

令和5年7月31日より、令和4年度グローバル産地づくり緊急対策事業（GFPコミュニティ構築支援加速化委託事業（地方版））の事業がスタートした。本事業では、近畿二府四県の菓子製造事業者のうち「輸出意欲があり、まだ輸出をしていない」もしくは「輸出をしたことがあるが継続的にはできていない」事業者を増やすことを目的に取り組みを行った。主に下記2つの軸で事業を推進し、輸出事業者にきめ細やかなサポートを行った。

1. 地方段階でのサポート体制の強化
2. 輸出に取り組む事業者のすそ野の拡大に向けた実証支援

輸出スタートアップの掘り起こし/セミナー & 交流会等の開催

弊社地方支店と連携を図り、令和5年8月22日～セミナー開催までの期間、輸出スタートアップ事業者の掘り起こしを行った。

・セミナー/交流会参加事業者：合計 **36社**

掘り起こした事業者に対し、令和5年10月24日～26日の3日間、輸出チャレンジセミナー & 交流会を開催した。セミナーパートでは、下記5名の講師に講演を行っていただき、輸出に挑戦するための知識習得の時間となった。

- ・10月24日・京都会場：株式会社新杵堂 代表取締役会長 田口和寿（オンライン）
- ・10月25日・兵庫会場：株式会社エービーシースタイル 代表取締役 田丸玲奈（オンライン）
- ・10月26日・大阪会場：株式会社とち製菓 代表取締役 駒野裕之（リアル）
- ・3日程共通の講師：アクセンチュア(株) ビジネスコンサルティング本部 シニアマネージャー 小栗史也
(株)アグリグローバルデザイン 代表取締役社長 西川太郎

交流会では、参加者同士で活発な意見交換を行った。

輸出に取り組む事業者のすそ野の拡大に向けた実証支援

菓子类の製造を行う事業者の地方段階における輸出の新たな取組や拡大のきっかけとして実証事業を実施した。現地ECサイト「MILK TOP」でのEC販売及び3店舗のリアル販売に加え、現地バイヤーによるEC販売商品の評価を得るとともに、日本から現地店舗への一貫した輸出実証実験を通じたB to Bの試食評価会を開催し、評価を得た。

・輸出実証事業参加事業者：合計 **5社6品**

まとめ

本事業の取組において、近畿管内の「輸出に取り組んだことのない事業者」や「輸出に興味があるが実施ができていない」という事業者に対し多角的にアプローチを行い、**対面やセミナーでの情報提供**を行った。また、一方的な情報提供だけでなく、**事業者同士が交流を行える場や、輸出関連事業者と情報交換する場が有効**であることがわかった。

一方で、製造事業者が輸出を始めるに際し「何を準備していいのかわからない」「どのような事業者と連携すればよいかかわからない」といった**初期段階での課題を持っている事業者**が多いことや、自社の商品が「**現地で販売できる可能性があるかどうか**」の**可能性の模索方法**がわからないという、**情報収集に困っている事業者**が多いこともわかった。また、現地の情報（現地に受ける嗜好やトレンド）の分析、自社商品への付加価値の加え方について悩んでいる事業者が多いこともわかった。

上記のような課題を持つ事業者への輸出の初期段階からのサポートとして、輸出を行う手続き・ヒントについて、次頁以降にQ&A形式でまとめている。輸出意欲のある事業者は、本事業で習得した知識や構築したネットワークを活かし輸出拡大の一助としていただきつつ、より多くの輸出意欲のある事業者が輸出に取り組めるよう、今後も伴走支援を継続し輸出額拡大に繋げていきたい。

本事業で挙げた「輸出への挑戦に対する課題」について

本事業を通し、菓子製造事業者から「輸出に取り組むにあたっての課題」がいくつか挙げられた。主には下記のような課題が挙がり、セミナー & 交流会の際も議論が展開された。

- 輸出は何から始めるのか
 - 賞味期限を延ばすにはどうすればよいか。
 - 継続的な輸出を行うためには、どのような対策を行えばよいか
 - 商品のPRやブランディングはどうすればよいか。
 - 輸出先国の嗜好を知るにはどのような方法が効果的か
 - 添加物、着色料の規制について知りたい。
 - コールドサプライチェーンの構築、品質保持はどうすればよいか
 - 輸出には認証が必ず必要か
 - どの国から輸出にチャレンジするべきか（＝輸出先国の選定）
 - 販売価格はどのように決定すればよいか。
 - 商品形態はどのようなものが望ましいか。
 - 商品パッケージにはどのようなものが望ましいか。
 - 付加価値のつけ方についてアドバイスを教えてほしい。
 - 輸出に必要な書類と記入事項、参照先を教えてください。
 - 輸出の手続きに必要な書類の入手方法・作成方法が知りたい。
- 以降、Q&A方式で解決のヒントをまとめている。

Q.輸出は何から始めるのか。

大きくは下記5ステップで進めていく。現地の嗜好を知り自身の商品を分析するところから始め、輸出関連事業者と連携を行いながら進めていくとよい。初期段階よりGFPへ登録し、輸出にチャレンジしている事業者とのコネクションを持ち、情報交換することも効果的。

■ 輸出の大まかな流れ

市場を知る

- 輸出によって**利益を上げることが出来るのか調査**するところからスタート。
- (1) 市場調査
 - (2) サプライチェーン調査
 - (3) 商品評価調査

輸出戦略を立てる

- 市場調査を踏まえ、**マーケティング4P**の考え方で、輸出に取り組む方針を明確に。
- (1) 輸出に取り組む意義・目的の明確化
 - (2) 輸出ターゲット国・地域の決定
 - (3) 輸出する商品の決定

輸出に取り組む為の準備 (人・もの・金)

- 市場調査の結果、輸出に取組方針を基に、**輸出に必要な準備事項**を洗い出し。
- (1) 準備事項の整理と優先順位
 - (2) 市場への対応
 - (3) 実施体制（要因）
 - (4) 実施スケジュール
 - (5) 経費の予算化と収益の目標設定

販路開拓

- 輸出先国の選定**や、商品情報**資料作成**、バイヤーとの**取引基準設定**。
- (1) 販路開拓のフロー
 - (2) FCPシート（商品情報ページ）作成のポイント
 - (3) FCPシート（会社概要ページ）作成のポイント
 - (4) バイヤーとの取引基準の設定。
 - (5) 売買契約書
 - (6) 貿易実務上必要となる主な書類

ブランディング活動

- 市場が求める**商品価値**、**SNSメディア**を活用したブランディング
- (1) 効果的なブランディング
 - (2) ブランディングに有効なSNSメディア
 - (3) SNSメディア使用のフロー

Q.賞味期限を延ばすにはどうすればよいか。

輸出に通用する消費期限にするには、セミナー & 交流会では下記3つの解決案が挙げられた。ポイントの1つである「冷凍加工」では、瞬間冷凍機の設備投資、菌検査が合格すれば商品化が可能。冷凍機については先行事業者やコンサルタント、メーカーに相談し、商品に適したものを選択するとよい。

また、セミナー & 交流会では議論に挙がらなかったが「越境ECの販路」に特化するのも1つ。
(受注生産が前提であるが、受発注の越境EC商品として販売するのは可能。リードタイムを設定することが重要。)

■セミナー & 交流会で出た、「賞味期限を延ばす方法」について

解決案

- 冷蔵より冷凍で対処することで、期限を延ばすことができる。
- 他社商品の調査を行い、自社商品の製造方法や包装資材などで改良に参考となるものがないか確認する。
- 製造方法や包装資材などの変更に伴い、成分分析や官能試験を行い、自身の商品の設定を見直す。

Q.継続的な輸出を行うためには、どのような対策を行えばよいか。

JETRO調査などから、どの国へ輸出するかを選定してから、パートナーとなる輸出商社・バイヤーを探すのが効果的。GFPへ登録し、輸出国への知見のあるバイヤーを探すことが重要。

※間接貿易の場合、ケースバイケースで対応が異なる為、柔軟に対応いただける商社（気軽に相談に乗ってくれる商社）を探すことが重要。

「パートナーシップを取れる現地バイヤーと繋がること」が大切だが、製造事業者自身の「思い」が継続へ繋がる。

■継続的な輸出をするための対策について

解決案

- パートナーシップの取れる現地バイヤーを探し、現地の嗜好・トレンドを掴む。
※ただし、バイヤー任せにならないこと。製造事業者自身の思いが重要。
- GFPから同様の商品を製造している事業者を探し意見交換を行う。
今回の様な交流会へ参加し、いろいろな事業者と意見交換を行う。
- 初めての場合は規制が少ない国からチャレンジするとよい。

Q.商品のPRやブランディングはどうすればよいか。

あらかじめ現地小売や商社の助言や意見を収集し、現地に受ける嗜好がどのようなものかを十分調査することが重要。

■商品のPRやブランディング

解決案

- SNSメディアを活用したPRを中心に行う。
- 現地インフルエンサーとタイアップする。
- 「フレーバー」や「日本ブランド」など（現地のトレンドに合わせて）付加価値を付ける。
- 製造事業者の「思い」や「ストーリー」を伝える。

Q.輸出先国の嗜好を知るにはどのような方法が効果的か。

商品の特徴・思い入れを理解しているのは製造事業者自身である為、国内においてJETROや商社等からの情報収集などの調査の他、可能であれば、自ら現地に行き確認することも有効です。

※現地調査については、ある程度の経験がないと判断が難しい為、あらかじめ現地小売や商社の助言や意見を収集し、十分調査を行ってから現地へ行くことが必要。

GFP登録事業者から検索し、輸入商社の意見を聞いた上で、現地小売の仕入れ意欲を引き出すことも。

Q.添加物、着色料の規制について知りたい。

今回の輸出実証を行った香港では、成分にPHOsが含まれないことが必須。

また、トランス脂肪酸の含有量についても制限がある。

- ・食品100 g当たりのトランス脂肪酸が0.3 g以下
- ・食品100 g当たりの飽和脂肪酸及びトランス脂肪酸の総量が1.5 g以下
- ・飽和脂肪酸及びトランス脂肪酸の総量のエネルギー量が、その食品のエネルギー量の10%以下

添加物等の規制については輸出先国によって異なる為、農林水産省やJETROのホームページで確認するとよい。

参考：農林水産省＞輸出・国際＞各国の食品・添加物等の規格基準

輸出先の規制を調べて、それを軸に味を変えるかどうかの判断をするのもよい。

Q.コールドサプライチェーンの構築、品質保持はどうすればよいか。

基本的に、製造日は受注日に近いこと、賞味期限は最大限確保することが求められるため、作り置き納品はしない。輸出商社が冷凍食品を扱う場合、国内指定倉庫まで冷凍物流ができれば良い。

冷凍機は様々な機器があるので、GFP登録事業者からの検索又は輸出コンサルタントに聞くとよい。

※自身の商品の特性と冷凍方式が適合しているかを、複数の冷凍機器メーカーに相談することが重要。

品質保持の確認を行うのであれば、温度・湿度を記録するデータロガーや、加速度や衝撃を記録するデータロガーにより、適正な温度や湿度、取り扱いで輸送されているか確認するとよい。

輸出先国やその国の港湾、運送事業者によって品質保持の状態は異なるため、運送を担う事業者ごとに分析を行うこともおすすめ。

Q.輸出には認証が必ず必要か

「HACCP」や「FSCC22000」が挙げられる。HACCPについては世界各国で導入が義務づけられる動きがあるが、輸出先国によっては必要ではない国もあるので、事前に輸出先国で認証が必要かを確認する必要がある。

Q.どの国から輸出にチャレンジするべきか（＝輸出先国の選定）

初めての場合は規制が少ない国からチャレンジするとよい。
また、自身の商品がどの国にウケるのか、をGFPのコミュニティ等で意見交換するのも1つ。
どこの国へ輸出するのかの選定にあたっては、選定プラットフォームが設置されている輸出先国であれば、カントリーレポートを読むとイメージを掴みやすい。

Q.販売価格はどのように決定すればよいのか。

最低ロットではなく「経済ロット」での見積準備が必要。輸送費を含め、最も安くなる卸価格にするためには、どれだけのロットになるのか、またその場合のケースサイズ・ケース重量の準備も必要になる。
日本での価格の2.5～3倍になる。価格ではなく付加価値をつける戦略で商品展開するとよい。
小さな商圏では、小売り・商社等狭い地域でしのぎを削っているため、輸出が増えて販売先が1つでなくなると価格の統一性が保てないなどの問題が発生する。

Q.商品形態はどのようなものが望ましいか。

輸出先国の嗜好に応じたサイズ感や、販売される際の棚に応じたサイズ、輸出する際の経済的なロットサイズなどと合わせて「個人での食べきりサイズ」「様々な味を楽しめる（選択できる）」の2点を考慮したサイズ感が必要となる。香港は、嗜好の多様化が進み、家族でも嗜好が違う。

Q.商品パッケージはどのようなものが望ましいか。

「日本産」とわかるパッケージや中華圏の贈答文化を見据えた商品パッケージ、中身が見える透明パッケージなど現地の嗜好に対応すること必要。
日本らしさを打ち出す為に敢えて日本語表記を残すことが効果的という意見も挙がった。
また、デザインの作成には、現地デザイナーを起用することも効果的な方法の1つ。
※商社やコンサル会社から紹介を受ける。

Q.付加価値のつけ方をアドバイスしてほしい。

現地の嗜好・トレンドに合わせて付加価値をつけることが望ましい。
例えば「フレーバー」や「日本ブランド」などが効果的、という意見が本事業では多く挙げられた。
ギフト性を持たせることや、SNS広報を展開することなども効果的。

Q. 輸出に必要な書類と記入事項、参照先を教えてください。

輸出にあたって必要なのは、詳細な商品情報が基本となる。
FCPシートが基本となるが、現地小売事業者等が要求する情報の提供が必要であり、事業者により異なる。
また、商品情報の他にも、輸出手続きの際に必要な書類がある。

※FCPシートの情報のみでは情報不足がある（＝受注に至らない）場合があり、2次原料までの提示、栄養成分等の検査の結果が必要になる場合もあるので、これら2種類の商品情報書面を別添するなど、より詳細な情報を伝えることが必要。

※輸出先国ごとに、追加で必要な情報も変わってくるため、リストアップを行い可視化すると効果的。

■ 輸出スタート時 準備書類

No	書類名	役割
1	FCPシート	商品情報を記入するシート。この書面を活用し、輸出関連事業者と輸出の手続きを進めていくことになる。
2	菓子製造業の営業許可証	テイクアウトする菓子を製造・販売をする為に必要な営業許可証。管轄の保健所によって菓子製造業許可の申請の手順は異なるため、事前に保健所に相談しておくとうい。
3	複合型冷凍食品製造業の営業許可証	複合型冷凍食品製造業許可を取得すると、冷凍食品に限り、の製造業許可が不要となる。ただし、HACCPに基づく衛生管理を行う場合に限る。
5	冷凍食品製造業の営業許可証	既に菓子製造業で営業許可を取得している場合でも、冷凍食品として販売するためには新たに申請が必要。冷凍食品製造業の営業許可は、食品衛生法に基づいて取得する。許可を取るためには、必要な設備を整え、規定の手続きが必要となる。
6	冷凍倉庫 届出受理証	保管する事業者が、貨物の保管に適した温度帯を選んで食品を預け入れた寄託者から対価を受けて、その食品を室温が常時10℃以下の温度帯別低温倉庫で保管する場合に必要な書類。
7	原材料・添加物等や加工工程の説明書類	消費者や流通業者が食品の取り扱い方がわかるように解説した取扱説明書。アレルギー疾患を持っている方など、製造者は消費者が商品を食われるかどうかの判断基準を提供する必要がある。

※FCPシートについて、次ページで詳細（ポイントとなる箇所や補足説明）を記している。

■ 必要書類

No	書類名	役割
1	インボイス (商業送り状)	荷送人(輸出者)が荷受人(輸入者)にあてて作成する貨物の明細書。輸出入通関の際に税関へ提出することが義務づけられた重要書類。
2	パッキングリスト (梱包証明書)	国際取引における貿易ではインボイスと並んで必須の書類の一つです。貨物をどのように梱包しているか、梱包数、重量、サイズ、外装に記しマークなど、貨物の梱包明細を記載した書類。
3	ショッピングインストラクション (船積証明書)	輸出者が海貨業者や通関業者に提出し、船積業務や通関業務を依頼するための書類。

FCPシート（裏：商品情報ページ）の例

■ Company's profile

Company's Name			
Annual Sales		Numbers of Employees	
Name of Representative		写真	
Messages to Purchasers			
Website Address			
Company's Address	〒		
Factory's Address	〒		
Name of the Person in Charge		E-mail Address	
Phone Number		Fax Number	

■ Selling Points of the production process

Pictures		

■ Information of Quality Assurance

Inspection of Products	<input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No	(If yes, please provide additional information about inspection)		
Hygiene Management	Production Process			
	Employees			
	Facilities and Equipments			
Emergency Response	The Contact Points	The person in charge		Phone number
	Documentation			

【作成のポイント】

下記、項目は、バイヤーが重要項目として確認する内容です。

○出展企業名は和文ではなく、英語名（ローマ字）が必要です。

○ホームページのURL

商品情報に記載のない情報をホームページから収集します。会社概要については、英語表記も必要です。

○製造工程

写真は衛生状態、整理整頓状況を報告する情報でもある為、可能な限り掲載を行い、アピールポイントを記載すると良いでしょう。

○商品検査の有無

「出荷時の視認」も商品検査として捉えても良いので、記載してください。原料搬入から出荷までの衛生管理に係る検査項目について、実施している項目につき検査結果（異状なし、該当なし等）を記載してください。

FCPシート 項目別補足説明

FCPシートについては、農林水産省ホームページよりエクセルデータをダウンロードできる。他にも作成の手引きや補足説明などもまとめられている。（下記表は https://www.maff.go.jp/j/shokusan/fcp/syoudan_sheet/

No	項目	解説
1	商品名	商品の名称を記載。独特の読み方や読みづらい名称は、ふりがなを振る。
2	最も美味しい時期	旬に関係なく、年間販売が可能な加工品等の場合は『通年』も可。一番販売に適している時期や販売強化をしたい時期を記載。また期間限定の場合はその理由とともに限定期間を記載。
3	賞味期限・消費期限	食品の情報を把握している製造業者等が科学的、合理的根拠をもって適正に設定する必要がある。詳細は下記より確認できる。 https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/food_sanitation/expiration_date/ （消費者庁URL）
4	主原料産地	複数の原材料について記載する場合は、原材料名と産地を記載。産地が限定できない場合は、〇〇他という記載でも可。
5	JANコード	JANコードはバーコード（JANシンボル）として商品などに表示されるもの。使用するには申請が必要。
6	内容量	内容量を記載。包装した生鮮食品、及び加工食品にあつては、内容量を内容重量、内容体積又は内容数量のいずれかの方法で表示しなければならない。
7	希望小売価格	製造者が設定した小売価格。卸値（取引先受け渡し価格（送料有無）・ネット・納品価格）も同時に聞かれる場合もある為、答えられるようにしておくが良い。税込の欄は、税抜価格と税率を入ると自動計算される。
8	1ケースあたりの入り数	1ケースあたり商品がいくつ入っているか。荷姿が合わせの場合は具体的に記載。（例 1ケースあたり10入りで2合わせの場合⇒10入り2合わせ）
9	保存温度帯	常温、チルド、冷凍などを記載。特殊な温度帯の場合は、詳細を記載。
10	発注リードタイム	御社に注文が入ってから、取引先に納品されるまでを、日数で記入。エリアや最低ケース納品単位によって違う場合は、その内容を記載。
11	販売エリアの制限	『有』にチェックする場合は、範囲とその理由を明確に答えられるようにしておく。
12	最大・最小ケース納品単位	最大の欄には、何ケースまで納品可能かを記載。 （例 日量200ケースまでなら、200ケース/日） 最小の欄には、何ケースから納品が可能かケースを記載。合わせ商品の場合は具体的に記載。（例 5ケース＝1甲（こおり）等）
13	ケースサイズ（重量）	1ケースあたりのサイズ（重量）を記載。
14	認定・認証機関の許可（商品・工場等）	該当するものに○をする。ISO,HACCP,GAPに関しては具体的な名称まで記入。また、自治体等の認証を取得されている場合も積極的に記入するとよい。
15	ターゲット	《売り先》希望する売り先を選択する（フードサービスとは中食・外食を指す）。またバイヤーからは、過去に取引実績のある売り先を聞かれる場合がある為、答えられるようにしておくが良い。 《お客様》まず誰（どの年代、男女など）に食してもらいたいかを明確にする。
16	危機管理体制【担当連絡先/記録】	商品の利用方法（一番美味しく食べられる）調理法、場面、組み合わせ（食べ合わせ）等を記入。商品の産地でよく食べられている、または、ちょっと変わった調理法や風習などがあれば記入すると良い。

FCPシート 項目別補足説明

No	項目	解説
17	商品特徴	差別化のポイントを記載。原材料や使用した副材料の特徴、製造過程でのこだわり、商品開発にあたり最も工夫した点、開発にまつわるエピソード等を明示すると良い。文章に関しては「〇〇なので、〇〇です」の表現が効果的。
18	商品写真	スペースに限りはあるが、イメージ写真（調理例、中身の見えるもの）とパッケージ写真（外観）の両方があると良い。生鮮品など一括表示が無い場合は、調理例などの写真を一括表示欄に貼付すると良い。
19	一括表示 アレルギー表示	特定原材料を使用していなくても、使用している工場内で生産している場合は、同工場内で〇〇を使用していますの文言もあると良い。アレルギー表示は、記載漏れと思われぬために特定原材料を二重線などで「消す」とわかりやすい。
20	出展者企業名	出展企業の正式名称を記載。読みづらい名称はふりがなを振る。
21	年間売上高	〇〇年度などを併記すると良い。（例 令和〇〇年度 〇〇〇百万円）
22	従業員数	おおよその人数で可。〇年〇月時点、〇年度などを併記すると良い。
23	代表者氏名	出展企業の代表の役職、氏名をフルネームで記載。
24	来場者へのメッセージ	おもて面の商品ではなく、企業姿勢などを記入。企業理念・食品事業者としての基本方針・法令遵守への取組方針・食の安全・安心に関する理念・お客様とのコミュニケーション方針・食育などの取組方針など。
25	ホームページ	ホームページのリンク先を記載。ない場合は、「なし」と記載。
26	会社所在地 工場所在地	外部委託の場合は、工場所在地の前に（外部委託先の）工場名を記載。
27	担当者 E-MAIL、TEL、FAX	担当者の連絡先を記載。
28	製造工程（生産工程）などのアピールポイント	工程はフローチャートで記入。ポイントとなる製造工程3～8程度を⇒で結び、その工程でアピールポイントがあれば文章で補足する。またそれらの工程で一番アピールしたい工程の写真を下部に貼付してください。 《例》計量⇒混合（創業120年の伝統配合）⇒加熱（2段焙煎）⇒充填⇒殺菌⇒冷却⇒包装⇒衛生検査 ・1次産品の場合は、ほ場の写真、出荷されるまでの工程を写真入りで説明されると良い。
29	商品検査の有無	衛生管理に係る検査項目につき検査結果を示し、製造現場、生産現場の安全性を示す。検査の有無のいずれかを〇し、検査している項目を記載。
30	衛生管理への取組	製造現場・生産現場が、安全かつ適切な食品を供給し、危害の発生を防止するための体制が整っていることを示す。 ・製造工程の管理 ・従業員の管理 ・施設整備と管理
31	危機管理体制 【担当連絡先/記録】	緊急時（事件及び事故発生時）における、社内体制やお客様とのコミュニケーション方法の取り決め等について示す。 ・緊急時における担当者連絡先・原因究明を容易にする情報（原材料情報、品質検査記録等）の記録及び管理方法。 ・PL保険に入っている場合はここに記入。

インボイス

インボイスとは、海外へ貨物を発送する場合に、荷送人(輸出者)が荷受人(輸入者)にあてて作成する貨物の明細書のこと。輸出入通関の際に**税関へ提出することが義務づけられた重要な書類**です。

インボイスの例

JTB corporation, Ltd.		}	(1)	
Street Address				
City, ZIP Code				
Phone:				
Fax:		INVOICE		
Invoice No. (2)	Date: (3) DD/MM/YY			
Invoice of (4)		For:		
Shipped per (5)		Bill to:		
From (7)		Name		
L/C No. T/T in advance		Company Name (9)		
On or about (6)		Street Address		
To (8)		City, ZIP Code		
Dated (10)		Phone:		
Issued by		Fax:		
Mark & No.	Description of goods	Quantity	Unit Price	Amount
(11)	(12)	(13)	(14)	(15)
			Subtotal	
			TAX rate	
			other	
			Total	
			<u>F.O.B TOKYO</u>	(16)
"Samples of No Commercial Value, Value for Customs Purpose Only"		(17)		
Country of Origin : Japan		(18)		
JTB corporation, Ltd.				
(19)				
_____ Manager				

No.	記載内容	No.	記載内容
1	輸出者情報	11	ケースマーク
2	インボイス番号 (輸出者が作成)	12	品名
3	作成年月日	13	数量
4	品名	14	単価
5	積載船名	15	金額
6	出港予定日	16	建値 (取引条件)
7	出港地	17	無償サンプルの場合は記載
8	仕向地	18	原産地
9	輸入者情報	19	署名欄
10	支払条件		

インボイス 用語集

No	用語	解説
1	輸出者情報	輸出者の氏名、住所、電話番号、ファックス番号など。
2	インボイス番号	任意のインボイス番号と発行日。 インボイス番号は、各社が都合の良い番号を振ってよい。
3	作成年月日	インボイスが作成される年月日。
4	品名	輸出される商品が多くあるのであれば、代表的な商品名に加えて、“& ETC”のように記載し、詳しい商品説明は下部「12.品名」の欄に記載。
5	積載船名	海上貨物の場合はこの欄に船名を記載。 (航空貨物の場合はは“AIR”と記載し、別欄で航空便情報を記載)
6	出港予定日	輸出する商品が出港される予定日。
7	出港地	出港する都市名・港名。
8	仕向地	到着する都市名・港名。
9	輸入者情報	輸入者の氏名、住所、電話番号など。
10	支払い条件	支払い方法と期間などを記載。
11	ケースマーク	梱包物に記載されるケースマーク。
12	品名	輸出される商品に関して、品番・型番等を具体的に記載。 この欄に注文番号等が記載されることもあります。
13	数量	貨物の数量単位（貨物により変わる）kg,t 等。
14	単価	通貨コードと共に記載。 ※ドル(\$)でもアメリカドルだけではないため、注意が必要。
15	金額	単価と同様の記載。 なお税関への申告価格はFOB（Free on Board）価格となる。
16	建値（取引条件）	インコタームズ（貿易取引条件とその解釈に関する国際規則）に基づき記載。 インコタームズは2つのクラスに分類され、3文字の短縮語と共に指定地を記載。 1、あらゆる輸送形態に適した規則 2、海上および内陸水路輸送のための規則
17	無償サンプル有無	無償の場合は[NO COMMERCIAL VALUE, VALUE FOR CUSTOMS PURPOSE ONLY]の記述が必要。 また、無償であっても申告価格の記載が必要。
18	原産地	現地で関税率が決定される際の必要情報。 原産地証明書を記入し、事前に細かい規則を確認する。 ※最寄りの商工会議所に相談、照会するのがよい。
19	署名欄	自筆の署名が必要。肩書きがあれば記載。

パッキングリスト

パッキングリスト（梱包証明書）は、国際取引における貿易ではインボイスと並んで必須の書類の一つです。貨物をどのように梱包しているか、梱包数、重量、サイズ、外装に記しマークなど、貨物の梱包明細を記載した書類です。

パッキングリストの例

PACKING LIST				
		Invoice No & Date	Order No.	
		(2)	(3)	
For account of (4)		Country of Origin	Country of Destination	
		(5)	(6)	
		Remarks (8)		
SHIPPER		Consignee		
Name		Name		
Company Name (1)		Company Name (7)		
Contact Person		Contact Person		
Street Address		Street Address		
City, ST ZIP Code		City, ST ZIP Code		
Phone:		Phone:		
Fax:		Fax:		
email:		email:		
Means of Transport & Route		Terms of Payment		
Shipped per (9)	On or About (10)	(11)		
From (12)	Via (13)			
To (14)				
Marks & Nos.	Description of Goods	Quantity	Unit Weight	Total Weight
(15)	(16)	(17)	(18)	(19)
TOTAL:				(20)

No.	記載内容	No.	記載内容
1	荷主名	11	決済手段
2	インボイスナンバー	12	船積地
3	注文番号	13	輸送ルート
4	費用負担者	14	荷揚地
5	原産国	15	ケースナンバー
6	仕向先国名	16	商品名
7	荷受人名	17	数量
8	その他記載事項	18	重量
9	輸送方法	19	総重量
10	出港予定日	20	署名

パッキングリスト 用語集

No	用語	解説
1	荷主名	荷送り人。輸出の際には、輸出者。
2	インボイスナンバー	各社が都合の良い番号を振ってよい。 日付は通常、インボイス作成日を記載。
3	注文番号	Order No.に限定せず、荷主間でのPO No.など貨物を特定できる番号を記載すると便利。記載必須事項ではないので、項目名および記載欄をいずれもブランクとしても問題ない。
4	費用負担者	誰が費用を負担すべきかを記載。輸出者もしくは輸入者になることが通常。
5	原産国	送る品物の原産国を表記する。必須項目。 「Country of origin : Japan」もしくは「Origin : Japan」等と表記。
6	仕向先国名	貨物の仕向先国名。
7	荷受人名	荷受人。（通常は輸入者）
8	その他記載事項	【運賃の負担先の表記】 必須ではないが、通常「Freight : Prepaid」（前払い、つまり発地側、日本の荷主が運賃を払う旨を記載。もしくは「Freight : Collect」（運賃着払い、つまり現地側、荷受人が運賃を払うとの意味）旨を記載。 【統計品目番号】 HS(Harmonized System)分類番号を表記する場合もある。
9	輸送方法	航空輸送で送る場合は、「by Aircraフイート」と記載。 海上輸送で送る場合は、船名を記載。
10	出港予定日	貨物が出港/フライトする日付（または予定日）のこと。
11	決済手段	契約で定められた決済手段。無償、サンプル等の場合は、「No Payment」あるいは「Free of charge」等とし、有償の場合は「T.T. Remittance」等がある。
12	船積地	貨物がどこから輸出されるかを表す。 航空輸送の場合は空港名と国名を（または都市名と国名）を記載。 海上輸送の場合は港の名前と国名を記載。
13	輸送ルート	貨物の輸送ルートを表す。直行便を使用して輸送する場合は不要。 経由便を使用して輸送する場合は経由地を記載。
14	荷揚地	貨物がどこまで輸出されるかを表す。取引条件にもよるが、通常は都市名と国名を記載。（例）「New York, U.S.A.」「Munich, Germany」等。
15	ケースナンバー	ケースマークやケースナンバーを記載。貨物現物と一致していることが必須。 貨物にマークなどを貼付していない場合にはブランクでも構わない。
16	商品名	各包装の内容物の詳細。
17	数量	各包装の内容物の数量。
18	重量	品物の重量（単重）を表す。単位は、上記と同じく品物の特性による。通常は梱包前のNET WEIGHTと呼ばれる貨物単体（梱包材除く）の重量を記載。
19	総重量	品物の総重量を記載。「Quantity」×「Unit Weight」=「AMOUNT」
20	署名	記載事項の内容が真実であることを宣誓する箇所。 会社名、署名者の部署、役職を記載し、氏名は直筆で記載する。

ショッピングインストラクション

ショッピングインストラクション（船積依頼書）は、輸出者が海貨業者や通関業者に提出し、船積業務や通関業務を依頼するための書類です。信用状取引の場合は、信用状の内容に従って記載します。

ショッピングインストラクションの例

SHIPPING INSTRUCTION		
SHIPPER. (1)		DATE. (4)
		INVOICE No. (4)
		管理No.
CONSIGNEE. (2)		TYPE OF SERVICE: (5)
		ON RECEIVING: (6)
		ON DELIVERY: (6)
		BOOKING No. (7)
		B/L No. (7)
NOTIFY. (3)		SECOND NOTIFY.
VESSEL (8)	VOY NO	ETA-ETD:
PLACE OF RECEIPT (9)	PORT OF LOADING	SHIP'S CO. (10)
PORT OF DISCHARGE(ETA: (11))	PLACE OF DELIVERY	FINAL DESTINATION:
MARKS&NOS.	DESCRIPTION OF GOODS	PACKAGE/ G/W / M3
(12)	(13)	(14)
CONTAINERS () (15)		
PACKAGES		
KGS		
M3		
PLACE OF ISSUE:	BOOKING数量F/T:	
ORIGINAL :	コンテナ本数(SIZE x 本数): 20F x (16) 40F x	
FREIGHT PAID AT:	KIND OF B/L: ORIGINAL / WAYBILL / SURRENDERED B/L (該当に○印)	
貨物引渡場所:	FREIGHT: PREPAID COLLECT (該当に○印)	
搬入予定日:	FREIGHT表示: AS ARRANGED ACTUAL FREIGHT (該当に○印)	
備考:	THIRD NOTIFY.	

No.	記載内容	No.	記載内容
1	荷主名	10	船会社名
2	荷受人名	11	荷揚地
3	着荷通知先	12	ケースナンバー
4	インボイスナンバー	13	商品名
5	輸送方法	14	数量、重量
6	船積、出港予定日	15	積載総重量
7	船腹予約番号	16	コンテナ数量
8	積載船名	17	貨物引渡条件
9	船積地		

ショッピングインストラクション 用語集

No	用語	解説
1	荷主名	荷送り人（または荷主）を指す。輸出の際は輸出者となる。
2	荷受人名	荷受人。通常輸入者となる。
3	着荷通知先	輸入する際のConsigneeの代行者の連絡先。
4	インボイスナンバー	各社が都合の良い番号を振ってよい。 日付は通常、ショッピングインストラクション作成日を記載。
5	輸送方法	海上・航空の別等の輸送サービスの手段を記載。
6	船積、出港予定日	貨物が出港する日付（または予定日）を記載。
7	船腹予約番号	船会社が発行する予約番号、船荷証券番号。 輸出時には船荷証券番号は確定しておらず、予約番号のみとなる。
8	積載船名	搭載する船名。航海番号や入出港予定時刻も併記されることが多い。
9	船積地	貨物がどこから輸出されるかを表す。航空輸送の場合は空港名と国名を（または都市名と国名）を記載。海上輸送の場合は港の名前と国名を記載。
10	船会社名	海上輸送や航空輸送を実施する船会社や航空会社の名称。
11	荷揚地	貨物の輸入先を表す。 船卸される港湾、コンテナが配送先、貨物の最終的な配送先を記載。
12	ケースナンバー	ケースマークやケースナンバーを記載。貨物現物と一致していることが必須だが、貨物にマークなどを貼付していない場合にはブランクでも構わない。
13	商品名	各包装の内容物の詳細を表す。
14	数量、重量	各包装の内容物の数量、品物の重量（単重）を表す。
15	積載総重量	品物の総重量を記載。「Quantity」×「Unit Weight」=「AMOUNT」
16	コンテナ数量	BookingNo.に対するコンテナのサイズ・ハイト・タイプ別の数量を記載。
17	貨物引渡条件	運賃の支払い条件や支払者等を記載。

Q.輸出の手続きに必要な書類の入手方法・作成方法が知りたい。

主には農林水産省、JETROのホームページに記載されている。また、各国プラットフォームにおけるカンントリーレポート（現場レポート）の中に、実際に手続きする際に必要となった書類の記載があることも多い。

加えて、現地事業者の要求があり、個々に異なるため、商談の場で聞くと良い。

前述の各種様式（および記載方法）や、輸出先国の規制など、下記リンク先より確認できる。輸出の手続方法をはじめ、輸出先国の情報、輸出先行事例、必要書類などチェックすることができる。

農林水産省

■（国別）輸出に関する手続き・制度について

https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_process/index.html

■各国の食品・添加物等の規格基準

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/shokuhin-kikaku/index.html>

■農林水産物・食品輸出支援策ガイド（補助金・バイヤー紹介窓口など）

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/yusyutsugaido.html>

■FCP商談会シート（記入例・用語解説等）

https://www.maff.go.jp/j/shokusan/fcp/syoudan_sheet/

JETRO

■農林水産物・食品 輸出支援プラットフォーム

カンントリーレポートの作成や、現地拠点を設ける事業者への支援などの輸出支援施策。

<https://www.jetro.go.jp/agriportal/platform/>

■通関業者に輸出通関を依頼する際の必要書類：「貿易・投資相談Q&A」

インボイス、パッキングリストなど必要な書類一覧が記されている。

<https://www.jetro.go.jp/world/qa/04A-010812.html>

■コンテナ輸送の場合の貨物の包装・荷印：「貿易・投資相談Q&A」

日本におけるコンテナ貨物輸送の貨物の放送や荷印（ケースマーク）について、それぞれの目的と方法について基本的な部分を説明。

<https://www.jetro.go.jp/world/qa/04A-A10829.html>

■荷印の記載内容および記載方法：「貿易・投資相談Q&A」

輸出貨物に荷印を付ける際の記載方法について、記載理由と各マークの種類などについて説明。

<https://www.jetro.go.jp/world/qa/04A-010113.html>

■輸出における適切な食品表示ラベル：貿易・投資相談Q&A

表示ラベルの制作について説明。※輸出商社が作成する場合とメーカー側が作成する場合がある。

（下記URLにアクセスし、キーワード検索で「商品表示ラベル」と検索すると、関係する制度が表示される）

<https://www.jetro.go.jp/world/qa/>

GFP

■会員検索

https://www.gfp1.maff.go.jp/search_guest/



感動のそばに、いつも。