

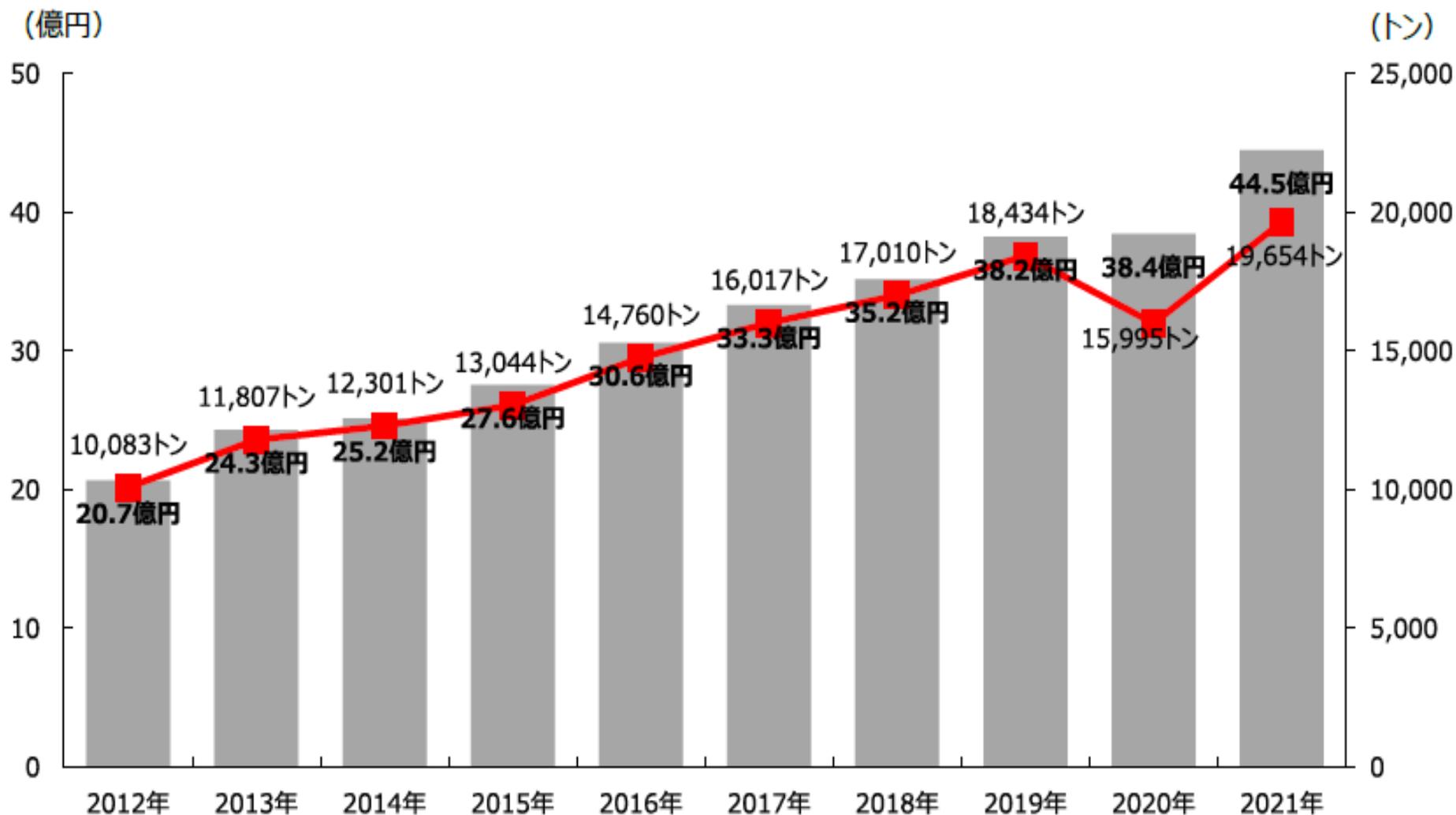
品目団体の取組方針・取組状況

～味噌・醤油関係～

令和 4 年 7 月 22 日

農林水産省 輸出・国際局 輸出企画課
輸出戦略実行チーム 課長補佐 大西 麻紀子

味噌の輸出実績（2012～2021年）



財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

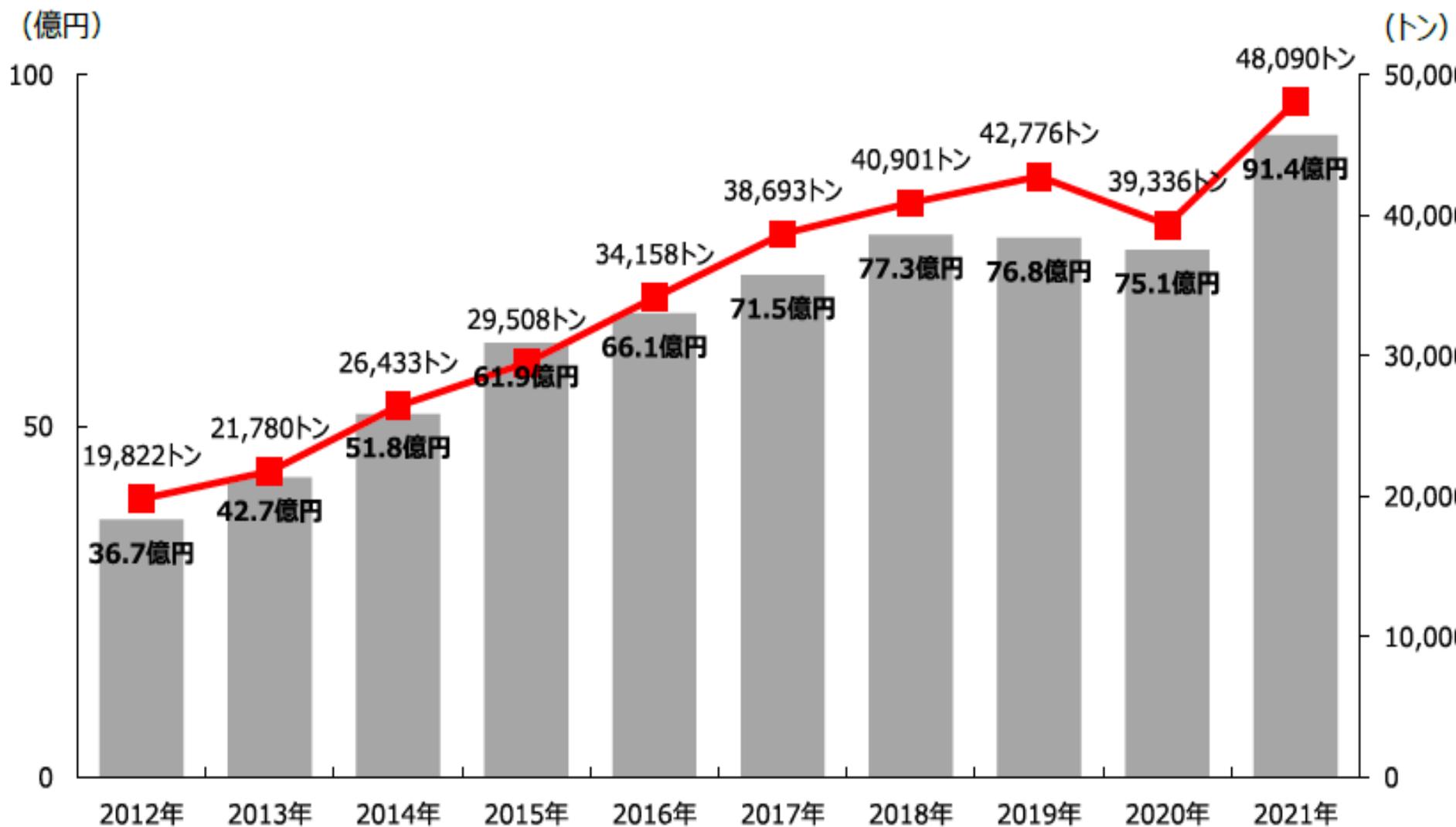
味噌の国・地域別内訳 2021年

- 2021年は、輸出額44億円と過去最高を記録（前年比+16%）。
- オランダ（前年比+38%）など、EU（同+34%）向けの伸びが大きい。

	国名	輸出額（量）	輸出額 前年比	輸出額 構成比
1	アメリカ合衆国	10.6億円（4,985トン）	+11.6%	23.8%
2	中華人民共和国	4.2億円（1,916トン）	+20.3%	9.4%
3	オランダ	3.5億円（916トン）	+38.1%	7.8%
4	台湾	3.0億円（1,043トン）	+0.6%	6.6%
5	大韓民国	2.6億円（1,548トン）	+14.6%	5.7%
-	その他	20.7億円（9,246トン）	+16.5%	46.5%
参考	EU	10.1億円（3,573トン）	+33.6%	22.7%
-	世界	44.5億円（19,654トン）	+15.7%	100.0%

注：四捨五入の関係で内訳の計と合計が一致しないことがある。EUの数値については外数。

醤油の輸出実績（2012～2021年）



醤油の国・地域別内訳 2021年

- 2021年は、輸出額91億円と過去最高を記録（前年比+22%）。
- 米国向け（前年比▲6%）は減少したが、EU向け（同+60%）が大きく伸びた。

	国名	輸出額（量）	輸出額 前年比	輸出額 構成比
1	アメリカ合衆国	15.4億円（7,797トン）	▲5.8%	16.9%
2	中華人民共和国	8.3億円（4,443トン）	+11.0%	9.1%
3	オーストラリア	6.5億円（2,252トン）	+12.1%	7.1%
4	英国	6.1億円（4,435トン）	+21.1%	6.7%
5	大韓民国	5.7億円（2,661トン）	+20.5%	6.2%
-	その他	49.3億円（26,502トン）	+38.4%	53.9%
参考	EU	26.7億円（14,417トン）	+59.7%	29.2%
-	世界	91.4億円（48,090トン）	+21.7%	100.0%

注：四捨五入の関係で内訳の計と合計が一致しないことがある。EUの数値については外数。

農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略における味噌・醤油の国別輸出額目標



国名	2019年実績	2025年目標	国別のニーズ・規制に対応するための課題・方策
合計	115億円	231億円	<ul style="list-style-type: none"> ・味・品質で海外産との差別化 ・日本食文化とともに我が国の多様な味噌・醤油を世界に発信。味噌については、第2の醤油を目指す ・日本食レストランを中心に、現地ニーズに合わせたラーメン、煮込み料理、炒め物などのレシピの充実・普及
米国	23億円	50億円	<ul style="list-style-type: none"> ・ミレニアル世代と呼ばれる若い世代や健康志向の者向けの高品質な商品需要の取り込みを拡大・強化 ・醤油市場が成熟しつつあることから、我が国の多様な醤油を紹介し、深掘り
中国	11億円	26億円	<ul style="list-style-type: none"> ・富裕層向けを基本に、日本食レストランや現地小売店のほか、子供を持つ若い世代や女性層などの健康志向の者の需要の取り込みを拡大・強化 ・中国の輸入停止措置の解除による10都県産（味噌の主産地が含まれる）の輸出再開
その他	81億円	155億円	<ul style="list-style-type: none"> ・醤油については、豪州の現地小売店、健康志向の者向けの高品質な商品需要の取り込みを拡大・強化 ・味噌については、日本食レストラン等業務用需要を基本に、日本の味を好む若年層などの需要の取り込みを拡大・強化 ・味噌・醤油の知名度の定着と家庭用向けの利便性・簡便化商品の販売を強化（特に味噌） ・ハラール認証団体から認証を受けたハラール商品マーケットを拡大。 ・台湾の輸入停止措置の解除による5県産の輸出再開

輸出に向けた課題

- ・ 輸出先国の規制等の対応に各社苦勞。同じ課題を各社が個別に対応しているケースや、個社では費用・人材負担が大きすぎ対応できないケースもあり、業界連携が求められている。
- ・ 他国によるジャパブランド偽装への対応や、ジャパブランドの信頼性確保・認知度向上に向けた対応が必要。



個社での最新の規制 情報収集は困難

各国で添加物や包材の規制内容が異なる上に変化するので、個社で最新情報を把握し続けることは困難。規制に関する情報や対応状況についてタイムリーに共有する仕組みがあるとありがたい。



輸出規制対応と情報 の一元化が必要

ポジティブリストで明確に定められていない原料の最終的な使用可否判断などについては、各社で調整するのではなく、業界全体で取りまとめて対応できると良い。



輸出相談ができる 先が必要

輸出に取り組むと、様々な課題が次々と出てきて、それぞれに必要な対応が自社では不明なことが多い。具体的な対応策の情報を得る場があるとありがたい。



ジャパブランドの 確立が必要

日本産のように見せて販売している、安価な他国産の品質が上がってきている。単に「日本産」だけでなく、具体的な規格・基準を定め、品質管理に取り組まないといけない。



オールジャパンのプロ モーションが効果的

海外では日本の地方の名称は知られておらず、日本産であることをブランド化した方が良い。

同じ国の同じ店舗で、週ごとに違う県のプロモーションを頼まれることもある。非効率だし消費者に定着しない



企業間連携の強 化も重要

商談が成立しても1社では大ロットの受注は受けられない。小さい企業が集まることで、自社にないノウハウを共有し合えるし、他社と共通ブランドを作って対応するなど助け合うことができる。

農林水産物・食品輸出促進団体（品目団体）の概要

品目団体 生産から販売までの関係者が連携し、オールジャパンで輸出拡大活動に取り組む

1. 品目団体の構成

- 生産、製造、流通、販売等、輸出に係る関係者が緊密な連携により活動を実施。
- 輸出促進業務を行うことができる組織体制（知識・能力）を有する法人であることが必要。

（会員例） 生産・製造分野：生産者、生産者団体、食品メーカー
流通分野：卸売業者、流通業者団体、運送業者 等
販売分野：輸出商社 等

2. 品目団体の業務

【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
（例）見本市へオールジャパンで出展、バイヤー向け商談会・セミナー開催、ジャパブランド広報の実施
- 輸出に関する事業者への情報提供・助言
（例）輸出専門家による相談窓口を設置

【任意業務】

- 輸出促進に必要な包材・品質等の規格の策定
- 輸出のため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）



バイヤーとの商談



店頭プロモーション



輸送時に潰れた段ボールと実割れの発生



輸送規格を作成し荷潰れを防止

認定

政府

農林水産・食品輸出分科会を通じ
実行的な活動のための連携

JETRO、JFOODO

(品目団体事例①) 米国

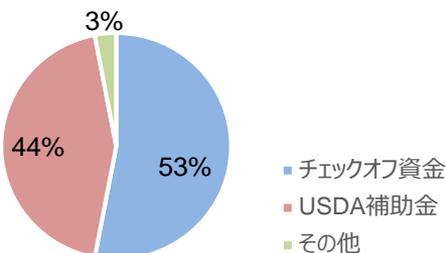
- ・米国においては、U.S. Meat Export Federation (USMEF:米国食肉輸出連合会) がアメリカンビーフ、ポーク、ラム・マトンの戦略的輸出を主導。
- ・海外農務局 (FAS) と連携し、資金提供プログラムも活用しながら、国別戦略を作成し、調査、プロモーション、データベース作成等の幅広い輸出拡大対策を実施。

品目団体概要

名称：U.S. Meat Export Federation (米国食肉輸出連合会)
 設立年：1976年

設立経緯：米国の畜産および食肉製品(牛、豚、羊)を国際的に広げるために米国の食肉関連企業および団体が設立。

輸出実績：154億USD (2020年) (約1兆6,900億円)



※USMEF HPを基に農水省作成

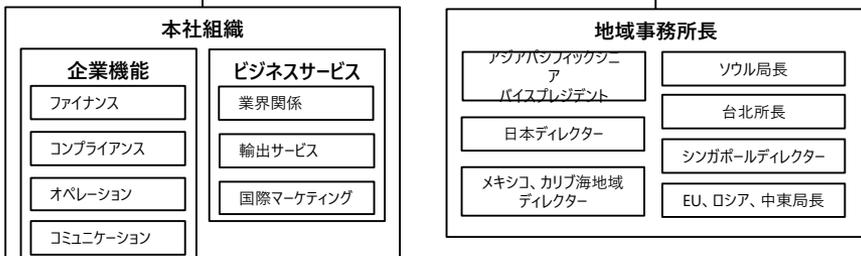
※NRI調査資料を基に農水省作成

予算規模：約4,980万USD (55億円)

組織：人員106名

(デンバー本部含む)

最高経営責任者 (CEO)



取組事例

- 品目団体は、海外農務局 (FAS)の資金提供プログラムを活用
- USMEFの日本における取組例

プロモーション・販路開拓

小売り・レストランへのPOPや販促資材提供、試食販売のスキルアッププログラム、ポンドステキキャンペーンやごちポのSNS・テレビ広告・地下鉄等の印刷広告・店頭広告、無料配達プロモーション、バイヤーとのミーティング設定



調査・研究

競合商品との差異を調査し優位性をPR (例：USポークは日本への2週間のチルド輸送中に熟成され、冷凍輸送よりうま味が多く柔らかい)



輸入事業者サポート

加工・調理デモンストレーション・メニュー開発トレーニング、ウェビナーによるデリバリーや飲食店でのUSビーフ活用講座、外食・小売り・輸入・流通業者の米国への招待



データベース作成

輸送会社、サプライヤー、国別輸出規制、食品安全検査等に関するデータベースを作成

(出所)USMEF HP 9

(品目団体事例②) ノルウェー

- ノルウェーにおいては、Norwegian Seafood Council (NSC:ノルウェー水産物審議会) がノルウェーサーモンを始めとした水産物の戦略的輸出を主導。
- 生産・流通・販売全ての輸出関係者がNSCと協力することで、高度な品質管理、統一の格付け、輸出先から海域まで遡れるサーモンパスポートの導入、36時間で日本へ届ける物流体制等を実現し、ノルウェーを水産輸出大国へ育成。

品目団体概要

名称：Norwegian Seafood Council (ノルウェー水産物審議会)

設立年：1991年

設立経緯：魚介・魚介製品の輸出に関する法律に基づき1991年に輸出促進活動を行う政府組織（NSEC）が設立され2005年に独立行政法人化しNSCとなる。

輸出実績：1,057億NOK（2020年）（約1兆4,295億円）



予算規模：約3,550万USD（40億円）

※課徴金として輸出魚介類の0.75%、魚介製品の0.2%を徴収

組織：人員76名（2020年。23名の海外事務所職員を含む）



取組事例

プロモーションや販路開拓等の出口戦略と、品質管理、流通体制構築、事業者サポート等の基盤強化を複合的に実施し効果を発揮

ブランディング

業界商標ラベル「ノルウェー産シーフード」を作成・管理・認証。海外における共同マーケティング・キャンペーン等に活用。



プロモーション

見本市等への出展、シーフードセミナー、イベントや店頭でのデモストレーション、スーパーマーケット等の店頭キャンペーン、SNS、テレビ広告、印刷広告、看板、店頭等を活用したミックスメディアキャンペーン等を実施。



データベース作成

外国の輸入業者向けに、輸出事業者データベースを作成。

市場調査

各国の市場動向・制度・統計情報の調査・分析を実施し、会員輸出関係者向けに情報提供



事業者サポート

輸出手続きの事業者サポート、コンサルティング。現在、事業者向けデジタルプラットフォームを開発中。

プレゼントキャンペーンの実施

SNS等を活用し、シーフードやグッズのプレゼントキャンペーンの実施、ノルウェー産シーフードを活用したレシピの紹介



<対策のポイント>

品目団体が輸出重点品目についてオールジャパンで行う海外販路開拓・市場調査等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、品目団体※が自ら作成した輸出拡大計画に沿って行う、業界関係者全体の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。

※ 生産から販売まで輸出に関する業界の関係者を広く含み、オールジャパンで輸出拡大に取り組む全国団体

<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

<事業の流れ>



<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、高耐久木材や木質建材などの製品規格・流通規制に関する調査
 - ・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
 - ・日本産米の差別化に向けた他国産米との比較調査及びPR活動
 - ・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
- ③-例
 - ・多言語対応食肉ラベルシステムの開発
 - ・かんしょの輸送時の腐敗防止技術の実証・普及
 - ・輸出先国の製品安全規格を満たす焼き芋機の導入実証
- ④-例
 - ・ブローカー設置、バイヤー向けセミナーの開催、品目専門見本市への出展、海外バイヤーの招聘等
- 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実装に必要な認証取得等への支援
- 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
 - ・青果物輸出促進コーディネーターを設置し、産地の課題に対応可能な専門家と産地のマッチングによる課題解決を支援
- ⑧-例
 - ・鮮度保持や輸出規則対応の確認のための輸送実証



(参考) 品目団体輸出力強化支援事業等の交付決定者・交付候補者

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・交付候補者は以下の14の団体（令和4年5月末時点）。これらの団体が認定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
日本青果物輸出促進協議会	(一社) 日本真珠振興会
全国花き輸出拡大協議会	(一社) 全日本菓子輸出促進協議会
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	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	全国醤油工業協同組合連合会
日本ほたて貝輸出振興協会	日本酒造組合中央会



目的

日本独自の伝統食である味噌を海外に普及させ、味噌製造業の事業拡大・事業継続を進める。

- 日本の「味噌」の独自性・品質の高さ、背景となる食文化の多様性等を表現し差別化
- 海外一般消費者の製品購入チャネルの開発・拡大

事業内容（予定）

市場特性調査（アメリカ、フランス、英国、ブラジル、UAE）

- 輸出量上位国での現地需要の「みそ」の傾向、消費者の嗜好について調査。
- 日本の「みそ」を他国産「みその類似品」と差別化するため流通実態を調査。

日本の「みそ」PR（アメリカ、台湾、フランス）

- 他国産「みその類似品」利用者をターゲットに、日本の「みそ」の独自性、特徴をPRする販促材を制作。
- 現地メディア、SNS、WEBツールとプロモーション活動を組み合わせ相乗効果を図りつつ日本の「みそ」を他国産と差別化しPR。

見本市出展、プロモーション活動、EC推進等による販路拡大（フランス、台湾）

- ヨーロッパ最大級の食品見本市SIALパリへの出展、フランスにおけるプロモーション活動を実施。
- 台湾でECスキームを活用し中小構成員の個別商談を推進。

みそ輸出セミナーの開催

- みそに特化した輸出事業セミナー、ジェット口と連動したブロック別相談会を開催。



目的

新たな需要の獲得を目指して海外市場へ挑戦する中小事業者の拡大。

国内外の展示会において、日本各地域のしょうゆ・しょうゆ加工品の多様な種類・品質を展示・紹介し、魅力を強いインパクトで効果的にアピール。

事業内容（予定）

国内外展示会・見本市への出展

以下の国内外の展示会・見本市へ出展し、販路拡大を図るとともに、必要な広報資材の作成、商談サポート等を実施。

- SIALパリ（フランス）：ヨーロッパ最大級の食品見本市
- ウインターファンシーフードショー（ラスベガス）：米国西海岸最大級の総合高級食品見本市
- 輸出EXPO（日本）：食品の輸出に特化した大規模展示会。2022年来場者数18,843人
- FOODEX2033（日本）：アジア最大級の国際食品・飲料展

輸出EXPO（本年6月）出展ブース（全醤工連ブースに14社が出展）



ご清聴ありがとうございました

