

2030年輸出5兆円目標の実現に向けた農林水産物・食品の輸出促進のうち 輸出ターゲット国における輸出支援体制の確立強化事業

【令和6年度予算概算決定額 190（240）百万円】
（令和5年度補正予算額 1,000百万円）

<対策のポイント>

主要な輸出先国・地域において、JETRO海外事務所等からなる輸出支援プラットフォームを設置・運営し、都道府県や品目団体等と連携しつつ、オールジャパンでのプロモーションの効果的な展開や伴走支援等、現地発の取組を通じて輸出事業者を包括的に支援します。

<事業目標>

農林水産物・食品の輸出額の拡大（2兆円【2025年まで】、5兆円【2030年まで】）

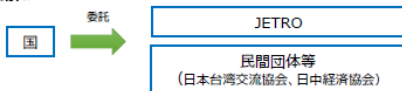
<事業の内容>

1. 輸出支援プラットフォーム推進事業 190（240）百万円

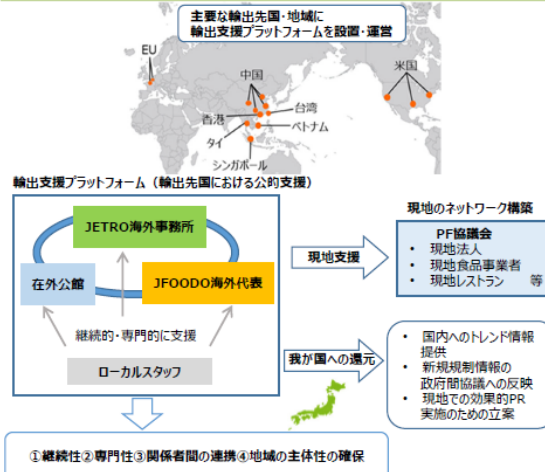
海外現地において農林水産物・食品に特化した輸出促進を強化するため、主要な輸出先国・地域において、在外公館やJETRO海外事務所、JFOODO海外駐在員等を主メンバーとする輸出支援プラットフォームを設置・運営し、都道府県や品目団体等と連携しつつ、輸出事業者を包括的に支援します。

- ① 都道府県等様々な主体によるプロモーションについて、オールジャパンで効果的に展開するための立案や、商流に繋げるための伴走支援等を実施
- ② 現地発の戦略の下、日本産同士の競合とならない新たな商流を開拓
- ③ 現地事業者との連携を強化し、販路開拓や日本食普及を推進
- ④ 輸出先国の規制、消費者の嗜好、ニーズなど現地発の有益な情報をカントリーレポートとして発信し、国内事業者への情報提供を実施

<事業の流れ>



<事業イメージ>



- 13 【お問い合わせ先】 輸出・国際局 海外連携グループ（03-3502-8058）

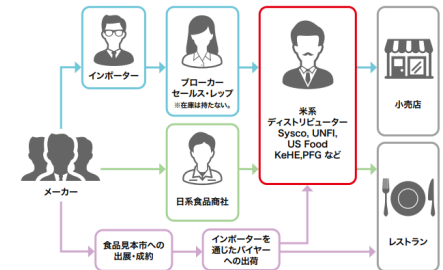
米国向け農林水産物・食品の輸出 に関するカントリーレポート

COUNTRY REPORT

2023年2月 米国輸出支援プラットフォーム
（2024年1月更新）

2. 対米食品輸出・実態編

【（※）米系ディストリビューターを通じて食品の流通構造】



COUNTRY
REPORT
15

農林水産省補助事業

海外有望市場商流調査（米国）

2022年3月
日本貿易振興機構（ジェトロ）
農林水産・食品部 農林水産・食品市場開拓課
ロサンゼルス事務所

JETRO
Japan External Trade Organization

②業種・業態の特徴

食品小売（1）上位企業

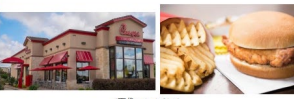
1位 Walmart Inc.	2位 Amazon.com Inc.
	
(画像: Walmart Inc.)	(画像: Amazon.com Inc.)
URL https://www.walmart.com/	URL https://www.amazon.com
傘下ブランド Walmart (量販店、スーパーセンター)、Sam's Club (会員制ホールセール)	傘下ブランド Whole Foods Market, Amazon Go, Amazon Fresh
米国店舗数 5,342	米国店舗数 539
売上 (10億) \$389.96 (うち食品は\$250.56)	売上 (10億) \$236.28 (うち実店舗は\$16.23、食品の内訳不明)
概要 世界最大の小売企業で、米国では食品においてもスーパーマーケットを跑えて5年以上トップ。食品は売上全体の56%を占める。	概要 2017年のWhole Foods買収により食品に力を入れる。無人店のAmazon GoやスーパーのAmazon Freshなど実店舗にも積極的に投資。
日本食品の取り扱い 醤油、味噌	日本食品の取り扱い ECでは和牛なども含め幅広い取り扱い。実店舗では醤油、味噌、調味料など。

Copyright © 2022 JETRO. All rights reserved.

出典: Supermarket News "Top 50 Retailers 2021"

②業種・業態の特徴

飲食チェーン（1）上位

3位 Chick-fil-A	13位 Panera Bread
	
(画像: Chick-fil-A)	(画像: Chick-fil-A)
URL https://www.chick-fil-a.com/	URL https://www.panerabread.com/en-us/home.html
業態 クイックサービス (限定サービス)	業態 ファストカジュアル (限定サービス)
米国店舗数 2,659	米国店舗数 2,106
売上 (\$100万) \$13,745	売上 (\$100万) \$5,350
概要 チキンサンドイッチを専門とするファストフード店で「チックファイルイ」と読む。品質、おいしさ、ヘルシーさ、顧客サービスなどを追求して大人気となった。	概要 パーカリーを基盤にスープ、サラダ、サンドイッチなどの充実した食事メニューがある大型カフェ。タイアクトやウェディングにも適力。
日本的なメニュー なし	日本的なメニュー はほぼなし

Copyright © 2022 JETRO. All rights reserved.

出典: Restaurant Business "Technomic's Top 500 Chain Restaurant Report 2021"

②業種・業態の特徴

食品小売（6）日系企業

ランク外 Mitsuwa Corporation	ランク外 Marukai Corporation U.S.A.
	
(画像: Mitsuwa Corporation)	(画像: Marukai Corporation U.S.A.)
URL https://www.mitsuwa.com/	URL https://www.marukai.com
傘下ブランド Mitsuwa Marketplace (日系スーパーマーケット)	傘下ブランド Marukai, Tokyo Central (いずれも日系スーパーマーケット)
米国店舗数 11	米国店舗数 11
売上 (10億) 不明	売上 (10億) \$1.1 (Gelsonを含む北米事業)
概要 日本人の人口が多い都市に店舗を構え、日本からの輸入品を多数販売。各店でフードコートも運営する。輸入業者としての機能も持つ。山台に本社を置くカメイ株式会社が親会社。	概要 輸入業者としての機能も持つ。Marukaiとして現地で営業しているが、2013年にサンホセ・グループの傘下に入る。同グループは2021年に米系のGelson'sを買収。
日本食品の取り扱い 切り花以外のすべての品目	日本食品の取り扱い 切り花以外のすべての品目

Copyright © 2022 JETRO. All rights reserved.

出典: 各社の公開情報、複数の情報源

①日本産食品の流通状況

総合輸入業者（1）

JFC International Inc.	Wismettac Asian Foods Inc.
URL https://jfc.com/j/	URL https://www.wismetacusa.com/
本社 101 East Slauson Ave., Los Angeles, CA 90040	本社 13409 Orden Drive, Santa Fe Springs CA 90670
概要 キンコンマンが親会社。世界各地に拠点を持つ食品の総合会社。米国にはロサンゼルス本社、約40支店、12の営業オフィスがある。配達は全米ほぼ全域をカバー。	概要 1992年に西本貿易としてスタートし、Wismettacと改名した。世界に48拠点を有する。北米には本社と23の支店がある。配達は全米主要都市をカバー。持株会社である西本Wismettac-ホールディングスは日本で上場しており、グループとしての売上は\$1,684億円(2020年)。
独自ブランド カリフォルニア米の「銀」「玉銀」、冷凍食品、調味料、餅類、菓子など幅広い「J-Sweet」など。	独自ブランド カリフォルニア米の「雪花」、バッククライス、冷凍食品、餅類、即食麺、餅類、冷凍飲料水、菓子など700品以上を揃える「Shirakui」など。
物流 全拠点到倉庫がある。常温、冷蔵、冷凍の他、冷凍マダロ等を扱うための超冷凍庫も一部の支店で備える。	物流 産地物以外ほぼすべての品目を輸入している。日本以外にアジア各国からの輸入が多い。
取扱い商品 米、アジア各国を中心に輸入。金額ベースで日本からの輸入の約半分。	輸入商品 産地物以外ほぼすべての品目を輸入している。日本以外にアジア各国からの輸入が多い。
取扱い形態 デストリビューターとしてSKUで約175,000品を扱う。輸入に限り限りとした日本や海外のマーケティング、BtoBマーケティングを実施しているメーカーで実売のある商品。さらに米国向けにパッケージやフェーショ変更などを柔軟に対応できることを重視。	物流/温度 全拠点到倉庫、冷蔵、冷凍の倉庫があり、ロジスティクス機能を持つ。
その他 日本のメーカーは、JFC Japan Inc.が窓口となっている。日本からは同社を通じての輸入が原則。	取扱い形態 日本からはWismettac Foods Inc.を通じての輸入がほとんど。米国をはじめ海外で展開できるプライベートブランド商品の開発に積極的。

Copyright © 2022 JETRO. All rights reserved.

主要流通チャネルの概要

- ①小売・流通チャネルの基本構造
- ②業種・業態の特徴

Copyright © 2022 JETRO. All rights reserved.

29

40

41

どの商品をどの国・地域のどの顧客に対して、どのように売り込むのか検討する。

- 1 商品を決める：
輸出したい商品の選定、絞り込み
- 2 輸出先国の調査をする：
 - ・ 輸出先国の誰にどのように売るか
 - ・ 輸出先国・地域での規制・認証等に関する調査
 - ・ 市場の調査（嗜好、トレンド、価格事情、消費者の購買力、競合関係など）
- 3 価格・条件等を決める：
 - ・ 間接輸出 or 直接輸出
 - ・ 航空輸送 or 海上輸送



①商品を決める

輸出したい商品の選定、絞り込み

■ 海外バイヤーの最大関心事は「売れるかどうか？」の一点。

海外バイヤーに、

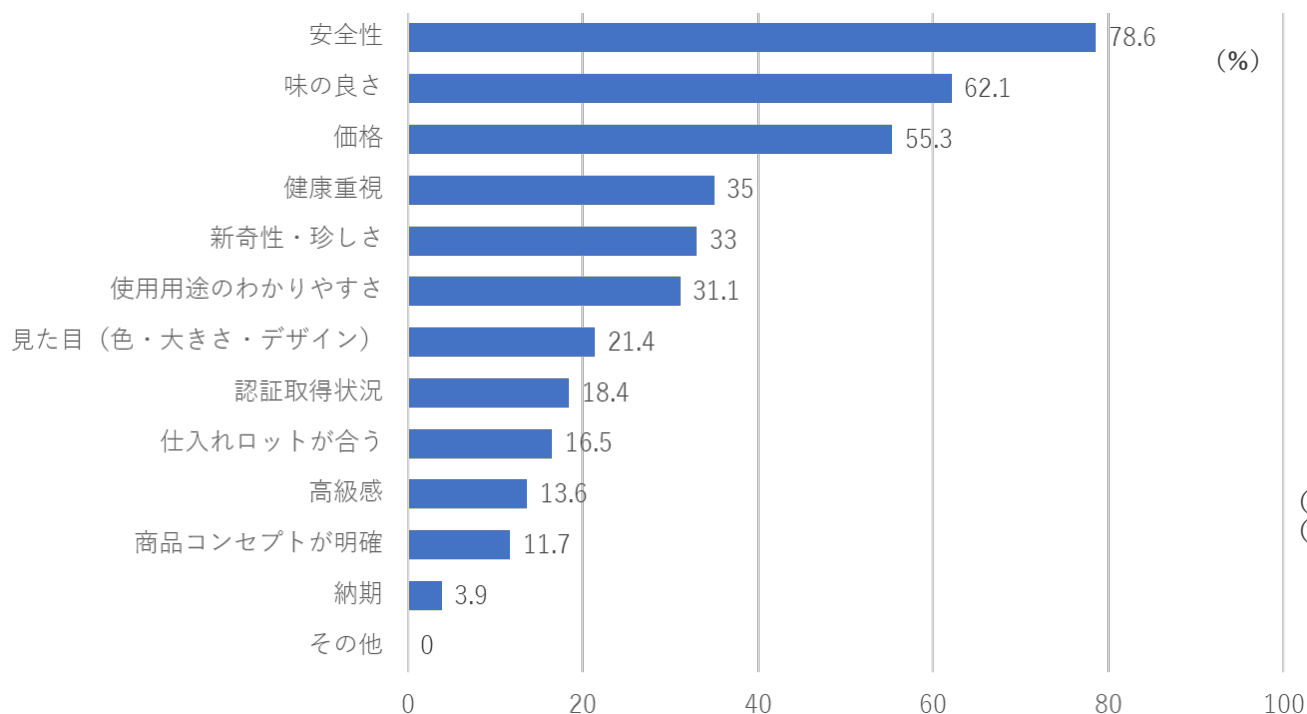
「これは売れる」・「試してみよう」と思わせるアピールポイントのある商品を提案する

- 競合品との違い： 差別性・独自性、自社のこだわり、既存の市場に入る余地があるか
- マーケティング・売り方の提案： 商品の位置付け、訴求価値等
- 販売促進活動への協力提案



参考資料

日本産食品を取り扱うにあたり重視する点は何ですか？（複数回答可）



（注1） n=103

（注2） 回答者には一般客も含まれる。

（出所）「香港Food Expo2019」において
ジェトロが海外バイヤーおよび一般客を
対象に実施したアンケート

Copyright (C) 2024 JETRO. All rights reserved.

自社の商品やサービスのアピールポイントは何か

【商品】	
安全・安心	有機(organic)・無農薬・non-GMO ・添加物無し・化学調味料無し
新鮮さ	集荷から出荷までの温度管理や 一貫物流体制
vegan対応	plant-based food・animal free
Gluten free	アレルギーフリー等も
健康・栄養	機能・効能
認証	ISO/FSSC22000・GAP・halal・ kosher
パッケージ デザイン	和風デザイン・アニメキャラクター・ 日本語か現地語対応か・ 安価な小袋詰め
料理の簡便性 ・高付加価値	和食をつくれるシェフが限られている 中で、温めるだけでサーブできる等、 効率的・高品質な加工品

フレーバー・食感	抹茶味・柚子、わさび・山椒
実績・評価	有名小売店や高級レストランへの 納入実績、品評会での受賞歴
料理との ペアリング	現地の料理との相性
賞味期限の長さ	1年間以上
多彩な商品種類	廉価品から高級品までの品揃え
ストーリー性	歴史・伝統、自社のこだわり、 テロワール、SDGs
【サービス】	
OEM・PB	Minimum lot
輸出の最小ロット	コンテナ混載に対応
ラベル貼り	小売商品の場合の対応
安定した供給体制	仕入産地の多角化

