



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・全国版)

最終報告書

アクセントチャ株式会社
令和8年3月23日

accenture[>]strategy



目次

1. エグゼクティブサマリ…P4～
2. GFPを取り巻く新たな輸出課題の情報収集・抽出・分析…P16～
3. 輸出診断自動化に向けた各種検討…P35～
4. 輸出支援サービスラボ…P37～
5. GFP菓子輸出意見交換会…P39～
6. フラッグシップ輸出産地有識者会議…P50～
7. GFP青果物輸出意見交換会…P52～
8. GFP相談ブース出展…P57～
9. GFP Food Tasting Utage（大阪関西万博連動試食会）…P79～
10. GFP輸出産地セミナー～新技術を活用した輸出産地の未来…P91～
11. GFP超会議～輸出×地方創生の最前線…P97～
12. GFP×農業女子×4Hクラブ輸出セミナー…P110～
13. GFP×GIセミナー…P116～
14. 長崎県立大学（GFPメンバー）との輸出勉強会…P121～
15. AFJ輸出講座での登壇・事業者アドバイス…P123～

エグゼクティブサマリ

年度スケジュール

R7年度											
2025 4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2026 1月	2月	3月
	● 5/6~5/9 : GFP Food Tasting "UTAGE"		● 7/9~7/11 : "日本の食品"輸出 EXPO2025 GFPブース出展・講演		● 9/17~9/18 東アジア輸出 食品飲料展 ・ 第11回 九州アグ ロイノベーション / 第7回 Hospitality & Food Week in 九州・沖縄 (湯布院きのこ 村)	● 10/16~10/18 : FOOD JAPAN (シンガポール) への出 展支援・マッチング支援	● 11/20 : GFPコメ・コメ 加工品輸出 意見交換会	● 12/3~12/5 : "日本の食品"輸出 EXPO(WINTER) 2025GFPブース			● 3/2~3/5 : マレーシアバイヤー の鳥取県招聘
	● 5/19 : 鳥取銀行・境港水産 チーム 勉強会		● 7/14 : 青果物輸出ネク ストマーケットセミナー& マッ チング(ブリッジ新潟)		● 8/20~8/21 : アグリフードEXPO GFP相談ブース	● 10/20 : 長崎県立大学 (GFPメンバー) との輸出勉強会	● 11/27 : GFP菓子輸出 意見交換会	● 12/18 : フラッグシップ輸出 産地有識者会議			● 3/11 : GFP超会議・ FOODEX連動海外 バイヤー試食商談会
		● 6/23 : GFP×農業女子×4H クラブ 輸出セミナー			● 9/24 : GFP×GIセミナー	● 10/21 : AFJ輸出講座 での登壇					
		● 6/30~ : 輸出サービスラボ			● 9/25~9/26 : FOOD STYLE Japan GFP相談ブース				● 1/30 : GFP青果物輸出 意見交換会	● 2/24 : 輸出産地セミナー	

| GFPの取組実績（概要）

取組（Output）

内容

輸出コミュニティ

- GFPコミュニティ：**11,301社**
- 輸出診断：**129件**
- 訪問診断：**11件**
- ビジネスパートナー登録数：**287社**

- 継続的な情報発信・直接的な声掛けを通じて、輸出コミュニティ・ビジネスパートナー登録数は継続拡大中
- 輸出診断の自動化に向けた検討に注力

コラボレーション・輸出チームづくり

- オンラインマッチング：**45件**
- ビジネスパートナーマッチング・アドホックマッチング：**135件**

- これまでに構築したネットワークを生かしバイヤーと事業者を短期間でマッチング、多数のオンライン商談を設定
- 輸出課題の解決を目的としたマッチング(輸出支援サービスラボ含む)を実施

輸出イノベーション

- 新テーマでの輸出セミナー・交流会：**8件**

- 最新の輸出テーマを捉えつつ、フラッグシップ輸出産地等輸出意欲の高い生産者・商社の登壇・ワークショップ等を通じた情報発信・ネットワーキングを核としたイベント開催

輸出課題検討

- 品目別輸出意見交換会：**3件**
- 米国相互関税影響調査、コメ輸出拡大検討、インバウンド連携検討、航空貨物に関する爆発物検査強化調査等

- 輸出に関する重要テーマや最新トレンドに関する調査、取りまとめを随時実施

情報発信

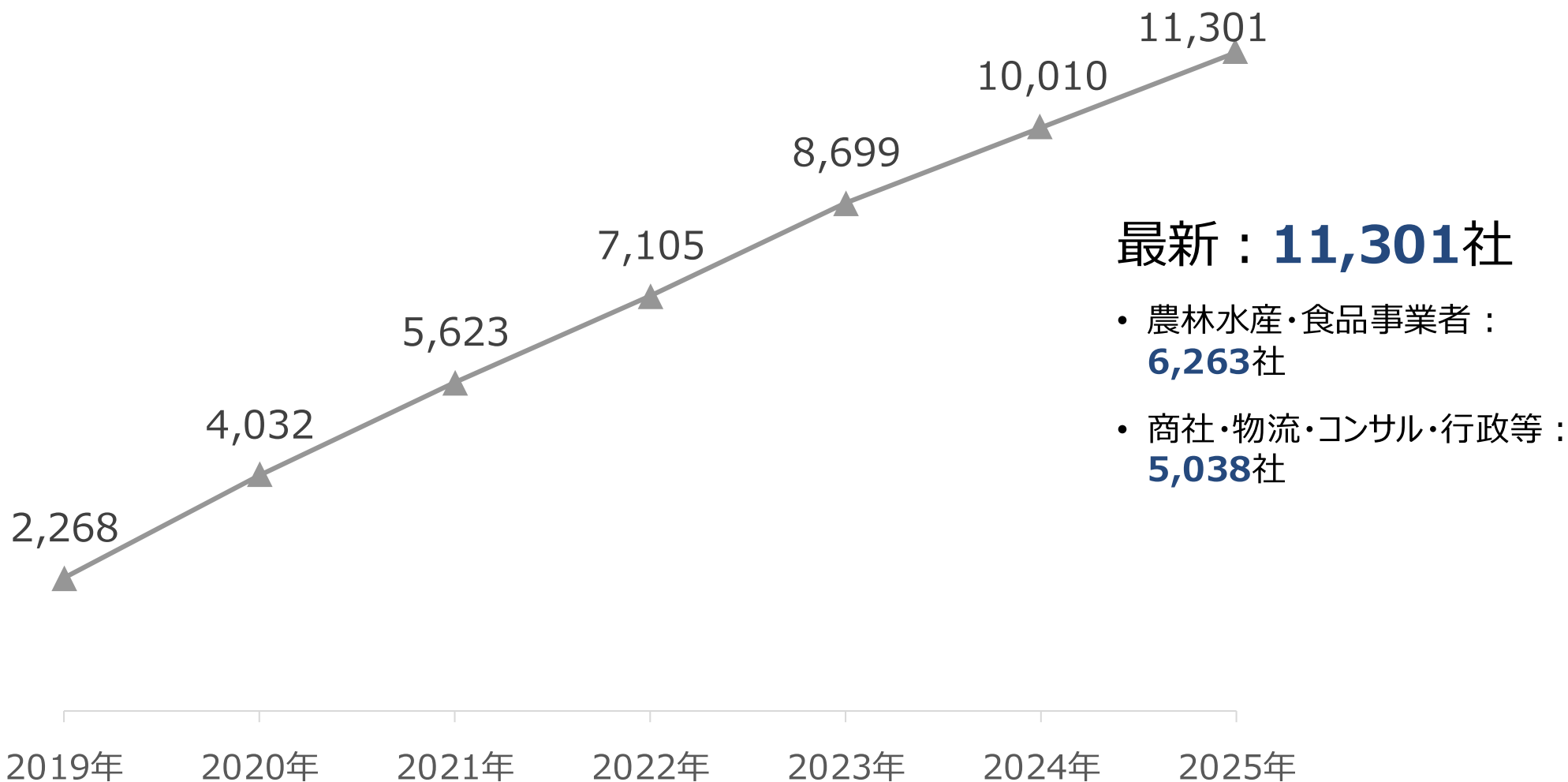
- GFP優良事例集：**5件**
- SNS活用によるイベント・情報発信

- GFPのサポートを活用し輸出を拡大させた事業者の取組を選定し、GFP優良事例集を作成
- GFP会員向けにメルマガやFacebook等を通じて輸出関連イベントや補助事業の案内を実施。

GFPの登録状況

2018年8月のGFP発足以降、全国の輸出意欲の高い事業者の皆様にご登録頂き、2024年12月に節目の1万社に到達。その後も順調に拡大を継続している。

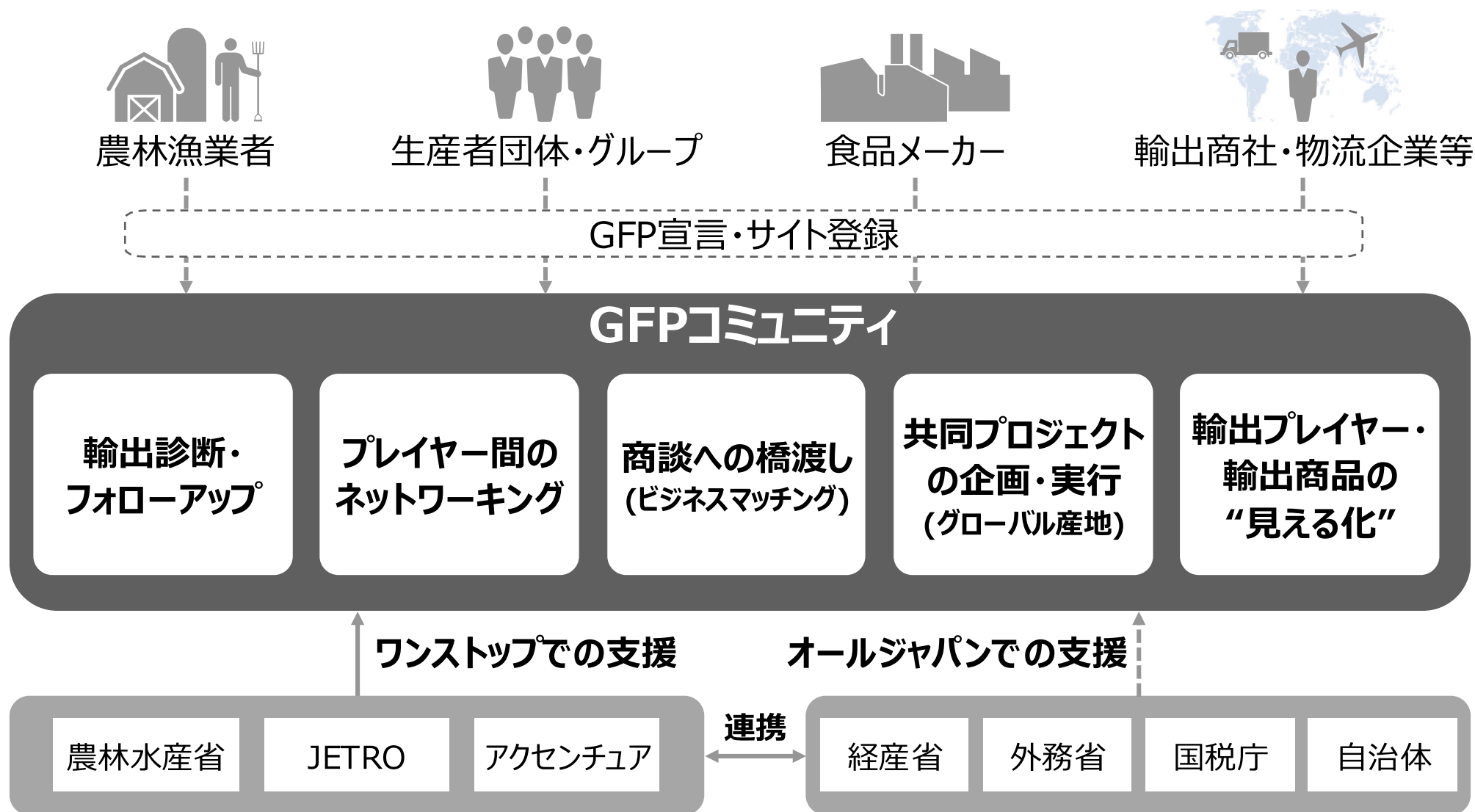
登録件数の推移



※各年の年末時点の登録数
※最新：2026年3月6日時点

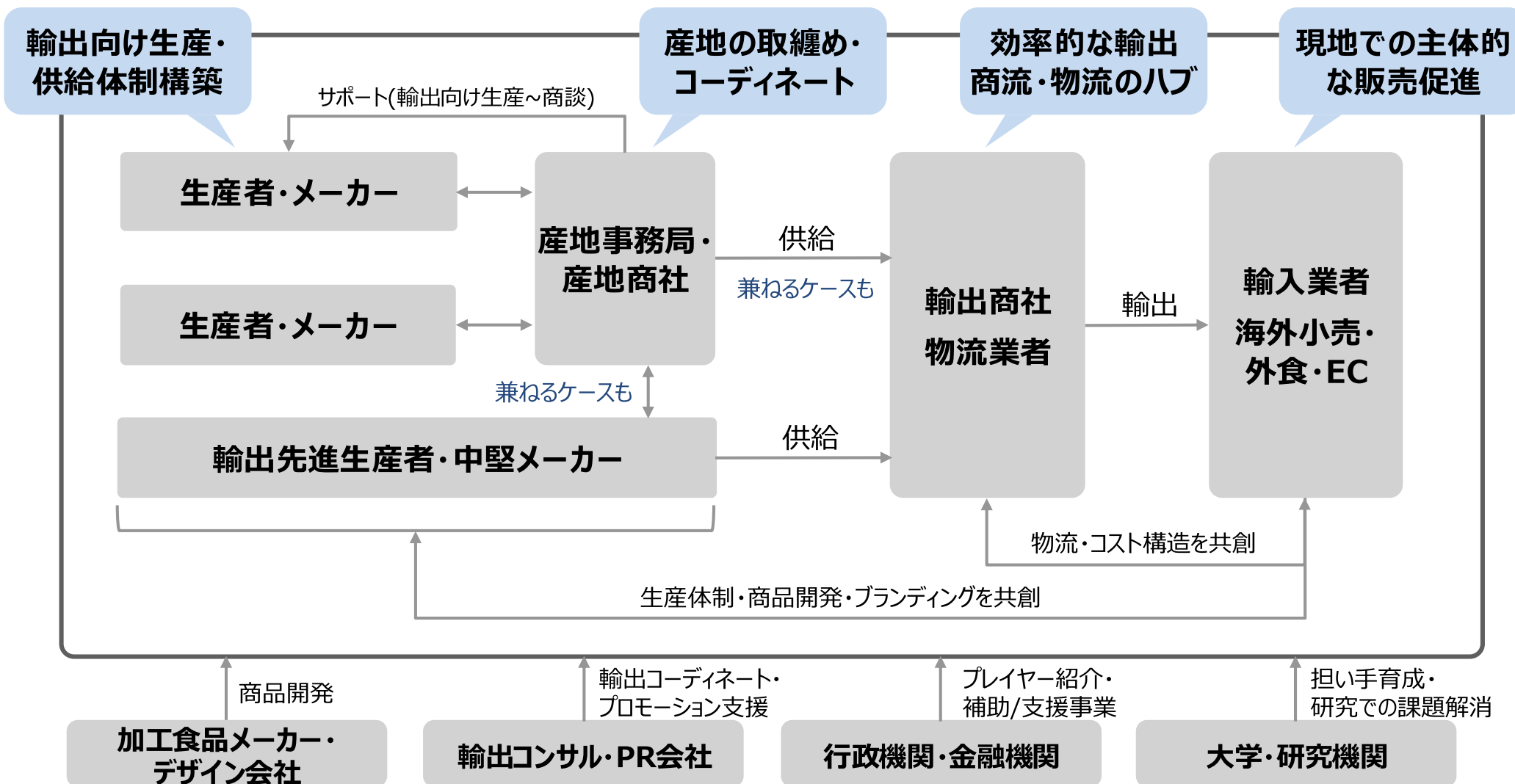
GFPの取組全体像

2018年8月の立上から一気通貫でご支援させて頂き、従来の手法にとらわれない取組を通じて登録者からは高い評価を頂き、GFPコミュニティは継続的に拡大。



GFPで組成を目指す“輸出チームづくり”とは

輸出商社・海外バイヤーを含めた輸出サプライチェーン一貫でのワンチームを組成し、複数品目/大口提案・商流/物流の共創を図る。“餅は餅屋”での専門家の巻き込み・知見の共有等もポイント(輸出は求められる知見が広範)。



GFPが担うべき役割の進化 ~GFP3.0

5兆円達成に向けては、輸出事業計画の実行・特に“一歩目”となるテスト輸出の成功まで伴走しつつ、現地での大口販路の開拓・輸出の担い手育成等もポイントとなる。



GFPが担うべき役割の進化 ~GFP3.0の取組コンセプト

関連する政策とも連動しつつ、生産～海外販売までの“end-to-end”で、持続的な輸出拡大を実現できる一気通貫での仕組みづくりが重要。

生産

若い輸出の担い手育成

- 事業者の熟度・規模に応じた支援・先進事例・取組の横展開
- 2～3代目の若手輸出農家・輸出ベンチャーの創出・育成
- 大学・農業高校からのインターン受け入れの仕組化
- 農業女子とのコラボレーション

SDGs

- フードテック/オーガニック
- アニマルウェルフェア
- トレーサビリティ

流通

海外ローカル販路開拓

- 現地系の大手小売・外食チェーン向けの提案・商談機会の強化（“**選択と集中**”）
- 現地で販路開拓を担えるパートナー（輸入卸・コンサル等）の掘り起こし・連携

※ 日系チャネルの開拓はこれまでの取組で概ね達成

流通インフラ活用

- 卸売市場の輸出拠点化
- 地方港湾・空港の活用
- 国内鉄道の輸送活用

海外販売

end-to-endの出口確保

- 小売棚・EC・ライブコマース等具体的な輸出の出口をGFPで整備・保有
- GFP事業者が“輸出の一步目”を確実に踏み出してPDCAを回せる仕組み
- 品目団体と連携した販売促進

インバウンド

- 産地の魅力とセット発信
- 食のインバウンド・MICE
- 海外バイヤー・学生の受入

輸出 × 関連政策

GFP3.0に向けた課題認識・対応策

現状認識

GFP3.0への要請

GFP登録数10,000達成
輸出事業計画の策定進行
意欲の高い事業者の重点支援

エリア別の
GFPコミュニティ・
伴走機能強化

- “オールジャパン”の軸は重視しつつ、地域毎に輸出産地・地域商社・コンサル等を含むコミュニティを形成強化
- 本部と連携しつつ、各地域で計画実行、マッチングのフォローアップ・商品のブラッシュアップ・共同PJTを行える体制が必要
- ポテンシャルのある生産者・メーカーの掘り起こしを強化

輸出額1兆円達成
→5兆円に目線移す段階

持続的な
輸出の担い手
創出・育成

- 若年層を中心に将来的な輸出の担い手を持続的に創出・育成する仕組みが必要
- 輸出ベンチャーの創発・ネットワーキングの構築、大学生/高校生が輸出を体験して、輸出の担い手を目指せる環境が必要

有力商社・日系
海外バイヤーとのマッチング
1,000件達成

ローカルチャネル
開拓に資する
マッチング強化

- 5兆円に向けては大ロット輸出が期待できる海外チャネル（主に現地ローカル）の掘り起こしが必要
- デジタル活用(EC等)・テスト輸出等を通じた輸出に直結するマッチング機会の提供(海外の卸売市場・加工品メーカーへの原料供給の可能性も検討)

多くのGFPメンバーのニーズに
応えるセミナー・輸出塾
(全国での輸出機運向上)

重要テーマに
フォーカスした
イベント企画

- 5兆円に向けた重要テーマ：DX、ベンチャー、女性活躍、ポテンシャル国、輸出物流等にフォーカスして、ネクストアクションに直結するイベントが必要
- 加工品部会・輸出支援PF・農業女子・みどりの戦略・サケコンソ等の他施策/他PFとの横連携も重要

全国版GFPに求められる役割・ミッション

全国版GFPが司令塔となり、全体の方向性・支援スキームを地方版GFPに提供・横串調整しつつ、地方版GFPではきめ細かなプレイヤー掘り起こし・取組を実践する分担。

全国版GFP

- 日本/世界を俯瞰した輸出戦略の策定・司令塔機能(重点品目の選択・産地形成の方向性・輸出物流ルート等)
- 輸出人材の継続的な育成を通じた全国的な裾野拡大
- 新規輸出テーマ・トレンドに関する情報収集・啓蒙(SDGs・DX等のテーマ・ネクストマーケット開拓等)
- 全国の輸出を支える仕組み・先進事例/モデルづくり(GFPサイト・インターン・コラボ機会・優良事例等)
- 全国規模での輸出産地連携&調達を行う大ロット輸出ネットワーク構築の支援(PPIH・九直販等)
- 輸出規制対応に向けた情報収集・担当課との連携
- オールジャパンでの輸出関連機関との横連携(海外輸出支援PF・品目団体・農水省各課・自治体等)
- 輸出専門家：ビジネスパートナーの集積・マッチングハブ
- 輸出の魅力発信・広報(SNS・GFPアンバサダー等)

“輸出の司令塔・尖兵隊”

地方版GFP(農政局・都道府県)

- 新規輸出プレイヤーの掘り起こし
- 地域商社と連携した輸出チームづくり
- 戦略的な地方港湾・空港の活用(本省で議論する全体戦略と整合)
- きめ細かな輸出産地づくりに関する伴走支援
- 地域のブランド・魅力の定義・PR
- 地域単位での海外プロモーション・販路開拓
- 商社・海外バイヤーの産地招聘

“地域単位での輸出チーム”

方向性
取組テーマ
先進モデル
支援スキーム
輸出専門家

取組計画
取組結果
課題相談

(参考) JETRO事業との性質の違い

GFPメンバー間のマッチング・コラボレーション創出に主眼を置き、個々の登録事業者へのきめ細かなフォローアップを行う点で取組の特徴が異なる。



JETRO

コラボレーション・ネットワーキング重視
“選択と集中”によるきめ細かなサポート

個社支援中心・公平性を重視した
受動的なサポート

前提

- ・ 輸出に意欲のある事業者から構成されるコミュニティ
- ・ 事業者間のマッチング・コラボレーションを農林水産省がお膳立て

- ・ 食品に限らず中小企業の海外展開をJETROが広くサポート
- ・ サポートを受ける事業者同士の結びつきは希薄

支援の スタンス

- ・ 結果を出しうる事業者に“選択と集中”によるサポート

- ・ 公的機関として熟度に関わらず、多くの事業者に対して公平・公益性の高いサポート(多種多様な支援メニュー)

イベントの 特徴

- ・ 参加者数に上限を設けた上で事前の要望把握・事前マッチングを実施
- ・ 終了後も参加者に対するフォローアップをきめ細やかに実施

- ・ イベントの回数・大規模化を重視
- ・ 多くの参加者との出会いの場になる一方で個社へのきめ細やかなフォローアップは未対応

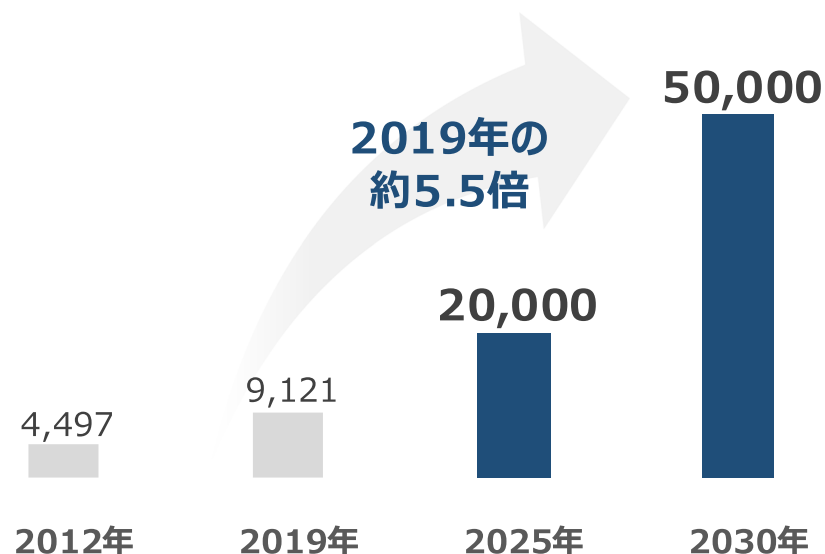
(参考) 政府成長戦略からの要請

2030年：輸出額5兆円の達成がKPIとして設定され、GFPに関しては優良事例の発信を行うことが要請された。

目指すべき姿

- 農林漁業従事者の減少による人手不足に加え、新型コロナウイルスによる新しい国際環境へ適応し、国内の人口減少下においても、農林水産業の維持・発展を実現
- 農林水産業の国際的な競争力と食料安全保障を強化

輸出額KPI (単位：億円)



出所：成長戦略フォローアップ

「輸出の促進」に関する対応の方向性

事業者の支援

- 「農林水産物・食品輸出プロジェクト」(GFP)の優良事例を発信
- 2020年にコメの輸出戦略を策定。新たな需要開拓の取組を推進
- 日本産酒類の海外向けブランド化や酒蔵ツーリズムのモデル事例の構築等、及びユネスコ無形文化遺産の登録を視野に入れた調査
- 食産業の海外展開と輸出拡大に資する多様なビジネスモデルの創出に向けたビジネスの可能性調査や企業コンソーシアムを形成

国内環境の整備

- 各種輸出証明書の申請及び交付をワンストップで行えるシステムにおいて、2021年度までに全ての輸出証明書を受付可能に拡大
- 2021年度までに生鮮魚介類鮮度評価法のJASを制定
- コールドチェーンの確保、加工食品の海外規制への対応、日本食品海外プロモーションセンター(JFOOD)市場調査等の推進

輸出先国との協議

- 海外の食品安全等の規制に対し、規制の緩和・撤廃に向けた輸出先国・地域との協議や、輸出先国・地域の基準に適合した施設の認定の加速化
- 食産業の海外展開と輸出拡大に資する多様なビジネスモデルの創出の促進に向けた2国間政策対話等へ取り組む

GFPを取り巻く新たな輸出課題の 情報収集・抽出・分析

| GFPを取り巻く新たな輸出課題の情報収集・抽出・分析 ～輸出額5兆円に向けた課題認識

- 2兆円達成は射程圏(前提：米国維持 & 中国復調)だが、国内の生産トレンド的には、5兆円達成は厳しい見込みであり、インバウンド消費 & 現地生産(輸出裨益効果)&知財輸出を含めた**KPIの再考**が必要ではないか
- GFPコミュニティは登録者1.1万社に到達する中で、設立の原点である“**意思あるプレイヤー**”・“**選択と集中**”での支援に立ち戻るべきタイミング
 - 5兆円輸出を牽引する生産者・メーカーは、“**中堅企業**(大規模生産法人・中堅加工食品メーカー)”であり、地域の取りまとめ役・地方創生を担うグローバルファーマーに育成
 - 輸出を柱に据えつつ(**輸出割合20%+**)、気候変動に伴う**生産体系/品種見直し**・生産者ブランド確立・新技術活用・M&A・事業多角化(加工品・観光農園・農泊)等がテーマ
- 輸出先国・品目の多角化・プレイヤーの多様化が進む中、輸出の司令塔機能として**戦略的・プロアクティブ**に“選択と集中(誰と組むべきか含む)”の**予算活用方針**を、品目団体・JFOODO等の関係機関・各種補助事業へ落とし込んでいくことも必要 (**後述参照**)
- **コメ輸出**は、増産政策と並行した出口確保として優先度の高い品目と想定。**ターゲットコスト構造**の設計・おにぎりをはじめとする日本米の強みが活きる**メニュー・食文化普及**が必要

| GFPを取り巻く新たな輸出課題の情報収集・抽出・分析 ～輸出額5兆円に向けた課題認識

- 川下の流通・販売を5兆円規模にスケールさせるためには、大手企業の巻き込みが必要。既に連携している大手小売だけでなく、**大手外食チェーン・大手総合商社**(これまで輸出関与小)・**大手異業種**との輸出連携を個別に具体検討すべき
- 継続的に取り組んでいる**現地系販路開拓**に向けては、ローカルネットワークに入り込むことが必要であり、輸出支援PFと連携しつつ、**ローカル/外国人の輸出パートナー**との関係性構築を継続すべき (次頁参照)
- 中長期の目線で**若い輸出の担い手育成**(**支援側**の担い手含む)は重要であり、学生・跡継ぎ/2～3代目・スタートアップ・女性活躍等、多面的な輸出のムーブアップは継続する
 - 農業経営大学校・農林大学校・大学等での輸出講演も多数蓄積
- 輸出・インバウンド・現地生産の政策推進に関しては、担い手となるプレイヤーが重なることに加え、切れ目のない取組・支援が重要であり、縦割りを排除した**省内の司令塔機能**が重要
- 省内他政策との連携に関しては、海外市場を睨んだ商品開発が有望と考えており、**LFP**(地域食品産業連携プロジェクト)との連携可能性を模索していきたい

GFPを取り巻く新たな輸出課題の情報収集・抽出・分析 ～近年のGFP重点取組テーマ

コアバリュー	重点テーマ	概要
輸出 コミュニティ	輸出産地 形成	・大規模輸出産地形成に向けたチームづくり・補助事業への橋渡し ・フラッグシップ輸出産地の認定→人材育成・海外バイヤー招聘
	自治体 連携	・都道府県・市町村と連携した地方でのGFPコミュニティづくり ・地域特性に根差したきめ細かな輸出支援の仕組みづくり
コラボレーション 創出・ 輸出チームづくり	非日系 販路開拓	・更なる輸出拡大に向けて、非日系販路開拓に向けたサプライヤー・輸出商社・輸入業者等でのチームづくり ・ローカルパートナーの巻込・ミドル層を狙える価格構造設計
	スタートアップ 支援	・GFPの主旨である“輸出の一步目”を踏み出せる支援を継続 ・輸出ベンチャー塾に加えて、チーム単位での伴走支援プログラム
輸出 イノベーション	ネクスト マーケット	・中国・香港に代わるネクストマーケット開拓を継続 ・ASEAN・EU・北米に加え、今年度はインド・豪州開拓も着手
	他領域との “かけ算”	・輸出と親和性のある省内他領域・政策とのコラボ取組を推進 ※みどり戦略、知の集積、農業女子、GFVC、産学官連携

| GFPを取り巻く新たな輸出課題の情報収集・抽出・分析 ~今年度のGFP重点取組テーマ

万博での食トレンド発信・ GFPブランディング

- 5/6～9で全国のGFPメンバー46社と共同出展(能率協会連携)
- 「Japanese Healthy」・「Yatai Foods」・「Local Foods」の食トレンドをインバウンド客向けに発信

地方創生2.0への貢献

- 地域単位での輸出伴走支援・輸出勉強会等を多数実施
- 水産チーム・農業者チーム・農業女子チーム等

若手・女性プレイヤー・ スタートアップ連携

- 農業女子・4Hメンバー向けの輸出セミナー・伴走支援を継続実施
- 輸出EXPO出展(若手中心)・スタートアップの輸出支援サービスを配信

米国相互関税への対策

- 4月の相互関税発表後、問い合わせ窓口設置・影響の情報収集を継続
- 現地系販路・中部開拓含めて米国向け輸出は重点サポート

GFPを取り巻く新たな輸出課題の情報収集・抽出・分析 ～輸出有望先国

5兆円達成に向けては、米国・中国市場の開拓が不可欠であり、次いでASEAN・中東をはじめとする成長市場の取り込みが必要で、予算を優先的に配分すべき。



GFPを取り巻く新たな輸出課題の情報収集・抽出・分析 ～輸出有望品目（一次産品・酒類）
海外バイヤーからのニーズが高い産品は以下の通りだが、いずれも生産・供給サイドの不安定さがネックとなっており、輸出産地づくりが急務。

- 抹茶・煎茶(粉末緑茶中心)
- 畜産物：和牛・交雑種・豚肉(規制緩和が前提)・乳製品(アイス・粉ミルク等)
- 水産物：ブリ・ホタテ・マグロ・うなぎ・真珠・陸上養殖(サーモン等)
- 青果物：桃・いちご・ゆず・かんしょ・メロン・B品/規格外品(業務用)
- コメ・コメ加工品(米菓・冷凍米飯・冷凍寿司)
- 日本酒・ウィスキー・梅酒・フレーバー焼酎

GFPを取り巻く新たな輸出課題の情報収集・抽出・分析 ～輸出有望品目（加工食品）

差別化できる 技術・カテゴリー

- ごま油、ソフトグミ、米菓、ラムネ、アイス、冷凍スイーツ
 - ポン酢、液状/粉末味噌
 - うどん、生麺
 - チョコレート（生チョコ等）
-

現地生産品に 日本産付加価値

- 醤油（ストーリー性・ゆず・刺身用等）
 - マヨネーズ（日本的な味付け等）
 - 茶系飲料（無糖緑茶等）
-

日本らしさ （+ローカライズ）

- どらやき（抹茶・クリーム味含む）
 - 餅スイーツ・大福等
-

日本食に 紐づく加工食品 （かつ海外産との 差別化可）

- すし商材（油揚げ・水産・コメ・つまもの等）、冷凍寿司
- ラーメン商材（麺・スープ）
- お好みソース、カレー、おでん商材

| GFPを取り巻く新たな輸出課題の情報収集・抽出・分析 ～輸出有望品目（加工食品）

“時短”食品

- 小売用冷凍食品（餃子・惣菜系・ピザ・パン等）
 - 業務用半製品（クイック解凍＋店で最終調理）
-

日本的な 健康志向食品

- 発酵食品・大豆加工品（納豆・味噌・こうじ等）
 - ヴィーガンラーメン
-

日本的 フレーバー食品

- 抹茶×〇〇、ゆず×〇〇、わさび×〇〇
 - 北海道原料×〇〇（菓子・スイーツ等）
-

青果物 加工品

- 青果×菓子・チップス・ペースト・ピューレ・ジュース・スイーツ
（青果販売棚で青果物とのセット販売が有望）

GFPを取り巻く新たな輸出課題の情報収集・抽出・分析 ～輸出有望品目（加工食品）

高品質の ジャパンブランド

- ギフト用食品（春節等）
 - ベビー向け食品
-

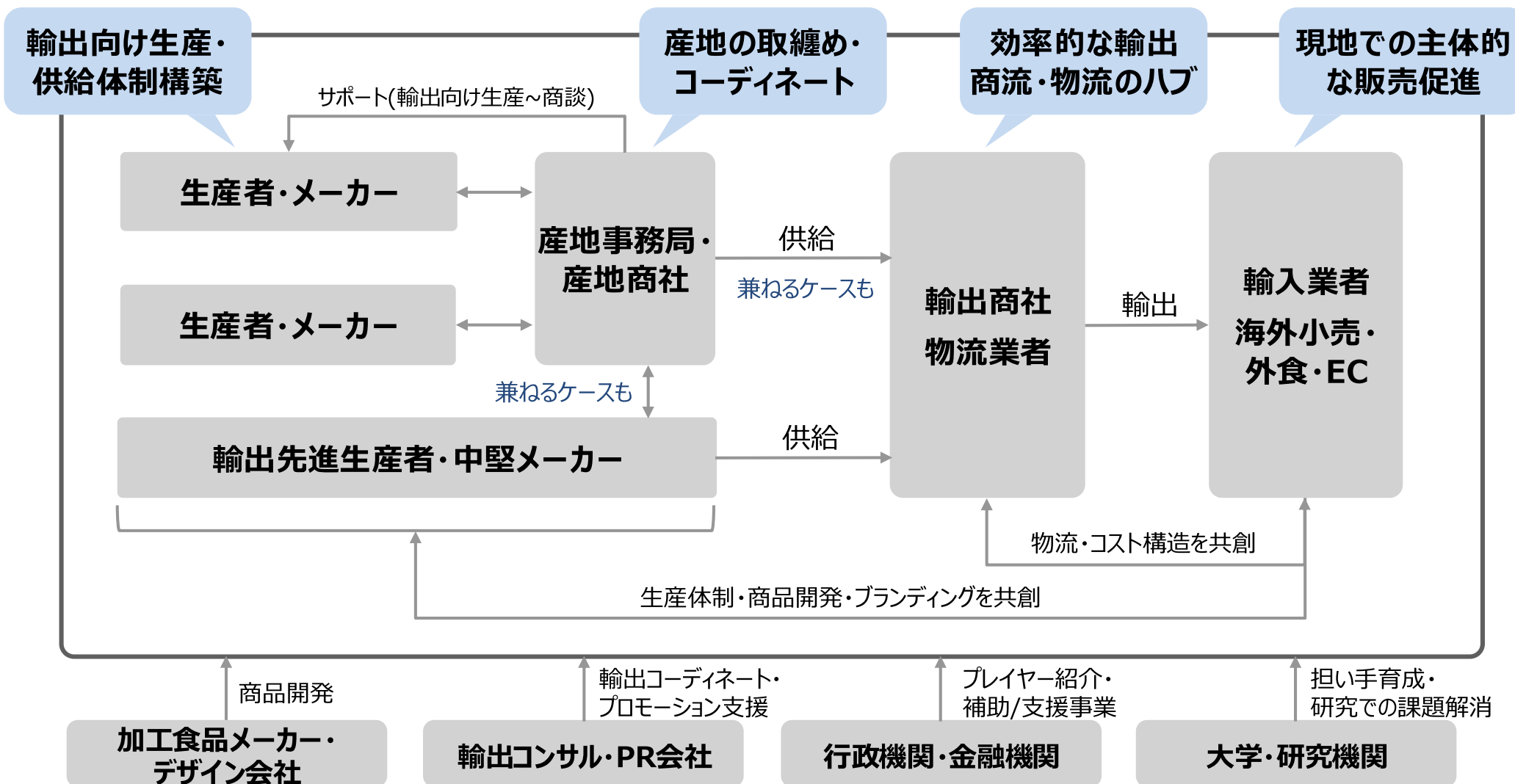
国内で人気/ 有名な食品

- 国内の著名な土産菓子
 - メーカーの国内で著名なNB商品
-

クールジャパン コラボレーション

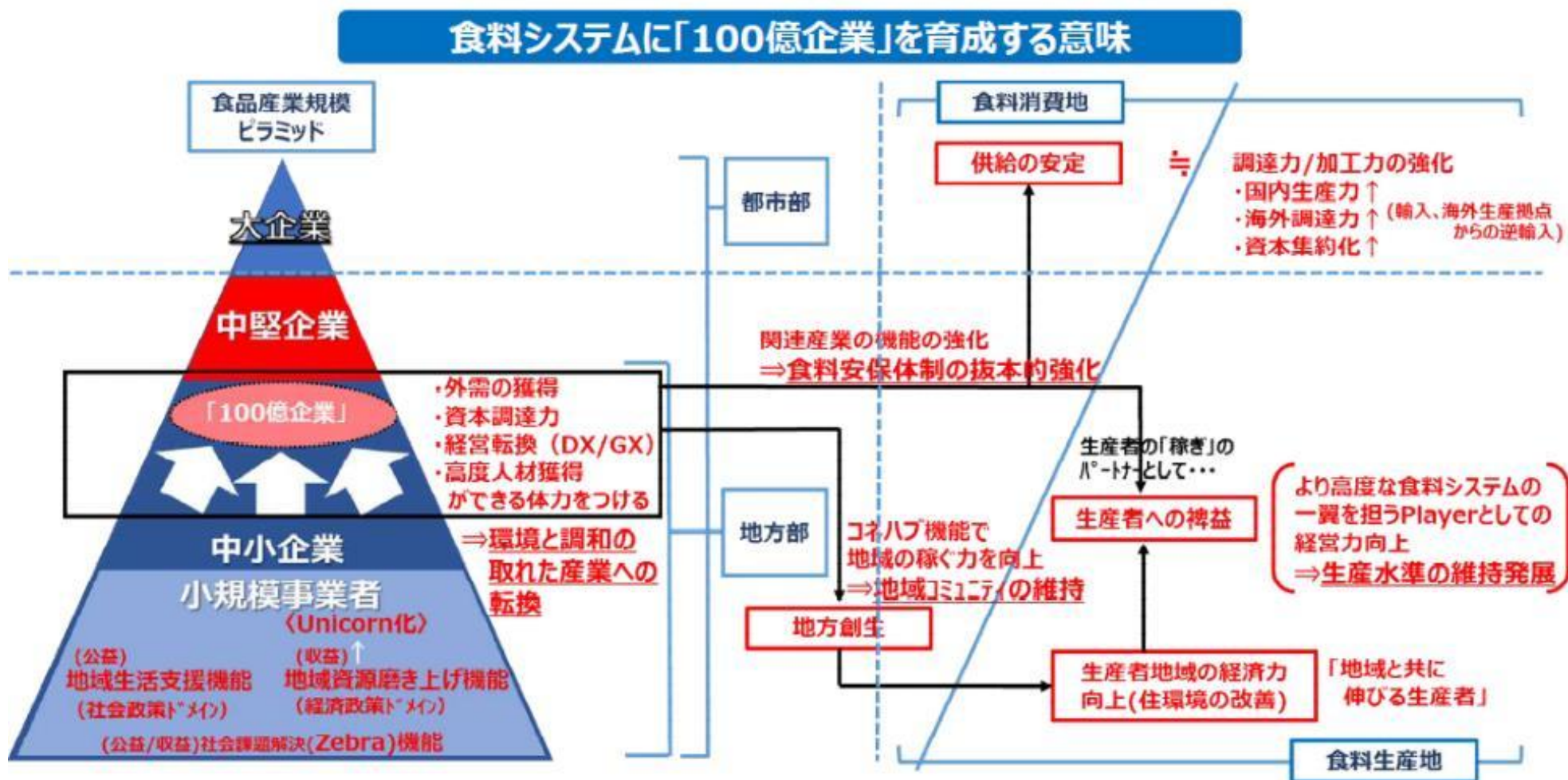
- 人気アニメ・ゆるキャラとのコラボ食品

GFPを取り巻く新たな輸出課題の情報収集・抽出・分析 ～GFPが目指す“輸出チームづくり”とは
 輸出商社・海外バイヤーを含めた輸出サプライチェーン一貫でのワンチームを組成し、複数品目/大口提案・商流/物流の共創を図る。“餅は餅屋”での専門家の巻き込み・知見の共有等もポイント(輸出は求められる知見が広範)。



GFPを取り巻く新たな輸出課題の情報収集・抽出・分析 ~“中堅企業”への重点支援

日本全体で中堅企業支援の議論が進む中で、輸出に関しても、大企業は現地生産に移行・中小企業は大ロット輸出が難しいため、中堅企業の支援を強化する必要がある。



GFPを取り巻く新たな輸出課題の情報収集・抽出・分析 ～輸出×インバウンド

インバウンドと輸出を連携した取組を行う地域単位でのチーム・仕組みづくりが重要。一気通貫でインバウンドに“食”をインストールし、日本食・日本産品・地域のロイヤルカスタマーを育成・囲い込むことがポイント。

訪日前

食品とインバウンド プロモーションの連動・ 日本の認知度向上

- 旅行会社・日系交通会社等と連携したプロモーション
- 富裕層顧客を有するトラベルデザイナーとの連携
- インフルエンサー活用・SNSでの日本の食の魅力発信
- ライブコマースの実施

日本への興味を喚起
インバウンド客増加

訪日中

食を軸とした“コト体験”・ 日本ファン化

- 収穫→喫食の動線設計
- 手作り体験した工芸品・歴史的建造物での喫食
- 県内のホテル・旅館と連携したメニュー開発・提供
- コンシェルジュ等と連携したインバウンド対応店送客

産品・食文化・自然の
魅力体感・ファン拡大

帰国時

戦略的な土産輸出・ リレーション構築

- 各国訪日客のニーズを踏まえた土産提案・言語対応
- 空港内での購買動線設計
- 継続アプローチ可能なリレーション構築（SNSコミュニティ構築）
- 長く使えるグッズ提供・SNS投稿を促すことでの記憶定着

日本産品の
土産輸出拡大

帰国後

リピート購入の設計・ ロイヤルカスタマー化

- EC等を整備し現地での購入障壁を低減・リピート購入
- 海外での日本アンバサダー店舗への送客
- ファンコミュニティとして囲い込み、ロイヤルカスタマー化
- SNS・HP等で継続アプローチ・クロスセル提案

日本産品の
輸出拡大

GFPを取り巻く新たな輸出課題の情報収集・抽出・分析 ～輸出×インバウンドの流れ

地方創生を図る上で、輸出とインバウンドは親和性が高く、一体的に取り組むべきものであり、地域単位でのチーム・仕組みづくりが重要。一気通貫でインバウンドに“食”をインストールし、日本産品・地域のロイヤルカスタマーを育成・囲い込むことがポイント。

訪日前

食品とインバウンド プロモーションの連動・ 日本の認知度向上

- 旅行会社・日系交通会社等と連携したプロモーション
- 富裕層顧客を有するトラベルデザイナーとの連携
- インフルエンサー活用・SNSでの日本の食の魅力発信
- ライブコマースの実施

日本への興味を喚起
インバウンド客増加

訪日中

食を軸とした“コト体験”・ 日本ファン化

- 収穫→喫食の動線設計
- 手作り体験した工芸品・歴史的建造物での喫食
- 県内のホテル・旅館と連携したメニュー開発・提供
- コンシェルジュ等と連携したインバウンド対応店送客

産品・食文化・自然の
魅力体感・ファン拡大

帰国時

戦略的な土産輸出・ リレーション構築

- 各国訪日客のニーズを踏まえた土産提案・言語対応
- 空港内での購買動線設計
- 継続アプローチ可能なリレーション構築（SNSコミュニティ構築）
- 長く使えるグッズ提供・SNS投稿を促すことでの記憶定着

日本産品の
土産輸出拡大

帰国後

リピート購入の設計・ ロイヤルカスタマー化

- EC等を整備し現地での購入障壁を低減・リピート購入
- 海外での日本アンバサダー店舗への送客
- ファンコミュニティとして囲い込み、ロイヤルカスタマー化
- SNS・HP等で継続アプローチ・クロスセル提案

日本産品の
輸出拡大

GFPを取り巻く新たな輸出課題の情報収集・抽出・分析 ～輸出×インバウンドの流れ

輸出とインバウンドは親和性が高く、特に関西万博の開催を契機としてインバウンド客増加が想定される中、輸出×インバウンドの仕組みづくりを検討すべき。

- ① 訪日外国人の土産輸出→帰国後EC/小売/外食リピートの仕組み
- ② 帰国後の地域/品目ファンコミュニティ形成→購買に繋げる仕組みづくり（グループバイ等）
- ③ 海外で日本食/日本産品のプロモーション→当該地域へのインバウンド誘客
- ④ インフルエンサー/ライバー招聘→ライブコマース・現地プロモーション→インバウンドに繋げる
- ⑤ 空港内/機内での日本産品プロモーション・販売→土産輸出→帰国後リピート
- ⑥ 個別トレンド取組：関西等市場でのインバウンド客誘客、耕作放棄地のオーナー制度、農泊ツアー、ガストロノミーツアー

GFPを取り巻く新たな輸出課題の情報収集・抽出・分析 ～輸出×インバウンドの取組のパターン

地域資源に合わせて下記を組み合わせて取組を進めるケースが多い。

- インバウンド向け観光農園（いちごで特にさかん）
- 農地・樹木の外国人によるオーナー制度（みかん・りんご等）
- 海外インフルエンサー・有名シェフ/バイヤーの招聘→SNS発信
- 地域のレストラン・ホテルとの連携・地域産品/郷土料理の外国人向けプロモーション
- 東京等都市部のインバウンド客が多いレストラン・有名シェフと連携した外国人向けプロモーション
- 海外ライバーの招聘・地域からのライブコマース実施
- 海外の自宅へ届けることを前提としたECの構築・インバウンド時の案内
- 国内外で当該生産者・メーカーの産品が売っている店舗の整理・誘導
- インバウンド客が多い小売・ドラッグストア等での食品プロモーション

GFPを取り巻く新たな輸出課題の情報収集・抽出・分析 ～輸出×インバウンドの取組のパターン

地域資源に合わせて下記を組み合わせて取組を進めるケースが多い。

- 海外展開している外食店・小売店と連携した国内外双方の店舗を繋げるプロモーション
- 海外旅行業者・旅行ガイドの巻き込み・旅行ツアー造成
- インバウンド客向け農泊施設・農業体験/バイヤーによる買い付けとの連携
- 寄港するクルーズ船への日本産品の積み込み・船内メニュー開発・乗客が降りるタイミングでの産地ツアー・マルシェ開催
- インバウンド客・海外輸出を見据えた商品開発
- 空港での販売・機内食・ラウンジ等フライト関連での食品プロモーション

GFPを取り巻く新たな輸出課題の情報収集・抽出・分析 ～輸出上級者の支援ニーズ（1/2）

輸出上級者の支援ニーズは大枠での類型化は可能だが、個々の事業者毎に詳細・各論はバラバラ&難易度が高く、オーダーメイドでの個別支援が必要。

支援ニーズ

具体例

ネクストマーケット 開拓

- ・ 輸出未着手かつ輸出難易度の高い国の輸出に向けた、輸出商社・海外バイヤーマッチング・市場情報提供
- ・ 米国(青果)・フィリピン・インド・北欧・中東等が最近のトレンド

- ・ 青果生産者（米国・フィリピン向けマッチング）

規制対応・課題 解消フォローアップ

- ・ 規制対応・通関等の具体的なトラブルに関する担当部署との繋ぎ
- ・ 有望品目に関する規制緩和・課題解消に向けた国への要望の繋ぎ

- ・ 輸出商社（米国通関トラブル）
- ・ 輸出商社(爆発物検査対応等)

最新技術 マッチング

- ・ 最新の鮮度保持技術・冷蔵/冷凍/保管技術の紹介
- ・ スマート農業・フードテック等に関する技術・スタートアップの紹介

- ・ 輸出商社（冷凍技術マッチング）

補助事業活用 サポート

- ・ やりたいこと/やるべきことは明確な場合が多く、実行に向けて補助事業活用を目指すケースが多い
- ・ 申請書類作成・国との事前調整・実行サポートを期待

- ・ 生産者（補助活用サポート）

他県・多品目 サプライヤー/ 自治体マッチング

- ・ 普段出会うことが難しい他県/多品目の生産者・メーカーとのマッチング
- ・ 他エリアでの農地拡大に向けた自治体との繋ぎを期待

- ・ 食品メーカー（マッチング）
- ・ 輸出商社（マッチング）

GFPを取り巻く新たな輸出課題の情報収集・抽出・分析 ～輸出上級者の支援ニーズ（2/2）

輸出以外にも多様な事業展開を並行するケースが多く(輸出と親和性/関連性のある事業)、輸出に留まらない包括的な支援のニーズが高い特徴がある。

加工品開発

- 加工品開発に向けたOEM先のマッチング
 - ハードルの高い輸出品生産の過程で出る規格外品のはけ口が必要
- 工場建設に向けた専門分析・資金調達手法の紹介

M&Aサポート

- 他県を含む農地拡大・他品目展開に向けたM&Aサポート
 - M&A候補先のリストアップ・M&Aのサポート

国内販路開拓

- 国内の新規販路開拓の支援
 - 特に輸出に回せないB品等の仕向け先となる販路の紹介

観光農園化 サポート

- 果物・茶を中心に観光農園化を目指す生産者も多い特徴
- 先進事例の共有・ノウハウの共有への期待

農地拡大

- 他エリアでの農地拡大・輸出産地づくりを目指す生産者が多く、自治体・他生産者とのマッチング・農地確保の支援への期待

輸出診断自動化に向けた検討

輸出診断自動化に向けた検討 ～輸出診断自動化に係る各サービスの役割

輸出診断の自動化検討に向け、各サービスに求められる役割・アウトプット・提供形式を整理し、自動化要件の検討に活用。

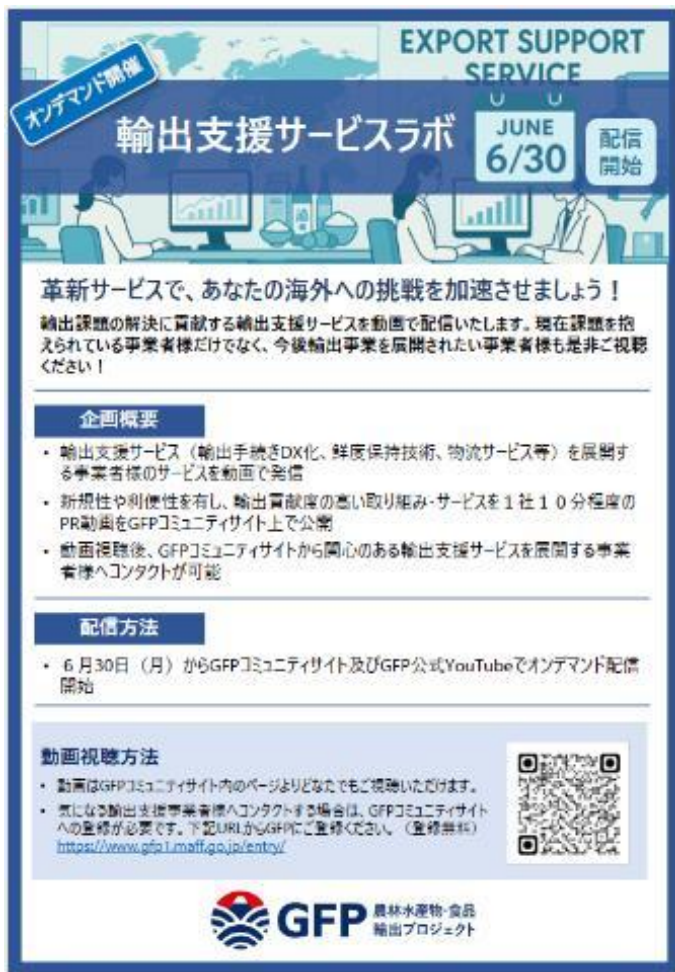
	役割	アウトプット概要	形式
自動輸出診断	- 事業者のネクストアクションへの誘導 - 輸出熟度に応じた現状の把握 - 業務効率化と負担軽減 - 情報共有の円滑化	- 一定のロジックに沿った情報 - 輸出ランクや輸出品目・国に応じた基本的なアドバイス - 主なGFPサービスの紹介 - 各課題に沿った問い合わせ先	- GFPコミュニティサイトのマイページ上で資料として自動的に出力 - 何度も利用可能
資料 動画配信 AIチャットボット	事業者自身でのスキルアップ - 個々のペースでの輸出知識の底上げ - 個々の課題に応じた必要な情報の提供	- 事業者自身が把握している明確な課題に対する情報 - 品目や国に応じたニーズや規制情報 - 先進事業者の実践例	- GFPコミュニティサイト上で各リンク先への遷移 - 用意したプロンプトを基にサイト内の生成AIと対話
輸出相談会	- 事業者自身で解決できない問題への支援 - 個別具体的な課題と対策 - 横のネットワーキング構築 - 真に輸出関心のある事業者の発掘	- 事業者自身が整理できていない課題の発掘や具体的な解決策の情報 - 個々の事業者の状況に沿った専門家からのアドバイス	- オンラインでの専門家との個別・少人数での打合せ - 農政局等は任意参加

輸出支援サービスラボ（6/30～）

輸出支援サービスラボ ～概要・配信動画一覧

輸出貢献度の高い支援サービスを展開する事業者様のサービス紹介動画を配信し、視聴者が関心のある事業者様に対してコンタクト可能な取り組みを実施した。

広報用チラシ



EXPORT SUPPORT SERVICE
JUNE 6/30 配信開始

輸出支援サービスラボ

革新サービスで、あなたの海外への挑戦を加速させましょう！
輸出課題の解決に貢献する輸出支援サービスを動画で配信いたします。現在課題を抱えている事業者様だけでなく、今後輸出事業を展開されたい事業者様も是非ご視聴ください！

企画概要

- 輸出支援サービス（輸出手続きDX化、鮮度保持技術、物流サービス等）を展開する事業者様のサービスを動画で発信
- 新規性や利便性を有し、輸出貢献度の高い取り組み・サービスを1社10分程度のPR動画をGFPコミュニティサイト上で公開
- 動画視聴後、GFPコミュニティサイトから関心のある輸出支援サービスを展開する事業者様へコンタクトが可能

配信方法

- 6月30日（月）からGFPコミュニティサイト及びGFP公式YouTubeでオンデマンド配信開始

動画視聴方法

- 動画はGFPコミュニティサイト内のページよりご視聴いただけます。
- 気になる輸出支援事業者様へコンタクトする場合は、GFPコミュニティサイトへの登録が必要です。下記URLからGFP内にご登録ください。（登録無料）
<https://www.gfp1.maff.go.jp/entry/>

GFP 農林水産物・食品輸出プロジェクト

配信動画一覧

サービス分野	配信企業	配信URL
輸出DX	クロスリーチ	https://youtu.be/dnN09fppbKg?si=NgwvWKQmd4iUj8U7
	Border Tech	https://youtu.be/O9MIGSYf6aQ?si=R8OZRMQkLA4wlvam
	KYNOVUS	https://youtu.be/l1eTDKhAqEI?si=HbPgCPIRid-f-Fsw
	WeAgri	https://youtu.be/dSu82TZGWoc?si=n4y8MZf0PX6MHPqF
	Umamill	https://youtu.be/ljLE36VrdX4?si=BCTD_ERPMJeXj4Kp
規制対応	スマシヨク	https://youtu.be/_pcNinQDquo?si=K5HYY7mskZrvC3ym
	GLOVALUTION	https://youtu.be/6tbfXfB4l1k?si=ZEXSHz6eq-SKbubP
鮮度保持 温度管理技術	住友ベークライト	https://youtu.be/nam9ejWVbGw?si=yOekGJPcpl4-Z9CG
	日立ハイテクネクサス	https://youtu.be/fY-GD5EHTI0?si=Ax_K50zST7I7T6li
	サトー	https://youtu.be/6Bb8KJEq_uE?si=L-snK4B8jqMkC3ID
物流サービス	墨谷	https://youtu.be/p82sATDDN-l?si=y6h6P24YdnVFBuOz
	日本通運	https://youtu.be/5Tb-0GHI6T8?si=ZCIVZyP07HIKpFoP
現地販売支援	日本貿易振興機構	https://youtu.be/Ve3XwhNxQ5g?si=BdrNoHHuKfUEa2AW
	International Taste Institute	https://youtu.be/cEjt-9E46f0?si=r19fxJDuk0lQnXHk
	Resobox	https://youtu.be/HLPWGYroVbM?si=n8KAPzkG2DKKl3eV
貿易保険	日本貿易保険	https://youtu.be/wztrmEF1-FY?si=zx_DiXrjF9XrFe4z

GFP菓子輸出意見交換会（11/27）

GFP菓子輸出意見交換会 ～議論内容

菓子輸出を牽引する菓子メーカー4社と、菓子輸出の拡大に向けて米国輸出を中心に現状・課題認識を議論。

- 相互関税を踏まえた米国輸出の状況・影響
- 米国における着色料の使用規制強化動向
 - 石油由来の着色料の廃止が進行しており、合成着色料の認可取り消し/天然着色料の承認が進む可能性
- 米国現地系小売開拓の可能性・ハードル
- ネクストマーケット開拓の可能性・ハードル
- 品目団体として行うべき取組の方向性・現状の取組の所感

| GFP菓子輸出意見交換会 ～菓子輸出の可能性

- 菓子類の輸出は順調に拡大中（2024年: +11.9%・2025年9月期: +11.8%）であり、海外からは日本産菓子カテゴリー（麺類・調味料等に並んで）は期待が高い
- 日本らしさ（和と洋の中間含む）・日本的フレーバー（抹茶・ゆず等）・日本独自性（ソフトグミの食感・玩具菓子等）は効果的な切り口
 - 世界的に人気の高い日本のアニメ等とのコラボレーションも有効
- 健康需要を狙った商品開発も重要・ベビー/子供向け菓子・グルテンフリーの米菓も有望。北海道ブランドをはじめとしたスイーツも有望なカテゴリー
- 中華圏を中心とした贈答文化を見据えた商品パッケージ・個包装対応、EC対応もポイント
 - 米国向けは英語表記・現地に合ったシンプルなパッケージ等も求められる
- 冷凍技術・包材変更等を通じた賞味期限延長、添加物対応、並行輸出対策が各社共通の課題

- 既存関税15%未満 → 15%に統一
- 既存関税15%以上 → 現行税率維持
- 9月4日、日米合意を履行する大統領令を発表
 - 相互関税と自動車・同部品関税を日本政府の発表内容どおりに修正・引き下げ
 - 8月7日以降に過剰に課された関税については遡って返金

| GFP菓子輸出意見交換会 ～米国相互関税の輸出への影響

- 全体的には米国は購買力が高く、物価上昇への許容度も高い国であるため、関税引上による輸出への大きな影響は今のところあまり聞こえてこない
 - 元々関税率の低かった品目では一部で発注停止等のケースも散見されるが、限定的と認識
- 高付加価値品に関しては最終売価に関税引上を反映、価格感度の高い品目に関しては輸入業者側で関税引上分を吸収する形が基本形
- また、関税合意内容に関する混乱があったため、様子見の事業者も多く、新規商談・発注拡大が進んでいない状況も見られる
- メーカー側では輸入原料費・人件費高騰等の背景もあり、これを契機として商品の再設計・コスト低減に取り組む先進メーカーも多い

| GFP菓子輸出意見交換会 ～米国相互関税の輸出への影響

- 一方、中国・台湾・ASEAN等日本より高関税の国も多いため、競合国産を日本産に代替できるチャンスもあるため、他国状況の注視も必要
 - 特に11月10日まで適用停止されている中国の動向が注目される
 - メンマ等中国からアメリカへの輸出が多い品目がターゲットとなる
 - 中国からの海上輸送需要が下がり全体的な海上運賃が下がる可能性
- 米国国内のインフレ・景気悪化による外食需要の低迷(外食用の日本産品輸出減少)・発注減少が中長期的な影響として懸念されている一方で、外食需要が減少することで、中食や小売需要(RTE商品等)へのシフトに期待する声もある

GFP菓子輸出意見交換会 ～直近の輸入規制動向（米国）

米国において、石油由来の着色料の廃止が進行しており、合成着色料の認可取り消し/天然着色料の承認が進む可能性。FSMA対応の強化も進んでいる。

【着色料の使用規制強化】

- **米国向け製品の原材料表示を再点検し、規制対象着色料(特に合成着色料)の使用有無を確認する必要がある**
 - **FDAはRed No.3（赤色3号）の食品・経口医薬品での使用を禁止。食品は2027年1月に施行予定**
 - **Citrus Red No.2、Orange Bなど石油由来の着色料の段階的廃止も進行中**
 - **植物由来の天然色素（青・白など）の承認が増加中**

【乳幼児食品中の重金属基準強化】

- **原材料調達や加工時点で鉛・ヒ素・カドミウム等の含有量管理を徹底する必要がある**
 - **鉛の許容値を新設**
 - ✓ 例：果物・野菜・肉→10ppb、根菜や乾燥シリアル→20ppb
 - **ガイダンスではあるが、基準超過品は"adulterated（不良品）"扱いの可能性**

【PFAS（有機フッ素化合物）の包装材使用禁止】

- **包装材・接触材の仕様を確認し、PFASフリーであることを保証する必要がある**
 - **2025年1月から、35種類のPFASの食品包装での使用許可が取り消し**

| GFP菓子輸出意見交換会 ～直近の輸入規制動向（米国）

【FDAによる無予告の海外施設監査の増加】

- ・ 常に監査対応可能な体制（HACCP記録等）を整備する必要がある

【FSVP（外国供給者検証プログラム）の監査強化】

- ・ 日本側の輸出事業者は、米国輸入業者と連携して監査対応資料を整備する必要がある
 - FDAは輸入業者に対してFSVP文書の提出を強化

【FSMAトレーサビリティ規則の延期と準備】

- ・ カット野菜・一部水産物等の対象食品はサプライチェーン情報の記録整備をする必要がある
 - 発効予定が2026年から2028年半ばに延期されたが、要件準備は必須

【アレルゲン表示の厳格化（2025年改訂Q&A）】

- ・ 英文表示で“Contains: ○○”等の形式が求められる
 - ごまが2023年から主要アレルゲンに追加され、表示が義務化
 - ナッツ、乳、卵等の他のアレルゲンも具体的名称で表示要

【栄養表示・健康表示ルールの変更】

- ・ パッケージデザインの見直し、栄養成分の調整を検討する必要がある
 - “Healthy”表記の条件が厳格化。2025年以降順次施行予定
 - 容器包装前面表示制度（FOP：Front-of-Pack）の義務化案も進行中

| GFP菓子輸出意見交換会 ～米国市場開拓に向けたキーワード

- 外食→小売：日系→韓国/中国系→米系、がセオリー。ハードルは高いがボリュームを確保する上では米系開拓が不可欠
 - 米系市場は、アッパーミドル以上×アジア棚が主戦場
- 米系小売は、商流構築（ブローカー・米系ディストリビューター経由）・国際認証・初期導入コスト・現地対応等のハードル
- アジア系・若年層・健康志向層が主たるターゲット。日本食の多様化（おにぎり・ラーメン等）＋フュージョン・ローカル料理への提案が鍵
- 日本産品の商流構築は、大手日系商社中心で、ローカルパートナー連携が必要
- FDA・Prop65・添加物・畜肉エキス等の規制対応のハードル
- 西部→東部→中部への販路拡大の機運（輸出支援プラットフォームの展開）
- ストーリー性が刺さる市場。Netflix・インフルエンサー・EC（Amazon・アジア系）
- 訴訟大国（プロモーション時も注意）・輸送最適化・鮮度保持への要請

GFP菓子輸出意見交換会 ～米国に加工食品を輸出する際に則るべき規制

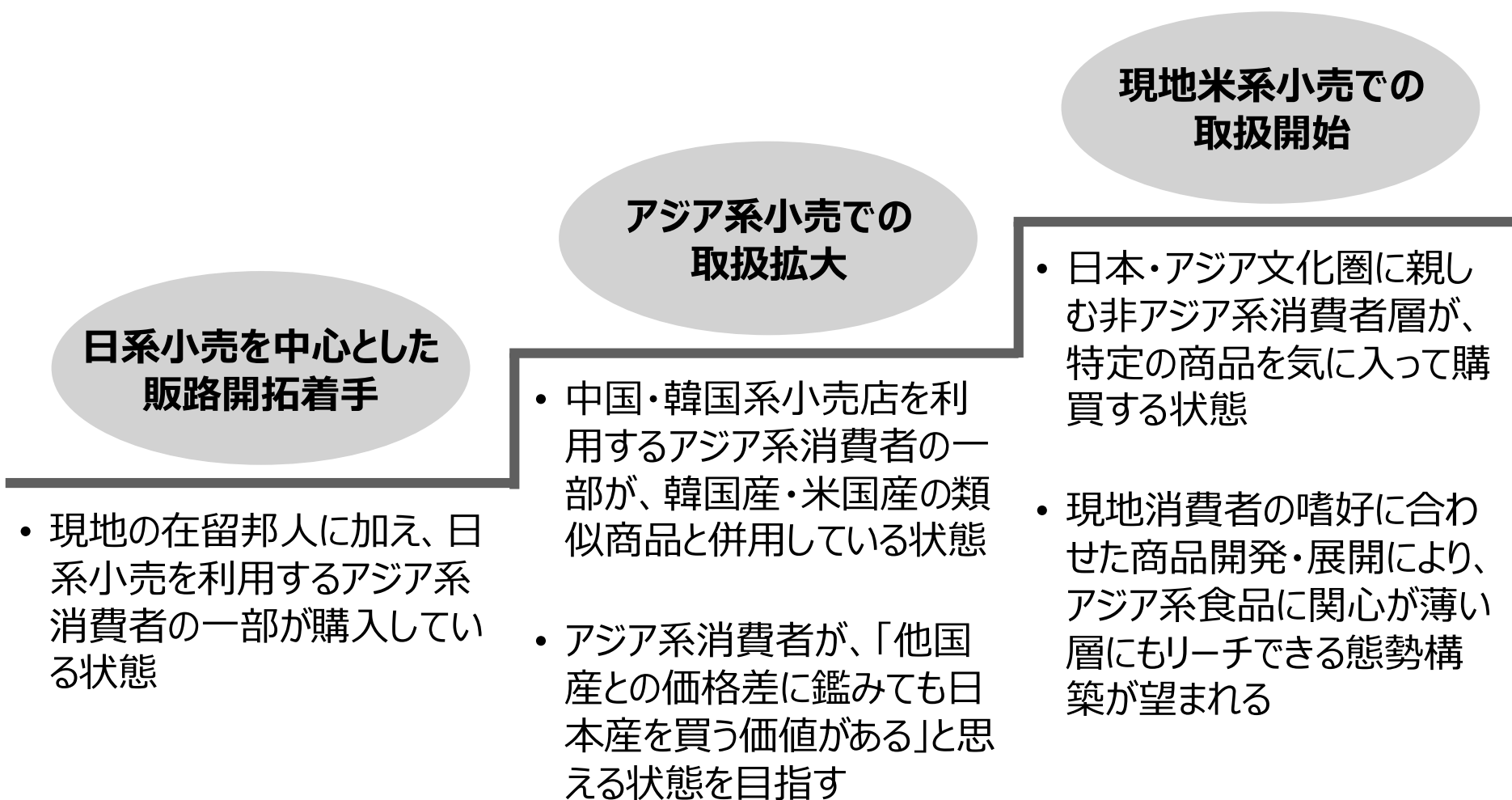
米国には、添加物以外にも、FSMA（米国食品安全強化法）等の厳しい規制があり、対策には輸出商社と連携した準備が必要。

加工食品を米国に輸出するには十分な準備が必要

- 2011年に成立したFSMAにおいて、国外を含む食品事業者に様々な責務が課されており、現在では中小企業を含むすべての食品関連施設が対象
 - 全ての食品製造施設はFDAに登録し、2年に一度更新する必要がある、登録の際には米国に代理人を置く必要（102条）
 - 全ての食品製造施設には「食品安全計画」の策定や、予防管理適格者（PCQI）の設置が義務付け（103条）
 - 規制の遵守について、FDAが査察により確認（201条）
- 食品表示においては、米国の栄養成分表示・アレルギー表示規則に従い、英文でラベルを作成する必要がある、2022年1月からは、遺伝子組み換え原料についても記載が必要
- 加えて、日本からの輸出が多いカリフォルニアにおいては、Prop65により、発がん性などのある化学物質について警告文の表示が求められている

GFP菓子輸出意見交換会 ～米国における小売市場開拓のステップ

西海岸の日系小売から販路開拓がスタートし、中華系・韓国系のアジア系小売に販路が広がっており、先進事業者による現地系小売の開拓取組が進んでいる。



フラッグシップ輸出産地有識者会議（12/18）

フラッグシップ輸出産地有識者会議

第3回フラッグシップ輸出産地の選定、輸出産地選定のメリット、フラッグシップ輸出産地選定実施要領における認定取消しの運用について、有識者と共に議論。



GFP青果物輸出意見交換会（1/30）

GFP青果物輸出意見交換会 ～実施概要

日時

- ・ 2026年1月30日（金） 13:30～15:30

場所

- ・ Zoom開催

対象

- ・ 青果物輸出に関わるキープレイヤー
- ・ 行政・団体：輸出支援課・園芸作物課・日青協

目的

- ・ 青果物輸出は順調に拡大してきたが、担い手の減少・気候変動等もあり、2025年は前年比マイナスで推移するなど、輸出が岐路に立っている中、中長期的な視点から青果物輸出の在り方について認識を共有
- ・ 青果物輸出に関わるキープレイヤーに参集頂き、輸出の現状・課題認識を共有頂き、今後のGFPでの支援・取組の方向性のインプットとする
- ・ 今回参加頂くメンバーには、引き続き全国の青果物輸出の牽引役・モデルとなって頂くべく、共通での課題解決の糸口・他品目との連携の方向性をご相談させて頂く

構成

- ・ 導入講演：
 - ・ 青果物輸出拡大に向けた論点（アクセンチュア）
- ・ 意見交換会（ファシリテーター：アクセンチュア）
 - ・ 事業者の自社紹介・青果物輸出の取組・課題紹介（参加事業者）

| GFP青果物輸出意見交換会 ～青果物輸出を取り巻く現状認識

- **担い手減少・全国的な気候変動に伴う生産の不安定さ→国内需要に優先充当**
 - 長期に渡る高温による生育の遅れ（いちご）、降水量の不足による質の低下（シャインマスカット）、カメムシ被害（かんきつ類）等
 - 果樹の担い手不足は深刻且つ、未収期間も長いことから新規参入のハードルも高い
- **競合国：韓国産・中国産との海外での競争激化（品質向上に加え模倣も進む）**
 - シャインマスカットで特に顕著、足元ではいちごに関して激しい競争が行われている
 - 中国産は日本語・産地名表記も目立つため、知財保護も重要
- **ローカル/外食チャネルへの広がりが不十分→日系チャネルでの日本産同士での競争**
 - ローカル小売開拓は、香港・台湾・シンガポールを中心に進んでいるが開拓途上。カフェ・スイーツ店・ホテル等の外食チャネル開拓も道半ば
 - 直近、生産が比較的順調ないちごが香港・台湾に多数輸出され、価格競争に陥っている状況
- **中国景気の低調→香港をはじめとする華僑系市場・贈答需要の低下リスク**
 - 今年は春節時期が後ろであることに加え、贈答ニーズそのものの低調さも影響

| GFP青果物輸出意見交換会 ～青果物輸出拡大に向けた方向性案（生産・物流）

・ 気候変動に対応する生産体系(品種/加工品開発含む)・県を跨いだ輸出産地の拡大

- かんしょでは先行的に進んでいる（南九州の生産者が茨城で栽培拡大等）。産地の北上傾向も見られる（北海道でのかんしょ・りんご生産等）。規格外品の加工品開発もトレンド
- りんごの高密植栽培・いちごの新品種開発等新技術・テックの活用も重要
- 他国産と差別化できる品種開発・知財防衛も継続的に行っていくことが日本の勝ち筋

・ 他国産との競争を前提としたターゲット価格設定・それを実現するサプライチェーン構築

- 韓国産・中国産・米国産等との競争を前提としつつ、産地に裨益・再生産価格を維持しつつ、競争力のある価格構造を実現できるサプライチェーン構築
- 韓国産・米国産に近い価格を実現することが重要（セカンドブランド輸出も有効）

・ ロスを下げるための鮮度保持対策・摘果/選果/保管等の輸出仕様化

- 上記を実現するためにもロスを下げるための鮮度保持方策の確立が必要
- 物流実証実験が蓄積されており、可能な範囲での知見の共有・横展開も必要
- 保管/貯蔵技術、冷凍技術活用も含めた出荷の長期化も重要

｜GFP青果物輸出意見交換会 ～青果物輸出拡大に向けた方向性案（販売）

・ ローカル小売・外食/中食チャネルへの販路拡大・青果物消費形態の多様化

- ローカル小売は受入基準の厳しさ等リスクも大きく、初期は手厚いバックアップ・リスク軽減策（リジェクトされた品目の販売先確保等）が必要
- 店舗の多い外食・カフェ・ホテル・コンビニ・アイスチェーン等での青果物取扱事例を作り、横展開

・ デザイン・棚づくり・SNS活用を含めたジャパンブランド確立に向けたプロモーション取組

- 韓国産・中国産との差別化、多品種・多産地・四季がある強みを生かせる“見せ方”が重要
- 日本産リレー/青果加工品を含めた棚づくり・パッケージデザインはマーケットインが重要
- 日本産の認知度が高まっている成熟国では、生産者・品種・産地を打ち出すことも有効（インバウンド連携に繋げることも可能）

・ 日本発で海外展開を進める日系小売・外食/中食店との連携

- 農水省の重点テーマである海外展開支援と連携しつつ、青果物輸出においても日系プレイヤーとの連携を強めていくのがQuick Win

**“日本の食品”輸出EXPO2025 GFPブース
(7/9-11)**

“日本の食品”輸出EXPO2025 ～全体概要

2025年7月9日-11日にかけて東京ビッグサイトにて展示会が開催され、3日間で出展617社、計19,980名以上が来場し、ブースにて商品PR・商談を実施。

開催概要

イベント名	・ “日本の食品”輸出EXPO2025
開催日時	・ 2025年7月9日（水）～11日（金）10:00～17:00
会場	・ 東京ビッグサイト東ホール
来場者	・ 7/9(水) 6,836名 ・ 7/10(木) 6,721名 ・ 7/11(金) 6,423名

※出展者・メディアを除く。また、会場に来場した方が、受付で提出した名刺1枚を1名と数え、その方が複数日来場しても1名として集計

<https://www.jfex.jp/hub/ja-jp/report/summer.html>

©Accenture 2026. All Rights Reserved.

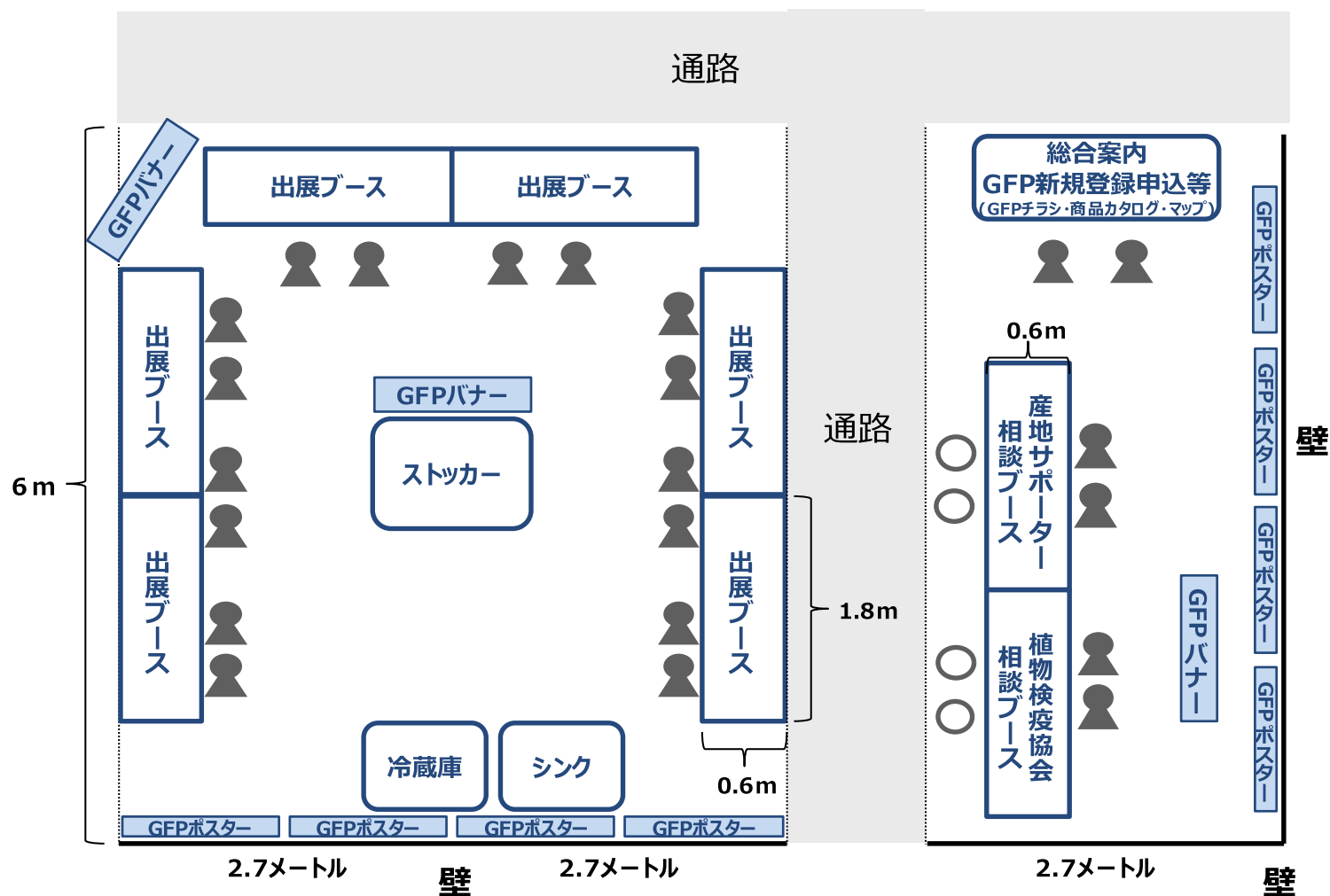
“日本の食品”輸出 EXPO2025 ～取組内容

GFPブースに来場した19社の輸出相談を実施しアドバイスを提供。

実施内容	詳細
出展ブース	- 各地方農政局の推薦事業者・アクセントチャー本釣り事業者を対象にした出展スペースを設置する - 事業者ごとに商品紹介・試食提供をする機会を設けることで、自社の商品開発や販路開拓のポイントを探る
GFP新規登録 申込受付	- 輸出EXPO出展者向けにGFPへの勧誘・登録を実施する - 海外バイヤーに対して海外ビジネスパートナーに勧誘 - 具体的には、GFPパンフレット(英語・日本語)の配布・説明等を行う
産地サポーター 相談ブース	- 輸出に関心があるものの、何から着手すべきか悩んでいる事業者に対して、輸出相談・アドバイスできるブースを設置する - GFPサービス、農政局や輸出支援機関の取組みや補助事業の周知・案内を実施する
植物検疫協会 相談ブース	- 輸出先国の植物検疫条件に関する相談が可能なブースを設置する - その他にも、病虫害の防除・農薬残留対策・輸出用木材梱包材（ISPM15）の対応・関係機関との調整や申請書類に関する支援等を行う

“日本の食品”輸出EXPO2025 ～GFPの取組

GFPの活動周知や勧誘・登録、海外ビジネスパートナーの勧誘・GFP会員の商品の出展を実施。地方農政局・植物検疫協会の相談ブースも作り、GFPメンバーの輸出機会を創出した。



“日本の食品”輸出 EXPO2025 ～相談ブースの出展スケジュール

農政局相談ブース								
日付	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00
7/9	北海道					関東		
	関東		東北					
7/10	北陸		東海		アクセント (産地サポーター会議)			
	東海	近畿						
7/11	中四							
	九州							

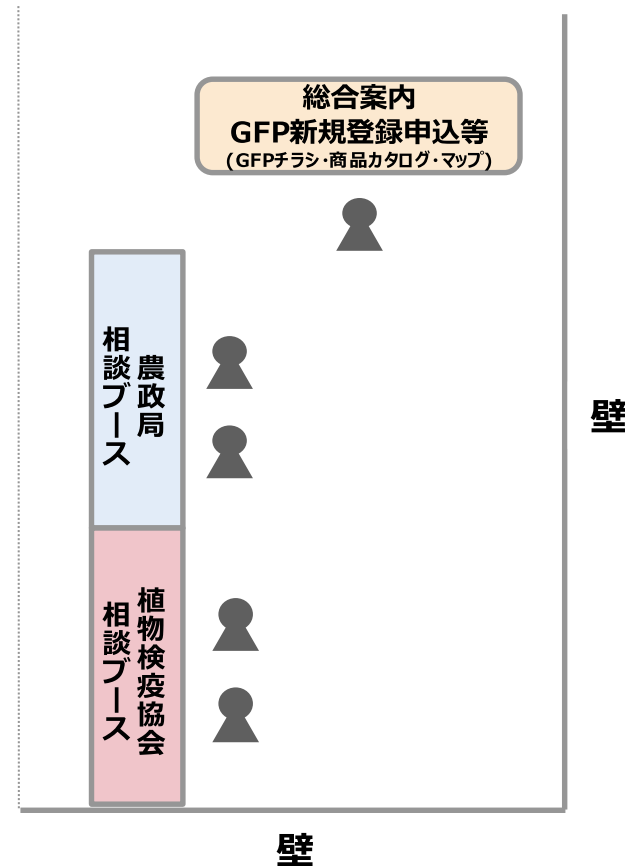
総合案内（GFP新規登録受付等）	
3日間	アクセント

植物検疫協会相談ブース	
3日間	植物検疫協会

出展時間

- 10:00-17:00

ブース位置



「日本の食品」輸出 EXPO2025 ～出展者アンケートサマリ（1/4）

満足度

- ・ 展示会出展の満足度として、「非常に満足」・「やや満足」と回答した方は**約78%**と、**比較的高い満足度**であったことが伺える

成約結果

- ・ 「今回マッチングした企業の総数を教えてください」という問いに対して、20社以上の回答をした事業者は4名、10社以上20社未満の回答をした事業者は4名、5社以上10社未満の回答をした事業者は4名、5社未満の回答をした事業者は4名であった
 - アンケート回答事業者のうち、**平均マッチング企業数は約13社**であった
- ・ 「今回マッチングした企業の中で、今後の取引が見込める事業者数を教えてください」という問いに対して、13名の事業者が1社以上の回答をしている
 - アンケート回答事業者のうち、今後の取引が見込める**平均マッチング企業数は約3社**であった

「日本の食品」輸出 EXPO2025 ～出展者アンケートサマリ（2/4）

出展費用

- 「今後も同様の展示会があれば、**有料で自社専用のブースを出展してみたいか**」という問いに対して、「はい」と回答した方は22%と、有料での展示会出展は難易度が高いことが伺える
 - 「**自社のみでは費用が掛かりすぎる**為、同業又は同エリアなど複数の出展者と共同でしたい」や「有料で出展をして、その分の**成果リターンがあるか分からない**」、「小さい製造メーカーである為、自社専用ブースとなると**規模が大きすぎる**」と回答した
 - ✓ 今後も輸出初心者に向けては、**手軽に展示会へ出展できる機会を創出することが有効**である
- ◆ 複数事業者が集まっての共同出展・格安ブースの案内等

プロモーション

- 今回の出展を通じて、**プロモーション方法の改善の必要性**を感じる事業者もいた
 - 「今回はサンプル配布をメインに行ったが、**アピール方法の改善**が必要だと感じた」、「商品の使い方を知りたいバイヤーの方が多かったので、今後出展する際には商品の使い方レシピを準備するべきだと感じた」と回答した
 - ✓ GFP内でのセミナー・他事業者との共同取組等を通じて、輸出初心者がプロモーション手法のブラッシュアップをすることのできる機会の創出が必要である

「日本の食品」輸出 EXPO2025 ～出展者アンケートサマリ（3/4）

外国語対応

- 「GFPブース出展を通して今後、展示会出展する際に意識したい・改善したいポイントはなにか」という問いに対して、外国語対応を意識したPRの必要性を挙げる事業者が多数存在した
 - 「**英語版の書類の種類を増やす**」や「**外国語対応のパンフレット作成が必要**」、「海外バイヤー向けの**見た目でも分かりよい英語での表示・レシピ説明**を配置することが必要」と回答した
 - ✓ 実際に海外バイヤーと対面で商談・PRを行う機会を創出したことで、**外国語での訴求手段が不十分だった**ことに加えて、**単なる翻訳ではなく「魅せ方」への工夫の必要性**を実感する機会となった

来場者数

- 特に3日目に出席した事業者から、**来場者数の少なさ**を指摘する意見があがった
 - 「最終日だからなのか、午前中の客数が伸びなかったのが残念」、「最終日の出展であったが、初日だと違った可能性がある」と回答した
 - ✓ 展示会の最終日は来場者数が減少する傾向があるため、最終日に重点的にバイヤーを呼ぶ等の対応が必要であった
 - ✓ 会場内のブース位置によっても来場者は変動するため、会場運営側とも密に連携を取って、多くの来場者数が見込めるブース位置を確保する必要がある

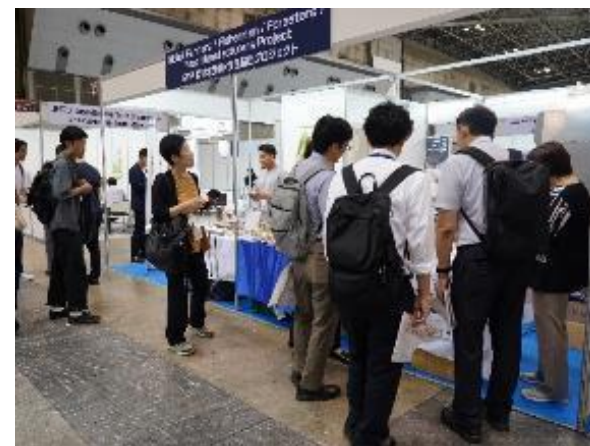
「日本の食品」輸出 EXPO2025 ～出展者アンケートサマリ（4/4）

事業者間の連携

- 「輸出EXPO2025 GFPブース出展全体を通じた感想はなにか」という問いに対して、**事業者間での横連携を構築できたことがよかった**と回答する事業者もいた
 - 「同じ地域の事業者の方々と同日出展ということで、**横の連携も生まれそう**な気がした」や「**他事業者様との交流**も含めて有意義な内容であった」と回答した
 - 地域毎の事業者での出展設計を行うことで、**事業者同士の連帯感・交流**が促進されやすい
 - ✓ 地理的な距離も近いことから、展示会をきっかけとした今後の**地域クラスターの立ち上げ**や地域を訴求した**共同プロモーションへの発展**も期待することができる
 - ✓ 展示会期間中に、事業者間の横連携を更に推進する目的で、出展者同士のネットワーキング等を実施することも有効である
 - 展示会場内に出展している**他のGFP出展者との交流**を推進することも有効である
 - ✓ 特に輸出上級者と交流することで、**実際の輸出へ向けた展示内容を見て学ぶ**ことができ、輸出初心者のレベルアップにも直結すると考えられる

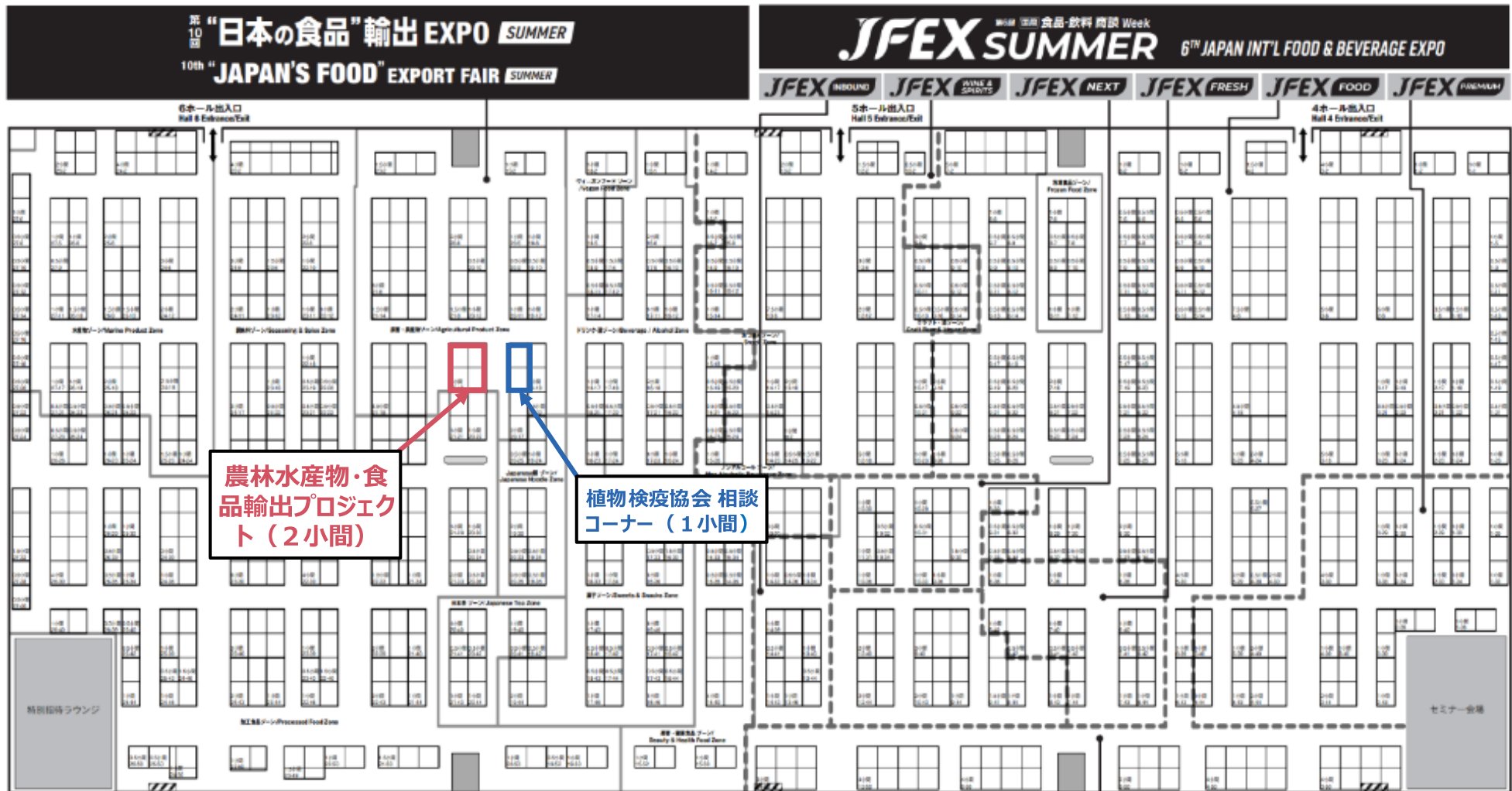
“日本の食品”輸出EXPO2025 ～出展ブース当日の様子

輸出初心者である生産者や輸出商社、地方自治体、海外バイヤーも来場。GFPの取組やGFP製品の紹介をはじめ、来場者アテンドも行い活気のあるブースとなった。



“日本の食品”輸出EXPO2025 ～ブースの配置

「加工食品ゾーン」の中に2小間、隣接して1小間の合計3小間を使用。2小間を「GFP 農林水産物・食品輸出プロジェクト」として、もう1小間は「植物検疫協会 相談コーナー」として使用した。



**アグリフードEXPO GFP相談ブース
(8/20-21)**

アグリフードEXPO GFP相談ブース ~相談結果概要

GFPブースでは37件の相談対応を実施し、「輸出の始め方・進め方」・「規制・認証」に関する相談が全体の約半数を占め、輸出初期支援へのニーズの高さが確認された。

分類	相談テーマ	主な内容	件数
輸出基礎	① 輸出の始め方・進め方	- 輸出手順、対象国選定 - 何から始めればよいか	約9件
	② 輸出規制・認証	- HACCP、FSSC22000、FSMA - EU HACCP、残留農薬、輸出規制	約9件
輸出実践	③ 販路開拓・海外展開	- バイヤーマッチング、市場開拓 - 海外販売、現地展開	約7件
	④ GFP・支援制度	- GFP、補助金 - 輸出支援サービス	約6件
	⑤ 輸出実践・課題	- 原料調達、家畜疾病 - 現地ニーズ、輸送等	約6件

**東アジア輸出食品飲料展 GFP相談ブース
(9/17-18)**

東アジア輸出食品飲料展 ～全体概要

東アジア輸出食品飲料展では39社が相談ブースを利用し、輸出規制・認証や販路開拓をはじめ、物流・マッチングなど輸出実務に関する相談が中心となり、輸出実行段階に応じた伴走支援ニーズの高さが確認された。

分類	相談テーマ	主な内容	件数
輸出準備	① 輸出開始・市場選定	- 輸出開始の進め方 - 輸出先国の選定、市場ニーズの把握 - 輸出可能性の確認	約10件
	② 制度・規制対応	- HACCP、ハラール・コーシャ・GI認証 - 食品添加物、植物・動物検疫 - 園地登録など各国規制への対応	約10件
販路拡大	③ ビジネスマッチング	- 海外バイヤー・商社とのマッチング - 生産者・輸入事業者紹介 - 海外販路の開拓	約12件
	④ 物流・輸送	- 冷凍・冷蔵物流、営業倉庫 - 輸送コスト、梱包方法、温度管理 - 輸送ルート	約7件
輸出高度化	⑤ 既存輸出の高度化	- 間接輸出から直接輸出への切替 - 新規品目・新市場への展開 - 既存販路の拡大	約6件
	⑥ GFP・支援施策の活用	- GFP登録、輸出診断、BPマッチング - JETRO・補助事業・訪問診断の活用	約15件

東アジア輸出食品飲料展 ～GFP相談ブース当日の様子

GFP本省の取り組みの一環として、農政局や輸出支援機関の取組みや補助事業の周知・案内等を行うGFP相談ブースを設置し、輸出相談・アドバイスを実施した。



FOOD STYLE Japan GFP相談ブース
(9/25-26)

FOOD STYLE Japan GFP相談ブース ~相談結果概要

Food Style Japanでは生産者・食品メーカー・商社・包材メーカー・支援事業者・金融機関など24件の相談に対応し、輸出初期事業者を中心に、輸出手順・規制対応・販路開拓に関する相談が寄せられ、GFPによる伴走支援ニーズの高さが確認された。

相談カテゴリ	相談カテゴリ	主な相談内容	件数
輸出準備・手続き	① 輸出の始め方・進め方	• 輸出先選定輸出手順何から始めればよいか	約10件
	② 輸出規制・認証対応	• HACCP、FSSC22000、FDA各国規制、包装規制	約8件
販路開拓・支援	③ 販路開拓・マッチング	• 商社・バイヤー紹介販路開拓輸出診断	約7件
	④ GFP・支援制度	• GFP登録輸出診断補助金・支援施策	約9件
	⑤ 越境EC・海外展開	• 越境EC海外パートナー探索	約3件

**“日本の食品”輸出EXPO(WINTER)
2025GFPブース
(12/3-5)**

輸出EXPO(WINTER) GFP相談ブース ~相談結果概要

輸出EXPO Winterでは生産者、食品メーカー、商社、自治体、輸出支援事業者などの19件の相談対応を実施し、輸出開始に向けた相談に加え、輸出先国の規制対応や販路・商社マッチングに関する具体的な相談が多く寄せられた。

分類	相談テーマ	主な相談内容	件数
輸出準備・実行	① 輸出の開始・進め方	- 輸出を始めるための進め方、輸出先国の選定、輸出可能性の確認 - 輸出に初めて着手するには何から始めるべきか	約8件
	② 規制・認証対応	- HACCP・ハラール認証 - FDA・検疫・添加物規制 - 輸出先国ごとの制度・認証要件への対応	約7件
	③ 輸送・物流	- 輸送コスト、冷凍・冷蔵物流 - 輸出ルート、保管・倉庫確保、リードタイムの課題	約4件
販路拡大・支援	④ 販路開拓・マッチング	- 海外バイヤー・商社とのマッチング - 生産者紹介 - 販路開拓、現地パートナー探索	約8件
	⑤ GFP・支援制度	- GFP登録、輸出診断 - 商談会・展示会活用 - JETRO・農政局等の支援制度・補助事業の活用	約12件

本事業におけるGFP相談ブースの結果 ～来場者のGFP登録数（1/2）

多くの事業者がGFP相談ブース来場後にGFPへ登録。

輸出EXPO2025 夏（相談コーナー来場者数：31社）

- 相談ブース来場後に新規登録（2社）：
 - 輸出コンサル・農業関連企業
- 相談ブース来場時点で既に登録（6社）：
 - コンサル企業・食品商社・物流企業・食品商社・食品メーカー(2社)・

フードスタイルジャパン（相談コーナー来場者数：23社）

- 相談ブース来場後に新規登録（6社）：
 - 包装資材企業・農業関連企業・給食関連企業・食品関連ブランド・食品関連企業(2社)

相談ブース来場時点で既に登録（5社）：

- 包装資材メーカー・商社・食品メーカー・食品メーカー

アグリフードエキスポ（相談コーナー来場者数：37社）

- 相談ブース来場後に新規登録（2社）：
 - 物流関連企業・米穀関連企業
- 相談ブース来場時点で既に登録（13社）：
 - 機械商社・食品加工企業・包装関連企業・菓子メーカー・青果卸売業・食品関連企業
 - 農業法人・飲料メーカー・生産者団体・食品メーカー・農業関連企業・食品メーカー(3社)

本事業におけるGFP相談ブースの結果 ～来場者のGFP登録数（2/2）

多くの事業者がGFP相談ブース来場後にGFPへ登録。

輸出EXPO2025 冬（相談コーナー来場者数：19社）

- 相談ブース来場後に新規登録（5社）：
 - 食品メーカー・食品商社・包装物流関連企業・食品流通関連企業
- 相談ブース来場時点で既に登録（2社）：
 - 食品メーカー(氷・冷凍関連)・食品関連企業

九州EXPO相談者リスト（相談コーナー来場者数：39社）

- 相談ブース来場後に新規登録（2社）：
 - 輸出商社・食品関連企業
- 相談ブース来場時点で既に登録（7社）：
- 水産関連企業・食品メーカー・食品流通関連・酒類関連企業・物流港湾関連企業
- 農業・茶関連企業・農産物生産者

GFP Food Tasting “UTAGE” (5/6-9)

GFP Food Tasting “UTAGE” ～開催概要

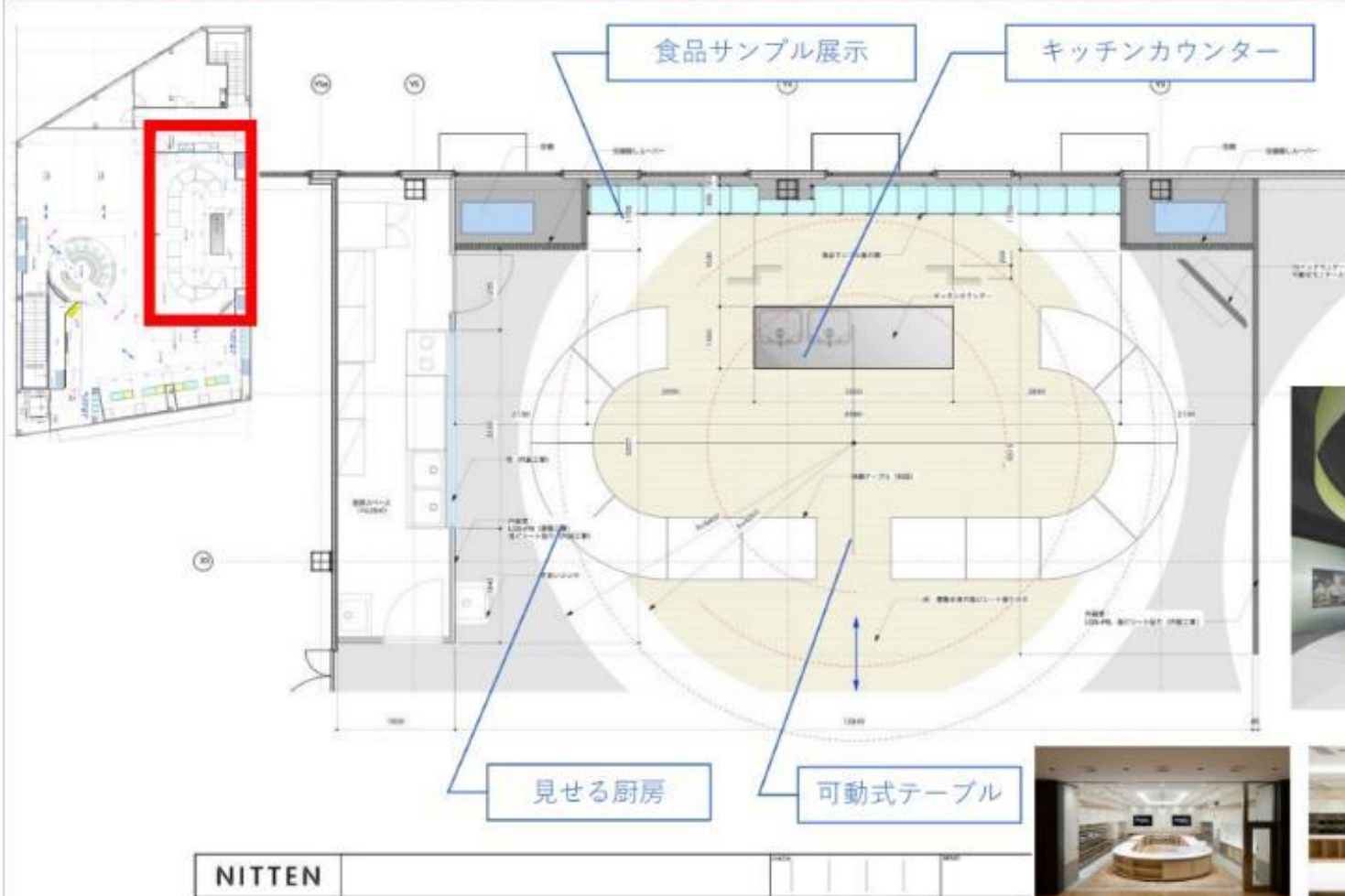
日程・会場	• 2025/5/6(火)～5/9(金) 9:30～21:00 • 会場：ORA外食パビリオン「宴～UTAGE～」(大阪府大阪市此花区夢洲中 1 丁目) ※対面開催
目的	• 地域の食文化に関する認知度向上と事業展開促進を図るため、テーマ毎に事業者を集めた試食展示会を実施し、国内外のパートナー発掘、参加事業者同士の連携を図る • 商流のさらなる開拓に向けて国内外バイヤーへの商品紹介・マッチング機会を創出する • GFPビジネスパートナーとなりうる国内外バイヤーの掘り起こしを行い、ネットワークを構築・強化する
構成	• 5/6 : Japanese Healthy Foods ➢ “健康”をテーマとし、日本が誇る“ヘルシー食材”を発信 ➢ 抹茶・大福・漬物・日本酒等 • 5/7 : Yatai Foods ➢ “屋台文化”と共に、日本の“モバイルフード”を発信 ➢ たこ焼き・焼き芋・天ぷら・おでん等 • 5/8 : 地域別GFP産品コラボレーション試食展示会 (Local Foods) ➢ 地域の“食材と文化”をPRするため、各地域の“グルメの魅力”を発信 ➢ ワイン・味噌・醤油・ドライりんご等 • 5/9 : 地域別GFP産品コラボレーション試食展示会 (九州&北海道) ➢ “北海道・九州”の地域にフォーカスを当て、南北両地域の“グルメの魅力”を発信 ➢ カツオ・ホタテ・胡麻豆腐・麦茶等
対象者	• 輸出に注力する事業者(GFP会員内で選定)：33社
参加者	• パビリオンへの来場者：4日間合計26,781人(5/6から順に6,052人・6,501人・7,493人・6,735人)

GFP Food Tasting “UTAGE” ～企画開催スペース

2Fは、見せる厨房・キッチンカウンター等があり、調理のデモンストレーションに活用しやすい施設。GFP製品の展示・生産者によるPRも可能。

2F：大型体験ゾーン

大阪外食産業協会バビリオン出展 企画案



■食育・料理教室など可能



| GFP Food Tasting “UTAGE” ~DAY1 Japanese Healthy Foods



| GFP Food Tasting “UTAGE” ~DAY2 Yatai Foods



| GFP Food Tasting “UTAGE” ~DAY3 地域別GFP産品コラボ試食展示会(Local Foods)



| GFP Food Tasting “UTAGE” ~DAY4 地域別GFP産品コラボ試食展示会(九州&北海道)



｜GFP Food Tasting “UTAGE” ～運営から得た学び（今後の展示会出展に向けて）

- 状況が読めない中準備を進める必要があったため、試食数の増加・スタッフパスの方針など、確定した内容を都度都度連絡することとなり、運営・事業者共に負担が増加した。**何をいつまでに確定させ、連絡するかを予め事業者と連携**することで、心理的不安と問い合わせが減ると考える
- 初日は順路を設けず多くの来場者を迎えた結果、事業者と来場者が会話するタイミングがなく、「試食提供をするだけ」となってしまったタイミングもあったが、2日目以降、**入場制限と一方通行の順路を導入**することで、来場者との対話を深め、商品や地域の魅力をより効果的に伝えることができ、実際にその場で事業者から高評価を得られた
- 2日目において試食・会話・提供時間の長い品目（ワイン等）が原因で、滞留が発生するケースがあったため、3日目以降は、**各品目の提供方法や対話スタイルを考慮し、滞留を避けるための事業者配置**を再検討したことで、滞留を防ぎつつ入場者の流れをスムーズに維持することができた
- SNSを使った自社商品のPRやフォロー促進の働きかけは一部の事業者に留まり、各事業者のSNS活用にはばらつきがあった。より展示会の場を有効活用いただくために、**SNSをフォローした方にサンプルを配布**していただく・事務局側で**SNS投稿のテンプレート文案を作り投稿の手間やハードルを下げる**等、事業者がSNSを活用し効果的にPRするような仕組みづくりが重要
- 当日は事業者全体で朝会を実施し、**口頭でごみの分別や備品の活用、誘導に関するルールを共有**し役割を分担したことで、出展中のコミュニケーションコストを下げ、かつ終了後は後戻りのないスムーズな片付けができた
- **日単位で事業者アンケートを行うことで、事業者の満足度や改善点を把握**し、改善点は翌日以降の運営に活かすことができた

| GFP Food Tasting “UTAGE” ~出展者アンケート結果サマリ

- 本試食展示会出展の満足度として、「非常に満足」・「やや満足」と回答した方は**94%**と、**高い満足度**であったことがうかがえる

新規市場の開拓

- 「**ロシアのバイヤー**に興味を持ってもらい、輸出が可能か質問を受けた。商社と相談して返事をする予定」や「当社の取組のみでは接点を持つことのできなかつた**アジア圏以外の国々の消費者**との接点を構築し、**新規市場への輸出促進に活用できた**」等のコメントが寄せられ、これまで**輸出していなかった・自社商品のニーズを把握できていなかった国や地域のバイヤー・消費者**から、新たに
関心・アプローチを受けた事業者が多かつた
 - 世界的に知名度があり世界各国から来場者が見込める万博ゆえ、**世界中の来場者と対面で接点**を持つことができ、**新たな国・地域への輸出可能性**を検討する機会になった

商品の提案方法の見直し

- 「次回は世界で広く受け入れられてる**洋風料理のアレンジレシピ**での試食も試し、より幅広い嗜好を持つ消費者へも喫食を促したい」や「国別にターゲットを絞ったPR活動もしたい。そのためには、国籍に関わらず**現地の消費者に刺さるメニュー**を考案する必要があると感じた」等のコメントが寄せられ、**現地の食文化や嗜好に合わせて、味・スタイル・提供方法を柔軟に変える必要性**を体感する場となったと考える
 - “日本の味をそのまま”ではなく、“**食べたくなる形**”への**ローカライズ**が海外展開成功の鍵

| GFP Food Tasting “UTAGE” ~出展者アンケート結果サマリ

品質の訴求

- 「**オーガニック日本酒を知らない人が多かった**ため、商品の紹介・魅力アピールの良いきっかけになった」や「消費者の反応を見て、世界で**ヘルシースイーツとして胡麻豆腐を訴求できる可能性**を感じた」等のコメントが寄せられ、国内外消費者の反応から、**これまで気づかなかった自社商品の差別化ポイント**を見つけることができ、そのアピールの有無や伝え方によって**消費者からの引き合いが大きく変わる**ことを発見する場になったと考える
 - 商品の特徴やストーリーを、**現地の価値観に落とし込み伝えることが重要**
 - ✓ たとえば無添加・オーガニック・UMAMI等、世界的に広まっている表現や言語に変換する、健康志向・サステナブル志向等の現地で需要の高いテーマに結びつけて伝える等、**商品の価値・強みを適切に翻訳して伝える**ことが輸出拡大へ向けて肝要である

事業者間での連携価値の再認識

- 「**他の事業者との輸出取組に関わるコミュニケーション**がとても刺激になる」等のコメントが寄せられ、出展企業同士がそれぞれの輸出経験や展示工夫をリアルタイムで共有することで、**他社の好事例を自社にもスケールさせる**学びの場となったと考える
 - **GFPとして「ワンチーム」で出展することにより、輸出拡大へ向けた戦術的・戦略的ヒントを事業者間で学び合い、自社の輸出取組に活かす**ことができ、トッププレイヤーたちの輸出拡大が加速度的に進むことが期待できる

| GFP Food Tasting “UTAGE” ~出展者アンケート結果サマリ

顧客接点の拡大

- 「**以前は国内外の一般消費者と対面で話す機会が少なかった**ので、今回の出展を通じて直接評価を聞くことができた」や「**名刺交換した海外の業者や一般消費者と今後も継続して接点を維持して輸出につなげたい**」等、**普段ではアクセスできない世界中の海外バイヤーやインバウンド顧客と直接接点を持てる**貴重な場となり、名刺交換や対話により、事業者自身が海外バイヤー目線・顧客目線で自社商品やPR方法を見直すきっかけとなった
 - 万博は世界各地から人々が来日する場であり、**普段の展示会や商談会ではリーチすることのできない新たな顧客との有機的な関係**を構築できたと推察する

試食の重要性

- 「試食後、購買導線に多く誘導できたことから、実際に**試食してもらえばご購入いただける確信**が持てた」や「海外の消費者のおいしい・感動した等の声を聞き、**製品を認知してもらうには試食が最も有効である**ことを改めて実感」等のコメントが寄せられ、試食の重要性の再認知と、**海外消費者へのアプローチ方法（試食を入り口に購買までの導線をどう組み立てるか）**を再検討するきっかけを提供できたと考える
 - 輸出拡大に向け、**実際に食べてもらう仕組みをどう販売やPRに組み込むかが重要**。商品やターゲット層を踏まえ、試食会やポップアップイベントの開催、レストランでのメニュー化→喫食者に商品を販売している小売を案内する等の導線設計、インフルエンサーによる実食レビュー動画の配信、越境ECを活用したサンプル配布等を検討すべき

| GFP Food Tasting “UTAGE” ~海外からの来場者へのヒアリングサマリ

- 海外からの来場者は、中国・韓国・欧米諸国・オーストラリアの順で多かった。いずれの国・地域の消費者も、今回の試食展示会を高く評価
- 欧米では、**寿司・刺身等の日本食には既に親しみ**があり、味に加えて**価格・ビーガン対応等の要素を重視**する（フランス人20代男女グループ）
- あずき茶・透明な醤油・茶節等の商品・メニューは、**オリジナリティがありかつ味も良い**ため非常に魅力的である（スウェーデン人30代男性）
 - 欧米市場において醤油・抹茶等は認知度が向上している。それに伴い**ユニークな日本産品への抵抗感も薄まり**、特にアニメ等の日本文化が浸透する**若年層からの引き合いが強い**
- 米国では、鶏肉・野菜等を使用した**ヘルシーなメニューに需要**がある。ゆずラーメン等のビーガン向け食品は特に引き合いが強いのではないか（アメリカ人20代女性）
 - 輸出拡大へ向けては**現地ニーズに即した新たな日本食の提案として、健康・環境志向や多様な食文化への対応**が必要。特に欧米諸国へ向けては**健康志向の訴求が有効**である
- 大手ブランドを中心に日本産の味噌・醤油・お茶等は中国国内でも入手できるが、今回**会場で提供されていた商品は中国国内で流通している商品と比べても美味**（中国人50代女性）
 - 来日観光客や日本ファン層向けに、**日本で食べたものを帰国後も購入できる導線・仕組みを構築することが有効**であり、インバウンド・輸出取組間での連携を強化したい

GFP輸出産地セミナー
～新技術を活用した輸出産地の未来～
(2/24)

GFP輸出産地セミナー ～開催概要

日時	・ 日付：2025/2/24(火)13:30~17:30
形式	・ オンライン（Zoom利用） ・ 第2部までの講演はYoutube生配信、第3部はZoomのブレイクアウトルームを利用
目的	・ AIや自動化等の“テクノロジー活用”・“スマート農業”は、輸出産地づくりにおいても作業効率化や気候変動への対応、商品の差別化として重要なテーマであり、最新の輸出産地づくりのトピックとして発信を行う ・ グループ相談会を通じ、全国の生産者・メーカーの課題解消に対する新技術の可能性について、実用的な議論を行う
構成	・ 開会挨拶 ：農林水産省 ・ 第1部：導入講演 ➤ 輸出支援課(輸出産地づくり)、アクセンチュア（技術活用トレンド） ➤ 第2部：先進事業者講演 ➤ 品目を問わず汎用的に活用できるような新技術を提供しているサービスプロバイダーや、新技術を導入している一次産品中心＋加工品メーカー ・ 第3部：グループ相談会 ➤ 事業者講演の登壇者をアドバイザーとし、“新技術(テック)活用”×輸出をテーマに、課題解消に繋がるグループワーク・マッチングを行う

GFP輸出産地セミナー ～タイムテーブル

#	開始時間	終了時間	内容			所要時間
			トピック	登壇企業名(候補)	概要	
1	12:30	13:30	接続テスト・準備	-	-	1:00
2	13:30	13:35	開会挨拶	農林水産省輸出支援課		0:05
3	13:35	13:50	導入講演	農林水産省輸出支援課	新技術を活用した 輸出産地作り	0:15
4	13:50	14:05	導入講演	アクセンチュア	新技術を活用した 輸出産地の未来	0:15
5	14:05	14:20	事業者講演①	CULTA	品種改良における テクノロジー活用	0:15
6	14:20	14:35	事業者講演②	フンドーダイ	テクノロジーを駆使した マーケティング・新商品開発	0:15
7	14:35	15:00	事業者講演③	堀口製茶 テラスマイル	データを活用した スマート農業、生産安定化の仕組みの構築	0:25
8	15:00	15:10	質疑応答	-	-	0:10
9	15:10	15:20	休憩	-	-	0:10
10	15:20	15:35	事業者講演④	umamill	デジタルツールを用いた輸出販路拡大	0:15
11	15:35	15:50	事業者講演⑤	ディブレイク	最新の冷凍技術を用いた食品加工・物流	0:15
12	15:50	16:05	事業者講演⑥	日本バイオテック	マーケットイン型の養殖技術開発と、体験施設を通 じた商材価値・認知の創出	0:15
13	16:05	16:20	事業者講演⑦	日本弁理士会	特許に関わる新技術で作りとされた各種商品を輸 出する際の検討事項	0:15
14	16:20	16:30	質疑応答	-	-	0:10
15	16:30	16:40	休憩・準備	-	-	0:10
16	16:40	17:30	グループ相談会	-	グループに分かれ、 意見交換・交流会を実施	0:50

GFP輸出産地セミナー ～セミナー内容

特定の品目にとらわれず、各領域で新技術を活用して輸出に貢献している事業者にご登壇いただき、新技術の活用例やその際の工夫についてご講演いただいた。

登壇者	講演内容
農林水産省	新技術を活用した輸出産地作り
アクセントチュア	新技術を活用した輸出産地の未来
CULTA	品種改良におけるテクノロジー活用
フンドーダイ	テクノロジーを駆使したマーケティング・新商品開発
堀口製茶 テラスマイル	データを利活用したスマート農業、生産安定化の仕組みの構築
umamill	デジタルツールを用いた輸出販路拡大
デイブレイク	最新の冷凍技術を用いた食品加工・物流
日本バイオテック	マーケットイン型の養殖技術開発と、体験施設を通じた商材価値・認知の創出
日本弁理士会	特許に関わる新技術で作り出された各種商品を輸出する際の検討事項

GFP輸出産地セミナー ～広報活動

GFPメルマガをはじめ、SNS等で周知。

広報用チラシ

オンライン開催

GFP輸出産地セミナー & グループ相談会

～新技術を活用した輸出産地の未来～

日時 2026年 2月 24日(火) 13:30～17:30

セミナー 13:30-16:30 **YouTube** YouTubeにて生配信!

新技術を活用した輸出産地づくり・輸出販路拡大の取組事例の紹介

- ・新技術を活用した品種改良や生産の効率化、鮮度保持に注力する輸出産地事業者の取組紹介(生産者等)
- ・プロモーション、輸出販路拡大に新技術を取り入れ、マーケットイン型で海外から求められる商品の開発・流通を手がける事業者の取組紹介(輸出メーカー、輸出地等)

※セミナーの登壇者は異質をご覧ください

グループ相談会 16:40-17:30 **zoom**

輸出産地づくり・産地の課題解決に繋がる議論
セミナーのテーマ毎に、セミナーの登壇者をアドバイザーとして、グループ形式で実施

- ・青果を中心とする品種改良におけるテクノロジー活用
- ・データを活用したスマート農業、生産安定化の仕組みの構築
- ・テクノロジーを駆使した新商品開発・マーケティング・プロモーション
- ・デジタルツールを用いた輸出販路拡大
- ・最新の冷凍技術を用いた食品加工・物流
- ・マーケットイン型の養殖技術開発と、体験施設を通じた農材価値・認知の創出
- ・特許に関わる新技術で創り出された各種商品を輸出する際の検討事項

2/17(火)締切

主催 **MAFF** 農林水産省 **accenture**

登壇者概要

開会挨拶・事業概要
農林水産省 輸出・国際局

導入講演
農林水産省 輸出・国際局、アクセントゥア株式会社

新技術を活用した輸出産地づくり・輸出販路拡大の取組事例の紹介

株式会社CULTA (東京都・イチゴ)	農家×研究者出身で構成されたベンチャー。品種開発の期間を大幅に短縮できる「高選育技術」を進め、開発したイチゴの品種を自社ブランド商品化して輸出。
株式会社フンドーダイ (熊本県・醤油)	消費者がスマートフォンをかざしてレシピ情報等を閲覧できるNFCタグを商品につけ、開封された位置情報でマーケティングに活用。透明醤油等の革新的な技術を用いた商品開発にも注力している。
鹿児島県製茶株式会社 (鹿児島県・茶)	スマート農業を実現して国内最大級の茶園面積を管理。栽培データを活用して生産経営を見える化するアグリテック企業アスマイルと連携して操縦支援システムを開発し、輸出先が求める品質を安定的に生産する体制を整備。
umamill株式会社 (東京都・828輸出プラットフォーム)	ソフトバンク(株)のグループ会社。海外バイヤーが利用する日本食に特化した828輸出プラットフォーム。商社や輸出可否判断、通関等の貿易実務はumamillが対応。
ディレック株式会社 (東京都・鮮度保持技術)	特殊冷凍テクノロジー・ITで食品流通の課題解決を行うFoodTech系スタートアップ。特殊冷凍機の販売だけでなく、特殊冷凍を施した食品の製造から販売まで一気通貫で構築。
株式会社日本バイオテック (沖縄県・海ぶどう)	海ぶどうの陸上養殖に成功し年間55トンを超えて国内および海外15カ国へ出荷。日本初の海ぶどうをテーマにした体験施設「海ん道」を運営し、インバウンドにも対応する。
日本弁理士会	知的財産に関する専横業務を行う「弁理士」が全員加入する国内唯一の組織。弁理士は、知的財産権の取得だけでなく、取得した権利の事業展開における戦略的活用についてもアドバイスを提供している。

問い合わせ先 GFP事務局(アクセントゥア株式会社)
受付時間: 平日10:00～18:00
接 触: 吉川、岸本、小栗
メール: Agri_Exportation_JP@accenture.com

※登壇者は当日までに追加・変更となる可能性があります

SNS投稿

GFP 農林水産物・食品輸出プロジェクト
1月20日 10:00

【参加者募集】「GFP輸出産地セミナー～新技術を活用した輸出産地の未来」(2/24)
この度、「GFP輸出産地セミナー～新技術を活用した輸出産地の未来」を2026/2/24(火)にオンライン開催します！

本イベントは、農林水産物・食品の輸出拡大に向けて、新技術を積極的に取り入れている生産者/事業者の取組を紹介し、新技術を活用した輸出産地づくりの事例や、輸出における課題解決の解決に向けた新技術活用の事例について、情報発信・議論を行うことを目的としています。

イベントの前半部分では、新技術を活用して牛蒡・梨、海ぶどう、プロモーション等を行い輸出に取り組む事業者から、その取組内容についてご講演いただきます！(申込み不要)

●当日お時間になりましたら、下記YouTubeのリンクからご視聴いただけます
https://www.youtube.com/live/DDfHnSOciIM?si=1KNf_eqYqgtqStE
※一部商品については、後日アーカイブ配信も予定しております。

イベント後半では、新技術の活用や輸出課題の解決、輸出機会の創出に繋がるように、各の場をアドバイザーとするグループ相談会を実施いたします。(事前申し込み不要)
こちらは事前申し込みとなりますので、参加を希望される方は下記のリンクよりお申し込みください。

●申込フォーム: 2月17日(火)締切
<https://www.secure-cloud.jp/st/business/1763699923XmWdCbFc>
※グループ相談会はzoomで実施いたします。相談会の公開は予定しておりません。
※当日のzoomのリンクは、追ってお送りいたしますので、お送りいたします。

協賛の輸出や課題解決のきっかけとなるイベントとなりますので、是非ご参加ください！

GFP輸出産地セミナー イベント概要
【日時】2026年2月24日(火) 13:30-17:30※予定
【開催形式】オンライン(講演はYouTube生配信、グループ相談会はZoomにて実施)
【プログラム】

- 開会挨拶: 農林水産省 13:30～13:35
- 導入講演: 農林水産省・アクセントゥア 13:35～14:05
- 事業者講演: 14:05～16:30
- グループ相談会: 16:40～17:30 ※参加いただけるグループ情報はチラシをご覧ください

GFP Facebook

| GFP輸出産地セミナー ~アンケート結果サマリ

- セミナー視聴回数は**573回**、うちユニーク視聴者数は**418人**であり、**今年度Youtubeに掲載されている動画のうち、最も高い視聴回数を記録した。**
 - 参加のきっかけとしてメルマガが41%、貴省HPが32%、GFPサイトが14%を占め、**メルマガや各種HPでの周知が一定有効であることがうかがえる。**
 - 本イベントの視聴者のうち、**GFPチャネルを初めて視聴した人が82%**を占めており、貴省関係者以外の多くの事業者も本イベントを視聴していたと考えて差し支えないのではないか。
- セミナーの満足度として、「とても満足」・「やや満足」と回答した方は100%（とても満足：65%、やや満足：35%）、今後もテーマのイベントがあれば参加したいという回答は100%と、**高い満足度**であったことがうかがえる。
- セミナーの具体的に良かった点として、「会員で活用できるアイデアがあった」「具体的だった」「知識として面白く拝聴させていただいた。」等のコメントが寄せられ、**事業者にあまりなじみのない新技術の活用可能性の認知拡大に寄与する情報を届けることができたと考えられる。**

GFP超会議・FOODEX連動海外バイヤー試食商談会 (3/11)

GFP超会議 ～開催概要

日程・会場	・ 2026/3/11(水) 14:00~20:00 ・ 会場：ビジョンセンター東京虎ノ門 ※対面開催（セミナーは動画撮影・後日配信）
目的	・ 今年度のGFP取組を総括する位置づけとして、注力テーマである「地方創生（インバウンド含む）」を中心としたイベントを実施することで、地方創生と連動した輸出取組の機運を醸成するとともに、特に若者・女性の活躍にフィーチャーした上で、知見・経験・事例の共有を図る ・ 現地商流のさらなる開拓に向けてFOODEXと連携した海外バイヤーへの商品紹介・マッチング機会を創出する。GFP海外ビジネスパートナーとなりうる海外バイヤーの掘り起こしを行い、現地ネットワークを構築・強化する
構成	・ 開会挨拶：農林水産省 ・ 第1部：輸出を通じた地方創生の最前線セミナー ➢ 事務局・商社・生産者・メーカー・地方銀行（各15分程度） ・ 第2部：パネルディスカッション ➢ 地方創生×輸出の取組を先進的に行う事業者をパネラーとして、インバウンド連携・地銀連携・輸出人材の育成や若者・女性の活躍等のテーマについてディスカッションを実施 ・ 第3部：グループ交流会 ➢ 未来の輸出を担うトップランナーによる品目・業態毎の課題整理・農水省への要望、品目間・産地間連携に向けた議論（各グループに講師として事業者も参加） ・ 第4部：試食交流会 ➢ FOODEX参加バイヤーを招聘した交流会 ※事業者準備による試食+ケータリングの提供
対象者	・ GFP会員（品目・業態横断） ・ FOODEX参加バイヤー ※日本能率協会と連携して周知

・FOODEX JAPAN 2026：<https://foodex.jma.or.jp/>

・開催日程：2026/3/10-13

©Accenture 2026. All Rights Reserved.

97

GFP超会議 ~タイムテーブル

#	開始時間	終了時間	内容			所要時間
			トピック	登壇企業名	概要	
1	13:30	14:00	開場	-	-	0:30
2	14:00	14:05	開会挨拶	農林水産省		0:05
3	14:05	14:15	導入講演	アクセンチュア		0:10
4	14:15	14:30	セミナー①	うるう農園	輸出×地方創生に係る セミナー発信	0:15
5	14:30	14:45	セミナー②	芦別RICE		0:15
6	14:45	15:00	セミナー③	鳥取銀行		0:15
7	15:00	15:15	セミナー④	小平		0:15
8	15:15	16:00	パネルディスカッション	アクセンチュア・セミナー登壇者 セントラル貿易・カメイ・詩の国秋田	パネルディスカッション (質疑応答も兼ねる)	0:45
9	16:00	16:30	休憩	休憩＋会場転換	-	0:15
10	16:30	17:20	GW	グループ交流会	グループに分かれ、 意見交換・交流会を実施	0:50
11	17:20	18:00	休憩・準備	休憩・試食会準備	-	0:40
12	18:00	20:00	試食交流会	海外バイヤーを交えた試食会		2:00

GFP超会議 ~実施内容

セミナー・パネルディスカッション



- 地方創生×輸出の取組を先進的に行う事業者が登壇
- インバウンド連携・地銀連携・輸出人材育成や若者・女性の活躍等のテーマについてセミナー・パネルディスカッションを実施
- 参加者からの質疑応答も実施

グループ交流会



- 品目・業態別に未来の輸出を担うトップランナー間でアイデアを出し合い、課題の整理、将来像、目指すべき姿等について議論
- 産地間連携、品目間連携に向けたアイデア出し・共有を行い、輸出産地間の連携を促す
- 輸出商社・地銀も参加し、海外のトレンド・情報、地銀参入のメリットを共有

試食交流会



- FOODEX参加バイヤーを集めた試食商談会を開催し、商流こう陸の機会を創出
- 出展事業者はフラッグシップ輸出産地の他、有力GFP事業者から選定
- フラッグシップ輸出産地の動画を投影

GFP超会議 ～輸出×地方創生の最前線：セミナー

地方創生×輸出の取組を先進的に行う事業者が登壇。インバウンド連携・地銀連携・輸出人材育成等のテーマについてセミナーを実施。

アクセントチュア(事務局)

- 2025年の国別輸出動向、今後の輸出拡大・地方創生に向けた取組・展望を紹介

うるう農園

- 台湾輸出に向けた規制対応や、観光農園、SNS等を活用したインバウンド連携の取組を紹介。

芦別RICE

- 輸出に繋げるためのチーム作りや、現地取引先での信頼構築、地元の高校生との連携等、輸出に繋げるまでの苦労や輸出に取り組む原動力等を紹介

鳥取銀行

- チームづくりと補助事業の有効活用により中小事業者の輸出支援を実現した実例や、GFPの活用方法を紹介。

小平

- 人材育成、展示会参加等を通じた販路開拓、現地販売先での拠点づくりを中心に、グローバル貿易と地域活性化を両立させる取組を紹介

GFP超会議 ～開催の様子（1/5）

ビジョンセンター東京虎ノ門にて対面開催。イベント全体を通して140名超が参加した。

【会場の様子】



GFP超会議 ～開催の様子（2/5）

開会の挨拶をいただいたのち、アクセンチュア小栗氏からイベントの概要や輸出×地方創生のポイントに関する導入講演を実施。

【セミナーの様子】



GFP超会議 ～開催の様子（3/5）

セミナー登壇者に加えて詩の国秋田、カメイ、セントラル貿易の3社が参加し、輸出×地方創生の取組のテーマに係るディスカッションや参加者からの質疑応答を実施。

【パネルディスカッションの様子】



GFP超会議 ～開催の様子（4/5）

輸出希望品目・販路・業種等に応じて7グループに分かれ、セミナー・パネルディスカッションの登壇者を講師として、参加者の課題解決に繋がるグループ交流会を実施。

【グループ交流会の様子】



GFP超会議 ～開催の様子（5/5）

青果物・米・加工食品等の事業者が試食商品を出展。国内外から多数のバイヤーが来場し、試食・ネットワーキング機会を創出。

【海外バイヤーを交えた試食交流会の様子】



GFP超会議 ～広報活動

GFPメルマガをはじめ、SNS等で周知。

広報用チラシ

対面開催

GFP超会議

輸出×地方創生の最前線

今年度の注力テーマ「地方創生（インバウンド含む）」と連動した輸出取組にフォーチャし、輸出×地方創生の取組に注力する事業者等からの最新情報等を、セミナーや交流会を通じて発信します！GFP登録者ならどなたでも参加できます！

日時 2026年3月11日(水)
14:00～20:00（13:30開場）

会場 ビジョンセンター東京虎ノ門
東京都港区虎ノ門2-4-7 TLTビル4F

申込  **3/6(金) 〆**

セミナー 14:00-16:00

輸出×地方創生の取組に係るセミナー
生産者、バイザー、輸出支援事業者等からの講演（詳細：次頁）

パネルディスカッション
地方創生×輸出の取組を主眼的に行う事業者等（バイザーとして、インバウンド連携・地産連携・輸出入材育成や若者・女性の活躍等のテーマについてパネル形式でディスカッションを実施します）

グループ交流会 16:30-17:20

少人数グループに分かれ、農産品・畜産品・水産品など品目・業種等の隔壁越え、品目間・産地間連携に向けた意見交換を実施します

共食交流会 18:00-20:00

現地産地のさらなる発展に向けて、FOODEX参加の海外バイザーを多数招待した立食形式の共食交流会を実施します

主催 **MAFF** 農林水産省 **accenture**

登壇者概要
先端的な輸出事業者による輸出に係る取組等を対面でご講演いただきます。

セミナー登壇者（予定）

うろう農園 (福岡県)	子どもを産んだことを契機に安心安全な野菜を作りたい思いから農業参入。あまおうを減産栽培にて、全国最大級の産地で栽培。経銷連携初め、産地から直接輸出に取り組み。観光農園を通じて訪日客にいちごの魅力を発信し、SNSやギフト募集を活用して産園のPRに繋がる等、インバウンドと連動させた輸出取組を紹介
芦別RICE コメ生産者 (北海道)	地元産地の機会により「あしべつ米」の名前が売れることに危機を感じ、地元の専業農家3人でコメ輸出を開始。生産者自身によるコメ輸出としては全国最大級。スマート農業を推進することで地元若者をつなぎ止め、過疎化を食い止めるなど地域の活性化に貢献した取組を紹介。R7農林水産部賞受賞。R6輸出に取組む農家、事業者農林水産大臣賞受賞
鳥取銀行 地方銀行 (鳥取県)	中国韓国政府と輸出促進に向けた協定を締結することで輸出を支援する取組。元への輸出促進施策の普及や資金支援を強化。山陰中道間の水産加工品製造企業を中心とした加工食品クラスター「6社会」を推進し、地域事業者・農産品・加工品・加工品と連携。輸出チーム作り、の事例やシンガポールでの展示会出展等の輸出取組を紹介
小平 農産 (鹿児島県)	鹿児島県産の地産農産品、米・肉・中国・ベトナム・インド等の海外販路を拡大し、地産農産品を海外に輸出。鹿児島県産米と協定を結び、空気をフーズスペースに販路を拡大。販売促進オフィス、プロジェクト等、地方創生の取組にも尽力。グローバル貿易と地域活性化を両立させる取組を紹介

パネルディスカッション登壇者（予定）

【テーマ：インバウンド連携・地産連携・輸出入材育成や若者・女性の活躍等】

- ・うろう農園 ・芦別RICE ・鳥取銀行 ・小平
- ・鈴の国秋田（秋田県・地産農産物）
- ・カメイ・セントラル貿易（宮城県・農産物）

お問い合わせ先 アクセンチュア株式会社 GFP事務局（受付時間：平日10:00～18:00）
担当：小栗、幸川、戸根、水村、庄司
電話：03-2461-7436（担当：戸根）
メール：Agri.Exportation_JP@accenture.com

公式ホームページ <http://www.gfp-mall.jp/> 公式Facebookページ https://www.facebook.com/gfp_mall_gfp/

※イベントはGFP登録者を対象として実施します。本取組の方は、GFP公式ホームページより登録をお願いします。

SNS投稿

GFP 農林水産物・食品輸出プロジェクト
1月29日・金

【GFP超会議（3/11）※対面開催】※GFP 農林水産物・食品輸出プロジェクト
3/11(水)に東京にて、農林水産物・食品の輸出拡大に向けて輸出に取り組む生産者/事業者が一堂に会する輸出コラボレーションイベント「GFP超会議」を開催します！。さらに発表

GFP超会議

輸出×地方創生の最前線

今年度の注力テーマ「地方創生（インバウンド含む）」と連動した輸出取組にフォーチャし、輸出×地方創生の取組に注力する事業者等からの最新情報等を、セミナーや交流会を通じて発信します！GFP登録者ならどなたでも参加できます！

日時 2026年3月11日(水)
14:00～20:00（13:30開場）

会場 ビジョンセンター東京虎ノ門
東京都港区虎ノ門2-4-7 TLTビル4F

申込  **2/27**

セミナー 14:00-16:00

輸出×地方創生の取組に係るセミナー
生産者、バイザー、輸出支援事業者等からの講演（詳細：次頁）

パネルディスカッション
地方創生×輸出の取組を主眼的に行う事業者等（バイザーとして、インバウンド連携・地産連携・輸出入材育成や若者・女性の活躍等のテーマについてパネル形式でディスカッションを実施します）

交流会 16:30-17:20

少人数グループに分かれ、農産品・畜産品・水産品など品目・業種等の隔壁越え、品目間・産地間連携に向けた意見交換を実施します

共食 18:00-20:00

現地産地のさらなる発展に向けて、FOODEX参加の海外バイザーを多数招待した立食形式の共食交流会を実施します

主催 **MAFF** 農林水産省 **accenture**

GFP Facebook

｜GFP超会議 ～参加者アンケート結果サマリ～セミナー/パネルディスカッション

- セミナー・パネルディスカッションの満足度として、「とても満足」・「やや満足」と回答した方は**100%**、同様のプログラムがあれば参加したいという回答は**100%**と、**高い満足度**であったことがうかがえる
- セミナーの具体的に良かった点として、「**売上のポートフォリオを考え、一部分として輸出を行い、インバウンド向け施策として、アグリツーリズムを進める**ことは農業と相性がよいと感じた」や「今後さらに輸出を拡大していくためにはチームで取り組むことが重要であると感じた」等のコメントも寄せられた。
 - 実際に日本産品の輸出に取り組んでいる事業者が抱える**現地での規制対応や物流対策、インバウンドと連携させた観光農園**の取組や**現地での拠点作り等**の、輸出における**ディフェンス・オフENSEの両側面での輸出取組**をまとめることで、参加事業者の輸出に対する意欲を促進させる情報や個社取組につながられるような情報が届けれたと考えられる
- パネルディスカッションの具体的に良かった点としては、「輸出最前線のバイヤーからの意見は、大変参考になった」や地域商社としての取り組みが大変参考になった」等のコメントも寄せられた
 - 輸出産地との連携をテーマとした取組を共有することで、生産者や商社、流通業者等の**多くのステークホルダーが一丸となった輸出産地づくりの取組を促進する情報**が発信できた考える
- 今後に向けた期待として、「畜産・水産等の業種における地方創生の取組」や「輸出とインバウンドの連携」が挙げられた
 - 輸出の取組を共有する場を継続して提供するとともに、**業種軸での地域創生やインバウンド向け取組**に関する情報発信を、今後の取組テーマとして検討したい

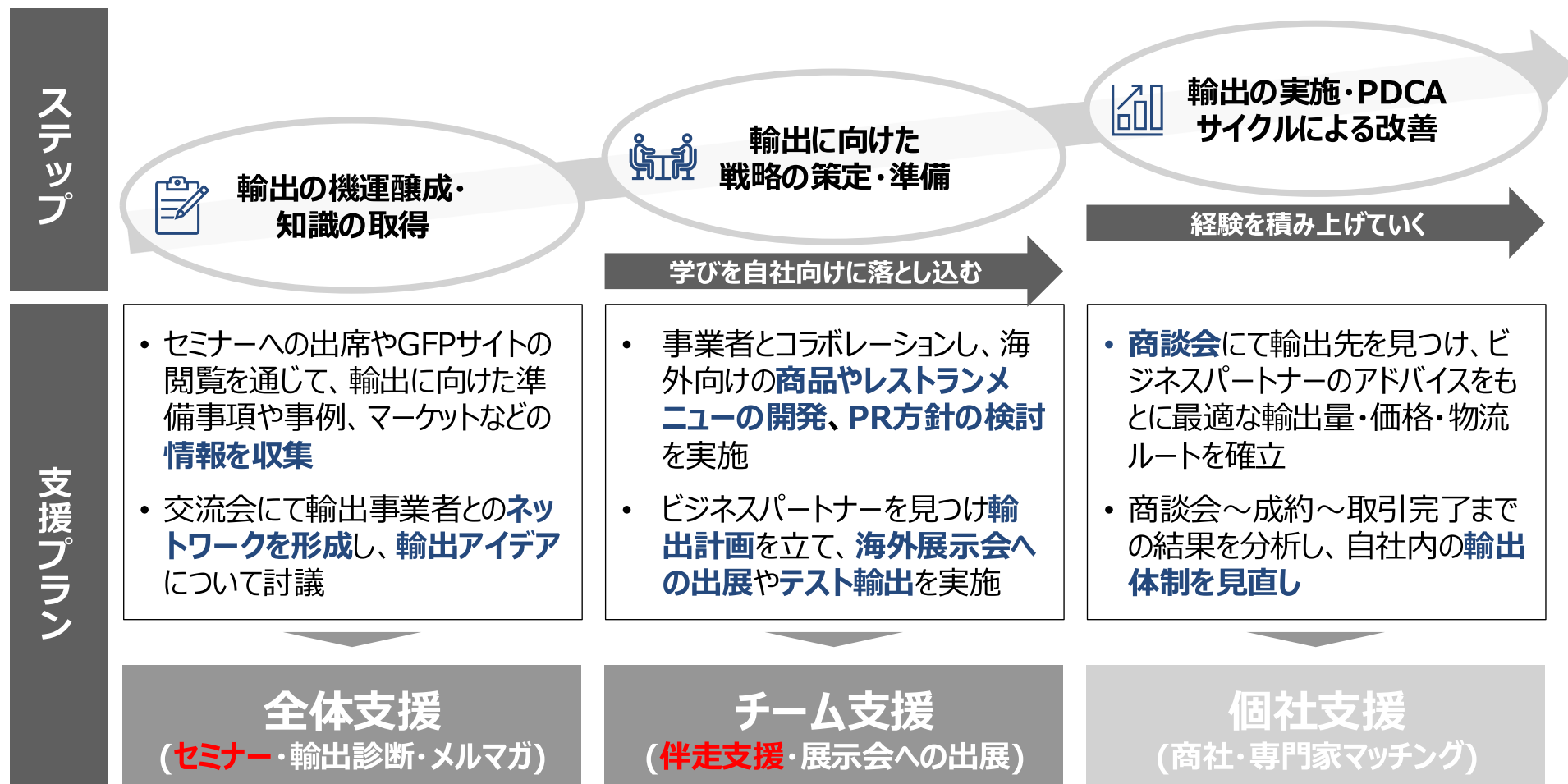
｜GFP超会議 ～参加者アンケート結果サマリ～グループ交流会

- グループ交流会の満足度として、「とても満足」・「やや満足」と回答した方は**96%**、今後も同様のプログラムがあれば参加したいという回答は**100%**と、**高い満足度**であったことがうかがえる
- 今回のグループディスカッションを通じて、「**輸出商社**と直接お話ができただけでなく、他社のボトルネックなどをお聞ききできて大変勉強になりました」や、「**真摯に参加者の質問に回答されており、リアルな話が聞くことができたため、参考になった**」等のコメントが寄せられた
 - 生産者や卸売業者、商社や流通業者、行政機関等、様々な業種間でのグループ交流を行ったことで、商談や、事業者間のコラボレーションに繋がるやり取りが多く生まれたと考えられる
- 「**アメリカ・シンガポール等向けの取組**で一緒にいたい」、「**登壇者の取り組みを実際に見に行きたい**」等のコメントも寄せられ、**新規・追加商談の機会**や**事業者間で連携した新規取り組み**を開始するきっかけを提供できたことがうかがえる
- 今後の期待としては、「時間が足りなかった」、「少人数のグループにしてほしい」等の声が寄せられた
 - 引き続き、グループ交流の場を提供していくにあたり、グループ分けのさらなるアイデアとしては①業種でのグループ分け、②輸出を希望する国でのグループ分け、③輸出時に抱える課題でのグループ分け等、**様々な基準でのグループ分けを行った交流会の開催**を検討したい

GFP×農業女子×4Hクラブ輸出セミナー

GFP×農業女子×4Hクラブ輸出セミナー ～輸出実現に向けたステップ

農業女子PJ/4Hクラブメンバの輸出状況を鑑み、ステップに応じた支援プランを準備。
輸出の実現まで一気通貫でサポートし、将来的には自走できる姿を目指す取組を実施。



GFP×農業女子×4Hクラブ輸出セミナー ～伴走支援プログラムの目的

GFPとの共同プログラムを通じて、実践的な輸出知識を習得・ネットワーキングを図って頂き、今後の輸出取組・国内向け取組双方に生きる学びを得て頂くことが目的。

輸出伴走支援プログラム

課題の洗い出し

専属メンターとの
個別相談
チーム内での相談

取り組むべき内容 の決定

チームでの
共同企画

各種GFPサービス
のフル活用

商品規格書の
作成

取組実行

海外営業活動

ビジネスパートナー
マッチング

GFP商品カタログの
フォーマット提供

フィードバック
通年支援

【専属メンター】

- ・ GFPアンバサダー
- ・ GFP先進事業者
- ・ アクセンチュア
(GFP事務局)

自社の取組に関わる取組・
事業展開に活かしていただく

GFP×農業女子×4Hクラブ輸出セミナー ～取組結果

輸出ステージ・生産規模が多様な事業者でチームを組み、輸出経験者は新規販路構築・ブランディングで、未経験者はまず輸出の基本的な流れや“お作法”を学んで頂いた。

参加前の状況



成果概要

- 果物×高級外食/ECの新規販路づくり・農業女子及び生産者ブランディングに成功
 - 他品目の輸出事例を学ぶことでの知見蓄積・コラボレーション検討にも寄与
-
- メンター・経験者から輸出の流れを学び輸出に成功（初めての輸出者も多数）
 - 課題解消・定番取引に向けた足掛かり・今後の方向性を検討することに成功
-
- 海外向け商談を通じて、基本的なビジネスのやり方・値付けの考え方を習得
 - 今後の輸出に向けて輸出経験者・有力商社とのネットワークを獲得

GFP×農業女子×4Hクラブ輸出セミナー ～年間スケジュール

参考

定期的な打ち合わせにて各事業者様へのフォローアップを行いながら、ネットワーキング・輸出知見の共有を図る。



GFP×農業女子×4Hクラブ輸出セミナー ～農業女子メンバー向けの講演

農業女子プロジェクト参画企業向けのセミナーを実施。8社が参画し、輸出経験者が輸出初心者に知見を提供することで、共同輸出の取組も実現。

1億人ではなく
100億人を見据えた
農林水産・食品産業へ

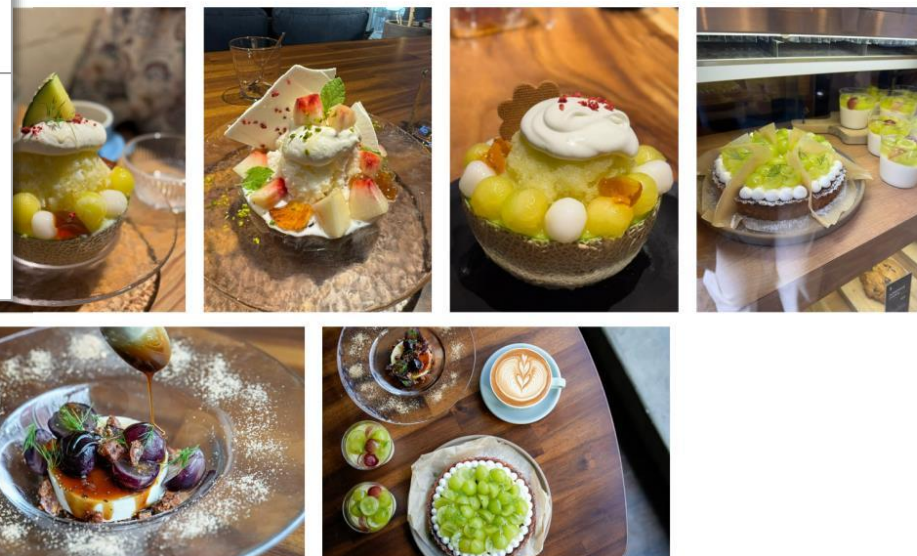
“はじめて輸出”のポイント ～小ロットからでもできる輸出～

アクセント株式会社
早川 侑花

GFP 農林水産・食品
輸出プロジェクト
農業女子PJ

全国農業青年クラブ連絡協議会
Head・Head・Heart・Health JAPAN 4H CLUB

の様子



©Accenture 2026. All Rights Reserved.

146

GFP×GIセミナー (9/24)

GFP×GIセミナー ～GIを活用した輸出拡大のポイント

海外輸出を志すうえで、GI（地理的表示保護制度）との連携を通じ、GIブランドの保護・認知向上が輸出拡大にも求められることを本セミナーにて発信。

- **海外市場**：国内市場が縮小する中で、輸出を“販路の一つ”として持つことは将来に向けた意味がある（小ロットであっても）
- **テロワール**：GIの強みを訴求する上で、産品と産地の特性を紐づけてストーリー・ブランドを訴求していくことが重要（インバウンドに繋げるためにも）
- **インバウンド連携**：国内起点&海外起点の両輪で、産品・産地の魅力を伝え、インバウンド増加・ファンづくりを行う必要
- **地域商社連携**：産品・産地のストーリー・付加価値を伝えられる地域商社と連携した輸出取組を進めることが有効
- **SNS・デジタル活用**：海外消費者に訴求していく上では、アジア圏を中心にSNS発信が効果的。EC販売も含めたデジタル戦略が必要
- **アンバサダー店舗**：海外で継続的に商品・産地のストーリーを発信する上では、定常的な取り扱いのある“アンバサダー店舗”を作ることが有効
- **複数のGIコラボレーション**：GFPはコラボレーションがコンセプトでもあり、複数産品・産地でのセット提案の観点でGFPとの連携が可能

GFP×GIセミナー ～産地ブランド確立の重要性

欧米向け輸出に向けたハードルを逆に利用してブランドを確立することで、高品質な生産・供給システムを確立し、生産者の手取向上に貢献。

生産者の 収入安定・ 手取向上

- 小割加工の需要が増加したことにより、処理に手間はかかるものの加工料金の収入が増え、加工業者としての収益が向上
- 市場出荷する牛肉の10～15%が輸出用であり、年間を通して枝肉市場の相場価格が安定することで、生産者の収入が安定・手取が向上

品質確保

- 衛生管理基準が厳しい米国・EUに輸出可能な牛肉のみ市場に出すことで、国内外の消費者の品質の安全性を確保

人材育成

- HACCPに対応した衛生管理研修会の実施や、小割加工に対応するための技術研修会により、職員の技術・知識レベルが底上げされた
- 厚労省、FSISの査察により動物福祉に配慮した家畜の取扱いを導入

産地間競争による値下げ・価格競争は行わず、ブランド確立に向けた取組を通じて、生産者の手取りを高めることを重視

| GFP×GIセミナー ～青果物輸出に関する現状認識

- 輸出増加トレンドを維持しているものの、もう一段階の輸出拡大・強い輸出構造の確立を目指す上では以下が懸念
 - 全国的な気候変動に伴う生産の不安定さ（かんきつ・ゆず等で顕著）
 - 韓国産・中国産との各国での競争激化（品質向上に加え模倣も進む）
 - ✓ 差別化を図るべく、個別生産者との関係性強化・ブランディングを図るバイヤー増加
 - 台湾・香港(景気減速基調)の既存輸出先国への偏重(輸出全体の80%以上) → **ネクストマーケット開拓が必要**

| GFP×GIセミナー ～青果物のネクストマーケット開拓に向けて

- 強い輸出/輸入商社と連携しつつ、戦略的にネクストマーケット開拓（新規輸出先国&新規販売チャネル）を開拓していく必要
- 昨年度のマッチング実績等を踏まえて、ポテンシャル輸出先国×品目は下記
 - アメリカ × いちご・メロン・冷凍焼き芋
 - カナダ × かんしょ・柿・かんきつ
 - タイ × かんしょ・ぶどう・いちご・（かんきつ：規制対応）
 - マレーシア・中東×果物
 - フィリピン×いちご（輸出解禁）

長崎県立大学（GFPメンバー）との輸出勉強会 （10/20）

長崎県立大学（GFPメンバー）との輸出勉強会

輸出に意欲的で地域単位での輸出ノウハウを蓄積している長崎県立大学と連携し、地域単位の輸出プレイヤーの掘り起こし・すそ野拡大・地方創生に有効な勉強会を実施。

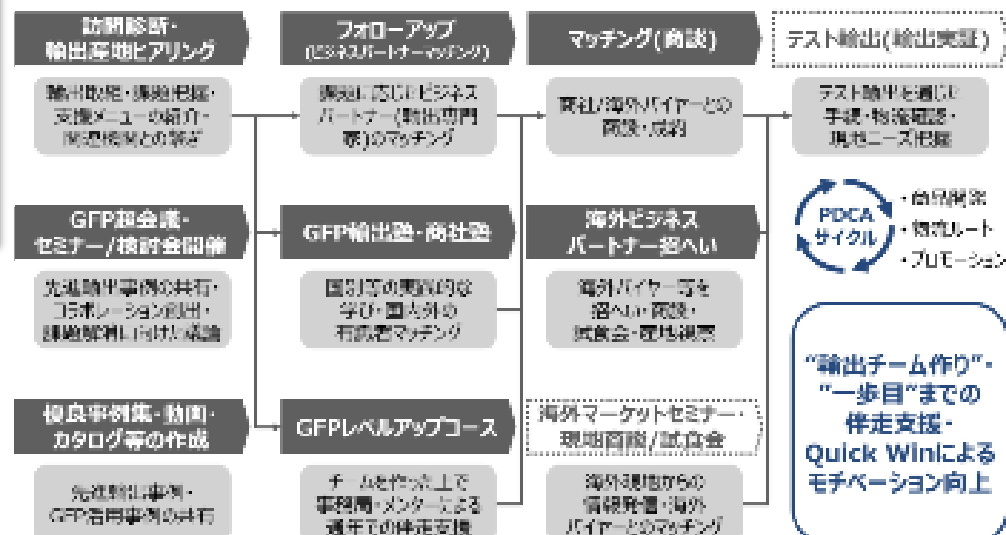
1億人ではなく
100億人を見据えた
農林水産・食品産業へ

GFPの取組紹介

アクセンチュア株式会社
プリンシパル・ディレクター
小栗 史也

GFPを通じた輸出支援メニュー

輸出は“一歩目”のハードルが高いため、マッチングを通じた適切なビジネスパートナーの紹介・テスト輸出を通じた輸出手続・海外ニーズ把握まで一気通貫で支援。



AFJ輸出講座での登壇（10/21）

AFJ輸出講座での登壇 ～講演概要

10/21に輸出ステージ別に輸出取り組みを加速するためのセミナーを実施。輸出の流れから具体的な商流構築の方法まで、行動に移しやすいステップに落とし込んで説明。

1億人ではなく
100億人を見据えた
農林水産・食品産業へ

海外輸出を体系的に学ぶ
1泊2日集中プログラム

輸出取組ステージ別の 輸出強化の方向性

アクセンチュア株式会社
小栗 史也

輸出コーディネーター育成に係る動画リンク集

輸出の最新トレンド：FOODEX講演

<https://www.youtube.com/watch?v=Ix9NIraWWEQ>

【輸出コーディネーター育成講座】第1回：輸出の背景・目的

<https://youtube.com/live/-Z-Q0Rb-PxQ?feature=share>

【輸出コーディネーター育成講座】第2回：輸出の概要・流れ

<https://youtube.com/live/c49zdVD8syQ?feature=share>

【輸出コーディネーター育成講座】第3回：各国市場の概観・日本産コース

<https://youtube.com/live/ghoC86NwSVE?feature=share>

【輸出コーディネーター育成講座】第4回：輸出戦略・計画立案の流れ

<https://youtube.com/live/1hHzRrEhh7Q?feature=share>

【輸出コーディネーター育成講座】第6回：輸出物流ルート構築の考え方

<https://youtube.com/live/FUwi6VUVohM?feature=share>

【輸出コーディネーター育成講座】第7回：輸出商社の役割・貿易実務の概要

https://youtube.com/live/UnX_9JeJmlq?feature=share

【輸出コーディネーター育成講座】第8回：輸出規制の概要

<https://youtube.com/live/sa1A9i8sKe8?feature=share>

【輸出コーディネーター育成講座】第9回：GFPの活用方法

<https://youtube.com/live/PxHOu5H8JzI?feature=share>

【輸出コーディネーター育成講座】第10回：輸出コーディネーターに求められる役割

<https://youtube.com/live/wxQ2zoqfm-I?feature=share>

©A

AFJ輸出講座での登壇 ～輸出までの流れ

① 自社所在地・商品に合った商流パターンの検討、② 商社マッチング後の物流ルート・書類準備、③ 販売プロモーション等を進めていく。

取組内容

Step1 : 商流パターンを検討する

Step2 : 輸出パートナーを見つける

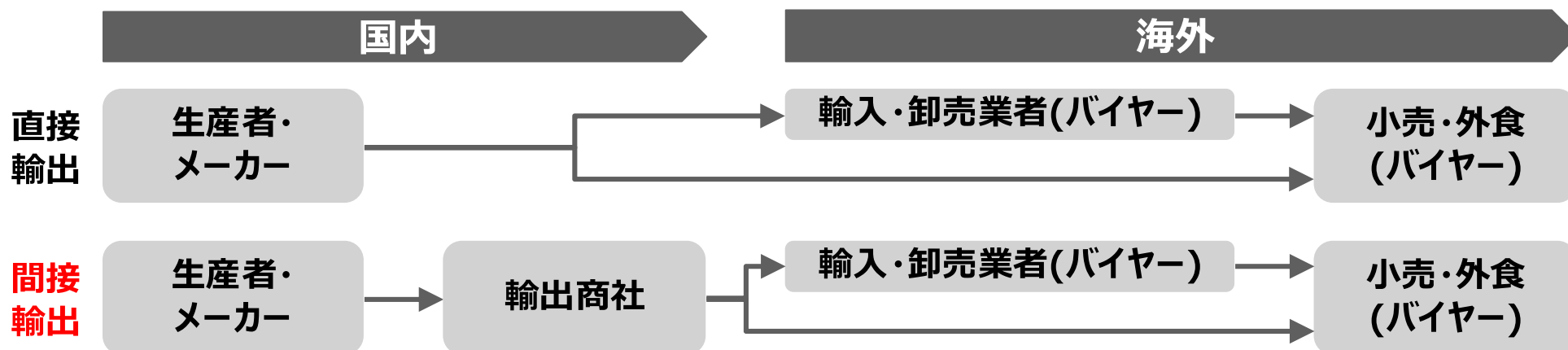
Step3 : 物流ルートを決める

Step4 : 取引条件に合った価格設定・書類準備

Step5 : 販売プロモーション

AFJ輸出講座での登壇 ～商流パターン：直接輸出と間接輸出の違い

直接輸出は、自社が荷主となり海外の相手に直接商品を販売するのに対し、間接輸出は、輸出商社を通じて輸出を行うため、国内販売と実質はさほど変わらない。



直接輸出

間接輸出

メリット

- バイヤーと直接交渉ができる
- 商社を介さず、中間マージンを削減
- 現地事情が把握しやすい

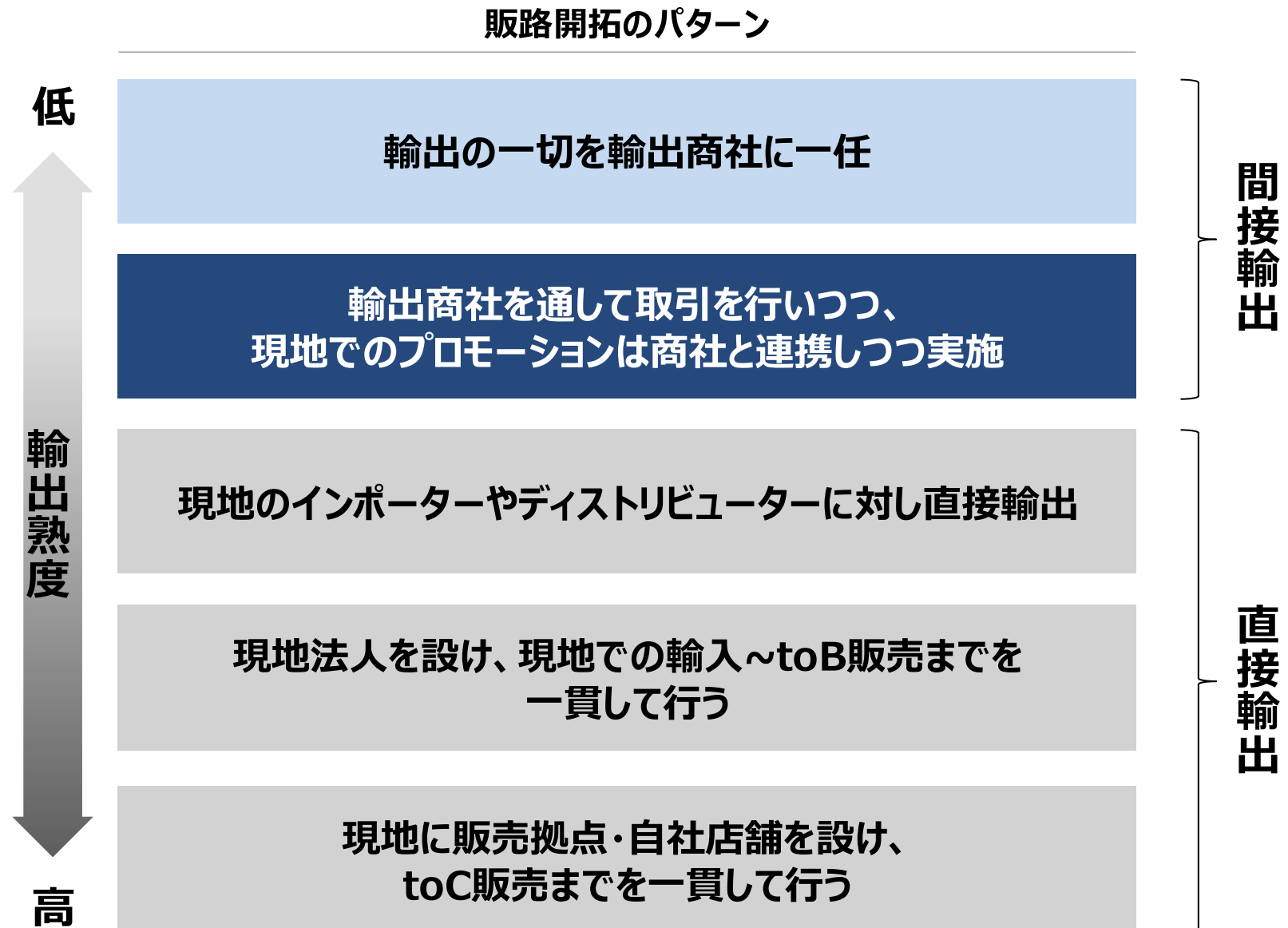
- 国内の輸出商社と受発注を行う
- 海外からの代金回収リスクがない
- 輸出商社が混載するため、小ロット (LCL) 物流でも可能

デメリット

- 外国語の交渉や貿易実務人材が必要
- 海外からの代金回収リスクがある
- 海外輸送の場合、船会社の混載(LCL) サービスがない航路もある

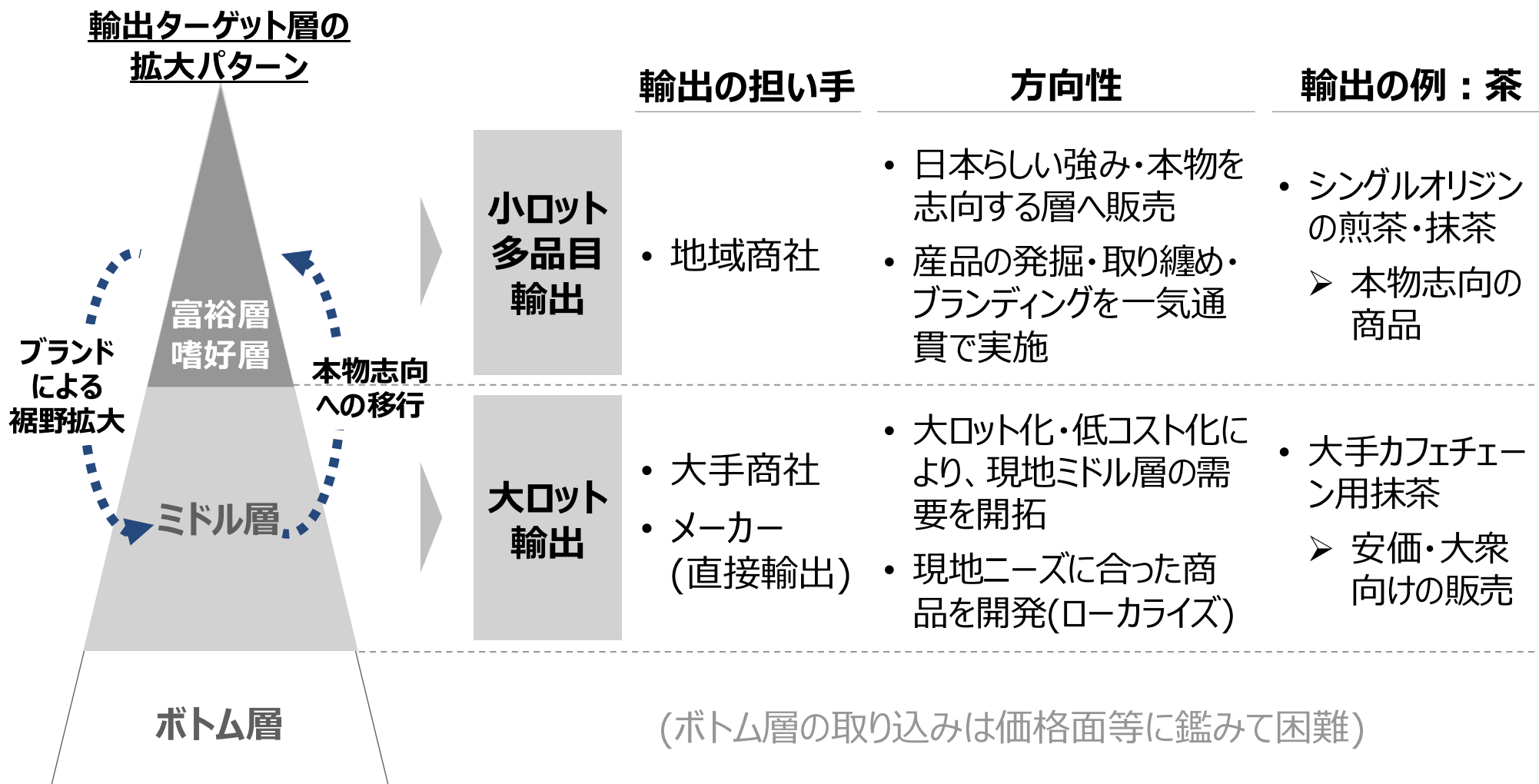
- 現地事情が把握しにくい
- 全体の輸出コストが見えにくい
- 輸出商社への支払手数料料分がコスト増

AFJ輸出講座での登壇 ～海外輸出における販路開拓のパターン



AFJ輸出講座での登壇 ～輸出商社の類型・役割

小ロット多品目輸出と大ロット輸出の両輪・シナジー効果を発揮した輸出拡大が重要であり、特に地域商社は前者の担い手として不可欠。



AFJ輸出講座での登壇 ～“強い輸出商社”との連携に向けて

サプライチェーン一気通貫で輸出をコーディネートできる商社が重要であり、商社としての特長の明確化・デジタル活用・商社間連携もポイントとなる。

生産

- 規制対応・認証取得に関する、輸出産地・メーカーへの積極的なサポート
- “マーケットイン”での新規輸出商品の発掘・商品開発(PB商品含)への関与

流通

- コスト・品質保持の面で適切な輸出物流ルートの構築(混載含む)
- 輸出先国×販売チャネルの多角化・リスク軽減
- 輸入/国内販売事業等での事業ポートフォリオ

販売

- コロナ影響によるマーケットの変化に対応した販路開拓・プロアクティブな商品提案
- デジタル(オンライン商談・SNS・EC等)を活用したマーケティング

横断的要素

- ① 商社としての“特長”・“強み”の明確化(販路・地域・デジタル)
- ② シナジーのある“輸出+α事業”・“新たな商社ビジネス”の展開
- ③ 積極的な商社間連携を通じた輸出取組の推進

AFJ輸出講座での登壇 ～ターゲット国の決め方

輸出先国の消費者の嗜好性・流通環境等をマーケットインの観点から分析し、パートナーの所在・輸出規制等と合わせて検討することが重要。

決め方のポイント

消費者・購買力	・ 所得・GDP・人種等の観点より、ターゲットとなる消費者がいるか ・ ターゲット消費者は自社商品を購入しそうか（収益が見込めるか）
輸出パートナー・販売チャネル	・ 輸出を目指すに当たり、現地/国内に適切なパートナーがいるか、良い関係性を構築できそうか ・ 日系小売/外食の進出状況、現地系小売/外食の展開状況・販路開拓可能性はどうか
輸出規制	・ どのような輸出規制が設けられているか調べ、そのハードルをクリアするために必要な対応事項を確認し、適切に対応しているか
食文化の近さ・日本ブランド	・ 海外の食文化を積極的に取り入れているか ・ 日本食店の数等から日本食の普及度や日本食文化との親和性があるか
政情・ビジネス環境	・ 親日国・治安等より政情やビジネス環境として日本企業が進出しやすい環境が整っているか、輸出を阻害・邪魔をする要因はないか
競合品・代替品	・ 自国での生産状況や他国からの輸入状況はどうか ・ 競合品と自社の違い・特徴が明確か、ターゲット消費者・食文化にあわせて改良が必要か
輸出物流網	・ 現地物流が整っているか、（＝サプライチェーン・コールドチェーンが整っているか）
フラッグシップ性	・ 海外からの観光客の往来が多い等、周辺国への波及効果を見据えた場合に日本食・食文化のプロモーションに適した拠点か

AFJ輸出講座での登壇 ～輸出規制のハードル概要

確認事項

原材料	・ 輸出不可な原材料を含んでいないか（肉・乳・卵、等） ・ EU混合食品は特に注意が必要
食品衛生・ 認証取得	・ 食品衛生規則が定められているか(微生物学的基準・温度管理・HACCP等) ・ 輸出に必要な認証を取得しているか、対応できているか(米国：FSMA対応等)
食品添加物	・ 使用している食品添加物・香料はポジティブリストに掲載されているか
ラベル表示・ 容器/包材規制	・ ラベル表示の規則があるか ・ 容器/包材に関する規制があるか、ワイン・蒸留酒の容量規制があるか
検疫	・ 植物検疫・動物検疫の対応の難易度はどの程度か ・ 輸出先国の要求に応じて輸出検疫を行い、証明書を添付しているか
残留農薬・ 重金属	・ 使用可能な農薬及び残留農薬と重金属残留上限値を満たしているか
放射性物質	・ 対象国の放射線規制の緩和状況はどのような状況か ・ 船積み前に検査証明書・産地証明書が容易されているか

AFJ輸出講座での登壇 ～GFPが“できること”

国内外1万社以上のコミュニティを生かした、コラボレーション創出・輸出チームづくり・各種機関と連携した輸出関連情報・成功事例発信等を実施。

コラボレーション・ マッチング

- 課題に応じた多様なビジネスパートナー(輸出専門家)のマッチング
- 交流会等でのGFPメンバーとの出会い（オンライン/オフライン）
- 商社・海外バイヤーからのニーズに応じたサプライヤーの紹介

輸出チームづくり・ 伴走支援

- レベルアップコース等を通じた商社・コンサルを巻き込んだ輸出チーム作り
 - 通年での伴走支援→出口につながる輸出実証を実施
- 農水省・自治体等の輸出支援機関との連携推進(県庁事業との横連携含む)

最新情報・ 輸出事例・ 補助事業等 発信

- メールマガジン・SNS・YouTube等を通じた多面的な輸出関連情報の発信
 - イベント・予算情報・補助事業等
- セミナーで最新の輸出トレンド・海外情報・輸出成功事例を発信・横展開

AFJ輸出講座での登壇 ～初めての輸出成功のポイント

地域商社連携

- 輸出手続・書類準備等きめ細かに支援可能
- 地域商社を中心に地域の複数の生産者と連携した上で、チームとしての輸出取組が効率的

農水省・自治体連携

- 公的機関の事業・補助(実証等)を活用しつつ、一歩目の出口確保を目指すのがよい
- 海外でのテストマーケティングイベント・外食店プロモーション(主に日系高級店)、日系小売プロモーション・アンテナショップ等

規制難易度の低い国

- 全体的に、香港・シンガポール・マカオは規制・物流のハードルが低く、一歩目の経験を積む対象国として有力

デジタル活用

- ECでの販売・ライブコマースでの販売は小ロットでも出品可能な上、消費者のダイレクトな反応が得やすく有効
- SNS等の活用は生産者のブランディング・インバウンドにも繋がる

AFJ輸出講座での登壇 ～輸出コーディネーター育成に係る動画リンク集

輸出の最新トレンド：FOODEX講演

<https://www.youtube.com/watch?v=Ix9NIraWWEQ>

【輸出コーディネーター育成講座】第1回：輸出の背景・目的

<https://youtube.com/live/-Z-Q0Rb-PxQ?feature=share>

【輸出コーディネーター育成講座】第2回：輸出の概要・流れ

<https://youtube.com/live/c49zdVD8syQ?feature=share>

【輸出コーディネーター育成講座】第3回：各国市場の概観・日本産二スズ

<https://youtube.com/live/ghoC86NwSVE?feature=share>

【輸出コーディネーター育成講座】第4回：輸出戦略・計画立案の流れ

<https://youtube.com/live/1hHzRrEhh7Q?feature=share>

【輸出コーディネーター育成講座】第6回：輸出物流ルート構築の考え方

<https://youtube.com/live/FUwi6VUVohM?feature=share>

【輸出コーディネーター育成講座】第7回：輸出商社の役割・貿易実務の概要

https://youtube.com/live/UnX_9JeJmlg?feature=share

【輸出コーディネーター育成講座】第8回：輸出規制の概要

<https://youtube.com/live/sa1A9i8sKe8?feature=share>

【輸出コーディネーター育成講座】第9回：GFPの活用方法

<https://youtube.com/live/PxHOu5H8JzI?feature=share>

【輸出コーディネーター育成講座】第10回：輸出コーディネーターに求められる役割

<https://youtube.com/live/wxQ2zoqfm-I?feature=share>