

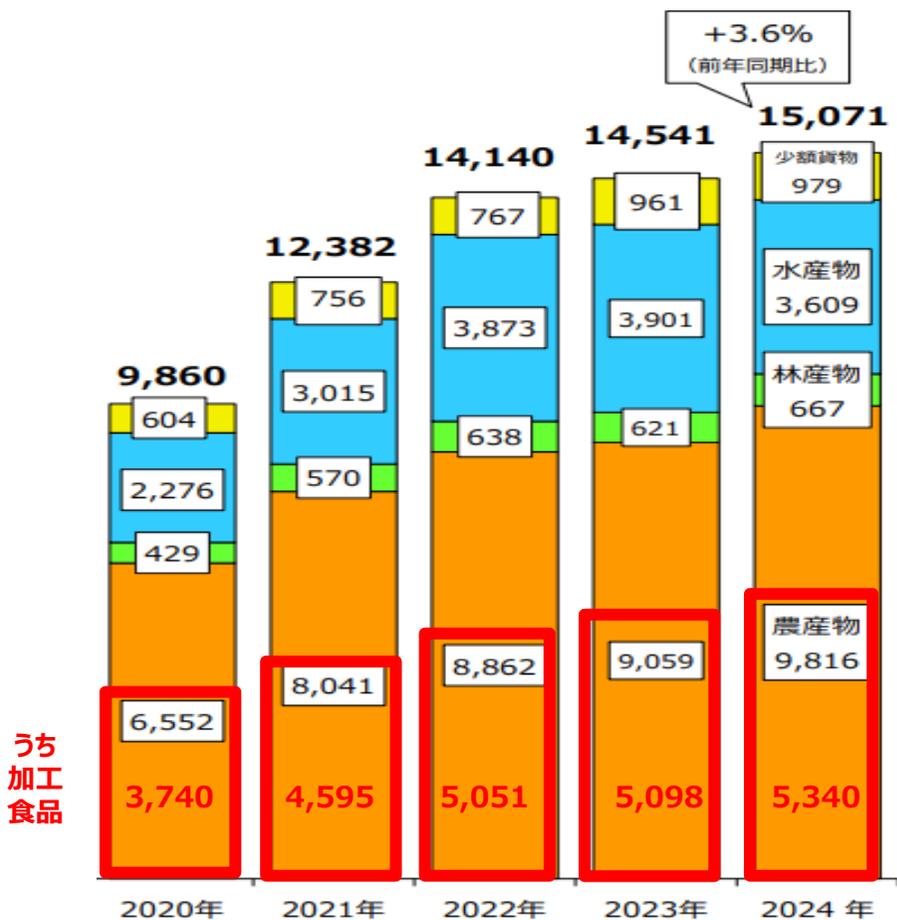
5.加工食品の輸出拡大に向けた取組



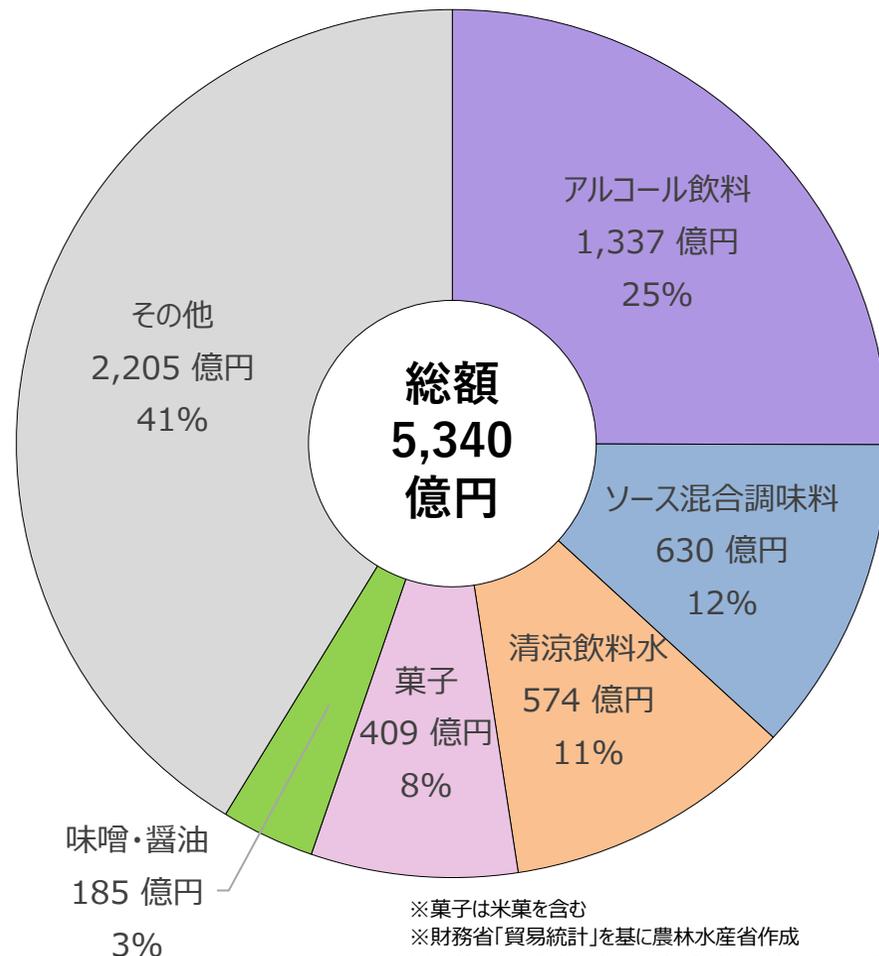
5-1. 加工食品の輸出の現状

- 2024年の農林水産物・食品の輸出額は**15,071億円**。そのうち加工食品は**5,340億円**。
- 加工食品の輸出額を品目別にみると、ウィスキーや清酒等のアルコール飲料が1,347億円と25%を占め、ソース混合調味料が630億円で12%、清涼飲料水が574億円で11%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 (2024年)



5-2. 加工食品の輸出に関する課題

(加工食品の強み)

- 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。

(加工食品の課題)

- 中小企業が多い食品製造事業者単独では、各国の規制調査、海外でのマーケティング・商流構築、物流コスト削減等の取組を行うことは困難。
- 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**。
- 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多い**。
- 加工食品は、船便の場合が多く、輸送日数を要すること等により、日本国内よりも**長い賞味期限を求められる**上に、各国ごとに使用可能な食品添加物が異なることから、代替添加物により新たな商品を製造することが求められる。

中小食品製造事業者

- 中小企業が多い食品製造事業者単独で、各国の規制調査、海外でのマーケティング・商流構築、物流コスト削減等の取組を行うことは困難。



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な場合があり、施設改修も伴う。
- 中国へ食品を輸出する場合は、製造企業登録を行うことが必要。



混合食品

- EUへの輸出では、動物由来の原料（乳、卵、水産物など）が含まれる混合食品の場合、その原料がEU基準を満たしていることが必要。



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、内容を確認の上、ラベルを印字又は添付する必要。

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内容を確認の上、認められた容器・包材を使用する必要。直近では、EUの容器・包材規制やプラスチック削減条約への対応が重要。

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。

5-3. 加工食品の輸出に向けた取組（1）海外食品添加物規制早見表

一般財団法人食品産業センターが、加工食品の輸出を促進するため、加工食品国際標準化緊急対策事業を活用して**海外食品添加物規制早見表を作成**の上、同センターのHPにて公開。

(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、加工食品の輸出に取り組むに当たって障壁となっているとの意見が多い。
 これに対応するため、一般財団法人食品産業センターが、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、乳化剤、甘味料、調味料、保存料、酸味料、酸化防止剤**について、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)**の規制に対応した食品添加物の代替利用に役立つ早見表を作成。

(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） 2) 詳細画面（第二階層）

- ① 食品添加物の認可状況を対象国・地域ごとに○×で表示
- ② 着色料（83物質）
 乳化剤（59物質）、甘味料（25物質）、調味料（75物質）
 保存料（27物質）、酸味料（25物質）、酸化防止剤（56物質）
 増粘剤類（令和7年度作成予定）
- 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

- 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
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	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
アズキ全葉抽出物	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)

5-4. 加工食品の輸出に向けた取組（２） 加工食品クラスター事業

【R4年度補正予算額 650百万円・R5年度補正予算額 400百万円・R6年度補正予算額 401百万円】

- 食品製造業の97%以上が、中小企業及び零細企業。
- 加工食品クラスターでは、個社単独では難しい資金面・人的面の課題やノウハウ不足等を克服するため、複数の食品製造事業者等が連携して、輸出拡大に向けた活動を実施しています。
- 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っています。

＜連携して輸出拡大に取り組む活動事例＞

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

- 共同での国内外の見本市や展示会への参加
- 海外バイヤーの国内招聘、製造現場視察
- 商品のテストマーケティング



ブランドの確立に向けた取組

ブランド力や国際競争力が不足

- 品目や地域、商品ブランドの構築
- GI、地域団体商標等の取得
- 共同での商品開発、パッケージ作成



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
- 販路開拓に向けた連携（取引先の紹介等）

海外規制情報等の共有

単独での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

- 海外ニーズ、輸出ノウハウ、経験等の情報共有
- 規制・条件（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



44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