

**令和6年度グローバル産地生産流通基  
盤強化緊急対策事業(GFPコミュニティ  
構築支援加速化委託事業・地方版)**  
地方GFP | 事業報告概要公開版

# 目次

<b>事業実施概要</b>	<b>3</b>
事業概要と実施スケジュール	4
<b>事業実施報告</b>	<b>7</b>
(1) 輸出に関する地域課題解決のための取組の実施・支援	8
(2) GFP登録事業者へのフォローアップ支援の実施	17
(3) 輸出専門人材のリスト化・専門人材の派遣	28
(4) プロフェッショナル人材戦略拠点と連携した人材のマッチング	60
(5) GFP関連事業との連携	70
<b>総括</b>	<b>76</b>

# 事業実施概要



# 実施方針と事業概要

GFP登録事業者の輸出経験や規模に応じた有効な支援策を提供し、輸出への取組内容や目標の具体化に貢献する

- 目的
- 新たに輸出に着手する事業者、輸出を拡大したい事業者などそれぞれ取組状況の異なる事業者に対して、
  - その輸出に対する経験や規模に応じて有効な支援策を提供し、輸出に向けた取組内容や目標を具体化することで、
  - 2030年5兆円の輸出額目標の達成を目指すものである

- 重点施策
- 具体的な施策として以下の5つの施策を実行する
    - (1) 輸出に関する地域課題解決のための取組の実施・支援
    - (2) GFP登録事業者へのフォローアップ支援の実施
    - (3) 輸出専門人材のリスト化・専門人材の派遣
    - (4) プロフェッショナル人材戦略拠点と連携した人材のマッチング
    - (5) GFP関連事業との連携
      - ・本省GFPとの連携
      - ・おいしい日本、届け隊との連携

出所：仕様書より作成

# 事業実施スケジュール

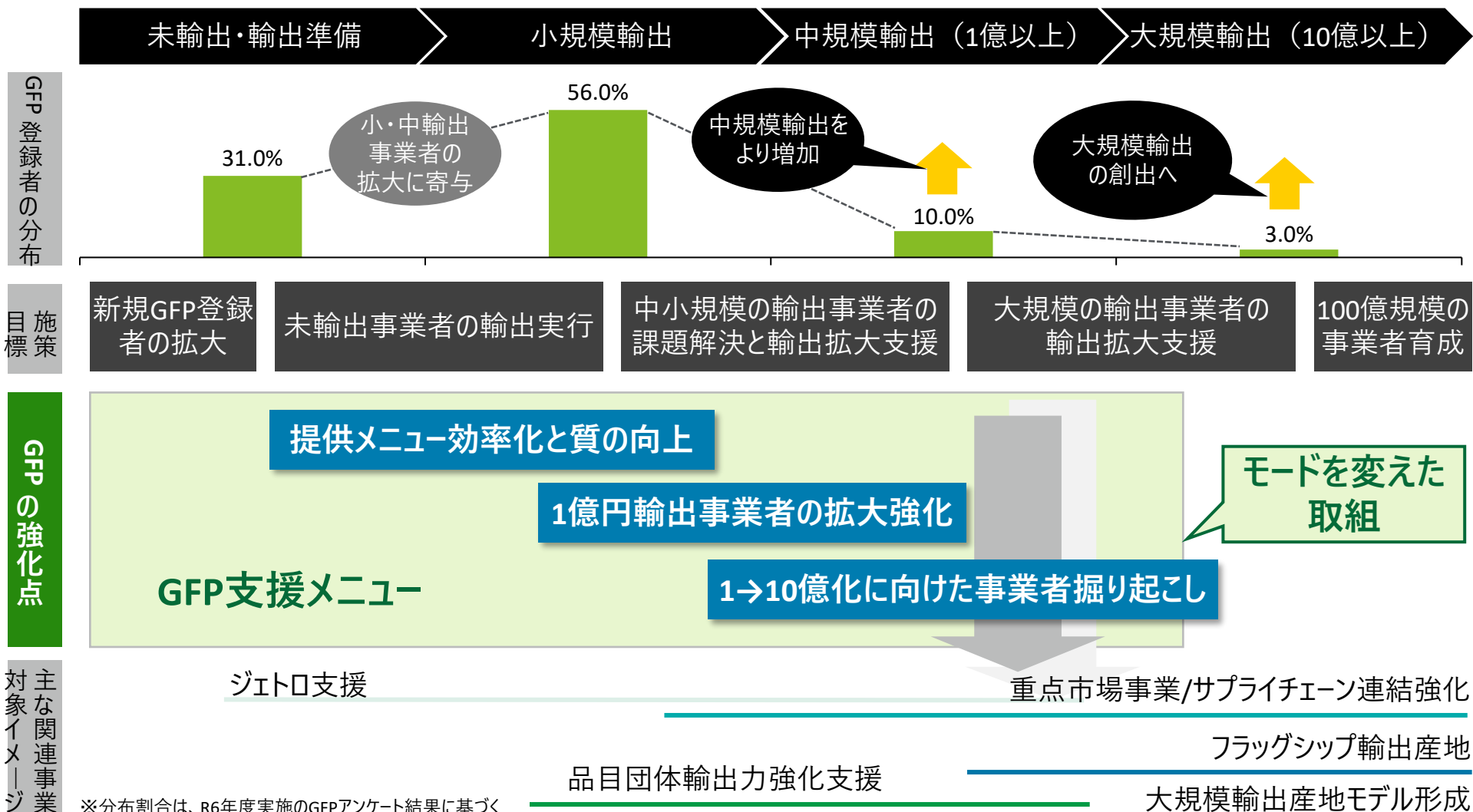
昨年度の取組を踏まえ各農政局と協議の上、輸出に関する地域課題解決に資する取組企画・運営を行うと共に、農政局横断の専門家支援やプロ人拠点連携を同時並行で推進

主な業務	令和7年										令和8年			
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月		
定例ミーティング	Kickoff 4/9 ◆ 本省進捗ミーティング		進捗MTG 6/23 ◆	進捗MTG 7/22 ◆				進捗MTG 11/12 ◆	進捗MTG 12/16 ◆	進捗報告 事業報告骨子協議 ◆		報告会 最終報告 3/17 (納品) ◆		
輸出に関する地域課題解決のための取組支援	東北	企画・関係者調整		サプライヤー調整	バイヤー招聘・商談会	商社調整		トライアル輸出			フェア	結果振り返り		
	北陸	企画・準備			募集	勉強会	募集	セミナー&ワークショップ	事前課題	ワークシヨップ	事後課題	PJ Onigiri		
	関東	企画・準備・関係者ヒアリング					募集	産地形成セミナー		結果まとめ				
	東海	企画・関係者調整			国内商社商談会、輸出支援ネットワーク情報交換会、白川町支援								結果振り返り	
	近畿	企画・準備			募集	商談準備セミナー	募集	国内商社商談会	商談後状況把握		結果まとめ			
	中四国	企画・準備			募集	インバウンド×輸出セミナー	地域関係者セミナー	企画具体化		バイヤー招聘ツアー	結果まとめ			
	九州	企画・関係者調整						サンプル調達・販促物作成・準備			試食イベント・現地バイヤー意見交換会	結果まとめ		
GFP登録事業者へのフォローアップ支援	簡易アンケート実施・個別支援希望の把握			個別フォローアップ										
輸出専門人材のリスト化・専門人材の派遣				上期 専門家 セミナー	上期個別相談会					下期 専門家 セミナー	下期 個別相談会			
プロフェッショナル人材戦略拠点と連携した人材のマッチング			人材 支援 セミナー	振り返り と 対策 検討	人材支援希望事業者へのフォローアップとプロ人拠点への連携									
GFP関連事業との連携	ビジネスパートナーマッチング試行								12/19 関係者MTG					
事業報告の取りまとめ	おいしい日本、届け隊 (プロジェクト型マッチング、スキルマーケット型マッチング) との連携の協議										事業報告書の取りまとめ			

# 本年度の地方GFPにおける強化点

現在の提供メニューを効率化していくとともに、地域起点での小・中規模事業者の大規模輸出化の支援を強化し、フラッグシップ輸出産地などの大規模事業者の拡大を図ります

※輸出規模はイメージ



※分布割合は、R6年度実施のGFPアンケート結果に基づく

# 事業実施報告

- (1) 輸出に関する地域課題解決のための取組の実施・支援
- (2) GFP登録事業者へのフォローアップ支援の実施
- (3) 輸出専門人材のリスト化・専門人材の派遣
- (4) プロフェッショナル人材戦略拠点と連携した人材のマッチング
- (5) GFP関連事業との連携

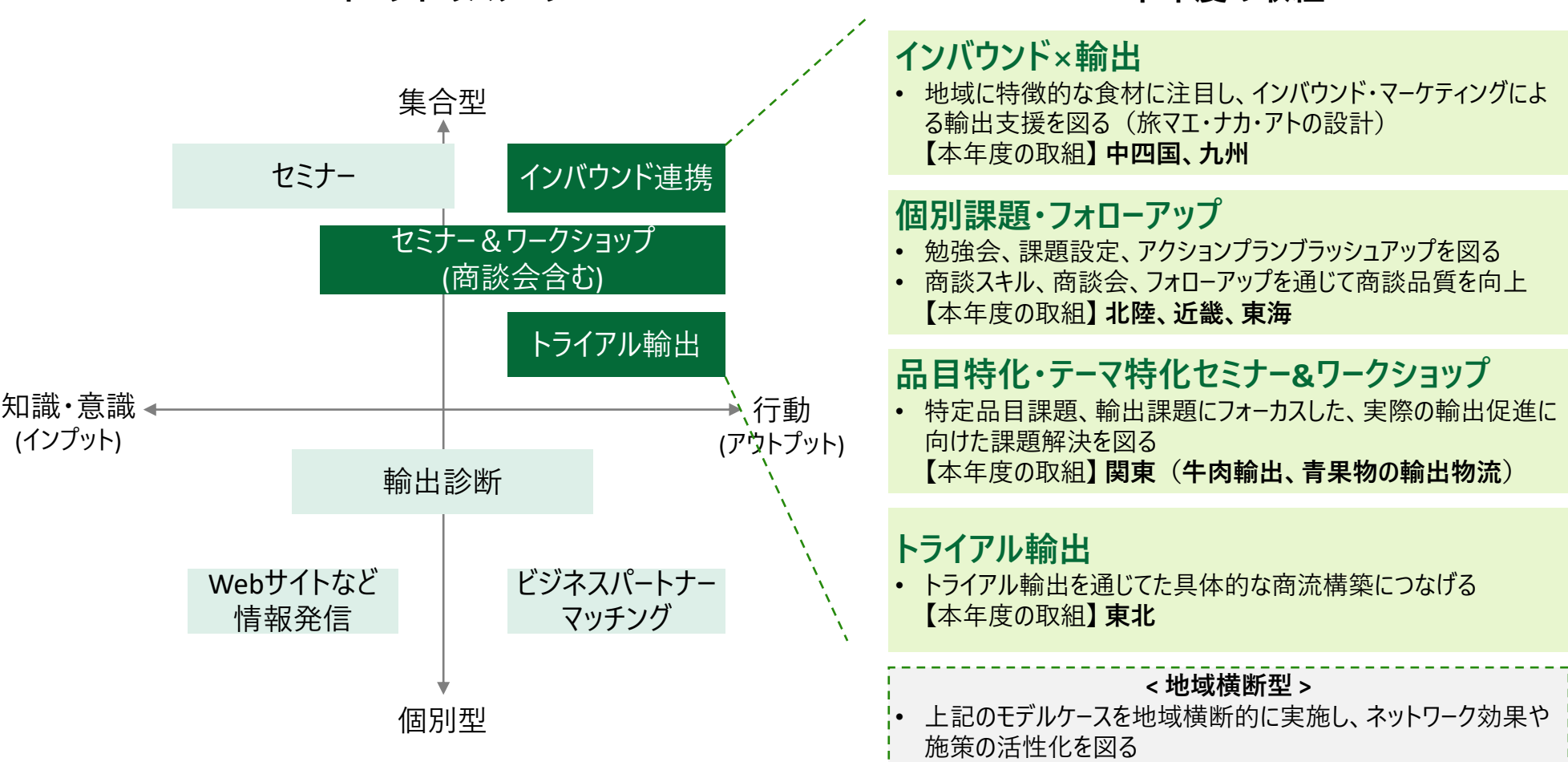


# 各農政局の輸出に関する地域課題解決のイベント企画の型化

昨年度のイベント運営の学習を踏まえ、本年度の各農政局の地域課題解決の支援の“型化”を推進

## イベントのパターン

## 本年度の取組



**インバウンド×輸出**

- 地域に特徴的な食材に注目し、インバウンド・マーケティングによる輸出支援を図る（旅マエ・ナカ・アトの設計）
- 【本年度の取組】中四国、九州

**個別課題・フォローアップ**

- 勉強会、課題設定、アクションプランブラッシュアップを図る
- 商談スキル、商談会、フォローアップを通じて商談品質を向上
- 【本年度の取組】北陸、近畿、東海

**品目特化・テーマ特化セミナー&ワークショップ**

- 特定品目課題、輸出課題にフォーカスした、実際の輸出促進に向けた課題解決を図る
- 【本年度の取組】関東（牛肉輸出、青果物の輸出物流）

**トライアル輸出**

- トライアル輸出を通じて具体的な商流構築につなげる
- 【本年度の取組】東北

**< 地域横断型 >**

- 上記のモデルケースを地域横断的に実施し、ネットワーク効果や施策の活性化を図る

# 農政局における輸出に関する地域課題解決イベントの実施概要

## 昨年度の取組を踏まえた、効率的かつ品質を維持した輸出支援のモデル作りを継続的に推進

農政局	実施事項	実施結果	主な成果
東北農政局	東北の事業者によるアメリカ等を対象とした <b>トライアル輸出</b> を実施し <b>商流構築支援</b> を実施	商社との商談を実施した結果、23事業者の58商品（約1,500万円以上）を輸出実現。米国小売店舗でテスト販売し、販売結果と現地消費者・店舗からの評価をフィードバック	テスト販売結果を踏まえ10社15商品が継続発注に繋がった。得られた評価を基に事業者の輸出取組の改善を促進。一連のトライアル輸出の型化のブラッシュアップを実施
北陸農政局	輸出ビジネスの計画を具体化し、輸出の開始/拡大を後押しするため、 <b>マーケティング戦略勉強会</b> と <b>セミナー&amp;ワークショップ</b> を実施	金沢と新潟で左記イベント（全3回）を開催。商社や昨年度ワークショップ参加者等をアドバイザー/講師として招いた勉強会、セミナー&ワークショップに各々21社、18社が参加	アドバイザー/講師・同業者との協議を通して輸出課題を特定し、解決策の模索、輸出ビジネス計画を具体化。副次的に、事業者同士が連携して輸出に取組む計画が生まれた
関東農政局	<b>牛肉の輸出拡大セミナー</b> 、 <b>青果物輸出産地形成セミナー</b> をセミナー+パネルディスカッション形式で実施	牛肉セミナー205名、青果物セミナー179名が参加。幅広い関係者（牛肉は関係団体、青果物はJA等）を巻き込み、課題認識の共有、解決に向けた議論を実施	関心が高い品目・テーマを設定し、イベントを実施することで、これまでGFPとして接点があり無かった層を巻き込み情報共有の場を提供
東海農政局	<b>商談会&amp;ワークショップ</b> 、 <b>支援機関向け情報交換会</b> 、 <b>地域特産品の輸出支援</b> を実施	商談会の効果を高めるために一連のワークショップ形式（3回）で開催し商談会は25社し57枠の商談実施。4回の情報交換会は各回18~22機関が参加し情報提供	商流構築をより意識した事前マッチングあり商談会の型作りに繋がった。支援機関向け情報交換会では、他産地の先行事例や関係機関間の情報共有の場を提供
近畿農政局	<b>商談会準備セミナー・ワークショップ</b> 、 <b>加工食品輸出商談会</b> を開催	商談ノウハウ習得のため、商談会準備セミナー・ワークショップを開催（セミナー22社・ワークショップ19社）。商談会は国内商社7社に対して18社31枠の商談を実施	<ul style="list-style-type: none"><li>バイヤーによる自社商品・輸出活動の改善点の提言</li><li>商談シートを活用した事前マッチングにより双方の関心を反映した商談会を提供</li></ul>
中国四国農政局	<b>輸出×インバウンド循環セミナー</b> と <b>金融機関・地域商社情報交換会</b> 、 <b>海外バイヤー招聘ツアー</b> を実施	セミナー・情報交換会では輸出拡大に向けた課題解決方法や事例を共有。海外バイヤー招聘ツアーでは、発酵食品の蔵等を巡り、地域、商品特長を紹介し、バイヤーを“ファン化”	セミナー・情報交換会で関係構築した事業者・金融機関・行政・支援機関等も参加した海外バイヤー招聘ツアーでは、バイヤーとの商談機会等を創出し、得られた意見をフィードバック
九州農政局	福岡空港におけるインバウンド向け「 <b>九州いちご試食イベント</b> 」とマレーシアでの <b>バイヤーとの意見交換会</b>	福岡国際空港や関係者の協力の元、昨年に引き続き多くのインバウンド客への試食とメディアを通じた情報発信。マレーシアでバイヤー等招聘した試食・意見交換会を実施	試食イベントでは26カ国1,240名へ九州産いちごを提供。メディア8社うち5社がニュース放映。マレーシアでの交流会には3社/7名のバイヤーが参加し、九州産いちごへを通じた産地と交流

# 東北農政局 | 東北からの商流構築に向けたトライアル輸出を実施

商社と連携してアメリカ小売店舗でフェアを開催し、テストマーケティングを実施。フェアに向けては計約1,500万円以上の輸出を実現。フェア販売結果・評価を事業者へフィードバックし、更には継続発注にも繋がった

## 主な実施概要

### ■ 実施概要

- ・ トライアル輸出として、アメリカ小売店舗でフェアを開催し、販売に向けた参画事業者・商社との調整、商談会や事後の振り返り会などを実施

### ■ 実施期間・場所

- ・ 商談会：2025年8月21・22日(木・金)@宮城会場(※別途オンラインでも実施)
- ・ 米国でのフェア販売：2026年2月14～23日 @Marufuji Japanese Market
- ・ 振り返り会：2026年3月3日(火)@オンライン

### 主な実施事項

#### バイヤー・商社との商談会

- ・ アメリカ小売バイヤー及び商社を招聘し、20社が対面形式で商談を実施。一部事業者はオンラインで実施

#### アメリカ小売店舗でのフェア販売

- ・ アメリカ小売店舗にて10日間の東北フェアを開催し、事業者5社も渡航し、試食デモ及び販売を実施

#### フェア後の振り返り会

- ・ フェア向けに発注があった事業者を対象に、商社から販売結果と、アメリカ消費者・店舗担当の評価をフィードバックし、現地情報を踏まえながら意見交換を実施

## 実施結果

### ■ 発注商品点数・額 (バイヤー・商社選定結果)

- ・ フェア参加意向のあった48社292商品のうち、23社58商品が発注され、計約1,500万円以上の輸出が実現した

### ■ フェア販売結果

- ・ 大半が現地系(非日系)の消費者に対し、試食デモ等が功を奏し、フェア期間中には計2,000個以上の販売が実現した

### ■ フェア販売結果を踏まえた継続発注率

- ・ フェア販売後、アメリカ小売店舗からは10社15商品について継続発注意向が得られ、高い継続発注率(事業者43%、商品26%)を実現した

### ■ アメリカ小売店舗担当から寄せられた評価コメント例

- ・ 「水産加工品は健康志向のお客様に関心を持たれやすい一方、食べ方に不安を感じる方も多いため、試食を通じて具体的な食シーンを提示できたことが購買促進に繋がった」

### ■ 販売結果・評価を踏まえた事業者の自己分析コメント例

- ・ 「海外の嗜好性を踏まえながら商品の魅力や食べ方・食シーンを十分に訴求するための、パッケージデザインやPRツール、試食デモ・レシピ提案の内容等の改善が必要だと分かった」

## 主な成果/改善点

【主な成果】海外現地でのテストマーケティング機会を創出し、継続発注による“定番化”の成果を生め、事業者の輸出取組の改善を促進

- ・ フェア販売というテストマーケティング機会を創出できたことで実際に輸出を実現し、そして継続発注意向も得られたため“定番化”の成果も得られた
- ・ 海外消費者や店舗担当からの声を収集できたことで、“売れる根拠”やノウハウが蓄積され、事業者の効果的な商品やPR方法の改善に繋がった
- ・ 今後はトライアル輸出の“型”をサプライヤー(エリア・品目等)×ターゲット輸出先国の観点で水平展開しつつ、トライアル輸出実施に際し事前の事業者への輸出スキル底上げ施策や、実後の評価フィードバック・自己分析施策といった一貫した支援の質を上げ、“定番化”効果を高めていく必要

# 北陸農政局 | 食品輸出ビジネスプラン策定のためのセミナー&ワークショップの開催

昨年度のアプローチを改善し、ワークショップを通じた輸出ビジネスプラン具体化の“型”作りが進んだ。地域内の輸出に意欲が高い事業者を呼び込むことで、事業者間のより効果的な学習や連携促進に繋がった

## 主な実施概要

### ■ 実施概要

- ・ 昨年度のセミナー&ワークショップをブラッシュアップ。マーケティング戦略勉強会を追加し、よりターゲットを意識した輸出ビジネスプランの具体化への取組を支援

### ■ 実施期間（前：新潟会場、後：金沢会場）

- ・ 勉強会：2025年8月26日(火)、8月29日(金)
- ・ 第1回目：2025年9月26日(金)、10月2日(木)
- ・ 第2回目：2025年11月25日(火)、12月2日(火)

### 主な実施事項

#### マーケティング戦略勉強会 (一部オンライン参加)

- ・ ターゲット市場の設定とマーケティング・ミックス戦略、相互のフィット、競争優位性におけるポジショニングに応じたマーケティング戦略の定石等を解説

#### 第1回セミナー&ワークショップ (対面開催)

- ・ 昨年度参加事業者2社を講師として招き、身近な先行事例からの輸出への示唆を提供
- ・ 自社の輸出ビジネスにおける課題と対策について、輸出商社等のアドバイザー・事業者とグループ協議

#### 第2回ワークショップ (対面開催)

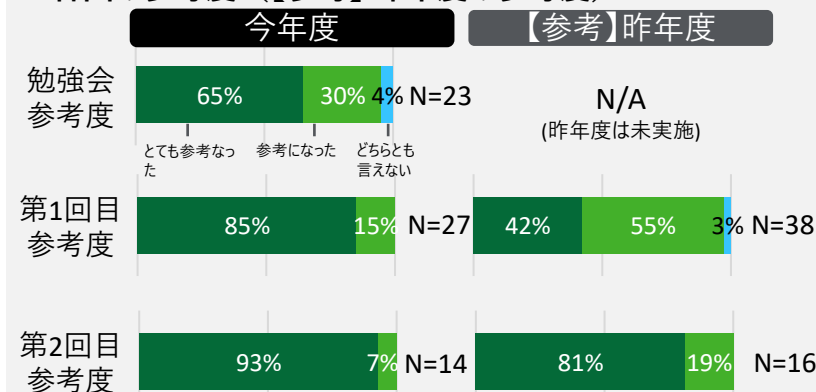
- ・ 輸出ビジネスプラン（輸出先や数量 / 額の具体目標）を事前に作成し、ワークショップで共有
- ・ 当日の議論を通じてプランをブラッシュアップし、事後課題としてビジネスプランを最終化

## 実施結果

### ■ 今年度参加事業者（金沢・新潟会場の合計）

- ・ マーケティング戦略勉強会：21社・23名
- ・ 第1回セミナー&ワークショップ参加者：27社・28名  
(うちワークショップ参加者：18社・24名)
- ・ 課題提出者：14社
- ・ 第2回ワークショップ参加者：13社・14名

### ■ 各回の参考度（【参考】昨年度の参考度）



## 主な成果/改善点

【主な成果】地域の特徴ある品目の輸出への取組把握と意欲ある事業者間の連携や輸出コンサルとの連携を促進

- ・ セミナー&ワークショップの内容や期待効果が開催案内だけでは伝わりにくく、参加者数が伸びなかったため、認知度向上や周知方法は改善が必要
- ・ 事業者や輸出コンサル間での知見共有等を通じて連携が生じ、輸出サプライチェーン構築上の課題解決を進める地域内のネットワーク形成が進んだ
- ・ 輸出開始・拡大をより現実的に進める/より早期に実現するために、事業者に対する事後課題の整理・フォロー、事務局の個別コンサルティングの活用をより積極的に進める必要。また、個別課題の解決にとどまらず、計画の更なる具体化を促せるかは要検討

# 関東農政局 | 牛肉の輸出拡大セミナー・青果物輸出産地形成セミナーの開催

特定の品目、輸出課題にフォーカスした、セミナー・パネルディスカッションを実施。幅広い関係者(牛肉は関係団体等、青果物はJAグループ等)を巻き込み、課題認識の共有、解決に向けた議論を実施

## 主な実施概要

- 牛肉の輸出拡大セミナーの実施概要
  - ・ 日本産牛肉の海外ニーズ理解促進、輸出の知見共有を目的に実施
  - ・ 日程・場所：2025年10月22日(水) @芝浦 現地・オンラインハイブリッド開催
- 青果物輸出産地形成セミナーの実施概要
  - ・ 物流課題の解決に向け共有・議論し、輸出の機運醸成を図ることを目的に実施
  - ・ 日程・場所：2025年11月6日(木)@二重橋現地・オンラインハイブリッド開催

## 主な実施事項

### 牛肉の輸出拡大セミナー

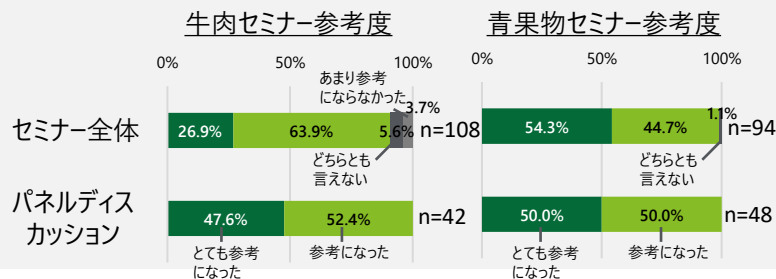
- ・ セミナー：産地への期待(日畜協)、市場動向(牛肉輸出協議会)、タイ市場トレンド(タイPF)、輸出事例(小川フード&サービス、渡部畜産)から話題提供
- ・ パネルディスカッション：東南アジアを中心とした日本産牛肉の需要、販路拡大に向けた訴求方法等について議論

### 青果物輸出産地形成セミナー

- ・ セミナー：産地への期待(日青協)、市場動向(PPIH)、事例共有(JAL Agriport、アグベル、JAうつのみや)から話題提供
- ・ パネルディスカッション：「出荷ロットに応じた国内物流の選択」「サプライチェーン構築と物流課題への対応」をテーマに議論

## 実施結果

- 牛肉の輸出拡大セミナー
  - ・ 参加者：205名(現地69名、オンライン136名)
  - ・ 参考度：91%が「参考になった」以上と回答(n=108)
  - ・ 東京中央卸売市場 食肉市場で初の輸出セミナーとして実施。これまで輸出と関わりの無かった関係団体や事業者が多く参加
- 青果物輸出産地形成セミナー
  - ・ 参加者：179名(現地43名、オンライン136名)
  - ・ 参考度：99%が「参考になった」以上と回答(n=94)
  - ・ 商系生産者の他、JAグループ(単協、全農)も参加し、各商流から見た物流課題について議論



## 主な成果/改善点

- 【主な成果】 **関心が高い品目・テーマを設定**しイベントを実施することで、**これまでGFPとして接点がありませんでした層**を巻き込むことができること確認
- ・ 牛肉セミナーでは日本産牛肉の市場トレンドや具体的な輸出事例が共有され、中でもナショナルブランドとして取り組んでいくことの重要性、現地のマーケットニーズに基づいた販路獲得の工夫(体験型の販売促進等)の共有は参考になったとの声が挙げられた
  - ・ 青果物セミナーでは輸出物流(特に国内物流)にフォーカスし直接輸出/間接輸出、卸売市場経由の輸出等、輸出タイプ別生産者の取組事例が共有され、物流コスト低減に向けた取組やそれぞれの立場からの輸出についての視点、取組実施の共有が参考になったとの声が挙げられた

# 東海農政局 | 国内商社商談会・輸出支援ネットワーク情報交換会の開催

昨年度まで掘り起こした事業者支援を重点化し、商流形成に資する国内商社商談会中心としたワークショップ及び輸出支援ネットワーク向けの情報交換会を開催。並行して地域創生に資する地域特産品の輸出支援を実施

## 主な実施概要

### ■ 実施概要

- ・ 昨年度取組の継続性を踏まえ、商談会 & ワークショップ及び輸出支援ネットワーク情報交換会の開催、地域創生に資する地域特産品の輸出支援を実施

### ■ 実施期間・場所

- ・ 商談会&ワークショップ：2025年8月7日(木)、10月10日(金)、12月10日(水)-11日(木)、2026年1月15日(木) @JPタワー名古屋37F Dフォーラム
- ・ 情報交換会：2025年9月19日(金)、10月15日(水)、11月10日(月) @JPタワー名古屋37F Dフォーラム、2026年1月27日(火) @ウインク愛知会議室
- ・ 地域特産品輸出支援：白川茶の輸出を通じた地域活性化の計画立案支援

## 主な実施事項

### 商談会&ワークショップ

- ・ 輸出計画立案、商談スキルアップ、国内商社商談会、振り返りの一連のワークショップを通じた商流形成支援

### 輸出支援ネットワーク情報交換会

- ・ 輸出支援ネットワーク構成メンバー向けの他産地輸出事例の提供及びインバウンド×輸出、ブランディングに関する考え方や取組事例の共有

### 地域特産品の輸出支援

- ・ 白川茶の生産維持及び輸出を通じた地域活性化に向けた関係者ヒアリング及び課題分析の実施

## 実施結果

### ■ 参加者事業者数

商談会&ワークショップ	参加者
輸出計画立案ワークショップ	21社/24名
商談スキルアップワークショップ	17社/18名
国内商社商談会(商社6社)	25社/29名
振り返りワークショップ	17社/20名

輸出支援ネットワーク「情報交換会」	参加者
第1回(JA八女他、まるゑい、シテイ・スーパー)	18機関/20名
第2回(東京青果、日本通運)	18機関/31名
第3回(デロイト、リージョナルリング)	18機関/20名
第4回(ブランド総合研究所)	22機関/27名

### ■ 参加者の参考度

- ・ 商談会&ワークショップは、いずれも「参考になった」以上の参考度が100%と気づきや示唆の提供に繋がった。国内商社商談会は同95%以上と、商談に繋がる機会提供となった
- ・ 情報交換会は、いずれも「参考になった」以上の参考度は90%以上と高い情報提供に繋がった

### ■ 地域特産品の輸出支援

- ・ 主要茶生産者、茶商等へのヒアリング及びデスクトップ調査に基づく主要課題とその解決方向について情報提供

## 主な成果/改善点

【主な成果】[事前マッチングあり商談会の型作り](#)、輸出支援ネットワークの活性化、[地域特産品の輸出検討モデル事例](#)への取組の実施

- ・ 事業者の輸出課題解決に資する事前マッチングあり商談会・ワークショップの型作りを進めると共に、他地方GFPメニューとの連動による効果創出
- ・ 輸出支援ネットワーク構成メンバー間の緩やかな連携促進に繋がるが、参加メンバーの固定化や更なる活性化の仕組みは課題
- ・ 地域特産品を対象とした取組は、インバウンド、輸出、国内販路開拓、生産体制整備など課題整理と重点施策や取組の優先順位付けが重要

# 近畿農政局 | 商談会準備セミナー・ワークショップ、加工食品輸出商談会の開催

商談会におけるバイヤー目線で見たと取引先のポイント等を学んでもらうための商談会準備セミナー、商談の際のポイントやプレゼンテーションの改善点等のアドバイスを受けるワークショップ、近畿の魅力ある加工食品をアピールし、輸出拡大につなげるための加工食品輸出商談会を実施

## 主な実施概要

### ■ 実施概要

- 昨年度の取組との継続性を加味し、商談会準備セミナー及びワークショップ（模擬商談）、加工食品輸出商談会を実施

### ■ 実施期間・場所

- 商談会準備セミナー・ワークショップ：2025年9月3日(水)@淀屋橋三井ビルディング 5階
- 加工食品輸出商談会：2025年11月4日(火)@淀屋橋三井ビルディング 9階

### 主な実施事項

#### 商談会準備セミナー・ワークショップ

- 管内のGFP登録事業者のうち、加工食品を取り扱う事業者を対象にバイヤー目線で見たと取引先のポイント等を学ぶ商談会準備セミナーを実施
- ワークショップでは、商社に対して模擬プレゼンを行い、商談の際のポイント等のアドバイスをフィードバック

#### 加工食品輸出商談会

- 日本からの主要な輸出先に販路を持つ国内商社7社を招聘し、事前マッチングによる対面形式（うち1社はオンライン形式）での商談を実施
- 商談会当日のアンケートに加え、約3か月後のアンケートで商談の成果を確認

## 実施結果

### ■ 参加者・事業者数

	参加者
商談会準備セミナー	22社/26名
ワークショップ	19社/23名
加工食品輸出商談会(商社7社)	18社/22名

- ワークショップでは、事業者毎のプレゼン内容と講師（商社）からのフィードバックを議事メモとして整理

### ■ 参加者の参考度

- 商談会準備セミナー：96%が「満足」と回答
- ワークショップ(模擬商談実施者)：94%が「満足」と回答
- ワークショップ(オブザーバー参加者)：75%が「満足」と回答
- 加工食品輸出商談会：100%が「満足」と回答

### ■ 商談結果

- 商談会の約3か月後、参加事業者にアンケートを実施し、確認  
協議継続中 7社、取引不成立 6社、未回答 5社

## 主な成果/改善点

- セミナーでは、バイヤー側の視点から具体的な事例を含めて話題提供することで、商談の場でバイヤーがどのようなことを望んでいるか、バイヤーの商品選定において重視する事項などを参加事業者に対して伝えることができた
- ワークショップでは、講師（商社）から普段は聞くことが出来ない率直なフィードバックや改善点を得られ、本番の商談に活かせる学びに繋がったうえ、複数商社を講師にすることで、商社ごとの得意分野や販路の違いについて具体的な理解に繋がったため、今後も幅広い商社の招聘が重要
- 商談会では、統一フォーマットの商談シートを事前に事業者が作成し、商社に共有したため、商社の関心を反映した商談設定が可能となった

# 中国四国農政局 | 発酵食品の輸出×インバウンド循環セミナー/海外バイヤーツアーを実施

味噌・醤油を中心とした発酵食品等にフォーカスし、輸出とインバウンド需要の両面を捉え、循環創出に向けたセミナー及び海外バイヤーツアーを実施。事業者・地域商社・金融機関・支援機関等の連携した取組拡大を支援

## 主な実施概要

### ■ 実施概要

- 輸出×インバウンド循環をテーマに、事業者・関係機関のコミュニティ形成、課題や先進事例・解決策の共有、海外バイヤーとの商談機会創出に係る企画を実施

### ■ 実施期間・場所

- 輸出×インバウンド循環促進セミナー：2025年10月30日(木)@岡山+WEB
- 金融機関・地域商社等向け情報交換会：2025年11月28日(金)@岡山+WEB
- 海外バイヤーツアー：2026年2月2～5日@徳島→岡山→香川→香川(小豆島)

### 主な実施事項

#### 味噌・醤油の輸出×インバウンド循環促進セミナー

- 味噌・醤油を対象に、輸出やインバウンド受入対応、及びその循環を生む取組について管内・他地方の先進事業者が事例発表し、参加者と意見交換を実施

#### 金融機関・地域商社・支援機関向け情報交換会

- 地方創生の要であり、重要な連携プレイヤーとなり得る金融機関や地域商社等を対象に、管内・他地方の輸出事例を共有し、課題解決に資する意見交換を実施

#### 中国四国の発酵食品事業者を巡る海外バイヤーツアー

- 地域商社と連携してオーストリア・ドイツ・スイス・アメリカのバイヤー・シェフを招聘。3県の味噌・醤油・日本酒・うどん等事業者を巡り蔵見学・体験・試食・商談を実施

## 実施結果

### ■ 各企画の参加人数及び参考度

イベント	参加人数 (一般参加者及び関係者の合計)	参考度 [「参考になった」 以上と回答]
味噌・醤油の輸出×インバウンド循環促進セミナー	171名 (現地40名、オンライン131名)	100% (n=67)
金融機関・地域商社・支援機関向け情報交換会	55名 (現地16名、オンライン39名)	100% (n=11)
中国四国の発酵食品事業者を巡る海外バイヤー招聘ツアー	徳島：21名、岡山：23名、 香川：14名、小豆島：15名	94% (n=18)

### ■ 中国四国管内プレイヤー間の連携促進に向けた支援結果

- 海外バイヤーツアーには様々な品目の事業者にも一般参加いただくことで、地域商社・バイヤーとの商談機会を創出
- 企画に参加した事業者同士や金融機関等が連携した新たな取組を創出し、国の補助事業の活用に向け申請

## 主な成果/改善点

【主な成果】事業者・関係機関の輸出連携体制の構築と、地域・作り手・商品の“ファン化”を促し継続購買に繋げる輸出×インバウンド循環の型作り

- 昨年度の企画を通じて関係深化した事業者・地域商社との連携強化を図りつつ、新たな地域や事業者、金融機関との連携の幅を広げ、新たな輸出取組の創出にも寄与。引き続き、関係構築から輸出取組の創出まで一連の支援を他品目・他地域へ水平展開していくことが重要
- “ガストロノミー・ツーリズム”要素を取り入れたツアー実施により、海外展示会出展等では訴求しきれない地域・作り手・商品の魅力を存分に体感してもらうことで、インバウンドの“ファン化”と輸出実現による継続購買の効果が示唆され、引き続き効果を高めるべくツアー内容等の検討が必要

# 九州農政局 | インバウンド向け「九州いちごプロモーション試食イベント」及び「マレーシアでの生産者バイヤーのリモート交流会」の開催

九州農政局においてはインバウンド向けのイベントを開催し、今後の輸出xインバウンドの支援モデルを構築した

## 主な実施概要

### ■ 実施概要

- ・ 昨年に引き続き福岡空港にて九州いちご9種類をインバウンド客に試食提供し魅力を発信するとともに、マレーシアにて生産者とバイヤーのリモート交流会を実施

### ■ 実施期間・場所

- ・ マレーシアリモート交流会：2026年1月30日(金)  
Mori Kohi /クアラルンプールにて開催
- ・ 試食イベント：2026年2月16日(月)～2026年2月18日(水) ※16日セレモニー  
福岡空港/国際線旅客ターミナル1階 到着ターミナル付近で実施

### 生産者とバイヤー リモート交流会

- ・ 現地バイヤー3社を招聘し、産地ストーリーや品種説明とともに、九州産いちご7品種の試食を実施
- ・ マレーシアバイヤーからはいちごへのフィードバックと、市場状況や効果的な販促方法、輸出に係る課題を共有

### 九州いちご プロモーション試食 イベント

- ・ 昨年に引き続きインバウンド客を対象に福岡空港で9品種の試食を実施、今年は1階到着口付近で実施
- ・ インフルエンサー招聘による旅マエ・ナカ・アトでの投稿や九州イチゴ販売所マップや帰国後の購入マップを提供

## 実施結果

### ■ 生産者とバイヤーのリモート交流会

- ・ マレーシア現地系バイヤー3社が参加、マレーシア市場情報の共有や輸出に係る課題感などを共有
- ・ 日本側からは各JA及び産地生産者にも参加いただき、現地の試食の感想や情報をフィードバック
- ・ バイヤーからは産地ストーリーによって、高品質である理由や、高価格だが価値が高いが理解いただけたと非常に好評。多品種試食は個性や差別化要因の理解につながるとの声も

### ■ 九州いちごプロモーション試食イベント

- ・ 福岡国際空港、福岡ソリク、ジェット福岡、九州商工会議所連合会の共催
- ・ 今回は輸出に加えて“インバウンド消費拡大”をテーマに、九州観光機構とも連携したプロモーションを実行
- ・ 九州管内の地方自治体、生産者団体、生産者などが参加
- 試食提供者
  - ・ 計1,240名、アンケート回答1,061名(回収率は85%)
  - ・ 国別、品種別のフィードバック収集とともに、インバウンド関連のアンケートも取得、食コンテンツ強化による産地形成に活用

## 主な成果/改善点

- ・ 海外からのインバウンド客からは、九州の多様ないちごの魅力を感じられたとのフィードバックが数多く寄せられ、九州いちごのファンづくりに貢献
- ・ インフルエンサーによる旅マエ・ナカ・アト発信や、イチゴマップの提供は試食参加者からも好評、いちご購入を希望する声も多くあった
- ・ バイヤー交流会では、産地ストーリーや多品種試食によって、各地域の特性や差別化ポイントを理解いただき、高価格・高品質の需要性を高めた
- ・ 試食イベントとリモート交流会を通じて、地域農産物のファンづくりや価値訴求につながる。また、インバウンド向け消費拡大をテーマに、福岡国際空港、商工会議所、九州観光機構など主要なステークホルダーとの連携を強化し、輸出・インバウンドでの地域の食コンテンツの強化に協力が行えた

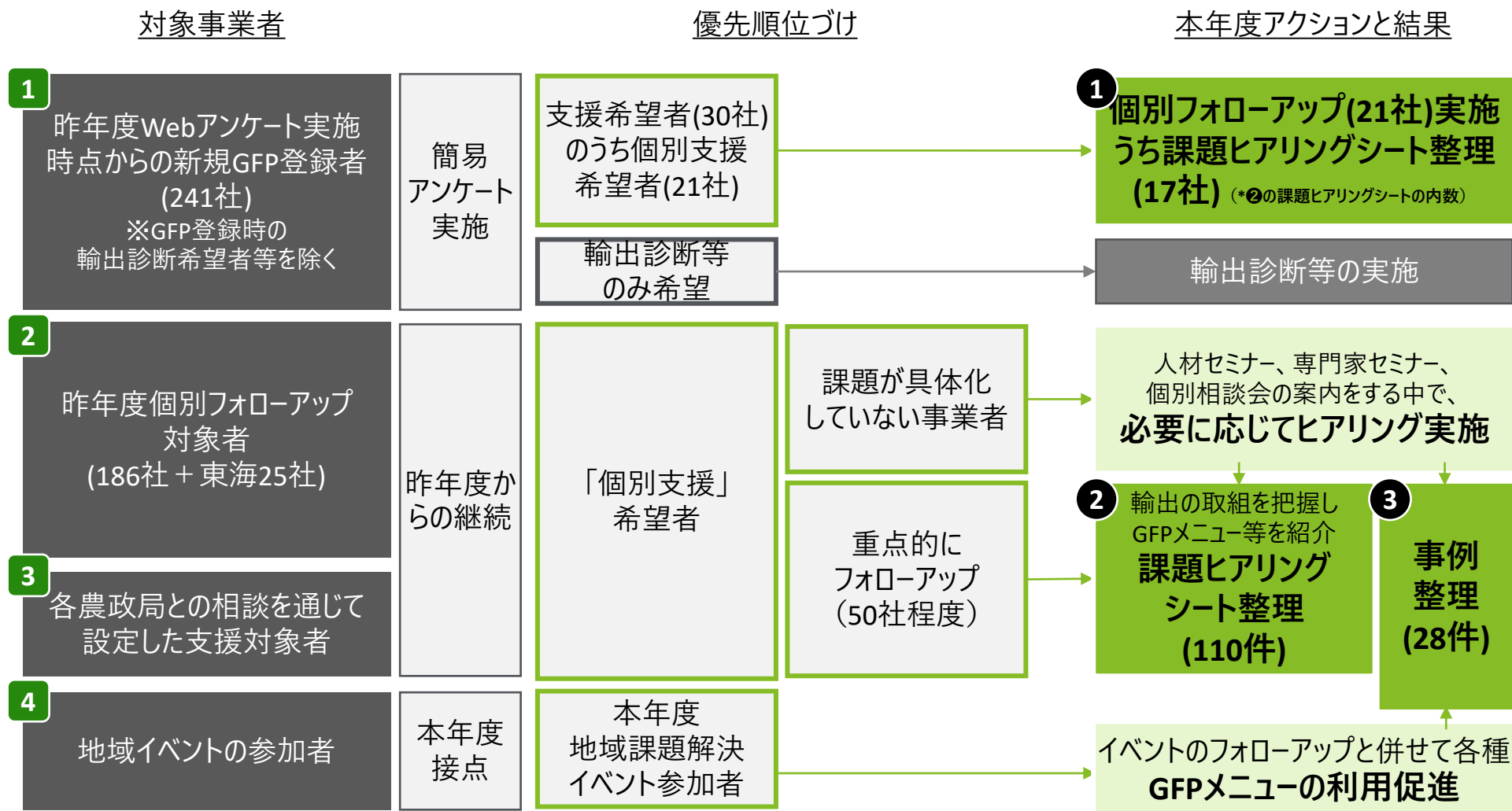
# 事業実施報告

- (1) 輸出に関する地域課題解決のための取組の実施・支援
- (2) **GFP登録事業者へのフォローアップ支援の実施**
- (3) 輸出専門人材のリスト化・専門人材の派遣
- (4) プロフェッショナル人材戦略拠点と連携した人材のマッチング
- (5) **GFP関連事業との連携**



# 本年度の個別フォローアップの基本方針 | 優先順位付けの考え方

昨年度実施した個別フォローアップ対象者の実情に合わせたGFPメニューの活用促進を図ると共に、新規GFP登録者に対する簡易アンケートの実施・支援希望者へのフォローアップを実施



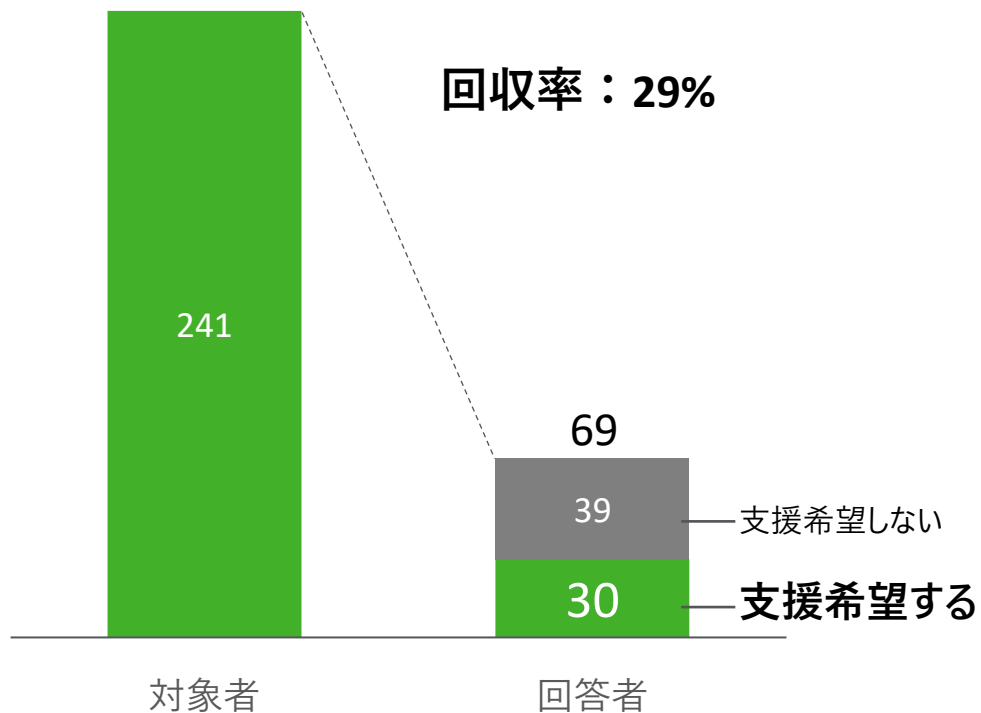
1

# 新規GFP登録者向け簡易アンケート結果

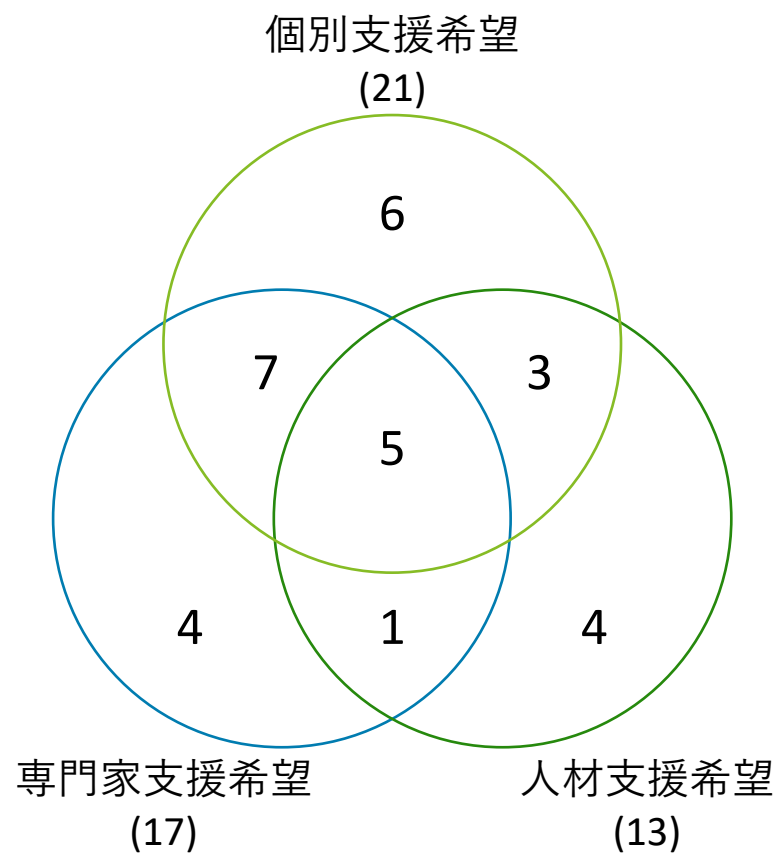
対象者241社に簡易アンケートを配布し、69社(29%)の回答を得て「支援希望者」は30社、うち「個別支援希望者」は、各農政局に連携し個別フォローアップを実施

## アンケート配布数と回答数

昨年度実施のGFP登録者向けWebアンケート調査実施後に、GFPコミュニティ登録した事業者への支援意向を確認する簡易アンケートを実施



## 支援希望数



# 新規GFP登録者向け簡易アンケートで支援希望と回答した事業者リスト

簡易アンケートで「支援希望」と回答した事業者は30社で、うち個別支援希望者は21社(1社沖縄)。

コンタクトを取り必要に応じて個別ヒアリング又は地方GFPメニューの紹介を実施

農政局	#	事業者名	人材支援	専門家支援	個別支援	フォローアップの有無	ヒアリングシートあり
02_東北農政局	1	農産加工品事業者	1	1	1	01_支援希望あり	○
02_東北農政局	2	青果物協会	1	1	1	01_支援希望あり	○
02_東北農政局	3	調味料事業者	0	0	1	01_支援希望あり	○
02_東北農政局	4	食品輸出コンソーシアム	0	0	1	01_支援希望あり	
02_東北農政局	5	コメ・コメ加工品事業者	0	0	1	01_支援希望あり	○
03_北陸農政局	6	林産物事業者	0	1	1	01_支援希望あり	○
03_北陸農政局	7	加工食品事業者	1	1	1	01_支援希望あり	
03_北陸農政局	8	青果物生産者	1	0	1	01_支援希望あり	○
05_東海農政局	9	調味料事業者	0	0	1	01_支援希望あり	○
05_東海農政局	10	林産物事業者	1	0	1	01_支援希望あり	○
05_東海農政局	11	林産物関連研究会	1	0	1	01_支援希望あり	
06_近畿農政局	12	調味料事業者	0	0	1	01_支援希望あり	○
06_近畿農政局	13	水産加工品事業者	0	1	1	01_支援希望あり	○
06_近畿農政局	14	菓子事業者	1	1	1	01_支援希望あり	○
06_近畿農政局	15	コメ・コメ加工品事業者	0	1	1	01_支援希望あり	○
07_中国四国農政局	16	調味料事業者	0	1	1	01_支援希望あり	○
07_中国四国農政局	17	コメ・コメ加工品事業者	0	1	1	01_支援希望あり	○
07_中国四国農政局	18	調味料事業者	0	0	1	01_支援希望あり	○
08_九州農政局	19	青果物生産者	0	1	1	01_支援希望あり	○
08_九州農政局	20	畜産物卸売・加工業者	1	1	1	01_支援希望あり	○
09_沖縄農政局	21	菓子事業者	0	1	1	01_支援希望あり	-
03_北陸農政局	22	菓子事業者	0	1	0	01_支援希望あり	
04_関東農政局	23	林産物関連組合	1	0	0	01_支援希望あり	
04_関東農政局	24	酒類事業者	0	1	0	01_支援希望あり	
04_関東農政局	25	有機青果物生産者	1	1	0	01_支援希望あり	
05_東海農政局	26	有機加工食品事業者	1	0	0	01_支援希望あり	
05_東海農政局	27	酒類事業者	1	0	0	01_支援希望あり	
06_近畿農政局	28	加工食品事業者	0	1	0	01_支援希望あり	
06_近畿農政局	29	畜産物卸売・加工事業者	1	0	0	01_支援希望あり	
06_近畿農政局	30	菓子事業者	0	1	0	01_支援希望あり	

2

# フォローアップを通じてヒアリングを実施した事業者属性(品目)一覧

：簡易アンケート個別  
支援希望回答者

各農政局とも協議のうえ、重点ヒアリング先を踏まえ、各社の輸出への取組状況を再度確認しながら、地方GFPメニューや他事業の紹介などを実施。課題ヒアリングシート作成事業者数は110社

	東北	関東	北陸	東海	近畿	中四国	九州
	9	14	25	21	18	12	11
1	加工食品事業者	水産加工品事業者	水産加工品事業者	調味料事業者	菓子事業者	菓子事業者	青果物生産者
2	水産加工品事業者	菓子事業者	水産加工品事業者	林産物事業者	畜産物卸売・加工業者	水産加工品事業者	調味料事業者
3	コメ・コメ加工品事業者	茶生産・加工事業者	漁業協同組合	青果物生産者	コメ・コメ加工品事業者	調味料事業者	茶生産・加工事業者
4	調味料事業者	青果物生産者	水産物加工品事業者	青果物加工品事業者	調味料事業者	水産事業者	酒類事業者
5	コメ・コメ加工品事業者	健康食品事業者	加工食品事業者	菓子事業者	加工食品事業者	調味料事業者	茶生産・加工事業者
6	調味料事業者	コメ・コメ加工品事業者	加工食品事業者	茶生産・加工事業者	水産加工品事業者	菓子事業者	茶生産・加工事業者
7	青果物協会	青果物生産者	畜産物卸売・加工業者	茶生産・加工事業者	調味料事業者	水産物輸出協同組合	花卉協同組合
8	コメ・コメ加工品事業者	茶生産・加工事業者	加工食品事業者	青果物生産者	菓子事業者	酒類事業者	青果物加工品事業者
9	農産加工品事業者	畜産物卸売業者	加工食品事業者	加工食品事業者	水産事業者	調味料事業者	畜産物卸売・加工業者
10		青果物生産者	調味料事業者	加工食品事業者	菓子事業者	コメ・コメ加工品事業者	加工食品事業者
11		青果物生産者	菓子事業者	青果物生産者	加工食品事業者	調味料事業者	茶生産・加工事業者
12		青果物生産者	菓子事業者	青果物生産者	有機茶加工事業者	調味料事業者	
13		調味料事業者	青果物加工品事業者	青果物加工品事業者	茶生産・加工事業者		
14		畜産物・加工事業者	林産物生産者	加工食品事業者	菓子事業者		
15			水産加工品事業者	畜産物卸売・加工業者	加工食品事業者		
16			地域商社	青果物加工品事業者	水産加工品事業者		
17			コメ生産者	コメ・青果物生産者	茶加工事業者		
18			加工食品事業者	有機青果物生産者			
19			林産物事業者	青果物加工品事業者			
20			青果物生産者	林産物生産者			
21			菓子事業者	青果物生産者			
22			菓子事業者				
23			青果物生産者				
24			コメ・コメ加工品事業者				
25			調味料事業者				

注：GFP登録者のフォローアップを実施した事業者の主要品目を記載。社名は非公開

2

# 【参考】個別フォローアップヒアリングシート

昨年度から実施している輸出取組・輸出課題の整理シートを事業者別に追加し、事業者別の現状を整理している

個別フォローアップヒアリングシート(1/2)		実施日		個別フォローアップヒアリングシート(2/2)		実施日	1900年1月0日(土)	メモ欄(ヒアリング実施時にご活用ください)		
聞き手		事業者名		事業者名		事業者名	0			
実施回数		回答者		2) 輸出課題		<p>次に輸出課題について教えてください。現在困っている点や課題等あれば教えてください。          【以下の”課題カテゴリ”について、必要に応じて提示しお尋ねください】          ①生産・調達面 ②品質管理・認証面 ③契約・物流面 ④販売・マーケティング面          ⑤人材・体制づくり ⑥マーケット・規制情報 ⑦その他          ※課題番号を記載の上、詳細を記載してください</p>				
HP/参考サイトURL		所在	0	実施方法					<input type="checkbox"/> TEL <input type="checkbox"/> オンライン <input type="checkbox"/> 対面 <input type="checkbox"/> その他( )	
【アンケート回答】(事前に転記し参照ください)				輸出実施					未輸出	
Q1.輸出規模	Q2.希望品目	Q3.品目詳細	Q6.輸出チャネル							
0	0	0	0							
【輸出済の場合】Q11.課題 or 【未輸出の場合】Q12.準備状況										
0										
Q20-2.希望支援内容(+Q21.その他事項)										
0										
その他記入欄 ( )										
【ヒアリング情報記入欄】										
1) 現在の輸出取組状況				輸出実施(再確認)				<input type="checkbox"/> 済 <input type="checkbox"/> 未		
まず、現在の輸出状況について教えてください。未輸出の場合は準備状況を教えてください。										
◆輸出品目、輸出先国、輸出額・量(◆直接or間接輸出 ◆エア便or船便 ◆小売or外食向け 等)										
◆品目の特徴・マーケットニーズ ◆現在進めている取組、輸出の展望										
品目	輸出先国	輸出規模								
詳細情報										
【ヒアリング結果】(事後に記入してください)										
お伝えした支援策(もしくは後ほどメールにてご案内予定の支援策)										
GFP事務局ネクストアクション						備考(支援希望者事後状況等)				

注：課題整理シートの内容は非公開

## 輸出取組事例の抽出の観点

地方GFP事業を通じて接点を持った事業者のうち、地域の品目や独自の技術や輸出モデルを推進している事業者の取組事例を整理した



### 地域性や特徴ある品目

地域ならではの品目や特徴的な品目の輸出に取り組む



### 独自性や強みの活用

独自の生産方法や加工技術など独自性ある自社の強みを活かした輸出に取り組む



### 輸出サプライチェーン

輸出サプライチェーンの構築に向けてポイントを押さえた輸出に取り組む

次頁参照



- ✓ 独自性ある輸出モデルの構築に取り組む事業者の事例を整理
- ✓ 独自性の開発への視点、強みの定義の仕方、輸出促進・拡大に向けた各社の工夫、輸出サプライチェーン構築におけるポイントの理解等に活用

## 【参考】輸出サプライチェーン構築で押さえるポイント例

輸出サプライチェーンの構築において押さえるポイントを押さえた取組を事例として整理

	生産		加工・製造		輸送・流通		現地販売	
ポイント	現地ニーズに合致した商品改良	安定生産体制の整備・ロット確保	独自技術の活用と高付加価値化	コスト競争力の向上	効率的輸出物流のデザイン	現地パートナーとの関係構築	自社・商品の特徴に合致した販売チャネルの選択	安定取引に向けた販売促進と価値の伝達
具体的アクション例	<ul style="list-style-type: none"> <li>輸出先国の規制やニーズに合致した商品改良</li> <li>ビジネスパートナーが扱いやすく品質・鮮度保持可能な商品規格や生産体制の改善</li> <li>生産者が生産に集中できる標準化や支援体制の整備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>産地や広域で連携した生産体制・管理体制の整備</li> <li>効率的な産地マネジメント</li> <li>物流効率最大化に向けた出荷体制の整備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>加工技術や鮮度保持技術等の独自技術の活用</li> <li>ビジネスパートナーや販売先への価値提案(賞味期限、長期在庫、処理容易性等)</li> <li>加工による高付加価値化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>弛まぬ製造コストの低減・創意工夫</li> <li>工場・設備の稼働率最大化</li> <li>新たな技術や設備の導入と生産効率向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ビジネスパートナーと協力した効率的な国内物流の構築</li> <li>国内から現地流通までのコールドチェーン構築と廃棄ロス低減</li> <li>品質維持・鮮度保持の物流設計</li> <li>ビジネスパートナーと協力した現地物流の構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社・商品の特徴に合致した現地パートナーの選択・関係構築</li> <li>現地パートナーと協力した販売先への提案・現地情報の収集</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社・商品の特徴に合致した販売チャネルの選択</li> <li>地域・自社・商品の強みやブランドの訴求</li> <li>現地流通構造やキープレイヤーを踏まえたマーケティング施策の展開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日系チャネルでの定番化</li> <li>現地チャネルでの定番化</li> <li>試食会やSNS等複合的な販売促進</li> <li>現地パートナーや販売先と協力した継続的な販売促進</li> </ul>

# 輸出取組事例の整理の枠組み

都道府県と  
主要輸出品目

事業者の  
企業概要

輸出に取り組む  
背景や目的

輸出モデルの要  
約及び輸出モデ  
ルのイメージを  
チャートで整理

輸出サプライ  
チェーン構築の  
ポイント

**事業者名**  
輸出の特徴

〇〇県  
調味料  
〇〇株式会社

急速冷凍化技術を用いて、賞味期限を延長し、幅広い地域への輸出を目指す

**企業概要**

- 所在地：〇〇県〇〇市
- 業種：和菓子の製造・輸出（B2B/OEM）
- 代表者：〇〇 〇〇
- 輸出品目：和菓子
- 輸出先国：米国、UAE、シンガポール

**輸出に取り組む背景・目的**

- 世界の日本食・抹茶ブームで、北米・アジア・中東で本格和菓子への関心が高まっており、抹茶フレーバーを使った和菓子を輸出しビジネスを拡大しようと考えている。
- 冷凍和菓子は、解凍後も食感・風味を損わずに提供できるため、航空機内食や高級ホテル、プレミアム小売のニーズに合致

**輸出モデル**

既に海外で流通している事例はあるものの、自社が直接輸出しているわけではなく、商流や規制対応の実態は不明

生産 → 加工・輸送 → 現地販売

自社工場 → 輸出会社 → 現地卸売業者 → 小売店 外食

OEM

直接輸出ではないため、詳細は不明

26 地方GFP | GFP登録者へのフォローアップ業務の実施報告及び輸出取組事例の整理

**地方GFPメニュー**

農政局イベント	個別フォローアップ	対外展/DRAFT
個別相談会	専門家支援	専門家セミナー
プロ人拠点紹介	他事業紹介	ビジネスパートナーマッチング
		その他

**取組概要や独自性**

- 原料・製法面
  - 国産小豆・和三盆・抹茶などを使用。糖と水分のバランスを工夫し、解凍後の食感や見た目を安定化
  - -40℃前後の急速冷凍 + 酸化を防ぐ包装で、香り・食感をキープビジネスモデル
- 潜在的競争優位性
  - 日本食・抹茶ブーム、健康志向（低脂肪・添加物控えめ）と整合し、文化的ストーリー性を持つデザート提案が可能
  - 日本食ブームや健康志向の高まりと親和性が高い
  - ハイエンド業務用（航空機内食、高級ホテル、デザートコース、プレミアム小売のインスタペカリー）向けのB2B原料・完成品
  - 海外の高級外食チェーンや食品メーカーとの共同開発を志向
- ビジネスモデル
  - 現地のホテル・小売・メーカーと共同開発。今は限定メニュー採用が中心で、大口化はこれから
  - サンプル提供、解凍・盛り付けマニュアルや動画を用意し、導入をかんたんにする潜在的競争優位性
  - 日本食人気と健康志向に合う。低脂肪・添加物控えめで提案しやすい

**今後の展望など**

- EU：多言語表示やアレルギー強調表示に合わせる。冷凍物流の手順を標準化
- 小売と共同開発し、主力案件を獲得して量産・コストを安定化
- 桜・柚子・黒ごまなど季節フレーバーで年間の売上を平準化
- 英語の規格書とオペレーション動画を整え、パートナーの教育を効率化。クレームを減らす仕組みづくりを進める

© 2026. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.

地方GFPメニューの活用実績

事業者の輸出への取組概要や取組の独自性、輸出モデルのユニークさなどを要約

今後の展望や課題、GFP支援を通じて次の事業活用（大規模産地、フラッグシップ産地等の他事業）に繋がったケースも整理

3

## 輸出取組事例から見るGFPメニューの利用状況（1/2）

農政局イベントや個別フォローアップを通じて事業者の輸出課題を確認し、GFPメニューの紹介を行い、タイムリーな利用を促した。今後、大規模輸出産地育成に向けた、本省他事業紹介などを強化していく

都道府県	#	事業者名	GFPメニュー									
			農政局イベント	個別フォローアップ	専門家セミナー	個別相談会	専門家支援	BPM	プロ人拠点紹介	他事業紹介	その他	
東京都	1	調味料事業者		✓	✓	✓					✓	
群馬県	2	畜産物生産・加工事業者		✓								
大阪府	3	酒類事業者		✓		✓					✓	
千葉県	4	青果物生産・加工事業者	✓	✓		✓					✓	
東京都	5	青果物品種開発事業者	✓					✓			✓	
静岡県	6	茶生産・加工事業者		✓	✓	✓						
茨城県	7	青果物事業者		✓	✓			✓				
神奈川県	8	畜産物卸売・加工業者	✓									
茨城県	9	農業協同組合	✓									
静岡県	10	茶生産・加工事業者		✓	✓							
新潟県	11	コメ・コメ加工品事業者	✓	✓		✓		✓	✓			
新潟県	12	菓子事業者	✓	✓								
新潟県	13	コメ・コメ加工品事業者	✓									
石川県	14	加工品原料製造事業者	✓			✓						
石川県	15	菓子事業者	✓	✓			✓					
新潟県	16	水産加工品事業者	✓	✓								
富山県	17	水産加工品事業者	✓	✓								

注：GFP登録者のフォローアップを実施した事業者の主要品目を記載。社名は非公開

3

## 輸出取組事例から見るGFPメニューの利用状況（2/2）

農政局イベントや個別フォローアップを通じて事業者の輸出課題を確認し、GFPメニューの紹介を行い、タイムリーな利用を促した。今後、大規模輸出産地育成に向けた、本省他事業紹介などを強化していく

都道府県	#	事業者名	GFPメニュー									
			農政局イベント	個別フォローアップ	専門家セミナー	個別相談会	専門家支援	BPM	プロ人拠点紹介	他事業紹介	その他	
富山県	18	水産加工品事業者	✓	✓					✓			
福井県	19	水産加工品事業者		✓								
石川県	20	水産加工品事業者	✓	✓								
愛知県	21	加工食品事業者	✓	✓	✓	✓						
愛知県	22	青果物生産者	✓	✓					✓			
三重県	23	畜産物卸売・加工業者	✓	✓	✓							
岐阜県	24	茶生産・加工事業者	✓	✓								✓
岐阜県	25	青果物生産・加工事業者		✓								
兵庫県	26	加工食品事業者		✓								✓
大阪府	27	調味料事業者		✓	✓						✓	
大阪府	28	菓子事業者	✓	✓	✓			✓			✓	

注：GFP登録者のフォローアップを実施した事業者の主要品目を記載。社名は非公開

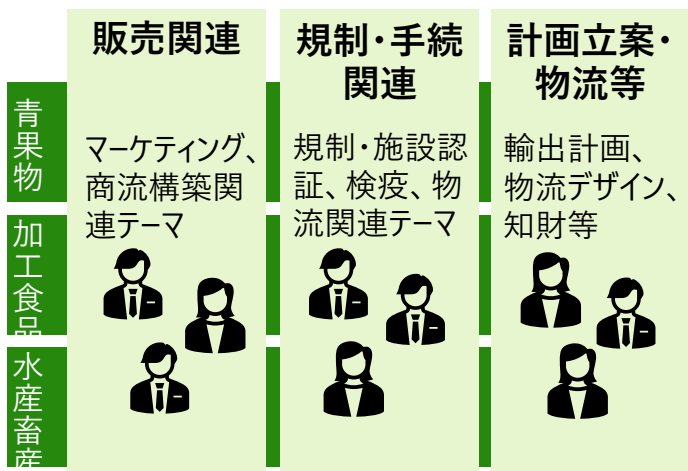
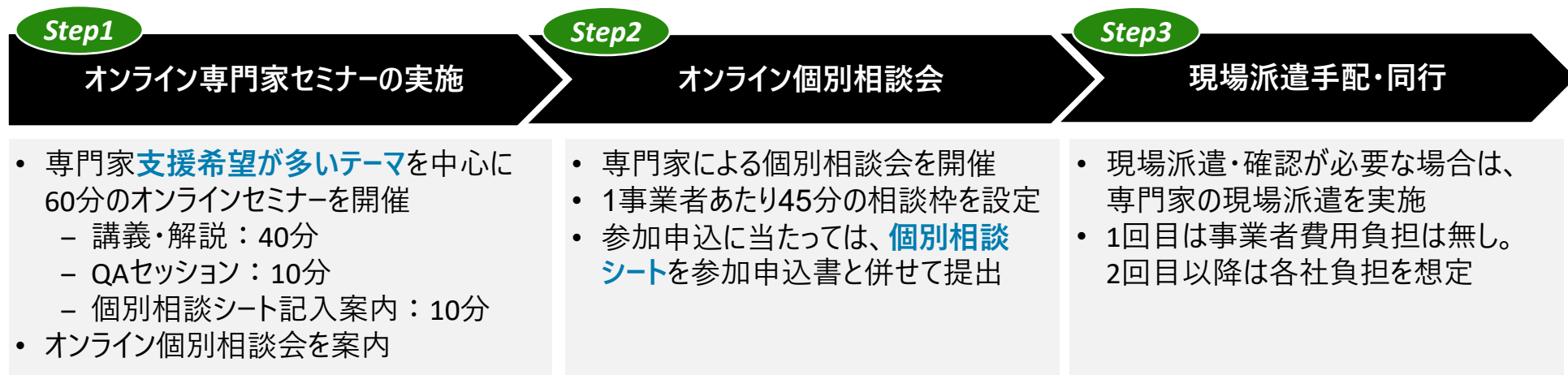
# 事業実施報告

- (1) 輸出に関する地域課題解決のための取組の実施・支援
- (2) GFP登録事業者へのフォローアップ支援の実施
- (3) 輸出専門人材のリスト化・専門人材の派遣
- (4) プロフェッショナル人材戦略拠点と連携した人材のマッチング
- (5) GFP関連事業との連携



# オンライン専門家セミナー&相談会の全体像

事業者ニーズアンケートも踏まえ、オンライン専門家セミナーとオンライン個別相談会のテーマを一部新設し、より多くの事業者と専門家の相談機会を提供した。提供プロセスは昨年度と同様に3ステップで実施



特に現場確認が必要な施設認定等の相談を想定

本年度は、「認証取得実践コース」や「知的財産」、「輸出計画立案」等のコースを追加

GFP登録事業者フォローアップや農政局イベントからも個別相談会の申込を募り連携して進める

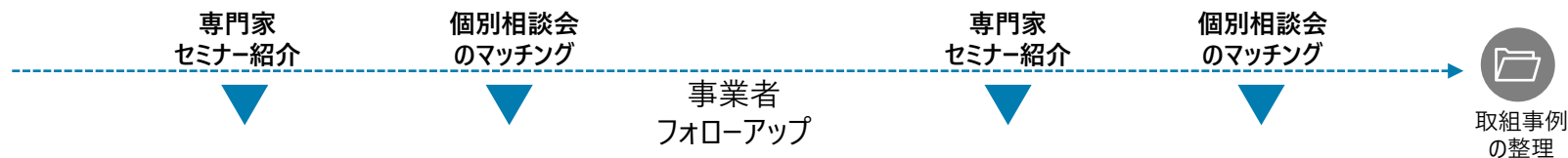
# オンライン専門家セミナー&相談会の開催スケジュール

今年度は2回の専門家セミナーと個別相談会の実施。一般募集に加えて、個別フォローアップや各農政局にて個別支援している事業者への支援メニューとしても活用し、専門家相談の機会を提供



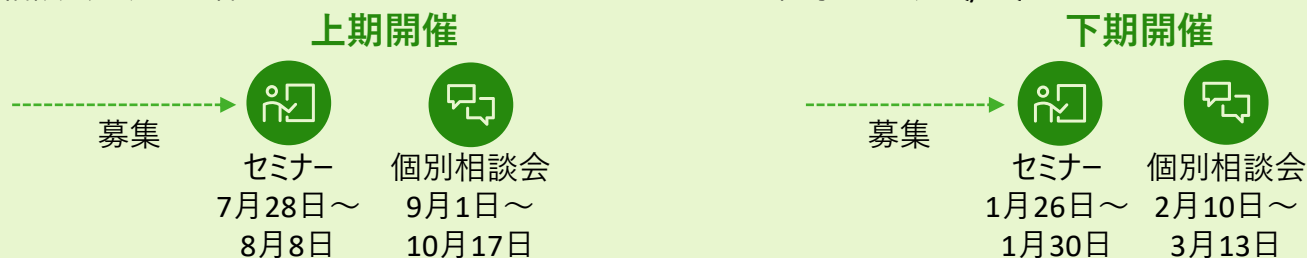
GFP登録者へのフォローアップ

- GFP登録者へのフォローアップは、熟度に応じた支援の体系化と輸出拡大モデルの確立も視野に事業者の輸出活動の現状を把握。年間カレンダーを踏まえ、各施策と連動したGFPメニューの紹介や専門家相談の機会を設定



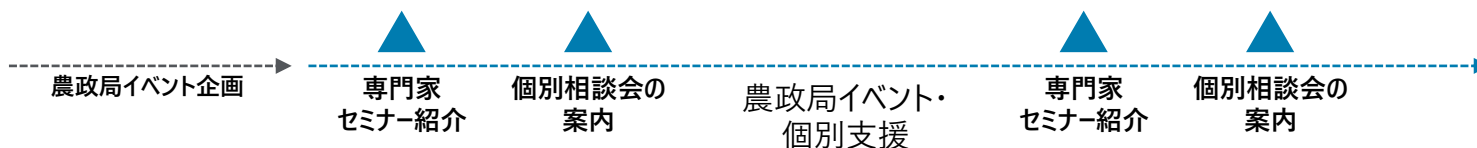
専門家支援セミナー・個別相談会

- 専門家セミナー・相談会は、事業者のフォローアップを実施した後の案内が効果的なため、2Q/4Qでの実施



農政局イベント・農政局が個別に支援する事業者

- 各農政局イベントや農政局が個別に支援する事業者へも専門家セミナーや個別相談会が案内できるように連動して推進



# オンライン専門家セミナーのテーマと講師 | 上期開催分

上期オンライン専門家セミナーは、13コースを開催。事業者は希望する複数コースへの参加が可能な運用

## 販売関連(2コース)

### 加工食品を中心とした現地販売・マーケティング活動の進め方

「加工食品」の現地販売先開拓、現地輸入業者・卸業者との関係構築、販売促進の重要性のポイント等を解説

講師：クラウン貿易株式会社 山根 雄介 氏

コード：01 令和7年8月5日(火)13:30～14:30

### 青果物を中心とした現地販売・マーケティング活動の進め方

「青果物」の現地販売先開拓、現地での販売促進、産地と連携した取組のポイント等を解説

講師：株式会社アライドコーポレーション 今井 政樹 氏

コード：02 令和7年8月6日(水)10:00～11:00

### 輸出における有機農産物・食品の認証取得

有機JAS認証取得の進め方や輸出における有機JAS認証の同等性等を解説

講師：日本オーガニック&ナチュラルフーズ協会 高橋 俊彰 氏

コード：07 令和7年7月31日(木)10:00～11:00

### 農産物の輸出に求められる適正農業規範(GAP)の概要

GAPの全体像や、最新のGAP動向等を解説

講師：農林水産省 農業環境対策課 西野 陽子 氏

コード：08 令和7年7月29日(火)13:30～14:30

## 規制対応関連(7コース)

### 食品輸出における食品衛生管理の基本

食品輸出における食品衛生管理の考え方、事例等を通じて食品衛生管理に取り組む体制づくり等のヒントを学ぶ

講師：東京サラヤ株式会社 家柳 典行 氏  
株式会社クロックワーク 伊志嶺 哉 氏

コード：03 令和7年8月1日(金)10:00～11:00

### 食品輸出における食品衛生管理の実践

食品輸出における食品衛生管理の実践のヒントや認証(HACCP、FSSC22000等)取得の進め方を解説

講師：東京サラヤ株式会社 家柳 典行 氏  
株式会社高澤品質研究所 高澤 秀行 氏

コード：04 令和7年8月8日(金)10:00～11:00

### 青果物を中心とした各国規制対応

主要国・地域の規制動向や規制・法令等の理解、規制への対応方法に関する情報を提供

講師：農林水産省 井ノ口 修司 氏

コード：05 令和7年7月29日(火)10:00～11:00

### 植物検疫と残留農薬基準等対応

青果物輸出における植物検疫や残留農薬基準等の法令・制度等の理解と対応方法を解説(規制の厳しい国・地域等への対応を例に解説)

講師：全国植物検疫協会 藁谷 一馬 氏

コード：06 令和7年7月28日(月)10:00～11:00

## 物流・知財関連(3コース)

### 食品・農産物等輸出における物流デザイン

輸出における輸送手段の選択、物流効率の向上(国内・現地物流)、鮮度保持・品質維持のポイント等を解説

講師：日本通運株式会社 佐原 潤 氏

コード：10 令和7年8月1日(金)13:30～14:30

### 知的財産を活用した輸出促進

GI保護制度などの農林水産業・食品産業における知的財産の概要と輸出との関わり等を解説

講師：農林水産省 輸出・国際局知的財産課 平川 さやか 氏

コード：11 令和7年8月6日(水)13:30～14:30

### 海外企業との取引における法務の注意点・知的財産侵害への対応

海外企業との取引のあり方、売買契約や販売店契約のポイント、知的財産侵害に対する対応等を解説

講師：西村あさひ法律事務所・外国法共同事業 辻本 直規 氏

コード：12 令和7年8月8日(金)13:30～14:30

### 水産物認証と輸出拡大

水産物認証の全体像や認証取得に向けたステップ・手順のポイント等を解説

講師：公益財団法人世界自然保護基金ジャパン 前川 聡 氏

コード：09 令和7年7月30日(水)10:00～11:00

# オンライン専門家セミナーのテーマと講師 | 下期開催分

下期オンライン専門家セミナーは、7コースを開催。事業者は希望する複数コースへの参加が可能な運用

## 販売関連(2コース)

### 加工食品を中心とした現地販売・マーケティング活動の進め方

「加工食品」の海外の日本食動向と情報収集の仕方、現地パートナーとの関係構築、販売促進の重要性などを解説

講師： クラウン貿易株式会社 山根 雄介 氏

コード：01 令和8年1月30日(金)13:30～14:30

### 青果物を中心とした現地販売・マーケティング活動の進め方

「青果物」の現地販売先開拓、タイを事例とした販促事例とポイント、安定供給に向けた生産者・産地との連携事例を解説

講師： 株式会社アライドコーポレーション  
今井 政樹 氏

コード：02 令和8年1月30日(金)10:00～11:00

## 規制対応関連(2コース)

### 食品衛生管理の基本

食品輸出における食品衛生管理の重要性、HACCPの考え方に基づく衛生管理、ハザード要因別の整理・分析などを解説

講師： 東京サラヤ株式会社 家柳 典行 氏  
株式会社クロックワーク 伊志嶺 哉 氏

コード：03 令和8年1月26日(月)13:30～14:30

### 米国FDA規制やFSMA等への対応

米国FSMA(米国食品安全強化法)における規則の動向、及び食品安全リスクへの未然予防管理などを解説

講師： 東京サラヤ株式会社 家柳 典行 氏  
株式会社高澤品質研究所 高澤 秀行 氏

コード：04 令和8年1月29日(木)10:00～11:00

## 物流・知財関連(3コース)

### 食品・農産物等輸出における物流デザイン

輸出における輸送手段の選択、物流効率の向上(国内・現地物流)、鮮度保持・品質維持のポイントなどを解説

講師： 日本通運株式会社 佐原 潤 氏

コード：05 令和8年1月28日(水)10:00～11:00

### GI保護制度を活用した輸出への取組

JGICの取組の共有とGI保護制度を活用した市田柿等輸出の取組の紹介

講師： 日本地理的表示協議会 江端 一成 氏  
JAみなみ信州 米山 直樹 氏

コード：06 令和8年1月27日(火)10:00～11:00

### “おいしい日本の届け方”から学ぶ 輸出計画立案のポイント

これから輸出を進める事業者を主な対象とした輸出業務の全体像、輸出戦略の考え方、販路開拓で押さえるべきポイントなどを解説

講師： 株式会社ノウタス 藤井 隆太 氏  
株式会社パコロア 小川 陽子 氏

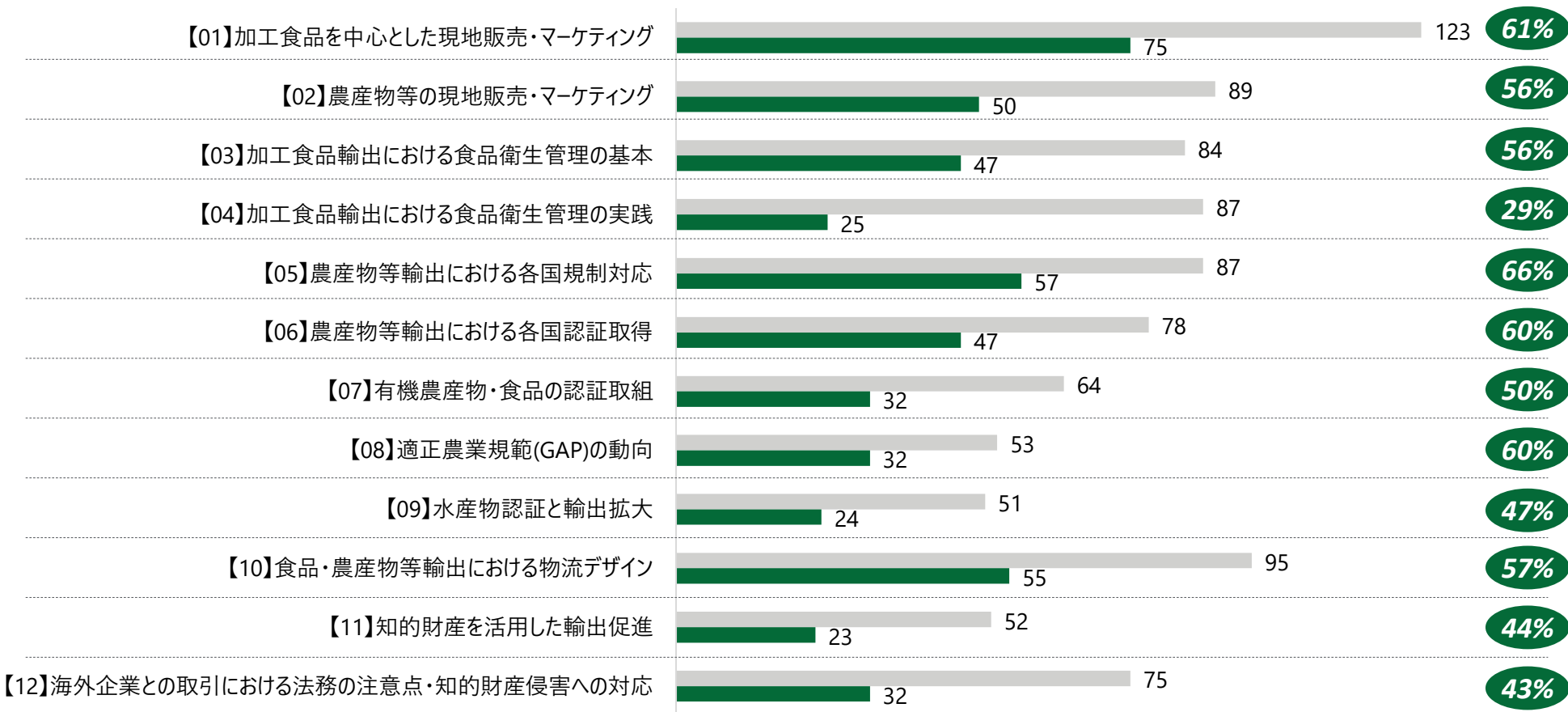
コード：07 令和8年1月26日(月)10:00～11:00

注：上期専門家セミナーの参加者アンケートでニーズがあったテーマ新規に追加して実施

# 上期専門家セミナーの申込者数と参加者数

参加者は244社、延べ人数は499名(農林水産省関係者を除く)となった。  
各コースの参加率は3割～7割程度

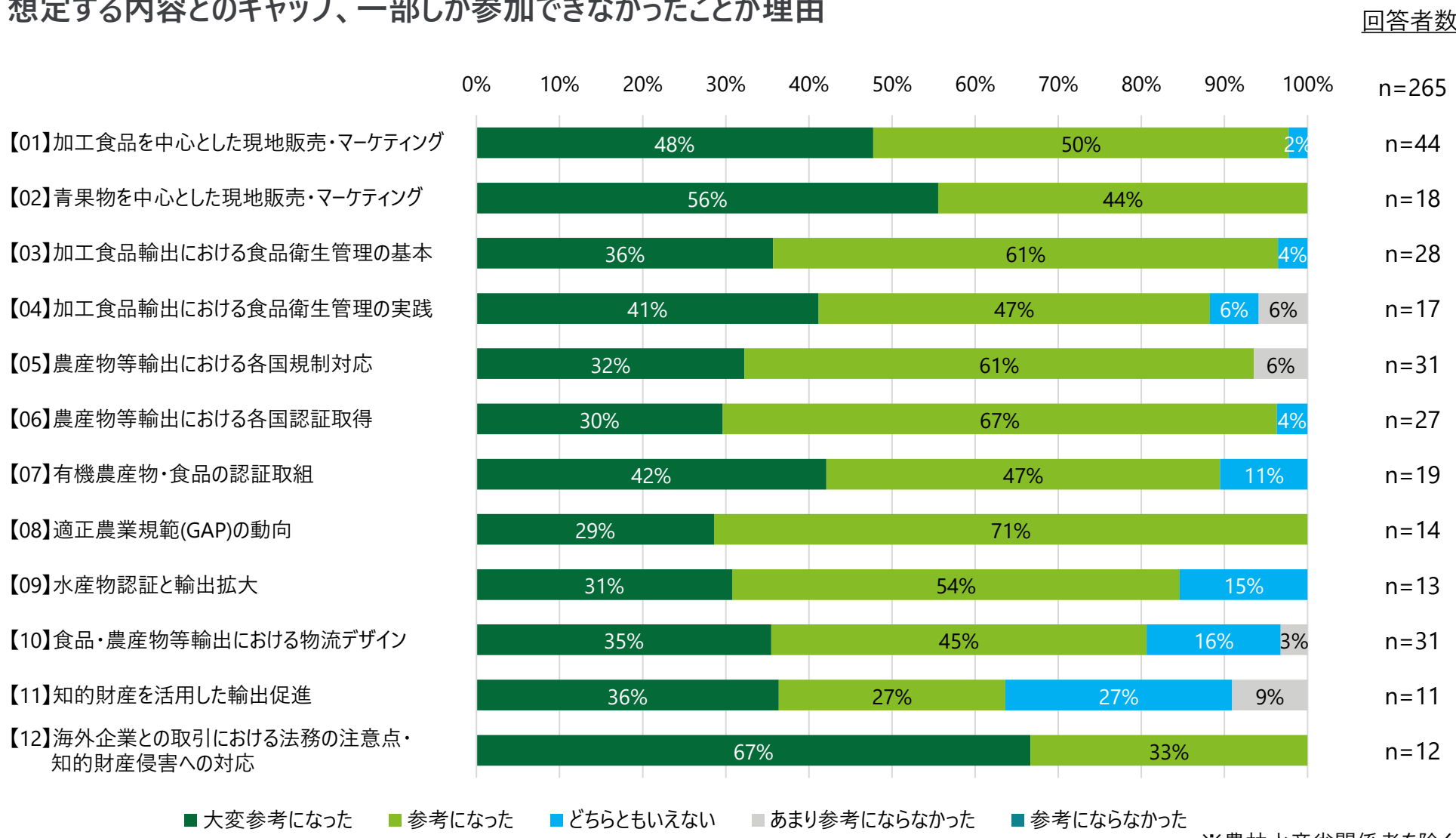
■ 申込者数： 244名      ■ 参加者数： 186名  
 ■ 延べ申込者数： 938名      ■ 延べ参加者数： 499名



※農林水産省関係者を除く

# 上期専門家セミナーの参考度

各セミナーともに「参考になった」以上の回答割合が高い結果となった。「どちらともいえない」等の回答の多くは、想定する内容とのギャップ、一部しか参加できなかったことが理由



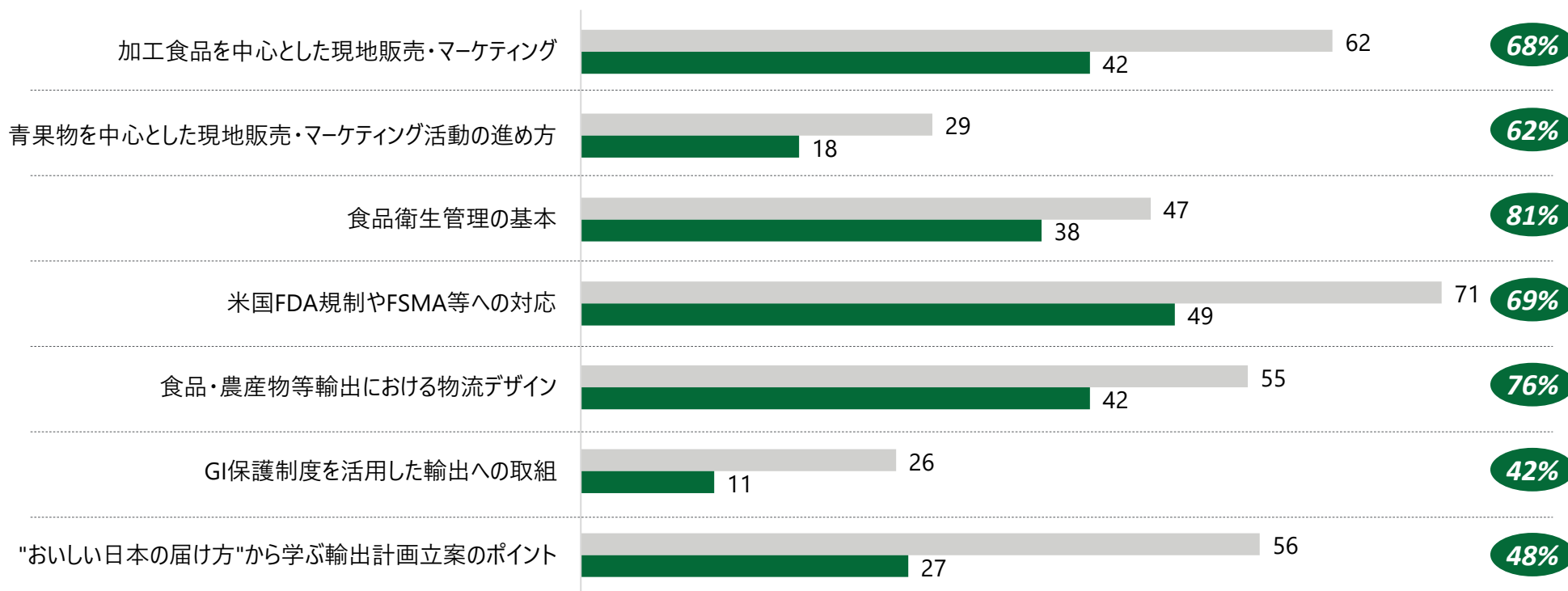
※農林水産省関係者を除く

## 下期専門家セミナーの申込者数と参加者数

参加者は133名、延べ人数は227名(農林水産省関係者を除く)となった。

各コースの参加率は4割～8割程度

■ 申込者数：	128名	■ 参加者数：	133名※	■ 申込者数
■ 延べ申込者数：	346名	■ 延べ参加者数：	227名	■ 参加者数



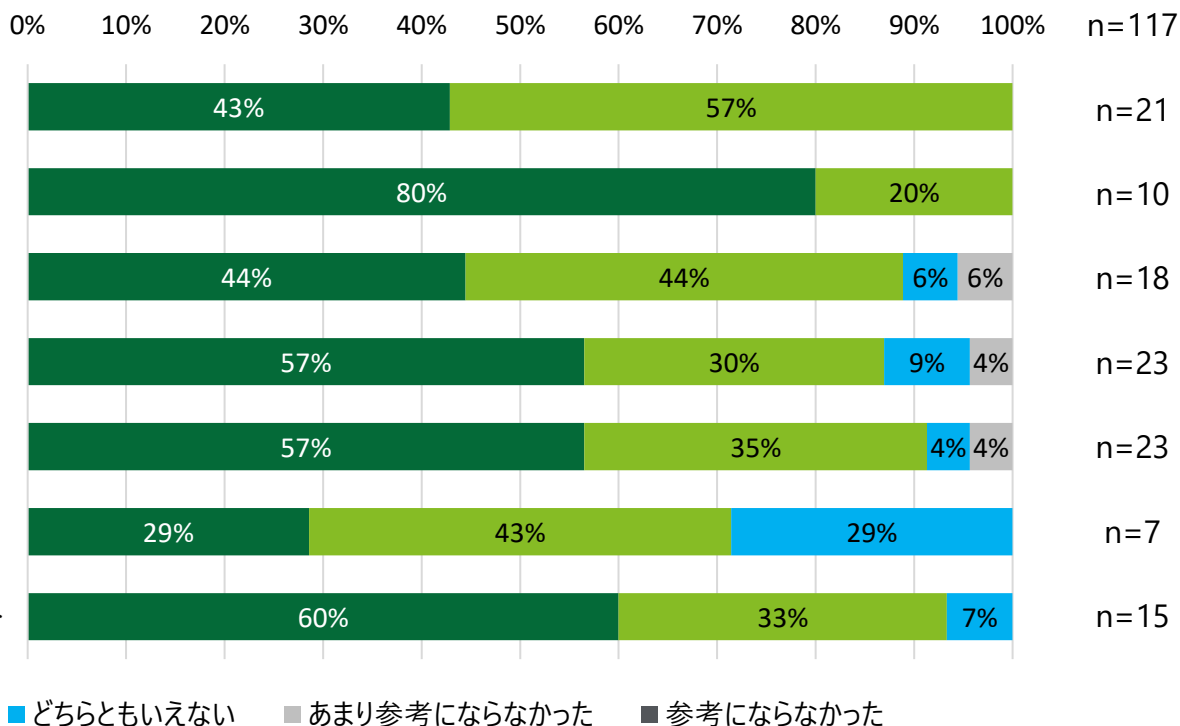
※参加時の登録名で集計。登録は1名も同じ会社から複数名参加もあるため、申込者数を上回った可能性

※農林水産省関係者を除く

## 下期専門家セミナーの参考度

各セミナーともに「参考になった」以上の回答割合が高い結果となった。GI保護制度を活用した輸出への取組については、海外模倣品に対するGIの有効性がどの程度あるかに関する問題意識が挙げられた

回答者数



※農林水産省関係者を除く

# 上期専門家セミナーの概要 | 販売関連

現地販売促進に向けた事前準備の必要性や実際の現地販売のプロモーション事例等が情報提供され、自社の今後のアクションに対する理解度を高めた

## コード：01 加工食品を中心とした現地販売・マーケティング

### 概要

- 概要
  - 海外の日本食市場の現状を踏まえた上で、商社に丸投げではない現場に寄り添った提案や、輸出前の事前準備の必要性を解説し、何をすれば売れるか、どうすれば販売先が売りやすいか、何が継続的な取引に繋がるか等について事例を交えて話題提供
- 話題提供の骨子
  - 自社の強みの再認識
  - 海外の日本食動向と情報収集の仕方
  - 現地パートナーとの関係構築
  - パートナーが売りやすい商品やパッケージ
  - 販売促進の重要性
  - 定番化、継続取引に向けたアクション

### 参加者の声 (一部抜粋)

- 各国別、商品別、味覚別、価格別等、様々な要素を考慮して戦略・戦術を立てる必要があることを再認識しました
- 輸出とインバウンドの連携がより重要となってきたことがよく理解できました
- 現状は間接貿易で商社にお任せのパターンが多く、自分達から情報発信していく必要性を感じました
- 販売促進の重要性、定番化・継続取引に向けたアクション、競争と共創は、とても為になると感じた

## コード：02 青果物を中心とした現地販売・マーケティング

- 概要
  - 「青果物」の現地販売先開拓、現地輸入業者や卸売業者との関係構築、定番化やリピートへのポイントを東南アジアを中心とした生産者との連携した取組事例などを通じて解説
- 話題提供の骨子
  - 青果物輸出のビジネスモデルや青果物輸出におけるポイント
  - 生産者・産地と連携した輸出事例
  - 各産地との連携した取組事例
  - これまでの青果物輸出への取組を通じた輸出ビジネスモデル構築上のポイントや学び、期待

- 即食性の高い青果だからこその一気通貫の有効性は勉強になりました
- 出荷～現地販売までの物流、温度管理、またPRの方法など徹底されているところを聞く事が出来て大変良かった
- 残留農薬の部分で輸出が難しい国があるなか、それに向けて産地がグループになって取り組んでいる事例などが聞けて大変参考になりました
- 通年の輸出量拡大に向け現地での販促の重要性・お付き合いしていく中間業者様の選定はしっかりと行いたい

# 上期専門家セミナーの概要 | 規制対応関連

参加者の取組熟度が異なる中、HACCPの考え方に基づく食品衛生管理の進め方、FSSC22000取得までのプロセス等について事例を基に解説し、参加者の食品衛生や施設認証に対する理解を深めた

コード：03

食品輸出における食品衛生管理の基本

概要

- 概要
  - 食品輸出における食品衛生管理の考え方、事例等を通じて食品衛生管理に取り組む体制づくりのポイントを解説。また、主要品目別に対応が求められる規制や、米国・EU向けの対応事項等も解説
- 話題提供の骨子
  - 一般衛生管理とHACCPの位置づけ
  - HACCPの7つの原則と12の手順
  - 手順毎のポイント解説
  - 海外貿易（輸出取引）の大まかな流れ
  - 主要品目別の課題
  - 米国・EU向け対応事例

コード：04

食品輸出における食品衛生管理の実践

参加者の声  
(一部抜粋)

- HACCPについて知識ゼロだったので、大卒のこと、手順、JETROで調べられる点などを知ることができてとてもわかりやすかった
- 食品衛生管理について具体的なハザードマップの作り方等改めてHACCPに基づく流れを見直したいと感じました
- 欧米（特にEU）輸出の場合、ハードルが高い印象を受けたため、具体的に輸出を検討する段階になった際にはギャップ確認や基準遵守を継続的に行うか見極める必要がある
- FSMA管理に関してより効率的に対応していこうと思いました

- 概要
  - 食品安全マネジメントシステムのうち、特にFSSC22000に焦点を当て、FSSC22000の概要や取得の必要性、取得に向けたチーム作り等を事例等を交えて解説
- 話題提供の骨子
  - 海外におけるHACCP導入の動き
  - 食品安全マネジメントシステム（顧客要求事項）
  - FSSC22000とISO22000の違い
  - 取引先からのFSSC22000取得要請の理由
  - FSSC22000の取得事例
  - FSSC22000取得に向けたチームビルディング

- 情報の更新また社内で共有することが非常に大切であること、国際認証を取得することのメリットなど伺えてよかったです
- 認証取得までのプロセスや作業等については参考になった
- ISO22000運用における現場の課題点についてコンサルタントの視点から説明があったため
- 輸出先の国ごとの規制の違いの実例が興味深かった
- 欧米だけではなく、アジアでも認証を求められる取引が増えると思定されるため、今後の対応を検討する必要性を感じた

# 上期専門家セミナーの概要 | 規制対応関連

青果物輸出における各国規制対応の全体像への理解が進んだ。また、規制情報の入手方法、相談窓口、情報ツール等、今後の輸出業務に資する情報を提供した

コード：05

青果物を中心とした各国規制対応

## 概要

- 概要
  - 青果物の輸出に係る輸出先国・地域の規制動向をテーマに、植物検疫、残留農薬基準を中心とした各国規制対応状況と課題、必要な情報源等の情報提供
- 話題提供の骨子
  - 青果物の輸出の現状
  - 植物検疫の目的と制度概要、植物検疫の協議状況
  - 残留農薬基準及びインポートトランス申請
  - 残留農薬基準超過件数の推移と各産地における取組
  - その他規制
    - ・タイ向け選別及び梱包施設に係る規制
    - ・FSMA 等

コード：06

植物検疫と残留農薬基準等対応

## 参加者の声 (一部抜粋)

- 各国規制について大まかな内容を知ることができてよかった
- 台湾の残留農薬規制への具体的な対応策が示された
- 海外での植物防疫上の制約を理解したうえで、産地などへの働きかけを行えるよう進めたい
- まずは輸出相手国別に認識を深める点が重要であることから、農水省WEBサイト等参考にさせていただき知見を深めたい

- 概要
  - 農産物の輸出に係る植物検疫と残留農薬への対応をテーマに、植物検疫制度の各国検疫条件や植物検疫の流れと留意点、残留農薬基準の情報源、品目毎の残留農薬基準超過事例と対応方向について解説
- 話題提供の骨子
  - 農産物の輸出における課題
  - 植物検疫制度と検疫の流れと留意点
  - 残留農薬基準と品目別の超過件数及び品目別の対応方向
  - 農産物輸出における植物検疫、残留農薬基準以外の課題、農産物輸出にあたり確認・実施すべき事項

- 植物検疫や残留農薬とは何か、各国の規制基準など多くのことを学ぶことができた
- 取り扱って頂いた国が多岐にわたっており、情報の収集方法などまとめて紹介して頂きありがたかったです
- 輸出相手国別に残留農薬規定値が定められたWEBサイトであったり、不合格事例も知れて今後の輸出業務において大変勉強になりました

# 上期専門家セミナーの概要 | 規制対応関連

有機認証やGAP認証に関する仕組みや取得が必要になる背景や目的について話題提供。有機認証における同等性や各認証取得による輸出や現地販売先の自由度拡大への参加者の理解を深めた

コード：07

輸出における有機農産物・食品の認証取得

## 概要

- 概要
  - 有機農産物輸出における全体像、有機JAS認証の概要、海外の有機認証制度との同等性等について情報提供
- 話題提供の骨子
  - 海外の有機農産物・食品の動向や意識
  - 有機JAS制度の概要と審査の流れ
  - 生産基準と組織の要件
  - 有機食品の輸出
    - ・輸出先国の制度理解
    - ・有機JAS制度の同等性

コード：08

農産物の輸出に求められる適正農業規範 (GAP)の概要

## 参加者の声 (一部抜粋)

- 有機JAS認証の仕組みがよく理解できた
- 有機JAS認証が他国でどのような立ち位置であるのか、また相互認証について新たに理解ができました
- 輸出時、輸入時、各国によって有機認証の制度が異なり、それに合わせて輸出入を行う必要があるという事が分かった
- 外国格付表示業者の認証については知らなかったので知れてよかった
- 中国でも有機農産物の需要が増えていることを認識していなかったので知ることが出来て良かった

- 概要
  - GAPの制度概要、GAPの認証体制と取得までの流れ、JGAP・ASIAGAP・GLOBAL G.A.P.の違い、GAPの取組推進の重要性等、GAPに関して体系的に解説
- 話題提供の骨子
  - GAPの概要と農業経営に与える効果
  - 国内における様々なGAPの構成と特徴
  - GAPの認証体制と取得までの流れ
  - GAPをめぐる国際的な状況
  - 個別認証と団体認証の差異
  - GAP認証農産物に関心を有する実需者

- 改めてGAP自体の重要性と対外向け取引でのマスト化について認識を深めることができました
- 海外への販路開拓面でJGAP及びGLOBAL GAPにどの程度有用性があるのか、という切り口についても情報を得たいと思いました
- 今後、農産物を購入する際の規格指標のひとつとしてGAPが活用できると考えます
- GAP認証農産物に関心を有する実需者の情報や、農水省ホームページの情報が参考になった

# 上期専門家セミナーの概要 | 規制対応関連・物流関連

水産物認証が求められる背景・目的に加え、水産認証の有効性と課題への構造的理解を深めた。物流デザインでは、輸送モード別の特徴や特に難易度が高い生鮮品の物流上の課題と対応・リスク対応を分かり易く解説

## コード：09 水産物認証と輸出拡大

## コード：10 食品・農産物等輸出における物流デザイン

概要

- 概要
  - 水産物の輸出拡大のひとつの条件である認証制度（水産エコラベル）の取得について、その背景・特徴・仕組み等を解説
- 話題提供の骨子
  - 持続可能な水産業
  - 水産エコラベル/認証制度
    - ・主な水産エコラベル
    - ・水産エコラベルの取得状況
    - ・MSC・ASC・CoC
  - 認証制度の有効性と課題
  - 欧米や日本企業の持続可能な水産物調達方針事例
  - 水産物認証の取得事例

参加者の声  
(一部抜粋)

- 認証制度について、概要がよくわかった
- 水産物に係る第三者認証について知ることができた
- 欧米企業の水産物調達に関して、MSCなどの認証を取得することを義務付けられていることを知れたため
- 事例紹介も含めてわかりやすかった

- 概要
  - 輸出における輸送手段の選択、物流効率の向上(国内・現地物流)、鮮度保持・品質維持のポイント等を輸出業務等の基本と生鮮・食品輸出の事例を通じて話題提供
- 話題提供の骨子
  - 貿易（輸出業務）の流れ
  - 輸出者の業務とフォワーダーの業務
  - 輸送モード別の特徴
  - 輸送モードの検討
  - 生鮮・食品輸出の物流上の課題と品目別の課題解決事例
  - 生鮮食品保険（リスク対応）と2024年問題

- 食品の輸出に限らず、海上・航空便とも基礎の復習になった
- 輸出する商品の輸送中リスクなどをもう一度見直してみようと思います
- 航空輸送と海上輸送のメリット・デメリットがより明確になったので、今後輸出する製品ごとに最適な輸送方法を検討したいと思います
- 貿易保険というのがあることは知らなかった

## 上期専門家セミナーの概要 | 知財関連

知的財産の活用では、様々な知財の概要と有効性に関する話題が、海外企業との取引における法務の注意点では、地域特性に合わせた契約等の必要性が参加者の学びとなる内容であった

コード：11

知的財産を活用した輸出促進

概要

- 概要
  - 農林水産物輸出における知的財産の活用について、商標と品種登録の違いや秘密事項の整理等、具体事例を交えながら包括的に解説
- 話題提供の骨子
  - 知的財産戦略の概要
  - 農林水産業・食品産業における知的財産
    - ・農産物に係る知財概観
    - ・地理的表示保護制度（GI保護制度）
  - 輸出における農業知財の保護・活用
  - 知的財産保護・活用の事例

参加者の声  
(一部抜粋)

- 包括的な知識と具体的な事例をご説明いただき参考になりました
- 今後ビジネスを展開していくうえで非常に重要な部分になると思っていた点でしたので大変勉強になりました
- 商標の登録、秘密事項の厳守化について参考になった
- 商標と品種登録のダブル登録の有効性。栽培方法、商品開発までのライセンス化の可能性等多くの学びがあった

コード：12

海外企業との取引における法務の注意点・  
知的財産侵害への対応

- 概要
  - 普段法務面に関わらない参加者にも分かりやすく、法務の注意点・知的財産侵害に関して、事例を交えながら情報を提供
- 話題提供の骨子
  - 海外展開時の法務の留意点
  - 契約書に関するポイント
  - アジア進出時の留意点
  - 与信管理の基本
  - 国際的な企業間取引における仲裁等

- これまで、法務面に関する考慮をしたことがなかったので、大変参考になりました
- 想定以上に海外との契約にはいろいろな点で注意が必要になることが理解できた
- 契約書は流用するのではなく、地域の特性に合わせてカスタマイズするのが必要ということが勉強になりました
- 管理ポイントが明確になった。輸出先により要求が異なるので対応について確認したい

# 下期専門家セミナーの概要 | 販売関連

現地販売促進に向けた事前準備の必要性や近年需要の上がっている品目に特化した輸出上の押さえるべきポイント等が情報提供され、マーケットと自社の今後のアクションに対する理解度を高めた

## コード：01 加工食品を中心とした現地販売・マーケティング活動の進め方

## コード：02 青果物を中心とした現地販売・マーケティング活動の進め方

概要

- 概要
  - 海外の日本食市場の現状を踏まえた上で、商社に丸投げではない現場に寄り添った提案や、輸出前の事前準備の必要性を解説し、何をすれば売れるか、どうすれば販売先が売りやすいか、何が継続的な取引に繋がるか等について事例を交えて話題提供
- 話題提供の骨子
  - 自社の強みの再認識
  - 海外の日本食動向と情報収集の仕方
  - 現地パートナーとの関係構築
  - パートナーが売りやすい商品やパッケージ
  - 販売促進の重要性
  - 定番化、継続取引に向けたアクション

- 概要
  - 近年アジア圏にて需要が高まっているいちご、ぶどう、さつまいもを中心に、ポテンシャルや輸出時に押さえるべきポイントを解説。加えて、青果物輸出において実際にアライドコーポレーションを取組む事例等を話題提供
- 話題提供の骨子
  - アジア圏におけるいちごやぶどう、さつまいも等の需要・現地嗜好
  - アライドコーポレーションの青果物輸出のビジネスモデル
    - ・タイでの取組み事例
    - ・マーケティング活動、販売促進の工夫
    - ・輸出量拡大のための取組
    - ・輸出ビジネスモデル構築上のポイントや学び、期待

参加者の声 (一部抜粋)

- やはり何を、何処に、どうやって輸出するか。また輸出後の現地でのフォローアップをどうするか、まだまだ方法は沢山あるのかなと感じました
- 今の時代、メーカーは商品供給するだけでは、商品は動かないという点改めての学びとなった
- もう少し、自社製品の何がすごいのか、客観視して、第三者（商社さんが紹介してくれるような）に宣伝、発信をしていかないと、と改めて気づきました
- インバウンドと輸出をセットで考えるという視点は参考になった

- いちご・シャインマスカット・さつまいもの3種類も事例を出して、日本の産地の事情、現地での販売事情等、とても丁寧に説明して頂いた
- 輸出先国の現地の話が聞けて参考になりました
- 生産から現地販売、販促活動に至るまでの経緯がよく知れた
- 生鮮食品を輸出するお客様の需要の一つがLOSS率の低減であることはよく理解ができましたので、その一助となるような日本での取り組み、また海外現法での取り組みを行ってきたいです

# 下期専門家セミナーの概要 | 規制対応関連

食品衛生管理の基本では、各種規制に共通した必要事項等、基本的な情報を提供した、米国FDA規則やFSMA等への対応では、FDAやFSMAに特化して要求される事項を解説

**コード：03**      **食品衛生管理の基本**

**コード：04**      **米国FDA規制やFSMA等への対応**

概要

- 概要
  - 食品輸出における食品衛生管理の考え方や、食品安全マネジメントシステムを解説。また、主要品目別に対応が求められる規制、利用可能な設備補助制度、CodexHACCPに基づいた各国への規制対応の必要性を解説
- 話題提供の骨子
  - 海外におけるHACCP導入の動き
  - HACCPの7つの原則と12の手順
  - 食品安全マネジメントシステム（顧客要求事項）
  - 海外貿易（輸出取引）の大まかな流れ
  - 主要品目別の課題と設備補助制度
  - 各国の各種規制に共通で必要な事項

- 概要
  - 米国への輸出に必要となるFDA HACCPやFSMAの全体像を説明。FSMAは、事後対応ではなく、未然予防の実施が重要であることがポイントであることを押さえた上で、予防管理の設計、FSMAに対応した準備物やラベル対応、監査時のチェックポイント等を具体事例を交えながら解説
- 話題提供の骨子
  - EU HACCPとFDA HACCPの違い
  - FDA GMPリスクベースの予防管理
  - 米国FSMAにおける規制の動向
  - 食品安全リスクへの未然予防管理
  - FSMA等への体制整備の必要事項

参加者の声  
(一部抜粋)

- HACCPの必要性、取り組み方への解説に加え、国の補助金を交えて解説されており、有益な情報だったと感じています
- 各国・各食品で様々な要求事項があることを確認できたこと。輸出・輸入業者の選定が重要要素となるため、見極め精度を向上させて輸出業務に従事する必要があること
- FSSC22000等工場認証は輸出するうえで、必要であることを再認識した
- 輸出する国の衛生状況を調べたうえで、自社の製品を輸出するために、どの衛生基準を使うのか等、事前に情報を調べることの重要性を認識しました

- 商品を輸出する際には、どこの国に何を輸出したいのかを明確にすること、米国に輸出する際には、米国にあった商品にしていくことが大事だと思いました
- FDA規制やFSMA等に関する情報について、色々勉強することができた。また、高澤先生の鮭弁当の例はとても分かりやすく、非常に参考になりました
- FSMA対応においての準備物は、邦文のみでは不十分という点が参考になりました
- 自社の保管資料を最新情報に書き替え、記録などについても改めて見直していきたいと思いました

## 下期専門家セミナーの概要 | 知財関連

GIを活用した輸出では、GI登録による価格、品質、生産者意識の向上に繋がることが気付きとなった。輸出計画立案のポイントでは、おいしい日本の届け方をベースに、輸出ステップ別の輸出課題と対策への理解を深めた

コード：06

GI保護制度を活用した輸出への取組

### 概要

- 概要
  - 地理的表示（GI）保護制度の現在地を紹介した上で、認知度向上に向けた取組を紹介。また、実際にGIの取得とGI製品の輸出に取組む事業者の課題や効果を事例を通じて解説
- 話題提供の骨子
  - 地理的表示（GI）の現在地
  - GIの認知度向上に向けた取組
  - 「市田柿」の知的財産保護の背景と取組
  - ブランド価値創出のための知財や認証の活用
  - 「市田柿」輸出の背景及び課題と取組
  - 今後の展望と課題

### 参加者の声 (一部抜粋)

- GI登録後の模倣品発見後の対応について確認できた
- GI保護制度のメリットが徐々に増していることが分かった
- GI登録により、即効性はないものの生産者の意識も高まり品質の向上に繋がるお話を聞くことができ、地道なプロモーション活動の重要性を再認識しました
- 市田柿がGI登録後に取引価格が向上していることは、知的財産権の取得が価値あることの証明になると感じた

コード：07

“おいしい日本の届け方”から学ぶ  
輸出計画立案のポイント

- 概要
  - 官民共創プログラムである「おいしい日本、届け隊」の取組内容や制作物（おいしい日本の届け方）等を情報提供。また、実際においしい日本の届け方を基に、輸出戦略を考えるにあたり押さえるべきポイントは何かを話題提供
- 話題提供の骨子
  - 「おいしい日本、届け隊」の取組内容
  - おいしい日本の届け方の紹介
  - 輸出戦略の考え方
    - ・市場リサーチ、輸出先の決定
    - ・ブランディングの構築
    - ・プロモーションのポイント
- 「おいしい日本の届け方」への理解が深まりました
- 海外進出を目指すうえで必要な準備について、細かくステップ分けされた情報を伺えたこと。はっきりと押さえるべき点を事例から伝えて頂いた点
- 価格設定は、国内の価格を基本しない、積上方式で価格を設定するなど、これから輸出に取り組む際に重要なことがわかりました
- 共感を得るため、小さなやらかし、がんばっている、すごいと思われることが重要

## 下期専門家セミナーの概要 | 物流関連

物流デザインでは、輸出物流を設計する上での品質、リードタイム、輸送コストの改善点などの基本的事項の体系的な理解、加えて貿易保険や出張検疫などの新しい取組の情報提供がなされた

コード：05

食品・農産物等輸出における物流デザイン

### 概要

- 概要
  - 輸出における輸送手段の選択、物流効率の向上(国内・現地物流)、航空保安の制度改正や技術動向、鮮度保持・品質維持のポイント等を輸出業務等の基本と生鮮・食品輸出の事例を通じて話題提供
- 話題提供の骨子
  - 貿易（輸出業務）の流れ
  - 輸出者の業務とフォワーダーの業務
  - 輸送モード別の特徴・検討
  - 航空保安（爆発物検査）と生鮮ガイドライン
  - 生鮮・食品輸出の物流上の課題と品目別の課題解決事例
  - 出張検疫、貿易保険、2024年問題

### 参加者の声 (一部抜粋)

- 基礎的な内容から費用感まで説明して頂き勉強になりました
- 輸出する上で、品質保持、リードタイム、輸送コストが重要なことを再認識しました
- 保険の見直しを検討、輸出数量が増減した際のルート見直しを検討したい
- 今セミナーでの知識を踏まえた上でお取引業者さまのサプライヤー監査などの観点から評価向上に役立てたいと思います
- 出張検疫の話は新鮮でした。物流効率化にはとても良い取組です

## 上期個別相談会の開催実績 | 専門家と事業者属性

個別相談会は18社の事業者に相談機会を設定し、各社輸出課題に対する輸出専門家人材からのアドバイスや事業者の輸出課題の整理や対策協議を実施

#	コード	コース名	専門家	事業者/属性	地域
1	A1	加工食品の商流構築の進め方（欧米中心）	食品商社	水産加工品事業者	千葉県
2	A1	加工食品の商流構築の進め方（欧米中心）	食品商社	薬用植物生産・加工事業者	神奈川
3	A2	加工食品の商流構築の進め方（東南アジア中心）	輸出コンサル	青果物生産・加工事業者	岐阜県
4	A2	加工食品の商流構築の進め方（東南アジア中心）	輸出コンサル	加工食品事業者	愛知県
5	A2	加工食品の商流構築の進め方（東南アジア中心）	輸出コンサル	加工食品事業者	愛知県
6	A2	加工食品の商流構築の進め方（東南アジア中心）	輸出コンサル	乳製品事業者	大阪府
7	A3	加工食品の商流構築の進め方（中東中心）	食品商社	健康食品事業者	東京都
8	A4	加工食品の現地販売強化（中小ロット中心）	輸出コンサル	調味料事業者	東京都
9	A4	加工食品の現地販売強化（中小ロット中心）	輸出コンサル	菓子事業者	岩手県
10	A5	加工食品の現地販売強化（中小ロット中心）	輸出コンサル	青果物生産・加工事業者	熊本県
11	B1	コメ・コメ加工品の商流構築の進め方(有機食品中心)	食品商社	コメ・コメ加工品事業者	新潟県
12	B2	青果物の商流構築の進め方（北米中心）	食品商社	資材製造事業者	愛知県
13	B3	青果物の商流構築の進め方（東南アジア中心）	食品商社	青果物生産者	千葉県
14	B3	青果物の商流構築の進め方（東南アジア中心）	食品商社	青果物加工品取扱い商社	茨城県
15	B3	青果物の商流構築の進め方（東南アジア中心）	食品商社	青果物生産者	東京都
16	C3	米国輸出における規制対応（FSMA）	食品衛生管理・規制対応専門家	茶生産・加工事業者	東京都
17	D1	農産物輸出の植物検疫・残留農薬基準対応	食品衛生管理・規制対応専門家	資材製造事業者	鹿児島県
18	D3	有機農産物（有機JAS）の認証取得	有機認証専門家	青果物生産者	千葉県

## 上期個別相談会の開催実績 | 相談概要(1/4) | 販売関連

販売関連では、各社商品特性や輸出先国向けのパートナー選定、商談会参加手順、プロモーション方法等の相談があり、特に、自社商品や事業者の強みを活用したアクションへの助言が行われた

#	コード	コース名	専門家	事業者/属性	輸出課題/相談概要
1	A1	加工食品の商流構築の進め方（欧米中心）	食品商社	水産加工品事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>水産加工品を製造・加工しているが、輸入している原料高騰により、煮物の原材料変更を検討中。現在、東南アジアや米国等への輸出を想定</li> <li>間接貿易、直接貿易の選択、並びに現地商品との差別化の重要性、インバウンドを用いた商品ニーズの収集方法についてアドバイス</li> </ul>
2	A1	加工食品の商流構築の進め方（欧米中心）	食品商社	薬用植物生産・加工事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>機能性食品の販路開拓を検討中。販路の一つとして、輸出を検討しておりマーケティング方法や輸出方法について学びたい</li> <li>海外（特に欧米）における機能性食品の現地動向や知名度がない商品（ニッチ商品）の現地浸透の障壁と対策についてアドバイス</li> </ul>
3	A2	加工食品の商流構築の進め方（東南アジア中心）	輸出コンサル	青果物生産・加工事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>今後、東南アジアなどに販路を拡大していく中で、輸出をするに必要な初歩的な取組について学びたい</li> <li>地方GFP主催商談会をはじめ各種商談会などへ参加し、青果物の輸出計画の具体化を図っている</li> <li>商談会数の参加回数を増やすこと、海外営業体制を整備していくことの重要性についてアドバイス</li> </ul>
4	A2	加工食品の商流構築の進め方（東南アジア中心）	輸出コンサル	加工食品事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外開催の商談会への出展を予定しており、FDA登録のハードルを踏まえ、登録に協力してもらえる現地パートナーを見つけられるか、現地で高単価販売するための価値訴求や提案方法についてアドバイスを希望</li> <li>現地パートナーのを見つけ方、商品の付加価値の訴求方法についてアドバイス</li> </ul>
5	A2	加工食品の商流構築の進め方（東南アジア中心）	輸出コンサル	加工食品事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>ビーガン商品を主力に、北米・EU・アジア等へ輸出/海外FC展開を進めたい（需要見込みも含めて確認したい）。自社に輸出規制・直接貿易の知見を持つ人材/海外営業体制が不足しており、どう進めるべきか相談したい</li> <li>ビーガン商品の輸出拡大の進め方および、営業体制構築についてアドバイス</li> </ul>

## 上期個別相談会の開催実績 | 相談概要(2/4) | 販売関連

商品作成等の基本事項の確認、商流構築に向けた展示会や現地開催のイベント情報提供、現地パートナー探索方法等を相談がされ、自社商品特性に合致した輸出先国の選定や輸出計画具体化への助言が行われた

#	コード	コース名	専門家	事業者/属性	輸出課題/相談概要
6	A2	加工食品の商流構築の進め方（東南アジア中心）	輸出コンサル	乳製品事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外向けにアプローチするための提案資料（チラシ・説明資料）また、東南アジア向けに輸出したく、商流の作り方（誰に・どう届けるか）を相談したい</li> <li>提案資料の内容並びに商流形成アプローチについて助言</li> </ul>
7	A3	加工食品の商流構築の進め方（中東中心）	食品商社	健康食品事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>ハラール認証を活かし、中東地域（特にUAE）への進出を計画。中東地区のポテンシャル、販路、市場、商習慣などの基本的な情報が知りたい</li> <li>中東地域における需要に係る情報提供、今後の輸出拡大に向けた商流開発に係るアドバイス、意見交換を実施</li> </ul>
8	A4	加工食品の現地販売強化（中小ロット中心）	輸出コンサル	調味料事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>現状、日系量販店・外食店が主な販売チャネルだが、既存の販路だけでは拡大が難しいと考えており、現地系販路を拡大していきたい</li> <li>北米、東南アジアのマーケット、現地パートナーの探索方法、輸出専門人材の育成方法について説明、意見交換を実施</li> </ul>
9	A4	加工食品の現地販売強化（中小ロット中心）	輸出コンサル	菓子事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>現状小規模の単位で東南アジアの百貨店でテスト販売をしている。今後の輸出拡大に向けた取り組み事項について相。</li> <li>北米のマーケット、現地パートナーの探索方法、販路開拓について説明</li> </ul>
10	A5	加工食品の現地販売強化（中小ロット中心）	輸出コンサル	青果物生産・加工事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>九州にて青果物を香港や台湾等に輸出。柑橘を活用した調味料やを生産して、今後輸出を目指しており、台湾市場における柑橘を活用した調味料におけるニーズの有無等を相談したい</li> <li>柑橘を利用した調味料に関しては、量が限定的だが利用されていること、また、食味よりも香りが重視される傾向等を情報共有。加えて、提案方法や輸送方法等についてもアドバイス</li> </ul>

## 上期個別相談会の開催実績 | 相談概要(3/4) | 販売関連

各国の輸出事例や論点などが共有され、既存の輸出サプライチェーンの課題（商品、輸送モード、現地販売促進等）への対応や見直しの方向性について助言が行われた

#	コード	コース名	専門家	事業者/属性	輸出課題/相談概要
11	B1	コメ・コメ加工品の商流構築の進め方（有機米・有機食品中心）	食品商社	コメ・コメ加工品事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>欧州・アジア向け輸出は進んでいるが、今後の輸出拡大に向けた商流・販路設計について、相談</li> <li>米国の日本米のマーケット情報、協業形態について助言</li> </ul>
12	B2	青果物の商流構築の進め方（北米中心）	食品商社	資材製造事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>青果物用鮮度保持資材を製造。北米市場における国産青果物の優位性ロスの原因等、実情を商社に伺いたい</li> <li>北米市場における青果物の輸出ポテンシャルや腐敗の原因等を情報共有</li> </ul>
13	B3	青果物の商流構築の進め方（東南アジア中心）	食品商社	青果物生産者	<ul style="list-style-type: none"> <li>昨年から青果物の本格輸出を開始。主にコールドチェーン構築や現地提案方法を中心に相談</li> <li>輸送方法の事例や現地への提案方法を情報共有。また、輸出に不慣れな産地側との連携もアドバイス</li> </ul>
14	B3	青果物の商流構築の進め方（東南アジア中心）	食品商社	青果物加工品取扱い商社	<ul style="list-style-type: none"> <li>東南アジア向けのかんしょ輸出を検討しており、東南アジアにおけるかんしょやスイーツのニーズ、適切な販売チャネル、現地プロモーション方法を相談</li> <li>現地動向を踏まえ、プロモーション方法、輸送方法等についてアドバイス</li> </ul>
15	B3	青果物の商流構築の進め方（東南アジア中心）	食品商社	青果物生産者	<ul style="list-style-type: none"> <li>以前輸出に取り組んだが、ロットの問題から断念。現在は輸出戦略の方向性を検討しており、何から始めるべきかを相談したい</li> <li>既存製品の輸出か、マーケットインで生産品を輸出するかで戦略が異なるが、まずは輸出したい品目と国を明確にすることを助言</li> </ul>

## 上期個別相談会の開催実績 | 相談概要(4/4) | 規制対応関連

規制対応では、各国規制対応の進め方や規制・認証対応に必要な追加コストの費用対効果等を踏まえた輸出課題への対応の相談が行われ、FDA査察対応社内体制整備、各国規制情報の確認について助言が行われた

#	コード	コース名	専門家	事業者/属性	輸出課題/相談概要
16	C3	米国輸出における規制対応 (FSMA)	食品衛生管理・規制対応専門家	茶生産・加工事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>FDA施設登録は既に完了しているが、書類整備が追いつかないこと、食品安全計画書の作成方法や参考資料について相談をしたい</li> <li>FDA対応のためには食品安全と食品防御の計画作成が必要であり、ジェットHPに参考となる資料等が掲載されていること、既存のFSSC22000関連書類を活用し、必要に応じて説明や書式の調整方法があることを紹介</li> </ul>
17	D1	農産物輸出の植物検疫・残留農薬基準対応	食品衛生管理・規制対応専門家	資材製造事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>引き合いは多いが、国ごとの輸出規制や残留農薬基準が異なるため、農水省情報と検査結果を都度突合するのに時間を要しており効率的な方法がないか助言が欲しい</li> <li>各国の規制及び残留農薬基準の確認方法、および代替農薬使用などの手法を紹介。相談会後も各国規制情報確認の方法等を専門家より案内</li> </ul>
18	D3	有機農産物（有機JAS）の認証取得	有機認証専門家	青果物生産者	<ul style="list-style-type: none"> <li>契約農家が生産している青果物を「オーガニック」として海外輸出したい。輸出先国ごとの有機制度・必要手続き（EU・米国等）を、生産者/輸出者の視点で知りたい</li> <li>米国、EU、東南アジアのオーガニック市場の情報並びに生産者としてのJAS認証、輸出者としてのJAS認証の違い、取得方法等について解説</li> </ul>

## 下期個別相談会の開催実績 | 専門家と事業者属性

個別相談会は19社の事業者に相談機会を設定し、各社輸出課題に対する輸出専門家人材からのアドバイスや事業者の輸出課題の整理や対策協議を実施

#	コード	コース名	専門家	事業者/属性	地域
1	A1	加工食品の商流構築の進め方（北米中心）	食品商社	青果物生産・加工事業者	宮崎県
2	A2	加工食品の商流構築の進め方（東南アジア中心）	輸出コンサル	加工食品事業者	大分県
3	A3	加工食品の商流構築の進め方（中東中心）	輸出コンサル	酒類事業者	長野県
4	A3	加工食品の商流構築の進め方（中東中心）	輸出コンサル	水産加工品事業者	島根県
5	A3	加工食品の商流構築の進め方（中東中心）	輸出コンサル	茶生産・加工事業者	岐阜県
6	A4	加工食品の商流構築の進め方（中南米中心）	食品商社	酒類事業者	東京都
7	A6	加工食品の現地販売強化（中小ロット輸出事業者）	輸出コンサル	青果物加工事業者	鹿児島県
8	A7	加工食品の現地販売強化（中小ロット輸出事業者）	輸出コンサル	畜産物卸売・加工業者	佐賀県
9	A8	青果物の商流構築の進め方（北米中心）	食品商社	林産物生産・加工事業者	新潟県
10	A8	青果物の商流構築の進め方（北米中心）	食品商社	食品小売事業者	東京都
11	A8	青果物の商流構築の進め方（北米中心）	食品商社	青果物生産者	東京都
12	A9	青果物の商流構築の進め方（東南アジア中心）	食品商社	青果物生産者	愛知県
13	A9	青果物の商流構築の進め方（東南アジア中心）	食品商社	青果物生産者	埼玉県
14	B1	HACCP認証取得	食品衛生管理・規制対応専門家	加工食品事業者	秋田県
15	B2	賞味期限延長と品質管理	食品衛生管理・規制対応専門家	水産加工品事業者	宮城県
16	B3	EUを中心とした包材規制	包材規制対応専門家	加工食品事業者	三重県
17	B4	米国輸出における食品安全規制対応	食品衛生管理・規制対応専門家	加工食品事業者	長崎県
18	B5	FSMAの最新動向とFDA査察への実務対応	食品衛生管理・規制対応専門家	調味料事業者	三重県
19	B5	FSMAの最新動向とFDA査察への実務対応	食品衛生管理・規制対応専門家	加工食品事業者	東京都

## 下期個別相談会の開催実績 | 相談概要(1/5) | 販売関連

販売関連（加工食品）では、各社の輸出品目と輸出先国を踏まえた相談機会を設定し、各社の商品特徴や輸出先国の商流を踏まえた相談が行われた。各社の輸出ステージや輸出体制を踏まえた助言がされた

#	コード	コース名	専門家	事業者/属性	輸出課題/相談概要
1	A1	加工食品の商流構築の進め方 (北米中心)	食品商社	青果物生産・加工事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>柑橘加工品を米国向けに輸出を検討。食味評価は高く、規制対応済みの中、米国における輸出可能性を確認したい</li> <li>柑橘加工品の現地ニーズを情報を共有。現地のブランディング方法、販売導線の設計方法をアドバイス</li> </ul>
2	A2	加工食品の商流構築の進め方 (東南アジア中心)	輸出コンサル	加工食品事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>加工食品の輸出に際し情報ツールや適切な輸出先国について相談</li> <li>ターゲット、販売戦略が決まっていないため、営業戦略を立案する上での考え方をアドバイス</li> </ul>
3	A3	加工食品の商流構築の進め方 (中東中心)	輸出コンサル	酒類事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社商品の中東における利用用途や利用シーンを中東事情に詳しくに聞きたい</li> <li>中東におけるニーズならびに、新規メニューについてアドバイス</li> </ul>
4	A3	加工食品の商流構築の進め方 (中東中心)	輸出コンサル	水産加工品事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>直接輸出を試みており、直接輸出をする上でのバイヤーとのコミュニケーション方法について相談</li> <li>直接輸出におけるクロージング方法や、間接輸出のメリットである混載について（直接と間接の違いとメリット）も助言</li> </ul>
5	A3	加工食品の商流構築の進め方 (中東中心)	輸出コンサル	茶生産・加工事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内需要減少に伴い、高単価で販売可能な輸出先国として中東を検討中。ニッチな商品の販売可能性を知りたい</li> <li>中東における製品ニーズ等の現地情報、ブランディングの方向性についてアドバイス</li> </ul>
6	A4	加工食品の商流構築の進め方 (中南米中心)	食品商社	酒類事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>中南米への輸出を進めている状況であり、差別化を踏まえ、飲食店メニュー等への販促、ブランディング方法について相談</li> <li>専門家が実際に行っている取組やプロモーションの取組の紹介、マーケティングの方法等をアドバイス</li> </ul>

## 下期個別相談会の開催実績 | 相談概要(2/5) | 販売関連

販売関連（中小ロット）では、輸出計画具体化に向けた実施すべき事項の整理を中心に相談。継続的に専門家との相談機会を設定し、輸出活動を一步前に進める

#	コード	コース名	専門家	事業者/属性	輸出課題/相談概要
7	A6	加工食品の 現地販売強化（中 小ロット輸出事業 者）	輸出コンサル	青果物加工 事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>青果物の加工食品を輸出したいが、現地のニーズがあるのか知りたい</li> <li>実際に専門家が加工食品を輸出していることから、現地ニーズがあることを情報共有。外食向けの原料としての供給可能性やPB商品として輸出販売する方法等をアドバイス</li> </ul>
8	A7	加工食品の 現地販売強化 （中小ロット輸出事 業者）	輸出コンサル	畜産物卸売・加 工業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>和牛の輸出に取り組む。関係者から現地販売先の紹介を受け、営業活動を開始しているが、返信がなく、販路開拓におけるポイントを相談したい</li> <li>バイヤー等との連絡が途絶えた場合の対処方法を助言するとともに、その他の和牛ブランドと差別化の考え方や提案方法等もアドバイス</li> </ul>

## 下期個別相談会の開催実績 | 相談概要(3/5) | 販売関連

現地商流構築・拡大に向けた相談会を実施。品目に応じた輸出先国規制への対応方法や現地の流通チャネル特性を踏まえた対応について具体的なアドバイスが行われた

#	コード	コース名	専門家	事業者/属性	輸出課題/相談概要
9	A8	青果物の 商流構築の進め方 (北米中心)	食品商社	林産物生産・加工事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>生産量が限られることもあり、高単価で販売できる輸出先国として米国を検討している。商品のニーズを確認したい</li> <li>米国における需要の高さに加えて、国内既存調達先と比較したkg単価での仕入れ値等の情報も共有</li> </ul>
10	A8	青果物の 商流構築の進め方 (北米中心)	食品商社	食品小売事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>米国への青果物輸出に関し、輸出規制/商流の開拓の方法について相談</li> <li>輸出規制に関しては、専門家が検疫では残留農薬で引っかかるケースが多いという点について助。</li> </ul>
11	A8	青果物の 商流構築の進め方 (北米中心)	食品商社	青果物生産者	<ul style="list-style-type: none"> <li>米国の小売向けへの適切な販売チャネル、規制対応について相談</li> <li>現在輸出しているECや外食向けよりも、小売向けの規制対応基準の高さを伝え、基準クリアのための対応方法をアドバイス</li> </ul>
12	A9	青果物の 商流構築の進め方 (東南アジア中心)	食品商社	青果物生産者	<ul style="list-style-type: none"> <li>現地に合わせた販売設計や東南アジアのニーズを確認・相談したい</li> <li>東南アジア各国の市場を共有し、専門家が実施している販売・マーケティングや新規参入国へのアプローチの仕方を助言</li> </ul>
13	A9	青果物の 商流構築の進め方 (東南アジア中心)	食品商社	青果物生産者	<ul style="list-style-type: none"> <li>現在大手小売向けに間接輸出をしているが、今後直接輸出も推進したい。その中でのコスト面や対応事項が分からず伺いたい</li> <li>直接輸出にて必要な対応事項を共有し、出口が無いと販売価格やコストの想定が難しいことや、ロットの確保が必要とアドバイス</li> </ul>

## 下期個別相談会の開催実績 | 相談概要(4/5) | 規制対応関連

米国規制対応やFSSC22000取得やFDA査察への対応、新たに必要な監査対応等に関する情報提供と事業者側で整備すべき点、および新設の欧州包材規制対応は、現地受入企業との連携等現実的な助言が行われた

#	コード	コース名	専門家	事業者/属性	輸出課題/相談概要
14	B1	HACCP認証取得	食品衛生管理・規制対応専門家	加工食品事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>加工食品の製造販売を行っており、今後CODEX HACCPの要件を満たした工場を建設しようと考えており、助言を貰いたい</li> <li>FSSC22000の要点、FDAの査察のポイントを実務経験を交えてアドバイス</li> </ul>
15	B2	賞味期限延長と品質管理	食品衛生管理・規制対応専門家	水産加工品事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社商品における欧米人のニーズ、及びFSSC22000等の認証取得の必要性について相談</li> <li>欧米人は製品と同様商品のニーズがあること、及び現状保有する対米HACCPで問題なく、販売先から要求された場合に検討することをアドバイス</li> </ul>
16	B3	EUを中心とした包材規制	包材規制対応専門家	加工食品事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>欧州に対して、加工食品輸出を検討。欧州に対応した包材要件を満たすメーカーがなく、相談相手がいない状況である</li> <li>規制が固まり切っていない中においては前例が少ない。最終受入企業と相談しながら決めていく必要について助言</li> </ul>
17	B4	米国輸出における食品安全規制対応	食品衛生管理・規制対応専門家	加工食品事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>米国向けに加工食品の輸出を目指しており、FSMAやFDA査察への対応、PL保険加入有無と適用範囲について相談したい</li> <li>査察対応は、既存のFSSC22000の書類を活用して準備を行うことへの助言、PL保険の種類等を紹介</li> </ul>

## 下期個別相談会の開催実績 | 相談概要(5/5) | 規制対応関連

事業者の相談内容に対して専門家に事前準備頂いた規制対応事項の資料についての情報提供が行われ、具体的な関連法令の読み込みや認証制度のポイント説明が行われた

#	コード	コース名	専門家	事業者/属性	輸出課題/相談概要
18	B5	FSMAの最新動向とFDA査察への実務対応	食品衛生管理・規制対応専門家	調味料事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>FDA査察対応に関する準備事項、アルコールを使用する商品のハラール対象国への出荷方法を相談したい</li> <li>FDAの査察対応には食品安全計画の作成が必要であり、何を管理すべきかアドバイス。ハラール圏への輸出は、工程と残留アルコールの数値から中東方面への輸出が可能であることについて助言</li> </ul>
19	B5	FSMAの最新動向とFDA査察への実務対応	食品衛生管理・規制対応専門家	加工食品事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>複数の工場においてFSSC22000の取得をしている状況ではある。各事業部の衛生管理状況を把握できておらず、漠然とした不安がある状況</li> <li>社内の品質管理・食品安全管理の態勢構築が重要。食品安全へのトップのコミットメントがあるため、トップを含めた社内推進体制の整備が重要であることを共有</li> </ul>

# 輸出専門人材による支援の情報提供

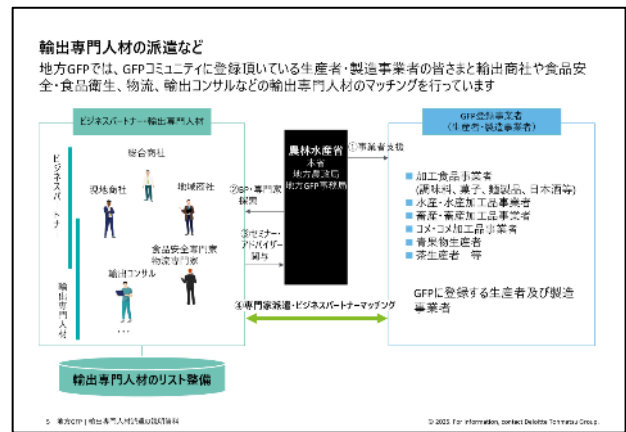
輸出専門人材による支援の説明資料を作成し、農政局イベントやGFP登録者へのフォローアップを通じて紹介し、個別相談会への参加意向や現地派遣への要望等を確認

## 輸出専門人材による支援に関する情報提供

このような課題はありませんか？

輸出をこれから始める、輸出を更に拡大したいなどの局面で、さまざまな課題を解決していく必要があります

- 輸出に向けて計画を具体化したいが、検討すべき事項が多く何から取り組んで良いか...
- 当社商品の特色に合った販路開拓や現地流通をどう構築していくべきか...
- 輸出を検討する国・地域の規制対応の仕方が分からない
- ロットが小さく物流費が割高になってしまう。また、ロスをなくし行けば良いか...
- 輸出先国の食品添加物規制や包装材料など、実際的な対応策はないものか...
- 米国やEUなどは規制が変わり、その変更や対策がタイムリーにわからない



### 輸出専門人材による支援

GFPでは、輸出に関する各領域の専門家による相談機会を提供しています

#### 輸出専門人材による支援とは？

各地方農政局等が実施する伴走支援の一環として、フォローアップを行っている事業者の皆さまを対象に、**輸出専門人材によるサポート（海外規制対応、貿易実務、海外営業、マーケティング、認証取得に関する指導等）の手配・同行を行っています**

### 輸出専門人材の紹介・派遣プロセス

GFPコミュニティに登録している事業者の皆さまに、輸出課題を確認したうえで、実情に合った輸出専門人材の紹介・派遣を行っています。1回目の相談は無料で、2回目以降は各社負担となります

- GFPコミュニティへの登録
- 課題の確認 (事務局等によるヒアリング)
- 事前の研合わせ
- 輸出専門人材の派遣

- 事業者の皆さまは、GFPコミュニティに登録願 (基本情報の入力、無料)
- 地方農政局、事務局、関係機関などが事業者の皆さまの輸出課題を確認
- 事業者の皆さまの輸出課題に合わせた輸出専門人材を推薦 (事務局がGFPに登録している専門家の中からアドバイス可能な者を確認)
- 事業者の皆さまと専門家の研合わせの機会を設定 (通常はオンライン形式)
- 食品衛生管理や販路開拓等、工場内面への現地訪問が必要な場合は、現地アドバイス
- オンライン相談の場合もあります。個別の都合の状況に応じて実施
- 専門家の相談機会を設定
- マッチングの協力は専門家派遣の日程調整を行う。マッチングしない場合は、高度専門家の除染を事務局が行う

## GFPサイトでの案内

輸出における事前準備から、ターゲット国へのアプローチ、展開戦略に基づいた市場の考えや、インバウンドの巻き込み等輸出活動へのヒントが得られた

ISO22000やFSSCの規格体系と関係性の解説と認証取得後の体系的な理解を深め、現実的な取得ステップやスケジュール、費用感についてのアドバイスも受けた

### 基礎知識から現場での実践的指導までサポート

## GFP専門家支援のご案内

EXPERT SUPPORT PROGRAM

#### About Expert Support 専門家支援とは

GFP専門家支援は、各分野のエキスパートによる専門的な支援を通じて、輸出に関する様々な課題の解決をお手伝いします。基礎知識の習得から現場での実践的な指導まで、事業者の現状に応じて、3つのステップで段階的なサポートを提供します。

#### Three Steps 3段階のサポート

- オンラインセミナー**  
支援者が多いテーママーケティング、規制対応、現地流通などについて、各分野の専門家が講師かつ専任に解説します。
- 個別相談会**  
オンラインで専門家と1対1の相談が可能です。自社の具体的な課題や疑問について、専門家から直接アドバイスを受けられます。商品の特性、目標とする市場、現在の取り組み状況などに応じて、実践的な助言が得られます。
- 現地派遣支援**  
現場での詳細な確認や指導が必要と判断されたケースについて、専門家が実際に現場(生産施設、加工場など)を訪れます。現場で直接状況を確認しながら、具体的な改善策や対応方法について専門的な指導・助言を行います。  
※ 本事業は1回限りの派遣、2回以上の派遣は別途お申し込みください。  
※ 現地派遣支援は同時進行で実施可能な範囲です。

#### Expert Categories エキスパートの専門分野

- 輸出計画の立案
- 輸出支援
- 販売・マーケティング
- 認証取得
- 検疫・農業対応
- 商品開発
- 輸送・物流
- プロモーション・Web

# アドホック専門家派遣の実績

アドホック専門家派遣は4件。うち2件は現地派遣、2件はオンラインでのアドホック相談会を実施

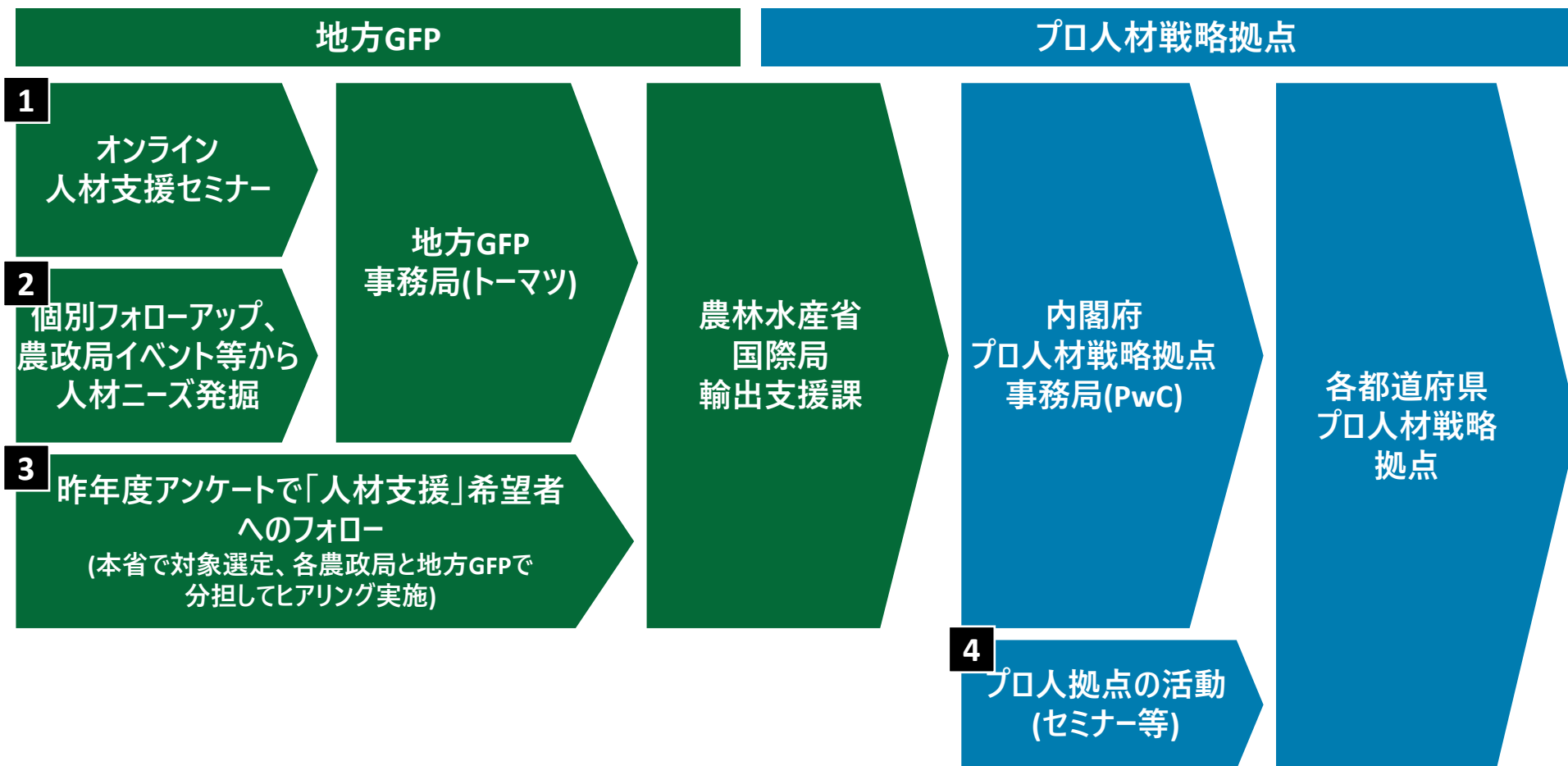
#	事業者名	専門家名	相談テーマ	実施形態	相談概要/アドバイス
1	水産加工品事業者	食品衛生管理・規制対応専門家	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ HACCPの取得</li> </ul>	現地派遣	<ul style="list-style-type: none"> <li>• EU-HACCPの取得が必須対応事項となっており、ネクストアクションについて相談</li> <li>• 工場の老朽化により、継続した補修・維持が必要なため、現状の努力をアピールすることが最善だと助言</li> </ul>
2	菓子事業者	食品衛生管理・規制対応専門家	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ FSSC22000取得に向けた改善点</li> </ul>	現地派遣	<ul style="list-style-type: none"> <li>• FSSC22000の取得に向けて、現状の工場での取得を想定した際の課題の洗い出しについて相談</li> <li>• 工場視察を通じて、床、天井、壁等の改善点や想定されるリスク要因（カビによる褐変反応、異物混入リスク等）を具体的に指摘</li> </ul>
3	菓子事業者	輸出商社	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ アジア圏輸出における販売戦略</li> <li>■ 中東輸出の計画</li> </ul>	オンライン	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 複数の販売先から引き合いがあるが、価格とブランディングの整合性にどう対応すべきか相談</li> <li>• 引き合い先の景気状況や長期的パートナーとして適切かを確認することを助言。定性・定の調査を実施し、ターゲットや販売チャネル等を選択することの重要性に加え、同社商品のニーズや競合製品の情報を共有</li> </ul>
4	加工食品事業者	食品衛生管理・規制対応専門家	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 検査</li> <li>■ 包材規制の要求事項への対応</li> </ul>	オンライン	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 欧米への輸出にあたり、必要な検査の有無、また、欧米の包材規制について相談</li> <li>• 賞味期限の検査は既存の手法で問題無いが、食品安全性の観点で、安全性限界値の明確化や予測微生物モデルの導入が求められることや対応法を情報共有</li> </ul>

# 事業実施報告

- (1) 輸出に関する地域課題解決のための取組の実施・支援
- (2) GFP登録事業者へのフォローアップ支援の実施
- (3) 輸出専門人材のリスト化・専門人材の派遣
- (4) プロフェッショナル人材戦略拠点と連携した人材のマッチング
- (5) GFP関連事業との連携

# 地方GFPからプロフェッショナル人材戦略拠点への取次フロー

本年度は、「人材支援セミナー」経由以外に、並行してGFP登録者へのフォローアップ直接プロ人材戦略拠点事務局へ連携する取組を実施



# 本年度の取組概要と結果概要

本年度は人材支援セミナー経由でのマッチングが1件、本省選定のリストを含む人材支援希望者146社への重点フォローを実施し、プロ人材戦略拠点へのトスアップが17件しマッチングが3件、合計4件のマッチングとなった

本年度の対策	取組概要	結果
<b>1</b> <b>上期</b> オンライン人材支援セミナー	■ 昨年度に引き続き、人材支援セミナーを開催し、プロ人材戦略拠点の人材マッチングサービスの周知と兼業・副業人材の活用事例を共有することで、プロ人材戦略拠点への連携を図る	• セミナー参加者：25社 • 活用意向あり：2社 • プロ人連携：1社 • マッチング：1社
<b>2</b> <b>下期</b> 個別フォローアップ、農政局イベント等から人材ニーズ発掘	■ 個別フォローアップや農政局イベントで、プロ人材戦略拠点の人材マッチングサービスの周知とプロ人材活用意向を確認し、プロ人材戦略拠点へ速やかに取り次ぐ	• 農政局イベントで人材ニーズ確認：12社 • プロ人連携：1社 • マッチング：0社
<b>3</b> <b>下期</b> 昨年度アンケートで「人材支援」希望者へのフォロー (本省で対象選定、各農政局と地方GFPで分担してヒアリング実施)	■ 本省でリストアップした人材支援希望者への重点フォローアップとプロ人材戦略拠点への速やかな取次による人材マッチング数の向上を図る	• 本省選定 + 昨年度フォローアップ対象等：146社 • プロ人連携：17社 • マッチング：3社
<b>4</b> <b>下期</b> プロ人拠点の活動 (セミナー等)	■ 内閣府プロフェッショナル人材事業の全国事務局等と協議の上、プロ人材戦略拠点で主催するセミナーで、地方GFPの取組紹介を試行的に行い、食品等輸出に取り組む事業者の掘り起しを行う	• 熊本拠点、香川拠点でプロ人拠点主催セミナーでGFPの取組を紹介

# 上期人材支援セミナーの概要

上期人材支援セミナーは6月25日(水)13:30～15:00にオンライン開催



開催時期	6月25日(水) (13:30-15:00)
対象者	GFP登録者 (メルマガにて募集)
開催形態	オンラインセミナー (Teams) (録画して後日申込者へ限定公開)

時間	概要	登壇者
13:30	開始	
13:35	<b>輸出における人材市場の動向と輸出人材確保戦略</b> 農林水産物・食品の輸出に関連する人材市場の動向とともに、輸出人材確保に向けた人材戦略と具体的なアクションについて話題提供。輸出の準備状況に応じた人材確保の考え方や方法などを紹介	株式会社パソナ グローバル事業本部 ゼネラルマネージャー 堂前 隆弘 氏
13:55	<b>GFPとプロフェッショナル人材戦略拠点による人材支援</b> GFPでは内閣府が推進するプロフェッショナル人材戦略拠点との連携により、輸出人材の確保をご支援している。人材確保・活用につなげる人材マッチング仕組みについて説明	内閣府 地方創生推進室 工藤 拓人氏 農林水産省 輸出・国際局 輸出支援課 課長補佐 坂本 秀之氏
14:10	<b>副業・兼業人材の活用で広げる輸出人材確保の可能性</b> 近年活用が広がる副業・兼業が、農林水産物・食品の輸出人材確保にも広がりつつある。副業・兼業人材を迎えるためのポイントや事業者側の考慮点とともに、マッチングプラットフォームを紹介	株式会社インディードリクルートパートナーズ ソーシャルリレーション推進部 グループマネージャー 馬場 智之 氏
14:30	<b>成功事例に学ぶ人材マッチングの成功要因と課題</b> プロフェッショナル人材戦略拠点を活用し、人材マッチングにより輸出人材を確保した先行事例を紹介。成功要因や課題を、企業ご担当者の声とともに説明	茨城県プロ人材戦略拠点 サブマネージャー 三瓶 栄一氏 株式会社 れんこん三兄弟 代表取締役 宮本貴夫氏
14:50	<b>人材希望シートの記入方法と支援申し込みプロセス</b> プロフェッショナル人材戦略拠点への人材支援申込の流れなどについて事務局より案内	運営事務局
15:00	終了	

# 各セッションの概要



セミナーでは、人材市場動向と人材確保戦略、GFP×プロ人材戦略拠点連携、副業・兼業人材の活用、成功事例に学ぶ人材マッチングのポイントに関する話題提供を頂いた

## セッションと登壇者

## 概要

### 輸出における人材市場動向と確保戦略 株式会社パナソニック 堂前様

- 食品輸出に関連する人材市場動向を押さえた上で、**事業規模や輸出熟度に応じた課題と人材ニーズ**の枠組みを紹介し、**自社の現在の位置と目指す方向性を定めることの重要性**を解説
- 既存の採用手法の見直しの視点を提供し、自社の採用手法の課題把握の着眼点への示唆を提供
- 自社ならではの採用活動を進めるための方法論として、**人材確保のSWOT分析と人材確保の対策方向**について事例を提供。採用確率を上げる工夫と合わせて話題提供を実施

### GFPとプロフェッショナル 人材戦略拠点による人材支援 内閣府 工藤様 本省 坂本様

- 内閣府よりプロフェッショナル人材戦略拠点の概要・実績の他、副業・兼業人材活用の状況、**副業・兼業人材の補助金事業**について説明
- 農林水産省より**プロフェッショナル人材戦略拠点と農林水産省との連携枠組み**の説明、GFP登録者への**人材支援希望ニーズ把握に関するアンケート結果の共有**、実際のGFP登録者によるプロフェッショナル人材戦略拠点活用の人材確保事例についての紹介を実施
- **補助事業活用を含めた副業・兼業の活用可能性**についてメッセージを発信

### 副業・兼業人材の活用で広げる 輸出人材確保の可能性 インディードリクルート 馬場様

- 副業・兼業の定義を解説したうえで、副業・兼業人材の働き方（労働時間、報酬、活動内容等）を具体的に説明し**副業・兼業人材のイメージ**を共有
- 副業・兼業の活用の範囲や、すでに活用している事業者の活用の目的、**副業・兼業人材活用を成功させるためのポイント**等を説明
- 従来の正社員雇用だけでなく、プロ人材拠点を活用した副業・兼業人材の雇用が、**参加者の今後の輸出展開での課題解決の選択肢**として紹介

### 成功事例に学ぶ人材マッチングの成功要因 茨城県プロ人材拠点 三瓶様 れんこん三兄弟 宮本様

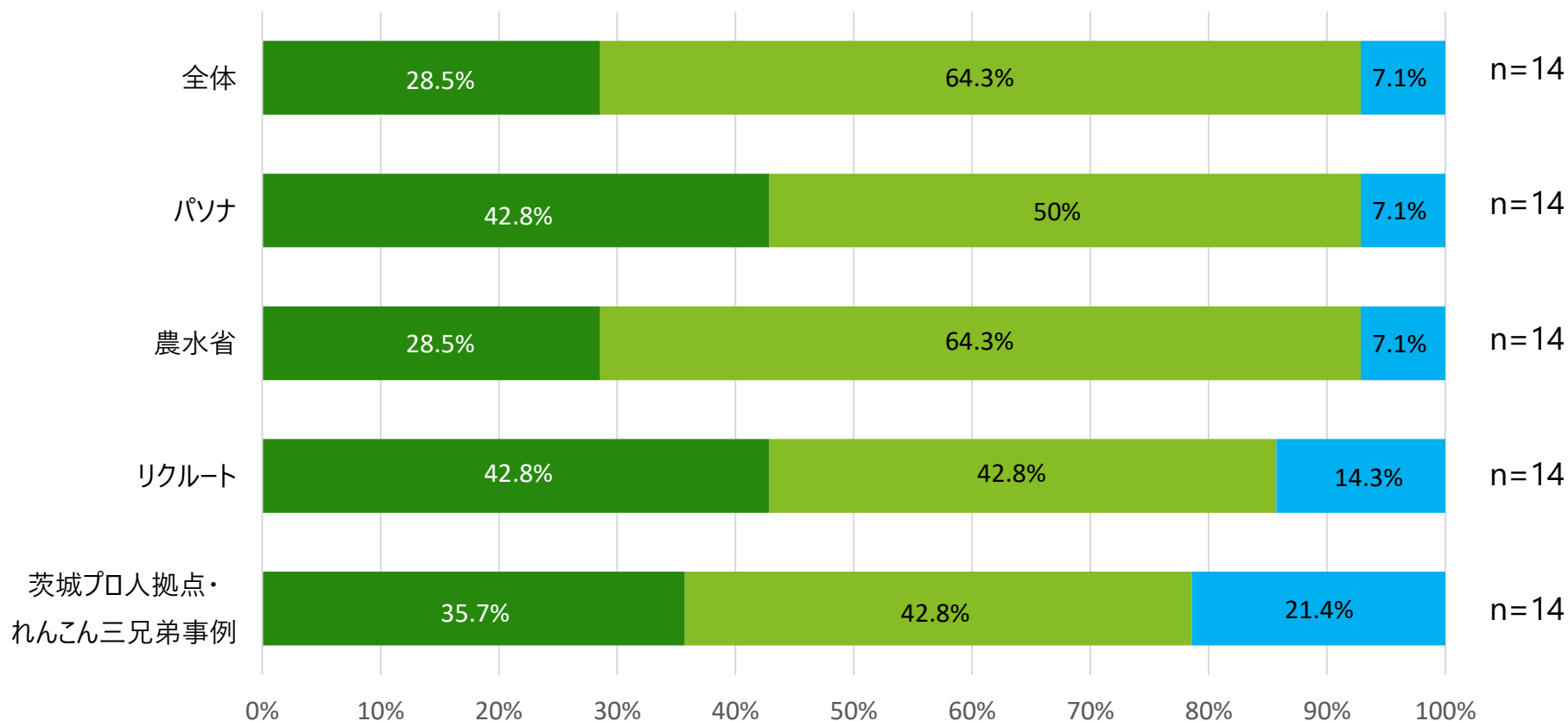
- プロ人材拠点を通じて**副業・兼業人材を活用した事例**を、茨城県プロ人材拠点とれんこん三兄弟へのインタビュー形式で事例共有
- 実際に取組んだ事業者から、プロ人材拠点活用に至った経緯や、具体的に採用した人材、依頼した業務、それにより得られた成果などを語ってもらうことで、**プロ人材拠点の活用は自社でも活用できる仕組み**であることをイメージ頂けた

# 人材支援セミナーの参考度

全体の参考度は9割以上が参考と回答し、事業者にとって有意義な情報を提供できた



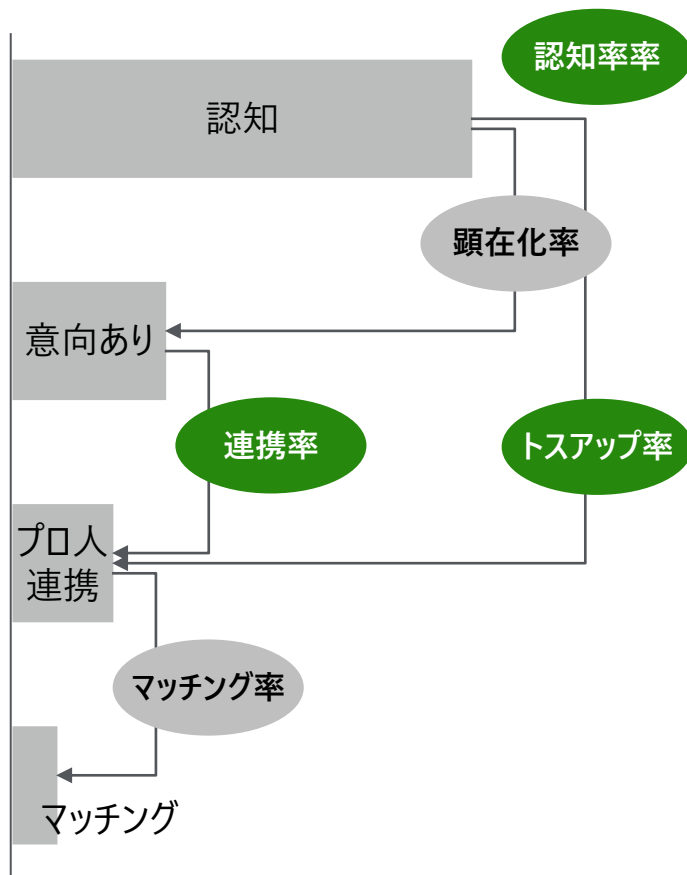
■ 大変参考になった ■ 参考になった ■ どちらともいえない ■ あまり参考にならなかった ■ 参考にならなかった



# 人材支援セミナーの結果を踏まえた取組方針

人材支援セミナー経由のプロ人材戦略拠点連携に加え、認知率・トスアップ数の向上に向けた取組を推進

現在のプロ人材戦略連携の歩留イメージ



人材支援セミナー後の取組

## ■ 認知率の向上

- プロ人各拠点で実施するセミナーでGFPの取組紹介をトライアル実施
  - 熊本県拠点、香川県拠点でGFPの紹介及びプロ人拠点セミナー参加者（農林水産・食品事業者）へのマッチング推進

## ■ 連携率・トスアップ率の向上

- 人材セミナー経由に加え、本省が作成した「人材支援希望者」への個別コンタクト。プロ人拠点への直接的な連携を推進
- 昨年度プロ人拠点活用意向が確認できた事業者へのフォローアップ実施

## トスアップ数の増加に向けた重点的取組

本省及び農政局と相談のうえ重点対象を設定し、事業者へプロ人拠点への連携可否を確認し、速やかに取次ぐ取組を実施

農政局	対象事業者数*(社)	コンタクト数(社)	トスアップ数(社) GFP・プロ人拠点取り繋ぎシート入力済	拠点連携済(社)	プロ人利用実績
東北	18	17	1	1	1
関東	19	19	1	1	1
北陸	22	17	3	3	—
東海	23	23	4	4	—
近畿	16	16	1	1	1
中四国	25	25	6	5	—
九州	23	23	2	2	1
<b>合計</b>	<b>146社</b>	<b>140社</b>	<b>18社</b>	<b>17社</b>	<b>4件</b>

\*対象事業者数は、アンケートにて人材支援を希望した事業者ならびに人材支援セミナー、農政局イベントにおいて人材ニーズを確認した事業者

# プロフェッショナル人材戦略拠点の主催セミナーでの紹介

## 熊本拠点及び香川拠点で地方GFP事業の紹介を実施



### 熊本拠点の開催案内（例）

熊本県プロフェッショナル人材戦略拠点セミナー&個別相談会

## 経営課題解決のための人材戦略 (人材事業者からみた成功ポイント)

～副業を実際に活用した会社の事例紹介～

令和7年 (開場: 13:00)  
**10月20日(月) 13:30~16:00**  
くまもと森都心プラザ 会議室A+B (熊本市西区春日1丁目14番1号)

定員 50名 対象 経営者、経営幹部、採用ご担当者

**第1部 講演・事例紹介 / 13:40~15:20**

- 経営課題解決に向けたプロ人材の採用  
株式会社みらいワークス 九州支社社長 行方 孝治 様
- 外部プロ人材（副業人材）の活用について  
株式会社みらいワークス 九州支社副社長 前川 遼 様
- 副業を実際に採用した会社紹介 株式会社丸昭ハウジング 様

**第2部 個別相談会 / 15:30~16:00 (希望される方のみ)**

中途採用、副業等のプロ人材の活用等について、ご質問やご相談に応じます。

※事前のご予約を優先しますが、当日参加も歓迎いたします。  
※当日お時間がない場合は、後日Webもしくは対面にて個別相談を承ります。  
※ご相談時間は1社20分程度を予定しています。

お申込み方法 「左のQRコード」または「電話・メール」からお申し込みください

熊本県プロフェッショナル人材戦略拠点「プロベース」  
〒860-0805  
熊本市中央区桜町3-10SAKURA MACHI Kumamoto SF  
電話：096(319)5566  
メール：prob\_info@096prob.com

申込みQRコード  
<https://forms.gle/5m58E7Z2Lm0u53333>

\*個人情報の取り扱い：お申込みいただいた個人情報は本セミナーの実施・運営に利用するほか、当拠点に関する各種情報提供者の目的のために使用します。

<主催> 熊本県、熊本県プロフェッショナル人材戦略拠点  
<後援> (一社)熊本県工業連合会、熊本県商工会議所連合会、熊本県商工会連合会  
(一社)熊本県情報サービス産業協会、熊本県中小企業団体中央会、(公財)くまもと産業支援財団  
天草信用金庫、熊本銀行、熊本県信用組合、熊本信用金庫、熊本第一信用金庫、熊本中央信用金庫  
商工中金 熊本支店、肥後オフィスビジネス(株)、南日本銀行  
<協力> 株式会社みらいワークス

### 熊本県プロフェッショナル人材戦略拠点セミナー&個別相談会

熊本県では、半導体関連企業の進出等により労働力の不足が生じ、賃金の上昇等売り手市場になっています。また一方で、求人者の意識の変革が発生しており、賃金に加えて福利厚生や休みの充実、残業時間の少なさ、シフト勤務の敬遠等多様化しております。そのためには、DXを活用した既存業務の効率化を進め、人事制度の見直し、企業の魅力発信等が重要となります。本セミナーでは、人材事業者からの視点で、中途採用や副業を成功させるポイントについて、具体的事例を用いて詳しく説明をしていただきます。また、本セミナー終了後には中途採用、副業活用に関する個別相談会を行います。より具体的な相談を希望される場合は、ぜひお申込みください。

#### 講師紹介

**株式会社みらいワークス 地方創生部 九州支社長 行方 孝治 氏**  
現在は、九州エリアの責任者として、金融機関様を中心に地域企業やプロフェッショナル人材戦略拠点の窓口を担当。

**株式会社みらいワークス 九州支社 副社長 地方創生部 地方副業チーム 兼 事業開発チーム 前川 遼 氏**  
地方自治体との連携事業を推進。九州エリア担当  
九州エリアにおいて年間60~80件の企業ヒアリング、求人作成、牽引を実施。

#### プログラム

13:00~13:30 受付  
13:30~13:40 主催者挨拶  
13:40~15:00 経営課題解決に向けたプロ人材の採用 / 行方 孝治 氏  
外部プロ人材（副業人材）の活用について / 前川 遼 氏  
副業を実際に採用した会社紹介 (株)丸昭ハウジング / 有森 大地 氏  
15:00~15:10 質疑応答、閉会  
15:10~15:20 プロフェッショナル人材戦略拠点と農林水産省GFPの連携について  
有限責任監査法人トーマツ 林 剛史 氏  
15:30~16:00 個別相談会 (希望される方のみ)

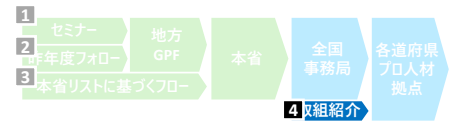
GFPに関する詳細はこちらからご覧ください  
<https://www.gfp.go.jp/>

お問合せはこちらまで / 熊本県プロフェッショナル人材戦略拠点  
<https://096prob.com> ☎096(319)5566 ✉ Prob\_info@096prob.com  
〒860-0805 熊本市中央区桜町3-10 SAKURA MACHI Kumamoto SF 開場時間：9:00~17:00(土・日・祭日休み)

出所：プロフェッショナル人材戦略拠点（熊本拠点）のセミナー案内（<https://096prob.com/wp-content/uploads/2025/10/8961e327328f4c0eb56839e4e0a5caf6-1.pdf>）

# プロフェッショナル人材戦略拠点の主催セミナーでの紹介

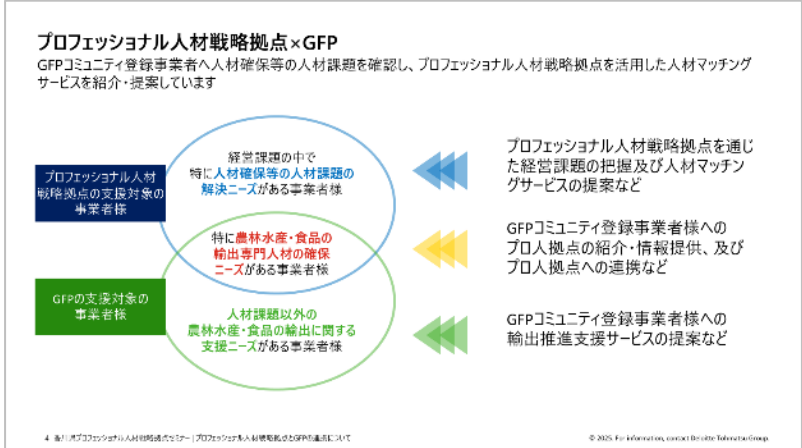
## プロ人材戦略拠点セミナーで、GFPの紹介及びプロ人材戦略拠点とGFPの連携のアクションについて紹介し、GFP登録者の活用事例を共有



### GFPの紹介

**香川県プロフェッショナル人材戦略拠点セミナー**  
プロフェッショナル人材戦略拠点と農林水産省GFPの連携について  
2025年11月18日  
有藤貴生 農産部 輸入サービス  
高木拓也 輸出・流通サービス  
マーケティングディレクター 丸山 隆史

### プロ人材戦略拠点とGFPの連携について



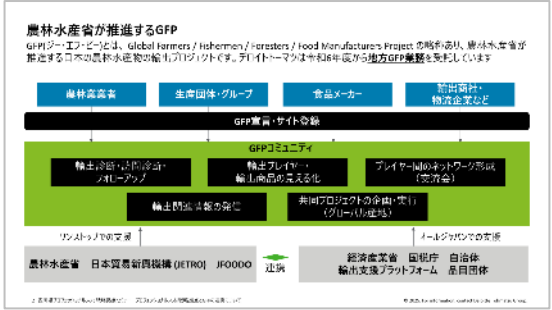
### GFP登録者の活用事例

**活用事例**

株式会社三兄弟産業はプロ人材戦略拠点を活用し、海外マーケティング調査を実施し、海外・観光客向け土産品を日本に輸出するために必要な経営や販路開拓を支援し、今後の販路拡大に向けた取組を行いました。

- ・ 海外マーケティングの輸出・取組は、そのノウハウを輸入先へ提供し、人手が足りず自分たちだけで対応することが難しい。
- ・ 海外・観光客向け土産品を開発し輸出したいが、海外の市場状況や、本業の余力が心配である。輸出先やマーケティングの調査を委託したい。また、中東地域は新興市場として初期的な調査を行いたい。
- ・ プロ人材戦略拠点担当者へ人材紹介センターの外国人材活用を依頼し、当事務所の主任、次長等から、中東有資格職や二国語資格者等の紹介・採用のノウハウを学ぶ。輸出先やマーケティングの調査を委託したい。
- ・ 輸出先やマーケティングの調査を委託し、輸出先やマーケティングの調査を委託したい。
- ・ 輸出先やマーケティングの調査を委託し、輸出先やマーケティングの調査を委託したい。

輸出先やマーケティングの調査を委託し、輸出先やマーケティングの調査を委託したい。



**2030年の輸出5兆円達成に向けて、GFPは進化しています！**

登録はこちらのURLまたはQRコードから  
<https://www.gfp1.maff.go.jp/>

# 事業実施報告

- (1) 輸出に関する地域課題解決のための取組の実施・支援
- (2) GFP登録事業者へのフォローアップ支援の実施
- (3) 輸出専門人材のリスト化・専門人材の派遣
- (4) プロフェッショナル人材戦略拠点と連携した人材のマッチング
- (5) GFP関連事業との連携

# GFP関連事業との連携の概要

「本省GFP」と「おいしい日本、届け隊」と連携し、各事業で提供する支援サービスの重複回避や連携強化を協議

## 協議事項

1

本省GFPとの連携

- ビジネスパートナーマッチングと輸出専門人材の派遣の棲み分け、及び地方GFPでのビジネスパートナーマッチングの試行
- 輸出診断後のフォローアップの進め方について

2

おいしい日本、届け隊との連携

- プロジェクト型マッチングにおける輸出専門人材の派遣の連携
- スキルマーケット型マッチングにおける輸出専門人材の派遣の連携

## ビジネスパートナーマッチングの試行

地方GFPに相談があったビジネスパートナーマッチングについて、地方GFP事務局を通じてマッチングを試行実施。6件のマッチングをアレンジし、事業者とビジネスパートナーとの相談機会を設定

#	地域	事業者概要	パートナー属性	ビジネスパートナーマッチングの概要
1	関東	青果物生産者	小売事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 青果物の輸出に関する相談</li> <li>■ 大規模生産を行う生産者の商品が輸出可能かを確認のうえ、トライアル輸出の可能性を模索</li> </ul>
2	東海	青果物生産者	小売事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 青果物輸出の販路開拓に関する相談</li> <li>■ 大規模生産を行う商品や生産者の取組を紹介し、持続可能な生産に関する関心を小売事業者が持つ</li> <li>■ 海上輸送で鮮度や品質が維持できるかについてのトライアル輸出の可能性をも模索</li> </ul>
3	北陸	水産加工品製造事業者	輸出商社	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 北陸GFPのワークショップ参加者からの問い合わせで、今後の輸出先多様化を図るための商社紹介依頼</li> <li>■ 商品提案書等を共有しニーズを確認</li> <li>■ 東南アジアを中心に販売先候補のニーズを継続して把握する</li> </ul>
4	北陸	水産加工品製造事業者	輸出商社	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 北陸GFPのワークショップ参加者からの問い合わせで、北米向けの輸出の商社を紹介</li> <li>■ 北米を中心に、輸出商社側で想定販路にニーズを継続して確認を行う</li> </ul>
5	東海	青果物生産者	輸出商社	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 青果物の販路開拓に関する相談</li> <li>■ 大規模生産を行う商品を紹介し、取り扱いや販路イメージを相談</li> <li>■ すぐに輸出に取り組むことは難しいが、継続して商談機会を模索</li> </ul>
6	九州	茶加工品事業者	輸出コンサル	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ アジア向けの輸出を検討しており、現地ニーズの把握や規制対応状況へのアドバイスを依頼</li> <li>■ 現地ニーズの情報提供や輸出先国の規制対応に対する改善点に対して継続的なコミュニケーションを行う</li> </ul>

## おいしい日本、届け隊との連携の方向性

3つの連携の方向性を協議した

地方GFP側から  
おいしい日本、届け隊への連携

### 連携①

- GFP登録事業者に対するプロジェクト型マッチングのオーナー登録の推奨
  - 農政局イベントやGFP登録者へのフォローアップを通じて、プロジェクト型マッチングの内容を紹介し、プロジェクト登録・オーナー登録を頂く

おいしい日本、届け隊側から  
地方GFPへの連携

### 連携②

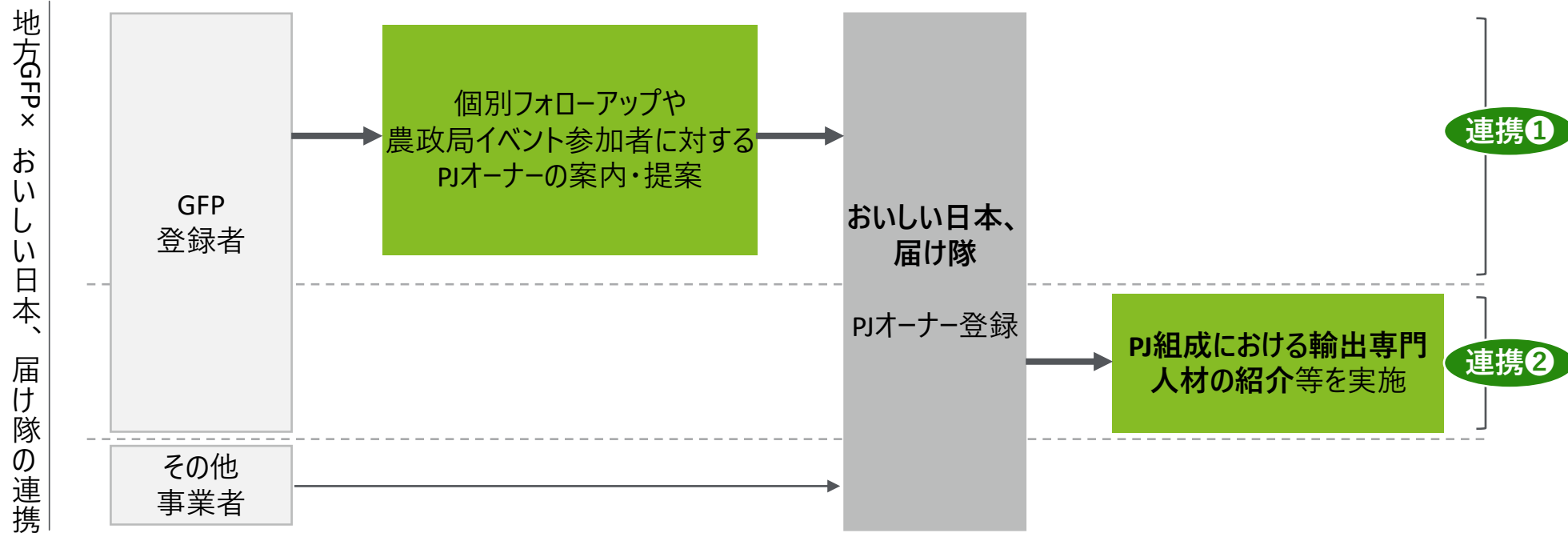
- プロジェクト型マッチングにおけるマッチングへの協力
  - おいしい日本、届け隊のプロジェクトオーナー向けの輸出専門人材の紹介

### 連携③

- スキルマーケット型マッチングのスキル人材と地方GFPの輸出専門人材の連携
  - 地方GFPの輸出専門人材の活躍機会の拡大に向けた連携

# プロジェクト型マッチングと地方GFP事業の連携【連携①】【連携②】

地方GFPで接点のある事業者に対して、プロジェクト型マッチングの紹介、プロジェクトオーナーへの登録の提案を行う【連携①】。プロジェクト組成段階でプロジェクトオーナーに対し地方GFP輸出専門人材の紹介を行う【連携②】



## 連携①

### GFP登録者に対するプロジェクト型マッチングのオーナー登録の推奨

- 各農政局イベントやGFP登録者へのフォローアップ等の機会を通じて、プロジェクト型マッチング（輸出プロジェクトを進める上でのパートナーマッチング）を紹介
- プロジェクト組成やプロジェクトメンバーの公募手順等を必要に応じて説明

## 連携②

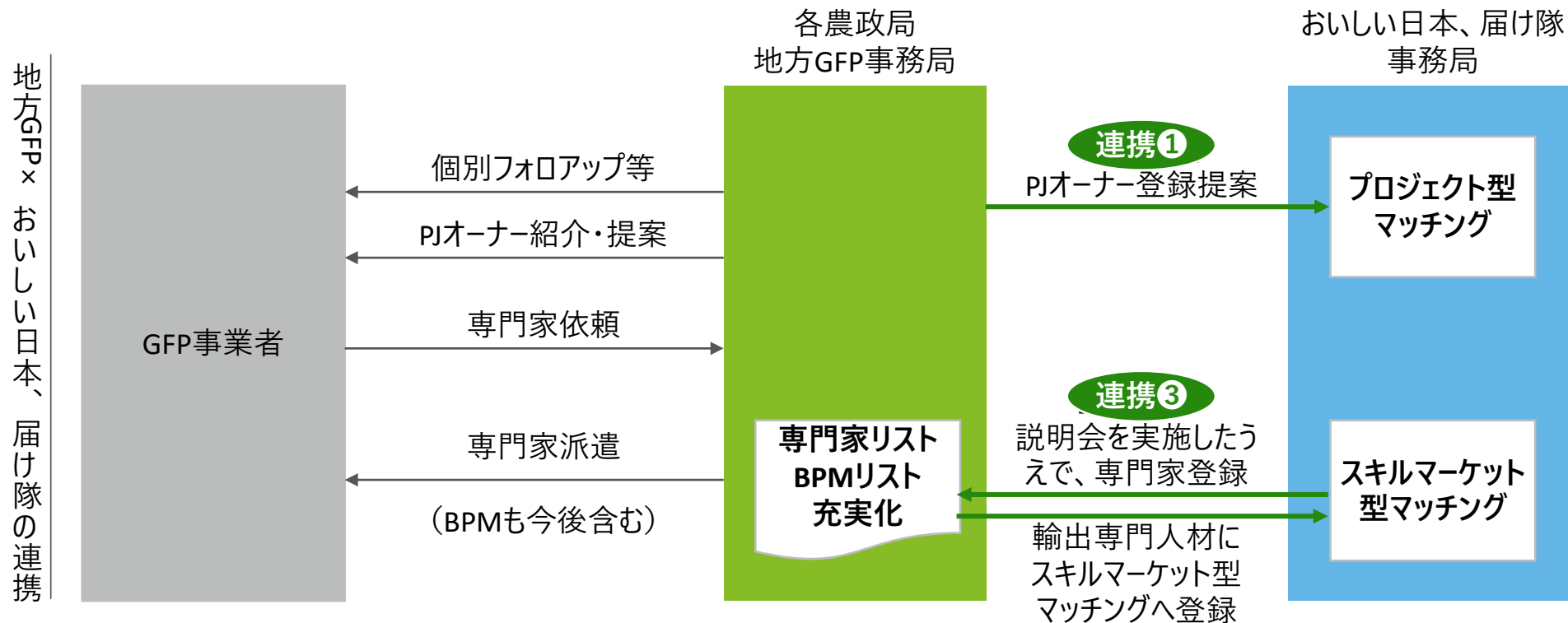
### プロジェクト型マッチングにおけるマッチングへの協力

- プロジェクト型マッチングにおけるプロジェクト組成段階で、プロジェクト目的や特性に合った輸出専門人材の紹介
- プロジェクトオーナーのニーズや輸出専門人材のスキルを考慮して紹介

協議事項

# スキルマーケット型マッチングと地方GFP事業の連携【連携①】【連携③】

輸出専門人材の活躍機会の増加に向けて、地方GFPとおいしい日本、届け隊の専門人材の連携を図る



## 連携③

### スキルマーケット型マッチングのスキル人材と地方GFPの輸出専門人材の連携

- スキルマーケット型マッチングのプラットフォームの登録者であるスキル人材に地方GFP輸出専門人材の登録を促す（おいしい日本、届け隊スキルマーケット型マッチング→地方GFP輸出専門人材）
- 地方GFP輸出専門人材にスキルマーケット型マッチングへの登録を促す（地方GFP→おいしい日本、届け隊スキルマーケット型マッチング）

協議事項

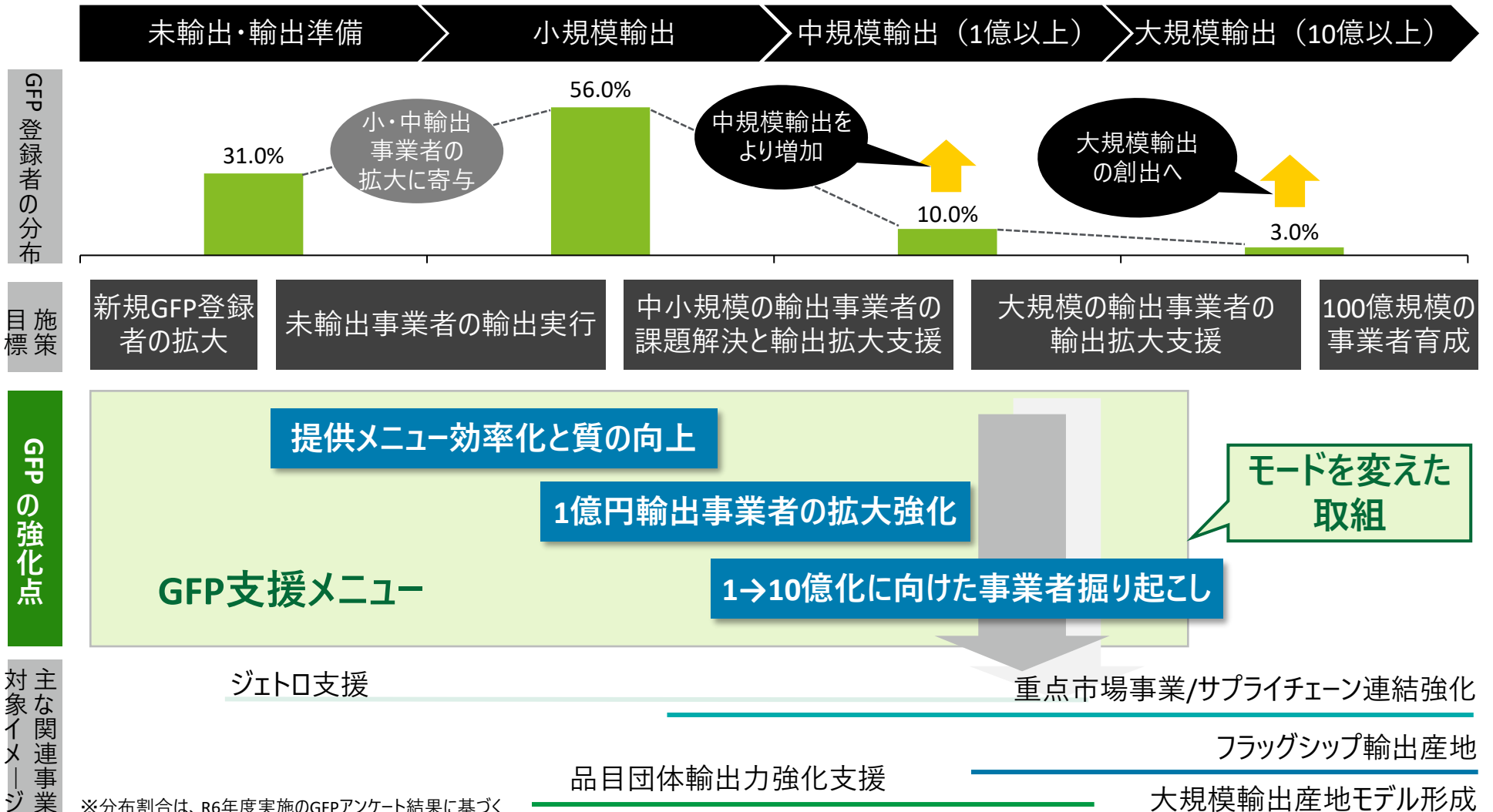
# 総括



# 本年度の地方GFPにおける強化点

現在の提供メニューを効率化していくとともに、地域起点での小・中規模事業者の大規模輸出化の支援を強化し、フラッグシップ輸出産地などの大規模事業者の拡大を図ります

※輸出規模はイメージ



対象イメージ

# 令和7年度 地方GFPの各メニューの活用状況

地方GFPの支援メニューの複合的かつタイムリーな提供を推進し、事業者の輸出拡大活動を継続的に支援する

社名が特定できた事業者の整理のため網羅的ではない

(単位：社数)

農政局	農政局イベント	GFP登録者へのフォローアップ			輸出専門による支援			プロ人拠点連携		他事業紹介
		コンタクト	課題ヒアリングシート作成	事例整理	専門家セミナー	個別相談会/専門家派遣	ビジネスパートナーマッチング試行	人材支援セミナー	プロ人拠点トスアップ	
東北農政局	47	27	9		32	2		2	1	
北陸農政局	37	31	25	10	4	3	1		3	
関東農政局	92	15	14	9	33	14	1	6	1	4
東海農政局	76	24	21	5	10	9	1		5	
近畿農政局	34	30	18	3	10	3		1		2
中国四国農政局	26	34	12		8	2		1	6	
九州農政局	*N/A	13	11		8	7	1	2	2	1
GFP未登録者・社名不明な参加者等		1		1	12			5		
<b>合計</b>	<b>312</b>	<b>175</b>	<b>110</b>	<b>28</b>	<b>118</b>	<b>40</b>	<b>4</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>7</b>

\*：九州農政局の参加社は不特定多数の為、N/Aとしている

## 強化点と本年度の取組概要

効率的な地方GFPメニューの提供及び質の向上は、支援の型化が進み、各業務の標準化が図られた。支援の型を活用して、農政局横断の取組や更なる業務の標準化による質の維持を図る。地方GFPから本省他事業(特に、大規模輸出産地育成や輸出サプライチェーン構築支援)への連携により、事業者の輸出拡大の取組を切れ目なく支援する流れ・運用を今後強化していくことが重要

### 強化点

### 本年度の取組概要

#### 提供メニュー効率化と質の向上

- 各農政局主導で企画する輸出に関する地域課題解決支援（イベント等）の支援の型は概ね確立し、実施手順や支援体制を体系化。今後、支援の**支援の“型”に基づく支援のPDCAサイクルの強化**、農政局を跨いだ取組の実現を検討
- **輸出専門人材の派遣**（専門家セミナー、個別相談会、現地派遣）等の**業務の標準化**が進むと共に、**事業者フォローアップ**における**コンタクト情報の整理（課題ヒアリングシート）**等の枠組み、**プロフェッショナル人材戦略拠点への連携の業務フロー等の標準化**も一定程度進んだ。今後、**関係者との情報連携の効率化や事業者支援の品質向上への取組**を継続的に検討

#### 1億円輸出事業者の拡大強化

- 各農政局イベントやGFP登録者へのフォローアップを通じて、**各地域でユニークで独自性ある取組を行う事業者の現状把握**が進み、**GFPメニューの複合的な利用促進**を図った。特に、一連のイベントを通じて事業者フォローアップを行う支援メニューを通じて、**事業者の輸出課題の多面的な理解が進み、本省他事業への誘導などを含め事例創出**につながった
- 今後、GFPメニューに加え、**関係機関が推進する支援メニューや本省他事業の活用も同時に提案**していく

#### 1→10億化に向けた事業者掘り起こし

- 各農政局イベントやGFP登録者へのフォローアップを通じて、事業者の取組事例の整理や掘り起しを実施。フォローアップの機会を通じて、**本省他事業（大規模輸出産地育成、サプライチェーン連結強化事業等）を紹介しつつ、事業者の輸出拡大に向けた各種メニューを紹介**
- 今後、**大規模輸出を目指す事業者のGFPメニュー活用率を高める**ことに加え、地方GFPから本省他事業（特に大規模輸出産地育成や輸出サプライチェーン構築関連の支援メニュー）の活用率を高め、**切れ目ない事業者支援の流れ・運用を行うことが必要**

## 今後の取組に向けて

GFPで支援する対象別ニーズを把握、事業者属性や支援実績を一元管理し、ニーズに合致したタイムリーな支援メニューの提供を推進する。加えて、大規模輸出産地の育成や輸出サプライチェーン構築に向けた産地間連携等の取組を強化し、その前提となる出口の創造・確保への取組（現地日系チャンネルの強化と現地商流プレイヤーや現地系チャンネル開拓）をオールジャパンで構築することが期待される

独自性あり輸出先国の規制や  
ニーズに対応した安定供給体制を  
有する輸出産地を育成する

現地ニーズと輸出産地のギャップを  
埋める、輸出サプライチェーン構築に  
資する支援を提供する

現地商流ニーズに合致した  
輸出サプライチェーンの構築を推進する



支援対象の  
ニーズ把握

- 輸出額1億円・10億円を目指せる事業者の把握
- 主ターゲットとの接点強化
- 事業者情報や支援実績の情報管理とタイムリーな支援メニュー提案



支援メニュー  
の提供

- 主ターゲットのGFPメニューへの参加率/活用率向上
- 点から線・面的支援の強化(輸出サプライチェーン構築、産地間連携)
- 主ターゲット向け支援メニューの整備



出口の創造・  
確保

- 輸出サプライチェーン構築を通じた現地日系店舗網の拡大支援
- アジア系チャンネル開拓
- 現地系チャンネル開拓
- 現地商流プレイヤーのネットワーク形成

デロイト トーマツグループは、日本におけるデロイト アジア パシフィック リミテッドおよびデロイト ネットワークのメンバーである合同会社デロイト トーマツグループならびにそのグループ法人（有限責任監査法人トーマツ、合同会社デロイト トーマツ、デロイト トーマツ 税理士法人およびDT 弁護士法人を含む）の総称です。デロイト トーマツグループは、日本で最大級のプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従いプロフェッショナルサービスを提供しています。また、国内30都市以上に2万人超の専門家を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイト トーマツグループWebサイト、[www.deloitte.com/jp](http://www.deloitte.com/jp)をご覧ください。

Deloitte（デロイト）とは、Deloitte Touche Tohmatsu Limited（“Deloitte Global”）、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人（総称して“デロイト ネットワーク”）のひとつまたは複数を指します。Deloitte Globalならびに各メンバーファームおよび関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体であり、第三者に関して相互に義務を課しまたは拘束させることはありません。Deloitte Globalおよびその各メンバーファームならびに関係法人は、自らの作為および不作為についてのみ責任を負い、互いに他のファームまたは関係法人の作為および不作為について責任を負うものではありません。Deloitte Globalはクライアントへのサービス提供を行いません。詳細は[www.deloitte.com/jp/about](http://www.deloitte.com/jp/about)をご覧ください。

デロイト アジア パシフィック リミテッドは保証有限責任会社であり、Deloitte Globalのメンバーファームです。デロイト アジア パシフィック リミテッドのメンバーおよびそれらの関係法人は、それぞれ法的に独立した別個の組織体であり、アジア パシフィックにおける100を超える都市（オークランド、バンコク、北京、ベンガルール、ハノイ、香港、ジャカルタ、クアラルンプール、マニラ、メルボルン、ムンバイ、ニューデリー、大阪、ソウル、上海、シンガポール、シドニー、台北、東京を含む）にてサービスを提供しています。

Deloitte（デロイト）は、最先端のプロフェッショナルサービスを、Fortune Global 500®の約9割の企業や多数のプライベート（非公開）企業を含むクライアントに提供しています。デロイトは、資本市場に対する社会的な信頼を高め、クライアントの変革と繁栄を促進することで、計測可能で継続性のある成果をもたらすプロフェッショナルの集団です。デロイトは、創設以来180年の歴史を有し、150を超える国・地域にわたって活動を展開しています。“Making an impact that matters”をパーパス（存在理由）として標榜するデロイトの約46万人の人材の活動の詳細については、[www.deloitte.com](http://www.deloitte.com)をご覧ください。



IS 669126 / ISO 27001



BCMS 764479 / ISO 22301

IS/BCMSそれぞれの認証範囲はこちらをご覧ください

<https://www.bsigroup.com/clientDirectory>

Member of  
Deloitte Touche Tohmatsu Limited