

輸出チャレンジ！ポイント集

【青果物編】

－農業者・集荷団体向け－

ver.1.0



2024/ 2/ 29

本書活用にあたって

2050年、日本の人口は1億人近くまで減少することが想定されています。一方、世界の人口は100億人に届くといわれています。

こうした中で、海外の各国・地域から日本の食へのニーズは日々高まってきており、日本からの農林水産物・食品の輸出額は、2023年には1兆4,500億円と10年前と比べ約2.6倍に拡大するなど、輸出の取組に果敢にチャレンジしている事業者が増えてきています。

「輸出」というと、国内の出荷・販売と異なり、様々な手続き・規制・言語のハードルや独特の商流が存在し、特別な知識やスキルが必要なのではないかと考え、関心はあっても、なかなか一歩が踏み出せない、又は、輸出をやってみたものの、実際に様々な課題に直面し継続した輸出に繋がらなかったといった例も見られます。

そこで、今回、地方農政局職員と事業者との意見交換等を通じて、輸出の取組の各場面で事業者が直面された課題やその現実的な対応策、相談先が分かるようなポイント集をとりまとめました。

本書では、輸出相手国・地域が求めるニーズに対応する産地づくりや植物検疫、残留農薬への対応といった固有の課題が存在する青果物の輸出に焦点をあて作成しております。

青果物の輸出をお考えの皆様、さらに輸出の拡大を考えておられる皆様にぜひ手に取って頂き、ご自身の輸出取組みの進捗度や課題を再認識いただきながら、輸出拡大の取組にチャレンジいただければ幸いです。

関東農政局GFP事務局



輸出検討時

現状認識・仲間集め・体制づくり

Q1	農業者にとって輸出に取り組むメリットは何ですか？	P.5
Q2	輸出は、経験がなく躊躇していますが、どんなリスクがありますか？	P.8
Q3	国内からの引き合いが強く、輸出の必要性を感じません。また、大消費地である首都圏を抱え販路を開拓するメリットはありますか？	P.9
Q4	農業者は、JAの共撰（共同撰別）及び共計（共同計算）のシステムの中で、新たな販売方法である「輸出」を進める必要性は何でしょうか？	P.11
Q5	輸出に取り組むにあたり、初期投資が大きいと、積極的に輸出に取り組めていません。輸出はあきらめたほうがよいでしょうか？	P.13
Q6	商社から、まとまった供給量を求められたが輸出向けに手を挙げてくれる農業者が少ない場合は、どうしたら良いでしょうか？	P.15

情報把握、規制・マーケットへの理解

Q7	どの国なら輸出できるのか、情報はどこから得られますか？	P.16
Q8	残留農薬規制の有無や今のままで販売できるかどうか、情報を調べる方法がありますか？	P.18
Q9	どの国の、どの層で、どんな商品が、受け入れられているか情報を知る方法がありますか？	P.19
Q10	現地で販売されている青果物の販売価格の情報を教えてください。	P.20
Q11	輸出商社と付き合いがありません。輸出商社の情報や求めている商品情報を知るにはどうしたら良いでしょうか？	P.21

生産段階・規制対応

Q12	輸出先国・地域向け農産物の「防除暦」はどのように作成したら良いでしょうか？また、輸出先国・地域の規制に合わせた農薬使用に変更することにより、病害虫被害を受け、販売不可になるリスクに対応する方法はありますか？	P.22
Q13	輸出先国の検疫条件に適合した選果梱包施設の情報はどこで入手できますか？また、検疫条件の情報や手続き面で相談できる場所はありますか？	P.23
Q14	有機栽培への転換にコストと時間が必要ですが、どうしたら良いでしょうか？	P.24
Q15	共同選果梱包施設のGLOBALG.A.P.認証取得や農業者のGLOBALG.A.P.対応を進めるにはどうしたら良いでしょうか？	P.27

契約・物流

Q16	輸出向けに栽培した商品を買ってもらえないリスクがありますが、リスク回避または軽減する方法はありますか？	P.28
Q17	年間を通じて安定的に輸出するための手法はありますか？	P.29
Q18	単協として青果市場への定期便（市場便）はありますが、輸出向けの国内物流が構築されていません。どうしたらよいでしょうか？	P.31
Q19	どれくらいの期間をかけて設備、体制の構築をしたら良いでしょうか？	P.32
Q20	箱のつぶれを防止するための輸出用の包装梱包材の調達にかかるコストを抑える方法がありますか？	P.33
Q21	商談の結果、サンプルの依頼を受けました。どのような方法で配送したらよいでしょうか？	P.34

クレーム対応、商標登録

Q22	輸出のために出荷した青果物へのクレームは農業者はどこまで責任を負うのでしょうか？	P.35
Q23	海外で、特許・商標登録をしていない場合、自社ブランドの盗用や他社による商標登録、他国による類似品の生産被害等に遭わないようにするにはどうしたら良いでしょうか？	P.36

商流検討時

Q1	商品開発に活かすため、海外消費者や小売の現場からの情報や正確なフィードバックを得るにはどうしたら良いでしょうか？	P.40
Q2	国内の他産地との価格競争に陥っていますが、輸出に際して、農業者の所得向上のメリットはありますか？	P.41
Q3	次の発注がきません。どのように考えていけば良いでしょうか？	P.42
Q4	商社から面倒な要望が多いのでは、と感じています。どのように考えていけば良いでしょうか？	P.43
Q5	バイヤーとの商談で価格が高いと言われた場合は、どう対応すべきでしょうか？	P.45
Q6	青果加工品を製造している工場に対し、ISO22000 やFSSC22000を取得していることが条件とされた場合、どうすれば良いでしょうか？	P.46
Q7	見積もり依頼があった場合、見積もりはどう書いたら良いのでしょうか？また、見積もりに必要な項目は何でしょうか？	P.47
Q8	海外から引き合いに対して、要望に対応できる規格のものが揃いません。	P.48
Q9	バイヤーの要望に対応できる期間、継続して出荷することが困難です。	P.49
Q10	重量野菜は、価格に対して輸送費が高くなりますが、売れるのでしょうか？	P.50
Q11	英語を必要とする商談や商品情報の作成はどうしたら良いでしょうか？また、どのようにコミュニケーションを図ったら良いでしょうか？	P.51
Q12	輸出向け商品の売り渡し価格は、どう決めたら良いでしょうか？	P.52
Q13	商品を説明するカタログは、どのような内容で作れば良いでしょうか？	P.53
Q14	生産量を上回る発注量で、納品の約束が出来ない場合、どうしたら良いでしょうか？	P.54
Q15	見積もりを出してから返事が来ない場合、どうしたら良いでしょうか？	P.55
Q16	輸入規制が変わったことで、農薬の見直しを迫られた場合、どう対応すべきでしょうか？	P.56
Q17	輸出商社の担当が変わり、取引がなくなった場合、何が要因と考えられるのでしょうか？	P.57

輸出検討時のQ & A

輸出検討時の『つまづかない』Q&A(1)

Question



農業者にとって輸出に取り組むメリットは何ですか？

Answer 

海外との取引では固定(安定)価格による販売となる場合も多く、海外向けを販売先の一つに組み入れることで、国内の市場価格に左右されない価格で取引することにより、農業者の経営安定が図られることが一つのメリットです。中には、想定される国内価格より、高い価格を提示・取引することで所得向上につなげている事例もあります。

一方、輸出先国や品目によっては、国内販売にない規制や商慣習への対応、相手国市場の消費者の嗜好への対応等の課題を乗り越える必要も出てきます。一般的には、リターンとリスクは比例関係にあります。まずは自身が取り扱う商品を輸出するにあたって、経営の中でどのように位置づけるのか決めたとうえで、GFP(農林水産物・食品輸出プロジェクト)や日本貿易振興機構(JETRO)などから発信される情報を積極的に収集し、どの国・地域に向けて販売したいのかを検討するところから始めましょう。

※ 参考資料

○ 輸出を勉強したい(GFP(農林水産物・食品輸出プロジェクト))

GFPに登録(無料)いただくと、過去に行われた300を超える
GFPのセミナーを視聴することができます。

「GFPのホームページ」はこちらをクリック



○ 世界は今-JETRO Global Eye(JETRO)

JETROの国内外のネットワークを活用し取材された、世界の経済・産業の最新動向や貿易・投資などの情報を視聴することができます。

「世界は今」はこちらをクリック

国際ビジネス情報番組

「世界は今-JETRO Global Eye」



ジェトロでは、国際ビジネス情報番組「世界は今 JETRO Global Eye」を配信中です。
国内外のネットワークをフルに活用し、世界の経済・産業の最新動向や貿易・投資などの国際ビジネスに役立つ情報をインターネット等を通じ、2000年から皆様にお届けしています。

- ・これまでの番組（オンデマンドで配信中）
- ・人気特集TOP10

※ 参考資料

○ 農林水産物・食品の輸出支援ポータル(JETRO)

市場ごとや品目ごとのマーケティング基礎情報や現地市場価格調査など輸出に役立つ海外市場の基礎データや各種支援策などが掲載されています。

「農林水産物・食品の輸出支援ポータル」は
こちらをクリック

農林水産物・食品の輸出支援ポータル



○ 輸出促進リンク集(農林水産省)

農林水産物・食品の輸出に関連するホームページのリンク集です。制度別、品目別、国・地域別、関連団体別にリンク先が整理されています。

「輸出促進リンク集」はこちらをクリック

輸出検討時の『つまずかない』Q&A(2)

Question



輸出は、経験がなく躊躇していますが、どんなリスクがありますか？

Answer



輸出のリスクとしては、主に「取引先の信用リスク」、「輸送リスク」、「カントリーリスク」、「為替リスク」が考えられますが、次のような方法で対処することができます。

◎ **取引先の信用リスク**

取引先の倒産・不払いといった、契約の相手方の責めに帰せられるリスクです。こちらは事前の信用調査、また、信用状(L/C)や貿易保険の活用でリスクを抑えることができます。

◎ **輸送リスク**

輸送中の事故に対しては海上保険の活用が考えられます。

◎ **カントリーリスク**

戦争や災害といった取引先の『国・地域』の政治・経済の情勢などによる、契約当事者の責任ではない不可抗力的なリスクです。こうしたリスクには、貿易保険の活用が考えられます。

◎ **為替リスク**

外貨建て契約による為替変動リスクです。為替変動リスクを避けるためには、予め通知銀行に対して「為替予約」を行っておきます。

※ これらのリスクと対応については、関東農政局輸出産地サポーター室(P.60参照)、JETROの窓口(P.58参照)にお問合せいただくと丁寧にご説明させていただきます。

輸出検討時の『つまずかない』Q&A(3)

Question



国内からの引き合いが強く、輸出の必要性を感じません。また、大消費地である首都圏を抱え販路を開拓するメリットはありますか？

Answer



現在、国内販売で十分な需要がある場合にあっても、人口減少は進んでおり、国内の食市場が急速に縮小していくことが避けられない状況となっております。

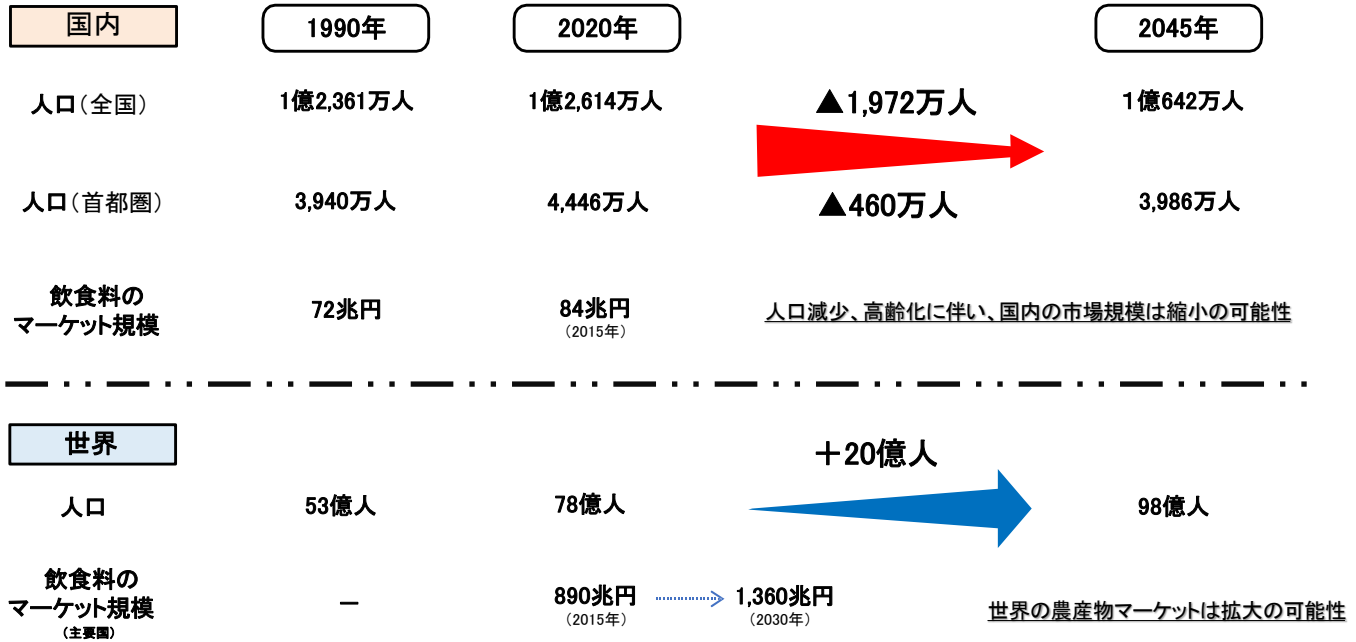
一方、海外では人口増が顕著であり、食のグローバル化もいっそう進んでいるなかにあって、世界の農産物マーケットは拡大を続けています。

大きな市場を抱える首都圏にあっても、今後の人口減少による食市場の縮小傾向は同様の状況にあり、現在の生産・販売を維持・強化するためにも、今後、成長が見込まれる海外に目を向け、輸出を販路の一つに加えることが中長期的にみてメリットとなります。

※ 参考資料

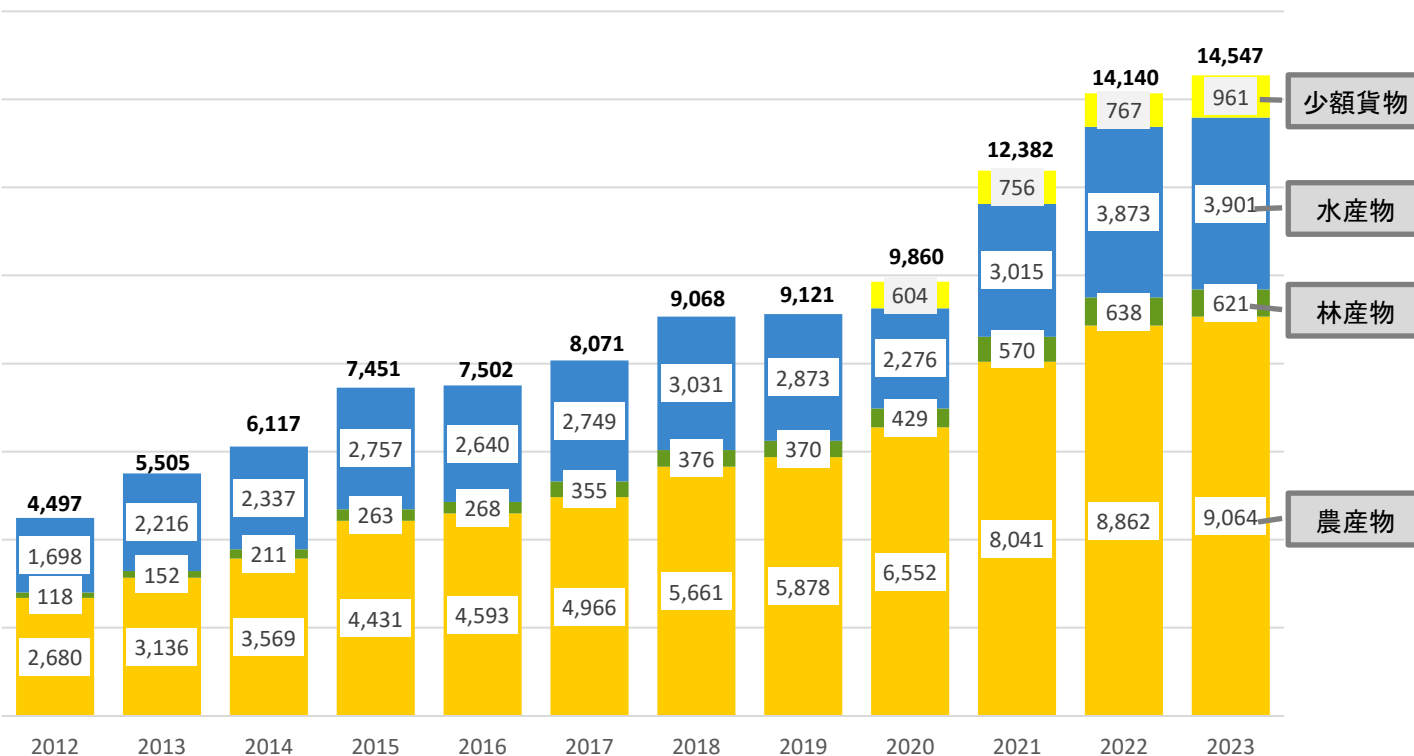
※ 国内外のマーケットの変化

首都圏人口は「国政調査」及び「日本地域別将来推計人口」を元に作成



※ 農林水産物の輸出額(2012年～2023年)

参考: 財務省「貿易統計」



輸出検討時の『つまずかない』Q&A(4)

Question



農業者は、JAの共撰（共同撰別）及び共計（共同計算）のシステムの中で、新たな販売方法である「輸出」を進める必要性は何か？

Answer



産地として輸出に取り組むことで、新たな需要先の開拓、品目のブランド化による国内外での価値向上などが期待されます。輸出国・地域によっては、ほ場や選果場に対して施設認定制度があり、認定を取得しなければ輸出ができませんが、逆に認定を取得すれば、その希少性から、より高い価格で買い取ってもらえるケースもあります。

しかしながら共撰、共計のシステムの中では、収入がJA全体で平準化されることから、輸出に取り組んだ農業者にとっては、国内向けとは別にかけたコストに見合う収入が得られないこともあり得ます。

このため、例えば、JAが農業者に対し、予め輸出向けの農産物の引取り条件を提示し、その条件で出荷した農業者に対しては、プレミアム単価を上乗せして買い取ることを商社と連携のうえ実施するとともに、輸出に取り組む農業者を部会として組織化するような取組が必要となります。

※ 参考資料

国内仕向けを上回る単価での販売が実現した事例

岩手中央農業協同組合（岩手県）

- 米国、カナダ、ベトナム、タイ、香港、台湾等にりんごを輸出。
令和4年（2022）年度の輸出額は3,028万円。
- 同年度の輸向け共撰の農業者平均手取単価は302円/kgとなり、JA共撰全体の農業者平均手取単価195円/kgとの単価の差は107円/kg。

なめがたしおさい農業協同組合（茨城県）

- タイ、カナダ、香港、シンガポール、フランス、ドイツの6か国・地域にかんしょを輸出。
- 令和4年（2022）年度の輸出額は3.3億円。
- 輸向けかんしょを国内価格より高い単価で販売し、農業者の手取りを向上。

出典：令和4年度 食料・農業・農村白書

輸出検討時の『つまづかない』Q&A(5)

Question



輸出に取り組むにあたり、初期投資が大きい
ため、積極的に輸出に取り組めていません。
輸出はあきらめたほうがよいでしょうか？

Answer



輸出先のターゲットを定め、その市場についての情報収集にしっかり取り組んでいるからこそ向き合われている課題かと思われます。

海外のニーズや規制に応えるためには、衛生基準をクリアするための新たな施設整備や施設登録、輸出に対応した商品パッケージづくりなど一定の投資が必要になる場合があります。

こうした新たに輸出に取り組む際のコストを低減するため、国や都道府県等では施設整備や施設登録、商品開発などへの各種補助、金融・税制特例措置などの支援策を用意していますので、こうした支援策に関する情報収集も合わせて行い、必要に応じた投資と支援策を組み合わせることで輸出の採算性を判断していくことが良いでしょう。

※ 参考資料

※クリックするとそれぞれの資料が開きます

[農林水産物・食品輸出支援
策ガイド](#)[輸出に取り組む事業者への
金融支援](#)[輸出に関する農林水産省の
補助金等](#)[輸出に取り組む事業者への
税制支援](#)[1万者支援プログラム
\(JETRO\)](#)[ものづくり補助金
\(経済産業省\)](#)[農林水産物・食品輸出促進対策事業のうち
輸出環境整備推進事業
\(輸出先国規制対応支援事業\)](#)

※リンクは令和6年の公募。毎年2月くらいに公示。

輸出検討時の『つまずかない』Q&A(6)

Question



商社から、まとまった供給量を求められたが輸出向けに手を挙げてくれる農業者が少ない場合は、どうしたら良いのでしょうか？

Answer



買手が求める供給量に応じていくためには、同じ輸出を考えている農業者同士で組織化したり、組織されなくても、近隣の方に声をかけ一緒に輸出することも一つの方法で、その場合、いかにメリットを打ち出し賛同者を増やしていくかがポイントになります。

例えば商社と連携し、国内販売と比べ価格が有利になることを示す場合、特に輸出の初期には、相手方との取引に当たってのリスクが高いことから、取引の各段階での契約内容の透明性を確保した上で、「一過性の利益」ではなく「長期的な利益」が生まれるかどうかを示すことが重要です。この場合、取引先である商社に、供給力の担保と引き換えに継続的な取引の担保を求めると良いでしょう。継続取引が可能な商品力や供給力を確保することで商談時の武器となります。

また、声かけ先の農業者が自身が生産している作物が海外にもニーズがあることを知らない、知っていても難しく考えている等の場合は、実際に輸出を行っている農業者が登壇するGFP主催のセミナー等と一緒に参加し、体験談を聞いて身近に感じてもらうことも一つです。

輸出検討時の『つまずかない』Q&A(7)

Question



どの国なら輸出できるのか、情報はどこから得られますか？

Answer

「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」では、りんご、ぶどう、ももなど29の輸出重点品目ごとに海外の市場動向や輸出環境等を踏まえ、輸出拡大を重点的に目指す主なターゲット国・地域が示され、そこでは、国・地域別の手段についてまとめられています。

その他品目も含め詳細な輸出品目のデータは、農林水産省やJETROから収集することが可能です。また、海外の食習慣、嗜好、ローカルフードの実態、類似商品の販売状況などの情報収集も重要です。こうしたマーケティング活動の手法、連携先などの情報をJETRO、関東農政局に積極的に相談してください。行政やJETROの相談窓口のサイトでは、輸出先国の規制についての情報も掲示されています。さらに、農林水産物・食品輸出支援プラットフォーム(※)やJETROのホームページ(次ページ参照)では、輸出先国・地域のマーケット概要も入手可能ですので、マーケティング活動にお役立てください。既に輸出実績があるかどうかは、日本の税関が発表している貿易統計や農林水産省の資料により、国・地域ごとに調べられます。

(※)輸出支援プラットフォームは、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」に基づき、輸出先国・地域において輸出事業者を包括的・専門的・継続的に支援するため設立。在外公館、JETRO海外事務所、JFOODO海外駐在員が主な構成員。

※ 参考資料

※クリックするとそれぞれの資料が開きます

農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略
(農林水産物・食品の輸出拡大のための輸入国規制への対応等に関する関係閣僚会議)

海外の食品規則チェックサイト – OMARS –

日本国内の輸出に係る制度

農林水産物・食品の輸出に関する統計情報

貿易統計(財務省)

農林水産物・食品 輸出支援プラットフォーム(JETRO)
※カントリーレポートをご参照ください。

海外マーケティング基礎情報(JETRO)

輸出検討時の『つまずかない』Q&A(8)

Question



残留農薬規制の有無や今のままで販売できるかどうか、情報を調べる方法がありますか？

Answer



残留農薬規制については、農林水産省のホームページある「諸外国における残留農薬基準値に関する情報」にて、最新の情報が確認できます。

「諸外国における残留農薬基準値に関する情報」
はこちらをクリック

■ 参考：諸外国における残留農薬基準値に関する情報**○ 調査対象品目(15品目)**

コメ、りんご、ぶどう、もも、なし、かんきつ(かんきつ類、温州みかん)、いちご、かき、メロン、ながいも、かんしょ、茶、トマト、たまねぎ

○ 調査対象国・地域等(国際基準及び20か国・地域)

日本、Codex、香港、台湾、韓国、中国、シンガポール、マレーシア、インドネシア、タイ、ベトナム、フィリピン、インド、米国、カナダ、オーストラリア、ニュージーランド、EU、英国、ロシア、アラブ首長国連邦

○ 調査対象農薬成分

調査対象品目に対し、日本において残留農薬基準値の設定がある農薬成分

輸出検討時の『つまずかない』Q&A(9)

Question



どの国の、どの層で、どんな商品が、
受け入れられているか情報を知る方法
はありますか？

Answer



JETROでは、世界各国の食の市場調査を実施し、その結果をホームページに掲載しています。また、農林水産省のホームページでも品目別レポートを確認できます。

「調査レポート(JETRO)」は
こちらをクリック

「動画で見る！農林水産物・食品の輸出(JETRO)」
はこちらをクリック

「農林水産物・食品 輸出支援プラットフォーム
(JETRO)」はこちらをクリック

輸出検討時の『つまずかない』Q&A(10)

Question



現地で販売されている青果物の販売価格の情報を教えてください。

Answer



現地での販売価格をJETROが年一回確認してレポートしていますので、その価格もを参考にすると良いでしょう。

最新情報は以下のリンク先をご覧ください。輸出では、国内とは違い、海外輸送費、通関費、小売の粗利、棚代などの経費が末端価格に含まれています。

「海外マーケティング基礎情報(JETRO)」は
こちらをクリック

輸出検討時の『つまずかない』Q&A(11)

Question



輸出商社と付き合いがありません。輸出商社の情報や求めている商品情報を知るにはどうしたら良いのでしょうか？

Answer



輸出商社を通じて輸出する場合(間接輸出)は、商社の機能とそこから得られる情報を活かしながら、積極的に輸出したい国に足を運びながらの営業活動をぜひ意識して進められることをお勧めします。

また、どの商社と組むか(マッチング)も重要です。GFPの取組では、農業者・食品事業者と輸出商社との間のマッチングの機会を設けております。会員登録をしていただき(登録は無料です)、ぜひご活用ください。

また、JETROのサイトにある「農水産物・食品輸出協力会社リスト」を参照して、輸出商社に直接アプローチすることも可能です。

「GFPコミュニティサイト」はこちらをクリック

「農水産物・食品輸出協力会社リスト(JETRO)」はこちらをクリック

輸出検討時の『つまずかない』Q&A(12)

Question



輸出先国・地域向け農産物の「防除暦」はどのように作成したら良いでしょうか？また、輸出先国・地域の規制に合わせた農薬使用に変更することにより、病虫害被害を受け、販売不可になるリスクに対応する方法はありますか？

Answer



青果物の場合、地方自治体等の指導により輸出先国・地域向け農産物の防除暦が作成されている場合がありますが、そうでない場合は、仕向け国の残留農薬基準値をもとに農薬メーカー、専門家の指導を得て、国内向けと同様に防除暦の作成が可能になります。農林水産省のホームページに「輸出相手国の残留農薬基準に対応した病虫害防除マニュアル」を掲載しておりますのでご参考にしてください。

「輸出相手国の残留農薬基準に対応した病虫害防除マニュアル」
はこちらをクリック

輸出検討時の『つまずかない』Q&A(13)

Question



輸出先国の検疫条件に適合した選果梱包施設の情報はどこで入手できますか？
また、検疫条件の情報や手続き面で相談できるところはありますか？

Answer



青果物を輸出する場合は、輸出先国の要求する検疫条件を満たす必要があります。リンゴや温州ミカンなどでは輸出先国と日本で話し合いをして合意した特別な検疫条件が設定されている場合があります。その条件の一つとして生産園地の登録や選果こん包施設の登録などがあります。登録された選果こん包施設の情報については、植物防疫所のホームページに掲載されています。

また、検疫条件や手続き面について情報を入手したい場合は、植物防疫所又は(一社)全国植物検疫協会に問い合わせると良いでしょう。全国植物検疫協会では、輸出に取り組もうとする産地や輸出者等から植物検疫条件やその手続き、残留農薬等に関して無償の相談窓口を設置しています。

「植物防疫所」はこちらをクリック

「(一社)全国植物検疫協会」はこちらをクリック
本サイトでは事例も紹介されていますので、有効活用ください。

輸出検討時の『つまずかない』Q&A(14)

Question



有機栽培への転換にコストと時間が必要ですが、どうしたら良いでしょうか？

Answer



輸出における有機認証は、欧米を中心に商品への付加価値を生みますが、ご指摘のとおり、有機栽培に転換するには、相応のコストと時間、人材が必要になります。

コストに関しては、有機栽培を求めるバイヤーと資金を分け合うことや、長期契約を条件とすることにより軽減化する方法もみられます。

このほか、農林水産省では補助事業として「グローバル産地生産流通基盤強化緊急対策のうち有機JAS認証、GAP認証取得等支援事業」により、有機JAS認証の取得や商談の実施に対する支援を行っておりますので、是非、活用に向けてご検討願います。

生産面においては、有機農業を開始するにあたり、「みどりの食料システム戦略推進交付金のうち有機農業推進転換事業」において、有機種苗の購入や土づくり、病害虫が発生しにくいほ場環境の整備といった必要な経費についての支援や、「環境保全型農業直接支払交付金」において、地球温暖化防止や生物多様性保全等に効果の高い農業生産活動の支援等を行っておりますので、こちらも是非、活用に向けてご検討願います。

※ 参考資料

※クリックするとそれぞれの資料が開きます

農林水産省HP「有機食品の検査認証制度」

農林水産物・食品輸出促進対策事業のうち
輸出環境整備推進事業
(輸出先国規制対応支援事業)
※リンクは令和6年の公募。毎年2月くらいに公示。

みどりの食料システム戦略推進交付金のうち
有機転換推進事業(みどり戦略施策活用ガイドブック
(令和6年1月版)のP23)

環境保全型農業直接支払交付金

【COLUMN】

有機認証制度と同等性を活用した輸出について

世界の有機食品売上が年々増加し、また、日本食が世界的なブームとなっている今、有機農産物の輸出ができることは、ビジネスチャンスを大きく広げる可能性を秘めています。

一方、国・地域によっては、「有機」の認証制度を有し、認証が「有機」の名称表示要件となっています。これらに輸出先国・地域において「有機」の表示を行うためには、輸出先国・地域の認証を受けることが必要です。

ただし、国家間で有機の認証体制等について「同等性」が認められていれば他国の有機認証と同等のものとして取り扱うことが可能です。日本の有機JAS認証は、複数国・地域で同等性が認められており、各国・地域ごとに定められた必要な手続きを経た上で、米国やEU諸国などで有機JAS認証により「有機」の表示が可能となっています。詳しくは、農林水産省のホームページにある有機登録認証機関に一度ご相談ください。

「有機認証制度の同等性について」は
こちらをクリック

「有機登録認証機関一覧」はこちらをクリック

同等性を活用して輸出する方法について、例えばEUの場合、以下のような流れとなっています。

- ①日本のJAS法(農林物資の規格化等に関する法律)に基づく有機JAS認定を、登録認定機関より取得
- ②輸出時に対EU輸出用の証明書を登録認定機関より取得
- ③EUに②を提出
- ④輸出先国で有機JAS認証に必要とされる登録等の手続きをEU側のインポーター(輸入者)等が実施

ここでの留意点として、②の証明書は有機JASの登録認定機関であればどこでも発行できるのではなく、規則(EC) No 1235/2008のANNEX IIIで認められている登録認定機関に限られている点、EU側のインポーター(輸入者)に求められる手続きもある点です。

「欧州における有機食品規制調査(JETRO 2018年3月)」は
こちらをクリック

輸出検討時の『つまずかない』Q&A(15)

Question



共同選果梱包施設のGLOBALG.A.P.認証取得や農業者のGLOBALG.A.P.対応を進めるにはどうしたら良いのでしょうか？

Answer



GAPは農産物を差別化するための取組みではなく、農業者が実施する農業生産の持続的な改善活動のことです。

このため、農業者が実施する生産から選果・梱包、出荷までのGAPの取組みを第三者が審査し証明する民間の認証制度になりますが、認証を取得しても生産者に利益の拡大が直接的に見えにくいといったことが生産者全体で取組みが進まない一因でもあります。

その場合は、集荷団体等が主体となってマーケットインの考え方でGLOBALG.A.P.認証取得が条件で取引契約を取り付けるなど「実利の見える化」を進めていくことが重要です。またマンパワー不足が原因で進まないのであれば、産地連携で専門家を雇用するなどについて考えると良いでしょう。

GLOBALG.A.P.の取組みは、作業手順の標準化や効率化が図られ、さらに安全性が確保され、その結果としてよい農産物を作り出すことにつながるので、輸出のみならず将来的に国内販売においても販路拡大に有効です。

輸出検討時の『つまずかない』Q&A(16)

Question



輸出向けに栽培した商品を買ってもらえないリスクがありますが、リスク回避または軽減する方法はありますか？

Answer



間接輸出(商社などの貿易会社を通じた輸出)として商社を活用することも方法の一つです。直接輸出に比べて中間マージンがかかるのでその分利益は小さくなりますが、リスクを軽減することができます。

直接輸出の場合でも、海外バイヤーとの決済は前金で行い、また、契約栽培とするなどの取引形態をとることで、リスク低減が図られます。

間接輸出、直接輸出いずれの場合もしっかり契約書を交わすことで、代金回収リスクに関しても事前に回避することが可能です。

また、急に輸出できなくなった場合に国内でも売れるように複数の販路を確保しておく(リスクヘッジをしておく)ことも、経営的に大事な観点です。

またP8の貿易保険に関する記述も参考にしてください。

輸出検討時の『つまずかない』Q&A(17)

Question



年間を通じて安定的に輸出するための手法
はありますか？

Answer



一時貯蔵可能な青果物であれば、定温保管倉庫などを整備し、年間(ワンシーズン)を通じて安定した出荷により、輸出に成功している事例もあります(かんしょ、りんご、梨、ぶどうなど)。農林水産省では定温保管倉庫の整備にあたり、HACCP等の施設認定や国際認証取得を前提にHACCP等対応施設整備事業(通称:HACCPハード事業)の補助事業活用による支援も可能となっております。

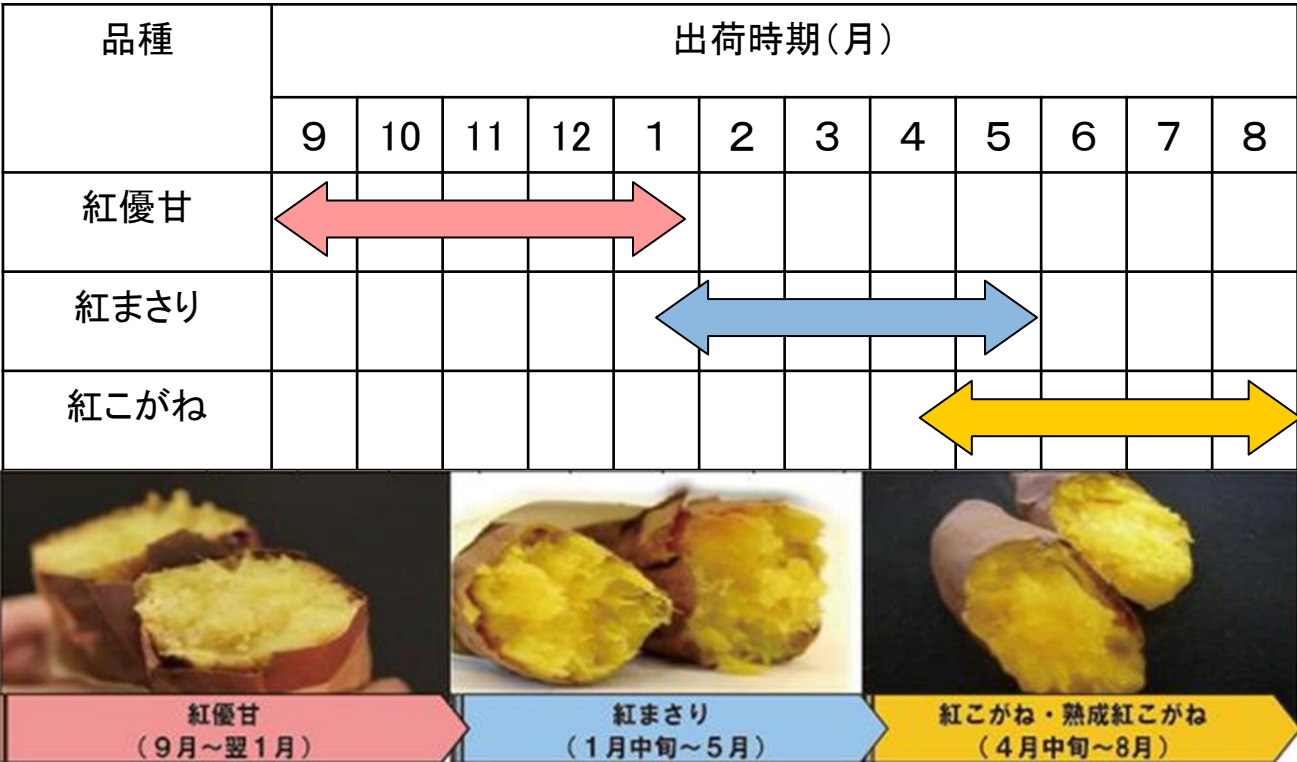
また、繁忙期が重ならない商品に携わる農業者との人員のやりくりも有効です。

「食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備事業」は
こちらをクリック

☞ 募集には期限があります。お申し込みを希望される場合は、前もってHACCP等対応施設の所在地の都道府県窓口(農林水産省HPに掲載)にご相談ください。

※ 参考資料

なめがたしおさい農業協同組合(茨城県)では、かんしょを年間(ワンシーズン)を通じて安定出荷するというリレー出荷体制を構築している。



出典:焼き芋の軌跡

輸出検討時の『つまずかない』Q&A(18)

Question



単協として青果市場への定期便(市場便)はありますが、輸出向けの国内物流が構築されていません。どうしたらよいのでしょうか？

Answer



輸出用の物流を一から構築するハードルが高い場合、市場までは市場便を活用し、市場から港(空港)までの物流の構築を考えるとよいでしょう。市場から港(空港)まで、あるいは産地から港(空港)までの輸出向け国内物流サービスを提供している事業者は複数おります。GFPにも多くの物流事業者が登録していますので、ぜひ一度ご相談ください。

「GFPコミュニティサイト」はこちらをクリック

各種ビジネスパートナーとのマッチングサービスを行っておりますので、ご活用ください。

Global Project

あなたを、生産者の日本代表にしたい。

四季の豊かなこの国で、誰かを喜ばせたい一心で取り組む生産者のみなさんへ。海外各産地からのニーズが大きくなっている中、みなさんと輸出の成功事例を作りたい。このコミュニティにぜひ参加して第一歩踏み出してください。農水産省が全力でサポートします。

画期的補助金登場！
～食品生産者向けの販路開拓～

登録者のGFP会員数
8,352名

輸出検討時の『つまずかない』Q&A(19)

Question



どれくらいの期間をかけて設備、体制の構築をしていったら良いでしょうか？

Answer



輸出に向けた体制づくりは、規模や取組内容にもよりますが、資金計画を含め複数年で計画を立てる必要があります。例えば、GLOBALG.A.P.を取得して取り組む場合には、専門家のコンサルティングを受け、必要な施設整備に半年～1年の時間を要します。

これらの準備期間に、まずは、販売商品と輸出先国のニーズを把握し、ターゲット国・地域のエリアを検討したうえで、求められる基準や衛生管理などの規制に対応した施設の整備が必要になります。

農林水産省では補助事業として、HACCP等対応施設整備事業(通称:HACCPハード事業)による施設整備HACCP等対応施設整備事業(通称:HACCPハード事業)の支援を行っておりますので、有効活用ください。

「食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備事業」は
こちらをクリック

「農林水産物・食品輸出促進対策事業のうち
輸出環境整備推進事業(輸出先国規制対応支援事業)」は
こちらをクリック

※リンクは令和6年の公募。毎年2月くらいに公示。

輸出検討時の『つまずかない』Q&A(20)

Question



箱のつぶれを防止するための輸出用の包装梱包材の調達にかかるコストを抑える方法がありますか？

Answer



輸出においては、例えばコンテナの積み降ろし作業や航空機の離着陸時において、国内輸送にはない衝撃が加わる場合も考えられることから、箱のつぶれ対策などの輸出に対応した資材・箱を準備する必要があります。これが輸出商品への傷やつぶれ防止となり、加えて、収穫後の温度管理と併せることで腐敗ロスの低減に効果的です。

輸出用の包装梱包材の調達には、新たなコストもかかることから、資材を農業者同士で共同購入するといったコスト削減の取組や輸出商社との取引条件の交渉で、包装梱包資材の経費負担を軽減するといった事例も見られます。

農林水産省では国際輸送の鮮度保持技術・事例を中心にまとめた「農林水産物・食品の手引き～国際輸送の鮮度保持技術・事例を中心に～」をHP掲載していますので参考にしてください。

[農林水産物・食品輸出の手引きはこちらをクリック](#)

■ 参考事例：いちご（あまおう）の航空輸送

出典：農林水産物・食品輸出の手引き



👉 輸出のために木材パレットや木箱などを木材を利用する場合は、国際植物防疫条約の国際基準No.15に基づく対応が必要な場合があります。

輸出検討時の『つまずかない』Q&A(21)

Question



商談の結果、サンプルの依頼を受けました。
どのような方法で配送したらよいのでしょうか？

Answer



輸送方法としてはEMS、クーリエ（宅配便）、航空貨物の3種類があり、品質保持の程度と配送先国の規制によつての選択となります。

サンプル品であっても、品質保持と配送先国の輸入規制対応は必要になります。生鮮であれば航空貨物となりますので、この場合は、フォワーダー（運送貨物取扱業者）とコンタクトして取り進めるよう、お願いいたします。

なお、間接輸出の場合のサンプル配送は、基本は国内指定場所まで商社が指定した方法で配送となります。

輸出検討時の『つまづかない』Q&A(22)

Question



輸出のために出荷した青果物へのクレームは農業者はどこまで責任を負うのでしょうか？

Answer



「残留農薬基準値」「植物検疫証明書の発行条件」等に係る生産から出荷段階に係る事項へのクレームは、原則として農業者が責任の対象となります。

クレームが寄せられる事態への対応として、販売先、運送依頼先等関係者と想定されるクレームに対する責任の所在について事前に確認し、契約書に責任の所在を記載しておくことが重要です。

輸出検討時の『つまずかない』Q&A(23)

Question



海外で、特許・商標登録をしていない場合、自社ブランドの盗用や他社による商標登録、他国による類似品の生産被害等に遭わないようにするにはどうしたら良いのでしょうか？

Answer



海外で、特許・商標登録をしていない場合、そのブランド名を第三者が先に登録した場合、本来権利を受けるべき輸出者であっても、第三者に取得されたブランド名を使えば相手方の権利を侵害するおそれがあり、その国での使用を中止せざるを得なくなるリスクを抱えていることとなります。日本国内の輸出食品展示会では、出展している商品の商標を調査し、自国で先んじて登録する目的だけで来場する人たちも存在しますので、仕向け国を決めた段階で、その国での商標を自ら抑えておくのが良いでしょう。

地方自治体では商品登録への費用負担などの支援も行っておりますので、相談しながら手続きを進めることをお勧めします。また、INPIT(独立行政法人工業所有権情報・研修館)には「海外展開知財支援窓口」が設置されていますので、まずは専門家に相談されることをお勧めします。

「INPIT(独立行政法人工業所有権情報・研修館)」は
こちらをクリック

輸出検討時の『つまづかない』チェックリスト(1/2)

①自身の状況の把握

- ☐ 生産量は把握していますか？
- ☐ 品質について説明できますか？
- ☐ 農業者数は説明できますか？
- ☐ 生産コストは算出できていますか？
- ☐ 生産技術について説明はできますか？
(農薬、肥料の使用状況等)
- ☐ 国内の販売状況は整理できていますか？
- ☐ 海外での販売ルートが想定できていますか？
(EC、小売店(日系／現地系)、外食、ターゲット層)
- ☐ 輸出の流れを想定できていますか？
(直接／間接、空輸／船便)
- ☐ 輸出余力の有無や輸出可能数量の把握等はできていますか？
- ☐ 外国語対応の準備はできていますか？
- ☐ 資金について情報を入手していますか？
(各種補助金・公庫資金等)

輸出検討時の『つまづかない』チェックリスト(2/2)

②海外市場・規制の把握

- ☐ 農薬等輸入規制、国際認証について理解していますか？
(HACCP、FSSC22000、ハラール、GLOBALG.A.P.等)
- ☐ 海外向け梱包資材の準備はできていますか？
- ☐ 海外ビジネスに特有のリスクの見極めはできていますか？
(カントリーリスク、為替リスク等)
- ☐ 同業事業者の輸出の取り組み事例を参考にしていますか？
- ☐ 仕向け国の市場・ニーズは把握していますか？
(食文化、生活環境に基づくニーズ、日本産農林水産物・食品の評価等)

商流継続時のQ & A

商流継続時の『つまずかない』Q&A(1)

Question



商品開発に活かすため、海外消費者や小売の現場からの情報や正確なフィードバックを得るにはどうしたら良いでしょうか？

Answer



海外での展示会に参加して不特定多数の来場者からコメントを集めることや、現地販売店など消費者と接点を持っている人たちとのネットワークを築くことが大事です。また、日常から輸出商社との海外ニーズや商品への反応に関するコミュニケーションを図ることも重要になります。

各国のマーケット情報などが把握できるサービス

「海外コーディネーター（農林水産・食品分野）による
輸出相談サービス（JETRO）」はこちらをクリック

各種専門家紹介のサービスを行っておりますので、ご活用ください。

「GFPコミュニティサイト」はこちらをクリック

商流継続時の『つまずかない』Q&A (2)

Question



国内の他産地との価格競争に陥っていますが、輸出に際して、農業者の所得向上のメリットはありますか？

Answer



規制のハードルが低く比較的参入しやすい市場では、供給過剰により、販売価格が年々低下傾向にあります。例えば、香港市場におけるイチゴがそうです。これは、買い手側が産地ごとの品種やブランドには価値を見出しておらず、価格重視の競争に陥っているものと考えられ、この状況が続けば、農業者の所得向上の余地はそれだけ減少することとなります。

価格競争から脱却するためには、買い手がこの商品を必要としている、これ以外に選択できないといった状況を作り上げることが必要です。

例えば、同じ輸出先であっても①他の日本の産地が出していない現地マーケットを狙う②国内産同士が競合するマーケットの場合、産地が連携しリレー出荷などに取り組み、一年を通じて日本産ブランドとして価格を維持していく、といった手法が考えられます。

商流継続時の『つまずかない』Q&A (3)

Question



次の発注がきません。どのように考えていけば良いでしょうか？

Answer



輸出商社から次の発注が来ないことは、売れ行きが不振でインポーターからの注文が途絶えた、海外からの注文は来ているが、商社が日本国内で、条件のよい別の農業者を見つけてしまい、注文が来なくなった等の理由が考えられます。

発注が来ない場合にどんな事情があったのか確認できるようにするためにも、輸出商社の担当者とのコミュニケーションを絶やさない状況を作っておくことが重要です。

商流継続時の『つまづかない』Q&A (4)

Question



商社から面倒な要望が多いのでは、と感じています。どのように考えていけば良いのでしょうか？

Answer



商社とのコミュニケーションに関して、面倒な要望が多いと思うのは、なぜそのような要望が来るのかの理由がわからないことにあると思われます。農業者も商社も共通の顧客は輸出先国でのユーザーや消費者です。ぜひ自身の目で消費者の反応を確認していただき、積極的に改善点を提案するなど、顧客に売っている商社側の視点に立って考えることが大事です。

経済産業省では、海外でのマーケティング調査のための渡航費などを支援しているものづくり・商業・サービス生産向上促進事業(ものづくり補助金)などを用意しているので、こうした支援も活用しながら、関係者と連携して継続した輸出の実現に取り組んでください。

「ものづくり補助金(経済産業省)」はこちらをクリック

【COLUMN】

価格競争とブランド価値について

価格競争に陥っているのは、商品がコモディティ化していると言えます。

商品のコモディティ化とは、当初は高い付加価値のあった商品が、普及段階において後発品や他国産他県産との競争のなかで、その優位性や特異性を失い、一般消費財のように定着していくことを言います。消費者サイドから見ると、「どの商品を選んでも大差ない、いつでも手軽に購入できる商品」。

コモディティ化すれば、価格勝負でどれだけ安く提供されているかが購買の判断基準となるため、供給者には利益が残りません。国内商社からの発注に応じて出荷しているだけでは、変化する市場に対応していないため、所得向上のメリットはありません。

国内でも全く同じことが言えますが、「消費者が求めている価値は何か」、そして「自社の強みがそこにどうフィットするか」について常に高く意識をすることが肝要です。ターゲットとする消費者が、その商品のどこにどんな価値を感じ購入までに至っているのか、農産品の美味しさがポイントであるとは限りません。欲しいサイズや量のパッケージなのか、利用シーンであれば贈答利用か自家消費か、あるいは安全・安心なのか、農業者や生産地域で選んでいるか、それらをきちんと分析して商品づくりに反映するプロセスが必要です。

例えば、安全・安心を求める消費者に対しては、パッケージに貼り付けた二次元コードでその農産物がどのように栽培され収穫され、運ばれているかのデータや動画を見せたり、もっと美味しく食べるためのノウハウ（例：保存方法）のポップを作成し、売り場に掲示してもらうなど、色々と工夫はできると思います。

俗にブランド価値を高めると言いますが、これらの工夫も含めてのブランドであり、消費者の頭の中のプリファレンス（好意）を如何に高めるための試行錯誤が重要です。他品目や他業界の事例も参考になります。GFPコミュニティでの参加者同士のワークショップでの学びや、各種セミナーからヒントを得ることもできるでしょう。

商流継続時の『つまずかない』Q&A (5)

Question



バイヤーとの商談で価格が高いと言われた場合は、どう対応すべきでしょうか？

Answer



複数バイヤーと商談すると実感として理解できるかもしれませんが、そのバイヤーがつながる先（スーパー、百貨店、業務用）がどのレベル、どの価格帯の商品を求めているかによって、想定価格が違いますので、安易に値引きに応じるべきではありません。

バイヤーが高いと言う場合、そのバイヤーが想定する販売先の選択が間違っている可能性もありますし、購入意向があるが、あと少しの値引きを求めている可能性もありますので、商談での見極めが重要です。

同時に、最終消費者に提示できる価値を、農業者や輸出側で如何にバイヤーに対し準備できるか、伝えるかも商談の際には重要になります。

商流継続時の『つまずかない』Q&A (6)

Question



青果加工品を製造している工場に対し、ISO22000 やFSSC22000を取得していることが条件とされた場合、どうすれば良いでしょうか？

Answer



ターゲット国の規制として必ずしもISO22000やFSSC22000の取得が要求されていない場合であっても、輸入商社やバイヤーが商談を有利に進めるために選果・梱包施設においても国際認証を求めるケースが多くなっています。

また、タイ国などのように国によって選果・梱包施設の国際認証の取得が必須となっている場合もあることから、ISO22000やFSSC22000の取得を将来的に検討していくことが良いでしょう。

農林水産省では、ISO22000、FSSC22000、施設登録支援をしていますので、有効活用願います。国内向けの自社商品の差別化にもつながりますので取得に向けての検討をお勧めします。

農林水産物・食品輸出促進対策事業のうち
輸出環境整備推進事業
(輸出先国規制対応支援事業)

※リンクは令和6年の公募。毎年2月くらいに公示。

商流継続時の『つまずかない』Q&A (7)

Question



見積もり依頼があった場合、見積もりはどう書いたら良いのでしょうか？また、見積もりに必要な項目は何でしょうか？

Answer



間接輸出の場合は、見積もりは輸出商社から求められることになるため、輸出商社にいくらで買ってもらうかの観点で見積もりを出すことになります。

一方で、直接輸出の場合は、海外輸送費等も加味して海外バイヤーに提示しなくてははいけません。輸出商社または海外バイヤーから求められている情報を理解した上で、要求に応えられる商品データ等を整理しておくのが良いでしょう。

見積もりを作成するための書式については、商工会議所の海外ビジネスワークブック等を参考にしてください。

「商工会議所海外ビジネスワークブック
(東京商工会議所)」はこちらをクリック

通常の見積もりに加えて(直接輸出)は、「商品詳細」「最低取引数」「決済条件」「梱包条件」「インコタームズ(貿易取引の費用負担や責任範囲などの条件を定めた 国際規則)」「決済通貨(交換レート)」「原産国」「輸送方法」「保険」「納期」が必要です。

商流継続時の『つまずかない』Q&A (8)

Question



海外からの引き合いに対して、要望に対応できる規格のものが揃いません。

Answer



海外のバイヤーからの要求として「Mサイズのみ」、「秀のみ」や、箱入数は「〇個」など工業製品のような要求をしてくるケースがあります。その要求に対しては、自社や地域の供給能力や天候リスク等を勘案しつつ、要求の理由を一つ一つ確認し、交渉していきましょう。

中長期的には、近隣の産地に呼びかけロットを確保するといった方法も考えられますが、前提として要望に対応できる規格の商品を供給していくことが必要となり、このためには、関係者の生産・出荷体制の構築が重要となります。

農林水産省では、地域の関係事業者で組織する輸出推進体制の下、海外の規制・ニーズに対応した持続的な生産への転換や流通体系の転換を支援する「GFP大規模輸出産地生産基盤強化プロジェクト」を実施しております（募集期間あり）ので、ご関心のある方は、地方農政局までご相談願います。

商流継続時の『つまずかない』Q&A (9)

Question



バイヤーの要望に対応できる期間、継続して出荷することが困難です。

Answer



農産物、特に青果物は、収穫、出荷の期間が限定されるので、対応できる期間、出荷量のほか、天候不順などの自然災害により想定通りに供給できないリスクがあることをあらかじめきちんと商社側に伝えることが大事です。

一方で、出来るだけ長い期間仕入れたいという輸出先国のバイヤー側の要望があります。この要望に応えるためには、自らの工夫、GFPコミュニティ、品目団体や取引先の商社等を通じて他の産地と連携するといった解決策に取り組んでみましょう。季節によって、また、場合によっては自然災害により産地を切り替えることで、相手国側への安定供給が可能になる場合があります。

要求や課題に対する何らかのアクションを起こすことが取引開始の出発点です。

「GFPコミュニティサイト」はこちらをクリック

商流継続時の『つまずかない』Q&A (10)

Question



重量野菜は、価格に対して輸送費が高くなりますが、売れるのでしょうか？

Answer

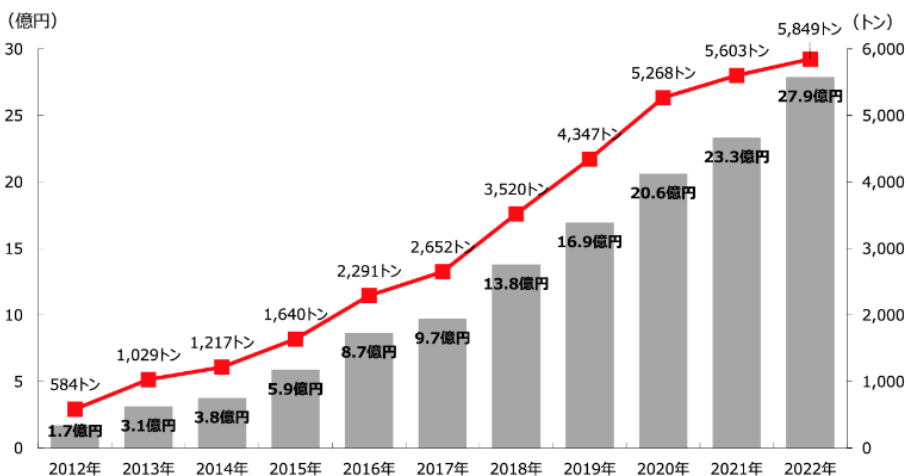


売れます。現状、たまねぎ、カボチャ、かんしょ、長いもなども、香港、台湾といったアジアの国・地域を中心によく輸出され、日本料理や現地料理の食材として使われています。

現地では日系スーパーで取扱数量が拡大しており、また、消費者が野菜を購入する際は価格だけでの判断ではなく、品質や味でも判断をしています。その2つが揃っていれば店頭価格が妥当と判断され、手に取ってもらえる機会が増えます。

なお、一般的に航空貨物より海上貨物の方が、割安であり、軽量野菜との混載によるコンテナの有効活用でコスト削減に取り組む事例もあります。

■一例「かんしょの輸出実績」(2012～2022年)



※出典：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

商流継続時の『つまずかない』Q&A(11)

Question



英語を必要とする商談や商品情報の作成はどうしたら良いでしょうか？また、どのようにコミュニケーションを図ったら良いでしょうか？

Answer



海外と直接取引するためには、英語を読む、書く、また商談会などでは、話すというコミュニケーションも必要になります。

そのため、英語の読み書きの出来る方を社員として登用するほか、文書の翻訳、会話の通訳機能を果たすツールも様々ありますので、活用すると良いでしょう。

最近はコミュニケーション手段としてメール、電話より、SNSの利用が増えています。SNSにも翻訳、通訳機能もあり充実しています。なお、間接輸出の場合は、貿易実務を輸出商社等が行うこととなります。

GFPコミュニティでは、各種専門家紹介のサービスを行っているほか、内閣府と連携したプロ人材を確保する新しい取組が始まっていますので、こうしたサービスの活用もご検討ください。

「GFPコミュニティサイト」はこちらをクリック

「プロ人材が解決します(GFPコミュニティサイト)」はこちらをクリック

商流継続時の『つまづかない』Q&A(12)

Question



輸出向け商品の売り渡し価格は、どう決めたら良いでしょうか？

Answer



海外バイヤーは可能な限り安く、市場相場の影響を受けず固定価格で仕入れたいという考え方を持っています。輸出商社も価格の変動制での取引はリスクと考えています。

農業者が、農産物の卸価格を提示する場合、生産量とその年の市場流通価格を勘案して決める必要があります。その際、見積もりの有効期間を設定することでリスクを回避するのが一般的です。

輸出商社が農産物を仕入れたい場合、商談の際の価格提示は、主に2通りになります。

①農産物の固定価格＋出荷先から指定倉庫までの配送費

②農産物の市場流通価格＋市場から指定倉庫まで輸送費

また、売り渡し価格を決める際に、輸出先国・地域の規制・規則への対応及び求められた検査をするために係ったコスト等も原価として認識することが重要です。

商流継続時の『つまずかない』Q&A(13)

Question



商品を説明するカタログは、どのような内容で作れば良いでしょうか？

Answer



一般的には、商談に使用する情報は、規格書（FCPシートが該当します）、見積書によって伝えますが、海外バイヤーの先には海外の消費者が存在することから、海外消費者に訴求する情報カタログも重要です。この場合、「食べ方」「保存方法」「商品ストーリー」の他、「日本食文化」に触れると付加価値を高めてくれます。

カタログの作成にあたっては、ネットで自ら同様の事例を探す、取引商社へ個別に協力を依頼、専門業者への依頼といった対応が考えられます。

また、GFP会員に登録すると、約100名の会員の方のカタログ（日本語と英語の二か国語のほか、ターゲット国の言語版）が閲覧可能ですので、参考にしてください。

「GFPコミュニティサイト」はこちらをクリック

商流継続時の『つまずかない』Q&A(14)

Question



生産量を上回る発注量で、納品の約束が出来ない場合、どうしたら良いでしょうか？

Answer



納品の約束ができない注文は、安易に受けず、生産計画に沿った形での受注にとどめるべきです。また、こうした発注を受けることがないよう、商談時に自分たちの生産能力をきちんと先方(輸出商社)に伝えておく必要があります。

他方、品目によっては、近隣の同業者による協業によって供給量を確保するといった地域ぐるみでの取組が考えられます。その場合、一時的に周囲からかき集めるのではなく、関係者との継続的な話し合いを持ち、先方の希望する量に近づけていくことが、長期的に見て輸出量の増加につながると考えられます。

商流継続時の『つまずかない』Q&A(15)

Question



見積もりを出してから返事が来ない場合、
どうしたら良いでしょうか？

Answer



「見積もり提出後の返答なし」の理由として、「価格が合わなかった」「他の地域の農産物に決まった」等の可能性があります。

それ以外に考えられる理由としては、「海外バイヤーからの発注待ち（検討中）」です。この場合、例えば今シーズンの作物の生育状況などの農業者ならではの情報提供によって、発注に至る場合があります。

ポイントは、見積もりを出してからのアクションにあります。状況問わず、電話やメールでなど、気軽に連絡がとり合える状況を作り、最新の商品情報の提供を含めた定期的なコミュニケーションの中で進捗の確認を求めていくことが重要です。

☞ 破談の場合、海外は連絡が来ないケースが多く見受けられます。

商流継続時の『つまずかない』Q&A(16)

Question



輸入規制が変わったことで、農薬の見直しを迫られた場合、どう対応すべきでしょうか？

Answer



輸出先国の輸入規制の変更が突然施行されることは稀で、施行するまでに周知等のための経過措置期間があるのが一般的です。輸出先国の輸入規制の情報は事前に公表され、輸出商社などを經由して入手できます。

農業者自身でも、現状の取組で輸出が可能な国がないか、規制に対して変更対応が可能か、農林水産省などのサイトで日常から確認しておくことも重要です。また、全国植物検疫協会などからアドバイスを受けることも可能です。

なお、稀に船積み後に突発的な規制強化により輸出が出来なくなった場合は、貿易保険の対象になる可能性があることからリスク回避策として加入を検討すると良いでしょう。

「諸外国における残留農薬基準値に関する情報」は
こちらをクリック

「海外の食品規則チェックサイト－OMARS－」は
こちらをクリック

「(一社)全国植物検疫協会」はこちらをクリック

「貿易保険に関する情報」はこちらをクリック

商流継続時の『つまづかない』Q&A(17)

Question



輸出商社の担当が変わり、取引がなくなった場合、何が要因と考えられるでしょうか？

Answer



まずは、なぜオーダーが来ないのかということの原因確認が必要です。次に、条件の変更が必要であればその対応が可能かどうかということの判断を行う必要があります。

場合によっては、商社を変更して仕向け国、輸入者を変更していくことも検討の対象となります。青果物の取引は、会社というより人で繋がっているケースがとて多いので、書面上（発注書、請求書など）のやり取りのみにしないよう、日常から緊密なコミュニケーションをとっていくことが重要です。

商流継続時の『つまづかない』チェックリスト(1/2)

- 商流における役割は明確になっていますか？
(農業者？サプライヤー？輸出者？)
- 取引先の情報を把握していますか？
(取引先の規模・拠点、実績、物流、支払いサイト、与信情報、担当者等)
- 青果物の取引リスクを把握していますか？
(着荷時のクレーム、注文に対する供給量や規格、相場や為替の変動、残留農薬等輸入規制対応、リードタイム、天候等による出荷時期の遅延等)
- 青果物においての訴求ポイントを整理してますか？
(産地の魅力、強み、売り、商品ストーリー等)
- 青果物の情報を持っていますか？
(ほ場の定点写真、青果物の写真、青果物の特徴等)
- 組織内において輸出担当者を明確にし、情報集約ができる体制にしていますか？
- 海外に輸出するための予算を確保していますか？
(渡航費、展示会出展費、商品開発費、人件費等)
- 商談の事前準備はできていますか？
(名刺、商品情報、商品サンプル)

商流継続時の『つまずかない』チェックリスト(2/2)

- ☐ 輸出商社とのコミュニケーションは、頻繁にとれていますか？
(販売促進計画)
- ☐ 輸出戦略は見直ししていますか？
(品目、品種、輸出エリア)
- ☐ 契約農家等に対する輸出の取組状況の共有はされていますか？
- ☐ 日常的に輸出先国・地域の情報を入手していますか？
(輸入規制の変更の有無、市場のトレンド把握、競合商品の動向把握等)

お問合せ窓口

農林水産省では農林水産物・食品の輸出に関する 全般的な相談への窓口を設置しています

直接の所管外の事項も含め、輸出の司令塔組織として、輸出に取り組む事業者等からの輸出相談を受け、課題解決をお手伝いします。

農林水産省 関東農政局(輸出促進課輸出産地サポーター室)



048-740-0387



yusyutsu_soudan_kanto@maff.go.jp

農林水産省 輸出・国際局 輸出支援課(輸出相談窓口)



03-6744-8185

メールからのお問い合わせは、右の二次元コードより、
お問い合わせください。



こちらもお役立てください！

農林水産物・食品の輸出に関する ポータルサイト

輸出証明書の申請手続き、輸出先国の規制
情報など、農林水産物・食品の輸出に関する
情報を掲載しています。



こちらもお役立てください！

JETRO等各機関・制度の相談窓口の情報

JETROでも農林水産物・食品輸出の相談窓口を開設しています。
また、具体的な品目、制度等についての相談は各部署の窓口でも
相談できます。

JETRO等各機関・制度の相談窓口の情報

本部(東京) 農林水産食品部 農林水産物・食品輸出相談窓口	03-3582-5646	https://www.jetro.go.jp/services/advice/agri_foods.html
茨城貿易情報センター	029-300-2337	ibr@jetro.go.jp
栃木貿易情報センター	028-670-2366	tcg@jetro.go.jp
群馬貿易情報センター	027-310-5205	gum@jetro.go.jp
埼玉貿易情報センター	048-650-2522	stm@jetro.go.jp
千葉貿易情報センター	043-271-4100	chb@jetro.go.jp
東京貿易情報センター	03-3582-4953	knt@jetro.go.jp
横浜貿易情報センター	045-222-3901	yok@jetro.go.jp
山梨貿易情報センター	055-220-2324	ymn@jetro.go.jp
長野貿易情報センター	026-227-6080	ngn@jetro.go.jp
諏訪支所	0266-52-3442	suw@jetro.go.jp
静岡貿易情報センター	054-352-8643	siz@jetro.go.jp
浜松貿易情報センター	053-450-1021	hmm@jetro.go.jp