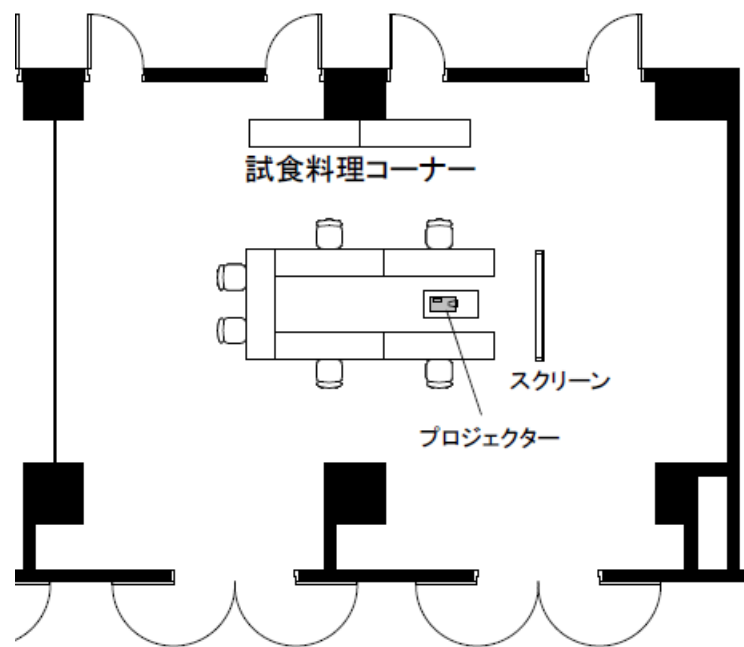
商品やサービスを創造し、十勝の素晴らしい素材の価値をさらに高めて利用者へ提供することがホテルの役割

■ホテル宴会場利用（一例）

①提案業者1社・ゲスト4名想定

プレゼン実施後に、料理試食会

（ポップラの間）

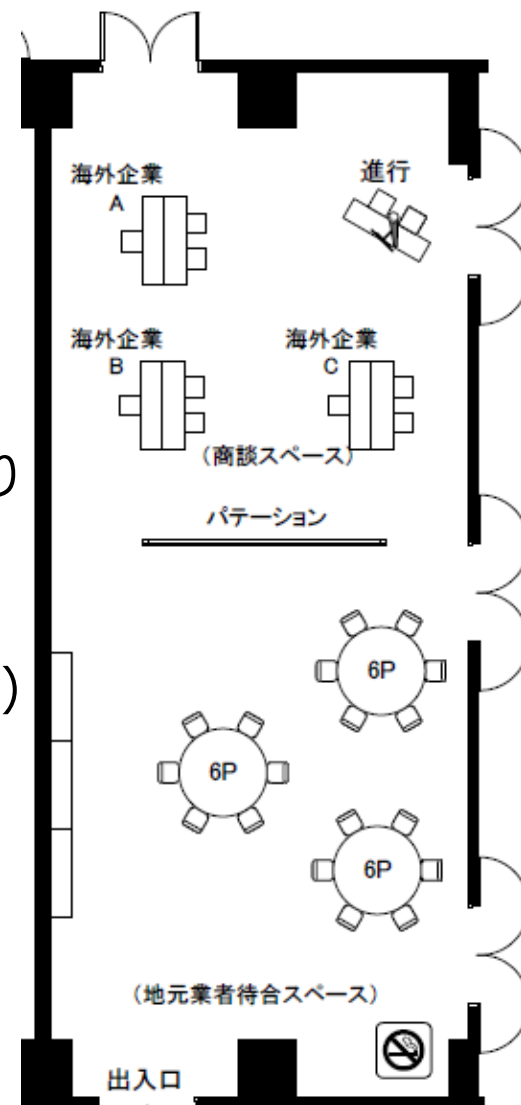


②地元事業者数社

×海外企業数社

商談ブースの海外企業を
地元事業者が交代で廻り
商品PRを実施

（大雪の間
1/4スペース）



プレゼンや商談会・試食会など、
少人数からのご対応が可能です。

■ ホテル客室（一例）

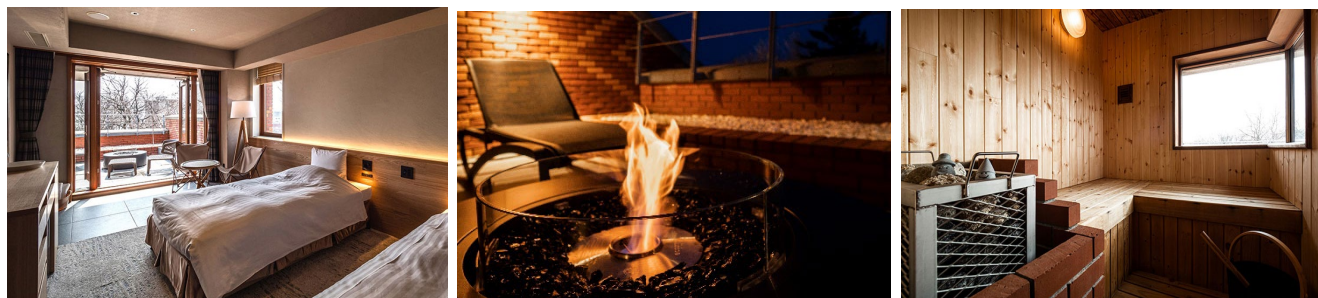
フォレスト・スパツイン（客室露天風呂付） 8室



モダン・ダブル 9室



サウナツイン「ととのえ」（プライベートサウナ付き） 2室



スーペリアツイン 18室



ご利用シーンに合わせたさまざまなタイプの客室（全117室）をご用意！
大切なゲストのおもてなしにぜひ当ホテルをご利用くださいませ。

■ ホテル宴会場 ご利用の流れ

■ ご依頼・ご相談

ご希望日・会場の有無・ご利用趣旨・想定人数など

■ ホテルよりご提案

適した会場や開催内容・お見積り・資料等

■ 決定～詳細お打ち合わせ

食材などのお持ち込み・提供方法（調理）等の確認

メール・お電話またはご来館等にてお打ち合わせ
（概ね開催日の10日前頃までに内容確定）

■ ご利用日当日

必要に応じて、当日のお打ち合わせや
リハーサルなど実施



■インバウンド状況（概略）

- ・2008年頃～ 台湾を中心に訪日外国人が増加
↓
国内のランドを中心に訪問セールスなど
- ・2015年頃～ シンガポール・韓国などが徐々に拡大
↓
海外セールス
(台湾・シンガポール・香港・韓国・マレーシアなど)
海外での旅行博出展、現地旅行会社訪問・商談など
- ・2019年頃～ 年間宿泊者の約10%が訪日外国人

12月 新型コロナウイルス発生

- ・2022年10月頃 入国規制が徐々に緩和され訪日増加
- ・2023年1～3月 当ホテルへの宿泊予約も回復傾向
(1月宿泊者数の約8%が訪日外国人)

今後は、十勝・帯広へもコロナ前のように
多くの外国人観光客が訪れると予想されます。



■ 今後の取り組み



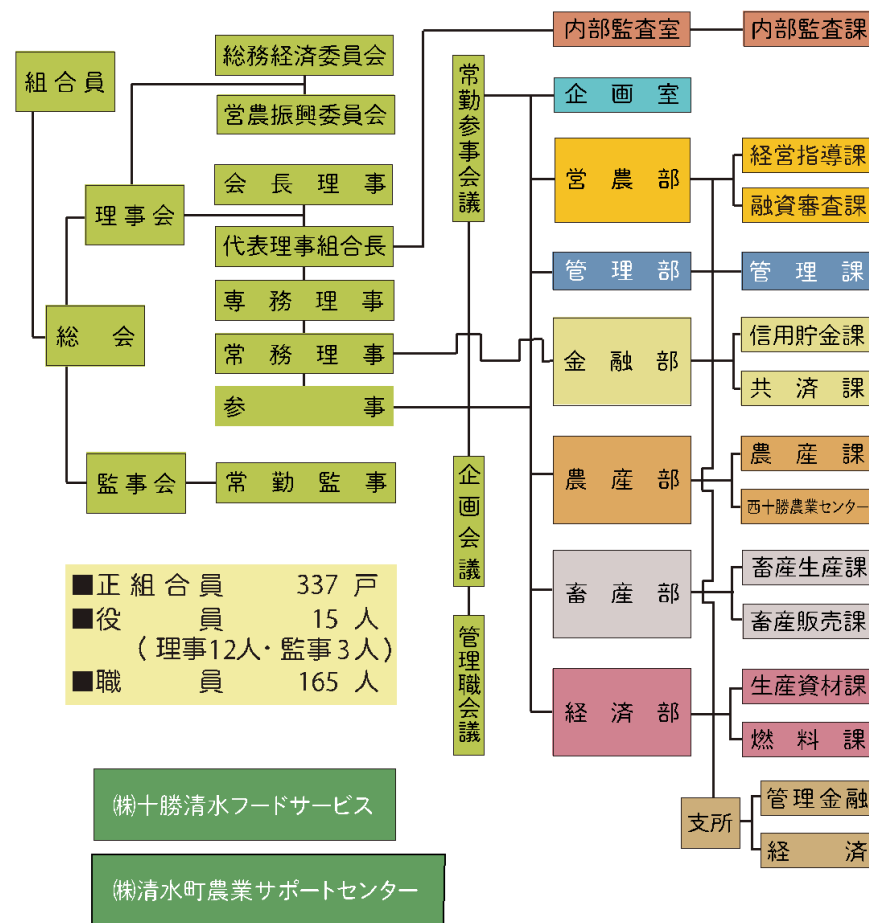
改めてホテル内外にて北海道・十勝産食材の素晴らしさを伝えていきます。

十勝清水町農業協同組合

<概要>

- 組合員 1354人
(正組合員448人・准組合員906人)
- 役員 15人
(理事12人・監事3人)
- 職員 165人
(うち正職員111人)
- 出資金 16億3726万円
- 農畜産物販売高 329億3100万円
- 貯金高 365億3000万円
- 長期共済保有高 638億9200万円
- 購買品供給高 96億2600万円

部門間の連携で信頼と責任ある経営体制



主な生産品目と作付け面積

小 麦	2,922 ha
ばれいしょ	831 ha
大 豆	637 ha
小 豆	744 ha
いんげん	130 ha
てんさい	1,306 ha
にんにく	18 ha
白 菜	32 ha
かぼちゃ	74 ha
スイートコーン	110 ha
アスパラガス	17 ha
ブロッコリー	50 ha
飼料作物	7,391 ha
その他	249 ha
合 計	14,511 ha

乳 用 牛	28,812 頭
生乳生産量	148,193 t
肉 用 牛	18,924 頭
豚	7,515 頭

(昨年度12月時点)

JA十勝清水町のご紹介

「ウィルスフリー種子」と「しみず有機」を生かした高品質にんにくを生産し北海道のにんにくとして確立を目指す。

「ウィルスフリー種子」と「しみず有機」を生かした高品質にんにく



- 北海道上川郡清水町に所在：正組合員448人・14,511haの作付面積（2022年）
- にんにくが必要とするミネラルを多く含み、地力増強効果のある「しみず有機」肥料を10年前から十勝清水にんにくに使用
- ウィルスフリー種子を開発し、にんにくの生産性向上、単位収量アップを目指す。
- 「十勝若牛」・「とれたんと」等のブランドを有し、新たな挑戦でにんにく（加工品）輸出に一定の手ごたえ・評価を得る。

「しみず有機」の特徴

バイオマス資源から有機肥料「しみず有機」を生産し、耕種農家が利用して生産した作物を「とれたんと」としてブランド化する循環型農業を展開。

バイオマスを利用した有機肥料・循環型農業へ



耕種農家（畑作・野菜作）

土を元気に

畜種農家（酪農・畜産）

- 十勝清水町内の牛ふんと鶏ふんを混合
- 在来菌で発酵させた完熟たい肥
- 亜鉛・銅などミネラルが豊富

- 清水町内の乳牛糞と採卵鶏糞、木質天然チップを混合し、成形した完熟堆肥ペレット「しみず有機」を生産

- 「しみず有機」を利用して生産された作物は「とれたんと」と名付けられ、付加価値を付けてネットショップで販売



輸出開始の経緯（取り組みのきっかけ）

当JAの輸出に対する取り組みは、十勝清水にんにくの産地形成、産地強化に取り組む過程で生まれた挑戦であります。

省力化・効率化から生産面積増加計画、そして輸出へ

- 慣行栽培（高畝マルチ栽培）に対し、生産者の高年齢化、労働力確保問題、雇用依存、作業能力、他作物作業重複など時代背景も含め持続的な生産の維持に課題が生じてきております。
- にんにく生産者は、高齢化・労働力不足等の不安的要素により、生産手法の省力化が急務。
- 上記課題が面積減少要因でもある。

→ 持続可能性ある「にんにく」の産地形成に着手

輸出取組の特徴

スペインの機械・技術を導入して生産の**省力化・効率化**を進めるとともに、**規格外品の高付加価値化**やマーケットインでの販路開拓を推進。

世界の競合産地視察



- スペインにおけるにんにくの**平畝栽培**・Broch社製機械の導入の様子を視察
- 種子分割作業の一元化・機械化による**生産者負担軽減**
- 北海道での技術導入に向けた検討を実施

輸出向け生産体系改革



- スペインBroch社製の一貫システムを産地として導入
- JA主導による一元的な種子分割～収穫のシステム構築を進め、単収拡大・効率化推進
- ウィルスフリー種子開発・マルチの手間削減

海外プロモーション・規格外品の付加価値化



- **規格外品を使用した加工品**開発
- **台湾出身スタッフ採用・台湾定期渡航を通じた現地販路開拓**
- 台湾・シンガポール・香港への輸出に成功

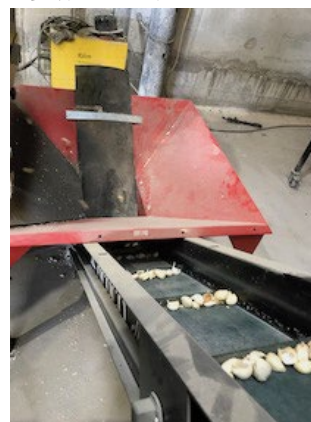


スペインでの平畝栽培。

＊ 日本では全株を上向きに植え付けるが、スペインでは各株が横や逆さ等、拘りなく植え付けるが、芽は均一に上向きになる。

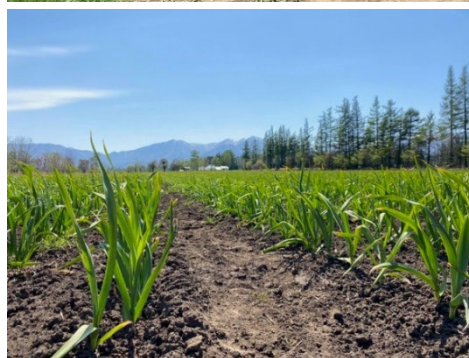
（ここで規格外品の割合が多くなることが予想される）

＊ 北海道では、寒さの関係からもうすこし深く植える必要があるが、broch社製機械の播種や収穫の効率には影響ない。



日本では手作業でやっている種子分割。この作業をJAが一括し、機械導入による効率化を図ることで、にんにく生産に乗り出す生産者のハードルがかなり下がる。

スペイン視察結果を踏まえて、broch社製の一貫システムを導入し、JA主導での効率的な輸出向け生産～収穫が行える体制を構築。



・ ウィルスフリー種子開発と省力化

- ウィルスフリー種子開発と、これまでの慣行高畝方式に限らない独自路線を選択可
- マルチを掛ける手間・経費の削減

・ スペインbroch社製の一貫システム導入

- JA主導による一元的な種子分割・播種・収穫の一環システムの構築を目指す。
- 省力化・一元化により北海道でにんにく生産を行う意味を最大化

天候、圃場条件、圃場形状により左記効果は図れない場合がある。

	種子分割	選別	播種	収穫機
慣行	12. 5kg／時間	200kg／時間	25a／日 39, 200株／反	25a／日
BROCH社製機械	600kg／時間	2, 800kg／時間	160a／日 282, 640株／反	150a／日
効果	50倍	14倍	6倍／日 7倍／反	6倍

生産者と連携しつつ、輸出を見据えた生産方式の改善を通じた省力化・規格外品の加工品開発を通じた高収益化に取り組む。

- コントラの基盤になる大型機械の導入や作付方法に変更にあたっては、**生産者と一緒にスペインに赴き、共に研究していくことで理解を醸成**
- **国内・輸出を通じてニーズの異なる市場を取り込む**ことで、規格外品を含め安定した流通ルートを確保
- 国内・海外市場に安定的に商品を生供給するためには、育苗～播種～収穫の作業を安定化・大規模効率化による所得向上を目指す
 - **一連の作業にJAによるコントラ方式を取り入れることで、生産者に対して、生産に係る省力化が実現！**
 - **規格外品を使った加工品の輸出促進により、にんにく生産が生産者に高収益をもたらすよう意識！**

規格外品を活用した高付加価値商品開発

競合産地視察

生産体系改革

プロモーション・
付加価値化

規格外品を使った高付加価値加工品を複数開発し、他国料理への活用提案・道産野菜とのコラボレーション提案等を積極的に実施。

にんにくを活用した加工品

(規格外品を活用した高付加価値加工品)



海外食文化融合へ

【台湾】

- ・ 人気カリスマシェフによる黒にんにくのフレンチ活用
- ・ 超人気パン店での黒にんにくを活用したパンの製作
- ・ インフルエンサーへ「欧米料理」「イタリアン」「スペイン料理」の切り口で試食品を調理提供しSNSマーケティングで話題を拡散
- ・ 有名シェフ・有名パン店代表の日本・試食・提案



単協としての輸出への取り組み

コンサル会社・商社・インポーター等とチーム（パートナー）を横のつながりを形成することで、国内販売と並行して効率的に輸出業務に取り組むことが可能になっている。

- 単協単位で輸出専門の担当者を置くのは困難で、GFPの協力と横連携での「チームワーク」としての輸出体制を構築
 - **単純に**今ある商品を展示会に出し**商談する**というやり方でなく、産地の背景・取り組みを理解頂くことから始める。
 - **縦ではなく、横が重要**。単純な売買の関係性でなく、パートナーとして、共に技術を高めあい、共に商品開発をし、共に市場調査をし、共に販売をしていく**新しい輸出のプラットフォーム**の形成
 - **理解醸成・共有からピンポイントでの商談マッチングに繋げる！**

取り組み成果・今後の課題・展望

チーム形成・連携より理解醸成・共通意識から相乗効果を得て幅広い展開・ノウハウの蓄積が実現可能となった。

- ・チーム形成・連携は、農協単独（独自）では到底得ること無い経験、展開、対応から型にこだわらず、**柔軟な取り組みが必要**と考える。

→ **事業者の輸出に対する考え方の変化、海外・国内の枠にとらわれない横展開を図る組織形成。**（輸出は目標すべき事項であるが、その輸出で得られる収益利益以外でのメリット・効果等を優先的に考えた。）

（結果）にんにくの取組みで構築したチーム形成から得たノウハウとネットワークを活かし「大豆・小豆・小麦粉・牛肉加工品」と輸出品目が拡大した。

（課題）マーケットイン・プロダクトアウトの使い分けと対応力強化・内部組織共有強化が今後の課題。

総合的に課題・問題

当JAが本格的にここ2年程度取り組みを行ううえで、課題・問題等の解決を実施する必要性がある

- ・組織としての輸出に対する共通意識・俯瞰的視野の構築
- ・出張として海外渡航に対する固定概念払拭
- ・バイヤーや商談と農業協同組合
- ・「熱量（思い）」と「勢い」と「面白さ」と「結果」のバランス
- ・「輸出≠多大な利益」なら取り組まない？
- ・取り組み評価から幅を持たせた補助事業。
- ・コンサルタントの活用の意味を理解。コンサルタントとは。

(参考) 商談におけるJAの役割

マーケットイン発想でのニーズ把握・商品多角化・食べ方提案をJA主体で実施。それに伴う諸活動への生産者理解促進もJAとしての重要な役割。

↑
一
気
通
貫
で
の
実
施
＝
JA
の
役
割
↓

1. JA主体での現地ニーズ把握・海外渡航しての現地商談

- 商社・現地パートナーと膝詰めで協議・商談・PR

2. ニーズ把握しているJAが商品多角化・食べ方提案までグリップ

- ニーズ多様化に対応すべく、1次加工品(冷凍・刻みにんにく等)、高次加工品(マヨネーズ・ドレッシング・醤油)の検討をJAが実施
- ニンニク醤油・ドレッシングのレシピイラスト(5パターン作成)を、ポストカード裏面に掲載し配布→食べ方まで提案(試食が難しい場合でもPR可能)
 - ✓ 台湾パートナー・料理研究家と連携し、現地食文化を考慮

3. 上記取組に係る生産者との協議・理解促進

- 商談・それに伴う海外渡航含め、新たな取組の際は生産者アンケートを実施
 - ✓ 生産者の理解を得ながら先進的な輸出取り組みを推進

(参考)作成した販促資材(ポストカード)

(表)

HOKKAIDO TOKACHI SHIMIZU

 十勝清水にんにく  蒜味濃厚焼肉醬

蒜味濃厚焼肉醬簡單料理！
香蒜紅燒排骨

道産子食材獵人 MiiYan 監修食譜



材料

- ・ 排骨
- ・ 蒜味濃厚焼肉醬
- ・ 黑胡椒

- 1 在排骨表面抹上黑胡椒後放入食品用密封夾鏈袋中。
- 2 在 1 的夾鏈袋中加入適量「蒜味濃厚焼肉醬」、密封後揉戳夾鏈袋幫助醬料入味。並放入冰箱冷藏室至少 3 小時。
- 3 用氣炸鍋 180 度加熱 15 分後即可享用！也可使用烤箱調理。

 十勝清水町農産協同組合
網路商店



(裏)

design:HIYOKO DESIGN



北海道 十勝清水町

HOKKAIDO
TOKACHI
SHIMIZU

(参考)作成した販促資材(ポストカード)

試験販売時・店舗無償配布し商品を通じて日本の食文化に触れていただくことを目的とした。
(コロナで思うような販売戦略が実践できないための対応策として活用)

HOKKAIDO TOKACHI SHIMIZU

清水にんにく Mayonnaise Garlic & Mustard Garlic

鯖魚罐普切塔

産地食材監人 MiYan 監修食譜

材料 (1~2人前)

- 水煮鯖魚罐頭……1/2罐
- 小番茄……4個
- 奶油乳酪……15g
- 莫札瑞拉起司……15g
- 軟法麵包……適量
- 蒜味美乃滋……2大匙
- 蒜味芥末醬……1大匙
- 胡椒粉……適量

- 在六碗中放入瀝乾水分的鯖魚罐、奶油乳酪、莫札瑞拉起司、小番茄、「蒜味美乃滋」及「蒜味芥末醬」後，均勻攪拌。
- 根據個人喜好加入胡椒粉調整味道。
- 將軟法麵包烤熱舖上剛剛製作的醬料後即可享用。

Point 只要用紅蘿蔔 OK！輕鬆完成紅蘿蔔法式沙拉。也很適合當作三明治的餡。

北海道十勝清水町 十勝清水町農協同組合 網走商店



HOKKAIDO TOKACHI SHIMIZU

清水にんにく 蒜味和風沙拉

蒜味和風沙拉醬
紅蘿蔔法式沙拉

産地食材監人 MiYan 監修食譜

材料 (1人份)

- 紅蘿蔔……適量
- 蒜味和風沙拉……適量

- 將切成薄片的紅蘿蔔再細切成絲。
- 加入蒜味和風沙拉醬和紅蘿蔔絲攪拌。
- 裝入碗中盡量使大功告成！

Point 只要用紅蘿蔔 OK！輕鬆完成紅蘿蔔法式沙拉。也很適合當作三明治的餡。

北海道十勝清水町 十勝清水町農協同組合 網走商店



HOKKAIDO TOKACHI SHIMIZU

清水にんにく 蒜味燒肉醬 (清真)

蒜味燒肉醬 清爽醬鍋

産地食材監人 MiYan 監修食譜

材料 (1人份)

- 煎蛋用的肉片 (牛肉或羊肉或雞肉或豬肉皆可)
- 蔬菜……適量 (白菜、豆苗、蔥等)
- 蒜味燒肉醬 (清真)……適量
- 水……適量 (燒肉醬3:水1的比例)
- 蒜頭……適量 切片

- 依據「燒肉醬」3:「水」1的比例加入鍋中，並開火加熱。
- 加入蔬菜。※根據喜好加入蒜片。
- 加入肉片並加熱至食材全熟後即可享用。

Point 醬料及水的比例可依個人喜好調整。推薦加入蒜片。

北海道十勝清水町 十勝清水町農協同組合 網走商店

HOKKAIDO TOKACHI SHIMIZU

清水にんにく 蒜味醬油

平底鍋簡單料理！蒜味醬油
北海道鮭魚鰯鰯燒

産地食材監人 MiYan 監修食譜

材料 (1人份)

- 鮭魚……2片
- 蔬菜……適量 (豆苗、洋蔥、紅蘿蔔、高麗菜等)
- 低筋麵粉、沙拉油……適量
- 奶油……10g

●料理調味料

- 蒜味醬油……2大匙
- 味噌……1大匙
- 料理酒……1大匙

- 將鮭魚裹上低筋麵粉，用油熱過的平底鍋煎過雙面。
- 將鮭魚帶皮的那面翻到下面，並加入蔬菜上鍋蓋悶煮。
- 等食材煮熟後加入料理調味料，最後加上奶油使大功告成！

Point 用蒜味醬油和奶油讓鮭魚肉更柔軟！推薦使用「蒜味醬油」調理魚類料理！

北海道十勝清水町 十勝清水町農協同組合 網走商店



HOKKAIDO TOKACHI SHIMIZU

清水にんにく 蒜味柚子醋

蒜味柚子醋簡單料理！
濃郁照燒雞翅

産地食材監人 MiYan 監修食譜

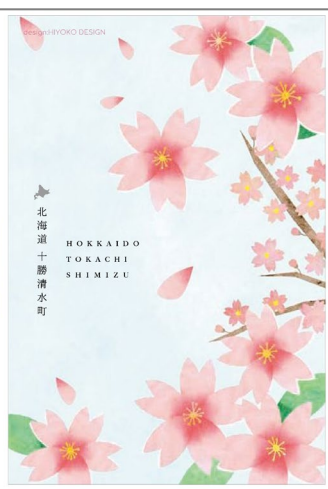
材料 (1人前)

- 雞翅……4隻
- 蒜味柚子醋……50ml
- 水……50ml

- 將相同分量的蒜味柚子醋及水加入鍋中。
- 加入雞翅蓋鍋煮。
- 雞肉熟透後拿掉蓋子，並持續加熱至，肉表面出現油亮光澤後即可享用。

Point 只要用紅蘿蔔 OK！輕鬆完成紅蘿蔔法式沙拉。也很適合當作三明治的餡。

北海道十勝清水町 十勝清水町農協同組合 網走商店



(參考)作成した販促資材

商品を活用したレシピを料理コンサルタントへ依頼。日本の食文化を土台に台湾食文化を考慮したレシピを作成



北海道『十勝清水蒜味濃厚日式燒肉醬』使用食譜

使用豬絞肉簡單料理！
【蒜味肉燥】



道產子食材獵人「MiiYan」
監修食譜



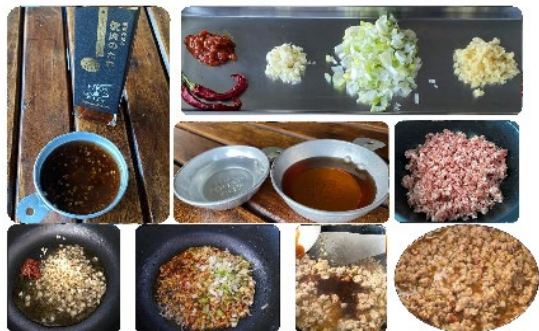
※可拿來拌飯或拌麵

<材料>

蒜味日式燒肉醬 (濃厚)

豆瓣醬 1 小匙・辣椒・蒜頭 1 片・蔥 3 跟・生薑 10g

料理酒 1 大匙・麻油 1 大匙・豬絞肉 250g



① 在熱鍋後的平底鍋中加入芝麻油、生薑、蒜頭、豆瓣醬、辣椒爆香，香味出來後加入蔥、豬絞肉及料理酒。

② 加入蒜味日式燒肉醬 (濃厚) 3 大匙後拌炒 3 分鐘左右讓醬料收汁後便大功告成！

十勝清水町農業協同組合



北海道『十勝清水蒜味濃厚日式燒肉醬』使用食譜

使用氣炸鍋簡單料理
【紅燒香蒜排骨】



道產子食材獵人「MiiYan」監修食譜



<材料>

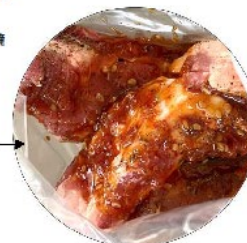
排骨 數塊

十勝清水蒜味濃厚日式燒肉醬 適量

黑胡椒 適量

<料理步驟>

① 排骨抹上黑胡椒後將「十勝清水蒜味濃厚日式燒肉醬」當作醃料和排骨一起加入夾鏈袋中，醬料的量能蓋過肉即可。



② 將①密封後揉搓夾鏈袋幫助醬料入味，並放入冰箱冷藏室內 3 小時。

③ 用氣炸鍋 180 度加熱 15 分後即可享用！



十勝清水町農業協同組合

(参考)ターゲット国（台湾）のニンニク輸入現状

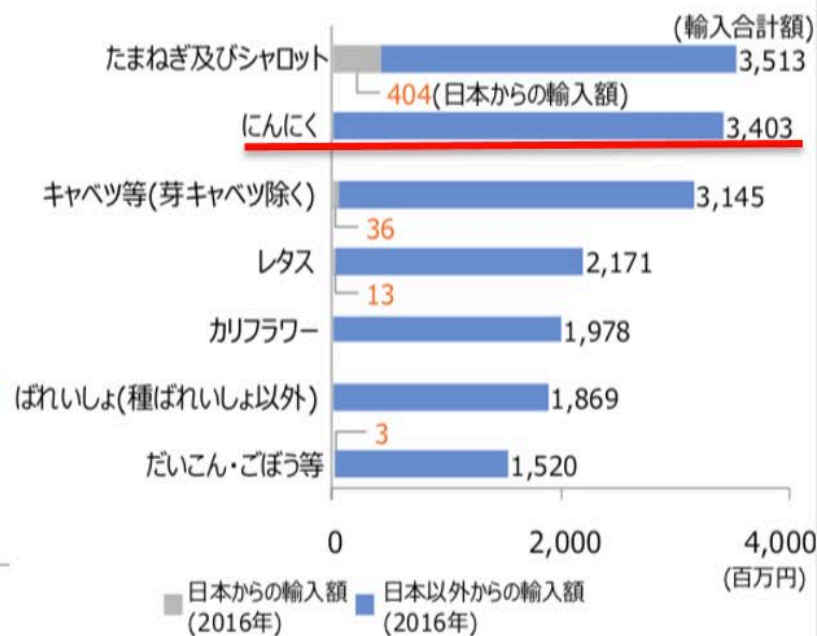
台湾の生鮮野菜輸入動向よりニンニク輸出への可能性が高い。アジア圏、食文化を含め日本のニンニクが受け入れられる余地あり。

台湾は外国産ニンニクを受け入れる文化が存在。

台湾における生鮮野菜輸入金額と成長率
(輸入先国上位5ヶ国と日本)※²



台湾における
輸入生鮮野菜の上位品目と日本からの輸入状況※²※³

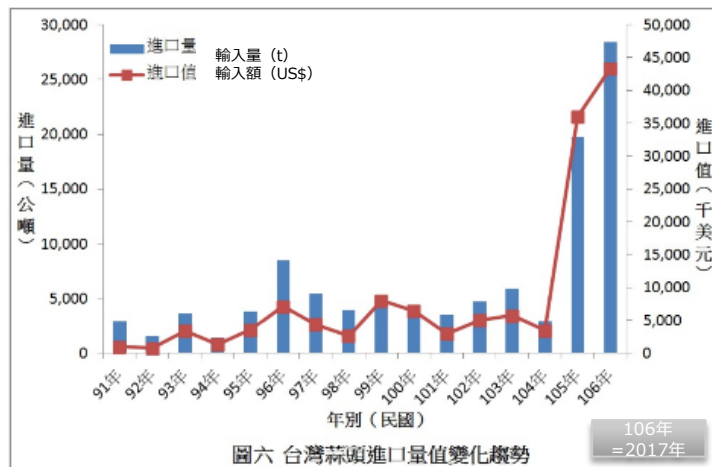


アクセンチュア「平成29年度輸出戦略実行事業」野菜の輸出拡大に向けた調査報告書

(参考)ターゲット国（台湾）のニンニク輸入実情

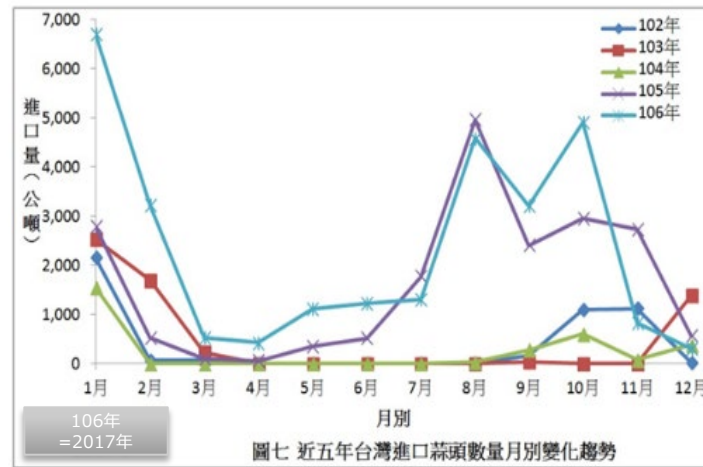
台湾から見て遠方国からの輸入傾向にあり。世界的産地間での端境期対応？ 親曰、食文化から別口アプローチでの取り組みが必要。

台湾の輸入にんにくの推移



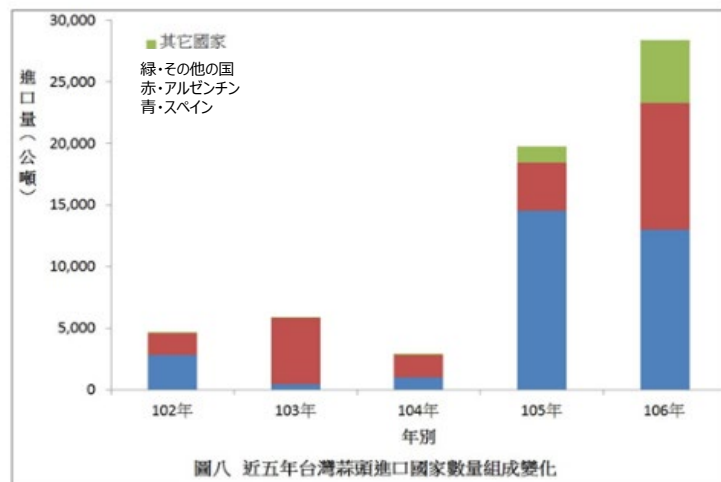
圖六 台灣蒜頭進口量值變化趨勢

台湾/直近5年の月別輸入にんにくの推移（単位：t）



圖七 近五年台灣進口蒜頭數量月別變化趨勢

台湾/直近5年の国別輸入ニンニクの推移（単位:t）



圖八 近五年台灣蒜頭進口國家數量組成變化

2017年の台湾輸入ニンニクの量・金額・単価

進口來源 國家	輸入量 (単位：t)	輸入額 (単位：US\$)	輸入単価 (単位： US\$/kg)
合計	28,395	43,313	1.53
スペイン	12,988	19,477	1.50
アルゼンチン	10,270	17,341	1.69
エジプト	2,993	3,939	1.31
インド	2,055	2,214	1.07
アメリカ	38	267	7.03
タイ	27	61	2.26
ベトナム	22	17	0.77
日本	3	27	9.00

※アメリカ産と日本産は黒にんにくと思われる

「GFP北海道輸出セミナー＆マッチングin帯広」

※地域における輸出ベンチャーの役割

株式会社グリーンズ北見
営業開発部営業課 丸山 勇太





会社概要

株式会社グリーンス北見

- ・所在地／北海道北見市
- ・会社設立／1987年4月
- ・資本金／1億円
- ・従業員数／約150名
- ・概要

生産量日本一を誇る「北見たまねぎ」を使用した加工品の製造・販売。

オホーツク地区の農協や北見市などの出資で運営されている、地域に根差した食品工場です。



会社概要

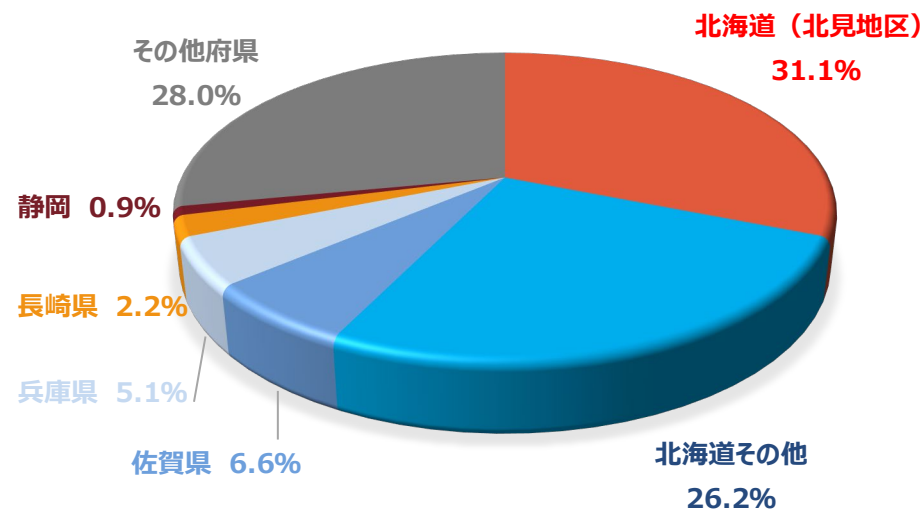
北見たまねぎとは？

北海道北見地区で生産される玉ねぎで、
日本国内でのシェア30%を占める
生産量日本一の玉ねぎです！



北海道北見地区

2020年玉ねぎ収穫量





会社概要

グリーンズ北見の製品

オニオンソテー (冷凍品)



IQFオニオン (冷凍品)



業務用

たまコロ (冷凍品)



オニオンスープ (常温品)



市販用



輸出を始めたきっかけ

国内市場は人口減少によりマーケットが縮小



海外への販路拡大

**市販品として販売実績があり
常温で賞味期限も長く輸送メリットのある
オニオンスープで輸出にチャレンジ**

しかし・・・



輸出参入までの歩み

取組み当初(2020年4月時点)
生産キャパは国内市場への対応で精一杯
(ボトルネック)



そこで、農水省「輸出等新規需要獲得事業」へ
生産力向上を図る機械導入を申請



令和2年8月事業に採択
同年12月機械導入されボトルネックが解消



輸出参入までの歩み

生産力向上は実現したものの
輸出に対する知識がゼロ



支援サービスの積極活用

2020年8月
道産品輸出塾へ入塾

2020年12月
ジェトロ新輸出大国コンソーシアム
海外展開支援サービスに申請・採択



輸出参入までの歩み

海外向け商品の開発

過去に

「牛・豚に関わる原料は輸出ができない」

との情報



これまで原料に使用していた
牛豚エキスを排除した
あらたなオニオンスープの開発



2020年(初年度)の取り組み

取組方針と目標

ターゲット国

- ①台湾 親日で地政学リスクが低い
- ②中国 巨大市場

販売目標

- ①台湾 270,000円
- ②中国 900,000円



2020年(初年度)の取り組み

輸出実績(結果)

販売目標

台湾 270,000円

中国 900,000円

目標額 1,170,000円

販売実績

台湾 110,000円

マレーシア 20,000円

韓国 30,000円

合計 160,000円

輸出は簡単ではない



2020年(初年度)の取り組み

反省点

- ・牛豚だけがダメだと勝手に思っていたが、
そもそも**畜肉全般**が望ましい原料ではなかった
- ・日本より**食品添加物**に厳しい
- ・商品のストーリーを上手く伝えられなかった



ネガティブな事例が多かったが、輸出塾に参加し
WEB商談を重ねたことで得られた貴重な情報



2020年(初年度)の取り組み

提案事例

フーマーフレッシュ(中国アリババ系スーパー)

一次審査通過も二次選考で落選

落選理由を問い合わせると・・・

「鶏エキスが入っており、禁止ではないが
通関にリスクがあるものは避けた」

一次を通過して期待していただけにショックが大きかった



2021年(2年目)の取り組み

取組方針

- ①輸出の取り組みを続ける
- ②ターゲット国の再選定
- ③輸出に適合した商品を開発



2021年(2年目)の取り組み

①輸出の取り組みを**続ける**

2021年6月
道産品輸出塾へ入塾(2度目)

2021年6月
ジェトロ新輸出大国コンソーシアム
海外展開支援サービスに申請・採択(2度目)



2021年(2年目)の取り組み

②輸出に適合した商品を開発

畜肉・食品添加物は望ましくない
(厳密にダメではないが・・・)

通関にリスクがあるものは
極力避けたい

NEW
ITEM

化学調味料不使用



やさしい たまねぎスープ

HOKKAIDO FRIENDLY ONION SOUP

化学調味料に気を使われているかた
動物性原料に配慮されているかた
アレルギーをお持ちのかた…

「北見たまねぎ」をもっとたくさんのかたに
楽しんでもらうためにつくられた
やさしい味わいのたまねぎスープです。

たまねぎの旨みが
染み渡る～



5g
8袋入

400円(税抜)

北海道
北見たまねぎ
使用

動物性原料
不使用

アレルギー
特定原材料等
28品目
不使用

北海道 ほたてのポタージュ

Hokkaido Scallop Potage

20g
3袋入

北海道産ほたての旨みが
やさしく広がるポタージュスープです



北海道産ほたてから作られた
ホタテエキスパウダー使用

ほたての旨みと香りが
やさしく広がるスープ

化学調味料
不使用

高級感あふれる
本格ポタージュスープ



2021年(2年目)の取り組み

海外向けに開発した新商品

+

輸出塾 各種セミナー

+

ハンズオン支援事業



**前年より海外適合レベルを上げ
オンライン商談を実施**



2021年(2年目)の取り組み

2021年度結果

前年より輸出件数が飛躍的に増加

実績

1,200,000円
(前年160,000円)



2022年(3年目)の取り組み

**海外展示会へ出展し
更なる販路拡大を目指したものの
新型コロナ影響により断念**

結果、前年同様オンラインを中心に商談



NB品の実績は昨年並みに留まった

しかし・・・



2022年(3年目)の取り組み

**輸出向けに開発した
2商品が
大手量販店の
海外向けOEM品に採用**





2022年(3年目)の取り組み

2022年度見込

4,000,000円
(前年1,200,000円)



輸出に取り組んだ感想

**日本で販売しているものを
そのまま海外へ・・・**

そう簡単なものではないことが分かりました

**労力は必要ですが、
マーケットは確実に存在しているため
確度の高い情報収集を行い
継続的に取り組むことが重要**



輸出に取り組んだ感想

国内向けの販売に加え

**輸出事業に取り組むことは
大変なことです**

**JETROや各省庁が実施する
豊富なサポートメニューがあるので
積極的な活用をお勧めします**



輸出に取り組んだ感想

外国人へ商品を伝える取り組み

海外でも販売できる商品の開発



日本国内の商談においても有効

**実際、食品添加物不使用の商品は
国内でも需要があります**



今後に向けた取組み

国際工場認証の取得

FSSC、国際HACCP

海外展示会への出展

パートナー開拓
現地トレンドの把握

新商品開発

より高付加価値な商品
富裕層へのアプローチ



おわりに

**オホーツク地域には、十勝と同様
世界に通じる素晴らしい食資源があります**

**グリーンズ北見が輸出にチャレンジし
成功事例を作ることで
輸出に対するハードルを下げ**

**地域産品が一丸となって
海外発信できる環境づくりを目指します**



おわりに

大き(すぎる)な野望ですが・・・

**外国市場において
日本のスープといえば**

「グリーンズ北見」と

言われるようになりたいです。

ご清聴ありがとうございました

「GFP北海道輸出セミナー＆マッチングin帯広」
※地域輸出におけるコーディネーターの必要性

PRIME STREAM 北海道
林 朋美



日本の素晴らしい食品を海外へ



■ 株式会社プライム・ストリーム北海道

- 国内仕入/輸出業務/輸入業務
- 主な取扱商品 食品全般
- 所在地 音更町、札幌市
- 設立 2013年8月
- 代表取締役 増田 貴行

■ PRIME STREAM ASIA PTE LTD

- 輸入卸/BtoC向けECサイトの運営
- 主な顧客 飲食店
- 所在地 シンガポール
- 設立 2013年8月
- 代表取締役 増田 貴行

■ 2013年12月 開始

■ 週3便

- ・ 千歳発 — 月・水
- ・ 成田発 — 火

【コロナ前】

- ・ 朝到着した荷物を当日午前中引取

【現在】

- ・ 到着後引取までに7時間以上を要する

■ 主な輸送品

- ・ 生鮮品（ウニ、鮮魚、野菜、果物、乳製品、きのこ等）



輸出実績 ~海上定期便 (冷凍)

■ 2015年4月 開始

■ 月1便の運行



■ -25度設定/約3週間

■ 主な輸送品

- エビ、カニ、牡蠣、ホタテ、鰻、
- アイスクリーム、冷凍スイーツなど



輸出実績 ～海上定期便（冷蔵）

- 2020年6月定期化

- 2カ月に1便運行

- 主な輸送品

- 酒類、小麦粉、缶詰、調味料、じゃがいも、コスメ



GFPと連携した取り組み

輸出実証



実証内容

- 苫小牧港から道産冷凍食品をシンガポール・マレーシア向けに混載輸出
- 苫小牧港からシンガポールまで海上輸送、シンガポールからマレーシアまではトラックで陸送

検証ポイント

- 道産冷凍食品のシンガポール・マレーシアにおけるニーズの確認
- 苫小牧港からシンガポールの海上輸送における物流コスト・時間・品質保持の検証
- シンガポールからマレーシアのトラック陸送における物流コスト・時間・品質保持・オペレーションの検証

シンガポールイベント



展示した商品

- 熟成じゃがいも（キタアカリ・インカのめざめ）
- レトルトコーン（ホホワイト）
- 冷凍ミニトマト
- トマトジュース（クリア）
- 天然鰻の蒲焼
- サメガレイ
- キングサーモン

現地の反応

- 味の評価は良かった
- ABC Cookingや飲食店などから反応あり
- 熟成じゃがいも成約（飲食店）

地域商社の役割

- 産地の身近な存在として、輸出入手続きを手厚くサポート
- 産地・産品の理解を強みに、海外への売り込みを強力にサポート

輸出入手続きのサポート

- 輸出入可否の確認
- 英字ラベル作成
- 温度帯に合わせた便の手配
- 輸出入通関
- 現地保管
- 現地配送

現地でのコーディネート

- 現地でのアテンド
- 商談の同行
- 市場調査
- イベントの開催
- 見積作成
- イベント出展のサポート

道産品輸出拡大に向けて ～輸出の課題

■ 商品を取り扱う卸業者が決まっている場合

- ひとつの国に対して一社のみが商品を扱えるので、既に輸出入卸が決まっている場合は自社で取扱いができない。お酒に多い

■ 国内供給でいっぱい輸出に回す余力がない

- 国内で人気のある商品や拘りのある商品に多い

■ 国内物流

- 冷凍や冷蔵の国内物流費が高い。特に地方は選択肢も少ない
- 市場便などを活用して上手く回せるか

■ 輸入規制

- 国によっては輸入規制が厳しく、輸出するまでのハードルが高い
- また、シンガポールのような規制が厳しくない国でも品目によってはライセンスや施設の認可などハードルが上がる場合も

■ 物量が少ない

- 協力して物量を増やしていく取り組みができないか

■ 現地から引き合いのある商品

- 酒類
- 季節を感じるもの（野菜や果物など）
- 冷凍カット野菜（安価なもの）
- 健康に良いもの
- シンガポールでまだ流通していないもの
- ストーリーのあるもの
- 北海道らしさのあるもの

道産品輸出拡大に向けて ～輸出取組の工夫

1. 小口輸送パッケージ

- ・ シンガポール向けのサンプル品などの小口輸送パッケージの開始
- ・ EMSー常温のみ（冷凍、冷蔵は現在休止中）
- ・ 商品一個から輸送可能
- ・ 全ての温度帯対応可

2. 輸出機会の拡大を目的とした業務提携

- ・ 輸出拡大を目指す事業者との業務提携

3. 道外からの輸出

- ・ 新千歳空港及び苫小牧港をメインとした物流の組み立て

➤ 道外にも拡大

煩雑な輸出にまつわる諸業務を手厚くサポート！



シンガポール空輸サービス

荷物は千歳空港に納品するだけ！シンガポール国内のご指定住所にお届けします！

Gross Weight 5Kg

梱包ドライアイス等込み重量

15,500円

追加 1 Kg 毎に+1,500 円

Gross Weight 10Kg

梱包ドライアイス等込み重量

21,500円

追加 1 Kg 毎に+1,500 円

共通オプション

■ ドライアイス 400 円 / Kg	■ 発砲梱包 2,000 円 / 個
■ 保冷剤 300 円 / 個	■ ケースマーク貼付料 400 円 / 枚
■ 輸入 GST 実費	■ Liquor duty 実費

その他別途かかる費用については都度ご相談いたします。価格はすべて税別です。

ステップ

- 弊社が提供するフォーマットで、輸送申込書・梱包リストをご提出ください。
輸出入には内容の詳細・重量・箱サイズなど細かな情報が必要です。
情報と現物に差異があると輸入不可となります。正確にご記入ください。
- 輸入規制を確認し、お見積書を提出いたします。
- ケースマークを貼付し下記住所へ納品してください。（ケースマークはこちらからお送りします）
〒066-0044 千歳市平和 1388-7 SIAC 内 TEL：0123-26-0505
日本通運株式会社 札幌航空支店 国際貨物課 担当：村上 宛

タイムライン

千歳へ納品

金 FRI

土 SAT 休業日

日 SUN 休業日

月 MON

出発

火 TUE 千歳へ納品

水 WED 到着

木 THU 到着

金 FRI 到着

※貴社より、出発の前営業日に千歳空港へ納品していただきます。
※フライト当日に納品をご希望の方は個別相談の上対応いたします。
※天候や祝日の影響でフライトスケジュールが変動する場合がございます。

PS GROUPの役割

- 海外進出を目指す生産者・販売者に対して、マーケティングや販売に関する限りない「簡便性」を提供すること
- 北海道や日本の優れた食品や食材を海外に広めること

本資料は九州農水産物直販株式会社の許可無く、
対外的に参照・配布しないようお願い申し上げます。

九州農水産物直販(株)

農水産物輸出の取り組みについて

2023年2月24日

九州農水産物直販株式会社

1. 九州農水産物直販株式会社について

事業目的：九州の強みである農水畜産物の海外市場への輸出促進

～生産農家の所得増大。後継者が戻ってくる農業を目指して～

設立経緯：香港での現地調査の際、有力スーパーマーケットグループであるDairyFarm社と関係を構築。日本産・九州産農水産物の香港での販売につき合意に至ったことから、九州経済連合会の全面的なバックアップを受けて設立

設立： 2015年8月28日

所在地： 福岡市博多区博多駅前2丁目12-10 第7グリーンビル7F

代表者： 代表取締役社長 小田 保

株主： JA宮崎経済連、麻生、JR九州、九電工、
エスジーグリーンハウス、日本通運、三井住友信託銀行

輸出商品例：



2. 九直設立の思い

前提：九州の強みとは、農林水畜産物である

→「九州は日本の10%」：面積、人口、経済規模等々

→でも農産物産出額は「日本の20%」他、畜産&養殖漁業40%等々

現状：生産現場の高齢化が進み娘息子は都会で就職

未来：都会の娘息子が戻って後を継いでくれる農林水畜産業に

手段：成長する海外市場への輸出拡大で生産量増大、所得向上

⇒**農業界と経済界が手を組んで輸出拡大に取り組もう！**



3. 直販商流について

■ Dairy Farmグループの概要

社 名	Dairy Farm International Holdings
主 要 株 主	Jardine Matheson Holdings
本 社	香港（登記所在地-バミューダ諸島）
創 業	1886年
業 種	リテール販売 （食料品・衛生品 全般）
年 商	約282億USD（約3.8兆円）
展開 国/エリア	12か国/エリア
店舗数	10,000店舗
従業員数	23万人



■ Dairy Farmグループ傘下 主要ブランド（香港）



4. 【青果】主力商品中心⇒多角化

- ✓ 2020年度より売上品目の柱（野菜中心）の多角化を目指し、香港への野菜の供給が安定化してきました。今年は更なる安定供給・安定品質を目指すと同時に販売品目を増やしていきます。
- ✓ 甘藷については、年間通じて引き合いが非常に強い品目であり、産地拡大と同時に農研機構と共同で品質改善に取り組んでいます。夏場の果物（桃・ぶどう）の安定供給・安定品質を目指し、山梨・長野の生産者と輸出拡大に取り組んでいます。

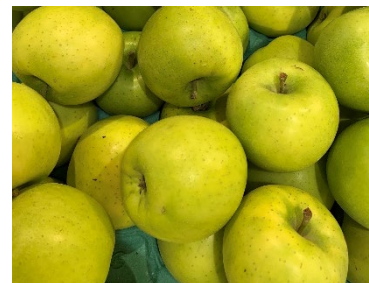
■ 野菜 品目別売上推移

順位	品目
1位	きのこ
2位	甘藷
3位	キャベツ



■ 果物 品目別売上推移

順位	品目
1位	イチゴ
2位	リンゴ
3位	ぶどう



5.【加工品】冷凍コンテナ混載プロジェクト

- ✓ 加工品チームで月1～2本でグループ出荷している冷凍コンテナ便に、今年度から香港DFの他カゴりの商材の混載が可能となりました。これは、九直が設立された当初から香港DFで面倒を見て頂いている担当者がDF香港内の食品全般の責任者となり、こうした混載便が実現できるようになりました。
- ✓ これまで進めてきた商品ラインナップの拡大を継続しながら、同一コンテナへの混載による物流メリットを活かし、一つでも多く成約に結び付けていくことを目指します。



DF内のチーム横断の混載案件

- ① DF他カゴりNB商品
例：冷凍餃子
- ② DF 冷凍青果
例：冷凍小松菜
- ③ DF 冷凍PB商品
例：PB冷凍パン

+

(商品イメージ)



6. 九州の食輸出協議会について

イオンマレーシア、カンボジアにおける九州フェアの開催

- 2021年度は、前年度行ったオンライン商談会や輸出相談対応に続き、イオンマレーシア・カンボジアとの間でオンライン商談会を実施、さらに両国店舗における「九州フェア」を開催。
- 2022年度はマレーシア、カンボジアに加え、さらなる地域の拡大に取組、九州産品の販路拡大を目指す。

■ 2021年度取組

マレーシア

- スケジュール：
 - ・ 事前商談会：6月29日（オンライン）
 - ・ フェア：10月21日～11月5日
 - ・ 会場：①イオンミッドバレー店
②バンダーウタマ店
③タマンマリリ店
- 販売実績：
 - ・ 成約数：331ケース、67商品



カンボジア

- スケジュール：
 - ・ 事前商談会：7月2日（オンライン）
 - ・ フェア：11月9日～11月21日
 - ・ 会場：①プノンペン2店舗
②Phnom Penh店
③Sen Sok City店
- 販売実績：
 - ・ 成約数：356ケース、81商品



■ 2022年度取組 …イオンASEAN本部との取組拡大

マレーシア

カンボジア

タイ

ベトナム

インドネシア

7. 九直の強み

多様な産地との繋がりを活かした仕入れと、デリーファームグループとの直接取引という明確な出口戦略が強み

3つの強み

仕入れ

- 直接取引を中心に日本全国の生産者様から仕入れ
- 関係機関のご支援により多様な産地とのネットワーク構築

商流

- デリーファームグループ（香港最大手量販チェーン、現地小売市場シェア4割超）との直接取引
- 中間マージンの圧縮で価格を下げて中間層を取り込み
- 市場の声を聞き、ダイレクトに商品提案

展開

- デリーファームグループは、東南アジア12カ国・エリアに展開
- 香港との取引で培った強みを他国に展開

8. 輸出ビジネスモデル

物流コスト・中間流通コストを大幅削減することで、国内販売価格の約2倍程度で販売できるようになり、ボリュームゾーンであるアジア中間層の取り込みが可能となった

◎従来のビジネスモデル



■独自のビジネスモデル



北海道ブランドの高い評価

北海道ブランドに対する海外事業者の引き合いは強く、商品だけでなく地域ブランド・ストーリーの訴求もプロモーションの要諦。

事業者ヒアリング結果

- 食にこだわりを持つ香港人は、“**本物**”の商品を好む。その為、**地域ブランド**を持っている商品は人気が高い
- 例えば、**北海道アイスクリーム**や**北海道ほたて**、**北海道スイートポテト**、**沖縄黒糖**、**京都抹茶**

外資系卸売業者(日本法人)

- 日本の各地域の“**ご当地感**”のある商品を現地小売は期待している
- 「**北海道産**」という地域ブランドは香港でも強いと感じている。特に**北海道産牛乳**は人気である

輸出商社

- 商品売るのではなくストーリーを売った方がよい
(Don't sell a product, sell a story)
- **北海道**や**沖縄**、**福岡**等、香港人が旅行へ行き、食のイメージが強い産地の商品は“**美味しい**”というイメージもあり人気が高い

現地系スーパー(展開国：香港・台湾等)

- “**ご当地商品**”は積極的に取り扱っており、特に北海道は**北海道コーナー**を設けているため、コーナー向け商品を探している
- **富士山関連商品**や**北海道・沖縄**の原料を活用した加工食品や店舗で最終加熱する各地の名物商品を使った加工品もニーズ高い

日系スーパー(展開国：シンガポール・香港等)

北海道より 十勝ブランド

- 十勝産41% > > 北海道28%

輸出上の課題

- 手続きが煩雑
- 採算合わない
- 物流非効率/高コスト
- 海外取引先の信用力
- 鮮度維持の難しさ

輸出は「北海道」より「十勝」ブランドで 地元の農産品事業者

2016/9/24 7:00 | 日本経済新聞 電子版

十勝地域の農業・食品事業者などが農産品を輸出する場合、最も前面に出したい産地名は「北海道」を上回り「十勝」がトップであることが、日本政策金融公庫帯広支店（帯広市）の実施したアンケートで分かった。十勝ブランドの農産品は国内では浸透しており、海外でも「十勝」で売り込みたい産地の意識が浮き彫りになった。

調査は7～8月、同支店農林水産事業の取引先の農業、食品製造・流通事業者278を対象に実施し、151事業者から回答があった（回答率約54%）。

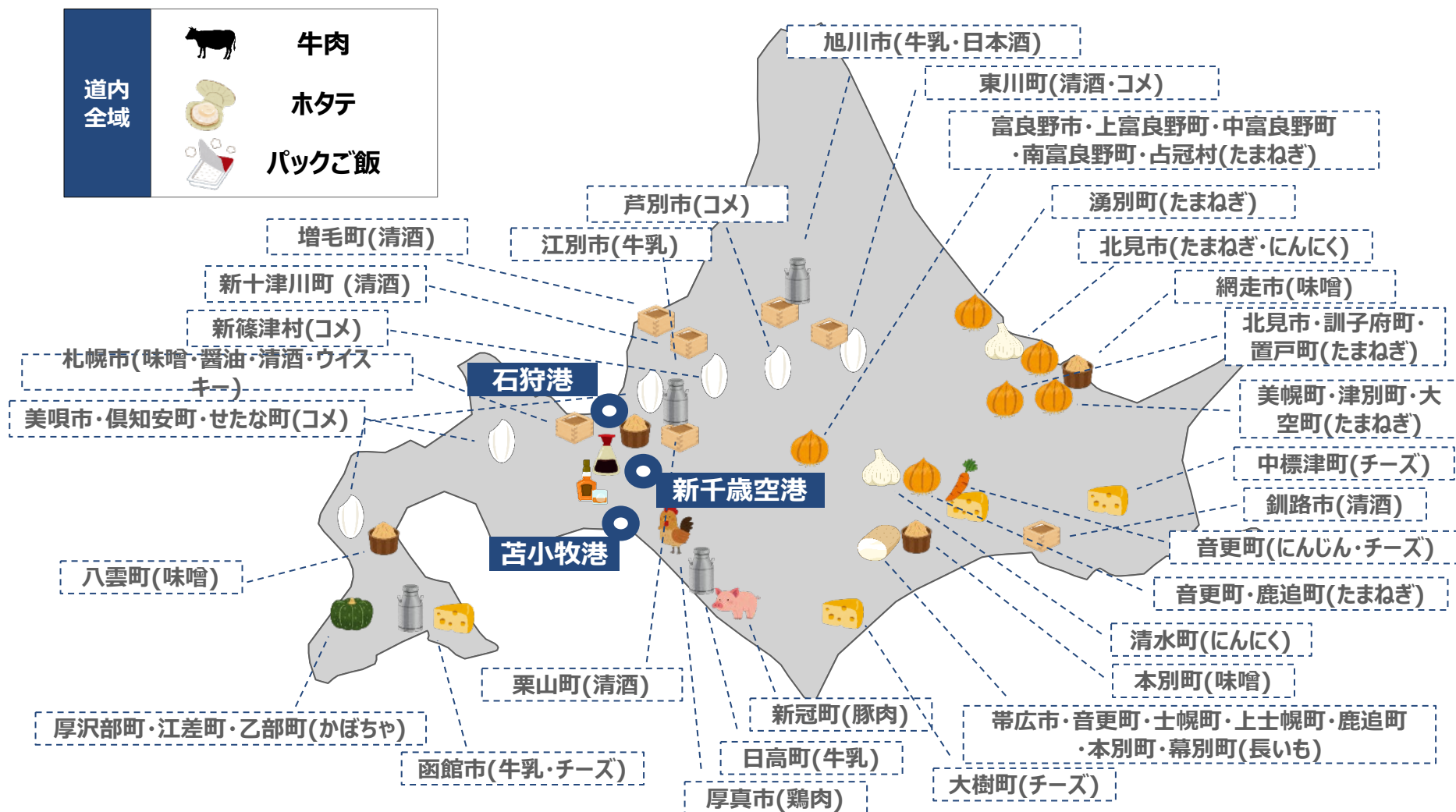
輸出の際に最も前面に出したい産地名は「十勝産」が有効回答中約41%で、「北海道産」の約28%、「日本産」の約10%を大きく上回った。

輸出の予定があるか、関心がある事業者に相手国・地域を聞いた結果、最も多かったのがシンガポール（約21%）で、台湾（約15%）、タイ（約13%）、マレーシア（約12%）と続いた。

課題では「手続きが煩雑」「採算が合わない」のほか、「物流が非効率で高コスト」「海外取引先の信用力に不安」「鮮度維持の難しさ」などが目立った。

(参考) 道内輸出産地の所在状況

北海道からは全11品目35産地64事業者が輸出産地リストに掲載されており(令和3年12月時点)、道内全域にわたって産地が数多く所在している。



9. 各経済連合会との連携ネットワークの活用



- ✓ これまで東北経済連合会との連携による産地開拓、および輸出実績の拡大の実績を積み上げてきました。甘藷、キャベツ、魚肉ソーセージなどです。
- ✓ こうした他エリアの経済連合会との実績例の水平展開の拡大を推進していきます。今年度は近隣エリアの中国や四国地方の経済連合会との実績作りを図っていきます。

■ 各地域経済連合会との取り組み状況

北海道…鶏卵、水産メーカー紹介

東北…日ごろから継続的に、商談会、メーカー紹介を実施。複数の輸出実績例有り。

北陸…タイ輸入商社紹介（駐日タイ大使館案件）

中部…情報交換中

関西…連携プラットフォームの活用

中国…もみじ饅頭メーカー商品（桐葉菓）を台湾へ輸出。定期オンライン商談会を継続実施している。

四国…卵、LL 豆腐メーカー紹介。バヤーへ提案中。



10. 九州と東北との産地間連携輸出

- ✓ 甘藷の基腐（もとぐされ）病が九州を中心に発生し、ロット確保のために、全国から病気のない生産者を探していました。
 - ✓ 一方、宮城県「やまもとファームみらい野」では、大規模な農地を持つ一方、販路に課題を有していました。
- ▼
- ✓ 東北経済連合会からの紹介により、販路に課題を持つ「やまもとファームみらい野」と出会い、取引開始に至りました。
 - ✓ 香港向けへのテスト出荷を経て、現在はレギュラー出荷を行っています。

■ 宮城県産甘藷（香港への出荷）



首批運送香港，於宮城県山元町産約3公噸的甜薯，於昨天正式經船路送出，運到香港後將在香港的惠康超市發售。

一直以來香港出售的日本甜薯都是以九州產為主，但近年因應需求上升及供應減少，當地的供應商要尋找其他產地的出產，最後由東北經濟連合會及九州經濟連合會共同合作提攜，供應商決定採購宮城縣的甜薯，亦是東北地區當地農產出口復興的一環。

<https://www.fnn.jp/articles/-/147882>



FNN.JP
香港で「焼き芋」大人気 山元町産サツマイモが香港へ（宮城）



11. 九直の強み、目指すところ①

産地間連携の強化、仕入れ先拡大

- ✓ 【直接仕入・販売】生産者への利益還元、販売先への競争力ある商品の提案が可能
- ✓ 【国内規格外品の販売等】生産者に対し国内倉庫渡し、規格外品を活用できる等のメリット付与可能
- ✓ 【安定供給】“産地リレー”により、年間を通した安定供給体制の構築が可能

産地間連携輸出のメリット

直接仕入 直接販売

- 仲卸業者や輸入業者を省き、生産者は利益を確保しやすい
- 現地ニーズの把握だけではなく、着荷時の商品状態を早期に把握して、品質向上に向けた改善ができる

国内規格外品 の販売

- サツマイモは国内で流通するサイズはM、Lサイズだが、香港ではおやつに手頃なSSやSサイズの需要が高い

安定供給

- 例えば、10月～3月は九州、4月～9月は北海道の野菜を中心に輸出することで年間通しての安定供給体制が可能

12. 九直の強み、目指すところ②

目指すところ

- ✓ 新規商品開拓、新規販路開拓によって、今後、更なる輸出拡大を目指す

2025年目標 20億円

2030年目標 50億円

今後の輸出目標

明確な 出口戦略

- 産地→当社→デイリーファームの構図は**最短の輸出ルート**
- **柔軟に取り組み、品質的に問題なければ輸出出来る**

新規市場開拓

- 香港だけでなく、**台湾、シンガポールなどアジア各国へ九州の他、各産地との連携で農産物の輸出を拡大する**

輸出目標

- 2022年度は10億円の目標をクリアできる見込み
- 政府の輸出目標を睨んで、**最低でも2025年には20億円、2030年には50億円の輸出目標を達成したい**

13. まとめ

①北海道は世界で大人気です

- ✓ 高品質食品で、おそらく日本最強の地域ブランド
- ✓ 高いインバウンド人気

②強みを組み合わせましょう

- ✓ 手続きが煩雑：国内渡し、円決済、貿易実務一式、海外折衝お任せ
- ✓ 採算合わない：他商品との混載など物流効率化で少量からスタート
- ✓ 物流非効率/高コスト：他商品との混載など物流効率化で少量からスタート
- ✓ 海外取引先の信用力：迅速支払の現地大手スーパーとのお取引
- ✓ 鮮度維持の難しさ：最適品種の選定や最適梱包などの工夫で鮮度維持

③ 輸出で未来を

- ✓ 少子高齢化が進む国内市場、経済発展が続き所得が向上する海外市場
- ✓ 1億人市場よりも100億人市場を



MOVE JAPAN FORWARD FROM KYUSHU

ご清聴ありがとうございました