

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アメリカ輸出塾 (GFP加工食品部会)

アクセンチュア株式会社
戦略コンサルティング本部
シニアマネジャー

小栗 史也

- 市場規模が大きい一方で、規制・商流構築の難易度が高いアメリカにフォーカスして、輸出拡大に資する知識習得・商社/バイヤーとのマッチングの機会をご準備させていただきます。
- 現役の輸出商社・コンサル等の講師によるセミナー/アドバイスを踏まえつつ、メンバー同士のグループワークを通じて、実践的な輸出知識を習得して頂きます。
- 第2回で行う輸出商社・バイヤーとのマッチング（商談）と合わせて、塾終了後の商談成約に繋げて頂けると幸いです。
（輸出実証を通じて事務局が引き続きサポートします！）
- 9月末にGFPとして米国の展示会への出展を検討しているため、塾生の皆様には是非とも出展に繋げて頂けると幸いです。

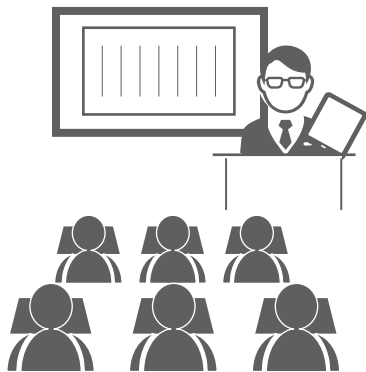
GFPアメリカ輸出塾

各社に合う輸出スタイル検討を行った上で、グループワークを通じて輸出ビジョンの策定等を含めて一気通貫で伴走支援し、商談成立・輸出実証による輸出実施を目指す。

GFPアメリカ輸出塾

全体セミナー

輸出の実践知識・自社に合う
輸出スタイルの明確化



- 自社に合った輸出スタイルを検討するための情報を全体セミナー形式で提供
 - ✓ 輸出トレンド・可能性
 - ✓ 先進事業者の取組紹介
 - ✓ 現地輸出プラットフォームの立上状況・取組予定
 - ✓ 現地市場有識者からのマーケット情報
 - ✓ 現地消費者インタビュー 等

グループワーク・商談会

グループワークによる知識定着
・商談会による輸出機会創出

グループワーク



→輸出ビジョン検討

個別商談



事業者



商社・
海外バイヤー

- 講師(商社等)を交えてグループワークでアメリカ輸出に向けた留意点を把握した上で、方向性を詳細検討
 - ✓ 品門横断のコラボレーション可能性等の検討も実施
- 商社・海外バイヤーとマッチングし、商談会を行うことで、早期輸出に直結

輸出実証

GFP輸出実証を通じた
テスト輸出・PDCAサイクル

輸出実証



弊社メンター

サポート



事業者



商社・
海外バイヤー

- 商社・海外バイヤーとの商談が成立に至った場合、輸出実証を行うことで、実際に輸出するまでのサポートを実施
- グループワークや商社・海外バイヤーとの商談会を踏まえ、得た知識・クリアした課題を輸出という結果に結びつける

GFPアメリカ輸出塾 ~全体概要

第1回では規制・認証取得対応、輸出向け商品開発等の川上側の課題にフォーカス。

第1回

第2回

開催日

・7月26日（火）

・8月30日（火）

全体セミナー テーマ

- ・塾全体の流れ・米国輸出のポイント（アクセンチュア）
- ・現地食品市場のトレンド・今後の輸入支援の体制等（日本大使館 貞包様）
- ・現地規制・認証取得(FSMA等)に対する取組ポイント（グローバリューション）
- ・添加物規制・FSMA・LACF規制等の対応（丸京製菓）
- ・現地消費者ヒアリング（アクセンチュア）
- ・米国向け輸出実証の実施結果に関する現地外食店からのライブ配信（萌す・アクセンチュア）

- ・現地訴求可能なプロモーションの考え方（楽天）
- ・現地バイヤーからの最新の食品ニーズ紹介（PPIH）
- ・米国での現地マーケットの状況・食品ニーズ情報（クラウン貿易）
- ・現地マーケット情報/ハンズオン支援・輸出支援プラットフォーム等の取組紹介（ジェトロ・ロサンゼルス事務所）
- ・輸出先進事業者の取組紹介
 - 販路開拓(外食→小売)のポイント（マルコメ）
 - 現地消費者に訴求できるブランディング・ストーリー戦略（ヤマロク醤油）
 - オーガニックによる現地訴求（桜井食品）

グループワーク

- ・米国輸出における課題・解決策検討（川上課題）
 - 自社における規制・認証対応への課題認識
 - 物流ルート構築・賞味期限延長等への課題認識
 - 海外ニーズに合う商品開発に向けた課題認識 等

- ・米国輸出における課題・解決策検討
 - 現地消費者に向けた訴求ポイント
 - ブランディング・現地訴求するプロモーション 等
- ・品目横断のコラボレーション検討

商談会

-

- ・米国輸出を扱う商社・海外バイヤーとの個別商談を実施

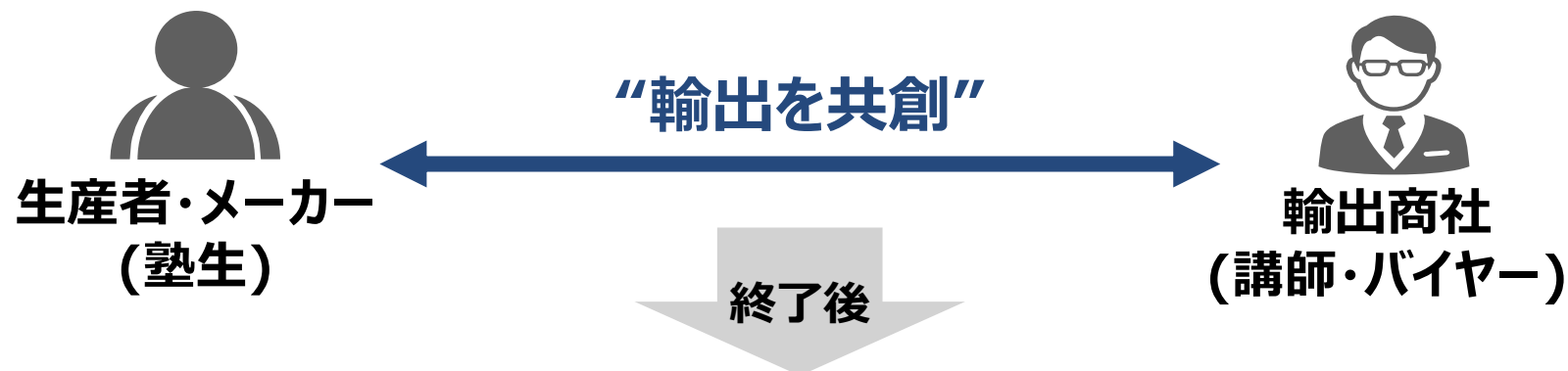
GFPアメリカ輸出塾 ～第1回グループワークのアジェンダ

グループワークでは、現役の輸出商社・コンサル等のグループ講師を交えて、グループでの議論を通じて課題解消に資する学びを得て頂きたい。

- ✓ 自社/自団体紹介・輸出概要（主に米国向け）
- ✓ 自社における規制・認証対応への課題認識
- ✓ 物流ルート構築・賞味期限延長等への課題認識
- ✓ 海外ニーズに合う商品開発に向けた課題認識
- ✓ 講師・他参加者への質問・連携に期待すること

輸出に繋がるマッチング with 輸出商社・バイヤー（グループワーク講師・商談バイヤー）

現役の輸出商社にグループ講師・商談バイヤーを依頼することで、ビジョン・計画の共創に留まらず、終了後に実際の輸出取組・テスト輸出にシームレスに繋げる。



“実際のテスト輸出：輸出実証へシームレスに繋げる”

第一期 事例 (萌す)



製品のライブコマース



テスト輸出の実施

GFP事務局は一気通貫で伴走・サポートを行わせて頂きます！

米国で予定しているGFPイベントの概要

目的

- 海外バイヤー・消費者向けに米国の食の最新トレンドを踏まえた上で、GFP産品や産地の魅力を発信し、輸出に繋げる
- 日本の生産者・メーカー向けには、輸出先進地域である米国のマーケットニーズ・最新トレンドを共有し、“5兆円”に向けた輸出の形を周知する

開催日時

- 第14回：日本食エキスポ(リアル+オンライン)：2022/9/24(土)
 - Loews Hollywood Hotel in Los Angeles, CA

出展テーマ

- 健康志向層向け食品 (Healthy)
- 地域性のある/日本伝統の食品 (Do you know)
- 新しい切り口/最先端の技術を活かした食品 (New Trend)
- 持続可能性に配慮した食品 (SDGs)
- GFP産品を組み合わせたメニュー提案 (Collaboration)

塾生の皆様の出品・出展を是非ともよろしくお願いいたします！

米国向け輸出検討の論点

米国特有の食品安全基準・認証やラベル・添加物規制について、専門家・先進メーカーからのノウハウ共有を通して、輸出課題の解消に繋げる必要がある。

概要

食品安全 基準・認証

- FSMA対応（FDA査察・PCQI）
- LACF対応（低酸性食品）
- 認証取得（GFSI対応）

食品表示 （ラベル）

- Prop65（カリフォルニア州）
- BE食品表示

添加物規制

- 天然着色料・トランス脂肪酸を中心とした厳しい規制

現地ニーズ 対応

- マーケットイン商品・レシピ開発
 - オーガニック・ヴィーガン/ベジタリアン・グルテンフリー等のトレンド対応

商流・物流 構築

- 日系・アジア系/現地系、西/東海岸の区分を踏まえた戦略立案
- 高騰する輸送コストを加味した物流戦略（海上輸送/航空輸送）
- ブローカーを経由した現地系小売商流構築

プロモーション ・ ブランディング

- SNS・EC等を生かしたプロモーション
- 日本らしさ・ストーリー性等によるブランド化
- 科学的根拠に基づく品質のアピール

概要

withコロナ時代の輸出拡大に向けたキーワード

消費者の健康志向・訪日できない中での日本らしさ・地域ブランドへの期待が高まっており、トレンドを食品輸出に反映することが重要。

日本産加工食品の訴求要素

健康・安心/安全

日本らしさ・地域性

米国

発酵(ファーマンテーション)・
オーガニック・グルテンフリー

食品の伝統・ストーリー・
“和と洋の中間”

アジア

手軽に取れる
機能性/健康食品

北海道・京都等の
地域ブランド・疑似訪日体験

withコロナ時代の加工食品輸出の有望品目例

有機/グルテンフリー/ストーリー性に特徴のある商品の輸出が拡大。アジアでは北海道ブランドを活かしたスイーツ・抹茶商品等も有望。

日本産加工食品の訴求要素

健康・安心/安全

日本らしさ・地域性

米国

- 有機/グルテンフリーの醤油・味噌
- 液状味噌・漬けダレ・粉末味噌
- 米菓(グルテンフリーのヘルシー snack)

- 醤油(木桶仕込等)・黒酢(壺造り)
- モチアイス・モナカアイス
- どら焼き・大福

アジア

- 機能性のグミ・健康バー
- 納豆・野菜/果物ジュース・青汁
- 乳酸菌飲料・豆乳
- カレールー・レトルトカレー
- サプリメント・栄養ドリンク

- 冷凍スイーツ(ケーキ・カステラ等)
 - 北海道牛乳等の活用
- 抹茶・ゆず等日本的フレーバー菓子
- 団体購買・贈答用菓子

和菓子・スイーツに関する輸出拡大の方向性

ローカライズ(“和と洋の中間”)による大ロット輸出に加え、地域ブランドを活かしたスイーツのアジア圏輸出、日本の伝統的和菓子の本物/伝統訴求も有望。

	訴求要素	品目例	ターゲット国	輸出拡大の方向性
輸出ロット 大 ↑ ↓ 小	“ローカライズ” (和と洋の中間)	- どらやき・大福 ➢ チーズ・クリーム・抹茶味等も人気 - もちアイス - 日本風月餅	・ 米国 ・ アジア圏	・ 現地系小売(PB商品)・大手EC(特に中国)・外食/中食チェーン開拓 ・ コーヒー/抹茶ラテと連動したカフェ向け和菓子提案 ・ 現地消費者の嗜好性に合った定期的な新商品投入
	“地域ブランド・ 安心/安全・ 品質/味の良さ”	・ 冷凍ケーキ(北海道産等) ・ バームクーヘン ・ カステラ	・ 中国 ・ ベトナム ・ マレーシア	・ “北海道産”をはじめとした高品質な原材料による「地域ブランド」訴求 ・ アジア圏の健康志向層への安心・安全面の訴求
	“日本らしさ・ 本物/伝統”	・ 伝統的和菓子 ➢ 大福・饅頭 ➢ くずもち ➢ ゼリー菓子等	・ 米国 ・ 中国 ・ 香港 ・ シンガポール	・ 春節等を中心とした中華系消費者の贈答用需要向け提案 ・ 食以外も含めた、複数品目セットでのプロモーション・日本文化の認知向上 ・ 黒蜜きな粉味・桜風味等は独自性があり、現地ニーズも高い

健康志向層向け輸出拡大の方向性

健康志向層のニーズは段階的に多様化する傾向にあり、欧米の消費者が最も健康商品へのこだわり“熟度”が高いと言える。



米国に加工食品を輸出する際に則るべき規制

主にFDAが所管する諸規制に則る必要がある他、カリフォルニア州独自の規制も存在するため、輸出商社・現地輸入業者と連携した上での十分な準備が必要。

	規制等の名称	規制の概要
食品の衛生 管理・安全性に 関する規準	• 適正製造規範（GMP）	• 食品医薬品化粧品法に基づきFDAが設定する食品の安全性を確保するための食品の製造、包装、保管などの衛生基準
	• バイオテロ法	• 米国へ輸入される食品を製造／加工、梱包、保管する施設は登録 • 輸入業者は、食品が米国に到着する前に、FDAに食品輸入の事前通告
	• 食品安全強化法（FSMA）	• 危害分析及びリスクに基づく予防管理（103条）、衛生的な食品輸送（111条）、意図的な食品不良の防止（106条）など多岐にわたる規制
加工食品の 輸入において 留意すべき規則	• 重金属および汚染物質残留農薬に関する規則	• 食品に含まれる有毒および有害な物質の許容量を定める。カリフォルニア州では、Prop65により、さらに厳しく規制
	• 残留農薬に関する規則	• 登録済みで使用を認めたもの以外の農薬の使用を禁止し、食品の残留農薬の許容量を設定
	• 食品添加物に関する規則	• 食品に直接あるいは間接的に使用可能な物質とその含有量が規定
	• 食品包装材	• 「間接的な食品添加物」とみなされ、食品添加物と同じ規則が適用 • Prop65では、容器に含まれるビスフェノールA（BPA）成分の使用を禁止
特定食材に おいて留意すべき 規則	• 牛乳・卵等動物由来物質を含む加工食品	• 牛乳や卵等の動物由来物質を含む加工食品は、APHIS「Animal Product Manual」にて、必要な手続きを確認する必要
	• 弱酸性包装食品（LACF）	• 米国で販売される低酸性缶詰食品は、「低酸性缶詰食品製造施設」登録し製造工程を提出する必要（酸性化食品も同様）
食品表示に 関する規制	• 基本表示事項	• FDAは食品の「基本表示事項」として、規定された項目を英語で記載することを義務付け

食品安全強化法（FSMA）対応

製造施設のFDA登録・PCQIの設置・食品安全計画の策定、FDAによる査察対応等が必要。

必須対応事項	対応の概要
施設の登録 (FDA登録)	• FDAに関連施設の登録が必要（USFDA registration number） • 登録の更新は2年ごと • ①メーカー自社で登録②国内商社がFDA登録③輸入業者がFDA登録のパターンが存在
食品安全計画の策定	• PCQI（予防管理適格者）による食品安全規格の策定が求められる • HACCPに準じた製造・加工・梱包・保管等幅広い工程の管理について定める必要がある • 内容としては、危機分析表、予防管理表、リコールプランの策定等が求められる
食品防御計画の策定	• HACCPに準じた製造・加工・梱包・保管等幅広い工程における、意図的な食品不良（フードディフェンス）の対策・管理について定める必要がある • 脆弱性評価、リスク低減策に関する策定が求められる
FDAによる査察	• 2日間にかけて米国からFDAの査察官が現場を訪れる • 現場と管理計画の文書を確認し、その場で質疑応答や問題点の指摘が行われる
インポーターによる確認	• インポーターによる、上記書類やそれに関する内容の確認

＝特に事業者が課題と感じている対応

弱酸性包装食品（LACF）対応

弱酸性包装食品については別途、FDAに殺菌工程等を提出し認可を得る必要がある。
また、弱酸性包装食品については、コールドチェーンでの出荷～販売が義務化されており、和菓子・スイーツは該当するものが多い。

	定義	許認可の概要	検査の概要
日本	- pHが4.6を超える 水分活性0.94を超える - 密封容器に充填 - 常温下で流通販売 120℃、4分間に満たない条件で殺菌を行ったもの（容器包装に詰める前後を問わない）	- 日本国内で販売する上では、原則製造業者が自らの責任において検査や、食中毒防止対策を講じることと定められている - 保健所等検査機関は、製品工程一覧図の作成、現場での一覧図の確認を求める	- 日本国内に流通する製品の場合、殺菌条件に関する届け出は不要 - ボツリヌス菌の接種検査等は厚生労働省指定機関にて製造業者自らの責任において実施 - 定期的な検査の義務なし - 立ち入り検査、検査命令を保健所等が行う場合もある
米国	- pHが4.6を超える 水分活性0.85を超える - 密封容器に充填・加熱工程あり - 常温輸送のためにはSID(Submission Identifier)が必要 ➤ そうでなければコールドチェーンでの出荷・販売義務	- FDAが製品の製造工程や殺菌工程について事前に審査し、承認されたもののみが米国内に流通できる ①酸味料添加、②水分活性の調整、③密封後の過熱・加圧、④無菌充填のいずれかの殺菌工程を導入し、その工程がFDAの条件を満たしていると承認される必要がある	審査時に加熱殺菌による細菌類の致死値や、計画加熱殺菌条件の適・不適を判断するための検査結果の提出が事前に求められる

添加物対応

米国輸出に向けてハードルとなっている添加物・使用している加工食品は着色料を中心に以下を想定。

対象国	添加物名称	主な使用品目
米国・EU・香港・タイ	クチナシ青色素/黄色素	菓子（クッキー・キャンディ・チョコレート・米菓・大福等）/麺類/清涼飲料水（サイダー）/調味料（ワサビ・ソース）
米国・EU・香港	ベニコウジ色素・ベニバナ色素	菓子（ビスケット・米菓・饅頭・大福・餅菓子・ゼリー・グミ等）/麺類/清涼飲料水（サイダー）
EU・オーストラリア・ニュージーランド	コハク酸ナトリウム	調味料（マヨネーズ・だしの素）
米国・EU	乳化剤 (ポリグリセリン脂肪酸エステル等)	清涼飲料水/菓子（どら焼き・チョコレート菓子等）
中国・香港・米国	ステビア・甘草	醤油（甘口醤油）/菓子（キャンディ等）
米国・EU・タイ・台湾・シンガポール・香港・中国・韓国	トランス脂肪酸 (部分水素添加油脂)	菓子(チョコレート・アイスクリーム・米菓・どら焼き・クッキー等)/レトルトカレー