

静岡加工食品輸出協議会

複数品目

基本情報

対象国 米国

輸出額 186,200千円/年

加盟者数 4社

主な販売先 外食・小売

活動地域 静岡県

品目数 複数

希望スキーム 間接輸出

備考 -

海外展示会出展や商流の共通化により、静岡県産加工食品の米国市場への販路拡大を目指す

海外展示会への出展や商流の共通化を通じて、会員企業の安全性・品質・伝統といった強みを訴求し、高品質な静岡県産加工食品の米国市場への浸透を図ることで、新たな収益源の確立と商品のブランド価値の創出につなげる

団体概要

所在地 静岡県静岡市

設立年 2025年

事業内容 海外展示会への出展、米国規制・仕様変更（添加物、ラベル等）の情報共有、商流・物流の共通化

認証取得 FSSC22000認証

生産規模 -



取組の経緯/概要

- ・米国市場では日本食の需要が拡大しており、日系・アジア系スーパーに加えて一般スーパーでも日本食の需要が高まっていることから、会員企業はマヨネーズ・ドレッシング等の加工食品の輸出拡大を検討してきた
- ・米国への輸出には添加物規制・表示変更等の日米制度差への対応が必要であり、特に輸出実績が少ない企業にとっては対応ノウハウ・リソースの不足が大きな負担となっていた
- ・米国向け輸出に係るノウハウ・リソースの不足を解消すべく、2025年4月に静岡県内3社で協議会を設立し、商社と密に連携しながら、展示会出展を起点とした商談機会の創出や物流共通化による輸出拡大を進める

取組の成果

- ・輸出額：186,200千円（2025年実績）前年比145%
- ・商談数（オンライン・対面）：150件

取組のポイント

効果的な展示会出展と商流・物流の共通化を通じて、
「静岡ブランド」の加工食品を米国市場に浸透させる

輸出を進める上で抱えていた課題

TASK

課題

1

添加物規制対策やラベル表示
変更等への対応が必要

TASK

課題

2

継続した商談機会の創出
が必要不可欠

TASK

課題

3

米国市場に商流がない会員企
業の初期商流構築が必要

輸出成功のポイント

規制対応ノウハウの共有

添加物の変更等のレシピ・ラベル
作成等の対応を情報共有し、
確実な対応を実現

商社と連携した
商談機会の創出

商社との連携により、展示会出
展時の商談を事前にアレンジし、
効率的な商談機会を創出

会員企業が有する
商流の横連携

米国市場で確立した会員の既存
商流を活用し、コスト・リスク
を抑えた初期商流構築を支援

サプライチェーン別取組

ニーズに対応した
高付加価値商品の展開

- ・ 鯖缶・カップスープ等の簡便性の高い商品を中心として、高級店・健康志向層・自然系スーパー等の需要に対応できる商品ラインナップを整備

商流の共通化による
物流コストの圧縮

- ・ 既存の輸出商流に新規品目が相乗りすることで物流を共通化し、新規輸出の負担を下げながら、出荷効率化と現地在庫・保管コストを改善

商社と密に連携した
新規販路開拓

- ・ 商社がディストリビューターやスーパー・レストラン等の販路を紹介することで、実需に基づいた確度の高い初期商流の構築を実現

商品選定・開発

流通

販売

今後の輸出拡大に向けて

- ・ 対応力の拡充：人員増による対応力強化に加え、外部コンサルを活用したノウハウ習得など
- ・ 商品力の強化：地域別・ニーズ別など、輸出に適した商品ラインアップの拡充
- ・ 展開エリアの拡大：北米に限らず、中東や欧州・アフリカなど、未開拓エリアへの挑戦