

## 事業報告書（概要版）

# 令和6年度農林水産・食品分野の国際標準化活動を支える 基盤の創出に向けた調査・対応検討委託事業

株式会社野村総合研究所  
コンサルティング事業本部  
アーバンイノベーションコンサルティング部

2025年3月

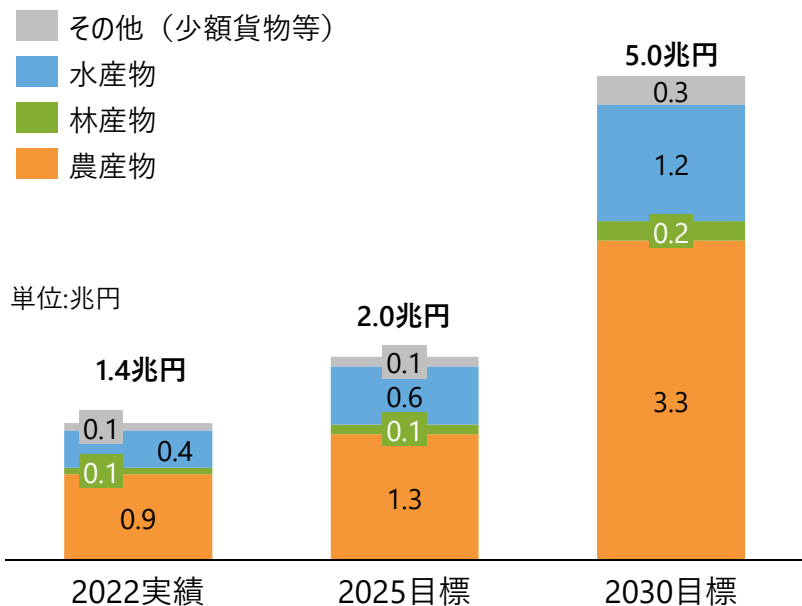


## 国際標準化の背景

我が国では農林水産物・食品の輸出5兆円の目標に向けて取組みを推進。  
日本産品の優位性の1つとして質の高さが挙げられ、高単価で販売されることが多い

## 日本の農林水産物・食品の輸出額目標

- 2020年3月に「農林水産物・食品の輸出拡大のための輸入国規制への対応等に関する関係閣僚会議」にて、2030年に輸出額を5兆円にすると発表
- 2020年3月末に閣議決定された「食料・農業・農村基本計画」にて、2025年までに2兆円、2030年までに5兆円という輸出額目標を設定
- 2020年11月に、日本の強みがあり、輸出拡大の余地が大きい品目を重点品目として選定し、「農林水産物・食品の輸出実行戦略」を策定



出所) 首相官邸、農林水産省HP

## 高単価での販売例 (かんしょ)

2022年輸出額上位国の単価

|       | 国名          | 輸出額(百万ドル) | 単価(US\$/kg) |
|-------|-------------|-----------|-------------|
| Total | —           | 627       |             |
| 1     | USA         | 166       | \$0.66      |
| 2     | Netherlands | 150       | \$1.05      |
| 3     | Egypt       | 80        | \$1.21      |
| 4     | Spain       | 41        | \$0.91      |
| 5     | Viet Nam    | 30        | \$1.21      |
| 6     | Canada      | 27        | \$0.57      |
| 7     | Japan       | 20        | \$3.50      |
| 8     | Portugal    | 14        | \$0.99      |

出所) UN Comtrade

販売状況タイの事例



5本で399バーツ(約1,750円)、1本あたり約350円\*

出所) 2025年店頭撮影

\*1バーツ4.4円にて計算した場合

日本食が普及する一方、模倣品の流通や他国産品の品質向上、食志向の変化等、取り巻く環境は変化。先を見越した輸出環境の整備が必要

### マーケット（輸出相手上位国）の動向

|          | 日本食の普及                                                                                                                                                | 成分・栄養価、鮮度、植物性等の<br>多様な付加価値を求める傾向が拡大                                                                               |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 中国（1位）   | <ul style="list-style-type: none"> <li>日本食レストランの数は増加傾向</li> <li>沿岸部だけでなく内陸部でも日本食の受容度が向上</li> </ul>                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>購入時に食品の成分表をチェック</li> <li>植物ミート等の代替食品への注目の高まり</li> </ul>                    |
| 香港（2位）   | <ul style="list-style-type: none"> <li>中華を除く外国料理の中で日本食がシェアトップ</li> <li>日本産青果物のギフト用での需要の拡がり</li> </ul>                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>購入時に食品の栄養価をチェック</li> <li>新鮮な食材を選ぶことを意識</li> <li>生産国、生産・流通過程への関心</li> </ul> |
| アメリカ（3位） | <ul style="list-style-type: none"> <li>日本食レストランの数は増加傾向であり、内陸部にも拡大</li> <li>「日本食＝健康」と認知され、健康志向の受け皿の一つ</li> <li>ハイエンドなレストランから、自宅で作る料理まで幅広く受容</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>オーガニック食品の人気の高まり</li> <li>若者を中心にベジタリアンやヴィーガンの増加</li> </ul>                  |

※カッコ内の順位は、2023年日本の農林水産物・食品の輸出額実績に基づくもの。

出所）一般公開情報よりNRI作成

### 他国産品の動向

| 模倣品が流通                                                                                                                                                                                                                 | 産品の品質の一部が向上                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>（例）米・味噌・醤油・茶等</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>パッケージをまねた製品、日本語が書かれた製品が出回る</li> </ul> <p>（例）シャインマスカット</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>タイにて「シャインマスカット」という名称にて、日本産シャインマスカットの半額の品が販売される</li> </ul> | <p>（例）牛肉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>日本の大手食肉卸からは、「オーストラリア産WAGYUの（肉質のうち）霜降り※については和牛にかなり近づいてきている」との意見</li> </ul> <p>※肉質は、①霜降り、②肉の色沢、③肉の締まり・キメ、④脂肪の色沢・質の4項目で評価</p> |



出所）農林水産省「中国、台湾等における模倣品及び産地偽装の現状調査」等よりNRI作成

出所）一般公開情報よりNRI作成

## 欧州や中国等において、農林水産・食品分野における国際標準化の取組みが加速している

### グローバルでの 国際標準化の現状

- ISO/TC34（食品）においては、既に900を超える食品関連規格が成立
- 個別品目・個々の試験に係るISO規格のみならず、「プラントベースフードの定義」（2021～）、  
「細胞培養食品の原則」（2024～）といった新たな食品の概念枠を決める規格の議論が開始

### 各国・エリアにおける 国際標準化の現状

#### 欧州

- 多くのSCにて幹事国を担い規格開発に積極的に取り組む
  - ✓ SC2（採油用種子、果実）、SC9（微生物）：フランス
  - ✓ SC5（牛乳、乳製品）：オランダ
  - ✓ SC8（茶）：ドイツ
  - ✓ SC11（動植物の油脂）：イギリス
  - ✓ SC17（食品安全マネジメントシステム）：デンマーク
    - 2022年以降に2規格が新規制定、1規格が改正
  - ✓ SC20（食品ロス）：デンマーク
    - 21年に設立され、複数の規格開発に取り組む

#### 中国

- 幹事国を担うSCを増やしており、国際規格の開発への関与を強めている
  - ✓ SC4（穀物および豆類）
  - ✓ SC6（食肉、家きん、魚、卵、それらの製品）
    - 21年以降に13件の規格を新規制定・改正
    - さらに16件の規格を開発中
  - ✓ SC19（ミツバチ製品）

### その他規格の開発・活用事例

- 水産エコラベルにおいて、世界的に影響度が高いMSC、ASCは、それぞれ英国、オランダ発の規格である
- ノルウェーにおいては、国家規格を活用した輸出への活用（Skrei規格）も進められている
- オランダが開発した花きのサプライチェーンに関わるMPS認証は国際的な認証システムとして活用されている
- 中国国家規格において、食品安全に関するものは強制規格となっている
- 「植物の葉で包んだ炊き込みご飯の地域規格」（CXS 355R-2023）（日本では「ちまき」に該当）が、2023年12月にCodex委員会にて採択された

日本国内においては、食品安全マネジメントシステム規格等の一部規格の活用に残っている状況。  
今後、日本産品の特徴や価値を証明するための手段として規格を活用し得る

現在の国際規格・認証の活用状況に関する事業者コメント



輸出商社A

- 輸出に際してFSSC22000があると展開しやすい
- その他の規格や認証はあまり影響力が無い
- あえて言うならばUSオーガニック等は、多少影響がある

- ISO等の国際規格を気にすることはほとんどない
- 日本の商品は、現地の法規制に則り表示を作り添付している。そのため、元々の認証マークが消えていることも多々ある



輸出商社B



輸出商社C

- ISO等はあまり気にしたことが無い。輸出国の規制がある場合は、各品目がそれに対応する（農薬基準等）必要がある
- GLOBAL G.A.P. は重要なもののひとつ

現状で活用されている規格は少なく  
食品安全マネジメントシステム規格が主

出所）インタビューをもとにNRI作成

今後の規格・認証の活用可能性に関する事業者コメント



輸出団体D

- 現在は「日本産」ということが価値になり、売れている状況
- 一方で、日本産の優位性を証明するものは無い状況

- 品質（糖度や形状、大きさ）を規格化できれば、日本産の品質を訴求ができ、販売に繋がりやすい。一方で、厳しい規格を作ってしまうと、その基準に満たないものが多くなり、調達が難しくなる可能性もあるため、注意が必要
- 日本産の模倣品が多く流通する中で、日本産の証明ができると良い



輸出商社E

日本産品の特徴や価値を打ち出すことに  
課題感が存在

輸出拡大に向けたツールとして国際標準化を活用するには、国際標準化の方向性検討を行うとともに、その推進を担う人材確保・育成に向けた検討やネットワーク活動が求められる

## 国際標準化の活用を進めるための課題

|                                                                                                    |                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| 国際標準化<br>への理解<br> | ✓ 国際標準化で何ができるか分からない                                                |
| 効果の<br>不明確さ<br>   | ✓ 国際標準化による効果が分からない<br>✓ 費用対効果が見合うかわからない                            |
| 人材の欠如<br>        | ✓ 必要な人材像が分からない<br>✓ 検討できる人材がいない<br>✓ 外部と連携しようと思っても誰と連携すれば良いかが分からない |
| 情報の欠如<br>       | ✓ どのような情報が必要か分からない<br>✓ 国際標準化に関する情報の入手先が分からない                      |

## 足元で検討すべき事項

|                           |                                                                         |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| 1<br>国際標準化の<br>方向性検討      | ✓ 国際標準化に関する基礎的な情報の整理<br>✓ 他国事例から見る輸出における標準化の貢献余地の検討<br>✓ 日本産品としての方向性の検討 |
| 2<br>人材・<br>スキルセット<br>の検討 | ✓ 必要な人材類型・スキルセットの検討<br>✓ 人材の担い手の検討                                      |
| 3<br>ネットワーク<br>活動の実施      | ✓ 国際標準化に興味関心のある方への情報発信<br>✓ ネットワーキングの場の構築                               |

## ①国際標準化の方向性検討

## ①国際標準化の方向性検討 | 国際標準化検討のステップ

まずは自社商材や日本製品の強み・差別化要素、及びマーケット獲得の方法を検討した上で、標準化が貢献し得るかどうかを検討することが重要

### 国際標準化の検討ステップ

#### 環境分析

- 市場における自社・日本製品の立ち位置や優位性を明確化



#### 競合の把握

- 競合企業の動向
- 他国の標準化の取組



#### 自社・自国の把握

- 自社・自国の商材の商品特性
- 自社・自国の強み・差別化要素
- 自社・自国の弱み・課題



#### 顧客の把握

- 小売・流通業者のニーズ
- 消費者のニーズ
- 各国固有の規制等

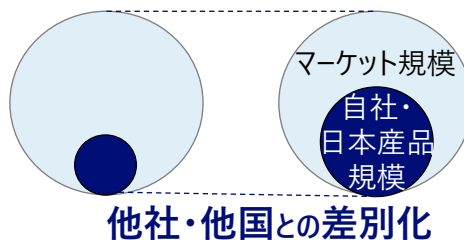
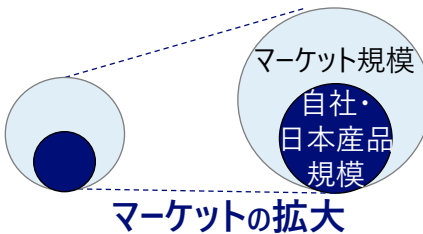
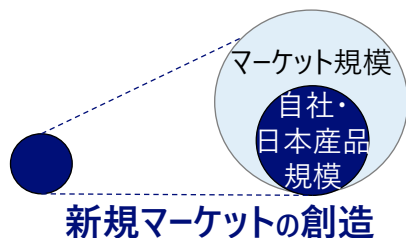
#### マーケット獲得の方針

P9参照

- 自社・日本製品の事業規模拡大の方法を決定

As-is

To-be



#### 戦略策定

#### オープンクローズ戦略 P10参照

- 各オプションを踏まえ、標準化をツールとして選択するかどうかを検討

ブラックボックス

知財独占

知財ライセンス

開示

標準化

P11-19参照

規制化

#### マーケティング戦略

- 4P戦略(製品、価格、流通、販促)等の検討

## ①国際標準化の方向性検討 | マーケット獲得の方針

マーケット獲得に向け、①新規マーケット創造、②マーケット拡大、③他社・他国との差別化の3パターンから目的を検討した上で、標準化の活用が有効かどうかを検討する

|         |        | 新規マーケットの創造                                                                                  | マーケットの拡大                                                                                                                    | 他社・他国との差別化                                                                             |
|---------|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| パターン    |        | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 新たな商品・コンセプトの定義等(用語定義等)を行い、グローバルマーケットを創造</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 製品品質の規定(低品質品排除等)やプロセスの規定等を行い、対象のマーケットを拡大<sup>*2</sup>。自社・日本産品もそれに合わせて拡大</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 既存マーケットの中で、日本産品の特徴を打ち出し、競合からシェアを獲得</li> </ul> |
|         |        |                                                                                             |                                                                                                                             |                                                                                        |
| マーケット規模 |        | 拡大                                                                                          | 拡大                                                                                                                          | 変化無し                                                                                   |
| 自社・日本産品 | 規模(売上) | 拡大                                                                                          | 拡大                                                                                                                          | 拡大                                                                                     |
|         | シェア    | 縮小 <sup>*1</sup>                                                                            | 変化無し                                                                                                                        | 拡大                                                                                     |

\*1:マーケット創造以前は「マーケット規模＝自社・日本産品規模」であるため、グローバルでマーケット創造を図る場合にシェアは縮小する

\*2:例としては、品質規定を行い低品質品を排除することで、低品質品のマーケットが縮小し、高品質品マーケットの拡大が期待できる

## ①国際標準化の方向性検討 | オープンクローズ戦略

マーケット拡大の方針にも即して、オープンクローズ戦略を検討。  
各オプションの特徴を踏まえて、有効なツールを選択する

### オープンクローズ戦略の概要

|          |                                                                   |
|----------|-------------------------------------------------------------------|
| ブラックボックス | <ul style="list-style-type: none"> <li>完全なる秘匿化</li> </ul>         |
| 知財独占     | <ul style="list-style-type: none"> <li>知財として権利化して独占</li> </ul>    |
| 知財ライセンス  | <ul style="list-style-type: none"> <li>自身が許した相手に技術等を共有</li> </ul> |
| 開示       | <ul style="list-style-type: none"> <li>誰もが技術等を使えるように公開</li> </ul> |
| 標準化      | <ul style="list-style-type: none"> <li>同じ技術等を使えるように合意*</li> </ul> |
| 規制化      | <ul style="list-style-type: none"> <li>同じ技術等を使うことを義務化</li> </ul>  |

P11-19参照

\*基本的な要素（定義や単位等）、試験方法、品質基準や成分、プロセス等を戦略的に標準化することにより、自社が有利になるように競争環境をコントロールし得る

### オープンクローズ戦略の例

|  |       |
|--|-------|
|  | 特許権   |
|  | 実用新案権 |
|  | 意匠権   |
|  | 商標権   |

|         | 国内      | 国際      |
|---------|---------|---------|
| デジュール標準 | JAS     | ISO     |
|         | JIS     | Codex   |
|         | ...     | ...     |
| フォーラム標準 | MEL（水産） | MPS（花き） |
|         | ...     | ...     |
| デファクト標準 | ...     | ...     |

・デジュール標準：標準化を公的に行う組織において、定められた手順に沿って作成された規格  
 ・フォーラム標準：特定分野の標準化に関心がある企業・専門家群の合意で制定される標準  
 ・デファクト標準：個別企業等の標準が、市場の取捨選択・淘汰によって市場で支配的となったもの

## ①国際標準化の方向性検討 | 規格の種類

規格は「規格策定等を行う組織」「規格の対象」により主に以下に分類される

### 規格策定等を行う組織による主な分類

|      |                   |                  |             |             |           |            |
|------|-------------------|------------------|-------------|-------------|-----------|------------|
| 民間規格 | 国際規格<br>(国際標準化機関) | ISO              | Codex       |             |           |            |
|      | 地域規格<br>(地域標準化機関) | CEN<br>(EU)      | EU有機<br>認証  |             |           |            |
|      | 国家規格<br>(国家標準化機関) | BS<br>(英)        | DIN<br>(独)  | ANSI<br>(米) | GB<br>(中) | JAS<br>(日) |
|      | 団体規格<br>(業界団体)    | MPS<br>(花き)      | MEL<br>(水産) |             |           |            |
|      | 企業規格<br>(企業)      | 企業により作られた規格は多々存在 |             |             |           |            |

### 規格の対象による分類

#### 基本規格

- 用語の定義や単位等の製品に係る基本的な要素を規定

#### 試験方法規格

- 測り方（試験・検査方法）等を規定

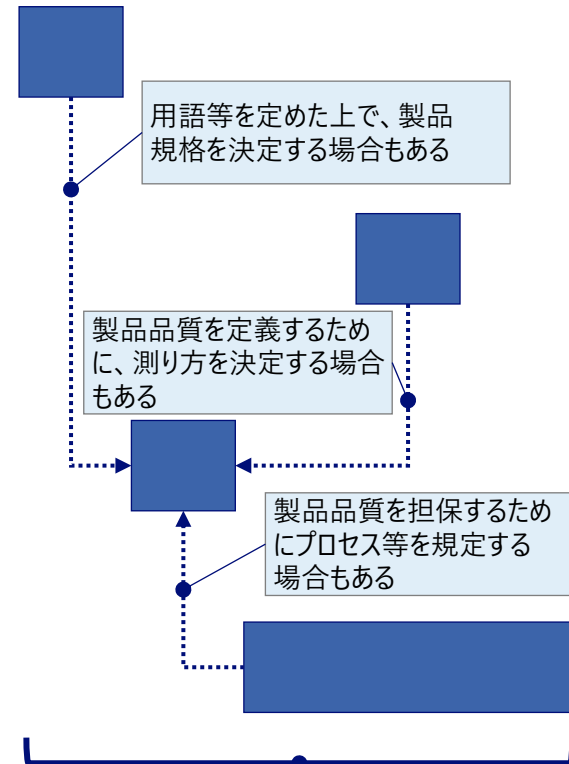
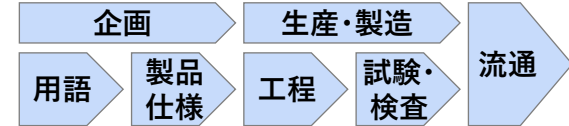
#### 製品規格

- 製品に関する品質基準や成分等を規定

#### プロセス・マネジメント規格

- 生産工程や流通方法、マネジメントシステム等を規定

### 該当プロセス



\*民間規格には、団体規格・企業規格のほかに、認証機関が策定しているものも存在

出所) 経済産業省「標準化の戦略的意義及び国内外の動向」、有識者インタビュー、一般公開情報よりNRI作成

## ①国際標準化の方向性検討 | 各規格の特徴

マーケット創造・拡大が求められる場合は、国際的に信頼性の高い規格(国際規格・地域規格・国際的な団体規格)の活用が有用。一方、差別化を行う場合は、国家規格や国内団体規格といった特徴を打ち出しやすい規格の活用が考えられる

青セル

=他と比較し優位性が高いと想定される領域

|             |            | マーケット創造・拡大に活用し得る規格<br>(=国際的に信頼性の高い規格)                                                                             |                                                                                                             | 差別化に活用し得る規格<br>(=特徴を打ち出しやすい規格)                                                                    |                                                                                            |
|-------------|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
|             |            | 国際規格・地域規格                                                                                                         | 国際的な団体規格                                                                                                    | 国家規格                                                                                              | 国内団体規格                                                                                     |
| 開発・活用における特徴 | 規格の柔軟性     | <ul style="list-style-type: none"> <li>各国メンバーのコンセンサスを要するため、柔軟性は低い</li> </ul>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>各メンバーのコンセンサスを要するため、柔軟性は低くなる場合もある(団体による)</li> </ul>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>国内の利害関係者のコンセンサスを要するため、規格の内容等によっては、柔軟性は低くなる場合もある</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>コンセンサスが取りやすく、産品の特徴を生かした比較的柔軟性の高い規格を作りやすい</li> </ul> |
|             | 規格開発期間     | (ISOの場合)<br><ul style="list-style-type: none"> <li>国内コンセンサスを得るのに1,2年程度かかる場合が多い</li> <li>NP提案から発行まで3年程度</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>国際規格と比較すると開発期間は抑えられる場合が多い<br/>※国際的な団体であっても半年程度で可能といった意見あり</li> </ul> | (JASの場合)<br><ul style="list-style-type: none"> <li>3年程度</li> </ul>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>比較的迅速に開発できる場合が多い</li> </ul>                         |
|             | 各国での信頼性    | <ul style="list-style-type: none"> <li>国際標準化機関により発行されるため信頼性・影響度は高い</li> </ul>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>国際的に認知度の高い団体や認証機関であれば、信頼性は高い場合が多い</li> </ul>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>国際規格と比較すると低いが、国内団体規格と比較すると高い場合が多い</li> </ul>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>団体や認証機関の影響力によるが、他と比較すると信頼性は低い場合が多い</li> </ul>       |
|             | 日本産のブランド形成 | <ul style="list-style-type: none"> <li>各国意向を踏まえるため難しい</li> </ul>                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>各メンバーの意向を踏まえるため難しい場合もある</li> </ul>                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>日本産の特徴を打ち出しやすく、ブランド形成が行いやすい</li> </ul>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>自社・日本産の特徴を打ち出しやすい。一方、品目やテーマが限定される可能性がある</li> </ul>  |

各国共通であることが価値になり、信頼度が重要な場合に活用

該当するカテゴリーに影響力のある団体が存在し、国際的な信頼度が重要な場合に活用

日本産品の共通した特徴を打ち出す場合や、ブランド形成を行いたい場合に活用

製品特徴を打ち出す場合や期間をかけずに活用したい場合に活用

## ①国際標準化の方向性検討 | 規格活用の方

各規格について、目的（マーケット創造・拡大、差別化）に応じて国際標準化の方法を使い分け、活用することが重要

### 規格活用の方

|               | マーケット創造・拡大                                                                                   | 他社・他国との差別化                                                                 |
|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| 基本規格          | グローバルでの用語や単位などの基礎となる要素を定義するために、<br><b>国際的に信頼性の高い規格</b><br>（国際規格・地域規格・国際的な団体規格）<br>を主として開発・活用 | 独自のコンセプトや用語を定義するために、<br><b>特徴を打ち出しやすい規格</b><br>（国家規格・国内団体規格）<br>を主として開発・活用 |
| 試験方法規格        | 世界共通で測り方を定めて、製品品質の規定や比較をするために、<br><b>国際的に信頼性の高い規格</b><br>を主として開発・活用                          | まずは国家規格・国内団体規格を開発・活用し、その後国際規格に持ち込むことは考えられる                                 |
| 製品規格          | 製品品質の担保（低品質品の足切り等）のために<br><b>国際的に信頼性の高い規格</b><br>を主として開発・活用                                  | 独自の製品特徴を打ち出すために<br><b>特徴を打ち出しやすい規格</b><br>を主として開発・活用                       |
| プロセス・マネジメント規格 | グローバルでの安全性や品質担保に向けてプロセス・管理方法を規定するために、<br><b>国際的に信頼性の高い規格</b><br>を主として開発・活用                   | 国際的な規格との同等性の担保に向け、<br><b>国家規格・国内団体規格</b><br>を主として開発・活用                     |
|               |                                                                                              | 特徴を打ち出す際に必要なプロセス・管理方法を規定するために、<br><b>特徴を打ち出しやすい規格</b><br>を主として開発・活用        |

## ①国際標準化の方向性検討 | 規格活用の方考え方

マーケット創造・拡大を目指す際には国際規格や国際的な団体規格、差別化を図る際には国家規格や国内団体規格が実際に活用されている/活用に向けた取組みが進んでいる

### 規格活用イメージ

|               | マーケット創造・拡大                                                                         | 他社・他国との差別化                                                                          |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 基本規格          | <p><u>日本 機能性成分・国際規格<sup>*1</sup></u><br/>機能性成分の定義をISOにて規格化</p>                     | <p><u>日本 錦鯉・国家規格</u><br/>品種ごとに異なる鯉の地肌の色、模様等に目して<br/>品種別の錦鯉を規定として規格化</p>             |
| 試験方法規格        | <p><u>日本 魚の鮮度の測定方法・国際規格<sup>*1</sup></u><br/>科学的な鮮度評価指標であるK値の統一した試験方法をISOにて規格化</p> | <p><u>日本 魚の鮮度の測定方法・国家規格<sup>*1</sup></u><br/>JASにてまずは規格化した上で、<br/>国際規格に持ち込み</p>     |
| 製品規格          | <p><u>日本 災害食・国際規格<sup>*1</sup></u><br/>災害食の品質要求事項をISOにて規格化</p>                     | <p><u>ノルウェー Skrei（タラ）・国家規格</u><br/>最高級のノルウェー産のタラであるスクレイについて、<br/>品質要件や包装方法等を規格化</p> |
| プロセス・マネジメント規格 | <p><u>オランダ 花き MPS・国際的な団体規格<sup>*2</sup></u><br/>生産・流通時の品質・安全性等を<br/>担保する要件を規定</p>  | <p><u>日本 水産 MEL・国内団体規格<sup>*3</sup></u><br/>持続可能な漁業を実現するための漁獲方法等の要求事項を規定</p>        |
|               |                                                                                    | <p><u>チリ ワイン サステナビリティコード・国内団体規格</u><br/>サステナビリティコードにより、<br/>生産・製造・労働者等の要件を規定</p>    |

\*1:現在は国際規格化に向けて取組みを進めている段階 \*2:独自の規定に加え、ISO等の規格を活用し認証を行う国際認証スキーム

\*3:国際的なイニシアチブであるGSSIの承認を受けることで、国際的な規格との同等性担保を図っている

# ①国際標準化の方向性検討 | 活用事例① | オランダ・花き

MPSはオランダにて開発され、現在は国際的な認証システムとして活用されている。サプライチェーンの川上から川下までの各段階で規格及びその認証スキームが存在しており、花きの品質を担保している

■ 各認証マークは構成する認証をすべて取得した場合に使用可能

| MPS（花き産業総合認証）      |                                                                                                                                      |            |           |          |                                                                                                                                     |                   |                                                                                                                                   |                         |                   |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------|
| サプライチェーン<br>フロー    | 生産・製造                                                                                                                                |            |           |          |                                                                                                                                     | 販売・消費             |                                                                                                                                   |                         |                   |
|                    |                                                                                                                                      |            |           |          |                                                                                                                                     | 保管・流通・包装          |                                                                                                                                   |                         |                   |
| 認証システム<br>(ターゲット別) | 生産者向けMPS                                                                                                                             |            |           |          | 市場向けMPS                                                                                                                             |                   | 流通向けMPS                                                                                                                           |                         |                   |
|                    | MPS Florimark Production<br>（花き生産総合認証）<br><br>認証マーク |            |           |          | MPS Florimark Auction<br>（花き市場総合認証）<br><br>認証マーク |                   | MPS Florimark Trade<br>（花き流通総合認証）<br><br>認証マーク |                         |                   |
| 上記を構成<br>する規格・認証   | MPS<br>ABC                                                                                                                           | MPS<br>GAP | MPS<br>SQ | MPS<br>Q | MPS<br>GPA                                                                                                                          | ISO9001           | Florimark<br>Trace Cert                                                                                                           | Florimark<br>GTP        | ISO 9001          |
| 規格・認証<br>内容        | 環境                                                                                                                                   | 生産工程管理     | 社会的責任     | 品質       | トレーサビリティ<br>+<br>市場工程管理                                                                                                             | 経営改善<br>+<br>品質管理 | トレーサビリティ                                                                                                                          | トレーサビリティ<br>+<br>流通工程管理 | 経営改善<br>+<br>品質管理 |

出所）MPSジャパン公式HPよりNRI作成

## ①国際標準化の方向性検討 | 活用事例① | オランダ・花き

オランダにおいては、オランダ花き協会がオランダ産花きの輸出拡大に向けた活動を行い、MPSが独自の認証スキームの開発を通じた花きの標準化活動を推進している

### 推進団体の概要

|               |       |                                                                                                                                                             |
|---------------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 標準化に関する取り組み推進 | 組織名   | ■ MPS                                                                      |
|               | 団体の役割 | ■ オランダ国内の花きの生産者らにより立ち上げられ、認証（MPS）の開発による花きの標準化活動を推進 <ul style="list-style-type: none"> <li>花き業界の環境負荷低減に関する認証であり、花き産業の川上～川下までをカバーする認証スキームであるMPSの開発</li> </ul> |



|              |       |                                                                                                                                                              |
|--------------|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 輸出に関する取り組み推進 | 組織名   | ■ オランダ花き協会                                                                  |
|              | 団体の役割 | ■ オランダ国内の花きの生産者団体、商業者団体から構成されており、業界課税を原資にしたマーケティング活動を推進 <ul style="list-style-type: none"> <li>国ごとの花きの消費動向の分析</li> <li>オランダ産花きの国別のプロモーション戦略の策定・実行</li> </ul> |

出所）一般公開情報、写真は2025年撮影（ドイツ小売店商品）

### 標準化を活用した品目

- 欧州における花き取引においてMPSの取得が条件化している
- 店頭で販売されている商品にもMPSの認証ラベルが貼付されている場合がある\*



専用HPにて参照

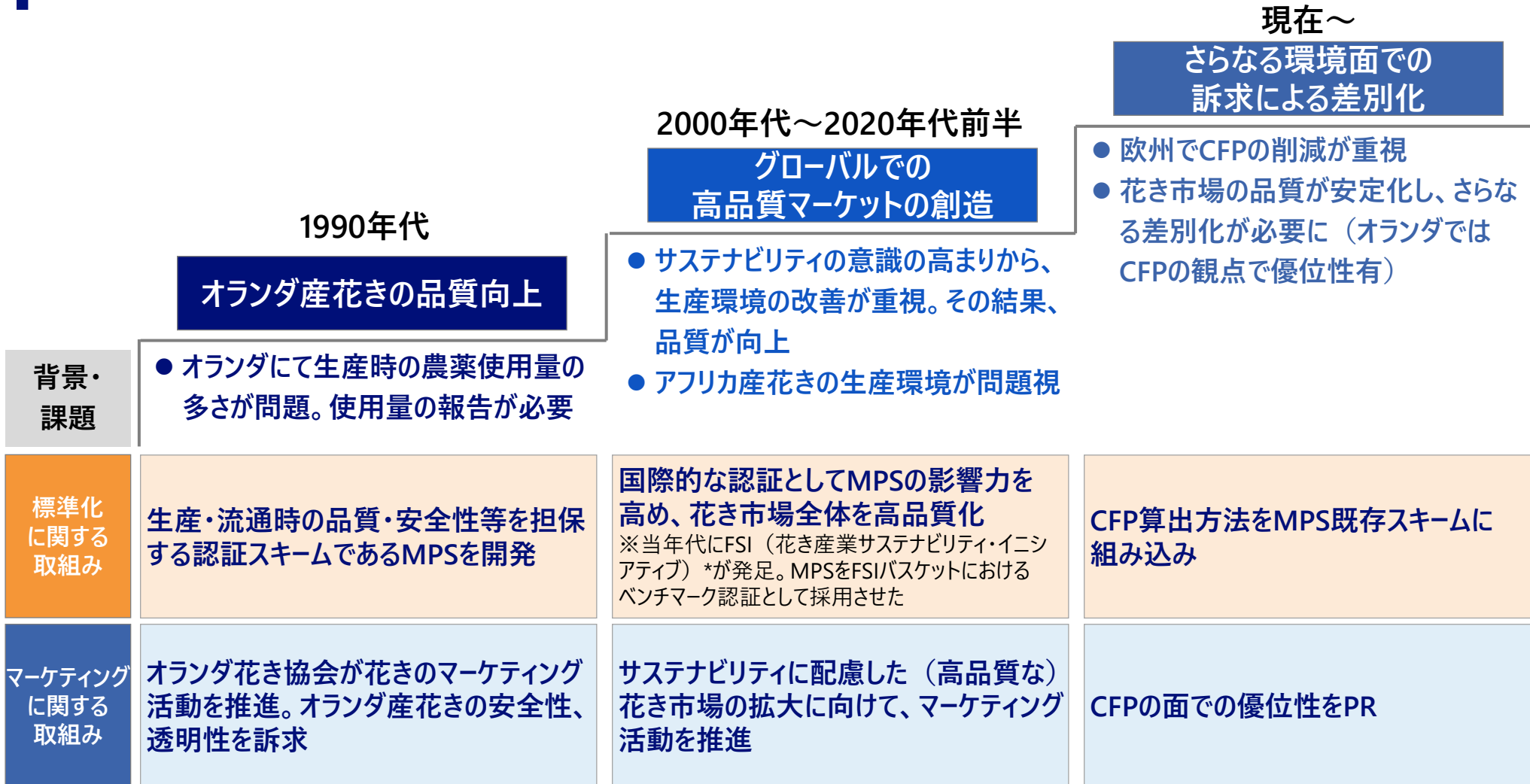
農薬の使用量ランク



\*ラベル添付は義務化されていないため、全てのものについている訳では無い

## ①国際標準化の方向性検討 | 活用事例① | オランダ・花き

花きの品質の規格化により、自国産の品質向上・高付加価値市場創出を実現してきた。  
現在はカーボンフットプリント（CFP）訴求による他国との差別化を図る



\*欧州、アフリカ、南米等の花き分野のステークホルダーにより構成される民間組織。FSIを包摂するIDH（持続可能な貿易イニシアティブ）をオランダ政府が牽引していることからオランダの影響力が強い

## ①国際標準化の方向性検討 | 活用事例② | ノルウェー・水産物（スクレイ）

ノルウェーでは、輸出を促進するNSCが、高品質品であるスクレイを販売するために規格を開発し、販売促進に活用

### 推進団体の概要

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 組織名   | ■ NSC（ノルウェー水産物審議会）                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 団体の役割 | <ul style="list-style-type: none"><li>■ ノルウェーの水産物輸出における統合マーケティング組織として、以下の役割を持つ<ul style="list-style-type: none"><li>・ <u>国別・品目別のノルウェー産水産物のマーケティング活動</u></li><li>・ 水産物のステークホルダー間の調整</li><li>・ 輸出統計やマーケット調査等の実施</li><li>・ 輸出業者に対するチェックオフの徴収</li><li>・ <u>ノルウェー産水産物のブランド構築</u><br/>(Seafood from Norwayのブランドを展開)</li></ul></li></ul> |



### 標準化を活用した事例

- ノルウェー海域の北部にのみ生息する、季節限定で最高級のノルウェー産のタラであるスクレイを販売するために、品質の規格により高品質であることを担保

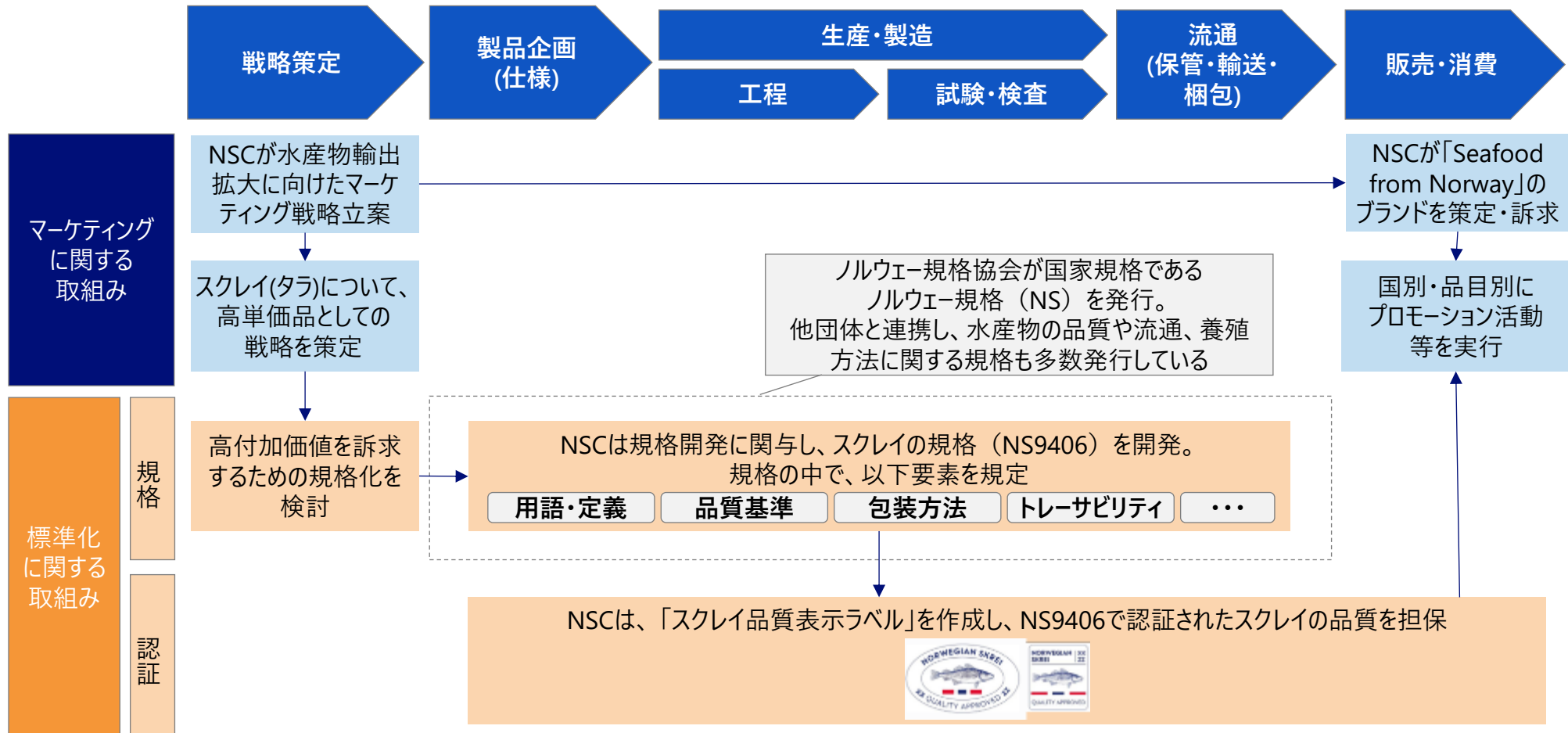


## ①国際標準化の方向性検討 | 活用事例② | ノルウェー・水産物（スケイ）

高付加価値であることを訴求するために、規格や認証の開発・活用により、品質担保・ブランド化を図っている

■ ノルウェーで1～4月に漁獲されるタラの総漁獲量の5%程度がスケイとして認証されている

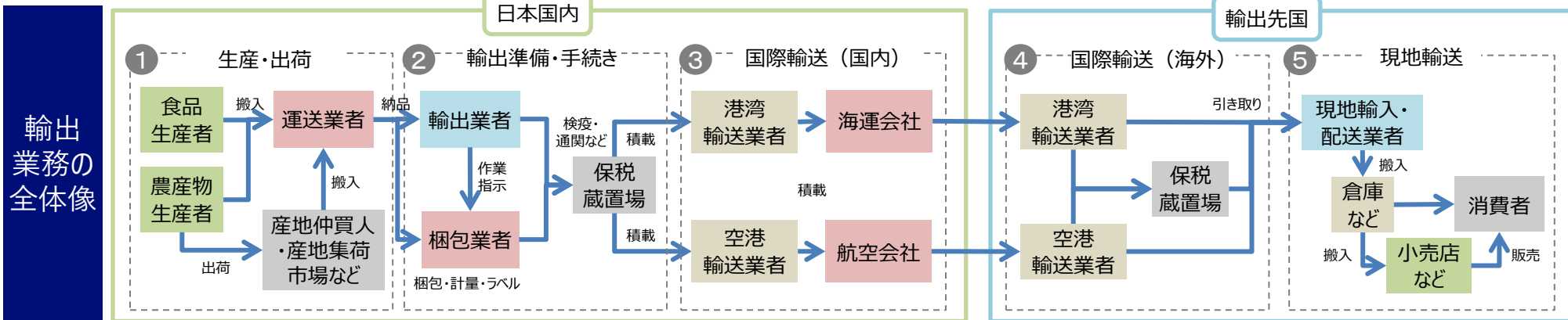
< 凡例 > → 連携



出所) エキスパートインタビュー、その他公開情報等よりNRI作成

## ①国際標準化の方向性検討 | 今後検討すべき事項

同じ日本産品であっても、カテゴリー・品目ごとに特徴や課題は異なる。輸出拡大に向けて国際標準化を活用するためには、標準化の寄与し得る領域とこれらの特徴・課題をかけあわせて検討する必要がある



輸出先国ごとに検疫条件や規制への対応必要

規格・等級の整理  
(但し、各JAごとに決めており統一は難しい)

輸送時における腐敗防止・鮮度保持

他国商品と差別化やブランディングが  
不十分で販路開拓が難しい

輸出に向けた取組みを行う事業者がまだ多くなく、  
ルール作りの際には全ての方が満たし得るものを作る必要がある

日本産品の優位性の証明  
(現在は日本産であることが価値  
になっているが証明等はない)

アニマルウェルフェア、GHG等への対応

輸出に伴う包装がグローバルのものとは異なる（高度かつ過剰包装）ため、  
今後の脱プラの流れの中で変更が求められる

輸送時における鮮度維持

例えば日本産であることの証明等、  
カテゴリー・品目横断で対応すべき  
事項に関しても整理が必要

他国産品との差別化  
(日本産であることの証明が難しい)

生産から販売まで各プロセスに課題は存在すると共に、品目別に異なる

## ②人材・スキルセットの検討

## ②人材・スキルセットの検討 | 国際標準化全体の流れ

規格開発が目的化しないよう、「規格開発・活用戦略の策定」にあたる部分が特に重要。  
主なプロセスを踏まえ、特に必要となるスキルを整理した

- 国際標準化の推進の中には、国際規格の開発だけでなく国内規格や民間規格の国際化も含まれ、また他国提案の国際標準により自国産品が排除されないよう対抗すること（守り）もあるが、今回は自ら進める国際規格の開発（攻め）を例に検討を進める

### 国際標準化の構想から活用までの主なプロセス

| カテゴリ・品目ごとの規格開発・活用戦略の策定 |                                                                                                                                                | 国際規格の開発              |                                                                                                                                                                         | 国際規格の活用         |                                                                                                                                |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ①<br>環境分析              | <ul style="list-style-type: none"><li>外部環境と、自国・自社の強みや弱み、立ち位置を把握する</li><li>世界全体としてニーズがあるか検討する</li></ul>                                         | ④<br>体制構築            | <ul style="list-style-type: none"><li>開発・活用のパートナーを集め検討の体制を構築する（国内委員会）</li><li>認証制度の方向性を検討する</li></ul>                                                                   | ⑦<br>規格の利用・利用促進 | <ul style="list-style-type: none"><li>認証体制を構築する</li><li>認証を取得する/認証する</li><li>主に国内の生産者や輸出事業者に対して、規格・認証を利用してもらうよう働きかける</li></ul> |
| ②<br>目標設定              | <ul style="list-style-type: none"><li><b>輸出拡大実現のため、重要</b><br/><u>対象ごとに標準化が有効か検討する</u></li><li><u>有効な場合、標準化により期待される効果、活用の方針を明確化する</u></li></ul> | ⑤<br>規格の具体化・提案に向けた準備 | <ul style="list-style-type: none"><li>規格の原案を作成する</li><li>他国への事前交渉を行う</li></ul>                                                                                          | ⑧<br>規格・認証の認知拡大 | <ul style="list-style-type: none"><li>海外のバイヤー等に規格の認知を広げ、規格を取得した商品を購入する機運を高める</li></ul>                                         |
| ③<br>戦略策定              | <ul style="list-style-type: none"><li>規格の大枠を決定する</li><li>期待される効果を得るために、誰にどのような規格を持ち込むか検討する（国際標準化団体を決定する）</li></ul>                             | ⑥<br>規格開発            | <ul style="list-style-type: none"><li>規格案を作成・更新する</li><li>会議を設定し議論する</li><li>コメントへ対応する</li></ul> 同時に、 <ul style="list-style-type: none"><li>国内外のステークホルダーと調整する</li></ul> |                 |                                                                                                                                |

## ②人材・スキルセットの検討 | 戦略策定

# 戦略策定のステップでは、多くの関係者を巻き込み規格の開発から活用までの全体像を描くことが重要

農水産品・食品分野  
で特に必要なスキル

「カテゴリー・品目ごとの規格開発・活用戦略の策定」の各ステップの詳細業務と求められるスキル

|                       | ① 環境分析                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | ② 目標設定                                                                                                                                                                                                                                                              | ③ 戦略策定                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 各ステップの詳細業務            | <p><u>自国・自社の現状把握と課題抽出</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>位置づけ、強み、弱みの把握</li> <li>既存戦略と達成度の把握</li> <li>標準化に向けた課題の導出</li> </ul> <p><u>競合ベンチマーク</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>競合国・競合プレイヤーの戦略・動向の把握</li> <li>競合と自国・自社の比較、評価</li> </ul> <p><u>市場・顧客の分析</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>市場の動向の把握</li> <li>国内・海外市場での規格ニーズの検証</li> <li>他国・他プレイヤーの利害関係の想定</li> </ul> | <p><u>検討スコープ・制約事項の明確化</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>全体戦略の把握</li> <li>検討スコープ（標準化対象）の設定</li> <li>制約事項の把握</li> </ul> <p><u>目標設定</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>標準化の有用性の検討</li> <li>標準化開発・活用の仮説構築</li> <li>大まかなタイムスケジュールの設定</li> </ul> | <p><u>規格の大枠の決定</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>想定していた狙いを実現するために、誰にどのような規格を持ち込むか検討</li> <li>目標や開発・活用仮説のアップデート</li> </ul> <p><u>今後の実施事項の検討</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>タイムスケジュールの設定</li> <li>今後の推進プランの検討</li> </ul> <p><u>国際標準化団体・その会議体（TC等）の決定</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>対象分野を調査し、提案する会議体を決定する</li> </ul> |
| 農水産品・食品分野<br>で留意すべき特徴 | <ul style="list-style-type: none"> <li>農水産品の場合、小ロット多品種の輸出が主であり、単一民間企業での標準化推進は難しく、国や品目団体、商社等の役割も期待される</li> <li>規格開発の推進主体が不明確でドライブがかかりづらい</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>国際規格より優先される各国特有の規制が存在</li> </ul>                                                                                                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>標準化の成功事例が少なく有用性が認識されづらい</li> <li>小規模多数のステークホルダーに浸透させ活用してもらうことが困難</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                              |
| 求められるスキル              | 事業理解力<br>コミュニケーション力                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | ネゴシエーション力<br>企画力                                                                                                                                                                                                                                                    | リーダーシップ<br>表現力                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                     | 技術理解力<br>実務能力                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                     | その他の能力                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

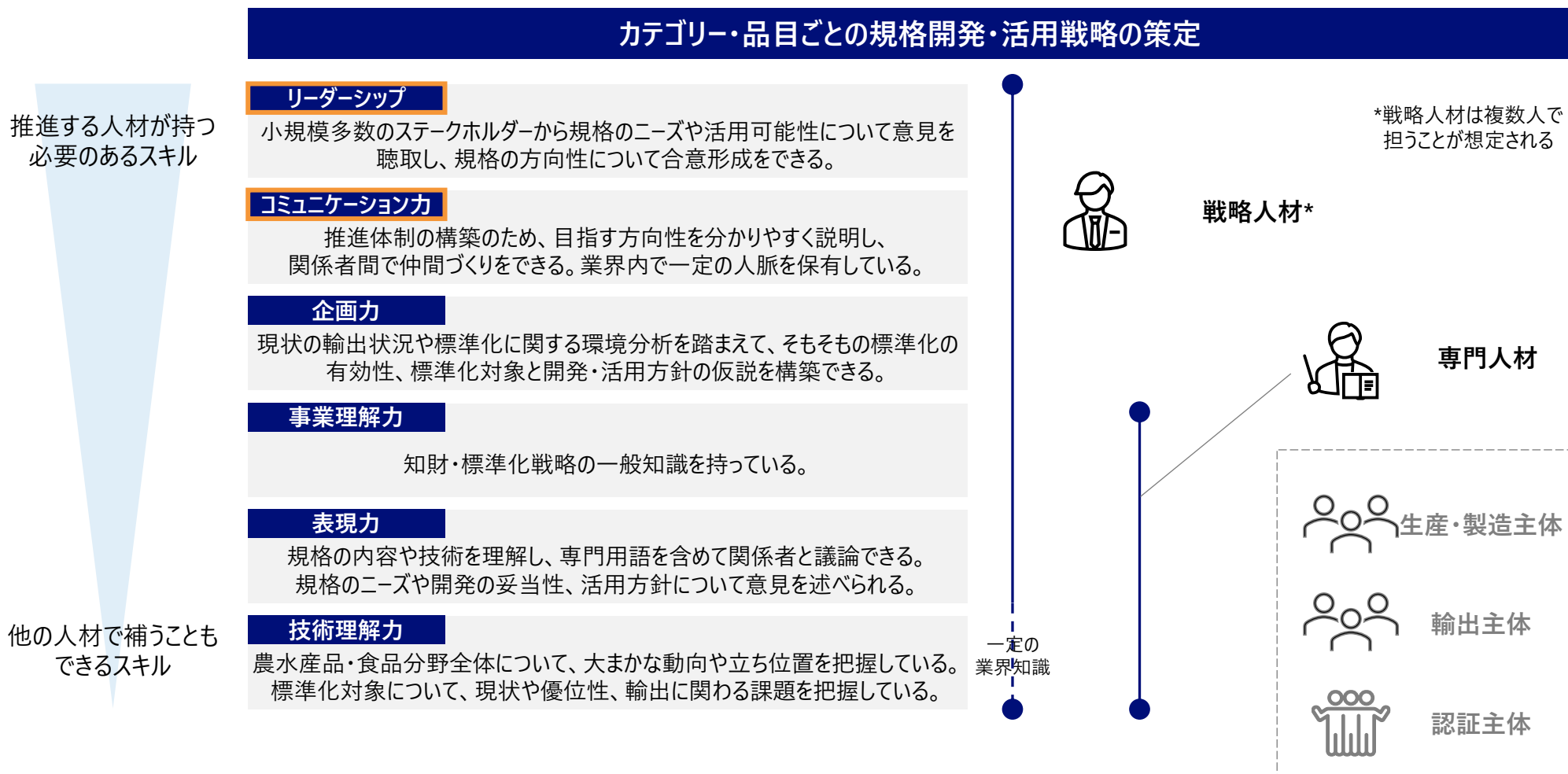
\*金沢工業大学「標準化人材に必要なスキルを評価するためのスキル標準」のスキル一覧を指す

## ②人材・スキルセットの検討 | 戦略策定

# 戦略策定では、全体像の下で関係者を巻き込み仲間づくりをするリーダーシップとコミュニケーション力が必要

農水産品・食品分野  
で特に必要なスキル

「カテゴリー・品目ごとの規格開発・活用戦略の策定」時に求められるスキルと人材



# 国際標準化団体での開発までの準備では、関係者を巻き込み戦略を規格に落とし込むことが重要

農水産品・食品分野  
で特に必要なスキル

「国際規格の開発」の各ステップの詳細業務と求められるスキル

|                       | ④ 体制構築                                                                                                                                                                                                                                                                                            | ⑤ 規格の具体化・提案に向けた準備                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 各ステップの詳細業務            | <p><u>推進体制の構築</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>開発・活用の体制（国内委員会）の組成</li> <li>役割分担の決定</li> <li>国内委員会以外にも、国内の利害関係者からの意見聴取や各国の情報収集等ができる仕組みを構築</li> </ul> <p><u>認証制度の方向性の検討</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>検討する規格に対してどのような認証を想定するのかを検討</li> <li>関係する認証機関の参画を担保</li> </ul> | <p><u>規格原案の作成</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>規格の開発・活用仮説を踏まえて、規格の原案を作成する</li> <li>その際、専門用語やフォーマットに留意する</li> <li>国内の利害関係者に、規格の目的・内容・メリット等を説明し賛同を得る</li> </ul> <p><u>他国への事前交渉</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>相手国のメリットや環境分析を踏まえて、協力国をリストアップ</li> <li>協力国と事前に調整し味方を作っておく（近隣諸国等）</li> <li>必要に応じてシンポジウムの開催などを行い、各国に対して規格のメリットを伝えるとともに、関係性を構築</li> </ul> <p><u>提案の最終準備</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>提案する会議体の近隣分野の会議体（リエゾン等）と調整</li> <li>会議体の中で提案先となる枠組み（新規WG、既存WG等）を決定</li> </ul> |
| 農水産品・食品分野<br>で留意すべき特徴 | <ul style="list-style-type: none"> <li>国際標準化の有効性を元に、これまで標準化に関わることの少なかった主体や関係者であっても必要な者を巻き込むことが重要である</li> </ul>                                                                                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>協力国は対象品目や規格内容の特性を踏まえて目星をつける必要がある</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 求められるスキル              | <div>事業理解力</div> <div>コミュニケーション力</div>                                                                                                                                                                                                                                                            | <div>ネゴシエーション力</div> <div>企画力</div> <div>リーダーシップ</div> <div>表現力</div> <div>技術理解力</div> <div>実務能力</div> <div>その他の能力</div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

# 国際会議の場では、相手の主張を踏まえて落としどころを見つけ、規格を戦略的に通していくことが重要

一覧\*にないが  
追加したスキル

農水産品・食品分野  
で特に必要なスキル

「国際規格の開発」の各ステップの詳細業務と求められるスキル（続き）

⑥

## 規格開発

### 開発の各段階での実施事項

### 裏側での関係者との調整

#### 規格案の作成・更新

- 各段階でのコメントや投票を受けて規格案を更新

#### 会議の設定、プレゼンテーション・議論

- 規格内容のプレゼンテーションを準備
- 各国の主張と自国の主張をどのように折り合わせていくか臨機応変に検討

#### コメントへの対応

- 公開した規格案に対して、各段階で寄せられたコメントに対応
- コメントへの返信文書（オブザベーション）を作成

#### 国内のステークホルダーとの調整

- 国内の利害関係者や専門家に、国際議論の進捗を共有し、議論の落としどころを探る
- 国内の利害関係者や専門家から、国際議論での主張に必要なデータや事例等を収集する

#### 他国のステークホルダーとの調整

- 他国から賛同・賛成票をもらうためにWGに参加する専門家や関係する業界団体等に対して、彼らにとっての規格のメリット等を的確に伝える必要がある
- そのためには対面説明の機会をもつ等も必要

- 農水・食品分野の知識を持ち、規格を戦略的に通すバランス感覚（他国の意見を取り入れながら協力国を見つけ、自国のこだわる部分はうまく譲らず規格の開発を進める能力）を持つ交渉人材が国内には少ない

求められるスキル

事業理解力

ネゴシエーション力

リーダーシップ

技術理解力

その他の能力

コミュニケーション力

企画力

表現力

実務能力

ロジカルシンキング

\*金沢工業大学「標準化人材に必要なスキルを評価するためのスキル標準」のスキル一覧を指す

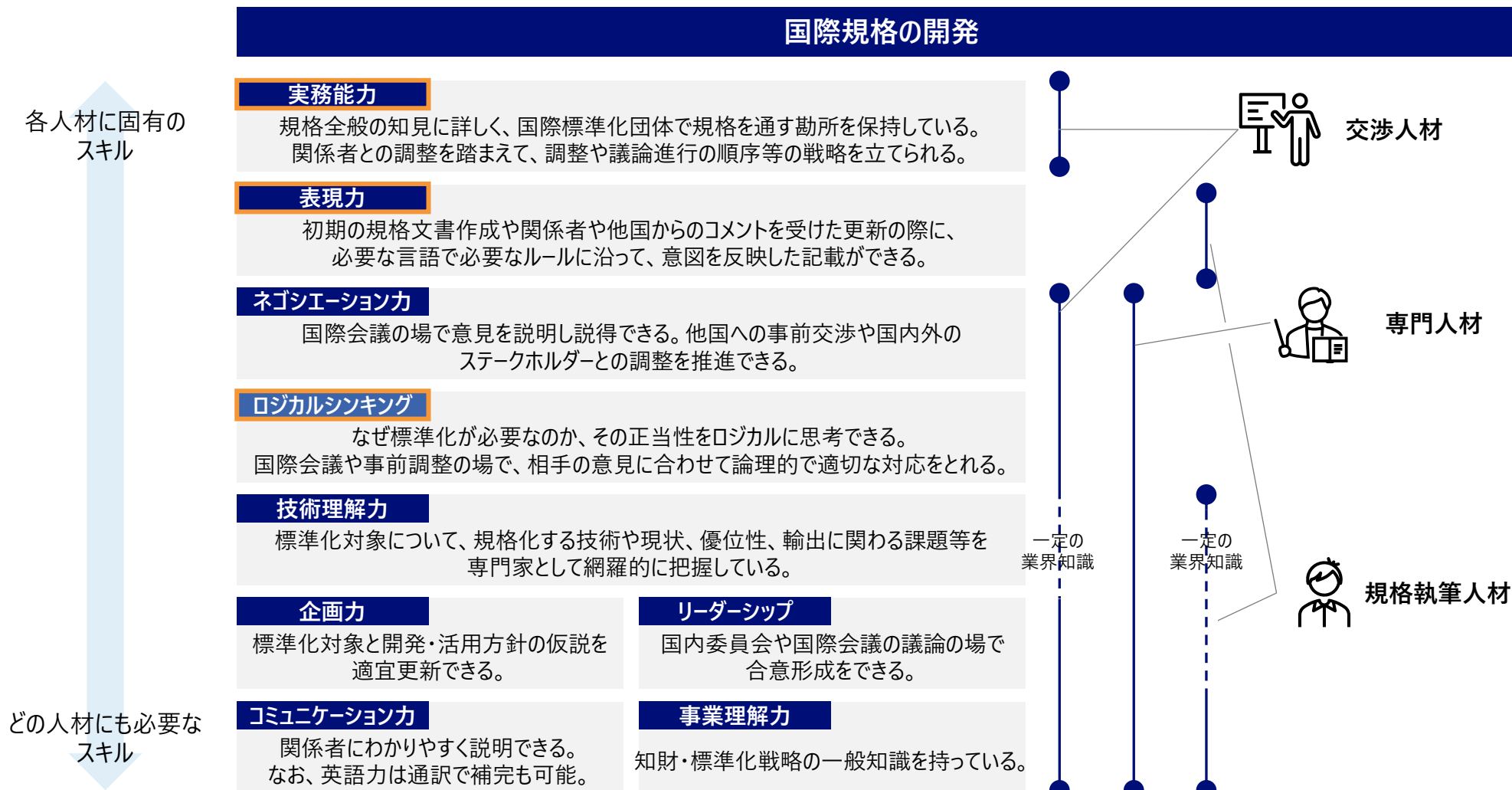
## ②人材・スキルセットの検討 | 規格開発

交渉人材や専門人材には、交渉において調整しつつロジカルに主張を通していくスキルが特に必要

一覧にないが  
追加したスキル

農水産品・食品分野  
で特に必要なスキル

「国際規格の開発」時に求められるスキルと人材

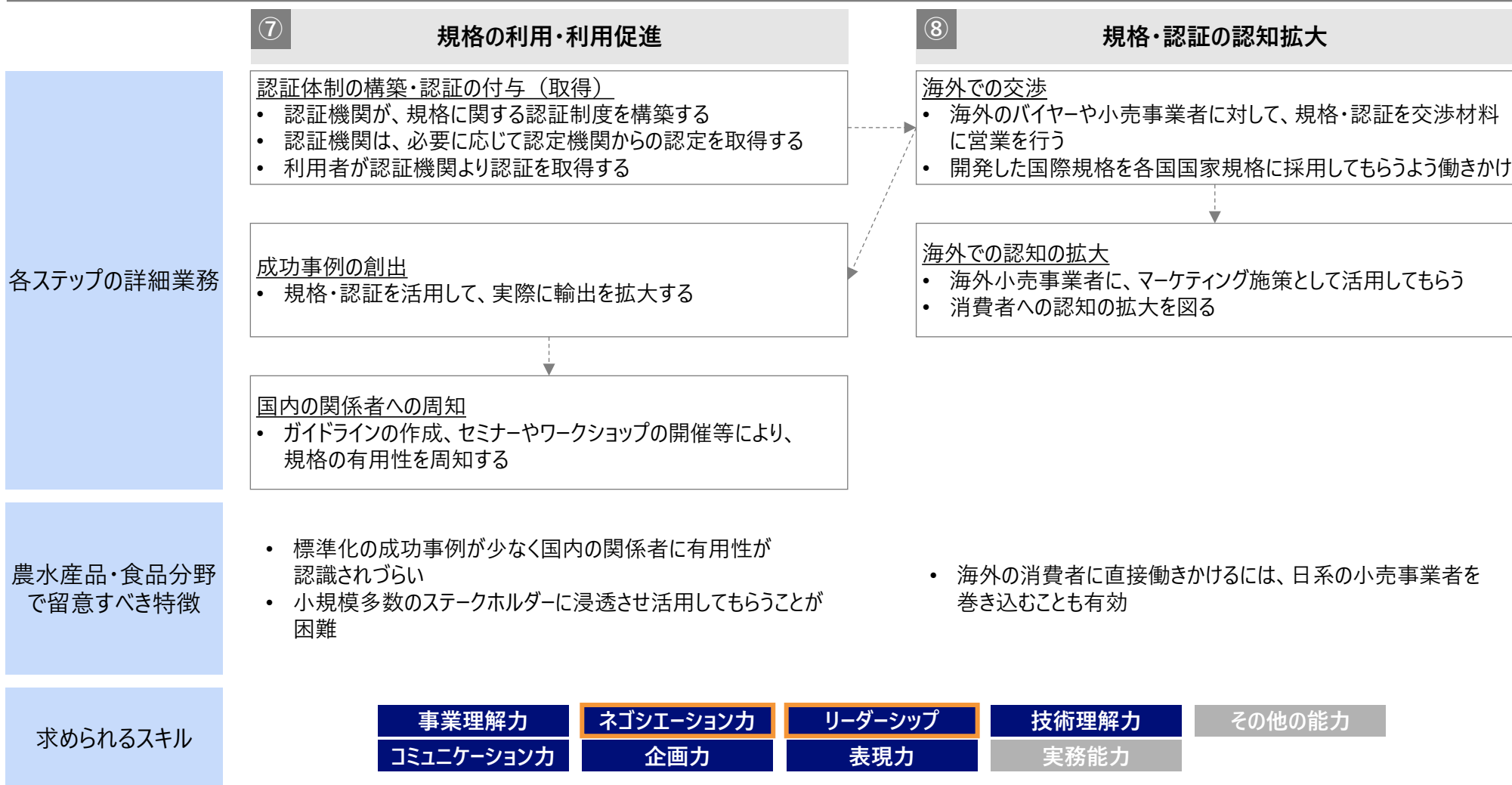


## ②人材・スキルセットの検討 | 規格活用

規格活用のステップでは、海外のバイヤーや小売に対して規格・認証をツールに売り込みを行うことが重要

農水産品・食品分野  
で特に必要なスキル

「国際規格の活用」の各ステップの詳細業務と求められるスキル

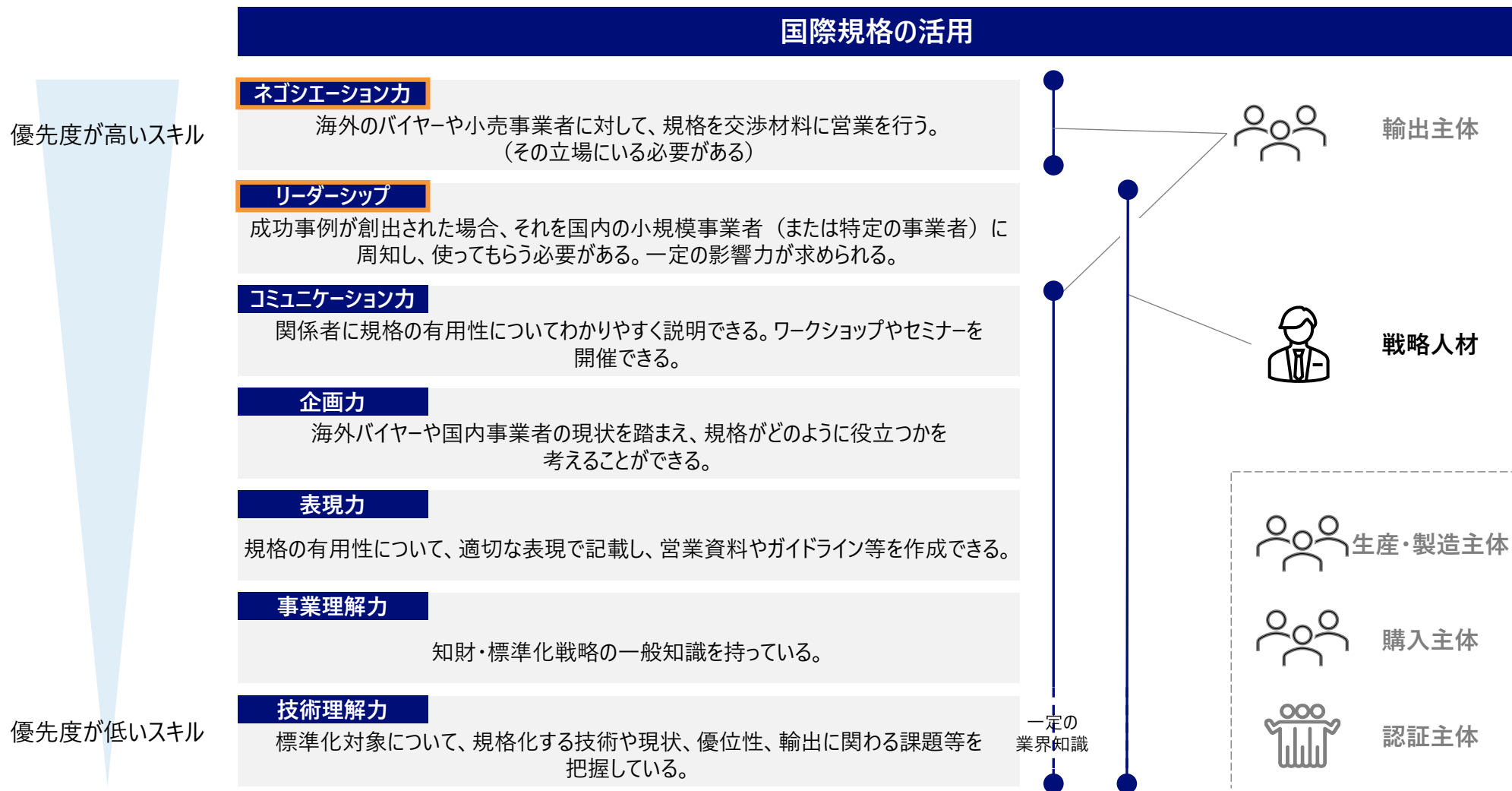


## ②人材・スキルセットの検討 | 規格活用

海外バイヤーとの交渉が可能な主体と、国内事業者への周知が可能な主体が主に担う。バイヤー等と交渉するネゴシエーション力や事業者を巻き込むリーダーシップが重要

農水産品・食品分野  
で特に必要なスキル

「国際規格の活用」時に求められるスキルと人材



## ②人材・スキルセットの検討 | 必要人材

# 輸出拡大に寄与する標準化活動は、4つのコア人材を中心に連携して推進することが必要

- 明確化のため各ステップに必要な機能について担当する人材を個人に分けて整理しているが、実際はチームで各機能を担う

全体で共有可能

分野・品目ごとに必要

規格ごとに必要

国際標準化のステップで必要となる人材

対象ごとの規格開発・活用  
**戦略の策定**

※人材が重複するケースも

専門人材

戦略人材

輸出主体

生産・製造主体

購入主体

規格執筆人材

交渉人材

認証主体

国際規格の**開発**

国際規格の**活用**

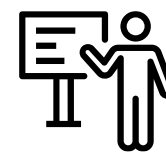
## コア人材



**戦略人材**

分野・品目ごと

- 規格をツールとしてどのように輸出を拡大するか、どのような規格が必要か、開発から活用までの戦略を描き実行する
- 複数人でこの役割を担う



**交渉人材**

共通

- 規格のニーズを踏まえて、規格化のアドバイスやサポートを行う
- 国際会議で規格開発までの戦略を立て、仲間を増やしながら落としどころを見つける



**専門人材**

規格ごと

- 標準化対象の専門家
- 規格のニーズを戦略人材から受け取り、交渉人材・規格執筆人材とともに規格を練る
- 国際会議にも参加する



**規格執筆人材**

共通

- 規格のニーズを踏まえて、規格化のアドバイスやサポートを行う
- 目的に基づいて規格を執筆、更新する

適宜連携

連携



生産・製造主体  
規格を使い  
生産・製造



輸出主体  
規格を使い輸出



購入主体  
規格による  
付加価値を認め購入



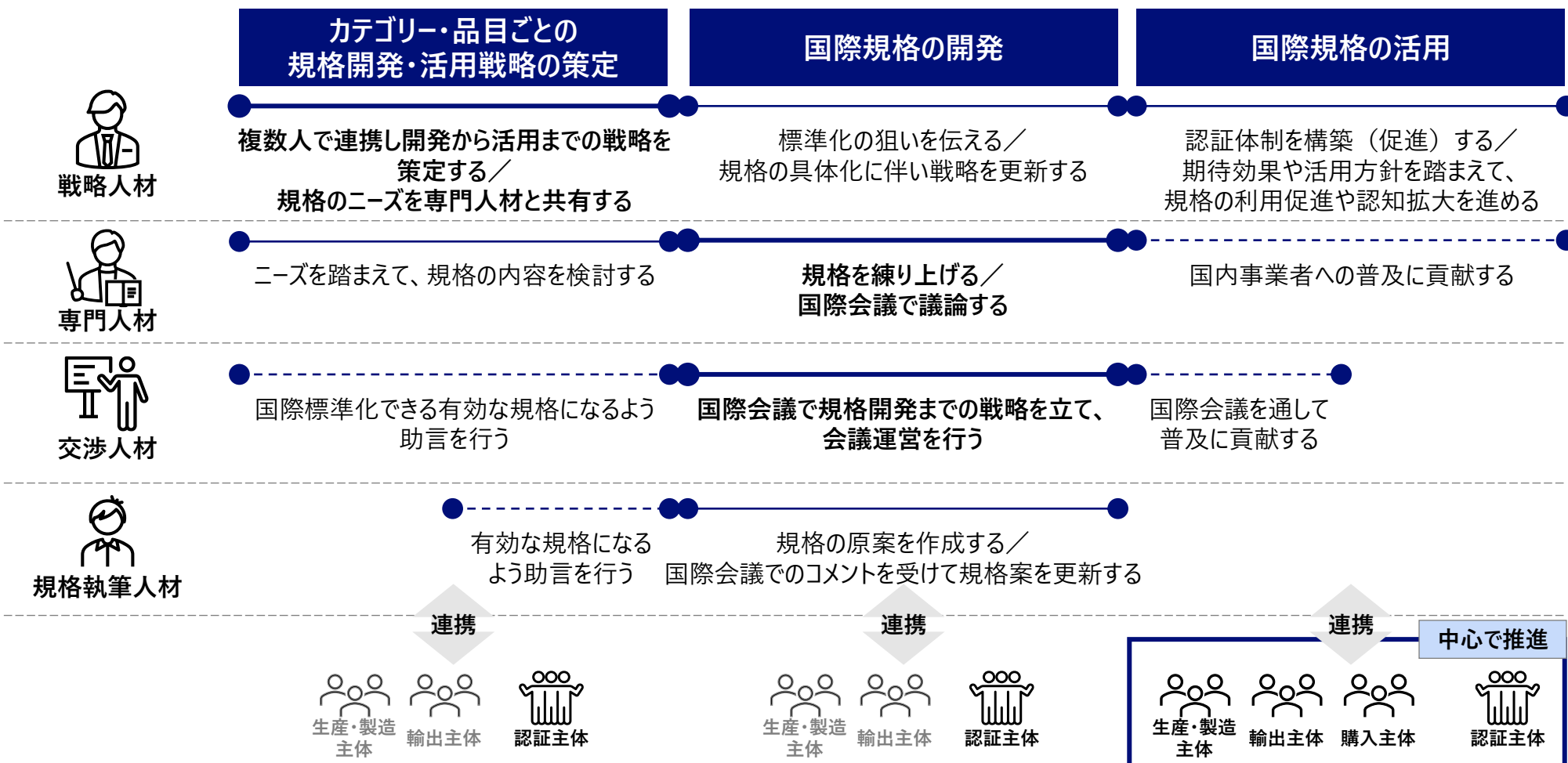
認証主体  
規格に基づき認証

## ②人材・スキルセットの検討 | 必要人材

戦略人材は戦略策定から開発・活用まで国際標準化のステップに包括的に関わることが求められる。  
 その他人材もメインのステップのみでなく、他ステップにも関与することが理想的

国際標準化のステップごとに必要な人材とその役割

●——● 中心で推進 ●——● 連携して推進 ●-----● 部分的に関与

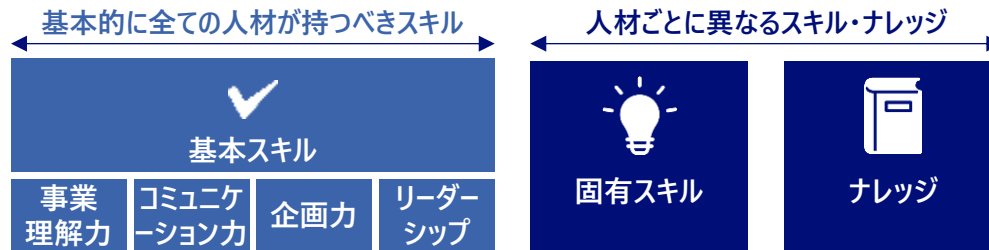


※生産・製造主体や輸出主体は、戦略人材や専門人材として戦略作成・規格開発パートに関わる場合も想定される

## ②人材・スキルセットの検討 | 人材スキル

各人材共通の「基本スキル」、人材ごとに求められる要件の異なる「固有スキル」「ナレッジ」が存在。  
スキル要件を踏まえ共通化/個別化を使い分けて人材育成を実施すべき

注力して育成すべき人材に必要なナレッジ・スキル



○ = 求められるスキル  
◎ = 特に求められるスキル



○ ◎ ◎ ◎

-

分野・品目の知識

- 規格を利用してどうマーケティングを行うか考えるビジネススキルが必要である
- 関係者を巻き込むリーダーシップが必要である
- 認証等を活かしたスキームを構築する企画力が必要である



○ ○ ◎ ◎

ロジカルシンキング

規格対象の知識

- なぜ標準化が必要なのか、その正当性をロジカルに思考できる
- 開発する規格と個別のマーケティング戦略を結び付けられる

共通化可能



○ ○ ○ ○

ネゴシエーション力  
実務能力

分野・品目の知識

- 国際会議でどう関係者を巻き込み規格を成立させるか考えられる必要がある
- 国際会議で相手の主張を踏まえ落としどころを見つけることができる必要がある

共通化可能



○ ○ - -

-

規格執筆ルール、  
分野・品目の知識

- 規格執筆ルールに加えて、理系の知識等、分野の最低限のナレッジを持っている必要がある

## ②人材・スキルセットの検討 | ナレッジ・スキル一覧

(参考) 必要なスキルセットは、分野や規格に関する専門知識である「ナレッジ」、多くの人材に共通して求められる「基本スキル」、特定の人材に求められる「固有スキル」に分類される

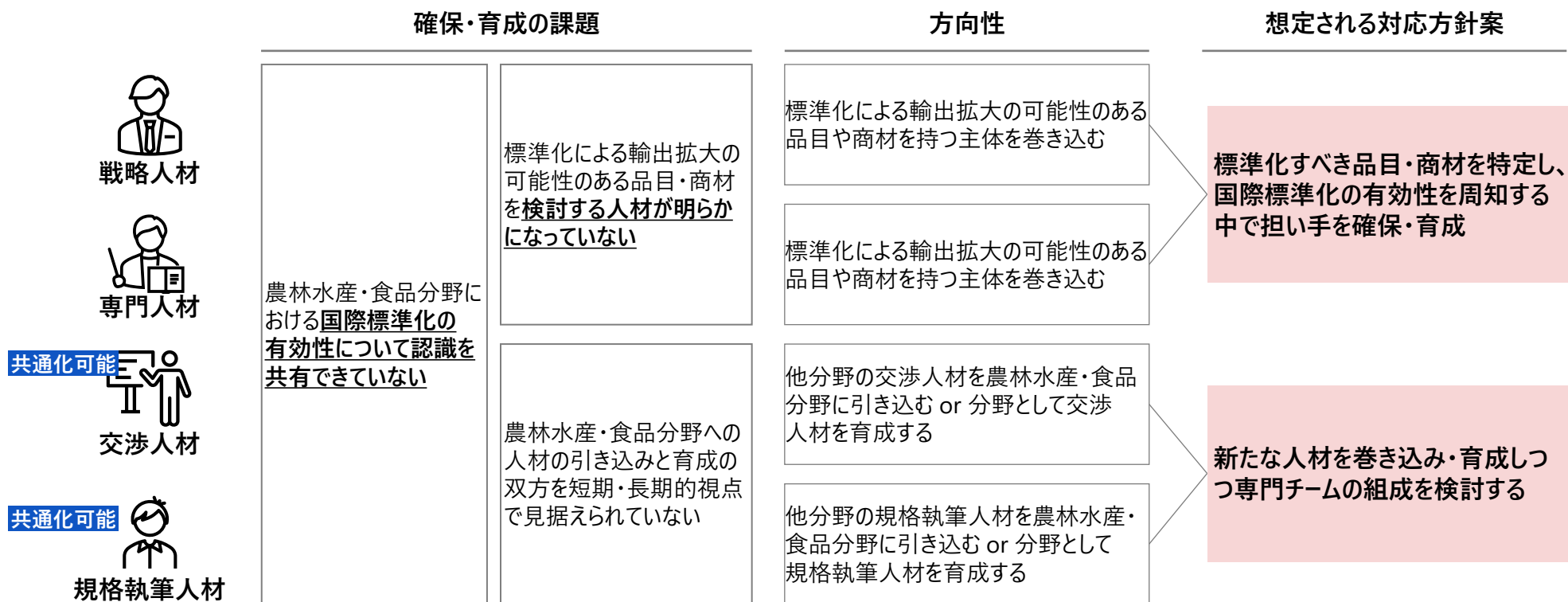
### 標準化業務遂行に必要なナレッジ・スキル

| 基本スキル  |                                                                                                                                                                     | 固有スキル                                                         | ナレッジ                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業理解力                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>企業戦略・事業戦略・研究開発戦略・知財戦略を理解している</li> <li>標準化戦略の国内・海外での位置づけ、メリデメを把握している</li> <li>戦略への貢献を説明・提案できる</li> </ul>                      | ネゴシエーション力 <ul style="list-style-type: none"> <li>交渉の場の設定をできる</li> <li>意見・主張を説明し説得できる</li> <li>争点を適切に把握し、合意形成に向けて提言できる（相手を尊重し妥協点を判断する）</li> </ul> | 技術理解力 <ul style="list-style-type: none"> <li>関連する技術分野（背景、効果、影響、技術内容、特徴、自社・類似技術、動向、優位性等）を掌握し説明できる</li> </ul> |
| コミュニケーション力                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>円滑に情報収集・共有・交換できる</li> <li>関係者に分かりやすく説明できる</li> <li>関係者の説明を正しく理解できる</li> <li>関係者と連携、協働できる</li> <li>人脈を形成し仲間づくりができる</li> </ul> | 実務能力 <ul style="list-style-type: none"> <li>規格全般の知見に詳しく、規格を成立させる勘所を保持している</li> <li>関係者との調整や議論進行の順序等の規格作成戦略を立てられる</li> </ul>                      | 表現力（規格執筆ルール） <ul style="list-style-type: none"> <li>規格文書作成のために、必要な言語で必要なルールに沿って、意図を反映した記載ができる</li> </ul>    |
| 企画力                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>現状（調査結果、技術の優位性等）から課題を見出しその課題への解決策を、標準活用時のメリデメを考慮して創出できる</li> </ul>                                                           | ロジカルシンキング <ul style="list-style-type: none"> <li>標準化の必要性・正当性をロジカルに思考できる</li> <li>国際会議や事前調整の場で、相手の意見に合わせて論理的で適切な対応をとれる</li> </ul>                 |                                                                                                             |
| リーダーシップ                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>所属組織の問題点や課題を認識し、運営の方向性を提示できる</li> <li>異なる意見を新たな視点で見直し、全員で合意できる目標を提示することができる</li> </ul>                                       |                                                                                                                                                  |                                                                                                             |

## ②人材・スキルセットの検討 | 人材の確保・育成の方向性

国際標準化のツールとしての有効性を伝える中で標準化対象の検討を行い、対象に即して戦略人材・専門人材の担い手の確保・育成を検討する。並行して、他分野も含め既に実績のある交渉人材・規格執筆人材のチームの組成も検討しうる

注力して育成すべき人材の課題と今後の方向性

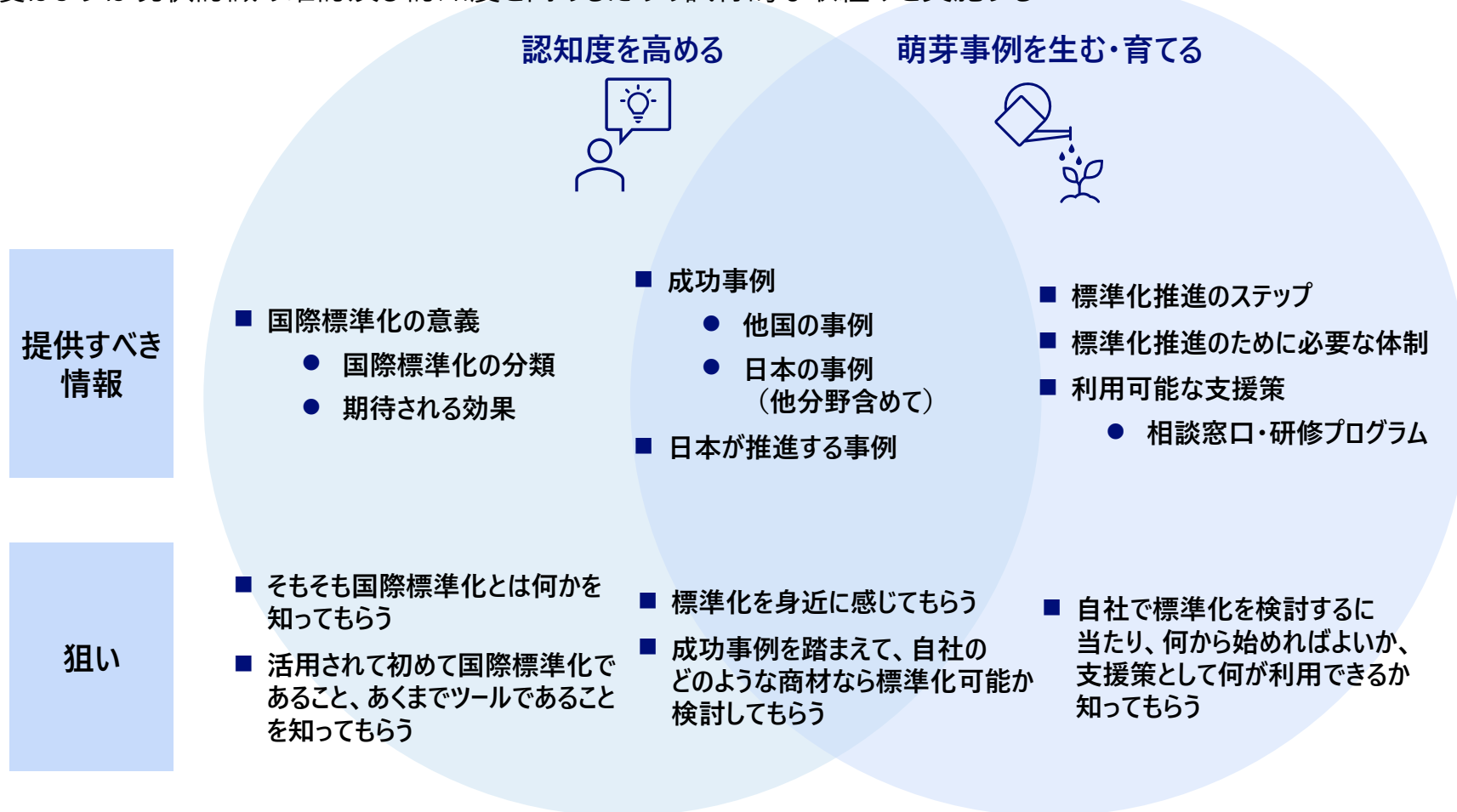


### ③ネットワーク活動の実施

### ③ネットワーク活動の実施 | 背景

農林水産・食品分野では特に、国際標準化の有用性が認識されていないことが課題。機運醸成に向けて、認知度を高めるとともに、ツールとして標準化を活用しうることを理解してもらう必要がある

- 有用性が認識されておらず先進事例も少ない中で、国際標準化の認知度を高めずして萌芽事例を生むことは難しいので、今年度はまずは現状認識の確認及び認知度を高めるための試行的な取組みを実施する



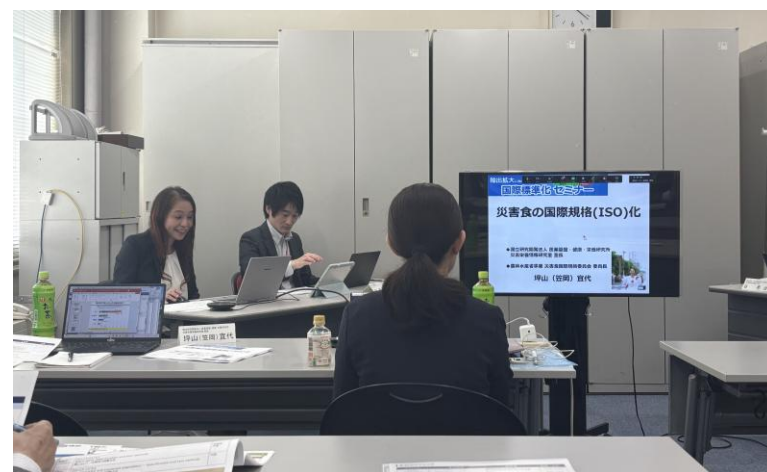
### ③ネットワーク活動の実施 | セミナー開催

今年度は試行的にセミナーを開催し、国際標準化の機運醸成、及び今後の取組推進に向けた課題や求められる支援について検討を実施

#### セミナーの開催概要

|          |                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 名称       | 国際標準化まるわかり！セミナー                                                                                                                                                                                                                            |
| 開催日時     | 2025年2月28日（金） 14:00～15:30                                                                                                                                                                                                                  |
| 会場       | 農林水産省6F新事業・食品産業部第5・第6会議室 及び オンライン（Zoom）                                                                                                                                                                                                    |
| 背景・目的    | <ul style="list-style-type: none"><li>● 本年度の検討結果の周知による国際標準化の機運醸成<ul style="list-style-type: none"><li>・ 国際標準化に関する理解促進</li><li>・ 輸出拡大に向けた国際標準化の活用方法の理解促進</li></ul></li><li>● 標準化の取組み推進に向けたアイデア・課題の導出</li><li>● 今後の取組みに向けた関係者の巻き込み</li></ul> |
| 申込数・参加者数 | 申込65名・参加者50名                                                                                                                                                                                                                               |
| 参加事業者の属性 | 民間企業・業界団体：64%<br>規格・認証関係機関：32%<br>その他：4%                                                                                                                                                                                                   |

#### セミナーの様子



### ③ネットワーク活動の実施 | セミナーを踏まえた今後の対応方針案 (1/2)

参加者アンケート<sup>\*</sup>の結果、本セミナーで参加者の国際標準化に関する理解促進を図ることができた。  
今後の推進に向けては、標準化の活用方法の更なる具体化が重要

| セミナー目的                  | 結果         |                                                                                                                                                                                                                                            | 今後の対応方針(案)                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 国際標準化の機運醸成              | 国際標準化の理解促進 | <ul style="list-style-type: none"><li>セミナー受講により特に理解が深まった項目として、第1位：国際標準化の事例（67%）第2位：国際標準化の概要（62%）があげられた。</li><li>理解不足が課題として挙げられる中で、理解促進を図れた</li></ul>                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"><li>国際標準化への理解はまだ低く、今後の促進を図るためには引き続き「<u>標準化で何ができるか</u>」を訴求し、<u>国際標準化への取組に向けて機運醸成を図っていくことが重要（＝興味関心のある方の数を増やしていく）</u></li></ul>                                                 |
|                         | 輸出活用への理解促進 |                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                |
| 標準化の取組み推進に向けたアイデア・課題の導出 | アイデアの抽出    | <ul style="list-style-type: none"><li>日本特有の製品の新たな製品規格に関するアイデアが抽出された</li><li>また食品安全マネジメントシステムに関する意見もあった</li></ul>                                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"><li>製品規格に関するアイデアも一部導出されたものの、標準化の活用方法について自身のカテゴリーや商品レベルにまで具体化できていない可能性が高い</li><li>標準化でできることを、<u>カテゴリーや品目レベルに落とし込み、示すことが効果的な可能性が高い（＝興味を持って頂いた方に具体的な推進イメージを持って頂く）</u></li></ul> |
|                         | 課題の抽出      | <ul style="list-style-type: none"><li>国際標準の開発・活用に向けたハードルとして民間企業・業界団体からは、第1位：標準化でできることを明確にする（69%）第2位：進め方を明確にする（38%）といった意見が挙げられた</li><li>規格・認証関係機関からは、第1位：標準化でできることを明確にする（71%）第2位：アドバイスを受けることができる（50%）費用対効果を明確にする（50%）といった意見が挙げられた</li></ul> |                                                                                                                                                                                                                |

<sup>\*</sup>セミナー参加者に対しWEBアンケートを実施。回答数=42

### ③ネットワーク活動の実施 | セミナーを踏まえた今後の対応方針案 (2/2)

国際標準化への取組み意向があり、今後も定期的な情報発信を期待している方は多い。今後は各々の状況に応じたセミナーや情報発信を検討し、関係者の理解促進とネットワーク構築を図る

#### セミナー目的

#### 結果

#### 今後の対応方針（案）

#### 今後の 取組みに 向けた 関係者の 巻き込み

#### 関係者の 意向確認

- 国際標準化に関する情報共有について、アンケート回答者の約81%にあたる34名が「希望する」と回答

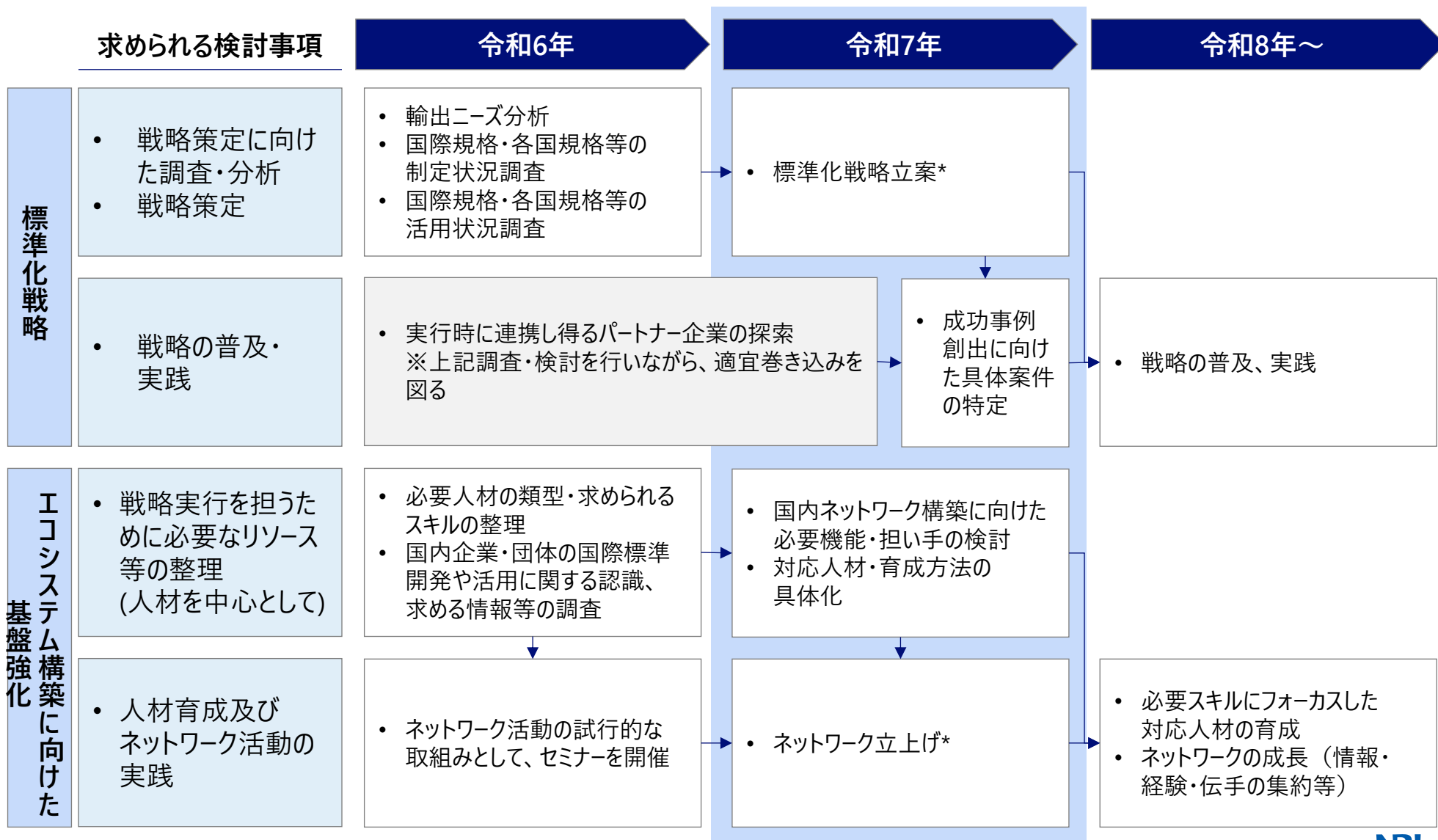
#### 巻き込み 方法の検討

- 今後の情報共有の方法について  
第1位：セミナー・ワークショップの開催（81%）  
第2位：メールでの情報配信（52%）と回答

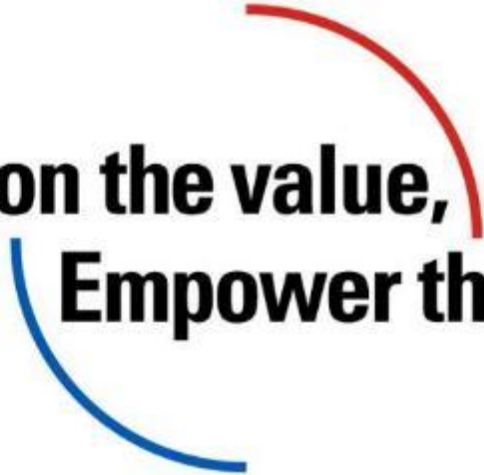
- 国際標準化の情報発信は今後も求められており、定期的な発信が必要。
- 一方で、今回の参加者層については、専門的な研修に対する要望は情報発信よりも低かったことから、具体的な取組みを進める段階に至っている企業は少ないと考えられる
- まずは、民間企業・業界団体、規格・認証関係機関のそれぞれの状況に応じて、理解をより深められるようなセミナーの企画・開催や、メール等での定期的な情報発信が必要  
（輸出に取り組む方々と認証団体向けで内容を分けてセミナーや情報発信をすることも一案）

## 今後の検討事項

次年度に関しては、本年度の調査・検討結果を基に「標準化戦略立案」「人材育成方法の具体化」「ネットワーク立上げ」に向けた取組みを推進することが考えられる



\*戦略立案に当たっては、ネットワーク関係者の意見も踏まえることを想定



**Envision the value,  
Empower the change**