

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
------	----

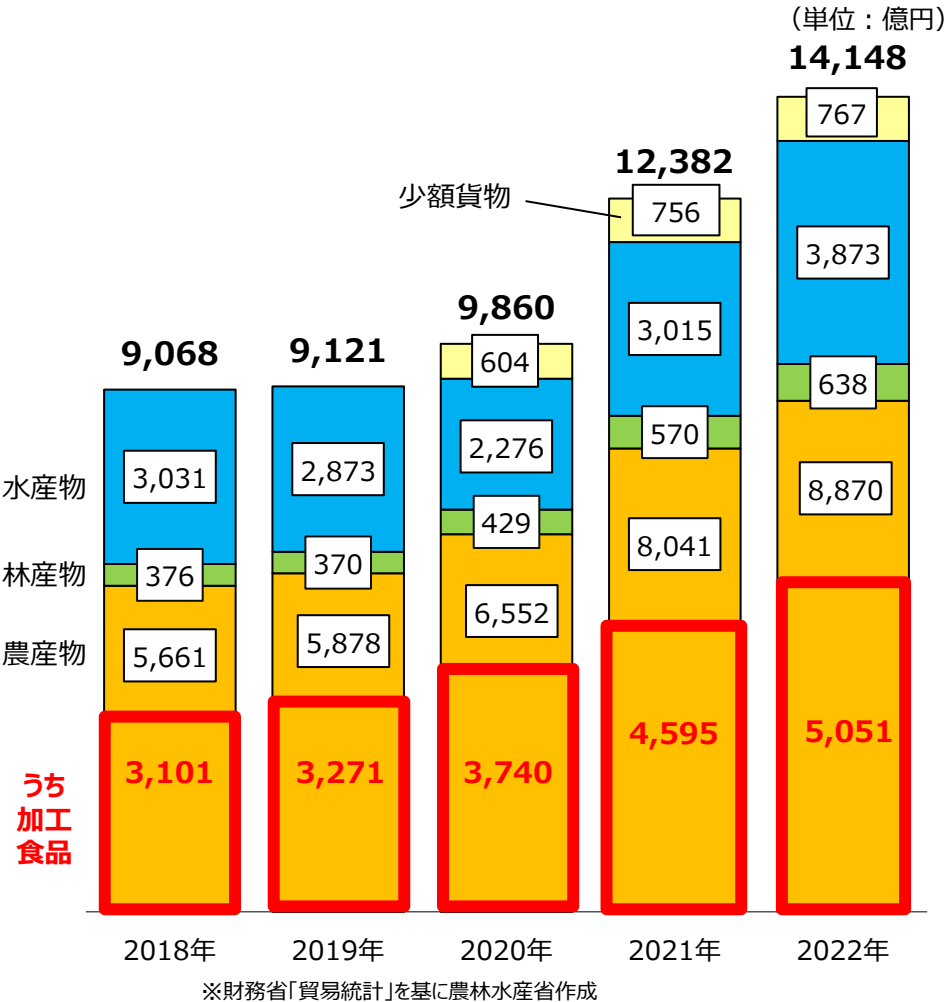
1. 加工食品の輸出促進について



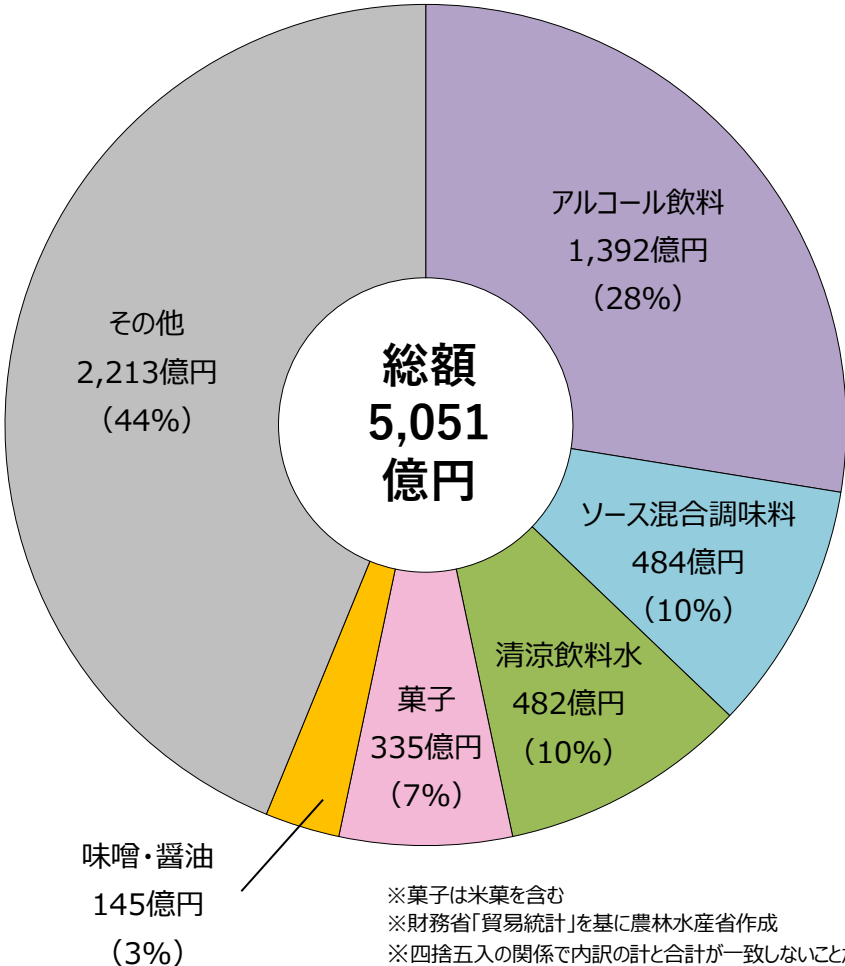
1-1. 加工食品の輸出の現状

- 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。



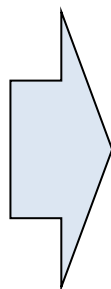
1-3. 加工食品の輸出に向けた取組

- 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)▶

国・地域	食品添加物	規制状況
アメリカ合衆国	...	...
カナダ	...	...
中国	...	...
EU	...	...
インド	...	...
インドネシア	...	...
日本	...	...
韓国	...	...
オーストラリア	...	...
ニュージーランド	...	...

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

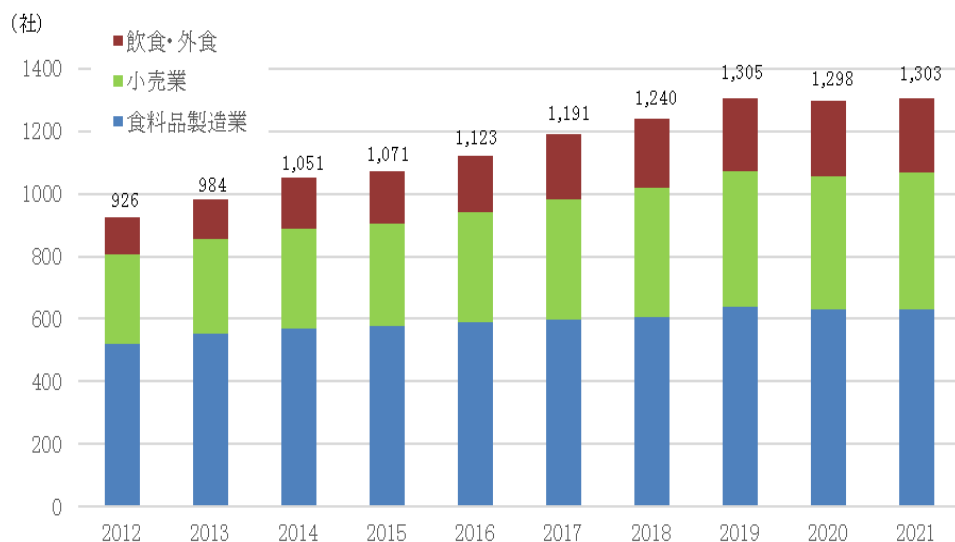
2. 食産業の海外展開について



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**。

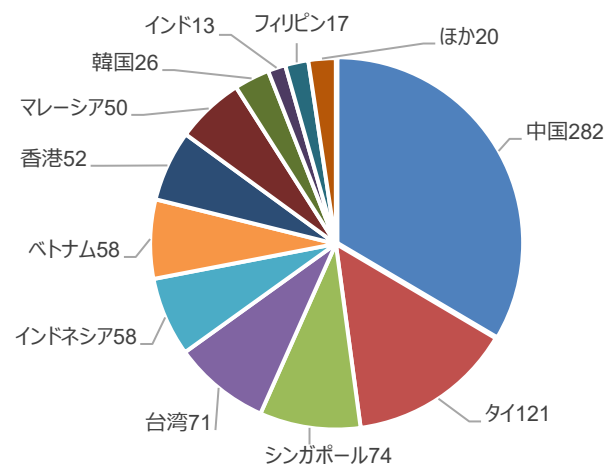
○ 食品産業の世界における現地法人数（業種別）



	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、海外プロモーション参加
⇒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（一貫性ある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実践事例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