

オンライン開催

加工食品輸出 セミナー

日時 2023年2月27日(月) 13:00~16:25

方法 オンライン開催 ( YouTube 生配信)

13:00~14:10 加工食品の輸出拡大に向けた政策・施策・新規輸出支援プログラム

農林水産省、中小企業庁、JETRO

14:10~14:25 EPA/FTAの概要・活用方法

日本関税協会

14:30~14:40 GFP加工食品部会・分科会のレビュー

アクセンチュア

14:40~15:05 添加物国際標準化対応

食品産業センター、日本食品添加物協会

15:05~15:35 賞味期限延長対応

えだまめ、市岡製菓

15:35~16:05 加工食品クラスター形成・推進による輸出取組

クラウン貿易、発酵を核としたローカル食品輸出拡大コンソーシアム

16:05~16:25 講演内容の質疑応答



輸出促進法改正による支援



輸出・国際局 輸出企画課
課長補佐 高橋 信行

輸出促進法改正による支援



2023年2月27日

農林水産省



農林水産物・食品の輸出状況（概要）…………… p 2～

2022年 1 -12月 農林水産物・食品の輸出額

農林水産物・食品 輸出額の推移

2022年の農林水産物・食品 輸出額（1 -12月）品目別

2022年の農林水産物・食品 輸出額 国・地域別

農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律の概要…………… p 7～

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）

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

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）

輸出事業用資産の割増償却を受けるための手続きについて

日本政策金融公庫によるスタンバイ・クレジット（日本政策金融公庫法の特例）

認定農林水産物・食品輸出促進団体（品目団体）

品目団体輸出力強化支援事業

（参考）R 3 補正・R 4 当初品目団地亜輸出力強化支援事業等の交付決定者



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。

品目別の状況（1-12月）

輸出額の増加が大きい主な品目

品目	増加額（増加率）	主な増加要因
ホタテ貝（生鮮等）	+271億円（+42.4%）	米国の生産減少により、米国及び中国向けが増加したことに加え、国内主産地である北海道の生産も順調
ウイスキー	+99億円（+21.5%）	世界的な知名度向上により、従来の中国、米国といった輸出先に加えて、シンガポール、英国向けも拡大
青果物	+91億円（+24.3%）	香港、台湾を中心にりんごやいちご等の贈答用・家庭内需要等により輸出が増加
ぶり	+81億円（+32.7%）	回復した米国の外食需要に対して、冷凍ぶりフィレの輸出が増加
清涼飲料水	+76億円（+18.8%）	米国向けの茶飲料やサイダー等の加糖飲料の輸出が増加
牛乳・乳製品	+75億円（+30.9%）	ベトナムを中心としたアジアで粉ミルク、またアジアを中心にアイスクリームその他氷菓の輸出が増加
日本酒	+73億円（+18.2%）	小売店向けやEC販売の増加等により、中国及び米国向けが増加
真珠	+67億円（+39.1%）	従来取引の中心を担っていた展示会に代わり、業者間での直接取引が拡大

輸出額の減少が大きい主な品目

品目	減少額（減少率）	主な減少要因
さば	▲32億円（▲14.6%）	漁獲量の減少により、浜値が上昇し、アフリカや東南アジア向けが減少
かつお・まぐろ類	▲26億円（▲12.6%）	ビンナガ、かつおの漁獲量の減少により輸出も減少傾向
牛肉	▲22億円（▲4.0%）	カンボジア輸出の減少や、米国の物価高等による消費減退が影響
貝柱調製品	▲21億円（▲34.4%）	香港の外食規制により、会食需要が減少

国・地域別の状況（1-12月）

輸出額の増加が大きい主な国・地域

国・地域	増加額	主な増加品目
中国	+559億円	ホタテ貝（生鮮等）、なまこ（調製）、日本酒
アメリカ	+256億円	ぶり、ホタテ貝（生鮮等）、清涼飲料水
台湾	+244億円	ホタテ貝（生鮮等）、牛肉、たまねぎ
シンガポール	+153億円	ウイスキー、牛乳・乳製品、牛肉
韓国	+140億円	ホタテ貝、たい、ビール

輸出額の減少が大きい主な国・地域

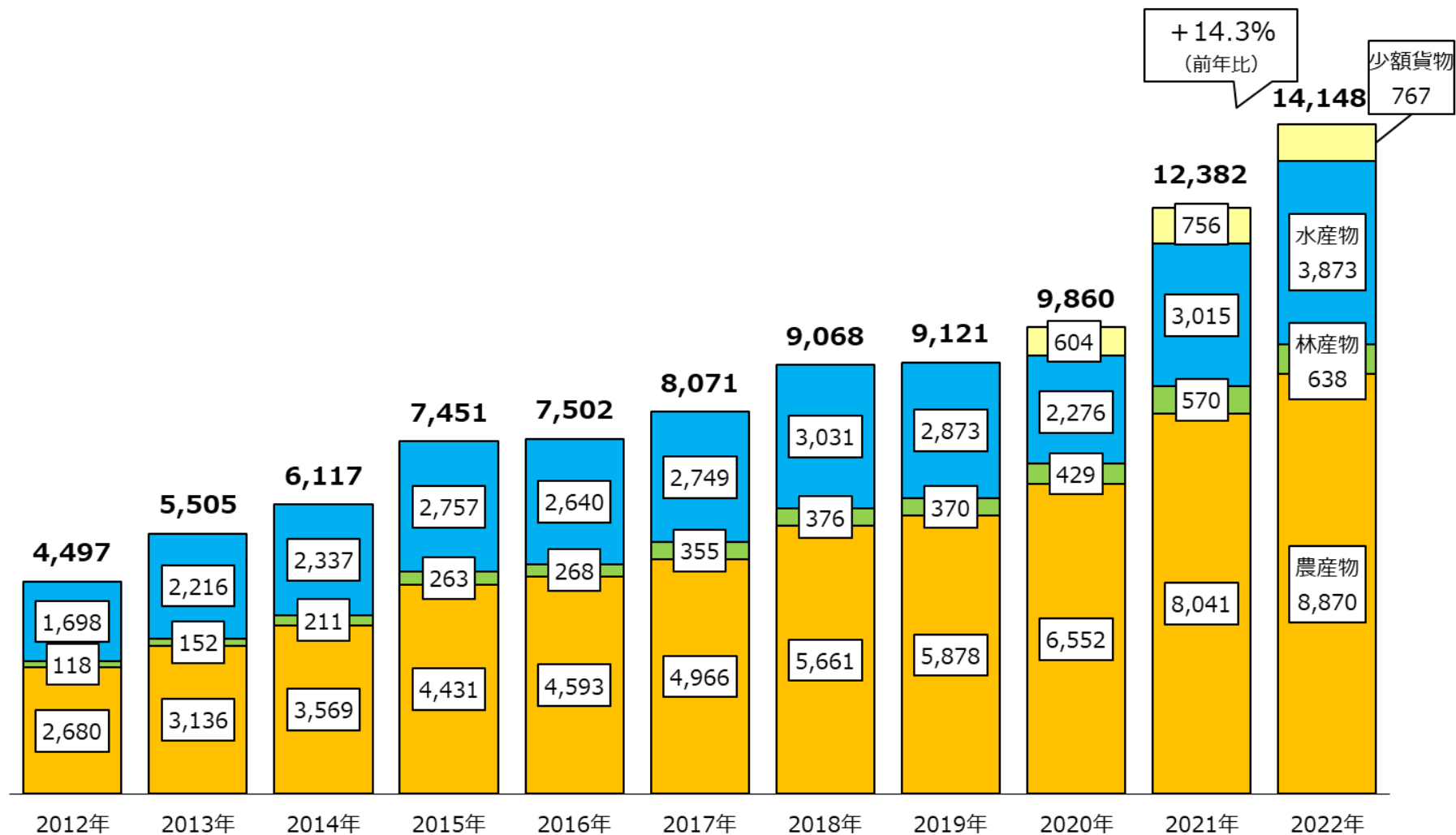
国・地域	減少額	主な減少品目
香港	▲104億円	たばこ、なまこ（調製）、日本酒
カンボジア	▲88億円	牛肉
ロシア	▲31億円	インスタントコーヒー

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

2022年の農林水産物・食品 輸出額（1－12月）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

農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律の概要



1. 制定及び改正の背景

- ・農林水産物及び食品の輸出拡大に向けては、輸出先国による食品安全等の規制等に対応する必要があることから、輸出先国との協議、輸出を円滑化するための加工施設の認定等について、政府が一体となって取り組むための体制を整備するために制定（2020年4月施行）。
- ・2025年2兆円、2030年5兆円の輸出額目標に向け、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を行う団体の認定制度の創設、輸出事業計画の認定を受けた者に対する新たな金融上の措置等、更なる輸出拡大に向けた施策を強化するために改正。

2. 法律の概要

I 農林水産物・食品輸出本部の設置

- ・農林水産省に、農林水産大臣を本部長とし、総務大臣、外務大臣、財務大臣、厚労大臣、経産大臣、国交大臣、復興大臣を本部員とする「農林水産物・食品輸出本部」を設置。
- ・本部は、輸出促進に関する基本方針を定め、実行計画（工程表）の作成・進捗管理を行うとともに、関係省庁の事務の調整を行うことにより、政府一体となった輸出の促進を図る。

II 国等が講ずる輸出を円滑化するための措置

- ・これまで法律上の根拠規定のなかった①輸出証明書の発行、②生産区域の指定、③加工施設の認定について、主務大臣（※）及び都道府県知事等ができる旨を規定。※主務大臣は、農林水産大臣、厚生労働大臣又は財務大臣。
- ・民間の登録認定機関による加工施設の認定も可能とする。
- ・民間の登録発行機関による輸出証明書の発行も可能とする。【改正法で措置】

III 輸出のための取組を行う事業者に対する支援措置

- ・輸出事業者が輸出事業計画を作成し、当該計画の認定を受けた場合に、以下の支援措置を講ずる。
 - ・日本政策金融公庫による長期・低利の、設備資金・長期運転資金・海外子会社等への出資・転貸に必要な資金や債務保証
 - ・食品等流通合理化促進機構による債務保証
 - ・農地転用手続のワンストップ化

【改正法で措置】

IV 認定農林水産物・食品輸出促進団体【改正法で措置】

- ・輸出品目ごとに、生産から販売に至る関係者が連携し、輸出の促進を図る法人を、法人からの申請に基づき、国が「認定農林水産物・食品輸出促進団体」（認定輸出促進団体）として認定する。
- ・認定輸出促進団体は、輸出先国でのニーズ調査等の調査研究や商談会参加等の需要開拓、輸出事業者に対する情報提供を行うほか、必要に応じて輸出促進のための規格の策定や任意のチェックオフの業務を行う。

V 施行日

- ・令和2年4月1日から施行。
- ・改正法については令和4年10月1日から施行。

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。**

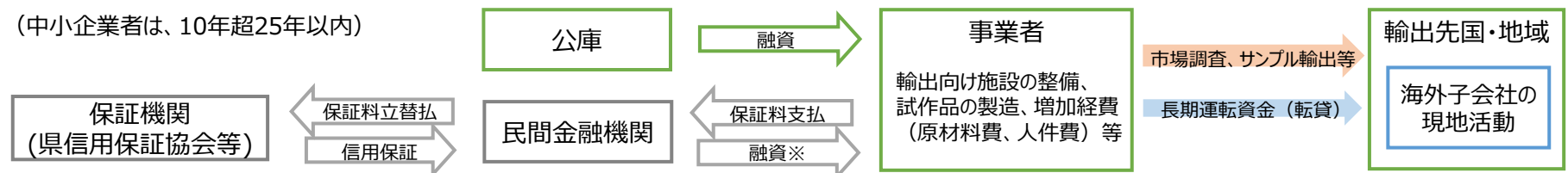
資金の概要

- 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）

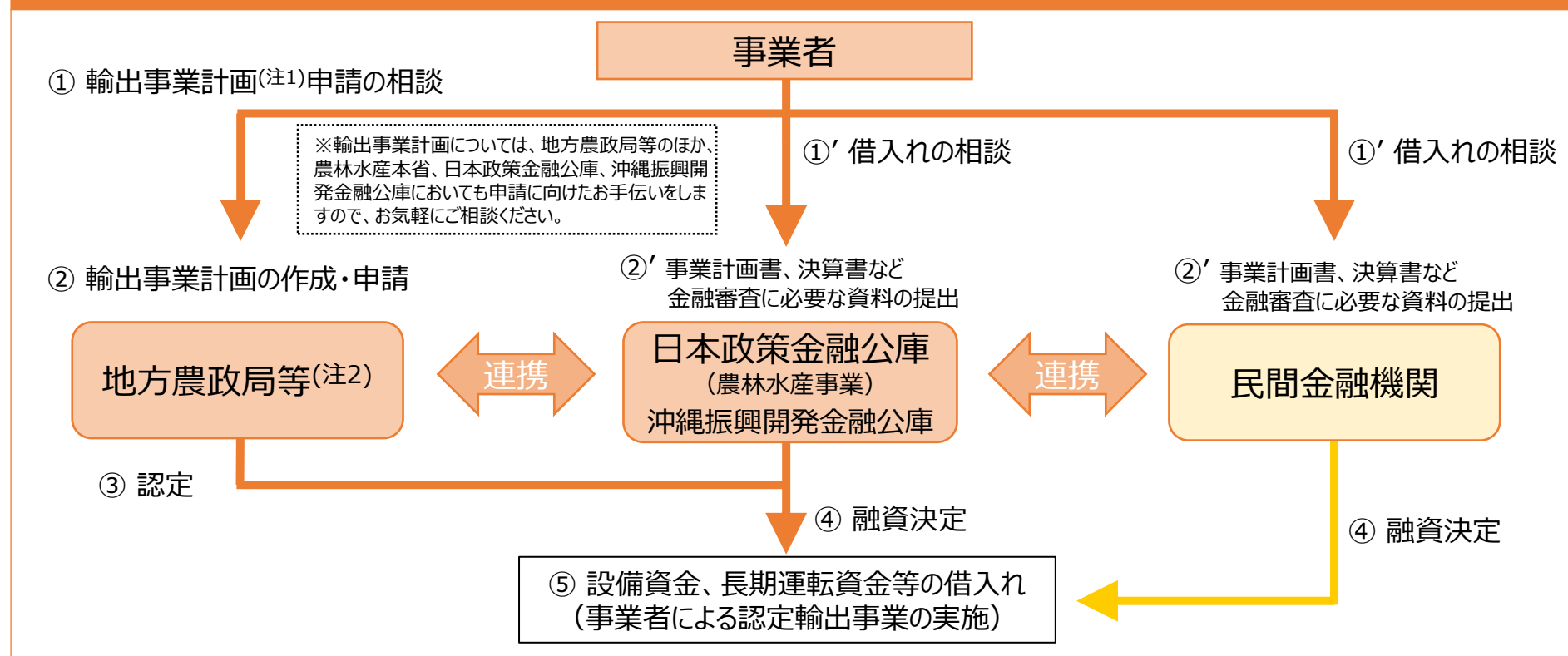


※民間金融機関から保証付き借入れをする場合、農林水産省の予算事業により、支払った保証料のうち、借入当初から5年間、保証料の1/2相当額の支援が受けられます。

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れの相談と平行して、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

- 令和4年10月1日から令和6年3月31日までの間に、認定輸出事業者が輸出事業計画に従って機械装置、建物等の取得等をした場合、これらの資産について、
- 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

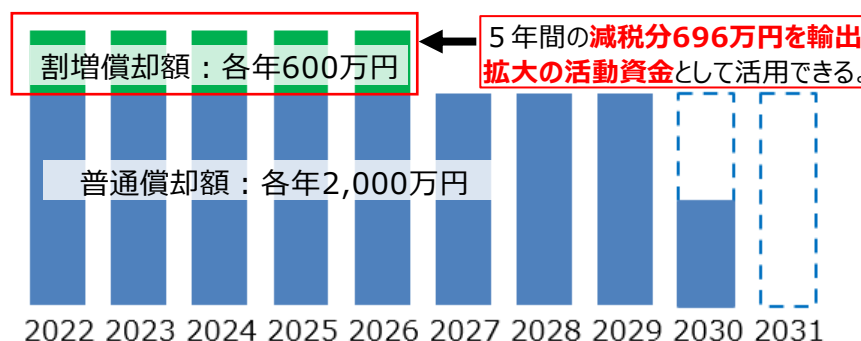
割増償却の効果

- 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



輸出事業用資産の割増償却を受けるための手続きについて

- 税制特例を受けるためには、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。
- 輸出事業に必要な機械・装置、建物等を取得等したい場合には、各種補助金の利用等も含めて、地方農政局等に前広にご相談ください。
- また、税制特例の適用については、取得等した機械・装置、建物等を輸出事業の用に供しているか、毎年度（供用日から5年間）、地方農政局等の証明を受ける必要があります。

フロー図

事業者

取得前

① 輸出事業計画^(注1)作成の相談

取得等したい機械・装置等が税制特例の対象となるかどうか等を相談しながら作成してください。

② 輸出事業計画の申請

輸出事業の実施

③ 認定

④ 税制特例を受ける輸出事業用資産の利用実績の報告（証明の申請）

〔※供用日以後5年以内の日
の属する各年において必要です。〕

⑤ 輸出事業の用に供していることの証明

〔※当該輸出事業用資産を
輸出事業の用に供している
ことが証明された年度のみ
税制特例が適用となります。〕

⑥ 税務申告

地方農政局等^(注2)

税務署

（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） 輸出事業計画の相談・申請、実績の報告等は、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）に行ってください。

日本政策金融公庫によるスタンバイ・クレジット（日本政策金融公庫法の特例）



- 輸出の促進に必要な、海外での事業展開に関し、認定輸出事業者の海外現地子会社等が、海外に拠点を有する提携金融機関から現地通貨建ての融資を受けるにあたり、その債務を保証するために日本公庫が信用状（スタンバイ・クレジット）を発行することで、海外での円滑な資金調達を支援。

制度利用のメリット

■ 海外での円滑な資金調達

日本公庫が発行する信用状を担保に活用し、提携金融機関から円滑に日本公庫の信用力を勘案した金利で融資を受けることができる。

■ 為替リスクの回避

現地流通通貨にて借入を行うことで、現地の事業活動で得た資金をそのまま返済に充てることができ、資金調達・返済にかかる為替リスクを回避できる。

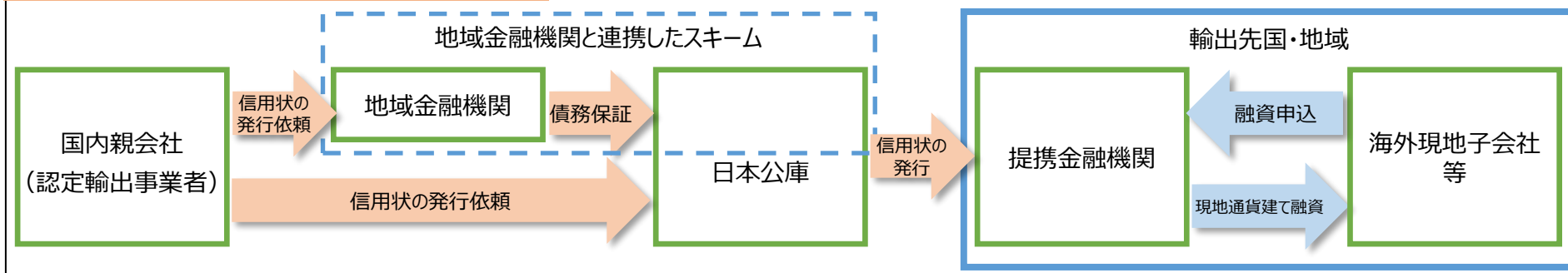
■ 国内親会社の財務体質の改善

海外現地子会社等が国内親会社から資金調達（出資受入や借入）する場合に比べ、国内親会社のバランスシートがスリム化できる。

■ 海外での経営管理体制の強化

本制度の利用をきっかけとして、提携金融機関との取引を開始・拡大し、海外での資金調達や情報収集の強化を図ることができる。

スキーム図



提携金融機関

- 平安銀行（中国） ■ インドステイト銀行（インド） ■ バンクネガラインドネシア（インドネシア） ■ 山口銀行（日本）【対象地域：中国】
- 名古屋銀行（日本）【対象地域：中国】 ■ 横浜銀行（日本）【対象地域：中国】 ■ KB 国民銀行（韓国） ■ CIMB 銀行（マレーシア）
- バルデ銀行（メキシコ） ■ メトロポリタン銀行（フィリピン） ■ ユナイテッド・オーバーシーズ銀行（シンガポール） ■ 合作金庫銀行（台湾）
- バンコック銀行（タイ） ■ ベト・イン・バンク（ベトナム） ■ HDバンク（ベトナム）（本店所在地の英語名のアルファベット順）

認定農林水産物・食品輸出促進団体（品目団体）

- 輸出品目ごとに、生産から販売に至る関係者が連携し、輸出の促進を図る法人を、国が輸出促進法に基づき「認定農林水産物・食品輸出促進団体」（認定品目団体）として認定する制度を令和4年10月より開始。
- 認定品目団体は、個々の産地・事業者では取り組み難い、非競争分野の輸出促進活動（市場調査、ジャパンブランドによる共同プロモーション）を行い業界全体の輸出を拡大。

認定制度

農林水産物・食品輸出促進団体（品目団体）

農林水産物・食品の輸出促進業務に、品目の生産から販売までの幅広い関係者が緊密に連携しオールジャパンで取り組む法人。

【必須業務】

- 輸出先国の市場・輸入条件（規制）等の調査・研究
- 商談会への参加、広報宣伝等による需要開拓
- 輸出に関する事業者への情報提供・助



商談会

【任意業務】

- 輸出促進に必要な包材・品質等の規格の策定
- 輸出の取組みを行う事業者から拠出金を収受し、輸出促進の環境整備に充てる仕組みづくり（任意のチェックオフ）

認定申請

輸出促進法※第43条に基づき認定

主務大臣
（農林水産大臣・財務大臣（酒類のみ））

※農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律

認定団体に向けた支援

認定団体は、法律により①～④の特例や援助が得られるとともに、品目団体輸出力強化支援事業等で優先的に採択。

- ① 中小企業信用保険法の特例、② 食流機構による債務保証、③ FAMICによる協力、④ JETROの援助

認定状況

令和4年10月の制度開始後、15品目7団体を認定。

認定団体名	対象とする輸出重点品目
（一社）全日本菓子輸出促進協議会	菓子
（一社）日本木材輸出振興協会	製材、合板
（一社）日本真珠振興会	真珠
日本酒造組合中央会	清酒（日本酒）、本格焼酎・泡盛
（一社）全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会	コメ・パックご飯・米粉及び米粉製品
（一社）全国花き輸出拡大協議会	切り花
（一社）日本青果物輸出促進協議会	青果物7品目※

※りんご、ぶどう、もも、かんきつ、かき・かき加工品、いちご、かんしょ・かんしょ加工品・その他の野菜



認定証授与式（農林水産物等輸出促進全国協議会総会内で実施）

<対策のポイント>

改正輸出促進法に基づき認定された農林水産物・食品輸出促進団体（いわゆる品目団体）等が行う業界全体の輸出力強化に向けた取組を支援します。

<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>

輸出重点品目（牛肉、コメ、りんご、ぶどう、茶、かんしょ、製材、ぶり、ホタテ貝等）について、改正輸出促進法に基づき認定された品目団体等※が、品目ごとに生産から販売までの業界関係者を取りまとめオールジャパンで行う、輸出力の強化につながる取組を、以下のメニューにより支援します。

※認定された団体及び認定に向け取り組む団体

<支援メニュー>

- ① 輸出ターゲット国の市場調査・規制調査
- ② 海外におけるジャパンブランドの確立
- ③ 業界関係者共通の輸出に関する課題解決に向けた実証等
- ④ 海外における販路開拓活動
- ⑤ 輸出促進のための規格の策定・普及
- ⑥ 国内事業者の水平連携に向けた体制整備
- ⑦ 輸出手続きや商談等の専門家による支援
- ⑧ 新規輸出国開拓に向けた調査及び輸送試験
- ⑨ 任意のチェックオフ制度導入に向けた体制整備

<事業の流れ>

※下線部は拡充内容



<事業イメージ>

- ①-例
 - ・ターゲット市場における木材製品の市場動向やニーズ、内装材・外装材などの製品規格等に関する調査
 - ・食肉加工品について、輸出先国ごとの添加物使用、成分表示等の規則の調査
- ②-例
 - ・輸出先国において、日本産青果物の産地情報をタグ付きマークにより確認できるシステムの導入・普及
 - ・日本産ほたて貝製品の偽造品の流通防止対策
- ③-例
 - ・かんしょの輸送時の腐敗防止技術の実証・普及
 - ・輸出先の飼料添加物の残留基準を満たす養殖実証
- ④-例
 - ・バイヤー向けセミナーの開催、品目専門見本市への出展等
 - ・コメ・コメ加工品の情報やECサイトを集約したプラットフォームサイトの構築
- ⑤-例
 - ・輸送資材や温度管理等、相手国ニーズへの対応（品質保持等）に必要な規格やマニュアル等の策定に向けた検討
 - ・策定した規格やマニュアル等の普及に向けた研修の実施や構成員による実装に必要な認証取得への支援
- ⑥-例
 - ・リレー出荷や大ロット確保に向けた、出荷時期・量・有機対応等の産地データベースの構築等
- ⑦-例
 - ・現地マーケットや規制に精通する専門家による会員への相談対応
- ⑧-例
 - ・鮮度保持や輸出規則対応の確認のための輸送実証
- ⑨-例
 - ・任意チェックオフ導入に向けた諸外国の事例調査や国内関係者を集めた検討会の開催、徴収体制の構築、徴収事務等



(参考) R3補正・R4当初品目団体輸出力強化支援事業等の交付決定者

令和3年度補正予算「品目団体輸出力強化緊急支援事業」、令和4年度当初予算「品目団体輸出力強化支援事業」の交付決定者は以下の14団体。
これらの団体が認定品目団体を目指していく中心的な役割を担うことが期待される。

団体名

日本畜産物輸出促進協議会

日本養殖魚類輸出推進協会

(一社) 日本青果物輸出促進協議会 ★12/5認定

(一社) 日本真珠振興会 ★10/31認定

(一社) 全国花き輸出拡大協議会 ★12/5認定

(一社) 全日本菓子輸出促進協議会 ★10/31認定

日本茶輸出促進協議会

全日本カレー工業協同組合

(一社) 全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会
★12/5認定

全国味噌工業協同組合連合会

(一社) 日本木材輸出振興協会 ★10/31認定

全国醤油工業協同組合連合会

日本はたて貝輸出振興協会

日本酒造組合中央会 ★12/5認定



加工食品輸出セミナー

ご清聴ありがとうございました



補助事業(加工食品クラスター/国際標準化)



大臣官房新事業・食品産業部 食品製造課
専門官 吉田 倫

加工食品クラスター緊急対策支援事業

【令和4年度補正予算額 650百万円】

＜対策のポイント＞

食品産業は、農林水産物を加工し付加価値を付け、毎日の食卓に並ぶ食品を供給する不可欠な産業であるとともに、地域経済や雇用を支え、同時に日本の食文化を守るために重要です。しかしながら、今後、人口減少により市場の喪失に直面するために輸出を一つの成長戦略にする必要はあるものの、食品事業者の大半を占める中小企業単独では輸出のノウハウも人材も無く、海外市場獲得のチャンスを逃しています。本事業では、地域の魅力ある食品の関係者が連携する輸出取組を支援します。

＜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＞

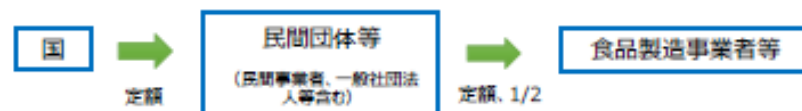
1. 加工食品のPR、実証試験、輸出人材育成等

加工食品の輸出について、新規開拓・商流拡大に向けたPRや実証試験、また、規制・ニーズに対応する商品の開発・改良、人材育成に係る費用を支援。さらには、輸出人材の育成を支援。

2. 輸出先国の規制等に適合した商品開発・改良のために必要な機械の改良・開発等

規制・ニーズ等に対応する新商品の開発・改良、大ロット製造のために必要な施設整備に係る費用を支援。

＜事業の流れ＞



＜事業イメージ＞

PR・実証試験・輸出人材育成等



展示会への参加



実証試験



海外プロモーション

機器の改良・開発等



規制に対応した商品開発



海外印字ラインの改良



大ロット製造施設整備

加工食品クラスターの4つの活動・3つの類型

地域には魅力ある食品が多く存在するにもかかわらず、中小企業を中心とする食品製造事業者単独では海外プロモーション、物流等におけるコスト削減、ブランドの確立、海外の市場調査・情報収集が困難な状況。このため、食品製造事業者等が協力して海外市場を開拓する取り組みが急務。

活動1. 共同での海外プロモーション

単独での海外展示会への参加はハードルが高い

- 共同して、国内外の見本市・展示会への参加。
- 海外バイヤーの招聘



活動2. 共同での配送

個々の事業者が小ロットでバラバラに輸出し物流コストが割高

- コンテナにおける混載、共同配送
- 地域が一体となった地方空港・港湾の利用

加工食品クラスター：3つの類型

類型1. 単一品目&地域性のある食品団体

- ・ 播州乾麺輸出拡大協議会
- ・ 鹿児島県天然つぼづり米酢協議会

類型2. 単一品目を束ねる輸出団体

- ・ 木桶仕込み醤油輸出促進コンソーシアム
- ・ 木桶仕込み味噌輸出促進コンソーシアム

類型3. 複数品目を地域単位での輸出団体

- ・ 愛知県食品輸出研究会
- ・ TEAM NAGANO

活動3. ブランドの確立に向けた協力

ブランドの明確化による国際競争力の強化

- GI、地域団体商標等の取得
- 有機JASの取得



活動4. 海外規制情報等の共有と協力

単独では海外ニーズ調査は困難であり、また各種の行政情報が流れてこないのが現状

- 海外のニーズ・規制（特に添加物、包材）情報の共有
- 農水省、JETRO等への相談や支援策の共同活用

加工食品輸出クラスターの先行事例①

播州乾麺輸出拡大協議会

【R2補正「地域の加工食品の国際競争力強化支援事業」活用】

乾麺の主要産地である兵庫県播州地区（姫路市周辺）は、国内市場が縮小する中、産地全体として乾麺の輸出に取り組む。

主な輸出取組

- ・ニーズ・規制調査、海外展示会・見本市への**共同出展・PR**
- ・海外での新規商流の開拓GIマーク取得に向けた検討
- ・輸出向けに必要な**共同利用施設整備**
- ・同一箇所からの**大ロットでの共同輸送・コスト低減**
- ・バイヤーを招聘し、製造地・製造所ごとの特徴をPR



木桶仕込み醤油輸出促進コンソーシアム

【R2補正「地域の加工食品の国際競争力強化支援事業」活用】

木桶仕込み醤油のブランディング確立によりハイエンド向けの輸出拡大を目指す。全国各地の木桶仕込み蔵元が参加。

主な輸出取組

- ・共同でブランド化（プレミアム、オーガニック、グルテンフリー）
- ・共同で棚確保（商談会参加）
- ・共同でプロモーション（展示会・海外メディアに特徴をPR、蔵元紹介）



加工食品輸出クラスターの先行事例②

鹿児島県天然つぼづくり米酢協議会

「黒酢」命名・発祥の地であり、米を原料に屋外で壺を使用して醸造する昔からの伝統的製法が認められ、2015年12月に初めてGI登録

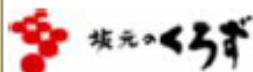
地域性品目

黒酢



構成員

坂元醸造



理事長

霧島市内の米黒酢メーカー



8社加盟

主な輸出取組

- GI制度の活用等を通じて“鹿児島の壺造り黒酢”の認知度を高め、輸出・国内流通を拡大することで、地方創生につなげる。
- 品質確保にかかる研究・分析・勉強会の組合内連携

愛知県食品輸出研究会

【R2補正「地域の加工食品の国際競争力強化支援事業」活用】

輸出先行事業者の平松食品を中心に一次製品・加工食品メーカー45社で構成され、地域のステークホルダーを巻き込み、商流連携・他社とのコラボ商品（味噌と抹茶アイス）開発。

構成員

平松食品



会長

県内メーカー



44社

- 海外市場情報提供
- プロモーション支援
- 規制対策・認証取得支援

ジェトロ名古屋

東海農政局

中部経済産業局

愛知県・市町村

金融機関

- 様々な商品の組み合わせによる食べ方や魅力発信
- 異業種とのコラボ商品の開発
- 混載・共同輸送

食品産業の国際競争力強化緊急対策事業のうち
加工食品国際標準化緊急対策

【令和4年度補正予算額 86百万円】

<対策のポイント>

加工食品の輸出にあたっては、輸出先国の規制に対応した色素、香料、甘味料等の食品添加物、容器等を使用する必要があります。また、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」（令和4年5月）においても、輸出を拡大する上で食品添加物の代替利用の促進を支援するとされました。本事業では、着色料以外の輸出先国の規制に適合した食品添加物の代替利用を促す早見表の作成や包材等の開発（国際標準化）を支援することで、食品添加物の代替利用を促し加工食品の輸出を促進します。

<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. 早見表作成等

主要な輸出先10ヶ国・地域について、用途、使用基準、規格の早見表の作成及び規制根拠の関連法規等を調査・整理する。

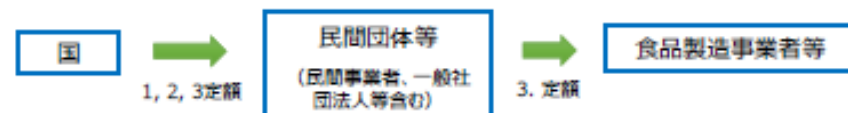
2. 研修会・勉強会の開催

食品添加物等の勉強会や研修会の開催等により知見を共有する。

3. 食品添加物・包材等の開発等

代替添加物・包材の開発及び必要な機器等、また、代替添加物・包材を使用した新商品の開発を支援する。

<事業の流れ>



<事業イメージ>

1. 早見表作成等

国別・添加物種別の代替添加物「早見表」を作成

国名	品名	色	形状	アミノ酸	EU 規格番号	規格	規格	規格
アメリカ合衆国	Acetate Ester	黄	粒	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール
アメリカ合衆国	Acetate Ester	黄	粒	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール
アメリカ合衆国	Acetate Ester	黄	粒	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール
アメリカ合衆国	Acetate Ester	黄	粒	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール
アメリカ合衆国	Acetate Ester	黄	粒	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール
アメリカ合衆国	Acetate Ester	黄	粒	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール
アメリカ合衆国	Acetate Ester	黄	粒	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール
アメリカ合衆国	Acetate Ester	黄	粒	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール
アメリカ合衆国	Acetate Ester	黄	粒	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール
アメリカ合衆国	Acetate Ester	黄	粒	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール	2,2,2,2-テトラフルオロエタノール

2. 研修会・勉強会の開催



研修会による知見の共有

3. 代替品の開発、
新商品の開発等



新商品の開発に必要な分析機器等

【お問い合わせ先】 大臣官房新事業・食品産業部食品製造課（03-6744-2068）



加工食品輸出セミナー

ご清聴ありがとうございました



国際規格（ISO23412）概要 ～小口保冷配送サービス～



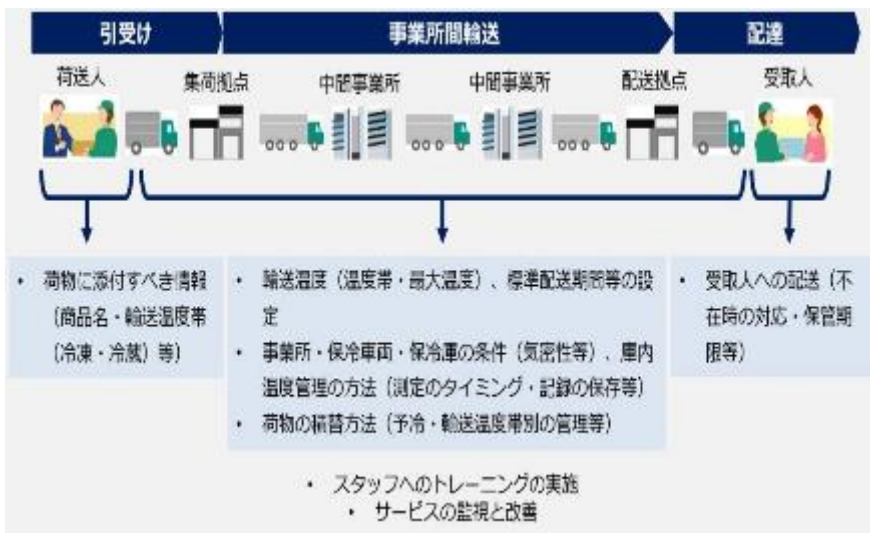
大臣官房新事業・食品産業部 食品製造課
基準認証室国際班 課長補佐 新藤 千絵

小口保冷配送サービスに関する国際規格発行（ISO 23412）

- アジアでは、eコマース市場の急速な発展等に伴い、冷凍食品などの温度管理を伴う輸送需要が高まっており、小口保冷配送サービスへの需要の増大が見込まれる。一方で、安価ではあるが低品質なサービスが存在することから、消費者の信頼醸成などが課題。
- 日本主導で小口保冷配送サービスに係るISO規格を開発し、2020年5月に発行。
- 現在、アジア各国に向けて普及促進のための取組を実施。
- 2023年2月25日、当該ISO規格に基づき、JIS Y23412を制定。

ISO 23412（小口保冷配送サービス）規格概要

輸送過程での積替えを伴う保冷荷物の陸送において適切な温度管理を実現するための作業項目

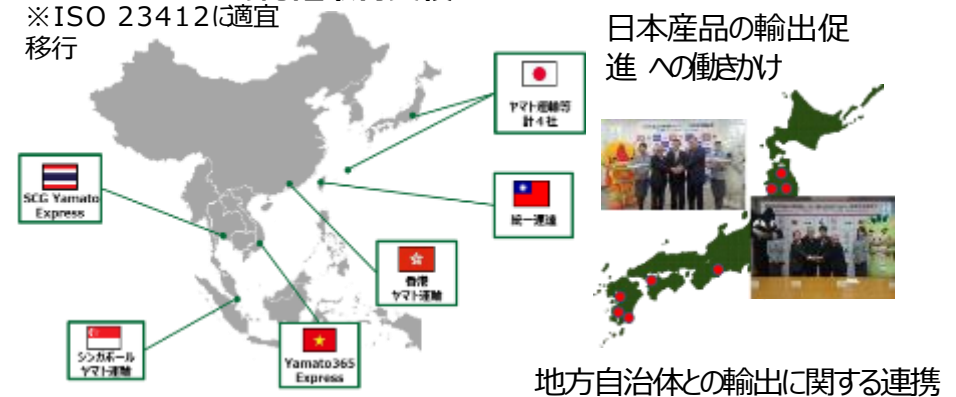


出典：経済産業省

事業者による規格活用と官民連携による普及促進

● PAS 1018の認証取得実績

※ISO 23412は適宜移行



● 官民連携での普及活動

- ✓ 物流政策対話の活用
- ✓ 標準化関連会議、フォーラムでの紹介
- ✓ 物流ガイドラインへの採用など

健全な物流市場形成による保冷宅配市場の創出



加工食品輸出セミナー

ご清聴ありがとうございました



地理的表示（GI）保護制度



輸出・国際局 知的財産課
課長補佐 加藤美奈

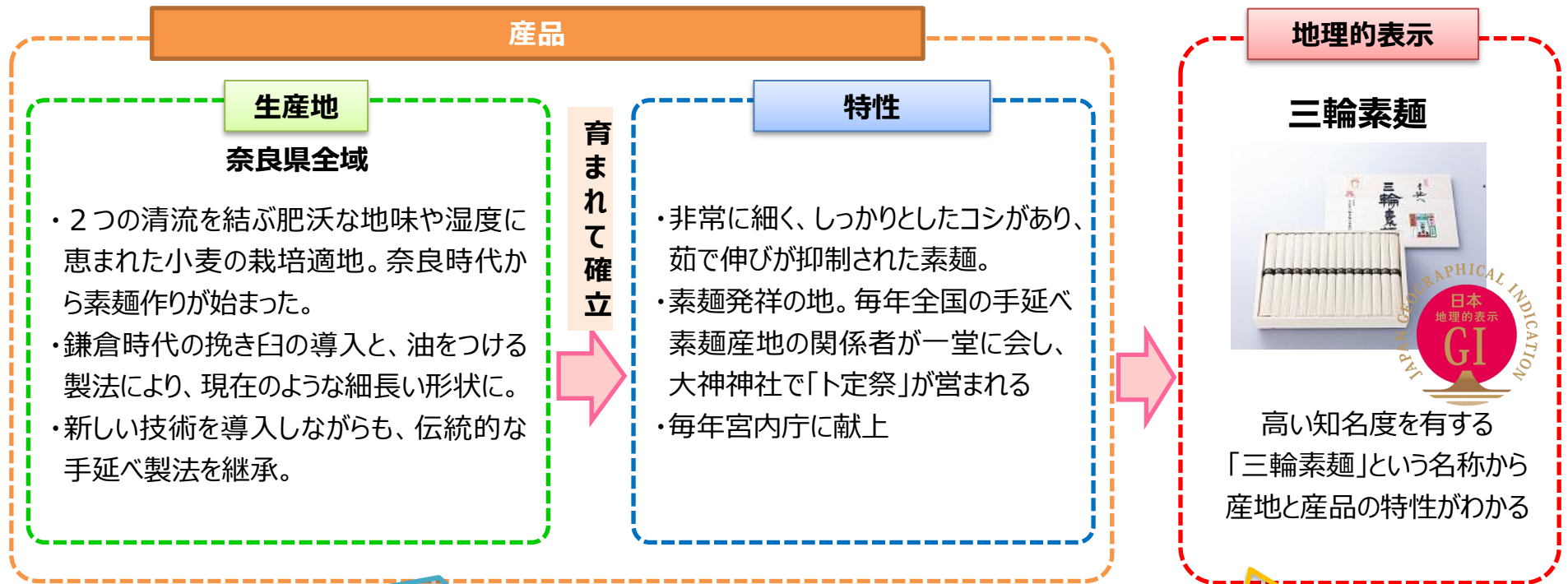


地理的表示（G I）保護制度の概要

農林水産省知的財産課

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**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**。



- 地理的表示は、生産者団体が製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。

G I 登録の現状

121産品
(令和5年1月31日時点)

※「CraftMAP」を使用

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
94.八代特産晩白柚
95.八代生姜
111.くまもと塩トマト
【大分】
22.くにさき七島蘭表
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

【沖縄】
44.琉球もろみ酢

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.大栄西瓜
【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
124.サヌキ白みそ
【愛媛】
10.伊予生糸
【高知】
96.物部ゆず

沖縄

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

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

北陸

【新潟】
29.くろさき茶豆
81.津南の雪下になじん
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
126.飛騨牛
【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

東北

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.山形ろ・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 123.伊達のあんぼ柿
125.たむらのエゴマ油

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.西浦みかん寿太郎

※この他、プロシュット ディ パルマ(イタリア)、ルックガン ライチ(ベトナム)、ピントウアン ドラゴンフルーツ(ベトナム)も登録されている。

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

ー地域産品・日本産品のマーケット拡大、所得・地域の活力の向上ー

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GI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访。



観光列車の例：「観光特急しまかぜ」
(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

- 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 外国産品との差別化

■ 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**」と差別化すべくGIを取得。ブランドの取組を一層強化。

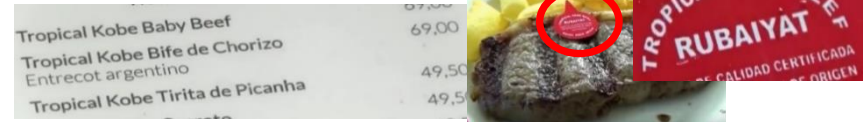


➡ **2021年の輸出額が2016年比で4.4倍増に**

2 外国政府によるG I 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**

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**

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**

加工品のGI申請の推進

○ GIは本来、加工品にとっても使い易い制度。昨年11月には、**GI申請に向けた合意形成にかかる負担軽減等**により、**多様な製品の登録**に繋げるよう、GI制度の運用を見直し。

よくある誤解



申請前に、団体の構成員が使用しているブランド名を統一しなければならない。



登録名称と同一性があれば（例：霞が関うどん＝霞が関手延うどん）は登録後も使用可能です。

申請書に生産の方法を記載するため、申請前に、構成員の全ての生産行程を統一しなければならない。



申請書に記載する生産行程は、特性の付与に関係するもののみで足ります。

加入の自由により、有象無象の生産者が加入して、ブランド価値が棄損されるおそれがある。



「加入の自由」は、同一条件下にある生産者間の差別的取扱を禁じるものです。製品のブランド価値の維持や、製品の特性の付与・保持のための条件など加入可能な生産者に必要な条件を付すことはできます。

他製品と比較して品質的に優れていないと登録されない。



地域ならではの自然的・人文的・社会的な要因・環境による品質、製法、評判等の特性があれば登録可能です。

原材料を生産地外から調達している場合は登録されない。



生産地の原材料であることが特性の付与に不可欠でなければ、原材料の調達先は生産地外であってもかまいません。

一部県外の工場で生産している場合や生産行程の一部を県外で行っている場合は登録されない。



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、これらの地域全体を生産地として登録可能です。

登録後、生産者団体は、各生産者の各生産行程の実施状況を確認するとともに、農水省にその実績を、毎年報告しないといけない。



実績報告書は廃止されました。各生産者の生産行程は、疑義等が生じた際に確認するために必要な記録の保存と定期的な手順の検証がされれば足り、毎年、生産者団体による各生産者の実施状況の確認は不要です。



加工食品輸出セミナー

ご清聴ありがとうございました



輸出支援プラットフォーム



輸出・国際局 国際地域課 企画班
国際専門官 三島 真理

輸出先国・地域における支援体制の強化

令和5年2月

農林水産省



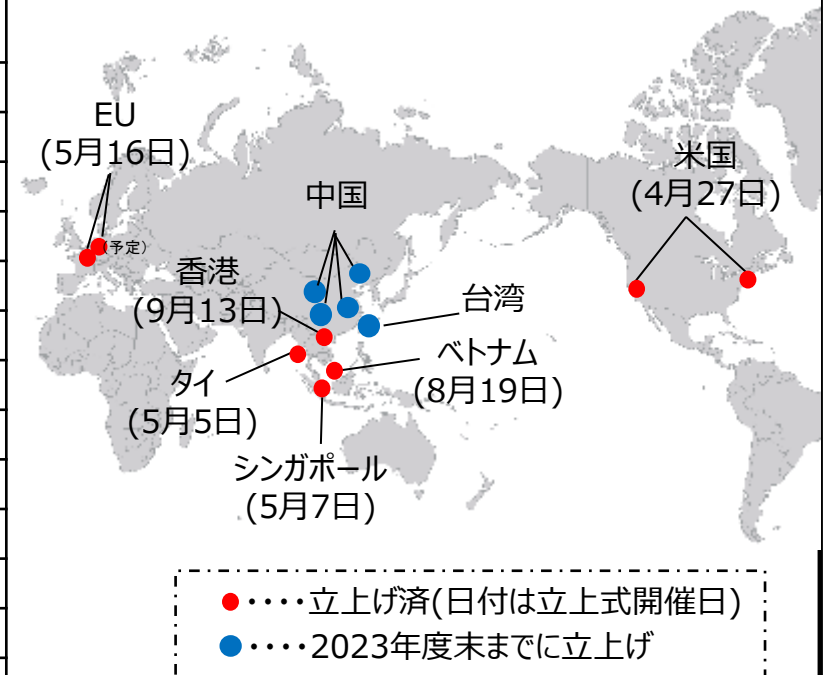
JETRO



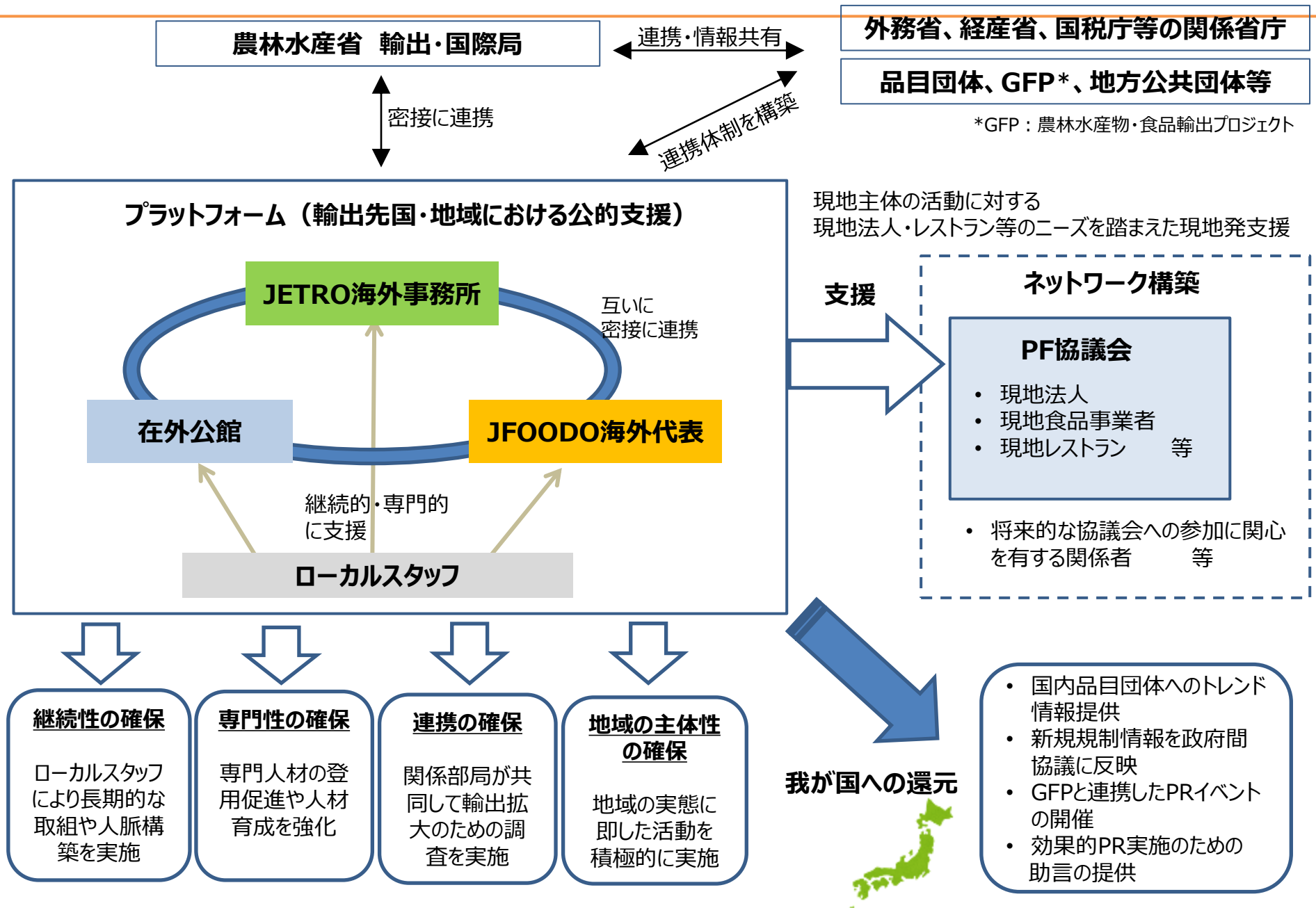
輸出先国・地域における包括的・専門的・継続的な支援体制の強化

- 輸出支援プラットフォームは、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」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**するため設立。
在外公館、JETRO海外事務所、JFOODO海外駐在員が主な構成員。
- まずは、2023年度末までに米国、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国・地域

プラットフォーム設置 国・地域	事務局設置都市(候補)
米国	ロサンゼルス
	ニューヨーク
EU	パリ
	(ブリュッセル)
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

現地発の情報発信 (カントリーレポートの作成)

市場・規制の全体像や変化など、現地発の有益な情報をカントリーレポートとして取りまとめ、品目団体や事業者が発信。**第1弾のレポートを令和4年11月22日公表。**



カントリーレポートの完成を受け、現地PFによるWEB説明会を開催。

(左) 全体レポート・ウェビナー

(右) 品目別レポート個別情報交換会

オールジャパンでのPR活動

新たに設ける「都道府県・輸出支援プラットフォーム連携フォーラム」などで都道府県等の意向を把握した上で、現地主導によるオールジャパンでのプロモーション活動を実施。



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 (アメリカ)



品目団体、複数都道府県と協力し、日本産米認知度向上イベントを実施 (シンガポール)

新たな商流の開拓

現地発の戦略の下、現地パートナーと連携しつつ、日本産同士の競合とならない**新たな商流を開拓。**



サブカルチャーの祭典Japan Expoで日本のコンビニ風の展示を行い日本産食材をアピール (フランス)



これまで接点のなかった米軍施設内でテストショップを開店 (アメリカ)

現地事業者との連携の強化

現地の流通に精通する**日系・非日系の現地事業者との連携を強化**し、商流構築や日本食普及を推進。



品目団体や現地事業者と連携して、食の大型展示イベントで日本産米のプロモーションを実施 (香港)



バンコク都内150店、地方86店の地元飲食店と連携し、「本物の『Made in Japan』を味わおう！」キャンペーンを実施 (タイ)



現地最大級の食品見本市にジャパンバザールを設置、日本の事業者70社以上の食品を出品し、現地バイヤーとの商談をアレンジ (ベトナム)

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



プロモーション・スケジュール

新出作物・プラットフォーム設置開始（予定あり）にあわせて、令和4年度の農産物収穫、園遊会、シェトロ市場、JFOODが主催地から出展するイベントの年間スケジュールは随時追加更新していく予定です。変更は追加する可能性があるので、最新の情報は日曜版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開催日（1850分）※2023年10月18日（日）

セミナー案内

- ・タイ保護畜舎展示431号「鶏産子給水・生動物水供給」及432号「鶏産子給水・生動物水供給のラベル表示」に関する発表者説明会（のご案内12023年10月24日14時30分～15時30分（1日収録）、16時30分～17時30分（1日収録））

その他参考情報

農林水産省

令和4年度新出作物・施設における環境の改善に関する調査

「海外展開に際しては必ず事前に地域の情報と現地の方から情報収集及び関係者への情報収集」

- ・ [シェトロ市場](#)
- ・ [タイ](#)
- ・ [ベトナム](#)
- ・ [中国](#)
- ・ [インド](#)

ご質問・お問い合わせ

農林水産省、施設輸出支援プラットフォームを運営したシェトロ市場事務局では以下の項目についての相談を受け付けております。新出作物・海外展開の業務のご相談に対しては、最速でのシェトロにて承ります。

1. シェトロレポートの作成
2. 現地の農林水産物、食品のプロモーション情報
3. 農林水産物、食品企業に関し、これから実際に輸出したい企業を募集中に出している現地法人からの相談
4. 海外販路プラットフォームの運営や稼働に関するご質問等

プラットフォーム設置国・地域	事務局設置都市	担当官	電話番号	E-mail アドレス
本国	ロサンゼルス	水野	1-213-634-6855	bgy-1850@jfood.go.jp
	ニューヨーク	上田	1-212-997-5400	bgy-1850@jfood.go.jp
EU	パリ	内務	33-1-462-83-27-27	food-pro@jfood.go.jp
	バンクーバー	内務	65-2-253-6441	ThaiSE_Lapwan@jfood.go.jp
ベトナム	ホーチミン	内務、スシ	84-28-3831-6968	VNE_Lapwan@jfood.go.jp
	シェンゼン	農産物輸出	86-4021-8134	SEA@jfood.go.jp
中国	上海	農産物	86-21-6270-0499	PCO-food@jfood.go.jp
	北京	内務	86-10-6513-7077	pcd@jfood.go.jp
	香港	内務	86-20-4752-0060	pcg-mkt@jfood.go.jp
	成都	内務	86-28-82746668	pcn@jfood.go.jp
韓国	釜山	内務	82-51-2524-4667	hgm-mkt@jfood.go.jp

※1. 農林水産省シェトロ市場では、輸出農産物・食品の輸入規制や日本政府の輸出規制等の発行手続等についての相談は、元日に受け付けを調整しております。各々の国や地域に於ける農林水産物・食品に関する法規制を随時掲載しています。

シェトロ 農林水産・食品部

TEL: 03-3502-4965
E-mail: AFR@jfood.go.jp

令和5年度における発酵食品に関するPFの活動

1. 発酵食品のプロモーションに特に関心が高いPF

- **米国**

健康志向等のトレンドもあり過去のプロモーションもフォローアップ。
PF協議会に分科会を設置。発酵文化発信を議論。

- **EU**

複数の商品を展示し違いを示すプロモーションを予定。

2. カントリーレポート

- **米国** 品目レポートで発酵食品を検討中

- **EU** 品目レポートで味噌を検討中

* 記載の内容は【検討中】の案です。内容の変更、中止等があり得ますのでご注意ください。

* この活動案について照会をすることにより、参加を強制したり、品目団体の活動に干渉するものではありません。



加工食品輸出セミナー

ご清聴ありがとうございました



新規輸出1万者支援プログラム



中小企業庁 経営支援部 創業・新事業促進課
係長 高橋 周平

新規輸出1万者支援プログラム について

令和5年

中小企業庁 経営支援部 創業・新事業促進課

新規輸出 1 万者支援プログラム：政策の背景

- **現在の円安は、輸出を新たに始める観点からは好機でもあります。**この機を逃さず、これまで輸出をしたことがない中小企業・地域企業でも、その準備や具体的な商談・輸出を速やかに進められるよう、令和4年10月に閣議決定された経済対策に、「**新規輸出 1 万者支援プログラム**」が盛り込まれました。

円安は、これまで輸出に積極的ではなかった中小企業等が輸出を開始し、海外市場を開拓していく契機となり得る。全国の商工会・商工会議所が輸出に関心のある企業を掘り起こし、専門家が伴走型支援を行うとともに、輸出向け商品開発、ブランディング・プロモーション、輸出商社等との連携強化、E C サイト等を活用した販路開拓強化に取り組む中小企業等を支援するなど、「新規輸出中小企業 1 万者支援プログラム」を推進する。（令和4年10月28日「物価高克服・経済再生実現のための総合経済対策」）

- 上記の経済対策を裏付ける令和4年度第 2 次補正予算が成立したことを受け、**令和4年12月からプログラムを開始**しました。
- 経済産業省、中小企業庁、JETRO及び中小機構が一体となり、全国の商工会・商工会議所等とも協力しながら、**①新たに輸出に挑戦する事業者の掘り起こしや、②専門家による事前の輸出相談、③輸出用の商品開発や売込みにかかる費用への補助、④輸出商社とのマッチングや E C サイト出展への支援、などを一気通貫で実施**します。

新規輸出 1 万者支援プログラム

- 商工会・商工会議所・中小企業団体中央会・金融機関等の協力を得て、**輸出の可能性を秘めた事業者を掘り起こします**。
- ポータルサイトで登録した中小企業に、**個別カウンセリングで最適な支援策を紹介**します。

商工会

商工会議所

中小企業団体中央会

金融機関

など

周知・紹介

新規輸出に挑戦する事業者

登録

JETRO「新規輸出1万者支援プログラム」ポータルサイト・相談窓口

個別カウンセリングで支援策を提案

輸出相談

- 輸出に精通した専門家が輸出の可能性について個別相談
- 輸出に向けた経営計画の立案から具体的な準備まで伴走支援

ものづくり補助金 持続化補助金

- 輸出向け商品に必要な設備導入の補助
- PR動画やSNS発信の補助
- 越境ECサイトに掲載するウェブページ作成の補助

JETROによる支援

- 海外ECサイトを活用した販路開拓支援
- 輸出商社とのマッチング
- 専門家による伴走支援
- 新輸出大国コンソーシアム支援機関と連携した支援

ポータルサイトで登録して個別カウンセリング

- 輸出に関心があれば、まず、ジェトロの専用ポータルサイトで登録してください。
- 登録後、ジェトロの専門家が個別にカウンセリングして支援策を提案させていただきます。

JETRO
日本貿易振興機構(ジェトロ)

海外ビジネス情報 ▼ サービス ▼ 国・地域別に見る ▼ 目的別に見る ▼ 産業別に見る ▼

◆ 新規輸出1万者支援プログラム:「はじめて輸出」を応援します



新規輸出1万者支援プログラム

「はじめて輸出」を応援します※

たとえば、こんなお悩みありませんか

- 海外との取引は全く経験がないのですが…
- 最少し試してみたことあるけど…
- 海外のたくさんの方に自社製品を知ってほしい！
- 欧州にも輸出してみたい
- 〇〇は輸出しているけど、新たに〇〇も輸出してみたい
- 現地のバイヤーとの交渉に自信がありません
- ブランディングやプロモーションの方法は？
- 容器サイズやラベルデザインにルールはありますか？
- 現地の売れ筋商品は？価格設定は？

それぞれの皆様に最適なサポートをご提案します。

まずはプログラムにご登録ください。
ご登録は無料です。

 **ご登録** 

※初めてジェトロのサービスを利用する方は「お客様情報登録」が必要です。
※既にジェトロのサービスを利用された方もこちらからご登録ください。

プログラムの流れ

step 1

お申込み



本プログラムにお申込みいただくと、ジェトロ内のデータベースに登録されます。

step 2

ジェトロのカウンセリング



ジェトロから、より詳細な輸出希望を確認するために電話もしくはオンライン面談させていただきます。

step 3

ジェトロ事業もしくは支援機関のサービスのご提案



貴社の希望をもとに、貴社の状況にあった最適なジェトロ事業、支援機関のサービスをご提案します。経営戦略からの支援を希望している場合は中小機関に取り次ぎます。ターゲット国の市場構造、競合商品などの情報なども提供します。

step 4

ジェトロBtoBマッチングサイトに登録



ジェトロBtoBマッチングサイト(e-VenueとJapan Street)に商品を登録いただき、バイヤーが探している商品をジェトロが紹介します。

step 5

輸出に向けて各種サービスに参加



輸出商談の事前準備後、商社マッチング、国内外の商談会・展示会、越境EC、ハンズオン支援事業に参加。売り込み先のバイヤーを発掘。

step 6

輸出契約締結、輸出開始！



バイヤーとの取引条件を整え、契約を締結。輸出開始です。商品開発・改良、ブランディングもサポートします。

輸出相談（中小機構による伴走型ハンズオン支援）

- 輸出を検討中の中小企業を対象に、中小機構に登録された**専門家が輸出の可能性について相談に応じます。**
- その上で、**専門家による伴走支援で海外展開に向けた経営計画の立案、具体的な準備項目の抽出**を行います。

輸出の可能性について個別相談

- ①輸出の形態や展開方策を選択し、課題を洗い出し
- ②課題を解決して輸出を実現するための具体的な対策を提案
- ③既存事業を継続しつつ輸出を始めるための経営上の注意点を助言



海外展開に向けた経営計画の立案・具体的な準備を伴走支援

- ①専門家が個別に、経営計画の立案から具体的な準備まで伴走支援
- ②輸出開始後も、経営計画の見直しや輸出の成果を高める方策を助言

ものづくり・商業・サービス補助金

- 令和元年度補正予算からグローバル展開型を創設し、海外事業の拡大・強化等を目的とする設備・システム投資等を補助します。
- 今回、グローバル展開型をグローバル市場開拓枠に改め、支援内容を拡充します。
- 具体的には、補助下限額を1,000万円から100万円に引き下げ、ブランディングやプロモーション等に要する費用を補助対象経費も補助する類型を設けます。

グローバル市場開拓枠の内容

類型	補助率	補助額	補助対象経費
1.海外直接投資 2.海外市場開拓 3.インバウンド市場開拓 4.海外事業者との共同事業	1/2 小規模事業者 ・再生事業者 の場合 2/3以内	<u>100万円</u> ～3,000万円	①機械装置・システム構築費、②技術導入費、③専門家経費、④運搬費、⑤クラウドサービス利用費、⑥原材料費、⑦外注費、⑧知的財産権等関連経費、⑨海外旅費、 <u>⑩広告宣伝・販売促進費（類型2.海外市場開拓の場合）</u>

小規模事業者持続化補助金

- 小規模事業者が自ら経営計画を策定し実施する、越境ECサイト構築、越境ECサイトへの出展や海外の展示商談会への参加などを含む販路開拓や、販路開拓等と併せて行う業務効率化の経費を補助します。

小規模事業者持続化補助金の内容

類型	補助率	補助額	補助対象経費
1.通常枠 2.賃金引上げ枠 3.卒業枠 4.後継者支援枠 5.創業枠 6.インボイス枠	2/3 ②のうち 赤字事業者は 3/4以内	50万円 ～200万円 【インボイス特例】 インボイス発行事業者に転換する事業者が申請する場合は、一律補助上限を50万円引上げ。	①機械装置等費、②広報費、③ウェブサイト関連費、④展示会等出展費、⑤旅費、⑥開発費、⑦資料購入費、⑧雑役務費、⑨借料、⑩設備処分費、⑪委託・外注費

※【インボイス特例】は、令和4年度第2次補正予算により拡充。それに伴い、「⑥インボイス枠」は終了。

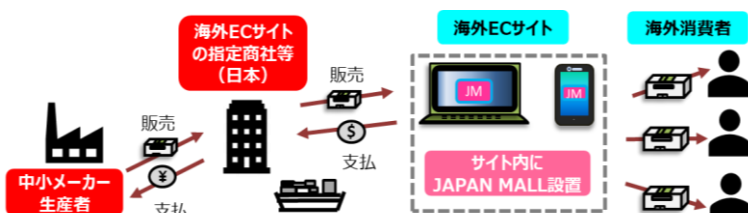
※令和元年度・3年度補正予算事業において「インボイス枠」で採択された事業者は、令和4年度第2次補正予算における補助上限上乗せ（インボイス特例）の対象外。

ジェットロによる支援

- 様々な商品を対象に、海外ECサイトを活用した販路開拓支援、輸出商社とのマッチング支援、専門家の伴走支援などを通じ、新規輸出に挑戦する事業者を後押しします。

①海外ECサイトを活用した販路開拓支援

- 海外ECサイトに日本商品特設サイト JAPAN MALLを設け、日用品や食品等日本商品の販売を支援。
- 海外ECサイトの商品買付けをジェットロがサポートし、原則、国内納品・国内買取・円建て決済で取引が完結。複雑な輸出手续が不要なため初心者も輸出しやすい。



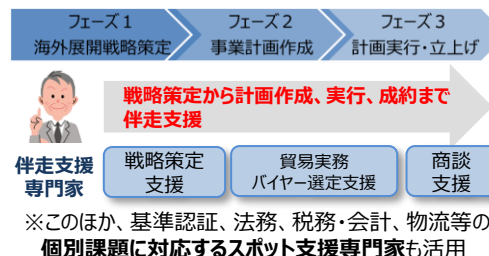
②輸出商社とのマッチング

- 国内の輸出商社とのマッチングを支援。
- 貿易実務や現地販売などを輸出商社に託せるため、日本にいながリスクを抑えた輸出が可能。



③専門家による伴走支援

- 各国・地域に精通した専門家が継続的に訪問相談・商談同席・海外同行などにより伴走支援。
- 輸出に必要な金融、知財等に係る関連機関の支援策も紹介。



④その他の支援

- **中小企業海外展開現地支援プラットフォーム**：現地に精通したコーディネーターが、個別の相談に応じて、市場調査・相談、連携する現地企業のリストアップ、商談アポイントメント取得などのサービスを提供。
- **海外見本市・展示会/商談会の出展支援** など

新規輸出 1 万者支援プログラムのチラシとポータルサイト

- 新規輸出 1 万者支援プログラムのチラシとポータルサイトは以下の通りです。

■ 新規輸出 1 万者支援プログラム チラシ

https://www.jetro.go.jp/ext_images/ichiman-export/pdf/doc1216.pdf

■ 新規輸出 1 万者支援プログラム ポータルサイト

<https://www.jetro.go.jp/ichiman-export.html>

加工食品輸出セミナー

ご清聴ありがとうございました



ジェトロのECビジネス支援



日本貿易振興機構（ジェトロ）デジタルマーケティング部
課長 木村 玲子

ジェトロのECビジネス支援の 取り組みのご紹介

日本貿易振興機構（ジェトロ）

デジタルマーケティング部

2023年2月

ジェトロのECマース支援サービス

- ジェトロは海外のECサイトを活用し、日本企業の海外への販路開拓を支援。
- ジェトロのオンラインカタログサイト等を活用し、海外バイヤーとのマッチング、販路開拓を強化。

Japan Mall (海外のECサイト B to C)

海外ECサイトに
売り込む

海外の主要ECサイトにおける日本商品の
買取販売を支援

2022年度の事業登録者数は約2,300社(23年1月時点)。本年度より、Japan Streetと商品データを一元化し、海外ECバイヤーへの商品提案を拡充して、日本商品の販路開拓を強化。

日本商品のプロモーション例



Qoo10(韓国)特集ページ

連携先海外ECサイト例

※連携先は60以上



中国No.2のEC内に
日本酒館を開設



英国大手ネットスーパーに日
本食品特設サイトを設置



韓国の大手ECモールと
連携



シンガポールの食品分野
のトップECと連携

Japan Linkage (海外のECサイト B to B)

世界中のバイヤー
を見つける

世界の主要通年型オンライン展示会
にジャパン・パビリオンを展覧

2022年度は、世界最大級の通年型オンライン展示会であるAlibaba.comをはじめ計4つのプラットフォームへ延べ1,000社以上の展覧を支援。うち約2割が食品分野。

Alibaba.comのジャパン・パビリオン



Japan Store (海外ECサイト B to C)

直接、海外消費
者に売り込む

米国・Amazon上に「Japan Store」
を設置、中小企業の出品・販促を支援
2021年11月にサイト開設、約1,100社が
参加。35,000商品（食品も含む）以上が
出品。(23年1月現在)



JAPAN STORE
目から見て米国向け販売EC
チャレンスにまい進



Japan Street (ジェトロのECサイト B to B)

ジェトロが招待した
バイヤーを紹介

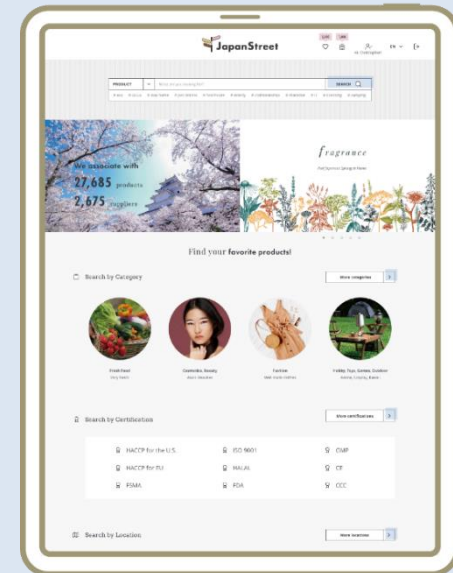
ジェトロが招待した海外バイヤー専用
のオンラインカタログサイト



約3,900社が31,000商品を
登録。うち20,000商品以上が
食品分野。

約80カ国・地域1,800超のバイヤーが登録・活
用。(23年1月現在)

サイトイメージ



ジェトロのEC事業比較表（23年度）

事業名	JAPAN MALL	JAPAN STREET	JAPAN STORE	JAPAN LINKAGE
				
概要	世界各国のECバイヤーへの商品紹介	ジェトロのカタログサイトへの商品掲載	米国Amazonへの出品	海外の通年型オンライン展示会への出展
おすすめポイント	国内納品／買取で取引が完結！ バイヤー買取により商品の返品リスク無し！	ジェトロが招待した有力海外バイヤーが参照する カタログサイトへ無料掲載！ 海外バイヤーからの引き合いチャンスを最大化！	米アマゾン上の日本企業特設サイトに商品掲載！ はじめて企業は出展を個別サポート！	出展料もジェトロが一部補助！ ※中堅・中小企業のみ 出展・マーケティングを主催者が支援！
実施期間	常時実施 ※バイヤーによっては早期終了	常時実施	2023年4月～2024年3月	2023年4月～2024年3月
企業募集期間	常時募集 ※Japan Streetへの登録によるエントリー	常時募集	基本プラン：3月中～2023年12月（予定） プレミアムプラン：3月中～2023年9月（予定）	2023年2月～9月 ※展示会によって異なる
連携先	約60のECサイト	—	Amazon.com、 Amazon Business（米国）	Alibaba.com（中国）、 Virtual Expo（フランス）、 RangeMe（米国）
費用	無料プラン／有料プラン ※サンプル費、送料等、別途発生の可能性有	無料	基本プラン：無料 プレミアムプラン：有料 ※Amazon月額手数料など参加者負担有	有料 ※展示会によって異なる
対象企業	日本企業・海外進出日系企業	日本企業・海外進出日系企業	日本企業・在米日系企業 ※プレミアムプランは中堅・中小企業のみ	日本企業
対象分野	食品・飲料、日用品、ファッション、 ビューティー・ヘルスケア、伝統工芸品等	食品・飲料、日用品、ファッション、 ビューティー・ヘルスケア、伝統工芸品等	食品・飲料、日用品、ファッション、 ビューティー・ヘルスケア、伝統工芸品等	機械・部品、電気・電子製品、食品・飲料、 日用品、ファッション、ビューティー・ヘルスケア等 ※展示会によって異なる
バイヤー対象国	中国、米国、英国、ドイツ、フランス、 シンガポール、ベトナム、メキシコ、南アフリカ等 約18カ国・地域	全世界（約80カ国・地域）	米国	全世界（約150カ国・地域）

各事業詳細は以下サイトをご覧ください

■ JAPAN MALL https://www.jetro.go.jp/services/japan_mall

常時募集

■ JAPAN STORE https://www.jetro.go.jp/services/amazon_japan_store

■ Japan Street https://www.jetro.go.jp/services/japan_street

常時募集

■ Japan Linkage https://www.jetro.go.jp/services/japan_linkage



米国向けのBtoBオンライン展示会
「Range.me」（対象：食品分野、日用品等）

現在、参加を募集中！

申込締切：2023年3月3日（金）

募集要項はこちら：

[rm_bosyuyoukou_finalized.pdf \(jetro.go.jp\)](https://www.jetro.go.jp/rm_bosyuyoukou_finalized.pdf)

加工食品輸出セミナー

ご清聴ありがとうございました



輸出規制等対応事業



輸出・国際局 輸出支援課
課長補佐 春名 美香
課長補佐 浦杉 敬助

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〕）

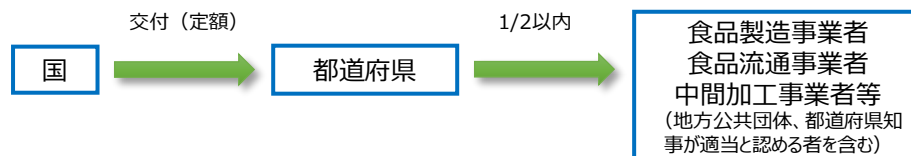
<事業の内容>

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>

排水溝



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・食品の輸出を目指す皆様へ

輸出先国の規制・条件に対応した施設・機器の整備とHACCP等の施設認定・認証取得を一体的に支援します！

例えば・・・次のようなことで困っていませんか？

- ・対米・対EU輸出に際し、施設の認定を取得するための衛生設備の整備や、HACCPに沿った衛生管理をする必要がある。
- ・輸出先国のバイヤーから国際認証（ISO22000、FSSC22000等）の取得を求められ、認証の要求事項に対応した施設整備や活動が必要である。

令和4年度補正予算「HACCPハード事業」でできること

交付率：1/2 交付額：250万～5億円

＜ハード対策＞



＜ソフト対策＞



詳細については、裏面（次ページ）を参照下さい

食品製造事業者等の方が対象です。

MAFF
Ministry of Agriculture,
Forestry and Fisheries
農林水産省

GFP 農林水産物・食品
輸出プロジェクト



HACCPハード事業の概要

予算	事業実施主体	概要	交付額	交付率
R 4 補正予算 60 億円 [食品産業の輸向け HACCP等対応施設 整備緊急対策事業]	食品製造事業者、食品流通事業者、中間加工事業者など	①施設等整備事業 輸出先国の政府機関が定める、HACCP等の要件に適合する施設の認定、ISO22000、FSSC22000、IFS-C、有識JAS等の認証取得に必要な施設・設備の整備（新設・増築（掛かり増し分）、改修）及び機器の整備 ②効果促進事業 認定・認証取得に向けたコンサルティング費や取得後の適切な管理・運用を行うための人材育成に係る研修費等（①の事業費の20%以内）	上限5億円 下限250万円	1/2

施設等整備事業

施設等整備の例

- ・排水溝、床、壁等の改修
- ・温度管理を要する冷蔵・冷凍庫の導入
- ・汚染区と清浄区の区分（パーティション）
- ・異物混入を回避する専用ミキサーの導入



施設の衛生管理の強化に向けた排水溝、床、壁等の改修

効果促進事業

認定・認証に必要なコンサルティングの例

- ・従業員へのHACCPの教育
- ・HACCP導入に関する指導
- ・衛生管理手順作成の助言
- ・指摘事項の改善に対する指導



従業員へのHACCP教育



HACCP計画の実践

事業実施後に認定・認証を取得する必要があります。

募集期間

2022年 12月2日 ～ 2023年 1月26日 ※1

計画を作成する前に、まずは都道府県窓口へ相談を！

12月2日：事業実施計画※2と輸出事業計画※3の受付
（受付後、都道府県等による審査の過程で計画書の修正等に2ヶ月程度有します。）

2023年3月上旬：事業者へ採択の連絡

まだ終わりはではありません！！

最終版の事業実施計画と輸出事業計画と共に、都道府県に補助金の交付申請を行います。

3月下旬：交付決定、HACCPハード事業の着手

※1 締切日は各都道府県により異なりますので都道府県窓口にて確認願います。

※2 事業実施計画とは、HACCPハード事業を活用して行う施設等整備事業や効果促進事業、輸出目標等に関する計画です。

※3 輸出事業計画とは、我が国で生産された農林水産物または食品の輸出のために行う生産・製造・加工の合理化等に関する計画です。
計画は交付決定時までに大臣認定を受ける必要があります。

※4 本事業への申請までにGFPへの登録が必要です。
登録には、一定期間を要します。

お問合せ先

北海道農政事務所 生産経営課農産部 事業支援課 TEL:011-330-8810
東北農政局 経営・事業支援部 輸出促進課 TEL:022-221-6402
関東農政局 経営・事業支援部 輸出促進課 TEL:048-740-5351
北陸農政局 経営・事業支援部 輸出促進課 TEL:076-232-4233
東海農政局 経営・事業支援部 輸出促進課 TEL:052-223-4619
近畿農政局 経営・事業支援部 輸出促進課 TEL:075-414-9101
中国四国農政局 経営・事業支援部 輸出促進課 TEL:086-230-4258
九州農政局 経営・事業支援部 輸出促進課 TEL:096-300-6201
内閣府 沖縄総合事務局 農林水産部 食料産業課 TEL:098-866-1673

※応募は施設等が所在する都道府県窓口へ！

都道府県窓口や資料に関する資料は、
農林水産省HPに掲載
<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/gfp/haccp.html>

資料全体に関する問合せ窓口
農林水産省 輸出・国際課 輸出支援課
TEL:03-6744-7184



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

輸出環境整備推進事業

【令和5年度予算概算決定額 1,597 (1,674) 百万円】
 (令和4年度補正予算額 948百万円)

<対策のポイント>

農林水産物・食品輸出本部の下で、輸出先国の規制の緩和・撤廃に向けた協議の加速化を推進するとともに、輸出手続の円滑化や輸出に取り組む事業者の利便性の向上を図る取組、輸出先国が求める食品安全規制等に対応するための事業者の取組を支援します。

<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. 規制の緩和・撤廃に向けた協議の加速化

391百万円

政府間交渉に必要な情報・科学的データの収集・分析等、外国政府の規制担当官の我が国への招へい、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を実施します。

2. 輸出手続の円滑化、利便性の向上

162百万円

証明書発行や施設認定等の迅速化、証明書の発行場所数の増加に係る体制整備等に向け、都道府県、登録認定機関等における、研修等による実務担当者の能力向上、人員の増強や検査機器の導入等を支援します。

3. 生産段階での食品安全規制への対応強化

1,044百万円

① 事業者による輸出環境課題の解決に向けて、

ア 輸出施設のHACCP等認定

イ 畜水産物モニタリング検査

ウ インポートトランス申請

エ 国際的認証新規取得

オ 輸出先国の規制に対応した加工食品等製造

等を支援します。

② 生産海域の指定等に向けた基礎データの収集等を行います。

③ 国際貿易の進展に伴う二枚貝の衛生管理方策の検証・普及を行います。

④ HACCP認定施設の認定・監視等を行います。

⑤ 既存添加物等の安全性を示すデータ収集等を行います。

⑥ 輸出先国から求められる施設の登録、管理を行います。

<事業イメージ>

【1. 協議の加速化】



情報・科学的データの
収集・分析

【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
の能力向上の支援

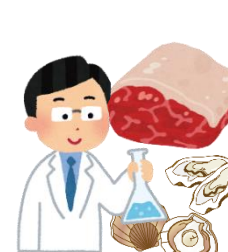


証明書発行業務の
人員増強の支援

【3. 生産段階での食品安全規制への対応強化】



国際的認証の新規取得
の支援

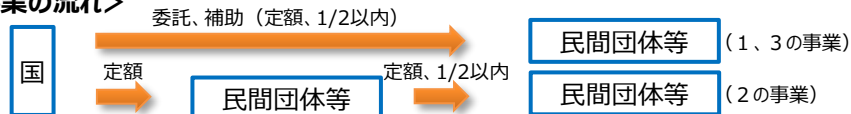


畜水産物モニタリング
検査等の支援



HACCP認定施設の
認定・監視等

<事業の流れ>



【お問い合わせ先】 輸出・国際局輸出支援課 (03-6744-2398)

輸出先国の規制に対応した加工食品等製造等支援事業 [令和5年度予算概算決定額 99 (一) 百万円]

<対策のポイント>

輸出先国が求める製造等施設の登録等要件に対応するため、民間団体等に対して、中国が求める政府推薦品目ごとの登録基準や作成・提出すべき資料について**研修や施設登録に向けた現地指導の実施・対応経費**を支援するとともに、**ラベル要求等を満たすための経費**を支援します。また、EUの食品接触材の規制に対応するための**書類作成等**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. 中国向け加工食品等製造等施設登録基準の周知・現地指導の支援

中国が求める製造等施設に対する政府推薦品目ごとの登録の基準や作成・提出が必要な資料について、

- (1) 製造等施設が対応すべき内容を解説する研修等の開催に係る経費を支援します。
- (2) それぞれの製造等施設が対応すべき内容について、専門家による現地指導に係る経費を支援します。

2. 中国向け加工食品等製造等施設登録等に必要な対応実施の支援

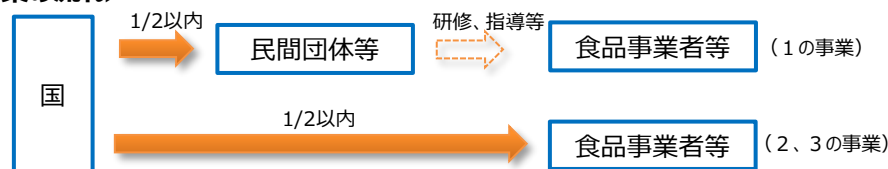
中国が求める製造等施設に対する政府推薦品目ごとの登録等の基準や作成・提出が必要な資料に製造等施設が対応するための経費を支援します。

中国が求めるラベル要求等の要件を満たすための掛かりまし経費を支援します。

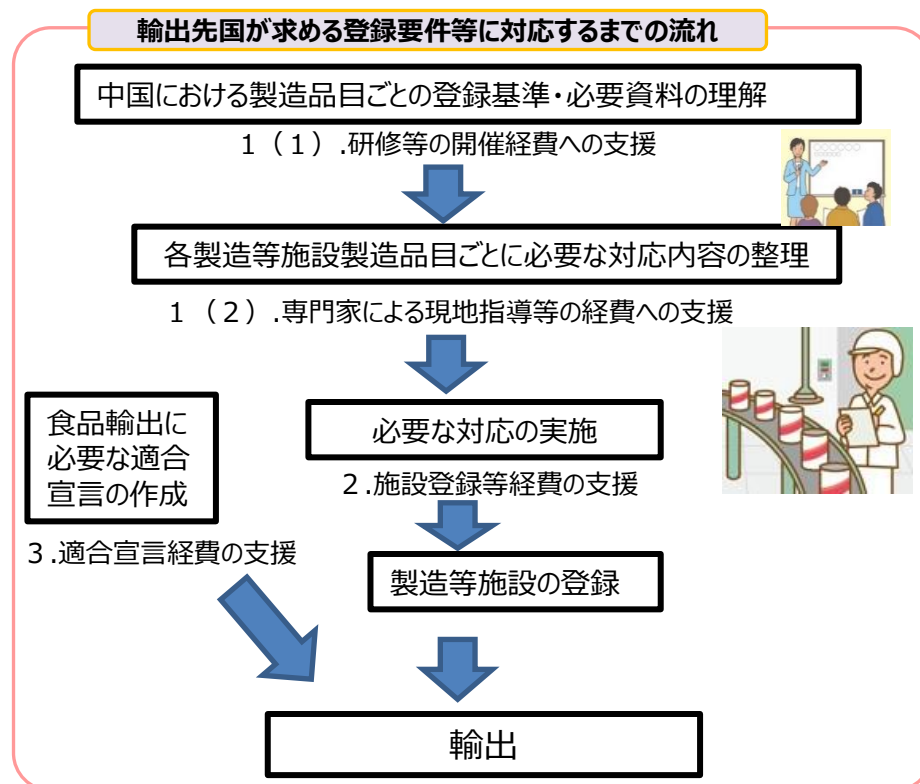
3. EU向け食品接触材の適合宣言作成支援

EUにおける食品接触材の規制等に対応するための適合宣言書類の作成等に係る経費を支援します。

<事業の流れ>



<事業イメージ>



＜対策のポイント＞

輸出先国が求める食品安全規制等に対応するため、国際的に通用する認証の新規取得や輸出先国において他国産との差別化が図られる規格認証の新規取得を行う事業者の取組を支援します。

＜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＞

＜事業のイメージ＞

輸出先国が求める食品安全規制等に対応するための支援

- 輸出先国が求める検疫等の条件への新たな対応に必要な経費
- 国際的に通用する認証の新規取得に必要な経費
- 輸出先国において他国産との差別化が図られる規格認証の新規取得等を行うために必要な経費
- 畜産物等の輸出に必要となる輸出先国検査官の招へいに必要な経費

国際的認証資格取得等支援事業



- ・輸出先国が求める検疫等の条件への新たな対応
例：食肉処理施設査察、ハラール認証、
コーシャ認証等
- ・国際的に通用する認証の新規取得
例：FSSC22000、ISO22000等
- ・輸出先国において他国産との差別化が図られる規格認証の新規取得
例：グローバルGAP、有機JAS認証等

＜事業の流れ＞



【お問い合わせ先】 輸出・国際局輸出支援課（03-3501-4079）



加工食品輸出セミナー

ご清聴ありがとうございました



EPAを活用した加工食品の輸出について



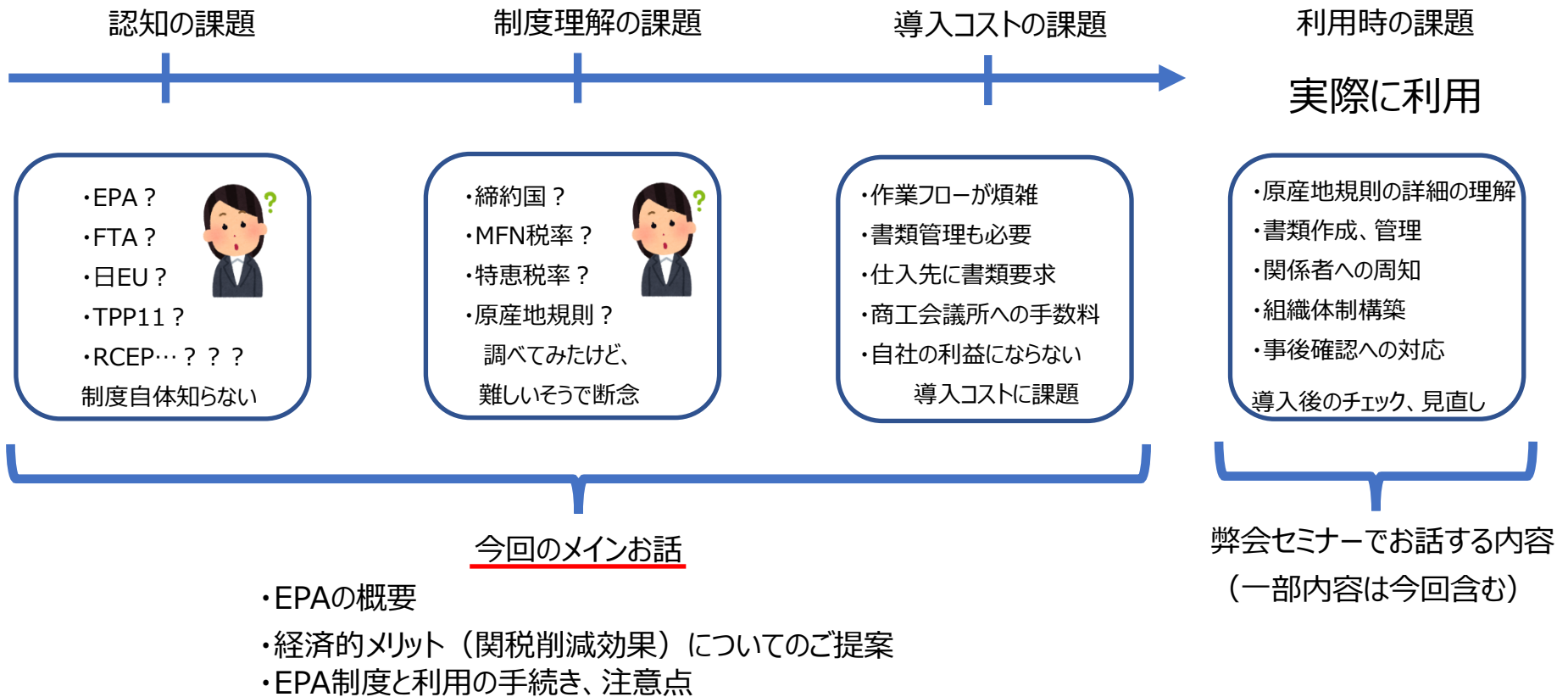
公益財団法人日本関税協会
2023年2月27日（月）GFP加工食品部会 資料

目 次

1. 背景
2. EPAによる関税削減効果
3. EPA利用（EU協定）の手続き
4. EPA利用の際に注意する点
5. さいごに
6. 日本関税協会からのご提案

1. 背景

EPA利活用の課題



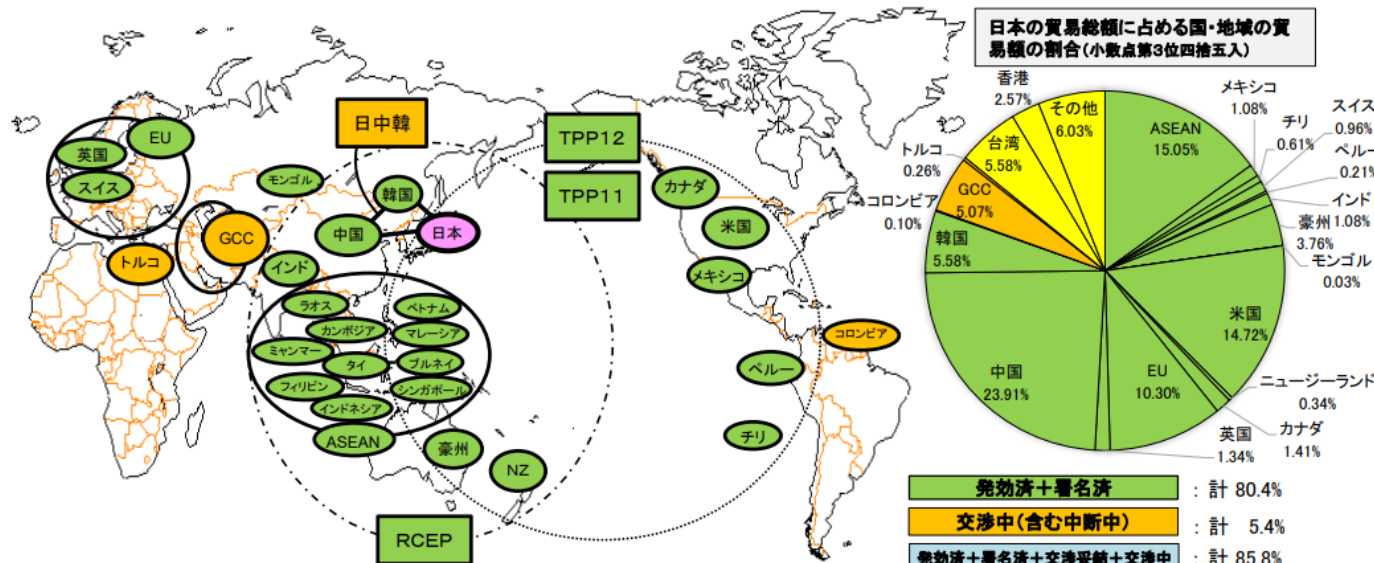
我が国の発効済・署名済のEPA

これまで24か国・地域と21の経済連携協定(EPA/FTA)等が発効済・署名済。

・発効済・署名済EPA/FTA等の相手国との貿易が貿易総額に占める割合は80.4%。

・発効済・署名済EPA/FTA等及び交渉中EPA/FTA等の相手国との貿易が貿易総額に占める割合は85.8%。

● : 既にEPA/FTA等が発効済・署名済の国・地域 ● : 現在EPA/FTA等の交渉をしている国・地域



※GCC: 湾岸協力理事会(Gulf Cooperation Council)
 (アラブ首長国連邦、バーレーン、サウジアラビア、オマーン、カタール、クウェート)

※米国については、日米貿易協定・日米デジタル貿易協定

出典: 財務省貿易統計(2021年3月公表)
 (各国の貿易額の割合については、小数点第3位四捨五入)

- 日・シンガポール
- 日・メキシコ
- 日・マレーシア
- 日・チリ
- 日・タイ
- 日・インドネシア
- 日・ブルネイ
- 日・ASEAN
- 日・フィリピン
- 日・スイス
- 日・ベトナム
- 日・インド
- 日・ペルー
- 日・豪
- 日・モンゴル
- TPP12 (署名のみ)
- TPP11
- 日・EU
- 日米貿易協定
- 日・英
- RCEP

出典: 外務省ホームページに一部資料を協会で追加

2. EPAによる関税削減効果

EU協定やRCEP協定を活用した各種加工食品の関税率

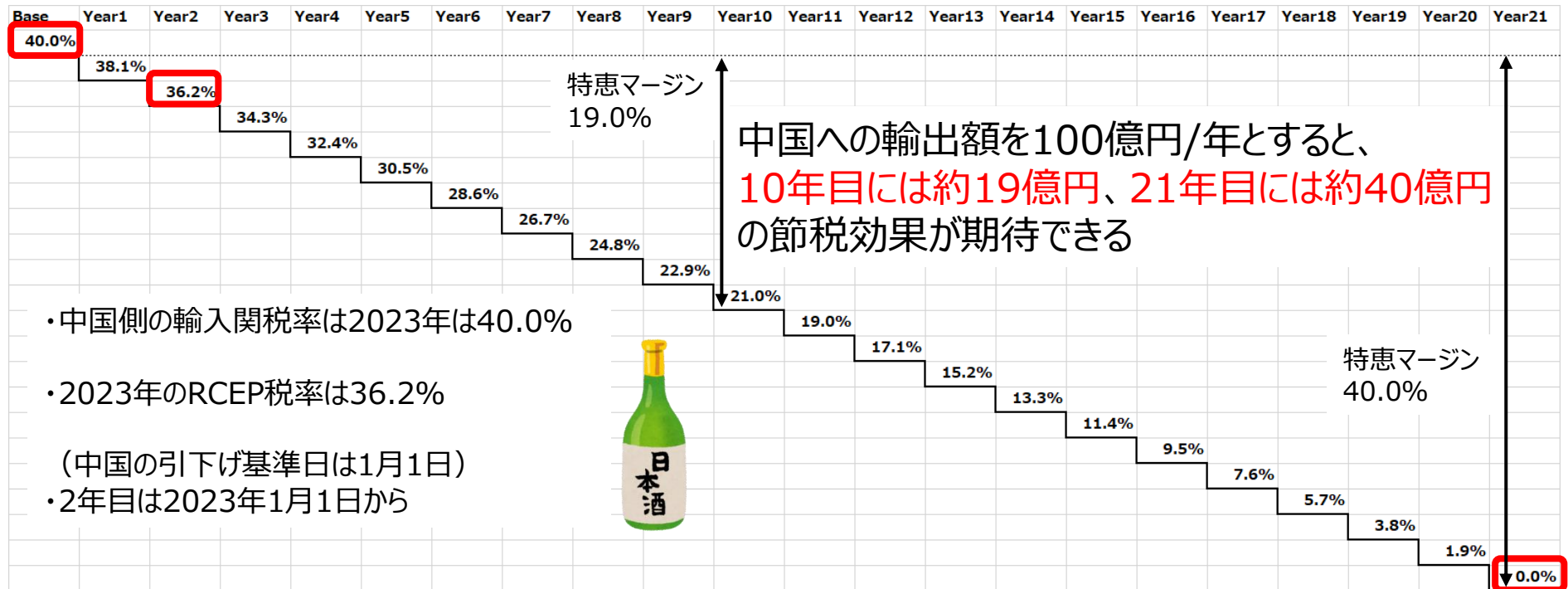
品目	MFN税率 (EU)	日EU協定税率	MFN税率 (中国)	RCEP協定税率 (中国) ※2
醤油	7.7	0.0	12.0	0.0
味噌	7.7	0.0	12.0	0.0
うどん、そば、素麺	7.7%+21.1EUR/100kgnet 7.7%+24.6EUR/100kgnet	0.0	8.0	0.0
米菓 (せんべい)	9.0	0.0	10.0	0.0
カレールー※1 (キューブ状のもの等)	7.7	0.0	12.0	0.0
マヨネーズ、ドレッシング	7.7	0.0	12.0	0.0
清涼飲料水 (緑茶)	9.6	0.0	5.0	非対象品目
清酒	発泡性 有 :19.2EUR/100L 発泡性無2L以下:7.7EUR/100L 発泡性無2L 超 :5.76EUR/100L	0.0	40.0	0.0

※1 レトルトカレーは、肉類等の含有量が多い場合には肉類等の調製品となる可能性があるといった関税分類への注意が必要なため別途検討が必要

※2 段階的に引き下げられるものは、引き下げ最終年を記載

2. EPAによる関税削減効果

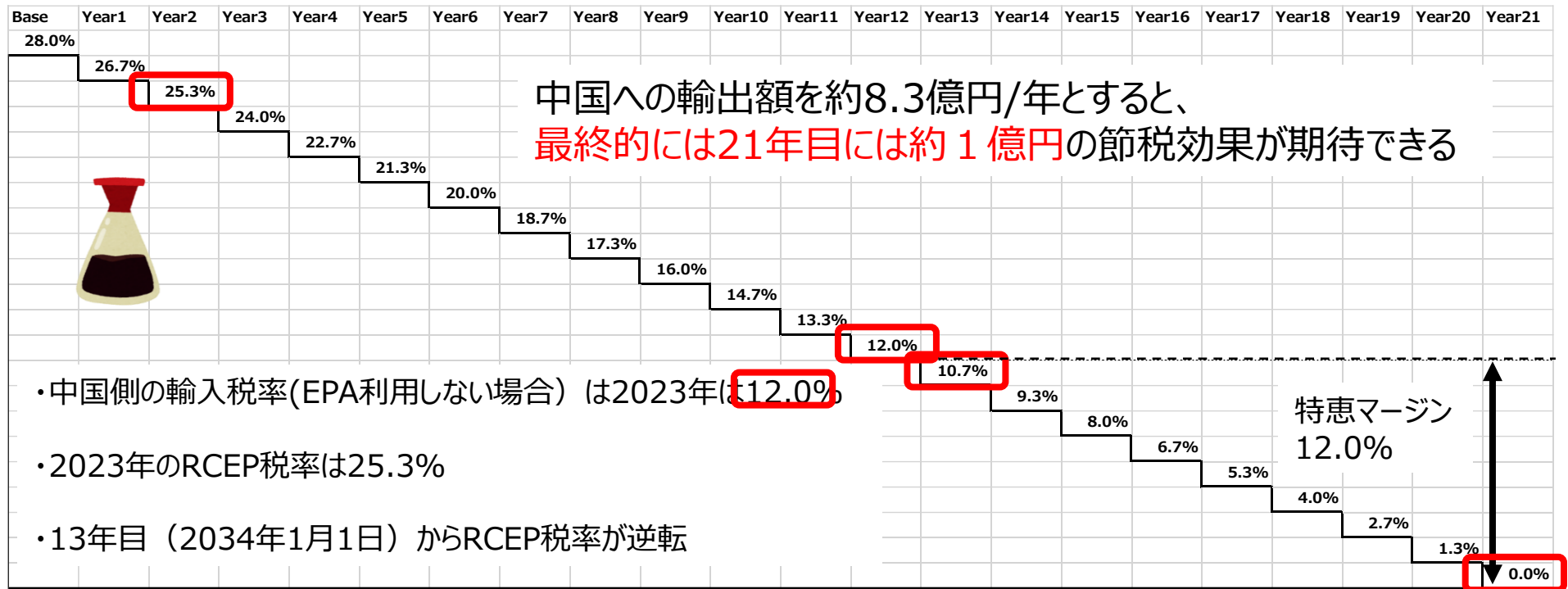
RCEP協定における日本酒（2206.00）の中国側輸入時のステージング表



・韓国側でも15年かけて段階的に関税が引き下げられてゼロになる

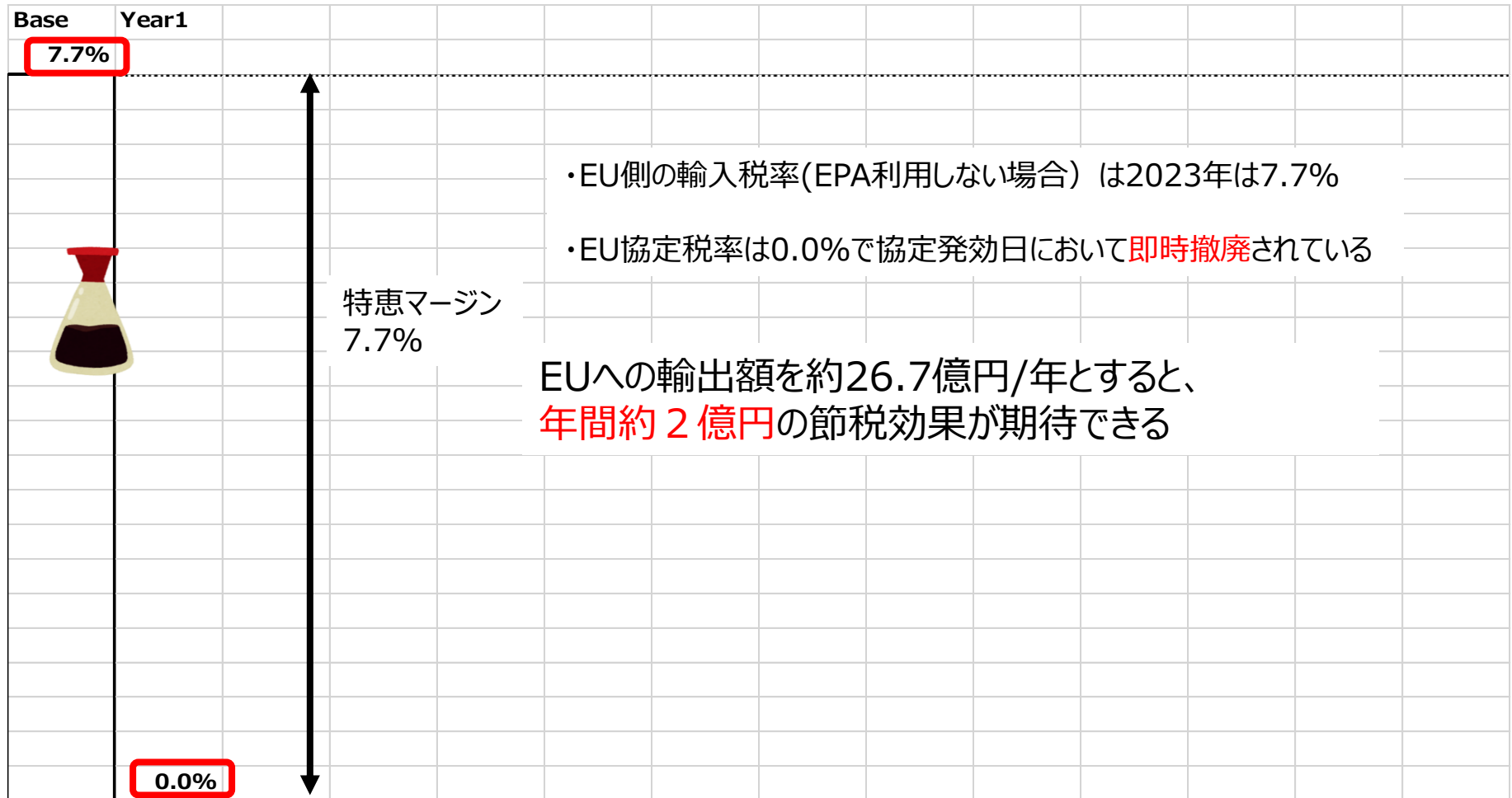
2. EPAによる関税削減効果

RCEP協定における醤油（2103.10）の中国側輸入時のステージング表



2. EPAによる関税削減効果

EU協定における醤油（2103.10）のEU側輸入時のステージング表



2. EPAによる関税削減効果

EPAを活用した醤油の主要輸出先の2023年の関税率と
EPAによる関税削減効果の試算

相手先	利用協定	MFN税率 (EPA利用しない場合)	EPA税率	輸出額※	節税効果
米国	日米	3.0	0.6 現在4年目、5年目に0%	15.4億円	3,600万円
中国	RCEP	12.0	25.3 現在2年目、21年目に0%	8.3億円	—
英国	日英	6.0	0.0	6.1億円	3,600万円
EU	日EU	7.7	0.0	26.7億円	2億円
小計	—	—	—		約2.7億円

※ 農林水産省「21年農林水産物・食品の輸出実績 年農林水産物・食品の輸出実績（品目別）」より抜粋

2. EPAによる関税削減効果

EPA活用による関税削減効果を見越した輸出戦略の見直し

1 新市場へのアプローチ（現地メーカー、中華系メーカーの市場への進出）

事業者インタビュー結果 ～米国～

- 日本食に馴染みのないバイヤーが多いため、高価な日本産醤油は採用されない可能性が高い、特にコストコ。（現地系小売事業者）
- 米中貿易戦争以後日本産品の価格は倍以上になったが、現在の中国産との価格差は2ドルのみ。消費者は中国産から日本産にスイッチしている様子。（日系ディストリビュータ）

出典：2021年7月21日 第1回「醤油分科会」資料 抜粋

2 価格戦略の見直し（輸出単価の引上げ）

2021年の平均輸出単価（円/Kg）

豪州	288.6
米国	197.5
中国	186.8
英国	137.5
韓国	214.2
EU	185.2

関税削減効果を見越した高単価商品の投入を！！

出典：農林水産省
「21年農林水産物・食品の輸出実績 年農林水産物・食品の輸出実績（品目別）」より作成

3. EPA利用(EU協定)の手続き

ステップ1：輸出貨物のHS番号（関税率表番号）の特定

ステップ2：EPA税率の対象品目か否かの確定

ステップ3：特惠マージン（一般税率とEPA税率の差）を確認

ステップ4：関税割当等の対象か否かを確認

ステップ5：原産地規則を満たすかを確認

ステップ6：原産地証明の作成

ステップ7：相手国での輸入手続（EPA税率の適用）

ステップ8：証明資料の保存

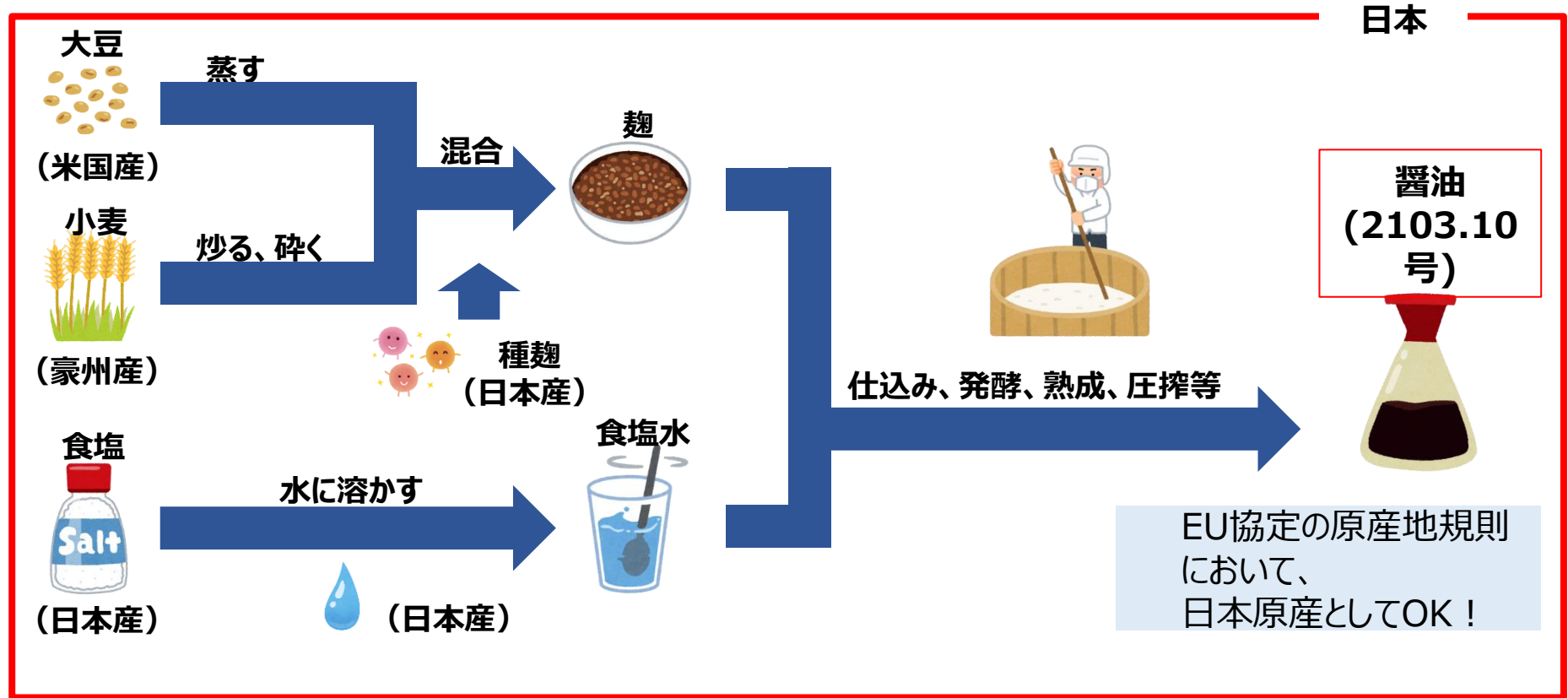
ステップ9：税関の事後の確認（輸入国税関からの検証等）への対応

EPAの輸出利用ステップを整理し、まとめよう



3. EPA利用(EU協定)の手続き

ステップ5：原産地規則を満たすかを確認
(EU協定を利用してEUへ輸出する場合)



3. EPA利用(EU協定)の手続き

ステップ5：原産地規則を満たすかを確認
(EU協定を利用してEUへ輸出する場合)

EU協定における醤油（2103.10号）の品目別原産地規則

HS番号	品目別原産地規則	意味
2103.10	CTH	非原産材料HS番号の上 4 桁が加工 によって変更されれば原産性を付与

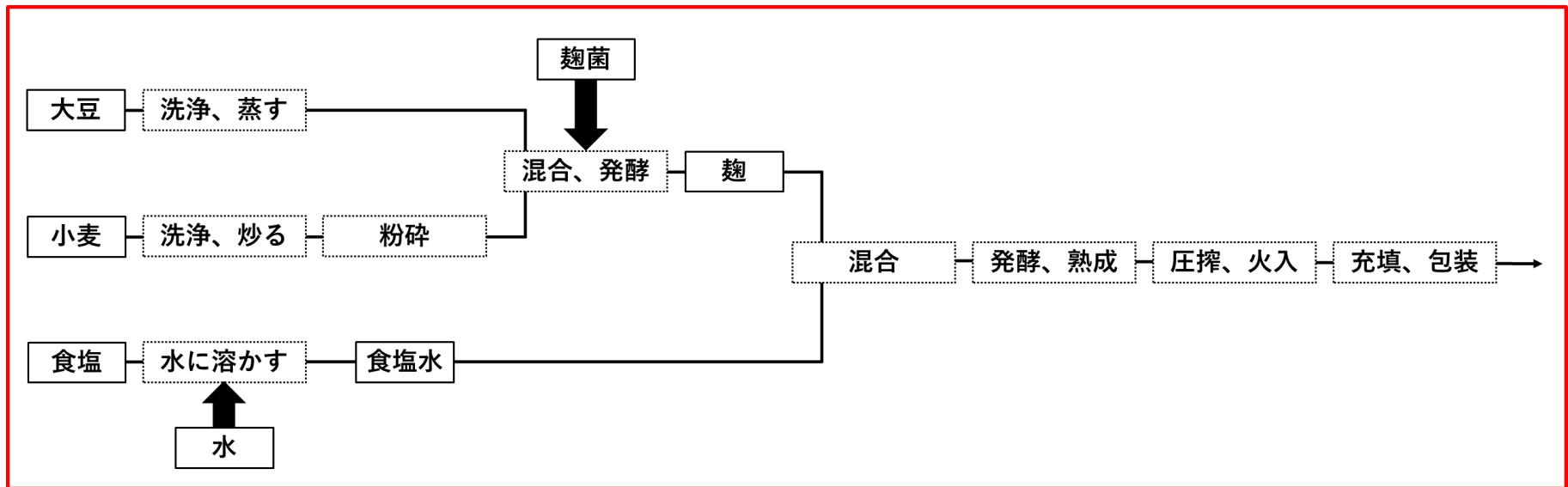
HSコード	産品名	HSコード	部品（材料）名	価額	原産情報等
2103.10	醤油	1201.90	大豆		HS番号の上 4 桁の変更がOK (1201 → 2103) (1001 → 2103)
		1001.99	小麦		
		3002.90	麹菌		
		2501.00	食塩		
		2201.10	水		日本産

実務的には、全ての原材料を記載した
このような**対比表**を作成して原産性を確認

3. EPA利用(EU協定)の手続き

ステップ5：原産地規則を満たすかを確認
(EU協定を利用してEUへ輸出する場合)

醤油（2103.10号）の製造工程表 例



※しょうゆ情報センター ホームページを参考に作成
<https://www.soy sauce.or.jp/knowledge/process>

3. EPA利用(EU協定)の手続き

ステップ6：原産地証明の作成

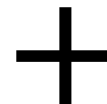
ステップ7：相手国での輸入手続（EPA税率の適用）

EU協定では、インボイス上に申告文（SOO）を記載する自己証明制度が採用されているため、商工会議所への原産地証明書の発行依頼は不要です。

また、対比表・製造工程表を作成することで、EU当局からの事後確認にも対応しやすくなります。

対比表

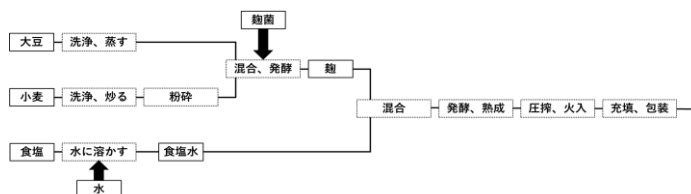
利用協定		日米貿易協定			
生産国		日本			
実際の生産場所		〇〇県（〇〇工場）			
適用原産地規則		関税分類変更基準（CTH）			
HSコード	品名	HSコード	部品（材料）名	価額	原産情報等
2103.10	醤油	1201.90	大豆		
		1001.99	小麦		
		3002.90	麹菌		日本産
		2501.00	食塩		日本産
		2201.10	水		日本産



インボイス

INVOICE			
Seller ZAIMU TRADING Co., Ltd. 1-1, 3-Chome, Kasumigaeseki Chiyoda-ku, Tokyo, JAPAN		Invoice No. and Date ZTC-3511 Apr. 11th, 20XX Reference No. ICL-1822	
Buyer ITALIANA COMPANY Via Monten 21 11555 Milano ITALY		Country of Origin : JAPAN L/C No. : 05 LC 4557 Date : Mar. 27th, 20XX Issuing Bank : On or About : Apr. 18th, 20XX	
Vessel or NIPPON MARU From : Tokyo, JAPAN Via : To : Genova, ITALY		Italy International Bank	
Marks and Nos.		Description of Goods	Quantity per pack
1 〇〇〇		2 〇〇	Unit Price per pack
2 〇〇〇		3 〇〇	Amount CFR EUR
3 〇〇		4 〇〇	
4 〇〇		5 〇〇	
5 〇〇			
Total: 110 Cartons N.W: 2,137.27 kgs G.W: 2,351.06 kgs			
Total: CFR GENOVA EUR ■■■ ZAIMU TRADING Co., Ltd. (Signature)			
Statement of Origin (Japan-EU Economic Partnership Agreement) Period: The exporter of the products covered by this document (Exporter Reference No. 123212231) declares that, except where otherwise clearly indicated, these products are of JAPAN preferential origin. Origin criteria used: Place and date: 1-1-3-Chome Kasumigaeseki Chiyoda-ward, Tokyo / Apr 11, 20XX Printed name of the exporter: ZAIMU Trading, Co., Ltd.			

工程表



（注 1）本対比表はEU協定用のためHS2017に基づいています。他の協定ではルールが異なる場合があります。

（注 2）説明のため、一部簡便化している箇所もありますのでご注意ください。

4. EPA利用の際に注意する点

EPAごとに異なる違い（醤油の輸出例）

相手先	利用協定	MFN税率	EPA税率	証明手続	品目別原産地規則
米国	日米協定	3.0	0.6 現在4年目、5年目に0%	自己証明 (輸入者)	CTH
中国	RCEP協定	12.0	25.3 現在2年目、21年目に0%	第三者証明	CC or RVC40%
英国	日英協定	6.0	0.0	自己証明 (輸出者、生産者、輸入者)	CTH
EU	日EU協定	7.7	0.0	自己証明 (輸出者、生産者、輸入者)	CTH

協定によって関税削減幅、証明手続、原産地規則等のルールが異なる！！

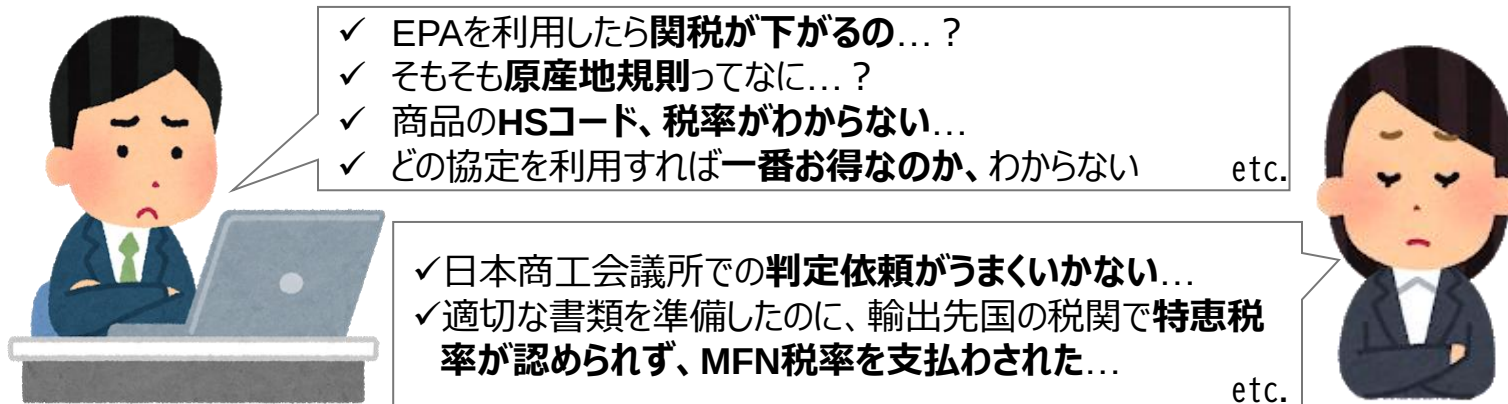
5. さいごに

EU協定を活用した各種加工食品の関税率

品目	MFN税率	EPA税率	原産地規則
醤油	7.7	0.0	CTH
味噌	7.7	0.0	CTSH
うどん、そば、素麺	7.7%+21.1EUR/100kgnet 7.7%+24.6EUR/100kgnet	0.0	CC ただし ただし、①非原産材料02類、03類及び16類の重量が製品の重量の10%未満であること ② ～以下省略～
米菓（せんべい）	9.0	0.0	CTH ただし、①非原産材料の04類の重量が製品の重量の10%未満であること ② ～以下省略～
カレールー※ （キューブ状のもの等）	7.7	0.0	CTSH
マヨネーズ、ドレッシング	7.7	0.0	CTSH
清涼飲料水（緑茶）	9.6	0.0	CTH ただし、①非原産材料の04類及び19.01項の重量が製品の重量の10%未満であること ② ～以下省略～

※ レトルトカレーは、肉類等の含有量が多い場合には肉類等の調製品となる可能性があるといった
関税分類への注意が必要なため別途検討が必要

農水省EPA利用相談窓口とEPA利用早わかりサイト



どんな些細な疑問にもお答えいたします。
わからないことや困っていること等がありましたら、
お気軽にepariousoudan@maff.go.jpにご連絡下さい



EPA利用早わかりサイト
QRコード

又はEPAを利用するために必要な情報を簡単に入手できる「[EPA利用早わかりサイト](#)」をご覧ください。

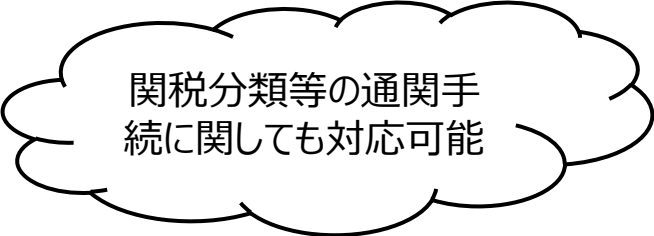


- ・今後の関税削減スケジュール
- ・原産地規則の確認
- ・書類の準備

...

調べたり、準備するのは結構大変

6. 日本関税協会からのご提案



関税分類等の通関手
続に関しても対応可能

- ・EPA利用についての弊社セミナー
「メガEPA原産地規則オンライン研修」

https://www.kanzei.or.jp/jtas/roo_megaepabasiconline.htm

- ・業種や企業の実態に合わせた企業別（業界別）の研修

- ・EPAを利用していく場合の手続・書類準備・保管等を企業様の
実情に合わせたサポートサービス（定期的なMTG等での実務的なサポート）

お問い合わせ先：山田 m-yamada@kanzei.or.jp （03-6826-1434）

ご静聴ありがとうございました

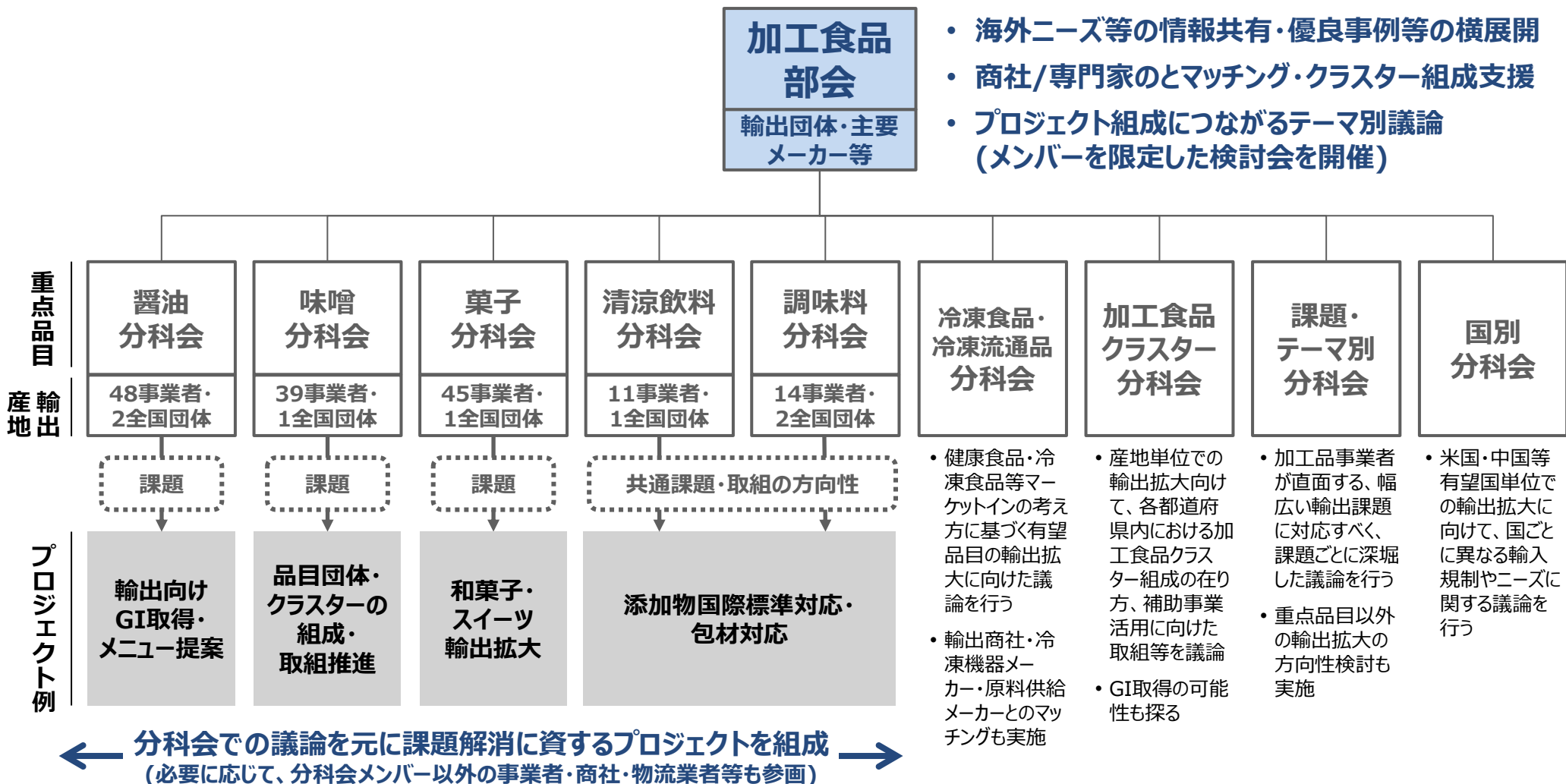
「加工食品輸出セミナー（2/27）」

GFP加工食品部会を通じた輸出支援

アクセンチュア株式会社（GFP加工部会事務局）

加工食品部会/分科会の構成

輸出産地事業者・団体を中心に構成する分科会での議論を元に、課題に応じた個別プロジェクトを立ち上げ、輸出拡大に向けた課題解消に繋げる。



これまでの取組内容（令和4年度）

品目別/テーマ別分科会を開催することで課題の整理や取組事例等の情報提供を行うとともに、プロジェクト組成や各団体・メーカー支援といった個別課題解消を実施。

課題把握・ 情報提供

分科会

- ・ ヒアリング・アンケート情報等をもとに現状課題を把握し、品目別/テーマ別の分科会を開催
 - 分科会の開催：11回
 - ✓ 添加物対応セミナー、賞味期限対応勉強会、加工食品クラスター分科会、冷凍食品・冷凍流通品分科会、アメリカ/中国輸出塾、都道府県別加工食品クラスター組成検討分科会
 - ✓ 資料は食品製造課HPで公開中 (<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/soumu/bunkakai.html>)
 - 事業者ヒアリング：104件、事業者アンケート：3回
 - ✓ 添加物/賞味期限対応に関するアンケート、加工食品部会に関するアンケート

個別課題 解消

プロジェクト組成・推進

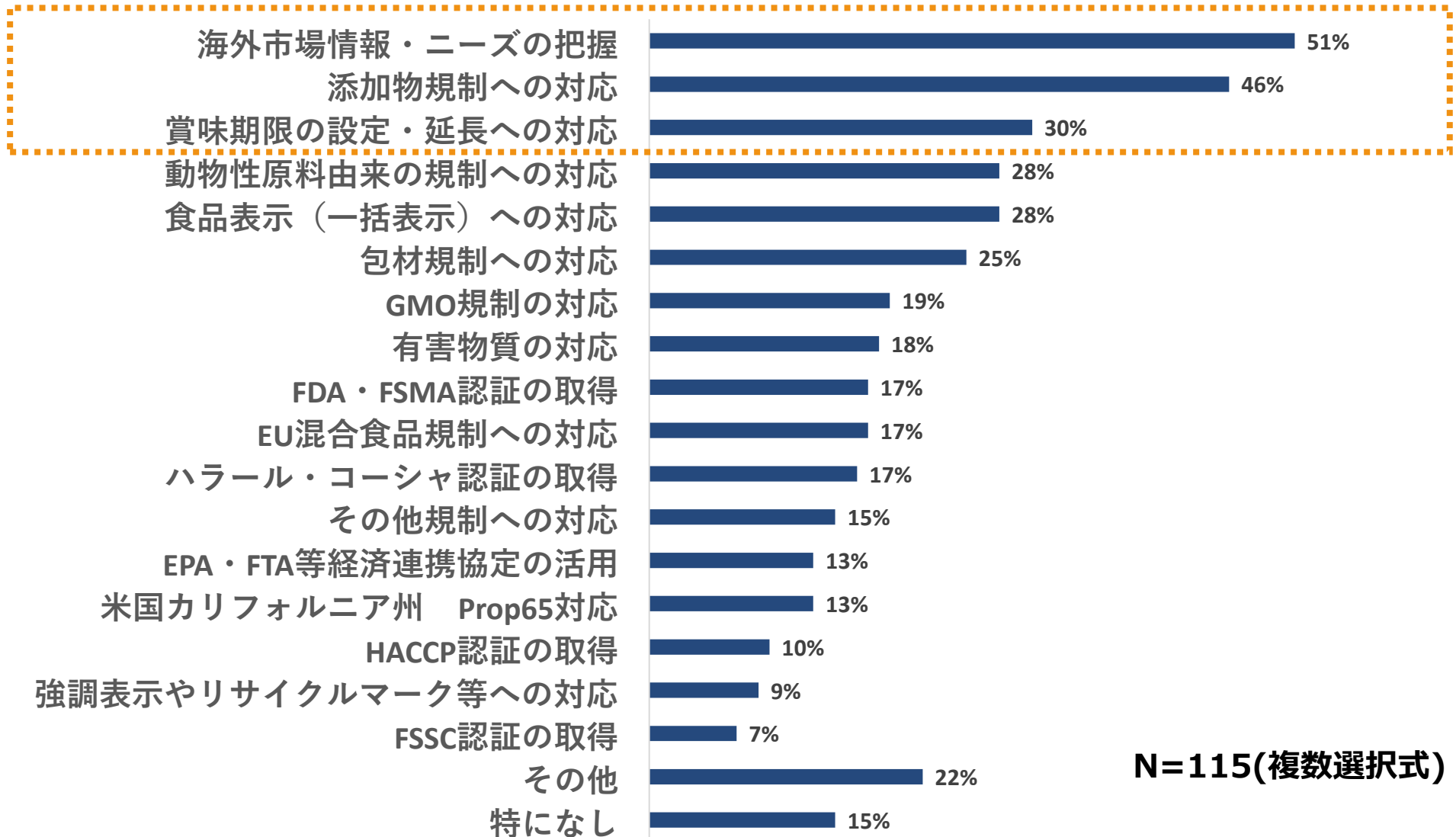
- ・ 添加物早見表の作成・添加物対応推進
- ・ 加工食品輸出に係る海外イベント/輸出の実証実験（和菓子・スイーツ等）
- ・ 賞味期限対応・冷凍技術の活用に向けたマッチング
- ・ 規制対応/加工食品クラスター事例集

各団体・メーカー支援

- ・ 輸出事業計画策定支援：83件
- ・ 加工食品クラスター組成・推進
GI登録支援のフォロー：24件
- ・ 輸出商社とのマッチング：106件
- ・ 補助事業活用支援：38件

現在の輸出課題 ～GFP加工食品部会アンケート結果

加工食品の輸出拡大において解消が必要となる輸出課題に関して、特に海外市場ニーズ把握や添加物・賞味期限対応に課題を抱えている加工食品メーカー・団体が多い。



添加物対応プラットフォーム（構想）

情報収集・輸出可否判断の相談等に向け、多様な主体による総合的な課題解決が可能なプラットフォームの構築を目指す。



加工食品メーカー・団体

分科会参加、輸出産地リスト登録、輸出事業計画策定

GFP加工食品部会「添加物対応プラットフォーム」

各国における
添加物の規制
動向共有

自社製品の
輸出可否を確認

代替添加物/
代替手段の提案

対応事例の横展開/
共同プロジェクト
の企画・実行

課題に応じた有識者とのマッチング

コラボレーション・共同プロジェクトの促進

農林水産省

JETRO

業界団体

輸出商社

先進
食品メーカー

添加物
メーカー

添加物規制情報に関する早見表サイトの作成

煩雑な各国の添加物規制情報を集約、情報収集のハードルを下げるツールとして、規制情報の早見表サイトを作成しており、着色料から順次公開。

添加物規制対応の“入り口”としての規制情報発信・相談窓口機能

日本食品
添加物協会

&

食品産業
センター



海外食品添加物規制早見表

検索条件

国・地域

添加物名称

メーカー/ブランド

検索

国・地域	国名	色	日本	中国	韓国	台湾	香港	シンガポール	タイ	ベトナム	インドネシア	フィリピン
国・地域	国名	色	日本	中国	韓国	台湾	香港	シンガポール	タイ	ベトナム	インドネシア	フィリピン
アメリカ	Aspartame	黒	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
カナダ	Aspartame	黒	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
アジア	Aspartame	黒	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
オーストラリア	Aspartame	黒	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
ヨーロッパ	Aspartame	黒	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
アフリカ	Aspartame	黒	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
オセアニア	Aspartame	黒	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

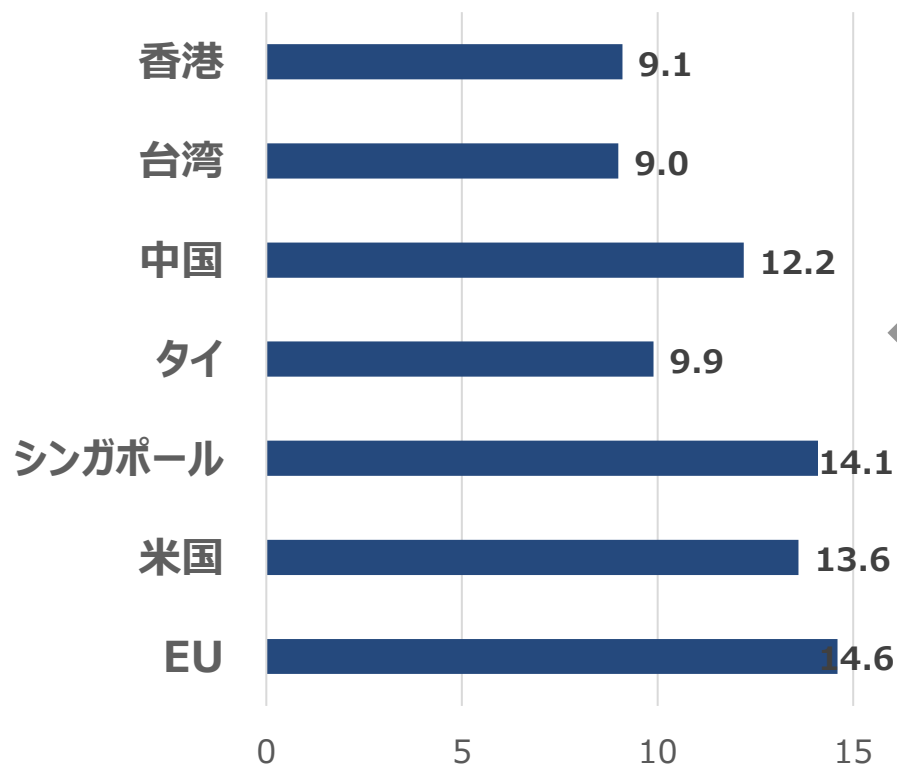
中国：クチナシ黄色素
【国産】中国産「クチナシ黄色素」
【品質基準】中国産「クチナシ黄色素」
【規格】
【用途】
【製造方法】
【品質基準】
【規格】
【用途】
【製造方法】

- 主要11カ国に係る、添加物の使用基準、成分規格等を集約
- 添加物名称×国×使用量に基づき、輸出可否を判断する機能を実装
- リリースに向けたテスト運用を行い、参画メーカーの意見を反映
- 着色料の規制情報について、令和5年1月にサイトをリリース（農林水産省「令和3年度補正加工食品の国際標準化事業」）
- 今後、他の添加物についても順次作成・公開を予定

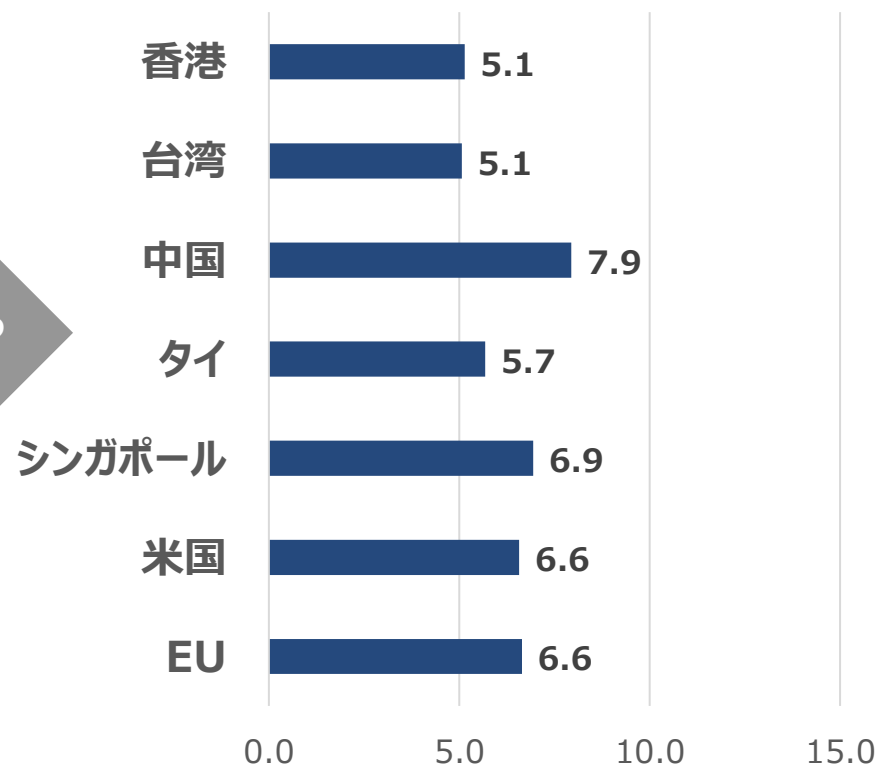
輸出に向けて求められる賞味期限

海外輸出では最低半年～1年以上の賞味期限が求められるケースが多く、現状の国内向け賞味期限とはギャップが存在している。

求められている賞味期限（単位：Month）



現状の賞味期限（単位：Month）



賞味期限対応するための手段

商品の特性・輸出先国の規制/求められる賞味期限等を加味した上で、複数の対応手段を組み合わせた対応が重要であり、専門家マッチング等を推進。

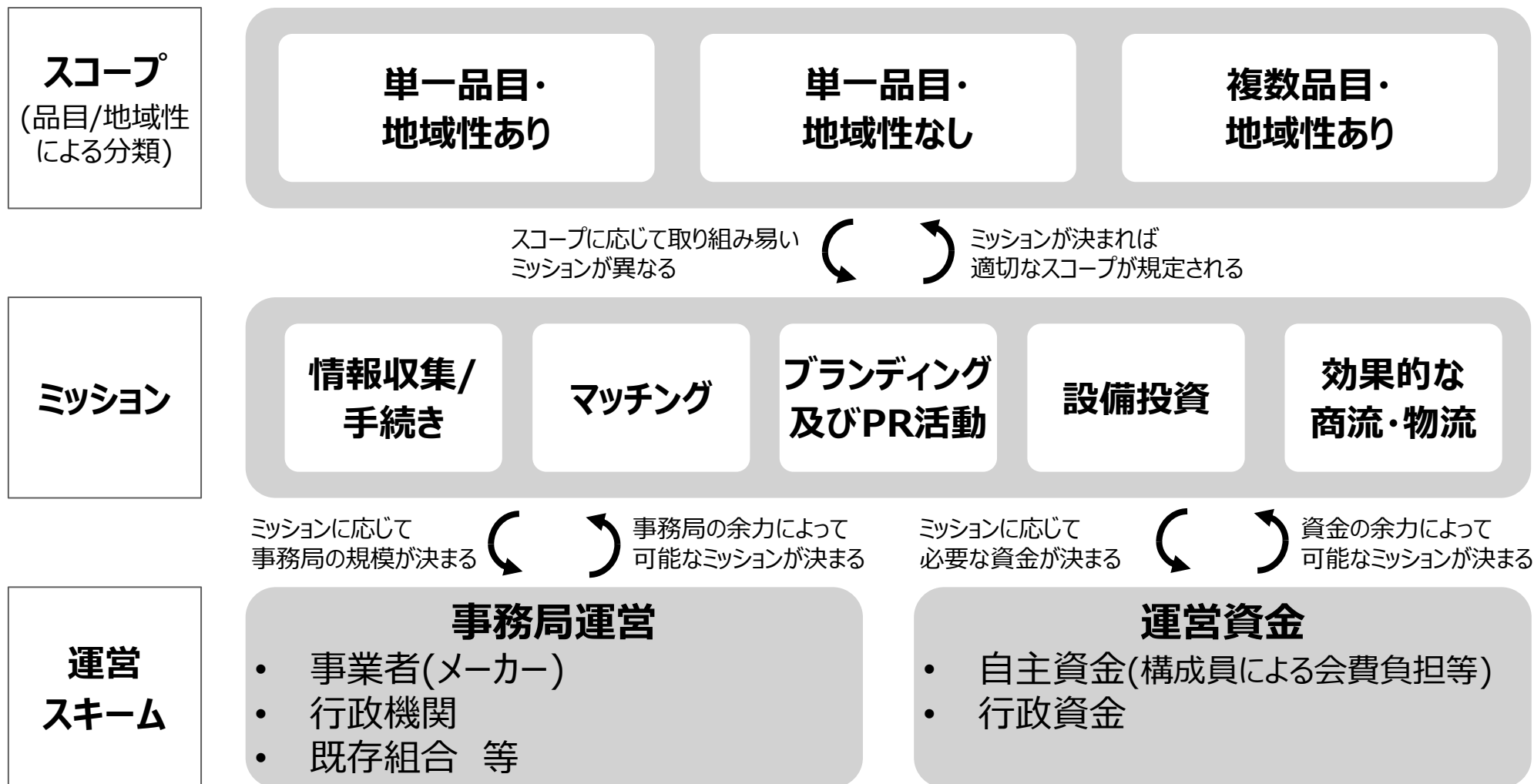
賞味期限延長の手段

成分・ 製法変更	食品成分・原材料や製造方法自体を見直すことにより、劣化しにくい商品の開発や改良を実施
包材対応 (ガス置換・脱酸素剤 等含む)	- 食品外の劣化因子を特定した上で、外部からの品質劣化因子の侵入を防ぎ保存性を向上 - 昨今は環境に配慮した包材の活用が世界的なトレンドであり意識が必要
添加物利用	食品内の劣化因子を特定した上で、劣化を防ぐために保存料や酸化防止剤を輸出先国の規制状況に鑑みながら活用
冷凍対応	- 冷凍することで品質劣化因子自体の活性を抑制、前処理・保管・解凍が品質を分けるカギとなり、コールドチェーン整備も重要 - 水分量の多い食品等冷凍に向かない食品に関しては冷凍対応は難しい
輸出向け商品 の期限設定 (成分変更・包材等の対応なし)	輸出先の顧客ニーズを正確に把握した上で、現地規制/現地顧客が求める品質基準（官能等）を充足すべく、日本国内のガイドライン等に鑑みた食品検査を行った上で輸出向け商品の賞味期限を再設定

複数の対応手段の組み合わせ

加工食品クラスター類型の考え方

複数メーカーが連携した輸出促進体制である「加工食品クラスター」の組成を推進しており、品目/地域性による分類）・ミッション・運営スキーム等で多様な形が存在する。



加工食品クラスターの組成・取組状況

スコープ(品目・地域性)により取り組みやすいミッションが異なっているため、各クラスターのスコープに応じたミッション設定、ミッションに応じたスコープ設定を行うべき。

		単一品目・地域性あり	単一品目・地域性なし	複数品目・地域性あり
易 協調領域のステップ 難	情報収集 (市場・規制調査)	—	—	民間主体のミニマム 愛知県食品輸出研究会
	マッチング (商談会・展示会等)	民間主体のスタンダード - 鹿児島県酒造組合 - 三重県醤油味噌工業協同組合		行政中心 - 鹿児島県貿易協会 - くまもと産業支援財団 - 石川県食品協会 - 愛媛県海外販路開拓企業連携体
	ブランディング 及びPR活動 (GI・地域ブランド)	- 播州乾麺輸出拡大協議会 - 佐賀県茶商工業協同組合	- 木桶仕込み醤油輸出促進コンソーシアム - 木桶仕込み味噌輸出促進コンソーシアム - 全国納豆協同組合連合会	—
	設備投資	十勝清水町農業協同組合※	全国ラムネ協会	札幌圏加工食品等輸出拡大協議会※
	効率的な商流・物流	—	—	商流・物流を含めた一体取組 大潟村農産物・加工品輸出促進協議会

今後の加工食品輸出拡大に向けたポイント

- 輸出支援プラットフォームと連携したネクストマーケット（東南アジア・イスラム圏・EU等）の開拓による、新たな加工食品商流の構築・輸出先国の拡大
- 香港・米国・中国等の既存市場については、ローカル小売・外食チェーン・大手ECサイト・団体購買等の開拓による、新たな大ロット商流構築
 - デイリーファーム・ホールフーズ・コストコ等での棚確保・PB商品/パッケージ開発、Tmall・JD等大手ECでのプロモーション、外食チェーンと連携した半調理品開発
- 賞味期限・添加物・包材規制等の重点課題対応に向けた継続的な情報提供・専門家とのマッチング機会創出、米国FDA規制に関する纏まった単位での規制対応推進
- 行政機関・中心メーカー・地域商社と連携した加工食品クラスター組成の加速化、地域ブランドの訴求を通じた小ロット混載輸出による高付加価値輸出モデル構築（日本産に拘りを有する小売・外食が主ターゲット）
 - EC・ライブコマース等でのテスト輸出、バイヤー招へいとの親和性も高い
 - 全国的なクラスター組成に向けた先進事業者による知見・ノウハウの横展開、GI産品とのコラボレーション・GI登録によるブランディング

(参考) 事業規模別の加工食品輸出拡大のポイント

中小メーカーは商社・コンサル等による小ロット混載輸出の仕組みづくりが、大規模メーカーは補助事業活用等を通じた大ロット輸出に向けた販路開拓・課題解決が重要。

事業規模

ポイント

中小メーカー・ 輸出ベンチャー

- とりまとめ役（商社・コンサル等）による複数事業者での共同物流/プロモーション(EC活用含む)
- 輸出意欲のある新規メーカーの掘り起こし・輸出に向けたチーム作り
- 冷凍メーカー・コンサルとのマッチングによる商品開発

- 輸出着手・実証
- クラスタでの販売ルート組成
(小ロット混載輸出)
- 輸出成功体験の早期創出

大規模 メーカー

- 新たな有望カテゴリの情報提供による輸出機運向上→新商品開発（PB商品等の可能性含む）
- 添加物等の規制対応サポート・有識者マッチング
- 補助事業を活用した大ロット輸出に向けた取組・大手小売等とのコラボレーション推進

- 新規有望品の商品開発・輸出実証
(大ロット輸出)
- 大手小売・外食への販路開拓

今後の加工食品輸出拡大に向けたポイント

- 既存の重点品目に加えて、冷凍食品をはじめとする有望カテゴリーの開拓と輸出事業者の発掘→テスト輸出による輸出拡大のきっかけ創出を図る
 - 小売用冷凍食品：マーケットインでの有望品目の特定・弁当等総菜用向けの商品提案、大手小売での面的な“冷凍棚”の確保、PB商品開発等がポイント
 - 業務用冷凍食品：日本食だけでなく、イタリアン・中華等のローカル料理に使用できる半調理品の提案(最終的な味付けは外食店でできる商品)、“時短”に貢献できる簡易な調理手順を含めた提案、等がポイント
 - 日本製品の勝ち筋としては、“日本らしい”・“日本食”を冷凍品として輸出する形と、技術を生かして現地料理等でも活用しやすい独自性のある商品を輸出する形、に大別（前者例：冷凍寿司・もちスイーツ、後者例：じゃがもちのイタリアン利用）
- その他有望カテゴリーとして、健康志向品（発酵、グルテンフリー等）・フードテック（大豆ミート、昆虫食等）等も挙げられるため、情報提供等を通じた輸出機運向上を図る
- また個々の加工食品単体ではなく、一次産品を含めた品目・事業者コラボレーション・食べ方提案の観点も重要であり、GFPプラットフォームとして推進（次頁参照）

（参考）事業者コラボレーションの考え方（商品開発・メニュー提案）

異なる品目を組み合わせた共同商品開発やプロモーション、肉・魚等の一次産品との食べ合わせ・メニュー提案、付加価値を与える原材料・工法での訴求等、様々なコラボレーションの在り方をメーカーに寄り添いながら支援させて頂く。

		コラボレーションの方向性	事例
加工食品 メーカー	× 加工食品 メーカー	- 他品目の加工食品メーカー間で組んだ共同商品開発 - 他品目の加工食品メーカーによるセット提案・共同プロモーション	- 味噌×乾麺（味噌ラーメン、広島県産品の組み合わせ） - 九州の甘口醤油・味噌×豆菓子 - アイスクリーム×日本酒（瀬祭アイス） - 加工食品×日本酒（マリアージュ）
	× 一次産品 生産者	- 一次産品を引き立たせる加工食品のメニュー・食べ方提案 - 付加価値訴求が可能な日本食メニュー・日本文化等のセット提案	- 木桶醤油×ぶり：メニュー提案 - 果物×和菓子(大福) - 和菓子×緑茶(日本文化発信) - 黒酢×桜島みかん(GI商品コラボ)
	× 原材料・ 独自工法	- ブランド／希少価値の高い原材料（例：有機大豆）と付加価値商品を目指す加工食品メーカーのマッチング - 独自工法で他国産が模倣できないブランドとして確立・価値訴求	- マルカワみそ×折笠農園（有機大豆原料） - 砂糖不使用の甘酒（日本米で作った米麴から抽出した甘味を使用）

本日のアジェンダ

メーカー・団体の皆様のニーズ・輸出課題を汲みながら、さらなる加工食品輸出拡大に向けた重点検討テーマを検討し、加工食品部会としての取組を推進する。

輸出課題	登壇者	今後の取組（案）
海外ニーズ把握	・ 輸出支援プラットフォームの紹介	・ 国別分科会の開催 （東南アジア・ハラル対象国・EU等） ・ フードテック・発酵食品分科会の開催
添加物規制	・ 日本食品添加物協会 ・ 食品産業センター	・ 添加物対応プラットフォーム構築に向けた連携強化・情報公開の推進 ・ 乳化剤等の対応に向けた課題整理
賞味期限設定・延長	・ えだまめ ・ 市岡製菓	・ 賞味期限対応に向けたさらなるマッチングの強化
加工食品クラスター 組成・推進	・ クラウン貿易 ・ クラスター取組/GI制度紹介	・ 加工食品クラスター組成支援（自治体との意見交換含む） ・ GI取得支援
EPA・FTA等 経済連携協定の活用	・ 日本関税協会	・ EPA・FTA等の活用支援

(参考) 今年度の分科会開催概要

分科会開催概要 ~課題・テーマ別

分科会を開催し、課題整理・取組事例等の情報提供を行い、当日の議論を踏まえた上でプロジェクト組成・マッチング・輸出事業計画支援等の個別支援へ移行。

	日付・参加者数	登壇者	議論のポイント
添加物 対応	6月28日 1,612名	- 食品産業センター - 日本食品添加物協会 - 丸京製菓 - 春日井製菓 - JETRO - 西本Wismettacホールディングス	- 添加物規制への対応に向けては業界団体やJETRO等の有識者や商社・添加物メーカー等との連携が不可欠 - 天然着色料は海外では規制対象であることが多く、輸出に向けては合成着色料等への代替が必要だが、国内では天然着色料のニーズが大きい - 輸出を見据えるのであれば各国に輸出可能な国際標準化した商品の開発を目指すことが有効である - 添加物は製剤化する際の加工助剤や副剤が法適合しない場合があり、規制対応がさらに複雑化する要因となっている
賞味期限 対応	9月8日 2,010名	- 食環境衛生研究所 - コーライフ・クリエイツ - 市岡製菓 - オーケー食品 - 大日本印刷 - 科学研究評価機構 - タイショーテクノス - ダイブレイク - えだまめ	- 海外では日本と比較して賞味期限の設定基準がハードルが低いことが多く、賞味期限表示の設定の仕方について規制がある国はあまりない - 社内で輸出向けの賞味期限設定について理解を得ることのハードルが高い。国として海外向けの賞味期限設定ガイドラインを作成いただければ社内の説得をしつつ目標値を明確にして取組むことができる - 賞味期限の延長に向けては冷凍・包材の変更・日持ち向上材等添加物の使用等様々な方法があり、品目等によって最適な手段を検討するとよい

添加物対応プラットフォーム ～各主体の対応範囲

	情報提供・輸出可否判断	代替手法の検討
JETRO	- 規制等に関する基礎情報の提供 - 各国における規制動向共有・製品の輸出可否確認	—
日本食品 添加物協会	添加物の海外規制に関する情報提供・輸出可否確認	—
添加物 メーカー	(自社添加物中心)規制に関する問合わせ対応・商品の輸出可否確認	- 一部添加物の代替提案 - 製品開発段階における技術協力
輸出商社	- 現地インポーターと連携した、輸出対象国ごとの詳細情報提供 - 既存商品の輸出可否確認	- 他の加工食品事業者との対応事例の横展開 - 一部添加物の代替提案
先進加工 食品メーカー	可能な範囲での代替事例の共有	同左

各主体の役割 ~先進加工食品メーカー

国内商品との統一に向けた取組、補助事業を活用した生産体制の強化等、先進メーカーによる取組事例の横展開を図る。

実際の添加物対応の取組・輸出実績について紹介、事例を共有

【丸京製菓】



- 部分水素添加油脂や膨張剤、着色料等、多様な添加物へ対応、国内商品との統一も推進

【春日井製菓】



- 着色料をはじめ、原料メーカーとの密な連携により代替対応を円滑化
- 補助事業を活用し、輸出用商品の生産体制を強化

賞味期限対応に関する課題

食品のQCDを満たしつつ、“マーケットイン”で求められる賞味期限への延長対応を行う上での課題は以下が挙げられる。

賞味期限対応に関する課題

品質 Quality

- 真空透明フィルムを使用しているが、紫外線・透過酸度による風味の劣化が見られ、官能面での現地ニーズに沿った品質基準設定が課題
- 冷凍対応において、解凍後の乾燥や冷凍焼け、固くなるなどの品質劣化が見られる
- 成分調整にて賞味期限を延ばすことが出来るが、味とのバランスを取るのが難しい

コスト Cost

- 国内向けに比べて輸出割合が少なく、輸出向けのみの包材やレシピ変更が難しい
- 賞味期限延長のための包材対応・機器導入のコストが高く、導入できない
- 冷凍品輸送時のコールドチェーン確保や現地で解凍する際の賞味期限印字対応・シール貼り等に係る人件費コストが高い

期間 Delivery

- 賞味期限設定のための試験や検査に時間がかかる/加速試験で適切な試験結果が得られず、輸出向け商品開発が遅れてしまう
- 包材や添加物は商品や輸出先の規制によって基準が異なるため、規制の調査・対応に時間がかかる

賞味期限対応事例

品目・マーケットニーズに合わせた検査手法の導入や包材・添加物等を通じた賞味期限延長に関して、先進メーカーによる取組事例の横展開を図る。

【オーケー食品】



- ❑ 品目の特性、海外ユーザーの需要等に合わせた検査項目を選定し、賞味期限延長検証を実施
- ❑ 検証結果や冷凍技術の活用により、賞味期限を再設定・延長を実現
 - 常温：期限設定なし→10カ月
 - 冷蔵：6カ月→8カ月
 - 冷凍：1年→2年

【市岡製菓】



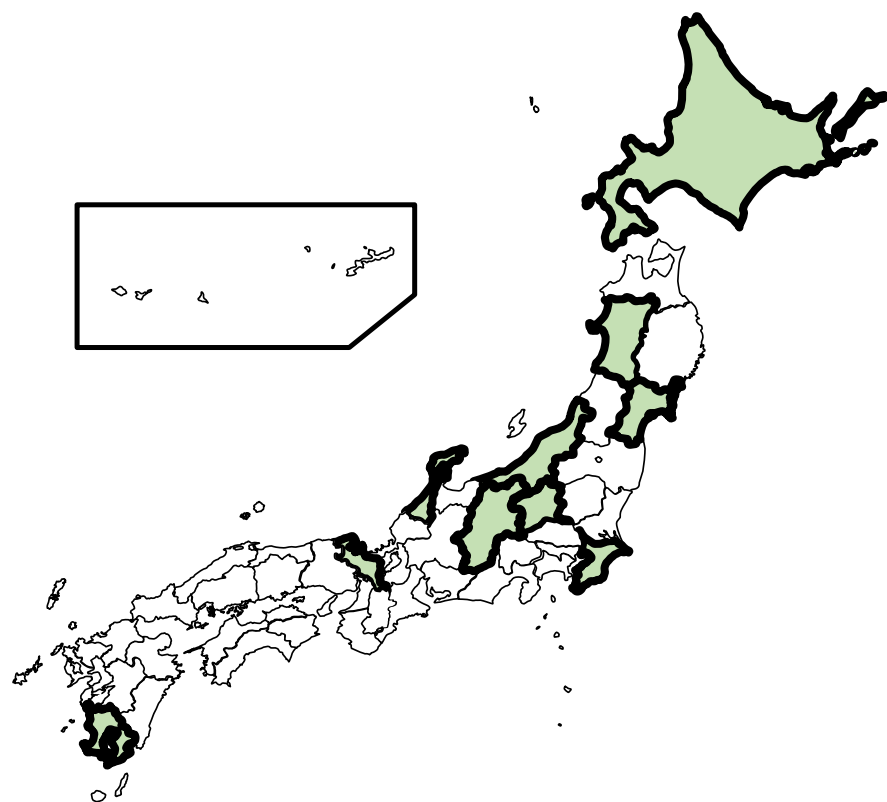
- ❑ 様々な方法の組み合わせにより、段階的な賞味期限延長を実現
 - 包材・脱酸素剤の利用
 - 鮮度保持剤の活用
 - 冷凍・レシピの改良 等
- ❑ 常温で45日→冷凍で1年＋解凍後180日（常温）まで延長

続き。

	日付・参加者数	登壇者	議論のポイント
加工食品 クラスター	11月4日 199名	- 播州乾麺輸出拡大協議会 - 木桶仕込み醤油輸出促進コンソーシアム - 鹿児島県貿易協会 - 大潟村農産物・加工品輸出促進協議会 - 日本商工会議所/帯広商工会議所 - クラウン貿易	- 加工食品クラスターの取組を推進することで、情報共有やプロモーション等個社では取組めない規模の取組を実施することができる - 加工食品クラスターの取組を推進する際には企業秘密として情報を隠すよりも情報を開示してコミュニケーションをとるメリットが大きいということを共通認識することが重要 - 事務局の作業負担が大きく、負担軽減が円滑な加工食品クラスター運営につながると考えられる - 都道府県や地域単位で輸出に取組むことで多くの品目を様々なチャネルへ輸出できるかつインバウンドとも連携することができる
冷凍食品・ 冷凍流通品	1月26日 189名	- えだまめ - 食の未来づくり有限責任事業法人 - とかち製菓 - 西原商会 - パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス	- 冷凍食品開発にあたっては凍結のみではなく調理/前処理・貯蔵・解凍調理の全体に目を配る必要がある - 輸出意欲ある事業者が集まり混載での大ロット輸出を目指すことで、流通に関する効率化・コスト削減を目指す動きがある - 冷凍輸出の取組ポイントは、冷凍技術活用による賞味期限延長で海外への輸出可能性を拡大する事である - 業務用商品・小売り用商品共に冷凍食品のニーズは大きい。日本の冷凍食品を海外で普及するための課題は、レギュレーション対応・原材料等の情報開示・コールドチェーンの確保等である

分科会開催概要 ～都道府県別（加工食品クラスター組成・推進）

10自治体において行政・民間事業者/団体を交え、加工食品クラスター組成・推進・補助事業活用を見据えた議論・意見交換を実施。



開催 自治体

- ・ 宮城県（2022/1/31）
- ・ 鹿児島県（2022/2/3）
- ・ 京都府（2022/2/22）
- ・ 石川県（2022/3/17）
- ・ 秋田県（2022/3/22）
- ・ 長野県（2022/4/20）
- ・ 北海道（2022/4/22）
- ・ 千葉県（2022/5/20）
- ・ 新潟県（2022/5/30）
- ・ 群馬県（2023/2/3）

概要

- ・ 輸出概況・加工食品クラスター概要・取組支援の紹介
- ・ 自治体の輸出取組概要
- ・ 輸出促進団体の取組事例紹介
- ・ 議論・意見交換 等

加工食品クラスターによる取組メリット

複数事業者がまとまり加工食品クラスターとして活動することで、知見共有・輸出工程の共通化・品目バリエーションの増加・行政連携の面において輸出メリットが創出される。

メリット	概要	取組例
輸出知見の共有が可能になる	クラスター内で情報連携することで、輸出拡大に向けた知見・ノウハウ共有が可能できる	- 規制対応や査察対応等の取組事例の共有 - 物流・商流等に関する輸出パートナーの紹介 - 勉強会や海外ニーズ情報の共有による輸出知識の底上げ
輸出工程を共通化できる	1事業者のみでは資金・ノウハウ面で困難な取組を実施でき、インパクトを創出できる - 物流・商流等の工程の共通化によりコスト削減を図ることができる	- 大規模プロモーション（フェア・試食会等）の実施 - 品目/産地単位でのHP・SNS等での情報発信 - 輸送ルートの共通化や混載による物流コスト削減
品目バリエーションが増える	- 複数品目が揃うことで、バリエーションが豊富になりブランディングや商品提案に活用できる - 品目間のコラボレーション機会が創出される - 物量が増えることで、ロットを確保しやすい	- 展示会・商談会等における商社/バイヤーへの複数品目の提案、インバウンドツアーの開催 - 他品目間のコラボ商品開発 - 物量増を生かした、コンテナ等の輸送手段の確保
行政・他団体連携が容易になる	- 予算・情報面において、複数事業者でまとめることで、行政側の支援が容易になる - 他のクラスターとの共同取組が行いやすい - 行政に対し、輸出に関する要望を伝えやすい	- クラスターが受け皿となった補助金獲得 - 国/自治体等からの海外ネットワーク紹介 - 他クラスターとの産地間での共同プロモーション - 輸出規制の緩和に関するロビイング

加工食品クラスター事例（1/2）

スコープ（品目/地域性による分類）、ミッション、運営スキームに加え、取組の成果・ポイント等を整理した、加工食品クラスター事例集を作成し、年度内の公開を予定。

【播州乾麺輸出拡大協議会】



単一品目・地域性あり

- ❑ 播州地方の乾麺事業者・団体が集まり、共同出展・プロモーションを実施
- ❑ 協業/競争範囲を明確化し、競合同士で協力して輸出取組を推進
- ❑ 専任事務局の設置・定期的な会合で、不公平感ない運営形態を構築

【木桶仕込み醤油輸出促進コンソーシアム】



単一品目・全国

- ❑ 展示会・海外イベント等で木桶仕込み醤油の伝統・製法を世界に発信
- ❑ 伝統的な木桶文化を守ろうとするストーリーが訴求し、輸出額が増加
- ❑ 事務局にメーカー外人材を取り入れ、柔軟かつ専門的な知見を共有

加工食品クラスター事例（2/2）

加工食品クラスター組成に関しては行政が主導することも効果的であり、各地域の自治体と連携しつつ、クラスター組成を推進させて頂く。

【鹿児島県貿易協会】



複数品目・地域性あり

- ❑ 行政機関が事務局を務め、県内事業者で共同の輸出取組を実施
- ❑ 海外小売店との連携協定を活用した商談会や鹿児島フェアを実施
- ❑ 今後は、インバウンド担当課とも連携し、県産品のブランド化・周知を強化

【大潟村農産物・加工品輸出促進協議会】



複数品目・地域性あり

- ❑ 村主導の協議会として、村内事業者が集まり国内外の展示会に出展
- ❑ 先進事業者の商流で共同輸送実証を行い、輸送コスト削減に着手
- ❑ 国・他自治体等との積極的な連携で、情報収集・観光等の面で共同

海外輸出支援プラットフォームと連携しつつ、有望市場で規制等のハードルが高い米国・中国について「輸出塾」を開講し、参加した塾生の輸出を後押し。

GFPアメリカ輸出塾



GFP中国輸出塾



実践的な輸出知識習得～商談会による輸出機会創出までサポート

開催日

- 2022年7月26日（火）、8月30日（火）
- 2022年8月1日（月）、9月7日（水）

参加・ 視聴者数

- 2,109人（2回累計）
- 1,106人（2回累計）

概要

- 輸出課題の解決、自社に合った輸出スタイルを検討するための情報を全体セミナー形式で提供
- 講師(商社等)を交えてグループワークを行い、輸出に向けた留意点を把握した上で、方向性を検討
- 商社・海外バイヤーとマッチングし、商談会を行うことで、早期輸出に直結

輸出 論点

- 添加物規制、食品安全基準・認証(FSMA等)
- オーガニック等のトレンドを取り入れたニーズ対応
- 地域性/人種等の特性に応じた商流・物流構築
- プロモーション・ブランディング 等
- 添加物規制、企業番号登録等の規制・認証
- 模倣品対策や贈答・団体購買需要等への対応
- 現地パートナー連携も含む商流・物流構築
- EC、インフルエンサー/KOLによる販売戦略 等

(参考) GFPアメリカイベント 開催概要 (9/24~26)

輸出支援課GFP事業と連携して、アメリカでの展示会出展・セミナー・GFP製品PRイベントを開催することで、GFPアメリカ塾生等の産品をプロモーション。





加工食品輸出セミナー

ご清聴ありがとうございました

GFP加工食品部会 加工食品輸出セミナー
「添加物国際標準化対応」
日時 2月27日（月）
場所 日比谷国際ビルカンファレンス

海外食品添加物規制早見表 早見表Webサイト Phase1（着色料）のご紹介

一般財団法人食品産業センター
事業推進部 捧 智恵子

海外食品添加物規制『早見表』のご紹介

【目的】

輸出に取り組む食品メーカーが自社製品の輸出検討時、輸出先国での「使用可否の判断」、「代替添加物検討」できるよう、わかりやすい情報の提供と開発の支援を行うことにより 輸出企業と商品の間口を広げて輸出拡大に繋げていく

【ターゲット層】

中小零細の食品製造事業者を中心に、食品関連事業者向け

【食品添加物の規制課題】

- ・国と地域毎に食品添加物と定義されている範囲、成分規格、使用基準（用途）が異なるため、輸出できないケースがある
- ・国内で使用可能である既存添加物の各国認可申請の対応に限界がある
- ・輸出経験が少ない食品事業者から、海外の添加物規制の情報収集の方法がわからないという声があり、初歩的段階で輸出困難と考える事業者が存在する
- ・「添加物毎」「輸出先別」「用途別」の使用可能な食品添加物について整理された情報がなく、煩雑な作業と手間が掛かる
- ・農林水産省委託事業で(株)アクセンチュアが調査した加工食品事業者に対するアンケートの調査結果で
「輸出拡大の障壁となっている と 感じる輸出先国の食品添加物の規制（用途別）」

1位 着色料、2位 甘味料、3位 部分水素添加油脂 4位 調味料、5位 乳化剤

【今年度の着地／今後の見通し】

- ・一社）日本食品添加物協会にご協力いただき、添加物毎、輸出先別、用途別、最大使用量等の情報提供を実施。
輸出先国実績上位10か国と地域（令和2年）：
米国、欧州、中国、タイ、香港、豪州、台湾、韓国、シンガポール、ベトナムを設定
- ・Phase1 は、着色料（合成着色料、天然着色料）83品目の情報を公開した。
- ・Phase2 は 更に用途を追加し、乳化剤、甘味料、調味料へ広げていく予定。

「海外食品添加物規制早見表」の使い方

yushutsukisei.com または 食品産業センターのバナーから

shokusan.or.jp

JFIA Japan Food Industry Association

一般財団法人 食品産業センター

ホーム お知らせ セミナー・イベント 出版物 行政情報 センターの事業 センターのご案内

～食品産業の発展と未来を目指して～

この窓から
アクセスが可能。

食品産業センターでは、食品産業の健全な発展と新しい社会的課題を解決するために各種の事業を行なっています。

Discover the Taste of Japan
加工食品の輸出促進事業

海外輸出規制プラットフォーム

こだわりの食品フェア

本場の本物

FOOD EXHIBITION

安全で安心な食品づくりを NASAで誕生したHACCP

センターの事業はこちら

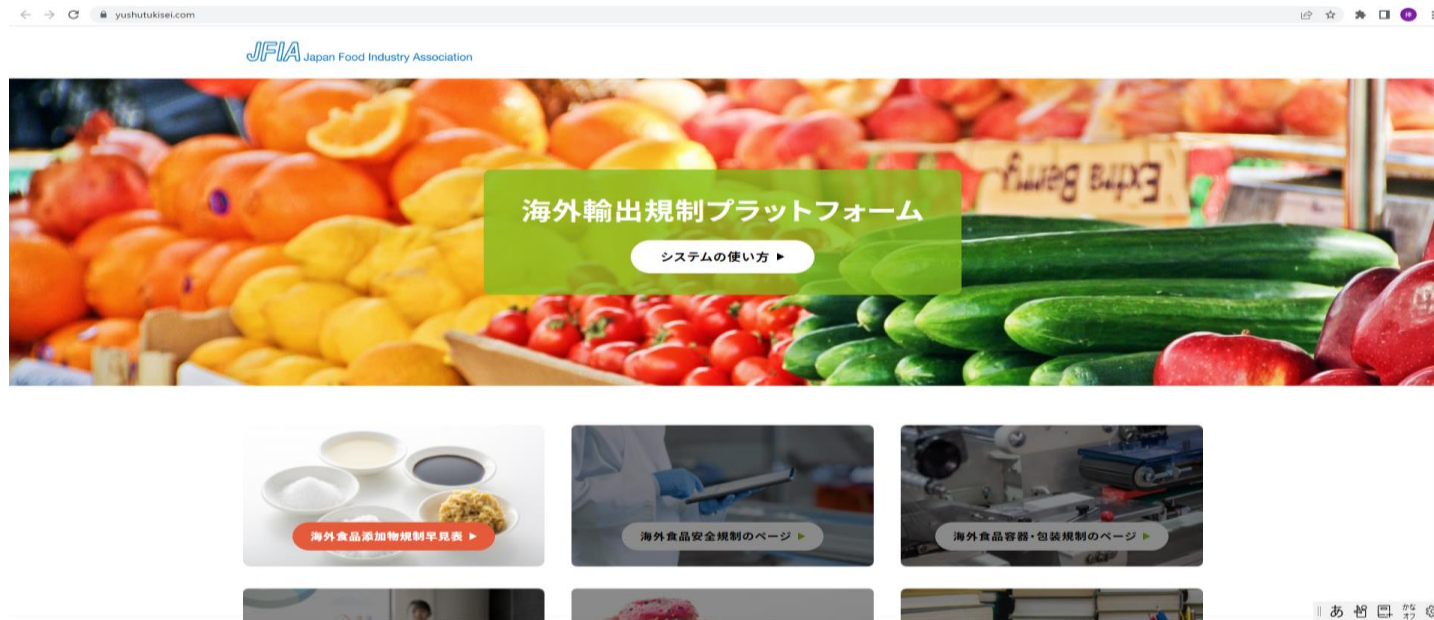
新着情報

▼ ALL お知らせ セミナー・イベント 出版物 行政情報

セミナー・イベント	2023年01月19日	「地方食品産業セミナー」開催（令和5年1月19日）のご案内 ※終了いたしました
お知らせ	2023年01月19日	フードサプライチェーン官民連携プラットフォーム設立と入会のご案内
お知らせ	2023年01月19日	「食品関連企業・団体連絡協議会」開催のお知らせ（2月9日 14時～ AP虎ノ門）

あ かな オフ

「海外食品添加物規制早見表」の利用規約



新着情報

2023.01.11

海外プラットフォームトップページを下までスクロールした
こちらをご参照下さい。

すべて見る

利用規約

Copyright (C) Reserved.

あ

海外規制プラットフォーム 利用規約



使用する前にこのウェブサイトの利用規約をよくお読みください。

 [トップページへ戻る](#)

海外規制プラットフォームウェブサイト利用規約

1. ご利用にあたって

- (1) このウェブサイト (<https://yushutukisei.com/> 以下「本サイト」といいます。)のご利用にあたっては、事前にこの利用規約（以下「本規約」といいます。）をお読み頂き、同意された場合にのみご利用下さい。
- (2) 一般財団法人食品産業センター（以下「センター」といいます。）は、予告なく本規約の内容を変更する場合がありますので、あらかじめご了承ください。
- (3) センターの運営する他のサイトへの会員登録や掲示板等のサービスをご利用の際には、これらの会員規約等も事前にご確認ください。

2. 禁止事項

- (1) 本サイトのご利用に際し、次の行為は、禁止させていただきます。
 - 1) センターまたは第三者の財産もしくはプライバシー等を侵害する行為、または侵害する恐れのある行為
 - 2) センターまたは第三者に、不利益もしくは損害を与える行為、またはその恐れのある行為
 - 3) 公序良俗に反する行為、またはその恐れのある行為
 - 4) 犯罪行為もしくは犯罪行為に結びつく行為、またはその恐れのある行為
 - 5) 営業活動もしくは営利を目的とする行為、またはその準備を目的とする行為
 - 6) 他人の電子メールアドレスを登録する等、虚偽の申告、届出を行なう行為
 - 7) コンピュータウィルス等有害なプログラムを使用または提供する行為
 - 8) その他、法律、法令もしくは条例に違反する行為、またはその恐れのある行為
 - 9) その他、センターが不適切と判断する行為
- (2) センターは、上記の禁止行為を発見した場合、お客様に事前に通知することなく、その全部または一部を削除することがありますが、常に本サイトを監視する義務を負うものではありません。

海外輸出規制プラットフォーム トップページ



新着情報が
掲載されます

新着情報を
全て表示する場合

画面を
下へ
スクロール

「海外食品添加物規制早見表」

システムの使い方



システムの使い方をクリックするとこちらのPDFファイルが開きます。
目次にある内容についてこちらで確認することができます。

海外輸出規制プラットフォーム トップページ

更新情報を掲載します

The screenshot shows the homepage of the JFIA (Japan Food Industry Association) platform. The browser address bar displays 'yushutukisei.com'. The page header includes the JFIA logo and a 'トップページへ戻る' (Return to Top Page) link. A red arrow points to a news update dated '2022.11.21' regarding foreign food additive regulations. Below this, another red arrow points to a featured article titled '海外食品添加物規制早見表' (Foreign Food Additive Regulation Quick Reference Table), which is highlighted with a red box. The page also features a grid of six other articles: '海外食品安全規制のページ' (Foreign Food Safety Regulation Page), '海外食品容器・包装規制のページ' (Foreign Food Container/Packaging Regulation Page), '研修会資料' (Seminar Materials), '海外油脂関連規制のページ' (Foreign Oil/Fat Related Regulation Page), and 'お役立ち資料集' (Useful Materials Collection). The footer contains a green bar with '利用規約' (Terms of Use) and copyright information for the Food Industry Center.

2022.11.21 海外食品添加物規制早見表 10か国 着色料83品目をアップしました。

2022.11.13 新着情報01

「海外食品添加物規制早見表」を開きます。

海外食品添加物規制早見表 ▶

海外食品安全規制のページ ▶

海外食品容器・包装規制のページ ▶

研修会資料 ▶

海外油脂関連規制のページ ▶

お役立ち資料集 ▶

利用規約

Copyright (C) 食品産業センター All Rights Reserved.

Web公開版 と 前回(6月公開)版との比較

海外食品添加物規制早見表

用途一覧

選択してください ▼

国・地域選択 ▼

添加物名選択 ▼

キーワードを入力

🔍 検索

和名 五十音昇順 ▼	英名 アルファベット昇順 ▲	色 五十音昇順 ▲	日本	米国	EU (英国含む)	中国	韓国	台湾	香港	シンガポール	タイ	ベトナム	豪州
β-アポ-8'-カロテナール	β-Apo-8'-Carotenal	橙	指定	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
β-カロテン	β-Carotene	橙	指定	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
アズキ全草抽出物	Azuki extract	黄	既存										×
アナトー色素	Annatto Extract	赤	既存										○
アルミニウム	Aluminium	銀	既存										○
ウコン色素	Turmeric Oleoresin Curcumin	黄	既存										○

【前回版との比較】

1. 検索機能の充実
2. プルダウン選択機能の付与
3. スクロールせず10か国閲覧可能
4. 関連法規／品目番号を外し、○、×のみのシンプルな形式に
5. 並べ替え機能の付与

6月公開版

食品添加物早見表

食品添加物早見表：着色料

	和名	英名	色	日本	アメリカ	(英国含む)	中国	韓国	台湾
	アナトー色素	Annatto Extract	赤	既存	21CFR§73.30	E160(i) E160(ii)	CNS08.144	○	○
	ウコン色素	Turmeric Oleoresin Curcumin	黄	既存	21CFR§73.600 §73.615	E100	CNS08.132CNS08.102	○	○
	カラメルⅠ	Plain Caramel	茶	既存	21CFR§73.85	E150a	CNS08.108	○	9039
	カラメルⅡ	Sulfite Caramel	茶	既存	21CFR§73.85	E150b	CNS08.151	○	9039
	カラメルⅢ	Ammonia Caramel	茶	既存	21CFR§73.85	E150 c	CNS08.110	○	9039
	カラメルⅣ	Sulfite Ammonia Caramel	茶	既存	21CFR§73.85	E150 d	CNS08.109	○	9039
	クチナシ青色素	Gardenia Blue	青	既存	×	×	CNS08.123	○	○
	クチナシ赤色素	Gardenia Red	赤	既存	×	×	×	○	×
	クチナシ黄色素	Gardenia Yellow	黄	既存	×	×	CNS08.112	○	○
		Cochineal Extract							

着色料

海外食品添加物規制早見表 検索機能①国・地域選択

com/food_additives_list/

JFIA Japan Food Industry Association

プルダウンメニューで「国・地域」を選択し、
選択肢を狭めることができます。

[🏠 トップページへ戻る](#)

海外食品添加物規制早見表

用途一覧

選択してください ▼

国・地域選択 ▼

添加物名選択 ▼

キーワードを入力

🔍 検索

和名 五十音降順 ▼		色 五十音昇順 ▲	国・地域選択										
			日本	米国	EU (英国含む)	中国	韓国	台湾	香港	シンガポール	タイ	ベトナム	豪州
β-アポ-8'-カロテナール	β-A	橙	指定	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
β-カロテン	β-C	橙	指定	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
アズキ全草抽出物	Azuki extract	黄	既存	×	×	×	○	×	×	×	×	×	×
アナトー色素	Annatto Extract	赤	既存	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
アルミニウム	Aluminium	銀	既存	×	○	×	×	×	○	○	×	×	○
ウコン色素	Turmeric Oleoresin Curcumin	黄	既存	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
エンジュ抽出物	Enju Extract Japanese Pagoda Tree Extract	黄	既存	×	×	×	○	×	×	×	×	×	×
オレンジ色素	Orange Color	橙	既存	×	×	○	×	○	○	×	×	×	×

海外食品添加物規制早見表 検索機能②添加物名選択

iod_additives_list/

海外食品添加物規制早見表

用途一覧

選択してください ▼

米国 ▼

添加物名選択 ▼

キーワードを入力

🔍 検索

和名 五十音降順 ▼	英名 アルファベット昇順 ▲									
β-アポ-8'-カロテナール	β-Apo-8'-Carotenal									
β-カロテン	β-Carotene									
アズキ全草抽出物	Azuki extract									
アナトー色素	Annatto Extract									
アルミニウム	Aluminium									
ウコン色素	Turmeric Oleoresin Curcumin									
エンジュ抽出物	Enju Extract Japanese Pagoda Tree Extract	黄	既存	×	×	×	○	×	×	×
オレンジ色素	Orange Color	橙	既存	×	×	○	×	○	×	×

添加物名選択

β-アポ-8'-カロテナール
β-カロテン
アナトー色素
ウコン色素
カラメルⅠ
カラメルⅡ
カラメルⅢ
カラメルⅣ
カンタキシサンチン
コチニール色素
スピルリナ色素
デュナリエラカロテン
トウガラシ色素
トマト色素
ニンジンカロテン
ノルビキシンカリウム
ノルビキシンナトリウム
パーム油カロテン
ビートレッド
ブドウ果皮色素

EU (英国含む) 中国 韓国 台湾 香港 シンガポール タイ ベトナム 豪州

プルダウンメニューで「添加物名」を選択することができます。
探す場合、添加物を探す時、上下にスクロールすると全件見ることができます。

海外食品添加物規制早見表 検索機能③文字検索

海外食品添加物規制早見表

用途一覧

選択してください ▼

国・地域選択 ▼

添加物名選択 ▼

フラボノイド

🔍 検索

和名 五十音降順 ▼	英名 アルファベット昇順 ▲	色 五十音昇順 ▲	日本	米国	EU (英国含む)	中国	韓国	台湾	香港	シンガポール	タイ	ベトナム	豪州
アズキ全草抽出物	Azuki extract	黄	既存	×	×	×	○	×	×	×	×	×	×
エンジュ抽出物	Enju Extract Japanese Pagoda Tree Extract	黄	既存	×	×	×	○	×	×	×	×	×	×
カカオ色素	Cacao Color	茶	既存	×	×	○	○	○	○	×	×	×	×
カキ色素	Japanese Persimmon Color	茶											
コウリヤン色素	Kaoliang Color	茶											
シタン色素	Sandalwood red	赤	既存	×	×	×	○	×	×	○	×	×	×
ソバ全草抽出物	Buckwheat extract	黄	既存	×	×	×	○	-	×	×	×	×	×
タマネギ色素	Onion Color	茶	既存	×	×	×	○	○	○	×	×	×	×
タマリンド色素	Tamarind Color	茶	既存	×	×	×	○	○	○	×	×	×	×
ペカンナッツ色素	Pecan Nut Color	赤	既存	×	×	×	○	×	○	×	×	×	×
ベニバナ赤色素	Carthamus Red	赤	既存	×	×	×	○	×	×	○	×	×	×
ベニバナ黄色素	Carthamus Yellow	黄	既存	×	×	○	○	○	×	○	×	×	×
ルテイン(抽出物)	Butin (extract)	黄	既存	×	×	×	○	×	×	×	×	×	×

キーワード検索により、
関連する食品添加物を検索することもできます。

海外食品添加物規制早見表 直接詳細ページ閲覧

id_additives_list/

海外食品添加物規制早見表

用途一覧

選択してください ▼

国・地域選択 ▼

添加物名選択 ▼

キーワードを入力

🔍 検索

和名 五十音順 ▼	英名 アルファベット昇順 ▲	色 五十音昇順 ▲	日本	米国	EU (英国含む)	中国	韓国	台湾	香港	シンガポール	タイ	ベトナム	豪州
β-アポ-8'-カロテナル	β-Apo-8'-Carotenal	橙	指定	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
β-カロテン	β-Carotene	橙	指定	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
アズキ全草抽出物	Azuki extract	黄	既存	×	×								
アナトー色素	Annatto Extract	赤	既存	○	○								
アルミニウム	Aluminium	銀	既存	×	○	×	×	×	○	○	×	×	○
ウコン色素	Turmeric Oleoresin Curcumin	黄	既存	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
エンジュ抽出物	Enju Extract Japanese Pagoda Tree Extract	黄	既存	×	×	×	○	×	×	×	×	×	×
オレンジ色素	Orange Color	橙	既存	×	×	○	×	○	○	×	×	×	×

この○から直接詳細ページに入ることができます。

海外食品添加物規制早見表 詳細画面

.com/b-apo-8-carotenal/?country=eu

JFIA Japan Food Industry Association

チーズ 1 / 6

前のページへ戻る

取扱説明書(必ずお読みください)

Win:Ctrl+F Mac:command+F で任意の文字をハイライトできます。

EU(英国含む):β-アポ-8'-カロテナール

【国名・地域名】EU(英国含む) 【添加物名】β-アポ-8'-カロテナール

【品目番号 / 関連法規】E 160e

【英名】
BETA-APO-8'-CAROTENAL (C30)
CI Food Orange 6

【使用基準】
使用範囲:最大使用基準値
プロセスチーズ:100mg/kg(フレーバー付きプロセスチーズのみ)
軟体動物・甲殻類を含む加工魚・水産製品:100mg/kg(魚ペースト・甲殻類ペーストのみ)、250mg/kg(調理済み甲殻類のみ)、100mg/kg(燻製魚のみ)
コンポートを除く果物・野菜調製品:100mg/kg(海藻ベースの魚卵代用品)
※GroupⅢ着色料との合計の最大使用基準値
その他のクリーム:150mg/kg(フレーバー付きクリームのみ)

各国法令の解説
食品分類
法令のリンク
のPDFが収載されています。

詳細画面 全体イメージ

トップへ戻る

海外食品添加物規制平見表

β-アポ-8' - カロテナール

◀ 前のページへ

【国名】 米国 【添加物名】 β-アポ-8' - カロテナール

【品目番号 / 関連法規】 21CFR§73.90

【英名】
[beta]-Apo-8'-carotenal
BETA-APO-8'-CAROTENAL
8'-APO-BETA-CAROTENAL
APO-8'-CAROTENAL, BETA-
BETA-APO-8'-CAROTENAL (C30)
BETA-APO-8'-CAROTENAL
C.I. FOOD ORANGE 6
C.I. 40820
8'-APO-BETA,PSI-CAROTENAL
8'-APO-BETA-CAROTENAL, ALL-TRANS-
8'-APO-BETA-CAROTEN-8'-AL

【使用基準】
以下の条件で、一般的に食品の着色に安全に使用可能。
使用量：固形・半固形食品 1 ポンド (454 g) 当たり 15mg 以下。
液体食品 1 バイント (473ml) 当たり 15mg 以下。
法第 401 条に基づくアイデンティティ基準が公布されている食品については許可がある場合を除き使用不可。

【使用基準出典元 URL】
<https://www.accessdata.fda.gov/scripts/cdrh/cfdocs/cfCFR/CFRSearch.cfm?fr=73.90>

【成分規格】
製剤の希釈剤は認められているもののみ使用可能。
物理的状态：固体。
クロロホルム 1% 溶液：透明。
融点（分解）：136°C-140°C。
乾燥減量：0.2% 以下。
強熱残分：0.2% 以下。
鉛（Pb として）：10ppm 以下。
ヒ素（As として）：1ppm 以下。
定量値（分光光度法）：96~101%。

【成分規格出典元 URL】
<https://www.accessdata.fda.gov/scripts/cdrh/cfdocs/cfCFR/CFRSearch.cfm?fr=73.90>

【作成日】 2022/11/09
【更新日】

国名、添加物名、品目番号/関連法規
英名、使用基準、成分規格
使用基準と成分規格各々の出典元
最後に作成日、更新日の情報が収載されています。

海外食品添加物規制早見表 詳細画面

詳細を開いた時に国・地域名、添加物名が
すぐわかるように大きなフォントで
記載しました。

← → ↻ yushutukisei.com/b-apo-8-carotenal/?country=usa

JFIA Japan Food Industry Association

🏠 トップページへ戻る

海外食品添加物規制早見表

◀ 前のページへ戻る

⚠ 取扱説明書(必ずお読みください)

💡 Win: Ctrl+F 任意の文字を
Mac: Command+F ハイライトできます。

米国:β-アポ-8'-カロテナール

【国名・地域名】 米国 【添加物名】 β-アポ-8'-カロテナール

【品目番号 / 関連法規】 21CFR§73.90

【英名】
[beta]-Apo-8'-carotenal
BETA-APO-8'-CAROTENAL
8'-APO-BETA-CAROTENAL
APO-8'-CAROTENAL, BETA-
BETA-APO-8'-CAROTENAL (C30)
BETA-APO-8'-CAROTENAL
C.I. FOOD ORANGE 6
C.I. 40820
8'-APO-BETA-DEL-CAROTENAL

|| あ ぢ 罫 かな オフ 設定

早見表から品目番号をやめたので、
詳細ページ側にデータを残しました。

海外食品添加物規制早見表 詳細画面

ukisei.com/b-apo-8-carotenal/?country=eu

JFIA Japan Food Industry Association

チーズ 1 / 6

◀ 前のページへ戻る

⚠ 取扱説明書(必ずお読みください)

💡 Win:Ctrl+F Mac:command+F で任意の文字を
ハイライトできます。

EU(英国含む):β-アポ-8'-カロテナール

【国名・地域名】EU(英国含む) 【添加物名】β-アポ-8'-カロテナール

【品目番号 / 関連法規】E 160e

【英名】

BETA-APO-8'-CAROTENAL (C30)

CI Food Orange 6

【使用基準】

使用範囲:最大使用基準値

プロセスチーズ:100mg/kg(フレーバー付きプロセスチーズのみ)

軟体動物・甲殻類を含む加工魚・水産製品:100mg/kg(魚ペースト・甲殻類ペーストのみ)、250mg/kg(調理済み甲殻類のみ)、100mg/kg(燻製魚のみ)

コンポートを除く果物・野菜調製品:100mg/kg(海藻ベースの魚卵代用品)

※GroupⅢ着色料との合計の最大使用基準値

その他のクリーム:150mg/kg(フレーバー付きクリームのみ)

各国法令の解説
食品分類
法令のリンク
のPDFが収載されています。

海外食品添加物規制早見表

→取扱説明書はPDFになっています。

【取扱説明書】

各国・地域の法令に基づいて情報を収載しておりますので、各国・地域毎によって、表記の方法が異なることを予めご了承ください。

EU、中国、タイ、ベトナム、豪州の国・地域については、法令で対象となる食品添加物を使用する場合、食品毎の使用量の上限が収載されているため、PCの検索機能である「ハイライト表示機能」を利用することにより、対象の食品で使用する場合に使用できる最大量を検索することが可能です。

詳細ページで、ハイライト表示の検索機能を使用することにより、検索したい食品の使用上限を比較的容易に検索することができるのでおすすめします。

※しかしながら複合原材料として使用する場合、単体で超えないだけでなく、商品全体で使用量が規定量を超えないよう注意の上、使用する必要があります。

韓国や台湾の情報については対象の食品添加物を使用する場合に不可である食品の情報が収載されています。

従って、食品でハイライト表示機能を使用しても使用上限を検索することができません。

対象国・地域の法令に合わせた方法で検索することをおすすめします。

アメリカは、連邦法のみ収載しており、州法には対応していません。

また、こちらに収載されている情報は簡易的に検索するツールであり、最新で無い可能性がございます。

輸出の際は必ず現地情報をご確認いただくことや、商社、フォワーダー等に最新情報について、ご確認の上、使用判断をされますようお願いいたします。

海外食品添加物規制早見表 取扱説明書

→参考として、農林水産省のウェブページ

「コーデックス食品分類」もPDF内にリンクを貼付しています。

Australia New Zealand Food Standards Code – Standard 1.3.1 –4

(3) For a *colouring permitted to a maximum level that is permitted to be *used as a food additive by Schedule 15, the level of all such colours together in a food for sale must be no more than:

- (a) in a beverage—70 mg/L; and
- (b) in another food—290 mg/kg.”

Australia New Zealand Food Standards Code – Schedule 16 – Types of substances that may be used as food additives

<https://www.legislation.gov.au/Details/F2019C00128>

S16—3 Colourings permitted at GMP

Curcumins, Riboflavins, Alkanet (& Alkannin), Cochineal and carmines, Chlorophylls, Chlorophylls, copper complexes, Caramel I – plain, Caramel II – caustic sulphite process, Caramel III – ammonia process, Caramel IV – ammonia sulphite process, Vegetable carbon, Carotenes, Paprika oleoresins, Lycopene, Carotenal, b-apo-8' –, Carotenoic acid, b-apo-8' –, methyl or ethyl esters, Flavoxanthin, Lutein, Kryptoxanthin, Rubixanthan, Violoxanthin, Rhodoxanthin, Beet Red, Anthocyanins, Saffron, crocetin and crocin, Titanium dioxide, Iron oxides

S16—4 Colourings permitted to a maximum level

Tartrazine, Quinoline yellow, Sunset yellow FCF, Azorubine / Carmoisine, Ponceau 4R, Allura red AC, Indigotine, Brilliant blue FCF, Green S, Fast green FCF, Brilliant black BN, Brown HT

◆コーデックス 食品分類

https://www.mhlw.go.jp/topics/identshi/codex/06/dl/codex_stan192.pdf

海外食品添加物規制早見表 取扱説明書

→各国の早見表の解説版(PDF)を収載しています。

ここに掲載

⚠ 取扱説明書(必ずお読みください)

世界の食品添加法規早見表

2. 対象国・地域の食品添加物規制の概要（規制機関、法規類、添加物定義、使用基準・用途、成分規格他）

2-1. 日本

・**概要**：食品添加物を規定する法規は「食品衛生法」である。食品添加物の規格基準は「昭和 34 年厚生省告示第 370 号」において成分規格と使用基準を網羅する。

食品添加物には現在、次の 4 分類が設定されている：i) 指定添加物、ii) 既存添加物、iii) 天然香料、及び iv) 一般飲食物添加物。指定添加物は、合成/天然の区別なく安全性評価を経て、安全が確認された物質。既存添加物は、平成 7 年の法改正当時、天然添加物と呼ばれていた天然由来の物質。天然香料は、天然由来の動植物からの香料。一般飲食物添加物は食品であるが、野菜や果物などで食品を着色加工した際にあてはめられるものを指す。

食品添加物に関する情報は、厚生労働省、日本食品化学研究振興財団などのホームページで公開されている。

・**規制機関**：厚生労働省：食品添加物のリスク管理

食品安全委員会：食品添加物のリスク評価

・**法規類**：食品衛生法：食品添加物を定義、規定

食品添加物公定書：昭和 34 年厚生省告示第 370 号の規格基準を摘出、まとめたもの

食品表示基準：包装加工食品の表示基準

・**添加物の定義**：食品の製造の過程において又は食品の加工若しくは保存の目的で食品に添加、混和、浸潤その他の方法によって使用するものをいう。（食品衛生法第 4 条）。

・**使用基準（用途）**：「食品添加物公定書」中、使用基準はセクション F となる。この使用基

海外食品添加物規制早見表 詳細画面

ukisei.com/b-apo-8-carotenal/?country=eu

JFIA Japan Food Industry Association

◀ 前のページへ戻る

取扱説明書(必ずお読みください)

Win:Ctrl+F で任意の文字を
Mac:command+F ハイライトできます

チーズ 1 / 6

EU (英国含む) : β -アポ-8'-カロテナール

【国名・地域名】 EU (英国含む) 【添加物名】 β -アポ-8'-カロテナール
【品目番号 / 関連法規】 E 160e
【英名】 BETA-APO-8'-CAROTENAL (C30) CI Food Orange 6
【使用基準】 使用範囲・最大使用基準値 プロセスチーズ: 100mg/kg (フレーバー付きプロセスチーズのみ) 軟体動物・甲殻類を含む加工魚・水産製品: 100mg/kg (魚ペースト・甲殻類ペーストのみ)、250mg/kg (調理済み甲殻類のみ)、100mg/kg (燻製魚のみ) コンポートを除く果物・野菜調製品: 100mg/kg (海藻ベースの魚卵代用品) ※GroupⅢ着色料との合計の最大使用基準値 その他のクリーム: 150mg/kg (フレーバー付きクリームのみ)

少し見にくいですが、PC機能を使用したページ内検索によりハイライトできることを説明しています。

このようにctrl+Fで「チーズ」と入力するとハイライト表示されます。

海外食品添加物規制早見表 詳細画面

-carotenal/?country=eu

JFIA Japan Food Industry Association

[🏠 トップページへ戻る](#)

乳幼児向けを除く特殊医療目的食品:50mg/kg

ブレスケア小粒菓子を含むその他の菓子:200mg/kg(砂糖漬け果物・野菜のみ)、300mg/kg(砂糖漬け果物・野菜を除く)

乳幼児・小児向けを除く固体状食品サプリメント:300mg/kg

軟体動物・甲殻類を含む加工魚・水産製品:500mg/kg(すり身・同様の製品・スケトウダラ、シロイトダラ、タイセイヨウニシンベースのサーモン代用品のみ)

【使用基準出典元 URL】

https://webgate.ec.europa.eu/foods_system/main/index.cfm?event=substance.view&identifier=34

https://webgate.ec.europa.eu/foods_system/main/index.cfm?event=substance.view&identifier=3

【成分規格】

化学式:C₃₀H₄₀O

定量値:総着色物質96%以上。E1%1cm2640 波長460-462nm、シクロヘキサン溶液。

分光分析:シクロヘキサン溶液、波長460-462nmで吸収極大。

硫酸灰分:0.1%以下。

副成色素:β-アポ-8'-カロテナール以外のカロテノイド:総着色物質の3.0%以下。

ヒ素:3mg/kg以下。

鉛:2mg/kg以下。

水銀:1mg/kg以下。

カドミウム:1mg/kg以下。

【成分規格出典元 URL】

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32012R0231&from=EN>

使用基準や成分規格の
出典元リンクを貼付
直接確認できるように
しました。

海外食品添加物規制早見表 詳細画面からのリンク

→ 各国・地域のページへリンク、閲覧できます。

[About](#) [Cookies](#) [Log in](#)

Food Additives

[Welcome](#) [Homepage](#) [Additives](#) [Categories](#) [Legislation](#) [Documents](#)

Additives > Internal Ref. No.: 00003

Internal Ref. No.: 00003

General data

Internal Ref. No.	00003
Additive name	Group III, Colours with combined maximum limit
Synonym name(s)	
E No.	Group III
INS No.	
Group	Yes
Composition of the group	+ Curcumin (E 100) + Tartrazine (E 102) + Cochineal, Carminic acid, Carmine (E 120) + Azorubine, Carmoisine (E 122) + Allura Red AC (E 129) + Patent Blue V (E 131) + Indigotine, Indigo carmine (E 132) + Brilliant Blue FCF (E 133) + Green S (E 142) + Brilliant Black BN (E 151) + Brown HT (E 155) + Beta-apo-8'-carotenal (C 30) (E 160e) + Lutein (E 161b)

Note: The data shown on this screen may change during the application process.

Created by SANCO_E_3_FAD on 11/11/2011, modified by mastoei on 23/06/2021

Authorisation of the use of this additive in Food Additives

The additive is authorised to be used in the following category(ies):

+ Other creams (1.6.3) (legislation: (EU) No 1129/2011, applicable as from 01/06/2013)

Individual restriction(s) / exception(s) ML = 150 mg/kg, only flavoured creams

+ Unripened cheese excluding products falling in category 16 (1.7.1) (legislation: (EU) No 1129/2011, applicable as from 01/06/2013)

Individual restriction(s) / exception(s) ML = 150 mg/kg, only flavoured unripened cheese

+ Cheese products (excluding products falling in category 16) (1.7.6) (legislation: (EU) No 1129/2011, applicable as from 01/06/2013)

Individual restriction(s) / exception(s) ML = 100 mg/kg, only flavoured unripened products

|| あ せ 目 かな オフ 設定

海外食品添加物規制早見表はスマホでもご覧いただけます。

【画面表示例】



トップ画面
iPhoneX



国・地域選択画面
iPhoneX



iPhoneSE



添加物選択画面
Android

海外食品添加物規制早見表 公開後のアクセス件数

2023年1月のアクセス数：1月23日（月）～31日（火）

全画面

表示回数：28,757 ユーザー数：6,663 ユーザーあたりのビュー：4.30

Top1：海外食品添加物規制早見表 | 海外輸出規制プラットフォーム

表示回数：13,571 ユーザー数：4,944 ユーザーあたりのビュー：2.74

ご清聴ありがとうございました

海外食品添加物規制の留意点



**(一社) 日本食品添加物協会
松村雅彦**

**2023年2月27日
GFP加工食品部会 加工食品輸出セミナー**

一般社団法人 日本食品添加物協会

本日の内容

1. 日本食品添加物協会のご紹介
2. 加工食品輸出における食品添加物の留意点
輸出先との食品添加物の規制上の相違点：
認可物質、用途、使用基準、規格



一般社団法人

日本食品添加物協会のご紹介

概 要

【**会員制**】 日本国内で食品添加物を製造輸入販売使用する企業
および団体によって組織されている

【**会員数**】 905社（令和5年1月末現在）

【**歴 史**】 昭和57年（1982年）10月 日本食品添加物団体連合会を
母体に全国的な組織としてスタート
平成26年4月 一般社団法人へ移行



<https://www.jafaa.or.jp/>

目 的

【**会員の方々に対して**】 食品添加物の製造販売使用等について**情報を提供**する。

【**一般の方々に対して**】 食品添加物の有用性と安全性等についての**正しい知識の普及**に努める。

*** 食品添加物についての啓発コンプライアンスの徹底により
社会からの信頼を高める**

加工食品輸出における留意点

“各国で法規制を制定＝国ごとに法規制が異なる”

国際食品規格(コーデックス規格:CXS)を準用している国もあるが多くの国は独自の法規制。

- ・物質: 認可されている物質/グループ分けが国ごとに異なる。
- ・用途/機能分類: 用途/機能分類そのものが国ごとに異なる。

同一物質でも用途/機能分類が国によって異なる。

食品表示に必要とする国もある(EU等)。

- ・使用基準: 使用可能な食品分類、使用量(最大基準値)が異なる。
- ・規格: 成分規格(定義/製法/基原生物)が異なる。

“添加物は輸出国の法規制に合致しなければならない”

添加物の対象範囲は国ごとに異なる。

日本：調味料

対象品	一般的 添加物	香料	酵素	ビタミン	アミノ酸	加工 助剤	食品
日本	○	○	○	○	○	○	× 一部○
国際	○	○ 別表	× 一部○	×	×	×	×
米国	○	△ FEMA	△ GRAS	×	× 栄養○	○	?
EU	○	× FIAP	× FIAP	×	×	○	×
中国	○	○	○	×	○ 別表	○	?

□ : 添加物 □ : 準添加物 □ : 非添加物

認可されている物質が国ごとに異なる。

	日本	米国	EU	中国	韓国	台湾	タイ
オクテニルコハク酸デンプンナトリウム	○	○	○	○	×	○	○
クエン酸三エチル	○	※	×	×	○	×	○
シヨ糖脂肪酸エステル	○	○	○	○	○	○	○
キラヤ抽出物	○	○	○	×	○	○	○

※：FEMA GRAS（香料）

食品添加物のグループ分けが国ごとに異なる。

	日 本	海 外
総称	グリセリン脂肪酸エステル	・モノ及びジグリセリド ・グリセリン酢酸脂肪酸エステル ・グリセリンモノオレイン酸エステル ・ポリグリセリン脂肪酸エステル ・ポリグリセリン縮合リシノール酸エステル 等
	ソルビタン脂肪酸エステル	・ソルビタンモノステアリン酸エステル ・ソルビタントリステアリン酸エステル ・ソルビタンモノラウリン酸エステル ・ソルビタンモノオレイン酸エステル 等
	・ヒマワリレシチン ・酵素処理レシチン ・植物レシチン ・卵黄レシチン	・レシチン ・リン脂質 等

総称の場合は、輸出国ではどの添加物に該当するか、個別物質名の把握が必要

食品添加物の用途/機能分類の相違

	日本	国際	米国	EU	中国
甘味料	○	○	※	○	○
着色料	○	○	○	○	○
保存料	○	○	○	○	○
増粘剤		○	○	○	○
安定剤	○	○	○	○	○
ゲル化		○	—	○	—
酸化防止剤	○	○	○	○	○
発色剤	○	—	—	—	—
漂白剤	○	○	—	—	○
防黴剤	○	—	—	—	—
香料	○	—	—	—	○
酸味料	○	—	—	○	—
調味料	○	—	—	—	○
乳化剤	○	○	○	○	○
乳化塩	○	○	○	○	

	日本	国際	米国	EU	中国
pH調整剤	○	○	○	○	○
膨脹剤	○	○	○	○	○
イーストフード	○	—	—	—	—
ガムベース	○	—	—	—	○
かんすい	○	—	—	—	—
苦味料	○	—	—	—	
酵素	○	—	○	—	○
光沢剤	○	○	○	○	○
チーイングム軟	○	—	—	—	—
豆腐凝固剤	○	—	×	—	—

※：栄養性甘味料、非栄養性甘味料

食品添加物の用途/機能分類の相違

	日本	国際	米国	EU	中国
風味増強剤	—	○	○	○	○
固結防止剤	—	○	○	○	○
消泡剤	—	○	—	○	○
賦形剤	—	○	○	○	—
炭酸剤	—	○	—	—	—
担体	—	○	—	○	—
保色剤	—	○	—	—	○
固化剤	—	○	○	○	○
小麦粉処理剤	—	○	○	○	○
発泡剤	—	○	—	○	○
保湿剤	—	○	○	○	○
包装ガス	—	○	—	○	—
噴射剤	—	○	○	○	○
プレート剤	—	○	○	○	—

	日本	国際	米国	EU	中国
浸漬剤	—	—	○	—	—
ドウ強化剤	—	—	○	—	—
乾燥剤	—	—	○	—	—
噴霧剤	—	—	○	—	—
潤滑剤	—	—	○	—	—
栄養剤	—	—	○	—	○
酸化還元剤	—	—	○	—	—
界面活性剤	—	—	○	—	—
溶剤	—	—	○	—	—
物性付与剤	—	—	○	—	—
加工澱粉	○	○	○	○	※
加工助剤	—	—	○	—	○

用途/機能分類の定義も国によって異なる。

<乳化剤>

日本：乳化、分散、浸透、洗浄、起泡、消泡、離型の目的で使用する添加物

国際：食品の2つ以上の相の均一なエマルジョンを形成または維持する食品添加物（起泡剤、消泡剤は別の用途/機能分類）

米国：エマルジョンの成分相の表面張力を変化させて、均一な分散液またはエマルジョンを確立する物質（界面活性剤は別の用途/機能分類）

E U：食品中の油と水などの2つ以上の非混和性相の均質な混合物を形成または維持することを可能にする物質（起泡剤、消泡剤は別の用途/機能分類）

中国：エマルジョンの様々な構成相間の表面張力を改善して、均一な分散液またはエマルジョンを形成できる物質（起泡剤、消泡剤は別の用途/機能分類）

同一物質でも用途/機能分類は国によって異なる

<オクテニルコハク酸デンプンナトリウム>

日本	米国	EU・ 英国	中国	韓国	台湾	香港	シンガ ポール	タイ	ベトナム	豪州
乳化剤、 増粘安定 剤、製造 用剤	安定剤、 増粘剤	乳化剤	乳化剤、 その他	×	糊料	増粘 剤・乳 化剤	乳化 剤・安 定剤	乳化剤、 安定剤、 増粘剤	乳化剤、 安定剤、 増粘剤	乳化剤

<ポリソルベート60>

日本	米国	EU・ 英国	中国	韓国	台湾	香港	シンガ ポール	タイ	ベトナム	豪州
乳化剤	乳化剤、 安定剤・ 増粘剤、 界面活性 剤等	乳化剤	乳化剤、 消泡剤、 安定剤	乳化剤	乳化剤	増粘 剤・乳 化剤	乳化 剤・安 定剤	乳化剤、 安定剤	乳化剤、 安定剤	乳化剤

<植物レシチン>

日本	米国	EU・ 英国	中国	韓国	台湾	香港	シンガ ポール	タイ	ベトナム	豪州
乳化剤	酸化防止 剤・乾燥 剤	乳化剤	酸化防 止剤、 乳化剤	乳化剤	食品	増粘 剤・乳 化剤	乳化 剤・安 定剤	酸化防 止剤、 乳化剤	酸化防 止剤、 乳化剤	乳化剤

使用基準は国によって異なる。
国際規格と日本との違い

項目	GSFA（食品添加物国際規格）	日本(食衛法)
用途	技術的に正当と認められた機能（GSFAの表1表2）でのみ使用可	使用基準に制限記載がなければ用途に制限はない
対象食品	リストに明記された食品分類（GSFAの表1表2）でのみ使用可	使用基準に記載がなければ対象食品に制限はない
最大使用量	食品分類毎に最大使用量（GSFAの表1表2）を規定	使用基準に記載がなければ使用量の上限に制限はない

細かく規定

自由度高い

規格は国によって異なる。

・起原（由来）

日本	国際規格	米国	EU
植物レシチン 起原：アブラナ、大豆 卵黄レシチン 起原：卵黄	レシチン 起原：食用油糧種子、動物	レシチン 起原：大豆油、紅花油、コーン油	レシチン 起原：動物性・植物性食品

・成分規格（ポリグリセリン脂肪酸エステル ポリグリセリン）

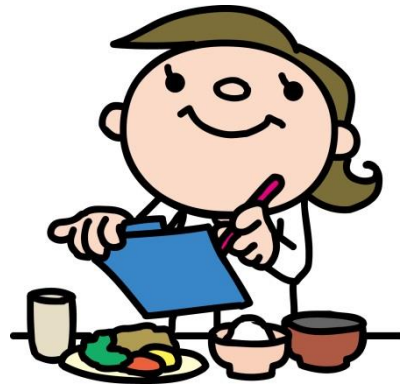
日本	国際規格	米国	EU
規格なし	二量体・三量体・四量体：計70%以上 七量体以上：10%以下	規格なし	七量体以上：10%以下

- ・ 食品産業センターの早見表を活用する（現状、着色料のみ）。
- ・ Google等で「国名（英語）」,「food additive」と入力し、当該国の法規制のサイトを探す。
- ・ 農林水産省ホームページにある「各国の食品・添加物等の規格基準」より、当該国の法規制のサイトを探す。
- ・ 輸入業者・通関業者・大使館・JETRO等に問い合わせる。
- ・ 当協会の書籍「新 世界の食品添加物概説」で調べる（主要国*）。⇒最新版は2022年10月発刊。
- ・ 当協会に問い合わせる（会員のみ）。



掲載国：韓国、台湾、中国、香港、ベトナム、フィリピン、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、インド、オーストラリア/ニュージーランド、エジプト、湾岸協力会議（UAE等）、EU、ロシア、メルコスール（ブラジル等）、カナダ、米国、コーデックス

長時間にわたり ご清聴ありがとうございます



日本食品添加物協会のホームページはこちら
<https://www.jafaa.or.jp/>



株式会社えだまめ

(東京都／冷凍技術コンサル)

- ◆ 食品冷凍に関する技術をコアとしたコンサルティングを実施
- ◆ 高品質な冷凍食品開発、凍結機の選定、冷凍を活用したコストダウン、OEM、新事業立ち上げ等様々な相談に対応
- ◆ 凍結方法だけでなく素材の調理・商品の流通・解凍方法までを冷凍の品質管理範囲と捉え、消費者がどのように食べるかから逆算して最適な方法を検討

加工食品輸出セミナー

冷凍を活用した賞味期限延長

2023.2.27

株式会社えだまめ



株式会社えだまめ | 成田 博之(なりた ひろゆき)



株式会社えだまめ



冷凍食品ビジネスに特化した
日本で唯一の
コンサルティング会社

MAFF
農林水産省

青森県
Aomori Prefectural Government

MITSUI & CO.

Beisia
ベisia

3M

SARAYA

NEC
NECネットエスアイ

大陽日酸
The Gas Professionals

NRI
野村総合研究所

2007年 一橋大学商学部卒(専攻：消費者行動論)

博報堂で6年間、食品メーカー等をクライアントに営業として広告制作/
メディアバイイング等に従事したのち、株式会社えだまめを創業。

冷凍食品の商品企画、SAKEICE事業などを展開。



こんなお仕事をしています

日本初、
高アルコール濃度(4%)の
アイスクリーム

SAKEICE は日本で初めての“高アルコール濃度アイス
クリーム”です。(アルコール度数4%)
アイスクリームの中で日本酒成分を最大限まで高めるこ
とで、日本酒の香り・旨みを再現し、従来の酒粕アイス等
より深い味わいのアイスを実現しました。

A cup of Sake Ice cream, which is a light beige color, served in a blue cup with the SakeICE logo. The background of the advertisement is dark blue with a faint mountain silhouette.

本日の内容

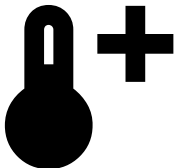
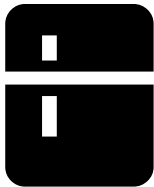
1. 「冷凍」とその他の保蔵方法
2. 「おいしさと冷凍技術」の考え方

1

「冷凍」とその他の保蔵方法

「冷凍」は有効な保蔵方法だが…

賞味期限を伸ばすための保蔵方法として、冷凍は有効な選択肢の一つです。

	常温	チルド	冷凍
			
賞味期限 (消費期限)	数時間～3日	数日～1週間	数ヶ月～2年
温度帯	常温	-5℃～5℃	-15℃～-60℃

「冷凍」だけが保蔵方法ではない

冷凍以外にも様々な保蔵方法があり、常温保存が可能という利点を伴っている。

保蔵性を高める仕組み

手法	温度帯	脱水	殺菌	菌の抑制
塩/砂糖漬け	常温	○		
乾物	常温	○		
燻製	常温	○	○	
酢・アルコール漬	常温		○	○
瓶・缶詰め	常温		○	○
レトルト	常温		○	○
発酵食品	常温-チルド			○
冷凍	冷凍			○

「冷凍」の強みはなにか？

脱水や殺菌を行った結果、味・風味・食感が元の状態から変化してしまう。

保蔵性を高める仕組み				
手法	温度帯	脱水	殺菌	菌の抑制
塩/砂糖漬け	常温	物性が大きく変わる ↓ 菌の増殖は防げるが、 味・風味・食感など変化		
乾物	常温			
燻製	常温			
酢・アルコール漬	常温			○
瓶・缶詰め	常温			○
レトルト	常温			○
発酵食品	常温-チルド			○
冷凍	冷凍			○

「冷凍」の強み：「本来のおいしさ」を保ちやすい

脱水や殺菌を基本的に行わないため、各食品の本来の美味しさの再現性が高い点が利点です。

保蔵性を高める仕組み

手法	温度帯	脱水	殺菌	菌の抑制
塩/砂糖漬け	常温	○		
乾物	常温	○		
燻製	常温	○	○	
酢・アルコール漬	常温		○	○
瓶・缶詰め	常温		○	○
レトルト	常温		○	○
発酵食品	常温-チルド			○
冷凍	冷凍	手を加えない！		○

あえて冷凍を選ぶ理由

食材本来の**おいしさ**や、
調理加工後の出来たての**おいしさ**を、
再現性高く長時間維持し届けられる。

2

「おいしさと冷凍技術」の基礎

前提：「すごい凍結技術」はない

ここ数十年の間、食品を凍結させる凍結技術(やその機械)に関して、細かい改善はあるものの、大きなイノベーションは起こっていないのが実情です。



エアブラスト式
冷凍機

冷やした空気を食品に当てて凍結。
最もポピュラー。空気の温度はマイナス70～マイナス35℃で機種によって違う。
「万能フリーザー」と呼ばれるくらい様々な食品を凍結できる。ただし、冷却中は強い風が吹くので、形を崩してはいけないうどんなどは注意が必要。



なんでも



ケーキなど形の
崩れやすいもの
甲殻類など



ブライン冷凍機

アルコールや塩水といった凍らない液体を冷やし、その中に食品を漬けて凍結。食品の表面に冷たい液体が密着するので、早く凍結できる。液体の温度はマイナス30℃程度。
液体が食品に触れないように、パウチなどで包装されたもの。



真空パウチに
できるもの



特になし



コンタクト冷凍機

金属製の冷却板で食品を挟み込み、その中にマイナス40～マイナス30℃の冷却物質を流して凍結。金属板は熱伝導率が高いので、速く凍結できる。
金属板で挟み込む時に圧迫するので、ある程度押し潰してもよい食品が向いている。スライスした肉、魚のすり身など。



肉・魚のすり身
ペースト食品



形を崩せないもの



液化ガス冷凍機

超低温のガスを食品に吹き付けて凍結。液化窒素はマイナス196℃、液化炭酸ガス（ドライアイス）はマイナス56.6℃。超急速で凍結できるので、食品へのダメージが少ない。
ランニングコストが非情に高いため、高級魚やエビなど高級品の凍結に使われる。



なんでも
コストが高いため高級品に使われる

例えば急速凍結機には上記の4つの形式があり、どれを採用するかは重要な判断になります。

一方で、「エアブラスト式冷凍機」を作っている機械メーカーは多数ありますが、本質的な凍結性能に大きな差はありません。

冷凍を「システム」として捉えて差別化をめざす

「消費者が最終的に口にする食べ物をいかに美味しく保つか」をゴールとして、
①調理/前処理 ②凍結 ③貯蔵 ④解凍調理の全体に目を配る必要があります。

「システム冷凍」…凍結方法だけではなく、素材の調理から商品の流通・解凍方法までを
冷凍の品質管理範囲として捉える考え方

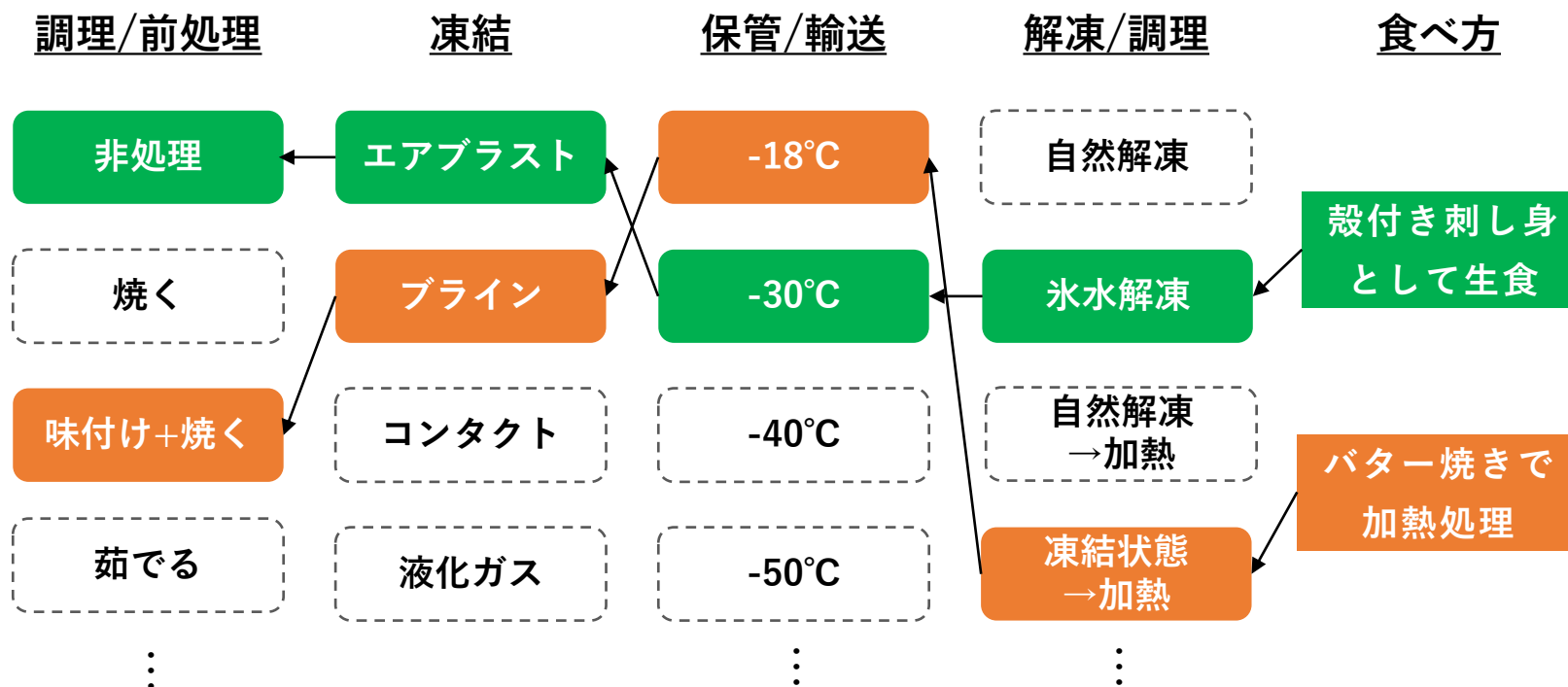
システム冷凍の4要件

- 1 素材を冷凍に適した方法で **調理/前処理** すること
- 2 素材に合った適切な **凍結** を行うこと
- 3 適切な品温と環境で **貯蔵** すること
- 4 適切な方法で **解凍・調理** すること



例) ホタテ貝のシステム冷凍

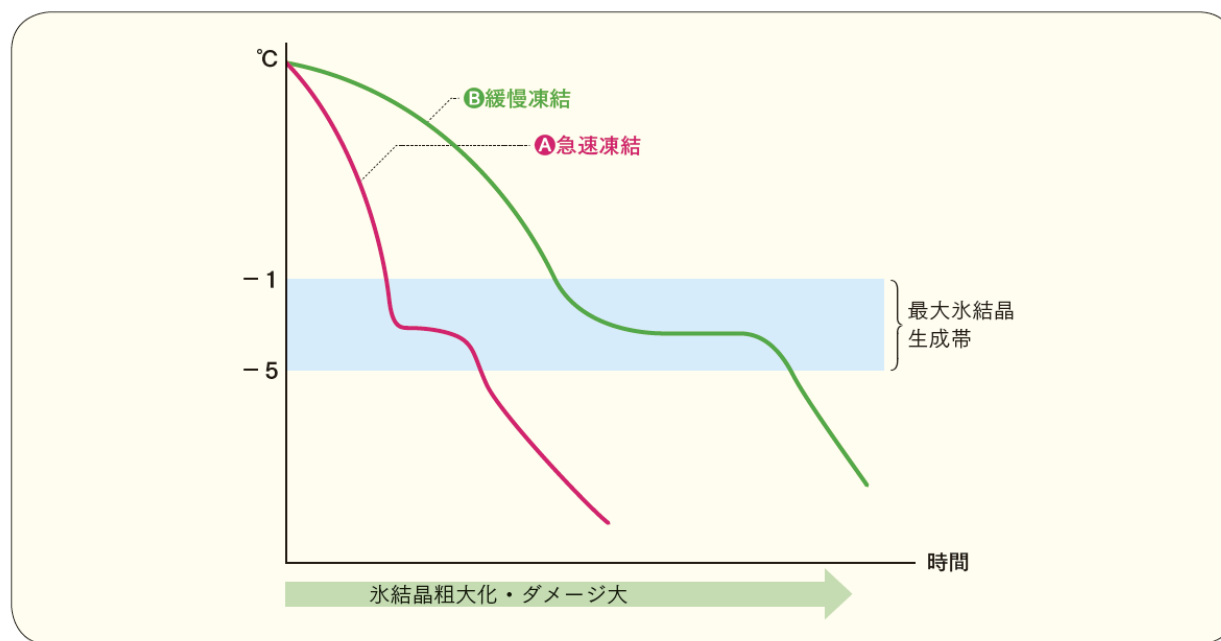
「この食材はどんな冷凍方法が良いのか？」というご質問は多いのですが、
実際は「どう食べるか？」から逆算し、最適な方法を考える必要があります。



緩慢凍結と急速凍結：定義

氷結晶が粗大化しやすい -1°C から -5°C を「最大氷結晶生成帯」と呼びます。

この温度帯を30分以下で通過する凍結方法を急速凍結と言います。



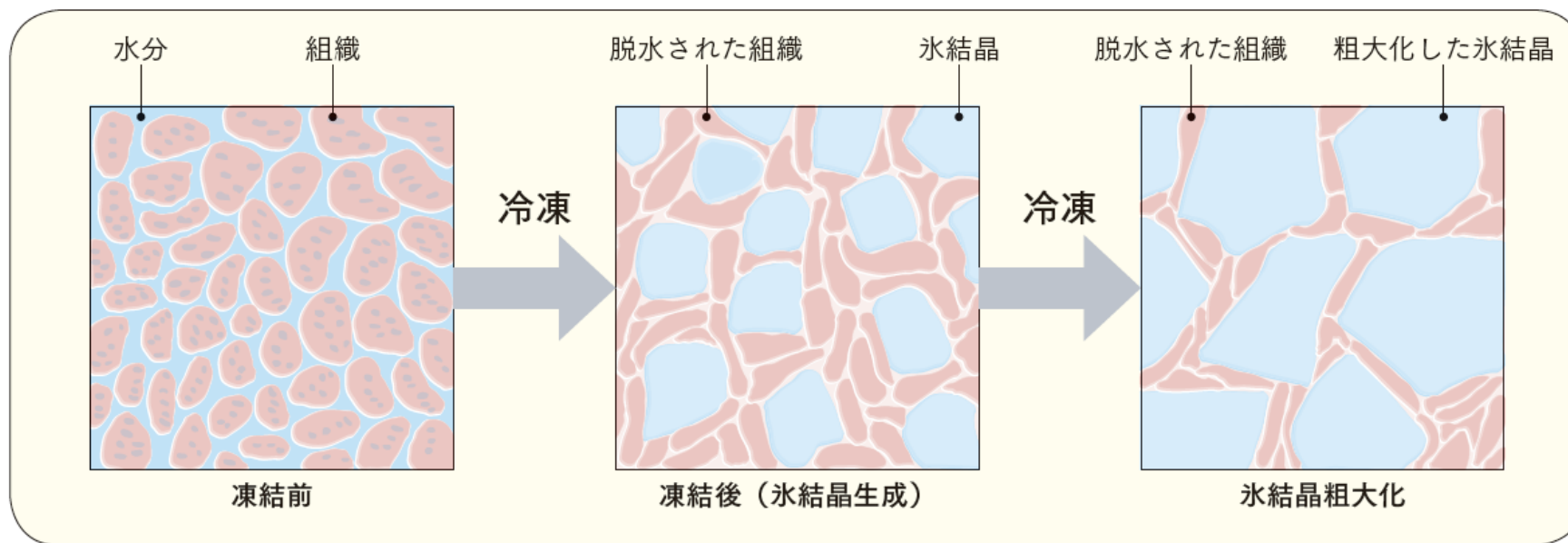
●定義

- ・ 緩慢凍結：最大氷結晶温度帯を30分以上かけて通過する、ゆっくりした凍結方法
- ・ 急速凍結：最大氷結晶温度帯を30分以内で通過する、スピーディーな凍結方法

凍結と氷結晶

食品が凍結すると、食品内の水分が氷結晶になることで、食品の温度下がります。

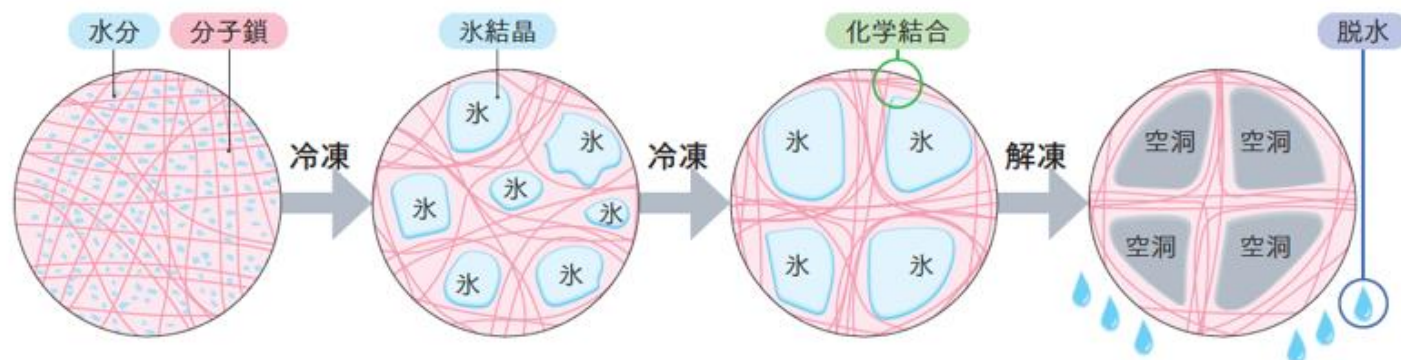
食品内に大きな氷結晶が発生すると、周囲の組織が氷結晶によって脱水されます。



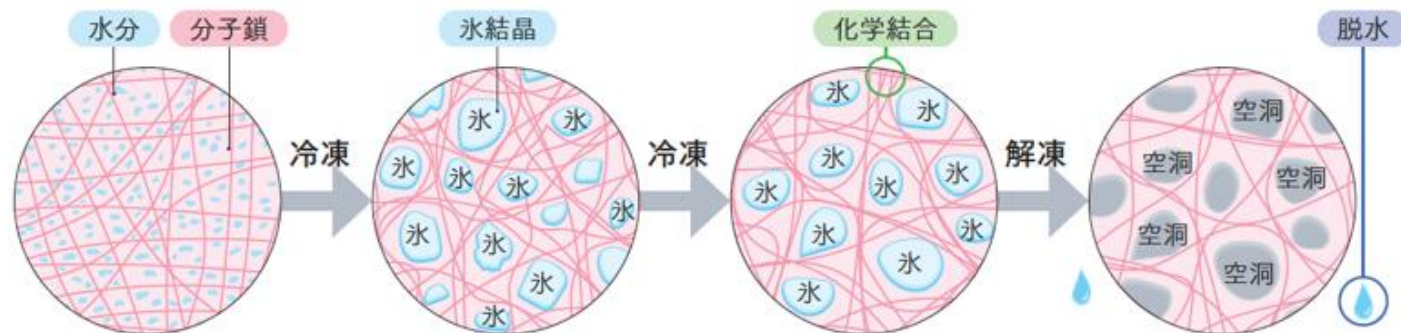
緩慢凍結と急速凍結：食品への影響

急速凍結によって氷結晶を小さく保てば、化学結合の影響が弱くなり、凍結→解凍後に食感などが戻りやすくなります。化学結合の影響の大きさは食材によって差があります。

緩慢凍結



急速凍結



参考：解凍後、戻りにくい食材

氷結晶の痕が
「す」になって残り
食感などが復元しない。



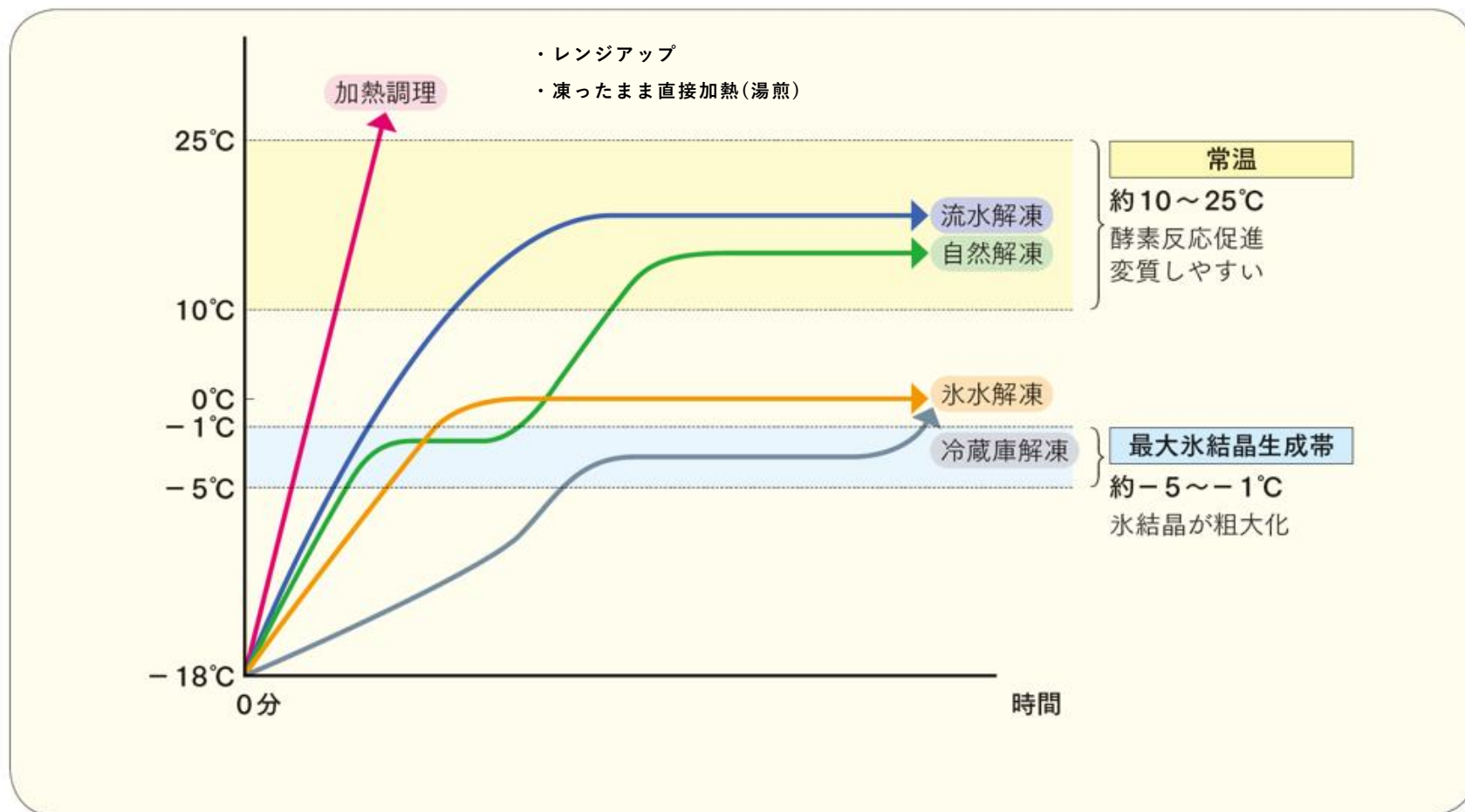
解凍後

凍結状態

凍結前

急速凍結が大事なのであれば、急速解凍も大事

「最大氷結晶生成帯」でのダメージは、解凍時にも起こるため、その食材で可能な範囲で最も急速に解凍する事が必要となります。食材ごとに酵素の有無、細菌の増殖などを考慮して決定します。



まとめ：冷凍をシステムで考え差別化をめざす

<冷凍を選ぶ理由>

食材本来の**おいしさ**や、調理加工後の出来たての**おいしさ**を、
再現性高く長時間維持し届けられる。



おいしい冷凍の4要件

- 1 素材を冷凍に適した方法で **調理/前処理** すること
- 2 素材に合った適切な **凍結** を行うこと
- 3 適切な品温と環境で **貯蔵** すること
- 4 適切な方法で **解凍・調理** すること



加工食品輸出セミナー

ご清聴ありがとうございました

市岡製菓株式会社

(徳島県／菓子メーカー)

- ◆ 日本国内で小売用菓子の製造・販売を行っており、タイ・中国等向けに輸出を実施
- ◆ ベトナムでは現地法人を持ち、現地製造・販売
- ◆ 海外拠点を持ち現地商社とリアルで取り組んでいることで肌感が分かることも強み
- ◆ 賞味期限の延長に係る課題に対し、社内で国内ルールと海外ルールの違いの勉強会を実施。包材も改良し、期限の延長を実施（常温45日⇒180日）

加工食品輸出セミナー（GFP加工食品部会）

賞味期限延長における 取組事例

 市岡製菓株式会社

営業開発部

中川 純一

1.企業概要

市岡製菓株式会社

日本国内で小売用菓子の製造・販売
海外輸出は主に香港・タイ・アメリカ・
オーストラリア等実績あり

- ・ 設立：1973年12月（1949年に創業）
- ・ CEO：市岡沙織
- ・ 資本金：3,000万円
- ・ 事業：製菓製造販売（BtoB）



半生菓子（ソフトムーンケーキ、きんつば、
スイートポテト…etc）を販売

ルルヤ

工場直営店にて市岡製菓Grの和洋
菓子商品を販売

- ・ 設立：2008年4月（1930年創業）
- ・ CEO：市岡沙織
- ・ 資本金：3,000万円
- ・ 事業：製菓製造販売（BtoC および BtoB）



1930年からの定番商品と、ケーキなど
市岡Grの和菓子洋菓子を製造販売



IchiokaSeikaVietNam Co., Ltd.

ベトナム国内を中心に菓子製造販売

- ・ 設立：2017年11月(2018年8月操業開始)
- ・ CEO：市岡志麻
- ・ 親会社：市岡製菓株式会社
- ・ 資本金：3000万円
- ・ 事業：菓子製造販売（BtoB）



日本の技術を使いながら、ASEANの方々の
嗜好に合うような商品を開発・販売

2. 賞味期限に関する課題認識・取組の方向性

包材の変更（パッケージ）・鮮度保持剤

輸出には賞味期限が少なくとも6ヶ月以上が求められる
一定期間を超えてからの生地乾燥も課題



仕入の問題

適した素材がなかなか手に入らない

➡商社や海外展開している企業との連携

鮮度保持剤

今までの取組みの見直し

➡包材(パッケージ素材)・鮮度保持剤の見直し
脱酸素剤からエタノール蒸散剤+脱酸素剤へ



添加物・着色料

国ごとに違う規制

➡仕入先さまとの連携と、検証

ソフトムーンケーキ
(日本法人)

3.市岡製菓の賞味期限に関する取組のステップ

様々な取組を一步ずつ進めることで徐々に賞味期限の延長に成功。
それに伴い輸出先も着実に増加中。



※国内からの輸出事例に限る

4.市岡製菓の取組

- 取扱い商品：蒸しケーキ・どら焼き等
- 輸出開始当時の国内賞味期限：常温45日程度

⇒期限的に常温輸出は不可

⇒冷凍で輸送で対応



冷凍輸送はコストが高いため常温輸送も検討する必要がある
⇒常温で輸送するには期限の延長が必須

4.市岡製菓の取組

長い賞味期限を確保するため冷凍での展開を実施

常温では45日と賞味期限が短く輸出が困難



①冷凍での販売を前提とした対応

レシピ改良により冷凍でも高品質が維持できるか？

冷凍に対応するために必要な対応は何か？

冷凍での配送は可能か？



4.市岡製菓の取組

海外バイヤーやディストリビューターへの聞き取りを実施

ベトナムの現地法人を活用して現地の声を聞いたところ

期限に対する考え方に日本と大きなギャップがあると認識



②社内での勉強会

海外ベースのルールでどこまで日持ちするのか？

冷凍に対応するために必要な対応は何か？



③包材の変更

資材を変えることでどこまで日持ちするのか？



4.市岡製菓の取組

前頁での取組に加えて更なる期限延長方法を検討

海外基準の期限表示・包材変更に加えて検討を続け

各取組を段階的に実施し相乗効果的に賞味期限の延長を図る

④品質保持剤の変更



品質保持剤を変えることでどこまで日持ちするか？

⑤各段階での取組を組み合わせせて促進

商品ごとに適した取組は？

PDCAを重ねることで相乗効果が生まれるのでは？



5.冷凍・レシピ改良

冷凍対応・レシピ変更をすることで賞味期限を長く確保して輸出に対応

常温では賞味期限が短く輸出困難、冷凍での輸出を実施

品質確保・添加物対応のため必要に応じてレシピ変更も検討

常温45日での賞味期限設定



冷凍1年間＋解凍後45日で輸出可能に

6.社内勉強会

日本と海外における**期限の考え方の違い**を理解する

- 賞味期限：美味しく食べられる日

期間内は完全な状態で過ぎててもまだ完全に満足しうる

- 消費期限：安全に食べられる日

消費者が期待する品質特性を失うであろうと推定される最終日

その日以降市場性はない

一般的に海外では
有効期限表示が多いとされる

- 有効期限：食べきる日

消費者が期待を失うと推定される最終日

その日以降市場性はない

食品の国際規格

『コーデックス(CODEX)』

6.社内勉強会

日本と海外における**期限の考え方の違い**を理解する

スーパー等小売り

消費者

海外
(実際の
現地の声)

商品の表示期限日（有効期限日）の**2ヶ月前**には棚から下しておかないと！

表示期限（有効期限）の**1ヶ月前**の商品なんて怖くてとても買えない！

日本

商品の表示期限日（賞味期限日）の**1週間前**には棚から下しておかないと！

表示期限内（賞味・消費期限内）であれば、期限日**当日**でも問題なく食べられる！

6.社内勉強会

海外での期限表示ルールを理解したうえで社内で相談した結果、海外向け商品に関しては**大幅に期限を延長**

勉強会を重ねて海外における期限の考え方を理解
海外の表示期限ルールに合わせ輸出商品の表示期限を変更



期限を常温で45日⇒常温で120日まで延長

常温での海外輸出としては**まだ短い期限設定**

(最低180日は目指したい)

7.包材の変更

包材を変更することで更なる延長を図る

表示期限変更に加え特殊なパッケージ（ハイバリア）に変更することで鮮度の維持向上が可能となった

包材の材質をメーカーに相談し変更



期限を120日⇒180日まで延長

初期より取り組んでいた冷凍輸出に加え、

アジア圏等近隣国へは**常温輸出**が可能に！

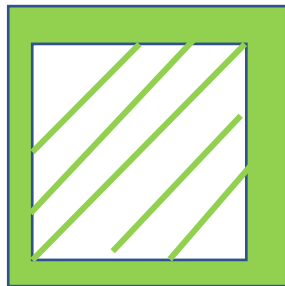
8.品質保持剤の変更

期限表示の変更・包材の変更に加え、商品に合った**品質保持剤の検討**も行い、更なる延長が可能か研究を実施

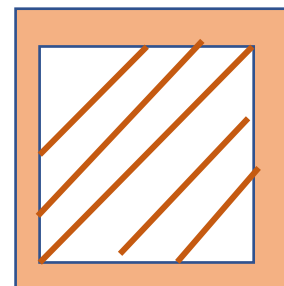
一般生菌の検証や理化学・官能試験等、社内で研究を重ねる
アルコール揮散剤と脱酸素剤両方の機能を持つ鮮度保持剤活用



カビを抑えて乾燥を防ぎ、賞味期限に影響を与える場合がある



脱酸素剤の容量を
大きくする



アルコール揮散剤と脱酸素剤
両方の機能を持つ品質保持剤に変更

9.まとめ

1種類のアプローチのみでなく、**商品に合わせた複数アプローチの段階的な実施**で大幅な**賞味期限の延長が可能**となる

常温45日⇒冷凍 1 年間 + 解凍後180日の期間設定が可能に



- アジア圏等近隣国へは常温輸出が可能となりコスト削減
- 常温では輸出不可能な国も冷凍での輸出は可能
- 冷凍輸出国にも解凍後の賞味期限の長さは訴求ポイントに

ご清聴ありがとうございました

 **市岡製菓株式会社**

クラウン貿易株式会社

(兵庫県／商社)

- ◆ 米国、欧州、アジアの各国、地域の販売特約店を通じて世界各地に日本産食品・食材などを輸出
- ◆ 日本食情報発信メディア「Umami Insider」では地域の魅力や各企業のこだわりといった付加価値情報を発信し、併設のECサイトにて商品販売までを一気通貫で手掛ける
- ◆ 日本産柑橘のブランディングを目指す「Kankitsu Labo」では“日本食”という文脈ではなく“食材”としての魅力を現地目線で発信することで日本産柑橘の販路拡大を目指す

加工食品輸出セミナー

**地域・品目ブランディングに向けた
加工食品クラスターの取組について**

クラウン貿易株式会社

山根 雄介

企業概要（クラウン貿易株式会社）

多くの国に向けて長年様々な商品を輸出してきた実績から、
業界に関する幅広い知見・専門性を有する

事業内容

- 1962年創業。神戸に本社を構える
日本食輸出専門商社
- **アメリカ**を中心に、**世界30か国近くに
食品輸出**を行う
- **国内約500社の生産者**と取引しており、
小売用・業務用商品の両方を取り扱う



新しい取り組み



<https://www.umami-insider.com>

2019年にNYで立ち上げられた日本食情報
発信メディア。ECサイトを併設し、情報発信
から商品の物流/販売までを一気通貫で行う



<https://kankitsulabo.com>

2022年に立ち上げられた日本の柑橘を
取り扱うブランド。現地ハイブランドとして
日本産柑橘の販路拡大を目指している

| 本日の講演トピック

1. 日本食輸出の状況

→ 日本食の輸出はどのように推移しているか

2. 海外日本食市場の状況

→ 海外日本食市場はどのように変化しているか

3. 加工食品クラスター(地域ブランディング)の重要性

→ 海外への商品提案はどのように行うのか

→ 加工食品クラスターの意義とは

4. 加工食品クラスターの取り組み事例

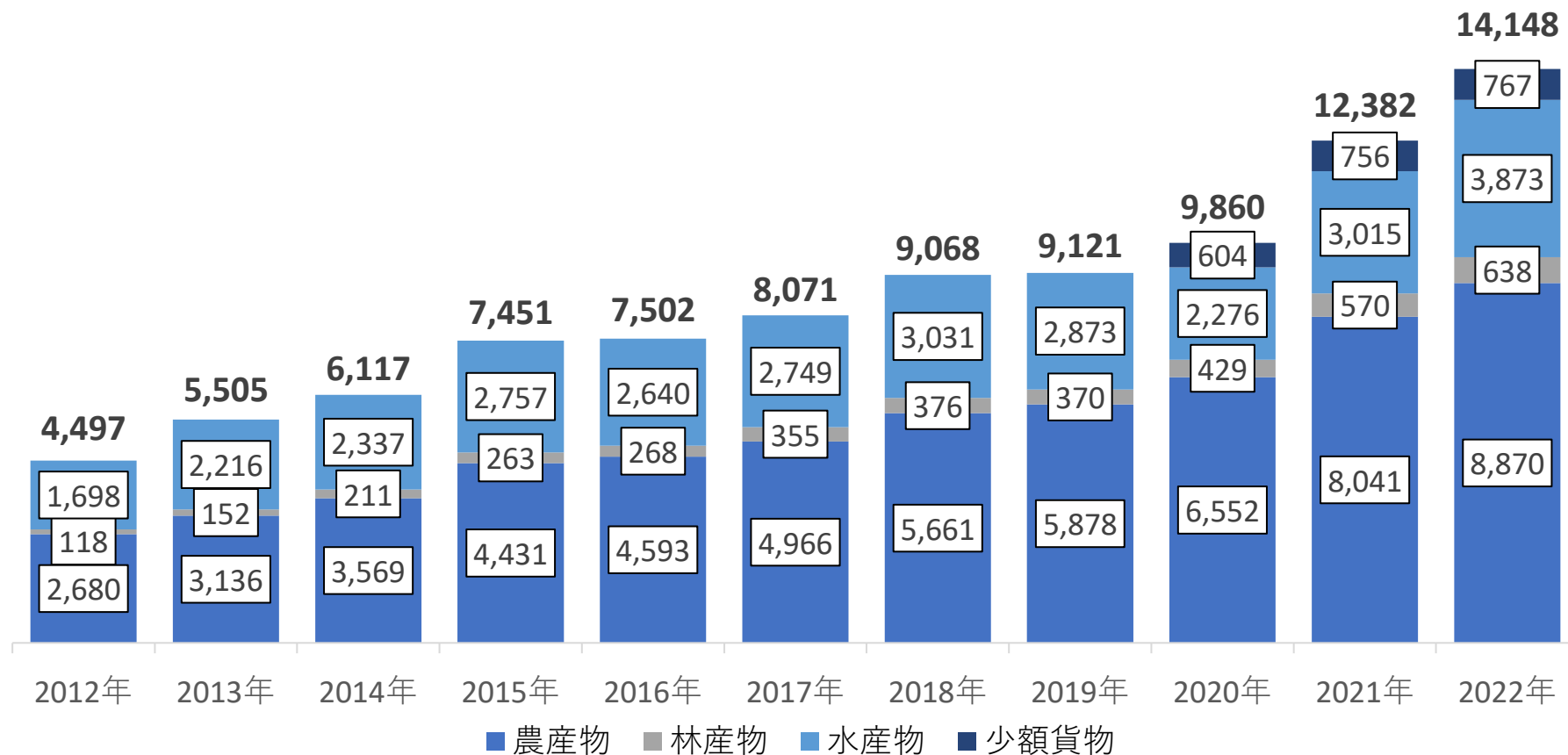


日本食輸出の状況

日本食の輸出は過去10年間 右肩上がりの成長を続けており、政府も2025年には2兆円、2030年には5兆円を目指している

農林水産物・食品 輸出額の推移

単位：億円



(農林水産省：農林水産物・食品の輸出実績)

海外日本食市場の状況 1 (市場環境の変化)

海外の日本食市場は日系の小売・飲食店だけでなく、
アジア系・欧米系の小売・飲食店にまで広がりをみせている

(海外日本食)市場の変遷

これまで



市場
拡大

現在

海外日本食市場



- ・ 現地在留邦人が市場の中心
- ・ 日系スーパーでの商品販売
- ・ 日系飲食店での食材使用

- ・ 現地系の消費者にも広く市場が拡大
- ・ アジア系・欧米系スーパーでの商品販売
- ・ 非日系飲食店での食材使用(例:フランス料理等)

海外日本食市場の状況 2 (競合関係の変化)

日本食市場が拡大したことにより 商品供給のグローバル競争も激化しており、日本食に日本産品以外が使われるケースも増えている

(海外日本食)競争環境の変化

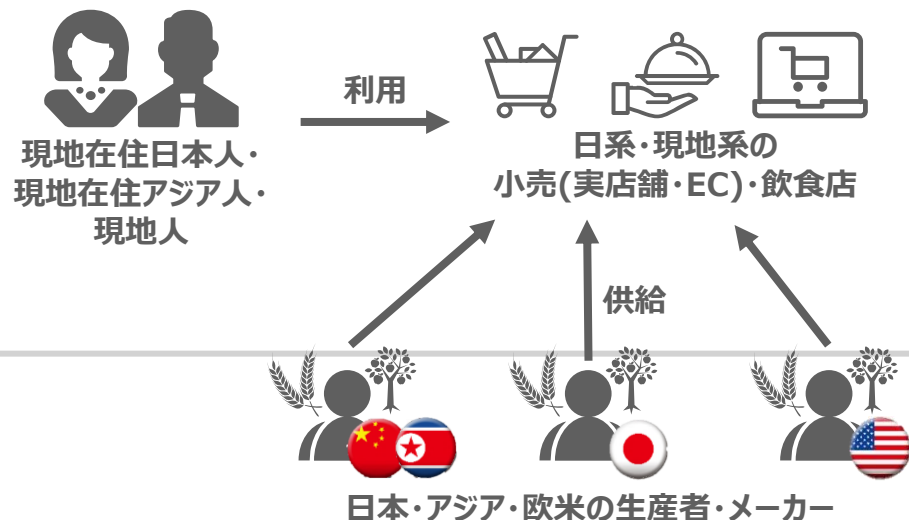
これまで



市場
拡大

現在

海外日本食市場



- 日系の小売・スーパー等を中心に**日本の生産者・メーカー**が日本食材を供給

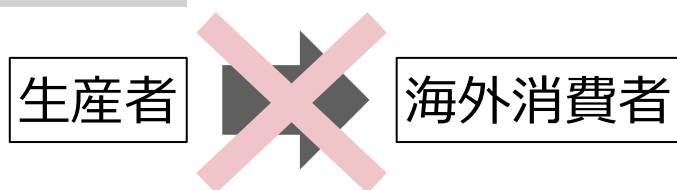
- 日系を含む小売・スーパー・EC等に対して**世界の生産者・メーカー**が日本食材を供給

海外日本食市場の状況 3 (ビジネスモデルの変化)

グローバル流通の発展により生産者が直接販売出来る時代において、生産者であっても売る為の努力が求められている(国内も同様)

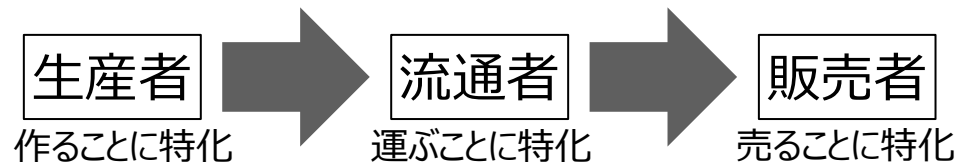
(海外日本食)役割分担の変化

これまで



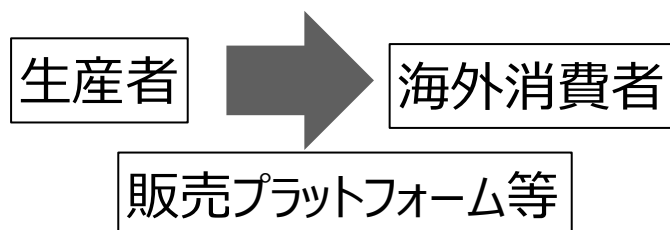
様々な障壁によって
海外消費者に繋がることは困難な時代

従来モデル：分業体制



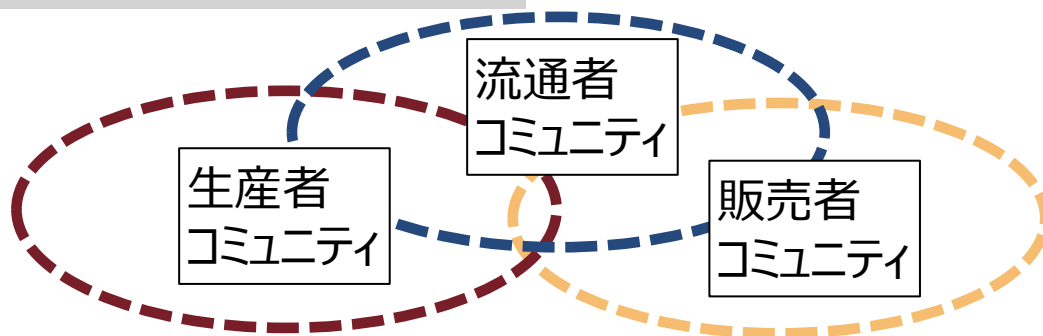
各事業者がそれぞれの役割を分業する

現在



その気になれば生産者が
世界中の消費者に売れる時代

現在モデル：協業体制



それぞれのコミュニティの接点において協業する

商品提案のポイント1 (強みの明確化)

グローバル競争下で勝負するためには、なぜ日本の(その)商品を選ぶのか(選ばれるのか) 強みを明確にする必要がある

海外製品の品質も向上しており、商品の品質だけで差別化するのは困難になってきている為、品質 + α の提案が求められてきている

強み	概要	具体的な品目例
希少性	日本でしか取れない/ 日本でしか作れないもの	- 柚子 - 抹茶等  
価格優位性	日本で製造/開発することが 価格面等で優位となるもの	- 調味料 - 菓子等  
ストーリー性	あえて日本のものを買いたいと思わせるストーリーがあるもの	- ウイスキー - 日本酒等  

商品提案のポイント2 (自社ならではの価値)

商品の品質だけでの差別化が困難になってきている中、企業の想いや地域の魅力などを掛け算したブランド価値創出が重要になっている

①(国産)商品



②(日系)企業



③(日本)地域

①商品の価値に加えて、②企業(作り手)の想い、③地域の魅力などを掛け算して 自社ならではのブランド価値を創出していくことが重要

(参考) 海外の地域ブランド化の成功例



ナパバレー(米国)×ワイン



パルマ(イタリア)×生ハム



ベルギー×チョコレート

商品提案のポイント3 (クラスターの意義)

特に「③地域(産品)の魅力」発信については各企業が個別に
取り組むよりも 全体で取り組む方が効率的である

地域クラスター：同じ地域の企業が集まって作られたチーム

利点：地域の食文化(メニュー)を通じて横断的に商品紹介できる

注意点：取扱商品が多岐にわたるため、ターゲットを定めにくい

品目クラスター：同じ商材を扱う企業が集まって作られたチーム

利点：商材が決まっているのでターゲットを決めやすい

注意点：取扱商品が似通ってくるのでそれぞれの違いを出す必要がある



クラスターの強みや課題を理解しつつ、力を合わせて取り組みを進めることで個社ではできない取組みが可能になる！

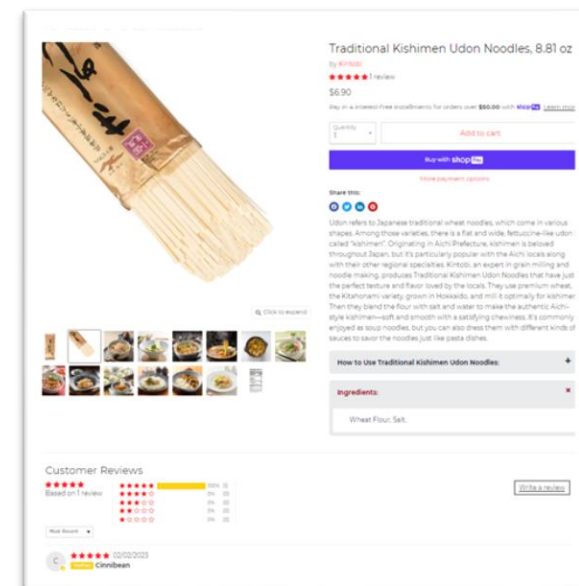
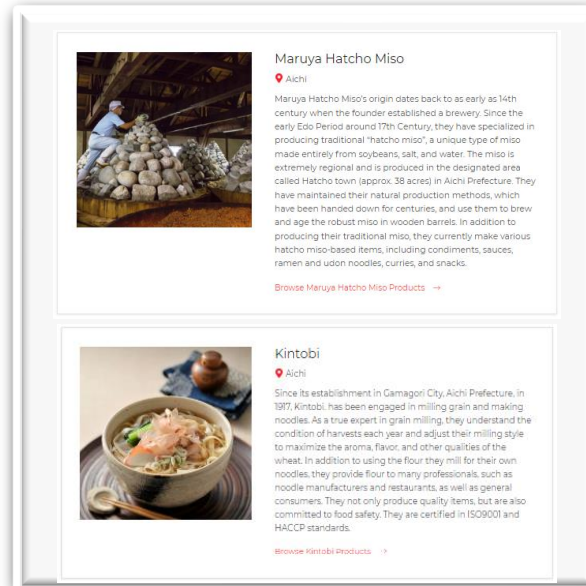
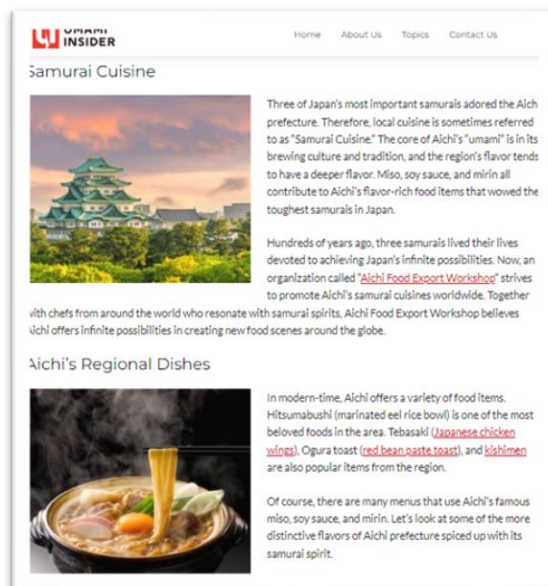
地域クラスターの取組事例(Umami Insider)

地域の食文化やメニューを通じて食材のPRを行うことで
地域食材をセットで発信していくことが可能

<愛知県食品輸出研究会との取り組み>



③地域紹介(どこで) × ②企業紹介(誰が) × ①商品紹介(何を)



- 地域の魅力を海外の日本食ファンに向けて発信
- 各企業のこだわりや想いを紹介するコンテンツを作成
- 商品の詳細、どのような料理に使えるかを詳しく紹介

品目クラスターの取組事例(Kankitsu Labo)

品目が絞られていることでより細かいターゲットを設定し
狙うべき市場に深くアプローチすることができる

<愛媛県との取り組み>

KANKITSU LABO
JAPAN

- ・ 柑橘に対する需要が高いと思われるスイーツ、ベーカリー、バーなどにターゲットを絞ってPR
- ・ 認知度の高い柚子をフックとしてその他の柑橘の紹介も行う
- ・ 現地の人の利用シーンに合わせてレシピ提案



Amanatsu Highball

Amanatsu Highball Recipe made by @highalcoholcontent Ingredients 2 oz Fukano Japanese Whiskey Infused with Hôjicha and Dry Candied Amanatsu Peel 4.5 oz Filtered Water 2 dash Citric Acid Solution (20%) 5 drops Saline Solution(20%) Garnish: Orange peel Steps Mix ingredients and store in...



BANDITO SALVATORE

Recipe made by @copperbarspoon Ingredients 1.5 oz Rye Whiskey 0.25 oz Maraschino Liqueur 0.25 oz Amaro Santa Maria 0.5 oz Tuaca Liqueur 2 Dashes Aromatic Bitters Dry Candied Amanatsu Orange Peel (For Garnish) Steps Add all ingredients into a mixing glass, stir with ice until chilled. Strai...



Candied Yuzu Peel Scones

Recipe made by @karablakechin Ingredients Scones 2 cups (120g) all-purpose flour 2½ teaspoons baking powder ¼ teaspoon salt ½ cup cold unsalted butter, cut into about ¼-inch pieces Zest of 1 yuzu or lemon (optional) ¼ cup granulated sugar ½ cup cold buttermilk, plus more for...

本日の講演まとめ

日本食輸出 の状況

- 日本食輸出は2022年 1兆4,148億円を記録し 10年間成長を続けている
- 政府は2025年2兆円、2030年5兆円の目標を掲げて取組を進めている

日本食輸出 の課題

- 海外日本食市場の拡大により、グローバルな生産者・メーカー間競争が加速
- 日本から輸出する意味を改めて意識し、強みを作っていく必要がある

商品提案の ポイント

- 「①商品のこだわり」、「②企業(作り手)の想い」、「③地域の魅力」等を掛け算してその企業ならではの付加価値を作っていく必要がある
- 「③地域・産品の魅力発信」は個社ではなく全体で取り組む方が効率的

クラスターの 取組ポイント

- 競争相手は世界であると認識し、まずは国内事業者で協力しつつ認知向上を図るべき（パイを奪い合う前にまずはパイを広げる）
- クラスターを“地方”と捉えるのではなく、生産の“中心地”であるとする(主体性)

加工食品輸出セミナー

ご清聴ありがとうございました

発酵を核としたローカル食品輸出拡大コンソーシアム (全国／加工食品クラスター)

- ◆ “発酵”をキーワードに、東北・北陸の事業者を中心とする12社の地方の発酵食品メーカー（味噌、醤油、日本酒、納豆等）等が集まり結成、“発酵”を世界共通語化させて中小メーカーの魅力ある発酵食品を後世に伝承することを目指す
- ◆ 海外シェフ・バイヤー・ジャーナリストの招へい・発酵文化体験とともに、そのネットワークも活用した海外での現地消費者へのプロモーションイベントの両輪で、ブランディングを実施
- ◆ 国内外での豊富なリレーションも活かした戦略的アプローチを強みに、開発～流通～販売の全工程での取組を推進

**「加工食品輸出セミナー」
“発酵”をキーワードとした
加工食品クラスターでの輸出取組**

**発酵を核としたローカル食品輸出拡大コンソーシアム
(San-J International, Inc. 代表取締役)**

佐藤 隆

団体概要（発酵を核としたローカル食品輸出拡大コンソーシアム）

地方の発酵食品メーカーが集い、海外バイヤー招へい、海外イベント、商談等で“発酵”をブランディングし、輸出拡大を図る。

地方の発酵食品メーカー共同での輸出取組



- “発酵”をキーワードに、東北・北陸の事業者を中心とする12社の地方の発酵食品メーカー等が集まり結成
 - 品目は味噌、醤油、日本酒、納豆等
- 共同で海外バイヤー等の来日招へい、海外イベント等での発酵文化体験・試食会等により“発酵”をブランディングし、商談機会も創出
- “発酵”を世界共通語化させ、中小メーカーの魅力ある発酵食品を後世に伝承することを目指す

輸出取組の経緯

日本の発酵食品メーカーと米国の発酵ブームを繋げることで、海外市場への参入と、現地消費者ニーズへの対応を目指す。

輸出により、発酵食品メーカー・米国消費者を繋ぐ



- 国内では和食離れ、人口減少等で、地方の魅力ある発酵食品であっても、商売が厳しくなる見込み
- 一方で、米国では健康志向の増加に伴い、日本食・発酵食品への関心・ニーズが高まっている
 - 特にトップシェフ・オーガニックストア等は、発酵・麹等に注目し、各種メディアへの露出が増加
- 輸出することで、地方の発酵食品メーカーと米国発酵ブームを繋げ、双方にメリットを創出したい
 - 新規需要の喚起と海外販路拡大のため、地域横断のコンソーシアムを設立・輸出取組を開始

米国における発酵食品市場

日本独自の発酵文化、“麴”の魅力を、ストーリー性と合わせて訴求することで、中小メーカーにも大きなチャンスが見込まれる。

日本独自の発酵文化訴求の可能性



- 米国で発酵食品市場を牽引するのはコンブチャ、テンペ、キムチ等であり、日本産品の魅力は十分に伝わっていない
- また、日系メーカー以外の醤油・味噌が販売されていることから、日本で独自に進化した発酵文化を伝え、訴求する必要がある
- 発酵食品や“麴”は、大手メーカーがまだ参入しておらず、中小メーカーにも大きなチャンスが見込まれる
 - 特に高所得者層は、商品に関する製法や伝統性、産地等のストーリーを重視しており、価格以外での購買意欲も高い

共同取組による輸出メリット

発酵食品メーカーの共同により、“発酵”を面でプロモーションし、シェフ・バイヤー等にとっても魅力的な商談会を創出できる。

多様な発酵食品による相乗効果の創出



- 多様な発酵食品のメーカーが参画することで、“発酵”の面での訴求が可能である
 - シェフ・バイヤー等にとって、アイテム数が増えることで魅力的な商談機会となる
- 1社のみでは輸出が難しいメーカーが協力して市場を獲得することで、互いにメリットを享受
- 後述の発酵ツーリズムでも、複数メーカーの蔵・工場を回することで、プロモーション効果が拡大している

米国・輸出支援プラットフォームとの連携

米国・NYの輸出支援プラットフォームと連携し、ネットワーク活用・情報連携を行うことで、官民一体による輸出取組を推進。

PFとの連携強化により、相乗効果で輸出取組を推進



- 米国輸出に必要なネットワーク構築のためPFと連携
 - PFの支援員である現地PR会社と連携し、招待するシェフやジャーナリストを選定、記事化～レストランでのワークショップ等のアフターフォローまでPFと連携
 - 商流構築においても、PF加盟商社との連携を通じ、FDA登録～輸出手続き書類の作成までサポートを受け、輸出実績に繋がる
- コンソーシアム側からは、事業を通じて得た知見をカントリーレポートに反映し、プラットフォームにて公開することで成果を広く共有

輸出促進に向けたアプローチ

来日招へい・海外イベントの両輪で、日本で感じた魅力を海外現地で発信してもらうサイクルを生み、ブランディングを行う。

国内×海外の双方から戦略的にアプローチ

来日
招へい

海外シェフ・バイヤー
・ジャーナリストの発酵文化体験



海外
イベント

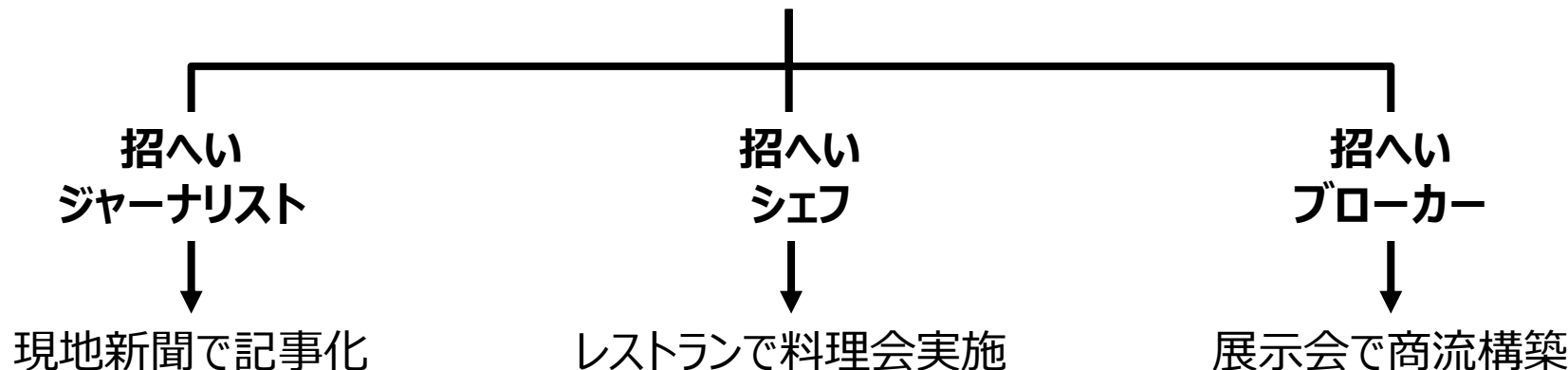
現地消費者へ、
発酵食品の魅力を発信

- 日本の発酵食品の魅力を伝えるには、キープレイヤーに実際の製造現場を見てもらうことが重要
- 同時に、現地消費者に対する情報発信による認知度向上が求められる
- 海外シェフ・バイヤー・ジャーナリストの招へい・発酵文化体験とともに、そのネットワークも活用した海外での現地消費者へのプロモーションの両輪で、ブランディングを実施
- 事業実施に当たっては農林水産省の補助金を活用した

国内イベント起点とした海外での波及効果と相互連携

インバウンド発酵ツアー

(北陸での醸造メーカー訪問)



興味を喚起し、



食べ方を提案し、



購入に繋げる。

国内における輸出取組ポイント

米国バイヤー・シェフ・ジャーナリスト等を来日招へいし、発酵文化体験・展示会・商品試食等を通じて、認知度向上を図る。

国内で直に発酵文化に触れる機会を創出



- 米国のバイヤー・シェフ・ジャーナリスト等を招き、日本の発酵文化を現地に持ち帰る機会を創出
 - コンソーシアムメンバーのいる北陸で実施の、小倉ヒラク氏主宰の発酵ツーリズム展を最大限に活用
 - インポーターと事前合意し、バイヤー・シェフが購入意向を示した場合に、即成約につながるよう準備
 - ジャーナリストには現地メディアで記事化してもらうなど、招へい者は戦略的に選定
- 今後は同様のスキームで、全国の魅力的な発酵食品メーカーを巻き込み、各地で招へいツアー開催を展開したい

海外における輸出取組ポイント

単なるイベント開催に留まらず現地消費に繋がるよう、輸出キーパーソン選定、ローカライズ化したメニュー提案等を工夫。

現地波及効果を狙ったイベントを実施し自走に繋げる

ビジネスとして自走化

発酵ツーリズムに
シェフ・PR関係者を
招致

参加シェフが地元で
麹イベントを開催
⇒「儲けるモデル」
確立

食関係者
(小売・外食) が
集客に“発酵”を
活用

現地流通との
リレーション
構築・強化

日本からの
発酵食品輸出が
拡大

- ・ イベントを開催するだけでなく、現地関係者の実利に繋げるとともに、メンバーの安定的な商流を確保して発酵を「ビジネス」として成立させる取組が必要
- ・ 米国での発酵セミナー・試食会は、現地PR会社経由で輸出に繋がるキーパーソンの現地シェフ・ディストリビューター等を招待。現地消費者をターゲットに、インフルエンサーも巻き込みイベント周知
- ・ 現地飲食店・家庭で再現できるよう、現地シェフと連携し、ローカライズ化したメニュー提案を実施

今後の展望

コンソーシアム統一ブランド商品の開発、商社機能の保有、輸出に繋がる発酵ツーリズム全国展開で更なる輸出促進を図る。

開発～流通～販売の全工程での取組を推進



- “発酵”を切り口としたコンソーシアムメンバーによる統一ブランド商品を開発し、米国イベントでのテスト販売やPRを促進
- 商社機能を持つ企業の参画で、メンバー商品の輸出時のパイプ・出口としての機能を備える
 - 米国展開では現地系への進出が重要。現地系小売店・レストランへのしっかりとした商流を自分たちで持つことが重要と認識
- 全国で発酵食品メーカーの仲間を集め、発酵ツーリズムを通じた“発酵”の世界共通語化、発酵食品の輸出拡大を実現したい

加工食品輸出セミナー

ご清聴ありがとうございました