

加工食品の輸出促進、 日本の食産業の海外展開について



令和5年11月
農林水産省
大臣官房新事業・食品産業部



目次

1. 加工食品の輸出促進について

1. 加工食品の輸出の現状	3
2. 加工食品の輸出に関する課題	4
3. 加工食品の輸出に向けた取組	5
4. 規格・認証を活用した農林水産物・食品の輸出	6

2. 食産業の海外展開について

1. 食産業の海外展開の現状	8
2. 食産業の海外展開のメリットと課題	9
3. 海外ビジネス投資支援パッケージ	10
4. 食産業の海外展開の主な支援措置	11

参考資料	13
------	----

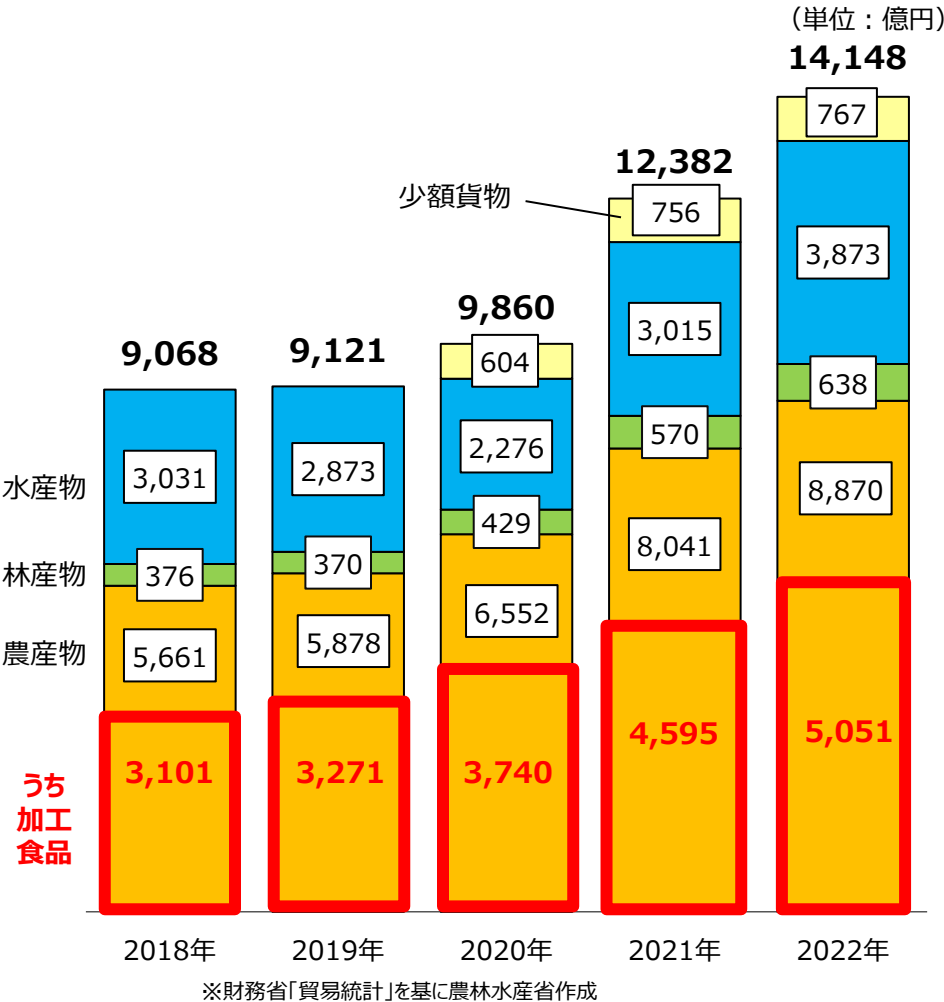
1. 加工食品の輸出促進について



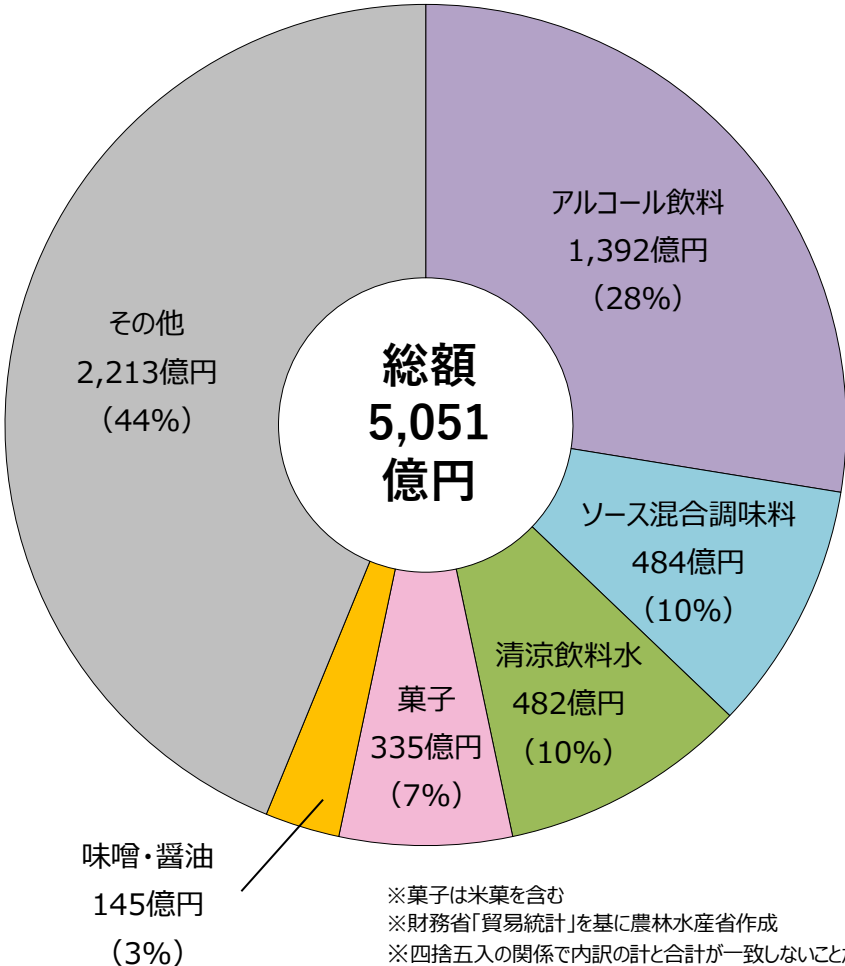
1-1. 加工食品の輸出の現状

- 2022年の農林水産物・食品の輸出額は**14,148億円**。そのうち加工食品は**5,051億円**。
- 加工食品の輸出額を品目別にみると、ウイスキーや清酒等のアルコール飲料が1,392億円と28%を占め、ソース混合調味料が484億円で10%、清涼飲料水が482億円で10%と続く。

農林水産物・食品 輸出額の推移



加工食品の品目別輸出額（2022年）



1-2. 加工食品の輸出に関する課題

(加工食品の課題)

- 輸出先国の食品安全・添加物・表示・容器・包材等の規制・基準について、国・品目・製品ごとの対応が必要。
- 加工食品の輸出に当たっては、輸出先国の複数の規制対応が必要であり、**国内向けと別の製造ライン施設が必要な場合もある。**

(加工食品の強み)

- 加工食品は、生鮮食品に比べて検疫上のハードルが下がるため、**輸出を禁止されるケースが少ない。**
- 賞味期限が長い上、季節変動が少なく、**周年輸出が容易。**
- 日本の高度な技術により、輸出先国の嗜好、生活スタイルに合わせて**付加価値を付けることが可能。**輸出の有望な分野。

加工食品の輸出に際し必要となる対応の例

施設認定・登録

- 食肉や水産物を主な原料とする加工食品については、施設基準や衛生基準（HACCP）を満たした施設の認定が必要であり、施設改修も伴う。
- 中国への食品輸出は、製造企業登録が必要。



空気を経由した汚染の防止設備（パーティション）の導入

混合食品

- EUは、動物由来の原料（乳、卵、水産物など）が含まれる場合、その原料がEU基準を満たしていることの証明を要求。



温度管理を要する装置・設備の導入

食品添加物

- 国ごとに使用可能な食品添加物が異なることから、使用できない添加物を使用している場合は、代替添加物に変更し商品を製造することが必要。



表示

- 国ごとに栄養成分等の表示ルールが異なることから、各国の規則を確認する必要。



容器・包材

- 国ごとに包装容器の品質規格・条件が異なることから、認められた容器・包材を使用する必要。



ハラール、コーシャ

- 原材料、加工方法、包装、貯蔵、物流、陳列等サプライチェーンを通じた対応が必要。



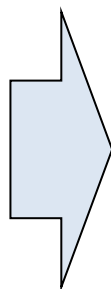
1-3. 加工食品の輸出に向けた取組

- 食品製造事業者が**個社では対応が困難な協調領域**の課題に対処し、加工食品の輸出を促進するため、以下のような取組を実施。

協調領域の例

- 輸出ターゲット国の**市場調査・規制調査**
- 海外における**ジャパンブランドの確立**
- 業界関係者**共通の輸出に関する課題解決**に向けた実証等
- **海外における販路開拓活動**
- 輸出促進のための**規格の策定等**
- 輸出手続きや商談等の**専門家による支援**
- **新規輸出国開拓**に向けた調査及び輸送試験

等



認定農林水産物・食品輸出促進団体制度(参考1)

改正輸出促進法に基づき、輸出重点品目を対象に、国が「認定農林水産物・食品輸出促進団体（品目団体）」を認定し、オールジャパンによる輸出促進を展開。

加工食品関係では、菓子・味噌・醤油について認定されたほか、カレーについて認定に向けて取組中。

加工食品クラスター(参考2-1～3)

複数品目、単一品目、地域単位、全国単位など、地域の事業者の実情に応じ、食品製造事業者等が連携して個社単独では難しい輸出拡大に向けた活動を実施。

海外食品添加物規制早見表(参考3)

主な輸出先10の国・地域の規制に対応した食品添加物の代替利用に役立つ早見表を作成・公表し、輸出に取り組む事業者が誰でも活用できるよう措置。

公開先((一財)食品産業センターHP)▶

1-4. 規格・認証を活用した農林水産物・食品の輸出

- 食品・農林水産物の輸出力強化が課題となる中、海外との取引を円滑に進めるためには、日本の事業者にとって取り組みやすく有利に働く規格の制定・活用を進めるとともに、その国際的な認知度・影響力を高めていくことが不可欠。

JAS（日本農林規格）の活用(参考4-1、2)

① JASのまま海外において浸透・定着

(例) ハム・ソーセージのJAS認証品
が東南アジアで贈答品に選好



日本独自の価値・ルールを世界共通の規格として標準化

② JAS等のCodex規格化

・コーデックス委員会

(FAOとWHOによる政府間組織)



(例) 納豆 (Codex規格提案中)

③ JAS等のISO規格化

・国際標準化機構 (各国の代表的標準化機関からなる組織)

・食品を含めた多様な製品、性能評価、マネジメントシステムなどの規格

(例) 災害食の品質基準 (2023年7月にISO提案)



③の具体例

現状、魚の鮮度は、見た目（色、形、ぬめり、においなど）による評価基準のみ。

JAS制定 科学的な鮮度評価指標「K値」

ISO規格制定化すれば

“生鮮魚介類の鮮度”で外国産と
明確に差別化高価格での販売が可能に！

→ 日本産の「新鮮さ」が証明



JFS（日本の食品安全のグローバル規格）の活用 (参考5-1、2)

- ・ CodexのHACCPガイドラインやFSSC22000(オランダ)が存在。しかし、日本の伝統的な製法に適さない、英語で書かれた規格文書しかない等中小事業者が取組やすいものがない。



2016年

日本発食品安全管理規格
(JFS規格) が誕生



2018年10月

JFS規格（C規格）が食品
安全のグローバル規格として
GFSI※により承認

※GFSI：Global Food Safety Initiative
(世界食品安全イニシアティブ)
グローバルな食品企業が設立した食品安全
管理の規格の承認等を行う民間団体

今後

- ・ 海外の流通・小売業者、政府関係者等にJFS規格を広く周知
- ・ 食品製造事業者が、国内に出荷するのと同じ仕様で無理なく輸出できる環境を整備

JFS規格の仕組み

主な必須事項

- ・ 食品安全マネジメントの取組み
- ・ 内部監査
- ・ 偽装防止
- ...

- ・ HACCPに基づく衛生管理
- ・ 苦情対応
- ・ 食品防御
- ・ アレルゲン管理
- ...

- ・ HACCPの考え方を取り入れた衛生管理
- ・ トレーサビリティ
- ...

国際取引で活用
(GFSI承認)

国内取引等で活用

小規模事業者向けに簡略化

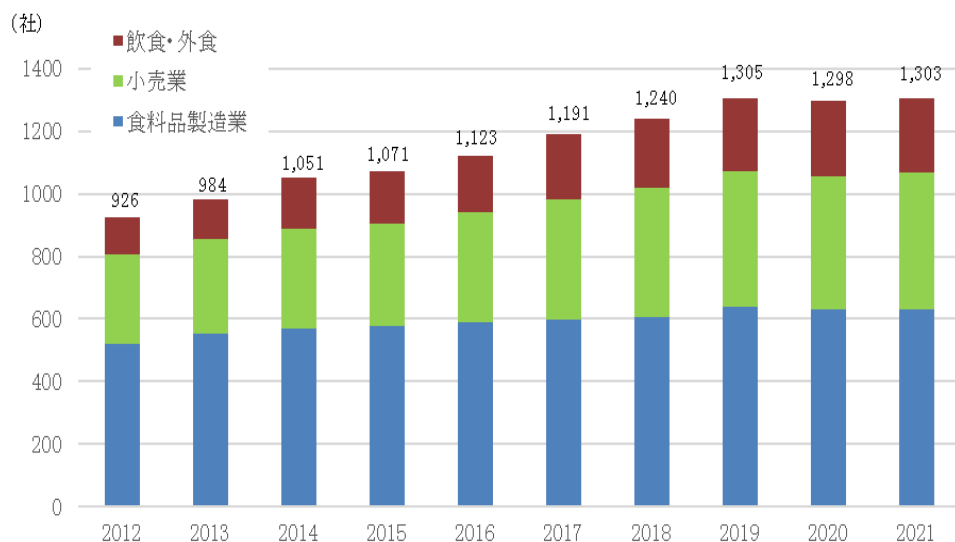
2. 食産業の海外展開について



2-1. 食産業の海外展開の現状

- 我が国の食品産業の海外展開は、今世紀に入ってからアジア市場を中心に本格化し、**現地法人数は、2021年で1,303社**。
- しかしながら、国内法人数に対する現地法人数の比率をみると、**食品製造業の割合は、その他製造業と比較して、約3分の1と低い状況**。

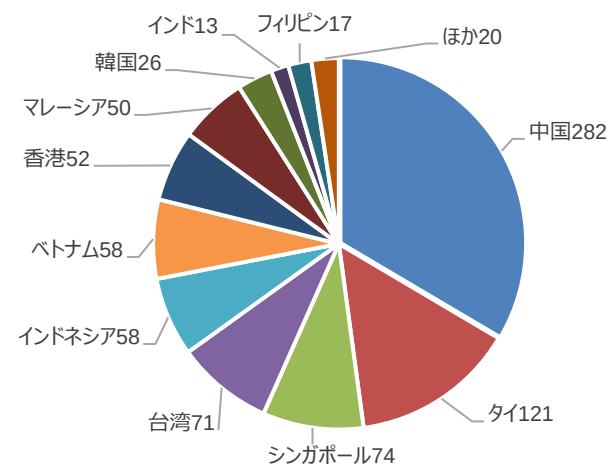
○ 食品産業の世界における現地法人数（業種別）



	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
食料品製造業	518	552	570	577	591	598	607	640	631	630
小売業	287	303	320	328	349	383	411	431	426	436
飲食・外食	121	129	161	166	183	210	222	234	241	237
計	926	984	1,051	1,071	1,123	1,191	1,240	1,305	1,298	1,303

出所：東洋経済新報社「海外進出企業総覧2022」(2021年10月現在)を基に農水省作成

○ 食品産業のアジアにおける国別現地法人数(2021年)



出所：東洋経済新報社「海外進出企業総覧2022」を基に農水省作成

○ 国内法人数に対する現地日系法人数の比率(2020年)

	国内 法人数 (a)	現地日系法人数		比率	
		世界 (b)	アジア (c)	(b/a)	(c/a)
食品製造業	26,789	640	413	2.4%	1.5%
その他製造業	155,088	11,936	8,484	7.7%	5.5%

出所：国内法人数は、経済産業省「工業統計調査 2020年産業別 統計表 (概要版)」を基に農水省作成

現地日系法人数は、東洋経済新報社「海外進出企業総覧2020」を基に農水省作成

2-2. 食産業の海外展開のメリットと課題

- 海外展開は我が国の食料安全保障を確保する上でも重要であり、メリットも大きい反面、多くの課題が存在することから、**事前に課題を認識することが、海外展開を成功させる上で重要。**

海外展開のメリット

海外展開には、商品・価格・流通・販促の面で大きなメリット

商品



- 現地ニーズの把握が容易であり、現地ニーズに合った生産・製造が可能。
- 輸出より、現地の輸入規制に左右されることが減少。

価格



- 輸送費等を削減し、現地市場においても競争力のある価格設定ができ、ターゲット層を棲み分けた商品ラインナップの展開が可能。

流通



- 輸出入工程や流通工程が省略・短縮できるため、流通にかかる時間を短縮。
- 鮮度を維持した商品供給ができ、第三国輸出の可能性も拡大。

販促



- 現地拠点を活用し、効率的な情報収集ができ、営業活動も効率的に実施が可能。
- 現地消費者への情報発信も容易で、日本食文化の普及を狙うことも可能。

海外展開の課題

海外展開検討



- 明確な目的をもった事業戦略の策定
- 参入時の十分な検討

事業拡大



- 現地のニーズ（価格・食文化）にあった商品企画
- 現地ニーズに合った商品生産のための原材料調達
- 日本食文化が根付いていないため販売先がない中、安定的な販路の確保

経営リソース管理



- 必要な資金調達、現地における会計処理等のノウハウの習得
- 現地の規制への対応、経営にとって重要な情報（営業情報等）の管理
- 自社特有の技術やロゴ・ブランドの保護
- 現地での人材確保・育成
- 現地法人・パートナー企業との信頼の構築

2-3. 海外ビジネス投資支援パッケージ

- 海外ビジネス投資を支援するための政策パッケージとして、①「支援体制」の強化と②「支援メニュー」の強化・周知を柱とする「海外ビジネス投資支援パッケージ」を取りまとめ、2022（令和4）年12月20日に公表。

支援パッケージの背景・政策目的

＜背景＞ポスト・コロナ、脱炭素等を受け、各国企業はグローバル需要取り込みへ競争。日本企業の海外ビジネス投資への後押しが必要に。

＜政策目的＞

1. 企業の収益力強化：日本企業が技術的優位性を持つ分野（水素、IT・デジタル・マネジメント、コールドチェーン等）での、海外市場獲得を後押し。
2. 日本の成長力強化：海外の企業収益を日本に還流し、賃上げ等の増へ（グローバルな成長と分配の好循環）
3. 地球規模の問題への貢献：日本企業の技術が脱炭素や海洋汚染問題等の解決に貢献。

支援策①：支援体制の強化

地域企業支援機関にリーチアウト
⇒自治体・商工会議所・地銀等との連携強化

政府ワンチーム体制の構築
⇒関係省庁、在外公館、政府機関、官民ファンドでの連携強化（支援機関会合（JETRO, JBIC, JICA, NEXI等）の開催等）

海外プレーヤーにリーチアウト
⇒国際機関（ADB, EBRD等）、海外投資家との連携強化、海外アポイントメント
⇒日本の優れた技術をPR、在外公館による現地ニーズ発掘

支援策②：ビジネスステージに応じた支援メニューの強化（各機関連携での切れ目ない支援）と周知（一覧性あるPR資料提供）

＜情報収集・提供・マッチング＞

- 在外公館等を通じた海外情報の収集・提供
- 中小機構・JETRO等による一気通貫支援（専門家の伴走支援等）
- JETROによる国際マッチング支援等

＜実証事業・FS事業＞

- JICA中小企業等支援
- ICT海外展開支援
- スマートシティ案件形成支援
- 農林水産物・食品の輸出・海外展開支援等

＜ファイナンス＞

- JBIC（イノベーション等支援）
- AMED（創業ベンチャー支援）
- NEDO（ディープテック・スタートアップ支援）
- NEXI（運用緩和）
- JCM（脱炭素移行支援）
- 政府機関等の共同出資機能の活用促進等

＜その他＞

在外公館等を通じ、現地の諸規制や規格・認証等に関する現地政府への働きかけを強化

➤ パッケージのフォローアップ：海外ビジネス投資に関するベンチマーク（例、支援件数）を設定し、進捗状況を半年毎に確認。

2-4.食産業の海外展開の主な支援措置



- 農林水産省においては、特に我が国の農林水産物・食品の輸出拡大につながる食産業の海外展開を支援。

段階	支援策
情報収集・提供・マッチング	○ グローバル・フードバリューチェーン（GFVC）推進官民協議会（参考7） 2014年6月にグローバル・フードバリューチェーン（GFVC）推進官民協議会を設置し、①情報収集・分析・共有・発信、②二国間政策対話等への参加、③民間企業への支援を実施。 ○ 農林水産物・食品の輸出拡大を後押しする食産業の海外展開ガイドライン（参考8） ガイドラインでは、輸出を後押しする我が国農林水産・食品事業者の海外展開を支援するため、進出のパターンやステップごとのリスク・リターンを示すとともに、典型的な注意点と海外展開のベストプラクティスについて整理したほか、代表的な契約ひな形をとりまとめ。 ○ 中小企業基盤整備機構による海外展開ハンズオン支援（参考9） 海外展開を始める前の戦略づくりや、パートナー選び、現地の情報収集が重要であり、海外展開の実現に向け、海外ビジネスに精通する専門家がハンズオンで支援。
実証事業・FS事業	○ 戦略的サプライチェーンの構築（参考10） 海外市場の変化や新たな需要に対応しつつ、農林水産物・食品の輸出拡大・海外展開を推進するため、複数事業者による国内と有望な海外市場の間の物流・商流等のサプライチェーンを構築するための実証に係る、機材の借り上げ・P R活動、輸送実証にかかる経費等を支援。
ファイナンス	○ 投資円滑化法を活用したリスクマネーの供給（参考11） 投資円滑化法に基づき、国の承認を受けた民間の投資主体が食品関連事業者等に出資する場合に、日本政策金融公庫を通じた出資により、農林水産物・食品の輸出や食産業の海外展開等への円滑な資金供給を後押し。

參考資料



参考 1 認定農林水産物・食品輸出促進団体（品目団体）（加工食品関係）

- 改正輸出促進法に基づき、令和5年度10月までに、18品目11団体を認定。認定品目団体を中核とし、オールジャパンによる輸出促進を強力に展開。
- 加工食品関係では、（一社）全日本菓子輸出促進協議会、全国醤油工業協同組合連合会、全国味噌工業協同組合連合会が認定されたほか、全日本カレー工業協同組合が認定申請に向けて取組中。

（一社）全日本菓子輸出促進協議会の概要及び主な取組

【団体の概要】

（一社）全国菓子輸出促進協議会（TACOM）は、輸出に取り組む菓子メーカー等で構成される協議会で、会員数は48（令和5年6月23日時点）。

【主な取組】

- 海外の展示会等に会員企業を取りまとめて出展（米国、東南アジア、香港など累計10か国・地域で50回以上出展）。
- 複雑な海外の規制に対し、会員企業とともに対応を検討、実証等を実施。
- 大規模な日本菓子のPR、アンテナショップ設置による現地消費者調査等を実施。

【米国における取組事例】

- ① 栄養表示などの規制等に対応するための商品の現地化
- ② 展示会への出展
- ③ アンテナショップなどでの消費者調査
- ④ プロスポーツ会場でのPR



◀Sweets & Snacks Expoへの出展



◀現地コストコに並ぶ商品

会員企業が現地コストコとの契約を成立させ、販売量を伸ばすなど、米国での販路開拓・拡大を実現

本年度認定または認定に向けて取組む団体の主な取組

令和5年10月に、全国醤油工業協同組合連合会、全国味噌工業協同組合連合会が認定され、全日本カレー工業協同組合においても、認定申請に向けた具体的な取組が進められている。各団体における今年度の主な取組は、以下のとおり。

【全国醤油工業協同組合連合会】

- 国内展示会2回、海外展示会3回（ドイツ、米国）に出展予定。

【全国味噌工業協同組合連合会】

- 海外展示会（ドイツ）に出展。

【全日本カレー工業協同組合】

- 海外展示会2回（ドイツ、シンガポール）に出展するとともに、日本食レストラン等での「日本式カレー」の試食等イベントを開催予定（米国、英国、ドイツ）。また、学校給食へのカレー導入・定着に向けた「日本式カレー」の提供や調理実習等を実施予定（フランス）。

参考 2-1 加工食品クラスター事業

【R4年度補正予算額 650百万円】



- 加工食品クラスターでは、食品製造業者等が連携して個社単独では難しい以下のような輸出拡大に向けた活動を実施。
- 複数品目、単一品目、地域単位、全国単位など地域の事業者の実情に応じ様々な団体の類型があり、事務局は構成員の食品製造業者、行政機関及び地域商社などが担当。

＜輸出拡大に向けた活動事例＞

共同での海外プロモーション

単独での海外展示会への参加はハードルが高い

- 共同して、国内外の見本市、展示会への参加。
- 海外バイヤーの招聘



ブランドの確立に向けた取組

ブランドの明確化による国際競争力の強化

- GI、地域団体商標等の取得
- 有機JASの取得



共同輸送

個々の事業者が小ロットでバラバラに輸出し、物流コストが割高

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

海外規制情報等の共有

単独では海外ニーズ調査は困難であり、各種規制情報等も把握できない

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

（参考）加工食品クラスターの取組事例：<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/soumu/cluster/zirei.html>

参考2-2 加工食品輸出クラスターの取組事例①

愛知県食品輸出研究会

【複数品目、地域単位】

愛知県の加工食品メーカーが、定例会において輸出スキルを高める勉強会や情報交換をするとともに、海外現地での「愛知フェア」や商談会の開催のほか、現地シェフによるプロモーション等の実施により「愛知県産食品」の海外販路開拓を進める。

構成員

平松食品



会長

県内メーカー



40社

- 輸出支援策の紹介
- 各種規制等の情報提供

東海農政局

愛知県

JETRO名古屋

金融機関ほか

- 輸出スキル向上のための勉強会等を実施
- 輸出初心者にもフェア参加機会の場を提供
- 現地のシェフや、現地マーケットに精通する専門家を実施体制に組み込みニーズを精緻に把握

鹿児島県貿易協会

【複数品目、地域単位】

鹿児島県が事務局となり、海外のレストランや量販店等での「鹿児島フェア」の開催や国内外バイヤーとの商談会、貿易アドバイザーによる貿易相談、JETRO等と連携した各種セミナーや貿易講座等を実施。



- 香港、シンガポール、米国等でのフェアの開催やバイヤーを招聘した商談会、イメージアップ広告等のPRを実施
- 東南アジア、台湾で最大規模のECモールで特設サイトを開設。サイトを活用して総合的なマーケティングを支援
- 輸出商社と県内事業者が連携して行う営業活動や商談機会の創出等の取組を県と連携して支援

参考 2-3 加工食品輸出クラスターの取組事例①

播州乾麺輸出拡大協議会

【単一品目、地域単位】

兵庫県播州地区の乾麺メーカーが連携して「播州ブランド」を確立し、乾麺のさらなる輸出拡大を目指す。



主な輸出取組

- ・月に1～2回の定例会議で会員間の認識の共有及び輸出拡大に向けた議論を実施
- ・多言語対応HPやSNS、パンフレット等による情報発信
- ・展示会への共同出展、商談会への参加、海外市場でのテスト販売等による新規開拓

木桶仕込み醤油輸出促進コンソーシアム

【単一品目、全国単位】

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



主な輸出取組

- ・「木桶醤油＝プレミアム醤油」として共同でブランディングを実施
- ・WEBやSNSでの情報発信に加えて、現地の試食会などのリアル体験を通じてPR
- ・メーカー以外の人材も参加し、専門領域を生かし団体を運営

参考3 海外食品添加物規制早見表

○ 加工食品の輸出を促進するため、一般財団法人食品産業センターが、今年度農林水産省の補助事業「令和3年度補正加工食品の国際標準化事業」を活用し、**（第一弾として）着色料について早見表を作成し**、令和5年1月23日に食産C内のHPにて公開。

（※今後、食品製造事業者から要望の多い**「乳化剤」「調味料」「甘味料」**等を順次公開予定）

(1)概要

食品添加物は、国・地域ごとに定義、使用基準、用途等が異なることから、食品製造事業者が輸出に取り組むに当たっての障壁となっているとの声が聞かれている。

このような状況に対応するため、食品添加物のうち、食品製造事業者から特に要望の多かった**着色料**について、一般財団法人食品産業センターが主な輸出先**10の国・地域(米国、EU（英国含む）、中国、タイ、香港、豪州、台湾、韓国、シンガポール、ベトナム)**の規制に対応した着色料の代替利用に役立つ早見表を作成した。

(2)公開先

一般財団法人 食品産業センターHP

公開リンク: <https://yushutukisei.com/>

(3)コンテンツの構成

1) トップページ（第一階層）

- ①対象国・地域での添加物の認可状況を○×で表示
- ②着色料（既存・指定）**83物質**
- ③横スクロールせずに対象**10の国・地域**の閲覧可能
- ④プルダウン選択機能（用途、国名、添加物名）
- ⑤並べ替え機能
- ⑥検索機能の充実

2) 詳細画面（第二階層）

①詳細情報

【国名】【添加物名・和名】【当該国での品目番号】
【英名】【**使用基準**、出典元URL】【**成分規格**、出典元URL】
【作成日】【更新日】

②ページ内検索によりKey Wordがハイライトされる

③取扱説明書（PDF）：各国法令の解説、食品分類、法令等

海外食品添加物規制早見表

用途一覧

選択してください

国・地域選択

添加物名選択

キーワードを入力

検索

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

EU (英国含む)：食用赤色2号	
【国・地域名】EU (英国含む) 【添加物名】食用赤色2号	
【品目番号 / 関連法規】E 123	
【英名】 AMARANTH CI Food Red 9	
【使用基準】 使用範囲：最大使用基準値 スピリッツ飲料：30mg/L (ロンドンジン、マラスキーノ等一部のスピリッツを除く) 香り付きワイン：100mg/L (americano, bitter vinoのみ)、30mg/L (食前ワインのみ)	

参考 4-1 JASについて

JAS (Japanese Agricultural standards) とは

- 食品・農林水産分野において農林水産大臣が定める国家規格（令和5年10月現在 92規格）
- ①製品の品質・仕様だけでなく、②製品の生産・流通プロセス、③事業者による製品の取扱方法、④事業者の経営管理の方法、⑤製品の試験方法、⑥これらに関する用語など、多様な規格を制定可能
- JAS制度の手続には国際的に信頼あるISO基準を採用

しろしょうゆ



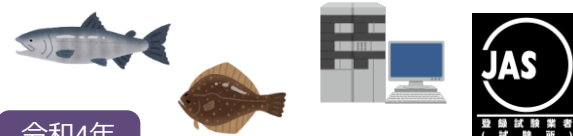
色度：46番以上 (独特の淡い琥珀色)
無塩可溶性固形分(エキス分)：
特級・・・16%以上
上級・・・13%以上
標準・・・10%以上 など

有機農産物



- ・種まき又は植え付けの前2年以上、禁止された農薬や化学肥料を使用しない
- ・ほ場に周辺から使用禁止資材が飛来し、又は流入しないように必要な措置を講じている
- ・遺伝子組換え技術を使用しない など

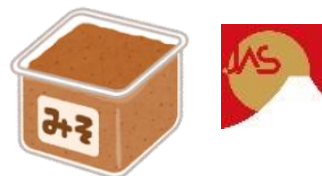
魚類の鮮度（K値）試験方法



令和4年
3月制定

科学的な鮮度評価指標である「K値」の
統一的な試験方法

みそ



令和4年
3月制定

- ・こうじ菌は*Aspergillus oryzae*とすること
- ・生産に用いるこうじは、ばらこうじ又は豆こうじとすること など

大豆ミート食品類



令和4年
2月制定

- ・大豆たん白質含有率が10%以上であること
- ・1次原材料から3次原材料までに動物性原材料を使用しないこと など

障害者が生産行程に携わった食品



平成31年
3月制定

- ・主要な生産行程に障害者が携わっていること
- ・問合せに応じて、主要な生産行程のうち障害者が携わった主要な生産行程を回答できるものであること など

参考4-2 JASの活用

- JASは、品質や生産方法等の特性を適切に評価するためのツール。サプライヤーにとっては商品や取組を**説明する際の後盾**として、バイヤーにとっては「確かなもの」を**調達する際の判断基準**として活用されることで、特に海外取引における効率化・円滑化に寄与。

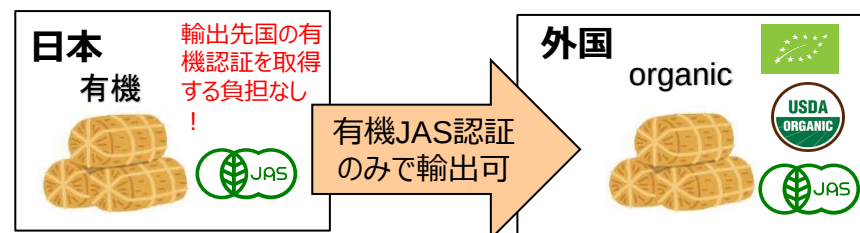
海外取引におけるJASの活用例

海外のバイヤーに馴染みのない日本の商品、技術、取組であっても、客観的で説得力のある説明・証明、信頼の獲得が容易に

- ▶タイの取引先に「**食用植物油脂のJAS**」の内容を示しながら認証取得を説明し、品質の高さと管理技術の確かさについて信頼を獲得（食品メーカーA）
- ▶台湾、中国、韓国及び東南アジア諸国では、「**しょうゆのJAS**」が日本ブランドとして人気であるため、認証を取得し、輸出（食品メーカーB）

有機同等性を活用した輸出

有機同等性が締結されている場合、事業者は、日本の有機JAS認証を受ければ、輸出先国の有機認証を受けなくとも、輸出先国において「有機」と表示して流通が可能



JASの国際標準化

日本の事業者にとって有利に働く規格を制定・活用し、認知度・影響力を向上させることにより、海外取引を円滑化

日本独自の価値・ルールを日本ブランドとして海外へ訴求



日本独自の価値・ルールを世界共通の規格として標準化



参考5-1 日本発食品安全マネジメント規格（JFS規格）の活用

- 食品安全マネジメント規格としては、FSSC22000(オランダ)等が存在。しかし、日本の伝統的な製法に適さない、英語で書かれた規格文書しかない等中小事業者が取組やすいものがなかった。
- 海外で通用する日本の規格がなく、国際的なルールメイキングに参画できなかった。

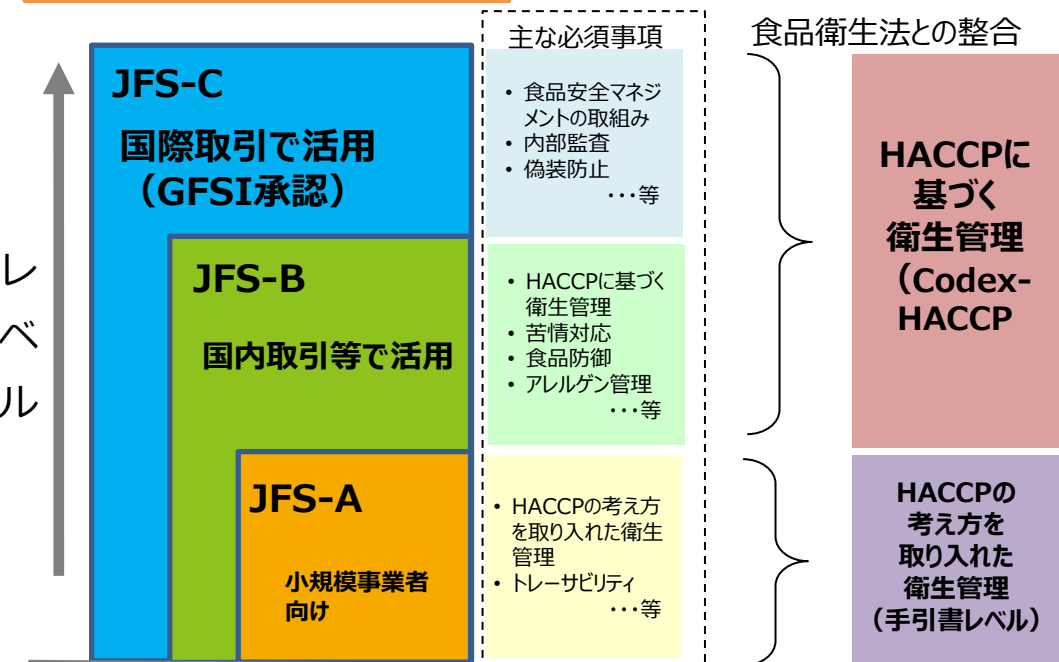
2016年 日本発食品安全マネジメント規格（JFS規格）が誕生

2018年10月 JFS-C規格が、食品安全のグローバル規格としてGFSI※により承認

※GFSI：Global Food Safety Initiative（世界食品安全イニシアティブ）

グローバルに展開する食品企業によって設立された、食品安全の向上と消費者の信頼強化のため、協働して食品安全管理規格の承認等を行う民間団体

JFS規格の仕組み



JFS規格の特徴：日本の食品製造現場に適した規格

- 生食・発酵食品を含めた日本の独特な食品等の安全な取扱方法を、科学的根拠をベースとして説明
(例：木製の樽での味噌・醤油醸造・管理等惣菜、味噌の管理等)
- 規格を分かりやすく解説したガイドラインも整備

国内に出荷する仕様で無理なく輸出できる環境の形成



参考 5-2 食品事業者求められる食品安全の取組の3つの段階

- HACCPや一般衛生管理GMPは、主に自然界で発生する病原菌等のリスクを管理すること。
- これに加え、取り扱う食品のさらなる安全性を確保するために、意図的な毒物混入や食品偽装の防止、実際に食品事故が起きた場合の危機管理対応、管理体制の整備などの**食品安全マネジメントシステムFSM**（Food Safety Management system）の取組みが求められる。

FSM

食品安全マネジメントシステム（FSM）

- 以下のGMPとHACCPを有効に実行するための管理の仕組み
- 安全方針の設定、手順書作成、文書管理方法の設定など
- トップマネジメントの責任、フードディフェンスや食品偽装への対応

HACCP

ハザード制御（HACCP）

改正食品衛生法の施行により
令和3年6月1日 完全義務化

- 生物学的危害、化学的危害、物理的**危害の可能性を分析（HA）**
- 危害防止のための重要な工程管理ポイントを決定（CCP）
- 重要な工程管理ポイントにおける管理条件を設定

GMP

適正製造規範（GMP）

- 食品安全において**基本となる一般衛生管理**
- HACCPを実施するための前提条件プログラムの中心となる基準
- 従業員衛生、環境、施設、装置、検査、メンテナンス、教育など

参考 6-1 各省庁・関係機関の海外ビジネス投資支援業務（総論編）



課題	～ ステップ① ～ 情報収集、戦略・事業の検討、 体制の整備	～ ステップ② ～ 計画策定、実施可能性調査、 進出先決定	～ ステップ③ ～ 資金調達・ファイナンス、 投資保険・信用保証	～ ステップ④ ～ 契約締結・現地法人設立、 海外での事業の拡大
	①現地ニーズの把握 ②現地事情・情勢の情報収集 ③相手国制度の把握 ④その他初期相談 ⑤人材等社内体制の整備	⑥投資候補先の絞り込み・選定 ⑦パートナーの必要性検討、候補選定 ⑧具体的な進出計画の策定 ⑨事業具体化に向けたF/S、実証 ⑩商標登録の検討	⑪投資資金等の調達（出資） ⑫投資資金・運転資金の調達（融資） ⑬海外投資保険・融資保険 ⑭調達資金の債務保証	⑮契約締結、法人設立、事業拡大 ⑯現地での事業拡大 ⑰現地での人材育成・現地化への対応 ⑱ビジネス環境改善への対応 ⑲海外安全情報
各種支援策	JICA（①～④、⑥～⑨、⑪～⑫、⑰～⑱、ただし⑪～⑫については限定的な対応）			外務省（⑱～⑲） JETRO（⑮～⑲）
	JBIC（①～④、⑨、⑪～⑫、⑭、⑱）			
	JETRO（①～⑩、ただし⑨については分野等の限定あり）			
	国交省（⑤）			国交省（⑯）
	NEXI（②、⑦、⑬）			
	農水省（②）	F/S事業、実証事業 （委託事業・補助事業） （⑨） 以下の各省・機関に 関連事業あり 【各省庁】 総務省、農水省、 経産省、国交省、環境省 【機関】 NEDO	JICT（⑪（出資先への融資含む）：通信・放送・郵便事業及びこれら事業を支援する事業）	
	商工会議所（②、④）		JOIN（⑪：交通事業、都市開発事業、これら事業を支援する事業）	
	中小機構（④～⑤）		CJ機構（⑪）	
			JIC（⑪：ファンドへの出資）	
			中小機構（⑪：ファンドへの出資）	
			日本公庫（⑫）	
			商工中金（⑫）	
			全国信用保証協会連合会（⑭）	

参考6-2 各省庁・関係機関の海外ビジネス投資支援業務（各論編）



課題	～ ステップ 1 ～			
	情報収集、戦略・事業の検討、体制の整備	～ ステップ 2 ～ 計画策定、実施可能性調査、進出先決定	～ ステップ 3 ～ 資金調達・ファイナンス、投資保険・信用保証	～ ステップ 4 ～ 契約締結・現地法人設立、海外での事業の拡大
	◆ 現地ニーズの把握 ◆ 現地事情・情勢の情報収集 ◆ 相手国制度の把握 ◆ その他初期相談 ◆ 人材等社内体制の整備	◆ 投資候補先の絞り込み・選定 ◆ パートナーの必要性検討、候補選定 ◆ 具体的な進出計画の策定 ◆ 事業具体化に向けたF/S、実証 ◆ 商標登録の検討	◆ 投資資金・運転資金の調達 ◆ 各種ファイナンスの獲得	◆ 契約締結、法人設立、事業拡大 ◆ 現地での事業拡大 ◆ 現地での人材育成・現地化への対応 ◆ PR ◆ ビジネス環境改善への対応
各種支援策	<総合支援> 中小企業海外展開現地支援プラットフォーム事業（JETRO） <協業・連携支援> J-Bridge（JETRO） ※いずれもステップ3は除く <伴走型支援> 新輸出大国コンソーシアム（JETRO）			
	<現地課題の事業化> ● 中小企業・SDGsビジネス支援事業（JICA） <一般的な相談> ● 貿易投資相談、貿易・投資相談Q&A（JETRO） <海外展開に関する全般的な相談> ● 海外展開ハンズオン支援（中小機構） <基礎情報> ● 海外進出に関する基本的な制度、海外ビジネス情報、投資コスト比較（JETRO） ● 投資環境資料（JBIC） ● 海外ビジネスナビ（中小機構） ● 海外展開イニシアティブ（商工会議所） <セミナー情報> ● セミナー・講演会、ウェビナー（JETRO） <ODA対象国（途上国）関連情報> ● 民間企業の製品・技術の活用が期待される開発途上国の課題（JICA） <『食』関連情報> ● 食産業の海外展開ガイドライン（農水省） <リスク情報> ● カントリーリスクマップ（NEXI） <人材育成> ● 中小企業海外ビジネス人材育成成熟、高度外国人材の活用支援（JETRO） ● 海外インフラ展開人材養成プログラム（国交省） ※ 支援メニューの詳細は各省庁・関係機関の海外ビジネス支援業務の詳細を御参照下さい	<現地情報の把握> ● 海外ブリーフィングサービス（JETRO） ● 海外現地視察（JETRO） <案件形成、F/S、実証事業、補助事業等> ● ICT海外展開パッケージ支援事業（総務省） ● 海外向け戦略的サプライチェーン構築推進事業（農水省） ● ディープテック・スタートアップ支援事業（経産省） ● 質の高いインフラ及びエネルギーインフラの海外展開に向けた事業実施可能性調査事業（経産省） ● 創業ベンチャーエコシステム強化事業（経産省） ● 住宅建築技術国際展開支援事業（国交省） ● Smart JAMP案件形成調査（国交省） ● 水素等新技術導入事業（環境省） ● 水素製造・利活用第三国連携事業（環境省） ● 脱炭素化・エネルギー転換に資する我が国技術の国際実証事業（NEDO） ● 日本企業と海外企業との新たな取引の創出・拡大を目指す枠組み（NEXI） ● 調査業務（JBIC） ※その他支援事業は各省庁等サイトで募集	<出資> ● 出資（JBIC） ● 官民ファンドによる出資 ✓ JICT（通信・放送・郵便事業） ✓ JOIN（交通・都市開発事業） ✓ C機構（我が国の生活文化の特色を生かした魅力ある商品又は役務の海外需要の開拓を支援） ✓ JIC（政策課題への貢献、民間資金が不足している分野に出資する民間ファンドにLP出資） ✓ 中小機構（グローバルスタートアップ成長投資事業） <ODA対象国（途上国）関連> ● 海外投融資（JICA） <融資> ● 投資金融（JBIC） ● 海外展開・事業再編資金、スタンドバイ・クレジット（SBLC）制度、クロスボーダーローン、農林水産物・食品輸出基盤強化資金（日本公庫） ● 海外投融資（JICA） ● 海外進出支援（商工中金） <保険・信用保証> ● 保証（JBIC） ● 海外投資保険、融資保険（NEXI） ● 海外投資関係保証制度（全国信用保証協会連合会） 海外事業活動における安全確保 ◆ 事業リスク等への対応、各種安全対策 海外安全ホームページ（外務省）	<現地での相談> ● 在外公館日本企業支援窓口（外務省） ● 海外投資アドバイザー、アフリカビジネスデスク（JETRO） ● ビジネス環境改善への対応（JBIC） <マッチングイベント> ● 展示会・商談会（JETRO） ● 交通ソフトインフラ海外展開支援セミナー（国交省） ● 日ASEANスマートシティ・ネットワーク官民協議会（JASCA）におけるビジネスマッチング（国交省） ● アフリカ・インフラ協議会（JAIDA）におけるビジネスマッチング（国交省）

参考7 グローバル・フードバリューチェーン（GFVC）推進官民協議会

- 2014年6月にグローバル・フードバリューチェーン（GFVC）推進官民協議会を設置し、産学官の連携の下に、フードバリューチェーンの構築を通じた日本の食産業の海外展開を支援。

○ GFVC推進官民協議会の概要

メンバー数：874社・団体（2023年8月1日現在）

- 民間企業、関係機関・団体、学識経験者、地方自治体、関係府省が参加。
- 農業生産者から、流通、外食、金融企業など川上から川下まで様々なセクターの企業等が加入。

主な活動

1. FVC構築に関する情報収集・分析・共有・発信

協議会、地域別部会、分野別研究会、地方セミナーなど、民間企業の関心等を踏まえて様々な会合を開催し、情報提供を実施。

2. 二国間政策対話等への参加

官民参加の二国間対話、フォーラム、官民ミッション等を通じて、日本企業の参画によるFVC構築を相手国政府・民間企業と議論。

3. 民間企業への支援

農林水産省及び政府関係機関が実施している様々な支援メニューを紹介。また、海外展開に関する相談の対応。

○ 民間企業の海外展開への支援の例

カゴメ（トマト加工品（インド））

2018年10月の日印首脳会談の際、同社と食品加工省とのMoU締結を支援。2019年4月からマハラシュトラ州でトマト加工品（トマトソース、ピューレ等）の生産・販売を開始。

亀田製菓（米菓（カンボジア））

カンボジアのLYLY FOODS社の要望に応じて、農林水産省が亀田製菓を紹介したことにより、現地にて合併会社を2018年に設立。2019年1月から工場を稼働、商品は主に豪州に輸出。

鈴与フィリピン

（3温度帯倉庫・2温度同時配送車両（フィリピン））

2016年3月に開催された第1回日比農業協力対話以降、積極的に対話に参加し、現地日系企業とのマッチングが実現。契約農家の生産した新鮮で安心な野菜を3温度帯倉庫、2温度同時配送可能な新車両を活用し、フィリピンにおいて日本クオリティの安心と安全を提供中。



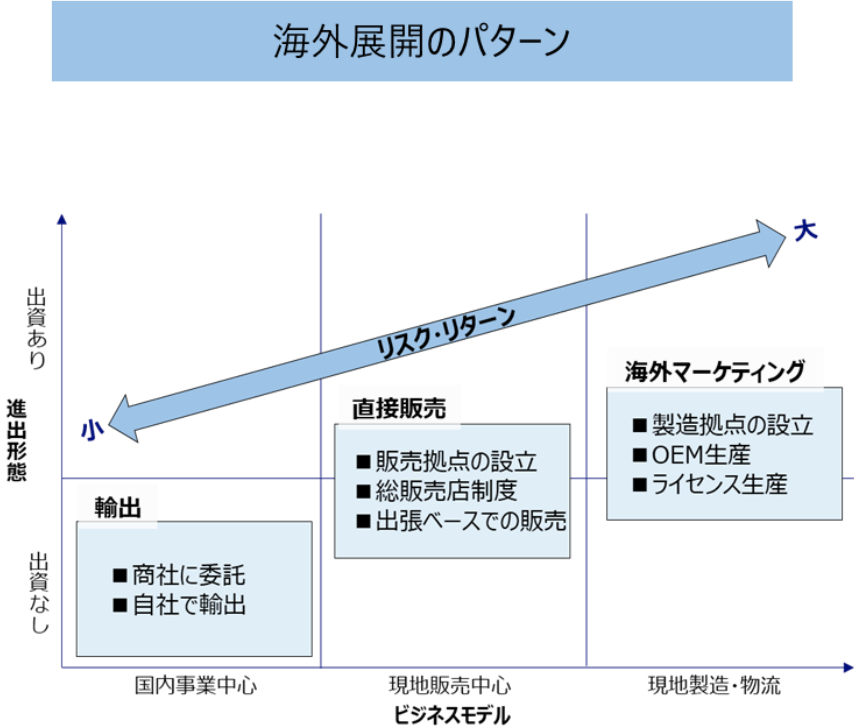
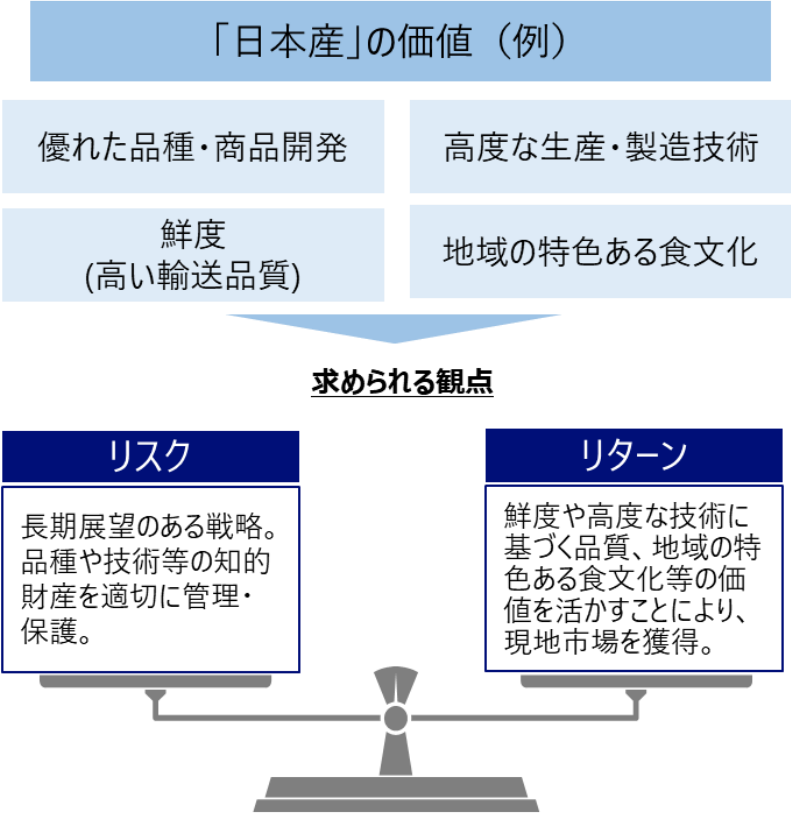
参考 8 - 1 農林水産物・食品の輸出拡大を後押しする食産業の海外展開ガイドライン①



- ✓ 輸出を後押しする我が国農林水産・食品事業者の海外展開※を支援するためのガイドラインを作成した。
- ✓ 進出のパターンやステップごとのリスク・リターンを示すとともに、注意すべきポイントや代表的な契約ひな形をとりまとめ、海外展開を進める事業者がスムーズかつ極力手戻りや失敗をしないよう、「日本産」農林水産物・食品の価値を守り、活かして持続的に稼げる仕組みを構築。

※：海外展開とは輸出に留まらず、現地に生産・販売拠点等を設け、現地で事業を行うこと。

URL：<https://www.maff.go.jp/j/kokusai/kokkyo/guideline.html>





海外展開のメリットと注意点

- ✓ 商品開発や鮮度を維持した流通、現地型の販促活動等、海外展開には様々なメリット。
- ✓ 海外展開には注意点があり、事前にリスクを知り、適切な対策を講じることが重要。

- 1 海外展開戦略の検討
 - ✓ 海外展開を行う前に戦略立案したか？
 - ✓ 現地の法律・規制を確認したか？
対応策はあるか？
例. 外資規制、土地規制、労働規制
- 2 商品・サービス企画
 - ✓ 現地業界構造や消費者ニーズを確認したか？
 - ✓ マーケットに即した商品企画をしているか？
- 3 調達・製造/生産
 - ✓ 現地業界構造や消費者ニーズを確認し、
マーケットに即した商品企画をしているか？
- 4 流通・物流
 - ✓ 現地における流通に問題はないか？
 - ✓ 適切な流通パートナーを見つけられたか？

戦略を構築しましょう

①ターゲットを決める

②事業展開方法の企画

現地の法規制の状況と運用を調査しましょう

調査すべき観点

調査の方法

• どのような法規制が存在し、運用されているのか

自社で調査

外部に委託

現地の消費者ニーズを出発点として商品・サービスを企画しましょう

質

量

価格

☐ 顧客の味覚/鮮度への期待値

☐ 健康/安全性/匂い・食感

☐ 商品に求める量

☐ ヘルシー志向

☐ 高価格帯/低価格帯

現地製造では「ベスト」なパートナーとの協業を検討しましょう

• 強みを生かし、弱みを補完できるパートナーとの協業で、現地での競争力を有した事業体制を実現しましょう。そのためには、徹底したパートナー選びが必要です。

展開国の流通構造を踏まえた流通網を構築しましょう

• 物流、商流、金流、情報流については、海外特有の課題を抱えることが多いため、適切な流通パートナーと連携し解決していく必要があります。

参考 8-3 農林水産物・食品の輸出拡大を後押しする食産業の海外展開ガイドライン③



5 販売

- ✓ 販路確保のための営業活動ができるか？
- ✓ 現地での戦略を立て、実行しているか？

パートナー企業を巻き込み主体的に営業活動を行いましょう

- 日本食を浸透させる販促活動をしましょう
- ・ ブランドや食べ方も提案すると「日本食文化を浸透させる」販売促進戦略が有効となります。

6 資金調達・管理

- ✓ 自社に有利な資金調達を検討したか？
- ✓ 現地における会計士等のパートナーを見つけられたか？

信用ある取引金融機関やパートナー企業から出資・借入という手段もあります

自己資金	金融機関	パートナー企業等
- 日本本社の内部留保 - 経営者個人の資金	- 銀行や信用金庫からの借入 - 海外の金融機関からの借入	- 取引先商社等からの出資 - 投資ファンドからの出資

専門家の助けも活用し、現地での資金管理を行いましょう

7 情報

- ✓ 事業に重要な情報を調査・収集しているか？

外部情報を調査し内部情報を管理・保護しましょう

- ・ 法規制や景気・物価動向といった外部情報を調査しましょう。
- ・ 自社情報は管理し、外部流出しないように留意しましょう。

8 技術・ノウハウ

- ✓ 技術や知的財産を模倣が困難にしているか？
- ✓ 流出を防ぐための対策を打っているか？

契約・規則や特許等の法的な対策とビジネス的なものがあります

契約・規則	特許・商標	組織的障壁
従業員やパートナー企業と契約を結び、技術やノウハウの扱いを決めましょう	事前に技術やノウハウを権利登録しましょう	重要な技術・ノウハウを取り扱う組織や人員を限定しましょう

9 人事・提携企業

- ✓ マネジメント人材を確保し、現地人材を採用しているか？

リーダーシップ人材を確保し、リスク軽減を実施しましょう

自社派遣	パートナー活用	現地採用
・ 自社からの派遣だけでなく、現地での人材確保も行うことが理想的です。		

農林水産物・食品の海外展開における代表的な契約ひな形

- ✓ 農林水産物・食品の海外展開において、重要と考えられる4種の契約を想定。
- ✓ 技術・ノウハウの保護のためには、契約書での手当だけではなく、情報管理や従業員教育等が不可欠である点には留意が必要。

参考9 中小企業基盤整備機構による海外展開ハンズオン支援

- 海外展開を始める前の戦略づくりや、パートナー選び、現地の情報収集が重要であり、海外展開の実現に向け、海外ビジネスに精通する専門家がハンズオンで支援。

✓ 海外事業プランの検討

海外販路開拓や海外事業プランと一緒に考えます。対象国や売り先の選定、必要に応じて弁護士等の土業アドバイザーによる支援も可能。

✓ 海外現地への調査や商談に同行

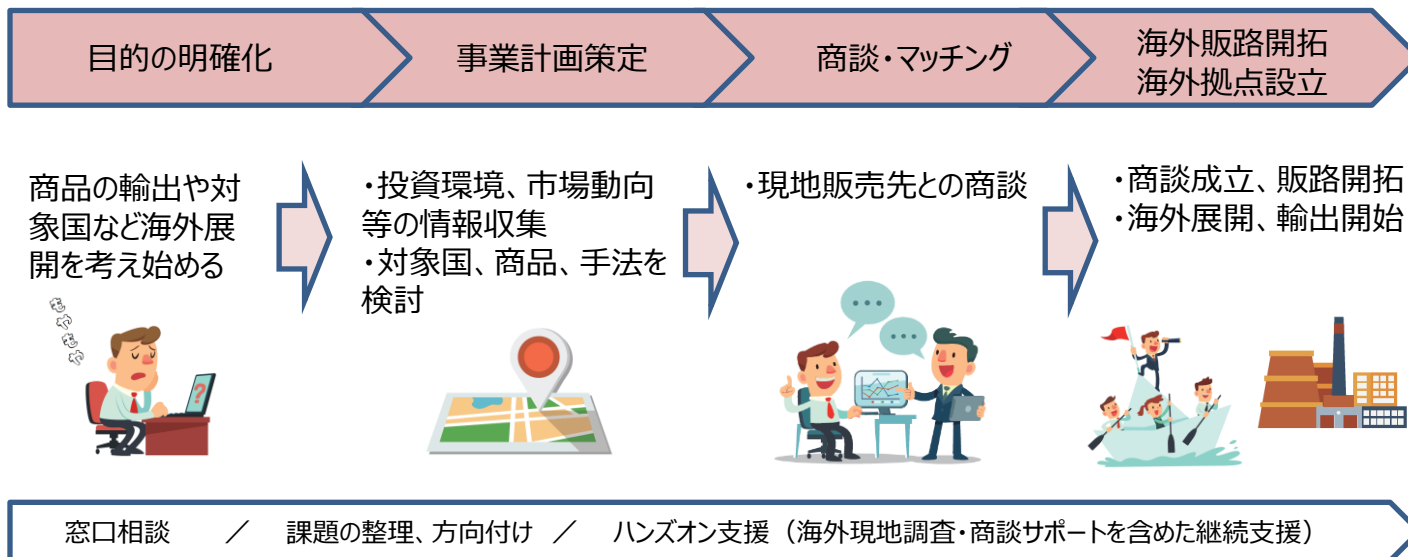
現地訪問先の提案や、アポイント取得をサポート。また、中小機構が同行し、訪問先との商談をサポート。

✓ アフターフォロー

現地渡航を踏まえ、ビジネスモデルや事業プランの実現性を高めるアドバイスを実施。

食品事業者
等向け

海外展開・輸出を検討する段階から、海外市場への進出、進出後の安定経営まで、経営の目線で様々なメニューにより支援を実施。

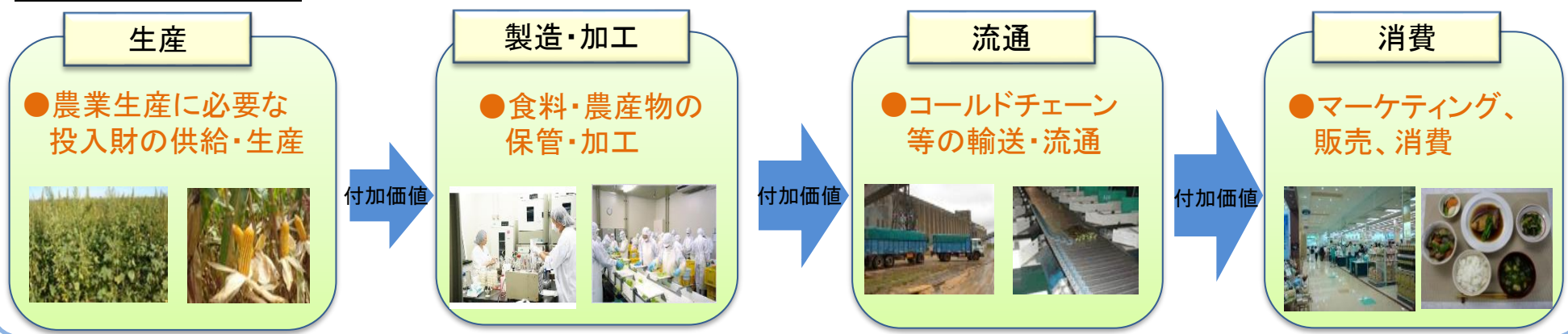


参考10- 1 戦略的サプライチェーンの構築①

(1)フードバリューチェーンの構築とは

○ 農林水産物の生産から製造・加工、流通、消費に至る各段階の付加価値をつなぐことで、食を基軸とする付加価値の連鎖をつくること。

○ これにより、フードバリューチェーン全体、構成する生産者、製造業者、流通業者、消費者により大きな付加価値をもたらす。



(2)戦略的サプライチェーン構築を通じた食産業の海外展開

【現状の課題】

感染症拡大、流通停滞などの世界各国で顕在化した課題を踏まえ、世界的なバリューチェーンの再構築が進む中、我が国食産業の輸出・海外展開を維持・拡大していくことが、生産者等の所得向上に重要。

【目指す成果】

- 農林水産物・食品の輸出拡大、食料安全保障等への貢献
- 我が国食産業の海外展開による需要獲得を通じた生産者等への所得向上

参考10-2 戦略的サプライチェーンの構築②



海外向け戦略的サプライチェーン構築推進事業(令和4年度第2次補正予算事業)

【対策のポイント】

海外市場の変化や新たな需要に対応しつつ、農林水産物・食品の輸出拡大・海外展開を推進するため、複数事業者による国内と有望な海外市場の間の物流・商流等のサプライチェーンを構築するための実証に係る、機材の借り上げ・PR活動、輸送実証にかかる経費等を支援。

【事業内容】

○コンソーシアム等を形成



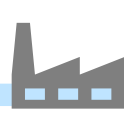
○海外市場や消費者の行動変容に合わせた新たな需要獲得のための事業化可能性調査・実証に必要な、機器・資材の賃借・改修、輸送実証費、PR活動、マッチング等の支援



○得られた成果を官民協議会で共有し、横展開を促進



鮮度保持技術



長期保存加工



鮮度保持技術



新鮮な食品の供給

活用事例① コンテナシェアリング事業コンソーシアム (シンガポール、香港、ベトナム)

・海外同一国内の中小輸入事業者同士や日本国内の中小酒蔵同士は競争相手でもあることから、大ロット輸送ができない事業者に必要な小口輸送を行うための冷凍冷蔵混載コンテナ輸送サービス(Reefer FCL)を共同調達することは難しい状況。
・このため、海外の輸入事業者と国内の輸出事業者(酒蔵または卸商社)が、商品注文と輸送サービスをデジタル空間上で注文可能な越境ECを活用し、共同調達(シェアリング)する仕組みを構築し、日本酒輸出の小口取引と小口輸送の実現可能性を検証する取組を実施。(代表団体:(株)BIPROGY)

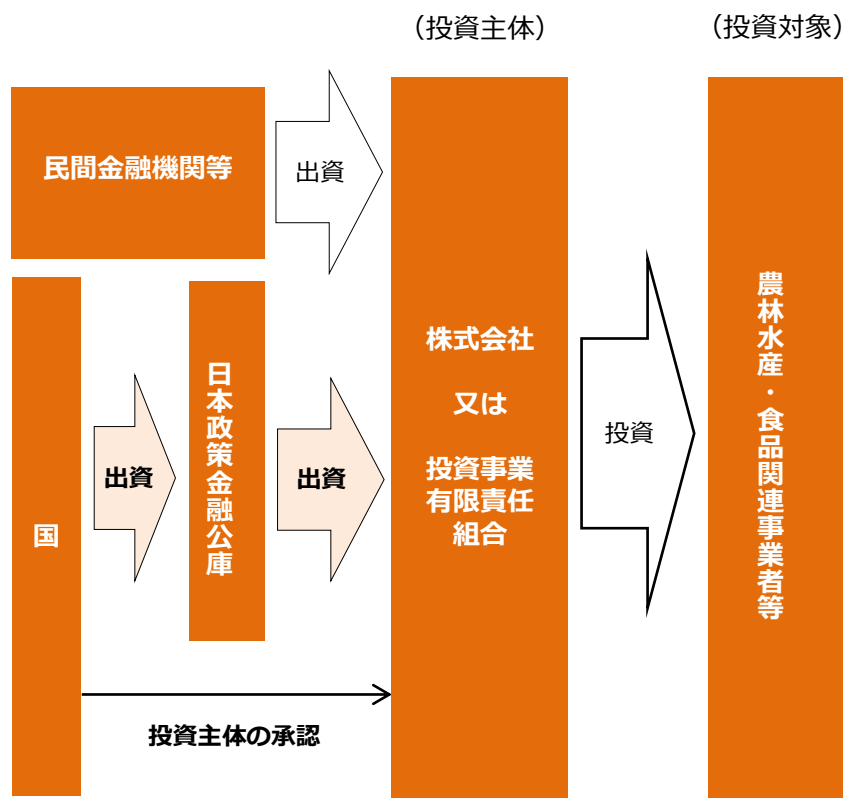
活用事例② 台湾向け戦略的サプライチェーン構築 コンソーシアム (台湾)

・成田空港近接に新設された新市場はその立地条件を活かし、空輸による輸出拡大が期待されている。今回、新市場におけるイヨスイ(株)の活魚水槽や加工場を活用し、フライト時間に合わせた加工による高鮮度の商品(ブリ及びタイ)を、新たな商材として台湾現地の量販店及び外食寿司チェーンに対して提案。
・さらに、商品のPR活動として、試食会やお試しフェアを実施するとともに、現地バイヤーとの商談等も合わせて実施し販路拡大を目指す。
(代表団体:イヨスイ(株))

参考 6-6 投資円滑化法を活用したリスクマネーの供給

- 農林漁業法人等に対する投資の円滑化に関する特別措置法（投資円滑化法（令和3年8月施行））に基づき、国の承認を受けた民間の投資主体が食品関連事業者等に出資する場合に、日本政策金融公庫を通じた出資により支援。
- これにより、農林水産物・食品の輸出や食産業の海外展開等への円滑な資金供給を後押し。

投資円滑化法による出資の仕組み



投資事例

株式会社日本農業

- ・ りんご、さつまいも、いちご等の園地を運営し、収穫量を増やす栽培方法や最新農業機器の導入等により、生産効率の向上を実現。
- ・ 生産から、選果梱包、海外の小売店への営業と消費者へのマーケティングまで、一気通貫で輸出をコーディネート。
- ・ 東南アジア各国を中心に日本産青果物を輸出し、海外の現場に足を運び、現地パートナーと密に連携を取りながら販売も行う。



タイのスーパーに
陳列されている様子